

「木にふれあうフェスティバル」を視察して

林産試験場 富 樫 巖

はじめに

日本木材青壮年団体連合会などが中心になって、東京都渋谷区のNHK正面玄関前広場で、平成12年10月21～22日（10:00～16:30）に第一回目の「木にふれあうフェスティバル」を開催しました。

この事業は、森林の大切さや木材（国産材、間伐材）・木造住宅の良さを、エンドユーザーである市民に直接伝える、初めての全国規模イベントです。主催者は、「NHK秋の健康広場」と同時開催するなどNHKの協力が得られていることや、場所的に多くの市民が集まるところであることから2日間で4～5万人の来場者を見込んでいました。

木のグランドフェア

北海道立林産試験場と（社）北海道林産技術普及協会では、平成4年から毎年、小中学生の夏休み期間に合わせたロングランイベント（3～4週間、来場者数1万5千～2万人）である「木のグランドフェア」を開催しています。

この事業は、市民を対象にした木材のPRイベントであり、木材・木製品を見て、触れて、木材によるモノづくりを体験してもらうものです。そして、木材の良さを実感いただくことで、最終的に木材の需要拡大に結びつくことを期待しており、木にふれあうフェスティバルと類似性を持っています。

そこで、今後の木のグランドフェアの発展に向けた情報収集を目的として、同フェスティバルを視察しました。ここでは、著者が見ることのできた行事の状況を写真を中心に紹介します。

会場は、大きく分けて以下の三つの広場から構成されていました。すなわち、中心となる本部やステージなどを擁する「メイン広場」、無料で日曜大工ができる「木工工作広場」、全国各地から参加した企業・団体の「展示即売ブース広場（全58ブース）」です。表に、会場で配布されていたパンフレットから抜粋したプログラムを示しました。表中の講演とは、森林総合研究所の宮崎良文氏による「木材と健康と快適性について」と題したものです（著者が会場に到着した14:20頃には、すでに終了していました）。

また、会場の出入り口（写真参照）では、事務局による苗木2,000本（広葉樹と針葉樹含む）無料配布（時間限定で2日間で3回）、および木製トレイや木の木の無料プレゼント（随時）コーナーが設けられていました。



写真 会場出入り口の様子

上：ウェルカムアーチのある出入り口（来場者プレゼントコーナー設置側）
下：企業・団体のブース広場に向かう、もう一方の出入り口

2日間の行事内容

表 木にふれあうフェスティバルのプログラム

		●ステージ	●本部前	●工作広場
21日（土）	午前の部（10:00～12:00）	開会式 みんなの体操		木工工作 手作り楽器
	午後の部（13:00～16:30）	NHKラジオ「ひるの散歩道」 みんなの体操 講演	木挽き実演 模擬上棟式	木挽き実演 模擬上棟式
22日（日）	午前の部（10:00～12:00）	みんなの体操 木の香り当てクイズ 木材当てクイズ BS体操	木挽き実演 ヨイトマケ	木工工作 手作り楽器
	午後の部（13:00～16:30）	みんなの体操 丸太切り競争 BS体操 閉会	木挽き実演 模擬上棟式	木工工作 手作り楽器

写真で見る、木にふれあうフェスティバルの三つの広場

●メイン広場



模擬上棟式では、棟上げ終了後に餅が振る舞われ、来場者の注目を集めた。



ヨイトマケ体験ができる設備が用意された。



関東でただ一人残る、木挽き職人である林 以一氏によるケヤキの大木（樹齢250年）の切断実演が行われた。



滑り台の長さが4m（幅0.6m）、台の高さ4mの巨大な木製滑り台が設営され、子供たちの人気を博していた。



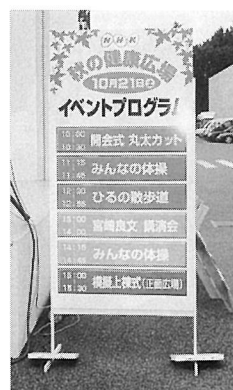
本部前の様子。休憩用テーブル・イスはもちろん木製であった。



ステージでは、来場者に参加いただく、木の香り当てクイズや木材当てクイズなどが行われた。



LICC（ランバーズ・インターネット・コミュニケーション・クラブ）のタコ焼きなどの食品販売ブース。タコ焼きはスギの間伐材で作られた木のトレイに入れて販売された。

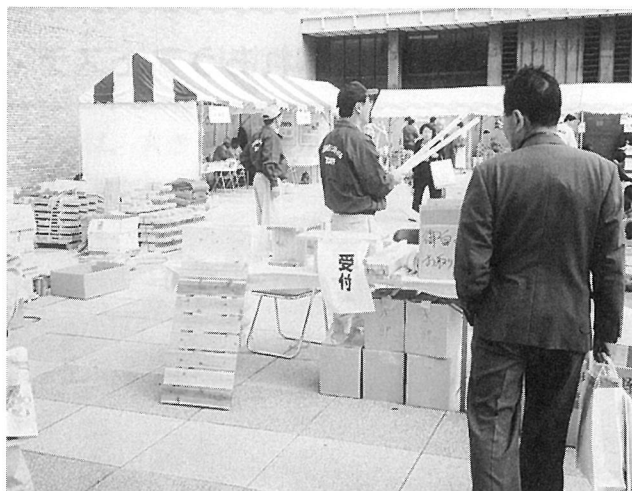


ステージ横には、イベントプログラムの案内看板が置かれていた。

●木工工作広場



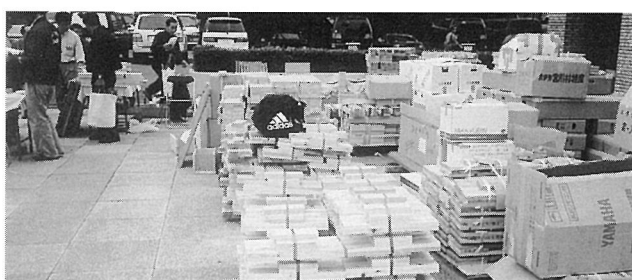
木工工作広場の全景。この広場では、スノコやプランターボックスなどを無料で作ることができた。



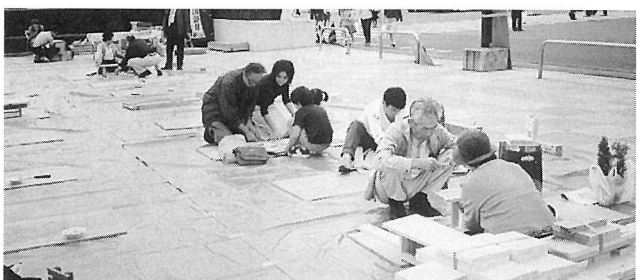
木工工作を体験するには、まず受付をする。



完成したプランターボックス。これは立てた状態であり、使用する際には横にする。



山と積まれたプランターボックスのキット。主催の母体である日本木材青年団体連合会の会員が無料で提供した。



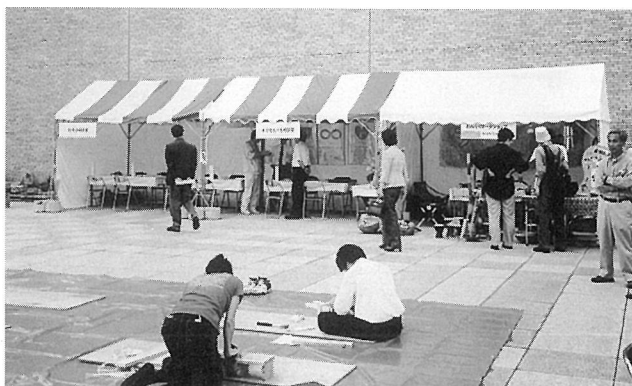
木工工作広場には、50の作業スペースが設営された。各スペースにはコンパネが敷かれていた。



作業スペースが順番待ちになったのは、22日午後に入ってからと新聞報道された。



工作を終えた来場者が塗装も行えるように、塗料販売業者が出店していた。



木工工作広場の横では、(財)日本木材総合情報センター・木のなんでも相談室が出張サービスしていた。

●展示即売ブース会場ほか



日本木材青壮年団体連合会のブースでは、木工工作コンクール作品が展示されていた。



間伐材を用いた木製品を展示する企業ブース。

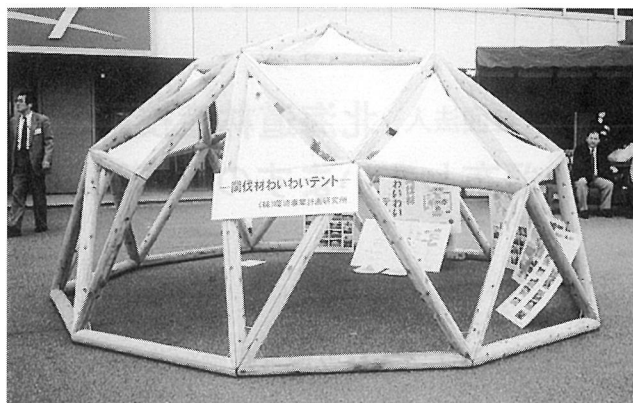


購入した製品を自宅などに運ぶため、宅配サービスも用意されていた。



TOKYO木材ネットワークの自作自演の紙芝居「杉の木太郎物語」は、子供たちに国産材の利用をPRした。

ウッディエイジ 2001年1月号



各種イベントやキャンプに活躍する、間伐材を用いた「間伐材わいわいテント」が展示されていた（メイン広場）。



間伐材を用いて作られたテーブル・イスなどの展示と、間伐材マークのPRが行われていた（メイン広場）。



木材・木製品の展示即売のみならず、健康機器の販売企業もPRブースを確保していた。「木材は健康に良い」を売り込むためのフェスティバルであり、健康をキーワードにした出店か。

おわりに

木にふれあうフェスティバルが開催された2日間は好天に恵まれましたが、来場者は2万1千人強に止まりました。しかし、主催者の熱意は十分に感じることができました。今後の継続的開催により、森林の大切さや木材・木造住宅の良さが多くの市民に伝わることを期待します。

また、全国規模のイベントにも、木材のPR方法に奇策はなく、展示、即売、木工体験などの組み合わせと、その味付けが大切であることを学びました。