

林野庁長官賞

オホーツク木のフェスティバル

－地域住民と触れ合い、林業・林産業を活性化－

オホーツク木のフェスティバル実行委員会（代表者 実行委員長 加賀谷 雅治）

□事業体の構成

実行委員長1名、副委員長2名、監事2名、相談役5名

事務局5名

総務財政委員会9名

会場・出品展示委員会13名

イベント委員会8名

PR・販売促進委員会8名

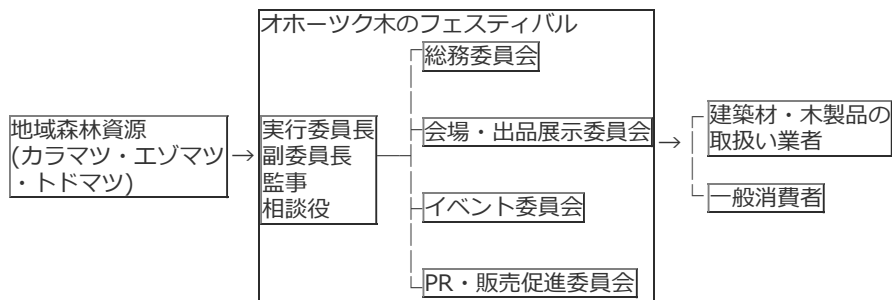
〒090-0811

北海道北見市泉町1-3-18 オホーツク木のプラザ内

電話0157-25-1331 FAX0157-25-1332



□事業の仕組み



□事業の実績（目的、事業内容の概要等）

事業の目的・内容：

オホーツク圏の木材に係わる様々な情報を発信しています。圏内3市23ヶ町村で生産された木材・木製品を展示・販売することにより、直接消費者の評価を得られ、バイヤー筋との商談を得ることが出来るなどの展示会・見本市としての役割と、様々な木の催し物により、地域住民が木との係わり合いを深めることなどが得られ、圏内の林業・林産業の活性化に寄与することを目指しています。

事業の実績：

昭和61年から毎年開催され、平成14年度で17回を数える。延べ入場者は75万人を超える。

平成14年度は5月24日～26日に開催され、延べ57,000人の入場者であった。

木のフェスティバルプログラムの概要

5月23日（金）

- 開催式（午前10時～、B館サンライフ北見前）
- ルームプレート制作体験コーナー（午前10時30分～午後5時、A館サンドーム北見）
- 端材木工体験コーナー（午前10時30分～午後5時、A館サンドーム北見）
- クラフトづくりコーナー（午後1時～午後5時、A館サンドーム北見）
- タマネギ新食品試食会（正午～午後3時、A館サンドーム北見）

5月24日（土）

- 樹名あてクイズ（午前10時～、A館サンドーム北見※記念品が無くなりしだい終了）
- コースターづくりコーナー（午後1時～午後5時、A館サンドーム北見）
- さし木体験教室（午前11時～正午、午後2時～午後3時、A館サンドーム北見）
- 2003オホーツク「木」のデザインコンペ表彰式（正午～、B館サンライフ北見前）
- ルームプレート制作体験コーナー（午前10時～午後5時、A館サンドーム北見）
- 端材木工体験コーナー（午前10時～午後5時、A館サンドーム北見）
- クラフトづくりコーナー（午前10時～正午、A館サンドーム北見）
- 珪藻土塗り壁体験会（午前11時～正午、B館サンライフ北見）
- シックハウス対策セミナー（午後1時30分～、B館サンライフ北見2F）
- 木と遊ぼうコーナー（午前10時～午後3時、A館サンドーム北見駐車場）
- 風船で遊ぼう（午前10時～午後3時、A館サンドーム北見駐車場）※雨天中止
- もちまき（午後0時30分～、B館サンライフ北見前）
- 太鼓演奏（午前11時30分～、B館サンライフ北見前）
- 巣箱作り教室（午前10時～午後5時、A館サンドーム北見）
- パソコンから取り出す知床の自然（午前10時～午後5時、A館サンドーム北見）

□現地調査結果の概要

調査担当 委員 小野田法彦
（（有）小野田林材経営研究所 代表取締役）
事務局 岡田 寛
（日本木材総合情報センター、流通促進課）

1. 地域のあらまし

オホーツクは、網走支庁管内の北見市、留辺蘂町、津別町などの一帯で、管内の森林面積は77万8,000ha（全道の14%）、そのうち国有林が56%、一般民有林30%（残りが道有林）、一般民有林のうち60%がカラマツ・トドマツを主体とする人工林である。

加工も活発で、留辺蘂町などではカラマツ・トドマツなどの人工林材で高付加価値化を目的に集成材化への流れを強めており、また、津別町ではカラマツ人工林材による合板づくりを進めている。

2. オホーツク木のフェスティバルのメンバーと組織

- (1) 「オホーツク木のフェスティバル」の構成員は、製材、集成材、合板、木工品などの多角的業者100社（個人）余りである。
- (2) 上記の組織は、実行委員会、総務財政委員会、会場・出品展示委員会、イベント委員会、PR・販売促進委員会から成っている。

3. 事業の目的

オホーツク木のフェスティバルの実行委員会の設立は昭和61年で、その目的はオホーツク圏において生産された木材・木製品を展示・販売することにより、木材・木製品の普及と、地域住民が木との係わり合いを深めることと、生産者と消費者との接点をつくるこ

とにより、管内の林業・林産業の活性化に役立つことを目的に、行政主導によらない民間主導で設立した。

※フェスティバルの開催場所は、北見市の工業技術センターのグラウンドなど数箇所。

4. 事業の特徴・成果など

- ① 来場者は、一般消費者や建築材・木製品の扱い業者（ホームセンター）。
- ② これまでの木材業者間だけの建築材や木製品の取引を一般消費者などにまで近づけること。また、木材関係の情報発信基地の役割を担う。
- ③ 展示会での売り上げは、2,000万円前後であるが、その後の波及効果が大きかったと答えた出展参加企業があり、例えば、製材を主力としていたA社では、来場した木製品の取り扱い業者であるホームセンター向けの売り上げ、クラフト等の売り上げで3億5千万円増加した。また、構造用集成材製造とプレカット加工を行っているB協同組合では、協同組合の事業展開はフェスティバルに支えられていると強調し、14年のフェスティバル後に、一般消費者から住宅3棟を受注した、と答えていた。
- ④ 昭和61年から毎年開催され、平成14年で17回を数え、延べ入場者数は75万人を超える。平成14年は5月24日～26日に開催され、延べ5万7千人の入場者で、北見市以外からの入場者もあるが、北見市の人口11万人の約半数が入場した計算になっている。

5. 今後の展開

- ① 従来は、梱包材向けなどの低位利用だった道産材（針葉樹）に、高次加工によって付加価値をつけていく。
- ② 展示品は、当初は製材品が中心であったが、入場者の要請によって、製材品→クラフト→アウトドア関係→ガーデニング関係→ログハウス→住宅資材関係中心へと変化させているが、同時に、平行してこれらの付加価値製品などを広く末端まで浸透させる運動をさらに展開していく。
- ③ これによって木材の安定供給システムづくりが成り立っていく可能性が大きい。