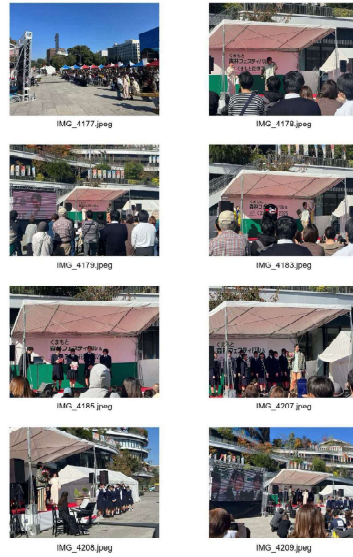


ステージスケジュール

TIME	ステージタイトル
9:00	
:15	
:30	オープニング(9:30~9:45) / 森林保全課
:45	
10:00	第24回林業技能競技会表彰式(9:45~10:25) / 林業従事者育成基金部定事業林産物協同協会
:15	
:30	
:45	杉本琢磨ライブパフォーマンス&必由館高校生徒とのコラボステージ (10:30~12:00) / 熊本市役所 くまもと花博実行委員会
:15	
:30	
:45	
12:00	休憩
:15	
:30	会場レポート(12:10~12:40)
:45	
13:00	技とスピードのチェンソーライプ (12:40~13:40) / 森林整備課
:15	
:30	
:45	
14:00	生物ライター平坂寛「森と昆虫のトークショー」 (13:45~14:35) / 森林整備課
:15	
:30	
:45	
15:00	会場レポート(14:45~15:10)
:15	
:30	
:45	林業職士に挑戦！腕相撲バトル (15:15~16:15) / 森林整備課
16:00	
:15	
:30	フィナーレ(16:15~16:30) / 森林保全課
:45	

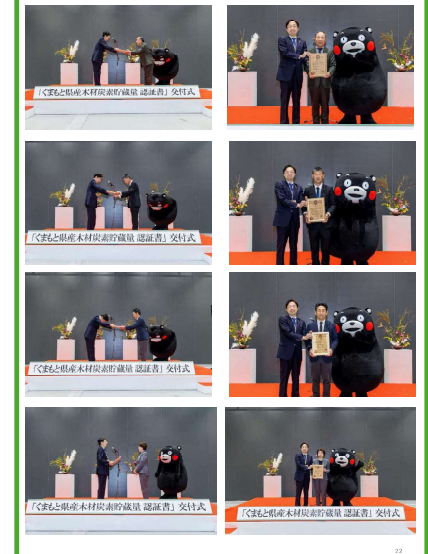
記録写真：杉本琢磨ライブパフォーマンス&必由館高校生徒とのコラボステージ



記録写真16日 表彰式・認定式・交付式
(熊本県森林吸収量 認証書)



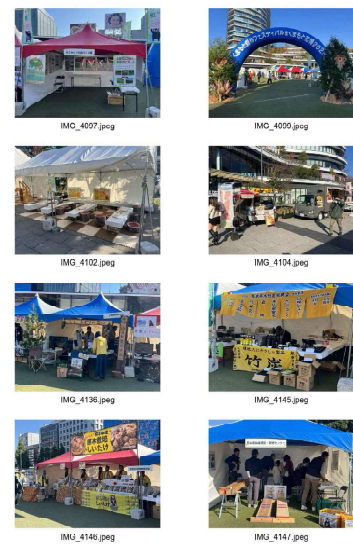
(くまもと県産木材炭素貯蔵量 認証書)



記録写真：林業職士に挑戦！腕相撲バトル



記録写真：会場①



制作物・広報
B2ポスター 600枚
すばいす 11/7付 1ページ (全13版)



制作物 森林吸収量認証書

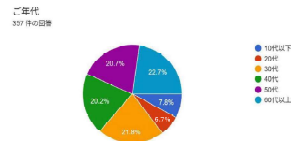
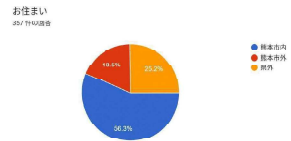


来場者アンケートの実施 (A5 サイズ)



森林フェスティバル来場者アンケートまとめと考察

1. 回答者の情報

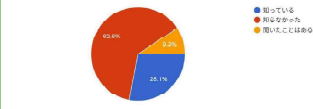


熊本市内からの来場者が最も多く、年代は10代以下から60代以上まで幅広く分布しており、家族連れや幅広い層の参加が見込まれます。特に30代や60代以上の回答も目立っています。

3. 熊本県水とみどりの森づくり税について

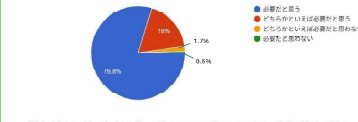
熊本県では、様々な楽しみを持つ森づくりをすべての県民の財産として守り育て、次の世代に引き継ぐことを目的に「熊本県水とみどりの森づくり税」として、県民の負担から1人あたり年額600円(法人は1万円/取引口)を徴収していただいておりますことをご存じですか。

356件の回答



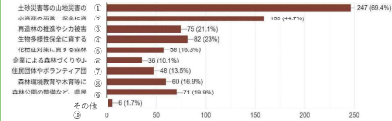
「熊本県水とみどりの森づくり税」では森林の整備や森林ボランティア活動などを支援し、森林を元気にすることで、水を蓄えたり、土砂災害を防止したりするための取組みに活用されています。このような取組みは、今後必要だと思います。

356件の回答



「熊本県水とみどりの森づくり税」の活用について、選んでください。(複数回答可、最大3つまで)

656件の回答



※参考：質問項目

- ①土砂災害等の自然災害の防止・自然環境の整備に関する取組み
- ②水資源の確保・保全に関する取組み
- ③森林の整備やボランティア活動の推進に関する取組み
- ④自然体験の推進に関する取組み
- ⑤防災対策に関する取組み
- ⑥自然環境の保全に関する取組み
- ⑦国土強靭化に関する取組み
- ⑧森林環境教育や水育に関する取組み
- ⑨森林の整備の推進に関する取組み
- ⑩その他

その他を選択された方はどのような取り組みに重点をおくべきだと思いますか。ご意見をお聞かせください。

これからも森林を大切にしていけるようにしていきたいです。

災害対策

いつも、綺麗な水を飲みたいです

災害等を整備を整えて欲しい

熊本でいろんな活動しているんやなと思いました。

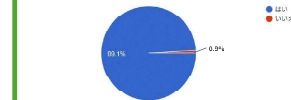
循環型社会の持続のために、無駄のない水資源の活用及び時代に則した新しい水資源の確保する手段の確立や、耕作放棄地の転用など、資源を無駄にしない仕組みにする

防災

3. 最後に

来場者ご自身のイベントあったら参加したいですか？

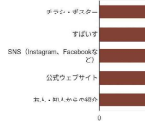
552件の回答



2. イベント内容について

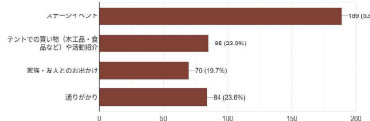
来場のきっかけ (複数選択可)

349件の回答



来場の目的 (複数選択可)

859件の回答

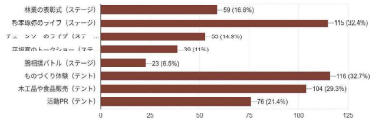


チラシ・ポスターや公式ウェブサイトが主要な情報源ですが、友人・知人からの紹介や通りがかりといった偶発的な来場者も一定数いることから、口コミや立地も重要です。来場の目的は木工品や食品販売(テント)での買い物や、ステージイベント、家族・友人とのお出かけが主目的です。テントでの買い物が必要な動機の一つであると考えられます。

2. イベント内容について

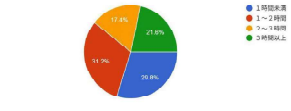
注目だったイベントや展示は？ (複数選択可)

316件の回答



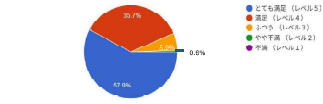
滞在(予定)時間

356件の回答



家族や周囲の関心度を教えてください

356件の回答



アンケートを踏まえた今後のイベント運営と広報の方向性

1. 人気コンテンツの拡充と滞在時間の延伸

- ・体験・販売コンテンツの強化:
 - ・実証済み「面白かったイベント」で最もニーズの高い木工品・食品の販売やものづくり体験のブースをさらに充実させ、魅力的な出店者や多様な体験プログラムを提案します。
- ・ステージイベントの「拡」:
 - ・来場者が「面白かった」と回答した具体的なステージイベント(ライブ、チアリーダーなど)は、主催者の目玉として継続的に企画し、広報の柱とします。
- ・滞在時間延伸への対策:
 - ・「待機時間」短縮を「1~2時間」以上に引き上げるため、会場内に休憩・飲食スペースを充実させたり、体験プログラムの所要時間を調整するなど、**「滞在したくなる工夫」**が必要そうです。

2. 「森づくり税」に関する意識啓発

- ・税の役割の可視化:
 - ・税の必要性には高い関心があるものの、「知らなかった」層が多いため、イベント会場での活用事例や目的を「分かりやすく、具体的に」伝える展示やメッセージを設けます。
 - ・特に、最も関心を持っていただいた「土砂災害防止」**の重要性や、それが先によってどのように実現されているかをビジュアルで訴えます。
- ・教育・普及啓発の強化:
 - ・税の活用箇所・目的にも挙げられた森林環境教育や水育に資するプログラム(例:体験型展示、クイズラリーなど)を増やし、若年層・家族連れへの普及啓発を強化します。

3. ターゲット層と広報戦略

- ・家族・幅広い層へのアプローチ:
 - ・幅広い世代層、特に主婦層をターゲットとして「家族・友人のお出かけ」を挙げる層が多いため、家族全員が楽しめるコンテンツのバランスを意識します。
- ・広報チャネルの多角化:
 - ・「チラシ・ポスター」「ウェブサイト」の継続的な活用に加え、「友人・知人からの紹介」を後押しするため、SNSを活用した情報発信や、参加者による投稿を促すキャンペーンなどを実施し、口コミ効果を最大化します。