

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 322
三重の木づかい人
 三重県農林水産部 森林・林業経営課



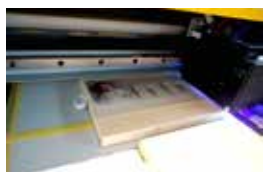
概要
 「三重の木づかい人」は、製材事業者や建築事業者など三重県内で「木づかい」に関わる人たちの声を県のホームページで紹介する企画です。消費者の方に「もっと木を知ってほしい」「もっと木にこだわってほしい」という思いから、「三重の木づかい人」の仕事へのこだわりやスギ・ヒノキの良さ、特徴などをインタビュー形式で発信しています。



◆入手先: 三重県HPをご覧ください。
<http://www.pref.mie.lg.jp/SHINRIN/HP/mori/89564000001.htm>

評価ポイント 人に焦点を当てたコンテンツで、その道の専門家が木の効能・効果、従事する仕事のこだわりなどを語ってくれる。キャリア教育用コンテンツとしても使えるようである。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 319
湘南T-SITE Fab Space
 湘南T-SITE Fab Space、デジタルファブリケーション協会



概要
 商業施設内にデジタルファブリケーション工房を設置し、木材等の素材から自分のアイデアを形にすることを推奨する空間づくりを行う。週に1度の無料開放日には、FabLabとしてユーザー同士の交流の場、意見交換の場を設けている。毎月2種類のキットを開発し、寄木のプロチやウッドフォトなどの提案を行ってきた。神奈川県産の木を用いて家造りに携わる神奈川エコハウス(株)、その他(株)杉工場、more trees、雑木ファンクラブ等とコラボしたワークショップやキットを通じて、湘南周辺のコミュニティ活動を促す試みを定期的に行っている。



◆<http://real.tsite.jp/shonan/fab/>
<https://www.facebook.com/shonanfabspace/>

評価ポイント 生木を展示したり、森や木の現状を伝えるワークショップの開催など、クリエイティビティを喚起させる仕掛けがたくさんある。木の可能性をものづくりを通じて引き出すプラットフォームとして活用できる。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 320
プレーキット
 森遊クラブ、特定非営利活動法人 日本冒険遊び場づくり協会



概要
 「プレーキット」は子どもたちの外遊びをもっと楽しく充実させていくためのきっかけづくりのツールとして開発し、東日本大震災を機に被災地の子どもたちの心のケアのための活動用にリニューアルしました。20数アイテムを軽ワゴンに詰め込んで出前できるコンパクトさ、プレーボックス他多用途に扱えるキットがある、遊び心を刺激するカラフルなデザインなどが特徴です。

◆仕様: 国産杉・ヒノキ・サクラ等使用、価格: 5,000円〜フルセット369,800円、入手先: 森遊クラブ(特・非) 日本冒険遊び場づくり協会 <http://www.ne.jp/asahi/mori-asobi/craft>

評価ポイント 木の良さを伝えながら、子どもの自主的な遊びを誘発する移動型プレイパークのキットである。イベントやワークショップでの活用が期待できる。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 321
ご当地スマートボール
 地域環境デザインMOC、西地区環境整備隊



概要
 「ご当地スマートボール」は、地域の地形や特徴(森や川、学校、神社など)を木のパーツで配置したジオラマをスマートボール台にし、弾いた木のボールが転がりながら得点を獲得するゲームです。製作段階では、地域住民が地域材の調達やプランの作成を行うことで地域を再認識し、活用段階ではお祭りやイベントで遊んでもらい地域を知ってもらうことができます。特に子供達に遊びを通じて地域や自然への愛着を深めるのには最適なツールです。

◆仕様: ますみヶ丘編(木材料の大半がますみヶ丘産材)、価格: 応談、入手先: 地域環境デザインMOC <https://www.facebook.com/地域環境デザインmoc> モック-279045775612666/

評価ポイント デザイン向上の余地はあるものの、盤面上での地域体験できる発想はユニーク。地域の多様な樹種を利用してパーツをつくり、啓発効果を持つ点も良い。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 316
提案営業支援アプリケーション SPIRIT OF FORESTER
 (株)インフォファーム、小松野達也、廣田智行



概要
 森林は森林所有者が自身の目で確認しにくい。間伐等の森林管理サービスは作業前と作業後の状況を示すことが難しい。これら課題にITを活用し、アプリという意味伝達の形で解決を図った。ビジュアルな画像を提供するだけでなく、画面タッチにより伐採する木の本数の変更と金額を試算することで無限の提案を顧客とともに商談しながら決定できる。森林管理サービス提案を本アプリにより標準化し、提案側の手間も省き、顧客に丁寧な説明を行える。地域において信頼される林業事業体に進化することを支援したい。

◆仕様: オンライン動画、DVD、価格: 5,000円+クラウドシステム別途、入手先: APP Store http://www.infofarm.co.jp/package/spirit_of_forester.html

評価ポイント 第一次産業のIT化が進む中で、わかりやすいコンテンツ構成を行ない、林業従事者の意識改革、生活者視点の取り込みに貢献している。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 317
「森林管理、次のステージへ」プロモーションビデオ作成プロジェクト
 (株)インフォファーム、日本映像システム、FOREST MEDIA WORKS



概要
 森林管理を進めるためには、森林所有者に対し、複雑な森づくりの考え方、行政制度についてわかりやすく説明せねばなりません。しかし林業業界の「提案営業」では、提案の様子を「見る」ことができませんので、何が課題なのか把握できず、改善を図ることができません。本DVDは、提案営業の様子を再現し取組の改善を図る題材とすると同時に、あるべき「森林管理サービス」の営業方法を例示します。より多くの団地化、森林経営計画作成、森林管理作業が行われることに貢献します。

◆仕様: オンライン動画、DVD、価格: 無料、入手先: 株式会社インフォファーム問い合わせ http://www.infofarm.co.jp/package/spirit_of_forester.html

評価ポイント アプリケーションと補完関係を成すプロモーション映像で、例示によって理解を促す。これまで存在しなかった領域の先駆例として、今後の展開に期待したい。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 318
コロカル「木のある暮らし Life with Wood」
 コロカル



概要
 マガジンハウスが運営する、日本の地域活性、地域の魅力発信をテーマにしたウェブマガジン「コロカル」。日本の森の現状や、国産材を使用して優れた製品や建築をつくる生産者の実践、実際につくられた製品や建築を紹介するコーナー「木のある暮らし Life with Wood」を2014年10月にスタート。現在まで、120以上の記事、3本の動画、1本の紙芝居を読み、観ることが出来ます。国産材を使う作り手の哲学や技術力、新しい技術開発力、そして国産材製品や建築の魅力をこれからも伝え続けていきます。

◆<http://colocal.jp/fea/lifewithwood/>

評価ポイント 記事として豊かな内容、見せ方の工夫、デザインクオリティの良さなど、伝えることをきちんと求めたコンテンツ構成でリピートしたくなる。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 313
秋田杉犬
 秋田杉恋実行委員会



概要
 杉を活かした秋田らしいまちなみ景観の創造を目的として、2012年5月に実施した「秋田駅周辺をおもてなしとにぎわいの空間にする景観プロダクトデザインコンペ」で、最優秀賞と市民賞を獲得した案を製品化して生まれました。みんなに親しまれている秋田犬をモチーフとすることで、秋田の街にどこか、愛らしい姿と杉の香りでもおてなしします。サイズは4サイズ、付属の骨型プレートにメッセージを書くことで、ウェルカムボードやバリエード、表札など様々な役割をこなしてくれます。



◆仕様: 秋田杉・無塗装、価格: 2,500~40,000円、入手先: 秋田杉恋実行委員会 <http://sugikoi.jp/>

評価ポイント 親しみあるビジュアルが、街のいろいろな場所にいるだけで心がなごむ。地域材を活用し、地域の森へ思いを馳せる共通サインになっている感がある。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 314
きになる木の空間MAP 博多駅周辺編
 麻生建築&デザイン専門学校 建築工学科 環境デザインゼミ、公益社団法人福岡県建築士会、博多まちづくり推進協議会



概要
 福岡市はお寺の数が多く木造建築もみられ、地域文化として山笠等でも木材が活用されている。博多駅周辺を例に木材の利活用空間(建築・インテリア等)を調査・分類し、居酒屋、飲食店、物販・事務所、寺社等、代表的24軒をMAPに示した。MAPは半面開くことで木の空間スケッチと実際の場所を同時に把握できる形にまとめ、街で持ち歩きやすいよう配慮した。MAPが博多から木を通じた地域文化を新たに発信してゆく。

◆仕様: 幅105mm(折りたたみ)~420mm(見開き)・高さ297mm、価格: 無料、入手先: 麻生建築&デザイン専門学校または福岡県建築士会

評価ポイント 街を歩く際に気づきを与える、面白い提案。都市を木質空間のショーケース化する独創的なアイデア。ユーザー参画型にしても良い。

コミュニケーション分野 | 普及・啓発(ツール・メディア) 315
間伐材紙カップ(自動販売機用)
 (株)アベックス



概要
 日本自動販売機オペレーター業界初のカップ式自動販売機用の間伐材紙カップ。国内の森林が健やかであってこそ、おいしい水が育まれ、私たちはお客様においしいお飲み物をお届けすることができます。事業を営む上で欠かせない健全な森林づくりに少しでも貢献したいという思いと、紙カップを手にしたお客様に楽しみながら日本の森林に思いを馳せていただければという思いから、気持ち形にしました。年間の約4億人の方に間伐材マークや森林のことを考える契機をお届けします。

◆入手先: 弊社カップ式自動販売機での商品(お飲み物)購入 <http://www.apex-co.co.jp>

評価ポイント 身近なアイテムに森林や木づかいのメッセージを込めた、わかりやすく、大規模なコミュニケーションを実現する取組。紙コップをメディアとして機能させた。