

山陰癒しの森事業

【 山陰癒しの森事業共同体・鳥取県東部振興課・島根県しまね暮らし推進課 】

取組の背景

全国的にもまだ認知度の低い森林セラピーを、山陰にある両基地が連携しながら地域資源を利用したPR活動を行うことで、首都圏という大きなマスをターゲットに、両町の知名度向上、交流人口の増加を目指す。

事業概要

智頭町(鳥取県)と飯南町(島根県)は全国的に知名度が低いため、山陰という広く判り易いイメージでの戦略による広報活動を行うとともに、都市部に住む森林セラピストを確保することで、両町の広報宣伝や人を連れてくる仕組みを構築する。

実施団体と行政それぞれの役割分担

智頭町森林セラピー推進協議会：事業全体の統括、事業の企画運営、会計業務
飯南町森林セラピー推進協議会：事業の企画運営、モニターツアーの企画実施
鳥取県東部振興課：両町間の連携支援、調整
島根県しまね暮らし推進課：両町間の連携支援、調整

主な事業内容

- 都市部に住む森林セラピスト、セラピーガイドの確保による利用者拡大、森林セラピーガイド等のレベルアップ、モニターツアーによる市場調査
- ・セラピスト説明会 8月19日 東京会場
- ・セラピスト説明会 8月20日 大阪会場
- ・モニターツアー（兼ガイド交流会）
9月19日～21日 1回目
10月3日～5日 2回目
- ・合同説明会 1月25日 東京
- 智頭町、飯南町並びに山陰地区の宣伝PR
- ・フライヤー作成 7月
- ・フェイスブック開設 10月
- ・森林セラピーカフェ 11月26日 麴町カフェ
- ・合同企業訪問 2月19日 東京
- ・癒しフェア(予定) 3月28日～29日 大阪
- ・共同ホームページ制作
- モニターツアーやPRイベントの際に、レポート提出やアンケートによるデータ収集を実施

事業の主な成果

- ・説明会、モニターツアー実施など両町の広報宣伝（セラピストのロコミなど波及効果も含めて）により、森林セラピストや産業医、関係者とのつながりを構築
 - ・モニターツアーの実施により顧客ニーズの把握や両町の特徴を再確認
 - ・モニターツアー参加者と地元ガイドの交流を行い、地域住民と相互理解を図る
 - ・森林セラピーカフェを開催し、首都圏在住者の興味関心を高める
- 【実績】
今後、都市部における両町セラピーの広報、周知等を担うことができる人材を確保
- セラピスト説明会参加者：19名（東京7名、大阪12名）
 - モニターツアー参加者：16名（うち説明会参加者13名）
 - 山陰癒しの森ガイド登録者数：21名（関西圏14名、首都圏7名）

工夫・ノウハウ

- ・「山陰癒しの森」という新たなイメージ戦略を用い、森林セラピー業界のみならず、多方面へ情報発信を行った。
- ・森林セラピーソサエティ職員による視察により、全国の森林セラピーへ先駆性をアピールした。
- ・両町のもつ広報チャンネルを活用することで広報手法が格段に広がり、コストダウンにもつながった。
- ・人脈や地域素材などを両町で相互補完、両町森林セラピーのレベル底上げを図った。
- ・森林セラピストや企業にとっても、山陰というより広いフィールドを活用することができることを売りにした。

今後の活動方針

- ・山陰癒しの森としての更なる印象付け（森林セラピーカフェの実施、特産品の開発・HPによる広報、モニターツアー）
- ・都市部の森林セラピストへの情報提供の方法、誘客の手法検討（周辺地域の素材を使ったプランの組み立てなど）