

# 国産材資材等供給連携支援事業 報 告 書

平成 23 年 3 月

社団法人オホーツク森林産業振興協会

# 目 次

1	目 的	1
2	事業の実施結果	1
(1)	事業の概要	1
(2)	事業実施体制	2
(3)	実施経過	2
(4)	事業成果	2
3	事業の効果	5
4	今後の課題	5

## 1 目 的

### ○社団法人オホーツク森林産業振興協会概要

- ・平成6年に、オホーツクの森林産業の振興を目的として、木材業界、森林組合、市町村等によって設立。
- ・オホーツク地域の木材・木製品の展示PR、情報発信等を行う施設として「オホーツク木のプラザ」を運営するほか、クラフト、地域材ブランドなどのPRや販路拡大を目的とした各種イベントの開催、製品開発や技術相談、首都圏などでの物産展への出展などを行って、地域の木材、木製品の利用拡大に取り組んでいる。
- ・平成18年度にオホーツク木のプラザに木製遊具を設置し、また遊具の開発やレンタルを行ったり、食育や観光と連携したイベントを開催するなどして、木育の推進に取り組んでいる。

### ○取組みのテーマ・目的

北海道産の木の良さを生かした木製遊具の販路開拓、需要の促進を目指し、木の良さのPRと木製品の普及推進を図るとともに、北海道産木材の利用拡大と地域の木材関連産業の振興を図る。

このため、新たなコンセプトに基づく木製遊具を試作、展示し、利用者及び市場関係者を対象としたアンケート調査を実施して、その結果をもとに遊具の改良を行うとともに、売れ筋商品のデザイン等を把握し、新たな販路を開拓する。

## 2 事業の実施結果

### (1) 事業の概要

### ○活動計画

木製品製造販売、木工技術者、教育関係者等からなる「木製遊具開発部会」を設け部会にて、新規の販路開拓に繋がる商品の製作

平成22年9月～10月 「木製遊具開発部会」の開催

11月 商品製作

12月 札幌ドーム(ウインターアスレチックフィールド出展)及びオホーツク木のプラザにて試作遊具の展示並びに幼稚園への無料貸出を実施し、利用者を対象としたアンケート調査を実施

12月～1月

木製遊具開発部会において調査結果を分析し、試作遊具の改良を行う

2月 東京ビッグサイト(東京インターナショナルギフトショー出展)に遊具を出展し、市場関係者を対象としたアンケート調査を実施、販路の開拓

### (2) 事業実施体制

社団法人オホーツク森林産業振興協会に、木材利用促進・木育促進関係者、木材業・遊具製造業、教育機関関係者、研究機関関係者からなる木製遊具開発部会を設置し事業実施を行った。

木材業・遊具製造	北見木工協同組合	理事長	大西 薫
木材業・遊具製造	北海教材木工(株)	社長	大西 卓
木材業・遊具製造	加賀谷木材(株)	社長	加賀谷雅治
教育機関	北見くるみ幼稚園	理事長	栗原ひとみ
研究機関	社団法人北見市工業技術センター運営協会	技師	酒井寛史

### (3) 実施経過

木製遊具開発部会を開催し、幼稚園及び子育て支援センター等への設置遊具「木ッズハウス」が開発された。

札幌ドーム(ウインターアスレチックフィールド出展)、東京ビックサイト(東京国際ナショナルギフトショー出展)、幼稚園等での開発した「木ッズハウス」の展示により、一般来場者及び各種バイヤーの方々への木製遊具のPR促進ができた。また同時に北海道の木の良さもPRすることができた。

各展示会等でのアンケート調査を元に、販路開拓の手法・売り込み先の選択が出来るようになり、幼稚園等への遊具の貸出し等を行うことにより、北海道木材の利用拡大と地域の木材関連産業の振興が図られた。

### (4) 事業成果

#### ○活動状況

全国木材協同組合連合会の国産材資材等供給連携支援事業に当社団として、販路開拓の事業の展開を目指し、申請をした。

申請承認後に、当協会としては、「木製遊具開発部会」を立ち上げて、札幌と東京の展示会等の出展に向けて、遊具製作の検討に入った。

#### ・第1回 「木製遊具開発部会」の開催

日時 平成22年11月17日

内容 今回の支援事業の内容の説明、製作遊具の説明を行い、札幌・東京での展示を踏まえ、新たな販路の開拓に向けた調査を行うことの確認を行った。札幌ドームでの展示に対してアンケート調査を行うことの確認。今後のスケジュール等を検討した。



#### 第1回目検討会議風景

#### ・第2回 「木製遊具開発部会」の開催

日時 平成23年1月20日

内容 札幌ドームでのイベントの結果報告・アンケート集計報告を行い、アンケートでの意見を参考にして、「木ッズハウス」の改良点を検討した。また、東京での展示会参加に伴い、アンケート実施に際して、内容の確認を行った。



## 第2回目検討委員会風景

- ・第3回 「木製遊具開発部会」の開催  
 日時 平成23年2月22日  
 内容 東京での展示会の結果報告・アンケート集計報告を行い、アンケートでの意見を参考にして、新しい販路の開拓に向けた商品の改良・売り込み先の選択等を検討して、今後の販路の開拓に向けた土台づくりを行い、新年度からの販路開拓実施に向けた基礎資料とすることの確認を行った。



## 第3回目検討委員会風景

以上3回の部会を開催し、木製遊具の製作を行い、各種展示会にて一般来場者へのアンケート調査の実施、バイヤーの方を対象とした、アンケート調査の実施を行い、新たな販路の開拓へ向けた取り組みを行うことが出来た。

### ○展示会内容

- ・札幌ドームウインターアスレチックフィールド出展  
 日程 平成22年12月18日～19日  
 場所 札幌ドーム  
 内容 札幌ドームが主催のウインターアスレチックフィールドに、オホーツク地方として、「木育ランド」を開催してきた。遊具で遊ぶスペースを作り、クラフト商品の販売、簡単な木工教室を行ってきた。  
 木育ランドの入り口直ぐのところに、今回商品開発した「木ZZハウス」を展示

し、お子様連れのお客さんにアンケート調査を実施してきた。

来場者	18日	15,075人
	19日	14,279人
	計	29,354人



・第71回東京インターナショナルギフトショー出展

日程 平成23年2月1日～4日

場所 東京ビッグサイト

内容 札幌ドームでの展示を終え、遊具の改良を行い、東京での展示会となった。

来場者はバイヤーのみということで、大手のメーカー、遊具販売業者・通販業者等からの生の意見が聞けて、遊具の改良・デザイン・価格等、大変参考になる意見が多く、これからの販路の開拓に向けての貴重な意見を聞くことができた。

来場者	1日	46,844	(内海外	1,092)人
	2日	56,252	(内海外	396)人
	3日	57,062	(内海外	438)人
	4日	42,190	(内海外	276)人
	計	202,348	(内海外	2,202)人



### 3 事業の効果

#### ○ 新たな販路開拓手法

木製遊具を開発し、札幌ドームへの出展を行い、一般来場者へのアンケート調査実施終了後に、木製遊具開発部会にて検討した。

一般来場者の意見としては、このような遊具(木ZZハウス)は幼稚園・子育て支援センターや、ショッピングセンター等の子供達を遊ばせるスペース等に展示があると、とても嬉しいという意見が多く、そのような場所への積極的な働きかけを行っていければと感じた。

色があったほうが見栄えが良く、子供達の目にもつき易く、遊んでいても飽きが来ない、また、積み木等もディスプレイ用として展示していたが、子供達は屋根に載せたりと、思いもよらない遊び方を行い、こういう遊び方もあるのかと関心させられた。このような遊び方を参考として、遊具の製作に生かして、これからの新商品の開発に寄与できればと感じた。

東京ギフトショーでは、札幌での展示の改良を加え、バイヤーの方々へのアンケート調査を行ってきた。

バイヤーからの意見は、様々な意見があり、好印象も持たれたり、改良を加えないと駄目等、様々な意見が寄せられた。

大手百貨店、玩具メーカー等からも引き合いがあり、幼稚園等へのカタログ販売の商品に掲載したいとか、百貨店の催事での出展は可能か？また、木製遊具の小売店からは、是非店に置きたい等、様々な業種からの問い合わせがあった。

製作した「木ZZハウス」の販路としては、オホーツクブランドとして商品価値を高め、幼稚園・幼稚園向けのカatalog販売への掲載、百貨店への催事でのレンタル事業、また、各種イベントへの出展を行うことにより、多くの人々の目に触れ、北海道産材で活用した木製遊具の販路が開拓される。百貨店や、大手スーパー、幼稚園、病院等からは、子供用の遊ぶスペースには是非置きたいという意見が多く、その中では環境問題に関心のある企業も多く、プラスチックの遊具ではなく、木製の遊具でエコ店舗を目指している coop 札幌もあり、是非常設で木製遊具を置きたいとの声もあり、是非環境問題を意識している企業に積極的に売り込んでいければと感じている。

また、新年度からは、北海道庁が「木製遊具パッケージ事業」という CD-ROM にて、木製遊具の販売を行う事業に当協会の遊具も掲載されることになり、そこにも「木ZZハウス」を掲載し、道内若しくは、道外への販路が期待される。

### 4 今後の課題

今回の事業を受けて、新たな販路の取り組みが見出され、新年度からは、販売を目指し取り組んでいけるように協会としても力を入れて行きたい。

検討委員会のメンバーにデザイン関係の人材や、販売流通の関係の人材等を入れて、デザイン力の向上、販売面からは、ターゲットを絞った商品の開発、クライアントを特定した商品開発等、様々な側面からのアプローチを考慮しつつ、商品開発をしていくことが望ましいと考える。

また、開発した商品の展示も、地域と場所によってはアンケート結果にも変化が見られるので、もう少し、広域的な展示を行い、地域ごとのデザイン性・販売の方法を把握することが、地域の木材製品の販路を開拓する上で欠かせないことだと感じた。