

「日本の森林を育てる薪炭利用キャンペーン」 平成17年度F S調査企画書

NPO法人 森づくりフォーラム
薪く炭くKYOTO

1. 調査の狙いと概要

(1) 作業仮説

平成16年度に実施したプレ調査及びその後の一連の調査から、以下のような仮説のもとに、平成17年度のF S調査を実施する。

「薪炭利用を進めるためのボトルネック」は、最終消費者である一般市民の意識改革にあるのではない。つまり、現時点でキャスティング・ボードを握っているのは消費者ではない。むしろ 消費者が薪炭を購入・利用する場所・場面に、効果的に薪炭を配置していくような販売戦略や、薪炭のよさを体感する場所を増やすことなどが必要であると考えられる。これは、私たちが一貫して着目してきた生産・流通・消費の3段階に分けた分析フレームから導かれた仮説である。

生産の状況としては、高齢化が進み技術の継承等の面から課題を抱えるものの、消費という出口さえあれば、薪炭の生産ポテンシャルはまだ高いと考えられる。消費については、自らの健康や安全に直接影響する食べ物等と違い、薪炭を暮らしの中に取り入れる価値、地域の薪炭を利用する価値は、日々膨大な情報の中からの取捨選択を繰り返し消費行動を営んでいる市民にとっては、まだまだ優先順位が低いのが現状である。

その一方で、消費者が薪炭を購入・利用する場所・場面に、効果的に薪炭を配置していくような戦略を企業を取り込んで行ったイギリスのNGOの取組は大変参考になる。地産地消型の薪炭利用を進めるために、休日にバーベキューに出かける市民が必ずガソリンスタンドに立ち寄ることに注目し、ガソリンスタンドの社会貢献の一環として、地域の炭を販売させることに成功した。

また日本でも、北海道下川町森林組合の、炭・コンロ・火バサミ等がセットになった「ふるさとコンロ」が、その使い勝手のよさから大ヒット商品になったという事例がある。この商品が、道々のコンビニエンスストアでの取り扱いがあったという事実も、重要な示唆を与えてくれる。しかるべきTPOを狙って、しかるべき商品を配置することができれば(ニッチの明確化)、地域の薪炭利用を促進することは可能なのである。この仮説に基づいて実際に薪炭利用を進めるための戦略を、本調査の中で明らかにすることを目的とする。

もう一つのボトルネックとしては、やはり薪炭利用のよさを体感できる場所がまだまだ少ないという事実なのではないかと考えている。例えば、木質エネルギー

ーが遠赤外線を大量に出すことによる、料理の美味しさ、暖房の暖かさは体験していない者にはなかなか伝えにくい。スローフード・スローライフ、体験を重視した環境教育など薪炭利用と関連した動きは活発である。こうしたすでに先行する動きの中に、薪炭利用＝火のある暮らしの体験を上手に組み込んでいくことは、地道であるがやはり必要なことである。

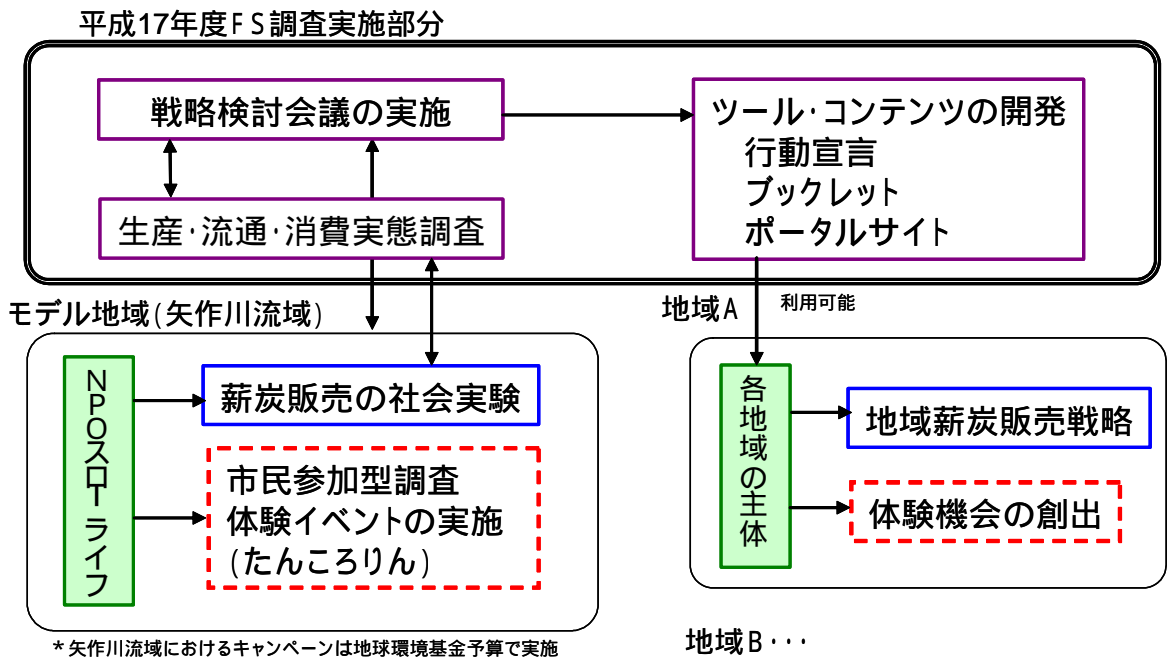
本F S調査は、以上の仮説に基づいて実施し、二つのボトルネックの解消のためのツールを準備する。これらのツールを用いて、今後行政、N P O団体、森林・林業従事者、環境教育実施主体等の関係者と、より大きな連携スキームを構築し、日本全体の森林を育てうるスケールでの薪炭利用キャンペーンの実施を目指す。

(2) 何を行うか

私たちが平成17年度F S調査で実施するのは、今後日本各地で薪炭利用の促進を行う主体が利用可能なツール及びコンテンツの開発である。

平成16年度時点で、矢作川流域をモデル地域に選定しており、現地のN P O法人都市と農山村の交流スローライフセンター(以下、N P Oスローライフ)と共働で、キャンペーンを実施している。生産・流通・消費実態調査も矢作川流域で実施する。

モデル地域におけるキャンペーン及び実態調査の結果は、戦略検討会議の議題の一つとして話し合われる。戦略検討会議は、最終的には他地域で同様に「薪炭利用キャンペーン」を実施していくための、ツール・コンテンツの開発を行っていく予定である。



2. 実施項目

(1) 有識者による戦略検討会議（薪炭利用キャンペーン実行委員会）

薪炭利用を進めるためのボトルネックについて整理し、今後の利用促進のための戦略を議論・発信していくために、有識者による戦略検討会議を実施する。この検討会議の構成メンバーを中心に、薪炭利用キャンペーン実行委員会（仮）を組織し、次年度以降のキャンペーンの実施主体に発展させることとする。

会議は各回ごとに、テーマに精通するスピーカーを招聘し、話題提供をしていただく。

戦略検討会議の概要（案）

	時期	主なテーマ(案)	場所	ゲストスピーカー	所属・役職
第一回	12月 17日	・火と文化・地域 ・薪炭利用キャンペーン紹介	三州足助屋敷 (愛知県豊田市)	洪澤 寿一	NPO 法人樹木・環境ネットワーク協会・事務局長
				小澤 庄一	(株)三州足助公社
第二回	1月 下旬	・火と料理 ・ボトルネック解消に向けた戦略	東京都内	山下 満智子	大阪ガス エネルギー文化研究所・副主任研究員
				選考中	レストランの仕掛け人、外食コンサルタントなど
第三回	3月 月上旬	・火と暖房 ・行動宣言の策定	東京都内	深澤 光	岩手県林業技術センター
				選考中	住宅環境と暖房の関係について

薪炭利用キャンペーン実行委員会構成メンバー（案）

	氏名	所属・役職
検討委員	泊 みゆき	NPO 法人バイオマス産業社会ネットワーク・理事長
	岡田 久典	NPO 法人バイオマス産業社会ネットワーク・副理事長
	松村 正治	神奈川森林エネルギー工房・代表 NPO 法人よこはま里山研究所・理事長
	広若 剛士	国際炭焼き協力会
	村田 央	フリーライター
	田中 克樹	(社)農山漁村文化協会・企画プランナー
	松野 薫	(財)林政総合調査研究所
	選考中	NPO 法人環境エネルギー政策研究所

(2) モデル地域における生産・流通・消費の実態調査

矢作川流域をモデル地域に、生産・流通・消費の実態調査を実施する。

調査はまず関係者への協力依頼から開始し、薪は有識者への聞き取りによって生産者をピックアップしてもらい、それぞれ販売ルートを探る。炭は旧来からと新しいルートに分けて調査を実施する。旧来からのルートは卸問屋への聞き取りを行い、小売店の分布と販売状況を把握する。新しいルートは豊田市内のDIY店(カーマ、ヒラサダ、ホームエクスポ)への聞き取りをもとに、仕入れルートとその背景を調べる。これらの調査から、薪や炭の流通・消費のキャスティングボードを誰が握っており、流域産のニッチがどこにあるかを明らかにする。

さらに、ヒラサダ等の協力を得て、実際に地域産の炭を販売する社会実験を行う。

なお、本調査は(財)林政総合調査研究所と共働で実施する。

(3) アウトプット

行動宣言の策定

行動宣言の役割は、キャンペーンを推進していくための、旗印的な位置づけである。行動宣言の原案は事務局が作成し、戦略検討会議にて議論を行う。その後、著名人等や関係者(行政、森林・林業関係者、森林系NPO、環境教育)の賛同人も募集し、関係者一同のコミットメントを表明する「自己宣言」として発表する。

ブックレットの作成

政策提言の内容、矢作川流域(モデル地域)での市民参加型調査、イベント等のキャンペーンの内容、戦略検討会での議事等を盛り込む。地域で薪炭利用を進めていく上での教科書的な位置づけで、(社)農村漁村文化協会との協働で編集・出版を行う。

詳細は農文協と協議中

薪炭利用を進めるためのポータルサイトの作成

ノウハウを集積していくためのツールとして、ポータルサイトを構築する。

詳細内容、実施主体については検討中

3. 体制

事務局は、NPO法人森づくりフォーラム及び、薪く炭くKYOTOのメンバーで構成する。また、有識者による戦略検討会議のメンバーを中心に、薪炭利用キャンペーン実行委員会（薪く炭くNIPPON?）を組織し、平成18年度以降のキャンペーンの実施主体とする。

環境省 F S 調査事務局メンバー

氏名	所属・役職
相川 高信	薪く炭く KYOTO・研究員
嶋田 俊平	薪く炭く KYOTO・研究員
野瀬 光弘	薪く炭く KYOTO・研究員(生産・流通・消費調査担当)
木俣 知大	NPO 法人森づくりフォーラム (社)国土緑化推進機構

4. スケジュール

本 F S 調査は、概ね以下のスケジュールで実施する。

実施項目	11月	12月	1月	2月	3月
検討会					
生産・流通・消費・実態調査	←				→
アウトプット					
行動宣言				←	→
ブックレット作成	←				→
ポータルサイト構築		←			→