

## 矢作川流域における木炭の生産・流通調査

薪く炭く KYOTO・研究員

野瀬 光弘

### ．はじめに

木炭は近年各方面で注目され、次第に消費量が増えつつあり、燃料以外にも様々な利用スタイルが出てきている。こうした需要増大にもかかわらず、国内では次第に木炭生産は減少しており、代わりに中国などからの輸入が拡大している。2004年10月1日から中国政府は木炭輸出を全面禁止にしたが、取り締まりが厳しくないこともあるようで、10月の時点で輸入は継続している。この流れの阻止は困難だが、循環型社会の実現に向けた地域資源の有効利用という観点からも、国産の木炭利用拡大は重要な課題といえる。

「日本の森林を育てる薪炭利用キャンペーン」では、飲食店での消費実態や市民への啓蒙活動を本年度内に行う。この活動に呼応して、同流域において、生産と消費を結びつける仕組みやさまざまなニーズに対応した流通システムの構築が必要と考えられる。本調査ではその障害となる要因を探る。

### ．調査方法

統計資料が整っていないことから流通の各段階における業者や個人へのヒアリングが中心となる。

#### 1．生産者

『炭焼き 100 選』を参考に、豊田市内の木炭生産者を対象にしてヒアリングを行い、原木の入手・輸送、炭焼きの手法、木炭の販売先などを尋ねる。

#### 2．流通業者

国産木炭は古くからの流通形態が残っている場合、問屋を経て最終消費に至っている。愛知県名古屋市の流通業者（萬悦商店）へのヒアリングをもとに、県内の概略的な状況を明らかにするとともに、豊田市内の流通業者へのヒアリングをもとに、どこの産地からどのような木炭を仕入れているかを把握する。矢作川流域で生産された木炭も含めて販売先やルートを尋ねる。

#### 3．小売業者

旧来からの燃料屋、ホームセンター、農協や道の駅などの直販所で取り扱っていると考えられる。こうした小売業者に木炭の仕入れ先、販売量、売れ行きなどを尋ねる。最終消費者のニーズによって木炭に求められる品質が異なることに留意する。ホームセンターはDIYセンターヒラサダ、ホームエクスポ、カーマホームセンター、ホームセンターヤマシなどを調査対象とする。

## ・スケジュール（イベントを含む）

12月13日	木炭流通調査（萬悦商店・黒田博邦さん）
12月14日～16日	木炭生産者へのヒアリング（11月調査の続き）
1月 初旬～中旬	小売業者へのヒアリング、消費者の嗜好調査（地域産木炭の選好）
2月 中旬～下旬	調査のまとめと報告書の執筆

## ・調査の結果

- ・林野庁林政部経営課特用林産対策室 大重兼嗣さん  
中国からの木炭輸入はストップしていない。
- ・（株）平定代表取締役 伊藤敦仁さん  
環境を前面に押し出した商品販売戦略を検討中。今のところ、炭は問屋からスポットで入荷しているのみ。
- ・木炭生産者（2名）
  - Aさん - 定年後に再び木炭生産を開始。支障木を入手して小型の炭窯で焼いている。炭は個人と問屋に出荷（どちらが多いか不明）。機械を使っておらず、慣れない人にとって作業はかなりきつそう。
  - Bさん - 勤務していた会社を退職した後で家業（養魚業）を継いで炭焼きを始める。所有山林で原木はまかない、比較的大きな窯で炭を焼いている。補助的に機械は使っているが、1ヶ月2回以上のペースでは作業できない。

## ・検討課題

- ・生産  
原木の入手・輸送、炭焼きの技術、木炭の出荷、他の仕事との兼ね合いなどを多角的に調べ、生産基盤の整備に何が必要か探る。
- ・流通  
既存の業者以外のルートはどの程度あり（直販など）、流通業者はどのような役割を果たしているのか明らかにする。
- ・消費  
地域産と明示された場合に価格が高くても購入する意志があるかどうかなど、アンケートによって木炭に関わる情報を集める。
- ・次年度以降のキャンペーンとの関係  
他地域へフィールドを移す以外にないか。
- ・成果の還元  
ホームページに差し支えのない範囲内で報告するか。