

地域へのクリスマスツリーの提供 と国有林のPR

諏訪・経営課 ○ 伊東 利光
樋口 昭英

はじめに

当署では「新しいアイデア」「眠れる資源の発掘」をめざし、署をあげて取り組んできた結果、クリスマスツリーをはじめ「森林の水」「緑化木」「花木」「土石」「育樹間伐」などの販売を積極的に進めてきたところである。

平成3年度の売上げ予定額は、緑化木18,000千円、土石5,000千円など総額では24,000千円である。

昭和60年の国際森林年を契機に“お子様に夢を”をキャッチフレーズとして「クリスマスツリーと台木の販売」に取り組み、これらを通じ諏訪営林署管内の辰野町から富士見町までの三市三町一村にわたる地域に営林署のPRができ、一定の成果が得られたので発表する。

1 クリスマスツリーと台木の販売

(1) クリスマスツリーの採取

採取箇所は、諏訪営林署茅野担当区部内のハヶ岳山麓に位置し、冷山及び東岳国有林内で、この地域は昭和34年の伊勢湾台風による風倒木跡地に自生したシラベ、アオモリトドマツがha当り2万本と多く、この過密幼齢林分から除伐木として、伐り出されたものの中からクリスマスツリーとしての適木を職員実行により採取、販売した。

(2) 台木の製作

製品生産事業地でヒノキ根曲材として切り出された打出し木の、有効利用を図るため、長さ30cm程度の輪切りにして皮を剥き、磨いて、中心部に穴を開け、ツリーを立てる台木とした。

(3) 販売

営林署の玄関前に見本を展示し、あらかじめ電話で予約を取り、販売日を決めて引渡しをした。



写-1 台木の製作



写-2 見本の展示

(4) 販売実績

7年間の販売実績は表-1のとおりである

地域への定着も図られ、年間販売額 1,000千円以上で、増収対策の一翼を担っている。

表-1 ツリー・台木の販売実績

| 年 度 | ツリー (本) | 台 木 (個) | 販売実績額 (千円) | 延人員数 (人) | 諸経費 (千円) |
|-------|------------|------------|---------------|-------------|-------------|
| S 6 0 | 3 2 0 | 2 7 0 | 8 3 7 | 1 2 | 8 |
| 6 1 | 5 4 7 | 2 7 1 | 1 1 7 8 | 1 8 | 1 1 |
| 6 2 | 7 1 4 | 3 4 6 | 1 4 7 1 | 2 4 | 1 5 |
| 6 3 | 5 6 2 | 2 1 7 | 9 5 3 | 2 8 | 1 8 |
| H 1 | 6 0 9 | 2 2 3 | 1 1 0 6 | 2 7 | 1 7 |
| 2 | 6 3 3 | 2 2 0 | 1 0 7 9 | 3 9 | 3 2 |
| 3 | 4 9 0 | 1 5 7 | 1 2 5 4 | 2 7 | 2 2 |
| 計 | 3 8 7 5 | 1 7 1 4 | 7 8 7 8 | 1 7 5 | 1 2 3 |

2 地域の人達に対するアンケート

クリスマスツリーの販売等を通じて、地域の人達が国行林のことを、どの程度理解しているかを、1000人にアンケート依頼したところ、777人（回収率78%）から回答を得ることができた。

(1) アンケート1 諏訪営林署の所在地を知っていますか

図-1のとおりで「知っている」と答えた人は56%でその内「以前から知っていた」は83%と高い結果になっている。

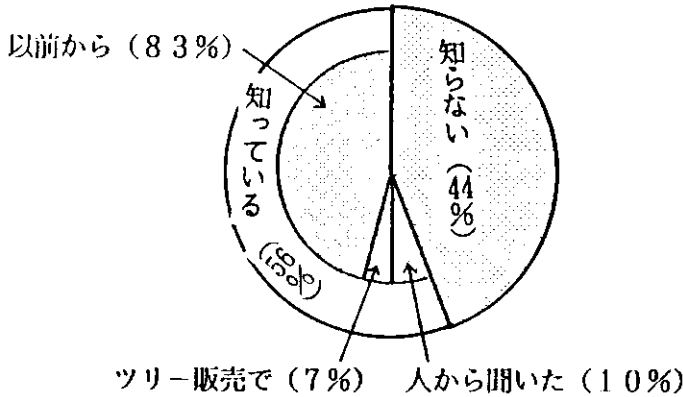


図-1

図-2は「知っている」を年代別割合で示したもので若年層より高齢層の人の理解が多い。今後のPR活動は若年層に対して必要である。

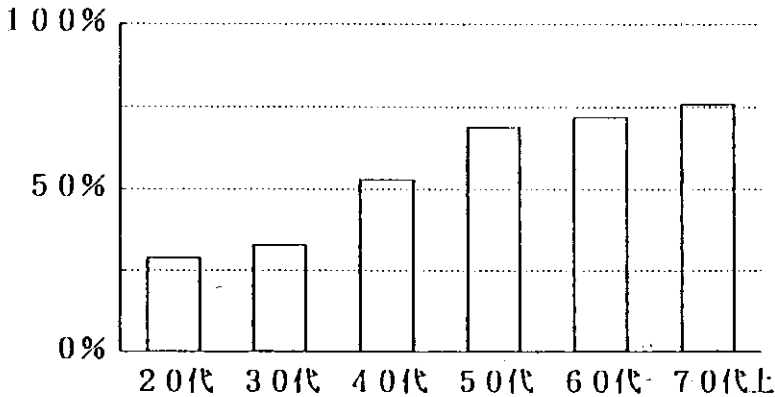


図-2

(2) アンケート2

営林署はどんな仕事をしているところだと思いますか、
感じたままをお答え下さい

特に設問を設けず、感じたままを書いてもらった結果を集約すると図-3
のようになる。「国有林の管理」と答えた人が39%で最も多い、また「無
回答」と「知らない」と答えた人が29%で若年層に多いことがわかった。
林業全般の4%の中には「林業相談窓口」「山菜採りの管理」「御柱材を育
てている」「木曾ヒノキの箸を作っている」などの回答もあった。

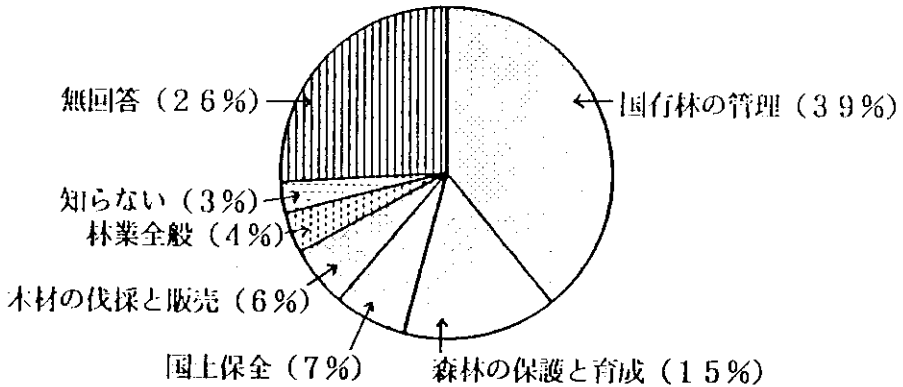


図-3

(3) アンケート3

営林署では治山治水の仕事もしていますが、あなたは知
っていますか

アンケート2で「国土保全」は7%であったが、これの回答は、

「知っている」と答えた人 61%と多く

「知らない」と答えた人 39%であった。

「知っている」を男女別に見ると男性75%、女性45%である。

(4) アンケート4

営林署でクリスマスツリーの販売をしていることを知っ
ていますか

図-4のとおり、「知っている」は48%で約半数であった。このうちマ
スコミの活用効果は「テレビ」「新聞」で知った人が47%と多く「人から
聞いた」も、7年間も継続販売していることもあって38%と多かった。

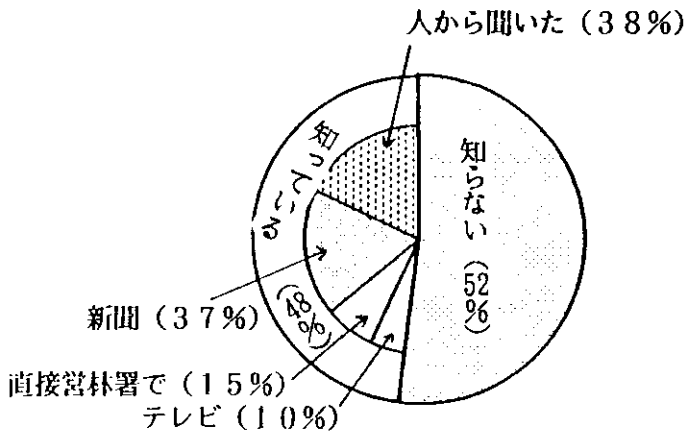


図-4

(5) アンケート5

クリスマスツリーの今後の販売について考えをお聞かせ下さい

図-5のとおり、「続けてほしい」が46%と半数ある。この数値から継続販売をしていきたいと考えるが職員実行にも限界がある。しかし、7年間の実績で地域に定着したこと「お客さんから来年もお願いします」の一言もあって、営林署として何等かの方法を模索していかなければならないと考えている。

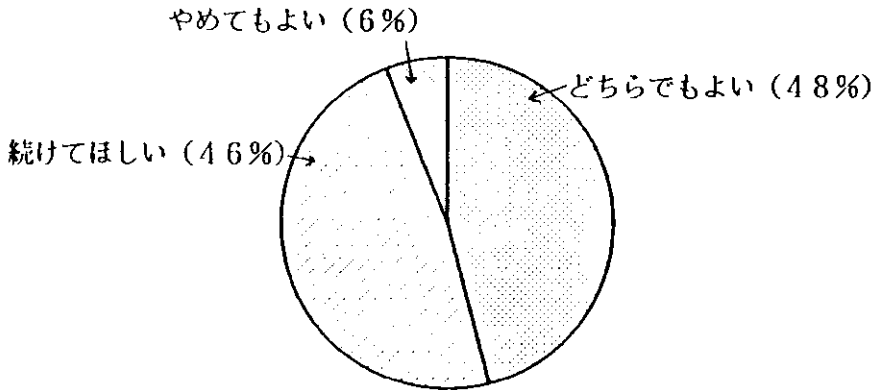


図-5

(6) アンケート6

営林署に対するご意見をお聞かせ下さい

集約結果は以下の6項目となった

- ア 仕事についてもっと詳しく知りたい。
- イ 自然の美しさを残し、自然保護に力を入れてほしい。

- ウ 山は私達の宝です、治山治水に取り組んでほしい。
- エ 地域に親しまれる官庁になってほしい。
- オ 国有林を国民が自由に利用できるようにしてほしい。
- カ 林業不振の時、営林署の役割は大きい頑張ってほしい。

この対応策は次のとおり

- アについて 啓蒙啓発に力を入れて行く必要がある。
 - イについて 自然の美しさの維持に努めていく。
 - ウについて きめこまかな治山事業に取り組んで行く。
 - エについて 体験林業等による地域とのふれあいの場を設けていく。
 - オについて レク森等利活用の拡大を図って行く。
 - カについて 官民一体の指導性を高めていく。
- 以上のことなどで応えていきたいと考えている。

3 まとめ

(1) クリスマスツリー提供の成果

- ア 地域の人達とのふれあいを深めることができた。
- イ 子供に夢を与えることができた。
- ウ 過密幼齢林分の手入れの促進ができた。
- エ ヒノキ打出し木の未利用資源の活用ができた。
- オ 増収を図ることができた。

(2) アンケートの分析結果

- ア 地域での意識動向がつかめた。
- イ テレビ、新聞等によるマスコミの活用が必要である。
- ウ 女性より男性の理解度が高い。
- エ 若年層へのPR活動が不足している。
- オ 森林に対する国民の期待は多彩である。

おわりに

以上のことから、国民の多様な期待は緑や森林の大切さ心の豊かさを強く求めている。私達は、この求めに対し、開かれた国有林を目指し、地域振興発展のため、国有林野事業の使命を十全に果たして行かなければならないと改めて肝に銘じたところである。。