

我が署の収入対策について

藪原・総務課 経理係 住吉 保則

はじめに

我が署では収入をより多く確保するために、地域社会との関わりを深め、国有林野事業の運営に対する理解と協力を得ながら、職員が企業的感觉を養い創意工夫を凝らし、署主催のイベントにおける一署一品運動・副産物の販売を行い、収入を確保するためにアイデアを出して実行した山の幸即売フェア、アカシ（松明）の無人販売、国有林材PRフェアについて発表する。

1 山の幸即売フェアについて

山の管理のため林道入り口にはゲートをして入山を制限していることから、毎年7月8・9日の藪原祭りに合わせ、祭りの2～3日前に山の幸即売フェアを開催して林産物、山菜、山野草を藪原駅前販売している。

林産物としては天然木を伐採したとき採取したコブ、サルノコシカケ、珍木、ヒノキの根株、ヒノキの枯れ枝の一輪差し、キハダ・カエデの花台、ヒノキの門柱、ツルアジサイのツエ等を販売した。

山菜としてはフキ、ミズナ、昨年村民から要望のあったホオノ木の葉、笹の葉も販売した。特に人気のあるフキは1人1束（4kg）、ミズナは2束（2kg）と制限し、午前9時と午後12時30分からの2回に分けて販売したが、早い人は開始1時間前から並び15分ほどで完売できた。

山野草では職員が山の中でみつけ養生していたキンセイラン、イワカガミ、イチヨウラン、また、職員がさし木したサツキを販売した。

地元の人をはじめ広く山菜・山野草の需要があることが理解できた。

林産物は昨年人気があった木工品でも、村内に一通り行き渡ると売れなくなることも判明した。

2 アカシの無人販売について

藪原地方においては盆の迎え日と送り日には、ヒノキの枝で作成したアカシ（松明）を燃やし、祖先の霊を向かえる習慣があることから、盆近くなると仕事の合間を利用して作り、盆の2週間ほど前からアカシの無人販売を藪原駅前と合同担当区の2箇所を実施した。

ヒノキの皮を屋根に敷いた販売小屋での無人販売も、一束百円と安いことから地域住民から喜ばれ一人2束～10束と購入していった。

無人販売も今年で5か年ほどたち、盆近くなると「何時から始めるの」との電話がくるほどで盆前の一つの行事となっている。

無人販売につきもののトラブルも無く、地域との信頼関係が出来たのは喜ばしいことである。

3 国有林材PRフェアについて

国有林材PR月間の一貫として10月5日から7日までの3日間、藪原営林署主催で「水と緑の豊かな郷土」をメインテーマに、木祖村村民センターでPRフェアを開催した。

このPRフェアには木祖村をはじめ、国有林材を使用している木曽産業協同組合傘下の企業、国有林と関係ある事業体、地元協力者、職員・OB等の参加により行った。

室内は箱庭により川上から川下への自然を表し、木曽五木をはじめ秋の味覚の松茸、シメジ等も配置し、職員の手づくりによる彫刻品・盆栽、地元協力者の生け花も展示した。また、いま林業界で問題になっているカモシカによるヒノキの食害の実態を知ってもらうためカモシカの剥製、同年数のヒノキの健全木・被害木、カモシカの糞の展示も行った。

木曽産業共同組合傘下の企業からは地場産業の木製品、櫛、漆器類の展示即売が行われ、箱庭見学後目当ての物を購入していた。

また、OB・職員の木工品の展示、山野草で生けた生け花も展示した。

箱庭は花崗岩の風化土（マサ土）、石、コケ、椎樹・小枯木を利用して造り、これも販売した事から良いいきばえの物は早々と売約済みの荷札が付いた。

箱庭は27個販売でき61,000円の収入となった。

これを砂利販売と比較すると表-1のようになる。

屋外には署員が日頃あつめた根株、コブ、サルノコシカケ、ツエ、花台等と体験林業で小学5年生に菌を打ち込んでもらったシイタケ・クリタケの原木を展示即売した。

今年目は目玉商品として木祖村の木に指定されているトチノキで、つい立て等に利用できる大きさに切った空洞木を展示即売した。

このトチノキが話題提供となり、雨の中にもかかわらず来場者は必ず見て、「私の家が大きかったら購入してつい立てにするとか。飾り物を造るとか。」夢も同時に販売した。

このトチノキをバルブ材で販売した場合と比較すると表一2のように約5.6倍の増収となった。

表一1 箱庭販売と砂利販売の比較

箱庭で販売	砂利で販売	備 考
砂 0.024 m ³ 使用	5円	1m ³ 185円
石 3個使用	234円	1個 78円
コケ・草・枯れ枝・稚樹		
箱代 -100円		
2,200円以上	239円	

(箱代100円を引いても約8.8倍の増収)

表一2 トチノキ販売比較

トチノキ材積	3.584m ³
バルブ材で販売	43,400円
つい立てで販売	243,000円

(約5.6倍の増収)

4 イベントのPR活動

イベントのPR活動は地域の人に知ってもらうため、地区の有線放送、新聞へのパンフレットの折り込み、新聞社・NHKのイベント案内への投げ込みの外、分集育林者・分集造林者・ふれあいの郷等へも案内のPR活動を実施した。

これらのPRがきいたのか山の幸即売フェアでは木曾谷をはじめ松本市、塩尻市等から、国有林材PRフェアでは分収造林契約者、東京、神奈川等からもきていた。

5) イベントによる収入

各イベントでの収入結果を見ると表-3のようになる。

表-3 イベントでの収入結果 (単位：円)

販 売 品	山の幸即売 フェア	無人販売	国有林PR フェア	計
山菜類	212,000			212,000
山野草	56,900			56,900
サルノコシカケ	19,400		20,400	39,800
ヒノキ丸太			43,700	43,700
アカシ(明松)	6,000	24,400		30,400
トチノキつい立 箱庭			243,000	243,000
木工品・根株等	3,800		61,000	61,000
シイタケ等原木			101,000	104,800
			24,600	24,600
計	298,100	24,400	493,700	816,200

6) イベント実行結果の考察

- ① 「昨年、山野草を購入したが大きくなならない。花が咲かない」等の質問があることから山野草の育て方を教える必要がある。
- ② 木材販売と違うことから珍木等の価格を付けるのが難しい。
- ③ 山からの採取物の搬入、トチノキのつい立てを購入したが近くなので運んで欲しい等の要望があることから運搬に苦慮した。
- ④ 山菜等は根強い需要があるが、職員数の減少により年々採取量が少なくなつて来ている。
- ⑤ 木工品、コブ・トチノキ等の木材を保管して置く場所が必要になる。
- ⑥ 森林教室等の参加者にも販売物の製作に協力して貰うことも考えている。

おわりに

イベントを実行し、収入を確保するためには我々が日常見ている目の位置を少し変える必要がある。

見る位置を変えることにより、いまでは足で蹴つとばしている砂、石ころ、コケ等も価値が出て来る。

また、空洞木をパルプ材と見ていたものを、つい立て等に販売することによって高い商品価値が出て来る等が分かった。

職員がこの様な目で山を見ると、そこに宝の山があることに気づき、より素晴らしいアイデアを出すことによって、それがイベントを成功させ、ひいては収入を確保する事につながると考えている。

これからも地域の人達の要望にそって続けて実行したいと思っている。