

H26. 1月号 巻頭言：日本人が気付かないこと

日本の森林、林業、木材産業の現状と課題を話すときに、冒頭にお話することがある。それは、日本人が全く気付かないことについてである。今回は、冒頭に当たり、その一文を巻頭言としたい。

海外からの日本に来る視察者の最初の感想は、「飛行機の窓からみる風景は緑だらけで本当に緑の列島である」「日本のどの地方にいても水田の緑と周りの木の緑で一杯である」と言う。「その上で、それなのに何故、海外からこんなに木材を輸入しているのか？自国の緑を温存するためか？」と聞かれる。また、喫茶店では、すぐにコップに水が出てくる。しかし、海外から来た人は飲まない。水は料金がかかると思っている。飲める水をタダで出す国はない。日本には水というメニューはお品書きには無い。それだけ、緑の森林に育まれた水の豊かな国は無いのである。現代日本人にとって、水と空気と緑はタダだと感じている。

しかしながら、古くからそうだったのだろうか。古い日本の浮世絵や絵図にはハゲ山が多く描かれている。京都の都では燃料用に松の根すら掘るのも禁止した程である。自国の資材が無い時代、建築をはじめ日用品からエネルギーに至まで、主たる資材は木材だったのである。現存する城や社寺仏閣をみても木造だが、その材料は木のみである。現存しない城や社寺仏閣に使われたその量は大変な量である。当局も関わっているものとして今年は式年遷宮があったし、名古屋城の本丸御殿の復元も行われているが、その材料を供給している木曾地域であっても、戦国時代には「尽山」となり、宝永5年（1708年）には、後に「木一本首一本」と言われるヒノキ、サワラ、コウヤマキ等の留木が行われることになっている。島崎藤村の「夜明け前」もここから始まっている。

第2次世界大戦の後も、山が荒廃し災害が頻発しており、全国植樹祭の始まりもここにある。「国破れて山河あり」とよく言うが、「国破れて（緑豊かな）山河なし」だったのである。その後の国民一体となった植林活動や治山事業によって、現在の緑の列島は完成し、しばらく日本の歴史上になかった緑豊かな山の姿になっている。

トピックス1：販売ロットの大きさについて

－工業製品との違いは何か－

ディスカウントショップやドラッグストア等では、同じ商品なのにとびきり安い商品がある。

在庫処分ものもあると思うが、売れ筋商品も多い。大量仕入れで、利益幅を圧縮して販売するというのが常識である。スーパーのお客さん呼び込むため特売品とは趣旨が異なる。

さて、木材の丸太の販売と比較してみよう。原木市場では、人により評価が著しく異なるものは一本売りが多い。銘木、役物、広葉樹はその対象となる。これらの買手は大量消費型の工場ではない。一方一般材の柱や土台、羽柄用等はロット極で売られる。3mの16～22cmの心持ち10.5cm柱用、4mの20～24cmの土台用等である。この場合、扱い量の少ない市場では、1本や2～3本で売られる場合もあるが、価格はほとんど一緒である。扱い量の多い市場ではロット売りしてある。大量消費型の工場は、このロットを買う方が当然利にかなっている。一度に調達できるからである。

それなら、山元から直送の場合の方が運賃を考えるとメリットは大きいですが、生產品目に特化している工場は、同じ径級幅と同じ品質が揃えてある原木市場のロット売りは更に魅力である。運賃とハネ品率の比較になる。原木の需要ギャップが供給不足に転じた場合は、少量売りよりロット売りが高くなることは、昨年10月以降に起こった別紙のとおりである。

とりわけ、大量生產品目であり、価格が低い製品用丸太においては顕著である。3寸角(90mm×90mm)2.5寸角用の丸太ではよくわかる。更に、B級品も価格面からみれば同じである。

このような用途の丸太は、大量ロット売りする程高くなる傾向になる。

工業製品の大量仕入れで価格が安くなるのとは逆である。木材製品では同じ用途に向けた同じ品質のものを確保することは、高くしても逆にメリットは大きいこととなる。

こうは言っても、供給してみたら安かったとして、一回で供給をやめることも多い。しかし、その場所に出品されていることが専門工場にわからないこともあるし、そもそも毎回供給されることで受注を受ける契機となり、その地域に専門業者が育つ方法でもある。国産材時代を実現するためには、「継続が力」である。

16cm以下を含む材でも、このような高価格で落札されています。
各署とも、こうした材は、ロットをまとめて販売してください！

樹種	長級(m)	径級(cm)	本数	m ³ 単価(円)	入札月日
ヒノキ	2	14~20	119	14,200	12月5日
	3	6~14	236	9,000	12月5日
		11~14	211	17,969	12月6日
		16	133	22,400	12月6日
		14~18	135	28,000	12月10日
		16~18	226	34,000	12月12日
	4	6~14	361	11,000	12月5日
		8~13	141	12,000	12月12日
		14~16	38	18,300	12月12日
		18~24	92	27,000	12月10日
スギ	4	16~20	82	12,600	12月12日
		16~20	94	12,300	12月12日
カラマツ	4	14~18	125	10,000	12月12日
		16~18	124	12,000	12月12日

注:本数が少ないと、こうなってしまいます！

ヒノキ	3	9	2	5,000	12月10日
		13	6	4,000	12月6日
		14	6	6,000	12月6日
	4	5~9	26	5,000	12月10日

トピックス2：最近の広葉樹等の販売結果から思うこと －日本の産業は広い、支えるのは？－

日本最大の広葉樹の市売であるA市場の直近の結果を見て、20年前と比較すると、ウダイカンバやセンの価格は変わらない。輸入材には、この2樹種と代替される同じものが無いと当時から言っていたが、同様である。ウダイカンバは心材が大きくと心材の色の濃いのが求められたが、その心材の色から日本の象徴であるサクラとして評価されていた。センは、かつてドイツ等へ高級家具用として輸出されていた。

こうした中で、シナの木が高くなっている。戦後、一世を風靡したシナ合板は今だに生産流通している。需要がなくならない限り必要となっている。また、シラカンバがそこそこの価格で販売されている。日本では漢字で白樺と書くが、早生樹種で他樹種に先駆けて早く天然に生え100年位で腐って、次の樹種に入れ替わっていく。20年前には、全く見向きもされなかった。今でも、国内の素材生産する人には、「そんなもの」と思っている人が大部分である。でも、よく考えると、ウダイカンバやダケカンバと同じカンバ類で、ロシアから輸入されていることを考えれば「そうか」である。

もう一つ、本州の広葉樹専門のB市場の結果をみると、トチやミズメ、サクラの20cm～の丸太の購入者に石川や香川の漆器店の名前が見える。漆器を作るには材料の木材がいるが、今までどのルートで手当てしたんだろうと考えてしまう。

地元のC市場では、ヒメコマツが売られているが、飛騨地方の建築用にも使われるが、精密な加工が必要な木型枠にはどうしても必要とのことである。

ネズコは、網代天井用のへぎ板にも使われるが、高級下駄の材料でもある(桐だけではない)。ホウの木は今人気はあるが、伝統工芸品である刀のサヤには必須のようである。

先日、金沢の和菓子の木型は、サクラの木で作られていた。

改めて考えてみると、このように、樹種の特性に依じて、日本の産業に幅広く使われている。少ないながら、本当はどのような用途があるか、もう一度見直してみたいが、逆に、使い手側から、この用途には、こんな樹種が必要だと是非発信していただきたいと思う。そうしないと、里山整備や工事支障木が必要な人に渡らず、裁断されてしまう。極めて残念である。

ちなみに、何年も作業道の横に倒れていたナラの腐朽木も買手が見つかった。クラフト作家とかに利用されているかも知れない。

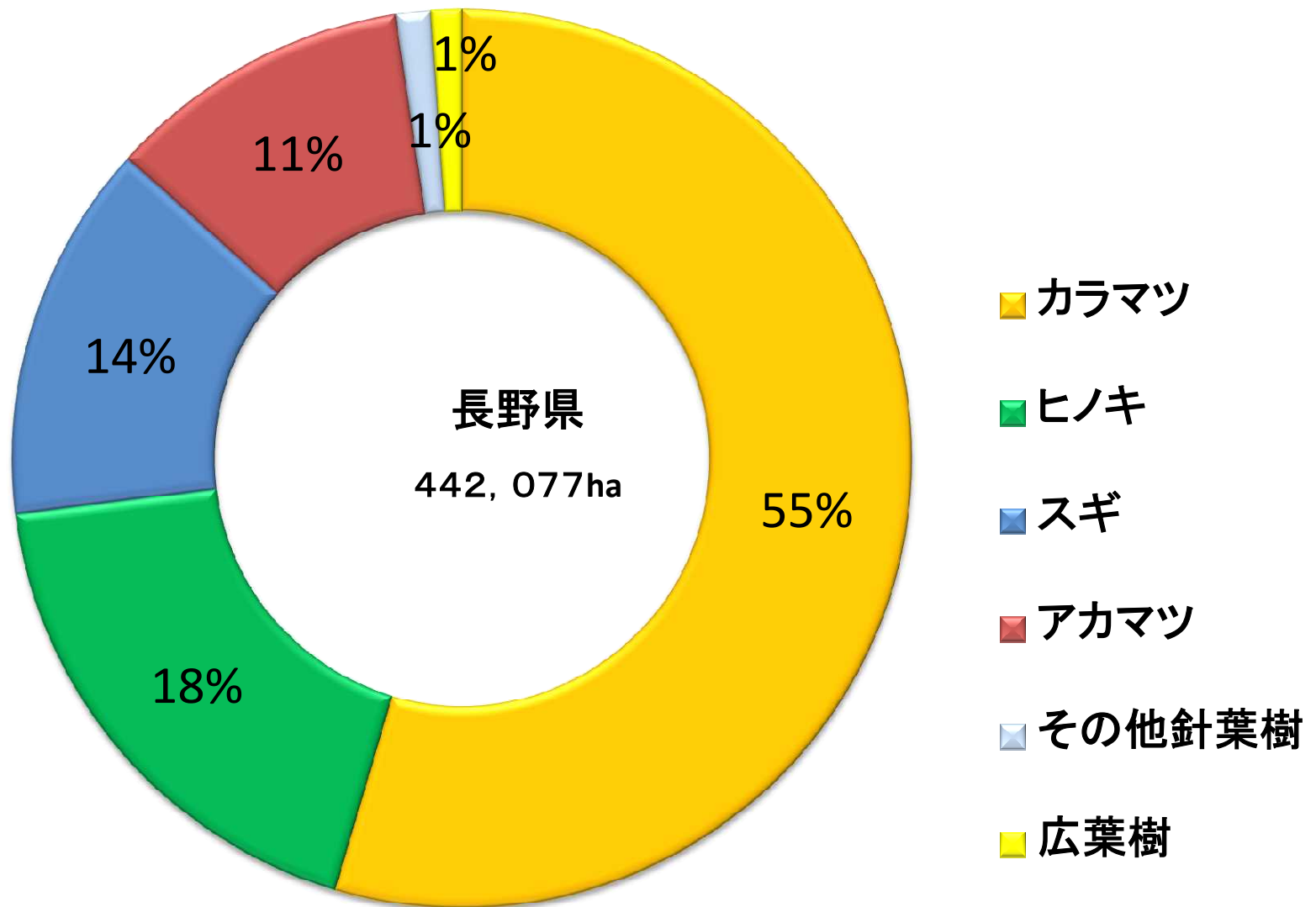
課題1：長野県のカラマツは伐られているか？

－全国のカラマツ生産量と比較して－

カラマツと言えば、信州カラマツと言われる位に長野県はカラマツのイメージが定着している。長野県の人工林のうち55%はカラマツで、ヒノキの18%を大きく引き離している。民有林、国有林別でみても、国有林は61%、民有林は52%がカラマツである。ヒノキは、国有林28%、民有林15%で、国有林のヒノキは、有名な木曾谷に多く分布している。

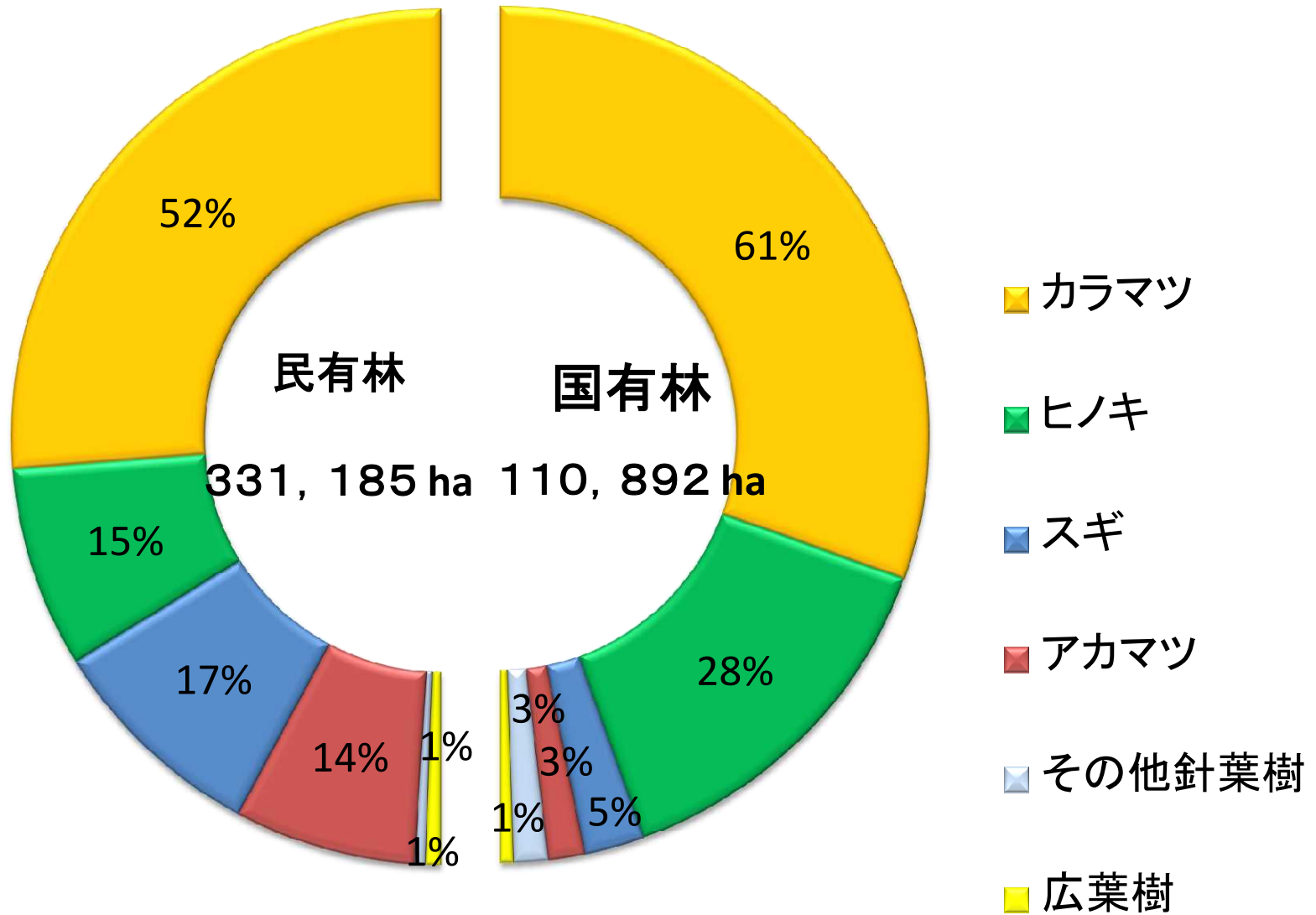
それでは、全国的にみてどうなのかを見てみよう。別紙のとおり、面積では北海道、長野、岩手の順で、全国的に占めるカラマツ人工林の割合は42%、24%、12%となり、3県で78%を占める。蓄積では、同様の順で42%、26%、11%となり、面積と比例している。若干、長野の比率が高いのは、高齢級材材が多いことによる。一方、生産量かというと、北海道184万 m^3 、長野18万 m^3 、岩手22万 m^3 となる。生産量で蓄積で割り算する（カラマツの山にある量のうち、どれ位伐り出されているか確かめる）そうすると、北海道は2%、長野は0.3%、岩手は0.9%となる。単純に成長する量を見れば、北海道は50年で、岩手は100年で伐って無くなるが、長野は300年分あることになる。（これは伐り出された量での比較なので、立木から丸太への歩留まりを考慮すると、もう3～4割期間は短くなる）カラマツ王国の割には、カラマツは伐られていない。成長途上かということそうではない。全国と同様に50年生以上が多く、さすがに100年以上の人工材も他に比べれば、はるかに多い。近年、カラマツの生産量の増は合板工場によるところが大きい。長野県には合板工場は立地していないことも影響している。しかし、カラマツ製材工場の数やカラマツ集成材工場の先駆企業始め、カラマツ土木業界、木製サッシ工場等カラマツ産業の裾野は広い。カラマツ生産が4mが主流の理由はここにある。カラマツの生産量でH16を100とするとH23の長野は183であり、北海道の121、岩手の174となり、伸び率は高くなってきている。品質的にみても、100年生では8万円/ m^3 を初め、2万円/ m^3 台の丸太も多い。50年生でも芯が真ん中で、赤身が強く、年輪がちみつである特徴がある。県内全域にカラマツがあり、地域別で見ても、千曲川流域以外の伐採等は更に小さい。流通の基地整備が進めば、循環型で回れる率まで伐られることになると思う。信州カラマツの可能性は高いと思っている。

長野県 人工林面積内訳



資料：長野県「民有林の現況（平成24年4月）」

長野県 国有林・民有林別 人工林面積内訳



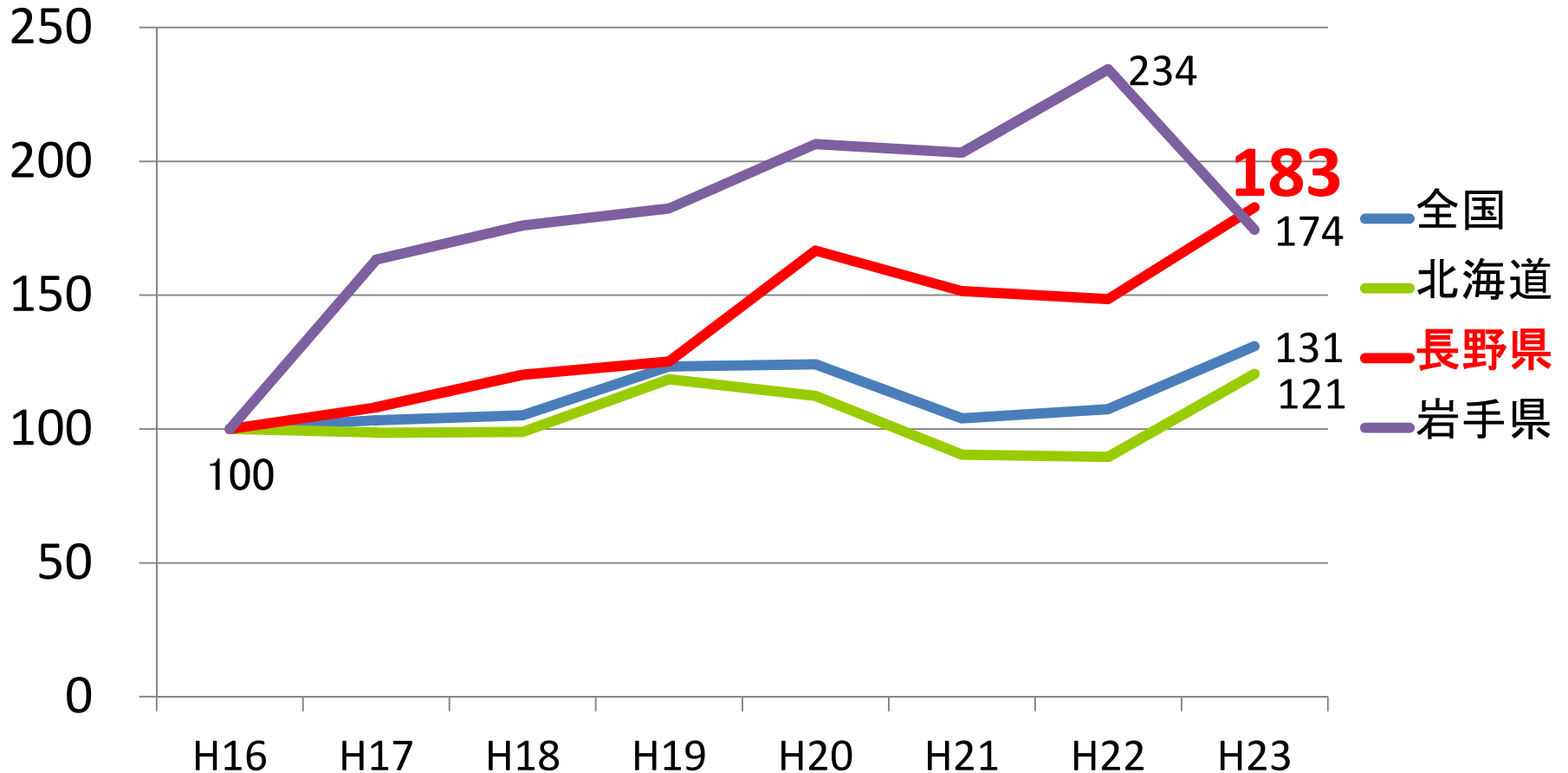
資料：長野県「民有林の現況（平成24年4月）」

カラマツの面積・蓄積・素材生産量(全国)

道県名	面積(全国割合)	蓄積(全国割合)	生産量(蓄積割合)
北海道	42万ha (42%)	93百万m3 (42%)	184万m3(2%)
長野県	24万ha (24%)	57百万m3 (26%)	18万m3(0.3%)
岩手県	12万ha (12%)	24百万m3 (11%)	22万m3(0.9%)
群馬県	4万ha (4%)	11百万m3 (5%)	3万m3(0.3%)
山梨県	4万ha (4%)	9百万m3 (4%)	3万m3(0.3%)
その他	13万ha (13%)	26百万m3 (12%)	13万m3(0.5%)
全国計	100万ha(100%)	221百万m3(100%)	242万m3(1.1%)

カラマツの素材生産量

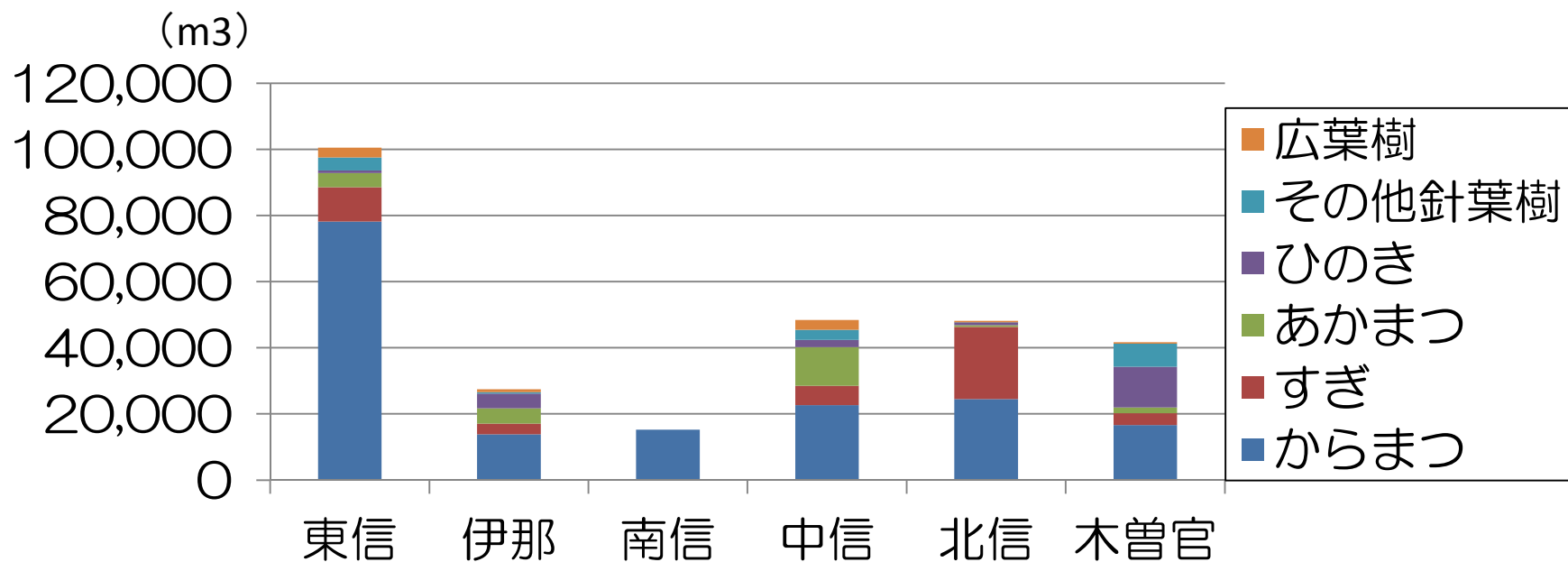
平成16年以降のからまつ生産量の推移
(平成16年を100としたグラフ)



カラマツの面積・蓄積・素材生産量(長野県)

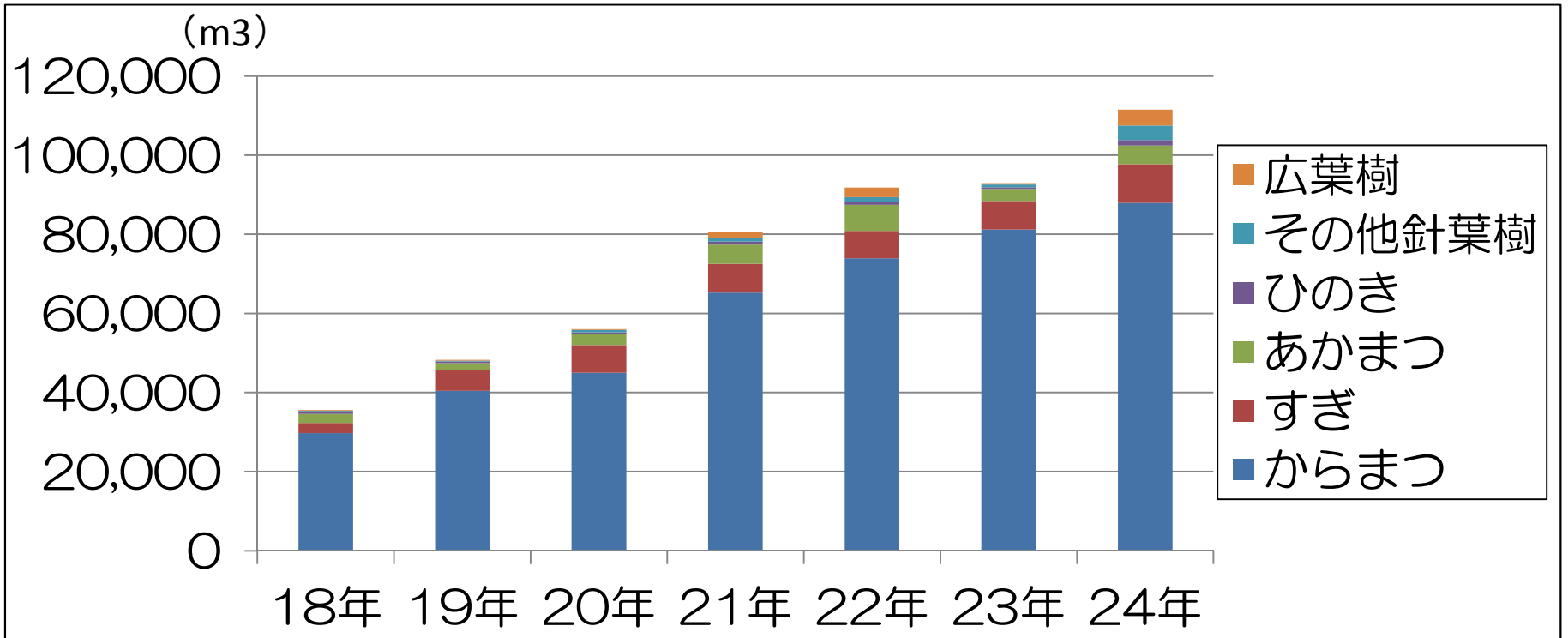
計画区名	面積(県内割合)	蓄積(県内割合)	生産量(蓄積割合)
千曲川上流	6万1千ha (25%)	1,595万m ³ (30%)	7.9万m ³ (0.5%)
伊那谷	7万6千ha (32%)	1,639万m ³ (31%)	3.5万m ³ (0.2%)
木曾谷	2万1千ha (9%)	440万m ³ (8%)	1.0万m ³ (0.2%)
中部山岳	3万8千ha (16%)	734万m ³ (14%)	1.4万m ³ (0.2%)
千曲川下流	4万4千ha (18%)	831万m ³ (16%)	3.6万m ³ (0.4%)
県内計	24万1千ha(100%)	5,240万m ³ (100%)	17.4万m ³ (0.3%)

H24長野県内主要木材センター等の樹種別取扱量



	からまつ	すぎ	あかまつ	ひのき	その他針	広葉樹	合計
東 信	78,208	10,380	4,230	849	3,880	2,957	100,504
伊 那	13,830	3,196	4,636	4,513	385	861	27,421
南 信	15,230						15,230
中 信	22,677	5,850	11,639	2,176	3,133	2,911	48,386
北 信	24,481	21,839	521	864	43	417	48,165
木曽官	16,630	3,564	1,743	12,296	6,982	441	41,656
合 計	171,056	44,829	22,769	20,698	14,423	7,587	281,362
比 率	61%	16%	8%	7%	5%	3%	

東信木材センターの取扱量の推移



単位: m³

平成年度	からまつ	すぎ	あかまつ	ひのき	その他針	広葉樹	合計
18年	29,723	2,598	2,302	461	259	225	35,568
19年	40,407	5,295	1,727	425	223	210	48,287
20年	45,018	6,979	2,693	500	601	272	56,063
21年	65,288	7,254	4,836	806	888	1,531	80,603
22年	73,928	6,930	6,567	690	1,308	2,406	91,829
23年	81,182	7,253	3,063	367	704	338	92,907
24年	87,932	9,784	4,743	1,347	3,670	4,059	111,535
比率	82%	9%	5%	1%	1%	2%	

課題 2 : 都道府県の戸建て木造率とは？

－林業県は本当に高いのか？－

住宅着工統計の数字を分析すれば、戸建ての木造率を計算することができる。最近の戸建て住宅の木造率は年々上昇し、現在 90%弱に近づいていることは、以前に説明したとおりである。これを、都道府県別に見てみると、以外なことに気がつく。総論で見れば、東日本は高く、西日本は低いことがわかる。①最も高いエリアは北陸で 90%を常に超え、95%あたりである。新潟、富山、石川、福井と必ずしも木材生産量が多く、木材産業として図抜けて有名な訳でもない。②首都圏は予想に反して木造率は高い。これは、人口流入者が木造率の高い東北・北関東・新潟出身者が多いのかなと思う。③逆に低いのは、中京圏、中国地方の瀬戸内側である。これは、プレハブメーカーの工場が多いのかなと思うが、発祥の地の多い大阪、奈良はそれ程低くない。④四国、九州は東北・北陸からみれば思いのほか低い。しかしながら 20 年前と比較すると格段に木造率は上がっている。これは、台風の常習地帯の影響で木造住宅を避けたとの話らしい。同じ理由で某林業県の林業担当課長は、鉄筋コンクリート造で建てたと聞いた記憶がある。⑤北海道の木造率は低かったが、20 年前に比べると木造率は上がっている。以前は、北海道の寒冷地ではかつての木造住宅の寒さとかつての法律の影響と考えられる。⑥断トツに低いのは沖縄で住宅用の木材の入手が難しかったこともあるが、徐々には増加している。こうしてみると、林業県、木材産業県の戸建て木造率が必ずしも高くないことが見て取れる。足元を固めてから攻めるを実践したいものである。

※H15 と H24 の増減率も合わせてみれば、色んなことを考える契機になればと思う。

平成25年都道府県別新設住宅着工戸数（一戸建ての木造率）

国土交通省資料：構造別，建て方別，利用関係別—新設住宅の戸数，床面積の合計抜粋

都道府県別	総計	木造	木造率
全 国 計	495,737	436,404	88.0%
北 海 道	15,586	14,675	94.2%
青 森	4,592	4,397	95.8%
岩 手	5,625	5,293	94.1%
宮 城	13,218	11,902	90.0%
秋 田	3,571	3,363	94.2%
山 形	4,369	4,072	93.2%
福 島	9,255	8,233	89.0%
茨 城	14,313	12,639	88.3%
栃 木	10,479	9,318	88.9%
群 馬	10,036	9,066	90.3%
埼 玉	35,266	31,860	90.3%
千 葉	25,735	23,295	90.5%
東 京	41,955	37,505	89.4%
神 奈 川	35,902	32,363	90.1%
新 潟	9,167	8,620	94.0%
富 山	4,317	4,102	95.0%
石 川	5,064	4,806	94.9%
福 井	3,453	3,196	92.6%
山 梨	4,018	3,521	87.6%
長 野	9,601	8,667	90.3%
岐 阜	9,494	8,166	86.0%
静 岡	18,685	15,216	81.4%
愛 知	36,849	29,541	80.2%
三 重	8,210	6,830	83.2%
滋 賀	7,274	6,235	85.7%
京 都	8,837	7,922	89.6%
大 阪	25,637	22,913	89.4%
兵 庫	18,848	16,444	87.2%
奈 良	5,119	4,407	86.1%
和 歌 山	4,079	3,465	84.9%
鳥 取	1,737	1,585	91.2%
島 根	2,021	1,913	94.7%
岡 山	7,595	6,263	82.5%
広 島	9,435	8,151	86.4%
山 口	4,540	3,719	81.9%
徳 島	2,963	2,703	91.2%
香 川	4,338	3,875	89.3%
愛 媛	5,243	4,708	89.8%
高 知	2,244	2,000	89.1%
福 岡	15,622	13,726	87.9%
佐 賀	3,111	2,755	88.6%
長 崎	3,512	3,183	90.6%
熊 本	6,487	5,856	90.3%
大 分	3,901	3,353	86.0%
宮 崎	4,383	4,096	93.5%
鹿 児 島	6,439	5,998	93.2%
沖 縄	3,612	488	13.5%

都道府県別戸建木造率の推移

年度	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H24/H15増減率
全国	84.0%	84.1%	84.6%	84.9%	85.3%	85.7%	86.0%	86.6%	86.8%	87.2%	103.8%
北海道	93.4%	93.1%	92.6%	93.2%	93.1%	94.3%	93.9%	93.6%	93.3%	93.6%	100.2%
青森県	95.8%	94.1%	94.9%	95.0%	93.5%	94.4%	94.2%	94.2%	94.4%	95.3%	99.5%
岩手県	94.1%	92.7%	93.6%	93.9%	93.7%	95.3%	93.3%	94.4%	93.4%	93.5%	99.3%
宮城県	88.3%	87.8%	88.9%	88.8%	87.5%	88.9%	86.6%	88.5%	86.8%	88.7%	100.4%
秋田県	94.9%	94.3%	94.1%	93.9%	94.2%	93.4%	93.2%	93.7%	94.1%	93.7%	98.7%
山形県	93.2%	91.3%	92.9%	92.0%	91.4%	92.5%	93.5%	92.3%	93.4%	93.1%	99.9%
福島県	89.3%	88.2%	89.1%	89.4%	88.5%	89.2%	89.3%	89.6%	87.4%	88.3%	98.9%
茨城県	85.6%	84.9%	84.0%	85.1%	85.0%	86.5%	86.1%	86.3%	86.4%	87.5%	102.2%
栃木県	85.2%	85.9%	85.1%	85.2%	85.8%	85.8%	84.9%	87.1%	86.7%	87.8%	103.0%
群馬県	85.0%	83.8%	85.1%	85.7%	87.4%	86.5%	86.9%	87.6%	87.2%	89.4%	105.2%
埼玉県	88.5%	89.4%	89.4%	89.4%	89.0%	88.5%	89.2%	89.8%	89.7%	90.0%	101.7%
千葉県	89.2%	89.6%	90.1%	89.6%	89.9%	89.2%	89.0%	89.8%	89.5%	89.6%	100.4%
東京都	87.6%	87.3%	86.8%	86.5%	87.1%	86.8%	88.3%	88.9%	89.0%	88.7%	101.2%
神奈川県	88.7%	88.9%	89.2%	88.9%	89.1%	88.9%	89.2%	89.3%	89.4%	89.8%	101.2%
新潟県	93.6%	92.5%	92.2%	93.1%	92.9%	93.3%	93.4%	94.1%	94.3%	93.8%	100.3%
富山県	92.0%	92.2%	92.1%	92.7%	92.0%	92.8%	92.7%	94.4%	95.2%	95.4%	103.6%
石川県	91.6%	91.7%	91.2%	92.1%	90.6%	92.4%	93.4%	94.1%	94.6%	94.9%	103.5%
福井県	84.2%	86.0%	87.0%	87.9%	87.4%	88.9%	90.1%	89.7%	91.1%	91.8%	109.1%
山梨県	86.0%	85.1%	85.7%	84.0%	84.3%	86.4%	87.2%	85.7%	87.3%	87.1%	101.2%
長野県	87.3%	86.2%	85.5%	85.8%	84.7%	85.1%	87.1%	85.3%	87.4%	88.7%	101.6%
岐阜県	80.6%	79.3%	80.0%	81.3%	83.7%	82.5%	82.0%	83.5%	84.2%	85.1%	105.6%
静岡県	80.3%	79.6%	80.1%	80.6%	80.4%	80.7%	79.3%	80.3%	79.4%	79.4%	99.0%
愛知県	73.5%	74.0%	75.0%	75.8%	76.9%	76.4%	76.8%	78.1%	78.1%	78.7%	107.2%
三重県	78.1%	76.1%	76.9%	77.6%	79.6%	81.1%	80.3%	81.0%	81.0%	82.3%	105.4%
滋賀県	79.9%	80.7%	82.0%	81.3%	81.7%	82.3%	82.1%	83.5%	83.2%	85.3%	106.8%
京都府	86.3%	87.6%	87.8%	87.2%	88.0%	88.8%	89.6%	90.4%	89.3%	90.1%	104.4%
大阪府	70.2%	73.6%	77.0%	80.5%	82.6%	85.3%	87.7%	88.6%	88.6%	88.9%	126.6%
兵庫県	81.5%	82.3%	83.2%	83.0%	83.5%	84.2%	84.3%	84.6%	85.7%	85.9%	105.4%
奈良県	82.6%	81.3%	82.3%	82.7%	83.3%	83.9%	84.5%	84.7%	85.0%	86.6%	104.9%
和歌山県	78.4%	79.4%	79.6%	79.1%	81.9%	82.9%	84.0%	84.2%	84.6%	82.4%	105.0%
鳥取県	85.8%	79.8%	82.6%	82.9%	84.2%	86.1%	84.8%	89.2%	88.2%	88.9%	103.7%
島根県	91.4%	90.3%	91.1%	90.6%	92.8%	93.3%	92.1%	94.6%	93.4%	95.7%	104.6%
岡山県	77.2%	75.7%	78.8%	78.8%	78.7%	80.5%	80.0%	81.3%	81.3%	81.1%	105.2%
広島県	80.8%	79.6%	79.9%	80.1%	80.1%	81.3%	81.8%	83.9%	84.6%	83.8%	103.7%
山口県	74.1%	74.3%	73.9%	75.4%	75.8%	79.4%	79.1%	79.6%	80.9%	81.7%	110.3%
徳島県	84.3%	83.7%	86.1%	85.7%	86.9%	88.4%	89.7%	89.7%	91.4%	90.3%	107.1%
香川県	83.7%	84.5%	84.1%	85.4%	87.0%	87.6%	88.4%	87.5%	88.1%	87.3%	104.3%
愛媛県	83.0%	84.2%	84.5%	85.4%	85.8%	85.8%	86.0%	88.6%	88.6%	89.0%	107.2%
高知県	78.6%	78.4%	76.8%	78.1%	80.5%	82.1%	84.8%	86.4%	86.5%	88.4%	112.5%
福岡県	80.7%	81.0%	81.0%	81.2%	81.8%	82.8%	83.3%	83.4%	86.3%	87.3%	108.2%
佐賀県	84.2%	81.8%	83.3%	84.6%	84.5%	84.1%	83.0%	84.9%	87.5%	88.2%	104.7%
長崎県	84.9%	86.0%	84.3%	85.5%	86.5%	86.8%	88.0%	87.4%	87.1%	88.3%	104.0%
熊本県	86.9%	83.0%	85.2%	86.4%	86.7%	86.7%	87.3%	87.8%	89.0%	89.2%	102.7%
大分県	83.3%	83.0%	81.4%	81.6%	80.8%	83.3%	83.0%	83.6%	84.1%	85.0%	102.1%
宮崎県	91.2%	91.0%	91.7%	91.7%	92.6%	89.7%	90.7%	91.6%	92.7%	92.7%	101.7%
鹿児島県	87.5%	87.2%	87.8%	88.9%	89.2%	90.1%	91.4%	91.0%	91.7%	92.6%	105.8%
沖縄県	5.2%	5.5%	5.8%	5.6%	6.6%	6.7%	8.9%	10.2%	13.9%	12.8%	245.9%

需要拡大シリーズ：桶樽サミットの開催を終えて

－日本人のメンタリティの不思議－

2月6日に木曾で桶樽サミットを開催した。特徴は、木材関連団体に加えて、酒造組合、みそ工業協同組合連合会、しょうゆ工業組合連合会、温泉協会、観光協会が協賛したところにある。内容は、いずれホームページ等で発信することとしているが、この中で訴えたかったことの一つが、日本人の海外発のものと日本発のもののメンタリティの不思議についてである。

日本人は海外発の製品については、本場を越えようとする。そのため、本場の材料、作成方法について、まずは同じやり方でそれ以上の物をつくろうとする。ウイスキー、ワイン等は、その製造方法において日本国内であっても木の樽を使う。樽も木偏なので木の樽という必要もないがイタリアが本場のピザも石窯の薪で焼かないと本場と名乗れない決まりがナポリピザの協会ではあるらしい。サラダ用のトウングも木製である。しかしながら、日本発の製品には日本人は拘りが薄い。日本酒、みそ、しょうゆ、漬け物の樽は木に拘らず、ほとんど木樽ではない。温泉の風呂や風呂桶も石、陶器、ステンレス、プラスチックがほとんどである。日本が本場のすし桶は海外の寿司ブームを反映して輸出されている。海外も、本場、本物志向である。日本酒の木桶仕込みは、その酵母が染みこんで、その蔵独特の味を引き出していると思込んでいるが、どうだろうか。祝い事の鏡割りだって木のこも樽を割ってこそいい感じである。プラスチックのこも樽も登場するのだろうか。この海外本場のものには拘り日本発のものに拘らない日本人のメンタリティを不思議と思うことはないのだろうか。老舗だけでも見直す時期だと。ちなみに、樽を割ると少し蒸発して酒の量は減っている。これを「神様のとり分」と言い海外のウイスキー、ワインでは「天使のわけ前」と言うようである。醸造業は同じような表現でホッとした。

編集後記：日本という異文化

最近、長野駅前では、オーストラリアからのスキー客を見ない日はない位、沢山のスキー場へ向かう客をみる。

以前より、確実に増えており、スキー場もその集客に努めているようである。直行便の開設という物理的側面もあるが、北海道ニセコにスキー客が増加した時に理由は次の通りと聞いている。

以前は、南半球から北半球へ季節が逆としてスキーに行くのは、アメリカ、カナダに出かけていた。北米から日本に変えた理由は、大きく3つあるという。日本は、アメリカ、カナダと雪質は変わらない。次にセキュリティが抜群である。日本の安全安心の評価としてうれしい限りである。3つ目が、日本という異文化に触れられることである。

アメリカ、カナダでは食生活、住生活もオーストラリアからみれば同じである。しかしながら、日本では全く違う体験ができる。最近では、旅館、民宿への宿泊も多い。畳に布団も大丈夫であるとともに求められるところである。ハンバーガーにベッドだけでは旅行の価値は下がると思う。旅行客向けにフォーク、スプーンでなく、箸、椀であることは魅力が高い。伝統的木造・木製品のおもてなしをすることは大事だと思うけど。どこまで認識されているのかなあ～。