

令和元年度
「森林サービス産業」検討委員会（第1回） 議事概要

1 開催日時：令和元年8月26日（月）15:00～17:00

2 場 所：農林水産省三番町共用会議所「別館A B会議室」

3 出席者：

（「森林サービス産業」検討委員会）

- ・赤池 学 （一社）CSV 開発機構 理事長
- ・稲本 正 東京農業大学 客員教授
- ・小川 幸生 全国町村会 経済農林部長（代理）
- ・熊谷 晃 長野県信州ブランド推進監 営業本部営業局長
- ・志村 格 （一社）日本旅行業協会（JATA） 理事長
- ・杉野 正弘 （公社）日本観光振興協会 事業推進本部観光地域づくり・人材育成部門担当地域ブランド創造部長（代理）
- ・土屋 俊幸（副委員長） 東京農工大学大学院 農学研究院 教授、林政審議会 会長
- ・筒井 公章 （独）国立青少年教育振興機構 総務企画部総務企画課長（代理）
- ・津野田 勲 （一社）香りの健康ライブラリー 代表理事
- ・鍋山 徹（副委員長）（一財）日本経済研究所 専務理事、林業復活・地域創生を推進する国民会議 WG 主査
- ・松本 晃 （株）日本政策投資銀行 地域企画部 次長
- ・宮林 茂幸（委員長） 東京農業大学 地域創成科学科 教授、美しい森林づくり全国推進会議 事務局長
- ・吉弘 拓生 （一財）地域活性化センター 総務企画部企画課クリエイティブ事業室長（代理）

（林野庁）

- ・小坂 善太郎 林野庁森林整備部 部長
 - ・木下 仁 林野庁森林整備部森林利用課山村振興・緑化推進室 室長
- （※メインテーブル着席者のみ記載）

4 議 題：

（1）検討委員会の設置

- ・本事業の趣旨説明
- ・設置要領等の確認
- ・委員等紹介
- ・委員長の選出・副委員長の指名

（2）報告（平成30年度検討委員会ふりかえり）

（3）議 事

- ・「エビデンス専門部会」の設置と検討の方向性

- ・「情報共有専門部会」の設置と検討の方向性
- ・「香イノベーション専門部会」の設置と検討の方向性
- ・検討スケジュール
- ・質疑

(4) 関連情報

- ・観光分野の「森林サービス産業」創出に向けた取組状況について
- ・教育分野の「森林サービス産業」創出に向けた取組状況について
- ・「Forest Style ネットワーク（仮）」について

5 概要：

(1) 林野庁森林整備部長挨拶の後、事務局等から検討会設置に向けた説明及び委員長・副委員長選出を実施。その後、事務局より平成30年度検討委員会ふりかえり、各検討部会の設置と検討の方向性、検討スケジュール等について説明を行い、質疑応答を実施。各出席委員等からの意見は以下のとおり。

- 「香イノベーション」での生産者については、農山村にお金が回っていく仕組みでないといけない。山村活性化に向けて経営の具体的な視点が大事。また、原料生産の視点を入れて、どのような山を整備していくのかの視点も重要。
- 国産精油は原料採取等にコストがかかり、逆に海外産は安い人件費や大ロット生産であること等によりコスト安となり、国内産と海外産では10倍くらいの価格の開きがある。国内産は持続可能な森林資源であることやオーガニックであること、ピュアであることなど品質面に価値があり、高くても良い物だということを消費者に認識していただくことが必要。そのために本事業において生産者側と消費者側が参加するシンポジウムを開催し、意見交換をしつつ、国産精油の良さなどをPRすることが重要。また、精油の生産者の規模ごとに、どういう経営実態にあるかヒヤリングをし、できれば経営指標等を示すことも必要。
- 昨年度の「森林サービス産業」検討委員会報告書に対する各首長の反応や評価といったサーベランスは今後具体的なプランに落とし込むときに重要な点であるので、今後検討をいただきたい。
- 「森林サービス産業」を農山村の首長に話してもピンときていないことから、検討委員会報告書を具体的に示し、世の中が変わっていていることを示すことが重要。ヨーロッパでは、アロマ産業は3,000億円を超えるビジネスになっており、日本もこれからの可能性がある。ある会社では一定量のクロモジを確保するため生産地を中山間地で造林するなども検討もされている。
- 林業は木を伐って使うだけで、木を生きたまま使うという考えや、アロマに使うという考えは、まだまだ全国的な浸透がみられず、このため学校では正反対のこと

を教えている。検討委員会で検討したことをどれだけ世の中に浸透させるかが、日本の将来において大きな問題。

- 枝葉は、間伐材利用よりも経済的効果があり、かつ精油を生産することは環境に負荷をかけない。また、枝葉を集めるために山に入ることになるので地域の人には健康にもなるし、都会の人と一緒に山に入るといったことを考えると、大きな産業のベースであるという認識をどこまで広げられるかが勝負であり、それが理解してもらえると、大きな企業も自然に山に入ってくる。まさにこうした、価値の転換を普及させる必要がある。
- 光の部分ばかりでなく影の部分にも配慮が必要だ。アロマは濃縮するので、身体にじん麻疹など副作用が出るケースがある。また、アロマは女性起業家が活躍するフィールドでもある。香については女性の方が、感性が高い。人材活用の面から、女性の活躍による多様性という視点も考慮しておくことが重要。
- 日本産アロマの講座の参加予定者の9割が女性であるが、男性もクロモジ入りの整髪量などアロマに興味は持ってくれるので、可能性はある。また、アロマは劇薬でもあるが、100倍、200倍に薄めても使えることをしっかりと理解すれば、産業として大きく広がる可能性がある。
- アロマについて、どこのアロマなのか地域性が出るという。さらに森のハーブ的な使い方も料理人から注目されている。ミシュランガイドで5つ星を獲得しているデンマークのレストラン「ノーマ」は、長野の森の枝や木、ハーブをつかった料理を東京で出したことがある。食は地域で様々であり経済性が難しいが、非効率性的な所をいかに産業に結び付けていくかのヒントを提案して頂けると地域も取り組みやすい。
- 地域の側、森林側の担い手として、市町村や都道府県等の自治体、観光関係等を想定されているが、様々なことに取り組むNPOや団体に所属している移住者たちの活力、アイデアを取り入れた方がいいのではないかと。地域の年配の方では、もう土地を無料で使ってもいい、と言っている方もおり、ここ10年で山村地域は大きく変わってきているなかで、NPOなど団体の力は重要。
- 「森林サービス産業」化を考える場合、民間企業が主体かもしれないが、そのけん引役はだれか、プレイヤーとしてどこを押さえると産業化が進むのかを明らかにする必要がある。トレードオフの関係を考えたり、産業化のキーワードを根底に置いて議論が進むと良い。健康と香りの関係はマッチングするので期待できる。
- 脳の研究を通じて、脳と香りの関係が目に見えるようになっているが、こうした研究が重要。香りと脳の研究が進みエビデンスが出ると産業の裏付けになり、企業・自治体が関わり易くなる。

- ビジネスとしての見える化、事例分析が重要であり、それを具体的な自治体に紐付けて仮説構築を行う必要がある。6次産業化では商品開発・新規事業は力技でできてしまうが、売り上げ目標を達成しているのは1割以下という現状であり、モデル地域や自治体をヒヤリングして、例えば首都圏の特定の自治体が森林への観光送客をした場合にどのようなマネタイズモデルが描けるのかなどを研究して、リアリティあるビジネスモデルにつくりあげると、今までの積み上げが生きてくるのではないか。
 - 自治体ではいろいろなものがつくられるが、受け手のマーケットを意識せずにイメージだけで作ったり、発信してしまう場合が多い。デジタル化が進む今日こそ、森林の多面的機能を体験したり自然に対し畏敬の念を抱く体験をすることが、これからの人間に必要と言われている。しかし現実には、健保組合に売り込めば森林浴やアロマセラピーなどのヘルスツーリズムを受けてくれるだろうと思って勝手に店を開いても客が来ないのが実態。コンセプトをしっかりと示して必要とする客体を明確にして市場を創造していくことが重要。
 - 県と市の連携ができていない地域も多い。そのため、この連携は目標の一つとして認識してもらいたい。旅行業協会、観光振興協会も力を入れているが、広域DMOが自立的に活動できるかも大事である。県を越えたルートなど、どんな商品をつくるか消費者のニーズに合わせて作っていく必要がある。
 - プラットフォームにはいろいろなつながりを持った人が入ることが大事。また、個別的にはカフェ、ヨガなど、どこに市場があるのかの情報が重要。
 - 「森林サービス産業」は地域によって違う選択肢があるものであり、温泉やスポーツにおけるエビデンスは既に存在する。これからは新たなエビデンスと従来のものをうまくパッケージにして利用していくという調査の構造。
 - 地域に外来のものが入っていく時に、なかなか根付かない状況であり人材が少ないのが実態であるなかで地域おこし協力隊など、伴走していく人材の仕組みも検討することが重要。
- (2) 質疑応答の後、事務局等から関連情報として、観光分野及び教育分野の「森林サービス産業」創出に向けた取組状況について、林野庁より「Forest Style ネットワーク(仮)」について説明。

以上