

「青森ヒバを国民の手に」総合戦略

青森森林管理署 販売係長 小笠原 啓 一
経営係長 古川 博 哉

1 はじめに

青森ヒバは、日本三大美林の一つに位置づけられる貴重な天然林であり、青森県を代表する特産樹種として県の木にも指定されております。

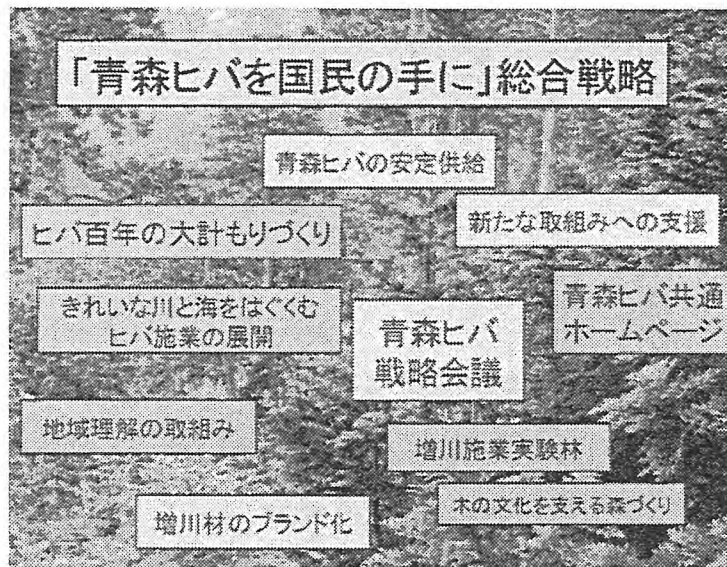
全国のヒバ資源量の8割が青森県内の国有林にあり、その分布は当署が管轄する津軽半島や、下北半島に集中しています。その材は水やシロアリに強くずば抜けて腐りにくく、かぐわしい香気で健康にも環境にも優しいすばらしい素材ですが、このような高い価値を有する割には相対的に評価の低い状況にあります。

このため、国民の皆様にはヒバを身近に感じていただき、また、ヒバの森林や木材の恵みを享受していただけるよう、地域の産業界、住民と連携し、将来に向けた青森ヒバの長期的な育成と、ヒバの普及啓蒙及び全国的・戦略的な販売等を行う総合戦略を展開することとしました。

2 取組の内容

- 「青森ヒバを国民の手に」総合戦略を策定するに当たり、
- ①森林自体の存立による社会的効果を発揮しつつ、
 - ②環境材としての木材を供給することにより、
 - ③社会貢献の最大化を目指すことを目的としました。

具体的には、三つのグループに類型化される10の項目を相互に関連させつつ戦略的に取り組むことにより、一体的・複合的な効果の発現が図られるようにしました。



(1) ヒバ百年の大計もりづくり

当署には約2万2千haの人工林がありますが、これらの中にはヒバ地帯に造成された箇所も相当含まれていません。このようなヒバ地帯の人工林を中心として、100年かけて、青森ヒバを主体とする天然林に戻すという構想です。

地域のボランティアと連携しつつ、ヒバ林の育成等を推進しています。



皆伐時にヒバを残存させ、混植

(2) きれいな川と海をはぐくむヒバ施業の展開

適切な森林施業は森林の有する水源かん養機能などの諸機能を向上させますが、一方で、トラクタ道作設などによる林地の損傷や、濁水の発生等を抑えることが重要です。このため、トラクタ道作設前の編柵や作業後の緑化などを実施し、濁水の発生を抑えるとともに、職員が種子を手蒔きしたり、必要な場合は簡易な堰堤等を設置し、ヒバの森からきれいな水を供給しています。

また、過去の施業等に起因して苦情が寄せられている箇所も適切に措置し、ヒバ施業の地域理解の増進にも努めています。



(3) 青森ヒバ戦略会議

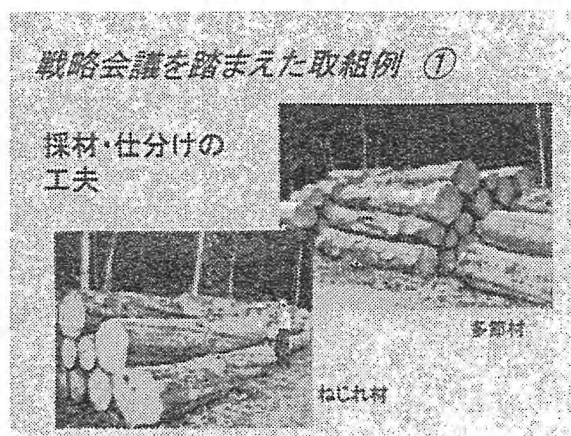
署・林業事業体・市場等を構成メンバーとする戦略会議を定期的に行い、青森ヒバの生産・販売・普及啓蒙等に関する様々な戦略を決定します。総合戦略の「核」となる会議です。

戦略会議で出された意見を踏まえ、計画的な出材、需要に即応したきめ細かな採材仕分け、市売りの工夫、委託市場による訪問販売活動、首都圏への需要拡大等、様々な取組を行っています。



(取組例①) 総合戦略の目的である「国民が求める環境材としての木材供給」を達成するためには、採材仕分けを、使う人の立場に立って考える必要があることから、本年度新たに、多節材や、ねじれ材の巻き立てに取組みました。

(取組例②) また、市場のニーズを聴き、市売りに適した丸太を採材することにより、県外市場への出品を4%から10%に増やしました。

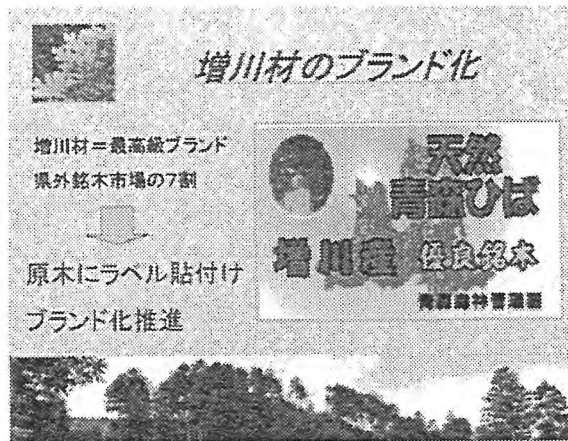


(4) 増川材のブランド化

当署の旧三厩村（現外ヶ浜町）・今別町から産出されるヒバは「増川材」と呼ばれ、最高級にランクされるブランドとしての評価を得ており、県外銘木市場に出荷される青森ヒバの7割を占めています。

このため、積極的な販売活動を展開するとともに、「青森ひば増川産優良銘木」の原木ラベルを制作し、銘木市場に出荷する丸太に貼付けるなど、増川産青森ヒバの全国的なブランド化を一層推進しています。

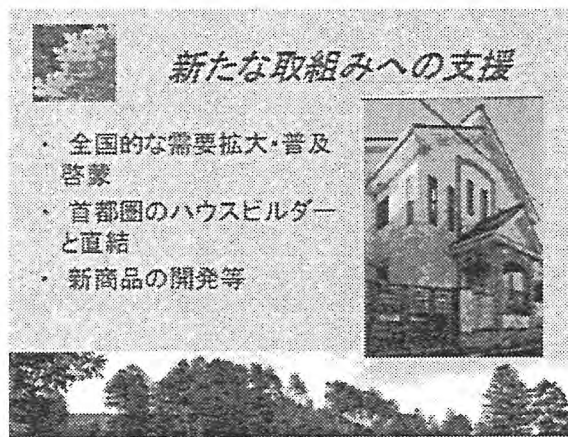
なお、このラベルの材質は、ペットボトルのリサイクル（PET合成紙）であり、環境にも配慮しています。



(5) 新たな取り組みへの支援

全国的な需要拡大・普及啓蒙に積極的に取り組むとともに、首都圏等のハウビルダーと直結した新たな販売ルート等の取組みに対し、需要開発材の供給等で支援するものです。

本年度、首都圏のこだわりのハウビルダー、カンザキ建設において、当署から青森ヒバを供給し、青森で製材した製材品を直送する方式の住宅が実現しました。



(6) 青森ヒバのホームページ

青森ヒバのポータルサイトとして、歴史、施業、素材の優位性、販売情報等に関するホームページを、県内の産業界等と共同制作しました。

ホームページアドレス：
<http://www.aomorihiba.jp>



3 結果・考察

(1) 森林施業

森林施業に関しては、地域住民等と連携したヒバの森林づくりや、林地保全対策の実施などにより、ヒバの森林や施業についての地域の理解が深まりました。

今別町の植樹祭では、いろいろな樹種を植えましたが、地元の小学生に聞いたところ、「ヒバが一番好き」と言っており、今後は国有林でも分収造林の主伐が増加することから、今までのようにスギ一辺倒ではなく、ヒバを積極的に植えていきたいと考えています。



今別町植樹祭で地元小学生がヒバを植樹

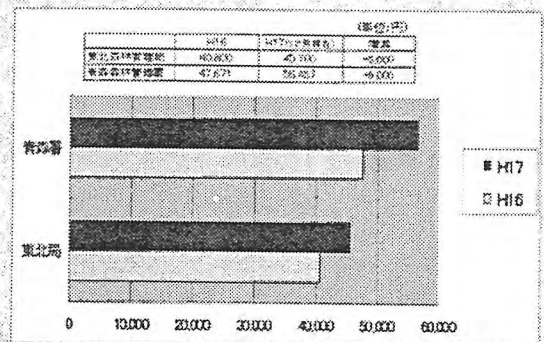
(2) 青森ヒバの供給

青森ヒバの供給に関しては、戦略会議の議論を踏まえ、使う人の立場に立った採材仕分けの工夫などの様々な取組を展開し、首都圏等へのハウビルダーと直結した新たな販売ルートを実現したほか、当署のヒバ単価の改善などが図られ、国有林の収入確保にも大きく寄与することとなりました。

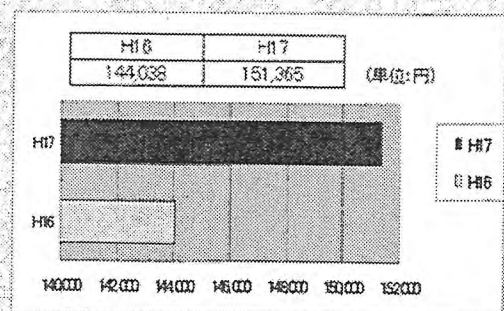
当署のヒバの平均単価は、昨年度、47,671円でしたが、今年度は12月末現在で、56,457円と、約9千円アップしました。

また、当署の旧三厩村・今別町から産出される増川産のヒバについて、本年度から「天然青森ひば増川産優良銘木」のラベルを制作し、出品する丸太に貼付け、全国的なブランド化を推進した結果、県外委託材の平均単価は、昨年度の144,038円から、151,365円にアップしました。

青森ヒバ平均単価



増川産県外委託材m3当たり平均単価



(3) 普及啓蒙

さらに、青森ヒバホームページを開設し、ヒバのもりコンサートを実施するなど、多種多様な青森ヒバの普及啓蒙にも取り組みました。当署の取組はマスコミの高い関心を呼び、各種新聞・テレビ等で数多く取り上げられ（1月末現在で全国最多の35件）、絶大なPR効果がありました。



首都圏等を含む200名余の聴衆で盛況だったコンサート



(総合戦略関連の主な記事等)

- ①日刊木材新聞：「首都圏などの需要開発」
- ②NHK青森：「産地ラベル」
- ③朝日新聞（首都圏を含む東日本版）
：全面広告で、大きくPR
- ④林野時報の特集記事
：「津軽半島青森ヒバの国を歩いて」

(4) 考察

これからの国有林は、国民に開かれた「国民の森林」として、森林自体の存立による社会的効果の維持・向上を第一義に置き、国民から求められる環境材としての木材を供給することによって、社会貢献の最大化を指向すべきであろうと考えています。当署の総合戦略は、「青森ヒバ」をテーマとして、この考え方の実現を図ろうとするものでもあります。

青森ヒバについては、我々国有林はもとより、育苗、造林、伐採等の事業体、地域の製材工場、市場、さらには、各研究機関や民有林との連携も含め、一体となって情報を共有し、長期のビジョンを持って進めることが必要と考えています。