

参加した人には「小遣い稼ぎ」のボラバイトになる、という形。

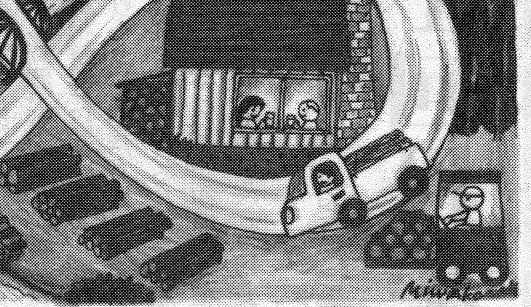
♣「C材で晩酌を！」

昨年は大河ドラマ『龍馬伝』で高知県・土佐への注目度が高まった。しかし、実は森林ボランティアの世界ではそれ以前から土佐が注目されていた。『土佐の森・救援隊』(高知県の町・代表松本誓さん)へ以後土佐の森というNPOが、森林ボランティアや間伐材利用を推進する組織から熱い視線を浴びていたのだ。

その活動は「C材で晩酌を！」というキャッチフレーズで広まっていた。C材というのはランクが低い木材のことだが、C材のみならず間伐材は全て山に残すやり方が主流になった背景がそこにはある。

例えば、ガンリン代などの経費と売れた材の実費とを差し引いて手元に残れば十分、と考えられる人がいる。業者とすれば一定の利益を上げる必要性があるとしても、個人レベルでは「稼ぐ」意味ややり方、必要な額も違ってくる。特に、今の農山村で年金を受給している方たちは多くが国民年金だ。あともう少し稼げたら、と思う人は多い。また、森林ボランティアは山にただ放置される木に胸を痛める人が多い。材が利用されること自体に価値を感じる。

でも、最初から「手入れ」と言われると多くの人は臆する。山離れが続いたこの数十年の間に「誰でもできる」とは思いにくい状況ができていた。そこで伐り捨てられている材を運び出し、かつ、それがお小遣いになるという楽しみでひきつけた。すでに伐られて転がっている木を出すのは、伐採に比べて危険性が低い。実は技術がいるのだが、その部分をNPOが工夫して、参加者はみんなで行いやすいという形をつくり出した。プロの仕事、と思われる林業の敷居を下げて参加しやすくなったのだ。「こっちの水は甘いぞ」と言わんばかりに。



イラストレーション 木下美和子

しかし、人工林は間伐をしないと木材生産のみならず、光環境の悪化で生態系、防災、水源涵養(かんよう)など複数の面からマイナスが甚大だ。だから最低限間伐だけは、と「伐(き)り捨て間伐(伐った木は放置)」が主流になっていった。山から材を運び出すのは、手間も経費も大きくかさむ工程なだけに収支が見合わなければやむなし、と多くの人が思い続けてきた。

もちろん、人の山の材を勝手に売れるわけではない。当初は県や市などの公有林の伐り捨て間伐材を扱い、活動が広がるにつれ、所有者には持ち出しなしで手入れができ、材は運び出して利用され、その収益はNPOに入れてもらって作業に参加した人には「小遣い稼ぎ」のボラバイトになる、という「誰にとってもプラスがある」形をつくっていったのだ。

しかし現場で作業に参加すると、興味が湧くし、意外にできそうだと思えてくる。できなかつたことができたすと、さらに面白くなる。そうして、お小遣いが得られる楽しみがある。一石何鳥にも感じられてくる。あとは、勝手にステップアップしていく。いや、そうなるように土佐の森は動いてきたのだ。(つづく)

♣地域のニーズにはまる

材価は安いとはいえ市場などに運ばば売れる。ただ、その売り上げで経費プラス労賃を賄えるかどうかは材の良し悪(あ)しや市況による。特に間伐材は利益が薄い。でも、もし労賃を度外視できればどうか？

♣こっちの水はあーまいぞ

しかし、土佐の森の真骨頂は材をただ運び出すことではない。それは呼び水のようなものだ。人工林の手入れは圧倒的に森林組合・業者任せになっているが、実は森

林所有者、はたまた所有者ではなくとも町に暮らす人でもその気になればできること、やると収入もあること、そうして、何よりもそのかわりが木材を育てながら多様で豊かな山をつくれることを核に置いているのだ。

(つづく)

全国30地域以上から 取り入れたいと手が挙がる。

♣3人で1日16万円

NPO法人土佐の森・救援隊(以後土佐の森)で事務局長をしている中嶋健造さんは、伐(き)り捨て間伐の残材を運び出す「C材で晩酌を！」の仕掛け人だ。発端は、自身が初めて材を運んで売ったときの衝撃から来ている。3人で1日働いたら、16万円も売り上げがあったのだ。「ヒノキだったから(材価が良い)」と言われたが、「材を運び出してもカネになら

ない」と言われ続けた林業界の常識を疑った。

調べてみると、自分の山を手入れし、伐採、販売も自ら実施している山主は稼いでいる事実を知った。山の規模や樹種、年数、経験、地域性などさまざま異なるので一口に「林業で食べている」と言うのではない。しかし、少なくとも自ら山で働く山主たちは「厳しい林業」状況下でも稼いでいることを中嶋さんは知る。いや、厳しいから、委託したり雇用したりでは稼げないことを知っている人たちが知ったのだ。

また、地元山主にアンケートを取ってみると、「できれば自分で手入れをしたい」という答えが6割もあった。全国規模で行なわれたアンケートでも、同じような割合で「できれば自分で」と回答していることを後日中嶋さんは教わる。

結局、必要なのはそのための方策——どうしたら山主が自らかわかれるようになるか——だ、と中嶋さんは確信する。潜在的な管理希望予備軍が育てば、山は手入れがされ、材は利用され、それなりに稼ぐことができる、と。

♣暮らしていける状況を

現在国は林業を再生する手立てとして「集約化・大規模化・機械化」を合言葉に進んでいる。これらによって効率よく仕事ができれば、

材の売り上げで所有者に利益を渡せるようにする、という方針だ。

しかし、材価が過去に比べて低く、経費は逆に高いことは事実。委託しても利益を出せる組織の規模ややり方の徹底した見極めが必須だ。仮に大きな組織が「効率化」で全て賄えるようにすると、それは、結果的には山に大きな負荷をかける危険性が高くなるだろう。足腰の強い林業の確立は確かに大事だが、それを実現するアプローチが元手である山を荒廃させるならば本末転倒の何ものでもない。さらに、各地で「限界集落」

化が進む現状は、林業労働者さえ増やせば解決する話ではない。その集落でいろんな人が暮らし続けられる状況が必要なのだ。

これらの背景を合わせて考えたとき、高齢でも元気な人たちが自分のペースで一働きして「小遣い」稼ぎができ、小まめな手入れが山を良くする、というあり方はもっと大事にされるべきだろう。実際、土佐の森ではリタイア後に山の仕事を始めた高齢の兄弟がこの方式で大いに稼ぐようになり、それぞれの息子さん(つまりいとこ同士)が父たちの仕事を手伝えるためにUターンしてきた。画期的ではなからうか。

♣選択の幅と自由を広げる NPO

「C材で晩酌を！」が名を広げ

たのは、07年から隣町が始めたハイオマスプラント事業に参画してからだ。モデル事業の助成金でC材の買い上げに上乗せ金をしたら材の搬出をやる人がぐっと増えたのだ。

それによってモリ券の利用が促進された。モリ券とは森林証券で、1回のボランティアに対して1モリ(1000円相当)を出すのだが、参加者の増大がモリ券利用可能商店を増やし好循環が始まったのだ。モリ券は現金と等価ではないのが特徴で、仮に700円のものを買って1モリを渡すと、お釣り300円をNPOに寄付した意味になる。そのカネはプールされ再びモリ券に生まれ変わる。山の手入れと地域の活性化がセットで動く。

ボランティアというアプローチ、ボランティアとして小遣い稼ぎのアプローチ、やはり働くアプローチ。生きていく上で欠かせない「経済と生きがい」両方を一つの活動の中でそれぞれ自分の案配で選択して動ける。その自由度を提供していることが土佐の森がここまで広まった理由ではないかと思う。

今、この土佐の森のやり方を取り入れたいと全国30地域以上の手が挙がっている。その広がり期待したい。(おわり)



イラストレーション 木下美和子