

## SGEC 森林認証の展開と林業組織の対応

岩本幸（筑波大院生命）

### はじめに

日本における森林認証の取得状況をみると SGEC（『緑の循環』認証会議）認証の拡大が特徴的であるが、その普及メカニズムは「消費者の選択的購買」というより企業・団体組織や国産材住宅業界との連携のなかで拡大が進展している。本報告では、SGEC 森林認証の展開と林業組織の対応を以下の調査方法により実証的に分析する。

### 調査方法

SGEC 森林認証の構築過程における推進主体と林業組織の対応を明らかにするため、関係組織への聞き取り調査を実施した。また、2007 年 10 月 1 日現在の森林認証と事業体認定取得組織を対象にアンケート調査（回答率は森林認証 75%、事業体認定 66%）を行い、認証取得組織の属性と取引関係を分析した。さらに同アンケート調査を基に普及要因を把握し、その特徴を示す代表的な地域である 熊本県の現地調査から林業組織の関係性と普及メカニズムを検討した。

### 結果と考察

SGEC 森林認証は 2003 年に日本林業協会が推進主体となって設立され、認証面積は順調に拡大した。この拡大要因として、大規模社有林を所有する王子製紙、日本製紙、三井物産、住友林業などの企業の認証取得が特徴的である。同時にこれら企業の系列会社や取引先が事業体認定を取得し、事業体認定も遅れることなく進んだ。このような大手企業の「取引先の取得」による波及効果は、事業体認定の普及を大きく牽引している。これら初期の普及の後に 2005 年以降、「地域で SGEC を取得する方針」や「審査機関との関係」から林研グループの指導者層や市町村・財産区の認証取得が拡大する。さらに熊本県と北海道では、国有林と道県有林の認証取得が加わり、国有林・道県有林関連業者の事業体認定と森林組合の森林認証取得への機運が高まった。熊本県と北海道以外にも静岡県、広島県などで地域ネットワークの形成が進展しているが、これは既存の人的ネットワークを起点とした審査機関による普及拡大の取り組みにより展開している。また、事業体認定では近年、製材業や木材販売業で「新たな取引先開拓」を目的とした取得も増加しており、森林認証との選択理由の違いが指摘できる。

熊本県は、上記の拡大要因が全て創発的に関連、影響するなかで SGEC 森林認証が普及、拡大し、認証材が住宅建築で利用されるに至った。最初に日本製紙九州社有林により認証森林が確保され、南栄と新産住拓を中心に認証材の流通経路が構築された。その後、九州森林管理局と熊本県が「持続可能な森林経営の推進に関する協定」を結び、歩調を合わせて森林認証を取得し、認証材の供給元が拡大した。現在、コンサルタント機関および審査機関との関係による森林組合の取得や、「地球の会」傘下の地域ビルダーによる事業体認定の取得も活発化している。このように、SGEC 森林認証の普及過程では地域および林業組織間の関係性が大きく影響しており、今後の展開においても重要な意味を持つと考えられる。

（連絡先：岩本幸 miyukiwamoto@hotmail.co.jp）

## 日本の木材関連業の環境対応

相楽美穂（立命館大学）

本報告では、現行の持続可能な森林・木材利用に向けた諸施策のうち、グリーン購入法に関わってすすめられている合法性証明制度に焦点を当て、その改善のための方向性について2つの視点から検討する。第1の視点は、他の分野での法制を検討し、そのエッセンスを合法性証明制度に導入する可能性を考察するというものである。そして第2に、持続可能な森林利用に向けて、木材業界が自主的にすすめている取り組みを調査し、そこから得られる取り組みの意義について考察するという視点である。

まず、現行の合法性証明制度の問題点とその改善のあり方について、木材業界や自然保護団体への聞き取り調査をもとに示す。そして、その改善策として、材料（木材）に関するなんらかの属性を把握・表示する必要性を、他の分野での法制を検討することによって提示する。材料の属性としてなにが適しているのかについて検討し、そしてその把握と表示が、持続可能な森林利用にどのように貢献すると考えられるのかについて、化学物質管理の方法、なかでもEUのREACH規則の理念と仕組みから説明し、さらに、表示に関わる法制の意義からも説明する。

REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) は、製造量または輸入量が年間1トンを超える化学物質を取り扱うEU域内の製造業者及び輸入者に、それら化学物質の登録（有害性評価等）を義務付け、これらをEU当局が評価し、リスクの懸念が高い物質については認可を受けなければ流通不可となる、というものであり、2007年6月に施行された。EUは、REACHのもとで、新規化学物質のみならず、すでに流通している10万種の化学物質も、その属性について、すべての取り扱い業者が確認、管理することによって、化学物質による悪影響の発生を予防しようとしているのである。木材・木製品分野への適用が考えられるREACHの特徴として、「環境配慮のために発生する作業を規制当局から産業界に移管」、「最終製品取扱業者をも巻き込んだサプライチェーンによる原材料関連情報の伝達強化」、「供給先や最終消費者への原材料に関する情報の開示」が挙げられる。

一方、表示の意義については、既存の表示規制における考え方から、消費者をキーワードにして説明され得る。

さらに第2の視点として、すでに業界内で自主的にすすめられている樹種・産地表示の取り組みについて考察することにより、樹種・産地の把握・表示を制度化していく可能性を展望する。このうち、もっとも検討を要する条件は、表示の内容（把握・表示をしていくものとしての樹種と産地の指し示すレベル。樹種以外の分類の可能性を検討することも含む）、偽装表示のチェック体制、であると考えられる。この2点を中心に取り上げて考察する。

（連絡先：相楽美穂 [sagara151@hotmail.com](mailto:sagara151@hotmail.com)）

## 合板利用を背景とした国産材生産・流通の変動 —宮城県を事例として—

○加藤 大雅(筑波大院生命)、大塚 生美(林業経済研究所)、餅田 治之(筑波大院生命)

**はじめに：**宮城県石巻地区は合板工場、製紙工場、製材工場が集積した国内でも有数の木材消費地域である。宮城県の素材生産量は2002年37万m<sup>3</sup>から2007年には58.6万m<sup>3</sup>と増加しており、そのなかでもとりわけ合板用素材の生産量は2.9万m<sup>3</sup>(2002年)から24.2万m<sup>3</sup>(2007年)、用途別比率では8%(2002年)から41%(2007年)と急激な拡大を見せている。

本研究では、急激な素材生産の拡大が見られる宮城県において、合板利用を背景とした国産材の生産・流通の現況を把握するとともに、合板用材の生産拡大が地域の林業構造にいかなる影響を及ぼしているのかを明らかにする。

**調査方法：**予備調査として、宮城県庁、宮城県森連、宮城県森林整備事業協同組合、合板工場4社に対して聞き取り調査を行い、合板利用を中心とした素材の生産・流通構造を把握した。その後、予備調査で得られた情報をもとに、民間の素材生産業者7事業体と森林組合7組合に対して聞き取り調査を行った。

**結果と考察：**宮城県における国産材の合板利用は、栗駒地域のアカマツの松くい被害がきっかけであった。この被害を重く見た栗駒地域の県事務所と森林組合がアカマツを合板原料として利用することを工場に要請した。国産材価格は外材を下回り、今後の外材供給にも不安を感じた合板工場はアカマツ材の合板利用に着手する。同時に、林業試験場でのJAS規格の認定、国庫補助、県単補助を利用した合板工場の国産材製造機械の導入など合板製造の基礎が整備された。アカマツの合板利用が現実的となり、その後の合板素材はカラマツ、スギへと展開していく。さらに、県森連を中心とした素材供給側と合板工場4社の需要側に県行政が加わり、素材の安定供給協定が結ばれた。これらにより本格的に国産材の合板利用が開始され、宮城県の素材生産量は上述のとおり、2002年より5年間で21万m<sup>3</sup>の増加があった。

宮城県においてこれほど急激な素材生産量が増加した要因として、①合板工場が低質材を原料としており、定額で安定的に引き受けてくれること、②合板用素材は2mもしくは4mの単純規格であること、③決済方法は、月末締め翌月払いの現金決済であり、窓口を県森連、整備協、商社と限定していること、④国庫補助等により合板工場の製造能力の向上と素材生産力基盤の強化が図られたこと、⑤合板用素材の安定供給システムの構築に際して、県行政が加わり公平性が保たれたこと、以上の5つがあげられる。

これらの要因を背景に素材生産量が増加していく中、地域の林業に次のような変化が見られるようになった。①B材の販路と価格がいわば保証されるようになったため、素材生産業者が山を買い易くなり、計画的な経営が可能になったこと、②その結果、素材生産業者は機械購入などの設備投資が容易になったこと、③合板工場への販売窓口が限定されていることもあり、その窓口とつながりのある素材生産業者が他の業者から素材を購入してそれを合板工場に納材するという、いわば商社的な機能を持つようになったこと、④B材の直送が増加することで、製材工場に対するA材の直送も増加していること、等である。

再造林放棄や原木市場の在り方などの課題が今なお残されているが、合板工場の国産材利用を背景に、宮城県においては持続的な林業経営の基盤が整備されつつあると言える。

(連絡先：加藤 大雅 [uraraka1125@yahoo.co.jp](mailto:uraraka1125@yahoo.co.jp))

## 中予山岳地域における新生産システムの展開

○松本美香・牧野耕輔・藤原三夫（愛媛大）

### はじめに

愛媛県上浮穴郡久万高原町をその範囲とする中予山岳地域は、久万林業の名のもと戦後造林地の雄として全国に名を馳せた地域でもある。当地域も、80年代を境に林業不況に巻き込まれるものの、森林の流域管理システムなどの施策にも積極的に取り組み、地域を上げて林業生産地としての活路を模索してきた。そして現在、地域内の林業林産業経済及び自治体財政の深刻化を背景に、地域の生き残りをかけて新生産システム事業に参画し、地域の林業林産業構造の再構築に取り組んでいる。今年度、この取り組みも3年目を迎え、地域にも当事業の成果が現れ始めるとともに、対処できない課題も見えてきた。本報告では、それらの課題がどのようなもので何に由来し今後どう対処していくべきかについて言及したい。

### 地域の問題と取組

地域が直面している問題は、①零細所有森林所有者の意欲減退による林業放棄、②林家中心の生産体制の崩壊、③既存市売原木流通からの脱却、④製材事業所の経営安定、などである。地域では、①に対して「林業経営担い手モデル事業」と【活性化プロジェクト】による提案型間伐等施業委託を全域で進めるとともに、「森林・所有者情報データベース設置事業」を主伐に限定して展開し、放棄から委託への引き戻しを進めている。②に対しては、民間事業体の育成を目的に、「森林整備革新的取組支援事業」を積極的に行うほか、①と連携して事業体の事業量安定に配慮している。③に対しては、少量分散的な自伐・市場出荷体制から、施業及び経営の集約化を軸にしながら、集団的な生産及び流通体制の再編に連動させ、団地化と直送を併用した生産・流通コストの削減による山元利益の還元をすすめるようとしている。そして、その効果の普及のため、「林業生産流通革新的取組支援事業」による実証を行っている。④に対しては、「戦略的木材流通・加工体制モデル整備」をすすめているほか、販売先の検討や生産品目の見直しを行うとともに、生産組織・体制の再編にも取り組みを始めた。

### 成果と課題

地域では、これら取組によって、H18年度より地域における木材流通量は約20%増加し、山側生産コストも約15%の削減が進むなどの成果が現れている。製材加工コストは増加しているが、資材費の高騰を考慮すれば削減効果は見られる。しかし、林業の構造的問題は依然として解決されておらず、とりわけ素材生産、流通過程の再編強化が最重要な課題として存在している。本報告では、これらの点に焦点をあわせ、素材生産業者の組織化と生産体制の強化、また原木市売市場の役割の変更等にかかわる議論を展開する。

（連絡先：松本美香 [mi-ka-m@agr.ehime-u.ac.jp](mailto:mi-ka-m@agr.ehime-u.ac.jp)）

# 大規模木材産業の原木調達と林業一人親方の組織化—福島県を事例に—

○川崎章恵（九大院生資），興梶克久（九大院農），山田茂樹（森林総研九州）

## 1. はじめに

1990年代以降，各種の雇用近代化施策が講じられる一方で，いわゆる林業一人親方などの請負人の存在も依然として大きい。厚生労働省によれば近年林業一人親方の労災加入者（労災保険第二種特別加入者）数が全国で2000年度1,700人から2005年度1,804名と増加し，林業就業者数（国勢調査）が減少する中で林業労働者に占める割合も，1995年度1.98%から2005年度3.87%と増加している。また，2005年度の都道府県別一人親方数をみると，大分県，福岡県，福島県の上位3県で5割を占めており，一部の地域に集中している<sup>(1)</sup>。本報告で取り上げる福島県はこの上位3県であり，また2005年度の過去5年間の一人親方数の推移では，1995年度120名から2005年度238名と他府県に見られない増加を示している。さらに，福島県では一人親方団体の運営を森林組合以外にも製材工場や原木市場，民間林業事業体といった様々な組織が運営している。そこで本報告では，急激な増加の要因とともに，これらの一人親方団体の設立経緯，団体運営や一人親方の就業実態を明らかにする。

## 2. 調査の概要

福島県内の6つの林業一人親方団体を対象に2007年7月～10月にかけて，アンケート調査及び聞き取り調査を実施し，アンケートには6団体全てから回答を得た。質問項目は①団体結成の経緯，②事業実行体制，事業内容，③加入メンバー，④業務と費用，⑤会費，労災掛け金などメンバーの負担，⑥課題と支援策についてである。併せて，2007年8月～10月にかけて，林業一人親方団体の構成員である一人親方を対象としたアンケート調査を郵送法により実施した。構成員へのアンケートは6団体で180通発送し，84通(46.7%)の回答を得た。質問項目は①回答者の属性，②一人親方になった経緯，③就業実態，④森林組合との関係と今後の就業意向についてである。

## 3. 結果の概要

一人親方の属性は，60歳以上が56%，林業経験年数20年以上65%，自営農業（販売あり）との兼業が66%と農林業兼業の壮老年層が主である一方，林業経験年数の低い他産業からの転職者も存在する。また，一人親方業専業も17%ではあるがみられた。就業の実態では，一人親方団体の運営母体から森林組合系列，国有林下請け事業体系列，市場・製材系列と分類し，森林組合や国有林下請け事業体系列では決まった仲間と作業を行う者が5割を超えるが，市場・製材系列では4割が自分一人で作業を行っている。作業内容は，育林や伐出の両方や作業道開設も行う者が6割近く，機械はチェーンソーと林内作業車を使用する作業形態が半数で，バックホーやグラブプルは3割程度が使用しているが，造材までを高性能林業機械で行うものはごくわずかとみられる。年間の就業日数は150日以上が9割，210日以上が半数近くと長い一方で，一人親方業による収入が年間200万円未満35%で，一人親方業の収入が総年収の8割以上をしめている者でも一人親方業収入が200万円未満となっている者も多く，収入の水準は低い。

注1 厚生労働省への「労働者災害補償保険事業年報」に関する情報開示請求による資料  
問合せ先：川崎章恵 <kerria-a@ffp.kyushu-u.ac.jp>

# 林業イノベーションの展開方向 —人工林材の生産と流通の狭間で—

○川村 誠（京大農）・坂野上なお（京大フィールド研）・長谷川 正（櫛オービック）

## 1 イノベーションの同時代性

90年代に入って、土木建設の現場がクローラタイプのベースマシーンに席卷された時、林業生産の現場も車輛系に変わると思われたが、実際に、普及するまでには10年以上を要した。また、土木建設機械の場合、レンタル・リース方式によって、現場に即した多種多様な機能と大小さまざまなタイプを自由に選択できるシステムが生み出されたのに対し、林業機械は未だ買取り中心で動いているかにみえる。

しかし、林業部門の車輛系への転換は着実に進んでいる。80年代まで土木建設に存在した大量の人力作業が事業規模の大小を問わず駆逐されたように、腰鉈に地下足袋といった林業の現場は姿を消しつつある。現代におけるイノベーションの同時代性を理解する必要がある。

## 2 先行するプロセス・イノベーション

現代のイノベーションは、シュムペーター仮説と位相を異にする。何か新たな試み一つ、新商品（プロダクト）あるいは生産・流通過程（プロセス）でも、その導入による波及効果は、企業や国民国家の壁を一気に超える。J. M. Utterback (1994)が指摘するようにプロダクト・イノベーションとプロセス・イノベーション相互のダイナミズムが重要である。

イノベーションの定義として、「イノベーションとは、生産から流通消費に至る一連の商品化プロセスを、市場の長期的変化に合わせて最適化する経営行動」とみなせる。つまり、イノベーションは技術革新であるばかりでなく、優れて市場対応的なプロセスの革新を含んでいる。

林業生産をみると、1960年代の「集材機革命」から、90年代以後の「プロセッサ革命」に至る間、ヘリコプター集材や林内作業車も含め、プロセス・イノベーションが先行してきた。未だ流通イノベーションとの連携はみえてこない。

## 3 流通イノベーションにおけるベンダー型流通の役割

90年代に至る国産材流通において、市売市場の役割はきわめて大きいものがあつた。小規模分散的で多数の売手・買手を結び付ける過程で、多種多様な商品が仕訳けられ、多量な商品群として流通した。現在、市場は大きく変化している。すなわち、多数の売手と少数の買手が限られた商品を巡って取引している状態にあり、買手寡占に近い。

ただし、加工生産部門の大型化は、寡占化の要因の一つでしかない。大型製材工場の購買する原木丸太商品は、限られた長径級の商品である。しかし、他に、買手は特定されるものの、多種目で幅広い商品が必要されている。丸太・製材品を問わず、特定の買手が求める商品を品揃えして、さらに在庫負担のリスク分散を図るためには、売手側から在庫調整を担うベンダー型システムが考えられる。

## 4 林業イノベーションへの課題

特定の大型需要に対応したシステム構築が、必ずしもイノベーションに結びつかない。イノベーションが、スケールメリットを求める方向に働くばかりでなく、小規模分散的な方向にも働くことに注目したい。とりわけ、プロダクト・イノベーションとの連動をどのように捉えるかは、今後の大きな研究課題である。

（連絡先：川村 誠 [mkawa@kais.kyoto-u.ac.jp](mailto:mkawa@kais.kyoto-u.ac.jp)）

# 北海道における地域材住宅事業の新たな展開と流域連携の課題 —道東地域を中心として—

加来 聡伸（東京農業大学）

## はじめに

北海道網走地域は造林樹種であるカラマツを主体とした林業を展開している地域である。近年では集成材、ラミナ材、合板などの高付加価値製品の需要が増加傾向となり、網走地域は林業算出高でもトップクラスとなったが依然として移出産業としての性格を持つ地域である。

一方、網走地域の美幌町は行政を中心とした森林認証材による地域材住宅の取り組みが 2007 年より始まった。取り組みとしては浅いが、このような地域材住宅の取り組みは川上、川下間の連携を促進するものであり、環境に対する上流域への住民意識の変化が期待されている。しかしながら、美幌町を中心とする地域材住宅は局地的で独自の取り組みでしかなく住宅需要者への市場拡大が課題となっており、上下間の結びつきについて考察を行った。

## 調査方法

美幌町にある美幌森林組合、集成材生産を行える協同組合オホーツクウッドピア、美幌町に事務所を持つ Y 工務店、T 工務店、A 流通業者(株)、美幌町役場、へ聞き取り調査を行った。役場以外はすべて CoC 取得企業であり、素材生産、流通、加工、消費の観点から上下間の結びつきについて考察を行った。また、そのほかに関連文献、関連資料をあたった。

## 結果と考察

美幌町の地域材住宅の取り組みは、森林認証材として環境意識へのインセンティブが働き、差別化としての住宅という点から局地的ながらも 2007 年には 3 棟、2008 年以降もすでに 16 棟を建設予定している。また、美幌町の認証住宅に対する補助金は 1 m<sup>3</sup>当たり 3 万円が支給され、40 坪平均では約 50 万円前後の補助金となり 180~200 万円ほど掛かる木材費用価格に対して十分に賄える額となる。また、美幌町の取り組みとして低炭素な町づくりが行われ、地域住民は環境へ関心が高く、植林活動や他県からのカーボンオフセットの活動なども行われ始めた。

このようなことから認証材による産直住宅は環境意識へとインセンティブを高める事業として一応の評価が与えられる。また、町外からの建築業者が 6 割以上を占めていた美幌町にとって町内の建築業者の活用促進へと繋がってきている。一方、認証材の生産流通においてカラマツ材は材の性質上長期的にストックすることはできず、美幌森林組合による材のストックを調節しなければならず、川上と川下の間で情報の共有が必要であり、各関連業者間の連携が求められる。また、美幌町による産直住宅は住宅市場が局地的な理由から希薄なため、市場の拡大が求められ、網走流域での森林認証の普及をはじめとした連携が求められる。

(連絡先: 加来 聡伸 [50070005@cp.bi.oi.industry.nodai.ac.jp](mailto:50070005@cp.bi.oi.industry.nodai.ac.jp))

## 埼玉県秩父地域における森林資源利用について

○岩田雄介（東京農大院）・佐藤孝吉（東京農大）・箕輪光博（大日本山林会）

### はじめに

秩父地域の特色を挙げるとするならば、主に3点ある。

1点目は、首都圏から近いことである。これにより、地域へのアクセスが容易となり、交通の便が良く観光客が訪問しやすい環境にある。その一方で、地域住民は地域の外へ進学や働きなどに出ているのが現状である。

2点目は、森林面積が広大なことである。これにより、森林資源が多いと同時に、環境保全機能や水源涵養機能などの公益的機能などがより重要視されることになる。

3点目は、独自の文化が存在していることである。秩父神社や三峯神社を中心とした地域による昔からの祭りは、全国的にも有名である。

そこで、本研究では、埼玉県秩父地域における地域としての社会的、文化的なまとまりと、その特色を大いに活かした森林資源利用の方法を提案することを目的に、今回は関連する森林組合、素材市場、製材所などの現状を調査したので、その概要を中心に報告する。

### 調査方法

林業・林産業の現状と、各事業者の取り組みを明確にするために、①原木市場、②製材業、③木質バイオマス施設に関連したもの、④その他をそれぞれ2008年4月から9月にかけて聞き取り調査など行った。

### 結果と考察

林業活動においては、T森林組合などが中心となって、森林所有者を取りまとめ、素材生産業を行っていた。そして、素材は主としてT森林組合の市場へと出荷していた。

製材業者の特徴としては、大規模業者といわれているU製材、KA製材は、大手の住宅企業と結びつきが強いこともあり、大量生産をしており、県外への出荷を主としていた。

一方で、中・小規模業者といわれているA製材、KO製材などは、天然素材の特徴を活かした独自の取り組みを地域内を中心に行っていたが、停滞気味であった。

中・小規模業者におけるこの停滞は、単に1業者の経営不振だけにとどまらず、森林所有者や素材生産業、また製材業に関連した業者や施設など、関連業界全体の不振に関わる重大な問題であると私は考える。

聞き取り調査などから明らかになったことは、各事業者で働く人々が秩父地域に誇りと愛着を持ち、通常の事業とは別の個々の繋がりの中から、より良い社会を築こうとして取り組んでいることであった。

したがって、今後は、このような取り組みを、最初に述べた地域の特徴を活かした森林資源利用へと繋げることが重要な課題である。

(連絡先：岩田雄介 [yusuke\\_iwata\\_0305@yahoo.co.jp](mailto:yusuke_iwata_0305@yahoo.co.jp))



# 農村生活の変化とエネルギー利用 —薪利用を中心に—

○嘉門 洋介・和田 翔太・川村 誠（京大農）

## はじめに

現在なお、世界の木材利用の半数は薪炭などエネルギー利用である。しかし、日本において、1950年代後半から農村地域のエネルギー利用は大きく変化した。一般に、燃料革命あるいはエネルギー革命と呼ばれる、地域資源としての薪炭林利用からの転換であったが、単に薪炭から化石燃料へ変わったというだけでなく、土地利用にはじまり農林業はじめ生産活動、地域コミュニティのあり方、さらに家屋の構造から家族生活のあり方にいたるまで、地域生活の全ての変化を伴っていた。いわば地域システムの転換である。

薪利用の後退は、システム転換を具体的な形で示している。地域システムの転換は内的要因と外的な要因の双方が働いたとみるべきだが、薪利用は、前者の内的なシステム転換に強く関わっている。地域生活の内部に生じた変化は、地域システムの転換をより一層、促進したとみてよい。本研究では薪利用を中心に、未だ途上にある地域システムの転換の方向を明らかにし、変化する地域生活の中で、地域資源を生かしたシステムの再構築の方向を考えたい。

## 研究の方法

近年、政策的に取り上げられ進められている都市農村交流の場合、都市と農村の地域システムの差異を前提に、相互に影響し合うことにより、それぞれの地域で新しいシステムへの転換ないし生まれ変わりが期待されている。一方、地域交流の究極の段階として、移住を希望する人々、いわゆる I ターン者の存在が注目を集めている。単なる交流者ではなく、地域システムの一員として、システムを補い強化する存在として期待されることが多い。しかし、農村らしい生活、地域資源を活用した生活を指向する傾向の強い I ターン者の存在は、地域システムにとって両義的な存在である。今や、既存のシステムが転換する場合のみでなく、システムが入れ替わる場合も考えるべきである。本研究では、入れ替わりの進む山村地域を取り上げ、薪利用を通して地域資源利用のあり方から地域システムの変化について実証的に検討を加える。

## 調査手法と成果の検討

調査は現在、薪をエネルギーとして利用している家庭を対象に聞き取りを行った。聞き取りはエネルギー利用の実態、及びその変遷、薪を使用しなくなった要因、I ターン者の動向などに焦点をあてた。

調査地は、京都府南丹市美山町知井地区の比較的、I ターン世帯の多い芦生・田歌・江和集落である。美山町は京都府のほぼ中央に位置し、知井地区はその美山町の東半分を占める、人口 886 人（平成 20 年度 4 月現在）の山村地域である。芦生集落は知井地区を東西に流れる由良川最上流部に位置し、その一つ下流に田歌、さらに下手に江和集落がある。知井地区では平成 17 年度以降、地区の振興会を中心に I ターン者を対象とした「新入学祝金制度」や「住宅助成金制度」などの定住化促進対策を実施してきた。その成果として、取り組み以降、7 世帯の定住者受け入れを達成している。今回の調査では、薪利用者への聞き取りがそのまま、I ターン者への聞き取りとなるケースが目立った。なぜなら、既存の住民より I ターン者の方が、薪ストーブという形で薪をより多く使用していた為であり、I ターン者による、地域資源利用のシステム転換を予感させる結果となった。

（連絡先：嘉門 洋介 yosuke08@ares.eonet.ne.jp）