

照葉樹林の復元をビジネスに！

～宮崎県綾町からのチャレンジ～

宮崎県綾町で、環境保全活動を基盤に、事業型 NPO としての発展を目指している NPO 法人宮崎文化本舗。その取組を通じて感じていることについて、代表の石田達也さんにお話を伺いました。

(採録・執筆：つな環編集部)

事業化を目指して

平成 22 年、NPO 法人宮崎文化本舗が事務局を務める『てるはの森の会』は、九州環境パートナーシップオフィス（以下 EPO 九州）が事務局となり、環境 NPO 等を事業型環境 NPO 又は社会的企業として発展させていく事業の、環境関係の民間団体等の 1 つに採択された。これは、平成 17 年に、林野庁・宮崎県・綾町・公益財団法人日本自然保護協会・そして『てるはの森の会』の五者で協定を結んで動き出した綾川流域照葉樹林帯保護復元計画（通称：綾プロ）が始まって 6 年後のことであった。

綾プロとは、宮崎県綾町を核とした世界最大の照葉樹林帯（コア・ゾーン約 2,000ha）の周囲にある人工林を計画的に伐採し、本来の照葉樹林帯に復元し、100 年後を目処に 6,000ha の連続した照葉樹林帯を官民一体となって復元するものである。毎年人工林を事業者やボランティアで間伐し、人工林の周囲にある照葉樹林からの種子を誘い込み自然萌芽させるという復元方式をとっている。官民一体のプロジェクトといっても、国から全て予算が出るわけでもなく、それぞれの協定者が行う事業費は、それぞれで捻出せねばならず、また間伐した材をうまく活用できないとい



綾町の誇る美しい照葉樹林の風景

うことが協定を結んで以来の課題であった。この課題の解決策として団体内でもいろんな意見があり事業応募したのだ。

商品開発という挑戦

間伐した杉は 25 年生程度のものが多く、直径が 30cm 程度、この材を有効的に使える商品開発に乗り出した。ある程度の量の材を利用するには木製の雑貨では一度に使用する量が限られてしまう。また精巧なものになると量産できないうえに単価も上がってしまうという中で考え出したのが木製フレームであった。EPO 九州の支援のもと、企業、自治体、金融機関、中間支援組織等と連携しながら全国に普及しうるビジネスモデルの策定支援対象として様々なアドバイスを受け、フレームだけでなく、フレーム自体を自立させる組立式スタンドを開発し、この年に商品の見本が完成し、報告会を行った。評価委員からは、環境関係のイベントや見本市、大型ショッピングセンターや公共施設と販路は限られているものの、ビジネスのチャンスがあるという一定の評価を頂いた。

平成 23 年 3 月に東日本大震災が起こり、ボランティアとして宮崎から被災地に向かい、避難所や子どもたちのいる児童館等をまわったときに、屋内で狭いところでじっとしている子ども達を見て、使用しないときは簡単に片付けられる屋内遊具を作ったかどうかという考えを思いついた。パネルを自立させるために開発した組立式スタンドの経験があったため、誰でも組み立てられ、使わない時には収納可能な遊具ができれば子どもたちは喜ぶのではないかと。そんな単純なアイディアから、24 年度からは木製遊具の開発に取り組んだ。技術者、デザイナー、学識経験者、林業関係者、それに NPO 関係者で新たな開発チームを編成し一から議論を始めた。お題は簡単に組立ができ、収納も簡単、それでいて強度もしっかりしていて子どもたちが喜ぶ遊具という、何も下地がないところからの出発だった。

試行錯誤の末に

環境教育や体験活動ということは馴れてはいるが、物作りには素人同然の者が主催兼事務局を務めており、開発チームの委員の方々は本当にそんなことができるのだろうかと不安だったに違いない。今振り返ると頓珍漢な発言も多々あった中、それぞれの専門分野の方々から貴重なご意見を頂き、少しずつ形になってきた。強度を保つために六角形のフレームを採用し、それを繋ぎ合わせることでブロックみたいな形で増やしていける形状で試作品を作ってみることになった。都合10数回を超える試作品開発の末、子どもたちが安心して遊べる大きさや安定性、安全性を確認し量産体制ができるようになるまで2年半の時間を費やした。商品名を「ろっ木ー」として売り出す準備が出来たが、子どもたちの反応がどういふものか不安な要素を抱えながら、平成25年5月、新宿御苑で開催された環境省主催のロハスデザイン大賞2013の「森のおもちゃ美術館」に出展した。

最近では公園の遊具も安全性を重視したものが多くなり、新たに新設される公園でジャングルジム等を見かけることが少なくなった。果たして、子どもたちはこんな遊具で楽しく遊んでくれるだろうか？心配は杞憂に終わった。出展した三日間、子どもたちが「ろっ木ー」で遊ぶ姿が途切れることがなかった。途切れないだけでなく何度も繰り返し喜んで遊ぶ姿を見てホッとした。

「買い手」への意識を広がりを通じて

年末にはエコプロダクツ2013に出展、子どもたちからも前回と同じような反応を得たと同時に、商品購入に関する問い合わせも出てきた。ヒット商品を生み出すことは生易しいことではないが、それに加え、地域や環境問題の課



2013年のエコプロダクツ展に出展した際のろっ木ー

題を解決する側面を備えたビジネスを組み立てることは容易ではない。まだまだ、この取組が起動に乗っているとは決して言えないが、いろんな人が立場を超えて協力し、多くの人が喜ぶ要素を備えた商品を開発するところまではできた。後はどれだけビジネスとして成立させていけるかが今後の取組如何になってくる。物が溢れている時代だからこそ、時間をかけながら本当にいいモノやサービスを提供していくことが喜ばれるのだということを、今回のビジネス支援を通して経験させていただいた。

「買い手よし、売り手よし、世間よし」。近江商人の言葉にあるように、売り手の都合だけでビジネスをするのではなく、買い手が心の底から満足し、さらに商いを通じて地域社会の発展や福利の増進に貢献しなければならないというコンセプトは日本では16世紀から確立されていた。単に経済的な成功を収めることだけではなく、地域の課題にビジネスという手法を通してどう向き合っていけるのか。自分たちも立ち位置を確かめながら、綾の森を復元するために、今後どのように広げていくことができるのか楽しみでもあり、大きなチャレンジでもある。



照葉（てるは）大吊橋から絶景を楽しむ

石田 達也（いしだ たつや）

宮崎県出身。宮崎バーズニア・ビーチ市姉妹都市協会の初代事務局長や、宮崎映画祭実行委員会初代事務局長を経験。芸術文化のまちづくりと、ボランティア相互のネットワーク化を柱とした事業を中心とした様々な活動展開のため2000年に特定非営利活動法人宮崎文化本舗を発足し、代表理事を務めている。