

会議録：「第6回恵那市産業振興ビジョン検討部会（林業部会）」

日時：平成29年11月6日（月曜日）15：30～

場所：恵那市役所会議棟中会議室A・B

参加者：別紙参照

1. 開会

○事務局 「これより第6回恵那市産業振興ビジョン検討部会林業部会を始めます。」

2. あるべき姿と現状の掘り下げ

○事務局 「前回の会議では、ターゲット、コンセプト、利用シーンを明確にして、お金を取れる仕組みをお客さん目線で作る必要があるという結論を得た。今回は、あらかじめワークシートを配布して皆さんの考えをまとめて来てもらっていると思うので、発表していただきながら実際どのような取り組みが必要で、何が出来るのかということを議論していきたい。」

○ワークシートによる意見のまとめ

別紙「林業部会：人材育成と集客できる仕組み（意見のまとめ）」参照

○部会の意見

- ・ヒノキの木っ端などはお風呂の入浴剤などに提供できる。
- ・木を提供する場所としてキーポイントは中心的な役割を担っていることを再認識させられた。
- ・えなてらすとおばあちゃん市にも商品を出している。そういうところで何か恵那市の木をアピールできるものを出して行けるといい。
- ・市内木工関連業者が作った東濃ヒノキのコーヒーカップを自分の店で展示していたところ、東濃ヒノキを材料にしているところに興味を持った客がいた。東濃ヒノキにはブランド力、知名度がある。それを活用することは有用だ。いいものだということを訴えていくことが大切だ。

○事務局 「色々な提案を出していただいた。非常に良い意見が多かった。これらをもう少し違う視点からみて考えていくと良いものができると思うが。」

○部会の意見

- ・宿泊の中に家具作り体験を入れてみるのはどうか。

- ・ 林業体験では小学生や中学生を対象としたものはあったが、対象が大学生では難しいか。
- ・ 木工だとか、林業体験に絞ってしまうと大学生は難しいかもしれない。もっと広く、「田舎においでよ！」のようなコンセプトであれば来ると思う。「山で美味しいコーヒー飲みましょう。」というコンセプトでやったことはあった。
- ・ 小学生対象では、なかなか担い手の増加にはつながっていないという実績もある。そう行った面では、大学生を対象にしたらどうかという考え方もあっていいと思う。
- ・ 今までは担い手になってという教え方はしていない。授業の一環としてしかやっていない。
- ・ 現在、市内で 8 つの小中学校で林業体験を取り入れている。そういう取り組みに肉付けしていくのはどうか。
- ・ 前回の部会の中で、利用者からお金を取ってできる体験プログラムがあるといいという話があった。お金を取るとなると、小中学生が相手では難しい。お金を取ってできるということになるとターゲットは大人ということになるし、とにかく「担い手になってよ」というアピールが前面に出すぎると、敬遠される。少し遊びに行こうかなという軽い気持ちで参加できる体験プログラムが良い。
- ・ 中野方の棚田ではオーナー制度という取り組みがあり、農業体験でお金を取っている。それに似た取り組みができると良い。木でもオーナー制度みたいなことはできないか。
- ・ 木は成長が遅いので、時間がかかる。
- ・ もっとスパンを凝縮して、木を切るところから始めてはどうか。木を 1 本切ってそれを板や柱に加工して持って帰る体験プログラム。
- ・ ホームセンターなどと提携すれば上手くいくかもしれない。例えば東急ハンズみたいなところと提携すれば、客層もある程度高所得者に限定でき、ターゲットは絞られる。
- ・ 加工体験付き、宿泊付きなどのパッケージにして、売り込めば売れると思う。
- ・ 木 1 本なら最小単位だが、板にすればかなり取れると思う。お土産もできるし、なかなか面白い体験プログラムができるのではないか
- ・ 現地の見学会などもセットになるし、泊まらせることもできる。
- ・ 木は色々な使い道がある。それを情報発信するだけでも来てもらえるきっかけにもなる。ポイントは、恵那の人ではなく、都会（名古屋）の人をターゲットに行うということ。作業をやらせて金を取るという発想が大切。
- ・ 1 本の立木を買って、その使い道まで考える。そしてその体験まで買う。他県の例で、市場で丸太を買ったら、非常に安く多くの材木を入手できたという経験をブログで拡散して反響があった事例がある。今回は立木からなので、さらに安く買える。伐採体験も搬出体験もできる。乾燥は大変だが、伐った後はプロに加工を任せるのもいいし、自分でなんとかするのもいい。
- ・ 棚田は全てお金を取ってやっている。石積み、田植え、草刈りなどもお金を取って

やっている。

- ・大きい会社は社会貢献の場を探している。そういう客を付けるためには、商品化しなくては行けない。
- ・堂々と商品としてお金を取っていけるものが皆さんが関わっていけるものだ。
- ・もっと社会貢献をしたいと思っている企業もある。自分たちのやっている活動は、現在はボランティアに近いが、本来ならもっと対価をもらっても良いのではないかと感じる。
- ・今はそれぞれの工程が分断されていて、売れない、売れないと言っているが、それらが一連の工程で商品化されて、見せて行ければ売れるものになる。都会と田舎とのギャップがお金になる。商品化して PR することが大切。1 本の木から製品になるところまでの一連の工程を全て出して行って、体験プログラムにして売る。これでお金は取れる。コンセプトは「この木を使って何作ろう」みたいなものでいい。まず名古屋をターゲットにすれば近いので、来るのには困らない。
- ・今まで考えてきた案を、この取り組みに全て入れることが出来そう
- ・木を植えてから伐採、加工するまでの工程を全て出して、それで体験プログラムを作って売る。例えば1本の立木を売る。木には買った人の名前を付けても良い。
- ・1本の木で何が出来るか、それぞれで出来ることを出してもらおう。
- ・例えばテーブルと椅子のセットなら木何本とか、板なら何枚とか。家で使う具体的なものを見せていくのが良い。
- ・商品売るだけでなく、東濃ヒノキで作った器だとかいうストーリーを載せることで、その価値が高まる。地域に貢献したいという思いのある人も取り込んだり出来る。
- ・単に「木の何か」ということではなく、ストーリー付きでやった方が響く。例えば「自分の伐った木で床をリフォーム」とか。
- ・古民家ではなくても単にリフォームでも良い。

○三輪 「今住んでいるところのリフォームなら色々な用途がある。シニア層なら手摺りが要る。そういう需要を取り込んでいく。手間込みでも出来る。そうすれば仕事を取って、地元の工務店に仕事を落としていける。従来、都市部の工務店に依頼するものを、木の産地が引き受けて、地元の工務店に落とす。逆流が出来る。そういうことは今色々な業界でやっている。ただ、何かきっかけの提案が必要となる。それを都会でやる必要がある。店を持つのは大変なので、チラシを1枚置いてもらうだけでもいい。たまにイベントをやりに行くだけでも足が向くので、こういうイベントは人が確実に呼べる。そんなことをやるためにまず工程を洗い出していく必要がある。出口から考えると、1本の木からどんなものが出来るかを出していく。そしてそれをどうやったら体験に落とし込めるかということを考える。そのあたりのアイデア出しをお願いしたい。」

○部会の意見

- ・ 林業に携わる人が皆で一緒になって 1 つのストーリーで出来る取り組みはこういうものかなと思う。そうするとターゲットも絞れる気がする。このストーリーで宿泊体験も出来る。
- ・ ユーザーとしては何かほしい。木を 1 本買って、その木から何か恵みがもらえるようなそんな物を求めている。こんな味付けをすると説得力が増す。買った喜びが得られる何かほしい。
- ・ こんなものは商品にならないという物でも、実は商品化が出来る。そんな物でお金を取っては申し訳ないという気持ちを捨てればいい。従来はお金を払ってやってもらうことを体験プログラムにすることでお金が取れる。都会の人は田舎の体験が出来ないので興味がある。商品で考えても、板の切れ端は都会では手に入らない。だから商品になる。工場ではゴミになるものでも、商品化出来る。使い方次第。
- ・ 企業の社会貢献事業の個人版のようなものを加えると良いのではないか。ソフト事業なので、作る側でお膳立てをして、お金を払うことで、山に還元されるといったようなストーリー付けを行う。それをパッケージとして商品の中に入れていく。
- ・ コカコーラがやっているような取り組み（中野方町のコカコーラの森）はニーズがある。
- ・ ただ物を買うとか、体験をするだけでなく、それが地域のためになったとか、何かのために活かされたということが、顧客満足を上げることに繋がるのではないか。
- ・ それは必要な要素だと思う。言い過ぎというくらい大げさに言っても良い。
- ・ そうやってスポンサーみたいになってもらうのは良い。それをパッケージ化した時に自分がどんなことが出来るのかということを出して行かなければならない。
- ・ 空開け体験などはどうか。木を 1 本切って真っ暗だった所に穴が開いて空が見える。そこで写真を撮るといような体験プログラムも面白いのではないか。
- ・ 昨年からは豊田、三河方面の企業に、企業研修で宿泊施設を使ってもらっている。今は宿泊して、バーベキューをしてもらっているだけだが、ここに体験プログラムを取り入れていくことは出来る。それに加えて、体験を行っていただいた山を企業の山に、みたいなこともニーズはあると思う。企業から何かそういう取り組みがないかという問いあわせを頂いている。
- ・ ネーミングライツも良い。
- ・ 堂々とお金をもらうことを考えましょう。

○三輪 「まず工程を洗い出し、どんな体験プログラムが出来るかということと、1 本の木からどういう物を作るか、出せるか、どんな可能性があるかということを持ち寄れば、具体的な取り組みは出来る。あと 2 回位でまとめなければいけないので、今回は今回と同じように進めて。その次は他の部会も一緒に全体で、発表をしてまとめればビジョンは出来る。」

林業部会まとめ

テーマ「人材育成と集客できる仕組み」

■ターゲット別の具体策

別紙「人材育成と集客できる仕組み（意見のまとめ）」参照

■上記アイデアを踏まえた具体策（追加）

- ・ 集客のある観光施設で木をアピールする展示
- ・ 東濃ヒノキブランドを訴求
- ・ 宿泊に作業体験をプラス
- ・ 小中学校の林業体験に肉付け
- ・ 木のオーナー制度（1本買って製品化し、持って帰る。伐採も搬出もできる）
- ・ 東急ハンズなどと提携して富裕層に売る
- ・ 名古屋圏をターゲット
- ・ 作業をやらせてお金を取るという発想
- ・ 企業の社会貢献活動に合うプログラム（お金を払うことで山や地域に還元するストーリーが必要）
- ・ 木を植えてから伐採、加工するまでの一連の工程を体験プログラムに商品化して売る
- ・ 商品にストーリーを乗せる。「自分で伐った木でリフォーム」など
- ・ 都会と地方のギャップがお金になる
- ・ 需要を取り込んで産地で商品化することで地域内でお金が循環
- ・ 企業研修に体験を追加、ネーミングライツも面白い

■展望

工程を洗い出し、1本の木からどんなものが出来るか、それをどうやったら体験に落とし込めるか考え、具体的な取り組みを導き出す。

3. 次回検討部会の開催について

○事務局 「次回の開催日は後日お知らせします。今日のまとめと、ワークシートを作成して送付するのであらかじめ記入して持ってきてください」

4. 閉会