



## 建材から割りばしまで出口広がる 「販路」と「技術」で森は再生する

木材流通の下流部分でも、森のチカラを取り戻す試みが始まっている。アイデアと工夫で「販路」と「技術」を切り開く先進事例を紹介する。

ローソンが首都圏を中心に82店舗を展開する「ナチュラルローソン」は、店頭で使う年間700万膳の割りばしを、間伐材を使って国内で生産・加工した割りばしに置き換えた。

国産材をもっと使いやすく  
広告・流通・排出枠でコスト減  
ローソン、内田洋行など

ナチュラルローソンは、全国展開するローソンより割高ながら、健康や安心・安全、環境に配慮した品ぞろえを強化している。「はしを通じて環境配慮に真剣に取り組んでいることを訴えたい」(ローソン・ナチュラルローソンMD部の山口英樹部長)との狙いがあるという。

はしの材料には、奈良県中南部の



ローソンの割りばしに使われた間伐材が切り出された吉野の森。ていねいな枝払いで節が少なく、まっすぐに伸びている

ナチュラルローソンは弁当を買った客に奈良県・吉野のヒノキを使った割りばしの配布を始めた。原料から加工まですべて国産だ

吉野林業地帯に広がる森のヒノキを使った。吉野のヒノキは高級ブランド材だ。森の育成には間伐が不可欠なこと、国産割りばしは間伐促進につながることをはし袋で訴えた。

割りばしへの加工も吉野のはし職人が手がける。1960年ころには800軒あった吉野のはし職人はいまや100軒。国産の4~5分の1の価格で輸入される中国製に押され、国内の割りばし加工業は衰退の一途にあった。しかし、木材を安価に安定的に流通させるには、森に近接した加工業の存在は必須だ。だからこそ吉野のはし職人まで巻き込んだ。

### 2週間で3割の売り上げ増

この割りばしにはもう1つ特徴がある。はし袋に広告を掲載した「アドばし」なのだ。2008年11月25日に出荷し始めた100万膳には、ロッテの粒ガム「キシリトール ネオ」の環境広告を掲載した。

これまで北海道産の木を使った割りばしを採用していたが、加工は人件費の安い中国だった。アドばしに切り替えれば、はしのコストは3倍に跳ね上がる。そこで、考え出した



写真/加藤 康

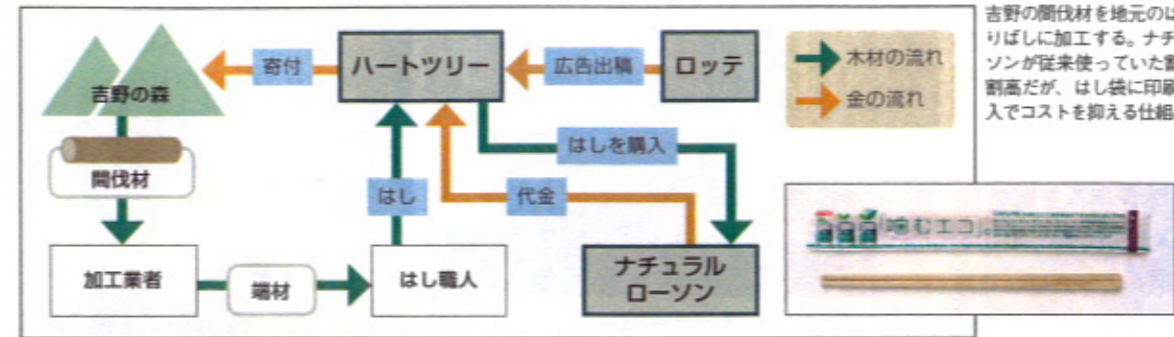
のが広告の掲載だった。

ロッテ宣伝部の山本剛史課長は、「キシリトールはシラカバなどの幹から抽出した甘味料で、森があってこそその商品。広告で森に恩返しできれば」と出稿の理由を話す。

アドばしの配布規模は、関東で100万膳。配布開始から1週間、キシリトール ネオの売り上げが配布前に比べて2割増に、翌週には3割増になった。「慎重な分析が必要だが、値引きやほかの販促は並行していない。アドばし配布と、はしと同じ広告POP(店頭販促物)の掲示が売り上げ増の要因と考えられそうだ」(ローソンの山口部長)。今後はインターネット広告代理業のサイバーエージェントの出稿が決まっている。

アドばしはマーケティング企画のハートツリー(東京都港区)の提案を基に、ローソンと共同で企画した。「間伐材を使い尽くせる“出口”を作って吉野の森を活性化させたい」。

### ●ローソンの「アドばし」ができるまで



吉野の間伐材を地元のはし職人が割りばしに加工する。ナチュラルローソンが従来使っていた割りばしより割高だが、はし袋に印刷する広告収入でコストを抑える仕組みだ

ハートツリーの服部進社長にはそんな思いがあった。出口の1つが、消費者に身近な割りばしだ。服部社長は吉野の山の関係者から加工を担う事業者、そしてローソン、ロッテまでを訪ね歩き協力を取り付けた。

間伐材の用途が割りばしへと広がれば、山主が1本の木から得る売却益が増し、森林経営を助けることができる。年間を通じた割りばしの安定的な受注は加工業を活性化させ、アドばしを売った利益の一部は吉野の植樹や間伐に使われる。

### 排出枠でコストを相殺

国産材の利用に伴う高コストを相殺するアイデアは広告だけではない。2008年10月から政府が始めた温暖化対策の国内クレジット事業(84ページに解説記事)で生まれる日本独自の排出枠も、国産材の用途を増やし、森林経営を助ける手段になる。

各地の森で間伐後、木くずが放置される光景が見られる。木を森で丸

太に加工して搬出する際、切り払った枝や細く曲がった木は用途が無く、売れないからだ。

この木くずを集めて燃料用チップにすることで価値を生み出す取り組みが各地で進んでいる。木質バイオマス(生物資源)なので燃やしてもCO<sub>2</sub>を排出しないとみなされ、重油や軽油の代わりに使えばCO<sub>2</sub>排出量の削減にもなる。

だが、木質バイオマス燃料は木くずの発生量が安定していない上、森からの搬出や、高温での乾燥に燃料コストがかかる。重油や軽油に比べて価格競争力が弱く、普及が進んでいないのが実情だ。

そんななか、CO<sub>2</sub>削減事業を支援する日本エコサポーター(青森県むつ市)の鹿内靖社長は、搬出や乾燥コストを抑えながら、国内クレジット制度の排出枠の売却益でさらに利益を上げやすくする仕組みを実現しようとしている。

木くずの搬出には、地元のNPO

(非営利組織)と手を組んだ。湿った木くずには、グリセリンを混ぜれば乾燥させなくてもよく燃える。各地のバイオディーゼル燃料(BDF)の製造拠点で、料金を支払って処分されている副生物のグリセリンに目を付け、無償でグリセリンを引き取る手はずを整えた。

これに加えて、国内クレジット制度でCO<sub>2</sub>削減事業に認められれば、獲得した排出枠を大手企業に売却した利益でさらにコストを抑えられる。

鹿内社長が描くCO<sub>2</sub>削減事業はこんな具合だ。国有林に近接した場所に事務所を設け、木くずから作ったチップにグリセリンを混ぜる。これをバイオマス燃料として近隣の農家や、製紙やセメント工場に「無償貸与」の形で引き渡し、重油や軽油の代わりに使ったことで削減したCO<sub>2</sub>の量を把握する。この削減量に相当する排出枠の獲得を狙う。

排出枠を獲得して売却できれば、利益は事業の運営や人件費に充てる。同社は青森県や新潟県で事業を展開し、年間5万tのCO<sub>2</sub>の削減を目指す。

木くずを無償貸与する形を取るのには、排出枠を日本エコサポーターが受け取るために必要だからだ。鹿内社長は、「いったん方法が固まれば、自分の仕事は終わり。この方法論を全国で使ってもらえるといい」と話す。

### ●日本エコサポーターの木質バイオマス事業の仕組み



作業所でチップにグリセリンを混ぜることで、高温での乾燥が不要になる