

京の木生産・利用倍増アクションプラン フォローアップ検討会議 概要

日 時：平成 30 年 10 月 9 日（火） 15：00～17：00

場 所：ホテルルビノ京都堀川 松の間

出席委員：長谷川委員（座長）、芦田委員、栗林委員、長島委員、西田委員

（欠席委員：柿迫委員、藤田委員）

議 事：

【事務局説明】京都府が資料により説明

- ・今年度の取組状況について
- ・アクションプランの今後の進め方について

【協議事項】

施策の具体化に向けた課題について

主な意見：

1. 府内の市場において、木材の需要があり、補助制度等があるにも関わらず、なぜ木材生産量が増加しないのか？

- 労働者が少ないので、どこの事業体も間伐実施量は目一杯の状況。
- 林業機械も重要だが、現状では道をつけても崩れるので、生産量を増やすためには林道等のある程度高規格の道が必要。
- 間伐では、手間ばかりかかる割に、思ったほど生産量が上がらない。生産量を上げるためには、一定皆伐が必要。間伐できない3～10月に皆伐が増えれば生産量も増える。
- 京都府は所有規模が小さいので交渉などに手間がかかり、生産量を増やすことが困難である。ある程度面積をまとめれば、コストを下げることに繋がる。皆伐するためには、2ha ぐらいあった方が良い。
- 森林組合では、皆伐も視野に入れて考えているが、皆伐は、災害等につながる可能性もあり、責任が発生するので、組合の中でも皆伐をするのは正しいか疑問に思っている状態。
- 間伐は、国や府の制度が変わるのが早く、新しい制度についていけておらず、これが、量を増やすことのネックになっている。制度を整理し、ある程度方向性が決まれば、機械を導入して、林大生を雇ったり、作業班を増やしたりという方針も立てやすい。
- 府に相談したいが、制度が複雑で有り、府の普及員も制度についていけておらず、誰に相談したら良いのか分からないのが現状。

2. 府内では、皆伐面積が少なく、皆伐・再生林による森林資源の循環が進んでいないが、ネックは何か？

- 森林所有者の意識が低く、山のことを知らない人に話をしても難しい状況。
- 森林組合は、車両系は得意であるが、架線系は不得意であり、検証が必要である。

- 皆伐が進まないのは、再造林するため経費を所有者が負担できないことも一因。
- 京丹波町では、皆伐時に、航空レーザー測量を用いて、収穫予想シュミレーションを行い、町の皆伐地で、データと実際の材積等の比較を行ったが、実際の方が量・価格が高かったが、非常に役に立った。データは、実際に現地で毎木調査を行い検証したが、特に修正は不要であった。
- どのような場所で皆伐を行うのかゾーニングが必要である。市場では、4m材であれば直径 50 c m 以上になると売れないので、直径 50 c m になる前に全部切るとか考えられないか。
- 山の状況や、道が入れられるかを見て色分けするなど、針葉樹を植えても仕方ないところには、群状皆伐を行い広葉樹を植えるなど、森林組合が提案していくことが必要。
- 兵庫県の架線系集材を行っている事業者は、データを利用して架線をどこに張るのか計画しているところもある。データにどれだけ投資する必要があるのか比較する必要がある。
- 崩れやすいか場所か、災害が生じた時に家まで届くかを考慮して、組み合わせを考えたゾーニングをするなどを研究されているところもある。
- 現場に時間をかけていられないので、境界の明確化がされており、林道の整備がされていれば非常にやりやすい。
- 皆伐では、枝葉の処理が問題となっている。
バイオマス燃料としてチップにしたいが、チップパーが 5 千万くらいと非常に高価で、導入できない状況。
- 林業機械の導入に当たっては、フォワーダーにタワーヤーダーがついたものが開発中で、非常にコスト削減に有効であると考えている。
- 新たな森林管理システムでも、境界がわからないとだめだが、代替わりし、山に興味のない人が増えており、市町村が主導で境界を決めることも必要になってきている。
- 森林所有者が高齢になっており、まったく知るものがいなくなったらどうなるのか心配。
- 皆伐は、課題が多いが、府の施策が総合的に見えない。一貫施業をモデル的に実施するのであれば、単発でやるのではなく、モデル的に所有者の交渉から、植栽までを継続して行い、データを蓄積していけば、具体的な課題が見えてくると思う。

3. サポートセンター設置後、川上の供給体制を確保するためには、どのような隘路があるか？

- 京都府のように木材の需要に対して、供給が追いついていない状況で、サポートセンターの議論をしても、イメージしにくい。
- 市場では、A 材は動いていない状況である。近隣府県でも零細な製材所は、いつやめても良いという人がやっているのが現状。
- 実際売れているのは、ベニヤ用材やラミナ用材である。
これからは、B、C材が主体となってくると考えられるが、A 材がこれから先どのような

なニーズがあるのかが見えてこない状況である。

- 市場にどのような役割を持たせるかをはっきりさせることが重要である。
- いろんな利害関係者がいるなか、何がメリットなのかを整理して、みんなにメリットがある形にする必要がある。
- 市場はすでに存在しており、直送を進めると市場が不要になるが市場とどう関係をつくるつもりなのか。サポートセンターの役割が見えない。
- 北桑木材センターは、製材工場から要望があれば、素材生産者に働きかける等の森林組合のような機能をもっている。
- 市場も戦略的にやっていかないといけない時代になってきており、変わらないといけない。
- 今後木材のブランド化、製材工場を増やすなどにつなげていければ、サポートセンターの役割は高いものになると思われる。