

# 「Yoshino Heart プロジェクト」の支援について

株式会社 南都銀行 総合企画部  
広報・CSR グループ

業務役 西元 雅彦

## はじめに

南都銀行がCSRの一環として支援している「Yoshino Heart プロジェクト」は、「吉野杉」で全国的に有名な奈良県吉野地区の

- ①林業・その他関連産業の活性化
- ②森林の整備とそれに伴うCO<sub>2</sub>吸収量の増大による地球環境保全

と、一見、相矛盾するような2つの目的をめざすプロジェクトである。

地方銀行は、その全行が参加する「日本の森を守る地方銀行有志の会」において密に情報交換や有識者の講演を拝聴しているため、日本の森や林業に対する理解が進んでいるが、顧客を含めた我々のステークホルダーの中には、森や自然を守るためには「とにかく木は伐ってはダメだ!」と考えられている方もまだまだ多いと思われる。

実際、私が環境や森林保護に関して銀行外部で講義を行う際には、その冒頭で大抵、次のような○×クイズをすることとしているが、理解度は総じて低いと言わざるを得ない。

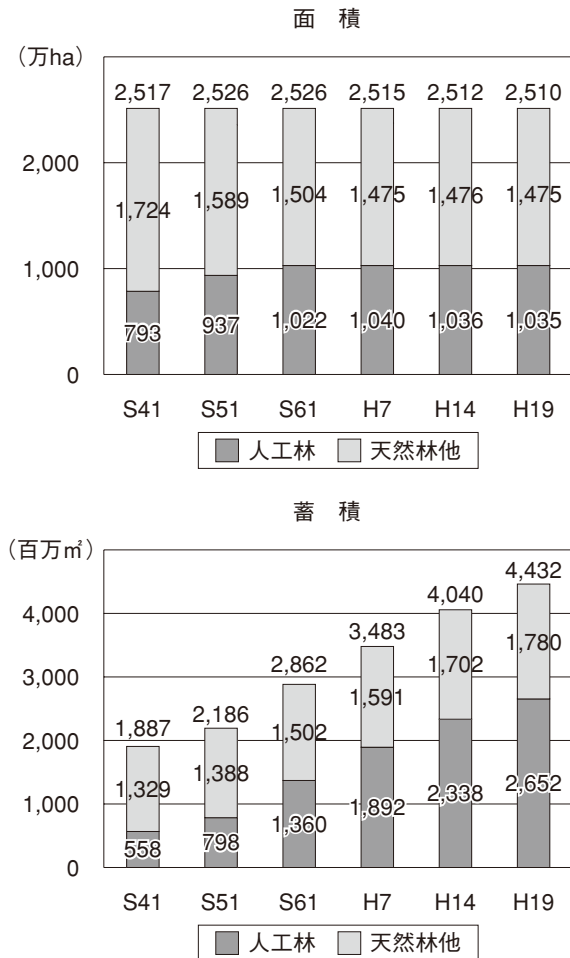
- Q 1：日本の森は減少し続けている
- Q 2：林業は木を伐採するので自然環境にとって悪い産業だ
- Q 3：森のCO<sub>2</sub>吸収量は京都議定書の目標（▲6%）から見れば、微々たる量である
- Q 4：割り箸は国産か海外産かを問わず、森林破壊を招く

見方や立場によっては異なる見解もあることは十分承知しているが、私はこれらのクイズの正解はすべて「×」であるとして詳しく説明している。

少し解説させていただくと、Q 1「日本の森」については、天然林から人工林への転換はあるものの、意外にもここ40年間、森林の面積はほぼ横ばいで、「木の幹の体積」にあたる森林蓄積は増加を続けている（図表1）。しかもその年間増加量は日本の木材輸入量に匹敵しているため、理論的には、日本は自国の森林蓄積を減らすことなく、現状20%強の木材自給率を100%まで高められることになる。そのためには、当然、現状の林業を取り巻く諸問題を解決する必要があるものの、それができれば「日本は自国の森の木を伐らず、外国の森林を破壊して地球温暖化に加担している。」と諸外国から批判されることもなくなるという訳である。

Q 2については、林業の健全な事業サイクルは植林して間伐（いわゆる「間引き」）し、十分に育った木を収穫（主伐）し、その伐採跡に再び植林するというもので、本来は持続可能な産業といえる。ただ、伐った木を販売して収入を得るといのが肝心で、植林から収穫までの60年から100年の間、間伐や枝打ち、

図表1 森林面積・森林蓄積の推移  
(データ出所：林野庁 HP)



下草刈りなどの作業と主伐後の再植林を行うには、適切な資金の循環が必要である。しかし、現在は木材価格の低迷により伐り出しコストが賄えない上に、主伐材を伐り出しても思うように売れない。間伐材も以前は建築現場の足場や田んぼの稲干し、格子戸や床柱などに商品化されていたが、今は行き場を失い切り倒されたまま山肌放置されている（いわゆる伐り捨て間伐）など、資金循環が途絶えてしまっている状況にある。

Q3の京都議定書に基づく温室効果ガスの削減については、目標の6%の3分の2にあたる3.8%が森林の吸収分で賄うこととされている。残りのうち1.6%分が新興国や発

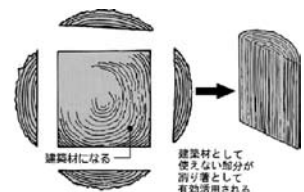
図表2 削減目標の内訳  
(HP「木づかい.com」)



展途上国から購入する排出枠に割り振られ、産業部門などの排出削減努力に懸かっているのがわずかに0.6%分である（図表2）。削減目標の「6%」は知っているが、それがどのように割り振られているのかまで理解している方は本当に少ないのが現実である。ただ、3.8%の森林吸収分を確保するためには、通常のペースでの森林整備に加え年間20万 ha、実に日本の人工林の50分の1、琵琶湖3個分もの森を追加で整備し、CO<sub>2</sub>を十分に吸収できる元気な森にする必要がある。

Q4の割り箸については一番誤解が多いところだが、国産の杉やヒノキ製の割り箸は端材（はざい）か間伐材が原料で、実は森にも環境にも優しいエコな商品なのである。端材というのは丸い丸太から四角い柱を取った時にできる、本来は捨てるしかない余りの部分（図表3）

図表3 端材  
(HP「森林・林業学習館」)



で、間伐材は前述のとおり使い途がなければ山に伐り捨てられるしかないものだ。しかも、伐り捨てられた間伐材は、大雨の時に流れ出し、排水溝や川を塞ぎ河川の氾濫を巻き起こしたり、腐っていく過程でCO<sub>2</sub>の20倍の温室効果をもつメタンガスを発生させるとも言われている（図表4）。近年のMy箸ブームや外食産業のプラスチック箸への切り替え運動等もあって、木製の割り箸はともすれば「悪者」扱いされてしまいがちなため、林野庁も国産割り箸は立派な「木

づかい」だとキャンペーンを行ったほどだ（図表5）。元来割り箸は明治時代に「もったいない」の精神から端材を有効活用し商品化するため、奈良県の吉野地区で生み出されたものである。昔あった木製の菓子箱や野菜箱、かまぼこ板や三寶などが次々に廃れていく中、安い輸入割り箸に圧され国産シェアが2%まで落ち込んでも、高質な吉野産の割り箸は何とか生き残っており、現在では国産割り箸の約8割は吉野で生産されている。いわば割り箸は、小さいものながら「森と山村の経済を側面的に支え得る商品」であり、森と林業への適切な資金循環を確保するためには、「たかが箸、されど箸。」なのである。

前置きが長くなったが、森や木に関して一般の人々、特に都会に住む方たちにお話しをし、誤解なく理解いただくには、最低でもこの程度の説明が必要ということである。古の時代から森や木と上手につきあい、森を育て、木を活用することで「木の文化」を育んできたわが国にあっても、今や人と森、人と木の関係が非常に疎遠なものになってしまっていることは本当に残念なことだ。いずれにしても、当行が支援する当プロジェクトは、「森と林業、そして地球環境を守るためには、木は伐ってどんどん利用すべき。そのためには、

図表4 伐り捨て間伐



図表5 林野庁ポスター



消費者のニーズを敏感に捉えニーズにマッチした商品を供給することにより、国産材の需要を拡大させ、資金を森に還流することが不可欠である」ことを大前提としていることをご理解いただきたい。

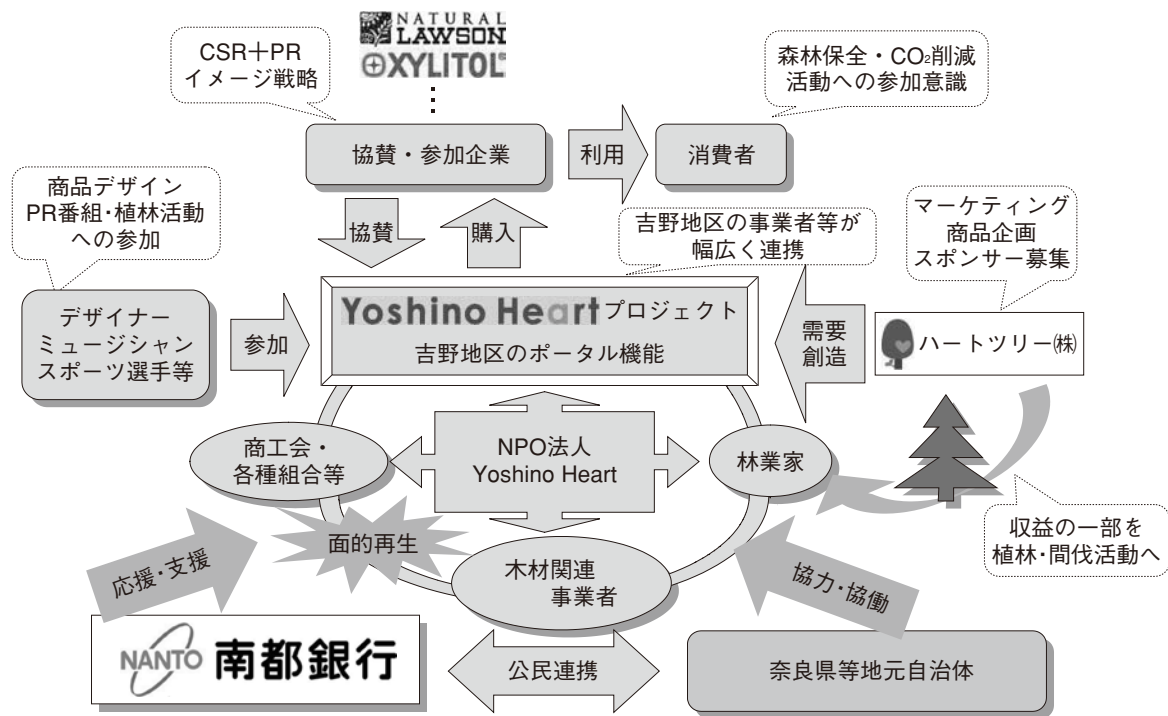
### Yoshino Heart プロジェクトの概要

当プロジェクトの基本コンセプトは、マーケティングやブランディングの技術を使って、大都市の環境意識の高い消費者のニーズを的確に捉え、木材製品に対する新たな需要を開拓する。その「買い」情報を地域の事業者に伝え、地域の事業者の「売り」情報とマッチングさせることにより、林業およびその周辺産業への適切な資金の流れを確保し、森と林業の健全な事業サイクルを再生させる。そしてその結果として、森林と地球環境の保全につなげようというものである。つまり、我々は「林業や木材業といった地域産業の活性化と森林保全は十分に両立できる」、そして「林業の復興なくしては本当の意味での森林保全はなし得ない」と考えている訳である。

このコンセプトを具現化するためのビジネスモデルは、吉野産の木材を利用した製品に「Yoshino Heart」という 図表6 Yoshino Heart  
ブランドやロゴマーク  
（図表6）を付け、全国的な一流企業との連携を通じて、まずは一番身近な無垢の木製品である「割り箸」から全国に浸透させ、ブランド価値を向上させることによって、最終的には住宅建材など吉野材全体の消費拡大をめざすというもので、プロジェクトの収益の一部は植樹や間伐など吉野の森林



図表7 「Yoshino Heart プロジェクト」概念図



整備に役立てることとしている。

具体的には図表7をご覧ください。昨年7月に設立したNPO法人に、林業家や木材関連事業者、商工会や各種同業者組合等、吉野地区の事業者に業種を超えて幅広く参集いただく。そこに、当プロジェクトの仕掛け人であり、マーケティングのプロであるハートツリー(株)が、大都市から新たな需要を持ち込む。つまり、当プロジェクトに賛同する参加企業や、CSR、PR、イメージ戦略の一環として協賛するスポンサーを募ってくるということである。そうした全国的な有名企業とのコラボレーションによって、広告宣伝費を掛けることなく、数多くの消費者に訴求することをめざす。また、デザイナーやミュージシャンなども参加し、商品のデザインや企画、PRの役割を担う。

このように、プロジェクトの核となるNPO法人は、大都市や消費者と吉野をつな

ぐ窓口、つまりインターネットでいうポータルサイト的な機能を発揮していく。

こうしたプロジェクトを当行は応援・支援し、吉野地区を面的に活性化・再生していくことをめざし、そのためにも奈良県をはじめとする地元自治体との公民連携を図り、当プロジェクトへの協力や協働を促進することとしている。

### プロジェクト支援に至った経緯・背景

平成20年度にスタートさせた中期経営計画「モア・バリュー NANTO」に「CSRの推進」を盛り込み、その具体的施策の一つである「環境保全活動」に持続可能な形で取り組むこととしたことが、契機の一つである。

折しもその年の6月に就任した植野頭取が吉野郡大淀町出身で、吉野とつながりが深かったこともあり、就任時の記者会見で「吉野



の森と産業を守りたい」との思いを表明し、具体的な施策の検討を指示したことも大きな契機となった。

頭取の指示により、吉野に代表される奈良県の林業と森の現状について改めて調査することとなった訳だが、その結果、次のようなことが判明した。

吉野地区は急峻な地形や多雨・多湿など良質の木材を産み出す自然条件が揃っており、大坂城築城時の伐採跡に植林を行った記録が残っているなど人工造林の発祥地とされている。節がなく、真っ直ぐで、年輪が詰まり強度が強い良質材を育てるため、植林時に密植し間伐や枝打ちを繰り返すという吉野式林業が全国に普及している。吉野は吉野杉・吉野ヒノキという高級材の産地であるということは広く知られているが、日本林業のルーツであるとも言えるのだ。

一方、問題点としては、まず需要の面から見れば、木造住宅の工法が柱を見せない大壁工法へと変化したことにより、良質な無垢材への需要が減少し、均質な材を大量かつ安定的に調達できる輸入材や集成材に需要が集中していること。また、供給の面から見れば、地形が急峻なため林道・作業道の整備が遅れており、ヘリコプター搬出が一般的であるなど伐り出しコストが嵩むこと。歴史が長いために、林業を取り巻く産業もかなり多層化・細分化されており流通コストが嵩み、小規模な山主や事業者が多く大口需要に対応できないことなどが挙げられる。

その結果として、日本の三大「人工美林」と称えられた吉野の森が、適切な資金循環がないために、残念ながら放置され荒れてきてしまっている。バブル経済の崩壊までは日本林業のトップランナーとして周辺産業とともに

に栄華を極めた吉野林業は、構造的な問題から悪循環に陥っており、今では輸入材はおろか国内の他産地にも遅れをとっている状態であった。

そうした現状を踏まえると、林業復興へのハードルは高く、「たかが一地方銀行のCSR施策で一朝一夕に解決できる問題ではないぞ!」ということになった。そこで、地元の関係者の方々のこれまでの取組みや行政の施策と干渉することなく、地元金融機関として持続可能な形で貢献できる方策をと思案していたところ、「各当事者が各々得意とする分野で協力・連携し合い、相互補完して行こう。」という当プロジェクトの理念に出会った訳である。

具体的には、まず「行政との連携」という面では、林道の整備や機械導入への補助金など、「入口」の部分でコスト削減につながる事業は自治体に任せ、民間は需要を新たに生み出し「出口」を拡げていくという「商売」の面からサポートしよう。一方、民間同士でも、資材調達や製造などの「入口」部分は吉野地域の事業者が担い、マーケティングや商品企画、販促などの「出口」部分は東京のマーケティングのプロが受け持つ。そして、そうした大都市と地域を地元金融機関である当行がマッチングし、あたかも一つの会社として連携していければ、高いハードルも越えることができるのではないかということである。

検討段階では、他県同様、奈良県も誘致している「企業の森」に名乗りを上げ、行員ボランティアによる植樹・育林活動を行うことも一考したが、外部有識者として意見を伺ったある森林ジャーナリストの方の「銀行にしかできないことをすべき。」とのアドバイス

もあり、当プロジェクトの支援を平成20年12月に決定した。

### プロジェクトの具体的施策と今後の展開

当プロジェクトの第1弾の成果は、プロジェクト参加企業であるコンビニエンスストア「ナチュラルローソン」の店頭で弁当用に配布されている中国産割り箸を、吉野ヒノキ製に替えたことである。これは、箸袋に協賛企業の広告を掲載する「アド箸」と呼ばれる仕組みを使い、安価な中国産と国産との価格差を埋めることで実現したもので、年間700万膳もの国産割り箸需要を新たに開拓した(図表8)。

成果の第2弾は、吉野産の間伐材チップを製紙原料に活用した「吉野3.9ペーパー」である。この紙は、製紙工場までの間伐材の運搬費用を購入者が負担することにより間伐材の利用を促進するもので、林野庁も間伐材の有効利用策として推奨している。間伐材を搬入した工場が生産する一般的な用紙を「間伐材を使用したと“みなす”」仕組みにより、実際に間伐材が含まれている既存の間伐材使用紙に比べ使いやすくかつ低コストで森林保全に貢献できるというものである。

これまで、音楽CDの紙製ジャケット(3タイトル)や書籍(2冊)に活用されているほか、昨年10月から本年4月までの間、広告入りのテーブル敷紙(通称「アド敷紙」、図表9)としてファミ

図表8 アド箸の例



図表9 アド敷き紙



リーレストラン「ロイヤルホスト」の全国277店舗で活用された。当プロジェクトでは、これまでにこの仕組みを通じて30t分の間伐材チップを製紙工場へ搬入している。

昨年7月には奈良県の認証を得て、当プロジェクトの核となる「NPO 法人 Yoshino Heart」が設立された。NPO 法人の理事長と副理事長には中立的な有識者としての立場から、奈良女子大学の名誉教授(環境生物学)と奈良県立大学の学長(財政学)を招致し、理事には県内大手林業家の代表者や吉野林業の改革(流通経路の短縮)をめざして設立された協同組合の代表理事、プロのマーケターらが就任。監事は当行OBの行政書士が担当している。

他方、当プロジェクトの活動は、日本経済新聞、日経産業新聞、日経MJ、日経ビジネス等の日経各紙をはじめとする全国紙や地方紙に幾度となく掲載され評価をいただいている。このようなメディア露出を通じて、プロジェクトの知名度が向上したことも、成果として挙げられよう。

当プロジェクトは、都会の方たちにも日常の中で身近に触れ、木の香りを感じていただける木製品「割り箸」からスタートし、「木」のファン層を徐々に拡大していくことで、最終目標である住宅建材の需要拡大につなげることをめざしているが、今後の展開として現在、以下のようなことを検討中である。

#### <小物雑貨・玩具>

吉野材を活用しデザイン性に優れた生活雑貨や小物、玩具類を全国にブランドショップを展開する流通業者等とタイアップのうえ開発・販売する。

#### <家具>

吉野材を活用した「暮らしの道具」として、

全国的なデザインコンペを出版業界やデザイナーとタイアップのうえ展開し、優秀作品を流通させる。

#### <内装材>

ブランドショップや飲食業者等の店舗内装材のほか、都市部で拡大しているリフォーム需要を捉えた内装材として、吉野材を安定的かつ無垢材施工の技も伝承できる形で提供するスキームを確立する。

#### <建材>

国土交通省が低炭素社会の実現に向けて進めている大規模木造建築物の普及に対応するため、地元業者が開発する「吉野杉の間伐材を活用した集成材」の利用を促進する。

#### <アンテナショップ>

木製品のみならず、吉野の地場産品を展示・販売するアンテナショップを、東京の中心街に開設する。

## 当行の関わりと留意した点

当プロジェクト支援の意思決定の前段階として平成20年11月、当行は公民連携を促進するため、奈良県との産業振興に関する包括的連携協定に基づいて「森林・木材業振興に関する情報交換会」を開催し、森林・木材業に関する課題等を共有。並行して、地域材の利用を促進し京都議定書の目標達成をめざす「木づかい運動」(林野庁)に参加し、ロゴマークの使用承認を銀行業界で初めて取得した。

その「木づかい運動」と「Yoshino Heart」のロゴマークをつけた吉野杉箸(図表10)を、当プロジェクトの周知と木づかいの啓発を目的として、「第

図表10 吉野杉箸セット



2回<ナント>食の商談会」を皮切りに当行主催の各種イベントにおいて累計5万5千膳配布。

加えて平成21年3月と本年4月には、当プロジェクトの第1弾の成果である「アド箸」へ当行が協賛。首都圏のナチュラルローソンにおいて、2010年開催の「平城遷都1300年祭」への観光客誘致を兼ね、同祭のマスコットキャラクターである 図表11 せんとくんアド箸「せんとくん」をデザインした「アド箸」(図表11)を計32万膳配布した。

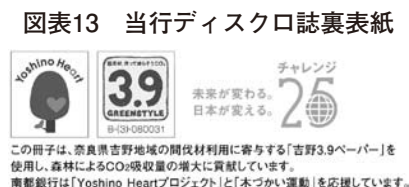


平成21年度以降は、イベントに加えて当行の営業店店頭においても、粗品として割り箸の配付を開始し、これまでの累計で約5万膳を配付。ちなみに 図表12 「遊 中川」コラボ箸 図表12は、奈良市の旧市街にある



「ならまち」の伝統的な麻織物「奈良晒(ざらし)」の老舗企業が全国に展開するブランドとYoshino Heartのコラボレーションを当行のマッチングにより実現したもので、高級手紡ぎ麻のハギレを高級吉野杉箸の箸袋に有効活用した「環境にやさしい」製品である。当行の優良顧客向けノベルティのほか、ナチュラルローソンでも販売している。

第2弾の成果である「吉野3.9ペーパー」についても、平成21年度以降に発行した当行ディスクロージャー誌(図表13)やミニ・ディスクロージャー誌の用紙を全面的に切り替えたほか、ポスター・パンフレット、紙袋等に積極的に活用している。





当然ながら、銀行の本業とも言えるビジネス・マッチングの面では、当行が有する地元ネットワークをフルに活用し、吉野地域の林業・木材業関連事業者の方々へのプロジェクトの紹介に止まらず、個別具体的な「買い」ニーズへの対応の依頼を行っている。また、当プロジェクト推進のうえで欠かすことのできない「公民連携」の面でも、奈良県をはじめとする地方公共団体に当行から積極的に協力を働きかけているほか、地元商工会等の各種団体や業種別組合、大学等へも継続的に協力の呼びかけを行っている。さらに金融商品の面でも、本年度に奈良県が新設した「奈良の木づかい CO<sub>2</sub>固定量認証制度」と連動する形で、県産材を利用した新築住宅について、追加の金利優遇を行う住宅ローンの取扱いを本年4月より開始した。

次に、取組みにあたって留意した点であるが、プロジェクトの発足段階から連携している一部事業者のみを利する取組みとならないよう、NPO 法人の設計段階で中立的な役員構成に配慮した点と、プロジェクトへの参加については何らの制限を設けることなく幅広く門戸を開いている点である。また、当プロジェクトの目的達成のためには、時に現状の多層化した流通構造を飛び越えたルートを取らざるを得ない場面もあることから、あくまでも新たな需要やニーズを開拓したうえで活動することとし、既存の商流は侵害しないよ

う配慮することも大切である。

## おわりに

当行は当プロジェクトの支援に関し、地域密着型金融の「地域の情報集積を活用した持続可能な地域経済への貢献（地域の面的再生）」分野における特に優れた取組みとして、平成21年12月、近畿財務局長より顕彰を受けた。プロジェクトの立ち上げ段階で、かかる顕彰をいただいたことは、今後のプロジェクト推進にとってこのうえないバックアップでありサポートであると感謝している。

林業復興への道は決して平坦なものではないと承知しているが、当行では今後、この顕彰をバネとして、より多くの地元事業者の方々の賛同・参加を得るとともに、1件でも多くの成功事例を産み出し、地域経済の活性化と森林保全、地球環境保全に貢献できるよう、より積極的に当プロジェクトの支援を継続していく所存である。

最後になるが、当プロジェクトのスキームは奈良県吉野地区の林業にとどまらず、日本全国のさまざまな地域産業の活性化にも応用できるものと考えており、当行の取組みが他の地方銀行における地域活性化や環境保全活動を検討するうえでの参考となれば幸いです。