

## 第2回奈良の木利用拡大検討委員会 資料

# 第1回検討委員会の振り返り

H26. 10. 27

奈良県



©NARA pref

第34回全国豊かな海づくり大会～やまと～  
平成26年 奈良県開催

## 奈良の木利用拡大検討委員会(第1回 H26.7.15開催) 委員意見概要

### 【川上の課題】

- ・主伐・再造林により、山を若返らせないと、将来的に材の供給ができない。
- ・奈良県は国内でも屈指の集成材生産県。その原材料は、ほぼ外材だが、B材としての県産材を供給する体制を作ることが必要
- ・木材生産だけに利用している路網を、ツーリズムにも複合利用することができれば良い。

### 【川中の課題】

- ・品質管理と注文・発送を取りまとめる機能を整備し、中小製材工場のネットワーク化を図ることが必要
- ・木材の流通は複雑すぎることから、流通の合理化が必要
- ・住宅市場の多くをハウスメーカーが占め、県産材を多く使用する地域の工務店の力が弱体化

### 【川下の課題】

- ・素材の良さ・価値(例えば、清潔感)を認識させることで、高齢者施設や乳幼児施設等に利用が拡大
- ・エンドユーザー(特に子供たち)の身近な生活の場に木を作り込み、良さを実感させることが必要
- ・良いモノと意識されても、産地名が判らなければ認識できない。認識できるタグの貼付や刻印など工夫が必要
- ・長く使ってもらうためのリペア、メンテナンスの普及がブランディングに繋がる。顧客を育てる精神で物事を考えることが必要
- ・木材はプロダクトサイクルが長い。これを人間のライフサイクルとどのように接点を持たせるかが検討するうえでの鍵
- ・木の文化、産地・森林、作り手に出会えるツーリズムが必要。生活の中の木と、山の中の木を実感として繋げること
- ・木材の技術開発の歴史は、異素材との比較による欠点除去。木の良さを活かす視点(木善説)でのブランド化が必要
- ・木の良さをエンドユーザーにも理解できる数値や単位で伝えることが必要
- ・住宅用床材で国産材が利用されないのは、材価ではなく、材の特性の問題。技術シーズを活かした商品開発が必要
- ・材質面で、壁材では国産材使用の余地有り。パネルの需要が高まる可能性があり、人の心に響く商品開発が重要
- ・住宅様式の構造変化により、部材のモジュール化が進行。モジュール化に対応できる技術が必要。
- ・スギの材質は、比重・強度等でベイマツより劣る。集成材・CLTの素材に使用できるよう手法の検討が必要
- ・良材の割合が高く、高齢級の木が多い点が奈良県の強み。奈良の木を活かせる、新しい武器(商品)の開発が必要

## 見えてきた課題の整理

### 川上(山側)

- 儲かる林業の成功事例を示し、森林所有者へ施業を提案できる体制の整備が必要ではないか
- 製材のほか、パルプ・チップや合板など多様な素材供給ルートを確認し、伐採された木材を無駄なく搬出して山にお金を返す仕組みを構築する必要があるのでは
  - ・主伐・再造林により、山を若返らせないと、将来的に材の供給ができない。
  - ・奈良県は国内でも屈指の集成材生産県。その原材料は、ほぼ外材だが、B材としての県産材を供給する体制を作ることが必要。
- 森林内の路網を、ツーリズムにも利用する必要があるのではないか
  - ・木材生産だけに利用している路網を、ツーリズムにも複合利用することができれば良い。

### 川中 (製材・加工・流通)

- 大口取引を担える少品目低コスト型の生産体制の拡大の推進が必要ではないか
  - ・木材の流通は複雑すぎることから、流通の合理化が必要。
- 小規模製材所のネットワーク化による「競争力のある多品目流通体制の確立」と「全国へのタイムリーな物流の確保」が必要ではないか
  - ・品質管理と注文・発送を取りまとめる機能を整備し、中小製材工場のネットワーク化を図ることが必要。
- 林業事業体・製材・加工工場・工務店・建築デザイナー等のネットワーク化による、低コストで安心できる産直住宅や地産地消型の家づくりを進めることが必要ではないか
  - ・住宅市場の多くをハウスメーカーが占め、県産材を多く使用する地域の工務店の力が弱体化。
- 川下、川中、川上を繋ぐ、木材需給量コーディネート機能の構築について検討

## 川下 (マーケット) 1

### ○ブランド力強化とPR戦略の積極的展開が必要ではないか

- ・素材の良さ(例えば、清潔感)の価値観を認識させることで、高齢者施設や乳幼児施設等に利用が拡大。
- ・良いモノと意識されても、産地名が判らなければ認識できない。認識できるタグ状のものの貼付など工夫が必要。
- ・長く使ってもらうためのリペアやメンテナンスがブランディングに繋がる。顧客を育てる精神で物事を考えることが必要。
- ・木材はプロダクトサイクルが長い。これを人間のライフサイクルとどのように接点を持たせるかが検討するうえでの鍵。
- ・木の文化、産地、作り手に出会えるツーリズムが必要。生活の中の木と、山の中の木を実感として繋げること。
- ・木材の技術開発の歴史は、異素材との比較による欠点除去。木の良さを活かす視点でのブランド化が必要。
- ・木の良さをエンドユーザーにも理解できる数値や単位で伝えることが必要。

### ○ユーザーニーズを踏まえた県産材製品の提供、価格の見える化、建材メーカーをはじめとした様々なチャンネルへの流通拡大などの実現が必要ではないか

- ・住宅用床材で国産材が利用されないのは、材価ではなく、材の特性の問題。技術シーズを活かした商品開発が必要。
- ・材質面で、壁材では国産材使用の余地有り。パネルの需要が高まる可能性があり、人の心に響く商品開発が重要。
- ・住宅様式の構造変化により、部材のモジュール化が進行。モジュール化に対応できる技術が必要。
- ・スギの材質は、比重・強度等でベイマツより劣る。集成材・CLTの素材に使用できるよう手法の検討が必要。
- ・良材の割合が高く、高齢級の木が多い点が奈良県の強み。奈良の木を活かせる、新しい武器(商品)の開発が必要。

### ○公共建築物をはじめ様々なところへの県産材利用を行政と民間がともに推進していくことが必要ではないか

- ・エンドユーザー(特に子供たち)の身近な生活の場に木を作り込み、良さを実感させることが必要。

### ○奈良の木の魅力を発信する人材の育成が必要ではないか