

第2回奈良の木利用拡大検討委員会 資料

各WG会議での検討概要

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

各WG会議(それぞれ3回開催)での検討内容及び意見概要

川上(山側) 1

○奈良型作業道の整備推進(第1種木材生産林の採択要件の緩和を検討)

- ・現状では木材を出す画期的な手法はないことから、地道な取り組みである作業道開設をコツコツ行い、搬出コストの低減に努めるしかない。そのためにも作業道開設予算の確保が必要。
- ・ヘリコプターなしでも出材できる方法を考えることが必要。
- ・台風で壊れない丈夫な作業道の整備事例が増加することにより、作業道の重要性が理解浸透している。

○架線集材施設の設置支援(第1種木材生産林における事業内容の見直し)

- ・奈良型作業道における定性間伐・車両系集材の場合、全幹集材は困難。
- ・作業道は、搬出コストは安いが搬出材積は期待できない。索道であれば、間伐であっても全幹集材ができ、搬出材積が確保できる。

○間伐材搬出支援(奈良県独自)の拡大(補助対象をA材のみからB・C材への拡大を検討)

- ・既存の流通は複雑であり、B・C材については直送による流通の簡素化が必要。

川上(山側) 2

○「儲かる林業施業を新たに提案」する体制の整備

- ・低コスト安定供給への方向付けは間違っていない。
- ・県が考えている体制整備案は、素材生産業者の営業部門の労力削減に繋がり良案。一方で、素材生産業者の選定方法が課題。
- ・森林GISデータの活用法として良い。ただし、所有者情報など精度が低いデータがあることや、調べても所有者不明な森林があることから、地域の森林組合・市町村と連携して取り組むことが必要。
- ・零細森林所有者や無関心な森林所有者に施業プランを納得してもらうことは困難。まず、森林所有者数が少ない団地からモデル的に実施し、波及効果を期待することが必要。
- ・索道のアンカーを確保し、架線を張るためには、施業対象森林の所有者のみではなく、周辺森林の所有者の協力が不可欠である。
- ・事業量を確保しても、補助金がなければ進まない。間伐は自力では不可能。
- ・作業道だけでは、幅員の関係で2tダンプしか走行できないため、低コストでの大量搬出ができない。地形等に即した適切な搬出方法を選択することにより対応することが必要。
- ・土場の設置箇所選定や材価に応じた造材方法、納材先に応じた仕分け方法などの技術の取得のために、人材養成(素材生産者の技術向上研修)が必要。
- ・山元では手狭・煩雑となることから、中間土場の設置を検討することが必要。
- ・素材生産業者が少ないことがネックになっていることから、県として素材生産力を拡大させるための施策が必要。
- ・新規就業者の定着や技術習得が課題であることから、この辺りを考慮した人材の育成・確保を行うことが必要。
- ・素材生産力を拡大するためには、人に加えて、搬出するための基盤(機材・道等)も確保することが必要。
- ・間伐だけではコストが合わないため、皆伐を検討することが必要であることから、皆伐実施に向けた社会実験等施策の検討が必要。

川中 (製材・加工・流通) 1

○大口取引を担える少品目低コスト型の大規模生産工場と山側との安定取引契約

- ・大手ハウスメーカーが示す、商品の種類によって異なる製品基準に合わせた、こまめな乾燥を行い、品質管理を行うことが必要。
- ・現在の川下のニーズを踏まえると、他県材の一部を県産材に入れ替える以上の需要は見込まれない。
- ・奈良県産材を指定した注文がないため、他県材との価格競争となる。
- ・流通の全てを直送にして、間を飛ばしてしまうと、流通の流れが止まってしまう危惧がある。

○小規模製材所のネットワーク化成功事例をPRし競争力のある「多品目流通体制」を拡大、併せて「全国へのタイムリーな物流体制」の確保

- ・製材工場間でヨコの連携を執り、見込み生産ではなく、量・品質の確保、加工・検査体制のネットワーク化による注文生産が必要。
- ・注文があった時に、材がなくて応じられないことにならないようにすることが必要。
- ・小さい工場とおしの連携は、今でもできているが、消費者には見えていない。消費者に見えるようにしなければならない。
- ・小規模工場のネットワーク化では乾燥がネックとなる。必要な時期に、必要な量を、求められる含水率で提供することが必要。
- ・良い商品を作っても、出荷できなければ意味がない。物流の確保が重要。

○素材生産・加工・流通・建築・販売促進を一貫して行う、低コストで安心できる「産直住宅」の取り組み拡大

- ・十津川村では、村内製材工場が連携して製材をしているが、材の品質が安定していない。乾燥技術の向上が必要。
- ・先進事例の研究により、体制強化や品質管理技術の向上を図ることが必要。
- ・住宅を国産材で作りたいとの潜在的なニーズはあるが、価格が重視されるなかで奈良の木は採用されない。コストダウンが課題。

川中 (製材・加工・流通) 2

○県産材ラミナ用原木の安定流通体制の構築

- ・県産材のB材を集成材ラミナとして流通させるうえでは、KD能力の低さやハチクイ材の多さがネックとなる。
- ・国産材ラミナは価格勝負の面が強く、奈良県産材では他県材に太刀打ちできない。
- ・ハウスメーカー側が国産材使用にシフトしてくれれば、県産材使用のプレミアをつけることで、製造の一部を県産材へ転換する集成材メーカーがでてくる可能性はある。

○林ベニヤ(京都府舞鶴工場)等との取引量の増加

○紀伊半島材を対象とする新たな合板工場誘致について研究

○H28から運転スタートするクリーンエネルギー奈良発電所(大淀町)への原木供給状況を把握・助言

- ・現状、燃料木材の確保のために、D材がC材に、C材がB材に侵食している。A・B・C材全てを出すうえでは大事な存在であるが、侵食されないよう何らかの歯止めを設けることが必要。

○製紙、燃料チップ製造等への供給継続

○川下・川中・川上をつなぐ木材需給量コーディネート機能(奈良県が商社的な役割を果たすしくみ)の構築について検討

川下 (マーケット) 1

○ブランド力強化と新たな販路開拓の重点実施

- ・B・C材搬出のために全幹出材することにより、A材の供給過剰が危惧される。これに対処するためには、A材の新たな活かし方、販路を開拓することが必要。
- ・A・B・C材全て出すことで、人間のライフサイクル全てのなかに奈良の木を落とし込むことが可能になるはず。モデルハウスや公共施設などで、それらを体感できる場が必要。
- ・外材や他県材製品との価格競争では敵わない。高齢級資源や山づくりの歴史などの「奈良らしい」ストーリーなどで、他との差別化を図ることにより、付加価値を創造し、商品力を高めることが必要。
- ・何か具体のパンフレットやガイドラインのようなモノができると、みんなが注目してくれる。
- ・「健康」というテーマがこれからのポイントであることから、木材が健康に良いとのエビデンスを収集・実証し、PRに活かすことを検討することが必要。
- ・SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を活用したPRを推進することが必要。

○建築物等への県産材利用の推進

- ・地震に強い家づくり、省エネの家づくりを目指すことが、木材の使用範囲を限定させている面があることから、これら規制の緩和が進むよう努めることが必要。
- ・住宅への国産材の利用拡大のためには、外材との価格差を施主に返す施策が必要。
- ・施主は、奈良の木の住宅が欲しいのではなく、低炭素認定住宅等の健康・省エネ住宅が欲しいのであり、工務店が使いやすい、奈良の木を使用した奈良県型健康・省エネ住宅の仕様や環境評価システムなどを作成・普及することにより、奈良の木を使用した住宅が供給されることが出来る。
- ・奈良の木は他県材に比べ特別に高価なものではないことから、公共建築物への積極的な使用を推進するとともに、使用事例を紹介する小冊子等を作成しPRすることが必要。
- ・企業のCSR活動として森林を所有するのではなく、所有建築物等への木材利用を促すことのほうが有益である。
- ・一般建築物への木材利用策として、一定の床面積以上の建築物への木材利用義務規定を設けた条例を有する京都府の事例を研究することが必要。
- ・住宅地に設定されている地区計画に、木材利用規定を設けることで、街並みが落ち着くとともに、県産材利用が推進される。
- ・県のみならず、市町村の公共建築物の発注情報についても周知することが必要。

川下 (マーケット) 2

○多くの人が身近に奈良の木に触れ魅力を感じる建築物以外への県産材利用の推進

- ・幼稚園、保育所の遊具や学校図書館の内装・本棚を木質化することで、子供たちを木に触れさせることが必要。
- ・木製ブロックやウッドチップ舗装など、建築物以外の製品の開発、需要の掘り起こしが必要。

○ユーザーニーズを踏まえた新製品の開発・提供、価格の見える化、建材メーカーをはじめ様々なチャンネルへの流通拡大等を実現

- ・壁材は、不燃化技術により用途をさらに拡大できる可能性がある。
- ・現状、大壁づくりが基本であり、吉野の赤みの柾目は供給側のこだわりであって、ユーザー側のニーズではない。
- ・ユーザーには白いものが好まれ、心材を使用するとモダンさがなくなる。
- ・木材の有効利用のためには、心材を利用できる用途開発が必要。
- ・奈良の木は、見えない部材に使うのではなく、意匠的な部材として使うことが一番。
- ・ユーザーは節の有無にこだわりはなく、逆に「節がある＝ナチュラル」と考えている。
- ・ハチクイ材について、インサイジング加工へ供給する体制について検討することが必要。
- ・床材での一番のクレームは、椅子の引きキズ。圧密処理の床材は好評で、これからも使用できる素材。
- ・施主の国産材指定に対応できるよう、開発した新製品は、建材メーカーの商品カタログに掲載することが必要。
- ・製材品の単価の公表により、価格の見える化に努めるべき。

○奈良の木の魅力を発信する人材の育成

- ・地域の工務店は、県産材を住宅に使う術を知らないところがある。
- ・やせる、割れる等木材の特性を事前に十分説明していれば、施主からのクレームはない。
- ・地域の工務店の多くは、木の良さなどを熟知しておらず、売り方・薦め方などを試行錯誤中であることから、それら手法の共有化を図ることが必要。

川下 (マーケット) 3

- 木質バイオマスエネルギーの利活用拡大
- 奈良の木ツーリズムの取り組み推進

全 般

○その他全般的事項

- ・川上・川中・川下全員が目指せるビジョンを持つこと、アクションプランに持って行くための目標の可視化が必要。
- ・目標値に、雇用創出関係の指標、例えば就業者数や新規雇用労働者数などがあるほうが良い。
- ・買っていただけるお客様の立場から理屈を積み上げ、製品の価格・目標値の設定を検討することが必要。
- ・目標値は、需要のシミュレーションに基づき設定することが必要。
- ・林業・木材産業界の発展だけではなく、地域の活性化や過疎の食い止めなどのためにも、高い目標を設定し、一丸となって取り組むことが必要。
- ・かなり大がかりなプロジェクトであることから、責任者・リーダーをちゃんと決めて取り組むことが必要。