

平成30年度 奈良の木利用拡大検討委員会概要

日時：平成30年11月26日（月）14:00～16:00

場所：奈良県商工会議所 小ホール

1. 開会

2. 開会挨拶

事務局より挨拶

委員紹介 出席委員：東委員、伊藤委員、永田委員、海堀委員、川村委員、北村委員、
杉本委員、谷奥委員、西垣委員、服部委員、古谷委員、山田委員

3. 議事

①委員長職務代理者の指名

伊藤委員を委員長に選任する旨、事務局より説明

委員長職務代理者の指名

②各施策の実施状況について

事務局より資料3-1、3-2に沿って説明

③PR 戦略検討ワーキンググループでの検討状況について

事務局より資料4に沿って説明

PR 戦略ワーキンググループ座長委員より補足説明

④奈良県林業・木材産業振興プランの進捗について

事務局より資料5、6に沿って説明

⑤プランの進め方の後期行動目標設定について

事務局より資料6に沿って説明

委員意見概要

委員長：後期行動目標設定については、中間時点での進捗状況を踏まえて、当初設定どおりの数値もあれば、目標設定を引き上げたものがあると理解してよろしいか。

事務局：そのとおりです。

委員長：これまでの進捗報告の中で、A材の出材量が中々伸び悩んでいるということで、A材の利用促進に向けた方策や提案等について御意見あれば頂戴したい。

委員：近年、日本国内の木材市況は、針葉樹合板と集成材中心に大きくシフトした。

しかし、国内では集成の管柱に頼りすぎたために、製材のビジネスモデルがはっきりせず、いくら挽いてもラミナ段階で利益が出ていない。

ヨーロッパのCLTの普及状況を見ていると、縦に使うのではなくて面材としてラミナを使う。

CLTの真ん中に節有り材などの欠点材を全部入れているので結果的にABC材全てを使っている。

逆に、日本の場合は、A材を分けて、B材でラミナをつくるというかたちで進めてきたために、

やはり評価が低い。結果、スプルーエなどの集成管柱は価格が高いのだがそちらが使われる。

やはり、BtoBビジネスのメインの部分で、何かビジネスモデルができないと量は出ない。

そのためには、言い方は下手かもしれないが、面材としての構造材も一案。

CLTなんかもそうだが、面材としても使えるような製品開発を奈良県で積極的に取り組んでいただければ、日本全国をより前に引っ張っていけるのではないか。

委員：先ほど委員の発言にあったように、B材で集成材の商材の幅がないというか、商材自体がパッケージされていないというのが、数値としてあまり表に出てこない理由ではないか。

やはり、最終BtoBに向けての商材をブランディングしていくべきではないか。

委員：BC 材の方は非常に努力の結果が報われていて目標を上回っているものの、肝心の A 材が減っているということだが、A 材の新たな使い方の研究というか、それが必要なのではないかと思う。色々な可能性が有ると思うが、やはり、一番質の良いものが直接目で見えて触れることができてこそ、奈良の木の良さが伝わるのではないか。

⑥数値目標達成に向けた意見

<委員>

- ・出材量 25 万 m^3 について出材できる用意や能力が山側にあるのかどうか疑問
- ・面材として、構造で CLT を使うという話も出たが、私は CLT 自体にかなり疑問を持っている。RC でも壁式構造というものがあるが、それがあまり使われていない。木造の壁式構造といっても、国の補助金などで、今はブームとして沸いているが今後どうなるものか。外国勢が、もし日本で売れるのであれば、欧州アカマツなどで攻めてこようとしている状況。
- ・県産ラミナの供給量が、H29 年で約 1 万 m^3 となっているが、実際こんなに出荷されているのか疑問。
- ・一般の市況でいうと、杉の集成柱の価格であるが、今、中国木材の日向工場、東北の協和木材などは、一本 1,600 円~1,650 円。それに対して、ホワイトウツドの柱は 1 本 1,900 円。しかし、関西においては、高いにもかかわらずホワイトウツドの方が売れる。関東にいくと、大手ビルダーがいるので、値段の安い杉の柱が売れている。

<委員>

- ・ここ 4~5 年経つと随分状況も変わった。大きく変わったと感じるのは「産地間競争」。
- ・例えば、このプランの中でも出ているが、「地域の木材は地域で使いましょう」という試みは、全国 47 都道府県で展開されていて、その取り組みにもものすごく必死な自治体とそこまでもない自治体があることを体感として感じている。熱心な自治体は、とんでもないほど。
- ・実際に、「地元の材を絶対に使ってくれ」という縛りが、設計事務所や施工会社に対してかけられている。現に、条例を制定している自治体もある。

- ・奈良県の状況について申し上げますと、私の個人的な感覚では「弱い」。
- ・設計関係者や県外の方とお話をしても、奈良県は非常に縛りが弱いので、是非とももっと応援をいただきたい。良いか悪いかは別の次元だと思うのだが、実際にそういった産地間競争が起こっているという認識があるので、そのフィールドで戦うのであれば、奈良県も必死になる必要があると感じている。

<委員>

- ・本日の資料を拝見して全事業の予算配分で PR が一番少なそうだなと感じた。
- ・お金が少なそうなのが、一番お金をかけないといけないところであったりするもの。
- ・ユーザーニーズを一番理解しているところから戦略を組み立てていくべきと考え、すでに SNS 等を活用してニーズを理解できるのであれば、そのニーズを逆流させて組み立てていくという流れも必要。
- ・ニーズが無ければ次なる商品に何が必要なのかということが見えてこない、それに沿った商品開発をされてはどうかと思う。
- ・面材としての商材が足りないとか、少ないとか、そういったものは A 材で出来るものであったが、そこに注目をしていなかったということなどは、おそらく、ユーザーからのフィードバックから商品開発をしていない証拠なのではないか。

<委員>

- ・一つ目。川下の中で公共建築物などに県産材使用をすすめていくということ。
- ・せっかくこれから多くの外国人の方が日本に来られるのに、日本の空港に着いても、木の国に来たという感じがしない。やはり、人を迎える空間に木を使っていくべきである。
- ・電車で奈良に着いても木の国に来たという感じがしない。
- ・県庁もなんとなく木質化はしているのだが、もっともっと迎えられるようにできるのではないかと。
- ・二つ目。健康効果の実証について。

これは地道にデータを取られて、それぞれの良さが書かれていて良いと思うのだが、どのように使ったらその効果を生かせるのか、この効果を生かしたデザイン提案や例が付いていた方が良いと思う。特に学校なんかは、木で優れた環境をつくるものとして決めてしまっても良いのではないかと。

- ・三つ目。先ほど議論にもなった A 材の使い途。

奈良の木が一番良い部分の新しい使い方。全ての部分に使うとお金がかかりすぎてしまうかもしれないが、1点豪華でも良いので、こういうところに奈良の良い材を使うと良いというのを、A材の部分的に使うデザイン提案や商品を開発しても良いのではないか。

<委員>

- ・最終的に消費者に繋がっていかねばいけないということ。
- ・ブランディングのために PR を行っているが、実は、PR は中々商品の売り上げには繋がりにくいもの。やはり、しっかりと継続しないとイケない。積極的に情報発信を継続しなればいけない。
- ・A材が売れないとなっているが、A材の本当に良いところは限られたところしかないので、それを本当に良い環境、あるいは本当に自分たちにとってふさわしい場面をちゃんと伝えられるかが本当に大事。
- ・2020年東京オリンピック開催のとき、人々が木って良いなと思ったときに、「木=奈良の木」と思えるかどうか、やはりここは勝負どころ。勝負に勝てるように投資したところが勝つ。
- ・奈良県はせっかくこれだけ良いものを持っているのだから、2020年に向けてこれからは積極的に投資をして、イメージを築き上げていくことが重要。
- ・価格を上げる仕組みも考える必要がある。果たして今の時代に、縮小している市場の中で市場、競りという仕組みが果たして機能するのかどうか、価格をしっかりと作り出していく作業も必要になってくる。

<委員>

- ・県が取り組む事業について、ハードな事業とソフトな事業が入り組んでいる感がある。
ハードの部分で量が稼げるので目標に向かってハード面に取り組むという一方でソフトな話をしている。
結局、何を言っているのかよく分からない。
- ・ソフト面での PR がリンクしていない。そうするとお客さんに伝わらない。
- ・何年もハード支援が続いているが、そういった支援の結果として、盛り上がっているのか、売上が上がっているのか、健康になっているのか、頭が良くなっているのか、そろそろ検証していく必要がある。
- ・例えば、制度融資事業で支援した商業施設がどれくらい儲かっているのかということ。

- ・「とある支援がこんなに評価をいただいた。じゃあ、これからは支援なしでいける。」というこの部分が誰にも伝わっていないように思う。
- ・私は、建物を建てたお客さんと接しているので、おしなべてうまくいっていることを感じているが、中々数値化になっていない。補助金で一時的に盛り上がりつつも、それだけではマーケットにもニーズにもなっていないので、検証の段階に進んでもいいのではないかと。

<委員>

- ・先ほど、委員がおっしゃられた、25万㎡もの材を山から出せるかどうか私も若干不安がある。
- ・残念ながら、奈良県では過去の歴史や現在の入札制度があり、十分な組織が育っていない。
例えば、九州や四国などでは、森林組合が作業場をもって、企業的に経営している。しかし、奈良県では残念ながら、そういう形になっていない。
- ・それに関して、森林経営管理法と森林環境譲与税の件があり、これが大きなチャンスであると思う。
これは行政に山を使うためのお金が入る。これを契機に、森林組合ともなんとか提携をして、地元役に立つような方法で相談できれば良いのではないかと。
- ・奈良の木の需要拡大ということで、先ほど、学校に使ってはどうかという話も出たが、大変良いこと。
やはり、木造は、健康や人間の生活にとって大変良いことであるのは間違いないと私は思っているので、こういったことをもっとアピールして、健康や木造という色んなキーワードから、パソコンやスマホを見るとすぐに出てくるような状況になれば、需要拡大に繋がるのではないかと感じているので、そういった取り組みはどんどん進めていただければありがたい。

<委員>

- ・出材コストを賄うには補助金だけでは足りないのでは、やはり新しい林業投資が必要になる。
- ・近年、国際的にも天然林から人工林に注目が集まっているので、日本のこの巨大な人工林蓄積は、既に海外の投資家のターゲットになっている。
- ・林業投資の新しい時代にどう取り組むかを県レベルで考えていただく必要があるかと。
- ・幕末から明治にかけて、林業投資の時代が日本にあり、それが今の大規模な山林所有者の基盤をつくった

のだが、それに次ぐ、第二の林業投資の時代が来ているということについて、前向きに捉えることができるかどうかで大きく変わってくるように思う。

<委員>

- ・なんとか奈良の木を利用した建材を開発して売り出していこうと、保育園向けの桧の床材や桧の壁材を製造・販売しているところ。
- ・しかしながら、やはり中々量が伸びない。1年間に20件ほど、量的には1,200~1,300坪くらい。
- ・今日、奈良の木の健康効果のハンドブックを見て、私どもの保育園向けの床材についてもここに書いてあることが全部言えれば、凄いインパクトだなと感じた。
- ・しかしながら、これをビジネスにおいて発信していくには、科学的なエビデンスが不可欠なので、「うちの床は奈良の木なので、これだけの効果がある」と言っても簡単に通じないのが実際の世界なので、この辺を深く研究をしていただけるとありがたい。

<委員>

- ・プラン初期の段階から、ABC材の全てを出していくということのネックは、やはりA材が動かないというところで、現状、結果を見ても、川中の取り組みでA材の出材量が増えていない。
- ・おそらく、ブレイクスルーが無い限り、A材はこのまま動かないままだと思う。
- ・先ほど委員がおっしゃったように、たとえ高くても一本、一枚、または一坪くらいに使われるA材の新しい用途を考えていかないと、A材が動くということはないのではないかと。
- ・BC材は、我々がどこに持って行っても引き取ってもらえるが、A材に関しては、それを挽いていた製材工場がどんどん廃業しているのを目の当たりにしている。
- ・何かブレイクスルーしない限りは、振興プランの目標達成は難しいと思う。
大変困難な課題であるが、私はやはり根本的な課題はA材に尽きると考えている。

<委員>

- ・資料を拝見して、かなり頑張っておられるということはよく分かる。

しかし、A材のみ目標が達成されていないということだが、元々の素材が良いものなので、そんなに加工しないで、なるべく元の良さを生かして、もっと身近に使えるような形はないものか。

加工しないということはコストをカットするということにも繋がる。

- ・住宅着工数は伸び悩んでいるので、一般の住宅にあまり期待をしてもあまり大きく量は伸びないと思う。戸建て住宅メインではなくて、賃貸物件なども含めた、もう少し幅広いところで使ってもらえるように。
- ・委員に就任してから、継続して申し上げているが、やはり公共の施設に使っていくことが重要だと思う。やはり、人にとって経験や感動が一番記憶に残るもの。
- ・今後の行動目標を設けているが、中間時点で達成できなかった目標については今のままでは達成困難だと思うので、できれば年度計画で、何年にこの施設とこの施設の木質化をする、など、具体的な行動目標にしていかないと、なかなか目標を設定するだけでは取組は進まないと思う。
- ・私事だが家を建てた。しかし、「是非とも奈良県産材で家を建てたい」と強く依頼しないと奈良県産材を使えない状況であった。実際に家を建てる際にも奈良県産材を使うことのハードルを実感したところ。むしろ、奈良県で家を建てる方に対して、施工する側から、「奈良県産材でどうですか?」といった提案があるような形を目指していただきたい。

<委員長（総括）>

- ・課題であったA材の利用の問題。

A材の使い方をもう少し考えるべきではないか。

例えば具体的なモデルや提案などを積極的に出していく必要がある。

- ・産地間競争について。

マーケットはひとつではなく地域性がある。個性があるマーケットを考える必要がある。

- ・委員の意見。

数値目標の達成度を追うだけではなくて、そろそろ検証する時期ではないか。

量だけに目を奪われないで質の向上があるのかどうか。その評価はどうなっているのか、ということ。

- ・供給側と需要側のニーズのギャップについて。

どんなギャップがあるのか考える必要がある。

- ・どうすれば奈良県の林業を成長産業にすることができるのかということ。

成長するためには投資が必要。これはハード面だけでなく、ソフト面も重要。

どういう投資の仕方が県内の林業の活性化に繋がるのか、県産材の利用促進に繋がるのか、投資の仕方まで考えることが不足していたのかもしれない、整理する必要がある。

- ・今の世の中は、ものすごいスピードで変化している。

IOT に関してもそうである。今は、IOT（インターネットオブシングズ）ではなくて、IOE（インターネットエブリシング）と言われ、全てのものが繋がっているので、今は林業のことだけを考えているが、色々な産業が繋がっている。だから、奈良県産材、奈良県の林業をどんな産業と組み合わせていくのかということも考えていく必要がある。

- ・最後に、公共空間をいかに木質化して有効活用するかという視点も重要。

- ・奈良県には、各委員の意見を参考に今後の林業・木材産業振興施策に取り組んでいただきたい。

⑦その他

「森林経営管理法」と「森林環境譲与税」について、事務局より資料7に沿って説明

以上