

国産材・地域材の利用拡大の可能性について : 三重県における住宅建築用材利用を通して

著者	後藤 かおり
発行年	2008-01-01
URL	http://hdl.handle.net/10076/10772

複写可

平成 20 年度 修士論文

国産材・地域材の利用拡大の可能性について
—三重県における住宅建築用材利用を通して—

三重大学大学院 生物資源学研究科
共生環境学専攻 森林総合環境学研究室

後藤 かおり

目次

はじめに	P 1
第1章 国産材・地域材利用をとりまく状況	P 2
1.1 国産材利用状況	P 2
1.2 国産材・地域材利用の意義	P 3
1.3 木材利用における「タテ・ヨコ論」	P 4
1.4 住宅建築における国産材・地域材利用	P 5
1.5 国産材－集成の是非	P 5
第2章 林産材三重県における地域材利用	P 7
2.1 「三重の木」認証制度	P 7
2.1.1 制度の概要	P 7
2.1.2 制度の問題点	P 7
2.2 地域材利用の現状	P 8
2.2.1 地域ビルダーへの聞き取り	P 8
2.2.2 顔の見える三重の家づくりグループへの聞き取り	P13
第3章 国産材・地域材利用の問題点	P17
3.1 「家づくり」概念の二形態	P17
3.2 無垢材利用に不利な法規	P19
第4章 国産材・地域材利用の量的拡大	P21
4.1 顔の見える木材での家づくり	P21
4.2 無垢材利用の量的拡大	P23
おわりに ～スローウッドへ向けて～	P29
参考文献	P30
謝辞	P34

はじめに

環境問題に関心を寄せていたおよそ 10 年前、シベリアのタイガの過度の伐採により、それまで永久凍土内に眠っていた温室効果の高いメタンが放出され、地球温暖化を加速させかねないとの映像を目にした。そして、その原因は日本の外材需要であった。国土面積に対する森林率 67%を誇る国が、自国の森林資源に手を付けないままで、外材輸入に頼ることは環境問題の点からも注視されるべきである。

日本の外材輸入は東南アジア、特にフィリピンの天然林を食い尽くし、周辺諸国の森林に刃を向けていった。しかし、インドネシアのように丸太輸出から合板・製材輸出へなどの動きにより東南アジアからの輸入が難しくなると、刃の鋒先はロシアに移ることとなった。10 年の間に状況は変わり、そのロシアでも 80%の関税化が打ち出されるなど、日本の木材需要は自国内に、つまり国産材に目を向けざるを得なくなった。そして、80%を超えたままであった外材輸入は、2007 年になって僅かながら 77%に下がっている。森林・林業白書によれば、日本における森林の蓄積量に対する年間伐採量の比率は 0.53%で、経済協力開発機構（OECD）加盟 25 か国中、最も低い数値となっている（25 か国平均:1.28%）。

本論文では、日本の国産材供給量のうち多くを占める製材用材に焦点を当て、林業地三重県の住宅（木造）建築業界における国産材・地域材の利用状況を把握することを通して、その利用拡大の可能性について探るものである。

第1章 国産材・地域材利用をとりまく状況

1.1 国産材の利用状況

1950年代から60年代にかけての戦後復興期、日本の国産材供給の様相は、製材したものは何でも売れるという状況下にあった。それは殿様商法ともいえるべきもので、当然のように不良品が出回るといふ有様であった。林家や森林組合は市場動向・消費者ニーズに無関心であり、製材所も小規模分散型で、統合による規模拡大などによって在庫の集約が図られることもなかった。こうした質と量の確保における不安定さに加え、さらに多段階の複雑な流通システムも相まって、外材に対する国産材の競争力は下降の一途を辿った。65年頃には外材時代を迎え、後の69年には木材需給量における外材比率が遂に5割を超えることとなった。これは同時に、大手ハウスメーカーの躍進を促すものでもあった。

1970年代になると、通貨の変動相場制と円高の影響により外国の木材が安く手に入るようになった。アメリカの天然林から伐り出されるベイマツやベイツガの針葉樹は高価であったが、船賃を含めても見合う価格で取り引きされた。やがて1990年代に入ると、北米における天然林資源の枯渇や環境保護運動によって針葉樹材生産が減少し、輸入価格も上昇する。この時に台頭したのは国産材、ではなく、木材の伐出経費、製材コスト、流通経費の全ての面で優位にあったヨーロッパの人工林材ホワイトウッドであった。そして木材自給率は下降の一途を辿ることとなる。

かつては、経済面を始めあらゆる条件が整った段階で家づくりを行っていた。それが戦後、住宅ローンが普及したことで「家」は誰もが手に入れられるものとなった。そして大手ハウスメーカーによる住宅の大量供給時代が始まることとなった。

平成20年版森林・林業白書「国産材・外材別の木材需要（供給）量」によれば、用材のうち製材用部門での国産材自給率は3割台を推移し、低率に留まっている（図1-1）。

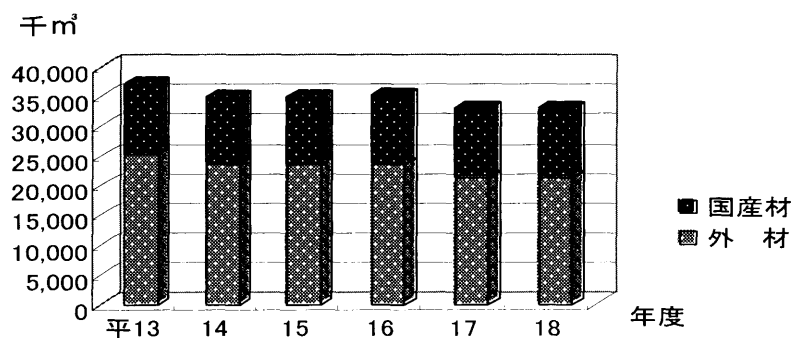


図 1-1 国産材・外材別の木材需要(供給)量 (丸太換算)

(平成20年度 森林・林業白書より)

国産材供給にとっての課題には、安定供給、品質、価格などが叫ばれているが、いずれも解決に至ったとはいえない。近年では、中国やインドでの木材需要増によるあおりを受けた価格の高騰や、ロシアにおける関税の大幅な引き上げ問題など、外材輸入に対する先行き不安が生じたほか、国産材が外材より相対的に安価になったためと考えられる。

1.2 国産材・地域材利用の意義

依然として外材に押されるなか、国産材の利用推進が叫ばれている。但し、国産材利用の何がよいのかについては、「地産地消」のほかは、「安全」「安心」など抽象的な表現が多く使われているのが現状である。特に一般消費者に対しては、これらを具体的なデータとして分かりやすく提示できるものが必要である。その点で有効なものとして「ウッドマイルズ」の観点から日本の木材輸入を眺めてみたい。

外材輸入を国産材利用へシフトすることの利点は、その輸送過程における莫大なエネルギー消費を軽減できることにある。ウッドマイルズとは木材の貿易量・輸送量に輸送距離を乗じ、そのエネルギー消費量（環境負荷）を数値化したもので、ウッドマイルズ研究会によって提唱されているものである。このウッドマイルズは以下の4つの指標によって構成されている。

- ①ウッドマイレージ：木材が運ばれてくる実際の輸送距離に輸送量をかけ合わせて総合的に物の動きを見る
- ②ウッドマイレージL：実際の輸送距離ではなく産地と消費地の直線距離によって消費エリアを示す
- ③ウッドマイレージCO₂：自動車や船舶など何で輸送したかを考慮し輸送過程排出CO₂の量によって輸送の環境負荷を示す
- ④流通把握度（トレーサビリティ）：輸送経路情報の確実性を問う

ウッドマイルズ研究会によれば、2000年の世界の木材貿易総量から、輸入量1位のアメリカ、2位の日本、欧州で最も多いドイツの3つの先進国を比べると、アメリカやドイツではほとんどが近接国・近隣国からの輸入であるのに対し、日本では4割が遠隔地からとなっており、日本人はアメリカ人の4.5倍、ドイツ人の21倍のウッドマイルズをかけて木材を調達していることになるという⁽¹⁾。

これは外材に対する国産材利用の意義と同様、国産材に対して更に身近にある材を使うという意味での、地域材利用の意義を説明する手段にもなりうるが、地域材については、その対象を都道府県産材とすると、県境付近においては隣県に木材産地がある場合、自県内よりも近くに位置する、県境を越えた流域単位での流通が望ましいとする考えもあり⁽²⁾、一概に地域材を礼賛する手段になるとは言

い難い。京都府は、上記4つの指標の中から、③のウッドマイレージCO₂の観点を府産木材認証制度に採用しているが、この観点を共有することによる近隣府県との連携も視野に入れた動きが見られる。

また、ライフサイクルアセスメント（LCA：製品やサービスが、資源調達から製造、使用、廃棄に到るまでの間（ライフサイクル）に費やした資源量、エネルギー量、環境負荷量を計算して、環境への影響を評価する手法）により、造林から住宅の上棟建設までを対象範囲とする、地産地消型住宅の優位性についての研究では、地産地消の木造住宅の環境負荷が最も小さいことが証明されている⁽³⁾。

1.3 木材利用における「タテ・ヨコ論」

林野庁木材課は「地域材利用の推進と木材産業の構造改革について」のなかで、近年、住宅生産者の木材に対する要請は二分化しており、主に大手ハウスメーカー等は強度等の性能が明確な木材や、コストが低く供給ロットが大きいことなどを求め、中小住宅生産者は特色ある部材や伝統的な家づくり等に向けた資材を求める。木材供給側はこれらに対応して、前者には国産材の加工・流通工程における低コスト化やロットの確保、規格化等を、後者には設計者を含む住宅生産者と連携して、地域材を使用した住宅の提案や供給体制の整備に取り組むことが効果的、としている⁽⁴⁾。

同じくこれを提言しているのが、西村木材店（松阪市）社長の西村仁雄氏である。西村氏は座談会「新しい時代の国産材流通について」の中で以下のように述べている。

「業界全体では、タテ軸に「輸入」と「国産」を、ヨコ軸に「ムク材」と「集成材」を置いた4分割のなかでどのように使いまわしていくのか、この組み立てを考えていかななくてはならない」⁽⁵⁾。

この概念を図化すれば以下のようなになるであろう（図1-2）。

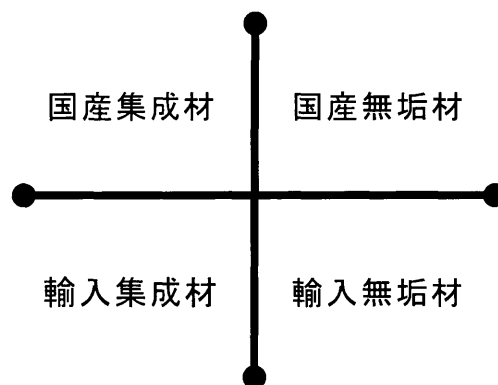


図 1-2 「木材供給の4分割」の概念図

1.4 住宅建築における国産材・地域材利用

1.3 で表した「4分割」の概念から、住宅建築におけるそれぞれの主だった利用先を結び付けると、図1-3のようになると考えられる。

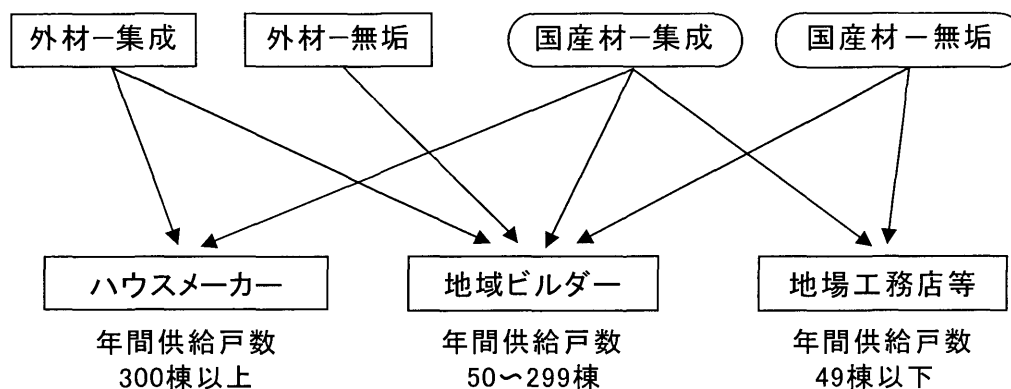


図 1-3 木材の供給と住宅建築主体

住宅建築の主体は供給戸数に応じて、ハウスメーカー、地域ビルダー、地場工務店等に分けられる。ただし、それぞれの年間供給戸数は定まったものではなく、概数である。大手ハウスメーカーの中でも、住友林業株式会社⁽⁶⁾や古河林業株式会社⁽⁷⁾など、国産材利用を謳うものがあるが、実際は集成材利用がほとんどである。これは、住宅メーカーは大手になればなるほど、各戸における均質化という観点から、強度等の性能が明確で、かつ大量・安定供給が可能な集成材の方が利用しやすくなるためである⁽⁸⁾。

国産材-無垢の利用は、ハウスメーカーの中では古河林業で僅かに始められた以外、ほとんどないといってよく、その積極的な利用は、こだわりのある家づくりを行う地域ビルダーや地場工務店が主体となっている。

国産材-集成材利用については、平成20年版 森林・林業白書では、「今後は、(中略)原木の安定供給とともに品質・性能の確かな製品の安定供給に取り組み、スギ等の国産材の新たな需要先を定着・拡大していくことが重要である」とされている。ここで求められている「品質・性能の確かな製品」が指すものは、「外材と同等の品質・性能を持った製品」であろうと推察される。しかし、「集成材」として外材と肩を並べてしまうと、今後国際情勢の変化によって再び外材が安価となれば、需要は外材に流れるのではないかとの懸念が生じる。そこで、外材と差別化する“質”を備えた上での、国産材供給・利用体制が必要になると考える。

1.5 国産材-集成の是非

2006年に始まった林野庁による新生産システムでは、「ハウスメーカーのニーズに応える」との文言が明記されている。集成材とはいえ、国産材利用の“量”の

拡大という側面では重要な役割を果たすが、問題は、ハウスメーカーが国産材を高額であっても利用すると公言している中で、各地で再造林を伴わない皆伐が行われていることである⁽⁹⁾。

ハウスメーカーが国産材のなかでも集成材を使う理由は、先にも少し触れたが、「強度」、「品質」、「大量生産」における優位性である。一方、国産材-無垢を使用するハウスメーカーはほとんどない。その理由は、国産材が本来的には大量生産に向かない性質のものであり、特に無垢材となると、品質の点でバラツキがあるのが一般的なため、敬遠されてしまうからである。この結果、国産材利用を謳うハウスメーカーであっても、実際は国産材-集成の利用であるということにつながってきてしまうのである。

ここで再度、環境問題の点から国産材-集成の利用を考える。集成材は「ひき板、小角材などの部材（集成材の1つの層を構成する板でラミナという）を繊維方向（木目方向）を平行にして、長さ、幅、厚さの方向に集成接着した通直またはわん曲した形状の材」⁽¹⁰⁾である。第1章で述べたウッドマイルズは、木材の利用段階までの指標であるが、ここに更に住宅解体時における環境負荷、つまりライフサイクルアセスメントの観点を加えると、接着剤使用である集成材の環境に与える負荷は無垢材の比ではなく、その是非を問うならば“非”となるであろう。

注及び引用文献

- (1) ウッドマイルズ研究会『ウッドマイルズ 地元の木を使うこれだけの理由』農山漁村文化協会、2007年
- (2) 菅野知之『日本の木で家を建てよう』春秋社、2003年
- (3) 2004年10月5日付 日本住宅新聞、ハウジングデータ集
- (4) 林野庁木材課「地域材利用の推進と木材産業の構造改革について」『木材情報』153号、2002年、6～9頁
- (5) 2004年1月10日付 日刊木材新聞
- (6) 主力住宅商品について、杉を格子状に組んだ耐力壁「きづれパネル」、桧構造用集成材「スーパー・サイプレス」を土台および柱に標準採用したことによる。
- (7) それまでのホワイトウッドから杉集成柱に転換した直接のきっかけは、品確法の性能表示制度の導入にあたり、外壁の軸組み等において「劣化の軽減」で等級3を得るにはホワイトウッドで13.5cm角以上が求められるところ、杉では12.0センチ角で対応できるため、また、さらに付加価値をつけるため国産杉を導入したことによる。
- (8) 2003年11月18日付 日刊木材新聞
- (9) 天野礼子『“林業再生”最後の挑戦』農山漁村文化協会、2006年
- (10) 森林・林業・木材辞典編集委員会編『森林林業・木材辞典』丸善、1993年

第2章 林業地三重県における地域材利用

2.1 「三重の木」認証制度

2.1.1 制度の概要

各都道府県および自治体で進められている地域材活用住宅建設補助制度として、三重県では2005年度より「三重の木」認証制度が採り入れられている。これは、県内に自ら居住するために新築する一戸建ての木造住宅（床面積80㎡以上）の指定した部材に「三重の木」認証材が一定以上の割合で使用して建築された住宅に対して、補助金が交付されるというものである。ただし、年度によって交付の諸条件は変更されている。一例として2008年度では、県内に自ら居住するために新築する一戸建ての木造住宅（床面積80㎡以上）において、「三重の木」を60%以上（柱・土台には「三重の木」認証材を原則100%）使用、もしくは12㎡以上の利用で、1棟当たり30万円の補助が支給される（ただし、上棟時期で区切った先着順で300戸限定）。

この制度で「三重の木」と定義される木材は、合法的伐採による県産材で「三重の木」認証を受けた製材工場で製材されたものと定められており、他県産材や外材が県内で製材されたものについては、これを認めていない。さらに、こうして認証を受けた「三重の木」を住宅建築に利用し、補助金の交付を受けるには、「三重の木」認証を受けた建築業者、もしくは認証を受けた家づくりネットワークで建築することが必要とされている。認証業者数は、認証製材工場：118社、認証集成材工場：3社、認証設計士・建築事務所事務所：94社、認証建築業者：396社、認証ネットワーク：1グループとなっている（2008年11月現在）⁽¹⁾。

2.1.2 制度の問題点

本制度は、純然たる県産材しか「三重の木」として認証しない、という厳格さが特徴でありながら、実際の制度運用においては以下のような問題点が指摘されている。

①補助金の交付

補助金の交付が施主への直接支払をとっているため、単なる税金の「ばらまき」に過ぎないという批判が挙げられている⁽²⁾。

②認証業者

申請を行えば認証業者として登録されるため、経営状態や製材・建築実績については一切の審査がない。しかも、建築業者については登録後の審査がないため（製材業者は毎年審査がある）、この制度での“補助金交付”が、施主に対する一種の「客寄せ」として機能してしまっているという側面があることは否めない。

③ネットワークでの認証

この制度では、素材生産業、製材業から設計、建築業までがグループ化した、家づくりネットワークでの認証も認めている。しかしながら、実際に認証を受けているネットワークはわずか1団体であり、制度を活用しきれていない現実がある。家づくりネットワークは次節で述べるように、県内にも数団体が存在するが、上記の2団体を除きいずれもネットワークとしての認証は受けていない。これは、ネットワークを形成している製材業や建築業が、既に個別に認証を受けているため、あえてネットワークでの認証を得る必要がないからであると思われる。結果として、ネットワークでの認証という制度の分かりにくさだけが残ってしまっている。

④制度の終了

この制度は、平成20年度で終了することが決まっている。三重県木材青壮年団体連合会会長の瀬古智史氏によれば「木造の設計コンペなど新たな事業の提案に向けた検討をしているところ」⁽³⁾であり、現時点で具体化されているものはない。わかりやすい仕組みにして、運用の幅を広げるなど制度の改善が求められる。

2.2 地域材利用の現状

林業地における地域材利用の現状を把握するために、前節で述べた地域材利用推進制度の活用状況も含め、三重県内の地域ビルダーおよび顔の見える三重の家づくりグループに聞き取り調査を行った。

2.2.1 地域ビルダーへの聞き取り

リクルート社発行『三重で家を建てる 2008 Spring』に掲載された40社の中から、「県産材」、「無垢」、「木造軸組工法」をキーワードとし、さらに地域密着度の高さを考慮して三重県内に本社を構える業者を抽出した。その結果、株式会社アート・宙（四日市市）および株式会社天然樹ホーム（津市）の2社が該当した。両者への聞き取り結果は、表2-1の通りである。

表 2-1 (株)アート・宙 と (株)天然樹ホームの概要

	(株)アート・宙	(株)天然樹ホーム
会社の設立年	2003年	1993年
設立の経緯	大量供給のために標準化された住宅では無垢材を使用することができない状況に疑問を覚え、独立	「本物の天然素材の家をつくりたい」という信念の下、地域ビルダーから分離独立

	(株)アート・宙	(株)天然樹ホーム
年間受注戸数	15 棟／年(2003～07 年度の平均) ※最多 22 棟／年、最少 8 棟／年 ※07 年度は 15 棟	30～40 棟／年
大工等の組数 および 請負の有無	請負 大工 6 組、木工屋 1 組、建具屋 1 組(ただし、将来の直施工体制を企図して、社員 2 名を大工に弟子入りさせている)	請負 大工 10 組(うち専属 6 組) 左官 3 組、建具屋 3 組
天然素材を 扱う理由	・無垢材の良さ ・地産地消のため ・外材の危うさ	
使用樹種	スギ、ヒノキ(いずれも熊野産材)	ヒノキ(飯高産) 米マツ、米ヒバ(カナダ産) シロマツ(ロシア産)
木材の 流通形態	ほとんどを野地木材工業(株)(熊野市)から直接購入	プレカット業者経由で購入 シロマツのみ中国で製品化したものを輸入
プレカットの 有無	有(ほぼ 100%)	有(100%)
集成材の使用	使用していない	使用していない (過去に使用していたが、ドイツで集成材が剥離する出来事があったから、使用を止めた)
木材の 乾燥方法と 含水率	人工乾燥で含水率 25%以下 (横架材:天然乾燥+人工乾燥) (梁 材:天然乾燥)	柱・梁材:人工乾燥で含水率 20% 以下 内装材:8%以下(独自の乾燥機を使用)
受注エリア	四日市市を中心とした範囲 名古屋、岡崎方面での受注もあり	三重県内 愛知県内でも年間数棟の受注あり
情報発信の 方法と広告費	各種雑誌、HP 広告費:600～700 万円／年間 売上の 1%程度	各種雑誌、新聞広告、HP 広告費:売上の 1.5%程度
建築費に占める 木代金の割合	25～30%	20%
本体価格* (坪単価)	58～75 万円／坪 (平均 62.5 万円／坪)	50～60 万円／坪

	(株)アート・宙	(株)天然樹ホーム
無垢材に こだわる施主	<ul style="list-style-type: none"> ・年度によって差があるが、受注のおよそ1～3割程度で、増加傾向にあるとはいえない ・施主には地産地消、無垢材の良さをアピールしている 	<ul style="list-style-type: none"> ・柱材に地域材(飯高産材)を使用することで、安心感を抱く施主はいる ・施主には地産地消をアピールしている
完成現場見学会 開催の頻度	毎月1回程度(他に構造体の見学会も有)	毎月1回程度(他に構造体の見学会が年4回程度)
山主との交流や 山林見学	独自に“住まいづくりセミナー”を開催(年6回)してはいるが、山林見学や交流は行っていない	2007年度から、独自に“木工教室”を開催(年1回)しているが、山林見学や交流は行っていない
「三重の木」 認証について	補助金申請を行っており、7割方が通過する(2006～08年は、51棟中36棟が補助金交付を受けた(または受ける予定))	申請は補助の募集時期と上棟時期が一致すれば行う(2007年度は補助金交付が2件、08年度はなし)
「顔の見える木材 での家づくり」** への登録	登録していない (データベースの存在自体が知られていない)	登録していない
家づくりネット ワーク*** への参加	参加していない ・ポリシーが異なり、他社に対して手の内を見せることになる ・優良な設計士とのネットワークは可	参加していない ・ポリシーが異なる
問題点・ 課題抱負	<ul style="list-style-type: none"> ・林業家の経営意欲の向上 ・エアパスグループでの環境問題への取り組み 	内装材での地域材の乾燥材流通が未発達

資料：筆者らの聞き取り調査から作成（2008年10月～11月）

*：本体のみで、カーテンやエアコン、家具、照明等の費用は含まない

**：日本木材情報センター「顔の見える木材での家づくり」データベース（第4章にて詳述）

***：地域ごとに形成されている家づくりのネットワーク（例えば、東紀州尾鷲ヒノキの会 など）

① 経営者・社員について

両社とも経営者は前職で同業他社（ハウスメーカー・地域ビルダー）に在籍し、新建材による家づくりに深く関わっていた。社員の中にも同様のケースが多く、アート・宙では経営者のハウスメーカー勤務時代の部下を数名引き抜いていた。

ハウスメーカー時代には成し得なかった“自然派の家づくり”を叶えるために

力も十分に活かされていると感じられた。

同席した天然樹ホームの営業 H 氏によれば、前職の大手ハウスメーカーでは、展示場から営業担当が新建材に含まれる化学物質の影響で目を真っ赤に腫らして帰社していたものだが、現在は自身も含めそのようなことは全くなく、健康そのものとのことであった。

②使用木材について

最初に三重県産材を住宅に使うルート探しから始まった、というのが両社に共通する点である。アート・宙では製材業者、天然樹ホームでは“材木屋的”プレカット業者とのつながりのみで家づくりが達成されている。これは、換言すれば「家づくりネットワーク」を形成する必要がないということであり、アート・宙に至っては、経営者自らが製材の場に出向き、構造材と建具用材との採材の違いを指示しているという。上村（1996）は「構造材以外の造作材や内外装材の面においても、格安でちょっと見のいい他材料への代替はなお進みつつある。これは一つには木材建築が大工任せとなり、建築の設計をつかさどる建築技術者があまりにも木材のことを知らなさすぎるからであろう」⁽⁴⁾と述べているが、この点に関して、アート・宙社長の I 氏は正に「木材を知る」タイプであった。

樹種についてであるが、アート・宙が熊野産材 100%であるのに対し、天然樹ホームは柱材に用いている飯高産材を除いて外材使用であったのは、聞き取り調査を行って初めて判明したことであった（ただし、聞き取り調査よりも前に訪ねた完成見学会会場の個人宅は、100%三重県産材使用であった）。調査の場となった住宅展示場は、床材の中国産キリを始めとした外材使用ではあったが、H 氏の言葉通りに大変居心地のよい空間であった。従って、特に国産材に強い関心を持つ施主でない限り十分に満足してしまうものと考えられ、国産材利用推進においては、思いがけず“外材－無垢”の脅威を知ることとなった。

また、天然樹ホームでは本来ならば梁にアカマツを使いたいところだが、三重県内では調達できないこと、杉では弱いことにより集成材を使用しているとのことであった。

③住宅建築について

受注戸数については、こだわりのある家づくりを行っているビルダーや工務店にも共通することであるが、抱えている大工の数との兼ね合いによるようである。どちらにおいても聞かれたことであるが、受注の都合により大工の仕事に空白を生じさせてしまった場合、生活を“食いつなぐ”必要性から、例えばハウスメーカーの仕事を半年（2,3棟分）程度でも請け負ってしまうと、大工には技能的な後退が見受けられるらしく、以後の施工に支障が出るということであった。こうしたことを避けるためには、受注戸数を増やすなり、受注に季節変動のないようにすること（平準化）が課題でもあるとのことであった。そのため、アート・宙では将来的な直施工体制を企図して、大工希望の社員 2 名を実際に大工の下で経験

を積み重ねているなど、大工を大切に作る気概が感じられた。

④消費者について

こだわり派住宅は口コミによる顧客獲得が大半を占めるが、両社においても例外ではない。セールスポイントはどちらも「地産地消」であるが、実際には「地域材」を希望してやってくる顧客はあまりないようである。

完成見学会は、両社とも月に約 1 回のペースで行われている。アート・宙では山元の見学会も是非行いたいと考えているが、現状ではそこまでの「余裕がない」とのことであった。

⑤「三重の木」認証制度について

ハウスメーカーの中には、この認証を得るために条件ギリギリの割合で地域材を利用した結果、低質材が出回ることになってしまった例もあるそうだが、両社にとって「三重の木」認証制度による補助金は“目的”ではない。特に 100%地域材利用のアート・宙では「申請をすれば（結果として補助金は）ついてくる」程度のものであり、その分は「カーテン代くらいにはなる」とのことであった。

しかし、一方の天然樹ホームでは、認証制度の条件に合致する割合で地域材を使用すると、坪単価が 30~50 万円は上がってしまうので現実的ではないこと、またその割合が平成 19 年度の「50%以上」でも困難だったものが、更に 20 年度になって「60%以上」と引き上げられたことに苦慮していた。

⑥その他

2008 年 8 月 22 日付の日刊木材新聞には、「県産住宅の成功事例紹介」として岐阜県で行われた「県産材販路拡大ビジネスミーティング」で、アート・宙社長の I 氏が講演を行う様子が掲載されている⁽⁵⁾。このことについて石田氏は、「なぜ三重県では（こうした取り組みを）やらずに、しかも岐阜県主催での事例紹介に（三重県に本社を置く当社が）呼ばれたのか」と訝しむ。

天然樹ホームの H 氏からは、土台柱の強度検査を行うためには、資材を抱え、費用をかけて埼玉県まで行かなければならないとの話があったが、それは、三重県では土台柱の強度に関する規定がなく、また試験等も行われていないことによるものであった。

全国の地域材活用住宅建設補助制度を概観すると、三重県と同様に施主へ直接補助金が支払われるケースが多い。従来から融資や利子補給によって支援していた自治体においては、補助金方式が直接的でわかりやすく「即効性がある」⁽⁶⁾との見方もあるが、一方では、「個人の資産を増やすことにつながるという理由で実施しない自治体もある」⁽⁷⁾など、賛否両論である。

県単位での例としては、これまでに以下のような特色のある補助制度が設けられていたので参考としたい⁽⁸⁾（下線は筆者による）。これらの例は、施主への「ばらまき」ではなく、川上への還元要素を含むものといえる。

- 宮城県：みやぎ版住宅普及支援事業（17年度）
住宅性能評価に係る経費の一部（1/2）を助成。助成限度額：8万円
- 宮城県：宮城ブランド材県内流通ビジネスモデル事業（18年度）
県産の認証材を用いた木造住宅を建築する大工・工務店に50万円を助成
- 鳥取県：新・木の住まい助成事業（17, 18年度）
1㎡につき3万円助成（10㎡以上、限度額：60万円）、伝統技術活用の場合は更に15万円/戸助成
- 長崎県：「ながさ木の家」普及支援事業（17年度）
「ながさ木の家」の建築業者が行う県産材の無償提供（40万円相当以上/戸）に対し定額助成。一建築業者あたり200万円
- 鹿児島県：かごしま材の家性能保証支援事業（17, 18年度）
住宅性能評価に係る経費の一部（1/3）を助成

2.2.2 顔の見える三重の家づくりグループへの聞き取り

顔の見える三重の家づくり支援協議会発行のパンフレット（2008年）に掲載の県内11グループから、以下の2グループに対し、聞き取り調査を行った。

表 2-2 三重の木で家をつくる会 と 東紀州・尾鷲ひのきの会 の概要

	三重の木で家をつくる会	東紀州・尾鷲ひのきの会
会の結成年	2003(平成15)年	2003(平成15)年
結成の経緯・目的	地産地消を望む建築家と、低迷する木材需要をくい止めたい林業側の思惑が一致してグループを結成	・“尾鷲ヒノキ”ブランドの差別化と流通過程の簡素化を目指す ・適正な価格での尾鷲ヒノキの流通を促進させる
グループのメンバー構成	総計12団体 素材生産:1(三浦林商) 製材:1(中勢森林組合) 建築:4 左官:2 設計・施工:1(I設計室) 木工:3 塗装:1	総計13団体 林業経営:2 (速水林業、吉田本家山林部) 素材生産・製材:7 材木:2(海山木材協同組合) 木工:1 設計:1(森林組合おわせ) ※すべてFSC認証を取得
グループの特徴と運営	・住宅建築にかかわるすべての業種を巻き込んで、流通過程の簡素化と地産地消を実現 ・「家は地域の材料で、地域に伝わる工法で、地域の職人によって建てられるべきもの」という理念 ・価格的にリーズナブルな並材の供給に重点をおき、銘柄材には必ずしもこだわらない。	・森林認証を取得した業者の集まりでもあるので、意見の集約が容易 ・その反面、新規加入等の発展性に乏しい ・住宅の施工までは請け負わず、建築業を紹介するにとどまる ・比較的緩やかなつながりで、経営においては個々の自由 ・グループの一員として、主体的に活動しているのは約半数

	三重の木で家をつくる会	東紀州・尾鷲ひのきの会
グループでの年間受注戸数	10棟／年	厳密な集計はないが、 ・木材供給:4～5棟／年程度 ・設計業務:1～2棟／年程度 ・速水林業では、20～30棟／年 (増改築含む)
使用樹種	スギ(主に美杉産)	ヒノキ、スギ(尾鷲産) FSC認証材を含む
木材の流通	三浦林商が森林所有者を説得して伐出し、中勢森林組合で製材	加入している森林所有者と製材業者が、それぞれFSCおよびCoC認証を取得していることにより、FSC材としての流通を実現
プレカットの有無	不明	有(一部)
集成材の使用	使用していない	使用している
木材の乾燥方法	天然乾燥(葉枯らし、天日)	天然乾燥、人工乾燥 一部でグリーン材も使用
受注エリア	三重県内(北勢～南勢)が中心	紀北町・尾鷲市が中心だが、県内他地域、県外での受注も多数あり
情報発信の方法	各種雑誌、HP	各種雑誌、HP 県内外の各種イベントに出展
本体価格*(坪単価)	不明	不明(集計をしていないため)
施主がこだわる点	・ハウスメーカーでは困難な、独特な住宅設計・提案	・尾鷲ヒノキのブランドに魅力を感じている ・地産地消
現場見学会開催の有無	・構造見学会(参加者僅少) ・住宅見学会 有り	その都度開催 (施主の了解が得られれば)
山主との交流や山林見学	森林見学会	山林見学、林業の施業体験、製材工場の見学、林業塾(討論会)等多数あり
「三重の木」認証について	グループとしてネットワーク認証を受けている	製材業7社がすべて認証の登録業者であるため、グループとしては登録していない(補助金申請は各業者の判断で行う)
「顔の見える木材での家づくり」**への登録	登録している	登録はしているが、登録後の効果は一切感じられない
問題点・課題	・森林所有者がグループに加入しておらず、また、伐出と製材が各々1団体にのみ依存しているため、安定的な木材供給に支障がでるおそれがある	・グループの拡大の可能性に乏しい ・建築業がグループに加入していないため、万が一の不具合については、すべて施工業者が責任を負うことになる

資料：各種パンフレット、筆者らの聞き取り調査から作成（2007年9～10月、2008年11月）

*：本体のみで、カーテンやエアコン、家具、照明等の費用は含まない

**：日本木材情報センター「顔の見える木材での家づくり」データベース

三重の木で家をつくる会は、設計の I 設計室の伊藤氏が東京から U ターンした際に、地産地消の僅少さに危機化を感じ、素材生産業である三浦林商の三浦氏や中勢森林組合の藤崎氏らの仲間を募って結成されたグループである。三浦林商は、「山元の意欲も大切だが、山元（山主）が『売りたい』と思える仕組み」⁽⁹⁾を提示し、実践している素材生産業であり、こうした考え方が、伊藤氏の思いと合致したのである。

設計に関しては、伊藤氏の話に「“わかりやすい”ハウスメーカー住宅との差別化が難しい」というものがあったが、いずれの聞き取りにおいても聞かれたものとして、三重では親の所有する土地に家を建てるケースが 8 割を占め、よって若年層の購入が多くなることから、斬新なデザインが望まれるものと考えられる。

また、林野庁の推進する「顔の見える木材での家づくりネットワーク」でも、対象は都道府県産材という括りであるが、伊藤氏によれば「県産材」の「県境」に縛られる感があるとのことである。この点に関しては、高知県で県外への県産材供給にも補助を出す例があるが、実際問題として、高知県では書類作成の煩雑さが制度の普及を妨げているといわれる。その他、第 1 章で述べたウッドマイレージ CO₂の観点から府産木材認証制度に採用する京都府でも、府外への供給を模索しているところである。消費地を抱えない林業地では、県内のみで「顔の見える木材での家づくり」を完遂させることは難しいと思われる。

2.2.1 で述べた地域ビルダーと比べると、どちらの会とも森林見学会や製材工場の見学等の多数開催によって、施主が山や林業に触れる機会を持つことにつながっているとはいえ、「顔の見える」関係をつくりやすい土壌はあると思われるが、会の運営の点では、三浦氏によると、ネットワーク化は結局利益分配が難しくなるという問題も抱えているという。

東紀州・尾鷲ひのきの会では、1980 年頃まで木材産地として成り立ってきたものが、やがて安くても売れる、更には安くても売れない時代となった今、ブランド材としても他との価格差がなくなってきた尾鷲ヒノキをいかにして売っていくかが課題となっている。

尾鷲ヒノキはヒノキの中でも乾きにくいとのことで、これまで“狂い”の言い訳にしてきたところがあり、それがクレームにつながっていた。しかし、クレームの原因を辿るにも、複雑な流通の中では製材業者まで到達せず、製材業者も危機感を持ち得なかった。東紀州・尾鷲ひのきの会は、長年の木材流通の悪循環への危機感から集まった感があるという。尚、当会には建築業者は含まれていない。

顔の見える三重の家づくりグループは他にもあるが、1 業者が幾つものグループに加わっていることがあり、そのような場合、発注を業者個人として受けるのか、

またはどのグループとして受けるのかによって、受注戸数の数え方は異なるであろう。

注及び引用文献

- (1) 「三重の木」利用推進協議会 HP (<http://www.mienoki.net/index.html>)
- (2) 筆者らの聞き取り調査による (2008年11月)。
- (3) 2008年7月17日付 日刊木材新聞
- (4) 上村武『改訂4版 木材の知識 商品と流通の解説』経済調査会, 1996年, 40頁
- (5) 2008年8月22日付 日刊木材新聞
- (6) 2005年7月5日付 日刊木材新聞、2007年10月18日付 日刊木材新聞
- (7) 2006年4月25日付 日刊木材新聞
- (8) 2006年4月25日付 日本住宅新聞、2007年7月15日付 日本住宅新聞
- (9) 2008年1月19日付 日刊木材新聞

第3章 国産材・地域材利用の問題点

3.1 「家づくり」概念の二形態

国産無垢材による家づくりの量的な拡大を考えるならば、第1章でみた「木材供給と住宅建築」の関係のうち、年間建築戸数が最も多い“ハウスメーカー”レベルでの利用が進むことが理論的には最も効果的である。しかしながら、それがあまり見られないのは、均質で多量な木材供給に不向きな日本林業の構造的な問題もさることながら、家づくりに対する考え方が、いわゆるハウスメーカーと地域ビルダー・地場工務店とでは異なっているためではないかと思われる。そこで、両者の特徴的な2つの考え方から、「家づくり」の概念における二形態を示してみたい。

1) ハウスメーカーの「家づくり」

まず、国産材利用を掲げる、住友林業株式会社の見解をみてみよう。

「…安定した供給力、価格競争力、品質管理を提案していただければ、積極的に杉の需要拡大への協力を惜しみません。ただし、国産材だから高い、この価格差も建築側に負担してもらいたいというのは通用致しません。建築主にも工務店にも説明できるもの〔価格〕でなければいけません。」⁽¹⁾

(同社営業本部営業開発部長 伊東弘二氏)

同社のこの論調からは、“安価な国産材であれば購入する。しかし、安定供給・大量供給にあたって価格競争力のあるもの、すなわち大量に仕入れることで単価が下がることが前提であって、国産材を大量供給するがゆえの高単価というのは不可である”という考え方がうかがえる。このことは、工業製品としては当然の理屈であるが、そもそも自然素材としての木材、ことに国産材・地域材の場合には、非常になじみにくいものである。つまり、ここには「工業的思考」を見て取ることができるのである。

2) 地域ビルダーの「家づくり」

次に、国産無垢材にこだわった家づくりを行っている地域ビルダーとして、神崎建設株式会社（本社・東京都）の例を挙げよう⁽²⁾。

「人間の住む家を企業ベースだけで考えるのは残念である。」

「…森林資源を有効に使い、日本の国民が住宅にお金を出し、それを山に返し、植林し、山林に携わる人々を活気づかせるという経済のサイクルの中で、日本の森林を守っていかなければならない。」

「商業ベースに重きをおけば最終的には、日本の林業を駄目にし…」

(同社代表取締役 神崎隆洋氏)

同社のこの見解は、先の住友林業株式会社の例とは異なり、“木材には再造林費を含んだ正当な価格での取引が求められ、その結果が山元への利益還元、及び再造林へとつながり、資源の循環的利用と山村振興が図られる”といった強い責務が感じられる。これは、地域ビルダー（建設業）も、資源循環という自然のサイクルの中に位置しているのだという、意識があつてのことであろう。「商業ベースに重きをおけば…林業を駄目にし」という一文に象徴されるように、ここに存在するのは対照的な「非工業的思考」であるといえよう。

3) 「家づくり」概念の二形態

以上の事例から、ハウスメーカーは「工業的思考」が支配的であり、対して地域ビルダーや地場工務店においては「非工業的思考」によって経営がなされているものと思われる。

すなわち、ハウスメーカーによる「家づくり」とは、「工業的思考」に裏打ちされた「“建材”による工業製品づくり」であつて、その目的としてあるのは、企業としての利潤追求のみである。

これに対して、上の神崎建設株式会社の例でみたように、地域ビルダーや地場工務店は（多少の例外はあつたとしても）、「非工業的思考」に基づく「“木材（国産無垢材）”による非工業製品づくり」を行っている。その目的としては、利潤を追求することは（企業であるから）当然であるが、しかしそれだけではなく、山元への利益還元や山村振興までもが含まれているのである。また、「家づくり」の過程で、風土に合った地域材を用いることから、施主への本来的な幸せ（例えば、シックハウス等の虞のない家など）の追求も、目的の一つになっていると言えるだろう。

このように、ハウスメーカーと地域ビルダーや地場工務店とでは、「家づくり」に対する考え方に相違があるため（表 3-1）、当然、異なった性質の住宅が供給されることになる。よつて、国産無垢材による「家づくり」と、外材・集成材による「家づくり」とでは、別々の法規制のもとにあるべきと考えるが、現実的には、外材・集成材利用に傾斜した、ハウスメーカー寄りに法整備がされているといえる。次節では、その問題を取り上げてみたい。

表 3-1 「家づくり」概念の二形態

	ハウスメーカー	地域ビルダー 地場工務店
「家づくり」の概念	工業的思考	非工業的思考
「家づくり」の内容	“建材”による 工業製品づくり	“木材”による 非工業製品づくり
利用する材	外材 集成材	国産無垢材
目的	利潤追求	利潤追求 山元への還元 施主の幸せ

3.2 無垢材利用に不利な法規

1) 建築確認・検査の特例制度（4号特例）の廃止

建築基準法 20 条において、建築物は規模別に 1～4 号まで分類され、1～3 号までは構造計算を必要としている。4 号にあたる、在来木造工法による高さ 13m、軒高 9m 以下、階数 2 階以下（延べ面積 500 m² 以下）の小規模木造住宅に対しては、現在のところ建築士が設計した場合、構造に関する審査が省略できる。これが「4号特例」と呼ばれるものであるが、この特例制度の廃止が近づいている。廃止されると、構造審査にかなう構造材の供給が求められる。2009 年 6 月までに導入予定となっている⁽³⁾。

2) 住宅の品質確保の促進等に関する法律（品確法）－瑕疵担保責任強化

2000 年 4 月に施行された品確法では、新築住宅の瑕疵保証を 10 年にわたって行うことが義務付けられた。これまで一般の売買契約において常態化していた、特約による期間縮小を是正するものでもある。2009 年 10 月施行予定の住宅瑕疵担保履行法によって、建築業者には供託金積立あるいは保険への加入が義務付けられる⁽⁴⁾。

3) 住宅の品質確保の促進等に関する法律（品確法）－住宅性能表示

2000 年 10 月から始まったもので、住宅の構造的な強さや火災時の安全性、高齢者への配慮等の住宅の性能を、公的に指定された機関が評価し、表示する制度である。全国共通の尺度を使うことによって、消費者に住宅の性能を分かりやすく示すものである。住宅品質確保促進法に基づいて導入された瑕疵担保と違い、性能評価については任意制度となり、供給者や施主が希望した場合に限り適用される⁽⁴⁾。

4) 日本農林規格（JAS）と日本工業規格（JIS）

木材規格には JAS と JIS の 2 つがある。JAS は農林物産を原料として作られる製品の品質の確保と製品の標準化を定めた規格であるのに対し、一方の JIS は工業製品の品質の確保と製品の標準化を定めた規格である。両者の規格基準には統一性がなく、無垢材以外の接着剤や防腐剤等を施す材に関しては、JAS、JIS どちらも当てはまることになる。

瑕疵担保責任については、高額な供託金を用立てられるのは資力のある大手ハウスメーカーに限られる。よって、多くの中小ビルダーや工務店では保険に加入することとなる。しかし、保険の適用には構造材の品質を証明する必要がある、その際に使われるのは客観的なデータである JAS に基づく品質基準となることが予想される。

住宅性能表示は、割れや反り等が当然の無垢材には不利といえる。9 つの評価項目の中の 1 つに「劣化の軽減」がある。具体的には防湿、防腐、防蟻処理により

建物の劣化対策を行うというものであるが、特に外材に対して行われるこれらの化学処理を必要としないことが差別化ともなる国産無垢材にとっては、却ってセールスポイントを失うことにもなりかねない。

1) の構造審査や 2)、3) における性能表示に適うのは JAS 製品である。しかし、4) にあるように、その定義が明確ではないのが実状である。2006 年 3 月施行の改正 JAS 法によって製材工場には改めて登録申請が必要となった。しかし、3 年間の猶予期限の 2001 年 3 月を前にした現在でも、申請を行っている工場は 500 弱程であり、旧制度下での認定工場数の 1/4 以下となっている。これは、多くの建築業者が JAS 製品を求めるのは大手ハウスメーカーや中堅ビルダーぐらいである⁽⁵⁾。

これらの法規で求められているものは、阪神・淡路大震災をきっかけに重視されるようになった耐震性や耐久性等の点から見た「安心」といえるかもしれない。しかし、住宅の「住み心地」というものは、数値で表わされる「性能」によって客観視できるものではない。客観視できるものがあるとすれば、それはハウスメーカーが多用する合板や集成材等の、工業製品に対してである。

無垢の心地よさは伝統工法によってのみ得られるものであるが、採用工法は評価対象に含まれていない。「金物を使わない伝統構法は、建築基準法の構造の考え方とは異なる点があり、建築確認を下ろすには相当の手間がかかる」⁽⁶⁾ とある通り、伝統工法はむしろ排除される方向にある。同様に、意匠や周囲の景観との調和等、数値化できないものは加味されていない。

尚、以上のハウスメーカー寄りともいえる法規は、すべて国土交通省によって定められたものである。「木材を知らない人たちが建築基準法の制定等に携わり、木造住宅が規制されている。これでいいのか⁽⁷⁾」の声はもったもたである。

“工業製品づくり”のために使用される建材と、“家づくり”を行うために使用される木材（国産無垢材）とは、それぞれ別の省庁による異なる法規のもとで扱われるべきであると考えられる。

注及び引用文献

- (1) 伊東弘二「期待される新しい住宅生産システム-大工の育成と国産材による家づくり-」『山林』No. 1319, 1994 年, 21~28 頁
- (2) 神崎隆洋「国産ムク材にこだわる家づくり」『ワイド』92 号, 1996 年, 16~18 頁
- (3) 平成 19 年 12 月 13 日付 日刊木材新聞
- (4) 平成 20 年 5 月 13 日付 日刊木材新聞
- (5) 赤堀楠雄「製材 JAS 規格の現状をどう見るか」『林経協月報』No. 503, 2003 年, 63~69 頁
- (6) 平成 16 年 11 月 25 日付 日刊木材新聞
- (7) 平成 20 年 10 月 21 日付 日刊木材新聞

第4章 国産材利用の量的拡大

4.1 顔の見える木材での家づくり

林野庁では、1980年代から全国的な展開を見せた、地域の木材を用いて地域の大工が住宅を供給する「産直住宅」や、1990年代から増加している、業者間の連携により近隣地域で生産された木材を積極的に用いた家づくりを行う「近くの山の木で家をつくる運動」、また2001年度より「顔の見える木材での家づくり」などにより地域材の利用を推進している。このうち、「顔の見える木材での家づくり」データベースを元に、その有効性を考えてみたい。

顔の見える木材での家づくりの主旨は、「森林所有者から住宅生産者までの関係者が一体となって取り組む消費者の納得する家づくり」⁽¹⁾である。(財)日本住宅・木材技術センターによるデータベースは、都道府県の木材担当者の協力によって、森林所有者から住宅生産者に至る関係者の連携により、消費者の納得する家づくり（顔の見える木材での家づくり）に取り組む団体のうち住宅供給実績のあるものが調査・収集されたものである。このうち、主だった項目を抜粋したものが表4-1である。

平成20年度の登録団体は152（2008年7月現在）あり、大都市により多くの団体が見られる。各項目に関して空欄のものは、NPOなど啓蒙型の団体である。

更に一部をグラフ化したものを図4-1以下に示した。各団体の構成メンバーは「大工・工務店」を筆頭に、「製材・木材加工業・プレカット」、「設計事務所」、「林家・森林組合・素材生産業」と続き、その中でも、各グループの中心的な役割を担うのは、圧倒的に、建築業を擁する「大工・工務店」、「設計事務所」となっている。また、国産材の産地では「製材・プレカット主導型」が、都市部など消費地では「大工・工務店主導型」が多くなっており、これは地域ごとの国産材需給量と関係している⁽²⁾といえる。

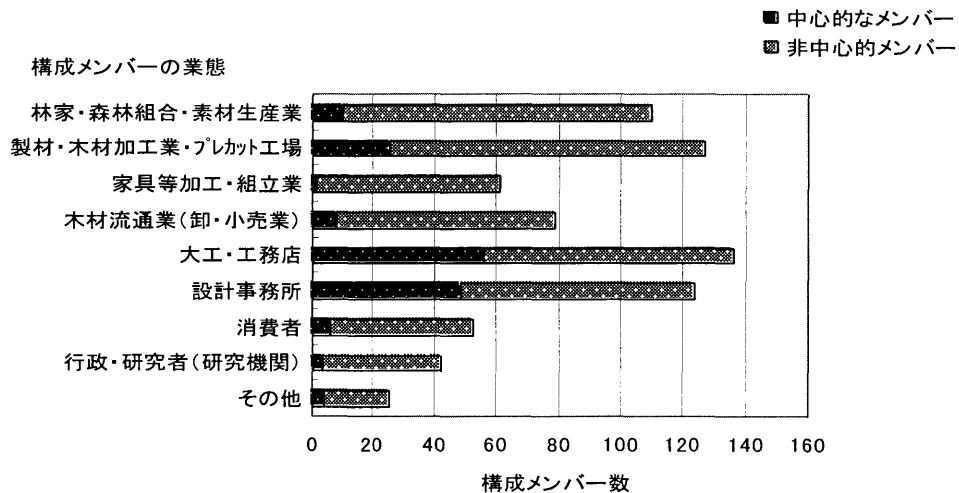


図 4-1 メンバーの業態

グループの多くが“自然素材”を謳い、山林見学会やセミナー等を開催して「顔の見える家づくり」を行っているが、1割近くが集成材を利用していることは驚くべきことである。但し、それぞれの使用材積についてはHP上では把握しきれないため、強度を増すための僅少利用とも考えられる。

年間供給戸数は全体のおよそ2/3が30棟未満の工務店クラスで占められている(図4-5)。また、図4-4に表わされた通り、「天然乾燥+人工乾燥」も含めれば、人工乾燥を行う割合は70%を超える。葉枯らし、天然乾燥、無垢という特にこだわりを持つ家づくりばかりではないことがうかがえる。

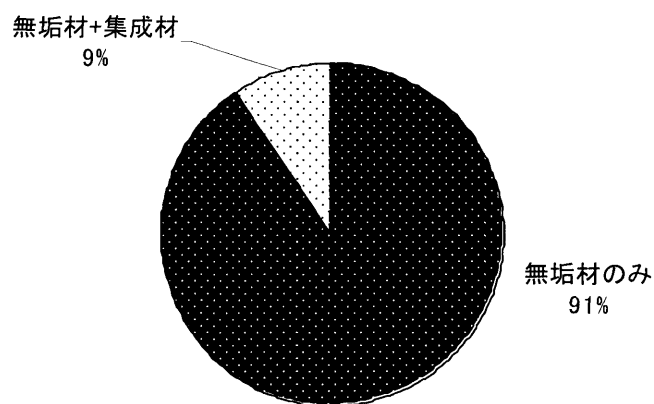


図 4-2 無垢材と集成材の利用割合

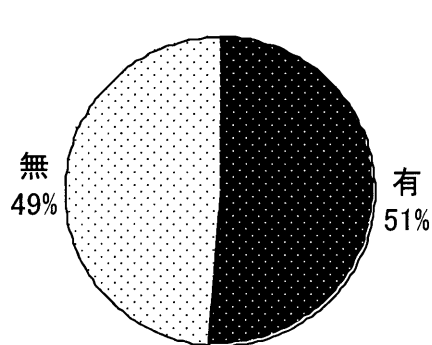


図 4-3 葉枯らし乾燥の有無

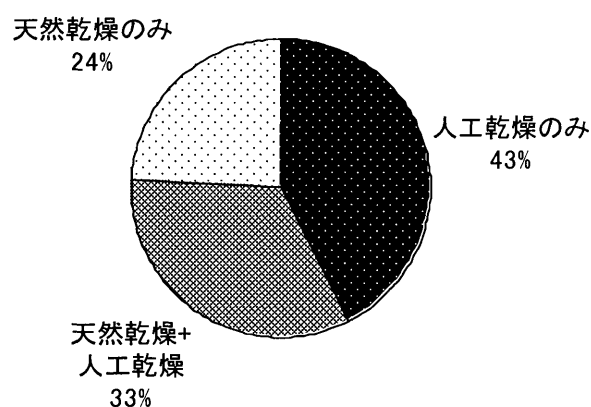


図 4-4 製材段階での乾燥方法

年間供給戸数(棟)

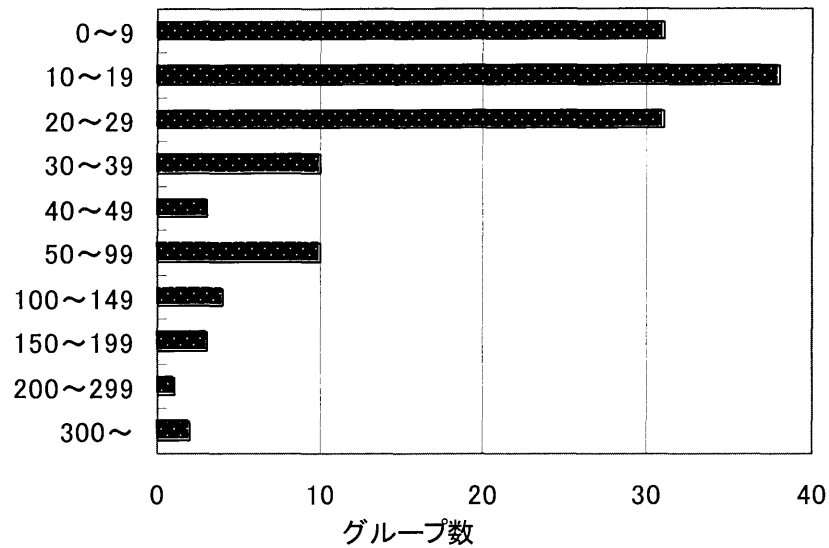


図 4-5 年間供給戸数

尚、施主との「顔の見える」関係は、建築を担う大工・工務店のネットワーク参加によって成り立つものであると考えられるが、大工・工務店を擁さないグループがある。内訳は先述の“啓蒙型”と森林組合、協同組合のいずれかであるが、152 団体の中で唯一、それらに該当しないグループが、東紀州・尾鷲ひのきの会であった。登録に際しての質問項目中、「木材が主因となって瑕疵等（クレーム）が指摘された場合、どのような保証を行っているか」との問いに対して、「住宅の品質保証は全て工務店に委ねている」、つまり範疇外となっており、顔の見える家づくりネットワークの意義、定義とはどのようなものかと改めて考えさせられる。

ハウスメーカー迎合の新生産システムによる「大ロット」、「大量生産」、「材の集約」では、施主が材の出所を見ることはあり得ないであろう。顔の見える木材での家づくりは、それを補うための取り組みと見ることができる。しかし、川上、川中だけがうまくいっても、第 3 章で概観した法規問題等、川下を国土交通省に掌握されている限り、「木材」の行き場はない。林野庁には、“数”ではなく、ネットワーク個々の“質”をも考えた「顔の見える家づくり」を推進してもらいたい。

4.2 無垢材利用の量的拡大

「国産材の需要拡大に必要なのは、それを一番使う地場大工・工務店の活性化か、あるいは住宅大手がその採用に乗り出すかのどちらかだろう。後者については大型工場で組織する国産材製材協会の動きなどがあるものの、前者については個々の企業努力に委ねられている」⁽³⁾。

ここで問われるのは、企業（ハウスメーカー）に国産材を採用する理由があるのかという点である。「相対的に安価であるから使う」というものではなく、山元への還元のために、林業活性化のために、積極的に国産材・地域材を使おうという信念がなければ、“ただ使う”だけで、その後の再造林まで思いをめぐらせることもなく終わってしまうのは自明である。

地域材利用の拡大を図るものとして、前述のように、林野庁による「顔の見える木材での家づくり」の推進や、地域材活用住宅建設補助制度として三重県では「三重の木」認証制度がある。しかしこれらにおいても、その実績や条件として集成材や合板が含まれることが危惧される。それは、工業製品である集成材や合板利用は「施主のための家づくり」ではないからである。

国産材利用を増やすには、工業製品としてではない“質”を保ちながら“量”の確保を行うことのできる、中堅ビルダーや複数の小規模建築業者・工務店による国産無垢材の家づくりが増えることが望まれる（図4-7）。

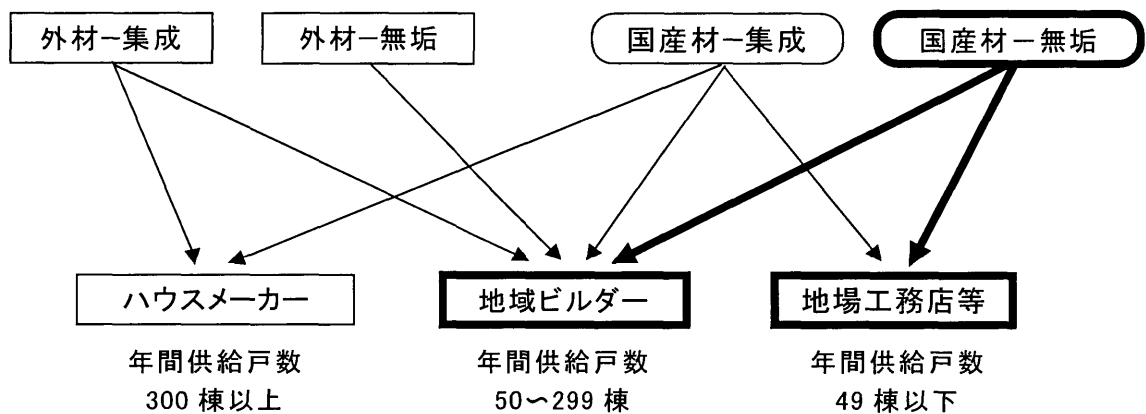


図4-7 国産無垢材利用の主体

施主の中には合板や集成材と無垢材を全く同じように使えると考えている人もあるという⁽⁴⁾。しかし、一方で、オール手刻み、天然乾燥にこだわり、通し貫構法、板倉構法を採用する株式会社松永工務店（横浜市）松永社長によると

「当社に相談にいらっしゃるお客様は（中略）化学物質をたくさん使った建材に囲まれて暮らし息苦しさを感じた方がお見えになる」⁽⁵⁾とのことで、理屈抜きでの自然派思考への流れは始まっているともいえる。これまでハウスメーカーの強力な宣伝の下で、“知らされてこなかった”消費者に対して、建材と木材、工業製品と非工業製品の違いを林業関係者は周知していくべきであろう。

注及び引用文献

- (1) 林野庁木材課「顔の見える木材での家づくり」などによる木材利用の推進について『森林技術』No. 765, 2005年, 10~13頁
- (2) 平成19年6月13日付 日刊木材新聞

- (3) 平成 17 年 7 月 12 日付 日刊木材新聞
- (4) 平成 15 年 11 月 18 日付 日刊木材新聞
- (5) 平成 17 年 9 月 25 日付 日刊木材新聞

おわりに ～スローウッドの時代へ～

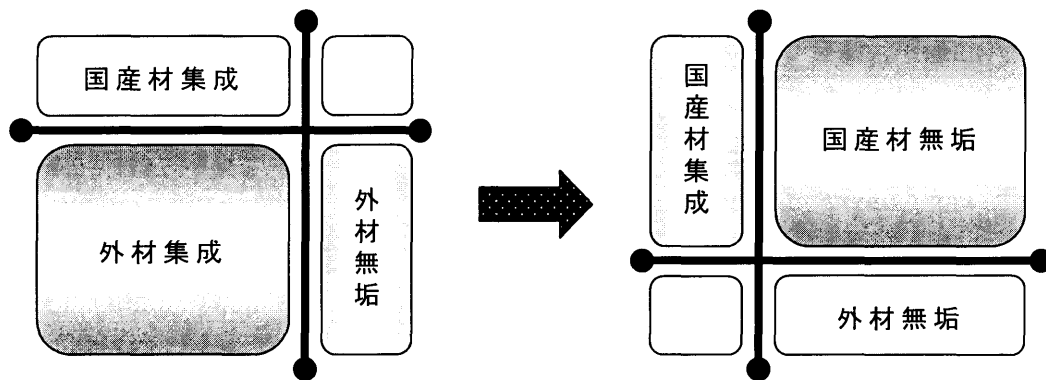
なぜ、ハウスメーカーによる工業製品たる住宅が隆盛を極めてきたのか？

それは、我々の生活スタイルが急ぎすぎていることの表われでもある。元々、大量生産には向かないとされる国産材を無理やり供給しようとするれば、工業製品化せざるを得なくなるのはあたりまえのことである。

かくいう自分も数年前までは何ら疑いもなく新建材が張りめぐらされた超高層マンションに住んでいた。実は、にわか国産無垢派である。ゆえに、無垢材のみで国産材の利用拡大を図るとは、極論過ぎるであろうことも十分に自覚しているつもりである。

しかし、木造軸組工法の8割がプレカットになろうとも、あるいはそうなってしまったからこそ、残りの2割の中で「施主のために」、「山への還元を」、「大工の技術継承を」と、葉枯らしや天然乾燥、手刻みで頑張っている方々がいらっしゃる限りは、そちらを応援せずにはいられないのである。聞き取りでお会いした方々の“目”に、その“やる気”を見たのである。

国産無垢材住宅をかなえるものは時間、つまり「スローウッド」⁽¹⁾である。これによって相対的にファーストウッド（建材）が廃れ、国産無垢材の家づくりが広まり、ひいては、消費者の関心が僅かずつでも森林や林業へ向かっていくような流れとなることを期待するばかりである。



注

(1) 京都大学大学院の高部圭司准教授が新月伐採の場で命名（平成19年1月15日付日本住宅新聞）

参考文献

- 1) 阿部市郎「国産材活性化のための提言」『林業経済』682号, 2005年
- 2) 相原庸夫「住宅業界はどのような木材を求めるか」『WIDE』5月号, 1997年
- 3) 赤堀楠雄「マンション木工事の現場を見る—木質材料は複合製品ばかり—」『木材情報』6月号, 2005年
- 4) 赤堀楠雄「木材とトレーサビリティ—顔が見える木材の進化系—」『木材情報』12月号, 2005年
- 5) 赤堀楠雄「都心の文化施設に国産材ショールームをオープン『国産無垢材』にこだわる木童の戦略『木材情報』9月号, 2006年
- 6) 赤堀楠雄「注目度アップで国産材はどうなる? 最大の課題は供給力」『木材情報』4月号, 2007年
- 7) 天田慎一「地域材利用促進に資する住宅への助成制度等の事例について」『木材情報』8月号, 2005年
- 8) 天田慎一「『顔が見える木材での家づくり』の調査結果について」『木材情報』12月号, 2005年
- 9) 安藤勝彦『新林業が環境を創る』コモンズ, 2004年
- 10) 安藤嘉友「住宅産業の構造変化と木材市場の改編」『林業経済研究』106号, 1984年
- 11) 安藤嘉友「『流域管理システム』と国産材産地形成」『林業経済』534号, 1993年
- 12) 青木良篤「『内装材としての木材』の需要創造への取り組み—卸売業の立場から—」『木材情報』6月号, 2005年
- 13) 天野礼子『“林業再生”最後の挑戦—「新生産システム」で未来を拓く—』農山漁村文化協会, 2006年
- 14) 遠藤日雄『木づかい新時代』日本林業調査会, 2005年
- 15) 榎本馨「『二百年住宅』は国産無垢材の太い柱と梁で造る」評言社, 2008年
- 16) 福本雅嗣「軸組工法住宅メーカーにおける国産材利用」『山林』4月号, 1990年
- 17) 福本雅嗣「木材住宅ニーズの変化と住宅供給側の対応」『林業経済』682号, 2005年
- 18) 福島康記「国産材需要拡大のために」『山林』12月号, 1990年
- 19) 浜田久美子『木の家三昧』コモンズ, 2000年
- 20) 浜田久美子『森のゆくえ』コモンズ, 2006年
- 21) 服部典子・山口珠美「産直住宅で都市と山村を結ぶ—施主の分析から—」『林業経済』628号, 2001年
- 22) 林知行「木質建材と木造住宅のこれから」『WIDE』3月号, 2000年
- 23) 平山友子・岡部知子・高橋昌巳『三代もつ木の家を直営でつくる』エクスナレッジ, 2006年
- 24) 飯島泰男「木材分野における国産材に関する研究の現状」『林業経済』674号, 2004年
- 25) 飯島泰男「地元木材を積極的に使ってもら家づくり」『森林技術』765号, 2005年
- 26) 稲木清貴「協同組合 東京の木で家を造る会の活動」『WIDE』10月号, 2005年
- 27) 伊東弘二「期待される新しい住宅生産システム—大工の育成と国産材による家づくり—」『山林』4月号, 1994年
- 28) 伊藤正一「オール三河材による産直住宅 無垢材使用で環境を重視」『WIDE』10月号, 2002年
- 29) 泉田十太朗「けせんプレカット事業協同組合の活動」『森林技術』765号, 2005年
- 30) 兼古朝史「国産材利用にとって何が問題か—打破すべし『十年一日のごとし』」『山林』6月号, 2001年
- 31) 神崎隆洋「国産ムク材にこだわる家づくり」『WIDE』6月号, 1996年
- 32) 川田勲「1990年度西日本林業経済研究会報告 国産材流通と産地形成」『林業経済』506号, 1990年
- 33) 川鍋亜衣子他「建築分野における国産材に関する研究の動向」『林業経済』674号, 2004年
- 34) 加藤長光「秋田スギ並材を『モクネット』規格で住宅づくり」『WIDE』154号, 2001年

- 35) 加藤滋雄「木材流通の変革と IT 戦略」『木材情報』6月号, 2004年
- 36) 加藤滋雄「IT を活用した木材流通変革と木材産地に及ぼす影響」『山林』12月号, 2004年
- 37) 菊間満『地域住宅市場の研究 在来工法住宅と日本林業』日本林業調査会, 1994年
- 38) 菊間満「伝統木構法建築の発展と地域材の役割—住宅地場産業から考える林業の振興—」『山林』10月号, 2004年
- 39) 「木の家」プロジェクト『木の家に住むことを勉強する本』農山漁村文化協会, 2001年
- 40) 北山康子「木造住宅推進活動の現状と展望」『WIDE』5月号, 2004年
- 41) 牧勉「健康住宅とこれからの木材業界」『WIDE』6月号, 1997年
- 42) 豆原義重「国産材の現状と展望」『国民と森林』105号, 2008年
- 43) 真下正樹「川上から川下を一元化 物流の合理化徹底を」『WIDE』7月号, 1993年
- 44) 緑の列島ネットワーク『地域材の家づくりネットワーク』全国林業改良普及協会, 2004年
- 45) 三澤文子「『木の家』づくりのネットワーク」『山林』8月号, 1997年
- 46) 宮代博幸「家づくりにおける木材の位置づけ」『木材情報』8月号, 2005年
- 47) 宮代博幸他「エンドユーザーが木材を選ぶための情報発信」『木材情報』9月号, 2005年
- 48) 村尾行一『木材革命 ほんとうの「木の文化の国」が始まる』農山漁村文化協会, 2005年
- 49) 中村昇「シックハウスと木材」『木材情報』10月号, 2005年
- 50) 日本木材総合情報センター「建築設計士は国産材、木造住宅をどのように見ているか」『木材情報』8月号, 2003年
- 51) 日本木材総合情報センター「工務店は国産材、木造住宅をどのように見ているか」『木材情報』9月号, 2003年
- 52) 野田英志「国産材の活用に向けて—地域材の活用と顔の見える木材での家づくりの推進—」『木材情報』12月号, 2003年
- 53) 小笠原義典「無垢材に集成材超す性能を 接着剤なしの木質ボード」『WIDE』156号, 2001年
- 54) 大江忍「国産材をオフィス空間に利用」『WIDE』7月号, 1997年
- 55) 大西克仁「建築技能不足の現状と課題—『木造建築技能工特別対策に関する報告書』から—」『山林』3月号, 1990年
- 56) 林野庁編集『森林・林業白書』日本林業調査会, 各年版
- 57) 坂野上なお「ハウスメーカー住宅における木質材料の選択と住宅工法の合理化」『林業経済研究』44巻1号, 1998年
- 58) 坂野上なお「住宅用構造材に求められる品質はどのように変化したか—住宅生産システムの合理化とともに」『林業経済』633号, 2001年
- 59) 島田浩三久「産直住宅の近況と意義」『林業経済』506号, 1990年
- 60) 島崎洋路『山造り承ります』川辺書林, 1999年
- 61) 嶋瀬拓也「地域材による家造り運動の現状と今日的意義」『林業経済』640号, 2002年
- 62) 嶋瀬拓也「地域材を利用した家づくり運動の現状と課題」『木材情報』8月号, 2002年
- 63) 嶋瀬拓也「製材品流通の地理的変化と製材業大手の供給戦略」『林業経済』685号, 2005年
- 64) 森林化社会の未来像編集委員会『2020年 日本の森林、木材、山村はこうなる』全国林業改良普及協会, 2003年
- 65) 森林・林業・木材辞典編集委員会『森林・林業・木材辞典』日本林業調査会, 1993年

- 66) 菅野知之『日本の木で家を建てよう』春秋社, 2003年
- 67) 菅野知之『『スローウッド』のネットワーク』『木材情報』3月号, 2003年
- 68) 鈴木宏昌「地域の木で住宅を建てる運動 龍神住宅株式会社」『WIDE』7月号, 2001年
- 69) 鈴木武「住宅建築における木材利用状況と木材使用量」『山林』2月号, 1990年
- 70) 鈴木武「木造住宅の動向と木材需要」『林業経済』634号, 2001年
- 71) 鈴木武「木造住宅の良さって何 素朴な疑問に戸惑う」『WIDE』5月号, 2004年
- 72) 武田八郎「国産材は高いか? 一般消費者にわかりやすい手法で国産材のPRを」『WIDE』5月号, 2002年
- 73) 竹田時夫「地元大工・工務店と連携強める一材の商いから『システム供給者』に」『WIDE』11月号, 1994年
- 74) 丹呉明恭・和田善行『建築家山へ 林業家街へ』全国林業改良普及協会, 1998年
- 75) 富田ひろし他「三重県における森林・林業・木材産業の現状と政策の方向」『林業経済』631号, 2001年
- 76) 上村武『木づくりの常識非常識』学芸出版社, 1992年
- 77) ウッドマイルズ研究会『ウッドマイルズ 地元の木を使うこれだけの理由』農山漁村文化協会, 2007年
- 78) WIDE編集部「国産材利用目標 2500万m³に向けて ①~⑩、座談会」5~4月号, 2002~03年
- 79) 脇元裕嗣「住宅産業の一角から今後の木材を考える」『WIDE』8月号, 1996年
- 80) 渡邊哲行「木材の小売価格の現状~木材価格は安いのです~」『WIDE』6月号, 2002年
- 81) 山田貴俊「消費者ニーズは無垢材にあり」『木材情報』6月号, 2005年
- 82) 安村直樹他「産直住宅事業体の現状と課題—事業体へのアンケート調査を元に—」『林業経済』637, 2001年
- 83) 安村直樹「地域材住宅事業にみる上下流連携の成果—宮崎県諸塚村産直住宅プロジェクトを事例に—」『林業経済』668, 2004年
- 84) 安村直樹「地域ビルダーからみた地域材の役割—熊本県新産住拓(株)の事例」『木材情報』12月号, 2005年
- 85) 安成信次『家づくりの品格』風土社, 2008年
- 86) 「住宅品質確保促進法と木材」『WIDE』12月号, 1999年
- 87) 「木材関連産業は他産業から何を学ぶか」『木材情報』7月号, 2006年
- 88) 「快適な住まいと木のある暮らし」『木材情報』9月号, 2006年
- 89) 「国産材優位の決め手は『耐久性』 林業活性化は木を使うことから」『WIDE』1月号, 2005年
- 90) 「“顔の見える木材での家づくりなど国産材振興へ多彩な活動展開」『WIDE』4月号, 2002年
- 91) 「地域材利用を推進する木造住宅建設促進助成制度に期待」『WIDE』9月号, 2004年
- 92) 「『顔の見える木材での家づくり』 組織と活動実態」『WIDE』5月号, 2004年

雑誌、新聞

- 1) 住宅情報タウンズ『三重で家を建てる 2008 Spring』リクルート, 2008年
- 2) 日刊木材新聞, 2000年10月~2008年10月, 各号
- 3) 日本住宅新聞, 2004年9月~2008年8月, 各号

パンフレット

- 1) 東紀州・尾鷲ひのきの会 案内パンフレット

- 2) 顔の見える三重の家づくり支援協議会 『「木の家に暮らしたい。」』
- 3) 顔の見える三重の家づくり支援協議会 『森の顔が 作り手の顔が 見える家づくり』
- 4) 「三重の木」推進利用協議会 『県産認証材「三重の木」で家を建てよう—安心と信頼の「三重の木」認証制度—』

参考 website

- 1) 「三重の木」利用推進協議会 HP (<http://www.mienoki.net/index.html>)
- 2) 財団法人 日本住宅・木材技術センターHP (<http://iezukuridb.howtec.or.jp/index.html>)

謝辞

本論文の作成にあたりましては、過酷なご療養を経ながらも、終始温かくご指導くださいました三重大学生物資源学研究所 三井昭二教授に心より厚く御礼申し上げます。

聞き取り調査では、お忙しい中、真摯にお答えくださいました三浦林商の三浦妃己郎さん、奥様の照代さん、I 設計室の伊藤嘉浩さん、株式会社アート・宙の石田友忠社長、株式会社天然樹ホームの照井修二社長、同じく営業の萩原隆司さんに深く感謝申し上げます。皆様の家づくりに対する情熱に感化されました。

倍近い年齢ながら、分け隔てなく接していただいた森林総合環境学研究室のかわいい皆さんと時間を共有できたことは私の財産です。どうもありがとうございました。