

神奈川県における県産木材利用の現状と課題

佐藤孝吉・久保典子 (東京農大 地域環境)

要旨 神奈川県は、環境保全や森づくり活動が盛んであるが、木材生産は他県の依存度が非常に高い。本論文では、「かながわ木づかい運動」の活動内容、生産者である製材業、および工務店の実態を調査し、県産木材生産事業の特徴を把握するとともに、方向性について若干の考察をした。

調査の結果、県内の森林は充実しつつあるが、木材生産者である素材生産業、製材業は低迷していること。県産木材推進は、施主に対するものは少ないが、工務店の PR 費用を補助するなど生産者側に重点が置かれていること。県内の製材業は、小規模で工務店との結びつきが強く、注文生産に対応できるような体制を整えていることが分かった。

方向性として現状を活かすならば、製材所、工務店、施主の結びつきを強めて素材の購買力をつけ、他県に流出している良質な県産木材を活用できるような体制と、山元に利益を還元し良質材生産するための森林管理が可能なシステムを構築することが望ましいと考えた。

キーワード 神奈川県、県産木材、製材業、工務店

I はじめに

我が国における人工林蓄積量の増加、機械化や高密度路網による素材生産の効率化、外材の値上がりなど国産材を取り巻く状況が変化し、利用の拡大が試みられている。具体的には、木材の流通コストを軽減し外材に変わる市場を構築することや、木材の生産地や流通関連の情報を付加して、生産者と消費者間のコミュニケーションを高めることが行われてきている。地方自治体、森林や木材関連団体等では、地元の森林資源を活用することで、健全な森林育成による環境保全、地産地消による地域振興、地球環境の保全のためのウッドマイルなどと関連させ、地元材の産地認証を行い、施主に対し柱を提供したり、住宅費用の一部を補助するなどの施策が行われている。

広大な森林面積を特徴としたN県の事例では、県産材住宅の需要量が年々増加していて、その対応には木材を取り扱う業者のリーダー的な存在と強い信念、安定供給のための情報ネットワークの構築が重要である反面、県産材などにこだわらない方が、良質な木材の入手が容易であることが分かった(3)。

本論文では、首都圏に位置し消費地に近く、森林環境保全や森づくり活動が盛んな神奈川県を対象として設定し、①森林資源、林業や林産業、②県産木材活用政策の展開と現状を整理し、関連する③製材工場、④工務店などの木材流通や取扱い、経営方針に基づき、神奈川県産木材の活用の特徴と方向性について考察することを目的

とした。

II 神奈川県の林業・林産業の現状

神奈川県の森林(面積は9.5万ha:県土の39%)は、人工林が(8~10歳級が42%,11~14歳級が25%)標準伐期齢を越え、蓄積も200m³/haと充実してきている。その一方で木材利用は減少傾向にある。県の資料を参考にすると、第1に素材生産量は、1960年代に年間10~14万m³であったが、2000年以降は製材用材(全体の82~94%)を中心に4,000~13,000m³程度で少なく、安定していないこと。第2に県内唯一の素材市場の取扱量は年間5,600~8,830m³と少ないこと。第3に製材工場は1975年の211工場から減少を続け、2006年には約23%となる48工場(国産材のみを取り扱う製材工場は30工場)となったこと、また、製材工場からの出荷量は1工場あたり188m³と全国平均1,480m³のわずか12.7%程度と小規模であること。第4に2005年の住宅着工数は10.4万戸で、そのうちの4.1万戸が木造住宅であり、2004年時の県内製材品出荷量は県全体の使用量36.6万m³のうち僅か1万m³(3%)程度でしかないことなどである(1)。

III 県産木材生産の現状

1. かながわ木づかい運動の展開 神奈川県では「かながわ森林・林材業活性化協議会(以下協議会と略する)」を1995年に立ち上げ、「かながわ木づかい運動」を推進することにした。そして、県産木材の安定供給体制、生産加工体制、販売促進体制などの整備促進を目的

Takayoshi SATO and Noriko KUBO (Fac. of Regional Env't Science, Tokyo Univ. of Agric., Tokyo 156-8502)

Status and problems on the regional timber utilization in Kanagawa pref.

とし、2001年より「かながわ県産木材産地認証制度」(産地認証と県産木材のPR)、2005年より「かながわ県産木材住宅建設工務店制度」を導入して、生産・流通・消費の関係団体のネットワークを構築し、県産木材の需要拡大を図ってきた。協議会は、森林組合、木材業協同組合など21団体で構成されていて、産地認証制度の認定生産者(39団体:素材生産者の認証(25団体)、製材業者の認証(30団体)、重複して認証されている団体を含む)が生産した木材や産地認証された木材を使い、住宅建設工務店認証制度の認証する工務店(23団体)を通じてかながわの木が家になるまでの流れを構築する。2006年には、6,219m³の認証を行ない、県産木材住宅の着工数は31棟が認証された。

県産木材生産の現状を把握するために、協議会の中心的な役割をになう県森連、県森林課、県産木材の製材工場、工務店に木材流通の現状、県産木材の需給状況、問題点についての聞き取り調査を行った。

2. 県産木材生産システム 県産木材の流れと構造を図-1に示す。森林の所有形態では公有林が23%と比較的広いが、私有林は66%で大規模な森林所有者が少ないことから、育林、素材生産の森林組合等への依存度が高い。認証された素材生産業者のうち公社や森林組合の占める割合は、40%(25業者のうち10業者、森林組合全体の80%)となっている。素材は直接製材工場に運搬されるか、県内唯一の素材市場で入札にかけられる。素材市場は県森連が経営し、県産木材認証が確認できるものに刻印を打つことになっている。製材工場は、素材生産業者や素材市場から入手した素材を製材し、認証工務店により県産木材を利用した住宅が建築される。県産木材は、素材市場で素材の認証が行われる。事業体は、素材生産業者や製材工場の生産者の認証と住宅建設工務店の認証の2種類がある。

生産者の認証は(機械、施設、生産量、品質管理、安全管理の基準を基に)協議会に申請し認証される。手数料は3年間で4万円である。工務店の場合は、認証生産者または県木材業協同組合連合会からの推薦が必要である。新規登録手数料は4万円、継続が年間2万円である。

2005年までは、施主は、県産木材が3m³以上使用された住宅には、住宅金融公庫の特別加算(1戸あたり500万円)を受けることができた。2007年度からは県産木材が構造材の50%または5m³以上使用され、シンボリックな位置づけで、2面以上が見える柱の場合、その柱(5万円相当)がプレゼントされることになっている。神奈川県における県産木材制度の特徴は、施主に対する特権だけではなく、工務店による県産木材のPR活動に対し、

その費用の半分を8万円を限度として補助する仕組みになっている点である。また、協議会は施主の案内や認証業者の紹介なども行っている。

3. 認証製材業者の実態 素材生産量は増加しつつあるが、素材の製材や利用が県産木材活性化の重要な課題である。図2に、聞き取り調査をした認証生産者・認証工務店の結果を示す。調査対象は、県産木材の取扱いを積極的に行い、扱ひ量が比較的多い6製材工場、5工務店とした。2006年における取扱量は、認証素材全体の34.5%(認証後、県産木材として製材、流通しないものもあるため全体の割合は少ない)、住宅棟数全体の77.4%であり、すべてが対象となっていないが、特徴は判断できると考えた。各製材工場の特徴は以下のとおりである。

A製材は、市民への木材利用の啓蒙普及活動を目的としていて、体験などのイベント用、市民からの注文材なども取り扱っている。B製材は、2003年に低温の遠赤外線除湿機を入れ、無垢材の特徴を活かしている。G社とH社に供給している。C製材は施主や工務店の要望にあわせて、一般製材や規格外品製品など柔軟に対応してきた。D製材は、プレカット用材を主として取り扱っていて、必要状況によって他社に人工乾燥を依頼している。国産材(多くは県産木材)は全体の1割程度で、特に優良な木材を林業センターから購入している。E製材は、ヒノキを中心に購入し、製材品をJ社へと移動させ、人工乾燥後に修正挽きを行っている。施主に対する実演も行っている。F製材は、市街地に位置している。スギを中心として取扱い、寺社などにも使われる特殊製材を特徴とする。

製材業者の特徴をまとめると、①素材の購入は、すべての製材所が林業センターを活用していて、C製材、F製材は地元の森林組合からも直接仕入れている。②素材購入の条件は、素材価格と共に林業センターからの運搬費用が重要である。③県産木材を主としている工場(D製材以外)は、シングルバンドソーの帯鋸が主で製材量も少ない。問題点として、④神奈川県産木材として認証された素材が少なく、安定供給されていない。その理由の1つは、⑤林業センターでは、特に良質な素材を県外業者が購入しているからである(2006年の統計書によれば、林業センターの取扱ひ量8,830m³のうち、県外に3,100m³(35%)が移出している。⑥素材の中には、虫害により著しく品質が低下したものが見られる。⑦樹皮や端材対策は深刻で、チップ業者や産業廃棄物業者に引き取ってもらったりしている。

4. 認証工務店の実態 調査した工務店は、年間1棟から40棟の規模である。各社の特徴は以下のとおりで

ある。

G社は、木造軸組工法の伝統にこだわった板倉工法で、1棟あたりの木材使用量は多い。製材品はB製材から取り寄せている。年間着工数は非常に少ない(2)。

H社は年間12棟(県産木材住宅は2棟)を取扱い、県産木材を中心として良質の材料を取り入れ、施主が住宅の費用に対する理解を深めるために原価公開を特徴としている。B製材やC製材他で製品を仕入れる。伝統的な木造軸組工法を基本としている。

I社は、年間40棟と最も多いが、県産木材住宅はそのうちの6棟である。住宅展示場にモデルハウスを持ち、エアサイクル工法による省エネや自然派健康住宅を特徴としている(4)。C製材にストックヤードを2棟分(約20m³)持ち、ヒノキに関してはE製材、その他D製材からも仕入れている。県産木材利用は、施主の選択制になっていて、静岡県天竜地域からも上質な製材品を取り入れている。施主に対しては県産木材を使用する場合は、材料の仕入れに時間がかかり、着工がすぐに開始できない場合もあることを事前に説明している。I社にとって県産木材は理想と考えるが流通量が少ないために、県産木材を使用した住宅を主流として展開できていない現状である。

J社は、県産木材による住宅づくりに1980年代後半から取り組んできた。施工している7割が県産木材による住宅である。県産木材を取り扱っている理由は、地元の森林の水源かん養機能を確保するためには、木材利用が重要と考えているからである。製材品はすべてE製材が取り扱っている。J社は、コスト削減と時間短縮を目的としてE製材を敷地内に設置させた。4年前から人工乾燥機を取り入れ、ヒノキの香りと色を失わないために70度の中温で3週間の人工乾燥を行い、さらに天然乾燥も3~4ヶ月間行っている。オフラインによるプレカット加工や自社内のモデルルームも特徴である。茶室の建築も積極的に取り組んでいる。

K社は、数年前からF製材業とともに、工務店業務を行うようになった。製材品は、一般材を製品市場から仕入れ、特殊な加工が必要なものはF製材で生産している。寺社仏閣の材料を提供したり、茶室の作成をするなど、特殊技術を有している。

工務店に共通していえることは、①製材工場と強く結びついていることによって、県産木材取扱いを可能としていること。②着工戸数は少ないが、県産木材活用による森林保全などの意義を理解して、地元の木材を使う良さを引き出す努力をしている。③施主に対しセミナーや山林の案内などをしてコミュニケーションを図り、県産

木材の意義を強調している。④乾燥、流通、建築構法、経営方針などはそれぞれ特徴があり、また多様である。

製材所と工務店との関係は、年間着工戸数が多いI社以外は、B工場とG社、C工場とH社、E工場とJ社、F工場とK社であり、地域性が強いことがわかった。

IV 県産木材の方向性について考察

神奈川県の特徴としてあげられるのは、①県産木材を使用するメリットは、施主に対するもの(補助金など)は少ないが、ロコミによる注文が重要であることから、工務店などがPRする費用(看板設置、構造見学会、広報など)を補填する点にある。②特に良質な素材は、県外業者が購入するため、県内業者が購入しにくくなっている。③調査した製材所は、樹種(スギ、ヒノキ)、販売方法(注文、工務店のセットなど)、製材種類、素材の取扱い場所、地域性などにおいて競合する部分が少ない。④県内の製材業者は、小規模で家族的な経営が多く、大量生産よりも注文材に対応できるような体制を整えている。⑤県産木材の流通量が限られているために、認証工務店の県産木材使用量は少なく、施主の注文に対応できなくなっている。

将来の方向性について考察すると、一方では、充実してきた森林を活用して、県産木材の素材生産量、製材量を増加して活発化することと、反対に、現存している製材業者の特徴を活かし、県産木材を取り扱っている工務店との関係を深化させる方向が考えられる。

神奈川県の特徴は、生産者と施主との距離が非常に近いことであり、施主のこだわりに対応する多様性を有していることから、現状では後者が主体である。

その特徴を活かすとするならば、県産木材生産者の問題点を解決するような対策が必要であろう。具体的には、第一に、神奈川県産木材は、施主からの注文が増加傾向にあり、細かい種類の需要にも対応すること。第二に、製材業者が他県に負けない購買力を持つことである。そのためには、生産者、工務店、施主間における木材価格の現状と安定供給のシステムを構築すること。第三に、素材や製材品のストック場所を作成し、量産できる体制を整えること。第四に製材工場運営の問題点として回答されたゴミとなっている樹皮や端材の取扱い対策を進めて、製材業者の活動促進を促すこと。第五に、県産木材活用の意義を高めるために、流域や地域の詳細な情報など施主からの要望に対応できるようにしたら良いと考えた。

神奈川県のように生産者と消費者の距離が非常に近い場合、多くの県で実施しているような素材生産量を増やし、川上と川下を大型製材工場と太い流通ラインで結ぶ

よりも、多様性のある小規模生産の方がその現状や生産者側の情報をじかに消費者に伝えてあるいは体験して、木材に対する付加価値を高めることができる。

通常、木材の生産者と消費者とは遠距離にあり、中間に位置する流通業者が多く、交流を実現するには様々な努力が必要であるが、神奈川県ではこの点においてメリットがあり、その特徴を活かすことが、わが国の山村、林業問題を全般的に改善する方向へと進められると考えた。

調査にあたりご協力いただいた、神奈川県、県森連、製材所、工務店の方々にこの場を借りてお礼申し上げます。

引用文献

- (1) 神奈川県農林水産業動向年報(2006) 381pp.
- (2) 神奈川新聞(2004.10.2) 低温じっくり木材乾燥：8p.
- (3) 佐藤孝吉・山中子知代(2007) 県産材住宅における「ふるさと材構想」の可能性について、関東森林研究 No.58：39-42.
- (4) 下平勇(2003) 自然派健康住宅，213pp.，星雲社，神奈川.

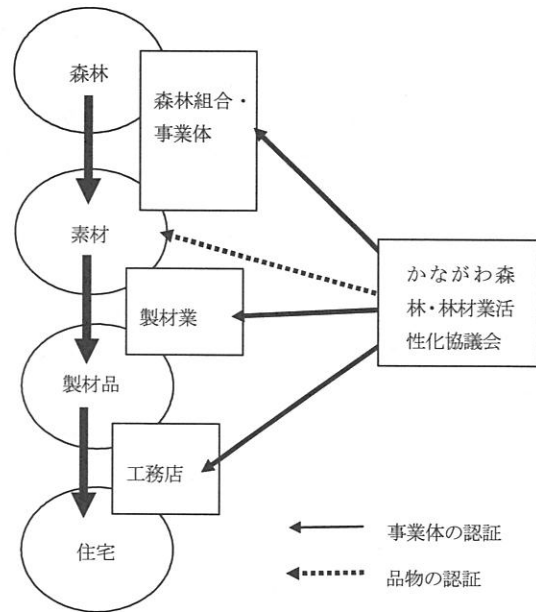


図-1. 県産木材認定事業の流れ

素材市場	製材工場				工務店		
		乾燥方法	県産木材年間取扱量(丸太)	特徴		県産木材住宅建築棟数	特徴
林業センタール	A	天乾	78m ³ (2.5%)	一般向けのDIY施設で啓蒙普及活動、受託製材も			
	B	人乾	223m ³ (7.2%)	G社と共同で遠赤外線除湿乾燥機を購入	G	1棟	板倉工法、寺社仏閣の建築技術
	C	天乾	480m ³ (15.5%)	注文製材に対応、I社のストックヤード2棟分	H	2棟	健康住宅(断熱材・漆喰など良質材料)、原価公開
	D	天乾	395m ³ (12.7%)	プレカットが主、人工乾燥は他社に委託。	I	6棟	モデルハウス、エアサイクル工法
	E	J社で人乾後天乾	375m ³ (12.1%)	ヒノキが主。J社の敷地内	J	15棟	オフラインによるプレカット、茶室の建築技術、モデルルーム
	F	天乾	87m ³ (2.8%)	寺社建築用材も製材している。	K	—	寺社仏閣の建築技術や茶室にも対応
8,830m ³							
調査製材工場合計 1062m ³ 全体の% (34.5%) 認証製材工場入荷 3100.89m ³				調査工務店計 24棟 全体の% (77.4%) 認証住宅合計 31棟			

図一2. 認証生産者・認証工務店の特徴