

## 地域産材を活用したまちづくり

## -神奈川県小田原市の事例より-

Town Planning that utilizing local produced material  
-Case study of Odawara, Kanagawa prefecture-

窪江 優美\*1・宮林 茂幸\*2

Masami KUBOE\*1 and Shigeyuki MIYABAYASHI\*2

\* 1 東京農業大学大学院農学研究科林学専攻

Department of Forest Science, Graduate School of Agriculture, Tokyo University of Agriculture

\* 2 東京農業大学地域環境科学部森林総合科学科

Department of Forest Science, Faculty of Regional Environmental Science, Tokyo University of Agriculture

**要旨:** 現在、木材の利用構造が従来の構造用建築材に加えて、合板や集成材、CLT など多様な利用形態となっており、県産材や地域産材の位置づけは大きく変化している。このような中で、木材の高付加価値利用や差別化利用を得るために、地域ブランド材あるいは地域産材という視点で木材利用をみるのがより重要な課題となっている。そこで本論文では、小田原材としてブランド化し、地域内で優先的に活用することを推進している神奈川県小田原市の木材利用の現状と課題を明らかにし、まちづくりに地域産材を活用してブランド化することについて若干の考察を行った。具体的には、小田原市の行政機関や製材所、地域産材が活用されている施設等に聞き取り調査を行った。その結果、小田原市では小田原材という地域ブランドを形成し、地産地消による利用システムを構築していた。また、小田原材を一部の小中学校の下駄箱や玩具あるいは駅構内に使用するなど、一般市民に対して木育活動を推進している。こうした地域内による木材の循環利用は「小さな流通」を作り上げ、生産・加工・流通を一体化することによってブランド形成している。

**キーワード:** 地域産材、ブランド化、木材流通、まちづくり、木材の循環利用

**Abstract:** Currently, beside being used in conventional structures as building materials, wooden materials such as plywood, laminated wood and CLT have gained wide variety of usage patterns. Thus, the standing of materials produced in the prefecture and locally produced materials has greatly changed. As such, in order to obtain a high value-added use and differentiated use of wood, from the perspective of local brand materials or locally produced materials, wood utilization has recently become an important issue compared with before. In this article, we will present a study on the usage of local materials in town planning. This article also attempts to clarify the current situation and problems related to wood utilization in Odawara-Shi, Kanagawa Prefecture; and to promote materials originating in Odawara for preferential usage in the region. We have done special interviews with Odawara-shi government officials, sawmills, and other facilities which are using local materials. As a result, we formed a regional brand called "Odawara material in Odawara-shi", and built a system so that the brand can be extensively used in the region. In addition, materials originating in Odawara are being used as shoe racks and toys in some of elementary schools, junior high schools, and in train stations. This will help promote the plant education activities to the public. By using local materials for wood recycling and creating "small scale distributions", this can be an example of a brand that uses a system that integrates production, processing and distribution.

**Keywords:** local material, Branding, Wood distribution, Town planning, wood recycle

## I はじめに

現在の木材利用構造は、従来の構造用建築材に加え、合板や集成材、CLT あるいは木質バイオマス利用など、多様な利用形態となっており、大きな木材加工工場に集約されるなど、地域産材の産地が分かり難い木材流通となっており、持続的な森林整備につながっていない(5, 6)。

そこで森林資源の持続的な整備と木材利用のために、木材のブランド化による高付加価値を図る必要がある

ことと、そのための木材利用のあり方を明らかにすることが必要である。

本論文では、地域産材を優先的に利用してまちづくりを行い、地域ブランドを形成している事例として神奈川県小田原市(以下、小田原市)を対象に、地域内の木材循環利用の現状と課題を明らかにし、まちづくりに地域産材を使用することによるブランド形成のあり方と持続的な森林資源整備の方向性について、若干の考察を行うことを目的とした。

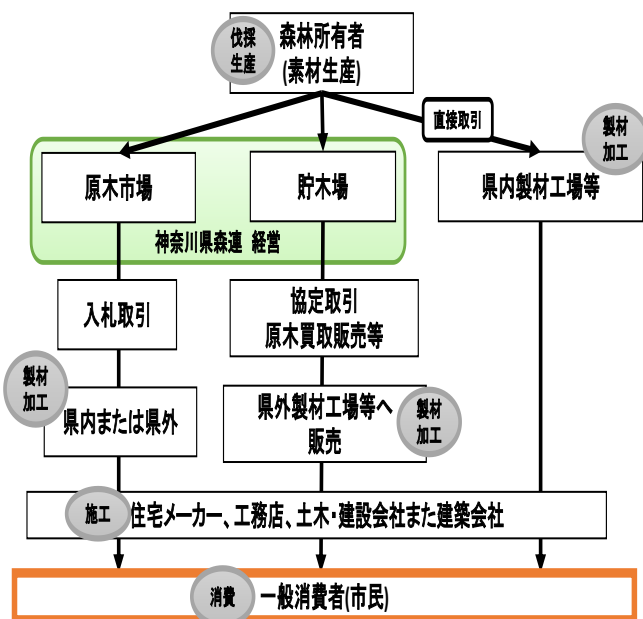
## II 調査概要

1. 調査対象 神奈川県森林組合連合会（以下、県森連）と林業センター、木材工房 A、小田原市経済部農政課、小田原森林組合、おだわら木材流通センター内にある O 商店（製材所）に聞き取り調査を実施した。また、小田原市内や市以外の地域産材を活用している施設を調査した。調査日は 2015 年 2 月 24-25 日および同年 3 月 5-6 日である。

2. 調査地概要 神奈川県小田原市は、神奈川県西部に位置しており、市域は東西 17.5km・南北 16.9km であり、市域面積は 114.06 km<sup>2</sup> と神奈川県面積の 4.7% を占める (1)。また、小田原市の森林面積は 4,222ha であり、市域面積の 4 割を森林が占める。人工林の齢級別資源現況は、X 級以上が 64% となっており、成熟している。ちなみに、2013 年度の素材生産量は、16,526 m<sup>3</sup> となっている (1)。

## III 調査結果

1. 神奈川県における木材流通 神奈川県の木材流通構造は図 1 のとおり、大まかに 3 系統あり、県内唯一の原木市場および貯木場は、県森連が経営する林業センターが運営している (3)。



出典1:聞き取り調査(2015年2月24日、3月6日)より筆者作成

出典2:(3)神奈川県森林組合連合会林業センター(2014)神奈川県森林組合連合会林業センターの概要:神奈川県森林組合連合会より参考にし、筆者作成

図-1. 神奈川県における木材流通構造

Fig.1 The wood distribution structure in Kanagawa Prefecture.

素材生産量は全国 45 番目の低さだが、年間木造住宅着工数は全国 2 位であり、2009 年に 14,390 m<sup>3</sup>、2010 年

に 15,801 m<sup>3</sup>、2011 年に 19,211 m<sup>3</sup> と素材生産量が増加傾向にあることから、今後の神奈川県産材の需給量は増加傾向にあるといえる (3)。また、林業センターによるとスギの素材価格は、A 材 10,000~12,000 m<sup>3</sup>/円、B 材 7,000~8,000 m<sup>3</sup>/円、C 材 2,000~3,000 m<sup>3</sup>/円で取引されている。

さらに、神奈川県産材認証制度は、産地・工務店・品質認証の 3 行程による認証制度で、素材の販売先は大半が県内の制度取得業者のため、県内における県産認証材利用が活発化している (4)。

1) 小田原市の森林・林業の現状 小田原市の森林・林業の現状を整理すると、一つは、森林資源が成熟してきているが、一般に低質材としての評価が高く、小田原市の素材価格は A 材 6,000~10,000 m<sup>3</sup>/円（神奈川県産材 10,000~12,000 m<sup>3</sup>/円）、B 材 5,000 m<sup>3</sup>/円（同 7,000~8,000 m<sup>3</sup>/円）、C 材 800 m<sup>3</sup>/円（同 2,000~3,000 m<sup>3</sup>/円）と神奈川県の素材価格との格差が大きい。二つは、間伐の林地残材化が顕著である。三つは、神奈川県産材流通において小田原材として認知されていないこと。四つは、森林・林業再生プランなどにより、国や県レベルでは川上の森林・路網整備等の推進や低コスト化に重点が置かれ、伐採量が増加傾向にあるが、木材利用拡大に係わる取組は地域レベルに達していないという実態がある。

これらより、小田原市では森林整備から木材加工・利用の一体化を目指すことを基本とし、地産地消による「小田原材」というブランド化を目指した。具体的には、森林所有者から市内の製材工場、工務店等流れ、そして消費者へという地域で完結する「小田原材」の流通を目指している。

2. 小田原市におけるまちづくりの基本理念 小田原市におけるまちづくりの基本理念と小田原材利用について整理する。2011 年に第 5 次小田原市総合計画「おだわら TRY プラン」を策定し、まちづくりの基本理念を提起した (1)。まちづくりの大目標に「市民の力で未来を拓く希望のまち」とし、厳しい社会情勢や山積みする地域課題に、地域市民が豊かな地域資源を活かせずに郷土への誇りや希望を失い、まちづくりの意欲を低下させないため、4 つの小目標を打ち立てた (1)。

4 つの小目標の内、「希望と活力あふれる小田原」と「豊かな生活基盤のある小田原」の 2 つの目標と「地域経済」「歴史・文化」「自然環境」「都市基盤」の 4 つの政策分野が、地域産材を活用したまちづくりに主に関連し、理念に沿った木材利用拡大が図られている。

1) 小田原市の森林・林業に関する団体の発足 小田原材利用拡大の取組として、2011 年 6 月に「おだわら森林・

林業・木材産業再生協議会（以下、協議会）」を設立させた。設立趣旨は主に「小田原および県西地域の森林・林業・木材産業のあり方を検証」「流通システムの再構築」「産業活性化などを専門的知見から議論」「各プロジェクトを実施する機関」の4つを検討するためであった(2)。構成団体は、小田原市を中心に県西地域と呼ばれる2市8町（小田原市・南足柄市・中井町・大井町・松田町・山北町・開成町・箱根町・真鶴町・湯河原町）と小田原森林組合や地域の素材生産業者、建築・設計団体、土木、民間企業、木工芸、学識経験者、行政などの森林・林業関係者により成り、産学官連携を行う場としている(2)。

また、古くから寄木細工などで盛んに木材が使われていた土地柄であることから、小田原の木材を「小田原材」というブランドとして多面的に利用し、木材の新たな活用方法や木材利用のPRを進め、小田原林業および小田原産材を利用した地域マーケットの構築を目指すことを目標としている。つまり、地産地消によるブランド化を目指している。

**3. 小田原市の地域産材を活用したまちづくり** 「小田原材」を活用したまちづくりの概要は、次の通りである。

**1) 小田原市および県西地域による地域産材の活用**  
小田原市内での小田原材の活用は、小田原市役所や小中学校などの公共建築物に用いられている。市役所内では、小田原材を使用した椅子や机が多く設置されている。また、市役所内の受付には、小田原地域の伝統的な寄木細工の工法を用いて本地域の「木の文化」を表しており、小中学校では小田原材で製作した下駄箱やロッカーを設置している。さらには体育館の校歌ボードにも小田原材を利用されている。

そのほか、食育と連携し、小田原名産品である蒲鉾板に小田原材を活用している。この蒲鉾板は、食品として使用された後に積み木として生まれ変わり、木育としても利用されている。

その他、2014年に小田原駅の地下街に「HaRuNe 小田原」が開店した。この施設は小田原材を広範に活用し、「ヒト」「モノ」「コト」が集合したショッピング・コミュニティの空間として建設されている。「小田原材」は、総合案内所の机および休憩所内の机や椅子、施設内の内装に用いられている。さらに、施設内の商店の1店舗に「TAKUMI 館」という小田原・箱根の匠達が「小田原材」を使用し、製作した木製品の販売・展示を行っている。このように、一般消費者が小田原材を身近に感じてもらえる工夫を各所で行っている。

次に県西地域による「小田原材」の活用は、「小田原材」

使用のベンチが、小田原駅のほか箱根登山鉄道の箱根駅や強羅駅に設置されている。また、2011年12月に東日本大震災被災地支援として「報徳の森プロジェクト」が設立され(2)、福島県相馬市へ2011年12月に6mのモミの木を贈呈し、「道の駅そうま」の復興シンボルとなっているほか、2015年現在においても、相馬市のコミュニティ施設の建設や施設の内装材・ベンチなどの提供が継続している。

これらの取組は、一般消費者の気がつく場所に木製品を設置し、「小田原材」を視・触・使うなど様々な形でPRすることにより、「小田原材」の利用拡大を目指すとともに、小田原林業の確立や「木の文化」の発展を支えている。

**2) 小田原市および県西地域による木育活動** 「小田原材」の安心・安全をPRするための木育活動も進められている。

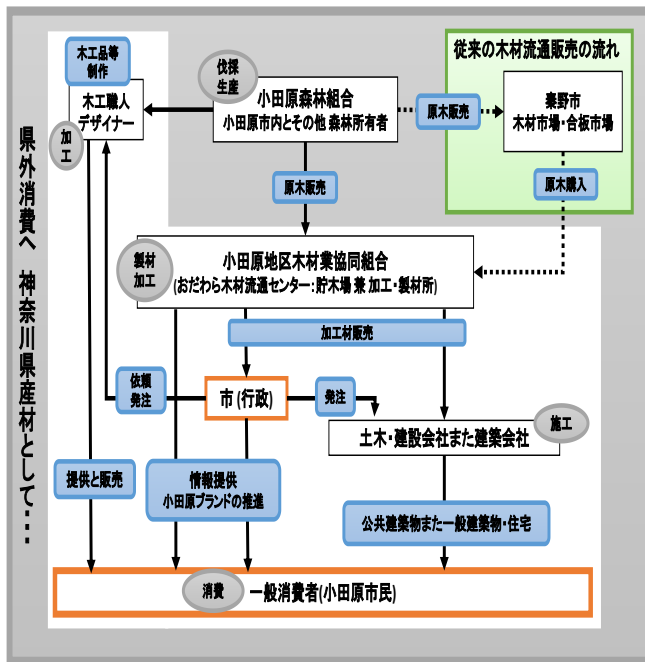
まず、小田原市いこいの森では、「小田原材」の利用拡大と品質の実証を行うため、2013～2014年に100%小田原材を用いた5つのバンガローとウッドデッキが設置されている。これは「よせぎの家プロジェクト」という小田原材を活用した住宅づくりを推進する目的として進められたプロジェクトで、産学官連携により小田原らしい家づくりや木材利用を消費者に宣伝するものである。この5つのバンガローは、5グループによる設計により異なった様式で建築され、災害時の避難応急仮設住宅等への利用も考えられている。また、いこいの森内にあるキャンプ場では森林体験や木工体験などのイベントが盛んに開催されるなど、木育に関する多様な活動が整備されている。

次に、「おだわら木材流通センター」内にあるO商店では、木育活動として製材工場の見学を積極的に実施している。これは、森林の機能や整備のあり方、木材利用に至る全般の学習・啓発・支援を行い、伐採から製材に関する親子参加型の見学と体験、植樹体験の場を提供している。また、製材は必ず木の特性を判断し、適正な木取りを行っている。このため、木を無駄なく利用することが可能となっている。これにより、木の高付加価値利用ができており、可能であれば「小田原材」の木材利用の特徴として発展させたいと考えている。すなわち、この木取り方法は、木使いの機能的・合理的・効果的に行えることを一般消費者および森林・林業関係者に学び伝えることができる。「小田原材」利用のモデルになるといえる。

また、小田原材を利用した「犬型組立玩具きいちろう」を南足柄市にある木材工房Aが製作している。これは、

子ども達に向けて木に触れ・木の大切さを学んでもらうことや、「小田原材」が低質材であるというイメージを払拭できるとともに、子ども達に楽しく遊んでもらうことにより、保護者に向け、安心・安全のPRにつながるというものである。

4. 小田原市の地域産材利用によるブランド形成 以上のように小田原市では、地域産材の地産地消によって「小田原材」というブランドを形成している(図2)。



出典1:聞き取り調査(2015年3月5日)より筆者作成  
 出典2:(2)小田原市企画部政策課(2014)特集「木づかい」のまち小田原. 小田原市より参考にし、筆者作成  
 出典3:小田原市 おだわら森林・林業・木材産業再生協議会 議事録報告書: [http://www.city.odawara.kanagawa.jp/municipality/disclosure/Singikaitounokukai/council/keizai\\_sangyo/shinnrinnringyou.html](http://www.city.odawara.kanagawa.jp/municipality/disclosure/Singikaitounokukai/council/keizai_sangyo/shinnrinnringyou.html).(2015.10.1)より参考にし、筆者作成

図-2. 小田原市および県西地域における地域産材によるブランド形成の流れ

Fig.2 Branding flow of local material in Odawara and Kensei region

図2より、「小田原材」が搬出され、加工され、消費される原点は、小田原地区木材業協同組合の製材・加工場からである。他方、小田原森林組合などで生産された素材が、小田原地区木材業協同組合へ原木販売されなかった場合は、原木市場・貯木場等に販売される。この流れは県外消費としての流通となり、「小田原材」が神奈川県産材として流通することになる。「小田原材」による地域ブランドは、基本的に小田原市内での消費によって形成されている。さらに、市政として「小田原材」の多様な利用を開発・実践しており、これも地域ブランドを形成する一役を担っている。

#### IV 考察

小田原市では「小田原材」の地産地消によるブランド形成を促進し、地域内において地域材を積極的に利用するシステムの構築を進めている。しかし、地域林業の確立と地域マーケットの構築は、現在、実施最中であるため、今後の展開が期待される。

他方、多様な木づかいの実践を通して、「小田原材」を活用する場面や触れ合える機会を創出し、木育活動に取組んでいる。このように、地域産材を多様な商品として地域内で活用することによって、普及・啓発し、さらなる地域産材利用の拡大を目指すことは、ブランド形成の一つの手法といえる。また、協議会等によって産学官連携を行い、「小田原材」を広域的に利用拡大する動きが明らかであり、神奈川県産材とは別に「小田原産材」としての認知度を高めていくことになる。これからは、製材工場に隣接して「小田原材」の集中ストックヤードを設置することによって、搬出と加工の機能的な連携が図られることになり、さらなる流通加工体制が整うこととなる。課題は、販売ルート拡大にあり、木を使う文化や木を使う暮らしなど、地域づくりの視点を多様な場面で推進する政策的システムを構築することによって、より一層のブランド化につながるといえる。また、それは、植えて、保育し、伐って、使うという持続的な森林整備が無ければ小田原材のブランド化は不可能である。持続的で、健全な森林整備という視点からもブランド化は重要である。

#### 引用文献

- (1) 小田原市企画部企画政策課(2011) おだわら TRY プラン市民の力で未来を拓く希望のまち. 小田原市 : pp.12-25
- (2) 小田原市企画部政策課(2014) 特集「木づかい」のまち小田原. 小田原市 : pp.1-81
- (3) 神奈川県森林組合連合会林業センター(2014) 神奈川県森林組合連合会林業センターの概要: 神奈川県森林組合連合会 : pp.1-18
- (4) 窪江優美・前川洋平・関岡東生・宮林茂幸(2014) 関東圏における県産材認証の現状と課題, 第125回日本森林学会講演要旨集, p.186
- (5) 興梶克久(2015) 林業の主産地形成と原木市場の商社化. 山林 No.1577 : pp.19-27
- (6) 餅田治之(2015) 北関東・南福島における木材の加工・流通の現状. 山林 No.1578 : pp.20-29