

木造住宅業界における合法木材の 取組み

(社)日本木造住宅産業協会

資材・流通部

永田 進一

(社)日本木造住宅産業協会のご紹介

(目的) 木造軸組住宅の普及と健全な発展に寄与するために、技術開発・品質向上・経営の近代化・合理化等の事業を推進するとともに、品質確保等に関する制度の普及を図り、国民の住生活の向上に貢献する

(会長) 矢野 龍 (住友林業 株式会社 会長)

(会員) 463社 (平成22年3月31日 現在)

- ・一種A会員 91社 (木造住宅供給・資本金5000万以上)
- ・一種B会員 266社 (木造住宅供給・資本金5000万未満)
- ・二種正会員 45社 (部材供給メーカー)
- ・三種正会員 27社 (設計事務所等)
- ・賛助会員 34社 (協会の事業に賛同)

大手住宅会社の取組み

- **積水ハウス**

07年4月「木材調達ガイドライン」を公表し、10項目からなる木材調達指針を明らかにしている。

(平成20年 12月 林野庁長官から感謝状授与)

- **住友林業**

06年に保有する社有林4万[㊦]においてSGECの森林認証を取得。また07年6月に「木材調達理念・方針」を公表、09年度までに合法性を確認した木材・木材製品の取り扱いを100%にする方針を明らかにしている。

木材調達、生態系に配慮

パナソニック 廃材など優先利用

(6月22日 日経新聞より)

- パナソニックグループは、生物多様性保全及び森林資源保護に関する社会要請の高まりを受け、木材の持続可能な調達を目指し、調達する木材・木質材料について3つの区分を設定した。
 - 区分1:適切に管理された森林から産出された木材・木質材料及び木質系再生資源(FSC等の認証材が該当)
 - 区分2:違法伐採でないことが確認できる木材を調達適合格材とする。
 - 区分3:合法性が確認できない木材は、排除に努める。

(2009年度木材調達量:約44万³m³<パナホーム・P電工>)

木住協会員における環境行動に関する意識調査

(1種会員へのアンケート調査による 2009年3月)

Q1:木が、CO2削減に貢献する事を、お客様に伝えているか？

(はい) 61% :前年 50% +11%

Q2:国内のCO2削減に寄与する国産材を積極的に使用してるか？

(はい) 49% :前年 44% +5%

Q3:森林認証制度(FSC,SGEC等)を採用してますか？

(はい) 9% (A会員:15%、B会員:6%)

・昨年は、認知度調査を実施

平成19年度: (はい) 37% < A会員 51%、B会員 32% >

平成18年度: (はい) 29% < A会員 43%、B会員 21% >

木住協会会員による国産材使用理由

< 利用実態調査報告書(平成22年1月 木住協発行)より >

性能や品質よりもイメージやエコといった感覚が使用理由において重要となってきている。

(参考)使用しない理由のトップ

(住宅会社)

(プレカット工場)

・外国産に比べて価格が高い

73%

48%

使用する理由	住宅会社	プレカット工場
地産地消の推進	51%	52%
イメージが良い	45%	41%
他の住宅会社との差別化	44%	30%
消費者のニーズが高い	27%	29%
必要な時に必要量が確保できる	14%	32%

木住協としての取組み

< 平成22年度 長期優良住宅先導モデル事業 >

「木住協ながい木の家モデル」

～ 持続可能な選(よりどり)の家～ について

- ・ 中小規模の会員の共同提案者51社とともに応募。その結果、事業として適切と判断され採択されました。平成20年、21年度に続き3回目。(補助金対象棟数:100棟/年度)
- ・ 基本的な考え方の中で、「木住協 持続可能性配慮のご提案」として、構造躯体に関しては、CASBEEの基準値項目のレベル4である「構造躯体の過半に持続可能な森林から産出された木材を使用する」と提案し採択されました。(木住協としては、50%で良いとは思っておりません)
- ・ 少なくとも 共同提案者の51社の会員会社は認知するとともに、木住協としても、他の会員に対して、この長期優良住宅モデルの考え方の普及推進に努める。また、来年度の提案としては、50%以上の数値(75%以上?)目標を設定し応募する考え方で。

最後に～ < 木材市場は追い風 >

(1) 公共建築物木材利用促進法の公布

- ・公共建築物に限らず、木住協取得の「耐火構造大臣認定」を使って木造軸組工法で耐火建築物を推進。民間での中規模木造軸組建築物の普及に努め、木材を使用することでの森林保全を支援し、地球環境改善を図ります。既に木造4階建てや延べ面積3000㎡程度の実例建築物も出ています。(ツーバイフォー協会も同じ)

(2) 最終消費者レベルでの 環境意識の高まり

- ・太陽光発電、エコキュート、エネファーム等の省エネ商品の普及拡大
- ・エコポイント、住宅エコポイント制度の普及拡大
- ・木に対するCO2削減効果の環境認識アップ
- ・地産地消による国産材の活用意識のアップ

最後に ~ < 木材市場は追い風 >

(3) 合法木材の普及に向け

消費者目線での取組みの必要性

- ・合法木材・・・ネーミングとエコ及び環境との関連性やイメージが連動しない。
- ・消費者目線・・・合法？違法？意味が分からない。それが何なの？
使ったらどんなメリットがあるの？ **本音**
- ・環境と連動するネーミング・・・合法木材はそのままサブタイトルを考える。

(例)：合法木材(森林再生木材)

合法木材：	森林再生木材	森林循環木材	CO2削減木材
	森林保全木材	森林保護木材	省エネ木材
	エコ木材	エコポイント木材	

- ・合法木材の普及にあたり、聞けば、地球環境への貢献・CO2削減に貢献するとのイメージが「すぐに沸く」、あるいは「住宅会社の営業マンがすぐにその説明できる。」そのようなネーミングを期待します。