

平成 18 年度内閣府市民活動団体等支援総合事業

「埼玉の木銀行」
ネットワーク拠点形成実験事業
報告書

平成 19 年 2 月

特定非営利活動法人木の家だいすきの会

「埼玉の木の銀行」ネットワーク拠点形成実験事業 報告書 目次

序

1．事業の背景と目的	
(1) 調査の背景	1
(2) 調査の目的	2
2．事業概要	
(1) 県産材の集積・貯木（市民活動団体等支援総合事業対象外）	2
(2) 県産材でつくる木の家情報発信事業	2
(3) 県産材情報発信実験事業	2
(4) 課題の整理と今後の方針	3
3．推進体制・スケジュール	
(1) 推進体制	3
(2) スケジュール	3

第1章 県産材の集積・貯木

1．天然乾燥材の概要	
(1) 伐り旬	5
(2) 木材の乾燥	5
(3) 葉枯らし乾燥	5
(4) 時間をかけた乾燥	7
2．天然乾燥材の集積・貯木施設の実験的開設	
(1) ときがわ材の概要	7
(2) 天然乾燥材の集積・貯木の概要	7

第2章 県産材でつくる木の家情報発信事業

1．貯木場見学会＆木の家セミナーの開催	
(1) 主旨	10
(2) 貯木場見学会と木の家セミナーの概要	10
2．伐採見学会＆木の家セミナーの開催	
(1) 主旨	13
(2) 伐採見学会＆木の家セミナーの概要	13
3．木の家セミナー＆木の家見学会	
(1) 主旨	15

(2) 木の家セミナー & 木の家見学会の概要	15
第3章 県産材情報発信実験事業	
1 .(仮称) 彩の森・木のなんでも相談室Web版の概要	
(1) 主旨	17
(2) 検討体制	17
(3) 検討事項とスケジュール	18
2 .(仮称) 彩の森・木のなんでも相談室Web版の基本方針	
(1) 目的	19
(2) コンテンツの3つの柱	19
(3) メインサイトと産地サイト(複数)との連携	20
(4) コンテンツの構成	20
(5) 木と漆喰の家づくり情報発信構想(次年度以降)	21
3 .(仮称) 彩の森・木のなんでも相談室Webサイトの開設	
サイトマップ	22
懇談会の記録	23
第4章 課題の整理と今後の方針	
1 . 事業の成果	
(1) 事業の活動実績	29
(2) 事業を通じた他団体との連携状況	29
(3) 事業の効果	30
2 . 課題の整理	
(1) 行政の支援のあり方について	30
(2) 募集事業の責任体制の明確化	30
(3) 共同広報組織の立ち上げ	31
(4) 貯木場の運営体制整備及び新規の開設	31
3 . 今後の方針 - 「埼玉の木銀行」ブランド化戦略 -	
(1) 品質管理	31
(2) ネットワーク拠点形成戦略	31
(3) 顧客開発戦略	32
4 . 推進体制の方針	
(1) パートナーシップ組織	32
(2) プラットフォームとしての共同広報組織の立ち上げ	33

1. 事業の背景と目的

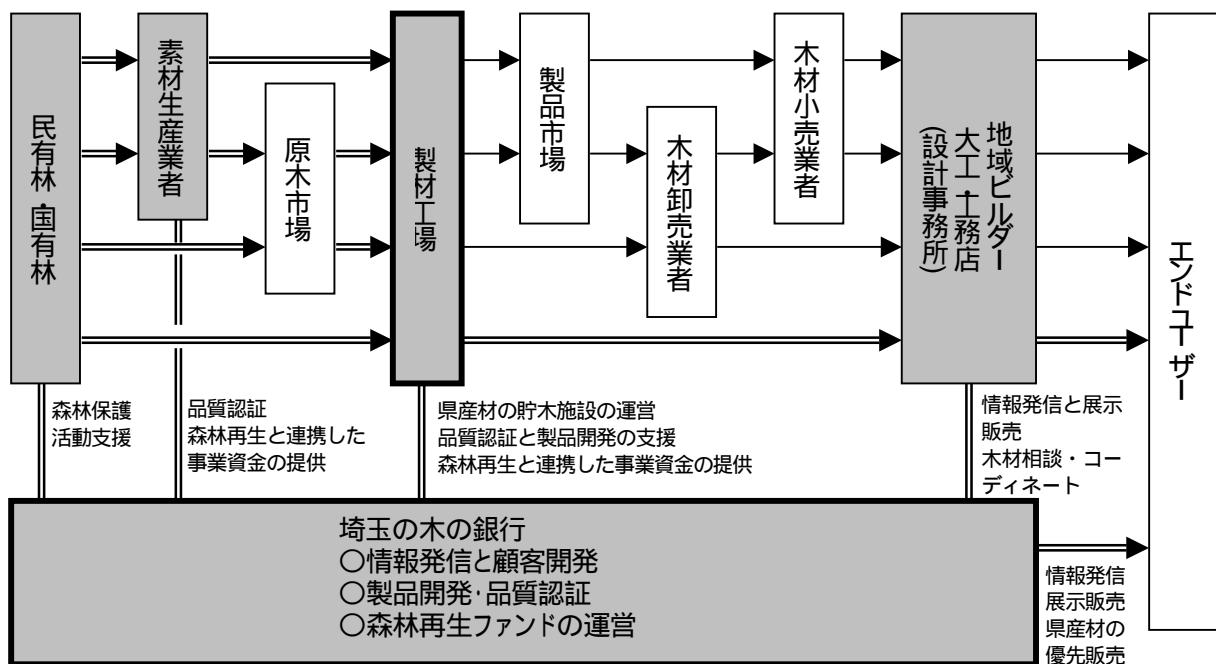
(1) 調査の背景

埼玉県の森は 12.3 万 ha(平成 16 年)、県土の 32%を占める。埼玉県地球温暖化対策地域推進計画では、森林により 34.5 万 t-CO2 の吸収を見込んでおり、このため、今後適切な整備・保全が必要な森林は 21,100ha と推計されている。森林は地球温暖化防止だけでなく、洪水の防止や渇水の緩和、土砂の崩壊及び土壌流出防止などの公益的機能が期待されている。

埼玉県の森林は、人の手が入って維持される人工林が 6 万 ha、県の森林面積の 49%を占めている。昭和 39 年の木材輸入の自由化以降、国産材需要は 8 割から 2 割に激減し、埼玉県の森林も毎年 4 0 万 m³成長するが、使われるのは 5.0 万 m³(12.5%、平成 16 年)にすぎない。このため、林業従事者も激減し、森の維持が困難化している。

こうした問題に 대응するため、平成 17 年度に NPO 協働提案推進事業により、「森と県民を結ぶ「埼玉の木の銀行構想」プラットフォーム形成調査」を県と NPO が協働で実施した。本構想は、県産材の流通システムの一つとして「顔の見える流通」の確立及び県産材の利用促進と森林保全を結び付ける仕組みの構築を目的としている。当調査の実施により、製材加工協同組合や森林組合等の関係団体との連携の可能性が見えてきた。これらの成果を活かし、平成 18 年度は、関係団体の協働により具体的な事業の展開に結びつく取り組みが求められている。

図 埼玉の木の銀行構想



(2) 調査の目的

「埼玉の木の銀行構想」では第1ステップとして、県産木材展示販売拠点の開設を目指している。平成18年度は、県産木材展示販売拠点を実験的に開設する「埼玉の木の銀行」ネットワーク拠点形成実験事業を実施し、関係者間のネットワーク形成の促進を図る。

2. 事業概要

NPO団体、県、製材加工協同組合などのネットワークにより県産木材の展示販売等の実験事業を行い、ネットワーク形成上の課題の整理、関係各主体の役割分担のあり方を検討し、事業推進組織の立ち上げを準備する。このため以下の事業を行う。

(1) 県産材の集積・貯木（市民活動団体等支援総合事業対象外）

天然乾燥した県産材を1ヶ所に集積・貯木し、一般ユーザーが実際に見て触れることのできる拠点を実験的に開設する。

候補地：埼玉県ときがわ町

(2) 県産材でつくる木の家情報発信事業

県産材を使って木の家を建てたい県民に、情報を提供する。実際の木の家づくりのフォローアップはNPO団体等が引き継ぐ。

貯木場見学会の開催

県産材の集積・貯木施設の見学会を埼玉県民を対象に開催する。

伐採見学会の開催

応募した県民の方の木の家に使用する木を県内の山で、建て主立会いのもとに伐採する。林業家なども立ち会っていただき、関心の高い県民の方の参加も得て、顔の見える関係のなかで家づくりを進めていることを広くアピールする機会とする。

県民向け木の家セミナーの開催

NPO法人等の主催により、県産材を使った木の家づくりに関するセミナーを計8回（2回は貯木場見学会、伐採見学会と同時開催）実施する。

(3) 県産材情報発信実験事業

「県産材を使いたいが、どこにいったらよいか分からない」という声に応えるために、一般消費者へのダイレクトな情報発信に関心の高い素材（丸太）生産者・製材所等を募り、県産材の情報発信実験を行う。

素材生産者・製材所等の募集と懇談会の立ち上げ

天然乾燥材を生産し一般消費者への直接的なマーケティングに関心のある県内の素材生産者・製材所等を募り、NPO団体、県等を加えて懇談会を立ち上げる。

実施計画の策定

トレーサビリティの確保など品質認証の仕組み、部材の規格化などを検討したうえ、発信する情報内容、発信の方法、運営システムなどの実施計画を策定する。

情報収集

素材生産者、製材所等から発信情報を収集する。

ホームページの試作

情報発信手段としてホームページを試作する。

ホームページの実験運用と評価

ホームページによる情報発信を行うとともに、相談事業を実施し、情報発信結果を評価する。

(4)課題の整理と今後の方針

ネットワーク形成上の課題の整理

上記の事業を実施した成果をふまえ、素材生産者、製材所、材木店、NPO団体、及び県が協働する上での課題を整理する。

次年度以降の事業の進め方と関係各主体の役割分担の明確化

次年度以降の事業推進の方向を検討するとともに、事業推進組織の立ち上げにあたっての関係各主体、特に、民間と行政の役割分担を明確にし、事業推進組織の立ち上げを準備する。

3. 推進体制・スケジュール

(1)推進体制

事業のコーディネート : NPO 法人木の家だいすきの会

事業の指導と支援 : 埼玉県

県産材の集積・貯木 : 協同組合彩の森ときがわ

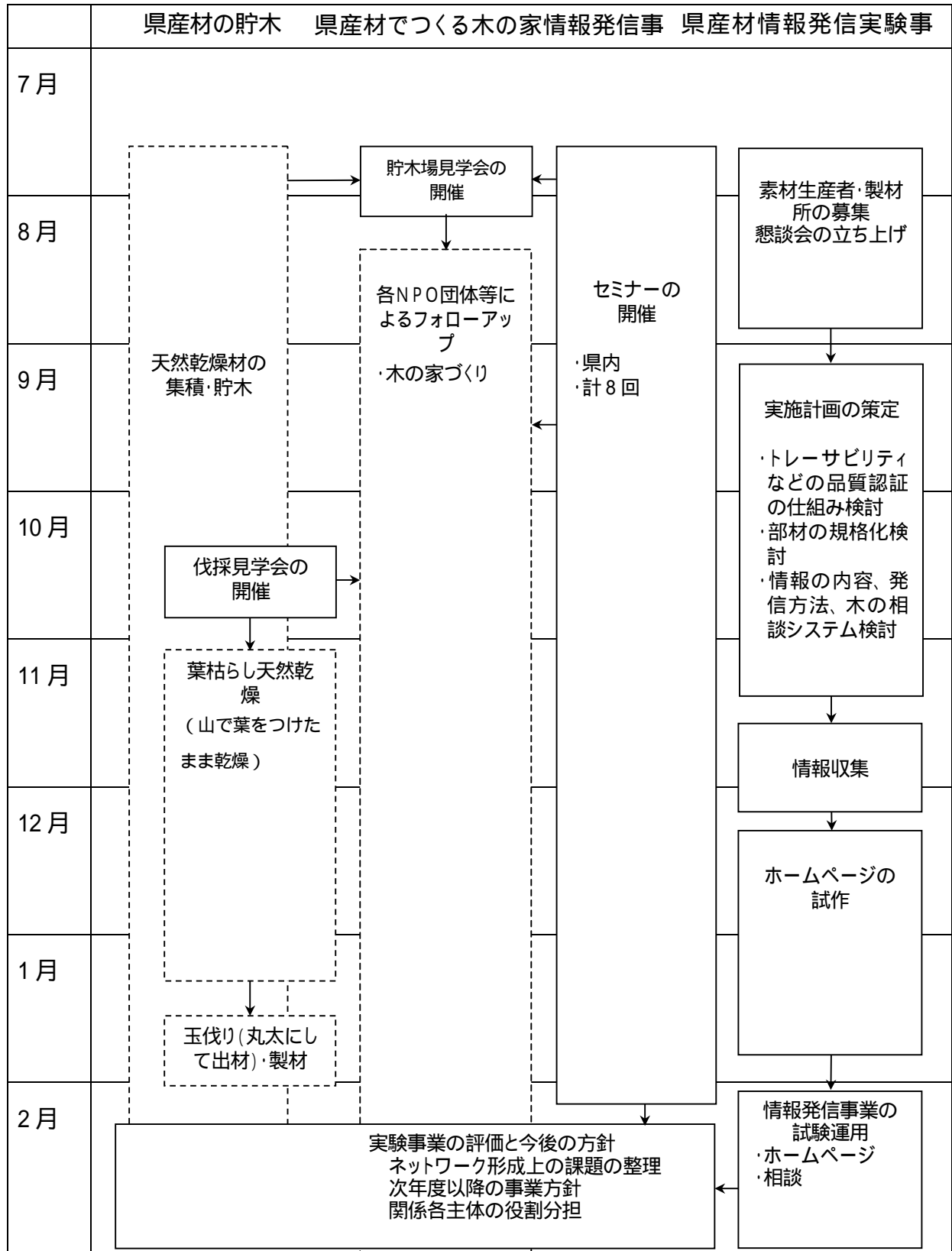
木の家セミナー・見学会 : NPO 法人木の家づくり座談会、埼玉住まいの会設計協同組合
NPO 法人木の家だいすきの会

県産材の情報発信実験事業 : 西川広域森林組合、協同組合彩の森とき川、NPO 木の家だいすきの会、林業家、製材所、埼玉県等

(2)スケジュール

別図参照

平成 18 年度市民活動団体等支援総合事業・事業スケジュール



市民活動団体等支援総合事業対象

1. 天然乾燥材の概要

(1) 伐り旬

「伐り旬の木」は、秋から冬場の「伐り旬」に伐採し、数ヶ月山で葉枯らし乾燥した上、必要な長さに玉切りし、製材後に水分が抜けやすいように積積みして時間をかけ天然乾燥させた後に、修正挽きした無垢の木材である。これらの木材はねばりがあり、木が持つ本来の色・つやが失われれないと言われている。

木が育つ4月～7の時期は、木は水を吸い上げ、木質部のでんぷん量も多くなり、虫がつきやすくなる。この時期を避けた8月後半～2月頃が「伐り旬」となる。伐り旬に伐った原木(丸太)とそれ以外の時期に伐った原木では、虫がつかないというほかに、もちが違ふということが経験上わかっている。

なお、断面が大きい材は天然乾燥だけでは数年かかることもあり、このような場合には低温により人工乾燥で補完する。

(2) 木材の乾燥

木材に含まれる水分の量を表す指標に「含水率」がある。伐採時は200%という高含水率も珍しくはない。木材は適正に乾燥させると強度が出るようになり、また、乾燥することによってカビ等が生じにくくなる。

最終的に狂いが出きって平衡含水率15～20%(空気中の水分率)になって安定する。この狂いを出し切ることが乾燥の目的である。

木の素性を見ながら構造材では含水率20～25%、造作材では含水率15%を目標とする。木は湿度の高い梅雨や真夏は含水率が高くなり、乾燥する冬場は含水率が低くなる。つまり、年間を通して木は動きつづけているため、刻みの段階までに可能な限り平衡含水率に近づけておくことが重要となる。

(3) 葉枯らし乾燥

葉枯らし乾燥とは、伐採した木を枝葉のついたまま、森林内に放置し、太陽エネルギーと葉の蒸散作用によって乾燥させる昔ながらの自然の摂理を生かした予備乾燥の方法である。色つやがよく、後からの割れや反りが少ないなどの利点がある。

葉枯らし乾燥をすると、含水率の高い白太(辺材)の部分の含水率が下がり、赤身(心材)の部分との含水率の差が小さくなることが実験で確認されている。全体の水分の分布が均一化するため、乾燥によって生じる内部応力も小さくなるために割れや反りが少ないと言われている。

天然乾燥材の仕事の流れ

伐り旬の時期に伐採



栈積み天然乾燥



山で葉枯らし 3ヶ月程度



修正挽き



玉伐り（丸太の造材）



製品の出荷



一次製材



(4) 時間をかけた乾燥

短時間に乾燥させる製法として、高温乾燥がある。しかし、高温で乾燥させると、木の細胞を傷つけ、木にとっても大きなストレスがかかる。葉枯らしをし、棧積みして天然乾燥した木材であれば、低温でおだやかに乾燥させるため、木本来の色つやを保ち、ねばりがある木材が得られる。

乾燥に時間をかけるためには、ストックする場所の確保、不良在庫とならないためのリスクヘッジの方法、資金手当てなどの課題を解決しなければならない。

2. 天然乾燥材の集積・貯木施設の実験的開設

(1) ときがわ材の概要

埼玉県ときがわ町は、奥秩父山系を背にした自然豊かな町で、古くから森林と人との繋がりが強い地域であり、木材産業(林業・製材業・木工業・建築業)が町の主要産業となっている。また、古来から歴史と伝統ある木工建具の里として栄えてきた。今を去る1300年前、現存する天台宗都幾山慈寺の建立に参加した全国の工匠が同寺完工後にこの地方に土着し、技術を伝えたのが産地の始まりであり、県内最古の伝統を引き継いでいる。

近年、木材の寸法安定性の向上、強度性能の向上、軽量化等の観点から、人工乾燥木材(KD材)が注目されてきたことから、4つの製材所が集まり共同で木材乾燥施設を設置し、KD材の安定供給を図るため協同組合彩の森とき川を立ち上げた。

しかし、協同組合彩の森とき川では、従来から伐り旬に伐採し、葉枯らし後に製材して天然乾燥した木材を提供する技術をもっており、今回、NPO木の家だいすきの会等の設計者グループや埼玉県の呼びかけにより、天然乾燥材の集積・貯木を実験的に行うこととなった。

(2) 天然乾燥材の集積・貯木の概要

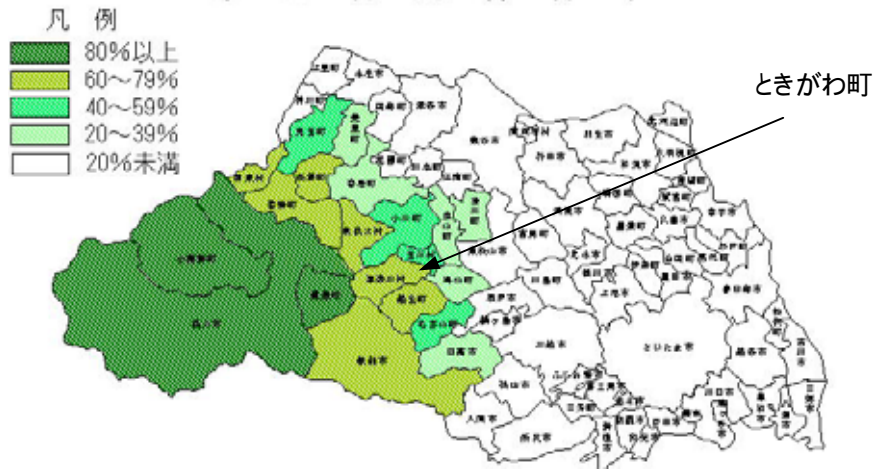
平成18年7月29日の天然乾燥材見学会&木の家セミナーにあわせ実験的に天然乾燥材を貯木し、ときがわ材を使った木の家づくりを希望する方を募集した。この結果、5世帯の応募があったことから、県産材を使った木の家への潜在的なニーズが高いことを実感することとなった。

協同組合彩の森とき川では、こうした天然乾燥材の需要に応えるため、平成18年9月頃から年末にかけて(伐り旬の時期に)ときがわの森で300本の立木を伐採した。それらを山で3ヶ月程度葉枯らし乾燥したのち、平成19年1月より埼玉県ときがわ町西平にある協同組合彩の森とき川貯木場に集積した。今後、一次製材をしたのち、棧積み天然乾燥を行う予定である。また、こうした事業を継続的に行うための棧積み天然乾燥のための施設の設置なども計画している。

*参考文献:「協同組合彩の森ときがわ」パンフレット

協同組合彩の森とき川の貯木施設

市町村別森林率



協同組合彩の森とき川の県内における位置

*都幾川村と玉川村は、平成18年2月1日に合併し、『ときがわ町』となる



丸太の集積



一次製材したのちの積み天然乾燥



積み作業



NHKによる取材 ときがわの森で H18.09.07

埼玉新聞

2007年(平成19年) 2月17日 土曜日 第22369号

発行所 埼玉新聞社
〒330-9090
さいたま市浦和区岸町6-12-11
TEL. 048-862-3371(代)
購読申し込みは
フリーダイヤル ムナサビ バババ
0120-633-888

松岡醸造株式会社
小川町下古寺7-2
04933721234



清酒 帝桜

「木の銀行」構想スタート2年

ときがわに貯蔵拠点

山から切り出した県産材を貯蔵し必要な時に速やかに供給する流通システムの構築を目指す「埼玉の木の銀行」構想が、スタートして約二年を迎えた。木造住宅を求める消費者と手ごろな価格で木材を提供したい林業家らを、県やNPOの連携で結ぶ試みた。昨年秋からは貯蔵拠点の「第一号」に協同組合「彩の森とき川」(比企郡ときがわ町)の敷地を確保、ほかの生産地にも関心を広めている。県内の新築住宅に使われる県産材は推定3%以下。「ふもと」の県民に特産を伝え、低迷の巻き返しを図る。(中嶋基人)



共同組合「彩の森とき川」敷地内に貯蔵された県産木材(温提供)

県産材の家づくり 流通本格化

構想は木の家づくりにかかわるNPO三団体でつくる「埼玉の木を考える委員会」と県が、林業や木材の関係者と共に二〇〇五年から進めてきた。製材所から市場に出された木材は従来、卸や小売りの材木店を経て工務店が買い付ける経路を取ってきた。この構想はこうした工程や販路を簡潔にし、消費者に「顔の見える家づくり」を支援するの狙いだ。

木材に用いるスギやヒノキは、成長の鈍い伐(き)り旬(九月〜翌年二月)に伐採。原木のままか、製材して積み重ね、色つやを出すために自然乾燥させる。今シーズンは計約三百本を山林から切り出し、彩の森とき川の敷地内にストックした。一方で「たいすきの会」が昨年一月に実施した調査では、希望する住宅として約七割が「大工・工務店による木の家」を挙げた。

木の銀行には、西川材を産出する飯能市周辺の関係者らも関心を示しているという。同室は「第二」、第三の木の銀行を増設できれば「と期待を寄せ

止 市町村に「しん」投資導入し

一般競争を全市町村に広げることが有効と判断した。

第2章 県産材でつくる木の家情報発信事業

1. 貯木場見学会&木の家セミナーの開催

(1) 主旨

「県産材を使いたいけどどこで手にいれたらよいか分からない」という声に応えるために、県産の天然乾燥材の貯木場に足を運んでいただき、直接見学していただくとともに、県産材を使った木の家に関するセミナーを開催し、潜在化しているニーズを顕在化させる。

(2) 貯木場見学会と木の家セミナーの概要

推進体制

主催：埼玉の木を考える委員会（NPO木の家だいすきの会、NPO木の家づくり座談会、埼玉住まいの会設計協同組合）

協力：協同組合彩の森とき川

後援：埼玉県・ときがわ町

参加者数：約70名

日時：平成18年7月29日（土）10：00～16：15

プログラム

（呼びかけ文 抄）

人工林が多くを占める埼玉の森では木が使われず人の手が入らなくなることで森の破壊が進んでいます。私たちは、住まいに木を使うことが埼玉の森の保全につながることを肌で感じていただくために、これまで埼玉の森で伐採見学会を開催してきました。平成17年度は伐採した「伐り旬の木」を使って家づくりを希望する建て主の方を募集し、3世帯の家づくりがスターとしました。数ヶ月で立ち上がってしまう言わば「ファーストフード」のような家づくりではなく、自然のサイクルに合わせ10月～2月の伐り旬の時期に伐採し、時間をかけてゆっくり天然乾燥させ、生きた自然素材として木を使う家づくりです。

「時間をかけないこと」が経済的価値を生むなかで、木や漆喰などの自然素材は化学建材にとってかわられ、職人の技術は不用となり、建て主は車を買うように家を買わされています。私たちが提案する木の家は、こうした「時間をかけない家づくり」ではなく、「スローな家づくり」です。時間をかけて木をかわかす間、建て主の方と設計者・大工棟梁がじっくり時間をかけてプランを練るなかで、住まい手のライフスタイルを実現する家づくりが見えてきます。

木の家セミナー

10:00 都幾川町建具会館集合（埼玉県比企郡ときがわ町大字西平709-3 0493-67-0049）

10:00～10:10 挨拶（埼玉県・埼玉の木を考える委員会）

10:10～10:25 「埼玉の木の銀行構想」について(埼玉県)

10:25～10:55 「スローな家づくりについて」（埼玉の木を考える委員会）

10:55～11:40 1) 「建築家による木の家実践セミナー」

（3グループによるワークショップ式）

講師（建築家）：市川均、大沢宏、宮越喜彦、増田哲也、利根川秋雄

松澤静男、八島隆

11:40～12:00 2) 同上（全体によるワークショップ式）

12:00～12:30 「県産材でつくる木の家」募集説明会（別途事業）

12:30～13:30 昼食

天然乾燥材の見学及びセミナー（林業家・木材加工・建築家）

13:30～14:30 葉枯らし天然乾燥材の貯木場へ移動（彩の森とき川乾燥場）

14:30～15:30 製材場へ移動して製材現場の見学

16:00～16:15 閉会 解散



木の家セミナーの様子 平成18年7月29日



木の家セミナー会場の展示



貯木場見学会



天然乾燥材の説明



林業家のお話し



ときがわ材の丸太を前に説明



含水率を量ると16%



製材所の見学

2. 伐採見学会 & 木の家セミナーの開催

(1) 主旨

県産材を使って木の家を建てる建て主（5世帯）の方の木の伐採見学会を開催することで、埼玉県民に、県産材を使った木の家がどのように進められているか、実感してもらう。

(2) 伐採見学会 & 木の家セミナーの概要

推進体制

主催：さいたまの木を考える委員会（幹事団体：NPO木の家だいすきの会、NPO木の家づくり座談会、埼玉住まいの会設計協同組合）

後援：埼玉県

対象

埼玉の森に関心のある方、埼玉の森の木で家を建てたいと考えている方

参加者数

実績 伐採見学会：約40名、木の家セミナー：約40名

プログラム

伐採見学会 会場：埼玉県ときがわ町内の森 山主：武井幹助氏

日時：平成18年10月21日（土） 午前10時より

講師：松村至（協同組合彩の森とき川代表理事）

ときがわ材を使って家を建てる5世帯の伐採を参加者で見学する。

木の家セミナー 会場：雲河原コミュニティセンター

日時：平成18年10月21日（土） 午後1時より

協同組合彩の森とき川の貯木施設に隣接する地区のコミュニティセンターにもどり、木の家セミナーを開催

講師（建築家）：市川均、大沢宏、宮越喜彦、増田哲也、利根川秋雄
松澤静男、八島隆



ときがわの森へ入っていく 平成18年10月21日



山主のお話を聞く



伐採の準備



伐採の瞬間



伐採後、建て主家族と設計者で記念写真



伐採した木 70~80年生



伐採後の木の家セミナー



ときがわ材を使った木の家スタディ模型

3. 木の家セミナー & 木の家見学会

(1) 主旨

貯木場見学会、伐採見学会に参加したあとのフォローアップを図るため、所沢市民文化センターミューズを会場に木の家セミナーを開催し、木の家づくりに関する実践的な知識を提供する。また、木の家の上棟後の見学会により木組みと職人技に関する理解を深める。また、完成後の見学会により、木の家快適さを肌で実感していただくことで、潜在化しているニーズの顕在化を図る。

(2) 木の家セミナー & 木の家見学会の概要

推進体制

主催：NPO木の家だいすきの会

後援：埼玉県

プログラム

第1回 参加して楽しみながら家づくり 8月5日(土) 13:30~16:00

講師：大沢宏(建築家)、塩野輝之(建築家) : 建て主参加の家づくりの勧め

会場：所沢市民文化センターミューズ会議室

富士見の家完成見学会 8月26日(土) 設計：大沢宏

所沢の家上棟見学会 8月26日(土) 設計：市川均

第2回 埼玉の伐り旬の木を使った家づくり 9月9日(土) 13:30~16:00

講師：鈴木進(コーディネーター)、宮越喜彦(建築家)

: 伐り旬材、埼玉の木の銀行、スローな家づくりの勧め

会場：所沢市民文化センターミューズ会議室

第3回 建築家に頼む家づくりの実際 11月4日(土) 13:30~16:00

講師：市川均(建築家)、山田勲(建築家)

: 建築家の役割、設計業務の流れ、設計者の視点など

会場：所沢市民文化センターミューズ会議室

第4回 木と漆喰で健康的な家をつくる 12月9日(土) 13:30~16:00

講師：中村展子(建築家)、塩野輝之(建築家) : 住宅の熱環境、シックハウスなど

会場：所沢市民文化センターミューズ会議室

所沢の木の家完成見学会 12月16日(土) 設計：市川均

第5回 木の家費用の話し & 漆喰ワークショップ 1月13日(土) 13:30~16:00

講師：大沢宏(建築家)、鈴木忠(左官職)

: 予算と配分、プランニングとコスト、プレカットと手刻み

会場：所沢市民文化センターミュージズ会議室

第6回 職人とつくる木組み土壁の家 2月10日(土) 13:30~16:00

講師：宮越喜彦(建築家) : 木組みと職人技

会場：：所沢市民文化センターミュージズ

上尾の木の家完成見学会 2月10日(土) 設計：大沢宏

(3) 参加状況

木の家セミナー6回、木の家見学会4回 計10回 延べ参加数 約100名



所沢・木の家実践セミナー



漆喰セミナー & ワークショップの様子



木の家完成見学会



漆喰セミナー & ワークショップの様子

第3章 県産材情報発信実験事業

1.(仮称)彩の森・木のなんでも相談室 Web 版の概要

(1) 主旨

「県産材を使いたい、どこにいったらよいか分からない」という県民の声に応えるために、一般消費者へのダイレクトな情報発信に関心の高い素材（丸太）生産者・製材所等を募り、Webによる県産材の情報発信実験事業を行う。

(2) 検討体制

実験事業の基本方針を検討するため、「県産木材情報発信実験事業懇談会」を立ち上げる。

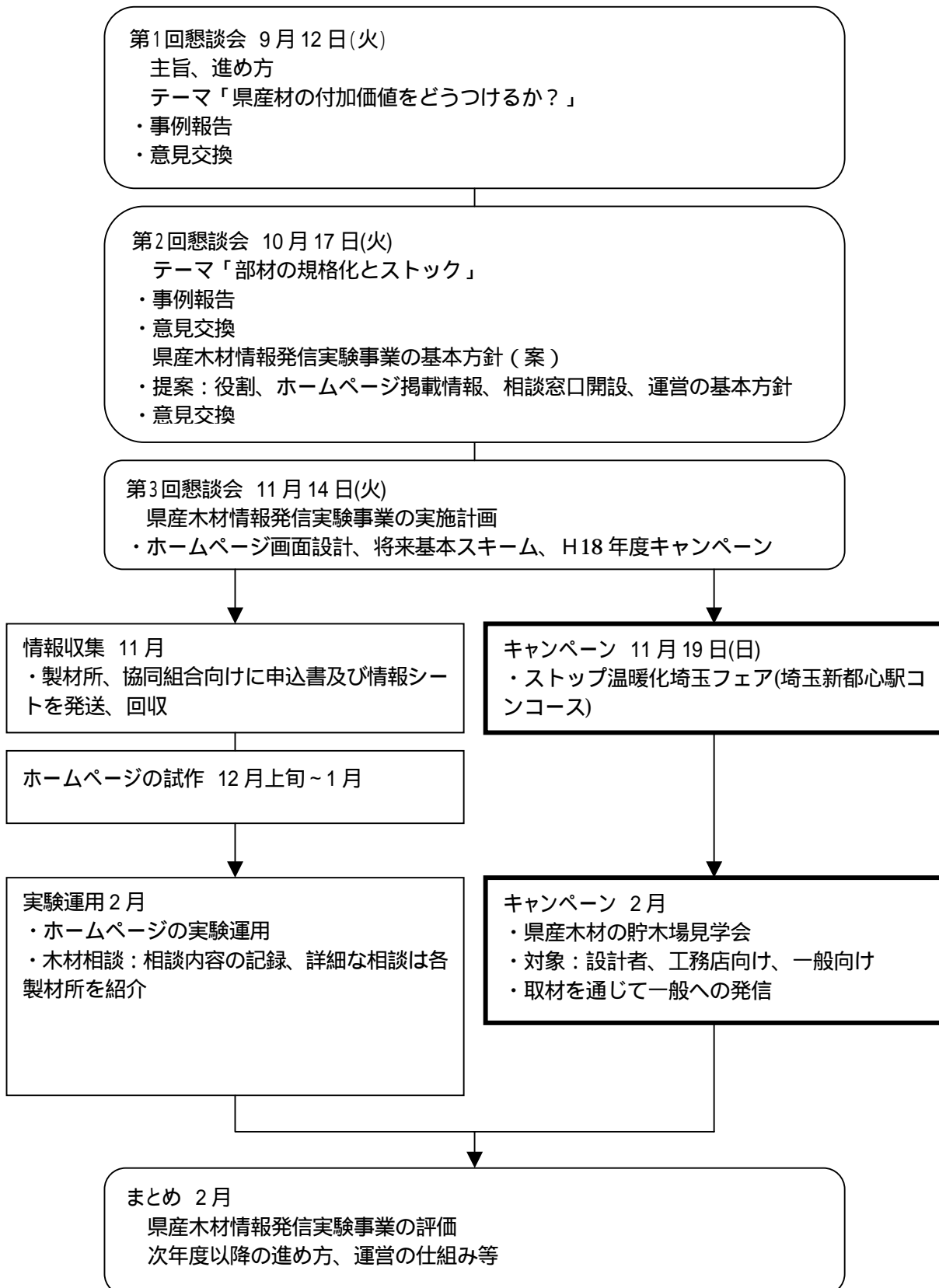
懇談会参加者（あいうえお順）

井上 淳治	木楽里代表（林業家）
大河原章吉	協同組合フォレスト西川理事長（製材）
大河原 睦	埼玉県農林総合研究センター・森林緑化研究所専門研究員（研究者）
大沢 宏	有限会社コウ設計工房代表（設計）
大橋三千夫	埼玉県木材利用推進室主幹（行政）
小田切博志	一級建築士事務所小田切建築工房代表（設計）
栗原 知司	埼玉県林業経営者協会（林業家）
古賀 好一	埼玉県木材利用推進室長（行政）
小峯 光好	ときがわ町地域振興室長（行政）
小峰 康夫	有限会社小峰材木店（製材）
杉川 明男	協同組合彩の森とき川事務局（製材）
鈴木 進	NPO 法人木の家だいすきの会代表理事（コーディネーター）
高野 敦	飯能市市民生活部農林課長（行政）
根本 健一	埼玉県木材利用推進室主幹（行政）
平田 理恵	埼玉県川越農林振興センター部長（行政）
松澤 静男	一級建築士事務所マツザワ設計代表（設計）
松村 至	協同組合彩の森とき川代表理事（製材）
宮越 喜彦	一級建築士事務所木住研代表（設計）
横田 浩三	埼玉県寄居林業事務所（行政）

呼びかけ人

(3)検討事項とスケジュール

3回の懇談会を開催し、試験的にホームページを立ち上げる。



2.(仮称)彩の森・木のなんでも相談室 Web 版の基本方針

(1) 目的

木材供給側(山側)からの木材情報発信Webとして、「県産材はどこにあるの?」「どこから、どうやって手に入れるの?」という県民の声に対応するための情報をWebで提供する。

(2) コンテンツの3つの柱

埼玉の木の銀行構想

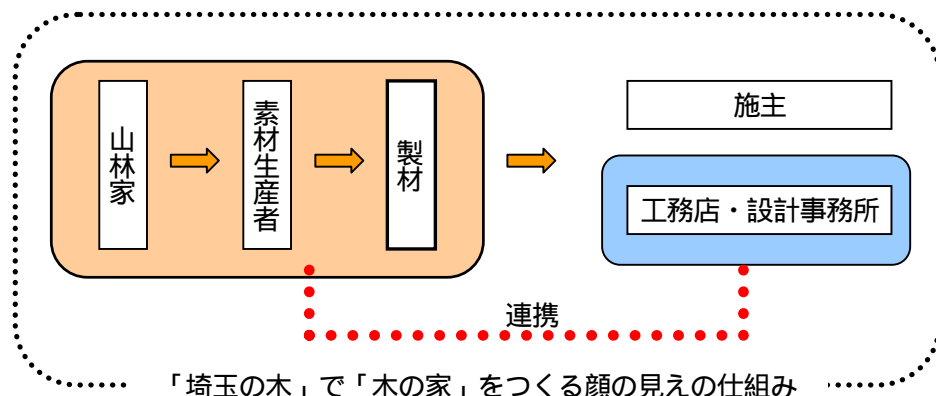
- ・埼玉の木の銀行構想の基本理念、そこから提案できる状況の解説
- ・埼玉の山の概況

天然乾燥材

- ・住宅には乾燥材が必須・・・なぜ乾燥材なのか、その理由を解説
- ・乾燥材供給までに必要な時間・・・ストックの根拠、すぐには手に入らないことの解説
- ・伐り旬・・・伐採の時期が重要であることの解説
- ・天然乾燥材の供給体制を持っている(ストックがある)ことを見せられる情報の提供
- ・天然乾燥・・・省エネルギーの視点、含水率のみの評価ではないことの解説
- ・人工乾燥・・・補完的な乾燥手段としての人工乾燥の説明
- ・主な対象：構造材、板材(内装材・厚板) 造作・葉柄材は積極的に触れない

顔の見える木

- ・顔の見える関係から供給されている木であること
- ・木材の流れが見えることを明確にする(供給者側信頼関係) 使う側の安心感を強調
- ・トレーサビリティを明示することで品質が担保されると考える・・・産直無農薬野菜
例)供給者側独自の出荷証明書の提示
- ・規格材における品質の提示・・・地域による格付けの明示(供給者の責任として)
等級 乾燥程度 機械特性(強度・ヤング係数など)
規格材：JAS同等規格寸法材、あるいはその産地の特徴を出せる材
- ・顔の見える木によるこれからの木材流通の形の提示

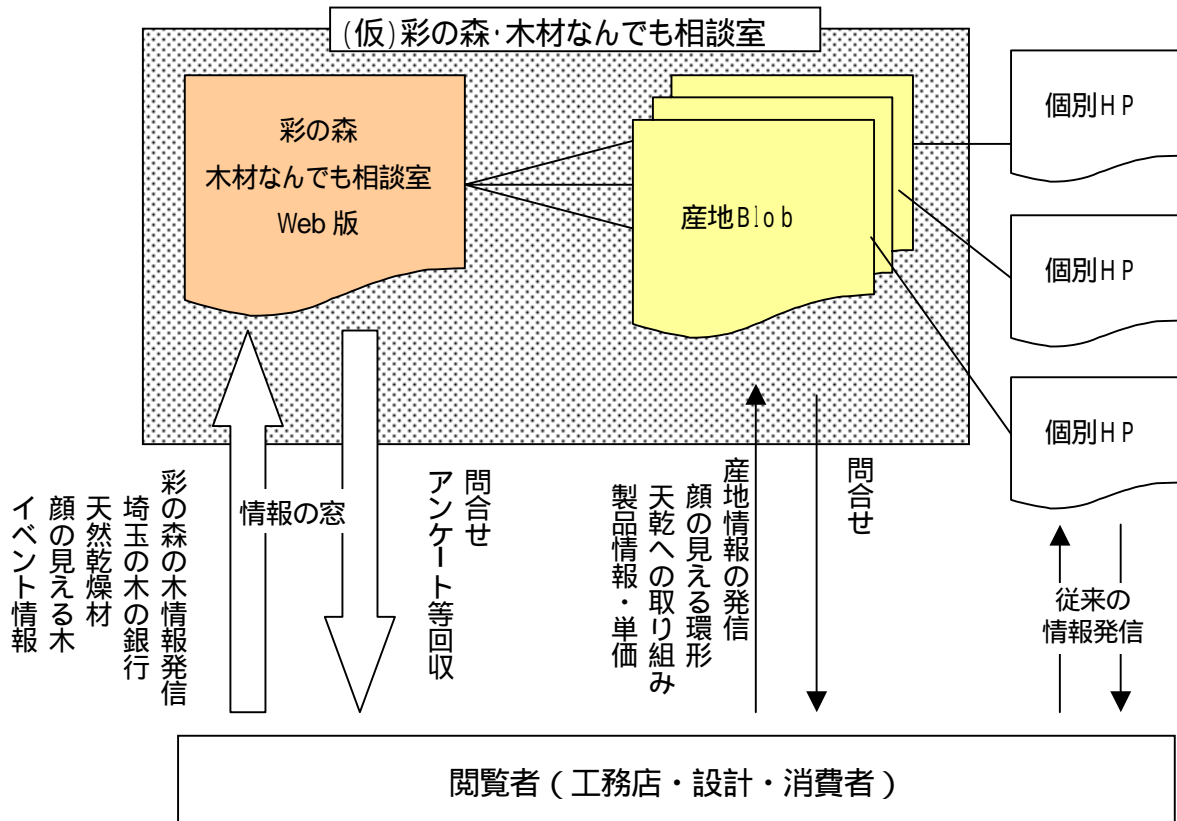


(3) メインサイトと産地サイト（複数）との連携

・3つの柱に対応する取り組みを明示

関係者の顔と関係をみせる 林業家・素材生産・製材（組合等）

提供できる木材の分類、品質、コスト体系の明示



(4) コンテンツ構成

メインサイト

固定情報

- 1) 埼玉の木の銀行構想
- 2) 天然乾燥材（伐り旬 葉枯らし 天然乾燥）
- 3) 顔の見える木（トレーサビリティ）

更新情報

- 1) お知らせ イベント情報へジャンプ
山林見学、伐採見学会、見本市、設計者との共同事業、地域情報、その他
- 2) アンケートや市場調査等サイト上での投げかけの仕組み（フォームの返信）
問合せ先 （仮称）埼玉の木の銀行推進委員会

地域サイト

固定情報

- 1)地域の基本情報 歴史、特徴など
- 2)顔の見える環形 産地の山との連携の具体的な関係を明示
- 3)天然乾燥材への実際の取り組み
年間を通じての伐採から出荷までの具体情報
- 4)製品情報 構造材、板材等の品質、寸法、規格、単価、在庫情報
材料入手に関する注意事項
- 5)問い合わせ先基礎情報 個別HPへのURL

更新情報

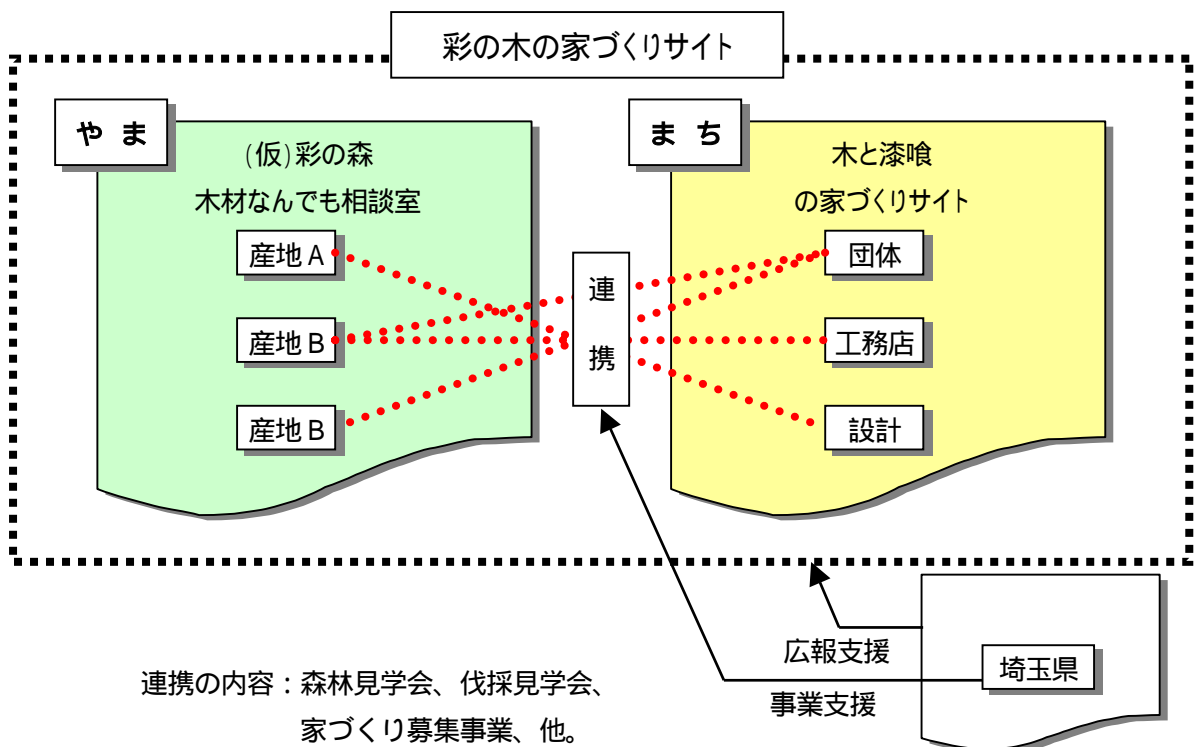
メインサイトの更新情報に各地域のイベント情報を提示

地域固有の情報は個別HPにて提示(されているはず)... この情報を基本に提示

(5) 木と漆喰の家づくり情報発信構想(次年度以降)

「森」と「まち」を結ぶ木と漆喰の家づくり

具体的な質の高い「木の家づくり」を提示し、ユーザーニーズに対応する情報、およびユーザーニーズ開拓の啓発情報発信の媒体の構築。



- ・「森」からだけの木の情報でも足りないし、漠然とした木の家のイメージ情報だけでも絞込みのための情報としては説得力が足りない。明確なメッセージを使えるためには、このように育て、品質を確保した木を、このよう 木と漆喰の家づくりととして提供できる仕組みを見せることが求められる。
- ・「森」と「まち」の情報を車の両輪となった仕組みづくり。

木と漆喰の家づくりサイト

木と漆喰の家のイメージ：「100年の家づくり（埼玉県）」で提案されている家づくりをベースとする

構成メンバー：資格審査により水準を確保（木の家コーディネーター、実績の評価など）
県内事業主体

運営方法：会費など

3.（仮称）彩の森・木のなんでも相談室 Web サイトの開設

試験的に立ち上げたウェブサイトは以下のサイトである。

<http://saimori-home.seesaa.net/>

サイトマップ

彩の森・木のなんでも相談室

ホーム：埼玉の木の家推進月間イベント一覧、各ページへのゲート、お知らせ

埼玉の木の銀行構想：埼玉の木の銀行のねらい、埼玉の木の銀行は何をするの？

「樹」から「木」へ：伐採から上棟までの流れ

顔の見える木：むく材への理解を深める

問い合わせ

産地情報 ときがわ材

TOP

ときがわの仲間

伐り旬の乾燥木材

製品情報

問い合わせ

産地情報 西川材

あいさつ

西川の仲間

私たちの取り組み

製品情報

問い合わせ

日時：平成18年9月12日(火)13:30~15:30

場所：埼玉県合同庁舎 3階会議室

出席者

井上淳治、大河原章吉、大河原睦、大沢宏、大橋三千夫、小田切博志、栗原知司、古賀好一、杉川明男、鈴木進、平田理志、松澤静男、松村至、宮越喜彦、横田浩三

1. 流通の問題

- ・ 県産材の流通ルートがなく困っている。まず流通経路の整備が重要。(設計)
- ・ 県産材を本当に売る気があるのだろうか。うちの商品はこの付加価値を持っているのでこういう値段で買ってください、というようなテーブルに載っていない。流通のシステムができていないと使えない。建てぬしに不確定なものは薦めにくい。(設計)
- ・ 山側は今の材価では出したいくても出せない、というのが本音だろう。流通を含めた新たなパートナーシップを作っていく必要がある。その中で林業と製材、利害はあるが意気込みがあればできる。大消費地をかかえている林業地であることを生かし、今ある流通システムは変えていかなければならない。(製材・加工)

2. 新しい流通システム

- ・ 国は新生産システムと顔の見える流通の二つの方向を進めている。埼玉県内では、大量の流通は行政がタッチしなくとも動いてしまう。われわれとしては、残りの顔の見える流通のルートを開発したい。
なぜ県産材なのか、3つ考えている。1) 地域を愛する心にうったえる 2) ウッドマイレージ 3) 地産地消がよい。
天竜が「顔の見える家づくり」を川上主体で進めているのに対し、埼玉県では川下主体で動きはじめた。これを生かして新しく創造していくチャンスとすることが大切。
「この値段では山側に伐らしてもらえない」という問題に関しては、山主に還元するしくみが必要だ。
結論としては、何とか一つ小さな事例を作り出すしかない。(県)
- ・ ネットワークを形成して一緒に顧客に働きかけることが大事。(コーディネート)
- ・ 「スローな家づくりはいかが」というイベントは一定の集客があった。世間とは逆の方向を行っているので、珍しがって乗っている人も多いただろう。木の銀行もストック場の実例ができれば進む。(設計)
- ・ 森林地域全体のレベルをあげていくことが課題。(林業)
- ・ ストックして値段が出せないか。県内統一価格は出せないか。(設計)
- ・ 平均化ではなく、さんの山はいくら、さんの山はいくらというように付加価値をつけていけばよい。(設計)
- ・ なみ材ならば統一価格は可能。しかし、山には残らないだろう。次の森林を育てる投資がなけ

ればならない。その投資には税金が必要。(林業)

- ・ 材価は低迷していたが、全世界的な資源制約から考えてこれからは上がっていくだろう。今は、現在の材価でできることをやるほかない。(製材・加工)
- ・ 「スローな家づくり」がおもしろいと思ったのは、一本の木をうまく利用して家づくりができる可能性があると思ったからだ。顔の見える関係のなかで、ヤクモノやナミ材をとりまぜてうまく利用する仕組みができないか。(林業)
- ・ 天竜は、売るのを我慢して貯木した。具体的なものがあるかないかは非常に大きい。ものを見て決めればクレームも出にくい。(設計)
- ・ ときがわ町では6軒が製材設備を持ち、うち4軒が組合員。なるべく製材して出荷していこうと考えている。木の銀行構想が進める貯木場になっていければと考えている。(製材・加工)

3. 県産材の付加価値？

- ・ 建てぬしにはまず国産材を薦め、その上で県産材を強く薦める。その際、強度や含水率など説明できるものがほしい。(設計者)
- ・ 県産材だとか国産材だとか建てぬしには説明していない。県産材が高いのか安いのかもあえて言わない。近くの木でつくろう、という気持ちで薦めている。(設計者)
- ・ 伐採と製材をやっている。葉枯らし乾燥が普通だと思っているが、組合で人工乾燥機をいれ両方対応できるようにした。いろ、つやなど地元の材料が一番だと思っているので、どう説明しろと言われても困る。(製材・加工)
- ・ 木の値段が上がれば自然と流通の問題は解消されるだろう。木であれば何でも良いというのであれば西川材の価値は見出せない。西川材の差別化戦略が必要。90年生、90年の価値をどう示すか。(林業)
- ・ 西川地域はやはり「ヤクモノ」だけでやっていくという方法もある。(林業)
- ・ 木をあらわしで使う家づくり(真壁構造)に取り組んでいる。高くなれば供給されるというのなら、いくらなら供給されるのかははっきりすれば使いようがある。その際、環境に良いとか、こういう良い点があるというような価値を建てぬしに示せると良い。(設計)
- ・ 真壁なのか、大壁なのか。ツーバイフォーのための材料ならばどこでもよくなる。真壁は少数派だがこの地域の材は真壁が対象だろう。工法も議論しておかなければならない。(製材・加工)
- ・ 「さんの山の木」というのが、付加価値になると思う。(設計)
- ・ 山側で値段を決めてというが、ニーズが見えてないといけない。(林業)
- ・ 「鶏が先か、卵が先か」という議論でなく、まさにパートナーシップを組んで一緒に開発していかなければ前に進まない。(コーディネート)

4. ホームページについて

- ・ 国産材の販売はサービス精神が欠けている。流通チャンネルをどうつくるか？バーチャルなインターネットでどう切り開けるか、おもしろいテーマだ。(設計)
- ・ 「新たなパートナーシップ」がキーワード、コーディネーターの存在が重要となる。(設計)
- ・ バーチャルだけでなく、リアルなものをつながっていることが大切(設計)

日時：平成18年10月17日(火)13:00~15:00

場所：埼玉県合同庁舎 3階会議室

出席者

磯崎淳二、大河原章吉、大沢宏、大橋三千夫、小田切博志、栗原知司、杉川明男、鈴木進、田畑琢己、徳永隆平、平田理志、松澤静男、宮越喜彦

1. 部材の規格化について

- ・ 在来工法で使う木材の寸法を規格化するのは比較的容易である。それもあるが、埼玉県として付加価値をどうつけるかが重要だ。ヤング率なのか、トレーサビリティなのか、検討して、あわせてこれらを行う必要がある。(設計者)
- ・ JAS 寸法でストックできれば(設計者)
- ・ 「埼玉の木の家(規格化部材住宅、平成16年度調査)」の話は、西川材から始まっている。西川林業地では小さな製材所が多く、まとめ役が必要。まとめ役が結果的にいないので広がらなかったと考えている。また、広げるためには、少なくとも県内で価格を統一して定価販売が必要ではないか。(設計者)
- ・ 県内で価格を統一する必要はない。相互に協力はするが品質と価格は地域で違ってよい。ストック材の情報を出してやるのが先決だ。(設計者)
- ・ 普及し始めている38mm~40mmの床板を例に引くと、丸太が15,000円/立方メートルのものをコストを下げる目的で12,000円/立方メートルの丸太にすると、死に節が多くなってしまふ。これは設計者には見えない世界だろう。こうしたことを認めてもらえるのだろうか。地域性を加味した木材の基準の特質化が必要だし、並み材といっても幅があるので、こうした要素を加味する必要がある。(製材・加工)
- ・ 西川林業地の製材所は個人商店が多いので、少人数でできるところからグループにしてやっていったほうがよい。部材の規格化は実例の統計をとれば比較的簡単にできるのではないか。設計者が使うように努めれば少しずつ広がっていく。(設計者)
- ・ JAS 等級以外に、トレーサビリティ、天然葉枯らしの表示、丸太にすると違う点、良い悪いの表示、などがほしい。(設計者)
- ・ ベースの価格、それと違う場合の品質と値段の差があると良い。(設計者)
- ・ 現在、手刻みは少なくなっており、原木、製材、加工(プレカット)のネットワークが必要。部材寸法は規格化しても、品質・価格については県内一律である必要はない。(設計者)
- ・ 素材生産をする立場からは、部材の規格化についてどうこうする話しはあまりない。部材にする原木を安定して供給する体制づくりが課題と考える。(林業・素材生産)

2. 木材のストックについて

- ・ 誰がストックするのか、また、なぜストックできないか、を聞きたい。設計者はこういう木を使いたい、山側に話すとそういう木はない。どうしてか? というような堂々巡りをこれまで続けてきた。特殊なものでなくてよいので、川下と川上をどう結ぶかを行政には取り組んでほしい。(設計者)

- ・ 協同組合彩の森とき川では、天然乾燥材のストックをこれから積極的に進めていきたい、と考えている。(製材・加工)
- ・ 天然乾燥は管理が難しいと聞くがどうか。スペースと時間があればよいのか。(設計者)
- ・ 管理の方法としては、急激な変化が生じないように、屋根がかりの風通しの良い場所で陰干しをすればよい。伐り旬に伐って、少しオーバーサイズで挽いておく。梁は太鼓の5歩増し、木口をダンボールでふさぎ割れ止めをしておく。太鼓で乾燥が一般化すれば神経質になることはない。(製材・加工)
- ・ リスクが一番問題。リスク要因となる在庫を営業に生かす。もう一つは、特一等材では山側からすれば商売にならないのだろう。やはり役物が入ってこないと思う。造作材は、1棟の家で3~4立方メートルはある。これを使えるようにする工夫が必要だ。(設計者)
- ・ 現実的になれば面白いと思うが、絵に描いたもちになるだろう。ボリュームの問題がある。(製材・加工)

3. WEBによる情報発信実験事業の基本スキームについて

- ・ この事業を進めるにしても、今後、埼玉の木を考える委員会、促進センターなどいろいろな動きがある。整理する必要があるのではないかと。設計者が引っ張るかたちにも疑問がある。県の方で方針を示してほしい。(設計者)
- ・ サイトの運営主体についてだが、今回の運営主体は今年度の実験事業の実施主体ということか。(設計者)
- ・ 実験事業は今年度限りであると考えている。次年度以降の運営体制は今年度の結果を見て考える必要がある。(コーディネーター)
- ・ 設計者側が使い安いサイトであってほしい。(設計者)
- ・ 設計事務所、工務店等の専門家向けが良い。天然乾燥材はアピールしすぎると、人工乾燥が悪いように受け取られてしまう。天然乾燥材にこだわる必要はないのではないかと。(設計者)
- ・ 天然乾燥だけということではない。一つのシナリオのプロローグとして「天然乾燥」はほしい。仕事を起こさなければ始まらない。(設計者)
- ・ 「埼玉の木の銀行」の切り口は天然乾燥で、天然乾燥が人工乾燥よりも優れていると受け取られることは、木に付加価値がつくということなのだから望ましいことだ。これを山側に還元したい。このサイトの前提は「埼玉の木の銀行」なので、天然乾燥を柱にする考えだ。(コーディネーター)

4. その他

- ・ 消費者側が活発で山側の動きが鈍いように感じる。行政として山側の動きを促進したい。特に西川は動きが悪く、供給が全然できていない。山側をどう取り込んでネットワークしていくか課題と考える。(行政)
- ・ 地元の大工、工務店も 山にお客さんを連れてきて、見て使う人 あれば使うという人の2種類がいる。まち側は専門化しているが、山側は松竹梅程度なので、すり合わせが必要。山側はビジネスチャンスとは捉えてないように思う。(行政)
- ・ 製材所調査を実施している。11月末ごろ結果が出てくるので、今後の取り組みに生かして生きたい。(行政)

日時：平成18年11月14日（火）13：30～16：00

場所：埼玉県合同庁舎 3階会議室

出席者

大沢宏、大橋三千夫、小田切博志、杉川明男、鈴木進、徳永隆平、根本健一、宮越喜彦

1. ホームページへの対象について

- ・ 切り口は、「木と漆喰の家づくり」と「天然乾燥材」(コーディネーター)
- ・ このサイトはプロ向けだが、消費者にも見てもらってよい、という方針でコンテンツを整理した。(ウェブデザイナー)
- ・ プロ向けとすると価格情報がほしい。(設計)
- ・ 生産者側からこういう点を見てください、というスタンスがほしい。(設計)
- ・ 見せたいと思っている。ただ、協同組合は組合員の意味統一が難しい面もある。(製材)

2. ホームページへの掲載情報について

- ・ 単価情報は是非オープンにしてほしい。ある期間で更新してはどうか。(設計)
- ・ 平成19年1月より協同組合彩の森とき川の貯木場に、1000 m³、300本を貯木する予定。単価をどう決めるかが議論になっているが、ホームページ掲載情報としては、これを載せるかどうか課題だ。(製材)
- ・ 安い単価で売りたいくない、という意識が強い。単かを公表すると変動させるのが難しくなるのではないかという点が懸念材料。(製材)
- ・ 価格設定は品質と抱き合わせではないか。セットで載せれば懸念が解消されるのではないか。(行政)
- ・ 誰が見るサイトがターゲットを絞ったほうが良い。プロがみるとすれば、物と価格を明示することがポイントである。設計価格は出すのは難しいかもしれない。その場合は、ワンクッション入ってサイトの運営主体が提示することも考えられるが、生の情報が出てこない可能性もある。(設計)
- ・ 価格をオープンにすることで、ユーザーがアクセスしやすくなる。オープンにすることが重要だ。価格が変化することを理解してもらって、期間限定で表示したらどうか。(設計)
- ・ 価格情報を必ずしも出せない、ということはないが、(製材)
- ・ 取引条件をセットにしないと価格はでない。(設計)

3. 今後の推進体制について

- ・ 準備段階は、トラブル回避を図る意味でも、個別の設計者・工務店までは広げず法人格を持った3団体で走ったほうがよい。(設計)
- ・ 募集事業を行う場合には製材所グループと設計者団体が進め方について協定を取り交わすなどパートナーシップとしての事業執行体制を整えて行う必要がある。(コーディネーター)
- ・ 消費者に対しては工務店が責任を負うことになる。こういう仕組みの中に工務店が入らないとうまくいかない。(設計)

- ・ 西川林業地でも動きがでてきた。消費者側の動きも出てきている。19年度には乗れるような方向付けをしたい。(行政)

4. その他

- ・ 製材側からの要望は、設計者の方には役物(やくもの)を使ってほしい。並材だけではビジネスとして非常に厳しい。(製材)
- ・ 造作材の取り組みは今後のポイントではないか。構造材とセットで造作材もそろえるようなやり方が望ましい。(設計)

第4章 課題の整理と今後の方針

1. 事業の成果

(1) 事業の活動実績

参加状況のとりまとめ

ときがわ貯木場見学会&木の家セミナー、ときがわ伐採見学会&木の家セミナー、及び所沢木の家セミナー&見学会の参加者数は延べ210人に達した。

H18.07.29 貯木場見学会&木の家セミナー 約70名

H18.10.21 伐採見学会&木の家セミナー 約40名

H18.08.05～H19.02.10 木の家セミナー6回・木の家見学会4回 計10回、約100名

H18.09.12、10.17、11.14 情報発信事業懇談会 3回

事業の達成状況

当初計画していた活動は、貯木場見学会1回、伐採見学会1回、セミナーの開催8回(うち2回のセミナーは貯木場見学会及び伐採見学会と同時開催)参加予定人数は延べ150名、県産材ホームページの試験運用である。

事業の達成状況をみると、貯木場見学会1回、伐採見学会1回、セミナー8回(うち2回のセミナーは貯木場見学会及び伐採見学会と同時開催)と予定通りに実施するとともに、木の家見学会を4回を行った。参加者数は延べ210名である。

ホームページの開設については、関係者による懇談会を3回開催し、ホームページの試験運用というテーマに限定せず、「埼玉の木銀行」に関する方向性等について、幅広い意見交換を行うことができた。当該懇談会の検討事項をふまえ、平成19年2月1日より、ホームページの試験運用を行うとともに、これにあわせてキャンペーン事業として「埼玉木の家推進月間」事業を開催した。また、こうした取り組みを含め県が記者発表を行った。

キャンペーン期間中に、ホームページで「木の何でも相談」窓口の開設を告知。相談件数は3件であった。

- ・ 工務店：「県産材を使いたいけどどこで手に入るか」 製材所の協同組合窓口を案内
- ・ 一般：県産材を使いたいけどどこで情報が手に入るか 見学会&セミナーを案内
- ・ 一般：西川材というのはどういう木材か 県産木材の説明

(2) 事業を通じた他団体との連携状況

貯木場見学会、伐採見学会については、協同組合彩の森とき川(製材所の協同組合)及び木の家ネットワーク2団体と協同で実施した。これを埼玉県が広報等の面でバックアップする体制をとった。

また、ホームページの試験運用については、林業家、製材所、設計者、行政等の協力を得

て懇談会を3回開催し、内容を検討、試験運用を平成19年2月1日に着手した。

(3) 事業の効果

関係者間の信頼関係の醸成と事業化（貯木場開設）の土壌形成

県内2ヶ所（ときがわ町、飯能市）において、天然乾燥木材の貯木場の開設に向けた具体的動きが出てきた。このうち、ときがわ町の協同組合彩の森とき川では、伐採見学会を開催した平成18年秋に伐採した300本の木を葉枯らし乾燥させ、平成19年1月よりときがわ町内の貯木施設において棧積みし天然乾燥材をスタートさせた。

NPOを含む民間と行政の役割分担の明確化

民間主体の事業を広報面で行政が支援するという一定のかたちが見えてきた。

活動参加者の意識の変化

関係各団体がイベントなどを協働で実施した結果、県民のニーズを肌で感じることができ、「埼玉の木の銀行構想」が目指すところを共有化できる土壌は醸成された。このため、来年度事業の先取りとして平成19年2月に関係者が協力して「埼玉の木の家推進月間」（主催：埼玉の木の銀行実行委員会）の開催にこぎつけた。

広報活動

平成18年9月18日、NHK朝のニュースの特集『「木の銀行」で木材を売り込め』が放映され一般の理解が飛躍的に進んだ。（ときがわ町での建て主参加の伐採現場、県産材を使った建て主の取材など、本会代表もインタビューを受ける）

平成19年2月17日付け埼玉新聞1面に『「木の銀行」構想スタート2年 ときがわに貯蔵拠点』が掲載され埼玉県民の認知度が高まった。

2. 課題の整理

(1) 行政の後援のあり方について

行政の後援と事業の営利性に関する事項

今回のイベントは大きく2つの部分から構成され、県の後援のある「見学会&木の家セミナー（＝一過性のイベント部分）」と県の後援のない「埼玉の木でつくる木の家募集事業（＝継続性のある事業）」とに切り分けて実施している。後者は、継続的な活動のためには不可欠な事業であるが、参加団体・組織の営利につながる事業であるため、県の後援をはずしている。今回は、このような整理で実施したが、こうした整理が妥当かどうか、また別途の枠組みが考えられるか検証する必要がある。

共同広報に関する課題

今回の活動において、県の後援は個々のイベントを対象としていたが、「埼玉の木の家推進月間」というような、全体で後援を受けられる枠組みを検討することも必要である。

(2) 募集事業の責任体制の明確化

木の家募集事業は継続性のある事業を含むため、個々のパートナーシップ事業ごとに事務局の設置、メンバー間での覚書の交換など責任ある体制整備が必要である。

(3) 共同広報組織の立ち上げ

埼玉の木の銀行構想が、動き出した大きな要因は、県民の「木の家」を建てたいというニーズを顕在化する仕組みとしての有効性が関係者に認識されたことが大きい。これをさらに強化し顧客開発力をさらに高めるためには、個々の団体・組織が個別に広報するだけでなく、共同して広報することと個別の広報活動を組み合わせて実施することが重要である。このためには、共同広報組織を立ち上げ、これを行政が支援するような仕組みが必要である。

(4) 貯木場の運営体制整備及び新規の開設

県産天然乾燥材の貯木場については、既にスタートしたときがわ町、立ち上げの準備を始めた飯能において、こうした動きを確実にするための運営体制の整備が必要である。また、秩父など県内の他地域における立ち上げにより、全県的な広がりが期待される。

これらの動きを促進するためにも、従来にまして県の役割は重要であり、地域再生計画に基づきより一層の支援の拡充が望まれる。

3. 今後の方針 - 「埼玉の木の銀行」ブランド化戦略 -

(1) 品質管理

課題

天然乾燥材、人工乾燥材（KD材）、グリーン材に分けられるが、グリーン材はKD材と比較して安い。天然乾燥材とグリーン材が混同される問題を解消するためには、天然乾燥材とグリーン材をいかに区別するかが課題で、品質管理の確かさを明示する必要がある。

トレーサビリティ

どの程度までトレースすることが現実的か検討することが必要である。

天竜の例

< 伐採時情報 >

山林の位置、標高、山主名

立木の目通り、樹高、枝下、樹皮外観、樹容、管理ナンバー

倒木方向、伐採日、伐採時刻

< 貯木時追加情報 >

葉枯らし期間、丸太入荷日、丸太出荷日

< 製材時追加情報 >

一次製材日、棧積み天然乾燥期間、二次製材日、出荷日

「埼玉の木の銀行」認定貯木場

- ・認定に伴う要件の設定 認定をテコにして品質管理へのインセンティブ
- 木材の出所がわかる、一定の品質管理、情報公開、一定の貯木量

(2) ネットワーク形成戦略

地域貯木場の開設

- ・製材所の協同組合、大規模製材所による開設、運営
- ・平成18年度に県内1ヶ所立ち上げ(済み)、平成19年度以降県内数箇所展開

中核貯木展示場の開設

- ・平成 20 年度～22 年度立ち上げ目標
- ・ショッピングセンター型の貯木展示場
複数製材所、協同組合の支店・営業所・本社機能＋貯木展示場
- ・素材生産者：デベロッパー機能＋不動産の運営主体＋販促活動
- ・製材所、製材所の協同組合：テナント、製造小売
- ・ウェブによる情報発信機能
貯木場間ネットワーク
- ・ワンストップショッピング機能の確保
- ・ウェブを媒体とした連携

(3) 顧客開発戦略

- 「埼玉の木の銀行」パートナーシップモデル事業の認定と支援
- ・「顔の見える家づくり」を基本とするパートナーシップ
- ・「製材所」と「設計者、工務店」のパートナーシップ、「林業家」の協力が顧客開発の基本
- ・パートナーシップモデル事業の企画を募集、認定、支援
- ・意欲ある事業者の参入の必要性：オープンな仕組み、多様なパターンを許容
 - 「製材所グループ」と単独または複数の「設計者・工務店グループ」
 - 「製材所グループ」と単独の「設計者または工務店」
 - 単独の「製材所」と1または複数の「設計者・工務店グループ」
 - 単独の「製材所」と単独の「設計者または工務店」
- キャンペーン
 - ・キャンペーン月間 5月、10月（全国的な木の月間）2月に集中的にPR
 - ・「彩の国だより」の活用
彩の国だより 木材利用推進室ホームページ、木の銀行ホームページ
各パートナーシップのホームページ
ホームページによる情報発信
- ・パートナーシップモデル事業の案内
- ・県産木材の情報発信、県産材の入手方法の案内
- ・木と漆喰の家づくり団体、設計者の案内
木の何でも相談（ホームページと連動）
- ・ホームページと連動して開設

4. 推進体制の方針

(1) パートナーシップ組織

製材所の協同組合や設計者・工務店等を構成員とするNPO団体等からなるパートナーシップ組織が、木の家を建てたいと考える県民向けに見学会やセミナーを実施し、あわせて県産の天然乾燥材を使った木の家を募集を行う。

製材所の協同組合や設計者・工務店等を構成員とするNPO団体等は、継続的な事業を行える体制を持つ必要がある、パートナーシップ協定などの契約関係を持ち、対外的に責任ある体制を持つことが必要である。

今後、こうしたパートナーシップ組織を広げていくためには、モデルパートナーシップ協定づくりなどを進めていく必要がある。

(2) プラットフォームとしての共同広報組織の立ち上げ

個々の団体の情報発信力の弱さを克服するためには、「埼玉の木の家推進月間」などの共同キャンペーンを行うことが有効である。共同キャンペーンを行う連絡組織は、「木の家募集事業」などの異業種の連携によるパートナーシップ事業を形成するプラットフォームとしての機能も果たす場になりうる。

図.「埼玉の木の銀行」パートナーシップ事業の展開イメージ

準備期

平成 19 年度～

目標：展開期をにらんだフォーメーション

▨ 製材所グループ

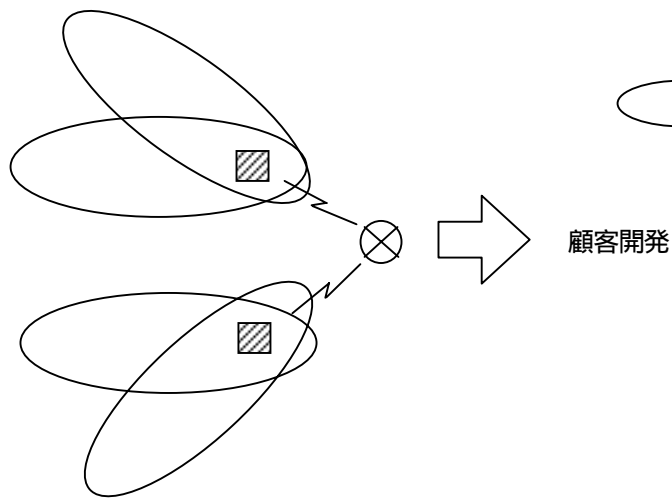
□ 個別の製材所

⊗ ウェブサイト

設計者・工務店のネット
ワーク団体

単独の設計者・工務店

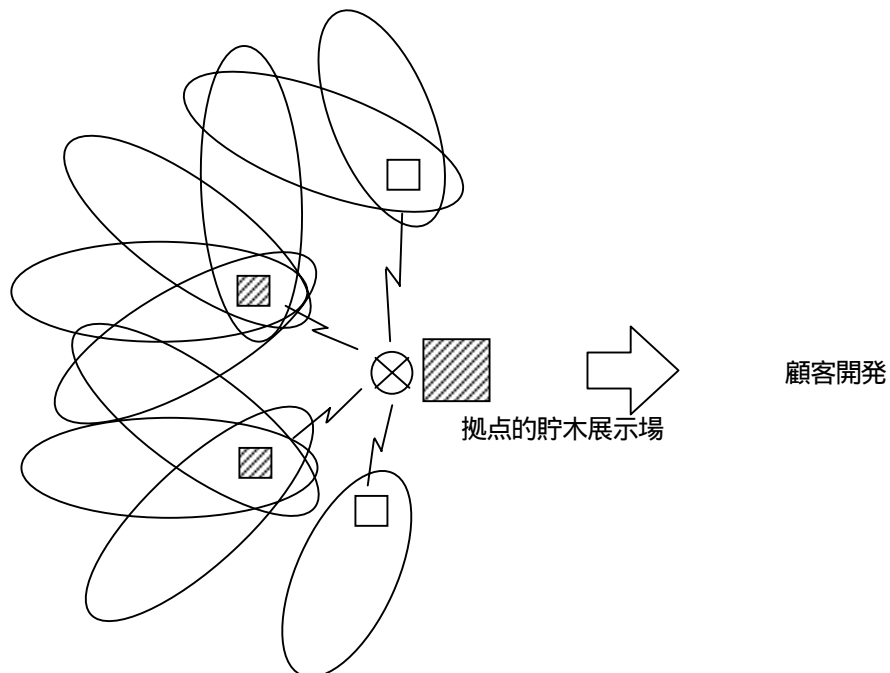
○ パートナーシップ事業



展開期

平成 20 年度以降

目標：事業意欲のある事業者のオープンな参入



平成 18 年度内閣府市民活動団体等支援総合事業

「埼玉の木の銀行」ネットワーク拠点形成実験事業報告書 平成 19 年 2 月

事業受託者 特定非営利活動法人木の家だいすきの会
〒359-1116 埼玉県所沢市東町 11-1-1704
TEL 04-2926-6045 <http://www.kinoie.org/>

監 修 埼玉県農林部木材利用推進室
〒330-9301 埼玉県さいたま市浦和区高砂 3-15-1
TEL 048-830-4320 <http://www.pref.saitama.lg.jp/A06/B300/>