

京都市ウッド・チェンジアクション推進会議 令和8年度第2回 議事概要

1 日時 令和8年8月4日（火） 13時～15時

2 場所 柊家 新館大広間

3 議事次第

- (1) 企画部会の取組状況について
 - ・ 各部会の取組
 - ・ 企画部会1 木材のサプライチェーンの強化
 - ・ 企画部会2 木材の魅力発信
 - ・ 企画部会3 木材利用のメリット検討（森林J-クレジット）
- (2) 令和8年度の木材利用促進月間の取組について
 - ・ 令和8年度の木材利用促進月間の取組（予定）
- (3) その他
 - ・ 市民対話会議「市内産木材の利用拡大」

4 議事概要

- (1) 企画部会の取組状況について
 - ・ 企画部会1では、木材のサプライチェーン強化に向け、設計者だけでなく一般市民にも対象を広げ伐採・原木市場・製材所等の見学会、京都産のスギの利用促進及び非住宅中規模建築物の木造化の3つの取組を中心に活動していく。
 - ・ 企画部会2では、木材の魅力発信をテーマにインバウンド向け発信ツアー、宿泊施設への木材利用促進、宿泊施設での製品展示販売、一般市民・学生向け木製品工場の見学会など、地域木材を活用した製品を通じた国内外への効果的な広報や利用促進に向けた取組の検討を進めている。
 - ・ 企画部会3で検討していた森林J-クレジットについては、令和7年度から京都市の事業としてモデル事業を実施しており、今年度は森林所有者と連携して登録した森林J-クレジットについて、モニタリングや進捗確認を実施する予定であり、次の会議でその進捗について情報提供する。
- (2) 令和8年度の木材利用促進月間の取組について
 - ・ 毎年10月の木材利用促進月間に開催しているKYOTO WOOD EXHIBITIONについて、今年度は、ワークショップや木製品の展示・販売などを京都市役所前で行う森のウッドテラス、柊家見学会、柊家における京の木製品認証製品の展示や北山丸太のPR、京都モダン建築祭とコラボする市庁舎の和室解説の4つのメイン企画を中心に、森林資源循環への理解や地域産木材の利用促進を図る。

- ・ 今回、新たな情報発信として町内の広報板にイベントのポスターを掲示するとともに昨年度に引き続き、SNS の活用や京都銭湯組合との連携により情報発信していく予定である。

(3) 市民対話会議について

- ・ 市長が市民と直接意見交換を行い市政に活かす市民対話会議を、7月28日に「市内産木材の利用拡大」をテーマに開催した。
- ・ 参加者からは、林道維持の課題や人手不足など、林業経営を取り巻く厳しい現状について説明があったほか、山側まで経済的な効果を行き届かせるためには、何よりもまず木材の利用を全体的に拡大させていくことが重要である。また、山が抱える課題について、一般市民に広く知ってもらい関心を持ってもらうことが大切で、市民一人ひとりが多様な形で山や森林に関わり、木への意識が高まることで、健全な森林循環の促進につながる、といった意見をいただいた。

(4) 意見交換・その他情報提供

- ・ 京都市ウッド・チェンジアクション推進会議を、柵家で開催できることに意義を感じる。京都の木造建築の中でもトップクラスである柵家で「ウッド・チェンジ」について議論できることは、質の高い京都の木の文化を発信するうえで重要である。
- ・ 1990年代の町家再生を始めた頃と比べ、現在は宿泊施設・レストランなどの改修も進み、予算的側面や維持環境は整いつつあるものの、市民全体の絶対的な支持や盛り上がりがない。町家に住んでいないマンション居住者などの一般市民にも、京都には素晴らしい「木の文化」があると実感してもらい、その価値を誇りに思い、残したいと思わせる雰囲気づくりが重要である。市民の皆さんが木の空間は見事だと誇りを持って紹介する旅館や店舗が、結果として観光客に京都の街の本来の魅力を伝える手段となる。自ら木造建築を建てて住めなくても、木の空間を訪れて京都らしさを感じたい、木造建物を大切にしたいと誰もが思える空気を作ることこそが、魅力発信の真の目的である。会議が業界内だけの集まりで終わらないよう、一般市民にしっかりと届く発信運動へと広げるため、関係各所へ協力をお願いしたい。
- ・ 4月25日より、店舗や住宅を対象としたみやこ杣木の活用補助制度を開始しているが、現在の進捗率は約30%となっており、今年度は大型物件が少なく、小規模な案件が多いことから、これまで本補助制度を活用いただいた工務店や設計士、建築士会等へ周知するほか、神社庁を通じて市内に登録されている約200の神社へ個別の案内を実施している。
- ・ 京都の伝統的な神社は、新しい良質な木材を取り入れて社殿を更新していくまさに木の文化を象徴である。観光客に実際に木の文化体験をしてもらい、京都の木の魅力をアピールできる仕組みづくりを検討したい。
- ・ 京の木製品認証制度は、建材だけでなく、人々の目に見えて手元に残る木製品を通じて、京都の木の魅力を発信することを目指している。今年度は、最大の消費地で

ある東京での展示プロモーションを進めることで、高付加価値な木製品としてのブランド価値の確立を図りたい。また、京都の木＝北山杉という単一のイメージにとどまらない多様な提案を通じ、木製品が世の中に広く認知されることを目指したい。これにより、製品向けの木材だけでなく、建材などの利用拡大や幅広い需要喚起へも相乗効果を波及させたい。

- 大型コンテナによる大量輸送の効率化が、外材の輸入コストを大幅に引き下げた結果、安価に大量に運ばれてくる外国産材が日本の木材価格を脅かしている現状がある。低価格な外国産材と価格で競うのではなく、京都の木製品や京都の木という独自性をアピールし、京都産だから価値があると認められるブランドを確立することが重要である。
- 京都府建築士事務所協会では、木材利用の促進に向け、京都府建築士事務所協会、京都府森林組合連合会、京都府の3者による『都市（まち）の木造化推進法』に基づく、『中規模木造建築物の設計支援・普及に関する建築物木材利用促進協定』を締結する予定である。
- 南海トラフ地震をはじめとする大規模災害への懸念が高まる中、文化財が被災した際、単に元の姿に戻すだけでなく、現代の安全性向上や持続可能性（ウェルビーイング、インクルーシブなど）を兼ね備えたより良い姿で再建する「ビルドバックベター」の考えが重視され始めている。
- 京都市では、京都の木材を使用した魅力的な空間を広く募集し、それを冊子やホームページで紹介することで、市民に木の素晴らしさを実感してもらう「京都のステキな木の空間」の取組を実施しており、年度末まで募集を行っている。
- 香川県の現役の木造小学校で、小学生自らがガイドとなって自分たちの学校の茶室や木造建築の素晴らしさを伝えるツアーが実施され、話題となった。子どもの頃から地域の素晴らしい木造建築に親しみ、その価値を自分たち自身で理解し発信していく体験こそが、木の利用促進などに繋がる有効なアプローチではないか。
- 京都市の教育委員会は茶道や華道の体験など伝統文化教育に注力している。他県から驚かれるほど、京都の子どもたちにとって伝統文化は身近な環境にある。このカリキュラムを実施する際に、教育側と建築側とが連携して木の魅力も同時にアピールし、体感してもらう仕組みを整えるべきである。
- 現在、多くの町家が宿泊施設等に活用されているが、単に利用するだけでなく、柵家などの老舗旅館のように、その真のクオリティの価値をアピールすることが今後の課題である。
- 京都の文化の根底には木を大切にする伝統があり、それを支えているのは地下の豊かな水である。この森と水のつながりこそが京都の最大の特徴であり、文化都市京都として木の文化の発信に努めたい。