

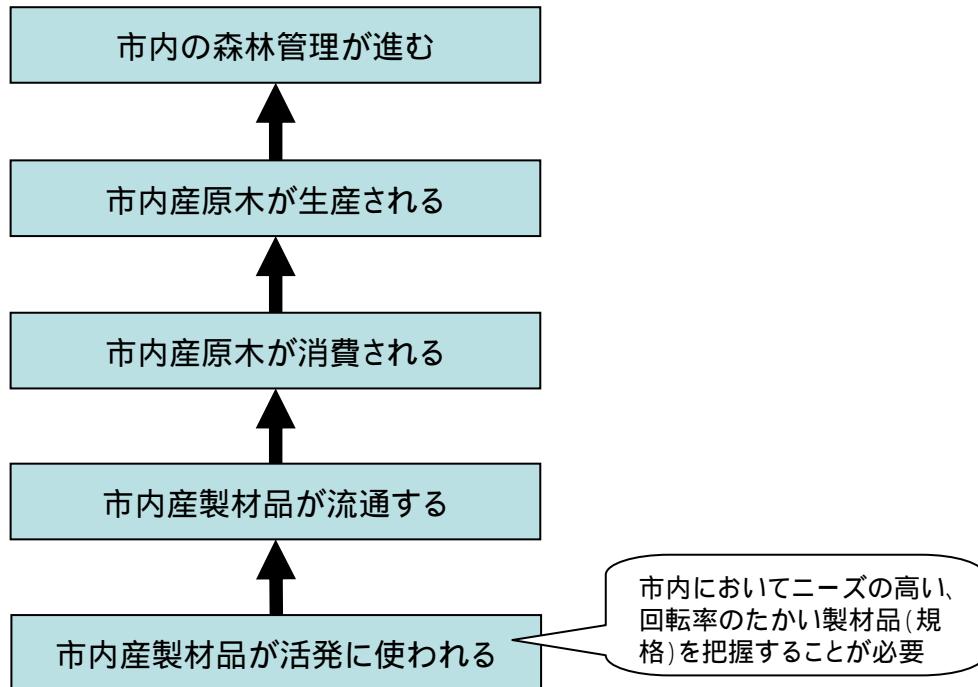
I. 調査結果のまとめ

I. 調査結果のまとめ	1
1. 森林管理に繋がる製材品づくり	2
2. 売れる市内産木材を作るための体制	12
3. ストック情報システムの位置づけ	15
4. ホームページ設置について	20
5. 製材所が活用する物理的なストックヤードについて	28
6. 京都府産木材認証制度運営協議会との連携に関して	29
7. 「京都らしい木材」とはなにか	30
8. 平成 23 年度に取組みを考えている内容	40

1. 森林管理に繋がる製材品づくり

森林管理の促進、素材生産の促進につながる市内産製材品とは、「商品として回転していく製材品である」という観点から、京都市内産木材として売れる製材品の特徴を以下に整理した。

図表 I-1 売れる京都市内産製材品を流通させることのメリット



(1) アンケートの整理による、売れる市内産製材品の特性

- ・ 「売れる製材品を作る」ことが基本である。
- アンケート結果からは価格が最優先、乾燥(品質)、寸法精度(品質)である。
- ・ 「売れる製材品」を製造する上で、加工のための運搬、利用場所への運搬の距離が短いことは環境面でも良いことであるし、地域内循環を考える上でも美しいモデルではあるが、「売れる製品であるか」という点は、別の要素が求められる。
 - 木材の地産地消の要素である産地、運搬距離が短いこと、地域産材としてのブランドは、どれも評価が低かった。
 - これらのことから、産地、運搬距離が短いこと、地域産材としてのブランドを売りにしても、売上を伸ばしにくいことが示唆される。
 - 環境側面の要素は、売れるための必須の要素と言うよりは、追加的な要素であると言える。

図表 I-2 市内産製材品（構造材以外）が売れる製品の要素

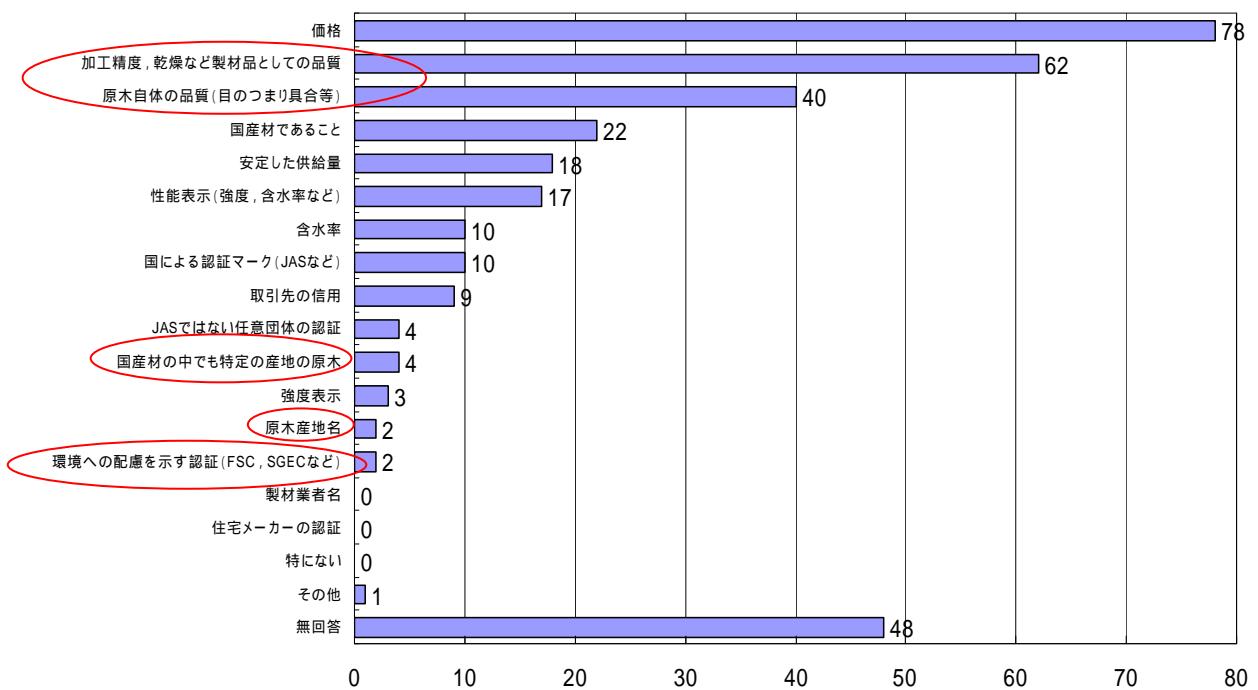
要素	内容	備考
価格	既存製品の単価と比較して + 10%まで	価格が既存製品よりも 10 %以上高い場合は売れにくい。
乾燥	含水率 25 %以内（ただし、製品によりぶれはある）	含水率が 25 %以上だと天然乾燥であっても売れにくい
乾燥方法	人工乾燥か天然乾燥かは特にこだわりはない	天然乾燥あれば、付加価値を出すことができる可能性
寸法精度	寸法精度は必ず守る	-
供給	構造材以外であれば、発注当日～4 日以内に手に入る体制が必要	すなわち、小売店にある程度の在庫が常に必要。小売店にない場合は卸業者に在庫がある必要
地域産材認証	地域産にこだわって購入する業者は非常に少ない	上記の要素を満たした上で、さらに地域産材であるということを打ち出せれば付加価値になる

図表 I-3 市内産製材品（構造材）が売れる製品の要素

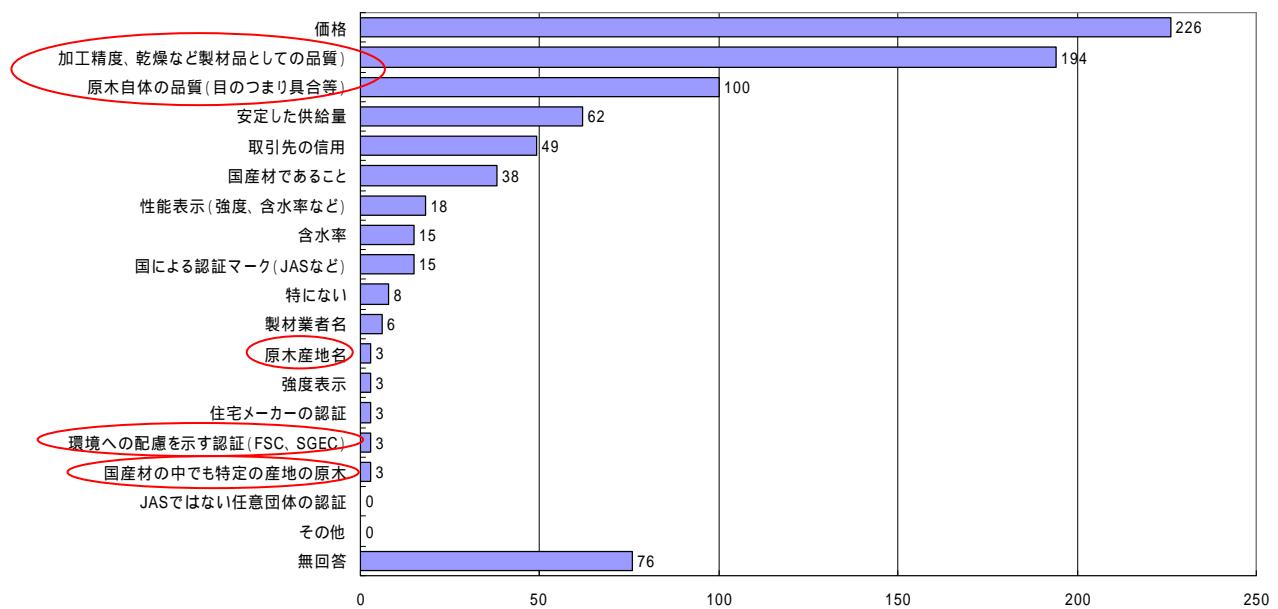
要素	内容	備考
価格	既存製品の単価と比較して + 10%まで	価格が既存製品よりも 10 %以上高い場合は売れにくい。
乾燥	含水率 25 %以内（ただし、製品によりぶれはある）	含水率が 25 %以上だと天然乾燥であっても売れにくい
乾燥方法	人工乾燥か天然乾燥かは特にこだわりはない	天然乾燥あれば、付加価値を出すことができる可能性
寸法精度	寸法精度は必ず守る	-
供給	1週間～1ヶ月	1～2週間が納期である場合は、最終製品か半製品での在庫が必要
地域産材認証	地域産にこだわって購入する業者は非常に少ない	上記の要素を満たした上で、さらに地域産材であるということを打ち出せれば付加価値になる

平成 23 年 3 月 22 日 (火)
 第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
 資料 2

図表 I-4 建築士の製材品に求めるもの

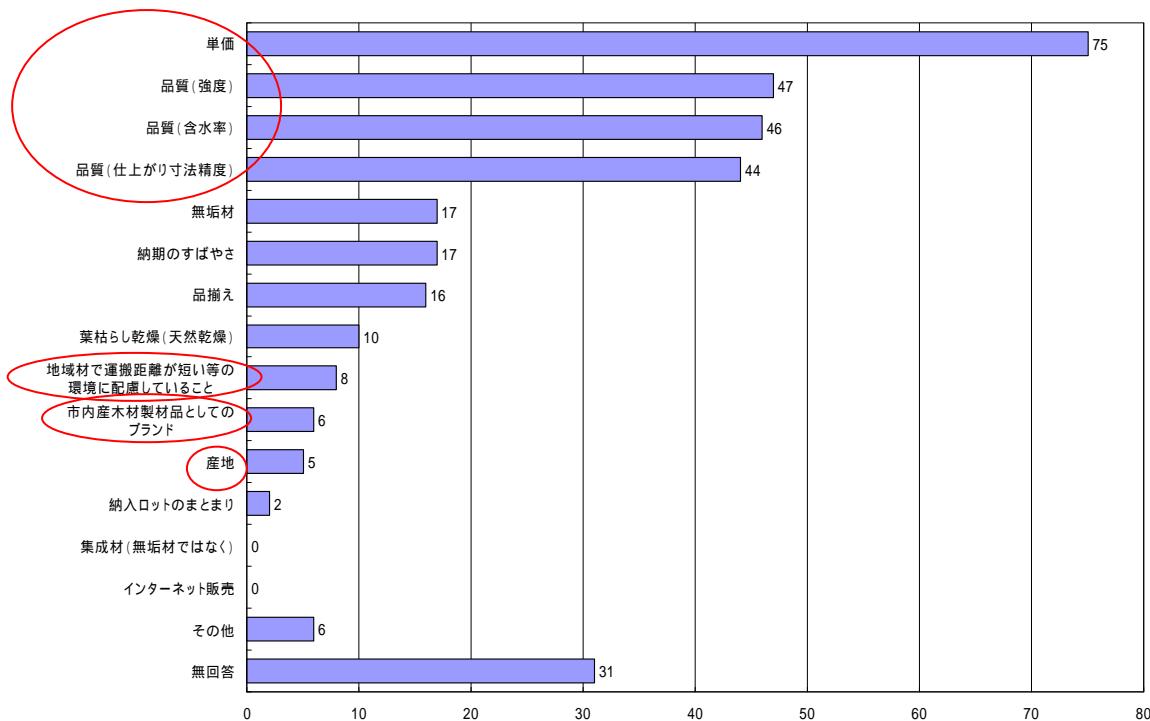


図表 I-5 施工業者の製材品の求めるもの

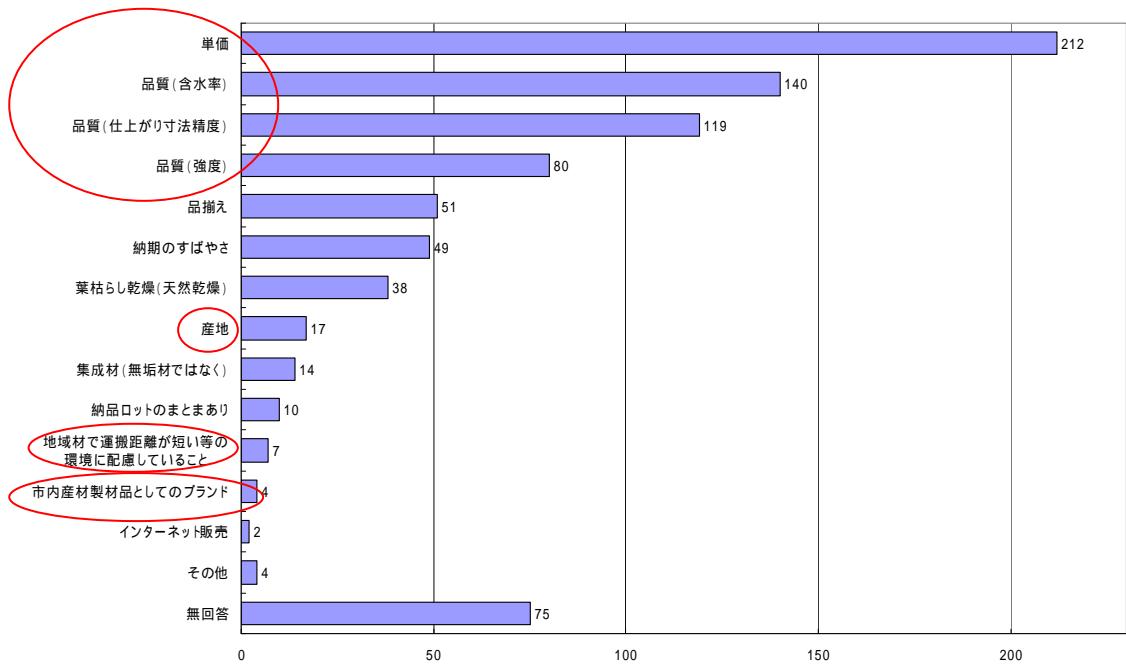


平成 23 年 3 月 22 日(火)
 第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
 資料 2

図表 I-6 建築士



図表 I-7 施工業者

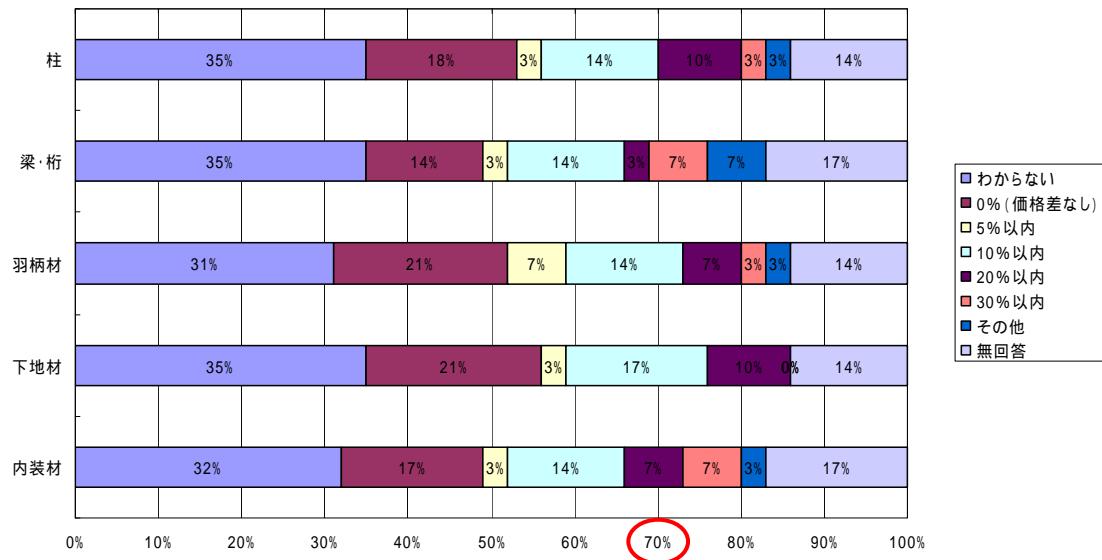


(2) 価格面

現状の価格差

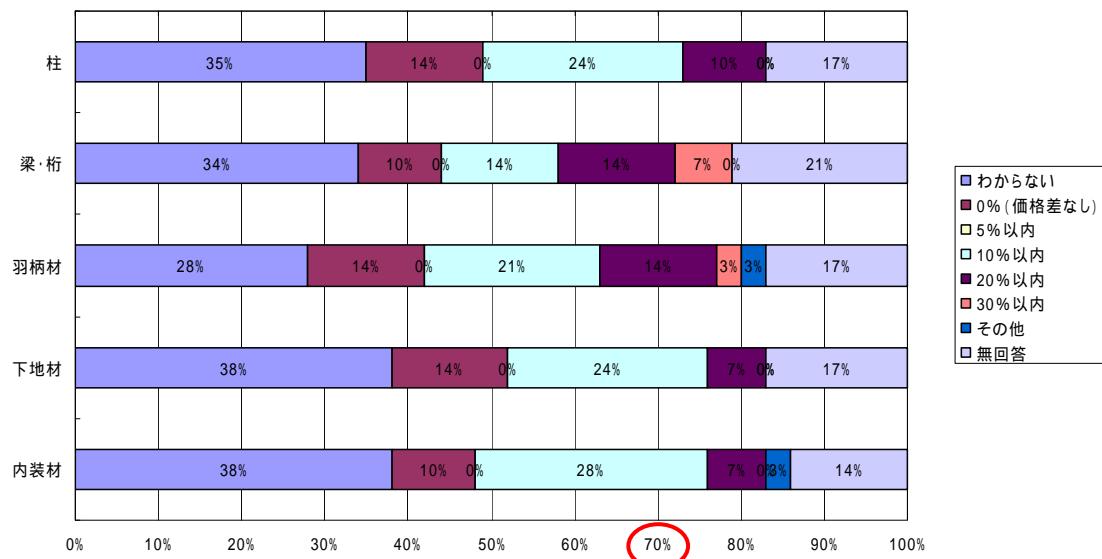
【他地域の国産材と比べて】

- 他地域の国産材と比較した市内産木材製材品の現状の価格差については、「わからない」という回答が 3 割以上で最も多かった。
- 次に「0% (価格差なし)」という回答が多かった。



【外材と比べて】

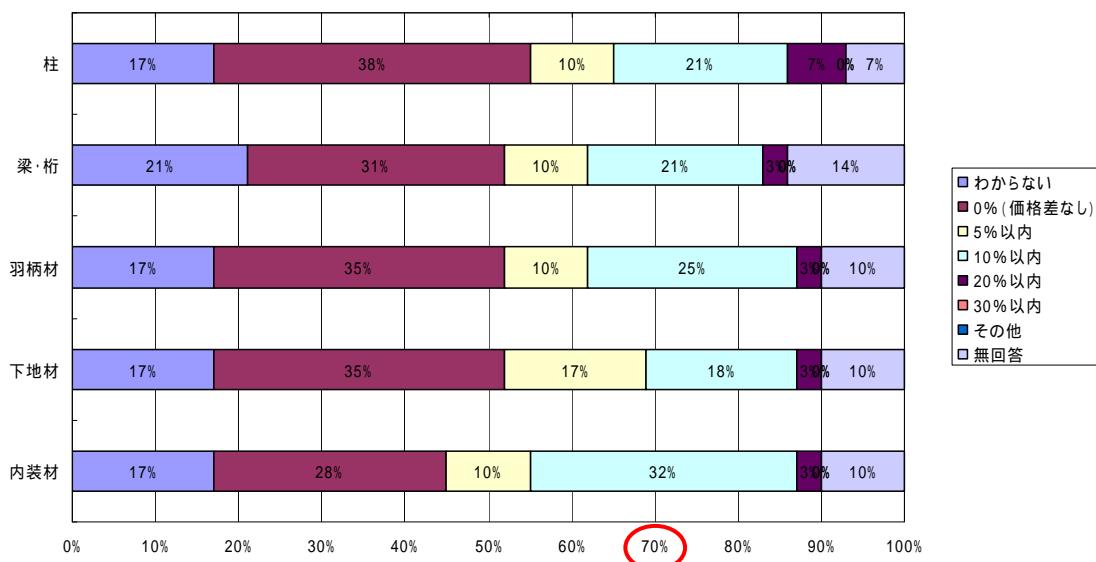
- 外材と比較した市内産木材製材品の現状の価格差については、「わからない」という回答が 3 割以上で最も多かった。
- 次に「10%以内」という回答が多かった。



平成 23 年 3 月 22 日 (火)
 第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
 資料 2

市内産木材製材品と他の製品との許容範囲の価格差

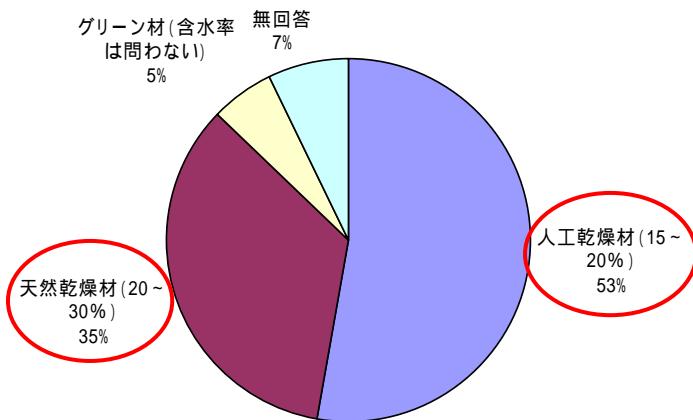
- 市内産木材製材品と他の製品との許容範囲の価格差については、0 ~ 10% 以内の価格差であれば許容範囲であるという回答が 50% を超えている。



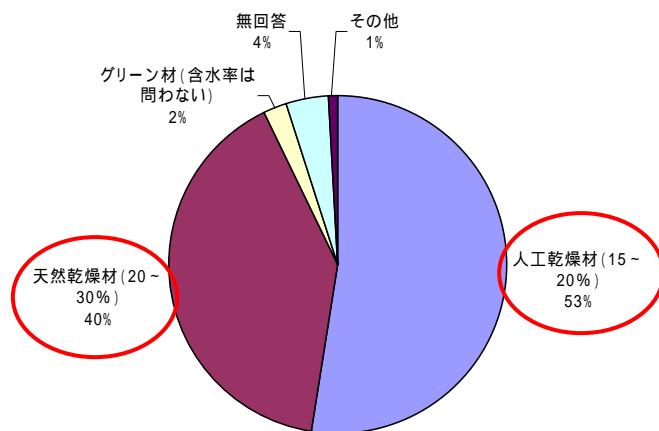
(3) 品質面 (乾燥)

- 天然乾燥・人工乾燥へのこだわりがあるというよりも、含水率 30% 以下が業界として期待をしている。
- 天然乾燥であっても、含水率 25% 以下であれば製品として認められると思われる。
- しかし、含水率 25% 以下でなければ、いくら木材の良さが残る製材品といえど、業界は求めない。
- すなわち、表示をすることが大事といつても、「含水率 30%」と表示すると売れないということである。

図表 I-8 建築士



図表 I-9 施工業者



平成 23 年 3 月 22 日 (火)
 第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
 資料 2

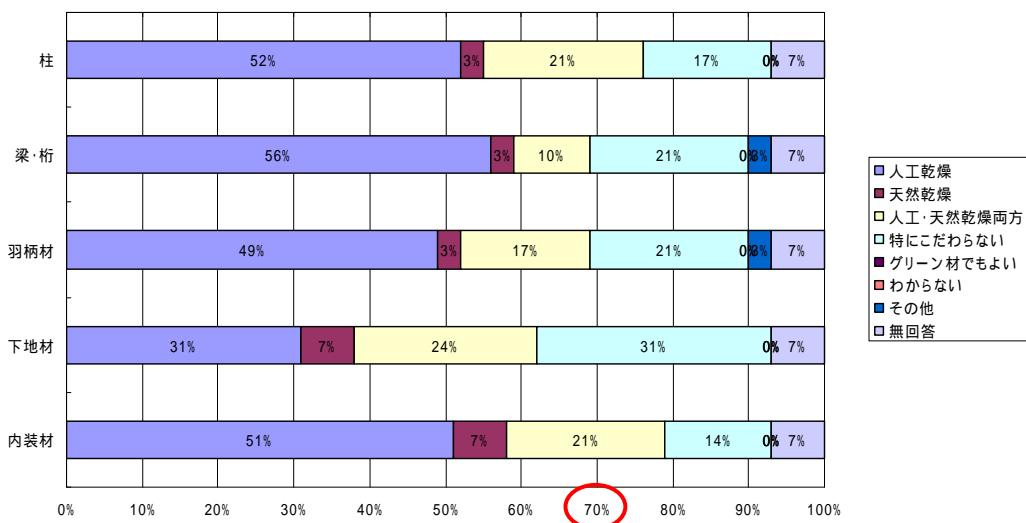
含水率のニーズに関するアンケート結果(流通業者)

- ・ 含水率については、20%以下という回答が全ての製材品で 60%を超えていた。



乾燥方法のニーズに関するアンケート結果(流通業者)

- ・ 乾燥方法については、「人工乾燥」という回答が最も多く、下地材を除いて 50%を超えていた。
- ・ 下地材については「人工乾燥」という回答が 31%で、次に「特にこだわらない」という回答が多かった。

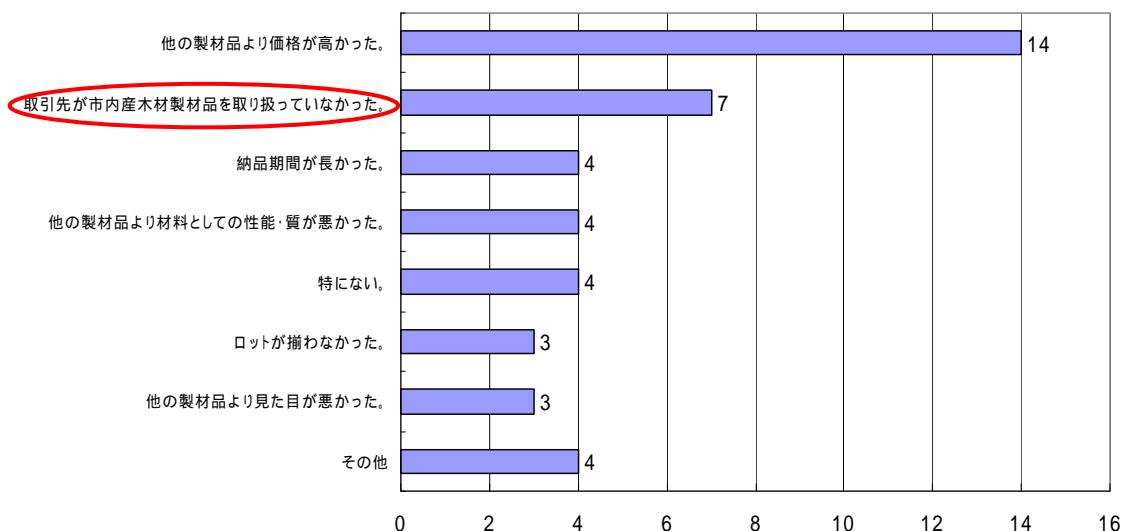


(4) 供給面

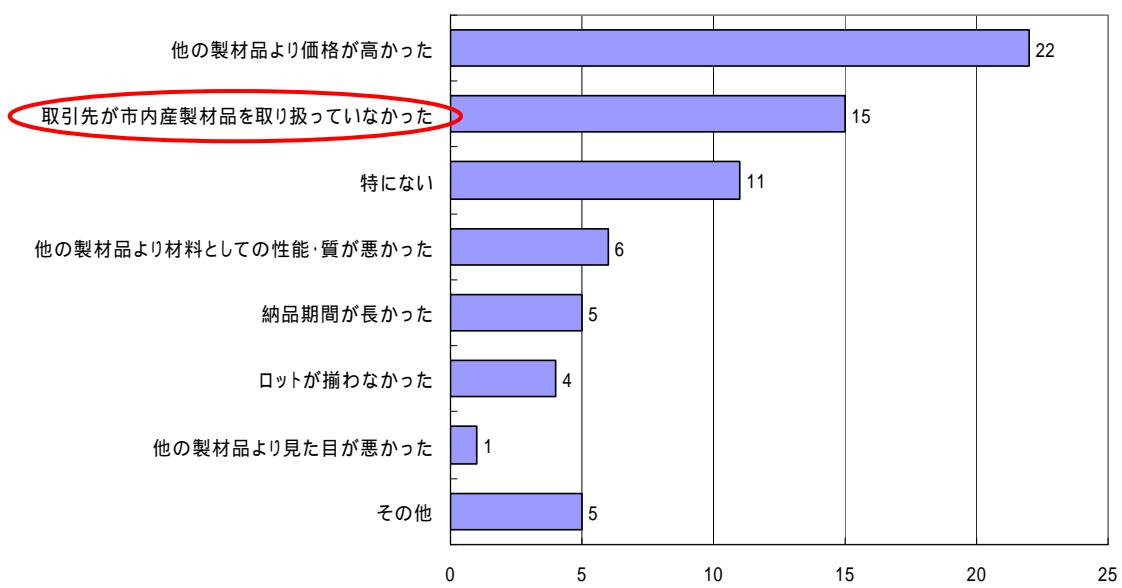
材木店(小売)で「市内産木材が取り扱われていない」ことが大きい

- 市内産木材が使われない理由としては、「市内産木材を取り扱っていないから」という意見も多い。

図表 I-10 市内産製材品を使おうとした際に課題 (建築士)



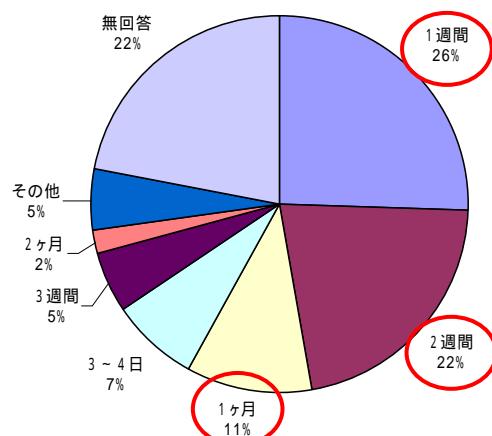
図表 I-11 市内産製材品を使おうとした際に課題 (施工業者)



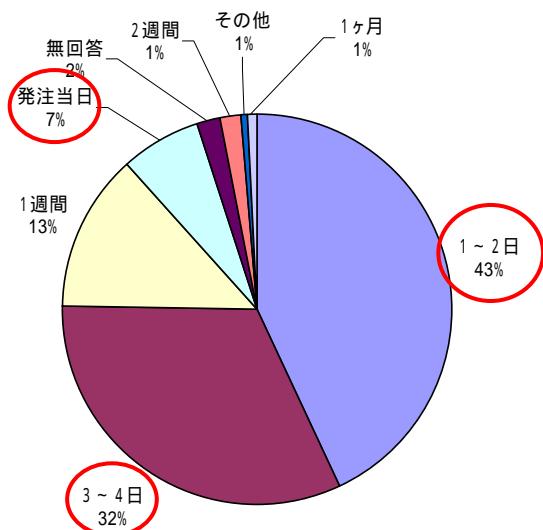
迅速な供給を求められている

- 需要側は迅速な供給、「必要なときに必要な量だけ」を求めている。
 - このことから、「市内産木材がすぐに手に入る状況を作り出すこと」は、市内産木材普及の方策の一つである、と考えられる。
 - しかし、これでうまくいくのは、需要先の求める価格、品質面を満たす（供給よりも優先順位が高い事項）ことができることが重要である。

図表 I-12 建築士



図表 I-13 施工業者



2. 売れる市内産木材を作るための体制

(1) 売れる製材品が作れる体制が現在あるか。

- 乾燥機を所有する製材所は市内に 1箇所である。
- そこで所有されている乾燥機の性能では、含水率を 25～30%までしか落とせないため、市内の需要者のニーズ（含水率 25%以下）を十分に満たせる状況はない。
- グリーン材で売れる製材品については、寸法精度と安定供給を実現している工場が存在している。

(2) 売れる製材品を供給するための体制を考えること

- 京都市内の製材品流通網を活用して、売れる市内産木材を順調に流通させる体制作りを考えることが必要となる。
 - 半製品、最終製品で在庫（ストック）することは方策の一つである。

<今現在の市内産木材により売れる製材品を製造するに当たってのジレンマ>

- 市内産原木を市外に出して加工すればニーズを満たす製材品ができる 地産地消にならない。
- 全て市内で完結させる ニーズを満たす製材品ができにくい。
- 市内産原木を市外に出して住宅ニーズのある地域で積極的に販売すれば、原木の生産の拡大に繋がる可能性があり、森林の管理の拡大に繋がる可能性がある。 地産地消にならない。

(3) 売れる製品ができる見込みがたってから、プラスアルファの要素に取組む

- アンケートの結果より、商品の環境性の優先順位は、価格、品質、供給の次点であることが示唆されたことより、環境側面を PR することは、まずは商品の基本要素を満たした後出なければ、効果が期待できないと考えられる。

(4) 売れる製材品を作る体制として何が必要か。

含水率を確実に 25%以下にできることが必要

(a) 【選択肢】人工乾燥機を京都市内に設置

- できれば、コストパフォーマンスに長け、環境性も高いバイオマスボイラーを備えた乾燥設備が理想である。
- 施設整備に資金が必要である。
- 賃乾燥ビジネスとしてうまく行かせるための立て付けが必要である。

(b) 【選択肢】乾燥を外注（賃乾燥）に出す必要

- 乾燥が求められる製材品については、地産地消にはならないが、市外の乾燥施設に外注する選択肢がある。
- 初期投資資金は必要でなくなる。

- (c) 【選択肢】人工乾燥ではなく、天然乾燥ができるストックヤードを構える
- ・ 含水率 25% を守り、供給量を確保できることで、売れる市内産木材の要素を満たせる。さらには、天然乾燥であれば付加価値を生み出せることを踏まえれば、需要（特に納期）を満たせる量の在庫をおくことができるストックヤード（天然乾燥機能）を設置することが考えられる。

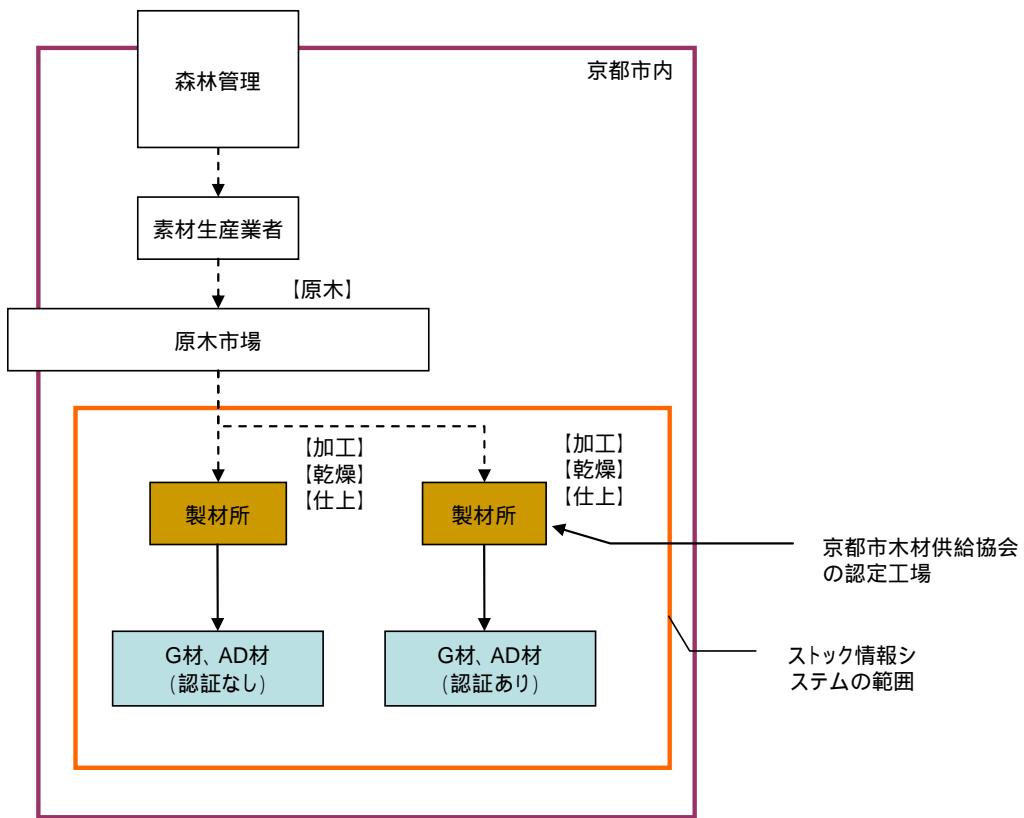
(5) 一部、市外に外注して市内産木材を製造する選択肢

- ・ せめて資料 4 のパターン 2 を市内産製材品として定義したいと考えている。理想としては、市内ですべての作業が完結できる、パターン 1 である。
- ・ 乾燥を行う場所が市外であっても、市内産製材品とすることについては定義の仕方の問題で、可能性としてありうる。
- ・ 市外での貯乾燥を、京都市にできるだけ近い「市外」（京都市周辺、京都府内）とし、パターン 1 に近い体制を目指すのがよい。

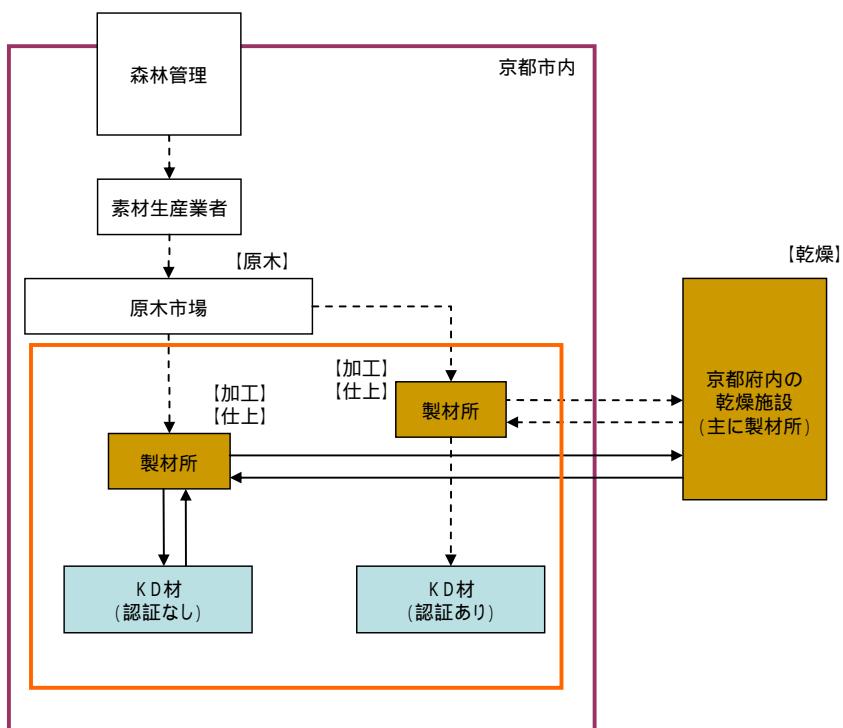
図表 I-14 一部、市外に外注して市内産木材を製造する選択肢

	原木	加工	乾燥	仕上	使用	製材品品質	ストック
【パターン 1（理想形）】 市内産 + 市内加工 > 製材品品質	市内産	市内	市内	市内	市内	A D 材	このような商品をストックしても、需要があるか
【パターン 2（取組の方向）】 市内産 + 市内加工 < 製材品品質	市内産	市内	（府内 市外）	市内	市内	K D 材	これをストックする（ただし、割高）
【パターン 3（現実）】 市内産 < 市内加工 + 製材品品質	市内産	市外	市外	市外	市内	K D 材	これをストックする（ただし、割安）

図表 I-15 原木から製材品までを市内で完結するパターン（パターン 1）



図表 I-16 乾燥のみを市外に外注するパターン（パターン 2）

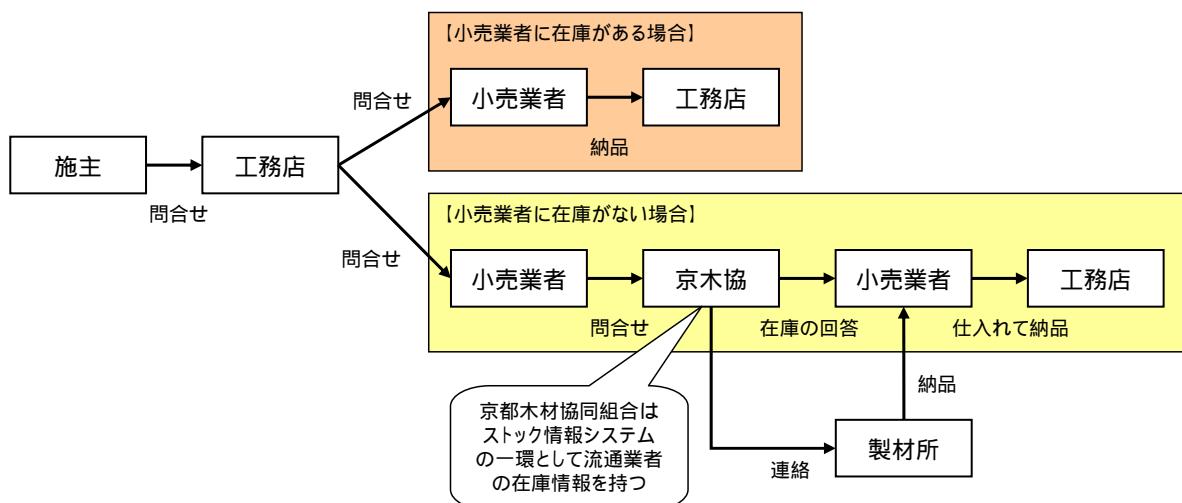


3. ストック情報システムの位置づけ

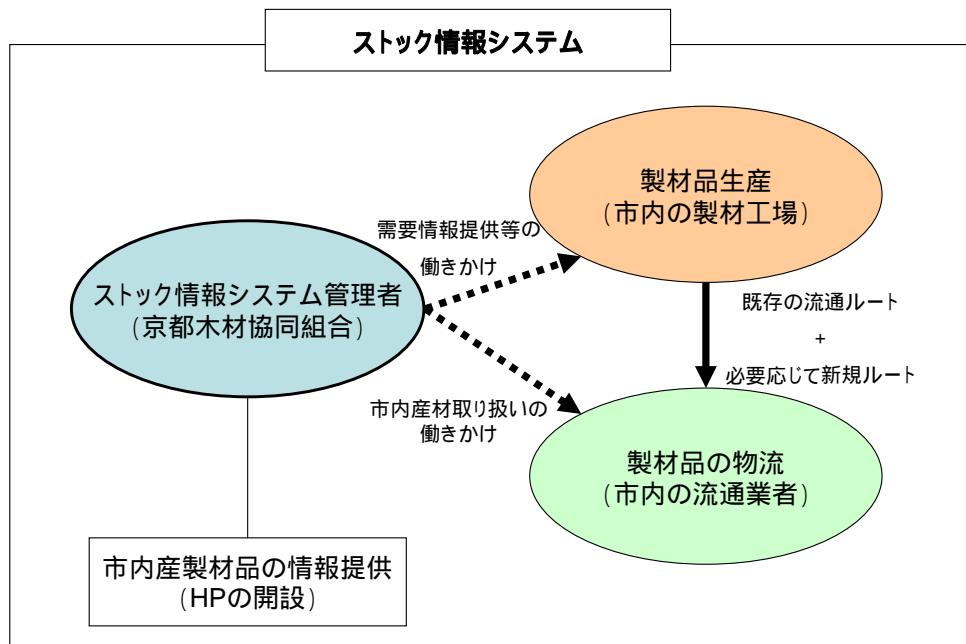
(1) ストック情報システムの必要性

主に施工業者を対象に、構造材以外の製材品において迅速(その日～4日)に対応できるような体制作りをすることは、市内産木材の販売量を増やすことの一助になる。

図表 I-17 京都木材協同組合のストック情報システムの役割（案）



図表 I-18 市内産製材品のストック情報システムの理想形



(2) ストック情報システムがターゲットとする顧客：民間物件

一般住宅

- ・ ストック情報システムで扱う製材品の利用先として、一般住宅を主に考えている。
 - 一般住宅建築で「みやこ杣木」の言葉が浸透していくことが理想である。
- ・ 公共建築は追い風であるが、何年も続かないため、一般住宅の部分で利用されなければいけない。

公共建築

- ・ 林業振興課としては、公共建築の設計担当部署等に、材料の「(木材の調達期間に時間的余裕を生み出し、地元の小規模な業者も参画しやすい)分離発注」を行えるように働きかけて行きたい考えを持っている。
- ・ 京都府産木材認証制度運営協議会が公共物件用に品質基準作りをしている。
 - 品質基準は JAS の基準に準じている。
 - 公共建築物においては、安全基準等を長期間クリアする必要がある。

(3) 扱う製材品

- ・ 京都木材協同組合の会員であり、その会員が扱っている市内産製材品の全てを扱う。

(4) ストックが今、現在、あるかどうか

- ・ 市内の製材所には、製材品ストックは大量にある状況である。
 - ただし、売り先がない（販売チャネルを持っていない）、ニーズに合った製品ではない等の理由で在庫になっている。
 - これらの在庫を処理しつつ、市内で使用することができると美しいモデルになる。
- ・ 専門製材をやっており、特定の部材しか製材していない業者は、順調に販売ができる、在庫も必要最低限の量しかない状況がある。
- ・ 市場ニーズに合った製材品を作ることが必要であり、確実に売れる製品を必要量在庫すると言う考え方が必要である。
 - 「必要な量を在庫する」については、どの程度の量が必要な量であるかは、市内での需要を検証して設定する必要がある。

図表 I-19 市内の製材所にある在庫の様子



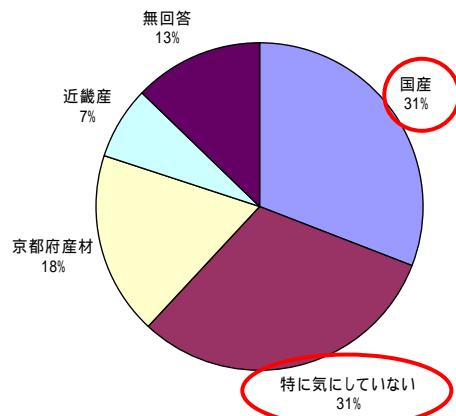
(5) トレーサビリティについて

- 市内産木材であることを確認するために、トレーサビリティが追える仕組みが必要であるかもしれない。
➤ 「みやこ杣木」認証を取っていれば、トレーサビリティは確保できる。

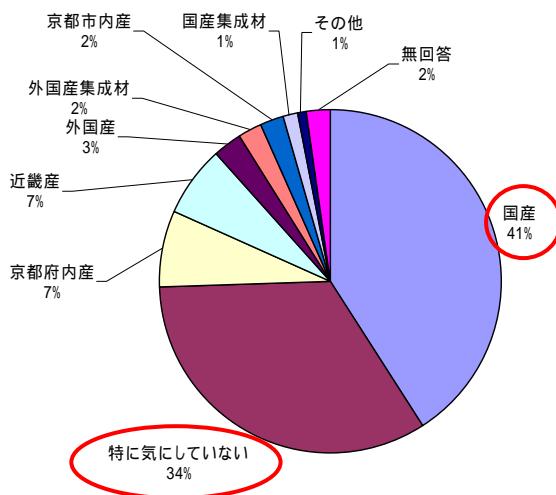
(a) 地域材であることへのこだわり

- アンケート結果より、使用する製材品としては、「国産材」であればよいと考えている企業が多い。地域産材を求める場合でも、ニーズとしては多いとは言えないものの「京都府内産材」「近畿産材」で十分と考えている。
- のことから、需要者は「京都市内産木材」を求めている可能性が低いと示唆される。

図表 I-20 製材品へのこだわり（建築士）



図表 I-21 地域材へのこだわり（施工業者）



- (6) 【将来的な取組みとして】複数社からの製材品をまとめて販売するかどうか
- ・ 製材品の品質のバラツキ(含水率)があることが課題である。
 - ・ Web で販売するのであれば、複数社から集まる製材品の品質を統一できるかが大事である。
 - 複数の業者が共同で製材品を出荷するため、製品品質を統一することが理想である。しかし、現時点では、ストック情報システムが運用段階ではないため、製材品量を集めることができない。

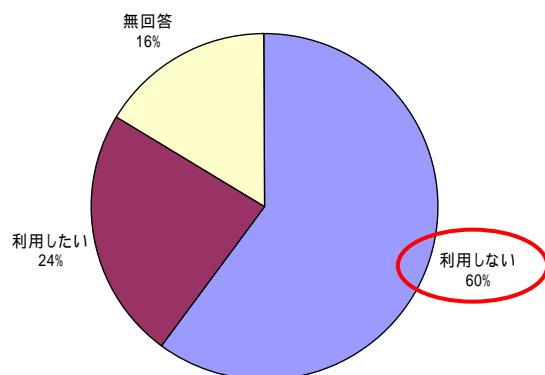
4. ホームページ設置について

(1) ホームページの位置づけ、役割の考え方について

目的

- ・ ホームページの役割は、市内産木材に関する情報提供を目的とする。
- ・ HP 上での市内産木材の取引システムを作ることは求められていないと考えられる。
- ・ したがって、現時点では情報提供をする役割で十分であると判断される。
- ・ アンケート、インタビュー結果として、現物を確認して購入する慣習のある製材品という製品をインターネット販売することはふさわしくないと言う意見が多数を占めた。
- ・ 品質、納期、価格が守られれば、利用できる可能性が示唆されている。

図表 I-22 建築士



図表 I-23 施工業者



構成

ホームページは業者向けと一般向けを意識して作成する。ホームページを見る人は工務店等(施工側)と施主を想定する。

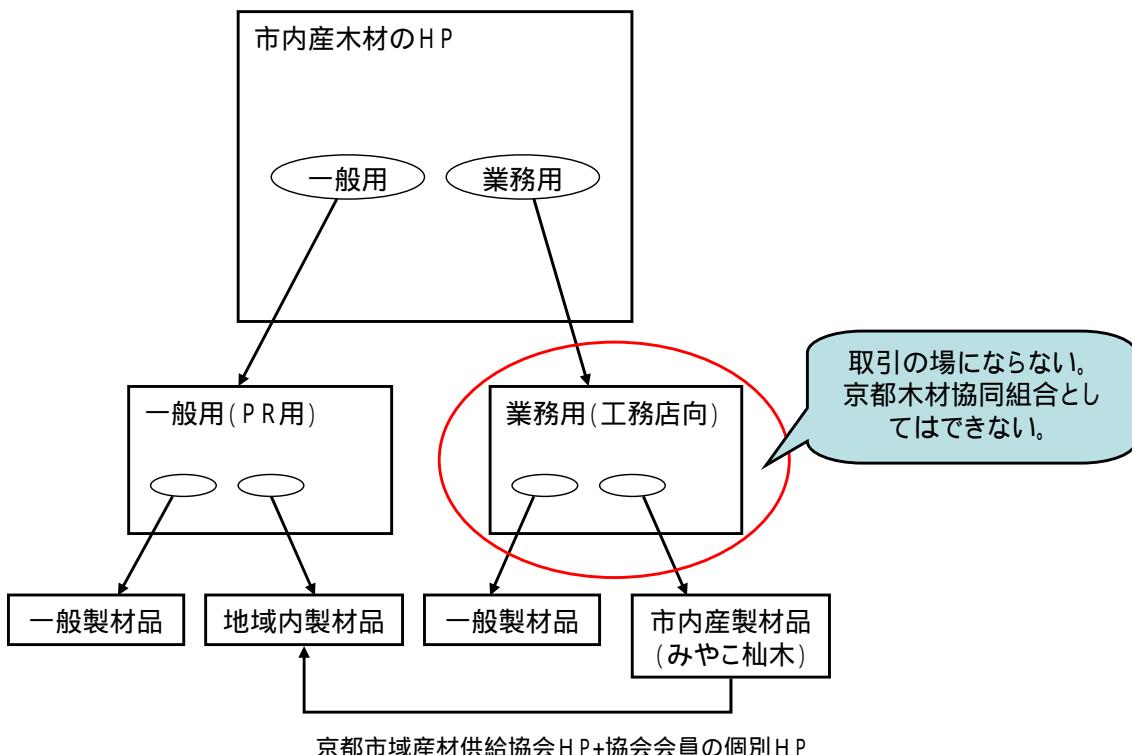
(a) 工務店をターゲットにしたページ

- ・ 現在の流通体制の補助としてのストック情報システムを使用する。
- ・ 各工務店の現在の流通体制(相手)が変わらない、ストック情報システムは、木材がそろわない場合の補助的に使用されるものとする。
- ・ 工務店が施主に HP を紹介し、市内産製材品を利用したときのイメージを掴んでもらう等、カタログのように使われるのが良いと考えられる。
- ・ 一番関心をもたれているのはエコの視点である。「なぜ市内産製材品を使うのか」ということに対する説得力のある訴え、説明の材料になるようにしていきたい。

(b) 一般市民をターゲットにしたページ

- ・ 施主向けの HP をつくり、「みやこ桧木」を PR する必要がある(京都木材協同組合)。
 - 例えば、トップページには、市内産製材品を使用した建築の例等を写真で示したり、環境やエコの視点を盛り込んだ説明文等を掲載する等する。

図表 I-24 一般市民用 (PR 用) と工務店用 (業務用) との使い分けのイメージ図



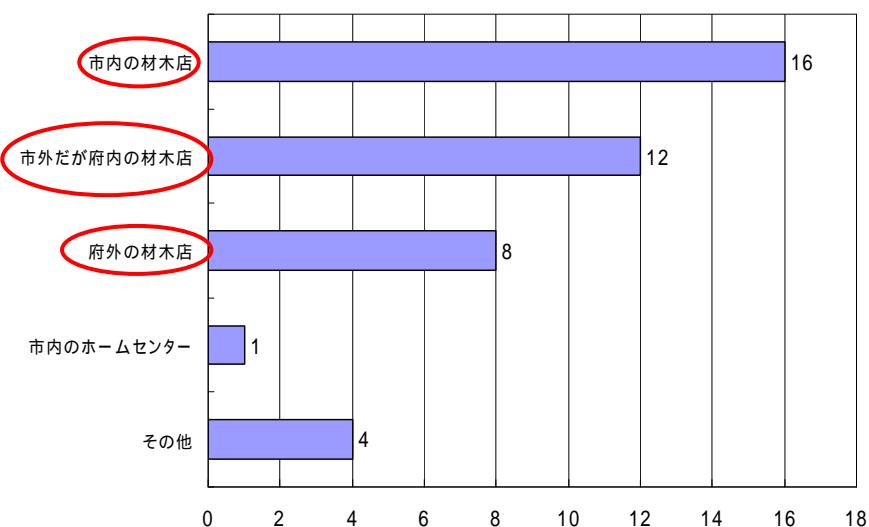
平成 23 年 3 月 22 日（火）
 第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
 資料 2

(2) HP で紹介する市内産製材品の流通に関する想定

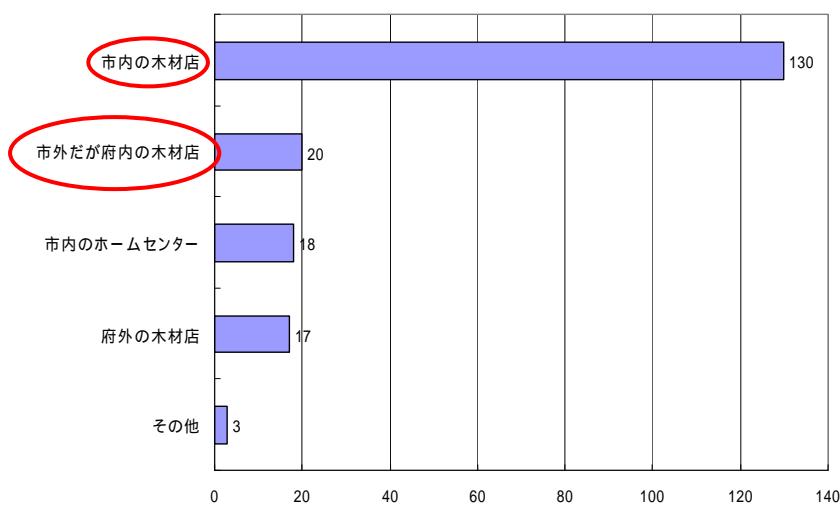
HP で紹介する製材品の販売は、以下の理由により、市内産製材品の流通は既存の流通ルートを通じて販売されることが予想されるし、京都木材協同組合としてその形が望ましいと考えている。

- 京都木材協同組合の管理・運営する以上、取り組みが組合員にできるだけ平等になるようにしたい。
- アンケート結果を見ても、施工業者、工務店共に付き合いのある木材店（小売）から購入しているケースが多い。

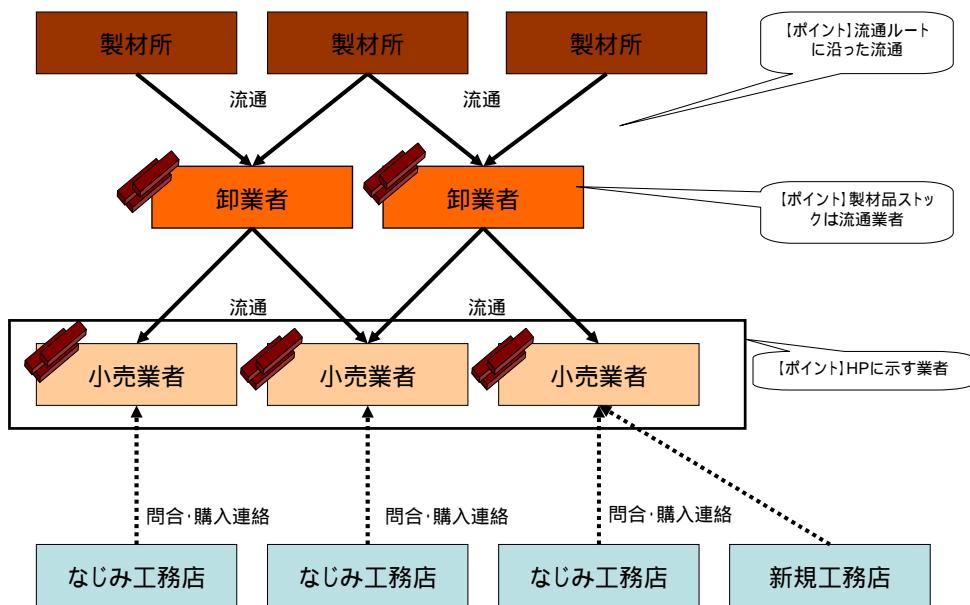
図表 I-25 建築士の製材品の購入先



図表 I-26 施工業者の製材品の購入先



図表 I-27 既存の製材品流通ルートを活用した流通、ストック、HP の構成



平成 23 年 3 月 22 日（火）
第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
資料 2

HP に紹介する業者の表示

- ・ HP の案を作り、参画する組合員を募ったときに、全ての組合員にとって参加しやすいような、間口の広いものを作る必要がある。
- ・ HP に示す木材業者は、京都市内産製材品を直接購入できる業者 = 小売業者とする。

図表 I-28 業者の辞表字の仕方

購入できる小売店名	ウッドマイレージ認証店 or みやこ桧木取扱店	住所	電話番号

商品名の表示

- ・ 取り扱っている市内産木材製材品の全てを表示する。
 - 市内産製材品のみ記載するか、あるいはその他国産材、外材も記載するのか議論が必要である。

寸法の表示

- ・ 寸法に誤りがあると商品として成立しないため、取り立てて表示はしない。

乾燥の表示

- ・ 乾燥の度合については、乾燥方法と含水率の幅を示す。
- ・ 含水率を表示することは大事であると思われるが、製材品の含水率 25% 以上である場合、そもそも需要者から選択されない可能性が高いことが予想される。
- ・ したがって、含水率が 25% 以下の場合に表示しないと意味がないと思われる。
- ・ 新築に関して製材品に乾燥を問わない業者、リフォーム用の構造材を購入する業者もいるため、グリーン材も表示する。

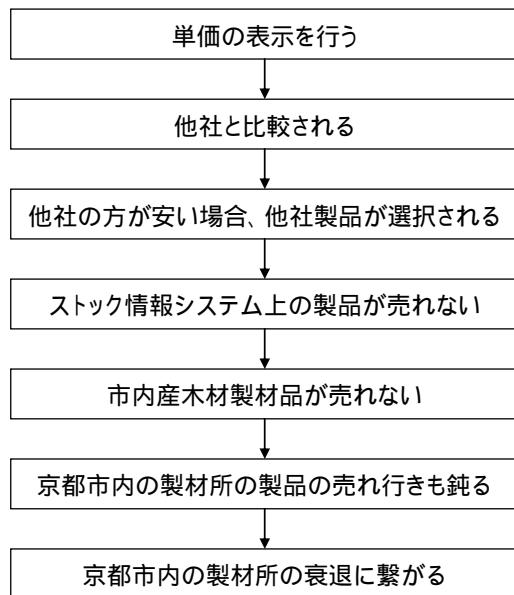
図表 I-29 表示の例



単価の表示

- ・ 京都市としては、価格の透明性を確保することと、価格を表示することで需要者の利便性が向上するのであれば、価格（価格帯）を表示して行きたいと考えている。
- ・ 調査の結果、製品はの価格は、販売先、販売量、時期によって変化するため、単価を決めることが難しいということが分かった。
- ・ 仮に価格表示をした場合でも以下のようなデメリットが考えられる。
 - 他社より高い単価を設定すると、コスト優位性が発揮できずに販売しにくくなる。
 - 他社より低い単価を示せるほどの生産能力がある工場は京都市内にはない。
 - 価格帯で表示したとしても、表示の中の下限が単価となってしまう可能性が高い。
- ・ 以上のことから、以下のような対応をする。
 - 京都市内の製材所がコスト競争力が発揮できる場合（そのような状況になった場合） 単価を表示
 - 京都市内の製材所がコスト競争力を発揮できない場合 単価は表示しない。

図表 I-30 現状で単価を表示することによるデメリット（想定）



納期の表示

(a) 計画生産の製材品（一般材）

- ・ アンケートの結果より、納期の表示は、需要者に対しては売りになる重要なポイントであることが示唆された。
- 「受注したその日～4日以内」の納品を打ち出すことができれば、需要ニーズを満たすことに繋がる。

(b) 受注生産の製材品（特注品）

- ・ 「みやこ檜木」は、床と壁以外はほとんどが受注生産であるため、納期の表示は必要である。
- 注文部材の納入期間を示すことは可能である。

在庫数の表示

- ・ 在庫量を示すことよりも、市内産木材を「確実に購入できる小売店」を示すことのほうが重要であるため、在庫量は示さない。
- ・ ストック情報システムに参加し、積極的に市内産製材品を販売していく意向のある小売店の協力が得られる状況が生まれれば、それらの小売店を対象として京都木材協同組合が在庫量を把握するものとし、在庫を HP に示すかどうかは必要に応じて対応するものとする。

図表 I-31 HP での商品表示のイメージ（案）

商品名	規格	品質		納期(リードタイム)
		乾燥方法	含水率	
ヒノキ柱(G)		天然乾燥	25%～30%	2週間以内
スギ間柱(G)		人工乾燥	20%～25%	1週間以内
スギ胴縁(G)		人工乾燥	15%～20%	1週間以内
スギ野縁(G)		天延乾燥	20%～25%	1週間以内

単価の表示については、現時点では表示をしないが、今後価格競争力がついた際には、単価表示をする。

(3) HP を管轄する事務局の体制

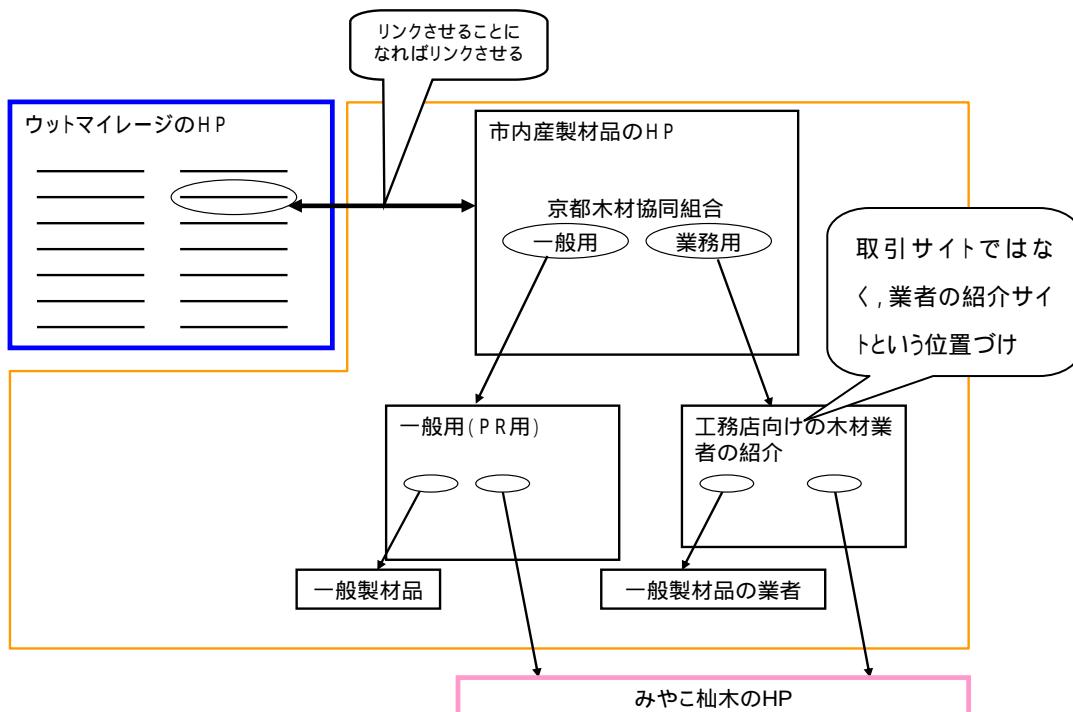
事務局体制

- 京都木材協同組合では、HPを設置、運営することを積極的に考えている。
 - 骨格を作る動きがある。
- 京都木材協同組合と京都市域産材供給協会が、協力してホームページを設置、運営することが必要である。
 - ホームページは、内容更新を適切に行う必要がある。
 - 京都府産木材認証制度運営協議会との連携を図る必要がある。

<今後の課題>

- HP に示す内容として「市内産木材・みやこ桧木」が入ってくることになる場合、京都市域産材供給協会とのすりあわせが必要。特に「みやこ桧木」の内容に重点が置かれる場合は京都市域産材供給協会の位置づけを確認しておく必要がある。

図表 I-32 京都府産木材認証制度運営協議会と連携して HP を立ち上げる場合のイメージ図



5. 製材所が活用する物理的なストックヤードについて

（1）物理的なストックヤードの設置について

ストックヤードの位置づけ・役割

- ・ ストックヤードの役割は、以下に整理できる。
 - 最終商品の置き場(共用倉庫)
 - 半製品の置き場(天然乾燥場)
 - 展示場
 - 即販場

<議論を踏まえた今後の検討の方向性>

市内に人工乾燥機が十分ない中においては、天然乾燥で含水率 30%以下の商品を製造することが求められる。そのためには、しっかりとした天然乾燥をすることが必要であるし、そのためのストックヤード（＝天然乾燥場）が必要である。

（2）今後の検討事項

天然乾燥ストックヤードの場所について

- ・ 製材業者が共同で設置。
 - 休止している製材所があればそこを借りる方法もある。
 - 製材業者が多い地域に設置する。
- ・ 製材業者ごとに設置(既存のヤードを整理することで事足りる可能性もある。)。

ストックヤードに必要な資材について

- ・ 人(常駐)
- ・ フォークリフト
- ・ 屋根
- ・ 地代

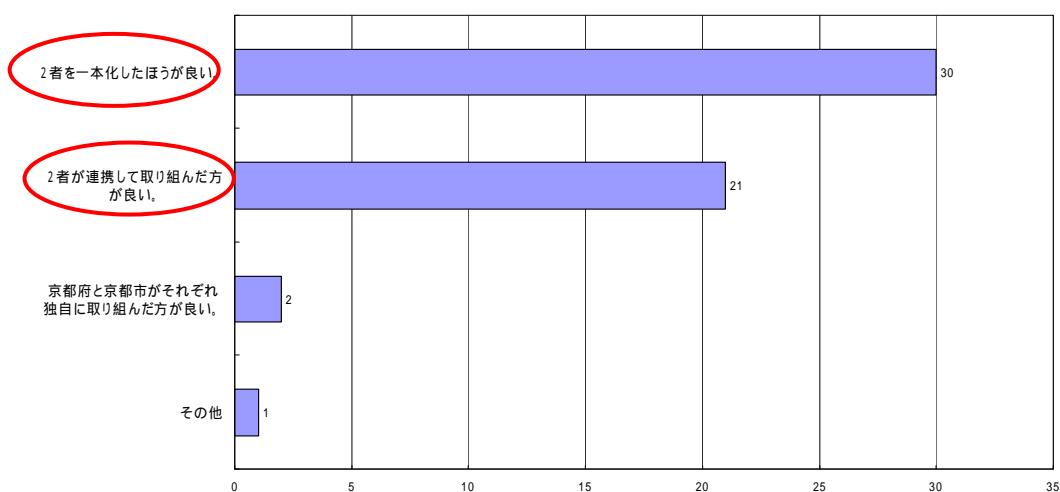
図表 I-33 京都府産木材認証制度運営協議会が設置するストックヤード



6. 京都府産木材認証制度運営協議会との連携について

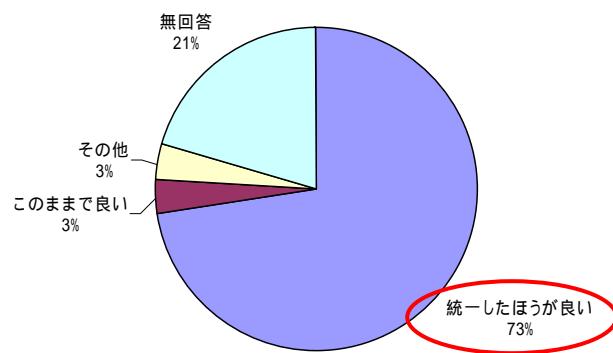
- 京都府産木材認証制度運営協議会も、今回、京都市が検討しているストック情報システムに似たシステムを整備している。
- アンケート結果からは、建築士、流通業者共に京都府産木材認証制度運営協議会と京都市の取り組みの一本化を期待している状況にある。
- 京都市としてはいずれ京都府とタイアップしたいと考えている。
 - 京都市のストック情報システムの中に載せる製品は、京都府内産まで含めて取り込みたい。その中で、京都市が利用を推進するものとして、「みやこ桧木」を特別に表示することで区別するようなイメージで進めたい。

図表 I-34 建築士の意見



施工業者については把握していない。

図表 I-35 流通業者の意見



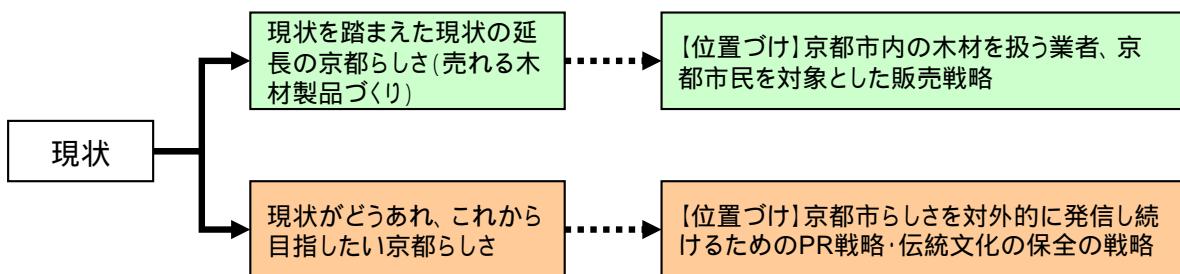
7. 「京都らしい木材」とはなにか

木の文化を具体化する推進委員会・地域産材ストック情報システム検討委員会と「京都のストック情報システムでは、『京都らしい製品』を扱う必要がある。」という要望が出された。

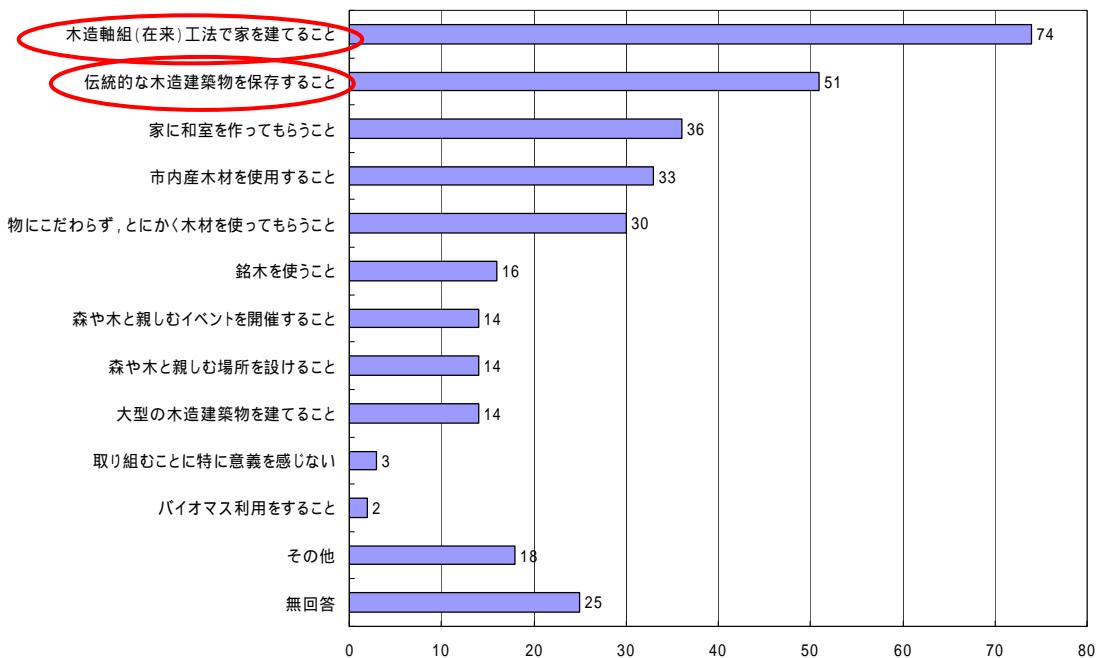
「京都らしい木材」という考え方とは、漠然としており、考える方の主觀に左右される。本調査においては、木の文化を具体化する推進委員会・地域産材ストック情報システム検討委員会での議論、アンケート調査、インタビュー調査により、頂いた意見を以下に整理する。

その結果として、下図表の通り、まずは大きく 2 つの考え方について整理して検討するものとした。

図表 I-36 「京都らしい木材」の考え方

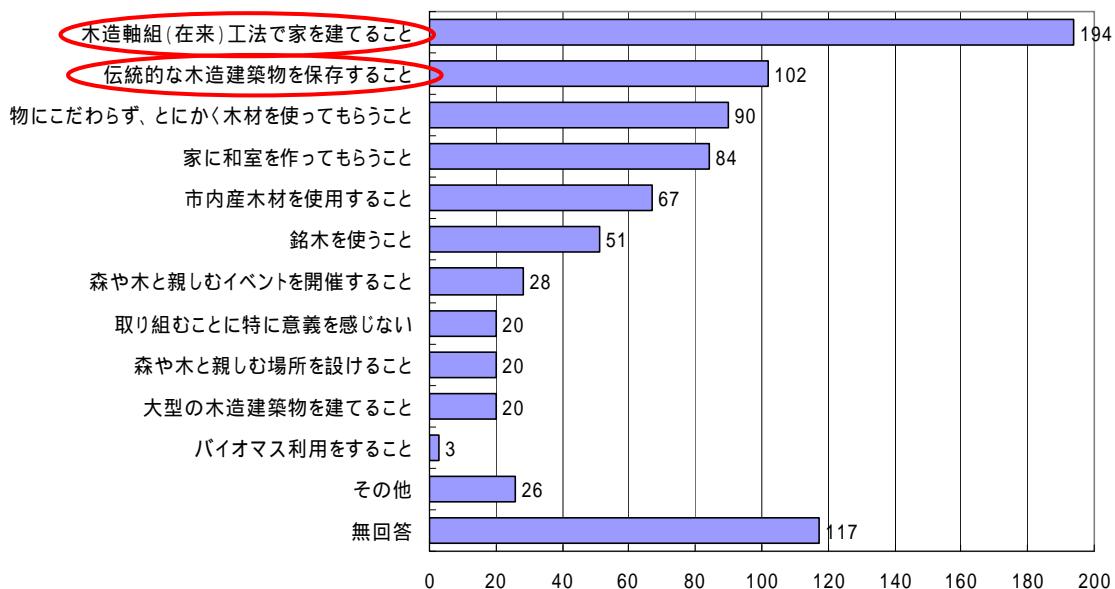


図表 I-37 建築士アンケート結果



平成 23 年 3 月 22 日 (火)
第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
資料 2

図表 I-38 施工業者アンケート結果



（1）現状を踏まえ、現状の延長線上にある京都らしい製材品

1 つ目は、「京都市内産製材品を使用することが京都市らしい」という前提にたって、その中において、京都市限定で使われている規格の製材品、すでに京都ブランドとして確立している製材品、京都市内で売れる製材品、を「京都らしい」と考える方法である。

京都市限定で使われている規格の製材品が「京都らしい」

- ・ 京町家等の京都市内で建築される在来工法、伝統工法の木造住宅に使われる下地材（本六、寸三、胴縁）の寸法は、京都市独自の寸法が使われている。したがって、これらの製材品は京都らしいと評価できる。
- ・ なお、構造材等については、京都市で立てられる木造住宅であるからと言って寸法に違いはない。

図表 I-39 京都市限定で使われている規格の製材品



すでに京都ブランドとして確立している製材品が「京都らしい」

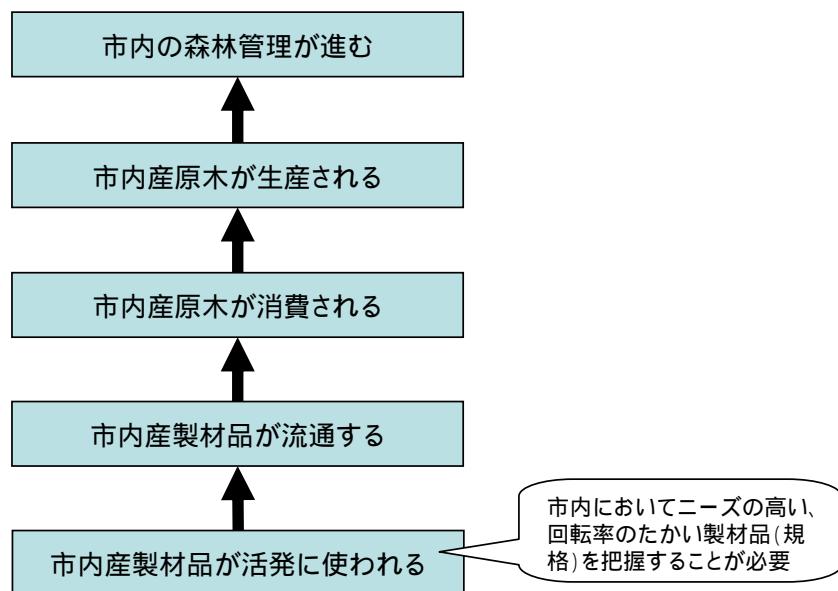
- ・ インタビュー結果、京都のブランドから評価すれば、現在においても、圧倒的に「北山スギ」ブランドが浸透している状況がある。
- ・ 「北山スギ」がどのような性質のものかは、認識されていなくても名称は全国的に広く認知されている状況がある。

図表 I-40 磨き丸太



京都市内で売れる製材品が「京都らしい」
前述の通りである。

図表 I-41 売れる京都市内産製材品を流通させることのメリット



(2) 現状はどうであれ、これから目指すべきである京都らしい製材品

木造住宅の主力製材品である構造材の製造が「京都らしい」

- ・ 住宅建築に使われる製材品の中で 1 本当たりの材積が大きく、また家全体の使用量が大きいと点から評価すると、主要部材は「構造材」である。製材品の中でも花形の商品であるという観点から、検討委員会と流通業者インタビューでは、京都市でも構造材を製造してゆくべきという意見を頂いた。
- ・ 京都市内での製造は、インテビューの結果を踏まえると非常に限定的である。仮に製造しても乾燥設備が十分ではなく、乾燥の面で課題がある状況である。
- ・ 今後、この点について検討を行い、「構造材を製造して供給し、市内で使用されることが『京都らしさ』」に繋がると判断できるのであれば、コスト競争力のある工場の設立等を検討する方向性が案として考えられる。

図表 I-42 国内の競争力のある製材工場の例



平成 22 年 11 月に操業を開始した協同組合兵庫木材センター（柱と間柱工場、6 万 5 千 m³ 規模）

【提案】「手間ひまかかる製材品」が「京都らしい」

- ・ 「手間ひまかかること = 本当に良いものが手に入ること」と位置づけ、以下のような木材（原木、製材品）を「京都らしい」と考える。
 - 葉枯らし乾燥
 - 天然乾燥（3ヶ月～半年）
 - 長期間（数年間）に渡り天然乾燥した製材品

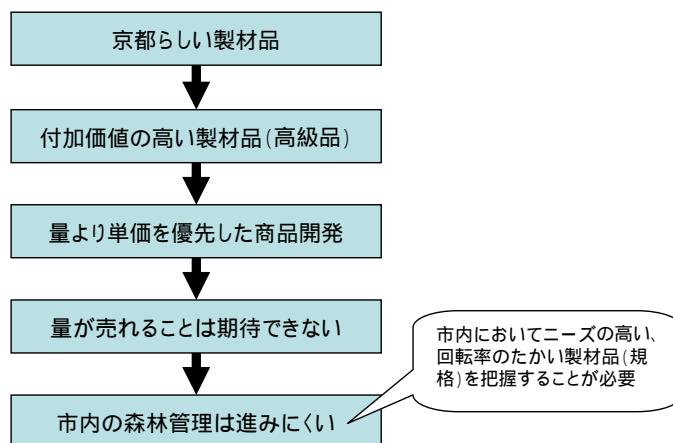
(a) 天然乾燥

- ・ アンケートの結果、天然乾燥材であっても、含水率 25% が求められている。
- ・ したがって、本来の木材の良さが残る天然乾燥であっても、それだけでよいというわけではなく、しっかりとした乾燥が不可欠であることが示されている。
- ・ しっかりとした天然乾燥を行うためには、天然乾燥のためのヤードが必要となる。
- ・ きっちりと乾燥された天然乾燥材を望むニーズもあるし、供給側としても天然乾燥材を作りたいと言う意識がある。
- ・ ポイントは、天然乾燥で品質の統一化ができる可能性があるか。
 - 特に含水率を下げられるか。

図表 I-43 天然乾燥の様子



図表 I-44 この場合のデメリット

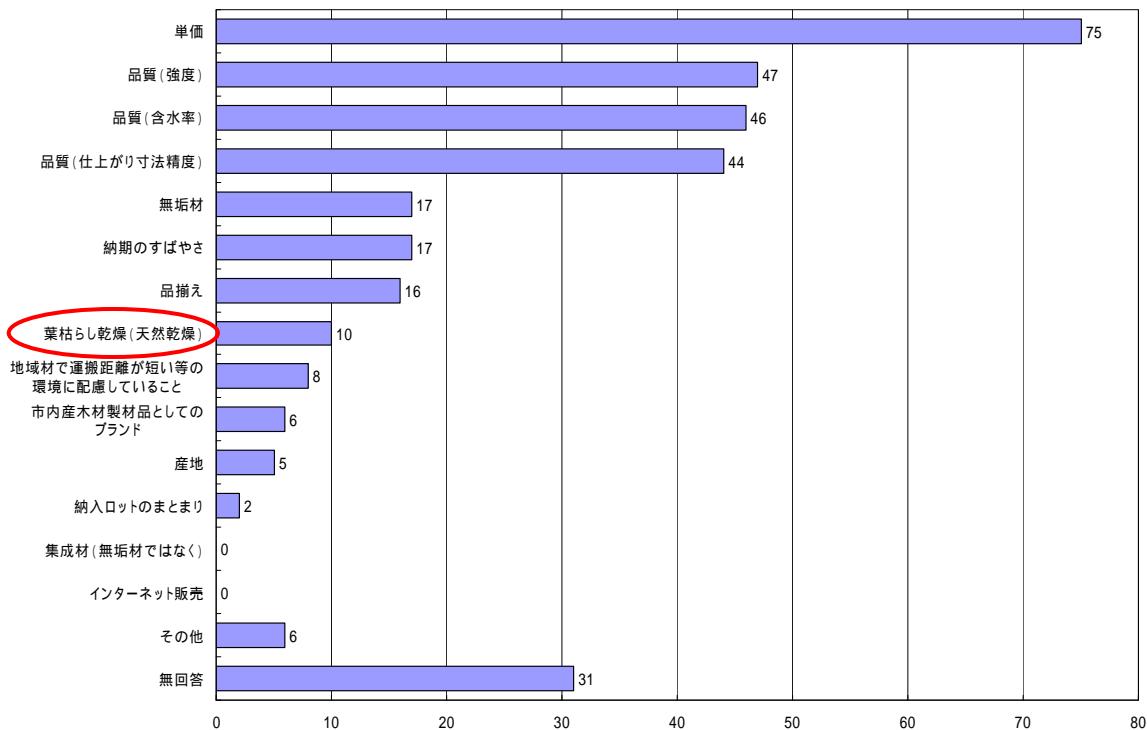


平成 23 年 3 月 22 日 (火)
第 2 回木の文化を具体化する推進委員会
資料 2

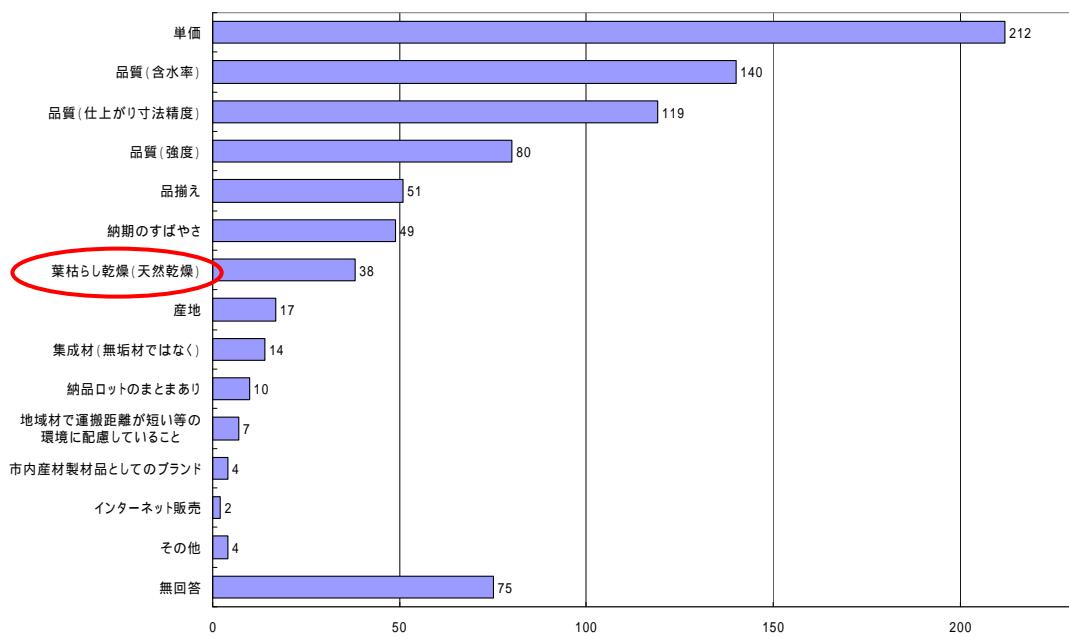
(b) 葉枯らし乾燥

- ・葉枯らし材を乾燥する場合、含水率が異なるため、葉枯らし以外の材と混入できない。
(葉枯らし材は別途ロット管理する必要がある)

図表 I-45 建築士



図表 I-46 施工業者



【提案】「木の本来のよさを楽しむ」という行動そのものが「京都らしい」

- ・ 強度、含水率ではなく、年輪、節、割れ等の木の本来の性質を楽しむことそのものを「京都らしい」と考える。それらの「木の良さを楽しむ」という価値観を後世に伝えていくことが、木の文化の継承につながる可能性がある。
 - 銘木を楽しむ
 - 木材（樹種）を使い分けるという文化を楽しむ
 - 「様の美」を楽しむ（加工による美しさの創出）
 - 「木の文化」を伝えることを楽しむ

(a) 銘木を楽しむ

- ・ 木材の素材の良さを楽しむ。
- ・ 高級な木材の洗練された良さ。
- ・ 木材の木目等の自然が作り出した美に価値を見出す文化。
- ・ ただし、銘木は京都市内産木材とは限らないし、市内だけでは集まらない。

図表 I-47 銘木の良さ



(b) 木材（樹種）を使い分けるという文化を楽しむ

- ・ 室内の場所によって部材、樹種を使い分ける習慣を楽しむ。
- ・ 高級なイメージとなる。

(c) 「様の美」を楽しむ

- ・ 洗練された木材加工技術を楽しむ。
- ・ 高級なイメージとなる。
- ・ 材料である木材に価値があると言うよりも、加工技術に価値があるという考え方。
- ・ 京都市内産木材であると言う必要はない。（市内産木材であれば、なおさら良い）

(d) 木造建築物が醸し出す雰囲気を楽しむ

- ・ 木材そのものの良さ、部材そのものの使い方等の個別の性能・性質を楽しむのではなく、建築物（建築業者にとって商品、建築士にとって作品）を楽しむ。
- ・ 高級なイメージとなる。

図表 I-48 木の本来の良さを生かした市内のレストラン（平成の京町家）



(e) 「木の文化」を伝えることを楽しむ

- ・ (a) ~ (d) の内容を後世に伝えていくことを楽しみながら実施する。

図表 I-49 木の文化を伝える取組みの 1 つ（木工教室）



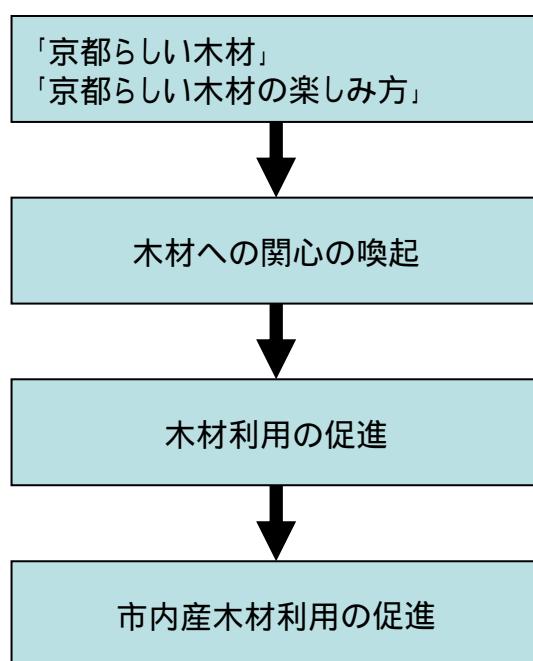
おじいちゃんから孫へ木の良さを伝える。

(3) 「京都らしい木材」のストック情報システムへの応用の考え方（提案）

市内の森林管理につなげるためには、市内産木材の販売が活発化することが求められる。しかし、一方で「京都らしい木材」のあり方は、「市内産木材の販売の活発化」以外の文化的な観点が大きく、二者がぴったり合致するわけではない。

しかし、「京都らしい木材」の定義をしっかりと構築して、それを PR 材料に使いながら、市内産木材の販売促進につなげていくことは、選択肢として考えられる。ストック情報システムの HP の内容としても、市内産製材品の紹介と同時に、「京都らしい木材」の「京都らしい木材の楽しみ方」を紹介することで、「木の文化」の促進につながると考えられる。

図表 I-50 「京都らしい木材」の活用方法（案）



8. 平成 23 年度に取組みを考えている内容

平成 22 年度の調査を踏まえて、京都市内産木材ストック情報システムの構築については、以下の 2 点に取組みたい。

(1) 製材工場における天然乾燥ストックヤードにおける半製品でのストック

市内産木材の流通促進のためには、ニーズを満たす製品を製造することが必要である。市内で製材品を作るにあたっては、特に乾燥が課題である。人工乾燥機が決定的に不足しているので、しっかりとした天然乾燥を行うためには、天然乾燥のためのストックヤードを持ち、半製品で乾燥させることが必要である。このような取組の現状を押さえつつ、可能性について検討したい。

(2) 流通業者（卸、小売）での製品でのストック

- ・ 小売、卸に市内産製材品を少しずつ持つてもらう。
 - 京都木材協同組合の組織力で対応可能してもらえるかを検討。
- ・ 物理的なストックの方が望ましい。
- ・ どのような製材品種をストックしてもらうかの検討が必要。
 - 1) 必ず必要な製材品
 - 2) 京都らしさのある製材品
- ・ 製材品の品質の統一をどうするか。
 - 品質の統一が難しくない製品種を選定する等の工夫が考えられる。

図表 I-51 平成 23 年度に検討してみたい取組みのイメージ図

