

シンポジウム「地域材で家建てる」 パネルディスカッション(2)

パネリスト

- | | | |
|--------|------------------------|-------------|
| ○ 製材 | 株式会社西村木材店代表取締役社長 | 西村 仁雄 |
| ○ 建築設計 | 柳雅人建築設計工房主宰 | 柳 雅人 |
| ○ 住宅建設 | 株式会社丸昭高橋工務店代表取締役社長 | 高橋 利久 |
| ○ 林産行政 | 北海道水産林務部林務局林業木材課参事 | 根布谷 禎一 |
| ○ 試験研究 | 道立北方建築総合研究所居住科学部人間科学科長 | 長谷川 雅浩 |
| ○ 試験研究 | 道立林産試験場技術部主任研究員 | 中 篤 厚 |
| ○ 製材 | 麻生木材株式会社代表取締役社長 | 麻生 保宏 (主催者) |

コーディネーター

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 道立林産試験場性能部長 | 石井 誠 |
| 道立林産試験場企画指導部主任研究員 | 新田 紀敏 (会場アンケート報告) |

石井：これからディスカッションを行います。西村社長の基調講演、パネリストの方々へいろいろなご意見・ご質問があればこの機会に是非ご発言を願います。今日のディスカッションをする上で、キーワードを五つばかり抽出しました。木材供給・トドマツ・流通・用途・環境を考えていきたいと思えます。木材の自給率が回復傾向にあります。皆さん実感はあるでしょうか。

高橋：当社は構造材に関しては100%地域の認証材です。残りについては道産材です。

石井：本州ではスギ・ヒノキがブランド化されていますが、北海道の木はそうではない。施主の立場から地域材を使うことに対して抵抗感はありますか。それとも地元の材料を使うべきということになりつつあるのでしょうか。

高橋：FSC認証材を是非使いたいというお客様は今のところあまりいらっしゃいません。FSC認証材を使うのは会社の姿勢を示してご説明すると納得していただけます。

柳：設計者としては、道産材の指定をすることもありますが、お客様側から積極的に道産材を使って住宅を

建てたいという要望をいただいたことは実はまだありません。北方型住宅に対する意識はすごく高くなっていて、環境に対する意識も高くなっています。地場材を使うことが環境に対して良いと実感できれば使用する機会は増えているのではないかと思います。

石井：中国の餃子問題がありましたが、自分の健康に影響がある話ならば消費者は素早く反応します。環境は直接影響しないので、情緒的なところに訴求しなければならないところもあります。

新田：回収したアンケートの内容を報告します。回収した中では地域材を使っていないという回答はありませんでした。補完的にお使いとのことなので羽柄材が中心だと思われます。使わない理由は、価格と性能の安定性に不安があるという意見が多く見られます。

S(札幌)：木材の流通に35年携わっております。安心できる乾燥材・集成材を3000m³とか5000m³とか供給できる業者が北海道にはいない。北海道の製材工場乾燥釜を6基以上持っているところはほとんど無い。すると供給量は自ずと決まってしまう。トドマツがこれから出てくるという話ですが、本当に出てくるだろうか。今丸太は北海道の木が一番安いだらう。住

住宅用材だと2×4材が一番安い。スギの垂木の価格が暴落している。施設や工場が出来てしまったが住宅の市場が落ち込んでしまった。今北海道に本州の大手パワービルダーが進出してきている。どんなに優秀な製品を供給しても最後は必ず価格になる。

石井：最近パワービルダーが北海道に入りつつあるときに、地元の工務店は何が出来るかだろうかといいところですね。最近各社とも国産材を使う傾向にあるように聞いています。国産材を使ってコストの安いパワービルダーと、輸入材を使ってコストが安くない地元工務店ではどちらが消費者に支持されるだろうか。地元工務店は大手工務店の流れに逆らわないで、流れに乗った方がよいのではないのでしょうか。

S：本州大手ハウスメーカーは国の政策だから国産材を使っている。しかしほんの数%でどちらに転んでもいいようにしている。地場の工務店は営業力がない。

石井：大手ハウスメーカーは多額の金をかけて宣伝をしています。これは住宅価格に上乗せされています。国産材の家ですという広告をパワービルダーはお金をかけてしています。それを使わない手はないのではないか。それが普通だというように仕向けておく必要があるのではないかといいことです。

S：先ほどのカラマツの家650棟だよ。それは乾燥材ですか集成材ですか。

根布谷：カラマツの住宅は集成材がほとんどです。お願いして使ってもらったわけでは無いものも出てきています。木材を使っていたくことには最終的に山に還元することに大きな意味があると思っています。今年カラマツの無垢材を住宅用材として使っていたくという事業をしています。確かにコスト的にはかかります。

S：山に返せるような価格なんてとても設定できません。地場材を扱いたい但最终的にいくらで出来ますかと聞くとびっくりするような値段が出てくる。

麻生：地場材を使っていたきたい。山に還元していいサイクルを作りたい。そうすると今話題になっていることは徐々に解決できると思う。

S：Tホームが北海道に来て国産材と言っているが、

北海道には熊本県と岡山県から木材が来ている。

西村：再生可能な資源である木材をいかに使いきっていかけるかが森林整備実現のポイントです。集成材を日本で国産材を使って供給し続けたら、植えて育てるサイクルは回りません。なぜならラミナの価格がグリーンで2万円、製材の歩留まりは50%弱、製材コストなしで1万円の原木です。それでどうやってサイクルを回すのでしょうか。それを考えたら、私、今日ここに呼んでいただきましたので一言だけ言って帰りますが、無垢の製材品を供給することが歩留まり・コストを実現する上で最大のパフォーマンスであると思います。なぜ合板が成功したかという、合板の歩留まりはおそらく65-68%あります。製材が50%強、辺材の側板を入れれば51-54%くらい、集成材は最終歩留まり30%を切ります。それを比較すれば何をすればいいのか、製材業者の使命として何をすればいいのかはイメージしていただけるのではないかと思います。カラマツ・トドマツは難しい、スギとは違うというお話になるかもしれません。群馬・北関東では確かに乱売もあります。常に製品化をして供給するというシステムを作っていないと、需要側は市場に無いものは使いません。一番いいのはマーケットインをしていくこと、出口をまず見つけて出口の方と一緒にって製品開発する、そのサイクルに持ち込むことが一番の近道であると感じています。設備投資をするにはそれなりの売り上げ基盤が必要です。それを実現するには出口である顧客がなければできないので、その部分を皆さんで考えていただければ良いと思います。そのためにはこの企業で行うパターン、水平・垂直連携をするパターンと三つくらいの方法論があると思います。そのあたりを協議会の皆さんで討論して、行政がその中で聞き役になって頂いて施策に反映してもらうのが一番の近道だと思います。地域として取り組むのであれば、地域の工務店との連携が一番でしょう。設計事務所も入るべきだし、流通業者も含めて全体での議論を重ねて、どうやったら使える商品になるかを作って供給していきながら考えていく。まず作ってみたいと前へ進まないです。難しいことを先に議論して、

出来ることを議論しないので、まずは出来ることから議論して出来ることから始めた方がよい。難しいことは横に置いておいた方がよいと思います。

A：Sさんにお尋ねしたい。トドマツ人工林材の柱・梁は商品になりますか。

S：なりません。

A：なってないんですよ。人工乾燥材は高いとっていたら北海道林業の再生はないんですよ。工務店は道産の構造材なんて使っていませんよ。今の製品レベルを前提にして、お客様に使って下さいよと言えない現実から始めないと、現実の姿を見て輸入材からの逆代替ということを考えないといけない。市場は縮小しているが、奪われた市場を回復しなければならない。そのキーとなるのが乾燥であり、もう一つは流通の改善。Sさんがトドマツの柱と集成材を喜んで売れるよと、そういうのを作らなければならない。カラマツ梱包材は55%の歩留まりがある。これでラミナを挽いているようでは西村さんのおっしゃるとおり集成材の歩留まりは高くない。無垢でも集成材に匹敵する性能を出す。少なくとも北海道の乾燥材の普及率は高い、そんな認識ではダメ、実際には頭打ち以下です。実際にプレカット工場の在庫を見ればわかるし、道産材はほとんど使われていない。

西村：中嶋さんのまとめを製材工場が実践していただければ、Sさんが喜んで売っていただけるのではないかと思います。私が今回お話した内容と同じです。価格は大事なんですが、その前に品質があります。品質をある程度確保した上で、例えばSD15を担保する。担保した上で初めて価格の話が始まると思います。品質と数量を担保した上で初めて価格をやりとりするという流れです。今までは価格ありきでしたが、おそらく、1に品質、2に納期・安定供給、3番目に価格がきます。コストパフォーマンスは重要ですが、1番目と2番目が充足できなかったら3番目は誰にも出来ないと考えていただきたい。

石井：異論を唱える方はいらっしやらないと思いますが、考え方が違うのは、製品の品質を重視されている方、やはり価格だよと主張される方がいて、今はどち

らかという価格を主張して、どんなものでもってこいという人がいらっしやるような気がしますがどうでしょうか。

S：どんなものでもってこいというのは、プレカットが8割9割をしめるようになると通用しない。今年製材工場で売り上げを伸ばしたところがあるんですよ。住宅が4割減って単価が3割減る中でね。建築でも小売りでも横ばいや良いところがある。3、40年前に住宅をやるといって40人の社長がいて40人の事務員がいて1軒の住宅を建てるのに車がのべ台数で何百台かが要たのが凝縮された。それで皆が利益を取っていたのかということそれがわからない。競争があって利益が取れなくなっているから、もともと大工さんがいて全部をやっていたのが、それが分かれてそれがまた昔の形にシステムだけは戻ってきたというような感じがしています。国の施策もありますが、ここに関わっている人たち皆で自分のいいところを出している。北海道の住宅は世界一だと思っています。高气密・高断熱、本州から来た会社がしっぽを巻いて帰るようなケースも出てきています。

長谷川：北海道の木材のブランド化をしなければならない。

S：ブランド化なんて必要ないよ。

長谷川：本州に持って行く場合の話です。住宅は非常に評価されている。

西村：私はブランド化に対しては非常に抵抗感があります。本州では吉野や木曽のような品質ではなく地域ブランドです。そのブランドはすべて形骸化しています。ブランドではなく、品質と安定供給です。それをその商品が勝手にPRして歩いていくんです。北海道から本州に出しても当然良ければ使うんです。あえてブランド化という必要はなくて、商品にすればいいんです。付加価値と機能をつけた商品にすれば勝手に売れていくのではないかと思います。

新田：もう一度アンケートからお知らせします。今日何を期待しているかという質問に対して、製材の性能・消費者の動向この二つです。トドマツの性能をもっと知りたい、それによってはもっと使っても良いけ

れども、現在の製材工場の施設・技術で安定的に供給できるのかという不安があるようです。それを集約したような疑問として「北海道版西村木材店」は可能なのかを問われた方がいらっしゃいます。

石井：先ほど西村社長がおっしゃった、コストは二の次でその前に品質がある。その通りです。今回の水平連携協議会でも次のステップは品質だろうと私も感じています。品質の安定したものを安定して供給できるかというのが大きな問題だと思っています。要望があれば皆さん出来るのだけれど、要望がないだけではないかと思っています。安定的に供給できる体制ができれば、ユーザーの考え方も変わってくるのではないかと思います。最後にトドマツの水食いの話を少しご紹介したいと思います。

中嶋：本州のスギでは黒芯の問題がありますが、北海道では水食いがあります。定義は、通常は含水率が低い心材を持つ樹種であるのに何らかの原因で辺材なみの高い含水率を示すものです。濡れ色を示している部分は100-200%の含水率です。通常的心材の含水率は60-80%、辺材は150-200%です。これを乾燥するので、時間がかかりますし、ムラが発生しやすいです。凍裂で微細な割れが発生するということからも問題視されています。先ほど製品化という話がありましたが、旧来そういう材料は大径原木から芯去りで使われていました。人工林材も適正な乾燥を行えば十分使えるだろうと思えますが、最後にこれが障害となるのかもしれないと思っています。これに関しては道北の企業のご協力を頂きながら重量選別の検討を進めているところです。

S(旭川)：私は製材工場のものですけれど、原木の段階で水食いが出た場合、うちの会社ではそれが建築材として出荷することはありません。土木用です。水食いは品質の段階でアウトです。原木の段階でわかりますので建築材に回らないように製材工場では選別しているはずで。

中嶋：おっしゃるとおりだと思います。

(編集注：水食いは単に含水率の高いだけの段階から、腐れに至っている段階まであり、上記お二人の発

言は対象としている段階が異なるため食い違いがあります。)

大堀：上川支庁の大堀です。今日の西村さんのお話の中でもっとも感銘を受けたのが「運命共同体」です。出口がなければ木は切れない、木がなければ製材は出来ないというお話でした。今日は根布谷さんの発表の中でトドマツのシミュレーションのグラフを引用して頂きましたが、トドマツの人工林を主伐して、その後確実に再造林していくとすれば木材の利用可能量は今後今の倍くらいになる可能性があります、という話です。あくまで仮定ですからそうなるとは限りません。しかしこれをやろうとすると、いろいろなところが連携する必要があります。まず伐採の担い手をどうするのか、北海道の林業労働者は徐々に増えつつありますがもっと増やす必要があります。その後、造林の担い手も必要です。苗木の生産も重要です。当然出口となる製材も必要です。まさしく運命共同体なのです。誰が抜けても成り立ちません。この話の中で製材業だけが抜けようと思えば抜けられます。それは、地元の製材業界で使わないのなら本州へ持って行ってしまえばいいのです。しかし、それではおもしろくないですね。北海道の地場産業として発展していくためにはおもしろくない。ですので、北海道に勇気ある製材業者が出ていただきたいと思っています。

石井：これでパネルディスカッションを終了させていただきます。このシンポジウム自体は、トドマツはいい材料だから使って下さいという趣旨で開催したものではありません。あくまでもトドマツを使って頂くためには、材料供給サイドとして何をすればよいのでしょうかという問いかけをさせていただきました。応援の意見も頂きましたし、辛口の意見を頂きました。これから我々も勉強させていただいて、できるだけ地元にあった産業を育成して、トドマツ製材業、あるいは関連する業種で連携を取りながら努力をしていきたいと思っていますので、今後ともご協力をお願いいたします。パネリストの皆様どうもありがとうございます。