

川上～川中～川下の情報交流を考える

森と木のクリエイター科 木造建築専攻 坂井 梨奈

1. 研究背景

木材産業は森林から始まり川上～川中～川下まで、たくさんの業種が関わる産業である。自身で林学、林業(川上)、自力建設などの建築分野(川下)を経験したことで、住宅に使われる木材の用途を知らずにいたことなど、川上と川下の領域間で木材や森林に関わる知識や認識に食い違いが多くあると感じている。

2. 目的

今後も持続的な木材の需給調整を行なっていくには、それぞれの業種がもつ、木材産業の基本となる知識や認識を把握しておく必要があると考えられる。認識の違いが改善されることで、木材の需給情報の円滑な伝達や、製品の質の向上(造材精度、歩留まり、木拾い 等)が期待できる。

本研究では、川中へのヒアリングから木材産業の現状を把握して、領域間に生じている認識や常識の違いを抽出し、領域間の情報交流の質の向上に働き掛けられるツールの検討、発案をすることを目的とする。

3. 現況調査 ～ヒアリング、WEB アンケート～

3.1 ヒアリング

木材産業のうち、領域間の流通に関わる業種として、自身が未経験であった「川中」の業者を中心に訪問、会議参加等を行い、全 12 社、15 名に対して、現在の木材産業の現状のヒアリングを行なった。

2023 年 7 月より、白川 LSC(ローカルサプライチェーン)原木調整会議(各領域間で需給情報を共有しながら、LSC で取引される原木、製品の流通価格を決定していくもの)、白川 LSC 需要拡大 PT(東濃ひのき材を都市圏などに販促や興味を促す戦略を協議)に参加した。

3.2 WEB アンケート

業種ごとに、川上から川下の領域を定義した(表 1)上で 62 名の業界関係者に WEB アンケートを実施した。木材産業や流通への意識と体験や視察の有無を聞くことで、領域または業種間の認識の違いや、他業種に向けてどのような疑問を持つのかを調査し、情報交流方法提案の参考にした。

川上、川中、川下の回答者の他、3 領域に当てはまらないと判断した業種に関して、新しく川上より上流

に「源流」、川下より下流に「河口」の 2 つの領域を設定した。

表 1 領域・業種の定義

領域	業種
源流	自然環境教育、自然保護団体等
川上	林業 原木市場
川中	製材 建材 製品市場 プレカット
川下	大工 工務店 建築設計事務所
河口	営業職(工務店等)

アンケートの結果、交流の有無について、「ある」の回答が全体の 83.9%となった。「ない」の回答理由として、業務上の接点がない、時間がない、つながる場や手段を知らないなど、主に機会や時間の捻出に課題があり、事業体ごとの方針によるものが多いと考えられる。(メリット一覧については、本文参照)

4. 情報交流方法の検討、提案

アンケートの結果より、木材業界に関わる人々の中で、多くは木材や流通に関心があり、領域間交流はある程度行われていることがわかった。一方で、各領域から上がってくる疑問の中には、他の領域に対しての理解不足や、自分たちの中ではあたりまえすぎて、相手が知らないことを知らないなど、基本的な課題が多いことが以下のような疑問、課題からわかった。

- ① 木材価格の仕組み、決まり方がわからない
- ② 売り先との時間軸の共有が難しい(即納を要求される)
- ③ 木材を使ってもらうための付加価値や用途の開発
- ④ 木構造は難しいという先入観(誤解)がある
- ⑤ 住宅建築における木材価格が占める割合の低さ

お互いを知らない状態を解決するために、「各業界のあたりまえを知る、理解を深める」ための発信から、円滑な交流に有益な情報を提供するには、どのような形態やツールが必要になってくるのか。普段から行われている交流の質を上げるきっかけとするための「ポスター」での提案を決定した。

ツールとしてポスターの選別理由は、会社での朝礼前や、小休憩、終業後の談話スペース、事務所のバックヤードなど、「現場」、「事務所」どちらの目にも入りやすいツールだからである。発信方法の参考として、岐阜県 林政部 県産材流通課 木造建築推進室 技術課長補佐兼販路拡大係長の中通氏にヒアリングを行なったところ、「A3 のポスターがあると、色々な人の目に留まっていい、うちの事務所にも貼って欲しい」と意見をいただいている。

5. ポスター

5.1 掲載情報の選別

アンケートやヒアリングから見えた話題から、以下の3点を基準に、ポスターに掲載する情報として選別を行った。

- ・ 自分が知らなかったトピック
- ・ どこかの領域でのあたりまえ
- ・ 木造建築を学ぶ視点から、どの領域にも知っておいて欲しいと思ったもの

5.2 ポスター紹介

4で挙げた、アンケートから抽出した課題や疑問に対応したトピックを採用したものを中心に、8枚のポスターにまとめている。

① 木材価格の仕組み、決まり方がわからない

＜実は知らない2021年ウッドショックの成り立ち＞

② 売り先との時間軸の共有が難しい（即納を要求される）

＜木材の品質を左右する乾燥＞

③ 木材を使ってもらうための付加価値や用途の開発

＜建築用材だけじゃない木材＞

④ 木構造は難しいという先入観（誤解）がある

＜木造住宅の種類＞

⑤ 住宅建築における木材価格が占める割合の低さ

＜木造住宅の木材費は1～2割＞

その他

＜木材のステータスは「見た目」と「性能」で区分されている＞

＜領域間交流のススメ＞

＜「黒心材」山では欠点、街では長所？＞

＜実は大事な木材の、元・末・裏・表・背・腹＞

＜外国産材はどこからくるの？＞

＜JAS認証材の規格から、木材の欠点を知る＞

＜木材は燃えにくい建築材料＞

＜大径材活用への取組＞

＜製材歩増しとは？＞

＜原木の伐期と伐り旬＞

＜建築用材だけじゃない木材＞

＜情報発信は業界発展の力になる＞



図1. ポスターの例

6. ポスターの活用

岐阜県林政部県産材流通課、東濃ひのき製品流通協同組合、中濃森林組合、にポスター1枚を受け入れていただき、実際に掲示して頂いた。QRコードを読み取ることで、全8枚を見ることが出来る。アカデミーHP【研究成果のダウンロード】でも、PDF形式で常時公開している。

7. 今後の展望

今後は、川中の流通を担う木材の販売、製造の会社に就職するため、仕事として今まで以上に川上～川下まで、幅広い業種と関わる機会が増えてくる。この課題研究や、今までの経験を活かして、他業種への情報の伝え方や、コミュニケーション方法に気を遣えるような仕事をしていきたい。

ポスターについては、8枚を小出しにして1～2ヶ月ごとに営業先で、定期的な貼り替えを行うことで、発信の継続をする。