

# 森林認証材の生産販売の取り組み

新たな付加価値創生で  
地域林業の活性化と  
適正な森林管理の両立

## 梶原町森林組合

代 表 者：組合長理事 中越 利茂  
事業体の構成等：組合員数 1,302 名(内地区外 161 名)  
常勤理事(代表理事組合長) 1 名、  
非常勤理事 5 名、監事 3 名、  
職員・従業員、技術員計 79 名

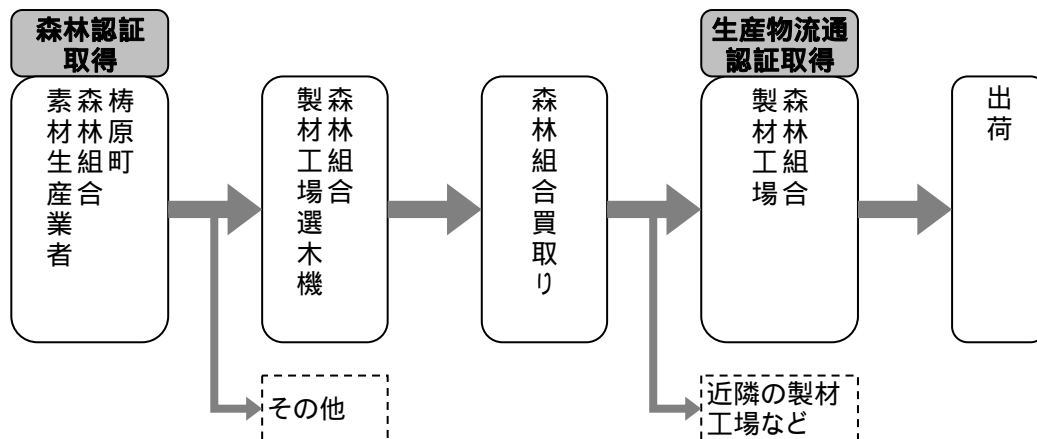
〒785-0610  
高知県高岡郡梶原町梶原 1196-1  
TEL：0889-65-0121  
FAX：0889-65-0788  
URL: <http://www.yusuhara.or.jp>



森林価値創造工場



## 事業の仕組み



## 事業の目的、内容等

### (1) 事業の目的（背景、経緯）

四万十川の源流域に位置する梶原町は、林野面積：21,511ha、人工林率：76%で、県下でも有数の林業の盛んな地域である。（人工林の96%が針葉樹で、内スギ：52%、ヒノキ48%）

梶原町森林組合は、「長伐期施業への転換」「強度間伐による下層植生の繁殖」といった環境保全に配慮した林業振興を行っており、これらの地域が養ってきた方向性と森林認証の認証主旨が同方向であることなどを背景に、2000年10月、団体としては国内で初めて森林認証を取得した。これを契機にして、「四万十」の持っているブランド力に「森林認証材」のブランド力を重ねることで、地域の森林から生産される木材に新たな付加価値を生みだし、地域の林業の活性化と適正な森林管理とを両立させる取り組みを行っている。

### (2) 事業内容

#### 認証材の原木供給

町内の素材生産量は平成15年度で約17,000 m<sup>3</sup>。うち認証材は約5,000 m<sup>3</sup>を占めている。生産された原木の大半は森林組合の製材工場に併設された選木機にかけられた後、近隣の原木市場の価格を参考にして森林組合が買い取る。原木は、CoC（生産物流通認証）を取得している森林組合製材工場が必要量を確保し、その他については近隣の製材工場等へ出荷される。

このように、梶原町では認証材を含めた原木が町内で付加価値をつけた状態で出荷するシステムを構築している。

#### 認証材の製品供給

梶原町森林組合は平成8年に既存の製材工業を、年間原木処理能力13,000 m<sup>3</sup>の工場に拡

充した。当初は主たる販売先を製品市場等とした見込み生産により操業していたが、製品価格の低迷により、流通経費の圧縮と経営の安定を図る必要から、自らの営業による直販体制へと切り替えた。平成13年からは、さらに家屋一棟分の資材を受注販売する邸別出荷ができる体制を整え、認証材の価値をより活かす形となっている。町内にはCoC（生産物流通認証）を取得している工務店2社があり、また、関西のCoC取得工務店との取引もあり、これらの工務店は認証材の住宅として、販売を行っている。

#### 認証材を通じた川下との交流

県内外の工務店、設計士、施主等を梶原町に招いて、認証森林や工場を実際に見て体感するバスツアーを開催している。また、県内の工務店、設計士が個別に施主家族を連れて工場を来訪することもあり、この外、県内外の各種イベントに参加して認証材のPRをおこなうなど、様々な形で川下流域との交流を深めている。

## 事業の実績、成果

#### 工務店、設計士とのつながり

近年の環境・自然志向の高まりにより、県内外の施主、工務店、設計士から認証材を求める声が増えてきている。関西の工務店についても、認証材の注文をきっかけにして棟別出荷の取引へと進展した。工務店にとって、認証材は他業者との差別化を図る事ができるブランドでもあり、今後さらに受注が期待できる。

## 認証材の出荷実績

	製品出荷		素材出荷
	邸別	家具等	
平成 15 年度	44 棟 (744 m <sup>3</sup> )	10 m <sup>3</sup>	384 m <sup>3</sup>
平成 16 年度	59 棟 (997 m <sup>3</sup> )	6 m <sup>3</sup>	254 m <sup>3</sup>

平成 16 年度は 11 月末現在

### 川下との交流

県内外の需要者（川下側）との交流人口が増大し、町全体のイメージアップが図られるとともに新たな受注につながっている。

### 町内での森林の再評価

森林認証の取得を契機に、町内住民、森林所有者の環境資源として森林の評価が高まった。さらに、認証材が環境資材として市場評価を受けることにより、森林認証の原則に基づいて適正に森林を維持管理していく認識が高まっている。

## 今後の取組み

### 棟別出荷の増加

今後は、年間 100 棟の邸別受注を目標に、より付加価値の高い製品販売を目指していく。

### 川下側のニーズへの対応

棟別出荷については、ビルダーからさらなる品質規格の統一と納期短縮が求められる。高温乾燥機の追加導入等により、さらなる品質の向上を図るほか、製品保管庫の増設により部材のストック体制を整え、製品の納期短

縮を目指している。

### 原木の安定的な出荷体制

当初 2,250ha で始まった認証森林は、その後森林所有者の賛同を得て、8,920ha に拡大し、資源量、質ともに年々充実してきている。今後は、充実する森林認証資源を安定的に素材生産する体制の拡充を図っていく。

### 川下との交流

バスツアーの開催やイベントへの参加等を通して、ビルダー、施主等と直接ふれあう機会をさらに増やしていくことで認証材の普及促進を図る。

## 現地調査結果の概要

調査担当

加藤滋雄

(高崎商科大学 教授)

織田克之

((財)日本木材総合情報センター 総務課長)

### 1. 調査概要

本事例は、森林認証材の供給体制整備、流通経路開拓、需要拡大の点において事業戦略に沿った様々な取り組みを実践し、成果をあげている優良事例である。今後、全国の木材産地が森林認証取得の取り組みを始めるにあたって、社会的に認証材の認識度を高め、付加価値流通システムを構築するために参考となる先進的な優良モデルであり、評価に値する。

なお、本報告は、先進的モデルとして評価できるポイントを中心として報告する。

### 2. 取組むきっかけと実績

- ・ 組合長が県主催の森林認証制度勉強会（H10/11）で FSC 認証を知り、環境保全に対する森林管理の考え方が森林組合の森林管理理念や実施している施業方針に合致していること、森林組合が直面する利用部門（公社・公団からの造林請負事業等）から販売部門（利用間伐の林家自伐材買取、原木市場出荷・製材加工品の製品市場販売等）への移行を促進し、組合員の社会的、経済的地位向上を図るために森林認証による差別化が不可欠と判断し、森林認証取得の取り組みを決定した（H11/2～、H12/10 認証）。  
認証取得にあたっては、森林組合が積極的に取り組んできた地域社会への貢献、森林管理

方針と共に GIS を活用した森林管理や施業履歴の管理が評価された。認証条件としては、環境モニタリングやランドスケープ保全計画があげられている。

- ・ 認証森林面積は、H12/10（認証時）の 2,249ha（森林所有者数 97 人）から順次拡大し、H16/9（4 年次査察時）には 8,923ha（森林所有者 855 人）に、私有林加入率が約 57% に拡大し、組合のみならず地域全体の取り組みに広がっている。
- ・ 認証原木の取扱い実績は、H12 の 1,174 m<sup>3</sup> から H16 の 4,663 m<sup>3</sup> に 4 倍強の拡大を図り、森林組合の取扱い原木全体（10,080 m<sup>3</sup>）の 46.3% と約半分を占めるまで拡大している。
- ・ 認証原木の販売先は、直流で工務店・プレカット工場に認証材住宅向けの製材品販売を、提携 CoC 認証製材工場等に認証原木を販売している。認証材住宅向けの製材品販売実績は、H13 の 148 m<sup>3</sup>、H14 の 365 m<sup>3</sup>、H15 の 744 m<sup>3</sup>、H16 の 1,070 m<sup>3</sup> と着実に拡大し、着実な供給システムづくりの成果が見られる。

### 3. 各評価ポイント

#### (1) 認証材供給体制整備の評価のポイント

- ・ 森林組合が従前から行ってきた「長伐期施業」、「強度間伐による下層植生の繁殖」といった環境保全に配慮した適正な森林管理事業方針が認証対象面積拡大の基盤となっている。  
このため、認証対象森林面積の拡大活動は森林組合の指導事業で行い、森林所有者の理解を得れば、森林所有者には施業方針変更や新たに特別な作業・コスト発生が殆ど発生しない仕組みとなっている。こうした組合事業の積上げが、認証対象面積の拡大に繋がり、認証材安定供給の基盤強化を図っていることが評価できる。

- また、認証材は、管理森林の 9 割方を占める団地樹立、7 割方実施される団地計画の実施によって、森林所有者の自発的な間伐等によって出材されるシステムとなっている。

また、認証森林の間伐にあたっては、町単の間伐交付金が支給されており、認証材の利用間伐を一層促進している。

こうした計画的な利用間伐推進や、認証材を安定的に供給できる仕組みは、他産地の模範となる評価すべき事例であろう。

- 路網整備（路網密度 48.2m/ha、H14 年度期首現在・梶原町資料）や、林道端までの出材（組合集荷）といった利用間伐の基盤的な整備や運用システムができていることが認証材出材の背景としてある。

また、町は風力発電の売電収入の一部を林業関係の交付金に当てており、町全体としても環境にやさしい仕組みづくりを行っている。

森林組合では 18 年度を目標に、認証材の付加価値販売の成果を森林所有者に還元するため認証材の出荷奨励金制度を検討しており、認証材の供給・流通システム構築によって山元還元ができるまでのシステム構築が進められ、認証材取組みの成果を実感できるまで成果をあげてきていることも大きな評価ポイントである。

この様に、路網整備や団地施業という基盤の上に、森林所有者の理解を得る指導事業と交付金・奨励金といったインセンティブ制度を加えた供給システムを構築している。これまで行ってきた施業や間伐促進の「しっかり」とした取組みの上に、地域全体の理解と行政の協力・支援によって認証材の供給体制整備をしていること（認証材用の新しい特別な仕組みではないこと）こそが賞賛に値し、先導的モデルとして評価すべきである。

- 既に森林組合では原木市場、製品市場依存の販売方針から転換し工務店やプレカット工場への直流を図っていたが、認証材は付加価値創造工場（H8 工場完成）の製材加工の事業安定化と、工務店への直流販売といった事業戦略展開を促進する効果を発揮している。

なお、H15/4 から H17/1 までの認証材住宅の受注棟数は 95 棟となっており、うち高知県内が 77 棟、大阪が 18 棟となっている。



加工工場風景

認証材住宅には、県民には 10 万円の住宅資金支援、梶原町民の場合には最大 200 万円の支援（町民定住化、町民増加の一環としての施策）があり、需要拡大に大きな役割を果たしている。

付加価値創造工場の付加価値加工や、流通の短絡化効果を含めた認証材の付加価値は、製品 1 m<sup>3</sup>当りの単価が H9 年度の 43,955 円/m<sup>3</sup>から H16 年度には 50,487 円/m<sup>3</sup>に 14.9%向上した。特に、認証材の住宅資材販売が軌道に乗った H15 以降は、H9 比で H15 は 108.0%、H16 は 114.9%と大きく上回り、原木価格の低迷が続くなかでも製品の付加価値販売の実績をあげていることが評価できる。

- また現在、森林組合と取引している工務店は、H11 の 10 社から、H13 に 15 社、H14 に 18 社、H15 に 26 社、H16 に 30 社に拡大し、森林組合自身も森林認証の取組みの結果であると評価している。

## (2)流通・販売システムづくりの評価のポイント

- ・ 認証材の流通・販売には CoC 認証製材工場、工務店の拡大が不可欠である。森林認証の取得と並行して、加工工場と建設業者の 2 社が同時に CoC 認証を取得している。森林組合の付加価値創造工場を含め、H15/6 現在の CoC 認証工場は 6 社（製材 2 社、家具等加工 1 社、工務店 3 社）となっており、認証材の流通・加工・販売システムづくりを意識した取組みを行っている。
- ・ 自組合の付加価値創造工場の CoC 認証取得のノウハウ蓄積は、提携する認証工場拡大の大きな力となっており、積極的な認証取得支援を行っている。
- ・ 中でも、環境に配慮し森林と都市住民との交流を大切に考える工務店（調査した高知市内の工務店で、施主を中心とした友の会を組織化し、大正町と提携し、植林や下刈り、枝打ちといった活動を行っている）では、新たに梶原町森林組合との認証材取引が始まり、森林組合の提案でプレカット加工を含めた CoC 認証を取得するケースが出てきている。
- ・ 認証材に対する工務店の認識は、安定して利用できる資材であり、施主に対しても安心して推奨できる資材であること（県産材利用で「本当に県産材なのか」というトレーサビリティの問題）環境に配慮した住宅資材供給を行うことで他社との差別化を図ることにある。大阪の工務店も、こうした考え方の工務店が多くなっている。
- ・ 現在、認証材のブランド力は、認証材単価そのものを一般材に比べ高値で取引できる状況にはないが、「消費者の環境配慮の認識を高めていく中で、認証材の付加価値販売が可能である」（調査した工務店の話）と考えている。
- ・ 工務店への直売を行うには、邸別の製材品梱包や製品管理が必要となる。本組合では、付加価値創造工場の建設時に、邸別仕分け場（66m × 15m）を建設し、製品置場も別途建

設している。こうした事業戦略の確立と設備投資があって始めて、認証材の工務店販売が可能となる。こうした森林組合の加工事業戦略立案と実行力も評価に値する。

認証材のブランド力によって高値で取引できれば最大限高い評価となるが、残念ながら厳しい経済情勢や競争激化の状況において、認証材は乾燥材が出回った初期段階と同じ様に製品回転は良くなるが、経費が上乗せできない状況にあると言ってよい。

このため、現状では流通・販売システムの改革と合わせて認証材を販売し、マーケットの認証材に対する認識の高まりや、需要の拡大が認証材の価値を高めることに期待し、努力している。こうしたトータルとして認証材の付加価値販売するための自己変革の努力が評価に値する。

- ・ 現在、需要の拡大と共に乾燥材生産能力が課題となっており、また、納品リードタイムの短縮や生産合理化によるコスト削減が必要となっている。乾燥機の増設や製品ストックで対応する計画であり、さらなる流通・販売システムの改善、マーケットニーズへの対応、サービス向上のための努力が続けられている。

認証材の流通・販売システムの構築は、環境に関心の高い工務店取引が増加し、直売で付加価値販売に成功したという表面的な仕組みや実績だけを評価するのではなく、事業体トップの強力なリーダーシップと事業戦略確立によって推進されており、先進的モデルとしての意味はこのことがなにより重要であることから、本事例を評価すべき最大のポイントといえる。

### (3) 需要拡大の取組み評価ポイント

- ・ 消費者の森林認証や認証材に対する認識はいまだ限定的であり、認証材で製作した手軽



な小物を販売することが認証材の普及・啓蒙を図る手段の1つとなっている。提携 CoC 工場（池川木材工場：すのこ・デスクトップラック・コースター・家具等の木製品を対象）が製作した整理棚を通信販売したいところ、3000～4000個の大ヒット（通常100個売ればヒット）商品となった。今後も、こうした商品開発を積極的に行うこととしている。

- ・ 森林認証や認証製品についてのパンフレットが準備されているが、インターネットでも森林組合のホームページで広報している（<http://www.yusuhara.or.jp/fsc.htm>）。見学、視察申し込みもインターネットから簡単に申し込みができるようになっており、様々なPR手段が活用されている。

- ・ 森林認証を取得したことが多くのマスコミに取り上げられ、行政、森林組合、大学・大学院ゼミ等の視察・研修会增加し、累計で252回に達している。こうした視察対応を、森林認証や認証材の普及・啓蒙の機会として捕らえ、積極的に対応している。

また、「FSCの森林サミット」（三重県主催）にも参加し、森林認証を取得した事業者との情報交流を図ると共に、シンポジウム「消費者が育むFSCの森づくり」の開催や大会宣言を採択し、社会へのアピールを行っている。

- ・ 工務店の施主同伴の見学も増加しており、認証材住宅の受注に大きく貢献している。今後も、直接施主に認証森林を見てもらい、フェース to フェースで消費者に環境や森林の大切さを訴える販売方式を基本として、供給と販売の調和を図りつつ口コミによる拡大を図る計画で、実績を上げていることが評価できる。

消費者の環境問題に対する啓蒙や、認証材の需要拡大を同時に進めるには、認証森林のすばらしさを分かっていたり、1つ1つの商談に誠意をもって対応するという地道



認証原木

#### 4. その他

- ・ 栲原町森林組合は、「清流四万十の源流に活動する森林組合」として環境保全や持続的経営を目指した行動指針として「山中八策」の制定や、森林認証の取得、森林価値創造工場の加工施設の設置、ユースフォレストの組織化、林業情報システムの構築など常に積極的に、グローバルな森林組合への自己改革を目指す、高知県の優良森林組合である。

また、組合の事業推移も、H9年度からH13年度に1千万円前後の事業総利益を継続的に確保しており、H16年度も1千8百万円以上の事業総利益を確保し、低迷する経済環境や厳しい林業を取り巻く環境の中にあっても、安定的な経営を行っている組合である。

- ・ 栲原町森林組合の森林認証の取組みは、環境資源としての森林の再評価や、町のイメージアップ、交流人口の増大、地域雇用力の拡大等地域活性化に大きな役割を果たしていることを、付け加えておく。