

農林水産大臣賞

スギ間伐材による高付加価値家具の開発製造およびNPOとの連携による「木材産地証明」システムの確立  
ーシールを商品に添付・地域循環型のモデルー

協同組合ウッドワーク （代表理事 高橋 忠義）

□事業体の構成

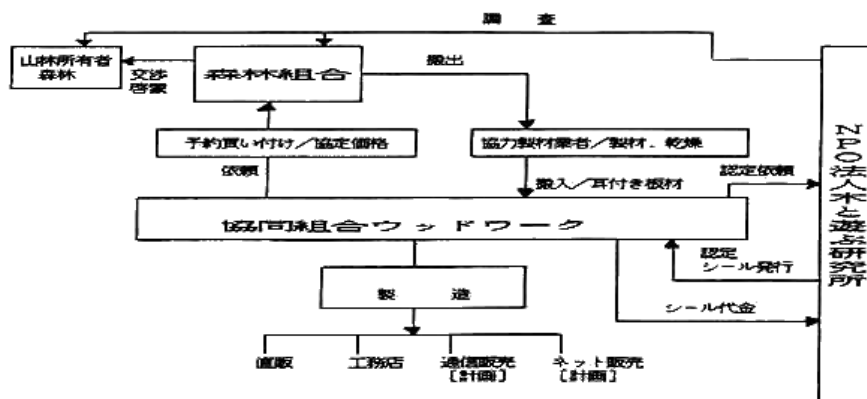
木工、建具業15社による協同組合

〒943-0841 新潟県上越市南本町1-6-45

TEL 0255-26-1455 FAX 0255-26-1678



□事業の仕組み



## 1. 地域の概要

上越地域は、新潟県の南西部に位置し、総面積234千haの約7割が森林である。

人工林面積の63%にあたる、18,596haが、4から9齢級の間伐を要する林分で、間伐の推進と、そこから生産される間伐材の利用が課題となっている。

林産事業では7つの森林組合と114の製材関係者があり、年間素材生産量34千m<sup>3</sup>、製品出荷量86千m<sup>3</sup>となっている。

平成10年度には、製材業者による協同組合を設立して、丸太の燻煙乾燥施設を導入し、地域材の利用拡大と、大工・工務店のニーズに対応した高品質材の供給体制の整備をはかっている。

## 2. 事業内容等

### (1) 事業の目的

流通不能材「間伐材／間伐放置材／インフラ開発型発生材」を、山元より直接予約買取りを行い「価格は山元が赤字にならない価格を協議取り決め」、2次加工「製材、乾燥、集成」、3次加工「高付加価値製品」に加工し、价格的に不利な国産間伐材を、市場に委ねず直接高付加価値商品にすることで、材の価格不利を包含し、予約、安定価格買い付けにより、利用間伐を促進する。

また、消費者へ森林の多角的価値をアピールし、国産材を利用する意味を知らせてゆく。その意味で、原産地証明と製品への利用率証明を徹底して行い、「どこの森の、だれが育てた、どのような材」かを明確にし、消費行動が環境保全に寄与できるという事実を、分かりやすく消費者につたえる。中流で止まっていた材利用の取組みを、いっきに川下及び消費者まで拡大し、地域循環型の産業構造の雛形とする。

### (2) 事業の内容

杉間伐材を、森林組合より直接「予約、協定価格」買取りをおこなう。伐採前より森林調査を行い林分の選定をおこなう。伐採材は直接協力製材所に運び、製材乾燥の上、耳付きで組合員工場へ分配以降、木取り、集成、製作と進んでゆく。

製品は大きく5種に区分され、各事業部長がセクションの取りまとめをおこなう。

以下に事業区分を大別する。

- ①杉間伐ムクドア事業部「100%杉間伐による、内部ドアの製作／アイテム数10+特注」
- ②クリプトメリア事業部「100%杉間伐による、高付加価値家具／アイテム数20」
- ③屋内用WWB事業部「100%杉間伐による屋内用施設備品、什器／アイテム数15+特注」
- ④屋内用WWB事業部「100%杉間伐による屋外用家具、備品、遊具／アイテム数13」
- ⑤環境学習家具事業部「100%杉間伐による学校用家具、オフィス用家具／アイテム数10」

特に、クリプトメリアシリーズは組合を代表する商品群であり、企画、デザイン、製作指導にあたり国際的デザイナー小田原健氏の指導により完成した。いままでの杉家具にあ

りがちな線の太いものではなく、シャープなフォルムが実現でき、一般広葉樹家具に比する完成度が実現した。

産地認定／利用率認定の仕組み森林組合による、直接買い付けのあり、NPOにより事前森林調査をおこなって、伐採時に森林組合より伐採証明を提出、林齢、径級、間伐方法、間伐率などチェックの上、協同組合ウッドワークに認定シールを頒布する。協同組合ウッドワークはこれを500円／枚で買取り、製品に添付する。販売代金はNPOにより管理され、森林ボランティアの活動資金として利用される。

上記認定を行うNPOは以下である。

NPO法人「木と遊ぶ研究所」 新潟県上越市昭和町1-6-2 TEL 0255-23-0365
--

### 3. 施設の整備状況

全て既存施設の利用で行っており、設備のテコ入れはない。

#### 1. 関係既存設備

木工加工機全般「NC含む」／乾燥機「協力会社」／「協力会社」

#### 2. 不足設備

共用土場「1次集積」／共用集積、加工品仕分場高周波集成機など集成加工に関する設備。

但し、高付加価値家具に関しては、集成作業も職人が配慮して行わなくてはならないので機械化は不能

### 4. 事業の実績

#### 共同受注高

平成9年	計画	—
	実績	400万
平成10年度	計画	2000万
	実績	5000万
平成11年度	計画	6000万
	実績	—

参考／計画6000万に必要な間伐材は、約500m<sup>3</sup>である。

### 5. 事業の成果

事業体内部／消費者とともに高い評価を得ている。製品そのものもそうであるが、プロダクトの思想性が購買選択の要素になりつつある。山、環境保全、市民活動と直接的にリンクしたことが評価の主因であるように思われる。構成組合員も、技術高度化の実感を得ることが出来、さらに消費者と直接話しをしながら改良を行うことに大きな意義を感じている。

### 6. 今後の取組

伐採時期が限られ、備蓄、乾燥設備が不十分なことから、川下の業務拡大に川上がついていけない予測がある。各セクションを分離して考えるのではなく、一体となった新しい組織が必要である。

それがなされなければ、より多く、間伐、主材を利用できる構造材の供給が出来ない。