

「木づかい」で日本の森林を元気に 「国産材マーク」を



国産材マーク



国産材マークの表示例

「木づかい」で日本の森林を元気に

日本の森林の約4割は人工林です。この人工林の多くが、植栽されてからおおむね50年以上が経ち、木材として利用可能な時期となっています。利用可能なようになった国産材の利用を拡大することにより、林業を活性化し、地域を元気にしていく絶好の機会がやってくる、といえます。一方で、残念ながら、利用されずに放置されている森林も少なくありません。適切に手入れがされていない森林は、利用価値のある木材が生産されないだけでなく、森林が本来持っている水源としての機能や温暖化を防ぐ働きなどが十分に発揮できない状態になってしまいます。

日本の森林が適切に管理された健全な状態を取り戻すためには、「植林→育林→伐採→木材の利用」という流れを循環させることが必要です。この循環に重要な役割を果たすのが木材の利用、「木づかい」です。消費者が日本の木材で作られた住宅や製品を購入し、木材の代金が山村に戻ることで、森林の整備や植林へつなげることができます。

しかし、一般の消費者や企業が「木づかい」を通じて日本の森林のために貢献しようと考えても、木材製品や住宅には野菜や魚のように原産地の表示がされているものは少なく、その木材が国産材であるのかどうかを知ることが難しいのが現状です。

一目で分かる「国産材マーク」を

そこで、日本プロジェクト産業協会（JAPRIC*）の森林再生事業化委員会は、全国木材組合連合会や日本合板工業組合連合会などの木材団体とともに、丸太や製材、合板などについて、国産材であることが消費者にも一目でわかるようなツールとして、平成25年に「国産材マーク」を創設しました。

国産材マークは、住宅メーカーなどの意見も取り入れながら分かり易いデザインとし、「国産材」の文字をデザイン化したロゴと、その下段に使用を許諾された企業名、50%、100%などの国産材の使用割合を示す国産

材率が記入されています。マークは、丸太、製材、合板、集成材、繊維板、LVL、防腐木材、複合フローリング、単層フローリング、プレカット材など住宅・建築・土木分野を中心に、幅広い木材製品にシールや印字等によって表示されています。

国産材マークを表示することで、木材製品を使用するユーザーは容易に外材との区別をつけることができ、国産材を選択することができます。また、木材製品を供給する企業も国産材であることを証明できる方が、環境意識の高い消費者へアピールしやすくなります。

平成26年7月現在、国産材マークをつけた製品を作る製材工場や合板メーカーなどの団体・企業（使用許諾部会）は15団体・51社、国産材マークをつけた製品を使用する住宅メーカー、建築資材会社、建設会社などの団体・企業（普及部会）は5団体・25社となっています。これらの民間企業が主体となりマークを普及・浸透させ、日本の森林の活気を取り戻すため、国産材の利用拡大を推進しています。

*JAPRIC（ジャピック）とは・・・産官民学の交流を通じ、民間諸産業の技術、経験及び活力を結集し、国家的諸課題の解決をはかることを目的とした、37業種205社の民間企業で構成されるシンクタンクです。



国産材の丸太杭施工(写真提供：飛鳥建設(株))



国産材による住宅施工(写真提供：大東建託(株))



施主への国産材マーク普及活動(写真提供：タマホーム)

設立1周年記念 シンポジウムを開催

平成26年8月8日、国産材マーク設立から1周年を記念したシンポジウムが、東京都江東区新木場にある木材会館で行われ、国産材マークの概要や、普及に向けた取り組み事例の紹介が行われました。

事例発表では、国産材を使った住宅建設や、地盤の液状化対策として国産材の丸太杭を打設する取り組みや、住宅メーカーが施主に対して国産材マーク普及活動の一環として森林ツアーを行うなど様々な事例が挙げられました。また、実際に国産材マークを使用している企業の意見として、国産材マークのさらなる普及に向けた取り組みの必要性などが上げられました。

続いて、

「国産材の利用拡大を目指して」をテーマにパネルデ



1周年シンポジウムの様子



イスカッションが行われ、国民への森林に対する正しい理解を促すための適切な広報の必要性や、木を伐採する現場(川上)と木材を使用する現場(川下)の相互理解の重要性などについて話し合われました。一般消費者や自治体などの施主だけでなく、施主に提供する側であるメーカーや設計者などに、国産材を利用する意義や手法を理解してもらうことが必要であるとの意見も出されました。

産官民学一体となって国産材の利用を推進していく取り組みが、今後さらに求められています。