

「木づかい運動」の展開について

1 背景

- (1) 国産材の需要を拡大し、実需につなげていくためには、
 - ①森林・林業・木材産業側の経営努力（産業対策）
 - ②木材・木製品を購入する企業や一般消費者の理解（消費者対策）の双方が必要。
- (2) 京都議定書への関心の高まりを受けて、地域材の積極的利用に向けた気運の盛り上がりが見られ、平成16年度には、
 - ①木づかい円卓会議からの提言による関心の拡大
 - ②日本経団連による地域材の利用に向けた決意表明といった新たな動きが展開。

2 木づかい運動の推進

こうしたことを踏まえ、林野庁においては、

- ①国民運動としての「木づかい運動」の展開
- ②10月を「木づかい推進月間」に制定

するなど、これらについて、関係省庁、都道府県、関係団体に対して協力を要請。

3 具体的な取組

（財）日本木材総合情報センターを通じて、以下の事業を実施。

- ①NPOと連携した一般消費者向けのシンポジウム
- ②経済団体と連携した企業の物品調達担当者向けセミナー
- ③消費者団体等による普及活動の支援

さらに、国産材を大量に利用し、かつ国産材の意義や良さについて積極的に紹介を行う企業に対して「木づかい運動感謝状」を贈呈するなどの取組みを進め、地域材利用の意義について「攻めのPR」による国民運動を展開中（別紙参照）。

木づかい運動の取組状況

・木づかい推進のための対策の実施

間伐材等地域材について短期間で効率的に幅広い層からの需要に結びつくよう、その利用を促進するシンポジウムを全国4カ所で開催、新聞広告を全国紙及び地方紙に掲載、専用ホームページの作成等、直接、消費者に訴える対策を実施。

・「木づかい推進月間」の設定による集中的な普及啓発の推進

平成17年度から10月を「木づかい推進月間」とし、木材の実需に直結するよう集中的な普及啓発を推進。月間中、関係府省、地方公共団体と連携し、政府広報によるテレビ番組等の放映、農林水産省の広報紙による広報等を行うとともに、全国的にフェア、展示会等を開催（47都道府県、225カ所）。

・「木づかい運動」の展開

- プロ野球マスターズリーグを「木づかい応援団」として委嘱。
- 木づかい運動の記者会見に同リーグ札幌アンビシャスの古葉監督等が同席し、応援メッセージを発信。公式戦においてもPRに協力。
- DIY・ホームセンターショー、エコプロダクツ展にブースを出展してPR。
- 国産材利用等を積極的に行う企業に対し、「木づかい運動感謝状」を贈呈

＜木づかいシンポジウムの開催＞

○群馬県での開催状況

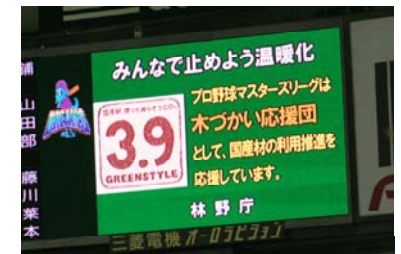
- ・出演者（学識経験者） 安藤直人 東京大学大学院教授（プロ野球マスターズリーグ関係者）
土井正三 元巨人軍（ジャイアンツ）（タレント） 伊藤聡子 フリーキャスター 等
- ・参加者：200名、地元紙広告及び記事掲載5回



新聞広告によるPR



木づかい運動感謝状の贈呈式
(1月26日)



電光掲示板によるPR
(東京ドーム、入場者数25千人)