トピック１：軟弱地盤の木造へのインセンティブ

木材の特徴は、軽くて強いである。ここ１～２年で、大型の商業ビル IFRC ２～４木造等の建物が出現してきている。この建築場所が春日部・越谷等の埼玉県東部を中心として増加している。何故か？河川の周辺地域では、地盤が軟弱である。高層のビルなら地中深く安定地盤まで基礎工事をしても採算が合うが、４～５階建て位だと、上部の利用面積に対して、地盤工事が割高になってしまう。そのため軽い木造で地盤工事を安くして、自重を支えるために材量を多く使わざるをえない RC に対して、上部工事を安く出来ることとなる。この木材の軽さを考えれば、減層建築を唱える先生も出てきている。上層階３．４階を壊して、３．４．５階と増築することも可能である。今後、木材の軽さを武器に純粋の採算ベースで取組むことが増加すると見込まれる。

また、最近の記事では、鉄道の地下化に伴い空いた上部空間に木造のアパートを建てるとある。地下トンネルに荷重をかけないためとのことである。しごく当然といえる。江東区にあった旧東京局の庁舎の設計事務所も同様の技術的利点を強調していた。河川に位置する大都市での拡がりが期待される。

トピック２：HWP を売りものに

HWP とは何か。地球温暖化対策において京都議定書が定められ、森林吸収源として３．８％が認められていることは、日本の林業関係者は良く知っている。

次期枠組みに日本は、アメリカ・ロシア・中国等の CO2 排出の主要国に参加するよう働きかけたが、参加がかなわない中で枠組みに参加しないこととなったが、次期枠組みの中で国際的に合意をみたのが HWP である。

HWP とは、京都議定書では木を伐採したら、即 CO2 排出となっていたものが、建物や家具等木材として利用されている間は CO2 排出とみなさないとされるものである。これは、木材利用が国際的に地球温暖化対策上の CO2 固定機能として認められたことを意味する。経済界が主張する CO2 排出源抑制対策に巨額の投資が必要だが、木材を利用さえすれば、CO2 削減につながるというもの。

この仕組みを業界が活用して、消費者に訴えていく行動が求められる。

なお、今回の国際的合意ではその国の木材に限定（輸入材は含まれない）されている。

課題１：誰が、木造のセールスマンなのか

木材産業は、鉄・アルミ・プラスチック産業と同様に素材産業である。素材は一次加工、二次加工されて需要者、消費者に渡る。それでは、他の業界は誰がセールスマンなのか。建築を別にすれば、直接には最終加工する者、消費者がニーズを汲みあげてセールスすることとなる。木材に似せたアルミサッシや色を付けたフェンス、プラスチックを巻いたフライパン等様々である。この最終加工者が元気なのだが木材はどうか？日用雑貨や建具、家具すべて元気がない。元気がないので、素材業界には注文がこない状況。建築でみれば、住宅は、工務店と住宅メーカーだが、工務店が専従のセールスマンを持たないので、住宅メーカーに比して劣るのは明かである。人件費をかけているから住宅メーカーの住宅は値を下げられない。

公共建築物は誰が木造セールスマンか？う～ん、わからないなあ。市町村長が決めるんじゃないの。そうか消費者と同様に市町村長がユーザーであり、選択者なのか。ここに働きかけをするのが得策なのか、誰がするのか、本当はどこがするのか。今一歩不明瞭である。少なくとも素材業界である木材業界は待ちの姿勢であり、森林所有者は黙って見ているしかない。土木業界も、コンクリート会社や鉄骨メーカーがセールスしている訳でもないか。でも、皆な業界は縦でつながっているんだよなあ。木材業界も縦でつながって、小物屋、家具、建具屋、建築工事業、設計事務所と組み合わせてセールスしないといけない。

都合がいいことに、皆な地元に住んでいるので、メーカーが特定の県にしかない他の資材メーカーとは差別化が出来る。待ってないで、売り手市場でないのだから、縦でセールスマンズ（複数）になることが望まれる。

岐阜県高山市立中山中学校（木造校舎）

課題２：桶樽の木材利用回帰に向けて

戦後の日本は膨大な木造住宅の需要に支えられ、それ以外の需要を他資材に譲ってきた。代表例が電柱、枕木であるが、桶、樽もその際たるものである。両者とも、もちろん木へんが付いているが、桶は柾目、樽は板目である。日本の木材加工の代表的企業である中国木材や斉藤木材も桶樽発祥企業である。

とりわけ酒樽は、その再利用先が味噌、醤油業界であり深刻である。日本人は海外からウィスキーやワインを輸入するが、ウィスキー・ワインの生産国は先進国であっても今だに樽は木材を使っており、ウィスキーの色はオークの色である。日本の某サントリーの銘柄である山﨑も北海道のイシナラの樽で醸造されたものである。しかしながら日本の酒蔵の木樽の使用率は小さい。吉野林業の元をつくった需要もこれで、山主に醸造家が多い理由の一つとなっている。（古くは日本酒は高くて、借金のカタにとった例も多いが・・・）枝打ちの四方無節も樽用途の副産物とも言える。本来の木樽に回帰することこそ、優良材生産材分に応える途である。わざわざ木香臭をつけるためチップを入れるようでは残念である。

また、日本の温泉旅館でも風呂桶、椅子がプラスチックでは情けない。銭湯のケロヨンじゃないんだから。地域の経済活性化には地元の産業が互いに活用しながら生きていく相互扶助の精神が必要である。出来れば、地域の銘産品を贈答用に用いる木箱折箱業界の復活を望みたいところである。

木材利用促進の歴史
プレカットは何故林野庁所管なのか

機械プレカットの登場は、住宅建築を一変させた。その登場は愛知県のＫ社が始まりの一社であり、当初はプレハブと同様にその存在を認知させるため、当時の通産省に行ったが、相手にしてもらえず、次に建設省に行ったが、同様の結果で最後に林野庁に訪問をした。当時、林産課住宅資材班には、長野県出身のＳ氏が課長補佐に在籍しており、業界を引き受けることとして、団体を設立することとした。団体名を全国機械プレカット協会として、団体名に加工色を出す形となったが、目標の一つは、住宅金融公庫の割増融資だったと記憶している。その後、JAS になる前の認定制度としての AQ 認証を取得した会社が会員となった。

現在の状況は、プレカットのシェアは８割以上で、その存在はなくてはならないものとなり、建築出身企業よりは木材出身企業の方が多くなっている。プレカット加工はもう既に住宅にとどまらず、畜舎やコンビニ等の店舗、公共大型建築物に至るまで必要不可欠で皆プレカット工場を通過している。プレハブメーカーも住宅建築の落ち込みから、一定の市場規模が確保されないと成立しないパネル工場を閉鎖して、加工コストをアウトソーシング出来るプレカット工場を活用して、軸組への転換を進めている。

プレカットは、このようにして、林野庁所管となり、大工の手間賃金を木材業界に取り込んだ事となり、後に通産・国交省とも所管しなかったという失敗を悔やむこととなった。長野県出身のＳ氏の功績大である。

先進企業紹介

◎渡辺林産工業（群馬県沼田市）

製紙用チップを作らないチップ工場最大手。

スモークチップ、キノコ菌床用オガコ・チップ、バーク堆肥、パレットを生産。スモークチップは全国ハムメーカー８５％以上のシェアを持つ。サクラのチップはとりわけ有名で、遠方からでもその原木が運ばれている。キノコ菌床用もユーザーに合わせて選別されており、大手の森産業、北研傘下の組合員に販売されている。その生産量も極めて大きく業界のリーダー企業の一つ。関連会社に、木炭流通最大手の一つである渡辺燃料を持つ。

◎丸公（栃木県大田原市）

丸棒加工の日本最大手企業の一つ。山村に従業員５０人程で若い従業員も多い。丸棒を活用した造園用資材、土木資材、公園用資材に強く、年間３万㎥程度の１３㎝以下の小径木を利用する。防腐工場も持ち、外構材にも極めて強い。花壇材料は、大手ホームセンターへ自社トラックで店舗別配送されている。

編集後記

夏休みの宿題を実行するのに計画を作って紙に書くと満足して後はやらないことが多々ある。計画で満足してはだめなことはわかっているが、冬休みにもまた同じことが起こる。実行性を高めていくには、一つでも二つでも結果が出てくれば次々に実行できる。結果を出せる知恵と継続的な努力が必要である。一緒に知恵を出して、努力しましょう。

公共建築物等の県方針、市町村方針が出れば OK ではない。本当に方針のとおり実行されているのか、日々関心を持ち、働きかける必要がある。

木材の向こうには、林業があり、その向こうには森林がある。山村に人が残らないと鳥獣被害も防げないし、国土保全にも対応出来ない。木と林と森は密接な木へんのトリオである。

愛知森林管理事務所管内の段戸国有林