

木材生産の環境貢献の見える化 — 長期優良住宅先導事業から地域型住宅ブランド化事業へ



山長商店の木材生産

(株)山長商店は和歌山県を中心とした紀伊半島南部に約5000ヘクタールの自社林を持ち、林業経営、素材生産、製材、プレカット加工、工務店への販売までを網羅したグループ一貫生産体制を特徴としている。この体制により「生産者の顔が見える木材」かつ「生産の過程が見える木材」を産地直送で供給でき、先人が植えた木を育て、現代にその資源を活かすというそのストーリーは多くの工務店や住まい手からご支持を頂いた。

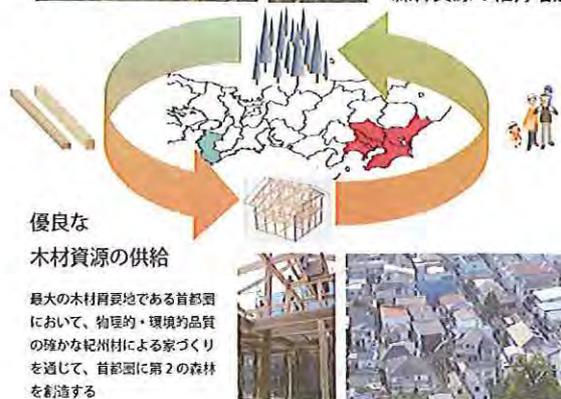
さらに、業界に先駆けて木材品質の日本唯一の公的基準であるJAS認証を平成16年に取得した。家族の生命と財産を守るという非常に重要な役目を担う構造材であるが、その殆どは強度や含水率等の品質が担保されておらず、生産者や生産履歴もわからない木材である。一般の住まい手がそれに気づいた時、果たしてその木材に信頼や安心を感じて頂けるだろうか。

そのような疑問に対して、山長商店の木材はJASに基づいて含水率や強度、原産地や製造者を明らかにする「性能の見える化」を行なっている。それにより住まい手の木材に対する不安・疑問を解消し、工務店の信頼感アップにつながる木材であるということをご評価頂き、現在首都圏を中心に年間約900棟の紀州材を用いたプレカット木材を供給している。



木質資源の安定供給（循環利用）の確保により、優良な林業地の森林の維持増進・経済振興を図る

木質資源の循環利用
森林資源の維持増進



長期優良住宅先導事業の取組

山長商店がウッドマイルズ表示に本格的に取り組んだのは、平成22年度第2回長期優良住宅先導事業への応募がきっかけであった。その応募にあたり、当時目立っていた「地産地消の家づくり」や「地元産材を使った家づくり」といった考え方に対して、以下のような事業理念をまとめた。

- ①住宅における木材の需要は都市部に集中しており、良質な木材資源の大部分は地方の林産地に集中している。
- ②なので、木材の循環型社会が成立するためには、林産地と都市の間での木材資源と経済の循環が必要不可欠である。

この事業理念を軸に、私たちの事業体制は全国でも目新しいはずであり、林産地と都市部の間での先導的な木材生産・流通体制と言えるのではないかと、という内容で応募提案をしたところ70棟の採択を頂き、その提案書の中で、ウッドマイルズ計算、木材の炭素固定量計算、乾燥材のうち木質バイオマス乾燥材の比率計算、この3項目を示す「eco sheet」を発行することを明記した。

住まい手に対して、木材を使うことでの環境貢献のかたちを見える化する。これは私たちが以前から取り組みたかったことであり、環境意識が高まりつつある中で、国産材を使うことの客観的かつ正当な理由付けをしたい、その理由を住まい手に分かりやすく伝えたい、という思いがとても強くあった。そのため、ウッドマイルズ自体の説明や炭素固定の意味、カーボンニュートラルの説明

04 環境表示シート 「ウッドマイルズ計算書」

株式会社山長商店(㊟ウッドマイルズ研究会 監修)

物件名称	サンプル	様邸
発行日	平成23年8月8日	

輸送経路表			
1	名称	産地	
	所在地	和歌山県(紀伊半島)	
	距離	25km	330g25kg CO ₂ /m ³
	輸送手段	自動車	0.13225kg CO ₂ /m ³ ・km
2	名称	(株)山長商店 製材~ブレイカット	
	所在地	和歌山県御宿市新庄町377	
	距離	652km	85.23kg CO ₂ /m ³
	輸送手段	自動車	0.13225kg CO ₂ /m ³ ・km
3	名称	建設地(郡通町界所所在地(近辺))	
	所在地	東京都	
	ウッドマイルズ	677km	
	ウッドマイルズCO ₂	89.53kg CO ₂ /m ³	

構造材材種			
	樹種	単位	材積
1	紀州産スギ	(m ³)	12000
2	紀州産ヒノキ	(m ³)	3000
3		(m ³)	
4		(m ³)	
5		(m ³)	
	合計		15000m ³

ウッドマイルージ	10,155m ³ ・km
ウッドマイルージCO ₂	1,343.00kg CO ₂
ウッドマイルズCO ₂ (平均)	117.00kg CO ₂
ウッドマイルージCO ₂ (平均)	1755.00kg CO ₂
㊟ウッドマイルズCO ₂ (平均)は、ウッドマイルズ研究会試算値	

構造材炭素定量			
	樹種	絶対比率	炭素定量(kg-C)
1	紀州産スギ	0.38	2,260
2	紀州産ヒノキ	0.41	640
3			0
4			0
5			0
	合計	(kg-C)	2,940
	合計	(kg CO ₂)換算	10,760

(eco sheet)

などを住まい手向けにわかりやすく説明したページを含め、A4版7ページの「eco sheet」を作成し、先導事業を利用した70棟全ての住まい手に対して発行した。

地域型住宅ブランド化事業の取組

長期優良住宅先導事業での提案をベースとして、平成24年には98社の工務店などと共同して「林産地と都市の循環型社会を目指す紀州材の家づくりネットワーク(略称:きのくに家(や)ネットワーク)」を設立し、地域型住宅ブランド化事業に応募。その結果58棟の採択を頂いた。その際、先導事業の「eco sheet」は丁寧けど少し重い感じがする。住まい手がもう少し気軽に見れるようなものでもいいのではないかと、という意見を工務店様から頂き、「eco sheet」の内容をA4版1ページにまとめ、イラスト付きで住まい手によりわかりやすい内容に改めた「環境表示シート」を発行した。工務店様からは「コンパクトに



(きのくに家(や)環境表示シート)

まとまっていて誰でもひと目でわかりやすい。国産材を使うことは環境貢献になる、とただ言うだけではピンと来ないが、具体的な数字を見るととてもイメージしやすく、住まい手が国産材で家を建てたことに改めて喜びを感じてくれるのではないかと、というご評価を頂いている。

現在、国からの補助金施策や為替の影響で国産材の需要が急激に高まりつつあるが、そのような金銭的な面に関係ない形での国産材のメリットを、木造住宅の担い手である地域工務店と連携し、住まい手に対して客観的な観点から明確に打ち出すことが、国産材需要の安定化には必要不可欠だと感じている。「国産材をつかってほしい!」という熱い思いを全面に出すだけではなく、誰が見ても納得ができる仕組みの上でメリットを発信し、その仕組みの中に国産材への思いを込めることが大事ではないだろうか。その素晴らしい「仕組み」の一つであるウッドマイルズを全国各地でもっと利用して頂き、一人でも多くの住まい手が国産材への理解を少しずつ深めて下さることを切に願う。