

## 主な木材の環境貢献度等表示

### サンキューグリーンスタイルマーク：木づかい運動



京都議定書で約束した日本の温室効果ガス排出削減目標のうち、森林による吸収量である3.9%を象徴したマーク。国産材の利用を通じて、我が国の健全な森林整備を推進するもの。CO<sub>2</sub>を吸収してくれる日本の森林に感謝しながら、目標の3.9%の達成に向かって国産材を日々の生活に積極的に取り入れていくライフスタイルの提案も合わせている。平成25年4月1日から木づかいリサイクルマークに移行。  
http://www.jawic.or.jp/

### 森林認証



SGEC(Sustainable Green Ecosystem Council):一般社団法人緑の循環認証会議  
世界的に推奨されている持続可能な森林管理の考え方をもとに、日本の現状にあわせてつくられた国際性を持つ基準制度。「森林管理」「生物多様性保全」「土壌・水資源保全」「森林生態系生産力・健全性維持」「持続的森林経営」「社会、経済的便益の維持」「モニタリング」  
http://www.sgec-eco.org/



PEFC(Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes):PEFC森林認証プログラム  
各国政府が定めた政府間プロセスと呼ばれる持続可能な森林管理のための基準に則って森林の管理が実施されていることを第三者が認証する「森林管理認証」、および、木製品や紙製品に関して森林管理認証を受けた森林から生産された木材を原料として一定の割合以上に使っていることがその生産、加工、流通の各段階で検証されていることを第三者が認証する「生産物認証(CoC)」の2種類を認証。  
http://www.pefcasia.org/japan/index.html

### 合法木材推進マーク：社団法人全国木材組合連合会



合法木材推進マーク

違法伐採問題に対する取り組みと林野庁作成の「木材・木材製品の合法性、持続可能性の証明のためのガイドライン」に基づく合法性が証明された木材・木材製品の証明システム普及啓発のためのシンボルとして「合法木材推進マーク」が制定されている。  
http://www.goho-wood.jp/

### FIPC:全国木材連合会内 木材表示推進協議会



樹種名、原産地、加工種などを分かりやすく表示することで、グリーン購入法や公共建築物等における木材利用促進法に適合した合法性が証明された木材・木製品であることを証明(合法性についてはマーク右下の「L」で表示)。国土交通省等の補助事業に対応した産地が証明された木材の証明書の発行なども可能。  
http://www.zenmoku.jp/fipc/index.html

### 木づかいサイクルマーク：木づかい運動



日本の美しい森の再生を願い、「植える、育てる、収穫する、上手に使う」の国産材のサイクルが永遠に持続可能であることを表現。同様の企業行動を示すマークとしても使用可能。  
http://www.jawic.or.jp/



FSC(Forest Stewardship Council):森林管理協議会  
適切な森林管理が行われていることを認証する「森林管理の認証(FM認証)」と森林管理の認証を受けた森林からの木材・木材製品であることを認証する「加工・流通過程の管理の認証(CoC認証)」の2種類を認証。  
http://www.forsta.or.jp/fsc/

### カーボンフットプリント：社団法人産業環境管理協会



CO<sub>2</sub>の削減に  
カーボンフットプリント

「カーボンフットプリント(CFP)プログラム」は、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの製品のライフサイクル全体について、温室効果ガスの排出量を二酸化炭素に換算して表示するプログラム。2009年度から2011年度まで、経済産業省、農林水産省、国土交通省及び環境省が連携して制度試行事業を実施し、2012年度より社団法人産業環境管理協会によるCFPプログラムが開始された。木材製品についても、CFPプログラムの表示に向けた取組が進められている。  
http://www.cfp-japan.jp/

### 間伐材マーク：全国森林組合連合会



間伐や間伐材利用の重要性等をPRし、間伐材を用いた製品を表示する間伐材マークの適切な使用を通じて、間伐材の利用促進と消費者の選択肢を拡大することを目的としている。  
認定された商品に間伐材マークを使用することで、製品・企業が森林整備・育成に対して貢献していることを一般消費者に周知することが可能。  
http://www.zenmori.org/kanbatsu/mark/

### 木づかいCO<sub>2</sub>固定量認証制度：日本木材青年団連合会



日本の森を元気にしよう

樹木(木材)が二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)を吸収し、炭素(C)を貯蔵(固定)する機能を持つという地球環境貢献効果を正しく普及し、日本国内での建築物等に木材の利用促進をはかることを目的としている。日本国内における木材の積極的な利活用を誘導・促進することで二酸化炭素の吸収・炭素の貯蔵(固定)をはかるとともに、木材需要拡大と国内などの森林整備(森林再生・林業再生)の促進による二酸化炭素吸収量の増大をはかり、地球温暖化防止に貢献する。  
http://www.mokusei.net/moco/index.html

## 地域材マーク(例)

 道産間伐材マーク (北海道木材利用 推進協議会)	 多摩産材認証制度 (多摩産材認証協議会)	 「岐阜県産材」 認証制度 (岐阜県林政部 県産材流通課)	 鳥取県グリーン商品認定制度 (鳥取県循環型 社会推進課)
 岩手県産材認証 (岩手県産材認証 推進協議会)	 かながわ県産材 産地認証制度 (かながわ森林・ 林業活性化協議会)	 「三重の木」製品認証 (「三重の木」利用推 進協議会)	 高知県木の文化 推進建築物 シンボルプレート (高知県森林部木材産業課)
 優良品みやぎ材製品認証 (みやぎ材 利用センター)	 信州木材認証 (信州木材 認証製品センター)	 びわ湖産地証明制度 (信州木材活用 推進協議会)	 奈良県地域材認証 (奈良県地域材認証センター)
 福島県ブランド材 製品認証 (福島県ブランド材 生産協同組合)	 静岡県木材業者 登録制度 (静岡県木材 協同組合連合会)	 ひょうご県産材 認証制度 (兵庫県木材業 協同組合連合会)	 かごしま材認証制度「認証かごしま材」 (「かごしま材認証協議会」 事務局(鹿児島県林材 協会連合会内))

## 平成24年度地域材供給倍増事業 木材の環境貢献度等表示に係る検討

# 地域材の需要拡大に繋がるような 木材の環境貢献度等表示のあり方や 制度・仕組み に関する検討結果について

## 本事業の趣旨

### 事業の目的と概要

市場に流通している様々な木材や木質材料、最終製品である建築物及び木製品における環境貢献度等の表示(例:森林認証、間伐材、県産材認証、カーボンフットプリント、合法性証明、原産地表示等)について、メーカーや消費者等ユーザーが地域材利用を選択するインセンティブが働くようなものとなるよう事業を実施する。

### 事業の実施内容

- ①既存の木材等に関する環境貢献度等表示の制度についての調査
- ②表示効果や木材について消費者へのアンケートの実施
- ③表示効果や木材について事業者へのアンケートの実施
- ④地域材の需要拡大に繋がるような木材の環境貢献度等表示のあり方や制度・仕組みに関する検討
- ⑤シンポジウムの開催(事業実施結果等の関係者に対する周知)



平成25年3月版



一般社団法人日本有機資源協会

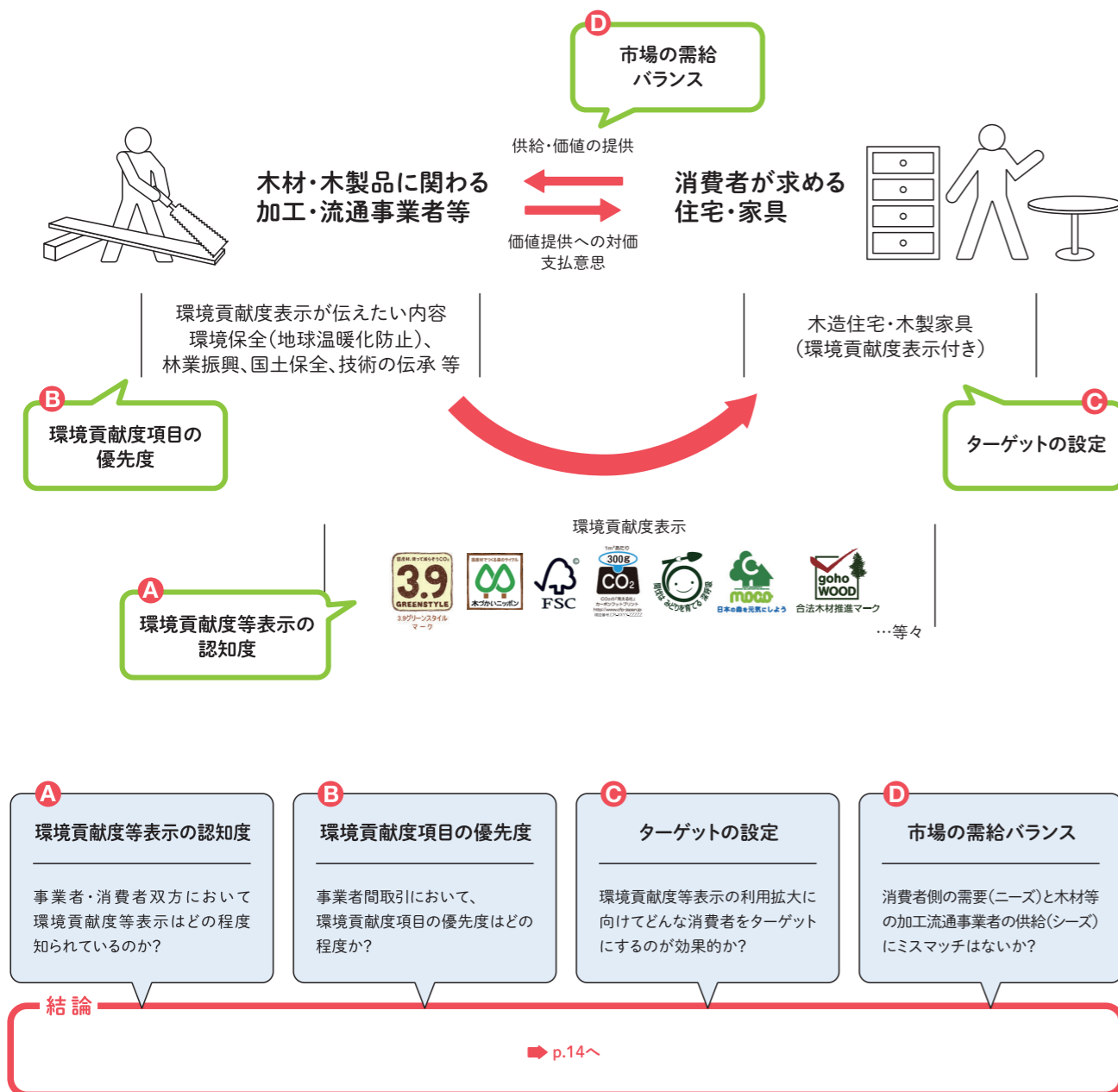
〒104-0033 東京都中央区新川2-6-16 馬事畜産会館401号室  
TEL:03-3297-5618 FAX:03-3297-5619  
URL: http://www.jora.jp/ E-mail: hp@jora.jp

一般社団法人日本有機資源協会  
— 平成25年3月 —

# 01

## 本調査の目的と概要

本調査では、前提となる環境貢献度等表示の認知度や環境貢献度等表示のある木材製品の流通市場の現状について把握することを目的に、アンケート調査を行った。

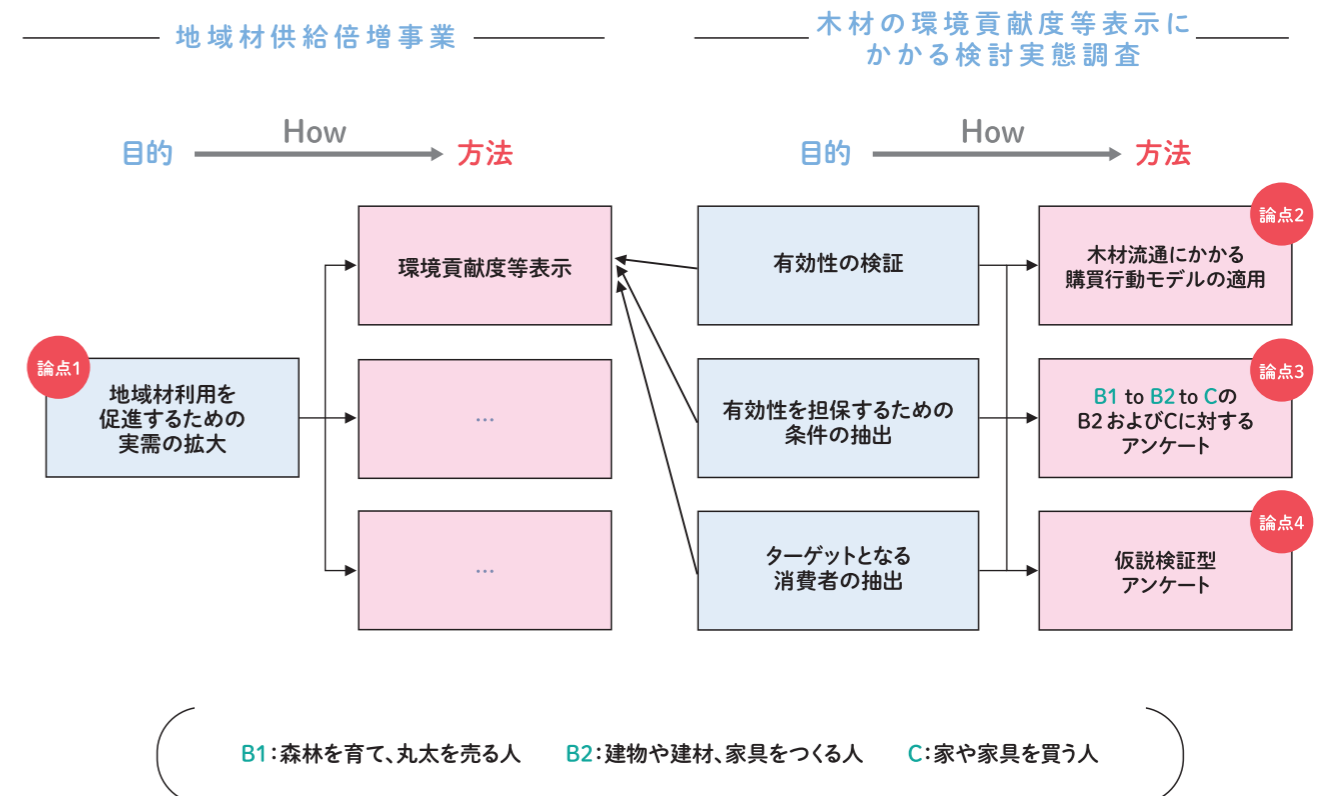


# 02

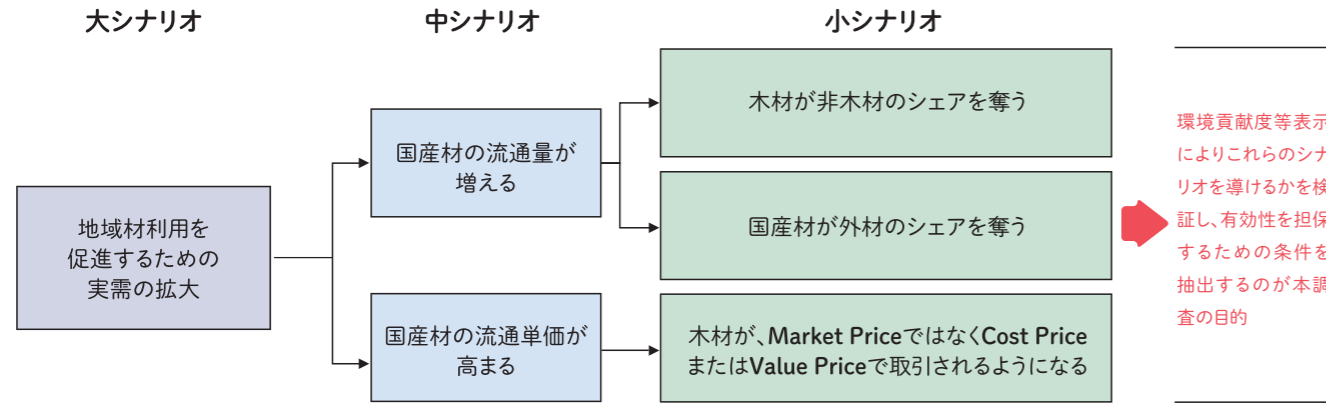
## 調査スコープ

アンケートの実施方針及び全体設計

地域材の供給の大幅増加のためには、消費者や事業者によって木材がどのように購入されているのかを明らかにするとともに、その条件に合った木材が流通することが望ましい。このことを把握するため、以下のようなスコープを設定し、調査設計を行った。



【地域材利用を促進するための「実需の拡大」の意味】



【地域材に関する3つの価格(Price)の整理】



仮説

木材を元に「建物や建材、家具を作る人」(B2)も、それを購入する消費者(C)も品質や費用、調達性(QCD)を購買先決定時の評価軸としている

【仮説】木材流通と購買行動のモデル化

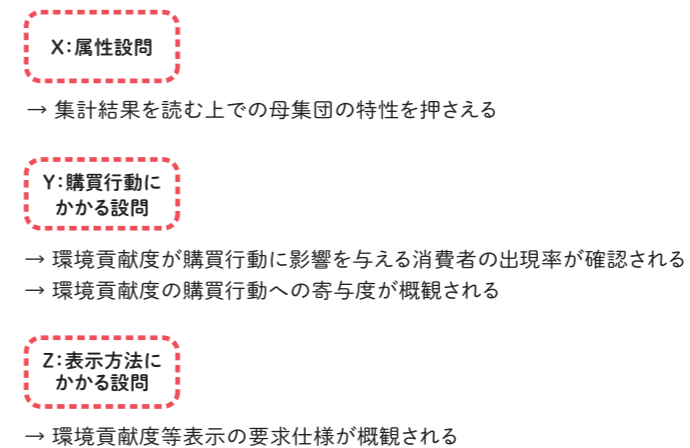


アンケート項目の概要

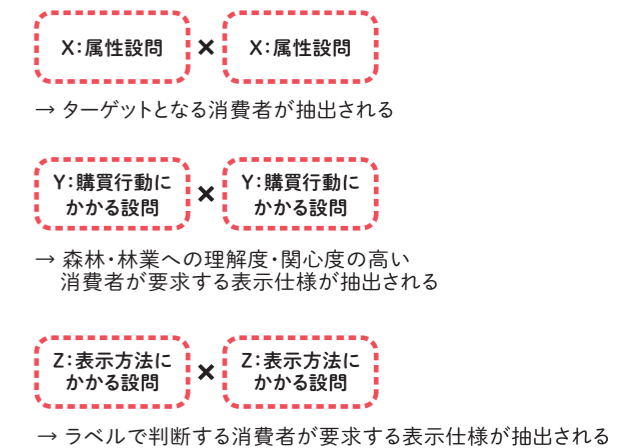
調査対象	家や家具を買う人 (消費者)	建物や建材をつくる人 (メーカーや設計事務所)
<b>X:属性設問 (設問1群)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>性別・年代・居住地</li> <li>職業・年収</li> <li>森林・林業に関する関心度・理解度</li> <li>木の家、木の家具に対する関心度</li> <li>既存の各種ラベルへの認知度</li> <li>家・家具の購買経験</li> <li>直近の関心事項、行動(海外旅行経験等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>所在地(都道府県・市町村)</li> <li>主な事業所及び商圏</li> <li>創業年</li> <li>業態(別紙「川上～川下のバリューチェーン図」に示す選択肢より該当するものを全て選択)</li> <li>取扱われている仕入・製品(購入品、製品)・量</li> <li>うち国産材取扱量(m<sup>3</sup>、トン)(取扱製品毎)</li> </ul>
<b>Y:購買行動にかかる設問 (設問2群)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「質」「価格」「調達」の各項目の重視度</li> <li>購買時の「質」「価格」「調達」項目の評価方法(判断根拠)</li> <li>環境貢献度等(国土保全、環境保全、林業振興、日本の技術伝承等)に対する優先購買意向、追加的な支払意志額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「原材料調達時」及び「製品販売時」における、「質」「価格」「調達」の各項目の重視度</li> <li>購買時の「質」「価格」「調達」項目の評価方法(判断根拠)</li> </ul> <p>最終消費者が求める、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>環境貢献度等(国土保全、環境保全、林業振興、日本の技術伝承等)の優先度の予測</li> </ul>
<b>Z:表示方法にかかる設問 (設問3)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信頼性・視認性・情報量の寄与度の確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信頼性・視認性・情報量の寄与度の確認</li> </ul>
<b>(設問4)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(該当なし)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織での役割・役職</li> <li>直近の関心事項、行動(海外旅行経験等)</li> </ul>

分析イメージ

単純集計

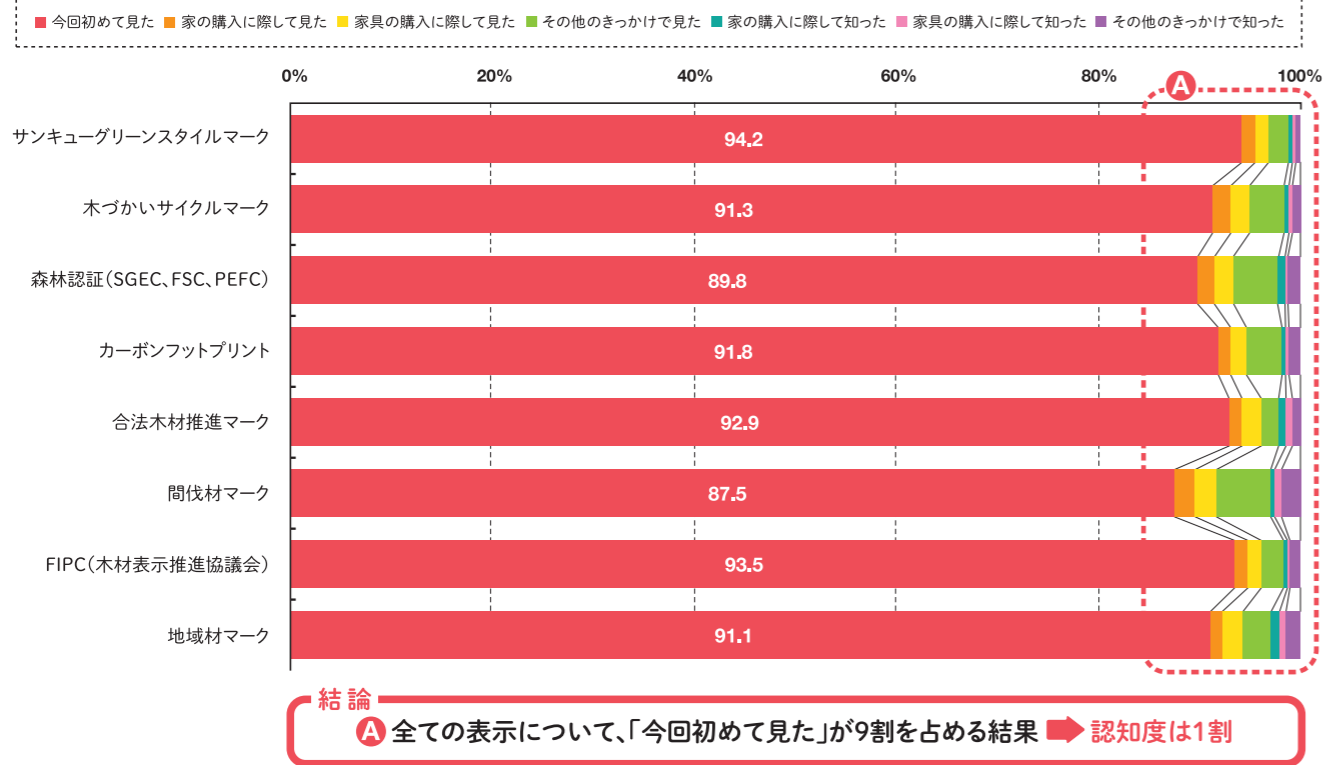


クロス集計



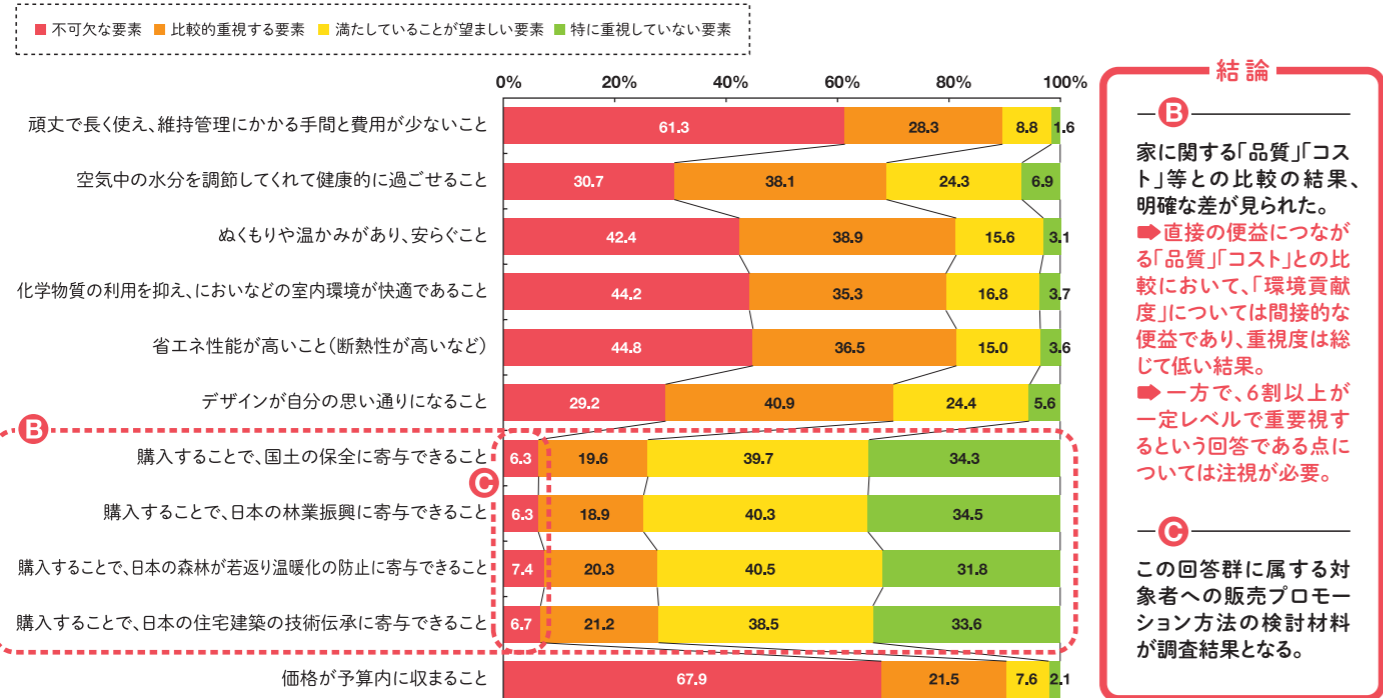
①ラベル表示の認知度

[Q2]木材のラベル表示についてお伺いします。地域産材や国産材には、次のようなラベル表示がされています。これらのラベル表示についてご存知でしたか?ご存知の方は、知った・見たきっかけを含めて、回答してください。

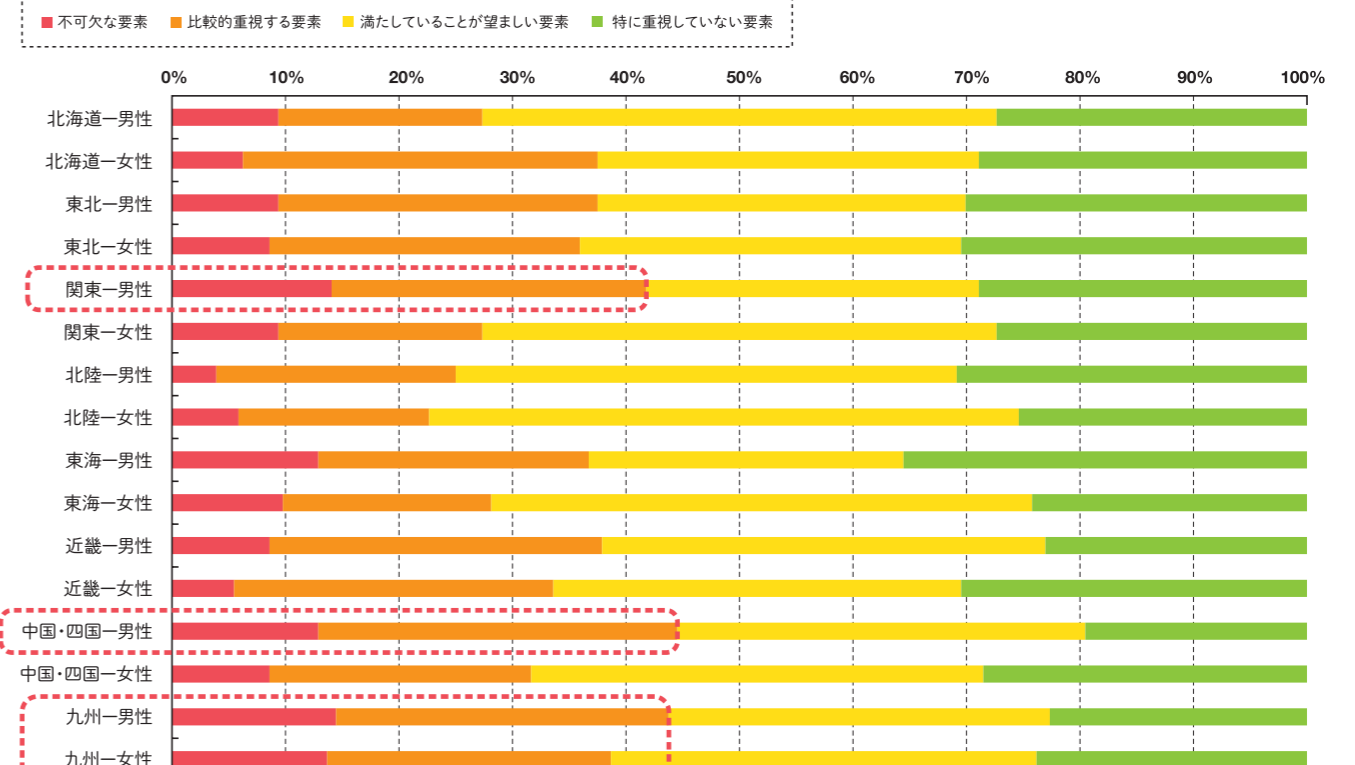


②「環境貢献度」の関心度(住宅)

[Q8]家についてお伺いいたします。家を購入する際、次の各要素をどの程度重視しますか?それぞれ、最もあてはまる選択肢から選んでください。5年以内に木造住宅を購入したことがある方は、その経験を踏まえてお答えください。

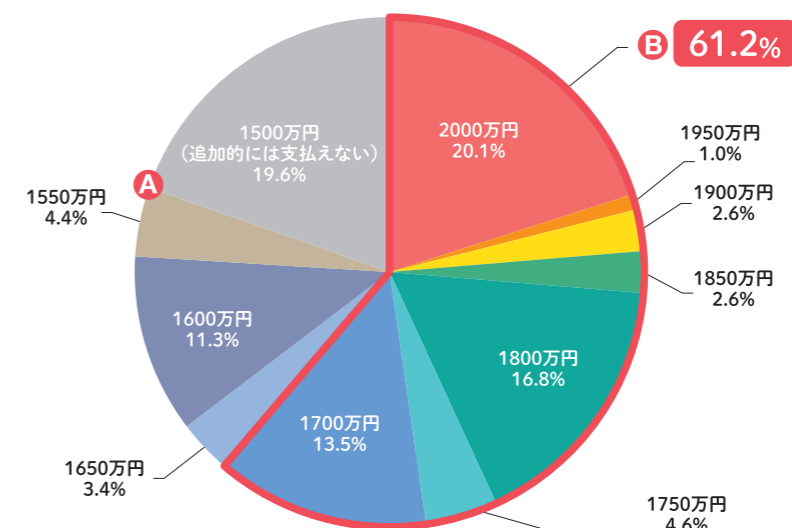


③「環境貢献度」への優先度と居住地との対比(購入予定者)

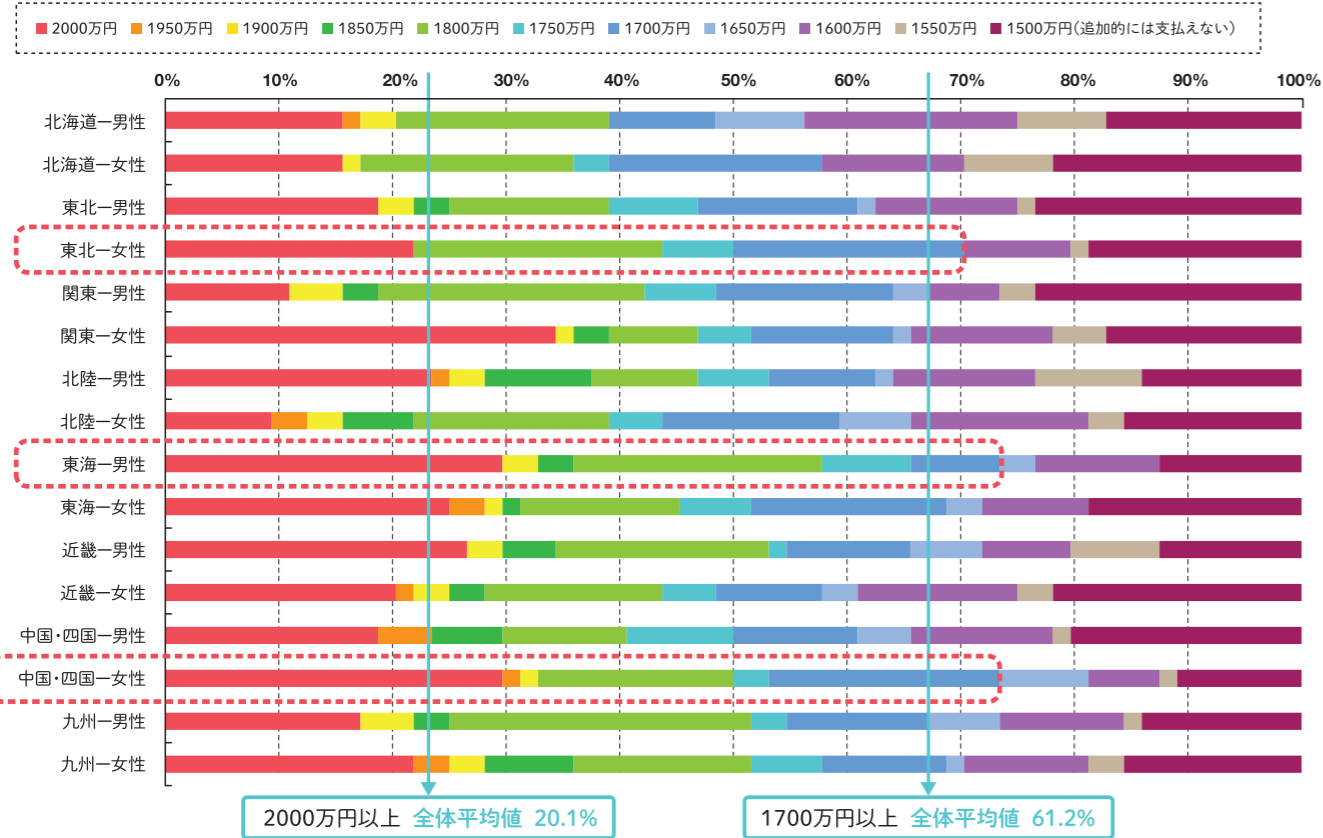


④追加費用の支出意向

[Q13]あなたは土地を所有しており、予算2,000万円(ローン含む)で、一戸建て住宅を新築しようとしていると仮定します。工務店から、外国産の木材を構造材に使用した場合の建築費は1,500万円といわれました。代わりに国産の木材を使う仕様に変更する場合、あなたはいくらまで支払えると考えますか?(n=2048)



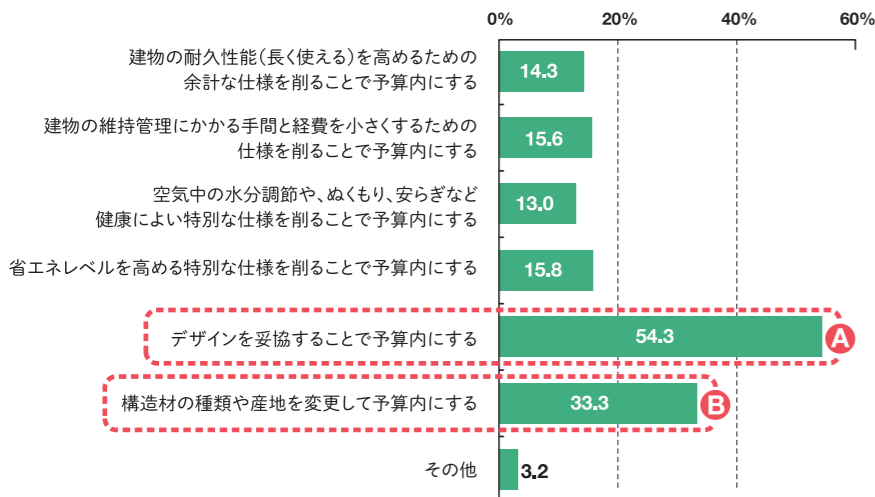
⑤「国産材」への支払意思額と居住地との対比(購入予定者)



**結論**  
 地域・性別により大きな差あり(中国・四国一男性と北陸一女性はほぼ2倍の差がある状況)。  
 ➡ターゲット選択のための情報として活用可能か。

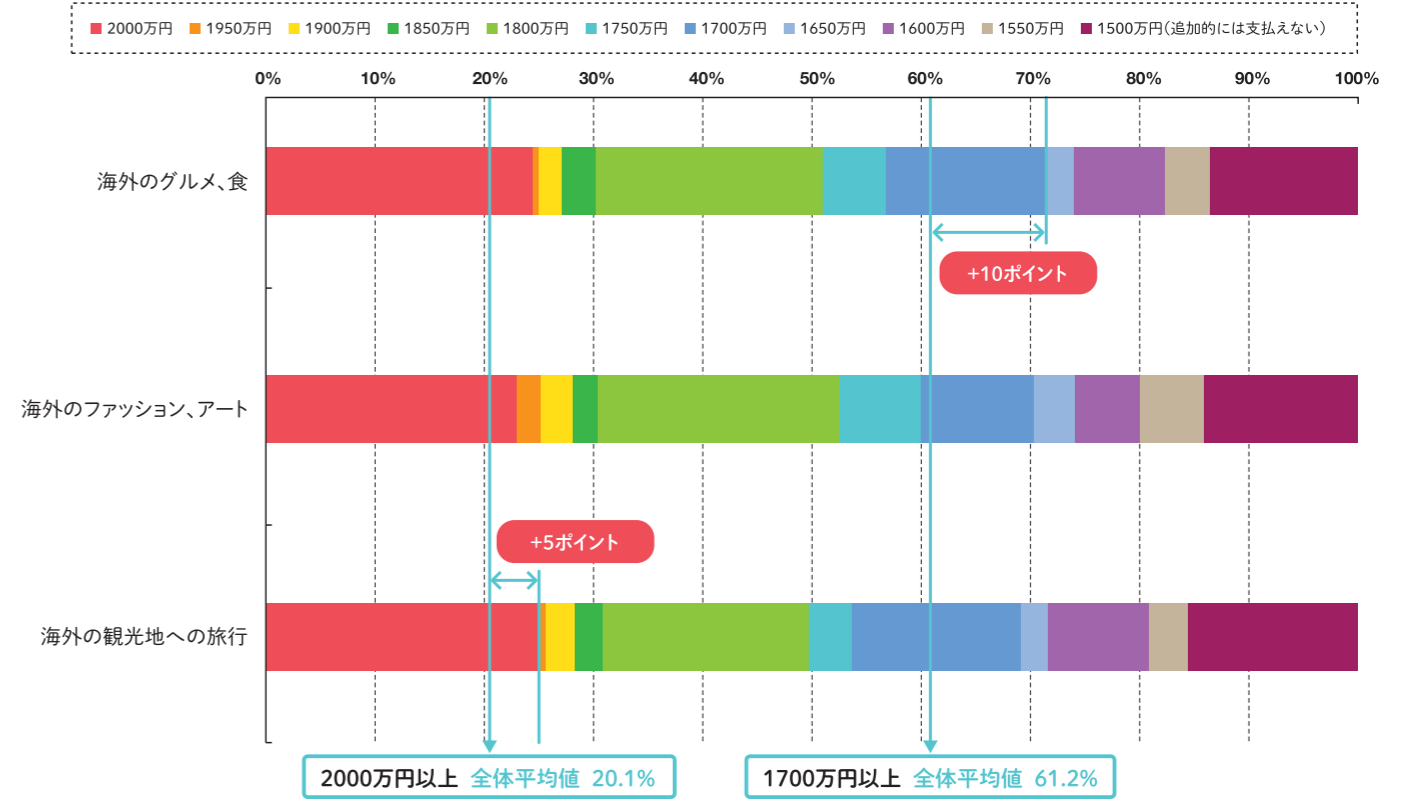
⑥費用削減の対象とする項目

[Q14]あなたは土地を所有しており、予算1,500万円(ローン含む)で一戸建て住宅を新築しようとしてしていると仮定します。工務店から、建築費は1600万円であるといわれました。あなたはどの経費を削ることで予算内にしますか?(いくつでも)(n=2048)

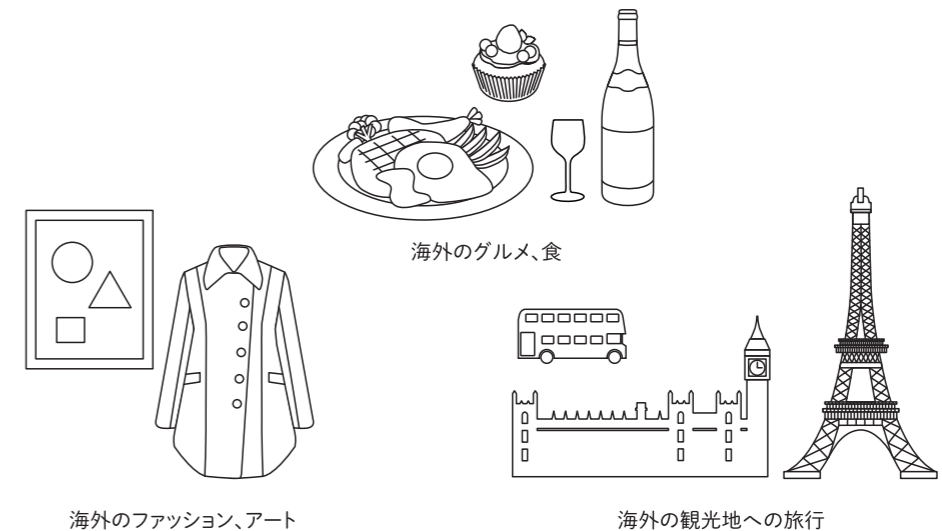


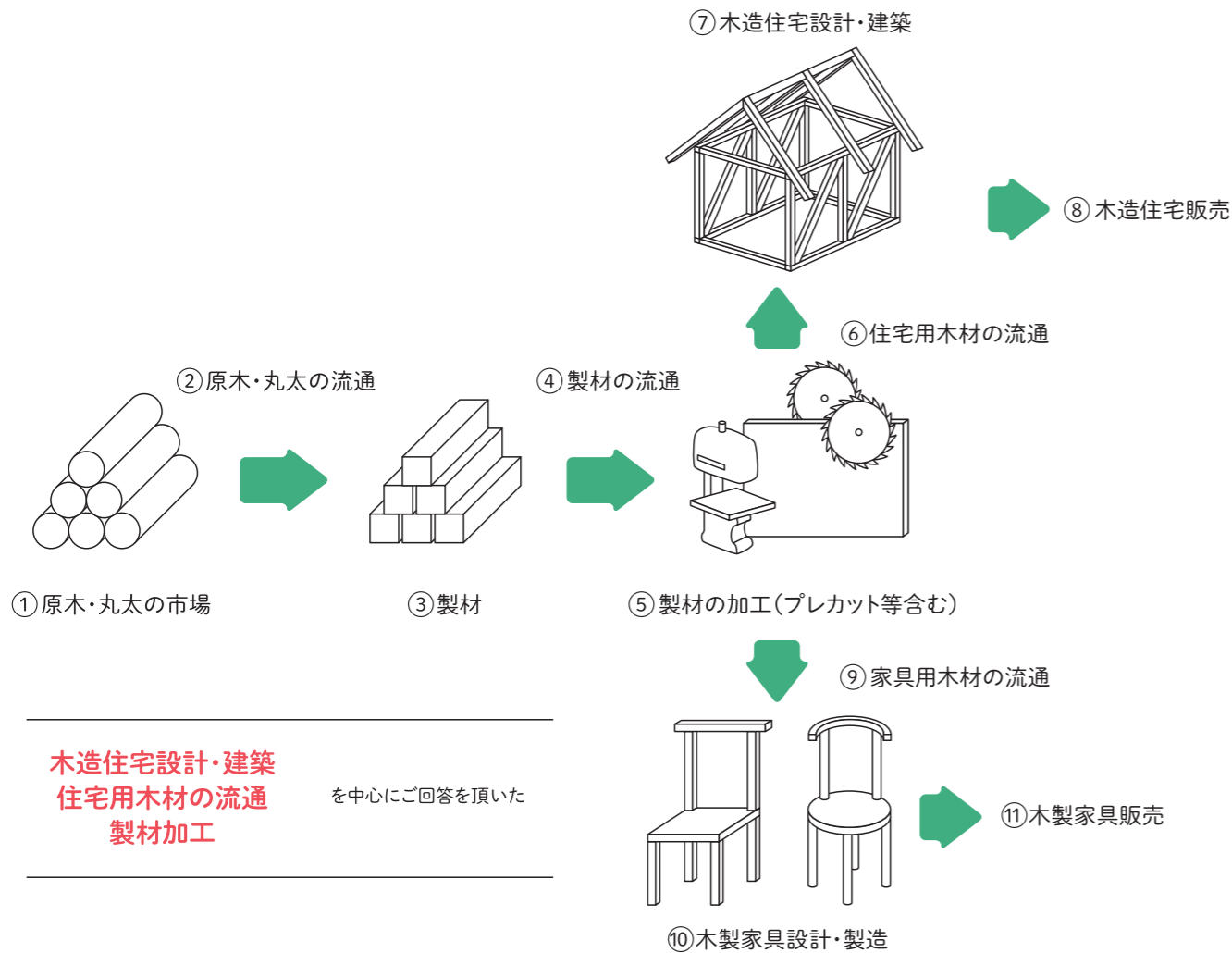
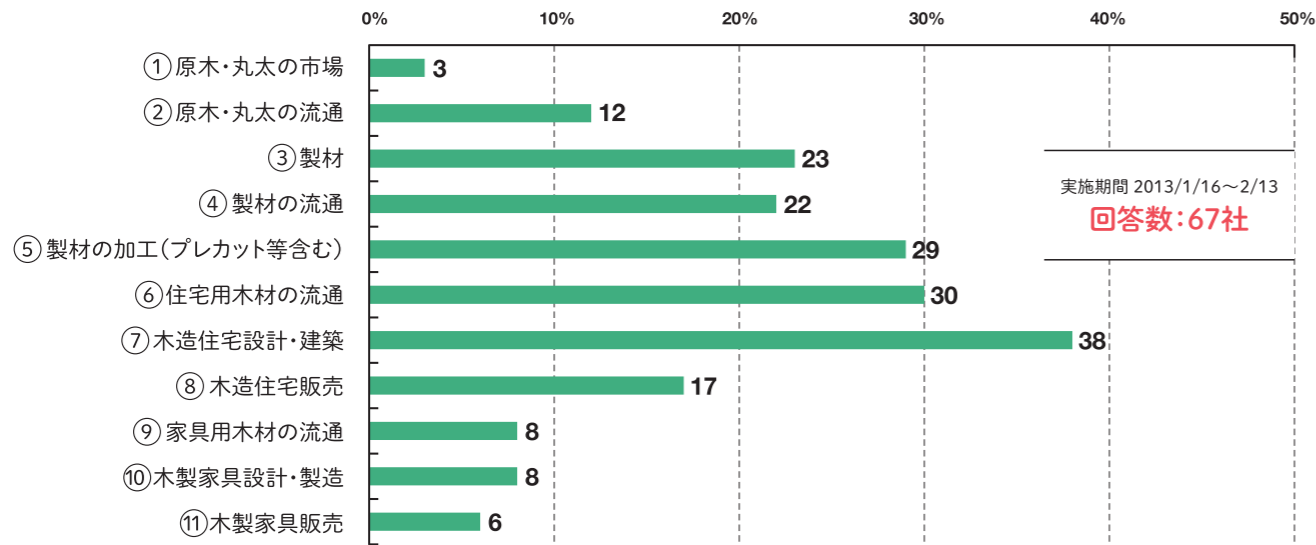
**結論**  
**A** 経費削減対象としてデザインの妥協が5割以上を占める。  
 ➡他の要素と比較して顕著な傾向。  
 ➡国産材よりも先に妥協する選択肢の存在として注視。  
**B** 国産材の有する環境貢献度等を重視しないとの回答と符合。

⑦支払意思額の高い消費者の行動特性(関心事項)

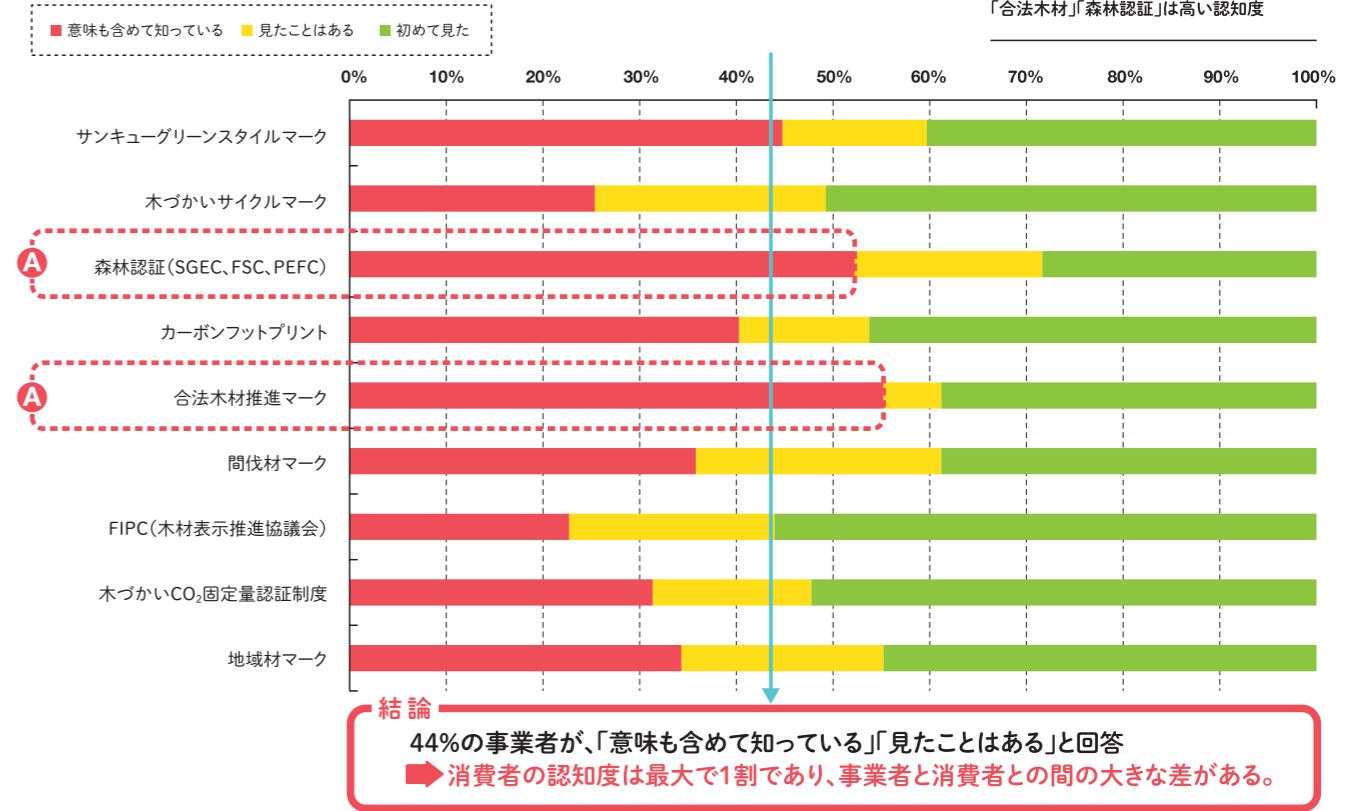


**結論**  
 行動特性から見た場合、支払意思額が大きい消費者のグループの特性として「海外のグルメ、食」「海外のファッション、アート」「海外の観光地への旅行」に対する高い関心を有している傾向有 ➡プロモーション対象として有望ではないか?

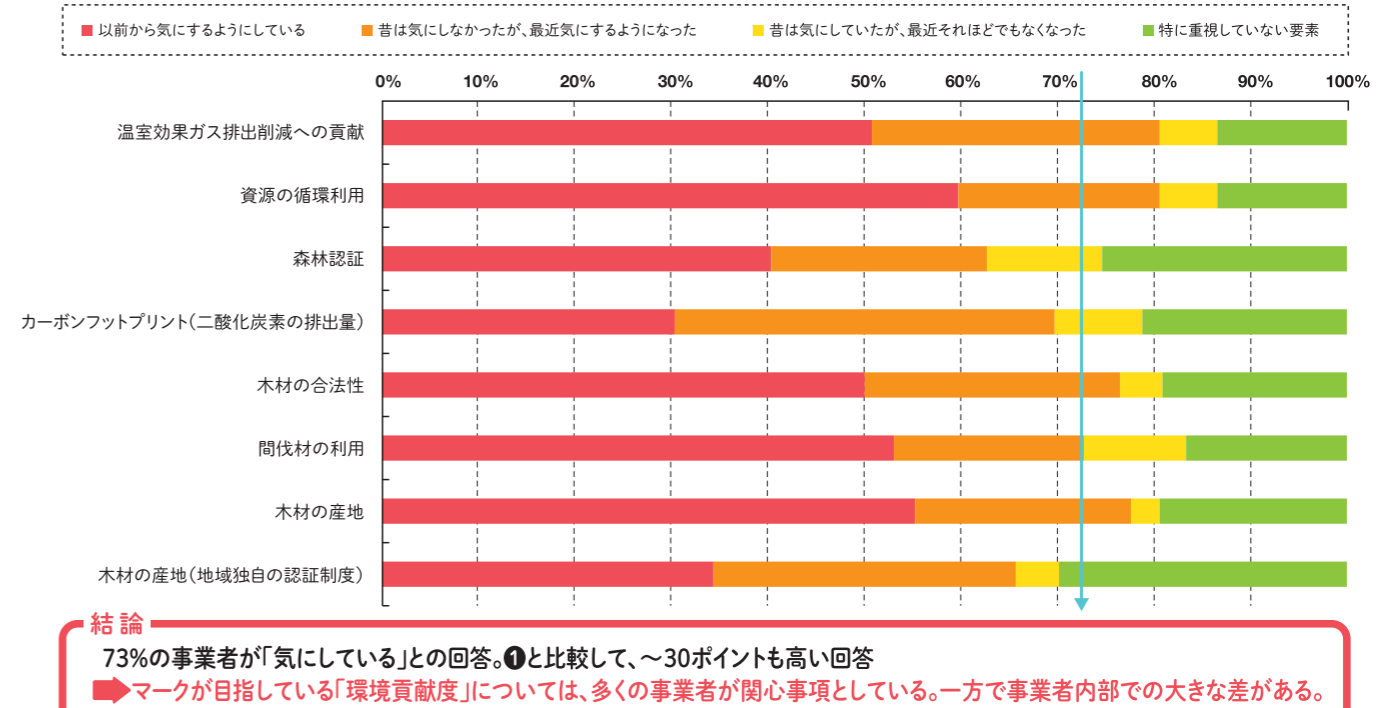




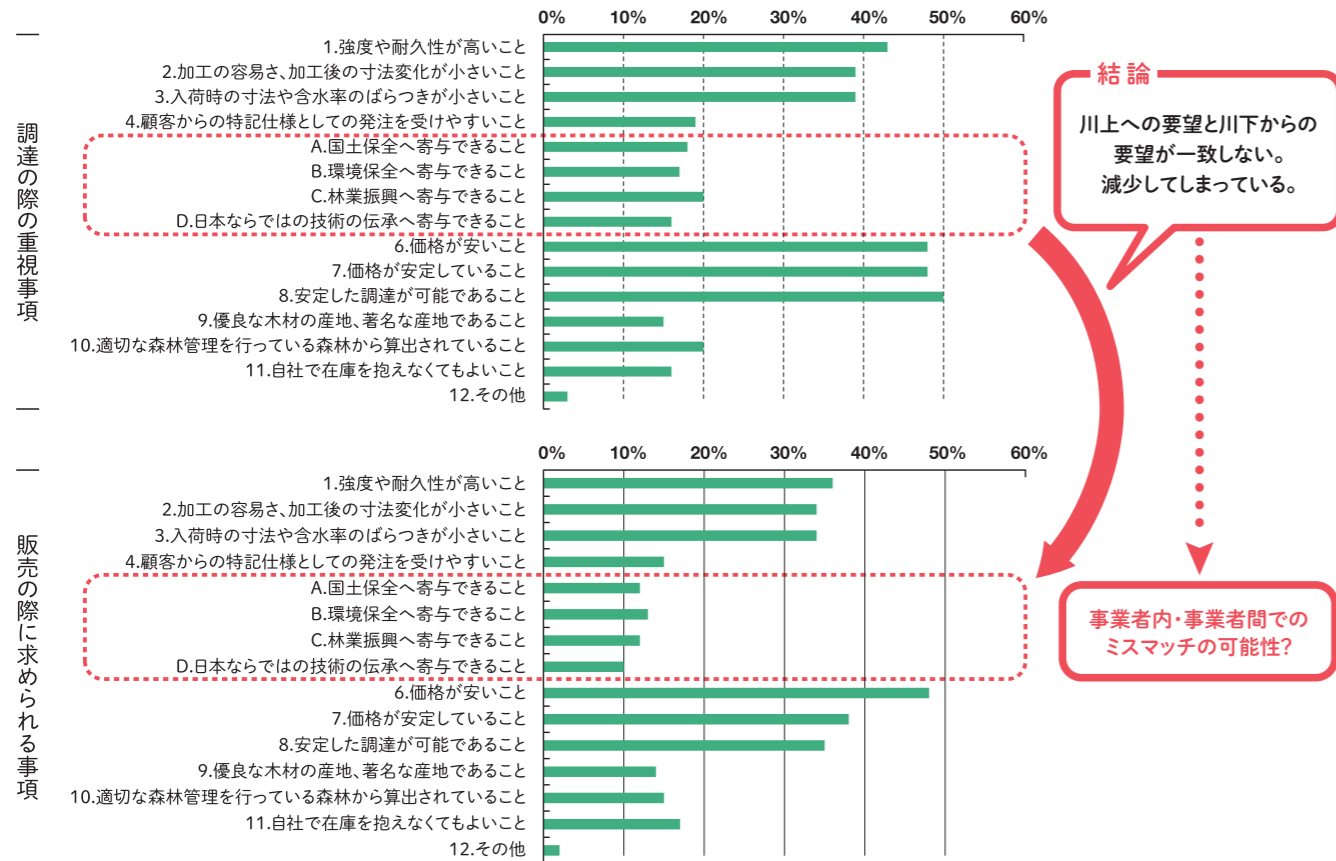
① 環境貢献度表示を知っているか?



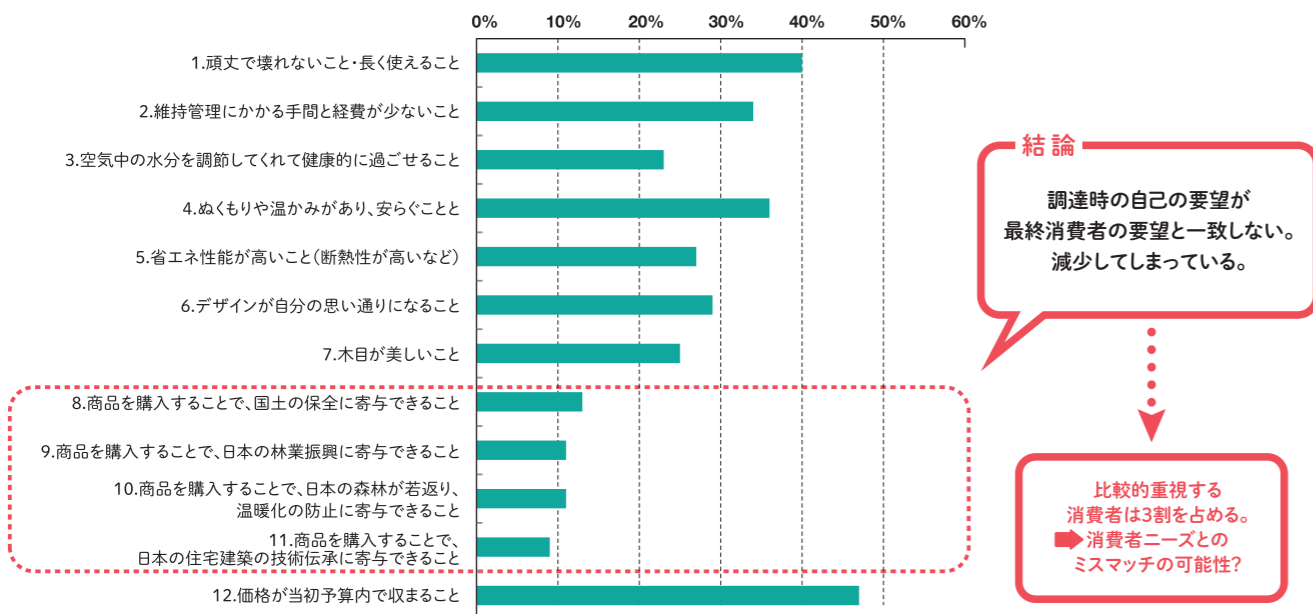
② 「環境貢献度」に対する思い



③ 事業者の環境（川上への要望と川下からの要望）



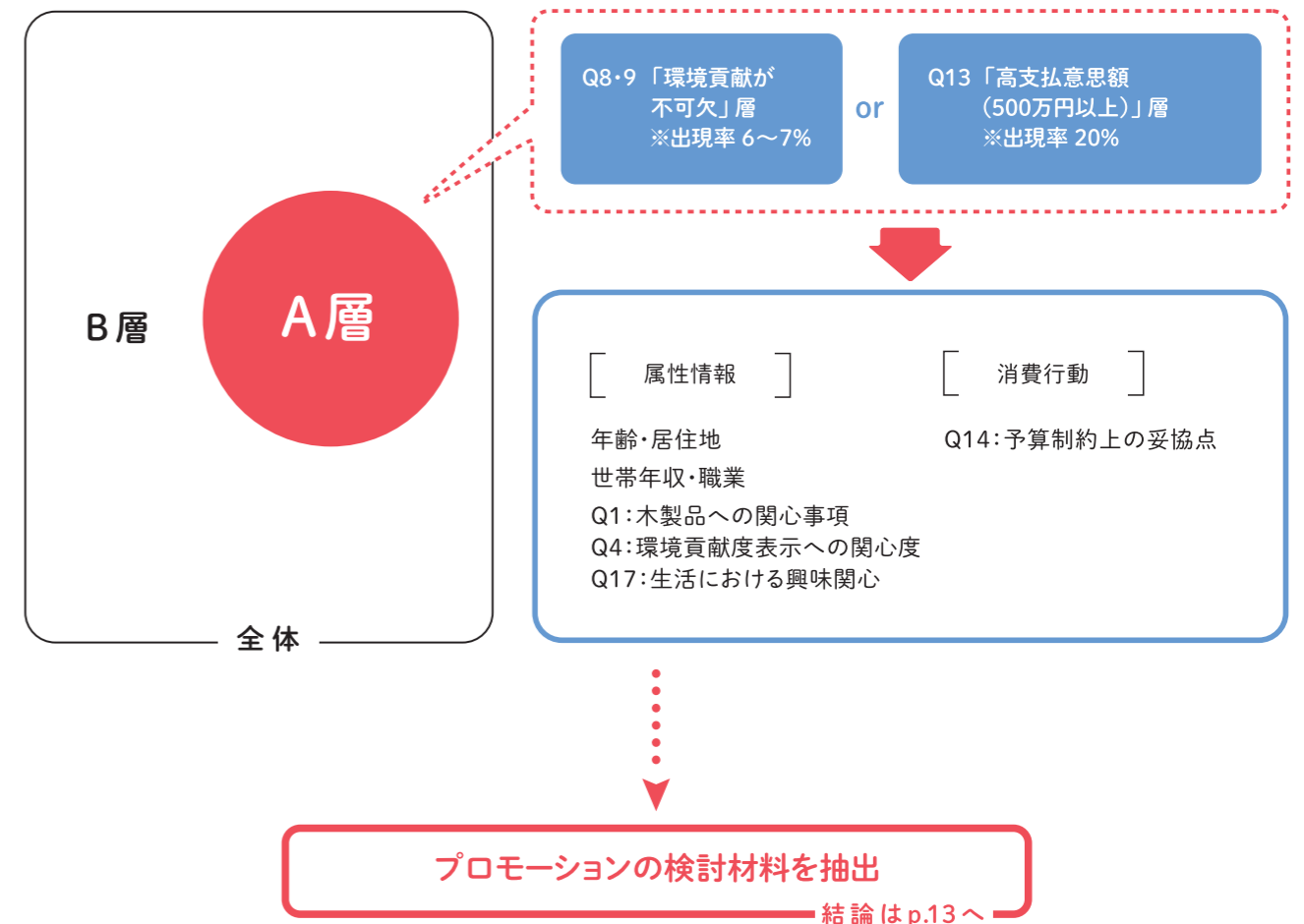
④ 最終消費者の求める事項（事業者としての予測）



木材の環境貢献に共感し購買行動をとりうる消費者モデルの抽出

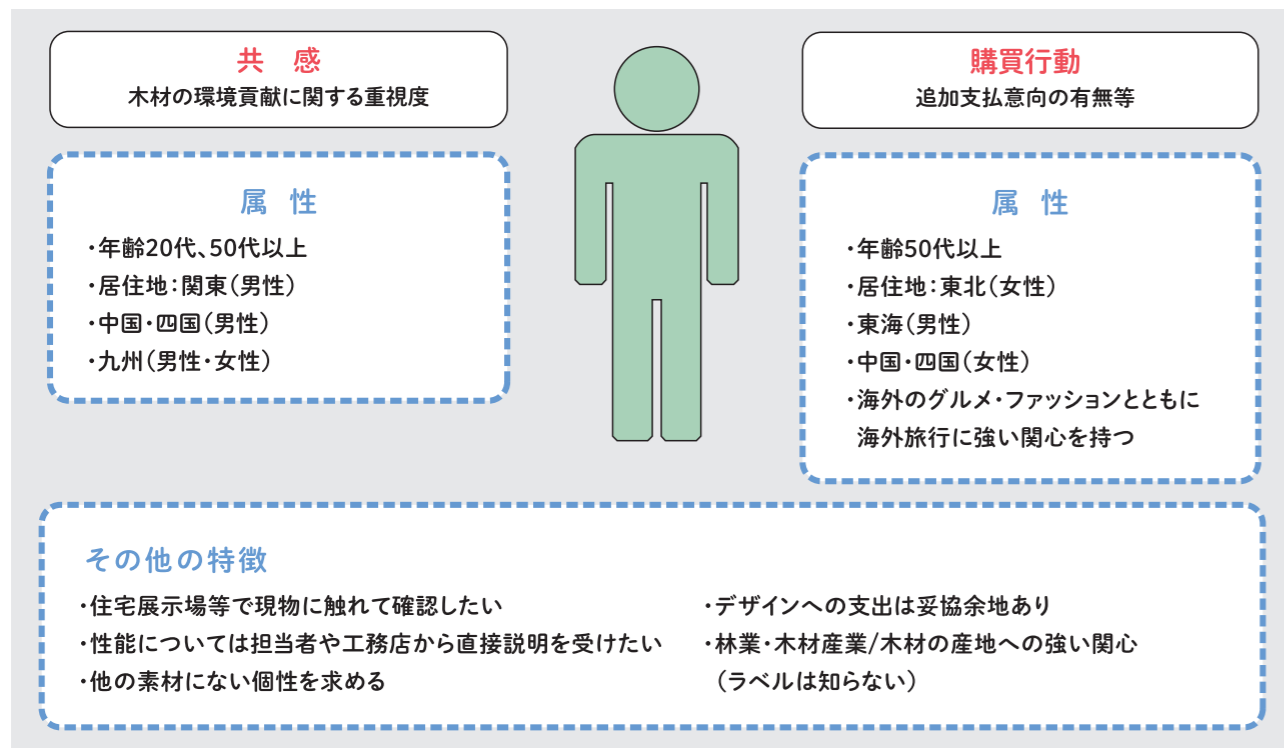
消費者アンケートの結果を基に、以下のフローに沿って特徴的な設問間のクロス集計を行った結果を『木材の環境貢献に共感し購買行動を取り得る消費者』のモデルとして以下に示す。

対象(国産材にValue Priceを受容する可能性がある層)の抽出とプロファイリング



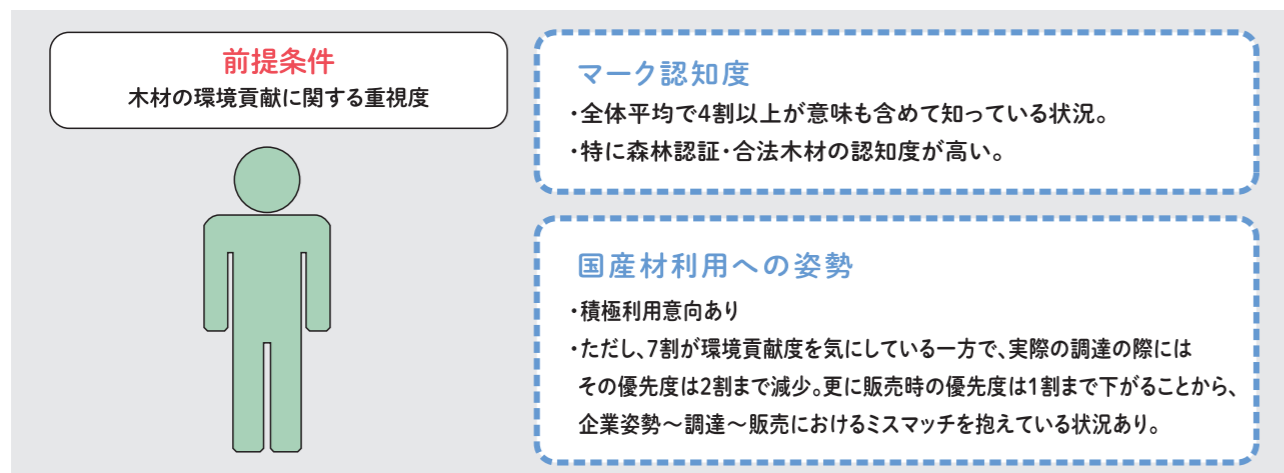
結論

I. 木材の環境貢献に共感し購買行動をとる消費者モデル(結論)



結論

II. 木材の環境貢献を支える業界の現状(結論)



環境貢献度等表示の認知度や木材製品の流通市場の現状についてアンケート調査を実施した結果と、それを踏まえた今後の展望は下記のとおりである。

