

### 基本方針3 森林認証材の普及

分類ア 森林認証材のマーケティング戦略の構築

重点

行動計画 森林認証材のブランド化の検討と大規模消費地等への出荷の拡大

(1) 背景・課題

- 森林認証材のブランド化を図るため、森林認証により環境配慮された材に独自の品質基準を設けた「オホーツクWOOD」の出荷体制を平成23年度に整えたが、需要がないため出荷に至っていない。
- 森林認証の取得メリットが少ないことから CoC 認証事業体数が減少傾向にある。
- 2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピック（TOP）大会において関連施設に認証材が利用される見込みであり、国内における森林認証への関心が高まりつつある。
- 大手建設会社などでは CSR として、環境配慮や人口減少対策としての地域貢献の取組を進めており、国産森林認証材を積極的に利用する動きも見られる。
- TOP を契機として、森林認証材のマーケティング戦略の構築が求められている。
- CSR 活動を模索する首都圏などの企業とのマッチングにより、オホーツク産認証材の利用促進を図る好機である。

(2) 行動計画

- ハウスメーカーやホームセンター、大手建設会社など最終消費者につながる中間業者（産業消費者）をターゲットに市場調査を実施するとともに、オホーツクの森林認証材のイメージなどの売り込みの方向性を検討
- 中間業者に売り込みをするための説明用資料などの共通ツールの作成。
- 首都圏出展イベントへの参加による大消費地へのオホーツク産認証材の販路の開拓。
- エコツツェリア協会等首都圏の公開講座を活用した CSR 活動の強化

行 動 内 容	実施年度					行動主体					
	H 28	H 29	H 30	H 31	H 32	流 域	木 材 業 界	関 係 団 体	市 町 村	振 興 局	国
認証材のブランド化											
市場調査の実施、方向性検討	←	→				○	○				○
共通ツールの作成			↔			○	○				○
首都圏出展イベントへの参加・公開講座活用	←				→	○	○				

(3) 成果指標・目標

CSR 活動を模索する企業とのマッチング数

現状値 (H27) 0社 → 目標値 (H32) 2社

## 参 考

### ◆森林認証材の需要に関わる動向

#### <オホーツク WOOD>



ブランド名称  
オホーツク WOOD

ロゴマークのコンセプト  
オホーツクブランド材の普及とオホーツク海の波を丸太の年輪で表現しています。緑色はオホーツクの豊かな森林を意味しています。

区分	ブランド基準	JAS基準
含水率	10±2%以内	15%以下
寸法基準	材長:±2.0mm	±5.0mm
	短辺:±0.2mm	+1.5mm、-0.5mm
その他	接着の程度	
	木部破断率70%以上	木部破断率65%以上

※ ブランド基準（抜粋）針葉樹集成材

森林認証材に独自の品質基準を設けることにより、オホーツク産材を環境に優しく精度の高い製品としてブランド化するため、平成22年6月にブランドの基準とブランド名、ロゴマークを設定した。また、平成23年3月に事業体の登録や生産を開始するとともに、エンドユーザー等へ認知度を向上させるための普及活動を実施した。しかし、需要がないことから、出荷に至っていない。

#### <東京オリンピック・パラリンピック（TOP）関連施設への森林認証材の利用>

2020年開催予定のTOP関連施設である新国立競技場や有明アリーナなどには国産森林認証材等の一定の基準を満たす木材が使用される見込みであり、これに伴い、全国的に森林認証や森林認証材に対する関心が高まっている。



2016.11.16 新国立競技場整備事業技術提案書より転載

#### <企業のCSRとしての国産森林認証材の利用>

コンビニエンスストアの“ミニストップ”では国産FSC材を活用した店舗の建設を進めており、また、三菱地所グループでも国産FSC材を使用した住宅販売やマンションの木部へのFSC材（ロシア材含む）の使用を進めている。これらの取組は環境への配慮や地域への貢献の姿勢をステークホルダーに示す取組であり、さらに加速していくことが期待される。

#### <森林認証制度や認証材製品の普及PR資料の作成・配付>

流域活性化協議会では、森林認証制度を解説した絵本や論文集、制度を簡単に説明したリーフレットなどの普及資料を作成し、関係機関やジャパンホームショー来場者などへ配布するなどの普及に努めてきた。またオホーツク総合振興局では「北海道オホーツク産森林認証材カタログ」を作成し、イベント来場者への配布や道内工務店への郵送などを行い、製品のPRを実施した。これらの内容を蓄積し、さらに発展させることが重要である。



北海道オホーツク総合振興局

分類イ 加工流通体制の整備

行動計画 加工・流通認証(CoC 認証)の取得促進

(1) 背景・課題

- 網走西部流域では、森林認証材のブランド化を図るため、森林認証により環境配慮された材に独自の品質基準を設けた「オホーツク WOOD」の出荷体制を平成 23 年度に整えたが、需要がないため出荷に至っていない。
- 認証森林から出材される木材を認証材として利用するためには、加工する製材工場や施工する工務店等が加工・流通認証(CoC)を取得する必要があるが、両流域では F S C で 13 事業体、S G E C で 80 事業体（平成 28 年 2 月時点）が CoC 認証を受けているが、取得メリットが少ないことから CoC 認証の取得・更新意欲は低下しつつある。
- 森林認証材の管内での流通体制は整備されてきているが、オホーツク産森林認証材を道央圏や首都圏等大消費地に普及していくためには、素材生産業者のほか、様々な木製品メーカーも事業体認証を取得し、流通体制を確立する必要がある。

(2) 行動計画

- 管内の林産業者や工務店等を対象とした研修会の開催や、道央圏や首都圏のホームセンター・工務店等を対象とした認証材の売り込みを木材業界が主体となって行うことにより、オホーツク産森林認証材へのユーザーの理解と管内林産業者等の CoC 認証取得を促進する。

行 動 内 容		実施年度					行 動 主 体					
		H 28	H 29	H 30	H 31	H 32	流 域	木 材 業 界	関 係 団 体	市 町 村	振 興 局	国
CoC 認証の 取得促進	管内業者等への研修会 の開催	<				>	○	○			○	
	道央圏や首都圏への認 証材の PR 活動	<				>	○	○			○	

(3) 成果指標・目標

オホーツク産材を扱う CoC 取得事業体数

現状値 (H28.2) 93 社 → 目標値 (H32) 130 社

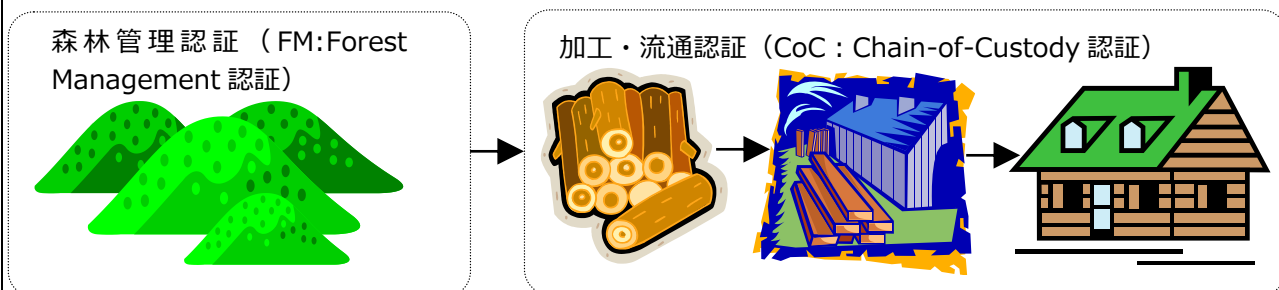
(管内取得事業体約 50%増)

## 参 考

### ◆CoC 認証の現状

#### <CoC 認証とは>

生産・加工・流通における認証制度で、最終製品までの全ての段階で認証を受けた上で適切に分別管理することにより、認証ラベルを付することができる。



#### <オホーツク地域における CoC 認証の取得状況>

両流域の FSC、SGEC の CoC 認証取得事業体数は、延べ 93 社（平成 28 年 2 月時点）であり、取得業種は素材生産から加工・流通、建築まで幅広く取得している状況。

#### ○取得事業体数

	FSC	SGEC
管内合計	13	80

※グループ認証の場合構成員数

#### ○業種別内訳

区分	FSC	SGEC	管内計
<b>素材生産・販売</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>36</b>
<b>製材</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>29</b>
合単板	0	2	2
<b>構造用集成材</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
造作用集成材	0	2	2
<b>プレカット</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
建設・土木	5	26	31
<b>流通・販売</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
その他(建具・木工・ペレット・オガ粉・チップ生産等)	2	26	28

※1 事業体での複数対象事業認定あり