

## 基本方針3 SDGsを踏まえた森林認証材の普及

### 分類ア 森林認証材のマーケティング戦略の構築

#### 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、平成23年度に、環境配慮に品質基準を設けた「オホーツクWOOD」の出荷体制を整えたが、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年東京オリンピック・パラリンピック大会の関連施設にオホーツク産をはじめとする認証材が利用されたことを契機に、国内における森林認証への関心が高まっている。
- SDGsの達成に向けて、大手建設会社などでは環境配慮した取組を進めており、森林認証材を積極的に利用しようとする動きがある。
- オホーツク地域では、豊かな森林資源を背景に、製材やプレカット、CLT製造、家具製造など様々な業種が集積しており、こうした地域の強みを生かしたマーケティング戦略の構築が必要である。
- 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ことが必要である。

##### (2) 行動計画

- 品質基準の再検討や建材のパッケージ化などブランド基準を検討するとともに、ターゲットの絞り込みを図る。
- 認証材の活用がSDGsの達成に資することを全面に打ち出し、CSR活動に積極的な首都圏などの企業へのオホーツク産認証材の販路を開拓する。
- 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と連携するために、地域関係者と要請活動を展開するとともに、動画などを作成しオホーツクの森林認証材の強みを広くPRする体制を構築する。

行 動 内 容		実施年度					行動主体					
		R4	R5	R6	R7	R8	流域	木材業界	関係団体	市町村	振興局	国
認証材の販路拡大	市場調査の実施、方向性検討	←	→				○	○			○	
	PRツールの作成			↔			○	○			○	
	首都圏イベントへの参加	←				→	○	○				

##### (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 (R3) 0社 → 目標値 (R8) 2社

## 分類イ 加工流通体制の整備

### 行動計画 森林認証材を含む地域材供給体制確立に向けた事業者の強化

#### (1) 背景・課題

- 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FSCで13事業者、SGECで76事業者(令和3年11月現在)が認証を受けているが、取得メリットが少ないことから更新意欲は低下しつつある。
- 外国産材の価格高騰や輸入量の減少に伴い、道産木材への受注が増加する一方で、工員不足や施設の老朽化、機械施設(乾燥機やモルダラー)の未保有で対応できない工場が多い。
- 認証材等を道央圏や首都圏等大消費地に安定的に供給するためには、乾燥施設や加工施設の整備を進めるとともに、工務店やハウスメーカー等幅広い業種で事業者認証を取得し、流通体制を確立する必要がある。

#### (2) 行動計画

- 木材業界が主体となり、両流域製材工場や工務店等を対象とした研修会の開催や、道央圏や首都圏の工務店を対象とした認証材の売り込みにより理解と取得の促進に努める。

行 動 内 容		実施年度					行動主体					
		R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	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 取得事業者数

現状値 (R3) 89社 → 目標値 (R8) 89社

(現状の認証取得企業を確保)