

マーク使用で消費者にアピール

会員企業が事例報告

第2回国産材マーク推抄会

日本プロジェクト産業協議会（JAPIC、三村明夫会長）森林再生事業化委員会（米田雅子委員長）が中心となって行っている国産材マーク推抄会の第2回国産材マーク推抄報告会が東京都内で開催された。報告会ではA会員とB会員から国産材マークの許諾状況、課題等が報告された。また国土緑化推進機構から「オリピックにおける木づかい」のPR拠点等の報告があった。

同委員会は昨年8月、長は「発足して8カ月間に発足し、国産材マーク制度を設けることで、国産材製品であることを表示するマークの適切な使用を通じて国産材利用の重要性を普及・啓発してきた。国産材の利用推進と消費者の製品選択を促すことで日本の森林再生の貢献を図る。

今回、A会員8団体から報告があり、そのなかで国産材製材協会の日本集成材工業協同組合から事例として協和木材の取り組みが紹介された。

協和木材はバンドルごとに国産材マークのシールを張り付け、杉管柱、間柱を中心にハウスメーカーやプレカスト工場に出荷している。出荷先からバンドル単位よりも製品個々に表示することで顧客からの理解度が高まる。現在の意見があり、現在製品にも表示している。今後、外材との差別化を図り国産材のPRに努める。

B会員6団体からの報告では、地域の国産材活用が見える化の取り組みの話が多かった。そのなかで大東建設は国産材を使用していることが分かるように



A、B会員から許諾状況などが報告された

に足場養生シートに国産材マークの垂れ幕を採用。製品にも岩手県「気仙杉」にオリジナル国産材マークを刻印することで地元の杉を使っていることを分かりやすくした。今後、地元住民に普及・啓発を促し、積極的に地元の木を利用してもらうように努める。

タマホームは、顧客から「本当に国産材を使っているのか」と不安の声があったことから材料一つひとつに国産材マークを印字した。中国木材も同様に取り組んでいる。その結果、外材との区別が

明白になり、施主に安心してもらえようになった。

国土緑化推進機構からオリピックにおける木づかいのPR拠点として、中央区勝どきエリアに衣食住を組み合わせた常設施設を建設する報告があった。同エリアは選手村の建設などで話題性が出ており、倉庫跡地という大空間を生かした木質化の施設建設が可能だと期待されている。

提案としては、全国の産地と連携してムクフロアリングエリアを設置する。また、木材利用ポイント対象の木製家具を配置することで木材利用ポイントとオリピックでの木づかいのPRを図る。また、木製棚・ラックを設置して全国のオーガニック食材を販売し、日本の食文化と木の文化をPRする。