

顔の見える木材での家づくり

ーネットワーク活動促進に向けてー



■ はじめに

近年の消費者の住宅に対するニーズは、「安全・安心・健康」に高い関心を寄せており、地域住宅の供給もこれに対応する方向での取り組みが重要となってきています。

このため、全国の各地域で、地域の林材界と工務店などの関連業界がネットワークを組んで、地域材、その他の地域自然素材を多用する家づくりが進められており、現在、そのネットワークグループ数は全国で500余りを数えています。しかし、その活動は必ずしも順調とはいえず、グループ存続に問題を抱えているところも少なくありません。

そこで、「顔の見える木材での家づくり」推進事業の一環として、『家づくりネットワーク活動強化策』を目的にして、全国の24グループを調査した中から特徴のある活動内容を抽出して本冊子を作成しました。本冊子では、ネットワークリーダーの業種により、大工・工務店主導型、製材・プレカット主導型、設計事務所主導型の主だった3主導型について、それぞれ特徴のある活動内容を紹介しております。

本冊子が、家づくりネットワークグループ活動の活性化に向けて活用され、今後の事業発展に繋がっていくことを期待します。

■ ネットワークにするメリット

ネットワークにすることで、次のような効果が期待できます。

- ・消費者が森林～製材～住宅施工までのつながりを持つ全工程を確認することができ、消費者が安心感を持てる。
- ・グループ全体で、住宅の供給システムについての課題（合理化や納期短縮等々）を検討でき、また理念を共有するメンバーであるため、改善に向けた迅速な実行が可能である。
- ・クレームや定期点検に対してメンバー全員で対応できるため、迅速に処置できるなど、総合力が発揮できる。
- ・メンバーの各種の専門的見地を活かして、新商品・新技術のアイデアが煮詰められ、グループ内での設計や協力的試作を経ながら実現できる。また、開発された商品の利益の一部をグループ運営費に回すことができるなど、グループ全体での会費資金繰りが可能となる。
- ・核になる人物が、技術・技能を持ちながら営業力の弱い業者を引っ張っていくことで、住宅の供給体制を確保しながら業績を築いていくことができ、またメンバー全員が経営安定の方向に向かうことができる。
- ・地元の消費者をメンバーに巻き込むことにより、供給側として地元ニーズをより汲み取ることができ、地元消費者の望んでいる住宅を提供することができる。

各グループに共通する特徴的な活動内容

- 地場産材を積極的に活用し、地域材にこだわる良質な家づくりを行っている。
- 建設中の構造見学会、完成見学会およびOB住宅の見学会を行い、無垢材の良さや欠点を五感で体感してもらう。
- 真壁にもこだわりながら、地域の自然素材、伝統的な技を活かした家づくりを行っている。
- 材の標準化、部材開発、プレカット化等により、コストダウンを図り、なお新商品の開発も行っている。
- 顧客名簿やOB会などで顧客の組織化を図り、地域森林や加工工場で自然素材を使った体験教室、見学会等の催しの参加を募っている。
- 住宅完成後、ネットワークが一丸となってクレーム対応及び点検を実施しながら品質のレベルアップを志向し、また施主や周りの人達に対して信頼関係を築いている。

大工・工務店主導型

特徴的な活動内容

- 建設中の構造見学会と完成見学会およびOB住宅の見学会を積極的かつ継続的に行っている。
- 建材、資材や仕様の合理的な標準化、規格化を行う事でコストの低減が実現されている。
- 若い世代が入手できる合理的価格の商品が開発されている。
- 木材性能の安定とクレーム対策として乾燥材の積極的活用が行われている。

方針・理念・運営

方針・理念

運営

● 理念が明確で価格、性能、環境などに対応している

- 八溝杉の住宅をブランド化し、低価格で高品質な住宅の提供できる体制を構築する（八溝杉）
- 積雪地域のため、高床3階建てで積雪対策の取れた地域に合った住宅建設（新潟の山）
- 会運営の固定費は年間1000万円以内、損益分岐点を4～5棟に設定できる（山梨県健康）
- 1グループを大きくするのではなく、30棟作るグループを各地に展開していく方針（山梨県健康）

住宅の質・価格・工法

合理化・標準化

● 地域材に合わせた家づくり・材の共通化の推進、自然素材や真壁にこだわる

- 山ごと一括購入し、山で約半年葉枯らししてから製材する（八溝杉）
- 一部の仮設資材を共同購入している（東濃ひのき）
- 「南部の木」というブランド化された県産材を必ず使い、「南部の木」に合せた家づくりを行う（山梨県健康）

工法

- 木部材について部材共通化を行い、その結果手間の削減が可能で合理化を推進（八溝杉）
- 前後工程の職人同士で工程スケジュール調整をおこない、無駄な動きを無くしている（山梨県健康）
- 全ての住宅は、地元の烏山和紙や大谷石も活かした自然素材と真壁にこだわる（八溝杉）
- スパンは2間、標準的な1階が4間×5間、2階が4間×4間にして部材標準化（八溝杉）
- 床材・天井材を36mmのスギ厚板に統一し、垂木を不要にしそのまま軒先を1mほど出せる（八溝杉）
- 発電所の熱を利用した乾燥室を活用し、積極的に乾燥材を使用している（東濃ひのき）
- 柱勝ち工法により、決まった寸法の部材を乾燥材として在庫する（伊那谷）

乾燥材の使用

営業活動

展示場・OB見学会

● OB施主住宅などで木材を肌で触れることが出来る

- 一般消費者が現物の住宅を見て、むく材の割れやそりを確認できる（八溝杉）
- 見学するだけでは伝わりきれない絵の温もりや優しさを、宿泊体験型モデルハウスで感じてもらう（東濃ひのき）
- 100%乾燥材を使っている住宅の構造見学会を実施している。参加者は40組前後である（新潟の山の木）
- 生協とタイアップし、チラシを無料配布してもらう。自然食品購入層のため、ダイレクトに「健康住宅」が伝わる。生協購入者達の集まりにも参加する（山梨県健康）
- 勤め人施主は現場立会いが難しいのでパソコンで現場の状況が確認できるサービスを行う（山梨県健康）
- 無害な材料で住宅を作り、「家を壊す時は我々が引き取り、古紙再生等にする」と発信（山梨県健康）
- 来店者にアンケートを取り、翌日には図面提案等の説明対応ができるよう、PCソフトも対応（山梨県健康）

顧客の組織化

● 顧客名簿で体験ツアーや見学会を行っている（東濃ひのき）

- じいちゃん、ばあちゃんが先生になる山学校で自然に触れるイベント（八溝杉）
- 展示場の2階を使って、烏山の和紙を使った照明づくり教室を開いている（八溝杉）
- 20歳代に対応した企画（ふくしま森の遊学舎）、子育て時期の30才代が購入可能な価格設定（山梨県健康）
- 1500～1600万円台の真壁で柱・梁が現わしでありながらモダンな雰囲気のある住宅を提供（八溝杉）

消費者との関わり

一次取得者の取込み

品質管理

クレーム対応・予防

● 効果的なクレーム対策・予防が出来る

- 性能保証に加入する（東濃ひのき）
- 担当工務店が処理するが、組合としても対応できる体制が整っている（東濃ひのき）
- 消費者に価格帯の魅力と無垢材の欠点を正直に話し、理解してもらう（山梨県健康）
- 半年～1年後に工事した職人により不具合箇所を修理、なくても点検を行う（山梨県健康）

大工・工務店主導型 01

基本情報	メンバー	実績	実績／ 構成員	営業ツール	地域の強調	木材の ブランド	坪単価	営業エリア
東濃ひのきと白川の家建築協同組合 (岐阜県加茂郡白川町)	素材生産者・大工工務店 33 者	H15 年／355棟 H16 年／405棟	405／33＝ 12.27	展示場・ 宿泊体験	県産材を 営業活用	乾燥材を 100%使用	60万円 未満	—
八溝杉の家づくり協同組合 (栃木県烏山町)	素材生産・製材・小売・大工工務店・家具・設計者の11者	H16 年／10棟 H17 年／11棟	11／11＝ 1.00	常設展示場	県産材 100%活用	自然素材で若 者向け価格の 商品開発	50万円 未満	栃木県・ 茨城北部

東濃ひのきと白川の家建築協同組合



宿泊体験の出来るモデルハウス

八溝杉の家づくり協同組合



若年代向け低価格住宅



快適性・耐久性に富、環境負荷が少ない住宅



自然素材(烏山和紙・大谷石)と真壁にこだわった住宅



乾燥材を豊富に使用した住宅



標準スパン2間の住宅

大工・工務店主導型 02

基本情報	メンバー	実績	実績/ 構成員	営業ツール	地域の強調	木材のブランド	坪単価	営業エリア
協同組合山梨県産材健康住宅研究会 (山梨県南巨摩郡南部町)	素材生産者・製材工場・大工工務店・小売業・設計者他14者	H16年/10棟 H17年/10棟	10/14 =0.71	常設展示場・現場見学会・カタログ・チラシ・標準化	県産材 100%活用	南部の木にこだわる・健康住宅	50万円 未満	山梨県・長野・静岡・東京
新潟の山の木で家を造る会 (新潟県十日町)	素材生産・小売・大工工務店・他32者	H15年/312 H16年/315	315/32 =9.84	体験ツアーなど	積雪対策で差別化	構造材は100%乾燥材	60万円 未満	全県下

協同組合山梨県産材健康住宅研究会



無垢の木と自然素材による健康住宅

新潟の山の木で家を造る会



1階RC混構造による積雪対策差別化住宅



標準化



見学会（構造材は100%乾燥材）



50万円/坪を切る健康住宅



地産地消・自然素材の住宅

製材・プレカット主導型

特徴的な活動内容

- 積極的に地域材をPRしながら工務店との連携による営業推進を行っている。
- 流通経路の簡素化などで競争力のある商品を提供している。
- 木材の不燃化や板材の塗装品などの新商品の開発に力を入れている。
- 乾燥方法にこだわり、良質な商品提供が重要である。

方針・理念・運営

方針・理念

- 消費者に向けた姿勢で、住宅の質や新商品を追求する
- 山が大変だからではなく消費者のために本当に良いものをと、国産材のマーケット創出を行う
(山の加工場)
- 価格でメーカー等と競合せずに、質で勝負する(ドライウッド土佐)
- 会費は徴収せず、プロジェクト毎に必要な経費を捻出し、商品の売上げの中から運営費に回す
(山の加工場)
- アフターメンテを実施するためにも、工務店の利益は15~20%を設定する(山の加工場)
- 設計者とそのつながりのある工務店をメンバーに入れる事でトラブルが少なくなった
(ドライウッド土佐)

運 営

住宅の質・価格・工法

乾燥材の使用

- 乾燥材の安定的な供給に向けて活動している
- 組合で乾燥ができるため乾燥材の安定的な供給ができる(ドライウッド土佐)
- 人工乾燥2週間の後、自然養生1ヶ月のものを製材している(山の加工場)
- ストックヤードで天然乾燥後、中温乾燥が理想である(フォレスト)

合理化・標準化

- 流通経路の簡素化、部材開発や標準化でコスト削減を積極的に行っている
- 工務店に直接販売することで流通経路の簡素化を図り経費の削減(ドライウッド土佐)
- コストダウンは、材の標準化(フォレスト)、部材開発(山の加工場)、プレカット化(庄内木材)による
- 建設の経費は20%以内とし、材料には経費を乗せないことにより競争力がもてる(山の加工場)
- ローコストビルダーとは客層が違うので競合しない(フォレスト)
- 現代の住宅は廃材処理に困るビニールハウス、廃材処理も容易な健康住宅の主材の開発を行う
(山の加工場)
- 木材の不燃化の商品開発の研究(フォレスト)(山の加工場)
- 技術基準・商品基準を定め、品質が良ければ2割程度高くても先に売れる(ドライウッド土佐)

新商品の開発

営業活動(見学会支援など)

工務店等への営業

- 地域材PRアイテムを工務店等に提供しながら、共に活動している
- 大工、工務店にブランド材パンフ、<とってお木通信>を送り、製材工場を支援している
(福島県ブランド)
- 設計事務所に積極的に営業している(ドライウッド土佐)
- 工務店と共同で住宅見学会を開催している(ドライウッド土佐)
- OB施主見学会を実施(庄内木材)
- 建て替え需要層に絞って、ある程度余裕のある方々に向かってPR(庄内木材)

顧客の組織化

広範な情報・補助金の活用

行政との連携・補助金

- 新商品開発や乾燥機等の設備導入に補助金を活用している
- 木材の不燃化に関する研究で設備資金と研究費に補助金(フォレスト)
- 事務局がパイプ役となり、乾燥設備等を共同施設として導入する(福島県ブランド)
- 補助金に頼らず自助努力で活発に活動しないと遅れてしまう(山の加工場)

品質管理

クレーム対応・予防

- 迅速なクレーム対応は優先順位第一位である
- クレーム対応は優先順位第一位である(フォレスト)
- クレームには値引きでなく木材の交換で対応している(ドライウッド土佐)
- 2年点検で品質を確認している(山の加工場)

製材・プレカット主導型 01

基本情報	メンバー	実績	実績／構成員	営業ツール	地域の強調	木材のブランド	坪単価	営業エリア
山の加工場ネットワーク (三重県松阪市)	林業組合・素材生産者・製材・家具・大工工務店・設計事務所・消費者・行政・素材メーカー37者	H16年/150棟 H17年/90棟	90/37 =2.43	ホームページ・森林ツアー・O日住宅見学会・カタログ・技術開発・セミナー	国産材のマーケット創設	人工乾燥(2週間)の後、自然養生(1ヶ月)の材を使用。又、新しい機能を持つ木材を開発。	60万円未滿	東海・関西・関東・北九州
協同組合ドライウッド土佐会 (高知県高知市)	製材工場のみ9者	H16年/53棟 H17年/40棟	40/9 =4.44	ホームページ・森林見学会・技術商品標準化	地域材90%以上	安定した品質の乾燥材板材(含水率10%) 柱材(20%) 梁桁(25%)	60万円未滿	主に近畿圏・中国・四国

山の加工場ネットワーク

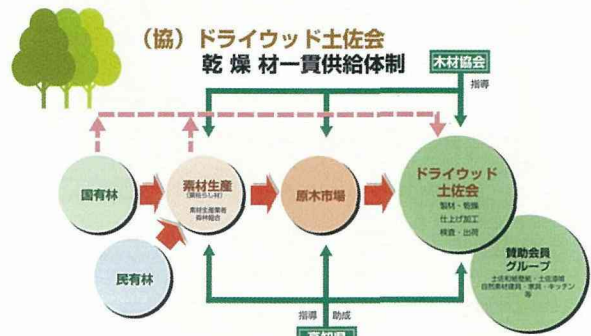


山側とユーザーの交流会



ワークショップ

協同組合ドライウッド土佐会



乾燥材供給フロー

健康住宅がここに
環境に人優しい
木の生活

土佐乾燥木材
自然素材住宅のすすめ

Drywood TOSA
協同組合
ドライウッド土佐会
www.inforiyoma.or.jp/dw-tosakai/

地域材パンフレット 設計事務所への営業ツール

天然素材

マンションってなぜか冷たい印象がするんです。

木の温もりを取り入れた、
天然志向のマンション空間を提案します。

健康住宅コーディネーター、横溝金平氏の技術協力により、
木の温もりをマンションの空間に再現しました。

コンクリートで囲まれたマンションにこそ、
天然素材のやさしさが重要です。

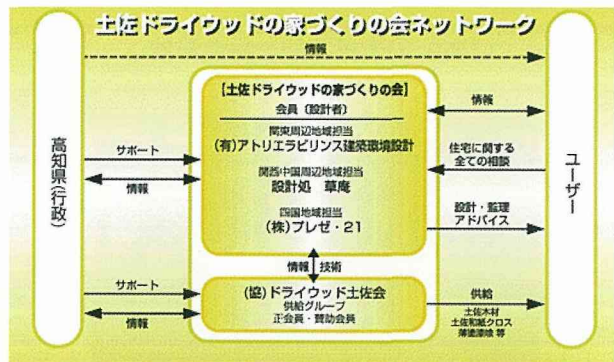
健康住宅コーディネーター、横溝金平氏の技術協力により、
木の温もりをマンションの空間に再現しました。

PROFILE

健康住宅コーディネーター、横溝金平氏の技術協力により、
木の温もりをマンションの空間に再現しました。

健康住宅コーディネーター、横溝金平氏の技術協力により、
木の温もりをマンションの空間に再現しました。

マンション内装システムの提案



工務店に直販する家づくりの組織図

製材・プレカット主導型 02

基本情報	メンバー	実績	実績／ 構成員	営業ツール	地域の強調	木材の ブランド	坪単価	営業 エリア
協同組合 フォレスト西川 (埼玉県飯能市)	林業組合・製 材木材加工業 5者	H16年/450棟 H17年/450棟	450 / 5 =90.00	ホームページ・体 験ツアー・展示 場・技術標準化	地域材は45%程 度	乾燥材・優良材の 扱い・地域森林資 源の総合的活用	60万円 未満	関東 近県
福島県ブランド 材 生産協同組合 (福島県福島市)	製材・木材加 工業14者	H16年/15棟 H17年/30棟 (とってお木 プレゼント効果)	30 / 14 =2.14	ホームページ・建 築現場見学会・カ タログチラシ	ブランド材普及と 認証工場制度・ <とってお木>	乾燥機等の共同購 入・ブランド材の パンフレット	特定なし	福島 全県

協同組合フォレスト西川



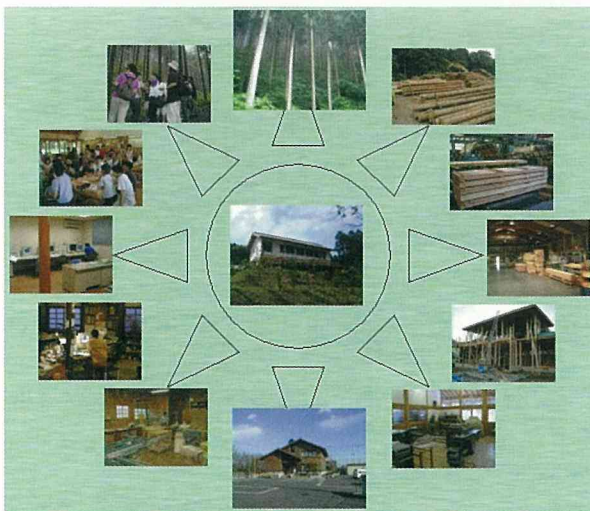
植林から建築まで森林資源の総合的活用

福島県ブランド材生産協同組合



「とってお木通信・第9号」のご挨拶

情報誌「とってお木通信」
県産ブランド材の理解と利用拡大のためのツール



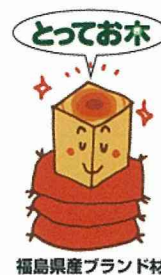
「木」の情報集積と発信基地



ブランド材パンフレット 工務店への営業ツール



木工体験



福島県産ブランド材



とってお木を使って建てた家

福島のブランド材には、このマークが貼付されています

設計事務所 主導型

特徴的な活動内容

- 地場産材の自然素材である杉、和紙、土などを積極的に活用している。
- 地域材の杉で柱と梁や板材としてもふんだんに活用している。
- 大工の伝統的な技術や新しい技術も取り入れて良質の住まいを提供している。
- 家づくりのネットワークで<家づくりと文化>を一緒に提供している。

方針・理念・運営

方針・理念

● 住宅づくりの理念が明快である

- 設計者がきちんと住まいを考えると、良質な材料と施工者のネットワークが必要である (京 杉の家)
- 物だけ売ると価格競争になるので、家づくりと文化を一緒に売る (土佐派)
- 地場産材を使う家づくり (土佐派)、「地域材にこだわる」という理念を共有している (木の道)
- 地域の杉、漆喰、和紙などの自然素材を使い、伝統的な技を活かした住宅環境づくりを実践 (土佐派)
- ものづくりは人の手により造る (熊本の家)
- 見積りは原価をオープンにし、利益を表示する。良い家づくりは適切な費用が掛かる (熊本の家)

地域材の使用状況

地域材の使い方

● 柱、梁とも地域材で、しかも豪快に使用している

- 通常の家は2倍の木材を使い高級住宅としてステータスを確立している (土佐派)
- 柱・梁・小屋組み・仕上げ材に杉を使う。(熊本の家)
- 杉はヤング率が小さい。断面を大きくすれば片づく問題だ。たわみや防蟻性を考えれば杉は優れたものだ (熊本の家)
- ウッドマイルズという考え方がある。重油で乾かすよりも自然乾燥が良い (熊本の家)
- 土台からは桧・杉、柱・梁は杉、床・天井材にも杉を使用。部材はほとんど杉か桧である (京 杉の家)
- 地域材を使うという明確な家づくりが必要である (木の道)
- 講演会などを通じて県産材を知ってもらう (寺子屋)

住宅の質・価格・工法

住宅の質

技 術

工 法

● 伝統的な技術も活用し、技術開発も広範囲なネットワークで行う

- 価格を耐用年数で割れば決して高くない。耐久性については軒を長くする。(熊本の家)
- 渡りあご・貫・足固めは手刻みでしか出来ない。山と職人が潤う仕組みである (熊本の家)
- 大学等研究機関での研究、木構造設計、材料供給等広範囲なネットワークで、集成材を使わないために (接着剤を使用しない) 重ね梁を開発した (木の道)
- 伝統的な貫の工法も取り入れている (土佐派)

営業活動

独自の営業活動

● 独自の営業活動及び営業のルートがある

- 定期的に完成現場案内会を開催。見込み客を把握し、小冊子を送っている (熊本の家)
- ハウジングセンター内に展示の拠点、住宅相談を毎週土曜に実施。(木の道)
- 地元の木を住まいづくりに活かす目的で、プレカット工場・OB住宅見学とセットにして山の見学会を実施している (京 杉の家)

広範な情報・補助金の活用

行政との連携・補助金

● 補助金について多様な使い方をしている

- 県外へのアピールのために、補助金で作品集を作った (土佐派)
- 補助金でローカル番組に設計者の紹介をしている (土佐派)

品質管理

クレーム対応・予防

● 木材の説明を行う機会を作り、充分に行う

- 自然素材は割れや反りが生じるがその良さが解る客にのみ設計。そこがメーカーとの大きな違い (土佐派)
- 引渡し時、木の家の欠点を説明、インフォームドコンセントである。過去全棟住宅を正月に巡回する。(熊本の家)

設計事務所主導型 01

基本情報	メンバー	実績	実績/ 構成員	営業ツール	地域の強調	木材の ブランド	坪単価	営業エリア
熊本の山の木で家をつくる会 (熊本県熊本市)	林業家・製材業・大工工務店・設計事務所11者	H17年 /8棟	8/11 =0.73	ホームページ・住宅セミナー・OB住宅見学会・手造り情報誌	地域産材の家づくりは当たり前	地域材100% ・天然乾燥 ・含水率25% (梁35%)	70万円	市内1時間以内
「土佐派の家」委員会 (高知県高知市)	設計事務所のみ18者	H17年 /40棟	40/18 =2.22	ホームページ・住宅セミナー・カタログ・デザインコンセプト・プロタイプ提案	地域産材の自然素材である土佐の杉・漆喰・和紙を使った伝統的な住宅環境づくり	地域材100% ・葉枯らし材+天然+中温乾燥材90%使用	80万円	主に県内 ・テーマは全国

熊本の山の木で家をつくる会



軒の出1mの住宅

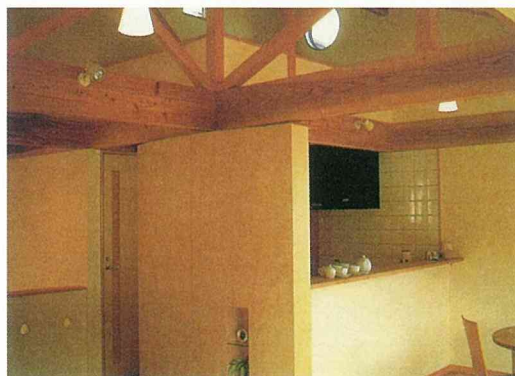
「土佐派の家」委員会



表情のある家（デザインコンセプトの提案）



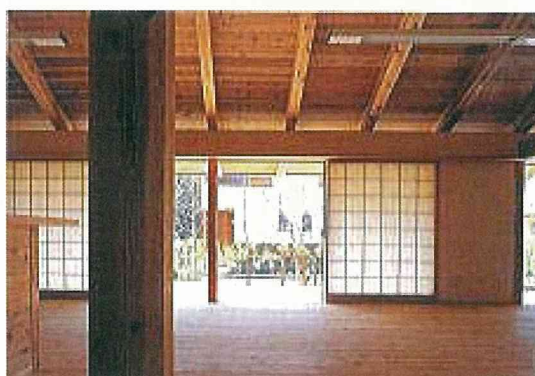
天然乾燥材の加工（手刻み）



自然素材と伝統的な技を活かした住宅



柱・梁の構造材を表わしにする



通常の2倍の木材を使った住宅

設計事務所主導型 02

基本情報	メンバー	実績	実績／ 構成員	営業ツール	地域の強調	木材の ブランド	坪単価	営業工 リア
ひょうご・ネット ワーク「木の道」 (大阪府池田市)	林業家・森林組合・素 材生産者・家具・流 通・大工務店・設計 事務所など25者	H16年 ／7棟	7／25 =0.28	ホームページ 森林体 験・現場見学会・完成 見学会・技術の標準化	県産材100%	天乾、人燥含 め100%使用	70万円 未満	京阪神
京・杉の家・座 (京都府京都市)	製材・木材加工業・大 工務店・設計事務所 の6者	未公表	未公表	森林体験・現場見学 会・完成見学会・技術 の標準化	ウッドマイレ ージ制度・地域材 90%以上	人口乾燥引渡 し時に20%	限定し ない	限定し ない

ひょうご・ネットワーク「木の道」



イベント（見学会）

京・杉の家・座



「住み手の想い」をかたちにした住宅



住宅相談コーナー



山の見学会



地域材にこだわった住宅



柱・梁・床や天井に
ふんだんに杉を使っ
た住宅

顔の見える木材での家づくりデータベース

このデータベースは消費者にわかりやすい5つのカテゴリと県別一覧から各ネットワークを検索できるようになっています。

- ①「地域の木で家を作りたい」に応える
- ②「地域の木でリフォームしたい」に応える
- ③「地域の木を売りたい」に応える
- ④「地域の木で家具などを作りたい」に応える
- ⑤「地域の山や森林について知りたい」に応える

また、上記カテゴリに加えて、「住宅建設対応エリア」や「材料供給対応エリア」などのエリア別検索も可能です。

各ネットワークを紹介するページでは、グループのメンバー構成を類型マップの形でビジュアルに表現することで、多様なグループの姿を分かりやすく紹介しています。活動の様子がよくわかる写真をページのトップに配し、また活動の中心となる人物の顔写真を掲載するなど、文字通り「顔の見える」データベースを目指しています。



「顔の見える木材での家づくりデータベース」トップページ



各ネットワークの情報を写真、図なども盛り込んで紹介

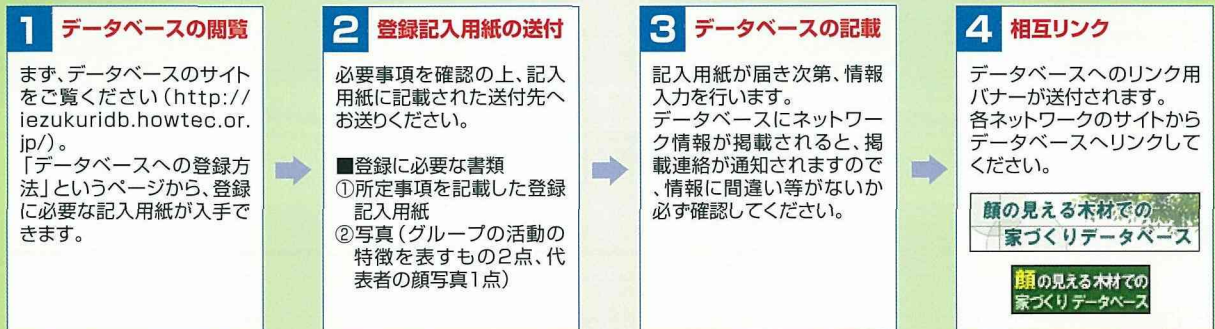
もちろんデータベースとしての利便性も重視し、住所で、電話番号、問い合わせ担当者など。利用頻度の高いと考えられる基本情報はページ冒頭にまとめて表示しています。

このデータベースへの登録を希望される方は、「顔の見える木材での家づくりデータベース」サイトより登録記入用紙をダウンロードし、所定事項を記入の上、写真3点（グループの活動の特徴を表すもの2点、代表者の顔写真1点）を添付の上、記入用紙に記載された送付先までお送りください。

登録完了後、完了通知と共に「顔の見える木材での家づくりデータベース」バナーが送付されます。

サイトトップにバナーを貼り、データベースと相互リンクすることは、消費者へ「情報開示できるオープンなネットワーク」というアピールになる他、サイトへのアクセス数の増加も期待できます。

登録の流れ



詳しくは、ホームページ <http://iezukuridb.howtec.or.jp/> をご覧ください。

発行 (財)日本住宅・木材技術センター
 〒107-0052 東京都港区赤坂2-2-19 アドレスビル4階
 TEL 03-3589-1796 FAX 03-3589-1766
 監修 連携システムによる家づくり情報のデータベース化事業委員会
 連携システムによる家づくりネットワーク支援部会
 編集協力 株式会社 空間工作所