

木曽地域の林業・木材産業の高付加価値化^{*}に向けてのロードマップ2023

～木曽地域の林業・木材産業の振興による地域材の高付加価値化の推進～

木曽地域木材産業振興対策協議会

項目	年度		現状 【R4年度(2022)】	令和5年度 (2023)	令和6年度 (2024)	令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)	キーワード	目指す 成果
	分野	目標 (目指す姿)								
素材生産 ↓ 流通 ↓ 加工	素材の安定供給	●地域の製材、加工施設や木材加工業が必要とする地域材を安定的に供給できる体制の実現 ●民国合わせ年間10万m ³ の素材を安定供給	○H25,8に民国が協働し、木材の安定供給に向けた「木曽谷流域森林整備協定」を締結 ○R4年度に協定を更新(期間：R13まで) ・R2⇒80,317m ³	集約化、路網整備、機械化等木材生産をするための基盤を計画的に整備 ・民国連携した共同施業団地の設定、路網、中間土場等の共同利用を推進 ・民国連携したシステム販売、山側のコストダウンの取組を展開 主伐・再造林の重点普及期間(事例紹介・キャラバン等) → 拡大期間(事業体と連携・所有者説明等) ・森林経営管理制度等を活用し、施業地の団地化、森林管理を推進 ・スマート林業(ICT化等)による主伐・再造林を推進				① 植 ② 育 ③ 伐	製材業の製材品出荷量 ↓ R2 12.4千m ³ ↓ R8 15.0千m ³	
	効率的な流通	●低コストで効率的な流通体制が整い、用途別(A～D材)に効率的な仕分が実現 ●特にB材は「強度別丸太仕分け」し有利販売	○A・B材を仕分けせず一括で丸太(合板用)として県外に流通 ○小型のトラック運搬や選木機の不足等、流通能力が脆弱	簡易強度別選機による現場での実証 → 地域に適合した選木方法の検討(機械の導入検討を含む) 効率的な原木輸送の検討 → 輸送基盤整備の検討				③ 伐 ④ 使		
	高品質製材	●JAS認証工場を中心とした水平連携体制の構築(プレカット、地域での連携体制整備)	○JAS認証を取得した地域の拠点施設が誕生 ○製材工場等の連携や協力が不十分 ○プレカット施設がない	水平連携事例の調査、課題整理、関係者の意向調査等 → 関係者の合意形成(協定等の締結、地域外工場の活用等) プレカット等他地域への供給や連携の検討・調整				④ 使		
利 用	公共建築物	●公共建築物から非住宅への地域材利用が浸透 ●都市部(木曽川下流域など)でも木曽産材を積極的に使用 ●地域経済効果の高度発揮	○公共施設の木造・木質化が段階的に増加 ○「木材利用促進」に係る法改正など木造・木質化の機運が醸成 ○発注元の地域材利用の意識に温度差	木曽町開田支所庁舎改築(予定) 補助事業による木造・木質化等の支援 木造・木質化施設を活用した見学会のPR・普及方法等の検討(木曽川下流域等) → 新たなPR手法の構築(森林環境譲与税活用等) ・行政、発注機関の意識改革、材工分離発注方式の導入支援 ・イニシャルコストと地域経済波及効果の検証・PR				④ 使 ⑤ 広		
	住宅	●リフォーム、リノベーションでもあたりまえに地域材を利用	○人口減少に伴う新築住宅の減少	・町村と連携した新たな「県産材利用指針」に基づく木造、木質化のPR ・国、県等の支援施策のPR				④ 使		
	木質バイオマス利用	●「2050」ゼロカーボンの実現に向け、木曽地域(全域)で連携した地域材の循環利用が定着	○林地残材の有効利用が不十分 ○チップボイラーや薪ストーブが徐々に波及 ○木質チップ供給施設の拡充が必要	おもちゃ美術館(チップボイラー) → 木曽寮(チップボイラー) → 開田支所(チップボイラー) 町・村の補助事業による個人住宅等の薪ストーブ等を導入支援 国・県の補助事業による公共施設等のチップボイラー等を導入支援 原木(C・D材)土場・機械等の整備 → 木曽全域からC・D材を安定供給(チップ生産増)				④ 使 ⑤ 広		
利 用 拡 大	工芸品等	●技・伝統等魅力発信充実 ●新製品の開発が増加 ●一体的な海外輸出が開始	○高齢化と後継者不足 ○地域材利用率は約6割程度 ○ブランド化、市場開拓が課題	木曽の木工芸品等の魅力発信強化(ホームページ、パンフレット等) 新デザイン商品、新製品開発の推進等 → 海外輸出を念頭に置いた市場開拓など				④ 使 ⑤ 広		
	魅力発信	●木曽の木材、製品の強みや魅力を県内外に発信 ●新たな情報の掲載、継続した発信体制が確立	○発信力が弱く木曽の木材の魅力の伝達が不十分 ○ホームページを活用し、業界へのPRを開始	都市部での木曽産材の販路拡大対策(展示会等)を継続・HP等でのPR(HP更新を含む) 高品質材(JAS製品)のPR方法の検討 → 積極的なJAS製品等のPR スキルアップのため事業者セミナーの実施(よろず支援拠点など) → 新たなマーケティングの展開・支援				⑤ 広		
	ブランド化	●「○高・○国木曽ヒノキ」や「信州プレミアムカラマツ」のブランドをはじめとして、「木曽の木材」ブランドが浸透	○「木曽檜」のブランドはあるが主に役用に限定 ○国有林の「○高・○国木曽ヒノキ」や「信州プレミアムカラマツ」は少しづつ浸透	役物としての「木曽檜」「信州プレミアムカラマツ」等のブランドを継続 国際森林認証制度の取得に向けた課題整理 → 国際森林認証制度の取得に向けた関係者による合意形成等 「木曽檜」に加え、建築部材全般に「木曽のカラマツ」の良さを発信				④ 使 ⑤ 広		
営 業	新製品等開発	●専門機関(地域資源製品開発支援センター等)との連携による新たな製品開発が進行 ●観光や他産業との連携促進	○伝統と高い技術力に基づく多様な木工芸品が存在 ○消費者視点に立つ新たなデザインや製品開発の遅れ、人材の不足	地域資源製品開発支援センターと協働した新製品開発の取組を展開 → 観光等他産業と連携した取組等 ウッドチェンジの重点支援(補助) → 事業者の取組相談・事例紹介等 林業総合センターによる製品開発の技術支援・工業技術総合センターによる新製品の測定・評価				⑤ 広		
	経営・販売促進	●地域内外の木材需要の確かな把握 ●県外・海外への販売促進を展開	○需要に対応した材の供給が不十分 ○販促体制等が脆弱	県組織(信州木材認証センター)との連携や地域での需要等情報の一元化 → 海外販売方法の検討・試験輸出 下流域への木質製品・工芸品の販路拡大・新製品意向調査(木曽広域連合) → 意向調査に基づく下流域への新製品(生活品)の開発 「森林環境譲与税」をターゲットとした都市部への販路拡大対策				① 育 ④ 使		
	人材	●教育関係連携強化等による学習の向上 ●将来の地域での就業者の増加	○後継者の他地域への流出 ○事業者(雇用側)の基盤強化	3校(林業大学校・上松技術専門学校・木曽青峰高校)連携による後継者の技術・能力の向上 「未来の学校支援(青峰高)」等企業とのマッチングの支援準備 → 企業との調整やマッチング支援など				① 育		

注) ロードマップは必要に応じ内容を見直すものとする。