

構造材等木材の乾燥技術の向上・開発に関する研究(Ⅲ)

－人工乾燥材に対するユーザーの意識－

河崎弥生

1. はじめに

建築用材の人工乾燥の必要性が強く叫ばれている。しかし、それは木材関連業界内部におけるものであり、エンドユーザーである施主などを含めたものとはなり得ていないように思われる。乾燥材に対する理解が仮にエンドユーザーまで及んでいないとしても、住宅部材の生産者側が高品質な乾燥材を問題なく提供できる環境が成熟しているのであれば、何ら問題はない。つまり、施主側は加工工程がどうであれ、最終的に高品質な住宅が手に入れば良いと考えられるからである。

しかし現状を見ると、乾燥材に関する記事が業界紙などで頻繁に取りあげられ、業界が一丸となって生産に取り組む必要性が叫ばれながらも、その歩みは極めて緩やかな状態に留まっていると言わざるを得ない。一方、建築資材市場では集成材などのエンジニアリングウッドが急速に台頭し、人工乾燥された製材品の品薄感を補っているかのように思われる。現段階では、その割合はさほどではないが、確実に製材品のシェアが奪われている。しかし、このような状況が継続すれば、近い将来、製材品は、エンジニアリングウッドによって完全に淘汰されてしまわないとも限らない。今後、製材業界が成長していくキーワードとして、人工乾燥は欠かすことができないと考えられる。

ここでは、人工乾燥材に対して、木材関連業界あるいはエンドユーザーがどのような意識を有しているのかという点について検討した。これらの結果から、今後の乾燥材生産拡大のための方策について考察を行った。

2. 方法

製材業界、流通業界、建築業界、建築士、施主となりうる一般人に対して、アンケート調査を実施した。一般人に対しては、木材PRイベント会場で回答を求めた。その他の木材関連業界に対しては、市売りの現場、講習会会場などで回答を求めた。アンケートでは、乾燥材に対する認識を中心とし、さらに住宅に関連する内容も付け加えて回答を求めた。

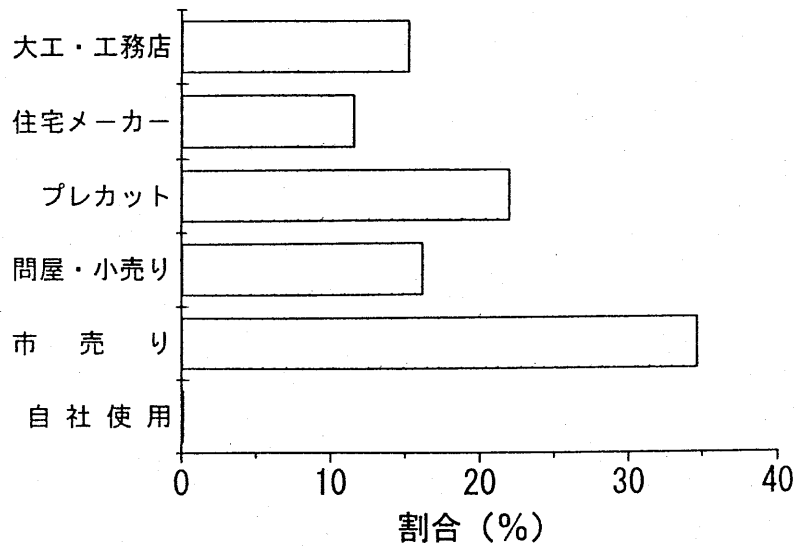
3. 結果と考察

[乾燥材の生産・流通段階での意識]

1) 人工乾燥材の流通経路(第1図)

①市売りは、全体の1/3に留まっている。

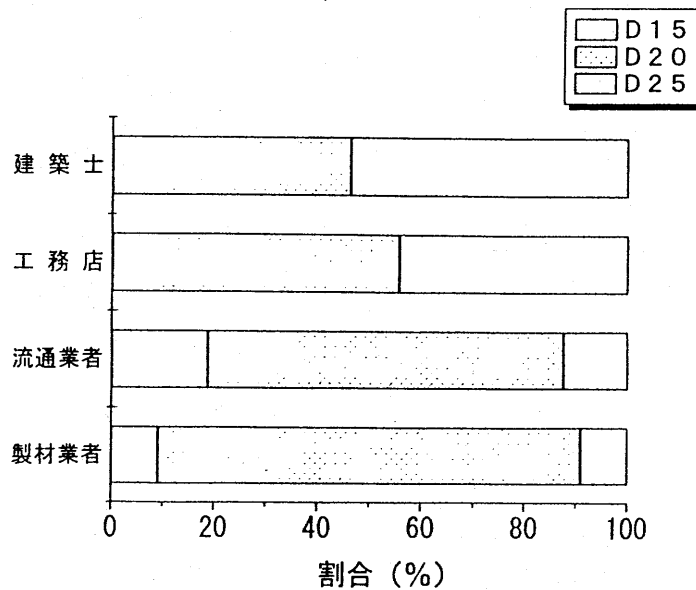
- ②住宅メーカー・工務店へ直納する割合が高まっている。
- ③プレカット工場への納入が、全体の1/4近くに達している。
- ④人工乾燥材に関しては、従来の市売り形態とは異なる新たな流通経路が形成され始めている。



第1図 人工乾燥材の出荷先

2) 柱材に求める乾燥グレード (第2図)

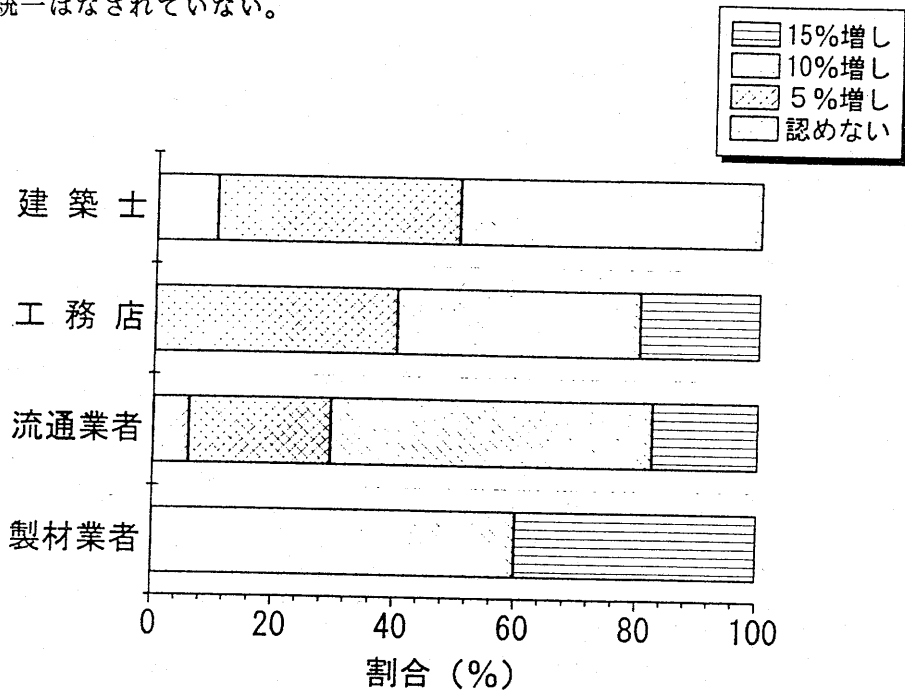
- ①立場がエンドユーザーに近くなる程、求める乾燥グレードは高くなる。
- ②建築士は、既に半数以上がD15を要求している。
- ③製材業者でD15が必要であるとの認識を持つものは、数%に過ぎない。
- ④全体的には、生産者とユーザーとの間で人工乾燥材に対する共通認識が形成されていない。



第2図 柱材に求める乾燥グレード

3) 人工乾燥材生産に対して認める経費 (第3図)

- ①生産者である製材業界は、製品価格の10～15%を乾燥コストとして求めている。
- ②工務店の立場では、乾燥コストの負担は納入価格の5～10%までにとどめたいと意志表示している。
- ③コスト負担を全く行う意志がないとする割合は、どの段階においても少ない。
- ④乾燥コストの負担が必要であるという点では共通認識が形成されているが、その負担額の面での意思統一はなされていない。



第3図 認める乾燥経費割合

4) コスト負担に対する現実的対応

- ①製材業界は、製品を住宅メーカーや工務店等に直納することによって、流通段階における割り増しコストを軽減させ、直接コストを回収しようとしている。
- ②大手の住宅メーカーや地域の大手工務店は、乾燥コストを施工後のメンテナンスも含めたトータルな建築コストの中で、吸収しているように思われる。すなわち、一定の乾燥コストを負担することによって、グレードの高い乾燥材を入手でき得る体制を整えつつある。
- ③地域の小規模の工務店や個人経営の大工などにおいては、必ずしも建築コストをトータルな形で運用できず、あくまで木工事の中で乾燥コストを吸収しようと考えている姿勢が見られる。したがって、個人経営の大工などは、乾燥コストを建築単価に明確な形で反映できない限り、大きな負担になる。このような状況が打開できないために、結果として乾燥材の使用が見送られるケースが多いように思われる。

[一般ユーザー（施主）側の乾燥材に対する意識]

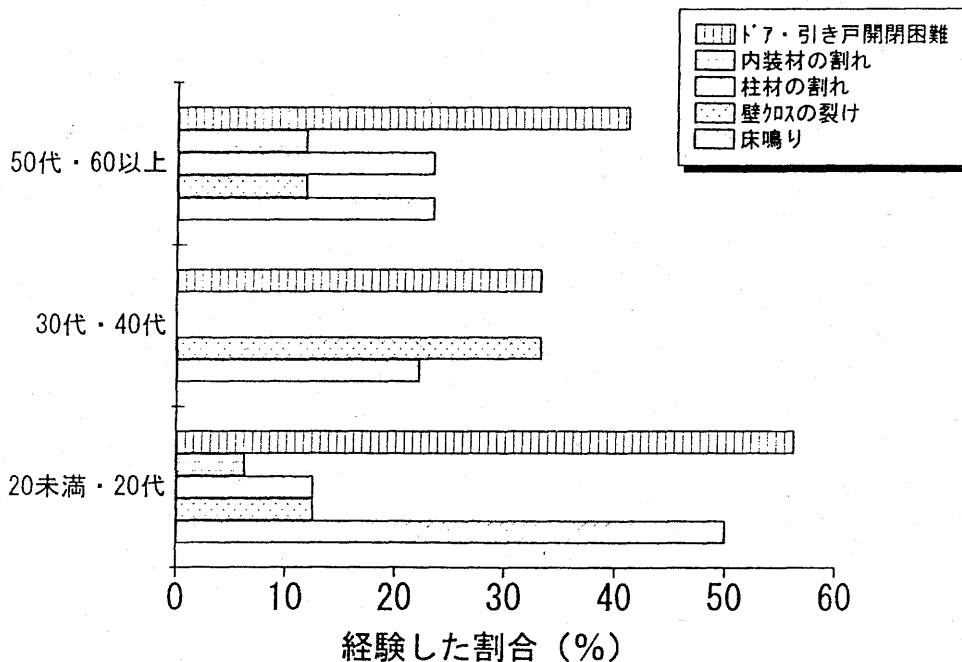
このアンケートによる意識調査は、木材PR展において実施したもので、アンケートに回答する前に乾燥材などに関する展示を見た上で、回答を寄せているケースが多い。

1) 一般ユーザーの住宅に対する意識

- ①在来軸組木造住宅を好む割合は、全体では70%に達している。
- ②ツーバイフォー住宅を好む割合が、以前アンケートを実施した際よりも高まっている。
- ③若年齢層ではRC造やプレハブ造を好む割合が高く、将来的には住宅建築動向に影響を与える可能性がある。

2) 日頃経験している住宅でのトラブル（第4図）

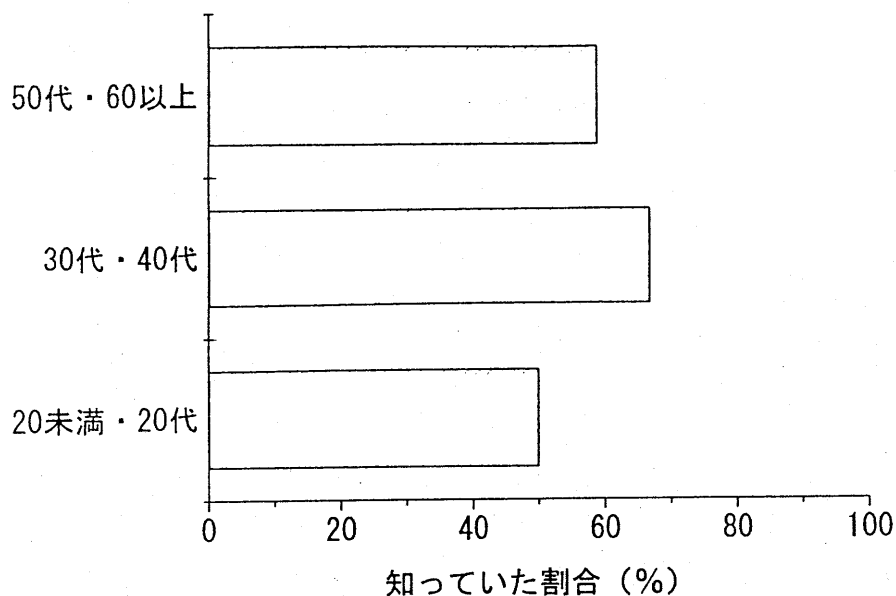
- ①ドア・引き戸の開閉困難と床鳴りを経験している割合が高い。
- ②大壁特有の壁クロスの裂けも、かなりの割合で経験している。
- ③年齢層を問わず、様々なハウストラブルを普段の暮らしの中で十分に体験している。



第4図 自宅で各種のトラブルを経験した割合（女性）

3) 乾燥材に対する意識

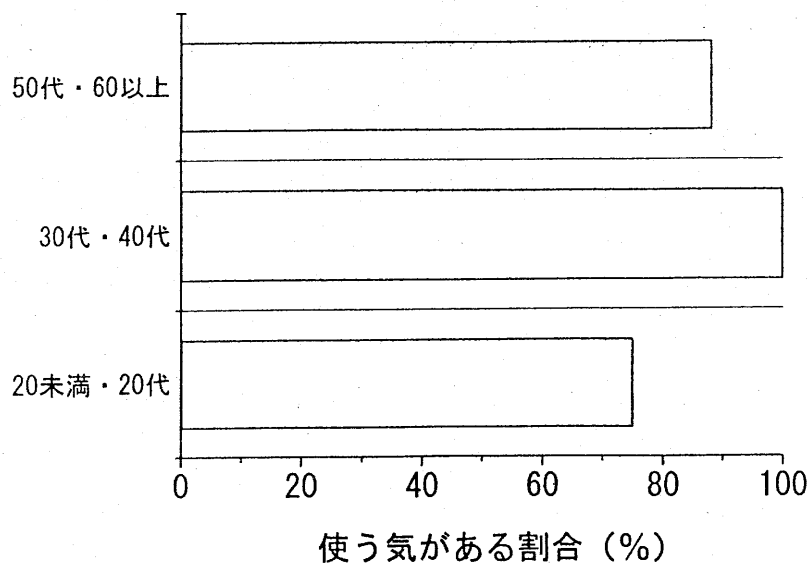
- ①未乾燥材の使用と住宅トラブルの発生との因果関係を認識している割合は、年齢を問わず50%程度である。（第5図）
- ②乾燥材に規格があることを知っている割合は、年齢が高くなるにしたがって増加するが、全体的に極めて低い。
- ③針葉樹の構造用製材のD表示を知っている割合は、ほぼ皆無に等しい。



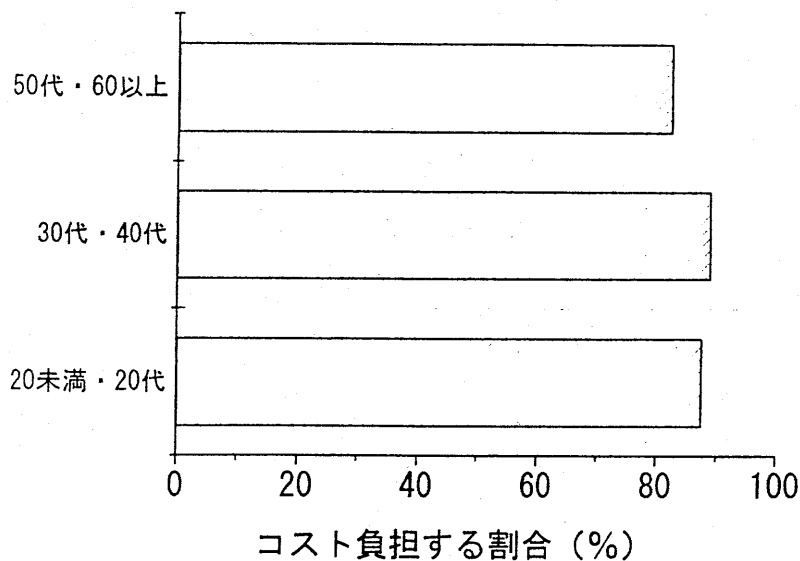
第5図 未乾燥材使用によってトラブルが発生することを知っていたか（女性）

4) 乾燥材使用に対する希望

- ①今後、自分の住宅を建築する際に人工乾燥材を使う気があるかという問いに対して、80%以上が肯定的な回答をしている。このことは、年齢を問わず見られる。（第6図）
- ②その際には、乾燥コストを負担してもよいと90%が回答している。（第7図）
- ③これらの回答から考察すると、ハウストラブルを回避するため人工乾燥材を使用したいと多くの者が希望し、そのために必要とされる適正なコストについては負担する用意があるとの意志表示が明確であると思われる。



第6図 今後乾燥材を使う気があるか（女）



第7図 乾燥コスト（1～1.5万円/坪）を負担するか（女）

4. 総合考察

人工乾燥材の生産が期待するほどの進展を見せないのは、乾燥コストの負担に関して関連業界間における意思統一がはかれていないためであることが大きい。また現実的に、生産者が適切な乾燥材を生産し得るだけのコスト負担がユーザーによってなされていない。

しかし、前述したように、寸法安定性などの品質管理が十分になされたエンジニアリングウッドの急速な台頭が見られるし、このことがなくても施主に対して良好な住宅部材、あるいは高品質の住宅を提供することは木材関連業界全てに課せられた最低限の務めである。収益を意識する余り、製品に足らざるものをユーザーに対して提供することがあってはならない。

今回の結果をみると、ユーザーである施主の側では高品質の乾燥材を望んでおり、適正なコスト負担についても用意があると意志表示している。しかし、現状の木材関連業界における人工乾燥材に対する意識と取り扱いには、不十分な面があると言わざるを得ない。

今後人工乾燥材を普及させていく手法の一つとして、木材関連業界が乾燥材に関するデータなどを施主に対してオープンにすることを提案したい。そこでは、人工乾燥材に関する正確な情報を提供した上で、オプションとして位置付ければよい。そして、人工乾燥材使用を希望する施主に対しては、コスト負担を求めればよい。コスト負担を求めない代わりに、そのリスクも示さないままに未乾燥材を使用しているという現状は、果たして施主側が望んでいることなのであろうか。今後、施主に向けて人工乾燥材に関する真摯なPRが必要であると考え。また、こうすることが製材品をとりまく閉塞感を打開する一つの手段となると考える。