

## 県産材の需要拡大について（概要）

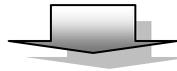
### 第1章 県産材の需要拡大を推進すべき理由

#### ○森林の公益的機能の低下

近年、間伐や枝打ちなどの手入れが不足している森林が増えている。  
森林のもつ重要な働きが低下し、災害の発生や水質の悪化などが懸念されている。

#### ○木が売れないことが原因

安い外材の輸入などにより、国産材が売れなくなり、価格が下落。採算が取れなくなった。

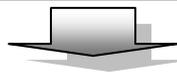


○森林を健全にするために必要なことは、木を売れるようにすること

### 第2章 県産材に関する現状分析

#### ○統計からみた県産材の現状分析

- ・本県の県産材生産量は、この30年間で5割以上減少している。
- ・本県で使用されている木材は、大半が住宅建築用として利用されている。
- ・近年、住宅の着工戸数、木造住宅の着工戸数ともにやや減少傾向にある。



#### ○県産材の需要拡大の施策の方向性

- ・本県で使用されている木材の大半が住宅建築用として利用されていることから、県産材の需要を拡大するためには、**県産材を活用した家づくり（住宅に県産材を使用する）を推進**することが効果的である。
- ・木を使う側である施主（家を建てたいと考えている人を含む）・県民、そして、大工・工務店を対象に、県産材を活用した家づくりを推進するための施策を検討する。

### 第3章 施主・県民への取組み

#### ○AIDA（アイダ）理論を用いた分析、施策の検討

##### ・AIDA理論（マーケティング理論）

消費者が商品を購入するまでの心理過程を4段階に分けて表したもので、消費者を購入まで段階的に導く戦略を考えるためによく用いられる理論である。

- ・施主・県民の方に県産材の家を建ててもらうためには、まず「**県産材を知り（Attention）**」、次に「**県産材に興味・関心を持ち（Interest）**」、そして「**県産材の家を建ててみたい（Desire）**」という気持ちを起こさせ、「**建築してもらう（Action）**」というように段階的に県産材の家の建築に導く戦略、施策が必要である。

○現状と課題、その施策（案）

| A I D A  | 現状と課題  | 考えられる施策例   |
|--|--|--|
| 県産材を知らない<br><br><b>Attention</b><br>(認知・注目) | 県産材の効果的PRが必要<br>住宅の決定権は女性が握っている<br>情報が施主・県民に伝わっていない。<br>第三者機関が述べる信頼できる中立的な情報がない。 | ○県産材の家づくりに興味を持ちそうな人が集まる場所でのPR（体に優しい県産材を病院や幼稚園、保育所でPR）<br>○美容院、カルチャーセンター、女性情報誌などでのPR<br>○「ふくいの家づくり（仮称）」専用ホームページを創設<br>○家の建築を考えている人を把握する<br>○定期的な情報提供<br>○「ふくいの家づくり」勉強会の開催 |
| <br><b>Interest</b><br>(興味・関心)              | 建築するための条件・信頼できる工務店・建築価格の透明化  | ○県産材を活用する信頼できる大工・工務店の認定、紹介<br>○ホームページ（再掲）などによる情報提供<br>○県産材の家の設計コンペ   |
| <br><b>Desire</b><br>(欲望)                   | 決断への最後の一押し   | ○県産材を使用した家（新築、リフォーム）への助成、または県産材のプレゼント<br>○県産材を使用した家づくりの特典、補助   |
| <br><b>Action</b><br>(建築)                 | 県産材の家を増やすためには、口コミが重要   | ○県産材の家（新築、リフォーム）モニターによる情報提供<br>○チラシの手渡しや口コミによる県産材の家づくりの促進  |

#### 第4章 大工・工務店への取組み

○施策（案）

- ・県産材を活用する信頼できる大工・工務店の認定、紹介（再掲）
- ・県産材を活用した家づくりに積極的に取り組む大工・工務店グループの支援

#### 第5章 施策の効果的な推進を図るために

○現状

- ・木材を供給する側（木材組合連合会、森林組合）と木材を活用する側（建築組合連合会、大工・工務店）の連携がほとんどない。
- ・輸入材中心の大手ハウスメーカーは大規模な広告、営業を展開している一方、県、県内県産材関係団体、地元工務店には、マーケティングのノウハウが不足している。



○施策（案）

- ・「福井県県産材活用推進センター（仮称）」（拠点組織）の創設
- ・マーケティングプロデューサーの配置によるノウハウの強化