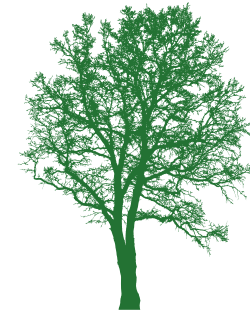


W S N

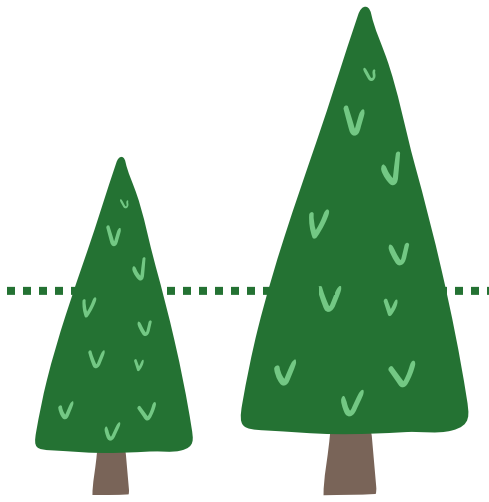


木材利用促進に向けた効果的な 木材利用の意義の伝達方法

持続可能な社会実現に向けた戦略的アプローチ

2025年11月 / ウッドソリューション・ネットワーク木材利用の意義分科会





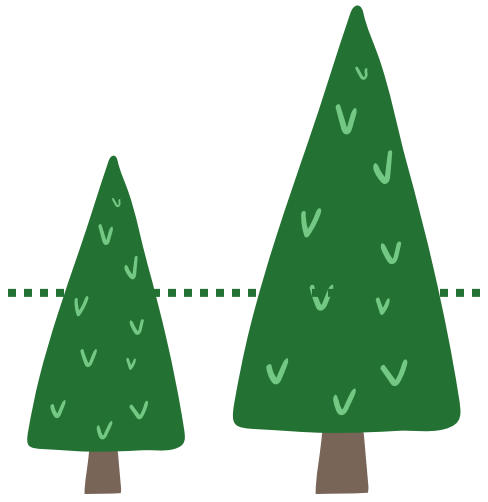
- 00 背景・目的
- 01 消費者の価値志向の潜在構造
- 02 空間による優先価値の違い
- 03 業種別の実効的な施策案
- 04 提言と今後の展望

Table of Contents

背景 · 目的

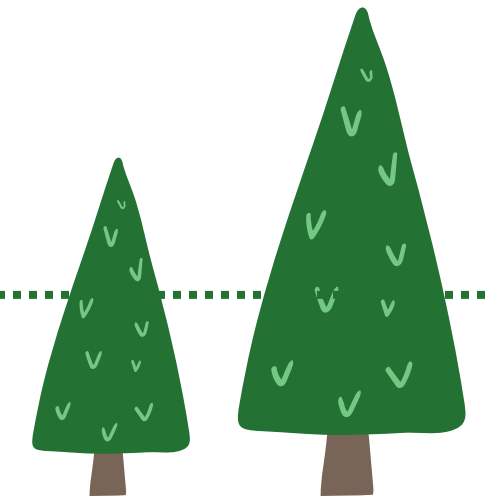


本報告の趣旨



本報告の趣旨

これまでの活動では、木材利用による企業価値向上に向けて、事例や木材利用の意義をとりまとめた
本報告では、消費者の志向と企業の取組み動向を照合し、業種別に効果的な木材利用促進施策を提示する



木材利用促進はなぜ重要？

社会的背景（木材利用の意義）

- 気候変動対策：CO₂吸収・固定による温室効果ガス削減
- 循環型社会：持続可能な資源利用の実現
- 地域経済活性化：林業振興・雇用創出
- 健康・快適性：木材空間による心理的・生理的效果

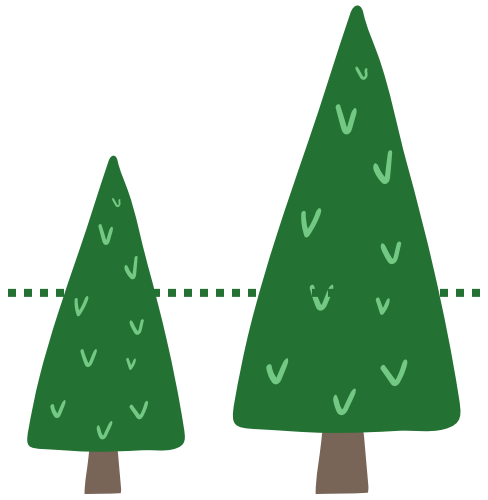
制度面の整備

森林環境税導入、木材利用促進法改正、公共施設木質化推進など政策的支援が拡充

課題

消費者の価値認識は多様化しており、対象に応じた精緻なコミュニケーション設計が不可欠

調査の目的・分析手法



データソース

- ウッドデザイン賞アンケート調査
*調査期間：2022年～2024年
- 企業の有価証券報告書分析
*調査期間：2024年5月～2025年5月

分析手法

- 因子分析：意識構造の抽出
- 重回帰分析：属性による差異
- 相関分析：空間別価値認識

本調査で明らかにすること

消費者の木材利用に対する価値志向の潜在構造を抽出し、個人属性や利用空間ごとの優先価値を定量化。企業の取組み動向と照合し、業種別に効果的な木材利用促進施策を提示する。

- ①消費者の価値志向の潜在構造 ②属性・空間による優先価値の違い ③業種別の実効的な施策案



消費者の価値志向の潜在構造

01



消費者の価値志向：木材利用意識の明確化

抽出された7つの志向

安心健康志向

化学物質を含まない自然素材、ダニ抑制効果への期待

快適居住性志向

調湿性・断熱性など優れた性能による生活快適性

感性志向

手触り・香りなど五感に訴える魅力

環境貢献志向

地球温暖化防止・水源保全への貢献

自然由来志向

自然素材そのものへの好意・価値観

地域・林業志向

地域振興・林業成長への貢献意識

デザイン志向

ナチュラルで安らぐデザイン性の重視

属性による木材利用意識の違い

年代別の特徴

20～50代：「感性志向」「デザイン志向」
が相対的に低い

→ 住宅購入・子育て世代であるが、感性
的価値への評価が弱い

性別による違い

女性：「感性志向」「安心健康志向」が有
意に高い

→ 温かみ・香り・健康効果への強い共感

非属性的な要因も影響

生活様式や職業経験、教育機会といった要因の解明が課題

木材・林業関係者の特徴

非関係者と比較して、ほぼ全ての志向で有意に高い評価

特に「地域・林業志向」「環境貢献志向」で顕著な差



属性別アプローチ戦略

20～50代向け

課題：感性的評価が弱い

- 商業施設・カフェでの木質空間増設
- 住宅取得時の木質内装インセンティブ
- 日常的な体験機会の創出

高齢層向け

強み：健康・快適性への関心

- 医療・高齢者施設での木質内装
- 温熱環境・心理的安定性訴求
- リフォーム補助金支援

女性向け

強み：感性・健康志向が高い

- 五感に訴える製品開発・PR
- インテリア雑誌・SNS活用
- 視覚的・感覚的価値の強調

男性向け

特徴：論理的・客観的価値重視

- CO₂削減量・調湿効果データ提示
- DIY・アウトドア市場での展開
- 機能性・環境貢献の数値化



02

空間による 優先価値の違い



空間別の価値認識と訴求ポイント

公共的空間

(学校・図書館・病院など)



重視される価値

安心健康志向：利用者の安心・安全

自然由来志向：教育的・社会的意義

効果的な訴求方法

科学的データや実証事例を交えた具体的な効果の伝達

例：病院待合室での木材利用によるストレス軽減効果

私的空間

(自宅・宿泊施設など)



重視される価値

感性志向：五感的価値（手触り・香り）

精神的充足感・快適性

効果的な訴求方法

体験イベントや美しいビジュアルでの感性的訴求

例：住宅展示場での五感体験、木質空間の宿泊体験

03

業種別の実効的な施策案

どの業種がどのターゲットに木材利用の
意義を伝えると効果的か



業種別木材利用の取り組み傾向

建設業・不動産業

- 木造・木質建築の推進
- 国産材・認証材利用
- 資材の安定調達

卸売業

- 国際的なリスク管理
- 持続可能な木材調達
- 林業・加工会社への事業投資

化学・パルプ・紙

- 木材由来新素材開発
- CNF等高付加価値製品
- リサイクル技術導入

小売業

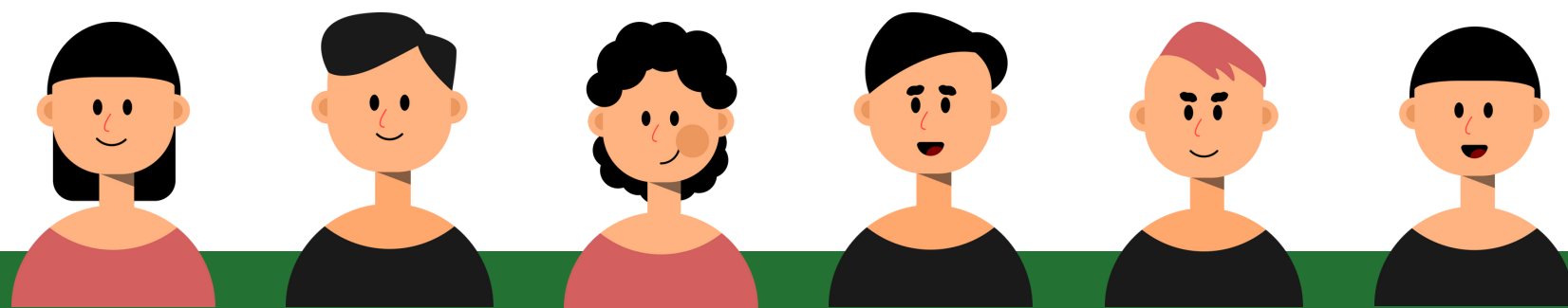
- PB商品での認証材利用
- エシカル消費選択肢提供
- 木材販売・体験機会創出

金融・保険業

- ESG投融資方針策定
- 金利インセンティブ
- 地域創生への貢献

エネルギー業

- 木質バイオマス発電
- 未利用材活用
- 地域連携・雇用創出



業種別木材利用促進施策案（1/2）

建設業・不動産業

ターゲット：住宅購入者

・公共施設管理者

- 「感性」と「安心健康」体験型展示場
- 安全性能（耐震・耐火）の見える化
- 「環境貢献」と「地域活性化」強調

卸売業（商社）

ターゲット：メーカー

・小売業・投資家

- 認証・合法材等の可視化。顧客の「環境貢献志向」支援
- 国産材流通網構築で顧客の「地域・林業志向」を支援

化学パルプ紙製造業

ターゲット：BtoB顧客

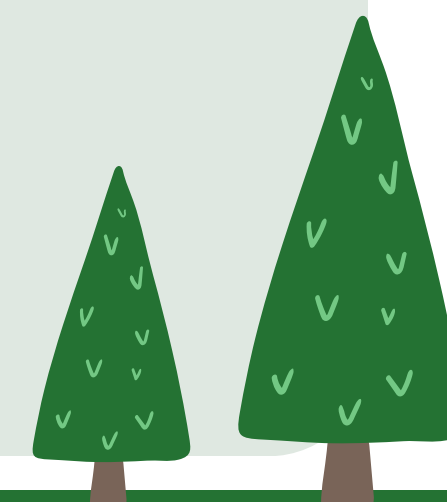
・消費者・国際市場

- CNF等新素材の環境貢献をアピール
- 「快適居住性」を高める機能性建材開発
- 「感性」「環境貢献」を科学的データとともに発信

小売業

ターゲット：一般消費者

- エシカル消費を促す表示
- DIYワークショップ等体験提供
- 「地域・林業志向」を育む地域材ストーリーの可視化



業種別木材利用促進施策案（2/2）

金融・保険業

ターゲット：木材関連事業者
・ 地方自治体

- 「グリーンローン」の提供
- ESG評価への組み込み
- 地域林業・木材産業向けファイナンス

エネルギー業

ターゲット：地方自治体
・ 消費者

- 未利用材活用と「地域貢献」見える化
- 発電所見学ツアー開催
- 「木材由来電力」選択プラン提供



提言と今後の展望



04

木材利用促進に向けた提言と今後の展望

3つの提言

体験機会の創出

若年層向けの五感体験型イベントを積極実施。住宅展示場・商業施設でのワークショップで木材の温かみ、香りを体感させ、意識を行動へ

多角的価値の情報発信

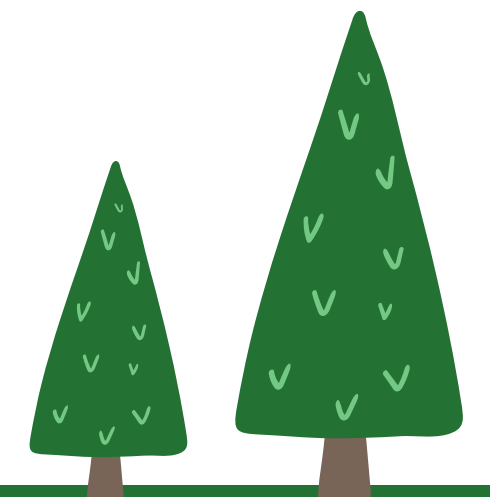
公共空間では健康・安全・地域貢献、私的空間では感性・快適性をアピール。科学的データ、実証事例、製品のストーリーで効果的な情報提供を徹底

業種連携の強化

サプライチェーン全体での連携により、循環的な施策効果を創出。異業種間協業を促進

今後の展望

木材利用促進には、科学的な意識分析に基づくターゲット別戦略と、業種を超えた連携による包括的なアプローチが不可欠である。



THANK YOU!

ありがとうございました