

木材等輸出戦略検討会（論点整理） （要旨）

第 1 木材輸出の現状

- 我が国の木材輸出は、2001年以降増加傾向にあり、2005年の木材の輸出額は約105億円。
- 輸出先国別では、中国、米国で過半を占め、輸出品目別では、丸太及び製材、単板、パーティクルボード、合板などの木材製品が約半数、残りは木工品や木製用品。

第 2 木材輸出を巡る諸情勢と輸出事例の分析

（1）木材輸出を巡る諸情勢

ア 木材貿易

世界全体の丸太・製材等の輸出入量は増加傾向。特に、中国では、著しい経済成長や都市化の進展等により木材需要が旺盛。

イ 住宅建設

中国の住宅建築は、都市部では集合住宅が中心であるが、近年、別荘用を中心とした戸建て住宅が建築されており、北米の住宅メーカーが積極的に供給。

特に、カナダは、1990年代後半から中国での市場開拓を始めており、上海と北京の事務所を拠点として、モデルハウスにおけるPRなど販売促進活動を支援。

（2）輸出事例の分析

- 我が国の木材輸出を、得られた事例をもとに形態別の大括りすると以下のとおり。
 - ・スギ等丸太 → 中国の製材工場 → マンションの内装、下地材等
 - ・外材(南洋材) → 日本の単板工場 → 米国の住宅メーカー
 - ・スギ等丸太 → 中国の製材工場 → 造作材として日本へ輸出
 - ・スギ等丸太 → 中国の製材工場 → 第3国へ輸出
 - ・スギ等丸太 → 日本の製材工場 → 住宅部材を輸出し、住宅を建設
- 丸太の輸出は、国内の生産流通コストに船運賃等の経費がかかるため、現地で流通している安価な丸太と比較するとコスト面で厳しい状況。

また、輸出検査や通関手続きなどの輸出時の手続きや日本国内との商慣行の違いなども、本格的な輸出に踏みきれない要因。

第3 国産材の輸出促進に向けて

(1) 輸出の意義

新たに海外へと国産材の市場を求めることは、国産材の需要全体を底上げする方策として有効。また、国産材の輸出は、我が国の林業及び木材産業の活性化はもとより、地域への経済効果も期待。

(2) 基本的な考え方

我が国の丸太輸出は割高で、かつ製品として我が国に再輸出されるケースも見られることから、今後は、スギ、ヒノキ等の国産材を利用した、より付加価値の高い製品輸出を志向すべき。

特に、つぎ手や仕口加工に見られる高度な木材加工技術を駆使した住宅部材の輸出や、突き板加工技術や合板、集成材加工技術等を用いた、付加価値の高い製品の開発、輸出を志向すべき。

(3) 輸出促進に向けた課題

本検討は、限られた情報の下で実施。このため、引き続き、関連情報の収集を行い、課題の解決に向け、具体的な道筋を早期に示すことが必要。

- 消費者ニーズの把握と関連情報の収集
輸出先国の消費者等の嗜好やニーズの調査、各国の木材流通や利用の実態把握、カナダ等輸出国の販売戦略の分析。
- 付加価値の高い製品の需要開拓と新たな製品開発
国内で流通している付加価値の高い製品の輸出と、消費者等のニーズに対応した新たな製品の開発。
- 国産材のPR
国産材の認知度を高めるための見本市への出展や相手国向けホームページ等情報媒体を活用した宣伝普及活動、ロゴマーク等の作成。
- 国産材住宅の輸出に向けた産官学をあげた取組
我が国の建築工法や国産材の品質性能等の宣伝、モデル住宅の建築を通じた実績づくり。
- 国内の安定供給体制等の整備
原木の安定供給を含めた品質性能の確かな木材製品の供給体制の整備。