

木材の輸出促進に関する意見交換会  
議事概要

日 時：平成24年2月17日(金)、13:30~16:00

場 所：農林水産省第2特別会議室

概 要

○ 末松林政部長挨拶

森林・林業再生プランを推進する上で、木材の需要先として国内に加え海外は重要。日本で必要なものは日本で使うが、得意なところは海外へ売り込みたい。カナダ等は政府がきちんと対応しているが、我が国も森林が充実してきており文化や建築とあわせて輸出していきたい。皆様の智慧をお借りして今後の施策の参考としたい。

○ 阿部木材利用課長資料説明

(資料1に基づき、木材輸出の現状やこれまでの取組、カナダの取組との比較、平成24年度輸出関連予算について説明。)

○ 小島輸出促進グループ長資料説明

(資料2に基づき、昨年まとめた農林水産物・食品輸出戦略の背景と内容、平成24年度予算の中で直接的な支援と拡充した事業について説明。)

○ 参加者からの意見

(日本木材輸出振興協会安藤会長)

協会としては、海外での情報を集めて分析し提供している。中国の木構造設計規範の改定には積極的に取り組み、日本産木材が構造材として位置づけられることになる。これは政府間でもできず、COFI(カナダ林産審議会)のような活動もできないなかで、決める相手にデータを提供したことでやっとできた。

韓国では民間の取組によりヒノキが売れているが、協会は見守る中で情報を提供している。これからは環境・安全・技術を輸出する必要がある。木材は技術対象としての1つで、資源ではない。

(宮崎県木材利用技術センター飯村所長)

日韓プロジェクトなどに取り組んでみて輸出は本当に努力を要する。木材は中間材であり、どう使うのかユーザーのことを考える必要がある。海外では日本独自のルールは通用しない。構造材となると維持管理も必要で信頼できるパートナーが必要である。どうやってパートナーを探すかが課題。また、中国に対しては基本的にアレルギーがあるので、まずそのアレルギーを消し輸出企業を育て増やすことが重要。次にジャパンブランドとして展開することが必要。これまでの展

示会の取組を評価すると、フォローアップができていない。良いパートナーを見つける取組を充実すべきである。

(阪和興業(株)角谷課長)

木材輸出は2007年から実績がある。元々鉄鋼がメインで木材は売上げの3%ぐらい。会社としても、木材輸入から始まり輸出も始めた。なぜカナダ材が中国で売れているのか。自分達もカナダ材を中国に出している(2011年4~12月で約24万 $m^3$ )が、カナダ材はコストが安い。日本にも輸出されているが、日本の住宅での木材の外材比率は約75%である。輸出の数量を増やすためにはコストを下げるしかない。例を見ると、ニュージーランドは主に丸太を中国、インド、日本に輸出しており、中国(上海、CIF)では120ドル~125ドル(今の為替で9,240円)で取引されている。これでは勝てないのでチームジャパンでいかにコスト削減ができるかが課題。インドの企業と交渉しているがコストが合わない。その企業はマレーシア、ミャンマー、南アフリカなどから年間250万 $m^3$ 輸入しており、大きなマーケットである。

(池見林産工業(株)久津輪社長)

スギ、ヒノキの内装材(フローリング、壁板)を販売している。10年前に上海・北京で出展したが、軟らかいとかでダメだった。一方、韓国は靴を脱ぐ文化でいけると思い、いろいろ調べた。5年前にカナダ産ウエスタンレッドシダーのサイディング(外壁)の市場(40フィートの100コンテナ)を中国とカナダが取り合いをしている中に、日本産木材を売り込んだ。日本の加工は素晴らしいと評価を得たが、カナダに価格で負けた。その後、国内で床暖房がヒットしたため、韓国のオンドルに売り込んだ。去年は20コンテナ(1コンテナ40 $m^3$ )売れ、ヒノキブームを起こせた。

その一方、中国では伸びない。韓国の取引はコンテナ買い、年間契約でコストダウンできお互い有利であるが、中国は単発、小売でコストが計算できない。また、韓国にはいいパートナーがいるが、中国はまだ見つからない。日本ブランドを大きく扱いたいという人がいない。韓国では六本木ヒルズのような72階建ての1室をモデルルームにして好評だった。中国には都市部にモデルルームがない。インパクトのある複合モデルルームがあれば、いろいろ見せられる。上海や広州あたりにほしいところ。インパクトのある見せ方は1企業の力では弱いので複数の力が必要。ブランド化するには、床と何かといった複合性がほしい。絶対、中国のほうが市場は大きいし可能性はあると思う。

((株)中東小坂社長)

昭和50年頃から大断面集成材を製造している。平成17年に台湾で受注したのがきっかけで、中国、韓国、シンガポール、ドバイに20物件の輸出実績がある。円高で材料では勝てないので、加工や組立が必要。価格が高くても品質が良ければ買ってくれる。今後は日本のJAS規格のようなものが韓国にはあり、中国もで

きると聞いているのでぜひ取得したいと考えている。

(越井木材工業(株)越井社長)

木材の耐久性をあげる技術を得意としており、中国にはサーモウッドを販売している。2年前に上海事務所を開設し駐在もいる。マーケティングの一環として展示会にも参加し、設計士を集めた勉強会なども行った。ここ1年間の中国の変化として、1つは、品質を求めてきており、日本より厳しい要求もでてきた。もう1つは、日本の大手設計事務所が中国進出を加速している。取引のあるところなのでこれまで以上にタッグを強力にしたい。

(宮崎県森林組合連合会田之上副参事)

中国の福建省と交流があり、中国では木材が足りないことから輸出に取り組んだ。平成16年から本格的に調査から開始したが、いろいろ難しいことが多く現在は継続していない。ただ、ノウハウは蓄積しており、中国では成約までにはいかないものの、ベトナム、韓国、台湾からの引き合いに対し見積などの対応はでき輸出も実施している。一番必要なのは安定供給であるが、日本では10万~20万㎡のオーダーは1社では対応できない(当会の年間取扱量は40数万㎡)。また、港にストックヤードがないことが難点。現在は木材市場や山土場で調整しているが天候で左右される(山土場では基本的に対応はできない)。さらに、取引では材積の確定の仕方が難しい。日本のJASの計算方法は一番きびしいので見直しができないか。今後は、製材品や腰板にも取り組みたい。

(ミサワホーム(株)室村室長)

海外に日本の木造住宅を供給することを検討しているが、十分可能性があると考えている。多数の国々から相談があり、具体的なものとして韓国と中国から木造住宅輸入の申し出がある。韓国企業は、将来、住宅の工業化を目指したいと考えているようだ。中国企業は、これまで柱・床にコンクリートを使い、壁をブロックなどで組積する混構造で建築していたが、今後は木造住宅に切り替えようとしている。

中国ではまだ木造住宅産業のインフラが整っていないため、第1に、人材の育成が重要である。カナダは研修や実地訓練を実施していると聞いている。第2に、木材料の品質確保とコストダウンが必要。そのためには現地にプレカット工場を建設するなどの「現地化」が必要だと思う。第3には、サッシなど日本製品がトータルに使える仕組みをつくらねばならない。日本の制度、認証も中国等で共通利用できるように政府間で検討してほしい。さらに、材料や住宅の保証、アフターサービスが求められており、保証、維持管理の仕組みが必要になる。

中国には1000区画単位の開発地が多くあり、政府間での後押しもあって多くの2×4住宅が建築されている。日本の民間企業だけで数棟程度建築しても、とても北米などに追いつけない状況。今後、日本の産官学が一体となって中国側パートナーと一緒にスマート・コミュニティのような環境、安全などのしっかりした、

アフターサービスまで含めた100棟単位の街づくりを進める必要がある。

(ITCグリーン&ウォーター(株)平野社長)

伊藤忠グループの会社で、排水処理、森林資源、造園緑化、バイオマスなどに取り組んでいるが、近年は国産材との関わりが増えている。まず、住宅産業は現地化すべきで、現地の企業を中心にすべきと考える。中国はマンションが多いので、内装に和室キットを売り込むことが有効。安全・安心・健康・長寿の文化として、日本式の住宅をPRするのも良い。そのためには、都道府県、個別事業ではなくジェトロなどを中心に上海、北京あたりに「日本住宅館」をつくり、国が日本の住宅を普及させるべき。組立がしっかりできないといけないし、欠陥住宅はいけないので、当面はプレカット材や内装材の輸出で、付加価値が残るのが望ましい。

伊藤忠グループで日本製建材の販売も始めているが、日本の住宅に対する興味はなくはない。現地に進出している住宅メーカーの智慧も集めて、ベストスキームを考える。最初は国の応援で日本式住宅供給組織をつくるが、最終的には民営化する。

2011年1～12月期の中国の木材輸入量のデータによると、製材品国別トップはカナダの686万5千 $\text{m}^3$ (対前年比170.7%)である。このうち住宅用がどのくらいかはわからないが、すごい数字だと思う。

(金物工法推進協議会前田会長)

平成16年に全国のプレカット工場と金物メーカー54社で当協議会を立ち上げた。日本の木造住宅は職人による文化・技術により、木材業者との関係で成り立ってきた。職人の技術を輸出することは難しいが、日本の文化を輸出するとなると住宅そのものになると思う。

金物工法は元々軸組工法で、接合部に金物を使用するもの。国土交通省の調査によると、プレカット工場の80%が無資格者、流通している木材の80%が無等級でJAS規格を取得しているのは2割らしい。金物工法は平成8年頃から集成材が安くなってきて採用されだした。特徴として、精度、強度の高いものができ、大工の技術もカバーできることがあげられる。現地での人材育成は難しいと考えており、職人技術がカバーできる工法を輸出すべきと考える。

日本でも合理化認定を推進し、60%が金物工法で、65%がパネル工法である。合理化認定にはディテールが必要。設計の基準のマニュアルを我々が作ったので標準化を進めて欲しい。

(地方産業経済研究所武藤会長)

地方の産業振興に取り組んでいる。取り残された地方の産業振興は1次産業振興が有効だが、従来そのままでは振興は困難。いかに日本の工業技術を注入するかが1つのポイント。林業は地方を支える産業になれる可能性がある。木材資源が国内賦存しており、木材需要も国内にあるものの、自給率が低く産業競争力が弱

い状況にある。木材輸出の対象はいろいろあるが、丸太・用材は価格競争力がなく、短期的には輸出困難。山から住宅までのサプライチェーン全体にわたる技術革新が必要。例えば10トン車が走行可能な基幹林道の開設や高性能の製材装置の開発、乾燥合理化などがある。木造（無垢材）住宅の輸出は短中期的に可能と考える。我々が開発した無垢材住宅は、1坪に1m<sup>3</sup>の木材を使う。金物使用により工期は1ヶ月、価格は坪当たり55万円程度で供給が可能。この軸組無垢材住宅は、現地の作業者が簡単に施行可能で、輸出に好適である。

中国やロシアへの地方の中小木材産業グループによる住宅輸出に関する調査を実施した。両市場とも日本の住宅への関心は高い。住宅に占める木材のコスト割合は15~20%ぐらいなので、その他住宅部材の現地調達、デザイン提案力で、地方の中小企業グループによる山から住宅まで一貫した取組成果を海外市場でアピールできる。しかしながら、その際にモデルハウスを造る経費の捻出が極めて困難。

中国ではRCと比べて木造コストがどうなのかとよく聞かれる。中国の木造住宅は、年間に6000戸程度で商品住宅建設戸数450万戸のうちわずかであるが、天津市政府などは木造住宅を展開したいと意欲的である。中国の富裕層を中心に、コスト競争力、デザイン力を磨き、木造住宅輸出は短中期的に有効性が高いと考える。山から住宅までのサプライチェーンの総合的強化を図るモデル地域の設定も一案。

## ○ 意見交換

(輸出先国の現状把握について)

- ・ ジェトロなど現地のプロと力を合わせる必要がある。中国と言ってもいろいろなところがある。韓国では、韓屋（韓国の軸組で5~6寸の柱を使用）の建築に助成金がでている。太いチョウセンゴヨウマツを使っており日本の木材も適用できるはずだが、日本のプレカット技術とあっていない。政府間で対等な友好関係をつくって進めてほしい。JAS規格も国内をしっかりとってほしい。日本で高くいいものは海外でも売れる。
- ・ 中国・韓国の企業と話すと、「構造と技術」は信用してもらえる。次の「デザインと設計」については、韓国では1棟へのこだわり、中国では開発、町並み重視といった違いがある。輸出を伸ばすのなら、アメリカ・カナダと同じように中国の開発型にのるほうがいい。中国では「カナダウッド」が指導し、開発図面はアメリカがつくっていた。何も無いところから町づくりをやっている。
- ・ 中国では品質・デザイン+加工技術が必要。中国の商習慣や考え方、文化も勉強すべきである。

(丸太の輸出について)

- ・ 木材を売るにはカスケード利用が大事だが、どうしても価格の高いところに売っているのが現状。
- ・ 丸太を輸出した場合の使われ方は国によって違う。中国では型枠用材、韓国

では内装材でヒノキはブランド化されており、台湾も建設ブームによる型枠用材である。昔のように日本に加工されて戻ってくることは少ない。

- ・ 丸太の場合、製材工場までの価格で勝負。それよりも材積の確定の仕方で不利。日本（JAS）と中国では、日本の材積のほうが多くなる傾向がある。中国、韓国、台湾はラミナー、日本は角材に使うことがベースにあるからだと思う。契約に至らない理由は2~3千㎡をすぐに安定供給できないため。

（展示場によるPRについて）

- ・ 海外での失敗例もかなり知っているが、短期的な効果を求め集中力が必要と思う。食品と一緒に木材もありますではダメ。興味をもってもらうような展示で人を集めることが大事。継続的にやるには、国主導でやってもらいたい。

（輸出先国の設計基準について）

- ・ 韓国・中国も自分達で軸組工法を持ちたいと言っており、いずれはそれぞれの国産材を利用したいのだと思う。輸出するにしても基準化されたものがほしいと言っており、国として提案して欲しい。
- ・ 金物工法を標準化する中で、建築確認に係る図書の省略（4号特例）については見直して欲しい。
- ・ 中国も基準を持っているので、中国のルールに従って自主的にできるものを提案すべき。

（輸出先国への売り方について）

- ・ ここ8年バイヤーを頻繁に日本へ連れてきており、契約率は10割である。売り方、見せ方が重要で、木造の大型建築物など住宅でないものを見せている。また、製材品と比べ加工（うすく）するほど値段が上がる（5~10倍）。製材より4S加工により用途は広がる。韓国では最初ローテーションで契約をとれていたがこれではダメと思った。展示会で注目してもらうために「におい」で売ったこともある。モデルルームは、インパクトのある場所、ものが大事。釜山の72階建ての1室は125㎡で2億円、オンドル完備。1日に20組来るらしい。
- ・ 昔アメリカの業者に招待されて見に行ったことがあるが、海外から日本へ来てもらうことはいいことだ。もっと実際に触れてもらう機会をつくるべき。

（輸出先国への技術支援について）

- ・ 中国が構造用集成材の規格の見直しをしようとしている。これを逃してはダメだ。また、南京林業大学には木構造学科があり1学年100名学生がいる。しかし教える人がいない。日本は教えに行つて人材を育てるようなプログラムをつくればいい。北京もハルピンもある。効率のいい技術支援である。

（今後の輸出の方向について）

- ・ 日本のものがすばらしいと言う考えは間違い。日本の文化は何かを考えた方

がいい。日本国内の実情を考えるべきで、現在普通に畳の上に正座したりはしない。掘りごたつのほうが人気があるのではないか。デザインをあわせて新しい日本のブランドをつくるべき。日本の技術とは、いろいろアレンジする技術である。

- ・ 日本は京都議定書の二酸化炭素問題をどうするかはっきりすべき。「グリーン産業」「サステナビリティ」のキーワードで東アジアの中心にならないといけない。建築も国際化しており、環境・省エネの材料としての利用技術で産業化を図るべき。

以上