



既に里山2万ha以上を活用している薪炭業を
更に発展させるには

令和8年2月24日

東京燃料林産株式会社

代表取締役 廣瀬直之



東京燃料林産の概要

【 企業理念 】

- 燃料業界の中核会社としての自覚のもと 商いの正道を歩む
- 生産活動・販路拡大・資源獲得は 相互扶助を旨とする（業界全て社中）
- 虚業を排し実需への便益提供を以て 公共的使命・社会的責務を全うする

【 事業領域 】

- 木炭・薪の製造・流通
- 広葉樹素材生産・販売
- LPガスの充填・供給
- 灯油・重油・潤滑油の供給
- 燃焼器具の販売・工事・貸出
- 建設・管工事業
- SS (ガソリンスタンド)
- カーリース・レンタカー
- 各種保険・不動産賃貸など

	沿革及び概要
明治13年	廣瀬與兵衛商店（薪炭問屋）創業
昭和18年	東京都燃料配給統制組合設立 （都内全燃料店約6千店を統合）
昭和23年	改組・株式会社化により現社名となる
年商	約36億円（令和7年3月期）
本社	東京都千代田区神田錦町
拠点	豊島区・世田谷区・昭島市・青梅市・八王子市・熊本県あさぎり町など
社有林	東京都奥多摩町・岩手県葛巻町・和歌山県みなべ町・徳島県美波町
従事者数	役員・社員（含む関係会社）約150名

本日本話すること



1. 製炭業再興に向けた当社の取り組み
2. 薪炭生産には大量の里山が必要
3. 薪炭を取り巻く事情
4. 今後の当社の取り組み

1. 製炭業再興に向けた当社の取り組み

(1) 卸売り専業から飲食店小売業への進出に伴い全国行脚

(2) 失敗を多数経験

(3) 産地共通の課題を整理

(4) 仕組みづくりが重要



※里山広葉樹と窯があれば、木炭や薪を製造できるわけではない

1. 製炭業再興に向けた当社の取り組み

- (5) 計画生産と全量買い取りによる製炭者の収入安定化
- (6) 品質フィードバックにより付加価値を高め、製炭者収入を増強
- (7) 各地製炭者を組織化し、山元からサプライチェーンを再構築
- (8) 相互連携による技術伝承と生産効率化への不断の努力
- (9) エンドユーザーへ産地事情を啓蒙、「意味的価値」を付与

2. 薪炭生産には大量の里山が必要

(1) 里山広葉樹の用途

薪炭材 (コナラ・ミズナラ・ウバメガシ・アラカシ・クヌギが中心)

生薬原料 (クヌギ樹皮・クス葉・サクラ樹皮など)

銘木 (檜・楠・枡・銀杏などの巨木や黒柿)

市場向け用材 (シイや灌木以外の広葉樹)

チップ材: バイオマス発電燃料・パルプ原料 (シイを中心にすべき)

2. 薪炭生産には大量の里山が必要

(2) 里山広葉樹の賦存量

森林林面積(R2)2,503万 ha

育成単層林(R7)1,030万 ha ・育成複層林100万 ha ・天然生林1,385万 ha

推定放置里山林300~400万 ha は天然生林の内数と考えられる

薪炭ピーク生産量270万 t に必要な里山は45万 ha と考えられる

30年周期で換算すれば当時1,500万 ha の里山が必要となる

戦中戦後は、300~400万 ha の賦存量を超える過剰伐採

→伐期の薪炭林は戦中戦後の10年で枯渇したのではないか

拡大造林含め原木不足により、製炭者が離職した一面もある

広葉樹利活用に際しては、賦存量に見合う生産計画が必要

2. 薪炭生産には大量の里山が必要

(3) 薪炭の製造に現在必要な賦存量

ナラ・カシ・クヌギが5割以上植生している里山を伐採
1㍍あたり木炭原木最低60トン・広葉樹全体で約120トン生産

木炭9,000トン＝炭材9万トン
1㍍あたり60トンとして
1500㍍×30年＝45,000㍍

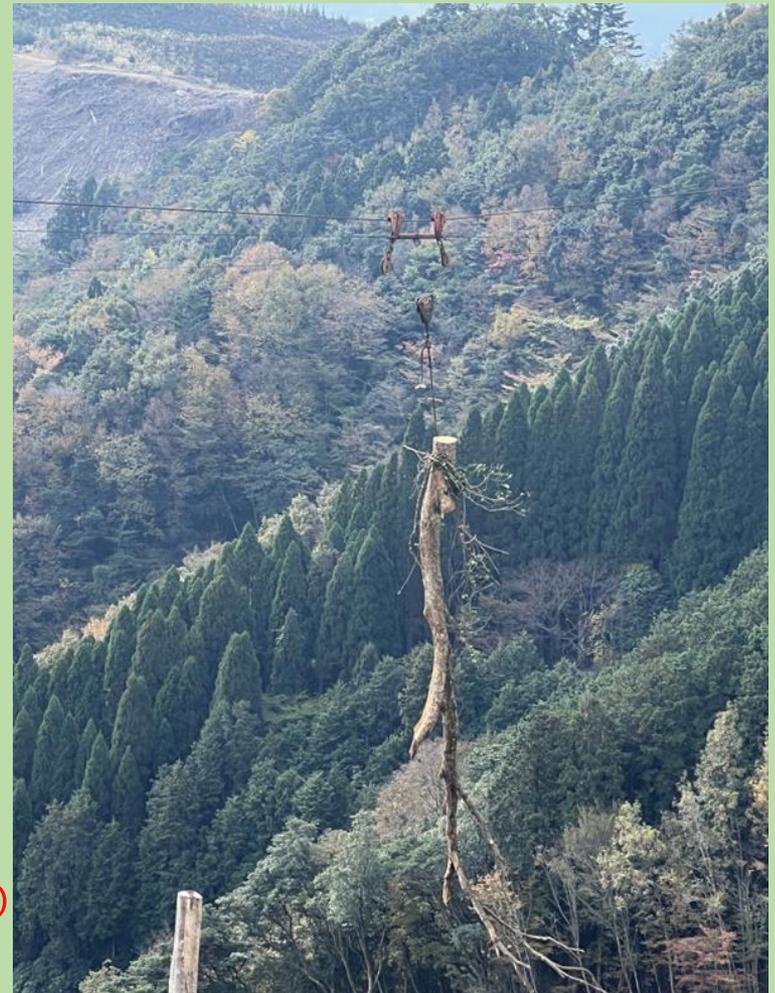
薪 10万m³＝薪材7万トン
700㍍×30年＝21,000㍍



2. 薪炭生産には大量の里山が必要

(4) 里山は全て放置林なのか

- ◎30年近く伐採されていない里山
→木炭主伐サイクルの範囲内
(放置林ではなく人工の広葉樹育成林)
- ◎30年超え伐採されていない里山
→薪と用材が採れる
(搬出難や権利関係による真の放置林も)
- ◎木炭総需要は国産の10倍・10万トン
→60万~100万立方メートルは薪炭生産に必要
(古来の「つくり山」は薪炭に向けるべき)



3. 薪炭を取り巻く事情

(1) なぜ薪炭が必要とされるのか

薪炭は、単なる燃料ではない

～優れた調理道具であり調味料

石炭に代わる持続可能エネルギー

埋炭による炭素貯留も注目される



3. 薪炭を取り巻く事情

(2)なぜ国内生産が減少したのか

ブランド化した備長炭の功罪

コア技術の海外移転と衰退

輸入備長炭一辺倒だった流通業者

助長される産地の高齢化と過疎化

コロナ禍の業者買い控えで更に廃業



3. 薪炭を取り巻く事情

(3) コロナ禍を機に完全に潮目が変わった

和食が海外で人気・本格的な日本料理店も海外で開店

新興国の近代化と円安により輸入木炭減少・価格も高騰

将来を担うZ世代・ α 世代は環境と人権を重視する人々

悪貨による良貨の駆逐が、エシカル消費で収まる傾向に

4. 今後の当社の取り組み

- (1) 既存取り組み分野の深掘り
- (2) 高コスト構造からの脱却
- (3) 差別化とブランディング
- (4) 資源の有効活用に向けた山づくりの展開

4. 今後の当社の取り組み

(1) 既存取組分野の深掘り

- ① 薪炭・化石燃料・電力のエネルギーミックス(脱炭素・COS推進)
収益化困難な里山のJ-クレジット化による「COS-LPG」組成
鋳物工場(キューポラ炉)向けコークス代替燃料
- ② 中山間地域の高収入化と雇用拡大(地方消滅の阻止)
仕事が無いため人が流出し高齢化・過疎化、「少子化」はしていない
都市部から富を還元し、高収入で安定した仕事があれば地方は創生する
- ③ 日本文化の復興と普及に資する生産増強(国の文化的価値向上)
神社への斎火・笙の熱源、仏閣への調理・暖房、全て古式に戻す
刀鍛冶への松炭、陶芸への松薪、茶道用クヌギ木炭の増産・高品質化
懐石料理・鮎店など未利用業態へ高級木炭によって伝統的調理法を復活
- ④ 消滅危惧産地の復興と新たな産地の創生(広葉樹利活用地域の拡大)
既存産地の弟子ゼロを無くす活動、尾張・伊勢志摩備長炭の創生

4. 今後の当社の取り組み

(2) 高コスト構造からの脱却

① 薪炭業者間ネットワークの構築による物流内製化・低コスト化

品不足によるムリ・独自配送によるムダ・集中時間のムラが多い飲食店向け物流
DXと集約化による物流の効率化を追求、業界全体の薪炭営業体力を捻出
流通合理化・COSでコストと環境負荷を下げ、生産者の実入りを増やす

② 実証済みの品質改善と省力化を各産地に伝播、質・量・価格を安定供給

品質とは何か、市場に求められる品質水準と顧客の啓蒙が両輪
飲食店経営者と産地の交流を盛んにし、品質と意味的価値を高める活動
炭窯の大量化により、低く成り過ぎた製炭歩留りを改善

例：歩留り率10%→15% 既に当社子会社工場で実証済み

4. 今後の当社の取り組み

(3) 差別化とブランディング

- ① 林業から飲食店まで一気通貫で経営
- ② 広葉樹伐採技術を「高度化」し「標準化」
- ③ 地域ブランドへの普及協力



薪生産に参画する林業経営体は増加中
～広葉樹の素材生産力獲得に期待

4. 今後の当社の取り組み

(4) 資源の有効活用に向けた山づくりの展開

針葉樹伐採跡を社有林化、1,000本/ha密植人工林としての里山広葉樹林に転換してみた

1ha 200/400本:100トン・製炭歩留まり10%



1ha 500/1000本:200トン・製炭歩留まり15%

～製炭量10トン/haを三倍の30トン/haへ

年間生産量10万トンを30年周期1万haで賄い
増産余地を倍増させる活動を続ける



広葉樹利活用は事前の仕込みがすべて

- ▶ 里山は天然林・放置林ではなく、先達が築いた伐期30年の人工広葉樹育成林
- ▶ 広葉樹が枯渇して忘れられ半世紀、適材適所で最大限活用することが重要
- ▶ 薪炭は需要が安定、かつ今後の伸びも期待できる広葉樹のベース用材
- ▶ 素材生産者にとって、製炭・薪づくりは山に入れないときの仕事になる
- ▶ AIの普及でホワイトカラーは衰退、職人が優遇される社会を実現すべき
- ▶ 広葉樹の産地づくりは、原木の種類・素材生産者の有無・加工の担い手・品質目標・標的顧客など事業基盤の組み合わせによる「戦略的パッケージ」
- ▶ 産地の興廃は「事前の仕込み（良い戦略設計図＝マネジメント）」で決まる

たった一つの活動で、SDGs 全てのゴールを充たすのは、
薪炭生産だけかもしれない



ご清聴ありがとうございました