

5.3 発表要旨（各登壇者）

5.3.1 井口 光（株式会社森未来 プロダクトマネージャー）

講演タイトル

国産広葉樹の現在地～流通のボトルネックと、未開拓市場のポテンシャル～

【講演概要】

国産広葉樹の利用拡大に向け、流通・需要側の実態を把握するため、アンケートを実施し、課題と利活用の方向性を整理した。回答数は計 811 件で、内訳は広葉樹製品の生産・流通事業者（木材事業者）208 件、デザイナー・設計士 61 件、その他一般企業 542 件であった（回答期間 2025 年 12 月 11 日～2026 年 1 月 31 日）。

事業者側では、「要望通りの素材が調達できない」「供給情報が不足」「価格・コストが合わない」が主要な課題として挙げられた。特に内装・什器分野では、「顧客ニーズがない」「品質管理、クレームリスク」といった課題が特徴的であった。これらの背景として、生産者・消費者間だけでなく生産者同士でも情報が断絶していること、市場が未成熟であること、加工・乾燥の特殊性による技術的課題が指摘された。

デザイナー・設計士側では、木材の意匠性を強みと捉える一方、供給の不安定さや品質のばらつきをボトルネックとして認識されていた。回答者の約 7 割が「地元の木が簡単に買える仕組み」を要望しており、加えて 3 割以上が、品質基準の整備、入手のやすさ、補助金制度、施工事例・データの可視化、法規制の緩和などを求めていることが分かった。

一般消費者側では、広葉樹に対する理解度と木材としての認識率の低さが示され、広葉樹を“樹木”として捉える認識と“木材”としての認識の乖離が需要の低迷につながっている可能性が示唆された。

また、里山生態系が抱える課題（生物多様性損失、獣害、ナラ枯れ、竹林拡大）と広葉樹利用を結び付けていくためには、課題の発信、広葉樹利用による保全効果の理解促進、理解を下支えする樹木リテラシーの向上が、利用意欲を高める鍵として整理された。併せて、“木”と“材”、“材”と“林”、“林”と“森”の認知の分断をつなぐ導線づくりを提案し、「新しい雑木文化」の入り口の一例として、フリマに見られる広葉樹トレンドを紹介した（国産材の出品が外材より多く、用途が多様）。

以上を踏まえ、事業者は情報共有と技術開発で品質を裏打ちし、設計者は調達ルート可視化と品質基準整備を進め、消費者は樹木リテラシーを高めて里山保全との関係を理解する、という方向性を示した。

5.3.2 紙谷智彦（スノービーチ・プロジェクト 世話人）

講演タイトル

豪雪地集落維持のために、ブナ林を育成しながら活用する

【講演概要】

豪雪地の新潟県魚沼市大白川集落（人口 91 人、平均年齢 68 歳（2025 年 1 月 31 日現在）、2025 年 2 月 24 日の最深積雪 490cm）では、集落の大半が水源涵養保安林に指定された広大な天然生林を背景に、大白川生産森林組合（経営面積 1,386ha、うちブナ林 639ha）がブナ林の育成と活用を一体的に進めてきた。組合は「集落を維持するためにブナ林を活用する」「水源を守るため皆伐は行わない」という方針を掲げ、1976 年に薪炭林だったブナ林の育成に着手し、1996 年からは 2 回目の間伐を実施した。上層間伐により将来の収穫候補木の葉量を増やし、「目先の利益にとらわれず良い木を残す」との理念のもと施業を重ねた結果、間伐林は平均 10mm/年以上、未間伐林は 2mm/年未満と、成長量に明確な差が確認された。

2015～2016 年の試験伐採・製材乾燥では、挽板約 1,000 枚を計測して歩留まりを算出するとともに、偽心材や穴あき材などのダメージ材が 8 割を占める実態を把握した。こうしたダメージ材を含む豪雪地で育った個性を持つブナ材を「スノービーチ」と命名し、2015 年には家具第 1 号の製作、ウッドデザイン賞の受賞に至った。これを契機に、2018 年からは持続的なブナ林業の確立に向け、森林経営計画の策定に着手し、利用間伐の検討を進めた。併せて、間伐指針の策定、更新完了基準の設定、丸太等級区分の整備などを行った。活用先は市役所や新潟駅等の内装、家具・玩具・企業グッズへと広がり、定例報告会等を通じて川上から川下までの相互理解と信頼関係を構築している。2024 年度版「スノービーチ基準」は魚沼市大白川と上越市不動の 2 地域で運用され、ブナ林の「価値」をデザインし、豪雪地集落の維持と地域経済への貢献を目指す取組となっている。

5.3.3 鈴木信哉（ノースジャパン素材流通協同組合 理事長）

講演タイトル

広葉樹材流通の課題とノースジャパンの取組み

ノースジャパン素材流通協同組合は、広葉樹原木市の現状として、フローリング・家具・内装用途ではオニグルミ、ヤマザクラ、ミズナラ、クリが人気樹種であることを示すとともに、近年は用材の最小径級が「26cm 上」から「20cm 上」へと下がるなど、需要側の条件が変化している点を指摘した。また、情報流復活に向けた発信内容として、針葉樹のウッドショックと比較すると、広葉樹は天然乾燥材を概ね 1 年分在庫として保有する慣行がある

ため、影響の顕在化が1年程度遅れたこと、外材から国産材への代替が進みにくいこと、国際情勢や円安等の影響により供給・価格の不安定化が続いていることを挙げた。

国産広葉樹利用における最大の課題は、川上（森林所有者・素材生産者）に川中・川下の情報（樹種、買い手、用途、一般単価、必要な長径級等）が十分に伝わらず、その結果、チップ化が常態化する地域が残っている点であり、「広葉樹利用の課題は一つ、ニーズが伝わらないこと」と整理している。対応として同組合は、組合員会議や月刊誌等による情報共有、工場・市場の現地学習会の実施、フォトソリューションシステムの活用、山元直送希望者のマッチング、営業用薪・燻製用原木等の用途別マッチングを展開し、分別・直送・用途開拓による付加価値化と情報流通の回復を目指している。

5.3.4 廣瀬直之（東京燃料林産株式会社 社長）

講演タイトル

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

東京燃料林産（株）は、里山2万ha以上を活用してきた薪炭業をさらに発展させる観点から、製炭業再興に向けた要点を整理した。卸売専業から飲食店向け小売へ進出し、全国の産地を巡る中で、産地に共通する課題として「里山広葉樹と窯があっても木炭・薪は安定的に供給できない。計画・流通・品質の仕組みづくりが必要」という点にあるとする。具体策としては、計画生産と全量買い取りにより製炭者の収入を安定させること、品質に関するフィードバックを通じて付加価値を高め、収益性を向上させること、各地の製炭者を組織化して山元からのサプライチェーンを再構築すること、相互連携によって技術伝承と生産効率化を進めることを挙げた。さらに、エンドユーザーに産地の事情や背景を伝えることで「意味的価値」を付与し、需要喚起につなげる重要性を示した。

また、薪炭生産には大量の里山が必要で、放置里山林は300~400万ha程度と推定しつつ、30年近く伐採されていない里山は木炭主伐サイクル内の“育成林”であり、30年を超え伐採されていない里山には真の放置林もあるとした。その上で、木炭9,000tの生産には45,000ha（30年周期換算）、薪10万m³の生産には21,000haの里山林が目安とした。薪炭は燃料にとどまらず優れた調理道具・調味料で、石炭に代わる持続可能エネルギーや埋炭による炭素貯留としても位置づける。国内生産減少の要因は、備長炭のブランド化による功罪、コア技術の海外移転、輸入偏重の流通、産地の高齢化・過疎化、コロナ禍の買い控え等とした。一方、和食の海外人気、円安と新興国の近代化による輸入木炭の減少・高騰、環境と人権を重視する世代やエシカル消費により薪炭を取り巻く事業が変わってきたとした。今後はエネルギーミックスやJ-クレジットの活用、物流の内製化等による高コスト構造の是正、林業から飲食店まで一気通貫による差別化とブランディング、針葉樹伐採跡の広葉樹化（密植）による生産力向上、さらには神社仏閣・刀鍛冶・陶芸・茶道等の文化用途を支える高級

薪炭の増産を掲げ、産地づくりは「事前の仕込み（戦略設計＝マネジメント）」で決まると指摘した。

5.3.5 藤田哲也（旭川家具工業協同組合 理事長）

講演タイトル

旭川家具の挑戦 ～森と広葉樹、そしてデザインで築くブランド戦略～

旭川家具工業協同組合の藤田哲也氏（(株)カンディハウス会長）は、「森と広葉樹、そしてデザインで築くブランド戦略」を軸に、旭川家具が道産広葉樹の活用拡大に挑む方向性を示した。森林は木材供給にとどまらず、生態系や暮らしを支える“自然の恵み”としての価値が再評価されており、日本は森林率が高い一方で資源が十分に生かされていない現状を踏まえ、国産材活用の一層の推進が必要とした。特に北海道は国土の22%を占め、森林率71%、その48%が広葉樹で全国の蓄積の27%を有するなど、森林政策上も重要な地域である。ウッドショックやロシア材輸出停止、円安等により良質な家具材の確保が難しくなる中、従来 of 樹種に限定せず、より広範な道産材の利用が有効として「北海道産広葉樹利用促進研究会」（2022年11月発足）が取り組む、資源量把握、樹種強度（材料・製品）把握、利用可能な樹種候補の抽出、需要量予測などを紹介した。強度試験では比重と強度の関係や樹種ごとの特性差を整理し、当面の重点候補としてメジロカバ、ニレ、サクラ、センを挙げ、カンディハウスが先導的に製品化を進める方針を示した。さらに原木仕入れから販売まで約2年を要する点を踏まえた需要予測・共同購買の必要性、国有林に眠る良質広葉樹の計画的供給に向けた要望活動の重要性を述べ、道産広葉樹の価値発信と安定供給の両輪で産地ブランド形成を図る取組として整理した。

5.4 林野庁発表

林野庁の里山広葉樹利活用推進チームによる令和 7 年度の実績と今後の方向性が報告された。同チームは、令和 6 年度に林野庁の有志職員により発足し、令和 7 年度は約 30 名が参加、地域別及びテーマ別のユニット体制で活動を展開した。

主な取組として、全国ヒアリングの実施、広葉樹資源の分析、施業・利活用に関する情報整理、プラットフォーム設立準備、SNS 等を活用した広報活動を実施。

全国ヒアリングでは、広葉樹のサプライチェーンが特定事業者依存の「細い構造」であり、素材生産者や製材・乾燥を担う事業者、人材が不足している点が大きな課題として共有された。一方で、ウイスキー樽材需要の増加などを背景にナラ類を中心とした価格上昇や、小径木の利用拡大、消費者による節や虫害痕を含めたデザイン評価など、需要側の変化も確認された。

資源分析では、森林生態系多様性基礎調査 (NFI) データを用い、全国約 1 万 5 千地点の定点観測結果から、広葉樹 32 樹種について分布や蓄積量、胸高直径、経年変化を分析した結果の一部が報告された。分析の結果、コナラやミズナラでは小径木の減少と大径化、ナラ枯れによる枯損の全国的拡大が明らかとなり、持続的な施業と技術継承の重要性が示された。

また、ヒアリング等で得られた課題の解決を行うため、需給情報の共有やビジネスマッチング、人材育成、環境貢献の評価手法検討などを担う「里山広葉樹プラットフォーム」を令和 9 年春頃に設立予定であることが報告された。

最後に、SNS での広報や、動画、パンフレットの作成、「推し広葉樹」企画の結果報告が行われ、広葉樹の価値や意義を国民に発信し、機運醸成を図っていくとしている。

5.5 パネルディスカッション

パネルディスカッションでは、国産広葉樹材の利用拡大に向け、川上から川下までの課題と可能性が幅広く議論された。最も大きな論点は、情報共有不足による需給の不一致である。山側は伐採・供給の計画情報を十分に把握できず、製材・加工側も乾燥や在庫に関する課題を抱え、結果として市場は安定供給を期待しづらい。特に広葉樹は乾燥期間が長く、天然乾燥と人工乾燥を組み合わせた「ミックス乾燥」の技術確立が求められている。

加えて、国産広葉樹の価値への認識不足が指摘された。ミズナラなど日本の広葉樹は歴史的に海外で高い評価を受けてきたが、国内ではその価値が十分に理解されていない。一方で、家具産地の旭川では、素材・技術・デザインを揃え、地域企業が協力することでブランド力を形成した成功例が紹介された。特に「北海道バレル」では、これまでチップやバイオマスに回っていた材を活用し、12 種以上の広葉樹で新たな需要を創出している。

議論の中で強調されたのが、人材育成の遅れである。国有林や自治体の担当者が広葉樹の

基礎知識を持たないケースが多く、過去にあった「広葉樹の見分け方」などの研修が途切れていることが問題視された。正確な情報を収集し、中立的な立場で説明できる人材の育成が急務である。

また、新たな需要の広がりとして、樹皮付き丸太の内装利用など、従来にない使い方が増えていることも紹介された。虫害対策や皮が落ちにくくする処理など、新技術の開発余地も大きい。木炭分野では、日本独自の高度な炭化技術が文化的価値を持つことが示され、燃焼性能の高さや煙の少なさなど、海外との差別化ポイントも整理された。

森林管理の観点では、広葉樹は 100～200 年かけて育つ長期資源であり、「適地適木」を前提とする持続的施業の重要性が再確認された。針葉樹から広葉樹への転換も、単なるトレンドではなく山の条件を見た判断が不可欠である。全国的な広葉樹林の循環利用モデルを確立し、地域経済を支える取り組みとして位置づけていくべきと提言された。

最後に、一般消費者向けの情報発信の必要性が強調された。木材は文化・歴史・自然とのつながりを持つ素材であり、その背景を知ることで価値が高まる。家具や建築にとどまらず、暮らしの中で木がどのように生まれ、どのような文化を支えてきたのかを伝えることで、広葉樹の魅力を社会全体で共有できる。

本ディスカッションで示された方向性は、①情報共有の強化、②技術・乾燥・在庫管理の改善、③人材育成の再構築、④新技術・新用途の開発、⑤地域協働によるブランド形成、⑥長期視点の森林管理、⑦文化的価値の発信の 7 点である。これらを総合的に推進することで、国産広葉樹の持続的な利活用が期待できる。