

第 1 回木材産業の体制整備及び木材市場の形成・拡大に向けた基本方針
検討委員会議事要旨

1. 日時 平成 18 年 10 月 17 日（火） 13:30～15:30

2. 場所 農林水産省共用第 16 会議室

3. 出席者

（委員）

善財 裕美	NPO グリーンコンシューマー東京ネット	理事
座長 安藤 直人	東京大学大学院	教授
久保山 裕史	独立行政法人森林総合研究所林業経営・政策研究領域 林業システム研究室	主任研究員
後藤 隆一	社団法人全国木材組合連合会	副会長
佐川 広興	協和木材株式会社	代表取締役
西村 勝美	木構造振興株式会社	専務取締役
宮 康博	神奈川県環境農政部	県産木材利用推進担当課長
三善 和夫	社団法人日本木造住宅産業協会	資材・流通部長

（林野庁）

川村長官、島田林政部長、小林木材産業課長、梶島木材利用課長 他

4. 主な発言

- ・基本計画については、本日の会議で扱う対象ではないが、参考として基本計画に対するイメージについて、ご意見があれば頂きたい。
- ・神奈川県の森林・林業も弱っており、1960年に16万m³生産されていた木材が、現在では1万m³を割って年間8,700m³しか生産していない。県内にはスギノアカネトラカミキリの被害があり、被害材は搬出しても林業センターで受け取って貰えず、森林所有者が困って一斉に伐採を行わなくなったことも一つの大きな要因となり大幅に生産量が減少した。
- ・これも山が弱っていることを示す事例。山の手入れが不足している中でこのようなことも起こっている。他に山のイメージということをお願いしたい。
- ・現在、木材需要に占める割合は国産材が2割で外材が8割。こうなった原因は価格が高いこと。原木、製品ともに、ベイツガやベイマツなどの外材に比して価格が高く、需要量を減らしてきた。資源的には十二分な資源があるにもかかわらず、平成27年における伐採量2,300万m³は、低く設定していると感じた。この伐採量は、年間生長量の約3分の1ぐらいしかないので、この3倍ぐらい伐っても国内の森林資源は減らない。極めて生産性が低かったために林業、製材業もカナダや北欧との産地間競争に負け、シェアが低下した。生産性が低くてコスト高な製品しか供給できなかった。どうやって競争力をつけて8割のシェアを取り戻すのかかが課題。国産材を2倍にし

てもまだ4割、プラスにとらえればほぼ無限の需要が期待できる。競争相手であるカナダ、北欧ともに、人件費は我が国と同程度であることも明るい材料。外材のシェアを奪える素地はある。

- ・基本計画の需要予測によれば、製材用材、パルプ・チップ用材が増えるということになっている。紙も木材製品であり、紙の需要を2割とみているが、これも増やしていないといけない。合板用材もかなり増えると見ている。その他、輸出であるとかバイオマスであるとか、近年急速に状況は変わってきた。現状分析は必要であるが、この辺を踏まえてこの5～10年の間にどう戦うかを前向きに検討したい。また、競争相手となる海外企業は相当な大企業であるが、日本の産業構造はそうっていない。
- ・約9千の製材工場のうち3割の工場で全体の8割を生産しており、零細な企業が大半。そういう部分と海外と競争する部分と両方ある。生産量2,300万m³の目標達成は相当困難であると認識。間伐を6割ぐらい主伐を4割ぐらいとしているが、山が悪くなってきていて、間伐における搬出量は現状では非常に少なく、10m³/ha程度であり相当な大面積の間伐が必要。
- ・民有林だけなのですが、間伐はこれまで年間30万ha程度で推移しており、10年後にはこれらの面積がまた間伐期に入る。これまでは被圧木の伐採が主体だったかもしれないが、10年後には生長して利用出来るものが増えてくる。仮に30m³/ha×30万haとしても全体で9百万m³と、かなりの供給量が見込まれる。今間伐をしているところは森林所有者も明らかな箇所であり、ポテンシャルは相当高いと認識している。
- ・ポイントは産業体制の整備と市場の拡大の2つ。これまでは体制ありき、資源ありきでやってきたが、市場あつての体制と考え、今回は議長の独断で、市場の拡大を先に議論したい。市場では、木は伐っても良いのか、使えるのか、という素朴な疑問がある。一般消費者に対する普及活動という観点、木を使うことが環境にいいとは知らなかったとうような反応が圧倒的に多い。また、木はどこに買いに行ったらいいのとうようなこともある。
- ・昨年から林野庁の「木づかい運動」に携わり、セミナー等を展開している。我々が実施したアンケートでは、伐採が悪いことであると認識している人は少なかったが、間伐の具体的な作業内容やその意味について明確に認識している人は少なかった。木を健全に育てていくには、間伐を繰り返して使って使えるようになるとうような説明を積極的に普及、PRすることが重要。NPOやNGOの間では、海外の山が日本によって荒らされていると批判を浴びているので、日本の山はどうなっているのかとう関心は高い。先日のセミナーで国内の需要を賄える程のポテンシャルが国内の森林資源にはあるとうことを聞き、目から鱗が落ちる思いであった。そのとうような情報を積極的に提供していくことも重要。
- ・ムードだけではなく、データもあれば、話が広がる速度のアップが見込まれるのではないか。
- ・私達は、データを持って、相対で実感してもらえよう話をする。そうすることによ

り、スピード感をもって着実な広がりが見込める。

- ・ 森が好きという人は多くても、木が好きという人はあまりおらずPRは難しい。
- ・ 木材利用のPRということで、木材を利用した鞆を利用している。国際包装展でも展示したが、非常に反響が大きい。提供の仕方を工夫すればよい。
- ・ 単に木を使うのは良いというだけではなく、消費者に具体的な商品を提示できれば有効。
- ・ 消費者、エンドユーザーをどう捉えるのかという意味では、大工・工務店が変わる必要がある。
- ・ 市場をどう見るのかという問題であるが、この議論をすること自体が新しい。
- ・ 「木育」が重要で、3つ子の魂から育てないと、国産材に対する愛情というのは醸成されない。消費者が地産地消や環境によいので国産材を利用したいと言っても、対応できない工務店が多い。プレカット工場が外材しか扱っていないことから国産材を仕入れられず、消費者の要求に対応できない。国産材を使用したいとなると和室や造作等が求められるため、現在の職人ではとても手が届かないということで対応したくないということもある。もう1つはコスト。国産材は多段階の流通システムとなっており、工務店から製材工場が直接かつ安易に買える与信制度が無い。木住協の会員は約240で、うち200社が木造を扱っており、約7万棟供給している。単純平均では1社350棟であるが、実際には年間30から50棟の事業者がほとんどであり、500棟以上の業者は少ない。このような事業者はマニュアル化された住宅しか施工できない。
- ・ これまで、我々は工務店に対して、木材のことを知っているはず、木を使ってくれるはずであるという思い込みを持っていたが実力は低下している。他方で、顔の見える木材での家づくりのような方向性には可能性が残っているので、この可能性をいかに太くしていくのかを今後議論したい。海外市場については、木材だけでなく家具製品等の形態で輸出されるものもあり、思いの外輸出されているが、これは統計に載らない。また、輸出先は中国だけでなく、韓国も変化がある、5年前は何もなかったが、ツーバイフォー住宅が年間2～3千棟程度建築され始めており、施工体制が確立されればどんどん広がっていく可能性がある。バイオマスについては詳しくないが、チップの取り合いが始まっている。良いチップは製紙に、中低質のチップはボードや燃焼用に回るが、補助金等によりバイオマス発電を推進しているものの、燃焼用のチップが出て来ない、または出てきても高価になっている。このような状況の中、先ほどの林地残材の利用などを考えていくことになると思うが、チップ需要は逼迫してきている。そうすると、バークが効率よく燃焼できるようにするための技術開発が重要。日本では研究中であるが、海外でバーク用の炉は既に開発されており、これを活用すれば良いのではないか。
- ・ 日本でも数社が参入しており、プラントが実用化されつつある。バークは非常に含水率のバラツキが大きいいため、センサーを活用して燃焼や空気の送り方といったスイス

の技術を日本式に改良していこうということも研究レベルでは進められている。大多数を占める小規模な工務店は事業を始めてから国産材を扱った経験が無く、国産材の規格、性能、どこに行けば買えるのかといったことを知らない。加工業界も同様であり、ずっと外材しか扱ったことのない中小の製材業者は、国産材で何をどのように製材すれば良いのか知らない。これから中目が増えるのならその商品設計を出す、技術はこうだ、ということをご提案していく必要がある。

- ・ エンドユーザーには益々PRしなければいけないが、その受け皿が必要。この問題の一番難しいところは木を売る業者、それを加工する工務店など、エンドユーザーの手前のところ。エンドユーザーは家を買うのであって、木を買うのではない。次回までに資料を検討することとしたい。特に気になる点があればお願いしたい。
- ・ 連携のパターンとして例示されている①単独大規模型は大企業、②水平連携型も一定規模以上の企業が中心となって引っ張るパターン、③は零細な企業が川上から川下まで連携していくパターンと考えられるが、一番日本の業界を支える中堅どころの中規模層をどうするのが国産材利用の裾野を広げる上で重要。中規模層がこの3つのうちどれかに移行するのか、違う方向性があるのか。中規模層には地域完結型の地域木材産業システムという方向性があると考えており、この論点の中に中規模層がどうなるかということがあっていいのではないか。
- ・ 加工、乾燥、仕上げの協業化、それを超えてプレカット化を通じて中堅以上の住宅メーカーに納めるといった取組により年間契約的にできるという製材部門の領域拡大が重要。プレカットは概ね飽和していて、新規ということではなく、どうとらえていくのかということも大事。素材生産に関して、原木は本当に出てくるのかお訊きしたい。
- ・ 原木が出てくるか否かは基本的に高く買ってもらえるか、どれだけ買ってもらえるかが鍵。ある事例では9,000円/m³でどれだけでも買うというシステムで3万m³から24万m³まで供給量が伸びたが、9,000円/m³という価格は、必ずしも高くないのでそろそろ限界ではないかと考えている。どういう製品化を行えば素材の価格を高くできるかが課題。伐出コストに関しては下がっているし、齢級が上がることにより太くなるということで更に下がる。個人的には集成材よりも加工コストがかからない無垢のKD材に頑張っけて欲しい。A材の価格が上がることにより、B材、C材も引きずられて価格が上昇することを期待。結果的に高い立木価格が提示できれば然るべく素材は出てくる。
- ・ 経済論の中で、また、環境論の中で木材を捉えることが重要。国際的な木材需給の見通しについては誰にも予測は出来ないが、国内に資源があることだけは事実。我々には資源があり、オイルショック的なものはない。木材を利用しても良いということをご消費者に、使い方を工務店に普及していくことが重要。
- ・ 都市林業という観点も重要。
- ・ あまり広がりすぎてもいけないが、森林の役割は木材生産だけではないという観点からも考慮する必要はあるかもしれない。