



	輸入額(億円)	輸出額(億円)	自給率	就業者数
林産物	11,565	118	22.8%	4.7万人
農産物	59,821	2,883	66%	298.6万人
水産物	15,696	2,077	62%	20.4万人

図1 我が国林業の貿易、自給率、就業者の状況(2008年)  
(資料)財務省「貿易統計」2008年、総務省「国勢調査」、農林水産省「統計情報」など。

二〇〇八年から京都議定書の第一約束期間が始まりました。国土面積の六七%が森林によって占められている我が国では、温室効果ガスの削減約束六%の内数三・八%に相当する千三百万炭素トンを「森林」により吸収することとなったのです。このためには、毎年二十万haの追加的な間伐等の森林経営を行う必要があります。

このような時代だからこそ、我が国地域発の林産品の国際化に取り組みを拡大し、企業の森などをグローバル化活動に生かすことで、林業において十万人近い新規雇用が生まれ、地球環境時代における地域振興のモデルとなる可能性があります。

## 一 森林は国の宝の宝の宝が：

我が国の一次産業である 農業、水産業、林業を比較すると、林産品の国産化が一番遅れています(図1)。輸入額では、林産品は水産品に近い金額であるのに対して、輸出額は二十分の一程度に止まっています。自給率を見ると農産品や水産品が六〇%を超えているのに比して二〇%台前半と低く、就業者数も五万人を切っています。

京都議定書の温室効果ガスの削減約束に対応するために、毎年二十万haの追加的な間伐等の森林経営を行う必要がありながら、国内外の林産品需要にほとんど対応できず、国内二千五百万ha森林の

# 企業と進める林産品のグローバル化 ～地球環境時代の地域振興戦略～

荒廃が進んでいる現状は、当に宝の持ち腐れ状態ではないでしょうか。

## 二 中国や韓国などで高まる海外需要

海外での林産品需要を見ましましょう。現在、中国では経済や所得の増加により高級マンションが続々と建設され(図2)、高水準な内装材の需要が急増しています。南京大学 呉教授によると「中国の人工林は広葉樹中心であり、代表的なポプラの中国国内の流通価格は、日本スギの日本国内流通価格よりも高い。また、内装材の市場規模は年間二十一兆円であり、日本材の参入余地は高い」と指摘されています(二〇〇八年九月 日本木材輸出振興協議会のセミナーでの発言)。中国では環境問題から伐採削減政策がとられていることで、増加する国内需要を満たせないことから自給率が低下してきており、木材の輸入大国となっています。

また、韓国の丸太生産量は、日本の宮崎県と鹿児島県を合わせた百五十万㎡前後しかないことから木材の自



図2 続々と建設される中国の高級マンション(大連)  
(資料)中国大連市での新設マンション群(2008年 筆者撮影)

給率が5%台と極端に低い一方で、中国と同様に高級マンション向けの内装材需要が高く、日本材の参入可能性は高いと考えられます。

### 三 国際展開を始めた我が国の林産品事例

中国や韓国と比較して、我が国は国内材の伐採規制や資源不足がある訳ではなく、むしろ有り余る森林資源の有効活用やマーケット対応が遅れているのが課題となっています。この課題に対して、豊かな森林資源を保有する地域では、地域資源の「ジャパンブランド化」の一環として、林産品の国際化に取り組み始めている事例が出てきました。

例えば、ソウル大学 李教授によれば、二〇〇六年から宮崎県の「宮崎スギ」が韓国市場に進出し、ブランド化を図るとともに売上を伸ばしています(前出 セミナーでの発言)。また、高知県中芸地区商工会では、「魚梁瀬スギ」の素材感を生かしたインテリア雑貨などを外部デザイナーの企画力で開拓し、内外で高い知名度を上げ始めています(平成十九年「ジャパンブランドの取組み手順」(株)日本総合研究所)。

このように、目を海外に転じれば国産林産品に関する無限の市場があります。行動力と工夫さえあれば、輸出金額を水産物と肩を並べるレベルまで(現在の約十倍)に増やすことも可能ではないでしょうか。その場合には、生産性の向上を考慮しても、十万人近い新規雇用がもたらされると見込まれます。

### 四 「企業の森」を生かし林業経営の多様化を

我が国企業の中には、東京都全体の面積(二十二万ha)に匹敵する森林を保有している製紙会社や、二十三区部の面積(六万ha)に近い森林保有をしている住宅建材メーカーや商社などがあります。これらの森林は、主として国内における製紙の原料

## 奥原英彦

日本総合研究所 上席主任研究員

料や住宅の建材の供給源となっていますが、一方で、温室効果ガスの吸収源ともなっています。グローバル化企業の視点から見た場合、国の推進する「美しい森林づくり推進国民運動」に参加し有効に活用される森林所有者になることで、自社活動のカーボンオフセットとなる森林吸収源を持つとともに、「魚梁瀬スギ」の例に見られるように自社材の木枠を使った大型高級テレビの輸出などにより、環境意識の高いマーケットに対するグローバル展開が可能になるのです。

また、このように、企業の森をグローバル活動の中で活用することで、その運用委託を任せられる林業経営者の経営も安定化するとともに多様化が図れます。

幸いなことに、国内マーケットにおいては、国産林産品の見直しなどによって、自給率も上向き始めています(図3)。

これからの地域振興を考える上で、企業とともに林業のグローバル化を進めることが、地球環境時代における一つの戦略となるのではないのでしょうか。

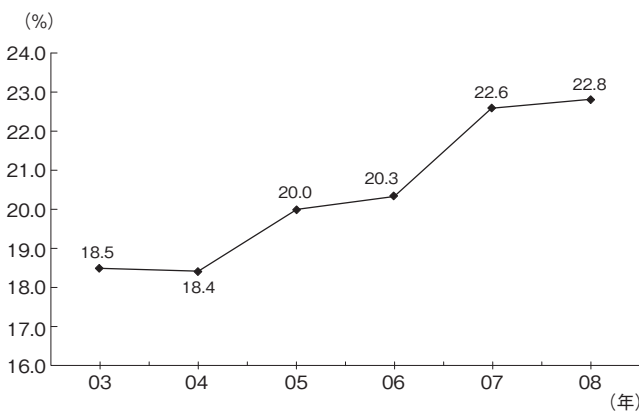


図3 木材の自給率の推移  
(資料) 林野庁「木材需給表」より日本総合研究所作成