

# 林産物の輸出戦略検証シート

---

平成26年11月

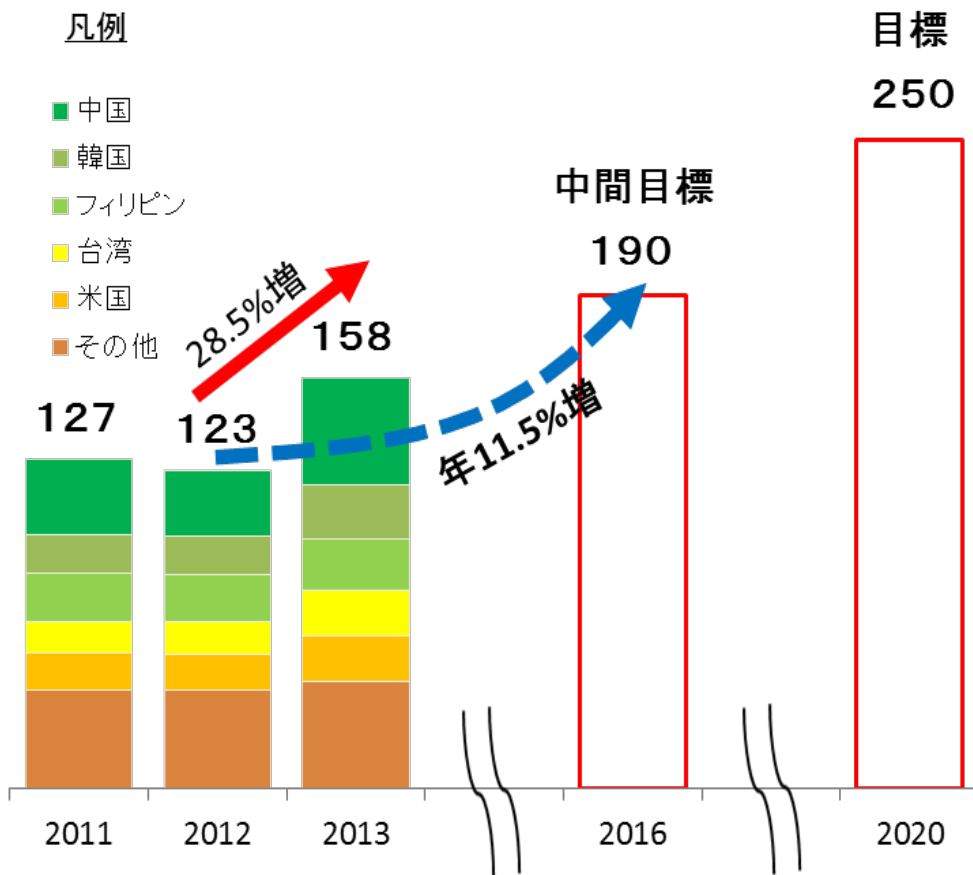
農林水産省

# 林産物の輸出戦略の検証シート① 輸出額実績の検証



重点国・地域  
中国、韓国

## 2013年実績と輸出額の推移(億円)



## 実績の詳細

### 【輸出全体】

- 2013年の林産物輸出額は、対前年比28.5%増の158.0億円。中間目標達成のために必要な年率11.5%増を上回った。
- 2014年1～3月の林産物輸出額は34.3億円で、対前年同期比45.6%の増加。伸びが大きいのは丸太の11.5億円で149.5%の増。なかでも中国向け丸太輸出が急増(輸出量ベースで約6倍に増加)。

### 【国別・品目別】

- 国別の林産物輸出額では、特に伸びが大きいのは中国(25.4億円→40.9億円、61.0%増)、韓国(14.7億円→21.3億円、44.9%増)、台湾(13.0億円→17.6億円、35.4%増)、ドイツ(2.7億円→4.7億円、72.3%増)。
- このうち丸太輸出額は、2012年の14.0億円から31.4億円に増加(対前年比123.6%増)。特に中国で2.0億円から13.7億円となり580.5%増。韓国では4.7億円から8.2億円となり73.6%増。
- 製材輸出額は、2012年の25.2億円から28.5億円に増加(対前年比12.8%増)。韓国で2.5億円から3.9億円56.4%増。台湾で0.9億円から1.5億円67.9%増。

# 林産物の輸出戦略の検証シート②-分析 輸出環境整備について

| 戦略上の対応方向(Plan)   | 実績(具体例:いつ、誰が、どこで、何を…) (Do)  | 分析(Check)   | 対応方向(Act)   |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 中国「木構造設計規範」の改定(2014年度内告示・施行見込)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 2013年4月、中国側の設計規範改訂委員会(以下、委員会)が、日本側提案を盛り込んだ形で改定原案を公開し、意見公募を開始。</li> <li>➢ 同年6月、日本木材輸出振興協会(以下、輸出協会)が、委員会に対し、見直し意見書を提出。</li> <li>➢ 同年10月、輸出協会が、委員会の会議へ出席し、公募結果を踏まえた審査申請原案の検討に参加。(ジェットロ事業による専門家派遣)</li> <li>➢ 同年12月、輸出協会が、委員会に対し、見直し意見書を提出。</li> <li>➢ 2014年2月、輸出協会が、「輸出に取り組む事業者向け対策事業」を活用し、日本側提案関連条項の解説を作成。同年3月、委員会へ解説を提出、意見交換を実施。</li> </ul> <p>[今後のスケジュール]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 設計規範改定案が今年8月上旬頃開催予定の審査を経て、中国政府の建設部へ提出され、12月末に告示となる見込み。<br/>※他国の事案によりスケジュールが遅れており、現在、告示時期は未定。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 中国政府の最終審査の標準処理期間は3ヶ月だが、2年かかった例もあるとのこと等から、設計規範の告示が遅れることを念頭に入れることが必要。</li> <li>➢ 設計規範は日本で言う法律にあたり、その施行後は政省令にあたる「手引」を作成する必要がある。2020年の250億円目標達成には、設計規範改定に向けた取組を継続するとともに、PRや現地事業者への指導等を行い、日本産木材及び利用技術の認知度、競争力、販売力を高めておくことが重要。</li> <li>➢ 前回の規範改定時に米加材と2×4住宅が明記されたことで、販売量が着実に伸びている。実際の米加産の丸太や製材の輸出額・量の推移や価格、用途、PR手法を調べて、日本の取組に活かすことが効果的。</li> <li>➢ 規範施行前でも、地方においては特例として、日本産構造材が観光施設等に限定的に使用された事例があるが、特例のため大変な時間とコストを要する。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 引き続き、輸出協会において「輸出に取り組む事業者向け対策事業」を活用して、設計規範の改定や手引き作成を進める。</li> <li>➢ これと並行して、日本産木材及び利用技術のPR活動を行う。</li> <li>➢ 中国・韓国における日本や米加産木材の用途及び木材に対するニーズ・嗜好等の調査を実施。</li> </ul> |

# 林産物の輸出戦略の検証シート②-分析 商流の確立・拡大について

| 戦略上の対応方向(Plan)   | 実績(具体例:いつ、誰が、どこで、何を…) (Do)  | 分析(Check)  | 対応方向(Act)   |
|--|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ I林産等複数の民間企業が、ヒノキ内装材等を輸出。対馬森林組合等、西日本を中心に複数の事業者がヒノキ・スギ丸太を輸出。<br/>韓国向け輸出実績(2012→2013):丸太27→50、製材3→6(千m3)。</li> <li>➤ 2014年2月、ジェトロ主催で韓国のキョンヒャンハウジングフェアへジャパンパビリオンを出展。出品者数は2団体・8社(計15社)、成約金額4億円、成約件数139件。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 当初、韓国へはヒノキの壁材がよく出ていたが、現地で作られるようになってから売れなくなってしまい、丸太輸出が増えた。</li> <li>➤ 韓国のヒノキ人気を更なる輸出増に繋げるためには、丸太だけでなく、現地ニーズに合った商品開発による製品輸出の拡大が重要。</li> <li>➤ キョンヒャンハウジングフェアでは、高い技術が必要で日本でしか作れないヒノキ製オンドルフローリングが好評。</li> <li>➤ 現地バイヤーから、スギも市場開拓の余地がある旨の言及あり。</li> <li>➤ 丸太については、引き合いに対し、需要を満たす安定供給体制が未整備。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 高付加価値の製材等の輸出を拡大するため、富裕層を顧客に持つバイヤーを発掘。</li> <li>➤ 日本の高い技術力を活かし、現地消費者のニーズに対応した商品開発の支援を林野庁で検討。</li> <li>➤ 広域連携や、オールジャパンの取組の加速化に向けて議論。</li> <li>➤ 2015年2月、前回に続きジェトロ主催でキョンヒャンハウジングフェア(韓国)にジャパンパビリオンを出展し商談支援。</li> </ul> |

# 林産物の輸出戦略の検証シート②-分析 商流の確立・拡大について

| 戦略上の対応方向(Plan)   | 実績(具体例:いつ、誰が、どこで、何を…) (Do)   | 分析(Check)   | 対応方向(Act)   |
|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 協力ネットワークの構築、情報収集、情報発信(全国団体を通じたオール・ジャパンでの取組、ブランド創り)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 2013年12月、輸出協会とジェトロが連携して、中国木材バイヤー招へい商談会in静岡を開催。参加企業10社、招へいバイヤーは4名。成約は0件。</li> <li>➤ 輸出協会が、木材輸出関連の情報(中国、韓国、台湾)を調査・収集。また、中国、韓国における日本産木材利用促進セミナーの開催や広報活動を実施。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 商談会の成約0件の要因は、①価格、②コンテナ単位で量をまとめて安定出荷できないこと、③梱包材や土木用材向けの低品質材を安く大量に買いたいというバイヤー側と、製材や高品質材を売りたい産地側に需要ギャップがあったこと。④日本産の知名度が低いこと。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 高付加価値の製材等の輸出を拡大するため、富裕層を顧客に持つバイヤーを発掘。</li> <li>➤ 輸出先国が求める樹種、規格、数量、時期等のニーズに対応。</li> <li>➤ ジェトロは木材輸出に関する制度や海外市場について理解促進を狙ったセミナーを開催。</li> </ul>           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 森林組合や産地間連携による共同輸出、周年供給体制の構築</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 宮崎県・鹿児島県木材輸出協議会の丸太輸出量が、H25年度239百m<sup>3</sup>で対前年比3.5倍の伸び。</li> <li>➤ ジェトロの1県1支援プログラムにより、愛媛県と高知県が連携して、丸太等輸出に取り組む。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 輸出拡大に向けて材を集めるには、安定供給体制を整備する必要があり、産地間連携が効果的。</li> <li>➤ 中国等への丸太輸出が急増しているが、その現地での用途が不明なため調査し、今後の輸出促進の方向性を更に検討することが必要。</li> <li>➤ 現在、中国向けの皮付き丸太は日本でのくん蒸が必要。その処理は中国で実施した方が安い。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 広域連携や、オールジャパンの取組の加速化に向けて議論。</li> <li>➤ また、中国・韓国における日本や米加産木材の用途及び木材に対するニーズ・嗜好等の調査を実施し、これに基づき輸出拡大のターゲットの設定について議論。</li> <li>➤ 中国到着後のくん蒸が可能か検討。</li> </ul> |

# 林産物の輸出戦略の検証シート②-分析 商流の確立・拡大について

| 戦略上の対応方向(Plan)   | 実績(具体例:いつ、誰が、どこで、何を…) (Do)   | 分析(Check)   | 対応方向(Act)   |
|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 常設展示場の設置による通年でのPRによる日本産木材、住宅の認知度向上</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 個別企業による取組はあるものの、ジャパン・ブランドとしての取組は行われていない。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 大きな金額が動く住宅販売は、短期の見本市で成果を出すのは困難であり、常設展示によるPRが必要。</li> <li>➤ また、日本産木材、住宅の認知度向上も長期間が必要。</li> <li>➤ カナダは、2×4の技術とセットで中国向けの木材輸出を推進し、10年間で売り上げを30倍に増やしている。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 住宅の建築など、専門的知見が必要なことから、林野庁で事業化を検討。</li> <li>➤ カナダの対中国木材輸出拡大の取組を参考に取り組む。</li> <li>➤ 輸出のターゲットを明確にして(戸建て・マンション内装、富裕層・中間層など)、戦略的に取組を進めていく(特に中国)。</li> </ul> |