

宮崎県産杉の中国への輸出計画について

1 はじめに

日本一の杉生産量を誇る宮崎県は宮崎県森林組合連合会（以下県森連）と協力して中国への県産杉材の輸出を目指している。昨年6月、県は上海市や廈門（アモイ）市に現地調査団を送り、中国への杉輸出の可能性を検討。同月には県森連が廈門市木材総会社と相互協力で合意した。年間百万 m^3 を目標に輸出することや、廈門市木材総会社が中国全土に杉材を供給することなどを決め、具体的な契約交渉を進めてきている。また昨年11月には松形宮崎県知事が福建省廈門市で開かれた「中国国際木材林産品交易会」に出席し、福建省の劉徳章副省長と木材貿易促進や人材交流の推進を内容とする覚書に調印した。

2 輸出の必要性

杉輸出に乗り出した背景には、戦後の復興期、あるいは高度経済成長下での住宅需要に応えるため、大量に植林した杉が伐採期を迎えているという事情がある。1991年以来、本県の生産量は11年連続で全国一となっており、年間約百万 m^3 （全国の約14%を占める）の杉を供給している。県の林務部によると、現在の2倍の量の杉を切っても県内の森林資源に影響はないという。ところが現在経済の低迷もあり国内の木材需要は低調で、輸入材に席卷された国内市場で国産材のシェアは小さくなるばかり。価格も「利益はほとんどない」という厳しい状況にある。杉丸太1 m^3 の価格は昭和50年代平均3万円を超えていたが、今はその3分の1。輸送費など諸経費を差し引くと、林家の手にするお金はわずかで、平均以下の丸太なら赤字という。厳しい環境の中、

今後大幅な生産増が見込まれる杉の販路拡大が喫緊の課題となっている。

3 なぜ中国か

輸出先として中国が浮上したのは、中国は近年高度成長を続けており木材需要が急増しているからである。さらに、2008年の北京五輪、2010年の万博を控え、都市部を中心にマンションなどビル建設が盛んで、中国の木材需要はいっそう高まるものと見込まれている。このため、中国国内だけでは木材を賄い切れず、ロシアやマレーシアなどの輸入材に頼っているのが現状である。なお県の調査によると、1999年の中国の木材消費量は1億5千万 m^3 。このうち、14%（2千万 m^3 ）を輸入材が占めており、ロシア材はこの中でも最も多く、去年は1千万 m^3 を超えたという。

この背景には需要の急激な伸びだけでなく、自国の木材を伐採できないという事情がある。1998年、長江（揚子江）で大洪水が発生したが、天然林の大量伐採が原因とみられたことから、中国政府は四川省、雲南省での伐採を禁止した。更に丸太や製材品の関税を撤廃するなど、外国材を受け入れる政策に転換したことが大きい。

中国は今後も大量の木材消費が見込まれる有望な市場であり、戦後の拡大造林政策で植えられた杉が伐採期を迎える中、新たな販路先として本県関係者の期待は大きい。

4 輸出にあたっての課題

だが、輸出にあたっては県産（日本）杉の認知度の低さや、価格設定の難しさなど課題も多い。

しかし、昨年11月の交易会の見本市に県か

らは県産杉を使った木造住宅のモデルハウスほか内装材、家具、丸太などを展示したが、訪れた人は温かい色合いの県産杉に手を触れ、スタッフに話を聞くなど強い関心を示したという。今年も中国で開催される交易会参加を予定しているほか、近い将来中国国内に販売拠点を構えることで、県産杉のPRをはかっていく考えである。

県は今後とも杉輸出を積極的に支援していく考えであり、平成15年度の県予算にも中国における活動拠点の整備や普及PR等の活動を展開する目的で、「宮崎スギ海外市場開拓促進事業費（27百万円）」を計上している。また昨年11月の覚書に基づき、中国の木材業者の宮崎への招待や技術者の相互交流による技術支援を検討している。官民あげての努力により県産杉の認知は着実に浸透していくものと思われる。残る輸出本格化への課題は価格設定になりそうである。

本県から輸出する場合、運賃を含めた採算ラインは、中国渡し価格で1 m³当たり約2万円といわれている。これに対し現在中国で流通しているロシア産材など他の輸入材は「3～4割安い（邦貨に換算すると1万2～3千円程度）」という。中国側が品質の違いをどう評価するかということはあるが、この価格差は大きいと言わざるを得ない。

仮に先行投資という考えでロシア材など他の輸入材並の価格で輸出した場合、中国の安い労賃で加工された製品が我が国に還流してくる懸念もある。これでは元も子もない。もとより、県森連の方針はコスト割れの安い価格で出す考えはなく、日本の森林を管理、再生できる値段でないと輸出しないというものである。ロシア材など他の輸入材と差別化し、正当な価格で評価してもらった上で出すとし

ている。今後県森連では、中国国内に構える予定の販売拠点を通じ、内装材を求める個人客ら小口需要に応えながら地道に販路拡大をはかる予定であり、当面1～2百m³の出荷を考えている。リスクを伴う事業なのでまずは小ロットで始め、徐々に拡大していくのが得策ということであろう。「日本の物差しは通じない。あくまで相手（中国）の物差しで測ることが肝要」というお国柄でもある。

いずれにしても価格交渉の成否が本格的な中国への輸出の鍵を握っているといえる。

5 県森連、初の商談成立

県森連では前述の方針に則して折衝を進めてきたが、その結果今年の4月末に福建省の廈門市木材総会社と県産杉2百m³（482本）の輸出契約が成立した。昨年からはじめた官民一体となつての努力がここにきて実を結び、初の取引成立に至ったものである。価格は運賃等諸経費込みで総額4百万円、1 m³当たり約2万円。中国で一般的に利用されているロシア材等他の輸入材に比べて約3割高い価格設定になったという。色、香り、つやなど中国の富裕層の関心が高く、主に高級マンションの内装材向けに加工される予定である。

「徐々に杉の理解度も高まり、品質を評価してくれたの成約となったが、輸出量はわずかで用途も限定しており、今回はPR的側面が強い。今後とも粘り強く普及PR活動を展開し、輸出量を増やしていきたい。赤字輸出はしない。1 m³2万円は最低価格と考えている」（県森連会長談）。既述のとおり家屋の構造材や外装など多面的利用を目指した本格的輸出へ向けて乗り越えねばならない課題は未だ多いが、少量とはいえ、採算ラインを確保しての初の商談成立の意義は大きいといえる。

（細田治彦）