

平成 24 年度第 2 回違法伐採対策・合法木材普及推進委員会  
議事要旨

日時：2013（平成 25）年 3 月 4 日（月）14:00～16:35

場所：永田町ビル 4 階会議室（東京都千代田区永田町）

議事要旨：

① 平成 24 年度「違法伐採対策・合法木材普及推進事業」の実施結果について事務局（事業実施 3 団体）より、資料とスライドで本年度事業の結果報告があり、事業全体の実施結果について了承された。

② 専門委員会の検討結果について

合法木材推進専門委員会より資料に基づき、表示制度についての専門委員会での検討結果の報告があった。

[主な質疑・意見]

○森林認証のマークは、ある意味で合法性を示すマークとも考えられるが、それと今回議論されたラベリングとはどのように関連付けられるのか？

→専門委員会では、業者に対しての **BtoB** と一般消費者への表示を分けて考えたほうがよいとの意見があった。**JAS** マークが食品などに付けられてスーパーで販売されているのとは異なる。

○**BtoB** だと最終製品にラベリングするということはないと考えてよいか。

→そのとおり。

○専門部会で議論頂いた **BtoB** での表示とは、統一的なマーク（例えば全木連の合法マーク）を製品につけるということではなく、証明書を補完する形で、各事業者等が、その製品が合法材であることを文言等で製品に印字するというもの。文書での証明が基本であることには変わりはない。

○消費者からすると、この問題は見えにくく、理解しにくい。事業の目的は分かるが、消費者にはどのようなメリットがるのか分からない。ターゲットとして誰を考えているのかも明確でない。我々の日常生活と木材がよく繋がらない。消費者に理解してもらおうとするなら、言葉はひとつに統一して分かりやすく、集中的に情報を提供して説明する必要があるのでは。ターゲットを誰にするかなどアプローチを段階的に踏んでいくべき。一方で、消費者の関心が薄い中で、どうやって業者のインセンティブを付けていくかも課題。

○この事業は、そもそも違法伐採対策として始まった。消費者には見えにくいことも確か。全国の森林組合では、なぜこんなに手間がかかるのか、これに見合うメリットが感じられない、という事業者の不満が募っている。

- 特にこの2年間、海外の業者の関心も高まり積極的に森林認証材を出してくるようになり成果が出てきた。課題は、国内流通において買い手側から合法性証明の要求が無いため結果的に合法木材として十分供給されてこなかったこと。これについては、今後は売り手が自主的に合法性証明材として出荷するように働きかけているところである。尚、国産材についても日本国内できちんと取り組んでいると説明できることは海外に対して合法木材をアピールするうえで、大きな説得材料となる。表示に関しては、既にバンドル梱包に表示した状態で海外から輸入されているものもあるが、合法性証明は基本的には証明書で確認してつないでいくべき。
- 国内外を問わず信頼性は重要である。企業に対してはCSRの面で働きかけ理解してもらうことが将来的な目的となる。
- 消費者のグリーン意識がこれからも増大していくと考えられ業界としてはそのことも意識していく必要がある。
- 違法伐採をするとどういったデメリットが消費者に及ぶのかを分かりやすく見えるようにして、それを伝える必要がある。
- 今までは業界内の自主努力だった。一般消費者に対してアピールするときはまず合法木材というネーミングから考え直したほうがよい。この委員会の取組の方向性を、消費者向けにするのか業者向けにするのかをまず議論すべき。
- 日本国内の需要とは別に、海外のマーケットを開拓するというビジョンが日本の業界にはあるのか？国際マーケットに出て行ったとき、合法性の証明書があるだけでは売れない。
- 海外に向けた日本産木材の輸出促進は実施おり日本の木材は合法性の面では評価されていると考えている。輸出で苦勞しているのは、スギの強度的な問題、また価格が高いという点である。
- 材料のトレーサビリティができないと輸出できない。海外の状況を見るとアメリカのレーシー法、EUや豪州の違法伐採材の輸入規制といった動きがありますますますトレーサビリティが重要となってくる。日本の木材産業も今後は国際的なマーケットを考えていくことが必要ではないか。
- 消費者は、価格、品質に加えて最近ではトレーサビリティにも関心が高まってきている。合法というよりは環境配慮という面を意識している。特に若い人のあいだで理解が進んでいる。合法木材が環境に配慮していることを普通に感覚として持てるように広報に力を入れて欲しい。