

平成 19 年度林野庁補助事業
違法伐採総合対策推進事業

合法性・持続可能性証明木材供給事例調査事業

中国における合法性証明制度の実態調査 報告書

平成 20 年 3 月

社団法人全国木材組合連合会

違法伐採総合対策推進協議会

はじめに

全国木材組合連合会は19年度の合法性・持続可能性証明木材供給事例調査事業に係わる国別調査事業のうち、中国の実態調査を、18年度に引き続き木材利用推進中央協議会に委託した。木材利用推進中央協議会は契約に基づいて調査計画を立案し、中国における調査について、中国林業科学研究院（国際部、林業科技情報研究所及び木材工業研究所）をカウンターパート機関として、平成19年9月～20年3月に共同で調査・研究を行った。

中国は1993年に社会主義市場経済体制に移行し、2001年12月にはWTOに加盟して世界経済の中に進出した後、GDPの平均年率が10%以上の急激な経済発展を遂げつつある。この急速な社会経済の発展に伴い、環境問題をはじめとする様々な矛盾やひずみも顕在化してきた。

2006年は「中国国民経済と社会発展第十一次五ヵ年計画」の第1年目にあたり、政府はこれらの自然・社会的課題解決に向かって、「発展と調和」を基本理念に掲げてスタートした年である。

ここ数年来、経済過熱を危惧する中国政府は経済のマクロコントロール政策を行ってきたけれども、2008年北京オリンピック、2010年の上海世界博を控えて、開発・建設ラッシュは続いており、人々をして不動産投資の熱気はやんでいない。

林業・林産業においても、環境と発展の調和が最重要課題である。中国の木材需要は年間3億8千万m³、大量の木材・林産品を輸入し、建設等の国内需要を賄うと同時に、国内で製造・加工した林産品を大量に海外輸出している。林産品の貿易収支は既に黒字を計上している。

世界的な森林の違法伐採問題及び合法性木材への関心の高揚と、中国林産品の輸出市場における要求に対応するため、中国でも森林認証、生産・加工と流通連鎖認証の実施が検討されてきた。2007年は中国独自の森林認証制度の規格を公布した。

また、中国国務院は中国の広範囲な業界団体・協会に対し、企業の信用評価を高める社会システム確立の施策として、「企業の信用評価制度の実施」を要求し、第三者機関による信頼性、透明性の高い企業信用評価制度を構築し、実施するよう指導しており、木材流通業界においても、2007年、企業の信用格付けの試行を実施した。

さらに、同年、中国政府は政府調達法でグリーン購入制度を本格的に実施し、木材関連調達においても、グリーン産品を優先的に調達する施策を実施した。

平成19年度の合法木材調達に関する本調査事業では、中国の合法木材調達に関するこれらの動向について調査を行った。調査報告書の1, 2, 3章については、中国林業科学研究院国際部部長陸文明教授が責任者としてチームを組んで担当し、中国語の報告を作成した。林業科技信息研究所副所長王登挙博士は、日本における長期の研究経験をもとに、中国報告を日本語に翻訳するとともに、補足調査を行い、日本側の読者が一層理解し易いよう解説を加えた。4, 5章の担当及び、本調査の全体計画、報告書全体の取り纏め、加筆、概要は林良興博士（推進協専務理事・中国林業科学研究院客員教授）によりが行われた。翻訳、情報収集のために中国林業科学研究院木材工業研究所胡馨芝副研究員の協力を得た。

調査に携わられた関係者のご苦勞に深甚なる謝意を表するとともに、この調査報告書が、今後の我が国の行政・施策の執行・立案へ寄与し、中国の森林・林業・木材産業の理解に役立ち、さらには、日中間の木材及び木材製品貿易の良好な発展に貢献できることを切に希望する。

平成20年3月

社団法人全国木材組合連合会
会長 庄司 橙太郎

概 要

平成 18 年度に引き続いて、中国における合法性・持続性木材供給システムの実態調査を、木材利用推進中央協議会と中国林業科学研究院の共同調査を実施した。

平成 19 年度は、中国において、2006 年から林業、林産業分野において新たに始まった「中国の森林認証制度及び認証モデルの実施状況」、2007 年に試行された「木材企業信用評価制度」について、その実施に至る背景・経緯と現状、ならびに日本の合法性木材証明制度との関係について若干の検討を加えた。さらに、2007 年上半期までの中国の木材需給動向を調査した。2007 年に新たに施行された政府の物資調達にかかわるグリーン購入制度についても概要を調査、記載した。

第 1 章では、2007 年 9 月に公布され、10 月から施行の「中国森林認証基準」及び「中国森林認証—生産・加工と流通過程の管理」(CoC) について成立経過及び内容を明らかにした。この認証基準を実施するための具体的な枠組みが、現在、構築されつつあるところである。「中国森林認証基準」を国家的な規格として展開するために、その前段のモデルとして 2006 年度から実行されている全国 13 か所の試験地での試験経過、現状での成果及び問題点について検討した。中国独自の CoC 認証はまだ試行していないため、事例を挙げて説明することは不可能であるから、繊維板生産企業で行われている基準を借りて、その原材料の流通に対する認証要件を検討した。

第 2 章では、中国で先行している国際森林認証体系の実施状況を検討した。森林認証について現状では、8 企業が SFC 認証を取得しており、その内の 5 企業について聞き取り調査により、取得目的、運用、成果・効果、問題点などを検討した。CoC については香港も含めて中国では 2007 年 2 月末で 528 企業が FSC・CoC を取得し、PEFC・CoC 認証を 10 社、日本の FIPC 認証を 1 社が取得している。これらの認証取得企業に聞き取り調査を行い、上記と同様に分析を行った。

第 3 章では、2007 年に初めて実施された「木材企業信用評価制度」の試行状況について検討した。「第十一次五ヵ年計画」(2006-2010 年)では、クレジット、納税、契約履行、製品品質などの信用記録を中心とする社会信用システムを早急に確立するという目標を定めた。企業の信用評価制度試行は国務院国有資産監督管理委員会が共同で指導、推進して、全国規模の商工団体や産業協会が実施する重要な取り組みである。中国木材流通協会は、2007 年 7 月、「木材企業信用評価制度」を試行し、10 社の AAA 評価企業を選出した。本調査では、この事業の背景、経緯、実施内容と試行結果、CoC と合法性・持続性木材供給システムとの関係及び日本の合法性木材供給システムとの関係を調査、検討した。

第 4 章では、「中国の 2006 年から 2007 年上半期における中国の木材需給動向」について文献により調査した。木材生産、消費、貿易、価格動向等について分析した。

第 5 章では、2007 年 8 月、中国政府物資調達法へ新たに付加された緑色採購制度(グリーン調達制度)について概説した。

はじめに
概 要

目 次

1	中国の森林認証制度及び認証モデルの実施状況.....	1
1.1	中国の森林認証制度.....	1
1.1.1	中国における森林認証の展開.....	1
1.1.2	中国森林認証制度の基本内容.....	2
1.2	森林経営認証のモデル事業.....	5
1.2.1	四川省のモデル林.....	6
1.2.2	黒龍江省のモデル林.....	6
1.2.3	河北省のモデル林.....	7
1.2.4	安徽省のモデル林.....	7
1.2.5	海南省のモデル林.....	8
1.2.6	浙江省のモデル林.....	8
1.2.7	福建省のモデル林.....	9
1.3	森林認証モデル事業から見た中国森林経営の問題点.....	9
2	中国における国際森林認証体系の実施状況.....	11
2.1	FSC 森林経営認証を取得した企業の事例調査.....	11
2.1.1	浙江省昌化国营林场.....	13
2.1.2	広東省嘉耀林業発展有限公司.....	13
2.1.3	黒龍江省友好林業局.....	14
2.1.4	吉林省白河林業局.....	15
2.1.5	北京市八達嶺林场.....	16
2.2	各種の CoC 認証を取得した企業の事例調査.....	17
2.2.1	FIPC 認証.....	18
2.2.2	JIS 認証.....	19
2.2.3	FSC 認証.....	19
2.2.4	PEFC 認証.....	22

2.2.5	この項のまとめ.....	23
3	「木材企業信用評価制度」の試行状況.....	25
3.1	木材企業信用評価制度の背景と経緯.....	25
3.1.1	推進機関の紹介.....	25
3.1.2	背景と経緯.....	26
3.2	木材企業信用評価管理規定の主要内容.....	27
3.2.1	申請企業の基本条件.....	28
3.2.2	木材企業信用評価管理規定の主な内容.....	28
3.3	木材企業信用評価の指標体系及び等級設定.....	29
3.3.1	木材企業信用評価の指標体系.....	29
3.3.2	木材企業信用評価制度と CoC 認証との関係.....	30
3.3.3	信用評価等級の設定.....	31
3.4	木材企業信用評価の実施状況とその問題点.....	31
3.4.1	実施状況.....	31
3.4.2	問題点.....	32
3.5	木材企業信用評価制度の意義と展望.....	34
3.5.1	木材企業信用評価の意義.....	34
3.5.2	将来の展望.....	35
3.6	日本の合法性木材証明制度に対する期待.....	36
4.	中国の2006年から2007年上半期における中国の木材需給動向.....	38
4.1	2006年における木材需給動向.....	38
4.2	中国木材の供給.....	40
4.3	木材の消費.....	44
4.3.1	木材消費の内訳.....	44
4.4	2006年における木材需給の特徴.....	47
4.4.1	木材需給の矛盾.....	47
4.4.2	木材輸入市場動向.....	47
4.4.3	主要な林産製品の価格.....	48
4.5	木材及び林産品貿易.....	52
4.5.1	基本的な情勢.....	52
4.5.2	木質林産品の輸出入.....	54
4.5.3	林産品の輸出.....	54

4.5.4	林産品の輸入.....	62
4.5.5	紙類の貿易.....	67
4.6	2007年上半期における中国の木材需給.....	69
4.6.1	林産品の輸入動向.....	70
4.6.2	林産品の輸出動向.....	74
5	中国の政府調達制度とグリーン調達制度.....	79
5.1	中国の政府調達制度.....	79
5.2	中国環境ラベリング認証制度.....	81
5.3	中国の政府グリーン調達制度.....	86

付録資料 Appendix

資料番号	資料名
附属資料 1	中华人民共和国林业行业标准（中華人民共和国林業規格） 中国森林认证 Forest certification in China（森林認証）
1-1	LY/T 1714-2007 中国森林认证 森林经营 （森林認証 森林経営）
1-2	Y/T 1715-2007 中国森林认证 产销监管链 （森林認証 生産・流通過程の管理認証）
附属資料 2	商会协会行业信用建设工作指导意见—[整规办发[2005]29号] （商会・協会の業界信用建設事業に関する指導意見）
附属資料 3	关于印发《行业信用评价试点工作实施办法》的通知—[整规办发[2006]12号] （《企業信用評価テスト事業の実施方法》に関する通知）
附属資料 4	关于加强行业信用评价试点管理工作的通知—[整规办发[2007]3号] （企業信用評価テスト管理事業の強化に関する通知）
附属資料 5	中国木材流通协会木材企业信用评价管理办法（试行）2007年7月 （中国木材流通協会木材企業信用評価管理方法）
附属資料 6	中华人民共和国政府采购法—2002年6月29日第九届全国人民代表大会常 务委员会第二十八次会议通过 （中華人民共和国政府調達法—2001年6月第9期全国人民代表大会 28回会議通過）
附属資料 7	财政部 环保总局关于环境标志产品政府采购实施的意见 财政部・环保总局 文件 财库[2006]90号 （財務省、環境保護総局の環境表示品の政府調達実施に関する意見）

中国における合法性証明木材供給の実態調査

合法性・持続可能性証明木材供給制度を切実に推進するためには、日本と密接な木材貿易関係を有する各国の実態を十分に把握する必要がある。中国は木材及び木材製品の輸出入大国であり、日本の重要な木材及び木材製品の貿易相手である。このために、木材利用中央協議会は中国林業科学研究院林業科学技術情報研究所と共同で「中国における合法性証明木材供給の実態調査」を実施した。主な調査内容は、中国の森林認証制度の内容及び認証モデル林における試行の実態調査、中国における FSC、PEFC、FIPC などの CoC 認証の運用実態、中国木材流通協会による「企業信用評価制度」の試行実態である。

1 中国の森林認証制度及び認証モデルの実施状況

森林認証は、持続可能な森林経営を促進する市場的なメカニズムであり、合法性・持続可能性証明木材供給制度の推進にとっても有効な手段である。近年、中国の森林認証は急速に展開し、政府管理部門だけではなく、森林経営者や木材加工企業、木材流通関係者にも重視されるようになり、一般の消費者の中でも徐々に知られるようになってきた。

1.1 中国の森林認証制度

1.1.1 中国における森林認証の展開

1999年7月、中国国家林業局と世界銀行（WB）、世界自然基金会（WWF）が連携して中国で森林認証国際シンポジウムを開き、森林認証の理念を中国に導入した。

2001年3月、国家林業局の科学技術発展センターに森林認証処が設置され、7月に中国森林認証指導グループが成立し、これをもって国家的な森林認証プロセスが正式にスタートした。

2001年9月、中国森林認証指導グループは第一回会議を開き、持続可能な森林経営の推進と林産物の市場競争力の向上を目的とし、国際的な認証基準・指標を参考にしながら中国の国情にふさわしい独自の森林認証体系を設立す

るという基本方針を固めた。

同年、国家林業局森林認証処の主導で、中国林業科学研究院、北京林業大学などの研究機関が参加して「中国森林認証基準」の制定に着手した。2007年9月10日、国家林業局は「中国森林認証－森林経営」（附属資料1）と「中国森林認証－生産と流通段階の管理」（附属資料1）という二つの部門基準（注：日本では分野・団体規格に相当）を公布し、同年10月1日から正式に実施した。現在、国家林業局は中国独自の森林認証体系づくりを進めており、申請者の資格や申請要件、認証手続き、認証費用と維持経費、年度審査、認証取得者の負うべき義務、認証後の監督体制などに関する詳しい規定を制定し、近い内に公表する予定である。また、認証機関の設立も着実に進んでいる。

管理規定や認証機関が未だにできていないため、今の段階では中国独自の森林認証基準による正式な認証はまだ行っていない。以下は、認証のプロセスや関連する規定を概略的に紹介する。

1.1.2 中国森林認証制度の基本内容

1.1.2.1 森林経営認証

森林認証は、国家認証認可監督管理委員会（CNCA）に認可された認証機関によって実施しなければならない。認証の基準はLY/T1714「中国森林認証－森林経営」（付属資料1-1）である。森林経営者の森林経営活動を評価することによって持続可能な森林経営であるかどうかを証明する。この基準は中国国内にあるすべての森林経営者の経営状況の審査と評価に適用する。具体的な認証プロセスは図1-1のとおりである。

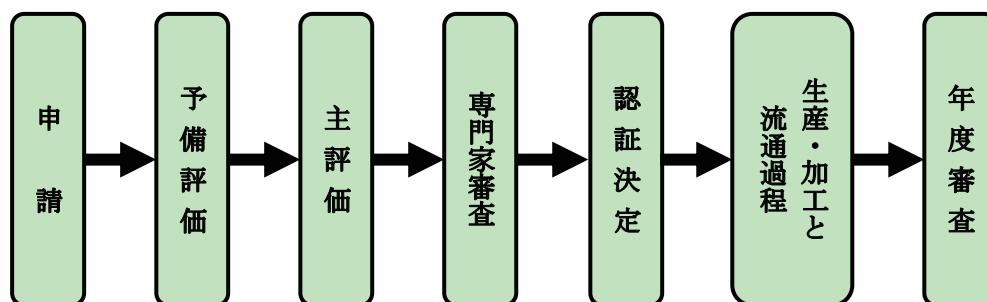


図 1-1 森林経営認証のプロセス

a) 申請

認証を受けようとする森林経営者は、認証機関に申請を出し、経営に関す

る基本的な情報を提供する。認証機関は申請者の書類を基に形式審査を行い、問題がなければ正式に受理する。予備評価の準備を進める。

b) 予備評価

認証機関は審査グループを設立し、審査計画を立て、申請者の森林経営に対して現地調査を行い、申請者に関係書類や資料を求め、これによってその経営状況と基準との格差を予備評価する。予備評価の結果を申請者に通達し、森林経営中の問題点を指摘し、改善を求め、主評価の準備を進めている。

c) 主評価

認証機関は審査グループを設立し、申請者の森林経営状況を正式に審査する。審査グループは、現地調査を行い、各利益関係者からの意見を聴取し、関係書類や資料を閲覧し、認証基準の規定に照らして逐次に審査する。

d) 専門家審査

認証の公正性、客観性を確保するためには、外部の監督が不可欠である。認証機関の審査グループによる主評価が完了してから、関係分野の専門家を招聘して、主評価のプロセスと結果について審査をしてもらい、認証機関は専門家から指摘された問題点を改善する。

e) 認証決定

申請者の森林経営状況が森林認証基準を満たした場合、認証機関は申請者に中国森林認証の証書を発行する。認証を取得した森林経営者は「中国森林認証基準」を守ることを保証しなければならない。

f) 生産・加工と流通過程の管理審査

木材流通過程での安全性を確保するために、認証証書を発行してから、認証機関は申請者の生産・加工と流通過程の管理状況について審査を行う。審査に合格した場合、申請者はその木材や木材製品に対し中国森林認証体系のラベルを使用することができる。生産と流通過程の管理審査を受けなければ、ラベルの使用権を取得することができない。ラベルの使用権を取得した企業は、ラベルを合法的に使用することを保証しなければならない。

g) 年度審査

認証が終わってから、認証機関は定期的に年度審査を行い、申請者がその森林経営活動において認証基準を守っているかどうか、証書の使用が適切であるかどうかを判断する。

表 1-1 中国の CoC 認証における木材流通認証要件

流通段階	要 求
供給者の選択	<p>a) 原材料の供給企業は認証機関が発行した有効な CoC 認証証書または FM-CoC 認証を持ち、供給する原材料は完全認証材または混合認証材であり、認証材の運送と販売書類に認証証書の番号を付けること。</p> <p>b) 非認証材はコントロールのできる木材であること。すなわち、保護価値の高い森林または天然林を破壊して造成した人工林から生産された木材ではない。</p>
入荷	<p>a) 木材原料を受け取る際に、企業は木材とその証明書類の真实性と信憑性を確定すること。</p> <p>b) 企業は、完全認証材、混合認証材、コントロール可能な材料とコントロールのできない材料を分別して保存し、明確な標識を付けること。</p> <p>c) すべての原材料に対して、重量や寸法を測り、所定の規格や質、認証などの要求を満たさなければ、入荷を拒否すること。</p>
情報の収集と記録	<p>a) 企業は、認証製品の類別ごとに、毎月の完全認証材、混合認証材、コントロール可能な材料とコントロールのできない材料で生産された製品の数量（体積または重量）を記録しておくこと。具体的な記録内容は、原材料の出庫量、実際使用量、認証製品の生産量、認証製品の販売量を含む。零細で少量の販売については記録の期間を短縮（例えば、週に一回）すべきである。</p> <p>b) 企業は、類別ごとに、認証製品の声明期間を設定しなければならない。声明期間は 12 ヶ月を上限とし、零細で少量の販売については声明期間を短縮（例えば、一週間）すべきである。</p> <p>c) 企業は、認証製品の類別ごとに認証材の使用割合を計算しなければならない。認証材の使用割合は一つの声明期間内に使用した認証材の数量と原材料の総量から計算する。</p> <p>d) 企業は認証製品の類別ごとに、毎月の認証材使用割合を記録すること。</p> <p>e) 企業は認証製品の類別ごとに番号を付け、各種の認証製品の区別と追跡に備えること。</p>
生産コントロール	<p>a) 生産過程において、企業は認証材、コントロール可能な材料及びその中間製品、最終製品を分別して置き、明確な標識をつけること。</p> <p>b) 企業は、認証製品の生産過程を追跡・記録し、類別ごとに認証製品の転換率を計算すること。</p> <p>c) 生産部門は毎日の原材料投入状況（非木材原料を含む）を記録し、それぞれの数量を原料購買部門に報告すること。</p> <p>d) すべての板類製品にそれぞれの標識を付け、認証体系マークや認証材使用割合などを告知すること。また、外部包装にも同じ標識を付けなければならない。</p>
販売流通	<p>a) 認証製品の販売票には以下の情報を記録すること。すなわち、購入者の名称、販売年月日、認証製品の販売数量、認証製品の類別（完全認証製品または混合認証製品）、認証期間が発行した CoC 認証証書番号、認証製品の番号、運送書類など。</p> <p>b) 販売票での認証製品の紹介では、以下の要求を満たさなければならない。すなわち、完全認証製品だけに「完全認証」と書くことができる。閾値法で生産された混合認証製品には「混合認証」と認証材の使用割合を書くこと。数量信用法で生産された混合認証製品には「混合認証」と「信用製品」を書くこと。</p> <p>c) 運送時に認証製品の販売票が付いていない場合、企業は運送票を出すべきである。運送票には以下の情報を記録すること。購入者の名称、販売年月日、認証製品の販売数量、認証製品の類別（完全認証製品または混合認証製品）、認証期間が発行した CoC 認証証書番号、認証製品の番号、運送に関わるその他の書類。</p> <p>d) 企業はすべての認証製品の購入者と販売数量を記録し保存しておくこと。</p>

1.1.2.2 生産・加工と流通過程の管理認証

認証機関は、LY/T 1715「中国森林認証—生産と流通段階の管理」（付属資料 1-2）に基づいて、木材製品の生産段階から最終の消費者までの生産と流通過程の管理について評価し、製品の木材原料の起源を証明する。

今のところ、中国独自の CoC 認証はまだ試行していないため、实例を挙げて説明することは不可能である。ここではファイバーボードの生産企業を想定して、その原材料の流通に対する認証要件を説明する（表 1-1 を参照）。

1.2 森林経営認証のモデル事業

中国における持続可能な森林経営の原則、方式、基準と指標を模索し、中国森林認証基準をテストするために、国家林業局は 2006 年から、各地域、各種類、各所有形態の森林を選んで森林認証のモデル事業を実施し始めた。2006 年には、吉林、黒竜江、浙江、福建、広東、四川など 6 省で第一回目 6 箇所のモデル事業を展開し、2007 年には安徽、内モンゴ、広西、海南、河北、雲南など 6 省・自治区で第二回目 7 箇所のモデル事業を実施した（図 1-2）。



図 1-2 中国森林認証モデル事業の配置図

各認証モデル林の自然・経済・社会的な状況が異なるため、事業の進展もまちまちで、一部のモデル林では未だに事業を開始していない。ここでは、すでに事業が確実に進んでいる七つのモデル林の現況調査結果を述べる。

1.2.1 四川省のモデル林

- **森林所属**：四川省宜賓市林業局（Sichuansheng Yibin Linyeju）
- **所有形態**：国有林
- **森林種類**：天然林、人工林
- **技術支援**：北京林業大学
- **事業概要**：四川省宜賓市林業局所管のモデル林は長江の上流域に位置し、天然林保護事業の中で重要な位置づけを有する。森林認証モデル事業は2006年4月からスタートした。主な目的は西南地域における持続可能な森林経営の原則、方式を模索し、中国森林認証基準の西南地域での適応性と操作性をテストする。事業の主な内容はトレーニング、森林経営計画の編成、認証要件の準備である。2006年10月までに、省・市・県三級の関係者のトレーニングを完了した。トレーニングの内容は森林認証の基礎的な知識や中国森林認証基準の解説、現地調査の方法、認証書類の作り方などである。2007年には北京林業大学の専門家の指導のもとで森林経営計画を編成した。今後は森林経営計画の実施、認証要件の準備を進めていく予定である。

1.2.2 黒龍江省のモデル林

- **森林所属**：黒龍江省穆稜林業局（Heilogjiangsheng Muling Linyeju）
- **所有形態**：国有林
- **森林種類**：天然林
- **技術支援**：黒龍江省林業科学研究院
- **事業概要**：穆稜林業局は大興安嶺南部に位置し、1947年に成立した。穆稜林業局は国家林業局が指定した四つの林業持続可能な発展実証モデルの一つであり、約2200万m³の森林を経営しており、管内の森林被覆率は79.6%に達する。森林認証モデル事業は2007年6月からスタートした。主な目的は東北地域における持続可能な森林経営の原則、方式を模索し、中国森林認証基準の東北重点国有林地域での適応性と操作性をテストする。事業の主な内容はトレーニング、森林経営計画の

編成、認証要件の準備であり、2007年には関係者のトレーニングを完了した。今後は中国森林認証基準に基づいて森林経営計画を改正して実施し、認証要件の準備を進めていく予定である。

1.2.3 河北省のモデル林

- **森林所属**：河北省木蘭森林管理局（Hebeisheng Mulan Linyeju）
- **所有形態**：国有林
- **森林種類**：人工林
- **技術支援**：河北農業大学
- **事業概要**：木蘭森林管理局は、河北省圍場満州族・モンゴル族自治州に位置し、10の林場を管轄し、1314人の職員が勤務する省内の経営面積最大の国有林管理局である。森林認証モデル事業は2007年6月からスタートした。主な目的は華北地域における持続可能な森林経営の原則、方式を模索し、中国森林認証基準の華北地域での適応性と操作性をテストし、森林認証の全面的な展開のために経験を蓄積する。事業の主な内容は同じくトレーニング、森林経営計画の編成、認証要件の準備であり、2007年には関係者のトレーニングを完了した。今後は中国森林認証基準に基づいて森林経営計画を改正して実施し、認証要件の準備を進めていく予定である。

1.2.4 安徽省のモデル林

- **森林所属**：安徽省黄山区林業局（Anhuisheng Huangshan Linyeju）
- **所有形態**：国有林、集体林
- **森林種類**：人工林と天然林
- **技術支援**：中国林業科学研究院林業科学技術情報研究所
- **事業概要**：安徽省黄山区は国家生態保護モデル区、全国水土保持モデル区、全国緑化地域模範県、全国林業標準化モデル区、全国封山育林先進地域、中国の竹の郷であり、森林被覆率は75.55%に達し、安徽省の重点林業地域であり、また、有名な観光地である。森林認証モデル事業は2007年6月からスタートした。主な目的は中部地域における集体林の持続可能な経営の原則と方式を模索し、中国森林認証基準の中部集体林地域での適応性と操作性をテストし、森林認証の全面的な展開に経験を蓄積する。事業の主な内容は同じくトレーニング、森林経

営計画の編成、認証要件の準備であり、2007年には既に関係者のトレーニングを開始し、今後は中国森林認証基準に基づいて森林経営計画を改正して実施し、認証要件の準備を進めていく予定である。

1.2.5 海南省のモデル林

- **森林所属**：海南省霸王嶺林業局（Hainan Bawanling Lingyeju）
- **所有形態**：国有林
- **森林種類**：人工林と天然林
- **技術支援**：中国林業科学研究院林業科学技術情報研究所
- **事業概要**：海南省霸王嶺林業局は、海南島の西南部に位置し、貴重な熱帯林天然林 5.14 万 ha を経営・管理しており、森林被覆率は 85%に達する。森林認証モデル事業は 2007 年 6 月からスタートした。主な目的は熱帯地域における持続可能な森林経営の原則と方式を模索し、中国森林認証基準の熱帯地域での適応性と操作性をテストし、森林認証の全面的な展開のために経験を蓄積する。事業の主な内容はトレーニング、森林経営計画の編成、認証要件の準備であり、2007 年には既に関係者のトレーニングを開始し、今後は中国森林認証基準に基づいて森林経営計画を改正して実施し、認証要件の準備を進めていく予定である。

1.2.6 浙江省のモデル林

- **森林所属**：浙江省臨安市林業局（Zhejiang linanshi Linyeju）
- **所有形態**：集体林
- **森林種類**：人工竹林
- **技術支援**：中国林業科学研究院林業研究所
- **事業概要**：臨安市は浙江省西北部に位置し、林業用地面積は 25.8 万 ha、森林被覆率は 74.9%で、中国の重要な竹産地である。森林認証モデル事業は 2007 年 6 月からスタートした。主な目的は竹林の持続可能な経営の原則や方式を模索し、中国森林認証基準における竹林認証基準をテストし、非木材林産品の認証に技術的な準備を提供し、今後の全面的な展開のために経験を蓄積し、中国の竹製品貿易の拡大に貢献する。事業の主な内容は非木材林産品認証基準の制定、トレーニング、竹林経営計画の編成、認証要件の準備などであり、2007 年には現地調査を行い、非木材林産品認証基準の草案を提出した。今後は関係者のトレ

ーニングや関係者のトレーニングを行い、今後は中国森林認証基準に基づいて竹林経営計画を作成して実施し、認証要件の準備を進めていく予定である。

1.2.7 福建省のモデル林

- **森林所属**：福建省永安林業グループ（Fujiansheng Yongan Linyejituan）
- **所有形態**：社有林（会社が集体林から経営権を買い取ったもの）
- **森林種類**：人工林
- **技術支援**：中国林業科学研究院林業資源情報研究所
- **事業概要**：福建省永安林業（グループ）株式有限会社は1994年1月に成立し、従業員人数は2300人余りで、総資産は10億元にのぼり、12万haの原料林を経営している。主な製品は製材とファイバーボードである。森林認証モデル事業は2007年6月からスタートした。主な目的は華南地域における会社林の持続可能な森林経営を模索し、中国森林認証基準の華南地域での適応性と操作性をテストし、森林認証の全面的な展開に経験を蓄積する。事業の主な内容は同じくトレーニング、森林経営計画の編成、認証要件の準備であり、2007年には基礎資料の収集や現地調査を終え、モデル事業の実施計画を立てた。2008年からは関係者のトレーニング、中国森林認証基準に基づいて森林経営計画の編成と実施、認証要件の準備などを進めていく予定である。

1.3 森林認証モデル事業から見た中国森林経営の問題点

森林認証モデル林の経営状況から見ると、中国の森林経営には次のような問題点を抱えている。

第一は、森林経営水準が普遍的に低いこと。 これまでに、中国の林業は木材生産を中心とする経営方針を堅持しており、伐採を重視し、森林経営を軽視してきた。近年、学術界ではドイツの「近自然的な森林経営」やアメリカの「生態系経営」、日本の「複層林経営」などの理念について大々的に研究し、提唱しているが、実際の生産現場には全く導入されていない。1998年の大洪水をきっかけに、中国政府は生態建設に力を入れ、巨額な資金を投入して多くの林業重点プロジェクトを実施したが、その予算には造林だけの費用が与えられており、造林後の経営・管理費用が含まれていない。また、木材販売収入から徴収

された「育林基金」は地方林業行政部門の給与や管理費用に流用され、森林経営に殆ど使用されていない。

第二は、森林経営計画に科学性を欠くこと。中国では大規模な森林調査は定期的に実施されているが、地方や林場レベルの森林調査は不足しており、また、森林経営計画の編成の根拠とする基礎データも不足し、森林経営計画の科学性が欠けている。「森林法」(18年度報告書附属資料参照)では森林経営計画の制定を経営者(林業局や林場、村、企業、農家など)の義務としているため、多くの森林経営者は、森林経営計画を一つの「任務」として完成し、実際の森林経営の過程ではまったく実施していない。2008年の全国林業庁(局)長会議では、森林経営問題が重要な課題として取り上げられ、国家林業局は森林生産力を高める重要な手段として、科学的、持続的な森林経営を提唱した。しかし、この目標をどう実現するかは未だに具体的な方策を打ち出していない。

第三は、木材生産計画と森林経営計画が無関係であること。中国の木材生産計画は「森林伐採限額」(18年度報告参照)に従って配分しており、森林経営計画に基づくものではない。林業局や林場が森林経営計画を真面目に制定しても「伐採限額」の指標がなければ、主伐や間伐を実施することはできない。最近、中国では、土地公有制を前提として森林所有権を農民に与えようとする「集体林権改革」を進めている(18年度報告参照)。これは1980年代の農業請負制に続く林業生産関係の重大な改革と位置づけているが、森林が農家に分配され、経営規模が零細になり、今後の森林経営は更に困難になる恐れがある。また、「伐採限額」制度と農民の森林所有権・経営権・収益権との矛盾をどのようにして解消するかも、集体林の経営に密接に関わっている。

2 中国における国際森林認証体系の実施状況

中国独自の森林認証体系が確立される前に、国際森林認証体系は中国国内の森林認証の主流であり、認証の実施機関もこれらの国際認証体系から認可された外国の認証機関である。木材や木材製品の国際貿易において合法性と持続可能性に対する要求が益々高まってきた中で、森林認証に参加する国内の木材関係企業は急速に増えている。このことは、中国の持続可能な森林経営や合法的な木材供給システムの形成を有力に促した。

2.1 FSC 森林経営認証を取得した企業の事例調査

これまでに、国際認証体系の中で FSC だけが中国で森林経営認証を展開しており、全国で FSC 森林経営認証を取得した企業は 8 社しかない。その一覧は表 2-1 のとおりである。以下では、認証取得企業に対する聞き取り調査の結果に基づいて認証の効果を分析する。

表 2-1 FSC 森林経営認証を取得した企業の一覧表

企業名	住所	認証面積 (ha)	森林種類	所有形態	認証機関	証書番号	証書種類	有効期限
浙江省昌化国营林场	浙江省臨安市	873	人工林	公有林	IMO	IMO-FM/CoC-027041	FM/CoC	2005. 4. 1～2010. 3. 31
広東省嘉耀林業發展公司	広東省高要市	5237	人工林	会社林	SmartWood	SW-FM/CoC-1146	FM/CoC	2005. 4. 1～2010. 3. 31
黒竜江省友好林業局	黒竜江省伊春市	242983	天然・人工 混交林	国有林	SGS	SGS-FM/CoC-2072	FM/CoC	2005. 4. 5～2010. 4. 4
吉林省白河林業局	吉林省安図県	190470	天然・人工 混交林	国有林	SGS	SGS-FM/CoC-2089	FM	2005. 4. 1～2010. 3. 31
北京市八達嶺林場	北京市延慶県	2900	人工林 天然林	公有林	GFA	GFA-FM-1313	FM	2006. 11. 3～2011. 11. 2
黒竜江省東方紅林業局*	黒竜江省虎林市	304888	天然・人工 混交林	国有林	GFA	GFA-FM/CoC-001388	FM/CoC	2007. 5. 23～2012. 5. 22
怡美国際有限公司*	新疆維吾爾自治 区喀拉瑪依市	6666	人工林	会社林	SGS	SGS-FM/CoC-003657	FM/CoC	2007. 9. 12～2012. 9. 11
国有黒水機械化林 場朝陽興河木業有 限公司*	遼寧省建平市	12588	人工林	国有林	SGS	SGS-FM/CoC-004017	FM/CoC	2007. 12. 12～ 2012. 12. 11

* この三つの企業は認証を取得したばかりなので、その効果を評価することは困難である。

2.1.1 浙江省昌化国营林场 (Zhejiangsheng Changhua Guoyinglinchang)

● 社会的な効果

森林認証を通じて、現地農村住民の伝統的な権利が尊重され、実現した。認証の時に、Smartwood は林場に対して、<現地農村住民に伝統的な習慣に沿って林内の非木材林産物を利用させ、林場はこれらの非木材林産物の商業的な採取をしない>という約束を要請した。これによって、林場の自身の社会責任感が高まっただけでなく、林場の社会的なイメージもアップし、現地住民との関係も良くなった。

また、森林認証を通じて、現地のインフラ施設も改善された。林場は森林経営条件を改善するために、林道建設に力を入れるようになった。これによって、現地住民の生産・生活条件も改善され、良好な社会効果を収めた。

● 経済的な効果

FSC 認証の取得に伴って、林場の市場的な影響力が向上し、企業の市場シェアが拡大され、木材と木材製品の販売価格も上昇した。FSC 認証を通った後、林場の木材を購入しようとする木材経営会社が相次ぎ、広東、上海、深圳などの木材市場での販売量がかなり増加した。また、認証材の販売価格は非認証材より約 200 元上昇した。経営状況の好転につれて、職員の福祉も向上した。2000～2002 年、林場職員の平均年収は 12000 元前後だったが、2002 年からは 15000 元になった。

● 環境への影響

FSC の認証基準では、すべての森林経営活動は、環境への影響を最小限に抑えるべきと規定している。認証を通じて、林場は伐採、集材、運送、貯木、林道建設などの作業規程を改正し、作業方式の合理化を図り、環境へのインパクトを低減した。

2.1.2 広東省嘉耀林業発展有限公司 (Guangdongsheng Jiayao Linyefazhang - youxiangongsi)

● 経営管理水準の向上

FSC 認証は森林経営計画について非常に厳格な要求を規定している。嘉耀林業公司是森林認証によって経営計画の科学性、有効性が向上した。従来の森林保育管理、伐採管理及びインフラ整備などの内容が強化され、新たに森林施業

の環境影響評価、非木材林産物の管理、景観レベルと林分レベルの土地利用計画などの内容を取り入れた。また、関係書類の審査は FSC 認証の主な手段であるため、認証を通じて、企業の文書管理システムが強化された。これによって、経営管理に存在する問題点が明らかになり、企業全体の管理水準が向上した。

- **環境への影響**

FSC 認証を通じて、企業は林内及び林地周辺の環境管理を強化し、観測システムを整備した。嘉耀林業公司是經營している森林の区画を行い、その中の環境変化に敏感な区域を確定し、観測点を配置し、水質、土壌浸食、外来生物種の侵入などについてのモニタリングを開始し、基礎的なデータの収集に力を入れた。観測データに基づいて、森林施業などの活動の環境への影響を評価し、森林経営計画の制定と訂正の根拠とし、森林経営の環境影響を最小限に抑えることに努力するようになった。

2.1.3 黒竜江省友好林業局 (Heilongjiangsheng Youhao Linyejü)

- **経営管理水準の向上**

森林認証のトレーニングを通じて林業局管理者や一般職員は、森林認証と持続可能な森林経営の重要性に対する認識が深まり、これまでの「木材中心」の経営理念が変えられ、環境意識が向上した。

各種の文書、記録、データでは、企業の経営活動が FSC の認証原則と基準を満たすかどうかを判断する重要な根拠である。森林認証の審査・評価の過程で、企業は各種の文書、記録、データを全面的に整理整頓し、存在する問題を改善し、文書管理システムを強化した。これによって、企業の管理が規範性、科学性、計画性及び全体的な管理能力と管理効率が大きく向上した。

FSC 認証は、現地住民の森林経営への参加を重要な原則としている。林業局は、森林管理制度や森林経営計画の制定過程で現地住民の代表を招いてその意見を聞き、草案を公表して広範に意見を聴取し、企業経営の公開性と透明性を図った。これによって周辺住民との相互理解を深め、持続可能な森林経営の実施に有利な条件を創出した。

- **社会的な影響**

林業局が FSC 森林認証を取得したことは、国内のマスメディアの注目を集め、

中央テレビ、「中国緑色時報」が大々的に報道した。国家林業局、WWF 中国事務所も森林認証の会議で友好林業局の責任者を招いて認証取得の経験を紹介してもらった。これによって、友好林業局に対する外部の理解が深められ、林業局の社会的な影響が拡大され、林場自身の社会責任感と環境責任感も強化された。

- **経済的な効果**

FSC の森林経営認証と生産・流通過程の管理認証を取得してから、企業の市場的な信用水準が高まり、製品の市場競争力が強くなり、市場シェアも拡大され、企業の経営状況も以前より大きく改善された。スウェーデンの IKEA は友好林業局と貿易パートナー関係を確立し、FSC 認証製品の輸入契約を結んだ。国内・国外の多くの企業も林業局の FSC 認証製品を購入しようとしている。

- **環境への影響**

森林認証を通じて、企業は森林経営の環境影響を重視するようになり、適切な措置をとって対応するようになった。例えば、集材による森林土壌や林下植生の破壊を防ぐために、林業局は従来大型機械作業を取り止め、環境影響のより軽い人力集材や畜力集材方式を利用した。また、合成化学物質による環境汚染を軽減するために、林業局は FSC の認証原則と基準に従って、合成化学物質の管理を強化し、合成化学物質の使用計画を訂正し、農薬の使用量を最小限に抑え、国際・国内に禁止された農薬の使用を中止した。

2.1.4 吉林省白河林業局 (Jilinsheng Baihe Linyeju)

- **経営管理水準の向上**

認証準備段階のトレーニングを通じて、持続可能な森林経営に対する企業管理層や一般職員の認識が高まり、森林認証の基本的な知識が普及された。森林経営計画の編成を通じて、森林経営の理念、方法、手段が改善され、その科学性、合理性が向上した。文書管理の強化を通じて、管理責任が明確化し、林業局本部や所属企業の管理水準と管理の効率が向上した。

- **経済的な効果**

FSC 森林経営認証の取得によって林業局の経済状況は大きく改善された。森林認証を通じて、白河林業局は国際市場に進出するチャンスが増え、認証製品を販路が拡大された。フランスの Saint-Gobain、イギリスの Kingfisher Group、

B&Qなどの外国企業や、山東呂南騰飛木業、浙江永康、宝興木業などの国内企業は相次ぎに白河林業局と認証製品の購入契約を結んだ。白河林業局の認証製品である木質ドアは既にフランスに輸出し、ヨーロッパの市場に進出している。また、認証製品の価格も向上し、企業に利益を与えた。2005年に認証を取得してから、林業局の木材販売価格は平均的に22.96元アップした。しかし、高額な認証コストと認証維持費用は企業の負担を増やし、利益を相殺したと企業から苦情も出ている。

● 社会的な影響

白河林業局は国内ごく少数のFSC森林経営認証を取得した国有林業局の一つである。白河林業局がFSC森林認証を取得したことは、国内のマスメディアの注目を集め、大々的に報道された。これによって、友好林業局の社会的なイメージがアップされ、国内外での知名度が拡大された。

● 環境への影響

森林経営活動の環境影響はFSC認証の重要な指標として考察されるため、林業局は色々な措置を講じて森林経営による環境影響を最小限に抑え、森林の生態的な機能の有効的な発揮を促進した。主な措置としては以下の三点が挙げられる。

第一は各種の経営活動についての環境影響評価制度を実施したこと、第二は保護価値の高い森林の保護と経営計画を制定したこと、第三は合成化学物質の管理を強化し、使用計画を訂正し、使用量を最小限に抑えることである。

2.1.5 北京市八達嶺林場 (Beijingshi Badaling Linchang)

認証の過程において、八達嶺林場は自身の特徴を考慮しながらFSCの認証基準に従って、経営管理に存在する問題点を克服し、良好な効果を収めた。

まず、森林認証のトレーニングを通じて林場の管理層や技術員、一般職員は、森林認証と持続可能な森林経営の重要性を十分に認識し、関係する礎的な知識を習得し、実際の森林経営の中で応用する能力を向上した。

次に、文書管理に力を入れ、経営活動の規範化を促進した。林場は各種の文書、記録、経営資料などを整理整頓し、種類を分けて管理責任を明確化した。これによって、経営活動の技術装置や必須なステップが確実に実施されたかど

うかはすべて把握できるようになった。

また、認証を進める過程で、林場は、森林火災防止や病虫害防止設備、化学薬品の貯蔵施設、保護価値の高い森林の保護施設など各種のインフラ整備に力を入れ、生産と経営の条件が改善された。

2.2 各種の CoC 認証を取得した企業の事例調査

2008年2月28日現在、中国国内では528の組織がFSC・CoC認証を取得しているけれども、その中には香港地区の120組織が含まれる。FSCが中国国内で発展するにしたがって、FSC・CoC認証組織の数は急速に増加している情勢である。FSC・CoC認証を取得した組織の年次別推移をグラフ（図2-1）に示した。

2008年3月31日現在、中国国内でPEFCのCoC認証を取得した組織は10あるが、PEFCの森林認証を取得した経営組織は無い。

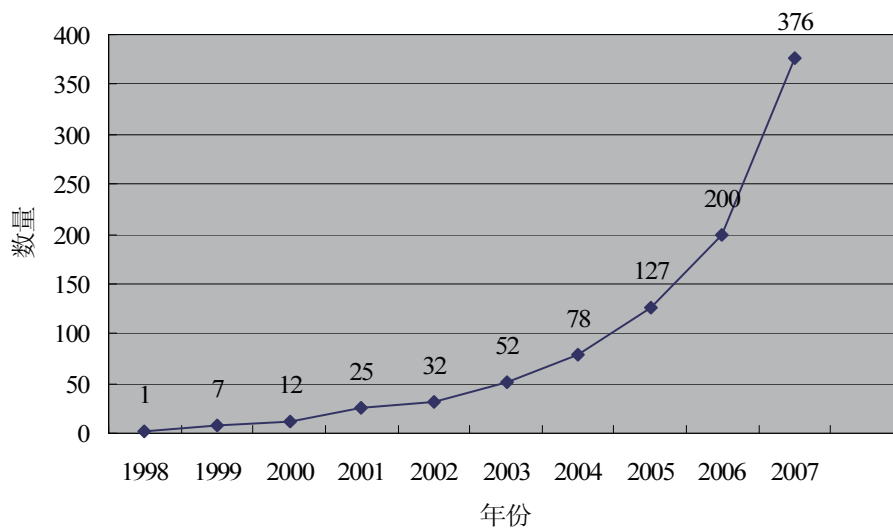


図2-1 中国国内における年次別FSC・CoC認証取得組織の推移

木材流通の具体的な経路や合法性の証明手段などは、企業の秘密に関わるため、殆どの企業はこれに関わる調査に答えられない態度をとっている。したがって、

今回の調では、内容を簡略化し、主に認証の目的や認証の過程で現れた問題点などについて調査した。また、一部分の企業は自社の名称を公開しないよう要請したので、本報告ではその要請を尊重する。

2.2.1 FIPC 認証 (日本)

天津嘉成木業有限公司 (Tianjin Jiachengmuye youxiangonsi)

嘉成木業有限公司は、マレーシアと中国両方が合資で創った大型木材加工企業であり、1999年9月18日に開業した。

- 企業形態：中外合資（マレーシア）
- 製品の主な市場：日本、ヨーロッパ、オーストラリア
- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証
- FIPC 認証に参加した目的：外国の市場と消費者の要請に応じること、責任のある企業イメージを確立すること。
- 主な認証製品：集成材
- 認証製品の主な原材料(樹種)：ラバーウッド(ゴムの木)
- 認証製品の原材料の供給源：タイ国
- 認証中の問題：認証したラバーウッドが非常に少ないので、認証材を購入することが困難であること。
- 認証に対する企業の見方と要望：認証は製品の国際市場への進出には有利であるが、今の状況では認証体系が多く、認証手続きが煩雑で、認証企業は重い負担を負わなければならない。今後、すべての認証体系を統合して世界的な認証システムが出来れば、企業としては大歓迎である。
- 認証取得後の効果：a) 会社に対するお客様や社会の信頼感が向上した； b) 企業内部の管理体制が科学化、合理化、効率化した； c) 企業に対する外部の監督体制が創出され、企業自身の進歩に有利である。

2.2.2 JIS 認証（日本）

山東晨鳴紙業（グループ）有限公司 (Shandong Chenming Zhiye Jituan youxiangongsi)

山東晨鳴紙業（グループ）有限公司は、パルプと製紙を生産する大型グループ企業であり、総資産は 226 億元にのぼり、年間の紙生産量は約 400 万トンである。晨鳴紙業グループは、「中国で上位 500 社の企業」、「世界で上位 50 社の製紙企業」、「中国で株式市場に上場される上位 100 社の企業」、「中国で投資利益の最も大きい 50 社の株式企業」の一つとされている。

- 企業種類：パルプと製紙
- 企業形態：株式有限会社
- 従業員数：1000 人以上
- 製品の主な市場：中国大陸、香港、台湾、アメリカ、カナダ、日本、韓国など。
- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証。
- JIS 認証に参加した目的：外国の市場と消費者の要請に応じること。
- 主な認証製品：白板紙、コート紙。年間販売額は約 30～50 万ドル。
- 認証製品の主な原材料（樹種）：各種の広葉樹。そのうち、認証材の年間使用量約 1 万 m³。
- 認証中の問題：認証コストが高いこと、認証材を購入することが困難であること、認証製品の分類は不合理であること。
- 認証に対する企業の見方：認証は製品の国際市場への進出には有利である。

2.2.3 FSC 認証（ドイツ）

企業 1^[注]：

- 企業形態：国営
- 主な製品：製材
- 従業員人数：1000～5000 人
- 製品の主な市場：中国各地

^[注] 調査した相手企業の要望により企業名は公表しない。以下同じ。

- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証
- FSC 認証に参加した目的：販売相手組織の要求
- 主な認証製品：製材
- 認証製品の主な原材料(樹種)：カラマツ
- 認証製品の原材料の供給源：黒竜江省
- 認証中の問題：認証材を購入することが困難であること。
- 認証に対する企業の見方：購入する認証原料のコストがたいへん高く、企業としては受け入れが比較して難しい。
- 木材流通過程：当該工場では認証材が 60%を占め、完全な分別管理を行っており、出荷する製品は 100%認証材製品である。
 - ◆ 買い付け：当該企業は注文書を発行する際に、相手業者に FSC 認証書の複写書類を提出させ、木材の由来が信頼できるものであることを証明させる。購入ための注文書は認証木材である経過を示す必要事項を明らかにするように記入させ、発注後、納入された木材が認証を通過したもので、CoC 認証書番号を記入されていることを確認したのち代金を支払う。
 - ◆ 仕入：積載した認証木材において、運輸関係書類と実際の貨物を突き合わせ、運輸過程の信頼できることを検査する。その企業が規定する運輸関係書類は注文書の番号を記載されているものでなければならない。非認証木材に対しては、伐採許可証と運輸許可証を検査し、その起源が要求されたものに符合していることを明らかにする必要がある。
 - ◆ 貯蔵：認証材料と非認証材料にしたがって原木の分別を行い、貯木場で認証材と非認証材の保管場所を区分し分別管理を行う。認証材料の保管場所は緑色のペンキで「認証材料」と表記し、非認証材料の保管場所は赤色のペンキで「非認証材料」と表記する。
 - ◆ 加工：すべての加工工程は、認証材料グループと非認証材料グループで、生産ラインが混じり合わないよう徹底的に整理し、整理後ライン上に原材料を放置してはいけない。認証材料に対しては、工場内注文票が材料の認証材の性質と認証材料の保管場所から運び込まれたもので

あることを説明できるようにする。認証材料の工場内注文票は緑色の紙を用い、非認証材料については赤色の紙を用いる。製材が梱包されて加工工程に持ち込まれた際は緑色の帯を付けて「認証材料」であることを表示し、赤色の帯は「非認証材料」を示す。すべての加工が終わった材料はみなこのように識別帯を付し、製材工場から運び出す。受け入れを拒否されたため再加工する材料は、梱包あるいはペンキで緑色か赤色に印をつけ、材料が認証材料か非認証材料であることを明示しなければならない；すべての包装、一様に表示番号（緑色チョークで認証材料、赤色チョークで非認証材料）を記載し、その番号と工場内の加工注文票の番号が一致しなければならない。

◆ 製品の保管：加工後の製材および製品は認証材製品と非認証材製品に区分し、分別管理する。認証製品保管区では、ゲートおよび壁に緑色のペンキで「認証製品区」と明記し、非認証製品保管区には同様に赤色のペンキでその旨表示する。

◆ 販売：販売注文書は受け取る積載明細書に対応し、認証製品は認証製品保管区のみから選取し、鑑別のため緑色表記で認証品であることを明示しなければならない。荷渡し表の記録は貨物受け入れ関係書類に基づき、包装ごとに一個ずつ認証製品か非認証製品かの状態を明らかにし、製材工場の CoC 認証証書番号を付す。

企業 2

- 企業形態：私営
- 主な製品：床板(フローリング材)
- 従業員人数：1000～5000 人
- 製品の主な市場：中国各地、アメリカ、ヨーロッパ
- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証
- FSC・Coc 認証に参加した目的：市場開拓、企業競争力の向上
- 主な認証製品：無垢材床板、複合床板(貼り材)。年間販売額 10 万ドル前後

- 認証製品の主な原材料(樹種)：クスドイゲ(*Xylosma congestum*)。年間認証材の使用量 100～1000m³。
- 認証製品の原材料の供給源：国内の長白山地域、ブラジル
- 認証中の問題：認証材を購入することが困難であること、認証製品の数量を統計するのが困難であること。
- 認証に対する企業の見方：認証は製品の国際市場への進出には有利であるが、認証コストが高すぎる。認証材使用割合の計算方法が不合理である。

企業 3

- 企業形態：私営
- 従業員人数：100～500 人
- 主な認証製品：鏡枠、木製品。年間販売額 10 万ドル前後
- 製品の主な市場：欧州・北米市場
- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証
- FSC 認証に参加した目的：市場開拓、企業競争力の向上
- 認証製品の主な原材料(樹種)：松類、菩提樹(*Tilia sp.*)。年間認証材の使用量 100m³。
- 認証製品の原材料の供給源：ニュージーランド
- 認証中の問題：認証に対する理解が不足。
- 認証に対する企業の見方：認証は製品の国際市場への進出には有利であるが、認証の手順が煩雑で認証コストが高すぎる。また、認証材使用割合の計算方法や認証製品の分類に合理性を欠く。

2.2.4 PEFC 認証

企業 1 ^[注]

- 企業種類：貿易
- 企業形態：国営
- 従業員人数：100 人以下

^[注] 調査した相手企業の要望により企業名は公表しない。以下同じ。

- 製品の主な市場：ヨーロッパ
- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証
- CoC 認証に参加した目的：外国の市場と消費者の要請に応じること
- 主な認証製品：園芸道具の木柄、木材。年間販売額 10～30 万ドル
- 認証製品の原材料供給源：天津。年間認証材の使用量は 100m³ 以下
- 認証に対する企業の見方：認証は製品の国際市場への進出には有利であるが、認証コストが高すぎる。

企業 2

- 企業形態：外資独資
- 従業員人数：1000～5000 人
- 製品の主な市場：ヨーロッパ・北アメリカ市場
- 取得したその他の認証：ISO9001 品質管理認証と ISO14001 環境管理認証
- CoC 認証に参加した目的：市場開拓、企業競争力の向上
- 主な認証製品：床板(フローリング材)。年間販売額は 1000 万ドル以上
- 認証製品の主な原材料(樹種)：ナラ (*Quercus spp.*)
- 認証製品原材料の供給源：アメリカ、ドイツ、ロシア、ペルギーなど。認証原材料の年間使用量は 1 万 m³ 以上。
- 認証中の問題：認証材を購入することが困難であること
- 認証に対する企業の見方：認証は製品の国際市場への進出には有利であるが、認証コストが高すぎで、認証材使用割合の計算と統計も困難である。

2.2.5 この項のまとめ

この調査結果からみると、中国国内で FSC および PEFC の CoC を取得した企業の多くは輸出型企業であり、これらの企業の主要な市場は北米とヨーロッパで、これらの地域が認証製品の大部分の販売額を占めている。この地域は製品の環境保護に対しての要求が比較的高いことから輸出需要において、企業は認証を求めることになる。国際市場が認証を求めることが主要な要因であるため、認

証を取得し、国際市場における開拓で有利となり、国際間の環境貿易障壁が解消されることになる。認証取得後、企業の製品価格は、いずれも相応の程度に高くなる。企業の要求は、認証のため一定の費用を支出することが必要になるため、この部分の認証費用は製品のコストへ転嫁され、製品価格の値上がりを促す。同時に、その他の原料においても、企業が購入する認証原料の価格は比較的高く、これらも製品のコストを引き上げるため、製品コストは製品価格を高騰させる原因となる。一方、認証は企業の製品のブランド価値を高め、さらに、一定の価値を生み出す可能性もある。

国際市場は、企業に認証を求めさせる主要な原因であるから、大部分の企業にとっては、認証の需要を展開する本来の動機において乏しく、認証取得以前の多くの企業はおしなべて森林認証に対してそれほど理解を持っていないことから、必要な技術が欠乏しており、かなり数の企業が認証を展開することが困難な状態である。

企業の認証過程でまた別な問題も出現している。近年になって認証森林の数は飛躍的に増加したけれども、地球規模で見るとその占める割合は小さい。このため、調査の過程でいくらかの企業は認証原料を購入することが困難であることを指摘している。同時に、CoC 認証は生産、加工、流通の連鎖を管理監督することであるから、いったん、原料の起源から問題が発生すると、必ずや全体の連鎖の崩壊に波及するため、この心配があるため、企業が認証を展開しようとするのを束縛する要因となる。この他、現在、世界的な市場において、多くの森林認証体系が存在しており、これらの間の相互の認可メカニズムの長短、適不適のため、企業がマーケットの要求に応ずるために、いくつもの認証を取得して展開していくことは不可能で、もし、FSC と PEFC の 2 つの認証体系を同時に取得するとすれば、認証取得コストと企業負担が増加することになる。

3 「木材企業信用評価制度」の試行状況

2007年12月6日、中国木材流通協会は広東省の樂従家具生産基地において、初の「木材企業信用等級評価結果公表会」を開き、第一回目の木材企業信用等級評価結果を公表した。広東盈彬大自然木業有限公司等7社の木材加工企業がAAA級の信用等級を獲得し、「全国市場經濟秩序整頓規範弁公室」（以下「全国整規弁」と略称）と中国木材流通協会が連名発行のAAA級証書と標識（銅製の看板）を受け取った。

産業協会が企業の信用等級について評価することは、中国では初めてのことであり、これは中国の貿易環境の改善に対して重要な意義を持つとともに、合法的な国際貿易の推進においても積極的な影響を与えると思われる。

3.1 木材企業信用評価制度の背景と経緯

3.1.1 推進機関の紹介

企業信用評価は、市場信用制度の一環として、全国整規弁、国務院国有資産監督管理委員会（国資委と略称）が共同で指導、推進して、各商会や産業協会が実施する重要な取り組みである。

全国市場經濟秩序整頓規範指導グループは、2001年に国務院の決定によって節立され、国家發展と改革委員会、司法部、商務部、財政部、建設部、中国人民銀行、国家會計審査署、税関総署、税務総局、工商総局、品質監督総局、最高法院（最高裁）、最高検察院など36部局の長から構成される。全国整規弁は指導グループの事務局であり、主な責務は全国の市場經濟秩序を整頓・規範化し、社会信用水準の向上を図ることである。

国資委は大型国有企業を管理する国務院直轄の行政部門であり、主な責務は国有資産を監督・管理することである。また、その下に業界協会連絡弁公室（協会弁と略称）という部門が設置されており、全国300以上の工商関係の協会の管理を担当する。

中国木材流通協会は1985年に成立したもので、国資委の管理を受ける全国的な木材業界の協会である。同協会の会員数は700あり、中には木材輸入、販

売、建築材卸売りなどの木材流通関係の企業もあれば、製材、合板、床板、木製ドアなど木材製品の生産企業もある。協会には、木製床板専門委員会、木製ドア専門委員会、木材市場専門委員会、薄板（ツキ板、表面化粧用単板）専門委員会、木質工程材（エンジニアードウッド）専門委員会、木材企業信用委員会、木材流通業界職業技能鑑定指導ステーションなどの部門を設けている。

3.1.2 背景と経緯

WTO に加盟してから、中国経済は世界経済との関わりが益々密接になってきた。しかし、急速に進む市場化・国際化に対して、貿易に関わる環境整備が遅れており、企業の信用レベルが低く、信用リスクも比較的大きい。したがって、良好な社会信用体制整備は、中国政府の緊急な任務となっている。

「中国国民経済と社会発展第十一次五ヵ年計画」（2006-2010 年）では、クレジット、納税、契約履行、製品品質などの信用記録を中心とする社会信用システムを早急に確立するという目標を定めた。社会信用システム建設の具体的な推進策としては、各級政府部門の監督管理情報の公開と共同利用、民間の信用管理サービス機構の養成などを取り挙げ、企業の信用水準をアップさせる対策としては、商会や協会による業界自律を促進することを挙げた。

2003 年から、全国整規弁と国資委は業界自律を大々的に提唱し、業界信用建設を本格的に始めた。2005 年末、全国整規弁と国資委は共同で「商会・協会による業界信用建設に関する指導意見」（整規弁発[2005]29 号）（附属資料 2）を下達し、商会・協会による業界信用建設の原則、目標と任務などについて具体的な要求を定めた。企業信用評価は業界信用建設の重要な内容として推進されるようになった。

企業信用評価は、政府の行政許可(批准)ではなく、全国整規弁と国資委の推進、指導、監督のもとで、会員の自由参加を前提する業界の活動である。評価の方法は、業界の協会が第三者の信用評価機関に委託して当該企業内部及び外部の情報を収集し、関係法律・法規・業界規定・評価指標と基準に従い、科学的な評価方法と規範的な評価手順を以って、木材関係企業の経営状況と社会信用状況について総合的に判断・評価し、その評価結果を簡単な記号で企業信用等级として表す。

各業種の企業に専門的な特殊性があり、統一した評価基準を以ってすべて企業を評価することは極めて困難であるため、全国整規弁と国資委は、業種別に評価の実証を行い、経験を積み重ねた上で全面的に推進するという道をとった。2006年、全国整規弁と国資委が連名で「業界信用評価実証活動の実施方法」（整規弁発[2006]12号）（附属資料3）と「第一回目の業界信用評価実証活動の実施に関する通知」（整規弁発[2006]22号）を下達し、国資委が連絡している300余りの商会と協会の中から一部分を選び、その会員企業について信用評価の実証を行うと決定した。また、活動の内容、目的、手順と実施方法、監督、評価結果の使用などについても明確に規定した。

2006年11月、全国整規弁と国資委は、経済、法律信用管理など各分野の専門家を呼び集めて検討会を開き、52の商会・協会から提出した当業界の実証活動の計画案について議論し、審査した。

2007年1月、整規弁と国資委は「業界信用評価実証活動の管理強化に関する通知」（整規弁発[2007]3号）（附属資料4）を下達し、44の商会・協会を第一回目の信用評価実証活動の実施対象とした。中国木材流通協会はその中の一員として選ばれ、木材企業信用評価活動を実施し始めた。

業界信用評価活動を順調に秩序良く推進するために、整規弁発[2007]3号文書の中では、評価実証活動に当たっての統一的な要求を規定した。すなわち、企業信用等級の統一、評価活動名称の統一、信用等級証書と標識の様式と番号の統一、評価結果の有効期限の統一である。有効期限は3年間で、毎年、検査を受けなければならない。と規定した。

以上のような一連の努力によって、業界信用評価制度は、基本的な形が整えられた。この制度は、これまでに銀行などが進めている信用評価と比べて、各業種の特徴を考慮しており、その特徴としては、目標設定の明確性、評価指標の科学性、評価手順の規範性、評価結果の総合性と全面性、監督管理の厳格性が挙げられる。

3.2 木材企業信用評価管理規定の主要内容

全国整規弁と国資委の要求にしたがって、中国木材流通協会は「木材企業信

用評価管理弁法（試行）」（以下「管理弁法」と略称）（附属資料5）を制定し、評価活動の原則、申請企業の条件、評価機構の設立、評価内容と等級設定、評価方法と手順、必要な費用とその用途、情報の公開、監督と管理などについて詳しく規定した。その要点は以下のとおりである。

3.2.1 申請企業の基本条件

- 企業信用評価を申請する企業は中国木材流通協会の会員であること。
- 中国国内で正式に登録してから3年（会計年度）以上であること。
- 最近の3年間で毎年経営収入があること。
- 企業の経営が持続的で、破産・廃業・休業の見通しが無いこと。
- 最近の3年間で、経営活動に関わる重大な違法記録や行政管理機関による警告、消費者からの告発がないこと。
- 申請時に企業の法人（代表取締役）は下記の承諾を宣言し、サインする：
 - 提出した証明文書、データ、資料がすべて真実、合法、有効であること
 - 企業は今後の木材輸入契約の中で社会責任に関する内容を取り入れ、木材供給側にその「供給する木材はすべて本国（地域）の法律法規に従って伐採したものである」と承諾させること
 - 本企業は自主的に木材企業信用評価活動に参加し、企業の名称、信用等級、主な業務などの基礎情報をマスメディアで公開することに同意すること

3.2.2 木材企業信用評価管理規定の主な内容

- 評価目的：会員に奉仕し、業界の自律を促進し、業界の信用水準を高め、企業の信用リスク回避能力を強化する。
- 基本原則：自主志願性、公正、守秘 及び非営利。
- 組織：中国木材流通協会信用評価活動委員会（「信工委」と略称）が木材企業信用評価活動を全面的に組織する。
- 評価方式：企業は自社の必要によって随時に信工委に信用評価の申請を提出する。信工委は第三者の評価機構である北京国富泰企業徴信有

限会社に委託して企業の信用評価を実施し、その評価報告と日常に把握している当該企業の信用情報に対照して総合的に判断し、企業の信用業急を最終的に決定する。

- 評価手順：初めて信用評価に参加する企業に対しては、「企業からの自主申請→書類と関係の提出→形式審査と受理→第三者による信用評価→初評価結果の公示→最終審査→企業との意見交換→信用等級証書と標識の授与→追跡監督と年度審査」という手順で行う。

3.3 木材企業信用評価の指標体系及び等級設定

3.3.1 木材企業信用評価の指標体系

中国の木材関係企業には生産型企业と流通型企业があり、異なる特徴を有している。この実状を勘案して、中国木材流通協会と北京国富泰企業微信有限公司の専門家は、生産型企业と流通型企业それぞれの評価指標を設定した。

評価指標には、企業の基本的な信用能力、経営状況、支給能力、管理能力、商業信用記録、社会責任など6種類が含まれる。各種の指標にそれぞれの重み係数（Weighted factor）を掛け、100点を満点とする。各指標の要点は以下のとおりである。

- **企業の基本的な信用能力**：企業の基本状況、企業の合法性及び経営年数、主な株主の信用状況、内部部門設置の合理性、関連する取引の比率、許可証書の管理状況、認証の取得状況など、多面の資料と情報を考察し、当該企業は信用評価に参加する基本的な資格があるかどうかを判断する。
- **企業の経営状況**：主に企業の経営範囲、主な業務内容、経営の多様化方向、製品或いはサービスの質、市場競争力及び市場での地位、主な競争相手などをもとに、未来の成長見通しや優位性と劣勢を分析し予測する。
- **企業の経済的支給能力**：主に企業の資本構造、営利能力、債務償却能力、運営効率、資産の質、成長能力などの基本状況と発展趨勢を分析し、これらの要因が企業の信用に対する影響を評価する。

- **企業の管理能力**：主に企業管理層の素質と安定性、企業の発展戦略の明確性と実現可能性、企業の経営リスクと発展チャンスなどに対する管理者の認識、企業の信用管理及び会計帳簿の規範性、企業内部制度の整備と実施状況、企業内部のインセンティブと規制システムの健全性などを考察する。
- **企業の商業信用記録**：主に企業の商業取引過程での不良信用状況、工商・品質検査・環境保全などの政府部門による企業の信用記録などを考察し、企業の契約履行水準を判断する。
- **企業の社会責任**：主に企業が使用する木材原料の供給源とその合法性、木材の総合利用状況などを考察し、森林の持続可能な経営と林業の持続可能な発展に対する企業の貢献度を評価する。

3.3.2 木材企業信用評価制度と CoC 認証との関係

木材企業の環境意識と責任感を高め、地球環境に有利な行動（森林経営認証（FM）と生産・流通過程の管理認証（CoC）の取得、認証材の購入、植樹植林への積極的な参加、木材総合利業率の向上）をとらせ、世界的な木材合法貿易を促進するために、木材企業信用評価の指標体系では、企業の環境保護責任と社会貢献に関わる指標を設けた。評価指標体系に占める環境と社会指標の割合は約8%である。CoC 認証の取得は、重要な指標として推奨されるが、強制的な要求ではない。評価指標体系の内に CoC 認証に関わる部分の具体的な内容は以下のとおりである（生産型企業を例にして）。

- 生産企業は認証材を購入しているかどうか、どの認証体系（FSC、PEFC など）の認証材であるか、企業の木材原材料使用量に占める認証材の割合。
- 木材及び木材製品の生産企業は CoC 認証を取得したか、どの認証体系（FSC、PEFC など）であるか。CoC 認証を取得した企業に本項目の最高点数を与える。
- 企業は A8000 社会責任認証や ISO14000 環境管理認証、OHSAS18001 職業健康安全認証などを取得したか。
- 企業信用評価に参加してから、木材購入契約を何通結んだか、その内

に「供給した木材は自国（地域）の法律法規に従って伐採したもの」と承諾した契約は何通であるか、承諾のある供給量と供給者、承諾なしの供給量と供給者。

- 企業の木材総合利用率。
- 政府の各監督管理部門の記録に当該企業の違法伐採記録の有無、或いは森林資源を破壊した記録の有無、絶滅に瀕する樹種を輸入した記録の有無。
- 当該企業は植樹植林、環境保護などの公益事業を出資助成しているかどうか、森林の持続可能な経営と林業の持続可能な発展どのように貢献しているか。
- 当該企業は中国木材流通協会の「品質保証と後期サービス承諾活動」に参加しているかどうか。

信用評価機構は、以上の各項目の情報を分析し、各指標の点数を決めて最終点数を計算する。

3.3.3 信用評価等級の設定

木材企業信用等級は五つの等級を分けている。すなわち、AAA 級、AA 級、A 級、B 級、C 級で、具体的な基準は表 3-1 のとおりである。

3.4 木材企業信用評価の実施状況とその問題点

3.4.1 実施状況

木材関係企業の認識を高めるために、2003 年から、中国木材流通協会は協会の刊行物やウェブサイト、業界の年度大会などを利用して企業信用評価の重要性と必要性について大々的に宣伝し始めた。これと同時に、中央協会の信工委を中心とし、各地方の木材関係協会が参加する全国的な信用評価管理システムを確立した。各地方協会に木材企業信用評価の申請受付、推薦と摘発の受理などの権限を与えた。

全国整規弁と国資委の指示に従って、木材業界の特徴を考慮して「木材企業信用評価管理弁法（試行）」を制定し、専門家を招いて評価基準を確立した。こうした前期準備の上で、全国第一回目の木材企業信用評価実証活動を開始した。

2007年11月に、中国木材流通協会は7社の木材企業を選び、1ヶ月の評価過程を経て、同年12月に評価結果を公表した。その結果、評価を受けた7社はすべてAAA級であった（表3-2）。

表3-1 信用評価の等級設定

等級	点数範囲		評価指標
	下限(含)	上限	
AAA	80	100	強い経済的支給能力を有し、信用状況が良好で、信用管理システムが完備でかつ科学性と規範性を有し、良好な社会責任感を持ち、契約履行の能力と意思が強い。違約リスクは極めて小さい。
AA	70	80	強い経済的支給能力を有し、信用状況が良好で、基本的な信用管理システムが整備されており、社会責任感が比較的に良い。しかし、AAA級企業と比べて、経済環境の影響を受けやすく、違約リスクはAAA級企業より少し大きい。
A	60	70	強い経済的支給能力を有し、信用状況が良好で、信用管理システムを初歩的に整備しており、一定の社会責任感を持つ。しかし、AA級企業と比べて、さらに経済環境の影響を受けやすく、違約リスクはAA級企業より大きい。
B	50	60	基本的な経済支給能力を有し、信用状況は普通で、その経営状況は業界管理政策や経済環境の変化に強く左右され、契約履行能力も大きく影響され、違約リスクは比較的に大きい。
C	40	50	企業の経済的支給能力が低く、信用状況が悪く、契約履行の能力と意思が低く、違約リスクは極めて大きい。

3.4.2 問題点

これまでの推進状況から見ると、この木材企業信用評価に依然として多くの問題点が存在しており、特に木材企業の認識を高めることが急務である。

- 信用評価の重要性に対する企業の認識が普遍的に不十分であり、活動に参加する意欲が足りない。その主な原因は、社会全体の信用管理システムが成熟していない現実の中で、信用評価結果良否は企業の経営に対して直接の影響が未だに見えないため、多くの企業は見守る態度をとっている。
- 信用評価の厳粛性に対する企業の認識に歪みがある。一部の企業はお金を出せば AAA 級の証明書がもらえると思い、信用評価を申請する際に「必ず AAA 級証明書を出してくれ」という無理な要求を言い出し、拒否されると直ぐに参加しなくなる。
- 信用評価の基準に対する理解が不足している。一部の企業は、供給側に木材の合法性の承諾を要求すると、企業の経営に影響すると心配して、信用評価への参加を遠慮している。

これらの問題を解決するには、評価結果の信憑性と正当性を高めることが肝要である。信用評価に対する社会の認知度を高め、その結果を生産管理、市場管理、優遇政策などに関連して広範に応用することが、多くの企業の積極的な参加を誘致する重要なポイントである。

表 3-2 第一回目木材企業信用評価活動で公表した AAA 級企業

企 業	証書番号	企業種類
上海森聯木業發展有限公司 (Shanghai Senlian Timber Industrial Co., Ltd.)	200701311100001	流通型企业。経営範囲：木材及び木材製品の輸出入貿易
上海怡黄木業有限公司 (Shanghai Yihuang Wood Industry Co., Ltd.)	200701311100002	流通型企业。経営範囲：中密度ファイバボード、パーティクルボード、化粧板
温州木材集团公司 (Wenzhou Timber Group Co.)	200701311100003	生産流通総合型企业。経営範囲：原木及び製材の輸入貿易、木材及びファイバボードなど木材製品の生産と販売
北京市木材廠有限責任公司 (Beijing Woodworking Factory Co., Ltd.)	200701311100004	生産型企业。主要製品：木質ドア、複合木質窓枠、強化複合床板、無垢材床板、不燃・難燃性製品等

関東盈彬大自然木業有限公司 (Yingbin Nature (Guangzhou) Wood Industry Co., Ltd.)	200701311100005	生産型企业。主要製品：各種床板及び木質ドア
広東魚珠木材有限公司 (Guangzhou Yuzhu Wood Co., Ltd.)	200701311100006	流通型企业。経営範囲：原木及び製材の輸入貿易、木材及び木材製品の販売
東莞市吉龍木材市場 (Dongguan Jilong Timber Market)	200701311100007	流通型企业。経営範囲：家具、木材の卸売りと小売

3.5 木材企業信用評価制度の意義と展望

3.5.1 木材企業信用評価の意義

木材企業信用評価の結果は企業の経済的実力や信用リスク管理のレベル及び経済支給能力を反映するだけでなく、環境保全や社会責任などに対する企業の態度をも反映している。木材企業信用評価の実施は中国または世界の木材産業の発展に対して非常に重要な意義を有する。

- 企業の立場から見ると、信用評価の実施によって、企業の信用リスク対応能力が高められ、信用管理のコストが低減される。また、融資・入札・国際市場への進出・優遇政策の利用などの際に、企業に有利な根拠を提供することができる。
- 市場経済秩序の整頓から見ると、信用評価を実施することは、公平で秩序のよい貿易環境の形成を促進することに有利である。
- 国内及び国際木材産業の持続可能な発展から見ると、環境保全への取り組みや社会責任の履行などを評価指標として審査することで、木材輸出国における森林認証の展開、合法且つ持続可能な木材貿易の促進に重要な役割を果たすと思われる。また、外国の木材企業が中国で信用あるパートナーを探す際に重要な根拠を提供し、木材貿易の信用リスクの低下にも貢献する。

業界信用評価制度は政府と商会・協会が連携して推進する中国社会信用管理システム構築の重要な一環であり、社会的な関心と注目を集めており、高く評

価されている。第一回目の業界信用評価実証活動では、商業・建築・食品・農業・木材・食糧・紡織など多くの業種の企業が参加している。2008年に第二回目の業界信用評価実証活動が順調に展開することができれば、国民経済と国民生活に密接に関わる全ての業界が含まれるようになる。実証評価活動の進展につれて、中国全体の信用環境が改善され、信用レベルが大きく向上すると関係者が期待している。

3.5.2 将来の展望

信用評価の結果を如何に利用するかは、企業や協会がもっとも重視している問題だけではなく、信用評価活動の推進及び業界全体の信用水準の向上に関わる重要な問題でもある。このために、2008年1月、全国整規弁と国資委協会弁が共同で業界信用評価座談会を開き、国家発展と改革委員会、財政部、建設部、商務部、中国人民銀行、税関総署、工商総局、品質検査総局などの政府関係部門の代表、中国銀行、国家開発銀行などの金融機構の代表、50近くの商会と協会の代表が会議に出席した。新華社、中央人民放送、中央テレビなどマスメディアの記者も会議に参加し報道した。会議の討論を踏まえて、全国整規弁と国資委協会弁は信用評価の応用に関して次のような意見を提出した。

- 政府関係部門は各自の関係分野と業界で、信用を守る企業を大々的に宣伝・推奨し、信用を守らない企業の生存空間を圧縮する。
- 政府関係部門は、行政管理、行政許可、政府調達など日常の仕事の中で、企業の信用等級を十分に考慮し、信用を守る企業に対して優遇政策を講ずる。
- 政府関係部門は、業界の監督管理にあたって、信用評価制度を活用し、商会や協会の自律機能を十分に発揮し、政府部門と協会商会が協力して業界の競争秩序の改善を図る。
- 金融機関は、企業に融資、担保、保険及びその他のサービスを提供する際に商会協会の信用評価結果を認め、信用のよい企業に優遇と便利を与える。

全国整規弁と国資委の意見を貫徹するために、中国木材流通協会は木材業界の特徴を考慮して、評価結果の応用について以下の措置を講じる。

- 「中国木材業界信用企業リスト」を編成し、信用等級が A 級以上の木材関係企業を同リストに編入し、各政府管理部門や政府調達機関、工程入札機関に推薦する。
- 木材企業の川上・川下関係業界及び政府関係部門、金融機関に評価の結果を積極的に推薦し、通関、検査、税収、融資、信用保険などの面で信用優良な木材企業が優遇されるよう努力する。
- 重要な品目の貿易計画や政府特惠項目の配分において、信用優良な木材企業を優先的に推薦し、評価結果を有効に活用する。
- 国際環境保護組織、各国の木材協会等との交流において、中国の木材企業信用評価制度を広範に宣伝し、外国の協会との協力を図り、木材及び木材製品の合法性貿易に関する国際的な活動に積極的に参加し、信用優良な木材企業に有利な貿易環境を創出する。
- 信用不良企業に公開警告の懲戒を講ずる。外国の木材関係協会と連携し、企業信用情報交換を実施する。
- 企業信用評価基準に応じた新しい「原木、製材輸入契約手本」を作り、木材輸入企業での使用を普及し、国際的な合法性木材貿易を促進する。

3. 6 日本の合法性木材証明制度に対する期待

森林の持続可能な経営と合法的な木材貿易は、国際社会共通の認識と目標である。森林認証を促進し、木材供給の合法性を保障することは、上述した目標を達成する有効な手段である。日本が進めている合法性木材証明制度は、中国の木材企業の中で未だに広く知られていないため、その態度も曖昧である。にもかかわらず、環境保護や森林の持続可能な経営に有利な政策・措置に対して、中国政府は一貫して支持する姿勢をとっている。中国は、すでに世界の木材製品大国、輸入大国と輸出大国となっており、世界の木材貿易に重要な影響力を有する。中国の国情と木材産業の実状を考えると、今後、中国の木材製品に対して合法性木材証明制度を実施する際に、日本は以下の問題に注意する必要がある。

1) 合法性の定義と証明書の有効性

どのような状況での伐採が合法であるか、どの機関が出した証明が有効であるかということは、合法性木材証明制度を実施する前提である。理論的に言えば、生産地の森林伐採に関する法律法規に合うものは、すべて合法材だと理解することができ、生産地の政府管理部門が出した証明書はすべて有効だと考えられる。中国木材管理体制では、伐採許可、木材運輸許可、加工と経営許可という三つの管理体制が同時に作用しており、さらに、伐採許可の根拠として「伐採限額制度」があり、極めて複雑である（注：18年度調査報告書参照）。また、三種類の許可書を出す管理部門も様々であり、どのレベルの証明書を認めるかは、非常に重要なことである。したがって、これらの問題を明確にしなければ、中国の木材企業の製品輸出に影響をもたらすとともに、日本の合法性木材証明制度の中国での実施にも支障をもたらすと思われる。

2) 中国の森林認証体系の認可

2007年9月10日、中国国家林業局は「中国森林認証——森林経営」(FM)と「中国森林認証——生産・加工と流通過程の管理」(CoC)という二つの森林認証基準を公布し、同年の10月1日から正式に実施した。また、中国森林認証国家体系も近いうちに公布される予定である。上述した政府管理部門による合法性証明書の取得と確定が難しい中で、中国の森林認証体系を認め、その認証証明書を中国の木材と木材製品の合法性を判断する根拠とすることは、中国の木材企業のCoC認証に参加する意欲を引き出すことができ、日本の合法性木材証明制度の中国での実施にも有利だと思われる。

3) 合法性木材証明制度による企業負担増加の問題

中国の木材製品輸出企業にとって、低廉な価格が国際市場での競争力を保つ重要な手段である。政府管理部門から合法性証明書を取得しても、森林認証を取得しても、必ず一定の費用が掛かり、企業の関係者は経営コストの増加を懸念している。合法性木材証明制度の実施によって企業利益の向上或いは製品の市場シェアの拡大に役立つことができなければ、最終的に企業の合法性証明を取る積極性を挫傷すると考えられる。したがって、木材証明制度の実施にあたって、どのようにして企業の利益を保障するかは重要な課題である。

4 中国の2006年から2007年上半期における中国の木材需給動向

1990年代後半以来、GDP成長率が平均で9%台を維持し続けている中国では、需要は旺盛な内需に支えられ、1998年には米国に次ぐ世界第2の木材消費国となった。2008年オリンピックを控え、経済の過熱を警戒する中国政府による2003年以来のマクロ経済コントロールによって、固定資産投資加熱はやや沈静化したとはいえ、GDPは2003年以来、10%台の高成長率を保持し、2006年はGDP成長率10.7%、GDP総額20兆元の大台を突破している。2006年は中国がWTOに加盟し5年目、また、第11次5カ年計画の第1年目にあたる年であり、経済と社会の全面的な調和と、持続可能な発展をめざす基本体制の中で、木材市場も急激な発展に伴う需給のアンバランスの調整を迫られている。

中国は天然林重点保護政策を継続する中で、国内木材資源の供給は厳しく不足しており、需給構造の不均衡は突出しており、依然として木材輸入に依存しなければならない状況は変わらない。一方で、中国企業による木質ボード産業は猛烈な勢いで発展しつつあり、ボード製品の輸出も快速に成長している。これらの木質ボード産業はポプラ、ユーカリ等の早生樹林業の発展と連動するもので、今後の中国の林業と木材産業の発展方向を大きく左右すると考えられる。

4.1 2006年における木材供給動向

2007年中国林業発展報告（2007中国林業白書）によれば、2006年の木材総供給量は緩やかに増加し、国産木材の市場供給量も着実に増えた。林産品総体の価格レベルは値上がりし、輸出入貿易は高速に増加して、貿易収支は輸入超過から輸出超過に転じた。

全国木材市場の総供給量は3億3710万m³で、2005年に比べ3.41%増加した。同年の総消費量は3億3739万m³で、2005年比、3.57%増加した。

木材総供給量は国産材と輸入材から構成される。2006年における中国の木材総供給量のうち、国産材による供給は約2億900万m³（62%）、輸入材による供給は約1億2800万m³（38%）である（図4-1）。

木材供給量として取り扱われるものは、国産商品材、農民用材及び燃料材、木質ボード生産量、輸入材（原木、製材、木製品及び紙パルプ等を原木材積量に換算した値）及び年度ごとの伐採計画の限度額との差額量が包含される。

国産材の内訳は、商品木材 6611.8 万 m³（総供給に占める比率 18.91%）、農民用及び燃料材 4306.8 万 m³（同 13%）、繊維板・パーティクルボード（以下PB）用 5568.9 万 m³（同 17%）、年間伐採計画量超過分（注：18 年度本調査報告書の伐採限度額を参照）4400 万 m³（同 13%）である。国産商品材の生産量は、2005 年に比べ大幅に増加し、2005 年より材積で 1051.47 万 m³、18.91%増加した。

輸入木材の内容は、原木、製材、単板、木質ボード、木材パルプ、紙および紙製品、古紙及びその他の木質林産物が包含される。2006 年は、パルプ紙・その他木製品（木材換算）8727.2 万 m³（同 25%）、原木 3215.3 万 m³（同 10%）、製材 880 万 m³（同 3%）となっている。

木材及び木製品の貿易については別項で詳説する。

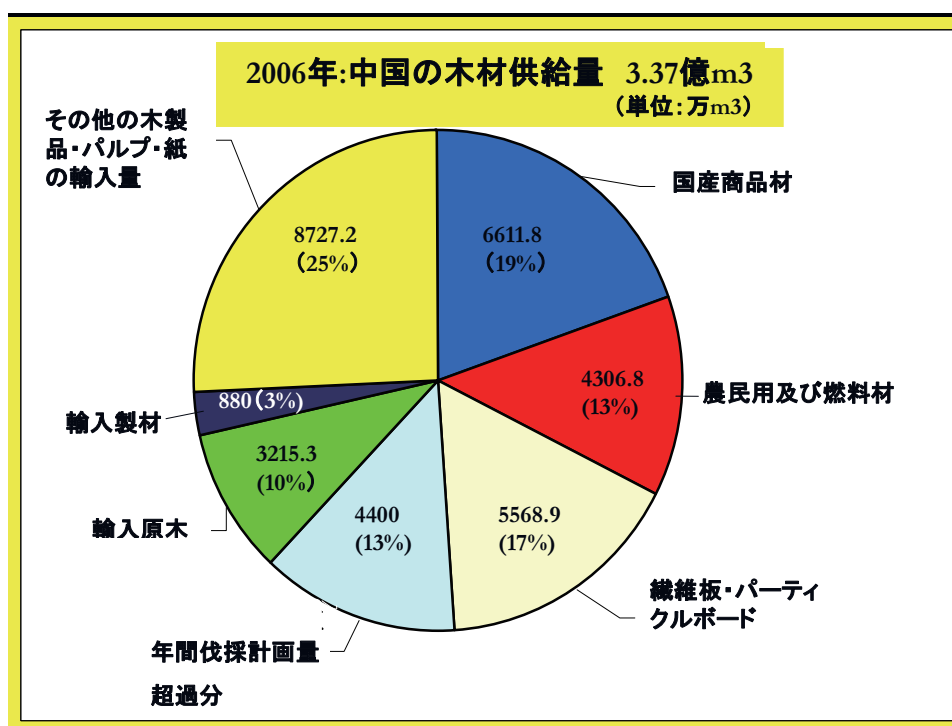


図 4-1 2006 年、中国の木材供給量

4.2 中国木材の供給

2006年、全国木材生産量は1億7800万m³に到達し、05年比で大幅な増加を示し、純増で1051万4700m³、18.91%増産になった(図4-1, 2)。

木材生産量の増加原因は、第11次5カ年計画期間中の伐採限度額が上方に増加調整された結果である。近年来、各種の社会の事業体により造林された短伐期工業原料用林が既に伐期に入ってきており、これに加えて天然林資源保護プロジェクト区域の人工商品林伐採管理試験地区と農耕地保護林の伐採更新管理モデル試験区がさらに拡大し、工業原料林の伐採量が増加したため等と説明されている。

1) 原木： 木材生産の構成から見ると、全原木生産量は6611万7800m³で、その内、商品用原木生産量は6111万6800m³で、2005年に比べ1088万8200m³増加し、増加率21.68%である。燃料材500万1000m³、05年比6.95%減少した。

木材生産の事業主体からみると、林業系統内で生産された木材は、2516万8500m³、05年比5.32%増加し、全部の木材生産量に占める割合は38.07%である。このうち国有林場の事業体が生産したものは1192万4200m³、05年比16.01%；林業系統外企業・事業体が生産した木材は207万2000m³で、06年の総生産に対する割合3.13%；郷鎮集体企業の生産した木材、439万200m³で、全体に対する割合、6.64%；村及び村以下の各事業体と農民の個人生産による木材が3,448万7100m³で、05年比28.86%増加し、総生産量に占める割合は52.16%である。これによれば、全体の半分以上が村以下の組織や個人に担われており、最近、中国で重点的に推進されている林業の権利制度の改革(林権改革)の反映が窺われる。

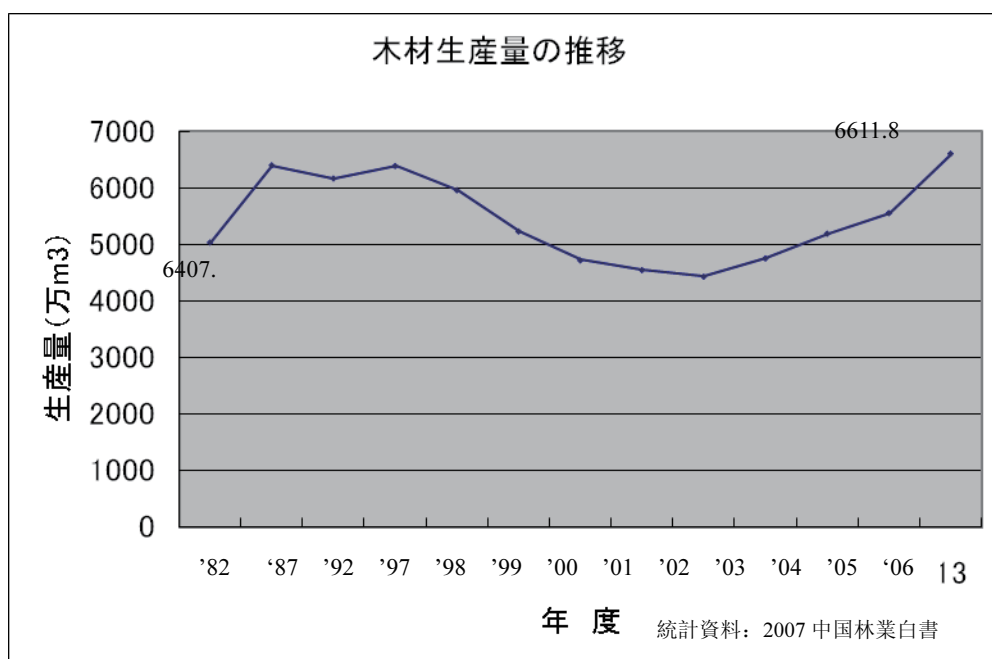


図 4-2 木材生産量の推移

2) 農民自家用材と燃料材

農民自家用は調査数値がないので、第 11 次 5 カ年計画の伐採量から推測すれば、農民自家用木材と燃料材を合わせた木材の生産量は、4306 万 8000m³、その中で、農民の自家で消費する用材は、1459 万 6000m³、燃料材は 2847 万 2000m³、になる。

3) 製材

市場の需要が牽引して、2006 年の製材総生産量は 2486 万 4600m³、05 年比 38.89%、そのうち熱帯材の製材生産量 155 万 8700m³、全製材生産量に占める割合は 6.27%である。

4) 木質ボード

近年来、中国の人造板生産量は、安定して持続的に速い速度で増加している。2006 年、中国の木質ボード生産量は 7428 万 5600m³、05 年比 16.20%増加し、そのうち

- ・**熱帯材木質ボード**は、182 万 7900m³、05 年比 20.04%増加し、全木質ボード生産量中に占める割合は 2.46%になった。全木質ボード生産品の内訳を以下に示す。

・合板は、2728万7800m³、05年比、8.50%増、全木質ボード生産量の36.73%を占めた。

・繊維板生産量は、2466万6000m³、05年比、19.71%増加し、木質ボード全生産量の33.20%である。この内、MDFが2222万400m³になった。

・パーティクルボード(PB)は、843万2600m³、05年比46.38%、全木質ボード生産量に対する割合は11.35%である。

・その他の木質ボード生産量は1389万9200m³で、05年比、11.97%増加し、全木質ボード生産量の18.71%になった。この内、ブロックボードが1155万3000m³(その他のボードの83.12%、全木質ボード生産量の15.55%に相当)を占めた。

木質ボードの生産地区の分布をみると、木質ボード産業集積地区が既に形成されており、これら中で、生産量400万m³を超えた地域は、江蘇省、山東省、河北省、浙江省、福建省、広西壮族自治区の6省(自治区)である。この6省での木質ボード生産量は5024万3500m³を生産しており、全国の木質ボード生産量の67.64%に達している。その中で、江蘇省と山東省の木質ボード生産量は、既に、両方とも1000万m³を超過し、全国の1位と2位を占め、3位の河北とともに、3者が他の地区を圧倒している。

全国の合板生産量の75%が華北地方の長江、黄河デルタのポプラ早生樹人工林材を原料にして成立していると報告されている(呉盛福：中国人造板工業 2008. 3)。

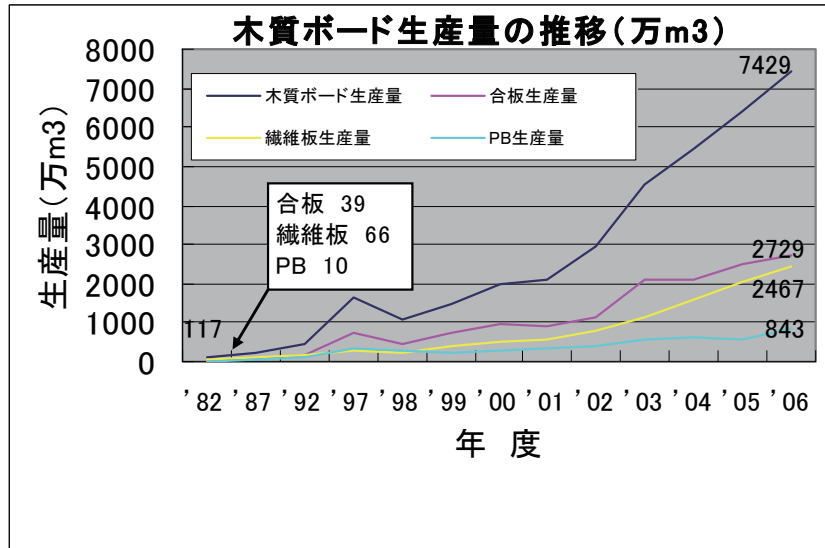


図 4-3 木質ボード生産量の推移

表 4-1 2006 年木質ボードの生産量 上位 10 省と生産量 (単位：万 m3)

順位	全木質ボード		合板		繊維板		パーティクルボード	
全国合計	7428.56		2728.78		2466.60		843.2	
順位	1	江蘇省 1618.19	江蘇省	622.69	江蘇省	433.16	江蘇省	278.00
	2	山東省 1140.00	山東省	413.79	山東省	430.73	河北省	138.37
	3	河北省 949.90	河北省	409.70	広東省	242.68	山東省	84.59
	4	浙江省 465.91	浙江省	210.20	広西省	185.40	福建省	47.26
	5	福建省 439.35	広西省	176.80	河北省	143.23	河南省	45.78
	6	広西省 411.00	福建省	176.36	四川省	140.56	吉林省	43.60
	7	広東省 370.04	湖南省	157.12	福建省	135.12	黒龍江省	37.93
	8	安徽省 307.94	安徽省	119.41	安徽省	111.12	広東省	34.89
	9	湖南省 298.82	広東省	81.33	浙江省	108.95	安徽省	27.28
	10	河南省 267.91	河南省	80.87	広西省	91.67	内モンゴ	25.58

統計：2007 中国林業白書

4) 輸入木材 2006年、中国の原木輸入量は3215万2900m³、原木を除いたその他の木質林産品の輸入量は原木換算で9607万1600m³になる。(総輸入量は1億2822万m³)。木材の輸入動向については木材貿易の項で詳説する。

5) その他 2006年には、伐採限度額超過伐採、前年在庫等の形式で分類される木材の供給が4400万m³ある。

4.3 木材の消費

4.3.1 木材消費の内訳

木材製品の消費は、国内消費と輸出消費の両方がある。国内消費は工業・建築業用材、農民自家用・燃料材への消費が含まれ、輸出消費には原木、製材、単板、人造板、家具、木質パルプ、チップ、紙・紙製品、古紙及びその他の木材製品が計上されている。木質ボード類の生産は、国内の早生人工林材を原料として製造されるものが大部分を占め、木材の供給部門に計上されている。

2006年における木材製品市場の総木材消費量は3億3738.83万m³である。

1) 工業原料・建築業用材としての消費 国家統計局係部門の生産物統計の推計によれば、2006年、中国の工業・建築業用木材の総消費量は、原木換算で2億4496.96万m³である。その内訳は、建築業用材(造作材、装飾内装材を含む)8748万6800m³で、05年比、7.31%減少した；家具用材(家具用国内消費分、輸出項目にある輸出家具を含む)4234万9700m³、05年比、14.44%増加；炭坑用材957万9100m³、05年比、3.30%増加；車両、船舶、鉄道、化学繊維その他の部門の消費用材853万.5800m³、05年比、11.03%増である。

2) 農民自家用材・燃料材 統計上不明確なところがあり、文献により数値に大きい変動があるが、2007中国林業白書における推計によれば、農民自家用材消費量は1459万6000m³、農民の燃料消費材2847万2100m³、である。農民自家用材としての消費の約90%は農民の家屋建築に消費されると見られ、この材積1313万6400m³を建築用材としての消費量に重複しているとみると、農民自家用及び燃料用

材は 2993 万 1700m³、になる。

3) 木材の輸出 2006 年、中国の原木輸出は 4300m³、原木を除外したその他の木質林産品の輸出量は、原木換算で 6248 万 2700m³ に相当する。内訳は別項で詳述する。

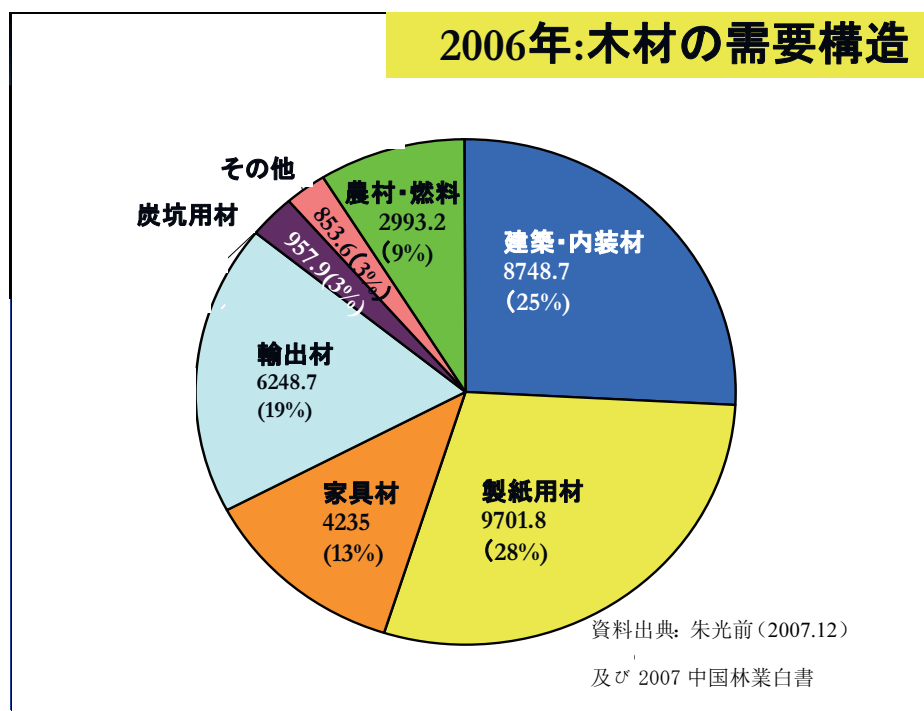


図 4-5 2006 年、中国の木材需要内訳

4) 木製フローリング生産量

2007 年中国林業白書によれば、2006 年の全国木製フローリング生産量は 2 億 3399 万 m² に達し、05 年比 35.08% 増加。その内、無垢材複合フローリングは 3 倍増して、生産量は 5184 万 m²、305.56% になり、全部の木製フローリングの 22.15% を占める。強化木製フローリングは 8471 万 m²、05 年比、65.25% 増加し、全フローリング生産量の 36.20% を占めた。無垢材フローリングは 7355 万 m² で、05 年比 5.02% 減少、

全フローリング生産量の 31.43%である。南京林業大学呉智慧教授の報告では、年度ごとの木質フローリングの総生産量は更に多くなっている。

表 4-2 木質フローリング生産量の推移 (単位: 万 m²)

年度	総生産量	ムク材(単層)	ムク材複合	木質ボード複合	竹集成・複合
2003 年	21000	7000	2200	12000	400
2004 年	25800	7000	3300	15000	500
2005 年	29200	5000	4600	19000	600
2006 年	33000	4500	6000	20000	2500
2007 年	36100	4400	7500	22000	2200

出典: 南京林業大学・呉智慧(2008 年)

5) 木製家具の生産量

2006 年、木製家具の総生産量は 2 億 1329 万件、05 年比で、88.29%と急激な増加である。金額ではおよそ 344 億元 (141. 億 31 米ドル) に達する。家具総生産量の 80%は木製家具で、金属家具は 10%、その他の家具が 10%である。

表 4-3 中国における家具の総生産額と輸出の推移

年度	家具総生産額 (億元)	輸出総額 (億 US\$)	木製家具の 輸出額(億 US\$)	木製家具の 輸出比率(%)
2002 年	1650	54.17	25.46	47.00
2003 年	2040	73.33	28.39	38.72
2004 年	2730	103.53	36.86	35.60
2005 年	3400	137.67	46.58	33.83
2006 年	4300	176.64	57.46	32.92

出典: 南京林業大学・呉智慧(2008 年)

6) 木材パルプ生産量続伸

2006 年、紙・板紙の総生産量は 6480 万トン、05 年比 15.71%増加、紙パルプの全生産量は 5880 万トン、05 年比 32.25%増加、その内、木質パルプは 540 万トン、05 年比 45.63%増加した。

4.4 2006年における木材需給の特徴

2006年、中の木材生産品市場は、基本的に、需給の均衡、価格の若干の上昇、外国貿易の増加、比較的熱気がある市況といった特徴がみられた。

4.4.1 木材需給の矛盾

国内の木材供給は上昇したが、需要と供給の構造的矛盾は依然として存在している。国内供給からみれば、国産木材の供給は相変わらず増加の態勢が続いており、計画的造林と合理的な木材利用を通じて、木材の生産量、生産率は持続的に上昇し、中国国内の木材の需給の矛盾は一定程度緩和された。東北地方の北方生産区からの大径針葉樹材は売れ行きが良いが、広葉樹、小径木は販売が停滞している。南方の大部分の生産区における市況は継続的に回復しており、価格は上昇している。2006年、北方生産区の木材生産量の下降は比較的大幅で、木材の在庫、特に優良な針葉樹の在庫量が減っている。ナラ、カバ、トチノキ等の内装用材に対する需要は活発で、価格は安定して推移しているが、シナノキ、ヤチダモなどの需要は冷え込み、価格の下落幅も大きく、在庫量が増加した。広東、広西、福建等などの南方生産区は、生産と販売に二面性があり、価格は緩やかに回復している。

北方の木材マーケットの動きは、需要が緩やかに増加し、大径木のベニマツ、カラマツ原木の価格は安定して、販路は順調に伸びている。南方のマーケット、特に、広東、福建等の沿海地方の経済が急速に発達している地域は、木材消費勢力は強靱で、価格は上昇しているが、湖南、湖北、広西等周辺地区の木材販売も、また、成長しており、価格は穏やかに上昇に転じている。

4.4.2 木材輸入市場動向

2006年、中国の快速な国民経済の発展と国民の生活レベルの向上に伴って、これと密接に関連する木材輸入は、強靱な需要と速い速度の成長をひたすら維持している。木材市場の熱気は衰えることなく、価格は上昇している。

中国では、近年来、早生樹多収穫林が旺盛に発展していることなどから、木材資

源の供給は、往年に比べてかなり増加しているが、国産材の品種、材質などの側面では、消費者の需要を満足するには遙かに及ばない。その上、中国の合板と家具製造等の木質林産工業の急速な発展や、中国の輸入原木と製材等の木材の一次加工製品に対して持続されている旺盛な需要によって、輸入量はいずれしてもかなり大幅に引き上げられている。

価格面からみると、輸入木材価格は値上がり趨勢を保っている。主な原因は以下のようである；

- ① 多くの木材輸出国は木材伐採量を調整する輸出政策をとっており、数量の制限、関税率の引き上げ、或いは、木材の一次加工品の許可制度などによって、国際木材市場価格の上昇を推し進めている。例えば、ロシアは2006年に2度にわたる原木輸出関税引き上げを行い、中国におけるロシアからの輸入針葉樹原木価格は大幅に値上がりした。

ロシアの原木輸出関税： 2006年まで：原木価格の6.5%
2007年7月以降：原木価格の20% (10ユーロ/m³以上)
2008年4月以降：原木価格の25% (15ユーロ/m³以上)
2009年1月以降：原木価格の80%以上 (50ユーロ/m³以上)

- ② 国際市場における原油価格の値上がりは、海運、陸運、鉄道輸送価格の大幅な上昇をもたらした。その上、中国国内では、道路通行における厳格な超過積載制限を実施したので、これもまた輸入木材の運輸コストを押し上げた。

4.4.3 主要な林産製品の価格

国家統計局の統計資料から明らかにされたところでは、2006年の中国林産品価格指数は112.7%、木材製品の価格指数は107.3%である。

中国の鋼鉄、プラスチック等の基本生産資材の価格水準が上昇するのに伴って、

基礎建築、造作・内装、家具製造の主要原料である木材及びその加工製品の総合価格水準は上昇し続けている。国家統計局の統計では、2006年、全国の林製品の生産価格は、平均で12.87%上昇した。その中で、第1四半期は8.90%、2期は12.10%に跳ね上がり、3期には17.5%、4期は13.00%上昇した。全国の木材生産価格の平均は7.03%値上がりしたが、第1四半期は7.10%、2期は4.50%、第3期は7.20%、第4期は9.30%の上昇であった。

1) 原木価格 国家統計局の各月の統計によれば、2006年各種の原木の購入価格は、いずれも基本的には緩やかな上昇趨勢であった。

・**ベニマツ**：原木購入価格は年初776.60元/m³、以後、一直線に上昇し、5月末900元/m³を突破、この後、小幅に下降し、およそ880元/m³になり、9月には904.6元/m³、10月以降はずっと950元/m³以上の水準に張り付いている。

・**カラマツ**：原木購入価格は、年初、668.90元/m³からひたすら上昇し、12月には753.90元/m³まで値上がりした。

・**馬尾松**：原木購入価格は、年初、481.60元/m³程度から、年末には545.80元/m³の水準に上昇した。

・**コウヨウザン**：原木購入価格は、年初、716.7元/m³から小幅に変動しつつ下降し、年末には702.40元/m³になった。

・**ウンナンマツ**：原木購入価格は、1月の823.70元/m³から小幅に値動きし、800.00元/m³程度の水準を保持していたが、10月になって小幅に上昇、12月には847.20元/m³の最高水準に到達した。

2) 製材価格 2006年、普通製材の全国平均買い入れ価格は、1431.9元/m³、05年比55.64%上昇。1年間を通じてみると、普通製材の価格は安定した上昇態勢にあり、年初の1286.64元/m³から年末の1537.70元/m³に達した。その中で

・**カラマツ**：厚板の価格変動は比較的大きく、1月1073.80元/m³から上昇し、7

月には 1122.80 元/m³ に達し、その後価格は下降して、9 月には最低の 1017.70・m³、その後、速やかに回復して 1100.0 元/m³ 以上となり、12 月には最高価格の 1189.50 元/m³ となった。

・**コウヨウザン**：厚板も、また、価格に起伏があり、年初の 1148.80/m³ から変動が始まり、6 月最低価格 1100.00 元/m³、その後、緩やかに小幅上昇して 12 月には 1168.9/m³ まで上昇した。

・**馬尾松**：厚板は 1 月に 900.40 元/m³、2 月に 961.00 元/m³ に急騰し、この後徐々に下落、8 月には最低の 832.50 元/m³ に達し、その後回復して 12 月には 987.40/m³ の最高水準になった。

3) 木質ボードの原料となる早生樹人工林木材の価格 山東省西南地区において合板原料として供給される早生樹人工林ポプラの買入れ価格は概ね表 4 に示したようである。価格から見ると、中国の合板原材料価格は既にヨーロッパ及び東南アジアの合板生産地域に比べて、顕著に高くなっている。一部の輸入合板の原木価格も、また、国内市場の原木価格の高値につれて上昇し続けてしており、特に、輸入ユーカリとラジアータマツにおいてことさら顕著である。これに加えて、運輸経費が高騰し、これらの樹種の輸入運輸経費は、この 2 年間でおよそ倍に跳ね上がっている。

表 4-4 山東省西南部地区のポプラ材価格

ポプラ直径/mm	60	80	100	120	140	160	180	200	220	300
平均価格/元(m ³)	520	580	650	700	740	760	780	800	820	1,150
1元=16円換算	8,320	9,280	10,400	11,200	11,840	12,160	12,480	12,800	13,120	18,400

出典：呉盛福：中国人造板工業 2008 年 3 月号

2007 年の輸入材の単価は約 15～30%、国産材の単価は 10～15%上昇している。

4) 木質ボードの価格 2006 年における木質ボードの平均工場出荷価格は、合板、1602.30 元/m³、繊維板、794.80 元/m³ およびパーティクルボード (PB)、644.80 元

/m³ である。各月の工場出荷価格の推移をみると、合板工場出荷価格は年間を通じて、着実に上昇形勢にあつて、年初の 1554.90 元/m³ から、年末には 1650.90 元/m³ になった。繊維板工場出荷価格は年初に最も低い 720.00 元/m³ であったが、この後、変動があり、8 月には最高価格の 821.50 元/m³ に達したが、12 月になると 791.40 元/m³ に下落した。PB 工場出荷価格は基本的に平穏に推移し、640.00 元/m³ 程度の水準に落ち着いている。

5) 木質パルプの価格 2006 年、木質機械パルプの平均工場出荷価格は 3988.70 元/トンで、05 年と基本的に同価格水準を維持した。木質化学パルプの平均工場出荷価格は、3935.3 元/トンで、05 年比、12.54%値上がりした。月毎の化学パルプの工場出荷価格からは、全国のパルプの工場出荷価格は変動しながら上昇する傾向にあつた。

買い入れ価格では、機械パルプの年平均価格は、4399.00 元/トンで、化学パルプの場合は 4581.60 元/トンであったが、化学パルプの価格の年間変動が比較的大きく、2 月から大幅に値上がりし、その後、月毎にある程度変動し、8 月には俄かに下落し、最低価格の 4182.20 元/トンとなった後、迅速に回復して 12 月には 4934.50 元/トンの最高点に達した。機械パルプの各月の購入価格変化は安定した上昇傾向で、年初の 4164.50 元/トンから、年末には最高価格の 4684.80 元/トンの水準になった。

ここ数年間の林産品の価格変動の傾向を表す概数として、中国の林業系統内事業者で 2003 年～2006 年に生産された木材及び林産品が、実際に販売された価格を表 5、表 6 に示した。(表 4-5, 表 4-6、データ出典：中国林業統計年鑑 2003—2006 年、2007 中国林業白書)

表 4-5 2006 年の林産物の価格変化例（平均、元）

	カラマツ原木 購入価(m3)	普通製材購 入価(m3)	木質ボード(m3)工場出荷			木質パルプ(トン)出荷価	
			合板	繊維板	PB	機械パルプ	化学パルプ
1月	668.90	1286.64	1554.90	720.00	640.00	4164.50	4330.*
12月	753.90	1537.70	1650.90	791.40	640.00	4684.80	4934.50

*注：概数

資料出典：2007 林業発展報告（2007 中国林業白書）

表 4-6 林業系統内における木材及び林産品の実際の平均販売価格

指標名称・ 単位	製品販売平均価格（元）				製品販売量（万元）			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
1. 木材（m3）	449	479	522	606	1721.1	1998.1	2278.7	2795.1
2. 孟宗竹（本）		5	7	9		47851.9	22060.5	42291.6
3. 製材(m3)	800	812	821	1015	157.0	297.6	406.8	820.2
4. チップ（m3）	215	298	471	586	7936.2	240.0	235.1	294.0
5. 床板（m2）	67	74	122	137	1664.4	4771.1	5475.9	12879.3
6. 合板（m3）	1955	1655	1614	1952	1478.3	270.0	345.7	597.9
7. HB(m3)	973	1137	1245	1280	12.9	11.5	27.4	23.7
8. MDF(m3)	1103	1274	1313	1420	2953.0	534.5	523.4	949.3
9. PB(m3)	882	1043	984	974	79.9	133.3	122.6	393.3

資料出典：中国林業統計年鑑 2003～2006

4.5 木材及び林産品貿易

4.5.1 基本的な情勢

1) 林産品の輸出貿易

林産品の輸出貿易は高速で増加、初めて輸出額超過になった。全国の輸出入貿易の中で、林産品の輸出が占める割合はわずかに上昇し、林産品の輸入の占める割合はわずかに下落した。2006年、林産品の輸出入貿易総額は、507億6500万米ドルになり、05年比、22.95%増加した。その内、林産品の輸出は263億7700万米ドルで、05年比、28.21%増加した。全国の商品輸出が27.20%増加する中で高い成長率を示し、輸出総額の2.72%を占めたが、05年比、0.02ポイントの増加である。一方、

林産品の輸入は、243 億 8800 万米ドルで、05 年比、17.73%増加したが、全国の商品輸入が 20.00%の成長率に対して、それより低い 17.73%の増加率であった。全国の商品輸入総額に占める割合は 3.08%で、05 年比、0.06 ポイント下降した。

林産品の輸出総額が輸入総額を超過したのは初めてであり、輸出超過額は 19 億 8900 万米ドルになった。

2) 輸入の下降と輸出の加速

木質林産品は依然として林産品輸出入の主な商品であるけれども、輸入に占める割合は下降し続けており、輸出における割合は一層大きくなっている。2006 年、林産品の輸出入貿易額の中で、木質林産品と非木質林産品の割合は、70.52%対 29.48%であり、木質林産品の占める比重は 05 年に比べ 1.42 ポイント下落した。林産品の輸出額において、木質林産品の占める割合は、72.88%で、05 年比、1.62 ポイント上昇し、非木質林産品の占める割合は 27.12%である。林産品の輸入額で、木質林産品の占める割合は 67.96%、05 年比、4.66 ポイント下落し、非木質林産品は 32.04%を占めた。

・貿易相手国

林産品の輸出金額で輸出の仕向け先を見ると、米国、日本および中国・香港に市場が集中しているけれども、集中度は若干下降している。一方、輸入金額から相手先を見ると、東南アジアとロシア、米国市場が主たるものであり、その集中度はいくらか上昇した。

2006 年、林産品の輸出総額において、輸出仕向け先を輸出金額で大陸別に仕分けると、アジア 39.00%、北米 34.03%、欧州 20.72%、アフリカ 2.43%、大洋州 2.41%、ラテンアメリカ 1.42%で、2005 年と比べてアジア市場への輸出金額が 2.19 ポイント減少し、欧州市場が 1.41 ポイント増加している。

林産品の輸入総額を各大陸別の輸入金額で見ると、アジア 47.63%、欧州 21.77%、

北米 16.75%、ラテンアメリカ 5.87%、大洋州 4.65%、アフリカ 3.33%となり、2005年に比較すると、アジアとアフリカ市場が、それぞれ、0.23 ポイントおよび 0.22 ポイント増加し、北米市場が 0.55 ポイント減少した。

貿易相手国で見ると、上位 5 位までの貿易相手国（米国 30.98%、日本 13.48%、中国香港 8.32%、英国 4.82%、韓国 3.38%）に 61.43%の林産品輸出市場の金額が集中したが、05 年比、2.51 ポイント下降した。輸入貿易上位 5 カ国（マレーシア 11.94%、インドネシア 11.84%、ロシア 11.49%、米国 11.04%、タイ 9.31%）が輸入金額では 55.62%の市場を占めているが、05 年比、0.79 ポイント上昇した（図 4-6）。

2006年中国の林産品貿易・貿易額上位5カ国

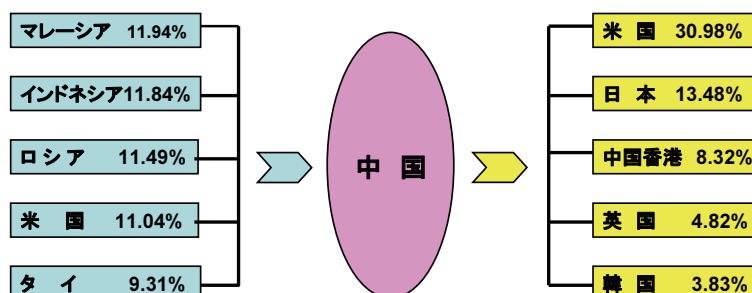


図 4-6 2006 年、中国の林産貿易額上位 5 カ国

4.5.2 木質林産品の輸出入

木質林産品の輸出入貿易はハイスピードで成長し、輸出の成長速度が輸入よりも速く、2006 年、初めて輸出超過となった。木質林産品の輸出入貿易総額は 357 億 9800 万米ドルで、05 年比、20.52%増加した。

4.5.3 林産品の輸出

2006 年、林産品の輸出は 192 億 2300 万米ドル、05 年比、31.12%増加し、増加幅

は 1.32 ポイント回復した。木質林産品の輸出品は家具、木製品、木質ボード及び単板、紙及び紙パルプが主となっている（図 4-7）。2006 年において、貿易収支は木質林産品の輸出超過額が、26 億 4900 万米ドルとなっている。貿易製品の内訳は、2005 年と比較して大きな差異はない。

木質林産品の輸出品の中で、木質ボードと単板の輸出金額が、2.92 ポイント増加し、木製品の輸出金額が 1.69 ポイント減少した。木質林産品の輸入金額で、原木の分が 2.15 ポイント増加し、木質ボードと単板、紙・パルプ類の分が、それぞれ、1.23 及び 1.12 ポイント下降した。

2006 年の貿易金額で市場別の順位で見た 5 位までの輸出貿易相手国を以下に示す；米国 37.13%、日本 11.03%、中国香港 8.37%、英国 5.86%、韓国 3.58%で、輸出先上位 5 カ国の貿易金額全体を 05 年と比べると、3.04 ポイント下降している。その中では、日本及び中国香港が占める金額が、それぞれ、2.08 と 1.80 ポイント減っている。木質林産品の輸出は、やはり、米国、日本及び中国香港が主たるものであるが、その集中度は、やや、低くなった（図 4-6）。

1) 原木輸出 2006 年、原木輸出は減少し、輸入は高速で増加したが、針葉樹材の輸入速度は減速し、原木輸入量における比重はやや減少した。原木の輸入、輸出の平均価格は大幅に値上がりし、針葉樹材価格の値上がり幅が広葉樹材のそれよりも大きかった。

2006 年の原木の輸出は、材積 4282m³、輸出金額 136 万 8300 米ドルで、05 年比、それぞれ、38.18%と 32.94%減少した。その内、針葉樹材の輸出は 113m³、合計金額 93,530 米ドル、広葉樹の輸出材積は 4169m³、合計金額で 39,390 米ドルになった。

価格で見ると、針葉樹原木の平均輸出価格は 820.70 米ドル/m³、広葉樹の原木輸出価格は 305.77 米ドル/m³ で、05 年比、2.99%加工した。原木の平均輸入価格は、針葉樹 86.91 米ドル/m³、広葉樹 178.17 米ドル/m³ で、05 年比、それぞれ、14.40%

と 6.56%値上がりした。

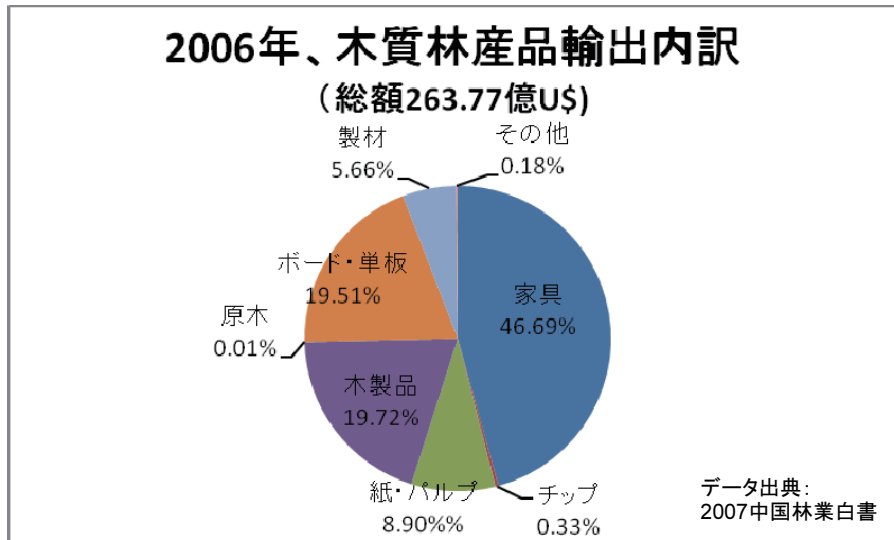


図 4-7 2006 年、中国の輸出林産品の内訳

2) 製材の輸出 2006 年、製材の輸出は高速で伸長した。2006 年、製材（特殊形状材は含まない）の輸出は 83 万 m³ で、輸出額は 3 億 5600 万米ドル、05 年比、材積は 21.69%、金額は 23.39%伸びた。製材輸出の内、針葉樹製材の輸出量は 36 万 1600m³、広葉樹材製材の輸出量は 46 万 8400m³ で、05 年比、それぞれ、7.20%と 35.86%の増加である。製材の平均輸出価格は 429.51 米ドル/m³、平均輸入価格は 275.91 米ドル/m³ で、2005 年と比較して輸出価格は 4.10%、輸入価格は 10.12%値上がりした。この内、針葉樹製材の平均輸出価格は 371.46 米ドル/m³ で、前年に比べ、8.29%上昇した。広葉樹製材の平均輸出価格は 474.33 米ドル/m³ で、前年比、1.32%値下がりした。

製材の輸出数量が速やかに増加した主要な原因は以下のように見られる。

- ① 北林区の天然資源保護事業を実施後、徐々に産業構造を調整し、林区内の製材業を含む木材加工工業を積極的に発展させたこと。

②満州里、綏芬河等のロシア材輸入基地の製材加工業を発展させたことで、ロシアからの輸入材の原木加工が製材の再輸出に成長したこと。

③山東省、遼寧省などの製材加工と輸出が比較的速やかに発展したこと。同時に、中国の製材貿易が、一方方向の輸出貿易から双方向の輸出貿易に変わりつつあることが主要な要因とみられる。

輸出量で計算した製材輸出先の上位 5 カ国は、日本 52.80%、米国 13.69%、韓国 10.33%、台湾 5.71%、ベトナム 3.85%である。製材輸入相手国の上位 5 カ国は、ロシア 19.76%、米国 16.61%、タイ 11.48%、インドネシア 7.31%、カナダ 6.47%である。日本が大半を占めるが、これはロシア材を JAS 規格の管柱、平角、土台角等に加工して輸出する形態が主体をなしている。

2006 年、特殊形状木材の輸出は、7 億 3100 万米ドル、輸入は 2700 万米ドルで、前年比、材積で 31.22%、金額で 5.70%増加した。輸出額で計算した輸出相手先上位 5 カ国は、米国 35.41%、日本 13.50%、カナダ 13.41%、英国 11.91%、中国香港 6.08%である。05 年に比べて米国と香港の輸出額が 3.31 ポイントと 2.05 ポイント増加した。日本 4.44 ポイント及びカナダ 2.30 ポイント減少した。

3) 単板の輸出 2006 年には、単板の輸出は快速に増加し、輸入は減少した。輸出価格は値下がりして、輸入価格は大幅に上昇した。

2006 年の単板輸出量は 14 万 3900m³ (05 年比、38.24%増加) で、合計金額は 1 億 7200 万米ドル (05 年比、33.44%増加)。その内、針葉樹単板の輸出量は 10,400m³、広葉樹単板の輸出量は 13 万 3500m³ である。

4) 木質ボードの輸出 2006 年、中国の木質ボード輸出は高速で増加し、輸入は大幅に減少した。貿易品の構成から見ると、木質ボードの輸出の中で合板の輸出が圧倒的に大きな比重を占めているが、繊維板の比率も上がってきたので、木質ボードの輸出は合板と繊維板が主である。このところ、合板の占める割合がやや下がって

きて、繊維板とパーティクルボードの輸出量が増えている。

価格の側面では、合板と繊維板の輸出の平均価格水準は上昇しているが、その値上がり幅は、輸入平均価格の値上がり幅に比べれば小さい。パーティクルボードの平均輸出価格は下降し、輸入価格は上昇している。

表 4-7 2006 年、合板、繊維板、PB の輸出入の動向

製品	輸出量		輸出平均価格		輸入量		輸入平均価格	
	2006 年 (万 m ³)	05 年比 % (増減)	2006 年 US\$/m ³	05 年比 % (増減)	2006 年 (万 m ³)	05 年比 % (増減)	2006 年 US\$/m ³	05 年比 % (増減)
合板	830.37	48.71	350.51	4.16	41.34	-29.82	476.92	1.55
繊維板	196.83	42.97	323.01	12.28	92.45	-18.70	211.70	5.00
HB	83.55	81.95	518.20	-0.72	6.70	-6.82	516.26	1.60
MDF	95.86	28.24	192.44	16.80	72.21	-15.60	205.06	1.15
絶縁板	17.43	2.53	105.44	-46.03	13.54	-35.43	96.42	4.71
PB	14.17	49.16	177.77	-8.16	54.11	-14.65	188.01	3.23
内; OSB	0.59	90.32	164.59	-43.12	5.08	-10.25	219.87	4.26

出典：2007 中国林業白書

2006 年、木質ボードの輸出は 35 億 8000 万米ドルで、05 年比、55.42%増加した。

輸入は 4 億 9600 万米ドルで、05 年比、20.32%減少した。この内、合板輸出は 29 億 1100 万米ドル、1002 場入出は 6 億 3600 万米ドル、パーティクルボードの輸出額は 2500 万米ドルで、それぞれ、05 年比、54.89%増、60.52%増、および 36.89%増であった。

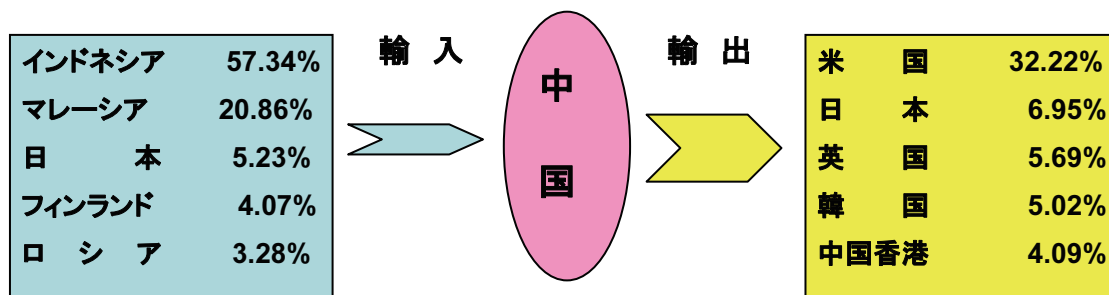


図4-8 中国の合板貿易相手国と貿易額の比率

5) 木質ボードの輸出入総量と価格の変化から以下のことを指摘できる；

中国産木質ボードの輸出価格レベルと輸入価格の間には、なお、相当の価格差が存在するけれども、輸出価格の上げ幅は輸入価格のそれよりも大きい。このことは

- ・ **国産合板**の国際競争力が優勢である状況で、価格の要素は小さくなっていることを示しており、製品の品質が徐々に強化されている。

- ・ **繊維板**の速い輸出増加は、輸出価格において輸入商品の価格に接近しており、甚だしい場合は、輸入商品の価格条件におけるよりも高い価格を実現している場合がある。このことは、中国の繊維板産業が既に高度成長期に入っていることを示し、繊維板製品は品質、環境保護などの側面でも長足の進歩を遂げ、製品の国際競争力が価格の安いことに依存する競争ではなく、主として製品の品質、基準の多様性化に依拠するものであることを意味している。同時に、注目されるべきことは、

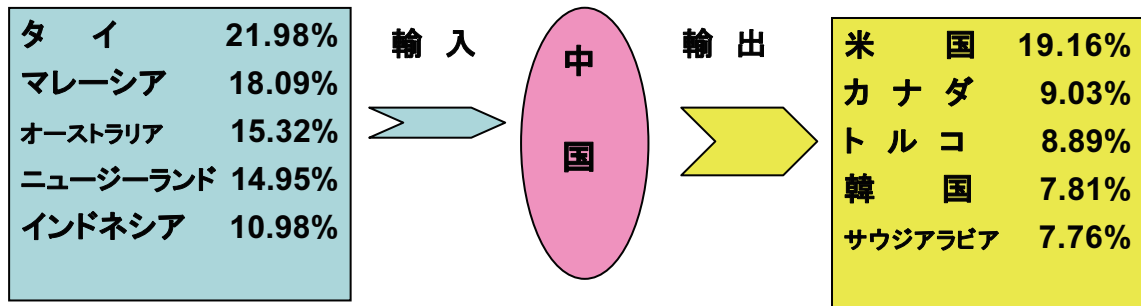


図4-9 中国の繊維板貿易相手国と貿易額割合

繊維板の付加価値の高いハイエンド製品の側面では、国内製造水準と国際先進レベルの間に依然として格差が存在することである。

・パーティクルボード産業の発展水準は相対的に低いけれども、産業の成長速度は加速されている。

2006年、木質ボードの輸出入市場の構造は基本的に、従来からの市場の枠組みを維持しており、輸出貿易の相手国上位5国が50%以上の市場シェアに集中している。

輸入先では、貿易相手国の上位5カ国が80%以上のシェアを占めているが、全体的に見れば、輸出市場の集中度はやや低下の傾向にあり、輸入市場は集中度が高まっている。

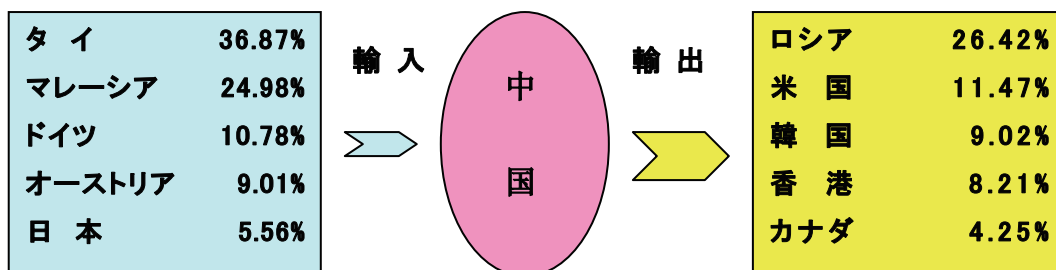


図4-10 中国のパーティクルボード貿易相手国と貿易額の比率

2005年と比較すると、合板の輸出において、貿易相手国の上位5カ国のシェアは1.02ポイント下降し、その中で、米国と日本のシェアが2.23ポイント及び0.34ポイント下降している(図4-8)。繊維板の輸出では、相手先上位5カ国のシェアは1.67ポイント下落した。その中で、カナダとサウジアラビアの割合が、それぞれ、2.21ポイントと2.26ポイント下降し、トルコの割合が3.83ポイント上昇した(図4-9)。パーティクルボードの輸出では、上位5カ国の占める割合が8.00ポイント減少した。この中で、ロシアと米国がしめるわりあいが8.76ポイント及び2.23ポイント減少し、韓国と香港の占める割合が、2.63ポイントと1.94ポイント上昇した(図4-10)。

5) 木製家具の輸出 2006年、木製家具の輸出入は高速で成長したが、輸出面の増加速度は引き続き低下し、輸入面では増加の加速は速く、貿易における輸出超過は拡大した。

この年の木製家具類の輸出額は87億8400万米ドル、輸入額は1億1800万米ドルで、05年比、それぞれ、28.36%、および、35.63%増加した。輸出の増加は2.50ポイント反落し、輸入増加幅は16.45ポイント増大した。輸出入における輸出超過額は86億6600万米ドルで、05年比、28.28%増加した。

輸出製品の構成では、木製家具の輸出額に占める各製品の割合は以下のようである；木製座具34.52%、寝室用木製家具20.895%、厨房用木製家具5.57%、オフィス用木製家具4.69%、その他の木製家具34.34%である。

2006年、木製家具類の輸出において、輸出額の大陸別割合は、北米51.23%、アジア26.04%、欧州16.76%、大洋州3.83%、アフリカ1.26%、ラテンアメリカ0.87%で、2005年に比較して、アジア地域向けの輸出割合が2.17ポイント下降し、欧州市場の割合が1.68ポイント上昇した。貿易額で輸出上位5カ国は、米国47.49%、中国香港9.57%、日本6.77%、英国6.59%、カナダ3.74%である。2005年比較では、

米国、香港、日本の割合が、それぞれ、0.79、2.62、および1.19ポイント下落した。

6) 木製品の輸出 2006年木製品の輸出入は速い速度で増加し、輸出超過が一步前進した。

木製品の輸出額は、37億9200万米ドル、輸入額は6200万米ドルで、05年比、20.79%及び24.00%増加した。輸出入貿易収支は、37億3000万米ドルの輸出超過で、2005年に比べ20.71%拡大した。

輸出額に占める各製品別の割合は以下の通り；建築木製品24.50%、木工芸品24.85%、木製食器と厨房用具9.97%、その他40.68%。05年比では、建築木製品の割合が3.21ポイント増加し、木製食器・厨房用具及び木工芸品の占める割合が、それぞれ、1.05ポイントと1.85ポイント減少した。2006年、木製品の主要な輸出相手国は、米国31.82%、日本19.98%、中国香港7.72%、ドイツ3.83%で、2005年と比較して、日本の割合が2.00ポイント減少し、英国が1.33ポイント増加した。

4.5.4 林産品の輸入

輸入は165億7400万米ドルで、05年比、増加率は10.18%、増加幅の回復は2.52ポイントである。輸入金額に占める割合は、紙及びパルプ、原木及び製材（特殊形状材を含む）が主となっている（図4-8）。

輸入先は、ロシア、米国、カナダ及びインドネシアが主な市場であり、市場別の輸入貿易金額はロシアと米国市場に集中している。輸入先上位5カ国は以下のとおり；ロシア16.75%、米国14.92%、カナダ8.34%、インドネシア7.26%、日本6.23%で、上位5カ国からの総輸入金額は0.45ポイント増加した。その中で、ロシア及びカナダからの輸入金額は1.17ポイント及び0.71ポイント増加し、インドネシアからの輸入金額は1.23ポイント減少した（図4-6）。

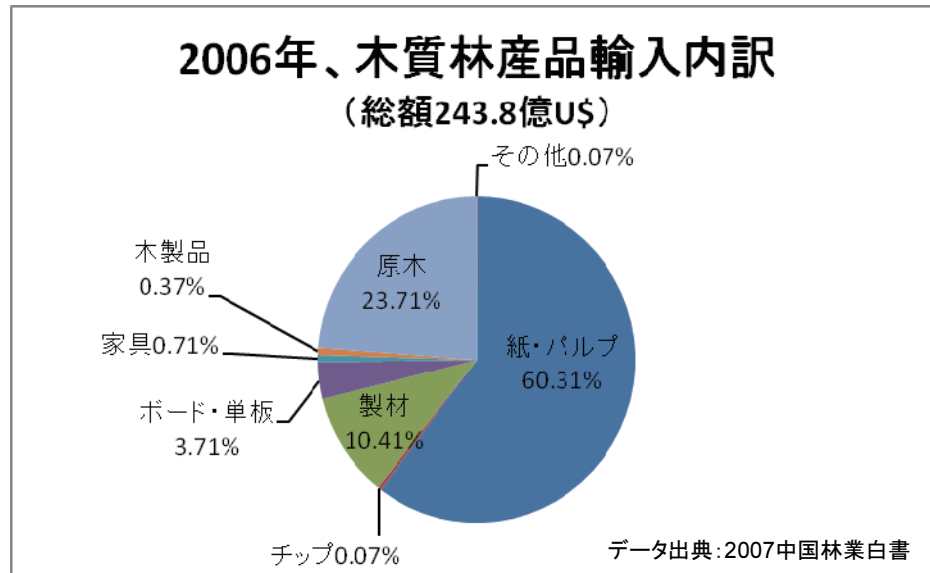


図 4-11 2006年 木質林産品の輸出入内訳

1) **原木の輸入** 原木の輸入は、材積で 3215.29 万 m³、輸入金額 39 億 2900 万米ドルで、05 年比、材積で 9.48%、金額で 21.12%増加した。

この内、**針葉樹材**の輸入材積は 1971.76 万 m³（原木輸入量の 61.32%、05 年比、0.89 ポイント減少）、05 年比 7.92%増加したけれども、増加幅は 05 年に比べ、6.24 ポイント、再び下落した。輸入金額では、17 億 1400 万米ドルで、05 年比、23.46%増加した。**広葉樹材**の輸入量は、材積 1243.53 万 m³、輸入金額 22 億 1600 万米ドルで、05 年比、それぞれ、12.05%と 19.40%増加した(図 4-12)。

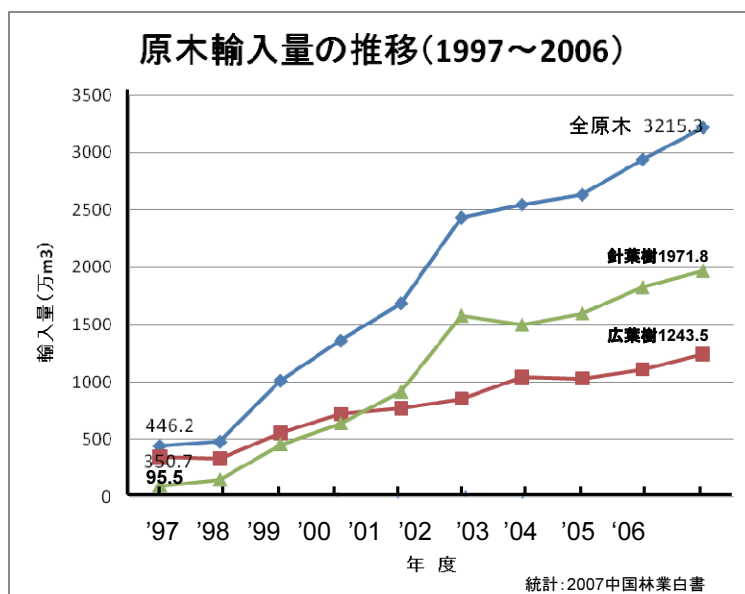


図 4-12 原木輸入量の推移

2006 年には、原木の輸入増加速度が鈍ったが、輸入構造が変化した要因は以下のように説明される。

- ① 国政府が広範なマクロコントロール政策を実施し、建設に対する基本投資と不動産ローン規模の速過ぎる拡大を抑制し、針葉樹材の需要増加に対して抑制する方向へリードしたこと。
- ② ロシア原木の輸出税引き上げ調整が実施され、さらに、国際的な原油価格の上昇等の要因が影響し、輸入原木価格の水準が高まり、一定程度、原木輸入の需要を抑制したこと。
- ③ 住宅価格が高止まりしても、不動産市場における取引は依然として旺盛で、建築内装、装飾需要は広葉樹材に対する需要を速い速度で牽引したことである。

2006 年、原木輸入市場の基本構成に大きな変化はないが、東南アジア市場の

配分がアフリカ市場へと移転する趨勢が明らかである。輸入数量上位 5 カ国の輸入貿易金額配分を見ると、ロシア 67.88%、パプアニューギニア 6.42%、マレーシア 4.39%、ミャンマー3.19%、ガボン 2.98%で、2005 年と比べるとロシア、マレーシア及びガボンからの輸入金額が、それぞれ、0.37、1.94、0.67 ポイント下降し、パプアニューギニアとガボンが中国の 2 大貿易相手国になり、それぞれ、0.17 ポイントと 0.21 ポイント上昇した。針葉樹材輸入の主要な相手国はロシア 92.03%及びニュージーランド 4.54%である。広葉樹材の輸入相手国はロシア 29.0%、パプアニューギニア 16.60%、マレーシア 11.35%、ミャンマー7.94%及びガボン 7.70%である。2005 年と比較すると広葉樹材の輸入市場は東南アジアからロシア及びアフリカへと移りつつある。この中で、ロシアとガボンの金額配分が増加し、3.51 ポイント及び0.36 ポイント、それぞれ、増加し、マレーシアは 0.39 ポイント及びミャンマーは 57 ポイント、それぞれ減少した。

2) 製材の輸入 針葉樹材の輸入は大幅に増加し、広葉樹材の輸入は下降した。輸入材の平均価格は、上昇幅が輸出より大きかったけれども、広葉樹材の輸出価格は値下がりした。輸入は 615 万 3100m³、輸入額で 16 億 9800 万米ドルになった。これは、05 年比で、材積は 1.63%、金額は 11.93%の伸びである。針葉樹製材の輸入は 219 万 600m³、05 年比、11.64%増、広葉樹材の輸入は 395 万 9600m³、05 年比、3.17%減である。平均輸入価格は 275.91 米ドル/m³ で、2005 年と比較して 10.12%値上がりした。この内、針葉樹製材と広葉樹製材の平均輸入価格は、それぞれ、177.12 米ドル/m³(05 年比、6.70%増)、及び 330.64 米ドル/m³(同 13.55%増)であった。

3) 単板の輸入 単板輸入量は 13 万 4000m³ (05 年比、11.71%減少) 合計金額 1 億 1800 万米ドル(同 2.48%減少)である。この内、針葉樹単板の輸入量は 3400m³、広葉樹単板輸入量は 13 万 600m³であった。単板の平均輸出価格は、1191.9 米ド

ル/m³ (05年比、3.47%下落)、輸入平均価格は881.80米ドル/m³ (05年比10.46%上昇)。

貿易額で計算した単板輸出先上位5カ国を見ると；韓国17.09%、日本6.93%、米国8.69%、マレーシア6.50%、中国香港5.29%の割合を占めている。05年実績と比較すると、韓国と香港の割合が1.95ポイントと2.42ポイント上昇し、日本と米国が、それぞれ、6.79ポイント、および、3.33ポイント減少した。

輸入金額で見た単板輸入相手先上位5カ国は、米国33.85%、台湾11.42%、ドイツ9.21%、マレーシア7.62%、インドネシア5.05%である。05年比では、米国とインドネシアの輸入額が2.10ポイント及び1.31ポイント増加し、ドイツとマレーシアが1.40及び3.82ポイント減少した。

4) 木質ボードの輸入 合板の輸入額は、1億9700万米ドル、繊維板の輸入金額は、1億9600万米ドル、パーティクルボードは1億200万米ドルで、05年に比べいずれも減少し、減少率は、それぞれ、28.74%、14.64%、および11.89%であった。

・**合板**の輸入において、輸入相手国上位5カ国の占める割合は、05年比、1.09ポイント下降し、たが、中ではインドネシアが8.11ポイント減少した。マレーシア、日本及びフィンランドの占める割合が増加し、その増加程度は、それぞれ、2.62ポイント、1.83ポイント、2.92ポイントであった(図4-8)。

・**繊維板**の輸入では、輸入相手国の上位5カ国のシェアが3.91ポイント大きくなった。タイ4.34ポイント、オーストラリア1.42ポイント、ニュージーランド4.26ポイント上昇し、マレーシアは5.95ポイント減少した(図4-9)。

・**パーティクルボード**の輸入では、相手先上位5カ国のシェアが1.07ポイント大きくなり、マレーシア3.82ポイント、ドイツ2.98ポイント、及び、オーストラリア2.92ポイント増加し、タイは8.33ポイント減少した(図4-10)。

5) 木製家具の輸入 2006年の木製家具類の輸出額は87億8400万米ドル、輸入額は1億1800万米ドルで、05年比、それぞれ、28.36%、および、35.63%増加した。輸出の増加は2.50ポイント反落し、輸入増加幅は16.45ポイント増大した。輸出入における輸出超額は86億6600万米ドルで、05年比、28.28%増加した。

輸入木製家具に占める製品の種別比率は以下のとおりである；厨房用木製家具26.31%、木製収納家具22.89%、寝室用木製家具14.39%、オフィス用木製家具3.94%、その他の木製家具32.47%である。

木製家具の輸入における各主要地域の市場の割合は以下のようである：欧州、68.64%、アジア22.15%、北米9.05%。輸入相手国の上位5カ国は、ドイツ22.57%、イタリア19.03%、米国8.82%、ポーランド6.99%、中国6.58%（注：国産品の再輸入）で、2005年比、イタリアの割合が3.79ポイント減少、ポーランドと中国の占める割合が1.02ポイントと2.35ポイント、それぞれ、上昇した。

2006年、家具の輸出入の統計値からは、以下の事項が指摘される。

- ① 2005年初に実行した家具の輸入“ゼロ関税”政策は、家具の輸入に対して一定の明確な影響を与え始めた。
- ② 内家具のブランドは、自主設計、オリジナリティ、及び文化度合等の側面で外国家具のブランドとの間に隔差があり、国外へ高付加価値家具の輸出を増加させるためには、まだ、市場スペースを他国に譲っている。
- ③ 木製家具の貿易において、国産品の再輸入の現象がかなりの割合である。

4.5.5 紙類の貿易

2006年紙類の製品の輸出入貿易は速い速度で増加し、輸出の増加幅が輸入の増加幅より大きくなったが、輸入超過は更に一步拡大した。貿易製品の構成を見ると、輸出は紙・紙製品が主要輸出品で、輸出額の割合では継続して増加し

ている。

輸入額では古紙、木質パルプの占める割合がさらに一步高まって、紙・紙製品の比重は継続的に下降している。貿易数量と価格においては、紙・紙製品の輸出が高速で伸張し、輸出の平均価格は下降している。

輸入量は大幅に減少し、輸入平均価格は大幅に値上がりしている。木質パルプの輸入が増加し、価格も大幅に値上がりして、古紙の輸入量は大幅に増え、価格は下落した。

2006年、紙類製品の輸出額は17億1100万米ドル、輸入額は99億9600万米ドルで、2005年比較では、それぞれ、33.46%、8.17%増加した。貿易収支は輸入超過で、超過額は82億8500万米ドルになり、2005年に比べて4.09%拡大した。

輸出製品の主要なものは紙・紙製品、印刷品で、輸出総額の85.20%及び13.84%を占めている。これを2005年と比較すると、紙・紙製品の比重は2.47ポイント上昇した。輸入製品は木質パルプ（紙類輸入額中の割合は43.56%）、紙・紙製品（同33.74%）、古紙（同21.99%）が主要なものである。2005年と比較すると、紙・紙製品の比重は4.24ポイント下降し、木質パルプの比重が3.58ポイント上昇した。

1) 紙及び紙製品 輸出量は、木質パルプに換算して112.57万トン（05年比44.86%増加）、合計金額は14億5700万米ドル（05年比、37.32%増加）である。輸入量は368.38万トン（05年比15.75%減少）、合計金額は33億7200万米ドル（同3.93%減少）である。

紙・紙製品の輸出平均価格は1272.01米ドル/トンで、2005年に比べ5.16%値下がりした。輸入平均価格は915.42米ドル/トン、2005年より14.03%値上がりした。

2) 木質パルプ（古紙及び板紙から回収した繊維・パルプは含まない）

輸出量は 32,000 トン (05 年比、56.10%増加)、合計金額は 16,473 米ドル (同 53.61%増加) になる。

輸入量は 788.12 万トン (05 年比 4.80%増加)、合計金額 43 億 5400 万米ドル (同 17.83%増加)。木質パルプの平均輸入価格は 514.88 米ドル (05 年比 1.82%減少)、平均輸入価格は 552.49 米ドル/トン (05 年比 12.45%増加) になった。

3) 古紙 (換算値)

輸入量 1569 万 8700 トン (05 年比、15.19%増加)、合計金額 21 億 9800 万米ドル (同 11.80%増加)、輸入平均価格は 140.05 米ドル/トン (同、2.91%下落)。

貿易金額で順位を見ると、輸パルプは主に、カナダ 27.00%、インドネシア 16.19%、ブラジル 12.36%、ロシア 12.23%、米国 10.52%である。2005 年に比べ、カナダとブラジルの金額割合が 1.33 ポイント及び 2.43 ポイント増加し、インドネシアは 1.66 ポイント減少した。

4) 紙・紙製品の主要な輸出相手国

米国 20.01%、中国香港 18.72%、日本 9.67%、オーストラリア 4.03%、台湾 3.89%で、2005 年と比べ、香港と日本の金額割合が 1.03 ポイント、4.43 ポイント及び 2.67 ポイント、それぞれ、減少した。紙・紙製品の輸入主要相手国は、日本 17.12%、米国 12.93%、台湾 11.26%、韓国 3.39%、スウェーデン 7.02%である。古紙輸入の主要相手国は米国 46.21%、日本 15.91%、英国 10.33%、オランダ 6.29%、香港 4.84%で、2005 年に比べて英国の金額割合が 1.71 ポイント増加した。

4.6 2007 年上半期における中国木材需給

2007 年上半期に於ける中国の木材需給動向を、主として草明*1 及び朱光前*2,3 の報告に基づいて報告する。

*1 草 明：国際木業、2007 年 3 月

*2 朱光前：違法伐採対策セミナー2007 in 横浜講演（2007.12、横浜市）

*3 朱光前：中国林学会木材工業分会講演（2006.11、中国山東省東営市）

4.6.1 林産品の輸入動向

1) 原木

2007年1～10月期における中国の原木の通関実績は3167万5000m³である。原木の樹種別の内訳は、針葉樹1973万2000m³（全体の62%）、広葉樹1194万3000m³（同38%）である。熱帯材は輸入先地域、輸入量及び輸入量全体に占める比率を表7に示した。全輸入量の68%をロシア材が占めている。

表4-8 2007年（1～10月期）、中国の原木輸入先

国名	輸入量（万 m ³ ）	比率（%）
総計	3167.5	100
ロシア	2153.9	68
大洋州	443.45	14
アフリカ	221.73	7
アジア	221.73	7
欧州	95.03	3
北米	31.68	1
南米	9.50	0.3

出典：朱光前（2007）

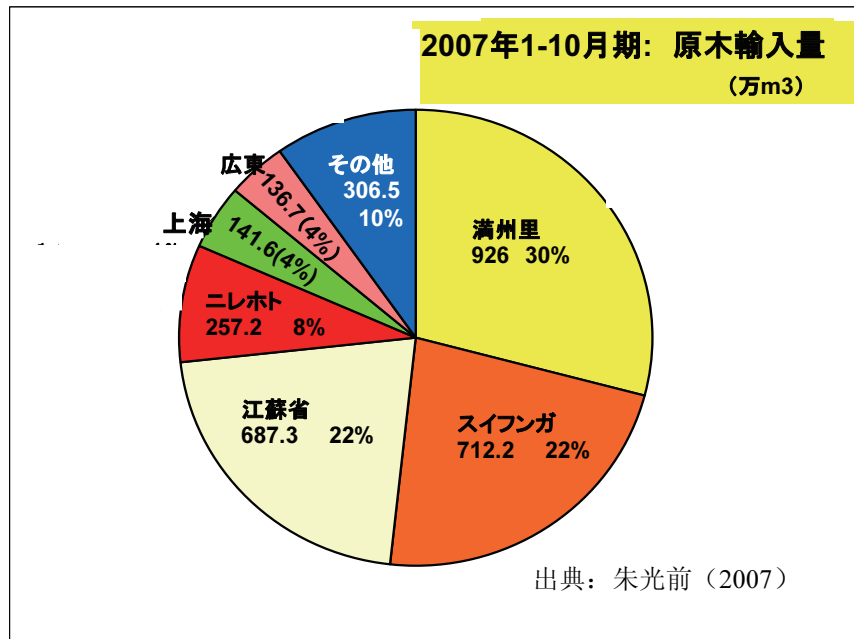


図 4-13 2007 年 1～10 期、中国の原木輸入実績

2) 製材

2007 年 1～10 月期における製材輸入量は昨年同期比でわずかに増加し、材積で 535 万 2000m³ (+1.6%) あった。熱帯材が 184 万 8000m³ (35%)、非熱帯材が 350 万 4000m³ (65%) を占めた。樹種別の内訳は、広葉樹製材が 306 万 600m³ (製材輸入量の 57%)、針葉樹製材 228 万 5000m³ (同 43%) である。

中国への製材輸出を地域別でみると表 4-8 になる。アジア地域が最も多く 29%、次いで北米 27%、ロシア 24% であった (表 4-8)。製材の内訳は合板表面材、家具材に用いられる広葉樹材が主な物である)。輸入税関は広東、上海が過半を占めるが、この地域に発達した家具、フローリング等の木材の 2 次加工用材としての需要が大きいことを反映している。

表 4-9 2007 年（1～10 月期）、中国の製材輸入先

国名	輸入量（万 m ³ ）	比率（％）
総計	535.2	100
アジア	155.21	29
北米	144.50	27
ロシア	128.45	24
南米	48.17	9
大洋州	26.76	5
欧州	26.76	5
アフリカ	5.35	1

出典：朱光前（2007）

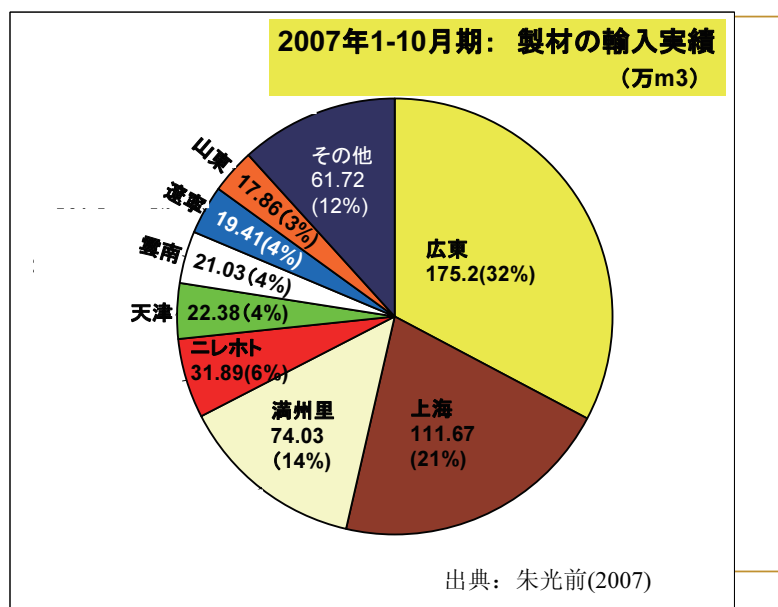


図 4-14 中国製材の税関地域別の輸入実績

3) 木質ボード

2006 年同期に比べると木質ボードの輸入は減り続けている。総量のうち、合板の輸入は 15 万 9700m³ で、8928 万 4000 米ドルで、材積で 32.1%、金額で 17.4% 減少した。

繊維板の輸入は 23 万 8600 トン（18.3%減）、9010 万 7000 米ドル（8.4%減）である。パーティクルボードの輸入量及び金額はそれぞれ 14 万 7000m³、4712 万

7000 米ドルで、2006 年同期より材積で 24.1%、金額で 10.8%減少した。

輸入合板は依然としてインドネシアから材積 8 万 1200m³、金額で 4806 万 7000 米ドルを輸入して、全国輸入総量の 50.8%、金額で 53.8%を占め、次いでマレーシアから 4 万 2500m³、2029 万 2000 米ドルを輸入し、これは同じく材積で 26.6%、金額で 2.7%に相当する。

4) 木材パルプ、紙、紙製品、古紙

木材パルプ、紙、紙製品及び古紙は輸入木材製品の首位を占めた。2007 年上半期のパルプ輸入は 421 万トンで、26 億 4400 万米ドルとなり、2006 年同期比、輸入量で 2.5%、輸入金額で 25.4%増加した。紙及び紙製品の輸入量は 223 万トン、金額で 21 億 7200 万米ドル、それぞれ 19.2%及び 46.5%の増加を示した。古紙の輸入量は 1177 万トン、金額で 19 億 7400 万米ドル(2006 年同期比、各+19.2%、+46.5%)。これら 3 種の商品の輸入金額は 67 億 9000 万米ドルに達し、国家の全木材製品の輸入金額の 59.4%に相当した。中国の紙パルプは主にロシア、インドネシア及び USA から輸入された。中国の主な古紙輸入相手国は USA、日本、イングランド、オランダである (表 4-9)。

表 4-10 2007 年上半期における中国への主な古紙供給国

国名	紙パルプ		国名、地域名	古紙	
	輸入量(1000 t)	比率(%)		輸入量(1000 t)	比率(%)
カナダ	1 053.4	25.0	USA	4654.2	39.5
ロシア	520.0	12.3	日本	1696.7	14.4
インドネシア	501.2	11.9	英国	1409.0	12.0
チリ	497.1	11.8	オランダ	879.8	7.5
USA	493.8	11.7	中国香港	501.3	4.3
ブラジル	461.2	11.0	ドイツ	454.5	3.9

出典：草明（2007）

5) 木製家具

木製家具はもっとも増加速度の早い木材工業産品の一つである。2007 年上半期、木製家具の輸入量は 86 万 900 個、金額で 7413 万 8000 米ドル、2006 年同期に比べ、個数で 46.7%、金額で 46.7%の伸び率を示した。

6) 木材チップ、木炭、活性炭

木炭、活性炭及び木材チップの輸入増加速度は最も速い。木炭、活性炭の輸入の増加率は最も高く、それぞれ、82%及び 64.5%に達するが、輸入量はそれほど多いわけではなく、それぞれ、31,300 トンと 5,100 トンである。木材チップの輸入量は 47 万 400 トンで、6196 万 8000 米ドルで、2006 年同期に比べ材積では 46.2%、金額では 42.2%増加した。現在、中国は木材チップと木炭貿易においては、純輸出国から輸入国へ変わっている。

4.6.2 林産品の輸出動向

4 種類の主要な商品（木製家具、紙・紙製品、木製品及び合板）は依然として輸出を牽引する製品であり、これらの製品の成長率は、また、大変速い。

1) 木製家具

2007 年上半期における全ての種類の木製家具（木製座具、オフィス家具、キッチン家具、寝室家具）の輸出個数は 1 億 3200 万件で、金額では 48 億 6300 万米ドル（約 4368 億円）で、2005 年同期に比べ、件数で 35.3%、金額で 32.6%増加した。中国製木製家具の輸出先は、大変、分散しており、100 ヶ国・地域に達する。これらの国・地域の中で、米国、香港、英国及び日本向けの中国家具輸出が多い。中国税関の最近の統計によれば、2007 年上半期におけるこれらの国・地域への中国木製家具の輸出は、米国 27.3%、香港 11.5%、英国 9.4%を占める。

これらの木製家具の貿易の方法は輸入材料の加工によることで特徴付けられる。2007 年上半期における輸入材料の加工によって製造された輸出家具の金額は 17 億 5500 万米ドル（1755 億円）で、中国の木製家具輸出額合計の 36.1%に相当する。

2) 紙・板紙、紙製品

紙・板紙、紙製品の輸出量は 298 万トンで、金額では 318 万 7000 米ドルになり、重量では 36.2%、金額で 56.5%増加した。貿易収支は大きく輸入超過になり、重量で 75 万 2300 トン、金額で 101 万 5000 米ドルである。紙及び紙製品の輸入は減少傾向にあり、輸出が近年増加しつつある。

3) その他の木材製品

中国はその他にもいろいろな木材製品を輸出しており、この中で木製ドアと窓枠は主要な輸出品である。また、木製食卓セット、キッチン用具類、ハンドクラフトや木製小物製品が含まれる。これらの木製品輸出はこの 10 年、急速に伸長しており、中国の外国との為貿易収支では、利益が得られる木材製品となっている。この分類項目の木材製品の貿易収支の収益は近年増加している。

2007 年上半期に、この分類項目の木材製品輸出は 109 万トンに達し、貿易金額は、18 億 2200 万米ドル（1822 億円）を獲得して、これは、輸出量で 6.5%、金額で 12.9%増加になる。この分類項目全体では、建築材料の輸出金額が 5 億 1000 万米ドル（全体の 28%）、ハンドクラフトが 4 億 4200 万米ドル（442 億円、同 24.3%）、食卓用具類・キッチン用具類の輸出額 1 億 6300 万米ドル（163 億円）（同 8.9%）、その他の木材製品輸出額 6 億 9000 万米ドル（690 億円）（同 37.9%）に達した。

4) 木質ボード類

・合板

2007 年年上半期における合板輸出は成長を続け、447 万 m³ に達し、16 億 9600 万米ドルの外貨を獲得し、2006 年同期に比べ金額で 27.8%、輸出量で 42.3%増加した。

中国の合板輸出相手国・地域は 100 ヶ国を超え、極めて多様である。このうちでは、米国が最大相手国で、中国全体の輸出量の 21%を占める。2007 年上半期の中国製合板 10 万 m³ 以上を輸入する相手国・地域を表 4-10 に示した(表 4-10)。

2007 年上半期に於ける中国製合板輸出に係わる税関は、依然として南京港、青島港、上海港が上位を占め、これらの 3 港で全中国の合板輸出の 40.2%、33.5% 及び 10.7%を占めた。(表 4-11)

表 4-10 2007 年上半期、中国製合板の主要な輸出相手国・地域

国・地域	材積 (1000 m ³)	比率 (%)
USA	936.6	21.0
日 本	355.8	8.0
台 湾	314.9	7.0
韓 国	265.7	5.9
英 国	251.4	5.6
アラブ首長国連合	192.2	4.3
サウジアラビア	150.9	3.4
香 港	131.1	2.9
ドイツ	125.0	2.8

表 4-11 2007 年上半期、合板輸出における上位の税関と通関量

税 関	材 積 (1000 m ³)	比 率 (%)
南 京	1 798.1	40.2
青 島	1 495.9	33.5
上 海	477.1	10.7
天 津	161.4	3.6
大 連	161.2	3.6
合 計	4470.5	100

5) 製材、特殊形状製材，木材チップ、木炭

2007 年上半期において、中国の製材と特殊形状製材の輸出はそれぞれ 41 万 2100m³ 及び 24 万 5100 トンであったが、前年同期比 6.4%及び 1.8%の減少であった。

表 4-12 2007 年上半期中国製材の輸出先国・地域名

国・地域名	材 積 (1000 m ³)	比 率 (%)
日 本	231.3	57.4
韓 国	44.1	10.9
USA	35.3	8.8
台 湾	17.1	4.2
ベトナム	14.0	3.5
合 計	403.2	100

しかしながら、製材及び特殊形状製材の輸出金額は増加した。というのも、単位当たりの価格は上昇し、外貨を製材 2 億 400 万米ドル、及び特殊形状材 3 億 6100 万米ドル、率にして、2006 年同期比でそれぞれ 20%及び 2.9%獲得したからである。

中国の製材輸出は、主に日本向け輸出で、その割合は 57.4%を占め、その他の国・地域への製材輸出はあまり無い。

中国の製材輸出は主に大連、青島、南京及び上海港を通じて行われる。2007年上半期に中国全体の製材輸出量に対して、大連 41.2%、青島 19.3%、南京と上海が 6.9%を占めた。

木材チップ及び木炭の輸出量と輸出価格の両方で一定の減少が見られた。木材チップの輸出は全体で 209,000 トン、3413 万 5 千米ドルになり、輸出量で 40.6%、金額で 35.6%減少した。木炭の輸出は 20,400 トン、金額で 1018 万米ドル、輸出量では 11.3%、輸出金額で 17.4%減少した。

5. 中国の政府調達制度とグリーン調達制度

5.1 中国の政府調達制度

中国政府は国家政府機関及び地方政府機関の物資調達を「政府調達法」（全人代 2002年6月29日公布、2003年1月1日より施行、付録資料6）に基づき、中央政府財務部より一元的に管理されている。政府調達の関係法律には、この他に、入札に関しては、「入札法」（全人大、1999年8月30日公布、2000年1月1日より施行）、調達実施にともなう苦情申し立てについては「行政複議法」（全人代 1999年4月29日（全人代 1999年4月29日に公布、10月1日より施行）行政訴訟法（全人代 1989年4月4日公布、1990年10月1日より施行）が適用される。

調達法の執行に関しては、「政府調達情報開示管理弁法」（財政部 2004年8月11日公布、同年9月11日より施行）、「中央機関政府調達管理実施弁法」（財政部 2004年7月23日に公布、同年9月1日より施行）、「集中調達機関監督審査管理弁法」（財政部・監察部 2003年11月17日公布、施行）、「国有金融企業集中調達管理の強化に関する若干規定」（財政部 2001年9月21日公布、施行）、「政府調達運行規定暫定規定」（財政部 2000年10月8日公布、施行）、「財政部政府調達管理暫定弁法」（財政部 2000年10月8日公布、施行）、「政府調達情報開示管理弁法」（財政部 2004年8月11日公布、同年9月11日より施行）、「政府調達契約監督暫定弁法」（財政部 1999年6月24日公布、施行）など、それぞれの法律の適用に関する具体的な手続きを定めた法規がある。中央政府の各省庁において、特別なプロジェクトを実施する場合には、別途、それぞれの主管部門で管理規定が制定され、調達に関わる公正性と透明性が保証されるように規定されている。

財務部による一元的管理とはいえ、地方政府に対する権限委譲が行われており、法律の基本的精神としては、全国的に統一的な制度を決めておいて、統一

的な方式のもとにそれぞれの権限で調達を行うようになっている。このため、例えば、「北京市政府調達弁法」（北京市政府 1999 年 4 月 22 日公布、同 6 月 1 日より施行）、「北京市政府調達情報開示管理規定」（北京市政府弁公室、北京市財政局 2001 年 7 月公布、施行）のように、それぞれの省・自治区・特別市などで地方政府毎に、調達を実行するための法規が定められている。

中央政府財政部の役割は、中央部門政府調達実施弁法に規定されており、(1) 全国的な管理業務と (2) 中央政府の調達管理業務がある。(1) は法制・政策の策定、財政計画、政府調達の管理・監督、情報統計、人材教育等の中央政府の財政に関わる業務、(2) は供給者の資格審査、調達代理機構の資格許可、調達リスト編成、予算編成等、中央政府の調達行政及び調達実施に関わる業務を行う。地方政府の調達部門は、調達リストの作成、基準金額の設定等地方政府の調達行為の実施を行う。

政府調達法は、

第 1 章：総則、

2 章：政府調達の当事者

3 章：政府の調達方式

4 章：政府調達の順序

5 章：政府調達の契約

6 章：質疑及び苦情申立て

7 章：監督検査

8 章：法律上の責任

9 章：付則

の全 88 条で構成されている。実際の政府調達の方法については、政府調達法第 3 章 26 条に以下の 6 方式が定められている；

(1) 公開入札

- (2) 招聘入札
- (3) 競争的交渉
- (4) 単一供給者からの調達
- (5) 価格引き合い
- (6) 国務院政府監督管理部門が認定したその他の調達方式

特に、公開入札方式を政府の主要な調達方式とするとされている。

5. 2 中国環境ラベリング認証制度

1994年中国政府は、中国環境ラベリング計画を策定し、同年5月17日、中国環境ラベリング製品認証委員会が設立された。この委員会は、国家環境保護総局、国家質量検査総局など11省の委員会代表と著名な専門家で構成する国家最高規格の認証委員会であり、この委員会に所属する常設機構—中国環境ラベリング認証委員会事務局—は国家製品認証機構認可委員会で認可されたもので、国を代表して、グリーン製品に対し、権威をもって認証を行い、併せて、製品に環境ラベルを授与する唯一の機構として活動をはじめた。

この機構では主にISO国際基準であるISO9000, ISO14000に準拠して生産と製品の管理をおこなう活動を行ってきたが、1998年開始のISO14001, OHSMS18001規格認証機関としての役割も果たしてきた。

2003年、国家環境保護総局は、組織の整理を行って、中国環境ラベリング製品認証委員会事務局、中国認証要員国家登記委員会環境管理専門委員会、中国環境科学管理体システムセンターを「中国環境連合認証センター（CEC）」（国家環境保護総局環境認証センター）へ組織替えを行い、ライフサイクル・アセスメントを基礎とする、システムの指導管理と製品の新規の認証を行うプラットフォームを設立させた。

現在、中国環境連合認証センター（中環連合認証センター）は中国の唯一の

環境ラベリングの第三者認証機関として、専門職員、兼職教師、審査員及び技術専門家チーム多数で構成され、高度な専門的スキルを有する高レベルの管理技術者集団である。CEC は環境技術のベースに立って、北京、上海、深圳などに事務所が開設されて、循環経済の発展と環境に優しい社会の建設に関する政府の施策に呼応して、グリーン調達と ISO14001 国家モデル地域の事業を先導・推進し、中国環境ラベリング計画と世界各国・地区の環境ラベリング計画に対して積極的に交流・協力を促進している。

実際のラベリング認証では、中国環境ラベリング認証（十環認証）、環境管理認証（ISO14001）、品質管理システム認証（ISO9001）、職業安全健康管理システム認証（OSHMS）、有機製品認証、HACCP 認証及び関係する領域の認証研修を行っている。

中国ラベルには、Ⅰ型、Ⅱ型、Ⅲ型がある。Ⅰ型は ISO9000、中国国家強制規格 GB/T2402、GB/T14024、及びセンターの環境ラベリング規定に準拠した認証、Ⅱ型は ISO14021:1999 と自己の環境ラベリング規定（Ⅱ型環境ラベル）、Ⅲ型は ISO/TR14025 環境管理ラベリング及びセンターのⅢ型環境ラベルの規定によって認証が行われている。

実際に環境ラベルを取得しようとする、以下の申請要件を満たす必要がある。

●中国環境ラベルⅠ型：

★申請のため具備すべき必要条件

- ① 三廃（排水、排気、騒音）モニタリング報告
- ② 環境影響評価報告、“三同時”検収報告。“三同時”制度は、また、予防を主原則とする法律制度の条項を確実に実行することでもある。

注：“三同時”とは一種の法律制度で、環境への影響がある一切の基本建設項目、技術改造項目、及び地域開発建設項目に対し、その汚染防止と生態環境を破壊する施設を防止するため、主要部分の工事は同時設計、同時施工、同時生産開始するとの法律規定である。

- ③_⌈ 企業法人営業許可証コピー
- ④_⌈ 製品商標登録証明コピー
- ⑤_⌈ 製品実施の品質、安全、衛生規格
- ⑥_⌈ 製品の品質試験検査報告
- ⑦_⌈ 製品の品質安定性と大量生産の能力を証明する資料
- ⑧_⌈ 製品全体のカラー写真

I型環境ラベル取得手続きのフローを後段に示した。

●中国環境ラベルⅡ型

中国環境ラベルⅡ型製品は、国家環境総局の管理と支持のもとに、国家が指定して成立した中環連合（北京）認証センターが、中国環境マーク製品規格（すなわち技術要求基準）の関係規定に基づいて、製品の環境性能及び生産過程のプロセスを確認する。併せて中国環境ラベルの形式をもって、消費者にそれらの製品が生産、使用、及び（廃棄）処分の処置過程において環境要求に符合し、同類の製品に比較して、低毒性で、害が少なく、資源の節約などで環境に対して優れており、生態環境にさらに有益であることを示す。

Ⅱ型環境マークは企業の製品の特長に基づいて、消費者に向けて、自己の製品の設計、生産、使用、廃棄処分等の段階で環境に対して有益であるという価値がある。環境ラベルそのものは、第三者認証機関の認証を通過したこと、認証機関のⅡ型環境ラベルの表示使用許可、認証証書の発布を自ら声明するもの

である。

★中国環境マークⅡ型の申請のために具備すべき必要条件

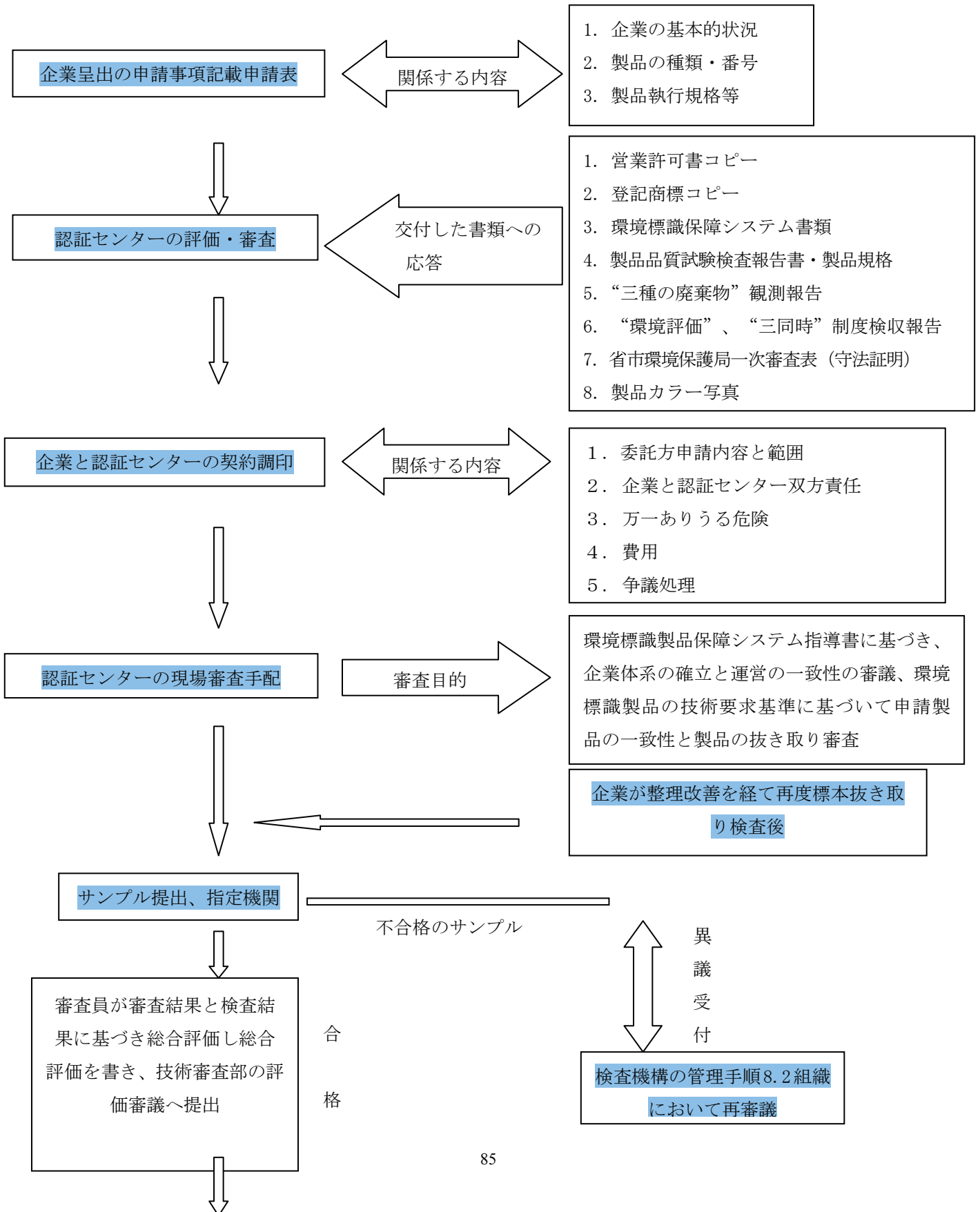
- ① 営業許可証副本あるいは登録証明書類のコピー
- ② 製品商標登録証明のコピー
- ③ 製品生産許可証のコピー（要求されたとき）
- ④ 製品を実施の品質、安全、衛生規格
- ⑤ 製品の品質安定性と大量の生産能力を証明する資料
- ⑥ 製品の品質試験検査報告（1年以内：国家が認可した検査機関へ提出して受検して）

製品の電気工学的安全認証書コピー或いは安全試験検査報告（国家強制性認証監督管理の生産品リストにリストアップする）



中国環境ラベル

環境標識製品の第1回認証手続きフロー図



5. 3 中国の政府グリーン調達制度

中国財政部と環境保護総局は、2006年10月24日連名で、「環境ラベリング製品の政府調達実施に関する意見」を公布した（財庫「2006」90号）。

また、環境保護総局関係部門の責任者は、同年11月22日、報道関係者に対して“我が国は間もなく、逐次、政府のグリーン調達制度を推進していく”ことを発表した。このプレス発表中で、環境保護総局は、先に公布した「環境ラベリング製品の政府調達実施に関する意見」（以下、簡略に《実施意見》と称す）と第1回と第1回《環境ラベリング製品の政府調達品目リスト》（以下、調達製品目リスト）を2007年1月1日から、まず、中央政府の1級予算部門及び省レベル（計画単列市を含む）の部門で試行を始め、2008年1月1日をもって全面的に全国の国・地方政府においても実施する方針を明らかにした。

注：計画単列市＝計画的独立財政市。中国の行政区分の一つで、財政面で中央政府に直結している。省政府の行政機構を経由しないため、中央政府の政策方針が反映され易く、新政策が計画単列市で試行されることも多い。広東省・深圳市、浙江省・寧波市、山東省・青島市、遼寧省・大連市、福建省・廈門市の5市)

環境総局はこれから政府調達製品リストをより完成したものに改善し、監督検査体制を強め、政府のグリーン調達事業を順調に推進し、科学的な展開を実現していくと言明した。

これにより、中国のグリーン調達は、既に実施されている環境ラベリング製品から財政部門が（メーカーの応募申請に基づき）リストアップし、そのリストの製品を優先的に政府調達するシステムとすることになる。

環境総局報道では、政府のグリーン調達制度が市場のコントロールメカニズムを利用して、全社会の生産と消費行動に対して指導をすすめる。総合的手段に

よって環境保護の要求を体現し、政府の機構が環境保護のイメージを樹立することに関して、社会全体の環境保護意識を高め、企業の技術進歩を推進させ、公衆のグリーン消費行動を誘導して、持続可能な発展を実現するために十分な意義がある政策であるとした。

中国は2003年に《政府調達法》を公布、実施して以来、政府調達が環境保護の要求に有益であることも明確になった。《実施意見》と《調達品目リスト》の発表は、この環境保護に対する要求を実際にハンドリングできる実施規則として編成し、中国が実践中の政府グリーン調達を強力に推進するために、重要な制度的、政策的保証を与えるものである。

この発表では以下のことが指摘された：《実施意見》は政府グリーン調達の範囲、生産品、作業手順及び具体的管理規則などを明確にさせた。また、《実施意見》では、調達者が調達する製品は製品リストの品目にあるもので、性能、技術、サービス等において指標と同等条件下に在る場合は、優先的に製品リストに記載の製品を購入しなければならない。

政府調達活動において、調達者は政府調達の発注書類の中に製品の《環境要求、合格する納入業者・製品の条件、および、優先して調達する評価審査規格》について明確に記載しなければならない。中国環境ラベリング製品は政府のグリーン調達製品リストの中では主体的地位を有しており、国家環境保護総局が、今後、調達品リストの実施動態の管理を行って、さらに、適宜、要求される基準に符合する製品をリストに補充していくこと；既に製品リストに掲げられた環境ラベリング製品が、もし、その認証期限を超過した場合或いは生産過程で環境技術指標が、要求されている技術規格に到達しない場合、優先調達の資格が失効させられることを明らかにした。

《実施意見》では、さらに、規定に違反した場合の取り締まりや、調達

者或いは委託先の代理機関が、今回発表した《意見》を順守しない場合には、関係部門は関連法律、法規及び規則に従って処理し、財政部門は状況を見て調達品の資金支出を拒否できる。

さらに、今回の第 1 回の《調達品目リスト》は、国民経済の発展と製品の技術性能を考慮し、信用度及び市場の成熟状況に応じて、国家が認可した環境ラベリング製品認証機構が認証した環境ラベル製品から選抜し、確定したものである。

以下の品目がリストアップされている。；小型乗用車、複写機、プリンター、ファックス及び多機能一体機、水性塗料、木質ボード、フローリング、家具、テレビ、軽質壁用板材、プラスチック製ドア・窓枠、白色エマルジョン接着剤、建築用プラスチック管材、建築用タイル、衛生陶器など 14 種類の製品 81 企業 856 品目の製品モデルである。

《調達品目リスト》は、製品の生産企業名称、製品の型番、中国環境認証証書番号及び認証証書の有効期限期日等の基本情報、中国の政府調達 NET、国家環境総局 NET、及び中国グリーン調達 NET が含まれた形で公表された。（巻末付録資料に、第 1 回政府調達製品品目リストの抜粋を添付した）。

環境保護総局の発表では、政府のグリーン調達は広範で有望な展望があると付言している。財政部の統計では、2005 年における全国の実績の調達規模は 2827 億 6 千万元で、前年同期比 37.1%増加し、政府調達の規模は全国 GDP の 1.6% に相当する額になる。政府が調達改革を実施して以来 7 年、全国の政府調達規模は、毎年、平均 77.9%の増加である。近年来、中国政府のグリーン調達は、さらに、一定の進展を遂げ、ある政府部門及び機関は、特別の試験的業務を展開している。国家環境保護総局は、現在、国家 ISO14000 モデル地区建設の要求を

提出し、モデル区域の各関係組織はグリーン消費、グリーン調達制度で建設することとしている；また、北京 2008 オリンピック大会はその行動計画の中で「オリンピック施設の建設には広範にグリーン環境建築材料」を使用すること明確に表示した；北京オリンピック組織委員会は、さらに、それぞれの種類の調達品に対して、製品の環境要求を規定し、環境ラベル製品を優先的に調達することとしている。広州では第 9 回国民運動大会（九运会）を挙げるために、市内で進行する建築の外壁塗装に対し、市の建設委員会は、使用する全部の塗料は環境ラベリング認証を通過した塗料を使用しなければならないと明確に要求している；幾つかの地方政府も、また、既に地方政府グリーン調達法規を發布したり、あるいは、制定中で、貴陽市政府が《貴陽市政府グリーン調達管理弁法》を制定したように、法規の形式をもって政府のグリーン調達を保障している。単列計画市の青島市は、既に、政府グリーン調達の実践を開始し、同じく単列計画市の深圳、廈門などの都市は、地方政府のグリーン調達に関する法規を制定中である。中国政府のグリーン調達法の概念が日増しに市民の中に定着するに従って、業界や企業は呼応して、グリーン調達の実施に主体的に動きだし、相応した大型スーパー或いは建材市場は、その市場の製品が環境要求に符合するか、或いは環境認証を取得した製品を取り扱おうとしている。

次の段階で、国家環境保護総局は、以後、政府のグリーン調達の展開を推進するために、更に有効な措置を執ると声明した。

- 1) より完善な管理体制、明確な管理職責、各段階に於ける調達と地方環境部門が政府のグリーン調達業務を遂行する中で、職責及びそれが発揮すべき作用の明確化をおこない、それによって、《実施意見》の有効な実施と監督管理を保障する。
- 2) 管理を厳格にし、検査・監督を強化する。政府調達リストの制定から、

調達限度額基準の規定及び政府調達予算の編成を求め、批准を行い、全面的なグリーン調達政策の確実な実施と、グリーン製品の調達を促進して、規格化、規範化、法制化に向けて発展させる。政府のグリーン調達政策の執行状況とグリーン調達製品リストに関わりのある企業の検査監督を推進し、違反した場合は、政府調達における処罰の程度を大きくして、グリーン製品の競争力を高める。

- 3) グリーン製品品目リストをよりよい完成度の高いものとして、リストの範囲を拡大し、一定範囲の政府調達製品品目における環境ラベリングに関連する規格を集中的に制定して、リストのカバー範囲を拡大し、いっそう多種類の環境友好型製品をグリーン購入品目リストに参入させ、政府のグリーン調達のためにもっと多くの選択肢を提供すること。
- 4) 教育宣伝を強化し、公衆意識を高める。政府調達担当者に対し、評価・審査の専門家、納入企業、監督・管理の職責にある政府の調達監督部門を招へいして研修を行い、同時にいろいろな形式の宣伝教育を行って、全社会がグリーン製品の調達を促進し、環境友好型の社会建設という重大な意義に対して認識を高め、全社会が環境を保全する価値観を建設することを促進する。

巻末付録資料7に、第1回政府調達製品品目リストの抜粋を添付した。

付属資料 Appendix

.....

資料番号	資料名
付属資料 1	中华人民共和国林业行业标准(中華人民共和国林業規格) 中国森林认证 Forest certification in China(森林認証)
1-1	LY/T 1714-2007 中国森林认证 森林经营 (森林認証 森林經營)
1-2	LY/T 1715-2007 中国森林认证 产销监管链 (森林認証 生産・流通過程の管理認証)
付属資料 2	商会协会行业信用建设工作指导意见—[整规办发[2005]29号] (商会・協会の業界信用建設事業に関する指導意見)
付属資料 3	关于印发《行业信用评价试点工作实施办法》的通知—[整规办发 [2006]12号 (《業界信用評価テスト事業の実施方法》に関する通知)
付属資料 4	关于加强行业信用评价试点管理工作的通知—[整规办发[2007]3号] (業界信用評価テスト管理事業の強化に関する通知)
付属資料 5	中国木材流通协会木材企业信用评价管理办法(试行)2007年7月 (中国木材流通協會木材企業信用評価管理方法)
付属資料 6	中华人民共和国政府采购法—2002年6月29日第九届全国人民代表 大会常务委员会第二十八次会议通过 (中華人民共和国政府調達法—2001年6月第9回全国人民代表大会 28次會議通過)
付属資料 7	财政部 环保总局关于环境标志产品政府采购实施的意见 财政部・环保总局 文件 财库[2006]90号 (財務省、環境保護総局の環境表示品の政府調達実施に関する意見)



中华人民共和国林业行业标准

LY/T 1714~1715—2007

中国森林认证

Forest certification in China

2007-09-10 发布

2007-10-01 实施

国家林业局 发布

目 录

LY/T 1714—2007	中国森林认证	森林经营	1
LY/T 1715—2007	中国森林认证	产销监管链	15



中华人民共和国林业行业标准

LY/T 1714—2007

中国森林认证 森林经营

Forest certification in China—Forest management

2007-09-10 发布

2007-10-01 实施

国家林业局 发布

前 言

本标准的附录 A 列出了森林经营所应遵守的国家法律法规的名称。附录 B 列出国家签署的具有约束力的相关国际公约与协议。

本标准的附录 A 和附录 B 为资料性附录。

本标准由国家林业局提出。

本标准由中国林业科学研究院归口。

本标准负责起草单位：中国林业科学研究院林业科技信息研究所、中国林业科学研究院林业可持续发展研究中心、国家林业局科技发展中心。

本标准主要起草人：张守攻、陆文明、徐斌、赵劫、于玲、刘开玲、关百钧。

本标准首次发布。

本标准由国家林业局负责解释。

中国森林认证 森林经营

1 范围

本标准规定了森林可持续经营认证应遵循的原则、标准和指标，以及森林经营单位为实现森林可持续经营应达到的绩效要求。

本标准适用于获得认可的独立认证机构对全国范围内所有森林经营单位的森林经营状况进行审核和评估。本标准是一个有机整体，各项原则相互联系，相互平衡，其排序与重要性无关。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

2.1

森林认证 forest certification

森林认证是一种运用市场机制来促进森林可持续经营的工具。森林认证包括两个基本内容，即森林经营认证和产销监管链认证。森林经营认证是通过对森林经营单位的森林经营活动进行评估，以证明森林是否实现了可持续经营。产销监管链认证是对林产品加工、贸易企业的各个生产环节，即从加工、制造、运输、储存、销售直至最终消费者的整个监管链进行评估，以证明林产品的原料来源。

2.2

森林经营 forest management

对现有森林进行科学培育，以提高森林的产量和质量的生产经营活动的总称。

2.3

产销监管链 chain of custody

原料、加工后的半成品和产品所经过的从森林到消费者的所有环节的监管过程，包括所有的加工、制造、运输、储存和销售阶段。

2.4

森林可持续经营 sustainable forest management

通过现实和潜在的森林生态系统的科学管理、合理经营，维持森林生态系统的健康与活力，维护生物多样性及其生态功能，以此来满足社会经济发展过程中对林产品及其环境服务功能的需求，保障和促进人口、资源、环境与社会、经济的持续协调发展。

2.5

森林经营单位 forest management unit

按照森林经营方案和经营目标，在具有明确边界的主要由森林覆盖的区域从事森林经营活动的企业、政府机构和社团，或上述单位的部分或联合体。

2.6

森林经营方案 forest management plan

森林经营单位以森林可持续利用为目标，科学地组织森林经营的规划设计文件。

2.7

森林权属 forest tenure

森林、林木、林地的所有者或使用者，依法对森林、林木、林地享有占用、使用、收益和处置的权

利。包括森林、林木、林地的所有权和使用权。

2.8

当地社区 local community

居住在林区内或周边地区与森林有利益关系的居民形成的社会群体。

2.9

利益相关者 stakeholder

与森林经营有直接或间接利益关系或受其影响的团体或个人，如政府部门、当地社区、林业职工、投资者、环保组织、消费者和一般公众等。

2.10

认证机构 certification body

这里指森林认证机构，即具有一定能力和资格，经过国家认可机构认可，根据森林认证标准和产销监管链标准对森林经营单位的森林经营状况或木材加工、贸易企业的产销监管链进行审核和评估的第三方机构。

2.11

保护区域 protected zone

为了保存其珍贵生物资源与科研的需要，对有代表性的自然生态系统、珍稀濒危野生动植物物种和遗传资源的天然林分布区给予特别保护的地域。保护区域可以是国家或地方设立的自然保护区、国家森林公园等，也可以是森林经营单位根据需要自行设立的。

2.12

森林监测 forest monitoring

对森林状况、经营活动及其环境和社会影响等进行持续或定期的测定与评估。

2.13

营林生产 silviculture

通过优化森林的结构和生长，最大限度地满足森林经营目标的森林作业、抚育措施和木材生产。

2.14

采伐许可证 cutting license

允许进行森林或林木采伐活动的法律许可文件。

2.15

环境影响评估 environmental impact assessment

评估森林经营对环境的实际的或潜在的影响，以规划如何减少或避免负面影响，扩大正面影响的过程。除了法律法规规定应由有资质的环评机构进行的评估外，森林经营单位可以自行开展。

2.16

生物多样性 biodiversity

生物种类之间的多样化、变异性及生态复合性，它是包括地球上所有植物、动物和微生物物种、各个物种所拥有的基因和各种生物与环境相互作用形成的生态系统的多样性和复杂性的综合概括。

2.17

濒危物种 endangered species

由于不能适应环境或受到生物因素等干扰而逐步衰退和减少，趋于灭绝的物种。

2.18

受威胁物种 threatened species

在可预见的将来会在其分布区的整个或大部分地区面临濒危境地的物种。

2.19

病虫害综合治理 integrated pest management

以经济学、生物学和生态学为基础，承认森林病原和昆虫是森林生态系统组成部分，强调应用系统分析的方法，选择最佳的技术方案控制病虫害。

2.20

化学品 chemicals

森林经营中所使用的化肥、杀虫剂、杀菌剂、除草剂、激素等化学品。

2.21

非木质林产品 non-timber forest product (NTFP)

从森林中得到的，除木材以外的林产品，如树脂、蘑菇、野菜以及其他动植物产品。

2.22

天然林 nature forest

由自然传播或萌生而形成的、具有当地生态系统的大多数主要特征及关键要素（如复杂性、结构层次和多样性）的森林。

2.23

乡土树种 native species

本地区原有的、天然分布的树种。

2.24

外来物种 exotic species

从分布区以外地区引入的物种。

2.25

外来入侵物种 invasive species

同时具备下列条件的物种：

- 从分布区以外引入；
- 在当地的自然或人工条件下形成自我再生能力；
- 给当地的生态系统或地理结构造成了明显的损害或影响。

2.26

生境 habitat

动物或植物群落着生、分布地域内的生态环境。

2.27

景观 landscape

由于地质、地形、土壤、气候、生物及人类相互作用而形成的生态系统的地理组合。

2.28

森林破碎化 forest fragmentation

导致连续的森林覆盖转化为被非林地分割的森林斑块的过程。

3 原则一：国家法律法规框架

森林经营单位应遵守国家的法律法规，尊重国家签署的国际公约和协议。

3.1 遵守国家所有相关的法律法规

3.1.1 森林经营单位备有现行的国家相关法律法规文本，包括《中华人民共和国森林法》、《中华人民共和国森林法实施条例》等（参见附录 A）。

3.1.2 森林经营符合国家相关法律法规的要求。

3.1.3 森林经营单位的管理人员和员工掌握国家相关法律法规的相关要求。

3.1.4 曾有违法行为的森林经营单位已依法采取措施及时纠正，并记录在案。

3.2 依法缴纳税费

3.2.1 森林经营单位管理人员了解所需缴纳的税费。

3.2.2 依法按时缴纳税费。

3.3 防止非法采伐森林、在林区的非法定居、毁林和其他未经许可的活动

森林经营单位采取了有效可行的措施，防止对森林的非法采伐、在林区的非法定居及其他未经许可的行为。

3.4 依法保护林地，严禁非法转变林地用途

3.4.1 占用、征用林地和改变林地用途符合国家的相关法律规定，并具有相关部门的审批文件。

3.4.2 改变林地用途未破坏森林生态系统的完整性和造成森林的破碎化。

3.5 遵守国家签署的各种具有约束力的相关国际公约和协议

森林经营单位遵守国家所签署的与森林经营相关的国际公约和协议的相关条款（参见附录 B）。

4 原则二：森林权属

森林、林木和林地的长期所有权或使用权应明确界定、建档，并形成法律文件。

4.1 森林权属明确

4.1.1 森林经营单位具有县级以上人民政府或国务院林业主管部门核发的林权证，确认林地的所有权和使用权以及林木的所有权和使用权。

4.1.2 承包者或租赁者有相关的合法证明，如承包合同书和租赁合同等。

4.1.3 森林经营单位有明确的边界，并标记在地图上。

4.2 依法解决有关森林、林木和林地所有权及使用权方面产生的争议

4.2.1 处理有关森林、林木和林地所有权及使用权的争议符合《林木林地权属争议解决办法》的要求。

4.2.2 现有的争议和冲突未对森林经营造成大的负面影响。森林权属争议或利益争端对森林经营产生重大影响的森林经营单位不能通过森林认证。

5 原则三：当地社区和劳动者权利

森林经营单位应承认当地社区使用和经营土地和资源的法定权利，尊重当地居民的风俗习惯，并维护和提高劳动者和当地社区长期的社会和经济利益。

5.1 为林区及周边地区的居民提供就业、培训与其他社会服务的机会

森林经营单位为林区及周边地区的居民提供了就业、培训与其他社会服务的机会。

5.2 遵守国家有关职工劳动与安全方面的法律法规，确保职工的健康与安全

5.2.1 按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国安全生产法》和其他相关法律法规的要求，保证职工的健康与安全。

5.2.2 按国家相关法律法规规定，支付劳动者工资和提供其他福利待遇，如社会保障、退休金和医疗保障等。

5.2.3 保障从事森林经营活动的劳动者的作业安全，配备必要的服装和安全保护装备，提供应急医疗处理和进行必要的安全培训。

5.3 保障职工权益，鼓励职工参与森林经营决策

5.3.1 通过职工大会、职工代表大会或工会等形式保障职工的合法权益。

5.3.2 采取多种形式，鼓励职工参与森林经营决策。

5.4 森林经营单位不能侵犯当地居民对林木和其他资源所享有的法定权利

5.4.1 森林经营单位采取适当措施，防止森林经营直接或间接地破坏当地居民的资源和影响其使用权。

5.4.2 如当地居民自愿把资源经营权委托给森林经营单位，双方应签订明确的协议或合同。

5.5 在需要划定和保护对当地居民具有特定文化、生态、经济或宗教意义的林地时，应与当地居民协商

5.5.1 在需要划定对当地居民（尤其是在少数民族聚居区）具有特定文化、生态、经济或宗教意义的林地时，与当地居民协商并达成共识。

5.5.2 采取措施对上述林地进行保护。

5.6 在保障森林经营单位合法权益的前提下，尊重和维护当地居民传统的或经许可的进入和利用森林的权利

5.6.1 在不影响森林生态系统的完整性和森林经营目标实现的前提下，尊重和维护当地居民传统的或经许可的进入或利用森林的权利，如森林采集、游憩、通行、环境教育等。

5.6.2 对某些只能在特殊情况下或特定时间内可以进入和利用的森林，做出明确规定并公布于众。

5.7 在森林经营对当地居民的法定权利、财产、资源和生活造成损失或影响时，应与当地居民协商解决，并给予合理的赔偿

5.7.1 采取适当措施，防止森林经营对当地居民的权利、财产、资源和生活造成损失或破坏。

5.7.2 在造成损失时，主动与当地居民协商，依法给予合理的赔偿。

5.8 尊重和有偿使用当地居民的传统知识

5.8.1 在森林经营中尊重和合理利用当地居民的传统知识。

5.8.2 当地居民参与森林经营规划等工作应给予适当的报酬。

5.9 根据社会影响评估结果调整森林经营方案，并建立与当地社区的协商机制

5.9.1 根据森林经营的规模，评估森林经营的社会影响。

5.9.2 在森林经营方案和作业计划中考虑了社会影响的评估结果。

5.9.3 建立与当地社区和有关各方沟通与协商的机制。

6 原则四：森林经营方案

森林经营单位应编制和执行科学的森林经营方案，阐明森林经营的目标和措施，并在执行中不断修改完善。

6.1 根据上级林业主管部门制定的林业长远规划以及当地条件，编制并执行森林经营方案

6.1.1 森林经营单位具有适时、有效、科学的森林经营方案。

6.1.2 森林经营方案的编制过程中广泛征求了管理部门、经营单位、当地社区和其他利益相关者的意见。

6.1.3 森林经营方案的编制建立在翔实、准确的森林资源信息基础上，包括及时更新的森林资源档案、有效的森林资源二类调查成果和专业技术档案等信息。

6.1.4 森林经营方案及其附属文件应包括以下内容：

- 自然社会经济状况，包括森林资源、环境限制因素、土地利用及所有权状况、社会经济条件、社会发展与主导需求、森林经营沿革，以及邻近土地的概况；
- 森林资源经营评价；
- 森林经营方针与经营目标；
- 森林功能区划、森林分类与经营类型；
- 森林培育和营林，包括种苗生产、更新造林、抚育间伐、林分改造等；
- 森林采伐和更新，包括年采伐面积、采伐量、采伐强度、出材量、采伐方式、伐区配置和更新作业等；
- 非木质资源经营；
- 森林和环境保护，包括森林病虫害防治、森林防火、水土保持、化学品和有毒物质的控制，以及林地占用等；

- 野生动植物保护，特别是珍稀、受威胁及濒危物种；
- 森林经营基础设施建设与维护；
- 投资估算和效益分析；
- 森林经营的生态与社会监测措施和影响评估；
- 方案实施的保障措施；
- 与森林经营活动有关的必要图表。

6.1.5 根据森林经营方案，制定年度作业计划。

6.2 适时修订森林经营方案

6.2.1 及时了解森林经营等方面相关科学技术的发展信息以及政策动态。

6.2.2 根据森林资源的监测结果、新的科技信息和政策，以及环境、社会和经济条件的变化，适时（不超过5年~10年）修订森林经营方案。

6.3 森林作业与作业设计保持一致

6.3.1 按作业设计开展作业活动。

6.3.2 在保证经营活动更有利于实现经营目标和保证森林生态系统完整性的前提下，可对作业设计做适当调整。

6.3.3 作业设计的调整内容要备案。

6.4 对林业职工进行必要的培训和指导，使他们具备正确实施作业的能力

6.4.1 森林经营单位制定对职工进行培训和指导的制度。

6.4.2 林业职工受到良好培训，了解并掌握作业要求。

6.4.3 专业技术人员对职工的野外作业提供必要的技术指导。

6.5 在信息许可的前提下，将森林经营方案的主要内容进行公告

在信息许可的前提下，向当地社区或有关方面公告森林经营方案的主要内容。

7 原则五：营林生产

森林经营单位应按照可持续发展的原则开展营林生产活动，科学高效地培育、保护和利用森林资源，开发多种林产品。

7.1 森林经营应力争实现稳定的经济效益，同时要全面考虑生产的环境和社会成本，并确保维持森林生态系统生产力的必要投入

7.1.1 森林经营充分考虑到森林经营成本和管理运行成本的承受能力，在经济上可行。

7.1.2 保证对森林可持续经营的合理投资规模和投资结构。

7.2 森林经营单位应开展林区的多种经营，促进当地经济的发展

7.2.1 积极开展林区的多种经营，可持续利用多种木材和非木质林产品，如林果、油料、食品、饮料、药材和化工原料等。

7.2.2 具有重要非木质林产品的经营规划，包括培育、保护和利用的措施。

7.3 种子和苗木的引进、生产及经营应遵守国家或地方的相应法规，保证种子和苗木的质量

7.3.1 林木种子和苗木的引进、生产及经营符合有关国家和地方法律法规的要求。

7.3.2 从事林木种苗生产、经营的单位，持有县级以上林业行政主管部门核发的“林木种子生产许可证”和“林木种子经营许可证”，并按许可证的规定生产和经营。

7.3.3 在种苗调拨和出圃前，按国家或地方有关标准进行质量检验，并填写种子、苗木质量检验证书。

7.3.4 从国外引进林木种子、苗木及其他繁殖材料（包括果木、花卉、中药材、绿化和水土保持用途草籽），具有国家林业局或各省、自治区、直辖市林业主管部门检疫审批的“引进林木种子、苗木和其他繁殖材料检疫审批单”，并按规定进行检疫。

7.4 按照经营目标因地制宜选择造林树种，优先考虑乡土树种。慎用外来树种。用外来树种造林后应对其生长情况、病虫害和对生态环境产生的影响等方面进行监测

7.4.1 根据经营目标和适地适树的原则选择造林树种。

7.4.2 优先选择乡土树种造林。

7.4.3 只能引进不具备侵略性，不影响当地植物生长，并能带来环境、经济效益的外来物种，引种期间应认真监测其成活率、保存率、病虫害和环境影响。

7.5 无林地（包括无立木林地和宜林地）的造林设计和作业符合当地的立地条件和经营目标，并有利于提高森林的效益和稳定性

7.5.1 造林设计和作业的编制符合国家和地方的技术标准和规定，包括《造林作业设计规程》等。

7.5.2 造林设计符合经营目标，并制定合理的造林、抚育、间伐、主伐和更新计划。

7.5.3 采取下列一种或多种造林措施，促进林分结构多样化和加强林分的稳定性：

- 使用多树种，合理营造混交林；
- 经营设计避免短期内集中砍伐；
- 多龄级或分期造林。

7.5.4 根据森林经营的规模和野生动物的迁徙规律，建立野生动物走廊。

7.5.5 造林布局和规划有利于维持和提高自然景观的价值和特性。

7.5.6 促进同龄林逐步向异龄林和多种生境结构转化。

7.6 依法进行森林采伐和更新，木材和非木质林产品消耗率不得高于资源的再生能力

7.6.1 依据用材林消耗量低于生长量、以及合理经营和可持续利用的原则，按照森林经营方案制定木材年采伐计划和年采伐限额，报上级林业主管部门审批。

7.6.2 采伐林木具有采伐许可证，按许可证的规定进行采伐。

7.6.3 具有年木材采伐量和采伐地点的记录。

7.6.4 森林采伐和更新符合《森林采伐更新管理办法》和国家有关森林采伐作业规程的要求。

7.6.5 木材和非木质林产品的利用未超过其可持续利用所允许的水平。

7.7 森林经营应有利于天然林的保护与更新

7.7.1 应采取有效措施促进恢复和保护天然林。

7.7.2 未将天然林转化为人工林。

7.7.3 在遭到破坏的天然林或天然次生林林地上营造的人工林，根据其规模和经营目标，划出一定面积的林地使其逐步向天然林转化。

7.7.4 在天然林毗邻地区营造的以生态功能为主的人工林，积极诱导其景观和结构向天然林转化，并有利于天然林的保护。

7.8 森林经营应尽量减少对资源的浪费和破坏

7.8.1 采用对环境影响小的森林经营作业方式，减少对森林资源和环境的破坏。

7.8.2 减少林木采伐和造材过程中的木材浪费和木材等级下降。

7.9 鼓励木材和非木质林产品的最佳利用和深加工

7.9.1 制定和执行有利于各种木材和非木质林产品最佳利用的措施。

7.9.2 鼓励对木材和非木质林产品进行深加工，提高产品附加值。

8 原则六：生物多样性保护

森林经营应维持和提高森林生物多样性，保护典型、脆弱的森林生态系统，保持与改善森林生态系统结构。

8.1 在具有珍稀、受威胁和濒危动植物物种时，应建立与森林经营范围和规模以及所需保护资源特性相

适应的保护区域并制定相应保护措施

8.1.1 确定本地区内需要保护的珍稀、受威胁和濒危动植物物种及其栖息地，并在图上标注。

8.1.2 根据具体情况，划出一定的保护区域和生物走廊带，作为保护珍稀、受威胁和濒危动植物物种的栖息地。若不能明确地划出保护区域和生物走廊带，则每种森林类型应保留足够的面积。上述区域的划分要考虑到野生动物在森林中的迁徙。

8.1.3 制定保护区的相应保护措施。

8.1.4 未开发和利用国家法规或国际公约、协议明令禁止的物种。

8.2 限制未经许可的狩猎、诱捕及采集活动

8.2.1 狩猎、诱捕和采集符合有关野生动植物保护方面的法规，依法申请狩猎证和采集证。

8.2.2 狩猎、诱捕及采集符合国家有关猎捕量和采集量的限额管理政策。

8.3 保护典型的森林生态系统类型，保持其自然状态

8.3.1 通过调查，确定森林经营单位内典型的森林生态系统类型。

8.3.2 制定保护典型生态系统的措施。

8.3.3 实施保护措施，保持典型生态系统的自然状态。

8.4 森林经营应采取措施恢复、保持和提高森林生物多样性

森林经营考虑采取下列措施保持和提高生物多样性：

- 采用减少负面影响的作业方式；
- 采用适宜的森林培育体系；
- 保持和提高森林的天然特性。

9 原则七：环境影响

森林经营应考虑其对环境的影响，发挥森林的环境服务功能，有利于保护和改善环境。

9.1 森林经营作业应考虑对森林生态环境的影响

9.1.1 根据森林经营的规模、强度及资源特性，森林经营单位可以对森林经营作业进行第一方、第二方或第三方的环境影响评估。

9.1.2 根据评估的结果调整森林作业方式，减少经营活动对森林生态环境的影响。

9.2 森林经营作业应采取各种保护措施，维护林地的自然特性，保护水资源，防止地力衰退

9.2.1 在森林经营中，采取有效措施最大限度地减少整地、造林、采伐、更新和道路建设等人为活动对林地的破坏，维护森林土壤的自然特性及其长期生产力。

9.2.2 减少森林经营对水资源质量、数量的不良影响，控制水土流失，避免对森林集水区造成重大破坏。

9.2.3 在溪河岸边，建立足够宽的缓冲区，保持水土。

9.2.4 尽量利用有机肥和生物肥料，以增加土壤肥力。减少使用化肥。

9.3 严格控制使用化学品，最大限度地减少因使用化学品造成的环境影响

9.3.1 未使用国家法律和国际公约明令禁止使用的化学农药。

9.3.2 提供适当的装备和技术培训，最大限度减少使用化学品对环境的污染和对人类健康的危害。

9.3.3 采用符合环保要求的方法及时处理化学品的废弃物和容器。

9.4 严格控制和监测外来物种的引进，防止外来入侵物种造成不良的生态后果

9.4.1 在经过严格检疫，确保对环境和生物多样性不造成破坏的前提下，才能引进外来物种。

9.4.2 对外来物种的使用进行记录，并监测其生态影响。

9.4.3 制定并执行控制有害外来入侵物种的措施。

9.5 森林经营活动应维护和提高森林环境服务功能

9.5.1 森林经营者了解并确定了森林经营区内森林的环境服务功能，如森林碳汇、森林旅游、景观美学、教育、科研、渔牧资源等。

9.5.2 采取措施维护和提高森林环境服务功能。

10 原则八：森林保护

森林经营单位应保护森林，防止病虫害和火灾的危害，维护森林的健康与安全。

10.1 制定病虫害防治计划，应以营林措施为基础，采取有利于环境的生物、化学和物理措施，进行病虫害综合防治

10.1.1 病虫害防治符合《中华人民共和国森林病虫害防治条例》的要求。

10.1.2 开展病虫害的预测预报，评估森林潜在的病虫害影响，制定相应的防治计划。

10.1.3 采取营林措施为主，生物、化学和物理防治相结合的病虫害综合治理措施。限制在森林中使用化学农药，减少化学农药对环境的影响。

10.1.4 采取有效措施，保护森林内的各种有益生物，提高森林自身抵御病虫害的能力。

10.2 建立健全的森林防火制度，制定并实施防火措施

10.2.1 根据《中华人民共和国森林防火条例》，建立森林防火制度。

10.2.2 划定森林火险等级区。

10.2.3 制定和实施森林火情监测（加入“预警”）和防火措施。

10.2.4 建设森林防火设施，建立防火组织，组织本单位的森林防火和扑救工作。

10.2.5 进行森林火灾统计，建立火灾档案。

11 原则九：森林监测

森林经营单位应监测与评估森林状况、林产品、经营活动及其对社会与环境的影响。

11.1 建立森林监测体系和森林资源档案，对森林资源进行连续的或定期的监测

11.1.1 据上级林业主管部门的统一安排，进行森林资源调查，建立森林资源档案制度。

11.1.2 根据森林经营活动的规模和强度以及所在地区的条件，建立适宜的监测制度和监测程序，确定森林监测的方式、频度和强度。

11.1.3 按监测制度连续或定期地开展各项监测活动。

11.1.4 对监测结果进行比较、分析和评估。

11.1.5 在编制或修订森林经营方案和作业计划中体现监测的结果。

11.2 森林监测应包括资源状况、森林经营及其社会环境影响监测等内容

11.2.1 森林监测包括以下内容：

- 主要林产品的储量、产量和资源消耗量；
- 森林结构、生长、更新及健康状况；
- 动植物的种类及其变化趋势；
- 病虫害和林火的发生动态和趋势；
- 采伐及其他经营活动对环境与社会的影响；
- 森林经营的成本和效益；
- 年度作业计划的执行情况。

11.3 建立木材跟踪管理档案，确保能追溯到林产品的源头

对木材从采伐、运输、加工到销售整个过程进行跟踪、记录和标识，建立木材和其他重要林产品的跟踪管理档案。

11.4 向公众公布监测结果概要

在信息许可的前提下，定期向公众公布森林监测结果概要。

附 录 A
(资料性附录)
国家相关的法律和行政法规

A.1 法律

中华人民共和国森林法(1984, 1998年修订)
中华人民共和国防沙治沙法(2001)
中华人民共和国水法(1998)
中华人民共和国水土保持法(1991)
中华人民共和国水污染防治法(1984, 1996年修订)
中华人民共和国土地管理法(1999)
中华人民共和国野生动物保护法(1988)
中华人民共和国种子法(2000)
中华人民共和国劳动法(1994)
中华人民共和国工会法(1992, 2001年修订)
中华人民共和国物权法(2007)
中华人民共和国农村土地承包法(2003)
中华人民共和国安全生产法(2002)
中华人民共和国环境影响评价法(2002)
中华人民共和国环境与自然资源保护法(2001)
中华人民共和国动物防疫法(1997)
中华人民共和国防洪法(1997)
中华人民共和国进出境动植物检疫法(1991)
中华人民共和国猎枪弹具管理办法(1993)
中华人民共和国促进科技成果转化法(1996)

A.2 法规

中华人民共和国森林法实施条例(1986, 2000年修订)
中华人民共和国自然保护区条例(1994)
中华人民共和国陆生野生动物保护实施条例(1992)
中华人民共和国野生植物保护条例(1997)
中华人民共和国植物新品种保护条例(1997)
中华人民共和国水土保持法实施条例(1993)
中华人民共和国退耕还林条例(2003)
中华人民共和国土地管理法实施条例(1999)
中华人民共和国森林病虫害防治条例(1989)
中华人民共和国森林防火条例(1988)
中华人民共和国种子管理条例(1989)
中华人民共和国进出境动植物检疫法实施条例(1996)
中华人民共和国防汛条例(1998)

A.3 部门规章

林木和林地权属登记管理办法（2001）
 占用征用林地审核审批管理办法（2001）
 林木林地权属争议解决办法（1996）
 森林和野生动物类型自然保护区管理办法（1985）
 天然林资源保护工程管理办法（2006）
 森林采伐更新管理办法（1987）
 森林资源档案管理办法（1986）
 造林质量管理暂行办法（2003）
 造林质量考核办法（2004）
 制定年森林采伐限额暂行规定（1985）
 种子质量管理办法（2007）
 林木良种推广使用管理办法（1997）
 林木种子包装和标签管理办法（2002）
 林木种子生产经营许可证管理办法（2002）
 林木种子生产经营许可证年检制度规定（2003）
 国家林业局林木种苗质量监督管理规定（2002）
 国外引种检疫审批管理办法（1980）
 国有森林资源资产管理督查的实施办法（试行）（1996）
 中华人民共和国植物新品种保护条例实施细则（林业部分）（1999）
 引进林木种子苗木及其它繁殖材料检疫审批和监管规定（2003）
 注：以上部门规章均为国家林业局或原林业部颁布。

A.4 技术规程和指南

濒危野生动植物种国际贸易公约秘书处公布禁贸物种和国家名单（2001）
 国家重点保护野生植物名录（第一批）（1999）（国家林业局、农业部）
 GB/T 18337.3—2001《生态公益林建设 技术规程》
 森林经营方案编制与实施纲要（2006）（国家林业局）
 中国森林可持续经营指南（2006）（国家林业局）
 LY/T 1646—2005《森林采伐作业规程》
 LY/T 1607—2003《造林作业设计规程》
 LY/T 1706—2007《速生丰产用材林培育技术规程》
 GB/T 15163—2004《封山（沙）育林技术规程》
 LY/T 1690—2007《低效林改造技术规程》
 LY/T 1692—2007《转基因森林植物及其产品重要性评价技术规程》



附 录 B
(资料性附录)

国家签署的相关国际公约和协议

生物多样性公约
濒危野生动植物物种国际贸易公约
关于特别是作为水禽栖息地的国际重要湿地公约
联合国气候变化框架公约
国际劳工组织公约
国际植物新品种保护公约
联合国防治荒漠化公约
国际热带木材协定

中华人民共和国林业行业标准

LY/T 1715—2007

中国森林认证 产销监管链

Forest certification in China—Chain of custody

2007-09-10 发布

2007-10-01 实施

国家林业局 发布

前 言

本标准由国家林业局科技发展中心提出并归口。

本标准负责起草单位：中国林业科学研究院林业科技信息研究所。

本标准主要起草人：陆文明、赵劼、徐斌。

中国森林认证 产销监管链

1 范围

本标准规定了森林认证中产销监管链认证的术语和定义、体系管理、原料管理、生产控制和记录、中国森林认证标志及其使用、销售单据和记录。

本标准适用于寻求开展产销监管链认证以证明或声明其加工或贸易的林产品原料来源的企业。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

2.1

森林认证 forest certification

森林认证是一种运用市场机制来促进森林可持续经营的工具。森林认证包括两个基本内容，即森林经营认证和产销监管链认证。森林经营认证是通过对森林经营单位的森林经营活动进行评估，以证明森林是否实现了可持续经营。产销监管链认证是对林产品加工、贸易企业的各个生产环节，即从加工、制造、运输、储存、销售直至最终消费者的整个监管链进行评估，以证明产品的原料来源。

2.2

产销监管链 chain of custody

原料、加工后的半成品和产品所经过的从森林到消费者的整个监管过程，包括所有的加工、制造、运输、储存和销售阶段。

2.3

企业 company

从事林产品加工或贸易的工厂或公司。

2.4

管理程序文件 documented management procedure

由企业制定的、包含产销监管链认证所有要求的、用于内部管理和生产运行的书面管理文件或操作手册。

2.5

记录 record

企业对其管理行为和活动以及生产运行过程中各环节产生数据进行的记载。

2.6

林产品 forest based product

使用了源自森林的原料生产的产品，包括木质林产品和非木质林产品。

2.7

标签 labeling

在认证产品上使用认证标识或在认证产品外做出认证声明。

2.8

声明 declaration

对认证产品某些方面的说明。

2.9

管理者代表 manager's representative

由企业的管理者委派、代表管理者负责产销监管链管理事务的员工。

2.10

认证产品组 certified product group

企业按照本标准的要求生产的、可使用认证标识的一种产品或一组产品，其投入的系列原料种类相同，并且树种及其组成比例、质量类似。

2.11

认证产品组清单 certified product group schedule

企业在其产销监管链证书范围内所包含的所有认证产品组的名录。

2.12

认证原料 certified materials

通过产销监管链认证的、用于企业生产认证产品的木质和非木质的原料，包括完全认证原料和混合认证原料。

2.13

完全认证原料 pure - certified materials

通过产销监管链认证的、具有“完全认证”标识的、用于企业生产认证林产品的原料。

2.14

混合认证原料 mixed - certified materials

通过产销监管链认证的、具有“混合认证”标识的、用于企业生产认证林产品的原料。

2.15

可控原料 controlled materials

排除了源自非法采伐的森林、源自森林经营活动威胁到高保护价值的森林或源自毁坏天然林而改种的人工林的、用于企业生产认证产品的木质或非木质原料。

2.16

高保护价值森林 high conservation value forest

在全球、区域或国家层面上具有一种或多种重要特性的森林区域。

2.17

非可控原料 non-controlled materials

不能界定为认证原料或可控原料的、用于企业生产的原料。

2.18

认证产品 certified product

企业按照本标准要求生产的、可使用认证标识的产品，包括完全认证产品和混合认证产品。

2.19

完全认证产品 pure - certified product

企业按照本标准要求、全部利用完全认证原料生产的、可使用“完全认证”标识的产品。

2.20

混合认证产品 mixed - certified product

企业按照本标准要求、以阈值方法或数量信用方法为基础生产的、可使用“混合认证”标识的产品。

2.21

销售单据 sales invoice

企业销售认证产品时出具的标有认证产品相关信息的发票或相关票据。

2.22

声明期 claim period

对某一特定的产品或产品组，企业为了使用认证标识或做出认证声明而确定的计算认证原料滚动百分比的时间期限，其最长期限为 12 个月。

2.23

滚动百分比 rolling percentage

某个认证产品组在其声明期内，根据认证原料数量与所有原料数量在不同时期内滚动计算得出的百分比。

2.24

标识 logo

中国森林认证体系特有的、附在林产品或其包装上的标志，是产品的“证明性商标”，表明该林产品所使用的木材或其他非木质森林原料来源于经过认证的可持续经营的森林。标识可以附在产品上，也可以用于产品外。

2.25

转换率 conversion factor

认证产品所使用木质原料的投入产出比。

2.26

阈值方法 threshold method

一种确定认证标签产品数量的方法，该方法规定了在特定的声明期内某一产品组所使用认证原料的最低滚动百分比。以阈值方法为基础生产的认证产品，都可以使用认证标识。

2.27

数量信用方法 volume credit method

一种确定认证标签产品数量的方法，该方法根据某一产品组认证原料的投入量和转换率来计算可以使用认证标识的产品数量。以数量信用方法为基础生产的产品组，只有部分产品可以使用认证标识。

2.28

数量信用值 credit volume

基于数量信用方法生产的、可使用认证标识的认证产品的数量。

2.29

数量信用统计表 volume credit statistics table

基于数量信用方法记录并统计认证原料使用量、认证原料百分比、转换率和数量信用值的记录表。

2.30

信用产品 credit product

基于数量信用方法生产的混合认证产品。

2.31

批号 patch

分配给一个认证产品组的号码，用于确定该产品组的所有认证产品。

3 体系管理

3.1 职责

3.1.1 企业应指定管理者代表（或设专门的岗位）负责管理企业的产销监管链体系，确保企业符合本标准的所有要求。

3.1.2 企业所有关键岗位的员工应明确各自职责，严格执行本标准，确保本标准的所有要求都得到满足。

3.2 认证产品分类

3.2.1 企业应列出所有认证产品组的清单。

3.2.2 投入的系列原料种类相同，并且树种及其组成比例、质量类似，则生产的认证产品视为同一认证产品组，否则均视为不同认证产品组。

3.2.3 认证产品组的清单应保持更新。

3.3 管理程序文件

3.3.1 企业应制定管理程序文件，该文件应体现本标准的所有要求。

3.3.2 企业在管理程序文件中应确定负责各个产销监管链管理环节或工序的执行人员或岗位。

3.4 记录和报告

3.4.1 企业应保存准确的、完整的、最新的、涉及本标准各个方面的记录和报告。

3.4.2 所有记录和报告至少保存 5 年。

3.5 培训

3.5.1 企业应确定针对相关员工执行本标准所需的培训要求。

3.5.2 企业应对相关员工开展培训，并检查培训效果。

3.5.3 企业应保存相关培训记录。

4 原料管理

4.1 原料的来源

4.1.1 企业在任何认证产品生产过程中使用的原料应是认证原料或可控原料。认证原料包括完全认证原料和混合认证原料。

4.1.2 不能被清楚地确认为认证原料或可控原料的所有其他原料，都视为产销监管链的非可控原料。

4.1.3 企业在采购认证原料时，应满足以下要求：

——认证原料供应企业应持有认证机构颁发的、有效的产销监管链认证证书或森林经营和产销监管链联合认证证书；

——所供应的原料应确定为完全认证原料或混合认证原料；

——认证原料的运输文件和销售单据应标有认证原料供应企业的认证证书号。

4.1.4 企业应从能够提供相关证明的企业采购可控原料。

4.1.5 非可控原料不能用于生产认证产品。

4.2 原料的收货和储存

4.2.1 在接受原料时，企业应核查原料及其相关证明的真实性和可靠性。

4.2.2 企业应将完全认证原料、混合认证原料、可控原料和非可控原料分开存放，并有明确标识。

5 生产控制和记录

5.1 信息收集和记录

5.1.1 对于每一类认证产品组，企业应按月分别记录完全认证原料、混合认证原料和可控原料及其认证产品的数量（体积或重量），包括：

——用于生产的原料取货量；

——用于生产的原料实际使用量；

——认证产品的产量；

——作为认证产品的销售量。

5.1.2 对零星的或量少的定单，企业可以将记录的时间期限适当缩短（如 1 周）。

5.1.3 对每一类认证产品组，企业应确定一个认证产品声明期，期限不超过 12 个月。对于零星或量少的定单，声明期限可以适当缩短（如 1 周）。

5.1.4 企业应计算每一类认证产品组所使用认证原料占原料总量的滚动百分比。滚动百分比的计算应从某一特定的起始之日起，到做出声明之日止，但不得超过认证产品声明期的期限。滚动百分比按式（1）

计算:

$$P_c = \frac{V_c}{V_c + V_o} \times 100 \dots\dots\dots (1)$$

式中:

P_c ——滚动百分比, %;

V_c ——一定时期内认证原料数量之和;

V_o ——一定时期内可控原料数量之和。

5.1.5 企业应按月记录每一类认证产品组所使用认证原料的滚动百分比。

5.1.6 企业应为每一类认证产品组建立批号, 以区别和跟踪不同类别的认证产品组。

5.2 生产控制

5.2.1 在整个生产过程中, 认证原料和可控原料及其加工后的中间产品和最终产品, 应与其他原料和产品分开, 并有明确标识。

5.2.2 企业应对认证产品的生产过程进行跟踪和记录, 并计算每一类认证产品的转换率。

6. 中国森林认证标志及其使用要求

6.1 中国森林认证标志

中国森林认证标志的图形和颜色要求如图 1 所示, 其中英文字体为: **tahoma**, 中文字体为: 方正大黑简体。



图 1 中国森林认证标志¹⁾

6.2 标志的使用

6.2.1 企业符合本标准的所有要求, 并且其产品包括在认证产品组清单中, 即可在产品上使用中国森林认证标志。

6.2.2 印刷的中国森林认证标志应当清楚、明显。

6.2.3 印刷在获证产品标签、说明书及广告宣传材料上的中国森林认证标志, 可以按比例放大或者缩小。对中国森林认证标志的任何形式的变形、变色使用, 需严格遵照中国森林认证标志使用的相关规定。

6.3 标识的要求

6.3.1 中国森林认证标识分“完全认证”标识(如图 2 所示)和“混合认证”标识(如图 3 所示)。

1) 中国森林认证标志以我国特有树种——银杏树的叶子为象征, 表现出森林可持续经营的主题。此标志由国家林业局科技发展中心和浙江林学院创意并设计。



图2 “完全认证标识”



图3 “混合认证”标识

所有标识都应包括以下内容：

- 中国森林认证标志；
- 标识名称；
- 包括了认证机构名称字母缩写、认证类型（FM/COC 或 COC）和认证注册号码的标注。

6.3.2 产品组所使用完全认证原料的滚动百分比是 100%，则认证产品可以使用“完全认证”标识。

6.3.3 产品组满足阈值方法或数量信用方法的要求，则认证产品可以使用“混合认证”标识。

6.3.4 产品组采用阈值方法为基础生产，其认证原料的滚动百分比不低于 70%，并且其他原料是可控原料，则所有产品均视为混合认证产品。

6.3.5 产品组采用数量信用方法为基础生产，根据其使用认证原料的数量来确定可以使用“混合认证”标识的产品数量，并要求其他原料是可控原料。具体要求如下：

- 使用认证标识的产品组，其认证原料的滚动百分比不得低于 10%；
- 企业应将滚动百分比转换成数量信用值，并建立数量信用统计表。数量信用统计表应按月记录每种认证原料的使用量及转换率，并计算出每种认证原料的转换量和产品组的数量信用值；
- 企业使用认证标识的产品数量，不能超过上月末该产品组数量信用统计表中可以使用的累计数量信用值；
- 企业在数量信用统计表中计算和记录当月认证产品的销售总量，并将其从上月末可以使用的数量信用值中扣除，以计算当月剩余数量信用值；
- 企业应在每月末从数量信用统计表中扣除任何 12 个月之前的过期数量信用值；
- 企业应将销售认证产品的销售发票号码记录在数量信用统计表中。

6.4 标识和声明的批准

6.4.1 企业在产品上使用认证标识和在产品外做出认证声明，应事先获得认证机构的批准。认证标识的制作和使用应符合相关规定。

6.4.2 企业应保存认证机构批准认证标识和认证声明的相关记录，以及企业使用认证标识和做出认证声明的所有记录。

7 销售单据和记录

7.1 销售单据

7.1.1 认证产品的销售单据应包括以下信息：

- 购买者的名称；
- 开据发票的日期；
- 销售认证产品的数量；

- 销售认证产品的类别，即完全认证产品或混合认证产品；
- 由认证机构颁发的产销监管链认证证书号；
- 认证产品的批号；
- 运输文件的相关信息。

7.1.2 销售单据上认证产品类别的描述，应符合以下要求：

- 只有完全认证产品的销售单据应注明“完全认证”；
- 以阈值方法为基础生产的混合认证产品的销售单据应注明“混合认证”，并加注认证原料的百分比；
- 以数量信用方法为基础生产的混合认证产品的销售单据应注明“混合认证”，并加注“信用产品”。

7.1.3 认证产品运输时未附销售单据的，企业还应开据运输文件，运输文件应包括以下信息：

- 购买者的名称；
- 开据发票的日期；
- 销售认证产品的数量；
- 销售认证产品的类别，即完全认证产品或混合认证产品；
- 由认证机构颁发的产销监管链认证证书号；
- 认证产品的批号；
- 运输所需的其他相关信息。

7.2 销售记录

企业应记录所有认证产品的购买者和销售量，并保存所有相关销售记录

商会协会行业信用建设工作指导意见 一[整规办发[2005]29号]

党的十六大提出“整顿和规范市场经济秩序，健全现代市场经济的社会信用体系。”党的十六届三中全会进一步明确了社会信用体系建设的目标和任务。商会协会开展行业信用建设是社会信用体系建设的重要内容。为贯彻落实中央精神，推动信用体系建设，促进和规范商会协会开展行业信用建设工作，现提出以下指导意见。

一、商会协会开展行业信用建设工作的意义

随着我国经济体制改革的深化和政府职能的转变，商会协会作为联系政府和企业的自律性服务组织，在经济和社会生活中的作用越来越重要。与此同时，商会协会也需要不断改进服务方式和创新服务内容。开展行业信用建设，是商会协会履行自身职责的客观需要，有利于商会协会探索新的工作领域，更好地服务于会员企业，提高其在行业中的权威性，提升商会协会形象；有利于加强行业管理，增强行业诚信意识，提高行业自律水平，规范行业竞争秩序，维护行业利益和促进行业发展；有利于政府主管部门更好地掌握该领域相关企业的信用信息，便于加强市场监管和实施宏观调控。

二、商会协会开展行业信用建设工作应遵循的原则

(一) 服务会员企业。商会协会要从自身性质定位出发，把行业信用建设工作融入到对会员的服务之中，以提高会员企业的诚信意识和风险防范能力，增强行业自律水平，规范行业内部竞争秩序，促进行业健康发展为主要目标，开展诚信宣传教育，为会员企业开展信用评价，提供信用管理咨询、培训和技术支持等服务。

(二) 自主建设。商会协会开展行业信用建设要充分发挥自主性和创造性，不断开辟新的工作领域，提供新的服务项目；通过开拓进取，扎实工作，提升自身的业务能力和管理水平；在倡导和组织行业信用建设的同时，培育自身的公信力，取得政府的支持和企业的信任，增强在会员企业中的影响力和凝聚力。

(三) 正面褒扬和失信惩戒相结合。商会协会在开展行业信用建设工作中，通过为信誉良好的会员企业提供相应的资质证明，向行业主管部门和相关政府部门提供守信企业的信用信息，鼓励守信企业，促进其他会员企业树立诚信守法经营的理念，改进各项管理措施，向守信企业看齐。另外，商会协会也要根据情况建立相应的失信企业黑名单制度，并依法对外公开，向有关政府部门提供失信企业的信用信息。

三、商会协会开展行业信用建设工作的主要内容

(一) 推进诚信宣传教育。结合本行业实际，以弘扬诚信经营商业文化为主要内容，以培养企业树立“诚信兴商”的经营理念和商业伦理道德为目标，采取各种生动活泼、行之有效的方式，依托各种新闻媒体和商会协会内部刊物，广泛对会员企业进行诚信宣传教育，深入开展服务品牌创建、行业诚信创建等多种形式的“诚信兴商”主题创建工作，强化会员的守信意识和诚信自律意识，使“诚信兴商”逐步成为商会协会及其会员企业的理念和自觉行动。

(二) 强化行业信用制度建设。商会协会要根据行业信用建设工作的需要,制定本行业信用建设需要的相关制度,如信用信息的采集、分类、保护、使用、发布、联网与交换等制度,对企业失信行为的举报制度,对不良信用信息甄别制度和被惩戒者申诉及复核制度,以及对守信企业的鼓励制度和失信企业的惩戒制度等,使信用建设工作纳入制度化轨道。同时要牵头制定行业的信用发展规划和以倡导企业诚信守法经营为核心内容的行规行约。

(三) 利用信用信息开展服务。商会协会要根据自身的实际情况,建立行业内部信用信息收集渠道,依法收集和记录会员企业在生产、经营中产生的有关信用信息,包括会员企业自身的信用信息和交易伙伴的信用信息,通过建设行业信用数据库和重点企业的信用档案等手段和方式,开展对会员企业的服务。行业信用数据库的建设和运行在会员企业间以自愿和互换的原则进行。凡是向行业信用数据库提供信用信息的会员企业可免费查询数据库中相关企业的信用信息。行业信用数据库可以向社会有偿开放。有条件的商会协会可以拓展信用信息收集渠道,更多地收集会员企业交易伙伴的信用信息,建立会员企业交易伙伴信用信息数据库,用以帮助会员企业在经营中减少风险。行业信用数据库的建设和运行以不侵犯企业的商业秘密和个人隐私为原则。

(四) 对会员企业开展信用评价。作为鼓励企业守信的重要手段,商会协会可以根据会员企业的守法守规情况、履行行规行约情况等信用信息,对会员企业开展行业信用评价。信用评价内容可以依法进行公示,使信用优良的企业降低交易成本,获得更多的交易机会,从而在全社会范围内形成守信践诺的激励机制。对于涉及企业商业秘密的评价结果,只有经过被评企业授权后才能披露。

商会协会开展信用评价要紧密结合行业特点,针对本行业的具体情况设计相应的指标体系和评价程序。信用评价的指标体系和评价程序要做到科学规范、公正、公开,要有相应的监督、申诉和复核机制。要广泛宣传商会协会制定的有关信用的行规行约以及信用评价的程序和标准,及时向会员企业通报商会协会信用建设工作的进展情况以及最新的信用评价结果。

商会协会对会员企业进行信用评价要在企业自愿的基础上进行,不得以盈利为目的。

(五) 加强对会员企业信用风险管理知识的培训。通过举办培训班、研讨会等形式,有针对性地对会员企业进行信用管理专业知识培训。通过培训使企业管理人员掌握企业信用文化的建设、信用管理制度的建立、信用管理工具的应用等知识,使会员企业了解并掌握企业信用管理的知识,增强防范信用风险的能力。

(六) 协助会员企业建立信用风险防范机制。根据会员企业的申请,商会协会可以以强化信用意识,促进诚信经营,防范交易风险为目标,协助企业建立以客户信用状况调查、信用评价、信用投放、帐款追收为核心,涵盖企业信用自律、信用档案管理等内容,适合自身业务特点的内部管理制度,逐步使企业内部的信用管理工作规范化、制度化,形成有效的信用风险防控机制。

四、切实保障行业信用建设工作的实施

商会协会要进一步提高认识,科学规划,精心组织,加强领导,落实责任,按照本指导意见确定的原则和任务,切实做好行业信用建设工作,并争取得到各行业主管部门的积极支持。

商会协会要结合本行业特点,积极开展调查研究,紧紧围绕自身定位,摸清本行业发展现状和存在的突出问题,科学规划本行业信用体系建设工作,明确建设目标,制定详尽的工作方案以及每一项具体工作的操作规程和管理办法,稳步推进,提高工作质量;要积极探索有利于促进行业自律、

改善行业经营秩序的信用管理工具的创新，创造出适合行业特点的信用管理新手段；要积极与行业主管部门沟通协调，向其提供本行业的会员信用信息，以便行业主管部门以较低的行政成本更好地做好行业管理工作，使信誉良好的企业可以更多地获得各种便利和市场机会。同时，要向其他政府部门、社会机构传递行业信用信息，提高信用产品的社会认可程度和守信行为的社会和经济价值，从而鼓励守信守法行为。

为规范商会协会行为，保证商会协会依法开展行业信用建设工作，全国整规办将会同行业主管部门，对商会协会开展信用建设工作进行监督，并与商会协会保持经常性的联系和沟通，对商会协会信用建设工作进行跟踪调研，切实加强对此项工作的指导和推动，并形成一套有效的工作体系和督促检查机制，发现问题，及时纠正。

全国整顿和规范市场经济秩序领导小组办公室
国务院国有资产管理委员会
二〇〇五年十一月二十五日

关于印发《行业信用评价试点工作实施办法》的通知

—整规办发[2006]12号

各有关商会、协会：

为推进商会协会行业信用评价试点工作的开展，现将《行业信用评价试点工作实施办法》印发给你们，请遵照执行。行业信用评价工作按照实施办法的规定逐步展开，组织实施每批试点前将专门发文布置。

全国整顿和规范市场经济秩序领导小组办公室 国务院国有资产监督管理委员会行业协会联系办公室

二〇〇六年四月二十四日

行业信用评价试点工作实施办法

根据《关于印发〈商会协会行业信用建设工作指导意见〉通知》（整规办发[2005]29号，以下简称《指导意见》）精神，为促进和规范商会协会开展行业信用评价工作，搞好行业信用评价试点工作，特制定如下实施办法：

一、试点的范围

试点单位从国务院国资委负责联系的各行业协会和商务部所属的各商会协会中选择。开展试点工作的商会协会在其会员企业范围内开展信用评价工作。

二、试点的内容和目的

开展行业信用评价是指，在会员企业自愿的基础上，商会协会依据有关法律、法规和行规行约，以及日常管理中积累的行业信用信息，紧密结合行业特点，对会员企业开展不以营利为目的的信用评价实践活动。

试点的目的是按照《指导意见》的精神和要求，通过试点工作把握行业信用评价工作的定位，总结开展行业信用评价工作的可行办法，保证行业信用评价工作的正确方向，为下一步全面开展行业信用评价工作做准备。

三、申请试点须提交的材料

开展行业信用评价试点工作的商会协会，须向全国整顿和规范市场经济秩序领导小组办公室（以下简称全国整规办）或国务院国有资产监督管理委员会行业协会联系办公室（以下简称国资委协会办）提出试点申请，提交以下材料：

(一) 试点申请报告，包括申请试点的理由、本行业开展信用建设的情况等内容；

(二) 该商会协会主要会员的意见；

(三) 开展行业信用评价工作的总体方案，包括组织实施方案、开展信用评价的指标体系以及配套的信用信息管理、评定程序及监督机制等内容。

四、组织试点的程序与实施

全国整规办或国资委协会办收到试点申请材料后，共同组织经济、法律、信用、信息等方面的专家对信用评价试点方案进行论证，确定试点单位名单。试点单位根据专家的评审意见对试点方案进行修改完善，由全国整规办和国资委协会办根据论证和修改情况，确定并公布试点单位和方案。

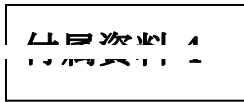
试点工作的实施采取分批的方式进行。首批试点拟选择 30 家左右的商会协会。以后试点单位的数量，根据前期的试点情况决定。

五、试点工作的监督与评价

开展试点的商会协会要严格按照论证修改后的实施方案开展行业信用评价工作。全国整规办和国资委协会办将通过实地考察、召开会议、发放问卷等多种方式对试点工作进行跟踪调研、监督检查和评价指导工作。对检查中发现的问题，试点单位要及时整改；对问题严重且不能有效整改的，全国整规办和国资委协会办将取消其试点资格；对试点工作组织得力、效果明显的商会协会予以表扬，并推广经验。

六、行业信用评价结果的应用

全国整规办将把试点商会协会对会员企业的信用评价结果推荐给有关部门，作为其实行信用分类监管或其他管理工作的参考依据，并视试点单位具体情况，条件成熟的，在媒体上予以公布。



关于加强行业信用评价试点管理工作的通知 ——整规办发[2007]3号

根据《关于开展首批行业信用评价试点工作的通知》(整规办发[2006]22号)的要求,截至2006年9月,共有52家商会协会提出试点申请。全国整顿和规范市场经济秩序领导小组办公室(以下简称“全国整规办”)和国务院国有资产监督管理委员会(以下简称“国务院国资委”)组织专家对提出申请的商会协会试点方案进行了评审和论证。现将经专家论证通过的首批试点单位名单予以公布(见附件一)。

行业信用评价是行业信用体系建设的一项重要工作,对树立商会协会自身形象,推动行业自律,保障行业健康发展,促进社会信用体系建设有重要作用。试点商会协会要全面贯彻《商会协会行业信用建设工作指导意见》(整规办发[2005]29号),以下简称《指导意见》)和《开展行业信用评价试点工作实施办法》(整规办发[2006]12号)精神,根据专家提出的意见,修改完善试点方案,精心组织试点。现就加强企业信用评价管理工作要求如下:

一、坚持行业信用评价工作的正确方向

商会协会开展信用评价试点工作,必须以服务会员企业、促进行业自律、提高行业信用水平和企业信用风险防范能力为目的。信用评价要坚持会员企业自愿参加,不以盈利为目的的原则,不得以任何理由强制企业参与,不得增加企业负担。以上原则要在试点方案中明示,并向会员企业和全社会公示。

商会协会要向行业及其上下游行业(产业)、有关政府部门、金融机构提供会员企业的信用信息,推广应用信用评价的结果,增强会员企业的市场开拓能力,服务政府的市场监管和宏观管理,促进行业市场秩序的规范和行业自身的发展。

二、保证评价指标的科学性和信息来源的准确性

(一)指标体系应尽可能完整。信用评价的指标体系应包括反映企业综合素质、财务能力、管理水平、竞争力状况以及社会信用记录等方面的内容。指标的权重分布应充分体现行业特点,并突出信用评价因素,保证信用评价的科学性和准确性。商会协会在评价前进行的资质评定等评价活动的结果,可以纳入指标体系,适当反映。

(二)增强指标体系的可操作性和客观性。具体指标要用准确数量表示,尽可能利用企业现有的统计资料。每个指标的变动区间都应对应准确的评分标准,尽量减少自由裁量权;必须依据自由裁量评定分数的,要通过集体会商确定。

(三)保证申报信息真实、可靠。对企业申报信息,要通过实地调查、初评结果公示、接受举报投诉等方式进行核查。除自行申报的信息外,还应当与交易关联方信息、消费者反映、部门监管信息等进行比对。

三、加强信用信息的管理

(一)处理好信息公开和保密的关系。公开企业信用评价信息,必须按试点方案规定的范围和时限进行,不得超范围、超授权公开。公开涉及商业秘密和个人隐私的信息,必须取得权利人授权。

(二)严格执行有关信用信息的管理制度。进一步完善信用信息管理办法,建立健全会员企业信用信息档案。有关信用信息的采集、分类、使用、发布、联网与交换等制度,对企业失信行为的举报制度,对虚假信息的甄别制度和被惩戒者申诉及复核制度等信用信息的管理制度都要严格执行,要把信用信息的管理纳入法制化轨道,依法保障会员的合法权益。企业信用信息,特别是负面信息以及评价结果,要在评价周期的3年内持续公开,信用信息和评价结果至少保存5年。

(三)实行评价结果及相关信息备案制度。评价结束10个工作日内,将评价结果报全国整规办和国务院国资委备案。各商会协会的网站要与中国反商业欺诈网(www.antifraud.gov.cn)建立链接,要将自身网站和中国反商业欺诈网作为行业信用评价工作信息发布、资料收集、投诉举报、结果公示和宣传推广的平台,充分发挥网站在行业信用评价工作中的作用。(信息报送方式见附件二)

四、周密部署、精心组织

(一) 保证评价活动的公开、公平、公正。试点方案应该在行业内广泛征求意见，经会员大会（或会员代表大会、理事会）讨论通过后实行。评价活动应鼓励所有会员企业自愿参与。商会协会主要领导要亲自抓，要有专门的组织机构，要设立并公布投诉渠道，认真处理举报投诉。评价的初评结果和最终结果必须公示，接受会员和社会公众的咨询评议和监督。

需要聘请第三方中介机构帮助评价的，必须用招标或会员普遍认可的方式予以确定。

(二) 防止重复交叉评价。一个企业只能参加一个协会的评价。商会协会不能以任何方式干预企业选择协会的权利。

履行代管职责的协会，应当侧重在行业内部发挥组织协调作用，积极鼓励和支持专业性强、行业特点突出的协会开展评价工作。

(三) 控制信用评价收费标准，严格财务管理。为减轻企业负担，信用评价收费标准要严格控制，支出范围限于专家评审费、公示费、管理费和证牌工本费，不得以任何名义收取评价赞助费。聘请第三方中介机构、现场核查和公示以外的宣传支出应由商会协会自有资金支付，不足时可在企业自愿的前提下另行收取。要统一收费标准，收费金额不能与企业经营规模或其他指标相联系。要严格评价收费的财务管理，制定并公开费用管理办法；评价结果公布后，要向会员代表大会或理事会公布收支账目。

五、规范行业信用评价

为扩大行业信用评价的社会影响，行业信用评价实行“三统一”：

(一) 统一信用等级标准。企业信用等级统一划分为 AAA、AA、A、B、C 三等五级。各商会协会可根据行业特点和评定工作的需要，将 B、C 两等扩展为 BBB、BB、B、CCC、CC、C 六级，还可对每个信用级别用“+”、“-”进行微调，表示略高或略低于本等级。其中 AAA 级表示企业信用等级很好；AA 级表示企业信用等级好；A 级表示企业信用等级较好；B 级表示企业信用等级一般；C 级表示企业信用等级较差。

(二) 统一行业信用评价的名称、证书和标牌。评价工作统一定名为“企业信用等级评价”，对企业的评价结果统一称为“企业信用评价 级信用企业”，评价单位为各商会协会。信用等级的证书和标牌由全国整规办和国资委统一设计样式，统一编号（将另行发文通知），由各商会协会自行制作。

(三) 统一有效期限。评价结果有效期限统一定为三年。企业申请上一级信用等级的，不受有效期限限制。商会协会可在有效期内对企业每年进行一次复查。复查应采用简单有效方法，不给企业增加负担。复查合格者继续享有原信用等级，不合格者要相应下调，并在一定范围内公布。有效期满后企业须重新申请参加信用评价。

六、全面推进行业信用建设工作

在开展行业信用评价工作的同时，要认真贯彻《指导意见》，全面推进行业信用建设工作，不能以偏概全、抓一漏万。要在行业内大力宣传诚信兴商，制定有关信用的行规行约；推进行业信用制度建设，建立本行业上下游交易伙伴信用信息数据库，为会员提供防范信用风险的服务；帮助企业建立信用自律和信用风险防范制度，开展信用知识培训，提高企业信用水平。

全国整规办和国资委对商会协会行业信用评价工作进行跟踪调研和监督，并通过中国反商业欺诈网和投诉电话接受商会协会会员和社会公众的举报投诉。各商会协会要将上述投诉方式在试点方案中予以公布。

对于试点方案不按照专家论证会意见修改完善，工作过程违反有关文件及本通知精神，会员企业投诉多、意见大的商会协会，全国整规办和国资委将给予指导纠正，情节严重的取消试点资格，并在中国反商业欺诈网予以公示。

商会协会在信用评价中遇到的困难和问题，请及时向全国整规办和国务院国资委反映。

联系人：张洁 宋光兰

联系电话：010-85226840 010-63192640

传真：010-85226836 010-63192649

E-mail:zhangjie_zg@mofcom.gov.cn

附件：

- 一、首批行业信用评价试点商会（协会）名单
- 二、商会（协会）信息报送方式
- 三、全国整规办、国务院国资委举报投诉渠道

全国整顿和规范市场经济秩序
领导小组办公室

国务院国有资产监督管理委员会
行业协会联系办公室

二〇〇七年一月十五日

二〇〇七年一月十五日

附件 1

首批行业信用评价试点商会（协会）名单

- 1.中国电力企业联合会
- 2.中国烹饪协会
- 3.中国纺织品商业协会
- 4.中国石油和石油化工设备工业协会
- 5.中国机电装备维修与改造技术协会
- 6.中国饮料工业协会
- 7.中国机械工业企业管理协会
- 8.中国机电产品进出口商会
- 9.中国石油和化工勘察设计协会
- 10.中国物流与采购联合会
- 11.中国建材市场协会
- 12.中国农药工业协会
- 13.中国木材流通协会
- 14.中国食品工业协会
- 15.中国肉类协会
- 16.中国石油和化学工业协会
- 17.全国城市农贸中心联合会
- 18.中国五矿化工进出口商会
- 19.中国黄金协会
- 20.中国发酵工业协会
- 21.中国连锁经营协会
- 22.中国化学制药工业协会
- 23.中国酒类流通协会
- 24.中国对外贸易经济合作企业协会
- 25.中国旧货业协会设备租赁委员会
- 26.中国电力规划设计协会
- 27.中国煤炭工业协会
- 28.中国石油和化工自动化应用协会
- 29.中国纺织品进出口商会
- 30.中国有色金属工业协会
- 31.中国家用电器维修协会
- 32.中国建筑装饰装修材料协会
- 33.中国商业联合会
- 34.中国中小商业企业协会
- 35.中国建材机械工业协会
- 36.中国电子商务协会
- 37.中国建筑卫生陶瓷协会
- 38.中国对外承包工程商会
- 39.中国酿酒工业协会
- 40.中国乳制品工业协会
- 41.中国国际货运代理协会
- 42.中国企业联合会（中国企业家协会）
- 43.中国建筑装饰协会
- 44.中国医药商业协会

附件 2

商会（协会）信息报送方式

联系人：杨俊玲

联系电话：010-67800448

传真：010-67800122

E-mail: association@antifraud.gov.cn

附件 3

全国整规办、国务院国资委举报投诉渠道

一、电话投诉

全国整规办 010-85226840

国务院国资委协会办 010-63192640

二、邮件投诉

E-mail: zhangjie_zg@mofcom.gov.cn

中国木材流通协会木材企业信用评价管理办法

(试行)

2007年7月1日

第一章 总则

第一条 为建立木材企业信用制度，增强企业信用意识和风险防范意识，规范企业信用评价活动，保障受评企业的合法权益，促进经济社会的健康发展，根据有关法律法规，结合木材企业实际情况，制定本办法。

第二条 木材企业是指依法设立、从事木材、人造板、木门、木地板、薄木（木皮）等各种木制品生产、加工和流通活动的企业。

第三条 木材企业信用评价是指在全国整顿和规范市场经济秩序领导小组办公室（以下简称“全国整规办”）和国务院国有资产监督管理委员会（以下简称“国务院国资委”）的领导和授权下，在企业自愿申报的基础上，由中国木材流通协会组织专家，依据采集的企业各类信息和其他外部综合信息，按照有关规章、评估指标体系和标准，运用科学的评估方法，规范的评估程序，对木材企业经营状况和社会信用状况做出综合判断和评价，并以简单、直观的符号表示企业信用等级的活动。此活动还包括评价结果的公示和推广等活动。

第四条 木材企业信用评价工作遵循“自愿、公正、保密和非盈利”的原则。

第五条 申报企业的基本条件

- 1.中国木材流通协会会员。
- 2.在我国境内登记注册的非会员木材企业进行申报，须先进行入会资格审批，成为我会会员。

第二章 评价组织机构设立

第六条 木材企业信用评价工作由中国木材流通协会木材企业信用工作委员会（以下简称信工委）负责。其职能如下：

- 1.负责木材行业信用评价体系、评价指标、各项信用管理制度、监督机制以及工作方案的审定与建立。
- 2.组织有关人员和机构对企业进行信用等级评价，负责对申报企业信用等级进行终审；向评级单位发放证书和标牌。
- 3.向全国整规办和国务院国资委上报评价结果及向社会进行公示。
- 4.负责与政府、第三方信用评估机构、上下游行业、国外协会等有关部门的联络和协调。
- 5.负责对优秀信用企业的宣传，为信用企业争取优惠政策。
- 6.负责企业信用监控、投诉、仲裁、通报等工作。

第七条 信工委聘请信用、金融、经济、财务、管理等方面的专业人才组成信用评价专家组。其职能如下：

- 1.对企业信息进行审核、以第三方信用评估机构的评价报告为基础，出具企业信用等级评估初级报告；
- 2.负责举报信息的处理、行业企业基本情况统计、调查工作；
- 3.建立企业信用档案库、信息查询系统；
- 4.为企业建立信用管理制度提供咨询、培训等服务。

第八条 为了加大企业信用评价工作力度，提高行业凝聚力，中国木材流通协会要加强与各地方木材行业协会的合作，在上海、广东、邳州、绥芬河等地区木材行业协会中设立企业信用工作站，授权其开展木材企业信用评价的报名、推荐和投诉受理等工作。

第三章 评价内容和等级

第九条 木材企业信用评价根据客观性、公正性、独立性、科学性的原则设定指标体系，采用宏观

与微观、动态与静态、定量与定性、历史与未来相结合的科学分析方法评定企业信用等级。

第十条 信用评价专家组对企业进行信用评价主要考察以下方面内容：基础信用能力评价、企业经营状况评价、企业经济偿付能力评价、企业管理能力评价、商业信用记录评价和社会责任评价六个方面。分别从企业的合法性、外部环境、内部管理、财务状况、信用风险管理等多个方面对企业进行评价。

第十一条 企业信用等级分为三等五级，即：AAA、AA、A、B、C。AAA级表示企业信用等级很好；AA级表示企业信用等级好；A级表示企业信用等级较好；B级表示企业信用等级一般；C级表示企业信用等级较差。

信用评价的等级划分

等级 计分标准 含义

下限（含） 上限 经济状况

AAA 80 100 具有非常强的经济偿付能力，信用状况很好，信用管理体系科学、规范，具有很好的社会责任感，履行相关合同的能力和意愿强，违约风险极小。

AA 70 80 具有很强的经济偿付能力，信用状况好，建立了基本的企业信用管理体系，具有较好的社会责任感。但与AAA企业相比较容易受到经济环境的影响，违约风险小。

A 60 70 具有良好的经济偿付能力，建立了初步的信用管理体系，信用状况良好，具有一定的社会责任感。但与AA等级相比，更容易受到经济环境影响，违约风险较小。

B 50 60 具有基本的经济偿付能力，信用状况一般，在行业监管政策或者经济环境发生变化时，经营状况波动较大，对企业履行相关合同的能力有很大影响，存在较大的违约风险。

C 40 50 企业经济偿付能力低，信用状况差，履行相关合同的能力和意愿低，存在很大的违约风险。

第四章 评价方式和评价程序

第十二条 评价方式分委托评价和主动评价。企业可以根据实际情况随时向信工委提出企业信用评价申请。协会可接受企业的委托，对其开展信用评价；也可主动对企业进行信用评价。

第十三条 对首次参加协会信用等级评价的企业，按照“申请推荐→提交材料→初审受理→征信评价→公示→终审→结果反馈与备案→发证推介→跟踪复查”的程序进行。其具体程序如下：

（一）申请推荐

企业可从中国木材流通协会木材企业信用工作委员会网站（xinyong.cnwood.org）上“工作指南”栏目下载《参评企业回执》，填写后可以通过以下机构进行报名：

1. 木地板企业需将回执反馈给中国木材流通协会木地板流通专业委员会并由该专业委员会在回执相关栏目中签署推荐意见后，统一报送给中国木材流通协会信工委。

2. 上海、广东、绥芬河、邳州地区的木材及木制品生产、流通企业可直接向当地木材行业协会报名，并由地方协会在回执相关栏目中签署推荐意见后，统一报送给信工委。（回执原件，同其它证明及材料一并报送给信工委。）

3. 在没有设立企业信用工作站的地区，木材企业可直接将回执报送给信工委。

信工委收到企业报名回执后，根据回执上填写的电子邮件信箱地址，通过电子邮件方式，将网上信息申报系统的用户名和密码发给参评企业。

（二）提交材料

企业收到用户名和密码后，可登陆信工委网站 xinyong.cnwood.org 上“在线申报”，根据系统的提示项，填报各个报表。网上填报后，下载打印一份，与其它证明及材料一并以快递方式报送信工委。需要提交的其它证明及材料目录可从信工委网站“工作指南”栏目中下载。

（三）初审受理

信用评价专家组接收申请企业报送的评级相关资料后对企业进行初审。对符合以下条件的企业予以受理：

- 1.在中国境内注册登记并满三个会计年度；
- 2.近三年均有主营业务收入；
- 3.企业处于持续经营状态，非即将关、停的企业；
- 4.在近三年的经营活动中没有重大违法记录、行政管理机构通报记录和重大投诉记录。

初审合格后，信工委向企业发出受理通知。企业收到受理通知后，需将评审费用汇入中国木材流通协会银行帐户。

（四）征信评价

评价专家组对申请企业报送的评价资料进行调查与审核。主要核实资料的真实性、准确性，资料不完善的，要求企业补充。材料齐备后，通过系统对各类数据资料进行综合处理和分析，按照评级标准进行评级，形成信用等级评价报告和初评结果。

（五）公示

- 1.通过协会网站对初评企业评价结果进行公示，征求社会公众意见、接受监督。
- 2.对有举报的企业，评价专家组核实举报信息，重新评定。

（六）终审评价

信工委召开复审会议，形成终审评价报告。若信工委认为评价报告依据充分、合理，资料详实、等级准确，即可对企业信用等级进行表决。半数以上信工委成员表决通过时，可最终确定企业信用等级。对未通过的评价结果，专家组在规定的时间内，按照信工委和列席人员提出的问题及建议，进一步补充资料、修改评价分析报告；修改完成后，重新按照相关规定进行级别评审。

（七）结果反馈与备案

向企业反馈终审评价结果，出具信用评价报告。同时向全国整规办、国资委上报评价结果与备案存档。

（八）评价结果公示与证书发放

- 1.通过协会网站向社会公示评价结果。公示内容包括：企业的基本信息、信用级别、行业类型、主要产品等。
- 2.由中国木材流通协会按照全国整规办和国资委统一设计样式制作信用等级的证书和奖牌，统一编号，并对企业发放。

（九）跟踪复评

企业信用等级有效期为3年，自发证之日起生效。有效期内每年要进行年度复查，每次年度复查需提前1个月向信工委提交相关资料。合格者继续享有原信用等级；轻度不合格者要相应下调信用等级，并颁发下调等级后的证书和奖牌；严重不合格者则取消原信用等级。年度复查后，信工委向参评企业出具年度复查报告。有效期满后要继续参加信用等级评价企业，需重新申报。

第五章 评价收费及使用

第十四条 开展企业信用评价工作原则之一是不以盈利为目的。不收取评价赞助费；收费金额不与企业经营规模或其他指标相联系。

第十五条 为保证信用评价工作的公正性，并保持该项工作的长效机制，按1万元的标准收取评审、宣传费；对复评企业每次按2000元的标准收取复评费。

第十六条 费用支付范围为：信用评价工作中发生的评审费、信息采集费、证书铜牌制作费、公示宣传费、办公费和管理费等开支。

第十七条 信工委每年要向常务理事会公布一次信用评价工作收支情况。

第六章 信息披露

第十八条 中国木材流通协会木材企业信用工作委员会网站开设工作动态、政策法规、信用公示、在线申报、工作指南、咨询投诉、知识论坛等栏目。将有关木材企业信用评价工作的相关信息、工作程序、评价结果等信息予以公示，接受社会监督和查询。

第十九条 中国木材流通协会及所委托的第三方信用评估机构按照与企业约定内容，对企业信用评

价结果和相关的企业基本信息进行披露；对约定以外企业提供的申报信息予以严格保密，不得泄露，不得擅自更改；对因在披露、使用和管理企业信用信息中出现差错或者失误，给企业造成重大影响或者损害的，承担相应责任。

第二十条 信用评价结果披露由中国木材流通协会信工委分次集中向社会公示和公告。

第七章 监督管理

第二十一条 被评价企业如有弄虚作假骗取信用等级或严重失信行为的，信工委有权取消该企业已评定的信用等级，在相关新闻媒体上予以公布，并将其不良作为记录在木材企业信用档案中。

第二十二条 参评企业在取得信用等级的有效期内，如发生因严重违法活动而被追究刑事责任等严重的失信事件，信工委则取消该企业的原有的信用等级资格，记入企业信用档案，并将在相关媒体上进行公示。

第二十三条 中国木材流通协会信工委作为木材企业信用评价工作的组织和管理部门，不对企业评级后的经营行为负责。对木材企业信用评价报告的解释则由与协会合作的第三方信用评估机构负责。

第八章 附则

第二十四条 本办法由中国木材流通协会信工委负责解释，自公布之日起试行。

中华人民共和国政府采购法

2002年6月29日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过

第一章 总则

第二章 政府采购当事人

第三章 政府采购方式

第四章 政府采购程序

第五章 政府采购合同

第六章 质疑与投诉

第七章 监督检查

第八章 法律责任

第九章 附则

第一章 总则

第一条 为了规范政府采购行为，提高政府采购资金的使用效益，维护国家利益和社会公共利益，保护政府采购当事人的合法权益，促进廉政建设，制定本法。

第二条 在中华人民共和国境内进行的政府采购适用本法。

本法所称政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。

政府集中采购目录和采购限额标准依照本法规定的权限制定。

本法所称采购，是指以合同方式有偿取得货物、工程和服务的行为，包括购买、租赁、委托、雇用等。

本法所称货物，是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等。

本法所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮等。

本法所称服务，是指除货物和工程以外的其他政府采购对象。

第三条 政府采购应当遵循公开透明原则、公平竞争原则、公正原则和诚实信用原则。

第四条 政府采购工程进行招标投标的，适用招标投标法。

第五条 任何单位和个人不得采用任何方式，阻挠和限制供应商自由进入本地区和本行业的政府采购市场。

第六条 政府采购应当严格按照批准的预算执行。

第七条 政府采购实行集中采购和分散采购相结合。集中采购的范围由省级以上人民政府公布的集中采购目录确定。

属于中央预算的政府采购项目，其集中采购目录由国务院确定并公布；属于地方预算的政府采购项目，其集中采购目录由省、自治区、直辖市人民政府或者其授权的机构确定并公布。

纳入集中采购目录的政府采购项目，应当实行集中采购。

第八条 政府采购限额标准，属于中央预算的政府采购项目，由国务院确定并公布；属于地方预算的政府采购项目，由省、自治区、直辖市人民政府或者其授权的机构确定并公布。

第九条 政府采购应当有助于实现国家的经济和社会发展政策目标，包括保护环境，扶持不发达地区和少数民族地区，促进中小企业发展等。

第十条 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有下列情形之一的除外：

(一)需要采购的货物、工程或者服务在中国境内无法获取或者无法以合理的商业条件获取的；

(二)为在中国境外使用而进行采购的；

(三)其他法律、行政法规另有规定的。

前款所称本国货物、工程和服务的界定，依照国务院有关规定执行。

第十一条 政府采购的信息应当在政府采购监督管理部门指定的媒体上及时向社会公开发布，但涉及商业秘密的除外。

第十二条 在政府采购活动中，采购人员及相关人员与供应商有利害关系的，必须回避。供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以申请其回避。

前款所称相关人员，包括招标采购中评标委员会的组成人员，竞争性谈判采购中谈判小组的组成人员，询价采购中询价小组的组成人员等。

第十三条 各级人民政府财政部门是负责政府采购监督管理的部门，依法履行对政府采购活动的监督管理职责。

各级人民政府其他有关部门依法履行与政府采购活动有关的监督管理职责。

第二章 政府采购当事人

第十四条 政府采购当事人是指在政府采购活动中享有权利和承担义务的各类主体，包括采购人、供应商和采购代理机构等。

第十五条 采购人是指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。

第十六条 集中采购机构为采购代理机构。设区的市、自治州以上人民政府根据本级政府采购项目组织集中采购的需要设立集中采购机构。

集中采购机构是非营利事业法人，根据采购人的委托办理采购事宜。

第十七条 集中采购机构进行政府采购活动，应当符合采购价格低于市场平均价格、采购效率更高、采购质量优良和服务良好的要求。

第十八条 采购人采购纳入集中采购目录的政府采购项目，必须委托集中采购机构代理采购；采购未纳入集中采购目录的政府采购项目，可以自行采购，也可以委托集中采购机构在委托的范围内代理采购。

纳入集中采购目录属于通用的政府采购项目的，应当委托集中采购机构代理采购；属于本部门、本系统有特殊要求的项目，应当实行部门集中采购；属于本单位有特殊要求的项目，经省级以上人民政府批准，可以自行采购。

第十九条 采购人可以委托经国务院有关部门或者省级人民政府有关部门认定资格的采购代理机构，在委托的范围内办理政府采购事宜。

采购人有权自行选择采购代理机构，任何单位和个人不得以任何方式为采购人指定采购代理机构。

第二十条 采购人依法委托采购代理机构办理采购事宜的，应当由采购人与采购代理机构签订委托代理协议，依法确定委托代理的事项，约定双方的权利义务。

第二十一条 供应商是指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。

第二十二条 供应商参加政府采购活动应当具备下列条件：

(一)具有独立承担民事责任的能力；

(二)具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

(三)具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

(四)有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

(五)参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；

(六)法律、行政法规规定的其他条件。

采购人可以根据采购项目的特殊要求,规定供应商的特定条件,但不得以不合理的条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇。

第二十三条 采购人可以要求参加政府采购的供应商提供有关资质证明文件和业绩情况,并根据本法规定的供应商条件和采购项目对供应商的特定要求,对供应商的资格进行审查。

第二十四条 两个以上的自然人、法人或者其他组织可以组成一个联合体,以一个供应商的身份共同参加政府采购。

以联合体形式进行政府采购的,参加联合体的供应商均应当具备本法第二十二条规定的条件,并应当向采购人提交联合协议,载明联合体各方承担的工作和义务。联合体各方应当共同与采购人签订采购合同,就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

第二十五条 政府采购当事人不得相互串通损害国家利益、社会公共利益和其他当事人的合法权益;不得以任何手段排斥其他供应商参与竞争。

供应商不得以向采购人、采购代理机构、评标委员会的组成人员、竞争性谈判小组的组成人员、询价小组的组成人员行贿或者采取其他不正当手段谋取中标或者成交。

采购代理机构不得以向采购人行贿或者采取其他不正当手段谋取非法利益。

第三章 政府采购方式

第二十六条 政府采购采用以下方式:

- (一)公开招标;
- (二)邀请招标;
- (三)竞争性谈判;
- (四)单一来源采购;
- (五)询价;
- (六)国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。

公开招标应作为政府采购的主要采购方式。

第二十七条 采购人采购货物或者服务应当采用公开招标方式的,其具体数额标准,属于中央预算的政府采购项目,由国务院规定;属于地方预算的政府采购项目,由省、自治区、直辖市人民政府规定;因特殊情况需要采用公开招标以外的采购方式的,应当在采购活动开始前获得设区的市、自治州以上人民政府采购监督管理部门的批准。

第二十八条 采购人不得将应当以公开招标方式采购的货物或者服务化整为零或者以其他任何方式规避公开招标采购。

第二十九条 符合下列情形之一的货物或者服务,可以依照本法采用邀请招标方式采购:

- (一)具有特殊性,只能从有限范围的供应商处采购的;
- (二)采用公开招标方式的费用占政府采购项目总价值的比例过大的。

第三十条 符合下列情形之一的货物或者服务,可以依照本法采用竞争性谈判方式采购:

- (一)招标后没有供应商投标或者没有合格标的或者重新招标未能成立的;
- (二)技术复杂或者性质特殊,不能确定详细规格或者具体要求的;
- (三)采用招标所需时间不能满足用户紧急需要的;
- (四)不能事先计算出价格总额的。

第三十一条 符合下列情形之一的货物或者服务,可以依照本法采用单一来源方式采购:

- (一)只能从唯一供应商处采购的;
- (二)发生了不可预见的紧急情况不能从其他供应商处采购的;
- (三)必须保证原有采购项目一致性或者服务配套的要求,需要继续从原供应商处添购,且添购资金总额不超过原合同采购金额百分之十的。

第三十二条 采购的货物规格、标准统一、现货货源充足且价格变化幅度小的政府采购项目,可以

依照本法采用询价方式采购。

第四章 政府采购程序

第三十三条 负有编制部门预算职责的部门在编制下一财政年度部门预算时,应当将该财政年度政府采购的项目及资金预算列出,报本级财政部门汇总。部门预算的审批,按预算管理权限和程序进行。

第三十四条 货物或者服务项目采取邀请招标方式采购的,采购人应当从符合相应资格条件的供应商中,通过随机方式选择三家以上的供应商,并向其发出投标邀请书。

第三十五条 货物和服务项目实行招标方式采购的,自招标文件开始发出之日起至投标人提交投标文件截止之日止,不得少于二十日。

第三十六条 在招标采购中,出现下列情形之一的,应予废标:

- (一)符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的;
- (二)出现影响采购公正的违法、违规行为的;
- (三)投标人的报价均超过了采购预算,采购人不能支付的;
- (四)因重大变故,采购任务取消的。

废标后,采购人应当将废标理由通知所有投标人。

第三十七条 废标后,除采购任务取消情形外,应当重新组织招标;需要采取其他方式采购的,应当在采购活动开始前获得设区的市、自治州以上人民政府采购监督管理部门或者政府有关部门批准。

第三十八条 采用竞争性谈判方式采购的,应当遵循下列程序:

- (一)成立谈判小组。谈判小组由采购人的代表和有关专家共三人以上的单数组成,其中专家的人数不得少于成员总数的三分之二。
- (二)制定谈判文件。谈判文件应当明确谈判程序、谈判内容、合同草案的条款以及评定成交的标准等事项。
- (三)确定邀请参加谈判的供应商名单。谈判小组从符合相应资格条件的供应商名单中确定不少于三家的供应商参加谈判,并向其提供谈判文件。
- (四)谈判。谈判小组所有成员集中与单一供应商分别进行谈判。在谈判中,谈判的任何一方不得透露与谈判有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。谈判文件有实质性变动的,谈判小组应当以书面形式通知所有参加谈判的供应商。
- (五)确定成交供应商。谈判结束后,谈判小组应当要求所有参加谈判的供应商在规定时间内进行最后报价,采购人从谈判小组提出的成交候选人中根据符合采购需求、质量和价格相等且报价最低的原则确定成交供应商,并将结果通知所有参加谈判的未成交的供应商。

第三十九条 采取单一来源方式采购的,采购人与供应商应当遵循本法规定的原则,在保证采购项目质量和双方商定合理价格的基础上进行采购。

第四十条 采取询价方式采购的,应当遵循下列程序:

- (一)成立询价小组。询价小组由采购人的代表和有关专家共三人以上的单数组成,其中专家的人数不得少于成员总数的三分之二。询价小组应当对采购项目的价格构成和评定成交的标准等事项作出规定。
- (二)确定被询价的供应商名单。询价小组根据采购需求,从符合相应资格条件的供应商名单中确定不少于三家的供应商,并向其发出询价通知书让其报价。
- (三)询价。询价小组要求被询价的供应商一次报出不得更改的价格。
- (四)确定成交供应商。采购人根据符合采购需求、质量和价格相等且报价最低的原则确定成交供应商,并将结果通知所有被询价的未成交的供应商。

第四十一条 采购人或者其委托的采购代理机构应当组织对供应商履约的验收。大型或者复杂的政府采购项目，应当邀请国家认可的质量检测机构参加验收工作。验收方成员应当在验收书上签字，并承担相应的法律责任。

第四十二条 采购人、采购代理机构对政府采购项目每项采购活动的采购文件应当妥善保存，不得伪造、变造、隐匿或者销毁。采购文件的保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。

采购文件包括采购活动记录、采购预算、招标文件、投标文件、评标标准、评估报告、定标文件、合同文本、验收证明、质疑答复、投诉处理决定及其他有关文件、资料。

采购活动记录至少应当包括下列内容：

- (一)采购项目类别、名称；
- (二)采购项目预算、资金构成和合同价格；
- (三)采购方式，采用公开招标以外的采购方式的，应当载明原因；
- (四)邀请和选择供应商的条件及原因；
- (五)评标标准及确定中标人的原因；
- (六)废标的原因；
- (七)采用招标以外采购方式的相应记载。

第五章 政府采购合同

第四十三条 政府采购合同适用合同法。采购人和供应商之间的权利和义务，应当按照平等、自愿的原则以合同方式约定。

采购人可以委托采购代理机构代表其与供应商签订政府采购合同。由采购代理机构以采购人名义签订合同的，应当提交采购人的授权委托书，作为合同附件。

第四十四条 政府采购合同应当采用书面形式。

第四十五条 国务院政府采购监督管理部门应当会同国务院有关部门，规定政府采购合同必须具备的条款。

第四十六条 采购人与中标、成交供应商应当在中标、成交通知书发出之日起三十日内，按照采购文件确定的事项签订政府采购合同。

中标、成交通知书对采购人和中标、成交供应商均具有法律效力。中标、成交通知书发出后，采购人改变中标、成交结果的，或者中标、成交供应商放弃中标、成交项目的，应当依法承担法律责任。

第四十七条 政府采购项目的采购合同自签订之日起七个工作日内，采购人应当将合同副本报同级政府采购监督管理部门和有关部门备案。

第四十八条 经采购人同意，中标、成交供应商可以依法采取分包方式履行合同。

政府采购合同分包履行的，中标、成交供应商就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

第四十九条 政府采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物、工程或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与供应商协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十。

第五十条 政府采购合同的双方当事人不得擅自变更、中止或者终止合同。

政府采购合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当变更、中止或者终止合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方都有过错的，各自承担相应的责任。

第六章 质疑与投诉

第五十一条 供应商对政府采购活动事项有疑问的，可以向采购人提出询问，采购人应当及时作

出答复,但答复的内容不得涉及商业秘密。

第五十二条 供应商认为采购文件、采购过程和中标、成交结果使自己的权益受到损害的,可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内,以书面形式向采购人提出质疑。

第五十三条 采购人应当在收到供应商的书面质疑后七个工作日内作出答复,并以书面形式通知质疑供应商和其他有关供应商,但答复的内容不得涉及商业秘密。

第五十四条 采购人委托采购代理机构采购的,供应商可以向采购代理机构提出询问或者质疑,采购代理机构应当依照本法第五十一条、第五十三条的规定就采购人委托授权范围内的事项作出答复。

第五十五条 质疑供应商对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的,可以在答复期满后十五个工作日内向同级政府采购监督管理部门投诉。

第五十六条 政府采购监督管理部门应当在收到投诉后三十个工作日内,对投诉事项作出处理决定,并以书面形式通知投诉人和与投诉事项有关的当事人。

第五十七条 政府采购监督管理部门在处理投诉事项期间,可以视具体情况书面通知采购人暂停采购活动,但暂停时间最长不得超过三十日。

第五十八条 投诉人对政府采购监督管理部门的投诉处理决定不服或者政府采购监督管理部门逾期未作处理的,可以依法申请行政复议或者向人民法院提起行政诉讼。

第七章 监督检查

第五十九条 政府采购监督管理部门应当加强对政府采购活动及集中采购机构的监督检查。

监督检查的主要内容是:

- (一)有关政府采购的法律、行政法规和规章的执行情况;
- (二)采购范围、采购方式和采购程序的执行情况;
- (三)政府采购人员的职业素质和专业技能。

第六十条 政府采购监督管理部门不得设置集中采购机构,不得参与政府采购项目的采购活动。

采购代理机构与行政机关不得存在隶属关系或者其他利益关系。

第六十一条 集中采购机构应当建立健全内部监督管理制度。采购活动的决策和执行程序应当明确,并相互监督、相互制约。经办采购的人员与负责采购合同审核、验收人员的职责权限应当明确,并相互分离。

第六十二条 集中采购机构的采购人员应当具有相关职业素质和专业技能,符合政府采购监督管理部门规定的专业岗位任职要求。

集中采购机构对其工作人员应当加强教育和培训;对采购人员的专业水平、工作实绩和职业道德状况定期进行考核。采购人员经考核不合格的,不得继续任职。

第六十三条 政府采购项目的采购标准应当公开。

采用本法规定的采购方式的,采购人在采购活动结束后,应当将采购结果予以公布。

第六十四条 采购人必须按照本法规定的采购方式和采购程序进行采购。

任何单位和个人不得违反本法规定,要求采购人或者采购工作人员向其指定的供应商进行采购。

第六十五条 政府采购监督管理部门应当对政府采购项目的采购活动进行检查,政府采购当事人应当如实反映情况,提供有关材料。

第六十六条 政府采购监督管理部门应当对集中采购机构的采购价格、节约资金效果、服务质量、信誉状况、有无违法行为等事项进行考核,并定期如实公布考核结果。

第六十七条 依照法律、行政法规的规定对政府采购负有行政监督职责的政府有关部门,应当按照其职责分工,加强对政府采购活动的监督。

第六十八条 审计机关应当对政府采购进行审计监督。政府采购监督管理部门、政府采购各当事人有关政府采购活动,应当接受审计机关的审计监督。

第六十九条 监察机关应当加强对参与政府采购活动的国家机关、国家公务员和国家行政机关任命的人员实施监察。

第七十条 任何单位和个人对政府采购活动中的违法行为,有权控告和检举,有关部门、机关应当依照各自职责及时处理。

第八章 法律责任

第七十一条 采购人、采购代理机构有下列情形之一的,责令限期改正,给予警告,可以并处罚款,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员,由其行政主管部门或者有关机关给予处分,并予通报:

- (一)应当采用公开招标方式而擅自采用其他方式采购的;
- (二)擅自提高采购标准的;
- (三)委托不具备政府采购业务代理资格的机构办理采购事务的;
- (四)以不合理的条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇的;
- (五)在招标采购过程中与投标人进行协商谈判的;
- (六)中标、成交通知书发出后不与中标、成交供应商签订采购合同的;
- (七)拒绝有关部门依法实施监督检查的。

第七十二条 采购人、采购代理机构及其工作人员有下列情形之一的,构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不构成犯罪的,处以罚款,有违法所得的,并处没收违法所得,属于国家机关工作人员的,依法给予行政处分:

- (一)与供应商或者采购代理机构恶意串通的;
- (二)在采购过程中接受贿赂或者获取其他不正当利益的;
- (三)在有关部门依法实施的监督检查中提供虚假情况的;
- (四)开标前泄露标底的。

第七十三条 有前两条违法行为之一影响中标、成交结果或者可能影响中标、成交结果的,按下列情况分别处理:

- (一)未确定中标、成交供应商的,终止采购活动;
- (二)中标、成交供应商已经确定但采购合同尚未履行的,撤销合同,从合格的中标、成交候选人中另行确定中标、成交供应商;
- (三)采购合同已经履行的,给采购人、供应商造成损失的,由责任人承担赔偿责任。

第七十四条 采购人对应当实行集中采购的政府采购项目,不委托集中采购机构实行集中采购的,由政府采购监督管理部门责令改正;拒不改正的,停止按预算向其支付资金,由其上级行政主管部门或者有关机关依法给予其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处分。

第七十五条 采购人未依法公布政府采购项目的采购标准和采购结果的,责令改正,对直接负责的主管人员依法给予处分。

第七十六条 采购人、采购代理机构违反本法规定隐匿、销毁应当保存的采购文件或者伪造、变造采购文件的,由政府采购监督管理部门处以二万元以上十万元以下的罚款,对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第七十七条 供应商有下列情形之一的,处以采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款,列入不良行为记录名单,在一至三年内禁止参加政府采购活动,有违法所得的,并处没收违法所得,情节严重的,由工商行政管理机关吊销营业执照;构成犯罪的,依法追究刑事责任:

- (一)提供虚假材料谋取中标、成交的；
- (二)采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的；
- (三)与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的；
- (四)向采购人、采购代理机构行贿或者提供其他不正当利益的；
- (五)在招标采购过程中与采购人进行协商谈判的；
- (六)拒绝有关部门监督检查或者提供虚假情况的。

供应商有前款第(一)至(五)项情形之一的,中标、成交无效。

第七十八条 采购代理机构在代理政府采购业务中有违法行为的,按照有关法律规定处以罚款,可以依法取消其进行相关业务的资格,构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第七十九条 政府采购当事人有本法第七十一条、第七十二条、第七十七条违法行为之一,给他人造成损失的,并应依照有关民事法律规定承担民事责任。

第八十条 政府采购监督管理部门的工作人员在实施监督检查中违反本法规定滥用职权,玩忽职守,徇私舞弊的,依法给予行政处分;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第八十一条 政府采购监督管理部门对供应商的投诉逾期未作处理的,给予直接负责的主管人员和其他直接责任人员行政处分。

第八十二条 政府采购监督管理部门对集中采购机构业绩的考核,有虚假陈述,隐瞒真实情况的,或者不作定期考核和公布考核结果的,应当及时纠正,由其上级机关或者监察机关对其负责人进行通报,并对直接负责的人员依法给予行政处分。

集中采购机构在政府采购监督管理部门考核中,虚报业绩,隐瞒真实情况的,处以二万元以上二十万元以下的罚款,并予以通报;情节严重的,取消其代理采购的资格。

第八十三条 任何单位或者个人阻挠和限制供应商进入本地区或者本行业政府采购市场的,责令限期改正;拒不改正的,由该单位、个人的上级行政主管部门或者有关机关给予单位责任人或者个人处分。

第九章 附 则

第八十四条 使用国际组织和外国政府贷款进行的政府采购,贷款方、资金提供方与中方达成的协议对采购的具体条件另有规定的,可以适用其规定,但不得损害国家利益和社会公共利益。

第八十五条 对因严重自然灾害和其他不可抗力事件所实施的紧急采购和涉及国家安全和秘密的采购,不适用本法。

第八十六条 军事采购法规由中央军事委员会另行制定。

第八十七条 本法实施的具体步骤和办法由国务院规定。

第八十八条 本法自2003年1月1日起施行。

付属資料 7

ソヘトは本人に付
關係の一部分のみ
掲載

财 政 部 文 件 环 保 总 局

财库 [2006] 90 号

党中央有关部委, 国务院各部委、各直属机构, 全国人大常委会办公厅, 全国政协办公厅, 高法院, 高检院, 有关人民团体, 各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅(局)、环保局(厅), 新疆生产建设兵团财务局:

为贯彻落实《国务院关于加快发展循环经济的若干意见》(国发[2005]22号), 积极推进环境友好型社会建设, 发挥政府采购的环境保护政策功能, 根据《中华人民共和国政府采购法》和《中华人民共和国环境保护法》, 现就推行环境标志产品政府采购提出如下意见。

一、采购环境标志产品对于树立政府环保形象, 提高全社会的环保意识, 推动企业环保技术进步, 保护环境和人体健康, 节约能源, 促进资源循环利用, 实现经济社会可持续发展, 具有十分重要的意义。各地区、各部门要高度重视, 加强组织管理和监督, 确保环境标志产品政府采购工作落到实处。

二、各级国家机关、事业单位和团体组织(以下统称采购人)用财政性资金进行采购的, 要优先采购环境标志产品, 不得采购危害环境及人体健康的产品。

三、财政部、国家环境保护总局综合考虑政府采购改革进展和环境标志产品技术及市场成熟等情况, 从国家认可的环境标志产品认证机构认证的环境标志产品中, 以“环境标志产品政府采购清单”(以下简称清单)的形式, 按类别确定优先采购的范围。

财政部、国家环境保护总局将适时调整清单, 并以文件形式公布。

四、中国政府采购网(<http://www.ccgp.gov.cn/>)、国家环境保护总局网(<http://www.sepa.gov.cn/>)、中国绿色采购网(<http://www.cgpn.cn/>)为清单的公告媒体。为确保上述信息的准确性, 未经财政部、国家环境保护总局允许, 不得转载。

五、清单中的产品有效时间以中国环境标志产品认证证书有效截止日期为准, 超过认证证书有效截止日期的自动失效。

六、采购人采购的产品属于清单中品目的, 在性能、技术、服务等指标同等条件下, 应当优先采购清单中的产品。

七、在政府采购活动中, 采购人或其委托的采购代理机构应当在政府采购招标文件(含谈判文件、询价文件)中载明对产品(含建材)的环保要求、合格供应商和产品的条件, 以及优先采购的评审标准。

八、采购人或其委托的采购代理机构未按上述要求采购的, 有关部门要按照相关法律、法规和规章予以处理, 财政部门视情况可以拒付采购资金。

九、本意见采取积极稳妥、分步实施的办法, 逐步扩大到全国范围。2007年1月1日起在中央和省级(含计划单列市)预算单位实行, 2008年1月1日起全面实行。

附: 环境标志产品政府采购清单

中华人民共和国财政部
国家环境保护总局
2006年10月24日

附 . (注: 本付表は長大のため、本調査報告では下記の木質ボード、木製床板の2品種の例示にとどめる)

环境标志产品政府采购清单

五、人造木质板材: 执行标准 HBC17-2003

序号	企业名称	注册商标	产品名称、规格型号	中国环境标志 认证证书编号	认证证书 有效截止 日期
1	柯诺(北京) 木业有限公司	SINHUA	中、高密度纤维板 (厚度: 3~25mm)	CEC-EL-010-006	2008-1-20
2	浙江升华云 峰新材料股 份有限公司	莫干山	微薄木装饰贴面板 (厚度: 2.7mm)	CEC-EL-010-010	2007-6-21
		升华	细木工板 (厚度: 12~18mm)		
		森泉	木质工艺门(杉木条) (厚度: 40mm)		
3	福建福人木 业有限公司	福人	中密度纤维板 (厚度: 3~25mm)	CEC-EL-010-013	2008-1-30
4	广西三威林 产工业有限 公司	三威	刨花板 (厚度: 9~30mm)	CEC-EL-010-014	2008-1-17
			中密度纤维板		

			(厚度: 2.5~30mm)		
5	德华兔宝宝装饰新材股份有限公司	兔宝宝	贴面板	CEC-EL-010-026	2008-10-30
		德翔	(厚度: 2.3~18mm)		
		花冠	胶合板		
		双跃	(厚度: 2.3~18mm)		
		飞翔	细木工板		
			(厚度: 15~18mm)		
6	吉林森林工业股份有限公司露水河刨花板分公司	露水河	刨花板、均质刨花板、浸渍纸饰面刨花板(厚度: 3~38mm)	CEC-EL-010-027	2008-10-10
7	乐山吉象人造林制品有限公司	吉象	中密度纤维板(厚度: 2.5~25mm)	CEC-EL-010-094	2009-3-21
		qTp			
		PTP			
8	圣象集团有限公司	圣象	中高密度板 HDF(厚度: 8mm) 中高密度板 MDF(厚度: 2.5~25mm)	CEC-EL-010-125	2009-9-8
9	东营正和木业有限公司	正和林美	中密度纤维板(厚度: 2.7、4.0mm)	CEC-EL-010-256	2009-1-8

六、木地板：执行标准 HBC17-2003

序号	企业名称	注册商标	产品名称、规格型号	中国环境标志认证证书编号	认证证书有效截止日期
1	乐山吉象地板制品有限公司	吉象	厚度: 8~12mm	CEC-EL-010-001(Q)	2009-3-21
		qTp			
		PTP			
2	天津福亚实业有限公司	福满地	实木复合地板(厚度: 5.8-15mm)	CEC-EL-010-001(S)	2009-8-10
3	四川升达林产有限公司	升达	浸渍纸层压木质地板(厚度: 8-13.3mm)	CEC-EL-010-002	2009-8-10
4	江苏克诺双凤地板有限公司	双凤	强化木地板(厚度: 8.2mm)	CEC-EL-010-012	2007-10-19
5	尚大木业(佛山)有限公司	格力士	格力士多层实木地板(厚度: 12mm)	CEC-EL-010-019	2008-5-16

6	菲林格尔木业(上海)有限公司	菲林格尔	浸渍纸层压木质地板 (厚度: 7.3~ 13.8mm) 多层实木地板 (厚度: 12、15mm)	CEC-EL-010-033	2008-2-29
		尊龙			
		天域			
		法乐			
		亿山			
		HANS			
		ISA			
		斯比德 SPPED			
		汉象			
		vohringer			
7	圣象集团有限公司	圣象	强化木地板 (厚度: 8、8.6、 11mm) 实木复合地板 (厚度: 8.6、15mm)	CEC-EL-010-125	2009-9-8
8	新生活家木业制品(中山)有限公司	生活家	实木多层地板 (厚度: 12、15mm)	CEC-EL-010-160	2007-8-24
9	柯诺(北京)地板有限公司	克诺森华	强化木地板 (厚度: 8、12mm)	CEC-EL-010-222	2008-1-20
		Kronosenhua			
		欧家			
		莱茵阳光 RHINESHINE			
10	北京宏耐嘉业建材有限公司	宏耐 HOMENICE	强化木地板 (厚度: 8、12mm)	CEC-EL-010-271	2009-6-18

林野庁補助事業

**合法性・持続可能性証明木材供給事例調査事業
中国における合法性証明制度の実態調査報告書**

2008年(平成20年)3月

社団法人全国木材組合連合会

〒100-0004 東京都千代田区永田町 2-4-3 永田町ビル6F

Tel03-3580-3215 Fax03-3580-3226

URL <http://www.zenmoku.jp>