

経済的視点からみた国産桐の現在・過去・未来

富士大学大学院教授

木村憲一郎

桐は成長がはやく、加工された材は断熱性や調湿性に優れている。国産桐はその品質の良さから高級家具等に利用され、福島県（会津）では江戸期以降桐生産量が増加し、栽培面積も増えて一大産地へと成長し、地域の誇りとなった。

しかし近年、ライフスタイルの変化や輸入桐の増加により国産桐の生産量は減少し、地域活性化の点からも桐をどのように振興していけばよいか課題となっている。振興策の検討では、栽培技術の改善のみでは困難であり、むしろ社会経済的な側面に大きな問題があることから、経済的な視点からのアプローチが欠かせない。

そこで本講演では経済的な視点から1 国産桐の過去を振り返り、2 現状と課題を共有し、3 これからの桐振興のあり方を考える。以下に、講演内容を要約する。

1 過去

- ・桐のふるさとはアジア東部であるが、他の国や地域でもみられ、種類も多い。
- ・桐は日本国内でも広くみられる。
- ・桐の用途は広く、背景には桐の持つ物理的な特徴がある。
- ・会津桐の歴史は古く、きわめて良質である。

2 現在

- ・国産桐の生産は縮小傾向にあり、個体の品質低下が懸念されている。
- ・輸入量が多いのは中国、次いでアメリカで、それぞれ価格・品質に違いがある。
- ・品目別の輸入量は、桐（製材）>桐（加工材）>桐となっている。
- ・桐の流通経路は比較的簡素、価格は相対取引でほぼ決まる。
- ・桐には高級、安価な製品があり、それぞれ原材料の産地が異なる。

3 未来

桐の需要は減少しているものの、ここ20年近くは1万m³以上をキープしている。このことは、国内には桐に対する底堅い需要があることの現れともいえる。国産桐生産拡大に向けては、安価な中国桐との価格競争は国内産地に疲弊をもたらすおそれがあり、得策ではない。むしろ国産桐の品質の良さ、高価格帯を維持しながら生産量を増やす戦略が肝要であろう。

具対策の一例として、1)マーケティングやプロモーションを強化し、高級桐製品への国産桐の参入を拡大すること、2)新商品の開発、他業種との連携を通して、新規需要を開拓すること、3)栽培地の実態把握、優良品種の供給体制強化など優良資源の保全・育成に取り組むこと、4)産地を強く意識し、栽培者への還元、次世代とともに活動することが考えられる。

国産桐の振興は簡単なことではない。だが、その取組みは意義深く（文化・地域の誇り・地域経済・環境財）、いくつかの対策もみえてきた。国産桐への関心が高まり、再び『桐の黄金期』が訪れることを期待したい。