

論文

イギリスのバイヤーズグループの展開と現状 —DIY企業の取り組みを中心に—

高橋信子*・岡田秀二**・伊藤幸男**

(*岩手大学大学院農学研究科, **岩手大学農学部)

Demand creation and market development for certified products is one of the key issues in forest certification, and the Buyers' Group is one of such initiatives. This paper reviews the development of the Buyers' Group in UK, and focuses on DIY companies and their suppliers that are found to be major components of the group. The Buyers' Group in UK has been growing and creating a certain demand for certified products with their relatively high market share. In particular, DIY companies have achieved their targets mainly by requiring their suppliers to get certification, which contributed to an increase in number of certified products. The suppliers, on the other hand, have shifted their source of ingredients to certain countries where certified timber and products are available. However, due to lack of premium price for certified products, certification costs are laid on the producers as a burden especially to the small operators.

Key Words : Buyers' Groups, forest certification, sustainable forest management, UK

I はじめに

森林認証の主要な課題の一つに認証品の需要創出がある。Baharuddin and Simulaは、認証品の需要創出策として、バイヤーズグループ (Buyers' Group) ⁽¹⁾ による取り組みと、公共機関による取り組みを挙げている ⁽²⁾。

バイヤーズグループとは、認証品を積極的に購入することを表明した企業の組織であり、表-1に示したように、1999年3月現在、欧米を中心とした10のグループが設立され、14ヶ国から約400企業が参加している。バイヤーズグループは、基本的に市場における企業の自発的かつ積極的な購買活動によって認証品の需要創出を促進するものだといえる。

一方、公共事業の資材調達の際、認証品を優先的に使用するなど、地方公共団体などの公的機関による需要創出の取り組みがある。これに類似するものとして、欧米において州政府の行う公共事業に特定の熱帯材の使用を規制するものがあるが、いずれも、認証品を含む、適切に管理された森林

からの木材の利用を政策の枠組みの中で誘導しようとするものだといえる ⁽³⁾。

ただし、前掲の報告書では、後者を補完的な需要創出策と位置付けており、その背景にはWTO (World Trade Organization; 世界貿易機関) 体制下におけるTBT協定 (Agreement of Technical Barriers to Trade; 貿易の技術的障壁に関する協定) への抵触の問題があると考えられる ⁽⁴⁾。また、市場メカニズムに依拠する政策ツールと仮定して森林認証を評価する場合においては、前者の取り組みに着目することがより適切であろう。さらにその場合、最終的には、特に、認証による便益が認証のコストと同等かそれを上回るものであるかどうか、認証が個々の所有者あるいは地域の森林レベルで実質的に持続可能な森林経営に寄与しているかどうか、という点を念頭において検討する必要がある。

そこで、本稿では、2000年3月現在までのイギリスにおけるバイヤーズグループの展開を整理し、特にその中心的な役割を果たしているDIY (Do-it-yourself) 企業を事例に、認証品の取扱量

を増加させてきた現状を明らかにする。さらに、DIYへの製品供給業者の事例にも着目し、DIY企業の取り組みの影響と課題を考察する⁽⁶⁾。なお、本稿では国内的な動向に着目し、輸出に及ぼした影響については今後の課題としたい。

表-1 世界のバイヤーズグループ
(1999年3月現在)

バイヤーズグループ	国名	設立	企業数
WWF 1995+ Group	イギリス	1991	89
Club 1997	ベルギー	1994	43
Hart Voor Hout	オランダ	1995	12
WWF Gruppe '98	オーストリア	1996	24
WWF Oceania Buyers' Group	オーストラリア	1997	4
GRUPPE '98	ドイツ	1997	40
The Certified Forest Products Council	北アメリカ	1997	140
WWF Wood Group	スイス	1997	15
WWF-Grupo 2000	スペイン	1998	11
Nordic Network WWF Skog 2000	スウェーデン フィンランド デンマーク ノルウェー	1998	11

資料：WWF's Global Forests and Trade Initiative, news spring 1999より作成。

II バイヤーズグループの展開

1 バイヤーズグループの設立と森林認証

イギリスのバイヤーズグループは、1991年、自然保護NGO (Non-Governmental Organization; 非政府組織)であるWWF (World Wide Fund for Nature; 世界自然保護基金)の呼びかけによって、イギリスDIY最大手のB&Qほか数社によって設立された。当初は、1995年末までに適切に管理された森林からの木材・木材製品のみを取り扱うことが目標であり、FSC (Forest Stewardship Council; 森林管理協議会)を中心とする森林認証よりも先行した動きであった⁽⁶⁾。

1993年にFSCが正式に発足し、バイヤーズグループの目標も、1995年には、1999年末までに独立した第三者による認証品⁽⁷⁾のみを取り扱うこと、とFSCへの全面的な支持が明確になる⁽⁸⁾。また、WWFはバイヤーズグループによるFSC認証品の市場形成の手法を、欧州や他の国々に普及させる活動を展開している⁽⁹⁾。

さて、このイギリスのバイヤーズグループであるWWF 1995+ Group参加企業の合意事項として、

次のことがある。①FSCのような国際的かつ独立した森林認証システムへの支持、②認証品の積極的購入、③認証品の取扱量の増加(ただし、達成目標や期限の設定は自由)、④管理職クラスの担当者を置く、⑤WWFへの6ヶ月ごとの進捗状況の報告(ただし、個々の企業の情報は非公開)⁽¹⁰⁾。

また、参加企業へ対するWWFの役割として、①認証に関する情報やアドバイスの提供、②消費者に対する啓発活動による認証品のアピール、③企業の取り組みの進捗状況のモニタリングとランク付け(非公開)、が挙げられる⁽¹¹⁾。このように、バイヤーズグループは企業単独で組織されたものではなく、NGOと企業との協力と緊張関係によって成立しているといえる。

2 参加企業の推移と傾向

前述のとおり、WWF 1995+ Groupの参加企業のデータは、認証品取り扱いの進捗状況を含め、WWFに詳細が報告されているが、企業の合意がない限り、個別の情報は公表されないことになっており、グループ全体の合算としてのデータしか公開されていない⁽¹²⁾。このような制約はあるが、公開されている資料等を基に、これまでの推移と参加企業の傾向を把握したい。

まず、1995年から1999年にかけての推移を示したのが表-2である。参加企業数は、毎年約10%のペースで増加しており、それに従って、グループ全体の木材取扱量と木材消費におけるシェアも増加している。この背景には、各業種で高いシェ

表-2 WWF1995+ Groupの概要

	1995	1997	1999
参加企業数	54	78	91
年間木材取扱額	20億ドル	30億ポンド	35億ポンド
木材取扱量 (m ³)	300万	600万	850万
イギリスの木材消費に占める比率	10%	14%	20%
認証木材の取扱い木材に占める割合		3%	5%
認証品の種類		約600	約4000

資料：1995+ Group Update Autumn 1997, 1999. Crossley, Rachel (1996) "A Review of Global Forest Management Certification Initiatives: Political and Institutional Aspects" in UBC-UPM Conference on Ecological, Social and Political Issues of the Certification of Forest Management Proceedings. ほかに作り作成。

注：1995年の取扱額がドル換算になっているのは、参考とした資料にある通りの数字を使用したため。

表-3 参加企業の業種別内訳 (企業数)

	1997		1998		1999	
		%		%		%
小売	14	18	16	18	16	18
DIY	6	8	6	7	6	7
その他	8	10	10	11	10	11
加工・製造業	54	69	61	70	63	69
木炭	4	5	5	6	5	5
紙製品	20	26	21	24	19	21
家庭用品	5	6	7	8	6	7
家具	4	5	7	8	9	10
その他	21	27	21	24	24	26
木材流通	7	9	7	8	8	9
エンドユーザー	3	4	3	3	4	4
合計	78	100	87	100	91	100

資料：1995+ Group Update Autumn 1997, 1998, 1999. より作成。

表-4 認証品取扱企業の内訳 (企業数)

	1997	1998	1999
DIY	5	5	5
その他小売	4	6	7
加工・製造業	13	21	35
うち、DIY販売品の加工・製造	9	13	25
木材流通	5	5	5

資料：1995+ Group Update Autumn 1997, 1998, 1999. より作成。

アを持つ企業の参加が要因として挙げられる⁽¹³⁾。ただし、参加企業すべてが認証された木材や製品を取り扱っているわけではなく、認証木材の比率も、1997年で約3%、1999年で約5%と現時点においては高いものではない。しかしながら、少なくとも増加傾向にあることが指摘できる。

参加企業の業種別の内訳を見ると、木炭や紙製品、家具などの木工品の製造業が約70%と最も多く、DIYなどの小売が18%、残りを木材取引業、建築などのエンドユーザーが占めている(表-3)。この割合は、ここ数年ほとんど変わっていない。

また、実際に認証品の加工製造を行っている企業に着目すると、その約7割がDIYへの供給業者である(表-4)。この理由として、DIYが供給業者に対し、パイアーズグループに参加するよう働きかけていることがある⁽¹⁴⁾。さらに、前掲表-3からも、ここ数年の参加企業数の増加は、加工・製造業部門の企業の増加によるところが大きいといえる。

このように、パイアーズグループ参加企業の多くがDIYへの供給業者であること、DIYがパイアーズグループと森林認証の設立に直接的に関わっ

てきたこと、認証品の取扱量が最も多いこと、などから、DIYがパイアーズグループの主要かつ影響力の大きい構成企業であることが指摘できる。

III DIY企業の取り組みとその影響

1 DIYの取り組み

ここでは、大手2社を事例に、パイアーズグループで中心的な役割を果たしているDIYが、認証品の積極的な取扱い、及び、その取扱量の増加のために行ってきた取り組みを明らかにする(表-5)。

B&Qは、19%のマーケットシェアを持つDIYチェーンの最大手企業である⁽¹⁵⁾。Homebaseはそれに次ぐDIY企業で、スーパーマーケットなど小売チェーンのSainsburyグループの傘下にある。両社とも、約300の店舗展開をしている。

まず、両社が森林認証に関わるようになった経緯をみると、B&Qについては、店舗前での抗議行動を含む環境保護団体の熱帯林伐採への反対運動が、パイアーズグループの発足や森林認証への取り組みだけでなく、B&Qの環境対応全体のきっかけとなっている。FSCの設立にも関与し、FSCの設立当初には、B&Qの環境管理責任者が暫定的な理事を務めている⁽¹⁶⁾。

Homebaseの場合、直接的に反対運動の標的になったわけではなかったが、ボイコット運動の報道がB&Qの企業イメージを傷つけたことを見て、そのリスクを避けるために、FSC認証品の取扱いに取り組みはじめた。

さて、認証品の取扱いのための手法としては、両社とも、まず、取引供給業者に対し質問票の記入を求め、原産地の由来などの取扱い木材の詳細な情報や、認証取得の有無、認証取得の見込みを調査する。さらに、認証を取引の要件とし、それを満たせない場合は取引を停止するとしている。

具体的には、表-6に示したような質問票により、認証品の取扱いについての取引供給業者の実態を把握し、目標達成を求める基本的なデータとする。B&Qの場合、全般的な品質管理や、企業の環境方針および環境活動、労働関係など、木材以外の多岐にわたる項目についても回答しなければならぬ⁽¹⁷⁾。こうして収集された情報をデ

表-5 DIY大手2社の事例

	B&Q	Homebase
年間売上	約18億ポンド (DIY第1位)	約11億ポンド (DIY第2位)
店舗数 (1998年)	284	298
木材使用量 ¹⁾	550,000 m ³ (1997年)	903,000 m ³ (1997年度)
国有林材(体積比)	54%	18%
経緯	<ul style="list-style-type: none"> ・環境保護団体の熱帯材反対運動への対応策に由来し、企業全体の環境対応へと発展。 ・91年に木材製品への自主的なエコラベルを禁止し、内部監査による取引業者の点数化を始める。 ・自己宣誓型の評価の限界から、独立した第三者の認証の必要性を認識し、バイヤーズグループ、FSCの設立にも中心的な役割を果たしてきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・木材を取り扱っていることで受ける可能性のある悪い企業イメージのリスクを避けるために取組み始める。 ・B&Qとの競争のためという理由もある。
手法	<ul style="list-style-type: none"> ・取引業者に質問票を記入させ、原材料の産地を追跡する。 ・FSC認証品を取り扱うこと、ないし将来的に認証を取得することを取引条件とする。 ・取引業者に情報提供などの支援、協力をを行う。 ・認証取得と組合わせた個別の支援プロジェクトに取り組んでいる²⁾。 	<ul style="list-style-type: none"> ・取引業者に質問票を記入させ、原材料の産地を追跡する。 ・FSC認証品を取り扱うこと、ないし将来的に認証を取得することを取引条件とする。 ・取引業者に情報提供などの支援、協力をを行う。
認証品の価格	<p>通常品と価格差はつけない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認証コストは森林からの林産物の総量に対し大きいものではない。 ・消費者は上乗せ価格を支払わないと考えている。 	<p>通常品と価格差はつけない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認証は品質向上の一環であり、消費者に追加的な負担は求めない。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・99年7月よりFSCに加えフィンランドの認証システムも承認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・FSC認証品のみ認める。

資料：B&Q及びHomebaseの環境報告書および聞き取り調査より作成。

注：1) Wood Raw Material Equivalent 換算。

2) マレーシアのゴムプランテーションからの木材の利用、パプアニューギニアでの小規模コミュニティフォレストの支援、イギリスでの木炭生産者の組織化など。支援には認証コストの負担も含む。

表-6 取引供給企業への質問事項 (Homebaseの質問票の例)

質問項目	質問事項
1. 会社の概要	会社名, 住所, 担当者名, 連絡先
2. 木材に関する方針	<ol style="list-style-type: none"> ① 原料木材購入に関する方針とその内容 ② WWF 1995+ Groupへの加盟の有無 ③ 認証機関への加盟の有無 ④ 国際的な品質や環境基準などに基づくその他の認証取得の有無 ⑤ 原料木材購入までの供給チェーンの管理方法 ⑥ 森林から原料木材購入までの経路図
3. 木材の由来する森林に関する情報	<p>森林ごとに：</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 森林の名称と位置, 所有形態 ② 伐採権を持つ会社など, 森林管理の責任者の連絡先 ③ 森林管理計画の有無 ④ 認証取得の有無 ⑤ 森林管理についての確認方法 ⑥ 当該森林管理についての評価
4. 木材の由来の詳細	<p>木材のタイプごとに：</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 一般名と品種名 ② 広葉樹・針葉樹の別 ③ 木材の由来する森林 ④ 由来する森林別の割合 ⑤ 木材の量 (重量または体積)
5. 供給製品リスト	<p>製品の種類ごとに：</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 製品に使用された木材の種類 ② 最終製品における木材の形態

資料：The Sainsbury Group, TimberTracker Questionnaire, Issue 2a May, 1996.より作成。

ータベース化し、WWFへ対する報告を行うと同時に、表-7に挙げたように、達成状況に応じてランク付け評価を行い、場合によっては取引を停

止する、という形で取引供給業者に認証取得を迫っている。ただし、認証品の価格については、両社とも、

表-7 DIYによる取引供給業者の木材についての評価方法

	B&Q	Homebase
評価 カテゴリー	A: 製品のほとんどについてFSCの認証を取得。 B: 木材の由来や森林管理の詳細が分かり、適切だと認められる。FSC取得のための行動計画が実行されている。 C: 木材の由来が分かっており、森林管理に関する情報から、適切に管理された森林だと確信できる。 D: 木材の由来や森林管理に関する情報が不足している。 E: 木材の由来が分からない。	A: すべての木材がFSC認証を取得。 B: すべての木材・木材製品が適切に管理されていると判断された森林に由来するもの。 C: すべての木材・木材製品が森林まで追跡できる。森林管理の詳細についての十分な情報が提供されているが、さらに改善が必要。 D: 木材の由来がすべてについては特定できない、または、木材の由来や供給チェーンについて、不十分な情報しかない。 E: 製品の大部分が、由来を特定できなかったり、不適切に管理された森林からのものである。または、WWF95の目標達成に協力しない、質問票に回答しない、という場合。
対応	<ul style="list-style-type: none"> 1999年末までにAを達成しなければ取引停止する。 Aに到達するまでの間、認証の手続きが進行中かつ認証が取得できることを示さなければならない。 	<ul style="list-style-type: none"> C以下の場合、改善計画を作成する必要がある。 Eの場合、ただちに改善措置を取らなければ、製品を取り扱わない。

資料: B&Q Vendor's Manual 1998.およびJ. Sainsbury plc.(1996) Environmental Best Practice Guide: Timber and Forest Products. より作成。

表-8 DIY大手2社の目標と実績

達成目標		B&Q	Homebase
		1999年12月31日までに100%をFSC認証品に。	1998年9月までに、500種類、2000年までに1,000~2,000種類をFSC認証品に。
実績 ¹⁾	1996	80 / 10,600 (0.7%)	0 / 6,854 (0%)
	1997	240 / 10,800 (2.2%)	238 / 11,674 (2.0%)
	1998	800 / 11,000 (7.3%)	450 / 11,569 (3.9%)
	1999	1,398 / 14,700 (9.5%)	567 / 11,317 (5.0%)
	2000 ²⁾	12,245 / 14,176 (86.4%) ³⁾	1,573 / 5,413 ⁴⁾ (29.0%)

資料: B&Q及びHomebaseの環境報告書および聞き取り調査より作成。

注: 1) FSC認証品製造ライン数/木材および木材製品の製造ラインの総数(認証品の割合)。

2) 2000年1月現在。

3) フィンランドの認証品1,631を加えると、認証品の割合は97.9%となる。

4) 前年との差異は、台所部材の7,000ラインを1999年半ばに停止したため。

非認証品との価格差(プレミアム)はつけない、としている(前掲表-5)。認証は、消費者の期待に応えるためのサービス向上の一環であり、消費者の負担を求めない、また、仮に認証品に上乘せ価格を設定しても消費者を購入しないと考えていることを理由として挙げている。

上記のような取り組みを通じ、両社とも着実に認証品の種類や比率を高めてきている(表-8)。このうち、B&Qの1999年から2000年の急激な上昇は、1999年末までに100%を認証品にする、という目標達成のために、取引供給業者に対しても期限付きで認証取得を迫ってきたこと、また、国有林の認証が一気に認証品の比率を高めたこと、が要因として挙げられる¹⁹⁾。

両社とも、国産材の約9割が国有林材を占めているが、特にB&Qの場合、国有林材の割合が全

体の54%にも上っている(前掲表-5)。これは、製品の種類にすると、約8000種類となり、B&Qの関係者は、期限までに目標を達成するためには、国有林が認証を受けることが不可欠の条件であった、と述べている¹⁹⁾。

また、B&Qは1999年7月にフィンランドの認証システムを承認し、取り扱い対象に含めることを表明している²⁰⁾。フィンランドの認証システムは、FSCの認定を受けたものではない。しかし、B&Qでは、FSC認定を阻んでいるのは政治的な確執だけであって、実質的な中味はほとんど変わらないことを承認理由としている。B&Qは、他の認証スキームについても調査、検討を行ったが、フィンランドの認証システム以外は、内容的に不十分であるか、すでにFSCの認定を目指しているものであった。そこで、あくまでFSCの普及を支

表-9 DIYへの供給製造業者の事例

	A社	B社
業種	チップボード等製造	庭園用木工品製作
年間生産量	240,000 m ³	300 m ³
従業員数	620	10
認証申請理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ B&QやHomebaseなど取引先からの要請があったから。 ・ ただし、環境対応は時代の必至の流れだと認識している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ B&QやHomebaseなど取引先からの要請があったから。
FSC 認証取得について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 認証原料の入手が困難。 ・ 原料を調達している製材所等に認証木材の取り扱いを要請しているが、価格上のメリットもなく、強要はできない。 ・ パイン材、ベニヤは南アフリカ、ガーナなどから認証原料を輸入。 ・ 認証品に価格上の優位性がないことは、特に木材生産者にとって問題だと考えている。 ・ すでに、品質管理規格のBS5750 (ISO9002) を取得しており、FSC認証取得のためには追加的に文書を作成しただけで済んだ。 ・ 加工品の認証原料含有率の表示方法に関するFSCの規定が定まっておらず、問題となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 認証原料の入手が困難。 ・ B&Qの紹介で、WWF 1995+Group参加企業の木材流通業者を通じて、スカンジナビア産の認証原料を輸入。 ・ 認証原料は他の原料と同じ価格で購入しているが、B&Qなどが認証品に付加価格をつけないことについては不満に思っている。 ・ 文書管理の整備と従業員教育に半年かかった。 ・ 端材をさらに認証原料として販売するには規模が小さい。
国産材の扱い	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内小規模森林所有者へ認証取得の働きかけを行っている。 ・ 丸太原料は90%が国有林材なので国有林の認証に期待している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国産材は製品に不適なので、取り扱っていない。

資料：聞き取り調査より作成 (1999年8月)。

持する方針には変わりはなく、非FSC認定の認証としてフィンランド以外のは認めないとしている⁽²¹⁾。一方、Homebaseでは、唯一信頼できる認証スキームとしてFSCを採用し、それ以外の認証品は認めていない。

2 DIYへの供給業者

DIYへ製品を供給している業者のうち、聞き取りを行った2社の事例について、認証の取得や認証品の取り扱いに対する意識、及び、実際の取り組みについて整理したのが表-9である。

A社は大規模企業の例、B社はそれとは対照的な小規模企業の例だが、いずれも調査時点において認証取得の手続き中であり、2000年1月現在までに認証を取得している。

両社に共通しているのは、FSCの認証取得の直接的な動機が、B&QやHomebaseなどの大手取引先からの要請にあることである。

また、認証原料の入手に苦労しており、認証の要件から、原料調達先が、認証原料を供給できる原産国（スウェーデン、南アフリカなど）へ限定されてきていることが指摘できる。

さらに、DIY側が、認証品を有利価格で買い上

げないことについては、認証の取得は取引要件が追加されただけのことに過ぎず、供給サイドには何のメリットにもなっていない上、山元まで認証を進めるにあたっては、むしろ阻害要因になりかねない、という不満や懸念を持っている。

異なる点として、大規模企業であるA社は、ISO取得など、すでに内部管理システムを確立しており、FSC認証取得も、原料調達の問題さえ克服すれば、大きな負担とはなっていない。また、輸入材も使用し現実的に経営を成り立たせながらも、地元の製材所や国産材への配慮が見られる。認証についても、単なる取引先からの要求というだけではなく、企業としての環境対応という意識がある。

これに対し、B社では、小規模で比較的単純な製作ラインから、極端に煩雑な管理体制が必要ではないにせよ、認証取得のための内部文書管理や従業員教育など条件整備には初期コストが高くつくことが指摘できる。認証については、大手取引先からの条件提示という認識が強く、環境や国産材への配慮も特にあるとはいえない。

IV おわりに

イギリスのバイヤーズグループは、参加企業数、木材流通におけるシェア、及び、取扱認証品数ともに増加傾向を示している。

このバイヤーズグループにおいて主要かつ大きな影響力を持っているのは、DIY企業であり、森林認証やバイヤーズグループの設立に関わってきたほか、その取引企業が、バイヤーズグループの参加企業の多くを占めている。

DIY企業は、その強い購買力を背景に、認証取得を取引条件として設定することで、取引業者の選別を行い、認証品取扱量の増加を達成してきた。ただし、認証品に対して、プレミアム価格は支払っていない。また、国有林材の取扱量が多かったことから、国有林の認証は、その目標達成に大きく貢献した。

DIYへの供給業者は、DIYからの要請に応じる形で、認証取得に取り組んでおり、その結果として、原料調達先に、認証原料を供給できる原産国へと転換が起こっている。

本稿では、バイヤーズグループの参加企業の基礎的な資料、及びDIYとその供給業者の事例から、以上の点について明らかにしてきたが、データの制約から、個々の企業の実態、参加企業間の関係、認証木材の流通など、詳細な実態把握や分析は今後の課題であるといえる。しかしながら、現状を捉える限りにおいて、バイヤーズグループは、イギリスにおける森林認証の推進や認証品の需要創出に一定の役割を果たしてきたといえる。

ただし、認証品に対するプレミアム価格はなく、認証コストは供給サイドの認証取得者の負担となっている。

逆にいうと、このことは、イギリスのバイヤーズグループにおけるDIYのような、高いシェアと購買力を持つ企業は、自らのコスト負担なしに、取引先に対して認証の取得を要求でき、そのことが、認証品取扱いの目標達成や、影響力のあるバイヤーズグループ形成の条件の一つにあることを示唆している。

しかし、プレミアム価格の欠如は、第一に、規模の経済から、森林所有者を含む小規模経営にと

って、認証取得が不利あるいは困難な構造を生み出している。第二に、販売先の確保という消極的または強制的な理由以外に、認証取得のインセンティブとなるような便益が無いことを示唆している。事例として取り上げたDIYおよびその供給業者を見ても、森林認証による実際の森林管理の改善、向上に高い関心を持ち、それが認証取得の主たる動機となっているとは必ずしも言えない。

つまり、バイヤーズグループの取り組みによって、認証品の需要創出が図られ、その結果として森林認証面積が増加すること、最終的に持続可能な森林経営の実態が改善されることとは分けて考える必要がある。したがって、バイヤーズグループとは別に、森林認証による実際の森林管理、経営への影響の実態については、今後の課題としてさらに検討が必要であるといえる。

注および参考文献

- (1) 本論文では、2000年3月までの動向を対象に分析を行ったが、その後、バイヤーズグループという名称は、Forest and Trade Networkに変更され、森林所有者、製造業者、小売業者などを含めた幅広いネットワークへと変化しつつある。
- (2) Baharuddin, Haji Ghazali, and Simula, Markku. (1998) Timber Certification: Progress and Issues, ITTO: Yokohama.: pp24-26.
- (3) Baharuddin and Simula (1998) 前掲。
- (4) 持続可能な森林経営に関わる森林認証が非関税障壁であるか否かという問題については、認証・ラベリングが民間セクターにおける自発的な取り組みである限り、TBT協定には抵触しない、というのが関連国際機関の見解だといえる。しかし、公的な資材調達規定に森林認証が関わってくる場合は、その範囲を越える可能性がある。
- (5) バイヤーズグループの取り組みに関する報告は少ないが、イギリスのバイヤーズグループの活動を紹介したものに、ジャスティン・ステッド「世界のバイヤーズグループ・ネットワーク」『木材情報』1997年11月号がある。
- (6) FSCは環境保護団体、林業・木材関連団体、先住民団体などにより設立された国際的な認定機関である。FSCが認定した認証機関の認証品には、FSCのロゴマークが付される。詳しくは、FSCのホームページ (<http://www.fscoax.org>) を参照。
- (7) 認証には、森林管理を対象とするものと最終

製品までの林産物の加工・流通過程を対象とするもの（それぞれ「森林認証」、「CoC認証」と呼ばれることが多い）があるが、ここでいう認証品とは、その両方の認証過程を経たもののことである。

なお本論文は岡田秀二を代表とする文部省国際学術研究「イギリスにおける環境・景観重視の森林政策と認証・ラベリング制度に関する研究」の成果の一部である。

(2000年10月31日受理)

- (8) FSCを支持するWWFのロジックには2段階ある。つまり、まず第一に、WWF 1995+ Groupは独立した第三者による適切な認証を支持する、ということがある。その上で、現存するそのような先駆的な取り組みとしてFSCを支持する、としているのである(WWF 1995+ Group, Philosophy and Modus Operandi, January 1999)。したがって、認証についてFSCと特定していない場合もあるが、FSC認証と同義と解釈できる。本論文では、特に断わりのない限り、認証はFSC認証のことを指すこととする。
- (9) Crossley, Rachel (1996) "A Review of Global Forest Management Certification Initiatives: Political and Institutional Aspects" in UBC-UPM Conference on Ecological, Social and Political Issues of the Certification of Forest Management Proceedings.:pp255.
- (10) WWF95+ Group 資料。
- (11) Crossley, 前掲 pp255-256.
- (12) WWF 1995+ Group, Philosophy and Modus Operandi (January 1999).
- (13) 例えば、Meyer International (木材販売業大手)、Timbmet (広葉樹輸入大手)、Kronospan (木質ボード大手) などがある。
- (14) B&Qへの聞き取りによる。また、バイヤーズグループへの参加を促していることについては、後出の表-6の質問票の項目にバイヤーズグループへの参加の有無を尋ねるものがあること、DIYの取り扱い認証品数については、後出の表-8も参照のこと。
- (15) B&Q (1998) How Green Is My Patio?: B&Q's Third Environmental Review.
- (16) B&Q (1998) 前掲。
- (17) B&Q Vendor's Manual 1998.
- (18) イギリスでは、環境保護団体やバイヤーズグループと国内森林所有者の対立を林野庁にあたるForestry Commission が仲介する形で、1999年5月、約40の関連団体により、国内統一の認証基準(UKWA)が合意され、同年11月に、約85万haの国有林すべてがUKWAに基づき認証を受けている。FSC-UK (1999) Forestry Commission Woodlands Receive FSC Endorsement, Press Release November 29, 1999.
- (19) B&Qへの聞き取りによる。
- (20) Knight, Alan P., Position Paper, July 30 1999, B&Q Timber Target Update.
- (21) B&Qへの聞き取りによる。