



### 多くの現地需要者(バイヤー)の来展

業務の中心は、商談設定運営でした。円滑な一般商談・確実なマッチング商談会を実施しました。400回を越える商談をパビリオン内で実施しました。



### JAPANWOODパビリオンへの来展者

来展者案内カウンターでの日本パビリオン来展者(韓国及び日本より)来展)を対応いたしました。今年度は現地需要者をはじめ学識経験者・業界団体も多く麗展しました。

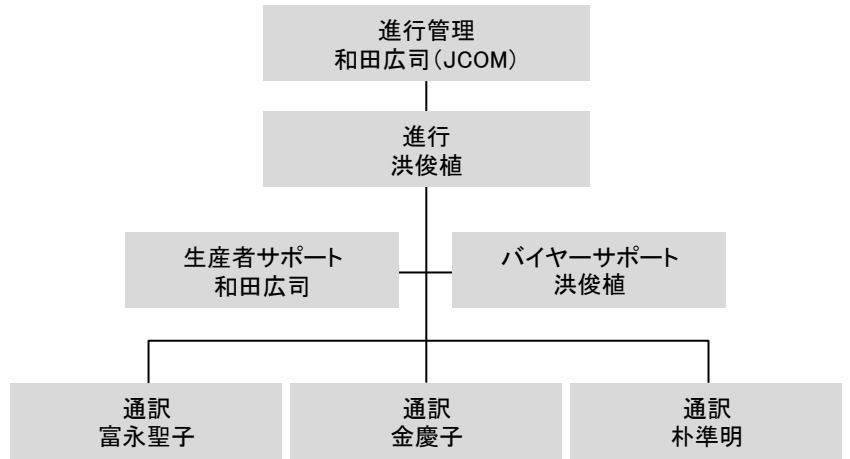
左下は韓国木造建築協会、右下が韓国木造建築技術協会の韓国での住宅業界を代表する団体の来展様子です。全ての出展ブースへ脚を運び熱心に商談されました。



左は、韓国での日本式軸組み住宅の普及に尽力頂いているソウル大学の李教授の来展時のアドバイスの模様です。水原科学大学 朴教授とともに貴重なアドバイスを出展者に頂きました。

### 商談会実施体制

進行ディレクター含め通訳4名体制で臨みました。20社のバイヤー招聘し、出展者17社と通訳がアテンドする商談を166回とブースへ訪れた現地需要者と出展者が商談する一般商談を340回合計506回の商談を5日間のフェア期間中に実施しました。  
バイヤーの滞在時間が平均2時間迄が大半で、バイヤーが出展者ブースへ出向き商談が行われました。



(アテンド型マッチング商談の様子)



### アテンド型マッチング商談

招聘バイヤーには全出展者の産品情報(韓国語訳)を配布し、商談の効率UPとフォローアップ促進を致しました。アテンド通訳が商談結果を記録し、出展者に伝えました。継続商談93件の成約を目指しフォローアップ活動継続中です。

(一般商談の様子)



### 一般商談

15万人以上の来展者と幅広く出展者ブースで商談が実施されました。業者・一般顧客等が混在しますが、340回の多くの商談報告がありました。

2タイプの商談を組合せ実施し成約成果を目指しました。

## 出展者デ－リー商談アンケート集約

						商談 総合計
						617
全体集計	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	93	135	108	123	158	617
うちアポイント型商談	31	41	22	27	45	166
成約	7	2	4	4	7	24
成約見込	26	33	21	25	36	141
代理店申込	3	1	6	3	7	20

山岸工務店	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	2	10	3	10	4	29
うちアポイント型商談	2	2	1	3	4	12
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	0	1	1	3	4	9
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	日本木造住宅の構造、費用、資材、断熱材セルローズファイバー					

(株)新栄	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	6	10	6	5	7	34
うちアポイント型商談	2	3	1	2	4	12
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	2	2	0	0	3	7
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	桧角材、ハメ板、桧原木、ルーバー、桧風呂					

ウッドワイステクノロジー(株)	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	6	3	7	7	14	37
うちアポイント型商談	1	3	2	1	2	9
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	1	3	1	0	0	5
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	木造構造金物、木造構造体					

岐阜県木材協同組合連合会	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	20	12	10	14	9	65
うちアポイント型商談	3	4	2	3	2	14
成約	0	0	1	0	1	2
成約見込	5	3	1	1	4	14
代理店申込	1	0	0	0	0	1
関心があった品目	桧キットハウス、桧ルーバー					

吉野銘木製造販売(株)	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	5	12	11	10	12	50
うちアポイント型商談	3	3	1	3	5	15
成約	1	0	0	0	0	1
成約見込	3	3	1	2	3	12
代理店申込	0	1	0	0	1	2
関心があった品目	サワラヘギ板、光天井、桧ボード、桧商品					

## 06 商談会 実績報告

(株)徳田銘木	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	12	38	30	32	53	165
うちアポイント型商談	2	3	0	2	3	10
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	1	3	5	5	8	22
代理店申込	0	0	5	3	5	13
関心があった品目	自然木					

(株)平山	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	11	18	13	13	29	84
うちアポイント型商談	6	8	3	3	9	29
成約	0	0	0	0	4	4
成約見込	9	7	5	5	2	28
代理店申込	2	0	1	0	1	4
関心があった品目	集成材、桧浴槽、桧小物類					

福岡県産品輸出促進協議会	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	18	15	9	12	14	68
うちアポイント型商談	4	5	3	3	4	19
成約	6	2	3	4	2	17
成約見込	2	5	3	3	4	17
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	桧板類全般					

肥後木材(株)	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	5	7	7	9	7	35
うちアポイント型商談	3	4	3	3	5	18
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	2	3	3	2	2	12
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	伝承彫シリーズ、梁匠オーダーメイドシリーズ、杉天井板、プレカット加工、桧壁板					

福井木材(株)	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	3	5	6	6	5	25
うちアポイント型商談	3	3	3	3	5	17
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	1	1	1	3	4	10
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	木材(軸組工法)、ウレタンパネル、木造住宅、FPパネル					

ランバー宮崎・ウッドエナジー	23日	24日	25日	26日	27日	計
来展商談	5	5	6	5	4	25
うちアポイント型商談	2	3	3	1	2	11
成約	0	0	0	0	0	0
成約見込	0	2	0	1	2	5
代理店申込	0	0	0	0	0	0
関心があった品目	ブース骨組、桧					

07 出展者状況調査報告

質問①

今回参加された目的を以下の中から選び、○をつけて下さい。(複数回答可)

質問②

また、その目的に対するお気持ちに○をおつけ下さい。

	質問①	%	質問②					
			1	2	3	4	5	
			非常に満足	満足	やや不満	不満	理由	
1. 販売促進	7	64%	○	5	1		特定商品に関心が集まった。イメージ以上に感触があった。言葉の壁、支払いの不安、日本での生産能力の不安。	
2. 企業及び商品PR	10	91%	○	9			信用度のUP。カタログが不足するほどの盛況。予定通りにできた。	
3. 新商品PR	5	45%		5			商品に興味を持ってもらえた。	
4. 新規顧客開拓	8	73%	○	2	4		もう少し来ると思っていた、まだまだこれからの市場。	
5. 新規代理店発掘	3	27%	○	1		1	商談会が想定していたものどちがった。	
6. 新規取扱い商品の発掘	1	9%		1				
7. 技術提携先発掘	1	9%			1			
8. 現地販売・製造拠点設立	2	18%		1	1			
9. 既存現地代理店・販売店支援	4	36%	○	3			企業PRができた。	
10. 市場調査、情報収集	8	73%	○	7			個人の戸建住宅事情がよくわかった。詳しく商品を知る人もいて今後の検討材料ができた。韓国での木材需要情報が得られた。	
アンケート数	11		合計	7	36	5	1	
				(1+2)	(3+4)			
				88%	12%			

質問③

全体的に見て、その目的を達成するため今回の展示商談会は役に立ちましたか？

非常に役に立った	2	90%	PRの手ごたえがあった。市場調査のつもりで参加したが、韓国の住宅事情や今後有望なことなど五感をもって理解することができた。今後の戦略について検討したい。
役に立った	7		現地代理店の顧客層が確認できた。来客数が多かった。ブースに来る時間がはっきりしないため着たときに留守のときがあった。海外での商談活動は初めてだったが、新たな販路への着想が得られた。PRになった。
やや役に立たなかった	1	10%	商談会の時間が短く、名刺交換程度であった。
役に立たなかった			

質問④

運営事務局の対応についてお聞かせください。

総合的にKHF 2011の出展に関して運営事務局の対応にどの程度満足されていますか？

満足	3	がんばってくれて感謝しています。
まあ満足	6	プロフィールが送ったものと違う。名詞のやり取りを電子的にできるものをつけてほしかった。今後の提案として日本ブース全体でひとつの大きな展示物をするなど、もっと目立つようアピールが必要と思う。
やや不満	1	木造軸組をPRするためにはもっと小規模な設計事務所に個別案内をしてほしい。大型販売店や住宅販売業社は取組みが遅いし価格が厳しい。若くて小規模な業者のほうが先進的に取り組む可能性が大。
不満		

質問⑤

次回、このような韓国での国際材見本市があれば参加されますか？

はい	9	PR活動。営業のため。3年間をムダにしないため。意味がある。いろいろな会社の情報を集めることができる。県単位でなく各社単独の参加になると思われる。
いいえ		

08 フォローアップ

商談成約の為に、継続商談案件をフォローアップします。

下記アテンド型マッチング商談継続案件の93件と一般商談での継続案件(成立+成約見込)72件合計165件の商談のフォローアップを致します。

一般商談の詳細は出展者中心に、アテンド型マッチング商談は運営事務局と連携し進めます。



KHF-2011 商談会結果実績表

AM	PM	NO	会社名	業種	職責	氏名	宮崎	岐阜	福岡	徳田	平山	桶敷	福井	吉野	肥後	新栄	WJ/A	山岸			
2011/2/23																					
○		1	モリッドル	住宅建設	社長	イ・ジョンヒョン		不成立	不成立						不成立						
○		2	農心エンジニアリング株	ゼネコン	顧問	ソン・シジン			継続商談		不成立	継続商談	継続商談	継続商談							
	○	3	韓国木造建築技術協会	関連団体	会長	キム・グァンジュン	不成立	継続商談	継続商談	継続商談	不成立	継続商談	不成立	継続商談	継続商談	不成立			不成立		
	○	4	韓国ヒノキ	木材会社		イ・サンバン	不成立	継続商談	不成立	不成立	継続商談	継続商談	不成立	継続商談	継続商談	不成立	不成立		不成立		
							4	社	31	2	3	4	2	3	3	3	3	2	1	2	
知識人																					
	○		水原科学大学	経済学部	教授	パク・ジョンシク	市場性少	市場性大	市場性少	市場性少	市場性大	市場性大	市場性少	市場性少	市場性大	市場性大	市場性少	市場性少			
2011/2/24																					
○		5	洪日商事	木材会社	代表	チョン・ホン・ヨン		継続商談	継続商談												
○		6	テウオン木材	木材会社	副社長	カン・ウソン		継続商談	継続商談		不成立	不成立	不成立	継続商談	継続商談	継続商談	不成立		不成立		
○		7	ソウウ工建築	設計事務所	会長	ナム・ジョンヒョン	継続商談	不成立	継続商談	不成立	不成立	継続商談			継続商談	継続商談	継続商談				
○		8	韓国木造建築協会	関連団体	副会長	キム・チョン・クン	継続商談	不成立	継続商談	不成立	継続商談	継続商談	不成立	継続商談	継続商談	不成立	継続商談		不成立		
	○	9	ノブル総合建設	木造住宅会社	代表	ユ・ジェグァン	不成立		継続商談	継続商談	継続商談	不成立	継続商談	継続商談	不成立						
							5	社	41	3	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	2
知識人																					
	○	15	ソウル大学	知識人	教授	イ・ジョンジェ	参入困難		有望製品	有望製品	参入困難	有望製品	有望製品	有望製品	有望製品	有望製品	参入困難	参入困難	参入困難		
2011/2/25																					
○		10	カピョングリンヒルランド	デベロッパー	会長	チャン・グァンヒ	不成立	継続商談	不成立			不成立	不成立		継続商談						
○		11	MWDA	木造住宅会社	代表	イ・ギョヒョク	不成立	不成立	不成立		不成立	不成立	継続商談		継続商談			継続商談	継続商談		
○		12	DONG HEUNG	デベロッパー	社長	ユン	不成立		不成立				不成立	継続商談	継続商談	不成立	不成立				
							3	社	22	3	2	3	0	1	2	3	1	3	1	2	1
2011/2/26																					
○		13	ガフ建築	設計事務所	室長	クム・ヘウオン	継続商談	不成立	継続商談	不成立	継続商談	継続商談	不成立	不成立	不成立	不成立	不成立		継続商談		
○		14	全国住宅組合連合会	住宅建設会社	会長	ムン・ヒョンタク		継続商談	継続商談	不成立	継続商談		継続商談	継続商談	継続商談	不成立			継続商談		
○		15	チェイル安全システム	文化財保存	社長	チョウ・キュー・チュエ		不成立	継続商談				継続商談	継続商談	継続商談				継続商談		
							3	社	27	1	3	3	2	2	1	3	3	3	2	1	3
2011-02-27																					
○		16	ヨンリム木材	木材会社	副社長	キム・インホ	継続商談	継続商談	継続商談		継続商談		継続商談	不成立	不成立	継続商談			継続商談		
○		17	バインビレッジ	住宅建設会社	CEO	キム・ソンウ			継続商談	継続商談	不成立	不成立	継続商談	継続商談	不成立	継続商談			不成立		
○		18	ハンディーマン	設計事務所	代表	イー・キョンヒ			継続商談	継続商談	不成立	不成立	継続商談	継続商談	不成立	継続商談			不成立		
○		19	チュウプELS	住宅建設会社	社長	キム・キョンファン					不成立	不成立	不成立	不成立	継続商談						
○		20	カンサム	設計事務所	本部長	セ・ヒョノウ	継続商談	継続商談	継続商談	継続商談	不成立	不成立	継続商談	継続商談	継続商談	不成立			継続商談		
							5	社	45	2	2	4	3	5	4	5	5	5	4	2	4
期間中累計																					
							20	社	166	11	14	19	10	15	14	17	15	18	12	9	12
							継続商談	56%	93	5	8	14	5	6	6	9	12	12	5	3	8
							不成立	44%	73	6	6	5	5	9	8	8	3	6	7	6	4

09 フェアでの他のパビリオン調査

日本企業の他の出展

韓国内で最大手木材関連商社の栄林木材(日本パビリオンへ招聘し出展者と商談)のパビリオンには日本の大手建材会社製品を出展し、商談を行っていました。初めて本宅的に日本木質内装住宅部材がトータルに提案されていました。

大手会社の動きとしては、大手製材会社(広島県)大手木材関連商社が韓国市場調査を実施されました。



(栄林木材パビリオンの様子)

(フジキノキの様子)



影山木材(静岡県)が単独で現地販売代理店と連携し、集合住宅のヒノキ部材を使用したリフォーム部材を出展・商談を実施されました。

JAPANWOODパビリオンとも情報交換しながら運営されました。



海外出展の様子

韓国市場で最も輸出額の多いカナダのパビリオンの様子です。例年通りの出展でした。又会場外でもセミナー及び韓国業界との交流会も実施され、韓国とのパイプづくりを継続実施されていました。

(中国企業の様子)



(カナダパビリオンの様子)



中国は個別企業が単独で出展していました。約10社でした。大半が石材の出展で木製品・部材の出展はありませんでした。

会場を見る限り、木製品・部材はカナダ・日本が海外の主流です。只、韓国企業ブースの中に他の国は展開されている可能性があります。実態は把握できませんでした。

09 フェアでの他のパビリオン調査

韓国企業のパビリオン傾向-1

今回の出展者数で韓国企業が大きく伸びました。主催者ヒアリングでは、韓国大手財閥系企業が参加し、スケールの大きさインパクトある販促で目立ちました。SAMSUNG・LOTTEE・新韓及び建材大手EAGON等がビッグスケールで展開した。



韓国企業パビリオン傾向-2

エコ部材としての訴求

展示場中央に、子供が遊べるゾーンを開設。地面に木のチップを敷きつめ子供が裸足で遊ぶ事ができ、終日にぎわった。エコの面からの訴求が多くみられた。



韓国企業パビリオン傾向-3

伝統的木造住宅「韓屋」への関心

日本の軸組み工法と相通じる韓屋の復活が近年顕著です。

会場にも韓国伝統住宅「韓屋」の実物大モデルが複数建立され、その関心の高さを裏付けていた。

10 現地メディア・顧客調査実績

出展者がキョンヒャンハウジングフェア公式ブログで紹介されました。

<http://blog.naver.com/khfairplay?Redirect=Log&logNo=110103908361>



경향하우징페어

삼육공, 우드 에너지를 만나다

ウッドエナジー(宮崎県)吉田利生社長が主催者インタビューを受け、ました。

早くより韓国市場で活躍しているランバー宮崎・ウッドエナジー(宮崎県)の宮崎県ブースのインタビューがブログ掲載されました。

展示期間中は、プレカットモデルを建立し積極的に販促活動を展開された様子及び永年の韓国市場での実績が紹介されました。



삼육공, 우드에너지를 만나다.

일본농림수산성구역에서 일본의 목조건물을 한국에 소개하려는 요시다 토시오씨를 만났습니다. 6년전부터 참가하고 있는 우드에너지는 미야자키현 산나무와 히노키로 구성된 제품을 선보이고 있습니다. 많은 분들께 목조건물을 알리고 싶어하는 우드에너지는 내년에는 골조뿐 아니라 전체적인 구조물을 선보인다고 하여 무척 기대가 됩니다.

現地需要者国産材意識調査

出展者からヒノキで作った絵馬を提供頂き、来展一般顧客を中心に「スギ」「ヒノキ」の認知度調査を実施しました。

約70%の来展者が日本の「スギ」「ヒノキ」を知っていました。又日本国産材には100%の人が関心を持っていました。



KHF 2011 「JAPAN WOOD EXHIBITION PAVILLION」

パビリオンアンケート 集約 (2月25・26日実施 回答数 24件)

1) 日本国産材「スギ・ヒノキ」をご存知でしたか。(複数回答可能 ○を記入下さい)

■「スギ」について	
・知っていた	16
・今回の展示会で知った	3
・知らない	5
■「ヒノキ」について	
・知っていた	16
・今回の展示会で知った	3
・知らない	5

2) 日本国産材に関心はありますか。(複数回答可能 ○を記入下さい)

・関心がある	21
・実際に使用を検討したい	0
・関心がない	0

## 運営のコンセプト (住宅建設の促進・住宅内装部材の販路拡大・大型木製部材物件の獲得を目指す)

3つの販路拡大を目指し運営致しました。17の出展者はその運営コンセプトに適合した生産者が集まりました。住宅建設に関しては今迄の韓国木造建築協会・韓国木造建築技術協会の2団体に加え、最大団体の全国住宅組合連合会が初めて来展しパイプが出来ました。又招聘バイヤーの多くが設計事務所大型施設関係者が多く来展し商談を行いました。大型物件商談が多く、今後の継続的な活動で成果を生むようフォローします。

## 市場 (韓国内での日本国産材の競争力)

韓国では95%を輸入に頼っており、住宅・住宅部材市場では北米産を中心に普及している。昨年に引き続き運営をさせて頂きましたが、日本国産材への関心の高まりを強く感じました。スーパーフォー住宅との20%の価格差を乗り越え在来軸組工法住宅の建設も増大し、韓屋建設にもその技術が導入されています。又、木質材料としてのスギ・ヒノキの需要もあり、有望な市場です。丸太等でなく日本で加工した製品の受入土壌があると考えます。

## 現状 (日本国産材は韓国の人々に受け入れられるか)

今回一般顧客に日本国産材の知名度調査を実施し、関心の高さが分かりました。今回は昨年に比較し商談が具体的に変わったと実感しました。展示商談会での連続パビリオン設置でダイレクトに情報が伝わったのが一因していると思われます。日本の国産材の品質面には競合のカナダ・アメリカ以上の評価ですが、供給体制・価格面の課題があります。これを克服すれば韓国への国産材輸出拡大は可能と考えます。

## 運営での感想 (韓国進出体制の成熟度の違いで3つの参加者タイプを感じました＝より緊密なフォローが必要)

出展者が

- ①韓国に進出済みで販売体制も整っており、施主及び一般顧客・関係者へのより一層のアピールを目指している参加者。(ランバー宮崎・ウッドワイステクノロジー・山岸工務店の住宅建設会社及びウッドエナジー・徳田銘木・新栄・岐阜県木連メンバー等の部材会社)
- ②展示会を契機に販売窓口(代理店等)の設定を目指し、本格的に韓国進出を目指す参加者。(福岡県産品輸出促進協議会・肥後木材・吉野銘木等)
- ③韓国への進出を直接又は代理店経由を問わず、糸口を掴みたい参加者。(株平山・桶数・福井木材等)

3つのタイプがありました。

## 課題 (継続商談の成約に向けて＝カナダ・アメリカとの競争の中で)

韓国では年間12,000戸の木造戸建住宅が建築され、その流れは確かなものと感じました。連携の韓国2団体とは韓国内での競合など多少の問題はあったものの、たくさんの協力を頂きました。又大型施設等へのエコの観点からの木部材の使用も流れとして明確になってきました。市場は確かに大きく・確実なものになっていると思われます。出展者が主体となって韓国での日本国産材住宅・製品を普及するには、出展者のみならず、自治体・業界団体も連携の上での推進が課題と感じます。

展示商談会では、時間的に商談の入口に立ったのみで価格等の最終条件の詰めはこれからの課題です。

## 要望 (今後の韓国での国産材輸出促進のご支援について)

カナダをはじめ、北米諸国は国を挙げての輸出振興策がなされています。(韓国は自給率が低く、木材市場として実績もあり、今後も魅力ある市場の為)都市部での集合住宅での内装の木質化・郊外での戸建住宅の拡大が見込め、又エコ優遇政策が政府をあげて推進されており、この分野での需要拡大が見込めます。継続的な輸出促進事業をお願いします。