

平成 22 年度海外ビジネスネットワーク構築事業
(ジャパンパビリオン設置「中国：2010 上海国際
木造エコ住宅博覧会」) 実施報告書

ジャパンパビリオンの出展 実施活動と結果

平成 23 年 3 月

委託者：農林水産省林野庁

受託者：日本木材輸出振興協議会

当会は、農林水産省の海外ビジネスワーク構築事業（ジャパンパビリオン設置「中国で開催された 2010 上海国際木造エコ住宅博覧会」）を受託し、出展前のプロモーション、会期中の出展・商談、意見交換・商談会、セミナー開催、広報宣伝並びに事後フォローアップ活動を事業計画に基づいて行った。その実施概要は以下のとおり。

1. ジャパンパビリオンの出展・商談

当会は、8月17日（火）～20日（金）に上海市浦東新国際博覧センターで開催された「2010 第2回上海国際木造エコ住宅博覧会」（主催者：万博グループ上海現代国際展覽有限公司、上海市建築材料協会）に国産材のジャパンパビリオンを出展し、出展の13企業・団体とタイアップして、国産材輸出拡大に寄与する展示、商談、広報活動を行った。



写真1. ジャパンパビリオンの出展状況

ジャパンパビリオンは135㎡（15小間に相当）あり、その躯体は国産材のLVLの柱、梁、間柱で組み立てた。パビリオン内には、高度な技術を駆使し、国産材の特徴を現した①APS工法によるスギ木造住宅建躯体、②組立式スギ和室キット及び木製ドア、③スギ・ヒノキ材の内外装材（フローリング材、サイディング材、腰板、壁板、燻煙熱処理材した高級天井・壁材、表面処理加工材）、④スギ等の木製品（テーブル、スギの間伐材の網代加工したフローリング・壁材表面材）、⑤ヒノキの浴槽、⑥木造住宅模型等各種の国産材製品を多数展示した（写真1）。なお、出展スケジュール及び出展各社の出展目的・出展品は、表1、表2のとおり。

ジャパンパビリオンは、人気のあるパビリオンの一つであり、多数のバイヤーがジャパンパビリオンに立ち寄り盛況裡にPRや商談を進めることができた。ジャパンパビリオン入場者数は約8,000人にのぼり、会期中の商談件数は320件、うち商談継続件数156件（成約の可能性を含むもの）であった。出展各社の商談状況は表3のとおりである。出展各社の展示・商談の状況及び展示品の状況は写真2、写真3のとおり。

なお、今回の「2010 第2回上海国際木造エコ住宅博覧会」と併催の「第21回中国（上海）国際建材・インテリア展覧会」を合わせて、全体の展示面積は30,000㎡であり、出展者数

は518社、うち海外76社（出展国：日本、韓国、ドイツ、米国、フランス、イタリア、オーストリア、カナダ、イギリス、スイス、デンマーク、マレーシア、中国香港、中国台湾等14カ国・地域）であった。また、一般消費者ではなく、専門業者向けの本展示会の来場者数は21,624名、うち海外1,534名であった。

ジャパンパビリオン以外の他のブースの展示状況は写真4のとおり。

表1. 展示会のスケジュール

月 日	時 間	内 容
8月15日(日)	9:00-18:00	設営 前半：「ジャパンパビリオン(展示館)」 後半：共通スペース等設営
16日(月)		設営(出展各社)
17日(火)	10:00-10:15 10:00-17:00 13:30-17:30	パビリオン オープン式 展示・商談活動 日中木材・木造建築セミナー (上海新国際博覧センター2階 E2-M17 会議室)
18日(水)	9:00-17:00	展示・商談活動
19日(木)	9:00-17:00 13:30-15:15 15:30-17:00	展示・商談活動 意見交換会(上海飄鷹大酒店4F 会議室) 商談会(同上)
20日(金)	9:00-12:00 12:00-18:00	展示・商談活動 パビリオン・展示物撤収

表2 出展各社の出展目的・出展品

出展者	都道府県	出展目的	出展内容
池見林産工業株式会社	大分	スギ、ヒノキの内外装材の販路拡大	ヒノキの床暖用フローリング、スギ、ヒノキ内外装材、桧風呂
影山木材株式会社	静岡	地域産ヒノキの富裕層向け内装材のPR及び販路開拓	ヒノキの内装材のパネル
桑原木材株式会社	愛知	国産スギ、ヒノキの内装材の販売促進	秋田スギの天井板・テーブル天板、東濃ヒノキの羽目板等
越井木材工業株式会社	大阪	スギ等の不燃加工材の市場開拓及び販売促進	スギ・ヒノキの防腐・難燃処理材
株式会社粉河	和歌山	富裕層向けの本格的和室の内装部材の販売拡大	スギ、ヒノキ等を使用したユニット和室、室内ドア
株式会社タカヤマ	大阪	APS工法を使用したヒノキ等の木造軸組住宅の販路開拓	ヒノキのAPS工法(木造軸組)住宅の構造躯体等
株式会社徳田銘木	奈良	スギ、ヒノキの磨丸太の市場調査及び販路開拓	スギ、ヒノキを使用した磨丸太の加工商品等
ドリーミー大和株式会社	鹿児島	燻煙熱処理したスギ内装材のPR及び販路拡大	燻煙熱処理したスギの幅広、長尺の柾目調壁材・天井板、床暖対応フローリング
株式会社ハノ商店	福岡	九州産材スギ、ヒノキの販路開拓と販売促進	スギ、ヒノキの壁板、製材品のサンプル、集成材家具等

日田材海外出荷対策協議会	大分	日田材の普及宣伝と輸出促進	日田材の見本付パンフレット等
フルハシ EPO 株式会社	愛知	スギ、ヒノキの間伐材を使用した製品の PR と販路拡大	スギ、ヒノキの EPO CABIN(ミニハウス)の模型、間伐材パレット、原木
ミサワホーム株式会社	東京	木質住宅の市場開拓とパートナーの確保	道材マツ等のインテリア及びエクステリア部材等
龍神村森林組合	和歌山	「龍神材」「紀州材」PR と現地代理店の発掘	スギの構造材・無垢フローリングのサンプル、龍神材家具

表 3. 出展各社の商談状況

出展企業	商談等の状況
池見林産工業株式会社	商談件数12件、うち、期待度の大きいもの10件程度あり、このうち、スギ・ヒノキの内装材について、デベロッパー1社及び建築施工会社1社と仮契約済み。日本への招聘及び9月に上海へ再訪し、成約に持ち込む予定。また、特約店の希望者も数社あり、今後、成約に向け努力していく予定。また、上海特約店に内装材3千坪程度の在庫を置く予定。
影山木材株式会社	商談件数 19 件、うち、引き続き商談可能な件数 13 件あり。ヒノキ内装材の品質への評価は高いが、価格面で、米材、ロシア材に比べ倍程度の価格差があり、この点が大きなネック。価格面を検討し、引き続き折衝していく予定であるが、成約の感触は未定。また、販売代理店の希望者も 3 者あり。
桑原木材株式会社	商談件数 63 件、これらの者は、主に、木造建築及び内装設計関係者。継続商談可能なもの 6 件程度あり。テーブル・椅子一体形式のものは、見積の要請（天津）もあり、今後成約にむけて、取組んでいく。
越井木材工業株式会社	商談件数 14 件、うち、商談成立ほぼ確実なもの 1 件、継続商談可能なもの 13 件あり。これらの者は、設計事務所、不動産関係者、建材関係者である。品質については、高い評価を受けているが、ネックは価格である。特に、増値税の 17% が大きい。商談継続者については、アポをとり、現地スタッフが訪問等し、成約向け努力していく。
株式会社粉河	商談件数 35 件、うち商談成立ほぼ確実なもの 1 件、商談継続可能件数 14 件あり。今回の主要な展示物は、価格的に安い中所得者向けの組み立式の和室(2.5m×2.5m)であり、継続商談可能者には、当該社の上海展示場に来訪願う等し、成約への折衝を行っていく。
株式会社タカヤマ	商談件数 63 件、うち商談継続可能件数 19 件あり。APS 工法への高い関心が寄せられたが、問題は単価の問題である。関税等を踏まえ、価額等細かい点を検討し、近く、再度、訪中し、価額提示をし、折衝していきたい。主な相手は、大連の加工・建設会社、黒龍江省の開発会社、河北省のリゾート向け住宅等の投資会社等である。
株式会社徳田銘木	商談件数 20 件、うち、現地設計関係者等と引き続き商談可能なもの 5 件、また、日本の現地法人 4 社からも当社の製品を扱いたいとの申込みあり。今後、現地サポータ等を通じ、商談を継続していく。
ドリーミィ大和株式会社	商談件数 19 件、うち商談継続可能件数 12 件あり。燻煙熱処理により製造した柾目の壁材、天井材には、高い評価を得たが、価格面がネック。中国では、内装材には米スギが多いが、米スギの欠点（2～3年で黒く変色）を知らないで、価格の安さにとらわれている。当社の製品の価値がわかるまでには時間を要する。台湾等からの引き合

	いもあり、当面は、これらを主体に進めて生きたい。
株式会社ハノ商店	商談件数 14 件、うち商談成立ほぼ確実なもの 1 件（無垢のヒノキ壁材）、上海、大連等の建材関係業者等へのヒノキ、スギの集成壁材等について商談継続可能件数 8 件あり。今後、成約にむけて努力していく。
日田材海外出荷対策協議会	商談件数 12 件、うち商談継続可能件数 11 件あり、展示製品はスギの表面加工処理壁材（表面模様、塗装）であり、品質、仕上げ技術については好評を得た。商談継続者とは、日田市の交流センターの中国人スタッフを窓口にして継続商談を行っていく。
フルハシ EPO 株式会社	商談件数 13 件、うち商談成立ほぼ確実なもの 1 件（間伐材）、商談継続可能件数 22 件あり、特にフローリング材（網代加工のもの）が、好評であり、内装建材関係者からサンプル、価格の見積を求められおり、詳細を検討の上、提示等していく。間伐材の利用について、中国市場での展開に希望が持てた。
ミサワホーム株式会社	商談件数 18 件、国産材の廃材を利用した当社の Mwood の製品の品質、技術性への評価は高く、特に、パネルの工業化についての関心が高かった。しかし、品質の高さに伴う価格への認識は低く、今後、コストをいかに削減していくかが課題。
龍神村森林組合	商談件数 18 件、うち商談継続可能件数 19 件あり、製品はスギの壁板、フローリング、構造材であり、成約の感触は未定。今後メール等により、成約にむけ努力していく。

（注：本商談状況は、出展期間中に聞き取り結果をまとめたものである。）



ジャパンパビリオン正面



開会式出展者関係者及び事務局長挨拶



開会式出展企業代表者挨拶



報道機関のインタビュー状況

写真 2. ジャパンパビリオンの展示・商談の状況（1）



来場者へのアンケート調査の状況



商談の状況

写真2. ジャパンパビリオンの展示・商談の状況（2）



株式会社ハノ商店（ヒノキ無垢壁材、スギ・ヒノキ集成材壁材、テーブル天板）



株式会社タカヤマ（APS工法のスギ躯体）



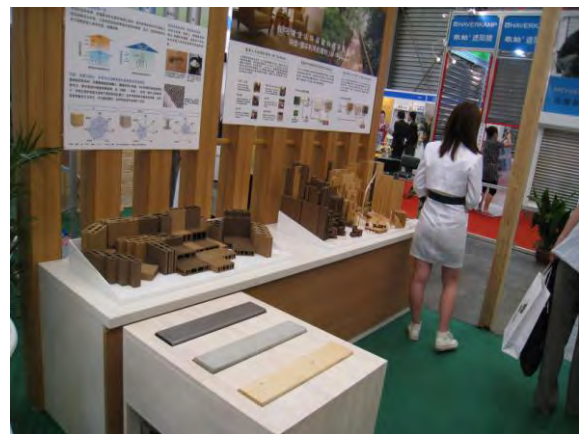
写真3. 日本各社の出展状況（1）



影山木材株式会社 (ヒノキ壁材)



フルハシ EPO 株式会社 (間伐材の組立式キャビン模型)



ミサワホーム株式会社 (Mwood 材、熱伝導率体感装置)

写真 3. 日本各社の出展状況 (2)



株式会社徳田銘木（磨き丸太）



池見林産工業株式会社（フローリング、壁材、桧風呂）



株式会社粉河（組立式スギ和室）

写真3. 日本各社の出展状況（3）



龍神村森林組合（スギフローリング、壁材等）



日田材海外出荷対策協議会（スギ壁板表面処理加工材）



ドリーミィ大和株式会社（燻煙熱処理のスギ柱目天井・壁板）

写真3. 日本各社の出展状況（4）



越井木材工業株式会社（スギ等の難燃、防腐処理のデッキ材等）



桑原木材株式会社（ヒノキのテーブル及び椅子）

写真3. 日本各社の出展状況（5）



展示場正面玄関



複合木材使用建物



ログハウス

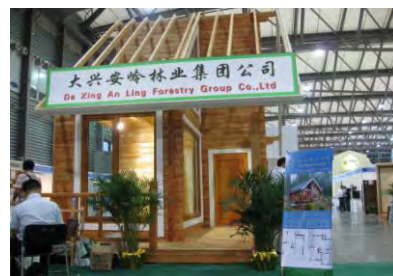
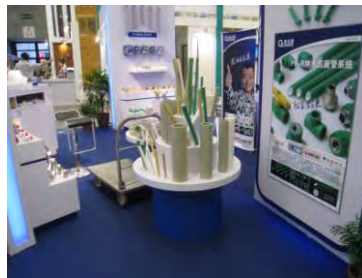


写真4. ジャパンパビリオン以外の展示状況（1）



壁材



壁材

管工材料

鉄骨フレーム建物

写真4. ジャパンパビリオン以外の展示状況 (2)

2. イベントの開催

会期中の8月17日(火)午後1時30分～5時30分、上海新国際博覧センター2階E2-会議室にて、中国建築学会木構造専門委員会メンバー、木構造研究者、大手木造企業技術者、デベロッパー、建築・内装関係専門家、設計士、建築士等97名に対し、日中木材&木造技術セミナーを開催した(写真5)。

開催プログラムは以下のとおり。

- ① 開会挨拶
 - ・日本木材輸出振興協議会 事務局長 小合 信也
 - ・中国建築学会木構造専門委員会会長 王 偉 ハルビン工業大学教授挨拶
- ② 来賓挨拶
 - ・在上海日本国総領事館 笠川 濯 副領事
- ③ 基調講演
 - ・「スギ、ヒノキの良さを活かした日本の木造建築」
東京大学名誉教授、木材・合板博物館館長 岡野 健 農学博士
 - ・「中国の木造基準と日本産木材・木造技術」
「中国木構造建設規範」管理チーム主任 楊 学兵 高級工程師
 - ・「日本の木造基準と日本産木材・木造技術」
東京都市大学教授 大橋 好光 工学博士
- ④ 日本木材、木造技術等の紹介
 - ・高耐久新素材：越井木材工業株式会社 中国市場開拓室長 邱 祚春
 - ・木質パネル接着工法：ミサワホーム株式会社 部長 中村 孝
 - ・日本のエコ・自然木：株式会社徳田銘木 代表取締役 徳田 浩
 - ・日本の最新木造住宅工法—APS工法：株式会社タカヤマ 上村美保



開会挨拶
中国建築学会木構造専門委員会 王偉主任



来賓挨拶
日本国在上海総領事館 笠川 濯 副領事



基調講演
東京大学名誉教授、岡野 健 農学博士



基調講演 中国木構造設計規範管理チーム
主任 楊 学兵 高級工程師



基調講演 東京都市大学教授 大橋 好光 工学博士

写真5. セミナーの開催状況 (1)



出展者 製品・技術説明
越井木材工業株式会社



出展者 製品・技術説明
ミサワホーム株式会社



出展者 製品・技術説明
徳田銘木株式会社



出展者 製品・技術説明
株式会社タカヤマ



セミナー受講状況

写真5. セミナーの開催状況 (2)

3. 意見交換会・商談会の開催

(1) 意見交換会

会期中の8月19日(木)午後1時30～15時、上海飄鷹大酒店4階会議室(上海市虹口区乍浦路71号)において「日本産木材&木材建築意見交換会」を開催した。

上海木材協会秘書長汪少芳氏の司会のもとに、日本木材輸出振興協議会事務局 趙業務課長及び中国建築学会木構造専門委員会主任 王偉教授(ハルビン工業大学)の挨拶後、参加各社の自己紹介を行い、続いて、パワーポイントにより、展示者の3社及び中国側1社から次の製品及び技術の説明等の紹介を行った。

- ・日本スギで作った幅広・長尺の壁材・天井材(説明者:ドリーミィ大和株式会社)
- ・中国「世界木博会」プロジェクト(説明者:上海林産品卸売市場)
- ・日本ヒノキの特色とその商品(説明者:株式会社ハノ商店)
- ・日本産木材の有効利用について(説明者:フルハシEPO株式会社)

続いて、製品現地の業界関係者(12名)と出展者(27名)との間で日本産木材・木造住宅、木製品の中国への輸出における諸々の質疑事項や問題点等について、忌憚のない意見交換を相互に行い、相互理解とパートナーシップの構築を図った(写真6)。

意見交換会の参加者は以下のとおり。

- 中国側
- ・徳勝(蘇州)洋楼有限公司 技師長 程少安
 - ・安徽恩龍林業集团有限公司 董事長 李謝恩(他2名)
 - ・上海福人林産品卸売市場 副總經理 謝小斌(他1名)
 - ・華傑景觀木業有限公司 總經理 周有華
 - ・大連龍華木業有限公司 總經理 範永華
 - ・上海森連木業發展有限公司 副總經理 印学良(他2名)
 - ・上海利方建材有限公司 經理 劉強
 - ・上海夢景木構造設計制作有限公司 總經理 曾斌斌
 - ・上海城啓建築空間芸術設計 總經理 程雪松
 - ・上海陽光集團 責任者 丁洪林

- 日本側
- ・影山木材株式会社 代表取締役 影山秀樹、顧力丹
 - ・桑原木材株式会社 代表取締役 桑原教行、係長 李鷗
 - ・越井木材工業株式会社 室長補佐 魏保紅、武彦佳
 - ・上海粉河木制品有限公司 副總經理 坂田力、孫鳴
 - ・株式会社タカヤマ 専務 高山義雄、特需営業係長 永長貫治、石川修康、李、上村美保
 - ・徳田銘木株式会社 代表取締役 徳田浩、経営企画部長 山田賢一
 - ・ドリーミィ大和株式会社 代表取締役 原口望、営業 周黎琳
 - ・株式会社ハノ商店 代表取締役 把野務、穆志誠
 - ・フルハシEPO株式会社 古橋物流産品製造(蘇州)有限公司 總經理 小川祥史、営業課長 渡辺哲郎、陳旭輝
 - ・ミサワホーム株式会社 国際室室長 室村昌一、王世キ
 - ・龍神村森林組合 営業担当 松本晋平、県主査 東弘文、県技師 黒木健一



事務局 趙課長 挨拶



中国建築学会木構造専門委員会王偉主任
(ハルビン工業大学教授) 挨拶



現地業者の上海福人林産品卸売市場の説明



出展者の株式会社タカヤマの説明

写真6. 意見交換会の実施状況

(2) 商談会

上記(1)の意見交換会に引き続き、同ホテルの会場において午後15時30分～17時において、商談会を開催した。

商談会では、日本木材輸出振興協議会 趙川業務課長、中国建築学会木構造専門委員会主任 王偉教授(ハルビン工業大学)の挨拶の後、以下のようにペアをセッティングし、マッチング方式で木造建築案件や内装材料の取引について具体的商談を進めた(写真7)。

- | | | |
|----|-----|----------------------|
| 1組 | 中国側 | ・徳勝(蘇州)洋楼有限公司 |
| | 日本側 | ・ミサワホーム株式会社、株式会社タカヤマ |
| 2組 | 中国側 | ・上海城啓建築空間芸術設計 |
| | 日本側 | ・上海粉河木制品有限公司 |
| 3組 | 中国側 | ・上海福人林産品卸売市場 |
| | 日本側 | ・徳田銘木株式会社 |
| 4組 | 中国側 | ・華傑景觀木業有限公司 |
| | 日本側 | ・越井木材工業株式会社 |
| 5組 | 中国側 | ・大連龍華木業有限公司 |
| | 日本側 | ・桑原木材株式会社 |

- 6組 中国側 ・上海利方建材有限公司
日本側 ・ドリーミィ大和株式会社
- 7組 中国側 ・上海陽光集団、上海森連木業発展有限公司
日本側 ・影山木材株式会社
- 8組 中国側 ・上海夢景木構造設計制作有限公司
日本側 ・フルハシ EPO 株式会社、株式会社ハノ商店



写真7. 商談会（マッチング商談）の実施状況

4. 国産材製品のPR

ジャパンパビリオンの出展効果や国産材の認知度を高めるため、以下の広報活動を行った。

(1) 事前プロモーション

出展前に、次の事前プロモーション活動を行った。

① 国産材宣伝のWEB版パンフレットの作成とWEB配信

「日本木材創造卓越生活品質 健康 舒适 温馨 (Japan Wood Creating Excellent Quality of Life)」をタイトルとし、「日本産木材の優れた性能」、「多様な木造建築物」、「出展企業の国産材製品紹介」、「主な日本産木材の特徴」等内容から構成されるWEB版パンフレット（210×285mm、30P、カラー、PDF、中国語・簡体字、ダウンロード可能）を作成後、知名度の高いウェブサイト（www.fidchina.com）の「日本産木材と木造建築」チャンネルに掲載し、中国国内のデベロッパー、建設・内装会社、設計士、建築士、木材加工会社、行政・研究機関関係者等を主要対象にWEB配信した。なお、同WEB版パンフレットは別冊のとおり。

なお、同WEB版パンフレットの掲載開始日（2010年8月1日）から2011年3月4日までのアクセス数は2,820名に達している。

② PR用入場券などの事前配布

裏面にジャパンパビリオンの出展場所、セミナーの開催日、PRのキャッチコピー、出展者等情報を刷り込んだ「木造エコ住宅博覧会」入場券（5,000枚）を作成し、出展各社並びに各社の中国国内関係先に配布するとともに、上海木材協会を通して木材・木材製品製造・流通販売事業者に、上海福人林産品卸売市場を通して同市場のテナント企業並びに上海木材新聞の読者に、家具と室内装飾雑誌社を通して内装、家具関連製造・流通販売・設計事業者・個人に、南京林業大学木材工業学院を通して木造専門の先生、学生に配布した。

なお、作成・配布したPR用入場券は図1のとおり。



图 1. 配布済の PR 用入場券（裏面）

③ 告知広告の業界誌への掲載

中国木材業界専門誌「中国木材」（2010 年第 3 号）を通じて木材流通・貿易・加工業者等に向けて、国産材製品や木造住宅に関する告知広告（A3 版折りたたみ式、カラー、表紙 1）の掲載により、国産材製品の認知度を高めるとともに、現地の潜在的な商談相手等に対して、ジャパンパビリオンの出展・セミナー開催及びその内容に関する告知に努めた。



图 2. 掲載済の告知広告

④ 事前企画記事の WEB 配信

「日本木材和木结构技术将再度隆重亮相木制环保住宅博览会」（日本産木材・木造技術再度木造エコ住宅博覧会出展）をタイトルとした中国語版の事前企画記事は2010年7月7日より、「木造エコ住宅博覧会」のオフィシャルウェブサイト（世博建材網：www.expoj.com/cn/index.asp）に掲載されている。



図3. 掲載・配信済の事前企画記事（1）

⑤ 関係ウェブサイトを通じた情報の案内・提供
 次のようなウェブサイトを通じて国内外の関係者並びに一般の方々に向けてジャパンパビリオンの出展・セミナー開催・商談活動等関係情報の案内・提供を行った。

「木造エコ住宅博覧会」ウェブサイト (www.expoj.com/cn/index.asp)



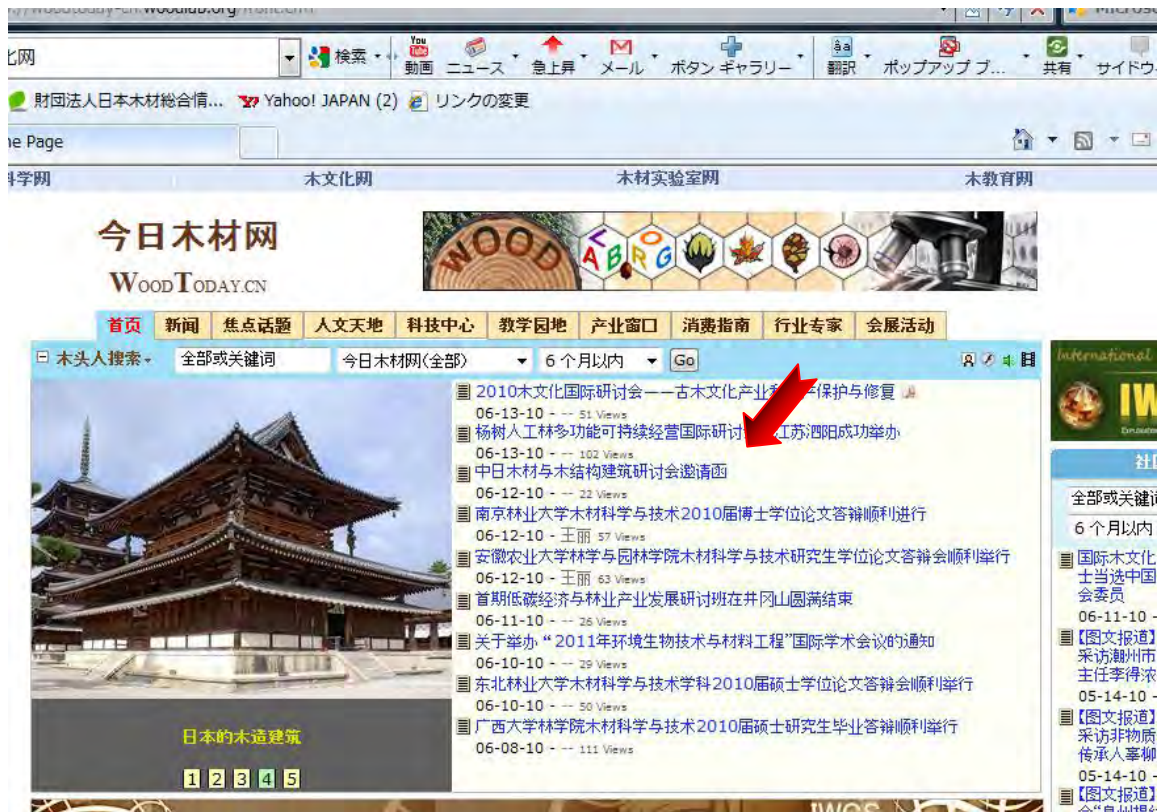
图 4. 情報発信に利用した国内外のウェブサイト (1)

「中華木構造」ウェブサイト (www.woodcn.org)



图 4. 情報発信に利用した国内外のウェブサイト (2)

「今日木材」(国際木の文化学会) ウェブサイト (woodtoday-cn.woodlab.org)



当協議会のウェブサイト (www.j-wood.org)



図4. 情報発信に利用した国内外のウェブサイト (3)

農林水産省国際部輸出促進室のウェブサイト (www.maff.go.jp/j/export/index.html)

The screenshot shows the homepage of the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) of Japan, specifically the international export promotion section. The main header reads '農林水産省' (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries). Below the header, there are navigation menus for '基本政策', '統計情報', '国際', '食料', '消費・安全', '生産', '経営', '農村振興', '林野', '水産', and '研究開発'. A secondary menu offers options for text size, color, and language (English). The main content area is titled '農林水産物・食品の輸出促進対策' (Export Promotion Measures for Agricultural, Forestry and Fisheries Products and Food) with the slogan 'おいしく安全な日本産品を世界へ' (Delicious and safe Japanese products to the world). A 'New Information' section lists several international trade events and support programs, including the 'Asian Seafood Exposition 2010 (Hong Kong)', '2010 Shanghai International Woodworking and Furniture Exhibition (China - Shanghai)', and 'Asia Fruit Logistica 2010 (Hong Kong)'. A red arrow points to the '2010 Shanghai International Woodworking and Furniture Exhibition' entry.

中国建築学会木構造専門委員会年次大会開催案内に取り入れたセミナーの開催宣伝

The screenshot shows the 'Today Wood' (今日木材网) website. The main navigation bar includes '首页', '新闻', '焦点话题', '人文天地', '科技中心', '教学园地', '产业窗口', '消费指南', '行业专家', and '会展活动'. A search bar is located below the navigation. The main content area is titled '会展活动 > 研讨会 > 木结构专业委员会第五次工作会议及第五次木结构学术研讨会会议通知'. The announcement provides details for a meeting and seminar held from August 16 to 19, 2010, in Shanghai. It includes the start and end dates, times, and a brief description of the event's purpose: to discuss wood structure technology and promote the healthy development of wood structure residential construction in China. A table lists the schedule for the seminar, with a red arrow pointing to the August 17th entry. The contact information for the organizing committee is provided at the bottom, including the name of the contact person (程少安) and their phone and email addresses. The footer of the website identifies the organizing committee as the China Building Society Wood Structure Specialist Committee, Fifth Working Meeting and Seminar, held from August 16-19, 2010.

时间	事项
8月16日	全天报到
8月17日	上午参观木结构展览, 下午参加中日木材与木结构建筑研讨会
8月18日	第五次工作会议暨第四次学术交流
8月19日	全天参观上海世博会

図 4. 情報発信に利用した国内外のウェブサイト (4)

⑥ 「木造エコ住宅博覧会」主催者を通じた事前宣伝

当会は今回の木造エコ住宅博覧会の協力機関となっている。このため、主催者による当博覧会開催の告知案内、事前宣伝（紙媒体とウェブ）並びにこれらに関するインターネット上の多くの転載に伴い、「日本産木材」のキーワードが広く知られており、中国国内の木材・建設・建材・内外装などの関連業界及び多くの人々への日本産木材の認知度が高まってきている。

(2) 出展中の広報活動

出展に合わせ、以下のPR活動を行い、ジャパンパビリオンに来場したデベロッパー、建設・内装会社、木材加工会社並びに建築・内装関係の専門家、設計士、建築士などを始め、できるだけ多くの中国国民に国産材製品及び木造住宅の高品質、高機能性、快適性、健康性などを認知してもらうことに努めた。

① パビリオンにおけるPR用DVDの上映

ジャパンパビリオン正面の入口に設置した大画面ディスプレイでPR用DVD「ウディな日本、ウディな生活」(中国語版)を上映し、来場者に対し国産材や出展した木材製品に対する理解・認識を深めてもらうことに努めた。



写真8. DVD上映による国産材製品の広報

② 国産材カタログやPRカードの配布

ジャパンパビリオンの来場者、セミナーの参加者に対して、図5に示す国産材カタログ（主要樹種のツキ板サンプルを添付）200部、PRカード500枚を配布し、効果的なPRに努めた。



図5. 配布用国産材カタログ（左）とPRカード（右）

③ パビリオンにおける国産材製品のデモンストレーション

出展中、各出展者とタイアップして、各出展者の展示コーナーにおいて来場者に対し国産材製品について丁寧に説明したり、質問に答えたりした。さらに、在来軸組工法の軸組模型の組み立てなどのデモンストレーション活動を行い、来場者に国産材の良さ、技術の高さを体感してもらい、ジャパンパビリオンの出展効果を高めることに努めた。



軸組模型の組み立て



APS工法を用いた国産材躯体の組み立て

写真9. 出展中のデモンストレーション

④ 出展ガードブックへの国産材製品に関するカラーページの掲載

「木造エコ住宅博覧会」の出展ガードブックに次のようなカラーページを掲載し、国産材製品のアピールを行った。



図6. 出展ガードブックに掲載したカラーページ

(3) 事後広報活動

現地展示活動終了後、次の事後広報活動を引き続き行った。

① 専門業界紙への体験記事の掲載

ジャパンパビリオンの展示、セミナー、商談活動に携わった現地のオピニオンリーダーの協力を得て、作成してもらった体験記事(タイトル:「日本木材精彩演绎低碳生活」)を「建築時報」(2010年9月6日付)などに掲載することにより、現地の多くの人々に国産材製品及び木造住宅の良さを認知してもらい、国産材製品の認知度を高めることに努めた。



図7. 掲載済みの体験記事

また、次に取り上げられた事例のように、この体験記事を転載した中国国内のウェブサイトは多かった。



図8. 体験記事を転載した「中华木构造」ウェブサイト

② 出展・セミナー開催状況のインターネット配信

国際木文化学会の協力を得て、ジャパンパビリオンの出展状況及び日中木材・木造建築セミナーの開催の様子を取材、撮影し、「木の情報発信地」として知名度が高いウェブサイトである「木の文化」ウェブサイト（cn.wood.info）を通してインターネット配信し、できるだけ早く、できるだけ多くの現地の人々に国産材製品及び木造住宅の存在やその高品質性と高機能性、快適性、健康性などを認知してもらうことに努めた。このネット配信の詳細内容は添付DVDをご覧ください。

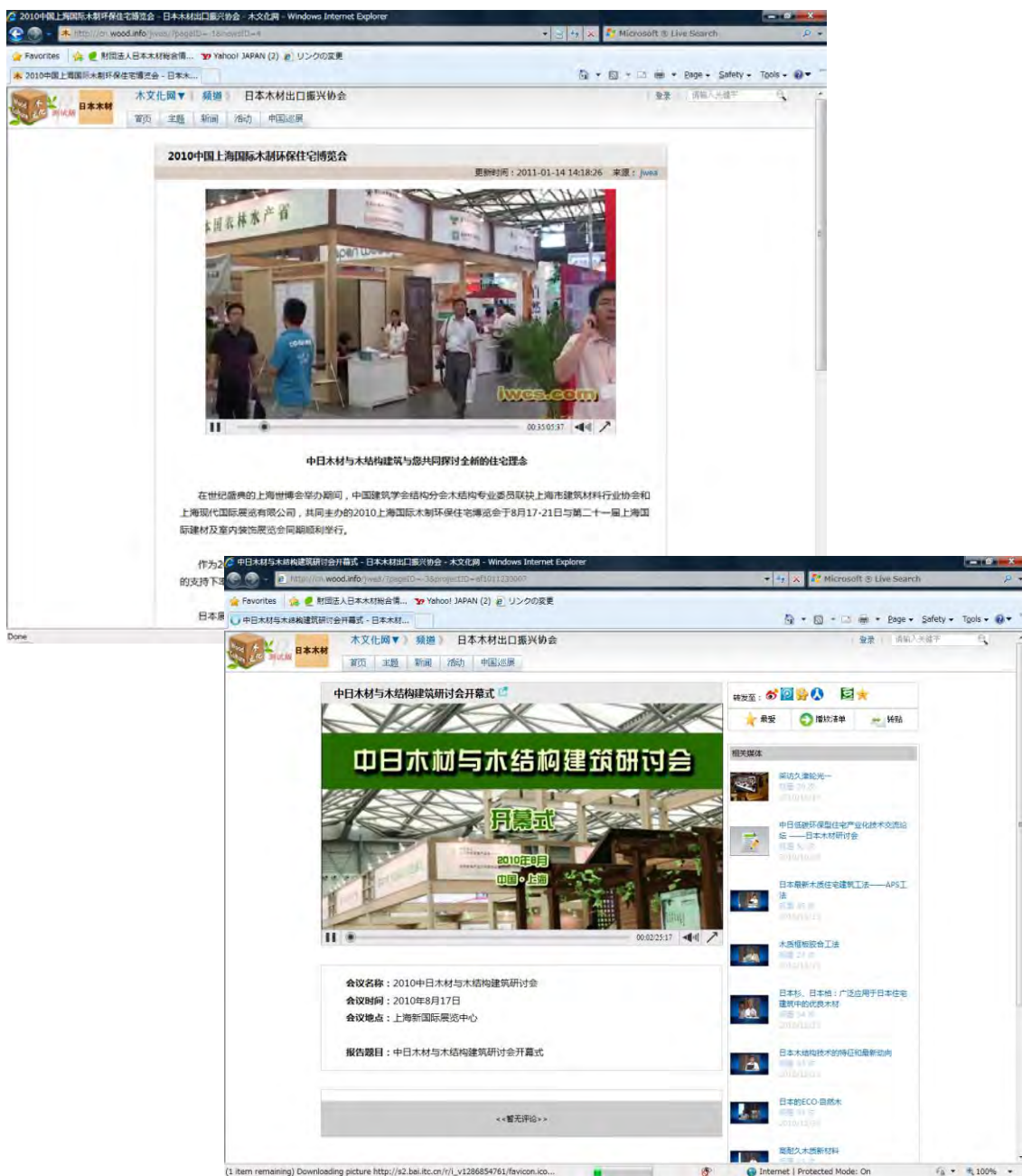


図9. ジャパンパビリオンの出展及びセミナーの開催状況のネット配信

③ 商談会・意見交換会の開催に関する事後報道

上海木材協会は、「中国木材」専門業界誌（2010年第4号）の中で次のように商談会・意見交換会の開催について事後報道してもらえた。

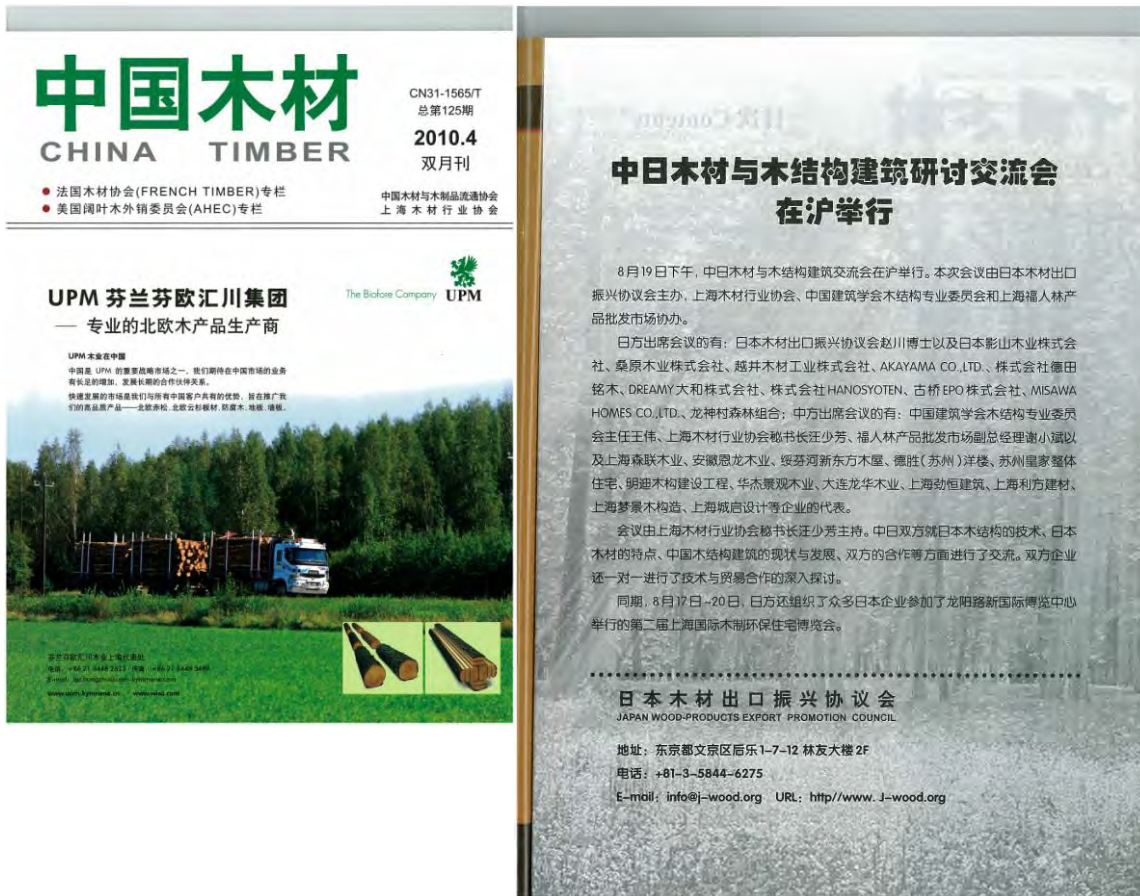


図9. 「中国木材」専門誌に掲載された商談会・意見交換会の開催状況に関する記事

5. アンケート調査の実施

(1) 木材利用嗜好のアンケート調査

展示会の会期（8月17日～20日）において、ジャパンパビリオンの来場者に、次のようなスギ、ヒノキのカットサンプルやツキ板等を見たり触ったりしてもらい、現地の人々の木材利用・木造住宅の嗜好、国産材に対する評価や意見に関するアンケート調査を行った。本調査は394の回答を得ることができ、結果は付属資料Iのとおり。

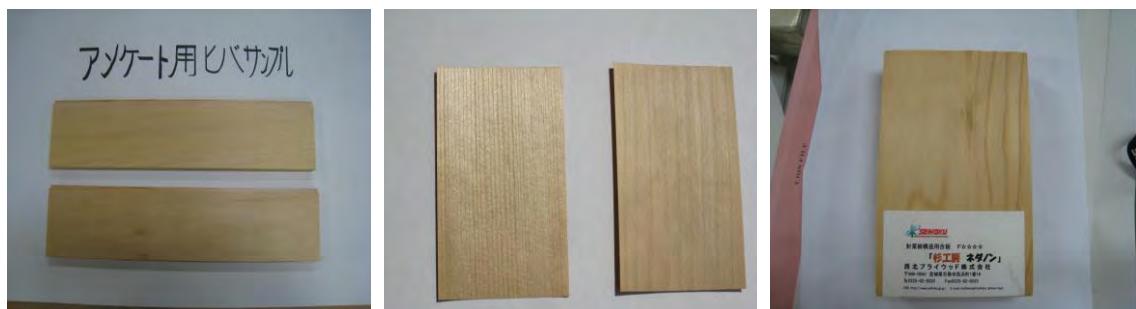


図10. パビリオンで実施されたアンケート調査に供した国産材のサンプル

(2) セミナーに関するアンケート調査

8月17日に開催された、日中木材・木造建築セミナーの参加者に対して、国産材製品に対する認識や情報提供に関する要望、セミナーの内容に対する評価や意見に関するアンケート調査を行った。アンケート回答数が40名で高くないが、その結果は付属資料Ⅱのとおり。

6. フォローアップ活動の実施

展示・商談活動終了後、当会ならではの木材に関する専門の知見や輸出促進のノウハウを生かし、現地の業界団体等の協力を得ながら、商談成立に向けた出展者や商談相手に対する情報提供、相談、助言などのきめ細かなフォローアップを行った。

(1) 現地バイヤー等に対するサポート

商談会の開催前に、前述のWEB版パンフレットなどの資料を商談会参加予定の中国側企業に提供した。

また、展示・商談活動終了後、電話、ファクシミリ、Eメール、郵便などにより、現地バイヤーに対し商談成立に向けて一歩踏み込んだ情報の提供、相談、助言でフォローするとともに、ジャパンパビリオンの来場者、セミナーの参加者並びにインターネットや専門誌(紙)を通じて国産材の出展・商談関係情報を知った者の問い合わせ、要望に応じて適切なフォローアップ活動を努めた。



図11. 上海現地需用者からの商談要望に応じた情報提供、相談、助言の事例

(2) 出展者等に対する商談支援

当会は、出展各社の出展、商談効果を高めるため、各社に対し中国市場に係る情報の提供やバイヤー等からの問い合わせを伝達するとともに、必要に応じた適切な助言を行った。

① 関連情報の事前提供

出展前に、当会作成の「中国の森林資源の現状と資源施策」、「中国の木材需要と木材産業の現状」、「中国の木材貿易の現状と動向」、「中国の主要木材製品の価格動向」、「木材輸出統計月報」等情報や商談会の開催に向けての「参加中国側企業のデータシート」を出展各社に提供した。



図 1 2 . 出展各社への関連情報の提供事例

② 商談成約に向けたアフターケアの支援

展示・商談活動終了後に、出展各社の出展成果・評価（商談件数、成約件数など）、全体所感、問題点、要望、進捗状況に対する追跡調査により商談現状を把握した上、出展各社の自助努力を促すとともに、出展各社並びに商談相手側のレベル・能力に応じた商談成約に向けた効果的なフォローを継続している。



図 1 3 . 中国バイヤーとの商談について出展企業への助言

(3) 輸出志向のある者に対する情報提供

当会は展示・商談活動終了後、出展者のほか、輸出に関心を有する者に対し、出展状況や商談のノウハウを取りまとめた結果、展示・商談の成果を高めるための今後の対応策並びにアンケート調査関係情報を提供し、国産材展示・商談事業の効果と質の向上に努めた。

7. 結び

本事業は、国産材の輸出促進を目的とし、「上海国際木造エコ住宅博覧会」に出展するとともに、バイヤー等向けのセミナーの開催、商談会・意見交換会の開催、国産材出展及びイベント開催に関する告知広告や記事の掲載、実施状況のインターネット配信による国産材製品のPR活動、ジャパンパビリオンの来場者やセミナー等の参加者に対するアンケート調査、フォローアップ活動を行った。

その結果、展示・商談活動終了後から現時点（3月9日）までは、以下の直接的な成果（成約57件、輸出額7,422万円）を遂げた。今後、より実りのある事業成果が得られるよう、商談成約等に向けた更なるフォローアップ活動を引き続き行い、国産材の輸出推進に努めていきたい。

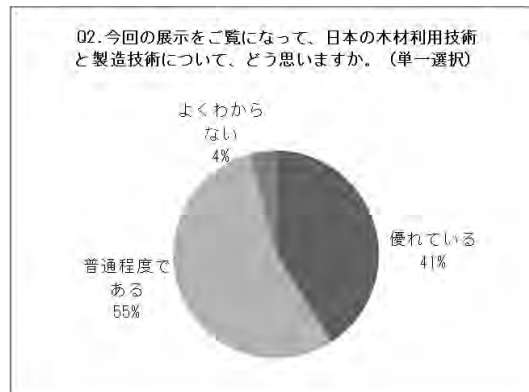
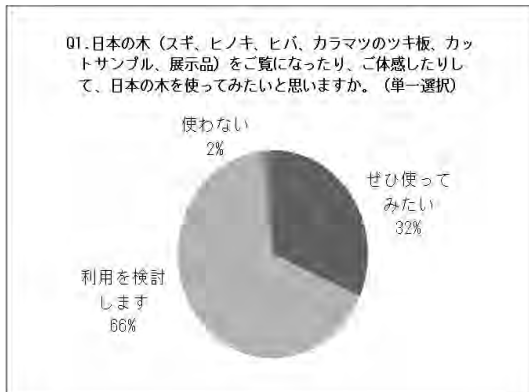
- ・ 出展企業のD社は、商談件数が30件、うち2件が成約できた。スギ浮造りフローリングの輸出が開始した。現時点までの輸出金額が42万円でまだ小さいが、本格的な輸出はこれから期待される。
- ・ 出展企業H社は、商談件数が2件、うち1件の成約ができた。ヒノキの角材40m³（130万円）の輸出ができた。
- ・ 出展企業I社は、現在、上海大型リゾートマンション（10,000m²）の内装材3,000坪（40フィートコンテナ5個分）（約200m³、1,600万円）を詰めており、近日中に契約の予定。また、中国武漢に販売拠点の現地合弁会社を設立し、これらを拠点にさらなる販路の拡大に努力している。
- ・ 出展企業のK社は、今回展示した中間所得層向けのユニット式スギ和室（約4畳）について約30件（1,200万円）、従前からの高級和室（約6畳）について約20件（2,000万円）の商談をまとめており、今後、更なる販路拡大に努力している。
- ・ 出展企業のM社は、雲南省のデベロッパーによる団地（木造戸建て住宅300棟）の開発計画に参加しており、現在、日本式木造住宅の建設の請負業務に取り組んでいる。
- ・ 出展企業R社は、内装用原木180m³（450万円）の輸出ができた。
- ・ 出展企業T社は、商談件数が6件、うち2件の成約（軸組み木造住宅4棟、2,000万円相当）が見込まれている。

付属資料 I 木材利用嗜好アンケート調査結果

2010年8月17日から20日にかけて行なわれた上海国際木造エコ住宅博覧会のジャパンパビリオンの来場者に、スギ、ヒノキのカットサンプル等を見たり触ったりしてもらい、アンケートを依頼した。394の回答を得ることができ、結果は以下の通りである。

Q1. 日本のお木（スギ、ヒノキ、ヒバ、カラマツのツキ板、カットサンプル、展示品）を閲覧になったり、ご体感したりして、日本のお木を使ってみたくお思いますか。（単一選択）

Q1の問いでは、日本のお木を実際に「使ってみたくお」という回答が32%で、「利用を検討する」という回答が最も多く66%、「使わない」は2%のみに留まった。

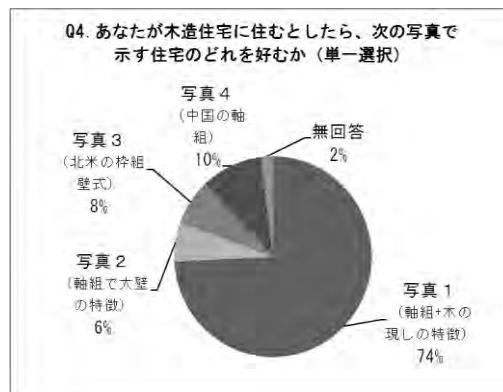
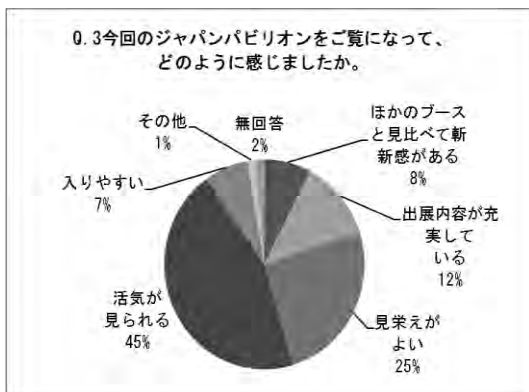


Q2. 今回の展示を閲覧になって、日本のお木材利用技術と製造技術について、どうお思いますか。（単一選択）

Q2の木材利用技術と製造技術については、「優れている」が41%、「普通程度である」が55%と半数以上を占め、「わからない」が4%であった。

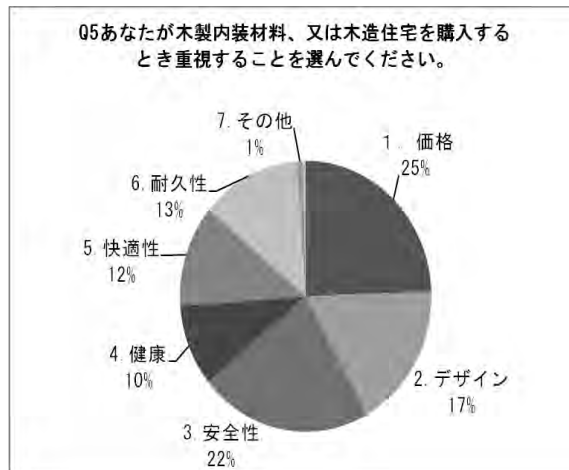
Q.3 今回のジャパンパビリオンを閲覧になって、どのように感じましたか。

ジャパンパビリオンについてどう感じたかについての問いでは、最も多かったものが「活気が見られる」で45%、続いて「見栄えがよい」の25%、次に「出展内容が充実している」12%、「他のブースと見比べて斬新感がある」8%、「入りやすい」7%と続いた。「その他」が1%、「無回答」が2%あった。

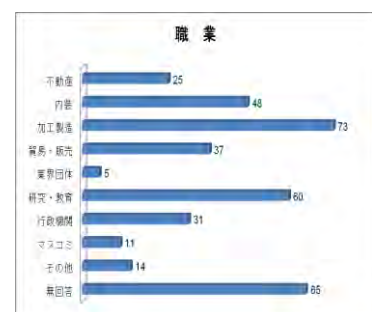
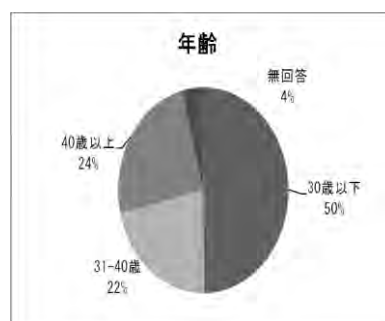
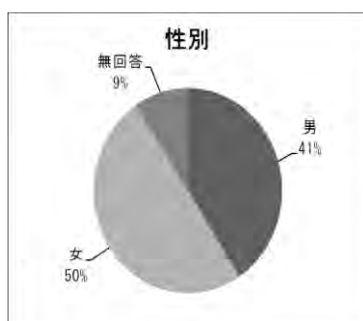


Q4. あなたが木造住宅に住むとしたら、次の写真で示す住宅のどれを好むか（単一選択）
 写真1が大半を占め74%、写真4が次に多く10%、写真3が8%、写真2が6%、無回答が2%となった。

Q5. あなたが木製内装材料、又は木造住宅を購入するとき重視することを選んでください。
 木製内装材料や木造住宅の購入時に重視することについての問いでは、「価格」、「安全性」が最も多く、それぞれ25%、22%、「デザイン」が17%、「耐久性」が13%、「快適性」が12%、「健康」が10%と続き、「その他」が1%であった。



なお、回答者の性別は女性が男性より多く50%を占め、男性41%、無回答が9%であった。年齢では、30歳以下が最も多く50%、次に40歳以上で24%、31-40歳が22%であった。回答者の職業は、最も多かったのが「加工製造」で73名、次に「研究・教育」で60名、「内装」が48名、「貿易・販売」が37名、「行政機関」31名、「不動産」25名、「マスコミ」11名、「業界団体」5名、「その他」14名という結果であった。「無回答」は65名であった。

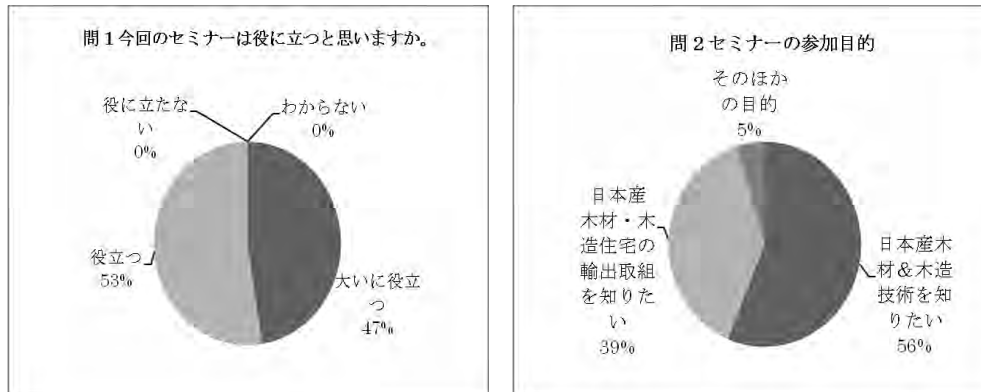


付属資料Ⅱ 日中木材・木造建築セミナーに関するアンケート調査結果

2010年8月17日に開催された、日中木材・木造建築セミナーの参加者に対して、国産材製品に対する認識や情報提供に関する要望、セミナーの内容に対する評価や意見などを調べるために行なった。40名の回答を得ることができた。

問1 今回のセミナーは役に立つと思いますか。

今回のセミナーが役に立つかどうかの問いには、「役立つ」と答えた参加者が53%、「大いに役立つ」との回答が47%で、「役に立たない」との回答は皆無であった。



問2 セミナーの参加目的と満足度をお教えてください。

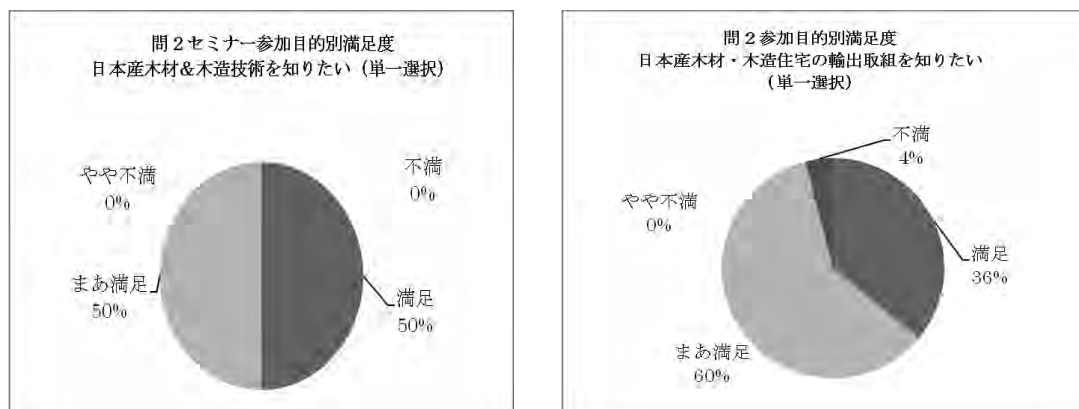
セミナーの参加目的で最も多かったのは「日本産木材&木造技術を知りたい」で56%、「日本産木材・木造住宅の輸出取組を知りたい」が39%、「そのほかの目的」が5%であった。

① 日本産木材&木造技術を知りたい（単一選択）

セミナーの参加目的と満足度についての問いで、「日本産木材&木造技術を知りたい」目的に対しては「満足」と「まあ満足」が半々で、「不満」はみられなかった。

② 日本産木材・木造住宅の輸出取組を知りたい（単一選択）

「日本産木材・木造住宅の輸出取組を知りたい」については、「まあ満足」が最も多く60%、次に「満足」で36%、「不満」が4%あった。



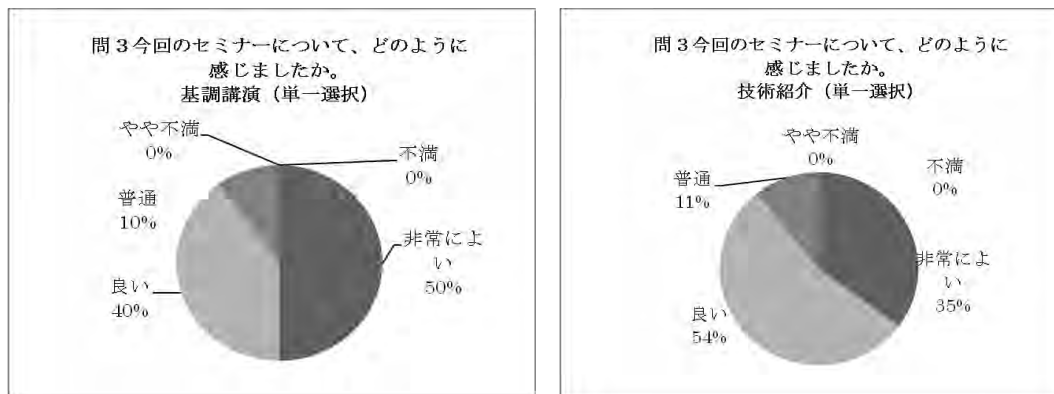
問3 今回のセミナーについて、どのように感じましたか。

① 基調講演 (単一選択)

基調講演については、「非常によい」が50%で最も多く、次に「良い」で40%、「普通」で10%と続いた。

② 技術紹介 (単一選択)

技術紹介については「良い」が最も多く54%、「非常によい」が35%、「普通」が11%であった。



問4 中国における日本産木材&木造技術の推進価値について、どう思いますか？

① 日本産木材 (スギ、ヒノキ) (単一選択)

中国における日本産木材&木造技術の推進価値について、日本産木材 (スギ、ヒノキ) に関しては推進価値が「あり」との「回答」は81%と高く、「なし」が5%、「わからない」が14%であった。

② 日本木造建築の軸組構造 (単一選択)

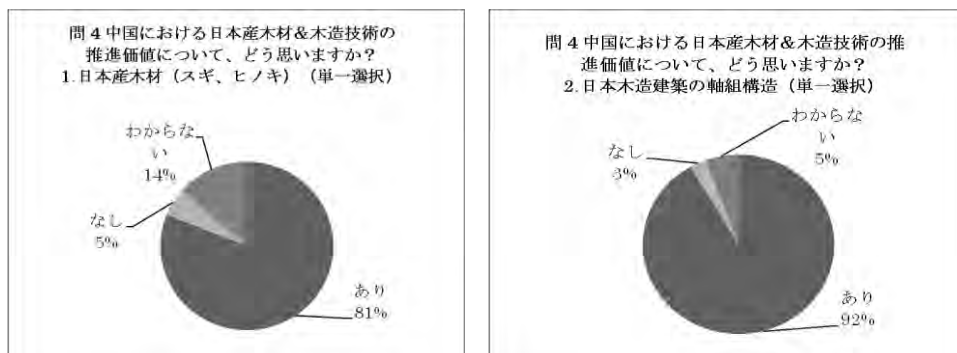
日本木造建築の軸組構造に関しては推進価値「あり」との回答が92%と最も多く、「わからない」5%、「なし」3%と続いた。

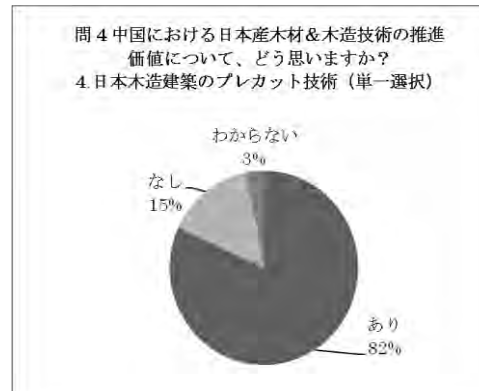
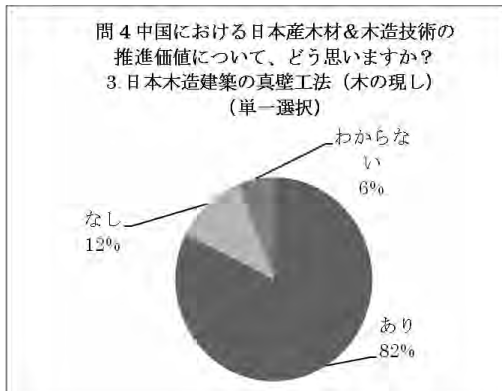
③ 日本木造建築の真壁工法 (木の現し) (単一選択)

日本木造建築の真壁工法 (木の現し) については、推進価値「あり」が82%、「なし」が12%、「わからない」が6%であった。

④ 日本木造建築のプレカット技術 (単一選択)

日本木造建築のプレカット技術の推進価値については「あり」が最も多く82%、「なし」が15%、「わからない」が3%であった。





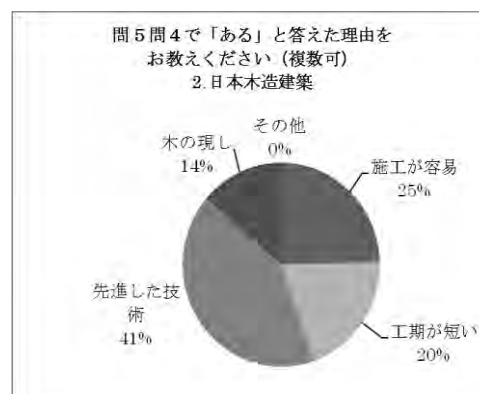
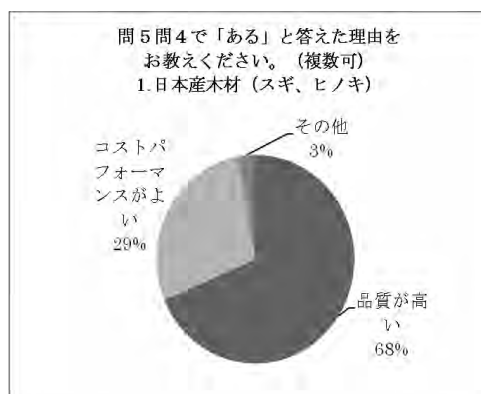
問5 問4で「ある」と答えた理由をお教えてください。

① 日本産木材（スギ、ヒノキ）

日本産木材（スギ、ヒノキ）の推進価値が「あり」と答えた回答者に対し、理由を尋ねると、「品質が高い」が最も多く68%、「コストパフォーマンスがよい」が29%、「その他」が3%となった。

② 日本木造建築

日本木造建築の推進価値「あり」の回答者に理由を尋ねると、「先進した技術」が最も多く41%、「施工が容易」が25%、「工期が短い」が20%、「木の現し」が14%であった。



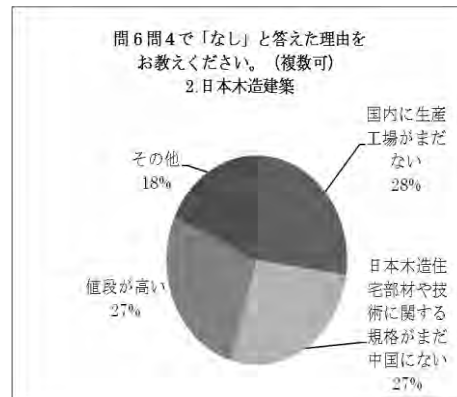
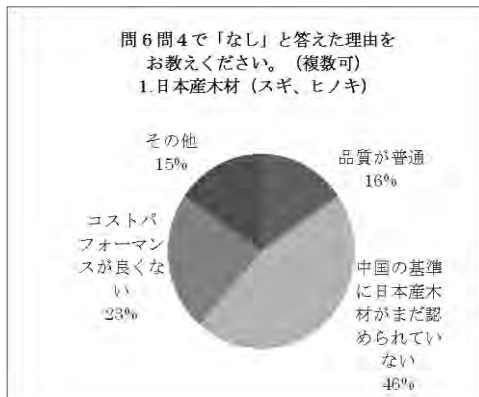
問6 問4で「なし」と答えた理由をお教えてください。

① 日本産木材（スギ、ヒノキ）

日本産木材（スギ、ヒノキ）の推進価値が「ない」との回答者に理由を聞いた設問では、「中国の基準に日本産木材がまだ認められていない」が最も多く46%、「コストパフォーマンスがよくない」との回答は23%、「品質が普通」が16%、「その他」15%という結果となった。

② 日本木造建築

日本木造建築の推進価値が「ない」との回答者に理由を聞くと、「国内に生産工場がまだない」という答えが28%、「日本木造住宅部材や技術に関する規格がまだ中国にない」「値段が高い」がそれぞれ27%、「その他」が18%であった。



なお、回答者性別は、男性が75%と過半数をしめ、女性は22%、無回答は3%であった。回答者の年齢に関しては、「30歳以下」が最も多く47%、「31-39歳」が28%、「40歳以上」が20%、「無回答」が5%であった。

職業では「研究・教育」が最も多く19名、「加工製造」が9名、続いて「貿易・販売」が4名、「行政機関」が3名、「不動産」「内装」「業界団体」「マスコミ」「その他」がそれぞれ1名であった。

職種については、「研究」が最も多く16名、次に多かったのが「設計」10名、続いて「技術」7名、「教育」「行政・管理」「その他」が3名ずつ、「広報」が2名という結果であった。

