

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
中国「木構造設計規範」の改定及びこれを踏まえた普及等の取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き中国「木構造設計規範」の改定や手引作成への取組を進める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「木構造設計手引」改編提案作成検討委員会会議を開催した(7月14日、1月22日、3月中)。</li> <li>「木構造設計手引」編集委員会との1回目の意見交換・協議を行った(8月11-12日、2月中旬)。</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>検討委員会3回、中国側との意見交換2回終了済(見込)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国側との意見交換・協議では、提案の構成内容、体裁並びに「木構造設計手引」意見交換における日本提案の具体的な盛り込み方について意見を交わし、大筋で了解を得ることができ、順調。中国側との検討会前に、中国側の考えを踏まえた上で国内検討会を十分に行なったため、スムーズな協議が行えた。今年度の進捗は計画通りであり、「木構造設計手引」改編に向けて、国内検討委員会・中国側との意見交換会は継続すべき。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国「木構造設計規範」の成立を見込み、引き続き「木構造設計手引」提案作成や普及に向けた取組を本格的に進める。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国における木材の用途やニーズ・嗜好等を踏まえつつ、付加価値をつけた日本産木材製品の輸出を拡大するため、木材利用技術の普及、日本の技術を活かした製品開発、木造軸組住宅のPR活動等を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国向け「日本産木材利用手引」(Ver.3)の改編配布、セミナーを開催した(3月19日、北京)。増刷した上記手引(2000部)を配布。</li> <li>中国の木材関係専門誌へ日本製品のPR記事広告を掲載。</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>「日本産木材利用手引」の改編配布</li> <li>カラー広告を2回、企画記事を2回掲載済</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「日本産木材利用手引」は、中国でなじみの薄い日本産木材のうち代表的な木材の特性及び利活用技術・方法を伝える手引となっており、中国の木材業界等において高い評価を得ている。日本産木材の知名度・評価は北米産材より低いため、今後、さらに現地のニーズを踏まえたデータ等を充実させ、日本産木材の特性や使用方法を知らせていくことが重要。</li> <li>昨年度に引き続き、購買層のニーズにマッチした記事広告の掲載による広報は効果的であると考えられ、日本産木材の認知度は向上し、日本産木材に対する理解も深まっている。昨年度実施した読者アンケートでは体系的に整理された内容や表現のわかりやすさが好評であった。今年度は、昨年度アンケート結果を反映し、改良した広告・記事を出稿しており、今年度のアンケートにおいても同等、またはそれ以上の結果を見込んでいる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「日本産木材利用手引」をより良くするために、さらなる充実を図り、改編後、配布を行う。引き続き、「日本産木材利用手引」を利用したセミナー等を開催し、日本産木材の特性及び利活用技術を普及させる。</li> <li>広告活動は継続的に実施することが重要であるため、効果のあった記事広告や動画配信等は引き続き実施する。</li> </ul>

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
中国「木構造設計規範」の改定及びこれを踏まえた普及等の取組【再掲】	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国における木材の用途やニーズ・嗜好等を踏まえつつ、付加価値をつけた日本産木材製品の輸出を拡大するため、木材利用技術の普及、日本の技術を活かした製品開発、木造軸組住宅のPR活動等を行う。【再掲】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>木材業界向けウェブサイト「日本産木材の動画広告」を配信。「高品質の日本産木材」をテーマに掲げ、主に製材品、構造材、内外装材、化粧材、家具などをPR。</li> <li>日本産木材利用技術研修会(上海)を実施した(3月17日)。</li> <li>「緑色建築建材博覧会」(上海、6月30日-7月2日)に参加し、「ジャパン・パビリオン」を設置。10者計14社と共同で日本産木材製品に関する広報宣伝(BtoB)を行い、日本産木材製品をPRした。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>動画配信を実施済</li> <li>研修会を実施</li> <li>博覧会に参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>昨年度の動画配信では、アンケートを実施しており、動画の見やすさ等が評価され、業界からの評判が良く、実際にその動画広告を見て日本産木材の利用に至った業者もいくつか存在した。今年度はより効果を高めるため、設計士・建築士・内装業者等向けのウェブサイトで動画配信を実施しており、また、昨年度のアンケートを踏まえ「高品質の日本産木材」をテーマに掲げてPRしているため、今年度のアンケートにおいても高評価が得られると見込んでいる。</li> <li>日本産木材利用技術研修会では日本の木材製品の特徴を伝え、軸組構法を実習させることができたが、木構造設計規範改定も見据え、今後も軸組構法を広めていくことが重要。また、研修会では木材関連業者の参加が多いため、より詳細な製品情報や技術情報が求められる。</li> <li>出展前にインターネットや記事広告による宣伝活動を十分に行なったため、2万5000人以上の専門業者の来場があった。スギ、ヒノキの製品を探している業者が昨年度に比べ多くなっており、日本産木材の認知度の向上が感じられる。来年度も継続し、認知度向上や専門業者との関係構築を図ることが重要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き研修会を開催し、日本産木材利用技術の認知度向上を図る。その際、木材関連業者向けの専門的な内容の充実を図る。</li> <li>日本産木材製品の輸出を加速させるために、来年度も博覧会に参加し、認知度向上を図る。</li> </ul>

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
中国「木構造設計規範」の改定及びこれを踏まえた普及等の取組【再掲】	> 中国における木材の用途やニーズ・嗜好等を踏まえつつ、付加価値をつけた日本産木材製品の輸出を拡大するため、木材利用技術の普及、日本の技術を活かした製品開発、木造軸組住宅のPR活動等を行う。 【再掲】	> 木材・建築等を対象に、日中の有識者等による「日本産木材製品利用促進セミナー」を開催(上海、6月30日)し、60名が参加。参加者に「日本産木材利用手引」を配布した。		> セミナーを実施	> 日本の内装材や外装材の特長、利用事例等を伝えた。セミナーアンケート結果では「日本木造関連知識と技術を勉強したい」「日本木材利用関連知識と技術を勉強したい」と答えた参加者がほとんどであり、さらに参加者の大部分がセミナーに満足していると回答している。今後も日本産木材関連の知識と利用技術を広めることは効果的だと思われる。	> セミナーを開催し、日本産木材関連の知識と利用技術を広める。日本産木材利用技術研修会とは異なり、木材関連業者以外の一般参加者も多いため、日本産木材の高品質さ等を中心としたセミナー内容の充実を図る。  > 木材輸出重点国の中国・韓国から製材品のバイヤーを招聘し、商談を支援する。この際、現地の業界団体等を通じて、日本産木材の新たな需要が見込まれる木造建築用や家具用の製材品を扱うバイヤーの発掘にも努める。
		> 中・韓から木材バイヤーを九州に招へいし、木材製品のPR、商談会を実施(9月24～26日(木材製品展示会等の視察を含む))。中国3社、韓国4社のバイヤーを招聘。国内から34社が商談を申し込み。事前マッチングを経て国内から九州を中心に27社・団体が参加。	ジェトロ	> 商談会を実施	> 商談件数75件、うち成約(見込含む)件数36件。成約(見込含む)件数は昨年度を上回った。中国についてはスギの製材品(ルーバー材)の成約が過半を占めたが、中国では木製家具は薄い色が好まれるとして家具製造バイヤーからヒノキ板材に引き合いがあった。中国についてスギとともにヒノキの新規需要が期待される。今回、中国のバイヤーは同国における木材業界団体「中国木材・木製品流通協会」を通じて、製材業者、家具メーカー等を発掘・招聘したところ、出品者からは原木ではなく製品への引き合いがあったとの評価を得た。今後も現地の業界団体を通じてバイヤー発掘する方法が有効と考えられる。	

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
中国「木構造設計規範」の改定及びこれを踏まえた普及等の取組【再掲】	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国における木材の用途やニーズ・嗜好等を踏まえつつ、付加価値をつけた日本産木材製品の輸出を拡大するため、木材利用技術の普及、日本の技術を活かした製品開発、木造軸組住宅のPR活動等を行う。【再掲】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国の研究機関、木材団体、有識者と共同で、中国における主要輸入木材のニーズ・用途について、現地調査、聞き取り調査、文献調査などを実施し、報告書を取りまとめた</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>報告書完成(見込)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層・中間層のマンション向け内装材、家具材、富裕層向けの構造材、外構材を主な輸出品目にてできる可能性が示唆された。利用技術とセットにして、スギ、ヒノキ等木材製品の市場開拓を行うことは妥当だと考えられる。製品の研究開発においては価格と性能のバランスを取ることが必要であるため、中国輸出の初期段階としては現地企業(卸等)と協力関係を築き、開発を行うことが重要なのではないかと。また、現地企業と協力関係を結ぶことは販路開拓においても重要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地情報の把握を継続し、富裕層・中間層向けニーズを抽出し、それらの情報を国内企業に可能な限りフィードバックし、輸出向け製品の研究開発や販路開拓を促進する。また、研究開発、及び販売のパートナーとなりうる現地企業の紹介等を行う。その手法として、データシート(日本の輸出者向け、先方輸入者向け)の構築や関連団体と協力して、商談会等のサポートを行う。</li> </ul>
韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大に向けて、広域連携やオールジャパンの取組の加速化に向けた議論を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「輸出向け木材産地等連携全国検討会議並びに連携促進セミナー」を実施し、輸出事業者等に対し、取組事例の報告やパネルディスカッションを実施した(3月24日、東京)。</li> <li>産地等での意見交換・集約のための「日本産木材輸出の拡大に向けた産地検討会」は、全国7ヶ所で開催。1ヶ所あたり30人程度の出席、合計222人の出席があり、活発な議論を行い、現地情報等の共有を行なった。</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナーを1回実施</li> <li>産地検討会を7回開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー参加者は産地間連携の必要性を認識し、また事例についても共有できたが、具体的に連携の取組を進め、その時に生じる課題を解決していくために、継続して意見交換等を行っていく必要がある。産地検討会等においては「①現地情報の不足」「②中小企業の弱点をクリアするための連携強化」「③連携型取組の支援が必要であること」「④各県において中心と成る協議会や企業が必要」が主に挙げられた。特に連携の方法に関しては産地間以外の連携方法も有効であると考えられる。また、輸出連携に関しては各地域によって進捗が異なる事が判明し、今後も継続して幅広く意見を募り、情報を共有することが必要。「日本産木材ブランドの確立に向けた輸出連携検討会」では有識者を募り、ブランドコンセプトやオールジャパンでの輸出のあり方に関して活発的に議論を行い、順調。ジャパンブランドとしてコンセプトをどうするか(品質の良さ(JAS等)、国産材の利用割合、認証材など)、また、ジャパンブランドをどのように発信するか等、具体的なブランド戦略に関して継続的な検討が必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続きブランディングに関する検討会を開催し、ジャパンブランドとしてコンセプトをどうするか(品質の良さ(JAS等)、国産材の利用割合、認証材など)、また、ジャパンブランドをどのように発信するか等、日本産木材のブランド戦略の具体化を行う。また、オールジャパンでの輸出に関する議論を進め、国内外の連携のあり方を検討する。</li> </ul>

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大【再掲】	> 韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大に向けて、広域連携やオールジャパンの取組の加速化に向けた議論を行う。 【再掲】	> 関係事業者等を参加者とする「日本産木材ブランドの確立に向けた輸出連携検討会」は、3回開催。(7月24日/10月16日/2月中)		> 輸出連携検討会を3回実施(見込)		
		> 上記検討会の報告会(セミナー)を開催(28年1月27日、東京)。報告会の開催のため、既存の輸出連携事例アンケート調査完了。		> 実施済		
		> 韓国の木材関係専門誌へ日本製品のPR記事広告を掲載した。ヒノキだけでなく、スギなどの木材製品に関する記事広告を掲載		> 掲載済	> 中国での事例と同様、購買層のニーズにマッチした記事広告の掲載による広報は効果的であったと考えられる。ただし、韓国では今後ヒノキ以外のスギ等の宣伝、及び、付加価値の高い製品の宣伝が必要。	> 韓国に関する既存の調査報告書を参考に、ヒノキ素材中心の供給から半製品・製品へのシフト、及びスギ製品のブームを起こす仕掛け、仕組み(広報・販売・利用実証・保証の一連からなるシステム)の構築について重点をあてて、検討・取組(セミナー・広告活動等)を行う。
		> 韓国の木材・建築・家具などの関連企業を対象に、「日本産木材製品利用促進セミナー」を開催(27年1月21日～23日、27年12月、ソウル)。	日本木材輸出振興協会	> 実施済	> 日本産木材の特性、利用技術・方法を紹介することができたが、今後も日本産木材の特性を知らせていくことが重要。また、今後韓国においてはヒノキ素材中心の供給から半製品・製品へのシフト、及びスギ製品のブームを起こす仕掛け、仕組みの構築が必要なのではないか。	

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大【再掲】	> ジェトロは、韓国のキョンヒャンハウジングフェアにジャパンパビリオンを出展し、商談を支援する。この際、付加価値をつけた木材製品の輸出を拡大するため、これらの製品を扱う輸入業者やハウスメーカー等の発掘に努める。	> キョンヒャンハウジングフェア 2015にジャパンパビリオンを出展した。19社・団体が出品。(27年2/26～3/2、高陽)  > キョンヒャンハウジングフェア 2016にジャパンパビリオンを出展(28年2月26日～3月2日予定、募集開始9月末予定、高陽)。昨年度の結果を受け、出店規模は拡大。付加価値をつけた木材製品を扱うバイヤーの発掘に取り組む。	ジェトロ	> キョンヒャンハウジングフェア 2015、キョンヒャンハウジングフェア 2016にジャパンパビリオンを出展	> キョンヒャンハウジングフェア 2015では商談件数1,189件、成約件数(見込を含む)660件と前回を大幅に上回った。より大規模出品を検討している事業者もいることから、2016年は前年より出展規模を増やした。その結果、すべて事業者の申請どおりの小間数(24社・団体に計36小間(前回19社・団体に計24小間))で採択が行えた。	> 展示会にジャパンパビリオンを出展し、商談を支援する。この際、付加価値をつけた木材製品の輸出を拡大するため、これらの製品を扱う輸入業者やハウスメーカー等の発掘に努める。
		【再掲】 > 中・韓から木材バイヤーを九州に招へいし、木材製品のPR、商談会を実施(9月24～26日(木材製品展示会等の視察を含む))。中国3社、韓国4社のバイヤーを招聘。国内から34社が商談を申し込み。事前マッチングを経て国内から九州を中心に27社・団体が参加。	ジェトロ	【再掲】 > 実施	【一部再掲】 > 商談件数75件、うち成約(見込含む)件数36件。成約(見込含む)件数は昨年度を上回った。韓国についてはヒノキの持つ健康効果等を理由にヒノキ製品(板材、ルーバー材等)に引き合いが集まった。また、木造建築を専門とするバイヤーから不燃木材にも引き合いがあった。韓国については今後ヒノキ製品とともに、不燃木材の需要も期待される。今回、中国のバイヤーは現地の業界団体を通じて発掘・招聘したところ、出品者からは原木ではなく製品への引き合いがあったとの評価を得た。現地の業界団体を通じてバイヤー発掘する方法が有効と考えられる。	【再掲】 > 木材輸出重点国の中国・韓国から製材品のバイヤーを招聘し、商談を支援する。この際、現地の業界団体等を通じて、日本産木材の新たな需要が見込まれる木造建築用や家具用の製材品を扱うバイヤーの発掘にも努める。

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
協力ネットワークの構築、情報収集、情報発信(全国団体を通じたオールジャパンでの取組、ブランド創り)	<ul style="list-style-type: none"> <li>オールジャパンの協力ネットワークの構築や、ジャパン・ブランドの創出、情報収集・発信に向けた議論を行う。</li> <li>丸太だけでなく、付加価値をつけた木製品の輸出を拡大するため、これらの製品を扱う輸入業者やハウスメーカー等の発掘に努める。また、事業者等が輸出先国から求められる樹種、規格、数量、時期等のニーズに対応できるようになることを目的として、木材輸出に関する制度や海外市場についての理解促進を狙ったセミナー等を開催する。</li> </ul>	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「輸出向け木材産地等連携全国検討会議並びに連携促進セミナー」を実施し、輸出事業者等に対し、取組事例の報告やパネルディスカッションを実施した(3月24日、東京)。</li> <li>産地等での意見交換・集約のための「日本産木材輸出の拡大に向けた産地検討会」は、全国7ヶ所で開催。1ヶ所あたり30人程度の出席、合計222人の出席があり、活発な議論を行い、現地情報等の共有を行なった。</li> <li>関係事業者等を参加者とする「日本産木材ブランドの確立に向けた輸出連携検討会」は、3回開催。(7月24日/10月16日/2月中旬)</li> <li>上記検討会の報告会(セミナー)を開催(28年1月27日、東京)。報告会の開催のため、既存の輸出連携事例アンケート調査完了。</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナーを1回実施</li> <li>産地検討会を7回開催</li> <li>輸出連携検討会を3回実施(見込)</li> <li>実施済</li> </ul>	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー参加者は産地間連携の必要性を認識し、また事例についても共有できたが、具体的に連携の取組を進め、その時に生じる課題を解決していくために、継続して意見交換等を行っていく必要がある。産地検討会等においては「①現地情報の不足」「②中小企業の弱点をクリアするための連携強化」「③連携型取組の支援が必要であること」「④各県において中心と成る協議会や企業が必要」が主に挙げられた。特に連携の方法に関しては産地間以外の連携方法も有効であると考えられる。また、輸出連携に関しては各地域によって進捗が異なる事が判明し、今後も継続して幅広く意見を募り、情報を共有することが必要。「日本産木材ブランドの確立に向けた輸出連携検討会」では有識者を募り、ブランドコンセプトやオールジャパンでの輸出のあり方に関して活発的に議論を行い、順調。ジャパンブランドとしてコンセプトをどうするか(品質の良さ(JAS等)、国産材の利用割合、認証材など)、また、ジャパンブランドをどのように発信するか等、具体的なブランド戦略に関して継続的な検討が必要。</li> </ul>	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続きブランディングに関する検討会を開催し、ジャパンブランドとしてコンセプトをどうするか(品質の良さ(JAS等)、国産材の利用割合、認証材など)、また、ジャパンブランドをどのように発信するか等、日本産木材のブランド戦略の具体化を行う。また、オールジャパンでの輸出に関する議論を進め、国内外の連携のあり方を検討する。</li> </ul>

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
協力ネットワークの構築、情報収集、情報発信(全国団体を通じたオールジャパンでの取組、ブランド創り) 【再掲】		【再掲】 > 中国の研究機関、木材団体、有識者と共同で、中国における主要輸入木材のニーズ・用途について、現地調査、聞き取り調査、文献調査などを実施し、報告書を取りまとめた	日本木材輸出振興協会	【再掲】 > 報告書完成(見込)	【再掲】 > 内装材や板材等の製品は中間層向けに需要があると考えられる。また、外装材も今後需要が増加すると考えられる。中間層向け製品の研究開発においては価格と性能のバランスを取ることが必要であるため、中国輸出の初期段階としては現地企業(卸等)と協力関係を築き、開発を行う事が重要なのではないかと。また、現地企業と協力関係を結ぶことは販路開拓においても重要である。	【再掲】 > 現地情報の把握を継続し、富裕層・中間層向けニーズを抽出し、それらの情報を国内企業に可能な限りフィードバックし、輸出向け製品の研究開発や販路開拓を促進する。また、研究開発、及び販売のパートナーとなりうる現地企業の紹介等を行う。その手法として、データシート(日本の輸出者向け、先方輸入者向け)の構築や関連団体と協力して、商談会等のサポートを行う。
		> 木材輸出に関心のある事業者を対象としたセミナーを4回実施予定(9月4日岡山、9月8日大分で実施済。高知1/15、鹿児島2月下旬を予定)	ジェトロ	> 4回実施(見込)	> 終了したセミナーでは、受講者から現地の情勢が理解できたとの評価を得た。引き続き、受講者アンケートの結果を踏まえ、セミナーの内容等についてさらに改善を検討しながら開催すべき。	> 事業者等が輸出先国から求められる樹種、規格、数量、時期等のニーズに対応できるようになることを目的として、木材輸出に関する制度や海外市場についての理解促進を狙ったセミナー等を開催する。

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
森林組合や産地間連携による共同輸出、安定供給体制の構築	<p>➢ 産地間連携による共同輸出、安定供給体制を構築するため、中国・韓国における木材の用途やニーズ・嗜好等を踏まえて輸出拡大のターゲットを設定し、広域連携やオールジャパンの取組を加速化するための議論を行う。</p> <p>➢ 産地間連携による共同輸出、安定供給体制を構築するため、中国・韓国における木材の用途やニーズ・嗜好等を踏まえて輸出拡大のターゲットを設定し、広域連携やオールジャパンの取組を加速化するための議論を行う。</p>	<p>【再掲】</p> <p>➢ 「輸出向け木材産地等連携全国検討会議並びに連携促進セミナー」を実施し、輸出事業者等に対し、取組事例の報告やパネルディスカッションを実施した(3月24日、東京)。</p> <p>➢ 産地等での意見交換・集約のための「日本産木材輸出の拡大に向けた産地検討会」は、全国7ヶ所で開催。1ヶ所あたり30人程度の出席、合計222人の出席があり、活発な議論を行い、現地情報等の共有を行なった。</p> <p>➢ 関係事業者等を参加者とする「日本産木材ブランドの確立に向けた輸出連携検討会」は、3回開催。(7月24日/10月16日/2月中)</p> <p>➢ 上記検討会の報告会(セミナー)を開催(28年1月27日、東京)。報告会の開催のため、既存の輸出連携事例アンケート調査完了。</p>	日本木材輸出振興協会	<p>【再掲】</p> <p>➢ セミナーを1回実施</p> <p>➢ 産地検討会を7回開催</p> <p>➢ 輸出連携検討会を3回実施(見込)</p> <p>➢ 報告会実施済</p>	<p>【再掲】</p> <p>➢ セミナー参加者は産地間連携の必要性を認識し、また事例についても共有できたが、具体的に連携の取組を進め、その時に生じる課題を解決していく必要がある。産地検討会等においては「①現地情報の不足」「②中小企業の弱点をクリアするための連携強化」「③連携型取組の支援が必要であること」「④各県において中心となる協議会や企業が必要」が主に挙げられた。特に連携の方法に関しては産地間以外の連携方法も有効であると考えられる。また、輸出連携に関しては各地域によって進捗が異なる事が判明し、今後も継続して幅広く意見を募り、情報を共有することが必要。「日本産木材ブランドの確立に向けた輸出連携検討会」では有識者を募り、ブランドコンセプトやオールジャパンでの輸出のあり方に関して活発的に議論を行い、順調。ジャパンブランドとしてコンセプトをどうするか(品質の良さ(JAS等)、国産材の利用割合、認証材など)、また、ジャパンブランドをどのように発信するか等、具体的なブランド戦略に関して継続的な検討が必要。</p>	<p>➢ 輸出者間連携における問題点(「①現地情報の不足」「②中小企業の弱点をクリアするための連携強化」「③連携型取組の支援が必要であること」「④各県において中心となる協議会や企業が必要」とその対応策に関する検討を引き続き行う。また、セミナーを通じた現地情報のフィードバックや現地訪問サポート等を行い、輸出者間連携の取組へ支援を行う。</p>

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>コスト面でのネックとなっている中国向け丸太及び未乾燥材の燻蒸について、中国での輸入木材燻蒸の状況を把握する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国における輸入木材に係る検疫検査の規定や燻蒸の実態、輸入原木の陸揚げ後の燻蒸可能性といった他国の先行事例を調査し、日本産原木や未乾燥材が同様な緩和措置の対象となりえるかどうか検討を行った。</li> <li>国内での燻蒸の実態を公開情報・ヒアリングを中心に調査し、低コスト実現のためには何が課題で、どのような打ち手が考えられるか、またそれぞれ実現可能性はどうか等の検討を行った。</li> </ul>	事務局	<ul style="list-style-type: none"> <li>調査実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カナダ、ロシア材は関連地区での伐採等の条件を満たし中国国内でのくん蒸処理が認められているが、日本の場合、現時点での実現は難しいと考えられる。</li> <li>国内でのくん蒸処理については、一部の港湾で燻蒸を実行する業者の人手や燻蒸スペースが足りないことが課題となっていた。人手不足に関しては、燻蒸業者以外の業者(港湾業者や商社等)も協力し、流動的な人員投入を行うことで解決している事例がみられた。燻蒸スペースの不足に関しては、対策として、燻蒸スペースの拡大を検討している事例がみられた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内でのくん蒸処理時の問題について、くん蒸事業者、荷役業者など関係者により解決が模索されており、今後も状況把握に努める。</li> </ul>

林産物のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
モデルハウスの設置等による通年でのPRによる日本産木材、住宅の認知度向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産木材や木造軸組住宅の認知度向上に向けて、モデルハウスの設置等による通年でのPRを実施する。この際、対中国の木材輸出拡大の先進的な取組を参考にし、輸出のターゲットを明確にして(戸建て・マンション内装、富裕層・中間層など)、戦略的に取組を進めて行く。また、住宅、家具、インテリアなどの事業者と日中共同で検討会を設置し、付加価値ある日本産木材製品の開発・普及を図る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国木構造設計規範の改定に対応して、スギ・ヒノキ等を用いた木造軸組モデル住宅を複数パターン設計(中級仕様、高級仕様の寒冷地対応型、温暖地対応型の4パターン)。そのうちの1モデルについて、専門家による施工管理・指導の下、中国の現地企業の協力を得て、モデル住宅を建築。</li> <li>モデル住宅において、その後の耐久性検証に係る技術指導を行うとともに、内装材、外装材、住宅設備等を含めた日本産住宅及び木材製品等の展示・PRの場として活用する。</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>木造軸組モデル住宅を4パターン設計</li> <li>建築済</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一回目の検討会において、専門家の委員から見て、設計プランの構造設計・平面設計・外観設計が木構造設計規範に対応しているか否かを検討し、委員から高評価を得た。</li> <li>モデル住宅並びに、使用された木材(スギ・ヒノキ)、施工技術の高さに関して、業者・一般の方から高評価を得た。事前に中国の需要に関する議論を行い、そのニーズを踏まえた製品の改良を行なった事が高評価につながったと考えられる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本産木材や木造軸組住宅の認知度向上に向けて、モデルハウスの設置等による通年でのPRを実施する。この際、対中国の木材輸出拡大の先進的な取組を参考にし、輸出のターゲットを明確にして(戸建て・マンション内装、富裕層・中間層など)、戦略的に取組を進める。また、住宅、家具、インテリアなどの事業者と日中共同で検討会を設置し、付加価値ある日本産木材製品の開発・普及を図る。特に高付加価値製品は富裕層において多く需要がみられるため、今後はターゲットを絞ったPR活動に専念することを検討。</li> <li>中国「木構造設計規範」改定委員会への要請に応じ、「木構造設計規範」改定における示範プロジェクト(モデルハウス)として位置づけるよう、これまで日中双方が連携して建設されたモデルハウスの構造計算や施工情報を整備する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>日中双方の事業者や団体の協力により、地域材製品開発に関する検討会を実施(8月21日東京、11月3日大連、3月3日蘇州、3月第2週東京)中国向け製品輸出促進に向けた取組を支援。</li> </ul>	日本木材輸出振興協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>検討会実施済(見込)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>検討会では活発な議論が行われた。その検討結果(地域材の利用など)をモデル住宅建築に活かし、高評価を得ることができた。</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成28年度輸出拡大方針の重点国に台湾を追加するかどうかを品目部会で検討。必要なデータを整理収集。</li> </ul>	品目部会 日本木材輸出振興協会	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾では、木材輸出額が2010年の8億円から2014年の20億円へと大幅増加しており、また、現地では所得の向上・健康志向の向上に伴い、住宅(特に内装材や家具等)への木材利用需要の高まりが見込まれるため、輸出拡大方針として、台湾をターゲット国として視野にいれることが必要なのではないか。また、近年ベトナムでは家具製造等の産業用材の輸入が増加しており、潜在的な需要が高いと見込まれるため、ベトナムに関する基礎調査が必要ではないか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾を重点国に追加し、普及に向けた取組を実施する。また、ベトナムに関しての基礎調査を行う。</li> </ul>