

輸出事業計画

※申請者名：岡山県産材販路推進協議会、品目：製材

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 韓国向けの内装材輸出を継続してきたが、現在は現地の景気停滞や安価な中国製との競合激化により、県内事業者の採算確保が困難な状況にある。
- 韓国向け日本産ヒノキのうち約95%を岡山県産が占めており、これまでの事業者招聘やPRを通じて、現地の実務者や広報関係者との強固なネットワークを有している。
- サウナ等の高付加価値分野で需要が拡大しているほか、2024年12月の韓国政府による住宅関連の規制緩和を受け、今後の市場回復と需要の再拡大が期待される。

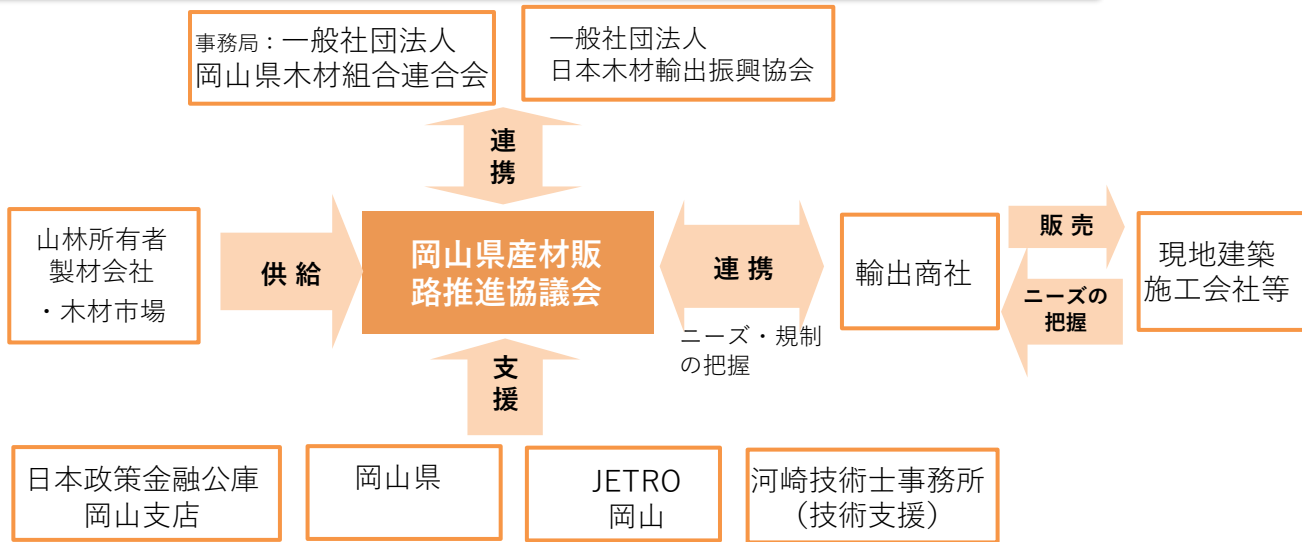
【課題】

- 韓国市場の日本産ヒノキの一般化により、岡山県産「MIMASAKA HINOKI」独自の品質特性やブランドストーリーが差別化できていない。
- 床暖房による極度の乾燥等、韓国特有の居住環境に適応する家具・サウナ等の高度な加工技術と品質管理体制が未確立である。
- 県内サプライチェーンの垂直連携が弱く、多品種小ロットや特殊部材の受注に対して機動的に供給できる体制が整っていない。
- 従来の卸売ルートに依存しており、高付加価値製品の主要需要層である富裕層やSPA設計者等への直接的な販路が不足している。

2. 輸出事業計画の取組内容

- 「MIMASAKA HINOKI」ロゴの活用や品質特性の可視化、現地インフルエンサーの起用を通じたブランド戦略を推進し、岡山ブランドの高級イメージを現地市場に定着させる。
- 現地の生活様式に合わせた意匠設計と、厳しい湿度変化に耐えうる厳格な含水率管理・施工技術による商品化を強力に推進する。
- 川上から川下までをネットワーク化した「岡山チーム」を形成し、輸出専用原料の優先確保と物流の効率化により安定供給を図る。
- ショールーム展開や高級住宅メーカー等への直接提案を通じ、実体験を伴う感性価値訴求によってターゲット層の需要を創出する。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

	現状（令和5年）	目標年（令和10年）
輸出額(千円)	256,316	333,000
輸血量 (m ³)	2,759	4,400
輸出先国	韓国	韓国