

2012年3月

**日本式住宅(在来工法)海外(中国)市場展開に付いての考察****構想**

中国デベロッパーを育成し、中国企業を中心とした(日本企業を排除する必要は無い)日本式の在来(金物)工法、和室文化の輸出を図る。

**手段**

- 1) 日本木材輸出振興協議会活動による杉・檜・カラマツ材の構造材認定取得
- 2) 商社・住宅メーカーチャンネル利用し、本格的市場調査実行
- 3) CANADAWOODを参考にした工法・和室文化の中文パンフレット作成  
(仮称: JWOOD) 日本式住宅・和室の高級感アピール、価格優位性高いカナダ物と一線を画する
- 4) 工法・和室文化の宣伝・広告、展示会参加、常時展示場の設立(JETRO?)
- 5) キット化した和室造作材製造・販売拠点の確立
- 6) 協力プレカット工場の選定と中国側デベロッパーから派遣される大工教育

**ビジネスイメージ**

- 1) 2 x 4住宅に於ける三井ホーム、欧州型住宅に於けるスウェーデンハウス。中国国内資本による日本式住宅供給ハウスメーカー育成。  
広告宣伝、技術指導まで日本政府主導で行い、軌道に乗った後は民間ベース。
- 2) 在来(金物)プレカット材の輸出
- 3) 和室キットの輸出

**効果**

森林・林業再生プラン木材自給率50%達成時の上級材市場確保、外貨獲得

**市場調査**

- 1) 先ず、商社チャンネルで中国大手デベロッパー(例: 万科集団・杉杉集団等)に対する意識調査開始。現在、開発中のマンションへの和室採用の可能性の打診。
- 2) 中国進出している日系企業、住友林業(パラゴン)・大和ハウス・等に対するヒアリング、和室採用可能性、加えて国産材が構造材認定取得後、在来(金物?)工法による中国での展開可能性ヒアリング。否定的な場合はその理由⇒トラブルシューティング
- 3) 市場可能性ありと判断した場合、主要都市(北京・上海・成都?)に於いて有力展示場への「和室ブース」展開⇒プロによる対応(トレーニングしたJETRO職員?)  
需要掘り起こし、及び市場規模感の確認
- 4) 次の段階で、主要都市に「日本住宅館」設立(日本の住宅展示場をイメージ)  
⇒施主によるありとあらゆるチョイスに対応出来る仕組みの構築

## **民営化**

希望する中国デベロッパー・ハウスメーカー（希望あれば日系も含む）に展示場権利譲渡し、民・民ベースのビジネス開始⇒JETROはPR活動・クレーム対応ノウハウ指導などバックアップは継続するも、側面サポートに徹し、徐々に関与せぬ方向で活動収束方向。

## **タイムフレーム（案）**

2012年度：手段1) 2)を進める。市場調査1) 2)を纏め、2013年度行動計画策定

2013年度：市場調査3) 和室展示ブース展開検討、派遣職員のトレーニング

中国ハウスメーカー／デベロッパー日本招待し住宅展示場・プレカット案内  
年度末には市場調査3) 和室展示ブースを3都市に設置

2014年度：中国ハウスメーカー提携先（支援先）、支援内容決定

合議の下、主要都市（北京・上海・成都？）に於ける日本住宅館設置構想策定

2015年度：日本住宅館OPEN

\*この時点でJWOOD（仮称）カタログ・パンフレット、及び日本住宅館運営費用のみ日本側負担とし、他の部分に於いては民・民ベースのビジネス任せとする。

年間一度関係メンバーによる意見交換継続し、より高い効果を目指し年度毎に改善案策定・実行する。⇒最終的には完全民営化を目指し、日本からの支援を廃止する。

## **注意点**

放射能汚染に対する拒否反応が強い事が予想される為、

A) 当初は西日本・北海道からの対応が望ましいか？

B) 中長期を考えれば、汚染調査済み証明書付きでの輸出となろうか？

この点は、G/Gでの交渉事となって来る可能性も。

以上／ITCグリーン&ウォーター株式会社 平野良昌