

成果（気づき）

主な成果（気づき）は以下のとおり。

- (1) 確実に吉野材の品質の良さが伝わった（ニーズがある）。
- (2) 日本の木材加工技術の高さが評価された（加工の質がポイント）。
- (3) 素材の良さを活かしたプロダクト製作に興味を示した（良さを引き出すデザイン）。
- (4) 内装・家具のプロダクト向けに使いたいとの声を多く聞いた（内装・家具）。
- (5) 吉野林業地を訪問したいとのリクエストがあった（歴史・文化への興味）。
- (6) いくつかの具体的な商談が始まった。
(ビジネススペースへ移行する可能性のある案件)
- (7) ヒノキのアロマに興味を示した（アロマも一緒に提供）。

これから

1. 課題

- (1) これまでの活動実績を活かした継続的な現地での PR 活動が不可欠
- (2) 活動を継続するための継続的な外部資金の調達が不可欠
- (3) 吉野林業地を中心としたサプライチェーンの構築が必要
- (4) 世界標準になりつつある森林認証の取得が必要
- (5) CE マーキングが必要な場合は、EU 各国の関係法令に必要な認証の取得が必要

2. 当面の対応方針

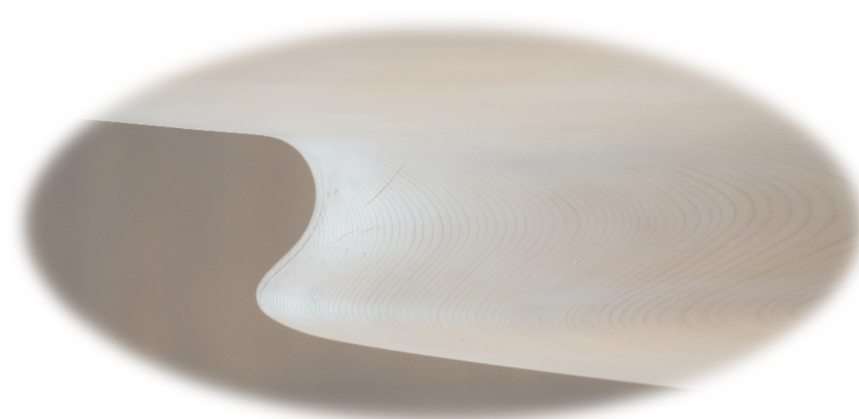
- (1) 吉野材に興味のあるデザイナー等を吉野林業地へ招聘
- (2) 招聘したデザイナー等がインスパイアされたプロダクトコンセプトの作成
- (3) プロダクトコンセプトの具現化と加工業者とのマッチング
- (4) 制作されたプロダクトの効果的な展示と PR
- (5) 上記も含めた戦略的な広報活動の展開
- (6) 吉野林業地の GFP グローバル産地化

目的

吉野材の持つ品質及び歴史・文化的価値を評価し、その価値を適正な価格で取引可能な顧客をターゲット層とし、フランス・パリの建築家、インテリアデザイナー、プロダクトデザイナー、関連メディア向けに、吉野材に関する事の文化、物の特性情報と提供することにより、吉野材の欧州におけるブランディングを行う。

吉野材の欧州輸出

YOSHINO-Wood in EU



(一般社団法人)大和森林管理協会

2022/10

このことにより、マーケットインの発想から、吉野材のサプライチェーンの再構築と吉野林業の経営管理方法を見直す機会を提供し、吉野山主有志の会の支援等を通じて吉野林業と吉野地域の振興を図る。

いつ、どこで、どのように

期間：(1) 2020年3月（オーストリア）
(2) 2020年6月～2022年3月（フランス）

実施場所：

(1) Dieter Jobstl 氏邸宅

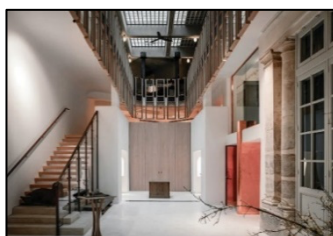
ウィーン郊外に位置するホテル経営者の邸宅

コロナ禍であったため、以下のみ実施となった。

- ・長さ4m、径74cmの230年生吉野スギを製材加工したテーブル板を展示
- ・建築家・デザイナー、家具メーカー、木材関連業者、研究者等計50社にセミナービデオをメール配信

(2) OGATA Paris

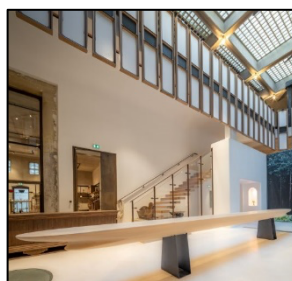
デザイナー緒方慎一郎氏が経営するパリの歴史的地区であるマレ地区に位置する17世紀に建てられた歴史的建造物内のレストラン、ティーサロン、ブティック。日本が誇る伝統的なものづくりをベースに世界へ向けた上質で豊かな暮らしを提案。



2. PR ツール作成

(1) 吉野材のオブジェ・サンプル

- ・7m ヒノキのカウンター (Photo1)
- ・5cm 角の板目・柾目材キューブボックス (Photo 2)



(2) カタログ・YouTube 等

吉野林業の歴史・文化、材の物理特性、建築等施

工例 (Photo2)

カタログサイト



YouTube サイト



3. OGATA Paris での展示会



(Photo3)

(1) 業界に影響力のあるキーパーソンを対象とした少人数ワークショップ (Photo3)

時期：2021年7月～9月

回数：6回 (20名)

(2) 吉野材に関する情報提供 (ダイレクトメール)

時期：2021年8月下旬

送付者：1,500名 (インテリア・プロダクトデザイナー、建築家、マスメディア等)

(3) 展示会開催

期間：2021年9月8日～12日

来場者：135名

著名な者：エルメス、ユニクロ、KENZO、照明器具メーカー、建築・設計事務所 (パリ拠点)、フランスを代表するインテリア雑誌 (IDEAT) 等

