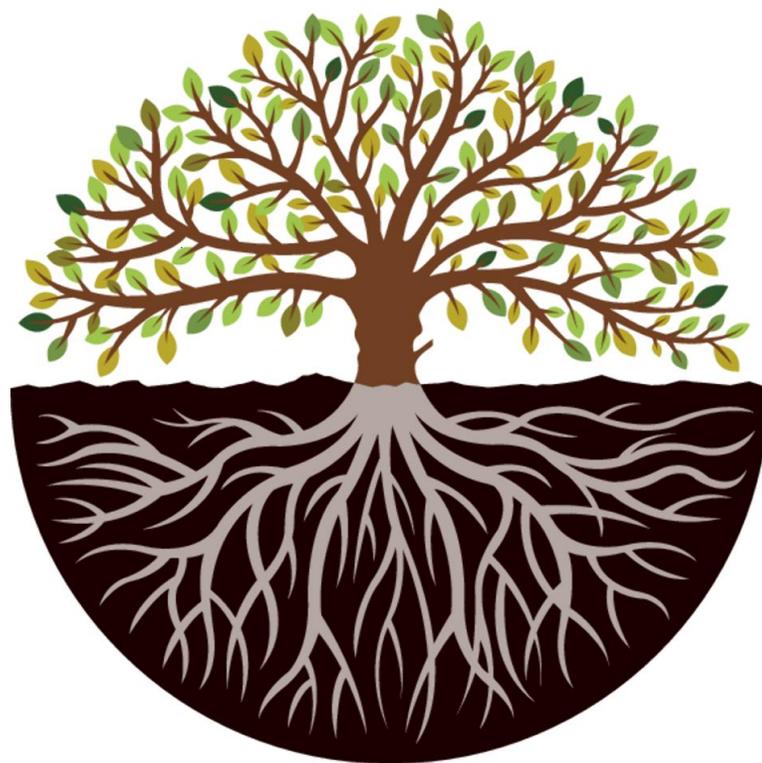


**Deloitte.**

デロイト トーマツ



**令和2年度合板・製材・集成材国際競争力強化・輸出促進対策のうち  
日本産木材製品の新たな輸出先国調査（米国） 報告書概要版**

有限責任監査法人トーマツ

2022年3月

# 日本産木材製品の新たな輸出先国調査（米国） 報告書の構成

## 1. 調査背景・目的

- 本調査報告書を読むにあたり前提となる事項として、本調査を実施した背景・目的や、採用した調査方法について記載した。

## 2. 調査結果

- 輸出の前提となる国内の林業・木材産業の状況を分析した上で、顧客のニーズ等を基に施策を実施するマーケットインの発想に基づき、輸出先候補である米国の市場動向を分析した。

### 2-1. 輸出に係る国内の現状

- 輸出の前提となる国内の林業・木材産業の状況を把握するため、全体的な国内市場の動向や、個別具体的な取組として事業者の動向について分析した。

#### 2-1-1. 国内市場概観

- 国内の林業・木材産業の現状について、木材の輸出拡大の必要性・可能性を検討する観点から分析を行った。

#### 2-1-2. 国内事業者の輸出の取組

- 輸出拡大施策の主たるプレイヤーとなる国内事業者について、現時点での取組や将来的な方針、阻害要因を整理した。

### 2-2. 米国市場動向

- 本調査の主たる輸出先候補である米国について、マーケットインの発想から輸出拡大に有効な取組の示唆を得るため、木材関連市場の全体像・構造・動向や、買い手である米国の事業者・消費者の経済活動を分析した。

#### 2-2-1. 市場規模

- 輸出の候補となる製品・サービスを検討するため、米国における木材利用状況として、木材消費割合、生産量、価格帯等を整理した。

#### 2-2-2. 流通構造

- 輸出の取組のターゲットとなる木材流通に関わるプレイヤーを把握するため、米国国内における木材流通構造を整理した。

#### 2-2-3. 木材消費動向

- 木材製品の輸出に影響を与えと考えられる、現在から将来に向けて観察される消費動向の変化について整理した。

#### 2-2-4. 競合

- 日本が米国に木材を輸出するにあたっての競合について把握するため、米国の木材輸入に関わる諸外国の状況について整理した。

#### 2-2-5. 米国事業者の事業モデル

- 連携先・顧客となりうる米国事業者の動向やニーズを把握するため、木材関連事業者の事業モデル等を整理した。

#### 2-2-6. 米国消費者の購買行動

- ビジネスモデルに影響を与える消費者動向を把握するため、最終消費者の木材製品の購買行動について整理した。

#### 2-2-7. 施策案への米国事業者の評価

- 輸出製品・サービスのアイデアについて、米国事業者に提案・説明し、米国市場での可能性についての評価を整理した。

## 3. 輸出拡大に向けた示唆

- 「2.調査結果」で得られた米国への輸出拡大に向けた示唆をとりまとめるとともに、これらの示唆を基に考えられるアイデアの例として2つの施策を検討した。

### 3-1. 調査結果から得られた示唆

- 「2.調査結果」で得られた示唆について再整理し、また、これらの示唆を基に考えられる施策アイデアを一例として検討した。

#### （施策案1）設備集約・高度化

- 米国事業者の日本産材に対するニーズに対して、垂直統合・水平分業による設備集約・高度化に向けた施策案を検討した。

#### （施策案2）CLT輸出に向けた環境整備

- CLT輸出の前提となる米国の諸基準への準拠について、事業者だけでは対応が難しく、国として対応する必要がある課題・施策を検討した。

### 3-2. 施策実現に向けた今後の提言

\* 詳細は報告書本編に記載

- 輸出拡大施策の方向性について、本調査で得られた知見を基に提言を整理した。

# 米国への輸出拡大に向けて、米国の木材関連市場の構造・動向や、事業者・消費者の経済活動等について調査・分析を行いました

## エグゼクティブサマリー

### 2-2. 米国市場動向

■ 本調査の主たる輸出先候補である米国について、マーケットインの発想から輸出拡大に有効な取組の示唆を得るため、木材関連市場の全体像・構造・動向や、買い手である米国の事業者・消費者の経済活動を分析した。

<b>市場規模</b> 詳細は2-2-1 住宅新築及びリフォーム向けが市場規模が大きく、構造材、外構材、内装材が輸出製品候補より具体的な輸出製品候補として、フェンス等材料としての日本産スギ材、高層建築物等建材としてのCLT		
<b>流通構造</b> 詳細は2-2-2 ・無垢材は中間流通業者がキーマン ・マスティンバーは建設業者に直販	<b>木材消費動向</b> 詳細は2-2-3 ・サステナビリティが重視され、認証基準の考慮が必要	<b>競合</b> 詳細は2-2-4 ・マスティンバーは欧州、日本スギは中国が競合となる
<b>米国の事業者の事業モデル</b>	<b>大規模サプライヤ</b> ・日本産材の需要があるが、中国経由で輸入 ・ロット・サイズ・品質の安定や、信頼関係を重視	<b>小売業者</b> ・基本的に北米産材を調達し、輸入材を調達する場合でも価格重視
	<b>木材サプライヤ</b> ・日本産材を認知し、輸入実績もある ・ロット・サイズ・品質、信頼関係構築が重要	<b>大規模建設業者</b> ・マスティンバーの需要がある ・企画時点から製造業者と連携して調達する
	<b>建材サプライヤ</b> ・木材は北米産材を調達する	<b>小規模建設業者</b> ・日本産材を扱うこともあり、品質も重視 ・直接輸入はせず、木材サプライヤから調達
<b>米国の消費者の購買行動</b>		<b>木材へのこだわり</b> ・木材に強いこだわりはなく、建設業者に任せている傾向が見られる
		<b>困りごと</b> 詳細は2-2-7 ・建設業者が不足しており工事遅延が多い ・工期短縮の製品・サービスに可能性がある
		<b>施策案への米国の事業者の評価</b> 詳細は2-2-8 ・床材のニーズは無いが、ヒノキ天然素材には一定の評価あり ・CLTはビル、施設にニーズあり

### 2-1. 輸出に係る国内の現状

■ 輸出の前提となる国内の林業・木材産業の状況を把握するため、全体的な国内市場の動向や、個別具体的な取組として事業者の動向について分析した。

- ④ 木材需要を海外に求める視点が重要 詳細は2-1-1
- ④ 製品展開・生産規模・人員不足や米国基準認証が阻害要因 詳細は2-1-2

#### 米国輸出に関するアイデア・施策案

「強み：日本が競合に対して競争力を持つもの」としてヒノキ、  
 「機会：米国で市場の拡大が見込めるもの」としてCLTを設定

ヒノキの床材

CLT・2×4パネルによる住宅 詳細は2-1-2

### 3-1. 調査結果から得られた示唆

■ 「2. 調査結果」で得られた米国への輸出拡大に向けた示唆をとりまとめるとともに、これらの示唆を基に考えられるアイデアの例として2つの施策を検討した。

- |               |   |
|---------------|---|
| ④ 誰に (WHO)    | ■ 流通構造のキーマンである中間流通業者 (サプライヤ)<br>■ オフィスビル等を建設する大規模建設業者 |
| ④ 何を (WHAT)   | ■ フェンス材として日本産スギ<br>■ ビル、施設建材としてCLT                    |
| ④ どのように (HOW) | ■ 大ロット、米国サイズ等の顧客要望に応じて信頼獲得<br>■ 建設の企画・設計の段階から議論に参加    |
- 詳細は3-1-1

④ 大ロット・米国サイズに対応する設備集約・高度化 詳細は(施策案1)

④ 米国基準に対応する輸出環境整備 詳細は(施策案2)

# 1. 調査目的と方法

# 本調査は、木材製品の輸出・販売戦略の強化に向けて、米国を対象とした市場調査を行い、マーケティング方法等を検討することを目的として、文献調査・国内外事業者及び消費者インタビューを行い、米国への輸出に向けた示唆となる情報を収集しました

## 背景

- 政府は、農林水産物・食品の輸出額 5 兆円目標の実現に向けて、木材需要の創出、輸出先国・地域向けの販売戦略の強化に取り組んでいる。
- 従来の輸出増加に係る施策では、合板・製材等を製造する日本製木材関連事業者と海外の顧客との接触は、展示会やイベント等での営業活動に留まっており、下記について理解する機会が追加して必要と考えられる。
  - ✓ 顧客の特定/顧客を取り巻く外部環境/顧客の生活様式/顧客が製品を購入する判断材料及び価値観（社会的・感情的・経済的）

## 目的

- 2030年に5兆円（うち林産物は1,660億円）を目指す農林水産物・食品の輸出目標の実現に向け、付加価値の高い木材製品の輸出拡大を進める必要がある。
- そのためには、農林水産物・食品の輸出拡大戦略で示された「マーケットイン」の発想に基づき、ターゲットとする国・地域の市場動向を的確に捉え、効果的な方法で販路開拓の取り組みを進めていくことが重要である。
- 本事業は、米国を対象に木材製品の流通構造等の調査を行い、日本産木材製品の販路開拓が期待できる製品・購買層の特定や効果的なマーケティング方法を顧客インタビューにより検討・提案等を行うことで、木材製品の輸出拡大を促すことを目的とする。

## 調査方法

調査方法	調査対象	調査項目（得られた成果）	
文献調査 (デスクトップリサーチ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本・対象国の政府発行文書</li> <li>■ 日本・対象国の統計データ</li> <li>■ 日本・対象国の研究機関等におけるレポート</li> <li>■ 日本・対象国の木材関連事業者ウェブサイト</li> </ul>	2-1.輸出に係る国内の現状 2-1-1.国内市場概観	2-2.米国市場動向 2-2-1.市場規模 2-2-2.流通構造 2-2-3.木材消費動向 2-2-4.競合
国内事業者 インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本の木材関連事業者・関係者 製造事業者、自治体・森林組合連合会 商社、バイヤー</li> </ul>	2-1.輸出に係る国内の現状 2-1-2.国内事業者の輸出の取組	
米国事業者 インタビュー (オンライン)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 米国の木材関連事業者 ➢ 中間流通業者、小売業者、建設業者</li> </ul>	2-2.米国市場動向 2-2-2.流通構造 2-2-3.木材消費動向	2-2-4.競合 2-2-5.米国事業者の事業モデル
米国事業者 インタビュー (現地訪問)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 米国の木材関連事業者 中間流通業者、小売業者 建設業者、その他木材利用事業者</li> </ul>	2-2.米国市場動向 2-2-2.流通構造 2-2-3.木材消費動向	2-2-4.競合 2-2-5.米国事業者の事業モデル 2-2-7.施策案への米国事業者の評価
米国消費者 インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 米国の最終消費者（一般市民）</li> </ul>	2-2.米国市場動向 2-2-3.木材消費動向	2-2-6.米国消費者の購買行動

## 2. 調査結果

## 2-1. 輸出に係る国内の現状に関するサマリー

# 減少する国内消費に対して生産量を維持・拡大するためには木材需要を海外に求める視点が重要となります

### 2-1.輸出に係る国内の現状に関するサマリー

#### 2-1.輸出に係る国内の現状

- 輸出の前提となる国内の林業・木材産業の状況を把握するため、全体的な国内市場の動向や、個別具体的な取組として事業者の動向について分析した。



木材需要を海外に求める視点が重要

詳細は2-1-1



製品展開・生産規模・人員不足や米国基準認証が阻害要因

詳細は2-1-2

#### 国内事業者が保有する事業アイデア

「強み：日本が競合に対して競争力を持つもの」としてヒノキ、  
「機会：米国で市場の拡大が見込めるもの」としてCLTを設定

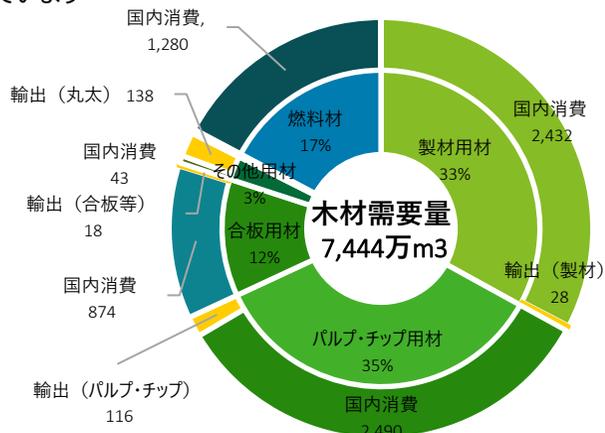
ヒノキの床材

CLT・2×4パネルによる  
住宅

詳細は2-1-2

#### 用途別木材需要量（令和2年）

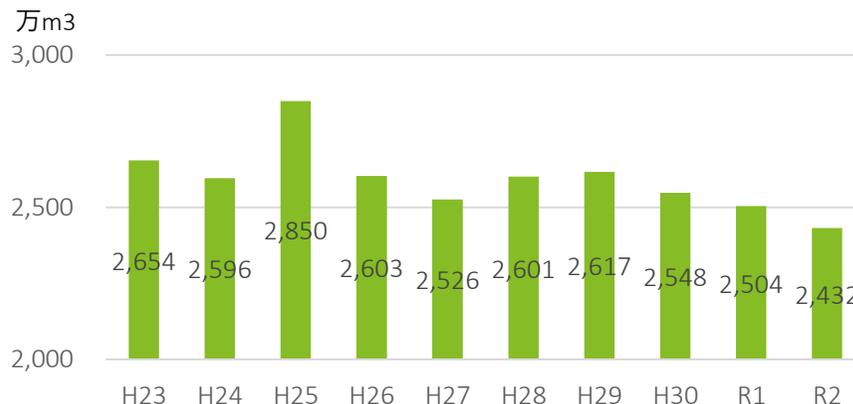
日本の木材を取り巻く現状を概観すると、木材需要の大半は国内消費となっています



出所：「令和2年度 木材需給表」よりDeloitte作成

#### 製材用材の国内消費量の推移

製材用材の国内消費量は減少トレンドにあります



出所：「平成23年～令和2年度 木材需給表」よりDeloitte作成

© 2022. For information, contact Deloitte Tohatsu Group.

## 2-2. 米国市場動向に関するサマリー

市場規模としては、住宅新築及びリフォーム向けがボリュームゾーンであり、フェンス等の材料としての日本産スギ材のほか、高層建築物等建材としてのCLTが輸出製品候補となります

### 2-2-1. 市場規模に関するサマリー

#### 2-2. 米国市場動向

➤ 輸出の候補となる製品・サービスを検討するため、米国における木材利用状況として、木材消費割合、生産量、価格帯等を整理した。

#### 市場規模

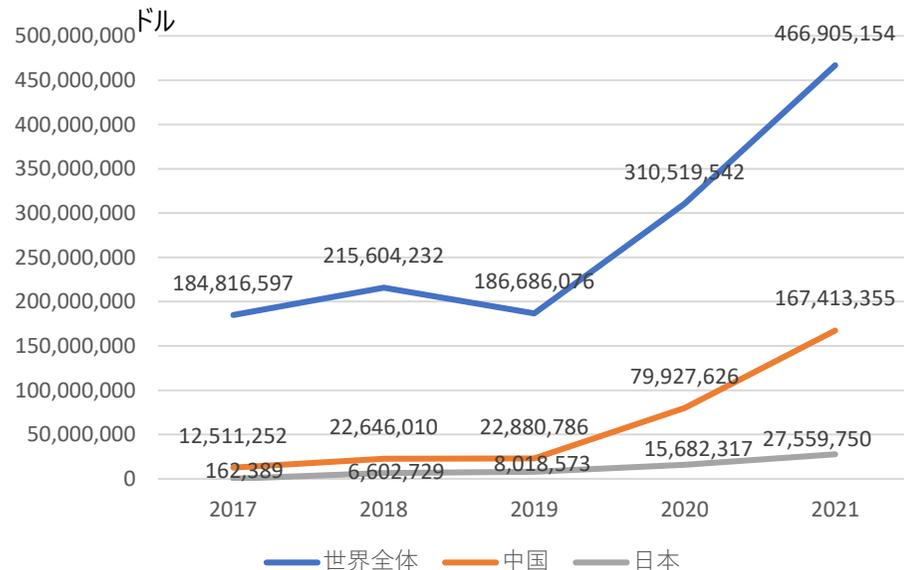
住宅新築及びリフォーム向けが市場規模が大きく、構造材、外構材、内装材が輸出製品候補より具体的な輸出製品候補として、フェンス等材料としての日本産スギ材、高層建築物等建材としてのCLT

詳細は2-2-1

#### 米国 木製フェンス、柵、杭等の輸入額推移

米国の木製フェンス等の輸入額が5年で倍増しており、大きな需要拡大が推察されます

中国は順調に輸出を伸ばしている一方、日本は総量と比べて伸び悩んでいます



出所：「USA Trade Online」よりDeloitte作成

#### 米国でのマスティンバー建築物の動向

米国では近年マスティンバー建築物が増加しており、計画段階のプロジェクトも多いです

建築基準においても、高層建築物への木材利用が認められてきており、それに伴うマスティンバー利用の拡大が期待されます

#### 米国における マスティンバー建築プロジェクト (2021年12月時点)

ステータス	プロジェクト数	うちCLT
建設開始済又は竣工済	603	284
計画中	700	400
合計	1303	684

出所：WoodWorks  
(<https://www.woodworks.org/resources/u-s-mass-timber-projects/>)

## 2-2. 米国市場動向に関するサマリー

流通構造では、無垢材は中間流通業者、マスティンバーでは建設業者がキーマンです

### 2-2-2. 流通構造に関するサマリー

#### 2-2.米国市場動向

▶ 輸出の取組のターゲットとなる木材流通に関わるプレイヤーを把握するため、米国国内における木材流通構造を整理した。

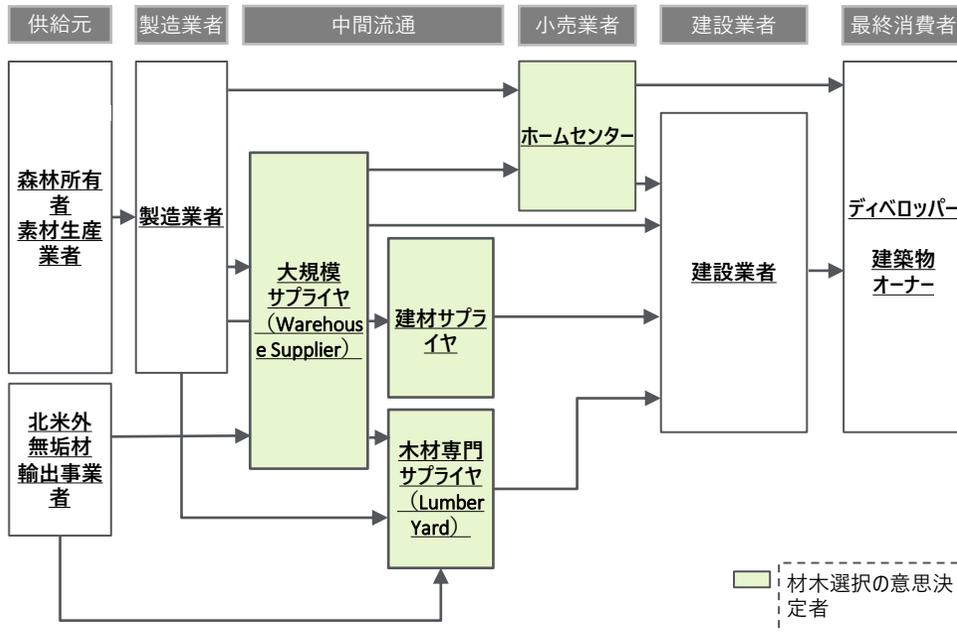
#### 流通構造

無垢材の流通構造では、中間流通業者による仲介が一般的であり、キーマンになる  
マスティンバーの流通構造では、現状では中間流通業者がおらず、製造業者から直接建設業者に流通している

詳細は2-2-2

#### 無垢材の流通構造

中間流通業者による仲介が一般的であり、北米外からの輸入でも、大規模サプライヤや木材専門サプライヤが仲介をしています



#### マスティンバーの流通構造

マスティンバーは、現状では中間が無く、製造業者から建設業者に直接流通しており、北米外からの輸入でも、建設業者が直接輸入しています



## 2-2. 米国市場動向に関するサマリー

# 競争としては、マスティンバーにおける欧州、日本スギにおける中国が特筆されます

### 2-2-4. 競争に関するサマリー

#### 2-2.米国市場動向

- 日本が米国に木材を輸出するにあたっての競争について把握するため、米国の木材輸入に関わる諸外国の状況について整理した。

#### 競争

日本からのCLT輸出にあたっての競争は欧州であり、技術力の高さや建設業者の繋がりが強み  
 米国事業者が日本スギを輸入する場合には、中国が経由されている  
 日本スギを直接輸出するためには、国内で、「量を確保すること」「米国サイズで製材すること」が必要

詳細は2-2-4

#### 欧州事業者によるマスティンバー輸出

マスティンバーの輸出では、欧州が先行しており、技術力の高さや、建設業者との直接の繋がりが強みとなっています

主な企業	国
Stora Enso	フィンランド
Binderholz	オーストリア
Massivholz	オーストリア
Hasslacher	オーストリア
Mayr-Meinhof Holz Holding AG	オーストリア
Detrix group	ドイツ
Eugen Decker	ドイツ
Schillinger Holz AG	スイス

※米国事業者インタビューで言及のあった企業

#### 中国による日本スギ輸出

米国事業者日本スギを輸入する場合には、中国が経由されており、その要因としては、「ロットとサイズが担保されること」「人間関係が築きやすい」ことが挙げられています

要素	中国事業者の対応	中国事業者と比較した日本の課題
ロット	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 輸入した日本スギを集約することで、米国事業者の求めるロットに対応している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本では個々の事業者では規模が小さく、集約するとりまとめ役がない（中国事業者に集約の役割を取られてしまっている）</li> </ul>
サイズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 米国サイズに対応した製品を製材して提供している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 米国サイズに対応してくれない</li> </ul>
人間関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 製品の特殊加工など、状況に応じた柔軟な対応を実施してくれる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 国内事情・制約を理由に柔軟な対応をしてくれないとのコメントがあり、画一的なサービス提供がニーズに応えられていない可能性がある</li> </ul>

## 2-2. 米国市場動向に関するサマリー

大規模サプライヤ、木材専門サプライヤが日本産材輸出のターゲットとなり、ニーズに応じたロット・サイズ・品質を提供し、信頼関係を築くことを求めています

### 2-2-6. 米国事業者の事業モデル及び2-2-8施策案への米国事業者の評価に関するサマリー

#### 2-2. 米国市場動向

- 木造建築・内装の流通におけるキーマン探索、日本木材関連事業者の展開可能性探索のため、中間流通業者（大規模サプライヤ、木材専門サプライヤ、建材サプライヤ）、小売業者、建設業者（大規模、個人・小規模）にインタビューを実施した。

#### 米国事業者の事業モデル

**大規模サプライヤ** ・日本産材の需要があるが、中国経由で輸入  
・ロット・サイズ・品質の安定や、信頼関係を重視

**木材専門サプライヤ** ・日本産材を認知し、輸入実績もある  
・ロット・サイズ・品質、信頼関係構築が重要

**建材サプライヤ** ・木材は北米産材を調達する

詳細は2-2-5

**小売業者** ・基本的に北米産材を調達し、輸入材を調達する場合でも価格重視

**大規模建設業者** ・マスティンバーの需要がある  
・企画時点から製造業者と連携して調達する

**小規模建設業者** ・日本産材を扱うこともあり、品質も重視  
・直接輸入はせず、木材サプライヤから調達

#### 施策案への米国事業者の評価

- ・床材のニーズは無いが、ヒノキ天然素材には一定の評価あり
- ・CLTは住宅よりもオフィスビル、商業施設等にニーズがある

詳細は2-2-8

#### インタビュー対象者



大規模  
サプライヤ

- ・ 日本とのコネクションを有する木材商社
- ・ 高級物件専門のエクステリア材専門商社
- ・ 日本の木材商社の現地子会社



木材専門  
サプライヤ

- ・ 建設業者（個人・小規模）向けの木材を扱う木材専門販売店



建材  
サプライヤ

- ・ 東海岸の有力建材卸売業者・製造業者



小売業者

- ・ 全米屈指の規模を持つホームセンター



大規模  
建設業者

- ・ 欧州に本社があるグローバル建設業者
- ・ 設計・エンジニアリング企業



小規模  
建設業者

- ・ 主に州・郡単位の商圏で、地域に密着して事業を展開している個人事業主

### 3. 輸出拡大に向けた示唆

# 米国への輸出拡大に向けて、「誰に」「何を」「どのように」という観点から示唆を整理し、施策案として「設備集約・高度化」「輸出環境整備」を検討しました

## 3-1. 調査結果から得られた示唆に関するサマリー

### 3-1. 調査結果から得られた示唆

- 「2.調査結果」で得られた米国への輸出拡大に向けた示唆をとりまとめるとともに、これらの示唆を基に考えられるアイデアの例として2つの施策を検討した。

 <b>誰に</b> (WHO)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 流通構造のキーマンである中間流通業者（大規模サプライヤ、木材専門サプライヤ）</li><li>■ オフィスビル等を建設する大規模建設業者</li></ul>
 <b>何を</b> (WHAT)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ フェンス材として日本産スギ</li><li>■ オフィスビルや商業施設の建材としてCLT</li></ul>
 <b>どのように</b> (HOW)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 大ロット、米国サイズ等の顧客要望に応じて信頼獲得</li><li>■ 建設の企画・設計の段階から議論に参加して提供する</li></ul>

詳細は3-1-1

**施策案1**

大ロット・米国サイズに対応する  
**設備集約・高度化**

詳細は（施策案1）

**施策案2**

米国基準に対応する  
**輸出環境整備**

詳細は（施策案2）

# (施策案1：設備集約・高度化)

米国事業者が求める大ロット・米国サイズに対応するには、生産規模の課題解決に合わせて、米国サイズも製造できるように高度化することが必要です

## 施策案1：設備集約・高度化

施策の方向性

方向性に対する国内の課題

施策の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「どのように (HOW)」を達成するため、中国に対する競争力強化に向けた環境整備を行う                     <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 大ロットの安定供給</li> <li>➢ 米国サイズへの対応</li> </ul> </li> </ul>	2-1-2 国内事業者の輸出の取組	阻害要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 高付加価値な製品の未展開、<b>生産規模の小ささ</b>、米国現地の市場を理解した人材の不足が阻害要因と考えられる</li> </ul>
--------	---	----------------------	------	---

大ロットに対応できる製造拠点・流通構造があることだけでなく、かつ、当該製造拠点は米国サイズにも対応可能であることが必要

大ロット・米国サイズに対応する  
設備集約・高度化

- 複数事業者を巻き込み、設備を集約化することで、大規模のロットに対応できるサプライチェーンを構築する
- 設備集約時に、米国サイズにも対応できるよう高度化を実施
- 設備集約の付随効果として、規模の経済によるコスト削減効果も期待される

	考え方	実施体制	メリット・デメリット
垂直統合型	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 製材加工・乾燥・仕上までの一連の加工工程を1拠点に集約し、大規模化によるコスト削減を図る手法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1事業者が輸出用製材製品の専用ラインを構築する体制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 集約時に米国サイズ対応のための高度化も実施しやすい</li> <li>○ 原木調達や品質管理・数量管理がしやすい</li> <li>○ 中間事業者がないため、コスト削減効果が大きい</li> <li>× 大ロットに対応できる規模の事業者に限られる</li> <li>× 設備投資が必要であり、リスクも大きくなる</li> </ul>
水平分業型	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 製材加工・乾燥・仕上までの加工工程を複数の工場で協力体制を敷きつつ分散的に実施し、港湾で製品を集約する手法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 輸出窓口を担う事業者がとりまとめ役となり、複数の製材・加工事業者が協力する体制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 中小規模事業者による連携で対応可能</li> <li>○ 既存設備での実施が可能</li> <li>× 既存設備では米国サイズに対応できない可能性がある</li> <li>× 原木調達や品質管理・数量管理が事業者ごとの対応となり、とりまとめ役の調整労力が大きくなる</li> <li>× 関与事業者が多くなり、コスト削減効果は限定的</li> </ul>

## (施策案2：輸出環境整備)

日本産CLTが米国基準に準拠できる環境を整えることは、一事業者では対応が難しく、国として対応すべき課題であり、まずはスギの樹種登録に取り組むことが重要です

### 施策案2：CLT輸出に向けた環境整備

示唆

米国の諸基準に関する課題

誰に (WHO)	■ オフィスビル等を建設する大規模建設業者に	国レベル の課題	■ 日本産CLTが米国の建築基準（IBC）、CLT基準（PRG320）の要件を満たす前提として、ASLS PS20の樹種リストにスギを記載することが必要
何を (WHAT)	■ オフィスビルや商業施設の建材としてCLTを	事業者レベル の課題	■ 環境整備がなされた上で、自社のCLTが米国の諸基準を満たす証明を取得することが必要
どのように (HOW)	■ 建設の企画・設計の段階から議論に参加して提供する		

優先度高

■ 国として、ASLS PS20の樹種リストへのスギの記載に向けた取り組みを進める

■ 環境整備と並行しながら、事業者の競争力強化を図る

- 基準や事業者ニーズを満たすための製造技術の開発・普及
- 米国建設業者へのリレーション構築のためのマーケティング支援 等

**E.O.F**