

- 本県では、製材品の約7割が県外に出荷されていることから、県外における県産製材品の需要拡大は非常に重要である。
- 今後の住宅分野における木材需要は大幅に減少することが予測されていることから、新たな需要先の開拓や非住宅分野における木材利用、外材からの転換などについて、大消費地である都市部での積極的な取り組みが必要である。
- このため、都市部における県産材のプロモーションや県外消費地のPR効果が高い商業施設等における県産材利用への支援を行った。

□ 事業内容

みやざき材県外プロモーション事業

県外消費地において、循環型林業の取組を含めたプロモーション等を行い、県産材の販路拡大を図る。

【事業費】16,452千円（うち譲与税8,521千円）

（譲与税は、以下の実績に係る部分に充当）

【実績】

- ・ 県外消費地における木材市場の動向調査の実施
- ・ 都市部企業等と連携したイベント等への出展
- ・ 県外消費地におけるみやざき材セミナーの開催
- ・ 県外のPR効果の高い施設における県産材利用の支援（6件）

□ 取組の背景

- ・ 本県における製材品の出荷先の約7割が県外
- ・ 製材品の主な供給先である住宅の着工戸数は本県においても減少傾向
- ・ 県外消費地における認知度向上と新たな販路確保による、木材需要の確保が求められる



（木材イベント出展）



（セミナー開催）



（県産材利用支援）

□ 工夫・留意した点

- ・ 県単独ではなく、県産材の利用に関する協定締結者など、都市部企業等と連携したイベント等の開催に努めた。
- ・ 県産材利用の支援が県産材PRに繋がるものとするため、5,000人以上の不特定多数の利用者等が見込まれることを補助条件とするとともに、完成後に、県産材を使用したことを明示するための表示版を設置することとした。

□ 取組の効果

- ・ 県外消費地における製材品のニーズ等を把握することができた。
- ・ イベント・展示会の出展を通じ、一般消費者から実際の製材品を利用する建設関係者など幅広く県産材をPRすることができ、新たな商談の確保に繋がった。
- ・ 実際に県外施設で県産材の利用を支援することで、県外における県産材のトライアル需要を確保することができ新たな需要先の開拓に繋がった
- ・ また、不特定多数の利用者が訪れる様々な分野の施設（カフェ、サウナ等）への支援を行い、県産材をPRすることができた。

◇ 基礎データ

①令和6年度譲与額：200,856千円	②私有林人工林面積（※1）：230,240ha
③人口（※2）：1,069,576人	④林業就業者数（※2）：3,587人

※1：「2020農林業センサス」より、※2：「R2年国勢調査」より