



# 真名鶴酒造 合資会社

越前大野で江戸時代中期より続く老舗の蔵元。2009年に香港への輸出を開始以降、複数の国・地域へ輸出先を拡大。2016年からは「新輸出大国コンソーシアム」の支援を受け米国向け輸出を実現。新たな販路として欧州を目指す

展開国・地域	2009年 香港	2014年 タイ
	2010年 シンガポール	2017年 米国
	2013年 台湾	2018年 中国

企業情報 所在地: 福井県大野市 従業員数: 2名  
設立: 1957年12月 URL: <http://manaturu.com/>

事業内容 清酒製造業



- 1 輸出専用ブランドとして開発した「mana1751」シリーズ。「mana1751premium」(写真1番左)は世界で最も影響力のあるワイン評論家、ロバート・パーカー氏による初の日本酒テイステイングで90ポイントを獲得した
- 2 越前大野の本店。真名鶴酒造のお酒は機械に頼らず全量手造り
- 3 2018年7月に参加した「日本酒商談会 in マドリード」の様子
- 4



## 福井県の支援事業を利用して香港への輸出を開始

大学を出て跡を継いだ時、真名鶴といえば地元では有名な安酒でした。真名鶴は飲みにくいと面と向かって言われ、これはちょっといかなんと思いました。品質を上げることはもちろん、オリジナリティも出していかなきゃいけない。そこで全銘柄を徹底して高品質化するだけでなく、鉾山の中で熟成させた古酒や、当時まだなかった洋樽熟成の日本酒など変わったお酒造りにも取り組みました。他方、日本酒はほとんどが国内消費。人口減少などを考えると、もっと海外に目を向ける必要があると思い、2007年ごろから県産品を海外に輸出するための福井県の支援事業に参加しました。最初は小さな会社が輸出をするというのは非常にハードルが高いという先入観がありましたが、福井県が香港で商談会をセッティングするなどして販路を見つけてくれ、2009年に香港への輸出を開始。1回やってみると、代理店を通じた間接輸出であれば意外と簡単にできることが分かり、その後も福井県の支援で、シンガポール、台湾、タイなどへも輸出するようになりました。

## 現地の人にとって、分かりやすく飲みやすい商品を開発

もっと積極的に海外へ、特に日本酒の輸出がダントツに多い米国に売りたいと思った時に、今あるものをそのまま売るのはなく、現地の人にとって見た目も分かりやすく飲みやすい商品を開発しようと思いました。そこで福井県の補助事業を利用してデザインや酒質を研究。誕生したのが輸出専用ブランドの「mana1751」シリーズです。商品開発の後、ジェトロの「新輸出大国コンソーシアム」の支援を受け、専門家のネットワークから米国の取引先を紹介してもらいました。「mana1751classic」を気に入ってくれて2017年から米国向けの輸出が始まりましたが、他の国とは取扱い単位が桁違いで、非常にたくさんの注文をいただいています。ほかにも福井銀行から紹介してもらった越境ECの会社を通じて、中国からも継続して注文が入るようになりました。ピンクのハートでラベルがかわいい「mana1751sweet」を女性の方がよく購入してくれているようで、越境ECだけではなく直接輸出の話も出ています。

## 海外は先入観のない素直な反応がおもしろい

ジェトロの専門家には、米国だけでなく欧州への販売ルート確保に向けた支援もしてもらっています。専門家の勧めで参加した2016年のバルセロナでの商談会では、弊社のお酒が人気投票で1位に。シェリーの樽で熟成したお酒や、白麹を使った甘酸っぱい白ワインのようなお酒がスペインのお客様の口に合うみたいで、レストランで使いたいというお話をいただきました。日本酒という日本の方は辛口を好みますが、日本酒って甘味があってこそおいしいと思うんです。海外の方は先入観がない分、日本酒は甘くておいしい、甘いのが欲しい、そういう素直な反応がすごくおもしろいです。その後2017年もバルセロナ、2018年はマドリードの商談会に参加し、確かな手応えを感じています。スペイン以外では英国、ドイツも日本酒の需要が高いと聞いています。EPAを追い風に、欧州に輸出できるよう今後も挑戦を続けていきたいです。

五代目蔵元・社氏  
泉 恵介 氏

「日本酒とはこういうもの」という固定概念にとらわれず  
日本酒の世界を広げていきたい

専門家からのポイント



真名鶴のユニークなラベルが、独特の風味であることを視覚的にも分かりやすく表現し、また積極的に料理とのペアリングを提案したことが、海外市場に適合した理由として挙げられます。販売に携わるディストリビューターや小売店、料飲店に、フレッシュな酸味を生かした酒質が現地の料理ともよく合うことをPRし、理解してもらうことで、彼らが消費者に日本酒を勧める際の説得力につながったと思います。製品の特徴をうまくアピールすることが和食以外の市場を開拓していく上で、重要なポイントであることを実感しました。



卸売業

# 株式会社 福井機工

生産設備用の機器・部品、および工場用備品などの販売を行う。2013年からアリババに出店し、海外向け輸出開始。2019年にベトナム・ホーチミンに駐在員事務所を開設

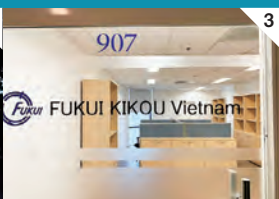
展開国・地域 2019年 ベトナム

企業情報 所在地: 福井県福井市 従業員数: 38名  
設立: 1962年1月 URL: <http://www.fukuikikou.co.jp/>

事業内容 各種メーカー製品・産業機器の販売



- 1 海外事業は若手社員が担っている
- 2 ベトナム駐在員事務所長(右)と現地社員(左)
- 3 4 ベトナム駐在員事務所が入居するビル



## 越境ECを通じて捉えたベトナムでの商機

福井で普通に頑張っていればお客様が増えていた時代から、「ものづくりは海外で」という時代になり、弊社のお客様である生産工場も海外生産にシフトしてきました。このままじっと待っていてもお客様は増えない。そこで2013年にアリババの越境ECサイトで輸出を始めました。初めての海外ビジネスで何も分からず最初は苦労しましたが、同年に新設した海外事業部の若手社員たちの頑張りもあり、売り上げは順調に伸び続けています。現在海外売り上げの半数以上がベトナム向け。その大口顧客のほとんどがローカルの商社で、現地日系工場から集めた注文をまとめてアリババの弊社店舗から購入しているようです。中国やタイに比べて日系商社が少ないベトナムでの可能性を感じ、ベトナムに拠点を持つことを検討し始めました。また、ホーチミンのローカル商社から「御社の傘下に入らせて欲しい。日本企業のグループ会社になれば、今の何倍もアポイントが取れる、何倍も売り上げを増やせる。」と言われたことも、ベトナム進出を決める後押しとなりました。

## 進出の決め手は、行きたいと言った若者がいたこと

ベトナムへの進出を決めたきっかけは色々ありますが、一番大きかったのは、行きたいと言った若者がいたことです。現在その二十代の彼が所長として駐在しています。彼は海外事業部の担当として何回かベトナムへ出張し、ローカル商社のお話を聞き、新しい工場が次々建っていくのを目の当たりにして、ベトナムでダイナミックに仕事がしたいという思いが強くなったようです。行きたいですって言う若者がいるのに、やめとこうやって言う理由がないじゃないですか。じゃあ行こうって。海外に限ったことではなく、小さい会社で何ができるかと言ったら、任せて裁量を与えて、好きなようにやらせてあげることだと思っています。海外事務所ができたことで、社内のモチベーションがすごく上がりました。新規のお客様にも海外事務所の話をする反応がいいです。新規だけではなく、既存のお客様からも頑張っているねと声を掛けていただき、影響はとても大きいです。

## 最新情報は現地に行ってみて自分で確認を

ベトナムでの駐在員事務所設立に当たっては、JETRO「新輸出大国コンソーシアム」のハンズオン支援を受け、ベトナムで駐在経験のある専門家を派遣してもらいました。現地の色々な情報の提供を受けるとともに、事務所設立のコンサル会社や、住居を探す際の不動産会社を紹介してもらいました。少し驚いたことに、実際に事務所を立ち上げてみると当初想定していた以上にコストがかかることが分かりました。ベトナムは発展のスピードが速いので、最新情報は現地に行ってみて自分で確認しないとギャップを感じることもあるかもしれません。現在駐在員事務所では、お客様にあたるローカル商社のバックアップや会社のPRなどを行い、あとは福井本社に連絡してもらう形をとっています。それを受ける海外事業部の若手社員たちも、向上心が強く海外にも興味があるので、ローテーションで海外駐在を経験させたいと思っています。将来的には現地法人化してローカルの営業担当も増やしながら、海外事業をさらに大きくしていきたいです。



代表取締役  
山本 英治 氏

つながりです  
その一歩が次の一歩に  
まずやってみることに。



### 専門家からのポイント

福井機工は、支援前からベトナム商社への輸出実績があり、まずは輸出先各社を同行訪問し、販売方法やニーズの聴取を行いました。以後取引先の拡大、特に日系進出企業の開拓を目指しました。また、現地商社を起用するのであれば、駐在員事務所が有利と助言しました。販路拡大、事務所候補地の選定、事務所設立申請、スタッフ採用面接などを共にしてきました。支援開始から駐在員事務所設立許可取得まで短期間で目標を達成できましたが、最大の成功要因は、企業、専門家、JETROでの情報共有にあったと感じています。



# 有限会社 ヴァンテック

滋賀県の栗東総合産業グループで新規事業開発を担当、環境事業に加え多くの事業を展開。2018年6月ベトナム・ホーチミン市に現地法人を設立、釣具販売店を開業。釣具販売に加えて環境人材育成に取り組む中

展開国・地域 2018年 ベトナム

企業情報 所在地: 滋賀県栗東市 従業員数: 80名(パート・アルバイト含む)  
設立: 1994年2月 URL: <https://vantech.biz/>

事業内容 遠心分離機事業、環境人材育成事業、釣具代理店、78mm食器事業



- 1 ホーチミン市にオープンしたタックルベリーのフランチャイズ釣具店と従業員
- 2 店内の商品の釣具の数々
- 3 ベトナムの従業員と一緒に



## ベトナム人に魅せられて

グローバル化が急速に進んでいく中、将来を考えるとこのまま国内にとどまっていたら生き残っていけないという強い危機感があり、また当時は人材の雇用がなかなかうまく進まなかったこともあって、海外の市場と外国人材に興味を持ちました。自ら東南アジア数カ国に出張して現地調査を実施しましたが、ベトナム人に馴染み深さを感じ、人口が多く特に若い人の割合も高いこの国の将来の発展への大きな可能性は、私どもにとっても非常に魅力的でした。現地での釣具の市場調査やテスト販売などの事前調査を何度も積み重ね、事業化の確信も得られたので進出を決心しました。今振り返ってみるとベトナムは宗教も日本と同じ仏教国。他の宗教の国ではその国の人の考え方を理解することが難しかった経験がありましたが、ベトナム人は比較的理解がしやすかったことも最終的にホーチミン市への進出を決めた理由の一つでした。

## 専門家に何回も相談に乗ってもらった

ベトナムへの進出を決心したのですが、まず何から始めたらよいかかわからず悩んでいました。そんな中、ふと目に留まったジェットロのメルマガに記載があった「新輸出大国コンソーシアム」の専門家による支援に応募し、小売業の海外出店に詳しい専門家に日本とベトナムで何回も相談に乗ってもらい、その都度助言を受けたことで2018年6月に会社を設立することができました。現地の法律・規制と各種許認可申請の手続き、店舗や従業員雇用の各種契約書の作成では、専門家に加えジェットロ本部(東京)の方からも専門的な助言と支援をもらいました。また、当初はベトナムの商習慣がなかなか理解できずに商売上も大変苦労しましたが、ジェットロ・ホーチミン事務所や、日系企業の多くの方々に教えていただいた現地の生の情報が大変役に立ちました。

## 東南アジアの拠点に育てたい

現地法人を立ち上げて一年少々、日常業務は現地スタッフだけで全く問題ありませんが、環境関連事業や新規ビジネスなどでの経営判断はまだ困難です。日本人の経営指導がやはり必要で、私自身も1カ月半に1度は現地に出張し経営指導を実施しています。経営判断もできてチャレンジ精神旺盛な現地人責任者の育成が現在の課題で、2019年11月には現地スタッフと学生インターンを日本に受け入れて研修を予定しています。現地人人材育成を通じ、ホーチミンのベトナム法人をベトナムおよび東南アジアの拠点に育てることが今の目標です。中小企業が海外進出と聞くとすごくハードルが高いように思われますが、規模ややり方は多種多様にあり、それらの情報を教えてくれるだけでなく、実践していくプロセスまでジェットロの方々にサポートを受けました。やりたいことが漠然としていても、まずは一度ジェットロに相談してみることが大事だと思います。



取締役  
井之口 哲也 氏

滋賀から飛び出し  
ベトナムで事業を開始、  
販売と環境人材育成  
両輪の海外拠点に育て上げる

ジェットロ滋賀からの  
ポイント



ジェットロ滋賀は2017年6月に滋賀県彦根市に設置されました。ヴァンテックはそれ以前からジェットロのサービスをご利用いただき、十分な事前調査の上で現地進出を決められました。ジェットロの専門家や現地事務所および本部からの情報もうまく活用して現地法人を設立し、現在は人材育成を中心に積極的に事業拡大に取り組まれています。



1 日中韓三カ国による環境産業・技術共同展示への出展(2018年6月・北京)  
ブースで持ち込まれた危険汚泥を無害化処理

2 ベトナムの代理店での危険汚泥無害化試験

3 社内には中国や台湾で取得した特許の証明書が飾られている



工業品

# WEF技術開発株式会社

工場設備のメンテナンス業を行っている、株式会社アオヤマエコシステムの  
水処理と廃棄物のリサイクル部門が、2016年に分離・独立。2018年には  
汚泥処理のための合併会社を中国で立ち上げ事業展開をしている

展開国・地域 2009年 台湾  
2017年 中国  
2018年 ベトナム、シンガポール

企業情報 所在地: 滋賀県大津市 従業員数: 5名  
設立: 2016年7月 URL: <http://aoyama-wefit.com>

事業内容 水・エネルギー・食料の地産地消技術開発、水処理設備設計施工・メンテナンス、河川・池浄化再生  
脱水余剰汚泥削減・リサイクル、有機廃棄物(生ゴミ・水草・ウモロコシ茎等農業残渣)減容処理・リサイクル

## 新規開発したシステムを武器に海外展開を目指す

企業寿命が30年と言われていることもあり、今のビジネスモデルのままでは将来的に立ちゆかなくなるのではという思いがもともとありました。弊社では国内事業で工業用水の水処理を行うシステムを開発した経験があったことから、この技術力を使った新規事業の立ち上げを決意しました。これは、私が立ち上げた株式会社アオヤマエコシステムの30期目にあたる2006年のことです。しかし、日本国内では既にこのようなシステムを導入している企業が多く、新規参入は困難と判断しました。そこで、規制が厳しくなってきた海外であれば参入するチャンスもあるのではないかと考えました。同じ時期、近畿経済産業局が「関西・アジア・環境・省エネビジネス交流推進フォーラム」、滋賀県が「しが水環境ビジネス推進フォーラム」というプロジェクトを開始しました。そのプロジェクトを活用し、弊社は海外などの展示会へ出展するようになりました。滋賀県が友好関係であった台湾に注力していたこともあり、台湾企業と一緒に事業展開をすることになりました。

## 中国の規模の大きさと考え方の違いに困惑する日々

海外での展示会に出展すると、ベトナム企業から非常に多くの問い合わせが寄せられましたが、商談を進める途中で、お金の問題で破断となるケースが続きました。そこで、お金を持っている国はどこだと考えたところ、中国しかないという決断に至りました。しかし、中国企業と商談をしていくと、規模の違いが問題になりました。日本では1日100tの水を処理できたら大きい方なのですが、中国では平均で約5,000tの処理能力を有するシステムが要求されました。場所によっては1万tを超えるケースもできます。弊社のシステムもオンリーワンの技術なので、国内と50倍も違うケースとなると根幹から設計し直す必要が発生しました。さらに、こちらが中国企業の要望に応えようと真剣に考えている中、中国側は規制をくぐり抜ける道を模索しており、この考え方の差が問題となっていました。しかし、長い時間を掛けて商談を重ねていく中で、その辺りが分りはじめ、中国企業に合った効率のいい提案ができるようになり、弊社のシステムが採用されるようになりました。

## オンリーワンの技術アピールが大切

今、中国で問題になっているのが汚泥に含まれている重金属などの処理、いわゆる危険汚泥の処理です。この解決技術を中国は持ち合わせていないため、弊社が開発した処理システムを採用していただき、汚泥処理に対応する合併会社も中国に設立しました。中国企業との商談では「中国にはないこういう技術を私たちは持っています」というオンリーワンの武器がないと受け入れてくれません。しかし、一度中に入ってしまうと、これはできないか?これもできないかとビジネスのチャンスが広がっていくという市場もあります。やはり、海外進出にはその国のシステムや習慣を知ることが大切だと感じました。国や県のプロジェクトは商談のセッティングはしてくれるのですが、それ以降は自力での開拓が必要になります。しかし、ジェットロは商談の場に立ち会ってくれるだけでなく、事前調査や新たな企業も紹介してくれます。ジェットロには2016年から海外展開のアドバイスを受けているのですが、もっと早く存在を知っていれば良かったと思っています。



もっと早くから  
ジェットロの存在を  
知っておけばよかった

代表取締役  
青山 章 氏



### 専門家からのポイント

今回のチャレンジは中国東北部最大の環境関連企業との共同開発契約および売買契約の締結をいかにスムーズに進め、かつ代金を回収するかという点でした。中小企業であっても交渉の過程や契約締結に至る過程は大企業のプロジェクトと同様で詳細に詰めていくことが必要です。優れた技術を提供しているという強い思いを持ち、各条件で妥協せずに時間をかけて交渉を進めたことが注意した点です。対人での交渉の重要性に加えて相手側が如何にプロセスを進めやすくするかという書類作りは欧米のみならず中国でも特に重要とされることではないかと思っています。



# 東英産業株式会社

複合機・プリンターに使われる電子写真用ブラシを製造・販売する。複合機メーカーの海外進出に伴い1995年にタイ、2004年に中国へ進出。2014年にジェットロの支援を受けベトナムに進出。現在は日本、中国、ベトナムの3拠点で製造中

展開国・地域 1995年 タイ  
2004年 中国  
2014年 ベトナム

企業情報 所在地: 京都府相楽郡 従業員数: 64名  
設立: 1974年6月 URL: <http://www.toeisangyo.jp/>

事業内容 電子写真装置用ブラシおよび関連部品の開発・製造・販売



- 1 導電糸を使用した導電性ブラシ。ロール状やバー状の製品がある。日本製複合機の約6割のシェアを持つ
- 2 ベトナムの工場。外観は日本の本社と同じ仕様
- 3 ベトナムの工場が建つ前の様子。他のエリアも見て回り、念入りに下調べをした後にこの場所に決めている



## 2度の海外進出を経験し次なるステージへ

2014年、ジェットロの「中堅・中小・小規模事業者新興国進出支援専門事業」の支援を受けてベトナムに進出。それより前に2度の海外進出の経験がありました。最初は1995年にタイのバンコクで合弁会社を設立。弊社は複合機の中に使われるブラシの製造・販売をしていたため、複合機本体を製造している会社がバンコクへ進出する際に、一緒に進出することになりました。次は2004年に中国の東莞（トンガン）に工場を建設しました。既に複合機を中国で製造している日本企業は多くあり、弊社の製品を中国に持ち込めなければ生産ラインがストップしてしまいます。そこで、中国で製造・販売をしようと決めました。現地には、タイに進出する際にお世話になった会社があり、準備や移転などを手伝ってもらえたので、進出に苦労はありませんでした。その後、中国との交友関係の問題など政治的リスクを考慮して、2013年に他国への進出を考え始めたのです。

## 製造ラインを止めないためにベトナム進出を決意

世界で使われている複合機は日本製が90%を占めます。部品一つでも供給できなければ、生産が止まってしまう複合機自体の生産が難しくなってしまいます。それだけ供給責任が大きいのです。だからこそ、いかなるリスクも排除しなければなりません。3度目の海外展開は、タイや中国での進出のように支援してくれる企業はなく、ゼロからのスタートでした。そこで、ジェットロへ相談したのです。ジェットロが派遣してくれた専門家は、どの国に進出するかも決めていなかった私たちにアドバイスをくれました。話し合いを進め、次に工場を構える国がベトナムに決まります。専門家はベトナムの基本的な情報を教えてくれ、さらに1週間かけて現地6カ所の工業団地を一緒に視察してくれました。工場で停電が起きたら製造が止まってしまうので、場所選びはインフラを重要視していました。また各工業団地の特色もあります。それらの点を考慮し、6カ所の中から設立場所を決めることができました。

## 場所選びや雇用などさまざまなサポートを

現地での従業員の雇用も、もちろん一からのスタートです。ベトナムでの法律や就業規則などは全く分かりませんでした。気付かずに法に触れてしまう恐れもあります。そこでジェットロに相談すると、「新輸出大国コンソーシアム」の専門家が現地従業員を雇う際に使う契約書の作成を一緒に進めてくれました。そのお陰で、今ベトナムで約60名の従業員を雇用しています。何度も進出を経験して実感しているのは、現地を下調べし、よく見ることの大切さです。インターネットや公的な機関などから情報は多く取れますが、自分たちの目で見ないと分からないこともあります。ベトナム進出の際も、ジェットロの専門家と一緒に現地を確認ができたのでベストな選択ができました。海外進出は、販路拡大、コスト削減など、企業にとってさまざまなメリットがあります。製造業がさらに発展して日本経済を引っ張っていかれたらと思うのです。



代表取締役会長  
寺本 英樹 氏

ジェットロとの現地調査で  
ベストな選択を  
製造業の発展を目指します

専門家からのポイント



東英産業は既に日本国内で複写機サプライヤーとして技術と実績を持っていました。さまざまなリスクはあっても、得意先との協議を踏まえて、戦略的な意思決定をしました。立地は集積が進む有利なベトナム北部の工業団地を選定し、製造子会社として進出しました。当初から経営陣も加わったチームで取り組み、気になる論点も粘り強く解決していく姿勢が印象的でした。製造業の担い手（人事労務や育成）について当初から粘り強く取り組む姿勢が、成功要因の一つだと思います。



# 京都花室 おむろ (有限会社フラワーハウスおむろ)

- 1 シンガポールの老舗百貨店タンクスでも販売
- 2 訪日外国人旅行者のお土産として人気の盆栽の種
- 3 4 盆栽と一緒に販売している禅京庭とお酒



世界遺産仁和寺門前で店を構える1955年創業の京都老舗花屋。各国で輸入規制が厳しいといわれる盆栽等の検疫などをクリアして、2016年からシンガポールでの事業展開を始める

展開国・地域 2016年 シンガポール

企業情報 所在地: 京都市右京区 従業員数: 3名  
 設立: 1993年5月 URL: <http://kyoto-omuro.jp>

事業内容 生花の生産および販売と関連商品の輸出入および販売  
 園芸品の販売と関連商品の輸出入および販売

## 花きなどの輸出は100%絶対に無理と言われ

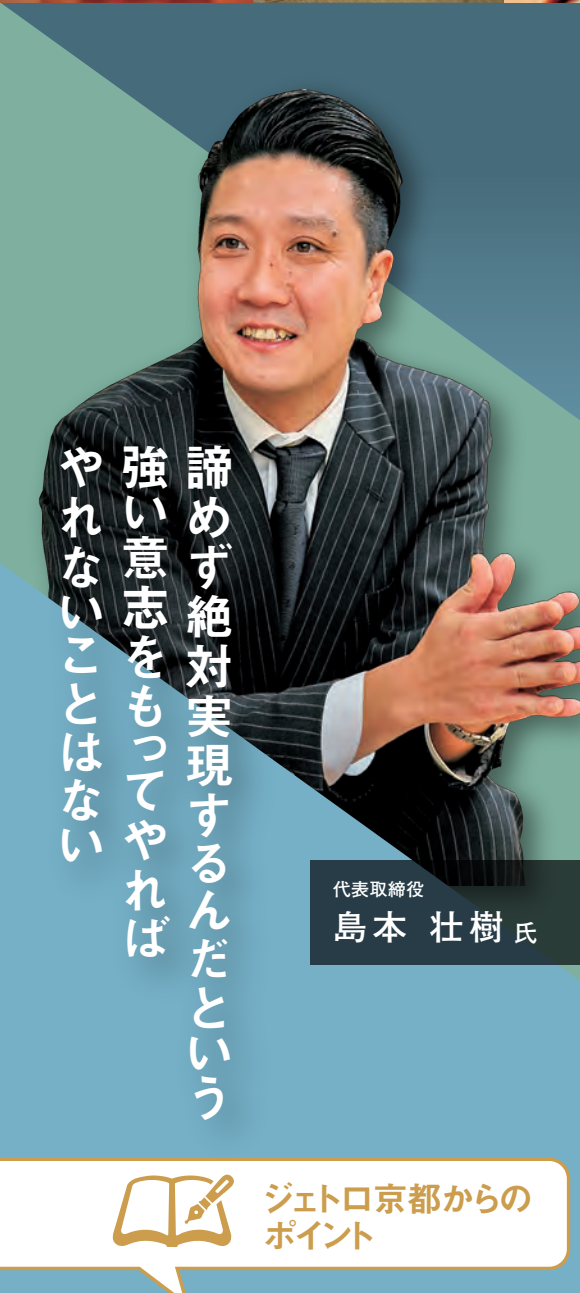
2011年11月、実父の死をきっかけに4代目として家業の花屋を事業継承しました。それまでは外資系企業に勤めていましたので、海外には当初から関心がありました。弊社は京都の世界遺産仁和寺や御所など、有名な観光名所の桜をミニチュア化した京桜や、夏の京睡蓮木、秋の京紅葉、冬の京椿などの「京都の四季」を小鉢にしたミニ盆栽「京都小鉢シリーズ」などを販売していましたが、海外のお客様から「自国に持って帰りたい」「持って帰るにはどうしたらいいか」などの問い合わせが年々多くなり、海外でのニーズを知りました。しかし、花き業界の仲間に聞いても土のついた植物の輸出は100%無理だと言われ、関係省庁に問い合わせても「あ、無理です」の一言で終わり、なかなか前に進みませんでした。そうしていたところ、先輩経営者から「ジェットロというものがあるよ」と紹介され、2014年7月から4年間ジェットロ専門家の支援を受けました。ただ、ジェットロにも花き輸出の専門家がいたわけではなく、担当の専門家と二人三脚で情報収集から始めました。

## きっかけは一通のメールから始まった

シンガポール政府機関でもある、最大の植物園「Gardens by the Bay」へ、専門家にも相談をして「京都の桜盆栽を扱っていて、世界で初めての亜熱帯地域での桜開花を実現したい」とメールを送ったところ、「話を聞きたい」と返事がきました。まだ桜の咲いていない2014年11月でしたが、専門家と一緒に説明に行きました。その後、桜の開花を待って京都の桜盆栽を見せに再度訪問をして、2015年9月に初注文を受けました。日本国内と現地での検疫などをクリアして、2016年3月に日本からは初の土つき盆栽を納品しました。2016年6月にジェットロ「新輸出大国コンソーシアム」の支援案件に採択されてからは百貨店での販売に力をいれました。

## シンガポールでのビジネスモデルの完成を目指す

シンガポールの百貨店はジェットロのミニ調査サービスを使って調べました。有料ですが、担当者名まで調べてくれましたので大変役に立ちました。商談には専門家も同席してもらい、契約内容や支払方法など重要な項目に見落としがないかチェックをお願いしました。2016年12月からシンガポールの商業中心地オーチャードロードにある伊勢丹、高島屋そして老舗百貨店タンクスの催事でほぼ連続で販売を行ったほか、2017年6月から高島屋で常設販売もスタートし、2016年からの3年間の売り上げは倍々で伸びています。現在、中小機構の越境ECマーケティング支援事業で構築したECサイトと現地販売を連動させた物流システムの構築や、お酒や数珠、お香と一緒に「京都文化」としての売り込みをしています。ベトナムやタイへの横展開も視野に、シンガポールでのビジネスモデルの完成を目指しています。諦めず強い意志をもってやればやれないことはないと思います。



諦めず絶対実現するんだという  
 強い意志をもってやれば  
 やれないことはない

代表取締役  
 島本 壮樹 氏



### ジェットロ京都からのポイント

手入れが難しく手間がかかる盆栽を、インテリア用のミニ盆栽として昇華させたのがフラワーハウスおむろの「京都小鉢シリーズ」です。ジェットロ専門家によるアドバイスと社長のフットワークの軽さを生かし、植物検疫手続きなどシンガポール輸出に関わるハードルをクリアするとともに、現地高級百貨店催事へ出展するなど、販路開拓に取り組んできました。シンガポールに継続して輸出を行いつつ、新たに京都産の日本酒をセットで販売するなど工夫し、海外での「京都文化」の定着にも果敢にチャレンジしています。



# 有限会社 美乃幸

2017年にジェットロのサポートを受けマレーシアで法人設立。大阪での精肉の小売・加工品の販売に加えて海外展開をスタートする。2019年3月にペナン島で精肉や加工品を販売する店舗をグランドオープン

展開国・地域 2017年 マレーシア

企業情報 所在地: 大阪府大阪市 従業員数: 16名  
設立: 2003年7月 URL: <https://minokou.com/>

事業内容 精肉の小売 / 肉加工品の製造販売



- 1 マレーシアのペナン島に出店。赤い外観が目印
- 2 冷蔵ショーケースには日本産やオーストラリア産などの精肉がキレイに並ぶ
- 3 現地店舗で雇用したマレーシア人のスタッフに肉の成形方法を教えている



## 日本の先行きを考え海外にも店舗を

1944年に精肉店を出した祖父から父、そして私へと引き継ぎ、会社として設立したのは2003年です。海外展開を目指すきっかけは日本の景気悪化でした。特に大阪は景気が悪く、売上減を心配しました。さらに日本は自然災害が多い国で、この先、いつどこで災害が起こるかも分からない。自然災害などによる事業休止というリスクはなるべく避けたいと考えたためです。そこで、海外への出店を検討しました。東南アジア諸国を自分の目で見て、食肉市場を調べ、自然災害やテロの少ない、そしてハラールの規制で食肉流通のまだまだ少ないマレーシアに決めました。その後すぐにマレーシアに住む知り合いの日本人を通じて現地調査からスタートしました。最初は、自分のネットワークだけで進出できると思っていました。実際に、信頼できる現地の役員を採用し、契約で弁護士や司法書士が必要になった時も知り合いの紹介でスムーズに進みました。しかし、いざ現地法人設立を前にして不安が胸に広がり、ジェットロの「新輸出大国コンソーシアム」の支援を受けることにしました。

## 思いがけないトラブルもジェットロのアドバイスで解決へ

少しでもリスクを回避したかったので、マレーシアでの法人設立は外国資本100%を望んでいました。一般的に小売・販売業で外国資本100%の企業設立は難しいとされています。しかし、ジェットロの専門家がマレーシアの行政に確認してくれて、2017年に外国資本100%で法人設立にこぎ着けることができました。その後もジェットロに助けられた場面があります。1店舗目の出店の際に、テナントのオーナーとトラブルが発生したのです。口頭で確認していた条件を契約書に書いていなかったためでした。日本ではありえないようなトラブルです。オーナーとの話し合いにはジェットロの専門家が同席してくれて、マレーシア流の契約の仕方や話し合いの進め方などのアドバイスをもらいました。結果、オーナーと和解でき、最小限の費用と時間で、トラブルを収束させることに成功しました。その後、別のエリアに出店を決め、再スタートをしました。

## マレーシアでの経験を活かし他業態での展開も見据える

海外初の店舗はペナン島で2018年5月にプレオープンし、日本からの担当者の就労ビザが取得された2019年3月にグランドオープンしました。今は店のPR方法が課題となっています。雑誌への広告掲載、SNSでの宣伝、バナー広告などを試しましたが、なかなか伝わらず、日本とは告知の仕方さえ違うのだと実感しています。ジェットロからアドバイスをもらいながら、さまざまな方法を実践していくつもりです。海外進出のメリットは、さらに他の地区や他国へ展開しやすくなることです。海外で法人設立や店舗オープンを経験したので、マレーシアでの多店舗展開はもちろん、他の国での出店も狙えます。日本国内の食品業界は、大手メーカーがシェアの大部分を占めています。私たちのような中小企業は厳しい競争にさらされています。海外展開は生き残る術でもあるのです。今後はハラールフードを扱う販売店や飲食店の経営を考えています。ジェットロのサポートを受けながら、クアラルンプールやペナン島でのさらなる開店を目指します。

代表取締役

厚浦 宏司 氏

トラブルを乗り越え  
マレーシアへ出店。  
次なる一歩を踏み出します

専門家からのポイント



厚浦社長の熱い思いで、すき焼き、しゃぶしゃぶなど美味しいチルドのスライスを中心にペナンの方々に本当に美味しい牛肉、豚肉を提供するため、ノンハラールでかつ精肉小売り、外国資本100%での進出を目指しました。条件的には非常に難しい案件でした。最初からマレーシア投資開発庁(MIDA)に相談し、Specialty Storeでの投資の可能性の示唆を受けて、マレーシア国内取引・消費者省に相談しました。サポートいただいた行政書士、弁護士と連携して問題解決に対応でき、ペナンであれば、ノンハラール、外国資本100%の進出が可能とのお墨付きを早い段階でいただくことができました。

# 神野織物株式会社



- 1 ウェブサイトでも購入できる人気の伝統柄手ぬぐいは種類も豊富
- 2 2018年剣道フランスオープン大会でのブース販売の様子
- 3 世界中の剣道愛好者へ品質と伝統を届けることが目標



展開国・地域 2018年 フランス

企業情報 所在地: 大阪府吹田市 従業員数: 9名  
設立: 1958年9月 URL: www.e-kanno.com

事業内容 手ぬぐい、タオルの企画、制作、デザイン、印刷、プリントなどの2次加工、製造卸、販売

## 日本市場に対する危機感を感じた

手ぬぐいは約600年の歴史があり、江戸や明治時代はお風呂で使う必需品でした。しかし、1945～55年ごろから急速にタオルが取って代わってしまいました。昔は数百、数千もあった工場も、職人の方たちの高齢化が進み、どんどん疲弊していき、今では全国で30軒ほどしか残っていません。明治時代に創業し、古典柄、伝統柄の手ぬぐいに拘り、私で5代目になる歴史を持つ弊社としては、この日本が誇る伝統工芸品を何とか世に残していきたい。現在は越境ECというアプローチも生まれ、世の中的にもどんどん海外市場へと出ていこうという風潮になりました。そこで、日本市場に対する危機感もあったことから、輸出に向けて動き始めました。

## ジェットロを通じて海外への扉が開いた

2015年ごろにホームページを作成した際、海外へ向けて越境ECに取り組みたいと思いジェットロに相談しました。手ぬぐいを何に使ったらよいか分からない海外の方に、どうやって売ったらいいのか? 吹田市にも協力していただいて海外留学生を集めてアンケートを採ると、ランチョンマットとかテーブルクロスと答え、汗を拭うという認識がない。その中に、剣道をやっている方がいて「みんな面手ぬぐいとして手ぬぐいを使っている」との声が出ました。するとジェットロの専門家から、実際に使っていて良さを理解している剣士に的を絞ってアピールしてみようというアドバイスをもらい、たまたま知り合ったフランス剣道連盟の広報部長にアプローチしたところ、紹介の輪が次々と広がり世界大会役員などの商談機会も増えています。

## 海外へ出掛けて行くと、新たなヒントを得られることも

とにかくまずはやってみることでですね。もちろん言葉の壁などがありますが、ジェットロ「新輸出大国コンソーシアム」の専門家によるハンズオン支援もあり、うまく進めることができました。日本では剣道人口が150万人いるのに対し、EU全体では1万人しかいない。しかし、欧州は防具も価格も高く、アッパークラスのスポーツとなっている。手ぬぐいが日本で1,000円のところ、欧州では15ユーロでも売れます。手ぬぐいを持って行って話をすると、今度はタオルができないかとか、現地から要望もらえるようになりました。今、海外では日本文化がブームとなっていますので、ロウソクなどといった日本の伝統的なものほど海外市場に向いているのではないのでしょうか。実際に海外へ出掛けて行くと、みんなが栓抜きを携帯しているのを見て、栓抜きを作って売ったらええんちゃうか?とか、新たなヒントも得られます。どんどん視野も広がっていき、興味深い体験がたくさんできます。海外ビジネスはそんなに難しいことではないので、一度やってみるべきだと思います。



日本が誇る伝統工芸品を  
なんとかして、  
世に残していきたい

代表取締役  
神野 哲郎 氏



### 専門家からのポイント

先取の気性に富んだ社長のイニシアティブで既に海外向けECサイトを作成していたので、誰をターゲットに何を売るかSWOT分析の手法などを用いて一緒に考えるところからのスタートでした。狙いを定めてからのアクションが早かったことが良かったと思います。注意した点は、地に足の着いた進め方で確実に成果を積み重ねることでした。寄り添いながら支援をしたことが今後企業様ご自身で海外ビジネスを進める際の一助になれば幸いです。





# 株式会社 ピーエーエス

車いすの設計ノウハウを生かした「P!NTO CHAIR」を、2016年4月にイタリア展示会へ出展。確かな手応えを追い風に2018年3月イタリアに製造販売拠点を設立。さらにフランスなどへと販売を拡大中

展開国・地域 2017年 イタリア

企業情報 所在地: 大阪府箕面市 従業員数: 25名(社員15名 パート10名)  
設立: 1999年12月 URL: <http://www.pas21.com>

事業内容 福祉用具の製造販売及び健康雑貨、家具の製造販売



1 2 ミラノデザインウィークの期間限定ショップの様子(2019年4月)

3 German Design Award 2019 受賞式

4 「P!NTO CHAIR」シリーズに採用される3次元立体構造システム(Ethreem)



## 「P!NTO CHAIR」シリーズを世界で試したい

会社設立以来20年、車いすなどの福祉機器の生産で培ってきた設計ノウハウを応用して、5年前より日本で3次元立体構造システムを採用した「P!NTO CHAIR」の販売を開始しました。セラピストの経験を生かした「座るだけで体がピンと!」なる「P!NTO CHAIR」シリーズが日本市場で人気商品として成功を収めた体験が、世界にも普及したいという気持ちを芽生えさせました。このような思いの背中を押してくれたのが、日ごろからお付き合いがあった日本の「仲間」です。その「仲間」を通じて知り合ったのが、現在イタリア法人で責任者を務めている桂久美氏でした。現地を熟知する彼女とともに、2016年4月にミラノサローネに出展しました。その展示会で「P!NTO CHAIR」への反響は、想像を超えるものでした。この原体験がイタリアで現地法人設立を決心させるきっかけでした。以来、4年連続でイタリア、フランスで展示会に出展し続けました。このような活動から築いてきた人的ネットワークを通じて、フランス、ドイツ、スウェーデンへと販売支援をしてくれる「仲間」が増えてきています。

## German Design Awardを受賞しても難しい欧州のビジネス

2016年4月の展示会出展後、すぐにジェトロ「新輸出大国コンソーシアム」の専門家支援に申し込み、採択されました。同年秋よりジェトロ専門家と欧州市場へ進出するための課題整理を実施しました。専門家の知見は、人材面で不利な弊社にとって羅針盤となりました。2017年春イタリア現地法人を登記し、2018年には商品の生産をイタリア現地生産に移管しました。日本と欧州との距離の遠さにコスト力が見合わず、体力が持たなくなったことが原因です。現地生産を始めることでイタリアのデザイナーとの出会いも増えました。このように地道な活動をしている最中、2019年German Design Awardを受賞するという弊社従業員にとって光栄な機会にも恵まれました。しかし、先行投資の時期はそろそろ終わりにしたいと思っています。3年間で得た仲間やビジネスパートナーを有効に活用した、新しいビジネスモデルをただ今模索しているところです。

## 現地を熟知する人と出会えるかが鍵

最近、他企業から進出のご相談をいただくことがあります。行動を起こされる前に、市場調査や試作品製作など綿密に準備をされていると感じます。弊社は、「やってみて修正すれば良い」という発想で出発しました。どちらが良いという話ではなく、どちらの方法でも最優先ですべきことは、進出先の現地事情を熟知する人と結びつくことです。弊社は、日本の人気ロングセラー商品を代表商品としてイタリア市場から投入しました。欧州は、その多様性ゆえに商品開発に大きく影響を与えることを、実体験を通して認識できました。代表商品の「P!NTO CHAIR」だけに拘る必要もないと思っています。今は販売単価の高い商品を、イタリアデザイナーのシモーネ・ミケーリ氏と共同開発しているところです。彼の空間デザイナーとしての商品開発力とネットワーク力に期待しています。



専務取締役

野村 寿子 氏

German Design Award を追い風に  
座り心地をデザインする独自の手法で  
世界に挑戦したい

専門家からのポイント



課題整理のため、ピーエーエスと一緒に、同社が持っていた「膨大な顧客データ」を徹底的に再分析することから始めました。その分析にあたっては「選択と集中」をキーワードに、テレビ会議を駆使しながら、現地スタッフを交えてざっくばらんな雰囲気でも議論が進められました。その上でイタリア、フランスでのFS実施に臨んだので、日本と現地でも一体感を持って仮説検証を進め、その戦略にチームとして手応えをつかむことができました。生産・販売の役割が現地にシフトしている中、その時培った一体感が、以降の活動を順調に進めているポイントだと思います。

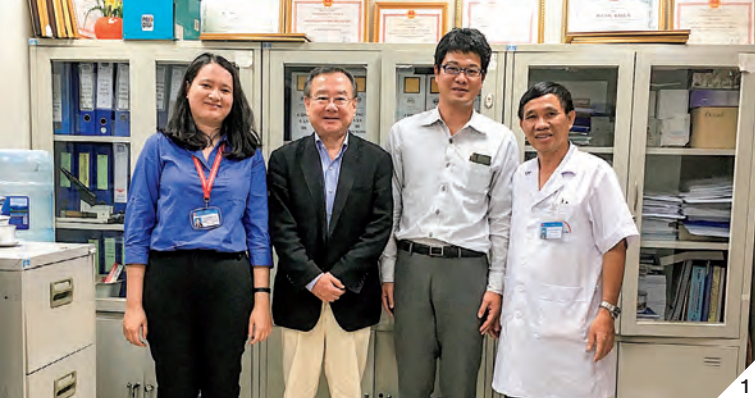
# 株式会社 大同工業所

血液冷蔵庫など輸血用血液保管機器などの製造販売を行う。アセアン諸国の医療技術向上により血液事業の整備ニーズが高まる中、ベトナム血液センターをエンドユーザーに見据え、ハノイとホーチミンで販売店契約を締結

展開国・地域 2009年 インドネシア、マレーシア、タイ  
2018年 ベトナム、ミャンマー

企業情報 所在地: 大阪府大阪市 従業員数: 35名  
設立: 1981年11月 URL: <http://www.daido-ind.co.jp>

事業内容 血液冷蔵庫、血小板振とう恒温槽、医薬品輸送用蓄冷材などの血液保管機器の製造販売



- 1 ベトナム国立血液学研究所ヴァン国際協力部長とともに
- 2 海外展開実績のあるNo.1商品 血液冷蔵庫 (DRL-2BP)
- 3 ミャンマーでの商談



## 目指した夢を叶えたい。日本と世界でナンバーワン

私は幼いころから父の夢を聞かされてきました。その夢は、血液保管機器の製造販売メーカーとして、大阪で、日本で、そして世界でナンバーワンになるということです。私の祖父の時代は、大手メーカーの下請けとして長く生業を続けてきましたが、やはり下請けの悲哀をいつも感じていたと思います。一面、下請けの方が商売は楽かもしれませんが、いくら頑張ってもしょせんメーカーの都合で一瞬のうちに売り上げを失ってしまう不安と不満があったと感じています。自社が下請けから脱却し、自社ブランドの構築に転換すれば、努力に見合う恩恵が自社に返ってくるという積年の想いで、父はメーカーになりました。人々の生活に安全・安心を届けるという使命のもと、社会に役立つ最高の品質とメンテナンスを追い求める企業を目指してきました。その商品を世界に広げたいという父の夢を後継者である私に海外展開の責任者として託したという次第です。

## 自己流の取り組みから脱却のためのジェット口の知見

父の後継者として13年前に入社しましたが、前職は機械工学の専門としてグローバル企業に勤務していました。その経験もあり、弊社では海外展開の責任者として、自己流でしたが、まい進してきました。初めは、多くの資金を使わないように自身で英文ホームページを作成するところから始めました。次に、日本の血液センターへ研修に来られた海外の医師が弊社の製品を見て、問い合わせをしてきたことを契機として、そのネットワークなどを通じてインドネシア、マレーシア、タイ向けに商品開発を手掛けるまでに進展しました。しかし、各国の基準認証取得の投資コストを考えると、全く儲からなかったと反省しています。このような試行錯誤の中、苦境をブレークスルーするために、2016年にジェット口「新輸出大国コンソーシアム」の専門家支援に申し込み、採択されました。自己流であったやり方に対して、経験豊富なジェット口の専門家から海外展開のセオリーを学び、ベトナムへの輸出網を構築しました。

## 「全て決めた後で」では通じない途上国とのビジネス

日本企業の気質としてビジネスを進める際は事前に全て事業計画を決めた上で、途上国に展開するという傾向があります。当初、自己流で始めた経験から、何週間も前からアポイントを取ってくれるという地場企業は皆無でした。ざっくりと「来月の何週は都合つきますか」という姿勢で始め、自社のリスクで海外出張し、現地で再度アポ取り直しします。本番会議を待つために、数時間も現地訪問先で待機ということも何度かありました。しかし、この熱意は、必ず相手に伝わっていると感じています。このような活動から現地の商習慣に合わせる柔軟性が必要であることを学びました。あと一つは、私は父の後継者として海外展開に挑戦してきましたが、後継者に引き継ぐ立場になりました。後輩をどのように育成すべきか、いつも悩むところです。この時にジェット口の専門家の深い経験とノウハウは、弊社にとって貴重な資源となっています。



人々の生活に安全・安心を。  
最高の品質とメンテナンスで  
世界に挑戦しています

取締役  
大桐 伸介 氏



### 専門家からのポイント

アジアの「医療輸血関連機器」市場では、欧米競合製品が輸入国での標準仕様と認定されるほどまでに浸透しており、新規参入が困難な状況にありました。大同工業所の成功は、標準化が未整備であったベトナム市場に的を絞ったこと、また現地血液関連学会への聴講参加により政府系血液センターとの人脈をつかめたことによると思います。事実、同センターの情報などから現地代理店候補が発掘され、まずハノイ、次いでホーチミンにも代理店を設置し、入札案件を含む現地営業を展開できる体制を構築されました。



# ニシガキ工業株式会社

過去、国内商社経由の間接貿易は行ってきたが、直接貿易での海外輸出事業は初の試み。プロ農家（果樹園）向けの戦略製品も商品化でき、欧米市場への積極販売を推進中

展開国・地域 2019年 フランス、スペイン

企業情報 所在地: 兵庫県三木市 従業員数: 40名  
設立: 1983年1月 URL: <http://www.ni-co.jp>

事業内容 園芸用刃物・作業用具（剪定鋏・バリカン・高枝切鋏・太枝切鋏・それらの電動工具など）の開発、製造、販売



- 1 充電式太枝切鋏
- 2 太枝切鋏刃先部（拡大）
- 3 フランスのユーザー・販売店とともに
- 4 スペインの販売店とともに



## 世界初の高枝切鋏（園芸刃物）を商品化

弊社では1980年代、世界に先駆けて高枝鋏を考案・商品化し、テレビショッピングで紹介されたこともあり、爆発的に普及しました。同時に国内商社を通じて海外へも輸出してきました。しかし90年代に入り中国製品が市場に広まり、ホームセンターなどでは安価な製品が中心となり、刃物の良さを売りにした日本製の高品質な商品は売り場のスペースを狭められているのが実情です。また2000年代に入ってから、国内市場も飽和・縮小傾向が顕著になり、再度成長市場を求め直接貿易での輸出に取り組む必要性が高まってきました。海外市場へ直接輸出することにより、弊社の得意なプロ向けの高品質製品への現地ニーズをより明確に把握でき、次の商品開発にもつながると考えています。

## 東南アジアでの試行錯誤から、欧州での成功へ

2017年から東南アジア市場を狙い、可能性調査のため、商社の現地法人へサンプルを配布しニーズを探ってみました。あまり有益な情報を得ることができず試行錯誤が続きました。また、市場要求価格でも限界を感じたため、思い切って方針変更してターゲットを欧米先進国としました。2018年半ばから具体的に欧州市場開拓に向け取り組みを開始。このタイミングで現地法規制などの確認のため、ジェット口に相談したところ、コンシェルジュから「新輸出大国コンソーシアム」のハンズオン支援の提案を受けて早速応募しました。無事支援企業に採択された後、専門家のサポートを受けながら現地パートナー候補企業のリストアップ、メール・電話によるコンタクト、アポ取得、現地訪問・交渉・受注、と当初の目標であるフランスとスペインでの成約を達成しました。強力な新商品に恵まれたこともあり、とんとん拍子での開拓突破となりました。

## 広い視野での情報分析力、引き出しの多さがKEY

海外販路開拓においてパートナー探しが困難な要因の一つは、リアルな現地情報がほとんどないことです。手順としては、第一段階で、主としてウェブサイトから手掛かりを探ることになりますが、バーチャルな情報であり現実感が伴わず、自社に適した企業なのかどうかの判断に迷います。第二段階では、パートナーに適していると思われる企業にコンタクトを図り、先方の関心を引きつつ適否を判断しなければなりません。最終的には現地へ行き、候補企業との交渉となりますが、すべての局面において情報の分析力、判断力、そして局面を打開する実行力が要求されます。これら全ての過程において、ジェット口の専門家の経験に裏打ちされた多面的な分析力、対策案の引き出しの多さに大変助けられました。ジェット口のサポートがなければ、成功をつかめなかったか、仮にできたとしても長期間かかってしまったのではないかと思います。



取締役営業部長  
白井 裕幸氏

三木金物の伝統技術を、  
受け継ぐ差別化商品で、  
園芸の本場の欧州へ！

専門家からのポイント



2018年10月から支援が始まり、2019年1月の初出張で高額の初受注に成功されました。長年企業の海外展開を支援してきましたが、成功するかしないかのポイントは、「本気度」+「商品力」（需要があるかを含む）だと思います。ニシガキ工業はその両方を十分にお持ちでした。販促用プレゼン資料の作成時には、他社との違い・強みを分かりやすくかつ強力にアピールするよう助言しました。また、相手先との交渉に向けての事前準備（価格・取引条件、希望と落とし所など）にも余念がなく、適切に対応されたと思います。



- 1 海外でのホップル展示会の様子
- 2 来場客の興味に商品紹介にも熱が入る
- 3 実際に商品に座って商談を行う事で良さを実感できる
- 4 直営店の店内ディスプレイ



工業品

# 株式会社 Noz

バイク用アフターパーツの販促品として製作した子ども用木製自転車が高評価だったことから、木製ベビー・キッズ家具の企画、制作、デザインを手掛けるようになった。中国で生産を行い、香港、台湾へと輸出。2018年から欧州へも輸出を開始した

展開国・地域 2012年 香港、台湾、中国  
2018年 オーストリア、ドイツ、英国、スイス

企業情報 所在地: 兵庫県宝塚市 従業員数: 50名  
設立: 1999年9月 URL: www.nozjapan.com/

事業内容 バイク用アフターパーツの企画、制作、デザイン、製造、卸、販売  
ベビー・キッズ家具の企画、制作、デザイン、卸売、販売

## 家具の本場ヨーロッパに打って出る

もともとはバイクのアフターパーツを作っていました。販促品として最初に作ったのが、欧州文化では主流の子ども用のペダルがない木製自転車でした。子どものバランス感覚を養うため、子どもたちに乗せてあげたりしていました。これが好評だったのでHOPPL(ホップル)というブランドを立ち上げ、中国で生産を開始しました。併せて、木製のベビー・キッズ用家具「コロコロチェア&デスク」の生産・販売も開始しました。この家具は、年齢や用途に合わせて形を変えることにより長く使え、最終的には大人も使えるというのがコンセプトで製作しました。2012年にキッズデザイン賞を受賞すると、香港の家具を取り扱う会社から引き合いをいただいたので、輸出を開始しました。これまでもバイクのパーツを中国から輸入していたので、海外取引に対して抵抗はありませんでした。その後、東京の展示会に出品すると、台湾、中国からも引き合いが来まして、その次のステップとして、2018年に家具の本場欧州に打って出ました。

## まずジェット口のホームページを見ることから始めた

欧州を選んだ理由は、ベビーの家具、ファッション、ライフスタイルに関して、欧州ブランドが日本国内でトレンドになってきているためです。欧州で販売することによって、ブランドのステータスが高められ、ひいては国内の販売力につながると考えました。欧州進出に当たっては、文化の違いや考え方などが全く分からないので、調べていくのが大変でした。そこで、まずジェット口のホームページを見ることから始めて輸出支援のための専門家を活用できる「新輸出大国コンソーシアム」があることを知って応募しました。安全基準の法規制などに関し専門家のサポートを受けながら進めていきました。

## 相談できる相手がいるのといないのとでは その後の進展が全然違う

海外進出する際は、誰もがすごく不安だと思います。しかし、ジェット口をはじめサポート機関があるので、まずはそういうところに相談するのが一番良いと思います。相談できる相手がいるのといないのとでは、進展の具合が違います。弊社も欧州現地では、ジェット口専門家を頼りにしていました。今まで自分たちだけで調べていた時よりも、すぐに聞けて、調べてくれて、情報を取ってきてくれるという点に大変助けられました。また、過去に成功した事例であったりとか、失敗談だったりとかを聞かせてもらうことで、やらなくてはいけないことなど必須事項を絞り込むことができました。既に分かっているところに聞くのが何よりも一番早いと思います。まずは動いてみることも大切ですが、何も分からずに海外に行くよりも、まずは相談してみてください。そして、自分たちの商品の強みというものを全面に出していけたら良いと思います。



高められます  
ブランドのステータスが  
欧州で販売することで、

代表取締役  
野澤 重幸 氏



### 専門家からのポイント

企業トップ自らが強い意志と明確な事業方針、目標の共有を担当チームに浸透させたことで指導、助言に対しても非常に前向きな姿勢と実践を行えました。また、商品の質の高さはさることながら展示会ブースの設営、運営にも工夫を凝らし、現地スタッフを使い効率を高めつつ動画などを使用して効果的なプレゼンテーションを行うことで期待以上の集客と商談の機会を得ることができました。定期進捗状況のチェック(PCDA)を共に実施したり、またシナリオ作りなどにより道筋を示し選択判断できるよう支援には注意を払いました。



# 佐藤薬品工業株式会社

医薬品などの受託製造を行う製薬会社。長年培ってきた内服固形剤の製剤技術と豊富な生産設備と品質管理で、多様な医療ニーズに応える医薬品を提供している。近年は事業拡大のため海外進出も展開

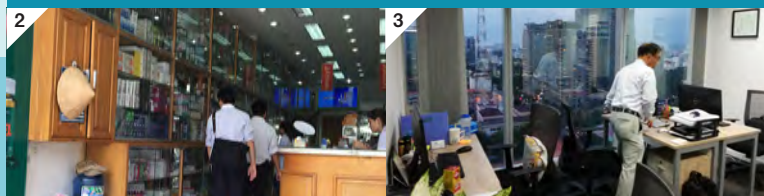
展開国・地域 2016年 ベトナム

企業情報 所在地: 奈良県橿原市 従業員数: 569名  
設立: 1951年4月 URL: <http://www.sato-yakuhin.co.jp/>

事業内容 医薬品、健康食品の製造販売



- 1 ベトナムで行われたパートナー企業との販売委託契約の基本合意書調印式
- 2 市場調査風景。進出国のドラッグストアやショッピングモールを回り、販売されている製品の特徴などを確認
- 3 ベトナムの駐在員事務所



## ベトナムへ赴き感じた勢い

会社の永續を考えると、国内市場だけでなく海外への挑戦は必要になる。そう考え、2016年ごろから海外進出の検討を開始しました。数年前、弊社のある橿原市と姉妹都市提携を結んでいるベトナムのベッチ市との交流の一環として、両市を代表する企業同士で意見交換をしたことがあり、まずはベトナムでのビジネスに関し調査をすることにしました。最初は海外展開をしている弊社のメインバンクに相談し、現地駐在員の方とどういった商品が売れているのか、売られているのかを一週間ほど調査しました。実際にベトナムへ行くことで現地の勢いを肌で感じることができました。人口も増えていて、平均年齢も約30歳と国が若い。当時はTPPのこともあり、世界的にはこれからはベトナムだろうという風潮もありました。また、メイド・イン・ジャパンの安全神話もあり、現地では日本製品を欲しがることがとても多い。しかし、市場には日本製品がほとんどない。これは需要があるなど感じました。

## 営業を重ね現地に合ったスタイルを確立

海外事業に関しては全く知識がなかったため、自発的に勉強を開始。その流れでジェットロが開催しているセミナーにも通いました。ベトナムの市場状況など、1年近くは情報収集に費やしましたね。その後、ベトナムにある日系のコンサルタント会社の協力をいただき、現地販売会社へ営業を始めました。ベトナムでは日本と違い、医薬品や健康食品に対する規制や制度など未整備なところが多く、戸惑うこともありましたが、営業を重ねていくうちに現地にあった営業スタイルにたどり着くことができました。現在はOEMの営業スタイルがメインで、既存の商品を売るのではなく、お客様の要望を聞いて成分やパッケージデザインなどを独自にカスタマイズして提案しています。また販売する際は基本的に独占販売契約を結んでいます。相手も売りやすい、弊社もさまざまなところで販売したりサポートしなくて済むというメリットがある。この点が現地の方に支持を受けているところだと思います。

## 考える前に現地へ行くことが重要

2017年には駐在員事務所をベトナムのホーチミンに設立しました。営業で使う資料などを用意するにしても、全て日本から持って行かなくてはならず荷物が多く、飛行機なので荷物の量も種類も制限されます。さらに商談中にサンプルが欲しいと言われてもすぐに対応できないケースも出てきました。そのため物置でもいいし、ちょっとした机があればデスクワークもできるなど考え駐在員事務所を設立することにしました。営業面では、ジェットロの「新輸出大国コンソーシアム」のハンズオン支援を受け、専門家を派遣してもらい一緒に各国へ商談に回っています。専門家の方に一気通貫で面倒を見てもらえて、しかも無料。非常に助かっています。海外進出は、まず行動してみるのが重要と考えます。調べれば調べるほど、やらない方がいいのかという結論に陥りがちです。でも、現地に行けば感じるものがあるはずで、あれこれ考え過ぎる前に試してみるのも重要ではないでしょうか。



取締役 特販部長  
佐藤 智寛 氏

海外の市場調査をすることで  
日本製品の需要と供給が  
合っていないことが分かった

専門家からのポイント



日本での本業である薬品販売よりも進出の障壁が低い、サプリメント販売で事業を開始しました。ゼロからの挑戦であり、しっかりと粘り強く商談をされたのが印象的でした。すぐに結果が出なくても、実直に交渉を続けることでしっかりと成果が出たのだと思います。輸出型の展開でうまくいかないのは成果を焦ってしまうことだったりしますので、ベトナムでは金額ありきの商談が多いですが、面談先から情報を引き出すよう商談や営業を粘り強く行ったことが成功要因の一つではないかと思っています。

# 大和合同製薬株式会社



- 1 ドリンク製品ラインアップの一部
- 2 ドリンク製造ライン
- 3 UAEアブダビでの市場調査(コンビニ)の様子
- 4 フィリピンでのイベントにて自社製品をプレゼン



展開国・地域 1992年 台湾  
2015年 米国、シンガポール、香港、フィリピン、UAE  
2017年 ベトナム

企業情報 所在地: 奈良県橿原市 従業員数: 30名  
設立: 1943年10月 URL: <http://yamatogodo.com/>

事業内容 医薬品、健康食品、清涼飲料水の製造販売

## 長年の台湾とのビジネスが海外展開拡大の基礎

弊社が海外への輸出に取り組み始めたのはバブルが弾けた直後の1992年です。以来長年にわたり取引先の台湾企業とは友好関係を築いています。もともと社長の知り合いからの紹介でスタートしたのですが、製品がうまく市場にマッチしたお陰だと考えています。日本の国内市場は人口減少に加え、ドリンク剤市場が減退傾向にあることなどから今後の成長が望めない状況のため、5年ほど前から海外展開拡大に向けて手当たり次第にセミナーや商談会等に参加しています。また各種市場の情報収集にも努めています。会社としての海外販路拡大の方針は明確でしたが、輸出拡大に当たって、国ごとに異なる輸入規制への対応や英文書類の作成などを全て自分一人でごこなさなければならぬ苦労がありました。そんな中、ジェットロからの勧めもあり2017年1月に「新輸出大国コンソーシアム」に会員登録し、専門家による支援を受けることになりました。

## 市場調査や販路開拓はジェットロを最大限活用

市場規模を考えると欧米を抜きに海外展開は考えられないものの、瓶入りドリンクの受容性を考えて東南アジアから開始することになりました。この地域は基本的に親日的で日本製品の人気も高く、多くの引き合いを受けていたことがその理由です。販路拡大に当たり最初にターゲットにしたのはベトナムでした。市場の状況やニーズの把握などをするためジェットロのプリーフィングサービスやマーケット調査サービスを活用しました。2017年夏のホーチミンでの商談会にはジェットロ専門家にも同行してもらいました。また、専門家のネットワークを利用して紹介を受けた現地中堅製薬会社とは貴重な出合いの機会となりました。この取引先候補との商談を重ねることでPBDリンクのサンプル受注につながりました。現在、本格受注に向けて最終ワーク中です。

## 海外取引先開拓のため直接先方に会い信頼感を得る

2019年度は、ベトナム向けにPBDリンクを本格的に輸出することに加えて、新たにタイへの販路開拓を進めようとしています。タイはドラッグストアやコンビニチェーンなどの流通インフラが拡大していますので、弊社製品にとっても有望市場と考えています。海外に出ることのメリットは、販路の開拓もさることながら、海外向け商品を作ることによる社員のモチベーションの向上だと考えています。自分たちの製造したものが、海外のお客さまに愛用されていると思うと、自社製品に対する自信や誇りのようなものを感じます。海外の取引先との関係構築で重要なことは、現地に直接訪問し先方代表者と直接コミュニケーションを取り、顔を合わせることです。その回数をお互いの信頼感が生まれてきます。現地に赴き、自分でその土地の匂いを嗅いで、市場のニーズを自分の感覚で捉えることが肝要です。あとは先方からの問い合わせに対するスピーディーな対応力と即断即決する判断力でしょうか。

海外に出ること  
自分たちの価値を再認識。  
新たな気づきのきっかけとなった

専務取締役

増田 善謙 氏



### 専門家からのポイント

大和合同製薬は、風邪薬、胃腸薬などの大衆薬のほか、小瓶入り精力剤、健康ドリンクの製造販売に特色を持つ大正年間創業の老舗製薬会社です。海外でも人気のコラーゲン飲料を看板に、同社の強みである小ロットから小回りの利くPB品受託対応力を前面に打ち出す商品紹介の仕方を指導しました。語学堪能な専務取締役の積極的な海外対応も相まって、シンガポール向けPB品製造・輸出の成功を皮切りに、台湾、香港、韓国、フィリピン、UAE、米国、マカオなどに販路を広げることができました。



# 小川工業株式会社

固有のプレス技術「ファインプレス工法」による自動車・建築向け高精度金属部品の製造・販売を行う。2012年に中国広東省に進出。2018年にはメキシコ・グアナフアト州で工場稼働開始

展開国・地域 2018年 メキシコ

企業情報 所在地: 和歌山県橋本市 従業員数: 290名  
設立: 1972年6月 URL: <http://www.ogawa-industry.co.jp/>

事業内容 建築、自動車向け高精度金属部品の製造・販売



- 1 メキシコ工場外観
- 2 従業員との熱い討議、情報の共有
- 3 メキシコ工場を担う従業員の皆様
- 4 工場レイアウト



## 自動車メーカーの動向を見極め、メキシコへ進出

2012年から進出した中国工場が軌道に乗り始めた2015年ごろから次の事業展開を検討していました。当時既に顧客である自動車メーカーやTier-1メーカーのメキシコ進出ラッシュがあり、部品の現地調達が増加することが十分予測され、メキシコでの工場設立を決断しました。当初は自前の工場を持つ計画でした。しかしトランプ大統領の登場でNAFTA協定見直しが想定され、ジェット口「新輸出大国コンソーシアム」専門家のアドバイスもあり、リスクヘッジやカーメーカーのモデルチェンジの立ち上げに間に合わせるため、レンタル工場にして工場稼働時期を早めたことで一定量の受注をもらうことができました。メキシコでは労務管理（従業員の定着率が悪い）、特有の税制や会計処理など工場管理や会社経営で苦勞する面も多いのですが、専門家からの確かなアドバイスを受け、必要に応じて関連業者の紹介を受けるなど経営判断のみならず、実務面でも助かることが多かったと思います。

## 進出成功は顧客ニーズの把握と情報収集が決め手

進出前に現地の市場調査を含め、顧客ニーズを的確に把握することが重要です。そのためにはできるだけ多くの企業を訪問し、多くの人の生の声を聴き、自社で何ができるか十分に検討する必要があります。弊社の場合は、ジェット口の支援によって、日本では取引実績のない顧客からも受注できたことが成功の要因の一つとなっています。さらには、工場設立の手続きや現地の環境規制や労働安全衛生規制についても事前に情報収集に努め、進出後に慌てないように準備しておくことも大事です。このように、事前の現地情報収集や顧客ニーズの把握を徹底的に行うことで、資金や時間といった大事な経営資源のロスを最小化することが海外進出では重要です。また、人材育成の面では、海外産業人材育成協会（AOTS）の研修生受け入れプログラムなども活用しながら、工場稼働前に6名のメキシコ人を将来のリーダー役として日本で6カ月間の研修を実施し、工場の立ち上げを日本人と一緒に経験させたことも成功の要因の一つだと思います。

## 日本の常識は海外の常識にあらず

海外進出をされた企業はどこも体感していることだと思いますが、「日本の常識は海外（メキシコ）の常識ではない」ということです。メキシコでは教育や貧富の差が想像以上に大きく、治安面の課題や古い労働習慣などが依然として残る国であり、ラテン系特有の時間にルーズで無責任なところが多く見受けられます。特に労務管理面では、従業員が突然欠勤したり、折角教育研修をしても、短期間で転職するケースが多く、人材確保のために常に時間、資金、人材を注入しなければならず、大きな工数負担となっています。日本では想像もつかない経営環境ですが、このような課題を克服して初めて当初の経営目標を達成できると思います。したがって、進出前の情報収集や進出済み企業の声を聴くことは本当に重要な活動だと思います。また、海外工場の立ち上げには想定以上の出費がかさむことがありますので、できるだけ余裕を持った資金計画を組むことをお勧めします。



代表取締役社長

小川 潔 氏

キラリと輝く  
中小企業にしかできないことを。  
海外でさらに価値を高めたい

専門家からのポイント



トランプ大統領のNAFTA大幅見直しによるメキシコ自動車産業のリセッションを考慮し、また、2019年の日系自動車メーカーのフルモデルチェンジに間に合わせるべく、小川工業のメキシコ戦略は自社工場建設からレンタル工場へと方向転換しました。小川社長が示したベクトルを関係者が理解して、工場建設、部品の受注活動、新部品の量産という三重苦を乗り越え、工場稼働、受注部品の量産を順次開始されました。私は、特に不安な気持ちになる関係者の心の支えになることを心掛け、海外出張への同行、顧客との打ち合わせに参加して支援を続けました。



# 株式会社 笹一

- 1 見た目も美しい「ぶりめはり寿司」は、解凍し皿に盛りつけるだけでひとつのメニューとして仕上がることも海外で評価されるポイント
- 2 2018年8月、香港「Food Expo 2018」でお披露目された「ぶりめはり寿司」
- 3 HACCP認証を目指し、現在セントラルキッチンの建設を計画中



品質劣化をしない高度な冷凍技術を開発し、冷凍寿司を全国に展開。商社を通じて、香港および米国ロスアンゼルスに「ぶりめはり寿司」を輸出。現在、シンガポールへの販路開拓中

展開国・地域 2018年 香港、米国

企業情報 所在地: 和歌山県和歌山市 従業員数: 80名  
設立: 1975年10月 URL: <http://www.sasaichi.net/>

事業内容 寿司の製造販売

## 全国流通を叶えたい一心で開発した冷凍寿司

2003年に千葉・幕張で開催された「FOODEX JAPAN 2003」で、初めて和歌山の郷土寿司である「紀州あせ葉寿司」を紹介しました。鯖や鮭などをネタにした一口サイズの寿司をあせ葉で巻いた商品で、常温販売でしたので日持ちが2〜3日と短く、「おいしいけれど冷凍はないの?」と口々に言われ、流通の壁に直面しました。一念発起して、和歌山に帰ってすぐに冷凍寿司の開発を始めました。ところが何度やってもコメが白露化してしまうという問題が出てきました。資金をかけて急速冷凍ができるショックフリーザーを導入したのですが、それでも2割は失敗でした。結局、2トントラック2台分の寿司を無駄にしました。それでも諦めず、10年の歳月をかけて2013年ようやく自然解凍するだけでおいしく食べられる冷凍寿司を完成させ、全国展開することができました。和歌山県から、優良県産品「プレミアム和歌山」に認定されるとともに海外輸出の提案をされ、JETROの支援を受けることになりました。

## JETROの提案で海外仕様のめはり寿司が誕生

「冷凍寿司を輸出したい」とJETROに相談したところ、2017年6月から「新輸出大国コンソーシアム」の専門家による個別支援サービスを受けることになりました。派遣された専門家は輸出・進出で多くの経験があり、弊社と似たような事例もたくさん手掛けていました。実体験に基づくお話が参考になりました。なかでも強く言われたのは、「海外ではスペシャリティーとオリジナリティーに加えて、アドバンテージがないと通用しない」ということでした。つまり、既存商品を輸出するだけではアドバンテージに欠けるということで、商品開発に取り組むことになりました。専門家のアドバイスをもとに何度か試作を重ね、半年の期間を経て、和歌山のめはり寿司をアレンジした「ぶりめはり寿司」が完成しました。本来のめはり寿司は、おにぎりを高菜の葉で包んだものですが、「ぶりめはり寿司」は食べやすい一口サイズで、中にブリ、柚子、山椒、ワサビを入れて日本らしさを演出しました。

## 信頼できる専門家とパートナーの存在が成功の鍵

海外ではシャリにネタをのせるだけで握り寿司になってしまうので、技術のない外国人がやっている寿司屋をよく見かけます。一方、私たちの加工寿司は、魚の塩加減から昆布の締め方、シャリの味付けまで、ひとつひとつ丁寧に丁寧な仕事が施されています。それを理解してもらえるのは、日本食が浸透している国であるとの専門家のアドバイスを受け、香港と米国を輸出先の候補としました。そして、2018年8月に香港の「Food Expo 2018」で、10月にロスアンゼルスで「日本食普及イベント」で「ぶりめはり寿司」をお披露目すると、解凍するだけで食べられる手軽さや目新しさが評価され、両国で契約を得ました。私は忙しくてどちらも行けなかったのですが、専門家の方が私の分身のように愛情を持って商品を紹介してくれて、各国で信頼できるパートナーをコーディネートしてくれたことが成功につながりました。今後もJETROのネットワークを頼りに、ゆくゆくは看板商品の「紀州あせ葉寿司」も輸出したいと思っています。



職人の技が詰まった  
寿司は握りだけじゃない。  
加工寿司を世界へ届けたい

代表取締役  
堀口 徹 氏



### 専門家からのポイント

日本食ブームが続く海外では、今までにない日本食の提案を待っている国がほとんどです。ただし現地の方は、特別な技術が必要な提案は好まれません。そういう意味でも、解凍するだけで提供できる冷凍寿司はこれから期待されるカテゴリーです。当初、「紀州あせ葉寿司」の輸出を希望されていましたがコストが高かったこと、堀口社長のアイデア力と技術力がすばらしかったことから、海外向け新商品の開発をご提案しました。期待どおり、日本食への関心が高い国ほど反応がよく、一流ホテルやレストランへの販売ルート開拓に成功しています。