

令和5年度 中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業補助金

「サステイナブル・インテリアデコレーション商材・素材の海外輸出プラットフォーム」  
構築による伝統工芸技術・自然素材を用いた富裕層向けインテリア商材の海外販路開拓事業  
簡易報告書



株式会社TCI研究所

2024年3月26日

# 企業概要

弊社（株式会社TCI研究所）は創業160年を越える京都の伝統工芸「京和傘」を製造販売する株式会社日吉屋のコンサルティング部門が独立した関連企業である。日吉屋では、2006年に和傘の技術を活かしたデザイン照明を開発し、また、自社の照明器具商品と合わせて、同じ伝統産業に属する工芸工房のネットワークを活かし、和紙や漆、竹、陶芸、織物、染物等の自然素材を中心とした、サステナブルで日本独自の工芸技術を活かした、伝統素材による業務用インテリア関連商材（照明器具、壁紙、家具、内装、外装、仕上げ材等の業務用インテリア商品・建材等）を、主に富裕層自宅、別荘、高級ホテル、飲食店等に向けて販売するインテリア事業を国内外で展開して来た。また、TCI研究所は、全国のべ700社以上の主に、伝統産業事業者の海外向け商品開発、販路開拓、地域プロデュース等の支援事業を展開して来た。さらに、日吉屋及びTCI研究所ではインテリア事業拡大する為、地元京都の金融機関・京都中央信用金庫と提携し、地域商社「株式会社京都アンプリチュード」の設立に関わり、パートナー企業としてインテリア事業で培った、全国の職人工房ネットワークやインテリアビジネスノウハウを元に、同地域商社社の経営全般にわたるコンサルティングを行い、同社の国内外インテリア市場開拓も支援している。これらインテリア事業の拡大を通じて、京都地域全体の伝統工芸事業者の新たな市場開拓に大いに貢献している。

公式Web：[www.wagasa.com](http://www.wagasa.com)



HIYOSHIYA  
CRAFT-LAB



T.C.I. —  
LAB. —



# 本事業の目的・背景

## 事業目的

近年世界的な潮流である、サステナブルな魅力を持つ、日本の自然素材・伝統技法を活かした「サステナブル・インテリアデコレーション」の海外輸出プラットフォームを構築し、国内の中小規模の伝統工芸関連製造企業の輸出ハードルを下げ、かつ輸出規模の拡大を図る。

## 事業背景（ターゲット市場概況）

- ・ターゲット市場は、欧州（欧州インテリアデザイン業界と関係の深い、米国・中東・一部アジア地域を含む）である。
- ・住む人にとって実用的でありながら、美しい内外の空間を作り出す技術は、サステナブルホームインテリアとして知られている。
- ・サステナブルホームデコレーションの世界市場規模は、2022年から2030年までの予測期間中に5.5%の複合年間成長率で成長し、2030年には5,359億米ドルに達すると予測されている。
- ・サステナブルホームデコレーション分野における家具等のデザインは、機械による加工だけに頼らず、手作業による仕上げ等、高付加価値を訴求している。

# 概要

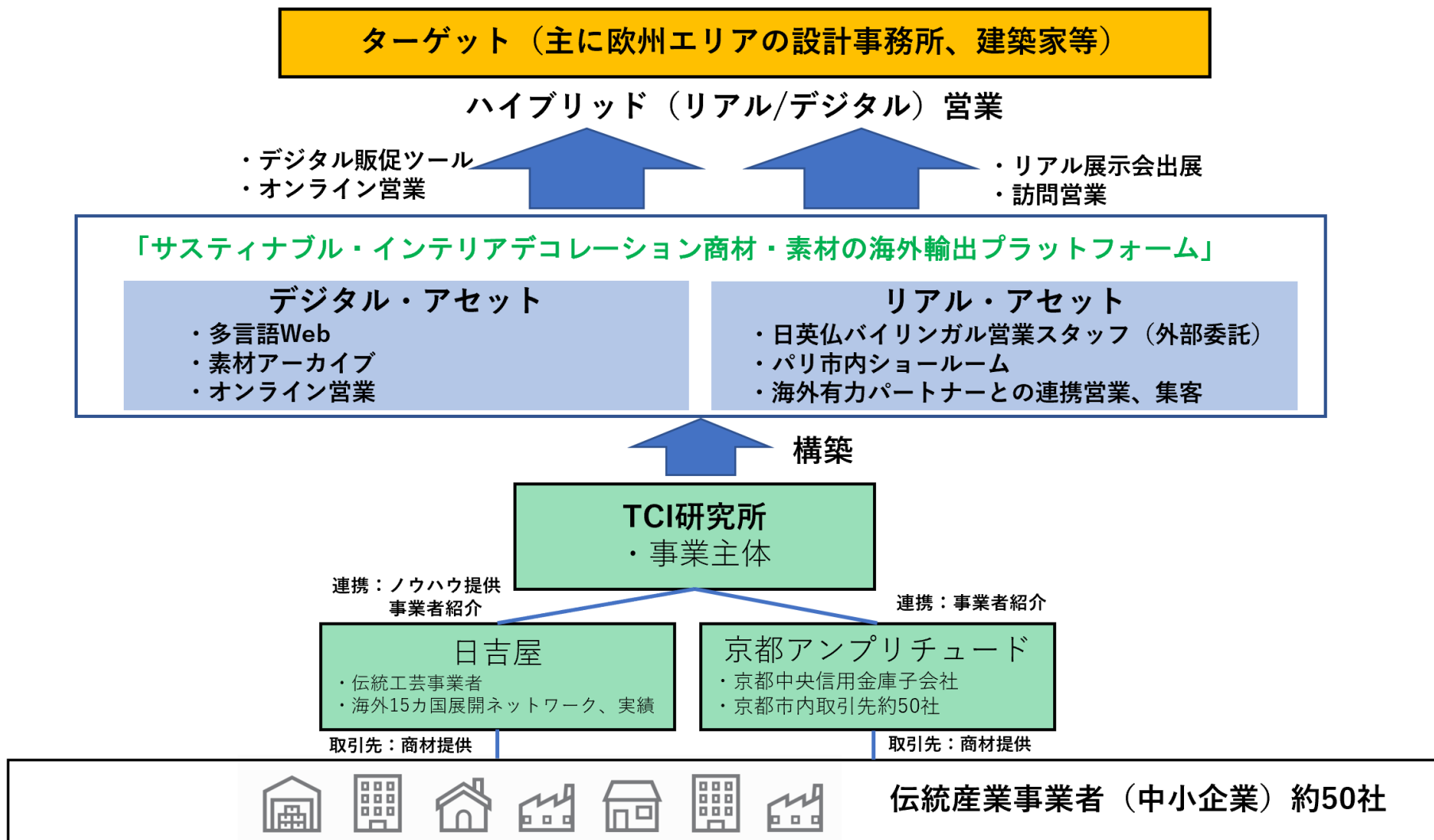
## 概略

全国の主に伝統産業従事者（中小企業）のインテリア商材の海外輸出を目的とし、主に欧州の建築設計事務所等をターゲットとして、同商材に関するプロモーション動画の作成や、多言語ウェブ化（デジタルアーカイブや検索システムの構築含む）を進めるとともに、パリの業務委託先と連携し、パリ市内展示会「Rendez-vous de la Matiere」等出展や、パリ市内ショールームの整備することによる、リアル／デジタルのハイブリッド営業を行うことで、販路開拓・拡大を図る。

## 実施内容

- 1) 欧州市場調査
- 2) 取扱いインテリア素材選定
- 3) 写真・PR動画などプロモーション素材作成
- 4) 多言語Web及び素材アーカイブ（検索システム）構築
- 5) パリ市内ショールーム兼事務所開設
- 6) リアル展示会出展（フランス・パリ）10月
- 7) 欧州現地委託先人材による、リアル／オンラインプラットフォームを活用した、現地設計事務所・建築家等への訪問営業

# 実施体制図（事業全体図）



# ビジネスの流れ

## 全件、受注生産・特注対応

①弊社の営業人材が顧客のニーズをヒアリング・理解し、適切な建材・素材・見積を提案



②中小・中堅企業にサンプル発注～支払～納品  
\* サンプルは特注の色柄確認のために制作



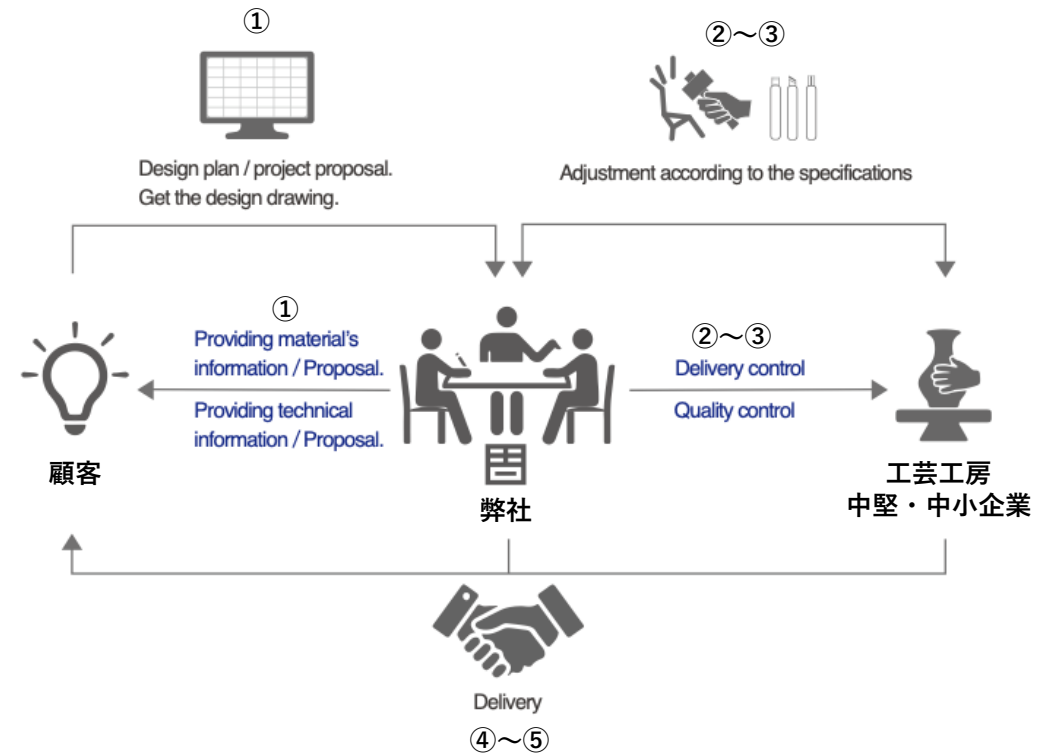
③弊社営業人材と顧客間でサンプルや見積額を確認・交渉の上、中小・中堅企業に実物発注。  
製造期間中も弊社にて品質管理・タイムマネジメントなどフォローアップ対応



④弊社にて③を買取り顧客宛に輸送・納品





⑤クライアントから弊社に入金



# プロジェクトの効果：中堅・中小企業の輸出促進への寄与（販売効果）

<p>目標値</p>	<p>中小企業(伝統産業)の商材取扱い企業数：50社                  商談見込件数：50件                  見積提示件数：20件                  成約見込件数：2件</p>		
<p>実績値</p>	<p>(リアル/展示会)                  取扱い企業数：15社                  商談実績件数：150件                  見積提示件数：13件                  成約実績件数：1件</p>	<p>(リアル/ショールーム)                  取扱い企業数：37社                  商談実績件数：66件                  見積提示件数：20件                  成約実績件数：2件</p>	<p>(デジタル/Webデータベース)                  取扱い企業数：15社                  商談実績件数：1件                  見積提示件数：1件                  成約実績件数：0件</p>
<p>事業終了時点</p>	<p><b>延べ合計実績値</b></p> <p>取扱い企業数：67社                  商談実績件数：217件                  見積提示件数：54件                  成約実績件数：3件</p> <p><b>見積提示総額：約1.1億円</b>  <b>成約見込総額：約2,000万円</b>  <b>輸出実績総額：546.5万円</b>                  (畳・建具・檜風呂・数寄屋建築床の間・北山杉材)</p>		

# プロジェクトの効果：中堅・中小企業の輸出促進への寄与（リアルPR効果）

参加企業数	プロモーション効果	参考写真
<p>パリ市内展示会 「Rendez-vous de la Matiere」での 商材取扱企業数： <b>15社</b></p>	<p>来場者数：<b>約3800名</b> 内訳) インテリアデザイン事務所76% 建築事務所19% 施工業者・学校・プレス他5%</p>	
<p>パリ市内ショールームで の商材取扱企業数： <b>37社</b></p>	<p>来場者数：<b>約70名</b> 内訳) インテリアデザイン事務所85% 建築事務所13% プレス他2%</p>	

# プロジェクトの効果：中堅・中小企業の輸出促進への寄与（デジタルPR効果）

本事業を通して構築した[多言語Web及び素材アーカイブ（検索システム）](#) について分析

2023年12月18日（完成日）～2024年1月31日（事業終了日）までの期間において

総ユーザー数	152名
平均セッション継続時間	21分02秒
流入元の国	日本、フランス、アメリカ、シンガポール、インドネシア → <b>ターゲット市場からの流入を確認</b>
流入元国別ユーザー数	①日本(120名) ②フランス(10名) ③アメリカ(7名)
国別平均セッション継続時間	①アメリカ(21分09秒) ②シンガポール(15分21秒) ③日本(14分26秒)
よく見られた商材	漆パネル、竹パネル、瓦タイル 
主な問合せ内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 価格（平米単価）</li><li>・ 内装or家具仕上材としての堅牢度</li><li>・ 使用可能箇所（壁・床など）</li><li>・ メンテナンス方法（洗剤種類）</li><li>・ 施工方法</li></ul>



# 中堅・中小企業が海外展開する上での課題及びその改善策

課題	実証事業で解決できた点	今後の改善策
(1)ターゲットとする営業先の絞り込み	外部委託スタッフとしてアサインした、森林エメによる市場調査と、フランス・パリで出展した展示会「Rendez-vous de la Matiere」で獲得した商談先リスト及び商談内容一覧により、一定の成果を上げることができている。	丁寧なフォローアップに努め、デジタルツールとリアル訪問を組み合わせたハイブリッド営業を継続する。
(2) ターゲットが使いたくなる商材・素材の選定	実証事業を通して立ち上げたショールームにおけるこれまでの商談実績から、欧州市場で活動するインテリアデザイナー等の嗜好やトレンド傾向を掴むことができている。	定期的に新商材をリアル、デジタル共に投入し、新商材のご案内を繰り返す事で継続的な興味を持って頂けるよう努める。
(3)ターゲット市場現地での営業拠点・人員体制整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アサインした外部委託スタッフによるパリショールーム立ち上げ、運営ができている。</li> <li>・同スタッフによる欧州現地での営業活動が行えている。</li> </ul>	営業に関する業務量、売上の増加に伴い、スタッフの拡充を検討し、更なる営業網の構築に努める。

# 中堅・中小企業が海外展開する上での課題及びその改善策

課題	実証事業で解決できた点	今後の改善策
(4)商材カタログ、スペックデータなどのデジタル化・多言語化	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル多言語カタログの制作、展示会やショールームでの配布（QRコードを会場で掲示しそれを来場者が読み込み各自スマートフォンやタブレットなどのデバイスで保存して閲覧していただいた）</li> <li>デジタル多言語ウェブサイトの制作、公開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル多言語ウェブサイト掲載企業数・取扱商材をさらに充実させる。</li> <li>施工事例など掲載可能な画像がクライアントから提供された場合にはデジタル多言語ウェブサイト及びカタログに追加掲載する。</li> <li>高解像度画像の掲載数を拡充しクライアント（建築家・インテリアデザイナーなど）が各自案件のパース制作時に活用できるようにする。</li> </ul>
(5)品質規格・法令準拠、現地工務店向け施工マニュアルの整備等	<ul style="list-style-type: none"> <li>これまでの商談実績からクリアすべき規格と、その性能に達する素材の製造加工方法は把握できている。</li> <li>現地工務店による施工に必要なマニュアルの内容は把握できている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>法令・規格に準拠した性能をクリアした素材サンプルの整備は未着手のため要作成。</li> <li>施工マニュアルの整備は未着手のため要作成。</li> </ul>
(6)クライアントがデザイナーではない場合、デザイン機能を自社に持っていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>弊社インハウスデザイナーがお客様の要望に沿ってデザインを起こし、デザインと素材の両方を並行して提案できている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>これまで家具や調度品のプロダクトデザインが中心だったが、現在は空間デザインにも対応できる人材を確保しており、CGパースデータなどの制作・納品も可能となる。</li> </ul>

## 本事業の成果及び考察、今後の活動

本プロジェクトの成果として、リアル37社、オンライン15社合わせて、のべ42社の中堅・中小企業の商材の海外向け販売体制を構築する事が出来た。

商談件数は事業終了時点でリアル/オンライン合計で217件に達しており、見積もり金額の合計は約1.1億円程である。オンラインプラットフォームの来場者数はR4年12月開設以来152名で増加傾向にある。同様にPR動画の視聴回数も徐々に増えつつある。

リアルショールーム、リアル展示会の準備を優先した為、オンラインプラットフォーム構築には時間を要してしまった事により、オンラインプラットフォームの開設は事業実施期間の後半になってしまった事が反省すべき点ではあるが、コロナ禍後の実際の商業活動のリバウンドにより、リアルでの営業活動がより重要性を増している状況にあり、パリ市内ショールーム兼事務所の開設及びリアル営業体制構築を優先した事自体は良かったと感じている。

本事業を今後も継続して拡大して行くためには、

- ① オリジナリティのある商材の拡充
- ② 商談リーチ数の拡大

がかかせない。①については、毎年10社程度の商材の拡充を図り、3年後には約60-70社の商材の取扱いを目標とするとともに、伝統工芸技術を弊社独自の解釈で組み合わせたオリジナル建材の開発にも着手したい。合わせて②については、年間平均で300件程度の商談が行えるよう、営業活動を継続し拡充して行きたい。