





日本初の両面特殊カラー印刷の特許を持つ歯ブラシなどの特殊印刷メーカー。2015 年に歯ブラシブランド「Qui boon」、2016年にベビー用歯ブラシブランド「HAMICO」 を立ち上げ。2017年のNY NOW 夏展での成約を契機に米国、欧州、中国へも輸出

展開国·地域

2016年 スイス 2017年 米国、フランス、中国

企業情報

所在地: 石川県野々市市 従業員数: 28名 設 立: 1985年4月 URL: http://hokubi.com/

歯ブラシ・紙ストロー・ハーブティーなどの製造販売、特殊印刷



1 歯科医師設計・両面特殊カラー印刷歯ブラシ「Qui boon」

北陸新幹線が運んで来た海外需要

北陸新幹線の開通に合わせて2015年3月に、金沢駅前に自社ブランドの歯ブラシ 「Qui boon」のショールームをオープンしました。創業以来のテレホンカードやQUO カードなどへの特殊印刷で培った技術を生かして、OEMで歯ブラシへの印刷や販 売も行っていました。しかし、発注を待つ下請けの姿勢では将来的にどうなのか課題 となっていたため、クリア歯ブラシに両面印刷を施す特許を取得し、自社ブランドを 立ち上げることにしました。ショールームで意外だったのは海外のお客様が来店者 の約半数を占めたことです。いろんな国の方が「こんな歯ブラシ見たことない」「すご くかわいい」と言ってくださり、海外でも売れるんじゃないかと思ったのが輸出を目指 すきっかけです。創業者として印刷技術を突き詰め、職人堅気の社長が「この歯ブ ラシ、世界で通用しないかな」と私に話したことが後押しとなりました。市場性はある のか、ちゃんと調べてみたい、そんな思いで2015年8月にジェトロの門を叩きました。

専門家と同じ方向を向いて歩めたのが良かった

無料のジェトロ海外コーディネーターによるEmail相談を使って、米国、英国、フラ ンスの市場性を確認したところ、米国は予防歯科の意識が高く、電動歯ブラシと手 動歯ブラシなどを使い分けるライフスタイルで、市場も拡大していることが分かりま した。海外市場への社内の機運が高まり、私をリーダーに3名のプロジェクトチーム を立ち上げたのですが、海外取引の知見がなく、2016年6月にジェトロ「新輸出 大国コンソーシアム」の専門家を派遣してもらいました。NY NOW 2016夏展 の視察同行から、米国市場の調査、安全基準認証の取得、販売代理店契約など 専門家のサポートを得ながら進めました。海外用の歯ブラシブランドを「HAMICO」 に統一した時も米国の文化に触れながら建設的なアドバイスをもらいました。お互 いの持っている知識を出し合って新しい市場に入って行く。同じ方向を向いて歩め たのがすごく良かったですね。初出展のNY NOW 2017夏展ではジャパンパビリ オンで最多の成約件数だったそうです。

動かないと何も見えてこない

2017年のもう一つの大きな出来事は、NYのデザイナーとコラボレーションした歯 ブラシがエミー賞のVIPギフトに選ばれたことです。現地メディアでも報道され、社 員のモチベーションがさらに上がりました。その後もNY NOWへの継続出展や現 地販売代理店との取り組みもあって、2018年は2017年の6倍と売り上げを伸ば しています。今年も順調に伸びています。米国以外では、SNSなどを通じた引き合 いで、スイスやフランス、中国とスポット的に取引を行っています。他にもアジアから 100社の引き合いがあったのですが、対応できないと思ってお断わりしていました。 しかし、現在は全国中小企業団体中央会の「ものづくり補助金」と、ジェトロの貿 易実務講座で得た知識で海外顧客向け受発注システムを開発し運用を始めてい ます。始めた時に3年間は頑張ろうって皆で話しました。まだまだこれからですが、動 かないと何も見えてこないと思うんです。輸出してビジネスの花が開くかもしれない のであれば、いろいろ試してみるべきだと思います。



専門家からのポイント

金本社長の厚い信任を受けた佐藤常務の米国展開にかける思い・ビジョンを理解し、ホクビとの戦略立案過程では率直な意見交換をさせていただき、 米国展開のマスタープランが完成しました。これにより相互の信頼関係が生まれ、現地同行支援(販売支援のエージェント開拓、展示会出展など)でも ホクビの意向を尊重し、寄り添ったご支援をさせていただきました。また、ホクビがジェトロの支援と同時に、自社企画で積極的な先行投資(歯ブラシの 市場調査、米国市場向け歯ブラシのデザインなど)をされたことも成功の大きな要因になったと思います