



# 北陸テクノ株式会社

各工場に最適な高性能工業炉を設計から製作、据付、メンテナンスまで一貫対応。確かな技術が評価され、海外の日系自動車メーカーでの導入が進む。2008年から東南アジアに進出し、2019年からメキシコ自動車産業に参入

展開国・地域 2008年 ベトナム 2014年 インドネシア  
2012年 タイ 2019年 メキシコ

企業情報 所在地: 富山県射水市 従業員数: 19名  
設立: 1993年1月 URL: <http://www.h-techno.com/>

事業内容 工業炉の設計・製作・据付・メンテナンス / 鋳造付帯設備の設計・施工 / 建築および鋳造材料販売・施工



- 1 工業炉(メキシコ)
- 2 HORMESA社との契約
- 3 現地調査の様子



## 時代の流れを受けて始めた海外展開

弊社としては、2004年ごろから海外輸出に取り組んできました。輸出をする中で、現地通貨による決済のニーズが高いことを感じ、営業機能を備えた現地法人を持つことを考えてはいたのですが、なかなか着手できずにいました。そんな中、2009年にリーマンショックが起き、国内の売上げが右肩下がりになったことをきっかけに現地法人の設立を進めることにしました。まずは、日系自動車メーカーが数多く進出しているベトナム、タイ、インドネシアに法人を構えました。工業炉メーカーの中では、海外進出は早い方だったと思います。競合する他社があまりいなかったこともあり、成果はすぐに出ました。ただ、しばらくすると同業他社も進出し、価格競争が起きました。そのこともあって、次の開拓地として、日系自動車メーカーの集積地となっているメキシコに着目し、メキシコへの進出を検討し始めました。

## 専門家のサポートで現地企業とパートナー契約を締結

メキシコに進出するといっても、初めての試みでどうしていいかわからずにところ、ジェトロから専門家支援を紹介してもらいました。派遣された「新輸出大国コンソーシアム」の専門家は、現地事情にも自動車業界にも詳しく、手厚いサポートをしてもらいました。他にも中小機構や富山県新世紀産業機構、JICA、AOTSにも支援をもらい、まず2016年にスペインHORMESA社とメキシコでの事業に関する業務提携を含むパートナー契約を結びました。さらに、2019年に現地でネットワークを持っている日本人を現地採用し、メキシコのHORMESA社の中に駐在員事務所を構えることができました。駐在員には、顧客サポートやメンテナンスの手配など多岐にわたる業務を担ってもらっていますが、大きな受注をもらうなどしており、順調に仕事が進んでいます。困ったことがあればすぐ専門家に相談できることが、とても心強かったです。

## 求められている場所へ工業炉を届ける

メキシコで生産された自動車の7~8割はアメリカに輸出されているので、トランプ政権による影響や懸念は少なからずありますし、今後の動向も気になるところです。とはいえ、撤退や他国へ新しい拠点を設立するわけにはいきません。仮に、新規進出を考えるなら、お客様の動向次第ですね。シンプルに、お客様がいるところに行く。お客様に弊社の工業炉を届け、きちんとメンテナンスをすること。それが、自分たちのやるべきことだと考えています。また、世界中で環境問題が叫ばれ、企業にも対策が求められている中、弊社の強みは環境負荷の低減を図った省エネでかつコンパクトな工業炉であることです。実際に、メキシコには進出して間もないですが、すでにリピートオーダーしてくださっているお客様もいます。今後も、お客様に寄り添い、お客様に満足してもらうための技術・サービスを提供していきます。

代表取締役社長

木倉 正明 氏

海外に進出していかなかったら  
ここまで成長できませんでした

ジェトロ富山からの  
ポイント



時代の情勢に負けることなく、海外に挑んでいく姿勢が印象的な企業です。分からないことが多いと言いつつも、専門家の意見を取り入れながら、英語が得意な人材を生かし、業務提携の契約締結・駐在員事務所の設置に至りました。現地の習慣や性格を加味した上で、パートナー企業とのビジネスを進めており、お客様からも高い信頼を得ています。

# 川端鐵工株式会社



- 1 2018年10月アウン・サン・スー・チー・ミャンマー国家最高顧問が来日した際に都内で面談した川端社長
- 2 ジェトロ専門家に紹介された合弁パートナーとの覚書締結
- 3 ミャンマーに設立した「KAWABATA SUMINO LTD.」の本社。マイクロ発電装置設置後のメンテナンスにも取り組む予定



2002年フィリピン、2008年タイに現地法人を設立する。2016年12月ミャンマーに小水力発電装置を受注・生産する現地法人の登記を完了し、2017年4月には正式な現地法人を設立する

展開国・地域  
2002年 フィリピン  
2008年 タイ  
2016年 ミャンマー

企業情報  
所在地: 富山県黒部市 従業員数: 52名  
設立: 1980年6月 URL: <http://www.kanayago.co.jp/>

事業内容  
めっき装置、省力化装置、搬送装置、工業炉、小水力装置、  
機械設計、部品製造、機械組立、現場設置工事

## 調査事業が進むうちに現地法人設立の必要性を実感

弊社の取引先が次々と海外に進出する中で、仲間の会社や大手取引先に誘われ、2002年フィリピンに拠点を持ったのが最初の海外進出です。2008年にはタイにも現地法人を設立しました。この2カ国は取引相手が日系企業で、需要が見える中での進出でしたのでさほど心配事はありませんでした。一からの挑戦は2013年度JICA「小水力発電によるミャンマー農村のエネルギー自立支援事業調査」を受託したことから始まります。現地に入り基礎調査が進むうちに電力事情やビジネスとしての需要が見えてきて、現地法人設立の必要性を感じました。これまでの場合と違いミャンマーという未知の領域に本格的に進出するとなった時に手助けをしてくれたのがジェトロです。2014年に海外展開のための専門家による支援事業に採択され、派遣された専門家の方と現地に向かい、小水力発電装置をミャンマーで展開している有力者が経営する会社とMOUを結びました。

## 電力に詳しい専門家の人脈で受注生産の足掛りができた

その後2015年、2016年にもジェトロに支援してもらいました。派遣された専門家はミャンマーの電力事情に大変詳しい方で、現地にもいろいろなパイプを持っていました。合弁パートナーの紹介を受け、何度か現地で話し合いを重ねて、2016年12月ヤンゴンに小水力発電装置を受注・生産する現地法人の登記完了、2017年4月には正式な現地法人の設立となりました。ミャンマーには2030年までの全土電化計画があります。ナショナルグリッドが行き届かない山間地は太陽光・小水力などで補完するというものです。新たに2019年度JICA「現地化マイクロ水力発電による地方電化ビジネス案件化調査」に採択され2019年7月から現地に入る予定です。

## 受け入れた留学生との交流で従業員の意識も向上

弊社が「ミャンマーで小水力発電」という事業に取り組むようになったきっかけの一つには、アウン・サン・スー・チーさんが2013年に京都桂川で水力発電をご覧になり「ミャンマーの無電化の村に設置したい」とおっしゃったことにあります。2018年10月東京でお会いした際に、辺境開発庁(DRD)という政府機関で水力発電事業を進めるという話をしてくださり激励のお言葉も頂戴しました。2018年「富山県アセアン留学生等受入事業」を活用してフィリピンから受け入れた留学生が、来年には富山大学の大学院を卒業して弊社に入社してくれることになっています。2人目となるミャンマーからの留学生受け入れも進んでいます。国内はもちろん現地法人の人材育成は中小企業にとって大きな課題です。将来的には留学生たちが帰国して現地法人の運営を行う形になればいいと思っています。こういう留学生との交流は従業員にとっても良い刺激となり、モチベーションの維持向上につながっているようです。



一からの挑戦を  
手助けしてくれたのは、  
ジェトロとJICAの  
連携でした

代表取締役社長  
川端 康夫 氏



### 専門家からのポイント

川端鐵工はミャンマーで電気の行きわたっていない地域に電気を届けたいという理念にて小水力発電装置の普及を目指しており、2015年から支援を開始しました。同国で製造・販売を目指した「たらい型小水力発電機」を、日本の製造価格の10分の1以下のコストで製作することを模索し、製造価格の低減に目途ができましたが、設置地への輸送が難しく手段を模索中です。現在紹介した現地パートナーと2017年度に合弁会社を設立しさまざまなアプローチを試みており、ミャンマーの方々に電気をお届けできる日が近いと確信しています。



# 羽二重豆腐株式会社

1923年6月冷凍業および一夜凍豆腐の製造を始める。2016年自社商品「羽二重豆腐ブランド」のがんもどきで米国・ニューヨークの展示会に初出展。2017年国内輸出商社を通じて米国へ輸出開始。今後は欧州への販路拡大を目指す

展開国・地域 2017年 米国、シンガポール

所在地: 石川県金沢市 従業員数: 116名  
設立: 1953年1月 URL: <http://www.habutae.co.jp/>

事業内容 大豆加工食品・冷凍食品の製造販売



1 2017年6月「NY Vegan Street Fair」に出展。各種ソースがトッピングされ、日本の「がんもどき」とはまったく違ったスタイルで提供された

2 「NY Vegan Street Fair」に出店したときの様子。健康志向の高いニューヨーカーからも注目される「Veggie Tofu Nuggets」

3 米国・ニューヨークの高級ケータリング「Shiki」のメニューに採用された



## 一番の目的は「羽二重豆腐ブランド」の世界展開

弊社が海外ビジネスに取り組む目的は三つあります。一つは人口減少に伴い国内市場がシュリンクしていきます。小売業や卸売業のバイイングパワーがさらに強くなり、PB化が進むことでメーカーの収益力は低下していきませんがそれを改善することです。二つ目は「がんもどき」の喫食シーンを拡大したいこと。弊社の顧客は弁当・給食業界が主力で、「がんもどき」といえば煮物材料というイメージが強いのです。メーカーとしては焼く、炒める、揚げる、デザートに使うなど新しい食べ方の提案をしていきたいのですが、国内ではなかなか理解していただけない。ならば先に海外でヒットさせて、その新用途を国内に持って来たいと考えました。米国で流行れば日本でも受け入れてもらえるだろうと考えました。つまり用途提案の逆輸入ということです。三つ目は自社ブランドの拡大です。国内の業界での認知度が高くても自社製品を輸出していませんでした。「がんもどき」を食べたことのない人たちに日本の伝統的な健康食材として弊社が作る「羽二重豆腐ブランド」製品を世界中に広めることが最も大きな目的です。

## 米国の食のトレンドと合致した「がんもどき」

さあ海外へ、と言ってもノウハウや知識がありませんでしたので、ジェットロや銀行のセミナーに頻繁に通い1年間勉強しました。最初に支援の相談に行ったのが中小企業基盤整備機構です。弊社の商品は細々とですがPB商品での輸出という実績があったため、助言はいただいたものの支援の対象にはなりません。その後、ジェットロの「新輸出大国コンソーシアム」に採択され、経験豊富な専門家の支援が始まりました。2016年9月、専門家同行で米国・ニューヨークの展示会に初めて出展しました。豆腐を加工した日本の伝統的な食材という点を訴求したことで、健康志向の強いエンドユーザーに注目され、2017年1月に米国への輸出が始まりました。取引先となったニューヨークのディストリビューターも、成長マーケットであるベジタリアンやヴィーガンのレストランを狙っていききたいとお考えで、弊社の製品がちょうど当てはまり、戦略商品という位置付けで取り組んでいただいています。

## 市場動向情報、海外ブリーフィングなどジェットロ支援が手助け

海外市場に輸出するにあたり、ジェットロの色々なサービスを利用して市場ニーズや競合商品などの現地情報を収集し、どうすれば売り込めるのか対策を練りました。現地で頼りにしたのはやはりジェットロ現地事務所の海外ブリーフィングです。「がんもどき」はミートフリー、グルテンフリー、MSGフリーの食材です。いまニューヨークで最も注目されるこのポイントをウリに、事前に調べたレストランに直接営業することもあります。もちろん拡売はしたいのですが、安売りはしたくありません。健康意識の高い人を顧客に持つ高級レストランを主力ターゲットにしています。ニューヨークを中心に米国が一番の輸出先ですが、今後は欧州に広げて行きたいと考えています。2019年4月に「ジャパンフードショー」という展示会がパリで開催されます。そこで弊社の「Veggie Tofu Nuggets」がパリのディストリビューターによって紹介されることになりました。弊社だけではここまでスムーズに運ばなかったと思います。包括的なジェットロのサポートが大変心強かったです。



常務取締役 海外推進室長

東川 直裕 氏

米国の食の潮流と  
マッチした「がんもどき」  
次は欧州を目指します

専門家からのポイント



パートナーの知り合いを通じて、現地イタリアンのシェフにメニューを試作いただき、インスタグラムで拡散したり、ヴィーガン(完全菜食主義者)ストリートフェアに出展し好評を博したり、現地の日系新聞・週刊ニューヨーク生活に取材に来てもらい、記事として掲載されるなど、なるべく「費用が掛からない販促」を実施して、売り上げが3倍増となりました。また、羽二重豆腐の「がんもどき」を導入したケータリング会社がテレビで紹介されることとなり、がんもメニューが放映されるなどしたことが効果的な販促につながりました。

# 株式会社 ホクビ

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/>

事業内容 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」
- 2 ベビー用歯ブラシ「HAMICO」。海外向け統一ブランドとしても使用
- 3 NY NOW 2018夏展出展ブース



## 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月にジェット口の門を叩きました。

## 専門家と同じ方向を向いて歩めたのが良かった

無料のジェット口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月にジェット口「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大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、ジェット口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。



自分で作った商品が  
海外に通用するか  
試してみたい

常務取締役  
佐藤 優子 氏



### 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、ホクビがジェット口の支援と同時に、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。



# 岩崎模型製造株式会社

食品サンプルの源流。国内需要が減少する中、海外市場開拓を決意。シンガポールを中心に東南アジアへ食品サンプル、そしてサンプル文化の輸出を行っている。販売は上々、今後はベトナムでの拠点設立を狙う

展開国・地域 2017年 シンガポール  
2018年 マレーシア、台湾

企業情報 所在地: 岐阜県郡上市 従業員数: 30名  
設立: 1963年10月 URL: <https://iwasakimokei.com/>

事業内容 食品サンプル・サンプルグッズの製造、サンプルづくり体験の実施



- 1 料理の工程を立体的に表現し、色や艶と合わせておいしさを魅せている
- 2 本社隣接のサンプルづくり体験コーナー入口。毎日の様に外国人観光客が訪れる
- 3 香港での展示会の様子



## 海外展開のきっかけは観光客の笑顔

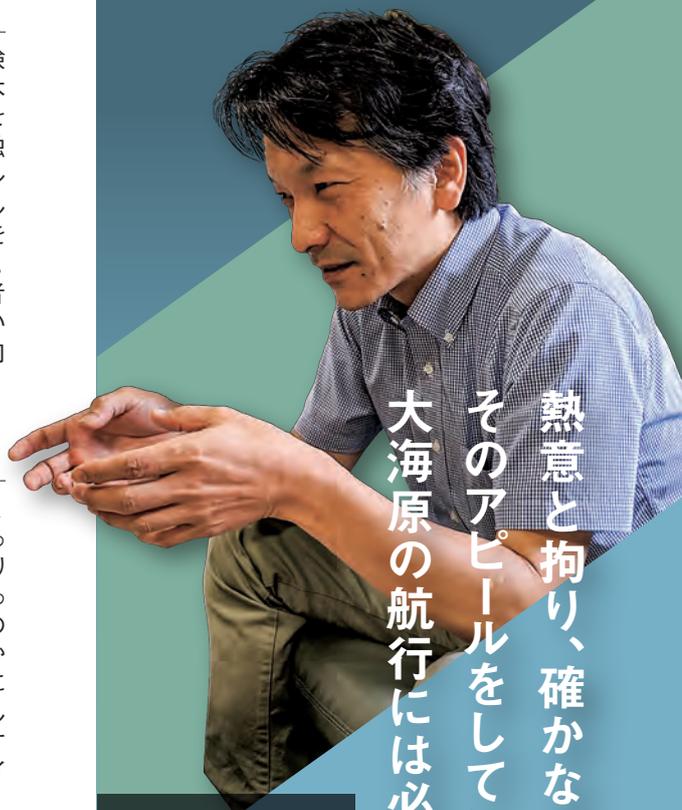
海外展開を始めたのは、純粋な興味からです。弊社では食品サンプルづくり体験ができますが、近年、東南アジアを中心に外国人観光客が多く来訪されます。日本以外の国々では、食品サンプルはとて珍しいものです。彼らの笑顔と目を輝かせる姿を見て、海外でも一定の需要があるのではないかと考え、一度現地での感触を確かめてみようと思い至りました。日系外食産業の進出が多い点、食品サンプル文化の受容性などを全体的に考慮した結果、香港とシンガポールをターゲットにしました。2017年7月からジェトロ「新輸出大国コンソーシアム」の専門家の支援を受けつつ、両都市での展示会に参加したところ、予想以上に良い評判を得ました。「これをずっと探していました」と、握り寿司のサンプルを見た現地レストラン経営者からありがたい声もいただきました。聞くと、現地で入手できず、わざわざ日本で買い付けていたとのこと。現在は、シンガポールの展示会で引き合いのあった飲食店向けに輸出を継続しています。

## 海外に出たからこそ気付く、製品の潜在力

実際に海外に進出をして気付いたことがいくつかあります。一番大きかったのは、食品サンプルだけでなく、ストラップなどのサンプルグッズにも需要があると分かったことです。そこで2018年4月、シンガポールの東急ハンズで食品サンプルづくり体験を実施しまして、同時にグッズの販売も行ったのです。日本だけで事業をやっていたら、気付くことができなかつたかもしれません。他方、日本人と海外の方々の色彩感覚の違いには苦労します。弊社が製造する食品サンプルは、本物を鮮やかに表現することで、人々の食欲を喚起させるものです。その重要な要素の一つに色合いがあるのですが、日本人の目を通して見た色合い、そしてその色から「おいしそう」と思うかどうか、海外の方々の感覚は異なります。また、海外の料理を再現するため、現地食材を取り寄せ自分たちで調理するなど、お客様と自分たちの商品イメージのギャップを埋めていく作業は困難を極めました。

## 熱意とこだわり、それが競合との差別化のポイント

販路は当然広がりましたが、海外に進出して良かったかどうかの判断は時期尚早です。ですが、製品だけでなく文化の輸出にも携わることができ、海外事業に取り組むやりがいとなっています。弊社がつくる食品サンプルは、単なる「偽物」ではありません。「こんなにおいしそうなお店にはある」と思わせる、誘客のツールです。そのため、つやだしや色合いなどに拘り、本物よりおいしそうに見せないとダメなのです。この意識の差を分かってもらうことは非常に重要です。弊社は、サンプルの質には絶対的な自信をもって、海外事業に取り組んでいます。ふと立ち止まって考えれば、日本国内でも一緒ですね。メーカーが商売を行うからには、自分が扱う製品に自信を持っていると思います。その自信を少し大きくするぐらいが、海外という大海原を渡っていくにはちょうどいいと思います。



取締役社長  
小酒井 誓吾 氏

熱意と拘り、確かな自信。  
そのアピールをしていくことが、  
大海原の航行には必要です

専門家からのポイント



日本の食品サンプルの草分け的存在である岩崎模型製造の製品は、わが国の誇るものづくり技術の精巧さや緻密さを具現化したものとして、シンガポールをはじめ海外でも高い評価を得ています。同社の成功要因として、海外見本市や物販店売場でのデモンストレーションへの積極的な出展が挙げられます。出展時に商談した複数の海外食品メーカーや外食店舗に対し、速やかに試作品を送るなどの丁寧な対応が奏効し、実績を伸ばしています。今後、アジアでの経験を生かし、欧米市場への参入も期待されます。

# 若林煎餅株式会社



- 1 若林煎餅本社工場
- 2 小麦粉煎餅製造ライン
- 3 香港展示会での出展ブース
- 4 現地の人でにぎわうシンガポール展示会での出展ブースの様子



戦後の食べ物がなかった時代から60年以上小麦粉煎餅を作り続けていたが、日本国内の市場縮小に危機感を感じ4年前から本格的に輸出を開始。現在はASEAN諸国を中心にOEMを主として、売上全体の10%を占めている

展開国・地域 2015年 シンガポール、香港、マカオ、台湾、中国、インドネシア、オーストラリア

企業情報 所在地: 岐阜県加茂郡 従業員数: 13名  
 設立: 1953年1月 URL: <https://www.waka-kashi.jp>

事業内容 菓子(小麦粉・米粉煎餅)の製造

## 海外には弊社のような商品が少ない

戦後の食糧難の時代に創業者が小麦粉煎餅を作り始めたところ、とても売れました。以降小麦粉煎餅のベースはそのまま、クリームやつぶ餡をサンドするなど数種類の煎餅を60年以上作り続けています。海外への輸出事業は2004年から考えていました。理由は、日本国内での需要が落ち、業界自体が下り坂になったためです。2011年に上海展示会に誘われ、仕事で初めて海外へ行きました。それまで東京が大都市と思っていたのですが、上海はビルが林立し、東京を上回る都市でした。そのスケールに驚き、日本は市場が縮小に向かう中、海外は需要が多く、これからも市場規模が伸び続けるのを目の当たりにしました。弊社の強みである賞味期限が他の菓子より長いことや、米粉で作るグルテンフリーの商材なら差別化ができると考えました。戦略として最初は自社ブランドで売り込むより、国内の主力であるOEM事業を海外でもアピールすることにより、ASEANの菓子メーカーが低コストで広めている商圏から離れて、利益が産みだせる市場で勝負できるのではと考えました。

## ジェットロ専門家と一緒に戦略を立てる

最初は公的機関である岐阜県産業経済振興センターに相談し、2015年のシンガポール商談会の際、現地通訳を派遣していただきました。その時、同振興センターの事務所にジェットロのパンフレットが置いてあり、ジェットロを紹介していただきました。そこから「新輸出大国コンソーシアム」による支援制度の存在を知り、専門家と一緒に戦略を立案し、契約に至るまでを指導してもらいました。また、ドイツのフランクフルトを訪問した際は、ジェットロ・デュッセルドルフ事務所から現地の情報を入手しました。今では海外の売り上げは全体の10%を占めるようになっています。うち海外企業のOEM製品が8割です。これは弊社がOEM製造を得意としており強みを生かした結果です。OEM製品は、シンガポール、香港向けに輸出し、自社ブランド製品は、中国(上海)、香港、マカオ、台湾、インドネシア、オーストラリアへと輸出しています。ASEANは食品輸出については受け入れやすい分競争も激しいです。今後は築き上げた海外ルートを広げるとともに、欧州やオセアニアへも輸出しようと考えています。

## 自社の強みからビジョンを考え、動くことが大切

誰にでも可能性はありますので、あとは自社の得意な柱から広い視野を持ちビジョンを考え、ガンシャラに行動するだけだと思います。まずは、食のカロリー摂取の傾向から国内需要を考察しました。若い方は年配者よりもカロリー摂取量自体は多いのですが、日本国内では少子高齢化の影響で同じ人口でも食のカロリー摂取量が少ないので、国内市場での需要の先細りが予想できました。しかし、海外に目を向けるとASEANだけでも人口30億人規模の市場となっています。日本市場が縮小し、海外進出の必要性は15年前より認識しておりましたが、やろうと思ってもやり方が分かりませんでした。ジェットロを知っていれば、もっと早く海外進出ができたと思います。動くことの大切さを今さらながら痛感しています。そして、動けば仲間が増えます。ヒューマンパワーが必要ですが小規模、零細企業の会社にとって新たに専門の人を雇用することは、金銭面からリスクが大きいです。自社だけで進もうとせず、ジェットロや金融機関、産業経済振興センターなどに何でも相談することを心掛けております。成功の最大の鍵は、ネットワークを作ることだと思います。



成功の最大の鍵は、  
 ネットワークを  
 作ることだと思えます

代表取締役  
 若林 哲司 氏



### 専門家からのポイント

OEM製造に重点を置いて商談を進めていた点としては、価格帯、味、形状の部分で海外バイヤーの要望にしっかりと耳を傾けたことが挙げられます。他社メーカーのように、海外へ商品を出しておしまい…ではなくしっかりとバイヤーに寄り添った動きに留意しました。現地での輸入禁止成分を取り除いて新しい原材料で商品を作る柔軟性もポイントです。また、英語のやり取りの中で分からない点はすぐに専門家に確認するなどスピード感ある対応も重要かと思えます。SNSを活用した関係者全員の密なコミュニケーションも上記の役に立った要因ですね。



# 三栄鶏卵株式会社

2008年に自社養鶏場の運営を開始。2012年にシンガポールAVAから採卵鶏農場の認定を取得。同年に「まんげつ濃厚卵」の輸出を開始し、2018年は年間8トン輸出

展開国・地域 2017年 シンガポール

企業情報 所在地: 愛知県岡崎市 従業員数: 41名  
設立: 1980年4月 URL: <http://www.sanei-tamago.com/>

事業内容 鶏卵(生食用)および加工卵販売・卸、生産



1 2016年に「シンガポール伊勢丹」で行ったデモンストレーションの様子

毎年、自社スタッフを派遣して厚焼き玉子づくりを実演している

2 日本の卵の価値を伝えるため、おいしい食べ方も合わせて提案

3 シンガポールに輸出している「まんげつ濃厚卵」と「三栄たまごPREMIUM」



## 手探りで切り開いた輸出までの長い道のり

私は大学卒業後、食品商社に勤めていました。そのため、国内も海外も商品の流通は、物流の違いだけという認識でした。そして弊社にも、「まんげつ濃厚卵」という世界に誇れる自社ブランド卵があるのだから、必要とされる国に届けたいと思って、2009年から海外輸出に向けて動き始めました。当時、生卵が輸出できる国・地域はシンガポール、香港のみでした。日本もまだ海外輸出の体制が十分ではなかったので、輸出に関する情報が全くない状況でした。ほとんど手探りで思い当たる機関に尋ね、最後にたどり着いた農水省でようやく、シンガポールの輸出規定に関する書類を入手できました。しかし、これで一件落着とはいかず、結局、規定をクリアするのも輸出ルートを探すのも自分で行いました。途中、何度も心が折れそうになりましたが、申請手続きと並行して現地大手日系デパートと契約の話を進めていたので、何とか踏ん張って2012年によく申請許可を取得できました。

## 価格競争から脱却して価値を売る輸出を目指して

輸出国をシンガポールに決めたのは、商品よりも「価値を売りたい」と思ったからです。香港は日本の都道府県機関に施設登録を行うことで輸出できるのに対し、シンガポールは同国が定めた養鶏場の認定取得が必要でした。そのためハードルが高く、現在も日本から卵を輸出している企業は6社のみです。弊社が許可を取るまで10年もの間、日本からの新規参入が途絶えていました。だからこそ、日本のおいしい卵を待っている人がいると思い、価値を売ることに繋がると考えました。輸出が始まると同時に、店頭でデモンストレーションを行いました。「まんげつ濃厚卵」とローカルの卵で温泉卵を作り、食べ比べてもらったところ現地消費者の反応は上々で好感触を得たことを確信しました。ローカルの卵に比べて割高でも、おいしいと思った人たちが納得して買ってくださいました。今でもデモンストレーションを大切にしている、年4〜5回は行っています。店頭に立つスタッフは玉子焼き職人に教えを請い、完璧な厚焼き玉子が焼けるようになりました。

## ジェットロのネットワークで夢が現実

シンガポールへの輸出が軌道に乗ると、フラッグシップになるレストランと契約したいという新たな夢が生まれました。狙いはただひとつ、シンガポールのランドマークとして一躍有名になった「マリナーベイサンズ」でした。レストランに関しては全くルートがなかったので、2017年にジェットロ「新輸出大国コンソーシアム」の専門家による輸出支援サービスを利用しました。専門家の方に「マリナーベイサンズ」の話をする、彼の知合いの知り合いを通じて、ホテルに入っているミシュラン二つ星レストラン「ワクギン」のスタッフとつながることができました。サンプルを渡すことができ、契約につながりました。私もそれなりのネットワークを築いて来たつもりでしたが、ジェットロのネットワークは一民間企業には到底及ばないものでした。現在は台湾への輸出を視野に、ジェットロの商談会に参加したり、現地プロモーションに向けて準備を進めています。折れない心とネットワークがあれば、どの国でも道は開けると信じています。



代表取締役社長  
市川 尚宏 氏

商品を売るのではなく  
おいしさを伝える。  
ストーリーを大切に

専門家からのポイント



「日本の高級濃厚卵を世界へ」をテーマとした三栄鶏卵の輸出への取り組みは、シンガポールにおいて「EGGではなくTAMAGO」として受け容れられています。同社の成功要因として、業界分析力を生かした標的顧客の選定眼と間髪入れない超高速アプローチ力が挙げられます。また、年間複数回におよぶ売場での地道な実演デモンストレーション活動も忘れてはなりません。そのため、毎回スピード感のある対応支援を心掛けました。今後、シンガポールでの販売モデルをアレンジし、台湾や米国市場へもトライする予定です。

# 株式会社 コモ

- 1 本社工場の様子
- 2 国内生産に拘っているロングライフパンシリーズ
- 3 香港に設置されている商品のロングライフパン自動販売機
- 4 香港「FOOD EXPO 2017」に出展した際のブースの様相



イタリアの製法で製造したロングライフパンを香港の展示会に出品し反響を得る。最終的には、欧米進出を目指しているが、あくまでも日本で生産した商品を輸出することに拘りを持つ

展開国・地域 2017年 香港

企業情報 所在地: 愛知県小牧市 従業員数: 198名  
設立: 1984年6月 URL: www.como.co.jp/

事業内容 ロングライフパンの製造、販売、卸

## 香港の展示会で大反響

弊社の商品であるロングライフパンは、北イタリアでしか生息しないパネトーネ種乳酸菌を年に1回空輸し同じ製法で製造しています。日持ちがする上、保存料無添加で健康志向なのが特長です。海外進出を考えたのは、日本も少子高齢化により人口が減りパン市場縮小が懸念されるためです。それにグローバルな会社であることを世間一般に知っていただければ、売上げに貢献、人材確保などいろんなメリットがあると考えたからです。当初、中国や台湾から引き合いがありました。彼らは技術が欲しいだけなのが分かり断りました。2016年8月、香港の「FOOD EXPO 2016」に出展すると大反響をいただき、商機があると判断し輸出事業に取り組み始めました。その後、ジェットロや取引先金融機構の協力により現地のディストリビューターや小売業の関係者と商談を行ない、現在は国内商社を通じて香港に商品を輸出しています。2018年度からは香港に加え、シンガポール、ニュージーランドへの輸出も開始しています。

## ジェットロの海外ブリーフィングやE-mail相談は有効

ジェットロには進出先の実情や市場規模、食の習慣など、キーポイントを簡単に分かりやすく提供してもらいました。これは弊社だけでの市場調査ではなかなか分からず、現地に拠点を持ち、幅広い情報網やネットワークを有しているジェットロしかできません。その情報を生かして販売戦略を立案していく。私たちの力だけではとてもそんなことはできないし、やっぱり成功にはジェットロの支援があったお陰だと思っています。特にジェットロのサポートである「新輸出大国コンソーシアム」や海外ブリーフィング、E-mail相談は大変有効でした。今後の海外進出先の一つとしている東南アジアでは富裕層が拡大しているものの、まだまだ生活レベルに差があり、国によって物価が全然違います。今後はさらに豊かになって、食の安全性や健康志向の高まり、日本食に対する関心や認知度が高まってくると思いますので、少しずつではありますが輸出先を増やして行きたいと考えています。また、規制が厳しい欧米への輸出についてもハードルは高いですが、弊社内の製造環境や原料への対応を行い取り込んでいきたいと考えています。

## まずは進出先の市場の下調べをしっかりとすること

海外進出するにあたって、まずは進出先市場の下調べをしっかりとすることが大切で、いきなり行って失敗するのは愚の骨頂です。情報をしっかりと固めてから決断をする。内容は国によって全く違うので、自分たちの思いもしいことが多々あります。法律に違反していないか、商習慣を破っていないか、調べて行かないと痛い目に遭います。時間を掛けて慎重にじっくり調べて、現地の反応を見てからでも遅くはありません。その上で、やはり自ら現地に渡航して情報を収集することが肝要です。また、現地の商社に販売を任せるのではなく、自らの脚で販路を開拓すること。当初は投資が先行し、売上げが立たずに焦ることもあるでしょうが、諦めずに粘り強く行うことも重要だと思えます。



代表取締役社長  
木下 克己 氏

グローバルな会社は、  
売上貢献、人材確保など  
メリットがあります



### 専門家からのポイント

コモ社海外事業担当との間で、何よりも密なコミュニケーションを心掛けました。国内外展示会・商談会での立会・助言、海外同行出張での現地企業との商談同席、マーケティング調査(現地スーパー店頭調査)の同行支援など、常に現場での情報共有をベースに実際の把握、対策の検討、進捗状況などの理解に齟齬が生じないよう努め、さらに国内の面談時も含め、打ち合わせ内容を事前共有し、かつ面談時には活字でのメモを相互に用意し、日時、販売高推移など具体的数値を持って確認するなど効果的な面談を行うことができました。



# 有限会社 精肉のオクダ

食肉を中心に地元同業者と協力して、畜産農産品を輸出。十数年前にUAEへ業者を介して輸出した経験があるが、本格的に始めたのは「新輸出大国コンソーシアム」が始まった2016年から

展開国・地域 2016年 シンガポール、香港、台湾

企業情報 所在地: 三重県名張市 従業員数: 80名  
設立: 1983年9月 URL: <http://www.okuda-igaushi.com/>

事業内容 農産品、加工品、食品、食肉の販売、輸出、食品卸問屋、レストラン経営



- 1,2 台湾でのプロモーションの様子。奥田氏による調理実演①と、生産農場の紹介②
- 3 焼肉レストラン奥田の外観。1階が精肉店、2階は焼肉レストラン
- 4 焼肉レストラン奥田内観



## 海外へ行き「こだけ食が違うんや」と驚いた

2009年ごろにUAEから「肉を輸出しませんか?」と連絡がありました。UAEへの輸出は羽曳野にある業者しかできないということで、そこをお願いしたのが輸出の始まりです。今もハラールという独特の法律があるアラブ関連の取引は、その方に頼んでいます。しかし、海外輸出へのスイッチが入った最初の瞬間は、ヨーロッパ旅行に行った時でした。現地の食事情を目の当たりにして、こだけ食が違うんやと驚いたことからです。さらに海外も勉強していい肉を作っているなど。日本も霜降りは大事だけど、その中に日本の味っていわゆるものをもう一回作り直さなければ世界と戦っていけないと感じました。それに三重県名張市の人口は2009年に8万3000人だったのが、今は7万9000人。この先も減り続けると食が余ります。地元、ひいては日本が生き残るため、食肉はもちろんのこと、地元の農産品を外向きに持っていきたいということで、地元の畜産・農業の仲間たちと海外輸出に取り組んでいます。

## ジェット口の専門家には、すごく助かっています

ジェット口に「新輸出大国コンソーシアム」専門家の派遣をお願いしたのは2016年です。自力でがんばろうかなって思っていたんですけど、やはり言葉の壁があったり、国の状況も分からない。そのため攻め方が分からないのですが、どうしたらいいですか?と相談して香港へ一緒に行きました。同行した専門家は、イベントで自分が通訳と共に商談していると、助っ人として自分の聞き逃していることも聞いておいてくれるんです。弊社の話も聞いてくれるから、自分たちの特長を理解してアピールもしてくれます。さらに別の人の話も聞いておいてくれて、2人掛かりで商談の席で攻めることができました。こちらからタイへ行きたいと言った時は、タイの輸出量と輸入量のバランスシートを見せてくれたり、他社の動向を分かる範囲で教えてくれました。ほかにもお客様の情報をくれたり、どうやって攻めるか予想を立て、デモンストレーションできる場所ならこの食材を持っていかとか、一緒に作戦も立ててくれるので、すごく助かっています。

## とにかく現地に見に行く

とにかく現地に見に行くことですね。その国ってどんなもんなのか、それが正しいのか間違っているのか、いけるのかいけへんのか。そういうのも含めて見て欲しい。そこで、自分が閉ざしている心をどう開かかってというのが大事です。海外のイベントへ行けば、ボロボロになって帰ってくるかもしれない。だけど、今、こんなのが流行っているというような情報は得られて、何を攻めるべきか状況が分かってくる。これは、現地に行かないと分からない。日本語しかしゃべれなくても、通訳もジェット口もいて助けてくれます。あれこれ考えていないでとにかく行って、自分の頭でどうするか考えて欲しいと思います。そして、ジェット口に助けてもらう。どうすればいいか的確なアドバイスをくれます。その国の経済がどう変わって、食がどう変わるかを見ながら攻め込む。時代の流れに合わせて物売りをしていかないと、先はないと思います。



代表取締役

奥田 哲也 氏

地元、ひいては日本が  
生き残るため、  
地元の仲間たちとやっています

専門家からのポイント



精肉のオクダの特徴は、輸出を行う際に自社商品だけでなく地元名張市の他社製品も併せて輸出することを念頭に商談に臨まれていることです。このため、同社は地元名張市だけではなく、三重県内の各事業者と常時情報交換をされています。香港への輸出案件も交流活動の中で、現地の若手輸入事業者と出会うことにより始まっています。加えて、地元三重県庁との相互の信頼関係があることも大きなプラスとなりました。奥田社長の幅広い視点と度量の大きい経営姿勢、そして人望厚い人間性が中心にあるのは間違いありません。



# 有限会社 上野屋

- 1 輸出用として開発したイチオシ商材「こんにゃく香肌麺(かはだめん)」
- 2 本店外観
- 3 2015年より3回連続参加した、JETRO主催「日本産農水産物・食品輸出商談会in香港」での商談風景



展開国・地域 2017年 香港

**企業情報** 所在地: 三重県松阪市 従業員数: 16名  
 設立: 1986年8月 URL: <http://www.konnyaku.co.jp>

**事業内容** こんにゃくの製造・販売業・LPG・ガス器具の販売事業、  
 伊勢茶・しいたけの卸販売事業

## 自治体、商工会議所連合会の支援事業を利用して輸出に挑戦

かつて三重県では盛んにこんにゃく芋が生産されており、もともと弊社は地元で収穫されるこんにゃく芋を扱う問屋でした。しかし、輸送手段が劣悪だった当時、こんにゃく芋が腐ることに頭を悩ませていました。そこで、当地ではこんにゃくの製造に欠かせない水が、良質でかつ豊富にあることに注目し、60年ほど前からこんにゃくの製造を始めました。以来、こんにゃく職人として、品質第一に考え、お客様においしく召し上がっていただくという思いで商品開発に試行錯誤を繰り返しています。お陰様で、県内の大手スーパー、卸売業者などとは強い関係を有して安定経営に乗せることができています。しかし昨今、他社との競争激化などもあり売り上げが減少してきました。健康志向の追い風もあり、海外への販路拡大を模索するようになりました。そうした中、三重県商工会連合会の誘いで参加したマレーシアでの三重県フェアでアジア市場の勢いを感じ、本格的に輸出に取り組もうと決めました。

## 商材に馴染める消費者市場へ。マーケットインへ転換

マレーシアでの商談会では弊社商品の質が認められ、小規模での商談は成立しましたが、継続的なビジネスには結びつきませんでした。現地の消費者によれば、こんにゃくの「食感」がマレーシアの消費者にとって馴染みのないものだからだそうです。そこで、食文化が多様な香港市場をターゲットに、JETRO主催の商談会に参加することにしました。香港への輸出にチャレンジする中で、単発で終わらないビジネスを成立させるには、消費者のターゲットング、ビジネスパートナーの探し方、交渉のやり方、規制、認証取得への対応など、戦略的に取り組む必要があると考えました。そこで、マレーシアや香港で現地のJETRO所員からJETROのサービスの概要を紹介されたことを思い出し、JETRO三重に相談に行くことにしました。JETRO三重と相談し、JETRO「新輸出大国コンソーシアム」農林水産・食品分野の専門家によるハンズオン支援を受けることにしました。

## 香港進出の実現を機に、TPP市場へ挑戦

実務経験の豊富な専門家からは、定期的な面談によるアドバイスを受けるだけでなく、香港での展示会・商談にも同行してもらいました。事前準備、日々の情報整理、事後のフォローアップ、商談の進め方、パートナー候補の絞り込み、また商標登録、認証など、多岐にわたるアドバイスをもらい、二人三脚で計画の見直しと実践を繰り返しました。加えてJETRO・香港事務所からも市場視察、バイヤー候補紹介などの支援をしてもらいました。この甲斐あって2017年、香港の食品輸入卸への継続輸出の契約が成立しました。また、継続して輸出に取り組む中で、2019年には海外市場をターゲットにした新商品「こんにゃく香肌麺(かはだめん)」も開発しました。今後はこんにゃく麺を使ったレシピ提案なども進めながら、これまで学んだノウハウを実践し、一層の輸出拡大に取り組んでいきたいと思っています。まずはJETROなどの情報から現地を知って、実際に行って、見ることで、これが大事だと思います。

消費者の食習慣に馴染むような  
 食べ方、レシピなどを  
 提案していきたい

代表取締役  
 佐々木 幸太郎 氏



### 専門家からのポイント

佐々木社長は支援を始めた当初から、どこの国を攻めるか、そしてどの現地販売代理店を選定するかという、海外販路開拓について明確な座標軸を持っていました。選定にあたっては、まず自社選定基準を作り、ロングリストから絞り込み、身の丈に合う会社を決め、今も商品のPRをし続けています。私が支援したことは、海外販路開拓の方向性を一緒になって定めたということです。すなわち、「販路開拓のステップアップ」という年度テーマを決め、それに沿って販売のアクションプランを定め、その進捗を見守ったということです。