



卸売業

株式会社 mil-kin

- 1 携帯型微生物観察器「mil-kin(見る菌)®」スマホを使って菌を見える化し、飲食店や歯科などさまざまな現場で視覚的な衛生管理を可能に
- 2 Innovfest unbound 2019(シンガポール)
- 3 Gunma Innovation Award(GIA)登壇風景

「世界中から食中毒や感染症をなくす」をテーマに、「mil-kin(見る菌)®」を開発。2017年2月から支援を開始し、同年10月シンガポールへ初輸出、現在までに20カ国へ輸出拡大。2019年3月6日(mil-kinの日)にシンガポール現地法人を設立

展開国・地域 2017年から2019年までに、シンガポール・韓国・マレーシア・エストニアなど計20カ国

企業情報 所在地: 東京都千代田区 従業員数: 5名
設立: 1986年5月 URL: <https://www.mil-kin.com>

事業内容 携帯型微生物観察器 バクテリア・セルフチェッカー「mil-kin(見る菌)®」の開発・販売



「否定から入ってきた人」が担当専門家に

ベトナムを訪問した際に「mil-kin(見る菌)®」について高評価を得たため、最初はベトナムに輸出しようと思っていました。輸出候補国が決まったので、知識・ノウハウを得るためにJETRO「新輸出大国コンソーシアム」の専門家派遣へ申し込みました。審査面談の際、ある専門家に「ベトナムでは売れないのでは?高価格の製品はベトナム市場には合致しない、輸出のハブともなりうるシンガポールはどうか?」と自分の考えを否定されました。世界を見ている人はこういう視点・ベースがちゃんとあるのだと、その話を聞いてすごく腑に落ち、その場で輸出先を「シンガポール」に変更しました。最終的には「否定から入ってきた人」が担当の専門家となりました。今は、ただ「想い」だけで行きたいのではダメだなと感じており、その意味では、このJETRO専門家との出会いも運命の分かれ道だったかもしれません。

海外でも熱意は伝わる、誰かが助けてくれる

海外進出は難しいと思われがちですが、資金面は渡航費のみで考えるとシンガポール往復20~30万円程度。言葉も通訳を雇えば困りません。訪問先もJETROの専門家や現地事務所が手伝ってくれるため心配不要です。進出先をシンガポールに決めるからはJETRO以外にも国内のシンガポール関連イベントに顔を出すなど積極的に行動したことで、そこからつながった縁もあります。たまたま名刺交換したシンガポール政府系の方が現地ですさまざまな機関を紹介してくれたこともありました。もちろんそれ以外にも、自分でも訪問先をしっかりと下調べしていました。資金面は不安かもしれませんが、お金は後から付いてくると思うので自分を信じてやっていけば大丈夫だと思います。実際は辛いこともありますが、そこで終わってしまえばそれまでのもので、それを乗り越えられなければいけないんだと思います。

英語の勉強よりも、「mil-kin(見る菌)®」の研究へ2時間費やしたい

もちろん、英語はできるに越したことはありません。でも自分は英語ができないので海外では通訳を付けています。熱意があれば英語ができなくても一旦は大丈夫かもしれませんが相手に伝わらなければ空回りをしてしまいます。例えば、自分が1日2時間英語の勉強をする時間を捻出できたとして、英語学習にあてる方がよいのか、それとも誰も考えていない「mil-kin(見る菌)®」の研究に使った方がよいのかを比べると後者だと思うんです。英語は誰かができます。ただ、「mil-kin(見る菌)®」の使い方は他の人では発想できないはず。英語という壁を越えるためのツールはいくらでもあるはずなので自分がやるべきことを優先してそこは開き直りました。英語ができない、海外に行ったことがない、パスポートを持っていないなどの理由はつけられます。でも、海外に目を向けたことで、見えていなかった世界や常識、今まで出会うことのなかった人と出会えました。これが一番のメリットだと思います。可能性は無限大です。今後は、20カ国の輸出先を単発ではなく商流ベースに乗せていき、その後は50カ国・100カ国と販売していきながら社会インフラを作っていきたいです。



世界から食中毒をなくしたい
「mil-kin®」で菌未来®を創造し、
菌はその場で見る時代。

代表取締役
狩野 清史 氏



専門家からのポイント

mil-kinの商品は、スマホを活用した非常にユニークな商品で、そのコンセプトゆえさまざまな分野での需要が期待できました。専門家としての支援は、サンプルを手に、精力的にポテンシャルのある国々を訪問する同社に同行し、市場調査を重ねました。海外市場での隠れたニーズの掘り起こしは中小企業にとって大きなチャンスであり、訪問先での商談は毎回新しいニーズの発見でした。主要市場としてとらえたシンガポールでは、官、民双方から大きな興味が寄せられ、成功を応援していただきました。