



会社概要 平成28年12月現在

所在地 愛知県名古屋市緑区鳴海町杜若66 売上高 2,769百万円  
 代表取締役社長 浅井 直也 従業員数 238名  
 業種 製造業 U R L http://takasago-elec.co.jp/  
 (電磁弁、ポンプ、マニフォールド等) 海外展開検討国 アメリカ合衆国  
 資本金 90百万円

## 新しく開発した細胞培養システムの Webサイトを活用したアメリカでの市場開拓

### 1 事業概要

高砂電気工業株式会社は、1959年7月に名古屋市で創業し、小型耐薬液バルブやポンプの専門メーカーとして、長年積み重ねた専門技術と、課題解決型の製品提案により、その主たる採用分野である分析装置の発展に、流体部品メーカーの側面から貢献してきました。分析装置は、医用診断、環境測定、タンパクなど最先端分野での物質の特定、食の安全を含めた品質管理など、人々の健康と美しい地球環境維持のために今や欠かせない装置であり、その内部で同社の製品が活用され続けています。

主な取扱製品として、ソレノイドバルブ、ピンチバルブ、空圧駆動バルブ、ピエゾマイクロポンプ、ダイヤフラムポンプ、シリンジポンプ、マニフォールド、流路チップ、継手等、精密流体制御に関連するコンポーネントを豊富に取りそろえています。また、化学薬品、溶剤、分

析用サンプルなど、特殊な流体を扱える材質を選定しており、用途は診断装置、環境測定装置、各種の化学分析装置、医療機器、インクジェットプリンター、燃料電池など、様々です。更に、既存の製品単体を紹介するだけでなく、顧客の用途に合わせて、特注品にカスタマイズすることを得意としており、複数コンポーネントを組み合わせた流体モジュールも製造しています。



### 2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

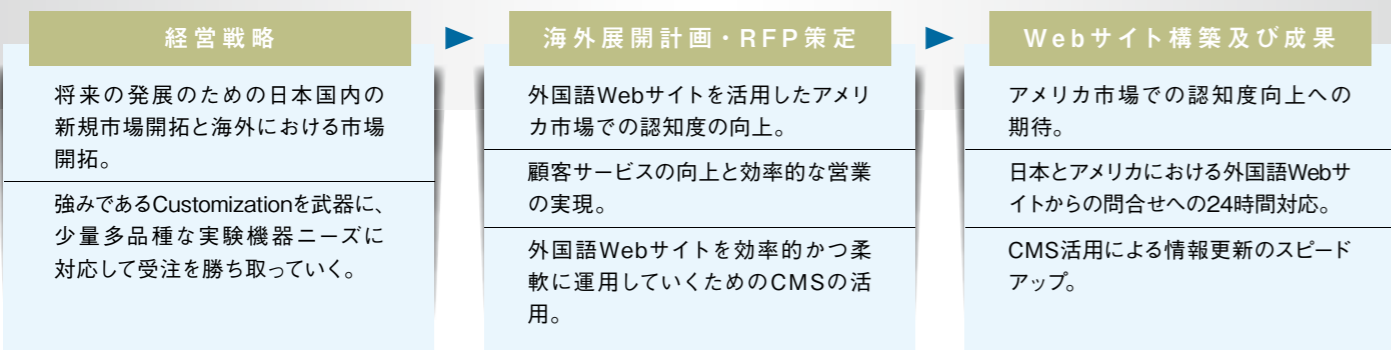
当社の経営課題の一つとして、日本の国内既存市場の成熟化への対応が挙げられます。当社の製品は、血液分析装置や人工透析機などの医療分野、水質分析装置や排ガス分析装置などの環境分野で使用されていますが、これらの分野における日本市場でのシェアは推計で既に50%を超えており、今後の大幅な拡大は期待できない状況にあります。従って、将来の発展のためには、日本国内の新規市場開拓と海外における市場開拓が必須となります。その内、海外市場に関しては、中国において既に日本国内と同様にシェアを獲得してきた一方、大きな市場があるアメリカでのシェアが非常に小さいことから、今後はアメリカ市場への更なるアプローチが必要

となっています。

特にアメリカの再生医療を含めた医用機器市場は、日本の何倍もの規模があり、潜在顧客も多く存在することが想定されています。再生医療分野への参入に関しては、長年培った同社の流体制御技術を転用できるため、参入障壁は高くないと推測されます。更に、マーケットの多様化は、売上拡大のみならず、成長の持続性や経営の安定性の向上の面からも期待が持てます。

これらのことから、日本国内の新規市場開拓とあわせてアメリカ市場への展開を推進し、売り上げ拡大を図り、持続的な成長を目指すべく、海外展開計画を策定しました。

### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



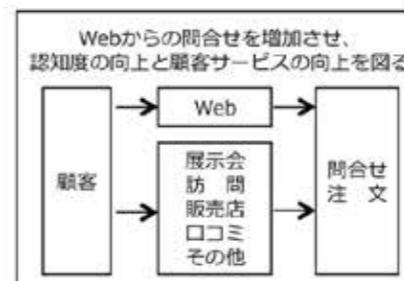
### 3 外国語Webサイト構築の目的と実施内容及び成果等

#### ■ 外国語Webサイト構築の目的

アメリカは世界第一位の経済大国であり、先端的な流体制御技術を要求する装置メーカーが多数存在しています。一例として、Body-on-a-chip (体内環境を流路チップで再現する手法) といわれる領域が、再生医療分野において、近年、大変注目されていますが、これらは先端的な流体制御技術が必要とされる領域です。

この領域の研究に対しては、Food and Drug Administration (FDA)、National Institutes of Health (NIH)から巨額の研究開発費が投じられており、その額は2023年までに100億円以上ともいわれています。また、日本の製薬企業の一部には、先行するアメリカに創業事業を任せようとする動きもあり、アメリカ市場への注目度はますます高まっています。

成熟化傾向にある日本市場に対し、未開拓要素の多いアメリカでの展開を強化し、売上の拡大を目指すという同社の計画のもと、アメリカにおける認知度の向上と、顧客サービスの向上、効率的な営業を実現させるべく、Webサイトを最大限に活用したマーケティングを推進することとしました。



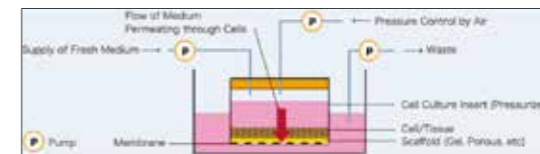
#### ■ 構築にあたってのポイント

Webサイトを活用したマーケティングを推進するにあたり、認知度の向上と、効率的な営業の面では、大手装置メーカーを対象とした大量受注については、Webサイト上では難度が高いのではないかと仮説しました。そこで、当面は再生医療・創薬分野の研究者・実験室ユーザーを重点ターゲットとし、特に同社が新しく開発した細胞培養システムを前面に打ち出していくことにしました。

これは、同社のユニークな製品の情報をWebサイトにアップして、潜在ユーザーの興味を引き付けつつ、強みであるCustomizationを武器に、少量多品種な実験機器ニーズに細やか

に対応して、受注を勝ち取っていくことを目指すものです。

以上を踏まえ、Webサイト構築においては、運用の効率性や柔軟性、更新頻度の向上を実現するCMS (Content Management System) の活用と、営業促進のための仕掛けとなるランディングページの構築等をポイントとしました。



#### ■ 構築されたサイトの評価と期待される効果

- ①アメリカ市場での認知度向上への期待  
 今後、同社が独自に行うリスティング広告等により、アクセス数の向上を図ることで、アメリカ市場での認知度の向上が期待できます。
- ②日本とアメリカにおけるWebサイトからの問合せへの24時間対応ランディングページ等の活用により向上が見込まれる問合せについて、Webサイト経由で日本からも対応が可能となり、更に両国の拠点間の連携より24時間対応も可能となります。
- ③CMS活用による情報更新のスピードアップ  
 従来は情報更新のほとんどを外部に委託していましたが、CMS導入により自社内で情報更新が可能となり、新製品情報等の効率のかつ柔軟な情報提供が実現できます。



### 4 今後の見通し

今後は、リスティング広告等により、アクセス数の更なる向上を図るとともに、CMSを活用してWebサイト情報を充実させながら、目標としているアメリカからの問い合わせ件数を、公開後1年間で月平均40件 (現在16件) まで増加させていく計画です。

一方、今回、特に注力してWebサイトを制作した細胞培養システムだけでなく、今後、業務用プリンターなど液体の循環装置の必要な様々な分野での新規顧客開拓を目指し、販売戦略を計画・実行していくことが望まれます。

#### 担当専門家から一言

中谷 泰

中部本部 国際化支援アドバイザー

高砂電気工業株式会社の今回の取り組みは、外国語Webサイトを活用した市場開拓とともに、営業支援も実現しようとするもので、非常に興味のある取り組みです。また、対象国がアメリカであることから、日本と現地の時差を考えると24時間対応が可能であり、国際的に外国語Webサイトを活用していく大きなメリットとも言えます。





会社概要 平成28年4月現在

所在地 愛知県小牧市大字中下之坪505-1 売上高 5,493百万円  
 代表者 代表取締役社長 木下 克己 従業員数 194名  
 業種 食品製造業 U R L http://www.como.co.jp/  
 資本金 222百万円 海外展開検討国 香港

## 香港におけるロングライフパンの 販路開拓についての支援

### 1 事業概要

当社は創業33年の愛知県小牧市のパンメーカーです。主力製品であるロングライフパンは、社名の由来でもあるイタリア北部のコモ湖周辺で生育する、乳酸菌が共生している特別な酵母パネトーネ種を使用しています。パネトーネ種の特長を最大限に活かし、風味と口どけのよさ、そして長期間変わらないおいしさを実現しました。

パネトーネ種を使用し、本場イタリアの伝統製法を受け継いだ当社製品は、水分活性が低く酸度が高いのが特徴です。このことが保存料無添加で長期間持ちすることに大きく関与しています。また製法の特徴である長時間熟成発酵は、小麦粉のタンパク質をアミノ酸に変え、旨みを引き出しています。

当社はISO9001認証を取得しており安心安全な製品づくりの下、量販店、コンビニエンスストアでの販売、また賞味期間の長さを活かした自動販売機での販売や災害時の非常食としても利用され、多岐に渡る展開をしています。

最近では熊本地震にも支援としてパンを優先的に供給し、自治体から高い評価を戴くなど、自然災害時にパンの供給による支援を行っています。

今後は海外にもおいしいロングライフパンの食文化を広めるべく販路に取り組んでいます。

### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

日本は人口減少に加え、少子高齢化に伴い、パンの消費量も減少してきております。反面、香港をはじめとした東アジアでは今後も人口の増加が見込まれることに加え、経済力の上昇による食文化の多様化が進むと考えられます。今後の売り上げ減少分を補うため、海外市場の開拓を推進しております。

当社が当面のターゲットに設定した香港の一人当たりのGDPは、東アジア・アセアン地域では突出した値であり、日常的に日本食を買える層は、総世帯数（約224万世帯）の30%弱に及ぶ65万世帯とも言われております。加えて、年間の観光客が5,900万人

に達し、内4,600万人が中国からの観光客のため、帰郷後、香港で食べた日本食の美味しさを伝えるなど、香港を介在して中国へも販路を拡大するチャンスもあります。

また、香港は輸出障壁も低く、関税も無いことから、日本と同一ような環境下で、富裕層の多い香港への販路開拓が進むのではないかと期待しております。最終的には、香港を足掛かりとし、中国やアセアン諸国への販路も視野に入れ、海外展開をして行きたいと思っています。

#### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ

##### 経営戦略

将来の国内市場の縮小を見据えた成長戦略。

新商品の開発とアジア地域への販路開拓。

輸出戦略を通じてグローバル展開を目指す。

##### 海外展開計画策定

販路開拓の可能性が高い地域での卸売並びに小売販売展開。

販売力のあるディストリビューターへのアプローチ。

周辺地域への販路拡大。

##### 資料・現地F/S及び成果

商品の評価と市場参入の可能性確認。

輸入代理店との商談進捗。

### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

香港をターゲットとして、中小機構の海外ビジネス戦略推進支援事業（F/S支援事業）を活用し、現地の小売・卸売業者を訪問し、次の観点から、現地の商流・物流の実態を調査することにしました。

- ①一般的なパン、競合品を含めロングライフパンに関する市場調査
- ②現地代理店（パートナー）の探索

また、これに先立って、香港 Food Expo 2016 に出展し、当社のロングライフパンに対する現地の反応が良好であることを確認した上で、現地調査に臨みました。

#### 現地アポイント等

現地代理店（パートナー）の探索では、香港の日本食品輸入業者大手2社を含む11件のディストリビューターと4件の小売業者を訪問しました。

ロングライフパン等に関する市場調査では、香港各地の食品量販店やスーパーを訪問し、競合品の品揃え、価格等を確認しました。

#### F/Sの実施内容と成果

今回の現地調査に向けて、冷凍1年間で解凍後35日間という賞味期間のテストに合格した商品のサンプルを準備して、アポイント先を訪問しました。

香港の大手日本食品輸入業者2社との商談では、ロングライフパンが香港市場一定の需要があり、当社製品の品質に高い評価を受けたものの、価格面の開きや独占契約という条件もあり、交渉には時間がかかることがわかりました。

中堅日本食品輸入業者との商談では、当社のロングライフパンを高く評価し、グループ内の販路にて販売してみたいとしてサンプル出荷の成約に至りました。

また、多くの日本食品輸入業者から、日本からの冷凍コンテナの確保が困難であることから、常温コンテナで輸送したいとの要望を受けました。

このほか、小売・レストランとの商談では、香港では、焼き立てパンが主流であり、当社のロングライフパンの3分の2の価格で流通しているため、この分野での販促には克服すべき課題が多いことがわかりました。

現地の商流・慣行に慣れない中での調査でしたが、現地アドバイザーや通訳の方々など関係者の協力を得て、このような成果を得ることができました。

さらに、現地では焼き立てパンのほか、ロングライフパンの競合品が、比較的安く出回っていることが確認できました。ただし、それらは当社のロングライフパンと違い、脱酸素剤等を使用することで、長期の保存を可能とした商品であり、これらの商品との差別化や、前述の常温での輸送など、販促に向けて取り組むべき課題が、整理できたことが大きいと思います。



### 4 今後の見通し

第一段階では、F/S調査により、香港市場での販促の手がかりを掴むとともに、商品開発やパートナーの選択の課題や方向性が整理できました。これからいよいよ第二段階のディストリビューターへの販促段階に入ります。

今回のF/Sにて改めて課題となったのは競合品との価格差です。品質的に優位にたっていたとしても、それがどれだけ香港の消費者にアピールできるかがポイントだとわかりました。

香港から帰国後、速やかに常温60日間の賞味期間の商品テストを開始しました。引き続き、香港特有の多様なニーズに応えながら、商品開発を進めたく思っております。

#### 担当専門家から一言

##### 西村 修二

中部本部 国際化支援アドバイザー

輸出という新しい分野のビジネスですが、一つひとつ課題をクリアして着実に商圏を確保されることを望んでいます。最終目標達成に向け、粘り強くサポートさせて頂きたく思っております。



会社概要 平成28年6月現在

所在地 愛知県名古屋市中区三軒町234  
 代表取締役 加藤 正吾  
 業種 電気工事業  
 資本金 200万円

売上高 3,018百万円  
 従業員数 45名  
 U R L http://www.hikaridenki.co.jp/  
 海外展開検討国 ベトナム

## ベトナムで電気工事業を 立ち上げる

～日本の建築を電気の側面から海外へ～

### 1 事業概要

当社は、大規模な集合住宅、企業の生産施設などの建設工事における電気工事の設計・施工・管理を行う事業者として昭和34年に創業しました。

当社は常に最高品質を求める世界トップクラスの施工実績を持つ日系ゼネコンと多くの取引があることから東海地区で確固たる知名度を有しています。

特に、日本国内におけるマンションの施工実績は年間60件以上あり、「設計施工を得意とする技術者集団」としてお客様の要望に応じ、電気工事を通じてお客様が何を実現したいのかを常に考え行動しています。

時にはお客様が自覚していない潜在的な願望さえも引き出し、実現する努力を行っております。



当社の仕事は、電気工事のみを行うものではなく、当社との事業を通じてお客様が手に入れたい「価値」を提供することにあります。そのため、お客様のニーズのヒアリングから提案、設計、施工まで一貫したサービスを提供し実現していくことで、より世界に大きく誇れる事業として展開していきたいと考えています。



### 2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

東海地区の建設業界においては、昨今の名古屋駅周辺の再開発に労働力が集中しており、当社が請け負う工事現場の労働力にも影響が出始めています。

また、労働力の高齢化も進んでおり、若手の育成が急務となっております。

日本国内における電気工事の設計・施工・管理の需要はまだまだあるものの、新築からリノベーションへ移行しつつある昨今の住宅意識の変化や、減少傾向にある日本人口の推移を鑑みて、国内市場が好調なうちに海外展開への足掛かりを作る必要性を感じました。

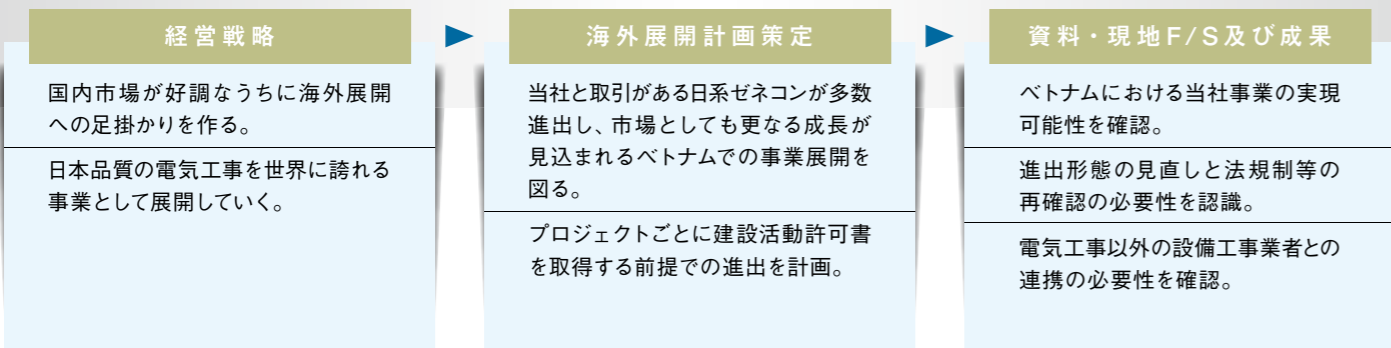
対象国の選定にあたり、当社既存取引先の日系ゼネコンが多く進出しており、且つ、市場として更なる成長が見込まれるベトナムを

対象国とし、日本国内事業と同様に、ベトナムでの建築工事における電気工事業者としての参入を検討することとしました。

同時に、法規制等を確認しながら、人的交流も行い日本の施工管理を学んだ人材を活用することでダイバーシティを推進したいと考えています。

進出方法については、海外展開計画策定における事前調査にて、建設業においてはプロジェクトごとに建設活動許可書を取得することでベトナム国内での工事受注が可能であることが判明したため、ノウハウが確立するまでは、プロジェクトごとに進出していくこととし、ノウハウ・受注規模・安定性が得られた段階で駐在員事務所、もしくは現地法人の設立を再検討することとしました。

### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



### 3 F/Sの目的と 実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

- ①ベトナムに進出している当社既存取引先の日系ゼネコンとのベトナム国内における取引可能性調査。
- ②設計面で協力を得られそうな日系のベトナム現地法人との取引可能性調査。
- ③電気工事に必要な電材の仕入先となる企業との取引可能性調査。
- ④ジェトロ海外事務所(ハノイ・ホーチミン)におけるサービス内容の確認と現地情報の収集。
- ⑤日系金融機関のベトナム国内支店とベトナム国内の現地金融機関におけるビジネスマッチング等のサービス内容の確認とベトナム国内の商取引における決済方法の確認。

#### 現地アポイント等

- |                  |    |
|------------------|----|
| ①ゼネコン(日系)        | 2先 |
| ②設計事務所(日系)       | 1先 |
| ③仕入先候補           | 7先 |
| ④ジェトロ(ハノイ、ホーチミン) | 2先 |
| ⑤金融機関            | 4先 |

#### F/Sの実施内容と成果

- ①ベトナムに進出している当社既存取引先の日系ゼネコンは、現地法人を設立せずプロジェクトごとに建設活動許可書を取得しているケースが多いことを確認しました。しかし、その下請けとなる当社のような電気工事会社等は、小口の案件にも臨機応変に受注できるよう、現地法人等を設立して営業しているケースが多いことを確認しました。

また、ベトナム国内におけるゼネコンから下請業者への発注方式においては、日本の様に電気工事部分等までの細分化が図られておらず、「建設部分」と「設備部分」に大別して発注して

いることから、当社が日系ゼネコンの一次下請業者になるためには電気工事だけでなく、給排水工事・空調工事・ガス工事等の設備工事をトータルで受注できる体制を構築しなければならぬことがわかりました。

- ②設計面において当社既存取引先の日系ベトナム現地法人の設計会社から協力を得られることが確認できました。

- ③ベトナム国内において電材の仕入先は豊富にあることが判明し、またその中の数社はその設置工事に加えて、空調や給排水工事まで対応可能なことがわかりました。

また、今回の調査先の中には受電機器や照明器具を内製しているメーカーも在り、日本向けに生産委託の可能性もある事業者も見つかりました。

- ④ベトナム国内における日系ゼネコンは工場案件が多く、大型建設案件は大手企業が既に進出済みであることから減少傾向にあることがわかりました。その一方で、中小企業のベトナム進出は未だ増加傾向にあり、中小企業の進出の際にはレンタル工場を利用することが多いことから、工場関連の建設はレンタル工場にシフトしていることがわかりました。

当社は電気工事を生業としているため、レンタル工場において十分に需要はあると確信が持てました。

- ⑤ベトナム国内の多くの金融機関において電材の仕入先や税理士、コンサルタントとのビジネスマッチングが可能であることが確認できました。

また、ベトナム国内企業から電材等を仕入れる際は、決済面において駐在員事務所、もしくは現地法人を設立することが現実的であることが判明しました。



### 4 今後の見通し

今回のF/Sでは、電材の仕入先調査に重点を置き、その結果、電材の供給及びその設置工事に対応できる企業が多数見付き、ベトナムにおける当社の電気工事業が実現できる目途が立ちました。

次のステップは売上見通しの精度を上げることです。そのために、当社と取引があり、今回調査対象先としなかったベトナムに進出済みの日系ゼネコンに対し、国内外問わずにコンタクトを取り、ベトナム進出後の受注見通しを更に調査したいと考えています。

また、事前調査の段階においてはプロジェクト毎に建設活動許可書を取得し事業を展開することを想定しておりましたが、ベトナム国内でF/Sを行うことで、ベトナム国内企業と取引する上で、駐在員事務所、もしくは現地法人を設立することが必要であることが判明したので、今後はいずれかでの進出を前提に設立に必要な法規制と必要経費等を改めて確認・検討していきたいと考えています。

更には、ベトナムからの技能研修生の受け入れ、あるいはベトナムに知見の有る日本人の雇用を積極的に行うことでダイバーシティを推進したいと考えています。

一方で、当社のような「電気工事部分」だけではベトナム国内において日系ゼネコンの一次下請になることが困難であることが判明したため、給排水・空調・ガス等の工事を担える業者との連携を図るためにも更なるF/Sが必要になることから、今後も、今回の事業を参考に海外展開を実現させていきたいと考えています。

#### 担当専門家から一言

#### 砥板 種弘

中部本部 国際化支援アドバイザー

現地で電気工事に必要となる電材の調達や電工を確保できるかどうかを調査する目的で、合計7先を往訪した結果、その全てが調達先あるいは外注先になり得ることが確認できました。全ての調査先との取引が見込めることは、私の経験上は稀なことで、当社が機構任せにされず独自にJETROや取引金融機関を活用される等、資料F/Sに足りなかったが故でしょう。





会社概要 平成29年1月現在

所在地 愛知県豊橋市高田町字下地25-1  
 代表者 代表取締役 鈴木 昌敏  
 業種 だんご、五平餅等の和菓子販売  
 資本金 15百万円

売上高 2,250百万円  
 従業員数 160名(製造グループ会社を含む)  
 URL http://www.yagumo.co.jp  
 海外展開検討国 シンガポール

## シンガポールにおける冷凍和菓子の販路開拓についての可能性調査

### 1 事業概要

当社は1978年の設立以来、「お客様に喜ばれる商品を提供することを第一に、安全で安心していただける和菓子をお客様との心の通う対面販売を通じてお届けします」をビジョンに掲げ、約40年にわたるだんご、五平餅、わらび餅、大福餅等の販売に取り組んでいます。

また、業界の大半が、アメリカやオーストラリア、タイ等の安価な外国産米粉を原材料として使用中、同社は国産米粉にこだわり、使い続けています。2倍以上のコストはかかりますが、国産米の風味と日本の伝統食品の本質的な良さを世の中に広めるために努力しています。

特に当社が研究を重ねているのが、自動化による量産体制と急速冷凍技術・ノウハウであり、1年という長期間の消費期限を実現するに至っており、業界屈指のレベルとして評価されています。

当社の商品は、地元である愛知県下で60%を超えるトップシェアを確保しており、近年では、高速道路のパーキングエリア等におけるシェアも高まっています。



### 2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

和菓子については、国内では中高年齢層を中心とした消費に支えられている側面が強く、今後、少子高齢化が加速する局面において、国内需要が徐々に低下することが予想されます。

一方で、アジア圏においては、軒並み順調な経済成長が続いており、比例して人口増加も見込まれています。加えて、折からの日本食ブームが起これ、SUSHIやRAMENといった日本食の認知度が急速に高まっています。

そこで、国内の既存市場の深耕に加え、海外市場における消費者の新規獲得を行うことで、経営基盤の強化を図ることを目的に、テストマーケティングに着手することになりました。

あわせて、海外市場におけるニーズを把握し、国内で販売している商品に加え、海外に最適化した新たな商品開発にも取り組むこととしました。



### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ

#### 経営戦略

将来の国内市場の縮小を見据えた新たな成長戦略。

①国内で展開している冷凍和菓子を海外にも展開し、日本の食文化を発信するとともに、海外市場を開拓。

②海外市場のニーズを捉えた新たな冷凍和菓子の開発。

#### 海外展開計画策定

シンガポールをアジアのハブと捉えてテストマーケティングを実施し、将来的には香港、豪州等も視野に入れた計画に発展させる。

①百貨店・スーパー等への販路開拓手法の確立。

②新商品開発に向けたニーズやテイストの傾向に関する情報の収集。

#### 資料・現地F/S及び成果

冷凍和菓子が「世界市場で戦える可能性のある日本のスイーツ」であることが確認できた。

①和菓子への認知度は相対的には低いものの、十分にニーズと商機があることを確認。

②現地ニーズを把握するとともに、国内より速いサイクルでの新商品の開発・投入の必要性を確認。

### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

事前の調査により、海外市場における日本のスイーツについては、近年、抹茶や柚子を使った菓子類が普及していることがわかりましたが、和菓子については「MOCHI(もち)」という単語が認知されている程度で、それ以外の和菓子については、ほとんど認知されていないことがわかりました。そこでF/S支援における、テストマーケティング先の選定では、A.日本よりも暑い気象条件が冷凍技術による長期の消費期限という当社の強みを一層活かせる、B.一定の購買力を有し、新商品等に対する受容性及び国際的な波及効果が高い、という仮説のもと、シンガポールを対象国とし、以下3つの観点から調査を実施しました。

- ①和洋菓子等既存スイーツ市場調査
- ②現地の甘味レベル、テイスト、売れ筋調査
- ③市場獲得に有効な販路開拓手法調査

#### 現地アポイント等

日系百貨店・同スーパー・食品専門商社のバイヤー、ケーキパティシエ、外食産業調理人、先行進出済みの日系厨房道具問屋、食品製造会社等にアポイントを設定し、訪問・ヒアリングを実施しました。

#### F/Sの実施内容と成果

結論として、シンガポールにおけるスイーツへのニーズは非常に高く、しかも新しい商品を常に探している傾向が強いため、和菓子を本格的に取り扱うチャンスは十分にあると考えられます。ただし、流行に流されやすいという風潮が強く、定番化するのには相当困難なため、国内よりも速いサイクルでの新商品開発、投入を行うことがカギとなります。

既存スイーツ市場では、ベーカリーを含め、ケーキやクッキー、マカロン等のいわゆる洋菓子が主流を形成していましたが、鯛焼きやいちご大福を販売する店舗もあり、人気の高い抹茶スイーツを加え、和菓子の注目度は上がっています。あわせて、株式会社宗家源吉兆

庵や株式会社シャトレゼに代表される日系進出企業が、現地で大切に支持されている様子も見受けられ、参考になるとともに刺激を受けました。

和菓子では、MOCHIを使った商品のニーズが高く、黒ごまやきな粉をまぶした商品が訴求力を持っていることがわかりました。価格帯については、高すぎず安すぎない適正価格を設定する必要があり、十分な競合商品調査を行ったうえで値決めをすることが重要となります。

また、現地の甘味レベルについては、甘さ控えめのマイルドなテイストを好むことが判明しました。近年、シンガポールでは、健康・ダイエット志向の高まりから、以前のような濃厚な甘さは求めない傾向が顕著になっており、商品開発上の大きなヒントを得ることができました。

更に、今回の現地調査を通じて、販売促進策に関し、実演販売が有効であることや若年層を中心にSNSや有力プロガーの活用についても情報収集できたことも成果です。



### 4 今後の見通し

今回のF/Sから、日本の和菓子について、一定の認知度はあるものの、本格的な上陸はしておらず、十分に商機のあることが確認できました。当社がこの商機を活かすには、会社の中長期計画を再考し、海外戦略を立案することが重要です。具体的には、推進体制の構築やリーダーの選出、戦略商品の開発、『Food Japan』他の海外展示会や催事への出展といったマーケティング戦略の立案が考えられます。

当社の冷凍和菓子が「世界市場で戦える可能性を秘めた日本のスイーツ」であることが十分に確認できましたので、内外の経営資源を有効に活用して、粘り強くトライされることに期待します。

#### 担当専門家から一言

#### 大槻 恭久

中部本部 国際化支援アドバイザー

当社は地域を代表する和菓子の製造・卸売業で、保有する急速冷凍技術・ノウハウは他社の追随を許さないコア・コンピタンスです。これは、長期の消費期限を求められる輸出や、品質管理の難しい気象条件の地域に対し、大きな強みとなります。中興の祖である現社長が、次世代を担う後継者に、海外展開による生き残り策の検討を指示したことをきっかけに始まった今回のF/Sで、海外市場獲得のきっかけが掴めたものと思います。今後は、現地調査にも同行し、支援いただいた地域金融機関と連携してフォローアップを行う予定です。



会社概要 平成29年3月現在

所在地 石川県金沢市かたつ3

代表者 池内 保朗

業 種 自動化制御盤の設計・製作

資本金 45百万円

売 上 高 非公開

従業員数 100名

U R L http://www.ai-den.jp/

海外展開検討国 ベトナム



ベトナム

製造業

製造拠点設立



## ベトナムにおける制御盤の製造拠点設立

～日本のものづくり技術とベトナム人の高い向上心を融合して更なる発展を目指す～

### 1 事業概要

当社は1971年の創業以来、各種の制御盤・操作盤の専業メーカーとして、産業機械を主体に、自動車や半導体・液晶メーカーなど幅広いエンドユーザー向けにソリューションを提供してきました。

「機械の心臓」や「機械の頭脳」とも呼ばれる制御盤の製造には、設計、板金、塗装、組立、検査の工程が必要で、これらの工程を通して、PLC（シーケンサー）やタッチパネル、スイッチ、ワイヤーハーネス、筐体、関連するソフトウェアなど様々な部品・半製品を顧客毎に最適化するように組み合わせ、最終製品の制御盤・操作盤として仕上げていくことになります。

当社では、上記工程の内製化を着実に進め、今日ではハード・ソフトの設計から板金、塗装、組立、検査まで全工程の一貫生産体制を完備しています。

また、個別の工程においては

- (1) 設計の工程では、顧客ニーズを忠実に実現するために、完成品のイメージを掴むことができる3D-CAD等を活用して綿密な仕様打ち合わせを行うとともに、担当SE部門がお客様の工場での試運転・調整・立ち上げまでサポートする。
- (2) 板金の工程では、通常の溶接工法の他に、接着剤とリベットを用いて「面

で接合させる、非溶接で強度と防水性に優れたWELDLLESS（ウェルドレス）工法も導入し、リードタイムとコスト改善を推進する。

- (3) 塗装の工程では、一般的なメラミン焼き付けのほか、有機溶剤を含まない粉体塗装にも対応し、大型の焼付け乾燥炉により、あらゆる塗装ニーズに応える。
- (4) 組立の工程では、24時間稼動する自動電線加工機と当社独自の配線支援システム「IWS (I-DEN Wiring Solution)」を組み合わせ、板金～塗装工程と同時進行で配線設計（仮想配線）と電線加工を行うことで、品質を維持しながら従来より格段に早い納期を実現することに特に注力し、これら生産工程の連携と合理化を通じて、業界最高水準の高品質、短納期を実現しています。



### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は2008年のリーマン・ショック後の景気後退による受注の落ち込みこそあったものの、それ以降は、安定した成長を継続してきました。

しかし近年、国内での人手不足の影響が徐々に深刻化する中で、生産体制の根本的な合理化を求められるようになってきました。

このような状況の下、当社の生産体制全体の合理化戦略として、海外での制御盤製造の可能性の検討が具体化しました。

アジア新興国での潤沢な労働力の活用によるコストの削減と国内の人手不足の緩和といった当面の課題に加え、次世代を見据えた企業として、更なるステップアップを図る経営戦略の核としても海外進出が不可欠との認識が社内社

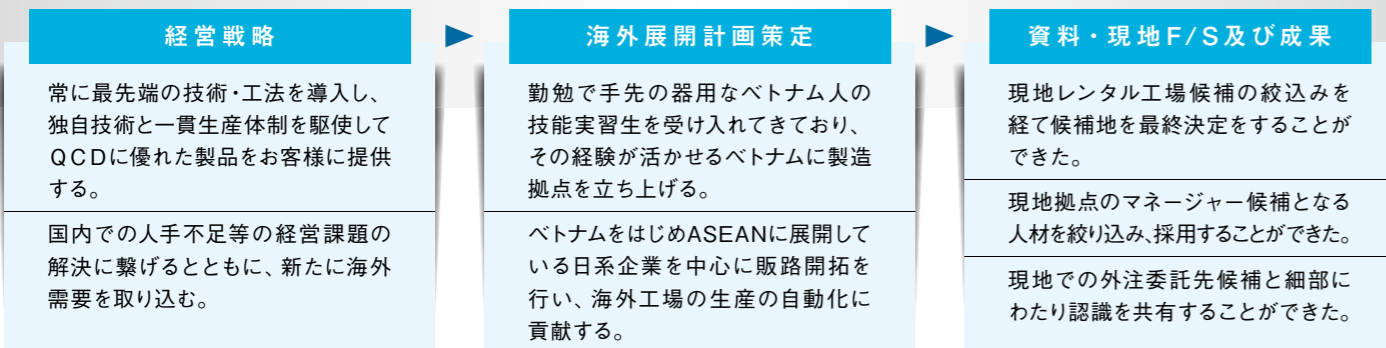
長のイニシアティブのもとに全社で共有されることになったのです。

そこで、社長をリーダーとしたプロジェクトチームを2015年に発足。そこでの検討を通じて、お客様からのニーズや要望を今まで経験のない海外現地生産でどこまで実現できるのか？

設計、板金、塗装、組立、検査等の各プロセス毎の議論を深めるとともに、進出候補国の優遇制度や外資規制、賃金やレンタル工場の賃料、駐在員経費といった投資コスト、現地サプライヤーからの調達・確保、部品や製品の輸送方法及び費用等について課題の洗い出しが進められました。

具体的な進出国の候補としては、これまで技能実習生を受け入れてきており、

### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



その経験等が活かせるベトナムに的を絞って検討を進めることとし、中小機構の海外ビジネス戦略推進支援事業を活用して既にベトナムに進出した企業からのヒアリング、JETROや取引銀行などからの事前の情報収集を実施。独自の現地調査でもベトナムであれば海外生産のための条件を満足させ得るものとの手触りを得ました。

但し、海外生産の実行までには多くの面で具体的な検討項目が残されてお

### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

当社の経営判断として、ベトナム現地法人設立による現地生産の方針は決定済みであるため、F/Sの目的として、その実施方策の具体化と修正（最適化）を主眼に置くこととしました。

#### 現地アポイント等

今回の現地調査では、下記の訪問先とのアポイントを当社と中小機構で分担して取得しました。

- ① 現地法人設立手続きと管理業務（会計・税務・労務等）の委託先となるコンサルティング会社
- ② レンタル工場の運営会社
- ③ マネージャー及びスタッフの採用窓口となる人材紹介会社
- ④ 現地サプライヤー候補
- ⑤ 進出後の現地顧客候補
- ⑥ 既進出日系企業（当社類似業種及び他業種）
- ⑦ 駐在員用サービスアパートを仲介する不動産会社 等

#### F/S実施内容と成果

##### ① 現地法人設立手続きと管理業務についての調査

コンサルティング会社や既進出日系企業等にヒアリングする中で、当社が想定する現地法人の事業内容に合致する事業ライセンスの取得と現地法人設立後の会計、税務、労務、会計監査等の実務運用について、明確な理解を得ることができました。また、実務の委託先についても複数社のサービスを比較検討した上で決定することができました。

り、現地関係先との詳細にわたる確認と裏付けが必要でした。

そこで、中小機構のアドバイザーに、例えば現地で技術情報や営業秘密の保持をどのように担保するか、あるいは現地サプライヤー候補と事前に確認すべき項目は何か、といった検討項目を相談しながら、より詳細な調査を行うべく海外ビジネス戦略推進事業に応募しました。

##### ② レンタル工場の調査

事前調査で絞り込んだホーチミン市郊外2か所のレンタル工場を、アクセス、インフラ、賃料、運営会社からの提供サービス等の面で詳細なチェックを実施。その後、最終的な契約合意に至ることができました。

##### ③ マネージャー及びスタッフの採用に係る調査

複数の人材紹介会社に対し、当社が求める人材要件を事前に連絡した上で、現地調査中に多数の求職者との面接を実施しました。その結果、当社の現地法人立ち上げにあたり、まず必要となる能力や技能を持った人材（日本語コミュニケーター、製造現場リーダー候補）とめぐり合うことができ、その後、採用に至りました。

##### ④ 現地サプライヤー候補の調査

進出後の第一段階で想定している外注工程に関するQCDの状況を現場で確認しました。今回の調査では、特に当社から委託先に提供する技術情報の機密保持に係る具体策（対象パソコンへのアクセス制限やログの記録、貸与した図面の施錠保管や管理簿作成等）の詳細について説明と確認を行い、委託先候補との認識を共有することができました。

##### ⑤ 進出後の現地顧客候補への調査

当社の国内での既存顧客を訪問の上、ベトナムでの制御盤市場と販売環境等について説明を受けました。

その結果、現地での販路開拓には当社の強みを活かして粘り強く取り組んでいく必要があることがわかりました。



現地レンタル工場の視察

### 4 今後の見通し

今回のF/Sを経て、当社の現地法人設立の為の調査は概ね完了しました。

また、現地でのヒアリングと社内での議論を深める中で、ベトナムでの事業環境（法規制や税制等）、製造環境（部品・材料の調達、労働環境、技術移転等）、日本との輸出入に関する物流と商流、プロジェクトの採算性などの主な懸案事項について、当社として進むべき方向性と対応方針が明確になりました。

なお、当社では今回の現地法人設立後も独自で現地調査を重ね、2017年1月10日にホーチミン市郊外の Rondouk 工業団地内に I-DEN Vietnam Co.,Ltd を設立しました。

2017年4月からは操業を開始する予定です。

今後は、新たに採用するワーカーへの日本流のものづくり教育に始まり、段階を踏んで着実に計画を進める事で、円滑な現地生産への移行とその拡大を実現していく考えです。

#### 担当専門家から一言

園田 孝

北陸本部 国際化支援アドバイザー

株式会社アイデンでは明確な海外進出ビジョンの下に実践的な進出戦略を策定し着実な検討を進めてられました。今回のF/S調査では実行可能性の検証と実施方策の最適化に重点が置かれた形となりましたが、十分な事前検討に裏打ちされた本プロジェクトは事業スキーム面でも早期の戦力化が期待できるものと思われま。北陸地域の製造業でも人手不足が慢性化しており、企業の持続的な発展のためには、従来の国内拠点でのコスト削減等の方策だけにとどまらず、グローバルな視野で生産体制を再編成することも検討していくことが求められます。その意味からも同社の海外進出は注目されるものと思います。





台湾

食品製造業

輸出

**会社概要** 平成29年1月現在

**所在地** 大阪府吹田市江坂町1-13-21  
**代表者** 代表取締役社長 藤原 拓  
**業種** コーヒーシュガー、ポーション飲料等の製造及び販売  
**資本金** 96百万円

**売上高** 3409百万円  
**従業員数** 93名  
**URL** http://sakurasyokuhin.jp/  
**海外展開検討国** 台湾

## 台湾における粒砂糖・ポーション製品の販売可能性の調査

～高付加価値商品を自社ブランドで届けたい～

### 1 事業概要

当社は、1977年の創立以来、コーヒーシュガー（粒砂糖）、ガムシロップを製造・販売してきました。現在では、時代の変化に合わせて、ポーション飲料や介護食ゼリー等にも製品の幅を拡大しております。

当社の製造する茶色い粒状のコーヒーシュガーは、砂糖の結晶に香味成分（カラメル）を加え二週間かけて結晶化させる「静置結晶法」という伝統製法にこだわっております。結晶化させる際には、和紙を使い、温度・湿度だけでなく空気の流れも見越した厳しい環境管理のもと製造しており、まさに最高級のコーヒーシュガーとなっております。

おかげさまで、当社のコーヒーシュガーは国内消費量の70%以上のシェアを占め、製造量は国内トップシェアを誇っております。

また、様々な種類のポーション製品も生産しており、アイスコーヒーに使うガムシロップをはじめ、ポーションゼリー、希釈飲料、調味料など個食化、多様化が加速する現代の消費者ニーズにマッチした製品作りを行っております。

例えば、大手食品会社のOEMとして生産するポーション製品のみに、「液体希釈調味料」があります。ポーションゼリーのようなパッケージは1個で1人前となっており、1人でも他人数でも自在に人数調整できるほか、いつでも開けたての鮮度が楽しめ、しかも保存は常温でOKです。

当社の強みの一つに、徹底した品質管理があります。滋賀県の自社工場、専門のスタッフが、お客様に安心安全をお届けするため徹底した検査を行っております。その結果、複数の大手食品会社のOEM受託も行うようになり、今日では、当社が製造した商品は、どここのスーパーマーケットでも見かけるようになりました。



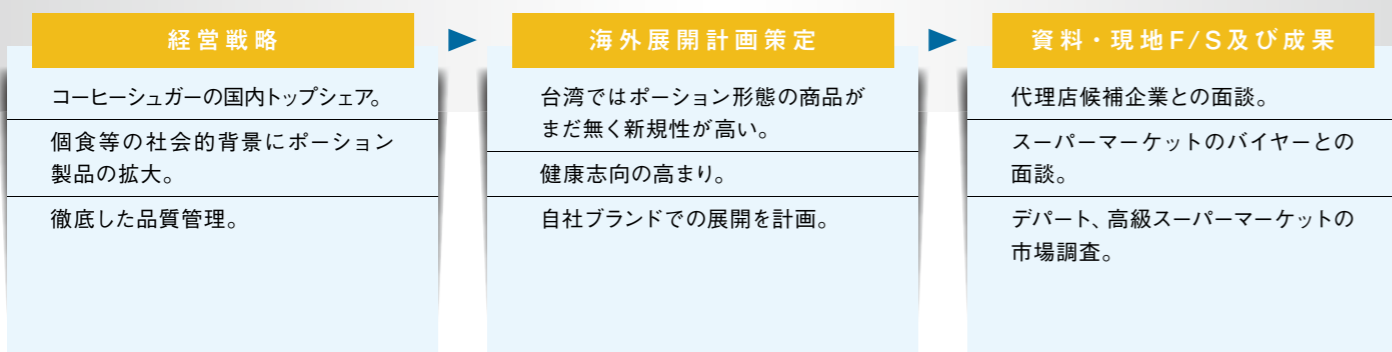
### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

日本においては、当社取り扱い品の中でも、オーガニック商品が健康志向の高まりを受けてお客様から好評を得ていました。また、ポーション製品については、個食・簡便・手軽・最初から液体・新鮮などの特徴が、昨今の核家族化、個食化、好みの多様性の広がりなどの背景とマッチし、大きく売り上げを伸ばしていました。

このような中、日本人と味覚が近く、親日的で、日本と同様に核家族化が進む台湾において、当社製品のニーズがあるのではないかと考えました。当社独自の調査の結果、現在の台湾には類似商品が見

当たらなかったため、台湾への輸出を進めていくことを決めました。特に、日本国内では大手食品会社のOEM受託による生産が多数を占めていましたが、海外では自社ブランドで展開し、当社「サクラ食品工業」のブランドを世界に広めたいと考えていました。当社にとっては、初の海外展開となるため、どのように進めていけばいいかわからず困っていたとき、中小機構が海外ビジネス戦略推進支援事業（F/S支援事業）の公募を行っていることを知り、今の当社にぴったりの支援内容だと考え、応募することとしました。

#### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

当社が採択された後、中小機構のアドバイザーと進出形態について何度も打ち合わせを行いアドバイスを受けました。その結果、台湾ではパートナーとなる代理店を探し、そこを通じて市場に商品を供給していくこととしました。そのために今回の調査目的を以下のとおり設定しました。

- ①代理店候補企業との面談
- ②スーパーマーケットのバイヤーとの面談
- ③公的機関における情報収集
- ④食品小売店の市場調査

#### 現地アポイント

中小機構のアドバイザーと打ち合わせを行いながら、調査行程を組み立てていきました。アポイントは、中小機構のアドバイザー経由と当社経由とそれぞれ面談の申し入れを行いました。また、代理店候補の企業が、地元の有力スーパーマーケットのバイヤーとの面談もアレンジしてくれました。こうして、計11の企業・機関との面談を設定しました。

#### F/Sの実施内容と成果

「①代理店候補企業との面談」については、事前に絞り込んだ2社と面談を行いました。どちらも既に日本の商品を多数扱っており、当社の訪問を歓迎していただきました。商品についての意見交換だけでなく、具体的なプロモーション方法についてもアドバイスをもらうことができました。例えば、ポーション製品は、とてもユニークだが、お客様に調理方法を伝えるために、試食会やインターネットと

### 4 外国語Webサイト作成の支援

中小機構と打ち合わせを行いながら、外国語Webサイトの構築に長けた制作者を選定し、念願の英語版Webサイトを公開することが

### 5 今後の見通し

本F/Sで面談した代理店候補企業と、具体的な打ち合わせを続けて、正式に契約を行う予定です。そして、実際に輸出する商品を選定し、パッケージも改良を行い、早急に取引を開始したいと考えています。プロモーションの方法も併せて提案していく予定です。また、知的財産の保護について必要な手続き等を行っていきます。将来的には、台湾だけでなく、他のアジア各国、さらには欧米などにも展開していき、当社「サクラ食品工業」のブランドを世界に広げていきたいと考えています。

の連動などが有効と教えてもらいました。

いくつかの課題も見えてきました。例えば、日本では、当社は有機JASの認定を取得しており、商品名に有機という名称をつけていますが、台湾では日本と基準が異なるため、そのまま有機をうたって販売することはできないとわかりました。パッケージを工夫するなどして、対応していきたいと考えています。

「②スーパーマーケットのバイヤーとの面談」については、非常に具体的な話をする事ができました。例えば、商品の季節変化による売り上げの変化についてや、内容量と価格の関係、パッケージについてなどです。これらを反映させて、今後、提案していきたいと考えています。

「③公的機関における情報収集」については、日本台湾交流協会と台日産業連携推進オフィスを訪問し、台湾市場の概況についてレクチャーを受け、現地企業の情報を得ました。

「④食品小売店の市場調査」については、日系デパート、高級スーパーマーケットを中心に、多数の店舗を訪問し、品揃えや価格帯、パッケージについて調査しました。



できました。海外の代理店候補やスーパーマーケットのバイヤーの方たち、更には海外の消費者へのPRにも活用したいと考えています。

**担当専門家から一言**

**田辺 良則**  
 近畿本部 国際化支援アドバイザー

食は文化なりといいますが、台湾は歴史的背景もあり、さまざまな食文化が融合している地域です。またそのせいか人々の食に掛けるエネルギーはパワフルであり、多様性を感じます。サクラ食品工業は、OEM中心の縁の下の力持ちで、多様なレパートリーを有しており、台湾の食文化にも十分溶け込めると確信しています。これも今回の現地調査で、現地販促活動のポイント、知財保護の課題、検疫・通関時の問題解決策を会得できたことの賜物です。あとはメニューのチョイス（商材）と調理法（販促）で、B1（地下食品売場）グランプリ制覇を目指しましょう！



会社概要 平成29年1月現在

所在地 兵庫県姫路市北条北川原953  
 代表者 代表取締役社長 竹田 佑一  
 業種 会席料理 / 弁当 / 惣菜 / 折詰 / パーティ料理等食料品の製造及び販売  
 資本金 48百万円

売上高 2,746百万円  
 従業員数 370名  
 URL http://www.maneki-co.com/  
 海外展開検討国 タイ



タイ

食品製造業

販売拠点設立



## タイにおける駅弁・えきそば販売可能性の調査

～日本の食文化（味・安全・彩）を広める～

### 1 事業概要

当社は、姫路市を中心に、「駅弁」と「えきそば」を製造・販売しております。

「駅弁」は、明治21年の創業当時、当社が日本で初めて「幕の内駅弁」の販売をはじめました。当時としては高級な食材を取り入れ、おにぎりが主流だった駅弁に新風を巻き起こしました。現在でも積極的に新商品の開発に取り組んでおり、例えば「但馬牛 牛めし弁当」は、但馬牛をメインに、淡路産のタマネギ、ゴボウ、コンニャクなどの具材を盛りつけた一品で、全国のデパートで開催される「駅弁大会」に出品されたほか、JR東京駅でも販売されるなど、地域の枠を超えた人気商品となっています。

また、会席料理や会議・イベント時の仕出し弁当の製造・販売も

行っております。

もう一つの看板商品である「えきそば」は、当社独自に開発した中華麺と和風だしの組み合わせが特徴で、だし・麺・具材の3つのうちの1つだけが突出しても味は保てない、素材のバランスが問われる、シンプルなものだけに奥深い料理です。

観光ガイドブックやテレビ番組に姫路名物の観光スポットとして取り上げられるなど、姫路城と並んで姫路を代表する名物となり、今では「姫路のソウルフード」と呼ばれるほどになりました。



### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

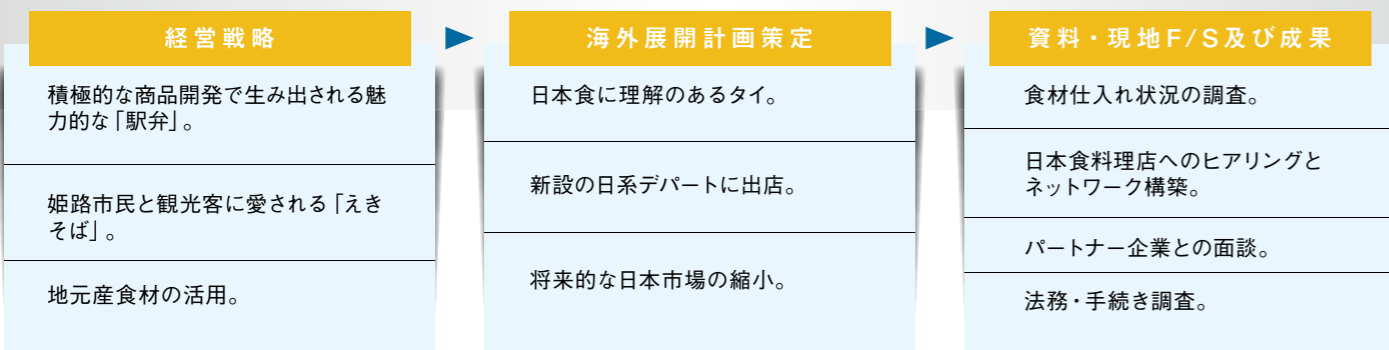
日本が人口減で市場の縮小が確実視されるなか、当社も海外のデパートやショッピングセンターで開催される催事やイベントに出店しながら、現地のニーズを探るなどして、海外展開のチャンスをうかがっていました。

そのような中、近年インバウンド需要が高まり、当社の店舗にも海外から多くの訪日客が来店していただいているのを感じていました。その中でも、親日的で既に日本食に理解のあるタイは、市場として魅力的だと感じていました。また、将来的には、タイを拠点に他のASEAN諸国にも展開ができるのではないかと考え、タイへの出店

を検討していました。

ちょうどそのとき、タイのバンコクに新たに日系デパートが出店するとの情報を得て、その中に当社の海外1号店を出店しようと社内で検討をはじめました。まだ確定していませんでしたが、日系デパートに出店できずに済むに代わり、海外出店は必ず実現させるとの強い意志で準備を進めていく中、国がTPP参加国への海外展開を積極的に支援しており、中小機構がF/S支援事業の公募を行っていることを知り、今の当社にぴったりの支援内容だと考え、応募することとしました。

#### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

当社が採択された後、中小機構のアドバイザーと何度も打ち合わせを行い、まずはビジネスモデルの確立からはじめました。また、デパートへの出店が決まったことから、本F/Sでは、具体的な出店準備に必要なネットワーク構築と情報収集など、以下を主な目的としました。

- ①食材仕入れ状況の調査
- ②成功している日本食料理店へのヒアリング
- ③パートナー企業候補との面談
- ④出店に必要な法務・手続き等の調査

#### 現地アポイント

中小機構のアドバイザーと打ち合わせを行いながら、当社が調べたい項目や会って話を聞きたい方の要望を出していきました。アドバイザーは、タイに駐在経験があり、現在も多くのネットワークを持っていたため、そのネットワークを生かして、アドバイザー経由で、各社に面談の申し入れを行いました。そうして、計22の企業・機関との面談と、14店舗の調査を行うこととしました。

#### F/Sの実施内容と成果

「①食材仕入れ状況の調査」については、日系の大手食品小売店社長や、日本料理店店主、デパートから紹介していただいた日系の食材会社と面談を行うなどして、日本と同じ品質の駅弁やえきそばを提供するための食材の仕入れ状況を調査しました。食材会社との面談では、タイで仕入れることのできる食材の品質・価格を確認していきました。

### 4 今後の見通し

本F/Sの最大の成果は、タイの飲食店業界に広いネットワークを築くことができたことです。多い日で、一日14件もの日本食料理店を訪問した日もあり、大変ハードなスケジュールでしたが、その分、得られたものも多かったと感じています。

タイには、地元から愛されている日本食料理店がたくさん有ること、その裏では経営者のたゆまない努力が有ることが分かりました。今回の調査では、それら料理店の経営者と相次いで面談することができ、親切に成功の秘訣や具体的なノウハウを教えてもらうことができました。やはり、店舗の立ち上げ時は、かなりの苦労が伴うものと思われるが、今回得たネットワークを生かして、一つずつハードルを越えていきたいと思います。

今後は、パートナー企業との交渉を進めて、法人設立準備を行っていきます。また、最も重要なメニュー開発も行っていく予定です。特に、オープン時に目玉となるような弁当の具材を開発して、タイの方にご賞味いただきたいと考えています。また、並行して、人材育成、店内内装工事などを進めていきます。

「②成功している日本食料理店へのヒアリング」については、店舗立ち上げ時に苦労した点とその克服方法、現地採用の人材を育成し店舗運営を任せていくための方法、メニュー開発の方法、タイ人の味の好みなど、非常に具体的なノウハウまで丁寧に教えていただくことができました。

「③パートナー企業候補との面談」については、タイで現地企業と合弁で法人を設立するにあたり、そのパートナー企業候補と面談を行いました。大事な面談でしたが、中小機構アドバイザーが同席し、面談がスムーズに進むようにフォローしてもらいました。

「④出店に必要な法務・手続き等の調査」については、弁護士事務所を訪問し、合弁契約書に関する注意事項や雇用に関する法規制のアドバイスを受けました。

また、調査最終日には、タイ国内2番目の日本人学校が開校されたシラチャを訪問し、将来的な2号店、3号店の出店の可能性を調査しました。他には、運送会社にも訪問し、冷蔵冷凍物流の最新事情を調査しました。



そして、将来的には、タイ国内に食品工場を作り、仕出し弁当事業にも乗り出したいと考えています。そうして、日本の弁当文化、とりわけ日本の味、盛り付けの美しさ、健康に配慮した栄養バランスなどをタイの方にお届けしていければと考えています。

#### 担当専門家から一言

笹田 泰昭

近畿本部 国際化支援アドバイザー

「駅弁」「えきそば」130年の老舗企業のタイへの進出。近年、タイ国の日本食レストランは飽和状態にあります。2700店舗と言われていますが、同時に撤退も多いのが実情です。F/Sには、社長はじめ5名が参加するなど、当社の本気度が伝わり、こちらも連日熱くなり、期間中の訪問先は36社というハードスケジュールに。その甲斐あって、パートナー候補、メニューの方向性等、様々な課題が見えてきました。2017年は正念場を迎えることになります。



会社概要 平成29年1月現在

所在地 京都市上京区室町通上立売上る  
室町頭町259

売上高 非公開  
従業員数 31名

代表者 代表取締役 勝部 憲二

URL <http://www.x-raykinki.co.jp/>

業種 X線装置の設計・製造・販売

海外展開検討国 アメリカ合衆国

資本金 10百万円



## 米国におけるX線装置の販売可能性の調査

～ニッチトップ企業の米国への挑戦～

### 1 事業概要

当社は、1946年創業以来、約70年にわたって、「X線を究め、我々の生活の向上と社会への貢献を達成しよう」を経営理念とし、X線装置の専門メーカーとして事業を拡大してきた企業です。顧客満足を追求するため、常に挑戦と自己研鑽に努め、「顧客に信頼される製品の提供」を品質方針として企業活動を推進しています。

当社の製品としましては、医療分野においては、歯科用パノラマX線診断装置などのレントゲン装置を、工業分野においては、食の安心・安全にかかわる異物混入検査用X線装置のコアパーツであるX線発生装置や、靴や衣類の中に残る針などの検品用X線装置

を製品化しています。

当社のすべての製品は、自社京都工場での開発・製造を行っており、保守体制も万全に整えています。出荷実績も、累計で7,000台を超え、市場でのトップシェアを占めている製品もあります。また、さまざまな分野の検査用途にも対応しており、カスタマイズ・小ロット開発も得意としています。

X線も、人体やサンプルへのX線被曝を低減する機能を有しており、顧客のみならず高評価を得ています。

### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は、長年にわたり、X線装置の専門メーカーとして、自社で開発・設計・製造・販売と一貫体制で行っています。

顧客満足度と品質管理を追求した結果、食品検査の異物混入検査用X線装置では、業界トップのシェアを占めるようになりました。そのほか、歯科用のパノラマX線装置や、衣類検品用や非破壊検査用のX線装置、そしてX線装置の重要なコアパーツであるX線発生装置等の開発・製造を行い、業界でのシェアもトップクラスです。

今までは、国内市場の開拓に邁進してきましたが、さらに当社の事業を拡大すべく、海外市場への展開を計画するに至りました。

国内外においても、テロに対する警戒や食品の異物混入に対する安心・安全が求められていることから、今後さらにX線検査の要請が増えてくるものと考えています。

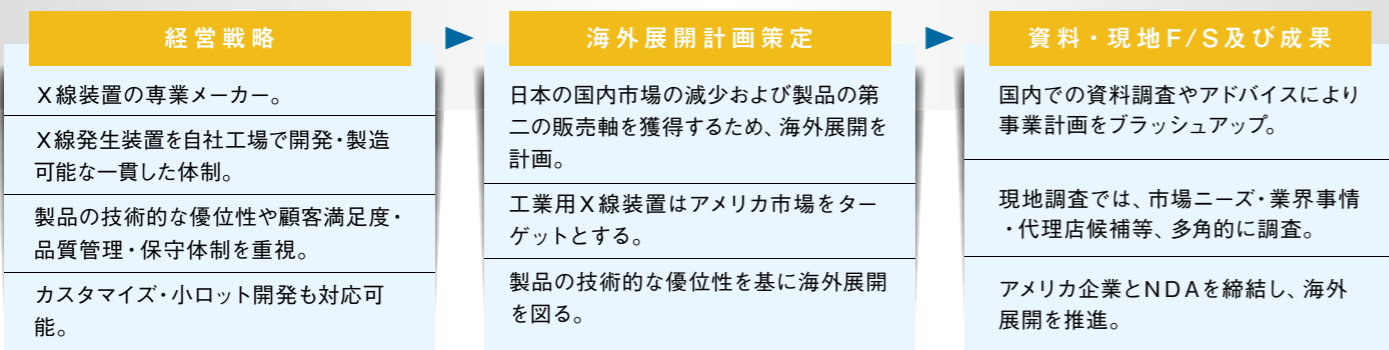
当社の製品が使用される業界別に対象国を検討しましたが、市

場規模が大きく、今後のニーズも高まっていくであろうアメリカ市場をターゲットとし、まずは工業用X線検査装置・X線発生装置をアメリカへ展開する計画を考えました。

ただ、当社は、本格的な海外展開は初めてでしたので、今回の支援事業で、海外戦略の策定の段階から、支援していただきました。



### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

今回のF/S調査は、当社のX線発生装置をアメリカ市場で展開するため、多角的に調査を実施しました。

- ①市場ニーズ調査
- ②代理店候補調査
- ③顧客・協業先調査

#### 現地アポイント等

今回の現地調査では、X線装置メーカー、X線パーツメーカー、代理店候補企業、ユーザー企業、エンジニアリング企業等、合計で22社を訪問しヒアリングすることができました。

#### F/Sの実施内容と成果

①今回の現地調査では、まずアメリカでのX線装置の市場の全体を把握することが重要でした。数多くの企業と面談し、業界でのプレイヤーや業界動向等を詳しく把握することができました。当社が、どの位置になるかを把握でき、ポジショニングを確認できました。

②当社はまず輸出からのビジネスとなるため、代理店候補の調査も重要課題でした。今回、10社以上の候補企業との面談を行い、その代理店が持っている顧客・価格・メンテナンスの状況等を把握することができました。その結果、候補企業をある程度絞り込むことができました。

③当社が考えているビジネスでは、アメリカ市場のニーズを把握することが最も重要な課題でした。そのため、顧客となりうる企業や協業の可能性のある企業を10社以上、面談しました。各企業の主要顧客や対象業界（工業用、食品用、医療用等）でのアプリケーション、価格、製品のスペック、代理店の有無、流通経路等を詳細に把握することができ、そのうちの1社とはNDA締結に至りました。



### 4 外国語Webサイト構築の目的と実施内容及び成果等

当社の海外展開は緒に就いたばかりであり、本格的な英語版Webサイトは今まで作っていませんでした。

今回、アメリカへの展開に向けて、海外代理店および顧客へのPRのため、英語版Webサイトを構築することとしました。

Webサイト構築の際、当社の事業内容・強み・ターゲットに伝え

たいメッセージ等の整理を行い、RFP（提案依頼書）を作成しました。そのため、Webサイトでの見せ方、伝えたい情報等を把握でき、Webサイト制作会社との意思疎通もスムーズに進みました。英語版Webサイトは、今後、リアルな営業活動や海外展示会等で活用することで、Webサイトとのシナジー効果を出すことを考えています。

### 5 今後の見通し

今回のF/Sでは、国内で事前に海外展開事業計画を立案し、ターゲット候補のリストアップ、訪問先への英語でのアポ入れ、現地でのプレゼン資料のブラッシュアップ、そして、いくつかの仮説を準備した上で、現地調査を行いました。海外企業とのやりとりは不慣れでしたので、国内での準備では時間を要しましたが、ギリギリまで準備をしての現地渡航でした。そのため、現地調査では、非常に精度の高い情報収集・ディスカッションを行うことができました。

今回の現地調査では、業界全体の把握、業界でのプレイヤー、業界動向、代理店の状況、代理店や協業候補企業の主要顧客、対象業界でのアプリケーション、価格、製品のスペック、商流、メンテナンスの状況等を詳細に把握することができ、アメリカ市場での当社の立ち位置も確認できました。

今回の現地調査の結果、1社とNDAを締結し、当社製品をアメリカへマーケットインするために、さらに深く協議を進めていくこととなりました。この機会を軸にアメリカでの市場を開拓していく計画で

す。また、その際には、アメリカ政府の規制等の動向にも留意しながら、ビジネスを進めていきたいと考えています。

#### 担当専門家から一言

小川 陽子

近畿本部 国際化支援アドバイザー

面談中は熱心なディスカッションを英語でこなし、後で読みあわせを行うと、そんな話がありましたか？とのコメントもあり、初めての海外渡航調査、実は相当緊張されていたことも伺いました。技術の話やビジネスモデルの話のみならず、モルトークでも場を沸かせておられ、事前準備のリサーチや資料作成等のすべての宿題を汗をかきながら一人でこなし、32歳の担当者勝部さんは日本の中小企業の若きエース、鏡である。





会社概要 平成29年1月現在

所在地 兵庫県尼崎市田能6-12-31  
 代表者 代表取締役社長 武田 敏治  
 業種 建築金物の製造・販売  
 資本金 150万円

売上高 413百万円  
 従業員数 19名  
 U R L http://www.daiwakenkozai.com/  
 海外展開検討国 ベトナム



ベトナム

製造業

販売拠点設立



## ベトナムにおける製造拠点設立可能性の調査

～建築金物の海外生産を目指して～

### 1 事業概要

当社は、ビルやマンションの屋上などに上がる際に使用するタラップをはじめ、吊環、マンホールのハッチ（天蓋）など、豊富な種類の建築金物を製造しております。

建築金物には、安全が第一に求められるため、熟練の職人が一つひとつ丁寧に製造し、さらに、耐荷重を保証するために、定期的に製品を抜き取り、外部第三者機関にて、引っ張り試験を行うなど、徹底した品質管理を行い、その状況を見える化しております。

また、あらゆる建物に対応するため、あらゆる寸法・材質で製造することが可能で、なおかつ短納期でお届けしております。

材質については、タラップの場合、ステンレスで一番ポピュラーな

SUS304を始め、より錆び難いSUS316や安価なSUS430から、主にメッキ用途の鉄のSS400など、用途に合わせて様々な材料で製造することが可能です。

建物の一部となる当社商品は、見た目（表面仕上げ）についてもこだわっており、景観に合わせて、ヘアライン（HL）仕上げ、焼き付け塗装や、溶融亜鉛メッキなども行っております。

もう一つの当社の強みは、高品質でありながら、価格競争力が有るという点です。一度購入していただいたお客様は、その多くがリピーターになっていただいております。

### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

2020年の東京オリンピックに向け、建築業界は拡大しつつあり、供給力の増強が不可欠の課題となっていました。

また、原価を低減させて価格競争力をさらに高めたいと考えていました。

これらを解決する手段として、海外生産拠点を設置し、建築金物メーカーとして更なる飛躍を図ろうと考えました。

将来的には、日本国内市場が縮小に向かうため、海外のとりわけASEAN市場を取り込みたいという展望も持っていました。

そのような中、中小機構が運営する「中小企業大学校」で受講した研修において、海外生産拠点としてベトナムが適していることを

知りました。さらに、自治体が主催する視察ミッションに参加するなどして、調査を続け、ベトナムのホーチミン市近郊に工場を設立することを決めました。

とはいえ、立地場所の選定方法、法人設立手続き、各種規制などわからないことだらけで、ビジネスモデルを描くには材料が足りませんでした。そのような中、中小機構が海外ビジネス戦略推進支援事業（F/S支援事業）の公募を行っていることを知り、応募することになりました。

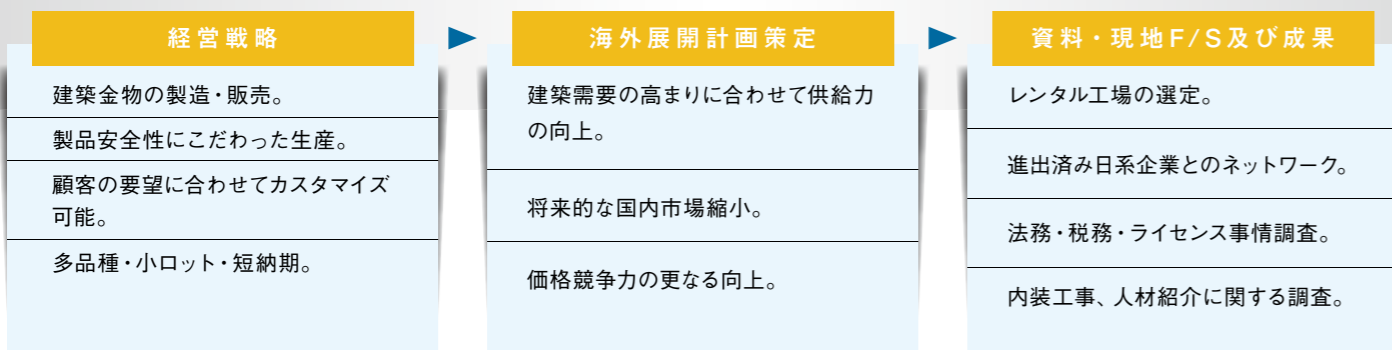


### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的  
 当社が採択された後、中小機構と、基本的な内容から具体的な

内容まで何度も打ち合わせを行い、今回の調査目的を次の通り設定しました。

#### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



- ①レンタル工場の絞り込み
- ②進出済み日系中小企業へのヒアリング
- ③会社設立、税務等の調査
- ④有望な工場内装会社や人材紹介会社の調査

#### ■現地アポイント

中小機構と打ち合わせを行いながら、当社が調べたい項目や会って話を聞きたい方の要望を整理しました。アドバイザーは、ベトナムに駐在経験があり、現在も多くのネットワークを持っていたため、そのネットワークを生かして、アドバイザー経由で、各社に面談の申し入れを行い、計25の工業団地・企業・機関との面談を設定しました。

#### ■F/Sの実施内容と成果

「①レンタル工場の絞り込み」については、ホーチミン市近郊のレンタル工場団地を多数訪問し、賃料などの具体的な条件をヒアリングすることに加え、スムーズに商品の積み込みができる構造になっているかどうかや、商品輸送時の環境を考え、周辺の道路事情も調査しました。

「②進出済み日系中小企業へのヒアリング」については、課題が噴出する工場立ち上げ時に、特にどういったことが課題だったか、またそれをどのように乗り越えていったのかということ、進出済み

### 4 外国語Webサイト作成の支援

中小機構と打ち合わせを行いながら、外国語Webサイトの構築に長けた制作業者を選定し、念願の英語版Webサイトを公開することができました。日本国内向けのWebサイトと同じく、当社商品の詳細な特徴や仕様を英語版Webサイトにも掲載し、海外の顧客候補の方たちに見ていただきたいと考えています。また、これからベトナム国内で従業員を採用するにあたり、採用応募者の方たちに当社のことを知っていただく際にも有効と考えています。

### 5 今後の見通し

本F/Sで幅広いネットワーク構築と情報を集めることができました。その後、その情報を元に何度か当社単独でベトナムに渡航し、最終的な工場進出予定地を決定することができました。近日中に、内装工事を行い、一日でも早く現地製造ができるように準備を進めていきます。また、並行して、幹部人材および技術工員の採用を進め、従業員教育を進めていこうと考えています。

人材採用および現地政府へのライセンス申請については、引き続き、中小機構のアドバイザーに相談しながら、適切に進めていきたいと考えています。

そして、将来的には、ベトナム工場で生産した建築金物を、ベトナム国内およびASEAN各国へと直接輸出できるようになればと考えております。

の日系企業の方たちにヒアリングを行いました。その結果、現地採用のベトナム人幹部社員の存在が非常に重要な鍵となっていることがわかってきました。総務全般を任せることのできる優秀な現地社員を採用できた企業は、比較的安定して成長していました。

また、ベトナム人社員の人事・労務を円滑に行うための秘訣や、現地政府機関との関係構築について、かなり具体的な情報を入手することができました。

もちろん、進出済み日系企業の方たちとの貴重な人脈を広げることができたことも大きな収穫でした。

「③会社設立、税務等の調査」については、製造に必要なライセンスを政府から取得するための具体的な手続き方法や現地税関の課税に関する最新の情報、2年目以降に適用されるチーフアカウント制度など、ビジネスプラン策定に必要な具体的な数字を多数集めることができました。

「④有望な工場内装会社や人材紹介会社の調査」については、工場内装工事を安価に抑える方法や、優秀な人材を採用する秘訣や従業員の給与等のコスト感を知ることができました。

また、①～④に加えて、政府機関である人民委員会を訪問したほか、ベトナムで原材料を仕入れる場合の仕入れ先の調査や、運送会社で最新の物流事情などを調べることもできました。



**担当専門家から一言**

**大森 啓至**  
 近畿本部 国際化支援アドバイザー

ベトナム南部に、効率の良い小規模レンタル工場の調査と投資運営に関するあらゆる課題の克服を目的に8か所のレンタル可能な工業団地を視察し、日系進出済み企業へのヒアリングや会計事務所等から多くの投資・運営のアドバイスを獲得することができ、自信を持たせたことが何より大きいと思います。

その後、約1100㎡のレンタル工場の仮契約に至り、2017年5月を目途に入居、操業されるそうですので、引き続き支援していきたいと思っております。

会社概要 平成29年1月現在

所在地 大阪市天王寺区六万町4-18  
 代表取締役 総谷 友規  
 業種 家具・雑貨等の卸売業および小売業  
 資本金 10百万円

売上高 434百万円  
 従業員数 25名  
 URL http://www.kasetani-kagu.co.jp/  
 海外展開検討国 マレーシア



マレーシア

卸売業

輸出



## マレーシアにおける日本製家具の販売可能性の調査

～ASEANにメイド・イン・ジャパンを届けたい～

### 1 事業概要

当社は、日本各地の高い木材加工技術を持った家具メーカー・工房から、高品質の家具を仕入れ、デパートと直営店で販売しています。取り扱っている商品は、ダイニングセット、ソファ、ベッド、ダンス、雑貨、照明器具など多種に及び、どれもベテランのスタッフが選びぬいた逸品ばかりです。

当社が扱う日本製家具は、自然の中でたくましく育ったしなやかな天然木でできています。特に日本の天然木を扱うには優れた管理技術と設備が必要となり、また経費やコストもかかるため、現在は限られた数社でしか扱えないのが現状です。

例えば、飛騨家具は、古くから受け継がれてきた匠の技と、モダンでシンプルなデザインが融合しています。木を蒸気で蒸して柔らかくして型に当てながらゆっくり曲げていく「曲木」という手法は、「椅子の背もたれが背中にフィットして座りやすい」と評判で、居間に癒しと温もりを与えてくれます。

また、当社では、家具メーカー・工房との強力なパイプを生かして、家具のサイズやデザインのカスタマイズもお受けしております。スタッフがお客さまからご希望をお聞きし、それを元にプランニングを行い、家具メーカー・工房との調整を行います。

さらに、家具のみならず、照明器具や絨毯、カーテン等も含めたトータルコーディネートで、間取りやライフスタイルに合わせてご提案させていただいております。

また、当社では、家具メーカー・工房との強力なパイプを生かして、家具のサイズやデザインのカスタマイズもお受けしております。スタッフがお客さまからご希望をお聞きし、それを元にプランニングを行い、家具メーカー・工房との調整を行います。

さらに、家具のみならず、照明器具や絨毯、カーテン等も含めたトータルコーディネートで、間取りやライフスタイルに合わせてご提案させていただいております。

### 2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

近年の家具の国内市場規模は、全体的に微減傾向であり、将来的な展望を考えても、これから人口が減少していく日本の市場規模は、縮小していくと考えました。そのような中、当社のような老舗家具卸商が、積極的に海外に販路を拡大していくことは、業界全体だけでなく、日本各地の小規模な家具メーカー・工房を元気にしていくことができると考えました。

また、純粋にメイド・イン・ジャパンの高品質な家具を世界中の人々に知ってほしいという想いもありました。

当社独自の調査で、マレーシアは、東南アジアの中で、一人当たりGDPがシンガポールに次ぐほど所得が高く、政治も比較的安定しており、マレーシアで地盤を固めた後に、他の東南アジア各国への販路拡大も可能と考えたため、マレーシアを最初の進出先に決めました。

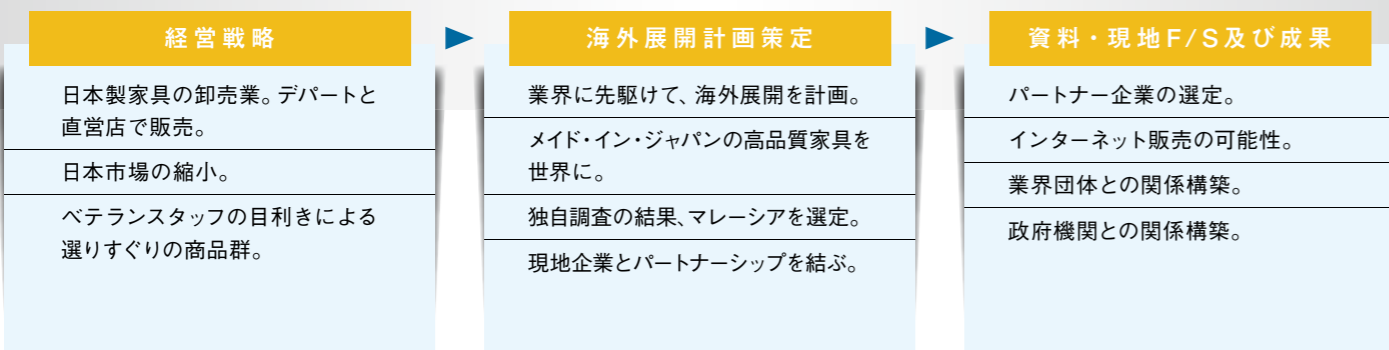
ビジネスモデルとしては、現地企業とパートナーシップ契約を結び、現地小売店の一角で「日本製家具コーナー」を設置し、まずは富裕層をターゲットに販売をはじめ、軌道に乗った暁には、規模を拡大し、販売員も派遣して本格的に展開していこうと考えました。

そして将来的には、マレーシアをハブとして、他のASEAN各国に展開を広げて行きたいと考えました。

とはいえ、当社にとって、初めての海外展開となるため、具体的なビジネスモデルの組み立て方や、パートナー企業の選定方法が分かりませんでした。

ちょうどその頃、TPPを契機として、国がTPP参加国への海外展開を積極的に支援しており、中小機構がF/S支援事業の公募を行っていることを知り、今の当社に適した支援内容だと考え、応募することとしました。

### 海外ビジネス戦略推進支援事業の流れ



### 3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

#### F/Sの目的

当社が採択された後、中小機構の担当アドバイザーと何度も打ち合わせを行い、たくさんのアドバイスを受けながら、今回の調査目的を以下のとおりとしました。

- ①パートナー候補企業との面談
- ②インターネット販売の可能性調査
- ③現地の家具業界団体との関係構築
- ④公的機関等訪問による情報収集

#### 現地アポイント

中小機構のアドバイザーと打ち合わせを行いながら、訪問したい企業や調べたい項目等の要望を出し、それらをアドバイザーと一緒に整理していきました。パートナー候補企業のリストアップについては、マレーシアの政府機関の出先機関に協力を要請し、現地の有力企業を複数紹介してもらいました。そのリストを元に、1社ずつ会社概要を確認した後、アポイントの申し入れを行っていきました。

また、インターネット関連企業や公的機関等については、中小機構の海外ネットワークを生かしてアポイント取得をお願いしました。こうして計12の企業・機関との面談を設定しました。

#### F/Sの実施内容及び成果

「①パートナー候補企業との面談」については、リストの中から厳選した6社と面談し、経営者の方と意見交換を行いました。それぞれの企業の特徴、規模、体制、方針、海外展開の状況などを確認するのはもちろんですが、相手企業がパートナーとして信用できるかどうか判断するため、じっくり話をすることを心がけました。先方の経営者からは、当初想定していたBtoCだけでなく、BtoBでも販売できる

### 4 今後の見通し

今回のF/Sでは、多くの家具業界関係者に会うことができましたが、その誰もが情熱的で、業界全体に日本をはるかに上回る活気が満ちていると感じました。

F/Sから帰国してすぐに、今回得た膨大な情報を社内で精査し、訪問した企業の中から、パートナー候補を2社に絞り込みました。そして、もう一度、当社単独で再度マレーシアに行き、より具体的な打ち合わせを行いました。

さらに今度は、パートナー候補企業の担当者がマレーシアから来日し、当社の会社や店舗に来ていただいたことで、さらに親密な関係となりました。

その結果、お互いに商品を仕入れ・販売し合うことで合意することができました。

また、訪問したマレーシアの政府機関と業界団体から、視察団が日本に来る際のアレンジも当社に頼まれるようになり、着実にネットワークが強く広がっていると感じています。

店舗販売が軌道に乗った暁には、ECサイトでの販売も行っていきたいと考えています。

可能性があるアドバイザーもいただきました。また、工場も見学することができ、実際の家具の製造現場も確認することができました。

面談中は、中小機構のアドバイザーが常に横に同席し、円滑に面談が進むようにフォローしてもらいました。

「②インターネット販売の可能性調査」については、マレーシアでトップのECサイト運営会社を訪問しました。マレーシアのECサイトで売れるための条件や最新の傾向を直接、ECサイト運営会社社長から教えてもらうことができました。また、実際に家具をマレーシアでECサイト上で販売するにあたっては、オンラインだけでなくオフラインも重要で、うまくこの二つの相乗効果を発揮していくとよいといった具体的なアドバイスももらうことができました。

「③現地の家具業界団体との関係構築」については、同団体との関係構築だけでなく、マレーシアの家具産業の最新の情報を入手することができました。

「④公的機関等訪問による情報収集」については、マレーシアの政府機関および日本大使館等を訪問しました。これらの機関との関係構築だけでなく、マレーシアの経済関連の最新の情報について、詳しくレクチャーしてもらいました。

また、調査の合間には、マレーシアの家具店を訪問し、店舗の内装や店作り、価格設定等を調査しました。



さらに将来的には、日本も含めて世界中のお客さまからの意見や要望を取り入れて、当社が独自に企画し設計した家具を販売し、当社「カセタニ家具」のブランド価値を世界に広げていきたいと考えています。

#### 担当専門家から一言

#### 鈴木 修

近畿本部 国際化支援アドバイザー

昭和31年（1956年）創業の老舗家具卸。戦後、他の業界同様日本特有の流通形態が維持されてきましたが、経済成長に伴いメーカーや大手卸商が直接小売店を展開。近年ではイケア・ニトリ等の台頭で国内市場はかなり厳しい状況となっています。そんな中、保守的といわれる家具業界で「海外に打って出る」という信念のもと先ずはマレーシアにてF/Sを実施。確実にポテンシャルのある企業との出会いもあり、今後の展開が非常に期待できます。

