

平成25年度版

F/S支援事業 事例集



はじめに

我が国においては、政府の経済政策等により景気が回復基調にあるものの、人口減少による需要減退や少子高齢化の進展等によって、市場が縮小している中で、新興国経済の発展、経済のグローバル化により、中小企業にあっても、取引先の海外現地生産への対応や、拡大する新興国市場の需要を取り込むための海外生産等の動きを加速させています。

このような状況下において、政府は平成25年6月14日付で「日本再興戦略」を閣議決定し、中小企業・小規模事業者の海外展開をさらに進めるため、点から線、線から面へと支援を拡大することで、海外展開支援の広がりと深化を図り、今後5年間で新たに1万社の海外展開を実現することとしています。

中小機構においても、中小企業の海外展開を円滑に支援することを目的に経済産業大臣を議長として設置された「中小企業海外展開支援会議」の主要な構成員として、中小企業の海外展開支援を期待されており、「中小企業の海外展開事業計画策定に必要な実現可能性調査（F/S調査）等の支援」を行うF/S支援事業を実施しています。

これは、中小企業が海外展開を進めるにあたって行う国内での事前準備（海外展開事業計画の策定やマーケット動向、流通チャネル等の把握）や海外現地での調査（現地のインフラ、原材料の調達等、国内では調べきれない項目を確認）を支援し、海外展開事業計画の見直しを行う中で、企業が海外展開の可能性を検証することを支援して行くものです。

海外現地調査を行った地域はASEANが大半を占めるものの、調査対象地域は、世界の各国に及びました。

本事例集では、同事業を活用された支援企業の中で、海外展開を行うに至った動機、F/Sの目的及び今後の事業展開等について、33社の事例を記載しております。本事例集が今後、海外展開を検討されている中小企業の方々にとっての一助となれば幸いです。

最後に、本事例集の作成にあたり、取材や資料の提供等にご協力をいただきました事例企業の経営者、関係者の皆様方に、心から感謝を申し上げます。

平成26年3月
独立行政法人中小企業基盤整備機構
販路支援部

目次

F/S支援事業概要	3
-----------	---

事例紹介

北海道	東洋農機 株式会社	6
東北	ワテック 株式会社	8
	株式会社 ナノ	10
	株式会社 エル・シーアプライアンス	12
	株式会社 ダイハン	14
	東京特殊印刷工業 株式会社	16
	共栄エンジニアリング 株式会社	18
	株式会社 日本インフォメーションシステム	20
	かつこ 株式会社	22
関東	マップマーケティング 株式会社	24
	有限会社 悠々庵	26
	富士工業 株式会社	28
	株式会社 ユーユーワールド	30
	株式会社 ソフテス	32
	株式会社 アース・ウェザー	34
	株式会社 アイランドプロファイル	36
	株式会社 川内美登子・植物代替療法研究所	38
	株式会社 日本管理ラベル	40
	プールス 株式会社	42
中部	株式会社 グローイング	44
	白月工業 株式会社	46
	株式会社 ヘルスケアシステムズ	48
北陸	株式会社 協同	50
	大裕鋼業 株式会社	52
	Dari K 株式会社	54
近畿	株式会社 タケックス・ラボ	56
	株式会社 ペーパーワールド	58
	株式会社 ユニティ	60
	株式会社 フィルノット	62
中国	株式会社 テクノプロジェクト	64
四国	株式会社 垣内	66
九州	株式会社 日本リモナイト	68
沖縄	株式会社 ヘーラー	70
	中小機構 相談窓口一覧	72

F/S支援事業

F/S（フィージビリティ・スタディ）支援

対象となる方

海外展開に意欲を持ち、下記のニーズがある中小企業

- 自社の海外展開計画を検証したい。
- 進出候補地で自社製品等のマーケットや生産拠点の投資環境等を調査したい。
- 自社単独で調査するには現地の情報や言語等に不安がある。

中小機構の支援内容

国内での事前準備から、現地調査、調査実施後までを支援

- 各社固有の製品・技術・サービス等をもとに、海外生産拠点設立や販路開拓等の市場調査を支援します。
- 現地に精通した専門家等が同行し、実践的なアドバイスをします。
- F/Sの計画づくり、現地調査後の計画修正見直しについて、アドバイスを受けることが可能です。
- F/S諸経費の一部を中小機構が負担します。



現地調査の様子

F/Sでの主な調査項目

- | | | | |
|---|---------------------------------|-----------------------------|----|
| 1 | ・生産適地の工場設備
・インフラ
・労働力 | ・関連産業
・許認可
・投資優遇策 | など |
| 2 | ・現地マーケット
・需要動向
・消費動向 | ・流通チャネル
・代理店 | など |
| 3 | ・部品材料の調達に必要な品質
・納期
・生産ロット | ・マネジメントレベル
・技術力
・製造原価 | など |

F/S支援の流れ

STEP 1. 企業の募集・採択

海外展開を計画し、現地調査を計画している中小企業を募集

海外生産拠点設立に伴う事業可能性調査、販路開拓等の市場調査を計画する中小企業を対象として、中小機構が支援希望企業を募集します。

支援対象者の決定

応募者の意欲や目的意識、海外展開計画の実現可能性、財務の健全性等を外部有識者が総合的に勘案し、採択します。

STEP 2. 国内での事前準備

①現地調査に向けた事前の計画作成支援

- 中小機構および支援対象企業にて、専門家との対面による個別相談をします。
- 計画に基づく事前情報の収集・分析およびアドバイスを実施します。

②現地調査時に利用する資料の翻訳（経費の一部を補助します）

- 海外現地の訪問先に自社の製品の特長、有意性等を訴求できるように、英語や現地語での資料作成の翻訳費用の一部を補助します。

③事前の市場調査の実施（経費の一部を補助します）

- F/S実施前にマーケット動向等の把握ができるように、市場調査費用の一部を補助します。

STEP 3. 海外での現地調査

現地調査への専門家の同行及び現地アドバイスの実施

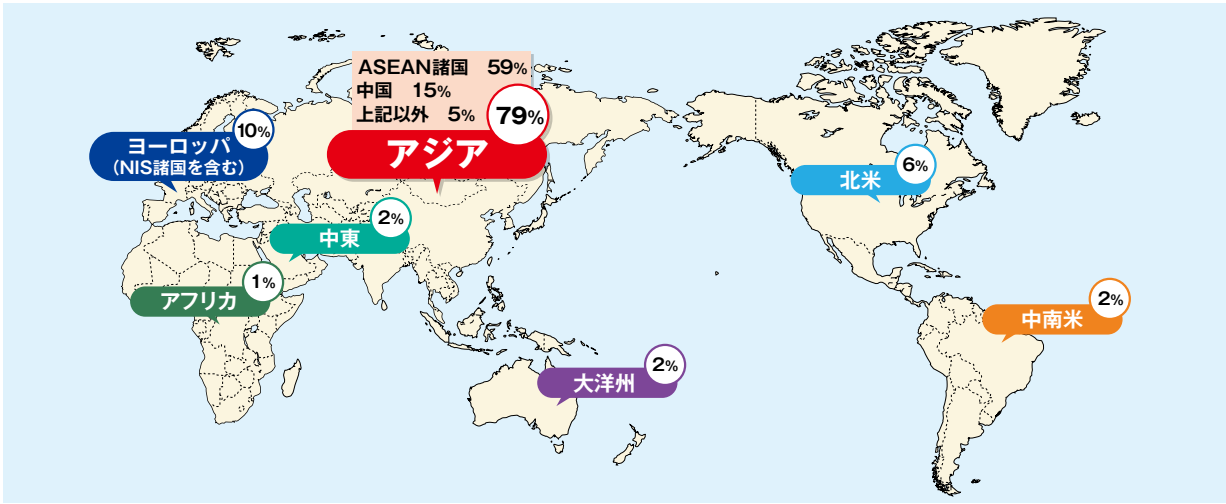
現地に精通した専門家が同行し、海外現地での調査活動を支援します。（支援企業からの要請があれば、現地アドバイザーを同行させるなどF/Sの規模を勘案して、適宜適切な体制でサポートします）

STEP 4. 調査実施後のフォロー

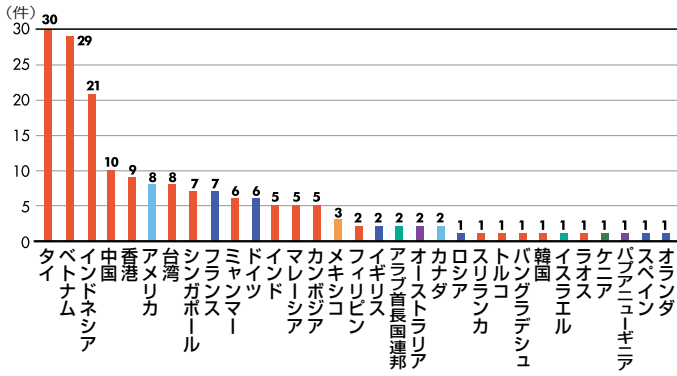
F/S調査で入手した情報に基づく事業計画の修正や見直し等のアドバイスを行います。

主要対象地域別内訳

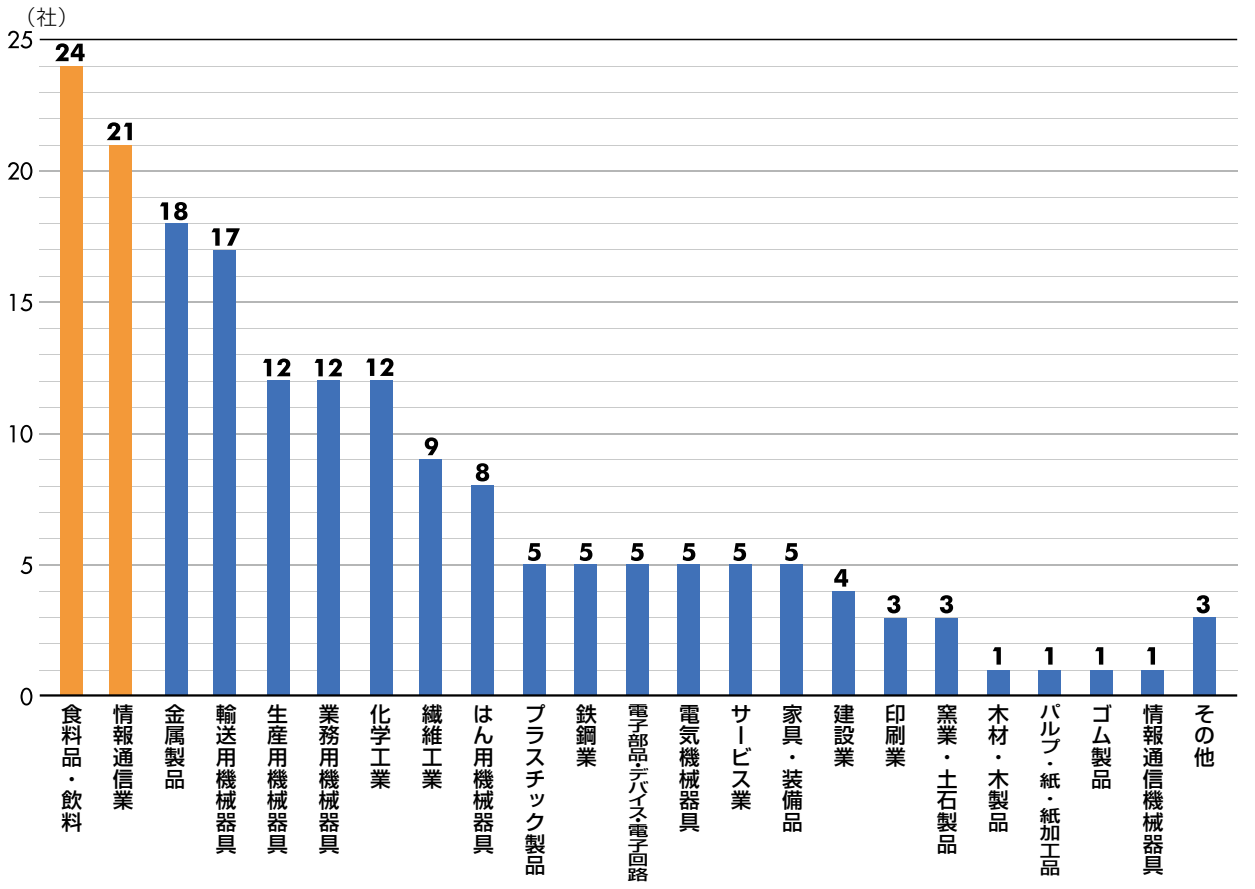
- 地域別に見ると、**ASEANが約6割を占める**
- 国別では**タイが一番多く30件**



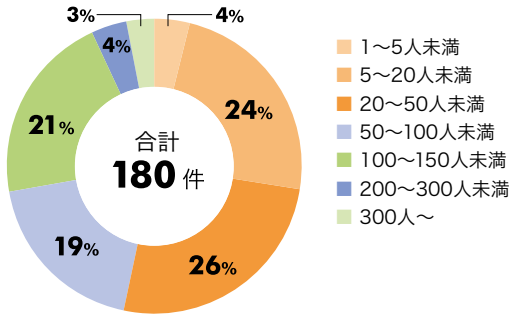
地域	件数	
アジア(うちASEAN諸国)	106	59%
アジア(うち中国)	27	15%
欧州(NIS諸国を含む)	18	10%
北米	10	6%
アジア(上記以外)	9	5%
中南米	3	2%
大洋州	3	2%
中東	3	2%
アフリカ	1	1%
合計	180	100%



取扱商品別分類



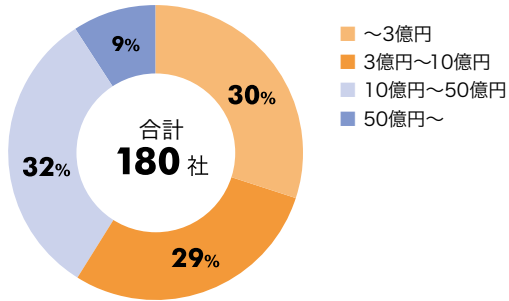
従業員数別内訳



- 従業員数 **50人未満の企業が半数以上**

従業員規模	件数	
1～5人未満	7	4%
5～20人未満	43	24%
20～50人未満	47	26%
50～100人未満	34	19%
100～150人未満	37	21%
200～300人未満	7	4%
300人～	5	3%
合計	180	100%

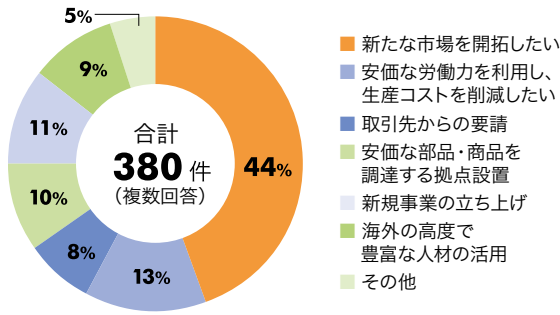
売上規模別内訳



- 売上高 **10億円以下の企業が約6割**

売上高	件数	
～3億円	54	30%
3億円～10億円	52	29%
10億円～50億円	57	32%
50億円～	17	9%
合計	180	100%

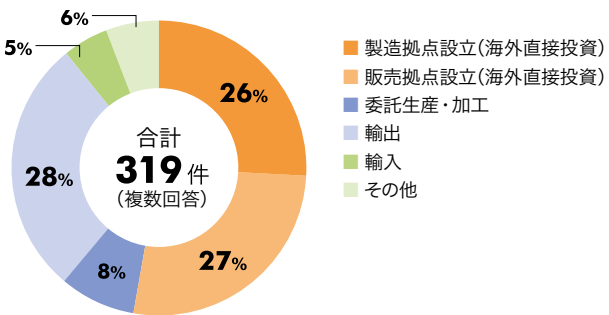
海外展開の目的



- **新たな市場開拓を目的としている企業が約5割**

目的	件数	
新たな市場を開拓したい	169	44%
安価な労働力を利用し、生産コストを削減したい	51	13%
取引先からの要請	29	8%
安価な部品・商品を調達する拠点設置	37	10%
新規事業の立ち上げ	40	11%
海外の高度で豊富な人材の活用	36	9%
その他	18	5%
合計	380	100%

海外展開の形態



- **拠点設立が半数以上**

展開形態	件数	
製造拠点設立(海外直接投資)	83	26%
販売拠点設立(海外直接投資)	86	27%
委託生産・加工	26	8%
輸出	90	28%
輸入	16	5%
その他	18	6%
合計	319	100%

東洋農機 株式会社

 インド  製造業  合併現地生産

会社概要 平成25年1月現在	■所在地	北海道帯広市西22条北1丁目2番5号	■売上高	2,695百万円
	■代表者	山田 政功	■従業員数	162名
	■業種	農業機械製造業	■URL	http://www.toyonoki.co.jp/index.html
	■資本金	180百万円	■海外展開検討国	インド

インドにおける 馬鈴薯収穫機市場への 参入可能性の調査

～世界一のポテトハーベスターメーカーを目指して～



1 事業概要

当社は、主に畑作用大型作業機械を中心に、ディスクハロー、ブームスプレーヤー、ポテトハーベスター、ビートハーベスターなど27種類約160型式の製品を自社開発し、設計から製造まで一貫した生産を行い、販売しています。

北海道の一大農業地帯である十勝地域で長年に渡り培ってきた技術や経験をベースに、公的機関との様々な連携やプロジェクトを実施し、大規模化への対応、

精密農業への対応、環境保全への対応などの技術開発で実績をあげてきました。

生産管理、品質管理においては、「ポルプ」と呼ばれる工場革新運動を積極的に導入し、徹底した4S運動を中心に、環境変化に柔軟に対応できる企業体質づくりに取り組み、お客様のために社員全員が一丸となって、生産性の改善と品質の向上を推進しています。

また、農業機械市場においては、馬鈴

薯収穫機の分野では中型・大型機の国内シェア70%以上のトップメーカーとして知られ、ポテトチップスなどの原料となる馬鈴薯収穫の多くに、当社製品が活躍しています。

北海道内のみならず、近年では本州や九州地区の畑作機械の開発にも着手し、また、海外数カ国への出荷実績を持つなど、国内屈指の農業機械メーカーとして躍進しています。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

当社の主力の馬鈴薯収穫機は、近年、海外からの引き合いが増加しており、試験的に数台輸出することはありましたが、継続的な取引には発展しませんでした。

世界的には、馬鈴薯の消費量は米、小麦に次いで多く、中国、インド、中央アジアなど多くの国で大規模に生産されています。しかし、従来の人手を使っでの収穫方法では、これらの国々の消費量の増大に対応できない状況になると予想していました。当初、当社は中国への進出を検討し、中小機構の専門家のアドバイスを受けながら交渉を重ねてきましたが、近年の政治的な状況の変化もあり、具体的な協業までには至り

ませんでした。

しかし、中国からの引き合いと並行してインドからの引き合いもあり、インドの馬鈴薯の生産量等の情報を収集している段階で、インドは馬鈴薯の世界的な産地であることが分かりました。また、機械化が進んでおらず、潜在的な機械化のニーズが高い国ではないかと思うようになりました。

このような状況の中でF/S支援に応募し、中小機構の専門家とともにインドの農業や機械化に関する情報を収集・分析し、また農研機構の農業機械の専門家からもヒアリングをして更なる現地の機械化の情報を収集し、F/S計画書の作成を開始しました。そ

の中で当社の海外での強み・弱みの把握、海外における農業機械業界の置かれている環境での機会・脅威の分析も行いました。これらの分析を通じて、100年以上の歴史を持つ当社にとって、今のインドは当社が数十年前に経験した状況にあると考えられ、当社の技術・ノウハウの蓄積を活かして現地に合う機械を開発することにより、農業の効率化に貢献できると思うようになりました。また、海外において「馬鈴薯の収穫機械」というニッチなカテゴリーに集中し事業展開をすることで、同分野での世界的な企業となれる可能性も見えてきました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 馬鈴薯の国内一大生産地帯である北海道で培われた、収穫機メーカーとしての技術力
- 後継者難やTPPといった環境の変化による国内農家(ユーザー)の減少を背景とした海外市場開拓

海外展開計画策定

- 世界第2位の馬鈴薯生産国でありながら機械化が遅れているインドをターゲット
- 現地向け収穫機の開発
- 協業(委託製造など)による市場開拓
- 将来的には現地モデルの他国への水平展開

資料・現地F/S及び成果

- 機械化ニーズがあることを確認できた。
- 地域ごとの気候、土質、農業経営の違いと詳細調査の必要性が明らかになった。
- 現地研究機関との共同研究や現地企業との共同開発にも道が開けた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

F/Sは限られた期間で効果的な調査をしなければならないため、以下のとおり具体的かつ絞り込んだ調査目的を設定しました。

- ①現地での馬鈴薯の生産体系の把握、収穫作業を確認し、どのレベルの機械化が必要か把握する。
- ②現地の馬鈴薯、機械化に関する公的研究機関を訪問し、共同開発の可能性を探る。
- ③現地の農業機械メーカーを訪問し、共同での事業実施の可能性を確認する。
- ④馬鈴薯の加工企業を訪問し、馬鈴薯の購入企業として収穫の機械化のニーズがあるかの確認を行う。

現地アポイント等

現地調査先へのアポイントに際し、現地に事務所を有し、農業関連の技術支援プロジェクトも実施している国際協力機構(JICA)と連携してアポイントを取得しました。

9日間の渡航中に、現地での農業機械展視察、生産者、馬鈴薯、農業機械化の公的研究所、現地農業機械メーカー、大手加工会社と馬鈴薯生産に関する上流から下流まで多くの関係機関や企業を訪問することができました。

4 今後の見通し

インドの馬鈴薯の生産地域は予想以上に広く、複数の州に渡っています。また、州により気候、土地の質が異なっていることが分かりました。

今回の調査では調べきれなかった地域が複数あるので、再度現地を訪問することで、今回調査することができなかった馬鈴薯の生産地域を訪問し、馬鈴薯の主要な産地の調査を広く行った上で、第一段階としてインドのどの地域向けの製品開

F/S実施内容と成果

- ①今回のF/Sを通じて、インドの農業生産の現状や政府機関の研究内容が明らかとなり、調査前に仮定したとおり馬鈴薯の機械化の度合いはかなり低いことが判りました。国内で販売している製品を直接輸出した場合には現地で求められる価格帯での販売は難しいことが確認されました。また、北海道とは収穫時期、土地の質も大きく異なり、これに対応することも必要となることが確認されました。しかし、機械化のニーズは高く、市場のニーズに合致した製品が現地で許容される価格で開発できれば、販売機会は大いにあると判断されました。
- ②現地の公的機関は、概ね、当社が現地の状況にあった馬鈴薯収穫機の開発を考えていることに関しては興味を示

しており、共同開発への協力は得られる感触を得ました。

しかし、現地の農業機械化研究所で研究している機械は技術レベルが極めて低い農機具であり、共同開発の仕方に関しては、ある程度技術力のある現地のメーカーを含めるなどの工夫が必要であると思われます。

- ③現地の馬鈴薯の加工会社は、現在の馬鈴薯の収穫方法には満足しておらず、効率化を求めていることが分かりました。また、当社との収穫機の共同開発に関しても興味を示しました。

上記のように、当初目的としていた点に関しては今回の調査で把握することができ、F/Sの結果は当社のインドにおける馬鈴薯収穫機市場への参入計画を前進させることとなりました。



発を行い販売することが効果的かを判断する必要があります。

海外市場向けに製品開発をすることは、当社として初めての経験となります。また、

従来の開発手法では対応が難しいこともあり、発想の転換、組織体制の

強化、見直しも必要となって来ると考えています。



担当専門家から一言

坪井 真一 北海道本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

海外での事業展開においては、現地でのニーズの把握に努力し、自社の強みを活かし、現地の文化、習慣を尊重しながら、互いにメリットのある事業を継続的に模索することが重要です。

当社は国内で生産者の声に耳を傾け「アグリパートナー」として製品開発を長年行ってきた企業ですので、長期的な視点で取り組み、現地のニーズを尊重して製品開発を継続し、現地で信頼を得られれば、自ずと良い結果が得られると確信します。



ワテック 株式会社



イギリス (ロンドン) ・ドイツ (デュッセルドルフ、シュツットガルト) ・フランス (パリ) ・スペイン (バルセロナ)

製造業

欧州営業統括拠点設立

会社概要

平成25年12月現在

■所在地 山形県鶴岡市大宝寺字日本国254-2
■代表者 五十嵐 重人
■業種 製造業
■資本金 58.5百万円

■売上高 1,000百万円
■従業員数 57名
■URL <http://www.watec.co.jp/>
■海外展開検討国 欧州

欧州営業統括拠点設立F/S調査 及び海外営業人材育成・自立化支援



1 事業概要

ワテック社は、1987年にエンジニア集団の製品開発から出発し、現在CCDカメラ、その周辺機器及び応用製品の開発設計・製造・販売を主な業務とする創立後まだ若い会社です。カメラがまだ撮像管式で高価な上、大型だった時代に、CCDを独自の電子回路と組み合わせることで今日普及している小型CCDカメラの開発に成功し、商品化させた実績を持ちます。その後もCCDカメラの更なる改良と小型化を図り続け、超小型カメラ分野では常に世界のパイオニアとして市場の注目と信頼を集める存在です。

同社のCCDカメラは、日本国内はもとより世界の市場で愛用されており、お客様は民間企業のみならず、政府、公共機関に及んでいます。従来の一般監視カメラ市場から画像

処理を伴う工業系(画像計測器、自動化監視、小型検査機)市場とその応用範囲を広げています。

高い品質と信頼性に基いたワテックカメラは、宇宙空間(ロケット)を初めとして、亜熱帯(東南アジア等)、乾燥帯(アフリカ等)、寒冷帯(ロシア等)の世界の各地域や動揺体(船舶、ヨット等)でも活用されています。その地域は、全世界およそ60カ国に及び、使用される場所も、各国の郵政事業体、銀行、宮殿、美術館、大使館、自動車メーカー、警察、鉄道、地下鉄、バス、高級ブティック、高級デパート、スーパー、小売店、大学、高等学校、愛好会、各研究所(天文、物理)、安全捜査局、各所旧跡地、遺跡、画像機器メーカー等と多種多様です。

同社の開発エンジニアは、世界から入手さ

れる市場動向や技術的要求に基づき、工学、機械、材料、気象、環境、物理等幅広い分野の知識を駆使した独自の商品コンセプトを生み出しています。また、このコンセプトを一つの商品として具現化する過程において、終始一貫、責任を持って関わり続けます。この開発エンジニアの姿勢こそが市場での同社製品の品質と信頼性に対する高い評価につながっています。

同社は国内・海外の販売店との協力の元、また自らも台湾の台北とアメリカのニューヨークに販売店を構えて直接お客様と商談を進めながら迅速な販売及び各種サポートを行っており、CCDカメラ専門メーカーとして、お客様の幅広いニーズに合わせた応用・カスタム製品の対応にも務めています。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

ワテック社は前述の通り高い技術力を評価され、海外を中心に順調に売上げを拡大してきましたが、2006年以降は減少傾向となっていました。

2008年はリーマンショックによる外的要因と捉えることができるものの、傾向として減少する事実についての要因分析については、検討はされるものの当該検討内容を認識する状況に留まっており、具体的な改善行動までには発展していませんでした。

売上減少傾向の継続を看過することへの不安と焦りが高まる中、メイン銀行から機構のF/S支援事業の紹介があり、面談、応募、採択、支援開始となりました。

採択後は同社の理解のもと個別データの提供も進み、急拡大する市場がある一方で、過去、相当の売上げ実績のあった国において売上げが半減し、かつ当該状況が複数の国において発生していること等、再度現状分析からはじめ、SWOT分析やその対応策を協議し、営業拠点設

立について現地調査をすることとなりました。

また同社は欧州だけではなく他地域でも同様の取り組みが必要になることから、基本的には同社のプロジェクトメンバーが全ての作業を担当するスタイルで支援を実施することとし、現状分析と現地法人設立に必要な過程を経験することで次回以降は自社で実施できるような支援(自立化支援)をすることとしました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 欧州売上減少傾向
- 要因分析(仮説)
 - (1)情報収集体制未整備
 - (2)製品魅力の低下(市場変化)
 - (3)アフターフォロー体制未整備
- 地域営業拠点設立を検討
- 次施策として、アジア地域での同取組の展開を検討⇄自立化

海外展開計画策定、資料F/S

- 下記海外展開支援2点を通じ、「人材育成・自立化支援」という「経営支援」を実施
 - 拠点設立に関する調査事項整理
 - 代理店ヒアリングによる課題抽出・整理
- LDN,DUS,Parisを候補地に選定。各地行政関連機関ともコンタクトを取り情報収集。事前Mtg10回、役員報告会開催(事前)。

現地F/S及び成果

- 役員報告会(事後)を開催。以下を報告・提案
 - DUSを有力候補地として報告
 - 新商品開発の必要性を報告
 - 情報収集体制の構築と当該情報を活用した経営判断体制の構築について提案
- 従業員向け報告会も開催

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

欧州営業統括拠点設立F/S調査及び海外営業人材育成・自立化支援

既に海外企業との取引を実施している企業が、更にステージアップするための取り組みです。

企業の実力・体制を考慮し、所謂F/S調査支援にとどまらず、経営を支援する組織としての関わりに重きを置いた支援を実施することとしました。

現地アポイント等

自治体等公的機関、金融機関、会計監査法人、不動産会社、人材紹介会社、既存取引先

訪問先選定に関しては協議・アドバイスを行いましたが、実際の訪問先選定及びアポイント取得については、企業プロジェクトメンバーに担当いただきました。

F/S実施内容と成果

現地法人設立という直接的な課題に関

しては、候補3都市内で1都市への選定を行いました。進出形態(現地法人、駐在員事務所、出張ベース)については、最終的な結論はまだ出ていませんが、実施を前提に準備は進められています。他地域への展開も含め、今後早期の対応が期待されるところです。

国内での各国誘致機関訪問による事前情報収集から現地訪問先選定・アポイント取得に至るまで、約2か月間の間に十数回に及びミーティングで進捗共有・方針確認を実施し、現地調査前には役員への報告会を開催しました。

現地調査後も役員への報告会にとどまらず、全社的な取り組みに展開することを目的として、会社の現況と取り巻く環境を再確認し、全員が今後の会社の方向性を共有するために、社員向けの報告会も開催しました。

またこの支援の過程において、同社における社内体制の課題も明確

になってきました。

営業部門の機能の在り方、新商品開発の在り方、意思決定に関する組織体制の在り方等、更に企業が成長・発展するための経営基盤強化について、現在F/S支援事業の一環としてフォローアップしています。

機構では経営基盤強化に資するハンズオン支援事業も実施していることから、経営を支援する組織として引き続き支援をしていきたいと考えています。



現地調査前社内プレゼン

4 今後の見通し

ワテック社の製品ラインアップは、企業の生い立ちからも、アナログ製品が主流となっています。アナログ製品は解像度が高くコスト面からも優位性が高いものの、周辺機器との連携面で課題が多く、残念ながら市場の拡大は見込めない状況が確認できました。現地F/Sにおける既存取引先とのミーティングでは、デジタル製品の供給について言及される場面が多々ありました。

一方で既にデジタル製品は市場に数多く流通していることから、付加価値の低い

製品ならば価格競争に巻き込まれざるを得なくなります。所謂レッドオーシャンに飛び込むことになります。

ワテックブランドが機能している今だからこそ、市場の声を聴き、市場の一步前に行く製品を提案・製造する必要があります。その為には、企画部門、営業部門、開発部門の連携等、経営基盤の更なる強化が重要となります。

更なる発展のために、企業の伴走者として自立化支援という視点で支援し

ていきたいと考えています。



BCN Rister

担当専門家から一言

佐藤 貴実雄 本部(東京) 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

ワテック社の製品は、その約8割が海外向け輸出です。特に海外では、その技術の高さ、品質安定性、耐久性等の観点より、極めて高い評価を得ており、一部市場ではワテック社の偽物が販売される程そのブランド力は極めて高いものがあります。

今回欧州市場で、長年同社製品を販売している販売代理店数社と面会しましたが、そのブランド力と出荷・品質管理等のサポート体制に関しては高い評価を与えられている事が実証できました。

現在では、殆どどの用途で従来のアナログ式のカメラからデジタル式に移行しており、どの販売代理店も、台湾、韓国、中国の新興メーカーのデジタル式製品の取り扱いを開始しており、今後は同社の製品に頼る必要はなくなっている現状が判明しました。

一部の極めて特殊な用途等については、既に認証の取れている同社のアナログ式製品のリピート注文が今後数年間は期待できますが、現状では、新しくアナログ式カメラを使用するプロジェクトは皆無に近いというのが現状です。同社の従来から高い評価を得ている品質安定性、耐久性を維持し、新興メーカーの製品に更に同社の技術力を加えて製品を開発する事が、市場からは強く期待されています。



株式会社 ナノ

 アメリカ（ヒューストン、サンノゼ） **製造業** **販路開拓**

会社概要 平成26年3月現在	■所在地	神奈川県横浜市金沢区谷津町86-1	■売上高	246百万円
	■代表者	林 ふさ子	■従業員数	23名
	■業種	超小型精密旋盤及びフライス盤の製造・販売	■URL	http://www.nanowave.co.jp/
	■資本金	50百万円	■海外展開検討国	アメリカ

高性能卓上旋盤・フライス盤の 輸出拡大

～米国市場への進出～



1 事業概要

当社は1995年8月に、先代の林亮氏（工学博士）によって設立されました。事業内容は、大きく分けて2分野に亘っています。同社が長年培ってきた匠による職人技術を屈指して、旋盤・フライス・研削・仕上げ加工から組み立てまでの精密部品の製作と、高性能の小型旋盤及びフライス盤の製造販売です。

精密部品の製作は、防衛省向けの特殊部品をはじめ、多くの用途に同社の卓越した技術を生かした製品の提供実績を

持っています。一方、小型の卓上旋盤及びフライス盤は、医療用機械の研究・開発を始めとして、学校・教育機関向け、その他さまざまな用途に採用されています。国内では、慶應義塾大学、東京大学、東京工業大学等に納入実績があります。

海外においては、オランダのデルフト工科大学、エストニアのタリン工科大学、英国のニューカッスル大学に当該製品の納入実績を持っています。

小型卓上旋盤及びフライス盤の用途

は、最近発達してきている3Dプリンターと近い部分がありますが、精度の高さと、使用できる素材の違い等により、独自の市場を形成しており、今後ますますその用途開発の展開が期待されています。

同じような小型の旋盤・フライス盤が既にホビー用として市場で販売されていますが、これは精度を追及した当社の製品とは性能上異なる製品であり、コスト面でも大きな差が出ています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は前述の高い技術力が評価され、国内向けには既に順調にその販売を伸ばしてきていますが、一部海外市場向けにも、関連学会等経由でその製品が紹介され、販売実績を徐々に積み上げてきています。

英国、オランダ、エストニア等の欧州地域を中心に、これまでの輸出版売の実績を築いてきましたが、今後は更に大きな可能性を秘めている米国市場へ同社の小型卓上高性能旋盤及びフライス盤を紹介し、輸出版売を拡大しようという計画

の下、今回の中小機構のF/S支援事業を利用して、市場調査を行い、次のステップとして、現地の専門販売代理店を選択して、業務契約を締結する方針を策定することになりました。

米国で特に医療産業に特化しているテキサス州ヒューストンにおいて、AACC（American Association for Clinical Chemistry）が、2013年7月28日から8月1日の間に開催される事が分かり、この展示会の出品製品を視察し、当該商品の主要用途の一つである医

療器械製造分野を中心に、現地の市場調査を行う事としました。その後、米国内で、このような製品を必要と推定される企業・団体を訪問し、米国市場における同社製品の将来性について調査する事になりました。

同時に調査を進め、米国市場で同種類の需要及び製品の販売を行っている企業を見つけて、販売代理店として起用する事が出来るかどうかについて、検討することとなりました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略	海外展開計画策定	資料・現地F/S及び成果
■潜在性の最も高い米国市場への販売開拓を実施 ■既に始まった欧州向け輸出版売の強化 ■アセアン地区への輸出版売開拓の検討推進	■米国が世界最大であるという仮定の下、市場調査を実施し、米国市場の潜在性を確認する。 ■実際の米国市場における販売ルートの選定を進める。	■米国展示会視察、各製造業と面会を通して、潜在的な需要が極めて大きい事が確認された。 ■同種類の製品の販売・メンテナンスを手掛けている企業を選定し、今後の販売方針等について、検討・打ち合わせを進める方針。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①AACCの展示会を視察し、米国市場において、高性能卓上旋盤及びフライス盤の特に医療機械製造分野で市場性があるかを調査、確認する。
- ②各種米国製造業企業を訪問し、高性能卓上旋盤及びフライス盤の販売の可能性についてヒアリング調査を行う。
- ③米国内で、同じ分野で主に中型の旋盤・フライス盤を販売している企業を訪問し、当社製品の取り扱い可能性について打合せを行う。

現地アポイント等

準備期間が短かった事もありましたが、中小機構の現地アドバイザーの協力を得て、さまざまな分野に亘る企業を訪問し、当社の卓上旋盤及びフライス盤を紹介し、それぞれの興味、取り扱い可能性について打ち合わせする事が出来ました。他にも病院や研究所、大学等に訪問するアポイントも取り付けたかったのですが、この為には相当のコネクションが必要であったことから、今回は残念ながら実現出来ませんでした。

F/S実施内容と成果

- ①AACCの展示会視察及びその後の各種企業訪問で、米国市場において当社

製品である高性能卓上旋盤及びフライス盤を必要とする分野が相当あることが確認出来ました。

米国では、既に3Dプリンターが日本以上に普及しており、ほぼ同じ分野で使用されている事も明確になりましたが、その製品の精度と部品にする素材の特性から判断し、3Dプリンターと高性能卓上旋盤及びフライス盤は共存して、その需要はますます増加するという認識を深めました。

②米国カリフォルニア州のM社は、スイス出身のオーナーが、ドイツ製の中型フライス盤及び旋盤を、輸入販売している企業ですが、この企業はある程度の商品開発能力と、メンテナンス・サービスを行う能力を持っていると同時に、当社製品の取り扱いに極めて高い興味を示しました。

この企業の規模は、設立後間もないということもあり、小さい企業ではありますが、この会社を当社の

卓上旋盤及びフライス盤のディストリビューターとして起用することを、双方で検討・打合せする事になりました。



AACC の展示会場



現地企業との面談風景

4 今後の見通し

当社のこれまでの輸出実績は少ないですが、実際に海外へ輸出した際には、現地の販売代理店等を起用せず、直接海外の大学に販売する形式を取っています。第三者が仲介する事により、情報収集能力が劣る危険性や、相手先の信用程度等に慎重に対応してきたためです。

また、当社製品は、製造者責任を問われる場合も想定できるので、特にPL保険等で厳しい米国市場において、どのように商

売の展開をするべきかを現在検討中です。同時に、現地の販売代理店候補の企業と当社との間で締結する、業務契約（販売代理店契約）については、双方の権利・義務を明確に規定し、米国内で発生する可能性のある問題が、当社に、そのまま直接的に降りかからないようにすることも十分に考慮する必要があります。

これらの問題や課題を十分検討し、双方が納得のいく条件を提示して、徐々に米国

市場において、当社の卓上旋盤及びフライス盤を紹介し、商売が立ち上がっていくことを目指しています。

同時に、当社としては、既に始まっている欧州向け、これまであまり手の付いていないアセアン向け等の市場向けにも、米国市場向けの輸出版売にある程度目途が付いた時点で、輸出版売開拓の推進を検討しています。

担当専門家から一言

佐藤 貴実雄 本部（東京） 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

当社の高性能卓上旋盤及びフライス盤は、従来は総て特注品でした。今後、海外でその販売を拡大する為には、ある程度の標準品を設定していく必要があると思われます。特に、米国市場では高性能卓上旋盤等への需要が見込まれる事が、今回の現地F/Sで確認されていることを踏まえて、海外でこのような機械を販売することは、品質保証等の問題を解決する必要がある見込まれますが、商売を展開していく中で、これらの諸問題にも対応するようにして頂きたいと考えています。



株式会社 エル・シー・アプライアンス タイ (バンコク) 製造販売業 生産販売会社設立

会社概要 平成25年3月現在	■所在地	神奈川県横浜市戸塚区原宿4-52-7	■売上高	1,086百万円
	■代表者	長田 昭良	■従業員数	67名
	■業種	自動販売機、券売機の製造・販売・保守	■URL	http://www.k-lca.co.jp/
	■資本金	50百万円	■海外展開検討国	タイ

タイ人件費アップと日系外食店進出による 自販機・券売機の市場拡大を狙い 生産および販売拠点を設立する

食券用の券売機

1 事業概要

当社の事業の3本柱は、①自動販売機のメンテナンス・サービス、②自動販売機の設定・設置作業、③券売機の販売ですが、少子高齢化等の社会環境の変化による人口減少、震災の影響によるエネルギー環境の悪化、喫煙人口の減少等により国内の自動販売機の普及台数は減少し続け、主力事業である自販機の設置・保守サービスは減収・減益となっています。外食産業の進展に伴う券売機関連の販売増によりこの落ち込みを補っている

したが、近年外食産業の伸びも頭打ちとなっています。

一方、ASEAN諸国では経済発展により国民所得が急速に向上しており、国内外食産業各社は積極的に海外展開を進めていますが、現在当社の保有機器は海外向けに対応できていないため、この需要を取り込めない状態です。

また当社の強みは以下の点です。

①業界分野・顧客によって異なる券売機に対する細かい顧客ニーズを把握して

いること

②券売機単体の詳細仕様のみならず、券売機システム全体の運用方法のノウハウを保有していること

以上より、顧客に対しシステム全体のコンサルティングが実施が可能であり、顧客ニーズに合致したシステム構築、およびキメの細かい運用保守サービスを提供できます。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

事業の現状に対し、何らかの増収・増益対策を講じる必要がある。

国内外食チェーン店向け券売機は収益率が高く、かつ一定数量の受注が長期間継続するため券売機関連事業の利益の中核となっている。このため増益のためには、外食チェーン向けの券売機の販売拡大を図るのが効果的である。一方当社の券売機の中心的な顧客である外食産業は全体の店舗数は増えているものの、海外展開により国内店

舗数は減り海外店舗数の増加がめざましい。

そこで日本食が普及し日系外食企業の進出が増加している海外市場で券売機の販路を開拓し、券売機事業の増収・増益を達成する。

今回は近年日本食ブームで日系外食産業の進出が著しいタイを進出対象国としF/Sを実施。



外食店の訪問調査の様子

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 国内市場の様々な環境変化による減収・減益を成長著しい海外市場への販路開拓でカバーする。
- 保有する券売機に関するノウハウを活かし、海外現地に適した券売機を開発・導入する。
- 券売機の自社開発・製造を通じ卸売業→製造業に業種転換する。

海外展開計画策定

- 海外進出国を選定し、券売機市場への導入・普及の可能性や市場規模を調査する。
- 現地向け仕様を策定し、市場の評価を得る。
- 製造・販売・保守・サービス体制を現地で構築する。

資料・現地F/S及び成果

- タイ市場で券売機が使用されていない理由が把握できた。
- 将来の券売機の導入、普及の可能性と市場規模が把握できた。
- 券売機の市場ニーズが分かった。
- 顧客候補とコンタクトができ、売込先の選定ができた。
- 提携可能な現地企業が分かった。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①対象国で券売機が普及していない原因を調査し、海外展開計画の妥当性を検証する。
- ②国内の外食産業の進出状況と現地の同種外食産業の展開状況を調査し、将来の展開先分野と市場規模を予測する。
- ③現地の保守・サービス委託可能企業の有無を調査し、保守・サービス体制を決める。
- ④現地で券売機を製造する場合の材料サプライヤーや加工の外注先の有無を調査する。

■現地アポイント等

- ①進出している日系外食チェーン店
・8番ラーメン等5ヶ所
- ②ローカル外食チェーン店
・MKグループ等3ヶ所
- ③保守・サービス委託可能企業
・Prima Inter-Engineering社
- ④現地既設の券売機
・BTS駅、メトロ駅
- ⑤券売機製造時の材料サプライヤー・加工外注先

- ・現地ローカル企業5社
- ・現地券売機製造メーカー(試作品)1社

■F/S実施内容と成果

- ①タイ市場で現在券売機が使われていない理由が把握できました。
 - ・紙幣詰まり等の機械トラブルが多く、品質的に現地で使用できる券売機がない。
 - ・日系外食店は高級レストランとされ、券売機使用がイメージにそぐわない。
 - ・利用客の中流所得層以上では人的サービスが要求されるので、券売機の使用はなじまない。
 - ・券売機の使用例がほとんどないため、機器自体になれておらず店舗側、顧客とも使いこなせない。
 - ・人件費がまだ安く機器の価格が高いので、設置の投資回収が難しいと思われる。
 - ・現状のPOSレジ方式を券売機に変更するのはリスクが伴うので、自社が先頭ではやりたくない。
- ②将来の券売機の導入普及の可能性および市場規模が把握できました。
 - ・将来的には賃金上昇と店舗での価格

下降により、券売機の導入・普及の可能性は十分ある。

・現在使用しているPOSの端末については不満が多いので代替えできる装置があれば導入を検討。

・タイは高齢化社会の入口にあり、就労人口は減少、賃金は上昇するので今後導入、普及の可能性あり。

③券売機に対する要求項目が把握でき、開発製品の仕様設定ができました。

・タイ人は目新しいものが好きなので、機器の仕様設定に客寄せ効果を狙う。

④具体的な将来の顧客候補とコンタクトができ、売込先の選定ができました。

・タイの大口フランチャイズ企業からコンセプトと目標販売価を具体的に提示され、販路開拓を進める。

⑤提携可能な現地企業が確認できました。

・販売代理店や保守・サービス委託できる企業、及び将来現地生産時のサプライヤー候補を確認できた。

4 今後の見通し

■今後の課題

- ①開発費を含めた事業立上げ費用の捻出・調達方法
- ②設計・開発技術者の調達・確保方法
- ③現地派遣要員(人材)の捻出・確保方法
- ④販売・設置・サービス業から製造業への業態変更
- ⑤製造のためのインフラ整備

■今後の進め方

- ①今回の調査・ヒアリングの結果を踏まえて、タイ向け券売機のコンセプトをまとめます。
 - ・日本型の券売機の構成や構造にとらわれない。
 - ・機器自体が集客効果を発揮できるもの

とする。

- ・高性能、集客機とシンプル機能、ローコスト機(普及機)の2機種を設定する。
- ②以上よりまとめた構想仕様に従って、デモ用プロトタイプ機を開発・製作します。
 - ③デモ機を使用しターゲットユーザーにデモを実施します。
 - ・ターゲットは「日本食チェーン展開企業」に絞る。
 - ・時期的には遅くとも2013年内の初回実施。
 - ④デモ機の評価を織込みES(Engineering Sample)を製作し、サンプル導入～実運用を依頼します。
 - ・実運用期間は通常最低6

ヵ月だが、タイの場合は12ヵ月必要となる。

⑤実運用結果を受けて、修正・改善実施後、量産と本格販売に移行予定です。

⑥並行して国内生産体制と現地販売・保守サービス体制の構築を進めます。



現地企業との打合の様子

担当専門家から一言

蛭間 康夫 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

今回の現地調査で、日本食が既に深く浸透していることを再認識しました。券売機導入は今後急速な普及が予想されますが、進取の気性に富む顧客の発掘が重要なキーとなるでしょう。タイ国内では、既に某ベンチャー企業が券売機製造を目論んでいるので、それに後れを取ることなく、エル・シー・アプライアンス社がマーケットリーダーとなって挑んで欲しいと思います。



株式会社 ダイハン

 タイ（バンコク）

製造業・卸売業

拠点設立

会社概要

平成25年6月現在

■所在地 東京都大田区多摩川1-18-3

■売上高 非公開

■代表者 森 広蔵

■従業員数 37名

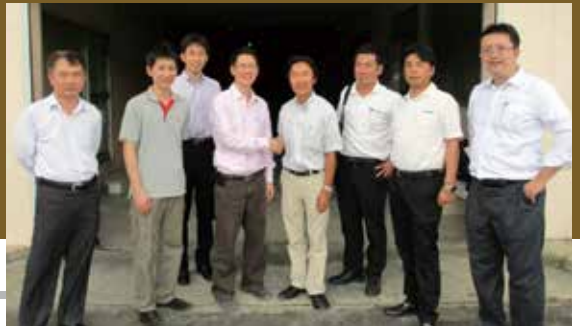
■業種 ゴム練機・ゴム押出機・ゴム成形機の製造及び販売

■URL <http://www.daihan-net.jp/>

■資本金 21百万円

■海外展開検討国 タイ

ゴム機械とシステムエンジニアの パイオニアがASEAN展開の 橋頭堡づくりの為にF/S調査を実施



1 事業概要

当社は1965年に設立され、主要な事業としてゴム練機・ゴム押出機・ゴム成形機の製造及び販売を行っております。主な販売先は、自動車部品に使われるゴム製品を作るメーカー、電機電子機器の部品メーカー、建設資材メーカー、医療機器メーカーなどです。

設立当時、日本国内の多くのゴム製品メーカーはより高いレベルの製造技術を日本に導入したいという意向をもっておりました。そのニーズを実現するために、ドイツからのゴム製造装置の技術導入を図る為にミッションをアレンジするなどして業界に貢献しながら、日本国内のほとんどのゴム製品メーカーと取引関係を持つこ

とができるようになりました。当初は技術導入を支援するエンジニアリング会社の要素が強くありましたが、顧客企業のニーズを実現していくにつれて、製造販売、調達販売なども行いはじめ、製造子会社も設立、商社機能も合わせ持つ、というユニークな会社になっていきました。

同時に、顧客のニーズを満たすために、ゴム製品の製造装置全般を扱っていくにつれて、ゴム製品を製造するのに必要な全ての主要な設備である、ゴム練機、ゴム押出機、ゴム成形機が扱えるようになって参りました。当社および子会社で製造しているものは、ゴム練機とゴム押出機が中心であり、最近では台湾メーカーの取り扱い

も増えております。通常は、ゴム製造設備メーカーは、押出機だけの扱い、練機だけの扱い、と専門メーカーがあり、その前後の工程については別の専門メーカーが担当する、という場合が多いのですが、当社はエンジニアリング技術を駆使しながら製造ライン全般の最適化を図るサービスを提供できる点が、他社では真似の出来ない、当社ならではの「強み」の一つとなっております。また、過去、技術導入を支援してきた結果、ほとんどのゴム製品メーカーに、当社が導入した設備があり、幅広い顧客基盤を有している、という点がもう一つの「強み」となっております。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

今回、独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下、（独）中小機構）の事業化可能性調査（以下、F/S）に応募した契機は次の通りです。

アセアンは、所得の向上と中間層の出現によって購買力が高まり、生産地としてだけでなく、消費地としても急速に魅力を増しつつあります。当社顧客である自動車部品用ゴム製品メーカーが、アセ

アンで需要増に応じた製造ライン増設を今後進めるであろう、と予想しました。当社としても需要が最も大きい場所での営業・サービス活動を行える拠点形成が必要であると考え、F/S支援サービスに応募しました。

アセアンでは、2015年の経済統合によって、域内人口約6億4千万人強になると予想され、市場としても魅力あるもの

になっていくことは誰の目にも明らかでした。当社でも、タイやインドネシアをはじめとするアセアン諸国ならびにインド



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- ユニークな当社の強みや、ビジネスモデル、付加価値創出のプロセスを徹底的に要素分解した結果、進出予定国でビジネスを展開する上で、足りない点や課題を明確化し、補うシナリオを複数構築しました。

海外展開計画策定

- 顧客ごとに売上予想を立て、その売上を担保するビジネスモデルの仮説を作りました。
- また、進出形態のタイプごとに、どれだけの費用が発生するかもシミュレーションしました。

資料・現地F/S及び成果

- 海外展開計画の仮説と、それを裏付ける日本国内で入手可能なデータを基に、現地F/Sで現実を検証しました。結果的に、低コストの進出形態の可能性が分かるとともに、日系企業、ローカル企業のニーズも分かり、事業化の可能性が高まる結果が出ました。

などの南アジアへ、既存顧客の設備増強や設備導入の支援の為の出張回数が増えていくにつれて、日本からの出張対応よりも現地での営業・サービス拠点設

立の方が、経済合理性があるのではないかと考え始めました。また、既にある中国子会社を含めたシナジーを発揮できるビジネスモデルを模索していたことも背景

にあります。現地駐在予定者とともにF/S調査の順序を実践することで、F/Sのノウハウを社内に蓄積できるようにしました。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

中小機構のシニアアドバイザーや職員の方とともにディスカッションをして、当社のF/Sの目的を以下のように設定いたしました。

- ①ユーザーの海外進出に合わせた現地での商売の獲得可能性の検証
- ②現地での事業展開を展開するための調達、組立、加工、サービス・メンテナンス等のパートナーの確保の可能性調査
- ③最適な拠点設立形態およびそれに伴う損益計算のシミュレーション
- ④現地決済ニーズの確認
- ⑤メーカーとユーザーの直接取引の有無の確認
- ⑥設備に求められる品質と価格のバランスの確認
- ⑦商社に求める価値の確認

■資料F/S および現地F/Sの中身

それから、中小機構の方と一緒に当社の「強み」と付加価値創出のプロセスを再検証しました。

当社はこれまで、日本国内での設備のコスト削減ニーズを汲んで台湾製の設備の取り扱いを行い、時機を得たビジネス

展開をしてきました。お蔭様で、価格競争が極めて厳しいこのゴム製造設備業界でも生き残れて参りました。

ですが、これは飽くまで日本国内での成功パターンであり、海外でそのまま通用するものではありません。日本国内での付加価値創出プロセスやインフラが飽くまでも前提となるため、進出予定国のタイで当社の付加価値創出プロセスが再現可能か詳しく検証し、コストシミュレーションをする必要がありました。

これまでの中国現地法人経営の経験から、日本国内でも取引関係を持つタイ既進出の日系現地法人には販売可能性があるだろうと予想されたものの、それだけの売上および利益で拠点の運営コストを賄えるかどうかの不透明でもあるため、完全に現地資本のローカル企業への商機があるかどうかを確認しました。

また、販売を実現するために必要な、前工程である調達、組立、後工程のメンテナンス・サービスなどに関しても、日系のみならず現地系の企業情報も得ようとしてました。

特に、現地のローカル企業の情報は言語の違いもあり、当社だけでは入手しづ

らい部分も多くありましたが、中小機構のインフラや関係協力機関からの支援、中小機構の現地人アドバイザー、現地在住の日本人アドバイザーの方達の協力も得ながら、当社だけでは知り得ない企業などともめぐり合うことが出来ました。また、それらの企業のサービスを受けることで、直近の課題解消の可能性があることが分かりました。また、大田区にあるようなフレキシブルな対応が可能な力のあるローカル企業との協業の可能性も見えてまいりました。

最終的には、進出形態は4つのパターンを作り、その全てでより精緻な損益シミュレーションを作成して、経営判断を行うことになりました。



4 今後の見通し

2013年8月下旬に現地F/Sから帰国し、その後、事後F/Sを進めながら10月初旬の取締役会に諮り、4つのパターンの1つを進める形になりました。最も低コストである進出形態で現地での拠点運営を行える段取りとなりました。

今回の現地F/Sの結果、顧客企業がグローバル基準で日本と同じ品質で製造し

なければならない場合の設備と、現地仕様に合わせた低コストの製造設備の、大きく分けて2通りの必要があることが判明しました。特に、ローカル企業向けの製造設備では、品質もさることながら、まずはコストが安いことが大前提となります。この場合、当社が既に拠点運営を行っている中国現地法人の機能を活かして廉

価版の中国製品を販売する可能性も出てまいりました。その為の、メンテナンス・サービスパートナー候補も見つかり、条件がそろいつつあります。当社がこれまで投資してきた中国での事業も有効活用しながら、今後成長する東南アジア、南アジアなどへの橋頭堡が築けるきっかけになるようにしたいと考えております。

担当専門家から一言

辻 聡司 本部（東京） 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

ビジョン・ミッションの確認、経営課題の把握、経営戦略の検証、海外戦略の立案からはじまる一連の流れの中で、当社のユニークさを理解する為に、はじめは時間が掛かりました。特に、付加価値創出のプロセスを解明する中で、ダイハン社を当社たらしめている要素とロジックが分かったため、タイでそれを再現すべきか別のシナリオを考えるべきかどうか議論しました。その結果、どのようにすれば再現できる条件が整うか、検証することがF/Sの重要なテーマとなりました。

今後は、現地人の育成、事業拡大をどのように進めるか、ビジネスそのものを正面から取り組む段階に入っていきます。当社の今後の成功を心より祈っております。



東京特殊印刷工業 株式会社

ベトナム 製造業 製造子会社設立

会社概要 平成26年2月現在	■所在地	東京都世田谷区桜新町2-5-5	■売上高	約2,800百万円
	■代表者	寺岡 健郎	■従業員数	約150名
	■業種	銘板、電子部品等の製造及び販売	■URL	http://www.tdicorp.co.jp
	■資本金	10百万円	■海外展開検討国	ベトナム

ベトナム工場から 世界市場を目指して



1 事業概要

当社は、昭和31年9月設立で、スクリーン印刷ならびに関連加工製品の開発・製造・販売に60年の経験を有し、国内の大手製造メーカーを中心に約500社のお客様に取引させていただいております。製品は、お客様の製品の顔となる表面パネル製品から、自動車・車両・運送機器の外部表示マーク、電気製品用のスイッチ、自動車内装部品など、多岐にわたっています。国内工場は、ISO9001認証取得による品質保証体制を有し^{*1}、またISO14001認証取得による環境にも配慮し

た生産を実施しております。

従来、国内の大手顧客向け製品の開発・製造を国内生産拠点ならびに一部海外協力会社（中国）による委託生産にて対応してきました。

経営ビジョンは、「従業員が安心して働き、仕事を通して社会に貢献し、達成感の

得られる企業を目指す。」

企業ミッションは、「お客様のアイデアが見える形で実現する。」ことを掲げています。

※ 1 ISO9001 登録範囲
スクリーン印刷によるメンブレンスイッチ、接点フィルム、デカル及びパネルの設計、製造、販売、及び航空機関係の銘板の製造、販売



2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社の経営課題として、
①長期にわたる円高により、国内製造業の空洞化が進行。その結果、リーマンショック前の売上規模への回復が難しい。
②コスト対策として、中国生産委託会社からの調達を行っているが、品質・納期面で安心できるレベルに届かない。
③電力料金の値上げ、硬直した労働関連制度など、経営環境への逆風が強い。などを抱えています。

これらの経営課題の解決策のひとつとして、海外展開を検討してきました。具体

的には、

①国内売上縮小に対し、海外市場での売上・利益を追加すること。
②安定したQCD（品質、コスト、納期）を実現するため、100%コントロール可能な生産拠点を保有すること。
③将来的には、国内は開発・試作拠点とし、海外に生産拠点を保有すること。

により日本国内顧客向け製品コストの引き下げを実現するとともに現地企業への販売、並びに海外に向けた市場開拓を行うことを検討しています。

ベトナムを対象国として選択した理由は、人口約一億人弱であり市場として有望。細かい仕事に着実に取り組むことが得意な国民性。対日感情も相対的に良好。日系の大手製造業が進出している。地理的に東南アジアの中心。などです。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

■現在約150名の雇用を確保し、将来への発展投資と相応の報酬原資を確保する為に必要な売上規模と利益を十分に確保する。

海外展開計画策定

■ベトナムに100%コントロール可能な製造拠点を設立し、将来的には現地国内企業への販売ならびに海外に向けた市場開拓を行う。

資料・現地F/S及び成果

■現地日系企業へのヒアリングによる販売可能性や工業団地の基本的情報、現地法人設立に関する最新情報が入手できた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①ベトナムにおいて生産することを検討している製品の販売可能性を探る。
 - ②生産拠点に係る情報収集及び確認を行う。（工場立地、法規、労働力、インフラ、その他）
 - ③法人設立に関する諸条件を調査する。（税制、金融取引規定、物流、関税、その他）
- 以上3点をF/Sの目的としました。

■現地アポイント等

当社と中小機構とで手分けしてアポイント取得を行いました。内訳は、潜在顧客の可能性のある二輪車、機械、電気製造業等の企業が15社、工業団地が2社です。これらの企業以外に中小機構の現地アドバイザーとの面談を行い、現地法人設立後の運転資金の調達方法、EPE申請の長短、留意点などについての情報を得ることができました。

■F/S実施内容と成果

①ベトナムは首都ハノイと商業都市ホーチミンの2つの代表的都市があります。拠点として南北のいずれかを選択するかの参考にする為、両方の都市を

訪問しました。今回のF/S目的はベトナム国内での販売可能性の調査に主眼をおいていた為、出発前にヒアリングフォーマット（製品毎の質問事項を表にまとめたもの）を用意して現地企業訪問に臨みました。製造業がほとんどですが、すでに日系を筆頭に、シンガポール、台湾、ベトナムなど協力企業とすでに取引を行っていたり、日本から調達している企業が殆どでした。中には、試験的な取引可能性の打診を受けたケースもありました。
②工業団地は北部と南部それぞれ一か所ずつ日系のレンタル工場を見学しました。ハノイ、ホーチミンに近い立地の工業団地は空きがなく30-40km離れた立地の工業団地でした。タイの洪水など想定外の自然災害はどの国においても懸念されますので、過去の自然災害状況、土地の高低、土壌の質などについて念入りに情報をとりました。
今回の訪問で北と南の違いや費用面の基本的情報は得られ

ましたが、製造拠点の選択には、更に専門担当により数か所かの候補地を比較検討する必要があります。

③法人設立に関する情報としては、EPEに関すること。EPEは、日本から部材料を免税で輸入し、ベトナムで加工後、日本へ再輸出する企業のことですが、申請にあたっては、顧客メリットがあるかどうかを検討の上、選択するほうがよいことが判りました。

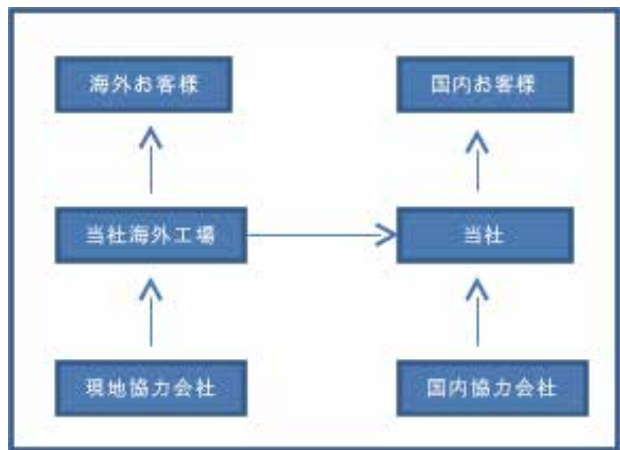
また、法人設立後の資金調達方法は親子ローンが一般的であること、また、増資の手続きを行う場合、問題なければ申請後、3週間ほどで許可されることも判りました。また労務管理面においては、昼食の質などに関する規制もある為、この点留意することが肝要であることが判りました。



4 今後の見通し

今回の需要調査では初回訪問ですぐに市場参入できるわけではないことは判明しました。
製造拠点に関して
更に立地、初期投資や運営費用などを精査する目的で北部と南部の数か所の工業団地への訪問調査を独自に行いました。現在、工業団地の候補地を2か所に絞り込んだところです。
今後は、当初想定していましたビジネスモデルを前提にして、まずは、日本の顧客向けに100%コントロール可能な自社

工場をベトナムに設立し、将来的にベトナム国内での販売、更に海外への販路開拓を行うビジネスモデルを継続検討していく予定です。



担当専門家から一言

廣松 慶宣 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

寺岡社長のリーダーシップのもと販売、製造、管理の経営チームが一体となってベトナム進出を検討をされています。当機構のF/S支援事業を利用された後、独自に製造関連の調査を実施し、事業計画書の精度を高めるプロセスを着実に実行されています。ベトナム工場から世界市場を目指す海外展開の実現に向けた取り組みに対して今後とも出来る限り支援させていただきたいと思います。



共栄エンジニアリング 株式会社

  中国・台湾 **製造業** **輸出**

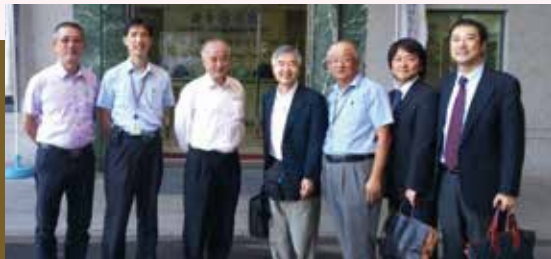
会社概要

平成25年3月現在

■所在地	新潟県阿賀野市山倉1912-2	■売上高	1,806百万円
■代表者	安倍 佳照	■従業員数	134名
■業種	電気・通信機器、自動車・光学機械部品、化粧品等のデザイン モデルや試作品の設計・製造及び精密部品の微細加工など	■URL	http://www.kyoeieng.co.jp/
■資本金	91百万円	■展開検討国・地域	中国・台湾

台湾・中国大陸の 精密加工メーカーを対象に、 微細加工金型の販売可能性を調査

～日本屈指の先端技術を駆使～



台湾企業正門前で

1 事業概要

弊社は、独自の加工技術を駆使し、ナノ加工による光学素子（導光体、回折格子等）を始め、情報家電（OA）、光学部品（鏡筒部品）、自動車等の精密機能部品の試作（切削加工）、航空宇宙分野に於ける難削材（チタン、インコネル）等の切削加工を得意としております。

導光体・導光板に於ける微細溝のプレ

ナー加工やマイクロドット加工、レンズ・フレネルレンズ等への特殊な鏡面加工、セラミック等の硬脆材加工、微細同時5軸加工にも独自の技術とノウハウで対応しております。これらの加工技術を中核として、製品の部品設計から試作、金型製作、そして量産成型までお客様の開発業務をトータルでサポートいたします。

弊社は、日本のものづくりの高度な製造技術に加え、安価に提供することに最大限に注力することで、競争力のある製品をグローバルに提供することを心がけています。又、この技術を海外に移転するのではなく、あくまで日本国内で製造することで日本の競争力に寄与する考えです。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

自動車関連・モバイルIT機器、LED照明等については、国内での生産が減少傾向にあるのに対して、中国での生産が増加しています。またスマートフォン等の導光板やカメラレンズについては、画素数や解像度の高品位化に伴い、日本メーカーのシェアが急回復する傾向となっているものの、依然として生産の拠点は多くが中国等に置かれています。

従って、弊社としても海外販路の開拓に注力していくことが肝要であると考えています。その為には旧来金型でのコスト競争ではなく、弊社の得意とする微細加工技術での優位性を以て展開する事が必要と考えました。

また、ダイレクト鏡面切削については、

国内でも可能なメーカーが少ないことから、弊社は強い競争力を持っております。ディスプレイ、導光版、LED等の生産は、主に韓国や台湾を中心に行われており、同国では技術や設備等のインフラは構築済みとなっています。一方中国においては、技術や設備等の面で十分とは言えない環境の中、微細加工技術を必要とする韓国や台湾メーカーの中国国内での生産増加や、モバイルIT機器等の中国メーカーの生産増加から、今後、微細加工金型のニーズ増加が期待出来ると推定していました。

また、殆どの微細切削加工には、単結晶ダイヤモンド工具とNi-Pメッキが一般的に使用されますが、どちらも中国国内

での調達は品質的に困難であるのに対して、日本ではトップレベルのものが入手できます。取り分け、弊社は、微細加工金型の製造において設備面でも技術面でも日本で最高水準に位置していると信じております。

こうした環境下、製造拠点はあくまでも日本国内とした上で、中国で今後増加すると思われる微細金型市場への輸出事業の事業化可能性の検証を行うことにしました。



非球面フレネルレンズ加工サンプル（左）
マイクロレンズアレイ加工サンプル（右）

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 顧客第一主義の技術開発
- たゆめ技術革新で競争力増強
- 日本を基地とする海外市場の開拓（技術は日本に残し、製品を輸出）

海外展開計画策定

- 中国でのEMS、自動車、照明（LED）メーカー等をターゲット
- 高品質・高性能が求められるスマホ等の光学部品に焦点
- 微細加工技術・鏡面切削技術を武器に市場開拓

資料・現地F/S及び成果

- 現地パートナー起用の必要性を認識した。
- 弊社の技術に興味を示す企業の発掘が出来た。
- 中国・台湾メーカーに対する弊社の技術優位性が確認出来た。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①EMSメーカー・自動車関連メーカー・照明（LED）メーカーに於ける微細加工金型の市場動向、流通チャネル、及び規制の調査。
- ②EMS・自動車関連・照明（LED）関連の金型市場に於ける現地の品質・技術力・製造原価の調査。
- ③その他市場に於ける微細加工金型のニーズ

現地アポイント等

一括りで微細金型と言っても製品個々によりユーザーの要求は全く異なります。中国では、モバイルIT機器の生産は華南地域、自動車関連の生産は華東地域と、メーカーの生産地域が分かれています。また、煙台の企業は韓国系自動車向けに照明を生産しており、韓国企業への足掛かりとなる可能性を秘めていました。

以上のことから、弊社の高い微細加工金型の製造技術力を活かせる最適な製品は、どの分野の製品であるかを調査するため、華南地域や華東地域など、訪問先企業の地域が広域に亘りました。

F/S実施内容と成果

A. 現地調査での確認項目

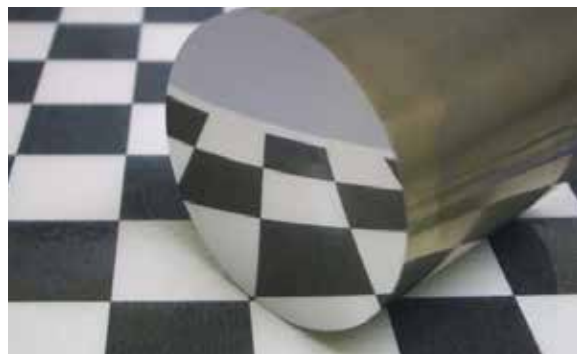
- ①中国や台湾において微細金型を使用しているターゲット市場の中国・台湾メーカー（一次サプライヤー）や微細金型を製造している中国の金型成形メーカー（二次・三次サプライヤー）が求めている（求められている）微細金型のQCD等の確認
- ②中国における微細金型製造に不可欠な精度の高い素材の仕入状況の確認
- ③日系の金型メーカーへ中国における金型市場の現状や中国企業との取引環境の把握

B. 今回のF/Sの成果

上記の確認項目を踏まえた現地調査で判明したことは、完成品メーカーの要求レベルや大量生産か少量多品種かに拠って必要とする技術水準や設備内容・素材が異なることです。一方、現在必要とするか否かは別にして、弊社の技術水準には一様に高い評価を頂きました。その反面、一部現地メーカーは金型等に対する

メンテナンス態勢に懸念があり、その払拭が必要です。成果としては、以下の様に纏められると思います。

- ①微細加工金型を必要とする管轄部署が判明し、台湾・中国へ弊社の得意とする微細加工金型及び入れ子の販売に当たり、現地の法律や事情に精通したパートナーを探した上で、販路の開拓が必要で有る事が分かりました。
- ②弊社の高い技術に興味を持って頂いた企業様もございましたので、今回のF/Sの結果に拠って、今後の弊社の取り組むべき道筋が見えて来ました。
- ③自社の技術力が中国・台湾メーカーに対して優位である事が確認出来ました。



精円振動切削による焼入鋼のダイレクト鏡面加工

4 今後の見通し

中国・台湾メーカーとのパイプが出来たので、後は技術的なアピールを継続して行い、またニーズを掴む事で様々な提案を行っていきます。また現地メーカーが懸念している金型等のメンテナンスに対して、今後対応を協議し、体制を整える方向とします。当初は台湾・中国で展開されている量産金型に対して、微細加工による金型や駒の輸出販路拡大を考えていましたが、実際の現地の市場状況から考えると若干時期が早いと思われます。しかしながら技術的には一部のユーザーは強い興味を持っている事から、将来的

な目的達成のために、まずは現地メーカーとのビジネスに少量ながらもつなげていくことを当面の方針とします。

また、出資親会社国別の対応を考えます。日系企業では技術をブラックボックス化している事も有り、参入が困難な状況である事から、現地でのアピールではなく日本国内の設計開発部門へ技術等の提案を行い、日本を含め、中国等の量産への金型提供等につなげていく方向とします。

一方、中国・台湾メーカーに対しては、弊社技術に対しては興味を示している事

から、後は訪問等の機会を作り、ニーズを細かく把握する事で、具体的な提案を積極的に行い、ビジネスへとつなげていくこととします。また要求としてあった現地でのメンテナンス等のフォローについても今後具体的な策を講じて、不安感を払拭する体制作りを進めてまいります。

今回のF/Sで訪問した企業様以外に対しても、今回出来たパイプを活用して積極的な営業展開を進めます。また展示会への出展などを通じてアピールを行い、開発における試作から量産までに使用する金型の受注を狙います。

担当専門家から一言

星 文男 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

技術立国の日本も規模のメリットで力を増す新興国の生産力に迫り上げられている産業が増えている中で「キラリ」と光る技術を持つ企業の存在は頼もしい限りです。日本の中小企業の中には、その様な技術が溢れています。そして海外で十分に勝負出来るにも拘わらず、その展開方法が分からない為に埋もれてしまっは勿体ない話です。そのような企業に対して少しでも御役に立てれば幸いです。



株式会社 日本インフォメーションシステム

 シンガポール **製造業** **輸出・販路開拓**

会社概要 平成26年2月現在	■所在地	東京都港区浜松町2-1-16	■売上高	564百万円
	■代表者	外門 功	■従業員数	12名
	■業種	RFIDタグ開発とシステム設計・開発・販売	■URL	http://www.jis-rfid.co.jp/
	■資本金	146百万円	■海外展開検討国	シンガポール

成長するアジア市場をにらみ まずは成熟化するシンガポール市場への 参入の可能性を調査

～市場の需要確認、参入の規制調査、代理店選別～

RFID によるガーゼ及び鋼製器具管理システム（バージョンアップ開発中）



読み取り装置

ガーゼ

鋼製器具

1 事業概要

当社は1994年創業以来約20年にわたり、他社に先駆けた当社独自のRFID（無線ICタグ）の技術開発に専念し、日本を代表するRFID専門企業を目指してきました。その結果、主要アプリケーションの確立に成功し、国内産業の主たる分野の約100社の企業様の経営効率化のお役に立っています。例えば物流仕訳管理、金属・金属製品管理、医療検体・医薬品管理、医療廃棄物管理、物流口ケーション管理、重要書類管理、ランドリータグ、社員・職員管理などのシステムを開発製品化

して日本を代表する企業様例えばトヨタ自動車様、全日本空輸様、三菱重工業様などなどの企業様とお取引をさせて頂いています。

しかしながら、日本国内におけるRFID市場の拡大は様々な要因から伸び悩んでいるのが現状です。斯く市場の閉そく感を打破する為に●当社技術の優位性が生かせるマーケットに即した独自タグの開発●独占的且つ継続的なビジネスが展開出来るクローズドマーケットへの営業展開●景気の変動を受けない業界へのアプローチ。以上の経営戦

略を明確に致しました。

この経営戦略を基に、医療業界の経営効率化と安全管理の為のシステムと製品の開発に傾注を致しました。開発着手から4年にわたる歳月を要しましたが、医療分野での検体・医薬品の管理システムと大手医療用品サプライヤーとの共同事業で医療用ガーゼ管理システムを開発することが出来ました。この新たな医療管理システムと機器を医療業界に導入すべく積極的な活動を進めています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

独自のRFID技術を活用して開発した医療用ガーゼ管理システムの日本国内での販売は、共同事業企業である大手医療用品サプライヤーによって、独占的に2013年4月から開始されました。当社は引き続きこのシステムを更にバージョンアップさせた管理システムと機器の開発を進めてまいりました。それはガーゼ管理と同時にメスやハサミなどの医療用に使用される鋼製小物類を管理するシステムとその機器の開発ですが、近々開発完了の見通しです。

このシステムのニーズは国内の病院のみならず海外においても同様に高いと判断される

情報を得て、このバージョンアップした管理システムはまず海外の市場に先に導入して、その成果をもとに日本の市場に導入していくことを基本戦略にすえました。海外市場として、まずは身近なアジアに目を向けるとして、とりわけ世界でも裕福度が高く、且つヘルスケアでは世界トップレベルにあるシンガポールの病院への売り込みを優先ターゲットに据えました。

シンガポールには世界的にみても高水準の大病院が存在し国公立、私立をあわせて24の大規模な病院が存在しており、その半数は10室以上の手術室を保有していることから、海外市場への導入の糸口としては効率的な選択と

判断いたしました。このシンガポールでの市場導入が成功すれば、その実績をもとに、日本国内のみならずASEAN各国そして欧米の医療機関、病院へ当社の高い技術力とそれに裏付けられた高付加価値の製品としての評価をアピールすることが出来るようになります。これはグローバル市場への販路拡大に向けた、極めて有意義な戦略になると確信をしています。

シンガポールの医療事情及び医療機器の販売規制などの情報はJETROの調査レポートを参考にし、代理店の内容については調査会社に依頼をした調査報告などの資料を基に事前F/Sを進めました。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

シンガポールの大病院数社を訪問して、当社の製品とそのシステムへの実需と要求される仕様・品質・使い方とニーズを把握すること。医療規制機関であるHSA（医療機器認定機関）を訪問して医療機器をシンガポールで販売する際に要求される法的な規制・手続きを聴取すること。更に、医療機器を販売し、販売後の保証とメンテナンスを実施してもらう現地パートナーともいえる代理店候補を絞り込むこと。これらを確認する為に、現地での調査を実施する現地F/Sに赴きました。

現地での訪問先とその結果

現地では、大手の5病院を訪問して、当社の開発したシステムと機器をプレゼンテーションするとともに、その製品の必要性を聴取しました。その聴取の結果、当社が開発したシステムと機器のセールスポイントが安心・安全という観点である一方で、彼らにとって、これがどのくらいの経済効率・効果をもたらすかの経済合理性が大きな関心事項でもあることを認識致しました。この点については今後の日本でのガーゼ管理システムの導入実績を踏まえた実績値をもとにデータ化した資料を作成していく予定です。

基本的に経済効率・効果を実証できた

ら、安心・安全というポイントと相まって、かなりの実需が見込まれるものと推定することが出来ました。訪問した二つの病院で、米国とシンガポールのベンダーが当社と同様のガーゼの管理機器を試験導入していることを確認しました。その結果は使用した方々の評価を聞く限り、いまだ使えるレベルに至っていないと推測出来ました。ただこの様に、徐々にこのシステムと機器のニーズが高まってきており、将来においての需要が見込まれることを確認することが出来ました。

行政機関であるHSAを訪問して医療機器の認定登録を得る手順と申請の為の書類に関して具体的な情報を得ることが出来ました。問題点として、その申請を当社が代理人を使って実施するか、代理店候補にゆだねるかの判断でしたが、将来のことを考慮すると自社で代理人を通じて認定登録を進めるべきと裁断してその準備に入っています。

代理店候補は数社の候補を調査レポートから精査して、3社に絞り込み、その3社を訪問しました。結果としては一社は当社製品の代理店として機能しえる準備が出来ていませんでした。もう一社は高度な営業力を有しているも、メーカーがエン

ドューザとの直接接触をきらう排他性が強く、パートナーとしての相互信頼性に欠ける印象をもつに至りました。残る一社については当社とも規模的につりあうし、当社製品の取り扱いに対する前向きな姿勢、パートナー関係に関する柔軟性が感じられ好感触が得られました。帰国後、社内で協議のうえ、一社に絞り込み代理店契約の交渉に入ることにしています。上記の訪問先以外にもシンガポールの医療機器の研究機関、弁護士の話聴取し、有益な情報を得ることが出来ました。

以上の通り、同国へ医療機器を販売していく法的な規則・規制を明確にすることが出来、且つ同国の大手の病院を訪問して関係者の声を聞くことにより、どんな機能を病院は求めているのかの把握、そして現地でのパートナーの絞り込みが出来たことなどの成果を上げることが出来ました。



4 今後の見通し

今回のF/Sでガーゼ管理システムをバージョンアップさせたガーゼ・鋼製小物管理のシステムと機器がシンガポール市場でそのニーズがあることが確認されました。従い、このバージョンアップしたシステムと機器の開発完成を急ぎ、その導入準備に入ります。経済合理性を実証する資料としては、日本でのガーゼ管理システム機器の導入後の稼働結果データを基にした資料の作成に取り掛かります。

シンガポールで入手したガーゼサンプルを基に、RFIDタグを組み込んだガーゼの形状仕様を決め代理店候補に提示・協議して最終的に決定します。HSAへの認可登録の申請書作成に取り掛かります。併せて、電波帯の使用にあたって国家情報の行政機関であるIDAにその使用の確認を得る予定です。今回の調査で絞り込んだ代理店候補へ代理店契約書を基にした条件を提示し、条件協議の合意の

基に契約締結に進めていきたいと計画しています。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

■海外市場に導入して、その成功を基に日本市場に回帰することを基本に据え、まずは近隣のアジア市場とわけ世界的にも医療水準の高い裕福なシンガポールでの市場参入を目指す。次にASEAN市場への販路を拡大し、更に欧米市場への販路を進めていく。

海外展開計画策定

■市場が求めるシステム・機器の価格レベル、品質、仕様を確認して販売計画を策定する。
■市場導入に要する国の規制、登録認定の手続きを確認する。
■販売のパートナーたる代理店を絞り込んだ候補から一社に選定して代理店契約を締結する。

資料・現地F/S及び成果

■顧客が機器に求めるニーズを把握できた。
■医療機器の市場参入の規制、認定登録の手続きを把握できた。
■有力な代理店候補を絞り込むことが出来た。

担当専門家から一言

島田 邦夫 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

極めて高い識別能力を発揮するRFIDの活用用途に独自の技術で様々な用途開発を進める当社ですが、国内市場では様々な要因で伸び悩んでいます。そこで、独自な技術力が発揮できる医療分野でのシステム・機器を開発し、まずは海外市場に進出し、そこで販路を拡大していこうという基本戦略は理に叶ったものと言えます。出来るだけの支援をしていく考えです。



かっこ 株式会社



台湾（台北市）

サービス業

事業会社設立

会社概要

平成26年2月現在

■所在地 東京都新宿区新宿1-15-12 千寿ビル5階

■売上高 非公開

■代表者 岩井 裕之

■従業員数 24名

■業種 SaaS事業、ITコンサルティング事業

■URL <http://cacco.co.jp/>

■資本金 33百万円

■海外展開検討国 台湾

台湾EC市場での新B2Cシステムの導入



1 事業概要

よく『ユニークな社名ですね』と言われることが多いため、まず社名の由来をご説明します。『かっこ』は記号の『（ ）』そのままですが、文章の意図を補完するための記号として使われていたり、（笑）や（怒）など、本文の感情を伝えるようになりメールや掲示板などで自分たちの感情を表現する方法として使われるようになりました。私たちは笑いや涙、怒りや恐れなど、様々な感情や想いを豊かに伝える『（かっこ）』のような存在でありたいと願っています。そして、誰しもが抱いて

いる感情を受け止めそれを形に変え、皆が大きな舞台へ羽ばたいていけるような活躍の場を提供したいと考えています。こんな想いで今から3年前の2011年1月に会社を立ち上げました。人と人との知識・経験をつなげて新しい価値を生み出し、日本を国際競争力のある国に再生させる手助けをすることを理念としています。

次に当社の事業展開ですが、あらゆるデータを統計解析し付加価値あるビジネスとして展開することを目指しています。

現在は通販企業様を中心に当社で開発した不正注文検知サービスの提供や顧客データ分析やシステム導入のコンサルティングを行っています。不正検知システム事業では利用企業の人件費などの内部コストを下げつつ、商品販売代金の未回収率を軽減させており、「自動審査機能」と「目視審査機能」の二つの機能を使い実現させています。現在では、直接間接含めて500以上のWebサイト等にご導入いただいております。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

日本を国際競争力のある国に再生させる手助けをしたいという理念と、EC市場のボーダーレス化が進展する外的環境の変化のなかで、アジア・アセアン地域への進出を考えております。その中でも、EC市場が大きく、且つ、地理的・文化的・経済的にも近い台湾への進出を企図しました。台湾のEC市場はネットワーク環境の整備とモバイルデバイスの普及に伴い、過去10年間で急速に発展し台湾経済を牽引する重要な推進力の1つになっています。なかでもB2C市場規模は

2006年以降、年平均26%のペースで成長し2013年度は4,000億円（1元=3.4円、2月末現在）を超えていると想定されマーケットとしての価値が非常に期待できると考えています。

今回、当社の不正注文検知技術、及び事業構築のノウハウを利用し、台湾市場に適したEC事業者向けの新しいB2C方式での新サービスを計画しています。台湾EC市場のさらなる拡大に貢献した後は、その先のアジア各地に展開していくことを考えています。

昨春に台湾プロジェクトの準備を開始しましたが、海外事業展開が初めてであったこともあり、中小機構のF/S支援事業に応募しました。その結果、無事に採択され、支援を受けることができるようになったのですが、提出用の資料などが多いため、開始当初は正直戸惑ったことを覚えています。ただ、中小機構の職員と専門家各1名が当社の担当となり、現地調査の前に複数回の会議を重ねたりする中で、事業計画そのものの精度が増していっていることが実感としてありました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

■統計データを解析しビジネス展開を行う

海外展開計画策定

■台湾ECマーケットで新機軸のB2Cサービスを展開する

資料・現地F/S及び成果

■ビジネスモデルの検証と構築

ビジネスモデルの摺り合せから始まり、事業計画策定、現地調査計画策定につい

て情報提供やオプション提示など多岐に渡り支援を受けることができ、とても感謝

しております。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

台湾EC市場に現存しない新B2Cサービス導入がプロジェクト目標です。法制度や許認可制度、そして台湾EC市場での商習慣を踏まえた、ビジネスモデルの検証と周辺機能の組み合わせを調査することがF/Sの主目的でした。又、それに付随するアクションプランを数項目設定しました。具体的な内容をお伝えできないのが残念です。

現地アポイント等

中小機構の協力があって現地調査4日間では、事前に13件のアポイントメントが取れました。今回訪問先の多くが面識のない相手でしたので今回の制度活用の一つのメリットだと思っています。主な訪問先は、TJPO（台日産業連携推進オフィス）、EC事業関連企業、法律専門家、オンライン会社等です。

F/S実施内容と成果

現地調査の最大の成果は、ビジネスモデルの目途がついたことです。現在検討

している新しいB2Cシステムのビジネスモデルは許認可や制度解釈の影響を受けます。また規定されていないこともあります。それらを解消するために複数のビジネスモデル案の得失について意見交換をし、アドバイスをもらうことができました。なかでもTJPOからの支援は非常に有効なものでした。現地調査に入る前から情報提供いただき、その上で現地で活発な意見交換をすることができました。親身になって対応いただけたことに深く感謝しています。

具体的には、ビジネスモデルの検証の前提となる、物流・商流、消費者行動パターン、モール方式・自社サイト方式の動き、品代決済方法、法令解釈の変化、当局許認可の仕組み、クロスボーダー取引などにつ



いて情報を得られたことがあります。

また、ビジネスモデルの検証のみならずプロジェクトの実行段階にもつながる関係が築けたことも大きな成果です。訪問先の多くが当社単独ではアポイントの取りにくい相手だったため、今回訪問し面談できたことで、新たな人的ネットワークを構築できました。

これらの成果は現地パートナーが現地調査全工程にスタッフとして同行してくれたことも要因の一つです。また今後においても、体験を完全に共有できたことで今後の準備作業にも良い影響があると思っています。

今回の経験で、海外で事業展開するためには信頼のおける現地パートナーの有無が大きいと学びました。



4 今後の見通し

今回の訪台でビジネスモデルがほぼ固まりました。日本側関係者との協議も順調に進んでいます。これからテストマーケティングの準備に入ります。台湾当局への手続き、現地法人設立、顧客との商談、台湾での関係先との受委託交渉、人材対応などやることは多くあります。大きな課題も出てくることと思いますが、今回の経験、人脈を最大限活かして進めていきたいと考えています。台湾プロジェクトは当社にとって初めての海外展開になりますが、仮説検証から改善を繰り返し新事

業を成功させていきたいと考えます。

経験したものと一言お話をしておきたいと思います。F/S支援事業の本質は、得られる資金の支援ではなく品質の良いソフト支援が受けられることだと思っています。その際、支援を受ける側がF/S支援事業を120%活用するぐらいの気持ちで、真剣に準備し、活用できる方法を探って望むべきと考えております。そうすれば大きな成果が出るのが期待できると考えます。せっかくの税金ですので、支援を受ける側として当たり前のことだと

と思っています。

真剣に海外展開をしたいと思っている企業で、迷っておられる企業の方に応募をお勧めしたいと思います。



担当専門家から一言

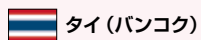
加藤 裕功 本部（東京） 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

かっこ(株)さんは情報を解析しビジネスに結びつけることに特段の強みをお持ちの急成長ベンチャー企業です。常に世界を睨み大きく考え、鋭く動いておられます。不正検知対応は重要な切り口ですが、そこに留まるものではありません。

No1へのこだわりと人間重視がエネルギーの源です。台湾新事業が立ち上がり、更なる飛躍のテコとなることを祈ってやみません。



マップマーケティング 株式会社



タイ (バンコク)

開発販売業

販売会社設立

会社概要

平成25年3月現在

■所在地 東京都渋谷区道玄坂2-23-12 フォンティスビル8F

■代表者 新田 正則

■業種 法人向けソフトウェアGISの開発・販売

■資本金 200万円

■売上高 289百万円

■従業員数 29名

■URL <http://www.mapmarketing.co.jp/>

■海外展開検討国 タイ

タイにおいてGIS (地図情報) の ニーズ拡大を狙い、販売拠点を設立する

当社製品マーケティングGIS「TerraMap」



1 事業概要

エリアマーケティングを中心とする地図情報システムの開発・販売を手掛けています。主要製品は国勢調査等の情報からマーケティング情報を地図に付加したGIS (地図情報システム) です。当社では、

ユーザーであるお客様のニーズの本質を理解するとともに、弊社のノウハウを最大限に生かし、コストパフォーマンスの高い製品・サービスを提供することを心がけています。

当社は「自社内でのソフト開発力が高い点」「万全のアフターフォロー体制」「エリアマーケティングに対する専門性」の3点を強みとしています。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

海外展開の動機は、次の2点であり、これは、当社の経営課題として最大懸念事項となっています。

- ①近年国内GIS市場への新規参入事業者の増加による製品価格競争の激化、また人口減少やそれに伴う主要ユーザー層の業況悪化も予想され、国内GIS需要の飽和感が懸念され始めたこと。
- ②内需減少から、お客様においても、海外進出やグローバル化を志向する傾向が強まり、当社の強みであるアフターフォローの機会を失い、売上に影響を与える可能性が懸念され始めたこと。よって、中長期的に予想される内需縮小に対し、持続可能な経営を行うため、海外での展開を考えました。調査対象国として、タイを選択した理由は、タイは地図の整備が進んでおらず、日系物流業者が配送等に苦慮して

いるという情報を得て、当社の参入の余地があるのではないかと考えたためです。また、既に当社が出資している同業の現地法人があるため、この現地法人を有効活用することで、進出をより容易にできるのではないかと考えたためです。

- 狙いとしては、次のように考えました。
- ①タイのGISに対する需要獲得を図ること、当社における将来的な日本国内での売上高減少に歯止めを掛け、今後の経営基盤の安定化に繋げる。
- ②持続的な成長によって当社の規模も拡大し、日本国内の雇用増加にも寄与できる。
- ③当社自身も海外展開することにより、国内だけでなく、国外でも既存ユーザーとの接点を持つことができ、空洞化対策にもなり得る。

- ④さらに海外支援のツールとしてのGISの認知度を高めることで、タイ進出予定の新規ユーザーからの引合いも期待される。

そのため、進出対象国であるタイでの日系企業を中心としたエリアマーケティングやマーケティングGISに対するニーズ、および現地の地図事業者の動向等を調査することを主眼に、F/Sを行いました。



現地政府への訪問調査の様子

F/S支援事業の流れ

経営戦略

■高付加価値戦略

強みの開発力を活かし、差別化を図り価格競争を回避する。

■ブルーオーシャン戦略

現状未開拓とされる現地地図事業について、他社に先駆けて進出し市場を開拓することで先行者利益の獲得を図る。

海外展開計画策定

- タイ国内に販売拠点設立が事業として成り立つか、人材・資金調達・投資およびビジネスモデルを前提に海外展開事業計画を作成する。

- 上記前提条件をF/Sで検証し投資回収を確認する。

資料・現地F/S及び成果

- エリアマーケティングやマーケティングGISに対する市場ニーズは高い。

- 今後宅配のための住宅地図の需要が増える。

- 政府機関保有情報は販売不可だが、民間企業や独自で調べた情報は販売可能。

- 現地地図事業者とコラボは可能。

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の目的は、次の4点に集約しました。

- ①タイに進出予定の日系企業における、エリアマーケティングやマーケティングGISに対するニーズを把握する。
- ②タイ現地企業における、エリアマーケティングやマーケティングGISに対する認知・関心度、今後のニーズを把握する。
- ③タイにおける競合先もしくは競合となり得る企業 (日系・外資系問わず) の実態を調査する。
- ④最適な進出形態を決めるため、現地の規制や優遇処置を調査し把握する。

■アポイント等

渡航前の国内においては、知的財産経営に関して工業所有権技術・研究所へ、タイでのインフラ整備状況を知るために国際協力機構へ、海外展開を行っている物流企業の課題を把握するために大手物流企業などへも訪問し、情報収集を行いました。

現地ではF/Sの目的に沿って、次のような業界や関係機関等に訪問し、ニーズや現地だからこそ知りえる情報を主としてヒアリング・意見交換を行いました。

- ①日系物流企業・旅行会社 (計5ヶ所)
- ②タイの現地地図事業者 (計2ヶ所)
- ③現地市場調査 (マーケット、工業団地) (2ヶ所)
- ④政府機関 (統計局、衛星撮影を行う機関) (2ヶ所)
- ⑤人材・会計・シンクタンク・当社出資会社 (5ヶ所)

■F/S実施内容と成果

調査内容は、訪問先ごとに以下のような内容を調査・情報収集しました。

- ①物流企業・旅行会社: 地図の整備されていないバンコクにおける配送状況・交通状況
- ②地図事業者: 白地図の再販可能性
- ③マーケット・工業団地: 案内図のようなものの整備状況の有無
- ④政府機関: 統計情報の開示範囲および

4 今後の見通し

■今後の課題

当社がタイでの事業展開を図る上で、次の点が課題として明確となりました。

- ①独資からマイノリティ出資への計画変更となったことによる当社イニシアティブを発揮できる経営組織面での工夫、および良きタイ企業のパートナー探しが必要。
- ②タイではまだ地図を読む文化が浸透していないので、地図を読めない人が多く行き先を探す時に頼りにされていない。そのため、地図のメリットを広くアピールし普及を図る (文化を変える)。
- ③国勢調査、統計情報や住所地番等の政府機関情報から作成したものは、一般

消費者には販売できない。

- ④ホテル・レストランやショッピング等のガイドマップは既に多く存在しており、今後付加情報で差別化が必要がある。
- ⑤優秀な人材やスキルのある人は既に不足状態、また離職率も高いので人材採用と確保には工夫が必要。

■今後の進め方

今後、合併企業となるために当社がイニシアチブを発揮できる経営組織の在り方を検討しつつ、信頼できる現地パートナーを選んでいく予定です。その際、出資会社であるMap Quest Asia社と連携し、活用しながら法人設立を進めて行く

入手可能な企業の範囲

- ⑤人材・会計: 賃金や人材の状況、会社設立に関する留意点

調査を経て、一番の成果は、タイ統計局の訪問調査から、外国企業が国勢調査などの統計情報を入手出来ないことが分かったことです。これにより、F/S実施前に考えていた独資による進出を修正し、49%以下のマイノリティ出資による進出計画に修正を行うこととなりました。

また、現地調査を通じ現地地図メーカーとの協業可能性等、文献やWebサイトでは知り得ない知見を入手でき、今後の事業展開にあたり大いに参考となりました。

なお、地図メーカーを中心に、帰国後もヒアリング先と連絡を取り合っており、本格進出の際のアドバンテージを得ることができています。さらには、帰国後、訪問先よりエリアマーケティング用GIS販売に関する問合せもあり、新たな商機を認識する事ができました。大いに成果があったと考えます。

ことを考えています。

なお、バンコクを中心としたエリアマーケティング用GISの開発・販売のほか、バンコク中心部やマーケット向けの案内図となりうる「ガイドマップ」も同時並行で進めていく予定です。



マーケット事務所で打合せの様子

担当専門家から一言

蛭間 康夫 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

現地ドライバーに地図を示して、行き先を説明してもなかなか理解してもらえない。これはタイだけでなく新興国共通のことでもあります。

学校教育や企業内教育で、地図に親しむことを推進し、便利さを理解してもらえば、普及にはそれほど時間はかからないと思います。

今後タイで確実に需要が高まるGISビジネスを、マップマーケティング社がリードして展開することを期待します。



有限会社 悠々庵



台湾（台北市）

製造業

販売拠点設立

会社概要

平成25年12月現在

■所在地 群馬県前橋市富士見町小暮2350-1

■売上高 40百万円

■代表者 吉田 可南子

■従業員数 7名

■業種 香り商品の設計、製造、卸売

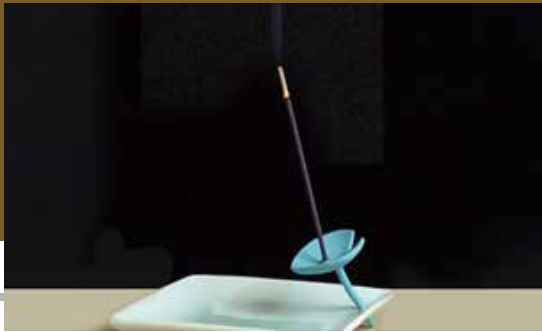
■URL http://www.youyouang.com/

■資本金 3百万円

■海外展開検討国 台湾

日本文化を香りを通じて外国に紹介

～「侘び」、「寂び」、「粋」をコンセプトに～



1 事業概要

弊社は、御線香の用途が宗教行事中心になっていたこれまでの習慣からの脱却を図り、日常生活に取り入れる商品を開発してきました。御線香には「健康増進」「精神安定」等の効能が知られていますが、香りを楽しむことが前提です。その為に弊社は香りのデザイナーとして、コンセプトを大切にしております。祈りと癒しのお線香「金木犀の香り」「鈴蘭の香り」、ほろ苦くて香ばしい「朝の珈琲」、上品で優雅、ダージリン紅茶の香りのお線香「朝の紅茶」、楽・和・寂・清・己・想をテーマにそれぞれの香りをつけた

キャンドル「波動キャンドル」…。弊社の商品はいずれも斬新性を心がけ、新たな市場創生を目指しています。○弊社のデザインコンセプト
・抽象的なアジア圏ではなく、日本からの発信を強調
・脂っけを一切排除した端正なデザイン
・仏教的なイメージから離れ、簡素であること
・「粋」であり、品格を重んじたデザイン
・日本の美学・文化を表現し、国際的にもブランド個性を持つ
○企業コンセプト

・信頼感
弊社は上質な材料を調達し、伝統的な調合で御香を作り出す会社です。その奥深い香りは歴史の世界に誘います。
・善なる心
御香はタブノキ皮を原料とする為、多くの木材を使用します。弊社は、自然に感謝する趣旨として「国連熱帯木材機関」に売上の一部を寄付しています。
・ロマン
商品を通じてロマンを売っています。御客様の上質なライフスタイル実現に御役に立ちたいと考えています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

以前はデザイナーの仕事をしていた弊社代表は、日本の香り文化の素晴らしさに共感し、それまでの事業からキャリアの転身をし、日本の香り文化を海外に紹介することを主眼として会社を立ち上げました。そして、日本国内では、日本生協、宗教法人、リッツカールトン他的高级ホテル等で御取り扱い頂き、ブランドが徐々に浸透しつつありますが、肝心の海外輸出では一時アメリカ市場での継続取引があったものの、その後はスポット取引に留まっています。

展示会への出展やジェットロ・アジアキャラバン参加等を通じて海外販路は少しずつ広がってはいるものの、事業ベースには乗らず、身近である筈の中国でも思うような成果が上がっていません。本格的な海外販路拡大には、やはり現地拠点が必要であることが益々身に沁みていました。しかし、経営資源が限られている弊社では自前の拠点設立は現実的ではありません。そんな時、従来から御世話になっていた中小機構によるF/S支援事業の募集を知り、

機構のアドバイザーと相談しました。その結果、対象市場を台湾にしました。弊社は以前に台湾から御線香を輸入販売したこともあり、製品に対する要求も理解していたつもりでした。又、台湾は、歴史的に日本との密な交流を通じて、日本の伝統文化を受け入れやすい素地があると思っていました。何よりも、購買力がありながらも、限定された地域なので、「現地資本による販売拠点の設立が可能かもしれない」ということが決め手でした。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 商品の差別化による価格競争からの回避。
- 日本のオリジナリティを残して且つ現地に適した商品の開発。
- 商品コンセプトを共有する現地資本による海外販売拠点（パートナー）の確立

海外展開計画策定

- 台湾の市場規模を推計し、自社の売上高を推定する。
- 潜在的顧客に接触し、自社製品に対する評価をもらう。
- 台湾市場を任せられる現地パートナーを見つける。

資料・現地F/S及び成果

- 台湾市場のセグメント分類実現
- 攻め筋市場の判明
- 現地パートナーの確保

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ・台湾の市場規模を推計し、自社の売上高を推定する。
- ・潜在的顧客に接触し、自社製品に対する評価をもらう。
- ・台湾市場を任せられる現地パートナーを見つける。

現地アポイント等

調査会社に聞き取り調査を依頼した後で、仏具店、化粧品メーカー、マッサージ店、御線香販売店、御線香生産者、ネット販売会社、百貨店、ホテル等々同業他社を含め、ありとあらゆる相手に接触しました。

F/S実施内容と成果

- 調査は、次の海外戦略を意識して実行しました。
- ①商品の差別化による価格競争からの回避。
 - ②日本のオリジナリティを残して且つ現地に適した商品の開発。
 - ③商品コンセプトを共有する現地資本による海外販売拠点（パートナー）の確立を通じて安定顧客（大口ユーザーや小売店等）の獲得と拡大を図る。
 - ④同拠点に対する営業支援と商品の共同開発を通じて売上の拡大を図る。
 - ⑤中小機構や海外現地コンサルの有効

活用による弱点補完。（地域の知見、語学、法務、アポ取り、交渉、契約実務、戦略戦術等）
今回のF/S成果は、台湾市場をセグメント別に分類でき、その中での攻め筋が判り、販売拠点となる現地パートナー候補に巡り合えたことです。
先ず、台湾市場は主に次のイ.～ニ.の様な4つのセグメントに分類されることが判りました。
イ.高級香木を原料として香りを一切添加しない富裕層向けの御線香
ロ.アロマオイルと似た範疇で、豊かで上品な香りを楽しむ御線香
ハ.有名ブランドのコピー品や、化学品香料を添加した庶民向け安物の御線香
ニ.安定的な市場である宗教法人
弊社が主な攻め筋としているのは、ロ.のセグメントですが、現在はアロマオイルが主流であり、デパートの香りコーナーでは御線香を置いていません。住宅が密集



漢方香



マイナスイオン香



コーヒー・紅茶



赤富士御香皿

4 今後の見通し

まさに百聞は一見に如かずで、文化背景を共有してはいても、中国大陆と台湾では、御線香に対する嗜好が異なっていました。又、人々の微妙な感情にも配慮しなければなりません。当初は、台湾で拠点を確保出来たら、その延長線上に大陸展開を見ていましたが、どうやら、別の戦略が必要な模様です。
中国大陆の大市場を巡っては、熾烈な戦いが行われており、中々一筋縄では攻

め切れない市場です。弊社も少しずつではありますが、辛抱強く進めてまいります。
一方、台湾に関しては、狭い市場なので、攻め筋が判るとやりやすいという印象を持っています。新しいパートナーと相談しながら、市場に受け入れやすい商品開発をして、ユーザーと市場を育ていく方針です。
又、副産物として、市場には既に出回っていない貴重な香木を保有している会社

を発見しました。弊社としても日本に輸入しての販売可能性を探っています。
調査は終えましたが、細かい実務はこれからです。貿易にまつわる細かい実務関係については、既に以前から日々の業務の中で中小機構のアドバイザーの御指導を頂いています。台湾企業との一手発売契約の締結についても、更にアドバイスを受けるつもりです。

担当専門家から一言

星 文男 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

国内市場も同様ですが、海外で販売するには商品の差別化が大きなポイントとなります。悠々庵様は、社長がデザイナーであることから、斬新な商品を次から次へと発表されています。又、明確な商品コンセプトと企業理念を御持ちです。これが日本のニッチ市場で勝ち組として成長している所以であると思います。この戦略は海外でも通じる筈であり、身近な市場である台湾で実績を上げ、更に広域展開に繋がれたらと夢が膨らみます。



富士工業 株式会社

 タイ  製造業  輸出

会社概要	■所在地	静岡県浜松市南区飯田町1068	■売上高	非公開
	■代表者	鈴木 秀幸	■従業員数	33名
	■業種	製造業	■URL	http://www.fuji-us.co.jp
	■資本金	40百万円	■海外展開検討国	タイ

新しい市場分野の開拓を目指して

～アセアン市場の開拓～

単成分濃度計 FUD-1 Model-12



1 事業概要

当社は、1976年の創業以来、超音波応用技術に特化した製品を開発し、「超音波技術を介し、価値を創造し、その価値をお客様と共有する」を企業理念に掲げ、付加価値の高い商品をタイムリーにお客様へお届けし、満足と喜びに貢献することをモットーに世に送り出してきました。代表的な製品ラインは以下の3つカテゴリーになります：

- ①計測機器
濃度計・粘度計を用い液体管理ソリューションの提供
- ②振動切削加工装置
振動切削加工による生産性の向上提案

- ③海洋情報通信機器
水中無線機による水中活動の円滑化、効率化、安全性の向上を提供
主力の濃度計、粘度計は既に国内外で5,000台以上の納入実績があり超音波濃度計では国内でトップシェアを占めています。
海外では韓国、中国を中心に、主に液晶・半導体分野で高く評価され数多く使用されています。
応用分野は幅広く濃度管理、モニタリングを通じて品質管理の一翼を担わせて頂いています。
当社では約7,000種のアプリケーションデータを用意、顧客サポートの一環でご

要望に応じ提供サービスを行っています。
主な応用分野はご参考までに以下の通りです：
＜主に液晶・半導体＞
・各種、製造工程の洗剤
・エッチング液濃度管理用
＜一般産業分野＞
・電解ソーダ
・化学工業
・鉄鋼（圧延油・アルカリ脱脂液）
・化繊、原料・油剤
・食品（糖度・エキス濃度）
・関連装置・システム
・その他ガス、電力、印刷、製紙等

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

アセアンへの展開、そしてタイへ

当社では過去の経済変動の経験から特定の分野における需要動向により会社全体の利益が左右されないように、経営基盤をより強固なものとする必要を感じておりました。一方、国内は既に全般に需要が鈍化しており、また売上比率の高い半導体・液晶分野の販売も縮小傾向となっています。そこで将来を展望し、以下の通り海外展開の戦略

を検討しておりました。
①今後も成長が期待されるアセアンに軸足の一つを置くこと
②現在の柱である液晶・半導体に加えて一般産業分野を開拓強化すること
また、海外での販売については、一か国一代理店という方針のもと、販路開拓、ユーザーへのコンタクトなど多くを代理店に任せていました。そのため海外におけるユーザー

の品質管理の水準、意識、ニーズなどの生の声を把握する必要を強く感じていました。これらの課題を解決するため、この間、社内でも海外の投資環境等を調査し、アセアン諸国の中でも国内で既に実績のある化学、繊維等の日系企業が最も多く立地しており、また今後も自動車、化学産業等のさらなる発展が期待されるタイを対象に調査することが最も有望との結論にいたりしました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略	海外展開計画策定	資料・現地F/S及び成果
■国内市場は顧客の海外移転が進み輸出の一層の拡大が必要 ■主力の半導体・液晶分野が市況変動で不安定であり、かつ韓国、中国に片寄っており他の地域の市場開拓を急ぐ	■一般化学、食品分野等で日系企業の進出が多いタイに焦点を当てて市場、需要調査 ■提携可能な販路の調査 ■タイをベースに周辺アセアン諸国、特にインドネシアへの展開の可能性を調査	■資料F/Sでタイに生産拠点を置く日系化学企業等の調査 ■日系化学企業中心に需要が見込め、現地販路設定が重要であることが判った ■インドネシア展開への糸口が掴めた

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

タイで一般産業分野の開拓

渡航前の事前F/Sとして機構の担当専門家、職員の方々と5回以上意見交換、打合せを行いF/S実施計画を策定しました。そのポイントは、当社の最有力製品である超音波濃度計、粘度計の輸出を韓国、中国以外でも実績化する。さらに液晶・半導体分野以外にどのように展開し、導入を成功させるかという事にありました。

- その結果、以下の3点を基本的な現地調査の目的とすることで合意しました。
①国内同様、需要動向やエンドユーザーのニーズ、品質管理の水準を見極めること。
②内外の競合の動向とその参入状況を調べる（当社の超音波方式だけ限定せず）こと。
③販売代理店候補の評価情報等をエンドユーザーの現場から直接聞いて確認し自ら把握すること。
さらに、機構の担当専門家より事前に準備すべき事項として以下のアドバイスがあり、現地F/Sに向けて具体的準備を進めました：
①エンドユーザーの状況に見合ったアプリケーション資料を準備し、適宜英文化を検討すること。
②英文、和文で製品のプレゼン資料を作成、現場で適宜配布出来るようにすること。
③その際、競合他社との違いへの質問も想定し製品の原理の違いのメリット・

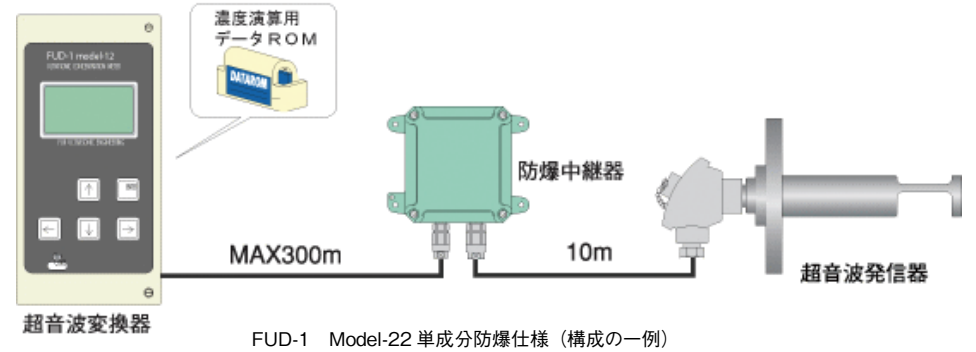
デメリット、当社の優位性を簡潔に説明できるよう事前に整理すること。

一方、予想以上に困難であったのが現地訪問アポイントの取得でした。現地渡航が1月第1週とアポ取りには厳しい状況もあり、進捗が遅く一時は心配しましたが、中小機構及び当社の独自ルートの活用等、関係者が力を合わせ最終的にはほぼ予定通りのアポイント設定に漕ぎ着けることが出来ました。

- 現地F/Sでは以下のポイントも加え調査・検証を行いました：
①現場で輸出の可能性が高いと判断された場合は販路情報の収集を強める。
②防爆などに関する情報収集

良好な市場の反応と販路への展望

今回の現地調査の結果、所謂、液製品の製造企業において需要が確実に存在することが分かりました。また、国内での実績がそのままタイへ水平展開されており国内との連携が重要であることが改めて確認出来ました。

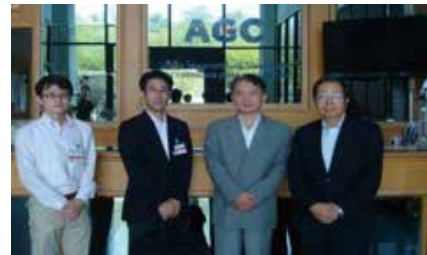


4 今後の見通し

今回、複数の訪問企業から当社製品に興味あり、具体的遣り取りしたいとの申し出もあり、期待以上の手ごたえがありました。一方、複数の大手企業から当社の製品について修理可能か、タイに代理店等はあるのかと質問がありました。その対応のために出来るだけ早期に具体的な

打ち合わせと同時に、代理店候補の選定、絞り込みのために現地フォローアップを実施する計画です。
今後は、まずタイ市場を深堀して行く所存です。同時に、今回の調査でインドネシアも有望との情報を得たのでタイでの調査の経験を生かし、中小機構のアドバ

また、一部大手化学企業ではインドネシアとアセアン内のグループ製造拠点間で技術的な情報交換も密に進めている状況が確認出来たのも収穫でした。他社との競合では、屈折計方式と原理は違うが欧州のメーカー他が複数の日系大手化学会社でも採用されていることが判りました。
また、販路も訪問先企業から有益な情報が得られ、大いに成果がありました。同時に、現地の大手日系企業は現地のサービス、サポート体制があることを重視しており、今後販路設定の優先度を上げて進めるべきことが確認できました。



担当専門家から一言 名田 繁則 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

液晶・半導体分野に加え、一般産業分野でも柱を構築するというテーマで富士工業様がタイ市場に挑戦され、今回の調査で確実に一歩前進されたと思います。今回そのお手伝いの一旦を担わせて頂き担当専門家としても大変嬉しく思います。
超音波の応用で優れた技術、ノウハウを持っておられる富士工業様がタイでまず販路を確立され、さらにその次のステップに向かって着実に展開されることと信じています。



株式会社 ユーユーワールド ミャンマー（ヤンゴン） 物流業 サービス拠点設立

会社概要 平成26年2月現在	■所在地	栃木県宇都宮市平出工業団地39-5	■売上高	4,700百万円
	■代表者	小川 恒夫	■従業員数	100名
	■業種	国際物流業 飲食業 食品販売 介護サービス	■URL	http://yuuyuworld.com/
	■資本金	50百万円	■海外展開検討国	ミャンマー

ミャンマーでの 飲食関連サービス業進出の 可能性調査

～栃木のおいしい、日本のおいしいをミャンマーへ～



1 事業概要

■国内物流から通関、貿易、販路開拓 まで、トータルサポート！

「海なし県に港を創ろう」という思いから、約20年前に内陸での通関業務を可能とする国際物流業としてスタートし、その後総合人材サービス・介護サービス事業を加えて展開してきました。

■栃木の「おいしい」、日本の「おいしい」を世界へ！

“とちぎの魅力”を日本中に、世界中に

届けたいという思いから、2012年12月には香港のフードコート内に「銀座栃木屋香港店」を、そして2013年4月には東京都中央区銀座7丁目に鉄板焼きレストラン「銀座栃木屋本店」を開店いたしました。2013年10月からは、「銀座栃木屋」のプライベートブランド商品の開発・販売も始めています。

また「銀座栃木屋」プライベートブランド（PB）商品であるドレッシングや醤油などの、オリジナル商品の開発・販売、輸出

も行っています。

■「自分らしく生きる」を、全力サポート！

日本社会の高齢化に伴い、高齢者が安心して自分らしく暮らせることを念頭に、介護事業を行っています。

■アジア進出を一貫サポート

商品の企画開発から、アジア進出のサポート、貿易、物流までワンストップでサービスを提供します。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は、物流・通関・倉庫業として創業し、その後、人材派遣・業務請負事業、介護事業に着手してまいりました。これらの事業を基幹事業とし、今まで順調に売上高を伸ばし、本年度で創業20年目を迎えております。しかし昨今の少子高齢化による全社的な人手不足、製造業の国内空洞化の進展により基幹事業の一つである人材派遣・業務請負事業の収益力が低下、また競争の激化により介護事業の利益率の低下傾向と、介護スタッフの慢性的な人材不足が顕わになりつつあります。

そこで、多様な事業体で蓄えたノウハウ

を元に、すでに進出している香港や台湾に加えて、新たな収益源の獲得を目指し経済成長著しいアセアン諸国へ進出することが必要だと判断しました。

特にミャンマーはアセアンの中でも豊富な人口を誇り、また親日国であり、1人当たりのGDPの向上と中間層・富裕所得層の拡大に伴い、今後日本食市場の成長が見込まれます。

他社が本格的に進出する前に、日本食材流通をはじめとした飲食関連ビジネスの基盤をミャンマーに設立することが必要だと判断いたしました。



食材流通の対象とする商品は、栃木県産の農産物や牛肉などの食品を想定し、ビジネスモデルを策定しました。

介護事業においては、将来の高齢化を見据えて介護サービスを提供する、従業員の教育体制、教育インフラを現地で構築することを視野に入れました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略	海外展開計画策定	資料・現地F/S及び成果
■経営ビジョンの実現に向けて、広く社会に向けた海外事業展開をアセアン・東アジア地区で図る。 ■グローバル化により人・モノ・カネ・情報のボーダレス化が進む中で、ミャンマーを起点にした独自の収益基盤を作る。	■経営戦略に基づき、海外事業の事前資料調査と各種分析から仮のビジネスモデルを策定。 ■現地ニーズから協業できるパートナー企業候補の抽出。 ■ニーズと市場規模・特性からリスクの少ない進出方法・計画を策定。	■資料F/Sで抽出した企業19箇所と流通センター数か所を訪問して、日本では分からない現地の情報が収集できた。 ■飲食店が望むサービスと現地流通実態から、複数の企業との協業のきっかけが掴めた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

F/S調査の目的は、次の2点に絞りました。

- ①自社のビジョンにあった自社の強みを生かせる海外展開ビジネスモデルの実現可能性を現地で確認すること。
- ②海外ビジネスモデル構築をどの分野（スコープ）から始めるか、法律面・投資余力・収益面から段階的な基本的シナリオを作ること。

■現地アポイント等

F/Sの目的から現地確認項目は次の内容とし、ミャンマーとタイの実態を調査する期間を6日間で計画しました。現地アドバイザーと連携しながら、ミャンマーのヤンゴン市内ならびにタイの企業等へのアポイントメントを取りました。

確認項目内容は、a.現地飲食業の一般市場調査、b.飲食業のニーズ調査、c.食材調達ルート、d.立地選定方法、e.厨房設備や機材調達方法、f.食材の流通業調査、g.現地の介護サービス体制等に関する内容でした。確認項目に沿って事前アポイントメントの企業を19箇所に決め、時間の取れる範囲でショッピングセンターやスーパーマーケットへ訪問することとしました。

■F/S実施内容と成果

F/S調査の結果、次のような実態が理解できました。

- ①ミャンマー現地の日本食レストランの進出状況、進出したレストランが開店当初だけでなく日頃の飲食店経営においても苦労している点が把握できました。特に日本食レストランは増加しているものの、生鮮食品の輸入に対する通関上の問題点、および厨房設備の故障やメンテナンス、停電対策に苦慮していました。
- ②日本食用食材（鮮魚・牛肉）と酒類の調達方法とルートが把握できました。ミャンマーでは政府の検疫体制と冷凍・冷蔵輸送体制が未整備のため食材の仕入れが難しい点がわかりました。一方のタイでは生鮮食品の流通が整備されており、日本から輸入されている中級～高級食材までの輸入ルートがしっかり出来ていました。
- ③日本食レストランに必要な内装業者、厨房設備の調達方法が把握できました。特に厨房設備は安い中国製が多く、調達ルートや故障の問題がありました。
- ④ミャンマーの飲食店従業員のレベルと教育の実態が把握できました。飲食店それぞれ従業員の教育に工夫しており、日本の「おもてなし」の心を伝える苦勞

が伝わりました。

- ⑤ヤンゴンの不動産業の現状が把握でき、店舗賃貸の業者と契約条件の実態が掴めました。特に外国企業の進出が増えて、オフィスや店舗の賃貸料の高騰は想像以上でした。飲食事業の場所と契約形態を慎重に行う必要を感じました。
- ⑥介護施設と介護士の養成の実態がわかりました。某介護施設を訪問しましたが、民間からの寄付金で病院とタイアップしながら運営しており、ビジネスとしては未だ成り立ちにくい点が確認できました。
- ⑦その他現地の中小機構登録アドバイザーから貴重なアドバイスを頂きました。以上の把握した実態から、自社ビジネスの強みを生かせる分野で、数箇所の企業と協業できるビジネスのきっかけを掴むことが出来ました。



4 今後の見通し

ミャンマーの日本食材輸入規制がいまだに厳しく法整備も整っておらずビジネスは成り立たない。

ヤンゴン市内の日本食レストラン数は急増しており、供給過多の状態に近く、また日本食材の調達も十分ではなく進出のタイミングにはない。

介護ビジネスでの進出についても、老人に対する若者との比率や現地の調査状況から時期尚早と判明。

上記観点から、『食の流通のインフラ

整備』に対してビジネスが成り立つと判断しました。具体的には以下の3つがあげられます。

- ①日本からの冷凍車、冷蔵車の輸出版売
 - ②ホテル厨房や飲食店向けの日本製業務用冷蔵庫・冷凍庫の輸出版売
 - ③ローカルのスーパーマーケットや食品卸会社への、物流・受発注・在庫管理システムの販売
- これらのビジネスを進めるなかでミャンマー国内のネットワークやブランドを構

築しつつ、現地の日本食市場の動向を見ながら、これら社内に蓄積される資産を基に、食品ビジネスを進めていこうと思います。



担当専門家から一言 武居 一雅 本部（東京）海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

ミャンマーへの事業進出に際しては、政府の規制や法整備体制の状況の違いによる障害が予想されることから、過去に経験した他国での進出経験とは違った形態になるかもしれません。適切なパートナーと組んで独自事業を実現する信念を持って、法制度の整備を促進させてゆく気概が求められると思います。



株式会社 ソフテス

  タイ・シンガポール サービス業 拠点設立

会社概要

平成25年6月現在

■所在地	静岡県浜松市中区田町330番地の5 遠鉄田町ビル4階	■売上高	非公開
■代表者	代表取締役社長 荒野 倫弘	■従業員数	91名（契約パートナーを含む）
■業種	SAP ERP導入コンサルティング、経営コンサルティング、システムインテグレーション	■URL	http://www.softes.co.jp/
■資本金	100百万円	■海外展開検討国	タイ、シンガポール

日本企業の海外展開を システムで支える

～ Connecting Value Together ～



1 事業概要

弊社は1997年に設立され、SAP（エス・エーピー）社のERP（Enterprise Resource Planning：企業資源計画）パッケージを主としたソフトウェアの導入・運用のコンサルティングを行うITベンダーです。1990年代前半、ヤマハ発動機の経営企画部門でSAP ERP導入を検討・実施したメンバーが弊社の創業メンバーです。当時、日本国内で企業向けにSAPのERP導入支援してくれるITベンダーはほとんどおりませんでした。SAPジャパンも1992年の設立ですから、当時の創業メンバーは、当

時、試行錯誤をしながら、世界でも最も進んだERPの一つと言われるSAP ERPを同社の事業部門に導入しました。その時の経験がベースとなって、弊社の事業の骨格が形成されました。幸い、創業当時、SAP ERPの世の中のニーズが増加していくのに対してSAP ERPの導入支援を行う弊社のようなITベンダーはまだ少なく、供給が間に合っていない状態でした。このような背景もあり、弊社は設立時から多くの引き合いのうちにスタートすることができました。

その後も、弊社独自のSAP ERPの導入手法が評価され、日本国内市場だけで十分な仕事を得る時期が続きましたので、弊社は設立当初から日本国内市場を主要市場として会社経営をして参りました。また、弊社のユニークな「ユーザーダイレクト方式」という導入手法やサポート体制によるサービス品質への顧客からの満足度評価や、これまでの貢献などの理由から、SAP JAPAN社からSAP Award of Excellenceを都合4回に渡って受賞し、国内でも評価を得てきました。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

国内では事業の成長が順調に続いておりましたが、リーマンショック後の急速な円高、アセアンを含めた新興国市場の拡大、日本国内市場の緩慢な縮小などから、弊社のクライアントやクライアント候補企業の海外展開が加速して参りました。弊社のクライアントは多業種に渡り企業規模も大手・上場企業から中堅・中小企業までありますが、製造業の海外直接投資が増えるにつれて、製造業をサポートするあらゆる業種の企業のアセアン進出も同時に増えてまいりました。子会社の規模が小さい内は、システム投資も控えめ、親会社と子会社間のシステム連結

の為に投資も十分ではない場合もありましたが、ご承知のようにアセアンの経済統合が2015年に控え、アセアン各国間でのサプライチェーンが強化され、世界の製造拠点としての地位にあがろうとしているなかで、この地域に展開している企業は近い将来の事業拡大を念頭に、現在、積極的な設備投資を行われております。弊社はこれまで日本国内でのサービスの提供のみを行って参りましたが、昨今の外部環境の変化により、ERP導入を希望されている企業へのシステム提案に参加する条件として、海外、なかでもアセアンでのサービス

提供の可否が問われるようになって参りました。その為、これまでの日本国内だけのサービス提供体制から、海外でもサービスを提供できる体制に、会社のこれまで進んでいた進路から舵を切る必要が出てまいりました。ただ、弊社では、これまで海外展開の事業化可能性調査（Feasibility Study：F/S）を行った経験も無く、社内でも海外F/Sのノウハウの蓄積もありませんでした。また、サービスを提供するには、すなわち現地に駐在員事務所か現地法人を設立して対応することが必要であろうと考え、設立を前提にクライアント企業から受注できる可能性の高い国の

F/S支援事業の流れ

経営戦略

■国内中心の事業から、海外展開が出来る体制にシフトするために自社の現状把握、方向性、人を中心とした経営資源の状態、これまでの成功要因などを整理しました。それらを踏まえて、全社の経営戦略を再確認いたしました。

海外展開計画策定

■経営戦略に沿った形で、海外展開をするための海外戦略の素案についてブレインストーミングをして、仮説づくりをしました。海外拠点設立にあたって、事業の成長プロセスを想定し、まず海外パートナーとのアライアンスを確立することがマイルストーンになりました。

資料・現地F/S及び成果

■進出候補国の選定と検証、海外パートナー候補の選定と検証を実施しました。現地F/Sに臨むにあたり、関係者全てがWin-Win-Winになるようなビジネスモデルを想定してプレゼンを行い、有力な候補企業と出会い、次の段階に進める可能性が見えました。

調査を行おうと、当初は考えていました。

そこで若手で英語も堪能な人材を担当者にアサインして、公的機関の海外展開支援サービスを調べ、支援をしてもらえるように指示しました。（独）中小機構の国際化支援

サービスがある、と知ったのもその頃でした。このサービスは経営支援の一環として中小企業の国際化支援を行うものです。（独）中小機構の本部での中小企業の国際化を支援する窓口対面相談が無料で行われている

ことを知り申込みました。そこで、より深く集中して支援をして頂ける海外展開の事業化可能性調査（F/S）支援サービスで公募が始まることを知らされ、応募をしたところ、幸いにして支援を受けられ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

まず、アセアン展開が喫緊の課題であるなかで、我々のF/Sの目的は以下の通りです。
①海外でのビジネスモデルの有効性、対象候補国、進出形態、パートナー候補、競合他社情報、ビジネスチャンスについての精査。
②F/Sの実施プロセスを通じて、弊社のビジョン、ミッションと経営戦略を再検討し、海外展開を計画するのにあたってこれらの一貫性の検証。
③今回の支援を受けながら経営戦略の立案方法、事業計画の策定方法に関する一つの考え方を知ること、弊社のコンサルティングサービスにも活かせるようなナレッジの蓄積。

F/S実施内容

F/Sでは海外展開事業計画書を資料F/Sの段階で作成し、不明点を現地F/Sで確認し、それでも不明な部分は再度事後F/Sで調査・検証を行って最終的に出来上がったF/Sレポートを元に経営判断を行うというステップです。何よりも大事な部分は、お客様が複数

ある企業の中から弊社を選んでくださる客観的な理由、つまり弊社の強みを、中小機構のシニアアドバイザーの方と議論しながら明確にしていきました。また、再検討した弊社の全社の経営戦略についても、この議論を通じて明文化し、加えて、弊社がいかにして日本国内で今の地位を築き上げたかを再確認しました。そして、重要な点は、この弊社の強みを、国をまたいで再現できるかでした。再現しようとする弊社の現在の経営資源だけでは不十分な点など、課題も明確になりました。それを補完するパートナーとしてSAPのアセアン地域に複数国で展開するローカルベンダーのうち、弊社の戦略、価値観、組織風土と親和性が高い企業を絞り込む必要が出てまいりました。

アポイント先の選定プロセス

この作業の為に、アセアンにある約600社のSAPのパートナーのロングリストから、弊社独自の基準を設定して約30社程度のショートリストに絞り込みました。更に、この30社を訪問先に絞り込

む為に、より詳細な企業情報の入手方法を教えて頂くなどしながら、最終的には7社まで絞り込みました。相当の時間と労力がかかりましたが、やっただけのことはあったと確信を持ちました。これだけ厳選されたパートナー候補でしたが、実際に現地F/Sで訪問すると弊社と十分な相互補完関係を築けそうだと予感させた企業は更に絞られて、シンガポールとタイにある別々の2社になりました。

F/S実施後の成果

弊社が提案した幾つかのビジネスモデルには、お会いした企業はレベルの差こそあれ、関心を示して頂き、今後のステップに繋がる契機になりました。他方で、今回の現地F/Sが基礎になりながら、海外展開の実現に向けた弊社の社内組織体制の強化、スムーズな権限移譲の実施などが求められるようになってきました。



4 今後の見通し

2014年1月の現地F/S迄の一連の流れを経験して一定の手応えを感じることができました。また、パートナー候補企業の幹部などとも前向きな話し合いがもたれ、双方にとってのメリット、相互補完関係を構築できる可能性がある点、企業の組織風土や価値観、目指す方向性につ

いても近い関係であるということが理解できました。今後、具体的にどのような形のパートナーシップにするか、また双方の具体的な役割などを詰めるステージに入りつつあります。弊社にとっては、内部環境の整備・充実、海外パートナーとの関係構築、

そしてこれらをもとにした初の海外案件受注に向けてのワークを行うこととなります。2014年は準備期間とし、2015年にはこのパートナーシップを基礎にした受注確定に繋がるようにしたいと考えております。

担当専門家から一言

辻 聡司 本部（東京） 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

東南アジアでも、欧米でも、とくに情報通信分野では若い経営者が、猛烈なスピードで未来を作り上げている姿を目の当たりにします。当社は、そのような大変厳しい競争にさらされながら、今回、海外展開をするという方向に進み始めました。今後今以上に、巨大多国籍企業などを競争相手にしなければならないことも十分想定されます。小さき企業にも生き延びる方法はあると確信しています。今回のF/Sをご一緒させて頂きながら、当社の素晴らしさを理解させて頂きました。ぜひ、その良さを全社員の皆さんで更に磨き上げて、初の海外市場での成功を冀求します。



株式会社 アース・ウェザー

シンガポール サービス業 輸出

会社概要	■所在地 神奈川県横浜市都筑区仲町台1-2-20 フロンティアビル4階	■売上高 非公開
平成25年11月現在	■代表者 森脇 亮	■従業員数 11名
	■業種 サービス	■URL http://www.ewi.co.jp/center.htm
	■資本金 95.8百万円	■海外展開検討国 シンガポール

新しい海洋航行 ナビゲーションシステムで 国際市場を狙う

～航行の安全と燃費削減で環境負荷低減にも貢献～



1 事業概要

当社は気象情報提供サービスおよび気象情報システムの販売を主要な事業としています。

特に人工衛星解析処理データの提供および衛星解析システムの販売に強みを持っておりこの分野で20年以上の実績があります。

具体的には、気象・海象の短期・中期・長期予測情報の提供及び人工衛星による海象解析処理データ(波・風・うねり・海流・水温など)を提供しています。

代表的な例は以下の通りです。

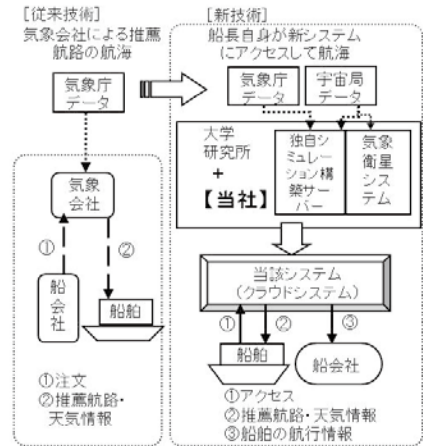
- ①自動車用鋼板の結露情報(錆防止)
 - ②海洋工事、会場荷役作業(LNG等タンカー向け)情報
 - ③海上輸送向け海象ルート情報(自動車専用船)
 - ④長期降雪予測(食品会社他)等
- さらに、以下のような個別分野へも情報を提供
- ・大手ゼネコン、住宅メーカー、スーパー・コンビニ、CM・映画製作
 - ・携帯電話、カーナビ向け磯釣り水温・気象情報の提供

- ・スキー・スノーボード情報を全国でポイント予報
- ・関連コンサルティング、調査
- ・その他、電話、コンピューターによる気象・海象情報の提供
- ・気象・海象、環境観測機器の販売・設置運用
- ・衛星画像処理、インターネット、衛星無線、携帯モバイル通信を利用した世界のユーザーへの衛星解析情報の提供

2 海外展開の動機と狙い(F/S前)

■新システム「オーシャン・ナビ21」
今回、長年の当社の気象・海象情報分野での経験と外部の最先端の研究機関等との連携により画期的な海洋航行ナビゲーションシステム「オーシャン・ナビ21」を開発しました。これは独自の技術に基いて世界でも当社のみが提供できるもので、2013年に「経済産業省 地域中小企業イノベーション創出補助事業」に採択され『海流解析と自動制御技術で最大20%以上の省エネ安全航海クラウド情報提供システムの構築』が認められました。

現在、気象・海象情報提供分野では同業で世界的に有力な会社は日本にありますが、現状船舶1隻ごとに、気象予報士が地上からデータを作成してメール送信し、その推薦をベースに航路を決定しています。当社のシステムはクラウドを通じて必要な情報が船上及び陸上のPC端末で瞬時に見られ、不特定多数の船舶が当社クラウドシステムに任意にアクセスして、目的地を入力すれば船舶に合った省エネ・安全の航海情報が提供可能となります(右図参照)。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 国内では海運市場の伸び悩みで今後大きな成長は望めない。
- 新しい航路ルート支援システムで国内外へ向けて提供したい。

海外展開計画策定

- 北欧、ドイツ、日系等の世界の海運大手をターゲット
- 地域は世界の海運が集積するシンガポールに狙いを定める
- 新システムの特徴(燃料削減、安全等)を的確に理解してもらう

資料・現地F/S及び成果

- 資料F/Sで製品の特許出願の必要性和方策を確立
- 需要、市場の受け入れ可能性が高いことを確認
- システムの改善、試用パートナー候補等、今後の具体的展開の方向性も明確になる

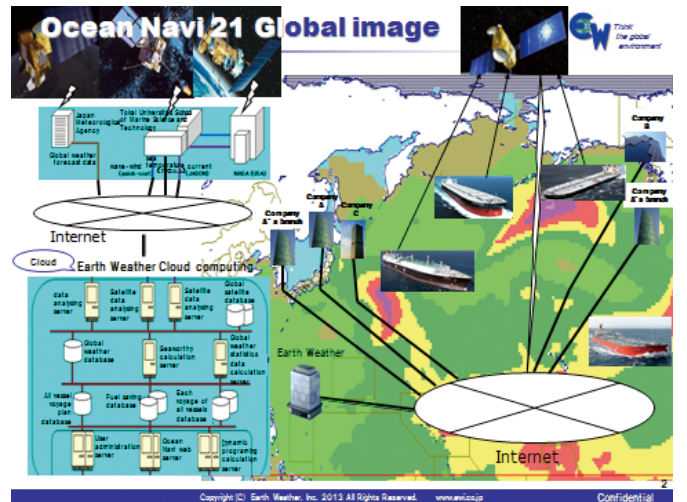
このシステムで大幅な省エネを実現し且つ安全な航海ルートの選定が可能となります。

また人的な情報の遣り取りが最少限で可能なため運用コスト面でも大きなメリットが期待出来ます。

■世界の海運の集積するシンガポールへ
シンガポールは世界の多くの海運や海運関連企業が事務所を設け、また世界貿易の中心的な拠点の一つになっています。本システムのマーケティング、販売と同時に海運業界、関連技術の第一線の運用情報収集拠点としても重要であると認識しています。

現在、気象・海象情報提供サービスで

世界的に有力な企業は日本にありますが、従来の方式を踏襲し海外への展開は限定的と理解しています。当社としては、今回この機会にシンガポールを中心に市場開拓し将来的には釜山、アムステルダム、ハンブルグ、ニューヨークなどへの展開の糸口をつかみたいと考えています。



3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■如何に製品の優位性を伝えるか

以上のようにシンガポールを念頭に海外展開を模索していたところ中小機構のF/S支援の機会が得られることになりました。

事前F/Sで機構の専門家との面談は10回以上に及びましたが、その都度熱心に対応頂きました。その結果、特に以下の3点についてアドバイスがあり、それぞれ対応し現地F/Sに向けて準備を進めました。

- ①製品のバグ、問題点を徹底的に洗い出し、現地F/Sの時期を急がないこと。
- ②システムの優位性だけでなく信頼性も高いことを強調するプレゼン内容とすること。

4 今後の見通し

今後、ソフト面の改善を最優先に推進すると同時に、システムの試験採用への働き掛けも具体的に実現することが一番の課題となります。

その為にシンガポールでの調査で得られた知見を改めて徹底的に検証、確認することが重要と認識しています。

また、競合との関係では特許出願はや

③製品は新規性、進歩性があり特許申請で事前に専門家の知見を得て慎重に進めること。
現地F/Sでは以下の目的で進めました。

- ①当社システムのユーザーとして想定される世界的に展開する日系、欧米系、シンガポールローカルの船舶管理会社(運行会社)に的を絞って、当社システムに対する興味・評価及び試験採用、購入意志の有無について調査。
- ②将来シンガポールに販売サービス拠点を設けることを想定してレンタル事務所等の費用、契約条件等について確認。
- ③JETRO、人材会社等で労働条件・給与・解雇条件等について確認。

その結果、プレゼン内容の改善効果もあり強い関心と好意的な反応があり、取り分け欧米の大手を含む複数の企業からトライアル希望の表明があり、期待通りの成果がありました。

一方、クラウド使用のためのインフラが船舶、船会社とも予想したより浸透していないこと、また、システムの一部ソフト及び画面表示等でさらに改善の余地があること、シンガポールへの拠点進出する際の課題も確認できました。

さらに、今回特許についての質問は特に無く、ユーザーの関心の所在が明確になり今後の特許戦略に大変参考になりました。

はり重要であり、今後も中小機構のアドバイス支援等も得て戦略的に推進したいと考えています。

また、当社システムは従来の方式と異なり、PC端末から必要なルート情報が瞬時に提供されるため、船舶や船舶管理会社からの問い合わせは限定的と予想しています。一方、緊急の質問等に対応する

体制、それにも必要に応じ英語で24時間のサービス体制を自前で揃えるか、専門の電話代行業者に委託するか等、事業の実現のためにさらに検討、検証してまいります。

最後に今回実施計画段階から親身に対応頂いた機構の専門家、職員の方々に感謝いたします。

担当専門家から一言

名田 繁則 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

アース・ウェザー様は世界には存在しないクラウドを活用した新海洋ナビシステムの事業化へ向けてシンガポールをターゲットに調査をされました。シンガポールは金融、物流の世界センターでその重要性は一層高くなっています。今回の調査により具体化へ向けて確かな前進をされ担当専門家としても大変喜ばしく思っています。

ユーザーの立場からの貴重な意見、要望を踏まえ、製品の一層のブラッシュアップ、現場での試験採用、市場投入へ向けて着々と歩みを進めておられます。



株式会社 アイランドプロファイル

ベトナム(ホーチミン)

製造業 製造拠点設立

会社概要

平成26年3月現在

■所在地	東京都品川区西五反田7-13-6 SDI五反田ビル6階	■売上高	370百万円
■代表者	石原 信	■従業員数	17名
■業種	製造業（木製サッシの設計・製造販売）	■URL	http://www.profile-windows.com/
■資本金	68百万円	■海外展開検討国	ベトナム

中国そしてベトナムへと急拡大する 海外現地工場を武器に更なる飛躍を目指す 木製サッシ国内トップメーカーの ベトナム工場F/S調査

～国内トップメーカーからグローバルメーカーへの転身～



1 事業概要

私達のめざすもの…“住む人にやさしく、
環境にやさしく”

ぬくもりのある質感にすぐれた断熱性
など木材ならではの特性を生かし、アルミ
サッシを上回る気密性・操作性を備えた木
製サッシ、それが国内トップメーカーを自
負する私たちアイランドプロファイルが提
供する【プロファイルウインドー】です。

全製品に高断熱Low-Eガラス*を標
準装備し、優れた省エネルギー効果を発
揮。また美しい木肌を持つ樹齢500年を
超える米松、ヒバそして広葉樹のシボ(通
称シボマホガニー)などの狂いの少ない
柁目のムク材天然木を主材料とするため、
生産時に発生する炭酸ガスや廃却後のダ
イオキシンなどの問題もなく、環境に優

しい商品です。

木製サッシ先進国デンマークの
「PROFIL VINDUET」社との技術提携
から製品開発をスタート。その技術導入
と共に国内の建築ニーズに対応する独
自技術と高い品質管理により高精度の木
製サッシを生産。ハンドル、レール、アーム
などの堅牢な金属パーツ類は欧州ドイツ、
デンマーク、スウェーデンからの輸入品を
採用し日本の風土・習慣など日本独特の
建築ニーズに充実の商品ラインアップで
応えます。

これらの素晴らしい高品質の【プロフ
ァイルウインドー】を“より高い精度で”、“よ
りタイムリーに”、そして“よりお安く”お
届けする為に、近い将来、親日的で、手先

がとても器用な若い優秀なベトナムの
方々が活躍出来る現地での新工場建設
を目指し、まずは海外工場進出の為のF/
S検討を進めて参ります。

“プロファイルウインドー”は極寒の北
欧地域でも耐え抜く徹底した気密構造で
水も空気もほとんど遮断します。住む人
にやさしく、環境にやさしい高性能木製
サッシの製造・販売を通してアイランド
プロファイルはこれからも“人間性豊かな住
まいと環境の創造”に貢献してまいります。

※Low-Eガラス(LOW EMISIVITY(低反射)ガラスの
略): ガラス表面に特殊な薄い膜金属コーティング
処理し、熱を遮断する。短波長の太陽放射熱を室内
に取り入れ室内からの長波長暖房熱は逃がさない
特殊な性能を持つ。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

設立後、数年経過した中国南京工場も
軌道に乗りつつあり、日本向けに規格化
した“プロファイルウインドー”の量産を
進めています。中国国内でも富裕層の
間で当社木製サッシが少しずつ認知され
始め注文量も増大、生産が増加しつつあ
ります。

将来の更なる増産対応、そして何より商

品価格低減を狙った“チャイナ+ワン”の当
社グローバル基本方針に沿って、次なる海
外工場の展開を図る事と致しました。

その為、進出するべきアジア各国を
色々模索・検討の結果、ベトナムの方々が
大変親日的で皆さん若くて、とても手先
が器用ですので、次なる海外製造拠点設
立にはベトナムを目指す事として、まずは

自分達だけで調査したハノイ情報も考慮
しながら、ホーチミンのF/S調査を進め
る事にしました。

今回、中小機構のF/S支援企業として
採択され、早速、経済発展目ざましいホー
チミンでの工場設立に向け、経験豊富な
機構専門家のアドバイス等を頂きながら、
いよいよ資料F/S検討がスタートしました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

■商品(木製サッシ)を高品質、低価格で
タイムリーにお客様にお届けする

■「チャイナ+ワン」の基本方針に沿うグ
ローバル海外事業の展開

海外展開計画策定

■(チャイナ+ワン)基本方針に沿いベトナ
ム工場設立のF/S検討開始

■機構支援でホーチミン現地F/S調査を
実施し必要情報の収集実施

■ベトナム海外工場設立向け進出事業の
キックオフ

資料・現地F/S及び成果

■多種多様なレンタル工場(10か所以
上)を訪問、比較検討を実施

■現地会社訪問(ガラス、木工加工)での
現地調達の可能性確認

■若手作業員の現場実務・技能レベル確
認、品質確保の目途付け

■人材採用、育成実態を直接確認、ヒア
リング等での現状把握

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

中国南京工場では近年、外交諸問題で
生産活動に苦慮する場面も多く発生、その
為、中国以外での生産能力拡大を狙い、安
い労働力確保が可能な事、ペアガラスが入
手可能な事、かつ木工製品の生産実績が
ある親日的なベトナムで新工場設立を計
画する事としました。

昨年夏のハノイ調査結果も考慮しつつ、
今回ホーチミン工業団地を中心にF/S調
査を実施した結果、以下に示す多くの懸念・
確認項目が明確になり、実に大きな成果が
得られました。

【レンタル工場】 多種多様なレンタル工
場10か所以上を訪問、十分に比較検討が
出来、今後の具体的海外進出の検討開始
が可能となった。

①工場建屋 → 事務所、会議室、ロッ
カー、食堂兼談話室、倉庫等、全て含む
(1,000～2,500m²)程度のレンタル
工場候補を多数確認出来、迷うほどの選
択肢が広がった

②賃貸料金 → 賃料などの固定費
は出来る限り削減する為レンタル料金
(2.5USD/㎡～4.5USD/㎡)を
希望、F/S調査結果(4USD/㎡以下、最
安値は2.1～ 2.5USD/㎡)が見つかり
ほぼ満足レベル

③アクセス → ホーチミン市内より1時

間前後

④将来の拡張性 → 出来れば将来、隣
接地に段階的に工場拡張を希望したが、
調査の結果、必要なら建屋拡張ステップ
を経て事業拡大可能と判明した

⑤人材採用 → 多くの会社での実際の
稼働状況を確認出来、ほぼ目安がついた

⑥洪水冠水 → 北米材木(ダグラス
ファーミヒバニートー)は冠水したら廃
却となるので、洪水は避けたい。F/S調
査の結果、ほぼ大丈夫なレンタル工場の
選別が出来る事となった

⑦管理事務所 → 日本語が通じる管理
員常駐は助かるが必須ではない。スタン
ドアロンでも問題無し

⑧その他 → 停電、治安、環境、将来の
発展性など懸念事項調査が出来、ほぼ満
足出来た

【現地会社訪問】 Low-Eガラス、アルミ押
し出し加工、ガラスペアリング加工など現
地会社訪問、将来の現地調達の可能性確
認が出来た

①最大懸念であったLow-Eガラスの現地
調達の目途がついた

②同時にLow-Eガラスを使用した現地
でのガラス・ペアリング(複層ガラス)加工
の目途がついた

③アルミ材料の型押し出し加工の製造工

程を確認、現地調達の目途がついた

④必要な接着剤等の現地調達も問題ない
事が判明、現地調達の目途がついた

⑤ベトナム現地木工家具加工会社(家具等
箱物を機械加工、ある程度量産している
現地会社)を訪問し、現地製造ラインで
のベトナム若手作業員の実務・技能レベ
ルを確認出来、将来進出時の現場作業
レベル、高品質確保の目途がついた

【人材募集・採用】 人材採用、教育育成な
ど既進出の製造工場の実態を直接確認出
来、責任者へのヒアリング実施等で現状把
握が出来、ほぼ満足レベル。

【港湾荷積み作業、道路状況】 港湾の荷
扱い状況、陸路、海路における大型ガラス
割れ物商品の輸送状況の実情も把握出来、
問題ない事を確信出来た。道路状況、川沿
いバージ船への荷積み作業状況、及び輸
送費用等の確認も出来、進出時の貴重な
情報収集が出来た。



4 今後の見通し

F/Sを終えた率直な感想は、機構の専
門家支援で数度にわたる詳細打ち合わせ
を通じて洩れない周到で綿密な事前準
備の結果、わずか1週間程度の短期出張で
ベトナム工場設立・進出検討に必要な
ほとんどの詳細情報を入手出来た事です。

現地では周到に計画された緻密な日程
に沿い、毎日早朝から6社/日も訪問する
強硬日程からは日々貴重な情報があふれ
るほど得られ、正にF/S検討まっ盛りの状
況に突入、同時に体力勝負の日々でした。

その結果、多くの懸念項目が明確になり、
進出すべき工場選定に迷うほど選択肢が
広がる嬉しい状況となりました。

今後社内関係者を含め、これらの貴重な
情報をベースに慎重、且つ大胆に海外展
開を加速して参りたいと思います。

この3月には海外経験のある待望の若
手人材が戦列に加わり、今後ベトナム進出
の具体策検討が更に加速される方向です。

今、社内は茅野新工場への大移転計画、
そしてベトナム海外進出計画と同時進行

の状態で、まさに戦争状態です。今年は当
社が大きく羽ばたきグローバル企業への
転身を社内一丸となって取り組む飛躍の
年にして参りたいと思っています



担当専門家から一言

元廣 俊樹 関東本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

事前の5、6回にも及び膝を突き合わせての真剣な打ち合わせで一緒に進出計画を練り、希望賃料の工業団地や家具製造会社、「かなめ」となる「現地製Low-Eガラスメーカー」などを探し出して訪問、高品質確保の目途や採算性が確認出来、何とかベトナム進出事業への具現化につながり、一安心です。出張中は、毎日生々しい貴重な情報を沢山収集出来、ほぼ狙い通り調査目的が果たせて、みんな達成感を感じました。また、連日の強行軍も良い思い出です。その結果、アイランドプロファイル社様が進出の「きっかけ、ヒント」を掴まれた様ですので、誠に嬉しく思います。今後はこれらの現地情報、現地の人的ネットワークなどをフルに生かし「ベトナム進出のニュース」を早く聞きたいものです。



株式会社 川内美登子・植物代替療法研究所 イギリス サービス業 輸出入

会社概要 平成25年6月現在	■所在地	東京都中央区銀座3-9-11 紙パルプ会館11階	■売上高	28百万円
	■代表者	河内 美都子	■従業員数	6名
	■業種	ハーブ、心理学関連講座開催、ハーブ関連商品の販売	■URL	http://www.shinriandherbschool-belle.com/
	■資本金	6百万円	■海外展開検討国	イギリス

ハーブティーで英国と日本をつなぐ

～イギリスと日本のかけ橋を目指して～



1 事業概要

「いつの日か、ハーブティーを通じて英国と日本をつなぐ架け橋になりたい」その思いは、国立のとある喫茶店で、子育てに悩む二人の生徒さんに、心理療法とハーブティーを教えていた当初から胸の中に芽生えていました。臨床心理士として病院に勤めていた際、その仕事で初めて英国へ行きました。そこで学んだハーブに感銘を受け、植物のもつ神秘性と可能性を強く感じました。併せて、忘れがちな日本の魅力にも改めて気づかされたのです。2005年に前身のベレ・コーポレーション、2008年12月に現在の会社を立ち上げてか

らも、会社の歩みとともに、自分自身も成長していきたいと願ってきました。そうしてハーブティー教室や心理カウンセラー養成講座を夢中で運営していく中で、沢山の生徒さんに出会うことができました。2011年には、日本で最初の「ハーブ教室の訓練実施機関」として厚生労働省所管独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構（JEED）より認定を受けました。やがて卒業生は1,000名を超えるまでとなり、その生徒さんたちの声やご要望に応えようと事業を進める中で、資格認定制度の

創設やブレンドハーブティーの販売も始めました。ハーブをひとつの趣味としてではなく、しっかりとした知識、技術、ノウハウとして確立し、女性の自立につなげられればとの思いも強くありました。今の当社の小さな繁栄は、当社の志と共に、それを陰日向からささえて下さった多くの応援者のお蔭です。その多くの方々に感謝しながら、「その方々が主人公になる場所や環境を作っていきたい」、「一杯のハーブティーで、愛する英国と日本に貢献したい」、「お世話になった方々に恩返しをしたい」と考えています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

そんな折、とあるご縁をいただき、福井県鯖江市産の桑の葉を活かしたブレンドハーブの新商品を開発し、販売を始めました。「日本にもこんなに素晴らしいハーブの素材がある」、素直な気持ちでした。英国と日本との間に架ける橋が具体的にイメージできました。「和の素晴らしい素材を通じて英国の人に日本の良さを知ってもらいたい」。それから、中小機構のF/S支援事業があることを知り、海外でのビジネスを一步でも二歩でも進めたいと応募し、幸いにも2回目で採択されました。8月の後半からは中小機構の専門家や職員の方と、定期的に打ち合わせをするようになりました。当初は、何を言われるのだろうと、とても緊張していたことを覚えています。

最初は海外ビジネスの議論からスタートしましたが、当社のように従業員も限られている企業は、海外ビジネスが国内ビジネスに与える影響も大きくなります。一方、幸いにも当社には、当社を支えてくれる1,000人を超える卒業生もいます。そうした生徒さんたちの力も借りながら、「国内の事業をどう進めて行くのか」、「その強みを海外ビジネスにどう繋げていくのか」、試行錯誤が続きました。その合間に、機構以外の関係機関からもご助言をいただきました。英国貿易投資総省(UK Trade & Investment: UKTI)からは、ハーブティーの市場に関する情報や各種規制等について親切に教えていただき、NPO法人国際社会貢献センター（ABIC）では、今後の事業運営にあたって、当センターの会員(商社

などのOB)の活用についてアドバイスをいただきました。当社の知的財産権の保護については、独立行政法人工業所有権情報・研修館(INPIT)の海外知的財産プロデューサーに丁寧に教えていただきました。現地で何処を訪問するかも大きな課題でした。「当社と想いを共有していただけるようなパートナーをどのように見つけるのか」、機構のアドバイザーがネットを眺めながら企業を一つ一つピックアップしました。輸出となると、貿易実務も避けて通れません。担当部長が、何度も足を運び、熱心に機構のアドバイザーの声に耳を傾けました。実際に現地でのアポイントを入れるためには英文のホームページやプレゼン用の資料も準備しなければなりません。やることはますます増えますが、1月末

F/S支援事業の流れ

■ディスカッションを通じて、当社を慕ってきて下さる生徒さんやお客様が何よりも当社にとってかけがえのない存在であることを再確認しました。そして、日本でもまだあまり見られない組み合わせのハーブ療法、心理カウンセリング、資格認定という3つを軸にしたビジネスモデルを基本にしながら、日本のお客様と英国のお客様に受入れて頂き喜んで頂ける為に、日英間でのハーブ茶葉輸出入事業を目指しました。

海外展開計画策定

■当社の現在の経営資源を鑑みながら、
1)英国のハーブ茶葉の輸入販売
2)日本のハーブ茶葉の輸出販売
3)更にはハーブにまつわる日英間での人材交流
の3つを時系列的に実現しようとする計画を策定しました。

資料・現地F/S及び成果

■英国国内のハーブ市場の規模や消費者動向、価格帯、原産地、規制を資料F/Sで調べた上で、実際に現地F/Sでハーブを取り扱う茶葉業者様にお会いし、日本のハーブに関して当社の商品を取り扱いたいという意向を示す企業候補も複数見つかりました。またユニークな英国の茶葉等を輸入できる可能性も分かり、今後詳細を詰めていくことになりました。そして、当社生徒の研修受け入れ先候補も見つかり、検討を進めていくことになりました。

からの現地調査はどんどん近づいてきました。その間にも生徒さんたちはいつも励ましてくれま

した。生徒さんたちのために何ができるか。そこから、浮かび上がった目的も、今回の現地調査には盛り込

まれました。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ・和の素材のハーブティーの輸出
- ・教室で使うユニークなハーブ素材の輸入
- ・英国での受講生の研修受け入れ先の調査
- ・現地事情、各種規制の確認

現地アポイント等

上記F/Sの目的に沿ったアポイント取得を目指しました。様々な国の特徴のあるハーブティーを取り扱っている卸売業者やティショップ、ハーブについての知見やハーブ関連団体のネットワーク等において第一人者であると考えられている事業者、海外進出にあたり現地で手厚くサポートをしていただける公的支援機関へのアポイントを取得し、訪問いたしました。

当社は、和の素材を用いたハーブティーを輸出することにより、日本のハーブの生産者の方々の力になりたいという想いと、日本の地域の活性化につなげていきたいという想いがありました。取引をするにあたり、大きな企業とは規模が全く異なりますので、当社のハーブティーに対する想いや、当社製品に強い関心を持っていただく必要があると感じておりました。

日本文化への関心が高いと思われる事業者、ビジネスとエンカルな面を共存させようとしている事業者、チャリティーへの関心が高いと思われる事業者、英国産のハーブへのこだわりがある事業者等、当社の想いとつながる可能性のある相手であるかどうかを念頭に置きながら、アポイント先を選定いたしました。

F/S実施内容と成果

現地に行く前には、いきなり自分たちの製品の売り込み

を始めてもいけないだろうという思いがありました。ミーティングの際には、相手のビジネスに対する想いを知り、ニーズを把握し、そこから連携できるポイントを探っていくと心に決めておりました。

現地調査において、英国では現在健康への意識が高まっており、日本食日本の食材に関心が寄せられている状況があること、ハーブティーの市場もここ数年で急激に伸びていることが分かりました。各支援機関を訪問する中で、「日本×ハーブティー」という当社の構想は、非常に時機を得たものであるとの声を多くいただき、今後の英国進出に係るサポートをしたいという心強いお言葉をいただきました。

いずれの訪問先でも日本産のハーブに対する現地における関心の高さを確認することができ、当社の取り組んでいる和の素材を用いたハーブティーに対する需要があることが分かりました。今後の当社商品開発、事業展開の方向性を考えるうえで大きな自信となりました。

英国産のハーブを生産している事業者、現地のハーブ園と提携をしてホールセールを行っているティショップとの間では、当社は日本産のハーブを、相手は英国産のハーブを相互にサンプル送付することとなりました。現地を訪問した時期が冬だったこともあり、サンプル入手に時間がかかるものもありますが、手に入ったものから新しい商品開発に着手し、英国産ハーブと日本産ハーブのブレンドティーの開発・輸出へとつなげていきたいと考えています。

また、これまで当社を支えてくれた生



徒さんが喜んでくれるような英国産ハーブの輸入の可能性を探ること、ハーブティーの本場英国にて研修受講ができる場所を見つけること、それこそが生徒さんに対しての恩返しであると考えておりました。

今回の行程の中では、英国の著名なハーブ栽培者の方とお会いする貴重な機会をいただきました。彼女からハーブの歴史や文化、ハーブの育成に関する知識についてお話を伺い、普段生徒さんに「教える」立場である当社が、「教えていただく」立場となる、不思議な感覚を覚えました。

彼女は数年前から、自身のハーブに関する知識を後世に伝達していくことを重視しており、当社と同様にハーブ関連講座を実施しています。この度、当社社長がまずは彼女の研修を受講し、内容等をご教授頂いたうえで、今後当社生徒の受講受入れ・研修実施を検討していくこととなりました。

英国でビジネスを展開していくにあたっては、海外企業の進出をサポートする機関との関係構築、ハーブ関連団体とのネットワーク作りも重要であることを再認識いたしました。

現地支援機関より、会社設立、人材採用、輸出入の規制、マーケット情報や企業リスト等についての情報提供やアドバイスを受けることができることが確認できました。また、今後国内外問わずハーブ関連団体、ハーブに携わる人たちとのネットワークを広げていくよう、努力していくつもりです。



4 今後の見通し

調査によって、当社の取り扱うハーブティーの英国での展開についてビジネスチャンスが十分にあることが判明いたしました。一方で、当社は輸出入の経験がなく、英語対応可能な人材、海外ビジネスの経験を有する人材もほとんどいない状況です。今後は、社内体制の整備、海外展開するに当たっての具体的な手続き、実現するための

ネットワークの構築等、国内外の支援機関の協力を得ながら検討し、海外事業計画を進めていきたいと思います。本事業に採択されてから現地調査前までには、何度もミーティングを重ね、課題の確認や、当社のニーズに基づきビジネスの可能性を拡げる訪問先の選定等、当社の目線(想い)と支援者である機構の目線(判断)それぞれを、

会話を通じてお互いが認識・共有することができました。現地調査では自分たちが想像する以上の手ごたえを感じることができ、同時に課題も山積みであることが分かりました。これからも、機構のアドバイスをいただきながら、着実に一步一步と歩みを進めていきたいと思っております。

担当専門家から一言

辻 聡司 本部（東京） 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

日本でも英国でも高齢化が進み、健康志向などから、ハーブティーなどのカフェインフリーの飲料を嗜好する傾向が強くなりつつある中で、日英間でのハーブ茶葉の輸出入を目指すという絶好のタイミングでのF/Sであったと思います。当社は、未来に向けた確固たるビジョンを持っている会社です。そしてお客様志向です。これは何物にも代えがたい当社の強みです。お会いした当初からビジョナリーカンパニーであると思い、支援をさせて頂きました。同時に、急成長途上にあるため、そして大きなビジョンであるため、私たち専門家、職員、他の連携支援機関なども一緒になってサポートしてまいりました。社長を筆頭に全社員一丸となって深夜まで頑張られる姿に感銘しました。当社が成功されることで日英両国の新たな架け橋になって頂ければ何事にも代えがたい喜びです。



会社概要

平成26年2月現在

■所在地 愛知県名古屋市中村区名駅2-36-20
■代表者 山中 克典
■業種 シール、銘板、カード等の印刷、加工・販売
■資本金 20百万円

■売上高 1,000百万円
■従業員数 30名
■URL <http://www.aimjal.co.jp/>
■海外展開検討国 タイ

顧客の海外生産シフトに対応し、 業務提携による海外拠点設立

1 事業概要

当社は、自動認識ラベル・銘板・タグ、カード、シール・ステッカー、金属・樹脂銘板などを製造・販売している会社です。創業以来約40年間、時代の変化に合わせてながら事業展開して参りました。

当事業には大きく4本の柱があります。

1本目の柱は金属樹脂銘板です。当社関連会社が戦後間もなく金属の表示銘板の製造を開始し、現在では自動車の意匠銘板を中心に製造しています。

2本目の柱は、シール・ステッカーです。表示銘板が金属から粘着紙に置き換わっていく中で、当社でも生産量が拡大してきました。

3本目の柱は、自動認識ラベル・銘板・タグです。バーコードラベル等機械が読

み取る為のラベルで、PCやIT機器と共に普及してきました。

最後の柱は、カードです。診察券カードや各種会員カードを製造しております。

大企業が取組まないような小さな市場でのオンリーワン、シェアNo.1を目指すのが当社の経営方針です。

印刷と特殊加工を組み合わせた金属製ハンドルエンブレムで、当社は国内トップシェアを誇ります。

また、早くから自動認識ラベルに取組



み、図書館蔵書管理用バーコードラベルやユニフォーム管理用布製バーコードラベルは、日本国内で高いシェアを確立しています。

した。

タイに於ける自動車産業の集積や、2015年に東南アジアが1つの経済圏になることも視野に入るとタイへの進出は緊急性の高い課題との認識も持っておりました。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

ニッチな市場でのオンリーワン、No.1を目指すことが当社の経営戦略ですが、主たる取引先のグローバル展開に応じていくことが、当社の喫緊の課題でした。

当社の主力事業領域は自動車産業であり、対象国として、アジアで自動車生産台数の多い中国並びにタイへの拠点設置の

機会を覗いておりました。中国については従前より業務提携先がありました。

もう一方のタイについては、たまたまアプローチを受けたローカル企業がありましたが、タイでのビジネス経験、人脈、知見も無く、自社単独での推進に不安があったので、中小機構のF/S支援事業に応募しま

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 大企業が取組まないような小さな市場でのオンリーワン、シェアNo.1を目指す。
- 当社の企業活動・製品を通じ、ニッチな社会に貢献する。

海外展開計画策定

- 国内のニッチな市場で優位性があるうちに海外のパートナーと提携し、海外展開の足掛かりとする。
- 海外を市場と生産拠点の両方で捉える。

資料・現地F/S及び成果

- 現地F/Sで、タイのビジネス事情、日系進出企業情報を入手。また原材料サプライヤー、日本の主要客先現地法人等を訪問。
- 現地パートナーと業務提携契約締結し、上記現地法人より引合いを入手。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ・タイの自動車業界の動向並びに日系進出企業情報の収集
- ・日本での主要な客先の現地法人訪問
- ・原材料サプライヤー調査
- ・業務提携予定現地パートナー企業の見極め

現地アポイント等

- ・原材料サプライヤー、日本での主要な客先の現地法人、業務提携予定パートナー並びにその販売先、ジェトロ、金融機関等10ヶ所にアポイントを取得し、訪問しました。

F/S実施内容と成果

- ・タイの自動車業界の業績は好調であり、進出のタイミングとして適していることを確認
- ・日本での主要な客先の現地法人から自動車部品の引合いを入手出来た。
- ・現地パートナー企業と包括的業務提携契約を締結



4 今後の見通し

今回のF/Sを通して、現地パートナー企業との包括的業務提携の締結を行いました。

結果として、現地の日系企業に対して営業を行う体制が整備され、現在、パートナー企業と共に営業活動を行っております。

提携により、当社は日系企業の現地調達化や多様な企業ニーズへの対応が可

能となり、また、パートナー企業にとってもブランド力が向上すると共に品質の向上に資する面があり、さらに、資材の調達面で有利になるなどWin-Winの関係を構築しております。

その後も営業の成果として、試作品の依頼も受注しており、一定の成果を得ております。

今後については、さらに関係を深める

べく資本面での提携も視野に入れていきます。

今後、人件費高騰や低失業率を背景に、先行してタイに進出した日系企業の生産ラインや倉庫の自動化が進むと予想され、新たに当社のFA関連製品の需要が高まることを期待しています。

担当専門家から一言

砥板 種弘 中部本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

主力販売先の海外シフトに呼応し初めて東南アジアへ進出されるにあたり、類似業種現地パートナーと手を組み、同社のタイでの事業展開拠点を確保されると共に、パートナーの日本向け製品のアフターサービスもサポートされるというWin-Winのスキームが実現しました。

限られたリソースを有効活用し、将来はパートナーの東南アジア拠点を活用したタイ以外の国への展開も期待できると考えます。



プールス 株式会社

 シンガポール  製造業  販売拠点設立

会社概要 平成26年2月現在	■所在地	愛知県豊橋市下地町字天神34-2	■売上高	680百万円
	■代表者	高畑 昌隆	■従業員数	12名
	■業種	自動オシボリ製造機及び関連商品の製造販売	■URL	http://www.purus.jp/
	■資本金	184.5百万円	■海外展開検討国	シンガポール

シンガポールへの 除菌タオルディスペンサーの 販路開拓についての可能性調査

～日本のおてふき・おしぼり文化を海外へ～



1 事業概要

当社は、平成15年3月創業の、自動オシボリ製造機及び関連商品の製造販売を行う会社です。除菌された温かいウェットタオルを、必要な時に必要な本数を即時に提供する「除菌タオルディスペンサー・プールス」本体及び、ウェットタオルの原反ロール紙と除菌液を製造販売しています。

平成19年6月、経済産業省へ異分野連携新事業分野開拓計画(新連携)を申請し、弊社及び、株式会社エヴリ・カム(除菌液製造)、株式会社ベンチャー・エイド(販売戦略支援)との連携にて、認定

を頂きました。

「除菌タオルディスペンサー・プールス」は、累計販売台数10,000台を超え、その内、約65%は、全国の医療施設・介護施設にて利用されており、その他は、飲食店、アミューズメント施設、ゴルフ練習場、自動車ディーラー等で利用されています。

特に、医療・介護施設においては、除菌された衛生的な使い捨てタオルとして、お手拭き、身体の清拭の他、施設内の器具備品の清拭にも利用されており、感染予防の一環として高い評価を得ています。

自社開発の機械本体を設置することにより、消耗品(ロール紙及び除菌液)の注文・納品が発生し、自動的かつ定期的な売上と利益が見込まれるストックビジネスモデルを展開しており、常に右肩上がりの業績を上げています。

当社の商品、経営ビジョンに加え、このストックビジネスに賛同いただいた、日本全国、北海道から沖縄まで、約200社の販売代理店と契約させていただき、多方面の業種・業界に営業展開を行っています。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

当社は、「清潔な文化の改革を求め、多様化するマーケットニーズに対応すべく、新しい価値の創造を目指すと共に、グローバルな視点に立ち、常に市場の要求を先取りし、地球環境への優しい取組みの実現と向上を目指し、地域の発展に貢献することを目指す」ことを経営ビジョンとして掲げています。この経営ビジョン実現のため、国内はもとより、海外、特にアセアン諸国に対しても、清潔な文化の改革を実現する新しい商材を提供し、生活環境を改善し

て行くための市場を開拓する企業として、リーダーシップを発揮していきたいと考えています。

今後、国内の市場は、基本的に縮小の方向に向かっていくものと考えられており、高齢者の増加によって当社のターゲットは、当面拡大して行く見通しを持っているものの、10年先は不透明感に覆われています。

海外展開を検討するに当たって、平成23年11月、上海において開催された「中

国国際工業博覧会」に出展し、「除菌タオルディスペンサー・プールス」の評価を試みたところ、多くの海外の業者から、取扱いの問合せや商品の引合いをいただき、大きな手ごたえを感じることができました。

具体的な展開に当たっては、清潔な環境づくりにおいて、抜きん出た政策を取っていることに加え、世界的な高齢化の中でも、特に高齢化の傾向が顕著に表われているシンガポールを拠点に、「清潔な文化の改革」をアセアン諸国へ広めて行く方針

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 大手企業との販売パートナー契約により、事業拡大のスピードアップを図る
- 医療・福祉関連業界向けの営業を一層特化し、新製品、関連製品を開発する
- 海外販売拠点を新設し、事業展開を図る

海外展開計画策定

- アセアン進出の第一歩として、シンガポールに販売拠点を築く
- 同時に既存代理店を通じてオーストラリアへも販路を拡大する
- 医療・福祉機関及び上層階級の生活環境へ販路を展開する
- 5年後、海外売上金額約2億円を目指す

資料・現地F/S及び成果

- 第一家食品廠有限公司と現地統括代理店契約について大筋合意
- 現地医療機器商社、外食関連業者等の当社製品ニーズを確認
- 営業ターゲットは、介護施設、ハイエンドクラスの外食店舗、観光リゾート施設であることが判明

を定めました。

また同時に、当社と代理店契約を締結しているユニ・チャーム株式会社と協力し、オーストラリアへの展開の検討も進めて

います。

日本国内において当社が進めてきたビジネスコンテンツは、海外においても充分通用するものと信じて、賛同していただ

る企業と共に、ビジネスを展開して行きたいと考えています。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①代理店候補企業の選定調査
- ②販売拠点設立候補地の選定調査
- ③現地のマーケティング調査

現地アポイント等

現地代理店候補1社のほか、外食産業3社、医療機器商社、日系百貨店、観光施設、ジェットロ、金融機関にアポイントを取得し、訪問しました。

F/S実施内容と成果

現地における現地統括代理店として、第一家食品廠有限公司を選定し、統括代理店の元に業種毎の代理店を選定、契約して事業を展開する方向が決まりました。

この第一家食品廠有限公司は、中華料理の食材(春巻きの皮)において、世界的なシェアを持っていると同時に、当社の

ロール紙取引業者と親戚関係にあり、血縁関係を重要視するアジア地域においては、信頼できる会社であります。

当社の販売拠点は当面設置せず、現地統括代理店が全てを管轄する方向で進めて行くことを確認しました。

現地調査、ヒアリングの結果、現地の医療機器商社、外食関連業者共に、当社製品に高い関心を示し、除菌タオルディスペンサーが海外でも通用することを確認できたと同時に、外食スタイルが目覚ましく伸びているアセアン諸国の衛生面

における新しい提案として、シンガポール発の清潔感が有効であるとの認識のもと、介護施設におけるタオル、あるいは、外食産業におけるオシボリの需要があることを確認できました。



4 今後の見通し

課題

現地統括代理店として、第一家食品廠有限公司を選定しましたが、今後は介護業界、外食業界、観光業界において、実際に活動する現地代理店の調査、発掘が重要となります。多くの候補者をピックアップし、有効な活動を展開する業者の選定が必要と考えています。

ハード面において、可動式タイプや、課金式タイプなどの要望があり、その開発を進めるとともに、現地におけるメンテナンス教育が重要で、日本国内のハード開発業者との交渉が必要であります。

同時に、現地においては、コスト面の関心が高く、コストメリット、コストパフォー

マンスを分かり易く提案できる営業が課題となります。

また、新しい感覚の新製品を速やかに普及させるため、MOH(シンガポール保健省)、EDB(シンガポール経済開発庁)など、現地政府機関へのPR及び協力依頼が有効であると考えます。

総括

当社の除菌タオルディスペンサーは、唯一日本製であり、その評価は極めて高く、需要先としては、医療・介護業界、外食業界等々です。今回のシンガポール調査においても、現地における取扱代理店の希望もあり、今後、具体的な商談を進めて参り

たいと考えています。

当社中期経営計画における5年後の目標は、ハード契約台数累計25,000台、売上高25億円。その内、海外は、ハード2,000台、売上高2億円を目標としています。現状、アセアン諸国における市場規模は決して大きくはありませんが、さらにエリアを広げて行くことにより、長期目標を10,000台として期待するところです。

海外向け新商品の開発も検討しながら、目標を達成すべく、当社のビジョンを全世界に紹介し、前進して行きたいと考えています。

担当専門家から一言

大槻 恭久 中部本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

中小機構では、同社が平成19年に経済産業省の新連携事業計画認定を取得して以来、販売戦略および販路開拓面を中心に、国内から海外へと一貫した支援を行っております。

同社の社名の由来は、ラテン語で清潔感を表すものであり、世界的にも清潔感で定評のあるシンガポールを皮切りに海外進出を始める点は、理にかなっています。

現地F/Sでは、ほとんどの実演先で、日本のものづくり技術に驚かれるとともに、日本のおもてなし文化を象徴する製品としても受け入れられました。有望な代理店の発掘もできたため、ステップを踏んだフォローアップ支援を行って参ります。



株式会社 グローイング

台湾（台中市） 製造業 販売子会社設立

会社概要

平成26年1月現在

■所在地	愛知県安城市根崎町東新切33番地1	■売上高	150百万円
■代表者	渡辺 秀一	■従業員数	5名
■業種	工作機関連濾過装置・環境改善装置の製造販売	■URL	http://www.grow-ing.net
■資本金	78百万円	■海外展開検討国	台湾

台湾からサイクロンフィルター濾過システムのグローバルスタンダードを目指す

～グローバルメーカーへの挑戦～



1 事業概要

当社は、工作機用クーラント装置メーカーとして平成15年6月創業。業界では、比較的新しいメーカーです。

創業以来工作機ユーザーの環境改善を使命とし、ユーザー視点での工作機加工油（クーラント液）の浄化装置を設計・製造する技術開発型企業です。そのコア技術・企業理念は、当社のグループ会社「東南精機株式会社」の高度な加工技術と高品質ノウハウを基礎とし、このノウハウから当社のコア商品工作機加工油用サイクロンフィルター『ダスカッチ』を開発設計し、業界初の国内・国際特許を取得しました（PAT.4753898 平成23年6月取得）。これまでに、国内大手の工作機メーカー

及び自動車部品メーカー向けに数多くの納入実績を有しております。工作機メーカーでは、マシニングセンタ スピンドルスルークーラント用2次濾過フィルターとして標準機採用され、その多くが海外向け採用となっています。他切削加工分野では、加工精度向上と工具寿命向上にセミドライ加工システム『ミストジェット』、精密研作加工での加工精度向上に『精密フィルター』と工作機周辺装置を専用設計・製作しております。

当社は、企業ミッション（経営ビジョン）である工場環境改善設備の生産・販売を通じて、職場環境の改善と向上を図り、クリーンな工場環境構築を目指して社会貢献を続けています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社の主力製品である工作機加工油浄化装置サイクロンフィルター『ダスカッチ』の主要な取引先は、工作機メーカー・自動車関連部品製造メーカーで、それらメーカーの生産拠点は、海外移転が継続している状況です。これまでそれらの取引先から寄せられる当社製品の海外展開への強い要請に応えられずいました。一方国内大手の工作機メーカー

は、中国・台湾・東南アジアに生産拠点を有し、特に台湾での日系・ローカル工作機メーカーは、中台の経済協力枠組み協定（ECFA）を活用した中国市場への展開を図っています。今後中国・東南アジアへの工作機輸出は増大の傾向にあり当社のサイクロンフィルター単体の市場は、国内以上に拡大する事が予想されます。当社のサイクロンフィルターは、台湾

で製造し日本に輸入しています。台湾で製造を行っている強みを生かし、海外ユーザーに要求される低コスト・高品質の提供を一層確かなものとするために、台湾に販売拠点を設置し海外展開を図る事としました。また、当社国内製品及び開発中の新規製品に関しても台湾での製造を目途とした製造協力メーカーの発掘も図っています。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 日本国内顧客の中国・東南アジアへの移行に対応する。
- 中国・東南アジアの需要を目指した販売ルートの確立
- 現地製造化への移行

海外展開計画策定

- 製品需要・業界動向の確認
- 商流（販路）の適合性確認
- 拠点設立のリスク調査
- 現地製造化のリスク調査

資料・現地F/S及び成果

- 製品需要・適合性が確認出来た
- 販売先の当社製品に対する適合性が確認出来た
- 拠点投資へのリスクが確認出来た

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①工作機メーカー（日系・現地）のサイクロンフィルターに対するニーズの把握と適合性の調査。
- ②販売商社（日系・現地）の当社製品取扱に対する適合性の調査。
- ③製造協力先（製缶メーカー）の当社製品製造に対する適合性及び技術レベルの調査。

■現地アポイント等

- ・国内工作機メーカー動向・台湾工作機メーカー動向の調査に当たっては、台湾でのパートナー及び日系商社を通じ日系及び現地ローカル工作機メーカー10社と製造協力先1社とのアポイントを取得しました。

■F/S実施内容と成果

- ①台湾の工作機メーカーは、約350社存在するといわれます。その内の約70%が台中市に集中しています。大手と言われるメーカーは、約28社あり、その中からF/S実施先として日系工作機メーカー2社と現地メーカー8社を選定しPRとプレゼンを実施しました。旋盤・マシニングセンタ機製造メーカーが殆どで、その殆どがスピンドルスルー仕様であり、濾過精度に対する意識は高く交換式のフィルター等で2次濾過を採用しています。

交換不要のサイクロンフィルターについては、認識はあるものの使われていないのが殆どでした。日本国内大手工作機メーカーでのサイクロンフィルターの使用例を紹介したプレゼンでは、全ての訪問先が関心を示し、熱意のある意見交換を行いました。また、PR先の2社からは見積及びテスト機等の引合を受ける事ができ、今後のサイクロン販売活動に対して十分な手応えを感じました。

また、マシニングセンタを製造する日系1社からは、2014年中の生産工場を新設計画の情報も得ました。

台湾での工作機業況は、中国の景気低迷・リーマンショック後の低迷と良い状況ではありませんが、北米・欧州・東南アジア地域への展開が旺盛であり、ビジネスパワーを強く感じました。当社の目標とする成果達成に確信が持てたと強く感じます。

- ②パートナー商社の調査については、今回のF/Sの訪問先への仲介アポイントをお願いした2商社（日系・現地）との事前商談を通じて当社製品販売の適合性等について判断をしました。

日系商社は、30数年前から台湾へ進出しており日系・現地ローカルの製造メーカーと信頼関係を築いており、今回訪問した工作機メーカー全てとも取引関係にあります。

また、中国沿岸都市部に子会社を持つなど営業拠点も多く有し、我々の目指す目標と合致するものであり、販売代理店契約を締結の上継続したビジネス展開を行うこととしました。現地ローカル商社についても、前述商社同様古くから東南アジア方面への展開を進めており、優良ビジネスパートナーとして販売代理店契約を締結しビジネス展開を図る事としました。

- ③製造協力先については、今回日本国内で製造している製缶品の現地製作化を図る為1社を訪問しました。

国内品質の維持と納期厳守の工程管理及び製作コストに関わる適合性を測るべく工場見学をしました。

若干の指導余地はあるものの台湾現地販売での価格基準から見てもパートナーとして良好との判断をしました。

今後は、秘密保持・技術盗用等の契約に留意しながら進めることとなります。



4 今後の見通し

5日間に亘り台北・台中・台南と台湾を代表する工作機メーカー10社、販売パートナーとなる商社2社、製造協力先1社への訪問を含むF/Sを終えました。当社製品のサイクロンフィルターが価格・性能・品質面で日本国内同様に台湾工作機メーカーにおいても十分高評価を受ける製品であると確信しました。

今回の訪問先は、台湾工作機産業及び自動車関連部品産業、工作機周辺設備産業等のほんの一部に過ぎません。今後は、

パートナー商社と共に顧客訪問PRを強化、台湾から中国大陆・東南アジアへの販売拡大を目指した展開を進めていきます。

現在、台湾で現地法人設立認可の取得諸手続きを進めています。拠点は、工作機メーカーの集積地である台中市に設置、現地パートナーからの支援を得て進行中です。今後留意すべき点等については、税務会計面も含めて、中小機構の現地アドバイザーの指導も得たいと期待しています。

また、ここ1～2年内には、人材のマンパワー不足が予測されます。業界経験のあるセールス人材が必要となります。優秀な経験者の採用は、容易ではありませんが人材確保及び教育を含めた事業計画実行に向けたアクションプランを進めていきます。

事業のスタートとして今回の中小機構のF/S支援事業で得られたメリットは、1年後・5年後・10年後のビジネスビジョンに大きな力に成るものと確信しております。

担当専門家から一言

野中 義晴 中部本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

- ・エンジン・オイルが悪ければ高価な自動車に破損を生じ、加工油液が悪ければ高価な工作機械が機能しません。同社製品は、工作機械の本体を守り寿命を延ばすことで精度向上とコストダウンをもたらす装置です。
- ・台湾は、中国で生産を伸ばす世界最大級のOEMやEMSメーカーが多く、工作機械メーカーも少なくありません。同時に企業間のコスト・品質競争も日に日に激しさを増しています。
- ・同社の加工油浄化装置は、こうした工作機械メーカーやユーザーのニーズに応えるもので、今回F/Sを機に潜在需要を掘り起し、台湾市場に止まらず、台湾経由の中国・アジア市場展開策としても注目される事例と言えます。



白月工業 株式会社

 タイ（バンコク等）  設備工事業  営業拠点・会社設立

会社概要 平成26年2月現在	■所在地	愛知県名古屋市中区上名古屋4-10-6	■売上高	6,571百万円
	■代表者	八尋 修	■従業員数	105名
	■業種	設備工事業（電気工事、システム設計施工）	■URL	http://www.shiratsuki.co.jp/
	■資本金	90百万円	■海外展開検討国	タイ

ニーズの高まる サポーターインダストリー としての海外拠点整備

1 事業概要

電気工事に関する「設計・施工管理」を中心に1953年に創業して以来、広く社会から信頼される総合電気設備企業の実現を目指し、システム制御工事や産業電機機器の販売・メンテナンスに事業領域を拡げながら、今日まで邁進し続けて参りました。近年、わが国を取り巻く経営環境は大きく変化し、様々な課題に直面しております。当社といたしましては、事業の存続と発展をより一層確実なものとするため、グローバル化も経営方針の一つに掲げて取り組んでおります。

昨年、2013年に創立60周年の節目を越え、長期ビジョンとして「10年後のわが社の姿」の中で、「海外展開を軌道に乗せ、新興市場の成長力を取り込んでいく」ことを経営戦略の大きな柱として掲げております。新規事業の開拓にもチャレンジし、お客様から信頼される品質・技術力と創意工夫力で更なる成長を目指してまいります。（事業内容）
■電気工事部門:受変電設備、空調設備、自家発電設備、防災設備、動力設備、放送・通信



レーザー加工機 電子ビーム加工機

シージェンサ 設備、照明設備、道路管制設備
■システム制御部門:ライン監視システム、生産管理システム、中央監視システム、各種自動制御システム、ロボット制御システム

■産業電機部門:レーザー加工機、電子ビーム加工機、放電加工機、産業用ロボット、超音波自動探傷装置、各種電気機器販売

■工機メンテナンス部門:真空ポンプ、各種メンテナンス、板金加工、機械加工

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は顧客指向を社是とし拠点設置による顧客密着経営をしています。10年前から米国、昨年から中国蘇州、来年からは天津へと社員を顧客先に常駐させ信頼を獲得しています。これまで蓄積してきた海外施工ノウハウを信じ、独立した法人を設立するというリスクを果敢に取ることで社員の成長を促進し、企業活力を生み出していけると判断し、海外展開を決断しました。

主要顧客の自動車産業は、人口の減少で市場が縮小する国内での新規設備投資を抑制する一方、成長市場たる新興国

に対する投資意欲は旺盛です。特に、タイにおいては、日系企業の進出や現地企業の技術力向上で現地品質が改善しており、日本へ機器輸出の可能性も高まっており、仕入調達先としても捉えていけるようになっていきます。

このようなことから、海外展開を行うことで、国内の減衰を下支えし、成長力を捕捉することによる連結ベースでの業容拡大が期待できます。更に、北米・中国・ASEANの3拠点体制による受注活動の拡充で、国内の親会社の取引に還流させ、その他地域への取引に展開する相乗効

果による成長が期待できます。

また、営業・設計・施工管理を同一の担当者で実施可能となり、電気工事とシステム工事の両方を請け負える一貫体制により、顧客にとっては複数の業者を相手にする必要がなくなり、負担を軽減できます。その強みをもとに、日本以外の地域、既存客以外の自動車産業、他産業に分散させる効果が期待されるとともに、海外での対応力の強化は、本邦における当社のプレゼンスを高めると確信しております。

F/S支援事業の流れ

経営戦略
■ASEANの成長市場の取り込み
■サポーターインダストリーへの期待
■省力化設備へのニーズ
■タイ+1を見据えた拠点整備
■10年間の海外施工ノウハウ

海外展開計画策定
■中小企業レベルでの日系競合企業が少ない
■日本での協業企業が既に進出
■既存取引先が多数存在

資料・現地F/S及び成果
■JETRO、現地金融機関、販路開拓先企業等、17件の接触
■既存取引業界の現状把握
■材料及び部品調達の可能性
■競合等の把握
■現地拠点設立手順の把握

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①日系自動車メーカーの現状と動向調査
受注可能と思われる、又は、営業可能な取引先の発注状況等の現状と人的ネットワークの構築
- ②外注加工・材料仕入等、調達先の開拓
外注可能な日系及びローカル企業の存在の確認、電材、機材等の商流の確認
- ③公的機関・金融関係者との面会
タイの経済状況や人材採用、就業、法律等の情報収集とその所在源の確認
- ④会社設立関連法規の情報収集
現地拠点設立手順の確認等

■現地アポイント等

材料・部品仕入等3社、販路開拓候補企業5社、金融機関・コンサルタント4社、JETRO・BOI2機関、物流・建機レンタル・レンタル工場3社、計17カ所を訪問することができました。

■F/S実施内容と成果

①市場及び競合

目的の一つとしていた自動車関連業界の電気工事の発注状況の把握が可能となったとともに、電線及びシステム機器も含めた電気工事業の現状も明

らかになりました。特に、設備の使用方法やメンテナンスが杜撰なことから日系企業における電気工事等サポーターインダストリーのニーズが大きいことが明らかとなり、当社が関連する市場が有望であることが確認できました。更には、現地の発注担当部署の人的ネットワークも形成でき、今後の販路開拓に大きく寄与することが予想されます。また、日系メーカーでは発注権限が日本人スタッフから徐々にローカルスタッフに委譲されている実態があり、営業力のあるタイ人を採用又は教育していく必要性など、具体的な対策を講じていく必要のあることも判明しました。

②外注加工・材料仕入等

日本で取引のある現地法人との取引となりますが、現地ローカル企業も相応に育っており、力量を計り、施工管理を厳正に行えば相応の品質が確保できることが判明し、価格と品質の両立の可能性が見えてきました。

一方、電線類の生産工程は日本と同じであり、現地調達品であっても余り大きな価格差はないが、一部の耐火ケーブルなどのように、汎用品以外は、日本からの調達となり、高くなる傾向

があることが明らかになりました。

③公的機関・金融関係者との面会

ジェットロバンコク事務所、金融機関、コンサルタントへの訪問により、タイの経済状況、自動車業界の状況、洪水災害やデモの現状等の情報収集も行い、公的な機関等への人的ネットワークも構築することができました。

④その他

コンサルタント会社等への訪問により、会社設立までの具体的な流れについて情報収集が可能となり、会社設立形態をどのように進めて行くか、タイ人の中間管理者・現場作業者の確保、それらの教育について具体的な対策についても情報収集が可能となりました。

今後はこれらの調査結果をもとに進出計画を具体的に進めて行きたいと思っています。



既にタイに進出している協業先の工場で現状確認

4 今後の見通し

帰国後、今回の現地調査の結果をもとに取締役会で早急に進出準備を進めていくことを決定しました。しかしながら、当社の業務のニーズが高いことが明らかになりましたが、それらの業務は、既に進出している大手の同業他社やローカル企業が受注しており、営業活動の対象は新規案件や設備入れ替え等が主体になることから、拠点を設立しても直ぐには受注できるか、不透明な部分も明らかになりました。そのことから、出来るだけ経費を下げる

方法を検討した結果、日本で協業関係にあり、既にタイに進出している企業に依頼し、タイの工場に当社からの出向者を受け入れてもらうことに決定しました。

今年の6月から派遣を開始し、販路開拓、拠点設立、人材確保など、進出計画を具体的に進めていきます。

一方、ローカルスタッフへの権限移譲など顧客先の「ローカライズ」にも対応が必要で、タイ語で技術営業ができる人材の確保も大きな課題ですが、今回の調査

で人的ネットワークが形成できたことから、それらを活用し、進めて行きたいと思えます。

更に、タイ人教育、日本人技術者の現地派遣、顧客先の「タイ+1」への対応なども必要となってくることが予想されますが、公的な助成制度を活用し進めてきたいと思えます。

今回のF/S支援事業に採択されたことは、計画推進への具体的な行動が可能となり、非常に有意義であったと思えます。

担当専門家から一言

中谷 泰 中部本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

代表取締役社長と取締役総務部長、現地駐在予定者、中小機構のメンバーで当事業を進めてきました。中小機構に頼りっきりでなく、自社でやれること、中小機構が支援することを明確にし、役割分担が明確にされ効率的に進められた調査でありました。

タイでの拠点整備は、難しい業種ではありますが、今回の調査で可能性を見出すことができました。今後、解決していかなくはない課題も沢山ありますが、出来るだけ早期に拠点整備が実現できるように支援していきたいと思えます。



株式会社 ヘルスケアシステムズ

 インド（南部）

製造業

販売子会社設立

会社概要

平成26年2月現在

■所在地 愛知県名古屋市千種区千種2-22-8 NALIC105
■代表者 瀧本 陽介
■業種 検体検査装置の開発・製造及び受託分析
■資本金 16.5百万円

■売上高 非公開
■従業員数 5名
■URL <http://www.hc-sys.com/>
■海外展開検討国 インド

インドでの 感染症同時多項目安価診断 システム導入に向けて



1 事業概要

当社は平成21年3月に設立した名古屋大学発ベンチャーです。誰もが簡単かつ安価に測定ができる検査システムによって、疾病予防と健康長寿社会の実現を目指しています。

今回F/Sのテーマとなる抗体チップを用いた検査システムは、起業前の平成17～19年に科学技術振興機構（JST）の大学発ベンチャー創出開発事業に、名古屋大学や大手自動車グループ企業と共同による「アソポリマーを利用した抗体チップの作成と食品機能

性評価への応用開発」として採択されました。この中で、抗体固定技術や検査プロトコルの確立ができ、抗体チップによる未病検査の基礎技術が確立されました。この成果により、名古屋大学発ベンチャーとして当社を設立しました。平成21～22年には、経済産業省の地域イノベーション創出研究開発事業に採択され、大手自動車グループ企業他と共同で「抗体チップを用いた未病検査システムの開発」に取り組みました。多項目同時測定チップの

開発や1,000検体以上の実証試験を経て、抗体チップによる未病検査法が完成し、現在は受託分析サービスとして1万検体以上の測定実績を持っています。

また当社では、食品事業として大豆やカシス、キノコなどの機能性研究と食品素材の開発支援、販売を行っており、大豆の機能性に着目した『ソイチェック』による郵送検診サービスなどを行っています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

抗体チップは、スライドグラスの上に様々な抗体を搭載し、簡便かつ多項目同時測定ができる検査法です。国内では主に研究用途や未病段階の検査として用いられていますが、医療現場での診断には参入できていません。それは、規制が厳しく新規参入のハードルが高いことと、原則として1検査1項目に対応する必要があるため、多項目同時測定という抗体チップのメリットを生かすことが難しいということがありました。

一方、私個人の経験として、大学生の時に1年間休学しインドを含む約40カ国を旅行したり、大学院では1年間インドネ

シアへ留学してジャワ島で生物相調査を行うなど、海外での経験があります。当時の予算も知識もない私を助けてくれたのは、インドをはじめとする多くの旅先で触れ合った人々でした。また、途上国では多くの方が感染症で困っており、私の友人もデング熱や肝炎で入院したのを見てきました。私自身も過去に結核を患い、「周りにうつしてしまうかもしれない」という感染症の辛さ・怖さを身をもって体験しました。

そこで、抗体チップを活用して5つの感染症を1ド

ルで検査する装置を開発し、恩返しをしたいという気持ちが湧き上がってきました。そんな時、中小機構のF/S支援事業公募の話を聞き、これはと思い、応募しました。ターゲット地域は、日頃からお世話になっているパートナー企業が出資した病院のあるバンガロール市を中心としたインド南部としました。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

■産学連携、医工連携で開発したシーズを感染症診断システムとして、感染症宝庫のインドで事業化させる

海外展開計画策定

■誰に:インド南部の庶民と医療機関に
■何を:感染症診断サービスを
■どのように:安価で簡便で同時多項目検査で

資料・現地F/S及び成果

■当社の感染症診断システムへの医療現場ニーズの確認
■対象感染症のリストアップ
■州政府感染症対策把握

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

主たる目的は、病院・医療関係者の感染症検査に対する現場ニーズを把握することでした。調査項目は、各感染症の検査方法、検査キットの精度や価格、検査上の課題、運用規定など多岐に渡ります。そして、ターゲット感染症の開発に対する優先順位を付けること、州政府等による感染症対策の現状を確認することも目的のひとつでした。

現地アポイント等

主に中小機構とその現地アドバイザーの方にサポートいただき、病院（公立、私立、大学附属、診療所、伝統医療施設など）、臨床検査施設、政府機関、法律事務所など約20箇所のアポイントが取得できました。日本の政府機関である中小機構名でレターを発信していただいたことで、どの訪問先でも責任ある立場の方と面談をすることができました。現地調査前の国内および現地アドバイザーの方のきめ細かい準備・対応が、非常に実り多い調査になった最大の要因と感じています。

F/S実施内容と成果

最大の成果は、当社製品がインドの

人々の感染症対策に貢献できる、と確信できたことです。具体的には、医療機関の種別や規模によって感染症検査の実態が大きく異なっていることがわかり、低所得者は政府補助により検査は無償となっていました。ニーズが高い疾患は、結核・マラリア・デング熱・チクングニア熱・腸チフス・HIV・肝炎などで、それぞれの現行検査法の課題も調査できました。日本と異なる点として、献血ではなく売血が一般的で、その際に特定の感染症検査が義務化されていることや、臨床検査所が市中に多数存在し、日本の薬局のように患者自らが検査を受けに出向いていること、インド伝統医療（アーユルベータ）施設でも臨床検査データが活用されていることなども解りました。

当初は支援は費用面の補助が中心で、現地訪問先などは少ない自分の人脈だけで探す必要があると思い、不安が大きかったのですが、実際は中小機構のサポートで、希望していた調査対象すべてに訪問することができました。病院でも院長や診療科長など責任者と話すことができ、院内の検査施設も見学できるなど、企業単独の調査では実現できないこ

とが多くありました。現地調査に先立つ事業計画策定でも、ビジネスモデルや財務計画など、今後事業を進めていく上の貴重なベースとなりました。応募時点でイメージしていたF/S支援内容と異なり、調査費用の補助以上に、インドに行く前から帰国のあとまで、まさしくソフト支援を受けることができました。

これらの現地調査活動をパートナー企業の研究者が同行し共有できたことも大きな成果です。インドに新たな人的ネットワークができたことも良かったです。訪問先のキーパーソンの方々に加え、中小機構の現地アドバイザーの方々、通訳さん、そしてインドで43年間バリバリ生き抜いてこられた74歳の日本女性、マザーテレサの下で働いた日本女性社長、などなど。今後のインドでの事業展開に向けてかけがえのない人たちです。



4 今後の見通し

まずは今回わかった課題やニーズを取り入れ、製品開発に注力します。抗体チップによる検査手法は既に確立されているので、候補となる感染症ごとに適切な抗体を選定します。一つの感染症といっても、感染直後に急激に発現する抗体や、ある程度時間が経過してから発現し、なかなか消えないものなど、多様な抗体があります。それぞれニーズに合った抗体をチップに搭載し、測定条件の最適化を検討します。また、低コスト化が最大の課題であり、そのため既存のデジタルカメラでも発光検出ができるよう、発光増強などの

改良を施す必要があります。その次に試作品をもって現地で実証検証を行い、現行検査法との比較試験を行い、量産化へ移行したいと考えています。

開発対象が医療機器ですので、許認可や販路開発等事業化までに多くのハードルがありますが、全体工程を見通した上で大学やパートナー企業、そして今回協力をいただいたインドの方々とともに、多くの方々に役立つ感染症検査装置を開発していきたいと思っています。幸いこのプロジェクトを担当する社員も採用することができました。昔お世話になったインドの

方々に恩返しするという初心を大切にしながら取り組んでゆきます。調査前に掲げた目標に向かっていけることを確信できたこと、そして今後の課題が明確になったF/S支援事業に感謝しています。海外展開で悩んでいる中小企業経営者の方には、ぜひ応募することをお勧めします。



担当専門家から一言

加藤 裕功 本部（東京） 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

インドでどんどん応援団が増えてゆく様を見ました。技術＋製品コンセプト＋感染症検査の実態＋社長の人間力。医療機器分野は事業化まで工程が長く予断を許さないでしょうが、意思と実行力と応援団の力で1つ1つ解決し、運も引き寄せ、乗り越えていかれることと確信しています。将来、当社製品が多くのインド人の命に貢献している姿を思い浮かべています。



株式会社 協同

  タイ（バンコク）、カンボジア（プノンペン） **卸売業** **販売・アソート拠点設立**

会社概要 平成26年3月現在	■所在地	福井県坂井市丸岡町ハヶ郷第26号14番地1	■売上高	非公開
	■代表者	西川 源徳	■従業員数	76名
	■業種	織ネーム、ラベル、パッチ等縫製付属品の卸売	■URL	http://www.kwl.co.jp/
	■資本金	10百万円	■海外展開検討国	タイ、カンボジア

チャイナ・プラスワンとEPAを活用したASEANへの販路拡大を狙い現地拠点設置可能性を調査

～日・中・ASEANの3拠点化で供給体制を強化～



ラベル&タグス（商品名や商標などを表示して衣類等に附す下げ札や印刷物）

1 事業概要

当社は昭和30年の創業以来、日本のアパレル産業の発展とともに、取扱商品も拡大しながら、織ネームを始め、ラベルやワッペンなどファッションに係わる部材の企画・販売を行ってきました。

また、日本の縫製工場が中国へ展開するのに合わせて、平成6年に北京に合弁企業（北京日達服飾印刷有限公司）を、平成14年には上海に独資企業（上海協同服飾有限公司）を設立し、日本で企画、デ

ザインされた高感度の商品をジャパンクオリティをベースに北京・上海にて製造し、海外の縫製現場へ直接デリバリーしています。

これからも、品質・企画・提案力に一層の磨きをかけ、日・中及び新たに設立したASEAN（タイ）の3拠点から「お客様のブランド価値を高めるお手伝い」に全力で貢献して参ります。

加えて、当社は間もなく創業60周年を迎えますが、「ものづくりの強み」を自社に取り込み、新たな核となる商品づくりを進めるために、紙ラベル製品などの自社生産に向けた取り組みを進めるとともに、アパレルメーカーとデニム等の生産者をつなぎ、地場産業を盛り上げていくような活動も行っ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）

当社は平成6年に業界の中でも他社に先んじて中国（北京）に合弁企業を設立したこともあり、立ち上げ時の苦労こそあったものの、試行錯誤しながら一歩ずつ同国での事業を前進してきました。

しかしながら、近年、その中国でも人件費や原材料費が高騰していることもあり、当社の取引先もASEAN諸国への進出の流れを加速していきました。

加えて、同時期に複数の取引先からASEAN全体を睨んだサプライチェーンを確保するため、「チャイナ・プラスワン」についても検討するよう求められました。

そうした中で、当社もASEANへ進出し、現地での対応力を強化する方針を固め、各国の情報収集から開始しました。

ASEAN各国では繊維産業が主力産業の一つとなっていますが、賃金コスト、技術・品質、物流・リードタイムなどの項目を細かく分析・評価していきますと、それぞれの国で製品別に優れている面、あるいは課題が見えて参ります。

そのためか、当社の取引先・取引先候補もASEAN各国に広く展開されており、また、現地事情について多くの方からお話をお伺いしましたが、繊維産業を取り巻

く各国の将来性については評価が分かれました。

当社では、最終的に素材調達の可能性、加工技術の高さ、周辺国からも調達する場合の物流・流通、協力会社の有無などを考慮し、タイ（バンコク）に拠点を設ける海外展開計画を立てました。

もっとも、当該計画を推進していく人員には限りがあることから、当事業の肝とも言うべき現地での生産委託先や材料の調達先の確保には不安を抱えていました。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 取引先・取引先候補の中国からASEANへの進出移行及びチャイナ・プラスワンの検討要請に対応する。
- ASEANに拠点を設置し、EPAを活用したOUT-OUT戦略により当該地域での市場開拓を行う。

海外展開計画策定

- 経営戦略を具体化するため、ASEANへの販売・アソート拠点設立に向けた情報収集と分析・評価を行い、タイ（バンコク）に拠点を設置する海外展開計画を立案。
- タイ及びカンボジアでサプライヤーの確保が可能かどうか検証する。

資料・現地F/S及び成果

- タイ・カンボジアで縫製付属品等の製造メーカー9社及びプノンベン経済特別区に進出している日系企業2社等と接触。
- 生産委託・材料調達の候補先となり得る社を複数発掘することができた。
- カンボジアでのビジネスチャンスの可能性を発見できた。

そんな折、経営革新計画の承認を受けの際などで支援を受けていた（公財）ふくい産業支援センターの方から中小機構がF/Sの支援を行っていることを教えていただき、早速応募。結果、全国多数の応募案件の中から採択いただくことができました。

その後、中小機構の専門家とは、当社の経営戦略・海外戦略や予測財務諸表の

作り方などについて相談しながら海外事業計画書を作り込んでいきました。

また、当初はタイ国内でのみの調査を計画していましたが、詳細な調査を進めていなかった隣国のカンボジアも生産委託先等を発掘するには有力とのアドバイスをいただき、今回のF/Sプランではタイ及びカンボジアを対象に、主に委託生産の可能性を検証することとしました。



左：刺繍の豪華さと織ネームの細かな表現性を組み合わせた「ハイブリッドワッペン」



右：写真やグラデーションも鮮明に表現できアイキャッチ性にも優れた「ウレタン昇華ワッペン」

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①タイ・カンボジアでの新規サプライヤーの発掘
- ②生産委託候補先の生産管理レベル、品質及びコスト等の検証
- ③材料調達候補先の品質及びコスト等の検証

現地アポイント等

中小機構の現地アドバイザーによる情報提供やタイ国投資委員会（BOI）による仲介サービスなどを活用し、現地F/S滞在中の5日間にタイ・カンボジアの両国で縫製付属品等の製造メーカー計9先のアポイントを得ることができました。

また、カンボジア開発評議会（CDC）ジャパンデスクから全面的な協力をいただき、プノンベン経済特別区に進出され

ている日系企業2社から現地事情等についてヒアリングする機会も得ました。

なお、現地F/S時にはタイで反政府集会デモが発生しており、図らずも同国の政治リスクを体験することになりましたが、調査自体に影響が出ることはありませんでした。

F/S実施内容と成果

これまで当社独自でもタイやベトナムでの生産委託先・材料調達先に関する調査は行ってきましたが、当社の要望に沿う先を数多くは見つけることができませんでした。

しかし、今回の現地F/Sでは、QCDの実際の検証とともに、新たな生産委託・材料調達の候補先となり得る社に複数巡り合うことができました。

4 今後の見通し

F/Sでの成果を受け、一刻でも早く現地での企業活動を開始すべく、コンサルティング会社等とともに、現地拠点開設に向けた諸手続きをスピードアップさせて行きました。

そして、平成25年12月には、バンコク南部のサムットプラカーン県に、日本国内でも取引のある既進出日系企業の軒先を借りる形で、海外現地法人「THAI KYODO Co.,Ltd.」を設立しました。

今後は、タイをはじめ、南北・東西経済

回廊の順次完成で陸路での輸送がより円滑になるものと期待されるベトナムやCLM諸国（カンボジア・ラオス・ミャンマー）を含めASEAN全域での調査を更に進めていき、新規生産委託先・材料調達先の確保を図るとともに、より幅広い商品群を取り扱うことで、お客様からの多様なニーズに応えられるよう精一杯努力して参ります。

また、今後の環境変化により、タイ以外の国に拠点開設が必要になった場合にも、

現在、渡航を重ねながら各社と詳細な摺合せを行っており、今後は現地から安定的に供給できる体制を整えていく予定です。

また、カンボジアは、当社が考えていた以上に発展を遂げており、税制等の優遇措置を受けることができる経済特別区を中心に日系企業の進出も進んでいました。同国が当社取り扱い製品の市場としても魅力的であることを発見できたのは大きな成果です。



上：織ネーム（ブランドラベル）
下：レザーパッチ（ジーンズ等に附すラベル）

柔軟に対応していきたいと考えています。

そのため、海外事業にも対応できる人材の採用・教育にも一層力を入れていく方針です。

最後になりますが、当社単独の調査だけでは、短期間に有効な情報を収集することは難しかったと考えており、中小機構の専門家や現地アドバイザーの皆様には深く感謝申し上げます。

大裕鋼業 株式会社

ベトナム（ホーチミン） 製造業 販路開拓

会社概要

平成26年2月現在

■所在地	大阪府堺市堺区大浜西町9-2	■売上高	8,641百万円
■代表者	井上 浩行	■従業員数	72名
■業種	薄鋼板の剪断加工及び販売	■URL	http://www.daiyu-steel.co.jp
■資本金	100百万円	■海外展開検討国	ベトナム

ベトナムでの鋼板市場を狙った コイルセンターの拠点設立及び 新規市場開拓

～高品質・高精度・即納体制のコイルセンター～



1 事業概要

当社は、薄鋼板加工を得意とする西日本有数のコイルセンターです。酸洗鋼板・冷延鋼板・亜鉛メッキ鋼板・電磁鋼板・カラー鋼板・フィルム付鋼板といった各種薄鋼板を、レベラー、スリッター、シャーリング加工を施して販売をしています。

当社は、高い品質と精度、短納期対応を強みとしています。1961年創業からの長い歴史の中で、技術とノウハウを蓄積し、品質・精度の高さを顧客や市場

から評価していただいています。併せて、ISO9001及びISO14001の認証も取得しています。短納期対応については、需要動向を的確に把握した在庫管理と営業担当者の迅速な対応、生産から配送までを自社グループで一貫して行っていることから可能となっています。

このような当社の強みを活かし、即納体制を確立することで、高い評価をいただいております。大手企業や商社をはじめとし

て、500社余りの企業との取引に至っています。

「お客様の声を聞こう」を社是に掲げ、マーケットインの考え方で、お客様のニーズに応じた鋼材の加工・切断、そして販売を行い、着実に事業を発展させています。小ロット、多品種の鋼板を、迅速に加工・配送し製造業の素材供給の役割を追求しています。常に技術を高め、日々高まる顧客からの精度の要求に応えています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は、高品質・高精度・即納体制を確立し、多品種小ロットの鋼板を迅速に加工・配送するための創意工夫を常に追求しています。このような点が評価され、大手商社や大手メーカーから、海外投資に対する指導依頼が多々あり、80年代後半から、アメリカ・タイ・マレーシア・インドネシアで工場建設や創業に関する技術指導を行ってきている実績を持っています。こうした経験はあるものの、自社単独での海外展開は未経験です。

また、国内取引も、1社でも多くのお客様に喜んで頂けるよう拡販に努めてい

ますが、多くの国内製造業者が抱えている、客先の海外移転や海外製品との価格競争の影響を受けています。海外展開については、分からないことも多く、今までは躊躇していましたが、日系製造業の進出が増えてきているベトナムは、当社の独自の技術やサービスを産業発展に活か

せる国だと考えるに至り、ベトナムへの展開を計画しました。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 製造業の国内空洞化及び国内市場の縮小に対応するため、海外展開を推進する。
- 日系製造業が多く進出しており、市場ニーズも見込まれるベトナムにて拠点設立を検討する。

海外展開計画策定

- 現地での市場ニーズの確認を最優先とした観点から海外展開事業計画書を作成。
- ベトナムでの薄鋼板の需要調査。
- 現地ローカル企業や日系企業、人材状況調査などを多面的に調査。

資料・現地F/S及び成果

- 現地ローカル企業、日系メーカー、商社、人材紹介会社、公的機関等、20社を訪問。
- 薄鋼材の市場ニーズを確認。
- ローカル企業や日系メーカーから一定の需要が見込めることを確認できた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①投資関係調査
- ②現地ローカル鋼板企業調査
- ③鋼板エンドユーザー調査
- ④人材状況調査

現地アポイント等

6日間の渡航中に、現地ローカルの鋼板企業、日系鋼板関係企業、商社、人材紹介会社、投資申請関係コンサル会社、公的支援機関等を含め、20件のアポイントを得ることができました。

F/S実施内容と成果

- ①進出にあたっての投資環境・手続き等について、JETROホーチミン事務所や日系及びローカルのコンサル会社を訪問し、ベトナムの経済環境・ローカル企業とのビジネス事情・工業団地情報や投資申請手続き等を具体的に理解することができました。この結果、まず始めは初期投資を抑えての進出形態とする判断に至りました。
- ②ベトナム南部でのコイルセンターの拠点立ち上げを検討するため、今回、F/S調査を実施したわけですが、工業団地

等の立地適地調査よりもまずは、ベトナム国内のユーザーの市場ニーズの確認を重点的に実施しました。特に薄鋼板の需要が見込めるベトナム現地のローカル企業11社を訪問し、装置設備の実態や顧客の需要動向、技術レベル、鋼板の種類・価格等を把握することができ、現地でのニーズがあることを確認することができました。これら訪問先のうちの数社からは、当社が進出した際には、一定の需要が見込まれるとの感触も得ることができました。

- ③現地の市場ニーズの有無を把握するため、ローカル企業のみならず、進出済みの日系メーカーも4社訪問し、薄鋼板の需要や要求される技術レベル、使用している鋼板の種類・価格、輸入鋼材の現状、工場の立地環境・オペレーションの現状等、具体的な情報を得ることができました。今回のF/S調査では、日系メーカーや現地ローカル企業を数多く訪問し、市場需要を確認できたことで、ベトナム進出が可能であることを確

- 信することができました。
- ④ベトナムにて拠点を設立するにあたっては、現地のオペレーションやマネジメントをサポートする現地スタッフが非常に重要となります。そのため、人材紹介会社や会計や労務のアウトソーシング会社等を訪問し、ヒアリングを実施しました。現地スタッフの人材状況や給与レベル、ジョブホッピングの現状、日本語可能人材の有無等を具体的に把握することができ、拠点設立の際の候補者のイメージも得ることができました。また、駐在員の労働許可証や個人所得税に係る情報を詳しく得ることができ、進出計画を具体化させることが可能になりました。



4 今後の見通し

今回、F/S調査を実施し、現地ローカル企業及び日系メーカーから詳細にヒアリングすることができ、薄鋼板のニーズがあることを確認できたことが大きな収穫でした。また訪問先のうち、継続交渉が可能な企業も数社発掘することができました。さらに、投資申請手続きや人材状況も詳しく把握することができたため、F/S渡航期間中に、進出計画を実行に移す決意を持つことができました。

今回の調査結果を基に、早急に駐在員事務所を立ち上げることを決めました。日本本社から駐在員を派遣し、また、優秀

な現地スタッフを早急に確保して、現地でのマーケティング調査を継続しながら、工場適地の調査も並行して行い、工場設立の準備を進めていくこととなります。

今回のF/S調査では、市場ニーズの調査を重点的に実施しましたが、現地ローカル企業への訪問は、自社単独では実現できなかったことです。このような中小機構の支援制度があることで、非常に心強くスタートを切ることができました。中小機構の

ローカル企業に関するネットワーク力と、大森アドバイザーのご経験や現地専門家からのアドバイスに大変感謝しています。



担当専門家から一言

大森 啓至 近畿本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

ベトナムでの薄鋼板コイルセンターの拠点立ち上げという大きな目標の為に投資環境調査を実施するに当たり、同社からの強い要望で市場ニーズの把握、特にベトナムローカル企業のニーズに力点を置いたF/S調査を行い、一定の成果を得ることが出来ました。

駐在員事務所を立ち上げ、現在工場用地の選定を進めておられ、近い将来、目標が実現される事を願っております。



Dari K 株式会社

 インドネシア（マカッサル、ジャカルタ）

製造業

販路開拓

会社概要

平成26年2月現在

■所在地	京都府京都市中京区三条通神泉苑西入今新在家西町22番地 和泉ハイツ1階	■売上高	非公開
■代表者	吉野 慶一	■従業員数	10名
■業種	菓子製造・販売	■URL	http://www.dari-k.com
■資本金	10百万円	■海外展開検討国	インドネシア

インドネシア産カカオ豆を使った チョコレルフ等チョコ菓子の 新規市場開拓

～カカオを通して世界を変える～



1 事業概要

当社は、カカオ豆をインドネシアから直接仕入れ、発酵・焙煎・皮むき・摩砕・ペースト化という生産の一貫体制を敷き、高品質な、カカオ本来の味を活かしたチョコレートや菓子等を製造・販売しています。

国内では、カカオ豆の調達からチョコレートを製造する企業は、大手メーカーを除き、当社が唯一です。また、世界的にみても数社しかなく、非常に稀な企業です。

当社のチョコレートは、原料カカオの原

産国インドネシアの農園でカカオ豆の品質チェックから輸入・焙煎・粉砕など全ての工程を手掛けることにより、作られています。油脂を一切加えず、さらに自家焙煎で味や香りのコントロールを可能にしていることから、チョコレートの品質の高さ・味の良さが評価され、関西の高級ホテルや、東京・関西の大手百貨店での販売に至っています。また、カカオはチョコレートだけでなく、他の加工品にも応用でき、フェアトレードという観点からも、可能性の大

きな食材です。

当社の経営ビジョンは「カカオを通して世界を変える」ことです。当社の取組により、国際相場の影響を大きく受けるカカオ豆農家の自立を促すことが可能になり、サプライチェーンの一貫体制を持つことで、質の高い商品を提供でき、生産者・加工者・消費者の三者全てがWin-Win-Winとなる体制を構築することが、当社のビジネスモデルです。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は、京都商工会議所の「知恵ビジネスプランコンテスト」にて認定を受け、知的資産経営を実施し、より付加価値の高いビジネスを指向し展開しているベンチャー企業です。当社のビジネスは、インドネシアの農家からカカオ豆を直接仕入れ、京都で発酵・自家焙煎を行うという、サプライチェーンの一貫体制により、油脂を加えずに、カカオ豆の風味を活かしきり、カロリー面・健康面で優位性を持つチョコ商品を提供しています。

また、当社は創業時から事業計画の中

に海外展開を織り込んでいます。インドネシア現地の農家と協力して生産工場を持ち、技術移転することで、現地で発酵・焙煎が可能になり、カカオ豆農家の自立も促すことができます。また当社にとっては、生産を現地化することで、より高品質なチョコ商品を、日本市場のみならず、インドネシア国内市場を中心と

して東南アジア地域への提供も可能になると考えています。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

■インドネシア現地にて生産・販売体制を構築することで、新規市場開拓・季節性変動の緩和と、収益の平準化・為替変動リスクのヘッジ等を図り、企業の成長・発展を推進する。

海外展開計画策定

- インドネシアでのビジネスモデルを中心とした海外展開事業計画書を作成。
- インドネシアでの、仕入・生産・販売と一貫体制の可能性調査。
- 現地でのマーケティング、オペレーション面を中心に多角的に調査。

資料・現地F/S及び成果

- 農園・生産工場、物流会社、菓子類製造ローカル企業、店舗、公的機関等33社を訪問。
- 現地でのマーケットニーズ・方法論・方向性を確認。
- 現地での生産体制を確認でき、また販路面での継続交渉先を発掘できた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①生産拠点調査
- ②輸入手続き調査
- ③ジャカルタ市場調査
- ④ジャカルタでのオペレーション調査

現地アポイント等

9日間の渡航中に、カカオ豆農園・生産工場、物流・倉庫会社、菓子類製造・販売会社、販売店舗、人材会社、会計事務所、公的機関等を含め、33件のアポイントを得ることができました。

F/S実施内容と成果

- ①カカオ豆農家や生産委託工場を訪問し、カカオ豆の栽培・収穫・発酵・焙煎・商品出荷までの一連の工程及びカカオマスの生産工場の検証ができ、安定調達に繋げられることを確認できました。また、現地での技術指導等のフォローアップの必要性も把握することができました。
- ②輸入手続きについて、ジャカルタ及びマカッサルにおいて、現地の政府機関や物流会社を数多く訪問し、ヒアリングしました。特定原産地証明や輸出通関・船積手配・海運物流等について、実務的な手続き等の確認ができ、現地でのオペレーション内容や手続きを実行する組織体制を把握することができま

した。

- ③当社が、今後継続的に成長・発展していくためには、海外展開は欠かせません。インドネシア国内での販売については、国全体の発展度からみても、ジャカルタは市場としても大きく、非常に魅力的なマーケットだと認識しています。その点において、今回のF/S調査では、生産体制のみならず、現地での市場調査が最重要事項でした。今回ジャカルタにてチョコレート販売店舗や食品業者を数多く訪問・ヒアリングし、商品構成や味、価格、現地消費者の嗜好等の情報を詳細に得ることができました。また、インドネシアでの小売業は外資企業の参入は禁止されているため、現地市場への参入についてはローカルパートナーが重要であることも認識できました。さらには、現地でのブランディングについては、現在の販売戦略の修正の必要性も感じ、今後の戦略に反映させていく計画です。

- ④ジャカルタでのオペレーションに関する調査も重要事項でした。大使館やJICA等公的機関や、会計事務所、コンサル事務所、人材紹介会社等、計12件を訪問しました。現地政府の動向・支援スキーム・法制等や人材に関する賃金や採用等の情報、そして投資申請方法等の貴重な情報を得ることができました。今後、現地展開するにあたり、事業計画に反映させていこうと考えています。

今回のF/Sの成果は、現地での具体的な状況を確認できたおかげで、販売戦略含め現地でのビジネスモデル構築の確信を持ったことです。また、自社単独ではアプローチできないような企業等との面談や突然の行程変更への対応等、中小機構のネットワーク力・機動力に大変感謝しています。



4 今後の見通し

現地F/Sにより、インドネシアでの生産体制、物流・輸出入事情、ジャカルタでの販売マーケットの状況、現地展開に関する人材面・制度面、投資申請手続き等、ありとあらゆる面からの調査を実施することができました。その中で、インドネシア国内のマーケットの可能性の広がりを確認できたことは、大きな成果でした。

インドネシアでの生産体制は、今回訪問したスラウェシ島のカカオ豆農家を中

心に据え、技術指導も実施しながら、組織作りをし、安定的な供給体制を構築する計画です。

今回のF/S調査期間中、訪問後、毎回、ビジネスモデルの仮説検証を行っていました。インドネシアで展開するにあたっては、販売戦略を中心としてビジネスモデルを再構築し、社内の実施体制を強化していくことで、実現に向かって着実

に、しかし迅速に進んでいこうと考えています。



担当専門家から一言

塙 博夫 近畿本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

本案件では、高収益性事業の実現とF/S調査終了後、企業が現地で効率的に動けるように人脈作りとネットワークの構築に重点を置きました。

現地でご一緒に行動してみて、若い吉野社長の自由な発想に加えて夢と計画を現実の一つ一つ実現してゆかれる行動力には感心させられました。今後の海外展開に大いに期待しております。



株式会社 タケックス・ラボ

   マレーシア、タイ、シンガポール

製造業 販路開拓

会社概要

平成26年2月現在

■所在地	大阪府吹田市江坂町1-13-48 インタープラネット江坂ビル3階	■売上高	250百万円
■代表者	岡田 久幸	■従業員数	14名
■業種	竹を原料とした抗菌剤・食品添加物等の製造販売	■URL	http://www.takeex-labo.com
■資本金	182百万円	■海外展開検討国	マレーシア、タイ、シンガポール

タイを中心としたASEAN市場での 抗菌剤・食品添加物の新規販路開拓

～竹を原料とした抗菌剤・食品添加物～



1 事業概要

当社は、竹本来が持っている抗菌・消臭・抗酸化効果に着目し、独自技術によって孟宗竹表皮から抽出したモウソウチク抽出物による抗菌剤・食品添加物等を製造・販売しています。

当社の製品は、食品の賞味期限を延長させ、広範囲の細菌やウイルスに効果的に作用し、かつ持続的に抗菌効果を発現することができます。そのため、日本国内では、食品添加物として日持向上剤を加工食品業界へ販売・流通させ、また、抗菌

剤を食品衛生及び公衆衛生市場へ販売・流通させています。

また、食中毒原因菌やノロウイルスなど幅広い菌に対して、安全な天然植物である竹がその効果を発揮しており、併せてモウソウチク抽出物製剤の開発も日々おこなっているところです。

さらに、日本農芸化学会や大学等との共同研究により、製品の効果や作用は、実証済みで、特許等も多く取得しています。

当社製品はライフサイエンス分野とし

て抗菌剤「タケックスクリーンBiz」等、食品添加物「タケックス・キープ」等、またマテリアル製品として健康建材を製造・販売しています。

当社は、竹の研究を通して、地球環境保全と世界中の人々の健康に貢献する価値創造企業・研究開発型国際企業を目指しています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社は、抗菌剤・食品添加物を国内の食品衛生市場に多く販売していますが、国内市場は成熟段階にあり、競合他社との競争も激化しています。国内ではユーザー側の購買力が低下してきている現状もあり、それにより製品流通価格の下落をもたらして、メーカー側としては厳しい状況となってきています。

そこで、新たな販路を開拓するためには、国内にとどまらず、食品衛生市場の成長著しい海外、特に中国や東南アジア地域での販路開拓を計画しています。

現在、中国方面への展開は先んじて図っており、一定の売上規模は確立しつつあります。今まで以

上に企業を成長・発展させ、当社のミッションを実現させるためには、さらなる海外展開が必要となっています。そこで、急激な成長段階にあり、食品工場・飲食業・ホテル等のマーケットサイズが大きいタイを中心

として、東南アジア地域での早期の展開を図る計画で事業を進めています。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

■国内市場の成熟化・価格競争の激化に伴い、企業を成長・発展させていくために、海外展開を図る。

■著しい成長が見込めるASEAN市場への展開を検討する。

海外展開計画策定

■マーケティング面を中心に海外展開事業計画を立案。

■タイを中心としてASEAN地域での抗菌剤・食品添加物のニーズを調査。

■許認可申請の手続き等を調査。

資料・現地F/S及び成果

■現地ローカル及び日系の食品製造・販売企業、食品商社、食品資材販売会社、公的機関等22社を訪問。

■現地でのニーズを詳細に把握。

■販売代理店や販売先等、継続交渉先を複数社発掘。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①販売パートナー候補調査
- ②エンドユーザーでのマーケット・ニーズ調査
- ③現地販売における許認可等規制にかかる調査

現地アポイント等

8日間の渡航中に、現地ローカルおよび日系食品製造・販売会社、食品商社、抗菌剤等食品資材販売会社、公的支援機関等を含め、22件のアポイントを得ることができました。

F/S実施内容と成果

- ①現地での販売パートナー候補企業を11社訪問し、ヒアリングを行いました。その結果、食品業界全体の動向や、抗菌や食品添加物に対する考え方、競合する抗菌剤や食品添加物の動向・価格・



4 今後の見通し

F/S調査を実施し、タイを中心として、マレーシア、シンガポールを調査訪問し、ASEAN地域でのマーケットの現状と将来を詳細に把握できたことが大きな成果でした。当社の抗菌剤・食品添加物にかかるニーズや使用シーン、価格、量、競合製品との比較、ニーズの高い食材、許認可申請の手続き等々、具体的・実務的な内容を把握・確認できました。今回の調査結果を踏まえて、今後、販路開拓について

内容、食品添加物のニーズがある食材やその動向等、詳しく把握することができたことが大きな収穫でした。現時点では、総じて、鮮度保持のための食品添加物に関心が高く、ニーズも大きいことを確認できました。

抗菌剤についても、今後、人々の意識も変わるに伴い、ニーズが高まってくることも実感できました。また感染症対策としての使用場面もニーズが高いことを把握できました。

当社の製品は、竹由来の成分からできているため、天然である点も高い評価を受けたことも自信につながりました。

製品の価格や許認可についても幅広く情報収集ができ、今後の事業計画へ反映させていくところです。訪問先の中でも数社、今後の継続交渉先も発掘できたことも大きな成果でした。

②食品製造企業や食品販売企業等を中心にエンドユーザー6社を訪問し、ヒアリングを行いました。その中で、抗菌剤・食品添加物の使用状況、競合製品、価格、量など、現状

を詳しく把握できました。また、今後使用できそうな場面や食材に関しての大変貴重な意見も得ることができました。また、当社製品への期待も感じることができました。

さらには、許認可申請や、HACCP・ISOの取得状況、FTAの活用状況も把握することができ、今後の計画に活かしていくこととしています。訪問先の中でも、数社は、当社製品に非常に興味をもっていただき、今後の取引につながりそうな企業も発掘することができたことは大きな収穫でした。

③当社製品は、現地で販売するためには、許認可が必要となるため、各国のFDAや、マレーシアのハラール認証について、政府等の認証機関等へのヒアリングを実施しました。手続き内容も把握でき、またマーケティング調査と並行してのヒアリングでしたので、認証にかかる時間やコスト、マーケット状況に併せて、どの国から申請していくのか、といった優先順位をつけることが可能になりました。当社ではすぐには訪問できない認証機関を直接訪問できたことが非常に大きな収穫でした。マーケティングや営業と同時並行で許認可申請手続きを進めていきたいと考えています。

は、マーケットの優先順位を検討しながら、進めて行く計画です。また、許認可申請についても、販路開拓と同時に進めて行くこととしています。

今回、中小機構の専門家からは、「営業」に対する考え方・姿勢、各国の歴史や政治動向等、海外展開において不可欠な、そして重要な事項を多く学びました。また、当社だけでは訪問できない企業へも訪

問でき、中小機構のネットワーク力・実務的な助言に大変感謝しています。



担当専門家から一言

折田 正明 近畿本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

同社の「竹」のエキスをを使用した食品添加物、抗菌剤は、同社の独自技術であり、他社の競合品との価格競争は極力避け、独自の商品差別化を行っていくことが必要だと思います。但し「されど価格」も事実であり、今後はマーケティング戦略面での工夫が課題と考えますが、同社にはそれを克服する力があると信じています。



株式会社 ペーパーワールド

 台湾（台北市、桃園県、台中市）

製造業 販路開拓

会社概要

平成26年2月現在

■所在地	大阪府大阪市中央区内久宝寺町3-4-4	■売上高	914百万円
■代表者	岩崎 隆	■従業員数	15名
■業種	パルプ・紙・紙加工品	■URL	http://paperworld.jp/
■資本金	10百万円	■海外展開検討国	台湾

パッケージデザイン印刷技術を活用した 紙器・段ボール商品の 台湾市場への参入の検証

～段ボール商品のネット販売の可能性～



1 事業概要

当社は印刷紙器、段ボール、紙加工品企画製造販売を事業としています。デザインにより良い社会を創るというビジョンを掲げ、各種パッケージや紙素材商品の、色、形、グラフィック表現だけではなく、仕組、システム、考え方等すべてにデザインを持ち込むことを考えています。

パッケージデザイン、特に構造設計に関しては長年の経験と知識、ノウハウを持ち、フレキシ印刷等多色刷りデザインに関しては多くの採用実績を持っています。日本国内においては、インターネット

通販の自動見積、小ロット短納期製造、独自梱包発送システム、ノウハウを構築しています。ネットショップコンテストでは3年連続優秀賞を受賞し、IT経営実践企業としても認定されています。

また、製品のデザイン性については、当社独自でアイデアコンテストも10年以上にわたり実施しており、海外からも多くの方に応募していただいています。特に、台湾での当社のコンテストへの関心が非常に高く、数多くの応募もいただいています。

当社は、段ボール・印刷紙器・紙製品に、デザイン性を持ち込むことにより、高付加価値な製品を市場に提供しています。

現在は受注生産型でのビジネスですが、特にデザインとWEBを活用した提案型のビジネスの比率を高めるべく、デザイナーやクリエイターとの協業や、ネットショップの運営に、多くの経験とノウハウを持っています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社の考えるパッケージの三大機能として、①中身の保護、②取扱、輸送の利便

性、③販売の促進があげられます。パッケージデザインはこれらの要素を

含んでいるとともに、最近では環境負荷をできる限り少なくすることも求められています。

海外展開の第一歩として台湾市場に着目したのは、高度成長を遂げている台湾ではこれらの機能が求められており、需要があるにも拘わ

らず、ダンボール・印刷紙器・その他のオリジナル商品のウェブ販売が少ないと言う点です。

また、現地委託製造を行う為の協力者であるダンボールの製造メーカーがいることも重要なポイントでした。この市場に国内で培ったウェブ販売のノウハウを持ち込むことで、海外事業の経験を積み、次にシンガポールをベースに、マレーシア、タイその後はインドネシアなどアジア市場進出への橋頭堡を築きたいとの計画を持っています。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

■企業を成長・発展させるために、長期的な人材育成が必要であり、そのためにも海外展開を図る。

■海外展開を図ることで、従来型のビジネスモデルを転換し、提案型高付加価値のビジネスモデルを構築する。

海外展開計画策定

■台湾でのビジネスモデルの確認・検証を中心とした海外展開事業計画を作成。

■WEBを活用した提案型ビジネスの事業可能性を調査。

■台湾での市場需要や、新たなビジネスモデル構築のために多角的に調査。

資料・現地F/S及び成果

■WEB制作会社、段ボール製造販売会社、物流企業、政府系機関等11社を訪問。

■現地でのビジネスモデルの具体像を確認。

■現地での製造委託候補先やWEB会社、物流会社等、継続交渉先を発掘できた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

台湾における段ボール等のECの可能性調査

①インターネット販売事業の可能性と市場調査

②紙・段ボール素材を中心にした家具、文具、玩具市場の調査

③台湾におけるエコ活動、リサイクル活動の現状とビジネス化可能性調査

現地アポイント等

5日間の台湾滞在期間中に、段ボール製造販売企業、ウェブ企業、パートナー候補企業、競合企業、物流会社、政府関係機関等を含め、11件のアポイントを得ることができました。

F/S実施内容と成果

①ウェブ制作会社・決済会社を訪問し、ヒアリングを行いました。当社が台湾においてネット販売を進めるにあたり、両社から現地の貴重な意見を得ることができました。ホームページの見せ方、サイトへのアクセスの導線、サイトの構成・配置・色、注文の獲得方法等々、台湾人の特性や台湾でのビジネスモデルを考慮しながら、早急に検討することの必要性を実感することができました。

また、決済システムについても詳細に把握することができました。代金の流れや、顧客の決済方法、決済手数料など、条件を具体的に確認することができました。

②製造・販売委託候補企業、物流会社、競合企業等を訪問し、ヒアリングを行いました。製造委託面においては、製造コストや価格、物流費等、具体的な数字で確認できたことが非常に有益でした。また製造委託候補企業の現状を把握できました。物流面においては、実際の倉庫保管方法・料金、配送料等、物流コスト面の金額を把握できましたので、台湾での製造計画に反映させていこうと考えています。その他、一般的な物流事情も把握できました。さらには競合企業も訪問することができました。そこでは、現地

での販売戦略やブランド構築等について確認することができ、今後の当社戦略にも活かしていきたいと考えています。また、競合企業の現場を訪問できたことで、全体のビジネスのボリューム等も窺い知ることができました。加えて、デザインセンターへも訪

問し、製品デザインやデザイナーの情報を得ることができました。デザイン力や機能性の高い家具・文具等の需要も把握できました。当社製品のブランド力を高めていくためにも、関係性を構築していきたいと考えています。

③政府系機関を訪問し、台湾でのリサイクル活動の現状、法規制、紙リサイクルの仕組み等を詳細に把握することができました。その結果、台湾での当社のビジネスの可能性をつかむことができました。また、コンサル会社も訪問し、現地法人立ち上げに伴う資金需要や設立手続きについて、詳しく確認することができました。



4 今後の見通し

現地でのF/S調査を実施し、台湾でのビジネスモデルの検証・確認を行うことができ、具体的なプランに落とし込み、実行できそうな確証を得たことが大きな成果でした。今回の調査では、日本国内での既存のビジネスモデルから転換し、WEBを中心とした提案型ビジネスモデルが現地で実効性があるかどうかを主眼に調査しましたが、当社の新たなビジネスモデルに必要な企業等、いろいろな企業や機関を訪問することができ、多角的にヒアリ

ングが実施できたことで、検証することができました。今後は、今回の現地調査の結果を基に、台湾での事情計画をブラッシュアップし、着実に実行に移していくことで、結果的に当社の経営にかかる全体戦略の再構築も行っていきたいと考えています。

今回、中小機構の専門家からは、都度、貴重なアドバイスをいただき、自社では気づいていなかった視点やリスクも把握することができまし

た。F/Sの重要性も認識することができ、中小機構の実務的なアドバイスに大変感謝しています。



担当専門家から一言

田辺 良則 近畿本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

岩崎社長の熱意と行動力に引き込まれるように着手したプロジェクトですが、私自身素材としての段ボールの持つ多様性に魅了されました。一方で、関連法規はもちろん文化も商習慣も異なる環境下でのウェブビジネス立上は想像以上に難問山積みですが、「ペーパーワールドは無限の夢を叶える世界」との気持ちで海外ビジネス展開取組みを支援して行きたいと思います。



株式会社 ユニティ

 アラブ首長国連邦（ドバイ、アブダビ）  製造業  販路開拓

会社概要 平成26年2月現在	■所在地	大阪府大阪市西区阿波座1-4-4 野村不動産四ツ橋ビル2F	■売上高	非公開
	■代表者	山下 優之	■従業員数	7名
	■業種	ソフトウェア開発	■URL	http://www.uni-ty.com
	■資本金	15百万円	■海外展開検討国	アラブ首長国連邦

中東での知育・教育市場を 狙ったスマートフォンアプリの 新規市場開拓

～世界トップを目指すIT企業～



1 事業概要

当社は、Webコンテンツやシステムの開発運営から始まり、事業を拡大しています。2010年からは、スマートフォン向けアプリの開発・販売を開始しており、開発実績は、Androidアプリが100本以上、iPhoneアプリが20本程度となっています。Android/iPhoneアプリは、ゲーム(ゴルフゲーム等)や、「くまモン」「ひこにゃん」といったキャラクターを用いたアプリを数多くリリースしています。その中でも、最近は「あそんでまなぶ!」シリーズの知育・教育アプリに注力しています。

「あそんでまなぶ!」シリーズは、図形推理・色おぼえ・タイピング練習・同じ絵タッチ等といった、親子一緒に楽しく遊びながら知能を鍛える脳トレ系アプリとなっています。当社のビジネスモデルは、App Store(iOS)やGoogle Play Store(Android)といったプラットフォーム上で、無料にて一般消費者向けに販売し、広告収益にて事業を行っています。そのため、販売アプリ数を増やせば、それに伴って売上高も増加するビジネスモデルとなっています。

また、当社は、少数精鋭で開発部隊を組織しており、企画・デザイン・プログラミング・運用まで一貫して社内で行えるため、迅速な開発が強みとなっています。「すべての人の笑顔のために」を経営モットーとし、安全で安心して快適に利用できるインターネットサービスやアプリを創造し、喜ばれ信頼される企業になり、ICT社会構築に邁進し、世界トップの企業になることを目指しています。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

当社は、中小機構近畿の「近畿一番星ベンチャークラブ」にて、ビジネスモデルの構築支援や、組織体制作り・販路開拓等、経営全般の支援を受けて、順調に成長してきています。当社は、アプリ開発における技術の蓄積は進んできているものの、代理店経由の受託型ビジネスの売上比率が大きいため、売上を平準化させるためには、自社独自企画のアプリ・製品展開の強化が必要です。アプリは広告収益モデルのため、販売アプリ数を増やせば、売上も増え、売上も安定してきます。そのた

め、販売数を飛躍的に伸ばすためには、海外展開は必要不可欠であり、今のタイミングで進出しなければ、今後の成長は見込めないと危惧しています。また、教育分野は、多くの国で、国の礎となるものであり、マーケットとしても非常に魅力的だと考えています。さらに、今後発展が見込まれるアラビア語圏での市場獲得が重要だと考えています。当社の知育・教育アプリで世界中の人々の教育に貢献できないものかと思い、まず

は知育・教育アプリでの海外展開を狙っています。



F/S支援事業の流れ

- 経営戦略
- 企業を成長・発展させるために、海外展開を進める。今後、発展が見込めるアラビア語圏での販路開拓を図る。
 - 当社のアプリの中でも、特に知育・教育アプリの海外展開から着手する。

海外展開計画策定

- マーケティング等の販路面の観点から海外展開事業計画書を作成。
- アラブ首長国連邦での知育・教育アプリの市場ニーズの調査。
- 現地での教育環境やアプリの内容・表示言語・デザイン等を多角的に調査。

資料・現地F/S及び成果

- 現地ローカルの開発会社、販売会社、教育機関、翻訳会社、公的機関等、17社を訪問。
- 現地での知育・教育アプリの市場ニーズ・必要性を確認。
- マーケティング、PR、提携候補等、継続交渉先を発掘できた。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①教育機関調査
- ②開発会社・競合会社・デバイス販売会社（ローカル企業）調査
- ③提携先・競合先調査（ローカル以外の企業）
- ④公的機関への訪問による市場環境調査

■現地アポイント等

7日間の渡航中に、デバイス販売会社、ソフトウェア開発会社、競合会社、インターナショナルスクール、日本人学校、翻訳会社、展示会運営会社、商社、日系メーカー、公的支援機関等を含め、17件のアポイントを得ることができました。また、ヒアリングは当日訪問も含めると47件も実施することができました。

■F/S実施内容と成果

- ①教育機関2校を訪問し、教育現場におけるIT機器(PCやタブレット端末)の活用状況や、今後の見通し等をヒアリングしました。その結果、授業でのタブレット端末の活用状況や、授業で利用しているアプリ、アプリの表示言語、IT機器を使った今後の授業の方向性等を把握することができ、教育現場でのニ

ズ・必要性を確認することができました。②アラビア語圏の橋頭堡としてアラブ首長国連邦(ドバイ、アブダビ)での販路開拓は初めてという点で、現地での市場ニーズ調査を中心に実施しました。販売会社は、モール内の店舗を中心に数多く訪問し、スマートフォンの機種・OS・アプリの状況・使用言語・アプリのデザイン等を把握することができました。また、子供向け教育書籍やデバイス等の傾向を掴むことができました。

ソフト開発会社でのヒアリングの結果、連携の可能性も出てきました。アプリの販売は既存のプラットフォーム上で行いますので、リリースする際に「いかに知られるか」が重要となります。そのため、現地でのプロモーションが重要ですが、現地メディア企業の活用も実現可能性が高まりました。さらには現地的一般ユーザーの意見も得ることができ、今後の開発において大変貴重な意見でした。

- ③日系メーカーや商社、流通小売等でのヒアリングからは、現地の事情をさらに詳しく聞くことができました。今後の開発に反映させていきたいと考え

ています。④公的機関の訪問では、マクロ的にアラブ首長国連邦の状況を知ることができました。さらにはMENA地域の状況を把握することができ、アラビア語圏での販売戦略構築において非常に有益でした。今回のF/Sの成果は、F/S調査の方法を学んだことと、海外展開計画がより明確になったことです。今までは無計画に調査をしていましたが、アポの取り方から始まり、現地の支援機関の活用法、ヒアリングの進め方、通訳の重要性等、目から鱗のことが多く、本当に多くのことを学びました。また、自社単独では到底考えられないような企業等との面談もできました。このネットワークや組織力は、中小機構ならでは、と感謝しています。



4 今後の見通し

現地F/Sを実施し、アラブ首長国連邦での教育事情、スマートフォンやOS・アプリの販売状況等を把握することができ、マーケットの可能性を大いに感じました。また、現地でのプロモーションやアフターサービス、販路面での協力等という点において、現地ローカル企業との提携の可能性も出てきたことは大きな収穫でした。アプリの言語については、リリースするマーケットをにらみながら、検討していくこととしています。

そして、中小機構の専門家からのアドバイスも非常に的確で、アラブ首長国連邦及びMENA地域の国家の歴史・人種の傾向等、海外展開する上において基本となる考え方・取組姿勢等、重要な事項を数多く学びました。

今回の現地F/Sの結果を受けて、今後は、当社の経営資源の配分やリリースするアプリの内容や種類、優先度合を考慮しながら、アラビア語圏マーケットにおいて早めにリ

リースし、実際に検証していく計画を立てています。



担当専門家から一言

折田 正明 近畿本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

ユニティの山下社長が今回のF/S調査で中東の窓口と言われるアラブ首長国連邦を選定されたのは、非常に卓見だと思います。中東地域は若い世代が多く、またイスラム圏は、2030年には地球人口の3割を占めると言われており、中東ビジネスを標的にすることは、今後アジアのイスラム諸国との相乗効果も期待されます。まだ進出日系企業が少なく、競合先も多くない状況下、当社の今後の更なる積極攻勢に大いに期待したいと思います。



株式会社 フィルノット



オランダ、イギリス、フランス

製造業

販売子会社設立

会社概要

平成25年8月現在

■所在地 京都府乙訓郡大山崎町大山崎谷田77-60

■代表者 小崎 幹太

■業種 その他製造業

■資本金 32百万円

■売上高 19百万円

■従業員数 6名

■URL <http://www.philknot.com/>

■海外展開検討国 オランダ、イギリス、フランス

優しく幻想的な 光のテキスタイルを欧州へ

～欧州への販路開拓と将来的な営業拠点設置の検討～



1 事業概要

光ファイバーを独自の技法で編んだ特注光ファイバー造形・民生用照明器具を、製造・販売しています。光ファイバーには、曲げると光が漏れだす性質があります。当社は光ファイバーを、手芸の伝統技法「マクラメ」で結び、織り重ねます。当社が結び、織り重ねた光ファイバーは、光源

を当てると全体が光り出し、あたかも光のレースや繭玉のような、優しく、幻想的で、重層的な光が放たれます。当社の技法は、あらゆる造形が可能です。当社のハンドメイドによる特注光ファイバー造形は、テーマパークのナイトパレードの衣装・フロート装飾、有名ミュージ

シャンのコンサート衣装など、日本国内で多数の採用実績があります。また、オリジナルブランド「Puff」を展開し、テーブルスタンド・スタンドシャンデリア等、民生用照明器具を製造・販売しています。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

当社では、これまでの採用実績から、国外、特に西欧での採用を見込んでいました。特注光ファイバー造形を採用していただく中で、日本の造形・照明メーカー等を通じて、海外からの案件に対応する機会も出てきました。海外デザイナーとの交流機会も増え、西欧の照明デザイナーや衣装デザイナーの、当社の光ファイバー造形に対する関心の高さを垣間見てきました。西欧のインテリア・エクステリアに対する感度の高さには、当社の民生用照明器具へのニーズも期待できました。例えば、オランダにはアイントハーフェンという、「光の街」を標榜している都市があります。アイントハーフェンには、光を仕事にしている芸術家や建築家が集まってい

ます。オランダ、そしてフランスやイタリアでも、「光の祭典」と呼ばれるライトアップイベントが、毎年各地で行われています。イギリスでは、先鋭的な照明デザイナーが活躍しています。そこで当社は、「特注光ファイバー造形から民生品照明器具の事例をPRしていくことで、西欧での展開を図れるのではないか？」と考え、その可能性を明らかにしようと思っていました。また西欧での営業窓口として、オランダへの事務所開設も考えていました。国外への営業経験が少なく、拠点を設置したことが無かったので、過去にお付き合いのあった中小機構近畿の国内販路開拓支援チームと相談し、F/S支援事業を活用して検討していくことにしました。

現地F/S実施に向けては、中小機構の海外販路開拓支援専門家や職員と一緒に、調査内容を具体化していきました。民生用照明器具の販路、特注光ファイバー造形の採用先の開拓先としては、オランダのほかパリ・ロンドンを想定し、想定ターゲットを絞り込んでいきました。オランダ王国総領事館やJETROライブラリーで情報を収集したり、取引先のデザイナーに聞いたりしながら、訪問先を探していきました。事務所開設は、オランダを想定地域として調べることにしました。周辺国に比べて税制・規制が緩やかであること、北欧へのアプローチも視野に入れられるためです。

F/S支援事業の流れ

経営戦略

■特注光ファイバー造形から民生品照明器具の事例をPRしていくことで、西欧での展開を図る。

■北欧へのアプローチも視野に、将来的にはオランダへの営業拠点設置も検討する。

海外展開計画策定

■販路開拓の想定から、海外展開事業計画書を作成。

■特注光ファイバー装飾及び民生用照明器具のニーズを調査。

■オランダを想定した将来的な営業拠点設置を調査。

資料・現地F/S及び成果

■照明デザイナー・メーカー、公的機関等、25先を訪問。

■特注光ファイバー造形・コスチュームと光ファイバー照明装飾部材を売り込んでいくという方向性を確認

■オランダが営業拠点の適地であることを確認。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

- ①エンドユーザーへのニーズ調査
特注光ファイバー造形及び民生品のニーズの有無
- ②パートナー候補の発掘
デザイン企画会社などの協業及び新商品開発の可能性の検討
- ③現地進出形態の確認
オランダへの進出形態及び拠点設立の検討

現地アポイント等

12日間の渡航中に、照明デザイナー・メーカー、装飾デザイナー、ホテルオーナー、ライティングイベント主催者、大使館やJETRO等政府関係機関を含め、25先に訪問しました。パリではメゾン・エ・オブジェ会場にて、展示会出展者へのヒアリングを行いました。

F/S実施内容と成果

今回のF/Sを経て、特注光ファイバー造形と光ファイバー照明装飾部材を売り込んでいくという方向性が、明確になりました。まず、舞台衣装への採用の可能性が確

認できました。パリでは、舞台衣装デザイナーに接触し、バレエなど舞台におけるコスチュームの光る装飾として、非常に興味を持っていただきました。エンターテインメント業界での協業が期待できます。一方、ナイトショーのデザイナーからはダンサーのラインが売りのため、光が目立ちすぎるので不向きとの意見もあり、適する利用場面が明確になりました。高級仕立服も、可能性がありそうです。自身のデザインに光ファイバーを多用してきたデザイナーからは、帰国後、「デザインを共有し、一緒に創作しないか？」との相談をいただいています。イギリスで面会したデザイナーには、デパートのショーウィンドウに飾るドレスの共同制作等のお話をいただきました。その他、乗物の内装・外装の装飾用途や、特注品以外にも部材として提供する可能性など、新たな可能性も見えてきました。一方で民生用照明器具は、既存製品とのさらなる差別化（当社ならではの感をもっと打ち出す）が必要であること、欧州規格に合わせた仕様変更が必要である

ことが分かりました。当社の完成品は、民生用照明器具としては価格が高すぎることも分かりました。照明装飾の部材として、価格を抑えて提供することが、選択肢として浮かび上がってきました。オランダは、英仏に比して市場は大きくはありませんが、税制上の優遇や外資規制が比較的緩やかであることが確認できました。西欧そして北欧も市場に想定した場合、地理的優位性が高いことも確認できました。また、日本人会のネットワークが確立されていることが分かったことは、進出時の心強い味方になると思います。将来的に事務所を構える地域としてふさわしいことが、確認できました。



4 今後の見通し

今回のF/Sを経て、「お話を聞いた皆さんが、当社の何に一番、関心を寄せたのか？」を、改めて振り返ってみました。F/Sでお話を聞いた皆さんは、当社の結びの技法が放つ独特の光と、どんな造形でもできる技法に、関心を寄せていました。『光を織る』当社の本質を前面に押し出していくことが重要であると、再認識しました。欧州進出の方向性は二つです。まずは特注光ファイバー造形の選択肢をさらに提案していくこと。今回のF/Sで繋がったデザイナーとの共同創作に向けて、意見

交換を重ねていきたいと思います。もう一つは、部材を提供していくこと。照明用途では特に、照明装飾の部材として商品化していくことが重要になりそうです。今回のF/Sで絞り込めたニーズは、欧州だけでなく、日本国内でも共通するところが多そうです。特注光ファイバー造形と光ファイバー照明装飾部材提供の二本立てで、当社の商材をさらに洗練させ、欧州そして日本国内での販路開

拓を図っていききたいと思います。



担当専門家から一言

小川 陽子

近畿本部

海外販路開拓支援

シニアアドバイザー

異文化、零下と雨の悪気候、重量のあるサンプルの持ち運びなど、それら全てに満面の笑顔で臨み日々順応度を上げていただご担当者様、"今回のF/Sが初めての海外販路開拓"とはとても思えないパワフルなご担当者様に、私の海外販路開拓ノウハウは余すことなくお伝えできました。今回この夢のような光るレースは各国の舞台プロジェクトを統括するパリのTOPデザイナーから大絶賛されました。さて5年後10年後世界のどの国のエンターテインメント界で愛され喝采を浴びているでしょうか？今から予想するのが非常に楽しみです。



会社概要	■所在地 島根県松江市学園南2丁目10-14 タイムプラザビル	■売上高 3,493百万円
平成25年6月現在	■代表者 吉岡 宏	■従業員数 182名
	■業種 ソフトウェア	■URL http://www.tpj.co.jp/
	■資本金 100百万円	■海外展開検討国 ベトナム

島根のMame-Netのベトナムへの展開

～島根の経験を海外に活かす～



1 事業概要

当社は地域から愛される企業を目指し、地域から必要とされ応援してもらえるIT企業でありたいと考え、チャレンジとチームワークを目標に掲げ日々活動しています。これまで、自治体、医療、教育、金融・流通等の各分野の企業・団体に対するソリューションビジネスやパッケージビジネス、ミドルウェアソフトの研究・開発等様々な分野においてサービスを提供してまい

りました。

その中で、高齢化が進み地域の医療体制の維持が危ぶまれる島根県下医療機関にて、医療機関の情報共有を促進し、少ない医師や看護師、医療機器等を効率的に活用して地域医療の改善を図る「地域医療情報ネットワークシステム事業」に取り組んできました。

2002年から稼動した「医療ネットしま

ね」において、病院や診療所の間で迅速な患者紹介、診療予約、電子カルテ情報の共有等の機能を実現し、その後、医療ネットしまねの後身である「島根県医療情報ネットワーク(通称:まめネット)」の構築に中心的な役割を担ってまいりました。「まめネット」は、日本ではじめて県全体を対象とした地域医療情報ネットワークです。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

当社は海外ビジネスを1990年代より手掛けています。島根県と友好関係にある中国寧夏回族自治区のIT企業とオフショア開発、米国サンノゼでのオブジェクト指向データベースの開発、2000年代には自社製品(ホームページ管理システム)を中国語化し販売・開発の合併会社を中国蘇州市に設立しています。



化を推進するソフトウェア企業のリンクス社と当社は連携し、ベトナムに適した地域医療情報ネットワーク(通称:Mame-Net)の開発・販売に取り組んできました。当社とリンクス社はMame-Netの提案活動を行ってきており、ベトナムゲアン省がMame-Netに関心を示し、導入に向けて具体的に検討することに関する覚書を締結しました。当社ではリンクス社とともに、ゲアン省を起点としてMame-Netを導入し、他地域にもMame-Netを展開していくことをめざしています。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 島根県の地域医療の改善を図る地域医療情報ネットワークシステム事業に注力、まめネットの構築
- 1990年代からの海外展開、ベトナムへの注目

海外展開計画策定

- ベトナムで長年医療のIT化を推進するソフトウェア企業のリンクス社との連携
- リンクス社とのMame-Netの提案活動、ゲアン省との覚書の締結

資料・現地F/S及び成果

- Mame-Netへのニーズと支払い意思の確認、ODAの活用を検討
- ビン市近郊での通信環境の確認
- リンクス社による初期導入およびサポートの確認

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

F/Sの目的

本F/Sでは、当社はゲアン省におけるMame-Netの導入可能性を評価するため、Mame-Netへのニーズと支払い意思、医療施設(病院・診療所)の通信環境、Mame-Netを導入する際のスキームの検討等を行いました。

本F/Sは当社はリンクス社と連携し、覚書を締結しているゲアン省の協力を得て実施しています。



現地アポイント等

本F/Sにおいて、当社はリンクス社とともに、ゲアン省から紹介を受けた病院にヒアリングを実施し、主要な公立の医療施設に対してアンケートを行いました。

【ヒアリング先】

- ゲアン省保健局
- ゲアン省病院
- San-Nhi病院

【アンケート先】

- ゲアン省内主要公立医療施設
- アンケートの配布先:88施設
- アンケートの回収先:77施設(回収率87.5%)

F/S実施内容と成果

- ①Mame-Netへのニーズと支払い意思
- Mame-Netで提供するサービスとし

ては、ポータル機能や紹介状機能、イメージ共有機能、掲示板機能、その他の院内システムとの連携機能のニーズがあると考えられます。その他の院内システムとは、リンクス社等が提供する個別の医療施設向けのサービスで、診療・検査機能や薬剤管理機能、医療費の請求機能等があります。

また、Mame-Netの支払い意思としては、ゲアン省で



は導入する意思が強いものの、財政状況が厳しいため、政府開発援助(ODA)の活用が要望されました。

②通信環境

ゲアン省の省都であるビン市近郊では通信回線は光回線やADSLが整備されており、Mame-Netが導入可能であると考えられます。

③スキーム

ゲアン省病院ではリンクス社の院内システムが稼動しており、ゲアン省においてMame-Netを導入する際には、リンクス社が初期導入およびサポートを行えると考えられます。



4 今後の見通し

当社ではゲアン省を起点としたMame-Netの他省への展開に向けて、2014年4月に現地駐在員事務所を設立して、ゲアン省を中心としたMame-Netの営業活動をリンクス社とともに進めていく予定です。当社はODAを活用しながらリンクス社と連携してゲアン省においてMame-Netを導入し、ベトナム保健省の協力を得てゲアン省での成果をア

ピールするセミナーを開催して、Mame-Netへの関心を広く高めていきたいと考えております。その後、当社は現地合併会社を設立してビジネスライセンスを取得し、Mame-Netの販売・保守開発、導入、技術支援、人材育成等を行っていききたいと考えております。



担当専門家から一言

坂野 成俊 株式会社富士通総研 公共事業部 シニアコンサルタント

日本の技術を現地に単に展開するためではなく、現地の社会的な課題の解決にも役立てる好事例です。現地の方たちと信頼関係を築きながら着実に事業化に向けて進められていると思います。今後は確実に料金を回収できるスキームづくりに注意しながら、さらに事業化に向けて取り組んでいければと思います。



会社概要 平成26年2月現在	■所在地	高知県南国市岡豊町中島391-8	■売上高	1,900百万円
	■代表者	安岡 和彦	■従業員数	75名
	■業種	産業用機械製造・販売	■URL	http://www.kk-kakiuchi.co.jp
	■資本金	10百万円	■海外展開検討国	タイ

東南アジア最大の
プロイラー輸出国であるタイ市場を狙い、
有機肥料ペレット製造機の
販売可能性を調査

～受託生産から自社製品輸出企業への脱皮～



粒造くん

1 事業概要

当社は、昭和27年創業の産業用機械メーカーです。開発・設計から生産・設置まで一貫体制で手掛け、常に新製品開発に取り組む点が特徴です。当社の事業は、受託生産と自社製品の製造・販売を両輪として展開しています。

当社の代表的な自社ブランド製品は、有機肥料ペレット製造機(ツインダイス式ペレタイザー『粒造くん』)です。本製品は、発酵処理後の鶏糞や牛糞、豚糞だけ

ではなく、生ごみ、し尿汚泥、上下水道汚泥、製紙スラッジなどを原料に、有機肥料ペレットを作る製品で、特に鶏糞のペレット化に適しております。環境にやさしい循環型社会に適した資源リサイクル装置として、現在、国内を中心に約200台以上の販売実績があります。

■当社ツインダイス式ペレタイザーの特長・優位性

- ①シンプルな構造で、耐久性が抜群。
- ②バイオ肥料に必須の微生物菌や酵素が、活き活きとした状態でペレット化できる。
- ③自動運転が可能で、消費電力などランニングコストも低い。
- ④鶏糞の処理、ペレット化に特に優れていることから、国内の養鶏業界では約6割を当社製ペレタイザーが占めていること。

2 海外展開の動機と狙い (F/S前)

当社は、安定した売上を継続的に確保していますが、その中で、自社製品の売上比率の向上、具体的には、売上全体の12%を占めている自社製品『粒造くん』の販売先、売上額の拡大をいかに図っていくかが課題となっていました。

そのため、養鶏の国際的な取引、生産動向等を分析しました。その結果、日本経済との関わりが深く、経済社会全体が順調に発展してるアジアを最重点に取り組んでいくことが最適であるとの結論に達し、まずはタイ国を中心に、ツインダイス式ペレタイザーの海外市場への販売を進めていくことにしました。

■当社の海外展開方針(戦略)

- ①2013年度は、引き合いもあり、養鶏が盛んなタイを中心に海外事業展開を図っていく。
- ②タイでの取引実績を踏まえて、2014年度以降、その他周辺国で養鶏が盛んなインドネシア、中国等への展開も検討する。
- ③近い将来には、養鶏が盛んなブラジル等の中南米にもターゲットを広げ、ツインダイス式ペレタイザーを当社の輸出基幹品目に育て上げる。



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 利益率の高い自社製品の輸出の実現により、自社製品の売上比率を高め、経営の安定化を図る。
- ツインダイス式ペレタイザーを当社の輸出基幹品目に育てる。

海外展開計画策定

- 2013年度は、タイを中心に海外事業展開を推進。
- タイでの取引実績を踏まえ、2014年度以降、インドネシア、中国等への展開も検討。
- 近い将来、養鶏が盛んなブラジル等の中南米へもターゲットを拡大。

資料・現地F/S及び成果

- プロイラー輸出協会、巨大インテグレーター3社及び鶏糞処理業者2社を訪問し、当社製品のプレゼン、ヒアリングが実現できた。
- 現地養鶏場の規模、鶏糞処理状況を確認することができ、当社ペレタイザーのタイへの参入の可能性があることが判明。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①タイにおけるツインダイス式ペレタイザーのマーケット調査(鶏糞ペレット化・鶏糞肥料のニーズ調査)
- ②タイの鶏肉生産をリードしている巨大インテグレーター(種鶏場・ふ卵場・養鶏場・鶏肉加工場から輸出を含む流通、販売まで一貫した対応が可能である事業者)傘下の養鶏数10万羽以上の大規模養鶏場の実態を把握する。



■現地アポイント等

タイ・プロイラー輸出協会及びタイの巨大インテグレーター3社を訪問し、当社製品についてのプレゼンテーション、各社へのヒアリングを行いました。それにより、現地養鶏場の養鶏規模・鶏糞処理状況について確認し、当社製品についての評価をいただきました。

また、鶏糞処理事業者2社を訪問し、鶏糞の仕入れ先、処理状況、鶏糞の販売状況をヒアリングし、鶏糞の肥料化の実態について確認することができました。

さらに、実際に鶏糞肥料が販売されている肥料販売店にて販売状況の実態を調査しました。



その他、ジェトロ・バンコク事務所にて、タイの畜産・養鶏産業動向に係るブリーフィングを受けました。

■F/S実施内容と成果

当社のツインダイス式ペレタイザーについて、現地調査を通じ、現地の巨大インテグレーターのうち3社を訪問することができ、タイにおける鶏糞処理方法、鶏糞処理量、鶏糞処理に対する各社の意見・方針を情報収集することができました。

現地最大の財閥系インテグレーターであるCPF社では、上級副社長・副社長との面談が実現し、鶏糞処理(肥料化)に関する事業化の可能性やCPF社の今後の展開について確認することができました。

さらに、インテグレーターのBETAGRO社では、唯一、鶏糞の肥料化に関して事業展開を既に行っていることが判明しました。また、複数の鶏糞処理事業者が存在していることから、肥料としての鶏糞市場、ペレタイザーの市場性が存在する

ことが確認できました。

現状、現地では日本とは違い鶏糞処理に関する規制が無く、インテグレーターの大半は、鶏糞を“コストを掛けず処理する廃棄物”としての認識しかありませんでした。

しかし、インテグレーターの中には、CPF社のように興味を有する先もあり、BETAGRO社の例もあることから、当社が、鶏糞肥料について事業化へと繋がる提案を実施していくことで、当社ペレタイザーのタイ市場への参入の可能性があることが判明しました。



4 今後の見通し

当社は、F/S調査を実施し、タイへのツインダイス式ペレタイザーの輸出を、2015年3月までに達成するという目標を立てています。

その目標達成のため、当面は、現地調査で訪問したインテグレーター3社に的

を絞り、鶏糞は廃棄物ではなく、付加価値のある肥料として販売できる商品という認識を有してもらう活動が重要となります。また、事業化に際して、当社製品を選択してもらえるような提案(コスト優位性等)を行っていく必要があります。

今後の展開では、当社のペレタイザー単体ではなく、肥料化プラントとしての提案も必要となってくると考えます。そのため、発酵機メーカー等とも連携していくことにより、大きなビジネスチャンスに繋がっていきたいと考えています。

担当専門家から一言

岡本 幸男 四国本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

現地大手インテグレーターの1社であるサハファーム社の経営危機に見られるように、養鶏事業者を取り巻く環境は、厳しい状況にあると言えます。

したがって、廃棄物として扱われている鶏糞が、収益を生み出すことができる物であり、売上拡大や利益確保に繋がる新規事業として提案していくことで、当ツインダイス式ペレタイザーが受け入れられる可能性が十分にあると考えます。



株式会社 日本リモナイト

 オーストラリア **製造業** **輸出**

会社概要 平成25年12月現在	■所在地	熊本県阿蘇市狩尾289番地	■売上高	382百万円
	■代表者	栗谷 利夫	■従業員数	32名
	■業種	環境関連製品製造販売	■URL	http://www.limonic.co.jp
	■資本金	100百万円	■海外展開検討国	オーストラリア

オーストラリアにおける 畜産用飼料原料、ペットフード用原料、 観賞魚用エサの原料の販売可能性調査

～阿蘇の恵みを世界へ～



1 事業概要

当社は阿蘇山に産出するリモナイト（褐鉄鉱）の持つ「脱臭性」及び「鉄分、カルシウム等マルチミネラルを豊富に含む」という特性を生かし、ガス吸着、畜産用飼料分野のみならず、土壌改良、水質浄化など幅広い分野の商品の製造販売を行う会社です。

当社の保有する鉱山の歴史は古く、八幡製鉄所に鉄鉱石を出荷していた阿蘇鉱山株式会社が閉山されることに伴い、現在の会長である杉原貴がリモナイトの可能性を信じ、鉱山を買い取ったことによ

り事業を開始しました。

リモナイト（褐鉄鉱）の鉱床は世界中に多く分布し、フランスやイタリア、カナダなどでもリモナイトを産出しますが、世界一のカルデラを誇る阿蘇の大自然が生んだリモナイトは特に良質であり世界唯一の鉱物資源です。当社はこの阿蘇の恵みを最大限に活用して地球環境を浄化し健康で幸せな生活のために貢献する企業を目指しています。

又、リモナイトの特性である脱硫効果を利用した脱硫剤は、使用後空気に触れ

ると熱やガスを発生させるため、廃棄・処分には注意を要しますが、当社は日本で一社のみの脱硫剤リサイクル技術を持っており、それは使用済み脱硫剤をひとつも捨てることなく、再び脱硫剤の原料へと蘇らせることができる、とても環境にやさしい技術です。

世界に類のない良質な原料と、独自の技術をベースにした製品開発力で企業価値を高め、日本全国へ、さらには海外へ、安心できる「土と水と空気」を作っていく努力を続けてまいります。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

現状、当社の主な経営課題は下記3点と考えます。

- ・コスト削減:脱硫剤のリサイクルにおける運搬コスト、製品化にかかる生産コスト
- ・工程の標準化:製品化プロセスのうち、造粒工程、粉碎、中和工程の標準化
- ・新たな市場の探索、開拓:国内市場は豊富な開拓実績を踏まえ、海外市場の開拓に乗り出します。海外展開を視野に入れた場合海外市場におけるビジネスパートナー発掘によるバリューチェーン構築。

（海外展開のねらい）

・技術力のある海外パートナーとの技術提携による標準化・量産化のノウハウ獲得

海外ビジネスパートナー発掘による新しい販路開拓、新商品開発の可能性等が期待できます。一方、現状国内では、大手ホームセンターとの販売会社設立、リモナイトの機能性を利用したペットフードの開発販売。ペットフードメーカーへの原料提供。農協連合会との畜産用飼料の共同開発、原料提供等のビジネス

モデルを有しており、又東南アジア、中国、韓国への輸出も行っています。

今回これらのビジネスモデル、輸出経験を基に一大畜産国であるオーストラリアへ展開する事により課題解決につながる



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 経営課題克服に関し海外展開を一つの柱とする。

海外展開計画策定

- 日本でのビジネスモデル、東南アジアへの輸出経験を踏まえ、オーストラリアでの販路開拓、新商品開発、ビジネスパートナー確保を図る。

資料・現地F/S及び成果

- オーストラリアのマーケットが確認できた
- 現地飼料生産、販売の状況把握ができた
- 当該商品の効果が発揮できる環境にあることが確認できた
- 具体的客先となり得る飼料メーカーとの関係構築が出来た

るのではないかと考えました。オーストラリアは乳牛、肉牛を合わせ 2,800 万頭の牛が飼育され、200 万トンの牛肉が生産されています。又、牛乳は 940 万トン、豚肉 32 万トン、鶏肉 80 万ト

ンが生産されており、これらを飼育するため年間 1,200 万トンの畜産用飼料が使用されています。又ペットフードの市場も 81 億豪ドルあります。このような大規模なマーケットを有するオーストラリ

アにおいて、観賞魚用エサ、ペットフード、畜産用飼料の生産、販売状況を調査し製品開発、原料の販路開拓の可能性を探りたいと考えました。

3 F/Sの目的と実施内容及び成果等

■F/Sの目的

- ①オーストラリアの飼料メーカーを訪問し、現地飼料生産販売状況を聴取すると同時にリモナイト飼料原料の販売可能性の調査。
- ②オーストラリアでのペットフードの販売状況の確認:ホームセンター等の郊外型店舗、ペットフード専門店など販売チャネル調査。
- ③牧場を訪問し、搾乳率等リモナイト飼料原料が効果を発揮できる環境にあるかどうか検証。
- ④販路開拓に当って、メーカー直接、販売店、ディストリビューター等の可能性を検討。

■現地アポイント等

事前にアポイント取得した飼料メーカー4社、ペットフードメーカー1社、畜産飼料生産者協議会及びJETRO、商社に加え現地にて牧場2ヶ所、ペットフード専門店、ホームセンター、大型スーパーを訪

問しました。

■F/S実施内容と成果

- ①飼料メーカー及び飼料生産者協議会幹部との面談において、オーストラリアの飼料生産、販売状況に関する情報を入手すると同時にリモナイト飼料原料の販売可能性を感じました。リモナイト飼料原料には様々な効果がありますが、そのうち日本では高く評価されている畜産の糞便の消臭効果に関しては、広大な牧場で生育するオーストラリアではあまり興味を示さないことには驚きを感じましたが、その他の効果、即ち下痢の回復、病気被害率の低減、生育率の向上、子豚の死亡率の減少、搾乳率の向上等には非常に興味を示されました。
- ②畜産飼料生産者協議会幹部、および訪問した牧場にて聴取したオーストラリアの乳牛の一頭当たり年間搾乳量は約7トン程度で、日本の平均10トンに較

べると非常に低い数字であり、リモナイト飼料原料による効果が発揮できる環境にあることが判明しました。

③飼料メーカー1社とは無償サンプルを提供することで合意し、このサンプルを使用して効果を実証実験してもらうことになりました。又、他1社は、提供した少量サンプルの成分検討及びオーストラリア規制に合致するかを調査中であり、またもう1社は飼料配合設計を検討中であり、いずれも大量サンプル提供の可能性が期待できます。

④JETRO、商社、現地アドバイザーよりオーストラリア畜産業のみならず、ひろく経済情勢、労働環境等に関する情報を入手することができました。



4 今後の見通し

(1)販売(輸出)

企業訪問、面談によりきっかけの出来た各メーカーと具体的商談(契約)に向けてきめ細かく連絡を保ち、具体的商談(契約)へ結びつけていきます。

- ①1.5トンの無償サンプルを提供することで合意したメーカーとは、実証実験にて確認する事項を詳細に確認し具体的データを積み上げていきます。
- ②サンプルの成分検査を行っているメーカーに対しては追加資料等を提供し、

実証実験用サンプル提供へと繋がります。

③飼料の配合設計を検討しているメーカーに対しても連絡を保ち状況把握に努めます。

(2)ディストリビューター

飼料添加物を飼料メーカーへ販売している大手ディストリビューターとは、リモナイト飼料原料に関し、商品詳細、成分、効能、データ等をあらためて提供することになっており、引続き連絡を密に保つことにより効率的な販路を獲得できる可能性

があります。

(3)自社製品(飼料)の日本への輸出の可能性を打診されたメーカーがあり、ここに対しては日本国内の販路を活用した情報提供を行います。



担当専門家から一言

谷 英一 九州本部 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

オーストラリア飼料メーカーの反応は大きなものであり、大いに可能性を期待させるものでした。一方殆どの人がリモナイトのことを知らず飼料生産に関して同類の商品が無いことを示すものですが、商品自体を知らないという事でもあり、データや実験結果などで体系的に商品の周知を図る必要性を感じました。

いずれにしても商品の優位性、マーケットの大きさ、メーカーの興味、いずれも、今後の展開に大きな期待の持てるF/Sでした。



会社概要 平成24年12月現在	■所在地	沖縄県那覇市小禄243番地	■売上高	非公開
	■代表者	平野 恵子	■従業員数	13名
	■業種	下着、化粧品、健康食品卸売業	■URL	http://www.hera.co.jp/
	■資本金	50百万円	■海外展開検討国	ベトナム、タイ

下着の安定供給と低コスト化 沖縄まるごとブランディング計画

～世界から沖縄へ
沖縄から沖縄・日本を世界へ～



1 事業概要

弊社は創業30年の会社です。創業当初はハットによるエステサロン経営からでした。痩身をメインとしておりましたが痩せる＝綺麗な体型には結びつかず補整下着の研究を重ねる中、お尻をすっぽり包む女性用ショーツ“16色カラフルパンツ”を発売。カラーセラピーの後押しもあり大ブレイク。その後沖縄を中心とし、福岡・熊本・宮崎に支店を構え、西日本を中心に美容室・ブティック・化粧品店等をメインに

約5,000店舗の取扱店様に卸しが出来るまでになりました。しかしながら、長引く日本経済の不況による影響で取扱店様の閉店が相次ぎ、弊社の商品の需要が伸び悩んだのも事実です。そこで、これまで培ってきた独自のトータルボディメイキングのノウハウを活かし、最新鋭の美容機器を活用した《マイクロエステ集客収益システム“いつでも1,000円美颜”いつでも2,000円ボ

ディ》》を導入。不況に喘ぐ取扱店様に対し、負担をかけない方法で経営状態を軌道に乗せることで、弊社の商品需要の拡大を図りました。この企画は県の経営革新の承認も得た事も功を奏し、最初の1年間で導入店が100店舗を突破。現在は、下着・美容エステ関連サービス・化粧品・美容機器・健康関連商品企画委託製造・代理店販売・特販店によるフランチャイズ方式の導入を推進しております。

2 海外展開の動機と狙い（F/S前）

■ショーツの委託製造工場を探す

弊社の売上1/3を担う“16色カラフルパンツ”は4年前、国内縫製工場・染工場などの倒産が相次ぎ、需要があっても供給ができない状態に陥りました。そこで思い切って中国大連での海外生産に着手したものの、思うような製品が造れず大敗。その後、現在の上海委託工場へ移行。製品が出来るまでの1年間の経費と時間は会社存続の危機を招き、大切な取扱店様からの信頼も失墜していきました。しかしながら、25年間変わることの無い定番商品“16色カラフルパンツ”には

力がありました。生産国が変わっても上代を変えない販売に踏み切り、取扱店様には下代を下げることによって納得して頂きました。ほどなく、消費者が戻って来たときには万感の思いがありました。

しかし昨今の中国情勢の不安から、取



引価格の安定や製品の供給継続を不安視せざるを得ない状況になりつつあります。またブランディングの為に新たな商流を試みた結果、家庭画報(秋号)の販売では、雑誌の下着販売の記録を1ヶ月で更



F/S支援事業の流れ

経営戦略

- 主力商品である“16色カラフルパンツ”の委託工場を政局不安定な中国以外に探す
- カタログ、TVショッピングなど量販にそなえ、コストダウンを図る

海外展開計画策定

- 主力商品の供給を安定化する
- 商品のブランディングを図り海外でも販売出来るようにする

資料・現地F/S及び成果

- タイ(バンコク)での委託製造の可能性とコストダウンの見通しがついた

新、ダントツの売上を確保できました。結果、三越本店のカタログ(26年夏号)での販売も決定しています。この結果を見

ても通販の市場性は認められると確信しました。しかし、通販・量販店等の新規販路は掛率が大変厳しい為、コストを落と

せる製造委託工場を中国以外で探すことに致しました。

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・タイでコストを落とせる女性用ショーツ製造委託工場を見つける。
- ②製品のクオリティを保持させるために、細部に渡る情報も伝授するにも、日本語での取引が可能な工場とする。
- ③販路拡大の可能性を模索する為、ベトナム・タイのうちなんちゅ(沖縄県人)に会って情報収集する。

■事前アポイント等

- ①JETROの情報サービスを利用し、事前に入手した女性用ショーツ委託製造可能工場、ベトナム・ハノイ6件、ホーチミン10件、タイ・バンコク10件に日本語・英語でメール。返答があった工場にサンプルを事前郵送しました。
- ②中小機構現地アドバイザーのコーディネートでハノイ2件・ホーチミン4件・バンコク4件に絞り訪問する事にしました。

■F/S実施内容と成果

- ①ベトナムにおいては、家内工業的な小さな工場から2,000名以上が働く国営工場まで様々な角度で視察できました。

商品の製造委託の可能性を探る中、“16色カラフルパンツ”の製造の難しさが浮き彫りになりました。第一にロット数の問題です。16色すべてのロットが同じではなく、売れる色と売れない色のバランスがとりづらいため、材料を持ち込まなければならない、そして商品管理者を現地に置く必要性が出てきました。更に、弊社オリジナルロゴマーク入りのレースをベトナム国内では作れない為、中国より輸入しなければなりません。ベトナムは人件費等は安いものの、商社を通じての大型プロジェクトになってしまう難しさを感じました。一方で、現在の上海での委託工場は全て一貫して行えるため、改めて中国委託工場の力の強さも感じました。②タイにおいては4件中3件が日系関係の工場だったため、日本語で十分に話し合うことが出来ました。心配していたレースの製造はタイTakeda Laceの社長様とお会いし解決しました。他の工場の皆様も厚く対応して下さり、“16色カラフルパン

ツ”の将来性を見出して頂き、前向きに検討をしてくださる事を約束しました。③この度の日本大使館・領事館・JETROの訪問、沖縄県人会の皆様との懇親会は大変有意義なものであり、現地であれば得られない情報収集や将来の海外販路拡大への大きな手がかりとなりました。又、驚く事に異国ベトナムの地で弊社のコマーシャルソングを口ずさんでいただけたり、タイの沖縄県人会では現地で幼稚園の先生をされている方がヘーラーパンツを愛用されているとの話も聞き、驚きを隠せませんでした。今回は25年間定番商品の“16色カラフルパンツ”のオリジナリティと更なる将来性を感じ、又、F/S現地調査により今後の展望に益々希望が持てました。



4 今後の見通し

■“16色カラフルパンツ”国内販売

今後はカタログ販売はもとより、TV・ラジオショッピング、量販店等の新しい販売展開を見込んでいます。

■委託製造工場

今後の販売計画は2倍化を目指す為、製造を安定させる為にもタイに製造委託工場をお願いし、当面中国上海での委託

工場と2局化致します。

タイ委託工場においては、関税送料等

鑑み、少しでもコスト減を図りたいと思います。



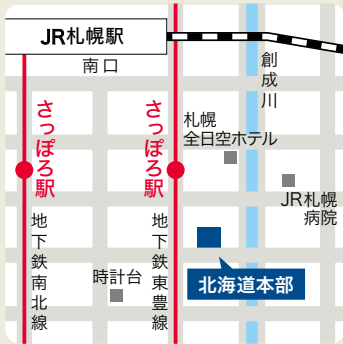
担当専門家から一言

滝沢 秀一 沖縄事務所 海外販路開拓支援 シニアアドバイザー

今回の現地F/Sは、女性用ショーツの生産委託先（China+1）を求め、ベトナム及びタイにての現地委託生産候補企業・工場視察を主眼としました。日本大使館・JETRO等の公益機関を除き、縫製関連企業は約10社程訪問。いずれも現地主要メーカーを訪問しており、かなりの成果があったと推察します。しかし、ベトナムもタイも生産拠点から消費市場へと変貌しつつあり



相談窓口一覧



北海道本部 経営支援部経営支援課

〒060-0002 北海道札幌市中央区
北2条西1-1-7 ORE札幌ビル6階
TEL: 011-210-7471
管轄地域: 北海道



東北本部 経営支援部経営支援課

〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町4-6-1
仙台第一生命タワービル6階
TEL: 022-716-1751
管轄地域: 青森県、岩手県、秋田県、山形県、
宮城県、福島県



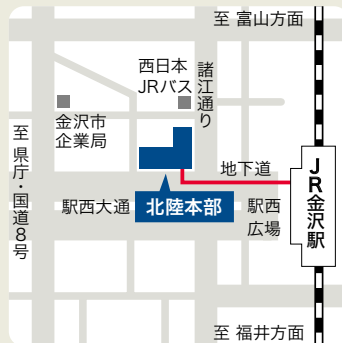
関東本部 販路開拓部国際化支援課

〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1
虎ノ門37 森ビル TEL: 03-5470-1608
管轄地域: 東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、
群馬県、栃木県、茨城県、山梨県、新潟県、
静岡県、長野県



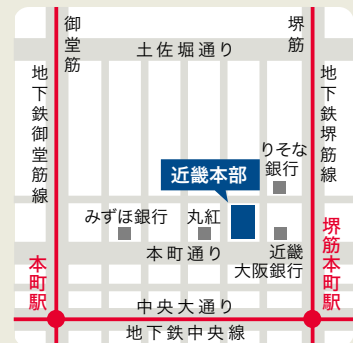
中部本部 経営支援部経営支援課

〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦2-2-13
名古屋センタービル4階
TEL: 052-220-0516
管轄地域: 愛知県、岐阜県、三重県



北陸本部 経営支援部経営支援課

〒920-0031 石川県金沢市広岡3-1-1
金沢パークビル10階
TEL: 076-223-5546
管轄地域: 石川県、富山県、福井県



近畿本部 販路開拓部国際化支援課

〒541-0052 大阪府大阪市中央区
安土町2-3-13 大阪国際ビルディング27階
TEL: 06-6264-8624
管轄地域: 大阪府、兵庫県、京都府、
和歌山県、滋賀県、奈良県



中国本部 経営支援部国際化支援課

〒730-0013 広島県広島市中区八丁堀5番7号
広島KSビル3階
TEL: 082-502-6555
管轄地域: 広島県、島根県、鳥取県、岡山県、山口県



四国本部 経営支援部経営支援課

〒760-0019 香川県高松市サンポート2-1
高松シンボルタワー タワー棟 7階
TEL: 087-811-1752
管轄地域: 香川県、徳島県、愛媛県、高知県



九州本部 地域経済活性化推進部国際化支援課

〒812-0038 福岡県福岡市博多区祇園町4-2
サムティ博多祇園BLDG. TEL: 092-263-1535
管轄地域: 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、
大分県、宮崎県、鹿児島県



沖縄事務所

〒901-0152 沖縄県那覇市字小禄1831-1
沖縄産業支援センター313-1
TEL: 098-859-7566
管轄地域: 沖縄県

本件に関するお問い合わせ

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 販路支援部 販路支援課

〒105-8453 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル
TEL 03-5470-1522