

大阪経済記者クラブ会員各位

(同時資料提供：京都経済記者クラブ・奈良県政記者クラブ・大和高田市庁舎内記者クラブ)

「外需開拓支援策強化に関する要望」について

【お問合せ】「“新しい外需”開拓研究会」事務局
(大阪商工会議所 経済産業部 近藤・伊藤)
TEL：06-6944-6304
090-6060-9758

<概要>

- 大阪商工会議所など近畿2府5県の17会議所でつくる「“新しい外需”開拓研究会」は、このほど「外需開拓支援策強化に関する要望」を取りまとめ、本日付で内閣総理大臣、経済産業大臣など政府関係機関・各政党幹部などに建議した。
- 「“新しい外需”開拓研究会」では、昨年6月の設置以降、中小企業の海外展開に関するアンケートやヒアリング調査などを重ね、取り組み実態を把握するとともに必要な支援策を検討。今回の要望には、こうした活動を通じて得た中小企業の生の声を踏まえた政策課題を盛り込んだ。
- 要望ではまず、アジアなど旺盛な外需の取り込みは、わが国の今後の成長の鍵であり、これまで海外に縁の薄かった中小企業・サービス業を含め、マーケットを世界に求める動きが活発化していると強調。一方で課題も山積しており、自らリスクを取り生き残りをかけて新市場に挑む中小企業への強力なバックアップを、政府に強く求めている。
- 要望項目は、合計23（うち新規13）。

<要望のポイント>**I 外需開拓に向けた推進体制の抜本強化（「資料2」1ページ）**

- 「外需開拓担当大臣」を新設し省庁の枠を超えた支援策を強力に推進すべき。同時に、在外公館のビジネスサポート機能拡充のため「外需開拓専門官」を設けるなど、政府の支援体制を抜本強化すべき。

II 制度面のハンディ解消とビジネス環境の改善（「資料2」2ページ）

- 環太平洋パートナーシップ協定（TPP）への参加、労働・環境規制の見直しなど、わが国企業が本来の実力を十分発揮するための事業環境の改善を急ぐべき。

III 戦略的な外需開拓の推進（「資料2」3ページ）

- 海外バイヤーを日本に招いての商談事業の精力的推進、インフラ受注体制の強化や、BOPビジネスへの参入支援策を拡充すべき。

IV 中小企業の海外展開支援策の拡充（「資料2」4ページ）

- 現地での事業化可能性調査や販路の確保、行政手続きや商習慣の把握、与信管理など、個々の企業が直面する具体事案に即したきめ細かいハンズオン支援を強化すべき。

V インバウンドの取り込み強化（「資料2」5ページ）

- 九州新幹線の全線開通を契機にした「西日本版ゴールデンルート」の開発支援や、外国人観光客に優しいまちづくりを推進すべき。

以上

- <添付資料>** 資料1：「外需開拓支援策強化に関する要望」フレーム
資料2：「外需開拓支援策強化に関する要望」本文
資料3：「新しい外需」開拓事例集
参 考：「“新しい外需”開拓研究会」の概要

外需開拓支援策強化に関する要望 ～国を挙げた新興国需要の取り込みを～

<基本スタンス>

- わが国経済が力強い成長軌道に乗るための鍵は、アジアをはじめとする旺盛な外需を取り込むこと。国内市場の縮小が不可避となる中、これまで海外に縁の薄かった中小企業・サービス業を含め、マーケットを世界に求めていかざるを得ない。
- 一方、外需開拓を巡る課題は山積。新興国市場における海外企業との競争は熾烈を極めており、日本においても国の明確な意志に基づく外需確保に向けた動きを加速していく必要がある。
- そこで、企業とりわけ中小企業の海外市場展開やインバウンド取り込みを後押しするため優先的に実施すべき政策について、経営者の生の声をもとに取りまとめたもの。

★＝新規要望項目

I 外需開拓に向けた推進体制の抜本強化

- 1 「外需開拓担当大臣」の設置 ★
- 2 在外公館への「外需開拓専門官」の新設 ★

III 戦略的な外需開拓の推進

- 1 海外からの招聘キャンペーンの推進 ★
- 2 インフラ受注体制の強化
- 3 BOPビジネスへの参入支援 ★
- 4 高い競争力を有する製品・サービスの開発支援

IV 中小企業の海外展開支援策の拡充

- 1 海外企業の信用情報の整備促進 ★
- 2 知的財産権の保護強化 ★
- 3 個別企業の実情に即したハンズオン支援の精力的実施 ★
- 4 ビジネスパートナーの確保支援策の強化 ★
- 5 中小企業専門家派遣事業の拡充 ★
- 6 グローバル人材の育成支援
- 7 金融面での支援策拡充 ★

II 制度面のハンディ解消とビジネス環境の改善

- 1 早急な制度面でのハンディ解消
 - (1) 環太平洋パートナーシップ協定(TPP)への参加 ★
 - (2) 行き過ぎた円高の是正と安定
 - (3) 成長志向型法人税制の構築
 - (4) 国際競争上ハンディとなる労働・環境規制の見直し
- 2 国際標準確保に向けた取り組み強化
- 3 相手国政府への法令整備・規制緩和申し入れ ★



V インバウンドの取り込み強化

- 1 地域資源を活用した観光の推進
 - (1) 地域における観光開発の促進
 - (2) 関西広域観光の推進
- 2 観光立国を目指したハード・ソフトのインフラ整備
 - (1) 関西国際空港の機能強化
 - (2) 外国人に優しいまちづくりの推進 ★

外需開拓支援策強化に関する要望 ～国を挙げた新興国需要の取り込みを～

“新しい外需” 開拓研究会

わが国経済が一刻も早いデフレ脱却を果たし、再び力強い成長軌道に乗るための鍵は、国内投資促進と並んでアジアをはじめとする旺盛な外需を取り込んでいくことである。国内市場の縮小が不可避となる中、これまで海外に縁の薄かった中小企業・サービス業を含め、マーケットを世界に求めていかざるを得ない。

一方、外需開拓を巡る課題は山積している。今後とも大きな伸びが期待される新興国市場では、手厚い政策支援を受けた海外企業との競合が熾烈を極めており、日本においても国の明確な意志に基づく外需確保に向けた動きを加速していく必要がある。

そこで、企業とりわけ中小企業の海外市場展開やインバウンド取り込みを後押しするため優先的に実施すべき政策について、経営者の生の声をもとに取りまとめたところである。政府は、自らリスクを取り生き残りをかけて新市場に挑む企業とりわけ中小企業を強力にバックアップするため、下記の諸点につき特段の配慮を払われるとともに、スピード感を持って実行に移されるよう強く要望する。

記

(★＝新規要望項目)

I 外需開拓に向けた推進体制の抜本強化

1 「外需開拓担当大臣」の設置 ★

外需開拓を国内投資促進と並ぶ国の最重要課題と位置づけ、府省の枠を超えて戦略を策定・推進することが肝要である。強力なリーダーシップのもと、スピード感を持って大胆な外需開拓促進策（海外市場展開・インバウンド取り込み）を講じるため、新たに「外需開拓担当大臣」を設置するなど、政府の推進体制を抜本強化されたい。

2 在外公館への「外需開拓専門官」の新設 ★

日本貿易振興機構の機能・予算の一層の拡充はもとより、わが国企業の海外展開に際しての、在外公館のビジネスサポート機能を抜本強化されたい。このため、「インフラプロジェクト専門官」に加えて「外需開拓専門官」を新設し、相手国制度・商習慣のフォローと改善要請、日本製品・サービスの売り込みやわが国への観光客誘致などに尽力されたい。

Ⅱ 制度面のハンディ解消とビジネス環境の改善

1 早急な制度面でのハンディ解消

わが国企業が本来の実力を十分発揮するため、競争相手国に比べ大きく遅れた状況にある事業環境の回復を急ぐことが不可欠である。すなわち、日本企業は、①通商交渉の遅れ、②行き過ぎた円高、③重い法人課税、④労働規制・環境規制強化の動きという「四重苦」を抱えており、わが国は既に製造業の立地適地ではなくなりつつある。日本から「稼ぐ場」がなくなる事態を招かないよう何が必要かの議論は出尽くしており、政府の迅速な決断と実行を切望する。

(1) 環太平洋パートナーシップ協定（TPP）への参加 ★

新たな通商・経済連携の枠組みが急ピッチで進む中、その輪から外れた場合の損失は計り知れない。国際競争上の不利益を回避すべく、経済連携協定（EPA）／自由貿易協定（FTA）については、主要貿易・投資相手国との交渉を精力的に推進されたい。

また、環太平洋パートナーシップ協定（TPP）への参加は日本再生のラストチャンスであり、政治主導により新たな国際ルールづくりに参画されたい。同時に、貿易自由化に耐え得る強い農業を構築すべく、優れた品質や衛生管理技術を有するわが国農産物の輸出振興に本腰を入れられたい。

(2) 行き過ぎた円高の是正と安定

行き過ぎた円高の長期化は海外マーケット進出・インバウンド促進双方にとって大きなハンディとなっており、危機感を募らせている。政府・日銀は、機動的な為替介入と一層の金融緩和をセットで実施するなど、産業活力増進の観点から適正な円相場への誘導と安定を期されたい。また、「円・ドル」や「円・ユーロ」の関係だけではなく、「韓国ウォン」や「台湾ドル」など、競争相手国通貨との為替水準にも十分目配りされたい。

(3) 成長志向型法人税制の構築

平成23年度税制改正大綱に法人実効税率・中小法人軽減税率の引き下げなどが盛り込まれたことは、国際競争力強化に向けた第一歩として評価する。ただ、法人実効税率は新興国と比べ依然高水準にあり、今回で打ち止めにすることなく、一層の引き下げを図られたい。一方、研究開発減税や減価償却制度の縮減など成長力強化に逆行する内容については、早急に見直されたい。

(4) 国際競争上ハンディとなる労働・環境規制の見直し

製造業務派遣の禁止や登録型派遣の見直しなど派遣労働規制の強化は、国内企業にとって大きなハンディを背負うことになり、かえって雇用機会の喪失や事業所の国外移転・海外からの投資抑止につながりかねない。企業の経営実態を十分踏まえ、国内雇用のパイがこれ以上縮減しないよう政策の方向性を見直されたい。

また、地球温暖化対策を進めるに際しては、「環境と経済の両立」の大原則に立ちかえった議論を行うべきであり、地球温暖化対策税の導入には反対である。「地球温暖化対策税、国内排出量取引制度、再生可能エネルギーの全量買

い取り制度」の主要3施策については、企業の国際競争力維持、エネルギーの確保や税体系、国民負担の妥当性などの観点から、一体的に検討されたい。

2 国際標準確保に向けた取り組み強化

わが国の製品は、技術・機能では優位にありながら、国際標準に沿わず、実際のビジネスでは十分なマーケットシェアを確保できないケースも多い。こうした事態を改善するため、特に大きな市場拡大が見込まれる環境・ライフサイエンス・インフラなどの戦略分野において、わが国の技術・規格が国際標準として採用されるよう国を挙げて強力で推進されたい。

3 相手国政府への法令整備・規制緩和申し入れ ★

新興国への進出に際し、税務・労働などに関する法令の未整備や行政当局の指導・見解の一貫性欠如などにより、ビジネスに支障を来すケースも見られる。企業法制の構築や規制の透明性確保を働きかけるなど、政府間交渉による事業環境改善を図られたい。

また、小売・サービス業を含め、海外市場に活路を求める業種の増加に伴い、相手国へのビジネス環境改善要請も多岐にわたりつつある。その一環として、アジア各国における小売業に関する外資規制や出店規制、店舗面積規制の緩和・撤廃を政府間交渉により粘り強く求めるなど、アジア中間層の需要取り込みを後押しされたい。

Ⅲ 戦略的な外需開拓の推進

1 海外からの招聘キャンペーンの推進 ★

新興国政府・企業関係者を日本に招聘し、わが国企業との商談マッチング(海外バイヤー招聘プログラムの拡充)を推進するとともに、観光・文化魅力を紹介するキャンペーンを展開されたい。

2 インフラ受注体制の強化

新興国のインフラ受注に向け、政府首脳によるトップセールス、ODAの活用、政策金融や貿易保険の充実、企業連合の形成促進など総合的な支援策を強化されたい。また、長期間にわたるインフラの運営保証など、民間企業で負いかねるリスクに対応する枠組みを構築されたい。

3 BOPビジネスへの参入支援 ★

BOP (Base of the Economic Pyramid) ビジネスに関しても、一般的な情報提供やマーケット概要の研究など総論部分の深化に加え、各論の支援策充実により企業の具体的成功事例を増加させるべき段階にある。そこで、BOPビジネス支援センター機能の大幅拡充はもとより、BOPビジネス調査の採択数・1件当たりの助成額アップ、企業間マッチングの充実など、具体案件を支援する体制を強化されたい。

4 高い競争力を有する製品・サービスの開発支援

海外市場を制するためには、ボリュームゾーンでのマーケットシェアを確保すると同時に、日本企業の真骨頂である世界最先端のハイエンド製品・高付加価値サービスの開発・普及が重要となる。日本企業の強みを生かした海外向け製品・サービスの研究開発・試作品開発・現地実証事業などを促すための助成を拡充されたい。

IV 中小企業の海外展開支援策の拡充

1 海外企業の信用情報の整備促進 ★

海外企業との取引に際しての最大のネックの一つは、与信管理の難しさである。代金回収リスクを減らすため、相手国とも協力し、企業信用情報の整備促進を図られたい。

2 知的財産権の保護強化 ★

海外進出に際しての大きな懸念材料である知的財産権の保護に関し、中小企業の外国特許取得にかかる特許料・翻訳料・弁理士費用などの補助制度を創設されたい。同時に、模倣品など知財の侵害被害に際しての調査費用の助成を拡充されたい。

3 個別企業の実情に即したハンズオン支援の精力的実施 ★

海外進出に際しての各種情報提供・相談事業のメニューは揃いつつあり、今後の課題はその内容深化と考える。事業化可能性調査・販路開拓など個々の企業のステージ・実情に即した一層中身の濃いハンズオン支援を大幅拡充されたい。とりわけ、国・地域により大きく異なる法規制や実際の適用状況、行政手続きや商習慣、現地法人の設立や営業許可の取得、知的財産権の侵害や労務問題といったトラブル解決など、具体事案にきめ細かく対応するため、現地の実情に精通したコーディネーター機能の一層の拡充を図られたい。

また、現地での事業立ち上げに際し、安価なコンサルティング機能付きインキュベーションオフィスの提供事業（海外ビジネスサポートセンターなど）を拡充するとともに、民間での同種の取り組みを後押しされたい。

4 ビジネスパートナーの確保支援策の強化 ★

海外進出の成否の鍵は、信頼できる現地のビジネスパートナーの確保である。このため、海外でのマーケットリサーチや展示会出展などに対する助成を拡充するとともに、現地企業との個別具体的な商談マッチング機能を強化されたい。

また、中小企業製品の輸出促進の一環として、アジア新興国の主要港を巡る巡航見本市船事業の復活を検討されたい。

5 中小企業専門家派遣事業の拡充 ★

中小企業の海外展開に際し、現地事業所の技術・管理能力向上は大きな課題である。その指導人材を日本から派遣する際の経費を補助する中小企業専門家派遣事業を拡充されたい。

6 グローバル人材の育成支援

海外事業拡大のためには、その原動力となるグローバル人材の育成が不可欠である。その一環として、企業が実施する従業員の海外留学や研修に対する補助金制度の創設など、グローバル人材の育成を支援されたい。

7 金融面での支援策拡充 ★

国際協力銀行や国際協力機構による海外案件への投融資機能を継続強化されたい。同時に、中小企業の海外進出を資金面でバックアップするため、政策金融機関の海外展開資金貸付、信用保証協会の海外投資関係信用保証制度などの公的金融や、日本貿易保険の中小企業輸出代金保険の拡充を図られたい。

V インバウンドの取り込み強化

1 地域資源を活用した観光の推進

(1) 地域における観光開発の促進

地域の雇用を生み出し、経済活力を増進するうえで観光産業の果たす役割は大きく、近畿各地でも歴史文化や先端産業の集積など豊かな観光資源を生かしたビジターの誘致に努めている。政府としても、特別史跡を活用した新しい観光拠点の実現、国際コンベンション・イベントなどMICEによる外国客誘致に向けたプロモーション活動などを精力的に支援されたい。

(2) 関西広域観光の推進

世界遺産・特別史跡など魅力ある観光地や多くの産業観光施設が集中している関西では、アジアからの観光客をはじめとするインバウンド取り込みを進めている。また、九州新幹線の全線開通を契機にした「西日本版ゴールデンルート」の開発にも努めており、政府も、広域連携による観光振興を後押しされたい。

2 観光立国を目指したハード・ソフトのインフラ整備

(1) 関西国際空港の機能強化

首都圏空港と並ぶ、わが国の国際拠点空港である関西国際空港は、国の成長戦略を担う重要な装置である。大阪国際空港との経営統合などを通じて財務構造の抜本的改革を速やかに進めるとともに、貨物ハブ機能の強化、LCCの拠点に相応しい整備などを図られたい。

(2) 外国人に優しいまちづくりの推進 ★

海外からの観光客増大に向け、査証の発給要件の緩和を図るとともに、外国人に優しいまちづくりを進められたい。その一環として、公共空間はもとより、各小売店内における多言語表記に関する助成を強化されたい。同時に、公的施設や小売・サービス現場での簡易な通訳サービスなどソフト面でのインフラについても支援策を講じられたい。他方、買い物観光の利便性向上のため、地域における観光バスの駐停車場の整備を進められたい。

以 上

【建議先】

- 内閣総理大臣、内閣官房長官、内閣官房副長官
- 内閣府特命担当大臣（経済財政政策）
- 内閣府副大臣、内閣府大臣政務官、内閣府事務次官、内閣府官房長、政策統括官（経済財政運営担当）
- 法務大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、入国管理局長
- 外務大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、審議官、官房長、総合外交政策局長、経済局長、国際協力局長、領事局長
- 財務大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、財務官、官房長、主計局長、主税局長、関税局長、国際局長、近畿財務局長
- 文部科学大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、科学技術・学術政策局長、研究振興局長、研究開発局長
- 厚生労働大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、労働基準局長
- 農林水産大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、審議官、官房長、国際部長
- 経済産業大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、審議官、官房長、経済産業政策局長、地域経済産業審議官、通商政策局長、貿易経済協力局長、産業技術環境局長、製造産業局長、商務情報政策局長、近畿経済産業局長
- 特許庁長官、審査業務部長
- 中小企業庁長官、次長、事業環境部長、経営支援部長
- 国土交通大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、航空局長
- 観光庁長官、次長、審議官、観光地域振興部長
- 環境大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、総合環境政策局長、地球環境局長

- 衆議院議長、参議院議長、衆議院経済産業委員長、参議院経済産業委員長
- 各政党の代表、地元選出国會議員

- 日本銀行総裁、日本銀行理事・大阪支店長
- 日本貿易振興機構理事長、国際協力機構理事長、日本貿易保険理事長、(株)日本政策金融公庫総裁、国際協力銀行経営責任者、(株)商工組合中央金庫社長

- 大阪府知事、大阪市長

【(写) 送付先】

- 日本商工会議所会頭、大阪府下商工会議所会頭、(社)日本経済団体連合会会長、(社)経済同友会代表幹事、(社)関西経済連合会会長、(社)関西経済同友会代表幹事
- 日本貿易振興機構大阪本部長、(株)日本政策金融公庫大阪支店長・各事業統轄、(株)商工組合中央金庫大阪支店長

“新しい外需”開拓事例集



平成23年2月
“新しい外需”開拓研究会

掲載企業一覧（企業名五十音順）

- 株式会社あかしや（奈良県奈良市／書道用筆、画筆、筆ペン等製造販売） 4
- 株式会社イオンスポーツ（兵庫県三木市／スポーツ用品製造販売） 5
- 株式会社一コーポレーションジャパン（大阪府大阪市／海外進出コンサルタント） 6
- 宇治の露製茶株式会社（京都府木津川市／茶類卸売業） 7
- 梅乃宿酒造株式会社（奈良県葛城市／酒類製造） 8
- 株式会社AAB（大阪府大阪市／広告プロモーション（販促、イベント、各種デザインなど）の企画・立案・制作） 9
- キステム株式会社（滋賀県大津市／情報関連事業（ソフト開発・情報処理など）） 10
- 株式会社京進（京都府京都市／進学塾他教育サービス） 11
- サクラインターナショナル株式会社（大阪府大阪市／イベント・展示会の企画、出展ブースのデザイン・施工・撤去・保管までの一貫業務および国際広告業務） 12
- 有限会社ジェイホッパーズ（大阪府大阪市／宿泊施設） 13
- 島研磨機材株式会社（和歌山県和歌山市／バレル研磨機製造・販売など） 14
- 株式会社スリーエフ技研（大阪府門真市／研磨材料の製造・販売） 15
- 株式会社せのや（大阪府大阪市／大阪みやげ企画・販売） 16
- 大洋厨房株式会社（滋賀県大津市／業務用調理機器設計施工） 17
- 太陽パーツ株式会社（大阪府堺市／機械部品および住宅建材の加工・設計・製造・販売） 18
- タビオ株式会社（タビオ奈良株式会社）（大阪府大阪市・奈良県北葛城郡／靴下の製造販売） 19
- タマノイ酢株式会社（大阪府堺市／醸造酢、粉末酢、各種調味料、レトルト食品、菓子・健康飲料などの製造・販売） 20
- 株式会社寺田ポンプ製作所（奈良県大和高田市／ポンプ製造業） 21
- 特殊車輛整備工業株式会社（大阪府豊中市／フォークリフトの販売・整備・リース・レンタル） 22

● 長岡金属工業株式会社 (大阪府豊中市／金属プレス加工、ロール成形加工溶接組立一貫加工)	23
● 株式会社野村工具製作所 (奈良県奈良市／特殊工具 (タップ) の製造・販売)	24
● 株式会社ハヤシ・ニット (奈良県大和高田市／ニット製品製造業)	25
● 株式会社廣瀬スプリング製作所 (大阪府豊中市／家電・自動車向けの線バネ・板バネや線材加工品の製造)	26
● 富士インパルス株式会社 (大阪府豊中市／包装機材 (インパルスシール機) 製造)	27
● 株式会社富士精密 (大阪府豊中市／ゆるみ止めナット製造)	28
● 株式会社プロ・サンテ (大阪府大阪市／日用品などの企画・販売)	29
● 株式会社プロスパー・コーポレーション (大阪府大阪市／国際会議・イベント企画運営、外国語教育、翻訳、通訳)	30
● ホンマ・マシナリー株式会社 (大阪府大阪市／大型工作機械製造業)	31
● 株式会社ミミラブジャパン (大阪府大阪市／子ども服の企画・生産・販売)	32
● モチクリームジャパン株式会社 (兵庫県神戸市／菓子製造販売、販売店・飲食店の経営)	33
● 株式会社モリック (大阪府守口市／広告宣伝業)	34
● 株式会社優美インターナショナル (大阪府大阪市／マナー研修、集客用コンテンツ作成など)	35
● ワキ製薬株式会社 (ウィンヘルス株式会社) (奈良県北葛城郡／医薬品・健康補助食品製造販売業)	36

“新しい外需” 開拓研究会構成メンバー（五十音順）

- 大津商工会議所
 - 紀州有田商工会議所
 - 岸和田商工会議所
 - 京都商工会議所
 - 神戸商工会議所
 - 堺商工会議所
 - 龍野商工会議所
 - 敦賀商工会議所
 - 豊中商工会議所
 - 奈良商工会議所
 - 西宮商工会議所
 - 彦根商工会議所
 - 三木商工会議所
 - 守口門真商工会議所
 - 大和高田商工会議所
 - 和歌山商工会議所
 - 大阪商工会議所
- （事務局：大阪商工会議所 経済産業部）

株式会社あかしや

～高品質の伝統的商品で中国市場に勝負を挑む～

<企業概要>

- 所在地：奈良県奈良市南新町78-1
- 業種：書道用筆、画筆、筆ペン等製造販売
- 代表者氏名：代表取締役会長 水谷 悦郎
- 資本金：1100万円
- 従業員数：48名
- 連絡先（TEL）：0742-33-6181
- URL：http://www.akashiya-fude.co.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

1988年に合併会社「上海アカシヤ文具有限公司」を、1996年に100%出資の「嘉和文具有限公司」を設立。

現在は、華東地区（上海・蘇州・無錫・揚州）および華北地区（北京・天津）で商品を販売している。上海支店の営業部員は4名で、すべて中国人。

過去3年で売上高は2.5倍に増加。2010年度は前年度比20%増を予想している。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

進出当初、中国で生産した製品はすべて日本へ逆輸入していた。しかし、日本国内での販売が停滞したのを受け、10年前から中国での販売を開始した。

伝統ある「書道」に関する商品を中国で売るため、「同じく伝統的な商品である“ウーロン茶”をペットボトルに入れたものが、なぜ売れるのか」ということを分析。その結果、日本的な生産管理を実施したうえで新しいデザインと機能を備えた商品を販売して、中国市場の信頼を得る事を学んだ。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

売掛金が未回収になることがあり、広い中国で情報収集なしに販売することの危険性を感じた。このリスクを回避するため、人口密集地域にのみ支店をつくり、管理する範囲を絞り込んだ。また、得意先をあらゆる情報によって選別し、不良債権をなくす努力をした。

現地での宣伝力については、信用ある卸売業者に地区代理店を任せることで主要都市のデパートに商品を卸したり、日本および海外の大手スーパーとの連携を行ったりすることで強化した。

また、優秀な中国人社員の発掘や、経営トップとして、メッセージを適切に現地社員に伝えることが出来る語学力を身につけ、通訳に頼る弊害をなくする事が最大のポイント。

<今後の展望や目標>

中国では富裕層（年収300万円以上）が現在約1億人いると言われ、5年後には約2～3億人に膨らむと言う。富裕層は、「少々値段が高くても信用のある良い商品」を求めていることから、質の高い商品の販売を拡大し、日中の売上比を2：1にまで引き上げたいと考えている。

日本の事業の片手間に中国進出しようとするれば、必ず失敗する。特に中小企業の場合は、経営者自らが海外で骨を埋めるだけの覚悟が必要であると感じている。

株式会社イオンスポーツ

～中間層へのスポーツ用品普及を目指す～

<企業概要>

- 所在地：兵庫県三木市別所町巴2-1-1
- 業種：スポーツ用品製造販売
- 代表者氏名：代表取締役社長 東 孝次
- 資本金：2000万円
- 従業員数：25名
- 連絡先（TEL）：0794-83-2100
- URL：http://www.eon.co.jp/

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：韓国・中国など】

● 事業内容

ゴルフクラブを主力に、スポーツ用品（インナーウェア、ソックスなど）を製造販売している。

1998年には韓国に進出。その後、中国、東南アジアへと販路を拡大している。

海外での売上高は2007年以降順調に伸び、現在は約7億円。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

社長が商社マン時代に得た人脈と、海外の半導体工場に特殊な手袋を納入するビジネスを手掛けた経験とを活かして海外へ進出した。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

進出当初は市場の変化が激しく、商品スペックの変更や修正などが多かったため、納期に遅れてしまうことがあった。

成功ポイントとしては、現地に信頼できるパートナーが出来ると、資金回収などが上手くいくと感じている。

<今後の展望や目標>

まずは、購買力のある中国での売上を伸ばしたいと考えている。現在の主なターゲットは富裕層であるが、徐々に中国や東南アジアの中間層への普及を目指したい。

株式会社一コーポレーションジャパン

～「郷に入っては郷に従え」の精神で事業展開～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市北区豊崎2-1-9-302
- 業種：海外進出コンサルタント
- 代表者氏名：代表取締役社長 片寄 猛
- 資本金：9800万円
- 従業員数：60名
- 連絡先（TEL）：06-6374-1506
- URL：http://www.ichi-corp.jp/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

社長が実際にベトナムに住んだことで、国の活力やハングリー精神などを感じたことがきっかけ。

創業当初は、日本のIT企業をターゲットに、下流工程をベトナム企業にアウトソーシングしてコスト削減を図る事業を展開。しかし、次第にベトナムへの進出を検討する企業や、既にベトナムでビジネスを展開している日系企業からの依頼が増えてきたため、ベトナム進出のサポート事業を実施するようになった。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：ベトナム】

● 事業内容

企業のベトナム進出に際し、初期調査・視察コーディネート・ビジネスマッチング・輸出手続きサポートなどを実施。現地拠点として、ホーチミン市に有限会社イチコーポレーションベトナムを構えている。

2011年春頃には、ホーチミンに日本企業が入居する常設のアンテナショップ「日本館」を設置予定。ベトナム進出企業は、商品宣伝・商談などの拠点機能として活用可能。同時に、サポートデスクを設け、法規制・商慣習などに関するアドバイス、販路開拓支援などのコンサルティングサービスを提供するほか、現地での営業許可も一括取得。ベトナム市場への参入を目指す中小企業を後押しする。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

文化・風習・価値観・ビジネス上の常識などが日本とは異なることには苦労した。このような課題を解決するポイントとなったのは、「ベトナムのことはベトナム人に勝てない」という理念。実際にベトナムで生活して、現地の人しか利用しないような飲食店に通い、ベトナム人同士のようにローカル企業と付き合うなど、現地に馴染むことで独自の人脈を形成することができた。信頼できる現地パートナー企業と連携してビジネスを展開することが成功の秘訣であると考えます。また、その国の民族性も含め、包括的なリサーチを行っていくことも重要。

<今後の展望や目標>

消費意欲や経済成長力の高いアジア諸国への進出は重要。ベトナムで培ったノウハウを活かし、関西の中小企業の海外進出に対するイメージを変えるプロジェクトを意欲的に進めていきたい。具体的には、「日本館」プロジェクトを成功させたい。ベトナム商工会議所との連携も強化していきたいと考えている。中小企業の高い技術・商品・サービスを活かし、「アジアの新興国とともに成長する大阪」を目指したい。

宇治の露製茶株式会社

～日本茶を世界各国に～

<企業概要>

- 所在地：京都府木津川市山城町上狛東作り道50
- 業種：茶類卸売業
- 代表者氏名：代表取締役社長 福井 正憲
- 資本金：1億1000万円
- 従業員数：40名
- 連絡先（TEL）：0774-86-4701
- URL：http://www.ujinotsuyu.co.jp/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

当社の輸出の歴史は古く、日本茶が輸出の重要商品であった戦前から原料を輸出していた。1965年頃より、日本の百貨店が海外に進出したことに伴い、日本食やお茶に対する注目度やニーズが高まったことが、海外展開のきっかけとなった。

1990年には関西文化学術研究都市に、グローバルな視野でティーを科学する「福寿園CHA研究センター」を設立。世界のティーライフと出会う<茶と生活>をはじめ、<茶と文化>、<茶と科学>、<茶と工芸>、そして茶の原点と出会う<茶と農芸>を通して、茶の創造する生活革命を、あらゆる角度から研究・提唱している。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：世界全域】

● 事業内容

創業220余年の歴史と伝統を伝える京都の老舗、福寿園のグループ会社で、宇治の露・福寿園製品の茶葉、ティーバッグなどを、中国、台湾、マレーシア、シンガポール、アメリカ、カナダ、ブラジル、ヨーロッパ各国など海外約50カ国のスーパーマーケットや百貨店で販売。中でも海外売上の約5割をアジアでの販売が占める。

海外輸出専門の（独立した）部署を設け、国内商社を経由して輸出し、現地輸入会社が卸・小売を行っている。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

海外においてブランドを認識してもらうための仕掛けづくりや、販売促進のプロモーションに多額の費用がかかるなど苦労が多かった。現地からの反応を待つのではなく、こちらから積極的に売り方を提案をしていくことや、現地販売店で自社商品の陳列スペースを確保してもらうため、現地卸業者など良いパートナーを確保することなどが重要である。海外展開ではやみくもに展示会や商談会に出展するのではなく、現地でのより良いパートナーや継続的なネットワークづくりが肝心である。

その他、海外進出するライバルが増えて競争が激化していることも課題。

<今後の展望や目標>

全社売上高に対する海外部門の売り上げ比率を更に高めたい。今後は東アジアの他にも、ロシアや中東での売上拡大を目指す。また、お茶のおいしい淹れ方など、現地販売員への教育にも力を入れていき、他社製品との差別化を図っていく。

梅乃宿酒造株式会社

～日本酒を世界に広める～

<企業概要>

- 所在地：奈良県葛城市東室27
- 業種：酒類製造
- 代表者氏名：代表取締役社長 吉田 暁
- 資本金：3300万円
- 従業員数：60名
- 連絡先（TEL）：0745-69-2121
- URL：http://www.umenoyado.com/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

日本国内の人口減少により、今後国内消費が拡大する可能性は低いことを憂えたのが海外展開のきっかけ。ただし当社単独で海外展開するのは難しかったので、清涼飲料メーカーなど3社が合同で進出した。

当初は従来の問屋側からのオファーを受けていたが、一度海外に出ると、次第に海外での人的つながりができ、当社に直接情報が入ってくるようになったため、自ら取扱商社を探すようになった。

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：香港・シンガポール・台湾など】

● 事業内容

1893年創業の酒造メーカー。世界各国での日本食や日本酒への関心の高まりから、15年前より海外展開を開始。現在では、香港、シンガポール、台湾、オーストラリア、アメリカ（東西海岸）、スイス、EU各国、ドバイ、ロシアの輸入業者や現地日本食取扱店、現地販売店と取引をしている。香港の場合、小売、ホテル、料理店などに販路を広げている。

商品は国内で瓶詰めするか、タンク詰め状態で海外へ輸出し、現地で瓶詰めする。海外での売上はおよそ7～8000万円にのぼる。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

当初は商品がまったく売れず、特にヨーロッパの「ワイン文化」に入り込むことに苦労した。これを克服するため、輸入業者とともに現地デパートでの店頭販売を行うなど、積極的な消費者へのPRを展開。まずは試飲を勧め、日本酒の良さを理解してもらうための地道な活動を続けた。

また、他社商品との差別化を図るために、年1回新商品の開発を行うなど、現地消費者への訴求力が高い商品づくりを心掛けている。

海外展開にあたっては、「郷に入れば郷に従え」の言葉どおり、その国の文化を十分に理解することが必要である。また、既にその国に進出している先駆的企業の話聞くことも、重要なヒントになる。

<今後の展望や目標>

国内の消費市場は縮小する一方であり、海外のファンを増やしたい。3年後には、全売り上げのうち海外売り上げの占める割合を20%にまで拡大したい。

株式会社 A A B

～日本と同じ質のサービスを日系企業中心に提供～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市北区天満4-15-18
- 業種：広告プロモーション（販促、イベント、各種デザインなど）の企画・立案・制作
- 代表者氏名：代表取締役社長 北村 伸一
- 資本金：1000万円
- 従業員数：20名
- 連絡先（TEL）：06-4801-9121
- URL：http://www.aab.co.jp/

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：ベトナム・カンボジア・ラオス】

● 事業内容

2006年3月ホーチミンに駐在事務所を設立。以降、2008年5月現地法人A A B Vietnamを設立。企画・デザイン・PR・販促計画など広告プロモーションを日本式の推進方法、日本と同じクオリティで展開するノウハウと体制を確立。

日本人プロデューサーをはじめ、プランナー、デザイナー（グラフィック、空間）、イベントディレクターなど10名が在籍。ベトナム人スタッフの内半数が日本語対応可能。広告マーケティング企画から実施まで社内制作。

ベトナム（ホーチミン、ハノイ、ダナン）をはじめ、ラオス、カンボジアにも連絡事務所を設立。日本語対応可能なスタッフを配置し、ローカル会社のネットワークを確立。

ベトナムのみならず、アジア縦断型の展開も可能。

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

大手日系企業のアジアでのイベントを受注。現地のサプライヤーを使ってサポートしたのをきっかけに、海外へ進出した。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

設立前・設立時には苦労が多かった。法律・会計・文化などの日本との違いを理解することが大きな課題であったため、日本でベトナム人を雇用し、現地調査などを行った。

加えて、現地法人を設立するまでは営業活動ができないため、現地サプライヤーを探す必要があり、それに相当の時間を要した。

海外では、サービス分野においても「日本」が持つブランド力はあると考える。当社の主な取引先である日系企業も、サービスの質の高さを評価してくれていると感じている。

<今後の展望や目標>

アジア以外にも拠点を設けることを考えている。現在、中南米への進出も視野に入れ調査中。

海外拠点を設け、展開していることで、周辺諸国やアフリカなどまで受注が広がっている。

日本人の仕事の進め方、日本のクオリティは、海外にいる日本人にも信頼を得ている。

キステム株式会社

～中国政府との良好な関係構築が成功の鍵～

<企業概要>

- 所在地：滋賀県大津市浜大津 1-4-12
- 業種：情報関連事業（ソフト開発・情報処理など）
- 代表者氏名：代表取締役社長 井門 一美
- 資本金：5000万円
- 従業員数：260名
- 連絡先（TEL）：077-523-0200
- URL：http://www.kistem.co.jp/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

1990年代は、タイやマレーシアで日系企業向けの生産管理、販売管理、HRシステムの提供など、海外事業を展開。その後、2003年頃からマレーシアの日系電機メーカーの中国への生産シフトによる受注の激減や中国市場の将来性を見越し、同国への進出を計画した。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

2005年に、中国湖南省に情報コンテンツサービス会社「湖南立門子信息系统有限公司」を設立し、現地向け携帯電話用コンテンツサービスを開始。湖南省文化庁をはじめ、政府関係機関の情報サイトの構築などを手掛けている。

また、2010年に、湖南省に新たに出来た観光地にレストラン経営を行う「湖南立門餐飲有限公司」を設立。日本の家庭料理や湖南料理を提供する「立門堂」を創業した。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

中国では事業の許認可の取得が非常に難しい。特に現地の市場開拓を目的とした当社の事業の場合、通信業の認可と携帯電話会社との事業連携の許可が下りるまで約1年間かかり、また飲食業許可の取得時も中国の法律対応（湖南省の政府対応）に非常に苦労があった。また、売上金の回収もかなり難しい面もあった。中国では人脈が非常に重要であり、中国政府との良好な関係構築が進出成功の鍵となる。当社も湖南省と滋賀県が友好都市締結している関係から、県より依頼され、中国人のIT研修を受け入れていたことで湖南省政府との人脈を形成するきっかけとなり、政府との良好な関係を構築することに努力してきたことが問題解決の要となった。中小企業が製造拠点を中国に設けることにも困難を伴うと思われるが、それ以上に中国を市場として開拓することは難しい。

<今後の展望や目標>

今後は人脈を活かして、湖南省での更なる事業拡大を図る。当社のパッケージソフトの中国語化を図り、現地市場の開拓を行うとともに、現地の政府機関や民間企業からのシステム開発案件の受注拡大に注力する。また、日本食レストランの多店舗化を計画し、医療観光分野など本業のIT以外の新事業への展開も図る。

株式会社京進

～「役立つ、使える、美しい日本語」教育を中国佛山で～

<企業概要>

- 所在地：京都府京都市下京区東洞院通七条下ル東塩小路町717-1 京都駅前ビル5階（日本語教育事業部）
- 業種：進学塾他教育サービス
- 代表者氏名：代表取締役社長 白川 寛治
- 資本金：3億2789万円
- 従業員数：743名
- 連絡先（TEL）：075-342-5075
- URL：http://www.kyoshin.co.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

学習塾や英会話教室などを全国展開する当社は、2009年2月に、中国広東省佛山市南海区に100%独資による子会社「佛山京進教育文化有限公司」を設立し、2009年7月より現地での日本語教育を開始。

校長1名、現地採用の日本人教師4名、現地採用の中国人教師2名、中国人事務スタッフ1名の計8名体制で事業を行っており、現地事業としては①地元中国人向けの日本語教室（30%）、②現地日本企業内での日本語研修（40%）、③地元大学・高校での日本語講座（30%）を実施。生徒数は約500名。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

佛山市南海区政府教育局の進出要請がきっかけとなった。同区は外資誘致に積極的で、多くの日本企業が集積しているため、現地に拠点を置く日本企業から中国人従業員に日本語教育を提供する機会が求められており、あわせて中国人学生らの需要も見込まれるため、進出を決断。日系企業に事前にヒアリングした結果からも、多くの企業が現地スタッフへの日本語教育に苦勞しており、労務管理上も日本語教育が重要であると判明し、ビジネスチャンスがあると感じた。

<事業に関する苦勞話・成功ポイント>

中国では外国企業による教育分野への進出は制限業種であったため、営業許可を取るのが繁雑であった。また、基本は合併（合作）会社でないと営業許可をとりづらい面があるが、財団法人大阪国際経済振興センターから紹介を受けたコンサルタントと地元政府関係者の支援によって、申請から約3カ月で営業許可をスムーズに取得することができた。佛山市南海区自体が日本語教育を企業誘致のインフラとして戦略的に位置づけていたことも、大きな成功要因であった。

中国での事業立ち上げは日本と比較して5～6分の1のコストで展開することが可能であり、初期投資の回収も早い。そのため、中国での事業展開においては、ミニマムコストで事業を立ち上げ、あまり最初から大きな投資は行わないほうがよい。また、社内で中国ビジネスのコンセンサスを得るため、常に情報収集に対するアンテナを広く持つことも重要である。

<今後の展望や目標>

今後は、広東省をはじめとする中国国内での複数都市展開に加えて、ベトナム、タイなど日系企業が多く進出している地域での展開も検討していきたい。

サクラインターナショナル株式会社

～「世界中のどこかは晴れ」と考え各国で事業展開～

<企業概要>

- 所在地:大阪府大阪市阿倍野区播磨町 1-2 2-1 1
- 業種: イベント・展示会の企画、出展ブースのデザイン・施工・撤去・保管までの一貫業務および国際広告業務
- 代表者氏名: 代表取締役社長 妙代 金幸
- 資本金: 4800万円
- 従業員数: 130名
- 連絡先(TEL): 06-6624-3601
- URL: <http://www.sakurain.co.jp/>

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

1972年に、海外メディア(雑誌)の総代理店として創業。日本企業の輸出サポートを行っていた。

1981年に、英国出版社の日本総代理店として、国際展示会の装飾を担当。日本事務局として日本国内23社の出展を成功させたことをきっかけに、業態転換した。

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国: 中国・台湾・韓国・シンガポールなど】

● 事業内容

日本企業の海外展示会出展サポート、外国企業の日本での展示会出展サポートの双方を取り扱っている。また、再利用をして次の展示会でも使用可能なブース資材を使っている。

創業当時は、海外のイベントのみを手掛けていたが、現在は国内約7割、海外約3割。将来的には、国内・海外の売上比率を半々でバランスさせたい。

海外での売上は、インド・ギリシャ・UAE・台湾・中国・韓国が多く、各国が主催する展示会などに参入している。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

当初は、なかなか大きなプロジェクトを手掛けることができなかった。これを克服するため、自己資本の増強と組織の充実を図り、結果として大阪中小企業投資育成株式会社の出資を受けることができたため、信用力が向上した。

当社には外国人スタッフも多数おり、海外企業との取引は積極的に行っているが、最大の課題は顧客の与信管理、与信情報が少ないこと。

また、各国の宗教行事や休暇などのため、まったくビジネスが動かなくなる時期があることにも注意している。

<今後の展望や目標>

IPOを実現し、売上高100億円・経常利益10億円を目指したい。また、組織の強化と社員の育成、次世代を担う経営者となる管理人材を育成していきたい。チャレンジ精神を全社員へ浸透させ、組織力の向上を図ろうとしている。

世界中のどこかは晴れ=景気が良いと考えている。中国への日系企業進出が増加するにつれ、自社事業が拡大することを期待。

有限会社ジェイホッパーズ

～世界中の旅行者を格安で迎え入れ～

<企業概要>

(ジェイホッパーズ大阪ゲストハウス)

- 所在地：大阪府大阪市福島区福島7-4-22
- 業種：宿泊施設
- 代表者氏名：代表取締役 飯田 章仁
- 全店舗従業員数：41名
- 連絡先(TEL)：06-7504-5787
- URL：<http://j-hoppers.com/>
- 本店所在地：京都府京都市南区東九条中御霊町
51-2

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：日本におけるインバウンド関連事業】

● 事業内容

外国人バックパッカー向けゲストハウスを大阪、京都、広島、高山に計6店舗展開。遊休資産となった物件などを再利用し、過度なサービスや設備を省くことで、宿泊単価を格安に設定するゲストハウスという宿泊施設を運営。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

社長が前職を辞め、2000年から1年3か月かけて、欧州からアジアへのバイクによる大陸横断旅行を敢行。その際、「この旅が終わったら、日本で海外からの旅人を受け入れる宿を開業したい」と考えたことがきっかけ。2002年に京都で創業。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

ニッチな事業形態であるということ、外国人を主要顧客としていることなどから、物件取得、物件借り上げ時において、オーナーさまや不動産業者などに事業の本質を理解してもらいにくい。

経営のコツは、人員を最小限に抑えることと宣伝費を極力かけないこと。宿泊予約はインターネット経由で行われることが多く、広告費はほとんどかけていない。サイトには宿泊客によるレビューが掲載されるので、顧客からの高評価を得ることが重要。また、自社サイトが検索エンジンの上位に表示される工夫も必要。

<今後の展望や目標>

年間に1店舗のペースで出店しており、今後も需要のある場所には出店していきたい。

島研磨機材株式会社

～優秀な人材の登用が進出のきっかけに～

<企業概要>

- 所在地：和歌山県和歌山市朝日455-1
- 業種：バレル研磨機製造・販売など
- 代表者氏名：代表取締役 島 公造
- 資本金：1000万円
- 従業員数：22名
- 連絡先（TEL）：073-479-2315
- URL：http://www.sbfs.co.jp/

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：マレーシア】

● 事業内容

バレル研磨機、コンパウンド（研磨材）の製造販売およびバレル研磨の受託加工を行っている。

マレーシア工場の人員は15名。日本に留学経験のある優秀な中国系マレーシア人を社長に採用しており、売上は順調に推移している。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

17年前に中国・山東省へ進出した際に、技術流出を経験したことで、海外進出先として東南アジアに注目するようになった。

そうした中、社長の娘の友人に優秀なマレーシア人留学生がいたため、現地工場の社長として仕事を任せられると判断したことがきっかけ。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

中国に進出した際には、安易に事業展開をしようとする、ビジネスモデルまでも模倣されてしまうというリスクを痛感した。しかし、「苦難ではなく“ロマン”だ」と思えるほどの精神力と、自社にしかできない研磨技術で12年前にマレーシアに進出した。

<今後の展望や目標>

現在、香港企業と組み、広東省にてバレル研磨機材を生産している。また、中国での紡績紡毛油剤の製造・販売を計画し、マーケティングリサーチを行っているところである。

株式会社スリーエフ技研

～製造・販売・人材、現地の力で事業実施～

<企業概要>

- 所在地：大阪府門真市岸和田 1-3-11
- 業種：研磨材料の製造・販売
- 代表者氏名：代表取締役社長 札谷 全啓
- 資本金：1000万円
- 従業員数：10名
- 連絡先（TEL）：072-881-8400
- URL：http://www.tfg.co.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：タイ】

● 事業内容

2007年5月にタイ企業との合併による研磨剤の製造・販売会社を設立。アユタヤで製造し、バンコクで販売。現地の従業員数は15名で、全て現地採用している。年商は3000万円。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

2003年に、タイのバンコクで開催された東南アジア最大規模の国際機械・金属加工展「タイ・メタレックス」への出展がタイ進出のきっかけ。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

言葉の壁と商習慣の違いに苦労した。また、品質確保のため、日本から原材料を輸入しているが、現地企業は日本向けではなくタイ国内向けの製造・販売会社のため、日本価格の原材料費がネックとなり、販売価格の設定と収益性確保にも苦労した。他方、現地従業員との意思疎通を図るため、公私を通じた付き合いを深めたり、現地の風土を理解するよう努力した。

海外進出においては、貿易、販売、風土など、現地の事情に通じたビジネスパートナーを見つけることが重要である。

<今後の展望や目標>

タイを起点として、東南アジアの広範囲に販路を拡大したい。

株式会社せのや

～中国人観光客をターゲットに売上を伸ばす～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市中央区難波 1-7-2
- 業種：大阪みやげ企画・販売
- 代表者氏名：代表取締役社長 野村 育郎
- 資本金：1000万円
- 従業員数：50名
- 連絡先（TEL）：06-6211-0685
- URL：http://www.ichibirian.net/

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：日本におけるインバウンド関連事業】

● 事業内容

1974年に設立し、1993年以降、大阪観光みやげを企画・販売。最近では、中国人観光客などへの販売を強化している。

人材面では、直営店舗5店に中国語を話せるスタッフ8名を配置。

商品構成についても、中国人観光客をターゲットにした開発・仕入れを強化している。

さらに、販売促進を目的としてコンサルタント会社と契約。また、中国国内で配布されるフリーペーパーに記事・広告を出稿している。さらに2010年11月には、上海で開催された展示会に出展した。

外国人の来客数は、前年比85%増加。外国人客の買い上げ金額は前年比60%増加。（ともに本店・2010年9月実績）

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

大阪への外国人観光客の増加がきっかけ。

また、人口減少時代にあって、需要と販売の増加を図るため。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

中国人スタッフを雇用するにあたり、日本人スタッフとの間でコミュニケーショントラブルが発生。しかし、日本人同士でも生じ得るトラブルであり、大事には至らなかった。

外国人をターゲットにした商品販売で比較的優位性を保てているのは、商店街（戎橋筋）の取り組みが熱心であることや、中国関連の翻訳・通訳や市場調査コンサルティングを行う企業とのつながりによるところが大きいと考えている。

<今後の展望や目標>

中国人観光客のニーズに合った商品開発と集荷力の向上を図りたい。また、中国の旅行代理店を通じて、訪日観光客への情報発信ができる仕組みを構築していきたい。さらに、自社だけでなく、同じ志・戦略を持つ事業者と、商店街・地域枠を超えて連携を図り、エリアとして集客できる体制を作っていきたい。

人口減少社会にあって、国内需要は確実に減少していくことを認識する必要がある、販売機会は創出していかなければならない。そのためにも、外国人観光客の需要を増やすという戦略を持つことは重要。心掛けていることは、「売れないのは景気が悪いからだと思わないこと」。

大洋厨房株式会社

～現地との親密な関係構築と即断即決が鍵～

<企業概要>

- 所在地：滋賀県大津市におの浜3-1-39
- 業種：業務用調理機器設計施工
- 代表者氏名：代表取締役社長 西村 均
- 資本金：5000万円
- 従業員数：46名
- 連絡先（TEL）：077-524-2857
- URL：http://www.taiyocook.co.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

- 事業内容
中国企業に自社仕様の調理器具を委託生産するとともに、関連会社を通じ日本に輸入・販売している。



業務用製氷機

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

2001年、取引先企業に誘われ同社の中国での商談に同行し、スピード感とエネルギーにあふれる商談に魅了されたことがきっかけ。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

日本での商慣行が通じず、中国に合わせる必要があった。また、中国で委託生産した調理器具の輸入に際し、日本の審査への対応にも苦労した。

「郷に入っては郷に従え」の精神で進出先の国の風土・歴史を学ぶ気構えを持つとともに、委託先の中国企業の社長などと兄弟のように親密な関係の構築が必要。また、顧客の要望に対して即断・即決が求められる。そして困難を前向きにとらえ、一歩踏み出すために事業を先導する日本人リーダーを育てる必要がある。

<今後の展望や目標>

まずは国内での業界日本一を目指すとともに、2019年を目標に海外展開を拡大したい。

太陽パーツ株式会社

～メーカー機能と商社機能を併せ持つ技術者集団～

<企業概要>

- 所在地：大阪府堺市北区八下北1-23
- 業種：機械部品および住宅建材の加工・設計・製造・販売
- 代表者氏名：代表取締役 城岡 陽志
- 資本金：3000万円
- 従業員数：120名
- 連絡先（TEL）：072-259-9339
- URL：http://www.taiyoparts.co.jp

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

2002年に、大手日系デベロッパーが中国進出したことに伴い、中国の日系企業に住宅建材製品などを納品するために進出したことがきっかけ。当時は人件費が安かったため、中国を製造拠点として位置づけるメリットも大きかった。

現在では、中国での住宅需要が好調な背景もあり、中国を市場としても開拓。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

メーカー機能と商社機能を持つ技術者集団であり、顧客からの提案を受け、設計・開発・組立までを一貫して行い、組立部品として提供する企業。

2002年、上海（独資）および大連（合弁会社）に工場を設置。現在では上海工場に130名、大連工場に80名の従業員を抱える。

上海には営業部隊を設置し、現地の日系企業を中心に営業活動を行っており、現在では中国企業への販売も開始し、中国での全売上の10%程度を占めるに至る。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

納期や契約内容の遵守などについて、中国の取引企業と共通認識を持つことが難しい。また、現地で部品や原材料を調達する際には、品質の確認に気を配っている。さらに、代金回収が難しいため、手堅い企業と取り引きするなど、リスクを減らす工夫が必要である。海外においては、日本での「常識」にとらわれることなく、「非常識」なことも常に起こりうるということに留意しておくべき。

また、中国での事業展開を検討する際には、中国企業での下請けでは成功は難しい。日本からブランド力のある製品を持ち込んで、現地に売り込んでいく必要がある。

中国進出の際に、日本にいる中国人コンサルタントと契約し、現地の法律や商慣習の違いなどについての細かなアドバイスを得られたことが大きな助けとなった。

<今後の展望や目標>

今後は、中国での利益を現在の20倍にしたい。そのためには、中国市場で販売していく当社製品を明確化し、他社に負けないブランド力を確立しなければならないと考えている。中国は人件費が毎年2～3割上昇しており、中国を製造拠点として安く製品を生産できる時代は、あと数年もすれば終わってしまう。今後は中国を製造拠点ではなく市場としてさらに開拓したい。

タビオ株式会社（タビオ奈良株式会社）

～靴下で世界一「一流の一番になること」が目標～

<企業概要>

（本社）

- 所在地：大阪府大阪市浪速区難波中2-10-70
なんばパークス内パークスタワー16F
 - 業種：靴下の製造販売
 - 代表者氏名：代表取締役会長 越智 直正
 - 資本金：4億1478万円
 - 従業員数：168名
 - 連絡先（TEL）：06-6632-1200
 - URL：http://www.tabio.com/jp/
- （タビオ奈良株式会社）
- 所在地：奈良県北葛城郡広陵町三吉578
 - 連絡先（TEL）：0745-55-5050

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：英国・フランスなど】

● 事業内容

2001年7月、海外子会社「タビオヨーロッパリミテッド」を設立。2002年3月には、英国・ロンドンに海外第1号店となる靴下専門店「Tabio」を開店した。現在では英国に7店舗を展開。また、ロンドンの主要百貨店でも商品を販売している。

さらに、2008年6月には「タビオフランス」を設立し、フランス（パリ）に1店舗展開中。

欧州から北米へと展開を予定。アジア圏での可能性も引き続き探る。

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

ある人物の「日本の靴下は最高」という言葉に心を打たれ、日本の靴下文化を世界に広めたいと心に決めたことがきっかけ。

現在、靴下に対する各国の意識はまだ低く、ファッションの1つとして気を配っている人はごく少数でしかない。これまでの「靴下は消耗品」という固定観念を打ち破り、本物の靴下の素晴らしさを世界中に広めていきたい。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

海外の購買力は必ずしも大きくない。しかし、例えばパリでは7000万人の旅行人口があると言われており、商品の売り方次第で大きなマーケットになると考えている。

上手くいかないことのほうが多く、だからこそ面白い。海外展開に成功したとはまだ思っておらず、目標は、靴下で世界一「一流の一番」になること。

<今後の展望や目標>

プライドをもって、日本の靴下文化を世界中に広めたい。靴下業界にはまだまだ未来があると考えている。これから海外展開しようとする企業にも、ぜひ理想高く目標を掲げてほしいし、日本文化にプライドを持ってもらいたい。

タマノイ酢株式会社

～日本で生み出した「飲用酢」を世界へ販売～

<企業概要>

- 所在地：大阪府堺市堺区車之町西 1-1-3 2
- 業種：醸造酢、粉末酢、各種調味料、レトルト食品、菓子・健康飲料などの製造・販売
- 代表者氏名：代表取締役社長 播野 勤
- 資本金：2億円
- 従業員数：300名
- 連絡先（TEL）：072-238-1021
- URL：http://www.tamanoi.co.jp

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

人口減・高齢化の時代を迎える中、既に日本市場は飽和状態である。しかし、世界人口68億人のうち、アジアには36億人が集中しており、13億人の中国や11億人のインドをはじめ、アジア諸国の人口はまだ増加している。そこでは収入格差はあるが、上海、広州や北京などのような都市部を中心に、購買力のある富裕層も数千万人いる。

中国などアジア地域には酢の文化があり、調味料としての酢は、種類も豊富で小売店にて販売されているが、飲料としての酢はほとんど見られない。当社が日本で新たに生み出した「飲用酢」を紹介していくことは大きなビジネスチャンスであると考えたことがきっかけ。

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：香港・シンガポール・中国・アメリカ】

● 事業内容

海外市場に向け、醸造酢や酢飲料を販売。各国の食文化や調味料は多種多様であり、「酢」を調味料として販売することは難しい。また、現地の日本料理店に「酢」を販売するだけでは売上が伸びない。そこで、「酢」を利用した酢飲料も輸出している。同商品は、健康、美容などに良いということをアピールしたもので消費者からも好評を得ている。

先進地域である香港、シンガポールでの成功経験・ノウハウが中国本土進出にも活かせるとの認識から、まずは2008年に香港に駐在所、2009年にシンガポールに現地法人を設立し、その後、2009年10月に上海現地法人設立に至った。

また、2010年12月には、世界の情報発信地であるニューヨークにも、商品の流通・販売だけでなく、世界中の企業とのネットワークづくりの中心となる拠点として、事業所を開設した。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

酢飲料を、日本語表記のまま現地で販売しているが、食品関係は、日本語で販売した方が、現地の消費者に安心感を持ってもらいやすい。また、日本の食文化を押し付けるのではなく、現地のニーズに合った商品を開発して売り込んでいくこと、現地企業に対しては粘り強く交渉していくことが成功の秘訣である。

海外に足掛かりのまったくない企業にとって、簡単にオフィスを設置でき、現地に詳しい日本人スタッフが常駐してくれるビジネス支援は、必要不可欠であるため、進出にあたって財団法人大阪産業振興機構が各国に設けていた安くてコンパクトな「スタートオフィス」が活用できたことは、大変助かった。

海外事務所には海外経験のない社員を駐在員として派遣することもあるため、インターネットのスカイプを利用して、毎日映像付きの電話で連絡を取るなど、心のケアに気を配っている。

<今後の展望や目標>

3年後には採算のとれるところまで、事業を軌道に乗せたい。できるだけ現地に溶け込み、現地企業に売り込むスタイルを確立していきたい。また、農林水産省などの食品輸出促進に関する事業を活用し、海外の展示会などにも積極的に参加していきたい。関税の高さもあり、これまでは富裕層向けの商品を販売することが多かったが、今後はボリュームゾーン向けの低価格帯の商品の販売にも力を入れていく。

株式会社寺田ポンプ製作所

～海外展開で円高に対応～

<企業概要>

- 所在地：奈良県大和高田市東雲町3-17
- 業種：ポンプ製造業
- 代表者氏名：代表取締役社長 寺田 俊彦
- 資本金：2億8130万円
- 従業員数：125名
- 連絡先（TEL）：0745-52-5101
- URL：http://www.teradapump.co.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国・タイ】

● 事業内容

深圳の協力メーカーに委託して、機器組込ポンプを生産。さらに、2011年度より、大連の自社工場にて汎用水中ポンプを生産開始予定。

中国で生産した製品は、中国国内で販売するとともに、タイへ輸出。また、日本へも逆輸入している。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

国内需要の縮小や円高に対応するため、海外展開を始めた。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

製品の調達先および現地パートナーの選定に苦労した。また、安定的で継続性のある製品供給にも苦心した。

これらを乗り越えるためのポイントとなったのは「個人レベルでの信用の構築」。相手に要望を明確に伝えることや徹底的に話し合うこと、問題が発生した場合には責任者（経営者クラス）で対応することを重視した。

海外進出にあたっては、インターネットや各種情報誌だけに頼ることなく、まず経営層が自ら現地に入り込むことが必要だと考えている。

<今後の展望や目標>

現時点では国内で生産している製品を現地生産に移行することで、為替リスクを軽減したい。

特殊車輛整備工業株式会社

～高い技術力でメンテナンス事業未開の地に挑戦～

<企業概要>

- 所在地：大阪府豊中市庄内宝町3-1-3
- 業種：フォークリフトの販売・整備・リース・レンタル
- 代表者氏名：代表取締役社長 光本 浩二
- 資本金：6700万円
- 従業員数：95名
- 連絡先（TEL）：06-6331-1161
- URL：<http://tokuseinet.co.jp/>

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：タイ】

● 事業内容

2007年、タイにJAPAN FORKLIFT SERVICE Co., Ltd. を設立し、フォークリフトの販売・メンテナンス事業を行っている。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

8年前にタイ現地法人へフォークリフトの中古車を納入したことをきっかけにタイへの進出を検討し始めた。バンコク日本人商工会議所事務局長が大阪出身でもあり現地視察や情報収集で大変お世話になった。その中で、タイにはメンテナンスサービスという概念がないこと（製造元へ修理を依頼するのではなく、身近で直せる人が直すという考え方が主流）が分かりメンテナンスサービスで現地日系企業のお役に立てると判断した。当社社員がJODC（財団法人海外貿易開発協会）の指導員としてタイ人の技術指導を行っており今後も技術レベルアップを目指している。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

言葉の壁とメンテナンス技術のレベル差を克服することに苦労した。また、メンテナンスサービスという概念がない国なので、事業を認知してもらうのが大変であった。技術者はプライドが高いが、勉強熱心なので、技術指導によりレベルアップを図ることができた。

タイ人の多くは日系企業で働くことに誇りを持っており、また明るく勉強熱心なので、海外進出にはお勧めの国である。交通網も整備されている。また日本人商工会議所事務局があることも大きな利点。日系企業のほか、泰日工業大学学長も紹介してもらえたことで今後、優秀な学生を獲得していきたい。

<今後の展望や目標>

タイにはニーズが溢れているので、当社の技術レベルの高さを活かして、今後支店を増やして規模拡大を図りたい。また現地の技術レベルが上がってきており、将来タイで日本人を研修させる時代が来るのではないと思う。

長岡金属工業株式会社

～信頼できる台湾人パートナーと組み、中国進出に成功～

<企業概要>

- 所在地：大阪府豊中市名神口1-1-8
- 業種：金属プレス加工、ロール成形加工
溶接組立一貫加工
- 代表者氏名：代表取締役 長岡 幸彦
- 資本金：3360万
- 従業員数：77名
- 連絡先（TEL）：06-6862-1196
- URL：<http://www.nagaoka-sanko.co.jp/>

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

中国深圳に、2003年に独自資本にてプレス会社を、2009年に中国企業との合併にて金型会社をそれぞれ創業。プレス会社の従業員は200名（うち日本人スタッフ1名）、金型会社の従業員は80名（うち日本人スタッフ1名）であり、いずれも外国人（中国人及び台湾人）スタッフによる操業体制をとっている。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

2002年に、十数年来の台湾人の友人が中国で工場を創業する際、彼の会社に出資した。その出資会社の人員、資源、情報などを使い中国のプレス品、金型、樹脂などを日本に輸入するという2年間の商社活動を通じて情報収集を行い、収益確保の見通しが立ったので長岡プレスを立ち上げた。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

信頼できる台湾人パートナーに恵まれたため、あまり苦労はしていない。そのパートナーが現地の土地・税金・関税・人（従業員・給料）に関し全部対応してくれたため、当社は営業・製造に専念することができた。また、パートナーが営業・製造に口を挟むことはなかったので、日本流を通せたことも幸いした。信頼できるパートナーを得たことに加え、そのパートナーが親日的であったことが成功の最大の要因。

中小企業の中国進出は非常に難しく、言葉が通じ、中国の煩雑な労務・税務や政府との交渉を任せて営業・製造に専念できるので、良い台湾人パートナーと組むことをお勧めする。また多くの顧客を持ちリスク分散すべき。

<今後の展望や目標>

中国向けの販売を強化したい。また現在タイに大きな関心を持っているが、タイの市場調査を行ったうえで慎重に判断したい。

株式会社野村工具製作所

～着実に中国進出を目指す～

<企業概要>

- 所在地：奈良県奈良市山稜町113
- 業種：特殊工具（タップ）の製造・販売
- 代表者氏名：代表取締役 野村 修一
- 資本金：2112万円
- 従業員数：74名
- 連絡先（TEL）：0742-33-3281
- URL：
<http://www.nomuratool.co.jp/ja/main.html>

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

2005年7月 中国・大連に株式会社野村工具製作所大連事務所を設立。

大連事務所は、現地採用の中国人職員1名を採用し、中国へ進出している日系取引先企業に技術情報の提供や顧客管理などの業務を行っている。

中国人職員の製品知識の充実や日本人スタッフとコミュニケーションを図るため、年2回程度来日させて社員教育を行っている。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

国内の取引先企業が、中国への工場移転を開始。それを機に、中国に進出した取引先企業へのサービスや連絡などがスムーズにできるよう、中国遼寧省大連市に駐在事務所として拠点をつくったことがきっかけ。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

現時点では1名体制での運営であり、また大連は比較的治安も良いため、特に問題は発生していない。

中国進出にあたっては、最初は低コストではじめ、徐々に拡大するのがポイントであると感じている。また、しっかりした目標を掲げ、情報収集を怠らないことが重要であると考えている。

<今後の展望や目標>

昨年より営業活動ができるように上海で現地法人の設立をすすめているところである。また、将来的には中国へ進出した取引先企業に納入している切削工具を再研磨できる工場を、現地に立ち上げたいと考えている。そのために、2008年11月より中国人の外国人研修生を受け入れて人材育成を行っている。

株式会社ハヤシ・ニット

～粘り強い商品説明が販売拡大の鍵～

<企業概要>

- 所在地：奈良県大和高田市東中2-11-22
- 業種：ニット製品製造業
- 代表者氏名：代表取締役社長 林 輝一
- 従業員数：60名
- 連絡先（TEL）：0745-22-2521
- URL：<http://www.vivielbo.co.jp/>

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：韓国・台湾】

- 事業内容
「健康衣料」（サポーター健康肌着、タイツ、健康靴下など）を研究・開発・製造している。
約15年前から韓国での販売を開始。現在は、韓国と台湾で高級肌着を販売している。
海外での売上は3000万円程度。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

「ギフトショー」に出店した際に、当社製品のような「日本製の健康雑貨」を求めている企業と出会ったことがきっかけ。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

当社製品の価値を現地の消費者に伝えることに苦労した。「寒ければ、何枚も重ねて着ればよい」と考えている異国の消費者に、薄くて動きやすい保温肌着の価値を伝えるのは困難であった。また、日本製である当社製品は、現地品と比べて高額であるため、店舗に陳列しておくだけではなかなか売れなかった。

そこで、商品説明会を根気よく続けるとともに、会場で説明しながらの販売や、通信販売なども展開し、商品の価値を伝えていった。また、模倣品の出現に備えて現地での商標登録も行った。

現地品の安さに張り合っても日本製品の価値を下げるだけなので、「高価格だが、品質は絶対に良い」というステータスを守り抜くことが重要だと感じている。

<今後の展望や目標>

国内アパレル会社経由と、国内商社経由の2本立てで、東アジア（韓国・台湾・中国）の百貨店での販売を進めていきたい。また、通信販売も引き続き展開していきたいと考えている。

株式会社廣瀬スプリング製作所

～取引先企業の生産拡大に伴い中国進出～

<企業概要>

- 所在地：大阪府豊中市原田中1-1-8
- 業種：家電・自動車向けの線バネ・板バネや線材加工品の製造
- 代表者氏名：代表取締役 廣瀬 弘二
- 資本金：2100万円
- 従業員数：40名
- 連絡先（TEL）：06-6852-0751
- URL：<http://www.hirosespring.co.jp/>

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

1995年、スプリングや食器カゴなどの製造会社「杭州廣瀬弹簧有限公司」を創設。従業員は現在65名で、うち日本人2名の体制。売上構成は、取引先の手日本メーカーが50%、日本本社向け30%、現地日系メーカー15%、ローカルメーカー5%。

2008年に同社の累積損失がなくなり、以降日本本社に配当ができています。

ただ、安い人件費という魅力は薄れている。2010年は中国人の従業員給与を17%程度引き上げており、今後毎年中国のGDP成長率程度の人件費アップを予想している。

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

取引先の手日本メーカーが中国での生産拡大を図る際、同社から中国進出の誘いを受けて決断。背景に円高に伴う国内生産の空洞化の見通しがあった。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

現地パートナーは求めず、中国メーカーとの合併ではなく独立資本での創業を目指したが、現地市政府の協力で許認可を取ることはさほど苦労しなかった。ただ、人材は確保できたが、その育成に苦労した。また、日本製品というブランド力はあっても、価格競争力がないと売れないことも改めて痛感した（競合製品と同程度の価格でないと受注できない）。

中国の外資系に対する優遇制度が縮小傾向にあることや、人件費や物価が上昇している点が懸念材料。

<今後の展望や目標>

国や地方の政策の変化などカントリーリスクはあるが、市場経済化は今後も続くと思うので、積極的に現地生産拡大を図りたい。設備、人材とのバランスを考慮しながら毎年二桁成長を目指す予定。

富士インパルス株式会社

～海外生産で価格競争力を強化～

<企業概要>

- 所在地：大阪府豊中市庄内栄町4-23-18
- 業種：包装機材（インパルスシール機）製造
- 代表者氏名：代表取締役 山田 邦雄
- 資本金：1400万円
- 従業員数：100名
- 連絡先（TEL）：06-6335-1663
- URL：<http://www.fujiimpulse.co.jp/>

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：ベトナム】

● 事業内容

1997年、生産量の比較的多い卓上型シール機の製造工場としてベトナム富士インパルスを設立し、価格競争力の強化を図っている。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

1987年ごろ姫路のベトナム難民の定住促進センターを通じたベトナム難民の採用がきっかけで、同国とのコネクションが出来た。1996年当時企業成長の結果生産力の増強が必要になりベトナム進出を決心した。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

日本の場合は品質の高い部品をつくる企業群があるが、1997年当時ベトナムの場合はなかった。そのため、アルミダイキャスト、塗装、プレスなどの部品を当社内で生産できるように準備しなければならなかった。

成功のポイントは、1986年以前からベトナム工場の構想をふくらませ、ライフワークとして取り組んでくれた、当社日本側のキーマンがいたこと（ベトナム富士社長・一昨年故人となった）。立ち上げ時の有能な人材の採用、教育、工場建設、工場立ち上げ、工場運営、そしてそれらの仕事を通じてベトナム人管理者、一般社員との深い信頼関係を構築してくれたこと。また、1987年工場立ち上げ当時、我々がやったことのないダイキャスト、塗装プレス加工など日本の協力会社の惜しみない協力をいただいたこと。

<今後の展望や目標>

目指すは品質性能で世界一のインパルスシーラーメーカー。

ベトナム富士インパルスでは、卓上製品のグローバルな生産拠点として充実していく、さらに、ベトナムの経済成長でインフラへのニーズが高まっている環境で、部品づくりの強みを活かして、シール機以外のプレス、板金、ダイキャスト部品の生産販売にもチャレンジ。

株式会社富士精密

～インドネシアとWin-Winの関係を目指して～

<企業概要>

- 所在地：大阪府豊中市利倉3-14-15
 - 業種：ゆるみ止めナット製造
 - 代表者氏名：代表取締役社長 和田 博行
 - 資本金：5952万円
 - 従業員数：90名
 - 連絡先（TEL）：06-6862-3112
- URL：http://www.fun.co.jp/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

当社製品のユーザー（二輪車メーカー）からの要望により、インドネシア現地での生産対応のために海外に進出。

当時すでに台湾に生産工場を有していたが、インドネシアの人件費の安さと、為替リスクの低さなどを考慮した結果、インドネシアにも進出することとなった。その際は台湾での経験やノウハウが非常に役立った。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：インドネシア】

● 事業内容

1962年創業以来、ゆるみ止めナット一筋に研究開発を重ねるゆるみ止めナットの総合メーカー。

2000年、インドネシアに現地法人「PT. FUJI SEIMITSU INDONESIA」を設立。従業員330名を抱え、年間1600万ドルを売り上げている。中間層の台頭が著しいインドネシアでは、二輪車の国内需要の拡大に伴いゆるみ止めナットの需要が多く、売上は進出当初と比べ3倍近く増加している。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

現在のインドネシアは、生活も豊かになり、情勢も安定しているが、進出当時は政情不安による暴動や政変などが多く苦労した。リスクを回避するため、現地の日系銀行支店長や現地在住の日本人から政治情勢などに関する情報を収集した。現地における協力会社の確保も重要である。

人材面では、当社の核になる優秀な人材を確保するのに苦労している。大学でインドネシア語を学んでいる学生や卒業生、将来現地に住んでもよいという人材を募集し、技術的なことを二年間学ばせた。その人材は、現在ではインドネシアにおける総責任者となっている。また、現地従業員に対する技術指導にも力を入れている。働きやすい環境なのか、ヘッドハンティングが多い土地柄の割に長く勤めている従業員が多い。

生産コストの削減だけを目的として海外進出することは危険であり、現地の需要にも応えることを念頭に置くことが重要。

<今後の展望や目標>

アジア市場は、今後10年間は経済発展するものと予想している。今後は市場としての魅力があるインドおよびその周辺にも進出したい。「日本全体で海外市場を開拓していかなければならない」という思いから、関係企業とも協力しながら市場を開拓していきたい。

株式会社プロ・サンテ

～時代に合った商品展開で成長を図る～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市中央区南船場2-4-23
- 業種：日用品などの企画・販売
- 代表者氏名：代表取締役社長 本田 雅樹
- 資本金：300万円
- 従業員数：3名
- 連絡先（TEL）：06-6170-3232
- URL：http://www.pro-sante.jp/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

2009年に東京で開催された展示会「東京インターナショナル・ギフト・ショー」をきっかけに、海外への販路を拡大。

「髪ピタ」については、今までにない新しい素材の開発を受け、ビジネスになると思い販売を始めた。

ホタテの洗剤については、大学教授からの「産業廃棄物であるホタテの貝殻を活用できるのではないか」という話がヒントとなった。リサイクルによる環境に優しい商材が時代にマッチしていると実感。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

健康関連商品やキッチン廻り商品の製造・販売を行う企業。当社開発商品である「髪ピタ」（カチューシャ）や、ホタテの貝殻を利用した洗剤、医療機器ウェアなどのオリジナリティーあふれる商品を台湾、香港、中国などをはじめとする海外へ輸出。

海外売上高は順調に伸びており、2007年度は3000万円であったが、2009年度には1億2000万円にまで伸びている。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

台湾の小売店で、模倣品を販売されたことがある。その際には、小売店と交渉し、当社製品（正規品）を販売を実現。

従業員数が少ない中で、海外企業とのやり取りにおける言語面の障壁をクリアするため、香港、中国では通訳を雇っている。台湾では、現地の代理店である輸入業者の社長が日本語を話せるため、通訳を兼ねていただいている。

資金調達については、日本政策金融公庫や信用保証協会などを活用。

商品PRについては、「東京インターナショナル・ギフト・ショー」に出展したことが奏功し、ラジオ、テレビ、雑誌などの取材を受けられた。

<今後の展望や目標>

年商3億円を目指し、中国やブラジルなどへの進出に尽力したい。中国での販路を拡大するため、広州交易会（中国の総合輸出商品商談会）などの海外展示会の機会を積極的に活用したい。現状に止まることなく、今後も攻めの経営を続けていきたい。

株式会社プロスパー・コーポレーション

～言語が通じないストレスを電話一本で解消～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市北区曽根崎新地 1-3-16
京富ビル6階
- 業種：国際会議・イベント企画運営、外国語教育、
翻訳、通訳（38カ国語）
- 代表者氏名：代表取締役 久保 明代
- 資本金：1000万円
- 従業員数：18名
- 連絡先（TEL）：06-6347-1608
- URL：http://www.prosper-net.co.jp/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

海外で、言葉が通じないために旅行者が困っている場面に遭遇。その経験を踏まえて、国内に外国語コールセンターが無いことを知り、来日する外国人観光客を少しでも言葉の通じないストレスから解放したいと考えたことがきっかけ。初期費用がかからず、維持費も安価に抑えられるシステムの提供を開始した。



<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：日本におけるインバウンド関連事業】

● 事業内容

1983年11月に、翻訳・通訳業務を手掛ける企業として設立。

1998年10月から新事業として電話を介した逐次通訳サービスの提供を開始し、ホテル・旅館・タクシー会社・ショッピングなど集客施設にPR展開。

サービス内容は、ホテル・小売店などの接客担当者が外国人客の要件を理解したい場合に、コールセンターへ電話すると、オペレーターが訳すというもの。要件を受けた担当者の回答も電話を介して外国語に訳され、外国人客へ伝えられる。なお、現在は英語・中国語・韓国語に対応している。

2006年には大手旅行代理店と提携し、国交省「ビジット・ジャパン事業」の一環として、電話での観光案内などに対応。その後、大阪観光コンベンション協会と大阪市内5カ所の観光案内所にサービスが導入された。

現在は百貨店や空港、レンタカー会社などもサービスを導入。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

立ち上げ時には、NTTのテレビ電話を設置した通訳センターを設け、365日14時間体制で事業開始。しかし、思うように契約数が伸びず、テレビ電話のリース料や通訳オペレーターの人件費が経営を圧迫するようになった。この経験から、新規事業を立ち上げる際には、設備投資を最小限にするべきだと感じている。

2009年に中国人向け個人観光ビザが解禁されたことを受け、観光客が増加。これに伴い、マスコミに通訳コールセンターシステムが取り上げられたことで認知度が上がった。

<今後の展望や目標>

当社のシステムを必要とする顧客により多く利用してもらうため、営業拡充を図りたい。

ホンマ・マシナリー株式会社

～独創的な技術で製品開発を推進～

<企業概要>

- 本社所在地：大阪府大阪市淀川区田川3-7-2
- 業種：大型工作機械製造業
- 代表者氏名：代表取締役社長 本間 義朗
- 資本金：4900万円
- 従業員数：155名
- 連絡先（TEL）：06-6309-8881
- URL：http://www.homma-machinery.co.jp
- 工場：本社工場・明石事業所

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

1946年に鑄造所として創業し、鑄物定盤や機械の部品素材などを製造販売。欧米製の工作機械をモデルに、当社製の鑄物素材を使った工作機械を開発。

1960年頃より大型工作機械の設計製造に着手し、国内外に販売を開始。中国に関してはプレーナーなどの工作機械を国交回復前から友好商社（日系）を通じて輸出開始。

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：中国、韓国、インド、米国など】

● 事業内容

重厚長大産業における、大型・超大型の工作機械や特殊専用機の開発・製造販売を実施。鉄道、建設機械、航空機、土木、造船、橋梁などをはじめ様々な分野での工作機械をユーザーニーズに合わせて設計開発し、国内・海外市場を開拓してきた。

近年は特に発電設備の圧力容器や大型船舶用エンジンなど大型部品の加工を目的とした大型工作機械を中国・韓国などへ輸出している。

1992年に北京事務所を、2005年に上海事務所を開設。現地商社とも友好関係を築き、中国での販売実績を上げている。また、当社製品は全て国内生産のうえ輸出しているが、中国での据付工事やメンテナンスなどは当社の技術支援のもと現地商社が対応している。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

従来から海外の競合メーカーとの価格競争は厳しく、円高・ユーロ安が更に追い討ちを掛けているのが現状。特に、中国・韓国などの競合メーカーは、立型旋盤や門型マシニングセンターなど小型・中型クラスの標準的な機種について低価格で勝負を掛けてきており、脅威に感じている。

中国市場での成功のポイントは、ユーザーが100%満足する製品を納めるのは当然。実績を重ねるに伴いユーザー経由で他の引き合い先との新たな商談・契約につながるケースが多い。また、中国での商習慣や文化もよく理解し、現地商社とも友好関係を築くことがポイント。

<今後の展望や目標>

海外についてはインド、ブラジルなど新興国を含め、市場開拓を進める。

顧客ニーズを的確に判断し、ユーザーにとって付加価値の高い最適な生産が出来る事が大切。これからも顧客思考と創造力で大型・超大型工作機械の分野でオンリーワンを目指す。

株式会社ミミラブジャパン

～少子化の中、海外に販路を求める～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市中央区安土町1-5-1
- 業種：子ども服の企画・生産・販売
- 代表者氏名：代表取締役 山内 英理子
- 資本金：1000万円
- 従業員数：2名
- 連絡先（TEL）：06-6263-8337
- URL：http://www.mimilove.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：ロシア】

● 事業内容

ベビー・子ども服の企画・デザイン・販売を行っている。企画とデザインは大阪で行い、生産は中国で実施。製品は一旦日本へ逆輸入し、ロシアなどへ輸出している。

2010年度の売上見込みは7000万円。



<事業に取り組みはじめたきっかけ>

国内におけるベビー・子ども服の販売先が極端に少なくなってきたため、海外への販路を求めざるを得なくなったことが、きっかけ。

2009年2月に東京で開催された「東京国際ナショナル・ギフト・ショー」へ出展したことにより、ロシアのバイヤーとのつながりができ、同国への輸出を行うようになった。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

なかなか輸出先の現地へ赴くことができないため、ロシア国内の市場動向・バイヤーの状況を効率的に収集することが課題。

また、今後は台湾へも輸出したいと考えているが、製品を中国で生産しているため、現地で人気の「日本製」商品ではなくなってしまうことが問題点である。

<今後の展望や目標>

当社デザインの洋服が消費者のニーズに合う国（サウジアラビアやバルト3国、中国など）に対して、販路を拡大していきたい。消費者ニーズの把握やバイヤーとの接点を得るためにも、海外での展示会などに参加していきたいと考えている。

モチクリームジャパン株式会社

～日持ちのしない生菓子の海外展開に向けた挑戦～

<企業概要>

- 所在地：兵庫県神戸市中央区山本通2-14-25
- 業種：菓子製造販売、販売店・飲食店の経営
- 代表者氏名：代表取締役社長 海老澤 創
- 資本金：1000万円
- 従業員数：500名
- 連絡先（TEL）：078-200-3050
- URL：http://www.mochicream.com/

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

2004年、大阪に1号店をオープンして人気を集め、その1年後に東京へ進出したところ、テレビや雑誌などに取り上げられ大ブレイク。

その後、人気落ち着いてきたことから、国内需要の頭打ちに危機感を覚え、海外での販路開拓に着手。2007年のハワイを皮切りに、香港、韓国（7店）、ウクライナ（2店）などでパートナー企業を探し、フランチャイズ展開を実施。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：韓国など】

● 事業内容

各国・地域のパートナー企業とフランチャイズ契約を結び、韓国、ウクライナ、香港、ハワイにおいて販売店を展開し、当社商品の生菓子を販売。

現地生産は一切行わず、すべて国内で製造されたものを日本から直接輸出している。

高級感を維持しつつ、現地の物価水準を考慮して価格を設定。また、現地消費者の嗜好に合った商品ラインナップを心がけている。

食の安心・安全を追求した素材へのこだわり、流行やファッション性を重視した販売戦略、新製法による高い鮮度などがヒットの秘訣。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

日持ちがしない生菓子は、輸送・保管方法が難しいことから、本来輸出には不向きな商品であるが、冷凍輸送・保管が可能で、半解凍状態でもおいしく食べられる製法を開発し、賞味期間の長期化に成功したことで、輸出が可能となった。

海外での販売にあたっては、現地でのフランチャイズ展開が有効であるが、現地採用従業員の接客教育が課題。これを解決するため、海外担当の専務自らが現地へ赴いて教育にあたったところ、日本的な質の高い接客ができ、高い評価を得ている。

<今後の展望や目標>

海外展開の成否は現地のパートナー企業によって決まるため、有望な企業の開拓によって販路を拡大したい。そのためには、公的機関などの、より具体的なマッチング支援策が有効である。また、各地の嗜好に合わせた商品開発に取り組み、現地での「地元ブランド」になることを目指したいと考えている。

株式会社モリック

～中国での人脈を得て飛躍～

<企業概要>

- 所在地：大阪府守口市南寺方北通2-1-15
- 業種：広告宣伝業
- 代表者氏名：代表取締役 廣瀬 忠雄
- 資本金：1000万円
- 従業員数：39名
- 連絡先（TEL）：06-6992-0479
- URL：http://www.moric.co.jp/

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国】

● 事業内容

2005年に、上海に広告企画会社として「森久創意商貿（上海）有限公司」を設立。主に、上海にある日本の現地法人から受注し、小物やアクセサリなど販促用グッズを中国の協力企業に委託製造、日本へ輸出している。本社の常務取締役、日本人スタッフ（4名）、中国人スタッフ（1名）の6名体制。売上高は2億5000万円。

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

取引先商社に所属する中国人を通じて中国に関心を持ったことがきっかけ。また、当社が上海に進出する2005年頃には、中国で日系現地法人を設立しやすい環境が整備されていたことも幸いした。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

中国に強い人脈もなかったため、当社への信頼確保が難しく、現地での販売先を見つけることに苦労した。漸く信頼を得た中国企業の社長から現地メーカーの紹介を受けた。しっかりした製造委託先を得たことにより、販促製品の品質向上、さらには企業の信頼性向上に結び付いた。

海外進出にあたっては、インターネット、テレビ、口コミなどで現地の情報は入手できるが、実際に現地を訪問し、自分の目で状況を確認することが重要である。

<今後の展望や目標>

今後、販促商品の種類を拡充していきたい。また、蘇州市政府との人脈もでき、現在蘇州市の大きなプロジェクトに参画。本プロジェクトを成功に導き、当社の信頼度を更に高めたい。

株式会社優美インターナショナル

～「センスアップ」をテーマに新しい観光スタイルを提案～

<企業概要>

- 所在地：大阪府大阪市西区江戸堀1-6-17-1102
- 業種：マナー研修、集客用コンテンツ作成など
- 代表者氏名：代表取締役社長 岡田 有未
- 資本金：300万円
- 従業員：2名
- 連絡先（TEL）：06-6479-2586
- URL：<http://www.yumi-intl.com/>

<外需開拓事業の概要>

【主要進出国：日本におけるインバウンド関連事業】

● 事業内容

2011年春頃に、中国人女性観光客向けの「お稽古体験ビジネス」を開始予定。日本で流行しているメイクや、日本の伝統文化（茶道・華道・書道など）について手軽に学べる講座の展開を予定している。

ターゲットは女性。現時点では、中国人観光客は買い物などを楽しんでいるが、早晚、体験型ツアーのニーズが高まるものと想定。「学び」に対する欲求に応えるため、質の高いサービスを提供しようと考えている。

当面は、旅行代理店のパックツアーの中に組み込んでもらうよう努めるほか、ホテルなどにも売り込みたい。

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

以前から手掛けてきた事業（空間プロデュースやマナー研修）を通じて、さまざまな分野の講師とのつながりができたことがきっかけ。

<事業に関する苦労話・成功ポイント>

新規ビジネスに際しての留意点は、初期投資を極力少なくすること。送客は旅行代理店に任せることにしている。

日本の「おもてなし」の感覚を持ってサービス提供したいと考えているが、言葉の壁がある中で、どれほどそれを伝えられるかが課題。中国人の気質や歴史観なども踏まえて、満足度の高い対応をしていきたい。

<今後の展望や目標>

中国でも講座を開講したい。また、化粧品メーカーなどの商品サンプリング会や、日本にビジネスチャンスを求める人を対象にしたツアー、中国企業の社員向け研修なども手掛けていきたい。

ワキ製薬株式会社（ウィンヘルス株式会社）

～ミミズパワーで健康増進に貢献～

<企業概要>

- 所在地：奈良県北葛城郡広陵町南郷 898
- 業種：医薬品・健康補助食品製造販売業
- 代表者氏名：代表取締役社長 脇本 吉清
- 資本金：3000万円
- 従業員数：25名
- 連絡先（TEL）：0745-54-0999
- URL：<http://www.a-kusuri.co.jp/>
<http://www.win-health.co.jp/index.html>

<事業に取り組みはじめたきっかけ>

海外現地の健康食品・製薬会社の信頼できる人物とのコネクションがあったことから、海外展開を開始。

中国の商品輸入関税が高く採算が合わないため、まず製法特許を押さえ、日本から原料となる混合粉末を輸出して、現地企業が製品化。この手法により、2009年より台湾、2010年より中国沿海部での販売を行っている。

<外需開拓事業の概要>【主要進出国：中国・台湾】

● 事業内容

1882年の創業以来、医薬品を中心とした事業領域で幅広い活動を展開し、1973年からミミズに関する研究を続け、1998年より脳血栓や狭心症など血管障害から引き起こされる生活習慣病予防に効果を発揮するLR末（食用赤ミミズを粉末化したもの）を原料とするオリジナル健康補助食品の製造・販売を開始。2007年に健康食品事業部を分社化し、ウィンヘルス株式会社を設立。

ヨーロッパ、オーストラリア、香港、韓国で製法特許を取得しており、日本、中国、アメリカでは現在特許申請中。



<事業に関する苦労話・成功ポイント>

中国企業との交渉での苦労が多い。例えば、サンプルを渡しただけでまだ契約を交わしていない現地企業が、当社との取引を行っているような広告を大々的に行い、訴訟にまで発展したこともある。海外展開に当たっては、商談の窓口を整備し、コンタクトをしっかりとることが重要である。

また、古来より服用されているミミズを用いた漢方薬と、当社製品との違いを伝えることや、「ミミズは気持ち悪い」というマイナスイメージを払拭することが課題であった。これらを克服するため、衛生的な生産体制や製品の効能、日本国内での販売実績をPRする映像を制作し、中国語に翻訳して配布した。さらに、現地市場での評価を高めるため、中国版の特定保健用食品認定を取得。これにより、売り場において医薬品に次ぐ位置が与えられたことや、日本製品への信頼度が高いので、その点もアピールポイントとしている。

<今後の展望や目標>

中国沿海部で年商2億円を目指す。ミミズ成分を化学的に抽出していることを現地消費者に伝え、健康に役立つ製品を提供する企業としての評価を高めることで、発展していきたいと考えている。