



海外販路
拡大支援事業

事例集



船橋市

目次

1ページ	株式会社茅	【進出先:中国】
6ページ	株式会社デクシス	【進出先:タイ】
11ページ	ミナトゴム株式会社	【進出先:ベトナム】
16ページ	株式会社 Philocoffea	【船橋市海外展示会出展事業補助金活用企業】
19ページ	支援機関のご紹介	
20ページ	船橋市海外展開支援事業について	

※4社のヒアリングは2020年2月時点の内容となります。

株式会社茅

- 代表者:
- 設立日: 1981年7月27日
- 資本金: 86,000,000円
- 事業内容: ポーチ、トートバッグ等の製造卸
- 従業員数: 30名
- HP: <http://www.kaya-inc.co.jp/gaiyo.html>
- 所在地: 千葉県船橋市本町7-8-11
ピアコート3F



韶関百事得茅実業有限公司(中国第1工場)

- 所在地: 広東省韶関市武江区西联鎮沐溪工業園
- 設立: 2007年10月
- 事業内容: ポーチ、トートバッグ等の製造
- 従業員数: 600名
- 敷地面積: 37,960 m²



韶関百事得茅実業有限公司(中国第2工場)

- 所在地: 湖南省郴州市汝城県三星工業園
- 設立日: 2015年6月1日
- 事業内容: ポーチ、トートバッグ等の製造
- 従業員数: 100名



進出までのスケジュール

1989年1月	韓国企業(DO ALL社)と業務提携し生産依頼を開始
1993年4月	韓国企業が中国広東省に工場(百事得)を設立し全商品の生産委託開始
2005年2月	広東省韶関市への移転に伴い出資を行い 合弁企業(韶関百事得茅実業合弁有限公司)を設立
2007年10月	合弁関係を解消し、独資(韶関百事得茅実業有限公司)となる
2015年6月	湖南省に第2工場(汝城百事得茅手袋有限公司)を設立

Q1: 株式会社茅について教えてください。

A1 1981年に設立しました。取扱商品は繊維商品で、女性物のポーチやトートバッグが主です。化粧品会社のノベルティポーチ等の製造も行っています。
デザインについては、お客様から依頼されるケースもあればお客様のデザインに基づいた製品を製造するケースもあります。
従業員は、船橋市の本社に30名(デザイナー、営業、パタンナー等)おり、中国工場には3名の駐在員(工場長、技術士、日本との連絡係)がいます。



代表取締役
池谷 一憲 氏



Q2: 海外進出したきっかけについて教えてください。

A2 創業以来、日本で外部委託をしていましたが、工場のキャパシティ不足・コスト高により、1989年より韓国の会社に委託したのがスタートです。当初は、韓国の工場で製造していましたが、作り手がないことや、韓国の人件費の高騰に伴い、中国に進出しました。もともとは他社工場に製造を委託していましたが、人手が少ないこと、量がこなせないこと、コスト面を考慮し、海外に自社工場を持つことが得策と考えました。

Q3: 中国を進出先に選んだ理由はなんですか。

A3 中国を進出先に選んだのは、中国以外のASEANの国に当時進出した企業がおらず、また原料も他国にはあまりなかったため、出る国の選択肢が限られており、韓国の次に進出するなら中国と決めていたからです。
1994年に韓国企業との合併で中国へ進出しました。韓国の合併企業は、日本企業のオーダーを受け製造する工場を運営する企業で、日本で開催された展示会で知り合いました。進出当初は、深センに工場を持ち、2005年に今の第1工場へ移動し、2007年に合併を解消しました。

Q4: 中国国内で工場建設場所をどのように決め、どれくらい時間がかかったか教えてください。

A4 最初、深センに工場を持った際は、中国のどこに進出するかを迷いましたが、合弁の韓国企業が情報を取ってきて、深センに決めました。深センの工場は、もともと当時すでに工場が建っており、居抜きのような形でしたので、決めてから1年以内で稼働することができました。

ただ、深センは香港に近いエリアで、金融やIT企業の中心地となっており、工場はあまり歓迎されない風潮がありました。また、深センは出稼ぎで来ている人が多く、地元民がいなかったため定着率は低かったこともあり、工場の移設を考えました。

今の第1工場は誘致を受け、工業団地の中で選びました。場所を選んだあとは、着工から操業まで3年くらいかかりました。

Q5: 中国工場について教えてください。

A5 現在、中国には2つ工場があり、第1工場はメイン工場となっています。従業員は約600名で、広さは東京ドームおよそ1個分(37960 m²)です。

社員寮もあり、食事なども無償で提供しています。人を集めるときは、求人ネットを利用したり、工場の前に募集の張り紙をして集めています。

第2工場は、湖南省にあるレンタル工場です。従業員が100名で、第1工場では人が集まらないため、人が集まる場所を重視して第2工場を選びました。

また、第1工場も第2工場も共通して言えることですが、人といってもミシンができる人が必要で、若い人だとミシンができる人があまりいないのが現状です。今後は、機械化も考えていますが、手作業でしか行えないものもありますので、すべて対応できない部分があります。

生産量は、月におよそ40万個、年間500万個を生産しています。



第1工場(事務棟)

Q6:工場を増設しようと思ったことはありますか。

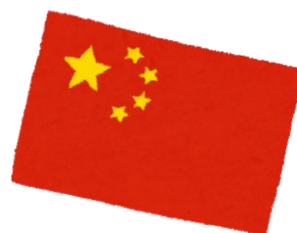
A6 中国には旧正月があり、10～14 日休みになります。そのため、その時期は、一定の生産量が確保できないことがありました。また、中国で人手を確保することができないことから、2014 年にバングラデシュに進出した経験がありますが、2016 年に閉鎖しました。当初バングラデシュを選んだのは、同業者がベトナムやタイに進出していた中で、他の企業が進出していないことや賃金が低い国だったことが挙げられます。しかし実際は、材料・原料がなかったの、中国から送ってやりくりしていましたが、バングラデシュの受け入れのライセンスが取れないということがありました。また、通常中国と日本の間であれば 10 日あれば届くものが、バングラデシュの場合はシンガポールでのトランジットがあるため、20 日かかってしまいお客様のリードタイムには合わないなどの理由から閉鎖するに至りました。一方で、同時期の 2014 年に中国の第 2 工場を立ち上げました。

Q7:海外に進出してみて、苦労したことや、リスクなどがあれば教えてください。

A7 基本的には、(株)茅が販売を行い、合弁会社の韓国企業が製造するという立場で、スタートは基本的に合弁会社が動いていたので、進出する段階では苦労することはあまりありませんでした。ただ、進出してから、政府(税関、市役所、警察など)となかなかコミュニケーションが取れないことにとっても苦労しました。現地工場のトップに政府と付き合いができ、その国をよくわかっている人を据える必要があると感じました。

Q8:海外進出を検討している企業様へのアドバイスをお願いします。

A8 進出先に信頼できるパートナーがどれくらいいるかというのは非常に大事だと思います。進出先の国の事情をしっかりと理解しておく必要があります。そのためには、現地に足を運び、自分の目で見るのが大切です。また、先にその国に進出している企業の話聞くことも必要だと思います。そして、海外進出する目的が何かを明確に定めておかないといけません。



Q9: 今後の展望を教えてください。

A9 中国の工場は、第1工場・第2工場ともにこれ以上の増員などは考えていないので、現状を維持したいと思っています。
そして今、中国国内で新型コロナウイルス感染症が蔓延しているため、知人のベトナムの工場にオーダーをお願いしている状況です。こういったカントリーリスクや災害などに備えて中国以外の国のパートナー企業(工場)をもっと見つけたいと思っています。



そして、パートナー企業を見つけるうえで、その会社がどこの国の仕事をしているかということが1つの判断材料になると思います。

(株)茅のお客さんは、非常に厳しいお客さんが多いです。針1つ、血痕、髪の毛1本入っていたら一発でアウトです。(株)茅では品質管理についての対策は徹底しており、できれば自社でオール管理したいというのがあります。しかし、受注が重なってしまった時は他の工場に頼らざるを得ないので、他の工場に頼む時はしっかりその工場にお任せしても大丈夫かを見極める必要があると思っています。

株式会社デクシス

- 代表者:代表取締役社長 関 忠男 氏
- 設立日:1998年12月25日
- 資本金:1億円
- 事業内容:画像処理技術をベースとした外観検査など
自動検査システムの開発・製造・販売
- 従業員数:60名
- ホームページ:<http://www.decsys.co.jp>
- 所在地
【本社】千葉県船橋市本町2-1-34 船橋スカイビル
電話 047-420-0811
【京都事業所】 京都府京都市下京区小柳町513-2
【山形・天童事業所】 山形県天童市大字蔵増1460-8
【九州営業所】 福岡県福岡市博多区博多駅前4-3-3 博多八百治ビル



DECSYS(THAILAND)CO.,LTD.

- 代表者:社長 須貝 康雄 氏
- 所在地:1 Glas Haus Building, 11th Floor (1104/1), Soi Sukhumvit 25, Sukhumvit Rd.,
North Klongtoey, Wattana, Bangkok 10110
- 電話番号:+66-2-258-0680
- 事業内容:画像処理装置および外観検査装置の
販売・技術サポート
- 従業員数:6名
- ホームページ:<https://www.decsys.co.th>
- その他:タイのニーズに合わせた人の目が変わる
自動検査システムを提案します。



海外進出までのスケジュール

2015年 7月	(独)中小企業基盤整備機構 「海外ビジネス戦略推進支援事業」に公募・採択
2015年 8月	社内で海外プロジェクトチームを立ち上げる
2015年 10月	タイにて市場調査を開始
2016年 10月	JETRO「新輸出大国コンソーシアム」より支援
2017年 7月	DECSYS(THAILAND)CO.,LTD.を設立

Q1:株式会社デクシスについて教えてください。

A1 1998年に船橋で創業しました。主に画像処理装置で傷や異物等を検査するユニット装置を作っていました。2004年に画像処理から外観検査の装置に移行し、画像処理技術とシステム技術をワンストップで提供できる外観検査装置事業を開始しました。

2017年からは人型外観検査システム「外観けんた君」という人型ロボットを作り始め、事業を進めています。基本的には、手のひらサイズのものを検査しており、医療資材や医薬が中心となっています。人間が手に取って目で検査することを自動化したような事業です。工場では物を検査する人の高齢化が進んでおり、人手を確保することが難しいので、そういった外観検査に目を付けて事業を進めています。デクシスの強みは、画像処理技術とシステム技術の両方を保有してトータルソリューションとして事業を行っていることです。



代表取締役社長
関 忠男 氏



ボトル外観検査装置



外観けんた君

Q2:海外進出したきっかけについて教えてください

A2 画像処理メーカーや装置メーカーの海外への進出はありますが、両方を兼ね備えたメーカーの進出がこれまでなかったため、デクシスにとってビジネスチャンスだと考えました。また海外拠点を持つことは今後の成長性戦略としては欠かせない要素だと思い、海外進出を決めました。

Q3:タイを進出先を選んだ理由はなんですか。

A3 最初は、韓国、中国、東南アジアといろいろなところを検討しました。その中で、韓国や中国では物を安く作るというスタイルが画像処理のビジネスとマッチしないと感じました。

一方でタイは親日国であり、画像処理メーカー、装置メーカー、それら両立したメーカーがないという点や、日本国内から取引している会社がタイの工場にデクシスの商品を納めているという実績もあり、今後新規開拓も期待できることから、タイに技術サポート拠点として「デクシスタイランド」を設立しました。

また、今後タイの高齢化が予想され、人件費が高騰することで、品質向上が高まっていくという国の状況を鑑み、検査の自動化の需要が増えていくと思いました。そして、タイは東南アジアの真ん中に立地しているため、周辺国（ベトナム・マレーシア等）にもビジネスを広げていくことが可能であるため、タイを選びました。

Q4:タイへ進出するまでのプロセスを教えてください。

A4 もともと海外に子会社をつくるという発想はなく、海外にビジネス展開をするよう動いていました。そこで、中国や韓国企業と連携してトライはしましたが、あまりビジネスチャンスに捉えることができませんでした。

2015年7月に銀行の紹介で、独立行政法人中小企業基盤整備機構の「海外ビジネス戦略推進支援事業」に公募し、採択されました。この事業を活用し、専門家と一緒にタイに行き、現地調査をし、また外国語のウェブサイトの支援補助を受け、本格的にスタートしました。その後もJETROの「新輸出大国コンソーシアム」の専門家派遣を活用し、約2年を経て2017年7月にタイの現地法人を設立しました。



Q5:タイの事業所の具体的な業務を教えてください。

A5 画像処理装置は日本から仕入れて、販売は商社等を通じ、タイの日系企業に行っています。装置の製造は、タイの日系のアライアンス企業にお願いしています。「売る」・「つくる」はタイの方にお任せして、デクシスでは両者に対する技術サポートを行っています。タイは、医薬分野よりも、自動車関係がメインなので、金属部品や自動車部品の検査が多いです。

現地スタッフの採用は、基本的に人材紹介を使っていますが、タイ事業所がバンコクを中心地であり、立地が良かったため、人材が集まりやすくなっています。また、現在、山形の工場でタイ人を2名雇用しています。まずは日本で技術を学んでもらい、タイに戻っていただきたいと考えています。



Q6:海外に進出してよかったと思うことはありますか。

A6 海外に進出してみて、日本では大手企業との取引は難しいですが、タイでは大手企業との交流を持つことができることです。また、日本だけだと国内の市場は徐々に頭打ちになっていくので、これまで進出してこなかった業界にもビジネスチャンスを広げていくことができることもメリットに感じます。

Q7:海外に進出してみて、苦労したことや、リスクなどがあれば教えてください。

A7 進出する際にかかる費用は人件費と事務所の賃料および会計コンサルティング料だったので、工場建設などに比べて比較的初期投資を抑えて進出しています。そのため、資金はそこまで必要ではなかったのですが、資金面の苦労はあまりありませんでした。

ただ、最初は立地と現地人材の確保についてはとても苦労しました。少し無理はしましたが、バンコクを中心地である今の事務所の場所を選んだことで、優秀な人材が集まりやすくなったので、結果的に良かったと思っています。

その他、言葉の壁や習慣などの違いも最初は戸惑いがありました。

また、タイならではのということ言えば、進出形態をBOIにするのか内資企業にするのか、当社にとってどちらが良いのか調査・検討する際に苦労しました。デクシスのタイ法人で行っている事業は、製造ではなく、技術サポートであるため、BOIのメリットを活かせないので、内資企業でスタートしました。

Q8: 海外進出を検討している企業様へのアドバイスをお願いします。

A8 多額の投資をするのであれば、採算後の維持・管理を見極め、撤退のリスクも考えないといけません。そのため、いつでも撤退できるような姿勢でいることが必要だと思います。

海外に進出するのであれば、目的やコンセプトを明確に持って、何年後にプラスにするかなどを長期的に考える必要があります。また、現地に行ってみて、その国を知って、見るということは念入りにやらないといけないと思います。いきなり多額の投資をするのはあまり得策ではないため、工場を建設するのであれば、まずはレンタル工場等から始めるのも良いかと思います。

また、安く物をつくりたいから海外に進出するというのであれば、正直失敗する可能性もあるので、デクシスで行っているような一緒になってつくり、売り、お互いに儲かるようなアライアンス体制でなければうまくいかないと思います。

Q9: 今後の展望を教えてください。

A9 まずは「外観検査のデクシス」ということで、市場でNO.1になることです。

売り上げについては、ゆっくり安定的に成長していきたいと思っています。

また、船橋の地域密着型の企業になっていき、またグローバルにも展開していきたいです。

タイの事業所については、今後、今山形で研修している2名がタイに戻ってくるので、各セクションのリーダーになってもらい、ノウハウを活かしながら、タイならではの国にあった装置を作りたいと思っています。そして最終的には、タイ発の装置を作り、日本で評価されることを目指していきたいです。

そして、今はオフィスですが、ゆくゆくはレンタル工場を借りて、メンテナンスや画像処理のチェック等の最終チェックを行い、製品を出荷するサポートセンターをつくりたいと考えています。ただ、機械の装置についてはアライアンス企業に製造してもらう予定です。

デクシスグループとして、海外の売り上げについては、現在10%程度ですが、今後は20%くらいを目標としていきたいです。

そして、今後東南アジアの近隣諸国へのビジネス展開をしたいと考えています。

技術員を増やしてサポートできる体制をつくること、同時に自社の教育だけでなく、商社等のアライアンス企業の手伝いも行い、広く事業展開できるような環境づくりをしていけたらいいと思っています。

ミナトゴム株式会社

- 代表者:代表取締役社長 田口 昌也 氏
- 設立日:1969年12月27日
- 資本金:2,000万円
- 事業内容:工業用ゴム、樹脂製品製造販売
- 従業員数:50名
- ホームページ:<http://www.minato-g.co.jp>
- 所在地
 - 【本社】千葉県船橋市栄町2-7-17 電話:047-432-0261
 - 【RDC 研究開発センター】茨城県稲敷市柴崎684-1
 - 【岩手工場】岩手県二戸市浄法寺飛鳥37-1

MINATO RUBBER VIETNAM CO.,LTD.

- 執行責任者:ルン ハ ナム 氏
- 所在地:DONG VAN IZ II .DONG VAN TOWN.DUY TIEN DISTRICT.HA NAM PROVINCE.VIETNAM
- 電話番号 +84-226-6262-155
- 従業員数 40名
- 事業内容
 - 製造品目:自動車用ゴム部品、空圧用ゴム部品
住宅建材用ゴム部品他
 - 設備:ミキシングロール(1)バッチオフマシン(1)真空プレス機(6)自動プレス機(2)ゴム射出成形機(3)テープカッター(2)ゴム仕上機(2)
 - 取扱い材料 NR、SBR、NBR、EPDM、CR、シリコーン、フッ素ゴム
- その他:ISO9001:2015 認証取得(2019年2月)

海外進出までのスケジュール

2011年	6月	海外市場調査開始 ベトナムハノイ市及び近郊
2012年	10月	ベトナム国営企業と技術提携を行い、ゴム部品の輸入開始
2013年	8月	ベトナム ハナム省に投資ライセンス取得
2014年	4月	MINATO RUBBER VIETNAM CO.,LTD 操業
2016年	5月	輸出大国コンソーシアム認定を受ける
2017年	10月	工場第二期工事終了
2018年	12月	設備の追加投資完了

Q1: ミナトゴム株式会社について教えてください。

A1 2019年11月で創立50年を迎え、半世紀企業の仲間入りを果たしました。ゴム中心の商いを行っています。父、叔父より引き継ぎ現在2011年3月より社長を務めております。

当社の特徴は、メーカー直需を貫くことにより、お客様のニーズや市場の変化を身近に感じ、会社の方向性や目標を立案しフレキシブルな対応ができることです。

もともと創業当時は、自動車部品で始まり特に重要保安部品であるサイドブレーキのゴム部品などをメイン商品としてきました。近年は、空圧機器用ゴム、樹脂部品や建築資材用防振ゴムなどを幅広く製造しています。また当社はゴム成形に欠かせない金型を加工する設備も保有しているため、社内加工による短納期での対応も特徴の一つです。



代表取締役社長
田口 昌也 氏

Q2: 海外進出したきっかけについて教えてください。

A2 社長就任当時、お客様から後押しで海外生産を検討することになりました。2011年から2012年にかけてアセアン地域での市場調査を行いベトナムに決めました。

当社規模の場合、失敗はできないためベトナム国営企業と技術提携を行い、ゴム部品の輸入を始め最終的には自社工場を設立に至りました。

Q3: ベトナムを進出先に選んだ理由はなんですか。

A3 以前中国も検討し、部品輸入まで漕ぎつけましたが市場への流通には至りませんでした。今回はその教訓からアセアン地域、特にタイかベトナムでの進出を検討しているときに縁戚筋に優秀なベトナム人が日本にいることを知り意気投合しました。

その後2011年6月に初めてベトナムを訪問、数日間の市場調査を行う中でベトナム独特の匂い、埃臭さが妙になつかしさを感じこの国に魅了されました。同時に当時のベトナムは市場ルール、商流が成熟途上でタイに比べ当社が入り込む余地があると感じました。

Q4:ベトナムに決めてからは、技術提携までどのように進んでいったのでしょうか。

A4 ベトナム人パートナーのお父様が国営ゴム工場に勤務していたおかげで幹部への紹介がスムーズであった点が大きいです。打合せを数回重ね当社のポリシーを理解して頂くように心がけ信頼関係構築に努めました。同時に試作開発を共同で行い、都度発生する問題を超えることにより意思の疎通を図りました。試作開発には1年費やしましたが無事完成し日本への輸出も開始できました。

Q5:技術提携が完了して終わりではなく、なぜ工場を立ち上げたのでしょうか。

A5 ベトナムを数多く訪問していく中で今までの先代達が築き上げたミナトゴムとこれからのミナトゴムを継続させるには何が必要かということ考えた時、今まで経験してきたミナトゴムの力を試してみたいという思いが『自社工場設立』という目標になりました。しかしながら当時社長とはいえ先代達が在職していたため数多くの反対も受けたのも事実です。しかし先代達の反対を押し切り、自分の描く工場用地を探し最終的には北部・南部問わず14か所視察し資金面、サポート面、居住など考慮した結果、ハノイ市から車で40分のハナム省ドンバン2工業団地に決めました。私の性格が大きな要素ではあるのですが直観を信じ、契約することでこの場所は私が描いていた理想に限りなく近い条件でした。

Q6:工場が実際に稼働し、軌道に乗るまでのプロセスについて教えてください。

A6 2013年8月に調印式を行い、その後半年間で工場建設しました。工場建設段階になった時に何から始めたらいいのかわらずJETROの「専門家派遣制度」を利用専門家を紹介してもらい、指導・助言を頂き二人三脚で建設から操業まで1年半対応してもらいました。同時に日本の主要なお客様にベトナム工場での生産許可をいただくよう営業活動を強化し、2014年3月に日本人1名、スタッフ2名、ワーカー5名設置機械もミキシングロール1台、成形プレス機1台という操業でした。半年間はゴム加工技術の習得、トライ&エラー、機械トラブルの対応などに行い日本への輸出開始は2015年からと計画を進めていきました。



左)マイ ティエン ズン政府官房長官
設立記念パーティーにて

Q7:現在のベトナム工場の状況を教えてください。

A7 現在ベトナム工場は、日本人は駐在しておらずオールベトナムの約 40 名で運営管理しています。

生產品目も操業当時は自動車部品をメインに生産していましたが国営企業で生産していた防振ゴムや空圧ゴム部品など国内主要なお客様の商品を製造できるようになってきました。

取扱い商品の増加に伴い工場面積も 250% 拡張し生産設備もロール 1 台、バッチオフマシン 1 台、成形プレス機 11 台、打ち抜きプレス機 2 台と投資を続けています。また今までは日本の親会社への輸出がメインでしたが、直接日本のお客様に輸出したり、中国、タイなどへの定期的な輸出も始まります。徐々にですがミナトゴム及びベトナム工場がお客様からの信頼を受けている結果であると喜ばしく感じています。

Q8:海外に進出する際に利用した支援機関を教えてください。

A8 銀行からの紹介で JETRO 千葉の「海外ビジネス塾」、JETRO の「専門家派遣制度」、経済産業省などの「輸出大国コンソーシアム」を活用しました。

Q9:海外に進出してよかったと思うことはありますか。

A9 支援機関などを通じて人脈が広がり情報入手がしやすくなり、かつ情報の比較もできるようになりました。同時にお客様からの信頼向上にも繋がりました。同時に国内マーケットと海外マーケットでの販路拡販では大きなメリットです。

Q10:海外に進出してみて、苦労したことや、リスクなどがあれば教えてください。

A10 自分の直観で経営させていただいているので苦労とは感じていませんが、社員には慣れない輸出手続きなどを任せてしまい、苦労の連続だと思います。また実務面ではベトナム会計法に戸惑いがあります。問題点としては韓国企業からの大型投資により人材確保、定着率低下に歯止めがかけづらいことです。この点に関しては進出日系企業の大きな問題であると思います。

Q11:海外進出を検討している企業様へのアドバイスをお願いします。

A11 今からのベトナム進出であれば、短期間で計画・実行すべきと思います。当社の操業開始と現在はベトナム経済も大きく変化しているので巨額な資金を持つ中国や韓国企業との勝負になってきます。

そしてもし今、ゼロからの海外進出であれば、海外進出の目的を明確にしてその目的に対する当初目標が何になるのか考えておく必要があると思います。国民性、文化、風土は違いますがこれだけグローバルな時代ですから情報入手も容易く、進出企業自身が進出国民に選別されているということを感じ取る必要があると思います。

Q12:今後の展望を教えてください。

A12 ベトナム工場の信頼性向上とともにお客様からの要求も加速していくと予想しています。しかしながらお客様に信頼されるミナトゴム製ゴム製品の維持拡大は容易ではなく、より一層の困難が予想されています。当社が全社挙げて生産できるゴム量はごく僅かですが、その一つ一つがお客様の重要部品になっている以上手抜きもできません。

国内もベトナムもこれからは労働力確保が最大の課題になる以上、今まで以上に自動化、省力化による合理化改善を加速させる必要と考えております。

当社の経営理念は創業者から受け継いだ「継続は力なり」です。当社を継続させていくことがお客様の事業継続に役立ち、更に社会貢献に繋がっていくと信じています。そのためには当社は常にお客様視点にすることでお客様の希望される案件に出来る範囲を確実に成し遂げていくことだと考えております。

その結果、当社の製品がグローバル市場に数多く流通していると思います。



株式会社 Philocoffea

- 代表者：梶 真佐巳 氏・粕谷 哲 氏
- 設立日：2017年11月1日
- 資本金：500万円
- 事業内容：焙煎コーヒー豆の製造、販売、卸。
それに付随する技術指導
- 従業員数：20名
- ホームページ：<https://philocoffea.com>
- 所在地：船橋市本町2-3-29



展示会「CAFFEX」について

- 開催場所：中国・深セン
- 開催時期：2019年7月26日～27日
- 来場者数：約2,000名
- 概要：中国の上海、深セン、成都で開催される
コーヒー豆、機器、その他関連家具の展示会。
業務用ユーザーだけでなく一般ユーザーも多く
参加できることからとても活気がある。近年は近
隣のアジア諸国のコーヒー店も招致し多様化している。



出展にかかった費用

出展費用	15万円
渡航費用(1名分)	10万円
現地スタッフ(2名分)	5万円
その他機器レンタル	3万円

出展までのスケジュール

2019年 4月	ブース広告内容提出
2019年 5月	出展内容、予算、数量、ラインナップ確定
2019年 6月	製造、出荷、輸出手続き
2019年 7月	展示品など最終チェックし出発
2019年 8月	展示会後の名刺チェック、フォローメール、次回アポとり

Q1:株式会社 Philocoffea について教えてください。

A1 2017年11月設立し、2018年2月より事業を開始しました。Philocoffeaでは、主に2つの事業を行っています。1つ目は、コーヒーの焙煎事業です。コーヒー豆を焙煎して、カフェやレストラン、インターネット、店舗で販売を行っています。併せて器具・機材(焙煎機、エスプレッソマシーン等)の販売も行い、Philocoffeaの豆・道具を使ってよりよい製品をつくる指導を行っています。2つ目は、カフェ店舗経営事業です。現在、船橋駅のシャポーと船橋市本町にあるカフェを経営しています。Philocoffeaの事業方針が、「あらゆるところにスペシャルなコーヒー体験を届ける」ことなので、一般のお客さんだけでなく幅広いターゲットもしくはコーヒーを飲む場所を創るだけでなくコーヒーを使った新しい事業を行うことを総合的に提案しています。単純にカフェを経営すること、コーヒーを売ることだけではなく、コーヒーを通じた社会貢献に取り組んでいます。



梶 真佐巳 氏

Q2:海外に目を向けたきっかけを教えてください。

A2 今、国内の需要は、リーズナブルコーヒーが多く、ナショナルチェーンやコンビニコーヒー等が大半を占めていますが、Philocoffeaでは、スペシャルティコーヒーという付加価値のついた商品を扱い、少し高価なコーヒーを販売しています。スペシャルティコーヒーはこの5~6年でブームになっているので、同業中小企業者が多く、競争力が生み出せません。海外だと、アジア圏は、全体的に経済が伸びてきており、特に中国はこの5~6年で顕著で、上海、広州、深センと主要都市が経済的に発展しており、富裕層が多く、都市部の所得が高くなってきています。それに応じて、1杯のコーヒーをゆったり飲むというスペシャルティコーヒーの需要が中国で増えています。

また、Philocoffeaの共同代表で2016年ワールドブリュワーズカップ世界チャンピオンの粕谷氏の知名度がアジア圏で非常に高いです。技術やノウハウを対外的にシェアし、業界全体の発展を考えていくことがチャンピオンの使命であり、役割だと考えているので、市場規模の大きい中国からスタートし、最近では東南アジアでも活動しています。



粕谷 哲 氏

Q3: 展示会「CAFFEX」について教えてください。

A3 展示会で扱うのは、スペシャルティコーヒーの中でもトップスペシャルティコーヒーです。展示会では、品評会（競技会）が行われ、コーヒーを入れる技術を競うものや誰が良い焙煎をするかというものがあり、自社商売につなげたいホテル、スーパー、レストランなどの方が集まるのでそういった方に豆を販売し、継続取引をするか考えます。獲得したお客さんとトレーニング契約を結ぶこともあります。「CAFFEX」の自社ブースには、2日間で2000人程度が訪れました。「CAFFEX」という展示会を選んだのは、中国のコーヒーのニーズが高いことありますが、特に上海、広州、深センの効果が高いと見込んだので深センで行われる展示会である「CAFFEX」を選びました。2000人中200人に購入していただき、継続取引に至ったのは2社です。



Q4: 海外の展示会出展に際し、利用した支援機関を教えてください。

A4 JETRO や金融機関の海外進出セミナーなどに足を運びました。また、独立行政法人中小企業基盤整備機構は、海外に関する補助金の相談をしました。そして展示会「CAFFEX」では、船橋市の展示会の補助金を活用しました。

Q5: 海外の展示会にはどれくらい出展していますか。

A5 創業してから、最低月1回海外の展示会に出展しています。毎回、出展費が10万～20万円、渡航費・旅費等が10万円前後かかります。売り上げは、少なくとも60万円で、多ければ100万円から200万円なので、売り上げが少なくとも十分にペイできるので、毎月行っています。海外に行かない場合の国内での売り上げよりも、海外の展示会に出展する方が売り上げが大きいので、展示会を回るだけでも事業になるし、投資家との出会いもあるし、全く損はしないんです。売り上げベースで見ても、売り上げの20%近くは海外の売り上げが占めています。

Q6: 展示会出展までどのくらい時間がかかりますか。

A6 出展を決めてからは、1週間～1か月かけて準備しています。一部の物品は中国の倉庫を借りて置いているため、あまり準備に時間はかかっていません。

支援機関のご案内

独立行政法人 日本貿易振興機構 (JETRO)

【所在地】 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 【電話】 03-3582-5511

【HP】 <http://www.jetro.go.jp/>

【事業所数】

国 内: 本部(東京)、大阪本部、アジア経済研究所、日本食品海外プロモーションセンター
貿易情報センター48 事務所・支所

海 外: 54 か国 74 事務所

【支援内容】 セミナー開催、専門家派遣、海外展示会・見本市等の情報提供や出展支援 等

JETRO 千葉

【所在地】 千葉県千葉市美浜区中瀬 2-6-1 ワールドビジネスガーデン マリブイースト 23 階

【電話】 043-271-4100

【支援内容】 貿易投資相談、資料閲覧コーナー、メールマガジン、イベント情報提供 等

★JETRO 千葉では千葉県からの委託を受けて、千葉県内の中小企業の国際化を支援する
「ちば海外ビジネスサポートセンター(COBSC)」を設置しています。

✕COBSC ホームページ: <http://www.cobsc.jp/services>

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

【所在地】 〒105-8453 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル

【電話】 03-3433-8811(代表) 03-5470-1522(海外展開支援担当)

【HP】 <https://www.smrj.go.jp/sme/overseas/consulting/index.html>

【事業所数】 10

【支援内容】 経験豊富なアドバイザーが、海外展開に関するお悩みを経営目線でナビゲートします。
アドバイスは何度でも、無料で受けられます。詳しくは「海外展開ハンズオン支援」で検索して、ホームページをご確認ください。

船橋市海外展開支援事業のご紹介

船橋市では、市内事業者の皆様の海外への販路開拓を支援することを目的として、下記の補助金をご用意しております。ぜひ、ご活用ください。

- 【対象者】 ①中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律第2条第1項に規定する中小企業者
②市内に本社を有すること

海外展示会出展事業補助金

- 【対象事業】 海外で当該年度内に開催される展示会で、次のいずれかを満たすもの。
①公的機関(経済産業省、農林水産省、JETRO 等)が関与する者への出展事業
②小間数又は出展企業・団体数が100を超えるものへの出展事業
- 【対象経費】 主催者に支払う出展料、輸送料
展示装飾費(小間を装飾する経費及び備品リース料)、現地通訳費
- 【補助金の額】 対象経費の2分の1の額または20万円のいずれか少ない額
- 【申請期間】 出展前に申請し、同年度3月31日までに事業・支払が完了していること

海外展開のための専門家派遣事業

- 【対象事業】 ちば海外ビジネスサポートセンターが実施する中小企業国際ビジネス実務支援(※)を受けるものへの補助事業
- 【対象経費】 派遣に要する経費
- 【補助金の額】 対象経費の2分の1の額または13万円のいずれか少ない額
- 【申請期間】 中小企業国際ビジネス事務支援における、専門家派遣決定通知日から事業開始の間に申請し、同年度の3月31日までに事業・支払いが完了していること

※中小企業国際ビジネス実務支援

海外ビジネスに関してお困りの際に國愛ビジネス経験豊富な専門家が実務支援いたします。支援内容は、プラン作り・アドバイス、契約交渉・商談サポート、現地同行、通訳、翻訳、情報収集など多岐にわたります。

- 【問合せ先】日本貿易振興機構(ジェトロ)千葉貿易情報センター内
ちば海外ビジネスサポートセンター TEL 043-271-4100

★申請書類は、船橋市ホームページよりダウンロードができます。

M e m o

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

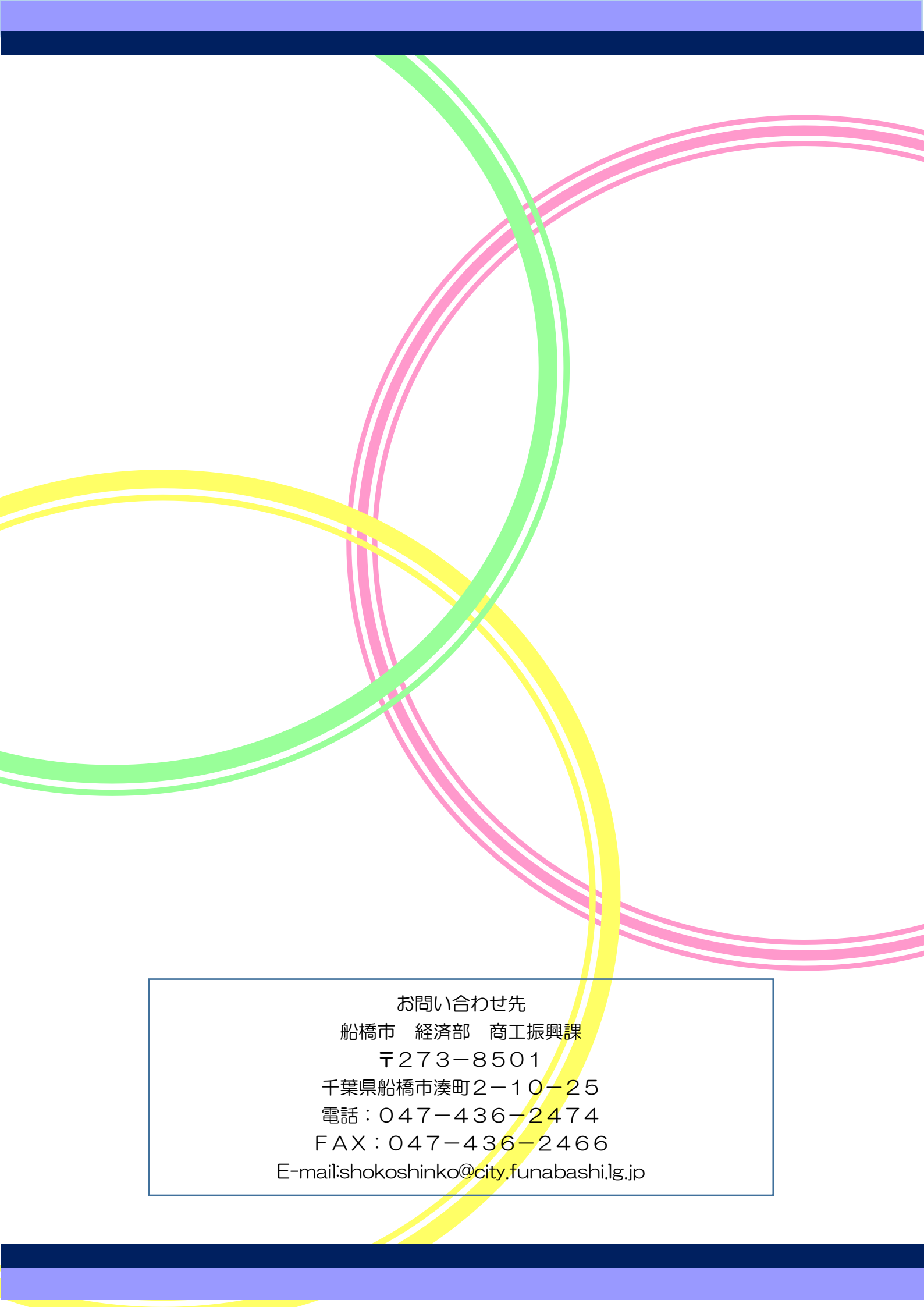
.....

.....

.....

.....

.....



お問い合わせ先
船橋市 経済部 商工振興課
〒273-8501
千葉県船橋市湊町2-10-25
電話：047-436-2474
FAX：047-436-2466
E-mail:shokoshinko@city.funabashi.lg.jp