

「なぜあの企業は海外に販売できたのか？」

海外営業事例集 2017

COUXU株式会社

目次

- P3 はじめに
- P4 セカイコネクトとは？
- P5 セカイコネクト ユーザー属性グラフ

セカイコネクト活用事例

- P6 ～大手メーカー商品と品質で勝負～
株式会社ECスタジオ
- P8 ～現地に渡航し、その場で小売店や消費者を見ること～
株式会社多田
- P10 ～健康になろう、美しくなろうという気持ちは世界共通のテーマ～
株式会社cuddle
- P12 ～海外企業をゼロから関係性を作っていくために～
株式会社健康プラザパル
- P14 ～対面で提案出来ないからこそ、提案資料を作り込む～
株式会社ツールジャパン
- P16 ～海外展開において完璧な英語は必須ではない～
株式会社ウェルネスラボ
- P18 ～きっかけは現地の生の声～
ビルマテル株式会社
- P21 ～自分の愛している商品をどれだけ届けたいか、
どれだけ世界に通用させたいかという気持ちが困難な局面で必要～
株式会社小林海苔店
- P24 ～日本人で始めてミャンマーのテレビ局入り～
GR株式会社
- P26 ～高単価な商品で戦うための手段～
エス・ハート・エス株式会社

はじめに

我々COUXU社は「全てのお客様に欲しいを届ける」という思想をもと日々活動しております。

現在ご利用社数は180社を超え、様々な業界の日本企業様が様々な国、地域の海外企業に対して提案を進めています。

今では年間に1万程の提案をご一緒させて頂いており、そこで実際に日本企業様がやっている、感じているリアルな事を

あなたに共有する事で、現在ご利用中の方々、これからセカイコネクトのご利用を考えているあなたの参考になればと思い、事例集の発行に至りました。



大村晶彦
CEO

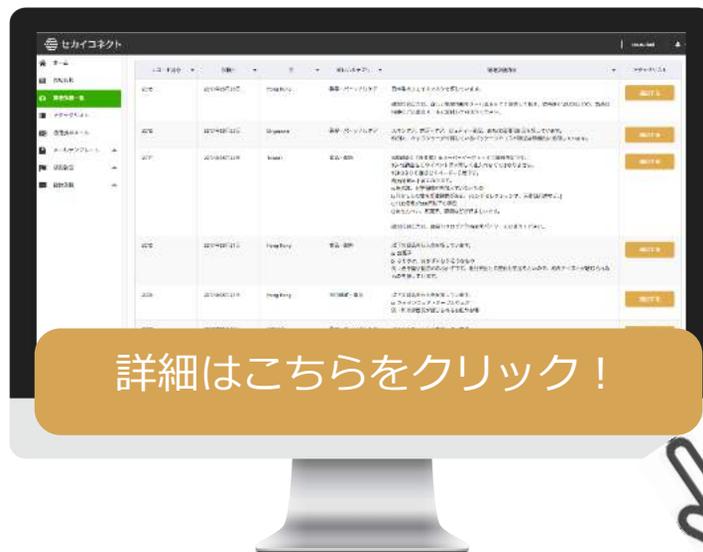
COUXU
Corporation

セカイコネクトとは？

海外企業に提案をしたい日本企業が30秒後に提案出来るツール
世界30ヶ国に販路開拓をする事ができます。

海外企業が日本企業から何を欲しているか？
あなたに海外バイヤー企業が求めている商流情報を提供させて頂き、
商品提案・提供をして頂くというサービスです。

海外に販路開拓をされたい日本企業に活用して頂いております。

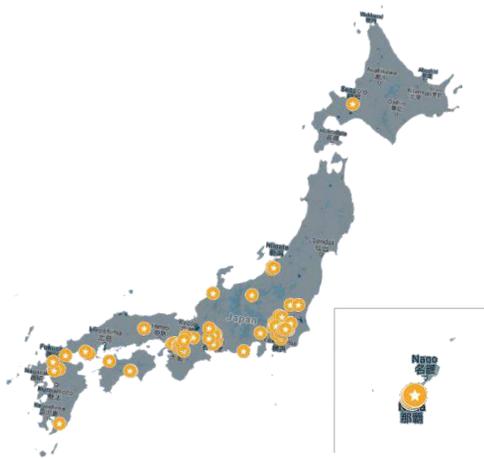


クリックするとセカイコネクトのご案内ページにアクセスできます

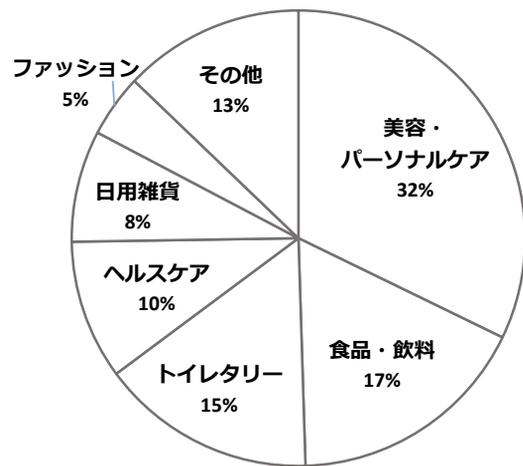
セカイコネクのここが気になる！

ユーザー属性グラフ

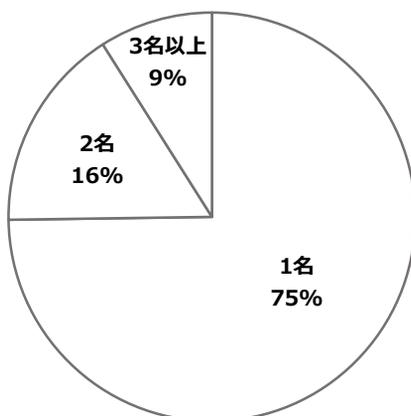
ユーザー分布図



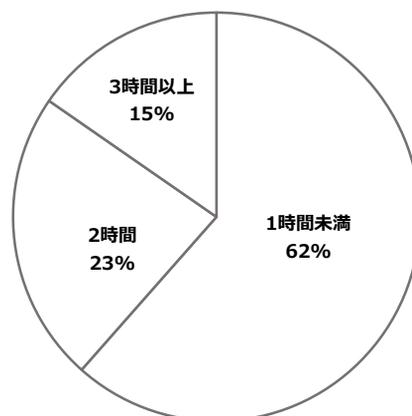
取扱商品ジャンル割合

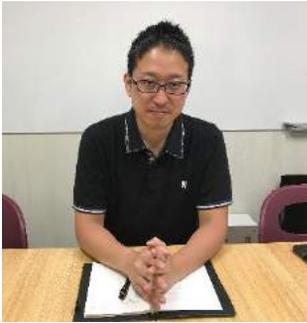


担当者数



日々の稼働時間





大手メーカー商品と品質で勝負

株式会社ECスタジオ 赤羽裕太 様

- コネクト歴：1年
- 取扱商品ジャンル：美容パーソナルケア、トイレタリー
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：1時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

代表から海外向け販売の仕事を引き継いで展開を始めました。海外の市場のほうが日本よりも母数大きいというのと知り合いからのツテがきっかけになりました。海外展開は敷居は高いですが、利益はしっかり出せると感じています。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

海外展開を進めるにあたって、海外企業との繋がり作りに苦労するだろうと感じていたので、既につながりのある状態でやり取りが出来る「セカイコネクト」に魅力を感じました。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

提案資料作りに苦労しました。初期段階で海外に合いそうな資料を作成したのですが、あまり反応が良くなかったため、日本人にとって見やすい資料と外国人にとって見やすい資料の違い（細かいデザインや流れなど）に気をつけて資料作成を行いました。

その後は海外企業向けに商品紹介のLPを作成しました。画像素材は既に自社サイトで使っている素材があったので、それをベースにサンプルを購入できるページに仕上げました。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

週に一回利用しています。火曜日にまとめて1週間分の案件に対する提案を行うようになっています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

資料の作り込みと英語表記のカタログは絶対に必要だと思います。日本と海外でオススメの仕方が圧倒的に違うと思います。国内では薬事法や販売系統の法律で引っかかる場合もあります。

「某大手メーカーみたいな商品は無いんですか？」と言ってくる海外企業もあります。ただ彼らも大手メーカーは広告費用を掛けて、認知度を上げているということを理解しているので、商品の品質の面では勝負ができるという手応えを感じました。

● 営業時に工夫していること

できるだけ明るくいるようにしています。言葉が通じないので、黙っているよりもオーバーにリアクションをするほうが、場が和むような気がします。

また商談の際には、海外企業も代表と話をしたいという方が多いので、必ず代表同席で商談を行うようにしています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

返信が返ってくるだけでも、うれしいですが、自社の商品や提案内容に気を止めてくれたことが凄くうれしいです。

● 国内営業と海外営業の違い

お金のやり取りや物流の違いくらいですね。既に韓国の企業とのやり取りを進めています。日本と同じ流れで受発注を行っています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

納品をEMSで行うので時間がかかってしまうことです。少量の発送であれば、問題ないのですが、量が多くなると関税に引っかかってしまうので、そこを通す手続きが大変でした。

あとは海外販売となるとどうしても単価が高くなってしまいますので、単価が高い中でいかに商品を魅力的に見せるのかということに苦労しています。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

オフラインでもバイヤーとの商談が出来るイベントがあると良いと思います。

どこの国で何が流行っているのかメルマガやニュースで配信してもらえるとそれに合わせて現地向けの商品企画もできると思います。あとはシステムが新しくなって初めてログイン画面を見たときには驚きました。

これからの活動

● 今後の目標

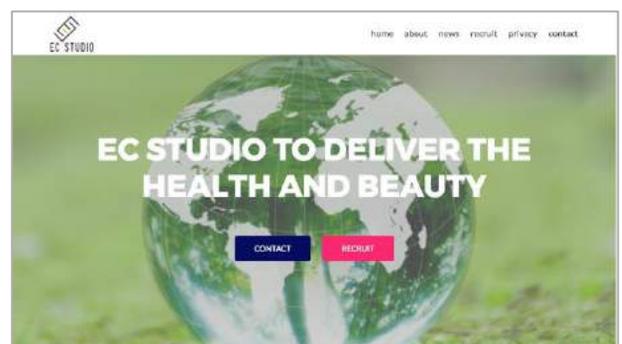
海外支社を設立し、そこを拠点とした営業活動を行っていきたいです。

オリジナル製品の逆輸入やコピーを防ぐためにも、最終的には海外の市場に対して現地向けのオリジナル商品を製造し、展開していきたいです。



Company Profile

- 社名：株式会社ECスタジオ
- 代表：代表取締役 嶋田怜輔 様
- 住所：東京都千代田区飯田橋4-7-11
カクタス飯田橋ビル
- 創業：2014年
- URL：http://ec-studio.jp/





現地に渡航して、その場で小売店や消費者を見ること

株式会社多田 瀧 楊 様

- コネクト歴：1年
- 取扱商品ジャンル：トイレタリー
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：8時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

日本の問屋さんから海外へ出ていった事がきっかけです。自社でも直接海外営業活動はできると思っております。今では、問屋に頼る箇所と自社でやる箇所を分けて行っております。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

海外販売を進めるにあたって、海外企業との繋がり作りに苦労するだろうと感じていたので、既につながりのある状態でやり取りが出来る「セカイコネクト」に魅力を感じました。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

商談をどのように詰めるのか、貿易に対する情報、海外企業のビジネスの進め方（台湾の問屋や小売がどのようにやっているのか？ 考えている戦略があっているのか？）などの情報が無いことで苦労しました。

最初は販売規模の大きい問屋経由で販売しようと思っていましたが、現在は小売に対して販売を行っています。

現在の状況

● 営業体制とかけているリソース

最終の決断と判断は上席と行っています。営業力を高める創意工夫としては資料を作成したり、他の国を調べる（ネット、もしくはJETROに資料を取り寄せに行く）などしています。

英語は書くのは問題ないですが、話すのは50%くらいです。だからこそ、事前の準備をしっかりしています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

国が異なるので、現地に渡航して、その場で小売店や消費者を見ることが大事です。もともと、国籍は中国だったので、外から日本を見ることが出来ます。現地の知り合い、ネット、日本企業、海外企業から話を聞き、情報収集を行いました。海外企業と仲良くなると現地のビジネスの進め方についても教えてくれます。

バイヤーと仲良くなり、何が欲しい、何をしたいのかヒアリングしながら日本の事を教えてあげることも大切だと思います。

● 営業時に工夫していること

先方の情報を理解し、事前に細かく調べる事が大事です。他の販売商品と展開方法（EC、店舗など）や会社の口コミ情報を調べたりしています。それ以外の情報も現地の友人（中国、台湾、ロシア、シンガポール）から聞いています。もちろんニュースや経済的な情報も見たほうが良いですね。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

先方の思いをどのように汲み取るか、どうやって自身の商品の強みを先方に伝えるかが苦労しているポイントです。日本では、オートバストリートメントを使っていますが、台湾、シンガポールでは使っていません。

同じプレゼン内容では他社に負けてしまうので、その国・企業ごとにオリジナルのプレゼンテーションを作るのは大変です。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

やはり海外バイヤーと日本メーカーとの間に、つながりが必要なので、それを持っている事が強みだと思います。COUXUのダメな所はあまり無いと思います。

COUXUのバイヤーとつながるときに、今よりももっと現地の企業や、市場や流通、マーケティングに対する情報などネットで検索できる以外の情報情報を提供してほしいです。



Company Profile

- 社名：株式会社多田
- 代表：代表取締役 多田 猛 様
- 住所：兵庫県神戸市中央区京町70-9F
- 創業：1979年
- URL：： <http://www.tada-beauty.co.jp/>





「健康になろう」、「美しくなろう」という気持ちは世界共通のテーマ

株式会社cuddle 井手上 雅一 様

- コネクト歴：1ヶ月
- 取扱商品ジャンル：ヘルスケア、日用雑貨
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：30分

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

弊社で扱っている製品は民間療法で効能を発するラジウム鉱石や放射線など国内では微妙な扱いをされている製品でクチコミでのビジネス成り立っていますが、なかなか大々的にPRするのが難しいと感じていました。

国内においてはそのような情報源のビジネスですが、海外において同じように大変なのか調べてもらったところそんなことはなく、海外ではビジネスチャンスがあり、「健康になろう」、「美しくなろう」という気持ちは世界共通のテーマであるので、それをもとにして販路が広がればいいかなと思ったのがきっかけです。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

最初は会社の存在もセカイコネクトのようなビジネスがあることも知らなかったですが、知り合いからの紹介でセカイコネクトのことを知りました。

中小企業と海外企業の情報をコネクトする会社が身近にあるのは、非常に面白いビジネスだなと思い利用をはじめました。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

何をどうしたらいいのかわからないということが不安でした。販促物の用意も無かったので、ゼロから資料を作成するときに見せ方や通達の仕方を知らなかったのは苦労しましたが、COUXU社からアドバイスをもらい、作業を行っていきました。

今はとにかく売れるかどうか、ビジネスが成立する方法がわからないことが不安です。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

毎日ログインし、新しい調達依頼の確認、関連する依頼へ提案をするようにしています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

現段階では、始めたばかりなので、はっきりといえません。

ただ語学力に関しては、今の段階ではgoogle翻訳を使いながらコミュニケーションを取れているので、特に必要ではないと思います。

● 営業時に工夫していること

ビジネスの中でイニシアチブを取ることは大切だと思いますが、優しく丁寧に接するようにしています。またできるだけ早めにレスポンスを返すようにしています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

海外企業からの返信で「Ideue san」と言われ、バイヤーが頑張っているのを感じたときは嬉しかったです。

● 国内営業と海外営業の違い

特に違いは感じていません。セカイコネクトのシステム自体が、非常にシンプルだけどダイレクトで無駄のない進め方だからそのように感じるのだと思います。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

今はgoogle翻訳でやり取りをしているのですが、翻訳のクオリティが高くバイヤーから英語が話せると思われてしまい、SKYPE面談をしようと言われた時は焦りました。

現状ではCOUXU社と3社間でSKYPE面談を行うことで解決しています。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

海外ビジネスについてより理解するためにセカイコネクトユーザーの交流会や成功例や失敗例が分かると参考になると思います。

調達依頼から全てを読み解くのは難しいので、それ以外にバイヤーの情報が見えるといいです。海外企業側で日本のサプライヤーの情報がわかるようページがあるといいですね。

これからの活動

● 今後の目標

全世界の人を健康にすること。

病で悩んでいる人が少しでも軽減できて健康でいられる時間を長くすることです。そのためには売上を上げ、新製品を開発したり、展示会や見本市に出展をして広く告知をする必要があります。

最終的にはそこで出た利益で告知をして世界中の人が健康になれば良いと思っています。



Company Profile

- 社名：株式会社cuddle
- 代表：代表取締役 井手上 雅一様
- 住所：東京都中央区日本橋人形町1-13-9-1105
- URL：http://cuddle-o2.com/





海外企業とゼロから関係性を作っていくために

株式会社健康プラザパル 岩瀬 渉 様

- コネクト歴：2年
- 取扱商品ジャンル：美容・パーソナルケア、ヘルスケア
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：8時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

日本のマーケットが縮小している中で国内で新規のブランドが入っていくのが非常に難しいということは明らかで、海外に活路を見出したいというのがきっかけです。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

海外の提案先がほしいと行った中で営業代行を探すか、アリババを利用するか、セカイコネクトにするか色々検討した中で、費用対効果が良いと感じたセカイコネクトの利用を始めました。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

資料の作成が大変でした。日本語の提案資料は説明をした後に商品を持ってきますが、海外の場合だと逆でまず商品を見せてその良さを説明するという英語の文法のような形で資料を作成しました。

最初は日本語の提案資料をそのまま英訳して利用していましたが、まず商品から見せて欲しいという要望があったので、それに答えながら作成していきました。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

毎朝チェックするようにしています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

すぐには結果が出ないので、そういうものだといいことを理解していないと、やめてしまうのかなというのはあります。

セカイコネクトを使い始めた頃は、くじけそうになったことは何回も有りました。

メールやDMを送ったりしても、全然返信が無く、サンプルを渡しても返答が無かったので、やめようかなと思ったこともありました。

● 営業時に工夫していること

海外企業だからというのに無いですが、資料（提案資料、成分表、企画書、エビデンス、価格表テンプレート）は揃っていたほうが良いと思います。

私の場合は要求されてから、作るということが多かったのですが、そのときはてんやわんやでした。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

商品を購入してくれるとうれしいです。

● 国内営業と海外営業の違い

日本だと見積を出して資料があれば、買ってくれますが、海外企業の場合、こちら側の情報が少ないというところ、日本に比べて求めてくる資料や聞いてくることが多い気がします。国内では資料も無い企業が結構多いので、資料が無い企業は日本語から作って英訳するとなると苦労すると思います。

他社から仕入れて販売することも可能ですが、その資料を作成しなければいけなかったり、成分表をメーカーから取り寄せたりしなければいけないなど、面倒くさいことが多いので、日本であればもっと楽にできるのになというのを感じています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

これは今、直面していることですが、ゼロから関係性を作っていかなければいけないので、それが英語でもあるので大変だなと思います。今は海外と関係性のある会社の日本人を挟んで、提案を進めることが上手くいっているパターンが多いので、直接海外とゼロから話を進めるのは大変だな、これでいいのかなと考えているところではあります。

早く英語を習得して上手くコミュニケーションが取れるようになることで解決していきたいと思っています。例えば、メールだけではなく、電話やSKYPEでコミュニケーションを取ることが出来れば違うのかなとは感じてます。

英会話の練習をして用意していることは身につけてきますが、今、これを言いたいというときに言葉が出てこないのはネックです。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

バイヤーとの商談会があるといいですね。バイヤー情報にCOUXUからのリコメンド機能やCOUXUの一言があると良いと思います。

これからの活動

● 今後の目標

まずはセカイコネクトで毎月数百万程度の安定した収益に繋げていきたいです。



Company Profile

- 社名：株式会社健康プラザパル
- 代表：代表取締役 内藤 敏裕 様
- 住所：東京都中央区新川1-17-21
茅場町ファーストビル3F
- 創業：1986年
- URL：http://www.kenkou-pal.com/





対面で提案ができないからこそ、提案資料を作り込む

株式会社ツールジャパン 鈴木 勝利 様

- コネクト歴：1年
- 取扱商品ジャンル
- 美容・パーソナルケア、ヘルスケア、食品、工業製品
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：30分

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

もともと国内の市場に限界を感じていて、日本製品に注目している海外企業に良い商品を届けたいと思ったのがきっかけです。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

知り合いからの紹介でセカイコネクトのことを知りました。以前はアリババを利用していましたが、セカイコネクトはアリババに比べて、全体的に取られる時間が少ないのと費用の安さが決め手でした。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

英語が全くわからなかったので、返答内容の見極めが難しいと感じています。スマホのアプリなどでの勉強もかかせません。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

週に2～3回ですね。提案する依頼を選ぶ際にジャンル、国を見て、価格帯の見極めを行っています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

英語力と営業力が必要ですね。メールは最低限の表現力、会話は、ビジネス英語というよりも会食が出来る程度のレベルが必要だと思います。

● 営業時に工夫していること

国内では、他の人の手に渡っても良いように出来る限り分かりやすいプレゼン資料作りを心がけています。

海外でも同じく、どれだけ彼らにとって分かりやすい内容に出来るかがポイントだと思います。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

作り込んだ提案内容に対して海外企業から返信、サンプル依頼が来ると叫ぶくらい嬉しいです。

● 国内営業と海外営業の違い

海外は無料サンプルが多いのに対して、国内は基本的に有償サンプルが多いというポイントに違いを感じます。

営業に関しては、国内での営業方法と変わらないよう心がけています。海外企業との商談の場合、対面での提案が難しいので、提案メールの内容が大事だと感じます。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

海外企業から返信をもらうことに苦労しています。そもそも提案が見られてい可能性もあるとのことなので、件名を変えたり、添付資料を変えたりとちょっとした工夫が大切なんだと実感しています。
また国毎の法律について理解していないので、法律関係で商談がストップしてしまうと苦労します。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

他の類似サービスに比べてサポートが充実していると思います。

密な連絡を頂けたり、COUXU以外のサービスやツールも紹介してくれることに感謝しています。セカイコネクトをより良くするために他の企業様がどのような活動をしているのを知りたいです。

調達依頼を掲載する時点で輸出に必要な書類について、簡単にでも分かるとより提案しやすくなると思います。

これからの活動

● 今後の目標

あと2年位で海外の売上が国内の売を超えて欲しいです。美容、健康の分野を扱っているので、様々な国の様々な方との販売網を持ちたいです。



Company Profile

- 社名：株式会社ツールジャパン
- 代表：代表取締役 鈴木 勝利 様
- 住所：東京都大田区田園調布本町55-12
- 創業：2009年
- URL：http://tool-japan.co.jp/





海外展開において完璧な英語は必須ではない

株式会社ウェルネスラボ 能代 維英 様

- コネクト歴：2年
- 取扱商品ジャンル
- 美容・パーソナルケア、ヘルスケア、トイレタリー
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：1時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

これからの日本市場はシュリンクしていくので、国内以外にも販路を求めていかなければいけないと思い海外展開を検討しました。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

様々な海外進出支援企業がある中で、まずは取り組みを始めてみないと何が正しくて何が悪いのかわからないと思って、使い始めたのがきっかけです。

セカイコネクト以外にもアリババなどのサービスも利用していましたが、実際に自分で使ってみて、良ければ使い続けるし、無駄だと思えば、すぐにやめるというスタンスで動いているので、今のところセカイコネクトは良いと思って使い続けています。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

英語のやり取りですね。今は英語ができる社員が入ったので、そこもスムーズに進んでいます。

海外への提案を始めた当初は翻訳ツールを利用したり、COUXU社に間に入ってもらいながら、コミュニケーションを取っていました。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

毎朝チェックするようにしています。既に中国、台湾、香港では商談が進んでいるので、それ以外の国への提案を行っています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

先ほど英語でのやり取りに苦労したと言いましたが、海外展開において完璧な英語はマストではないと思います。自分ができなければ、できないなりにいくらでもやる方法はあります。

海外展開を始めるにあたって必要なことは、「チャレンジする気持ち」と「忍耐強くやり続けること」です。

海外とのやり取りをしていると話が前に進みそうで進まないということが多いですが、そこで諦めずにチャレンジし続けるということが大切なんだと思います。

あとは国内外問わず、サポートをしてくれるビジネスパートナーを見つけないとなかなかうまくいかないと思います。

● 営業時に工夫していること

最初はとにかく提案を行うということにフォーカスしていました。その後COUXU社からアドバイスを貰いながら、海外企業からの返信を増やすために少しずつ提案の内容を変えています。

英語のランディングページを作成してからは、今までメールや添付ファイルで説明していた内容がページに盛り込めたので提案も楽になりました。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

台湾のバイヤーが商品を試してみて、「良かった。ぜひ売りたいです。」と言われた時は、凄く嬉しかったです。

ただ本当に嬉しいのは売上が立ってからですね。

● 国内営業と海外営業の違い

大きく違いはないと感じます。最終的には日本と海外関係なく、気持ちが大切だと思います。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

意思の疎通がうまくできないことですね。細かなニュアンスの違いで伝わらない部分が多いので、やり取りに時間がかかる印象があります。あとは契約書を作成し、細かな文言チェックをするのが大変です。

意思の疎通は、COUXU社に上手くリードしてもらうことで解決しています。契約書は英語ができる社員に文言のチェックをしてもらっています。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

商談会や展示会への誘致などオフラインのイベントを開催して直接バイヤーに顔合わせができるタイミングが作ってもらえるとなると嬉しいです。

これからの活動

● 今後の目標

1つの国に1社、熱いパートナーシップを築ける相手をつくり、お互いに取り組んで良かったと言えるパートナーを1社ずつ増やしていきたいです。



Company Profile

- 社名：株式会社ウェルネスラボ
- 代表：代表取締役 能代 維英 様
- 住所：神奈川県横浜市中区住吉町1-12-5
横浜エクセレント16ビル 10F
- 創業：2011年
- URL：http://wellnesslab.co.jp/





きっかけは現地の生の声

ビルマテル株式会社 白井 龍史郎様

- コネクト歴：1年
- 取扱商品ジャンル：スポーツ
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：2時間

海外展開のきっかけ

海外への展開を始めようと思った理由

ファッション関連商品は、海外での展開実績がブランドイメージの構築とマーケティングに活かせるので、まずは海外で実績を作り、国内展開しようと考えたのがきっかけです。

セカイコネクトを利用しようと思った理由

COUXU社は海外展開のノウハウを持っていると感じています。

日本の慣習に流されて、海外企業とのやり取りがスムーズに進まないという事を防ぐためには、特に現地の慣習・常識を知る必要があると思い利用を始めました。

海外営業の準備

海外営業の準備段階で苦労したこと

海外向けの見積書や請求書の公式フォーマットが無かったので、それを準備するのが大変でした。フォーマットは、情報収集しながら自社で作成しました。

現在の状況

セカイコネクトの利用頻度

導入当初は海外案件を中心に考えていたのですが、アクセスする頻度も多かったです。国内での反響が予想以上に良く、国内の比重が大きくなったので、現在は2~3週間に1回アクセスしています。

海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

「語学力」と「やってみる精神」が必要だと思います。

「語学力」について。現在でも様々な海外企業とのやり取りを行っています。メールでのコミュニケーションは、海外企業の場合、ラフなやり取りが出来るし、英語のスペルや文法が間違っているでもコミュニケーションが取れる（中国のメーカーやパリのブランドでも英語を間違えていることがありました）ので割と不自由なく意思疎通が来ています。

ただ実際に会って商談を行う場合、初めての商談や商品の説明は、私が主体的に進めるように努力していますが、最終的な契約の際には、通訳を間に挟んで進めないと商談を決めきれないので、その際の「語学力」が必要だと感じています。

「やってみる精神」について。弊社で扱っている商品が特殊商品ですので、社内でもコピー商品を作られてしまうことを懸念してなかなか前に踏み出せない傾向にあります。

しかしとりあえずやってみないと前に進む話も進まないと思いますので、まずやってみること、「やってみる精神」が大事なんだと思います。

営業時に工夫していること

弊社では他にはない機能性がある帽子を扱っているのですが、業界の中でNO.1を狙っていきたくて考えています。また機能性を全面に押し出すだけでなく、その時の時流に合わせて提案内容も変えています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

日本国内ですと金額やデザインで判断されてしまうことが多いのですが、海外企業の場合、商品を見せた時にまず機能性を評価してくれることが嬉しいですね。

海外でゴルフ用品の展示会に出展したときも日本国内での前評判は良くなかったのですが、展示会に出たお陰で現地の方から「ランニング向けに改良したほうが良い」とか「ツバをもっと柔らかくしたほうが良い」など現地でしか聞くことが出来ない生の意見のお陰で現在の形が出来上がりました。

● 国内営業と海外営業の違い

基本的には変わらないと思います。ただ物理的に距離があるので、日本だと直接会って2回で決まる商談も直接会えないことで、受注までのリードタイムが長くなることがあります。

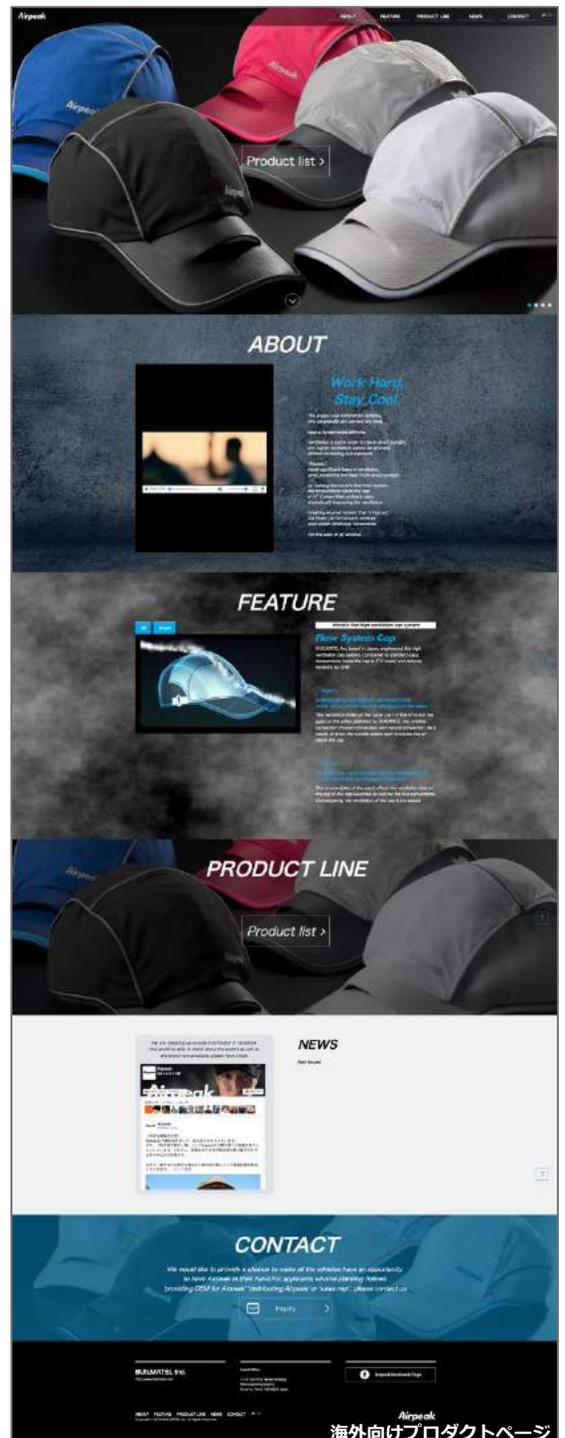
● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

1. レスポンスのスピード感が合わない
こちら側の返信が遅くならないようにするのは、重要だと思います。
ただ海外企業サイドでも話を進めたい企業はレスポンスが良いし、そんなに興味を持っていない企業はレスポンスが悪い傾向にあると実感しています。

2 現地での販売までのフローを理解しきれていない
海外企業とのやり取りの慣れの問題もあると思いますが、海外に対して物を販売する際のフローについて理解しきれていない部分もあるので、それがネックとなって海外企業へのレスポンスが悪くなってしまうことがあります。

3 海外への先入観がある
この国はこういう状況だからなど、社内でも海外展開に対する先入観があるので、それを取り除いていくことに苦労しています。まずはとにかく前に進んで、慣れることが必要だと思います。

これから社内で海外事業を拡大していくにあたって、営業フローを決め、提案内容から資料までフォーマットを準備しておくことで、社内の誰が営業を行ってもその営業フロー通りの動きになるようにしていくことが大事だと思います。



COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

セカイコネクトは海外展開の入り口として利用しています。

まずはセカイコネクトで海外企業との繋がりを作り、初回成約に繋げ、やり方が分かり、営業フローが決まった段階で人を充実させて行きたいと考えています。

商売を広げていく段階でCOUXU社から「あなたの商品であれば、このバイヤーとこういう取り組みをするべきだ」というようなリコメンド機能があると便利ですね。

これからの活動

● 今後の目標

日本では夏の時期に売れる商品なので、日本の冬の期間（10～3月）に夏の販売量と同等の3万個を売り上げるような体制に整えていきたいです。

情報の広げ方、絞り込み方をしっかりと行うことで、まずはシンガポール、オーストラリア、ドバイでライセンス契約、もしくは販売代理店の獲得を狙っています。

最終的にはメーカーとして、ブランディングを行い。「通気性の良い物」、「機能性の良い物を作っている」といえば、ビルマテルと言われるようになりたいです。

帽子の機能性で押しているメーカーが少ないので、この業界でニューエラくらい有名なブランドにしたいですね。

帽子の構造としてはイノベーションを起こしているので、温暖化や熱中症対策といった環境問題に対しても向き合っていきたいです。

Company Profile

- 社名：ビルマテル株式会社
- 代表：代表取締役 白井 庄史 様
- 住所：東京都中央区日本橋茅場町1-7-5
日経茅場町第二別館2階
- 創業：1966年
- URL：<http://www.builmatel.com/>





自分の愛している商品をどれだけ届けたいか、
どれだけ世界に通用させたいかという気持ちが困難な局面で必要

株式会社小林海苔店 小林 忠祐 様

- コネクト歴：1ヶ月
- 取扱商品ジャンル：食品、飲料
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：3時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

柏市場にある魚屋さんが東南アジアに飲食店を展開していて身近な会社が海外に挑戦していて、もしかしたら弊社の商品にもある程度需要があるんじゃないかということで海外展開に興味を持ちました。

そこからはアリババに登録したり、JETOROの集まりに参加したり、今まであまり対応していなかった海外からのサイトへの問合せにも対応を始めました。そこからは小さい単位でも発注が来るようになりました。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

最初はcouxu社が海苔を買ってくれるのかと思っていました。セカイコネクトの話聞いて、既に海外企業から届いている案件が具体的だったということとcouxu社が現地の会社の詳細をわかっているということで利用を始めました。

アリババは最終的には1件の成約（50万円位）がありましたが、ピンポイントで海苔を探している企業が見つげずらく、活用しきれませんでした。ただ、今もそのバイヤーとはやり取りを続けていて、年に1度は発注が来ています。成約した理由としては、実際に日本で商談を行ったということが大きいですね。

JETROマッチング商談会にも参加したことがあります。そこからの成約は、5社と話して1社決まるかどうかという感じです。役に立たないとは思いませんが、決まらない時は決まらないという感じです。

セカイコネクトとそれ以外のサービスを比べた時にセカイコネクトは手軽に細かな情報が入ってくるので、ドンピシャで来れば、成約する確立は高いのかなという印象です。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

海外事業を主としているわけではなかったので、海外向けの資料を作るのは手間でした。（香港の案件については鮮魚の引き合いだったのですが、）一から物流・人・お金の流れを作らなければいけないのが大変でした。市場で鮮魚を仕入れてパッキングし、香港へ輸送するところまではいいのですが、相手のバイヤーが空港まで取りに来れないので経営しているレストランまで持ってきて欲しいと言われていました。その場合の物流をどうするのかと考えた時に多くの日本企業はそこでストップしてしまうと思います。

弊社で利用している乙仲業者が香港に強く、レストランを周ってくれる運送会社を紹介してもらい、既に見積も来ているので出そうと思えば出せるのですが、結構高くなりそうです。どうやって商品を届けるのか知らない・分からないという企業は、結構いるんじゃないかと思っています。

現地の空港や港まで送るのが普通だと思いますが、その後を求められた時に多くの企業が困ると思います。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

毎日チェックしています。食品関係で市場の中で提案できそうな商品は提案するようにしています。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

ガッツと運です。

あとは海外に届けたいとか現地のことを知りたいという気持ちがあると一生懸命調べたり、細かくコミュニケーションを取っているとバイヤーがどのような人か分かるので、その辺の好き嫌いも届けたいという気持ちのモチベーションにつながってきます。

どうやったらいいかわからないことに直面した時に自分の愛している商品をどれだけ届けたいか、どれだけ世界に通用させたいかという気持ちが困難な局面で必要になってきます。

成約するまでには1年掛かることもあるので、そこで気持ちを切らさずに前向きになる必要があります。わからないことはCOUXU社に質問することもできるので、私としては気持ちが大事だと思います。

● 営業時に工夫していること

笑顔でメールしたり、電話したりしています。また提案の際には初めから価格の話はしないようにしています。

最初に商品に対しての最終的な用途をヒアリングしてから、価格を出して、サンプルを出すようにしています。

最初から希望する商品概要が決まっている場合もありますが、聞きたいことがある時、困っている時は電話で確認するようにしています。電話すると相手の熱量もわかりやすいですね。ただ英語を使うのは観光客向けの対応や業務での対応くらいで日常ではほとんど使ってないです。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

成約した後にお客さんから商品の感想を聞けたり、商品が決まるまでの障壁のあるプロセスを褒めてもらえるとうれしいですね。日本の商社が決めてくれると一番楽で簡単ですが、一から自分で提案をして決められると達成感があります。

例えばスウェーデンの小さい問屋さんがうちの商品を気に入ってくれて、初めに航空便で2~3万くらい取引を1年ぐらい続けていました。ただそれだと輸送費も高くなってしまおうし、今後どう進めていこうとなったときに国内でスウェーデンに輸送してくれる商社を探し、スウェーデンの方でも仕入れられる問屋を見つけました。2社噛ませなければいけなかったのですが、価格で折り合いが付き、販売できた経験がありました。このように障壁のあるプロセスをクリアできるとやはりうれしいです。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

国内の状況が厳しい時に海外からもっと厳しいことを言われる（価格交渉等）をされるとしんどいですね。海苔が不作で高いということと美味しいから値段も高いということを理解してもらい信頼を構築していくことで解決していきたいと考えています。

ただJAPANブランドのアピールをしている中で思っている以上に日本製品は信用があると感じています。

● 国内営業と海外営業の違い

面と向かって話す機会が少ないということですね。また各国商習慣が違うので、値切ったり、無償サンプルを求めてきたり、けちくさい感じがするときもあります。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

東南アジアがメインだと思いますが、海苔という事を考えた時にヨーロッパ方面の依頼ももらえるとうれしいですね。

これからの活動

● 今後の目標

夢に近いですが、最終的には、各国において有名なスーパーやレストランに卸していきたいです。

他の国で有名店で展開できているとそれが信用につながるので次の営業のときにも使えると思います。

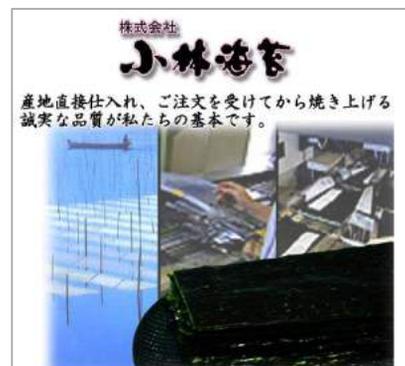
現状では目標に対して30~40%くらいの進捗なので、目標に対して手の届くところにチャンスはあると思っています。

定期的にスイス、スウェーデン、イスラエル、タイ（お茶も）、マレーシア（魚の輸出のついでに送ってもらえる）、台湾、ドイツ、ロシアに販売しています。マレーシアでは、有名なホテルに入っていたりと意外と身近な繋がりで少しずつ有名なホテルに入っているのので、そのポテンシャルはあると感じています。目標を達成するためにいつでも出せる資料を揃えて、バイヤーとやり取りを行うためのSNSのアプリも揃えていきたいです。



Company Profile

- 社名：株式会社小林海苔店
- 代表：代表取締役 小林 恵次 様
- 住所：千葉県柏市若柴69-1
- 創業：1971年
- URL：<http://kobayashinoriten.com/>





日本人で始めてミャンマーのテレビ局入り

GR株式会社

代表取締役社長 五郎谷 直樹 様

海外営業担当 鈴木 大貴 様 / 海外営業フォロー 鳥越 純二 様

- コネクト歴：2年
- 取扱商品ジャンル
- 美容・パーソナルケア、ヘルスケア、トイレタリー
- セカイコネクト担当：3名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：1.5時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

もともとOEM営業で毎回いろいろな国（中国全土、フィリピン、韓国、モンドセレクション系だとフランス、ドイツ、ベルギー）へ渡航し、原料調達の取材、エビデンス、撮影、仕入れの交渉等を海外で行なっていました。

仕入れるのがメインでしたが、仕入れられるなら売りに行こうというところから海外展開を始めようと思いました。

● セカイコネクトを利用しようと思った理由

最初の営業担当が良かったからです。中国に子会社を作ったことがあり、あまり上手くいかず撤退をし、もう一回営業をかけて行こうというタイミングでCOUXU社のことを知りました。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

書類関係の準備です。製造メーカーではないので国ごとに違う性質があり、製造メーカーと協力体制を築き、調べてデータベース化するのが大変でした。

現在の状況

● セカイコネクトの利用頻度

COUXU社とはほぼ毎日連絡を取っています。海外営業同行を2ヶ月に1回程度実施していますが、もっと増やしていきたいですね。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

展開希望国のことを知ろうとすること。その国の人たちと仕事をするわけだからどんな文化を持っていたり、どんな民族なのかということは理解しなければいけないですね。簡単には現地に行行って来いということです。

言葉の弊害があれど、結局人ではあるので現地の人とコミュニケーションをしっかりとっていくことが重要です。

● 営業時に工夫していること

段取りです。

相手がどう思うかや、相手が楽にできるようにということを考えて、相手がスムーズに進められるような商談の準備を心がけています。

特に商談中は、プレゼンをしながら、どこのデータや資料を改善しようかといつも考えています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

現地で、自分の商品が販売されているのを自分の目で見たときです。

また、現地の代理店には、どんなふうに商品が陳列されているか必ず写真を求めています。全社で共有もしています。どういう風に売れているかも大切ですが、これからはどういう人たちに買っていただいているのかも知りたいです。

ミャンマーのテレビショッピングについて政権が変わってこれからというところで、国の夜明け、広がりを感じました。日本人でミャンマーのテレビ局に入れたのは初めてという快挙もありました。また、現地でのバラエティショップでの販売がスタートしたのも大きいです。

面白かったのは、現地の人と話したときでした。日本では知ることが出来ないような情報がフランクに色々と聞いてよかったです。COUXU社と行ったことで、通訳をやってもらったり、現地での情報収集についてのノウハウを持っており、非常にやりやすかったです。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

海外の人でもわかるような商品構成、パッケージというところに気を使っています。

● 国内営業と海外営業の違い

コスト交渉の部分が違います。

日本のベンダーは一定価格ですが、国は経済力や文化によって、仕入れ価格に変化が生じたり、海外では3掛けで卸して欲しいと言われてしまうこともあり、ベンダー価格がある程度水準で落ち着いている日本と比べると意外でした。

海外はとにかく一円でも仕入れを下げたい印象があります。

COUXU社との取り組み

● COUXU社に期待すること

1年半やってきてはいますが、これからも年間契約を軸にお願いしたいです。GLOBAL 10 BY 10 はCOUXUさんがいないと絶対達成できないです。

これからの活動

● 今後の目標

GLOBAL 10 BY 10 = 10カ国10万ドル

アジアを中心に1カ国1000万円で10カ国で1億円を年間で達成していきたいです。会社の売り上げの10%を占めるくらいになったらいいですね。

Company Profile

- 社名：GR株式会社
- 代表：代表取締役 五郎谷 直樹 様
- 住所：東京都港区赤坂3-21-4
新日本ビルディング5F
- 創業：2015年
- URL：http://gr-inc.jp/





高単価な商品で戦うための手段

エス・ハート・エス株式会社 木下 恵 様

- コネクト歴：1年
- 取扱商品ジャンル：トイレタリー
- セカイコネクト担当：1名
- 海外営業活動に日々どの程度の時間を使っているか？：1時間

海外展開のきっかけ

● 海外への展開を始めようと思った理由

日本のみで美容師向けに商品を販売していましたが、2009年にフランスの有名ヘアサロンから引き合いがきました。そのヘアサロンの日本人スタッフが持っていて非常に面白い商品だから、導入したいとの内容でした。

有名サロンなので、モデルや芸能人、政治家が顧客であり、その中のチャネルのデザイナーであるカール・ラガーフェルドさんがデザインを考えてくれました。その店にOEM提供した事が海外に販売出来たキッカケです。

海外進出は自分が動ける内にしたい！42歳の時に海外進出をスタート。
実績のあったヨーロッパ、チャンスがあると感じたアメリカを中心に海外進出をスタート。
「シャンプーをブラシでする！新しい文化を創りたい」

それを消費者に体感してもらえ活動がヘアサロンだと考え、あらゆるヘアサロンに営業活動を進めていきました。

海外営業の準備

● 海外営業の準備段階で苦労したこと

大きな壁となったのは、商品価格が高い事。

方針を定めるキッカケとなったのは、アメリカの大手問屋企業との商談。数千を超える営業人材がいる大きな会社でした。

大きな壁となったのは、商品価格が高い事。

これが成約に繋がれば、多くの売上も見込めたので、すぐ前向きに商談を進めよう準備を進めました。ただ、商品単価が高い事で商談が上手く進まない際、アメリカ企業から「価格が合わなければ中国で自分で生産する」と言われ、パクリ商品が出る！そう思いました。

無理にでもこの商談は進めない方が良いと思い、情報も提出するのを辞めました。安く販売をするという選択肢もありましたが、安く販売することで、品質が下がり、類似商品との品質でそんなに差がでなくなる。結果的に他国と競争できなくなる。だからこそ、この選択肢は取らず「高単価な商品で戦う」そう決めました。

● 海外展開を始めるにあたって、“これは絶対に必要だな”と思うこと

高単価な商品で戦うためには、その価値を共有できる代理店が必要だと感じました。そう考えている時に有望な商談機会がありました。商談相手はサロン向けのハサミを販売しているメーカーでした。「良いものを高単価で売る」をまさしく実行している企業です。サロン向けのハサミを販売しているメーカーとの商談では、高単価商品をいかに販売するか？という事に共通の価値観で話をする事が出来ました。

赤字でも展示会に出展し、自社の商品のファンを作っていく。そういう活動を5年間もしていたそうです。同じ労力をかけられないと感じたので、その会社に取扱ってもらう事にしました。

結果的には爆発的なヒットはしないものの、継続的な販売が来ています。

今では、ロー・ミドルプライスの商品も開発提供し、共に市場を開拓するパートナーとしてお付き合いをしています。

アメリカ、ヨーロッパ以外にもベトナムにも販売しています。何を販売しても高単価になってしまうベトナムでは、同じくヘアサロンで、口頭で説明してもらって接客方法をとっています。

現在の状況

● 営業体制とかけているリソース

営業体制は、1人の専任の担当者がフルで、また私（木下社長）が自身の稼働の10%程の時間を使っています。私に関わっているのは、決済に対するスピードが必要だと思っているからです。

代理店となると、ただ販売顧客という事以上に、共通の目標に向けて共に取組みをするパートナーという認識を持っています。そういう企業とやる時にお互いがスピード感を持って展開できるようにするためです。

● 営業時に工夫していること

営業資料のデザインには徹底的にこだわっています。私達の商品は、商品写真だけだと理解される事はありません。1番理想なのは、実際に使ってもらえる事。そのためにも、「商品を試したい！」と思ってもらえるような営業資料を作っています。営業資料の中には、カタログ以外にも商品の使用時の写真や動画資料もあります。

また、作成時には消費者にとっての価値、法人にとっての価値は異なりますし、訴求するポイントを数点に絞った資料にしています。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番嬉しかったこと

どこの国でも愛用者は他の人に進めてくれます。アメリカ、ヨーロッパ、ベトナムと文化も大きく異なりますが、本当に自社の商品を好きになってくれる顧客は、別の顧客にすすめてくれる効果は実感しています。

こういう事が海外で販売していて良かったと思うときでもあります。

● 海外企業とのやり取りにおいて一番苦労していること

どこの国・地域での販売でも共通している苦労するポイントは、価値観やモノに対する認識の違いですね。文化、宗教、生活習慣など日本との違いを上げれば多くあります。そういった事を理解する姿勢。それがないと、どこの国でも販売する事は難しいと思います。そのためにも、基本的には販売国に足を運ぶようにしています。

COUXU社との取組み

● COUXU社に期待すること

COUXU社との取組みでは、セカイコネクトを使い切れなかった事が反省点として上げられます。もっと時間を使いたかった。そう思いますね。

良かった点では、『海外企業（買い手）の事をよく知っているな』と思いました。誰と商談を進めるのか？また何を求めているのか？こういう情報を、担当した渡辺さんから共有してくれるのは、ありがたかったです。

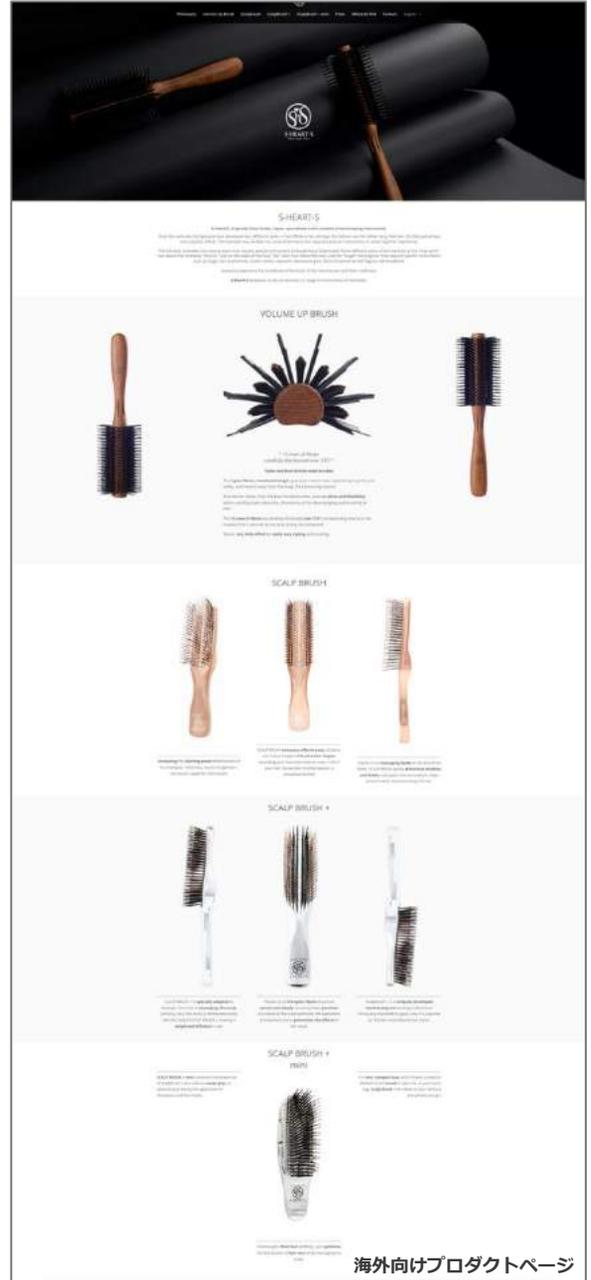
今後は、私達メーカーの事も知ってもらえていると思いますので、ある程度、海外企業を絞ってピンポイントで紹介してもらおうとか、そんな事をしてくれれば、短時間で出来る事にも繋がるのでそんなサポートをしてもらいたいです。

今後もCOUXU社とは、付き合っていきたいと思っています。知り合い企業もひっくるめて、地域ごと海外に進出する。そんな活動を通じて日本を潤したい！そう思っています。

これからの活動

● 今後の目標

我々の提供する製品やサービスを通して、誰もが笑顔で颯爽と生きる社会創りに貢献する。ブラシでシャンプーをするのを世界の文化にする！

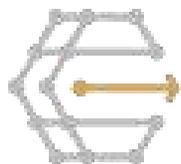


Company Profile

- 社名：エス・ハート・エス株式会社
- 代表：代表取締役 木下 恵 様
- 住所：大阪市北区梅田3丁目4番5号
毎日新聞ビル8階
- 創業：2004年
- URL：http://www.s-heart-s.net/



今すぐにあなたを
グローバル企業にするツール

 **セカイコネクト**

詳細はこちらをクリック！

クリックするとセカイコネクトのご案内ページにアクセスできます



【お電話でのお問い合わせ】



03-5298-5190

COUXU株式会社（コーク株式会社）

会社概要

社名	COUXU株式会社（コーク株式会社）
設立	2013年11月14日
本社所在地	東京都千代田区神田東松下町31-1 神田三義ビル4F
連絡先	TEL：03-5298-5190 / FAX：03-5298-5191
資本金	3,000,000 円
代表者	代表取締役 大村 晶彦
事業内容	世界バイヤーの調達代行・調達支援業務海外展開支援サービス

事業内容

私達COUXU株式会社は、海外へ日本商品を販売する営業代行会社ではなく、海外企業から「日本の製品・商品を調達したい！」という要望を集め、日本企業様に商談機会を提供させて頂くという活動を行っております。

