

支援との出会いで 始まった変革

当社の主力商品は日本製の高品質なメガネフレームです。 メガネのレンズ幅は世界同一規格で「世界に飛び出しやすい」 ため、設立当初から自社ブランドのグローバルな展開を視野に 入れていました。

本格的に海外展開を開始したのは設立3年目です。高い成長力を有し、富裕層が急増していたアジア圏をターゲットとして定めました。4~5万円の商品を扱う高級眼鏡店などに個別にアプローチをし、見込み客には金額の大小にかかわらず、現地を訪れ商談するという方法で少しずつ販路を拡大してきました。しかし、足を使った地道な活動は出張費がかさみ「今のやり方ではいつか限界が来る」と感じていました。

今後の方向性に悩んでいたそんな時に公社の海外展開チャレンジ支援事業を知り、利用を開始しました。

プランの見直しが 自信へと変化

担当してくれた公社のプランマネージャーは、海外ビジネスなどの経験が豊富で、様々な角度から意見をくれました。話し合いを重ねる過程で、事業実態の見直しをしたことにより、自社の課題などの洗い出しにもつながりました。

最大の懸念事項であった、金額の大小にかかわらず海外の取引先を回ることについては「マンパワーには限界があるのだから同じように回っていてはどれだけ人がいても足りない。販促活動を先に進めるなどの優先順位をつけ、メリハリをつけてやっていったほうがよい」とアドバイスをもらい、これまでのマーケティングプランを一緒に見直していきました。ひざをつきあわせて販売チャネルの分析や販売方法などを再検討し、海外展開に向けて必要な対応を一つずつ整えていったことで、「これだったらアジア圏だけではなくヨーロッパやアメリカにも出ていける」と自信につなげることができました。

初の欧州展示会へと飛躍

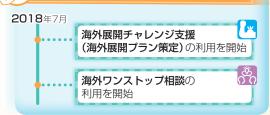
海外展開プランシートを作成してから1年後の2019年秋に

は、世界三大メガネ見本市の一つ、フランス・パリの展示会に出展しました。初めての欧州 展示会出展でしたが、新規の顧客開拓につな げることができました。プランマネージャー の助言や後押しがなければ、ここにはいたっ ていなかったと思います。

これからも妥協せずに、高い品質と遊び心、 デザイン性を備えた今までにないものを創造 し、眼鏡業界に革新を起こしていきたいと考 えています。







◆ ジョイエブリタイム株式会社

所在地 東京都中野区東中野5-20-8 ヴィラロイヤル東中野302号室

代表者 CEO/Creative Director 広瀬 雅規

設立 2012年6月

資本金 100万円

従業員数 3名

JRL https://www.joy-every-time.com