

越境EC出品支援事例

高い技術力・デザイン力が強み。
「これが日本だ！」といえる
唯一無二の商品で立ち向かう



他社とコラボすることで 他にない魅力ある商品を開発

「3Dクリスタルの技術革命」を掲げる当社の強みは、細部に至るまでリアルに美しく表現できるレーザーによるガラス内彫刻です。3Dクリスタルに関する深い知識・高い技術・優れたデザイン力は国内外で高く評価され、2014年の世界卓球のメダル、ドイツのBMW博物館のミュージアムグッズの他、様々な企業の記念品などを制作しています。

こうした技術を有する当社は、江戸硝子の田島硝子さんとコラボすることになりました。当時、田島硝子さんは人気商品「富士山ロックグラス」の偽物の横行に困っており、当社が鶴と飛行機のレーザー彫刻を施して、唯一無二の「富士山ロックグラス カップストーン 鶴と飛行機」を創出。大手ショッピングサイトでの国内向けの販売を始めたのです。

越境ECへの出品で商品が売れ 海外サイトからの販売依頼が

そんな折、会社からの案内で「越境EC出品支援事業」を知り、中国・ASEAN・グローバルのECサイトに「富士山ロックグラス」を出品することとなりました。

海外への出品といっても、翻訳も商品の発送・入金確認なども全て当社がサポートしてくれます。担当ナビゲーターの方からは「ECサイトはトップの写真で決まる」「動画を入れた方が良い」「日本円の

値札は外して」といったアドバイスをいただきました。実際にどのような色の飲料を入れたらグラスが映えるか、一緒に試したりもしました。

また、Made in JAPANでは印象が弱いと考え、Made in TOKYOとし、贈答にも使えるよう木箱も用意しました。

「ライブ販売」では「食洗機は使えるのか」「熱湯を入れても大丈夫か」などの質問があり、「芸術性にこだわる日本人と異なり、海外の人は実用的なことを気にするのだな」との気づきも得ました。このライブは非常に盛り上がり、直後から中国での販売数は驚くほど伸びたのです。

支援事業が終了した現在も、当社は中国サイトからの依頼で販売を継続、新たにB to Bの話も出ています。今後はこの経験を活かして、国内・海外ともに新しい展開を考えていく予定です。

自社だけではできないことにも 公的な支援を利用して挑めば良い

私は越境ECに出品するには、3つのコツがあると考えます。1つめは「これが日本だ!」といえるものを出すこと。海外の方は「日本にしかないもの」を持つことをステイタスだと感じるからです。

2つめは支援してくれる公的機関を見つけ上手に付き合うこと。そうすると様々な情報が得られ、自社だけではできないことでも、できる可能性が高まります。

3つめは積極的に特許を取得しておくこと。各国ごと取る必要がないPCT国際出願制度をお勧めします。

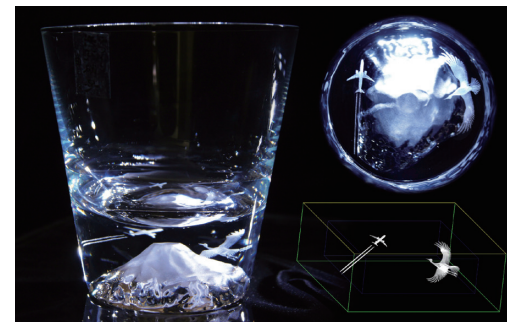
「うちは中小企業だから」と自社や自社製品を低く見る方もいらっしゃいますが、そんなふうに考える必要はありません。公的な支援も利用して、堂々と立ち向かっていけば良いと思います。

株式会社シーティーアイ

所在地 東京都町田市森野六丁目379-1
プロウグレスアオキ2F
代表者 代表取締役 池田 修三
設立 1998年8月
資本金 1,000万円
従業員数 3名
URL <https://cti-co.jp/>



風合いのある木箱に入れて贈答用にも対応



特許取得の技術と優れたデザイン力が強み



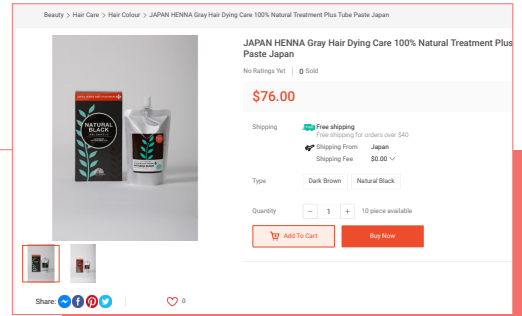
ドイツ製の加工機でグラス底に3D彫刻を施す



注ぐ飲料によって富士山が美しく変化する

越境EC出品支援事例

初めてでも安心・容易な出品で、
海外販売での大切なことと
自社商品の立ち位置を知る



若白髪やアレルギーで悩む方に 独自開発のヘナ商品を届けたい

私たちは日本ではまだ馴染みのなかったヘナを、1987年にインドより輸入し紹介した会社です。ヘナにハーブを調合して開発したバリエーション豊かな独自商品を美容院などへ卸すほか、普及・教育、自社サロンの運営なども行っています。

創業の頃の日本では、「白髪染め」は高齢の女性がするものでした。しかし次第にヘアカラーは当たり前になり、その一方で生活の変化から20代の若白髪やヘアカラーによるアレルギーも増加。髪質・頭皮ケアと白髪染めができ、アレルギー対策になる当社商品のニーズは高まってきました。それと同じことが、最近になっておしゃれとしてのヘアカラーが広まり始めたASEANでも起こるはず。そこで、自社商品を海外にも紹介したい!と欲していたところ公社とのつながりができ、越境EC出品支援に応募することにしました。

実演や端的な回答が効果的 「動画」によって売り上げが急増

海外への思いはあっても、どうしたら良いかわからない私たちにとって、公社の支援は決済・入金確認・インボイス・発送手続などをサポートしてくれるので、仕組みを学ぶことができました。ナビゲーターの方が、文章は短く端的にした方が良いとアドバイスしてくれたり、「ライブ販売」では事前打ち合わせに同席し、本番中もサ

ポートしてくれたりしたのも大変助かりました。

「ライブ販売」では、自分の髪に商品を塗り、使い方・質感・色などを見てもらいました。中国製品に比べ値段が高い理由をビジュアルも交えて説明し、「子どもを抱っこして髪を染めても大丈夫」とわかりやすい例を出して安全性もアピール。チャットでは、商品特性を簡潔に表したフリップを机上に並べておき、クイズ番組の回答者のようにパッと出して答えたりもしました。

長い文章は読んでもらえませんが、「動き」があると目を引くようで、ライブ販売後には大量の注文が入り「動画ってすごいな」と実感。そして、その後は口コミで売り上げが伸びていきました。

出品によって得られたことは 単なる売り上げだけではない

この事業の良さは「売れたかどうか」だけではなく「勉強ができる」ことにもあります。今回の出品では、相手国の事情を事前にナビゲーターの方によく聞いておくこと、複雑な説明・曖昧な表現をさけて端的に答えることの大切さがわかりました。動画づくりのコツも学べ、今では独自の動画をアップしています。そして自社商品の立ち位置を知り、マーケティングができるのも大きなメリット。私は「ASEANのヘアケア意識は15年前の日本と同じ。当社商品はこれから伸びる!」と確信することができました。次回もこの事業に応募してトライし、支援期間終了後もこれらの経験を活かして海外販売を目指していきます。

海外進出には熱意、そして積極性が大事。その上で、むやみに飛び出していく前に、一度この事業を利用してみたいかがでしょうか。



ヘアケアの客足が途絶えない直営サロン



ライブ販売では自ら実演をして使用方法を説明



上質な天然成分を原料に開発した「えびすハーブ」



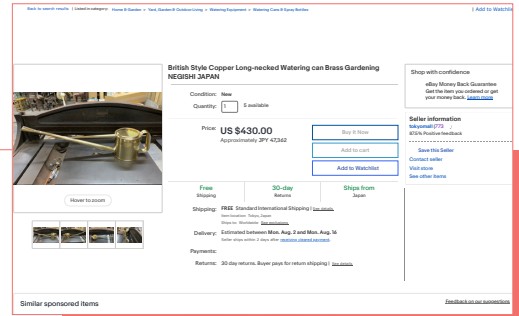
簡単に使用できるトリートメントも充実

株式会社ジャパンヘナ

所在地 東京都渋谷区恵比寿南 1-21-19
代表者 代表取締役社長 海老名 秋子
設立 1997年12月
資本金 1,000万円
従業員数 30名 (パート含む)
URL <https://j-henna.com/>

越境EC出品支援事例

すでに世界に知られた商品で、
狙うのは販売価格の適正化と
新たな取引先の開拓



海外での盆栽人気とともに 上がっていった欧米での認知度

当社の前身は、神社仏閣の屋根職人だった祖父が立ち上げた園芸金物の製造会社でした。父がその技を活かして銅・真鍮・ステンレス製の如雨露を考案し、園芸用如雨露の製造専門会社に転換。以来、多くの盆栽家・園芸家の方に当社の製品をご愛用いただいています。

盆栽は海外でも人気が高く、日本へ修行に来る外国の方も少なくありません。そして、帰国の際には師匠と同じ当社の如雨露を持ち帰るため、その方の弟子も同じ如雨露を求め…当社の商品は次第に欧米でも知られるようになり、早い段階で海外との取引も始まりました。すでに1996年頃には海外の会社による現地ECサイトで取り扱われ、現在は世界26か国で当社の如雨露が販売されています。

法外な値段での販売を排除し B to Bの新たな取引も始まった

すでに海外との取引があった当社ですが、公社の越境EC出品支援事業は2度利用しました。その一番の目的は「適正価格での販売を促す」ためです。今は1日に4個の商品しか作れず多くの方をお待たせしているのですが、そうなると定価の倍以上の値をつけて販売する人が現れます。ですが越境ECサイトに出品すれば、検索すると一覧で値段が表示されるため、法外な価格は排除されるのです。

根岸産業有限会社

所在地 東京都墨田区堤通1-17-30
 代表者 根岸 洋一
 設立 1966年3月
 資本金 300万円
 従業員数 3名
 URL <http://www.negishi-joro.co.jp/>

また、TOKYO MALLの集客効果、検索頻度の高いキーワードのおかげでバイヤーの目に留まり、そこからB to Bの商談にも発展。ニューヨークの3社との取引が始まりました。掲載商品を見て「他の種類はないのか」と、直接問い合わせしてくれる方もいました。

そして、この事業の良さを最も強く感じたのはトラブル対応についてです。国内でも時折見られることですが、商品受け取り後にクレームによって返金させ、商品も返さない、ということがありました。その際にナビゲーターの方が一緒に戦ってくれ、商品も代金も取り戻すことができました。これは個人で対応しようと思ったら、大変なことだっただろうと思います。

自らアプローチすることで ビジネスの「ご縁」がつながる

海外に自社商品を出したいならば、まずはSNSのアカウントをつくることをお勧めします。頻繁な更新はしなくても大丈夫。興味を持ってくれた方からダイレクトメールが来るので、素早く返信することで新たなビジネスが始まります。なお、当社もほとんど更新しませんが、かえって「あまりメディアで取り上げられていない商品」と思われるようで、テレビなどの取材依頼が来ることもあります。

ECサイトの掲載時には、商品写真も重要です。私は背景が白く商品が綺麗に見える写真ではなく、あえて乱雑な工場内の様子が写りこんでいるカットを使用しました。その方が「本当に一つ一つここで手作りしているんだな」と感じてもらえ、他社商品よりも目立つのです。

ビジネスはどこでどんな「ご縁」があるかわからず、意外なところでつながりができるもの。自分からどんどんアプローチしていくことが大切です。



国内外の盆栽家に人気の銅製竿長如雨露6号



1枚の銅板からあの美しい如雨露が生まれる



完成後はどの国に行くのか？作業を待つ本体



全てが手仕事のため1日4個しかつけれない