

# 東和産業株式会社

- ・所在地: 和歌山県海南市藤白759番地
- ・代表者: 吉田 昌弘
- ・資本金: 9,000万円
- ・従業員: 144名
- ・URL: <http://www.towasan.co.jp>



## 企業概要

東和株式会社は、収納、洗濯、バス、キッチン、トイレ等日用品の企画・製造・販売を行う企業。ふとん圧縮袋の販売では、国内トップシェアを誇っている。

平成15年には中国・上海に事務所を開設するとともに、約30の現地工場より仕入れを行っている。また平成21年4月にはベトナムにおいて現地法人「TOWA VIETNAM Co.,LTD」を設立。

自社一般商品とは一線を画し、機能性にデザインをプラスした自社ブランド「TRINITIA」は、販売チャネルをロフトや東急ハンズ、francfranc等に限定することで高級感を出し差別化を図っている。



▲吉田 昌弘 代表取締役社長

## Q.海外展開を目指すようになったきっかけは？

海外にも自社製品の販路を拡大できないか、という意識のもと、ヨーロッパ市場をターゲットに市場開拓に取り組みはじめました。まずはドイツで毎年開催される世界最大規模の消費財見本市「アンビエンテ」に2007年に初めて訪れ、自社製品が現地マーケットに合致するか、展示会場ではどのようなディスプレイにすればよいか等を視察しました。その結果を踏まえ、2008年2月にアンビエンテに初出展し、その後毎年アンビエンテに出展しているため、本年度で3年目になります。

よく海外見本市には継続して数年出展しないと効果がないと言われるのですが、当社の場合も商談はあるものの契約には至らず、3年目になってやっとサンプル発注に至ったケースがありました。ヨーロッパのバイヤーは出展者が本気でヨーロッパで売る気持ちがあるのかを見ているのだと思います。そこが、価格や品質が合えば即座にオーダーに至りやすいアメリカバイヤーとの違いではないでしょうか。

ヨーロッパ市場で販売していくためには現地に詳しい人材がいる方が良く、販売代行を行うコーディネーターと契約を結びました。会期終了後もコーディネーターを通じてアフターフォローを行っていただいているので助かっています。

現在はヨーロッパ企業の2社、アメリカ企業1社、シンガポール企業1社と取引があり、取引交渉中の案件も数件あります。

## Q.海外展示会に出展してみたの感想は？

日本らしさを全面的に強調した製品は反応が悪かったです。機能的でデザインがよく、現地市場に合う商品であることが重要だとわかりましたね。こういった国際的な展示会に出展することで、世界各国の商品等を一堂に見ることができ、新製品開発のヒントが得られたなど、良い刺激にもなりました。

## Q.海外販路開拓で苦労している点は？

国によって規制が異なることがあり、商慣習等も異なるので、海外輸出は難しいと思う点が多々あります。その他には、決済関係でも戸惑いました。識者からのアドバイスとしては全額前金でもらうように、というアドバイスがありましたが、取引実績がない場合は全額前金で支払ってもらうのが困難な場合もあるため、初回は0%、次回以降は0%と、回数を踏んで率を上げていく対応をとったりすることもありました。

また、海外との取引では、先方から分厚い契約書が送られてくるがよくありますが、自社にとって不利となる条件が含まれていることがあるので、内容をきちんと読んで理解しておくことが必要です。

## Q.今後の事業展開を教えてください。

ヨーロッパ市場開拓に取り組み始めたところではありますが、次のターゲット市場としては中国を想定しています。中国の富裕層人口は年々伸びており、当社としても魅力的な市場です。今般、中国市場開拓に向けて台湾企業とパートナー契約を結びました。今後はパートナーとともに、中国国内の展示会にも出展する予定です。中国人向けの製品開発やデザイン企画にも取り組んでいきたいですね。



▲アンビエンテでの出展ブース



▲自社ブランドTRINITIAの商品



▲磁石付で冷蔵庫などに保管できるラバーバンド