

海外販路開拓における高岡の挑戦

高岡商工会議所 中小企業相談所 経営支援第二課長（生産性向上・販路拡大担当） 裏田 枝里子

2022年12月、高岡商工会議所は台湾最大の貿易経済団体「台北市進出口商業同業公会（以下、『IEAT』）」と経済交流促進に関する覚書を締結しました。以後、台湾をはじめとした中華圏、そして世界全域に様々な方法を活用して会員事業所の海外販路開拓を後押ししています。

高岡市内地域産品、特に「伝統工芸品」は世界に通用する技術かつ商品という自負だけではなく、支援を通じ、実際に高い価値を感じていただいていることを実感しています。しかしながら、「誰に、何を、どのように」がフィットした取り組みでないと売れないのは海外のほうが顕著です。そのため、これらがフィットする取り組みとは何かを模索し、日々テストマーケティングを繰り返している状況です。本稿では、当所の近年の海外展開に関する取り組みを振り返り、課題に感じていることならびに考察をまとめ、情報共有を行い、皆さんと共にさらなる販路開拓を進めていきたいと思っています。

「台北市進出口商業同業公会（IEAT）」と互いのビジネス拡大に向けて

覚書締結後、初めての取り組みとして2023年11月「高岡と台湾企業とのWEB商談会」を実施しました。先方のHPを通じて、台湾企業との取引を進めたい高岡市の10社の企業情報および商品情報を掲載いただいた他、商談を進めたい商品を台湾に送り、商品を手にとってもらいながら商談を進めるという方法をとりました。



台湾企業とのWEB商談会の開催

ここで最初のつまずきとして、当所としては小規模事業者の特に伝統工芸品の販路開拓を実現したい思惑があったことから、多くの対象者に手を挙げていただきました。しかし、IEAT所属企業の多くが「食」に関心をもっていたこと、高岡市

の地域的な特色を伝えきれていなかったこと（交流の歴史が浅かったこと）、そして比較的規模の大きい中小企業が多かったことから、結果として関心をあまり高めることができず、台湾企業3社対高岡の事業所4社と少数のマッチング会となりました。併せて台湾企業が想定とする「雑貨」というジャンルにしては価格が比較的高いこともあり、商談が実現しても価格交渉が中心となり、最終的に価格がネックになってマッチングが進まなかったケースも発生しました。

参加事業所からは「積極的に質問をいただけて良かった」「初めての海外商談会だったが参加して良かった」という感想をいただき、当所としても機会の提供としてはほっとしたところがありましたが、取引の手応えとしてはまだまだだったと感じています。商談会開催後、当所議員および事務局で「台湾経済交流ミッション団」として台湾およびIEATを訪問し、翌4月にはIEATの視察団が高岡を訪問するという交流を行っています。この交流は相互販路開拓がよりスムーズにいくよう、お互いの地域の歴史文化、産業を理解し、当所としては各事業所商品の総合的な「価値」を伝えることを目的として実施しました。高岡にお越しいただいた際には、伝統工芸品を囲みながら、観光



IEAT 視察団の来訪

資源、伝統工芸の特色として、高岡銅器・高岡漆器は400年以上の歴史を誇ることで、分業制だからこそ技術を追求できた点を丁寧に解説し、理解を促しました。視察団を通じ、少しずつではありますが歴史文化や産業の理解を深めており、IEATから企業照会があった他、視察団を通じ個別取引が始まった様子も伺えます。私自身も視察団に参加し、商業施設や観光施設といった現場も併せて見てきたことで“今の台湾”を知ることができ、越境EC、店舗でのPOPUP、クラウドファンディングの実施など、空気感を捉えながら企画を進められていると感じています。取り組みを通じ「誰に、何を、どのように」に対し、どんな層にどんな商品が響くか、どんな点を改良すれば商品が売れるのか、少しずつ“勘所”を磨きながら最適解を探り続けています。

課題発見からの「匠に学び、風土、歴史に触れるツアー」の開催

台湾訪問後、改めてマッチングを進めるため、2024年3月に第2回のWEB商談会を開催しました。前回の反省点を踏まえ、食の事業者の参加も促し、さらに5社に手を挙げていただいたのですが、本会としてのマッチングに興味をもっていただいたものの、すぐに成果の得るものではありませんでした。

開催を通じ、当所とタッグを組み、事業推進をしている連携企業との話し合いを深める中で気づいた課題としては「精巧な、従来の高岡銅器、高

岡漆器を象徴するような商品が売れない」こと。いわゆる「高額な商品が売れない」ということです。技術も商品も一流、しかしながらその価値が十分に伝えられていないから価格で勝負しなければいけなくなっているという点でした。今までの手法では従来の伝統工芸品、高額な商品を販売するには適切ではなかったことから、「どのように販売するか」を再設計する必要性がありました。

そこで企画をしたのが「工芸愛好家向けのモニターツアー」です。販路開拓を主眼とした観光ツアーの実施によってダイレクトアプローチをする手法です。当地域には100年企業が点在しており、企業の入れ替わりが激しい中華圏の方からは価値が高く、伝統工芸品を愛好する方にとっては非常に魅力の高い地域とも言えます。そこで伝統工芸士との交流や体験、歴史文化への理解を深める旅行コンテンツを造成し、中華圏の伝統工芸品愛好者のニーズと、高岡の伝統工芸品生産者の海外販路を求めるニーズを繋ぐ取り組みを行うことにしました。工芸愛好家の購買意欲を刺激するため、ツアーでは市内観光スポットである国宝瑞龍寺や伝統的建造物群保存地区の散策および地場の新鮮なグルメを通じ、当地の文化や歴史を学びながら、普段非公開の伝統工芸士の工房を訪れ、伝統工芸の心髄に触れることで工芸品への購入に繋げるコンテンツを組みました。また、ツアーが一過性にはならないよう、受入窓口となる事業者、二次交通を担う事業者に対し、連携企業とともに説明を行いながら流れを作ることに注力しました。



「匠に学び、風土、歴史に触れるツアー」

2024年10月から工芸愛好家ならびに旅行会社の方にモニターツアーを実施し、その1ツアーでは2日間で売上総額800万円超に上りました。伝統工芸品士やまちの方との交流を通じ、時には伝統工芸士との写真撮影を行いながら、商品を吟味し、その場でとんとんと商品が売れていきました。この時、「誰に、何を、どのように」がはじめて合致した感覚が生まれ、非常に感動したとともに、事業者の方も「やりがい」を感じた部分が大きかったのではないかと感じています。価値を理解し、リスペクトしつつ、気に入った商品は高額な商品でも即購入。本来、支援機関としても望んでいる購入の仕方を目の当たりにしWin-Winのビジネスモデルが描け、実行できたことに当所としても「やりがい」を得られました。実現には、当所との連携企業はもちろんのこと、伝統工芸に携わる方々が快く受け入れてくださったこと、地域の伝統工芸や観光を盛り上げたいと協力してくださった二次交通や旅行受入を担う企業の方々等とチームを組むことができたことも大きかったと思い、大変感謝をしているところです。

支援機関の海外展開支援がおススメな理由

IEATとの経済交流促進を契機に当所で海外販路開拓における独自事業を始めましたが、当初は参加企業を募っても一部の企業の方のみの参加で、企業訪問をして「やりましょう」というお声がけを繰り返していた状況でした。しかし、ここ最近、海外販路開拓が好機であることから「挑戦してみたい」という方が増えてきています。

ご存じのとおり、言語、法律、輸送、文化の壁など日本の商習慣とはまったく違う方法であり、これらのギャップから幾度も取引トラブルもありました。物理・心理的な障壁に正直やきもきすることが多いのも事実です。独自で海外取引をしている方であればなおご理解いただけるかと思いません。しかし、支援機関の行う海外販路開拓支援事業については、このトラブルの種となるような壁

をなるべく取り払い（ストレスは支援機関が代わりに受け止め）、事業者の成果が最大限になるよう企画設計しています。海外独特の「ルーズさ」が垣間見えることが多く、ある程度のストレスはつきものであるとご理解いただきながらも、支援機関が企画する事業は非常に参加しやすいリスクの少ないものと思っていただき、興味をもっていた事業には躊躇なく手を挙げていただけたらと感じています。チャンスを積み重ねながら、皆様にとっても戦略策定の“勘所”にさせていただきたいと思います。

海外展開の事業を企画・実行推進するにあたりテーマとしているのが「連携」です。連携することで事業の幅が大きくなり、事業者の成果にも比例します。次年度以降は行政や富山県新世紀産業機構をはじめとする支援機関と連携し、それぞれの強み特性を活かしたセミナーや商談会の開催を企画している他、工芸愛好家向けモニターツアー2年目として売り込み強化をする予定です。加えて、磨かれた“勘所”をいかに戦略に落とし込むかを検討する「海外展開戦略策定ゼミ」も開催し、事業者同士の客観的視点も入れながら一緒に検討していきます。事業者、支援機関、地域ともに連携し、大きな力で今後もアプローチしていきましようとお伝えするとともに、自社商品・地域資源は思った以上に高く評価されているので改めて自信をもつていただき、挑戦を共に続けていきましようとお伝えしたいと思います。