企業取組事例

株式会社モトックス

URL https://www.mottox.co.ip/

設立

1954年3月

所在地

大阪府東大阪市小阪本町1丁目6番20号

従業員

219名

■情報収集の徹底と戦略的活用により成功 ■

輸出部門で海外販路拡大に向けて取り組まれている谷口さん(写真右端)にお話を伺いました!



自社の課題、輸出の取組のきっかけ

自社は初期から地酒の卸売業に携わっていましたが、90年代からワインを中心に売上を伸ばしたため、多いときでは約10億円程あった地酒の売上は2億円まで減少してしまいました。原点に立ち返り、いま一度日本酒にも力を入れたいという方針のもと、2013年に国内流通用として立ち上げた自社ブランド「Craft Sake」の販路を海外へ拡大するため、2019年に輸出部門を立ち上げました。

輸出に関しては未経験の会社であったため、全く知識の無かった私1名で取組をスタートしました。何から始めて良いのかわからず、課題すらも見つけられない状態でJETROに相談したところ、日本産酒類輸出促進コンソーシアム(酒コンソ)をご紹介いただき、登録してみました。

取組の経緯、国税庁の支援施策の活用

初期段階では、酒コンソを活用して**貿易実務に必要な用語や商流を学ぶ輸出実務セミナーを受講**しました。徐々に基礎知識が身についてきた段階で、取引先を探すために酒コンソの**オンラインマッチングや、商談会に積極的に参加**しました。

最初は売上げを伸ばすことを重視しており、積極的に商談会に参加しましたが、 商談相手が求める大ロットのニーズに対応できないなど、商談先との間でミス マッチが多く発生し、思うように輸出を増やすことができないこともありました。

そこで酒コンソやJETROの専門家に相談したり、マーケットに関するセミナーを受講して大手小売店やホールセラーの情報収集を行い、商談先国の大きなニーズを踏まえた商品開発に尽力しました。今まで取引のなかった酒蔵に対して一から電話でアポを取りつけて営業したり、ラベルのイメージを変えてローマ字表記を追加したり、

「Craft Sake」のみならず通常流通商品の扱いを開始するなどの取組みを行い、継続的な売上に繋げることができました。



また、タイにおいても、商品の価格帯や嗜好についてセミナーを受講して情報収集しながら、私なりに主たるディストリビューターの動向や得意分野を研究しました。そしてその後、酒コンソを通じてバンコクやチェンマイでの展示会・商談会に出展したところ、ディストリビューター2社、料飲店12社もの現地事業者と取引を開始することができました。

現在の輸出状況、今後の取組予定

始めたころは3か国スタートでしたが、2024年には輸出実績を17か国まで増やすことができました。2022年に輸出担当者を1名増やし、現在は2名体制で輸出に対応しています。日本語が堪能な英語ネイティブのイギリス人を採用し、海外向けビジネス拡大のために、HPやSNSの英語対応、海外からの問合せフォームの刷新などを行いました。

今注目している市場はブラジル、ベトナム、カンボジア、UAEです。既存市場としては韓国で、2024年頃から成果が出ているので強化したいと思っています。

今後の手法としては、インポーターの先にいるディストリビューターとのダイレクトな関係を深めることで、さらなる販路拡大を見込んでいます。

また、FTAやEPAの活用も行い、AEO認定(注)の取得を目指しています。

(注) 貨物のセキュリティ管理と法令遵守の体制が整備された事業者に対し、税関が承認・認定し、税 関手続きの緩和・簡素化策を提供する制度

取組のポイント

海外の新市場を開拓する上で、一番効果的だと感じているのは、展示会・商談会に積極的に参加することだと思います。コロナで直接現地に行くことができない時期に海外展開を始めましたが、コロナ後に実際に現地の空気や温度感に触れ、委託販売や越境ECなど様々な形の取引があることを学びました。

取引開始までは長い時間と費用がかかることを理解し、商談の流れや貿易の全体像を掴めたことは、非常に大きな第一歩でした。

輸出に取り組む方へのアドバイス



〜 今から輸出を始めようか・・・ とお考えの際には、まず酒コンソに登録すること を強くお勧めします。

人員も多く割けず、知識もない状況から輸出 を実現するためには、信頼出来る組織に相談し、 効率よく情報収集をすることが近道であると考 えます。

入門編から活用できるサービスがそろっているため、自身のレベルやフェーズに合わせ利用することができ、特に輸出を拡大する上で大きな支えとなるものであると実感しています。