



株式会社三恵ネット

網戸用防虫網の専門メーカーとして、防虫網のほか、網戸部品、木質建材部品、商業施設什器など販売品目を拡充。最新設備と長年蓄積したノウハウで製造するポリプロピレン製防虫網を東南アジア、オーストラリアに展開。

展開国・地域

■2019年度 オーストラリア
■2020年度 オーストラリア

企業情報

■所在地：富山県砺波市 ■従業員数：30名
■設立：1974年 ■URL：<https://www.sankei-n.com/>

事業内容

アルミサッシ用防虫網の生産・販売、モヘア、アルミ型材、商業施設部品
販売カメラ、IT関連ハウジングの生産・販売

代表取締役
吉田 直人氏

環境配慮、視認性、防虫効果で
競争優位性のある防虫網を軸に
世界で環境エコ換気を創造する

操業度を維持、向上させるため、
世界へと目を向ける

当社はポリプロピレン製のアルミサッシ用防虫網などの生産・販売を行っています。国内市場は人口減少により新設住宅着工戸数も80～90万戸と、170万台あった1980年代後半のピーク時から半減しており、新市場開拓に向け海外展開を検討しました。社内でも、創業者含め株主・役員などに、活動計画やコスト、費用対効果などを説明し、都度、方針説明会を通じて理解を得ました。そうして社長直轄プロジェクトチームを発足し、2014年にはシンガポールの建築資材関連展示会「BEX アジア」に出展。名刺交換をした企業にコンタクトし、受注につなげました。地方銀行主催の海外展開セミナーなどでジェトロのサービスを受けました。対象国は、網戸を使う文化の素養や輸送費のほか、担当者自身が情熱をもって取り組める地域であることを念頭に絞り込みました。当初は東南アジア中心でしたが、その後、オーストラリアにシフトしました。

担当者が独力でも
進められるように指導いただく

市場調査には、ジェトロメンバーズの会員特典「ミニ調査」をフルに活用したほか、ハンズオン支援の専門家と共にネットリサーチを実施し、その後の海外出張にも同行いただきました。これまで支援いただいた2人の専門家には、現地情報はもちろん、商談アポの取り方から、商材価格の妥当性や分析方法、必要な品質基準、さらには現地の検査機関のレポートの方が信頼されるといった情報やセールスレップの活用など、当社の担当者が独力でも進められるようにと懇切丁寧に指導いただきました。また専門家の現地での人的ネットワークも紹介いただき、とても助けられました。東南アジアでは網戸よりも蚊帳の文化が定着しており、そうした習慣の違いがある中、あえて日本の様式で売り込んだため、販路開拓には苦労しました。また、薬事法や防災、UV対候性など商材に係る現地の法規制は、現地の人でも理解している人が少なく、法規制を確認していくことがとても大変でした。

競争優位性が評価され、
プレミアム商品として販売

大方の国の網戸は、処分の難しいグラスファイバー製なのに対し、ポリプロピレン製の当社商品は燃やしても有害物質が出ず、環境にも配慮がされています。また網目が細かく、網戸の先の景色がスッキリ見える眺望の良さと、ごく小さな虫も通さない抜群の防虫効果は、現地のグラスファイバー製やアルミ製などと比べても機能や品質面で競争優位性が高く、好評です。東南アジアに対しても、オーストラリアに対してもEPAを利用していますが、特に当社商品をプレミアム商品として販売しているオーストラリアでは、現地代理店にも価格競争に陥らずに十分利益が取れる商品と捉えられているようです。国内市場が減退していく一方で、世界に目を向ければ人口ボーナスでボリュームゾーンのある市場もあります。今後、海外展開を推進する担当者の熱意が冷めることのないよう、ある程度自由裁量で動けるような仕組みを整えながら、粘り強く挑戦を続けていきます。

専門家からのポイント

私は支援開始時に必ず「直接輸出を行うには①投資②人材③時間の3つが必須であること」を説明しますが、三恵ネットの場合この3つがそろっていました。特に②人材に関して英語ができ、貿易知識もあり、明るく積極的な海外展開専任の担当者がおられたことは先見性があり、取引先の信頼を得やすく成功への大きな要因でした。当時、既存の現地ディストリビューターの動きは緩慢でしたので、このディストリビューターが焦るように刺激を与える作戦を助言したところ、新素材での市場・客先開拓がうまく動き出しました。



1 右側がLuxury Screen(Fiberglass 製との比較) 2 シンガポール企業との商談