



工業品

# 株式会社大橋



- 1 EUへ輸出している粉碎機。日本よりも安全規制が厳しく、海外でのニーズに応じて開発したため、国内に流通する製品とは形が異なる
- 2 2013年12月にフランスで開催された環境見本市「ポリュエテック・オリゾン」の様子。興味を持った多くの人が集まる
- 3 2018年、マレーシア最大の「マレーシア農業見本市」に出展



国内市場の縮小を懸念して樹木粉碎機の輸出を決意。2013年フランスの展示会に参加し、パートナー探しを進めて2015年フランスへ輸出。その後もオランダ、イタリアなど海外展開を進める。2018年マレーシア企業との販売代理店契約締結

展開国・地域  
 2015年 フランス、オランダ  
 2016年 イタリア、スイス、ノルウェー  
 2018年 マレーシア、ポルトガル、ニュージーランド

企業情報  
 所在地: 佐賀県神埼市 従業員数: 34名  
 設立: 1988年5月 URL: <http://www.ohashi-inc.com/>

事業内容  
 環境機器・農林業機械・産業機械の研究開発および製造・販売／輸出入業務

## 日本の未来を見据えて海外展開を考える

創業から10年経ち、ゴルフ場で使用する管理機器の製造・販売をやめて、樹木粉碎機を扱い始めました。その転機は1997年の「地球温暖化防止京都会議」です。温室効果ガス削減の目標が設定されたのを受けて、樹木を粉碎した後に排出されるチップはバイオエネルギーとして再利用できるという点に目をつけたのです。その後、日本の少子高齢化が海外展開を考えるきっかけになりました。第一次産業の市場が縮小し、商品が売れなくなってしまうと思ったのです。地球温暖化が注目されているので海外にも需要があるはず。まずは、ジェットロや中小企業基盤整備機構、佐賀県の貿易支援センターなどの機関に相談しました。中でも特に大きなサポートを受けたのがジェットロです。ジェットロの専門家は、海外進出も決めていない弊社に各国の市場や情勢、基本的な知識などを教えてくれました。さらにEUやASEAN各国に出向いて市場調査を重ね、専門家とともに海外展開に向けて進んでいきました。

## ジェットロのサポートのお陰でベストパートナーに出会う

2013年、フランスでの環境に関する機器の展示会「ポリュエテック・オリゾン」に参加しました。不安な点もありましたが、ジェットロの担当者が通訳者を手配してくれました。戸惑ったのは、日本人と同じように顧客と接しても伝わらないことです。日本と海外では機械の使い方や、機械に何を求めているのかが違ったのですが、ジェットロの専門家がフランス人顧客への対応方法を教えてくれたので、スムーズにやり取りができました。その後もフランスで出展を繰り返しましたが、なかなか良いパートナーに出会えません。2014年3月から4月にかけてはデモンストレーションをして回るために、社員2名をフランスに派遣しました。すると反応が良く、フランスには市場があるのだと再確認できました。同年9月にサロンパートの展示会に参加。良きパートナーに出会うまでには長い時間がかかり、大変な苦労がありましたが、2015年1月に粉碎機4台を初めてフランスに輸出できたのです。

## フランスへの輸出経験をもとに他国への展開を狙う

その後、フランスと同じ方法で、オランダ、イタリア、スイス、ノルウェーなど、さまざまな国への輸出に成功しています。その際にもジェットロが各国の情報を提供してくれるなど、手厚いサポートがありました。2017年にはEUの次の市場としてASEANへの展開を検討し、「新輸出大国コンソーシアム」の専門家支援を受けました。マレーシアへの進出を考えていると、ジェットロが現地のパートナー候補をリストアップしてくれたのです。実際にその中の一つに決まり、マレーシアへも輸出できました。海外展開のメリットは販路を拡大できることです。さらに日本とは違い、海外顧客の視点での要望があがり、製品の改良にもつながっています。また、一度輸出に成功した経験があると、他の国への展開も同じように進めやすいと思いますので、今後はオセアニアや北米への展開を考えています。ジェットロを通じた出会いが、成功へ導いてくれることでしょう。



まずは販路拡大を。  
 フランスへの輸出経験から  
 さらになる発展を遂げました

代表取締役社長  
 大橋 弘幸 氏



ジェットロ佐賀からの  
 ポイント

大橋は、仕様が異なる製品を製造開発し、粉碎機のバリエーションは国内No1。自社一貫体制で、海外のマーケットや顧客ニーズに合わせより便利で使いやすい製品を随時提案できたことが成功要因の一つです。社長のリーダーシップや担当者のフットワーク、さらに海外市場開拓に関する熱意、粘り強い交渉、真摯な対応なども大きいですね。さらに、ウェブサイトは多くの写真を活用し、分かりやすく、6カ国語で製品や会社情報、実績などを情報発信できている点、海外営業担当への高度外国人材の採用も海外販路開拓に寄与しています。