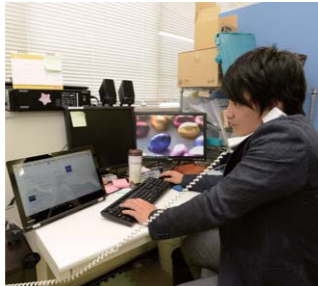




▲ 配送する商品は、社内の倉庫で梱包。1日に1トン以上の貨物を輸送しています。



▲ 取扱品目は20,000点以上、取引実績国は70カ国以上。



▲ 「商習慣の違う海外のお客様とやりとりする時は、「ギブ」(先に利益を与える)の精神で接することが、言語の巧拙より大切です」と山田社長。



コツを知られば、70億人がお客様。

▲ (株)グローバルブランドのロゴ。「70億人がお客様」をモットーに世界の隅々まで日本の商品を届けています。

Friends this month  
今月のフレンズ

70億人がお客様  
日本の商品を海外へ届けたい

32歳の若手社長が、日本の商品の海外輸出や海外でのセールス・プロモーション支援を行なっています。海外に販路を拡げたい中小企業は多いものの、「何をすればよいかわからない」という方が多いと思われる。海外輸出のハードルは高いのでしょうか？海外で売れる日本の商品に共通している要素とは？(株)グローバルブランドの代表取締役社長 山田貴弘さんに、海外輸出の今々についてお話を伺いました。



株式会社グローバルブランド  
ヤマダ タカヒロ  
代表取締役社長 山田 貴弘さん

世界の僻地の人々にも  
日本の商品を届けたい

弊社は、インターネットを含めた様々なチャネルを利用し、世界70カ国以上に日本の商品を発信・販売するお手伝いをしています。「海外の都市部だけでなく、僻地の人々にも日本の商品を簡単に手にしてもらえらるサービス・仕組みを提供したい」という思いから、商社在職時、米国に駐留し、日本の商品の営業を経験後、この会社を設立しました。

海外進出に興味があっても販路拡大方法に悩む中小企業は多いため、弊社では海外輸出をスムーズに出来るよう、現地の代理店への営業や物流の補助、ネット通販などIT関連のフォローを行なっています。

利用者のことをよく考えた  
商品が受け入れられる

現地の人々が日本の商品について魅力的に感じる共通の要素は、「利用者目線のものづくり」をしている点です。例えば商品本体の色や細かい部分の機能など、バリエーションが豊富で、ニッチなニーズ

にも対応した商品展開は、海外ではあまり見られませんが、「メイドインジャパン」というブランド力ももちろんあるものの、使う人のニーズを捉え、商品開発に反映しているところが、日本商品が認められる一番の要因だと思います。

海外輸出をもっと簡単に

海外取引のポイントには「言語、物流、資金送金」です。近年、急激にインターネットや物流が発達し、それぞれの国の法規制さえクリアできれば、容易に海外輸出ができる時代になりました。ITを活用することにより、現地への出張費などの人的コストが大幅に削減できるほか、マーケット調査もでき、「売れる・売れない」という感触を知ることが出来ます。言語だけでなくIT・物流の活用方法や資金送金の知識が重要だと感じています。

海外の人々のニッチなニーズに日本の商品は十分応えられます。今後は国内向けに販売しているような感覚で、もっと簡単に海外に自社商品を輸出できるように、中小企業の方々のお手伝いをしていきたいと考えております。



▲ 社長とスタッフの集合写真。一人ひとりが株グローバルブランドという「チーム」の一員として、和気あいあいと仕事に取り組んでいます。



▲ 仕事に疲れたスタッフのために、社内に休憩スペースを設けています。朝食用のシリアルやフルーツ常備し、心地よく仕事ができる工夫をしています。



▲ マーケット調査や営業代行・代理店探しのため、頻繁に海外に出掛けています。写真のトランクは海外輸出支援先のメーカーの商品です。

今月の表紙説明



日本の商品を世界の各地へ。山田社長はアメリカに野球留学をしていた経験をお持ちで、現地でトライアウトを受けていました。当時はインターネットによる輸出販売はほとんどなかった時代で、大学はアリゾナ州の砂漠地帯にあったため、日本の商品は簡単には手に入らなかったそうです。

Company Data 【会社概要】

創業	2012年
所在地	西区上名古屋 3-25-28 第7猪村ビル3F
TEL	052-686-2095
URL	http://www.globalbrand.co.jp/
事業内容	輸出業務および日本商品の海外普及プロモーション業務