

海外展開のススメ

事例編 パート③

澤井珈琲 素早い意思決定で

国際センター
とビジネス

このコーナーでは、とっとり国際ビジネスセンター（竹内団地）が境港で積極的に海外展開を行う企業へのインタビューを掲載します。今回は、(株)澤井珈琲（竹内団地）の澤井幹雄社長に伺いました。

「海外展開されるきっかけは、何だったのでしょうか。」

「2005年ごろ、韓国での展示会が最初のきっかけです。ただ当時、韓国では珈琲を飲む習慣がなかったことなどのため上手く行

かず、結局今では、最後のチャンスで臨んだ台湾が海外販売の主流になっています」

「台湾での販売が軌道に乗った理由は。」

「足しげく渡航し、バイヤーと会うことを重ねることで信頼関係を作り

ました。最初の受注をいただくまでに1年間通いました。簡単ではありませんでした。ブックタイプや缶タイプのパッケージを提案するなど、バイヤーの要望を超える提案を愚直にやり続けたことが、大手百貨店にも受け入れられた理由かなと思います」

「次は、どの国を攻めましょうか。」

「次の代に新しい市場

を残しておかないと、全部やりきると多角経営にシフトしがちなので、『澤井珈琲は珈琲屋』ということを念頭に、今後も継承したいです」

「インタビューを終えて」 澤井社長は「市場の過渡期とも

重なり、たまたま運が良かった」と謙遜します。しかし、早い段階でのインターネット販売へのシフトなど、常にトレンドの先端での意思決定がありました。

何より、澤井社長の海外バイヤーに対する人としてのつながりやアイデ



数々の商品や賞状の前に立つ澤井幹雄社長（左）と小野幸一郎・当センター長

ア、拘りが今日の澤井ブランドを牽引しているのだと感じました。当センターも今後、新しい市場への販路拡大などを支援していきたいと思えます。

詳しくは、当センター（☎30-3161）まで。