本家仕込みの温泉旅館　趣味狙い和太鼓教室

「まず台湾」多く　国内縮小で活路

旅館、趣味講座、アパレルなど「日本風」をキーワードにアジア市場開拓をめざす中小サービス業が増えてきた。質の高い接客や特有の文化を売り物に、経済成長で中間層が拡大している新興国などの需要をとらえる。人口減少による国内市場の縮小を補う形で、製造業に比べ遅れていたサービス分野でも海外に活路を求める中小企業が増えそうだ。

太鼓センターの台北の和太鼓教室には20～30代を中心にした台湾人が通う

石川県七尾市の和倉温泉の老舗旅館、加賀屋（小田孝信社長）は、2010年に台北市内に温泉旅館を開業。正座の仕方から始まり料理の出し方など、日本で半年間の研修を受けた台湾人の客室係10人が中心となり、日本同様のきめ細かな接客サービスを提供する。

台北で宿泊した台湾人の25%が日本の「本家」も訪れているという。こうした「リピーター」を含め台湾から年間8千～1万人を呼び込む効果をあげている。小田禎彦会長は「日本のおもてなし文化は海外でも通用する。進出時には日本に来ることを考えがちだが、海外で評価や関心が高い日本の品質や文化を持ち込むことで、地元企業と競合することなく市場を開拓できるケースもある。

全国約20カ所に和太鼓教室を展開する太鼓センター（京都市、東宗謙社長）は昨年12月、初の海外教室を台北市に開設した。初心者向けなど4種類あるという。中間層の増加で趣味の講座として需要が見込めると判断。月謝は8千円程度と現地の物価水準を考えると高めだが、既に40人が受講している。

東社長が台湾を選んだのは「中国市場への足がかりにする方が成功しやすい」と分析する。

太鼓センターの13年4月期の売上高は8億円強と前期に比べ約1億円増える見通し。米国への進出も検討中だ。

東京・原宿などで衣料品店を展開するハイパーハイパー（東京・渋谷、コスプレとは違うフリルが多く付いた黒っぽい服装。見た目は西洋風だが日本発のファッションだ。アニメなどを通じて海外でも注目を集めている。フランス、米国向けの卸売りを含む海外売上高はこの1年間で2倍に伸びているという。

海外進出を進める中小サービス業の例

コルネット（浜松市）
マレーシアに現地大手と合弁を設立し、東南アジアでスイーツ販売
日本介護福祉グループ（東京・墨田）
台湾で通所介護（デイサービス）施設の開設を検討
アブ・アウト（札幌市）
ラーメン店「らーめん山頭火」を香港、東南アジア、北米で展開
鎧廼舎・うさぎ塾（京都市）
特殊な紙製のよろい制作教室を開設。米国やフランスで展示会開催

非製造業、海外へ出遅れ

進出比率4%　製造業の3分の1

日本政策金融公庫が昨年実施した「中小企業の海外進出に関する調査」によると、海外直接投資をしている非製造業の割合は4%と、大手メーカーの部材のグローバル調達に対応して海外進出が進む製造業（11%）の3分の1程度にとどまる。

海外展開に際して、対面での接客などサービスには言葉のやり取りが欠かせないという非製造業ならではのハンディもあるが、景気低迷が続き、人口が減少する国内にとどまっていても先細りになる可能性が大きい。レジャー白書（2011年版）によると、旅館の市場規模は10年に1・5兆円弱と20年間で半分以下に落ち込んだ。

台北に旅館を開業し、訪日客の取り込みにも成功した加賀屋のように、海外進出が国内との相乗効果をもたらすケースもある。政策金融公庫の調査

特殊段ボールのトライウォール

英大手の事業買収

車部品向け　ロシア開拓

重量物の梱包に使う特殊段ボール製造のトライウォール（香港）は、英国の包装材大手DSスミスから特殊段ボール事業を買収した。同社は英国の工場で製造した製品を欧州で自動車部品向けに販売している。トライウォールはこれまでアジア・パートナーズの傘下に入った。それに伴いグループの本社を香港に移し、中国や東南アジアで事業を拡大してきた。年間売上高は約150億円。

買収額は明らかにしていない。英国の工場の従業員150人の雇用は引き継ぐ。同工場の生産量は月間130万平方メートル。トライウォールが中国とタイに持つ工場と合わせると同300万平方メートルになる。

同社は成長が続くロシアやトルコの需要取り込みを狙う。欧州に拠点を持ち、両国に製品を供給する体制の方が顧客の開拓がしやすく、物流コストも抑えられると判断し、買収を決めた。

バングラで栄養補助食

環境に優しい「和洋傘」

竹の骨組み、生地にバイオプラ

和傘製造・販売の日吉屋（京都市、西堀耕太郎社長）は豊田通商と連携し、竹の骨組みにサトウキビ由来のバイオプラスチックの生地を張った傘を開発した。生物資源（バイオマス）を使っているため、ビニール傘などより環境負荷が小さいという。和傘と洋傘の双方の特徴を併せ持つ「第3の傘」として売り込む。

まず2月中に和傘の構造を取り入れた「ryoten（りょうてん）」＝写真＝を発売する。柄の部分をアルミ製にし、コンパクトに折り畳めるようにした。

日吉屋、豊田通商と新商品

バイオプラに不織布を張り合わせて高級感を出す。価格は1万5千円程度で、百貨店などでの取り扱いをめざす。今秋をめどに、洋傘に近い形の「Bamboo（バンブー）」を追加する。竹の質感を生かしたデザインで、価格は8千円程度を想定する。

和紙を張った一般の和傘は雨の日に使いにくいのが課題だった。新製品は豊田通商が調達したバイオプラを採用し、洋傘のような感覚で使える。