

「化劣為優」的致勝之道

解密日本扣件貿易商 Sunco Industries 「戰隊經營術」



200 萬品項，想要的扣件， 應有盡有！

Sunco 自認為擁有頂尖銷售能力的日本扣件貿易商，在日本享有極高知名度，有日本數一數二的高科技大型扣件物流中心，庫存高達 200 萬品項，從飛機用的到眼鏡用的，各種扣件一網打盡。日式服務的細膩是舉世皆知，Sunco 的英文版「3QNet」網站搭載線上的商品檢索及販賣管理工具，讓顧客輕鬆從 200 萬項產品中快速找到產品，甚至可以只選購單一支螺絲！社長奧山淑英先生發下豪語，**要把日本的 JIS 與公制螺絲帶到全世界**每個角落，開啟了 Sunco 從日本走向國際的康莊大道。

打造日本最強扣件貿易戰隊

Sunco 是最懂扣件貿易的日本大廠之一，他們不僅打造出總數達 1,200 家的供應商戰隊，自家內部也培育出 Sunco 戰隊，包括創意行銷力強大的管理團隊、250 人的營業團隊與 800 名員工。本期封面故事特別專訪了 Sunco 的社長奧山淑英與各級主管，透過 Sunco 戰隊的視角，區分成幾個不同的主題為您解密其致勝之道。

▼ 左至右：國貿採購部科長高田知良、社長奧山淑英、海外推廣隊長坂本達治、採購部長平岡美紀



外銷主軸：日本製終端產品的扣件需求

突破點：推出「BARA」服務

從社長的觀點來看，日本扣件市場空間已經飽和（達到上行區間的上限），是因為國內正在刪減緊固終端產品用螺絲的人力與人事費，導致螺絲用量降低。但他不認為螺絲需求會消失或被取代，螺絲仍是穩定的事業。





▲ 奧山社長：「**我們的外銷是鎖定使用日製終端產品的海外用戶。**許多企業使用日製工具機、半導體製造設備、船舶、汽車、摩托車、火車、電梯、物流設備，這些終端產品需要少量 JIS 與公制扣件進行維護，但在海外不容易找到這些扣件。我認為 Sunco 作為供應來源，必定可為海外螺絲銷售業者提供最大助益。」

「因此 3 年前我們開始跨足外銷，推出了『3Q Net』和特設的『英文版官網』(<https://www.jisscrew.com/>)。前者專為顧客提供產品搜尋、銷售管理、需求預測，提高顧客的業務效率。後者刊登產品特點的文宣、我們的公司介紹與新聞稿，推出後大獲好評，不斷收到詢單。」

「近年我們最大的突破是對全球推出『BARA (最小單位的散裝訂購)』服務，您要買幾支螺絲，我們就出貨幾支，只訂 1 支也行。使用此服務來降低庫存過剩風險的海外顧客正在增加。我們的事業里程碑是打造出了支援「BARA」小量出貨技術的物流中心，許多海外企業特地來參觀我們的物流技術。」

Sunco 的另一大突破是以螺絲企業之姿推出英文 <Socket Boy 雜誌>。您沒看錯，社長還跨足出版界，有自家的編輯團隊，推廣 Sunco 的事業活動與日本當地文化。社長持續增加發行量，讓 Sunco 獲得世界更多人的認識。今年 7 月還推出以「螺絲巨人」為主題的電視廣告，由社長親自下海飾演，並邀請日本前職棒選手 藤佑樹，在廣告中眺望社長在高空幻化成由上萬支螺絲結合成身高宛如台北 101 大樓的螺絲巨人，藉此廣告吸引年輕日本人加入這家企業的巨人戰隊。

推出海外品牌大使——螺絲男孩

為吸引國際顧客的眼光，Sunco 把日本人最擅長的吉祥物行銷帶到海外展會，推出原創吉祥物「螺絲男孩」。社長說此構想就是在展會中誕生的，為提高螺絲的認知度，讓螺絲男孩戴上了圓頭內六角螺絲造型帽，穿上推廣 JIS 和公制螺絲的特製和服外套。惠達也特別專訪螺絲男孩本尊之一的坂本達治先生，一探背後秘辛。



▶ 坂本達治 (螺絲男孩)：

「2023 年，公司選定我與其他同事前往視察德國司徒展，當時我認為公司需要創造螺絲男孩來推廣海外知名度。其他觀展的同事都穿著黑色西裝，但我想創造一些變化，就算只有一個人看起來不同也好，所以我穿上了一件帶有螺絲圖案的傳統祭典和服，並擺出誇張的姿勢來吸引他們的注意，讓他們知道我來自日本，螺絲男孩就此誕生。為了讓歐美顧客有親切感，我將螺絲男孩設定為淘氣可愛的愛吃鬼小男孩。如今公司選我擔任海外推廣活動的隊長，我希望未來全世界都能愛上螺絲男孩。」

作為隊長，坂本達治表示：「以前日本市場顧客會以棧板或箱子為單位購買扣件，再自行電鍍與管理。我們注意到這一點，特意推出以小盒為單位的 (含電鍍) 扣件銷售，減少客戶的麻煩，最後進化到支援單一支螺絲的銷售。換句話說，**我們的優勢是把經銷通路的弱點轉化成提供戰力的武器，成功蛻變成日本最大螺絲貿易商。**」



各級主管眼中的 Sunco 優勢



物流部長山口幸三：
「我們絕不對顧客說『不』。」

東京分支負責人保谷達明：
「我們員工氣氛良好，對
扣件物流專一奉獻。」

採購部長平岡美紀：
「我們每天不斷進化，目
標成為對顧客有助益的
最佳拍檔。」

國貿採購部科長高田知良：
「我們會持續做讓客戶打從
心底感謝的事。」

強化與台灣供應商的戰略夥伴關係

社長向惠達獨家透露正在強力徵求台灣供應商合作：「最近由於地緣政治，許多國家的供應鏈在進行多元化和重組。我們始終如一，庫存顧客想要的產品並在他們需要時交付。因此，我們審視與台灣供應商的關係並希望加強彼此的合作，以應對供應鏈風險。我們還有 90 人大型採購部戰隊，每個人負責一個特定產品，日常工作包括客戶諮詢、新產品登錄、庫存。以往是由特定專員與海外供應商互動，但今後整個採購戰隊都會更加打好關係。**我們的區別是不參與其他海外貿易商打入的市場，並且會庫存顧客急需卻無法在當下取得的产品，建立為客戶解決問題的體制，這項體制需要台灣以及各國供應商的合作與資訊交流。**」

從「日本的 Sunco」成為「世界的 Sunco」

Sunco 正對全球進行新促銷活動，截至 2024 年 11 月底，為所有國際貨件提供免費送貨服務。這次還會對透過「3QNet」採購的顧客贈送特典好禮。去年初推出此活動就大獲好評，社長希望全球顧客都感受到採購日本產品很便利，並不如想像中的貴而且距離遠。

社長說：「我們有些顧客已經事業轉型專攻 JIS 和公制螺絲，這代表 Sunco 的銷售增加也帶動了顧客的事業擴大，讓我深信『將日本 JIS 和公制螺絲推向世界』的使命是走在成功的道路上。我們一定會提供友善平台，讓尋找 JIS 和公制螺絲的銷售業者也能夠輕鬆找到和購買。**日本的 Sunco 就是世界的 Sunco !**」 ■

著作權所有：惠達雜誌 / 撰文：曾柏動



Sunco Industries 聯絡人：高田知良 國貿採購部科長
Email: export@sunco.co.jp

