

# 対面コミュニケーションで伝える独自製品の強みと顧客ニーズへの対応

## 会社概要 **PULS**

**会社名** プルス株式会社

**親会社** PULS GmbH (ドイツ)

**進出時期・地域** 2019年 愛知県名古屋市

**進出形態** 販売拠点

**他の国内拠点** なし

### 主な事業内容 自社の強み

AC-DCコンバータを主力とした産業用電源装置の製造・販売。特にDINレール電源の分野において強みを持つ。「製品のコンパクトさ」「エネルギー変換効率が高いこと」が特長。



### 進出の背景・目的

- 進出前は日本との取引が僅かだったが、関東ではエレクトロニクス産業、中部では自動車産業、関西ではバイオ産業が集積しており、日本は非常に魅力的な市場だった。
- 進出先として東京も検討したが、製品の良さを伝えたい顧客のエンジニアは全国各地の製造拠点(工場)に在籍しており、製造拠点多く存在するグレーター・ナゴヤ地域を選定。
- 検討から進出までに要した期間は1年6ヶ月。

2019

### 進出後の成果

- グレーター・ナゴヤ地域に進出したことで、顧客との距離が物理的に近くなり、対面で商品性を伝えることが可能となった。
- その結果、同社製品の強みである「コンパクトさ」「エネルギー変換効率の高さ」について、顧客の理解が深まった。
- 製品への理解が進んだことで、日本の製造業各社及びデータセンター向け等への納入実績に繋がった。
- 顧客との面談の機会が増え、直接要望を受け、日本市場に合った製品改良を実現できるようになった。

### 地域への貢献

- 対面でのコミュニケーションを通じて日本企業の要望をより深く理解し、自動車メーカー向けの製品改良・提供など、日本の製造業の生産性向上に貢献している。

2025

### 今後の展望

- 近い将来の目標として、年商を現在の1.5~2.0倍とすることを掲げている。実現は可能と考えているが、そのためには人材が必要。
- 日本の顧客に対しては、他社より価格が高くても、同社製品の強みをアピールできる営業人材を求めている。

将来