

第 55 回インナー大会・プレゼンテーション部門
企画シート

所属	東洋 大学 中野 ゼミナール
チーム名	mini SOY 澤ソー's
テーマ	醤油企業の海外進出
連絡先① (代表者)	代表者名 芹澤夕貴
	電話 自宅: _____ 携帯: _____
	アドレス 携帯: _____ P C: _____
	副代表者名 森田勇一郎
連絡先② (副代表者)	電話 自宅: _____ 携帯: _____
	アドレス 携帯: _____ P C: _____
	参加者氏名 芹澤夕貴、森田勇一郎、江副裕斗、成田大輔、吉田芽生
	(合計人数) 5 名
使用機材	主催者常備機材
	<ul style="list-style-type: none"> ・ PC(PowerPoint 2013) ・ プロジェクター
	参加者持込(有・ 無)

※代表者・副代表者名は参加申し込み時とご変更のないようお願いいたします。やむを得ずご変更される場合は必ずその旨をメールにてご連絡ください。また、補足資料で紙以外のものを使用する場合は、何を使うか、どのように使うかを参加者持込欄に記入をお願いいたします。※一次予選のみ小規模教室にはマイクは御座いませんが他の教室には常備されております。

<企画概要>

【テーマ設定の動機】

2013年に和食がユネスコ無形文化遺産に登録された今、世界中で日本の食文化が注目されつつある。寿司、そばやてんぷらなど、数多くの料理がその代表として挙げられるが、これらを影で支えているのが醤油である。実際、この日本食ブームに伴って、醤油の輸出量は増加している。しかし、醤油企業のほとんどが中小企業であり、海外進出のための十分な資金や人材が備わっていない。では、**リソースの少ない中小醤油メーカーはどのように海外展開をしているのだろうか。そして彼らがリソースをなるべく消費せずに海外展開を行うためにはどうすればよいのだろうか。**

【現状】

醤油情報センター(2015)によれば、醤油の国内出荷数量は1990年の1176187klから2014年の790165klへと大幅に減少しており、国内市場が縮小していることがわかる。その一方、海外の市場においては輸出数量・輸出金額共に増加している。このことから、醤油企業が利益を上げていくためには海外進出が必須といえるだろう。しかし、日本の中小企業のうち72.4%は海外進出に踏み出せておらず(日本政策金融公庫総合研究所, 2012)、また今回取り上げる国内醤油メーカーの規模は同じく小さい。その92.1%が中小企業という状況だ。

経済産業省(2012)は、多くの企業が海外進出の断念する理由として、現地の情報不足を挙げている。さらに、海外進出を実際に行っている中小醤油メーカー4社にインタビューを行ったところ、現地市場調査を課題に挙げている。

通常、進出希望先の情報を集める手段としては、調査会社を利用する方法と自社の社員を派遣する方法とに大別されるだろう。しかし、ある調査会社への現地調査依頼には約80万円という資金が必要となる。また、自社の社員を派遣するにしても1回の海外出張で平均約50万円かかる。さらに、中小企業内部にグローバル人材が不足しているという課題もある。このような高コストと人材不足という状況から、中小の醤油メーカーは、進出希望先の現地の情報が得たくても、十分な現地の情報を確保できていないという実態があった。

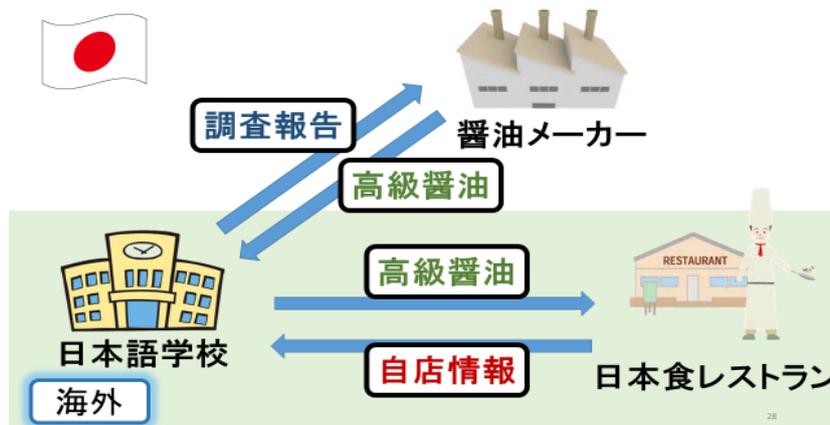
【提案】 現地調査委託プロジェクト(仮)

～海外の日本語学校の学生に現地の日本食を扱うお店を調査してもらおう～

・提案の流れ

- ① 海外の日本語学校にアプローチをかけ、参加者募集
- ② 参加者を選定し、調査内容を説明
- ③ 参加者は現地の日本食を扱うレストランにインタビュー調査を行う
- ④ 企業への調査報告・報酬の寄与

図1 現地調査委託プロジェクト(仮)



【提案の妥当性】

以下のメリットがあることからこの提案は妥当である。

・ 中小醤油メーカーのメリット

- (1) 安価なコストでの市場調査が可能

表1 アメリカにて調査した場合の例

方法	調査会社	社員派遣	提案実施した場合
料金	約 80 万円	海外出張一回に付き 約 50 万円	空送一回に付き 約 4 万円

- (2) グローバル人材不足の解消

自社の社員を現地に派遣する必要がなく、自社で育成する必要もない。

- (3) 自社商品の認知度の向上

現地の日本食レストランと日本語学校の学生に試供できるため、自社商品の認知度を高めることが可能。

・ 日本語学校の学生、現地のレストランのメリット

- (1) 日本文化の理解につながる
- (2) 現状現地では手に入らない高級醤油を入手できる

【参考文献】

経済産業省 (2012) 「我が国企業の海外事業展開」 http://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2012/2012honbun_p/2012_03-1.pdf 2015年8月20日検索

日本政策金融公庫総合研究所 (2010) 「中小企業の海外販路開拓とマーケティングの実態～中国アジア新興国市場を中心として～」 日本公庫総研レポート https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/soukenrepo_10_01.pdf 2015年6月15日検索

日本醤油センター(2015) 「醤油の統計資料 平 27 年版」 <https://www.soysauce.or.jp/arekore/27.xls> 2015年6月4日検索