

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）

フリガナ）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）フルカワ
愛知大学	経営学部	古川ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）イチギョウザンマイ	フリガナ）ミカモシンジ	3 名
一行三米	三鴨慎司	

研究テーマ（発表タイトル）

中小清酒メーカーの海外進出 日本版 SOPEXA 設立の可能性

※必ずく企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

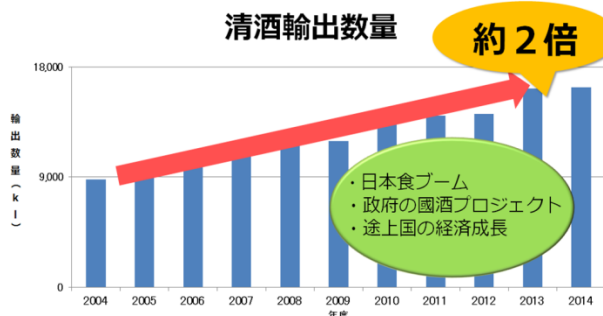
1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在、衰退の一途をたどる清酒。国内での衰退は顕著である。しかし、海外では日本食ブームなどが追い風となり消費が拡大している。このチャンスに海外進出を図りたいところであるが、清酒業界には大きな問題が存在する。それは、ほとんどが中小清酒メーカーであるという点だ。中小清酒メーカーは人材不足、資金不足という問題を抱えている。この 2 点は海外進出を行う上で、大きな障壁となる。

この、現状を改善し、より多くの中小清酒メーカーが海外進出を行えるようにすることが我々の提案となる。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

清酒の輸出量は年々、拡大している。10 年前と比較すると、約 2 倍となる。
この背景には、日本食への関心の高まりや、政府が行う「國酒プロジェクト」が考えられる。



このように、世界の清酒への関心は高まっている。しかし、輸出先は限定的で、アメリカを除けば、香港、中国など輸出先はアジアに偏っている。このように、世界全体で認知されてはいないのが現状だ。また、先ほどのアメリカ、香港などの市場では、多くの清酒メーカーが進出しているため、飽和状態となりかけている。価格は、輸出コストや関税により、日本の価格より高く販売されている。そのため、大衆酒ではなく、中間層から高所得層向けの価格帯となっている。大手清酒メーカーが現地で工場を構え、低価格で

の販売を行っているが、中小清酒メーカーは日本で生産した清酒を輸出しているため、多くの清酒は中間層から高所得層向けの価格で販売されている。

同じ酒類のワインやウイスキーと比べるとその差は歴然となる。知名度、市場での流通量は大きな差がある。しかし、品質においては、清酒が劣っているわけではなく、むしろ「日本文化の結晶」と呼ばれるほど、高度な醸造技術から生み出される。だが、現状としては、他の酒類に遅れをとっている。

3. 研究テーマの課題

現在、資金力、人材が豊富な大手清酒メーカーは海外進出を行い、海外市場でも業績を伸ばしている。それに対し、資金力、人材が不足している中小清酒メーカーは、一部のメーカーしか海外市場で業績を伸ばせていない。今後、国内市場の衰退が予想される中、新たに海外市場へと進出することが求められるが、資金力、人材不足という大きな問題を抱える中小清酒メーカーは、海外進出は困難なものとなっている。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

課題解決策として、日本版 SOPEXA 設立を提案する。SOPEXA とはフランス食品振興会と呼ばれる組織である。設立は国営組織として、フランス政府によって設立された。SOPEXA はフランス産の酒類・食品の輸出促進を担ってきた。各国でマーケティング活動・教育活動を行い、ブランドの構築を図った。この恩恵を主に受けたのがフランス産のワインである。フランスワインのブランドの構築に成功したことで飛躍的に輸出数量を伸ばした。

フランスワインは清酒同様、中小規模の生産者が多い。だが、フランスワインは世界各国の市場へ進出している。これには、SOPEXA が行った活動が大きく影響していると考えられる。フランスワインというブランドが構築されているため、各国の市場において受け入れられやすく、拡大しやすいのだ。

このように、フランスワインの成功事例から、日本版 SOPEXA を設立し、清酒のブランド構築、マーケティングを行っていくことで、中小清酒メーカーが海外進出をしやすくなると思われる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

NGO SAKE FEST 2015 というイベントにて、中小清酒メーカー 9 社を対象としたヒアリング調査。

香港で行われた、FOODEXPO2015 にて、中小清酒メーカー 7 社を対象としたヒアリング調査。

ヒアリング調査を行った中小清酒メーカー 16 社へのアンケート調査。

十六銀行香港駐在員福井氏へのヒアリング調査。

6. 結果や今後の取り組み

中小清酒メーカー 16 社（回答 10 社）へのアンケートを行った結果、日本版 SOPEXA のような機構は必要であるという回答が 9 割に及んだ。また、このアンケートから、現在の輸出支援体制の様々な課題も明らかとなった。

ここから、我々は、日本版 SOPEXA のが必要であると考え、日本版 SOPEXA の具体案について考察した。日本版 SOPEXA はブランドの構築を最優先課題として、長期的なプランで活動を行っていく。

設立に関しては国家行政組織として国が管理する。これは、関税など政府が動かなければならない、問題に対応することに加え、現在、統制の図れていない、輸出支援体制の統制を図るためである。また、長期的な計画であるため、安定的な収入、資本がなければ運営が困難であるため、国のバックアップが必要となる。

実務面においては支援をさらに強化する。具体的には、企業規模によってクラス分けを行い、そのレベルによって支援レベルを変化させる。これにより、中小清酒メーカーがより手厚い支援を受けることが可能となる。加えて、現在の輸出支援体制（地方公共団体、JETRO）に支援を行ってもらう。なぜなら、既に、輸出支援を行っているため、情報を持っている。また、より地域ごとで支援を行うことで、多くのメーカーに対して、支援が可能となるからだ。

このように、日本版 SOPEXA を設立し、輸出支援体制の統制と強化を行うことで、中小清酒メーカーが海外進出をしやすくなると思われる。

7. 参考文献

・日本酒造組合中央会 HP : <http://www.japansake.or.jp/sake/what/02.html>（最終アクセス 2015 年 9 月 9 日）

・国税庁 酒のしおり <https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/shiori/2015/pdf/100.pdf>

(最終アクセス 2015 年 8 月 15 日)

・国税庁 : https://www.nta.go.jp/kohyo/press/press/2015/sake_yushutsu/01.pdf (最終アクセス 2015 年 8 月 16 日)

・佐藤芳彰『清酒メーカーの海外進出 小西酒造の経営戦略とオーストラリア進出を中心にして』(2003 年)

・小松山俊介『日本酒製造業にとっての海外市場の意義と可能性』(2008 年)

・国税庁 清酒製造業者数の推移 <https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiorigaikyo/seishu/2013/index.htm>

(最終アクセス 2015 年 8 月 18 日)

・国税庁 清酒製造業の概況(平成 25 年度調査分) 欠損及び低収益企業数の推移(製成数量規模別)

<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/seishu/2013/pdf/14.pdf> (最終アクセス 2015 年 9 月 25 日)

・中小機構 HP 中小機構調査研究報告書 第 6 巻 第 5 号(通号 32 号) <http://www.smrj.go.jp/keiei/chosa/086688.html>

(最終アクセス 2015 年 9 月 30 日)

・我が国農林水産物・食品の輸出戦略検討会(第 3 回)sopexa プレゼン資料

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_senryaku/h23_kentoukai3.html (最終アクセス 2015 年 9 月 30 日)

・SOPEXA JAPON : <http://www.sopexa-japon.com/>

(最終アクセス日 2015 年 10 月 31 日)

西日本インカレ事務局への連絡事項

特になし

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HP などに発表されていない)ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。