

日本酒の輸出戦略と競争優位

-ブルーオーシャン戦略に見る日本酒輸出-

Blue Ocean Strategy for Japanese Sake export

—strategy of Japanese Sake into overseas markets —

佐藤聡朗

08VG044T

目次

第一章 序論

- (1) 研究の目的
 - (2) 戦略論のフレームワーク
- “ブルーオーシャン戦略と日本酒市場”

戦略キャンバス/4つのアクションマトリックス

第二章 日本酒の現状

- (1) 年間生産数量の推移
- (2) 製造業者の経営規模
- (3) 生産プロセスの変化

第三章 新たな市場獲得へ向けた挑戦(レッドオーシャンからブルーオーシャンへ)

- (1) SAKE 輸出の歴史
- (2) 輸出量の推移
- (3) 国別輸出の状況
 - ・北米、台湾、韓国、・その他
- (4) 事例研究
 - ・白雪に見る海外販売促進 ケース
- (5) 日本酒の輸出戦略パターン
 - ・ブルーオーシャンの戦略の限界と問題
- (6) 新しい戦略のモデルの必要性
 - ・サイクロンモデル(仮)

第四章

- (1) まとめ
- (2) 参考資料一覧

研究の目的

日本国政府は、2013年までに1兆円規模とすると日本農産物の海外輸出目標金額を掲げている。なかでも日本酒はその輸出が着実に拡大しており、05年は一升瓶(1.8リットル)で約530万本にあたる9537キロリットルが世界に輸出された。海外で「SAKE」の人気は高まり、このところ前年比でも2ケタ増の成長となっている。輸出額でも55億を超えた。輸出量が最も多いのは、米国向けで全体の31%、金額ベースでは48%にあたる26億円強を占めている。現在、輸出される日本酒の種類では高級化が進んでおり、この現象の背景には寿司に始まる世界的な日本食ブームの拡大や、長寿国である日本の「食」に対する世界的な関心の強さがある。今後は欧米だけでなく、アジア諸国の富裕層からもSAKEに対する関心は高まり、益々と世界市場へ拡大することが期待されている。また、世界的な日本酒の市場拡大は、日本に対するより深い理解・関心へとつながることが期待される。本論文では競合が激しい国内市場レッド・オーシャンから海外という新しいブルーオーシャンへと進出機会を模索している各日本酒メーカーの海外市場への参入戦略研究を含め、国際ビジネスモデルとしての、今後の「SAKE」の海外市場への輸出戦略のあり方を考察する。