

平成 28 年 12 月 5 日
株式会社日本政策金融公庫
総合研究所

日本公庫総研レポート「安全・信頼・高品質という日本製品の強みを活かすグローバル市場戦略」を発行
～ 飲食料品産業の海外展開にみる日本製品の気配り競争力 ～

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）総合研究所では、今般、日本公庫総研レポート「安全・信頼・高品質という日本製品の強みを活かすグローバル市場戦略」を発行しました。

丁寧な顧客対応や高い品質・信頼性は、いわゆる「気配り」「おもてなし」の表れであり、海外市場での日本製品の強みといえます。飲食料品産業は、生命や健康に関わる性格から、こうした強みがより発揮されるとともに、和食ブームもあって海外需要が拡大しています。

本レポートでは、飲食料品産業が海外市場でいかに戦っているのか、そこに挑む企業の実例を深く観察して、成功のポイントを明らかにし、他産業にも通じる示唆を導出しました。

本レポートの概要は以下のとおりです。

本レポートの概要

1. 海外市場における日本製品の受け入れられ方 ～ イメージと現実

日本製飲食料品に対して、アジアでは「安全」「高品質」「繊細な味」という好イメージがある。日本のものづくりが積み上げた成果であり、あえて海外でも日本語表記のまま売れる例も多い。

他方、“安全・安心だが高い”ともいわれる。やはり、“ある程度”価格を下げ、現地市場に受け入れられる商品に仕上げる必要がある。半面、新興諸国では、生活水準の向上に伴い健康志向が高まっている。一度、舌の肥えた客はもう低品質には戻れない。安全で高品質な日本製飲食料品への追い風は続くと思われる。他にも高い製造能力を誇る国は多くあるが、日本製品に対する好イメージの基盤が、日本企業の誠実さや日本国民の正直さにあるとしたら、これこそ我が国産業固有の強みであり、簡単には真似のできない強固な基盤であろう。

2. 高品質・信頼・安全の源泉は、手間を惜しまないお客様への気配り

成功事例企業各社は、国内で培った競争力を基盤として、“海外市場向け戦略商品”を選んでいる。その際、自らの「商品の競争力」を信じ、①国内での主力製品をそのまま投入する、②多様な商品メニューの中から独自の個性を持つ商品を選抜する、あるいは、海外現地の「市場環境」を読んで、③市場の求めに沿った日本的イメージの商品を前面に出す、④現地の所得水準に合わせたリーズナブルな商品を主力にする、という選択を行っている。

いずれの製品も、独自の味わいや他ではやらない細かな工夫を武器として、海外市場で競争力を発揮している。多彩なアイデアや仕掛けというより、むしろ、常に顧客のニーズを掘り起し、その満足を得るための「気配り」の心から来る工夫である。「安全」「信頼」「高品質」などの好イメージについても、顧客のことを真摯に考え、できる限りベストな提案をしようという“手間を惜しまない気配りの姿勢”が生み出してきたものである。

※本レポートの全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

<お問合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第二グループ（担当：海上^{うなかみ}）

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー TEL 03-3270-6070