

# 海外需要開拓支援機構 提出資料



COOL JAPAN FUND

# “SAKE”のグローバルブランド戦略について

2019年11月19日

株式会社海外需要開拓支援機構  
専務取締役 COO兼CIO 加藤有治

- 日本の魅力ある商品・サービスの海外需要開拓に関連する支援・促進を目的とした官民ファンド(投資会社)
- 「メディア・コンテンツ」、「食・サービス」「ファッション・ライフスタイル」、「インバウンド」をはじめとする様々な分野でリスクマネーを供給

食・サービス

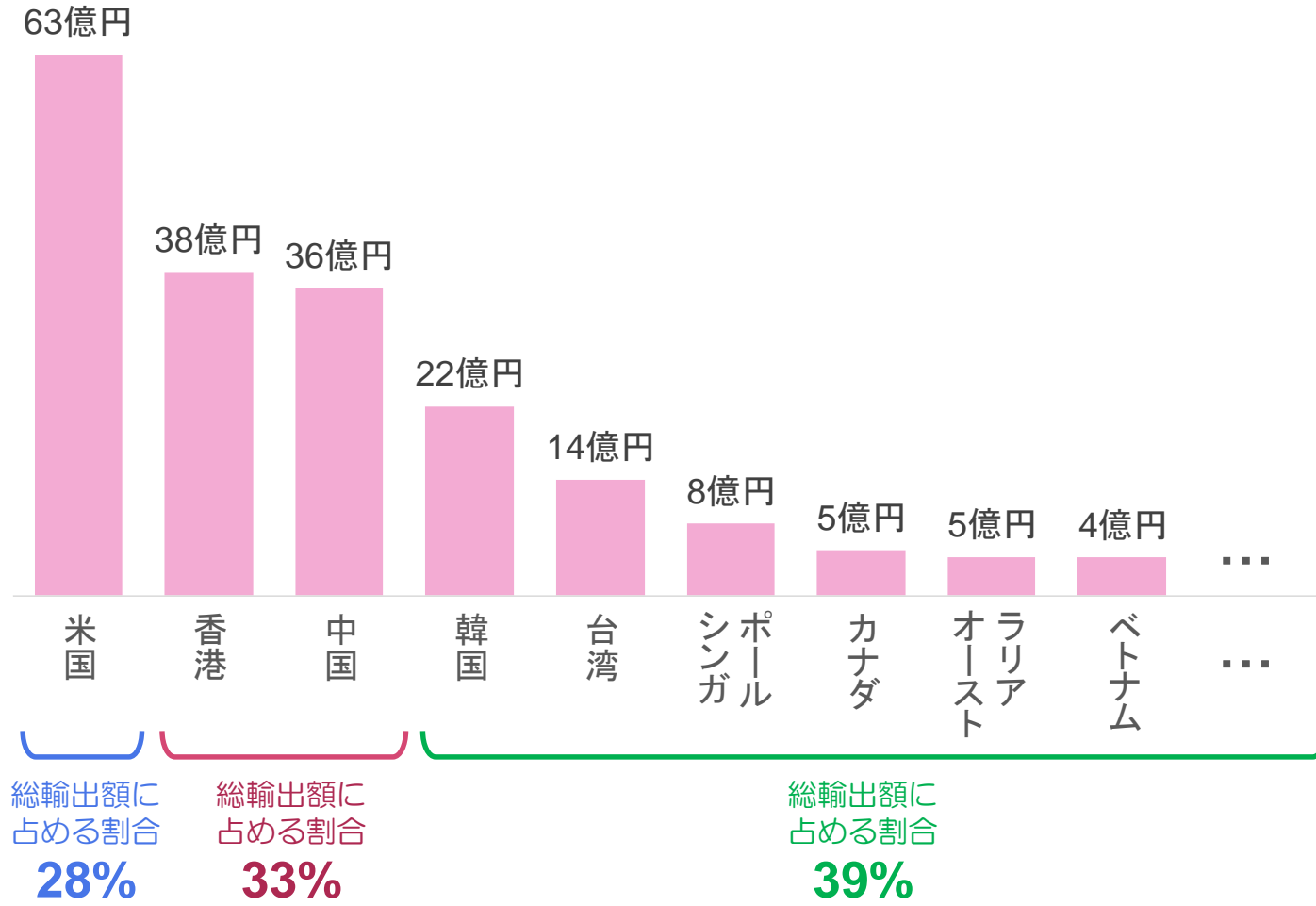
ファッション・  
ライフスタイル

メディア・コンテンツ

観光インバウンド

# 狙うグローバル市場(1/3)

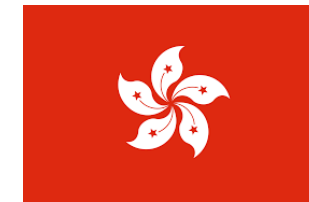
国別輸出額(2018年)



狙う市場  
= 最大市場



米国

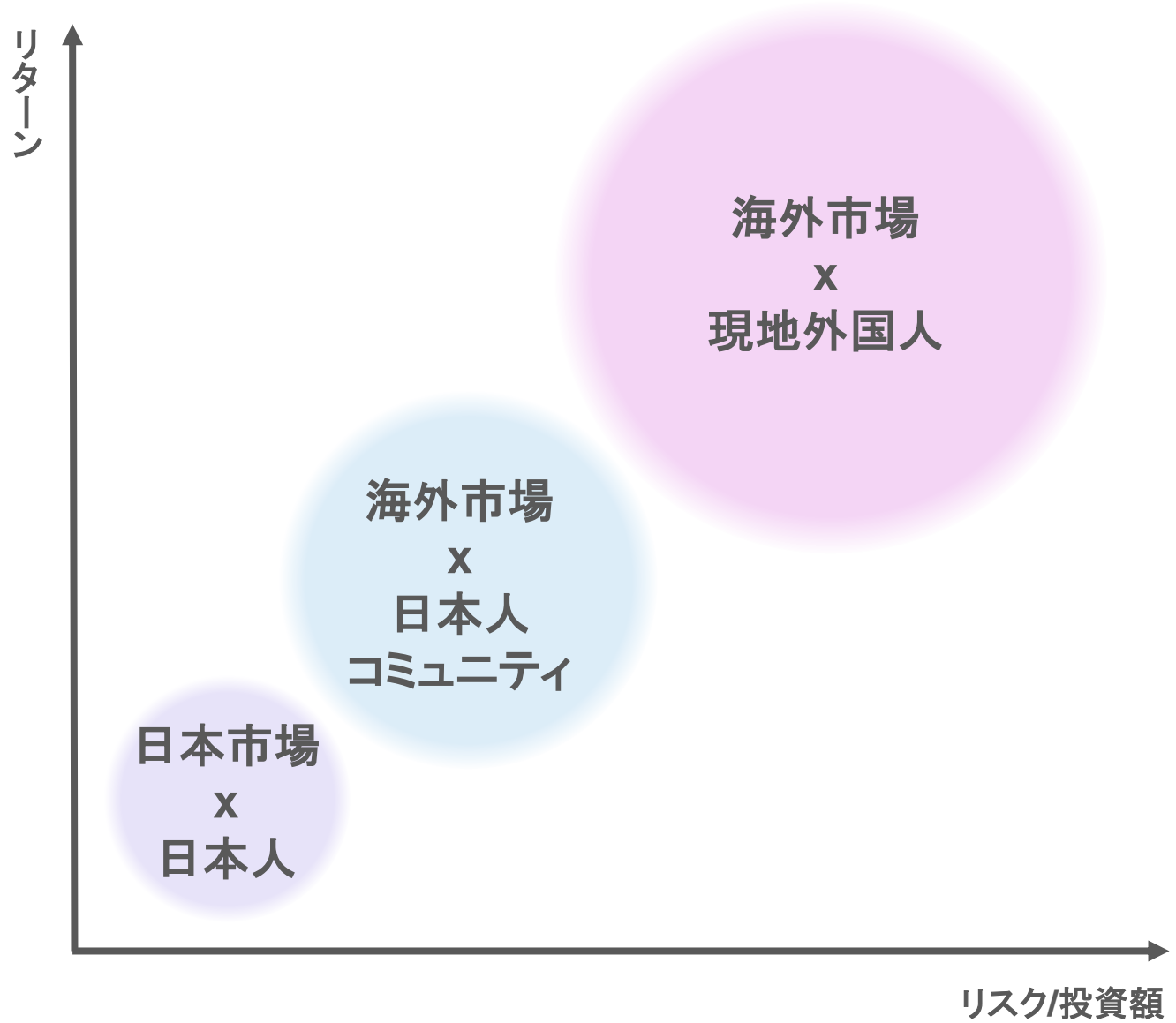


香港



中国

(日本酒輸出の6割超を占める)



日本酒のさらなる  
需要・認知度拡大を目指し、  
高リスクの投資が必要となる

## 『海外市場x現地外国人』

をターゲットとする

# 狙うグローバル市場(3/3)

日本酒の商品カテゴリー

ラグジュアリー層

プレミアム層

バリュー層

効率的にブランドを育成するためにも、ターゲット層を特定し、効率的に投資を実行

ラグジュアリー層

バリュー層



(世界で進む消費の二極化に対応)

# 弊社が実行するグローバルブランド戦略投資



- 1 大きな海外市場で
- 2 確立した事業基盤を使い
- 3 歴史やストーリーをしっかりと伝える

- 中国市場

- 米国市場

- ラグジュアリー層
- 150都市
- 3,500顧客  
(ホテル、レストラン、小売店)

- バリュー層 (ミレニアム世代)
- 8万人の会員数→家飲み需要
- 4,000店  
(レストラン、小売店)

- ブランドへの投資
- 啓蒙・試飲イベント
- 酒蔵ツアー
- 教育 (Sake Diploma、WSET)

- サブスクリプションモデル
- データに基づく動画制作・配信
- SNS (Facebook等50万人超)
- テイスティングルーム

現地事業基盤を利用し、グローバルブランドを育成

EMW社とWINC社の現地市場から、今後取り込んでいきたい需要創出のためのよりきめ細かい地域性マーケティングテーマ例

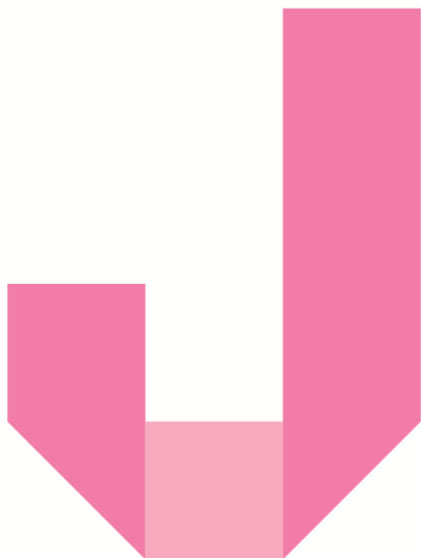
- Food(食)
- Wellness of Life(健康)
- Tourism(旅)
- Celebration(お祝い)
- Gift(贈答)
- Seasonal(季節性)



“SAKE”の世界展開及びグローバルブランドの育成のために、  
2つのプラットフォームへの投資育成を実行中です。

ご活用頂けましたら、幸甚です。





**COOL JAPAN FUND**

クールジャパン機構（株式会社海外需要開拓支援機構）

〒106-6117 東京都港区六本木6丁目10番1号六本木ヒルズ森タワー17階

電話 03-6406-7500

HP <http://www.cj-fund.co.jp/>