



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# 瀬祭：日本酒の海外進出

5

## (Dassai: Globalization of Japanese Sake)<sup>[1]</sup>

東京駅からもほど近く、一大ショッピングエリアである銀座に隣接する京橋というエリアに東京スクエアガーデンというモダンなオフィスビルが2013年に竣工した。多くのビジネスパーソンが足早に行き来するそのビルの入り口付近に、和モダンのスタイリッシュな佇まいで「瀬祭（だっさい）」と大きなサインが目目を引く店舗がある。ここは、日本酒市場で飛躍的な成長を遂げている山口県の旭酒造が直営する「瀬祭 Bar23」という日本酒のバーである。

10

日本酒のイメージと言えば、「甘くて悪酔いするお酒」とか「中年の男性が大声で騒ぎながら飲んでいるお酒」というネガティブな連想が強いアルコールであった。しかし、この店の雰囲気はそんな連想からは対極的だ。男性だけでなく多くの女性が、グラスに注がれた日本酒を一口一口味わいながら飲んでいる。旭酒造の社是である「酔うため 売るための酒でなく 味わう酒を求めて」をまさに体現している店だ。

15

20

一度定着したイメージを作りかえるのは容易なことではない。旭酒造は、日本酒業界の常識にとらわれない取り組みを続けて、日本酒の新しいスタイルを作る事に成功した。そして、その成功に安住することなく、次のチャレンジとして海外市場の開拓に取り組んでいる。

モノやサービスの海外展開においては、それらの原産国がどこかによって消費者がイメージを形成し、購買行動に影響する可能性がある。特に価値が測定できないような嗜好品は、イメージの影響が如実

25

<sup>[1]</sup> 本ケースの作成に当たり、旭酒造株式会社の桜井一宏氏から多大なご協力を頂いた。心より感謝を申し上げたい。

本ケースは、慶應義塾大学大学院経営管理研究科の浅川 和宏教授の指導の下、藤井 智浩が作成した。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30