

森永製菓株式会社

——台湾市場での課題及び対策について——

黄 筱 茜

(1) ケース・スタディの意図

アジア経済がますます拡大する現在、日本とアジア各国との貿易は急速に拡大している。たとえば、2011年9月には日本と台湾の台日投資協定が発足した。また、近年日本のサービス業は国際市場に進出している。飲食業や食品産業などの日本企業が、海外市場に製品を輸出するだけでなく、現地生産などの直接投資も積極的に行っている。これらの産業の中で、特に近年日本の食品がその質の高さから海外で注目されている。日本製の食品は、菓子類を始めとしてアジア各国で人気がある。製造工程の清潔さから、味へのこだわり、最もふさわしい食材の使用まで、アジアの消費者は日本製食品の品質を信頼している。たとえば、台湾で有名な日本企業の森永製菓がそうである。

本ケース・スタディでは、森永製菓の事例を通じて、台湾市場へ進出する際に発生した課題に対する対応策について検討する。そして、台湾人の健康志向および食品に対する安全性を重視する点に基づき、よりよい菓子商品を台湾人の消費者に提供し、台湾市場でのシェアをより拡大することができるマーケティング活動を提案したいと思う。さらに、本ケース・スタディの研究結果により、森永製菓の海外市場進出戦略を改善するポイントをあげる。それらのポイントを改善できれば、将来森永製菓がほかの国に進出する際に、より順調に経営を行うことができると考えられる。また、森永製菓だけではなく、ほかの日本の食品企業や台湾の食品メーカーが海外市場に進出する際に、同様の現地生産や貿易上の困難についての問題に応用することができるであろう。

(2) ケース・スタディ討議のための設問

- ・ 森永製菓を例として、日本と台湾市場でのマーケティング活動の相違点は何か。
- ・ 「ハイチュウ」について、販売戦略の成功のポイントは何か。

(3) 想定されるディスカッションのポイント

- ・ 台湾市場で成功したマーケティング活動を理解し、台湾市場で行うマーケティング活動の特徴をまとめる。
- ・ 海外市場に進出する際に発生した課題に対する有効な対応策を提案する。
- ・ 海外市場に進出するメリット、デメリットを比較し、輸出販売か現地投資活動かを検討する。