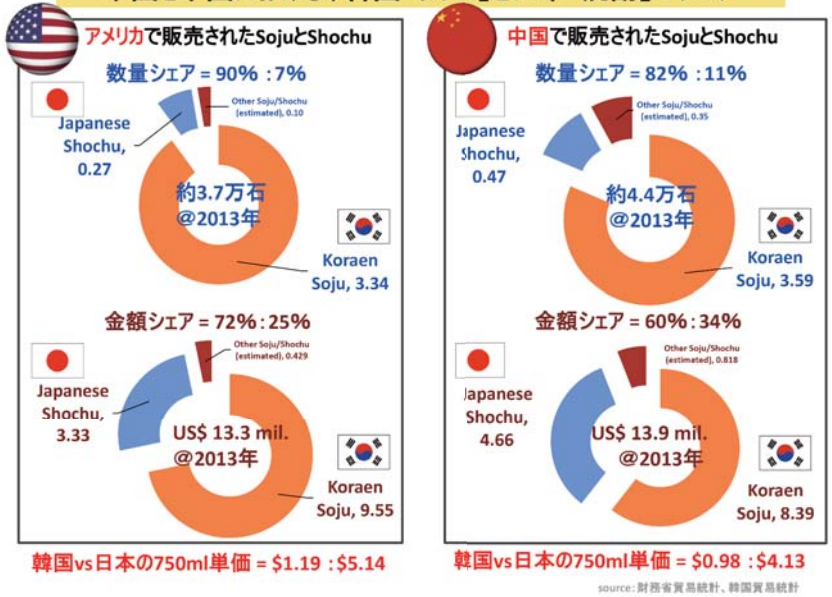


ちょっと意外な酒類の統計、あまり知られていない統計データを、ビジュアルな資料でご紹介するコーナー。当社で蓄積しているデータを不定期連載でお届けします。

今回は「焼酎の世界マーケットの分析」をご紹介します。

米国と中国における、韓国「ソジュ」と日本「焼酎」のシェア



- 業界の方はご存知の通り、焼酎はアメリカでは「Soju」または「Shochu/Soju」というラベル表示で販売されることが多いです。また、中国でも「焼酎/焼酒」と表示する商品もあります。(注:「Soju」は韓国の焼酎。漢字表記では「焼酒」。大韓酒類協会の統計では「希釈」と「蒸留」に分けていますが、99.9%が「希釈」で日本の甲類相当だと思われまます。)
- アメリカのCA州は、2002年ころから「Soju」をハードリカーライセンスなしで売れることを認めています。レストランはワイン免許だけのことが多いので、大いに販路が広がるのです。日本の多くの本格焼酎は、その恩恵を受けるため、アメリカ向け製品のアルコール度数を1度低い24度にして、ラベルは Soju と表記しているのです。(NY州は韓国製のみ認めています。)
- このスライドは、韓国 Soju と日本 Shochu に共通する主要マーケット、アメリカと中国でのシェア。2014年のデータがそろうのはまだ先なので、2013年のデータです。「ソジュ:焼酎」の数量シェアは「アメリカで 90 : 7」、「中国で 82 : 11」とソジュの存在感が圧倒的であることがわかります。ただ、金額シェアは「アメリカで 72 : 25」、「中国で 60 : 34」。ソジュと焼酎の販売単価がまったく異なることがわかります。

蒸留酒の世界マーケット: 輸出金額と、輸出量によるランキング

2013年の輸出「金額」	2013年の輸出「量」による、仕向け国ランキング							
	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位
日本焼酎 約17億円 (うち、本格焼酎が95%と推定) 対前年比▲1%	China /31.7%	USA /18.4%	Hong Kong /12.7%	Korea /8.0%	Malaysia /5.7%	Thai /4.7%	Singapore /4.2%	Vietnam /3.9%
韓国ソジュ 約105億円 (1億0,733万US\$と推定) 対前年比+11%	Japan /74.1%	China /8.3%	USA /7.7%	Australia /1.8%	Philippines /1.5%	Vietnam /1.3%	Canada /0.6%	Thai /0.5%
英国スコッチウイスキー 約6,560億円 (43億ポンド @153円/£) 対前年比±0%	France /14.5%	USA /10.3%	Singapore /5.4%	India /5.0%	Brazil /4.7%	Spain /4.7%	S. Africa /4.7%	Germany /4.2%
フランスコニャック 約3,040億円 (23.5億ユーロ @129円/€) 対前年比▲2%	USA /32.2%	Singapore /17.6%	China /12.6%	UK /6.4%	Germany /3.7%	Hong Kong /2.9%	Holland /2.3%	Norway /1.7%
日本ウイスキー 約40億円 対前年比+61%	Taiwan /26.9%	Russia /20.3%	France /18.4%	China /7.3%	USA /7.4%	UK /6.3%	Latvia /5.4%	Singapore /2.4%

source: 財務省貿易統計, 韓国貿易統計, フランス・FEVSプレスリリース, 英国・SWAプレスリリース

- 日本焼酎の輸出額は17億円に過ぎません。この金額には甲類や甲乙混和も含まれますが、本格焼酎が95%程度と推定されます。最下段に示す、日本ウイスキーの40億円(対前年比61%増!)に比べると、焼酎の輸出はまだこれからです。
- 韓国ソジュの輸出は105億円。2013年に日本清酒の輸出が100億円超え達成でずいぶん話題になりましたが、ほぼ同水準です。スコッチは6,560億円、コニャックは3,040億円と、やはり桁が違います。
- 仕向け国ランキングでは、複数登場する国、主要な国に、「国旗マーク」をつけています。国旗の数は、アメリカが5つ、中国とシンガポールが4つ、英国・フランス・香港・ドイツ・タイ・ベトナムは2つ。結局は10か国ほどのマーケットの取り合いであることが判ります。
- また一方、焼酎におけるマレーシア、スコッチにおけるインド、コニャックにおけるオランダ・ノルウェー、日本ウイスキーにおける台湾・ロシア・ラトビアなど、それぞれの蒸留酒によって独自に人気のあるマーケットもあることがわかります。
- 仕向け国ランキングで特異的なのは、「韓国ソジュの74.1%が日本向け」で、依存率の高さが突出していること。ただ実は、日本ウイスキーも似た時代がありました。かつて90年代末期はほとんど台湾依存でした。たとえば98年の統計を見ると、台湾向けが日本ウイスキーの輸出量の87%でした。

カナダの焼酎消費の現場: Japanese と Vietnamese

BC州リカーストア(公営)が、SHOCHUとして扱っているのは2点、「いいちこ」と「月のひかり」だけ (@2015年1月30日現在)

ichiko - Silhouette Premium Shochu
Type: Spirits - Asian Spirits
Volume: 720 mL
Country: Japan
Alcohol: 25%

104 Units Available in 13 Stores
\$45.00
4.7/5 from 32 votes

Moonlight - Premium Shochu
Type: Spirits - Asian Spirits
Volume: 750 mL
Country: Viet Nam
Alcohol: 25%

380 Units Available in 39 Stores
\$19.99
4.7/5 from 40 votes

カナダでは2007~8年頃から焼酎が始めるようになったが、現在非常にポピュラーな焼酎はベトナム製の「MOONLIGHT(月のひかり)。(ホーチミン市にあるTanaka Co. Ltd.の製品)

Source: BC Liquor Store website

- カナダでは酒類販売は基本的には公営ルートになります。このBC州のサイトで、「焼酎-shochu」を検索すると、2品種しか出てきません。ひとつは日本の「いいちこ・シルエット」、もうひとつはベトナムの「月の光」です。
- 業界の方から、「焼酎では「月の光」が最も売れているのではないかと聞いたことがあります。このサイトでは在庫数/扱い店舗数も表示されるのですが、2015年1月31日現在の画面では「いいちこ 104本/13店舗」、「月の光 380本/39店舗」と、ベトナム製のシェアの高さが伺えます。
- 「ベトナム製品がカナダで「Shochu」と表示し、「日本製品がアメリカで「Soju」と表示し、そして、ご存じのとおり「韓国製品は日本では「焼酎」と表示」されるのです。なんだか複雑です。将来、「韓国のソジュがヨーロッパで「Shochu」と表記して売り出すことも当然ありえるでしょう。日本の本格焼酎が、韓国のソジュ、外国産の単式蒸留焼酎とは異なるプレミアムセグメントで国際市場を創るために、長期的な視野での世界戦略が必要です。

(text = t. kita)