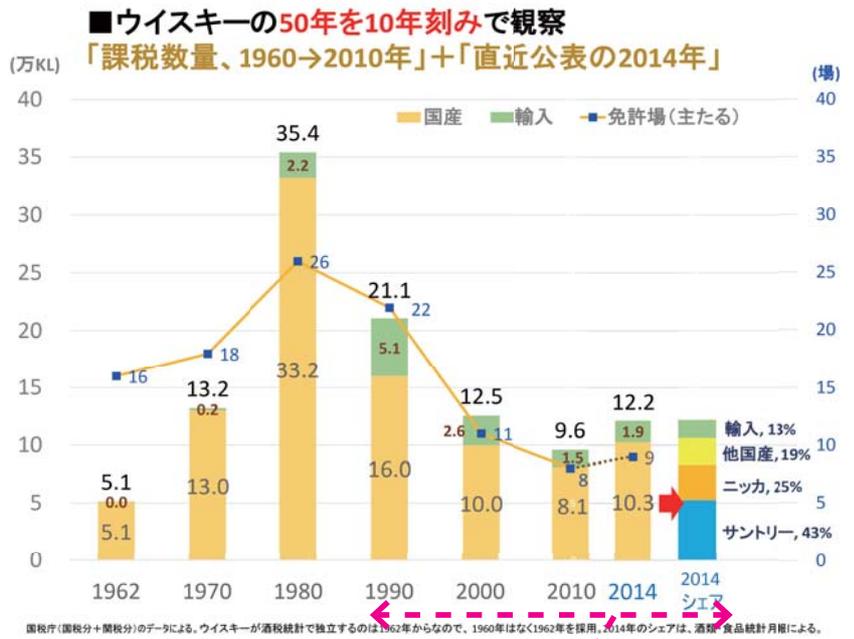
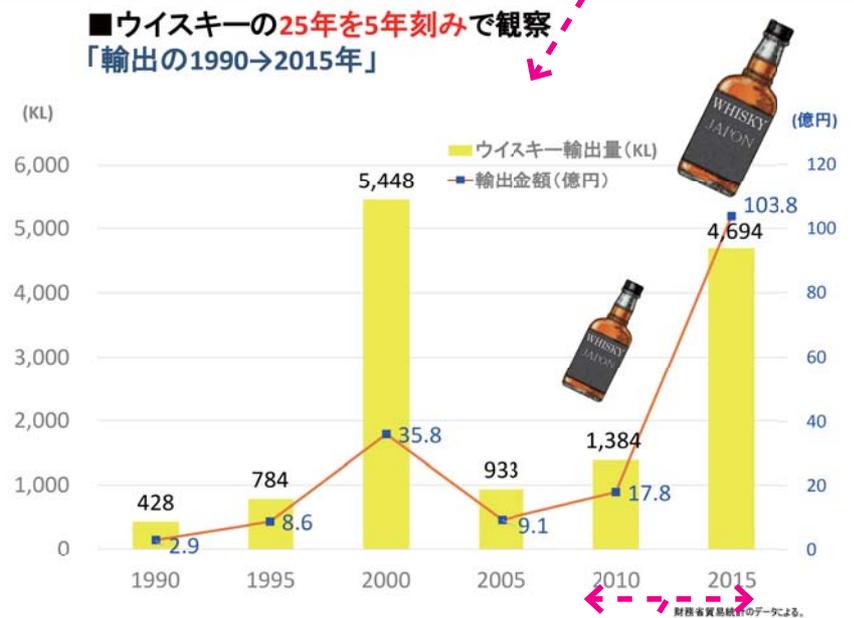


ちょっと意外な酒類の統計、あまり知られていない統計データを、ビジュアルな資料で紹介するコーナー。当社で蓄積しているデータを不定期連載でお届けします。
 今回は、いま国内外で急成長の「日本ウイスキーのマーケットの変遷」です。

- **50年**のスパンで日本のウイスキー市場を俯瞰すると、「30年の凋落（ピークからの減少率は清酒より激しい!）」と、「近年の反転増加」がわかります。ただ、増加基調とはいえ、まだ1980年代の1/3のレベル。高度成長時代とは市場構造が違うので、昔の数字に戻る事はほぼないと考えるのが妥当でしょう。
- ウイスキーがなぜこんなに落ちたのか。経済状態やライフスタイルの変化ももちろんありますが、「価格が安くなったこと」が大きな原因だと考えます。中国のマオタイ酒は2013年ごろ習近平首相の俚約令で激減しましたが、日本のウイスキーは1980年代の英国サッチャー首相の外圧で激減したと言えるかも(?) かもしれません。日本の税制が貿易障壁に当たるといわれ、1990年代にウイスキーの税金は下がり、高級品だったウイスキーは一気に安くなりました。その結果、贈答品や海外旅行土産の定番だった地位を失い、また、高級品だからこそ消費されていた市場を失いました。経済原則に反するようですが、「**低価格戦略が中期的に需要縮小を招く**」のは、ウイスキー以外でも見られる、酒類の独特な特性だと思います。
- 2014年についてはメーカーシェアを書いています。2014年はNHKドラマ「マッサン」が放映された年で、ニッカがシェアを伸ばしました。それまでサントリーが6~7割のシェアを占めていたと思いますが、**大きくシェアが動いた年でした。「その他の国産」が19%にも達しているのも驚き**です。免許場数も9場と増加に転じています。2016年はさらに数社の新規ウイスキー事業参加者があるようで、**15場前後になるよう**です。



- **25年間**の日本ウイスキーの輸出マーケット。2015年の輸出金額（折れ線グラフ）は104億円で、絶好調であることがわかります。
- しかし量（棒グラフ）では、2015年は2000年に及んでいません。2000年の「5,448KL、36億円」のうち、台湾向けが「3,634KL、29億円」で全輸出の7~8割でした。2000年前後は台湾向け全盛で、かつ、単独で突出した比率を占めていました。因みに、**現在の韓国のソジュ（焼酎）輸出は日本向けが単独で突出した比率で、かつての台湾向け日本ウイスキーと似た構造**といえます。
- 2015年の「4,694KL、104億円」では、フランスが輸出先1位で「1,349KL、23億円」、台湾は2位で「912L、13億円」。そのほか、アメリカ、中国、ロシアなどに分散し、**より安定した輸出が見込める構造**になっています。



- **この5年間**の輸出を観察すると、その急成長ぶりがわかります。2015暦年の日本からの酒類輸出のランキングは:
 1位: 清酒 140億円 (前年比22%増)
 2位: ウイスキー 104億円 (前年比79%増!)
 3位: ビール 85億円 (前年比30%増)
- 2014年までビールが2位でしたが、2015年はウイスキーが「イッキ抜き」で2位。この勢いだと、2~3年で、日本ウイスキーが清酒を抜いて1位になるかもしれません。また、2015年の日本ウイスキー輸出4,694KLが全生産に占める比率は4%程度と推定。清酒の輸出比率が3%程度ですから、輸出比率では追いついたと思われる。
- 輸出金額（FOB価格）を輸出量で単純に割り算して出した700ml単価（ウイスキーは700mlびんが標準）は、2010年の@902円から、2015年は@1,548円に高騰。**世界マーケットで「日本ウイスキー=プレミアム」の位置を確保しつつあるのが**わかります。中・長期的にプレミアムの地位を維持・向上させる戦略がこれからの重要な課題です。
 (text = t. kita)

