

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、「21世紀以降の清酒輸出実績の分析」をご紹介します。

### 21世紀以降の清酒の輸出量の推移

Sake export from Japan, 21 century over view

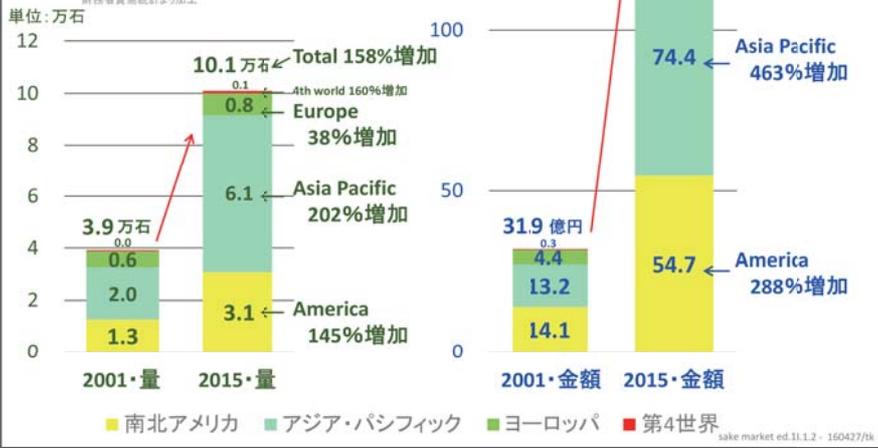
財務省貿易統計+大半・地方別別業界情報集約  
灘伏見大手11社=身桂冠、白鶴、大関、白鹿、白雪、日本盛、菊正宗、松竹梅、黄桜、沢の鶴、剣菱



### 2001→2015 世界4地域別の清酒輸出の成長状況

Sake export from Japan, America, Asia-Pacific, Europe and others

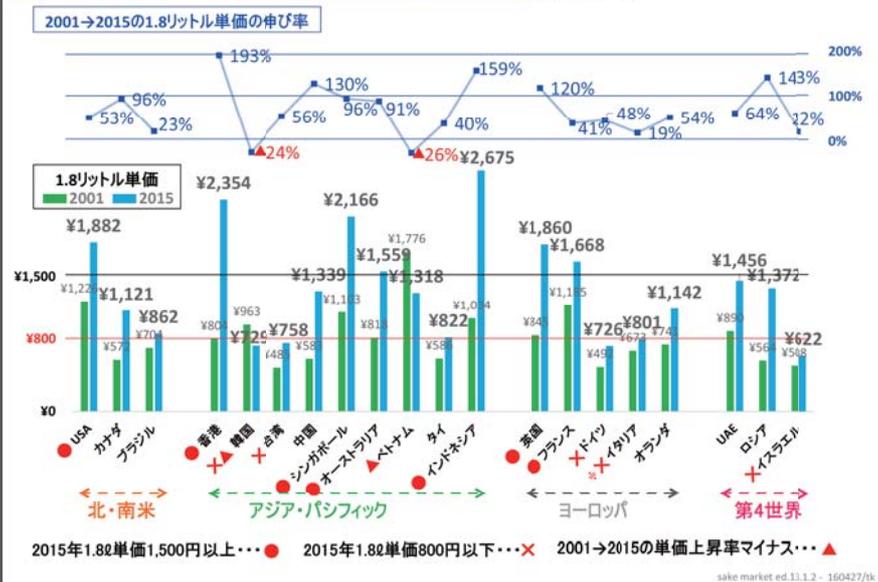
財務省貿易統計より加工



### 2001→2015 1.8リットル当たり輸出単価

Sake FOB export price per 1.8 litre (= 1 shu in Japanese traditional unit), 2001 vs 2015

財務省貿易統計より加工



■ 21世紀に入った2001年以降、清酒の輸出は右肩上がりの順調な成長を続けている事がグラフから一目瞭然。2001年から2015年までの15年間で、石数(棒グラフ)は157%増、金額(折れ線グラフ)はさらに大きく339%増。すなわち、輸出単価が大きく上昇した事になります。

■ 棒グラフを二色に分けているのは、下が「灘・伏見大手11社」(=月桂冠、白鶴、大関、白鹿、白雪、日本盛、菊正宗、松竹梅、黄桜、沢の鶴、剣菱)、上がそれ以外の銘柄(便宜上「地方銘柄」と表記)。「灘・伏見大手11社」:「地方銘柄」の比率が2001年は77:23だったのが、2015年には52:48にまでなっていて、地方銘柄の善戦ぶりが目立ちます。

■ 「地方銘柄」の石数の増加は422%で、これはなんと、「15年間毎年、年平均10%以上の成長を継続」した事に相当します。

■ 世界を「南北アメリカ」「アジア・パシフィック」「ヨーロッパ」「第四世界」の4つに区分して、2001年と2015年の輸出実績を棒グラフにしてみました。

■ 左が石数、右が金額。「南北アメリカ」の成長(石数で145%増、金額で288%増)もさることながら、「アジア・パシフィック」の成長(石数で202%増、金額で463%増)が、輸出全体の成長の原動力になっているのがよくわかります。「南北アメリカ」は、ほとんどがアメリカ合衆国向けの「一国集中型」であるのに対し、「アジア・パシフィック」は香港、韓国、台湾、中国のあとに、シンガポール、オーストラリア、ベトナムなどが続く「多数の国の分散型」で、かつ、今から伸びるポテンシャルのある国が多い。アジア・パシフィックの重要性は今後さらに増すでしょう。

■ 「ヨーロッパ」のマーケットは石数で38%増、金額で127%増。これは15年間の年平均にすれば、石数で2%程度、金額で6%程度に相当。アメリカやアジアのような伸び率は今後も期待できませんが、ヨーロッパ、特にイギリスとフランスは、サケのブランドイメージを構築する上でとても重要なマーケットです。

■ 「第四世界」というのは便宜的に名づけたもので、UAE、ロシア、インド、イスラエル、南ア、レバノン、などの国々。パイとしてはグラフ上で見えないほど少ないのですが、石数で160%増、金額で322%増と、今後のポテンシャルを感じさせます。

■ 棒グラフは、主要国について、2001年と2015年の「一升あたり輸出単価」を示したもので、2015年の輸出単価が800円以下の国には×を付しています。韓国(¥729)、台湾(¥758)、ドイツ(¥726)、イタリア(¥801、ほぼ近い水準)などが該当。「輸出単価800円以下」は「メーカー出荷価格600円前後」、すなわち日本国内の売値紙パック並みの商品が輸出されている事になります。少し前、アル添清酒には、純米酒とは別の「HSコード」(輸出識別コード)を付与して区分するという話題がありました。公開されている2015年現在の財務省貿易統計では区分されていません。もし異なるHSコードになれば、これらの国々向けはアル添酒の比率がとて多いことがわかるでしょう。

■ 2015年の輸出単価が1,500円以上の国には●を付しています。アメリカ、香港、シンガポール、英国、フランスなどが該当します。今後のサケの世界マーケット戦略の上で、より多くの国でこのレベルの輸出価格を実現する事がとても重要です。

(text = t. kita)