

指導教員：小出義夫

審査教員：川瀬光義

# 海外での日本酒消費量の研究

994037

五嶋 慎也

平成16年1月13日提出

## 論文要旨

日本酒は弥生時代の「口噛み酒」から始まり、現在では世界で類をみない高い醸造技術を持つほどまで成長した。一方日本酒消費量は減少の一途をたどっている。しかしその日本酒消費量の大半が日本国内での消費であり、それは世界にまだ多くの市場が残されていることを示している。

本研究は「日本酒の海外での現状を知りたい」という目的から始まる。その手順として第1章で日本酒とはどういうものなのかを紹介する。第2章では日本酒消費量の推移等から日本酒業界の現状を調査する。第3章では日本酒の各国への輸出量・金額の推移から現状把握と共に、輸出の実例を調査する。第4章では日本酒輸出と大きく関わると思われる清酒の外国生産についてと外国産清酒の輸入についての現状を調査する。第5章では日本酒の輸出量の多い国・少ない国にどのような要因があるのかを仮説をたて分析する。第6章では第5章の結果を基に、外国人消費量を算出する。第7章では以上のまとめとして、本研究で得られた成果を示す。

第2章、第3章、第4章の現状把握の主な結果は以下の通りであった。(a) 日本酒消費量・日本酒生産業者数が右肩下がりで減少している。(b) 1990年から2001年までの日本酒輸出量・金額の国別推移からアメリカ、台湾、香港が輸出の大半をしめており、その合計は輸出量全体の67%を占めている。また日本での生産量の99.3%が日本で消費しており、残りの0.7%が海外での消費となっている。(c) アメリカ、シンガポール等は一升平均輸出価格が上がっており、高品質の日本酒が求められ始めている。(d) 一升価格200~300円程度の清酒が海外で生産されており、清酒の輸入は90年代後半から主に始まったばかりで、今後伸びる可能性を秘めている。

これらの現状把握から第5章では、輸出量と在留日本人数との間に因果関係があるという仮説を基に回帰分析を行った。その結果、清酒生産国のないEUだけでの回帰分析を行った結果から輸出量と在留邦人数との間には大きな因果関係があった。このことからEUでは在留邦人が多い国に日本酒輸出量が多いことが分かった。

次に第6章では外国人消費量を算出した結果から、輸出量と外国人消費量(当該国の日本酒消費量から、在留邦人の消費量を除いた量)で回帰分析を行った。その結果から外国人消費量と在留邦人数との間には因果関係はみられなかった。

本研究から日本酒の輸出の現状把握と共に、輸出量からでは分からない日本酒人気を外国人消費量から分析することができた。またEUでは日本酒輸出量の大小は在留邦人数と関わっていることを結論付けることができた。しかし在留邦人数が多い国ほど、外国人消費量が多くなるとは限らない。よって今後日本酒人気を上げるためにはただ在留邦人数を増やせば良いということではなく、輸出する企業の努力、現地でのしっかりとした基盤作りを行わなければならない。

# 目次

序章	はじめに	
0.1	論文の目的	5
0.2	論文の手順	6
第1章	日本酒とは	
1.1	日本酒の定義	7
1.2	日本酒の特性	7
第2章	日本酒業界の現状	
2.1	日本酒の課税出荷量	9
2.2	日本酒の酒類別出荷量	10
2.3	製造業者の推移	12
第3章	日本酒の輸出についての現状	
3.1	輸出量とその金額	13
3.2	輸出量の推移	16
3.3	輸出価格の推移	19
3.4	各国への輸出量と金額の分析	23
3.5	変動要因の分析	25
3.6	輸出企業の実例	27
3.7	輸出の問題点	28
第4章	外国産清酒の輸入	
4.1	製造国の分析	29
4.2	外国産清酒の輸入量・価格の推移	30
4.3	外国産清酒の製造・輸入の実例	32
第5章	日本酒輸出量の大小の理由 仮説を基に	
5.1	仮説①輸出量と在留日本人数との関係	33
5.2	仮説②日本食（しょうゆ）との関係	35

<b>第6章 海外における日本酒消費量の分析</b>	
6.1 外国人消費量の分析.....	37
6.2 外国人消費量と在留邦人消費量との関係 .....	46
<b>第7章 まとめ</b>	
7.1 研究結果 .....	49
7.2 まとめ .....	50
<b>謝辞</b> .....	51
<b>参考文献</b> .....	52

## 序章 はじめに

### 0. 1 研究の目的「日本酒の海外での現状を知りたい」

私は日本酒が好きである。

居酒屋で働いている私には若者だけでなく各世代に日本酒離れをひしひしと感じる。悪いイメージが先行しているのは事実だろう。悪酔い，二日酔い，糖尿，酔っ払い... 2000 年前に生まれた日本酒は世界でもっとも難しい技術の酒で，その歴史の中でどんどん質を高めてきた。特にここ 10 年間で飛躍的に質が良くなったと業界の人が口をそろえるほどなのである。

「美味しいのに・・・なぜだろう？」から

「日本酒の美味しさを分かってもらいたい...」へ

「美味しい日本酒を飲めば，必ず日本酒を見なおしてくれる」と思うようになった。

しかし現実は違った。「日本酒は臭い」「美味しくない」というイメージに犯されていて，素直に味わってもらえない。

その時ある記事で，アメリカのスシバーが取り上げられていた。その内容の一部に

「ニューヨークで一番かっこいい話題は吟醸酒（日本酒）を語ること」という話があった。

その記事を見た後，「日本以外の国で日本酒がどうなっているのか」に興味を沸かした。

また海外でもっと日本酒が注目されれば，「日本人も日本酒を見直すのでは」と考えるようになった。

これらの過程により，海外での日本酒の現実を調べることがこの論文の目的となった。またこの論文を通じて日本酒のことをもっと知りたいということも大きな目的でもある。

## 0. 2 研究の手順

論文の目的は「日本酒の海外での現状を知りたい」である。

そのためには以下のような手順で研究を進める。

第1章から第4章までは日本酒の現状を把握。

第1章・・・そもそも日本酒とはどういうものなのか。

第2章・・・日本酒業界はどのような状態なのか。

第3章・・・日本酒の輸出はどのような状態なのか。

第4章・・・清酒の外国生産量，外国産清酒の輸入はどうなっているのか。

第5章と第6章では仮説を基にして日本酒の輸出の分析。

第5章・・・日本酒の輸出量の多い国，少ない国にどんな要因があるのかを，仮説を立て分析する。

第6章・・・第5章での分析結果を基に，日本酒の外国人消費量を算出する。

第7章ではこれまでのまとめとして，本研究で得られた成果を示す。

## 第1章 日本酒とは

本章では、日本酒はそもそもどんなものであるかを説明する。

### 1. 1 日本酒の定義

日本酒は、酒税法によって「米、米麴及び水を原料として発酵させて、こしたもの」と定義づけられている。さらに、一定量のアルコール、ブドウ糖、水あめ、有機酸のアミノ酸塩などを使用することが認められている。[1]

**簡単に言えば、米と水から造られたアルコール飲料である。**

お酒は製造方法によって「醸造酒」「蒸留酒」「混成酒」の3酒類に分けられており、日本酒はその中でも「醸造酒」の中に入っている。「醸造酒」とは穀物や果実を発酵させたお酒で、日本酒の他ワイン、ビールがこれにあたる。[1]

### 1. 2 日本酒の特性

日本酒は以下のような特性を持っている。またその特性こそが長所や短所となり得る。

- ①非常に高い醸造技術。
- ②生産地域・醸造方法によって味わいの種類が豊富。
- ③大量生産向け商品でない。
- ④品質が変化しやすい。本来はどのお酒よりも保管管理が重要なのである。
- ⑤酒類中もっとも飲む温度帯の幅が広い世界に類をみない酒である。
- ⑥料理との相性が良く、マイナス面は引き出さず、旨味成分のみ引き出す。
- ⑦酒類の中で最も体を冷やす効果が低く、体に優しいアルコール飲料である。
- ⑧「甘味」と「旨味」が本来の持ち味である。

※①～⑧すべて利き酒師講習会テキストより抜粋 [2]

日本酒は“爛してよし、冷やしてよし”という世界でも珍しいお酒である。飲用温度も他の酒類と比較すると幅があり、5℃～55℃位までと、広範囲にわたっている。また、冬から春、夏から秋へと日本の四季の移ろいととも生まれ、育つ酒で、日本独特の気候風土が生み出した酒である。豊かな自然の恵みと日本人の知恵の結晶が日本酒であるといえる。

日本酒は非常に品質が変化しやすく、特に紫外線・温度変化に過敏反応する。しかし現代でも徹底した品質管理をしている酒屋は少ない。また居酒屋等での品質管理が酒の良し悪しを分けているのが現状である。

海外に日本酒を輸出する際には、コンテナでの徹底した品質管理と現地での日本酒の教育が必要になり、その結果美味しい日本酒を提供できることになる。



## 第2章 日本酒業界の現状

本章では日本酒の課税出荷量と製造業者の推移から、現在の日本酒業界がどのような状態にあるのかを調べる。

### 2.1 日本酒の課税出荷量

次のグラフは日本酒、焼酎、酒類全般の酒類課税数量（輸入分も含む）の推移を表している。

日本酒と焼酎は左の軸，酒類全般は右の軸である。

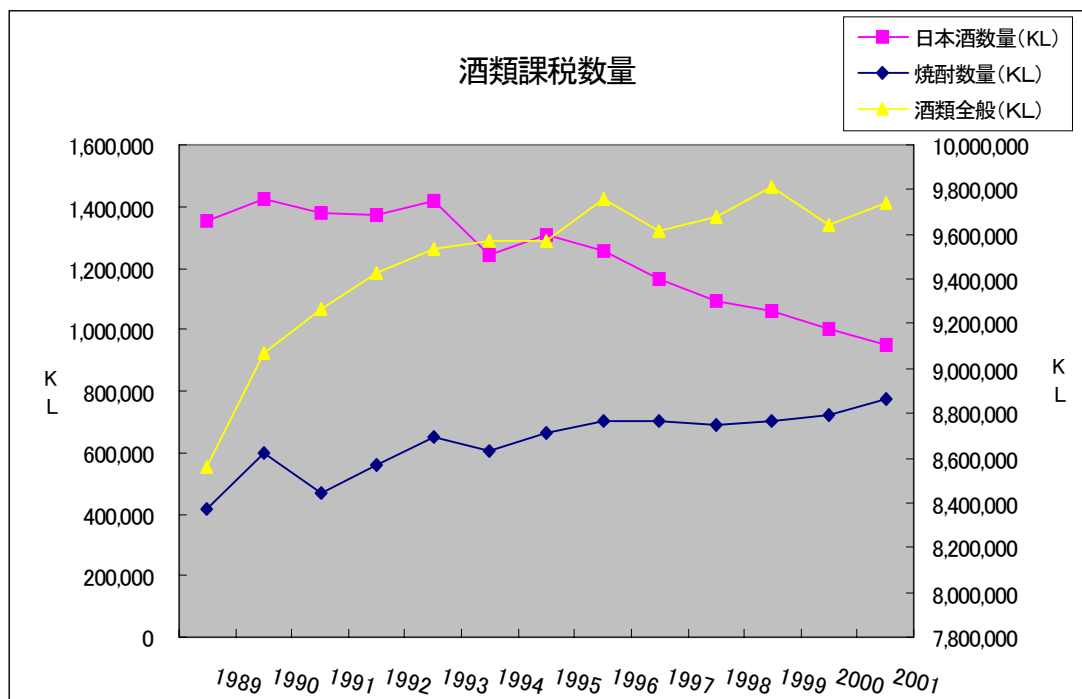


図 2.1 酒類課税数量の推移

国税庁HP「酒のしおり・酒類課税数量の推移」[3]のデータより作成

- ・ 日本酒数量は右肩下がり。1989年から2001年までで**30%減少**。
- ・ 焼酎は右肩上がり。1989年から2001年までで**87%増加**。
- ・ 酒類全般ではやや増加か横ばいの**14%増加**。

（このグラフは課税数量であり、生産量とすると2000年に日本酒は焼酎（25%換算）に抜かれている。）

このグラフから分かるように、日本酒が12年間で30%減という急激な勢いで減少している。

## 2. 2 日本酒の種類別出荷量

日本酒は平成4年から特定名称酒制度という制度で分類している。特定名称酒制度とは「純米吟醸」「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」などの表示をするための製法（精米歩合、醸造アルコール添加の量など）の条件を「清酒の製法品質表示基準」として定めたもので、ランク付けや酒の優劣を決めるものではない。また普通酒、増醸酒は特定名称酒ではない【4】（HP・お酒の博物館より）。

下のグラフは日本酒の酒類別出荷量の推移を表したものである。

※左から右へと基本的に高価格商品から低価格商品へ移る。

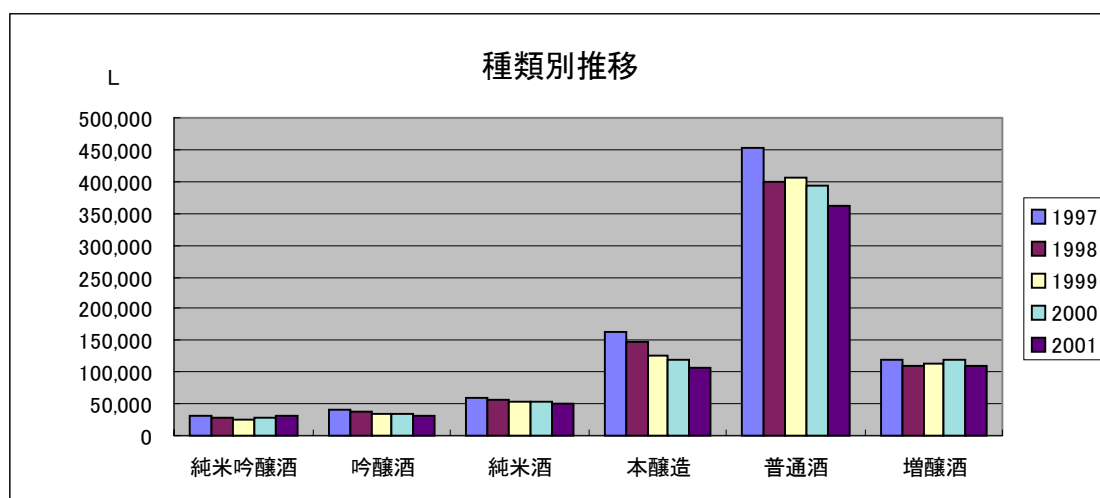


図 2.2 種類別出荷量の推移

国税庁HP「酒のしおり・清酒のタイプ別課税移出数量のデータより作成」【3】

本醸造、普通酒といった一升（1.8L）価格2000円前後といった晩酌に最も多いタイプの商品が減少傾向にある。しかし純米酒、純米吟醸酒、吟醸酒といった高価格商品が横ばいを保っている。また増醸酒も横ばいになっているのも見逃せない事実である。低価格商品から高価格商品へシフトしたのではなく、低価格商品から他の酒類へとシフトしたと考えられる。

以下は日本酒の製法品質表示基準分類である。

増醸酒・・・米、米麴、水に醸造アルコール、ブドウ糖、水飴、有機酸、アミノ酸塩などで造った調味液を加えて造られる。

普通酒・・・米だけの酒：原料が米、米麴。米の精米歩合は70%以上。

普通アルコール添加酒：原料が米、米麴、醸造用アルコール。米の20～40%の割合で醸造行程の最後で添加する。

アルコール濃度が相当高くなるので水で薄める割合も高い。

本醸造・・・原料が米、米麴、醸造用アルコール。

米の精米歩合（玄米から表面を削り落とす割合）が70%以下。

純米酒・・・原料が米、米麴。米の精米歩合は本醸造と同じく70%以下。

吟醸酒・・・原料が米、米麴、醸造用アルコール。

吟醸造りという低温管理下で長期間仕込むことにより、酵母が吟醸香になる脂肪酸を創り出す。米の精米歩合は60%以下。

純米吟醸酒・・・原料が米、米麴。吟醸造りにより仕込み、

米の精米歩合は吟醸酒と同じ60%以下。

精米歩合が50%以下で吟醸造りをするると純米大吟醸になる。

HP「酒の博物館」[4]より作成

清酒の製法品質表示基準では細かく規定などがあるが、ここでは関係がないので説明を省く。

## 2. 3 日本酒製造業者数

下のグラフは日本酒の製造業者数の推移である。

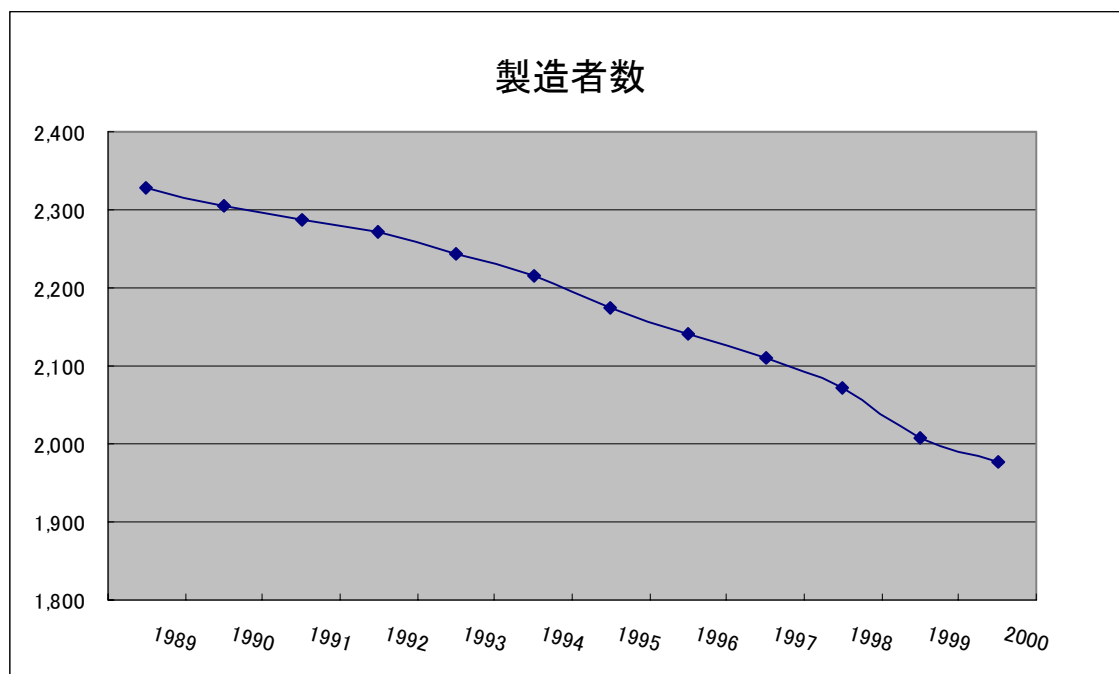


図 2.3 製造業者数の推移

国税庁HP「酒のしおり・酒類製造免許場数の推移」[3]のデータより作成

1989年には2327軒あった製造業者数も2000年には1977軒と右肩下がりで減少している。これは15%の減少に値する。しかしピーク時（1955年）には約4000軒の蔵があり、2000年の1977軒のうち製造をしているのは約1500軒である。

愛知県にある山忠本家酒造の社長、山田の話では以下の通りである。[5]

この1500軒のうち800軒ほどはいつつぶれてもおかしくない。現在製造業者が自ら銀行からお金を借りることができず、日本酒酒造中央会が保証した上で借りている。しかしその中央会も保証できる状態になくなっているのが現状なのだ。だからこの800軒ほどが無くなるとして、日本酒は残り750軒での勝負ということになる。

第2章を通して、近年の質の向上と反するように日本酒業界は明らかに衰退していると言える。生産量とともに製造業者が少なくなっている。どこまで衰退するかはわからないが、日本の伝統文化である日本酒が衰退していくのはさびしい限りである。しかし日本酒の需要は日本のみならず海外にもあることを次章で紹介する。

### 第3章 日本酒の輸出についての現状

第3章では日本酒が各国にどのくらいの量と金額で輸出されているのかを調べる。またそれらの推移から、どのような状態であるのか分析する。

3.2以降では、研究対象国を一人当りの名目GDP（国内総生産）上位50カ国以内の中で、税関HP「貿易統計」のデータが存在する国とする。ブラジル、中国、タイはある程度の輸出量があるので特別に研究対象国に含むこととする。

研究対象国・・・アメリカ、スイス、デンマーク、スウェーデン、香港、オーストリア、オランダ、カナダ、シンガポール、ドイツ、ベルギー、フランス、オーストラリア、イタリア、スペイン、台湾、オランダ、韓国、ブラジル、中国、タイ 計21カ国

#### 3.1 輸出量とその金額

次のグラフは日本から海外への日本酒の全輸出量と金額の推移を表している。

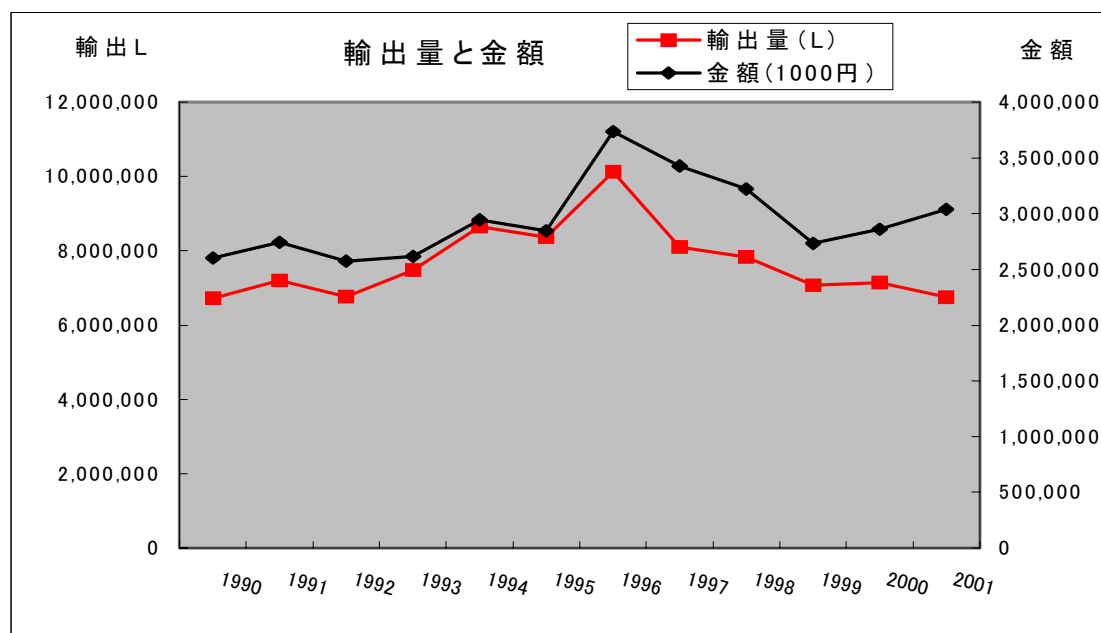


図 3.11 日本酒の輸出量と金額の推移  
税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

1990年からの輸出推移を見ると、1996年に10,130KL、37億3900万円と過去最高を記録した後、3年連続で数量・価格とも減少したが、1999年を境にして金額ベースでは再び上昇傾向にある。

次のグラフは図 3.11 のグラフからアメリカ、台湾を除いたグラフである。

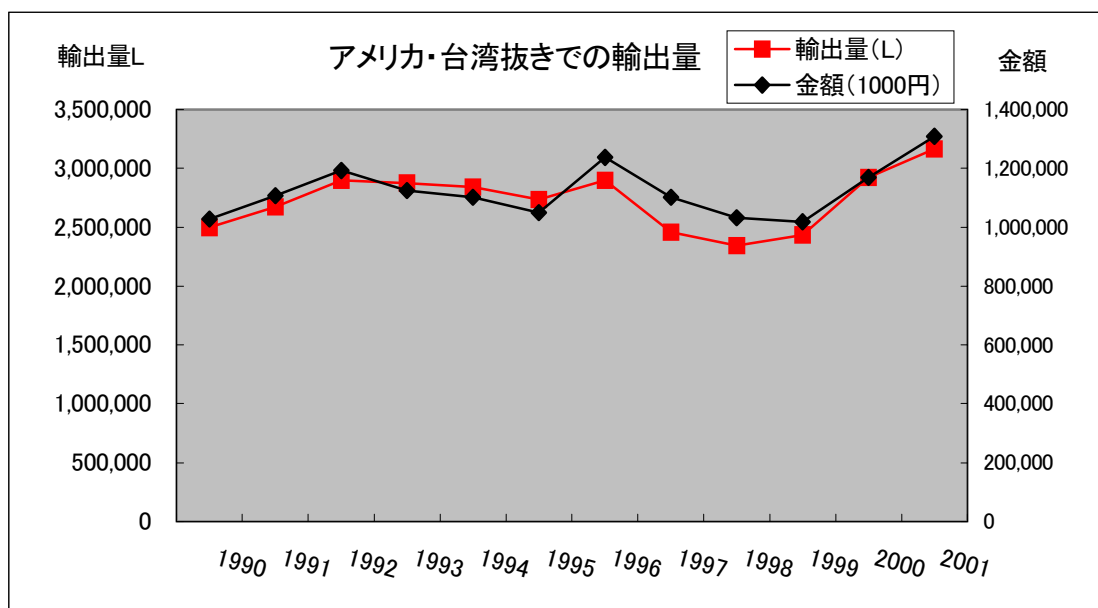


図 3.12 日本酒の輸出量と金額の推移（アメリカ、台湾抜き）  
税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

輸出量が断然多いアメリカ・台湾抜きにすると、1998年からも輸出量・金額ともに増加している。しかしまだまだ日本酒の輸出が伸びているとはいきれない状態でもある。

アメリカ・台湾のグラフでは輸出量と金額の推移がずれているのに対し、アメリカ・台湾を抜いたグラフではほぼ同じ推移をたどっている。これはアメリカが高級酒嗜好にシフトしていると考えられるからである。

次の図は 1990 年と 2001 年の日本酒の輸出割合である。

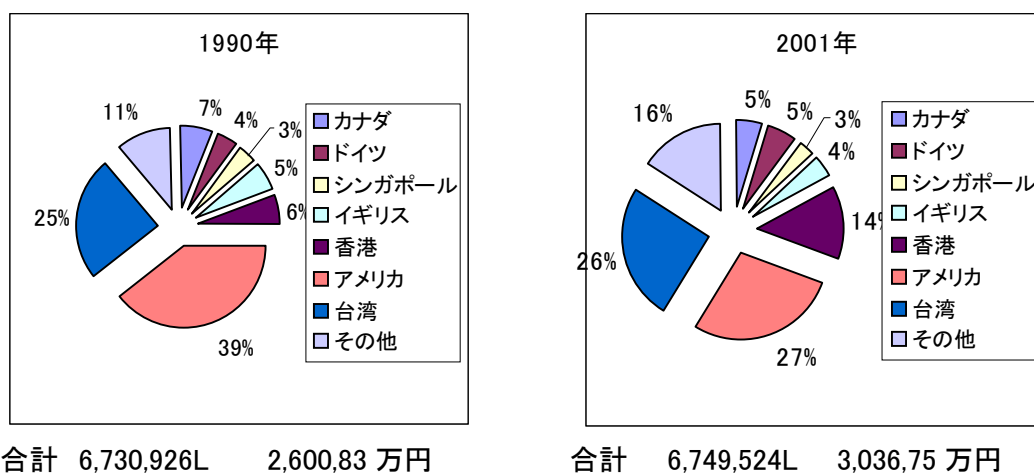


図 3.21 輸出相手国の割合  
税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

1990年と2001年を比べると価格の変化はあるものの、輸出相手国の割合の変化は大きくない。アメリカの割合が12%と減っている。

アメリカ、台湾、香港の3カ国を合わせると1990年では全体の輸出量の70%、2001年では全体の67%を占めている。

また1990年と2001年を比べるとその他の割合が5%増えている。

### 3. 2 輸出量の推移

次のグラフは 1990 年から 2001 年までの輸出相手国への輸出量の推移である。

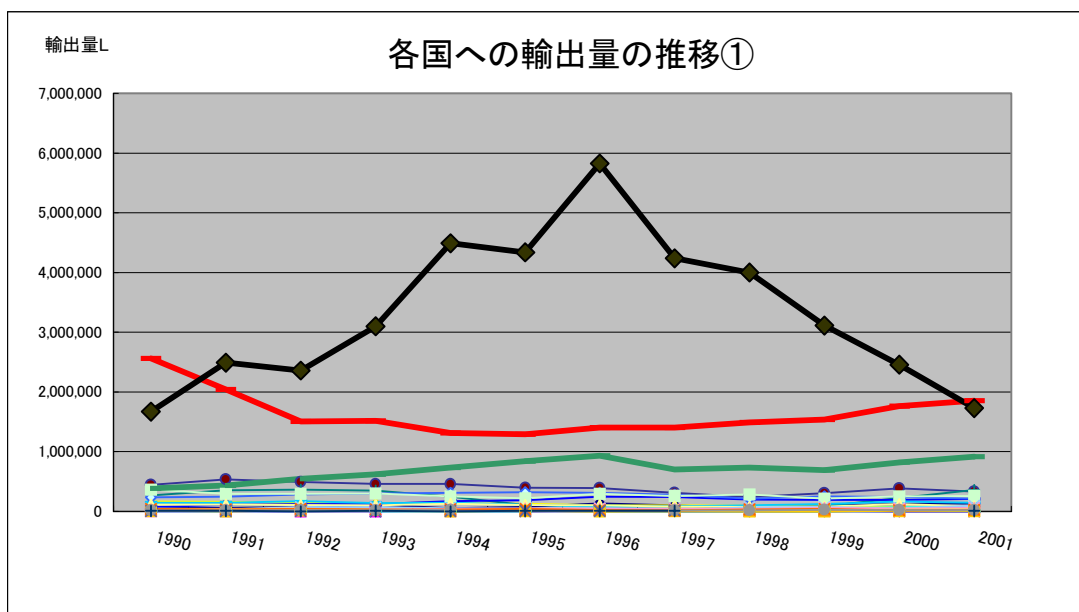


図 3.22 各国への輸出量の推移①

税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

台湾 (黒), アメリカ (赤), 香港 (緑)

その他の色種については, 図 3.23 で説明

台湾への輸出量は 1990 年から 1996 年まで大幅に増加しているが, その後 1990 年と同じくらいまで減少した。この理由については (3.5 変動要因の分析) で説明する。

アメリカは 1994 年まで減少を続けていたが, 近年増加に向かっている。

香港もゆるやかではあるが増加している。

台湾 (黒), アメリカ (赤), 香港 (緑) が際立っていてグラフが見にくいので, その 3 カ国を除いたグラフが次のページの図 3.23 である。



以下のグラフは台湾、アメリカ、香港を除いた各国への輸出量の推移を表している。

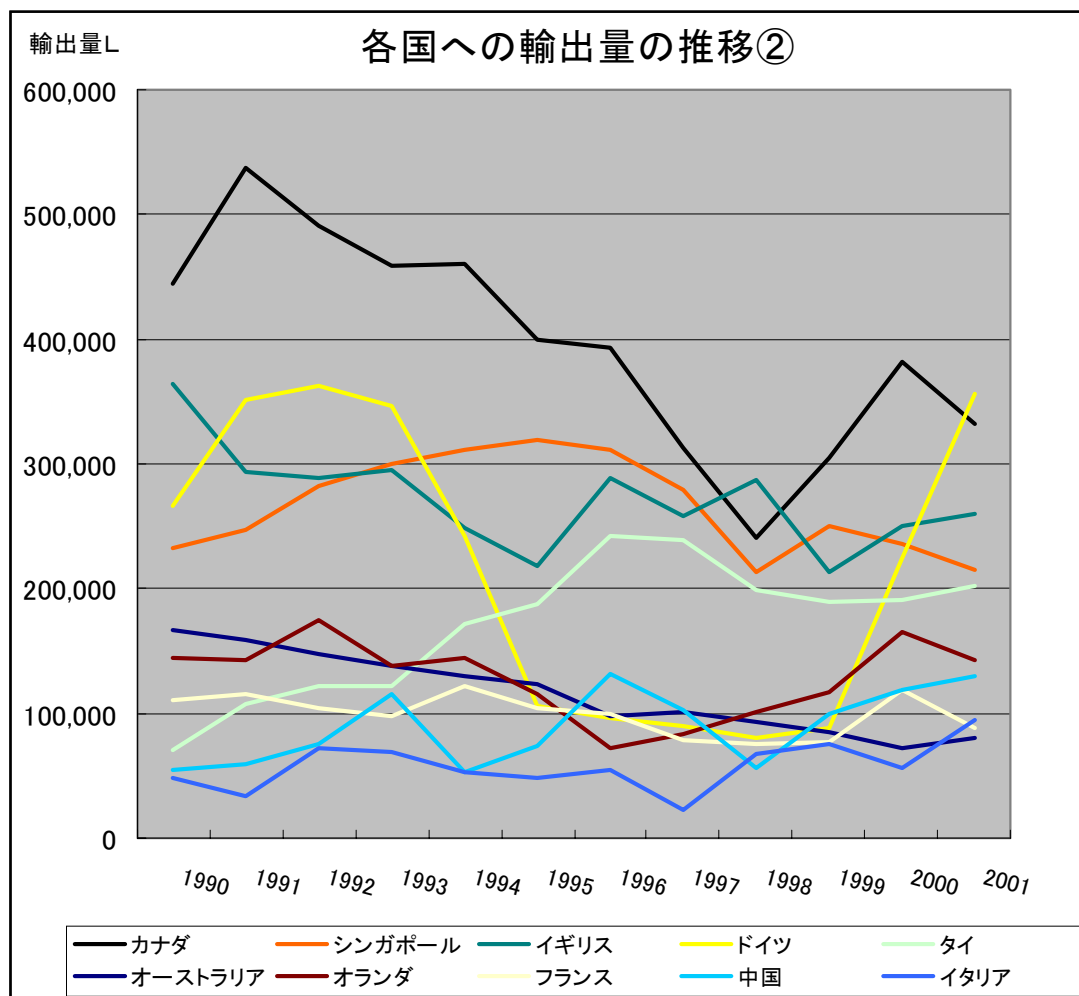


図 3.23 各国への輸出量の推移② (台湾, アメリカ, 香港抜き)  
税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

カナダ、イギリス、ドイツ、中国は急激な増減が多く、日本酒が安定して輸出されていないといえる。

増加傾向にあるのはタイ、また減少にあるのはオーストラリアである。

次の図 3.24 で表すのは輸出量 100,000 L 以下の国々である。

以下のグラフは各国への輸出量 100,000 L 以下の国グラフである。

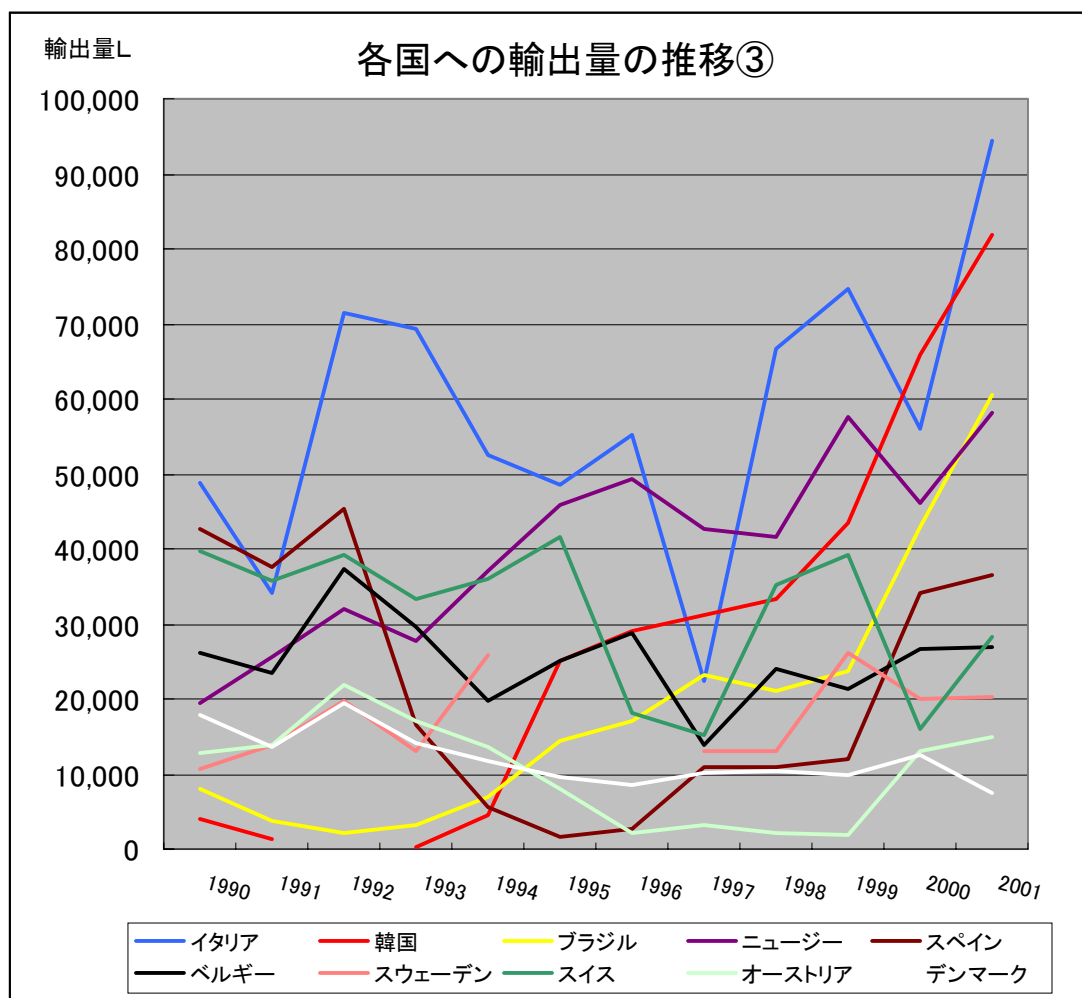


図 3.24 各国への輸出量の推移③ (100,000 L 以下)

税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

韓国、ブラジル、ニュージーランドへの輸出量が増えている。韓国は1994年に清酒の輸入が解禁された。まだまだ増加すると考えられる。

イタリア、スペイン、ベルギー、スイスは急激な変化を繰り返しており、日本酒の輸出は安定していない。

多くの国々は年間100,000L（一升瓶[1.8L]換算にすると約5万5千本）以下、すなわち台湾の30分の1にもみたくらいの輸出量にしかない。

清酒の輸出というのは台湾、アメリカ、香港などある特定の国への輸出がほとんどを占めていると言える。また日本の年間消費量が100万KLなので、日本で造られた清酒の99.3%が日本で消費されおり、残りの0.7%だけが世界で消費されていることになる。

### 3. 3 輸出価格の推移

以下のグラフは輸出価格のグラフである。

※価格は輸出量と金額から一升瓶換算とした。

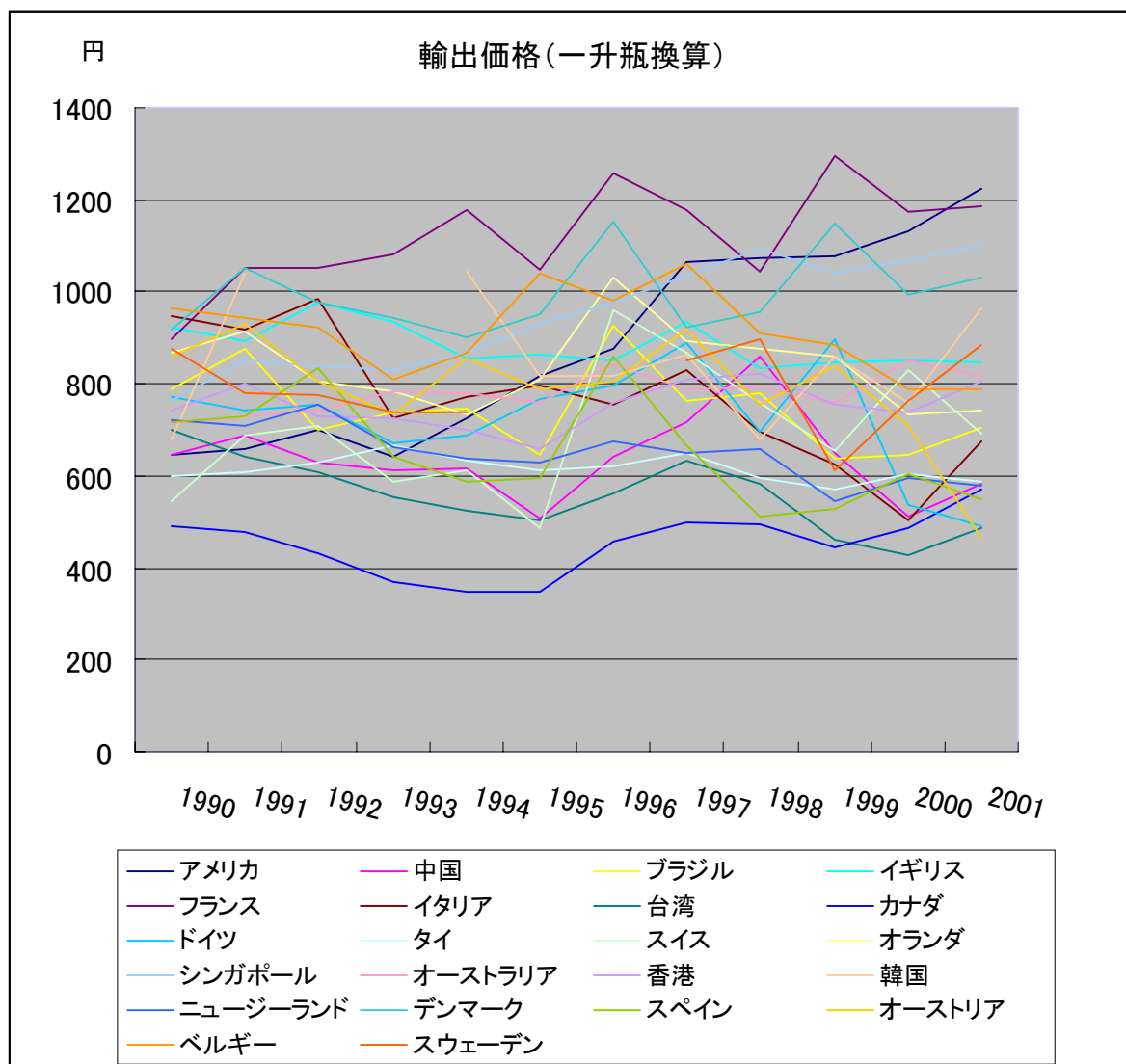


図 3.31 輸出価格の一升あたりの推移  
税関HP「貿易統計」[6]のデータより作成

一升価格が上昇している国は、アメリカ、シンガポールだけで、他の国々は維持または上昇・下降を繰り返している。

アメリカの1990年から2001年にかけての一升換算価格は約2倍となっている。

アメリカ、フランス、シンガポール、イギリスが一升価格1000円を超えているのに対し、カナダは一升400円を切るなど、日本では考えられない価格となっている。この価格に税金（関税、酒税、消費税等）が加算され販売される。

1000 円以下ということは 1 章で紹介した普通酒や増醸酒といった低価格商品が主に輸出されていることが考えられる。これでは外国の人々に日本酒の良さを伝えることは難しくなる。

アメリカでは醸造アルコールを添加した酒は、醸造酒としての酒税ではなくなり、醸造酒の 2 倍の酒税がかかる。そのためアメリカに輸出されている日本酒はほぼ純米酒系であるため、しぜんと高価格商品が輸出対象となる。しかし 1990 年から 2001 年かけて右肩上がりで上昇しているのは、それ以上に高価格商品（一般的に美味しいとされる）に嗜好がシフトしているからと考えられる。

日本から海外へ輸出された日本酒は清酒の価格の他にさまざまな費用がかかり、その合計価格がアメリカ、EU で日本の 2~2.5 倍にもなる。

以下に海外での小売価格に含まれる費用を紹介する。

清酒原価，海上運賃，海上輸送保険，ボンド（証書），関税，酒税，通関費用，  
配送費，その他諸経費（港安維持費，銀行手数料等），マージン（マネージメン  
トオーバーヘッド，在庫費用等含む）

（株）岡永・国際流通課への質疑応答より[7]

以下のグラフは 1996 年が極端に上昇している国のグラフである。

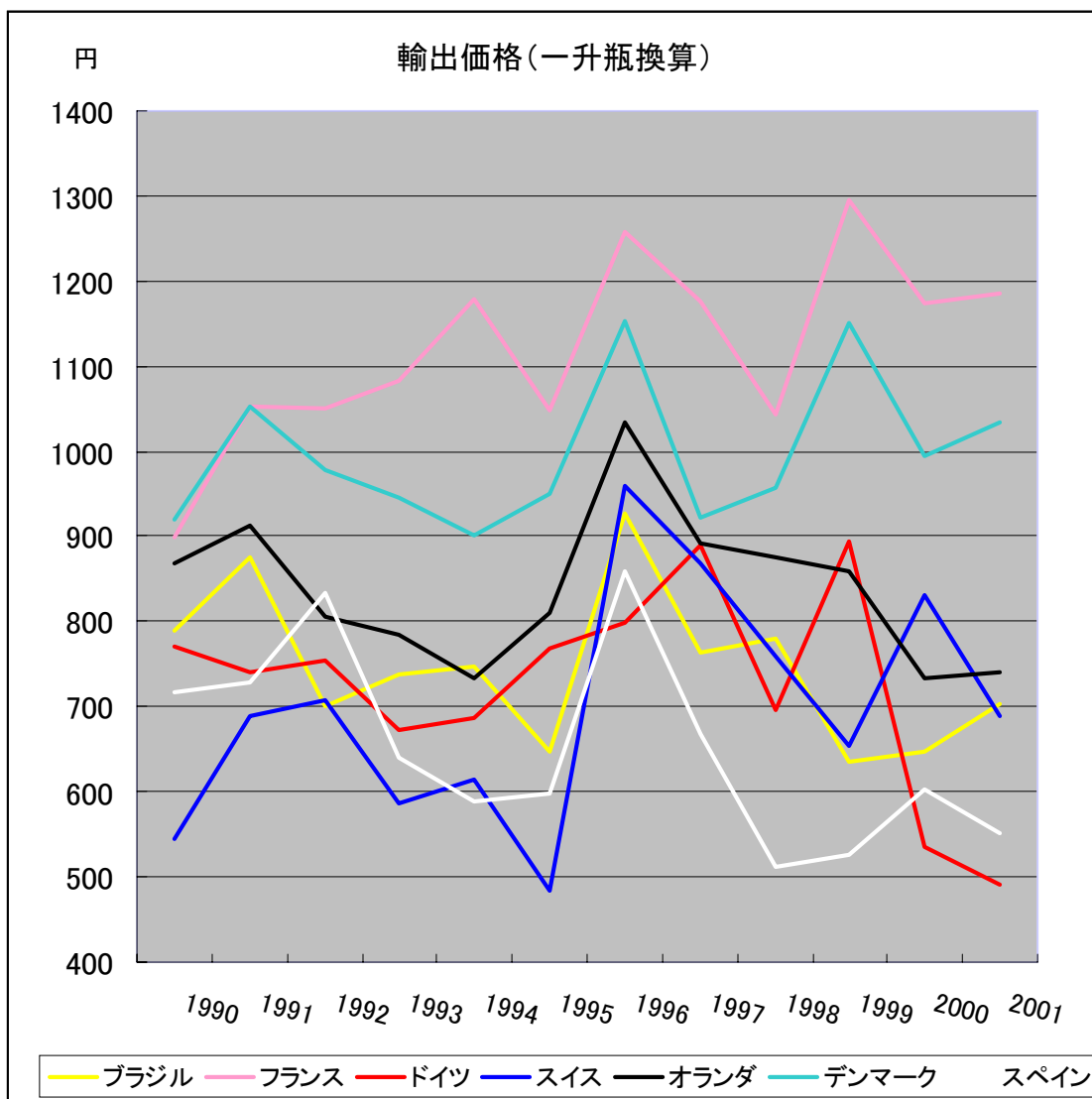


図 3.32 輸出価格の一升あたりの推移 (1996 年急上昇国)

税関HP「貿易統計」[6]データより作成

1996 年に価格が急上昇している国は図 3.32 中の 7 カ国である。ブラジル以外はすべて EU の国々であった。

次のグラフは1997年に急激な価格上昇をした国のグラフである。

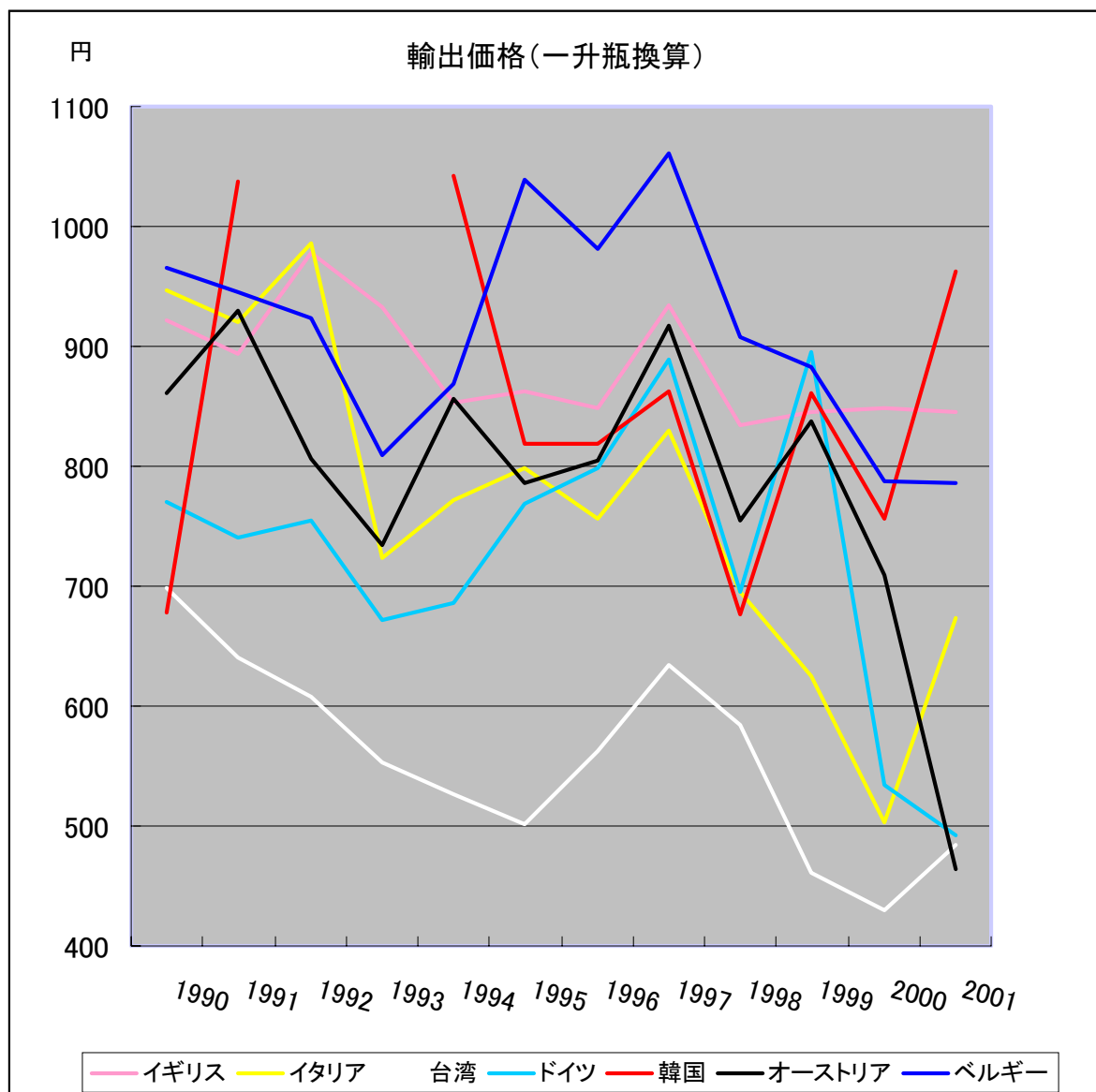


図 3.33 輸出価格の一升あたりの推移 (1997年急上昇国)

税関HP 「貿易統計」 [6]データより作成

1997年に急上昇しているのは図 3.33 の7カ国である。

1996年で急上昇した国, 1997年で急上昇した国と地域の一貫性はないため, 政治や経済というよりは日本の輸出に何らかの要因があると考えられる。

### 3.4 各国への輸出量・金額の分析

下の図は国ごとに1990年から2001年までの輸出量と一升価格の増減・ばらつきを回帰分析[8]で行った結果を表している。

表 3.4 輸出量・金額の分析  
税関HP 貿易統計[6]のデータより分析

※R・・・相関係数[8]

a・・・回帰直線の傾き[8]

$\Delta Y^2$ ・・・分散（データの散らばりの度合いを表す）[8]

輸出先	輸出量			輸出価格		
	R	a	$\Delta Y^2$	R	a	$\Delta Y^2$
イタリア	0.409	2181	16767	0.84	-33	58
イギリス	0.628	-7060	30236	0.651	-9	109
オーストリア	0.44	-823	5798	0.6	-20	124
オランダ	0.257	-2219	28817	0.21	-5	51
スイス	0.49	-1322	8109	0.234	8	72
スウェーデン	0.405	572	4875	0.001	0	77
スペイン	0.258	-1187	15306	0.582	-18	34
デンマーク	0.745	-753	2329	0.334	8	78
ドイツ	0.408	-13530	104498	0.33	-11	88
フランス	0.504	-2290	13536	0.68	21	55
ベルギー	0.257	-409	5313	0.366	-9	27
アメリカ	0.34	-34600	330349	0.964	58	31
カナダ	0.795	-19210	50476	0.416	8	44
オーストラリア	0.981	-8824	6033	0.739	9	82
ニュージーランド	0.901	3082	5095	0.832	-14	120
シンガポール	0.337	-3610	34834	0.961	31	23
タイ	0.784	11620	31744	0.411	-3	31
台湾	0.108	38070	1207068	0.742	-17	76
中国	0.593	5000	23473	0.656	-1	88
韓国	0.909	8410	14256	0.085	-3	58
香港	0.783	38180	104603	0.322	4	81
ブラジル	0.877	4289	8100	0.41	-10	84

清酒の輸出量の相関係数（R）が高い国はばらつきが少なく、安定した増減をしている国である。その中で輸出量の傾きがプラスの国は安定した増加をしているといえる。また  $\Delta Y^2$  が高い国は安定した増減がなされていない。

表 3.4 の結果が次の通りである。

安定した輸出量の増加・・・ニュージーランド，タイ，韓国，香港，ブラジル

安定した輸出量の減少・・・オーストラリア，カナダ

安定した価格上昇・・・・・・アメリカ，シンガポール

安定した価格下降・・・・・・イタリア，台湾，ニュージーランド

安定した価格維持・・・・・・イギリス，デンマーク，タイ，香港，オランダ

EUの国々は輸出量が安定していない。一方タイ，韓国，香港のアジア地域の国では日本酒の輸出が増加傾向にあるといえる。

一升平均価格ではアメリカ，シンガポールが安定して高級酒嗜好に移っていると見ることができる。またフランス，オーストラリアも価格が上がってきている。価格が下がっている国はイタリア，台湾，ニュージーランドである。また増減はないものの価格が安定している国はイギリス，デンマーク，タイ，香港，オランダであった。

輸出量と価格ともに安定した動きを見せているのがニュージーランド，タイ，香港，オーストラリア，デンマークであった。また輸出量と価格ともに不安定な動きの国はスイス，スウェーデン，スペイン，ドイツ，ベルギー，中国であった。

全体としては安定しているのにもかかわらず，各国レベルでは増減が激しい。また増減の一貫性もみられなかった。



### 3. 5 変動要因の分析

図の 3.22 を見ての通り、台湾のシェアが大きく変化しているのは、これまでは昔から清酒が造られていたことから清酒の認知度が高いためである。また①日本料理店などでよく飲まれてきた②1991 年の洋酒輸入解禁以降の規制緩和③若い人たちを中心に味の濃い紹興酒からソフトな日本酒への嗜好の変化、などもあって輸出量が増えていた。しかしここ数年、台湾公売局が 2002 年 1 月からの酒類の製造・輸入の完全自由化への対応策として、国産清酒の製造に力をいれており、これらの製品が国内で受け入れられたため、1996 年を境に輸出が減少したのではないかと考えられる。

またアメリカ向けのシェアのについては、1973 年に円が変動相場制に移行して以来、円高は確実に進んでいき、それにつれて日本企業のアメリカ進出も進み、日本人が増えた。日本人がアメリカ人を日本食レストランに接待し、そこから日本食への関心が広がり 1980 年代には日本食ブームが起きた。日本の酒造メーカーもこのころに海外進出を行った。

現在は日本食レストランで日本人の駐在員や旅行者のみならず、アメリカ人やその他外国人によってグレードの高い地酒が広く好まれているもの（日本酒メーカーの団体での広報宣伝活動の効果、日本に滞在したり日本人に接待されたりして根っから日本酒好きになってしまったノン・ジャパニーズの増加等）と見ている。

参考 酒が S A K E になる日 [9]

参考 神戸税関 HP 「清酒の輸出」 [10]

以下は日本酒の海外での現在の事情を紹介する。

#### ①アメリカ事情

最近アメリカに行くと、特に東海岸では、行くたびに日本酒が定着している。現地の酒屋さんに着実に日本酒が並ぶようになり、さらには、現地産ではなく日本からの輸出品が目立ち始めた。前に行ったときは 2、3 種類だったのが、次行ったときは 5、6 酒類に、前は奥にあったものが、次は店の前面に、といった具合に現地の酒屋での露出度が高まっている。

またアメリカの中でもニューヨークは、食に関しては非常に敏感なところで、いろんな国の洗練された料理がある。ワインリストの下の方に日本酒が載っていたりする。しかも 5、6 年前だと現地産のもので SAKE だけの記載で熱燗が主であったが、今では冷でだし、銘柄もきちんと書いて、味の特徴も書いてある。

昔は日本酒といえば熱燗が当たり前で、変な変わった飲み方をする酒だとの認識だったが、吟醸酒を中心にエレガントな酒だとの認識に変わってきつつある。現地の人も、酒といっても、現地産と日本産との区別ができ始めている。日本食料理の店でも、メニューに「大関」「月桂冠」はカリフォルニア産、地酒については、産地まではないが日本からのものと明記されている。

#### ②ヨーロッパ事情

ヨーロッパはアジアに比べいろんなハンデがある。まず距離的に遠い。赤道を越えるので酒が傷む。冷蔵

コンテナもあるが、それでもやはり日数はかかる。また、ワインの本場と言うこともあり、ワインの価格が安く、なかなかワイン市場に切り込むのは難しい。長い歴史もあるので、自国文化に誇りを持っており、保守的な側面が強い。その中でもイギリスは外の文化を受け入れる素地があると思う。

イギリスはアメリカと同じく日本食ブームになっている。食の貧しい国といわれるが、実際行くとニューヨークと同じくらい各国の料理がありレベルも高い。日本食の比率は少ないが、今後寿司を中心にブームが広がると、ロンドンを中心に有望なマーケットができそうである。

ヨーロッパはEUにより市場が繋がっているので、例えばオランダに入ると、ドイツに、スペインに、と市場が広がる可能性がある。しかし先日オーストリアに行ってきたが、スーパーなど訪問すると、酒という言葉は知っているが、実際に見てみると中国酒だったり、梅酒だったり、韓国産の酒だったりする。日本食屋はあるが日本産の酒は定着していないのが現状である。

JETRO（日本貿易振興会）日本酒海外販路開拓セミナー講演録 [11]

松崎晴雄 2002年11月22日

### 3. 6 輸出の実例

この節では日本酒を輸出している企業の実例を紹介する。

旭川の清酒メーカー男山 株式会社（以下男山）は、1977年に海外の酒類コンクールで、日本酒で初のゴールドメダルを受賞して以来、連続24回受賞という栄冠を手に入れている。現在は13カ国（アメリカ、フランス、オランダ、シンガポール、タイ、インドネシア、ベトナム、マレーシア、フィリピン、韓国、中国（香港、上海）、オーストラリア、ニュージーランド）に、「輸出純米」を始めとする9銘柄の日本酒を輸出している。

男山が、海外に目を向けることになったきっかけは、初めて出品した世界酒類コンクール（モンド・セレクション）でのゴールドメダル受賞で自信を深めたことが大きな要因になっている。輸出を始めた当初（1980年代前半）は、今ほど日本食店の数も多くなく、一気に広まるということにはなかったが、徐々に海外において健康志向が高まるにつれ「日本食ブーム」が起こり、日本食店の増加とともに同社の輸出先も増えていった。当時の海外では、「造り手が考える品質状態とは、ほど遠い状態で売られている日本酒が多かった」（社長、山崎）ため、男山は、価格帯は多少高めにはなるが、あえて高品質な純米酒を冷蔵コンテナで輸送し、在庫については品質が劣化しないよう冷蔵保存を周知徹底した。

現在、日本の大手清酒メーカーは、米国西海岸でカリフォルニア米の日本酒を製造しており、現地のスーパーマーケットでは、男山の4分の1程度の価格で販売されている。社長、山崎は「人件費、材料費の安いところで量産するのは大手のやり方」と意に介さない。むしろ、将来は今よりも求めやすい価格で販売できるようにすることが目標だ。

日本の流通システムは、メーカーから卸業者を経て小売業者、最後に料飲店というのが普通だが、海外の場合は料飲店も小売店と同様、直接卸業者から仕入れるので、一般の料飲店でもアルコールのライセンスがないと扱えない場合が多い。特に米国の場合は州によってアルコール規制や酒税法が違うなどの問題点も多い。同社は海外での販売は全て卸業者経由で行っており、直接輸出をするまでには至っていない。米国に限らず、欧州ではアルコール度数が少し違うだけで酒税が倍になることもあり、輸出国の状況を熟知していなければリスクが大きいからだ。その代り、息の長い商売を続けるために「流通関係（業者）は石橋を叩くようにして」探し、一時的なブームに乗って売るより、もっと長いスパンで地道に営業活動をするを考えている。現在の輸出比率は年間醸造量の5%ほどで、約6万5千本（1本=1.8リットル）を東京から輸出している。

引用 日本貿易振興機構HP 2000年11月号 クローズアップ北海道[12]

### 3. 7 輸出の問題点

日本酒を海外に輸出する際にはいくつかの問題が生じる。またそもそも日本酒を輸出するということはどういうことなのかを含め紹介する。

#### (1) 日本酒の輸出とは

日本酒の輸出とは日本国内から海外へ出る際に税関にて輸出通関（輸出申告）したものである。通常、輸出通関を行う場所は保税地域<sup>※1</sup>である。日本酒の場合、酒税はいわゆる蔵出税<sup>※2</sup>なので保税地域から保税地域への移動という事で酒税法上の定義では未納税移出入という扱いになるのが通例である。要するにメーカーから日本国内へ販売する場合には酒税・消費税がかかり、輸出の場合は免税だという事である。ただし、これはメーカーが輸出者となる場合であり、メーカー以外が輸出者になる場合は酒税法上で定められる輸出免許が必要になる。

アルコールの輸出には輸出免許が必要になる。これは酒類小売販売免許であり更に輸出卸が可能な事及び種類に清酒が記載されている免許という事になる。この免許は比較的簡単に取得が可能であるが、当然、海外の販売先が決まっている事、取り扱い商品（メーカー）が決まっている事というのが大きなポイントとなる。すなわち、ある酒屋さんで扱っている商品のすべてを1本から海外宅急便でというのは無理なのである。また、免許が無ければ蔵置場（酒税保税地域）の申請も出来ないのもメーカーからは酒税込の価格でしか仕入れが出来ない。

#### (2) 日本酒輸出の問題点

①関税問題・・・アルコールに対する関税は世界的に高いのが通常で、シンガポールや香港のような自由港でも酒の関税割合は高い。酒に関わる免許制度も複雑なことが多く、特にアメリカでは複雑で、州によって異なっている。

②教育問題・・・現地の取り扱い業者の人達の教育問題がある。第1章で説明した通り、日本酒はとて品質管理が重要な商品である。もししっかりと品質管理ができていなければ、せっかくの良い商品であっても消費者の手に届くときには良い商品ではなくなっていることも考えられる。商品知識や管理の仕方など、日本では当たり前のことができていないということが日本酒輸出の最大の問題と考えられる。

引用 日本産清酒輸出機構HP

JETRO（日本貿易振興機構）HP「日本酒海外販路開拓セミナー講演録」[11]

※1 保税地域・・・関税の賦課が保留される特別地域。

※2 蔵出し税・・・製品を工場・倉庫などから市場へ移出する際に課せられる租税。

## 第4章 外国産清酒の輸入

この章では日本酒は海外でも生産されていることを紹介し、自国日本にも入ってきており、まさに日本酒の逆輸入といえる。日本で生産した清酒を「日本酒」、海外で生産した日本酒を「外国産清酒」とする。

### 4.1 製造国の分析

ここでは各国で生産されている外国産清酒の生産量を示す。

カッコ内はデータの年数である。

日本企業中心による清酒生産国の生産量

アメリカ・・・・・・・・・・8,400KL（1997）現在7企業

タイ・・・・・・・・・・8,300KL（1995）

ベトナム・・・・・・・・・・1,800KL（2001）

中国・・・・・・・・・・1,100KL（2001）

オーストラリア・・・・・・1,000KL（2001）

ブラジル・・・・・・・・・・400KL（2001）

現地企業による清酒生産国の生産量

韓国・・・・・・・・・・44,100KL（2001）

台湾・・・・・・・・・・13,000KL（2001）

ミャンマー・・・・・・・・・・データなし

ラオス・・・・・・・・・・データなし

参考 利き酒講習会テキスト[2]

アメリカ、中国、ブラジル、オーストラリア、タイ、ベトナムは日本企業が協力して製造している。近年、特に日本企業が目をつけているのは海外の安価な酒米と労働力であり、日本の高い技術と設備を利用して、安価な清酒を製造することに乗り出している。あとは気候と水源が整う場所を選べばいいのである。

上記のデータよりデータ年数は異なるが、海外生産量を合計すると78,100KL、日本での生産量が2001年度で966,456KLなので世界での合計が1,044,556KLとなる。

従って97%が日本で生産しており、残りの3%が海外ということになる。

## 4. 2 外国産清酒の輸入量

下のグラフは外国産清酒の輸入量の推移を表している。

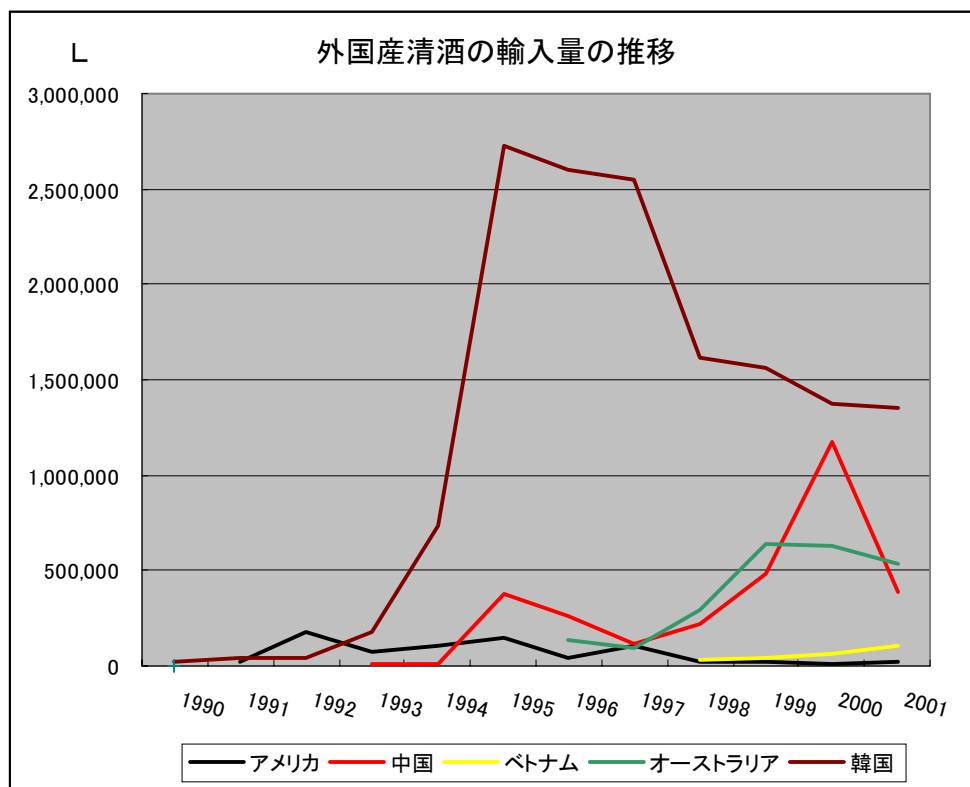


図 4.21 外国産清酒の輸入量の推移  
税関HP 「貿易統計」[6]データより作成

1993 年を境に韓国からの輸入が大幅に増えた。また近年中国、オーストラリアからの輸入量が増えている。しかし戦後から日本企業が進出してきたアメリカからの輸入量は極めて少ない。

図の 4.21 から見て分かるように、外国産清酒の輸入は近年始まったばかりだといえる。

韓国から輸入された清酒のほとんどは韓国産清酒として販売されるのではなく、日本の大手メーカーで混ぜて販売されている。

しかしオーストラリアから輸入された清酒のように「オーストラリア産」としっかり書いて販売されているものもある。このことは 4.3 で詳しく紹介するが清酒の輸入には企業ごとに理由がさまざまに異なる。

以下のグラフは外国産清酒の輸入量と金額を一升の価格に直し、表したものである。

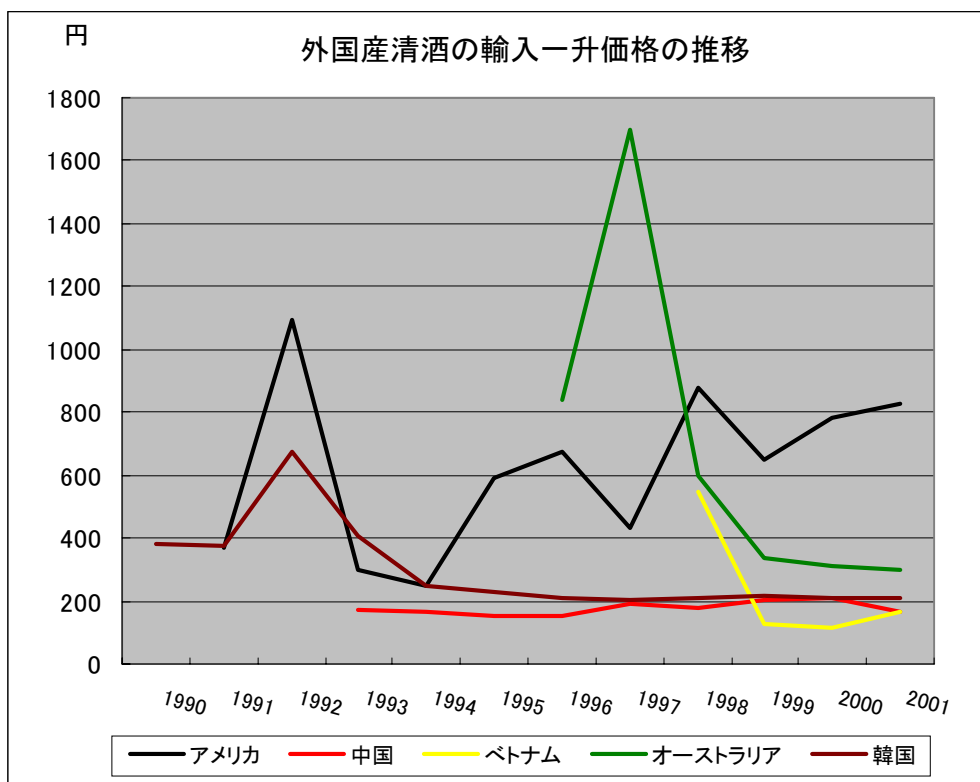


図 4.22 外国産清酒の輸入一升価格の推移  
税関HP「貿易統計」[6]データより作成

アメリカを除けば一升価格が 200～300 円くらいでまとまりつつある。アメリカからの輸入はある程度の価格のものを輸入している。

アメリカの価格が高い要因としては、酒税法で純米酒系（すなわちアルコール添加酒以外）でないと 3 倍近くも税率が高くなってしまうため、低価格商品が製造できないことによる。

これらのデータから外国産清酒の輸入量は、90 年代後半から本格的に始まったばかりだと言える。

2001 年の日本製造分の酒税課税数量は 966,456kl、金額では 123,227 百万円。

2001 年の日本輸入分の酒税課税数量は 199kl、金額では 27 百万円。

(参考 国税庁酒税関係情報)

輸入の割合を計算すると数量 0.021%、金額 0.022%と約 10000 分の 2 程度と、まだまだ決して多い数字ではない。しかし次々と国内企業が海外進出を始めているその目的は、日本への輸出のみならず、世界へ低価格で良い商品を送り出すことだと考えられる。

#### 4. 3 外国産清酒製造・輸入の実例

ここでは外国産清酒の製造・輸入の実例を紹介する。

##### (1) オーストラリア「小西酒造」

小西酒造では、1996年4月からニューサウスウェールズ州ペンリス市で日本酒の生産を開始、同国内で販売すると同時に、アジアやアメリカへ輸出したり、原酒を日本に逆輸入して販売している。海外での日本酒の生産にとってポイントとなる、「米、水、気候風土」の三条件が揃っていることが、オーストラリア清酒の大きな魅力である。

製造工場は、敷地面積 9,318 平方メートル(2,824 坪)、建築面積 1,440 平方メートル(436 坪)で事務所・原料倉庫なども配備した鉄骨建てである。原料の精米から醸造、そして製品化にいたるまで全て最新のシステム機械を日本から輸入するとともに、清酒製造の工程管理は出資会社である日本の酒造会社の技術者の出向によって行われている。

オーストラリアでの米作はそもそも日本人が種籾を持ち込んだことに端を発するもので、酒づくりに適した良質の原料米（オーストラリア産ジャポニカ米アマール一種）が安定的に得られ、良質なブルーマウンテンの伏流水が豊富であることが生産の決め手となった。

またオーストラリアでは、日本とちょうど四季が逆になり、日本の清酒閑散期である夏の時期に※杜氏・蔵人を派遣し、南半球での「※寒仕込み」が可能となった。

オーストラリア清酒は、オーストラリア国内では「豪酒」、「Blue」、「Gorin」など、そして日本では「豪の雫」、「OH!cup」の名前で販売されている。

日本で一升 3000 円弱ぐらいのグレードのものを 1500 円で販売している。

引用 小西酒造 HP[13] <http://www.konishi.co.jp/sakeroad/aus.html>

他の地域での外国産清酒を紹介する。

##### (2) 中国「朝香」

1995年に設立

1996年3月 「朝香」発売開始。

1997年1月 日本へ原酒の輸出を開始。

1998年12月 酒米の輸出開始。

2002年醸造分は約 270kl。このうち 160kl を中国で消費し、残りは日本で瓶詰し日本国内や東南アジアで販売している。

参考 朝香 HP[14]

##### (3) アメリカ「月桂冠」

1989年に設立

年間製造・販売数量 約 2,200KL

一般的なスーパーでの販売価格 1,500ml \$6~8(¥750~¥1000)

カナダ、ヨーロッパ、南米へと販路を広げている。

参考 月桂冠 HP[15]



## 第5章 日本酒輸出量と在留邦人数，醤油輸出量との相関

第3章でも示した通り日本からの日本酒の輸出量が多い国，少ない国がある。輸出量の多い国と少ない国との違いは何であることを仮説を基に分析する。

### 5.1 仮説①輸出量と在留邦人数との関係

まず日本酒を輸出したとしても，その多くは在留邦人が消費している可能性があると考えた。

方法① 1990年，1995年，1996年，2001年の輸出量と在留邦人数とを回帰分析をして関係を検証する。

- ・横軸に日本酒の輸出量，縦軸に在留邦人数をとったグラフである。

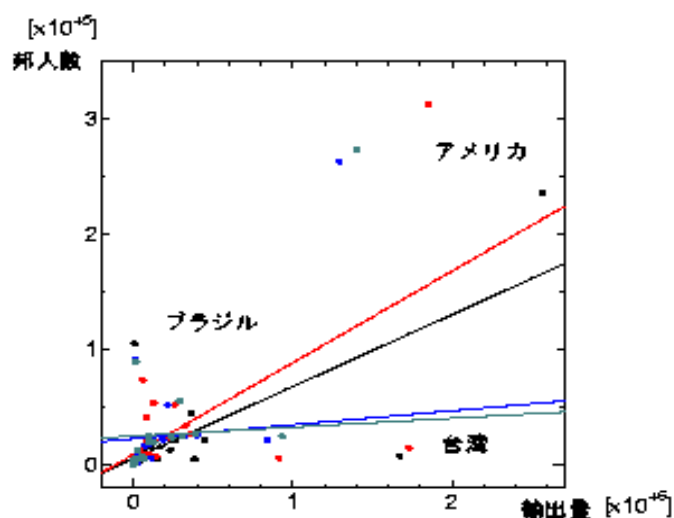


図 5.11 輸出量[ $\times 10^5$ L]と在留邦人数[ $\times 10^5$ 人]

税関HP「貿易統計」[6] 在留邦人調査年鑑[15]のデータより作成

黒—1990年 相関係数 (R) 0.74 傾き 0.06

青—1995年 相関係数 (R) 0.20 傾き 0.01

緑—1996年 相関係数 (R) 0.17 傾き 0.01

赤—2001年 相関係数 (R) 0.64 傾き 0.07

すべての国で回帰分析をしたがアメリカ，台湾など大きい数字に全体が引っ張られていることで，正確な結果分析とは言えない。

そこで清酒製造国がなく，しかも経済的に安定している EU だけで回帰分析をした結果が次の結果である。

・ 下図は EU だけで，輸出量・在留邦人数とのグラフである。

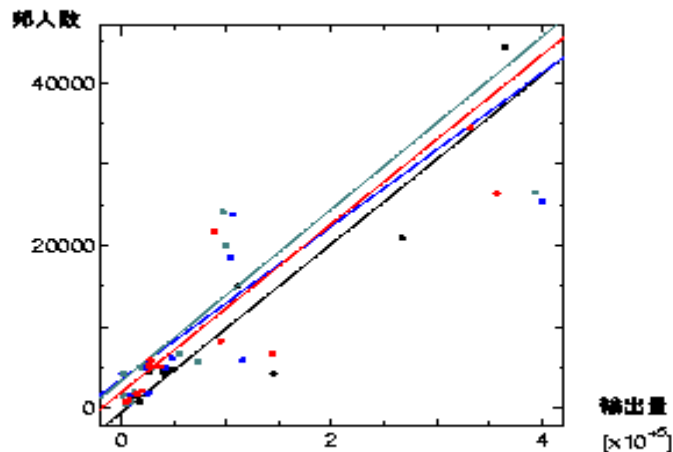


図 5.12 EUでの輸出量[ $\times 10^5$  L]と在留邦人数[ $\times 10^5$  人]との関係  
税関HP「貿易統計」[6] 在留邦人調査年鑑[15]のデータより作成

黒—1990年 相関係数 (R) 0.94 傾き 0.10 切片  
 青—1995年 相関係数 (R) 0.72 傾き 0.09 切片  
 緑—1996年 相関係数 (R) 0.81 傾き 0.11 切片  
 赤—2001年 相関係数 (R) 0.83 傾き 0.10 切片

EUでの回帰分析した結果，1990，1995，1996，2001の4年とも相関係数は非常に高く，また傾きも類似していることもあり，清酒輸出量と在留邦人数とに大きな因果関係があるといえる。

1990，1995，1996，2001の4つ年の平均傾きが0.10[人/L]，切片平均が0.21[人]である。そこでこの傾き0.10を数式に直すと次のようなことになる。

$$y = 0.1x + 0.21$$

この式は輸出量が $x$ [ $\times 10^5$  L]，在留邦人数が $y$ [ $\times 10^5$  人]となり，年間の在留邦人数が一人増えると，切片は関係がないので輸出量は10L増えることになる。

また，この式だけでいえば，日本酒の輸出量を増やすには日本人が海外に長期滞在すれば良いということになる。

## 5. 2 仮説②日本食（しょうゆ）との関係

世界各国で「日本食ブーム、すしブーム」という記事を目にすることがある。理由は日本食がとても健康的な食事であり、その中でもやはりすしが典型的な人気のようだ。世界といってもまだアメリカやEU（イギリス等）など限られた地域である。

日本食を食べながら熱燗を飲むのがこれまでのスタイルであったが、最近は冷酒の良さというよりも冷酒の存在を知った外国人たちが冷酒を好んで飲んでいるようである。

そこで日本食の代名詞とも言える醤油の輸出と日本酒の輸出に大きな関係があるのではないかと考えた。

方法②1990年、1995年、1996年、2001年の醤油の輸出量と日本酒の輸出量とを回帰分析をして関係を検証する。

横軸に醤油の輸出量、縦軸に日本酒の輸出量をとったグラフである。

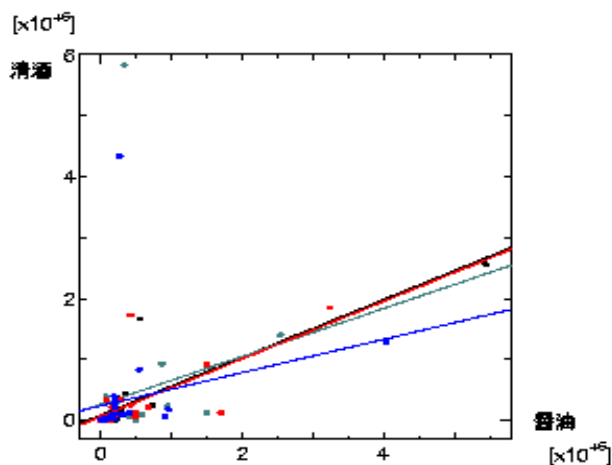


図 5.21 醤油の輸出量[ $\times 10^5$ L]と日本酒の輸出量[ $\times 10^5$ L]との関係  
税関HP「貿易統計」[6] 在留邦人調査年鑑[15]のデータより作成

黒—1990年 相関係数 (R) 0.87 傾き 0.47

青—1995年 相関係数 (R) 0.25 傾き 0.27

緑—1996年 相関係数 (R) 0.19 傾き 0.39

赤—2001年 相関係数 (R) 0.69 傾き 0.47

すべての国で回帰分析をしたけれども、やはり数の大きな国の変化があるので判定しにくい。

そこで今回も EU だけで回帰分析を行ったのが、次の結果である。

・ 下図は EU だけの、醤油の輸出量と清酒の輸出量とのグラフである。

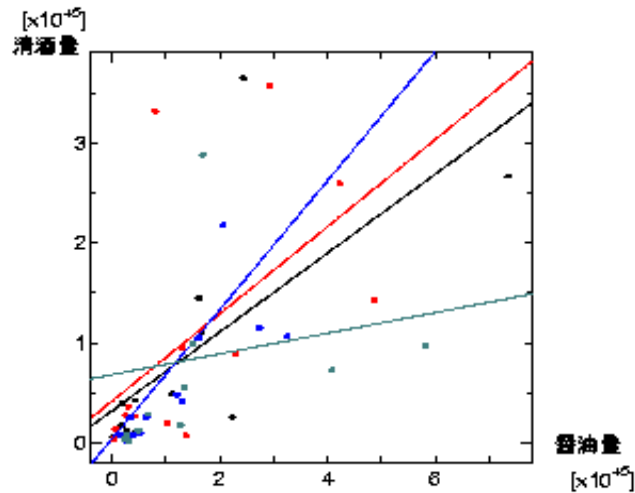


図 5.21 EUでの醤油輸出量[ $\times 10^5$ L]と日本酒輸出量[ $\times 10^5$ L]との関係  
税関HP「貿易統計」[6] 在留邦人調査年鑑[15]のデータより作成

黒—1990年	相関係数 (R) 0.70	傾き 0.39
青—1995年	相関係数 (R) 0.57	傾き 0.64
緑—1996年	相関係数 (R) 0.14	傾き 0.10
赤—2001年	相関係数 (R) 0.55	傾き 0.44

醤油と清酒の輸出量の因果関係を検証すると、関係が有りそうな年とそうでない年とがあったので関係があるとは言えない。

醤油量が増えるほど清酒量が増えるという訳ではないことがわかった。

また醤油は海外生産を日本企業（キッコーマン中心）が積極的に行っているの、醤油輸出量＝醤油消費量とはいかない。

キッコーマンは、アメリカ、中国、台湾、シンガポール、オランダと世界5カ国で製造を行っており、また世界100カ国以上で販売を行っている。

参考 キッコーマンHP[16]

## 第6章 海外における日本酒消費量の分析

前節で検証した通り清酒の輸出量と在留邦人数が大きく関わっているという結果が  
でた。この章ではその結果を基に国ごとの日本酒消費量とその値がどのくらいの大き  
さなのかを分析する。

### 6.1 外国人消費量の分析

以下の方法で**外国人消費量**を計算する。

外国人消費量とは海外での日本人以外による日本酒の年間消費量とする。また在留邦  
人消費量とは海外での日本人による日本酒の年間消費量とする。(この場合、海外生産  
国は複雑な要因が絡むので除く)

- ①輸出量のすべてを在留邦人が消費していると仮定し、  
年ごとの清酒輸出量  $e$  を在留邦人数  $n_J$  で割り、邦人一人当りの消費量  $c$   
を算出する。

$$c = e / n_J$$

- ②その値を 1990 年から 2001 年までの平均化  $A$  する。  
(政治情勢など諸事情を除く為、平均値とする)

$$A = (1/11) (c_{1990} + c_{1991} + \dots + c_{2001})$$

- ③日本人はどの国(流通が不安定な国は除く)へ行っても、ある一定量の日本酒を消費  
していることが推測できる。そこで②で算出した国別平均値  $A$  の最小値が各国で  
の邦人一人当りの年間消費量だと見なすことにする。

$$(\text{邦人一人当りの年間消費量}) = A_{\min}$$

- ④邦人一人当りの年間消費量に各国の在留邦人数  $n_J$  を掛けて、在留邦人消費量  $c_J$  を  
算出する。

$$c_J = A_{\min} n_J$$

- ⑤年ごとの清酒輸出量  $e$  から在留邦人消費量  $c_J$  を引くと、外国人消費量  $c_F$  が算出でき  
る。

$$c_F = e - c_J$$

- ⑥外国人消費量  $c_F$  をその国の人口  $p$  で割ることにより、その国の外国人一人当りの  
日本酒消費量  $c_{F1}$  が算出できる。

$$c_{F1} = c_F / p$$

即ち、外国人消費量を算出することによって、各国における日本酒の人気を表すこ  
とができる。また外国人による消費量と在留邦人数の因果関係を分析することにより、  
在留邦人がどのくらい輸出量に影響を与えているかが分かることになる。

次のページからグラフを用いながら①～⑥を詳しく説明する。

- ①輸出量のすべてを在留邦人が消費していると仮定し、  
年ごとに輸出量  $e$  を在留邦人数  $n_j$  で割った値が以下のグラフである。

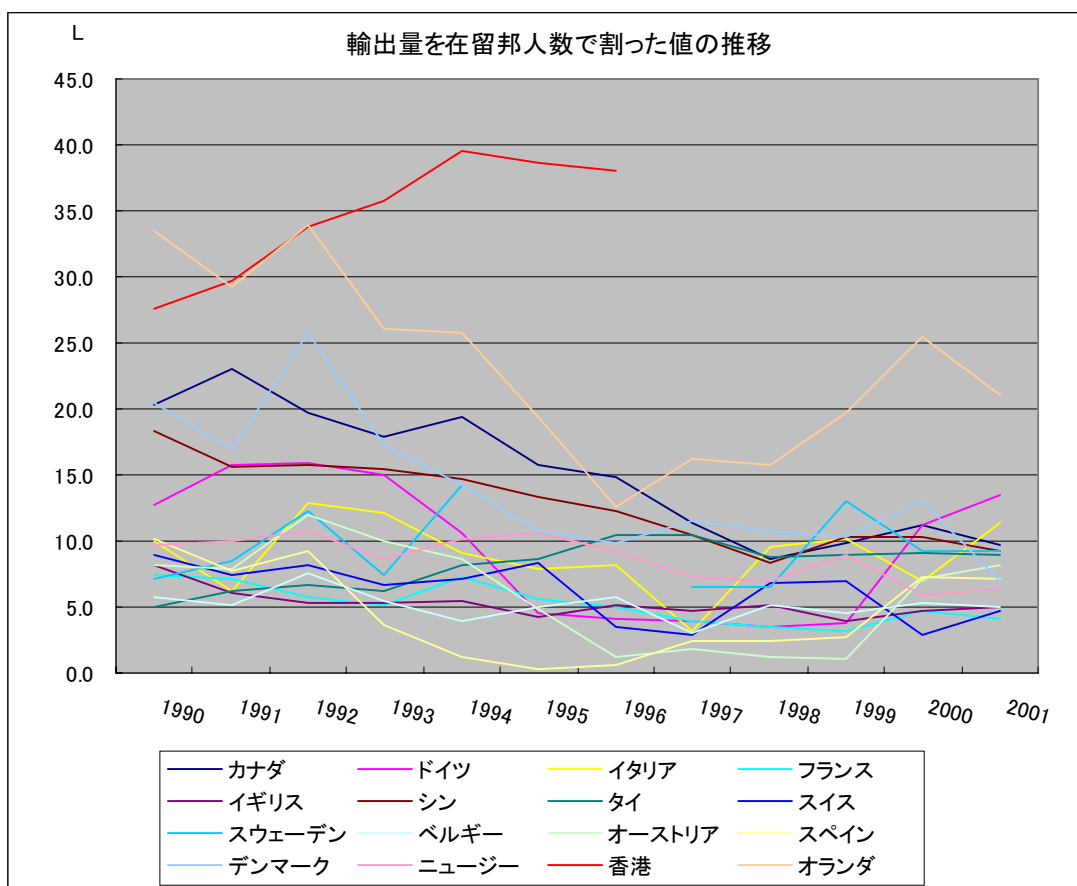


図 6.11 輸出量を在留邦人数で割った数の推移

安定した動きの国，不安定な国などさまざまな動きを見せている。  
また年によって全体的に増えた年，減った年などの一貫性がみられないことがわかる。  
近年は香港，オランダを除くと一人当たり 10L 前後（最低は約 5L）でまとまっている。  
各国によって年ごとに政治情勢などの変動要因があると考えられるので，次では 11 年間の平均値を算出する。

②1990年から2001年までの図6.11（輸出量を在留邦人数で割った数の推移）の値の平均値Aを計算したものが以下のグラフである。後の邦人一人当りの消費量となる。

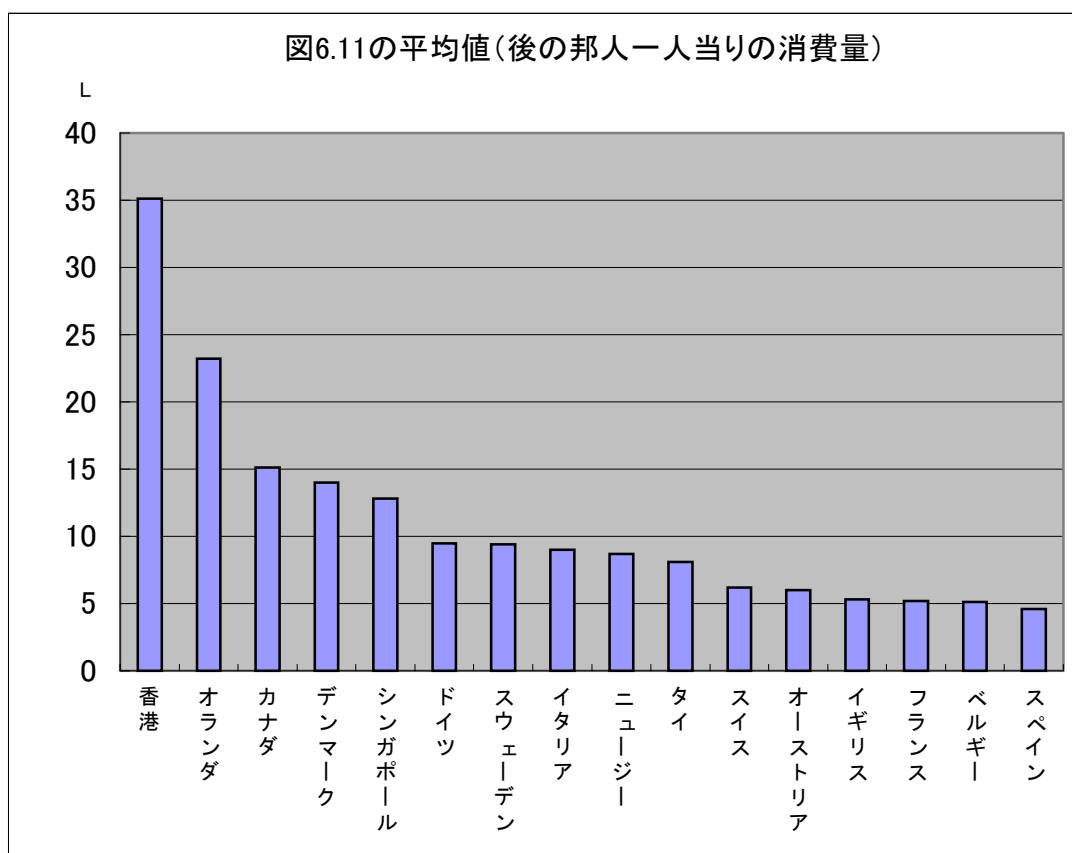


図 6.12 図 6.11（輸出量を在留邦人数で割った数の推移）の平均値

日本人はどこへ行っていてもある一定量の日本酒を消費していることが推測されるので、この最小値が邦人の消費している年間量と考えられる。

③図 6.12 からスペインの **4.6 L** が最小値となり、**4.6 L** という値が邦人一人当りの各国での年間消費量であると言える。

$$A_{\min} = c \text{ (スペイン)} = 4.6 \text{ L}$$

ちなみに日本での一人当りの年間日本酒消費量は 7.5L となっている。

(一人当りの日本酒消費量 = 日本酒消費量 ÷ 人口)

④邦人一人当りの年間消費量（ $4.6L$ ）に各国の在留邦人数  $n_j$  を掛けることにより、各国での在留邦人だけの消費量  $c_j$  を算出したのが下のグラフである。

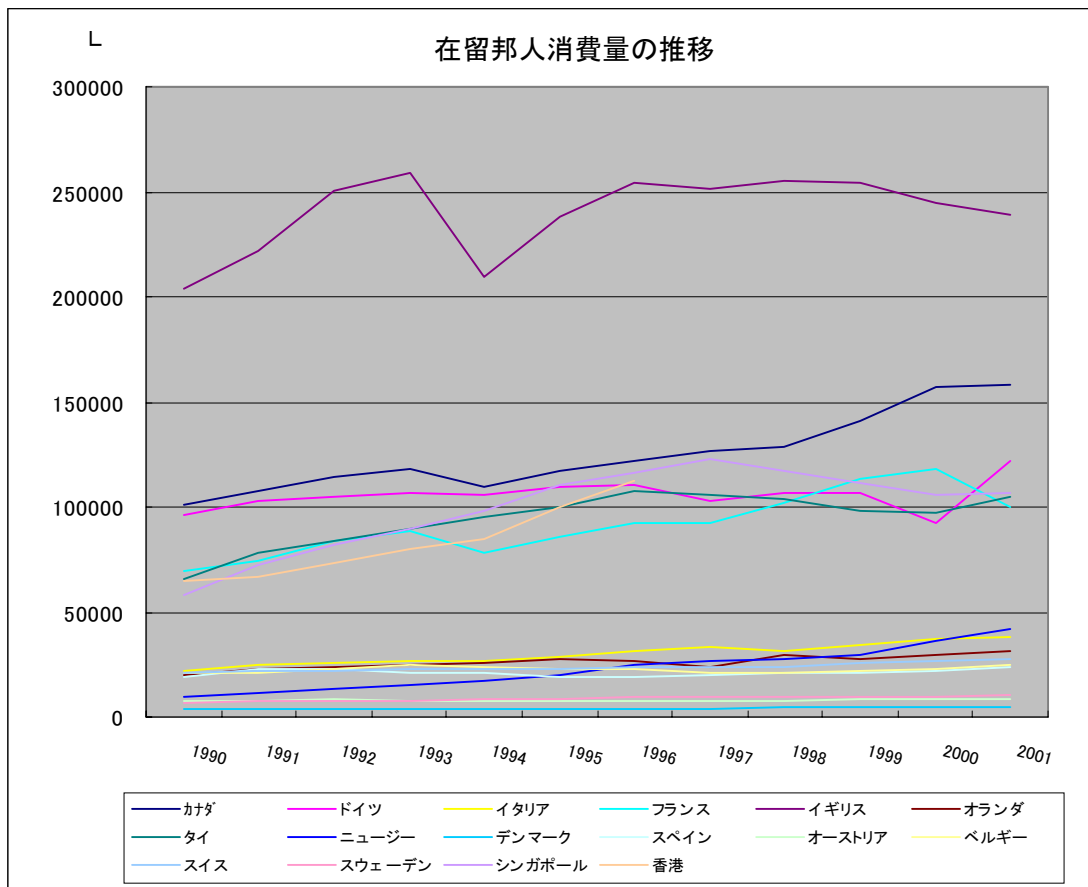


図 6.13 在留邦人消費量の推移

図 6.13 は各国の在留邦人数に定数  $4.6L$  を掛けたグラフなので、単位を変えれば、在留邦人数の変化を表すグラフと見ることができる。



⑤年ごとの輸出量  $e$  から④で算出した在留邦人消費量  $c_j$  を引くことにより、外国人消費量  $c_F$  を算出した結果が以下のグラフである。

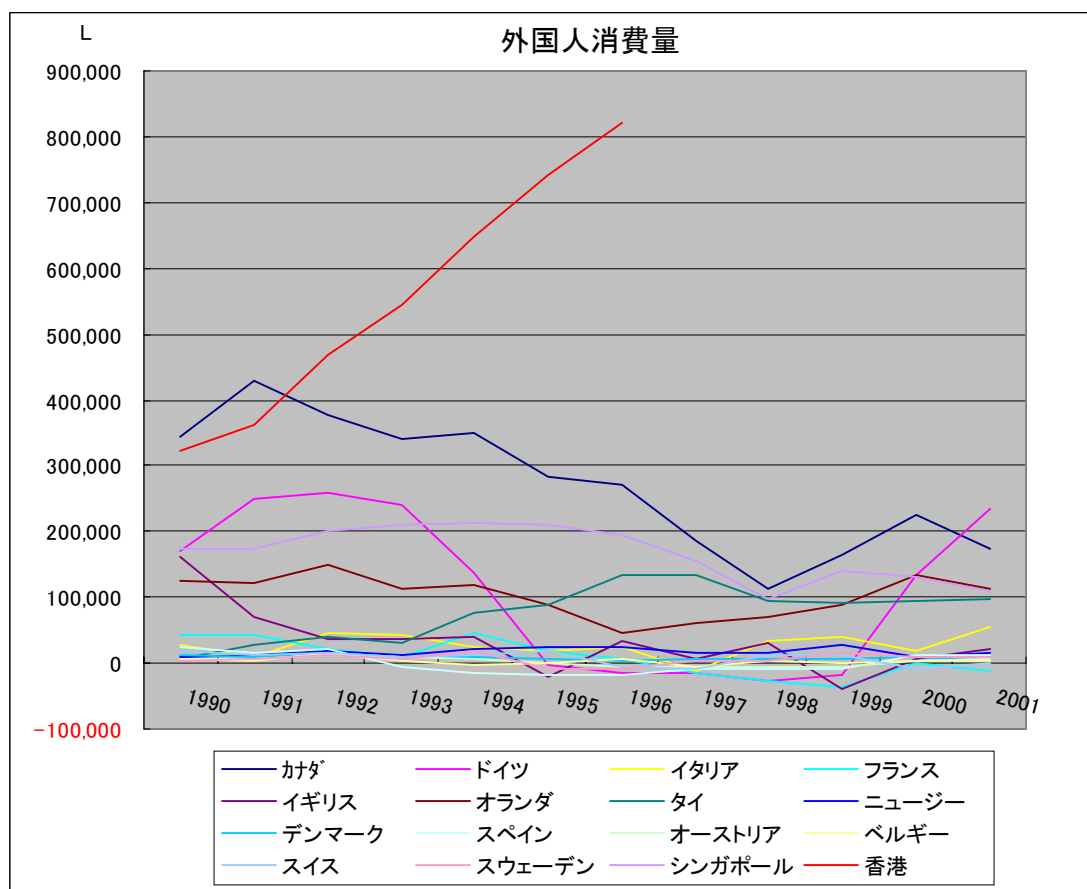


図 6.14 外国人消費量の推移

香港の消費量が圧倒的に多い。カナダ、シンガポール、オランダ、タイは比較的多い。ドイツは多いときと少ないときと差がでている。イギリスへの輸出量はある程度あるのにもかかわらず数が多くなならない。それはイギリスの在留邦人数が多いためである。

消費量がマイナスになるのは実際はありえないが、この場合輸出量を邦人数で割った値の平均値が一番低かったスペインの年間 4.6 L を在留邦人の年間消費量と仮定しているため、在留邦人消費量が輸出量を上回ってしまった結果である。

この図 6.14 でも変化が激しい国等、国際情勢等を考慮するために次の図 6.15 では外国人消費量の推移 11 年間で平均値化した。

以下のグラフは外国人消費量の推移の11年平均である。

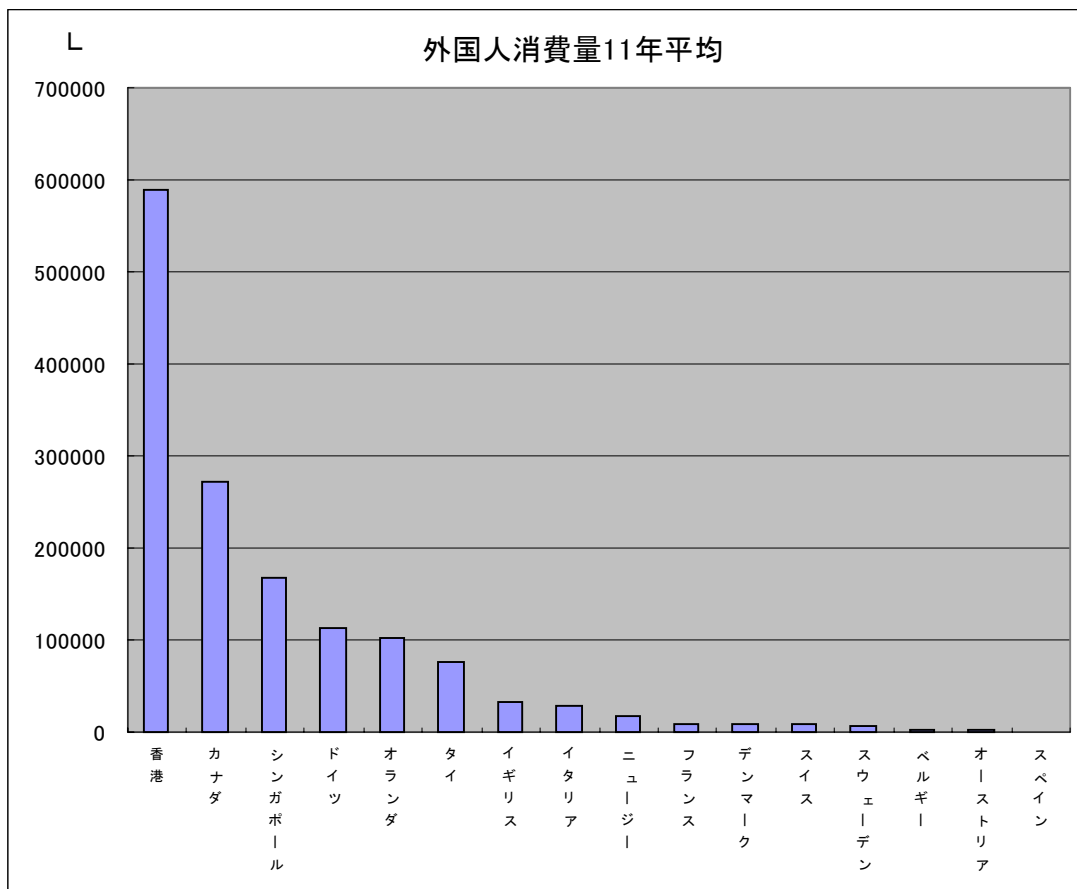


図 6.15 外国人消費量の平均値

アジアの国は比較的外国人消費量が多い。逆にEUの国々は比較的外国人消費量が少ないといえる。

⑥外国人消費量の 11 年平均を各国の人口で割ったのが以下のグラフである。  
 (人口は 2001 年データを使用. また 20 歳以下の人口も含む)

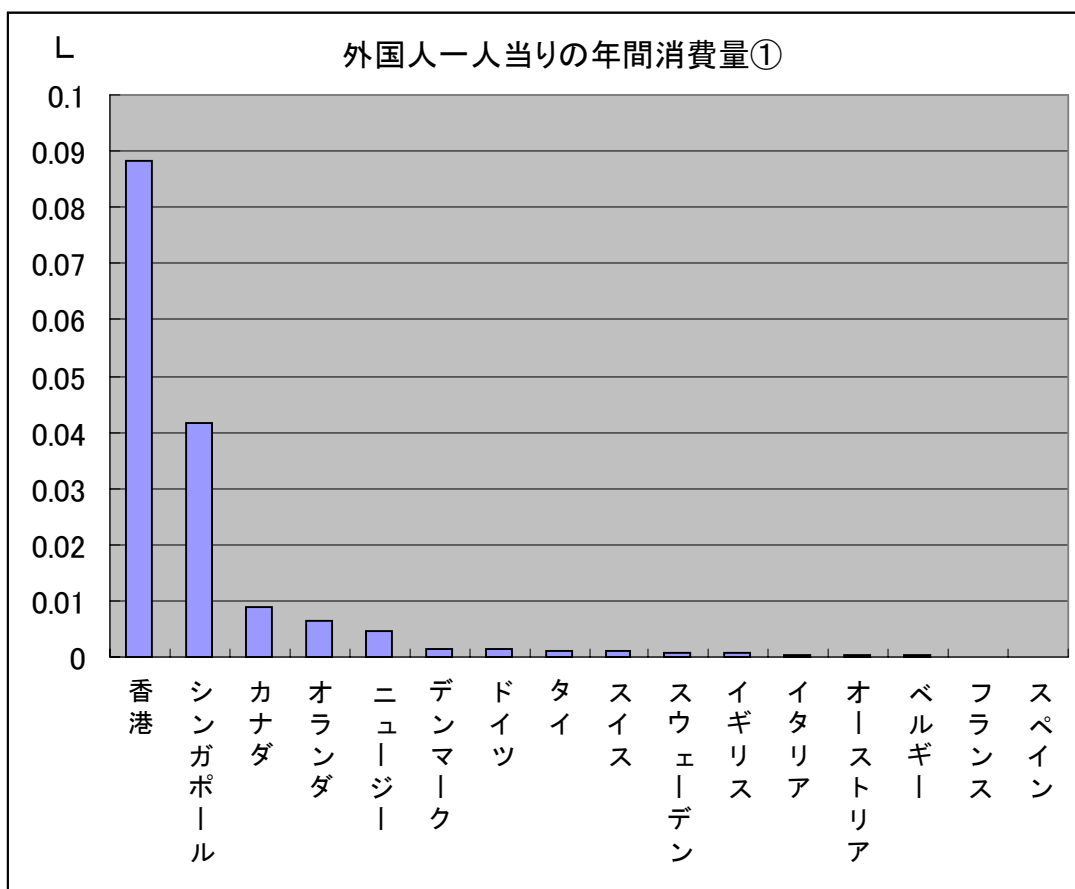


図 6.16 外国人一人当りの年間消費量①

香港, シンガポールが高くグラフが見にくいので次の図 6.22 では図 6.21 から香港, シンガポールをはずしたグラフで示す。

以下は図 6.21 から香港, シンガポールをはずしたグラフである。

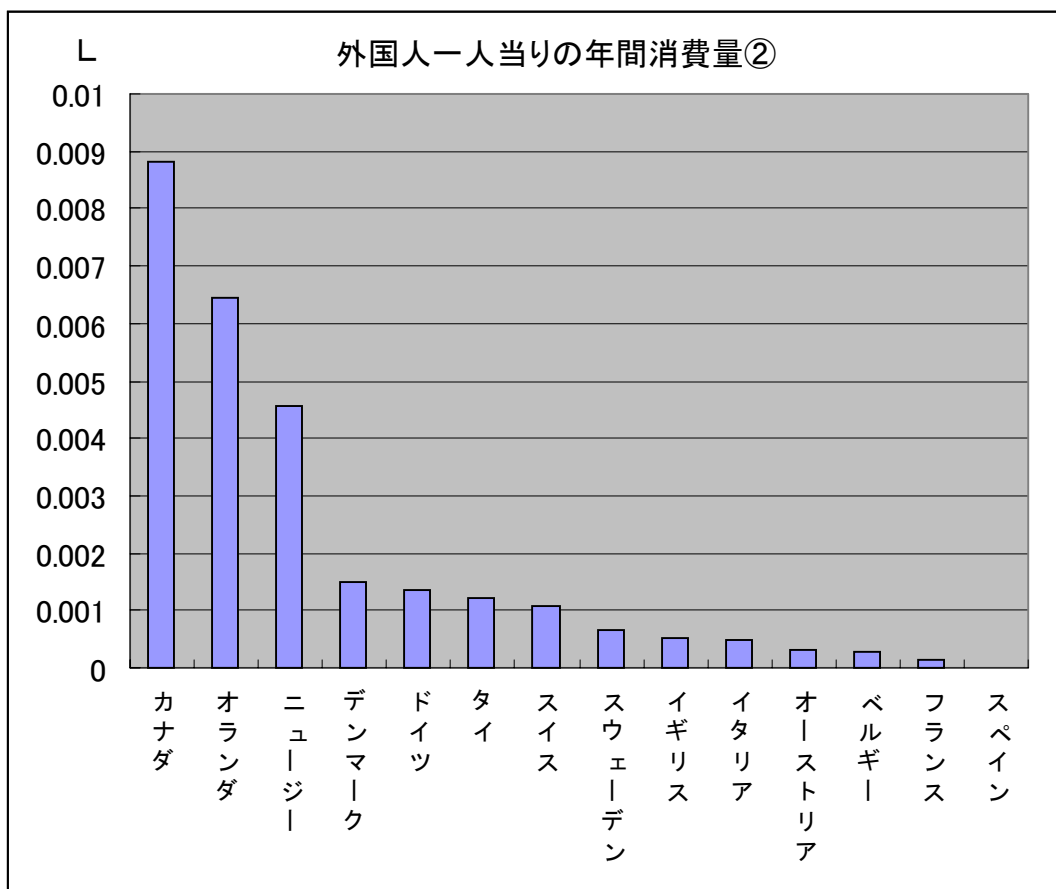


図 6.17 外国人一人当りの年間消費量② (香港, シンガポールを除く)

EUの中ではオランダが多い。オランダは江戸時代の鎖国の間でも貿易を続けていたなど、日本と深く関わっていたことが考えられる。

次の図 6.18 ではこの図 6.17 を分かりやすく説明するために、各国ごとに年間何人に一人の割合で日本酒コップ一杯飲んでいるかを示す。

日本酒を飲んでいる量をコップ一杯 (1 合=180ml) を基準とする。これは日本の居酒屋は一杯で 1 合売りが多いためである。

以下の図は図 6.17 を分かりやすく表現したものである。  
 (日本酒を飲むとはすべての人が一合飲むこととする)

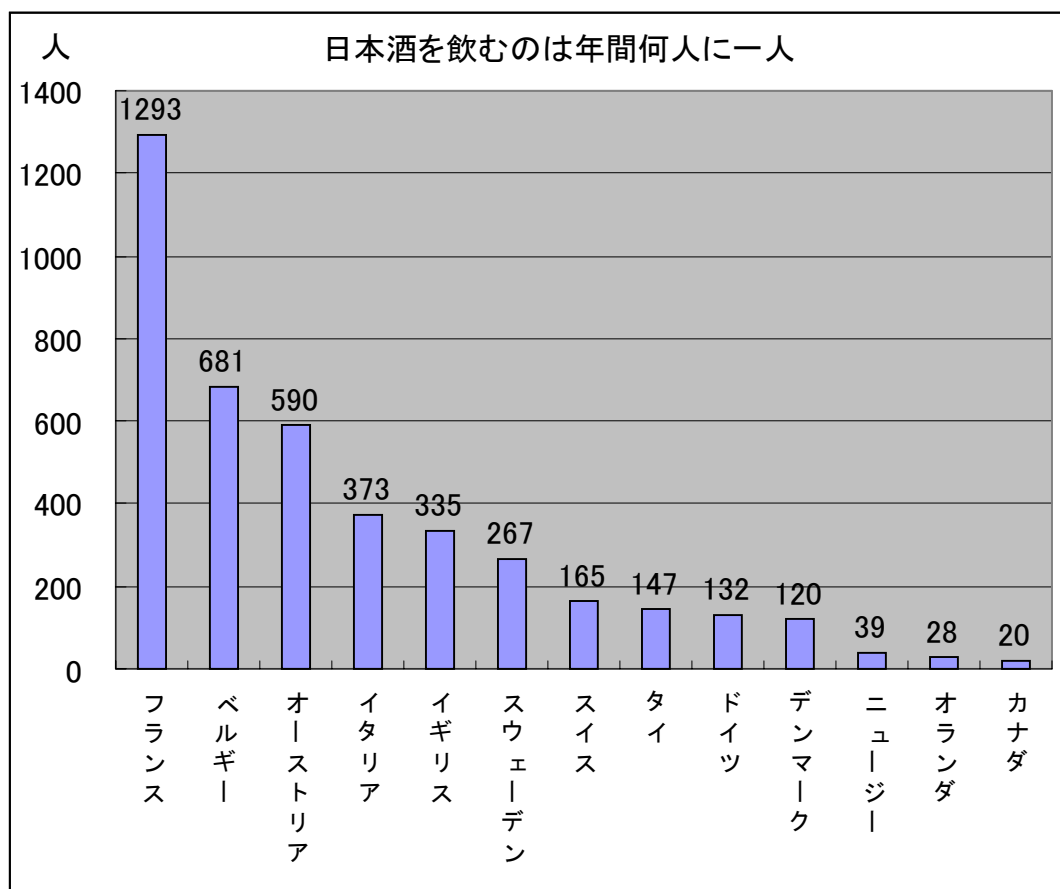


図 6.18 日本酒を飲む人は何人に一人か

カナダが 20 人に一人、オランダが 28 人に一人、ニュージーランドは 39 人に対して、フランスは 1291 人に一人しかコップ一杯（一合）飲まないことを表している。

すでに紹介した日本の一人当たりの年間消費量が 7.5L なので 0.024 人に一人ということになる。この 0.024 という数字は  $1 \text{ 人} \div 0.024 \text{ 人} = 42 \text{ 杯}$  となり、日本人は年間一人 42 杯飲んでいることになる。

## 6. 2 外国人消費量と在留邦人数との関係

第5章でEUだけでの日本酒輸出量と在留邦人数と分析で両者間に因果関係がみられたことで、第6章で外国人消費量を算出できた。

ここではEUでの外国人消費量と在留邦人数との間に因果関係が見られるかを調べる。この結果で因果関係がみられれば、日本人が海外に長期滞在するだけで外国人の日本酒を飲む量が増えるということになる。

方法 EUの外国人消費量の11年平均と在留邦人数の11年平均とを回帰分析し、関係を検証する。

・横軸に外国人消費量11年平均、縦軸に在留邦人数の11年平均をとったグラフである。

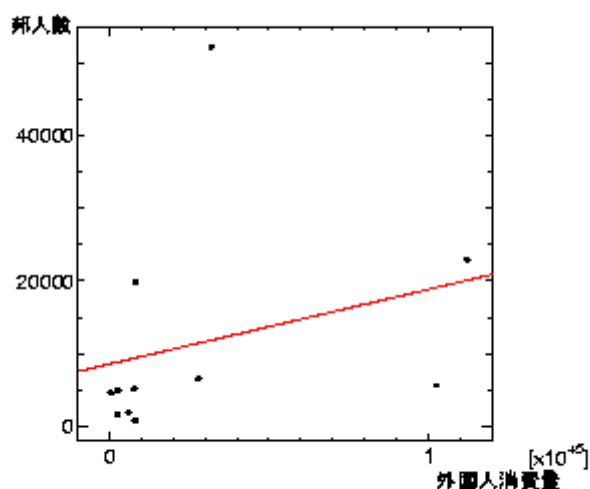


図 6.2 EUでの外国人消費量[L]と邦人数[人]との関係  
相関係数 (R) 0.27 傾き 0.1

図 6.2 と相関係数 (R) から外国人消費量と在留邦人数には因果関係は低いといえる。

第5章で示した通り、EUにおいて輸出量と在留邦人数との間に因果関係が見られたが、図 6.2 から外国人消費量と在留邦人数との間には因果関係は見られなかった。

これらから、在留邦人はその国で一定の影響力を外国人消費量にあたえていないといえる。分かりやすく言えば、日本人が海外にいても日本酒の宣伝にはなっていないということになる。

## 第7章 まとめ

### 7. 1 この研究での主な結果を箇条書きで示す。

第5章での分析で、EUにおいて輸出量(x)と在留邦人数(y)とを回帰分析した結果、相関係数平均0.83という結果がでた(図5.12)。この数字は輸出量(x)と在留邦人数(y)に大きな因果関係があることを示した。また醤油と日本酒の輸出量を回帰分析した結果、この両者には因果関係がないことが分かった(図5.21, 図5.22)。

第6章での外国人消費量の分析を行った結果、研究対象国の中ではEUは全体的に低かった(図6.14, 図6.15)。また外国人一人当たりの消費量はEUの中ではオランダが一番多かったが、年間にすると28人に1人がやっとコップ1杯飲むことを意味するほどのものだった。ましてやフランスでは1293人に1人がやっとコップ1杯飲むことになる(図6.16, 図6.18)。

EUでの外国人消費量と在留邦人数を回帰分析した結果、この両者には因果関係がないことが分かった(図6.2)。

輸出量と在留邦人数との間に因果関係がみられたが、外国人消費量と在留邦人数との間には因果関係がみられなかったということは、いくら在留邦人数が増えても外国人での日本酒人気を高めることにはならない。第5章だけでは在留邦人数が増えれば、日本酒輸出量が増えて日本酒需要が増えそうだが、第6章の結果から在留邦人数が増えただけでは日本酒需要が増える訳ではないことが分かった。これは日本人が海外へ行き、日本酒を飲んだとしてもその国の人への宣伝とはなっていないといえる。

## 7. 2 まとめ

お米で造られたアルコール飲料「日本酒」。世界で類をみない高い醸造技術を誇り、古くは弥生時代の「口嚙み酒」までさかのぼる。その間約 2000 年もの時を経て進化を続けてきた。第 1 章でも述べた通り、近年は技術革新により酒質が大幅に上がり、まだまだ新化を続けている。また飲用温度帯の幅が広く、料理との相性が良いなど、日本文化と密接に関わりながら日本独自の酒として庶民に楽しまれている。

図 2.1「酒類課税量の推移」から、酒質の向上と反して日本酒は 1989 年から 2001 年までの 12 年間だけで課税出荷量が 30%減少したことが分かった。焼酎がこの 12 年間で 87%増という急激な勢いで増加しており、2,3 年の間には逆転も予想されている事態を考えると、日本酒は衰退の一途をたどっていると言える。また図 2.3「製造業者の推移」から製造業者数もピーク時の約半分となっていることも分かった。それに加えて第 4 章「外国産清酒の輸入」で示した通り、海外での外国産清酒の製造・輸入がますます増加することも考える。このままどこまで衰退するのかわからないが、山忠本家社長・山田の言う通りに製造者数も今の半分の 750 軒にまで減少するかもしれない。

悪い話ばかりではない。第 3 章「輸出量の推移」で示した通り、日本酒というのはワイン・ビール等が世界で楽しまれているのに対し、日本で造られた日本酒の 99.3%が日本で消費されている。それはまだ世界各国に市場が残されている可能性が大いにあるということである。

第 3 章の図 3.11, 図 3.12, 図 3.13 を見ても、1990 年から 2001 年までの 11 年間での輸出量・価格共に明らかに増加しているとはいえないが、アメリカでの「日本酒ブーム」のニュースなどから今後需要の増加も期待できる。現に図 3.31「輸出価格の一升あたりの推移」で示した通り、アメリカに輸出する日本酒の一升価格は 1990 年の約 2 倍にも上がっており、このことはグレードの高い良いものをアメリカが求め始めているといえる。

また台湾が 2002 年に世界貿易機構 (WTO) に加盟し、日本酒輸入を自由化した。戦後から日本酒を飲む文化がある国だけにますます需要が膨らむことが期待できる。

しかし第 4 章で述べた通り、外国産清酒生産・輸入がじわじわと増えている。安い米や労働力に加え、日本からの高い技術の移行により日本企業の海外進出は進んでいる。

第 4 章で紹介したオーストラリアの「小西酒造」のように、外国産清酒は日本だけがターゲットではない。なぜかという運送費や酒類の関税は極めて高いため輸入品では高価となるが、自国、もしくは近隣諸国での清酒生産があれば、在留日本人や日本酒を求める人にとっての安く味わえるものが供給できることになるからである。

日本が海外に日本酒を輸出し始めて市場を作る前に、海外市場を外国産清酒で占拠される可能性もある。しかし外国産清酒の味としての位置はまだ日本酒の上にはない。その理由としてアメリカ産清酒をあげる。

第 4 章で述べた通り、アメリカでは年間約 9000KL 生産している。図 3.24「各国へ



の輸出量の推移③」から見ると、日本からアメリカへの輸出量が1853KL（2001年）である。輸出量からだけでは日本酒人気を予想することができないが、約9000KLの製造にも関わらずアメリカへの輸出が増えていることは、図4.22「外国産清酒の輸入一升価格」でも示した5カ国の中で最も高価なアメリカ産清酒よりも高価な日本酒を求めていることがいえる。

また図3.4「輸出量・金額の分析」から分析した結果、海外への輸出量・価格は年によって増加する国、減少する国、多い国、少ない国などさまざまであることがわかった。

第5章での仮説検証より、輸出量と大きな因果関係があったのが「在留邦人数」との関係であった。図5.12「EUでの輸出量と在留邦人数の関係」より、特にEUは関係があったといえる。相関係数が1990年、1995年、1996年、2001年の4つのデータ平均が0.83という高い値を示した。これはまさしくEUでは「輸出量」と「在留邦人数」との間に因果関係があるといえる。またその平均を表す線の傾きが共に約0.1であり、これは $y=0.1x+0.21$ という式となる。この式から在留邦人数が一人増えると日本酒輸出量は10L増える計算となる。

図5.21「醤油の輸出量と日本酒の関係」、図5.22「EUでの醤油の輸出量と日本酒の関係」から「日本食ブーム」（醤油）との関係も同様に調べたが、関係があるとはいえないこともわかった。

第5章を通じて、EUでの「輸出量」と「在留邦人数」との間に因果関係があるといえたことにより、第6章で輸出量のすべてを在留邦人が消費していると仮定し、日本人がどこへいっても消費する一定量の日本酒量（在留邦人消費量）の4.6Lという数字を算出することができた。

次に「輸出量」から「在留邦人消費量」を引くことにより「外国人消費量」を算出できた。また「一人当りの消費量」を算出した。

これらから本当の意味での日本酒人気をあらわすことができた。その結果、オランダは輸出量では目立たないものの外国人消費量一人当りにするとEUの中では突出していた。これは江戸時代EUでも唯一オランダとの貿易をしていたため、日本酒への理解者や日本愛好家がいるのではないかと考えられる。

第5章でEUでの「輸出量」と「在留邦人数」との間に因果関係がみられた。そして第6章ではEUでの「外国人消費量」と「在留邦人数」との因果関係を調べた。結果、図6.2の通りポイントはバラバラで相関係数も0.27という低い数字がでた。これは「外国人消費量」と「在留邦人数」との間に因果関係がないことを示している。この結果から次のことがいえる。

EUにおいて「在留邦人数」が増えると「輸出量」が増えるが、「在留邦人数」が増えても「外国人消費量」は増えない。つまりEU各国で日本人の長期滞在者が増えても、その国の人々に対して一定の影響を持っていないということになる。

第5章で述べた「輸出量を増やすには、日本人が海外に長期滞在すればいい」という

のでは日本での日本酒の人気の低迷と重なり、海外への輸出の減少にも繋がっていく。だから日本人がいくら海外で長期滞在をしても、日本酒の需要回復というわけにはいかないのである。

輸出が日本酒業界の低迷を止めるかどうかはわからないが、第3章「輸出の実例」で紹介した男山のように最近少しずつ日本の地酒蔵から世界に輸出する企業の流れがでている。しかも海外でのテイasting会での評価も高い。男山が目指すように直接輸出の確立ができれば、良い品質管理ができ、今以上に輸出する企業が増えることが予想される。

良い商品を徹底した品質管理で輸出し、海外においても正当な評価を受ける。その結果として、輸出量と金額の推移のグラフが右肩上がりになっていくと考えられる。

近い将来、海外・日本共に日本酒が高く評価され、当たり前のように世界各地でおいしい日本酒が楽しめる時代がすぐそこまで迫っているかもしれない。

## 謝辞

この論文を進めるにあたり、データ提供していただいた（株）岡永の倉見さん、貴重なお話をしていただいた山忠本家の山田社長に深く感謝いたします。

本論文の作成に際して、貴重な意見を下さった川瀬光義先生、同じゼミの学生である相浦克成君に、深く感謝いたします。そして、ご多忙の中、本論文の作成のために指導をしてくださった小出義夫先生に深く感謝いたします。

## 参考文献

- [1] 日本酒サービス研究会HP 2003年11月1日  
<http://www.sakejapan.com/>
- [2] 利き酒講習会テキスト  
日本酒サービス研究会・酒匠研究会連合会発行 2003年8月30日発行
- [3] 国税庁HP「酒のしおり」 2003年11月1日  
<http://www.nta.go.jp/category/sake/10/siori/h15/siori.htm>
- [4] お酒の博物館 2003年11月1日  
<http://www.gekkeikan.co.jp/databank/>
- [5] 「2つの山田を守る会」講演会内容 2003年6月29日
- [6] 税関HP「貿易統計」2003年11月1日  
<http://www.customs.go.jp/toukei/info/index.htm>
- [7] (株)岡永・国際流通課への質疑応答 2003年9月10日
- [8] 相関係数と回帰直線  
加藤千恵子著 東京図書株式会社発行 2003年6月25日発行
- [9] 酒がSAKEになる日  
吉田集而編 TaKaRa酒生活文化研究所発行 2001年10月30日発行
- [10] 神戸税関HP「清酒の輸出」 2003年11月1日  
<http://www.kobe-customs.go.jp/80boueki/h15/seisyu.PDF>
- [11] JETRO(日本貿易振興会)日本酒海外販路開拓セミナー講演録  
2003年11月1日 <http://www.jetro.go.jp/ove/tks/tnews200212c.html>
- [12] 日本貿易振興機構HP クローズアップ北海道 2003年11月1日  
[http://www.jetro.go.jp/ove/sap/business/trade/364\\_2.html](http://www.jetro.go.jp/ove/sap/business/trade/364_2.html)
- [13] 小西酒造HP 2003年11月1日  
<http://www.konishi.co.jp/sakeroad/aus.html>
- [14] 朝香HP 2003年11月1日  
<http://www.sake-asaka.co.jp/index.html>
- [15] 月桂冠HP 2003年11月1日  
<http://www.gekkeikan.co.jp/company/gek00013.html>
- [16] 海外在留邦人数調査年鑑 平成3年度版～平成15年度版  
外務省大臣官房領事移住部政策課編 国立印刷局
- [17] キッコーマンHP 2003年11月1日  
<http://www.kikkoman.co.jp/>