

2014 年輸入酒市場 品目別・銘柄別動向 (1)

～ハードリカー・ビール編～

2014 年の輸入ハードリカー市場は、通関数量ではバラつきが見られたものの、販売ベースでは上位ブランドがおおむね順調だった。ウイスキーでは、ニッカウヰスキーの創業者・竹鶴政孝氏をモデルとした NHK 連続テレビ小説「マッサン」効果もあり“ウイスキー”そのものが話題となり、国産・輸入ともに活況。一方で、価格軟化も一部見られブランドにより明暗が分かれた。リキュールは引き続き R T S が拡大したほか、カクテルベースのリキュールも健闘、15 年も勢いは続きそうだ。

ビール類市場は、通関数量ではマイナスも見られるが、ビアフェスやクラフトビールブームにより主要ブランドは続伸。家庭用での売場拡大も追い風となっている。加えて、音楽フェスやスポーツ・イベント等への協賛によるブランド発信も引き続き活発で、それぞれの場面で若年層～中高年層と幅広い世代への認知が確実に広がっている。15 年も追い風は続きそうだが、各社ブームに頼らない価値・ブランド力の育成が課題だ。本号では、前半にハードリカー編、後半にビール編を掲載。

ウイスキーはイギリス伸長、 リキュールは韓国等が独走

財務省貿易統計による 14 年(1～12月)のウイスキー輸入数量は、約 1 万 7,530kl (前年比 98.4%) だった。国別では、イギリス 9,926kl (同 101.7%)、アメリカ 6,897kl (同 93.5%)、カナダ 504kl (同 108.9%)、アイルランド 152kl (同 78.2%)、フランス 23kl (同 525.3%) と続いた。ウイスキー原酒は合計で 7,164kl (同 102.1%)、うちイギリス 3,933kl (同 127.8%)、アメリカ 1,834kl (同 291.6%) となり、いずれもイギリスが伸長、ウイスキー原酒ではアメリカが大幅に増加した。

リキュール及びコーディアルは合計 4 万 425kl (同 138.5%) と大幅増。国別では韓国 2 万 2,369kl (同 256.9%) を筆頭に、ベトナム 5,704kl (同 73.8%)、フランス 5,098kl (同 90.2%)、オランダ 2,227kl (同 110.7%)、アメリカ 1,445kl (同 99.6%) となり、トップの韓国が独走状態。RTS がさらに広がったほか、バラつきが見られるもカクテルベースとしてのリ

キュールやフレーバードウイスキーの底堅い需要も窺える。

他のカテゴリーを見ると、ジンは 3,048kl (同 95.2%) で、国別ではオランダ(11kl, 同 122.6%) などが増加したもののウエートの大きいイギリス(2,272kl, 同 96.0%) や韓国(640kl, 同 93.9%) などがマイナス基調。ラムは合計 2,329kl (同 81.7%) で、一部商品の値上げによる仮需反動が影響したプエルトリコ(783kl, 同 63.5%) のほかジャマイカ(780kl, 同 92.7%) がマイナスとなったものの、フランス(170kl, 同 104.9%) が拡大。数量は少ないながらもバージン諸島(97kl, 同 117.8%) やドミニカ共和国(71kl, 137.4%) も前年を上回った。(表①～⑦参照、文中の箱数は基本的には表①の換算率に準ずる)。

なお、輸入記者会選定による 14 年の輸入酒業界重大ニュースは以下の通り。▽サントリーが米国ビーム社買収▽輸入ワイン・洋酒の値上げ相次ぐ▽チリワイン大幅伸長▽日豪 E P A 合意、ワイン関税撤廃へ▽スパークリングワイン好調続く▽ハロウィン販促活発化▽輸入ビール露出拡大▽VINEXPO12 年ぶりに日本で開催▽円安さらに進む▽消費の二極