

# 酒文化研究所

## NEWS LETTER

第 100 号 2021 年 4 月 25 日

### 【トレンド】

#### 世界が求めるジャパニーズウイスキー

##### ー 日本の酒類輸出でウイスキーが第一位に

2020 年の日本産の酒類の輸出金額は 710 億円で、2010 年からの 10 年間で約 4 倍になりました。特に 2015 年以降の伸びが大きく、それを牽引したのはウイスキーです。昨年はずいに清酒を上回り、日本産酒類の輸出金額でトップのカテゴリーとなりました。

背景にあるのはジャパニーズウイスキーの海外での評価の高まりです。ジャパニーズウイスキーは、2000 年代初頭から国際的なウイスキーのコンテストで多くのアワードを獲得し続けてきました。ウイスキーの本場であるスコットランドやバーボンを産するアメリカの商品と並んで、高く評価されるようになったのです。

一方で日本の酒税法にはウイスキーの産地に関する規定がありません。そのためジャパニーズウイスキーの定義を曖昧なままにしておくと、ブランドを毀損しかねないと指摘する声がありました。これを受けて国内の主要なウイスキーメーカーが加盟する日本洋酒酒造組合は検討を開始し、2021 年 2 月にジャパニーズウイスキーの定義を固め、厳格に運用することを発表しました。

今回は世界が求め始めたジャパニーズウイスキーの動向をレポートします。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所 <http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

E メール : [yamada@sakebunka.co.jp](mailto:yamada@sakebunka.co.jp)

## ■ ウイスキーの輸出金額は 271 億円でトップ

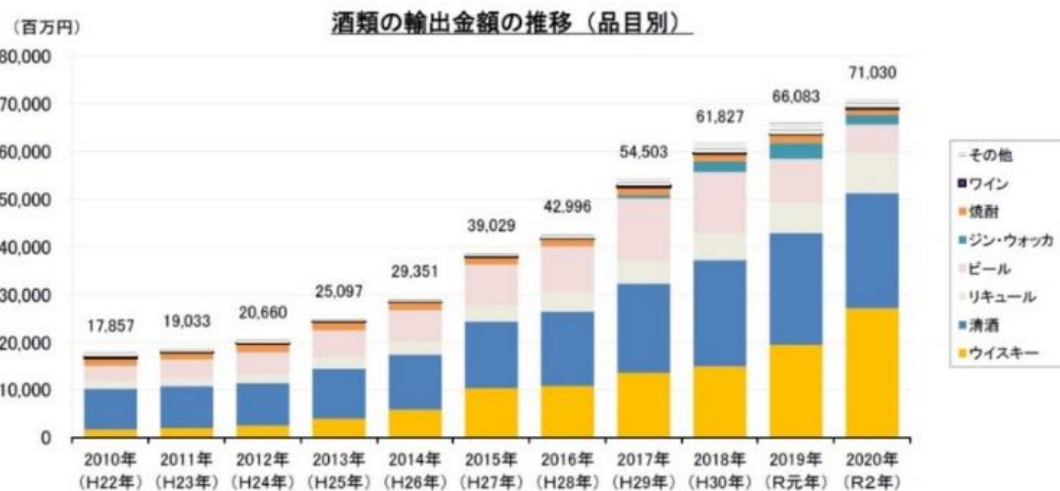
国税庁が発表した 2020 年の日本産酒類の輸出金額は 710 億円で、世界中に新型コロナウイルスが大流行するなか、前年を 7.5%上回り過去最高を更新しました。輸出金額は 2010 年以降、年々増加していますが、中でも増加が著しいのはウイスキーです。2010 年に 17 億円だったものが、5 年後の 2015 年に 100 億円を超え、2020 年には 271 億円と約 10 年で 16 倍になりました。この結果、2020 年の構成比は約 4 割を占め、清酒を上回って酒類別で初めて第 1 位となりました。

ウイスキーの輸出先は最も多いのは中国で 79 億円、次いでアメリカが 63 億円、第 3 位はフランスの 27 億円です。他の酒類では輸出先が中国・香港・台湾などのアジアと北米が大きいのに対して、フランスなど EU の構成比が高いことも特徴です。

2020 年の輸出金額（品目別）

品目	金額	対前年増減率	シェア	（単位：百万円）		
				第 1 位	第 2 位	第 3 位
ウイスキー	27,115	+39.4%	38.2%	中華人民共和国	アメリカ合衆国	フランス
				7,942	6,354	2,769
清酒	24,141	+3.1%	34.0%	香港	中華人民共和国	アメリカ合衆国
				6,178	5,792	5,070
リキュール	8,623	+33.9%	12.1%	香港	台湾	中華人民共和国
				2,014	1,966	1,764
ビール	5,772	▲37.0%	8.1%	台湾	中華人民共和国	オーストラリア
				1,711	945	678
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	2.8%	オランダ	アメリカ合衆国	オーストラリア
				412	410	337
焼酎	1,201	▲23.0%	1.7%	中華人民共和国	アメリカ合衆国	香港
				352	286	87
ワイン	348	+99.8%	0.5%	香港	台湾	中華人民共和国
				109	72	64
その他	1,811	▲26.9%	2.5%	中華人民共和国	香港	アメリカ合衆国
				408	400	236
輸出合計	71,030	+7.5%	100%	中華人民共和国	アメリカ合衆国	香港
				17,292	13,840	9,975

出所：国税庁



## ■ 高評価の基になったアワードの獲得

ウイスキーの輸出が増えたのは、ジャパニーズウイスキーの品質の高さが世界で認めら

れるようになったからです。2000年ごろから国際的なウイスキーのコンテストで上位入賞の常連となり、数々のアワードを獲得してきました。毎年、ロンドンでおこなわれるISC (International Spirits Challenge) は、主要なウイスキーメーカーのチーフブレンダークラスの技術者が審査員を務める、世界で



サントリーは2012年にディスティラー・オブ・ザ・イヤーを2度目の受賞。ここから3年連続して受賞する

もっとも権威があると言われる蒸留酒コンテストです。ここでのサントリーのウイスキーの入賞実績を見ると、2003年の『山崎 12年』の金賞受賞に始まり、翌2004年には『響 30年』が部門最高賞のトロフィーを受賞、この『響 30年』は2006年から2008年にかけて3年連続でトロフィーを受賞し世界を驚かせます。サントリーのスーパープレミアムウイスキー『山崎』『白州』『響』はその後もトロフィーや金賞を受賞し続け、同社は2010年に高品質で多彩な製品を生み出したメーカー1社に授与されるディスティラー・オブ・ザ・イヤーを初めて受賞します。さらに2012年から2014年にかけて3年連続で同賞を受賞する快挙を成し遂げ、ジャパニーズウイスキーの品質の高さは世界に知れ渡りました。

また、『ジム・マーレイ ウイスキーバイブル 2015年版』で『山崎シェリーカスク 2013』が世界最高のウイスキーとして紹介されます。このガイドブックは英国のウイスキー評論家ジム・マーレイ氏がテイastingして採点するもので、毎年、何が上位にランキングされるのかウイスキーファンが注目しています。『山崎シェリーカスク 2013』は100点満点中97.5点で最高点をマークし、世界No.1の座を獲得しました。

## ■ 厳しく問われたジャパニーズウイスキーの定義

一方、評価が高まるにつれてジャパニーズウイスキーはその定義を問われるようになっていきます。ISCに審査員として参加していた輿水精一氏（サントリー名誉チーフブレンダー）は、今年4月1日に東京で開催された「ジャパニーズウイスキーの日制定記念イベント」での土屋守氏（ウイスキー文化研究所所長）らとのトークショーで次のように述懐

しました。

「2004年に『響30年』がISCでトロフィーを受賞した頃から、他の審査員たちからジャパニーズウイスキーの定義はどうなっているのかと質問を受けるようになりました。海外のセミナーに講師として招かれることも増え、突っ込んだ質問も出てきます。評価が高まると周囲の関心は、日本の酒税法が定めるウイスキーの内容に向かい、ジャパニーズウイスキーの定義をきちんと決める必要があると思うようになりました」

酒税法ではウイスキーの原材料を「麦芽」ではなく「発芽した穀類」としており、麦芽の使用を義務付けていません。また、ウイスキー以外のアルコールや香味料・色素を90%まで加えることが認められています。さらに原産地に関する規定がありません。海外でジャパニーズウイスキーが高く評価されてくると、酒税法によるウイスキーの定義の曖昧さが不信感を生むようになったのです。実際、輸入したウイスキー原酒を日本でブレンドし瓶詰めしたものをジャパニーズウイスキーとして販売したり、樽で熟成させた米や麦の焼酎がジャパニーズウイスキーとして輸出されたりする例が見られていました。

こうしたなか日本洋酒酒造組合はジャパニーズウイスキーの定義について検討を進め、2021年2月に「ウイスキーにおけるジャパニーズウイスキーの表示に関する基準」を発表します。原材料や製造・貯蔵に関する主な規定は次のとおりです。

- ①原材料は、麦芽、穀類、日本国内で採水された水に限ること。なお、麦芽は必ず使用しなければならない。
- ②製造 糖化、発酵、蒸留は、日本国内の蒸留所で行うこと。なお、蒸留の際の留出時のアルコール分は95度未満とする。
- ③貯蔵 内容量700リットル以下の木製樽に詰め、当該詰めた日の翌日から起算して3年以上日本国内において貯蔵すること。
- ④瓶詰 日本国内において容器詰めし、充填時のアルコール分は40度以上であること。

これでジャパニーズウイスキーの定義が明確となり、不透明なジャパニーズウイスキーは姿を消していくと期待されています。ただし、この規定から外れるものも「ジャパニーズウイスキー」と表示しなければ従来どおり製造・販売を継続できるほか、経過措置として3年間は現行の表示のまま認められます。

## ■4月1日は「ジャパニーズウイスキーの日」

昨年は輸出金額が清酒を上回って第1位となり、その定義も決まったジャパニーズウイスキー。これをさらに発展させようとウイスキー文化研究所（東京・代表土屋守）らが発起人となり、4月1日を「ジャパニーズウイスキーの日」に制定しました。この日に決め

たのはジャパニーズウイスキーの第1号『サントリーウ井スキー（通称白札）』が発売されたのが1929年4月1日だったからです。日本に初めてウイスキーを伝えたと言われるペリー来航の日や山崎蒸溜所の初蒸留の日など、いくつかの候補がありました。これ以上相応しい日はないと考えたそうです。



制定記念イベントでは土屋守氏が『サントリーウ井スキー』がどんな酒だったのかを読み解いた

## ■国内でモルトウイスキー原酒の交換もスタート

今、日本各地に次々にウイスキーの蒸留所が誕生しすでに40ヶ所を超えています。新設の蒸留所のほとんどは小規模で、大手メーカーのように多彩で高品質なウイスキー原酒をつくれません。そこで彼らからは、スコットランドのように各蒸留所のウイスキー原酒を流通させて多彩な原酒を使えるようにする動きが出ています。「マルスウイスキー」を製造する本坊酒造（鹿児島市）と「イチローズモルト」をつくるベンチャーウイスキー（秩父市）は、6年前に蒸留したばかりのニューポットひと樽を交換して、それぞれの貯蔵庫で貯蔵しました。先ごろ両社はこのモルトウイスキー原酒を自社の原酒とヴァッティング（モルトウイスキーどうしをブレンドすること）したものを商品化しました。本坊和人社長と肥土伊知郎社長は、この試みを単なる原酒交換にとどまらず製造やブレンドの技術を磨くことに繋がり、小規模な蒸留所が互いに切磋琢磨してジャパニーズウイスキーを盛り上げていきたいと述べています。■



本坊和人氏（本坊酒造社長）と肥土伊知郎氏（ベンチャーウイスキー社長）

### ■筆者プロフィール：山田聡昭（やまだとしあき）

株式会社酒文化研究所 第一研究室長。1963年生まれ。1986年武蔵大学卒業。酒類及びその市場と文化に精通し酒類企業をサポートするほか、酒文化に関するレポートを多数執筆。

