

清酒の海外輸出動向とグローバル・サプライチェーン

朝日酒造「久保田」の韓国輸出のサプライチェーンにおける事例分析

張文婷（新潟大学博士研究員）¹・岸保行（新潟大学准教授）・
伊藤龍史（新潟大学准教授）・有元知史（新潟大学准教授）
・李健泳（新潟大学教授）

Japanese Sake's Overseas Export Trends and Global Supply Chain : Case Study of Korean Export Supply Chain in "Kubota"

Wenting Zhang (Niigata University Japan), Yasuyuki Kish (Niigata University Japan),
Ryoji Ito (Niigata University Japan), Satoshi Arimoto (Niigata University Japan),
Gunyoung Lee (Niigata University Japan)

要旨

本稿は、海外においても「清酒」が高い水準のブランドイメージを保つことができている事例があり、その理由をグローバル・サプライチェーンの特徴を分析することを通じて明らかにすることを目的とする。そこで、日本産酒類の輸出先第2位の韓国市場を取り上げ、韓国での清酒消費の拡大に伴う輸出経路や消費動向を検討した後、韓国市場において高いブランドイメージが保たれている朝日酒造「久保田」のケースを取り上げて分析する。具体的には、日本国内の清酒の生産と輸出の現況を取り上げるとともに、韓国での清酒の輸入状況と消費動向を概観する。さらに、韓国で多く消費されている朝日酒造の「久保田」のケースによるグローバル・サプライチェーンの特徴を考察する。

Key Words: 清酒「久保田」、グローバル・サプライチェーン、韓国市場、清酒消費、海外輸出

1. はじめに

近年、次第に多くの清酒が、海外へ輸出されている。2013年に和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより、日本食レストランが世界的にその数を増やしたことで、清酒の需要も世界的に増加しつつある。清酒は単なる「飲み物」ではなく、文化が埋め込まれた存在、あるいは文化とともにある存在であると考えられる。この清酒を海外で販売しようとすると、日本国内での本来的な文脈に置かれた「清酒」ではなく、別の「何かのアルコール

¹ zhangwenting0626@gmail.com

飲料」へと平凡化してしまうおそれがある。海外市場において「ワインの一種」であるとか、「日本のアルコール飲料」であるとみなされる事例は多くある。その一方で、海外においても「清酒」としての高い水準のブランドイメージを保つことができている事例があるのも確かである。本研究ではとりわけ後者の事例がなぜ生じるのかを、グローバル・サプライチェーンの特徴を分析することを通じて明らかにする。

本稿では、まず韓国での清酒消費の拡大に伴う輸出経路や消費動向を検討した後、韓国市場において高いブランドイメージが保たれている朝日酒造「久保田」のケースを取り上げて分析する。以下ではまず日本国内の清酒の生産と輸出の現況を取り上げるとともに、韓国での清酒の輸入状況と消費動向を概観する。さらに、韓国で多く消費されている朝日酒造の「久保田」のケースによるグローバル・サプライチェーンの特徴を考察する。

2. 清酒の海外輸出動向と韓国の輸入動向

国税庁の酒類輸出統計データによると、図表1のように、2008年から2017年までの10年間に、清酒の海外輸出金額では約76億円から約186億円に2.4倍の増加を見せ、数量では12,151KLから23,482KLに約1.9倍の増加を見せている。しかし、国税庁課税部酒税課²によると、国内の清酒製成量は、2011年から2015年までの5年間に全体で437,108KLから428,930KLの約2%の8,178KLが減っているが、同期間の輸出量は、14,022KLから18,180KLの4,158KLが増えている。2015年の清酒製成量に対する輸出量は約4.2%に過ぎないが、清酒製成量の減少分の半分程度が輸出量の増加分に相当する量であることをみると、国内清酒消費の減少を輸出によりかなり補っている状況が確認できる。清酒の国内消費の減少傾向が続いていることから、輸出に対する期待も高いと思われる。

図表1 清酒の海外輸出動向

	金額(百万円)	前年比(%)	数量(KL)	前年比(%)
2008年	7,676	108.9	12,151	107.2
2009年	7,184	93.6	11,949	98.3
2010年	8,500	118.3	13,770	115.2
2011年	8,776	103.2	14,022	101.8
2012年	8,946	101.9	14,131	100.8
2013年	10,524	117.6	16,202	114.7
2014年	11,507	109.3	16,314	100.7
2015年	14,011	121.8	18,180	111.4
2016年	15,581	111.2	19,737	108.6
2017年	18,679	119.9	23,482	119

資料：国税庁の酒類輸出統計データから集計

² 国税庁課税部酒税課、清酒製造業の概況（平成28年度調査分）、平成29年10月

一方、清酒のみの輸出動向ではないが、図表2で見られるように、日本産酒類の輸出先上位5位までの過去の動向を見ると、3位から5位までの輸出先は年度によって順位が変わるが、1位と2位の輸出先は順位が変わらなく、1位が米国で2位が韓国である。

図表2 日本産酒類の輸出金額上位5ヶ国（地域）の動向（順位は2017年基準）単位：百万円

順位	国名	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
1	米国	4,406	4,561	4,630	5,876	6,345	9,402	10,209	12,015
2	韓国	2,350	2,871	3,559	4,360	4,953	6,498	7,555	10,753
3	台湾	2,071	2,264	2,344	2,935	3,553	4,458	4,634	5,308
4	香港	2,229	2,689	2,577	2,826	3,102	3,925	4,294	4,795
5	中国	1,270	611	1,329	1,399	1,623	2,370	2,693	4,379
輸出合計		17,857	19,033	20,660	25,097	29,351	39,029	42,996	54,503

資料：内閣府知的財産戦略推進事務局，日本産酒類の輸出動向について，平成30年4月11日

さらに、韓国における清酒の輸入分の統計が初めて公表された2007年から2016年までの10年間の製成と輸入状況を見ると、図表4に見られるように、年度によっては減少する時期もあったが、全般的に韓国内の生産と輸入は増え続けている。輸入分を含めた在庫量は2007年に20,312KLから2016年には22,993KLの約13%増で、輸入数量のみでは2007年に1,148KLから2016年には4,240KLの約370%増であることから、日本からの輸入が飛躍的に増えたことが分かる。しかし、輸入金額でみると、2007年に約43億ウォンから2016年には約218億ウォンの約507%増であることから、日本からの輸入は数量と金額の両面で増えている。年度別の輸入量と輸入額を見ると、2012年と2013年には輸入量の増加が輸入額の増加をはるかに上回る傾向を見せている。

図表3 2017年国別清酒輸出の金額と数量 上位10

国名	2017年金額 (千円)	2016年金額 (千円)	前年比	シェア
アメリカ合衆国	6,039,268	5,196,141	116.2%	32.3%
香港	2,799,143	2,630,110	106.4%	15.0%
中華人民共和国	2,659,799	1,449,281	183.5%	14.2%
大韓民国	1,863,933	1,562,006	119.3%	10.0%
台湾	948,376	931,098	101.9%	5.1%
シンガポール	691,340	600,709	115.1%	3.7%
カナダ	486,477	381,127	127.6%	2.6%
オーストラリア	395,958	361,912	109.4%	2.1%
英国	347,550	322,572	107.7%	1.9%
ベトナム	267,346	287,137	93.1%	1.4%

国名	2017年数量(kl)	2016年数量(kl)	前年比	シェア
アメリカ合衆国	5780.0	5107.6	113.2%	24.6%
大韓民国	4797.5	3694.8	129.8%	20.4%
中華人民共和国	3341.3	1910.2	174.9%	14.2%
台湾	1985.2	2096.0	94.7%	8.5%
香港	1806.8	1877.1	96.3%	7.7%
カナダ	710.9	576.5	123.3%	3.0%
シンガポール	529.8	508.7	104.1%	2.3%
タイ	471.7	460.5	102.4%	2.0%
オーストラリア	444.3	409.0	108.6%	1.9%
英国	387.9	316.6	122.5%	1.7%

資料：食品産業新聞社ニュース WEB（2018年2月1日）

<https://www.ssnpc.co.jp/news/liquor/2018/02/2018-0201-1110-14.html>

さらに、2014年には輸入額より輸入量が急激に減少したことが分かり、低額の清酒の輸入が急減したことによると思われる。しかし、図表3のように、2017年の統計数値に限るこ

とはあるが、2017年の清酒輸出先別の数量と金額の関係をみると、韓国は数量では2位で前年比20.4%の増加を見せている半面、金額では4位で前年比10%の増加を見せていることから、低額の清酒輸入が増え始めていることが分かる。さらに、図表4で見られるように、2016年の輸入額を見ると、酒類全体で約7,842億ウォンに対して清酒は約218億ウォンの約2.8%にすぎないことから、酒類全体の輸入額から占める清酒の割合は極めて低いといえる。

一方、図表4で見られるように、清酒の出庫量が2016年に約23,000KLで輸入量の約4,200KLの約5.5倍になっている。これは韓国の酒類メーカーであるロッテ酒類が清酒を生産しているためである。ロッテ酒類は単一工場としては世界最大規模である韓国内の郡山工場で清酒を生産しているが、ブランドとしては、「Chungha (청하)」、「Bakhwasoobok (백화수복)」、「Seolhwa (설화)」、「Kookhyang (국향)」の4つを持っている。2016年度の生産実績は「Chungha」というブランドが12,115kℓで、「Bakhwasoobok」というブランドが9,679kℓで、合計21,794kℓであったことから、韓国内の清酒の製成はロッテ酒類がほとんどを占めていることが分かる³。

図表4 韓国の清酒の出庫および輸入状況

[単位: kℓ, 百万ウォン]

区分	酒類全体 合計				清酒 Cheongju			
	出庫量 Delivered Quantity	前年対比	課税標準 Tax Base	前年対比	出庫量 Delivered Quantity	前年対比	課税標準 Tax Base	前年対比
2007年 全体(輸入分込み)	3,598,863		4,098,537		20,312		72,274	
2007年輸入分	116,585		544,497		1,148		4,314	
2008年 全体(輸入分込み)	3,714,296	3.21%	4,275,475	4.32%	19,296	-5.00%	71,692	-0.81%
2008年輸入分	120,799	3.61%	635,955	16.80%	1,436	25.09%	8,523	97.57%
2009年 全体(輸入分込み)	3,636,433	-2.10%	4,207,019	-1.60%	20,813	7.86%	81,430	13.58%
2009年輸入分	113,833	-5.77%	573,469	-9.83%	2,296	59.89%	13,816	62.10%
2010年 全体(輸入分込み)	3,732,713	2.65%	4,412,283	4.88%	21,267	2.18%	86,675	6.44%
2010年輸入分	122,600	7.70%	593,857	3.56%	2,873	25.13%	17,528	26.87%
2011年 全体(輸入分込み)	3,830,334	2.62%	4,506,332	2.13%	22,329	4.99%	91,537	5.61%
2011年輸入分	134,045	9.34%	606,048	2.05%	3,028	5.40%	18,934	8.02%
2012年 全体(輸入分込み)	3,937,402	2.80%	4,621,275	2.55%	23,860	6.86%	91,624	0.10%
2012年輸入分	153,667	14.64%	626,735	3.41%	4,891	61.53%	21,591	14.03%
2013年 全体(輸入分込み)	3,921,076	-0.41%	4,817,505	4.25%	25,326	6.14%	98,708	7.73%
2013年輸入分	183,450	19.38%	636,441	1.55%	6,328	29.38%	20,110	-6.86%
2014年 全体(輸入分込み)	4,014,872	2.39%	4,980,655	3.39%	23,291	-8.04%	98,009	-0.71%
2014年輸入分	206,705	12.68%	663,576	4.26%	3,825	-39.55%	17,650	-12.23%
2015年 全体(輸入分込み)	4,073,615	1.46%	5,158,699	3.57%	22,249	-4.47%	93,514	-4.59%
2015年輸入分	269,515	30.39%	737,870	11.20%	3,790	-0.92%	17,052	-3.39%
2016年 全体(輸入分込み)	3,995,297	-1.92%	5,191,232	0.63%	22,993	3.34%	98,116	4.92%
2016年輸入分	315,468	17.05%	784,215	6.28%	4,240	11.87%	21,755	27.58%

注

1. 上記データは韓国国税庁の国税統計から得たものである

http://www.nts.go.kr/info/info_03_02.asp?minfoKey=MINF4920080211210012&top.code=&sub.code=&left.code=&cipherText=

2. 韓国国税庁が公表している国税統計は1998年度からであるが、輸入分統計の公表は2007年度からである。

³ 2017年9月22日に工場訪問で得た資料によるもの。

国税統計の出荷量(22,993kℓ)とロッテ酒類の生産量(21,794kℓ)の差には輸入量(4,240kℓ)が含まれるが、数値上の不一致は確認が必要である。

3. 清酒の輸出経路と酒類の価格構成

韓国では、清酒の流通方法が法律によって定められている。販売チャネルごとに免許制度を採用しており、流通段階ごとに酒類輸入業免許、酒類卸売業免許、酒類小売業免許が必要である⁴。酒類の輸入業免許を取得し活動している業者のうち、清酒の輸入業者である全日本酒類販売（旧月桂冠 Korea）、日本酒コリア、ロッテアサヒの3社が全体の約7割程度のシェアを占めている⁵。さらに、お酒のインターネット販売は禁止され、対面販売が義務付けられているため、宅配便で配送することができない⁶。酒類の配送にも厳しい規制があり、まず輸入業者または卸売業者からの配送は、「酒類運搬許可」を受けた車両による配送が義務付けられている。この酒類運搬許可の要件を満たす車両は4車種程度に限られていて、同許可を受けた車両は酒類以外のものを積載することが禁止されている。決済に関しても酒類専用カードで行うことが義務付けられている⁷。清酒の日本から韓国への輸出経路は、基本的には、蔵元⇒日本輸出業者⇒韓国輸入業者⇒卸売業者⇒小売業者になる。

以下では韓国への清酒輸出の経路と諸コストに関して概観し、新潟県産ブランドの「久保田」の事例を取り上げ、その成功の背景と韓国輸出のサプライチェーンの特徴について記述する。

3.1 清酒輸出に伴う諸コストの構造

日本国内では清酒流通経路上で利益配分は蔵元、卸売業者、小売店がそれぞれ7:1:2であると言われている。しかし、韓国への輸出の場合は小売店の高いマージンと関税等のために韓国国内での販売価格は日本国内市場価格の3-5倍になる。図表5で見られるように、生産者の出荷価額を100とした場合、輸入通関手続きを終えるまで216になるが、韓国国内での諸コストや流通経路上のマージンにより飲食店での価格は生産者の出荷価額の3倍以上になる。韓国で高級清酒として人気が一番高い「久保田万寿」の場合、免税店では3600円で、日本国内の特約店でも3600円に消費税が付く程度であるが、韓国の酒専門の小売店では15,000～19,000円になり、日本式の居酒屋では22,000円～25,000円で売られている⁸。これは日刊紙、朝鮮日報の2014年2月の記事から引用した例ではあるが、筆者らが韓国で感じた値段とそれほど変わらない。すなわち、免税店の価格を100とすれば、酒専門小

⁴ 富山県 国際・日本海政策課、(財)自治体国際化協会ソウル事務所派遣職員、韓国における清酒の流通事情、(<http://www.pref.toyama.jp/sections/1015/ecm/back/2009nov/tokushu/index2.html>)

⁵ 日本政策投資銀行地域企画部、清酒業界の現状と成長戦略－「国酒」の未来－、2013年9月、p.34。

⁶ 独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林水産・食品調査課、2012年度主要国・地域における流通構造調査－清酒編－、2012年10月、p.13。

⁷ 2012年度主要国・地域における流通構造調査－清酒編－、上掲書、p.12。

⁸ Chosun.com (2014.02.26)、(http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2014/02/26/)

2014022600152.html?Dep0=twitter&d=2014022600152、最終アクセス日 2018年10月10日)

売店の価格は 417 で、居酒屋では 611 になる。韓国でのプレミアム酒としての評判によるところもあるので、すべての清酒がこのような価格設定になるとは限らないが、価格バブル的な要素がブランドによっては深刻なレベルである。

図表 5 清酒輸出経路での諸コスト

流通経路	税率	価格	備考
生産者⇒ 輸出業者		100	生産者出荷額を 100 とする場合
		115	輸出業者マージンと港湾への輸送費
通関・輸送		121	海上輸送費など
通関⇒ 輸入業者	関税 15%	140	CIF (Cost, Insurance, Freight) 価格に課せられる
	酒税 30%	181	CIF 価格+関税の金額に酒税 30%
	教育税 10%	186	酒税額の 10%
	付加価値税 10%	204	(CIF 価格+関税+酒税+教育税)に付加価値税 10%
	諸費用	216	検疫費用・通関手数料など
輸入業者⇒ 卸売業者又は小売店		345	卸売業者・小売店のマージン、付加価値税 (10%)、輸送費など

資料：2012 年度主要国・地域における流通構造調査－清酒編－，独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林水産・食品調査課，2012 年 10 月，pp.13-14

注： 価格は「日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林水産・食品調査課（2012）「2012 年度主要国・地域における流通構造調査：清酒編」における推定値

一方、韓国産と輸入品との差は関税のみであるが、酒類別の酒税率の推移を見ると、図表 6 の通りである。清酒は他の酒類に比べて低い酒税率であることが分かる。

図表 6 酒類別の酒税率の推移

	1970 年代～ 1980 年代	1990 年代	2000 年代
濁酒	10%	5%(1991.7.1)	
薬酒	60%	30%(1991.7.1)	
ビール	120%	130%(1996.1.1)	115%(2000.1.1)⇒ 100%(2001.1.1)⇒72%(2004.1.1)
清酒	100%	30%	30%
焼酎		35%	72% (2000.1.1)
ウィスキー	160%	150%(1991.7.1)⇒120%(1994.1.1)⇒ 100%(1996.1.1)	72%(2000.1.1)

資料：이동필, 한국의 주류제도와 전통주산업, 한국농촌경제연구원, 연구총서 S27, 2013.1, p.112.

4 事例分析

新潟県の清酒製造業は、出荷量 46 千 KL と兵庫、京都に次いで全国第 3 位であり、酒蔵数は 90 社で全国第 1 位である。新潟県酒造組合の大平俊治会長によれば、「新潟の酒が全国第 3 位まで成長できたのは、この 50 年間の先人たちの努力の賜物である。新潟の水は軟水が多く、灘の硬水とは違って甘口の酒が多かった。灘のような辛口酒を造ろうと様々な研究を行った。新潟県農業試験場で開発した良質なコメを用い、新潟県醸造試験場でそれを磨いて辛口の酒を開発し、高級志向路線を歩んだ。この結果、「越乃寒梅」「久保田」等をはじめとした「淡麗辛口」の酒が全国の「地酒ブーム」の先駆けとなった」という⁹。朝日酒造の「久保田」はこうした新潟で産出される米、水にこだわっていることも、ブランド発売後 30 年を経過してなお市場において製品の乱売、ブランドイメージを低下させる¹⁰ことなくブランドを持続できたことの一因となるだろう。また、長期低落に悩む清酒製造という地場産業において朝日酒造は久保田発売以降売上、利益率ともに堅調な推移であり¹¹、近年では、海外での日本食ブームに乗り、現在では 25 の国と地域に輸出を行っている¹²。本稿で朝日酒造の「久保田」を取り上げたのにはこうした理由がある。

筆者たちは、2017 年から 2018 年にかけて、日本酒コリアおよび朝日酒造を訪問してインタビューを行ってきた。韓国市場調査も実施し、「久保田」がどのように韓国市場で流通・販売・消費されているのかについて把握した。日本酒コリアには 2017 年 9 月 21 日に訪問し、朝日酒造には 2018 年 3 月 8 日に訪問し、それぞれインタビュー調査を実施した。朝日酒造および「久保田」に関しては特に、日本語で書かれた書籍や新聞記事がいくつか入手可能であったため、インタビューを通して得た情報と合わせて事例研究に活用した。

高いブランドイメージを保ちながらの海外展開を成功させている朝日酒造の「久保田」は、日本国内でそれを取り巻いている文脈を、うまく韓国市場へ移転させている。朝日酒造は「久保田」を韓国市場で販売するために、「日本酒コリア」をパートナー企業としている。朝日酒造の韓国市場における売上のうち「久保田」が占める割合は、99 パーセントにも上る。日本酒コリアは、「久保田」以外にも多数の銘柄を取り扱っているが、金額ベースでは「久保田」が最も大きく、全体のうちおよそ 3 分の 1 を占めている。

⁹ 熊坂 敏彦 (2016) 「清酒製造業 (地酒メーカー) の「国際化」の意義と可能性 ―東日本主要産地・酒蔵の革新的取組みに学ぶ―」 昭和女子大学現代ビジネス研究所 http://swubizlab.jp/wp/wp-content/uploads/2017/03/2017_004.pdf (最終アクセス日 2018 年 10 月 23 日)

¹⁰ 長沢伸也・西村修, 「地場産業企業にみる高価格戦略のマネジメント」『早稲田国際経営研究』, 早稲田大学 WBS 研究センター, 2015 年, No.46, pp.85-94

¹¹ 同上。

¹² 安澤 義彦 (2016) 「朝日酒造の取組みについて」第 11 回バイオマス科学会議, パネル討論会資料, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jiebiomassronbun/11/0/11_iii/_pdf/-char/ja (最終アクセス日 2018 年 10 月 23 日)

「久保田」は、朝日酒造に対しては韓国市場への進出の成功をもたらし、日本酒コリアに対しては事業の支えとなっている。本研究では、朝日酒造と日本酒コリアから構成される二国間（日本および韓国）のグローバル・サプライチェーンが、過去 10 年ほどを通して持続しているだけでなく、朝日酒造と日本酒コリアの双方に恩恵を与えるものとなっている理由を探る。

4.1 朝日酒造の「久保田」の輸出経路

朝日酒造は 1985 年に久保田を発売してから「久保田」と「朝日山」の二つのブランドを使用しているが、「朝日山」は新潟県内を中心に販売されるに対して「久保田」は卸を介さない特約店制度を使い、市場 1%戦略により全国酒販店の 1 %との取引を目標としている¹³。筆者らが行ったインタビュー調査によると、近年では、主に米国・香港・韓国・マレーシア・シンガポールなどへの海外輸出を進めているが、輸出額全体のおよそ 20%が韓国への輸出であり、韓国は同社の主要な輸出市場となっている。韓国へ輸出している日本酒の 99%は「久保田」ブランドであるが、輸出量を見ると、20 フィートコンテナを年間 9~10 本、40 フィートコンテナを 1~2 か月に 1 回を送り、千寿が万寿の 5.5 倍程度であるという。

清酒の日本から韓国への流通経路は、前述のように、基本的には、蔵元⇒日本輸出業者⇒韓国輸入業者⇒小売業者・レストランである。しかし「久保田」の場合は、韓国市場への輸出当初は日本の朝日酒造が生産し、輸出業者である日本名門酒会を通じて韓国の輸入業者である日本酒コリアを経由して小売店や居酒屋に流通していたが、2012 年には取扱量が増え、「久保田」ブランドだけで一つのコンテナを専有することが可能となったため、直接取引に踏み切った。すなわち、現在は朝日酒造と日本酒コリアが独占取引を行っている。酒類の価格は国内と異なり、関税等がかかるために韓国国内での販売価格は日本国内市場価格の 3~5 倍になる¹⁴。

4.2 「久保田」の韓国でのブランド力

筆者らの日本酒コリアのインタビュー調査によると、輸入業者である日本酒コリアが扱っているブランドの量的割合は、全体の輸入量に対して宝酒造の松竹梅が約 30%を占める。残り約 70%のうちの 20% が「久保田」であるが、金額ベースでは、「久保田」が 1 位であり、全体の 33%程度を占める。すなわち、「久保田」の万寿と千寿を中心とした高価格帯の酒が輸出されていることが分かる。さらに、「久保田」の販売比率では小売りが 25%程度、レストランが 75%程度であるという。

¹³ 長沢伸也・西村修、「久保田」と名を刻まれた「淡麗・辛口」の銘酒、『地場産業の高価格ブランド戦略』、晃洋書房、2015 年、pp.49-79

¹⁴ 伊藤龍史・岸保行・有元知史・張文婷・李健泳、清酒の海外展開におけるパートナー関係：朝日酒造「久保田」のグローバル・サプライチェーンにおけるパワーと信頼の事例分析、韓国経営教育学会 2018 年春季国際学術発表大会要旨集、2018 年 4 月 30 日、韓国慶南大学。

韓国で「久保田」が最も売れている理由としては、韓国では 2000 年以降に清酒を多く飲み始めたが、「久保田」を呑んだ日本への留学経験者が韓国でも「同好会」を作り飲むようになったこと、当時の政治家として与党代表の部屋に大統領と飲むお酒として「久保田」があったという新聞記事、サムスン電子の VIP 用のお土産が「久保田万寿」であったなど、さまざまな理由や口コミから一般の人達の間で「久保田」は清酒の中で最高級のお酒というイメージが出来上がった。「獺祭」は日本で話題になる前から安定的に韓国に輸入していたが、日本ほどは受け入れられていないという。

5 おわりに

日本と韓国は共に清酒が伝統酒の一つとして古くから愛されてきた酒であるが、日本の清酒と韓国の清酒が基本的には同じ酒であったのかどうかは分からない。その理由は韓国の植民地時代に伝統的な清酒が途絶えたためである。しかし、韓国では古くから名節や家祭時に清酒が使われているので、アンケート調査結果によると、清酒が日本のお酒であるという認識はあまりないようである。さらに、2000 年後半に始まった日本式居酒屋ブームにより清酒は専門レストランで飲む高いお酒から若者も手に届く値段で飲めるお酒として普及している。このような背景により、清酒の韓国への輸出動向を見ても、金額では輸出先の国としては 4 位であるが、数量は輸出先の国として 2 位である。

当研究では、韓国で知名度 1 位の日本酒ブランド「久保田」の形成背景について、サプライチェーンの特徴をインタビュー調査により調べた。「久保田万寿」の場合は日本国内の知名度が韓国内でも認知され、口コミで広まり、サプライチェーン上の日本輸出業者と韓国輸入業者の独占取引が成功に導くことができたといえよう。当サプライチェーンを成立させる上で鍵となるのは「久保田」という清酒そのものであり、これを供給する朝日酒造は相対的にパワーを有している。しかし、朝日酒造による韓国への輸出の意思決定は、外部からの促しによって開始されたものである上、期待を込めて始まったものでもなかった。さらには、朝日酒造は「久保田」を韓国市場に現地適応させていこうと考えるよりもむしろ、日本と同様のスタンスで「久保田」を市場へ送り出している。他方、日本酒コリアにとっては「久保田」の存在は、直接取引に至るほどの重要性をもつがゆえに、自身の業績を強く左右し得るものである。韓国市場への「久保田」の輸出が堅調であることがどの程度自社にとって重要か、ひいては自社の業績がどの程度パートナーなくしては成立しないものであるかということが、朝日酒造側と日本酒コリア側で異なっているようである。それにも関わらず「久保田」のグローバル・サプライチェーンは高パフォーマンスを維持しているといえる。

参考文献

1. 国税庁課税部酒税課, 清酒製造業の概況 (平成 28 年度調査分), 平成 29 年 10 月
2. 内閣府知的財産戦略推進事務局, 日本産酒類の輸出動向について, 平成 30 年 4 月 11 日
3. 富山県 国際・日本海政策課, 韓国における日本酒の流通事情,
(<http://www.pref.toyama.jp/sections/1015/ecm/back/2009nov/tokushu/index2.html>)
4. 日本政策投資銀行地域企画部, 清酒業界の現状と成長戦略－「国酒」の未来－, 2013 年 9 月。
5. 独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)農林水産・食品部 農林水産・食品調査課, 2012 年度主要国・地域における流通構造調査－日本酒編－, 2012 年 10 月
6. Chosun.com (2014.02.26), (http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2014/02/26/2014022600152.html?Dep0=twitter&d=2014022600152)
7. 이동필, 한국의 주류제도와 전통주산업, 한국농촌경제연구원, 연구총서 S27, 2013.1
8. 熊坂 敏彦 (2016)「清酒製造業(地酒メーカー)の「国際化」の意義と可能性－東日本主要産地・酒蔵の革新的取組みに学ぶ－」昭和女子大学現代ビジネス研究所
http://swubizlab.jp/wp/wp-content/uploads/2017/03/2017_004.pdf
9. 長沢伸也・西村修,「地場産業企業にみる高価格戦略のマネジメント」『早稲田国際経営研究』, 早稲田大学 WBS 研究センター, 2015 年, No.46, pp.85-94
10. 安澤 義彦 (2016)「朝日酒造の取組みについて」第 11 回バイオマス科学会議, パネル
討論会資料,
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jiebiomassronbun/11/0/11_iii/_pdf/-char/ja
11. 長沢伸也・西村修,「久保田」と名を刻まれた「淡麗・辛口」の銘酒,『地場産業の高価格ブランド戦略』, 晃洋書房, 2015 年, pp.49-79
12. 伊藤龍史・岸保行・有元知史・張文婷・李健泳, 清酒の海外展開におけるパートナー関係: 朝日酒造「久保田」のグローバル・サプライチェーンにおけるパワーと信頼の事例分析, 韓国経営教育学会 2018 年春季国際学術発表大会要旨集, 2018 年 4 月 30 日, 韓国慶南大学。
13. 岸保行・有元知史・張文婷・李健泳, 清酒の海外展開におけるパワー・バランスと安心関係に関する研究－中小酒蔵の「がんばれお父ちゃん」のグローバル・サプライチェーンの事例を中心に－, 2018 年韓国経営コンサルティング学会春季学術大会・報告要旨集, 2018 年 4 月 28 日, Soonsil 大学。