

美味しいお酒の法と政策

～アジアのワイン市場とワイン産業～

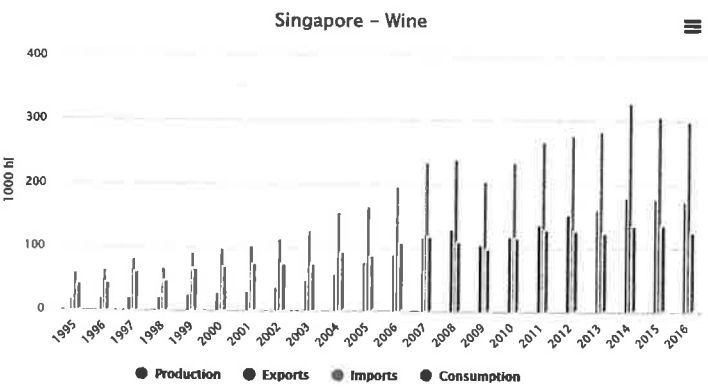
第34回・シンガポール② ～シンガポールとワイン事情～

明治学院大学法学部教授 渡辺 充

シンガポールは再輸出国

シンガポールは、残念ながらワインの生産国ではない。ブドウにとって良好な気候は、降水量が少なく、日照時間が長く、一日の寒暖差が大きい方がよいとされており、たとえば、ブルゴーニュ地方やドイツ、アルゼンチンなどは「大陸性気候」、フランスのジュラ地方、サヴォワ地方は「高山性気候」、ボルドー地方、チリ、ニュージーランドは「海洋性気候」、プロヴァンス地方、スペイン、イタリア、カリフォルニアは「地中海性気候」として、ワイン造りに適した気候とされている。アジアでは、たとえばワインとは無関係でありそうなインドであっても、デカン高原は高山性気候からワインの産地となっている。しかし、シンガポールは、周知のとおり、四季のない熱帯性モンスーン気候であり、生産に適さない。

OIV (The International Organisation of Vine and Wine) の国別統計資料によると、次の表のとおり、2016年のシンガポールのワインの生産量は0、輸入は300 (1,000hℓ)、



【出典】「The International Organisation of Vine and Wine」
http://www.oiv.int/en/statistiques/?year=2016&countryCode=SGP

輸出が174 (1,000hℓ)、消費が127 (1,000hℓ) となっている。

また、輸出の数字からも分かる通り、特にアルコール飲料(清涼飲料水も同様)については、輸入したものの大部分が「再輸出(Re-exports)」されている。国内に大きな消費市場並びに生産地をもたないシンガポールは、ワインに限らず、この再輸出こそが貿易の中心であり、ASEAN 地域における物流のハブ拠点として歴史的な役割を果たしてきた。シンガポール国際企業庁 (ESG: Enterprise Singapore) は、輸出統計を地場輸出と再輸出に分けて公表しているが、2018年は石油を除く輸出額のうち、約1800億 US\$ が再輸出となっており、輸出額全体の48.6%を占めている。なお、ESG が統計において区分している再輸出とは、「輸入した品物が自由貿易地区に一旦保管され、その原形のまま再び積出されること。」をいう。

次に、ワインについてである。ワインの再輸出先は、日本が第1位である。2018年の金額ベースでいうと231,274 (千 US\$) で、

全体の約46%を占めており、2016年から一貫して増加傾向にある。シンガポールは文字通り日本へのワイン輸出のハブ拠点となっているのである。

なお、貿易統計を読む際の参考となるが、次の表にある「HS コード」とは、あらゆる物品に固有の分類番号をつけて、貿易上、それが何であるのか世界各国で共通して理解できるよう

取り決めた番号のことである。タリフコードや税番等ともいわれる。第22類が「飲料、アルコール及び食酢」であり、22.04が「ぶどう酒(強化ぶどう酒を含むものとし、生鮮のぶどうから製造したものに限り)及びぶどう搾汁(第20.09項のものを除く。)」となっている。以下、6ケタの細分類のHSコードが、次のとおり付されている。

- 2204.10 スパークリングワイン、その他のぶどう酒及びぶどう搾汁でアルコール添加により発酵を止めたもの
- 2204.21 2リットル以下の容器入りしたもの
- 2204.29 その他のもの
- 2204.30 その他のぶどう搾汁

	金額 (千 US ドル)			構成比 (%)			18年増減率
	2016年	2017年	2018年	2016年	2017年	2018年	
合計	454,820	476,552	502,986	100	100	100	5.55
日本	202,527	215,120	231,274	44.53	45.14	45.98	7.51
オーストラリア	65,489	78,667	74,424	14.4	16.51	14.8	△5.39
香港	60,733	62,825	62,231	13.35	13.18	12.37	△0.95
マレーシア	20,014	18,449	26,057	4.4	3.87	5.18	△1.23
タイ	15,810	15,472	20,987	3.48	3.25	4.17	35.65
中国	12,480	15,011	17,334	2.74	3.15	3.45	15.47
インドネシア	19,513	18,135	15,969	4.29	3.81	3.17	△11.94
ニュージーランド	10,855	12,398	12,145	2.39	2.6	2.41	△2.04
ベトナム	6,487	8,612	9,852	1.43	1.81	1.96	14.4
台湾	12,442	8,706	9,190	2.74	1.83	1.83	5.56

【出典】 Enterprise Singapore

シンガポールのワイン市場

シンガポールにおける国内のワイン市場であるが、上記のとおり消費が127(1,000hℓ)とわかるが、金額的には2012年には5億5,000万 S\$ (約440億円)だったものが、2016年に10億 S\$ (約800億円)へと成長している。また、2016年から2021年までのスパークリングワイン市場は5.1%、スパークリング以外のワイン市場は5.2%のCAGR (年平均成長率)の伸びが予測されており、シンガポールはワイン業界にとって非常にポテンシャルが高い市場となっている。

このように市場のポテンシャルが高いので、最近では日本ワインのシンガポール進出が始まっている。たとえば、北海道ワイン株式会

社もシンガポールに進出をしている。同社島村公宏社長への取材によると、「シンガポールの住民は可処分所得が高く、酒税が高額であっても、ワインが日常にある人々がアジアの中では多いので、ルート開拓の必要性は北海道のワイン業界にとって必要である」とし、「ワイン産地としてはオーストラリア産の赤ワインが良く店頭に並んでいるが、アジアの中での北海道のブランド力を利用し、北海道の食と一緒に楽しむというイメージ戦略をもって、シンガポールでの販売を見てみたい」という。現在、北海道庁の外郭団体である北海道貿易物産振興会と(株)明治屋で運営している「どさんこプラザ(シンガポール店)」があるが、同社の販売はそこが主戦場となり、

今後は、アジア系の人々に好まれるラブルスカ系(ナイヤガラ等)から、ゲビュルツやケルナー、ピノブラン等の白ワインについても拡大する可能性があるとのことである。

次の表は、日本における国内製造ワイン(日本ワイン)の輸出相手国であるが、シンガポールは、数量ベースでいうと約7,217ℓで第5位、金額ベースでいうと第4位で、1,829億円となっており、これは前年比170%増となっている。その発展は、今後とも十分予測できる。

2018年ワイン輸出相手国 ベスト5 (数量:L)			2018年ワイン輸出相手国 ベスト5 (金額:千円)		
1位	台湾	164,944	1位	香港	103,633
2位	中国	13,481	2位	台湾	85,748
3位	韓国	12,473	3位	中国	16,625
4位	香港	9,505	4位	シンガポール	18,294
5位	シンガポール	7,217	5位	韓国	7,992

【出典】財務省貿易統計 統計品別表(HSコード2204)

※ 本稿執筆にあたり、JETRO Singapore でのミーティング並びに経済提携促進アドバイザー 永田俊司氏(当時)から資料提供をしていただいたことに感謝申し上げます。