**何故チリワインは対日輸出に成功したのか？**

**執筆者：桜井悌司（ラテンアメリカ協会常務理事）**

**「はじめに」**

**チリワインは日本市場で大成功をおさめた。このレポートは、その要因を説明するものである。それも従来、良く紹介されているような、チリワインのコスト・パーフォーマンスが良いとか関税が低い等の説明ではなく、日本の消費動向、チリの生産能力・輸出能力の拡大、チリワインをプロモートした主体、すなわち、チリのワイナリー、チリワイン協会、チリ貿易発展局（プロチレ）、日本の輸入代理店、ジェトロ、個人等の活動がどのような効果をもたらしたのかを紹介するものである。このレポートの見解は、組織のものではなく、全く個人のものである。またアカデミックな分析ではなく、あくまでプラクティカルなレポートである。**

**「チリが最大の対日ワイン輸出国に」**

**チリは、２０１５年、ワインの対日輸出量で、初めてフランスを抜き、トップに躍り出た。その後、２０１６年、１７年、１８年も、フランスとの差を広げている。キリンビールの調査によると、表１のような数字になっている。２００７年には、１０，５１８キロリットルだったのが、２０１７年には、５．３倍の５５，５１９キロリットルになった。スペイン、イタリアは、同じ１１年間で、それぞれ２．３倍、１．５倍の伸びを示した。ずっとトップを守り続けたフランスは、逆に１３．４％のマイナスであった。輸入総量も、１．５倍しか伸びていない中にあって、チリワインの躍進が突出している。ただし、輸入金額においては、フランスは、ワインの価格の高さによって首位を保っているが、チリは、イタリアを抜いて第２位につけている。**

**ジェトロが発行する「アグロトレードハンドブック」から調べてみると、１９９５年までは、取るに足らない対日輸出量であったので、掲載されておらず、１９９６年になって初めて１，９８６キロリットルの対日輸出を記録した。（表２）その後。ぐんぐん、輸出量を伸ばし、２０１６年には、８０，１５０キロリットルと、過去２０年に、４０倍以上の伸びを示した。（数字の取り方が下記の表１と異なる）**

**表１　主要国のワインの対日輸出数量の推移**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **年** | **チリ** | **フランス** | **イタリア** | **スペイン** | **合　　計** |
| **２００７** | **１０，５１８** | **５２，５８９** | **２２，７１７** | **８，２３７** | **１１９，０４４** |
| **２０１０** | **２１，３３５** | **４７，１６０** | **２４，８７１** | **１３，６８７** | **１３３，５１６** |
| **２０１３** | **３６，４３５** | **５６，６８９** | **３３，２７１** | **２３，４０３** | **１８０，１６６** |
| **２０１４** | **４３，６９５** | **５２，９９１** | **３３，８３５** | **２１，００５** | **１８０，８７４** |
| **２０１５** | **５１，５９３** | **５１，５２１** | **３４，６４３** | **２０，２１６** | **１８５，６１５** |
| **２０１６** | **５０，５３５** | **４５，７１１** | **３２，０９３** | **１９，４０３** | **１７２，３９５** |
| **２０１７** | **５５，５１９** | **４５，５２３** | **３３，５９０** | **１９，７６１** | **１７９，２５１** |
| **伸び率****07/17** | **５２７．８****％** | **８６．６****％** | **１４７．９****％** | **２３３．９****％** | **１５０．６****％** |

**＊財務省関税局調べ（葡萄酒）２Ｌ未満の数量　ＫＬ**

**＊統計条件が異なることによって、数字が異なることもある。**

**＊キリンビールの調査に基づき、筆者が加工した。**

**表２　チリワインの対日輸出**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **年** | **輸出量　ＫＬ** | **輸出額　千円** |
| **１９９６** | **１，９８６** | **６，２３３** |
| **２０００** | **８，５７１** | **２８，８７６** |
| **２００５** | **１２，４９６** | **３０，８８１** |
| **２０１０** | **３２，１８２** | **８１，３８２** |
| **２０１５** | **７８，７４９** | **１８９，２６７** |
| **２０１６** | **８０，１５０** | **１８４，３５４** |
| **2016/1996** | **４０．４倍** | **２９．６倍** |

**出所：ジェトロ・アグロトレードハンドブック**

**「では、何故チリワインがトップに躍り出たのか」**

　**ではここで、何故チリワインが躍進したのかを考えてみよう。本稿では、様々な観点から分析する予定であるが、まず一般的に言われている４つの理由からみてみよう。**

1. **チリワインは、安くて美味しい。**

**各種ホームページで、チリワインを検索すると、ほとんどすべての評価は、価格の安**

**さである。一昔前は、ワインと言えば、高級、高価格であったが、チリワインの普及で、日常酒として定着したのだ。低価格であれば、戦後の日本製品の評価のように、「安かろう、悪かろう」という評価が普通だが、チリワインの品質は、決して悪いものではなく、コスト・パーフォーマンスが極めて高いのである。しかも、チリワインは、ボトルを空けてすぐにも飲めるという特徴もある。またチリワインは、カベルネ・ソーヴィニョン、メルロー、シャルドネ、ソーヴィニョン・ブランというように単一種から作られているため、味がわかりやすいとも言われている。**

1. **チリワインの輸入関税が低い。**

**チリと日本の間で、経済連携協定（ＥＰＡ）が締結され、２００７年９月に発効し**

**た。それに伴い、チリワインの関税が徐々に軽減され、２０１６年の時点で、５．８％、２０１９年には、関税がゼロになる。欧州諸国に比較し、各段の優位性を持っている。しかし、２０１９年２月に、日本とＥＵ間で、経済連携協定が締結されたので、ＥＵの関税は、従来の１５％ないしは１リットル当たり、１２５円だったのが、無税になるので、今後の推移が注目されるところである。欧州ワインの値下げはすでに始まっている。**

1. **チリにはブドウの病気であるフィロキセラも無く、ブドウの栽培環境が優れている。**

**１９世紀にフランスや欧州で、フィロキセラ（ブドウ根アブラムシ）というブドウの**

**木を枯れさせる病気が蔓延し、壊滅的な被害を与えたが、チリには、フィロキセラ発生以前に、持ち込まれたため、チリには上陸しなかった。またブドウやワインの生産に適したテロワールも優れている。**

1. **チリは、日本のワインの消費動向に最も適切に対応した国である。**

**もう一つの意見を紹介する。日本輸入ワイン協会の事務局長の遠藤誠氏の意見である。同氏によると、日本のワインの消費動向が大きく変わった。９０年代半ばまでは、飲むスタイルが「外飲み」で、レストランでフランス料理を食べる時に飲むものという雰囲気であった。しかし、バブル経済が崩壊し、手頃なイタリアワインの輸入が伸びた。それでも晴れの日に高級ワインを飲むというのが主流であった。ワインを飲むマナーも強調され、勉強が必要とされた。９０年代後半には、赤ワインが健康に良いということになり、９８年前後から赤ワインブームになり、主婦層を中心として、低価格で品質もそこそこのワインを「家庭」で飲むようになった。販売側も酒屋さんからスーパーマーケットやコンビニ等に移り、大きな面積を占めるようになった。ワインが身近になり、敷居が低くなり、カジュアルになってきた。その時流に「チリワイン」がうまく乗ったのだという意見である。チリのワインも低価格帯からテロワールを意識した高級ワインの対日輸出にも力を入れている。**

**（日本輸入ワイン協会　１９８５年のエチレングリコール事件の際に発足、現在会員数３８社。会長　山本博氏、事務局長　遠藤誠氏）**

**「チリワインが伸びたのは、それだけの要因なのか」**

　**食品や飲料の日本市場への参入は、なかなか難しいと言われている。消費者の嗜好は厳しく、各国とも大いに苦労している。チリワインの日本市場の成功も上記４つの要因だけではなく、さまざまな内的要因、外的要因、チリワインの対日輸出に携わったチリワイン業者、チリ政府の輸出振興機関のプロチレ、ジェトロ、日本のワイン輸入代理店、個人などの活動もあったに違いない。そこで、ここからは、そう言った要因を一つずつチェックしていくことにする。**

**「要因１」　日本のワイン消費量が急激に伸びた**

　**表２の日本のワインの消費量の推移からみよう。日本のワインの消費量は、１９７２年には、わずか、８，９８６キロリットルにすぎなかった。内訳は、国産ワインが、７，４０７ＫＬ，輸入ワインは、１，５８２ＫＬであった。４４年後の２０１６年には、合計消費量は、３５２，４９２ＫＬで、３９．２倍になった。国産ワインの伸びは、１４．６倍であったが、輸入ワインは、２４４，２７７ＫＬで何と１５４．４倍になったのである。１９９３年までは、国産ワインの消費が輸入ワインの消費を上回っていたが、初めて輸入ワインが優位に立ち、以降、毎年その差が拡大している。一部、前年比でマイナスの年もあるが、総じて、右肩上がりで、一気に、前年比３０％以上の伸びを示した年は、１９７３年（６１．９％増）、１９７４年（３９．６％）、１９７５年（３５．０％）、１９９７年（４１．０％））、１９９８年（３２．５％）となっている。これをみても、ワインの消費が、急激に拡大し、一般大衆のものになっていることが理解できる。その意味で、チリワインのコスト・パーフォーマンスが、その急増傾向に大いに貢献したと言えよう。日本の消費者のワインの消費量、とりわけ輸入ワインの消費量が驚くべきスピードで増加したことは注目すべきである。**

**表２　日本のワインの消費数量の推移（１９７２年～２０１６年）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年** | **国産ワイン** | **輸入ワイン** | **合計** |
| **１９７２** | **７，４０７** | **１，５８２** | **８，９８６** |
| **１９７５** | **２１，２８２** | **６，１４３** | **２７，４２５** |
| **１９８０** | **３３，０６２** | **１０，９０３** | **４３，９６５** |
| **１９９０** | **５９，５６６** | **５８，６２０** | **１１８，１８６** |
| **１９９４** | **５４，４４６** | **６８，４５８** | **１２２，９０４** |
| **１９９８** | **１１２，８９８** | **１８４，９８５** | **２９７，８８３** |
| **２０００** | **１０４，５６５** | **１６１，５０３** | **２６６，０６８** |
| **２０１０** | **８４，２５４** | **１７８，２２１** | **２６２，４７５** |
| **２０１６** | **１０８，２１５** | **２４４，２７７** | **３５２，４９２** |
| **伸び率****1972/2016** | **１４．６倍** | **１５４．４倍** | **３９．２倍** |

**国税庁：　単位ＫＬ**

**「要因２」　チリワインの生産量と輸出量が、飛躍的に伸びてきた。**

　**以上、需要側の日本のワイン市場につき説明したが、供給側のチリのワインの生産量と輸出量の推移を見てみよう。統計が入手できる年が不規則であるが、入手した情報から、いくつかの興味ある点を紹介しよう。統計の取り方が、統計に計上する製品の範囲によって異なることを予め断っておきたい。**

1. **ワイン生産量の伸び**

**２０１６年の生産量は、１，１０９，６６７ＫＬで、２１年前の１９９５年の３１**

**６，８１７ＫＬと比較すると、３５０．３％の伸び、生産が好調だった２０１５年と比較すると、４１３．４％増である。ワインの生産量が増加しているということは、原料であるブドウの生産がのびているということに繋がる。フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、ポルトガル等のヨーロッパ諸国は、国土の狭さや他の作物の栽培等で耕作地が限定されている。そのため容易にワインの生産を増やせないのが実情である。**

**表３　チリワインの生産量の推移**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年** | **生産量　ＫＬ** | **年** | **生産量　ＫＬ** |
| **１９９５年** | **３１６，８１７** | **２０１０年** | **１，０４６，３８１** |
| **１９９８年** | **５２６，５５０** | **２０１２年** | **１，２５６，６８９** |
| **２００１年** | **５４５，１７９** | **２０１４年** | **９９１，９３５** |
| **２００３年** | **６６８，２２２** | **２０１５年** | **１，３０９，８５０** |
| **２００７年** | **８２７，７４６** | **２０１６年** | **１，１０９，６６７** |
| **伸び率　％** |  | **1995/2016****1995/2015** | **３５０．３％****４１３．４％** |

**チリ農牧省**

1. **ブドウ耕作地の急速な拡大**

**ブドウの耕作地の拡大にも注目すべきである。筆者が１９８０年代後半にサンテイ**

**アゴに駐在していた時代に、それまでブドウ栽培とは縁のなかった第3州のコピアポの砂漠地帯に広大なブドウ畑が現れたことをテレビや新聞で大々的に取り上げられた。おそらく、その時代からどんどんブドウの栽培面積が拡大したものと思われる。、２０００年以降、チリ南部の気候冷涼な地帯でもブドウの栽培が開始され、ビオビオ・ヴァレーまで広がり、その後パタゴニア地帯まで拡大した。**

**下記の表４をみると、１９９５年にはワイン品種用のブドウ栽培地の面積は、５４，３９２ヘクタールであったのが、２０１５年には、１４１，９１８ヘクタールと２．６倍に伸びている。さらに注目すべきは、海外で需要の大きい品種の栽培地が急激に伸びていることである。チリワイン業界の二―ズ把握力とマーケテイング能力の高さが理解できる。**

**表４　ワイン用ブドウ品種の栽培面積の推移（単位：ヘクタール）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **品　種　名** | **１９９５年** | **２００５年** | **２０１５年** |
| **Cabernet Sauvignon** | **１２，２８１** | **４０，４４１** | **４３，２１１** |
| **Merlot** | **２，７０４** | **１３，１４２** | **１２，２４３** |
| **Chardonnay** | **４，４０２** | **８，１５６** | **１１，６９８** |
| **Sauvignon Blanc** | **６，１３５** | **８，３７９** | **１５，１７３** |
| **Pino noir** | **２１５** | **１，３６１** | **４，１４９** |
| **Pais** | **１５，２８０** | **１４，９０９** | **１２，５２１** |
| **Carmenere** | **－** | **６，８４９** | **１０，８６１** |
| **Syrah** | **―** | **２，９８８** | **８，２３３** |
| **その他** | **１３，３７５** | **１８，２２３** | **２３，８２９** |
| **総面積** | **５４，３９２** | **１１４，４４８** | **１４１，９１８** |

**出所：田辺由美著　「CHILE WINE－テロワールに恵まれたチリワイン」Wines of Chile ２０１７年発行**

1. **輸出量も飛躍的に増大した**

**一方、輸出量の推移を見てみよう。１９９５年のチリワインの輸出量は、１２８，**

**９７３ＫＬであったが、２０１６年には、９１０，９８１ＫＬに達した。２１年間の伸び率たるや、７０６．３％である。１９９５年頃には、チリのワイナリーも輸出に熱心ではなく、生産量の４０．８％が輸出されたが、２０１６年は、生産額の８２．１％が輸出に回っている。このことは、輸出より国内消費を優先すると言われているアルゼンチンとは異なる。戦後の日本とよく似ており、チリ人は輸出マインドが旺盛と言えよう。**

**表５　チリワインの輸出量の推移**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年** | **輸出量　ＫＬ** | **年** | **輸出量　ＫＬ** |
| **１９９５年** | **１２８，９７３** | **２０１２年** | **７５１，６５２** |
| **１９９８年** | **２３０，９５３** | **２０１４年** | **８０５，９８３** |
| **２００７年** | **３６４，５４１** | **２０１５年** | **８８１，４５３** |
| **２０１０年** | **７３３，５１１** | **２０１６年** | **９１０，９８１** |
| **伸び率　％** |  | **１９９５/２０１６** | **７０６．３％** |

**チリ農牧省**

1. **チリワインの過去３か年の国別輸出（２０１６年～２０１８年）**

**次に、チリの中央銀行発表によるチリワインの過去３年間（２０１６年～１８年）**

**の国別輸出を見てみよう。今まで、日本との関係で見てきたが、チリワインの最大の輸出国のランキングは、輸出量では、２０１６年には、米国、英国、中国、２０１７年には、、中国、日本、米国、２０１８年には、中国、日本、英国となっている。輸出額で見ると、２０１６年には、中国、米国、日本、２０１７年と２０１８年は、中国、日本、米国の順である。目まぐるしく変化していることが理解できる。とりわけ、中国の躍進は目を見張らざるを得ない。中国での消費量の増大に伴い、日本への今後の供給面で影響が出ることも予想される。**

 **表６で、２０１６年から１８年の過去３か年のリットル当たりの単価をみると、、**

**日本の場合、２．９５ドル，２．４６ドル、３．０６ドルとなっている。全体の平均単価は、**

**３．０５ドル、２．８３ドル、３．１７ドルなので、日本のリットル当たりの単価は、平均**

**を下回っている。中国や韓国の輸入単価も、日本のそれよりはるかに上回っている。中国や**

**韓国の消費者の方が、高価格のチリワインを飲んでいることになる。**

**表６　チリワインの国別輸出量・輸出額（２０１６年～１８年）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **国 名** | **２０１６年** | **２０１７年** | **２０１８年** |
| **中国** | **57,435,771****196,553,309****2.88** | **75,337,785****256,204,481****2.61** | **73,151,118****254,718,997****3.50** |
| **日本** | **54,863,847****154,652,424****2.95** | **62,741,580****173,433,869****2.46** | **56,733,542****159,588,965****3.06** |
| **英国** | **57,577,321****148,556,590****2.61** | **52,975,251****134,711,710****2.41** | **52,054,334****94,431,301****2.91** |
| **米国** | **58,752,001****184,041,763****3.41** | **55,080,670****169,157,791****3.34** | **50,862,617****155,997,589****3.33** |
| **ブラジル** | **43,485,350****123,064,612****2.61** | **50,960,643****147,142,934****2.41** | **50,557,837****145,273,695****2.91** |
| **カナダ** | **22,141,340****96,981,254****2.43** | **23,263,278****95,913,366****2.97** | **22,366,038****81,202,630****3.15** |
| **メキシコ** | **14,589,221****37,469,976****2.49** | **13,022,942****37,202,447****2.88** | **14,993,397****43,314,782****2.48** |
| **アイルランド** | **15,138,811****78,645,346****3.50** | **14,734,433****82,581,465****3.38** | **14,644,465****81,202,630****3.69** |
| **ロシア** | **9,501,262****23,211,055****2.32** | **11,293,568****28,481,167****2.06** | **11,402,156****29,154,009****2.50** |
| **韓国** | **8,899,748****39,015,580****4.36** | **8,972,394****38,290,521****4.35** | **10,835,032****44,766,139****3.53** |
| **コロンビア** | **10,110,368****28,140,059****2.35** | **10,051,050****26,749,964****2.80** | **10,437,582****27,714,872****2.56** |
| **合 計** | **505,345,926****1,545,913,462****3.05** | **546,702,165****1,671,199,266****2.83** | **526,744,454****1,662,858,738****3.17** |

**出所：チリ中央銀行　上段：輸出量　リットル　中段：輸出額　FOBドル**

**下段：リットル当たりの単価　ドル**

**「要因３」　外資系のワイナリーがたくさん参入した。**

**前述の書籍「チリワイン」及び田辺由美著の「Chile Wine テロワールに恵まれたチリワイン」によると、下記のような外資系企業が、チリに進出している。数字は進出年である。**

**Miguel Torres （スペイン）　１９７９**

**Domaines Barons Philipe de Rothschild (Vina los Vascos)****（フランス）１９８８**

**Antinori (Haras de Pirque)（イタリア）１９９１**

**Chateau Larose Trintaudon (Vina de Larose)　 （フランス）１９９４**

**Baron Philipp de Rothschild Maipo Chile　（フランス）**

**Produits Marnier Lapostolle (Casa Lapostolle)　 （フランス）１９９４**

**Soc. Du Vignoble William Fevre ( Vina William Fevre)　 （フランス）１９９２**

**The Robert Mondavi Corporation(Sena)　（ＵＳＡ）１９９６**

**Franciscan State (Mount Veeder and Veramonte)　（ＵＳＡ）１９８５**

**Kendall Jackson　（ＵＳＡ）**

**Vina Domaine Oriental （フランス）１９８９**

**Villard Fine Wine　（フランス）**

**Chateau los Boldos (Vina Santa Amalia)　 （フランス）**

**Domaine Paul Bruno（Vina Aquitania）（フランス）１９９０**

**Almaviva-Concha y Toro,Baron Phillipe de Rothschild （フランス）１９９７**

**Midara Blass　（Dalla Conte）（オーストラリア）１９９８**

**Vina Selentia S.A.　（英国・スペイン）**

**Odfjell Vineyards S.A. （ノルウエー）**

**チリは、１９７０年にサルバドール・アジェンデ大統領が就任したが、１９７３年９月にアウグスト・ピノチェ将軍が軍事クーデターによって、政権を奪取した。その後、長きにわたり独裁政権が続いたが、同政権の経済運営は、エルナン・ビッヒ大蔵大臣等のテクノクラートに任された。従来の政策を、大幅に見直し、自由開放、市場経済に舵を切った。スモールガバメントを標榜し、大胆な外資誘致策を進めた。内外無差別で、外資が自由に活動できるようになった。その結果、チリは、ラテンアメリカの中では、優れた外資誘致国となり、海外の有力ワイナリーも進出することができた。**

**「要因４」海外市場開拓に熱心なチリのワイナリーと日本の有力輸入代理店**

**との強力な結びつき**

1. **チリの主要ワイナリー**

**下記の表７は、ジェトロ・サンテイアゴから入手した「チリの主要ワインメーカーの**

**輸出ランキング」（２０１８年）である、日本市場への進出を始めた１９８０年代、１９９０年代は、チリのワイナリーもそれほど熱心ではなく、日本の輸入代理店も関心を示さなかった。**

**表７　チリの主要ワインメーカーの輸出ランキング　２０１８年**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **2018** |  | **FOB** |  |
|  |  | **金額（US$）** | **%** |
| **1** | **VINA CONCHA Y TORO S.A.** | **304,300,783**  | **15.2**  |
| **2** | **VINA SAN PEDRO TARAPACA S.A.** | **156,323,854**  | **7.8**  |
| **3** | **VINA CONO SUR S.A.** | **99,254,599**  | **5.0**  |
| **4** | **SOCIEDAD ANONIMA VINA SANTA RI** | **67,423,848**  | **3.4**  |
| **5** | **VINA LUIS FELIPE EDWARDS LTDA.** | **61,546,043**  | **3.1**  |
| **6** | **RR WINE LTDA** | **49,486,843**  | **2.5**  |
| **7** | **VINA SANTA CAROLINA S.A.** | **44,535,266**  | **2.2**  |
| **8** | **MONTES S.A.** | **40,549,334**  | **2.0**  |
| **9** | **SOC.EXP.Y COM. VINA MAIPO LTDA** | **31,747,539**  | **1.6**  |
| **10** | **VINEDOS  EMILIANA S.A.** | **27,193,286**  | **1.4**  |
| **11** | **VINA ERRAZURIZ S.A.** | **25,189,638**  | **1.3**  |
| **12** | **VINA UNDURRAGA S A** | **24,124,284**  | **1.2**  |
| **13** | **VINA CARTA VIEJA S.A.** | **23,230,682**  | **1.2**  |
| **14** | **VINA LOS VASCOS S.A.** | **23,036,411**  | **1.2**  |
| **15** | **EXPORTADORA Y COMER.VINEDOS PA** | **20,698,151**  | **1.0**  |
| **16** | **PATACON EXPORT WINE S.P.A.** | **19,286,841**  | **1.0**  |
| **17** | **VINA INDOMITA S.A.** | **18,632,638**  | **0.9**  |
| **18** | **ARESTI CHILE WINE LTDA** | **18,143,119**  | **0.9**  |
| **19** | **VINA LA ROSA S.A.** | **18,109,493**  | **0.9**  |
| **20** | **VINA VALDIVIESO S.A** | **17,366,934**  | **0.9**  |

**出所：チリ中央銀行**

1. **チリワインの日本輸入代理店リスト**

**しかし、表７と表８から判断すると、チリの錚々たるワイナリーのほとんどが日本市場に参入していることが理解できる。また日本側の輸入代理店も有力な企業が多く、キリンビール・メルシャン、サッポロビール、アサヒビール、キッコーマン、サントリー等代表的なメーカー、食品飲料輸入の専門商社等著名企業が多い。また日本洋酒輸入組合や日本輸入ワイン協会の会員企業である。これを見ただけで、チリワインは、日本市場に強固な販売ネットワークを構築していることが理解できる。さながらオールスター戦を見るようである。**

**表８　チリワインの主要インポーター・リスト**

|  |  |
| --- | --- |
| **日本のインポーター名** | **チリのワイナリー名** |
| **アサヒビール（株）　〇** | **ALMAVIVA****ALBOLEDA　VINA****CALITERRA　VINA****SANTA HELENA****SENA** |
| **キッコーマン（株）** | **CANEPA　VINA****COUSINO　MACUL　VINA** |
| **サントリーワインインターナショナル（株）　〇** | **MAIPO VINA　　　　　　　　　⑨****LOS　VASCOS　VINA　　　　　　⑭****SANTA CAROLINA VINA　　　　　⑦** |
| **メルシャン（株）〇** | **CONCHA Y TORO　　　　　　　　①** |
| **ピ―ロート・ジャパン（株）＊** | **ANCLA ODFJELL****MILLAMAN** |
| **サッポロビール（株）〇** | **SANTA RITA VINA　　　　　　　④** |
| **（株）明治屋　〇** | **BISQUERTT** |
| **国分グループ本社　〇** | **CASA SILVA VINA****DOS ANDES（終売）** |
| **三菱食品（株）** | **CAMINO REAL** |
| **エノテカ（株）** | **DISCOVER　WINE****MIGUELTORRES****MONTES　　　　　　　　　　　⑧** |
| **合同酒精（株）　〇** | **MONTGRAS　VINA** |
| **（株）カサブランカ** | **VERAMONTE** |
| **木下インターナショナル（株）　〇** | **SANTA ALICIA　VINA** |
| **リード・オフ・ジャパン（株）** | **SAN PEDRO VINA（終売）****TARAPACA VINA　　　　　　　　②** |
| **豊通食料（株）** | **ECHEVERRIA VINA** |
| **（株）徳岡** | **EL AROMO VINA** |
| **日本酒類販売（株）　〇** | **CASA BLANCA** |
| **ワイン・イン・スタイル（株）** | **EMILIANA　VINEYARDS　　　　　⑩****SANTA EMILIANA　VINA（終売）** |
| **（株）稲葉　＊** | **FALERNIA****LA MISION(VINA WILLIAM FEVRE)****PEREZ CRUZ** |
| **（株）スマイル　＊** | **CONO SUR VINA　　　　　　　　③** |
| **（株）交洋** | **CREMASHI****MONTEBLANCO** |
| **三国ワイン（株）** | **UNDURRAGA VINA　　　　　　　⑫** |
| **富士貿易（株）** | **OCHAGAVIA** |
| **(株)ヴァン・パッシオン** | **ERRAZRIZ　　　　　　　　　　⑪** |
| **(株)中川ワイン　＊** | **LAURA HARTWIG****SANTALAURA** |
| **(株)モトックス　＊** | **TAMAYA VINA CASA****VALDIVIESO VINA　　　　　　　⑳** |
| **(株)日智トレーデイング　＊** | **TORREON DE PAREDES** |
| **重松貿易(株)　＊** | **SANTA INES VINA** |
| **サリー(株)　＊** | **CARTA VIEJA 　⑬** |
| **丸紅、東亜商事** | **LA ROSA VINA 　 　⑲** |
| **アグリ(株)　＊** | **ANAKENA** |
| **ジェノス・ワイン・マーチャント(株)＊** | **FRANCISCO AGUIRRE VINA** |
| **ラ・ラングドシェン(株)** | **LA ROCHE VINA** |
| **(株)アルカン** | **VENTISQUERO** |
| **東栄貿易(株)** | **SAN JOSE DE APALTA** |
| **巴ワイン・アンド・スピリッツ(株)** | **CAVAS DEL VALE 終売** |

**出所：「チリワイン」（山本博・遠藤誠著、（株）ガイヤブックス発行、２０１７年７月発行**

**「CHILE WINEテロワールに恵まれたチリワイン」（田辺由美著）**

**両著作のデータに基づき、筆者が加工した。〇は、日本洋酒輸入組合加盟企業、＊は日本**

**輸入ワイン協会加盟企業。なお、発表後、代理店契約が切れたもの、変更されたものがあ**

**ると思われるので、要確認のこと。**

1. **チリの主要ワイナリーの対日輸出動向（２０１５年～２０１８年）**

**下記の表９から様々なことが理解できる。ここでは、２０１８年の対日輸出額が１００万ドルを超える企業をリストアップした。**

* 1. **急激に対日輸出を伸ばしているワイナリー**

**VINA SANTA CAROLINA S.A.　 BODEGAS Y VINEDOS DE AGUIRRE S.A　　VINA LOS VASCOS S A　　BODEGAS Y VINEDOS DE AGUIRRE S.A　　ARESTI CHILE WINE S.A.　　VINEDOS EMILIANA S A　　SUR ANDINO S A　　SOC ANONIMA VINA SANTA RITA**

**SUR ANDINO S A　　SOC ANONIMA VINA SANTA RITA　　VINA INDOMITA SPA**

**VINA MAYCAS DEL LIMARI LIMITADA　　SOC VINICOLA MIGUEL TORRES SA**

**VINA MAOLA SPA等**

* 1. **増減はあるものの安定的に対日輸出を行っているワイナリー**

**VINA SAN PEDRO TARAPACA S.A.　 VINA CONCHA Y TORO S A　　VINA CONO SUR S A**

**MONTES S A　　VINA CARTA VIEJA S A　　VINA VALDIVIESO S A等**

* 1. **この表９により、各社の対日輸出におけるリットル当たりのFOB単価を知ることができる。**

**表９　主要チリワイナリーの対日輸出額・輸出量（１００万ドル以上）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ワイナリー名** | **２０１５年** | **２０１６年** | **２０１７年** | **２０１８年** |
| **VINA SAN PEDRO TARAPACA S.A.** | **31,851,367****13,798,179** | **35,567,807****14,576,112** | **40,749,485****16,938,018** | **33,893,242****13,984,536** |
| **VINA CONCHA Y TORO S A** | **30,536,348****11,664,192** | **27,121,310****10525,623** | **33,731,647****12,583,348** | **29,208,498****10,273,357** |
| **VINA CONO SUR S A** | **15,696,405****4,148,564** | **12,187,153****3,229,225** | **13,744,684****3,784,343** | **13,593,705****3,606,714** |
| **VINA SANTA CAROLINA S.A.** | **3,770,449****1,716,534** | **9,931,457****4,624,380** | **9,852,526****4,492,073** | **11,887,832****5,576,372** |
| **MONTES S A** | **6,086,664****841,581** | **5,092,797****722,068** | **6,261,895****857,266** | **6,062,468****862,030** |
| **VINA CARTA VIEJA S A** | **4,991,918****1,658,037** | **4,232,991****1,407,401** | **4,481,480****1,475,782** | **4,571,184****1,519,662** |
| **BODEGAS Y VINEDOS DE AGUIRRE S.A** | **1,645,436****782,730** | **1,978,952****959,206** | **3,600,269****1,955,628** | **4,523,687****2,319,687** |
| **ARESTI CHILE WINE S.A.** | **2,685,407****1,208,502** | **3,305,387****1,466,528** | **4,815,023****2,097,399** | **4,370,384****1,833,561** |
| **VINA CALITERRA S A** | **4,845,133****1,315,015** | **5,353,459****1,718,910** | **2,323,640****631,530** | **3,500,585****1,085,931** |
| **VINA VALDIVIESO S A** | **3,683,916****844,278** | **3,396,769****784,923** | **3,627,654****825,189** | **3,391,263****790,331** |
| **VINA LA ROSA S A** | **4,996,109****2,177,501** | **2,972,040****1,200,726** | **3,027,330****1,265,585** | **2,695,062****1,098,374** |
| **SOCIEDAD EXPORTADORA Y COMERCIAL VINA MAIPO SPA** | **2,935,494****970,650** | **2,909,443****950,580** | **2,903,864****936,356** | **2,369,364****775,917** |
| **VINA LOS VASCOS S A** | **1,368,600****254,633** | **2,452,000****443,670** | **2,215,068****404,928** | **2,120,774****373,332** |
| **BARON PHILIPPE DE ROTHSCHILD MAIPO CHILE SPA** | **1,986,566****467,825** | **1,835,408****418,858** | **1,469,440****353,051** | **2,110,290****456,062** |
| **VINEDOS EMILIANA S A** | **1,230,337****289,215** | **939,902****219,249** | **1,318,079****303,687** | **2,021,730****486,846** |
| **VINA TINAJAS DEL MAULE LIMTADA** | **2,049,368****886,098** | **1,700,939****791,696** | **2,016,593****954,161** | **2,012,198****959,322** |
| **SUR ANDINO S A** | **130,515****49,815** | **345,906****163,671** | **1,568,724****901,844** | **1,940,794****1,029,096** |
| **SOC ANONIMA VINA SANTA RITA** | **1,286,299****438,354** | **1,358,226****469,638** | **1,930,132****761,275** | **1,902,640****726,912** |
| **VINA LUIS FELIPE EDWARDS LIMITADA** | **2,331,300****908,430** | **1,900,156****709,380** | **3,041,720****1,095,015** | **1,779,256****694,374** |
| **VINA ERRAZURIZ S A** | **1,760,725****213,681** | **1,828,524****222,890** | **1,445,196****200,398** | **1,404,943****170,316** |
| **VINA INDOMITA SPA** | **792,805****295,695** | **818,552****270,596** | **1,030,630****417,850** | **1,404,101****604,332** |
| **VINA MAYCAS DEL LIMARI LIMITADA** | **140,489****34,641** | **846,307****208,679** | **1,766,380****431,735** | **1,204,997****292,325** |
| **VINA SAN ESTEBAN S A** | **1,071,683****400,329** | **652,263****257,931** | **746,254****255,375** | **1,081,565****350,118** |
| **SOC VINICOLA MIGUEL TORRES SA** | **241,180****46,935** | **637,095****115,787** | **936,359****163,717** | **1,030,143****203,697** |
| **VINA MAOLA SPA** | **21,756****10,584** | **155,937****81,972** | **880,052****479,853** | **1,021,559****515,484** |
| **総輸出額****総輸出量****リットル当たりの単価ドル** | **161,638,557****55,263,978****2.92** | **154,652,424****54,863,847****2.82** | **173,433,869****62,741,530****2.76** | **159,588,965****56,733,542****2.81** |

**出所：チリ中央銀行　上段：輸出額　ドル　下段：輸出量　リットル**

**「要因５」パイオニア的役割を果たした個人**

**チリワインの対日輸入においては、上記の組織による輸入促進活動に加えて、個人も活躍した。ここでは２名を紹介する。**

1. **日本ワイン販売（株）社長渡辺正司氏**

**１９８０年代のボトルでのチリワインの輸入と言えば、表１０に示したように、**

**１９８５年には、２，２５９ケースと微々たるものであったが、８６年、９，３８４ケース、１９８７年１１，２１２ケース、１９８８年、７，７３６ケースと少量ではあるが、急激に伸びた。急増の原因は、愛知県豊橋市で木材業を営む渡辺正司氏の輸入によるものである。同氏は、日本ワイン販売（株）を立ち上げ、チリの輸出業者のベルナルド・べベル氏とサンパペドロ社の輸出部長のダグラス・ムーライ氏の協力を得て、細々ではあるが、輸入を始めた。チリには、何度も足を運び、本格的にボトルワインの輸入を始めた。しかしながら、当時は、チリワインと言えば、バルクワインで、日本のワイナリーがミックスして、日本製と称して販売していた時代であった、そのためチリのボトルワインの知名度は極端に低かった。そこで、同氏は、豊川稲荷の参拝客にお土産として販売するアイデアを考えた。ラベルも「成田詣」や「イナリワイン」に替えた。またチリの女性をワインのプロモーターとして日本に招き、展示会、デパート、酒屋さんで積極的にプロモートした。サンペドロ社の高級ワインのCastillo de Molinaも輸入した。１９９０年から１９９２年まで、ＦＯＯＤＥＸに単独出品し、Santa Helena社、 Errazuriz Panquehue社、 Manquehue Rabat社のプロモートも行った。同氏はまさにチリワイン普及のパイオニアと言えよう。**

1. **和田恒多氏**

**和田氏は、２００１年にチリに渡り、２００３年にチリ・カトリック大学の醸造学部でワインづくりを学んだ。最初はバルクワインのネゴシアンとしてチリのバルクワインをドイツ、米国向けに輸出する仕事に従事した。**

**２００６年に日本に戻り、会社を興し、通販酒販免許と酒類卸免許を取得、チリワイン専門ショップ・ユヤイを開店した。小規模生産者の優良ワインの輸入卸、ネット販売および上野で店頭販売を5年ほど続けた。チリの小規模生産者のワインは、自社で輸入し、また、大手のワイナリーは日本のインポーターから仕入れた。その間、チリワインの専門性から、日本のワイン専門雑誌や大手雑誌のワイン企画にも多数記事を寄稿した。**

**自社輸入ブランドは３０生産者以上、日本国内仕入れは、ほとんどのチリワインを扱っていた。のべ５００種類以上のチリワインを扱う日本唯一のチリワイン専門店で、卸免許も取得していたため、特に小規模生産者の高品質ワインは、大手百貨店、ワインショップ、レストランに納品していた。**

**２０１１年の震災後、家族でチリに戻ることを決意し、徐々に店じまいを行い、現在はワイン造りに注力している。２００８年から現在の三菱食品のチリワイン・エージェントを担っている。生協初のPBワインを開発し、和田氏の顔入りで全国の生協で和田氏の作るワインを三菱食品経由で納品している。**

**同氏は、ワイン造り、ワイン輸出、ワイン輸入、ワイン卸、ワイン小売り（通販／店頭）と、ワインに関するほぼすべての工程に関わってきた経験を活かし、パートナーと協力し、チリワインの世界への輸出を手掛けている。このように、同氏は、チリの中小ワイナリーの対日輸出に多大なる貢献をしたと言えよう。**

**「要因６」　　ジェトロの活動とその貢献**

1. **筆者の駐在時代**

**１９８４年１２月から１９９９年６月まで、ジェトロのサンテイアゴ事務所長として４年半チリに駐在した。当時のチリワインの対日輸出は、今から考えると信じられないくらいごく少量であった。当時、日本のワイン会社や商社はチリのバルクワインを輸入し、日本のワインとミックスして日本の消費者には「日本製」として売っていた。したがって、チリワインのアイデンテイテイが存在しなかっった。それゆえチリのワイナリーは、ボトルワインの対日輸出を強く望んでいた。しかし、チリワインの知名度はほぼ無きに等しかった。チリ政府やチリのワイナリーにとって、バルクワインではなくボトルワインの対日輸出は、悲願であった。**

**表１０　当時のチリワインの対日輸出の統計を見ると下記の通りである。**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **年** | **ボトルワイン** | **バルクワイン** |
| **１９８５年** | **２，２５９ケース（２９千ドル）** |  |
| **１９８６年** | **９，３８４ケース（１２７千ドル** | **１，０２２千リットル（４４９千ドル）** |
| **１９８７年** | **１１，２１２ケース（１３０千ドル）** | **２，０５９千リットル（１，１２６千ドル）** |
| **１９８８年** | **７，７３８ケース（１３７千ドル）** | **２，４８１千リットル（１，３２１千ドル）** |

**出所：通関統計**

**そこで筆者は、何とかしてチリワインの対日輸出に協力したいと考えた。まず身近なところで、ジェトロが持つ媒体である「通商弘報」（日刊貿易情報紙）にチリワイン事情につき多数執筆した。ボトルワイン、水産物等日本への輸出が可能な産品の輸出事情につき、積極的に執筆し、１９８６年、１２本、８７年、１５本、８８年、２４本、８９年上期、１４本が掲載された。次に、チリのワイナリーや輸出業者への働きかけが重要との判断で、チリのワイン輸出業者に対する対日輸出セミナーの実施することにした。アルゼンチン対象のプログラムではあったが、本部に働きかけ、チリにもワインの専門家に来てもらうことになった。１９８６年２月には、有坂芙美子氏（ビノテーク誌編集長）、１９８６年６月、田崎真也氏（ソムリエ日本一、後に世界一）を招へいし、チリのワイナリー訪問やチリのワイナリー対象の「対日輸出セミナー」をプロチレ（チリ貿易発展局）と協力して組織した。**

**当時、日本ワイン販売（株）の渡辺正司社長とのチリワインの対日輸出に向けての共同事業を手掛けたが、これについては、チリワイン普及に果たした個人の所で紹介した。**

**最後に、失敗に終わったワインプロモーションについて紹介する。１９８８年のチリワインの収穫祭に日本のNHKとテレビ朝日（両社ともブラジルに）特派員事務所を構えていた）を招待する計画を策定し、Concha y toro社と San Pedro社の予算で実現寸前まで進んだが、パナマのノリエガ将軍事件が発生し、幻に終わった。**

1. **ジェトロ貿易開発部の事業**

**ジェトロの貿易開発部は、発展途上国の輸出振興や産業開発を支援する部門であるが、１９９５年以降、ブラジルやアルゼンチンのみならず、チリのワインやサーモンの対日輸出に協力するためのＰＬＡＮ事業を行った。その内容は、ラテンアメリカの日本市場でのプレゼンスをあげるためにFOODEX（国際食品・飲料見本市）でのナショナル・パビリオン設置への協力やボトルワインとサーモンを対日輸出重点品目に選定し、支援することであった。結果的には、この選択と集中作戦が効を奏したと言えよう。当時のプロチレの東京事務所長のDARIO GUZMAN氏は、昔、ジェトロ・サンテイアゴに勤務していたこともあり、協力関係は極めて緊密であった。①対日輸出有望産品発掘専門家をチリに派遣し、FOODEXチリブースへの出品を目指す企業の対日輸出有望産品の発掘、②プロチレのイニシアティブによりワインを含むチリ産食品の対日売り込みミッションのためのビジネスマッチングの実施、③ワインを含む食品の「パッケージ改良支援事業」の開始（１９９６年～２０００年）　PROCHILEがチリ産品の対日輸出を強化したこともあり、ジェトロは、側面的にチリの対日輸出を支援するために、パッケージングの専門家である当時雪印乳業に勤務していた佐々木敬卓氏をチリに数年にわたり継続的に派遣し、現地企業の指導を行った。**

1. **稲葉公彦所長の時代（１９９６年４月～１９９９年９月）**

**まず、最初に行ったことは、１９９６年１０月～１１月　チリの食品・飲料製品の対日輸出可能性を探るために、池田公俊氏（K.I.M.コンサルタント社社長、いかりスーパーマーケット元商品開発部長）をジェトロ専門家としてチリに派遣したことである。池田氏の帰国後の提言により、１９９７年３月にいかりスーパーマーケットの行光博志社長を団長とする「訪チリ食品買い付けミッション」の派遣が決まり、ジェトロ・サンテイアゴが受け入れた。BALDUZZIとBOUCHONという２つのワイナリ―から買い付けた。BALDUZZIのワインは、２０年以上にわたり、いかりスーパーマーケットのプライベートブランドとして定着している。**

**さらに、１９９８年３月　ジェトロは、再度行光社長を団長とする買付ミッションをチリに派遣し、5つのワイナリーから買い付けた。**

**その後、別のダイエー向けに食品輸入を行っている企業の方を専門家として、ジェトロ**

**はチリに派遣した。その際には、30前後のワイナリーからサンプルを集めて、ワインの試飲会を実施、その中からかなりの数を選んで、同専門家からダイエーに提案してもらった。**

1. **内尾雄介所長時代（１９９９年９月～２００２年１１月）**

**当時、食品パッケージング改良支援事業（１９９６年～２０００年）というプログラムがあり、同じ専門家を継続的に派遣し、パッケージングの改善を指導した。**

**加えて、オーガニックワイン、オーガニック食品の対日支援プログラムがあり、オーガニックのワインや加工農産物の対日輸出有望産品発掘にも乗り出した。オーガニック認証と同産品発掘の本部派遣専門家2名（山口ジュリア氏と丸山豊氏）を受け入れ、チリ国内を巡り、発掘した産品を貿易開発部が日本国内のオーガニック食品見本市に出品した。**

1. **大久保敦所長時代（２００２年１１月～２００８年４月）**

**大久保所長の時代は、日本チリのＥＰＡ締結で関税が段階的に削減された時代であった。**

**PROCHILEとチリワイン協会（Wines of Chile）は共同で日本のワインEducatorや著名なソムリエ、ワインジャーナリストを定期的に招聘してブランドイメージ確立を図った。有坂芙美子氏や田辺由美氏などが招へいされた。招聘者も欧米のワインの知見はあっても新世界ワインの情報は限られていたため、利害が一致したものである。プロチレとチリワイン協会は、当時日本市場開拓に成功したオーストラリアをべンチ・マークに彼らの取り組みを研究していた。**

**大久保敦所長の貢献は当時、日本とのＥＰＡ締結を契機としたワイナリーや業界団体から寄せられた数多くの相談に応じ、通商弘報でワイナリーを紹介し「チリワインの世界」というＷＥＢサイトを立ち上げたことである。同サイトはソニー出身者にＷＥＢサイト作成を依頼し、チリワインの歴史、ワインバレーと各ワイナリーマップ（各ワイナリーＷＥＢサイトとリンク）、産地呼称やワイナリー、国際コンクール受賞情報、写真集等をワンストップで紹介したものである。その狙いはチリワインの世界の体系的に紹介してブランドイメージを確立することにあった。 当時チリワインの世界を体系的に紹介する日本語がなく、同サイトはチリ、ワインでGoogle検索するとトップになっていた。後述するWines of Chile(チリワイン協会)よりかなり以前のイニシアテイブであった。**

**しかし、その後数年後に、同サイトは廃止されたものの、チリワインのイメージの確立・普及に大いに貢献したと考えられる。**

**「要因７」　PROCHILEの活動と偉大なる貢献**

**チリ外務省の輸出振興機関であるプロチレ（チリ貿易発展局）の偉大なる貢献は決して忘れてはならないものである。ワイン関係に携わる人々やジェトロ関係者は必ずプロチレの活動を高く評価する。プロチレの業務は、チリのあらゆる輸出可能品目を世界に輸出することである。**

**プロチレは、１９７４年、チリ外務省の１局（国際経済関係総局〉として発足し、チリの輸出振興を担っている。現在４２カ国に５６の海外事務所を設置している。東京にもずいぶん昔から大使館の中に事務所を構えている。プロチレは、輸出産品の発掘、輸出マーケテイング調査、海外見本市への参加支援、売り込みミッションの派遣、海外バイヤーズの誘致、ビジネスマッチング等である。**

**今回も取材のため東京のプロチレ事務所のハイメ・リベラ氏と意見交換を行い貴重なデータを入手することができたが、過去の日本へのワイン関連のミッションの派遣、食品・飲料関連の見本市の参加・組織実績のリストは、残念ながら入手することはできなかった。**

**そこで、ここでは２つの例を紹介する。最初の例として、日本で最大の国際食品・飲料見本市のオーガナイザーである日本能率協会に依頼し、過去４４回の外国出展者の記録をチェックした。ここでもすべての出品者カタログは揃わなかったが、ジェトロが発展途上国の企業に対し支援を開始した頃からのデータを調査した結果が、表１１である。ジェトロブースと言うのは、ジェトロが支援した出展で、ナショナル・パビリオンと言うのは、プロチレ自身がチリ企業のために組織・参加したものである。２００１年以降、２００７年まで連続して、チリ・ナショナル・パビリオンを構えた。その間、８４社のチリ企業が出展したが、そのうち、ワイナリーの参加は、３０社と全体の３６％に及んだ。これに加え、プロチレは、調査、貿易相談、ミッション派遣、ビジネスマッチング、ジェトロとの強力事業等で、極めて熱心に対日市場攻略のために最大限努力した。**

**表１１　チリのFOODEXへの参加状況**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年** | **参加形態** | **出展社数** | **うちワイナリー数** |
| **１９９８** | **ジェトロブース** | **８社** |  |
| **１９９９** | **ナショナル・パビリオン** | **８社** |  |
| **２０００** | **不明、資料はないがおそらく出展したものと思われる** |  |  |
| **２００１** | **ナショナル・パビリオン** | **２３社** | **６社** |
| **２００２** | **ナショナル・パビリオン** | **９社** | **３社、** |
| **２００３** | **ナショナル・パビリオン** | **１４社** | **４社** |
| **２００４** | **ナショナル・パビリオン** | **１６社** | **８社** |
| **２００５** | **ナショナル・パビリオン** | **１１社** | **５社** |
| **２００６** | **ナショナル・パビリオン** | **９社** | **２社** |
| **２００７** | **ナショナル・パビリオン** | **２社** | **２社** |
| **２０１０** | **ジェトロブース** | **２社** |  |
| **２０１１** | **ジェトロブース** | **２社** |  |
| **２０１３** | **ナショナル・パビリオン** | **４社** |  |
| **２０１７** | **ナショナル・パビリオン** | **８社** |  |

**プロチレに加え、Wines of Chile A.G.(チリワイン協会)についても触れておこう。この組織は、２００７年４月に設立された。Wines of Chile　A.G.とチリブドウ協会（Chile Vid A.G.）が合併したものである。目的は、チリのワイン産業の協会活動を統合し、チリをプレミアム・ワインのナンバー１のプロデユーサーにすることである。そのためにマーケテイングやプロモーション活動を行っている。海外事務所として、米国（ニューヨーク）、カナダ（トロント）、ブラジル（サンパウロ）、英国（ロンドン）、中国（上海）に事務所を構えている。**

**第２の例は、プロチレがWines of Chile等との共催で行っている「Chile Food Wine & Travel」という大規模なイベントである。２０１６年８月には、八芳園で、２０１７年１０月には、コンラッドホテルで、２０１８年１１月には目黒の雅叙園で行われた。目的は、チリの高級ワインの普及、チリ食品や観光の紹介にある。２０１７年の例を見ると、ワイン等の展示会・試飲会、ワインや観光のセミナーからなっている。その際のセミナーでは、プロチレ東京事務所とWines of Chleが、前述の田辺由美著の「テロワールに恵まれたチリワイン」を発行し、お披露目をしている。**

**チリが日本市場で成功を収めることができたのは、最初に説明した４つの一般的な理由に加え、ここに紹介した７つの要因が相互にうまく機能し、シナジー的に効果を発揮したものと言えよう。**

**「そして今後の課題・チャレンジは」**

**チリの最初の念願は、バルクワインからボトルワインへのシフトとそれに伴うチリワインのブランド確立であった。この点については、チリワインは、日本市場のみならず、世界市場で成功したと言えよう。しかし、次の課題・チャレンジは、安価なワインからより高価なワイン、より高品質のワインへシフトすることである。アサヒビールが数年前に、「アルパカワイン」と言う名称で非常に安価なワインを売り出した。このことは、日本市場でのワインの普及には繋がったが、より高級なワインへのシフトを目指すチリ政府やチリのワイナリーにとって必ずしも歓迎されていないという意見もある。**

**表６を見れば、中国、韓国、ロシアなどでチリワインの需要が今後とも高まることが予想される。前述のWines of Chileも中国でのプロモーションには、相当のエネルギーを投入している。２０１６年以降、デジタル・マーケテイング・キャンペーンを展開し、中国人の消費増に着々と成果を上げつつある。またアジア諸国でもワインを飲む人口が増加することが考えられる。したがって、今後とも日本としては、安価なワインを求め続けることは難しくなってくるであろう。プロチレやWines of Chileもチリの高級ワインのプロモーションに力を入れることになろう。**

**以　　　　　　上**