

# アメリカの「国民酒」は何か ライト化・缶入りワインのトレンド

アメリカも、コロナ禍でロックダウン（都市封鎖）が始まり、Stay homeに伴い酒量が増えた。日本と同じだ。オンラインショップでは前年比2倍増を記録した。

アメリカの「国民酒」は何か。一番沢山飲まれているのはビールである。金額では全体の45%を占める。スピリッツは38%、ワインは17%である。20年間で、ビールのシェアは56%から45%に低下、これに対し、スピリッツは28%から38%に上昇した。ワインは16～17%で変わらず。スピリッツの伸びが一番大きい。

アメリカの国民酒はスピリッツと言えよう。ビールは万国共通であり（日本も40%）、「国民酒」論の範疇の外としたい。スピリッツの内訳をみるとアメリカの風土が見える。一番多いのはウオッカであるが（表の注参照）、次はトウモロコシを原料とするアメリカンウイスキー（バーボン）である。そして国境を接するメキシコ、カナダから入ってくるテキーラ、ラム、カナディアンと続く。これらも郷土色が強い。スピリッツは、マティーニ、ダイキリ、マンハッタンなど、カクテルで飲むことも多い。

多様性があるが、バーボンが一番アメリカ的であろう。トウモロコシは広大な中西部で生産され、アメリカ最強の農産物である。バーボンはアメリカの風土を体現し、しかもたくさん飲まれているので（ウイスキーの4割）、アメリカの国民酒と言って過言ではあるまい。なお、バーボンを最初に造ったのはケンタッキー州バーボン郡の牧師さんと言われる（1789年合衆国発足の年）。

ビールのブランドが大変化している。筆者が若いころ、1980年代、アメリカに頻繁に入りしていたとき、よくビールを

飲んだ。「バドワイザー」だ。美味しいと思った。しかし、バドは労働者のビールだ、エリートは「クアーズ」を飲むと言われ、時々飲んだ。コロラド州ロッキー山脈の清冽な水で造ったクアーズは軽い味がした。当時はバドワイザーが業界の巨人で、クアーズは小人であった。しかし、今はライト化が進み、「バド・ライト」が最上位、「クアーズ」が続く。昔ながらのバドはかなり後塵を拝している。ライト化は若者のアルコール離れと共に、大きな潮流になっている。

もう一つの注目点は、「缶入りワイン」の登場だ。スーパーマーケットには色とりどりの缶入りワインが並んでいる。350ml、500mlの1回で飲み切れるサイズが好まれている。流行だ。ワインがカジュアル化したのであろう。

アメリカの酒事情を語るとき欠かせないのは、1920年代の「禁酒法」時代であろう。禁酒法下も、酒の量は減らなかったと言われる。国境を接するメキシコから入ってくるテキーラ、カナダから入ってくるカナディアンが多かった。もどきのお酒もたくさん造られ、酒文化が花開いたようだ。

この時代も、「カクテル黄金時代」（1860年代～禁酒法時代）が続いた。キッチン・ドリンカーもカクテルを飲んでいたようだ。カクテルはアメリカの国民酒を語る上で欠かせない。

さて、日本酒の進出も話題から欠かせない。大関、宝酒造、月桂冠をはじめ、現在約30社が現地進出している。現地生産は年間約1万9,000kl（推定）である。日本からの輸入も6,000klある。合計2万5,000klだ。金額では3億4,000万ドルである（酒類市場の0.5%）。アメリカは清酒の潜在市場として無限大だ。

アメリカの動向は、日本に何を示唆するか。飲み方も変わり、容器やデザインの変化が求められている。新しいマーケティングのときであろう。

■アメリカの飲料アルコールの売上高

		ビール	スピリッツ	ワイン	計
売上高 (億ドル)	1999年	212	107	60	379
	2019年	337	290	130	767
シェア (%)	1999年	56	28	16	100
	2019年	45	38	17	100

注:スピリッツの2019年内訳はウイスキー103億ドル(American40億ドル、Canadian21億ドル、Scotch24億ドル等)、ウオッカ66億ドル、ラム23億ドル、テキーラ34億ドル、ジン9億ドル、ブランデー27億ドル等である。  
出所: Distilled Spirits Council of the U.S. 資料, Feb.12, 2020.