

# 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

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

※本書に記載している内容は、文中に特別な記載のない限り、2012 年 8 月までに実施した現地調査の情報に基づくものです。

【免責事項】ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性に知らされていても同様とします。

## 目次

はじめに .....	2
日米の商習慣の違いに注意を（米国） .....	3
輸入業者が重要な位置づけ（香港） .....	7
酒類の流通に係る複雑な規制が問題（1）（韓国） .....	11
酒類の流通に係る複雑な規制が問題（2）（韓国） .....	15
アンケートのお願い .....	17

## はじめに

日本から農林水産物・食品を輸出するにあたり、流通（物流）や、現地市場での価格競争が課題となるとの声が寄せられています。こうしたなか、主要国・地域における流通（物流）やそのプロセス毎のコスト構造を明らかにするため、主要国・地域における流通構造調査を実施いたしました。

本報告書は、日本の中小企業の皆さま向けに作成しておりますが、農林水産物・食品輸出に取り組む方のみならず、農林水産物・食品産業に関わる皆さまのお役に立てば幸甚です。

2012年10月

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

## 日米の商習慣の違いに注意を（米国）

（ロサンゼルス事務所発）

ロサンゼルスでの日本酒の流通実務の実態について、2012年6月に、日本酒の輸入・卸売取扱関連業者数社にヒアリングを行った。日米間で異なる商習慣の違いにより、日本企業が契約を逃している事例や、今後の当地への日本酒の販売の拡大可能性などについてレポートする。

## 〈利益上乗せの計算方法の違いに注意が必要〉

日米間で異なる商習慣として、まず米国では卸売業者（売り手）から小売業者（買い手）にモノを売る際、例えば小売業者から「130ドルで消費者に売り、そのうち30%をこちらで（利益として）取るから、そのような売値を持ってくるように」といわれたら、原価を  $130 \text{ドル} \times 70\% = 91 \text{ドル}$ 、小売業者の取り分が  $130 \text{ドル} \times 30\% = 39 \text{ドル}$  という計算となり、卸売業者は91ドル以下の売値で持っていかなければならないことを意味する。

このような場合、100ドル（ $100 \text{ドル} \times 130\% = 130 \text{ドル}$ ）で小売業者に持っていくと、約束が違うと怒られる。米国の商習慣に伴う計算方法の違いに慣れていない日本の企業がよく犯す間違いであり、注意が必要である。

この背景として、米国では大型小売業者の力が強く、価格支配力を持っているのに対し、日本ではメーカーの力が強く、メーカーが価格支配力を持っていることが挙げられる。ちなみに南カリフォルニアでは、小型小売業者の名前が市場では聞かれないほど、大型小売業者によって市場が占められている。

その結果、米国では小売業者を基準として、上記の例では消費者への売値130ドルの内訳が利益30%（39ドル）、原価70%（91ドル）となる。日本ではメーカーに近い卸売業者を基準として、小売業者の原価100%（100円）、利益30%（30円）という考え方となる。

## 〈小売価格は輸入品で生産者出荷額の約4倍、現地生産品は約3倍〉

日本の生産者の出荷額が100である場合、当地の輸入業者の手に渡ったところで約140になる。一方、南カリフォルニアでは、日本酒の現地生産を行う卸売業者も多く、現地生産の出荷額はその時点から始まることになる。つまり、出荷額が日本と同じ100なら、日本からの輸入品は約4割高い値段からの競争となる。

その後、輸入された日本酒の価格は、一般的に輸入業者が約 15%、卸売業者が約 25%、小売業者が約 40%のマージンを乗せ、消費税なども加味すると、消費者が購入する価格は約 400 と生産者の出荷額から 4 倍になる。一方、現地生産の日本酒価格は約 300 と 3 倍になる。

米国では輸入業者と卸売業者が同一業者の場合も多く、その場合はそこで約 30%を取ることで、間に入る業者が少ないことで、消費者の購入価格もその分安くなる。

なお、小売業者の取る割合が約 40%と多いが、これは前述のとおり、当地では小売業者の市場支配力が強いからである。

ちなみにこの計算結果は、日本酒に限らずほかの商品でもほぼ同様になること。

#### 〈商談での価格提示は最初からベストプライスで〉

また、小売業者との商談の際に注意することとして、幅を持って値段を考えずに、最初からベストプライスを出したほうが良いと聞く。例えば業者から「高い」といわれたら、それは商談が破談したと思ったほうがよい。高いといわれた後で、「では〇〇ドルでは」と、最初の値段より安い値段を提示した場合、相手からは信用できないと思われ、それ以降、商売が継続できなくなるリスクもあるという。

米国の小売業者は、基本的に値切る習慣がない。その根底には、輸入業者や卸売業者が商談に売れない値段でモノを持ってくるのは愚かだという考え方がある。ただし、端数（日本円で5円くらい）の中での値切り交渉はあるようだ。

#### 〈輸入・卸売業者が運営する飲食店でのアルコール提供は不可〉

なお、米国は酒の取り扱いについて非常に厳しい規則がある。これは、過去に禁酒法が制定されたり、酒による収入がマフィアの収入源になっていたことから、厳しい取り決めが行われてきたことによるものと考えられる。

輸入日本酒を消費者に安く提供するためには、消費者に届くまでの流通過程で携わる業者数を減らし、中抜きを少なくすることだが、当地では輸入業者や卸売業者が飲食店を運営してアルコールを提供することが禁止されているので、

Copyright © 2012 Japan External Trade Organization, JETRO. All rights reserved.

禁無断転載

注意が必要である。

#### 〈今後の日本酒の拡大可能性〉

当地では日本酒の約 8 割が現地生産されており、うち約 9 割が料理用などの業務用として利用されている。当地では日本酒をホットで飲むのが一般的だが、「冷やで飲む日本酒は良い日本酒、ホットで飲む日本酒は悪い日本酒」というイメージがある。それは飲食店で提供されるホットの日本酒の多くに、現地生産の業務用が使われているためだといわれる。この「ホットで飲む日本酒は悪い日本酒」というイメージを払拭し、良い日本酒はホットで飲んでもおいしいという認識が変われば、輸入日本酒の販売が拡大するのではないかと考えられる。

また、現在日本酒は主に飲食店で飲まれており、まだ家庭ではあまり飲まれていない。それに、米系の小売店の多くでは、良い日本酒が売られていない。当地の人々が家庭で日本酒を飲むようになれば、日本酒の販売量は大きく増加するといわれる。

米国で日本酒の販売拡大をするためには、日米の商習慣の違いを十分に認識し、商習慣の違いを知らなかったために破談になったような商談を、極力減らすことが望ましい。

(中川 健太郎)

## 米国

## 日本酒の流通経路・時間

表1. 流通（物流）経路、時間、および商慣習

流通（物流）経路	所要時間 （日数）	備考
生産者 ↓ 問屋	2-3日	
問屋 ↓ 輸出業者	5-7日	コンテナに掲載し、コンテナが船に載るまで
輸出業者 ↓ 通関（港）	7-10日	船に載せてから出船まで
輸送（船）	14日	
通関（港） ↓ 輸入業者	3日	
輸入業者 ↓ 卸売業者	0日（1日）	輸入業者＝卸売業者の場合が多い
卸売業者 ↓ 小売業者	1日～	翌日より出荷可能
小売業者 ↓ 一般消費者	1日～	

（資料）ロサンゼルス食品コーディネーター、日系の日本酒輸出業者へのヒアリングよりジェトロ・ロサンゼルス事務所作成  
Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 米国

## 日本酒の流通費用

表2. 流通（物流）費用（一般概算）

場面	コスト					商慣習等	
	項目	（税）率等	計算内容	出荷額=100	輸入価額=100		
生産者 ↓ 問屋	出荷額			A	100		
	輸送費等	10%	$A \times 1.10$	B	110		
問屋 ↓ 輸出業者	輸送費等	18%	$B \div (1-0.15)$	C	130	米国では15%抜くと言う	
通関（港） ↓ 輸入業者	基本関税	2%	$C \times 1.02$	D	133	全体で2%と仮定 ・基本関税3セント/l ・輸入酒類物品税2.1セント（750mlボトルの場合） ・酒税5.3セント/l	
	通関手数料	5%	$D \times 1.05$	E	140	全体で5%と仮定	
輸入業者 ↓ 卸売業者	マージン等	18%	$E \div (1-0.15)$	F	165	15%抜く	
卸売業者 ↓ 小売業者	マージン等	33%（43%）	$F \div (1-0.25)$	G	220（200）	157（143）	25%抜く。輸入業者＝卸売業者の場合（括弧内）、Eから30%抜く
小売業者 ↓ 一般消費者	マージン	67%	$G \div (1-0.40)$	H	367（333）	262（238）	小売店の場合、40%抜く。飲食店の場合、3倍の価格となる。
	付加価値税	8.75%	$H \times 1.0875$		399（362）	285（259）	

（注）表は複数の業者へのヒアリングにより概要をまとめたものであり、全ての業者に当てはまるものではなく、また表で記されている諸費用を全て網羅しているわけではない。なおこの表は、日本酒特有の諸費用を除けば、一般的な商品で当てはまるものである。

（資料）ロサンゼルス食品コーディネーター、日系の日本酒輸出業者へのヒアリングよりジェトロ・ロサンゼルス事務所作成  
Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 輸入業者が重要な位置づけ（香港）

（香港事務所発）

香港での小売業の流通は、一般的に、輸入業者→小売業者→消費者という単純な構造となっているため、香港側でのさらなる流通コスト削減はあまり見込めない。香港への輸出を検討する際には、小売業者のみならず、小売業者と取引のある輸入業者が重要な位置づけとなることから、事前に商流を調査し把握した上で、最善な商流を構築していくことが必要だ。

### 〈輸入業者から仕入れるケースが主流〉

香港の百貨店や量販店のような小売業者が日本から日本酒を輸入する際は、香港の輸入業者に、日本への商品発注、通関手続き、香港内運搬などの業務をすべて一任することが、一般的である。つまり香港の百貨店や量販店は輸入業者だけと取引をしており、日本側の詳しい流通経路や流通コストをあまり把握していない。

日本の生産者による商談会や売り込み営業などを通じて、百貨店や量販店が商品を気に入った場合は、輸入業者経由で日本の輸出業者（または生産者）と価格などの交渉を進めていく。流通経路は、日本の生産者→輸出商社（複数の卸売業者が入る場合あり）→香港の輸入業者→小売業者といった経路が一般的である。

香港の輸入業者と小売業者の間に卸売業者が介することはほとんどなく、流通経路は単純だ。流通日数は、百貨店や量販店が輸入業者へ商品を発注後、日本の生産者が商品を出荷してから香港の小売店舗に納品されるまでに約10日間かかる。

香港で店舗数の多いワイン専門店など酒類専門の小売業者は、上述の百貨店や量販店と同様に輸入業者から仕入れているケースが多い。一方で、日本酒を専門に取り扱う小売業者の中には、百貨店や量販店の流通経路とは異なり、日本の生産者と直接取引（直接発注）を行っている形態もある。その場合、運搬にかかる手配と手続きを輸入業者へ業務委託（手数料払い方式）をして、商品を仕入れている。日本の生産者が商品を出荷してから、香港の小売店舗に届くまで約8日間かかる。これは日本国内と香港で、卸売業者の仲介なしで直接取引をしているため、百貨店や量販店ルートに比べ、流通日数が約2日間短くなっている。ただ、このような流通形態で日本酒を取扱う香港の酒専門店はごく

Copyright © 2012 Japan External Trade Organization, JETRO. All rights reserved.

禁無断転載

わずかである。

〈仕入れ価格の2～3割増で販売〉

香港の日本酒の関税はゼロで、また、アルコール度数30%以下の酒類は物品税もかからないため、日本から香港向けの日本酒輸出には大きな利点がある。

小売業者の販売価格は、概ね仕入価格の20～30%を上乗せしている。百貨店での販売価格は、輸入業者経由で小売価格を指定されるため、基本的には指定価格で店舗販売をしている。

酒専門店の運搬委託の例をあげると、日本－香港間の海上輸送と香港内の運送費用（通関コスト込み）は、合計で1取引1,000本当たり5万5,000円である。単位当たりでみると1パレット当たり8,000円、1本当たり約55円となる。

なお、輸入業者からの仕入価格は、百貨店や量販店ともに、輸入業者から価格提示を受けた後、交渉の上決定される。取引価格は為替相場も影響するため、発注の都度（1取引ごとに）、変動する。一方、酒専門店では、生産者と直接交渉の上、価格を決定していることから、交渉次第では生産者の小売希望価格を直接反映することも可能だろう。

（川原 新一郎）

## 香港

## 日本酒の流通経路・時間

表1. 流通（物流）経路、時間、および商慣習

百貨店			量販店			酒専門店（卸売兼小売）		
流通経路	所要日数	備考	流通経路	所要日数	備考	流通経路	所要日数	備考
生産者（蔵元） ↓ 輸出商社 （指定倉庫）		当小売店では香港輸入商社との取引のみしか把握していないため、日本での流通日数等の詳細は把握していない	生産者（蔵元） ↓ 船会社 （指定倉庫）	2日	蔵元へ注文が入ってから、香港の小売店へ届けられるまで約14日間	生産者（蔵元） ↓ 船会社 （指定倉庫）	1日	
輸出商社 （指定倉庫） ↓ 輸出通関、船積み 〔全国の貿易港〕			船会社 （指定倉庫） ↓ 検疫・船積み 〔全国の貿易港〕	1日		輸送（海運）	3日	日本→香港間の海運日数（4日間の場合もある）
輸送（海運）	4日	月に2回の頻度で、当社で取り扱う日本酒が香港の港に輸入される。取扱いの輸入業者、日本の出発港はさまざま。	輸送（海運）	4日		通関〔香港〕 ↓ 輸入業者	1日	・輸入業者が指定の船会社を使用 ・輸入業者へは、運搬委託のみ（運搬手数料のみ）
通関〔香港〕 ↓ 輸入業者 （指定倉庫）	1日		通関〔香港〕 ↓ 輸入業者	1日		輸入業者 ↓ 卸売兼小売業	1日	
輸入業者 （指定倉庫） ↓ 百貨店（店舗）	1日		輸入業者 ↓ 量販店	2日		卸売兼小売業 ↓ 小売業者 または飲食店	2日	・小売業者または飲食店に対して週に2回、配送 ・自社の小売店は、毎日営業
百貨店（店舗） ↓ 消費者	1日		量販店 ↓ 消費者	1日		小売業者 ↓ 一般消費者	1日	

（注）酒専門店のケースでは、生産者（蔵元）と直接取引（契約）の上、運搬のみを輸入業者および輸入業者指定の船会社に業務委託。運搬手数料を輸入業者および船会社に支払っている。

（資料）百貨店および量販店の購買担当者、酒専門店へのヒアリングによりジェトロ香港事務所作成

Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 香港

## 日本酒の流通費用（百貨店・専門店）

表2. 流通（物流）費用

百貨店						量販店					
場面	コスト				商慣習等	場面	コスト				商慣習等
	項目	(税) 率等	計算内容	輸入価額=100			項目	(税) 率等	計算内容	輸入価額=100	
生産者（蔵元） ↓ 輸出商社					生産者～輸入業者までの上乗せ単価は不明	生産者（蔵元） ↓ 船会社 （指定倉庫）					小売業者は、日本からの輸入を香港の輸入業者に一任していることから、国内商流および通関業務を把握していないのが現状
輸出商社 ↓ 輸出通関（日本）						船会社 （指定倉庫） ↓ 通関（日本）					
輸入通関（香港） ↓ 輸入業者	基本関税	0		100	関税ゼロ	通関（香港） ↓ 輸入業者	基本関税	0		100	関税ゼロ
輸入業者 ↓ 百貨店（店舗）	マージン	Y%		100(1+Y/100)	店舗までの輸送費込みでの価格にて、商品を仕入れる	輸入業者 ↓ 小売店	マージン	25 (30) %		100 X1.25(1.3)	125 (130)
百貨店（店舗） ↓ 消費者	マージン	20～30%		100(1+Y/100) X1.2(1.3)	輸入業者が小売業者へ出荷する際には提示された価格にて店頭販売する小売希望価格（指定価格）を提示	小売店 ↓ 一般消費者	マージン	20%		125(130) X1.2	150 (156)

（注）表は複数の業者へのヒアリングにより概要をまとめたものであり、全ての業者に当てはまるものではなく、また表で記されている諸費用を全て網羅しているわけではない。

（資料）百貨店および量販店の購買担当へのヒアリングよりジェトロ香港事務所作成

Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 香港

## 日本酒の流通費用（酒専門店）

表3. 流通（物流）費用

場面	コスト		商慣習等
	項目	(税) 率等	
生産者（蔵元） ↓ 船会社（指定倉庫）			船会社の指定倉庫まで運搬（運搬費用は蔵元にて負担）
船会社（指定倉庫） ↓ 通関（日本）			
通関（香港） ↓ 輸入業者	基本関税	0	関税ゼロ
	通関手数料		1取引あたり30,000円
輸入業者 ↓ 卸売兼小売	輸送費 (船賃+香港内運搬)		・ 国内卸売業者の仕入価格と同額で仕入れる
			・ 大体1取引あたり1,000本で5万5,000円の運送料（日本の港～当社で受け取りまで）を運送委託している輸入業者に支払う
卸売兼小売 ↓ 小売業者、飲食店 または一般消費者	マージン	20～100%	・ 飲食店や小売業者に出荷する場合、蔵元からの仕入価額に25～30%を上乗せ。
			・ 消費者に直接販売する場合は、50%を上乗せ。また、なかなか手に入らない銘柄は100%を上乗せ（仕入れ値の2倍）

（注） 表は酒専門店へのヒアリングにより概要をまとめたものであり、全ての業者に当てはまるものではなく、また表で記されている諸費用を全て網羅しているわけではない。

（資料） 酒専門店へのヒアリングよりジェトロ香港事務所作成

Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 酒類の流通に係る複雑な規制が問題 (1) (韓国)

(ソウル事務所発)

韓国へ日本から輸入される日本酒の流通経路は、生産者→卸売（輸出）業者→輸入卸売業者→（卸売業者）→小売業者/飲食店→消費者が一般的な構造である。流通経路は単純だが、流通の過程で厳しい規制が数多く存在する。流通経路と規制の内容を理解した上で、流通構造を見直すことにより削減できるコストがあるかどうか、新たに発生するコストを考慮し、トータルでコストを削減できるかを検討することが重要である。

### 〈原発事故にともなう安全性検査等規制がコストアップ要因〉

日本国内での流通は、生産者から輸出業者を経由するケースと、生産者が直接輸出するケースがある。輸出業者のマージンは10～20%とみられる。

また、韓国では2012年7月末現在、福島周辺の13都県で生産された食品の輸入に際しては、日本での放射線検査を義務付けており、その費用が生産者の負担となることに注意が必要である。

さらに、日本から輸入される食品はすべて韓国での放射線検査の対象となっている。韓国内での放射線検査の費用は韓国当局が負担するが、検査が終わるまでは保税倉庫に保管する必要がある、その保税倉庫保管料がコストアップの要因となる。

### 〈韓国内の流通には厳格な規制が存在〉

韓国における日本酒の流通経路は、輸入業者が小売店または飲食店に直接卸すか、または輸入業者が卸売業者に卸し、卸売業者が小売業者・飲食店に卸すケースが一般的だが、酒類の配送には厳しい規制が存在する。

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おり、さらに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。酒類を宅配便や郵便によって配送することも禁止されており、そのため小売店へは卸売業者による直接配送が一般的である。

決済に関しても厳しい規制がある。酒類卸売の決済は酒類専用カードで行うことが義務付けられている。そのためカード決済用の通信端末機を用意する必

Copyright © 2012 Japan External Trade Organization, JETRO. All rights reserved.

禁無断転載

要がある。月締めで決済する場合には、決済のたびに直接店舗を訪問しなければならない。これは遠方との取引を困難にし、また、決済者が夜しか出勤しない店も多いため、それが超過勤務の要因ともなっている。

日本から輸入される日本酒の小売業者は、①マート・量販店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、②飲食店、③百貨店の3つに大別される。マート・量販店や飲食店は、輸入業者または卸売業者から仕入れるが、百貨店は、輸入業者または卸売業者がテナントとして入り、販売するのが一般的である。新世界百貨店と現代百貨店は、輸入業者がテナントとして入店しているために、当該輸入業者が輸入した商品しか販売できない。テナント料は売価の35%以上で、販売員の人件費はテナントの輸入業者が負担する。

ロッテ百貨店は卸売業者がテナントして入店している。テナント料は売価の25%以上である。一方ギャラリア百貨店は、テナント形式と直営形式の両方が存在し、テナント経由での納入のほか、輸入業者から百貨店に直接納入することも可能である。

なお、酒類の通信販売は禁止されており、店頭で注文を受けても、既述したとおり、宅配便で配送することができない。そのため、店舗で販売可能なエリアは限られてくる。

(大澤 淳)

韓国

日本酒の流通経路・時間等

表 1. 流通（物流）経路、時間、および商慣習

流通（物流）経路	所要時間（日数）	備考
生産者 ↓ 卸売(輸出)業者	1～2日	日本国内の流通であり発地と卸売り業者の位置関係による
輸出業者 ↓ 通関〔港湾〕	4日～1週間	
輸送	平均4日	横浜港→釜山港を想定
通関 ↓ 輸入業者	1週～3週	新規取り扱い商品の食品検査：1～10日（2回目以降は2日程度） 放射能検査：1～2週間
輸入業者 ↓ 卸売業者	0～1日	輸入業者が卸売をするケースと輸入業者から（2次）卸売業者に卸売りをするケースがある
卸売業者 ↓ 小売業者／飲食店	0～1日	同上
小売業者／飲食店 ↓ 一般消費者	1日～数ヶ月	販売想定数量は、 小売店：多い店で、週10本程度 飲食店：多い店で日5～10本程度

（資料）㈱ダイヤモンドコンサルティングへのヒアリングよりジェトロソウル事務所作成

Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

韓国

日本酒の流通費用（生産者～輸入業者）

表 2. 流通（物流）費用

輸出形態	海上コンテナ（混載）
ロット	1ケース12本入り/50ケース

場面	コスト						商慣習等	
	項目	(税)率等	計算内容	価格(累計)(円)	出荷額=100	輸入額=100		
生産者 ↓ 卸売(輸出)業者	出荷額 輸送費等			800	A	100		
輸出業者 ↓ 通関〔港湾〕	マージン + 港湾への輸送費	10～20%	AX15%=120円	920	B	115	・ 1ケース：400円（メーカー負担） 15%と仮定	
輸送	輸出手続 + 輸送費	30,000円	30,000÷600=50円	970	C	121	・ 手続き：約20,000円 輸送費：1/パレット 約10,000円	
通関〔港湾〕 ↓ 輸入（卸）業者	輸入額			970	D	121	100	
	基本関税	15%	DX15%=146円	1,116	E	140	115	
	酒税	30%	EX30%=335円(F)	1,451		181	150	
	教育税	10%	FX10%=34円	1,485	G	186	153	・ 酒税の10%
	付加価値税	10%	GX10%=149円	1,634	H	204	168	
	検疫費用	20万W	14,286円/600本=24円	1,658	I	207	171	・ 1品目あたりの価格
	通関手数料	60万W	42,858円/600本=72円	1,730	J	216	178	・ 荷下ろし作業、保税倉庫、保税運送料、運送料の合計

（注）1. 通貨換算：1円=14ウォン（2012年8月1日現在）

2. 表はダイヤモンドコンサルティングへのヒアリングにより概要をまとめたものであり、全ての業者に当てはまるものではなく、また表で記されている諸費用を全て網羅しているわけではない。

（資料）㈱ダイヤモンドコンサルティングへのヒアリングよりジェトロソウル事務所作成

Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 韓国

## 日本酒の流通費用（輸入業者～）

表3. 流通（物流）費用

輸出形態	海上コンテナ（混載）
ロット	1ケース12本入り/50ケース

場面	コスト						商慣習等		
	項目	(税)率等	計算内容	価格 (累計) (円)	出荷額 =100	輸入額 =100			
輸入(卸)業者 ↓ 卸売業者	マージン等			2,007	K	251	207	<ul style="list-style-type: none"> <li>卸売価格 (M) の80% (残り20%が卸売業者のマージン) から仕入価格を除いた額が輸入業者のマージンとなる。輸送費込み。</li> <li>輸入業者は自社で輸入した商品のみ卸売可能</li> </ul>	
	付加価値税	10%	KX10%=201円	2,208	L	276	228		
卸売業者 ↓ 各小売店	マージン等			2,509	M	314	259	<ul style="list-style-type: none"> <li>卸売価格 (M) は輸入業者仕入額 (J) の45～60%が基本 (ここでは45%と仮定)。卸売業者のマージンは、販売価格 (M) の20%程度。輸送費込み。</li> </ul>	
	付加価値税	10%	MX10%=251円	2,760	N	345	285		
小売店 ↓ 一般消費者	大型マート ↓ 一般消費者	マージン	25%	NX25%=690円	3,450	O	431	356	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕入価格の2.5～3倍で販売される</li> <li>百貨店はテナント方式を採用</li> </ul>
		付加価値税	10%	OX10%=345円	3,795		474	391	
	飲食店 ↓ 一般消費者	マージン			6,900		863	711	
		付加価値税			8,280		1,035	854	
	百貨店 ↓ 一般消費者	マージン	35%	NX35%=966円	3,726	O	466	384	
		付加価値税	10%	OX10%=373円	4,099		512	423	

(注) 1. 通貨換算：1円=14ウォン（2012年8月1日現在）

2. 表はダイヤモンドコンサルティングへのヒアリングにより概要をまとめたものであり、全ての業者に当てはまるものではなく、また表で記されている諸費用を全て網羅しているわけではない。

(資料) 榊ダイヤモンドコンサルティングへのヒアリングよりジェトロソウル事務所作成  
Copyright © 2012 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

## 酒類の流通に係る複雑な規制が問題（2）（韓国）

（ソウル事務所発）

前回の報告のとおり、韓国内での酒類の流通に関してはさまざまな規制が存在し、コストアップの要因にもなっている。コスト削減には中間業者をできるだけ介さず、直接取引を行うことが有効だと思われるが、韓国では酒類に関わる業務の免許が細分化されており、各業務の専業が義務付けられている。コスト削減を検討するには、流通構造と規制内容を十分に理解した上で、流通構造を見直した際に実際にコスト削減できるのかを試算してみることが必要である。

## 〈専業の義務付けもコスト高の要因に〉

韓国の酒類に関する免許は、①輸入、②輸出、③卸売、④小売の4つに分類される。①の酒類輸入免許は、酒類の輸入と自社が輸入した商品の卸売り、②の酒類輸出免許は、韓国内で購入した酒類の輸出、③の酒類卸売免許は、韓国内で購入した酒類の卸売り、④の酒類小売免許は、酒類の小売販売を許可するものだ。

日本では、多くの酒類卸会社が、酒類のほかに食品も扱っている。同じ取引先（飲食店など）に販売する商材を増やすことで、相対コストが軽減されるという。しかし韓国では、上述のように専業が義務付けられており、酒類のみで、すべての運営経費を賄う必要がある。

さらに上記③の酒類卸売免許については、新設が認められていない。人口当たりの免許件数が地域ごとに決められており、既存業者の既得権益になっている。人口増加や廃業によって、新規発行免許の公募が行われることもあるが、競争率は相当高い。

スーパーマーケットや飲食店が直接輸入し、店舗に卸すことができれば、マージンなどのコストを削減できるものと思われる。2012年2月には酒税法施行令の改正があり、酒類輸入業と酒類小売業の兼業が認められた。しかしこの改正で認められた小売業は、純粋に酒類のみを販売している小売業であって、スーパーマーケットや飲食店は除外された。

## 〈別法人設立、コストを念頭に〉

酒類輸入業を専業で行う別法人を設立すれば、スーパーマーケットや飲食店が直接輸入することが可能だ。しかし、酒類輸入業の免許を取得するには、酒

類だけを保管する 66 平方メートル以上の倉庫を保有（賃借も可）し、その上酒類のみを運搬するための専用車両を用意しなければならない。さらに、これまで輸入業者が行っていた輸入申告手続きや、食品医薬品安全庁への申告手続きなどを自社で行わなければならない。このような追加コストと、業務量の増加に伴う人件費などを勘案すると、スーパーマーケットや飲食店による別法人の設立は、少量の日本酒の輸入を行う場合、採算を合わせることに難しい。

韓国の輸入業者によると、小売店などが自社で輸入業務を行った場合、採算が合う取り扱い数量の目安としては、1,000 円クラスの純米酒・本醸造酒の場合は、1 銘柄につき 50 ケース（600 本）以上、2,000 円クラスの吟醸酒などの場合は、1 銘柄につき 30 ケース（360 本）以上、3,000 円クラスの大吟醸酒などの場合は、1 銘柄につき 15 ケース（180 本）以上とのことである。

さらに販売可能な数量の目安としては、小売店では多い店で 1 週間に 10 本程度（純米酒クラスで消化に約 1 年）、飲食店では多い店で 1 日 5～10 本程度（純米酒クラスで消化に 2～4 カ月）とのことである。これだけの数量を自社の店舗で販売し、在庫管理もできればいいが、自社の店舗網で販売しきれない場合は他社の店舗に卸すことを検討しなければならず、そのために追加的に営業活動を行う必要性が生じる。（了）

（大澤 淳）

アンケートのお願い

本報告書をご覧いただきありがとうございました。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきたく、アンケートにご協力いただきますよう、お願い申し上げます。以下の URL 先からご回答ください。

[https://www.jetro.go.jp/form5/pub/afc/12\\_distribution](https://www.jetro.go.jp/form5/pub/afc/12_distribution)

**海外における流通構造==日本酒編==**

2012 年 10 月作成

---

作成者 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  
〒107-6006 東京都赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階  
Tel : 03-3582-5186 FAX : 03-3582-7378  
E-mail : AFC@jetro.go.jp

---