

中国酒市場の現状と展開： 第二線都市における日本酒市場の現地実態

張文婷（新潟大学経済学部・講師）¹

岸保行（新潟大学経済学部・准教授）

The Present Situation and the Development of the Chinese Alcohol Market: The local actual situation of the Japanese alcohol market in second city

Wenting Zhang (Niigata University Japan), Yasuyuki Kishi(Niigata University Japan)

要旨

本稿では、中国国内の酒市場と社会の潮流を理解するために、中国の白酒、黄酒、ワイン、ビールのそれぞれの市場の現状と展開について把握する。そして、日本酒の輸出状況を概観したあと、中国の北方では「ハルビン市」、南方では「杭州市」を例に、第二線都市のローカルスーパーにおける日本酒の実態について調査を行う。各々の現状を概観したあと、白酒、黄酒、ワイン、ビールの今後の方向性を考察し、日本酒の中国に向けて市場開拓する戦略について提言する。

Key Words：中国酒市場、中国日本酒市場、第二線都市の日本酒、酒の輸出入、日本酒の輸出動向

1. はじめに

日本酒の国内市場の総消費量は、高度成長期と比べて大きく減少したと言われている。しかし、海外への輸出量は年々増加している。2013年に和食がユネスコ無形文化遺産に登録され、和食への関心の高まりと相まって、海外での日本酒に対する関心も一層の高まりを見せている。日本酒の輸出先上位5位として挙げられるのは、上から順にアメリカ、香港、韓国、中国、台湾となり、上位4カ国が東アジアである。特に第3位の中国は、対前年比では前2位カ国より高い数値を示し、今後注目すべき国である。しかし、近年厳しく取り締まっている「三公経費」、「八項規定」等の現政権が中国国内の酒類の消費に影響を与え、それともなうて、消費者の酒の消費習慣や理念が少しずつ変化してきている。

そこで本稿は、まず、中国国内の酒市場と現在社会の潮流を把握するために、白酒、黄酒、ワイン、ビールそれぞれの現状を明らかにし、今後の酒市場の方向性を考察する。次に、近年の日本酒の市場・輸出動向を概観した後、日本酒がどの程度中国市場に浸透しているかを

¹ zwt@econ.niigata-u.ac.jp, Lecturer, Niigata University

調査するために、第 2 線都市のローカルスーパーに陳列されている日本酒について調査した。日本酒の中国に向けて市場開拓する戦略について提言を行い、中国に進出しようと考えている企業等の参考になれば幸いである。

2. 中国の酒類動向

2.1 白酒

白酒は約千年近い歴史を有し、モロコシ、米、トウモロコシ等の穀物を原料に糖化、発酵させた後に蒸留した酒である。アルコール度数は、38 度～43 度のものが主流となる。

中国の白酒といえば、茅台酒²を思い浮かべる人が多いだろう。茅台酒は 1915 年にアメリカパナマ太平洋万国博覧会で金賞を受賞した。1972 年の日中国交正常化の宴席で、当時の中国首相である周恩来が日本の田中角栄首相と乾杯した酒でもあり、中国政府が「国宴酒」に出す酒と指定されており、現在でも外交等に広く使用されている。

写真 1 茅台酒



出典：酒仙網より

白酒は国宴酒であるため政府の方針から強い影響を受ける。前述の儉約令により、白酒の消費額は一時的な減少をみせた。しかし、2015 年の春節では、酒仙網の酒類の総売上において、輸入ビールとワインのシェアが 25%と増え続けるなか、白酒は依然として総売上の 70%以上のシェアを保持していた³。酒仙網とは、中国最大の酒類販売サイトであり、北京市に拠点を置く、酒類 B2C の電子商取引（EC）サイトである。特に、春節期間における白酒の消費額は一気に上がる。春節期間では親戚一族で食卓を囲み、白酒を消費するため、贈答品として選ぶ人が最も多いことが起因していると思われる。

中国国家統計局によると、2016 年全国規模の白酒メーカーが生産する白酒は 1358.36 万

² 2017 年 10 月 31 日、茅台酒の発祥地である茅台県仁懷市に茅台空港が正式に開港し、主な乗り入れ都市は北京、天津、西安、海口、成都、福州のほか、18 本の路線、11 月 1 日には上海、三亜、鄭州、長沙、濟南、貴陽等新たに 12 路線を開通した。『酒の都』と呼ばれるだけあって、観光客の来訪がますます期待される。

³ 人民網「春节酒水消费调查 白酒依然是春节消费主角」

<http://shipin.people.com.cn/n1/2016/0216/c85914-28126213.html> 2019 年 6 月 28 日

klに上り（前年比 3.23%増）、消費額は 6125.74 億元である（前年比 10.07%）。2016 年（1 月～12 月）と 2017 年（1 月～9 月）ともに売上高トップ 5 の企業は上位から、貴州茅台、五粮液、洋河、瀘州老窖、古井貢酒である。それぞれの売上額は以下の通りとなる。1 位の貴州茅台のみ売上高では 22.95 億元の増額、前年比では 39.34%の伸び率を示し、残りの五粮液、洋河、瀘州老窖、古井貢酒の売上高は全て減少傾向にあるが、前年比では増加を示す。

図表 1 売上高トップ 5 の白酒企業

企業	2016 年（1 月～12 月）		2017 年（1 月～9 月）	
	売上高（億元）	同期比（%）	売上高（億元）	同期比（%）
貴州茅台	401.55	20.06	424.5	59.4
五粮液	245.44	13.32	219.78	24.17
洋河	171.83	7.04	168.78	15.08
瀘州老窖	83.04	20.34	72.8	23.03
古井貢酒	60.17	14.54	53.88	18.6

出典：中国酒類流通協会会刊より筆者作成

上述したように、白酒の売上は三公経費等により一時的に低迷をしたが、徐々に回復しつつある。そして、今後ますます需要が増えると予想する。その理由は主に、減税措置、若年世代への浸透の 2 点を挙げることができる。

① 減税措置による

中国国務院総理李克強は 2017 年 4 月 19 日に国務院常務会議を開催し、減税措置を推進することを決定した。この政策によりモロコシ、米、トウモロコシ等の農産物を原料とした酒類の減税が期待された。具体的には、同年 7 月 1 日よりこれまで 4 種類の増値税の税率を 17%、11%、6%の 3 種類に簡素化し、13%の税率を廃止することに決めた。農産物等の増値税も 13%から 11%へと、2%引き下げられた。モロコシ、米、トウモロコシ等の農産物等を原料とする酒メーカーにとっては、生産コストの削減が期待できることを意味する⁴。

② 若年化の到来

中国の白酒市場では上述した茅台酒のように、アルコール度数が 50 度を超えるものが多く、これまでに若者には人気がなかった。しかし、最近では都市部の若者には白酒ベースにしたカクテルが人気を呼び始め、今後も白酒市場は拡大し続けそうだ。これまでの伝統的な高級白酒に代わって、少量かつ低価格、かわいくパッケージングされた白酒が特に若者の人気を呼んでいる。その代表例となったのが白酒の「江小白」である。「江小白」

⁴ 中国酒類流通協会会刊,2017.4 第 32 期 なお、この減税措置は清酒には適用されるかどうかは不明である。

は中高年に人気が高い従来の白酒とは一線を画し、「青春小酒」をキャッチコピーとしたホップなパッケージで若者の注目を浴び、一気に知名度を上げた⁵。アルコール度数は40度とかなり高いが、最も若者の関心を引くのが写真と文章である。「江小白」のパッケージは白と青をベースにしているが、そのバリエーションは48種類もあるという⁶。写真2は「谁心里没有故事，只不过学会了控制。（皆それぞれの過去がある、言わないだけだ。）」、写真3は「快乐的时候，你听的是音乐。难过的时候，你开始懂得了歌词。（嬉しいときは音楽の曲を聴いているが、悲しいときはその曲の歌詞がわかるようになる。）」この白酒は、100mlと少容量で、15元ほどで購入できる低価格に加え、モダンな図柄とアニメキャラクターという感性に訴える特徴で若年世代での白酒の消費を拡大している。

写真2



写真3



出典：酒仙網

2.2 黄酒

黄酒は、イネ、黍、黒米、トウモロコシ、小麦などの穀物を原料とし、でんぷんの糖化とアルコール発酵とを同時に行う並行複発酵によって造られる⁷。世界でも最も古い酒の一つといわれ、最も親しまれているのが「紹興酒」である。「紹興酒」は永年貯蔵した古酒で、中国では老酒、陳酒とも呼ばれている。他によく知られているものとして「福建老酒」、「糯米酒」、「上海老酒」などがあり、アルコール度数は8度から17度というのが一般的である。

中国国家统计局によると、2015年の売上金額が500万元以上の黄酒の生産企業数は103である。103の生産企業の黄酒の総売上は181.94億元、前年比13.92%の増加で、利益総額は18.88億元となる（前年比8.93%）⁸。黄酒は中国の伝統酒として親しまれてきたが、近年中国の飲酒習慣が変化してきたことにより、一時的に低迷した。しかし、消費者の知識と健康志向の向上により、黄酒＝健康と結びつく消費概念へと変化し、2017年は黄酒の今後の発展を遂げるきっかけとなる年と予想された。上述した2015年以降も黄酒の売上、利益ともに好調であることが伺える。その事例を2つ挙げる。

⁵ 中国酒「江小白」の人気が若者の間で急上昇中 日経トレンディネット

⁶ 同注5。

⁷ 中国酒類流通協会会刊,2016.6 第23期

⁸ 中国酒類流通協会会刊,2016.5 第22期

①「女兒紅酒」

「女兒紅酒」の「女兒」とは娘という意味であり、「紅」はめでたい用語として広く使われている。こういった意味合いから、中国の浙江省では、娘が誕生した際に、紹興酒を購入して保管し、結婚する際に嫁ぎ先にそれを持参する風習が定着している。2015年に紹興市に「女兒紅」慶事生活館がオープンし、「女兒紅酒」以外に、中国式の結婚式を挙げる夫婦が買い揃える習慣が生まれた。その後まもなく、上海、杭州、寧波、湖州、南寧などにも店をオープンさせ、人気を博している。このように、食生活や生活習慣の変化から、ワインやビールの消費市場が拡大を遂げる一方、「女兒紅酒」のような伝統的な文化も中国人の日常生活に深く浸透している。

写真 4



出典：酒仙網

②「姑蘇台酒」

海外において、あるいは中国国内においても、「紹興酒」以外の黄酒の名はなかなか挙げられない。そもそも、上述したように、2017年の中国の酒類市場において、黄酒は195億元と、白酒（5654億元）、ビール（1766億元）、ワイン（421億元）と比べて規模も小さい。また、伝統的な酒であるため、若い世代の消費者からの支持も低かった。しかし、2016年5月18日に蘇州の姑蘇台酒業有限公司は「姑蘇台黄酒」という新商品を発表した。これは多くの販売店と同業界から関心が寄せられた。「姑蘇台黄酒」の特徴としては、その味が柔らかく、爽やかな、上品であっさりとしたアルコール度数や甘みが低く、若者から健康志向の強い年配者まで幅広い年齢層からの支持が期待されている⁹。

2.3 ワイン

近年、中国のワイン市場および消費量は急速に伸び、世界においても主要なワイン消費国となっている¹⁰。中国のワイン産業の始まりは比較的遅いが、2014年から中国の葡萄栽培量はフランスを凌ぎ、スペインに次ぐ世界第2位¹¹となっている。中国国家统计局によれば、2017年のワインの国内生産量は100.1万klとなり、同時期より5.3%の減少であ

⁹ 同注 8

¹⁰ 中国酒類流通協会会刊,2017.10 第 37 期

¹¹ 新浪財經「中国去年葡萄种植面积超法国跃居全球第二」

<http://finance.sina.com.cn/world/20150428/172022065144.shtml> 2019年3月20日

る。しかし、これは中国における酒類全体の生産量のうち、わずか 1.41%の割合となる¹²。これまでに中国ではワイン産業を農産業ではなく、工業産業として、10%の消費税、17%の増値税、7%の付加税と 25%の所得税を徴収してきた。しかし、2019 年の全国人民代表大会・全国政治協商会議の両会では、ワイン産業を農産業と位置付け、10%の消費税を取り消し、17%の付加税を 13%まで引き下げた¹³。国を挙げてワイン産業を支援しているといえる。一方、ワインの輸入量も近年急増している。2017 年のワイン輸入量は 74.93 万 kl（前年比 17.44%増加）、輸入金額は 27 億ドル（前年比 18.32%増加）となっている¹⁴。5 年前の 2012 年の約 2 倍の増加となる。輸入ワインには、「ボトル売り」、「バラ売り」¹⁵、「スパークリングワイン」、「その他」と分類される。「その他」に分類されるのは、2L 以上 10L 未満の容器に入れられた葡萄で醸造されたワインのことである。それぞれの輸入量と輸入額は以下の通りとなる。

図表 2 2017 年中国におけるワインの輸入量と輸入額

	輸入量 (万kl)	同期比	輸入額 (千ドル)	同期比
ボトル売り	55.2	14.6%	2,554,424	16.4%
バラ売り	18.1	25.5%	158,889	40.8%
スパークリング	1.3	4.6%	75,266	33.0%
その他	0.3		8,710	
合計	74.9	16.9%	2,797,291	18.0%

出典：酒類輸出入商分会葡萄酒網より筆者作成¹⁶

ボトル売りにおける輸入国ランキングでは、上位からフランス（21.7 万 kl）、オーストラリア（10.5 万 kl）、チリ（7.4 万 kl）、スペイン（6.7 万 kl）、イタリア（2.9 万 kl）となり、フランスだけで全体の輸入量の 39.5%を占める。2 位のオーストラリアは、前年比の増幅が最も高く 33.2%となる。この背景には、中国とオーストラリア間に結ばれた自由貿易協定（FTA）による、大幅な減税がワイン輸入量を増加させたことがある。2019 年 1 月には全ての品目の関税が撤廃されるため、オーストラリアからの輸入量はますます増加することが予想されている。バラ売りにおける輸入国ランキングでは、上位からスペイン（6.3 万 kl）、チリ（5.6 万 kl）、オーストラリア（3.7 万 kl）、フランス（1.1 万 kl）、南アフリカ（0.8 万 kl）となる。

¹² 中国酒類流通協会「2017 年 1-12 月全国酿酒行业完整数据」

<http://www.zgjlhx.org.cn/proscenium/details?page=hehe1006001&id=1391> 2019 年 3 月 22 日

¹³ 中国酒類流通協会会刊,2017.04 第 32 期

¹⁴ 中酒头条「详解 2017 进口酒市场」

<http://toutiao.zhongjiu.cn/news/view/143400> 2018 年 2 月 1 日

¹⁵ 包装されていないワインを指す、包装されたものより低価格で購入できる。

¹⁶ 葡萄酒網「2017 年度进口葡萄酒数据解读」

<https://www.putaojiu.com/winemagz/197102.html> 2019 年 3 月 20 日

リカ（0.7 万 kl）となり、もともと、バラ売り輸入量では、チリが最も高いシェアを占めていたものの、2 位まで順位を落とした。しかし、チリのワイン輸出に対する品質面の管理が厳しくなったことで、輸出されるボトルワインの品質が上がったことでボトル売りでは勢いを伸ばしている¹⁷。

今後、中国消費者は輸入ワインを購入する勢いがますます加速していくと言われている¹⁸。輸入ワインがさらに拡大していき、国内産のワイン市場が縮小し、輸入ワインへの憧れが増していくと言われる¹⁹。

2.4 ビール

中国におけるビールの生産量は、2002 年にはアメリカの生産量を上回り世界第 1 位となった。さらに 2003 年には、中国国内のビール消費量はアメリカを超え、世界最大のビール消費市場となった²⁰。しかし、現在は中国国内の生産量は年々減少傾向にある。

図表 3 中国国内ビール生産量

	生産量(万kl)	前年比(%)
2016	4506.4	0.1
2017	4401.5	0.7
2018	4307.7	1.2

出典:中商情報網より筆者作成

2016 年のビール生産量は山東省だけで 600 万 kl を超える生産量である。広東省では 400 万 kl と山東省の次に続き、2 省合わせて中国全体の生産量の 4 分の 1 を占めることになる。

¹⁷ 同注 5

¹⁸ 中国酒類流通協会会刊,2016.2 第 19 期

¹⁹ 鳳凰酒業「2017 年 1-12 月份酒类进口统计分析」

https://jiu.ifeng.com/a/20180131/44866339_0.shtml 2019 年 5 月 14 日

²⁰ 「中国における酒文化の発展と酒市場の現状」 Clair Report No.401

図表 4 ビール生産量の高い省（2016）

省名	生産量（万kl）
山東省	600.1
広東省	405.9
河南省	246.5
浙江省	232.5
遼寧省	232.1

出典： 銀行情報網より筆者作成

中国国内のビールの5社（華潤雪花、青島ビール、百威英博、燕京ビール、嘉士伯）で全体の80%程度の市場シェアを占める²¹。

国内ビールの生産量の減少は原材料・人件費の高騰により利益が確保できず各メーカーが値上げしたことに起因している。一方、輸入ビール市場は、価格を下げることで次第に拡大しつつある。2017年の輸入量は71.6万kl（前年比10.8%増）、売上高は7億ドル（前年比12.7%）となっている。2017年のビールの主な輸入先国としては上位からドイツ

（25.6万kl）、メキシコ（9.3万kl）、韓国（5.9万kl）、ポルトガル（5.9万kl）、オランダ（5.0万kl）の順となる²²。中国産ビールが減少し、輸入量が増加している背景には、色や濃度が薄い大衆向けの国産ビールよりも少し割高のコクや濃度が高い中上流階層向けの輸入ビールに人気が出てきているため、近年ではクラフトビールが人気を博している。中産階層が増えたことや消費者の購買力が向上したこと、さらに欧米の消費文化に対する憧れなどが、クラフトビール市場を拡大させた原因である²³。これは逆に、中国のビール市場の未熟さを意味し、まだ拡大の余地があることを物語っている。生産量、消費量ともに連続して世界第1位の中国であるが、1人当たりの年間平均消費量は高くなく、今後も伸びていく余地がある²⁴。

3. 第2線都市の日本酒の実態

中国では日本食レストランの店舗数の増加にあわせて、日本酒の消費が増加している²⁵。これは、2013年に和食が世界無形文化遺産に登録されたために、世界的に和食や日本酒に対する人気が高まってきているからだ。2016年の日本酒の主な輸出先は、アメリカがダントツに多く、2位から順次に香港、韓国、中国、台湾となる。輸出種類の内訳では日

²¹ 同注7

²² 同注5

²³ 中国酒類流通協会会刊,2016.3 第20期

²⁴ 「中国における酒文化の発展と酒市場の現状」 Clair Report No.401

²⁵ 「日本酒輸出ハンドブック～中国編～」(2018)

本酒の輸出量が最も多く、2位から順次にビール、ウィスキー、リキュール、焼酎となることから、本稿では海外で需要や人気が高い日本酒について述べることにする。

図表 5 日本酒の国（地域）別輸出金額（2017 年）単位：百万円

国(地域)名	金額	対前年比	シェア
アメリカ合衆国	6,039	116.2%	32.3%
香港	2,799	106.4%	15.0%
中華人民共和国	2,660	183.5%	14.2%
大韓民国	1,864	119.3%	10.0%
台湾	948	101.9%	5.1%
シンガポール	691	115.1%	3.7%
カナダ	486	127.6%	2.6%
オーストラリア	396	109.4%	2.1%
英国	348	107.7%	1.9%
ベトナム	267	93.1%	1.4%
その他	2,180	117.3%	11.7%
合計	18,679	119.9%	100%

出典：財務省貿易統計

続いて、2010 年から 2017 年までの 10 年間の国・地域別について、日本酒の輸出状況を見ていく。日本酒の輸出量において、2015 年まではアメリカ、韓国、台湾、香港が上位 4 位を示していたが、2016 年は中国が香港を抜いて 4 位に、さらに 2017 年は台湾を抜いて 3 位になっている。

図表 6 日本酒の国・地域別輸出量（単位：kl）

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
アメリカ	3852	3843	3575	3705	4071	3952	4489	4341	4780	5108	5780
韓国	1069	1529	1954	2590	2828	2904	3502	3222	3367	3695	4798
台湾	1700	1626	1381	1639	1680	1604	1747	1742	2112	2096	1985
香港	1006	1213	1308	1436	1660	1492	1716	1613	1745	1877	1807
中国	468	482	485	625	375	667	896	1074	1576	1910	3341

出典：ジェトロ「日本酒輸出ハンドブックー中国編、韓国編、米国編、台湾編、香港編」より筆者が作成

しかし、図表 5 が示すように、対前年比では前 2 位カ国より高い数値を示している。2011 年福島第一原子力発電所の影響により、中国は日本の 10 都県²⁶から輸入禁止令を下した。また、2012 年の「三公経費」政策により、中国国内では白酒をはじめ、酒類の消費量や酒の飲み方に影響を与えた。しかし、これらの政策を解除するめどはいまだにないもの

²⁶ 宮城、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、新潟、長野、千葉、東京

の、中国へ向けた日本酒の輸出は好調なようだ。実際にどういった日本酒が輸入されているのかについて、中国東北に位置するハルビン市と杭州市のローカルスーパーに筆者の友人や親戚らに調査を依頼した。ここで、この2つの都市に選定したのは、上海や北京のような第1線都市では日本酒が最も輸出されていることを想定し、第2線都市ではどのくらい普及しているかについて、中国の北方ではハルビン市、南方では杭州市を調査してみた。すると、ハルビン、杭州で計4つの大型ローカルスーパーで日本酒を探したところ、どのスーパーでも白酒、ワイン、ビールの順で酒類が多かった。そして、驚くことに日本酒はハルビン市の「家樂福」というスーパーに1種類のみ陳列されていた。青森県の桃川株式会社の「桃川」という純米酒だ。「桃川」は日本では720ml、1050円で販売されている²⁷が、ハルビン市のスーパーでは198人民元（2017年12月のレートでは約3400円）と、日本で販売されている価格の3倍以上である。この価格では中所得層以下の人にとっては買いにくい商品となるだろう。今回の調査ではあまり日本酒を発見することはできなかったのは、日本酒の主な販路は日本料理店にある²⁸ということが原因している可能性があり、今後より詳しく現地の日本料理店と輸入スーパー等で日本酒の生産・流通・販売の実態調査を行う必要がある。

写真 5



出典：筆者友人撮影

中国酒類流通協会会刊²⁹で興味深いことが書かれていた。中国歴史上初の皇太后となる半月にまつわる「半月傳」というドラマが2015年末から2016年にかけて放送された。視聴者は女性が圧倒的に多く、「甄嬛傳」に続いて大人気のドラマとなった。そして、このドラマのために作られた酒が「半月酒」というアルコール度数が5%程度の純米酒である。皇太后の名にちなんだこの酒は「看半月，賞半月（半月を鑑賞しながら、半月を嗜む）」をキャッチフレーズにたちまち注目を集め、たった2ヶ月で2000万円の売上となった。この純米酒の特徴は健康や美容によいこと、包装箱のデザインに拘ったこと、アルコール度数が低いため飲みやすいことであるが、これは多くの日本酒と酷似する特徴であるといえる。中国の女性

²⁷ 桃川株式会社の公式 HP より

²⁸ 同注 25

²⁹ 中国酒類流通協会会刊,2016.4 第21期

消費者市場は大きな潜在力となり、今後の日本酒の中国輸出に「女性」をターゲットとしたマーケティング強化が必須となる。

4. おわりに

本稿ではまず、中国国内の酒市場と現在社会の潮流を把握するために、白酒、黄酒、ワイン、ビールそれぞれの現状を明らかにし、今後の酒市場の方向性を考察した。白酒は、2012 年秋、「三公経費」と同年 12 月「八項規定」の節約励行令より、白酒の消費額は一時的に低迷したが、2015 年の春節では輸入ビールとワインの売上をはるかに超え、2016 年には全国規模の白酒メーカーの生産する量と消費額のどちらも前期比増加を記録した。これは、白酒メーカー貴州茅台が白酒業をリードしていることが関係する。そして、2017 年 7 月より実施された農産物等の増値税が 2%も引き下げられたこと、都市部の若者を中心に感性に訴える白酒が人気を博していることから、今後も白酒市場はますます拡大し続ける。黄酒は中国の伝統酒として親しまれてきたが、近年中国の飲酒習慣が変化してきたことと上述した儉約令により、黄酒もまた一時的に低迷したが、中国人の日常生活に深く浸透する「女兒紅酒」のような黄酒は今後も伝統的な文化を守り続ける酒として人気は衰えることがないだろう。一方で、黄酒の栄養と健康価値が見直され、低アルコールで飲みやすいものが今後人気を呼ぶだろう。世界においても主要なワイン消費国となった中国は、葡萄栽培量は世界第 2 位となった。しかし、中国のワイン産業の始まりは比較的遅く、まだまだ開拓余地があるといえよう。一方、近年では輸入量が凄まじい勢いで伸びている。今後も輸入ワインの需要が増えることが予想され、端午節、中秋節、春節等の節目を狙い、デザイン性の高い包装箱や縁起の良い覚えやすい名前を付けるといった工夫が必要である。ビールでは、2003 年に中国国内のビール消費量が世界最大のビール消費市場となった。しかし、中国のビール市場はまだまだ拡大余地を秘めている。中産階層が増えたことや消費者の購買力が向上したこと、さらに欧米の消費文化に対する憧れなど、今後、クラフトビール市場が拡大していくことを述べてきた。

次に、近年の日本酒の市場・輸出動向を概観した後、日本酒がどの程度中国市場に浸透しているか調査するために、第 2 線都市のローカルスーパーに陳列されている日本酒について調査した。中国では日本食レストランの店舗数の増加にあわせて、日本酒の消費が増加している。しかし、2011 年福島第一原子力発電所の影響により、日本の 10 都県から輸入禁止令が下された。しかし、日本酒の中国に向けた輸入量では第 3 位にランキングする中国は対前年比では、前 2 位より増加していた。日本酒が中国にどのくらい浸透しているのか、といった疑問から第 2 線都市のローカルスーパーを調査したところ、4 店舗のうち、1 店舗に青森産の「桃川」という純米酒しか陳列されていなかった。日本酒を北京と上海のような第 1 線都市のみならず、第 2 線、第 3 線都市にも深く浸透するには、「半月傳」というドラマのような宣伝が必要となるほか、「半酒」のように「女性」をターゲッ

トとしたマーケティング強化が必要となってくるだろう。

写真 6



出典：酒仙網

参考文献

中国酒類流通協会(2016)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,2(19),pp.1-51
中国酒類流通協会(2016)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,3(20),pp.1-55
中国酒類流通協会(2016)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,4(21),pp.1-47
中国酒類流通協会(2016)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,5(22),pp.1-47
中国酒類流通協会(2016)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,6(23),pp.1-43
中国酒類流通協会(2016)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,7(24),pp.1-45
中国酒類流通協会(2017)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,4(32),pp.1-57
中国酒類流通協会(2017)「中国酒類流通業界発展動向」中国酒類流通協会刊,10(37),
pp.1-47

日本貿易振興機構・国税庁酒税課 (2013)「日本酒輸出ハンドブック～中国編～」
<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/yushutsu/handbook/pdf/02.pdf>
日本貿易振興機構・国税庁酒税課 (2018)「日本酒輸出ハンドブック～中国編～」
<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/yushutsu/handbook/pdf/02.pdf>
日本貿易振興機構・国税庁酒税課 (2018)「日本酒輸出ハンドブック～台湾編～」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/8dab15fcad6efac9/tw_reports.pdf
日本貿易振興機構・国税庁酒税課 (2018)「日本酒輸出ハンドブック～香港編～」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/a0c6d55fb49273a5/hk_reports.pdf
日本貿易振興機構・国税庁酒税課 (2018)「日本酒輸出ハンドブック～アメリカ編～」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/e6c0d0ebdd040e46/us_reports.pdf
日本貿易振興機構・国税庁酒税課 (2018)「日本酒輸出ハンドブック～韓国編～」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/88fb52e2330a6f6a/kr_reports.pdf
国税庁
https://www.nta.go.jp/kohyo/press/press/2017/sake_yushutsu/sake_yushutsu.pdf