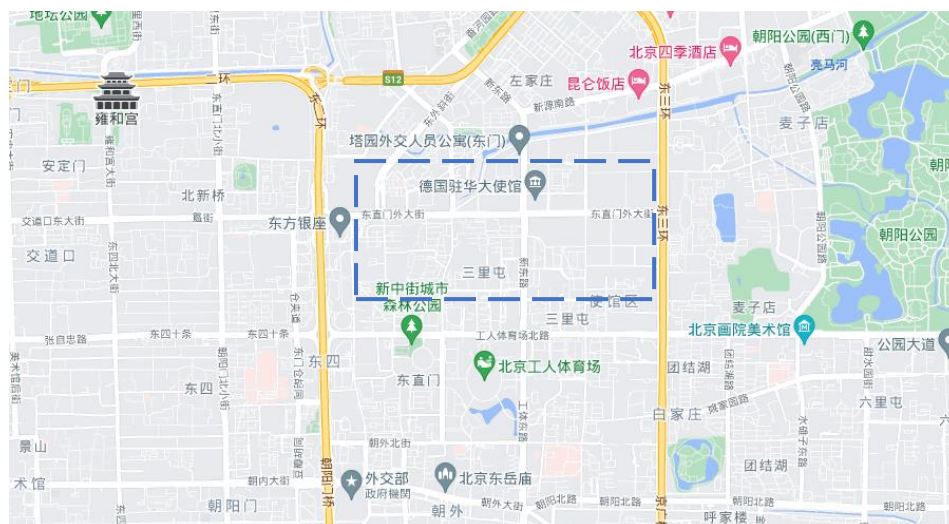


## 中国・北京 酒類輸出コーディネーター 酒類市場レポート(北京市三里屯エリア)

### 1. 調査地域について

三里屯エリアは、ドイツ大使館やカナダ大使館、欧州連合大使館など 30 以上の大使館が集積していると同時に、東京・渋谷にも似たおしゃれなトレンドの発信地となっている。同エリアには日本料理の飲食店が多く、以前はビジネス向けの寿司店が多かったが、現在はより多様な日本料理が楽しめるようになっている。

価格も庶民的な居酒屋や焼き鳥、すき焼き、焼肉が若者の人気となっている。飲食店の入れ替わりスピードは速く、調査期間中にも改装を始めた新店舗が4～5店舗があり、老舗など閉店したところもいくつかあった。速いスピードでアップデートされ、北京でも相対的におしゃれなトレンドに敏感なエリアであるこの地域に、清酒専門のバーも出現している。



### 2. 店舗へのヒアリング

居酒屋、焼肉店、焼き鳥店が比較的多く存在している。次に高価格帯の寿司店、焼肉店、天ぷら店などがあげられる。特に、三里屯が中国全土でも最も多くの清酒専門の SAKE BAR が集まっているエリアだということであること。アジア最大ともいわれる朝陽公園のある麦子店地区とも似ており、より専門化・細分化した日本の居酒屋もこのエリアで比較的に見受けられる。どの店も独自の特色を出そうと力を入れており、おしゃれ感、コスパ、話題性などがこのエリアの店がこだわる要素である。一人当たりの平均消費金額が 100～200 元(約 1,900～3,800 円)の飲食店が主要な価格帯である。三里屯の太古里街は、北京でも最もホットでおしゃれなトレンドの発信地である。ここを中心とした東西 500 メートルの圏内には、さまざまなタイプの日本料理の飲食店が集まっている。太古里街にある日本料理の飲食店は大型のフランチャイズ店がメインである。北京に6店舗支店を持つ多種多様な寿司を提供する寿司店「隠泉」、台湾の有名な焼肉チェーンで富山県の銘柄「満寿泉」を輸入している「老乾杯」グループも、二つ目の低価格焼肉チェーン「乾杯焼肉」をオー

ンしている。このようなタイプのチェーン店で提供するアルコールは日本のビールがメインだが、一部で日本酒を好んで提供するお店も出現している。とはいえ、酒類のメニューは全体的にシンプルで、在庫数も少なく、低価格帯の酒がメインである。太古里バイパスの南側は、通盈センターを中心として、東には機械電子研究院の飲食店街があり、西には三里屯の SOHO 街が工人体育場の付近まで続いており、主に居酒屋、焼き鳥、焼肉などの専門店が軒を連ねている。新しいお店が多く、日本食レストランの需要はさらに多様化するであろう。飲食店の従業員が持つ日本酒についての知識は比較的豊富で、多くのお店の従業員は SSI(日本酒サービス研究会・酒匠研究会連合会)の主催する唎酒師講座に参加したことがあり、アルコール類のメニューも多様化・専門化が進んでいる。一部の飲食店では、季節毎に異なるアルコール類のメニューを提供している。消費者もさらに若年化と専門化が進んでいる。太古里から北に進んで大使館街に入ると、洗練された小型の専門店がメインとなっている。このエリアには三つの清酒専門の「喫酒」、「辦個清酒会」、「This is C5 Sake」という SAKE BAR が集まっている。三つの店舗はすべて日本酒の提供をメインとしており、主な売上は料理からのものではない。また、それぞれの店舗は経営者の専門知識により、季節毎のお酒を特集したセールを行っている。消費者は試飲や、セットメニューにより、日本酒のテイスティングに集中することができ、また専門的な解説を楽しむことができる。また、各種清酒の品評会や専門セミナーなどのイベントも定期的開催されている。

### ●ビールについて

麦子店街と同じく、すべての店舗で日本のアルコール類が提供されている。メニューに書いていないお店でも日本のビールが提供されている。すべてのお店でアサヒまたは麒麟の日本のビールが、生ビールと瓶ビールの2種類提供されているからである。(アサヒは主に北京製造、麒麟は主に珠海製造)20%の店舗では沖縄オリオンのビールも提供されている。サッポロビールが中国でのプロモーションに力を入れるにつれて、三里屯でも多くの飲食店でサッポロビールの生ビールが見受けられるようになった。

### ●日本産ウイスキーについて

日本産ウイスキーの状況も麦子店街と類似している。メインは角瓶を使ったハイボールだ。ハイボールを選ぶ客はほぼ日本人で、日本旅行を経験したことのある中国人の若者にも一部需要がある。一部の店舗ではハイボール専用機器を使用しており、ハイボールをメインとした居酒屋もある。焼酎やウイスキーのハイボールの販売も順調である。高級ウイスキーは主にカクテルバーで提供されていた。

### ●焼酎について

焼酎と泡盛の状況も麦子店街と類似している。一部の店舗ではアルコール類のメニューを充実させるために、「黒霧島」「いいちこ」「白波」といったメジャーな焼酎を提供しているが、愛飲者も多くは日本人に留まっており、自ら味わってみたいと思う中国人の客は多くない。飲食店の従業員の

焼酎についての知識も不足しており、より詳しい解説を提供したり、客の興味を惹きつけることができていない。三里屯の那里花园にある居酒屋「達屋」はハイボール専門店で、焼酎のハイボールを提供している。「辦個清酒会」では日本酒のメニューに加えて、一部の愛好者のために 10 種ほどの季節毎に焼酎のメニューを提供している。しかし、飲食店側で積極的に勧めない場合、客からの要望は決して強くないが、調査した日本料理の飲食店の他にも、焼酎を扱うカクテルバーがだんだん増えてきており、三里屯が北京でもカクテルバーの最も多く集まっているエリアであることは注目すべき点である。一部の日本風(和風)カクテルバーでは、現在新しいスタイルのカクテルバーの拡大が進んでおり、多かれ少なかれ、焼酎や果実酒をベースにしたカクテルを提供し始めているようだ。上海で有名なバーテンダーの後閑信吾率いる The SG Group では、最近、三種の SG 焼酎(大分の麦焼酎、鹿児島島の芋焼酎、熊本の米焼酎)を開発した。SG の著名なバーテンダーのレシピと後ろ盾を頼りに、カクテルバーへのプロモーションが始まっている。全国の主要都市のカクテルバーで焼酎をベースとしたカクテルのマスタークラスが開かれ、焼酎の普及に一助となった。

### ●日本酒について

日本酒の販売はこのエリアで大変順調であり、すべての飲食店で清酒が提供されている。プロの唎酒師がいる飲食店の数もだんだん増加しており、飲食店のアルコール類のメニューをより豊かなものにしていく。酒類の販売業者も店舗向けの研修を重視するようになっており、店舗側も日本酒を飲んでみたいという客が増えてきていることに気づいている。ただし、日本酒の知識が少ない店舗ほど、売り上げが伸び悩んでいる。専門店は相対的により多くの限定販売のお酒(生酒、冷酒、特定の希少なお酒)の割り当てを獲得することができており、全体的な販売を促進する助けとなっている。調査店舗は累計 44 店舗。

### ●顧客層とトレンドについて

中国人の客は主に 20-50 歳の年齢層。北京中から旅行や夜遊びの目的地として三里屯周辺に訪れている。周辺エリアの住民は高収入で、店舗の位置付けに応じて客の年齢層には大きな違いがある。高級店での客の年齢層は基本的に 35 歳以上がメインだが、居酒屋はより広い年齢層をカバーしている。

日本のアルコール類に興味を抱く客の特徴は、

- 高収入、高学歴
- 海外旅行の経験あり
- 生活の質に対する要求が高い
- 外国の文化、特に日本文化を好む
- ワインやウイスキーなどの様々なアルコールに対して、一定の関心やこだわりがある。

といった点があげられる。

現在、日本酒の人気は、その他のアルコール類と比較して最高の水準である。

日本酒の消費は全体的に少しずつ増加しており、さまざまなトレンドが出現している。日本酒専門の SAKE BAR の出現により、このエリアではより多くの愛好者を受け入れることができるようになり、他地域の愛好者がその名声を聞いて訪れるという状況となっている。ビール市場は一般的な店舗の指標となっており、相対的に安定している。しかし、消費量は固定してきており、ビール愛好者は周囲にたくさん存在するクラフトビールレストランを選ぶようになっている。ウイスキー市場はレストランよりもウイスキーを扱うバーに依存しており、ハイボールの流行に売り上げ増を依存しています。焼酎と泡盛のマーケットは成長が停滞。カクテルでの提供をする少数の店舗はあるが、より専門的な指導が必要とされている。

### 3. 考察

三里屯の業態は相対的に多様化しており、消費者も国際化が進んでいる。日本料理を除くと、このエリアの重要な部分を占めているのはカクテルバーである。焼酎、果実酒、ウイスキーについては、カクテルバーが相対的に前途のある提供場所かもしれない。次の段階では日本酒がメインとなるであろう。三里屯はおしゃれな客層が占める割合が比較的高く、中国人はもとより、世界各国の消費者も大勢いる。いかにしてより多くのファッション化と専門化を図って、日本のアルコール類を紹介していくかを考慮する必要があるだろう。泡盛の存在は終始目立たなかったが、アルコール度数の高さと時を経た古酒としての特徴から、中国料理の飲食店で白酒を飲んだことのある客に向けて提供することを考えるのも一つの方法だ。日本酒のマーケットは客単価が高い店舗をメインとして成長している。店舗も、日本酒によって利益を向上させる方法、日本酒のメニューのデザインや紹介方法を考え、工夫を凝らしている。「獺祭」頼みだった頃から、それぞれの店舗がこうした課題を考えるようになってきている。それに呼応して、教育と学習によって店員の日本酒に対する専門性を向上させ、より専門的なサービスを提供することが、このエリアの日本料理の飲食店が重視する課題となっている。日本酒専門の SAKE BAR がこのエリアに集中している利点は疑いなくあり、その他の店舗の進歩と向上を促進している。同業者間の交流も多くなってきており、一部の非日本料理の飲食店が清酒を導入し始めたが、残念ながらサービスの専門化という同じ課題に直面している。

以上

本レポートに記載の内容・意見は、酒類輸出コーディネーターの個人的見解であり、国税庁の公式見解等を示すものではありません。