

「ジャパニーズスピリッツ」焼酎の中国展開

日中経済協会上海事務所大分県経済交流室

(大分県上海事務所所長) 難波 一尚

新型コロナのため海外旅行が禁止されて1年以上が経ちました。昨年旧正月休暇には最も人気がある海外旅行先に選ばれるほど訪日旅行熱は高まっていたところですが、渡航がままならない今、ネット通販などで日本商品を購入して気分を味わう人も多いようです。

手軽に日本気分を味わうことができる日本酒や梅酒は、店頭やネット通販で日本全国の銘柄が並ぶようになっていますが、焼酎のラインナップはまだ少なく、認知度向上が課題となっています。

【中国市場における日本焼酎】

ワインと置き換えやすい日本酒や甘くて飲みやすいリキュールは、都市圏を中心に中国消費者の間に浸透しつつありますが、焼酎は中国に住む日本人が主に飲んでいるというのが現状で、販売量は伸び悩んでいます。そもそも焼酎がどのようなものか、どのように飲むかが一般的に知られてないためスーパーなどの売り場では日本酒に紛れて焼酎が混在していることもあります。

中国で蒸留酒といえば白酒がよく飲まれます。アルコール度数が高く、50度台のものが一般的です。日本の焼酎は25度ですので、白酒のようなイメージで焼酎を飲むと、薄いという印象を持たれてしまいます。

一方で日本の文化に興味がある、旅行に行ったことがあるなど、日本のことをよく知る人も増えており、焼酎の楽しみ方を知っている人が少しずつ増えてきているようです。上海市内では焼酎専門のバーもあり、九州のものを中心に多くの銘柄の焼酎がそろっています。客層は意外にも日本人は少なく、中国人の若者が多い印象でした。

【焼酎プロモーション】

焼酎の認知度向上のため、北京市の本格日本食店「一元MOTO」で九州・沖縄焼酎プロモーションが行われました。週替わりで九州各県の郷土料理とこだわりの焼酎のカップリングを楽しむ限定メニューを提供する企画です。大分県ウィークではソウルフードのから揚げとブリのりゅうきゅう、これに合わせる焼酎唎酒師の資格を持つ李鵬氏がセレクトした2銘柄。料理と焼酎双方の風味を引き立てる絶妙なマッチングで来場者に大好評でした。

またプロモーションの最終日には、期間中に供された銘柄以外の焼酎の試飲とプレゼンテーションを行うフィナーレイベントが開催されました。来場者の多くは日本の食や文化をよく知る日本ファンで、麦・芋・米の原料の違いや長期熟成・常圧蒸留など製法の違いで生まれる風味の違いを楽しんでいました。こうした客層を突破口にして、中国での焼酎の啓蒙活動を進めていきたいところです。

「ジャパニーズスピリッツ」焼酎の中国展開

日中経済協会上海事務所大分県経済交流室

(大分県上海事務所所長) 難波 一尚

【おわりに】

中国では美容や健康に気をつかう人も増えてきました。糖質制限を意味する「抗糖」という言葉は若者の間でブームとなっています。糖質ゼロの焼酎はこうした人に「罪悪感ゼロ」の観点での訴求も有効かもしれません。

また、芋焼酎コーラ割りなど日本では思いもよらない飲み方が生まれることがあるそうです。中国人の嗜好に合った飲み方提案、中華料理とのカップリングといった方法も含め、様々なアプローチで日本・大分の焼酎を中国に広めていきたいと思えます。



郷土料理のプレゼンテーションも秀逸



大分焼酎の説明を熱心に聞く来場者

※写真は上海事務所スタッフ撮影