

# CLAIR REPORT No.401

## 中国における酒文化の発展と酒市場の現状

Clair Report No.401 (Oct 2, 2014)

(一財)自治体国際化協会 北京事務所



一般財団法人

自治体国際化協会

## 「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、様々な領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わる様々な海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、ご意見等を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先

〒102-0083 東京都千代田区麴町 1-7 相互半蔵門ビル

(一財)自治体国際化協会 総務部 企画調査課

TEL: 03-5213-1722

FAX: 03-5213-1741

E-Mail: [webmaster@clair.or.jp](mailto:webmaster@clair.or.jp)

## はじめに

本稿の目的は、中国において古代より脈々と育まれてきた酒に関する歴史と文化を紹介するとともに、現在の酒市場の状況を明らかにすることで、中国での日本酒や焼酎などの市場開拓戦略構築の参考にさせていただくことである。

地方自治体による地元産日本酒などの販路拡大を支援する取り組みは、中国各地で開催される食品展示会への出展や百貨店でのプロモーション活動などを通じて、ますます活発なものとなっている。その売り込み方も、自治体間やブロック間で連携し広域化することで、集客の増加や認知度を高める努力がなされている。

自治体と企業は、こういった取り組みに関する知識や手法といった経験を徐々に蓄積しつつあるが、ここからさらに、消費者の心をより敏感にとらえるためには、中国の酒文化を知った上で、中国国内の酒をめぐる市場や現在社会の潮流を理解する必要がある。

本稿では、まず第1章で、中国における酒の起源や酒業と政治の関わり、飲酒に関する礼節、古代文人たちの酒に対する想いなど、中国の酒にまつわる文化や発展の歴史を紹介する。

第2章、第3章では、酒の小売状況や現在、中国で主に飲まれている白酒、黄酒、ワイン、ビールについての経済指標と日本産酒類の中国への輸出状況を取り上げ、中国酒市場の現状を観察する。なお、不十分ではあるが、把握できた限り、地域ごとのデータを紹介し、地域による酒の嗜好の違いを考察できるように努めた。

また、現政権が進める当局に対する汚職・腐敗撲滅の取り組みや消費者の動向など、今、中国で起きている事象を紹介し、今後の中国酒市場の方向性を考えてみる。

本稿は、2014年3月10日までに収集した情報を踏まえて執筆したものである。情報の収集、資料の翻訳に当たっては、信憑性を重視するとともに、できるだけ正確で原文に近い翻訳を心がけたが、不適切な箇所があれば、ご指摘いただきたい。

最後に、本稿の執筆に当たり、ご協力いただいた全ての関係者の方々に、この場を借りて心より感謝を申し上げる。

(一財) 自治体国際化協会北京事務所長

## 目次

### 概要

第1章 中国における酒の歴史と文化	1
第1節 酒の起源にまつわる伝説	1
1 酒星酒造説	1
2 猿酒造説	1
3 儀狄酒造説	2
4 杜康酒造説	2
第2節 歴代王朝と酒の発展史	3
1 夏～秦の時代	3
2 漢の時代	4
3 三国時代～南北朝時代	4
4 唐の時代	5
5 宋の時代	5
6 元の時代	6
7 明・清の時代	7
第3節 酒と民俗	7
1 酒礼	7
(1) 祭祀の礼	7
(2) 宴会の礼	8
2 酒俗	8
(1) 婚礼の酒俗	9
(2) 祝寿の酒俗	9
(3) 誕生の酒俗	9
(4) 葬儀の酒俗	9
3 酒令	9
第4節 酒と文芸	10
1 酒と文学	10
(1) 白居易	11
(2) 李白	11
第2章 現代中国の酒	12
第1節 酒の種類	12
1 白酒	12
2 黄酒	12
3 ワイン	13
4 ビール	13

第2節 酒の名前と使われる漢字	13
第3節 中国における酒の飲まれ方	15
第4節 儉約令の影響と近年の変化	16
第3章 中国酒市場の現状	18
第1節 主要な酒の生産及び販売状況	18
1 白酒	18
2 黄酒	22
3 ワイン	22
4 ビール	24
第2節 酒の小売状況	25
1 北京市内ローカルスーパーの小売状況	25
2 北京市内日系スーパーの小売状況	25
第3節 日本産酒類の輸出状況	26
1 清酒	26
2 焼酎	28
3 ワイン	30
4 ビール	30
第4節 おわりに	31
参考資料	33
参考文献	35

## 概要

### 第1章 中国における酒の歴史と文化

本章では、時代とともに変遷する中国の酒文化について、政治や風俗、文学との関わりを通じて考えてみる。

中国における酒の起源にまつわる伝説の一つに儀狄酒造説がある。これによれば、儀狄が糯米から黄酒を造り、杜康が高粱から高粱酒（白酒）を造ったことになる。

酒の醸造が発展する一方で、国家が酒の生産や流通、販売、消費についての決まり事を定めた酒政が執り行われるようになる。酒政は夏朝にはじまり、禁酒政策や酒税の徴収など、時代にあった政策が執られた。

また、宴会での席次や主人と客人の振る舞いなど飲酒の儀礼を定めた酒礼が誕生し、時代とともにアレンジされながらも、現在まで脈々と受け継がれている。

酒が社会で受け入れられるようになると、酒に興を添え、思う存分酒を楽しむための酒令が酒席で取り入れられるようになる。日本にも伝わった曲水流觴は酒令の飲酒習俗である。

文芸との関係も密接に深まり、酒に関する多くの詩句が誕生した。酒を愛する詩人として、唐代の白居易と李白を取り上げる。

### 第2章 現代中国の酒

中国で独自の発展を遂げてきた黄酒、白酒に、ワイン、ビールを加えた4種が現代中国で主に飲まれている酒である。本章では、代表する4種の紹介と酒の商品名、酒の飲まれ方について取り上げる。

酒の名称にはある種のストーリーが秘められており、これを読み解くことは、中国人の考えや慣習の理解にも繋がるものである。

中国、特に北方の宴席に臨むには、これから始まる戦いへの覚悟が必要となる。宴席では気の利いた酒を勧める言葉が巧みに連発され、時に屁理屈を並べられ強引に飲まされる。酒を飲むことに相当に自信がない限り、無防備で臨むことは避けたいものである。

一方で、このような激しい酒の飲み方にも変化が現れてきている。新政権は腐敗撲滅と節約の励行、浪費への反対を掲げ、大衆化路線を前面に打ち出している。この影響を受ける形で、豪勢な料理と酒でもてなす盛大な宴席は顔を潜めるとともに、高級白酒を中心とした消費はにわかには落ち込んでいる。

### 第3章 中国酒市場の現状

中国における主要な酒の生産状況、販売状況を地域性を考慮しながら分析する。白酒、黄酒を代表する地域は、それぞれ四川省、貴州省を中心とした西南地域と浙江省、江蘇省を中心とした長江下流一帯である。

また、北京市内のローカルスーパーと代表的な日系スーパーを通じて酒の小売状況を紹介する。これらのスーパーでは、一般に白酒の取り扱いが最も充実しており、次いでワイン、ビールとつづく。日系スーパーでは、清酒や焼酎も陳列されるが、中国人は清酒を購入し、現地に滞在する日本人が焼酎を購入するケースが多いという。これは日本料理店の注文でも同じ傾向にある。

この理由については、日本の酒といえば清酒を連想すること、焼酎の度数が 25 度前後とそのまま飲むには中途半端であるといったことが考えられる。

また、近年ワインの消費が増えている。上述の儉約令の影響に加え、ワインは美容効果に優れ、お洒落で贈り物としても面子が立つという。

中国の酒文化を理解し、現代社会の潮流をつかむことが、中国市場戦略には欠かせない。

## 第1章 中国における酒の歴史と文化

### 第1節 酒の起源にまつわる伝説

中国における酒造りは、その悠久の歴史とともに変遷し、新たな技術が創造され、地域の特徴を具備した各種の名酒が生まれた。

前漢時代に編纂された歴史書『史記・殷本紀』には、殷王朝最後の王である紂王についての記載の中で、「酒をもって池と為し、肉を懸けて林と為して、長夜の飲を為す<sup>2</sup>」とある。また、周の時代に作られた中国最古の詩集『詩経』には、酒に関する多くの詩句があるし、近現代に出土された新石器時代の陶器制品の中に酒器が存在することや、殷の時代の文物に青銅の酒器が数多く出土していることなどから、中国における酒の醸造と飲酒の歴史は、殷の時代の前には既に始まっており、当時、酒造り、飲酒の風習が盛んだったと考えられる。

酒の起源については諸説あるが、ここでは代表的な次の4つを紹介する。

#### 1 酒星酒造説

中国では古来より、酒は天の酒星が作ったという伝説がある。晋の歴史を記した『晋書』の中に「軒轅の右角南三星を酒旗と曰う、酒官の旗なり、宴饗飲食を主る」と、酒旗すなわち酒星に関する記載がある。なお、軒轅も星に付けられた名前である。

酒旗星の発見は、今から3,000年近く前に書かれた儒教経典の一つである『周礼』に記載があり、古代祖先はこの星が宴饗を司る星と考えたため、酒旗星という名を付けている。

唐代の詩人、李白の『月下独酌・其二』に、「天若し酒を愛せざれば酒星天に在らず」と、天がもしも酒好きでなければ、天に酒星という星はなかったであろうという詩句がある。

また、宋の時代の竇革は『酒譜』の中で、「天に酒星有り、酒の作らるるや、其れ天地と并べり」と、酒造りは酒星に始まり、天地が誕生するとともに存在したと述べている。

酒星酒造説は神話伝説にすぎないが、当時の社会生活の中で酒は重要な地位にあり、無限の星空の下、空を仰ぎながら想像力を巡らす古代の人々の浪漫に満ちた心持がうかがい知れる。

#### 2 猿酒造説

明代の文人、李日華は彼の著述の中で、黄山にはたくさん猿がおり、春夏に花や果物を採り、石の窪みの中で酒を醸造し、その香りが遠いところまで漂っているという記載をしている。

また、清代の文人、李調元は、瓊州（現在の海南省）にたくさん猿がおり、岩の深いところで稲米とたくさんの花を用いて猿酒をつくったと著述している。

当地の人々の発見によると、猿は山林の中で野生の果物を主要な食べ



〈写真1〉猿酒造説

<sup>1</sup> 中国古代の王朝名で、自称は商。前16世紀頃から前11世紀頃とされる。歴史年表は巻末を参照のこと。

<sup>2</sup> 四字熟語の「酒池肉林」はこれが語源となっている。



物とし、果物が成熟した季節に大量の果物を石の窪みに集め、集められた果物が自然界の酵母菌の作用で発酵し、酒の液体が析出されたという。

唐代の李肇が記した『国史補』には、人類がいかにして猿を捕獲するかの詳細な記載がある。甘く香り高い美酒を猿がよく出没するところに置き、香りにつられて出てきた猿は、警戒しながらもその誘惑に勝てず飲み始め、おおいに酔ったところで捕獲するというものである。

これらのことから、古代より猿によって、いわゆる天然の果実酒が造られていたことが推測されるが、猿による酒と人類が造った酒とでは、その本質に違いがある。

### 3 儀狄酒造説

儀狄酒造説は『世本』にはじめて記載される。世本は秦・漢の時代の人が、古代帝王公卿の系譜を収録した書物で、その中に「儀狄がはじめて旨酒を造り、杜康が高梁酒を造る」とある。儀狄が糯米を発酵させて、甘く度数の低い酒を造り、杜康が高梁を原料とした酒を造ったという。

この説が正しければ、儀狄が黄酒の創始者で、杜康が高梁酒の創始者とも言える。

また、後漢の学者、許慎が編纂した中国最古の漢字字書『説文解字』や、前漢の経学者、劉向が編んだ史書『戦国策』の中にも、儀狄の酒造りに関する記載がある。戦国策では、儀狄が夏王朝の創始とされる帝王、禹に酒を献上するも、儀狄の美酒を確かに旨いと感じた禹は、後世、この美酒に溺れ、国を誤り、国家を滅ぼす者が現れることを恐れ、儀狄を疎んじ、その後は儀狄を重用しなくなったという。

それでは儀狄が本当に酒の創始者かといえ、古籍の中には否定する記載も少なくない。例えば、儀狄以前の時代に様々な酒造りの方法が民間で流行り、後に儀狄がこれらの方法を論理的にまとめ、醸造方法を確立し、優れた質の酒を後世に広く伝わらせたという説である。

郭沫若<sup>3</sup>は、儀狄が酒造りを開始したとの言い伝えがあるが、これが意味するところは、原始社会の時代の酒に比べ、より甘く濃厚で旨い酒のことであると述べている。

### 4 杜康酒造説

晋の時代の江統は『酒誥』の中で、杜康が食べ残したご飯を桑の木の穴に置き、この残ったご飯が発酵して芳しい香りが立ち込め、そして酒になったと記している。

秦・漢の時代以降、歴代の帝王は、杜康が世を去った後に彼を「酒仙」、「酒聖」と尊称し、世間では杜康を酒造りの創始者として崇めたという。

三国時代の武将、曹操が詠んだ『短歌行』の詩句に、「慨当以慷 憂思難忘 何以解憂 唯有杜康」がある。「胸の奥底の忘れ難き憂いを如何に消し去ることができるか。それは唯一杜康有るのみ」と、杜康を酒の意味で詠んでいる。



〈写真2〉 儀狄

<sup>3</sup> 1892年～1978年。中国の文学者、歴史学者、政治家で、中日友好協会の初代名誉会長でもある。

また、『世本』、『呂氏春秋』、『戦国策』、『説文解字』などの多くの古籍の中にも、杜康の記載がある。

しかし、杜康がいつの時代のどこの人かについては様々な伝説があり、明らかになっていない。

代表的なものに、杜康は康家衛の人であるという言われがある。康家衛は、現在でも存在する陝西省白水県の小さな村で、村の端にある大きな堀を人々は杜康堀と呼び、その堀の源にある泉は杜康泉と呼ばれる。県の歴史書「白水県志」にも、杜康がこの水から酒を造ったという伝説の記載がある。

なお、日本では酒造りの職人を「杜氏」と呼ぶが、杜康が由来によるとも言われている。



〈写真3〉 杜康

## 第2節 歴代王朝と酒の発展史

中国酒文化は、数千年に及ぶ歴史があり、酒はほとんど社会生活のあらゆる領域にまで浸透している。最初の酒は、桑の葉でご飯を包み発酵したものであったと言われている。

夏の時代、醸造技術は一定の発展をし、殷の時代には麴を使用して酒が造られるようになった。

周の時代には、醸造の専門部門と管理者があらわれ、また醸造技術の詳細な記録もとられることとなった。

「酒」という字は、酒を入れた壺を表す象形文字である「酉」にサンズイを加えたもので、南北朝時代に出現した。唐・宋の時代は、酒造りが盛んになり、名酒の種類が増えた。

酒の醸造が発展する一方、酒造りを抑制する政策もとられている。酒の醸造で主に原料となるものは穀物であり、醸造者は酒を造るために大量の穀物を購入するが、穀物は庶民にとって大切な食料であることから、歴史上、穀物を巡って度々矛盾が発生した。国家は食料になり酒の原料にもなる穀物の消費についての矛盾を解決するため、様々な酒政を実施している。酒政とは国家が酒の生産、流通、販売、使用について、制定実施する政策の総称である。

中国の酒政の起源は夏朝にはじまり、4,000年以上の発展を経て、主に酒禁（法律手段と行政命令により酒類の生産、販売、消費を禁止する）、酒法（法律手段と法律措置を採用し、スムーズな酒政の執行を担保する）、酒専売（国家が酒麴を含む酒類の生産と販売を独占する）、徴収酒税（国家が酒類の生産と、販売者から専税を徴収する政策、制度（酒税））と酒政機構（酒政の執行機構。およそ殷の時代から酒政組織の出現が始まる）の5つに形成される。

### 1 夏～秦の時代（紀元前 21 世紀頃～紀元前 206 年）

夏・殷の時代、国の統治者や貴族の大酒をむさぼる風土が亡国を導いた。飲酒には錫を含む青銅器が用いられていたことから、長期にわたり青銅器を使用した貴族は、慢性中毒になったともいわれている。また、当時酒は広く祭祀で用いられ、1度の祭祀で約 300 斤（1斤は 500 グラム）の酒と 100 匹の牛が使用されたというように、その規模は大きなものであった。

紂王の教訓を汲み取り、周の時代に「酒誥」が公布され、中国史上はじめての禁酒政策が開始さ

れた。酒誥では、王と公爵、諸侯は非礼な飲酒を許されないばかりか、庶民に至っては、集まって飲酒することが禁止され、守らないものは全員死刑になるという厳しい規定であった。酒誥では、酒は人を乱し、徳を失わせ、亡国の根源であると考えられた。

この時期の酒は主に王室のために造られ、元老と重臣は配券により酒が提供された。

周の時代、醸造技術は比較的整い、経書『礼記』の中で、多くの酒の種類が記載されている。

河北省開平にある戦国時代の中山国王の墓から、銅の酒壺に保存された二種類の古酒が発見されたが、これは世界で出土された酒の中で最も古いものである。

秦の時代には、庶民が酒を造ることを禁止するとともに、酒の価格を引き上げ、酒に重税をかけた。これらの経済的手段と厳格な法律によって、酒の生産と消費を抑制すると同時に、国家は巨額の収入を獲ることを目的とした。

## 2 漢の時代（紀元前 202 年～220 年）

前漢初期、酒誥をもとにした「禁群飲」が執行された。理由なく 3 人以上で集まり、酒を飲むことを禁止し、違反者には罰金をかけた。歴史書『史記・文帝本紀』の記載から、新王朝が建立したばかりの時、反対勢力が集まり問題を引き起こすことを途絶させるために制定されたと考えられる。

前漢の時代には、農業生産、商工業を促進するため、労役と租税の軽減措置がとられた。その後の経済発展とともに人々の生活は改善され、酒の消費も増えた。

個人による酒販売の独占を防止するとともに、国家の財政収入を増加させるため、漢の時代に酒の専売制度が開始されるも、文学者の反対にあい、わずか 17 年で廃止される。これにより、民間の酒造りを許すことになるが、一方で、酒の販売量に応じて税を徴収するようになった。すなわち、酒税の始まりである。

漢の武帝の時代、欧州やアジアへの使者が、葡萄の種を持ち帰るとともに、葡萄酒の職人を国内に招いている。宋代の類書『太平御覧』によれば、武帝の時代、葡萄の植樹と醸造は一定の規模に達している。葡萄は最初に新疆に入り、甘肅省を経て、陝西省西安や華北、東北地区などに及んだ。

## 3 三国時代～南北朝時代（220 年～589 年）

三国時代には、各地で禁酒政策がとられるようになるが、酒はすでにある程度普及していたことから、禁酒措置は効果を得ず、逆に酒が社会生活の様々なところまで及ぶようになった。

晋の歴史を記した『晋書』に、山陰（今の浙江省紹興市）の人は酒が好きで、1 年に 700 石（1 石は 100 升）の糯米で酒を造っても足りないことの記載があり、当時、酒が社会で受け入れられていたことがうかがえる。

東晋の時代、王羲之と謝安、孫綽らの名士が、山陰の蘭亭で曲水流觴という盛大な宴を催している。曲水流觴とは、庭園の曲水に沿って参会者が座り、上流から流される杯が、回転したり止まったりしたところの前に座っている者が、杯の酒を飲みながら、即興で詩を詠むという風雅な遊びである。詠むことができなかつた場合は、罰として 3 杯の酒を飲まなければならなかつた。

曲水流觴と呼ばれるこの飲酒習俗は、この様子を記した王羲之による『蘭亭集序』の中で生き生きと体现され、後々まで広く受け継がれることとなった。北京や河北省承德、四川省宜賓など、全国各地にその旧跡が存在するばかりか、日本にも伝わり、現在でも鹿児島県や京都府など、いくつ

かの地で曲水の宴が催されている。

南北朝時代には、これまでは単に酒の識別のために付けられていた酒の名前に、芸術的な追及がなされるようになり、金漿、千里酔、桃花酒、白墜春酒など、美しい想像を掻きたてるような名前が付けられるようになった。



〈写真4〉 蘭亭の曲水流觴

#### 4 唐の時代 (618年～907年)

唐の時代になると、文芸との関係が密接に深まり、酒に関する有名な詩句の多くが、この時代に生まれた。「酒中八仙<sup>4</sup>」の一人、賀知章は晩年、長安（現在の陝西省西安）から故郷に帰った後、いつも酒を飲みながら詩をつくったと言われる。

唐が盛えた時期、領土は拡大し、国力は強く盛んになり、文化は繁栄し、酒を飲むことはすでに王公貴族、文人名士の特権ではなくなり、庶民にも広まった。唐代の宰相である魏征は、酒造りに長け、魏征が甕に貯蔵した酒は十年でも腐らないと言われた。唐の第2代皇帝である太宗は、魏征が造った酒を好み、「酔って千日目覚めず、十年味が落ちない」と詠っている。

社会の気風は開放的で、男性が酒を飲むばかりでなく、女性の飲酒も一般的であり、第9代皇帝の玄宗（※こちらの呼称が日本では一般的）は、楊貴妃の酒にほろ酔う姿をこの上なく愛したという。

唐の時代、酒の醸造者、販売者に登記を行わせ、その生産経営規模により等級で区分され、許可のないものは酒業に従事することができなかった。また、酒税は一般に地方が徴収し、朝廷に納めた。

唐の中期、安史の乱<sup>5</sup>が終息した後、唐朝は軍費や皇室、官僚を養うために、様々な名目で過酷な税金を徴収した。唐代王朝の歴史書『新唐書・楊炎伝』に、当時、人民の財貨をあの手この手で搾り取った様子が記載されている。

#### 5 宋の時代 (960年～1279年)

宋の時代になると、酒税は政府の重要な財源となった。十分な酒税を確保するため、酒の生産と販売に関する管理は厳格に行われた。

北宋初年には、個人が酒を造ることを許さない禁酒政策が再びとられ、個人が5斤以上の酒を造ると死刑に処されたが、経済の回復と発展につれ、その極刑も15斤以上になるなど、酒に対する政策は次第に緩和されていった。

北宋の時代は、酒の専売、麴の専売、酒税という主に3つの政策がとられた。

酒の専売により、酒工場は役所が所有し、酒を造る者は役所から借り受けた酒工場で生産し、造られた酒は役所が決めた価格で、役所により販売されることとなった。

<sup>4</sup> 唐代の八詩人。杜甫の「飲中八仙歌」に詠まれた、賀知章、李白などの八人の酒豪。飲中八仙ともいわれる。

<sup>5</sup> 755年、唐の中期、玄宗皇帝の晩年に、安祿山と史思明らが起こした反乱。763年に鎮圧。以後、唐の中央集権体制は弱体化した。

当時の首都であった開封（河南省）には、正店、脚店と呼ばれる酒を売りさばく酒店のほか、酒樓といわれる役所が開いた飲食場や、酒庫といわれる酒の卸売場、拍戸（泊戸）と呼ばれる小売店が存在した。

この時代、役所による造酒と酒税の管理、調整は綿密で、いくつかの面においては、現在よりもその管理が厳格であった。

南宋の時代には、「隔醸法」という措置がとられ、役所が規定した場所に、集中して酒の醸造場を設け、同時に醸造器具も役所が購入し、人々は各自ここに穀物を持ち込み、酒を醸造した。この方法により、役所は酒の醸造量に応じて一定の費用を徴収するとともに、酒の普及が進んだ。

また、この時代にも酒類の専売政策は実行され、酒庫の設置と運営が行われた。酒庫は役所が調整、管理する造酒と卸売の市場のことで、役所にとって主要な収入源の一つであった。酒庫の管理権を握ることで、酒に絡む手厚い利潤が入るので、酒庫の管理権を巡る争奪が生じた。このため、南宋の酒庫は非常に多く、中央政権の酒庫、軍隊の酒庫、地方の酒庫というように、組織の従属関係は複雑であった。

中国の酒税の歴史において、両宋の時代の酒税が最も重いものであった。

宋の時代には、蘇東坡、陸遊といった文人の作品から、葡萄酒の発展状況がよみとれる。蘇東坡は、仕事の面では度々多難に満ち、そんな時、家族や友人達は蘇東坡と連絡さえとらなかったが、唯一、山西省太原の張鼎令のみ変わらず接し、毎年彼に葡萄を送ったという。蘇東坡の詩『謝張太原送蒲桃』から、当時太原は、葡萄の重要な産地であったことがわかる。

また、陸遊の詩『夜寒与客烧干柴取暖戲作』では、葡萄酒と当時高級品であったテンの毛皮が同列に論じられ、葡萄酒は高貴なものであったことがわかる。

唐の時代には、万家春、皇都春、蓬莱春など、酒の名前に春という字をつけることが好まれたが、宋の時代は、思春堂、濟美堂、眉寿堂など、堂の字を付けることが多かった。

## 6 元の時代（1271年～1368年）

マルコ・ポーロの旅行記『馬可・波羅遊記（東方見聞録）』に、元の時代の酒の種類は、馬乳酒、葡萄酒、米酒と薬酒との記載があり、いずれもアルコール度数は低かったと推測される。

馬乳酒の中でも最良のものは、幾度もの発酵を繰り返し純化させ、馬乳を皮袋の中で甘く美味しい酒に変成させ、宮殿のみに存在した。

馬可・波羅遊記には、米酒について、「人々の心を満足させるのにこれ以上のものはなく、温めて飲めば、他のどんな酒よりも容易に人をひたらせる」という叙述がある。

元の時代になると、葡萄酒は元王朝による宴席への招待、王公大臣と外国、外族からの使者に対する恩賞に用いられたが、その後は王公貴族の特権でなくなり、庶民にも徐々に飲まれるようになっていく。

この時代は、美酒の種類が豊富であったことから、各種酒に合わせた様々な酒具が要求されるよ



〈写真5〉紹興市内の酒店



〈写真6〉馬乳酒の酒器と皮袋

うになり、元代の首都（現在の北京）では、玉酒海といわれる酒の容器が元朝宮廷用具として出土されている。

## 7 明・清の時代（1368年～1912年）

明の時代は、酒の醸造業が飛躍的に発展した時期で、酒の種類、生産量ともに前の時代を大きく上回っている。明朝は酒禁政策をとったが、個人が酒を造り、酒を売ることをほぼ放任しており、個人や酒屋から直接に酒税を徴収した。

1394年には庶民が酒屋を自ら設置することを認め、1442年にはそれまでの酒税を地方税にあらため、その後も酒に関する商業貿易の利便性を高めるとともに、酒税の軽減措置を採用したことから、酒の売買は加速した。山陰生まれの文人、徐渭は『蘭亭次韻』の詩の中で、「春が来れば至るところに酒屋がある」と感慨深く詠っている。

清の時代、酒業は更に発展した。大規模な酒造場が続々と出現したことから、生産量は年々増加し、その販路は拡大した。また、各酒造場の協同のもとに、品種、規格、包装形式の統一が始められたほか、いくつかの造酒場は、外地に出て酒店を開設し、小売卸売業務を運営するようになった。

清の時代末期の酒税は、酒に関する税目が雑多であった。

## 第3節 酒と民俗

### 1 酒礼

「民以食为天」。すなわち「民は食を以て天と為す」の国家において、飲食儀礼は自然と飲食文化の重要な部分を構成することとなった。

中国の飲酒、宴会儀礼は、周代の政治家である周公に始まり、およそ千百年の進化を経て、今日の飲食儀礼が形成されたと考えられている。

酒に関する文化は、飲食儀礼において非常に大切なものであり、酒がなければ宴は成り立たないとまでいわれる。一方で、節度のない飲酒による弊害を嫌い、歴代君主は礼をもって制限をかけた。

酒の風俗習慣は儒家の影響を受けている。儒家は「酒徳」を重んじるが、酒徳という語が最も早く見てとれるのは、経書『尚書』と中国最古の詩集『詩経』であり、酒徳とは、飲酒をする者は道義に合った行いをしなければならないという意味である。

言い換えれば、酒を飲むことは食文化に通じ、古くから形成された一種の遵守すべき礼儀作法でもある。

儒家の経典『周礼』、『儀礼』、『礼記』によると、祭祀、飲宴には酒が必要で、どの酒をいつ、どれだけ、どのように用いるか、礼と酒に関して明確に規定がされている。

#### （1）祭祀の礼

古代中国において天地、神霊、日月、山川、祖先など、祭祀をとり行う対象は広いが、全ての祭祀で酒が必要であった。統治者が祭祀をとり行う場合でも、庶民の祭祀活動でも酒は欠かすことができない秘めたるものであり、酒と祭祀は切り離せないものであった。

## (2) 宴会の礼

宴を催すに当たり、席次は十分に重きを置かれ、主人、客人がどの席に座るのか厳格に定められた。歴史書『史記・項羽本紀』に、席次の尊卑観念が記載されている。東西南北で席次に序列を設け、地位の最も低い随行者は席に座ることが許されず、そばで宴の世話をする。

また、宴会では身分や年齢を考慮した席次が必須であった。上座は、方位によるものと同様に左右の区別もあった。歴史書『史記・漢文帝紀』に、右が上座の記載がある。宴会の際、上座の者が席についてから、その他の者は席につくことができた。

時代の発展とともに建築様式が変化し、これにともなって礼儀作法にも変化が生じるとともに、人々の日常生活の変化により、新しい宴会のルールが形成されていった。

着席後、主人はまず客人の年配者から若者の順に酒を注ぎ、全ての客人に酒を注いだ後、自分の杯に注ぐ。酒を飲むことができない主人は、酒を飲める親類、友人を主人のかわりに呼ぶこともできるし、茶またはその他の飲料を酒の代わりとすることもできるが、いずれにせよ、主人は客人に対し、自らそのことを説明し、客人の同意を得なければ失礼に当たる。

その後、主人は起立し杯を挙げ、客人に向かって酒を勧め、客人も立ち上がって杯を挙げる。主人は客人に敬意を表し、まずは自分が先に飲むことを伝え、一気に飲み干した後、酒杯を逆さにし、一滴も残っていないことを示すことで、誠心誠意に來客をもてなすことを表す。

客人はそれに応え、各自が酒を飲み干した後、主人に敬意を表し、主人に酒を注ぎ、次いで自分に注ぐ。そして、主人は客人にたくさん飲むことを呼びかけ、また酒を勧める。

この儀礼は、古代から今に至るまで続いている。

同様に、主人のみならず客人による礼儀作法も『礼記』に記されている。例えば、乾杯で杯と杯をあわせる際、客人の酒杯は主人の酒杯よりも低い位置で、また、目下の酒杯は目上の酒杯よりも低い位置とすることで、敬意を表すなどである。



〈写真7〉古代の宴席（茅台中国酒文化城）



〈写真8〉古代の宴席（茅台中国酒文化城）

## 2 酒俗

社会で生活する上で交際の必要性が生じ、その結果、礼儀作法や風習といった風俗が生まれた。婚礼、葬式、家の新築、出生、歓迎や送別の宴など、様々な日常生活と社会活動の中で酒が登場し、豊かで多彩な酒俗が形成されていった。日本でも神にささげるための「御神酒」が神社の儀式で使われるように、祭事と酒は欠かせない。

代表的なものとして、婚礼の酒俗、祝寿の酒俗、誕生の酒俗、葬儀の酒俗を次に挙げる。

### (1) 婚礼の酒俗

婚礼の儀式が終わると、親類や友人、同僚など式への参席者は、酒（喜酒と呼ばれる）と料理に舌鼓を打ち、婚礼の最高潮を迎える。酒席上、新郎新婦は互いの腕を絡め、参席者が取り囲む中、酒を交わす（交杯酒と呼ばれる）。

特に宋の時代まではひょうたんを半分にしたものを酒杯とし、互いのひょうたんを紅い糸でつなぎ、酒を飲んでいた。

## （2）祝寿の酒俗

人生の10年ごと、特に60歳以降、年が大きければ大きいほど、寿酒と呼ばれる酒宴が盛大に行われる。節目を迎えた老人は、児孫の一人ずつから敬礼を受け、特に高齢の老人であれば、老人から福を授かることを期待し、隣近所や親戚、友人が集まり長寿を祝う。

## （3）誕生の酒俗

子供が誕生して1か月の節目に、神や祖先を祭るとともに子供の健やかな成長を祈り、親戚や友人を招き、酒宴（満月酒と呼ばれる）を催す。100日、1年の節目（それぞれ百日酒、周歳酒と呼ばれる）においても同様である。

## （4）葬儀の酒俗

命の誕生に対し、天寿を全うした者の葬式は祝い事であることを意味し（白喜事と呼ばれる）、忌中の家は、葬儀を執り行った後に酒宴を設ける。

また、春節、元宵節、清明節など、中国人にとって重要な祭日は数多くあるが、そのほとんどで酒が飲まれてきた。さらに、端午節には菖蒲酒を、中秋節には桂花酒を、重陽節には菊花酒を飲むといったように、祭日によっては決まった特別な酒を飲む場合も多く、現在でもこの習わしが残っている地域は少なくない。いずれにせよ、祭日に酒が飲まれるようになったのは、それぞれに物語があるからである。

例えば、毎年新暦の4月5日前後にあたる清明節には、祖先の墓参りをしたり、若草を踏んで郊外へ散策に出る習俗がある。この清明節に酒が飲まれるようになったのは、主に2つの理由からだと考えられている。1つは、清明節の前日あるいは前々日の寒食節<sup>6</sup>の期間は、火を起こし、温かい食べ物を食することができず、冷たい物のみ食することができたため、飲酒によって体を温めることができるということ。もう1つは、酒の力を借りることで、亡くなった親族への悲しみ嘆く気持ちを一時的に和らげ、心持が穏やかになれることである。

## 3 酒令

「酒令」とは酒に興を添え、思う存分酒を楽しむための酒席での遊びのことである。人々は遊びの味わいを酒席に取り入れ、遊びの勝ち負けにより飲酒する者を決めた。酒令は、文人や官僚階層がゆったりと酒を楽しむ封建時代の生活の中で生まれ、後に庶民の生活にまで浸透していった。

---

<sup>6</sup> 春秋時代の忠臣、介之推とその母が焼死した日といわれる。介之推の焼死を悼み、火を使わず冷たいものを食べる習わしとなった。一般に人々は寒食節と清明節を一つの祭日としてとらえている。



一般に宴席では、令官とよばれる者を一人決め、令官が同席者に順番に詩などを作らせ、令官の指示に背いた者や負けた者が、罰として酒を飲むことになる。

歴史書『後漢書』に、酒令という語が最初に見られたのは、後漢末期から三国時代にかけての政治家、賈逵が書いた『酒令』であるという記載がある。第2節の三国時代～南北朝時代のところでふれた曲水流觴も酒令の一種である。

唐代の前期、社会経済は飛躍的に発展し、後々まで伝わる酒令のいくつかはこの時代に形成され、唐詩にも反映された。

唐・宋の時代に大きく発展した酒令は、明・清の時代に再びピークを迎え、詩文、小説、世間の事柄、人物、花木、動物、昆虫、二十四節気、占い、中国式かるた、芝居、演劇など、ありとあらゆるものが酒令の対象となった。

## 第4節 酒と文芸

### 1 酒と文学

日本でも有名な四大古典小説、『三国演義』、『水滸伝』、『西遊記』、『紅樓夢』にも多くの酒の場面が登場する。例えば、三国演義では、劉備、関羽、張飛が、酒の宴において義兄弟となる誓いを結んだ「桃園の誓い」や、曹操と劉備が酒を交わしながら、互いに相手の心理と器を探り合う「青梅煮酒論英雄」などが有名であろう。

また、紅樓夢には、酒を飲む場面が非常に多く描かれ、第1回から第117回までに、直接酒を飲む場面が60以上、酒の字が580以上、賀喜酒、祝寿酒、待客酒、賞花酒といった各種酒の名目が23種描かれているし、さらには、宴会や飲酒、人々が酔いしれる様子以外にも、酒の知識や酒令、酒に関する習わしなどの描写も登場する。

この他にも、楊貴妃にまつわる故事では、楊貴妃の悲しみ、嫉妬、孤独な心持ちから大いに酒に酔い乱れる場面があるが、清末期から戦後にかけて活躍した京劇俳優の梅蘭芳がその情景を見事に演じた『貴妃醉酒』は、日本でもよく知られているところである。

また、東晋の著名な詩人、陶淵明は、『飲酒』と題した20首の詩を作っているが、唐代の詩人、李白をはじめ後々の詩人たちに、酒に関する詩が詠まれるようになったのも、彼の功績によるところが大きいといわれる。

唐代の詩人である杜甫は、後世、「詩聖」と呼ばれるが、杜甫が残した1,400余りの詩歌のうち、実に300首前後が飲酒に関するものである。

宋代の詩人、蘇東坡は、酒を飲むとインスピレーションがわき、飲酒後に、今に残る数々の有名な詩が作られたと言われる。また、自らが酒を造り、酒の醸造について『東坡酒経』にまとめている。

ここでは、唐代の詩人、白居易と李白についての酒にまつわる伝記を紹介する。



〈写真9〉陶淵明

## (1) 白居易

白居易は、陶淵明、李白、蘇東坡らとならぶ酒好きの文人として知られている。家には酒庫があり、酒甕を枕元に置き、眠る前には酒を飲み、眼が覚めてはまた飲み、金があれば酒を買い、金がなければ馬を売り、衣服を質に入れて酒を飲み、また、酒のつまみがあればもちろんのこと、つまみがなくても詩を詠み琴を弾きながら、やはり酒を飲んだと言われる。

白居易は、365日毎日必ず酒を飲み、飲んだ後に詩を書く心情となり、詩歌は流れ出る水のように生まれたという。3,000以上の詩をつくっているが、その中で『南亭対酒送春』、『対酒』、『花下自勸酒』、『醉歌』、『酔後走筆』、『答勸酒』、『強酒』、『春酒初熟』など、酒に関する詩題が数多くある。

また、白居易は自らを「酔吟先生」と称し、杭州の長官時代に、湖畔には柳や竹が茂り、湖には魚が跳ね、水面が光り輝く、西湖の絵のような風景に魅せられ、そこでよく酒を飲み、詩を詠んだといわれる。

白居易が任期を満了し杭州を離れる際に、杭州の百姓と、また、西湖の風景と杯を交わしつつも、名残惜しく離れられない様子が『別杭州』に詠まれている。



〈写真10〉 夕暮れ時の西湖（浙江省杭州市）

## (2) 李白

「詩仙」とも称される李白は酒をこよなく愛す唐代の詩人で、その詩には、当時の政治の腐敗を批判するとともに、庶民の苦しみに同情を寄せるものも多い。

李白は生活に満足している時も、心に憂いのある時も、月下であっても、船中であっても、あずまやであっても、いつでもどこでも酒を飲み、酔いしれた。美酒があり、心ゆくまで飲むことさえできれば、李白にとっては、その地が故郷にもなるという。晩年は、お気に入りの名刀まで手放し、酒に換え、その人生はまさに、酒に生まれ酒に死すとまで言われている。

李白と同時代の詩人である杜甫は、酒中八仙の詩を吟詠し、その中で「李白は一斗升の酒を飲めば百篇の詩が生まれ、長安市では酒を飲んで酒屋でそのまま寝る。皇帝の召し出しにも応じず、自ら酒中の仙人と称する」と記している。

李白は襄陽や江夏（ともに現在の湖北省）など各地を旅し、中国人の誰もがよく知る詩を数多く残している。『襄陽歌』では、「百年三万六千日、一日須く三百杯を傾けるべし」と詠い、また、『月下独酌・其一』では、「举杯邀明月 对影成三人」と、杯を挙げて明月を酒の相手とし、李白とその影、さらに月の三人で酒を楽しむ情景が詠まれている。



〈写真11〉 酒に酔いしれ眠り込む李白

酒を詠んだ李白の詩の中で、最も有名な『将進酒』の一首を巻末の参考資料に紹介する。

## 第2章 現代中国の酒

本章では現代中国で中国の人々が主に飲んでいる酒について紹介する。

中国の経済発展に伴い世界各国とのつながりが深まるにつれ、これまで中国独自の酒として発展を遂げてきた白酒や黄酒に加え、外国の酒も受け入れられるようになってきたが、現在、中国で飲まれている代表的な酒といえばやはり、白酒、黄酒、ビール、ワインである。

### 第1節 酒の種類

#### 1 白酒

白酒は、穀物を原料に糖化、発酵させた後に蒸留した酒（蒸留酒）で、アルコール度数は高く、38度から43度のものが現在の主流である。広く中国全土で造られているが、高粱、黍、麦などを原料とするため、北方や南西地方が主産地である。

白酒の起源は、唐代、宋代、元代などいくつかの説があるが、宋の時代とする説が有力である。宋の時代からと仮定すれば、約千年近い歴史を有することになる。

1949年の建国以来、これまでに5回の国家級の評酒会が開催されてきた。1952年に北京で開催された第1回全国評酒会では、8つの国家級名酒が選出され、その内訳は、白酒が茅台酒（貴州省茅台鎮）、汾酒（山西省杏花村）、瀘州老窖（四川省瀘州市）、西鳳酒（陝西省柳林鎮）の4種、黄酒が鑑湖長春酒・加飯酒（浙江省紹興市）の1種、葡萄酒が紅葡萄酒（山東省煙台市）、金賞ブランド（山東省煙台市）、味美思（山東省煙台市）の3種である。

これ以後、不定期に第5回まで開催され、1989年に安徽省合肥市で開催された第5回全国評酒会では、17の国家名酒が選出されたが、そのいずれも白酒であった。

白酒は中国各地で広く生産されているが、特に貴州省の茅台酒は、1915年のアメリカパナマ太平洋万国博覧会で金賞を受賞し、国内のみならず、世界各地で販売され、国酒とも呼ばれる。中国政府が催す宴会で出される「国宴酒」に指定されており、周恩来総理は、1972年に中国を訪問した田中角栄首相やアメリカのニクソン大統領を茅台酒で歓迎している。

#### 2 黄酒

黄酒は糯米、粳米、黍などの穀物を原料とした醸造酒である。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。日本の中華料理店などでも親しまれている「紹興酒」は、代表的な黄酒である。また「老酒」とは、長期貯蔵された黄酒を指す。

自然界の発酵作用による酒の誕生の後、人々は人工で酒の醸造を始めた。およそ3,000年以上前、殷・周の時代に、酒麴を用いた発酵法により大量に黄酒がつくられた。

紀元前200年の漢王朝から紀元1000年の北宋までの1,200年は、黄酒造りの成熟期であった。宋代以降、江南地域の黄酒は全盛期となり、中でも南宋政権の都であった杭州に近い紹興の酒は発



〈写真12〉 黄酒の地下貯蔵庫

展した。

清代末期以降では、1915年のアメリカパナマ太平洋万国博覧会で、黄酒が金賞を獲得した。中国国内においても、1910年に南京で開催された南洋百貨会で、また、1929年に浙江省杭州で開催された西湖博覧会でも金賞を受賞し、その後も数々の賞を獲得している。

黄酒のアルコール度数は、一般に14度～20度と低度の醸造酒に属し、現在、山東省、江蘇省、福建省、吉林省など各地で生産されているが、主要な生産地は長江下流一帯に集中し、中でも特に浙江省紹興のものが有名である。

### 3 ワイン

葡萄を原料とする醸造酒であるが、中国においてワイン（葡萄酒）が最初に人工発酵で作られたものは、一般には漢の時代に、葡萄が西域から流入した後に出現したと考えられている。

中国において、ワインは主要な酒類の品種とは言えないが、新疆などの一部地域では、古くから地域の主要な酒であった。前漢の時代、隣国から葡萄の植樹とワインの醸造技術を学び、中国西域はワインの主要な産地であった。『トルファン出土文書』の中に、4世紀から8世紀にかけ、トルファン地区で行われた葡萄の植樹やワインの販売について、記載がされている。

元の時代、ワインの生産規模は大きく伸び、生産地は新疆一帯を中心に、山西省太原一帯でも大規模な葡萄の植樹と醸造が行われた。元王朝はワインを愛し、祖先を祭る祭祀には必ずワインを用い、太原のほか、江蘇省南京に葡萄園をつくっている。

近代では清朝末期の1892年に、山東省煙台に張裕葡萄釀酒会社が設立され、外国から優良な葡萄品種と機械化生産方式を導入することで、中国でのワインの生産技術は、新たな一步を踏み出すことになった。

現在の中国国産ワインの代表的な生産企業には、煙台張裕集团有限公司（山東省煙台市）、中国長城葡萄酒有限公司（河北省沙城）、王朝葡萄釀酒有限公司（天津市）などがある。

### 4 ビール

中国のビールは、大麦を主原料とし、アルコール度数は一般に3度台と低い。

古代中国に、ビールに似たアルコール飲料はあったが、漢の時代以降、黄酒に淘汰された。

清の時代末期に外国からビールの生産技術が入り、1900年にロシア人が、黒龍江省ハルビン市で中国で最初のビール会社を設立、その後1903年には青島で、ドイツの生産設備と原料を用いてビールの製造が始まった。

ビール業界は中華人民共和国建国後、特に1980年代以降に目覚ましい発展を遂げ、日本でも有名な青島ビールのほか、北京エリアにおける燕京ビール、広州エリアにおける珠江ビール、東北エリアのハルビンビールなど各地で地域の特徴あるビールが製造・販売されている。

## 第2節 酒の名前と使われる漢字

酒の名前には、豊かな文化が含蓄され、読めばすらすらと口から出て、聞けば耳に心地よいものが数多くある。こういった想いのこもった酒の名称を命名することは、酒を飲む者の美と文化に対

する精神の要求を満たすだけでなく、酒の知名度を高め、販売促進にもつながるものである。

日本酒造組合中央会のホームページによれば、日本酒の名前に使われる漢字で多い字は、多い順に「山、鶴、正、宗、菊」となっている。

一方、中国の酒の名前で多く付けられる字に、「老、王、家、春」がある。

「老」の字が付くことで、人々に「老字号<sup>7</sup>」が代表するように信頼できる酒として、また、長い間寝かせ、香りと味が濃厚でこくがある老酒を連想させる。さらに、昔の出来事や旧友を懐かしむような親しみを感じさせる。老が付く酒の名前に、老庄陳釀、老酒坊、瀘州老窖、墨老酒、老陳酒などがある。

「王」は、中国のその歴史から、人々にある種の尊敬の念を抱かせる。酒を造る側にとっては、歴史上の統治者を根源とし、自分の酒が数々の君主と同じように天下を治め、名声が高まることを期待する。花雕王、豊谷酒王、夏王龍酒、越王楼、蒙古王などがある。

「家」は、中国人が最も重きを置く何ものにも代え難いものであり、中国人にとって心温まるものを連想させるほか、名門、名家という一族の観念から、優良な酒であるという信用を与える。孔府家酒、沛公家酒、張飛家酒、地主家酒、忠仁世家などがある。

「春」の字から、人々は希望を思い浮かべる。春は大地に生命が満ちあふれる時期であるとともに、過去の長い間、酒の醸造はほとんど手仕事で小規模に行われていたため、農作物が秋の実りを迎えてから醸造を始め、翌年の春になってやっと酒が誕生した。春の付く名前では、皇都春、豊和春、劍南春、盛唐老春、福春酒などが挙げられる。

この他にも、めでたく喜ばしい意味を持つ字句（満堂紅、喜臨門、天地春など）や、愛情にあふれ幸せで円満な家庭を意味する字句（今世縁、交杯酒など）、酒の生産地（茅台酒、老保定酒、泰山特曲など）、故事・民間伝説（古井貢酒、女兒紅など）、酒の色や味、神話・奇談などを酒の名前に用いる場合もある。

様々な色の中で最も多く使われるのが、「紅」と「金」である。紅は、慶事や喜び、繁栄を象徴する縁起のよい色であるとともに、熱情、勤勉、エネルギー、愛情など、多くの意味をもつ。

金は、富や財産、豊作、難しい試験に合格することなどを表し、これらの願望を託することから好まれる色である。

神話や奇談の中では、詩仙太白、夢仙妮、酔竹仙、佛国玉液、鬼国神曲、酒妖神仙、神仙老爸酒、酒鬼酒など、「仙、神、佛、鬼、妖」の字がよく使われているし、想像上の神化された動物である「龍」から、龍泉春、龍鳳大曲、龍虎尊、天龍液、九龍酔といった酒名も付けられている。

さらに、数字により酒の特徴を形容したり、酒の年数や成分を説明するものもある。例えば、「一滴泉」は、酒の味が泉水の滴りのごとく甘くこくがあることを表現する。同様に「二鍋頭」は、酒の醸造と蒸留の2つの工程を、「三将宴」は、劉備、関羽、張飛という3人の古代武将を、「四特酒」は、4つの特徴（清く澄んでいる、香り高い、混じりけがなく純粹、純度が高くこくがある）に優れていることを、「五粮液」は、高粱、粳米、糯米、小麦、とうもろこしの5種の原料を意味するという具合である。

---

<sup>7</sup> 国家商務部が認めた老舗。

### 第3節 中国における酒の飲まれ方

一般に中国の北方では、アルコール度数の高い白酒が飲まれ、南方の人よりも酒が強いと認識されている。さらに、北方の中でも都市部と農村部、あるいは所得の違いによって、その飲み方と度数にも違いが見られる。都市部と農村部では、農村部の方が酒の飲み方が激しく、低価格で酔いやすい高度の白酒が好まれると言われる。

中国の接待、宴席では、一般に豪勢な料理が食べきれないほど並び、小さな杯で白酒による乾杯が繰り返される。

「乾杯」とは中国語で「干杯」と書き、文字通り杯の中の酒を一気に飲み干し、同席者に対し敬意を表明するものである。

客人が酒を多く飲めば、主人にとっては、客人が自らを重く見ていることを意味し、客人が酒を飲まなければ、主人は顔をつぶされたと感じる。仮に自分は酒が飲めないことわっても、一口でも口をつければ、たちまちに献杯攻勢が始まる。

民間で流行っている話し言葉による韻文に、「交情深、一口悶；交情浅、舔一舔」がある。気持ちが深ければ一口で飲み干し、気持ちが浅ければ少し舐めればよいという意味で、酒を勧める決まり文句の一つとなっている。

主人による乾杯の後、酒の弱い者は、白酒にかわりビールを飲むこともあるが、白酒であれビールであれ、北方の宴席ではほろ酔い状態では終わらず、飲み干し、酔いつぶれるまで続く場合が多い。

これに対して、南方の傾向は幅をもつ。一口で南方と言っても、四川省や貴州省といった白酒の代表的な産地では、白酒が好まれるが、浙江省や上海周辺では黄酒が飲まれたり、広州や福建省などでは、茶館が数多く存在し、日常的に茶を飲む習慣があることから、酒の飲み方も比較のおとなしい傾向がある。

また、中国では通常、白酒や黄酒は何も加えずにそのまま飲まれるが、紹興酒は昔、一般に家庭で作られ、客人に紹興酒を勧める際、「口に合うかわからないので、氷砂糖でも入れて召し上がれ」と、慎ましい気持ちから氷砂糖を入れて飲まれるようになったという。現在はほとんど、機械化生産された質の高い紹興酒が売られているので、そのまま飲まれる場合が多いが、依然として氷砂糖を加えたり、砂糖漬けの干し梅をお燻した紹興酒に入れて飲むところもある。

このほか、中国では現在、常温でお酒を飲むことが多い。夏場にビールを飲む場合を除き、一般に白酒、黄酒、ワインなどは常温で飲まれる。一昔前は白酒や黄酒も温めて飲まれており、近年まで冷たいものを飲む習慣がなかったことから、レストランでビールを注文すると、かなりの割合で、冷蔵か常温のものかを聞かれる。

このように、中国では地域によって、あるいは日本と比べて、酒の飲み方は異なり、一定の傾向をもつのであるが、近年、北京などの大都市では、白酒でなく赤ワインで乾杯をすることが増えるなど、これまでの宴席から変化が見られるようになってきており、これについては次節で述べることにする。

#### 第4節 儉約令の影響と近年の変化

1978年の改革開放以降、中国の国内総生産（GDP）は1980年から1989年までの平均で9.9%、90年代が10.7%、2000年代が10.5%と驚異的な成長を続けてきた。しかし、2013年のGDPは、対前年比7.7%増加の56兆8845億元と、2年続けて7%台の成長率となっている。

一方、経済成長の恩恵を大いに受けることができた一部の富裕層と低所得者層の所得格差が拡大しているほか、役人の腐敗や汚職に対する一般国民の怒りが増し、不公平な社会全般に対する不満も鬱積している。こういった背景もあり、近年、中国共産党や政府機関は、腐敗を撲滅し、節約の励行と浪費への反対など大衆化路線を歩むべく多くの規定を矢継ぎ早に打ち出している。

特に「三公経費」と呼ばれる政府部門の海外出張費、公務接待費、公用車費については、中央政府が厳しい抑制方針を示し、2012年12月、中国共産党中央政治局はさらに具体的な「八項規定」を打ち出し、視察や会議の簡素化、勤勉儉約の励行などを強く指示した。

また、同じく12月に中央軍事委員会は「禁酒令」（通達）を出し、接待で宴席を設けず、酒を飲まず、高級料理を出さないよう指示している。

2013年1月には第18期中央規律検査委員会・第2回全体会議で、習近平総書記が「勤勉儉約の精神であらゆる事業を行い、見栄を張り豪勢に行うことに断固反対し、享楽主義と贅沢の風潮を断固阻止しなければならない」と各級指導幹部に戒告している。

2013年10月末には中国共産党中央政治局会議が開かれ、「党・政府機関節約励行、消費反対条例」が審議、了承された。

これらの儉約令が打ち出されて以降、公費による贈り物や宴席などが禁止されたため、全国各地の高級食材や高級白酒の消費はにわかに減り、レストランや酒造会社の業績は大きく低下したと各種報道で伝えられている。

中国証券報、北京青年報の報道によると、儉約令により売上が大きく減少している高級レストランの「湘鄂情」は、国内で13店舗を閉鎖し、今後は中低価格の大衆路線に転じ、高級レストラン業務は全体の2割に縮小する計画であるという<sup>8</sup>。

また、2014年2月8日の人民網によれば、財政部の「中央機関の外賓接待経費管理規則」に照らし、北京市は2014年2月に「北京市党・政府機関の外賓接待経費管理規則」を制定し、外賓のために高級な料理や酒を出す豪勢な宴会を開くことを禁止するとともに、宴会以外に立食式のパーティー、カクテルパーティー、茶会などの形式を提唱している。

このように高級酒の需要が落ち込み、特にその影響が大きい大手の白酒業界を中心に、中低価格の商品の販売を強化したり、容量も小型化する動きが見られるなど、その対策に着手している。

大手白酒メーカーによると、儉約令を受け、全国的に白酒市場は低迷気味で、接待などビジネス



〈写真13〉紹興市内の高級レストラン

<sup>8</sup> 2013年2月24日及び25日 時事速報北京・華北便。

向けから一般利用向けへと大衆路線の強化を図っていくとの方針とのことである。

こうした儉約令の影響で、宴会などでの酒の飲み方にも変化が見られる。これまで中国での宴会といえば、白酒による乾杯を繰り返し、飲んででは飲ませてを繰り返す、かなり激しい飲み方が一般的であった。しかし近年では、日中の地域間交流の場面などにおいても、中国側主催のフォーマルな宴席では、グラスに赤ワインを少しだけ注いで乾杯する程度で、飲みほすことを無理強いするようなことはない上に、白酒はほとんど見かけなくなった。

また、吉林省の商務庁で働く公務員や民間企業経営者などによると、宴会ではまだ白酒が主流であるが、最近では都市部でワインが飲まれるようになってきているという。人々の食生活や生活習慣の変化、健康・美意識の高まりに加え、テレビドラマなどでワインを飲む場面が登場し、ワインが上品な雰囲気をもつお洒落な酒として捉えられているようである。さらに、ワインは贈り物としても面子が立ち、価格も適当であるという。なお、中国では白ワインより、めでたい色である赤ワインが好まれる傾向が非常に強い。中華料理のレストランでは、赤ワインしか置いていない店も多い。



〈写真 14〉 ローカルスーパーにもずらりと並ぶワイン

ただし、輸入物と国内産では、人々の意識にある一定の差があり、ワインといえば海外からの輸入ものを連想し、輸入されたワインに対して高級感をもつという。

儉約令はいつまで続くかわからないので、またいつか元に戻るだろうと話す人もいるが、中国における酒の飲み方の変化には、今後とも注目が必要だ。



## 第3章 中国酒市場の現状

### 第1節 主要な酒の生産及び販売状況

中国醸酒工業協会<sup>9</sup>の「中国醸酒工業年鑑 2010—2011」によれば、不完全な統計ではあるが、2011年における酒の醸造に関連する企業数は全国で約2万以上、その従事者は350万人に達する。

また、2011年の主營業務収入が100億元を超える企業は10以上にのぼり、そのうち、五糧液集団（四川省）の販売収入が487億元、瀘州老窖（四川省）285億元、青島ビール（山東省）231億元、華潤雪花（北京市）221億元、貴州茅台（貴州省）203億元、燕京ビール（北京市）172億元、江蘇洋河（江蘇省）129億元、煙台張裕（山東省）124億元となっている。

年間販売収入が2,000萬元以上の企業を対象とした国家統計局の調査によると、2011年末時点で企業数は2,254、酒類製品の年間累計生産量は7,103万kl、主營業務収入は6,631億元、利潤総額は807億元に達している。生産量7,103万kl（対前年比13%の増加）のうち、山東省、河南省、四川省、広東省、江蘇省の5省の合計は3,092万klとなり、全体の約43%を占める。

近年来の国民経済の成長に伴い、消費市場は拡大している。

「中国統計年鑑 2012」によると、酒類の居民消費価格は2010年を100とすれば、2011年のそれは都市部で107.3、農村部で105.7であり、2011年の酒類の商品小売価格は、都市部で107.2、農村部で106.0となっている。

また、外国企業が中国市場を重視する動きも鮮明で、酒類の輸出入総額は拡大している。第十一次五カ年計画の期間、酒類製品の輸出入貿易総額は、2006年の6.43億元から2010年には18.67億元へとおよそ2.9倍増えている。このうち、輸出額は5年間で2.89倍に、輸入額は2.91倍に増加し、増加ペースはほぼ同じであるが、輸入額は輸出額の約5倍にものぼり、輸入酒の国内市場での競争力が、日に日に高まってきている。

一方で酒業界では、近年来の人件費や原料などコスト高の圧力が強まっていることや、食品に関し、安全面での敷居が大幅に高くなったことから、自ら原料の生産基地を有する生産企業が増えている。また、企業の多角経営、大規模化、集団化が進み、特に白酒業界についてはその動きが顕著である。同業種間での買収の動きのみならず、聯想集団による湖南武陵酒の買収といった異業種から酒市場への参入も見られる。

さらに、四川省では「瀘州名酒工業園」を、新疆ウイグル自治区や寧夏回族自治区、甘肅省では良質な葡萄酒生産基地を新たに設けるなど、工業園区、産業基地の建設が進められている。

企業は、消費者の酒に対する要求の高まりに応えるため、生産設備の自動化や生産技術の向上に加え、廃水の総合利用といった環境負荷を減らす取組にも努力している。

#### 1 白酒

2011年白酒業種総括によれば、年間販売収入が2,000萬元以上の白酒業関連の企業数は1,233企業で、白酒の生産量は1,025.55万kl（対前年比30.70%の増加）、商品販売収入は3,746.67億元

<sup>9</sup> 2012年に中国酒業協会に改名。

(40.25%増)、利潤総額 571.59 億元 (51.91%増) である。

地域ごとの年間販売収入が 2,000 万元以上の白酒業関連の企業数、販売収入及び利潤総額の一覧表を下記に記す。販売状況については、四川省の年間販売収入が 1,478.60 億元と飛び抜け、四川省だけで全体のおよそ 40%近くを占める。次に多い、山東、湖北、貴州、江蘇、河南の 5 つの省を合計すると 1,261.55 億元で、全体の約 34%を占める。また、販売収入が 100 億元以上の安徽省、遼寧省、河北省の合計が 413.76 億元で、全体の約 11%に当たる。

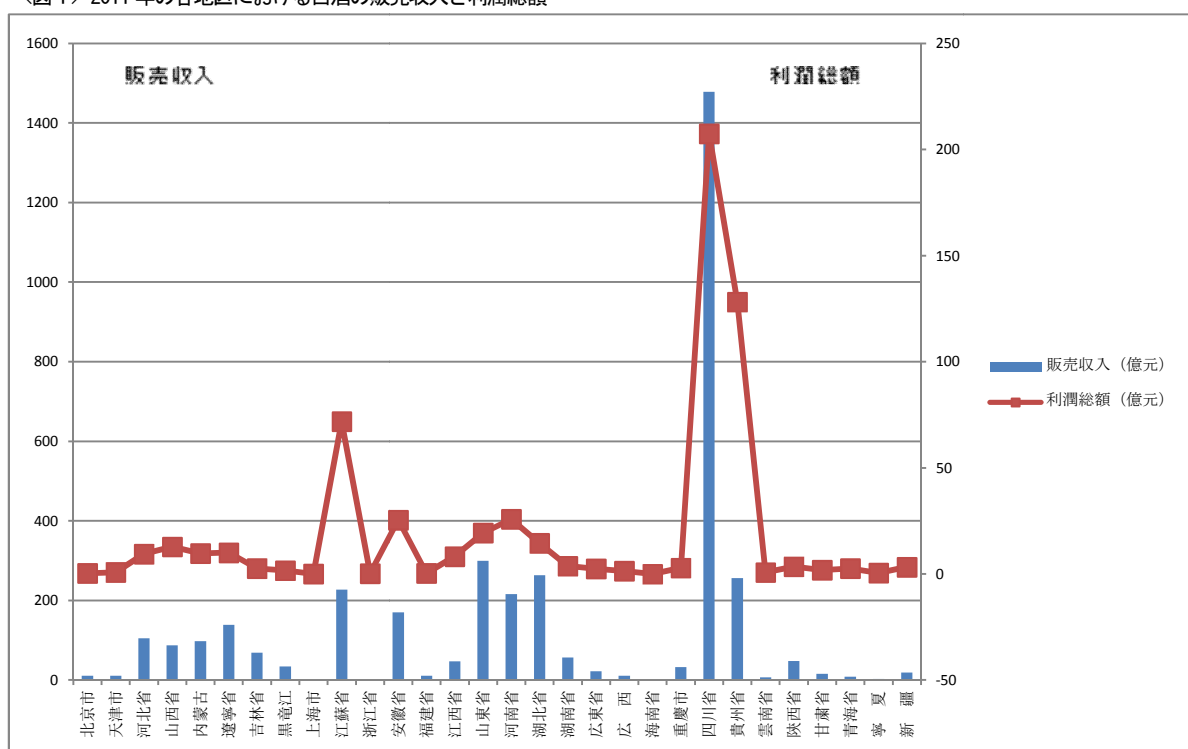
利潤総額を見ると、四川省が唯一 200 億元を超え、全体のおよそ 36%を占める。次に貴州省の 128.18 億元、江蘇省の 71.83 億元と続き、それぞれ全体の約 22%、13%に当たる。その他、10 億元を超える地域が、河南、安徽、山東、湖北、山西、遼寧の 6 省で、全体の約 19%である。

これらの指標から、四川省、貴州省を中心とした西南地区が販売収入、利潤総額で優勢にあることがわかる。

また、販売収入、利潤総額の全国における対前年比は、それぞれ 40.25%、51.91%の増加であり、2011 年の白酒業界は総じて好調であるといえる。

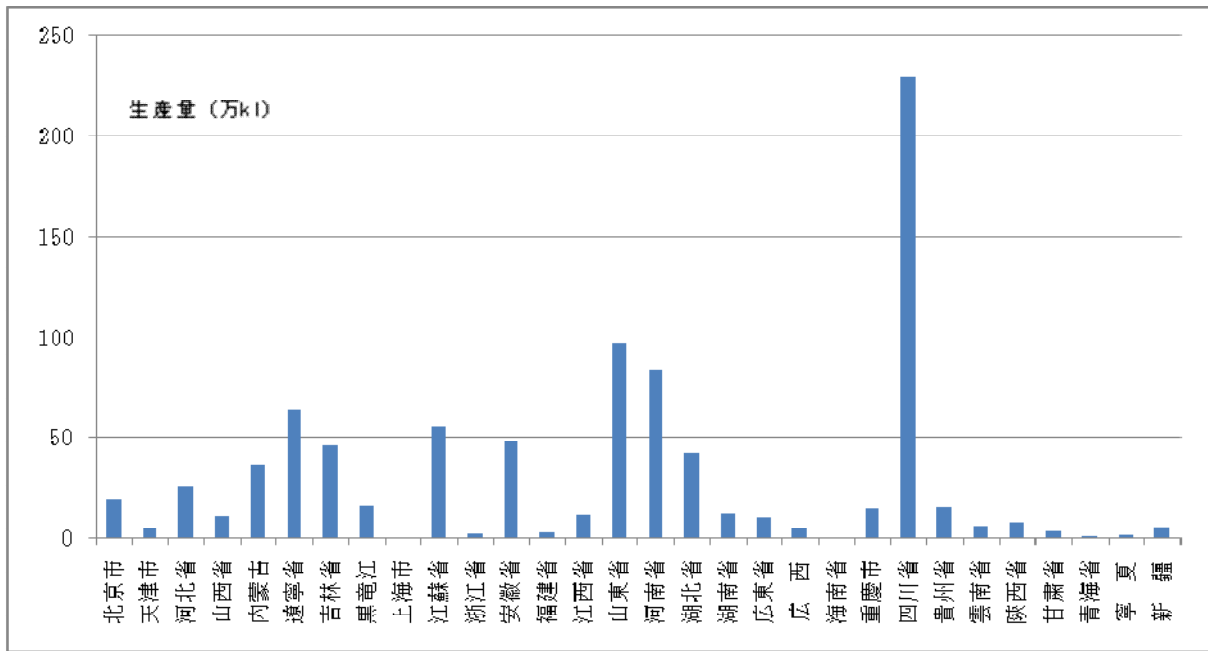
生産量については 2010 年の統計になるが、やはり四川省が他の地域を圧倒し、山東省、河南省、遼寧省がそれに続く。

〈図 1〉 2011 年の各地区における白酒の販売収入と利潤総額



出典：中国醸酒工業年鑑 2010—2011

〈図2〉 2010年の各地区における白酒の生産量



出典：中国醸酒工業年鑑 2010—2011

〈表1〉 2011年の各地区における白酒企業の経済指標

地区	企業数	販売収入 (億元)	利潤総額 (億元)	生産量 (万 kl)
全国	1233	3,746.67	571.59	890.83
北京市	3	10.78	0.35	19.85
天津市	6	10.50	0.80	4.83
河北省	47	105.30	9.44	26.14
山西省	17	86.87	12.81	11.20
内モンゴ	58	97.80	9.67	36.86
遼寧省	75	138.74	10.03	64.29
吉林省	67	68.41	2.62	46.22
黒竜江	32	33.96	1.62	16.46
上海市	1	1.07	0.04	0.78
江蘇省	50	227.01	71.83	56.39
浙江省	4	2.22	0.24	2.44
安徽省	58	169.72	25.44	47.99
福建省	13	11.06	0.34	3.40
江西省	15	46.68	8.23	12.63
山東省	156	299.81	19.37	96.90
河南省	123	215.61	25.81	84.43
湖北省	45	263.31	14.51	42.74
湖南省	38	56.83	3.73	12.95
広東省	14	22.04	2.47	10.27
広西	13	11.17	1.38	5.18
海南省	1	0.22	-0.04	0.62
重慶市	17	32.26	2.86	15.48
四川省	257	1,478.60	207.43	229.80
貴州省	66	255.81	128.18	16.04
雲南省	9	6.76	0.73	6.06
陝西省	18	47.52	3.47	8.33
甘粛省	13	15.94	1.86	3.51
青海省	2	8.35	2.61	1.20
寧夏	2	3.11	0.50	2.10
新疆	13	19.20	3.26	5.73

出典：中国醸酒工業年鑑 2010—2011

※生産量は2010年の数値

中国醸酒工業協会白酒分会の統計によれば、2011年の全国における白酒の生産企業は、約1.8

万企業あるが、その中で年間販売収入が 2,000 万元以上の企業は、約 1,200 企業と全体のおよそ 6.7%でしかなく、さらにそのうち、上位 50 の企業で生産量の 70%、販売収入の 80%を占めており、圧倒的に数の多い小規模な企業に対し、数の少ない大型企業の優勢は揺るぎないものとなっている。

小さな酒工場の乱立が、無秩序な流通環境を生み出すとともに、税金逃れも多発し、白酒業の健全な発展を妨げているという。

また、特に WTO 加入以来、外国資本による中国酒類市場への進出に加え、外国からの文化の影響、現代社会の多元化、人々の価値観の変化などから、中国市場における外国の酒類商品との競合が起こり、特に輸入ワインとの競合は激しさを増している。

国外資本の代表的な例では、イギリスの酒造メーカーであるディアジオや、フランスの LVMH モエ・ヘネシーの中国白酒市場への参入が挙げられる。

また、近年の白酒業界においては、地方政府を主導とした大規模な白酒工業区を設置する動きがみられるほか、企業の投資、合併が進み、大型企業集団の形成が加速している。

四川省政府は「中国白酒金三角」生産地区の概念を打ち出し、貴州省政府は「貴州白酒品牌基地建设方案」により、省内で多額の特定項目資金を拠出する計画であると同時に、茅台酒生産の更なる環境整備を図るため、貴州省党委員会、省政府の計画により、茅台鎮居民は現在、仁懐市内のマンションに移転中（一部は既に移転済み）である。

また近年は、高級白酒のとどまることのない価格の上昇や、飲酒運転による事故の多発といったことが社会の強い関心をよび、消費者の白酒産業に対する誤解を生み出しているという。

高級な白酒が増えている要因としては、人々の生活水準の向上にとともに、中所得者層が拡大しており、消費者の知識の向上と理性をもった生活習慣が、白酒の消費観念を変え、「良い酒を少し飲む」という消費理念が、徐々に消費者の共通の認識となりつつあることが挙げられる。人々の消費習慣は、既にアルコール度数の高い白酒（高度白酒：41 度以上）から低い白酒（低度白酒：一般に 38 度で 20 度前後のものもある）に変化してきている。

また、高級な白酒の生産量は、白酒全体のわずか 2%程度にすぎないが、人々の消費需要の多様化、社交、商務活動の増加にとともに、高級白酒の需要が増え、価格が上昇している。なお、低中級クラスの白酒は、長期にわたり供給が需要を上回っており、価格に大きな変化はみられない。

さらに、ここ数年の輸入酒の急速な拡大に加え、税政策の問題が挙げられる。人件費やエネルギー、原材料価格など各種コストの継続した上昇や、安全基準といった管理規範の厳格化などを背景として、白酒の生産量に対して一律にかけられる現在の税政策は、生産量により利潤を求める低価格の製品には厳しいものとなっており、低価格製品の生産を放棄せざるを得ない現象が起こっている。

こういったことが、企業の高級白酒の生産を高める動きにつながるだけでなく、いくつかの零細企業は税金逃れといった手法に走り、このことが低価格製品の質の安全に暗い影を落とすとともに、正常な市場競争を乱すことにつながっている。

なお、非合法に生産された低いクラスの白酒は、中心地から遠く離れた農村地区での消費が多くを占めている。

しかし、こういった高級白酒の生産を重視する動きも、前章で述べた大衆化路線により、今後は

変化が見られるものと推測される。



〈写真 15〉 白酒の量り売りの店



〈写真 16〉 移転工事が進む茅台鎮内

## 2 黄酒

2011 年黄酒業種総括によれば、食品生産許可証を取得している黄酒生産企業は 889 企業で、黄酒の生産量は約 310 万 k1 である。国家統計部門が、年間販売収入 2,000 万元以上の 73 ある黄酒企業に対し行った調査によれば、主營業務収入は 117.94 億元（対前年比 20.21%の増加）、利潤総額は 13.50 億元（55.01%増）である。

黄酒産業で代表的な企業の古越龍山（浙江省紹興）、会稽山（紹興）、塔牌（紹興）、金楓（上海）、沙洲優黄（河北省張家港）などは、産業園區の建設や自動化制御技術を高めるといったことで、生産能力の拡大に継続して取り組んでいる。

そのほか、江蘇省、福建省、安徽省、湖南省、山東省、四川省、江西省、北京市など各地の企業が技術の向上と生産量の拡大に努め、年間生産量 1 万 k1 以上の企業数は 30 を超える。

また、これらの中大型企業は、黄酒の原料基地の建設や黄酒文化、企業文化の確立も進めている。

各企業は酒文化博物館や酒文化展示庁といった形式で、あるいは、毎年紹興市で開催されている「中国紹興黄酒節」のような各種イベントを通じて、中国黄酒文化を紹介するとともに、黄酒イコール健康と結びつくようなイメージづくりの拡大と企業の宣伝に取り組んでいる。

さらに、大学や研究機関との提携や技術センターの建設により、科学技術への投資をますます重視するようになっており、例えば古越龍山は、科学技術部の批准を得て、2011 年に国家黄酒技術工程研究中心を建設するとともに、江南大学との共同研究による「コメ品種と産地モデルの識別及びその黄酒品質への影響」が、2011 年中国食品工業協会の科学技術一等賞を獲得している。

黄酒は、浙江省、江蘇省、上海を中心に、全国の各大都市で販売されているほか、一定の輸出量もある。



〈写真 17〉 中国黄酒博物館



〈写真 18〉 紹興花彫酒

## 3 ワイン

2014 年 1 月の報道<sup>10</sup>で、インターナショナル・ワイン・アンド・スピリット・リサーチ (IWSR)

<sup>10</sup> 2014 年 1 月 29 日 時事速報中華夕刊便。

社の統計によれば、2013年の赤ワインの国別消費量は、中国がフランスを抜いて世界第1位になったという。また、この統計では全ワインの消費量について、アメリカが世界第1位で、中国は第5位である。ワインの国別生産量ランキングでも、中国は世界第6位であり、世界有数のワイン大国になったといえよう。

2011年葡萄酒業種総括によれば、国家統計局が、国有企業と主營業務収入2,000万元以上の企業に対し行った調査では、2011年のワインの生産量は115.69万kl（対前年比13.02%の増加）、主營業務収入は384.6億元（21.14%増）、利潤総額は50.71億元（13.96%増）である。近年来、ワインの生産量は一貫して比較的高い伸びを示している。赤ワインと白ワインの生産割合をみると、赤ワインが約70%強を占め、白ワインは約10%強にとどまる。

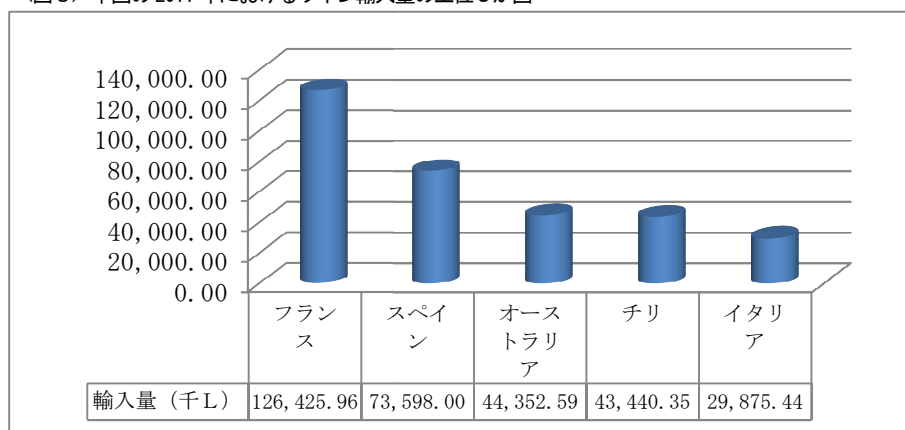
生産地のある地元政府と企業は、継続してワイン産業に大きな投資をし、特に新興生産区では比較的大規模なワインの醸造基地が建設されている。海外の先進産地から醸造技術を導入するワイナリーも増えてきており、中国産ワインは量だけでなく質の面でも向上が期待されている。なお、中国産ワインの輸出量は低い水準にあり、今後相当期間、国産ワインの主要な市場は中国国内であると考えられる。

一方、2011年のワインの輸入量は36.16万kl（27.62%増）で、輸出量は0.182万kl（33.82%増）となっている。フランスからの輸入量が最も多く、12.64万klである。

中国産ワインと輸入ワインの競争は徐々に激化し、国産ワインが依然として市場の大部分を占めてはいるが、地域によっては輸入ワインのシェアが明らかに拡大しているところもある。

2010年葡萄酒業種総括によれば、国家統計局が、主營業務収入500万元以上の企業に対し行った調査で、第十一次五カ年計画の期間、2006年のワインの生産量と輸入量は、それぞれ49.51万kl、11.46万klだったものが、2010年には108.88万kl、28.34万klとなり、それぞれ約2.20倍、約2.47倍に拡大している。

〈図3〉 中国の2011年におけるワイン輸入量の上位5か国



出典：中国醸酒工業年鑑 2010-2011

※2L以下及び2L以上の容器入りワインの総計

ワインは年々消費者に受け入れられ、国内ワインの消費総量は徐々に増加しているが、1人当たりの年平均消費水準は、世界平均のわずか約6%にとどまっており、今後さらなる伸びが予想される。

#### 4 ビール

2011年ビール業種総括によれば、2011年のビールの国内生産量は4,898.8万klで、対前年比10.7%の増加である。「中国統計年鑑2012」をみると、記載のある1978年、1980年、1985年、1990年から2011年まで、生産量は一貫して増加している。

中国におけるビールの生産量は、1986年にはじめて白酒のそれを上回って以降、2002年にはアメリカの生産量を上回り世界第1位となり、さらに2003年には、中国国内のビール消費量もアメリカを超え、世界最大のビール消費市場となった。

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。

また、ビールの各種原材料価格、中でも大麦の価格が上昇しており、今後当面の間は、生産コストの上昇が続くと予想され、生産量の増加に比べて、利潤の伸びは大きくない。

各地区の生産量をみると、2011年に200万klを超えたのは、山東省、広東省、河南省、浙江省、遼寧省、江蘇省、黒竜江省の7つである。

企業別にみると2010年の統計では、企業数と生産工場はそれぞれ203企業、472工場ある。華潤雪花のビール生産量が933万klと最も多く、青島ビール集団が640万kl、燕京が503万klとつづき、この3集団の生産量は全国の49.2%、販売収入は49.8%を占める。

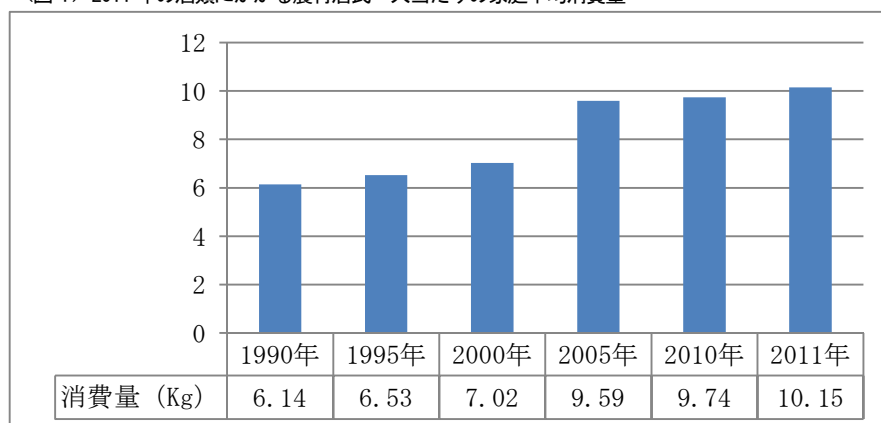
また、100万kl以上のビール集団は、この3集団を含め7集団存在する<sup>11</sup>。

2011年のビールの輸出量は22.1万kl（対前年比13.8%の増加）、輸出額は13,068.1万米ドル、輸入量は6.4万kl（37.4%増）、輸入額は9,061.0万米ドルである。ビールの輸入量は大きくないが、その伸び率は注目される。

また、ビールの輸出入総量は、国内の生産量に比べ1%未満と小さいが、ビールに対する消費者の個性化と高級化への需要は、しだいに高まってきている。さらに都市化の加速は、中西部の都市や多くの農村市場で、新たに高級ビールの消費需要を生み出す可能性がある。

下記に示す中国統計年鑑2012の統計から、酒類にかかる農村居民一人当たりの家庭平均消費量は、着実に増加していることがよみとれる。

〈図4〉2011年の酒類にかかる農村居民一人当たりの家庭平均消費量



出典：中国統計年鑑2012

<sup>11</sup> バドワイザーで有名なアンハイザー・ブッシュ社は除く。

ビール業界における買収、投資といった事業拡張の動きは、近年減速傾向にあるといわれるが、それでも大きな動きは起こっている。2014年1月9日の新華社通信の報道では、華潤雪花ビールが、貴州茅台酒廠集團傘下の茅台酒廠集團ビールを傘下に収めたほか、同月13日の第一財經日報の報道によれば、アンハイザー・ブッシュ・インベブ（ベルギー）が、2011年に中国でのビール販売量が第8位であった四平金士百純生ビール（吉林省）を完全買収する意向であるという<sup>12</sup>。

また、青島ビールは、総額6億2,000万元を投資し、甘肅省蘭州市に新たな製造拠点を建設中である<sup>13</sup>。

## 第2節 酒の小売状況

### 1 北京市内ローカルスーパーの小売状況

北京市内において一般市民が利用するスーパーでは、白酒の取り扱いが最も充実しており、続いてワインが白酒の7割、ビールが6割、黄酒が1割程度といった販売面積であることが多い。

白酒の場合、大きなものでは5L（PET）、小さなものだと100ml（瓶）の容量で販売されているが、一般には500ml前後（瓶）のことが多い。

アルコール度数は38度から43度のものが充実している。

価格も様々で、最も安価なものでは、箱なしのもので10元（約165円<sup>14</sup>）、箱入りのもので20元くらいからあり、高級白酒になると1,000元以上のものが、ガラスケースの中など一般の酒販売コーナーとは別のスペースで販売されている。一般には40元前後のものが売れ筋であるが、これは、北京市の2013年の月間可処分所得がおよそ55,000円程度<sup>15</sup>であることから、日本人の感覚でいえば、2,500円程度となり、決して安いものではなからう。

生産地は様々であるが、地元北京市の大手メーカーのものを中心に四川省のものも多い。

ワインは、2L以上のものも販売されているが、ほとんどは750ml前後の瓶容器で販売されている。中国国内のワインだと安価なもので20元くらいから販売され、一般には30元から80元のものも充実し、38元程度のものがよく売れるという。輸入ワインも100元前後からの価格帯のものが陳列されている。

ビールは、中国大手ビールメーカーの350ml前後の缶や500～650ml前後の瓶のものがほとんどである。

黄酒は、500ml前後で30元程度の手ごろな価格帯の紹興酒がいくらか陳列されている程度である。

### 2 北京市内日系スーパーの小売状況

北京市内の中所得者層を対象とした日系スーパーでも、白酒、ワイン、ビール、黄酒について、ローカルスーパーと同じ傾向にあるが、ワインの販売面積が白酒の8割前後と充実し、さらに、日

<sup>12</sup> 2014年1月10日及び14日 The Daily NNA 中国総合版。

<sup>13</sup> 2014年2月13日 時事速報北京・華北便。

<sup>14</sup> 2013年3月時点の為替レートは1元＝約16.5円。

<sup>15</sup> 北京市統計局と国家統計局北京調査総隊によれば、2013年の北京市の都市部住民1人当たり年間可処分所得は4万321元であり、2013年3月時点の為替レート1元＝約16.5円で換算すると、年間可処分所得は665,297円となる。



本酒や焼酎、ウイスキー、果実酒など取り扱う酒の種類が広がる。

ローカルスーパー同様に白酒の販売面積が最大であり、箱入りの 40 元から 50 元前後のものが多い。

販売員によると、上司などに贈るものだと 300 元以上、帰省の際や家族の誕生日など家族に贈るもので 100 元から 200 元程度、自分が飲むもので 50 元前後の感覚であるという。

ワインは、ローカルスーパーに比べ特に輸入ものが充実している。中国産のものでも 200 元を超える高価なものも若干置かれている。輸入ワインの場合、南アフリカやチリ産の安価なもので 60 元くらいから販売されているが、100 元から 200 元の価格帯のものが最も充実している。400 元以上のものになると取り扱う数が限られてくる。

ビールは中国大手メーカーのもののほか、日本やドイツ、デンマーク、オランダといった、日本のスーパーでもよく目にする外国メーカーのものが販売されている。

日本酒、焼酎は、兵庫県や鹿児島県、大分県、佐賀県内の酒造メーカーものを多く見かける。

日本酒は 720ml の箱なしのもので 180 元から 250 元くらい、化粧箱入りになると 300 元から 500 元以上のものまで販売されている。日本の酒造メーカーによる中国生産によるものは、40 元くらいから販売されている。1.8L のものは 200 元から 300 元で、日本メーカーによる現地生産したものは 100 元くらいから販売されている。

焼酎は、300 ml の少量のものから 1.8L のものまで販売されている。最も取り扱いが多い 720ml のものは、日本酒より若干安価な 150 元から 200 元くらいのものが多く置かれ、日本の酒造メーカーによる中国生産によるものは、およそ半額の 80 元前後である。

アルコール度数は 25 度のものが多い。



〈写真 19〉 日本の酒造メーカーによる中国産清酒も並ぶ

### 第 3 節 日本産酒類の輸出状況

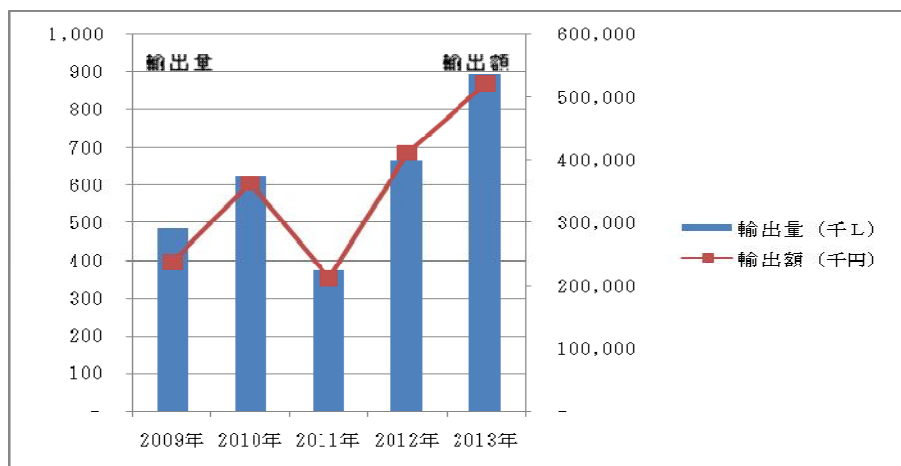
#### 1 清酒

「財務省貿易統計」をみると、日本から中国大陸への清酒（日本酒）の輸出が大幅に増加したのは、中国が WTO に加盟した 2001 年 12 月の翌年 2002 年である。

その後も総じて増加をつづけ、10 年前の 2003 年に輸出量 314,242 L、輸出額 93,593 千円であったものが、2013 年にはそれぞれ 895,566 L、523,096 千円と過去最大を記録し、10 年前に比べ、輸出量で約 2.8 倍、輸出額で約 5.6 倍拡大している。

なお、2011 年に輸出量、輸出額ともに大きく減少しているのは、東京電力の原発事故による日本食品への輸入規制によるものである。

〈図5〉 中国大陸への清酒の輸出量と輸出額



出典：財務省貿易統計

日本貿易振興機構と国税庁の資料<sup>16</sup>によると、中国では日本食レストランの店舗数の増加にあわせ、日本酒の消費も増え、なかでも高級酒の輸出が増加傾向にある。

その主な販路は日本料理店で、接待などに使われる高級店では、日本の地酒といった高級酒が取り扱われ、高価な大吟醸が喜ばれている。また、高級日本料理店よりは手頃な価格で、内装にこだわった店舗が増えつつあり、今後、このような店で日本産清酒の消費が見込まれる。

一方、飲食店以外では、デパートや高級スーパーマーケットで、主に贈答用に日本酒が販売されている。贈答用であることから、ラベルや化粧箱のデザインは、和風でシンプルすぎず、高級感があることがポイントで、和紙ラベル、毛筆の銘柄名、金・銀の箔押し、赤などの華やかな色使い、浮世絵といった一目で日本とわかる絵柄などが好評であるという。

また、日本貿易振興機構が浙江省杭州市民に実施した調査<sup>17</sup>によると、杭州市民が購入する輸入食品の原産地は、多いものから日本、韓国、ヨーロッパ、台湾、アメリカとなり、日本が最も多く、購入される日本食品の中では、菓子類、果物系につづき酒が3番目に多い。

また、外食するレストランの業態は、多いものから中華料理、ファーストフード、日本料理、韓国料理、欧米料理、香港料理となっている。

筆者も、2014年1月に杭州市を訪問したが、日本料理店や日本食品を取り扱うスーパーを数多く目にし、日本酒を含めた日本食品が比較的浸透していると感じた。

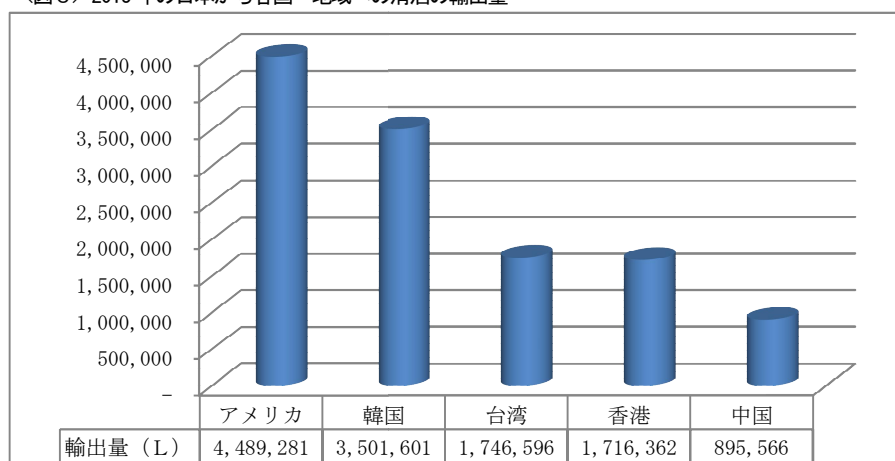
また、2013年12月に、「和食」が無形文化財に登録されたことは、清酒に限らず日本食との相性が良い日本の酒にとって、朗報であろう。

つぎに、2013年の日本から海外への清酒の輸出状況をみると、国・地域別で中国大陸は、輸出量、輸出額ともに昨年同様5番目に多い。

<sup>16</sup> 日本酒輸出ハンドブック（中国編）。

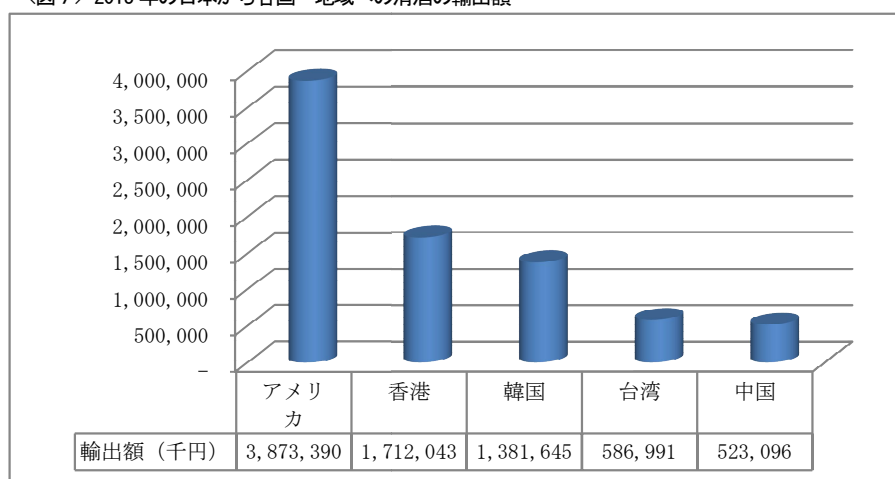
<sup>17</sup> 「杭州市日本食品消費動向調査」。1ヶ月の世帯収入が4,000円以上の杭州市民男女100名に対し、2012年11月25日から12月5日にアンケートを実施している。

〈図6〉 2013年の日本から各国・地域への清酒の輸出量



出典：財務省貿易統計

〈図7〉 2013年の日本から各国・地域への清酒の輸出額

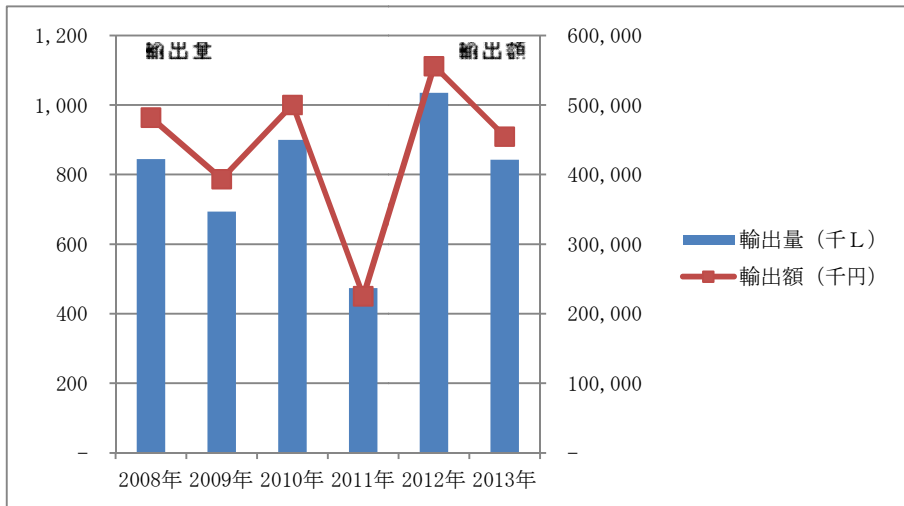


出典：財務省貿易統計

## 2 焼酎

2013年の日本から中国大陸への焼酎の輸出は、輸出量が842,819L、輸出額が454,800千円である。2008年以降、2011年を除き、増減を繰り返しながらも総じて同水準で推移している。

〈図8〉 中国大陸への焼酎の輸出量と輸出額

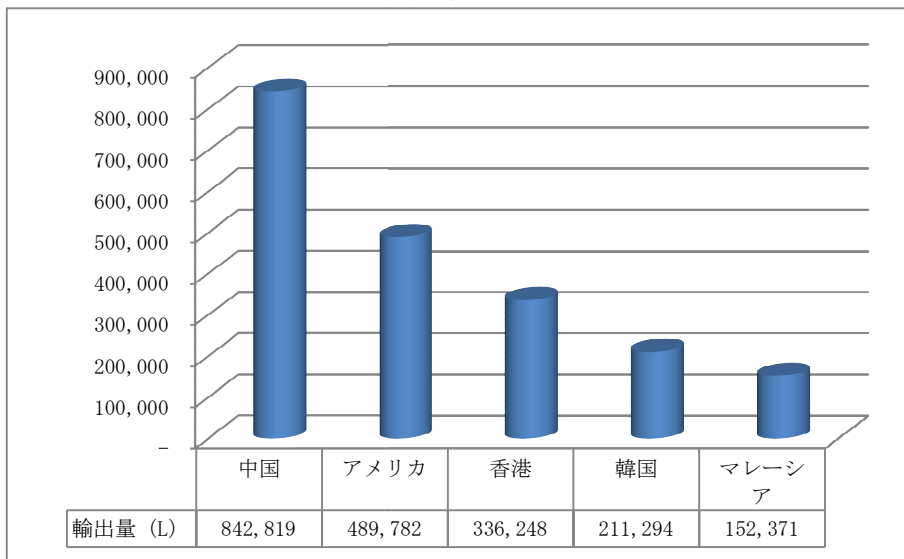


出典：財務省貿易統計

2013年の日本から海外への焼酎の輸出は、国・地域別で中国大陸は、輸出量、輸出額ともに最大である。

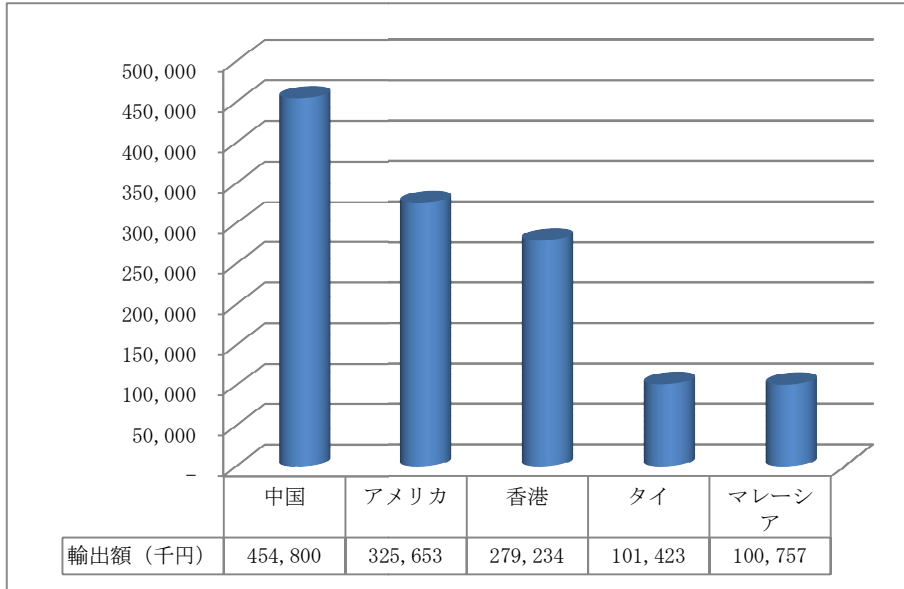
しかし、一般の中国人にとっては焼酎のアルコール度数（25%が主流）は同じ蒸留酒である白酒と比べて低く、価格の割には物足りなさを感じるという声も聞かれる。そのまま常温で飲むしかない白酒と違い、お湯割りやオンザロックをはじめ、料理にあわせた多様な飲み方が楽しめる焼酎の魅力を上手にアピールしていくなど、中国市場の開拓にはさらなる工夫が必要と思われる。

〈図9〉 2013年の日本から各国・地域への焼酎の輸出量



出典：財務省貿易統計

〈図10〉 2013年の日本から各国・地域への焼酎の輸出額



出典：財務省貿易統計

### 3 ワイン

2013年の日本から中国大陸への2L以下の容器入りにしたワイン(葡萄酒)の輸出状況をみると、輸出量は1,951L、輸出額は3,078千円で、昨年の3,880L、3,888千円から減少し、清酒、焼酎、ビールの中で最も少ない。中国人にとって、ワインといえばフランスを代表とする欧州ブランドが高級なものとして認知され、中国における日本のワインシェアはわずかにすぎない。

また、2013年の日本から海外への2L以下の容器入りにしたワインの輸出は、国・地域別で中国大陸は、輸出量、輸出額ともに6番目である。

近年、日本のワインも世界的に高い評価を受けるものも少なくない。高い付加価値をアピールしながらブランド力の向上を図り、世界有数のワイン消費大国となった中国市場を開拓していく意義は大きいものと思われる。

〈表2〉 2013年の日本から各国・地域へのワインの輸出量と輸出額

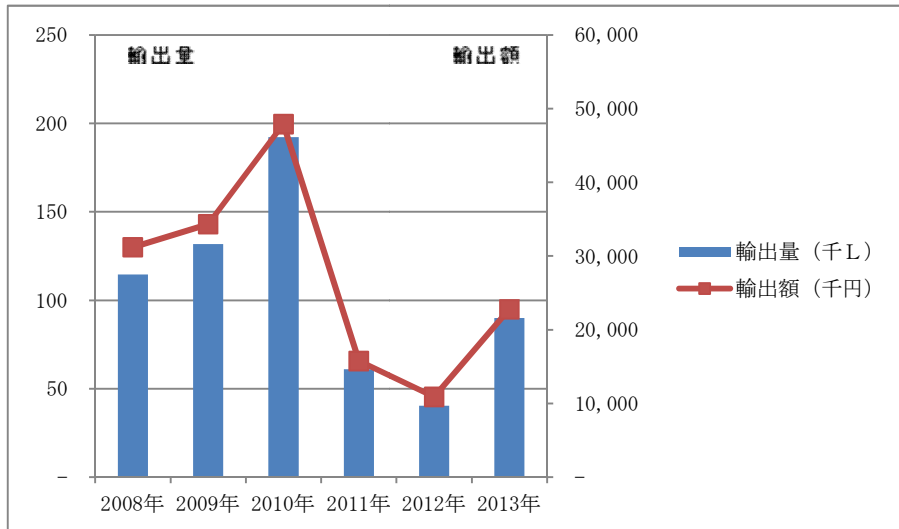
区分	台湾	ロシア	香港	オーストラリア	中国
輸出量 (L)	178,171	11,868	3,490	2,508	1,951
輸出額 (千円)	74,519	7,180	26,836	3,821	3,078

出典：財務省貿易統計

### 4 ビール

2013年の日本から中国大陸へのビールの輸出をみると、輸出量は89,896L、輸出額は22,789千円であり、清酒、焼酎に比べ大幅に少ない。日本の大手ビールメーカーは、すでに中国国内に進出し、現地で生産していることや、鮮度を重要視する消費者が徐々に広がってきていることから、今後も大きな増加はないものと推測される。

〈図11〉 中国大陸へのビールの輸出量と輸出額



出典：財務省貿易統計

また、2013年の日本から海外へのビールの輸出状況をみると、輸出量、輸出額の上位3か国・地域は、ともに韓国、台湾、アメリカであり、中国大陸への輸出量は12番目、輸出額は10番目である。

〈表3〉 2013年の日本から各国・地域へのビールの輸出量と輸出額

区分	韓国	台湾	アメリカ	シンガポール	中国
輸出量 (L)	26,338,972	7,310,385	3,413,544	2,519,158	89,896
輸出額 (千円)	2,827,600	741,612	499,500	366,095	22,789

出典：財務省貿易統計

#### 第4節 おわりに

筆者は2014年1月から2月にかけて、北京市から北方に位置する吉林省と南方の浙江省、貴州省を訪問した。酒の嗜好については、確かに地域性がある。紹興酒と白酒のそれぞれ代表的な生産地である、浙江省と貴州省では、産地の酒が主に飲まれていた。しかし、生産地といえども、飲まれる酒は様々であったし、北方、南方に限らず、酒好きはやはり白酒を飲むという声は多かった。

訪問した紹興酒と白酒の大手酒造メーカーでは、容器の外観を工夫する、テレビや広告などで宣伝活動を行う、市民の声を調査する、自社の中央酒蔵をギネス世界記録に申請し、ギネスに認定された中央庫蔵酒として売り出すことで、ブランド価値を高めるといった様々な手法を駆使し、販売

につなげようと取り組んでいた。

また、日本産の酒についていえば、中国各地の日本料理店や中所得者層以上をターゲットにしたスーパーでは、現地の日本人には焼酎がよく出るが、中国人には圧倒的に清酒が売れるという。

この理由については一概に言えないが、日本の酒といえば清酒をまず思い浮かべること、焼酎は度数が25度前後のものが多く、中途半端であるといった声が聞かれた。

日本産の酒類を、贈答品として中国で販路拡大を目指すのであれば、地域による嗜好をさほど気にかける必要はないと考える。

しかしそのためには、商品名や酒瓶、化粧箱の外観を十分に検討するとともに、その商品にまつわる物語の紹介や飲み方（例えば、焼酎のソーダ割りや梅干を入れた飲み方）などの提案をした上で、品質が高く、安心して安全な日本産の酒という強みを前面に打ち出すことが必要である。

中国では人間関係を構築しその人脈を利用することで、ある目的を成し遂げようとする風潮があり、そのため贈り物や接待は習慣化している。

しかし、マイカーを持つ人が増え、飲酒運転による事故の多発や、人々の健康意識の高まりに加え、ここ数年の腐敗一掃という社会の風潮を背景に、今後はより顕著に、これまでのような飲んで飲ませての酒の飲み方から、節度のある飲み方になっていくものと思われる。

さらに、少なくとも今後一定期間は、政府や企業の高級な酒による接待や贈り物は減少していく、あるいは贅沢な高級酒から実用的な物への贈答へとシフトしていくことが推測され、中国人の消費観の変化が進む可能性は十分にある。

すでに、レストランでは適量の料理を注文し、食べ切れなかった分は持ち帰り、皿を空にして浪費をなくす光盤行動と呼ばれる動きが、国民の間で広まってきている。

こういった最近の社会情勢を受け、各種酒造業界の2013年の業績や今後の戦略に変化が見られることが推測される。

最新の報道によれば、2014年3月10日の北京晨報網は、全体的に白酒業界の業績下降は広がっていると伝えている。株式上場白酒メーカー13社のうち、2013年3月10日までに瀘州老窖、五粮液、洋河股份の3企業が2013年の業績速報を発表しているが、純利益の対前年比はいずれもそれぞれ、21.55%、19.75%、18.51%減少している。五粮液の発表によると、2013年第3四半期から業績が下降し始め、高価格商品の販売の落ち込みが、営業収入、純利益の減少につながったという。

中国国内における主要な酒の統計数値については、「中国酒業年鑑2012-2013」が、2014年上半期に発行される予定であり、その集計結果と分析が待たれるところである。



〈写真 20〉 テーブルに置かれた光盤行動の呼びかけ

## 参考資料

李白 『将に酒を進めんとす<sup>18</sup>』

「君よ見たまえ、黄河の水が天から流れ下るさまを。勢いすさまじく海に流れ込むと二度とは戻らぬのだ。また、見たまえ、立派な屋敷で鏡に映る白髪を悲しむ人の姿を。朝にはみどりの黒髪だったものが、晩には雪の白さとなるのだ。人生は楽しめるうちに存分に歓を尽くしておかねばならぬ。黄金の差酒樽をむなしく月光にさらしておくことはない。天から与えられたわが才能は、必ず用いられる時が来る。金銭などはいくら使い果たしても、きっとまたもどってくるものだ。羊を煮、牛を料理して、まずは歓楽を尽くそう。飲むからには必ず三百杯は飲みほすべきだ。岑先生、丹丘君、さあ、酒をつごう。遠慮してくれるな。あなたがたのために一曲歌おう。どうか耳をすませて聞いてほしい。美しい音楽も豪勢な料理も貴ぶに足りない。ただ望ましいのは、いつまでも酔いから醒めずにいることだ。昔から聖人も賢者も死んでしまえばそれっきり、ただ飲んべえだけが歴史に名をとどめている。昔、魏の曹植は平樂觀で宴を開き、一斗一万銭の高価な酒で歓楽を尽くしたという。主人たる私が、なんで金が足りないなどといおうか。いくらでも買ってきて飲んでいただく。毛並みすばらしい名馬も、千金の皮衣も、店のボーイを呼んで持って行かせて美酒に変え、あなたがたと一緒に吹き飛ばそうではないか、この限りなき愁いを。」

---

<sup>18</sup> 『君 当に酔人を怒すべし』 138 頁より引用。



〈参考〉 歴史年表

	中国	日本
前6000		
前5000		
前4000	新石器時代	
前3000		
前2000	夏	
前1000	商	縄文時代
前900	西周	
前800		
前700		
前600	春秋	
前500		
前400		
前300	戦国	
前200	秦	
前100	漢(前漢)	
1	新	弥生時代
100	漢(後漢)	
200		
300	魏 蜀 吳	
400	五胡十六国 東晋 南朝 宋 齊 梁 陳	
500	北朝 北魏 西魏・東魏 南朝 宋 齊 梁 陳 北周・北齊 隋	古墳時代
600		
700		飛鳥
800	唐	奈良
900		
1000	五代十国	
1100	北宋 遼	平安
1200	南宋 金	
1300		鎌倉
1400	元	
1500	明	室町
1600		安土桃山
1700		
1800	清	江戸
1900		明治
2000	中華民国 中華人民共和国	昭和 平成

出典：『君 当に酔人を恕すべし』 203 頁より引用

## 参考文献

### 1 書籍

- 舌尖上的酒文化、外文出版社、劉志強主編、2013年7月  
中国酒文化、外文出版社、石春燕・尚論聰主編、2011年10月  
図解酒経、時代出版伝媒股份有限公司・安徽人民出版社、姚建編譯、2012年10月  
中華酒典、黒龍江省科学技術出版社、陳君慧主編、2013年1月  
中国酒及酒文化概論、四川大学出版社、張文学・謝明主編、2010年10月  
一口気読懂中国酒文化、民生与建設出版社、郭燕・王上嘉編著、2011年12月  
中国酒文化、時事出版社、李争平編著、2007年1月  
中国統計年鑑 2013、中国統計出版社、中国国家統計局、2013年9月  
中国統計年鑑 2012、中国統計出版社、中国国家統計局、2012年9月  
中国釀酒工業年鑑 2010-2011、中国輕工業出版社、中国釀酒工業協會、2012年7月  
君 当に酔人を怒すべし、(社)農山漁村文化協會、蔡毅、2006年11月30日  
中国人-その言葉の裏と表、株式会社はまの出版、斉爽、2002年10月31日  
中国人と日本人、中央公論社、邱永漢、1993年3月20日  
至福の中華、株式会社コスモトゥーワン、塚田眞弘、2010年1月30日  
中国情報ハンドブック 2013年版、(株)蒼蒼社、21世紀中国総研、2013年7月22日

### 2 雑誌、レポート等

- 人民中国 2012年6月号、人民中国雜誌社、2012年6月5日  
人民中国 2012年12月号、人民中国雜誌社、2012年12月5日  
日本酒輸出ハンドブック (中国編)、日本貿易振興機構・国税庁酒税課、2013年10月  
杭州市日本食品消費動向調査、日本貿易振興機構、2013年3月  
ジェトロセンサー2013年3月号、日本貿易振興機構、2013年3月15日

### 3 ウェブサイト等電子媒体

- 中国酒業協會 <http://www.cada.cc/>  
北京晨報網 <http://www.morningpost.com.cn/>  
滬江日語 <http://jp.hjenglish.com/>  
人民網日本語版 <http://j.people.com.cn/>  
中国網日本語版 <http://japanese.china.org.cn/>  
財務省貿易統計 <http://www.customs.go.jp/toukei/>  
日本酒造組合中央会 <http://www.japansake.or.jp/>  
SciencePortal China <http://www.spc.jst.go.jp/index.html>  
時事速報北京・華北便  
The Daily NNA 中国総合版  
デジタル大辞泉

【執筆者】 一般財団法人自治体国際化協会北京事務所 所長補佐 竹中和彦