



北京のスーパー「盒馬鮮生(フーマーシェン ション)」23店舗での日本産品関連フェア。50社以上の日系企業が参加した

## あなたが知りたい「食」の最新情報

食生活の多様化および高度化にむけて猛烈な勢いで変化している中国。日本食と日本産品への関心が急速に高まっているのを感じる。中国における日本食と日本産品への関心の高さは、中国向け農林水産物・食品の輸出にも好影響を及ぼしている。

在中国日本国大使館経済部参事官

伊藤 優志

### 生活環境に劇的な変化

私は、二〇一五年から中国・北京に駐在しているが、顕著かつ頻繁に「暮らしを取り巻く環境の変化」を感じる。

赴任した当時は、何を購入するにしても現金払いだったが、今はスマートフォンでの支払いが当たり前となり、あつという間に現金を持ち歩かなくなった。食料品を食品スーパーに行かずに、あるいは食事をレストランに行かずに注文して自宅で受け取るサービスは、この二、三年間のうちで普及、中国の人々の「常識」となった。

食品スーパーでは、日に日に、パック入りの肉・魚・野菜が増加し(以前は包装無し)、まだ日本よりは少ないもののチルドの牛乳や乳製品の種類が豊富になって売り場が拡大している(以前、牛乳は常温流通可能なロングライフが中心)。

街角では、朝食や軽食を提供していた屋台が撤去され、コンビニエンスストア、外国の技術導入を謳ったパン屋・スイーツ店などが目立つようになった。日系コンビニや日本食レストランも増えているが、こちらは後述したい。

また、普通に生野菜を食べるよ

うになり、これに伴いサラダドレッシングの種類が増えた。さらに、数年前には生魚を食べられないうという人が結構いたので、一緒に食事をする際には刺し身を食べられるか確認していたが、今はわざわざ聞くことがなくなった。

中国は広大であり、また中国人の暮らしも様ではないため差はあるだろうが、食生活の多様化および高度化に向けて、猛烈な勢いで変化しているのは間違いない。

食生活上の変化は、消費者動向の統計に顕著な形で現れている。一年間の一人当たりの品目別食品消費量について、最近の五カ年(二〇一三〜一七年)を比較すると野菜、肉類、果物、牛乳、水産物などが増加している。

一方、穀物などの食糧は一四・八七キログラムから一三・〇一キログラムへと一八・六キログラムも減少している(図1)。これは一日当たり四〇七グラムから三五六グラムと約五〇グラム減少したことによる。ご飯茶碗一杯が一五〇グラム程度とすれば、一年を通じて毎日およそ三分の一杯分食べる量が減り、その他の品目の消費に変わったということだ。

中国では、日本食と日本産品への関心が急速に高まっているのを

感じる。

日本産品のショーウインドーともいえる日系コンビニでは、おにぎり、サンドイッチ、菓子パン、おでんなどのデイリー商品の売上構成比率が一般的なコンビニに比べて高いようだ。プライベートブランド(PB)商品の品質の高さが、中国の人々に大変好評と聞く。

### 急速に高まる日本への関心

日系コンビニの中国全土の店舗数の推移を見ると、セブンイレブンが二〇一五年末の二一八二店舗から一八年末には二八一六店舗、ローソンが同六五二店舗から一九七三店舗と増加している。

日本食レストランは、私の周りだけでもいくつか新規オープンしている。日本食全般をメニューに入れ提供するというよりは、日本食の一カテゴリーの専門店が増加していると感じる。例えば、上海では日本式焼き肉店、ラーメン店、うなぎ料理店などが非常に高い人気を集めていると聞いている。

中国全土で日本食レストランは大幅に増加しており、最新(二〇一七年時点)の数字で、四万八三三店舗(図2)。一五年と比較すると約一・八倍、一万七六九三店舗の増加

である。広東省を筆頭に、上海市および隣接する省（江蘇省、浙江省）、遼寧省、香港・マカオ、北京市など沿海地区で普及・定着し、この普及の波が中部地区に到達し、西部・東北地区にも拡がりを見せているという状況だ。

日本食レストランが増加している理由には、日本食の「ヘルシー」「味が良い」「おしゃれ」「安全」といったイメージが挙げられる。特に、一三年に和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたことに裏付けられた「ヘルシー」というイメージが、日本食の好評価につながっている印象だ。また、増加する訪日経験のある中国人の、中国でも本場の日本食を食べたいという意向も、この日本食レストランの増加を後押ししているに違いない。

日本食の流行を表層的な一過性のもとせず、中国の人々の普段の生活に定着させるには、食育（食料の生産方法やバランスの良い摂取方法、食に関する文化など幅広い視野から食について理解を深めること）の視点を織り交ぜながら日本食の普及啓発に取り組むことが肝要だと思う。

中国における日本食と日本産品への関心の高さは、中国向け農林

水産物・食品の輸出にも好影響を及ぼしている。

### 農林水産物・食品輸出が拡大

日本が中国へ輸出する農林水産物・食品の金額は、二〇一八年に一三三億八千九百九十九万九千九百九十九円（対前年比三三・八％増加）と過去最高となった（図3）。今年一、二月期は、対前年同期比二〇・八％増加の一七五億九千九百九十九円である。日系食品企業からは、「慢心はしな

いが日本産というだけで価値が生じている」との声が聞かれる。また、日本の輸出相手国・地域別では、一八年に米国を抜き香港に次いで第二位となった。

品目別では、第一位がホタテ貝（二八五億九千九百九十九円）、第二位が丸太（一一五億九千九百九十九円）、第三位が植木等（七二億九千九百九十九円）であり、近年、この順位は変わっていない。

日本酒を中心とするアルコール飲料（六五億九千九百九十九円）や清涼飲料水（四六億九千九百九十九円）といった飲み物の輸出が、三年前（二〇一五年）との比較で、共に約二・七倍と急増している特徴があるほか、菓子、調味料など多くの品目で輸出が増加している。

中国の人々に薦める日本酒は甘口が良いとの分析や、利き酒師の資格を取得するなどして食シーンに合わせた日本酒を提案するようになっている、と聞く。

中国市場での関心の高まり、日本からの輸送距離、中国の人口規模などを考えると、輸出はまだまだまだ大きく伸びる余地がある。

### 輸出環境の改善に向けた取り組み

大きな課題は、日本から中国向けに輸出できる農林水産物・食品の種類が限られるという点だ。しかし、少しずつであるが、輸出環境の改善が図られてきている。

放射性物質に係る輸入規制は、二〇一一年の東日本大震災以来、一〇都県（宮城県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、新潟県および長野県）産の食品などについて輸入停止、一〇都県産以外の果実、野菜、乳、茶葉およびこれらの加工製品などについて放射性物質検査証明書（検査項目などについて日中間で調整中のため未合意）が必要（事実上輸入停止）という状況が続いてきたが、一八年一月に、今後の第一歩として、新潟県の精米の輸入停止が解除されたところである。

精米の中国向け輸出に当たっては、中国側に認められた指定精米工場・登録くん蒸倉庫での精米・くん蒸が必要であるが、一八年五月に、中国側と精米工場二施設、および、くん蒸倉庫五施設の追加に合意し、現在、精米工場三施設、および、くん蒸倉庫七施設から輸出が可能となった。これらのことから、中国における日本産米の流通量が確実に増加しており（二〇一八年は五二四・〇・対前年比約一・八倍）、食べたことのある中国人にはすこぶる評判が良い。ただし中国の一般消費者にとっては価格の高いのが難点であり、日本産米の魅力や炊き方・食べ方の提案などを継続してPRすることが重要である。

さらに、一八年八月に、〇九年に開始した改正作業を経て中国の木構造設計規範（日本の建築基準法に相当）が改正され、日本産木材の主要樹種であるスギ、ヒノキなどを木構造建築物の構造材に利用することが認められた。これにより、今後、丸太に加えて付加価値の高く、かつ幅広い用途での木材の輸出が期待される。

これらのほか、〇三年に発生したコイヘルペスウイルス病以降輸出のできなくなっていた錦鯉が、

一六年四月に、協議を経て、中国側  
に認められた養殖場から輸出可能  
となった。一八年には、約四億円の  
輸出額を計上している。

日本政府は、引き続き中国側と  
精力的に協議するなど、多くの農  
林水産物・食品の輸出実現に向け  
て全力で取り組んでいる。具体的  
には、①動物検疫については、現在  
は輸出できない牛肉、豚肉、家さん  
肉などについて解禁に向けて協議  
中。②植物検疫については、リン  
ゴ、ナシ、製茶は従来輸出可能だっ  
たが、前述の放射性物質検査証明  
書について中国側と合意がなく現  
在は事実上輸出停止となっている  
ため、合意に向けて協議中。その他  
の果物などについても、中国側が  
検疫条件を設定しておらず輸出で  
きないことから、順次協議を進め  
ている。③放射性物質に係る中国  
側の輸入規制問題についても、あ  
らゆる機会を捉えて解除の早期実  
現を要請し、また両国の専門家間  
で科学的根拠に基づく協議を行っ  
ているところである。

輸出を実行するのは民間事業者  
であり、日本政府の役割は、民間事  
業者の意欲的な取り組みが一層進  
むように支援していくことにある。  
動植物検疫や放射性物質規制など

の諸課題は、民間事業者では解決  
できず、日本政府が率先して取り  
組む分野である。私も、微力ながら  
引き続き輸出環境の改善に尽力し  
ていきたい。

また、日系食品企業からは、前述  
の動植物検疫や放射性物質規制な  
どの改善を求める声のほかに、貿  
易手続きの統一的・効率的な運用、  
不正規輸入品の取り締まり強化な  
どを求める声が上がっている。引  
き続き、中国側に対し公平性が確  
保され、透明性の高いビジネス環  
境の整備を求めていく。

### 好循環生む訪日中国人の増加

現在、中国の人は、日本食に魅  
力を感じて訪日すると言っても過  
言ではない。

直近の大型連休の春節期間中  
(二月四〜一〇日)における中国  
から外国への渡航先のトップ三に  
は、当然日本が含まれている(日  
本は第二位、第一位はタイ、第三  
位はシンガポール)。訪日中国人  
が訪日旅行に最も期待する内容は、  
「ショッピング」「繁華街の街歩き」  
「自然・景勝地観光」を抑えて、「日  
本食を食べること」がトップと  
なっている(「JNTO 訪日旅行  
データハンドブック2018」)。

日本では、大都市やゴールデン  
ルートに限らず多くの地方が、訪  
日外国人の誘致に力を入れている。  
中国人の地方都市への訪問につい  
ても、受け入れ体制の充実と魅力  
の発信の仕方次第で、今後大きく  
飛躍すると思われる。

なぜなら、中国では、週末や長期  
休暇に旅行する人が増加している  
からだ。特に、都市住民には農村部  
で余暇を過ごすライフスタイルが  
できつつある。また、他の人が行っ  
たことのない場所に行ってみたい  
という中国人が多いことなどもそ  
の根拠である。

中国人の訪日は、日本食やその  
食材、そして地域の食文化の魅力  
を体感してもらう絶好の機会であ  
る。訪日した人々が日本食や日本  
産品のファンになれば、リピー  
ターになったり、彼らからの口コ  
ミやSNSによる情報発信によっ  
てファンの拡大も期待できる。

中国人の訪日、中国での日本食  
レストラン、日本産農林水産物・食  
品の中国向け輸出は、相互に関連  
性を持つ。訪日をきっかけに日本  
食や日本産品のファンになったり、  
中国にある日本食レストランを訪  
れたことで日本食文化や日本産農  
林水産物・食品を体験し、その後の

訪日や日本産品の購入につながる  
場合もある。それぞれが増加し拡  
大することにより、さらなる好循  
環が生まれるだろう。

また、観光目的でなく仕事関係  
で訪日する中国人も多くいる。私  
の担当する農林水産・食品分野だ  
けでも、政府、大学、企業などさま  
ざまな立場から訪日しているのを  
よく耳にする。彼らは直接的なビ  
ジネスに加えて、中国よりも先行  
している優良事例が日本国内にあ  
れば、その視察をするために出向  
いているようだ。

例えば、「日本の農村は中国が直  
面している課題を解決している」  
「日本の食品の品質・管理技術は中  
国に比べて高い」ということに着  
目し訪日しているという話を聞く。  
現在、中国が注力している農村振  
興の施策である「一村一品、一県一  
業」や「一次、二次、三次産業の融合  
発展(日本の六次産業化)などは、  
日本から学び導入したものだそう  
だ。

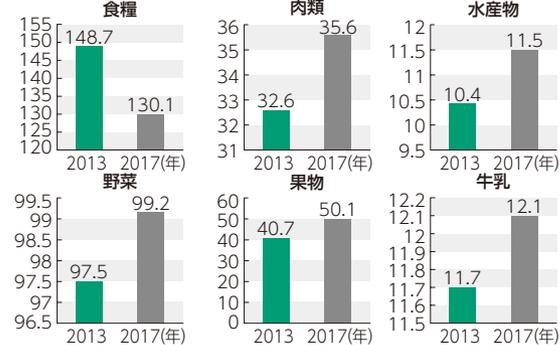
訪日中国人を数値で見ると、二  
〇一八年は、個人旅行の増加によ  
り八三八万人(対前年比二三・九%  
増加)となり、過去最高を記録し  
た。今年一、二月期も、対前年同期  
比九・六%増加の一四八万人を数

図2 中国における日本食レストランの状況

2013年			2015年			2017年		
順位	国家・地区	店舗数	順位	国家・地区	店舗数	順位	国家・地区	店舗数
1	米国	14,859	1	中国	23,130	1	中国	40,823
2	中国	10,583	2	米国	22,452	2	米国	22,890
3	韓国	6,707	3	韓国	8,962	3	韓国	10,962
4	台湾	5,680	4	台湾	6,457	4	台湾	10,200
5	カナダ	2,371	5	フランス	3,167	5	フランス	3,620
(参考) 全世界		約5.5万	(参考) 全世界		約8.9万	(参考) 全世界		約11.8万

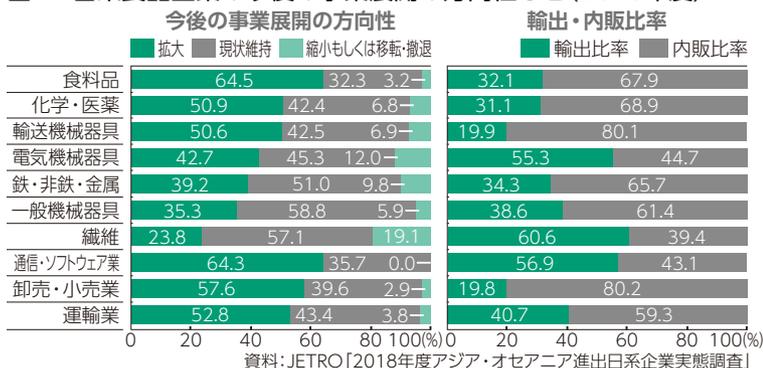
資料：農林水産省

図1 年間1人当たりの品目別食品消費量(kg/人・年)



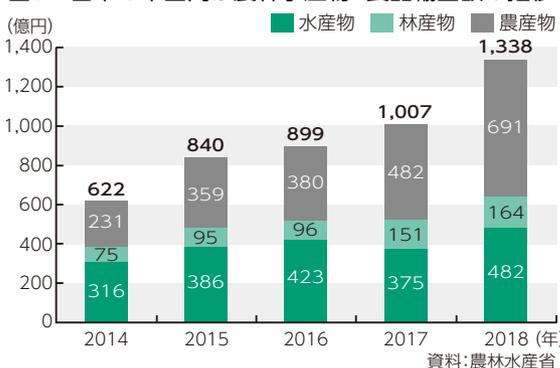
資料：中国統計年鑑 注：食糧には、米、小麦などの穀物の他、大豆、芋類を含む。

図4 日系食品企業の今後の事業展開の方向性など(2018年度)



資料：JETRO「2018年度アジア・オセアニア進出日系企業実態調査」

図3 日本の中国向け農林水産物・食品輸出額の推移



資料：農林水産省

### 日系食品企業の動き

えた。一五年は四九九万人だったので、三年間で約一・七倍となった。

最後に、既に中国で事業を展開している日系食品企業の動向を紹介しよう。

中国に進出している日系企業を対象とした二〇一八年度のアンケート調査によると、今後一、二年の事業展開の方向性について、最も積極的な業種は「食料品」であった(図4)。事業を「拡大」と回答した企業の割合は六四・五%もあり、「縮小もしくは移転・撤退」と回答した企業の割合はわずか三・二%に過ぎなかった。

なお、内販比率(売上高に占める中国国内販売の比率)の高い業種ほど事業拡大志向が強い傾向にあるが、「食料品業種においても、中国で製造し日本などに輸出する加工輸出型ではなく加工内販型の企業が増加してきている状況にある。

過去の状況を見ると、一五年当時も、最も積極的な業種は「食料品」だったが、事業を「拡大」と回答した企業の割合は五二・四%である。現在は当時より事業拡大志向が強まっていると言える。

最近、意見交換を行った日系食

品企業からは、「今後も高い成長率で市場の拡大が続く見通しのため、事業を拡大する」「チャイナリスクがあるという意見はあるが、中国で商売を大きくすると腹をくくっている」「中国において身近な食べ物として親しまれることが目標」といった声が寄せられている。

もっとも、「中国市場は、商品の代金回収が難しいので内販向けを増加できていない」といった声もある。

事業を拡大している企業の例を挙げると、キューピーでは、二〇年稼働に向けて中国における四カ所目の生産拠点を広東省に準備中であると聞いている。ハウス食品では、一八年に三カ所目の生産拠点を浙江省において稼働した。

現在、日中間は大きく改善、発展している。このような中で、食を通じた日中間の相互理解と交流が一層進展することを期待している。

### Profile

●伊藤 優志 ● いとう まさし  
一九七二年愛知県生まれ。慶應義塾大学法律学科卒業後、農林水産省入省、財団法人2005年日本国際博覧会協会、農林水産省総合食料局大臣官房などを経て二〇一五年より現職。兼業農家である実家の農作業を手伝って四〇年以上。現在も農作業の繁忙期には中国と日本を行き来している。