

中国で和食の人氣が一段と高まってきた。沿海部の都市だけでなく、内陸部にも続々と日本料理店が進出。日本の調味料や日本酒のメーカーも販売に力を入れている。
(北京・安藤淳、写真も)

中国

和食ブーム

■4年で3.9倍

イスラム教を信仰する中国人が多く住む寧夏回族自治区の区都・銀川。日本人にはなじみの薄い町だが、市内の一等地のデパートの七階にある日本料理店「江戸前寿司」は、平日も地元客りでにぎわう。

「この味が気に入っているのによく来ます」。同僚と訪れた女性会社員(30)は、サーモンのにぎりやうな井が好きで、日本酒もたまにたしなむという。

和食は中華料理より脂っこくはないため、中国では健康料理として定着している。日本料理店の出店もブームで、在中國日本公館の調査によると、中国の日本食レストラン数は昨年時点



で約四万八千店。二〇一三年の約一万六千店から四年で約三・九倍に急増した。昨年の調査では沿海部の広東省だけで六千五百超の店舗があり、浙江省には約三千八百、上海市には約三千二百店があった。特に江西省や河南省など「中部地区の増加率がすさまじい。和食の裾野が広がっている」(在中國日本公館の担当者)という。

内陸部の銀川には以前、ほとんど和食店がなかったが、ここ数年で居酒屋などが急増し、百近い店舗が並ぶ。一七年四月に出店した和食店の店長浦永琴さん(30)は「客単価は平均八十



デパートの一角に店を構える日本料理店「江戸前寿司」

元(約千三百円)で、毎日百人以上が来店する」と手応えを語る。イスラム教を信仰する回族の比率が高いため豚肉は使わず、羊肉料理も並べて地元にあった和食店を目指している。

ブームを追い風に調味料や日本酒のメーカーも中国でそれぞれの販売戦略を描く。ミツカン(愛知県半田市)は、すし用のお酢として使う業務用の米酢の売り上げがここ数年、伸び続けている。蒲さんも同社の酢を使っており「中国製の別の酢もあるが、酸っぱすぎですしには合わない」と言う。訪日旅行者の増加で和食に触れる機会が多くなったことも、日本メーカーの酢が好まれる要因になっているようだ。

日本酒も中国向け輸出額が一七年に二十七億円に達し、国・地域別では米国、香港に次ぐ三位になった。一八年は七月までで既に十九億円と、前年比70%増のペースで伸びている。

岐阜県飛騨市の「渡辺酒造店」は昨年、中国市場に参入。年間に八百本を出荷した。北京で開かれた日本酒品評会の表彰式に参加した渡辺久憲社長は「中国で和食や日本酒の広がりを感じた。甘くて芳醇な日本酒が好まれることに確信が持てた。きれいな甘口を目指していきたい」と意気込んでいる。



調味料にも人氣波及

また海外での売上高が59%を占めるキッコーマンは

だ。