

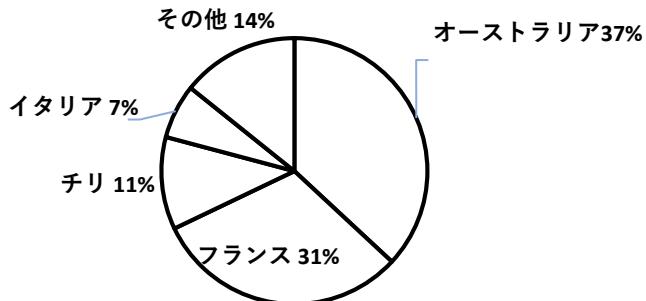
報告者 日中経済協会上海事務所 北海道経済交流室長 亀井 良司

## (件名) 北海道産ワインのプロモーションについて

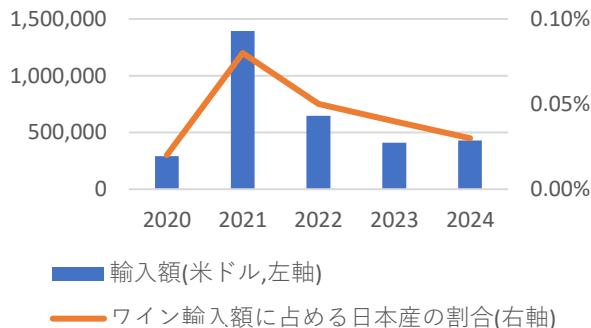
## 1. 中国における輸入ワインの状況

- 中国海関総署（税関）公表の貿易統計によると、2024年の中国のワインの輸入額は15億9千万米ドル（約24百億円）で、国別では、オーストラリア（37%）、フランス（31%）、チリ（11%）、イタリア（7%）の順となっています。2020年から2023年まで輸入額は減少傾向で推移していましたが、2024年にはオーストラリア産ワインに対する関税が撤廃されたことなどを背景として、前年比で3割超の増加となりました。
- 日本産ワインの輸入額（2024年）は430千米ドル（約65百万円）で、シェアは0.03%程度です。2021年以降輸入額の減少が続き、2024年はほぼ横ばいで推移しています。実際に百貨店やスーパーで目にする輸入ワインは欧州、オセアニア、南米産の商品が多く、日本産ワインの販売は限定的です。

中国におけるワイン輸入相手国（2024）



中国における日本産ワイン輸入額推移



(出展) 中国海関総署貿易統計データより筆者作成

## 2. 人気飲食店との連携による北海道産ワインPR・販路拡大

- そのような環境の中、中国のワイン市場への展開を目指し道産ワインのプロモーションに取り組む動きが見られます。
- 8月22日（金）、上海市内の飲食店で道産ワインの試飲イベントが開催されました。このイベントは国税庁の酒類業振興支援事業費補助金を活用した取り組みの一つで、飲食店での道産ワインペアリングとクラウドEC（WeChat）を組み合わせることで販路開拓を図る実証実験として実施されました。
- 会場は上海で人気の和食店で、クラウドECを経由して試飲チケットを配布したこともあり20席程の座席は予約で満席。イベントでは魚介類を中心とした和食のメニューに合わせて3種類の道産ワインが提供されました。
- 来訪者からは「北海道がワインの産地であるというイメージがなかった」との声もありましたが、ワインやペアリング料理は好評で、中には「どのような土壌で作られたワインなのか？」との専門的な質問も出るなど、道産ワインに対して高い関心が寄せられました。
- クラウドECを活用した飲食店でのプロモーションは、実食体験を通して道産ワインのファンを増やすとともに、クラウドEC経由でクーポン配布やワイン購入への流れを作ることができるため、効果的な販路拡大の取組として注目されています。



道産ワインと新鮮な魚介のペアリングで賑わう店内