

中国における最近のワイン産業の分析

2017年3月

高橋 梯二

トゥルーズ大学法学博士

2016年12月にフランス全国農産物・海産物機構及び原産地呼称ワイン全国職業委員会による「世界の主要ワイン生産国におけるワイン産業の分析(Analyse des filières vitivinicoles des principaux pays producteurs dans le monde)」が公表された。

この中で中国が取り扱われており、今まで公表されていなかった全国的な統計数値による調査と分析がなされているので概要を紹介したい。

なお、この調査分析資料は近く(財)農政調査委員会により全訳の小冊子が出版されるので、詳しくはそれをご覧いただきたい。

I 本報告書の主要ポイント

この資料で注目されるのは、今まで、中国の国内ワイン生産が国際競争にあまりさらされることなく、一本調子で急速な生産の拡大が続いてきたが、今後は、国際競争が激しくなり、中国は自国生産のワインの質を高める必要に迫られるであろうと分析していることである。この視点からの分析は次のようである。

中国で近代的なワイン生産が始まったのは19世紀後半とされるが、本格的に中で生産が開始されたのは、1980年代であり、インド、タイ、ベトナムなどとほぼ同時期に始まっている。しかし、その後約30～40年という短い期間でブドウ生産とワイン生産を急速に拡大させ、現在では中国は世界で第5番目のワイン消費大国に成長している。ワインの生産で見れば中国は1,100万hlと日本のワイン生産量110万hl(輸入果汁によるワインを含む)の10倍となっている(2014年)。しかも、中国では今後もさらにワインの消費量は拡大していくものとみられている。

このような他国では例を見ない中国の急速なワイン産業の発展の過程で、150年ほど前からワイン生産が始まった日本とは大きく異なるワインの生産・消費構造が形成されてきたことをこの資料は示している。

例えば、

- ① 国内で生産されるワインの中国国内市場での競争力は高いとみられ、海外のワインにそれほど押されることはなく、ワインの輸入が比較的少なく果汁などの原材料の輸入も多くはないことである。したがって、ワイン・ブドウ資源の海外への依存度は28%程度にとどまっている。

日本では、輸入ワインや輸入濃縮果汁など海外資源への依存度は95%程度と極めて高い。1980年代にワイン生産が始まったタイ、ベトナムなどでも国内生産をはるかに上回る量のワインが輸入されている。ただ、インドはワインに対する高関税(150%)を維持しており輸入ワイン等の量はそれほど多くない。

- ② 植えられているワイン用ブドウは、ヨーロッパ品種、特に、ヨーロッパ高貴品種がほとんどであり、しかも、カベルネ・ソーヴィニオンが全体の63%を占めている。中国の土着品種やアメリカ品種はほとんど見られない。日本では、甲州種やマスカット・ベリーAなど日本の気候に比較的良好に適合する伝統的品種が32%もあるのとは大きく異なっている。
- ③ 中国で栽培されるブドウによるワインの多くは、いわゆる4大企業によって生産され、その生産シェアは69%にも達する。中国のワイン生産と消費の増加はこれらの大企業グループによってけん引されているといえる。この4大企業によるワインは中級以下のワインが多く、これらの多くのワインが中国国内市場で消費され、輸出されるワインは国産ワインの生産量と比較すると非常に小さい割合である。
- ④ 中央及び地方政府の支援と指導が強力に行われている。例えば、土地の取得に関する資金援助、低料金による農地の貸付、灌漑施設や道路建設などインフラ投資に対する資金援助などがなされている。また、ワイナリーに対しては政府からの出資、設備投資に対する信用供与、海外の有名なワイナリーの招へいに対する支援などが行われており、また、ワインの買取りも行われている。さらに、中国は数度にわたるワイン生産目標を樹立し、それに沿ったブドウ生産の拡大が奨励されている(2012年第12次ワイン事業5ヵ年計画では2015年のワイン生産目標2,200万hl)。

以上のような、急速なワイン生産の拡大等中国のワイン生産・消費構造がどのような要因により実現したかであるが、この資料では明快にしていないものの、資料を丹念に分析していくと次のような要因が浮かび上がってくる。

中国ではアルコール度が15%前後の酒類が少なく、ビール以外では穀物を原料とするアルコール度の高い酒が多く生産・消費され、特に、健康上問題もあるとされていた。そこで中国政府は、ワインが中庸のアルコール度で健康の維持にも資すると評価し、1980年代初頭にワイン生産を奨励する政策を決定した。

ワイン生産の拡大に当たって、中国では特に北方地域でワイン用ブドウの生産に比較的良好に適合する地域が存在したことから、これらの地域でのブドウとワインの生産が奨励された。ワインの消費については清朝の時代にはワイン生産はほとんど見られなくなったとされ、ワインの消費は当時ほとんど存在しなかったと思われるが、1980年代にもなるとワインは豊かな生活と文化の象徴でもあり、西欧文化へのあこがれもあって、消費需要はそれなりに生

じた。したがって、ワインの消費需要があるかどうかあまり心配することなく生産の拡大の方向に向かうことができたとみられる。つまり、生産量がそのまま消費量になったといえる。現在、世界で第5番目の消費国になったとしても、一人当たりの消費量はまだ年間約1リットルであり、日本の1/3の量である。したがって、今後も消費の拡大が続くと予想されている。このようなワインの消費傾向の中で、中国ではワインの品質についてあまり気に掛ける必要がなかったと想像される。ただ、現在、中規模ワイナリーを中心に高品質ワインが造られ、世界でも注目されているが、中国のワイン生産量全体と比較すると小さな量である。

今まで一本調子で続いてきた中国の国内ワイン生産の増加傾向について、本報告書はこれから変化が生じるのではないかと、断言はしていないものの、示唆をしているように思われる。一つには、中国で栽培されるブドウによるワインの生産が2013年をピークに2014年と2015年に減少に転じていることである。また、ワインの輸入については、中国の国内製造ワインに使用されるバルクワインの輸入が2011年から減少に転じているものの、ボトルワインの輸入は着実に増加していることである。

また、報告書によれば、中国で一人当たりのワインの消費量の増加によって中国の消費者のワインの質への理解が高まるにつれ、輸入ワインが増加することが考えられ、とくに、中級ワイン近辺のワインの輸入が増加する可能性がある。これが中国の中級あるいは下級ワインの需要を押し下げる圧力となる。このような状況が進行すると今まで国内市場で厳しい競争にさらされなかった中国のワインは、本報告書が指摘するように生産コストが高いことと品質に問題があることも重なり、今後厳しい国際競争に直面するであろうことは否定できない。

したがって、中国は、今後、ワインの生産量の拡大もさることながら、ワインの品質を高めるとともにコストを削減する努力に傾注していかなければならないであろう。中国は現在ではワインに高関税を課しておらず（関税率14%、ワイン輸出国との自由貿易協定による低関税）、関税で国内ワインを保護するのは難しくなっているからである。本報告書は、このような今後の動向を示唆していると読み取れる。

II 本報告書の概要

本報告書の概要は以下のとおりである。

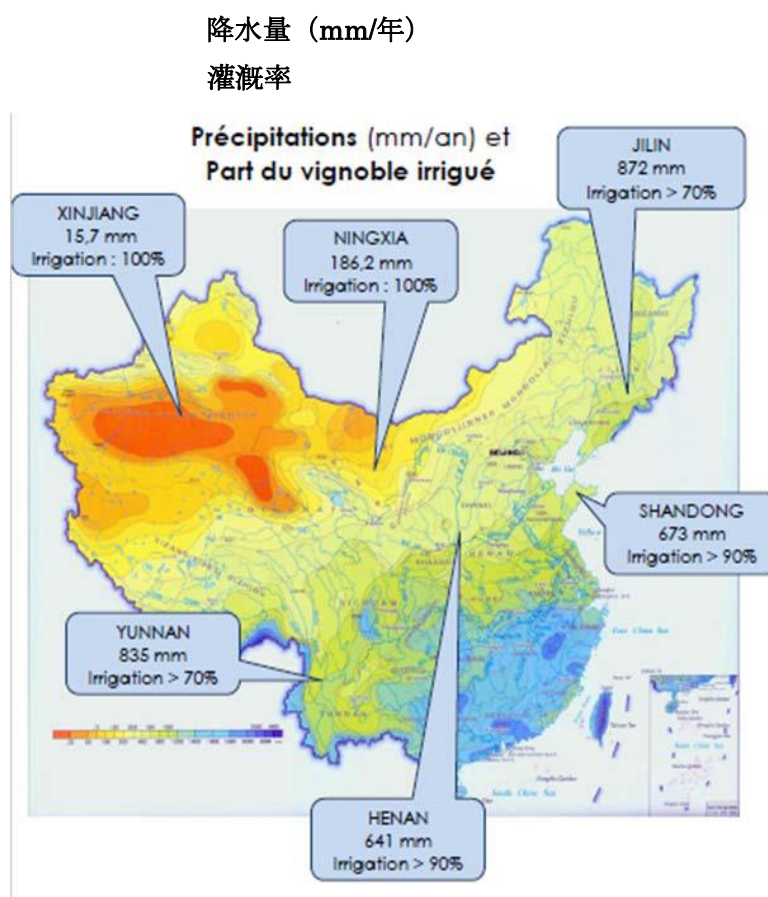
1. 農業気象環境

土地面積からすると中国は気象条件の異なる地域が国土全体に多様に存在している。中国のブドウ生産者は多様な土壌・気象的特徴の下にあり、たとえば、荒れ地気候、さらには西部の新疆(Xinjiang)地域のような半砂漠気候、また、寒冷温帯気候、たとえば、中央の

寧夏 (Ningxia) 及び北東部の吉林 (Jilin) のような大陸性気候、さらに、雲南 (Yunnan) のような亜熱帯気候がある。最も広いブドウ栽培地域 (山東 (Shandong) および 河南 (Henan)) は、温かい温帯地域にある。

少ない水資源と水資源獲得競争

中国では淡水資源は世界の水資源の7%しかない。水資源については製造産業間で大きな議論となっている。製造産業間とは、農業分野 (中国での水使用量の61%を占める)、工業分野及び鉱業分野などである。



出展 : Baike, China Meteorologic Administration, AGREX

地域	年間降水量	灌漑率
吉林 (Jilin)	872mm	>72%
山東 (Shandong)	673mm	>90%
寧夏 (Ningxia)	86.2mm	100%
新疆 (Xinjiang)	15.7mm	100%
河南 (Henan)	641mm	>90%

雲南 (Yunnan)

835mm

>70%

3つの主要農業生産地域、山東 (Shandong) , 河南 (Henan) , 湖北 (Hubei) は人口密度が高いので最も水資源が不足している。

水の汚染が存在し、かつ増大している。北方地域では都市の地下水 (nappes phréatiques) は、特に汚染されている。

ブドウ栽培面積の90%は灌漑システムが整備され、その面積は9万4,060haに及ぶ(2013年)。灌漑には2つの方法があり、ドリップ灌漑と高低差による流水の灌漑である。

2. ワイン産業の生産の可能性

中国は、総面積と人口との割合から見て、耕作できる土地は多くはない。

さらに土地の流亡 (érosion) , 塩害、都市化及び農地の汚染がブドウの永続的な栽培にとって障害となる。

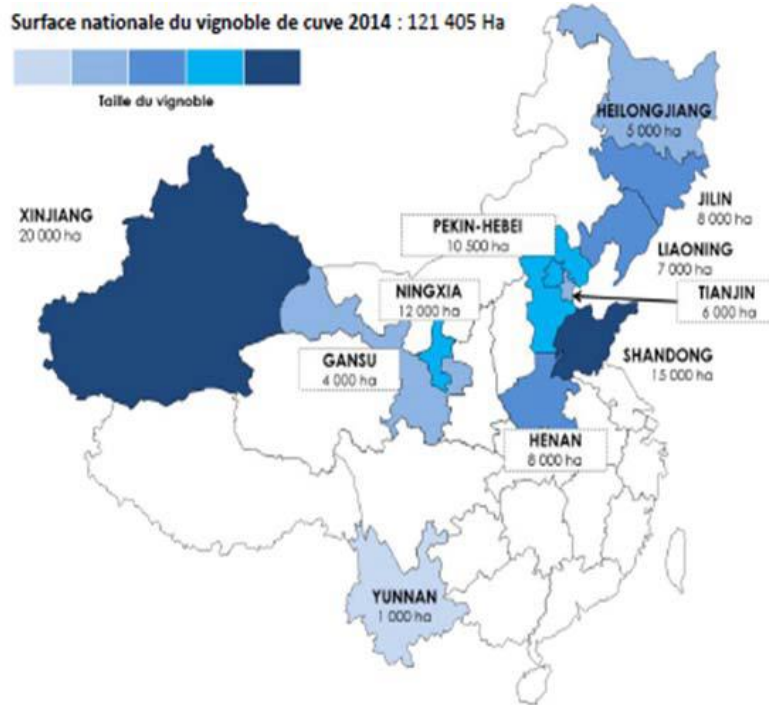
歴史的には生食用ブドウが多く生産されてきており、ワイン用ブドウの栽培面積の拡大が進んだのは2011年からである。2014年の中国のワイン用ブドウの栽培面積は12万1,400haと推計される。

ブドウ栽培面積

ブドウ園はまだ非常に若い。ブドウの木は、植栽後10から15年の間にほとんどが抜根される。これは次のような理由による。

- 気温の寒暖が極端であること。また、冬季にブドウの樹に土をかぶせる。これにより1年間で10%までの損失が生じること。
- 病害及び虫害が (ブドウの樹に) 不適切に含まれていること。
- 一定量のブドウの樹において過度の量のブドウ生産を行うこと。

主なワイン産地（2014年）



出展： Agrex 及び Chyxx, UC Davis, アンケート調査、中国気象管理局、
Baiké, cbnews, vinousmedia

地域名	ブドウ栽培面積
黒龍江地域 (Heilongjiang)	5,000 ha
吉林地域 (Jilin)	8,000
遼寧地域 (Liaoning)	7,000
天津地域 (Tianjin)	6,000
山東地域 (Shandong)	15,000
河南地域 (Henan)	8,000
北京・河北地域 (Pekin-Hebei)	10,500
寧夏 (Ningxia)	12,000
甘肅地域 (Gansu)	4,000
新疆地域 (Xinjiang)	20,000
雲南地域 (Yunnan)	1,000

中国全体のワイン用ブドウの栽培面積 12万 1,405 ha (2014年)

中国のブドウ園の大部分は中国の北半分の地域に存在する。南半分は熱帯条件でブドウにとってあまり好環境とはいえない。

新疆地域は、中国のワイン用ブドウ栽培面積の 15%以上を占め、2014年では 2万 ha

以上の栽培面積がある。降雨量は極めて少なく、このことにより単収が制限される。山東地域は、北京の南東に位置し、渤海湾に面している。主要な生産地域で、2014年では2万5,000ha以上の栽培面積がある。

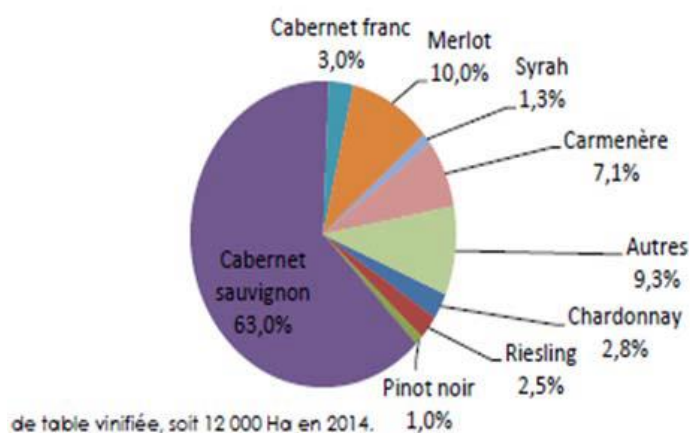
寧夏地域は、1万2,000haをやや下回るブドウ栽培面積があり、中国で3番目の広さである。中国で唯一の地理的表示 (indication géographique) の認定の過程にある地域で、AOC (統制原産地呼称)「賀蘭山 (Mont Helan)」が認定されている。地方政府の奨励によって栽培面積が拡大しつつある。この寧夏地域のワインは中国で最もよく知られている。

北京 (Pekin) , 天津 (Tianjin) 及び河北 (Hebei) の3地域で中国のブドウ栽培面積の13%近くを占める。河北地域は4番目のブドウ栽培面積である。その他のブドウ園は中国国土に分散しており、平均栽培面積は、各々2,000ha以下である。

ブドウの品種は黒ブドウが中心

2014年でみると黒ブドウが栽培面積の95%を占め、白ブドウの栽培面積は5%に過ぎない。白ブドウの栽培面積は近年増加しているものの、非常に少ない状況である。

中国の主要ブドウ品種の栽培面積の割合 (2014)



出典 : Agrex C, Université de Adelaide, UC Davis, enobytes

カベルネ・ソーヴィニオンは、中国のブドウ栽培面積の半分以上を占めており、この品種は中国で非常に多く栽培されている。

シャルドネ、マルスラン及びカルムネールは栽培面積が増加している。シャルドネは2.8%、カルムネールは7%を占めている。

中国の栽培ブドウ園の大部分は国際品種の栽培であるが、土着品種の研究が進んでいる。これらの土着品種は中国の土地によく適応するが、風味に関する質は満足できるようなものになっていない。

栽培方法

ブドウの平均植栽本数は 2,000～2,500 本/ha である。

仕立てはグイヨ・サンプル・バ (guyot simple bas) 方式が多く、栽培面積の半分を占めている。また、ブドウ園の 40%は棚仕立て (treillis) である。この仕立て方法は機械化の導入の妨げになっており、ブドウ園の多くは収穫を手摘みで行っている。冬の前にブドウの幹を土に埋めることも手作業で行われている。しかし、労働力の不足に直面しており、北方の産地では機械化が重要とされ発展してきている。古典的な棚栽培 (pergola) 方式は、生食用ブドウ栽培に多く採用されているがワイン用ブドウの栽培ではなくなりつつある。

収穫

中国のワイン生産は 2007 年以來 107%増加している。しかし、海外からの輸入バルクワインが中国のワインに混合され、その原産が示されていない。さらに、当初生食用として栽培されていたブドウをワイン生産に使用することが可能である。したがって、ワインの生産量が実際にどのくらいかを推計するのは難しい。

中国のワインの生産量 (輸入バルクワインを使用したワインを含む) は、2014 年で 1,160 万 hl (ヘクトリットル) である。生産量の 89%はスティルワインで、蒸留用ワインは 10%、発泡ワインは 1%である。

色別では、スティルワインの 90%が赤ワインであり、白ワインは 9%しかない。ロゼワインの生産は少なく、生産の割合は 1%である。

河南地域は 2007 年から 2014 年までの間で生産量を 3 倍に伸ばし、大きな発展を遂げている。中国では天津と北京を除きすべての産地で生産を増加させている。2014 年では、中国の生産量の 1%の量が将来 AOP (保護原産地呼称) となるであろう「賀蘭山 (Mont Helan)」で造られている。

地域によって異なるブドウの単収

単収は産地によって大きく異なり、雨量が少なく冬が長く寒い寧夏地域の 16hl/ha から温かい気候で雨量が多い雲南地域の 200hl/ha までの差がある。

ブドウ栽培地域の単収

2014年	単収 (hl/ha)
河南 (Henan)	186
山東 (Shandong)	135
河北 (Hebei)	61
新疆 (Xinjiang)	25
寧夏 (Ningxia)	16
中国	96

中国のブドウのみで造るワインの単収は2014年では89hl/haで、2009年では143hl/ha、2004年には83hl/haであった。バルクワインの輸入量は減少しつつある。

需要と供給の一致

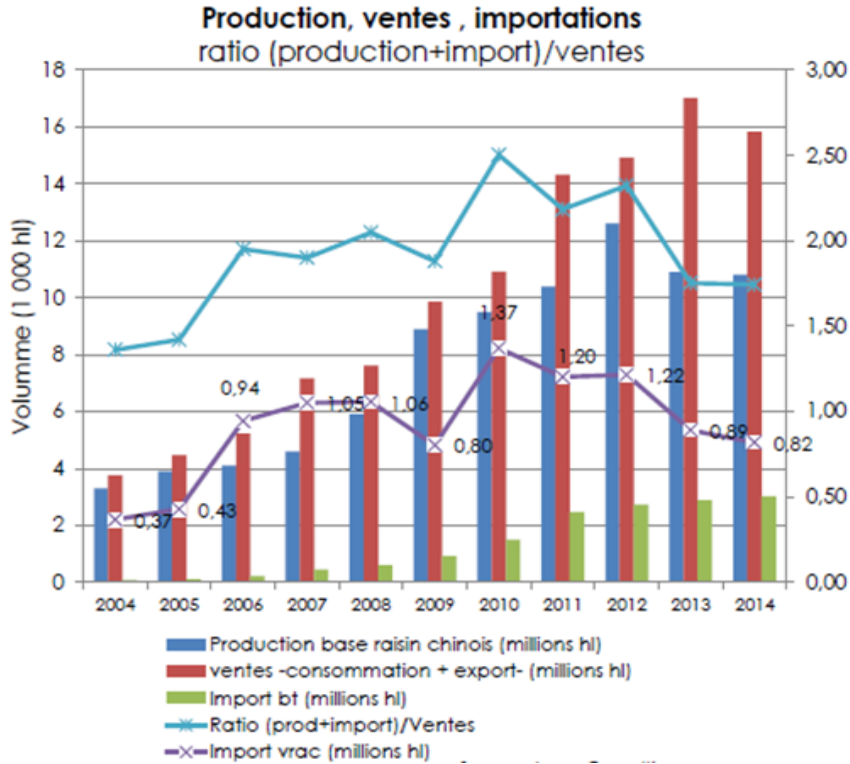
中国のワインの市場に出回る量を推計するのは難しい。需要量は生産量によって規制されるからである。輸入バルクワインを国産ワインに混入することによって需要と供給が調整される。国内市場への販売と輸出が増加傾向にあり、追加の販路を開き、生産を刺激している。

2013年におけるワイン市場の構造

ワインの生産量	1,161万 hl(ヘクトリットル)			増加の後減少傾向
スティールワイン	発泡ワイン	フォーティファイドワイン	蒸留向け	
1,039万 hl	5万 8,000 hl	0 hl	116万 hl	
赤ワイン	935万 hl			
白ワイン	93万 hl			
ロゼワイン	10万 4,000 hl			
ワインの輸入量	383万 8,449hl (国内消費量の28.5%)			増加傾向
スティールワイン	発泡ワイン	フォーティファイドワイン		
370万 hl	13万 8,632 hl	20 hl		
バルクワイン 82万 hl (国内ワイン生産に向けられる)				
びん詰ワイン 288万 hl				
ワインの輸出量	3万 6,704 hl (国内生産量の0.3%)			増加傾向
スティールワイン	発泡ワイン	フォーティファイドワイン		
3万 5,276 hl	1,478 hl	0 hl		
バルクワイン 913 hl				
びん詰ワイン 3万 4,363 hl				
ワインの消費量	1,347万 hl (国民一人当たり約1リットル/年)			増加の後減少傾向

生産、販売、輸入

(生産+輸入) /販売の率



青棒：中国のブドウによるワイン（100万 hl）

赤棒：販売（消費+輸出）（100万 hl）

緑棒：ボトルワイン輸入量（100万 hl）

青線：率（生産量+輸入量）/販売量

紫線：バルクワイン輸入量(100万 hl)

出展： Agex consulting

3. ワイン産業の構造及び生産コスト

生産費に関するワイン産業の構造

中国では、940 のワイン生産者（ワイナリー）に対してブドウを供給する 3,300 のブドウ栽培者が存在する。ワイン生産者のうち、3大生産者が 46%を生産している（2014年）。

ブドウ生産者

3,300 のブドウ生産者の規模は、比較的大きく 35ha で、その規模はやや拡大傾向にあり、

また、生産者の数もやや増加傾向にある。

ワイン生産者は、平均してブドウの必要量の 65%を生産し、残りの 35%は外部から購入している。

ワイン生産者

ワインを製造し、育成し、びん詰めするワイン生産者は、いくつかのタイプに分類できる。

- **ワインの生産の 46%を占める 3大企業 (2014年)**

これらの企業は、複数のブドウ園を経営し、自らブドウを生産しているが、また、ブドウ及びワインの必要量の 35%は他の生産者から調達している。

- **300の中規模のワイン生産企業がワイン生産量の 45%を生産している (2014年)。**

これらのワイン生産者は大企業の規模よりは小さい一つまたは複数のブドウ園を経営し、ワインの生産を特化し、高品質や中品質のワインを生産している。

- **子規模生産者は、ワイン生産量の 9%を生産しており。二つのタイプがある。一つは、一つのブドウ園を持ち、そこでできるブドウからワインを生産するタイプで、もう一つのタイプはブドウの全部を国内であるいは海外から調達してワインを生産するタイプである。**

4大ワイン生産企業の生産額及び生産量

ワイナリー名	生産額 百万ユーロ	生産量 千 hl
烟台張裕 (Yantai Changyu)	504	2,400
長城 (Greatwall)	206	1,920
烟台威龍 (Yantai Weilong)	131	1,320
王朝 (Dynasty)	63	1,600

出展 : zegni, rapport annuel Changyu, Cofco, Greatwall, China Foods, Dynasty

ブドウの購入価格

2014年では、ブドウの平均価格は、3.4 元 (中国元) (0.41 ユーロ)である。この平均価格は、ブドウの品種や品質によって異なるが、比較的高い。これは中国でのブドウの生産費が高いことが影響している。

ブドウの平均購入価格 (2014年)

ブドウ品種	元/kg	ユーロ/kg
-------	------	--------

メルロ	4.08	0.50
ピノ・ノワール	3.92	0.48
カベルネ・ソーヴィニヨン	3.60	0.44
シャルドネ	2.56	0.31

出展：Agrex consulting, Winechina, enquêtes professionnels

土地及び製造コスト

中国では、一般に、都市地域では土地の所有者は国であり、農村地域では土地の所有は集団所有権である（*propriété collective*）。

大部分の農業者は、土地の利用者とみなされている（用益権、*droit d'usufruit*）。したがって土地の所有者ではない。しかし、2014年以來、農業者の所有権を強化するための議論が行われている。

ブドウ園の規模は拡大の傾向にあり、特に、大企業（大ワイナリー）にその傾向がみられる。また、これらの大ワイナリーは、ブドウの調達の保証を得るよう努力しており、特に、ブドウの品質やブドウ生産からワイン生産までの管理をする努力をしている。

2014年の労働コストは、平均で約12.5元/時間であり、1.5ユーロである。しかし、労働力が不足する地域（特に、新疆及び寧夏地域）では労働コストはより高い。

中国におけるワイン生産コスト（全国平均）

	1本当たり元	1本当たりユーロ
ワイン生産コスト	6.50	0.80
ブドウコスト	5.50	0.67
ワイン製造コスト	1.00	0.12
びん詰コスト	0.17	0.02
資材コスト（栓、びん、ラベル）	7.33	0.90
生産コスト合計	14.00	1.7

出典：Agrex consulting, enquêtes professionnelles

ブドウの生産コストは上昇している。それは、次のような要因による。

- ・ 防除費用の増大を招く寄生菌病が多いこと。また、それに対応する労働力が必要なこと。
- ・ 秋に培土を行うことによって多くの労働力が必要なこと。

張裕、長城、王朝などの大企業は、規模の経済の利益を享受している。これらの企業は、通常消費の品質のものから高い品質のものまで多様な品質のワインを生産しているが、多くは、中級の品質のワインの生産である。

逆に、規模のより小さいワイナリーは、ワインの製造コストが問題となる。これらのワイ

ナリーは、多くの品質のワインを生産しておらず、中級のワインをあるいは土地条件（テロワール）が許せば上級ワインを生産する傾向にある。

いくつかの小規模あるいは中規模のワイナリーは、国際的に知られるワインを生産している。例えば、山西（Shanxi）の 怡園酒莊（グレイスヴィンヤード、Grace Vineyard）、寧夏（AOC「賀蘭山（Mont Helan）」）の銀色高地（シルバーハイツ、Silver Heights）などである。

4. 国及び地方政府の支援

中国では国家がワイン産業の発展にとって非常に大きな役割を果たしている。また地方政府も同様である。

1980 年代初頭、中国政府は蒸留酒とアルコール度の強い酒の消費を減らし、中国の食品の独立を図るため、ワイン生産の発展に対して支援することを決定した。それ以来ワインは、穀物をベースとしたアルコールの度の高い酒類より健康的な酒として取り扱われている。この政府による支援は、資金及び投資に関して行われてきた。

今日では、政府はいくつかの主要ワイン企業あるいは企業グループの資本金を保有している。さらに、国家は、大量のワインを定期的に購入している。

地方政府は、ワイン産業支援の前線にいる。その支援は各種あり、ワイン企業への直接あるいは間接投資、施設投資への信用供与、インフラ建設支援（道路、電気、灌漑など）である。

5. 規制

中国は OIV には加盟していないが、山東地域の烟台市と寧夏自治区がオブザーバーの資格で会議に参加している。

TVA(付加価値税)はびん当たり価格の 17%でしかない。また、一本当たりの価格の 10%の追加消費税がある。ワインの分類（格付け）に関する制度は存在しない。各々のワイン生産者が並級、中級、プレミアムなど自由にクラス分けすることができる。ワイン生産に関する法制度はあまり整備されていない。

表示に関する規則

ワインの義務表示は、表ラベル又は裏ラベルになされる。義務表示は、商標（ブランド名）、原産地名または原産国名、原材料名、アルコール度、びん詰の日、ネット重量、保管の条件、輸入ワインの場合は輸入業者名および流通業者名並びにそれらの本部である。ブドウ収穫年、生産者名、ワインの種類、衛生に関する表示、ブドウ品種名、輸入ワインの原産地表示は任意表示である。

緑色食品認証 (Green Food)

消費者からの要求が次第に高まっていることに対応するため、1990年に緑色食品認証 (Green Food ラベル) 制度が創設された。ワインも含む各種食品の生産条件に関する制度である。今日では、中国の消費者によく知られている。このラベルは、農薬使用の削減と廃棄物削減を保証するラベルである。

AOC「賀蘭山」

2013年2月AOC「賀蘭山 (Mont Helan)」が中国で最初のAOC (統制原産地呼称) となった。寧夏自治区の議会で創設された。さらに、土地が無償で使えるようになり、ブドウ生産者に直接の支援がなされた。その額は ha 当たり数百元である。

AOCが提案した規則は次のようである。

- ・ **ブドウ栽培地の保護** ブドウ畑の周囲5kmは、工場の建設、鉱山の開発、又は家畜飼養は禁止される。
- ・ **ブドウの原産地及びワインの生産地の保証** ワインの醸造、熟成、びん詰は寧夏地域にある工場でなされなければならない。
- ・ **ブドウ及びワインについての品質管理義務** 病虫害防除は適切になされなければならない。

6. 市場

中国では、2013年において、国内市場に供給するため1,160万hlのワインを生産されている。

輸入市場

2014年では、中国のワイン輸入は380万hlに上昇している。ボトルのスティルワインが量で75%を占め、バルクワインが21%である。価額ではボトルのスティルワインがほとんどで(90%)、発泡酒が5%、バルクワインがほぼ同量である。

ワインの輸入先国

国	価額における割合	量における割合
フランス	44%	34%
オーストラリア	17%	11%
チリ	11%	24%
スペイン	7%	13%
U S A	7%	4%

出典： Global Trade Atlas

国内市場

中国の国内市場は 2013 年では 1,300 万 hl で、スティールワインとワイン（全体）では世界で 5 番目の大きな市場となっている。さらに、中国は赤ワインの消費量では世界で一番の国となっている。

この消費量の多くは、都市人口によってなされており、並級及び中級のワインの消費に発展している。中国のワインの国内市場に出回るワインの 90%は、一本当たり 100 元（13.5 ユーロ）未満であり、また、60%は一本当たり 9.5 ユーロ未満である。

中国の年間一人当たりの純粋アルコール消費量は 5 L であるが、中期的には増加している。ワインはこの 3%のシャーしかなく、ビールが 22%で、度の高いアルコールが 75% である。このようなアルコールの消費は主として男性である。

輸入ワインの消費

2008 年から 2012 年までの間でヨーロッパのワインの中国での消費は、5 倍となった。これは、関税や消費税等の税が輸入ワインのボトル当たり価格の半分を占めているにもかかわらず達成された。

2012 年では、中国の大都会の約 2,000 万の消費者が輸入ワインを消費した。消費の選択の基準は原産地であり、品種基準は少ない。

中国で生活している外国人や旅行者の輸入ワインの消費量は、輸入量全体の 10-15%であり、輸入ワイン多くは中国人によって消費されている。

価格については、輸入ワイン市場の 80%が一本当たり 70 元（9.5 ユーロ）を超えている。輸入ワインは、中国のワインの多くが小売店等（grand surface）で売られているのとは異なり、多くは、飲食店等での消費である。

輸入ワインの流通

	流通量割合
On-Trade (飲食店等)	40%
コンビニエンス・ストア	35%
Grand Distribution (スーパー等)	20%
On-line (通信販売、インターネット販売)	5%

出典：Enquêtes professionnelles 2015 Monographie Chine Agrex C/S Sève

輸出市場

中国のワインの輸出については、再輸出（平均価格 27 ユーロ/本）が重要である。2007 年が最高で 9 万 2,600hl であった。しかし、2014 年では、3 万 6,000hl に減少している。再輸出はほとんどがびん詰のスティールワインである（98%）。

輸出額は、非常に増大しており、1 億 ユーロを超えている。

中国のワインの主要輸出先国

国	輸出額の割合	輸出量の割合
香港	91%	76%
フランス	3%	6%
オーストラリア	3%	2%

出典：Global trade Atlas

7. 課題及び競争力

中国のワイン産業の輸出量は少ない。また、他の国のワイン産業と世界市場で競争できる状況にない。世界で第 5 番目の消費量がある国内市場での競争力については研究に値する。

中国のワイン産業は巨大グループが支配しており、集中している。各巨大グループの年間ワイン生産量は年間 100 万 hl を超えている。4 大グループは、張裕（Changyu）長城（Greatwall）、烟台威龍（Yantai Weilong）及び王朝（Dynasty）で、中国のワイン生産量の 69%を生産し、国内市場の 46%を占めている。

もし、生産コストが比較的高く維持されるならば、巨大グループは国内市場において競争力が高く、国際市場においても存在感を高めることができる。

中国の市場において、流通の経路のすべてが消費地域に存在する。上質ワインはコンビニエンスストア・飲食店等(on-trade)で販売・消費され、スーパー等(grand

distribution)では並級ワインが流通する。また、通信販売やインターネット販売 (vente en ligne) の流通が大きく存在し、さらにワインツーリズムが急速に発展している。

逆に、中国のワインのイメージは、品質の問題が障害になっている。中国は海外の消費者はもとより中国の消費者からも偉大なワイン生産国とはみなされていない。

さらに、水資源が不均衡に分布し、土壌の汚染、病害の圧力があり、これらは、ワイン産業界が立ち向かわなければならない課題である。

最後に、ワイン産業は、国からも、地方政府からも非常に大きな支援を受けている。

