

2008年11月14日

VOL. 24

とっとり・グローバルウォッチ

とっとり貿易支援センター情報誌

韓国ソウルで日本酒フェア、出展報告

県内酒造メーカー2社が参加

初冬の青空にくっきりと浮かび上る霊峰大山。ゆるやかな稜線が日本海の大海原に伸び、紺碧の水平線と交わる彼方に、韓国が立地する。鳥取県とは、目と鼻の先の近隣国だ。

10月22日～23日、ソウル首都圏において、韓国で初めてとなる日本酒フェアが開催され、日本各地の蔵元、約70社から125銘柄が出展された。本県からも、下記有力蔵元の自信の地酒が、日本酒ブームが浸透するソウルの関係者に振る舞われた。

出展企業：中井酒造㈱

代表銘柄：有機純米大吟醸原酒「黒門」

使用米：JAS認定米 山田錦

精米歩合：33%

出展企業：千代むすび酒造㈱

代表銘柄：純米吟醸「強力（ごうりき）」

使用米：戦前に県内で栽培されていた幻の強力米

精米歩合：50%

昨今のワインブームの次の潮流として、日本酒への関心が高まる中、本場の日本酒や和食を広く知ってもらい、販売促進につなげるべく、在韓日本国大使館、日本自治体国際化協会（クレア：本県よりは職員2名派遣）などが、企画・開催した。

韓国では「日式」と呼ばれる日本風料理店は多いが、数年前から、日本の居酒屋風の店が増えており、これに伴い、日本酒の消費量が増大している。ちなみに、2007年度の日本よりの輸入量は、前年比60%増の100万リットル超に伸長しており、2008年度は更に伸長する勢いを見せている。

直近の韓国実体経済の悪化で、消費マインドが冷え込むことが予測されるが、過去の通貨危機の時と異なり、当時と同じ様な深刻な状況に落ち込むとは考えにくいと思う。

今後の日本酒の売込みに当たっては、価格帯によって、販売方法とターゲットにする階層を絞り込む必要がありそうだ。

《高価品》

高級ホテル内の日本料亭などの富裕層を対象とし、贈答（ギフト）用に絞る。

《安価品》

量販店、一般スーパーなどで、一般階層を対象にし、若い世代を中心に日本酒の普及を図る。

2009年2月には、境港～韓国・東海～ロシア・ウラジオストクを結ぶ新しい貨客船航路の開設が予定されている。韓国市場への限らない夢を運んでくれる海の回廊、日本海。地域産品の輸出拠点港としての期待が膨らむ、これからの境港（さかいこう）が楽しみだ。



鳥取県の酒造メーカー出展の様子

目次

韓国ソウルで日本酒フェア、出展報告	P 1
公郵料理人から見たウジオストクの食事情	P 2
現地発！	P 3
台湾月刊レポート⑩	P 4
中国長春からの便り	P 4
最新の上海～現地レポート～⑧	P 5 P 6

世界の祝日～12月～

■香港	25日	クリスマス
	26日	クリスマス後の第一の平日
■韓国	25日	クリスマス
■シンガポール	25日	クリスマス
■タイ	5日	国王誕生日
	10日	憲法記念日
	31日	大晦日
■米国	25日	クリスマス

出所：ジェトロ通商弘報
「世界の祝祭日2008年版」から

公邸料理人から見たウラジオストクの食事情

日本からウラジオストクへの食品輸出の可能性①

鳥取のみなさん、こんにちは。在ウラジオストク日本国総領事公邸料理人の末広亮と申します。この度、鳥取県庁より「とっとりふるさと大使」の職に任命していただきました。今後、鳥取とウラジオストクとの食の交流、ビジネスを私なりにサポートさせていただきます。

私は、昭和54年に神戸で生まれ、広島で6年間、割烹料理店、懐石料理店で修行し、ロンドンに渡英し、「nobu london」等で2年修行した後、日本に帰国しました。その後、現在の総領事にお世話になり、ここウラジオストクで公邸料理人を務めております。

■公邸料理人の仕事とは

皆様は、公邸料理人の仕事についてご存じでしょうか。細かい仕事内容は地域によって異なりますが、総領事の普段の食事から150人くらいまでの立食パーティまで、料理の「り」がつけば公邸料理人の仕事として扱われます。外国に駐在している日本国大使、総領事の公邸には基本的に1人の公邸料理人と規模に応じて現地の公邸スタッフが勤務しており、我々の公邸には私と3名の公邸スタッフがおります。

では、どういったお客様が公邸にいらっしゃるかというと、ウラジオストクの公邸には、主に地方行政の方や、軍人、日本との関係の深い方が中心で、そういった方との友好関係を築く場として公邸があります。ウラジオストクにある他国の公邸では料理人を日本のように自国から派遣している国は少なく、先進国では特別な地域を除いて日本ぐらいだそうです。

公邸での食事会で、おいしい料理を提供することは非常に大切で、その料理次第で食事の空気も変わるものです。例えば、今後の日露関係に大きく影響を及ぼす重大な議論をしなければならない時に、おいしい料理が提供され、客人に喜んでいただくことができれば、日本側に有利に話が進むこともありますし、料理がおいしくなければその逆もあるでしょう。このような観点から、自国の料理人を現地に連れて行き、料理を提供する。というのが昔から連綿と続いている日本の外交スタイルであると思います。



あるレセプションでの風景。写真中央が私（末広料理人）。

■日本食に対する需用は年々増加

さて、近年の日本食ブームは、ロシア極東地域にも

広がってきており、ここウラジオストクにも、現在、10店舗ほどの日本食レストランがあり、非常に注目を集めています。これまでは他国と同様にフランス料理を提供する公邸が多かったようですが、近年では和食を提供する機会が増えてきており、日本料理を専攻している料理人が非常に活躍しており、私もその中の一人です。

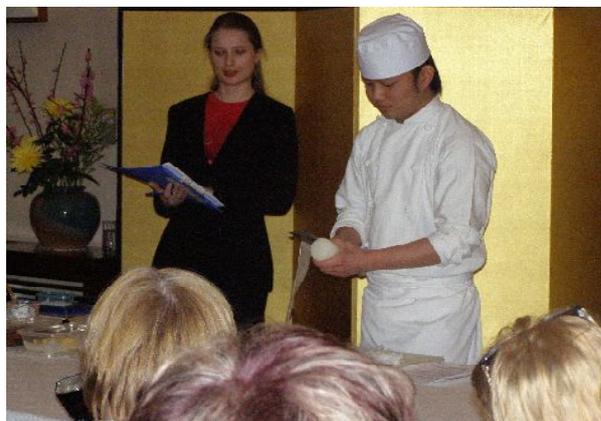
しかし、ウラジオストクには日本人の料理人は私と寿司店で勤務している方の2人しかいません。ですので、ウラジオストクにおいて、公邸料理人である私は実力以上に注目されており、当地のテレビ、雑誌、新聞等で取り上げられることも増えてきました。現在では、国営テレビ局2社、民報テレビ局1社で定期的に日本料理をテーマにした料理教室、日本料理の調理法や調理器具などの紹介が行われており、私が出演しています。

■今後のウラジオストクにおける活動

聞くとところによると、私の前に「とっとりふるさと大使」として委嘱されたのが全日本バレー代表の山本隆弘選手だそうで、私のような者が任命されていいものかと恐縮しております。しかし、これも何かの縁ですし、鳥取のために精一杯がんばりたいと思います。その良いきっかけとなるのが、来年2月に就航する境港～韓国東海～ウラジオストクを結ぶ環日本海航路です。これに併せて境港から鳥取県産を始めとする多くの食材がウラジオストクに輸出されることを期待しています。

今後、航路就航に向けて、私は鳥取産の食品をウラジオストクおよび近郊地域で紹介させていただきたいと考えています。その具体的な案として、先ほども言及したように、日本料理がテレビ、雑誌などに取り上げられておりますので、そういったメディアを中心に鳥取産の食品を紹介していく機会を作り、また境港からの輸出開始後は、このような活動を強化していき、ウラジオストクの食品市場を大きく変えていきたいと考えております。このような活動は今後の日露関係に少なからずプラスの影響があると思いますし、鳥取、山陰地方の活性化につなげていかなければならないと思います。

<次号へ続く>



今年4月に行われた料理デモンストレーションの様子。

【在ウラジオストク日本国総領事公邸料理人、
とっとりふるさと大使 末広 亮】

現地発！台湾月刊レポート⑰

台湾を基本から見つめ直す

今、リアルで台湾では暴動がおこっている。中国の対台湾窓口機関「海峡兩岸関係協会」陳雲林会長の食事を群集がとりまき、すでに八時間あまりホテルに閉じ込めているのだ。急激な台湾国民党政権と中国共産党との中台関係の改善(改悪かもしれない)に、民進党をはじめとする台湾は、独立国家であるとする民衆が、怒りの声を上げているのだ。私から言えば、国民党政権を選択したのは、自分たち台湾人である。こうなる結果は分かっていたことだ。とはいえ民衆レベルでは、親日感情が良いものの政治レベルでは、日本の国益にとって必ずしもプラスとはいえない気がする。トップレベルの交流を注意深く観察するしかない。

さて、金融危機の影響で、私の会社の周りをはじめ、台湾の銀座とも言うべき「東区」、日本の山の手にあたる「天母」付近は、まるで日本の地方都市ようになってきた。どこもかしこもシャッター街なのだ(写真左：貸し出す「租」の写真)。とにかく借り手が現れない。台湾は、不動産価格が高止まりしていて賃料が高い。また消費が減少しているのも一因であろう。



一方で、台北ギフト文具展覧会は大変な盛況であった。新潟ブースをお手伝いしたのだが、業者との名刺交換は、200枚にも及んだ。鳥取としても、食品ばかりではなく、工業製品、IT、サービス、技術など独自の視点で展開することで、新たな市場の取り込みが可能である。



台北ギフト文具展覧会は大変な盛況

さて、私の友人である片倉氏が、インバウンド向け講演会資料として台湾についてすっきりとまとめてくれた。片倉氏の承諾を得たので、もう一度、台湾とはどういうところなのか見ていただきたい。

文章：片倉佳史（2008年11月1日）

<第一部 台湾のプロフィール>

■国名

政府の名称は中華民国。ただし、国際社会ではこの名称が国家として承認されることは少なく、「台湾」という呼称が使用される。庶民レベルでも自国の名称を「中華民国」と表現しているのは少数派。公文書などにおいては「中華民国」の表記が多用される。中華民国の略称はROC。

■人口

総人口は2301万(2008年現在)。人口密度は626人と世界でも指折りの高さ。都市としては台北市(263万)が最

も多く、高雄市(151万)、台中市(101万)、台南市、板橋市、中和市と続く。人口は西側に偏っている(いずれも政府行政院統計より)。

■面積

台湾本島の面積は35854.6km²。日本の国土の約10分の1程度で、九州よりもやや小さいという程度。南北の長さは394キロで、東西には144キロ。中央部には高峻な山岳地帯があり、全面積の約50%が山地となっている。

■言語

複数の言語が存在する。現在、台湾政府が公用語としているのは北京語。ただし、住民の多くが母語としているのは台湾語。さらに、客家住民が使用する客家語もあり、原住民族の人々は部族ごとに固有の言語を持っている。なお、老年世代は日本統治時代の教育を受けているため、日本語を解することが多い。日本ブームの影響を受け、日本語学習者がとても多い。

■台湾人の気質

台湾には複数の民族が混在している。一般的に穏やかで気さくな人が多い。また、他人に対して親切にすることは習慣化しており、好奇心も旺盛。修学や労働についてはとても熱心。向上心や独立精神も旺盛で、誰もが「社長」になることを夢見て邁進している。性格的に明るく、ポジティブな発想に満ちている。時に気さくな性格が行き過ぎて、過度な親切に困らされることもある。

■宗教

台湾の宗教は複雑に入り混じっている。道教を中心とし、廟で祀られる神様の数は450におよぶ。そして、各家庭には必ず祖先を祀る祭壇がある。信仰は人々の暮らしにとっても密着している。(富田注:実は歴史的にキリスト教徒も多い)

■食生活と食文化

台湾人の食へのこだわりは並々ならぬものがある。朝昼晩と三食しっかり食べるが、これに加えて、夜食を食べることも多い。そのため、夜市をはじめ、深夜まで営業している飲食店が数多く存在する。24時間営業のレストランや食堂も多い。また、テイクアウトも一般的。日本食は人気があり、ほぼ何でも受け入れられるが、そばだけは少ない。最近は本物志向が高まり、日本旅行の中でも食が占める比重は年々重くなっている。物産展を開くと決まって盛況となる。

<第二部 台湾人にとっての日本旅行>

■台湾から日本を訪れる渡航者数

・日本から台湾を訪れる渡航者は117万人(2007年)
しかし、台湾から日本を訪れる渡航者は136万人!
→台湾の人口は?

■1996年から2004年にかけての旅行者数の変化

台湾は47.7%のアップ
(韓国45%、米国29.5%、香港82.6%)

■ウェブサイトの検索データから見えるもの

英語→新宿、秋葉原、銀座・日本橋、丸の内・皇居
 韓国語→新宿、渋谷、池袋、銀座、原宿
 簡体字→新宿、銀座、池袋、お台場
 繁体字→小樽、新宿、和歌山、函館、富良野、お台場、洞爺湖、登別

※JNTOウェブのアクセス状況データより

■知られざる台湾旅行者のデータあれこれ

- ・台湾人の16人に1人は年に一度の日本旅行
- ・台北市民の3割が「日本語学習歴あり」
- ・大学高校の第二外国語は日本語選択者が最も多い
- ・行ってみたい国、敬服する国、一位は日本、二位がアメリカ（2006年現地雑誌の調査）
- ・立山黒部アルペンルートの外国人訪問者の86%は台湾人！（2005年）

■台湾における北海道ブームに学ぶ

→北海道を訪れる約48%の外国人旅行者が台湾人
 →2004年度の伸び率は74.2%
 →北海道の場合、台湾、香港、韓国と続き、これだけで80%を超えるシェア
 （富田注：ただし急激な円高、金融危機もあり、9月は15%弱の落込み）

■台湾人は金払いが良い？

- ・大卒初任給は約15万円程度。マクドナルドのアルバイトは時給400円程度。
- ・複数の収入があるのは当たり前、しかし一人暮らし比率は低い。

・お金はかけるべきものにかかる→旅は非日常的な特別体験である。

■台湾人の旅行状況

＜富裕層増加とレジャーの多様化、台湾人特有の日本への関心、好奇心、親日感情＞＋＜過ごしやすい気候、特有の文化、独特な景観、歴史、そして体験型レジャー＞⇒北海道の成功例に学ぶ、**わかりやすいイメージの作成、官民一体となった誘致、メディアの駆使。**（台湾人向けガイドブックの発行、テレビ番組、講演活動、プロモーションなど）

「歓迎」の気持ちを伝える努力（←これをいかに見せるか）、地元住民が台湾、台湾人を知る（←相互に交流することの重要性、最低限のコミュニケーションテクニックを養うこと）。**究極の目的は地元ファンを世界に作ることで、そして台湾はそのパイロット的存在である。**

以上、引用終わり。台湾に関わりたい方は、これだけを知っているだけで、違った視点を得られると思う。

＜片倉氏の主な著作＞

『新個人旅行・台湾』 昭文社、『まっふるマガジン台湾』 年刊 昭文社、『旅の指さし会話帳・台湾』情報センター出版局、台湾人向けガイドブック『道東達人』 新高通顧問
 HP：<http://katakura.net/>
 （台湾特捜百貨店）



【榎スナーク 富田】

中国長春からの便り

■長春の理容店

今日は近所の理容店に行った。理容店はあちこちにあり、規模は大小様々で、外から中が見られるようガラス張りのつくりになっている。店内には雑誌が置かれ、椅子の配置等、日本とさほど違いはないのだが、店員の数は明らかに違う。今日行った小さな店でさえ10代、20代の若い人ばかり8人もいた。

中に入るとまず洗面台に通され、髪を洗う。その後理容師が髪を切るわけだが、この間、他の店員は特に何もしておらず椅子に座って外を眺めていたり、私の髪が切られていくのをじっと見ている。すぐ側で数人から見られていると思うとなんだか落ち着かない。

これまで思うような髪型になった試しがなく、いろいろと店を変えてきた。一般に、はさみを横に使い単に短く切ることは問題ないのだが、はさみを縦に入れ梳く技術がない。梳くことができないので結果として頻りに足を運ぶこととなり、日本ではおよそ1ヵ月半に一度の間隔で行くところ、こちらでは3,4週間に1度となる。

これは誰でも簡単に理容業務に携わることができることと、理容料金に関係している。一般の理容料金は10元（150円程度）から15元程度、大学構内の床屋だと5元とさらに安くなる。時間にして30分程度だ。大学の食堂でとる一食分の値段とほぼ同じ価格で散髪ができるのは、理容という技術がほとんど評価されていないからである。

理容という技術の評価した価格体系があって技術が向上するのか、技術が向上した後に技術の評価した適正な価格となるのかは分からないが、長春では髪型、服装に気を配る人が随分と増えているので、今後、理容・美容業界は大きく発展が期待される分野だと思う。

理容店の店員の数もそうだが、スーパー、市場等での接客員の数が業務量の割りに非常に多い。日本人の感覚からするととても非効率でよくやっているといる店も結構あるが、うまく機能しているのは、やはり今のこの社会状況に合っているからこそだろう。

13億の人口を抱える中国だから、就業率の増加はとても重要だ。接客員の収入は低いものの社会と接点を持つことで心身の安定がはかられ、ひいては社会の治安にもよい影響を及ぼしている。日ごろ、私たちが口にする効率／非効率という言葉は経済上の観点からのもので、非効率だと感じた私はやはり、日本人なのだなあと思った。時には効率という言葉も忘れてみることも大切なように思う。



写真：理容店の様子

【県文化観光局交流推進課 竹中】

最新上海 ～現地レポート～ ⑧

上海・富裕層における日本食材の勝算

乳製品に含まれたメラミンの報道が続いている。日本でも安全性の高い国内産食材を求める一方、物価高騰のため輸入食材を購入せざるを得ない状況で、海外からの農産物の輸入量が約5兆5300億円にも上る。そんな中、有機野菜など高価な日本食材が東アジアを中心に輸出されているという。輸入品や海外ブランドの食材が並ぶ上海で、このような安全性が高く高価な日本食材を購入する消費者の一部には富裕層も含まれているだろうと想像する。上海における富裕層は日本の食材に対してどのような印象を持っているのだろうか、レポートしてみた。

日本では純金融資産1億円以上の層を富裕層と呼ぶが、中国ではどうだろうか。9月25日、メルリリンチとキャップジェミニが発表した『アジア太平洋地域ウェルス・レポート』によると、2007年末までに中国の『富裕層』は41万5,000人に到達するという。ここでの富裕層とは100万ドル以上の資産を有する個人のことで、中国はアジア太平洋地域では中国は2番目に富裕層が集中、更に3000万ドルを超える中国の『超富裕層』人口は6000人を超えているとのレポートだ。

富裕層の定義は明確ではないため、データとして挙げることは難しい。そこで以下のような人たちにヒアリングを行ってみた。

対象者	
職業	会社経営者 (不動産関連、卸・小売業)
年齢	35～45歳
出身	上海2名、浙江省3名
自動車の保有状況	あり(レクサス級の高級車)
住宅の保有状況	自宅マンションほか、投資用マンション、別荘を保有
家族構成	妻、子、父、母、メイド

■買い物をする場所は？

- ・市場が中心。
- ・平日は老夫婦やメイドが住まい付近の市場やローカルスーパーなどで買い物をし、週末は若夫婦と子供が郊外型大型スーパーなどに自家用車で買い物に行く。

■海外の食材がある外資系スーパーの利用はあるか？

- ・あるが、日本製も含めた海外の食材は全体的に価格が高いため、食材や日用品を購入することはめったにない。
- ・日本の食材(果物や特産品)は、旧正月や国慶節など親戚が多く集まる時の贈呈用として購入する。

■先の質問で、日本のものを含めた海外の食材は高いという印象があるようだが、現地の食材と比較し価格差がどのくらいであれば購入を考えるか？

- ・現地の食材との価格差が3倍程度であれば、購入を検討する。
- ・日本ブランドの食材で、日本製と中国製では販売価格が大きく異なる。大手メーカーの飲料を例にとると、約10倍にもなる。味に若干違いは出てくると思うが、気にならない。

■日本料理店を利用することはあるか？

- ・ある。
- ・家族を伴って行ったり、接待で利用することもしばしば。
- ・外資系スーパーで日本の食材を購入できる環境であっても、調理方法が分からない。自宅で調理して食べることはなく、食べたい時は日本料理店を利用する。

■日本料理店には日本酒や焼酎など、日本独特のアルコールが数多く並べられていると思うが、試したことはあるか？

- ・ある。
- ・スーパーなどで購入することは少ない。日本酒にふさわしいのは日本料理だと思うが、先にも述べたようにその日本料理の調理方法が分からないため、自宅用として購入することはない。
- ・興味があるため、『食べ飲み放題』のようなお得感のある料理店で飲むことが多い。

■中国の金持ちはブランドに敏感であるが、実際のところはどうか？日本の食材がブランド化される可能性はあるか？

- ・国内外に関わらずブランドには敏感。しかし食文化や味覚といったものは生まれながらのものでもあるから、簡単には受け入れられない。
- ・先に述べたような、贈呈品として、特別な時・特別な誰かにプレゼントするようなものであるならば、日本の食材は面白いと思う。



上海市内スーパーの様子

<次ページへ続く>

少々手厳しい意見が多かった。しかし上記の意見を見ても、贈呈品として販売することには希望が持てるだろう。また、食材の調理方法が分からないという意見もあるため、試食や実演をしながら販売していくことも検討できるのではないだろうか。

上記のヒアリング結果は、35～45歳という年齢かつ経営者という立場の方々からの意見である。では25歳～35歳の若者層かつ外資系企業に勤める上海在住の中国人はどうだろうか。男女数十名に話を聞いてみたところ、少々異なった回答をもらっている。

■日本料理に対する印象は？

- ・栄養バランスがいい、健康的
- ・あっさりしている
- ・新鮮、安全
- ・見た目がきれい

■日本の食材で関心のあるものは？

- ・お菓子
- ・安全性の高い食品全般

中華料理を食習慣としているとはいえ、健康を気にしているところは日本人と同じである。また食の安全についても関心は高い。ヒアリングをした若年層の月収が5,000元（≒72,500円）前後であり、2007年の上海における平均給与が2,892元（≒42,000円）であることを考えると、彼らの新しい食文化の探求の可能性もある。

富裕層への販売も当然ながら、富裕層予備軍となる若者層への販売構想の検討、調査も進めていく必要があるのではないだろうか。

（文書中、1元＝14.5円にて計算）

【(株)チャイナワーク 孫】

《台湾ニュース》

■事故米使用業者に対する輸入酒類検査法における追加措置

台湾財政部は、台湾国民の飲酒の安全を確保するため、2008年9月23日より、事故米を使用した製造業者が製造した日本の焼酎及び清酒を輸入する場合において、輸入酒類衛生検査を申請する際には、国際試験機関の認証を受けた試験機関又は日本の政府における試験機関においてアフラトシン、メタミドホス、アセタミプリドが未検出であるとの試験結果報告を添付しなければ、輸入酒類衛生検査の申請を受理しないとした。

編集後記

海外で暮らしていると、日本の四季の移りかわりを懐かしく思うことがあります。

中国北京では、一年のうち春と秋は短く、楽しむ間もなく過ぎ去ってしまいます。そして、夏は連日の猛暑、冬は気温が氷点下となります。冬は特に空気が乾燥しているため、肌荒れや静電気など、悩みが尽きません。

しかし、冬と言えば鍋！中国語では“火鍋”と言い、北京に限らず中国の至る所で食べることができます。スープは、辛いのもそうでないものがあるので、みんなで鍋をつくることができます。中国へ行く機会がありましたら、是非一度火鍋をご賞味ください。【r】

『とっとり・グローバルウォッチ』では、皆様から、内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしております。メールでお気軽にお寄せください。また、受信希望（無料）の方は下記までご連絡ください。

お問い合わせ：(財)鳥取県産業振興機構企業支援部
海外支援グループ（担当：早川）

E-mail：kaigai@toriton.or.jp
TEL：0857-52-6703 FAX：0857-52-6782

とっとり貿易支援センター

貿易に関する相談はこちらの窓口へ

【東部窓口】

■(財)鳥取県産業振興機構企業支援部
海外支援グループ

TEL 0857-52-6703

■JETRO鳥取貿易情報センター

TEL 0857-52-4335

【西部窓口】

■(株)さかいみなと貿易センター

TEL 0859-47-3900

■境港貿易振興会

TEL 0859-47-3905

【その他関係機関】

■境港管理組合港湾管理委員会事務局

TEL 0859-42-3705

■JETRO貿易相談デスク

TEL 0859-45-2203