

今回のテーマ

中国における清酒市場について

中国のお酒市場のご紹介

※本レポートでは2022年11月25日の為替レートを使用

中国は古くからお酒造りの伝統と飲酒の習慣があり、今は世界において重要な酒類市場のひとつです。2021年、中国国内の酒類産業の合計企業は1,761社、生産量は5,406.85万キロリットル（前年比+3.95%）という規模になっています。売上高は8,686.74億元（約16.82兆円：同14.35%増）、利益は1,949.33億元（約3.77兆円：同30.86%増）です。

カテゴリーごとに見てみると、

・白酒：（パイチュウ：中国の代表的な蒸留酒）メーカーの数は最も高く965社、売上高（同18.6%増）と利益（同32.95%増）が共に大幅増となりました。

・ビール：市場規模は2番目であり、比較的好調で、生産・販売・利益ともに増加し、特に利益は前年比38.41%増となっています。近年、従来の大手ブランドによる量産化商品のほか、クラフトビールの伸びも注目され、生産量と価格両方が伸びるフェーズに入るとともに新規参入の企業及びブランドも増えています。

・ワイン：長らく国際化の影響を受けてきましたが、生産量と消費量が減少した中でも利益の増加がみられます。

・紹興酒：飲酒の世帯交代に伴い、業界は活気に欠けており、新たな若い客層の囲い込み戦略が必要とされています。

・露酒：（ロシュ：中国の薬酒）近年注目度が増えた為、生産原料から工程まで細かく標準化する新たな国家基準が2022年に制定されました。

・その他の混成酒、果実酒、リキュール：（コンセイシュ：醸造酒・蒸留酒もしくは食用アルコール原料に植物の皮や果実、薬草、ハーブ、香辛料、甘味料、香料などの成分を配合した酒）ポテンシャルは大きいものの、さらなる市場拡大のためには標準化が必要であり、必ずしも短期間で市場規模が大きく成長できるとは言い難い側面もあります。



中国で最も愛飲される酒類（白酒）
出元：筆者撮影

そして、市場トレンドにおけるもう一つの大きな変化としては、酔うためにお酒を飲むという習慣から、食中酒として「自分で楽しむ」「ほろ酔い」という消費理念にシフトしていることです。

こういった市場の変化の中、日本酒を代表とする低アルコール度数のお酒は、若者にとって受け入れやすく、また異国文化的な色もあり、消費量が上昇する傾向にあります。2021年のコロナ禍においても、日本酒の消費量は2,355万リットルの最高記録を達成しました。

2021年中国酒類生産・販売統計

カテゴリー	生産量(万kl)	対前年比	売上総額(億元)	対前年比	利益総額(億元)	対前年比
白酒	715.63	-0.59%	6,033.48	18.6%	1,701.94	32.95%
ビール	3,562.43	5.6%	1,584.8	7.91%	186.8	38.41%
ワイン	26.8	-29.08%	90.27	-9.79%	3.27	7.64%
黄酒	-	-	127.17	-5.24%	16.74	-0.97%
発酵アルコール	808.26	1.83%	605.28	9.51%	0.04	-99.73%
その他	-	-	245.74	-3.06%	40.54	0.89%
総計	5,406.85	3.95%	8,686.74	14.35%	1,949.33	30.86%

出典：中国国家统计局
https://www.sohu.com/a/568982590_120075564

中国酒類輸入市場の状況

2021年中国の酒類輸入市場で輸入額が最も高いのはリキュール類で25億ドル（約3,462億円）を超えました。特に、リキュール類とビールに関しては、輸入額の伸び率が輸入量の伸び率より大きく、単価の高い商品にシフトしているようです。ワインについては、オーストラリアからの輸入制限が設けられた為、金額、量ともに対前年比がマイナスになり、今後オーストラリアワインの輸入業者は新たな代替品にシフトすることが予想されます。

表2) 2021年中国の酒類輸入状況

カテゴリー	輸入額(US\$)	額対前年比	輸入量(L)	量対前年比
リキュール	2,503,824,483	+66.91%	135,567,846	+30.94%
ワイン	1,690,169,702	-7.39%	424,117,361	-1.36%
ビール	713,807,927	+2.3%	527,418,971	-10.10%
発酵アルコール	461,466,432	+674.43%	826,832,199	+953.30%
その他	124,729,696	+54.23%	25,293,645	+30.28%
黄酒	78,321	-33.83%	6,829	-5.17%
合計	5,494,076,561	+31.96%	1,939,236,851	+59.20%

出典：中国食品土畜進出口商会酒類進出口商分会の統計
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1726914027575474683&wfr=spider&for=pc>

ワイン輸入国Top10を見ますと、フランスからの輸入額が最も高く、2021年7.5億ドルを超え(約1038.5億円：前年比+48%)、リッター単価は29%増になっています。最も伸び率が高いのは南アフリカで、輸入額は3,400万ドル(約47億円：同125%増)、輸入量は1397万リッター(同192%増)です。輸入額(同92%減)と輸入量(91%減)共に減少したのはオーストラリアのみです。アルゼンチンからの輸入量は23%減少しましたが、リッター単価が73%増なり、輸入額が33%増で3,747万ドル(約51.88億円)を超えました。

2021年ワイン輸入国Top10

輸入国	輸入額(US\$)	額対前年比	輸入量(L)	量対前年比	リッター単価平均(US\$/L)	単価対前年比
フランス	752,656,521	+48.11%	114,971,510	+14.42%	6.55	+29.44%
チリ	331,853,196	+50.72%	127,154,979	+45.35%	2.61	+3.70%
イタリア	165,326,328	+43.72%	32,139,302	+25.33%	5.14	+14.67%
スペイン	146,024,192	+49.33%	64,314,252	+57.92%	2.27	-5.44%
オーストラリア	55,339,889	-92.24%	9,278,494	-91.09%	5.96	-12.83%
アメリカ	40,724,088	+75.24%	7,470,615	+37.634%	5.45	+27.32%
アルゼンチン	37,472,005	+33.26%	29,224,036	-23%	1.28	+73.07%
南アフリカ	34,388,715	+125.00%	13,972,368	+192.83%	2.46	-23.16%
ニュージーランド	27,314,641	+49.56%	2,683,916	+29.01%	10.18	+15.93%
ドイツ	27,148,932	+30.99%	4,582,153	+22.86%	5.92	+6.62%

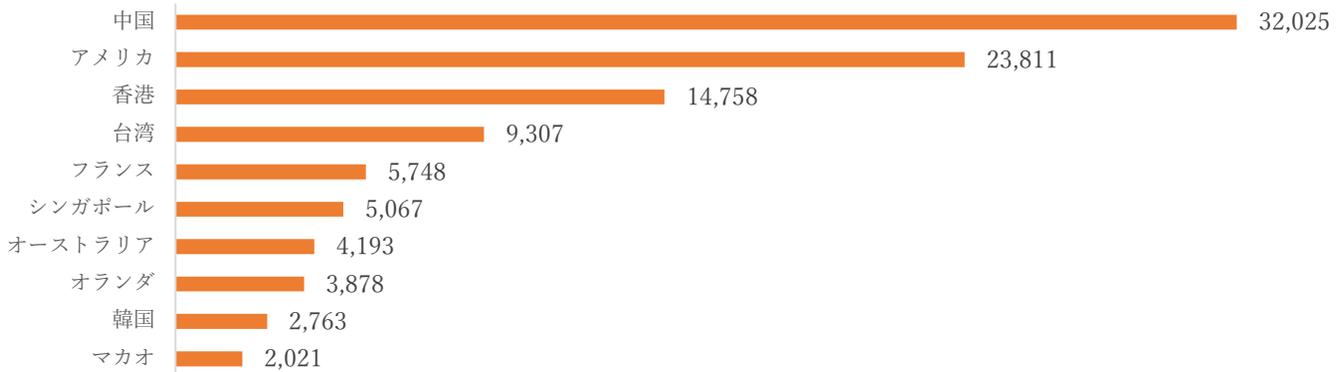
出典：中国食品土畜進出口商会酒類進出口商分会の統計
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1726914027575474683&wfr=spider&for=pc>

日本産酒類の対中輸出状況

日本国税庁のデータによりますと、2021年1月から12月まで、日本産酒類の輸出総額は1,147億円（約59.24億円：対前年比で+61.4%）となっています。中国メインランド市場（香港、マカオ、台湾を除く）だけでも、輸出総額は320億円を超え（約16.53億円）、最大の輸出市場となりました。

日本産酒類輸出金額（2021年1～12月）

単位：百万円

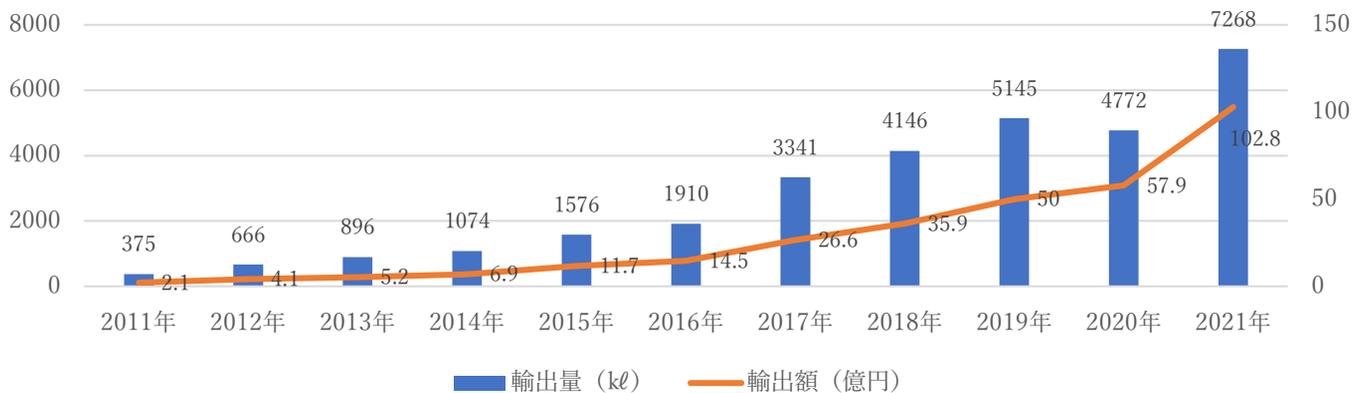


出典：<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/yushutsu/pdf/0021010-203.pdf>

日本酒の過去10年間（2011年から2021年）の対中輸用量は375klから7,268klとなり、輸出額は2.1億円から102.8億円となりました。

2021年は新型コロナウイルス感染拡大のマイナス影響を最も受ける中においても、日本産酒類の対中輸出は堅調だったと言えます。特に、日本産ウイスキーの対中輸出額は170億円(対前年比+114%)を超え、日本酒は100億円(同+77%)となっています。

中国向け日本酒の輸用量と輸出額の推移（2011～2021年）



出典：<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2022/aa4e4e3ce1463532.html>

2021年 日本産酒類の対中輸出額（単位：百万円）

	ウイスキー	清酒	リキュール	ビール	焼酎	ワイン
対中輸出額	17,007	10,279	2,175	1,165	657	195
対前年比	+114.1%	+77.5%	+23.3%	+23.3%	+86.6%	+202.5%

出典：日本国税庁 <https://www.nta.go.jp/taxes/sake/yushutsu/pdf/0021010-203.pdf>

2020年中国における清酒ブランドトップ10

(輸入品・中国産品関係なくブランド力、認知、需要などの観点で評価。記載は順不同でランキングではない)

ブランド名	企業	ブランドの紹介
HAKUTSURUSAKE 白鶴	白鶴酒造株式会社 中国代理店：上海卓鶴貿易有限公司等	日本の老舗酒造メーカーとして知られている。さゆりシリーズの純米にごり酒は、桜をモチーフとしたラベリングであるため、女性客に人気が高い。
Ozeki 大関	大関株式会社 中国代理店：杰夫西圣源宏(北京)商貿有限公司等	日本の大手酒造メーカーとして認知されている。大関は日本の相撲との関係性があるというイメージがある為、男前で、力の強い男性客からの注文が多い。
Gekkeikan 月桂冠	月桂冠株式会社 中国現地法人：月桂冠(上海)商貿有限公司	勝利と栄光のシンボル「月桂冠」の酒銘(ブランド)は歴史を感じさせながら、マイルドな風味とお米の香りが男女問わず、愛飲されている。甘さが控えめな銘柄が多く、スタイル重視の客層に支持される傾向がある。
松竹梅	宝酒造株式会社 中国現地法人：宝酒造食品有限公司	さまざまな日本酒類の製造にこだわり、質と味で人気を集めている。
日本盛	日本盛株式会社 中国代理店：杰夫西圣源宏(北京)商貿有限公司	芳醇な香りと渋み、甘辛口風味が人気。特選本醸造、大吟醸、生原酒、甘口清酒を展開している。
DASSAI 獺祭	旭酒造株式会社 中国代理店：蘇州嵐山貿易有限公司等	純米大吟醸酒を主力とし、二割三分シリーズが代表商品、上品な甘さとフルーティーな香りで知られている。
菊正宗	菊正宗酒造株式会社 中国代理店：杰夫西圣源宏(北京)商貿有限公司	菊正宗の正宗の二文字は、中国語において、本物である意味合いを持つ。中国人消費者にとって、品質が担保されている認識がある。辛口の銘柄として、男性が多い接待の宴会で注文されることが多い。
朝香(あさか)	天津中谷酒造有限公司 製造・販売同じ	中国独自ブランドで、高級純米吟醸製造・販売に注力している。「朝香」はMADE IN CHINAの日本酒で、日本ではほとんど知られていない銘柄だが、中国ではものすごく知名度が高い。
梅乃宿	梅乃宿酒造株式会社 中国代理店：天津市恒谷食品销售有限公司	中国でも知られている日本梅酒ブランド。主に日本酒、リキュール、各種の酒類の製造、販売、商品開発に特化した企業。
HAKUSHIKA 白鹿	辰馬本家酒造株式会社 中国代理店：美利酪谷酒業(上海)有限公司	伝統的な美学を持つ清酒ブランド。シンプルな包装、上質な原材料、まろやかな味わいで認知されている。

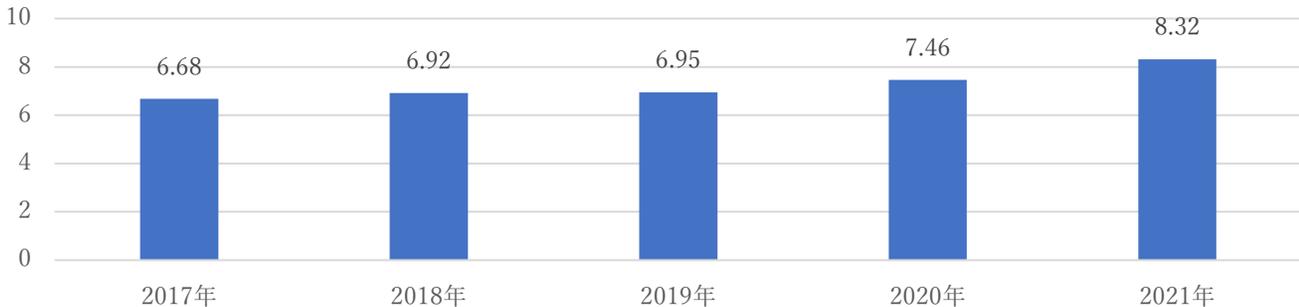
出典：観研報告網《2021年中国清酒市場分析報告-行業運營現狀與未來前景研究》
「観研報告網2021年 清酒市場分析レポート～業界の稼働状況と今後の展望研究～」

獺祭は、香りが立つ甘口日本酒の代表として消費者が認知しています。その他の日本酒は、基本的にコスパがよいもの且つ中国に早い段階で参入した企業が多く、このような日本酒は全国の飲食店におかれていますので、「伝統的な日本酒」として認識している消費者が多いです。

中国産清酒の状況

現在、中国清酒業界の輸入市場は主に日本からであり、主要な輸入ブランドは獺祭、白鶴、日本盛、月桂冠などがあります。清酒市場が注目を集めるにつれ、中国における中国産の清酒業界も徐々に規模が大きくなってきています。その市場は2017年の6.68億元（約129.32億円）から2021年には8.32億元（約161.08億円）まで増加し、主な中国産清酒ブランドは、朝香、酔香甜、福寿海、菊乃勝、蘇州橋などとなっています。

2017～2021年中国における中国産清酒業界規模（単位：億元）



出典：観研報告網《中国清酒行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）-2022年出版》
 観研報告網「中国の清酒産業の状況に関する詳細な研究開発の見通し予測レポート（2022-2029）-2022年出版）」

京東（ECサイト）中国国産清酒ブランドランキング（2022年10月時点）

ランキング	企業名「ブランド」	商品	単価
1位	天津中谷酒造有限公司 「朝香」	日式清酒 純米吟醸	52元/本
2位	月桂冠株式会社 「月桂冠」	月桂冠純粋清酒	79~89元/本
3位	巨龙生物科技股份有限公司 「酔香田」	発泡清酒青梅味	69元/6本
4位	大連阔神生物発酵製品有限公司 「千賀寿」	千賀寿清酒	75元/本
5位	宝酒造株式会社 「松竹梅」	松竹梅日本清酒	166元/2本
6位	徳勝酒業公司 「金徳勝」	金徳勝純米大吟醸	199元/本
7位	紅動酒業 「町京」	町京純米大吟醸	118元/6本
8位	丹陽頤和食品有限公司 「葵天下」	葵天下特選本醸造清酒	77 元/本
9位	銭義興窖坊 「網易嚴選」	網易嚴選桂花発泡清酒	66元/本
10位	丹陽頤和食品有限公司 「菊乃勝」	菊乃勝鬼酒鬼運上撰清酒	66元/本

人気商品は基本200元（≒4000円）以内の商品である。
 出典：京東（<https://www.jd.com/phb/12259d4e60632a2bdd6de.html>）

※「京東」は中国語でジンドン（ピンイン：jīng dōng）と読み、中国シェアNo.2を誇る巨大ECサイト（1998年6月18日設立）自社で仕入れた商品を販売する直販型のビジネスモデルで、日本でいうAmazonのような超大型のセレクトショップです。PC周辺機器を販売するJD Multimediaという名前でスタートしましたが、現在は電化製品だけでなく食品から家具にいたるまで膨大な商品数を取り揃えています。

中国でも醸造している日本酒造メーカー：月桂冠

メーカー名、紹介、設立

1637年（寛永14年）、月桂冠の前身となる「笠置屋」が創業。1905年（明治38年）に勝利と栄光のシンボルとしてLaurel Wreath（ローレルリース）を語源とした「月桂冠」と名付けられ、商標登録されました。日本酒十大銘柄のひとつとして、日本初の四季醸造システムを導入した酒蔵です。

日本で最も早く世界の舞台に登場した日本酒銘柄の一つとして、月桂冠の輸出歴史は1901年にまで遡ることができます。1990年、月桂冠はアメリカのカリフォルニア州フォルサムに工場を設立し、翌年には正式に生産と販売を開始しました。



（出元：月桂冠公式サイト）

工場の立地

月桂冠は中国で工場を設立しておらず、中国での製造は主に丹陽愛丹酒造有限公司（中国江蘇省丹陽市）に委託し、商品の醸造と瓶詰め、ラベル貼りを行っています。

工場は長江デルタの経済開発地域にあり、鎮江大港の港から28キロ、常州空港から25キロ、丹陽（西）高速道路の出口から2キロというアクセスが良い立地となっています。

原料：

中国産食用米（酒造好適米ではない品種（品種・水非公表））

生産工程：

非公開（日本から麹菌、酵母の輸出はできないため）

生産量：

非公開

生産設備と生産キャパシティー：

丹陽愛丹酒造有限公司は、日本の愛知県にある甘強酒造が中国に投資し、1995年に設立した完全外資企業です。愛丹酒造の敷地面積は10,000平方メートル、標準作業室は5,000平方メートルとなっています。また、日本から輸入した精米機1台、ステンレス製高圧炊飯器2台、60トン容量の輸入ステンレス断熱貯蔵タンク3台を備え、6トン発酵タンク100個、輸入自動醪搾機2台、輸入ステンレス製蒸留設備1セット、瓶詰用自動充填機1セット、自動ラベラー機1セットがあり、設備が完備されています。

販売量：

非公開

販売ルート：

中国産商品は、基本中国国内で販売されています。その内、上海をはじめとした華東地区の販売量が9割を占めます。オフラインの販売がメインであり、全体の7割を占めています。SAM、HEMAに代表される大型チェーン小売り、飲食店、卸業への販売が多いです。

オンライン販売に関しては、主にHEMAやJD.comなどの主流のプラットフォームに依存しており、日本からの輸入品が比較的人気である。近年、深圳にデスクを設け、月桂冠 Tmall 旗艦店を運営し、主に輸入されたハイエンド製品を販売しています。

メイン商品紹介：

商品名：月桂冠純粋清酒

製品情報：精米歩合：非公開。アルコール度数15.3%、容量1,800mL。

特徴紹介：主に原料がもたらす風味で、蒸し米、テンペ、味噌、昆布などの風味を持つ。

アミノ酸によるフレッシュ感、甘く、やや苦い。後味は非常に短く、口の中のアルコールの辛味がより明白。

飲み方：伝統的な御猪口で、20度前後もしくは40～45度のぬる燗がお勧め。食事酒として、様々な料理に合う。



（出元：月桂冠公式サイト）

中国でも醸造している日本酒造メーカー：宝酒造

メーカー名、紹介、設立：

1842年、京都・伏見の竹中町で創業者の四方卯之助が清酒の製造を始めたのが起源となります。（1912年、現在の甲類焼酎の原型となる新式焼酎「日の本焼酎」の関東市場での専売権を取得し、正式に「寶」の商標を冠して新式焼酎の販売を開始した。）そして1925年の宝酒造創設、その後経営困難に陥った灘の酒造家・井上信次郎を支援するため、1933年に松竹梅酒造（株）を設立、松竹梅ブランドの清酒の製造・販売を開始してきました。その後商標を受け継いだ清酒松竹梅は国内最大手のブランドとなっています。また、中国現地法人である宝酒造食品有限公司は日本の宝酒造株式会社と中国の北京糖業煙酒集団との合併で1995年に設立され、中国に工場を建設した最初の日系酒造企業の一つです。

工場の立地：

宝酒造株式会社は、首都北京市に醸造所を設けています。

原料：

中国産の食用米（品種非公表）と、浄化处理された北京の地下水。

生産工程：

非公開。中国の原材料を使用し日本の技術で、中国の消費者に向けた商品を製造・販売するとの事業コンセプトに基づき、日本の宝酒造で長年清酒の製造に携わった技術者が常駐し、製品生産と品質管理を実践しています。

生産量、生産設備と生産キャパシティー：

生産能力のデータは非公表、設備一式は日本からの輸入。

販売量：

販売データは非公表。1995年の工場設立以来、宝酒造の中国国内販売は中国産が中心でしたが、ここ数年日本からの輸入品が徐々に増加、直近の中国産と輸入品の比率は8：2程度です。

販売ルート：

現在、中国産清酒製品は中国のみで販売しています。従来の販売ルートは飲食業界が中心でしたが、2020年以降、新型コロナの影響が長引くなか日系、中華系を問わずスーパーやEコマースなど新たなルートを開拓しています。直近の飲食業と小売業の比率は8：2程度です。

メイン商品紹介：

商品名：松竹梅清酒

製品情報：精米歩合68%、アルコール度数15.5%、容量1800mL

特徴紹介：ふくらみのある味わいをもたらす米麴で仕込み、口当たりが良くまろやかな味わい。食中酒として多様な料理と組み合わせる事が可能。

飲み方：伝統的な御猪口で、20度前後もしくは40～45度のぬる燗がお勧め。度のぬる燗がお勧め。



（出元：宝酒造公式サイト）



（出元：宝酒造公式サイト）

中国でも醸造している日本酒造メーカー：徳勝酒造

メーカー名、紹介、設立：

徳勝酒造は国営宜山県徳勝紅蘭酒造を前身とし、1958年に中国で設立されました。2008年の企業合併後、広西徳勝紅蘭酒業有限責任会社に社名を変更しました。現在は広西壮族自治区において第三の白酒メーカーであり、米香型白酒、紅蘭酒、中国式清酒などの製品の生産、販売を主な事業としています。



(出元：徳勝酒造公式サイト)

工場の立地

醸造所は広西省宜州市徳勝鎮にあり、徳勝には白酒醸造の長い歴史と豊かな醸造文化があり、千年以上の歴史があります。

唐、宋の時代に、徳勝の酒造業は非常に発達していて、特に明、清の時代は更に発展しました。そのため、徳勝は広西「酒鎮」と呼ばれています。

原料：

中国東北産食用米（あきたこまち王：あきたこまちの中国東北地方での呼び名）、河原中軟水（中国水質第5位）

製造工程：

日本から麹菌、酵母の海外輸出が認められていないため、主な工程技術は中国江南大学が開発、提供しています。現在、製品や技術の研究開発の主たる方向性としては、ビジネス接待用のお酒（高級路線）から食中酒（自分で楽しむ酒）への転換で、将来的には地元の良質な水源を頼り、中国清酒の生産地域を作りたいと考えています。

生産設備、生産能力：

徳勝工場100畝（約66666.67㎡）、資本金2500万元、従業員150人以上。白酒の製造ラインが3つと清酒の製造ライン1つのほか、4つの全自動瓶詰めラインと1つの清酒瓶詰めラインがあります。米香型白酒4万キロリットル、紅蘭酒1,000キロリットル、清酒3,000キロリットルを年間生産しています。この内、清酒の生産ラインは2010年から建設準備を始め、2013年に操業を開始してきました。現在は2つの独立した工場があり、設備一式を江南大学が主導し、中日合併のメーカーが提供しています。

販売量：

データ未公表

販売ルート：

現在、徳勝酒造の中国産清酒製品はすべて中国国内で販売されており、販売は主にオンラインで、「小紅書（RED）」や「抖音（TikTok）」など通じて販売、PRをしています。オフラインの販売チャンネルは少なく、主にKOL、KOCなどを通じプライベートトラフィックにてPRと販売を行っています。徳勝酒造は現在もOEMにて製品のカスタマイズや、製品の共同研究開発、連名などを請け負っています。

メイン商品紹介

商品名：徳勝清・純米大吟醸清酒

商品情報：精米歩合35%、アルコール度数15%、容量730mL

特徴紹介：果実（リンゴ、バナナ、メロンの種）と、蒸し米、及び、わずかに古いチーズの風味がはっきりとしています。化学的なおいがやや感じ、アルコール感もやや強いであります。ボディは中で、酸度は比較的高く、アミノ酸からくる甘さは比較的重く、雑味は比較的多いです。後味は中で、すっきりではなく、苦味と重さがあります。

飲み方：ワイングラスで、15度前後がお勧めです。日本料理と中国料理の浙江料理や広東料理に合います。



(筆者撮影)

終わりに

現在中国産の清酒は、低価格帯の日本料理店で利用されるシーンが多く、日本酒に関する知識の少ない若い消費者が雰囲気づくりの為、1合ずつ注文し、常温もしくは冷酒として飲用することが多いです。

一方で、日本酒にある程度知識を持つ消費者は、ECもしくは小売りで日本産清酒を購入し自宅でも楽しむことが多くみられます。その場合、切子やワイングラスで飲む写真をSNSでアップすることも多いです。

2021年、日本から中国への清酒輸出額は100億円を突破し、中国は日本清酒の第1位の輸出国、消費国となりました。清酒はますます中国の消費者に注目、歓迎されるにつれ、中国産清酒の銘柄も市場に出回るようになりました。

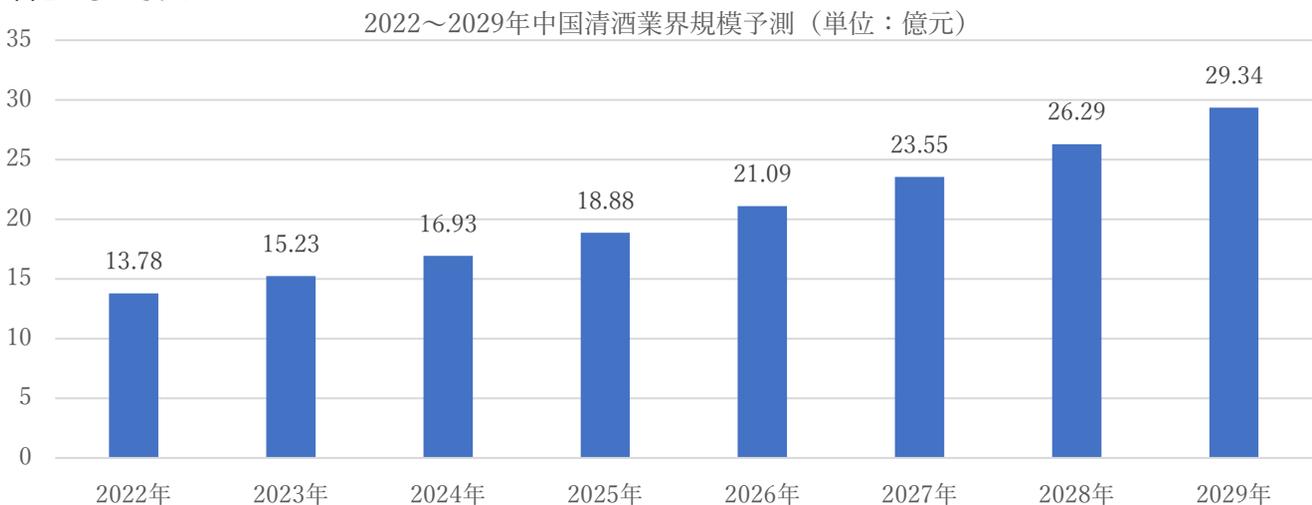
日本の清酒関連技術の輸出規制の影響があり、中国産の清酒と日本からの輸入品との間には原料による明確な違い※があるものの、投資の強化や醸造技術の研究・発展に伴い、今後、中国産の清酒には大きな市場余地と潜在力があることが予測されます。そして、中国の商品表示管理に関する法律では、清酒に関する特定名称酒の概念と定義がなく、中国産清酒は簡単に日本産清酒と同じような特定名称を表示することができる点は、日本産清酒にとっては懸念事項の一つでもあります。

※製造工程から見ると、日本酒を製造する原料（水・お米・酵母・麴菌）は全て違うものになります。

中国の水と日本の水が違う、日本酒を製造する際に軟水や硬水という指標がなく発酵したお酒に差が出ます。

中国では酒造好適米が存在しないため、精米してもできたお酒の味には雑味があり、日本産清酒との違いは明らかです。

酵母・麴菌は、基本的に日本から輸出できないため、中国のものを利用してあります。その点でもお酒の質は大きく左右されるのです。



（出典：観研報告網《中国清酒行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》観研報告網「中国の清酒産業の状況に関する詳細な研究開発の見通し予測レポート（2022-2029）」）

【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）
海外フィールドマーケット（中国）

劉 昊 (リュウ コウ RYU KOU)

北京の大学学部を卒業した後、日本の文部科学省の国費留学生として神戸大学の自然科学研究科で留学2003年修士課程修了。その後、日本の最大手医療機器メーカーにて海外事業の経営企画を担当、本社の立場で、北米、欧州、中国などの現地法をサポート。

2010年から日本を代表する広告代理店の北京支社で中国に進出する日本の消費財メーカーにおけるコンサルティング業務を行いながら、北京で展開するレストランチェーンの投資及び経営に携わる。

2014年から株式会社ぐるなびの海外業務と、ぐるなび上海社のマネジメントも兼務し、特にぐるなび上海社においては、日本の食品、食材、そしてその根底にある日本の素晴らしい文化の伝道師を目指し、日々色々な試行錯誤で経験を積み重ねている。

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。