

海外事務所
だより

日本各地の産品を韓国へ
韓国市場の可能性とクリアソウル事務所の取組

ソウル事務所 朝長 浩志 (長崎県派遣)

ソウル事務所

ソウル事務所では、日本各地の産品の販路拡大を目指し、昨年度から物販に関する事業を展開しています。昨年度は、現在韓国で急速にシェアを伸ばしている日本酒を中心に調査や取組を行ってまいりましたが、その成果については、本年四月号の「海外事務所だより『韓国の日本酒の流通事情―急速にシェアを伸ばす日本酒の可能性』」の中でご紹介いたしました。

今月号では、日本酒に加え、その他の日本産品に関する市場の状況やソウル事務所の取組についてご紹介いたします。

第二回日本酒試飲会

ソウル事務所では、二〇〇八年一〇月の在韓国日本国大使館主催の「日本酒・和食促進事業」の際に実施した日本酒試飲会に続いて、二〇〇九年四月、当事務所内で試飲



↑ 今年4月の日本酒試飲会の様子

会を開催し、二九社四一銘柄の日本酒を出品したほか、韓国市場への新規参入に向けて鳥取、福岡の蔵元三社が来韓しました。この試飲会では、韓国内の酒類輸入業者をはじめ、居酒屋、ホテル、百貨店関係者など一八社約五〇名が来場し、地酒を丹念に味わうとともに、来韓した蔵元に商品の特徴や製法などについて尋ね、その説明に熱

心に聞き入る姿も見られました。また韓国では瓶の色合いやラベルも重要な要素であることから、真剣に瓶を見つめる流通

関係者もいるなど、日本酒に対する興味の高さを感じました。試飲会の翌日には、日本の蔵元が韓国内の輸入業者と大手百貨店を訪問し、韓国の流通事情や今後の見通しについて意見交換を行いました。この結果、日本の蔵元と韓国の流通業者の間で二件のマッチングが成立いたしました。

日本酒を取り巻く最近の市場状況

四月号にてご紹介しましたが、韓国への日本酒の輸入量は飛躍的に増加しています。日本風居酒屋も多数開店し、日本酒の人気は高まりつつあります。日本酒を好まない韓国の方はあまりいません。大きな課題は価格です。日本酒の韓国への輸入の際には、関税などにより日本国内での販売価格の約七〇%の税金が課せられ、これに流通コス

ト・利益分
などが加算
されると韓
国内での小
売価格は、
日本の販売
価格の五倍
程度となつています。

そのような背景から、日本酒市場は必ずしも大きくはなく、安いパック酒が大量に出回り、地酒としては、主に一部の有名銘柄などが消費されているのが現状です。

ただ、そのような中でも、日本人経営の居酒屋などでは、地酒を取り扱うところも増えてきており、中には女性客を中心に人気を博している居酒屋もあります。このほか、二〇〇九年九月にはソウル市内の百貨店に日本酒の専門ショップがオープンし、贈答用などとして多様な種類の地酒が販売されており、新しい日本酒の流通ルートとして今後の販売拡大が期待されます。ワインは韓国で大変なブームとなつていますが、日本酒も今後、価格を下げる事ができれば「日本酒ブーム」の到来も夢物語ではないでしょう。



↑新世界百貨店永登浦店にオープンした日本酒専門店のレイアウト

日本酒以外の 日本産品について

韓国人の口に、日本の料理は良く合います。日本製食品の九割は韓国でも受け入れ



↑ソウル市内の百貨店に並ぶ日本製品

わさび、酢などの調味料のほか、納豆、カレー・ルーなどの日本製品が数多く並んでいます。街中でもラーメン、トンカツ、カレー、回転寿司など日本食を扱う店舗がたくさんあり多くの韓国人で賑わっています。また、レストラン用として、牡蠣・ホタテ、居酒屋用のおでん種など業務用食材の需要も高いようです。ソウル市内を拠点に日本食品専門で卸・小売を展開する「モノマート」は一般顧客や日本風居酒屋を対象に、年々急速にシェアを広げています。このように日本産品を受け入れる土台があり、着実に拡大しているのですが、日本側からの新しい商品の紹介があまり活発ではありません。

鳥取県物産展について

このような中、去る一〇月にソウル市内の百貨店にて鳥取県物産展が開催されましたので、ここでご紹介したいと思います。

物産展は、鳥取県内の業者八社が参加して、一週間、韓国で最も高いブランド力を持つ新世界百貨店江南（カンナム）店の地下食品売り場で行われました。江南地域は、

世界的な企業が集積するオ
フィス街である
ほか、高級住
宅地も近くに
あり、高所得
者層の方が多
いところです。
今年、韓国市
場に進出し、
今回の物産展
にも出店した日本酒の蔵元の話によると、
他の地域に比べて、一人当りの客単価は明らか
に高いようです。また、高所得者層の方は、
混み合う週末よりも平日の比較的人が
少ない時に来るようだったことでした。実
際、お一人で日本酒一〇本（二〇万円相当分）
を購入した方は水曜日に来られたそうです。
このほか、鳥取から長い蒲鉾や魚肉ハンパ
ーグなどの加工品、団子、どらやきなどが
出店されまし
た。売上げは
好調のようで、
週末には老若
男女を問わず、
多くの人で賑
わいを見せて
いました。来
場者の中には、
「日本人が来て
行う物産展は



↑10月に開催された鳥取県物産展の様子



↑どらやきの実演販売の様子



↑ 団子の実演販売の様子

子やどらやきを美味しそうに頬張る光景が見られました。団子を出店したお店の方の話では、「韓国の人がこんなに日本の商品に関心をもってくれて嬉しい」と喜んでいました。

この物産展を通して、今後クリアすべき課題もいくつか明らかになりましたが、全体として鳥取県から出店した業者の皆様やる気を感じる物産展でした。地域の特産品を韓国でPRすることで地域の魅力を発信でき、商品が物産展終了後も継続して販売されることになれば、地域経済も元気になり、また鳥取・境港と韓国・東海を結ぶ海洋航路の利便促進にもつながります。都市規模としては決して大きいとはいえない鳥取県ですが、県やシエトロ、民間が共に協力して、海を挟んだ韓



↑ 日本酒の試飲をする来場者

はじめて来た」と言っ
て、鳥取県
の品々を興
味深く見つ
める方もい
たほか、団

今後の物販事業の展開

国などと積極的に経済交流を行っています。

これまでも、韓国内において、様々な自治体によって物産展が開催されてきました。しかし、現在では、ほとんど行われなくなっています。その要因として挙げられるのは、物産展終了後、継続した販売に繋がらず、その場限りのイベントに終わってしまったこと、また、韓国の輸入業者側が物産展での商品販売に対する大きなリスクを負わなければならない、費用対効果の面において、物産展開催そのものに二の足を踏む状況が生じてきたことなどです。また、鳥取県物産展でも見られました。韓国側の輸入会社が主導する場合、その会社を取り扱う日本製品を販売するなど、物産展を開催しても、その地域の特色が薄くなってしまう、地域のPRに必ずしも繋がらないという実情があります。

ソウル事務所では、持続的に効果のある物産展のあり方について、①自治体の「らしさ」の演出、②リスクの極小化、③持続的な物産展の開催を基本方針として、自治体・地域にとって魅力のある物産展の枠組みを模索しているところです。

ヨン企画を充実させ、ある程度の規模で市内の百貨店数店舗を巡回して実施することにより、宣伝効果の増大とリスクの極小化を図ります。

来年度にしましては、地域を選定して二回程度、物産展を開催する計画です。

この物産展では、地域の物産を紹介して、百貨店等での販売定着を図るとともに、観光についても広報を行い、地域のPRにも繋がりたいと考えています。また、日本酒についてもサブ・テーマとして取り上げ、飛躍的な経済成長により生活水準が向上し、多様化した韓国人の食生活にマッチする日本酒の飲み方などをテーマに効果的にPRをしていきたいと考えています。意欲のある自治体や蔵元の協力を得ながら販路拡大に繋がっていきたくと考えています。

韓国における取組に意欲のある自治体・生産者に対して積極的に支援を行い、ともに連携・協力しながら、韓国における日本産品の販路拡大を進めてまいりたいと考えています。韓国での物産展や日本酒の販路拡大などに意欲のある自治体におかれましては、いつでも当事務所へお知らせください。



海外生活 だより

ソウル事務所

カフェが人気です！

ソウル事務所所長補佐 木原 久美（鳥取県派遣）

カフェブーム

韓国では、一般的な食堂で食べるチゲなどの韓国料理の一人前の価格と、カフェなどのお店でコーヒー一杯との価格差がほとんどありません。ですので、食事の後に「ここは私が支払うよ。」「じゃあ食後のコーヒーは私が。」という会話が成立します。（韓国語の授業でもこのフレーズは出てきました。）

食事と同じ金額を出してもおいしいコーヒーを飲みたいというくらいコーヒー好きが多いということなのでしょう。

そんな韓国で、ここ数年カフェがブームです。カフェが流行しはじめたのは、三、四年前からで、それまでは美味しいコーヒーを飲むお店は、あまり多くなかったようです

が、二〇〇七年にカフェを舞台にしたドラマが大ヒットして、そこから一気に広がったようです。

そのブームの火付け役のドラマの舞台となったカフェがあるのが、ソウル市の弘大（ホンデ）という街です。

アートイステイックな街・弘大

弘大（ホンデ）とは、芸術・美術系では韓国トップクラスの弘益大学の周辺エリアのことで、アートギャラリーやライブハウス、クラブ、雑貨店などが建ち並び、アートイステイックな街として、流行に敏感な若者たちが集まる賑やかなエリアです。

このエリアには、個性的なインテリアやお

シヤレな雰囲気のカフェが軒を連ねています。通りの建物のほとんどがカフェといたった通りもあるくらいです。

個人経営

の小さなカフェもあれば、大手チェーンのコーヒーショップもエリア内に数店舗あり、一日に三店舗が無くなり、新しい店舗ができると聞くほどのカフェの激戦区です。

そんな激戦区の中でも人気のあるカフェに入ってみると、店内で流れている音楽が日本の曲（もちろん日本語）ということが結構あり、不思議な感覚ですが、日本のカフェを参考にしている店も多いようです。

そして、もう一つ、ひときわ目につくのが、日本語の看板を掲げた日本風「IZAKAYA（居酒屋）」で、ここ数年で日本食の店が増えている街でもあります。ただし、日本食とはいっても、あくまでも『日本風』ですので、私が行った「IZAKAYA（居酒屋）」は、メニューには日本の居酒屋と変わらない料理の写真がのっていました。実際に出てきた「たこわさび」は一塊に凍っていましたし、「カツ丼」はまったく別の料理だったという面白い経験もしました。



↑弘大のカフェ通り



↑行列の出来る日本居酒屋のソウル店

前の行列はそれほど珍しくありませんが、韓国では行列を見かけることはほとんどありませんので珍しい光景です。

鳥取のカフェ、ソウルへ進出

そんな、日本食とカフェの激戦区である弘大に、今年の七夕（七月七日）に、「鳥取と韓国の経済、文化の架け橋に」と願い、私の派遣元である鳥取県で人気のカフェ「Café SOURCE」がソウル店をOPENさせました。

今までにカフェを数店舗手掛けている「Café SOURCE」のオーナーは、旅行でソウルを訪れた際、韓国でのカフェ人気と活気ある雰囲気、ここに挑戦してみたいと思ったのがきっかけで、ソウルに出店を決

また、「日本

風』ではなく、日本の有名飲食店のソウル支店もこのエリアには多くあり、本物の日本を味わおうと、入店待ちの行列が出来ている店も見かけます。日本では、日本人は並ぶのが好きなのか、店の

めたそうです。

鳥取県からは、アジアナ航空の直行便（米子空港―仁川空港）があり、また、今年六月に就航した、鳥取県の境港と鳥取県と友好提携を結んでいる韓国江原道の東海港と、さらにロシアウラジオストク港を結ぶ、環日本海定期貨客船航路「DBSクルーズフェリー」も、鳥取と韓国との距離を近づけ、この航路を活用した事業展開が出来るとも出店の後押しとなったようです。

「Café SOURCE」では、おいしいコーヒーはもちろんですが、日本独特の食材を使った料理やデザート、地元鳥取のお酒など、魅力的なメニューが揃っています。

さらに、日本人らしい細やかなサービスで、他のカフェとの差別化を図って、居心地の良い空間を提供したいとスタッフ教育にも力を入れているとのこと。

店内は、鳥取店と同様に鳥取の家具工房の家具職人が、日本と韓国を行き来しながら内装を行い、家具は、鳥取で製作しソウルに持ってきたものと、韓国の製品と組み合わせるものがあり、日本と韓国が融合し、落ち着く空間を作り出しています。

私も、オープン前に少しだけお手伝いさせていただきましたが、オーナーをはじめ、日本人スタッフが韓国語のできない状況で、山積みだった問題を乗り越えOPENさせ、数カ月でソウルの沢山の雑誌社から人気のカフェとして取材を受けるほどになり、ソウルの人達が選ぶお店（ホテルやブティック、



↑Café SOURCE KOREA

その他すべてのお店）二〇〇店の中の一店舗として選ばれたと聞き、正直驚いています。日本の味とサービスで、これから、日本の居酒屋ブームに続き、日本のカフェブームがソウルで起こるかも!?

Café SOURCE ホームページ:

<http://www.cafe-source.com/>

おわりに

ソウルには、他にも高級ブランドの集まるハイセンスな雰囲気の狎鷗亭洞（アックジヨンドン）や、韓屋（韓国の伝統家屋）の街並みを残しながら現代的なギャラリーなども建ち並び、伝統と新しい文化が調和する三清洞（サムチヨンドン）など、それぞれのエリアに、また違った雰囲気を楽しめるカフェが沢山あります。

ソウルでカフェ巡りというのも、ソウルを楽しむおススメの一つです。