

やまぎん

アジアニュース

経済月報
No. 484 掲載分
平成 27 年 8 月

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【釜山支店】

「日本発のスイーツ、韓国で旋風を巻き起こす」

1. 韓国における日本発のスイーツ

最近、ウォン高円安の影響も手伝い、韓国から日本への旅行者が一層増加しています。当地釜山でも、週末を最も近い日本である福岡で過ごそうとする韓国人が多く、船が待つ釜山港へ向かって楽しそうな顔をして歩いていく大勢の観光客を目にする機会が増えています。その光景を見るたびに、そうやって日本を訪れた人たちが日本の食文化を経験し、いつの間にか韓国でも寿司やたこ焼き、おにぎりが食べられるようになったのだと思わずにはいられません。現在においても、様々な日本の文化が韓国のテレビや雑誌で取りあげられていますが、最近、最も話題に上るのが日本のスイーツです。そういった影響もあり、デパートやコンビニエンスストア等で日本のスイーツやお菓子を目にする機会が多くなりました。

2. デパートは日本ブランドのスイーツ誘致に躍起

この1年ほどの間に、韓国の主要な有名デパートでは海外有名ブランドのスイーツ店の出店が相次いでいます。これまで韓国内で販売されたことがなく、旅行先でしか口にすることができなかったスイーツを、韓国でも味わうことができるようになってきたのです。

とりわけ日本の有名スイーツ店が脚光を浴び、百貨店同士で誘致合戦が繰り広げられています。韓国デパートの代表格である新世界百貨店に出店した大阪発祥のスイーツ店では、出店直後からその看板商品であるロールケーキが飛ぶように売れ、今では月平均 5 億ウォン（日本円で約 54 百万円）を売り上げ、百貨店に古くからある老舗店舗を押ししのけ食品売り場全体のトップを独走しています。また、広島を本店とする、クリームパンで有名な企業に至っては、ロッテ百貨店、現代百貨店、新世界百貨店の3店に同時出店し、高い人気を集めていますが、どの百貨店も「当百貨店の店舗が韓国初出店」を掲げて譲らないことから熾烈な競争がうかがえます。このパン屋は、日本では全国規模で知られている訳ではありませんが、韓国では「日本へ行くなら、必ず一度は食べてみたいパン」として高い知名度を誇っています。他にも北海道を本店とするチョコレート店やたい焼きの店なども出店しており、どの店舗も長蛇の列で賑わっています。韓国内で購入できる日本のスイーツは日本国内の価格に比べおよそ2倍とかなり割高であるにもかかわらず、「高くても売れ

る」と踏んだ百貨店側も高級路線を唱え、日本国内で有名・無名を問わず新しいスイーツ探しに躍起になっているようです。

3. デパートの高級日本スイーツがコンビニエンスストアへ

百貨店がこぞって高級路線に走る一方で、人気スイーツに類似した安価なスイーツをコンビニ展開する業者も出てきており、高級志向に反発する消費者心理をうまく掴んでいます。そういった影響もあり、「贅沢品」としての位置付けである高級スイーツも今では気軽に家庭で楽しめるものとして、その敷居を下げつつあります。現在、ロールケーキやマカロンといった高級スイーツを参考に作られた商品がどのコンビニでも陳列棚の一角を占拠していますが、どこにでもあるコンビニで気軽に買うことができ、しかも安価であることから、若年層からの支持を多く得ています。

また最近では、日本のスイーツに類似した商品を製造・販売する現地企業も百貨店に出店しており、日本ブランドのスイーツ人気はさらに勢いを増しているようです。



【コンビニエンスストアで販売されているスイーツの一例】

4. 輸入統計から見える日本スイーツの人気

日本スイーツの人気は輸入統計にも表れています。韓国関税庁の統計によりますと、パン・パイ・ケーキ・ビスケットなど日本製ベーカリーの輸入額は、福島第一原子力発電所事故の影響から、日本産の食品に対するネガティブな消費者心理も強く、2010年は1,546万ドルあった輸入額が2011年 1,368万ドル→2012年 1,274万ドル→2013年 923万ドルと減少傾向が続いていました。しかしながら、原発の影響も次第に和らいでいき、2014年には1,197万ドルと前年比プラス30%の回復を見せています。日本のスイーツが人気の要因としては、「日本のスイーツは刺激的ではないものの、基本に忠実であり、誰でも楽しむことができる。また、隣の国であることから、原材料や完成品を直接空輸することで日本の味をそのまま再現することができる長所がある」、「最近では日本を訪れる韓国人旅行者が増え、日本の有名スイーツに触れる人が多くなった」などが理由としてあげられるようです。

5. 終わりに

なぜ、日本スイーツが韓国でひととき人気を集めているのでしょうか？ 日本は「スイーツ大国」と呼ばれる程の多種多様な商品があり、それだけ消費者の選択の幅が広いことが言えます。しかし、何よりも、日本特有の色彩感覚と繊細さが、人気を集めている原動力だと見られています。小さな商品に精魂を込める作り手の精神と、その惜しみない努力

に代価を払ってでも購入したいという消費者のニーズとが見事に重なり、現在のスイーツブームに発展しているのかもしれませんが。少なくとも、韓国では日本のスイーツが人気を牽引するスター選手の地位を築いているのは間違いなさそうです。

また、韓国ではFTA（自由貿易協定）締結が盛んに行われており、アメリカや中国など巨大経済圏との締結を終えた今、日本との締結が最も望まれています。日本製の商品を求める声が高まっている中、知名度の低い「小さな街のお菓子屋さん」が近い将来、韓国で「日本を代表する菓子ブランド」となることも決して夢ではないのかもしれません。また、スイーツ人気にあやかったのか、ふと気付くと蒲鉾やおでんに使うひら天に似た練り物が百貨店の食品売り場に多く並ぶようになり、業務用スーパーでは日本製品の調味料も豊富に取り扱われるようになっていました。また、日本式の居酒屋では焼き鳥を食べる韓国人も増え、韓国には無い「ラーメン屋」も街角でよく見かけるようになった気がします。「寿司」や「たこ焼き」や「おにぎり」という日本語が韓国人の耳に自然に受け入れられているように、次はどのような言葉が韓国の日常に溶け込むのか楽しみでなりません。

以 上