

【海外拠点】山口銀行釜山支店、山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所

【現地駐在】TMB銀行(タイ・バンコク)、日本政策金融公庫バンコク駐在員事務所(タイ・バンコク)

HD銀行(ベトナム・ホーチミン)、弁護士法人ベトナム明倫国際法律事務所ホーチミンオフィス



【釜山支店】

【インサイト】ポストコロナの韓国市場を読み解く～第一回～

1. はじめに

2021年も早いもので4分の1が経過しました。昨年新型コロナウイルスの流行以降、世の中の流れやライフスタイルは、加速度的に変化を続けています。

日本ではUber EatsやAmazonに代表される宅配文化や、音声、画面で他者と交流できるSNSウーバー イーツ アマゾン※が急速に普及しています。コロナ以前の気軽に外出し交流できる世界においては、このような変化は想像できなかったのではないのでしょうか。

※Social Networking Serviceの略称。TwitterやLINE、Clubhouse等ツイッター ライン クラブハウスを指す。

ビジネスの面から見ると、「新型コロナウイルスの影響による移動・外出自粛」を要因とし、これまでのビジネスモデルが成立しなくなる危機的状況でもある一方、新たなビジネスモデルを急速に推進できる絶好の機会であるとも言えます。

東京商工リサーチが公表した日本における新型コロナウイルス関連倒産件数(負債1,000万円以上、2021/3/18時点)を見ると、飲食業199件、アパレル103件、宿泊業70件となっており、オフラインでの集客を行うモデルが難しい状況にあることがわかります。反面、外出自粛を要因とする在宅需要の高まりから、家電製造、ゲーム、ECといった業種では、過去最高益を見込む企業も見られます。

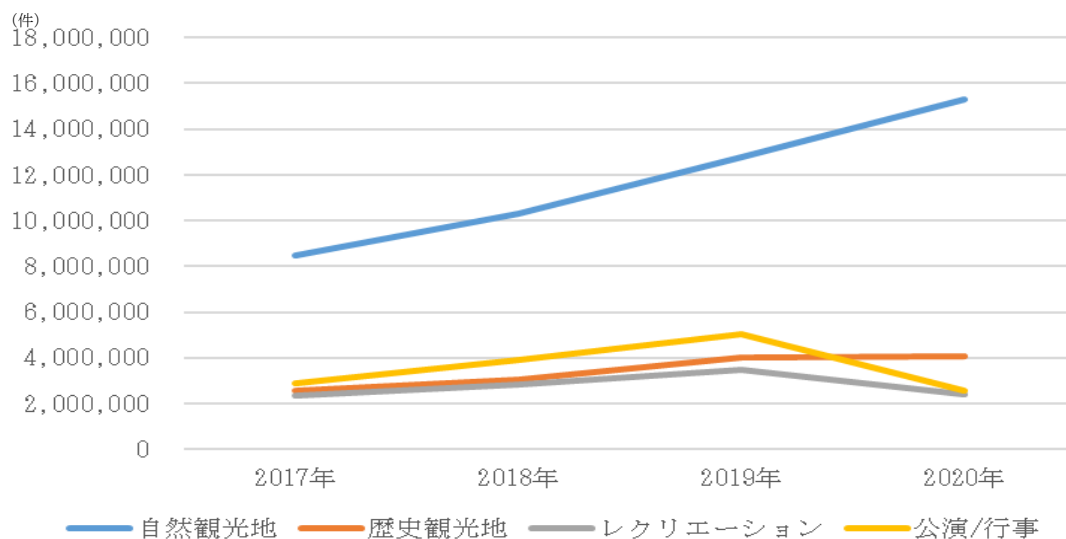
韓国においては、新型コロナウイルス防疫のために日本以上の厳しい営業制限や集会制限が設けられました。このような状況に対応するため、韓国人の消費トレンドにも変化が生じています。今回は、2件の具体例をもとに韓国で消費が伸びている分野、そこに生じるビジネスチャンスについてお伝えいたします。

2. アウトドア志向の高まり

皆さんは、密集を避けつつ休暇を楽しみたいと思った際、何をしようとするでしょうか。開放的な環境、風通しの良い空間で楽しめるイメージが強いアウトドアを選択される方が、多いのではないのでしょうか。

日本では、キャンプをはじめとしたアウトドア人口が増加傾向にありますが、韓国ではどうでしょうか。公共交通機関の回避(≒自家用車の活用)や密集回避等の背景により、アウトドアに関心を持つ韓国人は増加傾向にあると言われています。

【図表 1 インターネット検索語（観光目的地別）件数推移】



出典：韓国観光公社

データもこのことを裏付けています。2017年から2020年にかけて、インターネット検索語の推移を分析すると、2020年はレクリエーションや公演関連の検索数が伸び悩んでいる一方で、自然に関する観光地関連の検索数は右肩上がりの上昇を続けています。

アウトドアの中でも、感染リスクを抑えながら手軽に楽しめるため、オートキャンプが特に人気になっています。RV（レジャー用車両）の新車販売台数は前年同月比+32,275台（同比率+46.4%）※と好調な水準にあり、キャンピングカーのような高級車も好調です。

※韓国自動車産業協会発表資料による、1月から2月までの累計販売台数。

2021年3月11日から2021年3月14日にかけて開催されていた釜山建設インテリア展示会において、キャンピングカーの展示がありました。7,000万ウォン（約665万円）以上という高級車にもかかわらず、乗車体験を希望する方が後を絶たず、その場で商談に臨んでいる方も見受けられました。

今後韓国のアウトドア人口は500万人を超えることが確実視されており、人口の約10%がアウトドアを楽しむ時代に入ると予想されています。アウトドア関連商品のラインナップは日々増加を続けており、今後市場は拡大を続けていくものと予測されています。

【写真1 キャンピングカー展示の様子（釜山建設インテリア展示会）】（筆者撮影）



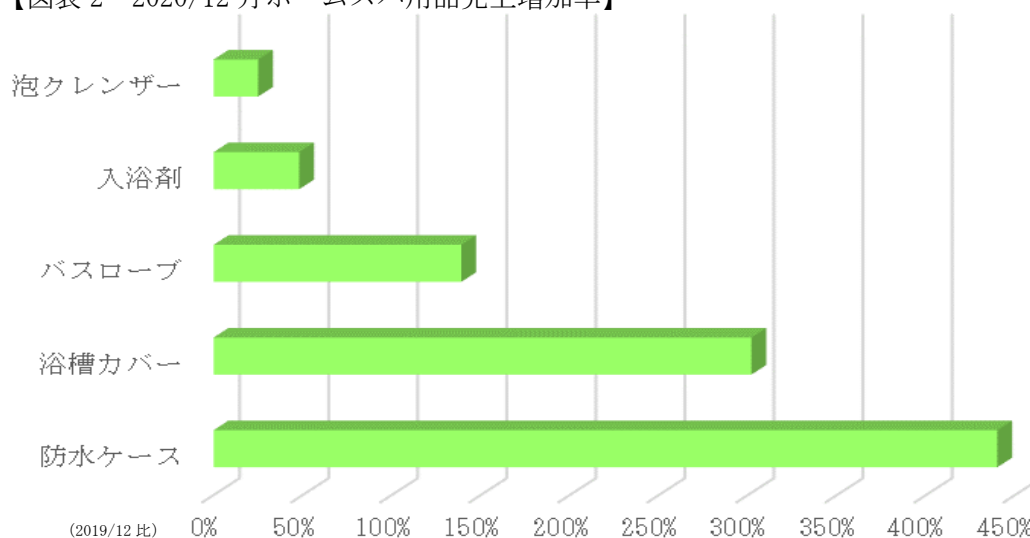
3. ホームSPA用品の急伸長

スパやサウナ等の温浴施設はチムジルバン（찜질방）と呼ばれており、多くの韓国人にとって、大浴場で身体のコリをほぐしたり、サウナで汗を流したりすることが文化として定着しています。

しかし、多くの施設が新型コロナウイルス感染予防のため一時的に営業を見合わせていることから、温浴施設に出向く代替手段としてホームSPA用品の需要が急速に高まっています。大手通信販売業者ウィーエフによれば、ホームSPA関連用品の売上は防水ケースを筆頭に、前年同期比+25%から+440%の増加※を記録しています。

※2020年12月1日～2020年12月14日、および前年同時期を比較したものです。

【図表2 2020/12月ホームSPA用品売上増加率】



出典：聯合ニュース 原典：ウィーエフ

韓国の特徴として、自宅で湯船に浸かることが一般的でないため、浴槽がない家庭があることが挙げられます。そのため、折り畳み可能な簡易浴槽や浴槽のフタが、特に急激に売り上げを伸ばしています。

自宅で湯船に浸かるようになるため、浴室周辺用品のラインナップも増加しています。例えば入浴剤です。泡風呂入浴剤やバスソルト、日本の入浴剤までもが簡単に手に入りやす。アカスリ用の手袋や洗身用具、浴槽掃除グッズ等も、取扱品目が増加傾向にあります。

ホームSPA用品は比較的製造が簡単なものが多いため、廉価な製品やデザイン性に優れた製品が、人気の高まりと比例するように次々と発売されている状況にあります。韓国の人にとっては新しい分野であり、日本と比較すると商品の種類が充実しているとは言い難い状況です。

ホームSPA市場は、家庭での入浴の文化が日本と比べ希薄である韓国において、潜在力が高いと考えることができます。家庭で気軽に入浴が楽しめる環境が整うにつれて、新型コロナウイルス拡散による影響が一服した後も、当面は成長が続く分野であると考えられています。

【写真2 簡易浴槽販売の様子】



【写真3 入浴剤（日本製）販売の様子】



出典：クーポン（通信販売サイト）ホームページ

4. おわりに

今回は、韓国で人気急上昇している分野および、製品例についてご紹介いたしました。韓国では気候や文化が比較的日本と似ていることから、類似した流行が生まれる可能性が高いように思います。これは、日本で流行した製品が韓国で流行する可能性が高いこと、反対に韓国で流行した製品が日本で流行する可能性が高いことを意味します。

お客様の販路拡大にかかる支援に取り組む中で、韓国のバイヤーから必ず受ける質問の一つに、「日本でどの程度売れているか」という項目があります。日本市場と親和性が高いことの現れであると同時に、日本で売れていない製品を販売するためには相応の製品改良もしくは、実績の積上げが必要になることを意味します。

当店では、韓国への進出を希望される皆様に向けた多彩な支援メニューをご用意しております。韓国への販路を必要としている方、また韓国の商品にご興味がある方、単純に韓国の状況にご興味がある方、我々と一緒に、韓国進出を真剣に考えてみませんか？当店はいつでも皆様をお待ちしております。ぜひお気軽に、ご連絡をお願いいたします。

(山口銀行釜山支店 小林 正典)

【参考文献】

東京商工リサーチ

https://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20210318_02.html

韓国観光公社（動態ビックデータ分析）

<https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/main/getMainForm.do>

ファイナンシャルニュース「RVの販売量急増」

<https://www.fnnews.com/news/202103181416370901>

聯合ニュース「ホームSPA用品売上高急増」

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20201217065300030?input=1195m>