

## 韓国のベーカリー市場について

ソウル駐在員事務所

洪承元

最近、韓国ではロッテ、新世界などの大手デパートが次々とリニューアルオープンしました。これらに共通する特徴は地下食品売場の拡充で、そのなかでもベーカリーやデザートに力を入れている事です。また、大手デパートによる韓国の老舗ベーカリーや日米欧の海外有名ブランド誘致合戦も勢いを増しています。

今回は競争が激化する韓国のベーカリー市場についてご紹介します。

「韓国食品年鑑」によると、韓国のパン市場規模は約 6 兆 3,612 億ウォン（約 5,725 億円）（※1）と推定されています。なかでもフランチャイズベーカリー市場が 2 兆 8,783 億ウォン（約 2,590 億円）（※2）と最も大きく、パン市場全体の半分近くを占めています。

韓国におけるベーカリーの歴史は朝鮮時代末期に遡り、この時代に韓国にパンが入ってきたとされています。草創期は小規模の製菓店形態が中心でしたが、産業と言える規模になったのは 1960 年代に入ってからと言われています。製粉工業が発展し、量産設備を備えた企業の登場によってベーカリー産業の基盤が整い、産業の成長につながっていきました。1970 年代には一部の製菓店がフランチャイズシステムを導入し、1990 年代には大企業によるベーカリー業界への進出が積極的に行われました。2000 年代にはケーキカフェや、コーヒー・サンドイッチ専門店などの専門店市場が拡大した一方、様々な商品を取りそろえる本格的なマルチショップ形態の店舗が増加しました。また、大型スーパー市場の拡大により、それらの店舗内に出店するインスタ形態のベーカリーも成長していきました。

前述のとおり、韓国ではフランチャイズベーカリー市場がパン市場の半分近くを占めるまでに成長を続けてきましたが、政府が大手企業に対する出店規制を強化したことにより、最近では大手フランチャイズ店舗の新規出店にブレーキがかかっています（総店舗数 2012 年 4,744 店→2013 年 4,697 店→2014 年 4,703 店、韓国食品年鑑）。

韓国で最大規模を誇る PARIS BAGUETTE（パリバゲット）や TOUS les JOURS（トゥレジュール）などの大手フランチャイズベーカリーは、2000 年代初めからアメリカやアジアなどの海外市場に目を向けてきましたが、近年、更なる積極展開により、海外店舗数はそれぞれ 200 店を超えています。

---

（※1）（※2）2014 年現在。1 ウォン=0.09 円で換算。

他方、老舗個人ベーカリーも依然として売上げを伸ばしており、<sup>ホンデ</sup>弘大、<sup>シンサドン</sup>新沙洞カロスキルなど若者や女性たちに人気のエリアに個人ベーカリーが続々オープンし高い人気を得ています。パン好きの人たちの中では、<sup>ホンデ</sup>弘大パン屋めぐりが大人気の様です。これらのなかには、日本人や、海外で技術を習得した韓国人が経営するベーカリーがありますが、2009年にソウルに開校したナカムラアカデミー（中村調理製菓専門学校：福岡市）の製菓製パンコース卒業生による活躍も目立っています。

また、数年前から海外ブランドに対するロコミが韓国の消費者の間に広まりました。パン、ケーキ、クッキーなど多種類の製品を販売している国内ブランドとは異なり、1、2品目に絞って販売するという海外ブランドの戦略が若い女性の目を引いたようです。堂島ロールのモンシエル、ケーキ専門のモンサンクレール、チーズケーキのルタオ、クリームパン専門の八天堂のほか、アメリカやフランス等の有名ブランドを求めてデパートにやってくる若い女性客が増加しました。百貨店業界ビッグ3（ロッテ、新世界、現代）の製パン商品の売上は毎年10～30%ずつ急成長していると報じられていますが、若い女性客を獲得しようとする各社の思惑が、海外の有名ブランドの誘致を熾烈にしているものと思われます。

ソウル駅構内の「ソウル恋人あんパン」をはじめ、地下鉄駅構内を中心にあんパン専門店の新規出店が増加していることから、ベーカリーの人気は今後も続くものと思われます。

福岡・九州の美味しいベーカリーショップにとっても、韓国は有望な市場のひとつと言えるのではないのでしょうか？



<sup>ホンデ</sup>弘大の有名ベーカリー「Paul&Paulina」



ロッテデパート内のベーカリー

【当事務所にて撮影】