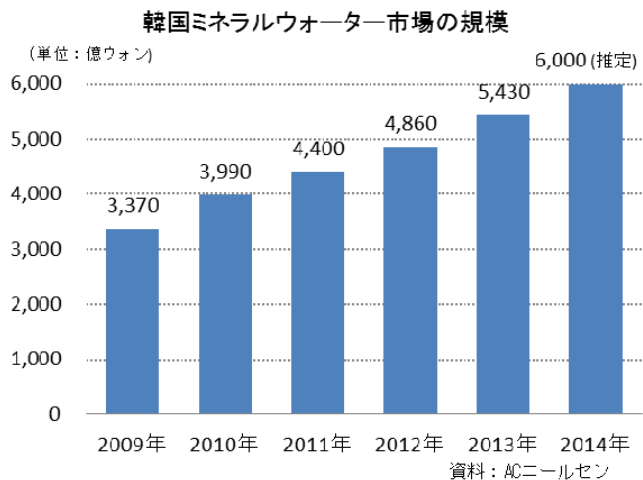


韓国のミネラルウォーター市場について

ソウル駐在員事務所 洪承元

最近大型スーパー、デパート等の飲料コーナーに行くと、ドリンク類はもちろんのこと、以前に比べミネラルウォーター（韓国ではミネラルウォーターのことを「生水」と言う場合がほとんどです）、炭酸水などが数多く並んでいるのを見ることができます。個人の好みや体質等に合わせてミネラルウォーターを選ぶ場合も多く、ミネラルウォーター市場の成長と共に「ウォーターアドバイザー」、「ウォーターソムリエ」などと呼ばれる専門家を置くウォーターバーやウォーターカフェ等もオープンしています。今回は、韓国のミネラルウォーター市場についてご紹介いたします。

韓国におけるミネラルウォーター市場の規模は、2000年には1,562億ウォンでした。しかし、2011年4,400億ウォン、2012年4,860億ウォン、2013年5,430億ウォンとここ数年毎年10%以上堅調に拡大しており、2014年度は6,000億ウォン規模になると見られています。食品・飲料業界では、毎年二桁成長を見せるほぼ唯一のホットアイテムとされ、既存の大手業者はもちろん新規企業のミネラルウォーター市場への投資も続々と進行中です。



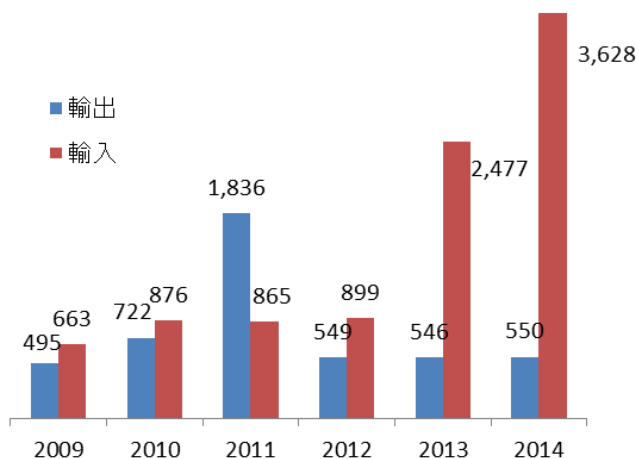
グアンドン製薬の「済州三多水」がシェア42.5%（2014年8月基準）でトップですが、ロッテ七星飲料の「アイシス（9.6%）」、ヘテ飲料の「江原平昌水（6.3%）」がこれを激しく追いつけています。現在、韓国ではおよそ70社、100種類ほどの製品が製造・販売されていると言われていますが、売上高上位15社の市場占有率が市場全体の約96.1%を占めている状況です。

ミネラルウォーターの人気は大型スーパーでの販売状況からも知ることが出来、E マートでは、2014年1～11月中旬までの炭酸水を含むミネラルウォーターの売上割合は62.7%と、果汁飲料の37.3%を圧倒しました。ロッテマートも2014年1～9月までの飲料の売上のうち、炭酸水を含むミネラルウォーターの割合は23.2%で、炭酸飲料（20.8%）とジュース等の果汁飲料（20.3%）を押し、全体の飲料構成比で初めてトップとなりました。業界関係者は、ミネラルウォーターの需要増加の原因を、一人暮らし世帯の増加、核家族化などライフスタイルの変化、ダイエット・美容をはじめとする健康への関心の高まり、高温多湿な亜熱帯気候への変化、アウトドア活動人口の増加、購入及び摂取の便利さ等と分析しています。

ミネラルウォーターの輸入量も急激に増えています。関税庁によると、2012年899万ドルであった輸入は、2013年2,477万ドル（68,871トン）、2014年3,628万ドル（109,581トン）に増加しました。国別では中国（93,614トン）、フランス（10,492トン）、イタリア（2,690トン）、米国（659トン）、フィジー（568トン）の順です。1995年から2012年の長きに渡ってエビアン、ボルビックなどの製品でフランスが不動の1位でしたが、2013年に中国産が国内市場に本格的に参入したことで中国が輸入国1位になるとともに、輸入量全体が大幅に増加しました。これはロッテ七星飲料と農心が中国で生産し輸入しているミネラルウォーターの人気が高いことが要因となっています。

日本からの輸入取扱高は 2013 年 5 万ドル (59 トン) ありましたが、2014 年は 4 千ドル (8 トン) にとどまっています。以前は日本製品 (富山県・高知県等からの海洋深層水等) も数種類輸入販売されていましたが、現在では店頭で見つけることが難しい状況となっています。元々日本からの輸入は多くはありませんでしたが、特に 2011 年の東日本大震災以降は放射能問題がネックになっている事も否定できません。

ミネラルウォーターの輸出入実績(万\$)



韓国からの輸出は、最大の輸出相手国である日本向けが原発事故により急増した 2011 年 (1,836 万ドル) 以後減りつつあり、2014 年は 550 万ドルとなっています。

韓国のミネラルウォーター最大貿易国

(下段は貿易金額、単位：万 US ドル)

| | 2009 年 | 2010 年 | 2011 年 | 2012 年 | 2013 年 | 2014 年 |
|----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 輸出 | 日本 (120) | 日本 (296) | 日本 (1,508) | 日本 (182) | 日本 (107) | 米国 (113) |
| 輸入 | フランス (504) | フランス (619) | フランス (576) | フランス (592) | 中国 (1,366) | 中国 (2,323) |

炭酸水も大変人気です。韓国の炭酸水市場規模は 2010 年の 75 億ウォンから 2011 年 100 億、2012 年 128 億、2013 年 195 億、2014 年には 400 億ウォンとなり、およそ 5.3 倍に拡大しました。2015 年には 800~1,000 億ウォンになるとみられています (AC ニールセン及び業界推定値)。2014 年末に '飲料水管理法施行令及び施行規則' の改正でミネラルウォーター工場でも炭酸水の生産ができるようになり、今後業界の競争は益々熾烈になるとの見通しです。消化促進作用がある、ノンカロリーであるということに加えて、果物類の飲料やウィスキー・カクテル等にも合うとのことで、それらを炭酸水で割って楽しむ人も増えています。

健康を維持する水に対する関心と需要の増加で、これからもミネラルウォーター市場は拡大し続けると思われます。多様なプレミアムウォーターの生産・輸入増加、ウォーターバーやウォーターカフェの出店等、水は単純な消費材を超えてライフスタイルをグレードアップしてくれる新しい文化的な現象となりつつあります。



ロッセデパート内のウォーターテーブル

以上