

減塩に注目する韓国人

ソウル駐在員事務所
洪承元

「韓国の味」と言うと、外国人のみなさんは何を思い浮かべるでしょう。おそらく、キムチやコチュジャンなどの辛いものを思い浮かべるのではないのでしょうか。キムチをはじめ、ほぼ毎日のように韓国人が食べているチゲなどの汁ものをみても、韓国人は辛い食べ物や、塩分の多い料理を好むということは間違いありません。しかし、ここ最近の健康ブームを背景に、韓国人は減塩に注目しはじめています。今回は、韓国人の減塩志向について取り上げてみたいと思います。

韓国では、健康への関心が高まるにつれ、減塩や低ナトリウム食品への注目度が増しています。韓国健康増進開発院によると、政府が本格的に減塩政策の推進を開始した2010年における韓国人のナトリウム摂取量は1日あたり平均4,785mgでしたが、食品業界の取り組み等が功を奏し、2015年には3,871mgと約2割減少しました（図表参照）。とはいうものの、世界保健機構（WHO）が推奨する一日の摂取量である2,000mg未満に対して、まだ2倍ほどのナトリウムを摂取しているのが現状です。

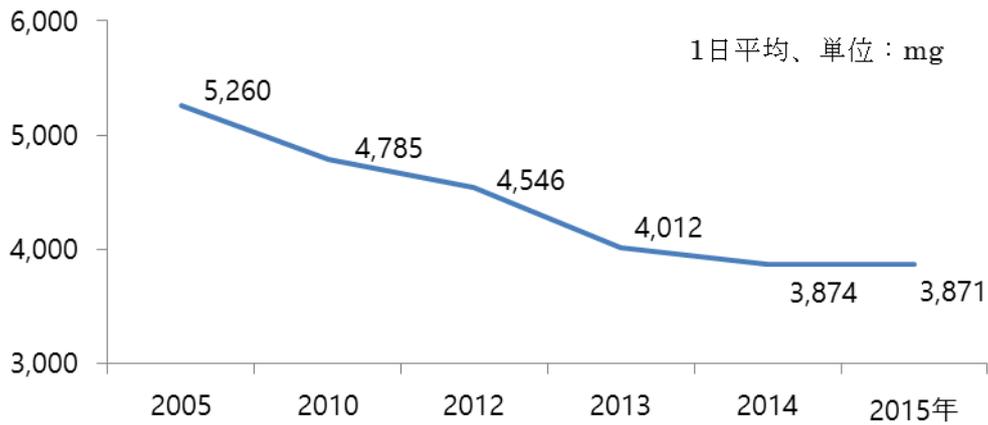
また、政府の減塩政策に留まらず、韓国の消費者も減塩の重要性を認識しています。韓国農水産食品流通公社が作成した「2016加工食品細分市場の現況－漬物類市場」によれば、韓国人がよく食べる漬物について消費者を対象に改善要望事項を調査した結果、37.8%が「塩分の低減」と回答しています。このような消費者の意見を反映し、様々な減塩食品が開発・販売されているため、今後は加工食品のナトリウム含有量の減少傾向がさらに強まると考えられます。

また、韓国人は塩分だけでなく、糖分も多く摂取しています。「タンチャン」（タン（甘い）＋チャン（塩辛い）＝甘さと塩辛さが共存する）という新たな造語が流行するほど、甘さと塩辛さを同時に味わう事の出来る食べ物が人気です。甘いものを食べた後は塩味のするものがほしくなるから、との理由です。韓国人の間で「日本のお土産の必需品」と言われた「ポテトチップスしあわせバター味（カルビー）」は「タンチャン」味として有名で、韓国で大変な人気を集めました。韓国では「ハニーバターチップ」という商品名で販売されましたが、一時は品切れが続くなど、定番の塩味のポテトチップスの人気を超えるほどでした。

最近、食品医薬品安全処が食品等の表示基準を改正したことで、塩分の含有量を基準値より下げた製品への減塩表示が可能となり、製品の広告宣伝に使用

できるようになりました。韓国政府はナトリウムの日平均摂取量を 2020 年までに 3,500mg (2010 年摂取量の 73%の水準) とすることを目標としており、減塩政策をさらに推進する方針です。このような流れを受け、韓国の食品市場では減塩志向がさらに進んでいくものと予想されます。

(図表) ナトリウム摂取量推移



韓国健康増進開発院の「ナトリウム摂取低減化政策の推進現況及び今後の課題」を基に当所が作成



韓国の食卓に並ぶ漬物 (筆者撮影)