

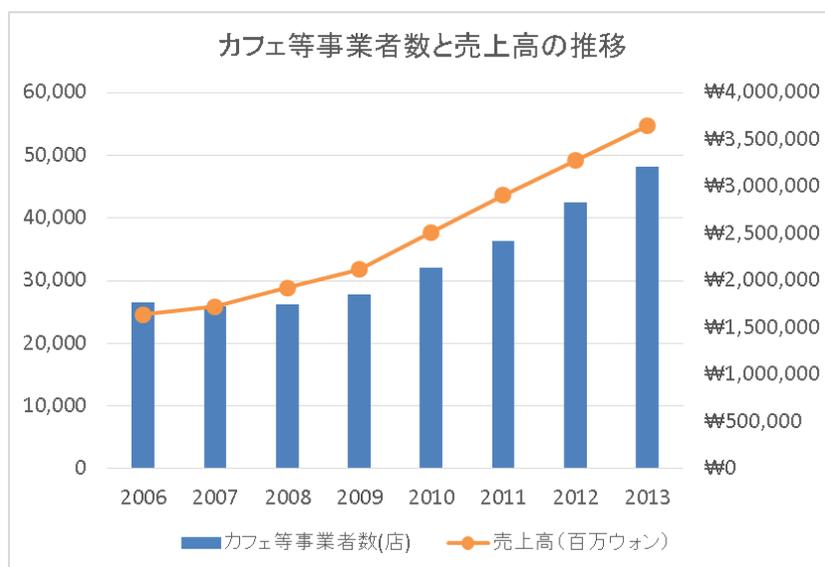
～韓国人がキムチよりも口にしているもの～

下関市総合政策部国際課
(釜山広域市派遣職員)
大江 敏彦

こちらへ赴任してから1年が経とうとしていますが、宿舎の近所、通勤・通学路、繁華街など、時々歩くルートを変えてみると、常に店舗の入れ替わりが行われているようで、通るたびに「この店は先週あったかな？」と思うことが多く、空き店舗ができて、すぐに新しいお店が進出してくる積極性にも驚かされます。そのなかで、景観的に明らかな特徴は、カフェの増加です。移転・廃業した後の店舗には、カフェやクレープなどのデザート類を扱うお店が入って来ることが多く、おしゃれな外装や自家焙煎を売りにしたり、低価格メニューを打ち出したりと、大小さまざまなお店が軒を連ねています。

韓国統計庁の統計資料である「卸売・小売業調査」によると、2013年におけるカフェを主とする非アルコール類飲食店舗数^(※)は、全国に約48000店で、前年の2012年に比べて13.3%増加しており、これに伴う売上高も3兆6千億ウォンまで増加しています。立地の良い場所には巨大な資本力を有するフランチャイズ方式のチェーン店がよく見られますが、繁華街や大学周辺では、早期退職後の起業や、若者がセンスを活かして開業したと見受けられる個人経営のようなお店も多く、今後も店舗数の増加の傾向は続き、競争はさらに激化するのではないかと思います。

(※) 下記グラフでは表記をカフェ等としている



資料：韓国統計庁 卸売・小売業調査

去る1月16日のSBS(ソウル放送)の報道によると、農林畜産食品省が把握している国内のコーヒー市場の規模は1兆6千億ウォン(日本円で約1800億円)で、この5年間で2倍の成長を見せ、輸入量も過去最大となっているとのことです。また、保健福祉省が行っている韓国人が一週間に口にするものの回数を表した調査結果によると、コーヒーを飲む回数が12.3回と、減少傾向にあるキムチやご飯を抜いて1位となりました。「大韓民国はコーヒー共和国だ」といわれるのも、街の人々の様子からうなずけます。

成人1週間当たり品目別摂取頻度順位

(単位：回)

1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
コーヒー	白菜 キムチ	雑穀米	白米	その他の キムチ	牛乳	海苔	目玉焼き	味噌類	イワシ
12.3	11.8	9.5	7.0	4.5	2.7	2.4	1.9	1.8	1.6

資料：2013国民健康栄養調査

オフィス街では、大きな紙コップに入った食後のコーヒーを片手に事務室に戻っていく若年層の姿をよく見かけます。辛いものを食べた後のコーヒーは、口の中がリフレッシュされ心地良いのですが、1杯およそ500円と、庶民的な食堂の定食と同じくらいの値段の物が主流です。食堂の出入口に設置しているインスタントコーヒーは無料のところほとんどであることを考えるとぜいたくな気がしますが、コーヒーを飲みながら仲間内で楽しくおしゃべりしている姿を見ると、韓国人、特に若い世代にとってコーヒーは必需品であり、人間関係の潤滑油のような働きもしているように思います。