

— Korean Organic —

## 韓 国 の オーガニック事情

前号に引き続きアジアのオーガニック事情として、  
わたくし輸入仕入担当の金が自身の出身国でもある、  
韓国についてレポートをお届けします。



有機農業の割合は、農業面積全体の約1%と日本よりも少し大きい規模感です。有機農産物の2012年度品目別出荷実績は、168,256トン（主な品目：野菜類74,750トン、穀物類54,025トン、果実類9,116トン等）で、売上金額は2011年の約550億円から、2015年には約1,100億円と順調な伸びを記録し、2020年には約1,800億円となる見込みです。

韓国の有機認証は2010年の法改正により、有機の他に右記のような数種の認証が設けられ、無農薬・無抗生剤等まで含めて「新環境農産物」という括りで管理されています。



### ▶ 韓国展示会について

今年8月16日～18日の3日間ソウルで開催されたオーガニック&ナチュラル食品展示会に参加して来ました。今年で17回目となる本展示会は韓国産のオーガニック・ナチュラル食品を国内外にPRする目的で開催されており、今年は出展企業数349社（韓国）+34社（海外18カ国）、約40,000人の来場者がありました。来場者の9割近くが地元韓国人という点では、今後本展示会の国際的な認知度をより高めていく必要があります。



The 17th  
Int'l Organic & Natural  
Trade Fair for Korea 2018

### 商品 Pick Up!



#### 有機健康飲料

（大根・ごぼう・シイタケ・キャベツなどの100%抽出液）

韓国では昔から野菜や果実のエキスを健康飲料として飲むのが一般的です。大根・ごぼう・シイタケ・キャベツなどの100%抽出液や、玄米水など日本市場にはない、独特な商品です。土っぽい匂いが強く、美味しいとは言いがたいのですが、良薬口に苦しということで健康志向の消費者から人気を集めています。



#### 肉・乳・卵・小麦粉不使用の ベジタリアン向け豆食品

2000年代からウェルビーイング (well-being) という言葉の流行に伴い、グルテンフリー商品への需要が増加しています。グルテンフリーというとパスタやお菓子類が多いのですが、豆ハム・豆ブルコギットなどユニークな商品があり、日本の皆様にもぜひ紹介したい魅力的な商品でした。



#### アメリカの有機認証付き 韓国海苔スナック

アメリカの展示会でよく目にする韓国の有機海苔、有機海藻スナック商品。今回の韓国での展示会でもアメリカ有機認証 USDA を取得した商品を複数見かけました。どれも日本人の味覚に合うものばかりで、韓国海苔に絶大な支持がある日本市場には、ぜひとも紹介したい商品カテゴリです。

### Reporter's Voice

興味深い商品を複数見かけた本展示会ですが、現状日本で韓国産オーガニック商品をほとんど見かけない一番の理由として、「韓国と日本の有機認証は同等性がない」という点があります。このため輸入し、日本で「オーガニック」として販売するには韓国メーカーの日本の有機認証、有機 JAS の取得が必須となるのですが、残念ながら有機 JAS 認証を

取得しているメーカーは今回見受けられませんでした。同等性のあるアメリカへは多くのオーガニック商品を輸出している韓国。日本人の味覚に合うものも多く、魅力的な商品を有するポテンシャルのある市場だからこそ、今後日本とも同等性が認められるよう願うばかりです。

（レポート：金）

# オーガニックストア

in **KOREA**  
~ Hansalim ~



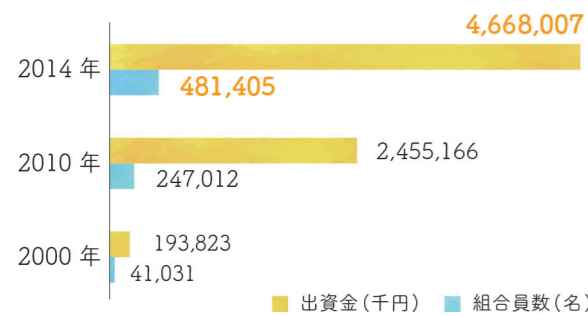
韓国で知名度の高いオーガニックストアの一つ、ハンサリムは1986年設立の組合型オーガニックスーパーで国内に217店舗を構えます。

人と自然、都市と農村が命という絆でつながっているという考えから、生命を大事にするという理念の下、食べものを作る生産者とその心が込められた商品を理解して購入する消費者が一緒になって結成した生活協同組合です。生産者は消費者の生命のために生産し、消費者は生産者の生活のために消費するのでハンサリムは一つの共同体という認識を持っています。

◆商品の販売基準が幾つかあり、その一部を紹介します。

- 農産物は農薬・化学肥料・成長調整剤不使用。
- 国産(韓国産)のみの販売。輸入品は販売しない。
- 生産共同組合、社会的企業から生産・出荷される商品を優先する。
- 旬の食材のみ販売する。ハウス栽培品の販売はしない。

出資金と加入費を支払い、組合に加入するとハンサリムで買い物ができるようなシステムです。支払いは出資金から天引きするシステムで運営して、組合に加入していない人が買い物をする時、商品価格が10%高くなります。※組合員数/出資金推移



商品は韓国ローカル向けオーガニックであるためラインナップがそこまで幅広くなかったのですが、スナックとお茶が多かったのが特徴でした。手軽に食べるリーズナブルな商品が売れている様子でした。

安心・安全な食べ物に対するニーズが増えるにつれて、ハンサリムの事業も急成長しています。韓国のオーガニック市場が順調に伸びていることを今回の視察で実感出来ました。

(レポート:金)



## REPORT 01

### Natural Products EXPO EAST

#### Natural Products EXPO EAST

9月13日(木)~15日(土) in ボルチモア(アメリカ)

世界のオーガニック&ナチュラル市場は現在約10兆円といわれ、その内約半分を占めるアメリカのオーガニック市場は毎年12~15%という勢いで伸びています。その活気を肌で感じられるのは、毎年2回、3月に西海岸と9月に東海岸で開催される当展示会ではないでしょうか。今回は東海岸ボルチモア開催時のトレンド情報をお届けします。

今年33回目を迎える当展示会。1500ブランドの出展者が有り、内244ブランドが今回初出展。今回の注目商品は、緑豆、ひよこ豆などたんぱく質の高い豆類を使った機能性スナックや、プロバイオティクスなどを謳った機能性飲料やフレーバーウォーター。中でも注目なのが、「スイカウォーター」です。美白やデトックス効果が期待されるほか、飲みやすさや他の食事との相性の良さもあり、数年前からハリウッドセレブが火付け役となって人気を集めているようです。また、展示会主催者と業界関係者がカテゴリ別で最も革新的開発商品に賞を与える「Nexty Award 2018」には、飲料部門として「水出し缶コーヒー」、冷凍部門では

「グルテンフリーでキヌアを使ったバーガーパテ、ハッシュブ라운コロケ」、その他「豆腐ハム」、「ココナッツで作ったマヨネーズ」など斬新かつ個性的な57アイテムに授与されました。



写真(右):  
植物性プロテイン飲料「スイカウォーター」

#### ▶ B-Corp 認証

アメリカの商品は派手な色使いや機能性表示、付加価値を表す認証マークなど、パッケージ戦略に長けていていつも参考になるのですが、ここから市場動向を読み解くこともできます。認証マークでいうと、B-Corpという認証が新しい発見でした。環境、社会に配慮した事業活動を行っており、かつ事業の透明性など認証団体の掲げる基準を満たした企業に対して与えられるアメリカ発の民間認証です。アメリカでは今、利益第一主義ではなく、社会に対してどういった良い影響を与えているかという社会性が重視され始めています。今後、消費者の購入基準として、商品の良さだけでなく、企業の在り方や社会性が問われる時代になってゆくかもしれません。(レポート:関原)



## REPORT 02

### fine food AUSTRALIA

#### Fine Food Show

9月10日(月)~13日(木) in メルボルン(オーストラリア)

現地のお客様であり販売パートナーであるSpiral社ブースに参加。同国で絶大な人気を誇る豆乳飲料BONSOYはもちろんのこと、今回はパッケージリニューアルした日本食レンジ(有機梅干ビューレ、有機玄米餅、有機甘酒、ナチュラル沢庵等)をPRしました。同社より蛍光ピンク!のパッケージデザイン案が上がってきたときには驚きましたが、いざ棚に並べてみると来場者の目を引く良い意味でのインパクトがあり、総じて高評価をもらえ一安心。また今回は、海外市場にありそうでなかった!添加物不使用のチューブわさびの試食を行いました。わさびを添えたごま豆腐と揚げ出し餅を提供すると、元からのわさびファンは元より、苦手意識があった方からも高評価をいただくことができ、手ごたえを感じられた展示会出展でした。



#### ▶トレンドウォッチ

腸内環境改善にProbiotics商品(ザワークラウト・キムチ・コンブチャ等)、抗炎症やコラーゲン摂取として人気のポーンプロス、ココナッツ製品(ココヨーグルト、ココアミノ調味料等)がブーム。アメリカのトレンドが約2年後にオーストラリアに上陸する、という流れは今も変わっていないようです。



#### ▶オーストラリアといえば、、 当社輸出量 No.1 の豆乳飲料 BONSOY

BONSOYで作るラテが人気で、現地カフェでの圧倒的なBONSOYの存在感には毎回驚かされます。Instagramにて#bonsoyで検索すると、オーストラリア人のBonsoyラテ愛を感じる投稿の数々をご覧ください。(レポート:木下、江原)



## REPORT 03

### chfa Voice of the Natural Health Industry La voix de l'industrie de la santé naturelle

#### CHFA 2018

9月15日(土)、16日(日) in トロント(カナダ)

「CHFA(Canadian Health Food Association)」は毎年カナダのバンクーバー、トロント、ケベックの3カ所で開催されるオーガニック&ナチュラルに特化した展示会です。トロントでの開催は、1000社以上の出展社でカナダでは最も大きな展示会の一つではありますが、アメリカの市場規模に比べれば10分の1と言われます。当社むそう商事・アメリカ支社(JapanGold USA)からは、新たにカナダ市場を狙うべく3年ぶりに出展しました。新商品として展示した、有機ふりかけ、有機醤油麹、ホット柚子ソース、有機スモーク醤油は、大手問屋のバイヤーさんらの目に留まるなど好スタートとなり、カナダ市場でも「Muso from Japan」ブランドの拡がりに期待できそうです。(レポート:関原)



## REPORT 04

### Organic Forum Japan Organic Lifestyle EXPO

#### 第3回オーガニックライフスタイル EXPO

9月22日(土)、23日(日) in 東京

「オーガニック3.0を推進する~持続可能な開発目標SDGsの実現に向けて」をテーマに開催された第3回。約230の出展ブースと24,000人を超える来場者で会場は大盛況!そんな中当社は、通販サイト「ピオフロスタ」として、JAS有機SOYジェラートとココナッツウォーターを携え出展しました。おかげさまで1番人気のSOYジェラート/ストロベリー味は2日目の午前中に完売、その他のフレーバーも午後3時には売り切れました(多くのお客様にお立ち寄りいただき、ありがとうございます!)

入社1年目の私は今回初めて出展者として参加し、改めてお客様の食・オーガニックへの関心の高さを感じました。会場は老若男女問わずたくさんのお客様で溢れ、当社ブースにお立ち寄りいただいたお客様からは商品に関する質問をたくさんいただきました。オーガニックが多くの方々に愛されていることに喜びを感じると共に、皆様のご期待に沿えるよう、鋭意努力しなければならぬと感じました。むそう商事はこれからも信頼して商品をお手にとっていただけよう邁進します!

次回「第4回オーガニックライフスタイルEXPO」は来年8月開催予定!お近くにお越しの折は、ぜひお立ち寄りください。(レポート:小松)

