



ソウル駐在員通信

vol.16

クレアソウル事務所 所長補佐 菊池さやか

アンニョンハセヨ！2016年4月より、（一財）自治体国際化協会ソウル事務所（通称：CLAIR, Seoul（クレアソウル））に派遣されている、菊池さやかと申します。この通信では、私が携わった業務の紹介や、セミナー等に参加して学び感じたこと、現地でキャッチした耳寄りな情報などについて、幅広くお伝えしていきたいと思います。2年間、よろしくお願いいたします！

■ 江陵端午祭において、埼玉県秩父市のブース出展を支援！

6月5日及び6日に、埼玉県秩父市から活動支援の要請を受け、江陵端午祭（カンヌンタノジェ）でのブース出展を支援して来ました。江陵端午祭とは、江原道（カンウォンド）・江陵市（カンヌンシ）で開催される、韓国最大規模の伝統的祭典。端午（タノ）は、旧暦で5月5日。旧正月（ソルラル）¹や秋夕（チュソク）²と並ぶ韓国三大名節のひとつです。韓国の代表的な伝統信仰を精神的背景として発展してきた江陵端午祭は、その独創性と芸術性が認められ、2005年にユネスコの世界無形文化遺産に指定されています。期間中（1週間）には毎年、国内外から約100万人の観光客が訪れるほど。お祭りでは、韓国内外から招待された芸術作品などの舞台公演をはじめ、端午に関する体験イベント、韓国相撲や巨大ブランコなどの民俗遊びも多数催され、活気に溢れます。

秩父市特設ブースでは、観光パンフレット配布の他、秩父紬で作られた小物や、秩父産メープルシロップを使用したお菓子等の販売を行いました。ラインナップの中では、価格も手頃なお菓子に人気が集まっていたようです。また、秩父市の企業が製作している「キャラクター消しゴムのすくい放題」や「けん玉体験コーナー」は常時人が絶えないほど盛況で、韓国の方々には老若男女問わずチャレンジ精神が旺盛だと感じました。

¹ 韓国では正月を旧暦で祝う。旧暦の1月1日に当たる日をソルラルと言い、その前後1日ずつが祝日となる。この時期には親族が集まり、先祖を敬う儀式を行ったり、伝統ノリ（遊び）をしたりしながら楽しい時間を過ごす。

² 旧暦の8月15日に当たる日をチュソクと言う。毎年チュソク当日とその前後1日ずつが祝日となり、親戚一同が故郷に集まって先祖の墓参りをしたり、秋の収穫に感謝したりする。



ブース運営の様子



けん玉体験コーナー

秩父市がこのイベントに出展した背景には、江陵市との姉妹都市関係（1983年～）及び産業連携交流協定（2013年～）があるため、希望をすればどの自治体でも出展できるという訳はありませんが、茨城県にも、結城紬（ユネスコ世界無形文化遺産、国指定伝統的工芸品、茨城県郷土工芸品）の機織りや、撞舞（国選択・県指定無形文化財）、常陸獅子（茨城県郷土工芸品）の舞、水戸発祥のオセロゲームなど、このイベントにマッチしそうな素材が豊富にあると、誇りに感じました。

■ ソウル市「タサンコールセンター」を視察

6月3日、韓国駐在地方公務員を対象としてクレアソウルが主催したクレアソウルセミナーにおいて、ソウル市が民間企業に委託運営をしている総合案内・相談センター「タサンコールセンター」を視察して来ました。

タサンコールセンターでは、日中・夕方・夜間の3交代制により、24時間365日相談サービスを提供しており、総勢378名もの相談員が電話対応に当たっています。ソウル市の行政や生活全般の相談から、外国語（英語、中国語、日本語、ベトナム語、モンゴル語）での問合せにも対応。できる限り電話を受けた相談員が即時回答（一次処理）できるように緻密な「標準相談データベース」を構築しており、相談中に相談内容に応じたキーワードで照会・検索ができるようになっています。そのようにして受理したほぼ全ての相談事例がセンターのホームページに掲載され、市民も自由に閲覧が可能です。

サービスを開始してからおよそ10年間の運営実績は下表のとおりとなっており、目覚ましい発展を遂げています。

指標	2007年		2016年
相談件数	1,184件	▶▶▶▶	24,231件
センターの認知度	6.6%	▶▶▶▶	84.3%（2012年6月現在）
1次処理率	55.3%	▶▶▶▶	81.1%
市民満足度	77%	▶▶▶▶	90%（2015年12月現在）

【 サービス拡大の変遷 】

- 2008年6月～ 聴覚・言語障害者のための手話・文字メール相談開始
- 2009年3月～ 携帯メール相談サービス開始
- 2009年8月～ 120市民不便サルベージ³開始
- 2010年2月～ 外国語相談サービス開始
- 2011年5月～ 保健所の統合相談開始
- 2011年8月～ 地方税連携相談開始

「標準相談データベース」の充実が、一次処理率の向上、さらには市民満足度の向上に繋がっているようで、好循環が生まれる非常に良いシステムであると感じました。

■ 韓国人の日本酒に関する意識調査結果

クレアソウルでは、近年、韓国で人気が高まってきている日本酒に関する韓国人の意識調査を実施しました。

調査方法	オンライン調査
調査地域	ソウル特別市 (56.1%)、仁川広域市 (9.9%)、京畿道 (34.0%)
調査対象	満20歳以上男女、日本酒認知者
対象者構成	800名 (20～40代の各世代男女100名ずつ、50代以上の男女100名ずつ)
調査期間	2016年3月8日～2016年3月11日

【韓国における日本酒の現状】

➤日本酒の飲酒経験は82.0%で高いが、主に飲んでいる割合は0.4%、飲酒頻度も「6ヶ月に1回未満」が最も高く、日本酒飲酒経験はあるが、ビール、韓国焼酎等を飲む人が圧倒的多数であり、日本酒が韓国国内に浸透しているとは言えない。

➤日本酒は主に「飲食店」で消費されている。

【日本酒に対する意識】

➤日本酒飲酒経験者の半数は「日本酒という名前以外ほとんど知らない」と回答しており、日本酒産地に関しても認知されているとは言い難い。

➤イメージとして、「のど越しがよい」、「香りがよい」といった肯定的な意見がある一方、「若者に似合う」、「値段が手頃である」といった意見には否定的である。

【日本酒流通・販売に対する提言】

➤日本酒に関する主な情報入手方法が「飲み屋・飲酒店などのメニュー・陳列商品・POPなど」である点、日本酒の飲酒場所としては飲食店が最も多い点を考慮して、飲食店へのアプローチが効果的である。その際には、韓国内で販売されている安価な日本酒と日

³ 市民生活における不便な点を写真で撮影して申告すると、処理状況を写真で確認することができる。インフラの破損等に利用される。

本各産地のブランド銘柄の飲み比べができるイベントを開催し、店員への売り込みを図ることが必要である。また、「産地に関する情報」を提供することでプレミアム感を演出し、他産地との差別化を図ることも可能である。

▶個人消費者への流通・販売促進を検討する場合は、韓国消費者の購入場所を考慮し、大型マートでの積極的なアピールが必要である。

⇒ 詳細な調査結果については、以下の URL をご参照のこと。

<http://www.clair.or.kr/news/read.asp?dpage=1&no=191&bc=280&G=1&L=7&S=0>



韓国で日本酒がそれほど浸透していない理由、それはズバリ価格にあると言えるでしょう。関税等を含めると、日本酒の店頭価格は、日本の2~3倍もしてしまいます。そこで、日本国内ではあまり流通していないような紙パックの比較的安価な日本酒が売れているようですが、日本各地のブランド銘柄を飲食店や大型マートに売り込むことに成功すれば、飛躍的な流通に繋がるかもしれません。

■ 注目の時事

韓国の婚姻率が過去最低、女性の初婚年齢は初めて30代に

若者の就職難などが要因となって今年の婚姻率が過去最低値を記録した。助成の平均初婚年齢も初めて30代に入った。統計庁は7日に発表した「2015年婚姻・離婚統計」で、「人口1,000人当たりの婚姻件数を示す粗婚姻率が昨年5.9件になった」と明らかにした。この筋は関連統計を開始した1970年意向で最も低い数字だ。

粗婚姻率は2011年の6.6件意向、減り続けている。最も数字が高かった1980年の粗婚姻率は10.6件だった。統計庁のイ・ジョン人口動向課長は「結婚適齢期層である25-34歳の人口は前年(2014年)に比べ約20万人減少した。昨年景気が減速し、青年失業率が高かったことも結婚を遅らせる要因の一つだ」と説明している。

平均初婚年齢も男女とも0.2歳ずつ高くなり、男性は32.6歳、女性は30.0歳だった。女性の初婚年齢が30代になったのは初めてだ。

(2016年4月8日「朝鮮日報」より抜粋)

日本の平均初婚年齢と比較すると、2014年値で男性は31.1歳、女性は29.4歳。晩婚化・少子化は日韓共通の課題と言えましょう。

「毎月50万ウォンを支給」ソウル市が若者手当支給案を確定

ソウル市が「若者手当」支給案をまとめた。長期間就職していないか、または低所得層の若者のうち、審査を経て選ばれた3,000人に対し、社会参加活動費として月50万ウォンを最長6ヶ月間支給する。ただ、未だ保健福祉部との協議が残っており、具体的な実施方式は今後変更される可能性もある。

(2016年4月12日「東亜日報」より抜粋)

事業の対象となるのは、ソウル市に1年以上居住している満19～29歳の未就職者で、この中でも直ちに生計を立てなければならず、職業訓練プログラムに参加し難い若者を優先的に選抜するとしています。世帯所得や扶養家族数、未就職期間などを考慮して1次評価を行った後、進路計画の具体性・適切性などを審査する2次評価により、対象を選ぶとしており、活動費は、現金で支給されるものと見られています。

いわば、「生活保護制度の若者限定版」といったイメージですが、この手当を受給することによるスティグマ⁴を回避し、若者の社会参加を促進するという真の目的を達成できるよう慎重な検討が必要になりそうです。

■ 韓国で今、納豆がアツい！？

韓国で「納豆」大人気 健康ブームで消費急増

健康ブームを受け、韓国で「納豆」の消費が急増している。

大型スーパー「イーマート」が10日に公表した統計によると、今年1～4月の納豆の売上高は前年同期に比べ68%増加した。このままのペースが続けば、今年の売上高は2014年の2倍以上となる80億ウォン（約7億3800万円）を超える。

健康志向が高まっている韓国で、安くて手軽に摂取できる納豆の人気がじわりと広がっているようだ。

イーマート側は「このままいけば、発酵食品の代表とされるチョングクチャンの売上高を上回る可能性もある」と説明した。

(2016年5月10日「コネストーソウル総合ニュース」より抜粋)

5月12日より、イーマートで「おかめ納豆」(株)タカノフーズ・茨城県小美玉市)の販売が開始されました。販売価格は3パックで2,450ウォン(約245円)と、日本人の感覚からすると少々お高め。販売開始当日、早速購入して食べてみましたが、冷凍品ゆえ食感がイマイチ…というのが正直な感想でした。現地生産が可能になり、生で販売することができるようになれば、味も良くなるばかりか価格も安価に抑えられ、更なる販路拡大に繋がるのではないのでしょうか。

⁴ 汚名の烙印。社会的な不利益や差別、屈辱感や劣等感のことをいう。

韓国でも切り干し大根（ムマルレンイ）が一般的に普及。茨城県の郷土食「そばろ納豆」もきっと、受けが良いのでは！？



↑ 「日本納豆市場シェア1位のタカノフーズから直輸入した納豆
極小粒大豆を使用して、豊富な食感と味を感じることができます」
と書かれた看板とともにイーマートの冷凍棚に陳列される「おかめ納豆」。
売り切れていることもしばしば。