

冷温浄水器

(株) Hanilworld

2008. 3. 17 - 18

韓国技術ベンチャー財団

目次

1. 企業紹介
2. 技術紹介
3. 市場現況及び展望
4. 輸出現況
5. 権利獲得現況
6. マーケティング目標

1. 企業紹介

Hanilworldは顧客への愛、顧客満足の理念で、新製品開発と品質向上が企業最高の価値という経営観で1992年設立された。親環境家電器機の製造業社として、浄水器を含めてビデ、エアクリナー、イオン水器、ドアロック、電気節減装置などの多様な製品を研究・開発及び生産している。

また、Hanilworldは優秀な技術力と製品で、ソウル市とソウル産業通常振興院が共同で認める「HI SEOUL」ブランド企業として、4年連続選定されるほど、既に製品の優秀性は立証された。

全国 150余の支社・総販を取り揃えて、設置及び A/Sまで完璧な顧客満足の実現及び事後管理に対する投資を続けている。環境のための製品、環境のための技術、顧客のための価値創造をモットーで、人間を尊重して人類貢献に貢献するという強い意志を持って高品格、ハイクオリティーの製品を生産の中であり、製品の品質革新を通じて、顧客の生活をより潤沢にしようと最善をつくしている。

1. 企業紹介

会社名	Hanilworld(株)	代表者	リ ヨンジエ
資本金	1,400百万ウォン	売上高 (2007年)	650億ウォン
住所	ソウル市九老区九老3洞 235、韓信ITタワー 1108号、503号		
Homepage	www.hanilworld.co.kr	E-mail	globalmaster@hanilworld.co.kr
TEL	02-6340-8096	FAX	02-6340-8099

2. 技術紹介

□ 製品紹介 (事務所及び店舗用)



PHILEO - 801

Size : W360 X D440 X H520
STORAGE TANK : 8L
(COLD:3L , HOT:3L)



PHILEO - 802

Size : W360 X D440 X H1145
STORAGE TANK : 16L
(COLD:4L , HOT:4L)



PHILEO - 803

Size : W360 X D440 X H1360
STORAGE TANK : 20L
(COLD:5L , HOT:5L)

2. 技術紹介

□ 製品紹介(家庭用)



PHILEO - 814

Size : W290 X D400 X H500
STORAGE TANK : 5.5L
(COLD: 2L , HOT: 2L)



PHILEO - 815

Size : W290 X D400 X H1080
STORAGE TANK : 6L
(COLD: 2L , HOT: 2.5L)



PHILEO - 816

Size : W290 X D400 X H500
STORAGE TANK : 5.5L
(COLD: 2L , HOT: 2L)



PHILEO - 817

Size : W290 X D400 X H1080
STORAGE TANK : 6L
(COLD: 2L , HOT: 2.5L)

2. 技術紹介

□ 特長

1)強化ガラス導入

- 韓国最初に強化ガラスを導入して、既存の浄水器と差別化された品質を提供
高品格インテリア効果があり、傷などの製品の色相が変質されなくて
長い間、使用しても新しい製品のような感じで使用可能
- 強化ガラスの背面に顧客が好む写真及びイメージの適用が可能で、
額縁のように活用して自分だけの製品として製作可能

2)Hi-seoul ブランド

- ソウル市の製品の優秀性及び技術力・デザインなどで、優秀企業製品と選ばれる
革新性とグローバル競争力を取り揃えた輸出志向企業で、
広報及び韓国内外販路開拓など、総合的なマーケティング支援

3)実用性

- ますます狭くなる住居環境に対応して、韓国最小型で製品設計
(PHILEO814/816 : 290*400*500)
- 中間バルブ使用が可能に設計され、緊急の状況でも顧客が使用できる製品
(実用新案第0251232号)
- 子供保護用の元水安全装置使用で、温水による事故防止

2. 技術紹介

□ 技術特徴

1)PHILEOスタイル

- ウェルビング/自然親和的な住居環境のため、インテリア機能の極大化
- 一般ガラスと差別化された韓国最初の強化ガラスデザイン採択で、製品の堅固性浮上
- 強化ガラス背面に多様な色相・高級なパターンで利敵要素の強調
- 強化ガラス背面を額縁のように活用自分だけの製品として製作可能
- ますます狭くなる住居環境に対応して韓国内超小型製品設計

2)卓越な定数効果

- 4段階の浄水過程を通じて厳しく浄化された、きれいな水供給

3)近接センサー(Approach sensor)

- 浄水器内に近接センサーがあり、浄水器に身近に近付けば、スペシャルライトひかり、FND作動

2. 技術紹介

□ 技術特徴

4)先端安全制御装置(エネルギー効率 1等級)

- 蛇口直結型で自由に使えるし、精緻な温度感知及び水位調節装置で性能を革新
節電サービスとして経済性が高い

5)高効率貯水タンク

- ステンレス一体型に製作された貯水・冷水一体型タンクは、
効率的な冷水管理で、同級の他社製品より先に進んだ技術普及

6)中間バルブ

- 浄水器の A/Sより簡単な A/S処理
緊急状況の時、顧客が使えるように考案(実用新案第0251232号)

7)低騒音・大容量処理 昇圧ポンプ(オプション)

- ACタイプに比べて、無騒音ポンプに一番近接するように考案されて、
低水圧地域でも飲水を供給できるように製作

2. 技術紹介

*PHILEO浄水器の4段階浄水システム

1) 1次沈澱フィルター - Subsidence Filter

- 5micron以上の残物や染物質(さび、土、砂、ほこり、微生物、バクテリア、酸化物)などを完璧に濾過することで、すべての部品及びメンブレインの正常な活動を保障して、初期段階で浄水段階を極大化する。

2) 2次フリーカーボンフィルター - Pre-carbon Filter

- カーボンの吸着方式を利用したカーボンフィルターは、安全な水を作る過程で生じた塩素成分とトリハロメタン、遺棄化学物質などを取り除いて、自然に近い水を提供。

3) 3次メンブレインフィルター - Membrane Filter

- UF メンブレインフィルターは 0.01Micronの微細な穴を通じて、人体に有害な各種微細汚染物質、遺棄化学物質及び病原性細菌を除去、ミネラルを通過させる。
- RO メンブレインフィルターは0.0001Micronの微細な穴を通じて、重金属、細菌、ウイルスなどを完全2中化分離作業で処理して、完璧な浄水効果を発揮する。

4) 4次ポストカーボンフィルター - Post-carbon Filter

- 浄水フィルターの最後の段階で、細菌繁殖を防止して水に染みこんだ不快なおい、味、色素などを取り除いて、無色、無臭のきれいな自然の水を提供



2. 技術紹介

□ 価格

* 輸出価格 / 韓国内価格

Model	801		802		803		814	815	816	817
	UF	RO	UF	RO	UF	RO	UF	UF	UF	UF
輸出価格	\$240	\$326	\$251	\$338	\$283	\$370	\$218	\$247	\$244	\$276
韓国内価格 レンタル3年	¥ 35,000 /月*3年間	¥ 37,000 /月*3年間	¥ 37,000 /月*3年間	¥ 39,000 /月*3年間	¥ 42,000 /月*3年間	¥ 44,000 /月*3年間	¥ 19,900 /月*3年間	¥ 19,900 /月*3年間	¥ 26,000 /月*3年間	¥ 26,000 /月*3年間
韓国内価格 販売価格	¥ 500,000	¥ 570,000	¥ 550,000	¥ 620,000	¥ 650,000	¥ 720,000	¥ 298,000	¥ 298,000	¥ 450,000	¥ 450,000
製品Size	360*440*520		360*440*1,145		360*440*1,360		290*400*500	290*400*1080	290*400*500	290*400*1080
Paking Size (L*W*H) (mm)	380*480*580		430*530*1200		430*530*1390		330*470*570	330*470*1130	330*470*570	330*470*1130
浄水容量 (liter/day)	3600		3600		3600		3600	3600	3600	3600
総貯水量 (liter)	8L		16L		20L		5.5L	6L	5.5L	6.5L
Hot & Cold 容量(liter)	Hot: 3L / Cold: 3L		Hot: 4L / Cold: 4L		Hot: 5L / Cold: 5L		Hot: 2L Cold: 2L	Hot: 2.5L Cold: 2L	Hot: 2L Cold: 2L	Hot: 2.5L Cold: 2L

- 韓国内価格: 1年 A/S 無償、レンタル購買の時、36月間フィルター無償取替え含む
- 輸出価格: FOB Korea



3. 市場現況及び展望

□ 日本市場

現在、日本では飲水に対する意識が高まって、冷温浄水器の販売が増加される趨勢だ。日本で浄水器が人気を集めるようにまでは少し時間がかかったが、消費者たちが浄水器に慣れると、水道水はもはや競争相手にはならない。健康に有益で、味も良い水に対する需要に応じるために、日本の浄水器市場では多様なモデルが市販されている。これによって、浄水器分野の競争は徐々に激しくなっているし、市販される製品の数も急増している。日本の場合、2005年にだけ410万台の浄水器が出荷された。これは10年前よりも20%以上近く増えたことだと日本浄水器協会が明らかにしている。

特に、蛇口直結型の浄水器に塩素と有機物化合物であるトリハロメタンをとり除く機能、石灰においなどに比べて分子が微細なトリハロメタンをとり除くフィルター(活性炭と中空糸膜)の高度の性能が要求される高級製品に対する需要が増えている。健康と食品安全の大切さに対する意識の変化で、浄水器を取り替える消費者たちが高級モデルを捜していると日本の浄水器業界専門家たちは言う。

家庭用浄水器はRayonがCleansui浄水器を出市した1990年以来に広く使われ始めたし、その後競争業社であるトレイ(Toray)も競争モデルを出市し、日本の浄水器市場は成長し始めた。業界の展望は浄水器を使う家庭の比重が2005年30%で、追後には50%以上に増えると予想される。

(* 資料: TOKYO韓国貿易間、日本経済新聞 Nikkei)

3. 市場現況及び展望

□ 韓国市場

現在、HANILWORLDは韓国冷温浄水器市場で業界 3位で占有率20%を占めている。代表的な競争社ではウングジンコウェイ社と清湖ナイス社がある。

家庭用では、デザインが購買の決定的・核心要因で作用する。それで、HANILWORLDの既存冷温浄水器と差別化された強化ガラスにデザインの「PHILEO-814、815、816、817 製品」の購買が急増している。また、事務室及び店舗用の大容量貯水の「PHILEO-801、802、803 製品」に対する関心も増大している。

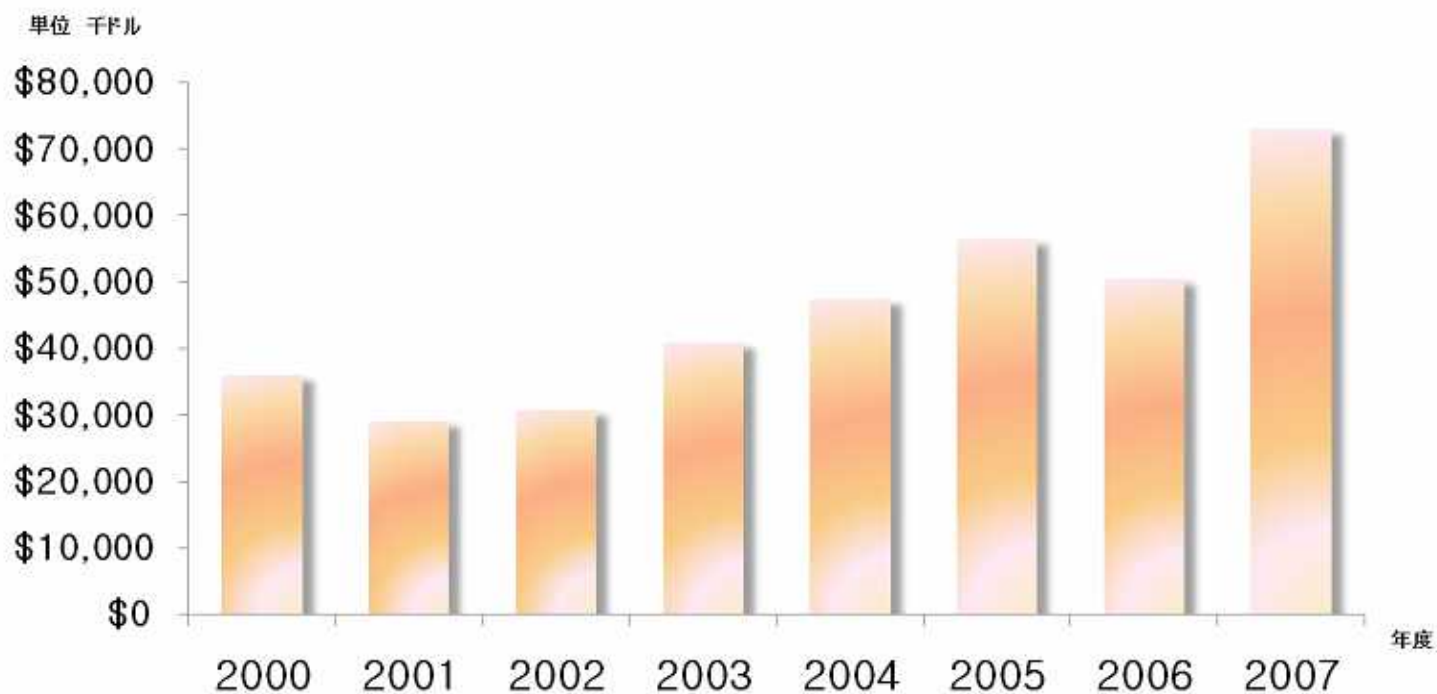
最近、ウェルビング熱風による健康に対する関心が高くなって、きれいな水を飲もうとする人々が多くなっている。また、水質汚染に対する認識が高まり、浄水器に対する関心が高くなっている。特に浄水された水を購買して冷・温水を飲む冷温水器の使用が大衆化されていたが、徐々に家庭内の冷温浄水器の供給率が高くなっている。

ウェルビングブームによって、一般消費者たちの冷温浄水器に対する関心が高まり、冷温浄水器市場はもっと活発になると予想される。

3. 輸出現況

□ 韓国輸出現況(過去8年間)

* 品目 : HS CODE (842121) 水の濾過、または清浄用の物)



4. 権利獲得現況

□ 韓国内及び海外出願、登録現況

* 受賞現況及び認証現況

- 韓国内唯一浄水器部門ソウル市優秀企業ブランド HI-SEOUL 選定
- ソウル市優秀企業ブランド「HI-SEOUL」4年連続選定
- 韓国内唯一生活家電部門 2006「今年を輝かせた企業」大賞受賞
- 韓国浄水器工業協同組合会員社登録(「水」マーク獲得)
- 韓国 A/S 優秀企業認証獲得
- エネルギー消費効率等級 1等級
- 三星火災保険の生産物賠償責任保険 最大賠償限度 2億ウォン
- UL 認証 (PHILEO-816、817)
- UL 認証 (PHILEO-816、817)
- 冷温浄水器実用新案獲得
- ISO9001 獲得(私のK-1635号)
- 事後奉仕優秀企業認証
- 「第41回納税者の日」誠実納税者賞の受賞

5. マーケティング目標

□ 海外事業目標

- 1) 国家別 Distributor 及び JVC パートナー選定
- 2) 全世界の大型流通網と連携販売推進 (アメリカ、ヨーロッパ、中東など)
- 3) Market 地域及び輸出 Items 多変化
 - 圏域別に重点輸出国以外の国家に対する Market 地域の拡大
 - 該当国の特性に合わせた追加輸出 itemに対する検討及び多変化推進
 - 開放型 R&D 拡大: 親環境製品開発
 - 海外バイヤーで needs 充足
- 4) J.V.C 設立(工場輸出)による国際的競争力の強化
- 5) 原価低減及び競争力の強化
 - 多様な海外収入、資材船の確保 - 業社分析及び評価
 - 該当国の政府貿易政策の把握 - 海外金融検討及び活用
- 6) 分期別展示会 / 市場開拓団参加(水関連展示会)
 - 専門展示会及び市場開拓団参加を通じた国別バイヤー DB

5. マーケティング目標

□ 今後の推進計画

1) 圏域別エージェント発掘及び拡大

- 国別の有望バイヤー(ベトナム、ノルウェー、スペインなど)と Distributorship Agreement 締結拡大
- 中東、東ヨーロッパなど、脆弱地域に対する攻撃的な営業戦略

2) J.V.C 設立(工場輸出)

- J.V.C 設立による海外現地生産工場設立で、国際競争力の強化
(予想地域: インド、ベトナム、メキシコ及び中東)

3) 米洲法人を通じた輸出拡大

- 米洲地域のレンタル事業を始め、現地販売網の構築

4) 輸出アイテム追加選定

- アンダーシンク型の浄水器及び低価格製品販売のアイテム多様化
- 該当国の特性に合わせた輸出アイテムに対する検討及び選定