

## 第3章（2）野菜の流通・消費動向

姜 暲求

### 1. 流通動向

#### （1）政策の変遷

1970年代半ばから青果物の商品化率が急増し、農家も市場指向の生産へ転換した。これに伴い、政府も1976年に「農産物流通および価格安定に関する法律」を制定し、卸売市場の近代化を図った。1985年のカラック中央卸売市場を皮切りに、1990年代初めまで全国の重要拠点都市に中央卸売市場が開設された。一方では、1990年代初めから大型小売店を中心に流通の再編が起きた。流通サービス市場の全面的な自由化は、外国の大型流通業者（例えば Macro, Carrefour, Walmart）が進出するきっかけとなった。外資系の大型小売店の参入は国内の大量販売店およびディスカウント・ストアは言うまでもなく、産地市場や卸売市場にも影響を及ぼすようになった。

他方、農産物の物流コストが農業生産額の約27%を占めるようになり、物流コストの削減が社会的に要求された。特に農産物物流コストの約50%を青果物の流通が占めているため、青果物流通の合理化は焦眉の問題となった。このような量販店台頭や物流合理化の浮上によって、産地流通改善へ政策の焦点が移され、1993年に「農産物物流合理化事業」がスタートした。その内容は、農産物流通施設（産地流通センターと農産物総合物流センター、Agricultural Product Packing Complex：APC）を中心に、生産者団体による出荷調整・ブランド化・高品質化・規格化を推進することである。また、事業の主な対象は青果物であった。

事業の開始から諸施設が急増し、1999年まで簡易集荷場3,290カ所、APC141カ所、農産物加工場1,407カ所が建設された。その運営主体は総合農協・専門農協・作物班（注：生産部会）と営農法人などの生産者団体である。その後、産地流通施設の運営に様々な問題が顕著化し、非効率な流通施設の廃止と流通施設への投資の抑制が行われ、2002年には簡易集荷場3,065カ所、農産物加工場1,097カ所へ減少したが、青果物流通の主要担い手であるAPCだけは206カ所へ増加した（APCのうち、青果物APCは204カ所である）。青果物APCの概況を見てみると、1カ所当たりの平均敷地面積は559坪で、うち集荷・選別・包装場278坪、低温倉庫210坪、予冷库16坪、その他55坪となっている。また、APC1カ所当たりの平均投資額は16億2千万ウォンである。

#### （2）流通経路

政策の展開とともに産地商人による出荷が減少し、生産者組織（産地組合）による出荷が増加し、共同出荷が定着しつつある（産地商人の扱い割合：1998年50.5%→2000年41.8%→2002年37.1%→2003年27.1%、産地組合の扱い割合：1998年30.7%→2000年36.4%→2002年37.3%→2003年43.2%）。しかし、品目の特性によって流通経路が異なっ

ている。つまり、貯蔵性が乏しく、収穫・出荷が繰り返される品目（施設野菜）は産地組合による出荷が形成され、産地商人を完全に排除している。これらの品目の流通経路は、生産者組織→卸売業者→小売業者→消費者、または生産者組織→産地共販場→卸売・小売業者→消費者となっている。大量収穫・貯蔵性のある品目（根菜類または葉菜類）は産地組合と産地商人による出荷が併存している。貯蔵性の高いニンニクとタマネギは産地商人による青田買いが相対的に少なく、流通経路は生産者→産地商人→卸売業者→小売業者→消費者、または生産者組織→貯蔵→卸売業者→小売業者→消費者となっている。貯蔵性の乏しい白菜とネギ、大根、ニンジンには産地商人による青田買いが多い。流通経路は生産者→産地商人→卸売業者→小売業者→消費者、または生産者組織→産地組合→量販店→消費者となっている。ニンジンは後者が多く占めている。

類別に代表的な野菜（果菜類：ミニトマト、葉菜類：秋白菜、調味菜類：ニンニク、根菜類：ニンジン）の流通経路を見てみよう（第1表）。表は代表的な産地（郡）からソウルへの出荷を、物量ベースで示したものである。また、表の読み方は次の通りである。縦方向（列）は各流通主体の出荷先であり、横方向（行）は各流通主体の仕入先を示す。例えばミニトマトの場合、生産者が100%産地組合に出荷し、産地組合は98%を卸売業者に、2%を輸出業者に出荷する。卸売業者は18%を量販店に出荷し、70%を小売店へ、10%を大口実需者に出荷する。量販店や小売店、大口実需者の出荷先はないが、消費者に販売したと読むこともできる。出荷先計の行の和と仕入先計の列の和が一致するようになっているが、輸出や加工がある場合は両者の交差するセルは‘負’の値となる。

表で見ると、産地組合からの流通経路は、小売店へ出荷されるよりも量販店へ出荷されることの方が多い。特に従来型消費品目（キムチの原料）の白菜や大根より、新たに消費が定着していく品目（果菜類など）において顕著である。この現象は青果物全体で見ても（2003年の農水産物流通公社の調査）明らかで、産地組合→小売店の経路が0.1%で、産地組合→量販店が4.5%となっている。これは次節で述べる消費者行動からも読みとれる。消費者の購入先が、小売店が建ち並ぶ在来市場からスーパーや量販店へ変わっていく。消費者行動と併せてみれば、将来の流通パターンは「生産者組織→量販店→消費者」となる可能性が高いと考えられる。

第1表 野菜の類別代表品目の流通経路（2003年11月基準）

単位：%

果菜類：ミニトマト												
	生産者	産地組合	産地商人	産地共販場	貯蔵業者	卸売業者	仲卸業者	量販店	小売店	輸出業者	大口需要者	仕入先計
産地組合	100											100
産地商人												0
産地共販場												0
貯蔵業者												0
卸売業者		98										98
仲卸業者												0
量販店							18					18
小売店							70					70
輸出業者		2										2
大口実需者						10						10
消費者								18	70		10	98
出荷先計	100	100	0	0	0	98	0	18	70	0	10	-2

葉菜類：秋白菜												
	生産者	産地組合	産地商人	産地共販場	貯蔵業者	卸売業者	仲卸業者	量販店	小売店	輸出業者	大口需要者	仕入先計
産地組合	8											8
産地商人	85											85
産地共販場												0
貯蔵業者												0
卸売業者	7	4	72									83
仲卸業者						18						18
量販店		2				16						18
小売店						36	12					48
輸出業者												0
大口実需者		2	13			13						28
消費者							6	18	48		28	100
出荷先計	100	8	85	0	0	83	18	18	48	0	28	

調味菜類：ニンニク												
	生産者	産地組合	産地商人	産地共販場	貯蔵業者	卸売業者	仲卸業者	量販店	小売店	輸出業者	大口需要者	仕入先計
産地組合	5											5
産地商人	80			5								85
産地市場	15											15
貯蔵業者		2	30									32
卸売業者			50		32							82
仲卸業者												0
量販店		3				10						13
小売店			5	5		72						82
輸出業者												0
大口需要者												0
消費者				5				13	82			100
出荷先計	100	5	85	15	32	82	0	13	82	0	0	

根菜類：ニンジン												
	生産者	産地組合	産地商人	産地共販場	貯蔵業者	卸売業者	仲卸業者	量販店	小売店	輸出業者	大口需要者	仕入先計
産地組合	35											35
産地商人	65											65
産地市場												0
貯蔵業者												0
卸売業者		31	65									96
仲卸業者						61						61
量販店		4				15	10					29
小売店							41					41
輸出業者												0
大口需要者						20	10					30
消費者								29	41		30	100
出荷先計	100	35	65	0	0	96	61	29	41	0	30	

資料：農水産物流通公社「2003主要農産物流通実態」2004.2

注1) 調査対象経路は次の通りである。ミニトマトはブヨ→ソウル、秋白菜はヨンナム→ソウル、ニンニクは義城→ソウル、ニンジン北済州島→ソウルである。

### (3) 流通マージン率

消費者価格に占める流通マージン率の中期的推移（農産物流通公社 1999, 2002, 2004）を類別に見ると、

①葉・根菜類：1997年(75.0%)→1999(73.0%)→2001(79.4%)→2003(73.7%)

②果菜類：1997年(56.4%)→1999(45.0%)→2001(41.9%)→2003(45.8%)

③調味菜類：1997年(42.9%)→1999(48.1%)→2001(59.0%)→2003(64.0%)

になっている。流通マージン率の年次間変動が価格変動によって生じることを考慮すれば、葉・根菜類と果菜類の流通マージン率は減少傾向にあり、調味菜類は増加傾向にある。1999年と2003年のマージン率を類別に比較してみると、直接費用のマージン率はいずれの類においても減少しているが、間接費用のそれは増加している（第2表）。段階ごとに見ると、小売段階のマージン率は全ての類で増加している。特に果菜類は共同出荷の普及によって出荷段階のマージン率が際だって低くなっている。農産物流通公社の分析（農産物流通公社、2003）によれば、共同出荷と流通マージン率は負の相関にある。よって、今後の共同出荷の普及によりマージン率は減少すると予想される。

第2表 消費者価格に占める類別流通マージン率の推移

調査年月	項目	葉・根菜類				果菜類		調味菜類		
		小計	秋白菜	秋大根	人参	小計	ミトワ	小計	ニンニク	
1999年 12月調査	農家手取率	27.0	26.7	26.7	34.3	55.0	64.4	51.9	54.2	
	流通マージン率	小計	73.0	73.3	73.3	65.7	45.0	35.6	48.1	45.8
		直接費用	23.1	23.5	19.0	23.3	14.1	13.6	18.3	10.7
		間接費用	13.5	13.4	13.3	16.9	14.4	13.3	13.0	14.1
		利潤	36.4	36.4	41.0	25.5	16.5	8.7	16.8	21.0
	段階別マージン率	出荷	18.4	19.9	35.1	16.9	8.6	3.7	14.6	11.0
		卸売	17.0	18.4	10.9	12.1	12.3	9.6	13.2	13.1
		小売	37.6	35.0	27.3	36.7	24.0	21.9	20.3	21.7
	調査地域	-	コチャン	コチャン	北済州	-	ブヨ	-	安東	
	2003年 11月調査	農家手取率	26.3	28.3	34.6	20.8	54.2	63.1	36.0	56.5
流通マージン率		小計	73.7	71.7	65.4	79.2	45.8	36.9	64.0	43.5
		直接費用	22.3	28.3	24.3	18.0	9.4	8.3	14.4	7.9
		間接費用	19.0	18.4	19.5	23.0	21.7	19.2	21.1	24.7
		利潤	32.4	25.0	21.6	38.2	14.7	9.4	28.5	10.9
段階別マージン率		出荷	19.3	17.5	19.8	13.7	6.2	3.7	23.9	10.1
		卸売	15.3	13.4	12.5	22.1	10.9	8.2	14.6	9.5
		小売	39.1	40.8	33.1	43.4	28.7	25.0	25.5	23.9
調査地域		-	コチャン	コチャン	北済州	-	ブヨ	-	義城	

資料：農産物流通公社『主要農産物流通実態』（1999.12）、『2003主要農産物流通実態』（2004.2）

注1）類の小計は当該類の金額をウェイトとした加重平均である。

## 2. 消費動向

### (1) 消費量

野菜の一人当たり消費量は作況次第によって大きく変動しているが、経済成長とともに堅調に増加してきた（第3表）。しかし、2000年から165kg前後に停滞しているようにみえる。その中で消費構成は大きく変わり、大根や白菜は60%台から30%台へ減少した。

一方、調味菜類は10%台の前半から後半へ増加している。特に果菜類を含む、その他の野菜が数量・構成比ともに約2倍増加した。これは韓国の野菜消費がキムチの原料野菜消費のワンパターンから多様化していることを示唆している。

家計調査から消費動向を見てみよう(第4表)。家計の食料支出について検討する場合には、次の点について注意しなければならない。生産や消費は農林部が、家計消費支出は統計庁が統計調査しているため、農林部の野菜分類と統計庁のそれが異なる。統計庁は果実的野菜のマクワウリ・スイカ・いちごを果実と分類しているが、ここでは農林部の分類に合わせて検討する。消費支出に占める食料品支出は低下している。その構成を見ると、外食の食料支出に占める割合は急増し、1995年の31.5%から2002年の41.9%となった。一方で、生鮮野菜の消費支出は減少し、2002年には7.3%である。生鮮野菜に占める果菜類割合も、外貨危機の直後である1998年を除けば、微減している。これを見る限り、果菜類の消費は飽和状態にあるように見える。しかし、後述の消費者の行動調査で見ると、必ずしも飽和状態とは言えない側面も併せ持っている。

第3表 1人当たり年間野菜消費量の推移

年度	合計	単位: kg								
		葉・根菜類			調味菜類			その他		
		大根	白菜	割合%	ニンニク	ナマシ'	唐辛子	割合%	量	割合%
1970	59.9	19.0	19.8	64.8	1.5	1.9	1.2	7.7	16.5	27.5
1975	62.5	15.5	25.7	65.9	1.8	2.0	2.7	10.4	14.8	23.7
1980	120.3	31.0	47.8	65.5	4.0	5.4	2.5	9.9	30.2	25.1
1985	98.6	23.1	35.6	59.5	3.8	7.8	1.5	13.3	26.8	27.2
1990	132.6	26.7	46.9	55.5	6.5	7.4	1.8	11.8	43.3	32.7
1993	154.6	23.5	50.4	47.8	5.9	10.0	2.0	11.6	62.8	40.6
1996	152.2	25.1	39.1	42.2	7.2	10.6	2.4	13.3	67.8	44.5
1999	153.4	20.2	31.5	33.7	7.7	15.3	2.6	16.7	76.1	49.6
2000	165.9	24.4	39.7	38.6	7.2	14.8	2.5	14.8	77.3	46.6
2001	164.7	23.7	37.8	37.3	6.4	16.6	2.3	15.4	77.9	47.3
2002	145.6	19.2	28.4	32.7	5.8	15.3	2.2	16.0	74.7	51.3

資料: 農林部「農林業主要統計」。

注) 2002年は台風の影響で、生産量が前年対比13.4%減少した。

第4表 都市勤労者家計の月平均消費支出(名目値)

	単位: ウォン									
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003年	
所得(A)	1,911,061	2,152,687	2,287,335	2,133,115	2,224,743	2,386,947	2,625,118	2,792,400	2,940,026	
消費支出(B)	1,265,890	1,426,853	1,489,541	1,316,222	1,478,876	1,623,298	1,726,124	1,834,812	1,922,851	
B/A	66.2%	66.3%	65.1%	61.7%	66.5%	68.0%	65.8%	65.7%	65.4%	
食料品支出(C)	387,080	409,502	427,458	365,859	412,056	447,018	463,582	481,049	509,649	
C/B	29.0%	28.7%	28.7%	27.8%	27.9%	27.5%	26.9%	26.2%	26.5%	
外食(D)	115,745	136,569	155,025	122,756	146,363	175,990	190,480	201,543	233,210	
D/C	31.5%	33.4%	36.3%	33.6%	35.5%	39.4%	41.1%	41.9%	45.8%	
生鮮野菜類(E)	37,140	38,813	39,291	32,611	35,465	33,709	33,027	34,921	-	
E/C	10.1%	9.5%	9.2%	8.9%	8.6%	7.5%	7.1%	7.3%	-	
果菜類(F)	13,358	13,572	13,429	8,996	11,504	11,011	11,331	11,627	-	
F/E	36.0%	35.0%	34.2%	27.6%	32.4%	32.7%	34.3%	33.3%	-	
果実(G)	18,648	20,574	21,377	16,463	17,448	19,165	19,408	19,457	-	
G/C	5.1%	5.0%	5.0%	4.5%	4.2%	4.3%	4.2%	4.0%	-	

資料: 統計庁「都市家計消費支出」http://kosis.nso.go.kr/から作成。

注1) 所得は都市勤労者家計の所得で、消費支出は都市全家計の支出である。

2) 生鮮野菜類は元統計の野菜項目に、元統計の果実項目に分類されているマクワウリ、すいか、いちごを加算した。したがって、果実は元統計の果実項目からこれらの品目を除いた。

3) 果菜類はキュウリ、カボチャ、トマト、ピーマン、マクワウリ、すいか、いちごの合計値である。

## (2) 購入行動

まず、調味菜・葉根菜類の購入行動を既存の調査結果から見てみよう。調査概要は次の通りである(第5表)。

- ①調査機関：韓国農水産物流通公社
- ②調査品目：乾燥唐辛子、ニンニク、タマネギ、白菜 大根、サンチュ(朝鮮レタス)
- ③調査対象者：全国5大都市(ソウル市、釜山市、大邱市、光州市、大田市)の小学校保護者1,080世帯(全都市世帯数は744万世帯)
- ④調査方法：標本家計のアンケート調査
- ⑤調査日時：2001年7月5日～8月31日

第5表 大都市家計における調味菜・葉根菜の購入行動の変化

区分		年度	乾燥唐辛子	ニンニク	タマネギ	白菜大根	にんじん	朝鮮レタス	
購入先	在来市場	1994	17.1%	19.2%	30.7%	34.2%	-	-	
		2001	3.7%	18.2%	19.3%	28.3%	22.3%	22.4%	
	スーパー	1994	3.9%	6.1%	16.0%	6.1%	-	-	
		2001	5.5%	11.3%	26.3%	28.4%	38.3%	39.2%	
	量販店	1994	1.9%	1.1%	2.2%	-	-	-	
		2001	8.5%	12.1%	18.8%	14.8%	19.7%	19.0%	
	卸売市場	1994	8.6%	12.5%	5.8%	10.7%	-	-	
		2001	3.3%	5.2%	3.5%	4.0%	2.1%	1.5%	
	産直	1994	59.7%	31.1%	10.5%	16.5%	-	-	
		2001	65.1%	37.7%	10.7%	6.0%	2.6%	2.4%	
	その他	1994	8.8%	30.0%	34.8%	32.5%	-	-	
		2001	13.9%	15.5%	21.4%	18.5%	15.0%	15.5%	
	重視事項(2001)	価格		7.0%	12.9%	13.2%	10.5%	11.2%	8.2%
		安全性		14.7%	11.7%	7.4%	6.1%	5.6%	7.4%
原産地			28.0%	46.6%	30.7%	12.1%	11.7%	10.6%	
鮮度			7.8%	15.6%	35.4%	62.6%	60.6%	67.7%	
その他			42.5%	13.2%	13.3%	8.7%	10.9%	6.1%	

資料：韓国農水産物流通公社(2001.12)「都市家計の主要農産物購入及び消費実態－調味菜類・蔬菜類－」。

注1) 購入先のお他は八百屋、行商、露天商、無回答などである。

2) 直販は産地購入、親戚からの贈り物、直販市での購入、インターネット購入の合計値である。

3) 重視事項のお他は大きさ、形・光沢、包装状態などである。なお、乾燥唐辛子の場合、その他の33.1%が乾燥方法である。

4) 原産地は国内産地間の差別と国内外の差別を合計した。

主な購入先は在来市場とスーパー、量販店であるが、全体として在来市場や卸売市場が減少し、スーパーや量販店が急増している。品目の特性によって変化に大きな違いが見られる。乾燥唐辛子とニンニクは輸入が多く、食品安全性に対する消費者の懸念があるため、消費者は顔の見える購入先(田舎の知り合い)を利用して買いためている。タマネギ、白菜や大根、にんじん、レタスのような冷蔵を要する品目はスーパーや量販店での購入が定着しつつある。それは、消費者が鮮度を最も重視しており、スーパーや量販店は他の購入先より鮮度保持が優れているからであろう。以上で見たように、調味菜・葉根菜類は消

費者の意識と貯蔵特性によって、購入先が産直かまたはスーパーおよび量販店かに分かれて移行している。ところが、乾燥唐辛子とニンニクの産直のうち、「田舎の親戚からの贈り物」が44.7%と25.3%（2001年）を占めている。急速に進む農村高齢化と農家減少によって、購入先が産直からスーパー・量販店へ移行する可能性は高いと思われる。

次に、果菜類の購入行動を既存の調査結果から見てみよう。調査の概要は次の通りである（第6表）。

- ①調査機関：韓国農水産物流通公社
- ②調査品目：すいか、いちご、マクワウリ、ミニトマト、トマト、きゅうり、カボチャ
- ③調査対象者：ソウル市、釜山市、大邱市、光州市、大田市、蔚山市、全州市、清州市、春川市の1,014世帯（対象都市全世帯数：732万世帯）
- ④調査方法：標本家計を調査員が対面調査
- ⑤調査日時：2003年9月8日～10月4日

第6表 都市家計における果菜類の購入行動（2003年）

区分		すいか	いちご	マクワウリ	ミニトマト	トマト	きゅうり	カボチャ		
購入先	在来市場	27.4	30.8	29.6	28.1	30	-	-		
	スーパー	26.5	26.3	24.8	24.4	23	-	-		
	量販店	17.9	17.9	16.6	19.7	15.7	-	-		
	零細小売店	7.6	7.2	6.6	6.7	7	-	-		
	行商	8.4	7.1	8.4	5.2	5.7	-	-		
	その他	12.2	10.7	14.1	15.9	18.6	-	-		
季節別割合	春	8.6	69.4	14.9	33.6	25.2	-	-		
	夏	83.4	23.3	74.6	45.5	59.1	-	-		
	秋	5.8	2.7	8.5	13.7	11.4	-	-		
	冬	2.2	4.6	2	7.2	4.3	-	-		
代替品目	果菜類	すいか	-----	-	27.8	-	-	-		
		いちご	6.6	-----	6.3	7.1	6.4	-		
		マクワウリ	41.8	7.2	-----	-	-	-		
		ミニトマト	-	16.4	-	-----	38.3	-		
		トマト	4.7	-	-	33.5	-----	-		
	果実	りんご	9.3	9.6	8	8.6	8.9	-		
		桃	9.1	-	11.8	-	6	-		
		ぶどう	8.7	-	10.1	8	7.8	-		
		オレンジ	-	16.5	-	5.7	-	-		
		バナナ	-	-	6.2	10.4	7.6	-		
		みかん	-	11.6	-	-	-	-		
		その他	19.8	28.6	29.6	26.7	25	-		
		価格不変時の増減意志	増加	21.2	24.1	11.5	15.8	15.5	10.7	7.5
		不変	73.6	73.3	82.4	78.6	80.2	86.9	90.1	
減少	5.2	2.6	6.1	5.6	4.3	2.4	2.4			
所得増加時の最優先増加の意向	32.8	33.7	9.1	6.6	17.8	-	-			
最重視事項	味・糖度	48.3	44.4	44.2	27.6	25.4	-	-		
	鮮度	32.2	41.7	29.1	40.6	40.8	57.7	57.2		
	価格	10.5	6.2	7.6	6.6	7.3	10.5	11.9		
	形・大きさ	5.4	3.1	9.7	8.6	8.8	21.8	21.8		
	その他	3.6	4.6	9.5	16.6	17.6	10	9.1		
用途	デザート	54.9	44.0	43.4	34.6	32.1	-	-		
	間食	44.0	55.4	55.1	61.6	63.1	-	-		

資料：韓国農水産物流通公社(2003.12)「主要農産物の消費パターン調査分析－果菜類・食料作物－」。

注1) 購入先および代替品目のその他は無回答を含む

2) ミニトマト・トマトは重視事項のその他に色6.7%、6.8%を含む。

主な購入先は在来市場、スーパー、量販店の順になっているが、身近にある零細小売店と行商も重要な購入先である。これは果菜類の用途と関係している。果菜類の用途は主にデザートまたは間食である。つまり、果菜類は間食用として最寄りの店で購入する習慣が根強く残っていると言える。

用途がデザートまたは間食であることは、重視項目と代替品目からも読みとれる。すいか、いちご、マクワウリは鮮度より味や糖度を重視している。代替品目は、'当該品目の価格が上昇したとき、その品目の代わりにどの品目の購入を増やすか'という問いに対する答えである。すいかの代替はマクワウリが最も多いが（果菜類 53.1%）、果実も 27.1%と多い。いちごの場合は、オレンジが 16.5%と最も多く（果実 37.7%）、次にミニトマト（果菜類 23.6%）となっている。すいかからマクワウリへの代替は 41.8%と高いが、マクワウリからすいかへの代替は 27.8%に止まっている。また、果菜類への代替（33.6%）を果実への代替（36.1%）が上回っている。ミニトマトとトマトは双方の代替が強い（ミニトマトからトマトへ代替 33.5%、トマトからミニトマトへ代替 38.3%）。しかし、両品目ともに果実への代替も 22.3%、30.3%と高くなっている。以上の代替関係の考察から、消費者はすいかやいちご、マクワウリを果実として認識しており、ミニトマトとトマトは果菜と果実の境目にある品目として認識していることが推察できる。

季節ごとに消費の偏りが著しい。その原因は生産にあると思われる。果菜類の出荷最盛期を見てみると、すいかは 6 月中旬～8 月下旬、いちごは 2 月上旬～6 月中旬、マクワウリは 4 月中旬～8 月下旬、ミニトマトは 3 月中旬～7 月中旬、トマトは 2 月上旬～6 月中旬である。購入時の最重視事項として価格と答えた消費者は少ないが、出荷最盛期の低価格時に消費が集中している。

前節の消費量の考察において果菜類は、いまだ消費の飽和状態に達していないと述べた。それは今後の消費増加の意向（“価格不変時の増減意志”）から読みとれる。品目によって異なるが、1 割から 2 割が増やすと答えており、減少（2.4%～6.1%）を大きく上回っている。また、表には示していないが、“所得の増減に応じて購入量を増減するか”に対して、46.5%が増減の意向を示した。その上、“所得増加時に最も購入量を増やしたい品目”としてすいか、いちご、トマトを挙げている。つまり、今後の所得増加または価格の下落によって果菜類の消費増加は十分あり得ることを示唆している。

### 3. 調味菜類とキムチ輸入

輸入が多い品目は調味菜のニンニク、乾燥唐辛子、タマネギである。ニンニクと乾燥唐辛子は恒常的に輸入が増加する品目であり、輸入先は中国である。ニンニクは 1999 年に 4 万 4 千トン（冷凍・加工含む）に達し、その後セーフガード発動によって一時的に減少したが、2003 年には再び 4 万トンを越えた。乾燥唐辛子は加工品の輸入が多く、2003 年には乾燥唐辛子換算で 4 万 1 千トンである。タマネギは国内の作況次第によって輸入量も大きく変動するが、2003 年は 9 万トンを輸入した。



また、看過できない品目としてキムチがある。韓国は2003年に輸入量1万9千トン（輸入先：中国）、輸出量1万3千トン（輸出先：日本）のキムチ純輸入国となった。加工について見ると、1996年の野菜全体の加工率3.7%から急増し、2003年には12.3%になった。主な加工材料は白菜（加工率：30.2%、加工品：キムチ）、大根（16.8%、たくあん）、乾燥唐辛子（79.8%、唐辛子味噌）、ニンニク（6.0%、剥きニンニク）である。

このような、調味菜類およびキムチの輸入増加によって白菜・大根および調味菜類の作付面積はさらに減少し、行き場を失った白菜・大根および調味菜類作農家が果菜作へ転作する可能性はある。しかし、果菜作への転作には農家にとって莫大な新規投資を要求するため、容易なことではない。1990年代初めのような政策的バックアップは転作を促すだろう。

#### 【参考文献】

- [1] 姜 景求（2003）「韓国産生鮮野菜の輸入動向とその背景」南九州大学研究報告第33号（B）、南九州大学、pp.15-25。
- [2] 韓国統計庁（2001）「都市家計消費支出」、<http://kosis.nso.go.kr/>（2004年11月15日アクセス）
- [3] 韓国農林水産物流通公社（2001）『都市家計の主要農産物購入および消費実態—調味菜類・蔬菜類—』。
- [4] 韓国農林水産物流通公社（2003）『主要農産物の消費パターン調査分析—果菜類・食料作物—』。
- [5] 韓国農水産物流通公社（1999）『主要農産物流通実態』。
- [6] 韓国農水産物流通公社（2002）『主要農産物流通実態』。
- [7] 韓国農水産物流通公社（2004）『2003 主要農産物流通実態』。
- [8] 農畜産業振興機構（2004）『韓国における主要野菜の生産・流通等の動向』。
- [9] 農林部（2004）『2003 蔬菜生産実績』。
- [10] 農林部（2003）『2002 農畜産物所得資料集』。
- [11] 農林部（2004）『2003 蔬菜類加工現況』。
- [12] 農林部（2004）『農業・農村総合対策』。
- [13] 農林部（2004）『品目別競争力向上対策』。