

## 第7章 韓国の農業・貿易戦略 —韓国産パプリカを事例として—

柳 京熙（現 J A 総研）

會田陽久

### 1. はじめに

韓国は、気候、風土、土地条件などにおいて近隣国である日本との共通性のある条件下に農業を営んできた。韓国農業についていえば、1980年代までは、国内農業を考えるだけで手一杯であったが、1990年代に入り、世界経済の国際化に組み入れられる形で、農業・農政を進行させざるを得なくなった。一方、それまでの生産性向上にのみ主眼を置いた農業から、「親環境農業」の振興が、政府主導で行われ、最近では、所得補償型の政策も進められている。

環境保全型農業に関していえば、GAPの導入も試行されている。日本と同じく、零細な農家による農業から、一見すると、生産性向上を放棄する方向に向かっているようにも見えるが、このような施策は品質の確保や、製品差別化を図ることにより、輸入品に対し国内産品に競争力を付けることと、輸出品としての農産物に競争力を付加するということが背景としてあるようである。

韓国は、農産物の純輸入国であるが、経済の国際化において、国内農業の生き残り策の一環として貿易の振興も考えられている。日本と韓国の関係では、伝統的に韓国の農産物、食品が日本へ輸出されてきた。日本の巨大な消費市場は、韓国にとって魅力的な存在であり続けてきた。

輸送機能の改善により世界は狭くなったといわれるが、農産物・食品はその中では、比較的輸送に向かず、生産地の近くで消費されてきたものであるが、技術の進歩は輸送の範囲を広げてきた。しかし、農産物の持つその性質は本質的には変わっておらず、青果物、花卉等において韓国産品はその有利性を生かして対日輸出の一角を担ってきた。

青果物輸出の先進的な国と伍して輸出できた要因は距離的な優位性であった。日本への青果物主要輸出国を見ると、生産性で優位に立つ国と季節の違いを利用して端境期に輸出する国と距離的近接性を生かしている国とに分けられる。

また、韓国では、対日輸出されてきた、多くの農林水産物は、国内経済の成長にともない、次第に国内消費に振り向けられてきたという過去の経験もある。パプリカは、そういった農産物の中では、日本への輸出を念頭に置いて導入された産品であり、従来の韓国の食生活ではほとんど受け入れられる余地のない産品である。したがって、関連する政策も輸出を基本に考えたものであり、対日輸出の次に考えられるのは、輸出先の多角化といったことになろう。国内消費の振興も考えているようだが、今までの実績から見ると今後の進展は、未知数といわざるを得ないであろう。

このように、一般の農産物、就中、青果物の中で非常に特異な位置を占めるパプリカの生産、流通、貿易の動向を分析することは、パプリカの今後の動きを把握するためという

ことと併せて、今後類似の性質を持つ農産物の生産が振興された場合、将来を予測するための情報を得られることとなると考える。

## 2. 日本のパプリカ輸入の変化

野菜の輸入量が増加している一方で、一部の品目においては需要が伸びない中、価格競争の結果などにより国内生産は縮小を余儀なくされている。

パプリカの場合も、韓国産、オランダ産といった外国産パプリカの輸入量が総消費量の9割を占めている。パプリカは本来、日本の野菜需給体系の中にあつた品目ではなく、他の野菜生産とは異なり、むしろ輸入によって新しい需要が創造され、その市場に新たに日本の産地が参入するようになったというような経緯がある。したがって他の野菜生産、流通とは異なった様相をみせているが、いまだその現状については明らかにされていない。本章では、統計データや事例分析を行い、日本におけるパプリカ輸入の実態について検討する。

パプリカは、オランダからの生鮮品輸入が解禁された1993年以降に急速に輸入が増加したといわれている。貿易統計上でパプリカを識別出来るようになったのは、2000年からであり、それ以降についてパプリカの輸入動向を把握することができる。

2000年以降のパプリカ輸入の動きについては、表1に示したとおりである。

表1 パプリカ輸入の推移(主要輸出国別)

(単位:千トン、百万円、円/kg、%)

	合計	韓国	オランダ	ニュージーランド	その他	
数量	2000	10,326 (100.0)	2,023 (19.6)	6,192 (60.0)	1,990 (19.3)	121 (1.2)
	2001	19,655 (100.0)	11,092 (56.4)	5,717 (29.1)	2,736 (13.9)	110 (0.6)
	2002	22,465 (100.0)	12,290 (54.7)	6,829 (30.4)	3,279 (14.6)	67 (0.3)
	2003	22,655 (100.0)	14,906 (65.8)	5,040 (22.2)	2,663 (11.8)	45 (0.2)
	2004	23,834 (100.0)	16,223 (68.1)	4,602 (19.3)	2,928 (12.3)	81 (0.3)
金額	2000	4,581 (100.0)	779 (17.0)	2,713 (59.2)	1,030 (22.5)	60 (1.3)
	2001	7,445 (100.0)	3,499 (47.0)	2,577 (34.6)	1,320 (17.7)	49 (0.7)
	2002	8,348 (100.0)	3,557 (42.6)	3,253 (39.0)	1,508 (18.1)	30 (0.4)
	2003	9,180 (100.0)	4,926 (53.7)	2,761 (30.1)	1,479 (16.1)	14 (0.1)
	2004	8,604 (100.0)	4,892 (56.9)	2,274 (26.4)	1,416 (16.5)	21 (0.2)
単価	2000	444	385	438	517	495
	2001	379	315	451	482	451
	2002	372	289	476	460	447
	2003	405	330	548	555	298
	2004	361	302	494	484	262

資料:財務省『貿易統計』。

注:括弧は割合(%)。

2000年には、10,326トンの輸入のうち、オランダが60%、韓国およびニュージーランドそれぞれが20%程度の割合であった。それが2001年には、前年のほぼ2倍となる19,655トンに輸入量が増加しているが、その増加分のほとんどは韓国によって占められている。すなわち、韓国からの輸入は2000年には、2,000トン程度であったが、2001年には、11,000トン程度にまで増加し、輸入量の56%と過半を占めるに至っている。

2001年に韓国の対日輸出攻勢が本格化したことになるが、その後も、輸入総量が22,000~23,000トン程度で推移する中であって、韓国からの輸入は、2002年から2004年にかけて、12,290トンから16,223トンへと着実に増加している。一方で、オランダは、2002年

の 6,829 をピークに 2004 年には 4,602 トンまで減少し、同様にニュージーランドも 2002 年の 3,279 トンをピークにしてその後 3,000 トンを割り込んでいる。このようにして 2004 年の輸出国別の割合は、韓国 68%、オランダ 19%、ニュージーランド 12% となり、韓国 1 国で 7 割近くを占めるようになっていく。

韓国の場合、1990 年代の施設野菜作の生産振興は著しく、パプリカもその拡大の一環を担っている。しかし、ほとんどの施設野菜作が韓国国内需要向けであるのに対し、パプリカについて見ると国内消費はわずかであり、唯一輸出に特化した野菜である。しかもそのほとんどを日本向けに輸出している点で、極めて特異な性格をもっている。なお、パプリカは 1995 年に輸出目的のために本格的な栽培が開始された（面積は 1.1ha）。その後、施設野菜の中でも最も収入が大きいとの認識が高まり、作目転換を中心に生産面積が拡大し、2004 年には 260ha にまで増加している。また、10a 当たりの単収は 15 トン程度となっており、この単収の大きさは韓国のパプリカ作が一部はオランダ式のガラス温室において栽培されているからであり、ビニールハウスの場合でもガラス温室同様に軒高の高い施設による生産が多く、総じて日本よりも施設設備が高度であると考えられている。

こうした状況の下で、韓国の国内生産は一層拡大しつつあるが、韓国国内生産の実態についてはあまり知られていない。次により具体的な現状についてみることにしたい。

### 3. 韓国国内のパプリカ生産

#### 1) 生産の推移

韓国におけるパプリカ生産は 1994 年に航空機機内食用として済州島のガラス温室で栽培されたのが始まりである。95 年には全羅北道の T 営農組合で輸出用として本格的な栽培が開始された。以後、対日輸出が好調であったことによって栽培面積が急速に増加している。

前節でも指摘したとおり、生産が開始された初期段階では、国の助成によって建てられたガラス温室を中心に栽培を展開したが、最近では技術向上によりビニールハウスでの生産が可能となり、今は全国各地に栽培が拡大している。

表 2 を見る限り、2004 年のパプリカの栽培実績は 1997 年当時に比べ 面積では 40 倍、生産量は 70 倍近くにまで拡大している。しかし 1 戸当たりの栽培面積があまり増加していないことから、個々の農家の規模拡大というより他作目からの作付け転換が多かったためと見られる（2006 年時点で生産農家 400 戸、平均栽培面積 0.6ha）。

表2 韓国国内のパプリカ生産の推移

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
面積(ha)	6.7	31.8	55	110	133	163	171	260
生産量(トン)	320	1,300	3,600	7,500	12,700	16,000	16,380	20,551

資料:韓国農林部の資料より作成。

表3は、韓国のパプリカ輸出のうち、日本が占める割合を示したものであるが、輸出は当初から99%を上回っている。国内消費がそれほど振るわない一方で、生産量のほとんどが日本向けの輸出であることを考えれば、如何に日本に依存しているのかが分かる。

次は日本市場における韓国産パプリカの供給形態の特徴をみることにしたい。

表3 パプリカ輸出の現況

(単位:トン,千ドル)

	2001年		2002年		2003年		2004年		2005年6月	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
計(c)	12,645	34,114	13,627	31,729	15,543	44,298	17,426	49,002	10,825	32,568
日本(a)	12,600	34,030	13,580	31,625	15,487	44,182	17,310	48,704	10,788	32,476
その他(b)	45	84	47	104	56	116	116	297	37	92
a/c	99.6%	99.8%	99.7%	99.7%	99.6%	99.7%	99.3%	99.4%	99.7%	99.7%

資料:韓国農林部の資料より作成。

注:2003年までは唐辛子類も若干含まれるが、パプリカが大部分(95%)を占める。

韓国国内の気候面における諸事情もあり、日本への輸出は冬期(12~3月)に集中する傾向が強かった。2000年初頭までは、冬期になるとニュージーランド・その他の国(当時はサウジアラビア)などと競争しており、夏期(4~7月)にはオランダとの競合を繰り広げていた。しかし2003年からは、韓国の技術水準の高度化・平準化により、周年供給も可能となりつつある。結果として、図1のように、8,9,10月を除いて、流通量は他の国を大きく引き離しており、日本市場での占有率を高めている。

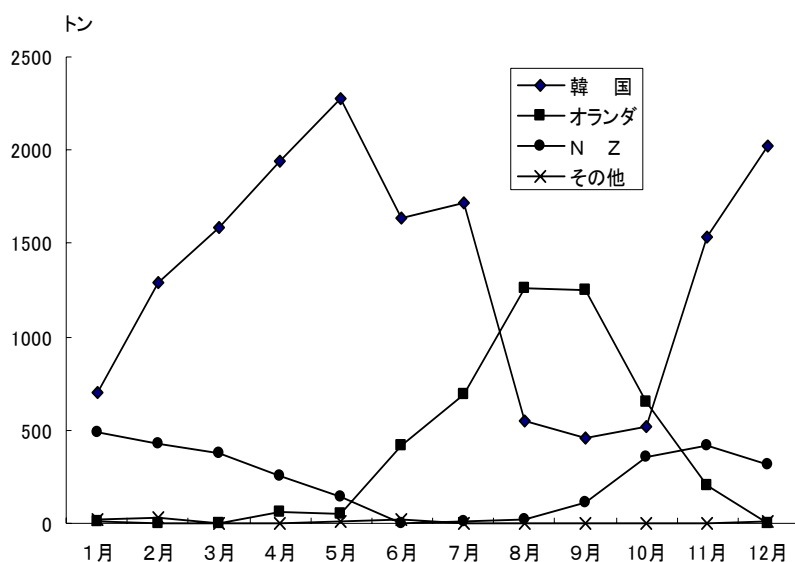


図1 輸入パプリカの月別動向(2004年度)  
資料:財務省『貿易統計』。

## 2) 対日輸出の流通構造

近年、韓国における輸出用の果菜類生産は、主に韓国農林部が指定した104カ所の「園芸専門輸出団地」と、地方自治体(道)で指定した213カ所の輸出団地によって行われて

いる。

最近は、地方自治体による輸出団地の育成が、国のそれを凌ぐ勢いであり、従来の政府による支援から地域独自の支援に徐々に切り替わりつつある。

たとえば韓国におけるパプリカの総生産面積は、2004年時点で260haと公表されているが、国によって指定を受けた「園芸専門輸出団地」の生産面積を全部合わせても、わずか30haに満たなかった。残り230haに該当する産地は恐らく自治体から何らかの支援を受けていると思われる。いわゆる韓国農政の特徴である政府主導から地方自治体中心の農政に移りつつあることが容易に想像出来る。

国内において果菜類の生産過剰が取りざたされている中、とりわけ対日輸出用のパプリカに関する投資は今のところ低下していない。

図2はパプリカの輸出経路を整理したものであるが、まず生産段階からみると、大きく営農組合法人と一般農家に区分出来る（前者Ⅰ，後者Ⅱに区分）。

営農組合法人の特徴は、TやA営農組合法人に代表されるように、生産初期からガラス温室を完備し、高い生産力を備えている。そのうえ、近隣・遠隔の農家・営農組合を包摂しつつ集出荷施設を整えている。とくにT営農組合法人は「Z輸出団地」やN貿易会社の運営主体でもある。

N貿易会社はT営農組合法人が対日輸出の際、輸出を円滑に行うために、いくつかの法人と一緒に立ち上げた会社である。業務としては生産以外のすべてのこと、すなわち輸出に関わる物流・決済機能を担っていると理解すればよい。「Z輸出団地」もその一連の動きの中で、政府からその実績が認められ「園芸専門輸出団地」として指定を受け、制度的支援を受けるようになった。

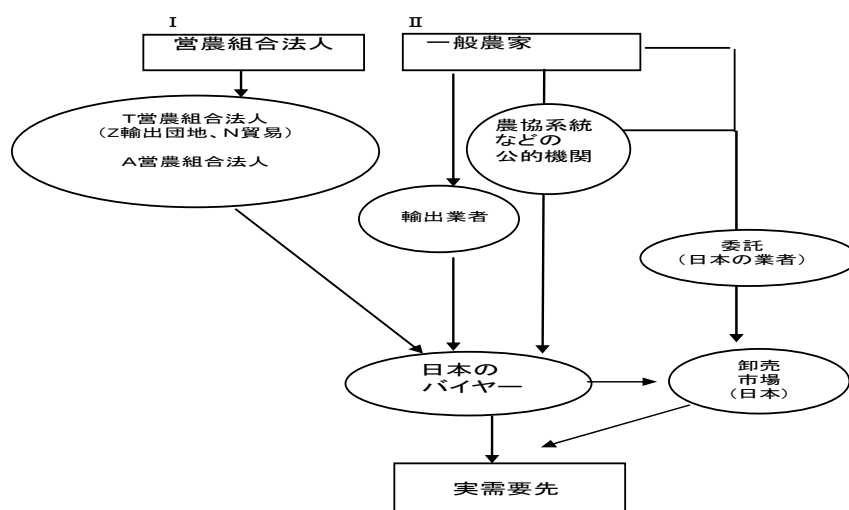


図2 韓国における対日パプリカ輸出の流通経路  
資料：KREI「農産物輸出組織の診断と支援制度に関する研究」2006年p. 23を参照に筆者が添削。

A営農組合法人は、2001年まではTが主導するN貿易会社に出荷し、共同選別を行っていたが、その後、脱退し、個別に選別・輸出を行っている。

Ⅱは一般の生産者及び組織による生産方式であり、この中には法人も含まれるが、前述の2法人に比べると、生産・集出荷施設の面で大きな差異をみせており、一般農家とみな

しても大きな間違いはないと思われる。次は流通段階についてみることにしたい。

まずT（N貿易会社）やA営農組合法人のように、日本側のバイヤーが固定されており、国内の業者の介在なしに、直接、日本に輸出している経路があげられる。しかし、一般的には、輸出・輸入業者が介在している場合が普通である。現在、韓国の資料によればパプリカの輸出業者は公式的なデータだけでも50人を超えている。

最近の動向としては、日本の卸売市場に直接上場する方法も目立つが、基本的には日本の輸入業者などが代行して上場する方式をとっている。産地の状況によっては、いくつかの経路を使い分けていることも十分考えられる。

他には、農協貿易（農協中央会の子会社）、流通公社などの公的機関を経由する場合も存在するが、それほど積極的に活用するまでには至っていない。むしろ産地の要望によって、地域農協に貿易の担当部署を作り、直接貿易業務を行っているところも見られる。

国を挙げて輸出を促進するわりには、国内の集出荷体制が整備されず、効率性も非常に悪く、産地から批判のまよになっている。政府としても、そのような現状を重く受け止め、解決策として打ち出したのが、固有輸出ブランドの推進である。現在韓国流通公社が実務担当機関となっており、今のところ輸出量が多い3品目に限定されて実施している（パプリカ、なし、きく）。

これは、輸出の効率性を図ると同時に、韓国産農産物のイメージアップを狙いとしている。パプリカに限ってみれば、大手の多国籍企業であるD社と連携し、日本市場での更なる販売の拡大を狙っている。しかし日本国内の流通をD社にすべて任せている現状からすると、現実的には固有ブランドの実現は相当な困難を伴うようである。ただし今後、日本市場における韓国産パプリカの占有率の変化やマーケティング戦略の如何によっては、大きく変化する可能性はあると思われる。

#### 4. 「園芸専門輸出団地」の現況

次は国によって指定を受けた「園芸専門輸出団地」のうち、主要なパプリカ輸出団地の生産・輸出の状況についてみることにしたい（表4）。

表4 園芸専門輸出団地の現況

名称	指定年度	団地規模(坪)①	生産量(輸出量(トン))②	①/②(kg)	輸出金額(千ドル)	輸出経路
Z	2002	22,124	1,740	79	3,210	流通公社・ドール
A	1996	7,745	500	65	1,350	直接確保
K	1995	3,300	187	57	335	委託輸出
S	1996	7,000	210	30	-	委託輸出
D	1997	9,900	390	39	1,160	委託輸出
M	1997	7,500	228	30	300	流通公社・農協

資料：聞き取り調査より作成。

前に言及したとおり、園芸専門輸出団地から生産されるほとんどのパプリカは日本向け輸出品目である。2004年の韓国農林部の統計によればパプリカの輸出量は17,310トンであるが、そのうち、「園芸専門輸出団地」の生産量は3,255トンとなっている。全体輸出の

2割近くを占めており、日本でのパプリカ価格の建値の役割も果たしている。

「Z輸出団地」はT営農組合法人が母体として立ち上げた広域輸出団地であり、前述したように、多国籍企業であるD社に直接輸出している。韓国政府の支援による固有ブランドの事業の主体でもある。

Aは営農組合法人として、Zと同様に、日本側の大手の輸入業者と緊密な関係を持っており、日本での流通状況、商品評価などの情報を瞬時に掴む体制を築いている。

表4の坪当たり収量をもみても分かるように、Z及びAは他の産地に比べ、圧倒的な生産力の違いを見せつけている。

この二つの営農組合の後を追うのが、Kである。Kではガラス温室も完備されており、上記の2営農組合法人に比べ、まだ坪当たり生産量は落ちるものの、独自の販売戦略を行っている。組織の中に、輸出担当部署を持ち、日本のバイヤーも固定するなど、ZやAの輸出方式に倣っている。

しかしまだZやAのように、日本の消費末端まで至る輸出網は確保出来ず、輸出商品のほとんどは卸売市場へ上場している。

## 5. 日本の輸入業者の事例—D社での聞き取り調査—

多国籍企業のD社は、1996年に初めて韓国からパプリカを実験的に輸入して以来一貫して、韓国産パプリカの輸入元は、T営農組合法人である。その後、1999年にA営農組合法人との契約を皮切りに、慶尚南道（以下慶南に略する）・全羅南道（以下全南と略する）の12営農組合法人（農家60戸）に拡散し、N貿易会社の設立に至らせたのもD社の存在があったと言われている。翌年には、共同選別・包装が可能な選果施設を完備させ、一層、日本向けの輸出に専念できる体制が整った。

その後、契約農家数は2003年に、慶南を中心に徐々に増加し、2004年時点での契約法人は34となっている。

D社にしてみれば、安定的に供給を確保するためには、既存の農家の規模拡大よりは、改めて契約農家を獲得することの方が容易であったと思われる。さらに、慶南の場合、地域経済の活性化を対日輸出に求めており、以前から施設野菜の産地が集中していることも、新たに契約農家を確保できた要因でもある。

その結果、2003年契約面積は8万5千坪、出荷量は3,700トンとなっている。2000～01年に日本市場における韓国産パプリカ輸入の5割を占めていたことを考えれば、後退していると言えるが、それでもまだ日本に輸入される韓国産パプリカの2割程度を取り扱っている。

2004年時点での韓国農家との契約面積は12万坪（約40ha）にも達する勢いであるが、後発産地らしく、坪当たり収量は30kg程度に止まっている。

次はパプリカ産地への制度的支援について若干述べたい。

## 6. 政策の重層的な取り組み

これまでも取り上げたT営農組合法人を例として、最近、韓国で実施されている新しい政策について述べてみる。

図3は現在、産地への政策的支援をまとめたものであるが、様々な制度が入り組んでおり、各種公的支援が非常に重層的な構造で行われていることが分かる。

まず「Z輸出団地」は、政府から輸出団地として指定を受けるのと併行して、地方自治体からも独自の支援を受けている。支援の内容については政府と地方自治体で多少重複される部分もあるが、設備投資から輸出に関わる物流費の補填まで、多岐に渡った内容について支援を受けている。

さらに、2004年には、政府から集出荷組織の支援を目的に、「共同マーケティング組織」制度が設けられた。「共同マーケティング組織」とは、韓国農林部が市場自由化の拡大と大型量販店の成長によって変化する市場に対応するために、産地流通の規模拡大・組織化を図る目的で出発した事業である。

具体的な支援内容としては、3ヵ年間に渡り、金利1%で150億ウォンの制度資金が利用出来るというものである。さらにマーケティング及び情報化費用、選果施設への支援など様々な政策支援を受けることもできるようになっている。

N貿易会社は政府の認定を受け、支援が期待できるようになった。多少政策的に重複される側面も有しているが、それくらい公的に厚い支援を受けていることだけは確かである。

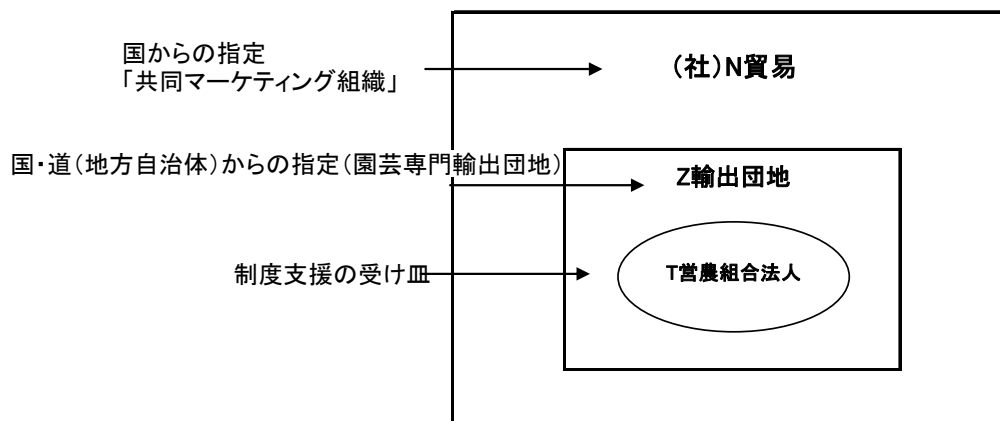


図3 制度支援の重層的構造

## 7. 結論

以上、簡単に韓国のパプリカ生産・流通を取巻く新しい動向についてみたが、生産に限ってみれば、順調に生産量を伸ばしていることが分かった。

最近に入って、中央政府による支援に頼らなくても、地方自治体の支援が活発となり、設備投資も順調に行われている。日本の需要によって韓国のパプリカ生産は強く規定されているものの、現時点においてなお日本の需要の増加を睨んで設備投資が続いてい



る。また一部の先進産地においては、対日輸出に頼らず、台湾、アメリカへの輸出にも力を入れるなど、輸出の多角化を図ると同時に、国内向けの供給も視野に入れて行動している。今後、このような動向を踏まえての詳細な検討が必要であり、パプリカ生産の持つ特異性が変化する可能性もないとは言えない。

しかし、最近の韓国産パプリカの残留農薬の問題から推察できるように、生産の拡大に見合うだけの産地体制の充実化にはまだ改善の余地があるように見受けられる。

日本におけるパプリカ消費は韓国産についての依存度が非常に高く、供給元も限定的であるため、今後韓国産パプリカの生産動向如何によっては、日本の消費に与える影響も大きい。今後もさらに韓国産パプリカの動向について注目する必要性があると考えられる。

#### **【参考文献】**

- (1) 香月敏孝・柳京熙「パプリカ生産における国内・外の生産・流通の変化」野菜情報（農畜産振興機構，2006年6月）
- (2) 韓国農村経済研究院「農業展望2000」，2000年1月
- (3) 農林水産政策研究所「韓国農業の展開と戦略」，2006年3月