

# 2016 年度「輸出環境調査（果物・韓国）」

2017 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ソウル事務所

農林水産・食品部 農林産品支援課

**【免責条項】** 本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

## はじめに

ジェトロは、農林水産業の輸出力強化戦略に基づき、平成 32（2020）年までに農林水産物・食品の輸出額 1 兆円水準を目指すという政府目標の前倒し達成に向けて、取り組みを進めている。

日本産農林産品は、輸出先国の市場等において安価な他国産と競合するケースが多く、こうした競合国産に対抗して輸出を拡大するためには、その動向も注視して必要な対策に取り組む必要があるが、こうした競合国の取組みについて、品目によっては必ずしも十分な情報が得られていない場合がある。

このため、輸出重点国等の市場で日本産と競合する他国産を対象に、当該国産品の生産、輸出の動向や輸出戦略、政府の支援策等に関する情報を収集し、競合国産に対抗できる有効な対策に関する輸出団体や国内事業者等のニーズに応えることを目的とした。

本調査結果が日本産農林水産物・食品の輸出拡大の一助となれば幸いである。

2017 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ソウル事務所

農林水産・食品部 農林産品支援課

## 目次

1. 調査背景及び目的.....	1
2. 韓国青果物の生産・輸出の現状.....	2
2.1. 韓国青果物の分類体系.....	2
2.2. 栽培面積と生産動向.....	3
2.2.1. 果菜類の栽培面積と生産量.....	3
2.2.2. 果物類の栽培面積及び生産量.....	7
2.3. 生産者の特性及び現状.....	11
2.3.1. 農家数の現状.....	11
2.3.2. 農家の所得における現状.....	13
2.4. 生産内訳及びコスト.....	14
2.4.1. 流通コスト.....	14
2.4.2. イチゴ流通の実態.....	16
2.4.3. ブドウ流通の実態.....	20
2.5. 国別・月別の輸出量及び金額推移.....	24
2.5.1. 農林水産食品輸出の総括.....	24
2.5.2. 野菜類の輸出実績.....	26
2.5.3. 果実類の輸出実績.....	28
3. 主要品目の輸出振興方策.....	29
3.1. イチゴ.....	29
3.1.1. 輸出振興のための産地の動向.....	29
3.1.2. 輸出までのバリューチェーン.....	32
3.2. ブドウ.....	34
3.2.1. 輸出振興のための産地の動向.....	34

3.2.2.	輸出までのバリューチェーン .....	35
4.	韓国政府の支援政策.....	37
4.1.	農林水産品及び食品の輸出支援政策.....	37
4.1.1.	支援政策の概要 .....	37
4.1.2.	主要品目別の支援政策 .....	39
4.2.	政府以外の機関・団体による支援政策.....	45
5.	主要輸出関連団体.....	47
5.1.	韓国輸出イチゴ生産者連合会 .....	47
5.1.1.	全国の概要 .....	47
5.1.2.	輸出戦略 .....	48
5.1.3.	今後の課題 .....	48
5.2.	農村振興庁イチゴ輸出研究事業団.....	48
5.2.1.	事業団概要 .....	48
5.2.2.	今後の課題 .....	49
5.3.	K-BERRY .....	50
5.4.	華城ブドウ輸出協議会 .....	50
6.	輸入国に対する現地調査.....	52
6.1.	シンガポール .....	52
6.1.1.	シンガポールにおける農食品の状況.....	52
6.1.2.	シンガポールにおけるイチゴ及び果物の流通現状.....	52
6.1.3.	韓国生産者団体及び政府からの支援.....	54
6.2.	タイ .....	55
6.2.1.	タイのイチゴ及び果物の流通現況.....	55
6.2.2.	韓国生産者団体及び政府からの支援.....	57

7. 成功事例.....	58
7.1. 水谷農協徳川営農組合法人 .....	58
7.2. ミャンマーにおけるイチゴの輸出事例.....	59
7.3. 晋州水谷農協 .....	62
8. 結論及び提言.....	65

## 1. 調査背景及び目的

日本産農林産品は輸出相手国の市場で安価な第三国産品と競合する機会が多く、競争国産品に対抗して輸出を拡大するためには、その動向を注視し、必要な対策を講じる必要がある。

そのため、本調査では、日本産青果物（いちご、ぶどう、桃など）と競合する韓国産青果物を対象に、産品の生産、輸出動向と輸出戦略、政府の支援策等に関する輸出団体と日本国内の事業者からのニーズに応えられる様々な情報を収集し、競争する産品に対抗する有効な対策を講じることに必要な基礎資料を作成することを目的とする。

## 2. 韓国青果物の生産・輸出の現状

### 2.1. 韓国青果物の分類体系

韓国の農林畜産物の輸出入統計集計やトレンドの把握のためには、農林畜産物品目分類（以下 AG コード）を基準として把握するのが便利である。AG のコードは、HS コードを農水畜産物品目単位でグループ化して、輸出入統計集計時に使用されるコードであり、AG コードは HS コードと 1:1 でマッチングされているので、コードの相互間で簡単に識別できる。また、韓国政府の農林畜産物関連統計は、AG のコードに基づいて使われる統計が多いので、これに対する理解が必要である。

AG のコードは、関税庁貿易統計の中で、農林畜産物に関する 1,820 個の HS 品目を、農林畜産物の実品目単位で分類されたコード体系であり、合計 9 単位で作成されている。その中で大分類 1 桁、中分類 2 桁、小分類の 2 桁、細分類 2 桁の番号とシリアル番号の 2 桁で構成されている。

(表 1) AG コードの分類体系

(単位：%)

区分	分類の説明
大分類	農産物、畜産物、林産物、水産物で区分
中分類	類別の統計資料を得ることができる程度で分類
小分類	実品目（代表品目）単位で分類
細分類	実品目の特徴及び用途別に分類（野菜の細分類の例） 01 - 新鮮、冷蔵                      04 - 乾燥                      53 - 食酢、酢酸調製 02 - 冷凍                                11 - 種子用                    59 - その他加工 03 - 一時貯蔵                        51 - ジュース
シリアル番号	細分類で分類できないものには、シリアル番号を付与

資料：農林畜産物品目分類コード集、韓国農水産食品流通公社、2007.08.

すなわち、HS コード「0810-10-0000」である新鮮いちごは、AG コード「121-36-0100」であり、「1=農産物」、「21=野菜」、「36=いちご」、「01=新鮮、冷蔵」、「00=シリアル番号」を意味する。

上記のような HS と AG のコードに基づいて、同調査で関心を持つ韓国の主要な青果物の分類は以下の通りである。



(表2) 主な青果物（新鮮）の品目分類コード

区分	HS Code	AG Code	備考	
野菜類	すいか	0807-11-0000	121-37-0101	
	メロン (甘瓜)	0807-19-0000	121-33-0103	その他/新鮮 甘瓜は、別途のコードはなく、メロン に含まれる
	いちご	0810-10-0000	121-36-0100	
	きゅうり	0707-00-0000	121-32-0100	
	かぼちゃ	0709-90-3000	121-34-0100	
	トマト	0702-00-0000	121-31-0100	
果実類	りんご	0808-10-0000	116-01-0101	
	梨	0808-20-1000	116-02-0100	
	桃	0809-30-0000	116-03-0100	ネクタリンを含む/新鮮
	ぶどう	0806-10-0000	116-51-0101	
	みかん	0805-20-1000	116-42-0100	Korean citrus, 新鮮及び乾燥
	甘柿	0810-90-2000	116-13-0100	甘柿
	すもも	0809-40-1000	116-05-0100	

## 2.2. 栽培面積と生産動向

### 2.2.1. 果菜類の栽培面積と生産量

2015年の主な果菜類（きゅうり、かぼちゃ、トマト、すいか、甘瓜、いちご）の栽培面積は、農家の高齢化や他の品目への切り替えなどの影響で、前年より2.69%減少した48,784haであった。生産量は、栽培面積の減少により、前年より4.67%減少した208万トンであった。

品目別では、かぼちゃだけが栽培面積が増加した一方、トマト、すいか、甘瓜、いちごは前年より減少した。いちごは、韓国産品種のいちごが2015年にも増加し、栽培される全体いちごの91%を占めることになった。ミニトマト品種のうち、ナツメ形のミニトマトの定植面積が継続して増加してきたが、販売価格の低下により、円形のミニトマトに転換する動きもある。

栽培面積は48,296haから48,784haに、2010年から2015年までの5年間で1%程度増加しており、生産量は、2010年の2,052,198トンから2015年の2,082,403トンまで1.45%増加した。品目別には、トマト（24.46%増）とかぼちゃ（15.74%増）が増加した一方、他の果菜類の栽培面積は減少した。

(表3) 主要果菜類の栽培面積及び生産動向

区分		2010	2011	2012	2013	2014	2015
果菜類	面積 (ha)	48,296	46,595	48,418	46,432	50,097	48,784
	生産量(トン)	2,052,198	1,932,947	2,067,741	2,032,903	2,179,553	2,082,403
すいか	面積 (ha)	16,396	15,717	15,182	14,885	16,865	15,185
	生産量(トン)	678,810	608,986	642,945	672,914	686,883	634,352
甘瓜	面積 (ha)	6,215	5,852	5,840	5,515	5,485	5,438
	生産量(トン)	207,747	180,013	186,693	176,622	158,239	161,100
いちご	面積 (ha)	7,049	5,816	6,435	6,890	6,875	6,403
	生産量(トン)	231,803	171,519	192,140	216,803	209,901	194,513
きゅうり	面積 (ha)	4,396	4,540	4,167	3,629	4,143	4,137
	生産量(トン)	306,164	303,805	288,071	254,576	279,105	271,040
かぼちゃ	面積 (ha)	8,970	8,820	10,450	9,459	9,659	10,645
	生産量(トン)	302,868	300,400	325,113	323,364	345,465	364,416
トマト	面積 (ha)	5,270	5,850	6,344	6,054	7,070	6,976
	生産量(トン)	324,806	368,224	432,779	388,624	499,960	456,982

資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農作物生産調査

(表4) 主要果菜類の生産額

(単位：10億ウォン)

区分	2010	2011	2012	2013	2014
果菜類	4,236.0	3,956.1	4,952.8	4,971.7	5,099.1
露地栽培	133.7	171.2	167.5	182.9	172.4
すいか	30.9	49.4	44.3	58.1	53.3
きゅうり	32.9	40.9	38.7	34.1	31.3
かぼちゃ	47.5	56.0	69.3	68.0	64.5
なす	15.7	24.9	15.2	22.6	23.3
施設栽培	4,102.3	3,784.9	4,785.3	4,788.8	4,926.7
すいか	818.2	704.9	961.8	984.7	957.7
甘瓜	480.3	426.9	506.1	431.1	378.5
きゅうり	442.7	396.5	432.7	367.7	405.7
かぼちゃ	212.3	194.9	163.4	180.4	234.6
トマト	600.1	703.9	999.7	925.5	1,087.4
いちご	1,050.3	894.0	1,188.8	1,335.9	1,310.6
メロン	30.8	28.4	38.6	41.3	27.8
青唐辛子	277.4	239.2	273.9	268.8	261.6
なす	16.4	21.7	17.6	24.1	26.0
パプリカ	173.7	174.4	202.7	229.2	236.7

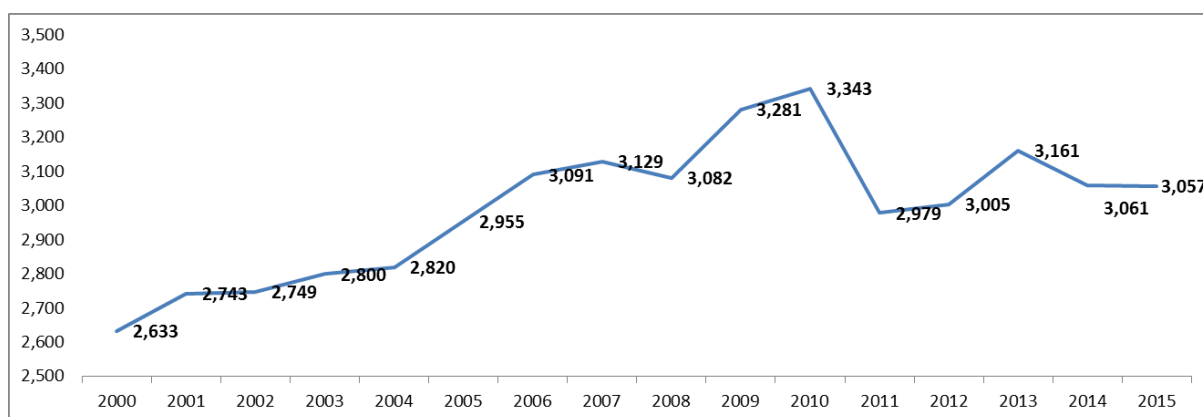
注：韓国内総生産額の 1/10,000 以上生産される品目だけを対象としており、各種政府統計及び実績の調査に含まれない品目は除外

資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農林生産地数

いちごの栽培面積は 2011 年までに減少傾向であったが、その後から価格の上昇と新規帰農人口の流入などを理由に、その流れが止まった。2015 年現在、前年より 7.37%減少した 6,403ha となっている。いちごの生産量は段数の増加により、20 万トン前後を維持しており、2015 年には 194,513 トンが生産された。

(図 1) いちごの生産段数の推移

(単位：10a 当たりの生産量 (kg))



資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農作物生産調査

いちごの主な産地は、慶南晋州及び忠南論山であり、ほとんどが施設栽培を通じて生産されている。いちごの高設式栽培面積は、2012 年の 317ha から 2015 年の 768ha までに、2.4 倍に増加した。全体の面積と比べて、12%の割合を占めている。高設式栽培は、高い生産性と栽培のしやすさにより、今後も継続的に拡大する見込みである。

(表5) いちごの高設式水耕栽培の現況

(単位：ha)

区分	全国	京畿	忠北	忠南	全北	全南	慶北	慶南
2012年産	316.9	8.2	1.7	43.3	15.7	74.6	6.4	140.3
2013年産	445.0	8.2	2.9	96.6	24.5	83.9	11.2	194.2
2014年産	663.7	17.1	12.5	145.7	43.1	93.0	21.6	304.2
2015年産	768.3	29.9	17.1	156.4	58.3	104.0	31.8	330.4

注：主な広域市は、道別に含む。江原道、済州島は除く  
資料：農村振興庁、野菜類における水耕栽培現況、各年度

いちごの定植品種は、過去には日本の品種が主に栽培されたが、2000年代半ばから韓国産品種が育種・普及され、速い速度で、韓国産品種の定植が広がっている。2016年産の国産品種定植の割合は91%で、2012年産の65%より大きく増えた。

韓国農村経済研究院農業観測本部によると、定植されたいちご品種の多くは「雪香」であり、2016年産の場合全体の81.3%を占めていると推定され、2017年産には83.4%までに増加すると予測される。

一方、超促成である「章姫」は、慶南地域を中心に定植されているが、今後、「雪香」などの他品種に転換されると予想されている。全南地域では半促成である「竹香」も増加すると予想されるが、他の地域では減少し、前年よりそれぞれ1%減少すると予想される。

(表6) いちご品種別の定植割合

(単位：%)

区分	雪香	梅香	章姫	レッドパール	竹香	サンター	その他
2012年産	61.6	3.4	17.5	15.8	-	-	1.7
2013年産	65.7	2.9	16.7	13.5	-	-	1.2
2014年産	75.4	2.3	14.0	6.6	-	-	1.7
2015年産	78.4	1.7	8.6	4.5	5.3	0.7	0.8
2016年産	81.3	2.5	6.1	1.3	5.9	1.1	1.8
2017年産	83.4	3.3	5.0	1.0	4.7	1.5	1.1

注：2012～2014年産の場合、その他は、竹香、サンターなどを含む。

2016年産及び2017年産は、それぞれ2015年9月、2016年のサンプル農家及びモニター調査値

資料：韓国農村経済研究院農業観測本部の調査資料

2017年産のいちごは、8月から定植を始め、11月に終わる。月別の定植（意向）面積によると、9月に87.8%であり、その時期に集中している。

(表7) いちごの月別定植（意向）面積の昨年比増減率

(単位：%)

区分	8月	9月	10月	11月
比率	7.8	87.8	3.5	0.9
増減率	-4.5	1.4	1.2	0.0

資料：韓国農村経済研究院農業観測本部 2016年8月31日付「サンプル農家及びモニター調査」

論山、晋州、密陽、潭陽などの地域の出荷時期は12月から翌年5月までであり、平昌、楊口など高冷地地域の夏シーズンに収穫されるいちごは、6月から11月に出荷されている。最近、製菓・製パン用の生果の消費が増加しており、高冷地地域の夏シーズンに収穫されるいちごが韓国いちごの端境期である6～10月の間のいちごの供給に重要な役割を果たしている。夏シーズン収穫用のいちごの品種は、エラン、フラメンコ、ゴハなどであり、フラメンコが全体面積の90%を占めている。

輸出用品種は「梅香」、「雪香」などの国内品種であり、糖度が高く、酸味が適当で、硬さがあるので長距離輸送に適しているという評価を受けている。主な輸出業者は、慶南貿易、エリム貿易、グリーンビルなどがある。

## 2.2.2. 果物類の栽培面積及び生産量

2015年の主要果物（りんご、梨、みかん、甘柿、ぶどう、桃、すももなど）の栽培面積は前年に比べて0.65%増加した162,944haであり、生産量は、りんご、桃、すももは大幅に増加した一方、梨と甘柿の生産量は、0.007%減の2,696,862トンとなった。

品目別では、りんごの場合、前年より着果数が大幅に増加し、生産量が18.55%増加した。桃とすももの生産量は単収が増加し、前年よりそれぞれ11.52%、13.87%増加した。一方、梨は栽培面積が減少したうえ、低温と黒星病の被害により単収も減ったため、生産量が前年比16.00%減少した。みかんと甘柿の生産量は栽培面積と単収が減少し、前年よりそれぞれ11.40%、7.48%減少した。

2010年と比較すると、栽培面積は161,232haから2015年には162,944haへと、5年間で0.29%増加し、生産量は2010年の2,458,489トンから2015年の2,696,862トンへと、7.70%増加した。

品目別には、その他（22.88%増）、桃（16.74%増）、りんご（1.99%増）の栽培面積が増加した一方、梨（28.23%減）、甘柿（17.66%減）、ぶどう（14.13%減）は減少した。

(表 8) 主要果物類の栽培面積及び生産動向

区分		2010	2011	2012	2013	2014	2015
果物類	面積 (ha)	162,472	161,232	159,658	160,797	161,888	162,944
	生産量(トン)	2,489,134	2,458,489	2,374,247	2,522,616	2,696,676	2,696,862
りんご	面積 (ha)	30,992	31,167	30,734	30,449	30,702	31,620
	生産量(トン)	460,285	379,541	394,596	493,701	474,712	582,845
梨	面積 (ha)	16,239	15,081	14,353	13,740	13,127	12,664
	生産量(トン)	307,820	290,494	172,599	282,212	302,731	260,975
桃	面積 (ha)	13,908	13,795	14,335	14,633	15,539	16,704
	生産量(トン)	138,576	185,078	201,863	193,243	210,335	237,711
ぶどう	面積 (ha)	17,572	17,445	17,181	16,931	16,348	15,397
	生産量(トン)	305,543	269,150	277,917	260,280	268,556	258,950
みかん	面積 (ha)	21,143	21,424	21,362	21,334	21,338	21,265
	生産量(トン)	614,786	680,507	692,186	682,801	722,325	672,045
柿	面積 (ha)	31,808	31,339	30,264	29,153	27,988	27,034
	生産量(トン)	390,630	390,820	401,049	351,990	428,363	384,525
甘柿	面積 (ha)	15,244	14,299	13,390	12,905	12,451	11,849
	生産量(トン)	180,885	171,696	173,814	160,396	193,351	173,971
渋柿	面積 (ha)	16,564	17,040	16,874	16,248	15,537	15,185
	生産量(トン)	209,745	219,124	227,235	191,594	235,012	210,554
すもも	面積 (ha)	5,870	5,724	5,714	5,656	5,662	5,920
	生産量(トン)	62,892	57,440	57,137	56,101	58,408	67,810
その他	面積 (ha)	24,940	25,257	25,715	28,901	31,184	32,340
	生産量(トン)	208,602	205,459	176,900	202,288	231,246	232,001

資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農作物生産調査

(表 9) 主要果実類の生産額

(単位：10億ウォン)

区分	2010	2011	2012	2013	2014
果実	3583.8	3674.5	3817.7	4114.3	3577.6
りんご	740.3	670.6	1000.4	1057.7	936.9
梨	228.1	237.3	174.2	314.1	261.8
桃	155.9	205.4	223.3	280	297.2
ぶどう	546.3	499.2	505.6	517	462.9
みかん	931.1	985.9	829.4	915.5	695.6
すもも	90.2	91.7	78.6	102.9	92.1
梅	79.8	82.3	155.5	185.2	102.8
柚子	37.2	50	35.5	38.4	31.8
キウイフルーツ	46.2	46.9	39.9	59.7	88
いちじく	0	36	15.1	50.8	38

柿	728.8	769.2	760.2	592.9	570.6
甘柿	323.7	347.3	338.2	324.3	299.1
渋柿	405.1	421.8	422	268.6	271.4

注：韓国内生産額合計の 1/10,000 以上生産される品目だけを対象にし、各種政府統計及び実績調査に含まれない品目は除外

資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農林生産地数

ぶどうの栽培面積は、2000年に29,200haであったが、農家の高齢化に伴う閉園、収益性の低下などを理由とした作目の転換、輸入ぶどうの増加などの影響で継続的に減少している。2013年には16,931haに減り、2015年には15,397haまでに（前年比6.18%減）減少した。

韓国農村経済研究院は2016年のぶどう栽培面積は、前年より7%減少した14,320haと推定しており、成木と若木の面積は前年よりそれぞれ8%、4%減少した。

栽培面積の減少幅が大きい理由は、気象に恵まれ生産量が増加した2014～2015年の間、ぶどうの消費者価格が下落したため、2015年に「FTA 廃業支援金<sup>1</sup>」を申請した農家が多かったからである。廃業を申請した農家のほとんどは、高齢農家と小規模農家であり、慶北と忠北地域に集中している。

韓国農村経済研究院によると、2016年のぶどう栽培面積は、「FTA 廃業支援金」の申請により、前年より11%減少し、また、多くの農家が桃に品目を転換する見込み<sup>2</sup>である。それで、桃栽培面積は前年より5%増加すると予想される。

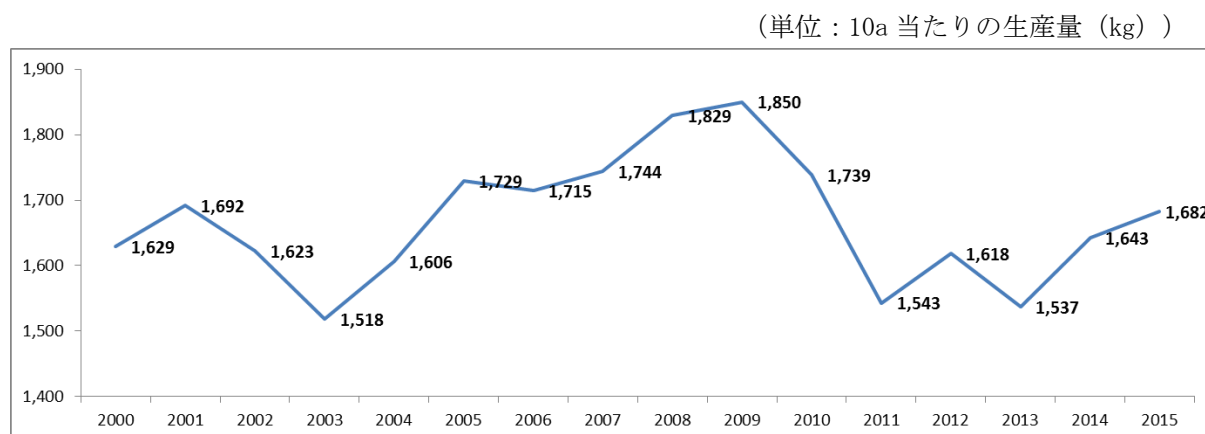
<sup>1</sup> ぶどう農家を対象とする「FTA 廃業支援事業」は、韓トルコ FTA の発効日である 2013 年 5 月 1 日以前からぶどうを生産してきた果樹農家が廃業する場合には、3 年間の純利益金に該当する金額を政府が補助する制度である。農林畜産食品部 (04.18) によると、「FTA 履行に伴う農業者等支援センター」で 2015 年の価格動向、輸入量、生産量などを調査・分析した結果、次のような品目が支給要件を満たしていることが分かった。

- 被害補填直接支払いの要件：にんじん、露地ぶどう、施設ぶどう、ブルーベリー
- 廃業支援の要件：露地ぶどう、施設ぶどう、ブルーベリー

<sup>2</sup> ぶどう廃業支援を申請した農家 2,000 世帯を対象に、農林畜産食品部が 2016 年 2 月に実施した調査の結果によると、今後、営農を継続すると答えた農家は全体の 84% に達し、希望する代替作物については、果樹が 38% と最も多かった。露地野菜 (20%)、稲 (17%) がその次だった。栽培を希望する果樹品目は、桃が 33% で最も多かった。続いてすもも (22%)、りんご (14%) の順だった。農家が、これらの品目栽培を希望するのは、最近の桃とすもも価格が例年に比べて高いためであるとみられる。

ぶどうの 2015 年の生産量は、前年比 3.71%、2010 年比 17.99%減の 258,950 トンで、2011 年以來、段数増加の影響により栽培面積は前年比 6.18%減少したが、生産量は 3.71%減少にとどまった。

(図 2) ぶどう生産段数の推移



資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農作物生産調査

桃の場合、栽培面積は「閉園支援事業（2004～2008 年）<sup>3</sup>」を実施した期間中に減少したが、閉園支援対象農家の植栽への制限が終了した後からは増加に転じた。栽培面積の増加は続いており、年平均 4%が増加しており、2015 年にも新規の植栽及び若木の成木への切り替えで、前年より 6.97%増加した 16,704ha となった。このように栽培面積が増加しているのは、桃の価格が高く、出荷期間が短いので、労働力などの経営コストへの負担が少ないからである。

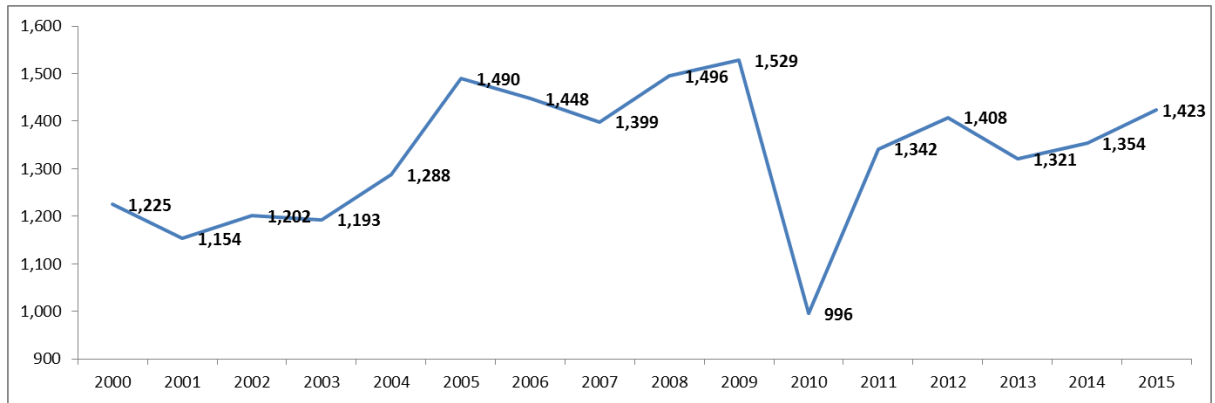
桃の生産量と栽培面積は、凍害が発生した 2010 年と 2013 年を除くと、2008 年以來、増加を続けている。2015 年の生産量は、栽培面積の増加と段数増加に支えられ、前年より 11.52%、2010 年比 41.70%増の 237,711 トンとなった。

(図 3) 桃の生産段数の推移

(単位：10a 当たりの生産量 (kg) )

<sup>3</sup> 韓国チリ自由貿易協定の履行により、果樹栽培業を継続することが難しいと認められる品目に対しては、農業者等が廃業した場合、廃業支援金を補助することにより、廃業農家の経営安定及び果樹産業構造の調整を図ることを目的に実施した事業である。当時支援対象品目は、施設ぶどう（加温が可能な完全密閉型施設ハウスで生産されるぶどう）、キウイフルーツ、桃だった。





資料：国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>)、農作物生産調査

## 2.3. 生産者の特性及び現状

韓国は青果物における経営体別、農家別の生産規模及び所得については、統計が作成されていないので、正確な把握は難しい。したがって、本節では、韓国の青果物生産者の特性について、参考できる文献及び統計資料を調査し、まとめた。

### 2.3.1. 農家数の現状

韓国は 2014 年 12 月現在、高齢化に伴う農業放棄、転職などにより、農家は 2 万 1 千世帯（前年比 1.9%減）、農家人口は 9 万 6 千人（前年比 3.4%減）減少した。全世帯のうち、農家の割合は 6.1%、総人口のうち、農家人口の割合は、5.5%で、前年に比べそれぞれ 0.2%p 減少した。

(表 10) 韓国の農家及び農家人口 (2010~2014)

(単位：千世帯、千名、%、%p)

区分	2010	2011	2012	2013 (A)	2014 (B)	増減 (C=B-A)	増減率 (C/A×100)
農家	1,177	1,163	1,151	1,142	1,121	-21	-1.9
農家の割合 (%) *	6.8	6.6	6.4	6.3	6.1	-0.2	
農家人口	3,063	2,962	2,912	2,847	2,752	-96	-3.4
男子	1,501	1,456	1,424	1,387	1,340	-47	-3.4
女子	1,562	1,506	1,488	1,461	1,412	-49	-3.3
農家人口の割合 (%) *	6.2	6	5.8	5.7	5.5	-0.2	

\* 全体世帯及び全体人口に対する農家及び農家人口の割合

資料：農林漁業調査、統計庁 2015.04.17.

韓国の農家は 2 人世帯 (50.4%)、1 人世帯 (16.6%)、3 人世帯 (15.8%) の順で世帯が構成されている。1 農家当たりの平均世帯構成員の数は 2.5 人である。農家経営者の年齢分布は、70 歳以上 39.7% (44 万 5 千世帯)、60 代 29.5% (33 万 1 千世帯)、50 代 22.5% (25 万 3 千世帯) の順であり、経営者の平均年齢は 66.5 歳ある。

営農形態別には、水稲 (42.1%)、野菜・山菜 (22.7%)、果樹 (15.8%)、食用作物 (8.8%) の順である。果樹 (0.5%) 農家は増加しており、水稲 (-0.8%)、野菜・山菜 (-5.7%) 農家は減少した。

(表 11) 営農形態別の農家数 (2013~2014)

(単位：千世帯、%)

区分	合計	営農形態								
		水稲	食料作物	野菜	特養作物	果樹	薬用作物	草花	その他作物	畜産
				山菜	きのこ			鑑賞作物		
2013	1,142	476	100	270	27	176	8	16	6	63
	-100	-41.7	-8.7	-23.7	-2.4	-15.4	-0.7	-1.4	-0.5	-5.5
2014	1,121	472	99	255	31	177	9	16	5	58
	-100	-42.1	-8.8	-22.7	-2.8	-15.8	-0.8	-1.4	-0.4	-5.2
増減	-21.3	-3.9	-1.3	-15.4	4.3	0.9	0.3	-0.5	-0.7	-4.9
増減率	-1.9	-0.8	-1.3	-5.7	15.8	0.5	3.5	-3.3	-12.7	-7.8

資料：農林漁業調査、統計庁 2015.04.17.

韓国の果樹栽培農家数は、渋柿 (全体農家の 4.5%) が最も多く、りんご (3.6%)、甘柿 (3.0%)、ぶどう (2.9%) の順である。この中、梨 (前年比 4.6%減) とぶどう (同 2.2%減) の農家数の減少幅が大きく、桃 (4.4%) とその他果樹 (3.5%) 農家は増加している。

(表 12) 主要果樹別の栽培農家 (2010~2014)

(単位：千世帯、%)

区分	2010	2011	2012	2013	2014	増減率 ( '14/'13 )
全体農家	1,177,318 (100.0)	1,163,209 (100.0)	1,151,116 (100.0)	1,142,029 (100.0)	1,120,776 (100.0)	-1.9
りんご	38,765 (3.3)	40,547 (3.5)	40,814 (3.5)	41,388 (3.6)	40,824 (3.6)	-1.4
梨	22,589 (1.9)	22,065 (1.9)	20,892 (1.8)	20,677 (1.8)	19,770 (1.8)	-4.6
桃	26,385 (2.2)	28,289 (2.4)	29,176 (2.5)	30,288 (2.7)	31,669 (2.8)	4.4
ぶどう	28,443 (2.4)	31,719 (2.7)	31,877 (2.8)	34,867 (3.1)	34,102 (3.0)	-2.2
甘柿	34,001 (2.9)	33,442 (2.9)	32,546 (2.8)	33,202 (2.9)	32,628 (2.9)	-1.8
みかん	23,300 (2.0)	23,405 (2.0)	23,577 (2.0)	23,919 (2.1)	24,255 (2.2)	1.4
渋柿	42,634 (3.6)	44,969 (3.9)	47,307 (4.1)	49,259 (4.3)	50,010 (4.5)	1.5
その他	105,718 (9.0)	102,198 (8.8)	89,633 (7.8)	100,402 (8.8)	104,023 (9.3)	3.5

資料：農家及び漁家の経済調査、統計庁 2016.05.24.

### 2.3.2. 農家の所得における現状

2015年における農家の平均所得は、3,721.5万ウォンで、前年に比べて6.5%増加した。所得の種類別には、農業所得9.3%、農業外所得0.9%、移転所得15.9%、非経常所得2.8%と、すべて増加した。農家所得の中から、農業所得の割合は30.2%であり、農業外所得の割合は、40.1%である。

農業所得の増加は、作物の収入は減少した一方、畜産収入などは増加したことに起因する。移転所得は、基礎年金及び農業補助金が増えた影響で増加した。

(表 13) 種類別の農家所得

(単位：千ウォン、%)

区分	2012		2013		2014		2015		増減率 ( '15/'14 )
	金額	構成費	金額	構成費	金額	構成費	金額	構成費	
農家所得合計	31,031	100	34,524	100	34,950	100	37,215	100	6.5
農業所得	9,127	29.4	10,035	29.1	10,303	29.5	11,257	30.2	9.3
農業外所得	13,585	43.8	15,705	45.5	14,799	42.3	14,939	40.1	0.9
移転所得	5,614	18.1	5,844	16.9	6,819	19.5	7,906	21.2	15.9
非経常所得	2,705	8.7	2,940	8.5	3,029	8.7	3,114	8.4	2.8

資料：農家及び漁家の経済調査、統計庁 2016.05.24.

営農の形態別における農家所得は、畜産農家が 7,964.9 万ウォンと、農家平均に比べて 2.1 倍と、もっとも高い水準で、果樹農家が 3,403.9 万ウォンだった。

(表 14) 営農形態別の農家収支

(単位：千ウォン、%)

区分	農家所得	家計支出	資産	負債
平均	37,215	30,613	453,580	27,215
水稲	25,588	23,194	396,444	14,938
果樹	34,039	30,902	495,915	29,073
野菜	27,001	26,763	395,861	21,103
畜産	79,649	37,478	710,747	71,482

資料：農家及び漁家の経済調査、統計庁 2016.05.24.

## 2.4. 生産内訳及びコスト

本節では、いちごとぶどうを中心に、文献調査及びインタビュー結果をまとめる。

### 2.4.1. 流通コスト

流通において直接費には、運送料、梱包材費用、荷役料、手数料等が含まれており、直接費の総額は年々増加傾向にある。直接費は固定費としての性格が強いため、消費者価格の下落時には全体コストに占める割合が高くなる。果菜類の中ではいちごの直接費の割合（22.5%）が高く、果物類は甘柿（29.0%）とみかん（21.7%）が高かった。

いちごの場合、他の果菜類はもちろん、果物類と比較しても中間流通業者の-marginが小さい。これは包装して出荷する比率が高く、収集商（生産者と卸売業者との間の仲介業者）の介

入が少なく、作目班（共同で生産・出荷など行う生産者グループ）が発達しているのが理由であると思われる。

(表 15) 品目別の流通コスト

(単位：%)

品目	2013年				2014年				増減 (B-A)	
	合計 (A)	直接費	間接費	利益	合計 (B)	直接費	間接費	利益		
果菜類	すいか	34.3	12.0	15.6	6.7	34.0	14.0	15.6	4.4	-0.3
	甘瓜	42.2	14.8	12.3	15.1	42.2	14.8	12.2	15.2	0.0
	きゅうり	45.5	13.9	13.8	17.8	45.7	15.8	13.7	16.2	0.2
	ミニトマト	43.6	14.9	12.3	16.4	43.6	14.9	12.3	16.4	0.0
	いちご	41.3	22.5	12.5	6.3	41.3	22.5	12.5	6.3	0.0
	加重平均	41.0	16.3	13.3	11.4	40.9	17.1	13.2	10.6	-0.1
果物類	りんご	43.2	12.8	14.3	16.1	42.6	12.8	14.7	15.1	-0.6
	梨	46.8	17.5	14.6	14.7	49.3	19.4	14.3	15.6	2.5
	甘柿	52.5	22.8	15.0	14.7	62.7	29.0	14.5	19.2	10.2
	ぶどう	40.2	16.1	15.0	9.1	46.9	20.4	15.0	11.5	6.7
	みかん	54.0	20.6	14.1	19.3	54.4	21.7	14.1	18.6	0.4
	桃	36.9	14.5	14.7	7.7	37.3	15.3	14.2	7.8	0.4
	加重平均	48.6	18.7	14.6	15.3	51.8	21.0	14.5	16.3	3.2

注1：流通コスト41.3%の意味は、「消費者価格」から「農家の受取り金額」を引いたもの。

例：仮に「消費者価格1,000ウォン」の場合、「農家の受取り金額587ウォン」、「流通コスト413ウォン」であることを示す

注2：加重平均は、品目別の流通金額を適用して算出

資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

流通段階別の流通コストの割合は、一般的に小売の段階が20%以上で、割合が最も大きい。これは家賃及び人件費が多くかかり、再包装費用、商品の損失と減耗の発生が多いからである。

いちごは出荷段階(18.1%)が小売段階(15.8%)よりも高く、これは生産現地で小売商品の包装が完成され出荷されるためであると思われる。

(表 16) 段階別流通コスト

(単位：%)

品目	2013年				2014年				増減 (B-A)	
	合計 (A)	出荷	卸売	小売	合計 (B)	出荷	卸売	小売		
果菜類	すいか	34.3	6.8	8.4	19.1	34.0	5.8	8.4	19.8	-0.3
	甘瓜	42.2	8.8	7.3	26.1	42.2	8.8	7.3	26.1	0.0

	きゅうり	45.5	4.9	15.8	24.8	45.7	6.7	16.4	22.6	0.2
	ミニトマト	43.6	10.4	10.3	22.9	43.6	10.4	10.3	22.9	0.0
	いちご	41.3	18.1	7.4	15.8	41.3	18.1	7.4	15.8	0.0
	加重平均	41.0	10.8	9.5	20.7	40.9	11.0	9.4	20.5	-0.1
果物類	りんご	43.2	9.1	8.9	25.2	42.6	9.1	8.6	24.9	-0.6
	梨	46.8	14.3	9.6	22.9	49.3	15.1	10.1	24.1	2.5
	甘柿	52.5	19.8	11.1	21.6	62.7	26.3	12.6	23.8	10.2
	ぶどう	40.2	8.9	8.1	23.2	46.9	12.6	11.2	23.1	6.7
	みかん	54.0	15.1	11.1	27.8	54.4	15.9	11.1	27.4	0.4
	桃	36.8	10.5	8.6	17.7	37.3	11.2	7.5	18.6	0.5
	加重平均	48.6	14.1	10.1	24.4	51.8	16.4	10.7	24.7	3.2

資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

## 2.4.2. いちご流通の実態

### ○ 育苗及び購入

韓国いちご農家のほとんどが自己育苗（90%以上）を実施している。不足分は育苗場または農業技術センターで購入している。苗の購入価格は1株に250ウォン～350ウォンであり、一般的に300～400株（ハウス1棟：990㎡基準）を自己育苗して、それから7,000～8,500株を生産して定植している。

（図4）定植作業直後のいちご栽培施設



注：韓国忠南地域の農家（2016.09.09）の土耕栽培及び高設式水耕栽培の現状

### ○ 収穫・選別作業

収穫時期は、主要品種の「雪香」と「章姫」は、果肉の硬度が低いので、着色の割合が80%の時に収穫し、「レッドパール」は「雪香」や「章姫」より硬度が高いので、着色の割合が90%で収穫する。主な輸出品目である「梅香」の場合、硬度が高いが、ほぼ全量を輸出（主要

輸出市場である東南アジアまでは約2日かかる) するため、80%の着色で収穫している。

ほとんどの農家は、2～3人の作業員を収穫終了時まで常時雇用しており、栽培農家から1～2人が一緒に作業する。常時従業員のはほとんどは、外国人労働者であり、寝食及びおやつなどを提供している。

収穫作業は、気温の低い時期には、午前7時から18時まで、気温が高い時期には、午前2時から午前中までと、収穫時期によって作業時間が異なる。収穫したものは、独自の選別場へ移動して農家ごとに選別・包装するケースもあり、生産者団体共同選別場へ輸送して作業するケースもある。独自の選別の場合、小規模(10～15坪)のビニールハウスまたは簡易施設の選別場で、熟練した作業員(1～2名)が手作業で選別作業を行っている。輸出するいちごは、ほぼ全量を営農法人などの共同選別場を介して選別作業を行っており、午前に収穫されたもの等級別(特、上、中)で1次選別して2kg入りのプラスチック製のボックスに入れて、1トンの小規模トラックで共同選別場まで輸送し、共同選別場では、2次選別(再選別)した後、包装(PVC透明容器・発泡スチロールの箱)する。

※ いちごの輸出の大半を占めている(全体の90%以上)「韓国輸出いちご生産者連合会」によると、2000年代後半までは、1次選別時に、生産者が品質基準以下のいちごも共同選別場へ送る場合が多くあり、選別場で選別した後に廃棄されるものに対して生産者と連合会との間で論争となるケースが多かった。しかし、品質の重要性に対する継続的な教育及び説得の結果、現在は、問題が解消されている。共同選別場へ入庫されたいちごについては、選別作業者に絶対的な権限を与え、生産者からは関与できないようにシステムが揃っている。選別で脱落した分はジャムを作ることに活用し、連合会の運営資金として使用される。

1日当たりに1人が選別する作業量は、約100～150kgであり、収穫・選別・包装にかかる人件費は、2013年基準で40,000ウォンから50,000の間である。定植作業の真っ最中だった2016年9月に訪問調査していた忠南地域のいちご農家の人件費は1日当たり5万ウォンであり、収穫時にも同じ金額を支給するとした。

選別規格は、地域によって若干異なるが、等級の規格は、特、上、中、下級品で区分し、下級品は、主に出荷後期に増加し、主に加工用(ジュース、ジャムなど)として販売される。

(表17) いちごの等級別規格

(単位:g)

区分	特級品	上級品	中級品	下級品
1個当たり	25以上	17～25未満	10～17未満	10以下

注: 選別作業及び包装は、上記の規格に基づいて実施

規格別の割合は、地域・時期ごとに多少の違いがあり、出荷後期になると、気温上昇により熟期が速くなるので、商品性と味（糖度は低下して酸度は高くなる）が低下していくことになるし、特・上級品の割合が徐々に減少する

○ 包装規格

地域別、時期別に多少の差はあるが、出荷初期には価格が高く形成され、PVC 透明容器に小包装をした後、段ボール箱に入れて出荷している。これは、いちごの輸出時にも同じである。収穫量が増加する 3 月から、大型流通業者がプロモーションを行う時期には、バイヤーの注文により、発泡スチロール箱に入れて出荷するのが一般的である。

(表 18) いちごの包装規格

区分	内容
段ボール箱	内包装：0.5 kg または 0.75 kg PVC 透明容器 外包装：1.5 kg、2 kg 段ボール箱
発泡スチロール箱	1 kg または 2 kg 箱
PVC ボウル	2 kg、在来式市場に出荷。露店販売及び小売取引の際にも利用

○ 出荷

小規模栽培（ビニールハウスで 3～5 棟程度）農家は、農家から直接選別して作目班などを通じて市場に出荷している。ほとんどは、2 kg 段ボール箱で出荷し、一部は 1.5 kg 段ボール箱あるいは 1 kg 発泡スチロール箱で出荷している。大規模な栽培（ビニールハウスで 9～12 棟程度）農家のほとんどは、共同選別場を介して大規模な流通業者に納品している。2 kg・1.5 kg 段ボール箱及び 1 kg 発泡スチロール箱と、流通業者が要求している包装単位で納品している。

いちごの輸出時には、共同選別場で包装した後、冷蔵車を利用して空港に輸送している。

○ 小売価格

いちごの小売価格は、年平均で 1,000 ウォン程度（100g 当たり）であり、上級品と中級品の価格差は約 20% 前後である。

(表 19) いちごの年平均価格

(単位：ウォン/100g)

区分	上級品	中級品
2010	1,041	865
2011	973	827
2012	1,099	902



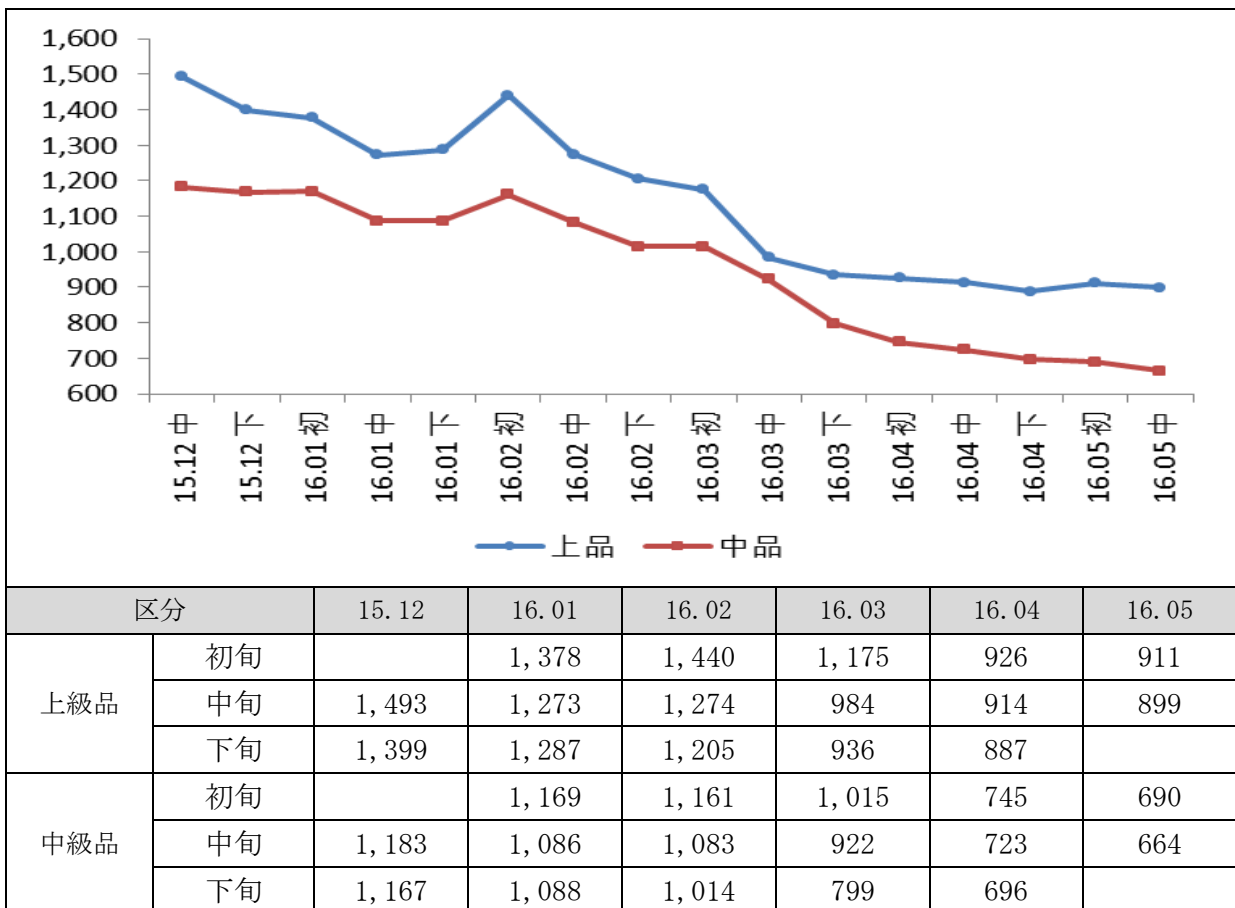
2013	953	816
2014	1,140	953
2015	1,129	920
2016	1,100	915

資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

2015年～2016年の間、いちごの月平均価格は、本格的な出荷開始時期の12月中旬に最も高い価格（商品 1,493 ウォン/100g）になるが、徐々に下落していく。消費が伸びる時期である2月初旬に再度高い価格（商品 1,440 ウォン/100g）となるが、その後は再び徐々に下落する。

(図5) いちごの月平均価格

(単位：ウォン/100g)



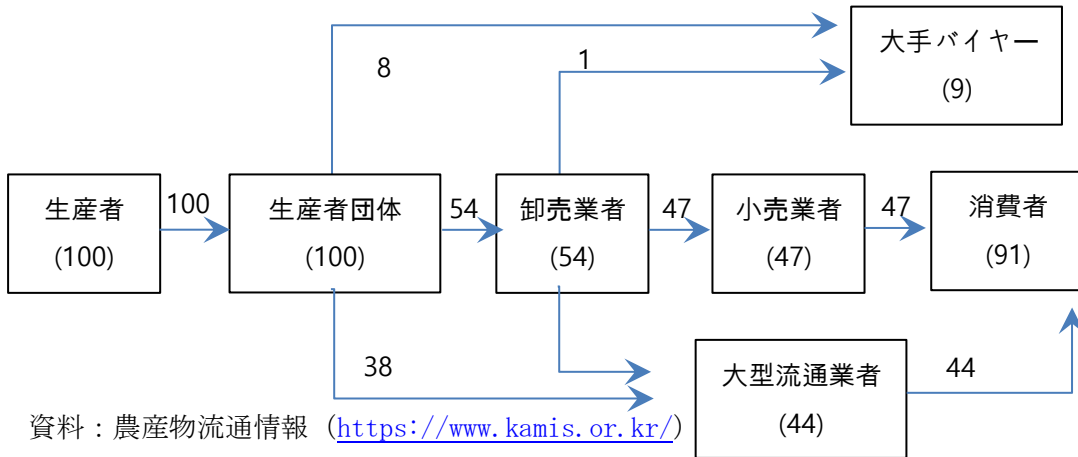
資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

○ 流通経路

生鮮いちごの一般的な国内流通経路は次の通りである。

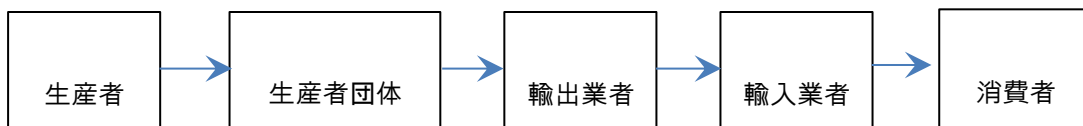
(図 6) いちご国内流通経路

(単位：%)



輸出の場合は、以下の通りである。

(図 7) いちご輸出の経路



輸出商品も現地共同選別場で直接包装して冷蔵車を利用して、空港まで輸送する。航空物流費は公開されていないが、輸出企業関係者によると、kg 当たり 1,600 ウォン程度だという。

### 2.4.3. ぶどう流通の実態

○ 収穫・選別作業

農家では、午前 6 時から 12 時までの間に収穫し、自分で選別し包装するか、共同選別場に輸送する。ぶどうの特性上、ほとんど農家で自ら選別して卸売市場などに出荷する。共同選別場

に送るものは、ほとんどが大規模流通業者などに出荷される。共同で選別する出荷物量は、農家で1次選別したものをPVCボックスに入れた後、共同選別場に運搬して、2次包装作業の後に出荷される。

一般的に、個々の農家単位（夫婦2人）で収穫・選別・包装をしているが、栽培規模が大きい農家や、出荷の最盛時期など作業量が多い場合には、一時的に外部人材を雇用している。1人当たりの収穫の人件費は、男性は80,000ウォンから90,000ウォン、女性は60,000ウォンから70,000ウォンである。1人が1日に選別する作業量は、正常品で5kg箱100～120箱、裂果が発生した場合は、60～80箱を作業している。

ぶどうの房の形と、粒の状態、香味の状態、着色程度、病害程度などを区分して選別・包装している。

(表20) ぶどうの等級別規格

(1房の重さ)

区分	特級品	上級品	中級品	下級品
キャンベル	450g以上	350～450g	300～350g	300g未満
巨峰	500g以上	400～500g	300～400g	300g未満

区分	上級品	中級品	下級品	
糖度	キャンベル	14 °Brix以上	12 °Brix以上	未適用
	巨峰	17 °Brix以上	15 °Brix以上	未適用
房(数)	キャンベル(5kg)	11～14房	15～17房	未適用
	巨峰(2kg)	3～4房	5～6房	7～8房

注：選別作業及び包装は、上記規格に基づいて実施

○ 包装の規格

包装単位はキャンベルが5kg、巨峰は2kg単位を中心に段ボール箱に入れて出荷している。キャンベル3kg単位は、大規模小売店へのお荷時、巨峰4kg単位は秋夕（韓国の祭日、中秋節）のプレゼント用に出荷されている。

(表 21) ぶどう包装資材の価格

区分	価格
ダンボール箱	巨峰：490～570 ウォン/2 kg キャンベル：800～865 ウォン/5 kg
ビニールラップ	50～80 ウォン/個
包装用三角台	35～45 ウォン/枚 (巨峰 2 kg)

○ 出荷

基本は、生産者団体（地域農協など）を通じて系統出荷したり、農家が近隣地域の共販場及び卸売市場などに直接出荷したりしている。また、一部は、個人の青果販売場に販売するか、路面に販売施設を設置して直接販売をしている。

(図 8) ぶどうの路面店



注：京畿道華城市内（2016. 09. 09）の路面店の様子

○ 小売価格

ぶどうの小売価格は、2011 年以降から下落してきたが、2016 年は少し回復した。2014 年の下落幅が大きいですが、それは、栽培面積は減少（2013 年 16,931ha→2014 年 16,348ha）した一方、作況が好調だったので生産量が増加した（2013 年 260,280 トン→2014 年 268,556 トン）のが原因である。継続的に輸入が増加したこと（2013 年 58,745 トン→2014 年 59,260 トン）の影響もあると思われる。

(表 22) ぶどうの年平均価格

(単位：ウォン)

区分	巨峰 (2 kg)		キャンベル (1 kg)	
	上級品	中級品	上級品	中級品
2010	15,043	10,579	5,770	4,912

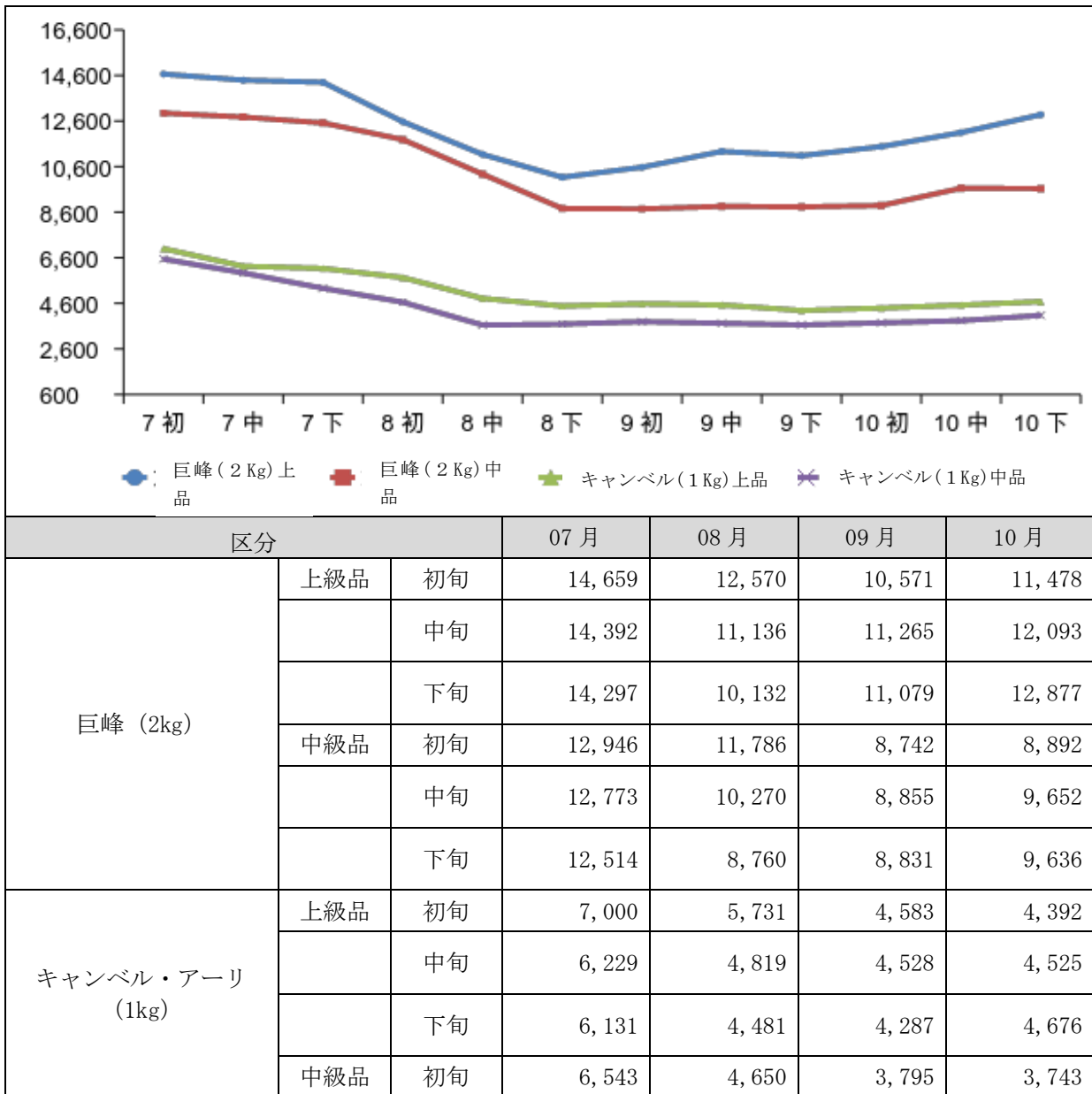
2011	15,473	13,101	6,170	5,410
2012	15,102	13,381	6,151	5,007
2013	15,064	13,264	5,769	4,871
2014	11,485	9,920	4,339	3,910
2015	11,458	9,895	4,872	4,089
2016	12,128	10,282	5,070	4,325

資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

2016年ぶどうの月平均価格は、本格的な出荷開始時期である7月が最も高く、その後から出荷量が増えてくるので、価格が下落していく。

(図9) ぶどうの月平均価格 (2016年)

(単位：ウォン)



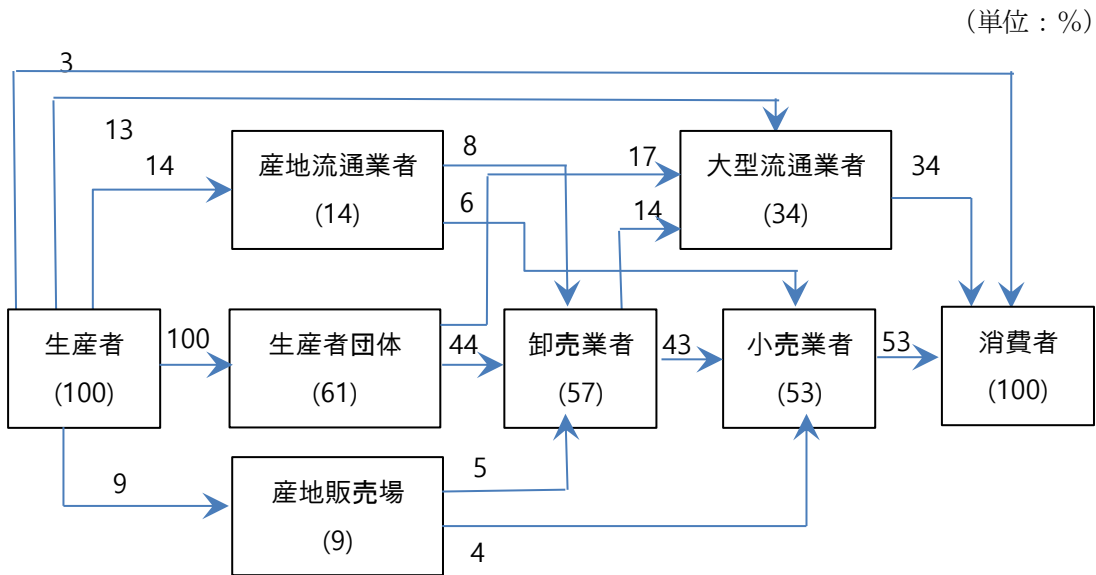
	中旬	5,935	3,648	3,725	3,842
	下旬	5,262	3,688	3,656	4,071

資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

○ 流通経路

ぶどうの一般的な国内流通経路は、次の通り。

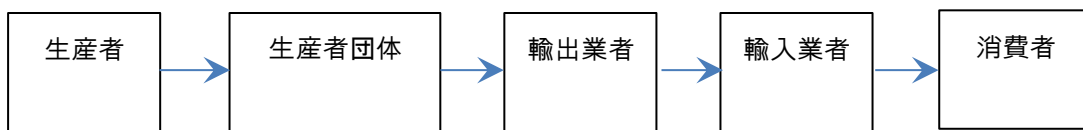
(図 10) ぶどう国内流通経路



資料：農産物流通情報 (<https://www.kamis.or.kr/>)

輸出の場合は、以下の通りである。

(図 11) ぶどう輸出経路



## 2.5. 国別・月別の輸出量及び金額推移

### 2.5.1. 農林水産食品輸出の総括

2015年の韓国の新鮮農食品輸出は、前年比10.6%減の10.0億ドル、加工食品は、0.9%増の51.0億ドル、水産食品は、6.9%減の19.3億ドルを記録した。

(表 23) 2015 年の農林水産食品の輸出実績

(単位：千トン、百万ドル、%)

区分	2014 年		2015 年		増減率	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額
農林水産食品	4,306.80	8,249.70	4,286.00	8,032.50	△0.5	△2.6
農林畜産食品	3,605.30	6,182.70	3,635.00	6,107.30	0.8	△1.2
生鮮食品	418.7	1,121.30	375.5	1,003.00	△10.3	△10.6
加工食品	3,186.60	5,061.40	3,259.50	5,104.30	2.3	0.9
水産食品	701.5	2,067.00	651	1,925.20	△7.2	△6.9

資料：農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社、「2015 農林水産食品輸出入動向及び統計」

生鮮農産物は対日本輸出の割合が 22.8%を占めており、円安の影響で、キムチ・花きなどの主要輸出品目の輸出が低迷したが、いちご・鶏肉などは、輸出が増加した。

いちごは対カナダの輸出検疫交渉が完了したので、カナダへの輸出が始まり、いちご出荷シーズンに合わせた販促・プロモーションイベントによりタイへの輸出が増加した。鶏肉は韓国の主な輸出先であるベトナムの所得向上による需要拡大と米国へのサムゲタン輸出が着実に増加した。

\* いちご (34.0 百万ドル、1.9%増)、鶏肉 (41.7 百万ドル、24.8%増)

一方で、対日主要輸出品目である花き類・キムチの輸出が減少し、中国景気低迷の影響で、高価な紅参製品の輸出が減少した。

\* 花き類 (28.5 百万ドル、30.0%減)、キムチ (73.5 百万ドル、12.5%減)、紅参 (65.4 百万ドル、24.1%減)

インスタントラーメン・ビール・飲料などの加工食品は、前年度レベルと同様に輸出が増加した。インスタントラーメンは辛い味のラーメン以外に、チーズラーメン及びプレミアムラーメン (じゃじゃ麺など) が人気を得て東南アジア地域に輸出が増加した。ビールについては、価格競争力を理由に、対イラク輸出が増加し、香港内の韓国産 ODM ビールの消費が増えたことで、輸出が増加した。飲み物は、新たに輸出されたコーヒー飲料及び大容量のエネルギー飲料の東南アジア地域の人気に押されて輸出が増加した。

\* インスタントラーメン (218.8 百万ドル、5.0%増)、ビール (84.5 百万ドル、15.4%増)、飲料 (17.2 百万ドル、4.2%増)

水産食品の輸出は、主な輸出先である日本の円安が続いており、一部の大規模水産食品流通業者の輸出が減少したため、輸出が多少減少したが、海苔の輸出額は3億ドルを超えた。ビタミン・タンパク質・カルシウムなどが含まれて健康に良いという点が知られ、米国の消費者に人気を得ており、中国でも海苔を食べるという文化が紹介され、味付け海苔、紫斑海苔に対する需要が増加した。牡蠣の場合、主要輸出先の日本国内の生産作況の悪化により、自国の供給物量が不足したため、韓国産冷凍の需要が増加した。

\* 海苔 (305.5 百万ドル、11.3%)、牡蠣 (95.9 百万ドル、44.8%)

一方、イカは北朝鮮・台湾産、アワビは中国・台湾産など、競争国産と比べ、価格競争力が落ちているため、中国、日本への輸出が減少した。

\* イカ (95.4 百万ドル、18.0%減)、アワビ (38.6 百万ドル、15.3%減)

## 2.5.2. 野菜類の輸出実績

野菜類は、対日輸出の主要な品目であるパプリカ、唐辛子、トマトなどが低迷したが、他の国（中国、台湾など）への輸出が増加することにより全体の輸出金額は増加した。

(表 24) 2015 年 野菜類 食品 輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014 年		2015 年		増減率	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	101,855	229,463	86,529	237,219	△15.1	3.4
パプリカ	23,138	79,611	29,376	85,154	27	7
野菜の種子	545	39,322	520	45,938	△4.7	16.8
いちご	3,657	33,374	3,698	34,010	1.1	1.9
唐辛子	3,242	15,236	3,138	14,195	△3.2	△6.8
トマト	5,538	13,737	5,738	12,592	3.6	△8.3
白菜	13,925	7,772	18,103	10,984	30	41.3
キャベツ	17,535	7,636	12,000	6,051	△31.6	△20.8

注：生鮮、冷蔵及び冷凍、一時保存、乾燥、ジュース、食酢・酢酸調剤、その他の加工を含む  
資料：農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社、「2015 農林水産食品輸出入動向及び統計」

生鮮いちごは、2015 年には 20 カ国以上に輸出されており、香港、シンガポール、マレーシアが主要な市場（84%）であり、香港内の需要増加により輸出が増加した。新規市場として、タ



イへの輸出、ミャンマーへの新規輸出、カナダ（2015年7月）、ベトナム（2016年2月）検査条件の妥結による市場開拓が可能になり、市場の多様化を図っている。

\* 2015年の香港におけるいちごの輸入実績：米国（3,526千ドル）、韓国（1,705千ドル）、日本（261千ドル）など。

（表 25）国別生鮮いちご輸出実績

（単位：トン、千ドル、%）

区分	2013年		2014年		2015年		増減率	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
合計	2,815	28,559	3,064	31,599	3,313	32,954	8.1	4.3
香港	1,040	10,668	1,122	11,616	1,323	13,751	17.9	18.4
シンガポール	955	9,267	1,121	11,075.80	1,083	10,412	△3.4	△6.0
マレーシア	362	3,226	401	3,629.90	416	3,649	3.8	0.5
タイ	241	2,574	229	2,702	309	3,095	34.6	14.5
日本	79	1,145	64	912	33	476	△48.2	△47.9

資料：農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社、「2015 農林水産食品輸出入動向及び統計」

2015年初の天候不順による生産減少、3～5月の高温持続による（輸出単価が低い）小果の集中的な出荷により、2014年比で生産数量は10%増加したが、輸出金額は1.3%の増加にとどまった。

（表 26）生鮮いちごの主要輸出市場の規模及び輸出占有率（2015年）

（単位：千トン、%）

区分	国名	市場規模(千トン)	韓国産の輸出量(千トン)		
			輸入量	輸出量	占有率(%) 競争相手国
主要輸出国	香港	6,379	1,705	26.7	米国
	シンガポール	3,827	1,175	30.7	米国、オーストラリア
	マレーシア	1,354	472	34.8	米国、オーストラリア
	タイ	1,333	309	23.2	米国、ニュージーランド
輸出可能国	ロシア	48,177	21	0.04	パレスチナ

資料：Global Trade Atlas (www.gtis.com/gta) HS 081010 (2015年基準)

### 2.5.3. 果実類の輸出実績

果実類の 2015 年の輸出実績を見ると、梨、甘柿の輸出量は、昨年レベルを維持したが、ウォン安により輸出金額は減少した。りんごの場合、市場を先占した効果とりんごの糖度及び品質向上により、輸出が大きく増加した。

(表 27) 果実類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014 年		2015 年		増減率	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	150,256	258,626	135,190	251,474	△10.0	△2.8
梨	23,142	62,318	22,706	58,360	△1.9	△6.4
甘柿	8,431	12,848	8,612	11,229	2.2	△12.6
りんご	2,378	5,787	3,664	8,713	54.1	50.6
ぶどう	672	2,475	876	3,525	30.4	42.4
みかん	3,038	4,028	2,802	3,299	△7.8	△18.1
キウイフルーツ	155	1,322	258	1,531	66.7	15.8
桃	334	1,135	231	906	△31.0	△20.2

資料：農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社、「2015 農林水産食品輸出入動向及び統計」

ぶどうの輸出量は国内全体生産量の 0.2%を占めており、非常にわずかである。主な輸出先は、米国、シンガポールで、それぞれ全体輸出の 26%、20%を占めている。2015 年に韓国と中国の間で検疫交渉の結果、果実類の中では初めて対中国輸出が可能となり、中国に輸出を開始した。

(表 28) 国別ぶどう輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014 年		2015 年		増減率	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額
合計	672	2,475	876	3,525	30.4	42.4
米国	231	838	267	941	15.7	12.2
シンガポール	142	444	175	654	23.4	47.5
香港	75	373	112	568	49.8	52.3
オーストラリア	26	109	53	282	102.8	157.8
その他	198	711	269	1,080	35.9	51.9

資料：農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社、「2015 農林水産食品における輸出入動向及び統計」

### 3. 主要品目の輸出振興方策

この章では、生産者及び生産者団体の統計情報が不足しているため、主にインタビュー調査と事例調査の結果を中心に産地からの輸出振興のための努力をまとめる。

#### 3.1. いちご

##### 3.1.1. 輸出振興のための産地の動向

- 産地（事業者）の概況

韓国の場合、生産者がダイレクトで他国に輸出することはほとんどない。輸出はもちろん、国内市場への出荷も地域農協、営農組合法人、作目班などの生産者団体を介して行っている。生産者団体の役割は、出荷の指導、市場情報の提供、営農資材及び包装材の供給、輸送など。また、集荷作業、農家別・出荷先別の請求書の整理、卸売市場での販売代金送金時の精算業務と産地流通センター（共同集荷場、共同選別場、低温倉庫など）の運営も行っている。

(図 12) 産地流通センター



水谷農協面農産物流通センター（2016.08）



出荷を待っているいちご箱の様子（2015.02）

共同選別場は、流通センターの中に所在しているケースが多く、主に地域農協で運営している。また、会員の規模が大きい営農組合でも共同選別場を運営するケースがある。韓国輸出いちご生産者連合会の関係者によると、連合会に参加している全ての営農法人は、共同選別場を運営している。

主な施設は、選別場、低温倉庫、予冷倉庫、ラッピング機、電動フォークリフト、コンベアベルトなどの設備を備えている。通常 20～30 人程度が 09:00 時から 18:00 時まで作業し、出荷量の増減に応じて作業人及び勤務時間を調整している。共同選別場の利用に伴う人件費及び包装材などは、農家ごとに精算する。

○ 生産コストの削減のための努力

いちご産地では営農コストの削減のために生産農家が集まって作目班、営農組合法人などが活発に活動している。作目班などは、主に会員農家が生産したいちごの付加価値を高めるための販売マーケティングに力を注いでいるが、生産コストの削減のためにも努力している。農機資材の共同購入及び公開入札を通じて生産コストを最大限に削減することも作目班の主な目的の一つである。

※ 生産者団体は、農家が自発的に組織した作目班から営農組合法人へと成長した。作目班の場合、生産コスト削減のための共同購入を実施した。営農組合法人は、生産コストの削減はもちろん、販売マーケティングなどの活動も活発に行っている。

共同購入及び公開入札などを介して生産コストを下げるように努力しているが、人件費と材料費の継続的な上昇により、生産コストも上昇している。農家及び営農法人などの生産者団体による生産コストの削減策には限界があり、aT と農林畜産食品部などの農政機関に品種開発、機器・設備の支援など、多様な提案を行っている。

品種の選択も、生産コストと関連が深い。韓国は 2002 年 1 月 7 日、植物新品種保護国際同盟 (UPOV) の加盟国となり、初年度に品種保護対象作物として稲などの 15 作物に対する指定を始め、毎年追加し、2012 年 1 月 7 日にはいちご、みかんなどのすべての作物を品種保護対象作物と指定した。

いちごの場合、韓国で栽培されている品種のほとんどが日本品種だったのでロイヤリティー負担の問題に直面していた。韓国政府は、2005 年に農業振興機関を中心としたいちご事業団を発足させ、韓国産の品種開発と普及に一層の努力を費やした。2006 年に日本の育種家と交渉して決裂したことも、いちご生産農家に韓国産いちご品種の普及が進むことになったきっかけとなった。

1992 年からいちご輸出を開始した水谷農協徳川営農組合法人は、2007 年中旬以降から「梅香」の栽培を拡大して輸出が急激に増えた。「梅香」の普及初期の 2002 年から栽培を開始したが、日本品種である「レッドパール」・「章姫」などとは栽培方法や生育条件、特性が韓国の気候などと異なり、生産するのに苦労していた。しかし、「梅香」を安定的に栽培するために、数年間の栽培ノウハウを盛り込んだマニュアルを 2007 年から法人独自で作成し活用することになり、その後、「梅香」の成長の可能性を肯定的に見た農家の参加が増え、「梅香」の栽培割合及び輸出量が増加した。

また、韓国輸出いちご生産者連合会の関係者によると、「梅香」を代替できる新たな輸出用

いちごの品種を探しているが、まだ農家の期待に応える新品種は見つかっていない。「梅香」の場合、硬度と糖度が高く、食感も良いという長所はあるが、果実が小振りで栽培するのに難しさがああり、病虫害対策も難しい。その理由により、国内市場の主要な品種である「雪香」に比べて生産量が 70～80%水準にしかない。したがって「梅香」の品種の欠点を補完する新品種を開発する場合には、生産コストの削減と輸出の活性化も実現できるとした。

#### ○ GAP、輸出相手国（地域）の規制への対応方法

安全性検査に関連する産地の努力は、主にいちごを輸出している生産農家を対象とする安全教育である。安全教育は、輸入国における残留農薬などの検疫要件に応じて、いちごを輸出する生産農家を対象に実施される。

安全教育は、輸出用いちごの主な産地の自治団体及び韓国輸出いちご生産者連合会の要請により、主に韓国農水産食品流通公社が実施している。

韓国輸出いちご生産者連合会は、安全性検査を農業科学院に依頼して検査しており、安全性検査に合格した農家に限り輸出ができる資格を付与する。いちごを輸出している代表的な営農組合である慶南晋州市の水谷農協徳川営農組合法人の場合、法人に参加している 57 農家（栽培面積約 396,000 ㎡）の全てが GAP 認証を取得しており、安全性と品質を体系化するために集団管理システムを導入した。土壌及び農薬残留検査、共同選別、収穫後の管理など、品質管理システムを構築し、特にいちご生産専門指導チームを作り、頻繁に発生する病虫害には、共同防除、薬剤処方なども行っている。

#### ○ 政府などからの支援の活用状況

韓国政府は、個別農家に対する支援事業を数多く展開している。いちご生産農家は、農家の状況に応じた現場コンサルティングなどの技術支援をはじめ、輸出農産物の安全性調査などの安全管理支援を受けることができる。

いちご農家の現場コンサルティングは、農村振興庁と地域の農業技術センターと一緒に栽培現場の問題点を分析し、解決策に関するコンサルティングを行うというもの。いちご定植及び定植後の管理要領作成や、病虫害防除のための教育も実施している。

忠清南道農業技術院果菜研究所論山いちご試験場では、いちごの生産性を向上させるために農家の現場を直接訪問して生育状態をチェックし、それに合わせた技術サポートのために毎月 1 回の定期コンサルティングを実施している。いちご生育の特性上、診断と処方のタイミングが非常に重要であるため、定期的な訪問のほか、農家でトラブルが発生した場合にはすぐに現場

に出動する問題解決チームも運営している。

いちご生産者（農家、育苗農家、作目班など）は、生産農家の結実安定のための花粉交配用ミツバチの提供、施設ハウスの高設ベッド、養液機の提供、生産用ビニルハウスの自動開閉装置・換気扇・転造盤など施設の近代化への支援、育苗農家を対象とした公共育苗施設及び接続ポートの提供など、さまざまな機械・設備の支援事業を活用している。これらの事業は、支援を希望する農家を対象に、補助 50%、自己負担 50%で行われている。

また、優良種苗支援事業を通じて、国産品種の苗を供給しており、いちごの休耕期を利用して、トマト・メロンなど短期栽培で収穫が可能な作物を栽培する事業も作目班単位で活用している。

#### ○ 産地（事業者）から見た今後の輸出拡大のための課題

産地から見た今後の輸出拡大のための課題について、いちごを輸出している生産者団体及び農家を対象にインタビューした結果、新品種の開発に対する要求が最も多かった。韓国から輸出するいちごの大半を占める「梅香」の場合、韓国内では主に流通している「雪香」と比較して栽培が難しく収穫量（「雪香」の 70%程度生産）も少ない。したがって、輸出している農家は、「梅香」と「雪香」の長所だけを結合した新しい品種の開発を希望している。

また、いちごの輸出が活性化されると、いちご農家が急激に増え、輸出価格が暴落する恐れがあるので、それを防止するために作目転換に対する政府の規制も必要だという意見があった。

### 3.1.2. 輸出までのバリューチェーン

#### ○ 産地から輸出港までの流通経路

いちごの大半は航空便を利用して、東南アジアなどに輸出されている。いちごは収穫、一次選別された後、生産者団体の共同選別場にて再選別（作業時間 09:00 時～18:00 時）し、更に輸出用として包装された後、輸出業者の冷蔵車両で、夜間に空港に運ばれ輸出される。

#### ○ 主な輸出国までの物流コスト（内訳別）及び輸送日数

航空貨物の物流費は公開されていないため、詳細には確認できない。ただし、東南アジア地域に主に輸出しているいちご輸出業者の関係者によると、kg当たり 1,600 ウォン程度だという。輸送日数は、産地から収穫後、2 日以内に、輸入国に到着する。

#### ○ 国内メーカー間の競争を回避するための手段及び方法（事例）

韓国は、国内企業同士の競争を避けるために、いちごの輸出時に、窓口の一本化を図ってい

る。生産者団体である韓国輸出いちご生産者連合会を介して一定品質以上のいちごが集荷され輸出を図っているが、輸出実務面では K-BERRY という組織が作られ、主に東南アジア地域で輸出している。

#### ○ 出荷（輸出）期間の延長及び品質保持、物流コストの削減の方法（事例）

韓国はいちごの出荷期間を伸ばすための方策として、硬度が高い「梅香」を主な輸出品種として栽培しており、貿易会社も「梅香」を主に取り扱っている。いちご生産者及び貿易会社の関係者によると、「梅香」の場合、鮮度に関連する現地輸入業者のクレームがほとんど発生しないほど、鮮度維持がしっかりしているという。

また、物流費削減のため、船便での輸出も試みている。海上輸送の場合、政府の「鮮度維持剤（いちごの場合、二酸化炭素処理剤）提供事業」を活用するという。船便での輸出は、まだ試験的に行われている段階だが、中国との検疫条件が妥結したため、輸送距離が近い中国には、海上輸送が可能になると期待されている。

物流コストについては、各企業の営業秘密事項であるため、確認できなかった。

#### ○ 政府支援の活用事例

物流支援事業には、鮮度維持剤購入の補助、航空共同物流の活性化、農食品海外共同物流センターの運営、中国内陸地域のコールドチェーンの構築などがある。

鮮度維持剤購入の補助事業は、鮮度維持剤（いちごの場合、二酸化炭素処理剤）の購入費用（消費税を除く）の 90%を補助しており、補助限度はメーカーごとに年間 3 千万ウォンである。

共同物流活性化事業であるが、輸出者が指定された輸出フォワーダーを使って輸出をする際に、海上運賃の割引を行い、輸出コスト削減を行うと同時に、割引見合いをインセンティブとして、その輸出フォワーダーに韓国政府が支払うというものである。割引提供限度額はメーカーごとに 3 千万ウォンである。

農食品海外共同物流センター運営事業は、海外バイヤー及び輸出業者（現地法人）を対象に、冷蔵・冷凍倉庫保管料の 80%を補助している。2015 年現在、13 カ国 44 カ所の共同物流センターを運営中である。

また、韓国貿易保険公社に委託している事業として、輸出保険支援事業がある。農食品輸出業者（水産物、林産物、タバコ類を除く）を対象に、為替変動保険（保険料の 95%補助、3 千万ウォン限度）、短期輸出保険（保険料の 90%補助、3 千万ウォン限度）などの項目で補助し

ている。

## 3.2. ぶどう

### 3.2.1. 輸出振興のための産地の動向

#### ○ 産地（事業者）の概況

韓国は、生産農家を中心に組織された地域農協、営農組合、共同事業法人などの生産者団体を介して輸出が行われている。生産者団体は、農家に対する営農資材・農資材購入資金の融資、生産及び出荷の指導、市場情報の提供、系統出荷の誘導、包装箱の共同制作及び供給などの役割を果たしている。また、農産物の集荷、農家別・出荷先別の請求書の整理、販売代金の精算業務と産地流通センター（共同集荷場、共同選別場、低温倉庫など）の運営業務も行っている。

(図 13) ぶどう産地流通センター



華城ぶどう流通（輸出）センター



天安ぶどう流通センター

共同選別場は、主に地域農協が運営している。主な施設は、選別場、低温倉庫、予冷施設、集荷場などが備えられている。選別人員は、通常、10～20人で構成され、09:00時から18:00時まで作業するが、出荷量の増減に応じて作業人員及び勤務時間を調整している。共同選別場の利用に伴う人件費及び包装材購入費などは、農家ごとに個別で精算する。

※ 作業の過程：農家で収穫物量の集荷→病虫害果及び裂果の除去→空気噴射による異物の除去→重量別包装（三脚台・美濃紙包装）→段ボール箱包装→ビニールラップ→出荷または低温倉庫（0～2℃）にて保管

#### ○ 生産コストの削減のための努力

ぶどう産地では、営農組合の主導で農機資材の共同購入及び公開入札などを通じて生産コストの削減を図っている。また、既存の農家同士協業することで経営規模を拡大し、生産コスト



を削減する事例もある。

○ GAP、輸出相手国（地域）の規制対応方法

安全性検査に関する産地の努力は、主にぶどうを輸出している生産農家を対象とする安全性関連の教育が挙げられる。

京畿道華城市の華城ぶどう輸出協議会は、栽培地の検疫、残留農薬検査などを介して高品質ブドウ輸出を図っている。また、華城から輸出するぶどうは、グローバル GAP 認証を受けており、米国、カナダ、オーストラリアなど、検疫条件が厳しい国にも輸出している。

○ 政府からの支援の活用状況

韓国政府は、個々の農家に対する支援事業を多様に展開している。忠北永同郡のぶどう農家は、ミスト噴射防除システム及び循環換気設備の設置、広報マーケティングなどの事業を活用している。京畿道華城市のぶどう輸出農家は、露地ぶどう農家の 100%が地方政府からの雨よけ施設の支援を受けて施設を設置した。

(図 14) ぶどう雨よけ施設



○ 産地（事業者）から見た今後の輸出拡大のための課題

産地から見た今後の輸出拡大のための課題についてぶどう輸出生産者団体及び農家を対象にインタビューした結果、国内業者間の過当競争を制裁する制度を設けることや、品種の多様化が挙げられた。

### 3.2.2. 輸出までのバリューチェーン

○ 産地から輸出港までの流通経路

ぶどうは、航空便と船便で米国、シンガポール、オーストラリアなどに輸出されている。生

産農家が収穫し、1次選別されたぶどうは、生産者団体の共同選別場に運ばれ、再び選別（作業時間 09:00～18:00）過程を経て輸出用として包装し、夜間輸出業者の冷蔵車両で空港または港に運ばれ、輸出される。

○ 主要輸出相手国までの物流コスト（内訳別）及び輸送期間

物流コストは公開されていないので、詳細確認ができなかった。華城ぶどう輸出協議会の場合、釜山港からコンテナ船を通じて輸出している。運送期間は、米国には15日、オーストラリアには20～25日程度かかる。

○ 国内業者間での過当競争を回避するための手段及び方法（事例）

華城ぶどう輸出協議会は、国内業者間の過当競争を防止するため、輸出業者を選定する際、輸出対象国1国に対して輸出業者1社を選定することを原則としている。過当競争により輸出価格が引き下げられると、品質も劣化し、結果的に韓国産ぶどう全体への信頼を損ねるなどの問題が発生するため、それを未然に防止することにある。

○ 出荷（輸出）期間の延長及び品質維持、物流コストの削減方法（事例）

韓国産ぶどうは、裂果及び脱粒が起きやすい方であり、長期保存及び流通が容易ではない。華城ぶどう輸出協議会は、ぶどうを収穫した後、4～5℃に急速に予冷した後、選別作業を開始する。また、選別作業場は10℃を維持して作業する。また、ぶどうを入れる箱に亜硫酸パッチを一緒に梱包して腐敗菌の生成を抑制して流通期間を延ばしている。

物流コストについては、各メーカーの営業秘密事項であり、コメントを得ることができなかった。

## 4. 韓国政府の支援政策

### 4.1. 農林水産品及び食品の輸出支援政策

#### 4.1.1. 支援政策の概要

韓国の農食品輸出額は、2015年に61.0億ドルを記録し、2000年代以降から着実に増加を続けており、政府も輸出拡大のためのさまざまな支援事業を展開している。政府の関心と関連機関などの努力下、1995年には1億ドル以上の農食品輸出品目が1品目に過ぎなかったが、2012年には10品目に大きく増えるなど、農業部門における輸出産業化推進の基礎を築いている。

2008年以来、農林畜産食品部は、食品産業振興政策を本格的に推進し始め、農食品輸出拡大政策も積極的に実施した。2012年までに農食品を100億ドル以上輸出することを目標として設定した政策に支えられ、農食品輸出は加工食品を中心に、2008年以降から急速に量的成長をした。

しかし、現在の農食品輸出は国内農産物と直接連携されていないか、または連携が少ない商品が大きな割合を占めている。農食品輸出で重要な点は、単に輸出規模の拡大ではなく、韓国産農産物の新たな市場を作って農家の所得を増大させなければならない。したがって韓国産農産物やこれを原料とした加工食品輸出が増えない限り、農食品輸出が大幅に増えるとしても韓国内の農業への貢献は限定的な効果しかない。

韓国政府は、今後、農食品輸出が韓国農業の発展を促進し、将来の成長動力になるには、純粋な韓国産農産物の輸出を増大させ、韓国産農産物の原材料を使用してもらうなどの方法を通じた輸出拡大が必要であることを認識し、様々な支援制度を設けている。

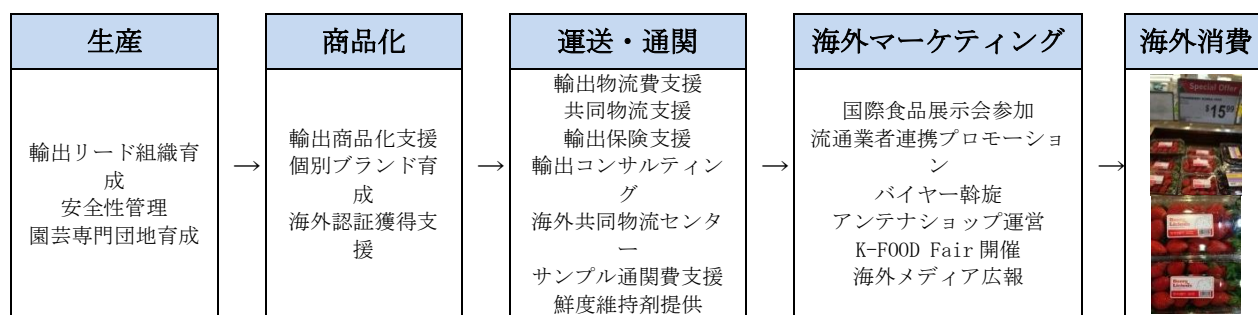
韓国政府の農食品輸出支援制度は、大きく生産組織、安全管理、市場開拓、物流支援、金融保険支援などに区分される。

(表 29) 韓国の農食品輸出支援制度

支援分野	事業名	事業概要
生産組織	園芸専門生産団地支援	政府指定の園芸生産団地に対する運営実態の点検（インセンティブ提供）を通じて安定的に輸出システムの構築を支援。
	有望品目商品化	輸出可能性の高い、高付加価値のある品目を発掘し、海外市場を開拓することによって輸出増加に寄与。
	品目別輸出リード組織育成	高品質農食品の安定的な輸出货量供給のため、生産から輸出まで一貫して品目別リード組織の育成を支援。
安全管理	輸出農産物安全性調査	輸入国の厳格な検疫条件等は、輸出時の非関税障壁になる恐れがある。そのため、輸出農食品の安全性確保の名目で、輸出農家及び輸出業者が残留農薬検査を行う際のコストなどを補助し、輸出環境を造成。
	輸出専門団地組織化教育	輸出に特化した高品質な園芸作物の安定的生産および流通のために、生産地域を「輸出集約型専門団地」として形成。輸出安全性の確保と生産基盤における競争力の強化。
	海外専門家招請コンサルティング	園芸専門生産団地の輸出農家を対象に、先進農業国の最先端技術、情報などを提供し、輸出専門のベテラン農家の育成及び輸出競争力の強化
市場開拓	大型流通業者連携プロモーション	海外大型流通業者と連携したプロモーション（試食、広報など）を通じて韓国農食品の取扱の拡大及び消費者認知度の向上
	国際食品博覧会参加支援	主要な海外食品博覧会への輸出業者の参加を募集し、韓国パビリオンとしての参加費用を補助。aT または関連機関が参加しない海外博覧会の場合は、個別参加費用を補助。
	バイヤーとの取引斡旋	海外の有力バイヤーを招聘し、大規模な輸出商談会を開催し、新規輸出取引先の開拓や、実質的な商談実施、契約受注等をサポートし、輸出実績の増加に寄与
	サンプル通関運送費支援	海外新規バイヤー発掘や、潜在的な輸出市場開拓に資するため、輸出業者が海外へのサンプル提供、及びテスト輸出を行う際に必要な通関費用、運送費用を補助
	個別ブランド支援事業	海外市場をリードするグローバルな農食品ブランド確立を目指し、個別ブランドの海外広報やマーケティングをサポートし、持続可能な輸出のきっかけを提供
	海外アンテナショップ運営	新規市場開拓の可能性を探るため、現地情勢に合わせた海外アンテナショップの運営事業費の補助
	グローバル K-FOOD FAIR	海外での広報・販促活動を行う K-FOOD 主催で K-FOOD FAIR を開催、輸出商談会による販促や韓国農水産食品の輸出の広報に寄与
	海外認証登録支援	輸出業者の海外認証取得費用を補助し、高品質、高付加価値商品の輸出を促進し、非関税障壁の克服に寄与
	FTA 関税活用支援事業	FTA 関税の活用を通じた輸出業者の価格競争力の確保、及び輸出機会拡大に資するため、原産地証明書が発給など諸問題についてコンサルティングの実施及び教育
	農食品輸出コンサルティング	中小の農食品企業が行う輸出について、初輸出から海外市場定着までの持続的なコンサルティングを実施
	農食品現地化支援	主要輸出国に対する輸出業者、及び輸入バイヤーの通関時に発生するトラブルの解消、更には市場拡大のための国別非関税障壁への対応など、調査・分析・広報の支援
	海外情報調査提供	韓国唯一の農林水産食品輸出情報専門サービスとして輸出に関する全ての情報を提供
	物流支援	生鮮農産物鮮度保持剤購入補助
航空共同物流活性化		輸送コスト削減を目途とした共同物流を担当する物流専門業者を選定することで、数量を集約し、常時一定数量以上を確保することで、輸出運送費の削減と物流競争力の向上に寄与
農食品海外共同物流センター		海外共同物流センターを通じた冷蔵・冷凍物流サービスの提供。高品質な農水産食品の安定的供給と新規市場の開拓を支援。
中国内陸地域コールドチェーン構築		冷凍・冷蔵物流のインフラ構築が不十分である中国内陸地域にコールドチェーンを構築することを支援し、中国内陸市場における韓国産の冷凍・冷蔵食品の参入を支援
金融保険	輸出保険支援	為替変動保険、短期輸出保険の加入費を補助し、輸出業者の安定的な経営を支援

資料：農水産食品輸出支援情報 (<https://www.kati.net>)

(図 15) 段階別輸出支援制度



#### 4.1.2. 主要品目別の支援政策

品目別に支援政策が別途設けられているわけではない。ただし前述の様々な輸出支援制度を、各品目ごとに活用している。また、支援実績は明らかにしていない。ただし、園芸専門団地の場合、品目を区分し指定して、運営実態を点検している。

(表 30) 園芸専門団地の現状 (いちご)

地域	団地名	代表者	生産品目
江原	大関嶺夏イチゴ (営農法人)	キム・デヒョン	いちご
忠南	ナム営農組合法人	ノ・ジョンヒョン	いちご、すいか、トマト
忠南	農業会社法人 (株) ファームスン	ソ・ジュンモ	トマト、メロン、いちご
全南	農業会社法人タムジンドル (株)	キム・ジョンウン	パプリカ、いちご、トマト
慶南	中部農協輸出農団	チェ・ユンヨン	ほおずき唐辛子、いちご、きゅうり
慶南	晋州大谷輸出農団 (日本、米国)	パク・サンジュウ	パプリカ、いちご、きゅうり
慶南	晋州水谷農協イチゴ輸出農団	チェ・ギョンイル	いちご
慶南	晋州北部園芸輸出団地	ホン・ギョンピョウ	いちご、ほおずき唐辛子
慶南	タルサラン・イチゴ作目会	イ・ヨンテ	いちご
慶南	アルチャン輸出営農組合法人	イ・ビョンホ	いちご
慶南	園芸農協輸出イチゴ作目班	カン・ボクウォン	いちご
慶南	晋州水谷農協イチゴ輸出農団	ムン・ビョンホ	いちご
慶南	農業会社法人 (株) ジョイファーム	イ・ブクオン	いちご
慶南	金海翰林農協イチゴ輸出農団	ジャン・スンクアン	いちご
慶南	農業会社法人ヨンジ	チャ・ジョングン	いちご

資料：農水産食品輸出支援情報 (<https://www.kati.net>)

(表 31) 園芸専門団地の現状 (果物類)

地域	団地名	代表者名	生産品目
京畿	華城ブドウ輸出協議会 (米国)	ユン・ヨブン	ぶどう
京畿	安城果樹農協 (米国)	キム・ジョンハク	梨
京畿	平沢果樹農協 (米国)	ジョウ・ヨンウク	梨
京畿	華城市梨輸出協議会 (台湾)	イ・ガブベ	梨
京畿	揚州梨営農組合法人	イ・ジェグク	梨
京畿	金浦市輸出梨作目会 (' 10. 12. 27 選定)	シム・チャンソプ	梨
京畿	水原地区園芸農協 (' 10. 12. 27 選定)	イ・ドクス	梨
忠南	成歡梨輸出団地 (米国)	パク・ソンギユウ	梨
忠南	論山梨輸出営農組合法人 (米国)	ユン・ソクギ	梨
忠南	牙山梨輸出団地 (米国)	く・ボンゴオン	梨
忠南	成歡梨輸出団地 (オーストラリア)	パク・ソンギユウ	梨
忠南	農心会	キム・ヨンデ	梨
세종	芙蓉金剛営農組合法人 (米国)	オ・ドウジン	梨
忠北	丹陽果樹営農組合法人	シム・ミョンホ	りんご
忠北	黄澗ブドウ作目会 (米国)	キム・ヒョンソン	ぶどう
忠北	三成輸出梨作目班営農組合法人 (三成梨作目班) (台湾)	ジン・ウジャン	梨
忠北	報恩黄土梨営農組合法人 (旧、九屏山梨) (台湾)	ベ・ガブシク	梨
忠北	忠北園芸農協忠州拠点産地流通センター	パク・チョルソン	りんご
全南	羅州梨輸出団地 (米国)	イ・サンゲ	梨
全南	谷城梨営農組合 (米国)	イ・ジェギユン	梨
全南	新安梨輸出団地 (米国)	チェ・ホンギユン	梨
全南	高興柚子輸出団地	チェ・ウンヒュウ	柚子
全北	高敞梨営農組合法人 (米国)	パク・ヒョンナム	梨
全北	金堤地平線梨営農組合法人	ギョン・ジジュン	梨
全北	チュンヒャンゴル梨連合会	バン・グムウオン	梨
全北	ジョンイル果樹営農組合 (カナダ)	パク・ホンソン	梨
慶南	新河東農協 (河東梨輸出団地、オーストラリア)	カン・ナムジュン	梨
慶南	慶南甘柿輸出団地 (慶南甘柿園芸農協 米国)	アン・スンハ	甘柿
慶南	昌原東邑農協 (米国)	キム・スンジェ	甘柿
慶南	晋州汶山農協 (米国)	ジョン・ソクジュウ	甘柿
慶南	北昌原農業協同組合	ソ・ジョンヒョウ	甘柿
慶南	金海進永農協甘柿輸出作目班	ジョウ・ヨンホ	甘柿
慶南	金海酒村農協甘柿輸出作目班	ジャン・ホジュン	甘柿
慶北	イムドン・りんご輸出団地	カン・ドウジン	りんご
慶北	尙州デミ梨団地 (エソ農協) (米国)	ジ・ジョンラク	梨
慶北	軍威黄金梨輸出営農組合 (米国)	ユン・ジョンファン	梨

慶北	沙伐親環境チャム梨輸出団地	イ・ジョンウオン	梨
慶北	慶州見谷団地（台湾など）	チェ・サンソプ	梨
慶北	西尙州農協輸出団地（米国）	ジョン・ヒヨン	ぶどう
慶北	尙州蜂蜜梨沙伐営農組合	イ・ドングン	梨
慶北	永川ブドウデミ輸出団地（錦湖農協）（米国）	ジョン・ユンシキ	ぶどう
慶北	尙州カナダ梨輸出団地	イ・マンヒ	梨
慶北	桃親環境営農組合法人	キム・ジンス	桃
蔚山	蔚山デミ梨輸出団地	キム・チョルジュン	梨

資料：農水産食品輸出支援情報（<https://www.kati.net>）

韓国農水産食品流通公社の関係者によると、品目別に支援制度が存在しているわけではないが、青果物に関連する支援事業は、品目の状況に応じて弾力的に運営されているという。青果物に関連する輸出支援事業を簡単にまとめると以下の通りである。

- 総合展示会（現地の有望展示会を含む）
  - 主な海外食品展示会に、国内輸出業者を募集して、国家パビリオンの形で参加することを補助（貸借費、装置費など、1ブースに該当する参加費用を支援）
  - 例）シンガポール食品展示会、バンコク食品展示会、インドネシア食品展示会、マレーシア・ハラル展示会、フィリピン食品展示会、ホーチミン食品展示会
  - 問合せ先：aT 海外マーケティングチーム（061-931-0881）
- 個別展示会
  - aT または関連機関が韓国パビリオンとして参加していない海外の展示会に個別参加を希望する時、貸借費、装置費などの博覧会の参加にかかる費用を補助
  - 問合せ先：aT 海外マーケティングチーム（061-931-0887）
- 海外プロモーション（総合、個別業者）
  - 海外大型流通店の連携プロモーション（試食、広報、プロモーションなどに所要される費用を補助）を通じて韓国農水産食品の入店の拡大及び消費者の認知度の向上
  - 問合せ先：aT 海外マーケティングチーム（061-931-0883）
- 海外アンテナショップ運営
  - 韓国農食品の新規市場の開拓及び進入の可能性を模索するため、ショップインショップ方式など、現地の状況に合わせて海外のアンテナショップ運営する事業（運営費の80%を補

助、箇所あたり最大3億ウォン以内)

- 問合せ先：aT 海外マーケティングチーム (061-931-0882)
  - グローバル K-FOOD FAIR (海外現地輸出商談会及び輸出広報)
- 海外輸出関連の広報コンテンツの開発及び配布、消費者に対するプロモーションを実施し、韓国農食品に対する広報及び輸出業者にバイヤーを斡旋
- 問合せ先：<http://global.at.or.kr> / aT 新需要創造チーム (061-931-0893)
  - 海外バイヤーの取引斡旋 (Buy Korean Food)
- 海外 aT が推薦する優秀バイヤーを招請し、大規模の「輸出商談会 (BKF)」を開催する時に、事前にマッチングされたバイヤーと 1:1 で商談できる機会の提供及び輸出取引の斡旋 (2泊3日あたりのバイヤー航空運賃、滞在費及び通訳支援)
- 問合せ先：<http://bms.at.or.kr> / aT 海外マーケティングチーム (061-931-0885)
  - 海外 aT センター自社化事業
- 農水産食品の輸出業者が東南アジア (ジャカルタ、バンコク、ハノイ) 地域に輸出を希望する際、バイヤーの斡旋、出張時における支援など、海外 aT センターを輸出業者の海外支社のように利用できる事業 (サービス利用料1百万ウォン)
- 問合せ先：<http://global.at.or.kr> / aT 海外管理チーム (061-931-0874)
  - 輸出商品化支援事業
- 新規の輸出有望商品の開発及び海外マーケティングなどの現地化を支援し、農食品の新たな成長動力の育成及び輸出の拡大に貢献 (事業費の 80%、新規有望商品開発に 60 百万ウォン、現地化支援に 30 百万ウォン以内を補助)
- 問合せ先：<http://global.at.or.kr> / aT 食品輸出チーム (061-931-0842)
  - 新商品広報支援事業
- 新規の輸出有望商品を発掘し、広報用パンフレット製作費、サンプル発送費の支援及び海外 aT 連携バイヤーへからの反応のフィードバックし、輸出業者の新市場開拓を支援 (4 百万ウォン以内を補助)
- 問合せ先：<http://global.at.or.kr> / aT 食品輸出チーム (061-931-0845)



- 輸出リード組織
  - 高品質の農食品の輸出物量を安定的に供給するため、品目別に生産から輸出までを一貫したリード組織の育成を支援（1 段階：最大 150 百万ウォン、標準物流費の 3%以内、2 段階：標準物流費の最大 5%を補助）
  - 例) いちご K-BERRY
  - 問合せ先：aT 農産輸出チーム（061-931-0822 / 0825 / 0828）
- 品目別の輸出協議会
  - 輸出業者の間で自主協力機構を構成し、輸出品の安全及び品質管理、共同マーケティングの推進、輸出秩序の確立など、農食品輸出の拡大を図る（共同マーケティング事業への補助は最大 2 億ウォン、最低 5,000 万ウォン）
  - 問合せ先：aT 農産輸出チーム（061-931-0827）
- 輸出農食品認証支援
  - 海外に農食品の販売のために必要である海外認証（ハラール、SNI、Global GAP など）の取得及び延長する費用を支援し、輸出の非関税障壁を解消（取得費の 90%、メーカーごとに 2 千万ウォン以内を補助）
  - 問合せ先：aT 農産輸出チーム（061-931-0826 / 0823）
- 個別ブランド支援事業
  - 海外市場をリードするグローバルなスター農食品ブランドを育成するために新鮮農産物個々のブランドの海外広報マーケティングについて集中して支援（総事業費の 50%以内、最大 180 百万ウォンを補助）
  - 問合せ先：aT 食品輸出チーム（061-931-0844）
- サンプルの通関、運送費支援
  - 海外新規市場及びバイヤーの開拓の目的で、農食品のサンプルを輸出する際にかかる通関・運送費を補助し、輸出先の多様化及び輸出先の拡大を図る（運送費の 90%、輸出者ごとに 10 百万ウォンを補助）
  - 問合せ先：aT 農産輸出チーム（061-931-0831）

- 輸出物流費支援
  - 中央政府、地方自治体から支援する品目を輸出する時は、標準物流費の一部を輸出業者に支援し、農食品輸出の拡大を図る（標準物流費の35%以内を補助）
  - 問合せ先：aT 農産輸出チーム（061-931-0826 / 0823）
- 輸出保険
  - 輸出業者に為替変動保険、短期輸出保険の加入費を補助して輸出業者の安定的な経営を図る（90%、10百万ウォン限度を補助）
  - 問合せ先：aT 農産輸出チーム（061-931-0826）
- 海外共同物流センター海外共同物流センター
  - 海外の冷蔵・冷凍物流インフラ（委託物流企業）を確保し、冷蔵・冷凍倉庫利用料の80%を補助する。高品質農食品の安定供給に貢献（運営地域：シンガポール、ホーチミン、ハノイ、バンコク）
  - 問合せ先：aT 海外管理チーム（061-931-0874）
- 共同物流活性化支援
  - 専門の物流業者を選定し、大規模で運送することで、輸出運賃の節減及び参加輸出業者へのインセンティブを提供（東南アジアの運営地域：ベトナム、シンガポール、タイ、フィリピン）
  - 問合せ先：atess.at.or.kr / aT 農産輸出チーム（061-931-0831）
- 輸出物流の効率化コンサルティング
  - 物流コンサルティング専門業者が農食品輸出業者を直接訪問して、物流コストの削減及び効率化のための最適化ソリューションを提供（コンサルティング費用の90~100%、2百万ウォン~50百万ウォンを補助）
  - 問合せ先：atess.at.or.kr、aT 農産輸出チーム（061-931-0831）

また、韓国は、輸出に関連する情報を提供するウェブサイトの運営及び B2B 取引の斡旋などの事業を行っており、農食品輸出における問題点を専門に担当する相談室も運営している。

- 農水産物 輸出支援情報（KATI）

- 韓国唯一の農水産食品における輸出情報専門サービスとして、海外市場の動向、貿易統計、輸出入制度など農食品輸出関連の各種貿易情報を提供
- 問合せ先：www.kati.net / aT 食品輸出情報チーム (02-6300-1404)
- インターネット取引斡旋 (AGROTRADE)
- 商品プロモーション、バイヤー発掘の機会提供、農食品取引斡旋など、全世界のバイヤーと韓国輸出業者を繋げる農食品専門 B2B サイト
- 問合せ先：www.agrotrade.net / 食品輸出情報チーム (02-6300-1404)
- 農食品輸出隘路相談室 (輸出情報 119 コールセンター)
- 農食品輸出時の隘路事項に対し、専門要員からの常時相談が可能。農食品輸出に関する海外市場情報など、必要情報の要求時にカスタマイズされた情報のワンストップ提供
- 問合せ先：www.kati.net / aT センター 1階 / (02-6300-1119 / 1670-1191)

## 4.2. 政府以外の機関・団体による支援政策

政府以外の機関及び団体からの支援政策は、主には産地の生産農家を対象に、市・郡の地方自治団体で実施している。支援事業の運営は、主に地方農業技術センターを介して行われている。

(表 32) 地方自治団体の支援事業事例

事業名	事業概要
果菜類結実安定のための花粉交配用ミツバチ蜂の巣支援	事業目的：結実の安定で、品質の向上及び農家所得の向上 事業費：80,000 千ウォン (補助 50%、自己負担 50%) 事業量：花粉交配用ミツバチ蜂の巣 900 箱程度 支援対象：いちご、 トマトなど果菜類栽培農家
いちご優良苗生産支援	事業目的：育苗方法の改善で病害虫の軽減及び高品質優良苗の生産 事業費：484,000 千ウォン (補助 50%、自己負担 50%) 事業量：公衆育苗施設 10,000m、連結ポート 35,000 個程度 支援対象：いちご育苗農家
いちご施設ビニールハウスにおける養液土耕栽培の支援	事業目的：高品質いちごの生産及び生産性の向上 事業費：80,000 千ウォン (補助 50%、自己負担 50%) 事業量：4,000 m <sup>2</sup> 程度 支援内容：養液土耕機械など 支援対象：いちご栽培農家
いちご高設栽培支援	事業目的：いちごの現代化農業基盤の調整を通じた競争力の強化 事業費：150,000 千ウォン (補助 50%、自己負担 50%) 事業量：5,000 m <sup>2</sup> 程度 支援対象：いちごの高設栽培を希望する農家 支援内容：高設栽培内部施設 (高設ベッド、養液供給装置など)
いちごにおけるビニールハウス施設の現代化支援	事業目的：施設の現代化を通じた高品質の農産物の生産 事業費：280,000 千ウォン (補助 50%、自己負担 50%) 支援内容：自動開閉機、換気扇など 支援対象：いちご栽培農家 (需要調査完了)

「清浄地域ブランド」いちご育成	<p>事業目的：いちごの現代化農業基盤の調整を通じた競争力の強化          事業費：48,000 千ウォン（補助 50%，自己負担 50%）          事業量：1,600 m<sup>2</sup> 程度          支援対象：いちご高設栽培に対する希望農家（需要調査完了）          支援内容：高設栽培内部施設（高設ベッド、養液供給装置など）</p>
いちご無病優良苗普及	<p>事業目的：優良苗の普及を通じたいちご栽培の競争力の強化          事業費：90,600 千ウォン（補助 50%，自己負担 50%）          事業量：151,000 株          支援対象：いちご栽培農家など、苗の購入を希望する農家（需要調査完了）          支援内容：韓国産いちご苗（「雪香」、「梅香」など）</p>
いちご休耕期のハイベッド活用の果菜類栽培テスト事業	<p>事業目的：いちごの休耕期を活用し、トマトやメロンなどの短期栽培で収穫が可能な作物を栽培して新しい農家所得の創出          事業費：50,000 千ウォン（国費 50%，地方自治費 50%）          事業量：1 箇所（1ha 以上）          支援対象：いちご高設栽培の農家（作目班、研究会など 5 農家以上）          支援内容：養液土耕装置、空気流動ファン、遮光自動化、地中灌水、環境に優しい農資材、種苗など</p>

資料：慶尙南道咸陽郡農業技術センター（<http://www.hygn.go.kr/hyatc.web>）

## 5. 主要輸出関連団体

### 5.1. 韓国輸出いちご生産者連合会

#### 5.1.1. 全国の概要

韓国輸出いちご生産者連合会は、韓国におけるいちご輸出実績の大部分を占めている団体であり、K-BERRY と一緒に韓国いちごの輸出をリードしている組織である。

- 所在地：慶尙南道晋州市
- 連絡先：055-758-2015（ハ・ドンホ会長）

(図 16) 韓国輸出いちご生産者連合会



韓国輸出いちご生産者連合会は、2010 年 7 月に輸出用の冬シーズンのいちごの 95%以上を生産している慶南地域の生産者らが、高品質の輸出用いちごの安定的な生産のために組織した「慶南輸出いちご生産者連合会」として始まり、2011 年 12 月には全国を代表する「韓国輸出いちご生産者連合会」となった。

いちごは 2000 年代初に 1,100 万ドルが輸出されたが、主な輸出対象国である日本から育種権の主張に基づくロイヤルティ支払いの問題と、原産地要求などが悪材料となり、2004 年度には、国全体輸出実績が 420 万ドルにまで下落した。また、当時は、営農法人などが個別で輸出していたので、国内企業間の競争などによるダンピングなどの問題が発生した。いちごの品質の差も大きく、低品質のいちごが韓国産の全体イメージを悪くするケースも発生した。そのため、均一な品質の維持と、適正単価を誘導し、生産農家の所得向上に貢献するため、試行錯誤を経て誕生した。

現在、18 の営農組合法人と、350 以上の農家が参加している韓国輸出いちご生産者連合会は、

資材を共同購入することでコストを削減し、輸出用品種と安全性の管理による高品質の輸出用いちごの供給、主要な輸出対象国・地域である香港、シンガポールなど東南アジア地域での過当競争の防止などを主な目的として活動している。

予算のほとんどは会費でまかなわれている。選別の過程で廃棄されるいちごを利用したジャムの生産などで運営費に加えることで、政府からの予算提供はない。

### 5.1.2. 輸出戦略

重点をおいて輸出を行っている国は、香港及びシンガポールなど東南アジア地域の国であり、同地域のほとんどの国に輸出している。連合会の関係者は、徹底した品質管理が重要な輸出戦略であるとコメントした。品質管理のためには、選別が重要である。商品が共同選別場に入庫した後からは、生産者は選別に全く関与できない。すべての権限を選別者に委任することになる。

また、連合会は、適正な単価を維持するため、輸出物量の調整、輸出市場現地でのプロモーション実施なども行っている。

一方、販路拡大のための努力として、欧州地域での販売を模索し、ロシアに少量を輸出しているが、まだ大きな成果は出ていない。

### 5.1.3. 今後の課題

韓国輸出いちご生産者連合会の関係者は、栽培することが難しく生産量が比較的少ない「梅香」を代替できる新品種が出てくることを希望しており、市場の拡大が必要な状況であるとコメントした。

現在、連合会傘下農家のいちご栽培面積は増えているが、市場の拡大は不十分な状況である。オランダなどからヨーロッパ地域のバイヤーが訪れたこともあるが、バイヤーが要求した価格に適合させるためには、農家からの受取価格を下げなければならず、それを農家が拒否したので、輸出にはつながらなかった。

## 5.2. 農村振興庁いちご輸出研究事業団

### 5.2.1. 事業団概要

事業団は、輸出用いちごの品種開発、輸出品種優良苗の大量生産及び普及、輸出現場におけるボトルネックの解決など、分野別に大きく分けて事業を進めており、各分野に、輸出促進チーム（10人）、品種育成チーム（7人）、栽培技術の先進化チーム（13人）で運営している。

- 所在地：全羅北道完州郡
- 連絡先：063-238-6640（キム・スンユ団長）

規模は、外部諮問団（5人）を含めて35人程度。各チームは、農村振興庁園芸特作科学院などの研究機関と学界、民間コンサルティング会社が参加し、外部諮問団には、韓国農水産食品流通公社（aT）といちご輸出協議会、いちご輸出生産者協議会などが含まれる。

特に、事業団を中心に進められるいちご輸出 R&D 事業は、年間 20 億ウォン規模の予算が投入される。このため、農林畜産食品部が 2022 年までに合計 8 年間、40 億ウォンの予算（毎年 5 億ウォン）を、農村振興庁が 2024 年までの 10 年間 150 億ウォン（毎年 15 億ウォン）の予算を投入する計画である。

農村振興庁は、国内いちご産業の競争力を高める目的で「いちご輸出研究事業団」を作って、2024 年までいちごの分野の研究開発（R&D）の基本計画を立てた。

事業団は、輸出戦略品種の育成と輸出品種の現場実証研究、輸出用の新品種優良苗生産と早期普及システムの構築、輸出隘路技術の解決と生産性を高めるための栽培技術先進化などの課題を推進する。

農村振興庁では、過去 10 年間のいちご事業団をいちご輸出研究事業団に再整備し、輸出と内需品種の開発・普及に注力している。その中に内需用品種の開発に力を入れ、韓国産品種の国内普及率が 90%以上に高まったので、今からは輸出用品種の重点的な開発によって輸出の拡大と内需市場の安定化を図る。

今後、優れた品種を継続的に開発し、韓国産いちごの優秀性が世界市場で認められることになると、国産いちごの輸出増大にも貢献し、農林畜産食品部の政策目標である「2024 年までにいちご輸出の 1 億ドル達成」という目標を早期に達成できると思われる。

### 5.2.2. 今後の課題

現在、韓国のいちご産業は、韓国産品種の普及率の拡大と農家所得の増大で、一見問題がないように見える。しかし、一方では重大な岐路に立っている。農村の労働力の減少に加え、栽培面積が少しずつ減少しており、1人当たりの消費量も 4.5kg 程度で停滞している。品種の側面では、国内向けの品種の場合、現在栽培されている品種の中では「雪香」が 81.3%を占め、輸出品種も「梅香」品種が 90%をも占めるなど、単一品種への依存度が過度に高い状況である。そのため、いちご輸出研究事業団は、収穫時期の調整や、様々な消費者の嗜好に合わせた品種

の開発や、品種の多様化を図ることなどを至急な課題としている。

### 5.3. K-BERRY

K-BERRY は、慶尙南道から出資した企業である「慶南貿易」と「エリム貿易」などの輸出企業 3 社が出資した合弁会社であり、aT の輸出リード組織として、主に東南アジア地域に輸出している。実際、K-BERRY で業務を始めたのは 2015 年 9 月からであり、まだビジネス実績は多くない。

K-BERRY ブランドで輸出しているが、その物量は多くない。出資した輸出業者がそれぞれ輸出業務を行っている。しかし、韓国政府機関の補助（運営費の 80%）と、主要ないちご輸出業者が連合して輸出窓口の一本化を試みたことは、過当競争防止及びブランド構築、品質均一化などの側面では、考えさせるものが多い。

- 所在地：慶尙南道昌原市（馬山港内）
- 連絡先：063-238-6640（キム・ジョンギョウ代理）

### 5.4. 華城ぶどう輸出協議会

2004 年 4 月、韓国・チリ FTA が締結されてから構成された華城ぶどう輸出協議会は、米国、オーストラリア、シンガポールなどにぶどうを輸出している。華城の輸出用ぶどうはグローバル GAP 認証を受けており、検疫が厳しい米国、カナダ、オーストラリアに続き、2016 年には対中国輸出団地として指定され、全世界に 200 トンを輸出できるものと期待されている。40 農家で構成された華城ぶどう輸出協議会は、栽培地検疫、残留農薬検査などを通じて高品質なぶどうの輸出のために万全の体制を整えている。

華城ぶどう輸出協議会は、輸出用製品の品質管理要領及び製品の包装方法などに対する情報を aT から入手し活用している。また、新規市場への進出時には、韓国内輸出業者と海外バイヤーの斡旋を受け、輸出契約を締結した。2005 年には園芸専門生産団地として指定を受け、2012 年には国内で初めて対カナダ輸出団地として指定された。その後輸出国は、アメリカ、香港、シンガポール、マレーシア、ベトナムなど、10 カ国に拡大し、2016 年には、アラブ首長国連邦も加わった。

現在、ブドウの供給は 40 人以上の会員の農家から、約 500 トンを調達しているが、共同購買・共同選別・共同販売・共同精算を原則としている。年間を通して出荷できる体制を整備するため、ぶどう食酢、ぶどうジャム、ぶどう果汁などの加工品を開発し、商品化とマーケティ



ング戦略を策定している。

- 所在地：京畿道華城市松山面
- 連絡先：031-357-3105（ナム・ユンヒョン代表）

## 6. 輸入国に対する現地調査

現地調査は、韓国産農食品の流通過程及び現地人の認識などについていちごを中心に調査した。調査対象国は、韓国産いちごの市場シェアが 30%を超えるシンガポールと、現在はまだ輸出実績が少ないが、最近輸出が大幅に増えており、潜在的な市場規模の大きいタイを対象とした。

### 6.1. シンガポール

#### 6.1.1. シンガポールにおける農食品の状況

シンガポールは、農水産物の生産が一部野菜類、観賞用魚類、洋ラン、鶏卵などに限定されており、穀物や果物の農業、漁業などはほとんど行われていない。シンガポールで消費される食品の 90%を輸入に依存している絶対的な輸入国であり、全体の産業の中で、農食品産業が占める割合は 8%に過ぎない。主な農食品の輸入相手国は、マレーシア、インドネシアなどの近隣諸国である。女性の就業率が 70.5%と非常に高く、外食中心の食文化を持っている。

#### 6.1.2. シンガポールにおけるいちご及び果物の流通現状

シンガポールは、輸入業者を通じた輸入形態が最も一般的であるが、最近では、大型量販店が直輸入する割合が増えている。唯一の農産物卸売市場である Pasir panjang Wholesale centre では、問屋が輸入業者から農産物を直接購入したり、輸入業者を兼ねる一部の問屋が直接輸入して販売している。

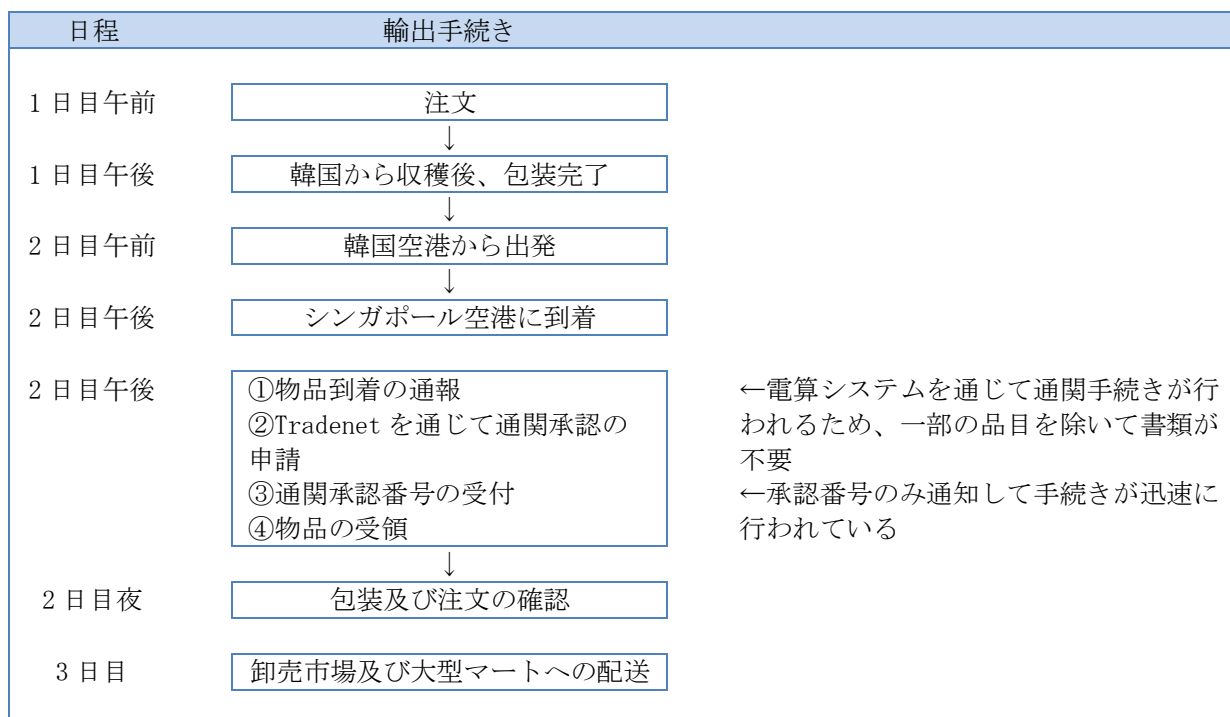
最大の流通業者は、Fair Price（約 100 カ所）で、主に中間所得層を対象としており、その他 Cold Storage（約 50 カ所）、Sheng Siong（42 カ所）、Giant、Carrefour などがある。

小売店で販売されているいちごの包装サイズは、250g が一般的であり、プラスチックパックに小包装し販売している。同じサイズであっても流通業者の業態の種類、原産地、販売時期等により価格差は大きい。

いちごの輸入量は 2015 年で 3,827 トンであり、この中で韓国産は 1,175 トンで、30.7%のシェアを占めている。韓国産の競合となっているのは、米国、オーストラリア、ニュージーランドなどである。一部、日本産が販売されているが、高品質かつ高価格で、購買層が一部の高所得に限られているため、中間層がターゲットである韓国産とは、直接競合関係にはないと思われる。

韓国産いちごの流通の流れは下記図の通り。

(図 17) 韓国産いちごの流通の流れ



資料：シンガポールにおける農産物の輸入及び流通に関する研究、韓国農村経済研究院

いちごの小売価格は、韓国産の場合、205g あたりに最低 3S\$（割引適用時）から 4.5S\$までとなっている。米国産の場合は、454g あたり 5S\$、一方日本産の場合は、200～250g あたり 10S\$と非常に価格が高い。調査期間中は、時期的にオーストラリア産いちごが主流であったが、価格は 250g あたり 3.25S\$だった。

(図 18) シンガポール現地の韓国産農産物



注：調査期間（2016.10）は、韓国産いちごのシーズンではなく、韓国産は見当たらなかった。

資料：現地訪問調査（2016.10）

JETRO シンガポール事務所によると、現地消費者のいちごに対する認識は、韓国産は、甘さが

特徴であると評価、日本産は甘さに加えて香りが良いことが特徴であると評価していた。他方、米国産は果実が堅く、酸味が強く、甘さが少ないと評価していた。米国産については、欧州系の消費者を中心に、料理用として購買している他、飲食店の業務用、調理用として主に使われているという。

シンガポールの輸入卸売会社である FRESHMART 関係者によると、市場に出回っている果物類の中で韓国産果物は、ほぼいちごに限定されるが、日本産果物と比較すると、商売のやり方が上手いと評価されている。すなわち、韓国産は大規模な販促活動を行うために必要になる、品質が均一ないちごが、量も十分に輸入されるが、日本産の場合、地域別、包装規格別、品質別に細分化されていることで、逆に販促活動を行うために必要な量を揃えるのが容易でないという。

一方で韓国産は日本産に比べて品種が少なく、品質は良い方ではあるものの、すべてが良いものだけではないという問題もある。商売だけを考えれば、これらの対策、管理をしっかりとしなければ、米国産などの低価格品との差別化が図れなくなる恐れがあるとした。一方で、日本産は品質面で確実に保証されており、これらの違いにより、韓国産と日本産との価格差が存在しているとの認識であった。

シンガポールの格安スーパーである SHENGSIONG は、韓国農産物を韓国の輸出業者から直接輸入しており、一部は産地と直に取引している。格安スーパーの特性上、価格の高い日本産農産物については、大量の買取販売はできず、一部委託販売だけ行っている。ただ、今後日本産農産物を取り扱う計画はあるという。SHENGSIONG では韓国産農産物は、高品質な商品として扱われており、品質的な問題は全くなかった。取り扱われている韓国産農産物の中で最も多く取り扱われているのは、船便利用の甘柿である。ぶどうといちごは、航空便利用であるにもかかわらず、取り扱われている量が比較的多い。

### 6.1.3. 韓国生産者団体及び政府からの支援

シンガポールでは、他の東南アジア地域に比べて韓国生産者団体および政府からの支援は多くない。おそらく市場規模及び成長の可能性を見て、多くの販促支援を必要としないと判断しているように見える。

FRESHMART 関係者によると、いちごの場合、プロモーションなどの支援が全くなく、ぶどうの場合、韓国 aT からサンプリングなどの支援を受けた。また、農食品展示会などでポスターを支援し、京畿道と aT から FRESHMART の配送トラックに広告を出すなどの支援を行った。

(図 19) FRESHMART 配送トラックの韓国ぶどうの広告



資料：現地訪問調査（2016. 10）

シンガポール現地の輸入業者や流通業者は、インドネシアやタイなどの他の東南アジア諸国と同様に、韓国政府からの政策的な支援を希望している。サンプリングの拡大と食品フェアの開催と、もう少し詳細な生産者情報が必要であるとした。

また、新高梨と甘柿などが中国から輸入される場合もあり、価格が下落しているという。これに対する韓国の対応も必要であるとコメントした。

## 6.2. タイ

### 6.2.1. タイのいちご及び果物の流通現況

タイでもチェンマイなどの北部山間地帯でいちごを栽培しているが、酸っぱくて果肉が大衆的に消費されていない理由で、生産量は極めて少ない。また、露地栽培により生産するため、味と品質は、30年前の韓国産いちごと同様の水準であると評価されている。

いちごの輸入量、輸入額ともに増加傾向にあり、ニュージーランド、米国、オーストラリア、韓国、日本などから主に輸入している。この中で韓国産いちごは 2015 年にタイのいちご輸入全体の 8.68%のシェアを占める。、2013 年から 2015 年までの韓国産いちごの輸入量は、年平均 13.94%の増加となっている。これは、K-Pop をはじめとする韓流ブームも一役買っているものと思われる。

全ての製品はプラスチックボックスで包装されて販売されている。包装の容量は、100g、250g、330g、454g など多様である。価格帯は、現地訪問調査時に「Driscoll's」の商品だけを取り扱っていて比較ができなかったため、過去の調査データを活用して確認すると下記の通りである。

(表 33) タイのいちごにおける小売価格の比較

製品名	原産地	容量 (g)	価格 (バーツ)	調査日時
Fresh by air Imported from USA	米国	100	49	2016.07
Driscoll's Strawberry	米国	250	179	2016.07
			229	2016.10
Ti Strawberries	オーストラリア	250	259	2016.07
輸入いちご1	米国	250	259	2016.07
輸入いちご2	米国	454	454	2016.07

資料：2016 年の農食品海外市場調査（いちご；タイ）、韓国農水産食品流通公社及び現地訪問調査

いちごの輸入は、食品の輸入許可を受けた輸入業者が行っており、市場では主に大型店舗で販売されている。韓国産いちごの主な輸入時期は 12 月から 3 月までで、米国（2～8 月）、オーストラリア（1～3 月、8～10 月）と競合関係にある。日本産は、あまりにも高価であるため、購買は現地の高所得者層に限られており、直接的な競合関係にはない。

韓国産の場合は、米国、オーストラリア産などに比べ、糖度と香りなどの面で評価が高く、品質的に競争力を持っている。日本産を除き、競合国間での価格差は大きくない。

タイでは、韓国外食企業である「TOMNTOMS」のいちごメニューが人気を集めている。韓国輸出シーズンに、旬のいちごを活用して、多様なメニューを提供している。韓国産いちごを利用した主なメニューとしては、「ベリー・ストロベリー・バター・ブレッド」、「ストロベリー・トルティーア」、「ストロベリー・パンチ」、「ストロベリー・エイド」、「ストロベリー・ラテ」、「ストロベリー・シロップ」などがある。

材料としては、韓国産いちごの主要な輸出品種である「梅香」ではなく、「雪香」を使用している。産地で収穫した後、2 日後にはタイに到着しているため、鮮度、品質は全く問題ないという。TOMNTOMS のタイ法人は、いちごメニューの人気に支えられ、3 月には 1 カ間の平均売上高が 10% 上昇した。また、TOMNTOMS のいちごメニューの新商品の発売開始により、韓国産いちごのタイ向け輸出が前年比 40% 上昇したと農林畜産食品部が発表した。TOMNTOMS は、いちごメニューの人気に後押しされ、新たに熟柿メニューを発表した。

(図 20) TOMNTOMS の熟柿メニュー (タイ)



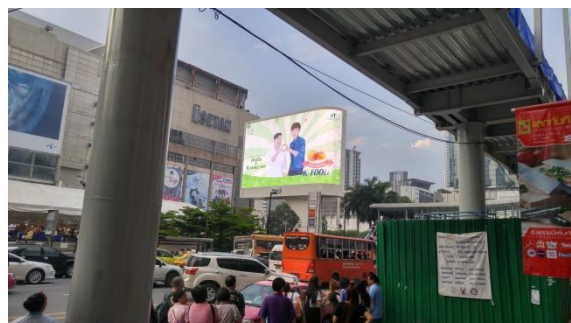
資料：現地訪問調査 (2016. 10)

### 6. 2. 2. 韓国生産者団体及び政府からの支援

タイでは、バンコク aT 事務所を通じて、多くの広報活動が行われている。タイの高架鉄道 (BTS) に韓国産いちごの広告を掲示 (電車の外壁、内部、プラットフォームなど) し、プロモーション (Korean Strawberry Festival) を実施した。プロモーションでは、韓国産の生鮮いちご、およびいちごを使った料理の展示、試食イベントなどを開催した。イベントにはタイの国営放送を招待し、韓国いちごの特徴と生産からタイの店頭までいちごの輸出過程を放映した。

このように、韓国政府は、タイ向け輸出有望品目としていちごを選定し、さまざまな支援事業を展開している。

(図 21) バンコク市内の屋外広告版の「K-FOOD Fair」広告様子



資料：現地訪問調査 (2016. 10)

また、現在、バンコク事務所の管轄範囲は、タイ、インド、ミャンマーであるが、人口 12 億のインドは、2016 年から 2017 年まで、GDP 経済成長率が 7.5%という高い成長率が予想されており、輸出先として有望と思われるが、検疫交渉が締結されておらず、韓国産いちごは正式に輸出できない。ただし、関心を示すインドのバイヤーが少しずつ増えているので、事前に輸出の準備が必要と思われる。

## 7. 成功事例

### 7.1. 水谷農協徳川営農組合法人

韓国から輸出される野菜の中、いちごの規模は、年間 3,400 万ドルと、パプリカを継ぐ第 2 位である。水谷農協徳川営農組合法人は、2002 年からいちごを輸出しており、いちごを輸出する組織の中では先行者となる。

現在、水谷農協徳川営農組合法人に参加している組合員は、57 農家であり、栽培面積は約 396,000 m<sup>2</sup> (約 12 万坪) にのぼる。農家で栽培しているいちごの品種は「梅香」と「雪香」がそれぞれ半分ずつ占めている。「雪香」は国内の大規模流通業者に納品し、「梅香」は全量を海外市場に輸出している。主な輸出相手国は、香港、シンガポール、マレーシア、タイなどの東南アジア地域に集中している。最近では、ロシア、ドバイにまで輸出を拡大している。

輸出価格は、1.32kg 当たり 1 万 6,000 ウォン、2kg 当たり 2 万ウォンで、かなり高い方である。いちご生産者組織が集まった「韓国輸出いちご生産者連合会」と輸出業者が主導する「いちご輸出協議会」が協力し、海外市場に進出しており、価格を安定させている。輸出は新鮮度を維持するために、一般的には航空便で輸出する。

水谷農協徳川営農組合法人代表のムン・スホ氏は、「東南アジアでいちごは、料理、ケーキ装飾用などに活用されてきたが、韓国産いちごが輸出されることにより、生食用に食べ始めた」とし、「韓国産いちごは高価格での販売となっているが、外国産と比べ、適した糖度と酸度、優れた食感を誇ることで、東南アジア市場を席巻している」と明らかにした。

韓国技術で育種した「梅香」は、輸出に最適な品種である。硬度と糖度が高く、歯ごたえもいいという長所がある。他の品種と比べても特出している。しかし、栽培が難しく、サイズが小さいという弱点も持っている。病害虫対策も難しい品種であるので、新品種の必要性を感じている。

ムン・スホ代表は、「新しい輸出用いちごを見つけるために、様々な品種を探しているが、まだ農家の期待に応えられる品種を見付けることはできなかった」とし、「研究機関が「梅香」品種の欠点を補完する、または新品種を開発する場合は、いちご輸出の活性化に寄与する」と明らかにした。

今後、徳川営農組合法人は、中国市場への進出を計画している。中国市場は地理的にも近く、船便が可能と見込んでいる。



輸出を行うにあたり、組合員を対象にした「集団管理システム」を導入した。具体的には、土壌及び農薬残留に対する検査、共同選別、収穫後の管理などの品質管理システムを構築した。特にいちごの専門生産指導チームを新設し、頻繁に発生する病害虫には、農薬の処方から防除まで共同で行う。ムン代表は「曇りの日や高温障害で発生する問題に関する情報を収集、蓄積し、問題に対して的確に対応できるように努力している」とし、「品質管理システム導入によって、中国市場への進出も可能となった」とコメントした。

また、いちご栽培農家に急速に拡散されている水耕栽培（高設栽培）に対する管理マニュアルまで備えており、安定した生産が可能である。水耕栽培は、過重な労働を軽減し、生産性も30%以上向上させることができるので、毎年栽培面積が増えている状況である。

ムン代表は「水耕栽培の導入の初期には、水素イオン濃度（pH）や電気伝導度（EC）の基準もなく、かなりの困難を経験したが、今は完全な管理システムを備えている」とし、「これにより、生産の安定性を確保したので、これまでのように、安全ないちご生産に注力する予定」とした。

## 7.2. ミャンマーにおけるいちごの輸出事例<sup>4</sup>

ミャンマーに韓国食品が進出したのは最近のことである。K-Pop、韓流ドラマをはじめ、韓流の人气が高騰したことをきっかけに「ロッテリア」がまずミャンマーへの進出に成功、その後「BBQ チキン」「焼肉ブラザーズ」といった韓国のフランチャイズ・ブランドも進出し、韓国料理を広めた。以降、バンコク aT は、2013 年にミャンマー最大の流通業者である「City Mart Holdings」と初の販促イベントを開催し、2014 年には第 2 回の開催と共に MOU を締結するなど、ミャンマー市場の開拓に拍車をかけた。

ミャンマーの場合、通関などの輸出環境は良くはないが、2014 年に aT とミャンマー第 1 の近代的な大型流通業者である City Mart との間で MOU を締結する際、韓国の生鮮食品に関心があったことを見逃さず、いちごの輸出についても提案した。特に、City Mart は、タイの Tops マーケットと同様に、直接輸入を行っているため、より重要な大型流通業者兼パイヤーである。

aT 本社の輸出事業処農産輸出部の協力を得て、City Mart の購買担当者に韓国いちごの長所、及びタイにおける販売状況を説明し、韓国産いちごの輸入提案を行った。これに対し City Mart 側からは、肯定的に検討をし、内部協議を行ってから回答するという回答があった。

---

<sup>4</sup> 韓国農水産食品流通公社、「海外市場開拓における成功事例集」参照

最初の肯定的な回答とは異なり、City Mart 側からは翌年 2015 年になっても、輸入に関する回答はなかった。いちごの収穫時期も考慮し、これ以上遅滞できないという認識から、商談を開始した。

同年 3 月、ミャンマー向けいちごの輸出を目指す輸出業者 A 社は、バンコク aT から紹介をされた City Mart に対しオファーを出した。

City Mart は韓国産いちごの長所（果実が硬く、長期の保存と輸送が容易で糖度も高く香りも良い）に関心を持っていたが、賞味期間が短いことや航空便であること、関税が 20%というコスト面での問題という二つの理由で、即答できない状況であった。

いちごシーズン終盤の 4 月、バンコク aT は City Mart における最初のいちご販売でプロモーションを補助するという販促支援を提案し、これを追い風として City Mart は初回 2 万ドルの輸入量を決めた。

4 月初旬、こうして韓国産いちごは、City Mart の主要な店舗の棚に並び、韓国は、世界に展開する米国に先んじてミャンマー市場に進出することに成功した。

ラジオや新聞広告が追い風となり、City Mart 各店舗で 4 月 1 日から始まった韓国産いちごのプロモーションでは、試食が購買につながるケースが多かった。City Mart は、最初に 2 万ドル、4 月末までに計 5 万 5 千ドルの韓国産いちごを輸入した。

韓国産いちごの価格は、330g 当たり 8 千ウォン（約 800 円）程度で、ミャンマー市場にとっては高価格であったが、平均所得の上昇、新興高所得者層の登場、子供の健康に関心の高い消費者の傾向などに後押しされ、良好な販売実績を収めた。

(図 22) ミャンマーでのいちごプロモーション





資料：韓国農水産食品流通公社

ミャンマーへの韓国産いちごの輸出と最初のプロモーションは、ターゲットを確実に決め、継続的なコンタクトと粘り強い提案により、結果を出した。それだけでなく、City Mart は、aT のサポートで 5 月にヤンゴンで開催した韓国商品展をきっかけに甘柿、りんご、松茸なども輸入を検討することにした。

(表 34) 2015 年の対ミャンマー初の輸出品目

品目	いちご	甘柿	桃	りんご	松茸
輸出額 (USD)	55,610	3,960	5,241	14,325	4,966

注：2015 年 11 月基準

資料：韓国農水産食品流通公社

バンコク aT は、2015 年に韓国産いちごから始まった農産物輸出を、輸出業者とも密接に協力しながら、段階的に規模を拡大していく計画がある。まだ物流費の負担が大きく、輸入業者の層が厚くないなど問題点は多くあるが、最後の「黄金市場」といわれる人口 5 千万人のミャンマーに、農産物輸出の最初の種をまいたことは、大きな意味がある。これからバンコク aT は、老若男女誰もが好きな韓国産いちごをニュージーランドのゼスプリキウイフルーツのように成長させようとしている。

### 7.3. 晋州水谷農協<sup>5</sup>

従来に「雪香」品種を栽培して E マートとロッテマートを中心に出荷していた水谷農協は、2006 年に輸出のための「作目班<sup>6</sup>」を形成し、本格的に輸出を開始して以来、毎年、急速に輸出額と輸出量を増やしている状況にある。

晋州水谷農協が本格的にいちごの輸出に乗り出したのは、新たな販売先の確保が目的であった。水谷農協地域のいちごは促成いちごであり、論山などの他の主産地に比べて1ヶ月ほど早い11月から出荷を開始し、11月から1月までは国内の大型流通業者に安定的に販売できる。ただし、論山地域のいちごの出荷が本格化する時期の2月には、出荷量が多く競合することから、国内に販売先を確保することが難しかった。

このため、毎年2月には価格が下落してしまうことから、新たな販売先確保のために、輸出に目を向けることになった。「いちご輸出農団」という作目班を構成し、国内向け品種である「雪香」を輸出用品種の「梅香」に切り替え、本格的な輸出に乗り出した結果、2014年に700万ドルの「輸出達成賞」を受賞した。2015年には1,000万ドルの輸出を目標に輸出事業に拍車をかけた。いちごを輸出してから変わったことは、輸出用のいちごを栽培する作目班の販売価格の向上だけではなかった。

国内向けいちごの出荷が減り、出荷シーズンピークの2月にいちごの販売に苦戦するという問題も緩和され、全体的な販売事業の安定化も確保できたということが水谷農協の説明である。

晋州水谷農協のいちごが海外市場で人気を集めるようになった理由は、輸出を専門とする作目班が体系的に機能しているという点である。イチゴ輸出農団のメンバーは、作目班員という使命感を持ち、組合ブランドいちごの信頼性を高めるために生産から出荷まで万全を期している。本格的な出荷期には、晋州水谷農協の作業所に100人程度が集まり輸出用いちごの選別・包装作業を行うほど事業規模が拡大した。

輸出を専門とするいちご輸出農団の会員87人は、輸出に有利な「梅香」の品種を主に栽培している。国内相場の騰落があったとしても、輸出用品種である「梅香」の相場には大きな影響がないため、安定的に数量を確保できた。出荷数量を安定的に確保できることで、海外市場へ

---

<sup>5</sup> 農協中央会、「世界の中の韓国農産物成功ストーリー」、2015.12.

<sup>6</sup> 農村の所得を高めるために農協が主管して作った組織として、作目別、地域別に5人以上が共同で生産及び出荷を行う組織。

の販売を担当する慶南貿易との信頼性も高くなった。結果輸出の拡大につながり、晋州水谷農協いちごのブランド力の強化につながった。現在、水谷農協のいちごは、香港とシンガポールで70%ほどが販売され、他の国で30%ほど販売される。

いちごは輸出の過程で品質が劣化する可能性が他の品目と比べて大きいため、農家で負わなければならないリスクも大きい。「カビの発生」等の品質問題でクレームが発生する場合、数千万ウォンに達することもあるので、農家の安定的な経営を損なう場合も多い。

品質クレームに備え、水谷農協では、農家に販売代金を精算する際に、代金の1%を「自助金」として出してもらい、クレームがつけられた場合には、農家の被害を補填する仕組みが有り、それが農家のセーフティネットになっている。

水谷農協は、農家向けに補助事業による様々な研修を実施し、農家の競争力を高めている。実際に農協はいちごの専門家や農業技術センター、大学教授などを招聘し、年間6回以上の研修を実施しており、最近では、オランダと日本などからいちごの専門家を招聘して研修を実施したこともある。

それに加え、水谷農協では、環境に優しいいちご資材の普及事業の予算として、年間1億5,000万ウォン以上を計上しており、生産農家の費用負担軽減と品質の向上を行っている。

晋州水谷農協は直接輸出を行っているのではなく、貿易会社である慶南貿易を通じて輸出を行っている。ただ、間接輸出ではあるものの、組合では、イチゴを出荷して終わりという姿勢ではない。

毎年2回程度、マレーシアやシンガポールなど、現地での海外プロモーションを行っており、特に香港の大型小売店では、直接組合員が現場に立って韓国産いちごをプロモーションする。それだけでなく、海外の有名農業特産物展示会にも積極的に参加して水谷農協いちごの輸出拡大を図っている。加えて、ブランドの広報のため、年間1億ウォン以上をかけて有名な子供アニメの「PORORO」の製作会社と契約を締結し、いちごの輸出時の包装材にPOROROのロゴを活用して水谷農協の認知度を向上させている。

(図 23) PORORO ロゴを活用したパッケージ



海外プロモーションに積極的な水谷農協ではあるが、2012 年に直接貿易を行うという目標で、事業を推進した。ただ組合にも負担が生じ、貿易に必要な専門性を確保するのに困難があったため、まだ実現していない。

組合の運営において選別場などの固定資産は、稼働率が低下すればするほど、組合の経営負担となる。しかし、晋州水谷農協は徹底した計画に基づいて選別場を運用し、年間の稼働率が10 ヶ月に達している。水谷農協本所の前に位置している選別場では、1 月から 3 月までは、主に輸出向けのいちごと国内向けのいちごを選別し、いちごの収穫が終了してからは、スイカを選別する。スイカの収穫が終わってからは本格的な栗の収穫時期となる。このように水谷農協の選別場が作業をしない期間は、年間に二ヶ月程度しかなく、これは組合の負担を軽減させ、より堅実な経営の基盤となった。

## 8. 結論及び提言

韓国は青果物をはじめとする農食品輸出支援事業が体系的に揃っている。農林水産食品部の委託を受けた韓国農水産食品流通公社でほとんどの支援事業を統括して実施している。農食品の生産から輸出まで支援事業を単一の機関で総括しているのは、韓国農食品輸出システムの長所と言える。また、主要国で海外事務所を運営しながら、農食品の専門知識を持っている担当者が現地の市場の状況を定期的に報告しており、韓国の生産者団体に多くの情報を提供していることも韓国農産物の輸出拡大に寄与しているものと思われる。

韓国はまだ農業の分野では WTO の途上国（WTO 協定を通じて 2018 年までには発展途上国で、その後は、5 年間の猶予期間を経て、発展途上国としての地位は喪失される）と見なされており、これを活用して物流費を補助できるという点も韓国青果物の価格競争力を高めている要因の一つである。

生産農家が自主的に組織した作目班、営農組合法人及び地域農協などで共同購入などを通じた生産コストの削減と販路開拓なども韓国産青果物の競争力向上に一助していると言える。

※ 現地調査の際に、日本もプロモーションを行っていた。しかし、自治体が主導で、目立たないような規模で行っていた。また、わずか数日違いで、他の自治体がプロモーションをしている場合もあった。

現地調査の結果、日本産いちごと韓国産いちごは競合産品と見なすことはできなかった。その認識と同様に、韓国の生産者や輸出業者も韓国産と日本産は顧客層が完全に別のものであると判断している。日本産いちごの競合産品は、他の地域の日本産いちごであるというのが現地関係者の考えだった。

最後に、韓国の場合、輸出の窓口を一本化する努力をしていることも非常に大きな長所と言える。韓国産産品の間で過当競争を防止し、適正価格を維持できる重要な要因である。作目班、営農組合法人など、生産者団体が集まって作った韓国いちご生産者連合会といちご輸出業者が集まって設立した K-BERRY のような窓口を単一化するための試みは、海外市場でも農産品の地域間競争を行っている日本に、考えさせるものが多いと思われる。

2016年度「輸出環境調査（果物・韓国）」

2017年3月作成

---

日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部 農林産品支援課

〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32

Tel. 03-3582-8348

---

禁無断転載