

韓国産パプリカ日本輸出急増要因の解明

誌名	農業経営研究
ISSN	03888541
著者名	林,俊秀 納口,るり子
発行元	全国農業構造改善協会
巻/号	54巻4号
掲載ページ	p. 108-113
発行年月	2017年1月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



韓国産パプリカ日本輸出急増要因の解明

- 韓国N貿易と日本D商社の連携を中心として -

林 俊秀・納口るり子

(筑波大学大学院 生命環境科学研究科)

Factors Elucidation of the Export Surge of Korean Paprika to Japan

(Toshihide HAYASHI, Ruriko NOHGUCHI)

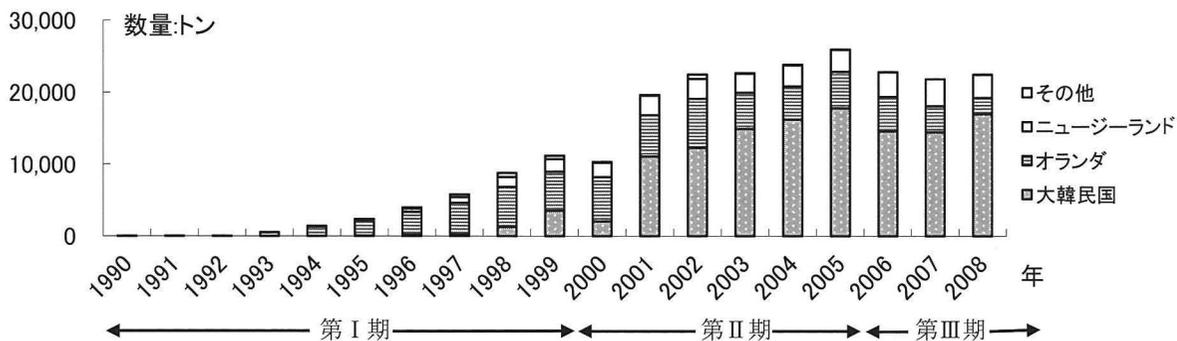
I 背景と課題

日本における野菜の輸入量は、加工・業務用需要に牽引され年間 300 万トン弱に達している。多くの輸入野菜の品目は、元来日本国内で生産されてきたものが大半であるが、本論文で分析対象とするパプリカは、輸入品により国内市場が形成され、後発的に日本国内の生産が開始された特異的な作目である。最も輸入量の多い韓国産は、2014 年には 23.8 千トンが輸入され、パプリカ全輸入数量 34.3 千トンの 69% を占めている。2000 年には

2 千トン余りに過ぎなかったが、翌 2001 年には 11.1 千トンと 5 倍以上に急増し、オランダ産と順位が逆転している。以後の輸入量の増加は、ほぼ韓国産によってもたらされている(第 1 図)。

韓国の農業背景は日本と同様に、四季があり山地が多く耕作面積割合が低い。一戸当り耕作面積は 1.5ha 以下と零細で、小規模農家中心である。主食は米であり、稲作の比重が高く農業政策上重要であるなど、状況が日本に似ている。都市部への人口集中などによる農業者の高齢化と後継者不足は、日本よりも急激で深刻である。

しかし、経済も急成長し物価・人件費とも上昇した韓国において、2000 年以降なぜパプリカの生



第 1 図 日本におけるパプリカ輸入数量の年次別国別推移

出典：財務省貿易統計より筆者作成

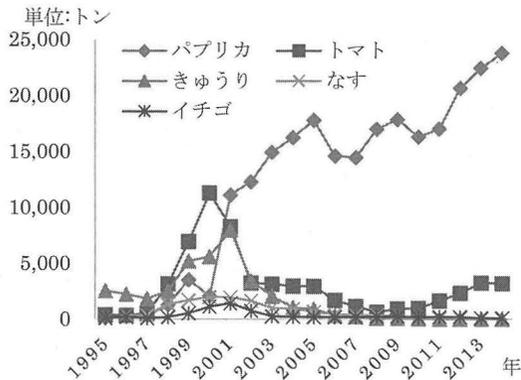
注：1) 1990～1999 年まではトウガラシ属またはピメント属の果実として集計されており、トウガラシやシントウが含まれる。

パプリカ単品として集計されるのは 2000 年以降である。

2) オランダ産が増加する時期を第 I 期、韓国産が急増する時期を第 II 期、停滞する時期を第 III 期とした。

産が拡大し、輸出産業にまで発展したのであろうか。パプリカの対日輸出拡大は、韓国の農業政策による成功例として、輸出する側の視点から報告されている^[10]。しかし、同じ政策を背景としながらもトマトやきゅうりの日本の輸入量は2000年までは一時的に増大したものの、その後はパプリカのように増え続けてはいない(第2図)。

本稿では、第1図の第Ⅱ期を対象に、韓国のパプリカ生産主体の形成と日本商社による産地への働きかけという相互作用、背景となった韓国の経済状況と政策支援に注目して、韓国パプリカ生産と日本への輸出急増の要因を解明することを課題とする。



第2図 韓国からの年次別野菜輸入数量

出典：財務省貿易統計

Ⅱ 調査方法

先行文献・統計等により現況と課題を整理し、パプリカ作付面積と日本への輸出量の推移などを把握した。さらにI・T・D社を含む日本輸入商社5社、韓国農林水産物流通公社、N貿易を含む韓国パプリカ産地・関係者への訪問聞き取り調査を行い、課題を整理して考察した。

Ⅲ 韓国パプリカ生産開始への背景

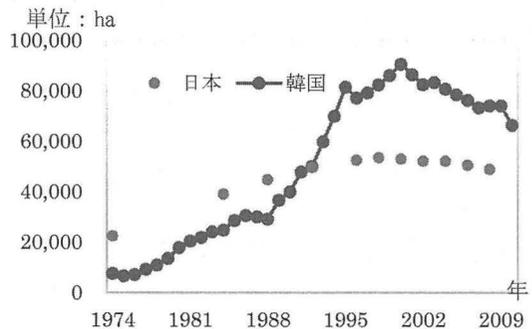
1 韓国農業の農政の変化

第二次世界大戦・朝鮮戦争以降1970年代において、韓国農業は食糧の確保と安定を命題に米麦を中心に増産された。

1986年、ガットウルグアイランド合意に前後して、韓国農業の生き残り策として、大幅な農業予算増と特定部門への集中投資が行われた。1993年に成立した金泳三政権では、農業を industry と認識し、守る農業から攻める農業への転換を図り、主に生産基盤の整備が行われた。これは1998年からの金大中政権においても引き継がれ、流通改革・輸出拡大へと転換してきた^[11]。

2 施設野菜の生産拡大と経済危機

1980年代においては、統計上における韓国の施設園芸面積は皆無である。その後、UR対策費として各種事業による手厚い補助金が投入され、1993年には日本の施設園芸面積を上回った(第3図)。水稲生産者などが高度な装備を備えたガラス温室を建設した。投資額が大きくても高品質な野菜や花きを生産し、日本市場をターゲットに輸出すれば採算性は確保できるはずだった。しかし、輸出向け野菜の品質要求は厳しく、必然的に商品化率の低下や選果コストの上昇を招いた。また、日本側の買い付け量の変動や、重層化した流通経路により、韓国生産者の手取りは低かった。



第3図 日本と韓国の施設園芸面積の推移

出典：日本、農林水産省生産局編

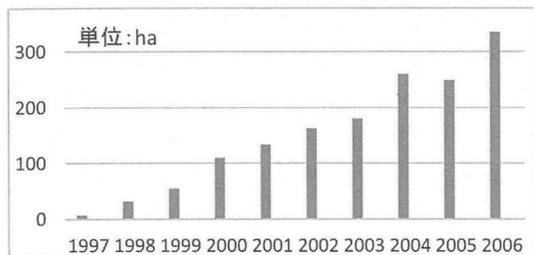
韓国、農林畜産食品部 「施設野菜 温室現況および野菜類生産実績(2014)」より筆者作成

韓国内市場へは、輸出規格に漏れた野菜や、輸出を見込んで無計画に生産された野菜が流入した。さらに1997年に韓国経済はアジア通貨危機に襲われ、財閥企業の破綻が相次ぎ、経済の低迷や農産物価格下落に喘いだ。ウォン下落による原油や肥料の高騰に加え、重装備型温室の返済がのしかかり、負債農家が大量に発生して社会問題になった³⁾。

3 韓国におけるパプリカ生産の始まり

韓国におけるパプリカ生産は、1994年済州島において大韓航空が機内食用として1.1haのガラス温室で栽培したのが、本格的生産の始まりとされている⁴⁾。以後、増大の一途をたどり2006年には335haにまで拡大した(第4図)。

同時期の1994年、全羅北道Z組合のC農家が、スイカから転換しパプリカを生産を始めた。C農家は、翌1995年に1haのオランダ製ガラス温室を建設し、同時にオランダ人技術者を召喚して、パプリカ生産を本格的に開始した。



第4図 韓国におけるパプリカ栽培面積の推移

出典：韓国農林畜産食品部

IV 日本のパプリカ輸入創生期と、 韓国産地・輸出体制の形成

1 オランダ産による日本市場開拓

財務省輸入統計によれば、1990年にサウジアラビアから250kgの輸入値が読み取れ、I商社からも試験輸入をしたパプリカの数量と同一であると証

言され、これが日本におけるパプリカの初輸入だと思われる。しかし、1991年湾岸戦争の勃発により商業ベースの輸入継続には至らなかった⁵⁾。

本格的な輸入の開始は、1993年のオランダ産であり、473トンが輸入されている。以後2000年の6,192トンまで、日本市場を切り開いてきたのはオランダ産であり(第1図)、日本側の主たる輸入主体はI商社である。

1993年から1999年の東京中央卸売市場におけるオランダ産ジャンボピーマン(当時の呼称)のkg単価は600~800円で推移しており、特定の量販店向けに販売され、さらにT商社が業務需要向けとして追随しているが、価格的には高価な野菜であった(第1表)。

また、1991年から1993年の間、わずかではあるが韓国からも毎年1~9トンが輸入されており、I商社およびD商社も済州島のパプリカを輸入したと証言している⁶⁾。

注1) 同じように1990年からニュージーランドから毎年数トン程度の輸入数量も読み取れるが、パプリカであるかどうかは未確認。

注2) したがって、前項の大韓航空の本格栽培以前にも小規模でのパプリカ生産が韓国において開始されていたことがうかがえる。

第1表 国別のパプリカ輸入コスト

単位：¥/kg

輸出国	産地出荷価格	輸送コスト
オランダ	140~150	300~400 (空輸)
韓国	250	40 (フェリー)

注：価格は、オランダは1990年後半、韓国は2000年当初の数値で、複数の商社よりの聞き取りによる(韓国については韓国農林水産物流通公社を含む)。ただし、季節や物量等により変動するので参考値扱い。

2 D商社の参入と産地拡大

D商社はI商社やT商社より後発であったが、1994年にトップ命令により、韓国産パプリカの開発輸入に参入した。韓国産を選んだ理由は、オラン

ダ産では空輸コストが高く、日本で広く普及するには至らないとの判断からであった(第1表)。

当時 I 商社は、生産拡大している韓国施設野菜から日本向けの品目を探索しており、C農家をD商社へ紹介し^{注3)}、交渉を経て取引を開始した。しかし、C農家の生産する1haでは絶対量が不足していた。D商社の担当者は、近隣のバラや菊の花き温室農家やミニトマト農家へもパプリカ生産を勧めた。当初、C農家は栽培技術の流出について慎重であり、近隣への生産拡大を嫌った。しかし後には、合同でのオランダ技術者招聘や、泊りがけでの勉強会・技術情報交換会を定期的に行うようになった。

1996年にD商社は韓国人のY氏を雇い、さらなる産地拡大を図った。韓国での取引では、顔見知り・人脈・コネが重んじられる。D商社はY氏を顧問として産地開発の責任者に配置し、本格的なパプリカの開発輸入に着手した。そして、Z組合とともに近郊農家へパプリカ栽培を拡大した。当時の韓国は、経済危機下にあった。農家の経済状況は厳しく、パプリカへの転換は、品目変更という生易しいものではなく、既存施設を活かした起死回生策であった。借金返済のため背水の陣でユリからパプリカへ転換した事例もあり^{注4)}、Z組合も他法人の不採算温室を買収してパプリカ栽培を拡大した。その結果1999年には、従来、花き輸出を行っていた大規模法人Aファームを始め、12 営農組合法人(農家 60 戸)にまでパプリカ栽培が拡大した^{注4)}。個々の経営の規模拡大よりも、他作物からパプリカへの品目転換により、栽培面積が急増した^{注4)}。これは数量確保が必要なD商社にとって好都合であったし、このことにより経営難から脱出した農家もいた。こうした経済的・経営的背景は、韓国におけるパプリカ生産急拡大の主要因の一つである。

注3) I 商社と D 商社は、当時エージェントの関係にあり、D 社が主に産地開発を行い、I 商社が物流や決済を担っていた。

3 N貿易の誕生と課題克服、そして拡販

(1)集出荷施設の設置とシェア拡大

生産の急速な拡大は課題も生んだ。選別は全て個選だったので、生産者間による品質格差が目立った。また輸出の取りまとめも不十分で、集出荷施設や選果場も不足していた。そこで1999年に、Z組合・Aファームが主体となりN貿易が設立された^{注4)}。これは実質的に、D商社への輸出を行う専門会社であった。言い換えれば、D商社があったからできた会社である。選果場の建設には補助金が投入され、その獲得にはD商社のY氏が尽力した。さらに、規模拡大を目指す農家は温室建設の補助金を獲得し、燃油代や選果場のパレットにも補助が充当された。

産地は慶南や全南にも拡大し、N貿易が集出荷と選別を行って日本向けに輸出し、荷受するのはD商社であった。2000・2001年においてN貿易は扱ひ量の99.0%以上を、2002年でも96.2%を日本向けに輸出していた(第2表)。先行文献でも、2000～2001年の日本市場における韓国産パプリカ輸入量の5割をD商社は占めていたとされている^{注4)}。また、日本の他商社からも、D商社は、最盛期には韓国産パプリカの約6割を扱っていたとの証言がある。さらに、2000年から2005年における韓国産パプリカの対日輸出割合は99.3～99.7%で、拡大した生産は全てが対日輸出だった^{注4)}。

注4) N貿易の代表取締役には、C農家の長女が就任し現在に至る。

第2表 N貿易の生産量・輸出量とD商社の輸入量

		単位: t, %		
社名	内訳	2000	2001	2002
N貿易	輸出量 A	3,533	4,977	4,780
	生産量 B	3,570	5,020	4,970
	輸出割合 A/B	99.0	99.1	96.2
D商社	全輸入量	3,625	3,834	3,444

出典：各社のデータより筆者作成

注：D商社の数量は、韓国外の輸入数量も含む。

(2)農薬残留問題とID登録制度

輸入数量の拡大にともない、クロルピリホスなど

の残留農薬問題が繰り返し発生した。全量検査や輸入ストップの措置も取られた。また対策として ID 登録制度が導入された。この制度の内容は、輸出を目指す農家(団地)は、輸出目的の生産をするという申請をし、書類によるチェックが行われ、輸出圃場である看板が設置される。具体的な日本向けの(農薬)指導や立入検査が行われ、生産台帳の記帳も必須とされる。出荷前にはサンプル抽出による農薬残留分析が行われ、不適切な分析結果が発見されれば、出荷は水際で止められる。

この仕組み作りのために、JGAP や日本の大手流通の圃場管理手法が D 商社によって紹介された。運用にあたりパプリカ生産者の結束力は強く、そのリーダーとしての N 貿易を韓国農林水産物流通公社東京 at センターは高く評価している。N 貿易自らの集出荷選果場も ISO9001 認証を取得し、食品工場並みの清潔度を保ち規則順守を徹底している。

ID 制度導入以前は、不適切な農薬残留が発見されると、コンテナごと廃棄または燻蒸処理もしくは返品がなされ、それが 3 回発見されると全量輸出停止であった。導入後は、農家番号で判別され、該当農家の製品だけが取り扱い停止され、原因究明が徹底される。また、N 貿易での選果作業にあたっては、生産者毎に選果ラインを止めクリアにしてから、次の生産者の青果物を流すという作業が繰り返されており、生産者間の果実混入が防止されていた。作業効率からすれば、大きなコスト増であるが、日本市場へ向けた対応策が順守された。

(3) ブランド：フィモリの確立と消費宣伝・拡販

選果基準^{注5)}の徹底や ID 登録制度の導入による品質や安全性の向上により、2004 年に韓国農水産物流通公社は韓国輸出共同ブランドとしてフィモリ (Whimori) を立ち上げた。そのフィモリの商品コンセプト 3 つの約束 (Clean・Safe・Fresh) は、D 商社農場ブランドのコンセプトを原型にして作られ、D 商社はフィモリブランドパプリカの日本で唯一の販売代行先となった^{注6)}。

同公社からは、日本国内での販路(消費)拡大のためのマネキンやポスター印刷・プロモーションなどの販促費が補助された。

韓国産地の出荷価格はオランダ産より高いが、釜山と北九州間にはフェリーが就航しており物流コストは安く、さらに物流経費に対する輸出補助金もあった(第 1 表)。2000 年から 2005 年の東京中央卸売市場における韓国産の kg 単価は 410~530 円で推移している。このことは、小売価格の低下につながり、パプリカは地方スーパーにも並び、コンビニのサラダやレストランメニューの材料にも採用され消費の裾野が拡大した。

2005 年には D 商社扱いの韓国産パプリカの輸入量は 3,725 トンとなりピークを迎える。同時期、D 商社はこれまでの冬産地だけでなく、新たに夏産地の開発も進め始めていた。掲げていた目標値は年間 1 万トンで、自社直営の韓国農場を設置する計画も有していた。

注 5) 日本の輸入商社は、選果選別の基準と実作業は、オランダやニュージーランド産より、韓国産の方が高レベルであると評している。

注 6) フィモリパプリカの日本での販売先が一社で良いのかという批判もあった。

4 韓国内需要の高まりと D 商社戦略の変化

日本輸出向けパプリカが過剰であるときなど、韓国内での内需拡大に向けた学校給食への無償提供や登山道での無償配布など、消費宣伝活動を生産者自らがを行い、徐々に韓国内消費が拡大された。

2006 年になると韓国経済も回復し、パプリカの韓国内消費が増えると、輸出よりも韓国内市場の方が高値になるという現象も表れた。輸出にはチェックプライスと呼ばれる安値防止の行政指導が行われ、ウォン高も重なって、日本の商社は思うように買えない状況も発生した^{注7)}。

D 商社は、国内量販店に納入するだけでなく棚場^{注8)}をもっていた。その構成品の一つがパプリカであり、実際に売れたが供給が追い付かない場面も発生した。韓国の栽培作型は越冬作型が先行して導入されており、厳寒期には供給が逼迫するが、消費の拡大によりその傾向が顕著になり、単価の高いニュージーランドやオランダ産で穴埋めをした。このこ

とは利益率の低下を招き、D 商社は販売方針を変化せざるを得なかった。韓国他産地と日本の他商社の追従も増加し、D 商社のシェアは低下した。

注7) このことが D 社直営農場(宮城県登米市)の開設につながる。

注8) 単なる商品納入ではなく、量販店売り場の一区画を特定商社や卸などが占有し、商品構成を受け持ち売り場を作ること。

V まとめ

以上により日本における韓国産パプリカ輸入の拡大要因を、以下の5点に要約することができる。

まず、日本側(消費側)の要因としては、2点が挙げられる。それは、①オランダ産の輸入により日本にパプリカという商品市場が形成され、そこに低価格の韓国産が参入することにより日本国内の需要が伸び、韓国産パプリカの供給が拡大したこと。②韓国から近距離の日本が、高価格で販売できる市場であったこと。すなわち日本市場は韓国にとって、地理的に近いため物流コストが低く、国民の所得水準が高く、良条件の市場であったこと(なお韓国は、台湾・グアム・香港・ロシアなどにも輸出を試みてはいるが、商業レベルには達していない。)である。

次に韓国側(生産側)の要因としては、次の3点が重要である。①日本の需要増に対応して、急激に生産を増大することが可能であったこと。特に、経営危機に瀕していた他作物からの品目転換によって、パプリカの栽培面積拡大ができたこと。②産地(農家)自らが主体的に行動し、国に頼りきりではなかったこと。農家が N 貿易を中心に組織を形成し、栽培技術向上や残留農薬問題への対応を行い、ID システムなども積極的に取り入れたこと。③ハード・ソフトの両面にわたる適切な国の支援があったこと。N 貿易が生産者代表としての意向を国につなぎ、韓国政府も政策効果が得られるため、施策を集中的に施したこと。N 貿易が D 商社と直結しているため、課題はスピード感を持って解決され、韓国政府も支援した。そのため農家が生産したパプリカは好条件で販売でき、生産者や生産量が拡大した。

以上の5点をまとめれば、オランダ産の輸入により日本市場に登場したパプリカであるが、市場価格は高く消費量は限定的であった。それを D 商社が商機としてとらえ、隣国である韓国に産地を開発して日本に輸入し、市場価格を引き下げ消費を拡大させたということになる。

日本の他商社は、オランダやニュージーランド産で利益を生んでいたのに、D 商社が韓国産を持ち込んだことで価格低下を招き、結局、D 商社も自滅したとしている一方、韓国産と D 商社の動きが無かったら、パプリカはここまで日本市場に浸透しなかったか、あるいは時間がかかったとしている。当の D 商社の担当者も、自分達がやらなかったら、パプリカは日本で普及しなかったし、Y 氏の存在がなかったら、この仕事はできなかった、と評している^[7]。

韓国農業政策の選択と集中による温室野菜生産振興に始まり、N 貿易 C 社長の前向きな姿勢と課題解決力そしてリーダー力、日本という市場と D 商社という国際農業商社、そこに働く洞察力のある韓国人 Y 顧問、彼らが両輪となって動いたのが大きな原動力である。さらに、韓国政府のスピード感のある施策と支援により、韓国産パプリカが日本マーケットを席巻した。

[引用文献]

- [1] 柳京熙・美暎求(2009):「韓国園芸産業の発展過程」,『筑摩書房』,pp.5-24, p.49.
- [2] 美暎求(2004):「韓国における野菜の生産・輸出動向とその背景」,『農林水産政策レビュー No.12』,p.106.
- [3] 青山浩子(2005):「韓国の農業政策～野菜農産物の支援策を中心に～」,『農畜産業振興機構』
- [4] 柳京熙(2006):「韓国産パプリカの対日輸出構造の特異性」,『農林経済』,p.3, p.6.
- [5] 柳京熙・美暎求(2011):「韓国の F T A 戦略と日本農業への示唆」,『筑摩書房』,pp.97-129.
- [6] 青山浩子(2002):「競争力向上の背景に農家、農協の努力」,『農林経済』
- [7] 「韓国企業の日本市場進出の成功と失敗要因調査研究」(2011),『日韓産業技術財団』,p.31.