

韓国における野菜流通の現状と課題～ミニトマトの事例～

The Present Conditions and Problem of the Vegetables Market in Korea

－ A Case Study of Mini-tomato －

名古屋経済大学 経済学部

田 村 善 弘

中村学園大学 流通科学部

甲 斐 諭

I. はじめに

野菜類の流通は各国の食生活、野菜類の生産動向、流通システムなどにより影響を受ける。それは韓国においても同様で、韓国国内には日本同様に「●●ならば、□□」というように、韓国人であればすぐに頭に浮かぶ野菜や果物の有名な産地が存在している。

本稿ではミニトマトの流通についてみていく。ミニトマトを事例としたのは、韓国国内での消費はもちろん、海外へも輸出されている品目であることなどがある。ミニトマトの流通動向を解明するにあたり、農水産物流通公社の農水産物流通情報における『品目別流通実態 ミニトマト』のデータを中心にとりあげた¹。これは、同資料が韓国における農産物主要品目の生産から流通までを詳細に調査したものであることなどがある。

以下においては、生産動向と産地の概況について述べた後、産地からの流通経路についてみ

ていく。次に、ミニトマト産地におけるブランドとの関わりについて述べる。

II. トマトの生産と産地の概要

1. トマトの生産動向

韓国でのミニトマト栽培は、主として促成栽培、半促成栽培、早熟栽培、抑制栽培という4つの方法で栽培が行われている（表1）。ミニトマトの90%以上がハウスで栽培されている²。これにより、周年供給が可能になっている。

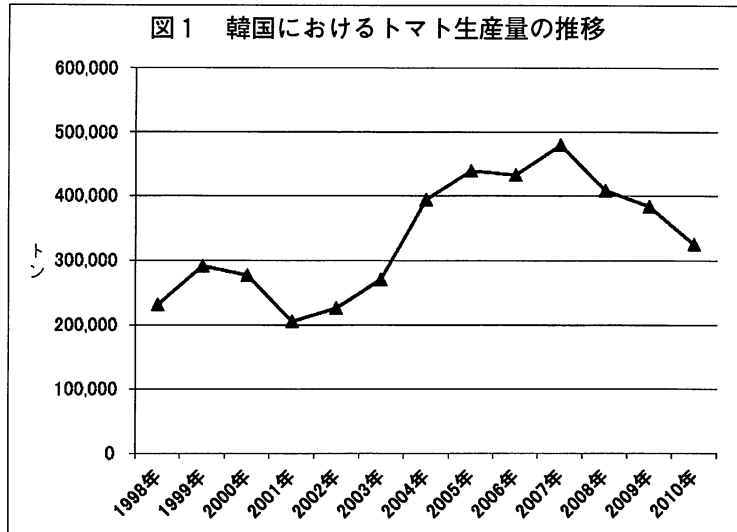
次に、韓国におけるトマトの生産動向についてみておこう（図1）。1990年代後半から2000年代前半にかけて、生産量の減少がみられる。2001年以降は生産量が徐々に拡大し、2007年には479,851トン記録している。しかし、それ以降は継続的に減少し、2009年には383,768トンまで減少している。

同様に、栽培面積の推移をみると、先ほどの生産量と同様の傾向がみられる（図2）。1998

表1 作形別の出荷時期

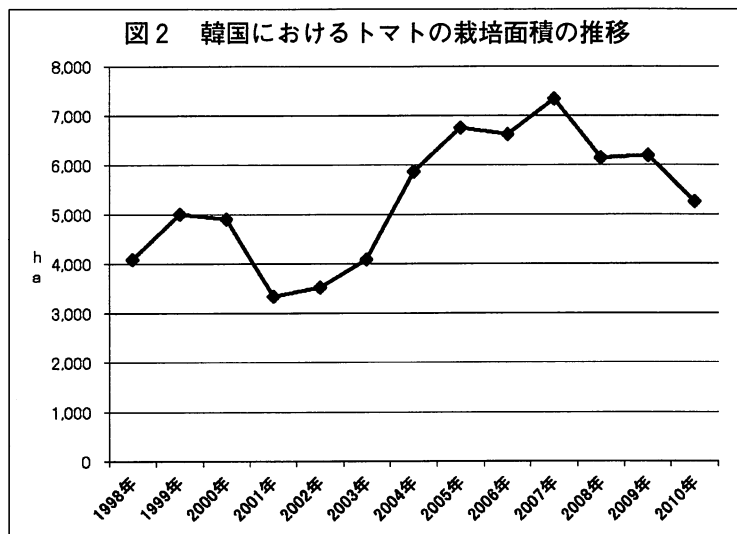
区分	播種期	定植期	収穫期	出荷のピーク
促成栽培	9月上旬～10月上旬	10月下旬～11月下旬	1月中旬～5月上旬	2月上旬～4月中旬
半促成栽培	11月中旬～12月下旬	12月下旬～2月上旬	3月上旬～6月上旬	4月上旬～6月中旬
早熟栽培	2月上旬～3月上旬	5月上旬～5月下旬	6月中旬～7月下旬	6月上旬～7月中旬
抑制栽培	5月上旬～6月上旬	6月中旬～7月下旬	8月中旬～9月下旬	8月下旬～9月中旬

資料：農水産物流通公社『品目別流通情報 ミニトマト』。



註：生産量はトマト全体のものである。また、2010年の値は暫定値である。

資料：農水産物流通公社『品目別流通情報 ミニトマト』（2010年）より作成。



註：生産量はトマト全体のものである。また、2010年の値は暫定値である。

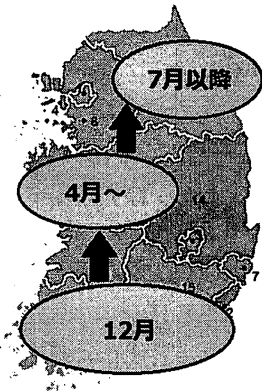
資料：図1に同じ。

年から2001年までは栽培面積が縮小しているが、2001年から2007年にかけて栽培面積の拡大がみられる。しかし、2007年以降は継続的な栽培面積の縮小がみられる。しかしながら、2010年はトマトが健康食品であるという認識の普及に伴い、需要が拡大し栽培面積も6,206haに拡大するとの予測が行われていた³。

2. トマト産地の概要

こうしたトマトの主産地は韓国北部に位置する江原道であり、ついで忠清南道、全羅南道、全羅北道などの中部や南部地域が産地となっている。こうした産地とトマトの収穫時期の関係を示したのが図3である。

図3 韓国におけるトマト収穫時期の移動



資料：農水産物流通公社『品目別流通実態ミニトマト』、ウィキペディア「大韓民国」の地図をもとに作成。

南部の全羅道地域（潭陽、長興、益山）の産地では12月から収穫が始まる。次いで、忠清道地域（扶余、舒川、論山）の産地では4月から収穫が行われる。最後に、最も北に位置する江原道地域（春川、旌善、華川など）の産地では7月以降から収穫が行われている。江原道から出荷されるものには高冷地のトマトも含まれている。

このように、トマト収穫は夏の時期は江原道で、冬の時期は南部の全羅道地域で収穫が行わ

れるなど、ほぼ年間を通して収穫が行われている。なお、こうしたトマトの出荷のピークは3月・4月であり、この時期が全体の生産量と売上額を決定する。

III. ミニトマトの流通動向

韓国におけるトマト産地は江原道であるが、ミニトマトの主要産地としては扶余、潭陽、宝城の3ヶ所がある。この3ヶ所とも農水産物流通公社の調査の対象となっている。産地の特徴を簡単に述べると、扶余は韓国におけるミニトマトの最大産地であり、半促成栽培が主に行われている。潭陽では主に半促成栽培が行われ、一部で抑制栽培が行われている。宝城では促成栽培と半促成栽培が主に行われ、年間の二期作が行われている。

1. 産地におけるミニトマト栽培の状況

2002年から2010年における栽培面積はいずれの産地においても減少している。産地別には、扶余は280haから190ha、潭陽は75haから41.9ha、宝城は115haから82haへと減少している。これらの産地で栽培されているミニトマトの品種は「ココ」であり、扶余では85%、潭陽では80%、宝城では90%が「ココ」を栽培しており、韓国での主な栽培品種となっている。

こうした栽培面積減少の背景としては、ミニトマトの多くが施設栽培で多くの労働力を必要とするものの、農村地域の高齢化の進展により労働力が不足していることがある。次に、労働力の軽減ということとも関連するが、他品目への転換が進んでいることがある。例えば、ミニトマトよりも労働力を必要としない一般のトマトへの転換が進んでいる。さらに、産地における多品目栽培への転換といった動きがある。これについては、扶余ではトマト、きゅうり、花卉などへの転換がみられるほか、潭陽では唐辛子やメロンなどへの転換が進んでいる。宝城ではトマトと桃などへの転換が行われている。

表2 主産地におけるミニトマトの栽培面積の動向

(単位: ha)

区分	調査地域			
	扶余	潭陽	宝城	合計
2002年	280	75	115	470
2003年	271	62	114	447
2004年	263	56	106	425
2005年	280	55	110	445
2006年	265	55	100	420
2007年	265	55	100	420
2008年	265	57	82	404
2009年	265	49.7	80	394.7
2010年	190	41.9	82	313.9

資料: 図1に同じ。

このほか、2009年から2010年では、栽培面積が比較的安定していた扶余と潭陽で面積の縮小がみられる一方、宝城では面積の拡大がみられる。面積縮小の要因としては、先述の要因に加え、韓国政府の「希望勤労プロジェクト」⁴による労働力の農村からの流出があると考えられる。一方、宝城では栽培面積が拡大しているが、これは現地の農家のミニトマト栽培の意向が増加したことがある。

2. ミニトマトの流通動向

表3に各産地で生産されたミニトマトの販売先を示す。これをもとに2010年の状況を見ると、

扶余では生産量の95%を生産者団体⁵に販売し、残りの5%を量販店に販売している。生産者団体の販売内訳をみると、70~80%が卸売市場、残りは量販店である。ごくわずかだが消費者も含まれている。潭陽では100%を生産者団体に出荷している。90%が卸売市場で、残りの10%は量販店となっている。宝城も潭陽同様に、100%が生産者団体であるが、全量が卸売市場である。

このように、生産者団体に販売する割合が高くなっているが、生産者団体が生産者に果たす役割が大きいということがある。生産者団体は、以下のような役割を持っている。つまり、①出

表3 生産されたミニトマトの販売先

(単位: %)

区分	扶余			潭陽			宝城		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
生産者団体	95	95	95	100	100	100	100	100	100
うち 卸売市場	70	74	80	70	85	90	73	100	100
量販店	24	20	14	30	15	10	27	—	—
消費者	1	1	1	—	—	—	—	—	—
量販店	5	5	5	—	—	—	—	—	—

資料: 図1に同じ。

荷指導、市場情報の提供、系統出荷への誘導、営農資材・包装資材の供給、運送など、②出荷する農産物の集荷、農家別・出荷先別の送状整理、販売代金の精算、③産地流通センター（共同集荷場、共同選別場、低温倉庫など）の運営業務の遂行といった点である。もちろん、市場情報の提供や資材提供など役割も大きいといえるが、農産物の品質管理という面から産地流通センターの運営という役割も非常に大きい。

以上のことから、すべての産地において生産されたミニトマトのほとんどが生産者団体へと出荷されているという点では共通している。しかし、扶余のようにわずかではあるが量販店へと販売するケースもみられる。潭陽や宝城の場合はすべて生産者団体に出荷している。また、生産者団体も、ほとんどが卸売市場に集荷しており、市場流通が中心となっている。

図4にミニトマトの流通経路（産地平均）を示す。生産者団体への出荷が中心となっており、卸売商や小売商などを経て消費者の手元に届く流れになっているが、小売段階では量販店が中心となっている。また、少量であるが大口需要先との取引もみられる。

図4では、生産者団体の量販店等への販売経路が2010年時点では10%となっている。しかし、これは2009年には15%であり、5ポイント減少している。この背景には、価格上昇によって有

利な価格で販売できる卸売商との出荷量増加していることある。これによって、量販店への出荷割合が減少したとみられる。

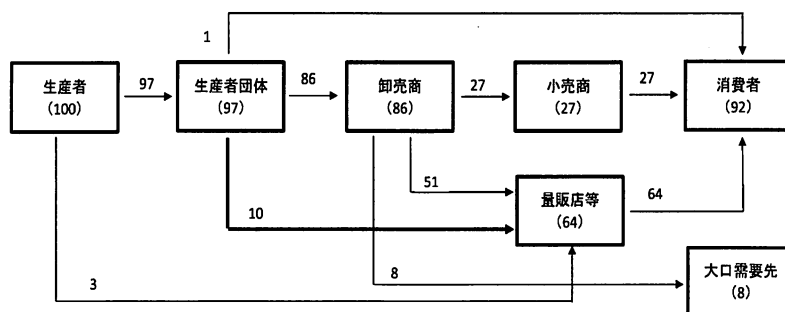
表4に各産地からソウルまでの流通で必要とされる経費を示す。ミニトマトの流通経路には、生産者から卸売市場を経て流通する場合（経路A）と卸売市場を経由しない農協の卸売事業団→ハナロクラブという経路（経路B）がある。扶余と潭陽は両方の流通経路を利用しているが、宝城は経路Aのみを利用している。

まず、農家手取率からみると、平均で60.8%である。産地別には扶余の経路Bを利用した場合が68.0%と最も高く、最も低いのが潭陽の経路Aを利用した場合である。流通費用も、同様の傾向がみられる。これを段階別にみると、小売段階での費用が最も高くなっている。経路別には、経路Aが経路Bよりも高くなっている。

ここからみられるように、流通費用は経路Aが経路Bに比べて高くなっている場合が多い。これは、まず流通経路がAのほうがBに比べて長いことがある。次に、経路Bの場合のハナロクラブが一般の小売店とは異なる性格を持っていることがある。すなわち、卸売機能と小売機能を兼ねることにより流通経路を短縮すること、さらにそれによって農家の手取を増加させることを目的としていることがある。

では、具体的に両者の流通経路を比較した場

図4 ミニトマトの流通経路（2010年、産地平均） 単位：%



資料：図1に同じ。

表 4 産地から消費地までの流通費用（2010年）

単位：％、ウォン/kg

区分		全体の平均	扶余→ソウル			潭陽→ソウル			宝城→ソウル
			平均	経路A	経路B	平均	経路A	経路B	経路A
農家手取率		60.8	61.9	60.4	68.0	59.2	58.5	65.8	59.2
流通費用		39.2	38.1	39.6	32.0	40.8	41.5	34.2	40.8
費用別	直接費	8.6	8.0	8.1	7.4	10.1	10.1	9.6	9.3
	間接費	19.7	19.4	20.1	16.5	19.7	20.1	16.5	20.1
	利潤	10.9	10.7	11.4	8.1	11.0	11.3	8.1	11.4
段階別	出荷段階	4.7	4.2	4.1	4.4	6.1	6.0	6.6	5.3
	卸売段階	7.7	7.3	8.4	3.0	7.9	8.4	3.0	8.4
	小売段階	26.8	26.6	27.1	24.6	26.8	27.1	24.6	27.1
価格	農家手取価格	4,209.0	4,266.4	4,228.1	4,419.5	4,110.3	4,091.6	4,278.5	4,142.4
	消費者価格	6,925.9	6,900.0	7,000.0	6,500.0	6,950.0	7,000.0	6,500.0	7,000.0

註 1：経路Aは生産者（生産者団体）→卸売商→小売商→消費者の経路。

註 2：経路Bは生産者（生産者団体）→農協卸売事業団→ハナロクラブ→消費者の経路。

資料：図 1 に同じ。

合に、どのような違いがあるのかについてみておくことにしたい。ここでは、ミニトマトの主産地である扶余での経路Aと経路Bを利用した場合の費用の差についてみることにする。

まず、表 5 は市場流通の場合の流通経路である。生産者以降の段階は卸売市場→仲卸人→小売商となっている。各段階でかかる費用は、生産者段階では包装資材費が最も高く、114.0ウォンである。卸売市場段階では、上場手数料が188.8ウォンと高い。仲卸・小売段階では間接費が最も高く、それぞれ230.4ウォンと1,177.6ウォンである。最終的に、販売価格の7,000ウォンのうち農家の手取は4,228.1ウォンで、残りは流通段階でかかる諸費用である。

同様に、表 6 をみていきたい。この流通経路の場合は農協の卸売事業団が利用される。この場合は流通経路が短縮されたことにより、間接費は小売段階であるハナロクラブのところで1,072.0ウォンがかかるのみである。販売価格は先ほどに比べて500ウォン安い、6,500.0ウォンとなっている。農家手取額は4,419.5ウォンと先ほどに比べて高い。

市場流通と農協の流通システムの場合の 2 つ

のケースに分けて流通費用について、検討したが、農協の流通システムのほうが農家の手取額も高く、最終的な販売価格も高くなっている。

3. ミニトマトのブランド

これまで、ミニトマトの生産・流通経路を中心にみてきた。しかし、産地で生産したミニトマトを販売する際には、それがどこの産地のものであるかを消費者へとアピールする必要がある。その際に重要な役割を果たすのが、ブランドである。本稿で取り上げた主産地でも共同ブランド化事業が行われ、ミニトマトに関わるブランドも存在する。扶余の「グットウレ」、潭陽の「テスプマルグントマト」、宝城の「緑茶コルトマト」である。以下においては、このうちの扶余と潭陽について簡単にみておくことにする。

(1) 扶余「グットウレ」

「グットウレ」とは扶余郡の地域ブランドであり、ミニトマト単独で付けられるブランドではない。この「グットウレ」は、扶余郡の肥沃な大地と美しい自然環境で生産された最高の製

表5 扶余からソウルまでにかかる流通費用（経路A）

単位：ウォン/kg、%、商品

区分		金額	割合	算出根拠
生産者	農家手取価格	4,228.1	60.4	
	選別費	57.5	0.8	57.5ウォン/kg（共同選別費）
	包装資材費	114.0	1.8	ダンボール箱：550ウォン/5kg、包装用テープ：4ウォン/kg
	運送費	64.0	0.9	320ウォン/5kg箱
	組合手数料	47.2	0.6	競落価格の1%
卸売市場	下車費	20.4	0.2	102ウォン/5kg箱
	上場手数料	188.8	2.7	競落価格の4%
	競落価格	4,720.0	67.4	23,600ウォン/5kg箱
仲卸人	配送量	20.0	0.3	100ウォン/5kg箱
	間接費	230.4	3.3	店舗管理費、人件費、賃車料など
	利潤	129.6	1.9	
	販売価格	5,100.0	72.9	25,500ウォン/5kg箱
小売商	運送費	60.0	0.8	15,000ウォン/50箱/5kg（仲卸人の店舗→小売商）
	間接費	1,177.6	16.8	店舗管理費、人件費、賃車料など
	利潤	662.4	9.5	
	販売価格	7,000.0	100.0	7,000ウォン/1kg箱

註：ソウルは可楽洞卸売市場までである。

資料：図1に同じ。

表6 扶余からソウルまでにかかる流通費用（経路B）

単位：ウォン/kg、%、商品

区分		金額	割合	算出根拠
生産者	農家手取価格	4,419.5	68.0	
	選別費	57.5	0.9	57.5ウォン/kg（共同選別費）
	包装資材費	114.0	1.8	ダンボール箱：550ウォン/5kg、包装用テープ：4ウォン/kg
	運送費	64.0	1.0	320ウォン/5kg箱
	組合手数料	49.0	0.7	競落価格の2%
農協卸売事業団	販売手数料	196.0	3.0	販売価の4%
	販売価格	4,900.0	75.4	24,500ウォン/5kg箱
ハナロクラブ	間接費	1,072.0	16.5	店舗管理費、人件費、減価償却費など
	利潤	528.0	8.1	
	販売価格	6,500.0	100.0	13,000ウォン/2kg箱

註：ソウルはハナロクラブまでである。

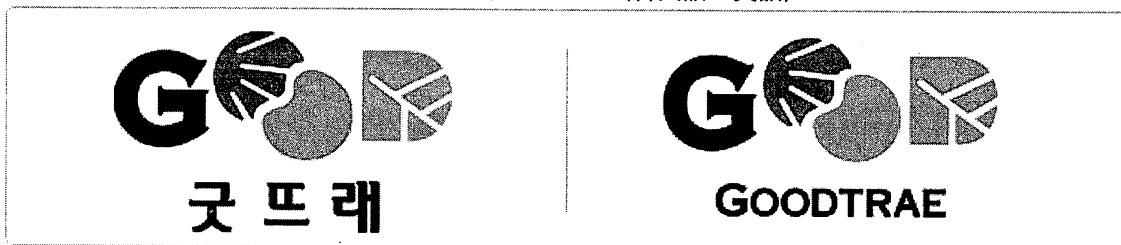
資料：図1に同じ。

品に付与されるものである。

韓国国内はもちろん、海外の人々にもわかりやすいように、「グッ」の部分は英語の Good、「トゥレ」は自然を連想させる「木」、つまりは英語の Tree を連想させる音となっている。このほか、フランス語で味覚、味などを意味する gout と非常にという意味の très の合成語としての意味もある。

扶余郡で生産されたものに付与される地域ブランドであるため、農産物などの1次産品にのみを対象としたものではない。扶余郡の農業技術センターのブランド説明にあるように、①グットゥレの商品は1次産業、2次産業、3次産業まで対象とする、②扶余郡守⁶が認定する信頼できる商品である、③グットゥレ農産物は高品質の農産物と環境にやさしい方法で生産された

図5 グットウレのロゴ（韓国語・英語）



出所：扶余郡農業技術センターホームページ
(http://www.buyeonongup.go.kr/html/buyeo/product/product_01.html)

農産物であるという特徴がある。環境にやさしい農産物の生産に関しては、農産物品質管理院の基準があり、これに基づいて管理が行われている。

このグットウレが付与されている農産物としては、ミニトマトの他にはコメ、メロン、いちご、キュウリ、椎茸、栗、ブドウ、西瓜、梨、パプリカなど全体で27品目がある。また、農業技術センターのホームページにおいては、グットウレのブランド紹介、グットウレ農畜産物の紹介に合わせて、扶余郡の特産である農産物を「扶余8味」⁷⁾として紹介しているが、これらの農産物と言うまでもなく「グットウレ」ブランドで販売され、当然、このなかにはミニトマトも含まれている。

このようなグットウレブランドの農産物は、大都市の量販店などで販売されているほかにも、専門のサイト (<http://www.goodtraemarket.net/>) で販売されている。このサイトは扶余郡が支援を行い、生産者が直販を行うというものである。なお、グットウレのミニトマトの特徴としては、共同選別・共同出荷を特徴としており、選別場としては世道農協農産物産地流通センターがある。また、生産者団体としては世道農協、扶余農協など5つの団体があり、34の農家が親環境認証を受けている。特に、この世道農協を含む世道面が扶余におけるミニトマトの生産の中心地になっている。

これまでみてきたように、グットウレブラン

ドのミニトマトに関しては、扶余の地域ブランドのなかの主力商品としての位置づけがなされており、これに基づいて共同選別・共同出荷などが行われているが、これを担うのが産地における農産物産地流通センターである。こうした努力をもとに品質管理が行われていることがわかる。

(2) 潭陽「テスプマルグントマト」

潭陽のブランドは「テスプマルグントマト」である。このブランドの「テスプ」とは韓国語で竹林や竹やぶを意味する言葉で、「マルグン」とは清いや澄んだという意味の韓国語である。この「テスプマルグン●●」は先ほどの扶余の「グットウレ」同様、潭陽郡の地域ブランドである。竹が出てきているのは、潭陽が韓国有数の竹の産地であることがあることがあり、「マルグン」という言葉が出てきているのは、潭陽がこうした自然環境を活かした生態都市を目指していることがある。

このブランドが付与される農産物としては、コメ、韓牛、いちご、メロン、ミニトマトの5品目である。コメに関しては、ホームページが開設されており、そこでの購入が可能になっている。その他の品目については、このページにて簡単な紹介と地域ブランドの紹介が行われている。

Ⅳ. おわりに

韓国におけるミニトマトの産地としては、扶余、潭陽、宝城の3つの産地があり、なかでも生産量が多いのが扶余である。近年では生産者の高齢化や政府の労働政策の変化などにより生産が縮小し、ミニトマト生産を取り巻く環境は厳しくなっている。

ミニトマトの流通に関しては、大半が市場流通によるものであり、主としてソウルなどの大都市圏に出荷されている。しかし、一部ではあるが量販店などとの取引もみられた。さらに、農家の手取りや販売価格に関しては、市場流通よりも農協の卸売事業団を利用したほうが、手取りが高くなるとともに販売価格も安くなっていた。この理由としては、流通経路短縮されたことにより、一部の費用が節減できることによると考えられる。

さらに、ミニトマトのブランド化に関しては、扶余などの産地では地域ブランドの一部、つまり地域特産物として販売するという目的のもと、地域ブランドが付与されて販売されていた。農産物の品質についても、環境にやさしい農法による生産に加え、産地農産物流通センターの整備による共同選別・共同出荷などを行うことで品質管理を図っていた。また、今回は詳細に検討することができなかったが、ミニトマトはネット販売（インターネットショッピングモール、自治体などの支援による中継サイト）に加え、海外への輸出なども行われている。

【参考文献】

- [1] 農水産物流通公社『品目別流通実態 ミニトマト』（各年版）。
- [2] 扶余郡農業技術センターホームページ
(<http://www.buyeonongup.go.kr/html/buyeo/>、2012年1月23日アクセス)
- [3] 扶余郡農産物ショッピングモール「グットウレ」
(<http://www.goodtraemarket.net/>、2012年1月23日アクセス)。
- [4] 潭陽郡庁ホームページ
(http://www.damyang.go.kr/open_content/index.jsp、2012年1月23日アクセス)。
- [5] テスプマルゲン潭陽米ホームページ
(<https://dyssal.go.kr:11022/mall/index.html>、2010年1月23日アクセス)。

【注】

- 1 本稿で使用した図表のデータ、は特に断りのない限り、農水産物流通公社『品目別流通実態 ミニトマト』の2010年度のデータを利用している。
- 2 農水産物流通公社の2009年時点の統計をもとにみると、生産量全体に占める施設栽培の割合は98.0%であり、露地栽培はわずか2%である（資料：農水産物流通公社『品目別流通実態 ミニトマト』）。
- 3 農水産物流通公社『品目別流通実態 ミニトマト 2010年』2ページ。
- 4 韓国政府による低所得層の雇用支援のためのプロジェクトである。
- 5 ここでいう生産者団体とは、地域農協、営農組合、部会などが含まれる。
- 6 日本の市長や町長などに相当する自治体の首長である。
- 7 西瓜、メロン、ミニトマト、いちご、キュウリ、マッシュルーム、椎茸、栗が扶余8味に掲げられている。