

韓国の農林水産食品分野の  
輸出促進の取り組みに関する調査

2018年3月  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
ソウル事務所  
海外調査部中国北アジア課

**【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下さい。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、本報告書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、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

**禁無断転載**

# 目次

1. 調査の背景及び目的	1
2. 韓国農林水産食品の生産・輸出現況	2
2.1. 生産現況	2
2.1.1. 農産物生産の現況	2
2.1.2. 林産物の生産現況	5
2.1.3. 畜産物生産の現況	7
2.1.4. 水産物生産量	8
2.1.5. 花卉類の生産現況	8
2.1.6. 飲食料品生産の現況	9
2.2. 輸出の現況	12
2.2.1. 輸出総括の現況	12
2.2.2. 穀類	15
2.2.3. 野菜類	16
2.2.4. 果物類	16
2.2.5. キノコ類	17
2.2.6. 花卉類	18
2.2.7. 哺乳家畜肉類	18
2.2.8. 家禽肉類	18
2.2.9. 林産物	19
2.2.10. 煙草類	20
2.2.11. 菓子類	20
2.2.12. 麺類	21
2.2.13. 飲料	21
2.2.14. 酒類	22
2.2.15. 茶類	23
2.2.16. 畜産物加工品	23
2.2.17. 乳製品	24
2.2.18. 魚類	24
2.2.19. 海藻類	25
2.2.20. 軟体動物	25
3. 韓国農林水産食品の輸出促進政策	27
3.1. 輸出促進政策及び制度	27
3.1.1. 農林畜産食品部	27
3.1.2. 海洋水産部	29
3.2. 主要品目別支援事業	30
3.2.1. 主要品目別支援事業概要	30
3.2.2. 主要支援事業の品目別適用事例	34

4. 韓国農林水産食品の輸出促進機構の概要	36
4.1. 韓国農水産食品流通公社（aT）	36
4.1.1. aTの概要	36
4.1.2. ビジョンと戦略	36
4.1.3. 組織構成	38
4.1.4. 主要事業	39
4.2. その他の輸出促進機構	41
4.2.1. 政府省庁および機関	41
4.2.2. 韓国農林食品輸出入組合	43
4.2.3. 韓国水産貿易協会	44
4.2.4. 韓国キムチ協会	44
4.2.5. 韓国肉類流通輸出協会	44
4.2.6. K-BERRY	44
4.2.7. 華城（ファソン）市ブドウ輸出協議会	45
4.2.8. きのこと輸出協議会（韓国きのこと生産者連合会）	45
5. 韓国農林水産食品の輸出までの構造	46
6. ベストプラクティス	47
6.1. 韓国産シャインマスカットと中国のB2Cオンラインプラットフォーム	47
6.2. 韓国食品専用モバイルプラットフォーム、韓国料理王、ウェイサン（微商）への進出	47
6.3. プルムウォン社ラーメンのハラル市場への進出	48
6.4. 水谷徳川営農組合法人	49
7. 韓国農林水産食品の輸出の課題及び見通し	50
7.1. 韓国農林水産食品の輸出の示唆点	50
7.2. 韓国農林水産食品の輸出の課題及び見通し	50

## 1. 調査の背景及び目的

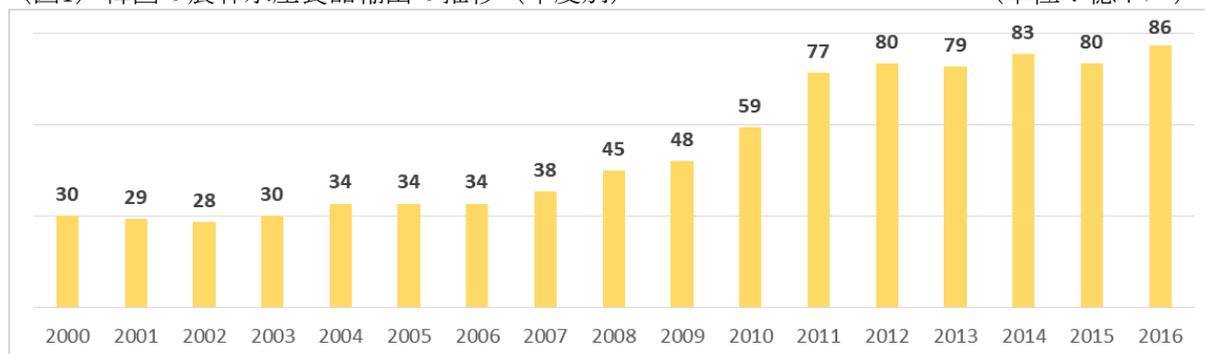
日本産農林水産食品は、輸出相手国の市場などで安価な外国産食品と競合する機会が多い。競合国産品に対抗し輸出を拡大するためには、その動向を注視し必要な対策を講じる必要がある。

特に、韓国は日本と似た産業構造や品目を有しており、安全で健康な食品というイメージを武器に、主要輸出国で日本産食品と競合している。加えて韓国は、WTOドーハ開発アジェンダ農業交渉の結果（2015年12月Nairobi Package）により、開発途上国としての地位を維持し、2018年までは輸出補助金の支払いが可能な状況であり、マーケティング費や物流費の用途に限定する条件で、2023年末までの猶予期間を付与されている。このような直接間接の補助金は、韓国産農産物の輸出競争力を高める結果となっている。

また、韓国は、製造業に比べて脆弱な農林水産分野を育成するため、様々な政策を実施し支援している。2008年以降、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、農林水産食品の輸出拡大政策を積極的に実施した。こうした政策支援に支えられ、韓国の農林水産食品の輸出は、加工食品を中心に2008年以降、成長傾向を維持している。

なお、本稿はジェトロが正ANSERコンサルティングに委託し取りまとめたものである。

(図1) 韓国の農林水産食品輸出の推移（年度別） (単位：億ドル)



(出所) 農林水産食品の輸出入動向や統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社（2016年）資料を基に作成。

韓国は2012年、農水産食品の輸出を100億ドルとする目標を設定した。こうした背景もあり、韓国は様々な農水産食品の輸出支援政策を持続的に実施している。

日本は、2020年に農林水産食品の輸出を1兆円まで増やすことを目標に「農林水産業の輸出力強化戦略」などを推進している。この目標の達成に貢献するため、日本と類似した産業構造や品目を持つ韓国の事例を調査した。

## 2. 韓国農林水産食品の生産・輸出概況

本章では、韓国農林水産食品の生産・輸出概況を俯瞰し、輸出市場で日本と競争する可能性が高い品目（コメ、青果物、水産物、茶、畜産物加工食品、アルコール飲料、林産物、花卉など）をより詳しく調べた。

### 2.1. 生産概況

#### 2.1.1. 農産物生産の概況

##### ○食糧作物

韓国の食糧作物生産量は、農産物市場開放の影響と農地面積の減少によって長期的に下落している。

稲の場合、最近10年間の栽培面積は年平均2.4%の割合で減少している。2017年のコメ生産量は稲の栽培面積と生産量の減少により、前年比5.3%（22万4,103トン）減少し、397万2,000トンとなった。コメの平均生産量は、多収穫品種の普及および栽培技術の進歩などにより、1990年の10a当たり468kgから2000年代には501kgに増加した。韓国のコメ産業は2000年代より消費の減少が生産の減少を上回る、構造的な供給過剰状況となっている。

（表1）食糧作物の栽培面積と生産の概況

区分		2012	2013	2014	2015	2016	2017
合計	面積 (ha)	1,051,676	1,039,665	1,012,552	982,842	961,792	869,236
	生産量 (トン)	4,565,223	4,825,079	4,827,885	4,845,870	4,706,554	4,231,877
米穀	面積 (ha)	849,172	832,625	815,506	799,344	778,734	754,713
	生産量 (トン)	4,006,185	4,230,011	4,240,739	4,326,915	4,196,691	3,972,468
麦類	面積 (ha)	30,667	33,064	37,669	44,292	47,071	29,096
	生産量 (トン)	94,231	79,522	111,682	102,436	112,598	74,853
雑穀	面積 (ha)	30,638	28,195	28,224	30,388	29,738	n/a
	生産量 (トン)	100,715	95,022	98,909	98,551	89,647	n/a
豆類	面積 (ha)	93,272	96,144	89,166	69,227	61,098	45,556
	生産量 (トン)	136,306	172,856	158,583	119,080	90,719	100,473
黍類	面積 (ha)	47,927	49,637	41,987	39,591	45,151	39,871
	生産量 (トン)	227,786	247,667	217,972	198,888	216,899	84,083

注：2017年の資料は麦類は小麦が、豆類は小豆や緑豆が除外されている。

（出所）農作物の生産調査、国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>) 資料を基に作成。

##### ○果菜類

主要果菜類6種類の栽培面積は、高齢化による労働力不足により、2012年の4万8,418haから2016年は4万4,661haへと、年平均2%程度減少している。生産量は2012年の2,068トンから年平均1.6%減少し、2016年には1,941トンとなった。

（表2）主要果菜類栽培面積と生産の現況

区分	2012	2013	2014	2015	2016
----	------	------	------	------	------

果菜類	果菜類面積 (ha)	48,418	46,432	50,097	48,784	44,661
	生産量 (トン)	2,067,741	2,032,903	2,179,553	2,082,403	1,940,733
スイカ	面積 (ha)	15,182	14,885	16,865	15,185	13,440
	生産量 (トン)	642,945	672,914	686,883	634,352	570,160
甘ウリ	面積 (ha)	5,840	5,515	5,485	5,438	5,064
	生産量 (トン)	186,693	176,622	158,239	161,100	157,086
イチゴ	面積 (ha)	6,435	6,890	6,875	6,403	5,978
	生産量 (トン)	192,140	216,803	209,901	194,513	191,218
キュウリ	面積 (ha)	4,167	3,629	4,143	4,137	4,781
	生産量 (トン)	288,071	254,576	279,105	271,040	333,760
カボチャ	面積 (ha)	10,450	9,459	9,659	10,645	9,007
	生産量 (トン)	325,113	323,364	345,465	364,416	298,206
トマト	面積 (ha)	6,344	6,054	7,070	6,976	6,391
	生産量 (トン)	432,779	388,624	499,960	456,982	390,303

(出所) 農作物の生産調査、国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>) 資料を基に作成。

2016年の果菜類全体生産額は約4兆9,000億ウォンで、農業生産額(47兆6,000億ウォン)の約10%を占める。2016年基準の果菜類品目別生産額割合を見ると、イチゴが26.8%と最も大きく、スイカ(16.3%)、トマト(15.3%)、キュウリ(10.3%)、カボチャ(8.4%)の順だった。

(表3) 果菜類の品目別生産額(2016年)

(単位: 10億ウォン)

区分	全体	スイカ	甘ウリ	イチゴ	キュウリ	カボチャ	トマト	その他
生産額	4,874	795	374	1,306	501	409	746	743
シェア	100.0%	16.3%	7.7%	26.8%	10.3%	8.4%	15.3%	15.2%

(出所) 農林畜産食品の主要統計、農林畜産食品部

イチゴの栽培面積は、2000年以降緩やかに減少しており、2017年の栽培面積は前年より1.20%減少し5,907haであった。イチゴの生産量は単位面積当たりの収量が多い水耕栽培が全国的に拡大し、多収穫・耐病性の品種「ソルヒャン(雪香)」などの普及の拡大で、着実に増加し続けている。2017年は前年比4%増加し、19万8,000トンに上ったと推定(韓国農村経済研究院、2018.01)される。イチゴ水耕栽培の面積は2011年の244haから、2016年には1,115haまで増加し、2017年は前年比41%増加し1,576haだった。水耕栽培は今後も拡大する見通しである。

(表4) イチゴの水耕栽培の現状

(単位: ha、%)

区分	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
栽培面積	244	292	424	643	738	1,115	1,576
シェア	(4.2)	(4.5)	(6.2)	(9.4)	(11.5)	(18.7)	(26.6)

注: ( ) はイチゴ栽培面積全体のうち水耕栽培が占める割合

(出所) 野菜類の水耕栽培現状、農村振興庁資料を基に作成。

イチゴは、過去には主に日本の品種が栽培されたが、2000年代半ばから韓国の品種が育種されるようになり、韓国の品種が占める割合が急拡大し、日本品種（秋姫、レッドパール）のシェアは継続的に低下している。2017年には、韓国産品種のシェアが93.4%まで上昇し、2012年の68.6%より大幅に高まった。韓国農村経済研究院の農業観測本部によると、生産される国内イチゴ品種の多くは「ソルヒャン」であり、2017年産のシェアは83.6%に上ると推定される。

(表5) イチゴの品種別生産割合の推移

(単位：%)

区分	雪香	梅香	秋姫	レッドパール	竹香	サンタ	その他
2012年産	65.7	2.9	16.7	13.5	-	-	1.2
2013年産	75.4	2.3	14.0	6.6	-	-	1.7
2014年産	78.4	1.7	8.6	4.5	5.3	0.7	0.8
2015年産	81.3	2.5	6.1	1.3	5.9	1.1	1.8
2016年産	83.4	3.3	5.0	1.0	4.7	1.5	1.1
2017年産	83.6	3.3	4.8	1.0	5.0	1.5	0.9

注：2012～2014年におけるその他は、竹香、サンタ、淡香、金香などを含む。

(出所) 韓国農村経済研究院の農業観測資料を基に作成。

#### ○葉菜類

主要葉菜類の栽培面積は、高齢化と労働力不足などの理由により、2012年の4万1,765haから2016年は4万203haと、年平均で11.0%減少した。生産量は、2012年は232万7,040トンから年平均0.4%減少し、2016年には229万960トンとなった。

(表6) 主要葉菜類栽培面積と生産の現況

区分		2012	2013	2014	2015	2016
葉菜類	面積 (ha)	41,765	44,295	49,043	43,747	40,203
	生産量 (トン)	2,327,040	2,622,200	3,111,412	2,644,402	2,290,960
白菜	面積 (ha)	25,576	28,301	32,027	27,174	24,902
	生産量 (トン)	1,816,021	2,120,393	2,538,804	2,134,976	1,792,833
ほうれん草	面積 (ha)	6,070	6,391	5,645	6,126	5,149
	生産量 (トン)	96,160	91,116	84,170	89,513	72,892
レタス	面積 (ha)	4,252	3,587	4,029	4,022	3,387
	生産量 (トン)	111,950	96,669	108,732	101,745	86,128
キャベツ	面積 (ha)	5,867	6,016	7,342	6,425	6,765
	生産量 (トン)	302,909	314,022	379,706	318,168	339,107

(出所) 農作物の生産調査、国家統計ポータル (<http://kosis.kr/>) 資料を基に作成。

#### ○果物類

2016年の主要果物類（リンゴ、ナシ、ミカン、カキ、ブドウ、モモ、スモモなど）の栽培面積は前年比2.2%増加し16万6,473haであった。生産量はモモ、スモモは大幅に増加した一方、リンゴ、ナシ、ブドウ、ミカン、カキなどの生産量が減り、全体で265万2,449トンとなった。

リンゴは2016年は着果が減少したことで生産量が前年比1.1%減少したが、モモ、スモモの生産量は単位生産量が増加し、前年よりそれぞれ20.8%、16.3%増加した。他方、ナシは前年比8.

8%減少した。ミカン・カキの生産量は、栽培面積と単位生産量が減ったことで、それぞれ前年比4.8%、8.0%減少した。

なお、2012年の栽培面積は15万9,658haで、2016年の16万6,473haまで年平均で1.1%増加し、生産量は2012年の237万4,247トンから、2016年は265万2,449トンへと年平均で2.8%増加した。品目別には、モモ（8.5%増）、その他（6.8%増）、スモモ（5.3%増）、リンゴ（2.0%増）の栽培面積が増加したが、ナシ（6.1%減）、カキ（4.6%減）、ぶどう（3.4%減）は減少した。

（表7）果物類栽培面積と生産の現況

区分		2012	2013	2014	2015	2016
合計	面積（ha）	159,658	160,797	161,888	162,944	166,473
	生産量（トン）	2,374,247	2,522,616	2,696,676	2,696,862	2,652,449
リンゴ	面積（ha）	30,734	30,449	30,702	31,620	33,300
	生産量（トン）	394,596	493,701	474,712	582,845	576,369
ナシ	面積（ha）	14,353	13,740	13,127	12,664	11,164
	生産量（トン）	172,599	282,212	302,731	260,975	238,014
モモ	面積（ha）	14,335	14,633	15,539	16,704	19,877
	生産量（トン）	201,863	193,243	210,335	237,711	287,058
ブドウ	面積（ha）	17,181	16,931	16,348	15,397	14,946
	生産量（トン）	277,917	260,280	268,556	258,950	248,925
ミカン	面積（ha）	21,362	21,334	21,338	21,265	21,682
	生産量（トン）	692,186	682,801	722,325	672,045	640,029
カキ	面積（ha）	30,264	29,153	27,988	27,034	25,060
	生産量（トン）	401,049	351,990	428,363	384,525	353,655
スモモ	面積（ha）	5,714	5,656	5,662	5,920	7,033
	生産量（トン）	57,137	56,101	58,408	67,810	78,857
その他	面積（ha）	25,715	28,901	31,184	32,340	33,411
	生産量（トン）	176,900	202,288	231,246	232,001	229,542

（出所）農作物の生産調査、国家統計ポータル（<http://kosis.kr/>）資料を基に作成。

### 2.1.2. 林産物の生産現況

林産物のうち、樹実の生産量は2014年に30万493トンと、最高生産量を記録した後、2016年には27万6,163トンに減少した。主要輸出品目である栗の場合、2012年から年平均3.7%減少し、2016年は5万3,600トンとなった。2016年の柿の生産量は2012年比で約2倍の18万8,083トン（年平均17.4%増）となった。キノコは、2016年に2万4,014トンが生産され、このうち、93.4%のである2万2,433トンが生シイタケである。

（表8）林産物の生産現況

（単位：kg）

年度	2012	2013	2014	2015	2016
用材（平方メートル） Timber	4,653,713	3,799,768	5,178,528	4,913,627	5,150,863

年度		2012	2013	2014	2015	2016
竹材 (内) Bamboo (Bundle)		38,584	30,209	10,938	1,635	24,285
樹実	計	189,422,145	240,535,028	300,492,936	285,363,494	276,163,392
	栗	62,344,508	64,184,171	59,465,190	55,592,569	53,599,902
	胡モモ	1,150,553	1,281,916	1,122,979	1,155,116	1,123,387
	松の実	1,547,627	2,434,757	7,085,919	2,641,275	9,682,437
	ナツメ	9,509,495	10,582,831	14,236,121	14,119,805	10,784,438
	どんぐり	392,567	37,629	65,075	40,490	18,999
	銀杏	2,081,822	2,982,665	3,972,882	4,032,795	2,933,360
	山イチゴ	11,448,050	9,932,428	3,197,819	1,579,010	1,713,254
	松類	-	-	12,409,156	-	-
	柿	98,977,837	148,099,670	197,906,273	195,308,689	188,083,280
	その他	1,969,686	998,961	1,031,522	10,893,745	8,224,333
山菜	計	45,945,374	38,676,044	40,338,052	42,230,799	43,213,539
	ワラビ	5,090,218	4,720,592	7,702,766	9,244,435	9,552,808
	キキョウ	6,111,540	5,704,515	5,406,144	6,071,345	6,664,769
	蔓人参	7,793,582	7,453,402	10,152,050	9,038,512	8,621,913
	その他	26,950,034	20,797,535	16,732,195	17,876,507	18,374,049
たけのこ	275,915	367,974	344,897	260,627	206,427	
樹液 (1)	8,334,490	6,812,422	6,890,118	5,412,988	6,717,721	
薬用	18,665,214	21,602,422	28,503,267	35,443,866	33,191,148	
農用資材 (M/T)	406,511	434,688	1,439,101		344,177	
燃料 (M/T)	188,125	168,214	12,903	156,939	439,116	
繊維原料	10,922	5,129	10,535	13,619	19,496	
のこくず (立方メートル)	1,647,363	1,350,353	50,063	119,866	979,527	
木硝液 (1)	1,506,161	356,097	388,102	624,712	1,558,250	
キノコ	計	26,281,201	19,741,514	19,986,649	24,375,484	24,013,972
	マツタケ	420,245	85,886	88,753	88,935	124,288
	生シイタケ	20,114,290	17,967,321	18,455,584	22,696,853	22,433,497
	乾シイタケ	1,550,653	1,271,511	943,144	1,119,559	1,036,336
	イワタケ	495	525	1,001	2,790	596
	キクラゲ	47,502	61,092	111,358	93,538	98,129
	その他	4,148,016	355,180	386,809	373,809	321,126
造景材 (本)	111,515,358	114,428,506	77,663,708	110,043,280	86,243,066	
樹枝	475	273	2,650	750	216	

年度	2012	2013	2014	2015	2016
銀杏の葉	5,955	2,000	-	320	650
五倍子 (Chinese Galls)	200	-	-	-	-
純林木生長量（立方メートル） Net Gross growing Stock	37,012,474	37,012,474	37,012,474	24,956,915	25,675,816
造林（ha） Reforestation	20,039	21,784	23,028	23,144	23,917
養苗（本） Tree Seedling	43,978,021	44,054,700	49,231,440	51,017,000	50,738,200
土石類（立方メートル） Soil & Stone	85,592,734	123,171,585	207,353,000	215,915,548	269,148,000

（出所）2017年農林畜産食品統計年報、農林畜産食品部資料を基に作成。

### 2.1.3. 畜産物生産の現況

肉牛の飼育頭数は、近年は300万匹前後で推移している。2016年の飼育頭数は2,96万3,350匹であった。豚は2011年以降、年平均4.9%増加し、2016年は1,036万6,779匹を飼育している。鶏も、2011年以降年平均2.6%増加し、2016年は1億7,014万6,939羽飼育している。ミツバチの巣箱の数量は2011年の153万1,609箱から年平均7.1%増加し、215万5,180箱となった。

（表9）家畜飼育の現況

（単位：匹）

区分	2011	2012	2013	2014	2015	2016
肉牛	2,949,664	3,058,601	2,917,929	3,027,737	2,908,998	2,963,350
乳牛	403,689	420,113	424,202	444,552	428,311	417,937
馬	30,058	29,698	29,342	25,824	16,859	27,676
豚	8,170,979	9,915,935	9,912,204	10,090,286	10,186,898	10,366,779
羊	2,989	3,035	2,522	2,199	3,255	1,436
鹿	51,411	48,463	41,874	37,314	34,529	31,495
犬	1,594,492	1,812,715	1,696,087	1,713,253	1,770,097	1,810,141
山羊	247,943	257,262	242,787	250,729	284,121	348,776
ウサギ	205,544	189,146	137,186	114,615	116,638	80,688
鶏	149,511,309	146,835,639	151,337,054	156,410,352	164,130,962	170,146,939
鴨	12,735,187	11,161,324	10,898,806	7,539,388	9,771,532	8,109,026
七面鳥	4,816	19,118	11,306	10,770	8,716	8,777
ガチョウ	9,077	15,229	12,101	5,754	5,350	4,750
ミツバチの 巣箱の数量	1,531,609	1,795,197	1,756,993	1,952,962	1,962,989	2,155,180

（出所）2017年農林畜産食品統計年報、農林畜産食品部資料を基に作成。

#### 2.1.4. 水産物生産量

2017年の漁業生産量は、近海の水温上昇により暖流性魚種の資源量が増加し、浅海養殖漁業のうち貝類や海藻類の施設量の増加や養殖業の好調により生産量が増加した。2017年の生産量は374万3,000トンで、2016年（326万9,000トン）比14.5%増加した。

漁業生産額は、近海のカニ、イシモチ、淡水漁業のマス、フナ類などの販売価格の上昇や、浅海養殖漁業のカキ類、海苔類、ワカメ類、遠洋漁業の黄肌鮪、スケソウダラ、南極クリルなどの生産金額が増加した8兆6,138億ウォンで、2016年（7兆4,771億ウォン）比15.2%（1兆1,367億ウォン）増加した。

（表10）漁業生産量や生産金額

（単位：トン，百万ウォン）

区分		2012	2013	2014	2015	2016	2017
合計	生産量	3,183,424	3,135,250	3,304,381	3,337,383	3,269,499	3,743,071
	生産金額	7,689,051	7,226,887	7,352,851	7,257,465	7,477,098	8,613,769
一般海漁業	生産量	1,091,034	1,044,697	1,058,729	1,058,319	907,647	926,944
	生産金額	3,951,034	3,747,607	3,773,726	3,702,306	3,636,244	4,014,069
浅海養殖漁業	生産量	1,488,950	1,515,210	1,546,739	1,667,872	1,872,400	2,309,873
	生産金額	1,759,271	1,725,809	1,931,792	2,123,938	2,345,544	2,951,521
遠洋漁業	生産量	575,308	549,928	669,140	578,137	454,053	470,111
	生産金額	1,655,406	1,408,034	1,275,222	1,023,738	1,077,763	1,192,201
内水面漁業	生産量	28,131	25,414	29,774	33,055	35,400	36,143
	生産金額	323,340	345,437	372,111	407,482	417,547	455,978

（出所）漁業生産動向調査、統計庁資料を基に作成。

#### 2.1.5. 花卉類の生産現況

2016年の韓国の花卉の販売量は2012年から年平均8.4%減り95万7,799千本、販売額も7.2%減少し5,602億ウォンとなった。農家数と栽培面積もそれぞれ4.6%、4.4%減少し、7,837世帯、5,365haとなった。

（表11）花卉類の生産量や生産金額

区分	2012	2013	2014	2015	2016
農家数（世帯）	9,450	9,147	8,688	8,328	7,837
面積（ha）	6,429	6,430	6,224	5,831	5,365
販売量（千本）	1,358,065	1,254,349	1,137,833	1,017,009	957,799
販売額（千ウォン）	756,656,388	736,811,237	704,691,494	633,206,761	560,247,601

（出所）花の栽培現状、農林畜産食品部資料を基に作成。

## 2.1.6. 飲食料品生産の現況

韓国の飲食料品製造産業は顕著に増加している。2015年の飲食料品の製造産業規模は2014年比5.0%増加し83兆9,372億ウォンであり、2011年から年平均4.6%増加した。2005年（43兆6,682億ウォン）と比較すると、2倍近く増加した。

統計庁の「鉱業製造業調査」によると、2015年の製造業全体の出荷額のうち食品（食料品＋飲料）製造業出荷額が占める割合は5.9%で、2010年（4.8%）以後、徐々に増加している。

（表12） 飲食料品製造業の現況

（単位：個、人、百万ウォン）

区分	事業体の数	月平均 従事者数	出荷額	付加価値
2011	4,360	176,729	70,208,151	24,077,827
2012	4,423	178,839	75,149,913	26,089,995
2013	4,616	183,800	77,320,481	27,449,372
2014	4,983	194,954	79,925,324	28,851,937
2015	5,124	205,018	83,937,220	30,563,246
食料品製造業	4,874	190,549	73,204,569	24,714,861
屠畜肉類加工及び保管処理業	836	36,232	13,482,640	3,259,059
屠畜業	192	13,691	5,336,592	1,321,770
肉類加工及び保管処理業	644	22,541	8,146,048	1,937,289
水産物加工および保管処理業	941	28,515	5,453,687	1,966,878
水産動物加工および保管処理業	619	21,173	4,162,922	1,532,513
水産食品加工および保管処理業	322	7,342	1,290,765	434,365
果実および保管処理業	549	17,004	2,973,556	1,247,429
動物性及び植物性乳脂製造業	67	2,135	2,118,848	583,046
酪農製品及び食用氷菓類製造業	120	10,142	8,008,961	2,807,507
穀物加工品及び澱粉製品製造業	306	8,445	5,981,533	1,762,241
穀物加工品製造業	276	7,133	4,547,060	1,218,617
澱粉製品及び糖類製造業	30	1,312	1,434,473	543,624
その他食品製造業	1,792	79,337	24,836,718	10,827,537
餅、パン及び菓子類製造業	531	26,027	6,852,279	3,858,406
砂糖製造業	3	483	873,171	183,714
麺類及び類似食品製造業	92	7,209	2,912,892	1,115,849
調味料及び食品添加物製造業	355	13,090	5,712,769	2,279,030
その他食料品製造業	811	32,528	8,485,607	3,390,538
動物用飼料及び調製食品製造業	263	8,739	10,348,626	2,261,164
飲料製造業	250	14,469	10,732,651	6,148,385
アルコール飲料製造業	99	6,883	5,329,364	3,251,990

区分	事業体の数	月平均 従事者数	出荷額	付加価値
醗酵酒製造業	65	3,775	2,847,460	1,874,760
蒸溜酒及び合成酒製造業	34	3,108	2,481,904	1,377,230
非アルコール飲料及び氷製造業	151	7,586	5,403,287	2,896,395

注：統計庁の製造業統計調査（従事者10人以上の事業体を対象）

（出所）2017年農林畜産食品統計年報、農林畜産食品部資料を基に作成。

○畜産物加工食品

畜産物加工品の生産は、継続的に増加しており、2016年の畜産物加工品総売上高は27兆4,544億ウォン、総生産量は653万951トンであった。

(表13) 畜産物加工品の生産現況

区分	生産量 (トン)	生産額 (億ウォン)	国内販売		国外販売(輸出)		売上高	
			販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)	販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)	販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)
2014	5,697,216	223,195	5,363,429	230,037	62,464	2,543	5,425,893	232,579
2015	6,073,510	227,748	5,879,350	249,334	58,044	2,089	5,937,394	251,423
2016	6,530,951	240,079	6,256,689	271,820	78,924	2,724	6,335,613	274,544
食肉加工業	1,085,902	47,905	1,069,071	56,161	4,435	174	1,073,506	56,335
乳加工業	2,931,258	60,241	2,746,374	71,682	48,569	1,904	2,794,943	73,586
卵加工業	122,482	3,200	116,873	3,709	5	0	116,878	3,709
食肉包装処理業	2,391,309	128,733	2,324,371	140,269	25,915	646	2,350,286	140,914
前年対比増加率	7.5	5.4	6.4	9.0	36.0	30.4	6.7	9.2

(出所) 2016の畜産物加工品の生産実績など統計の構築、食品医薬品安全処資料を基に作成。

○茶類

茶類の年度別生産規模は増減を繰り返している。2016年間の生産量は前年比7.5%増加し39万トンであり、生産額は4.8%増加し8,032億ウォンとなった。液状茶の生産額は継続的に増加しており、2012年の茶類生産額の57.4%、2016年は64.4%を占めている。

(表14) 茶類生産現況

区分		2012	2013	2014	2015	2016
合計	生産量(トン)	450,275	431,769	463,975	363,266	390,412
	生産額(百万ウォン)	755,315	787,748	819,741	766,267	803,270
固形茶(果実茶)	生産量(トン)	1,231	1,176	1,143	1,494	1,719
	生産額(百万ウォン)	4,437	5,596	4,092	5,750	6,671
固形茶(その他)	生産量(トン)	24,643	24,795	24,083	15,067	14,728
	生産額(百万ウォン)	110,167	112,188	129,562	95,772	79,483
固形茶(緑茶)	生産量(トン)	1,067	1,387	422	1,114	1,198
	生産額(百万ウォン)	13,192	14,503	11,127	24,235	25,912
固形茶(人參)	生産量(トン)	154	124	17	85	106
	生産額(百万ウォン)	2,662	1,838	382	1,380	1,732
固形茶(紅參)	生産量(トン)	152	73	28	48	74

区分		2012	2013	2014	2015	2016
固形茶（紅茶）	生産額（百万ウォン）	4,403	1,223	920	1,029	2,869
	生産量（トン）	5,725	4,744	4,177	2,819	3,719
液状茶（果実茶）	生産額（百万ウォン）	18,972	16,476	11,947	9,371	11,059
	生産量（トン）	29,363	31,821	14,047	31,397	34,765
液状茶（その他）	生産額（百万ウォン）	104,787	107,380	45,260	95,665	107,942
	生産量（トン）	369,174	346,161	402,026	282,894	311,421
液状茶（人参）	生産額（百万ウォン）	308,172	339,945	425,125	347,745	382,643
	生産量（トン）	51	82	34	73	93
液状茶（紅参）	生産額（百万ウォン）	1,747	3,920	3,114	2,727	4,030
	生産量（トン）	999	727	784	1,013	1,224
浸出茶 （加工穀類茶）	生産額（百万ウォン）	18,623	13,724	7,066	16,800	22,789
	生産量（トン）	4,252	6,411	1,190	5,019	4,518
浸出茶（その他）	生産額（百万ウォン）	32,478	28,954	12,163	23,541	20,419
	生産量（トン）	9,006	10,579	14,565	18,159	13,124
浸出茶（緑茶）	生産額（百万ウォン）	71,680	71,892	139,257	72,974	70,549
	生産量（トン）	4,403	3,645	1,444	3,233	3,605
浸出茶（烏龍茶）	生産額（百万ウォン）	61,220	67,463	23,855	64,285	59,722
	生産量（トン）	3	6	-	15	28
浸出茶（人参）	生産額（百万ウォン）	378	203	195	262	1,053
	生産量（トン）	5	-	-	-	8
浸出茶（紅参）	生産額（百万ウォン）	160	16	-	32	262
	生産量（トン）	1	1	1	3	13
浸出茶（紅茶）	生産額（百万ウォン）	51	141	217	393	1,232
	生産量（トン）	46	38	14	834	71
	生産額（百万ウォン）	2,186	2,289	5,458	4,306	4,905
	生産量（トン）					

（出所）2012-2016食品や食品添加物の生産実績、食品医薬品安全処資料を基に作成。

## 2.2. 輸出の現況

本節では、農林水産食品輸出の全体像を俯瞰し、主要輸出品目の詳細について解説する。

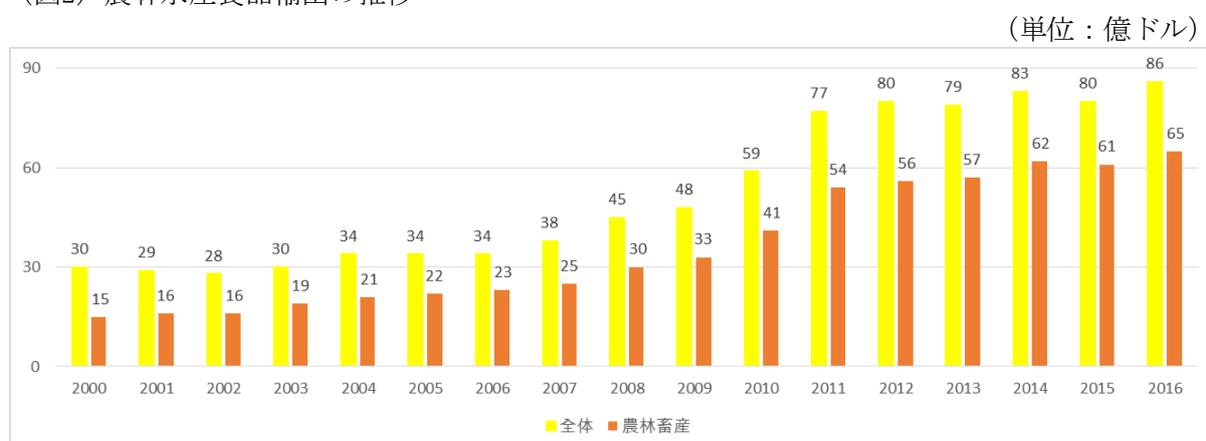
### 2.2.1. 輸出総括の現況

韓国の農林水産食品の輸出は継続的に増加している。2008年に農林畜産食品部は食品産業振興政策を本格的に推し進め、同年45億ドルを突破し、2012年には初めて80億ドルを超えた。

2016年の輸出は前年比7.0%増加し85億9,260百万ドルと、歴代最高を記録した。BREXITなど

世界的な経済不安や中国の韓国への経済制裁措置<sup>1</sup>などの問題があったにもかかわらず、生鮮・加工農林畜産食品および水産食品の輸出が好調に推移した。

(図2) 農林水産食品輸出の推移



(出所) 2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

農産物、林産物、水産物の輸出は前年比で増加したが、畜産物は鶏肉などの輸出不振などにより小幅に減少した。

(表15) カテゴリ別輸出実績の比較

区分	2015 (A)			2016 (B)			増減率 (B/A)	
	物量 (千トン)	金額 (百万ドル)	比重 (%)	物量 (千トン)	金額 (百万ドル)	比重 (%)	物量 (%)	金額 (%)
合計	4,285	8,028	100.0	4,487	8,593	100.0	4.7	7.0
農林畜産食品	3,635	6,104	76.0	3,875	6,465	75.2	6.6	5.9
農産物	2,775	5,221	65.0	2,905	5,581	65.0	4.7	6.9
畜産物	122	497	6.2	118	458	5.3	△3.2	△7.7
林産物	738	387	4.8	852	425	4.9	15.5	10.0
水産食品	651	1,924	24.0	611	2,128	24.8	△6.0	10.6

(出所) 2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社

<sup>1</sup> 韓国政府が導入した米国産防衛用ミサイルシステム (Terminal High Altitude Area Defense、THAAD) 配置に対する中国政府の反発により、観光客に対し韓国旅行を制限するなど非公式的な経済措置を指す。

(表16) カテゴリー別輸出の実績

(単位：千トン、百万ドル)

区分	2012年		2013年		2014年		2015年		2016年	
	物量	金額								
全分野合計	-	547,869.8	-	559,632.4	-	575,664.6	-	526,756.5	-	495,425.9
農林水産合計	3,914.4	8,006.1	4,023.1	7,875.9	4,306.8	8,249.7	4,285.4	8,028.4	4,486.6	8,592.6
農林畜産食品	3,206.0	5,644.8	3,335.9	5,724.6	3,605.3	6,182.7	3,634.6	6,104.0	3,875.1	6,465.0
生鮮	385.8	1,111.5	397.2	1,210.3	453.3	1,153.7	426.0	1,035.9	444.8	1,109.4
- 果実類	130.1	222.0	140.1	233.4	150.3	258.6	134.8	250.2	147.7	299.1
- 野菜類	60.6	224.6	57.0	220.3	101.9	229.5	86.5	236.3	91.7	257.3
- 人参類	4.4	150.8	5.1	174.9	5.8	183.5	5.9	155.1	5.8	133.5
- キムチ	27.7	106.6	25.6	89.3	24.7	84.0	23.1	73.5	23.5	78.9
- キノコ類	14.6	33.5	16.3	38.0	15.4	36.9	15.1	36.6	15.6	37.9
- 穀類	30.7	32.2	30.9	29.8	34.6	32.2	50.8	34.8	38.8	33.3
- 花卉類	8.4	84.0	7.9	61.2	5.3	40.6	3.9	28.5	2.9	26.4
- 家禽肉類	28.7	41.2	33.6	42.2	21.0	34.8	30.1	47.1	29.6	40.6
- 豚肉	1.3	2.9	1.9	4.8	1.9	7.8	2.2	8.0	2.1	6.7
- 山林副産物	79.5	213.8	78.7	316.4	92.4	245.7	73.6	165.9	87.0	195.5
- 加工	2,820.1	4,533.3	2,938.6	4,514.3	3,151.9	5,029.0	3,208.7	5,068.1	3,430.3	5,355.6
- 煙草類	54.4	632.8	44.7	553.2	57.5	702.4	69.7	913.5	72.4	1,014.5
- 菓子類	116.4	403.2	122.9	434.0	125.7	489.9	125.2	452.0	130.9	447.0
- 麺類	91.3	315.6	95.0	320.8	96.5	320.2	104.9	330.7	134.5	409.6
- 酒類	423.9	417.4	423.8	385.5	439.5	404.2	473.8	389.7	431.7	369.8
- 飲料	237.7	225.9	250.4	243.5	296.2	281.7	313.4	293.6	364.4	334.4
- ソース類	60.6	172.0	64.3	181.0	68.6	187.5	67.3	173.7	72.1	187.0
- 乳製品	26.2	101.7	30.9	123.3	38.2	157.2	35.1	166.2	35.5	173.9
- 木材類	693.2	251.0	564.2	231.5	600.3	243.5	663.9	220.8	765.1	229.8
- その他	1,116.3	2,013.7	1,342.4	2,041.5	1,429.3	2,242.4	1,355.5	2,127.9	1,423.9	2,189.5
水産食品	708.4	2,361.3	687.2	2,151.3	701.5	2,067.0	650.8	1,924.4	611.5	2,127.6
- 魚類	470.2	1,382.0	425.0	1,217.4	435.3	1,148.5	396.8	997.0	374.2	1,079.8
- 甲殻類	12.7	124.7	9.7	84.6	9.7	96.5	10.4	108.4	10.0	131.7
- 軟体動物	84.6	342.0	100.5	346.8	98.7	314.5	102.2	301.0	76.4	323.8
- 海藻類	38.2	316.4	38.6	322.5	34.5	344.4	35.9	372.5	43.7	428.7
- その他	102.7	196.1	113.4	180.0	123.2	163.0	105.5	145.5	107.2	163.7

(出所) 2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

1億ドル以上を輸出した12品目の平均輸出増加率は10.4%で、輸出全体の増加率（7.0%）を上回り、輸出の拡大を牽引した。12品目が占める割合は41.7%で、前年比1.3%増と拡大した。増加幅が最も大きい品目はラーメンで、2015年比32.7%増加した。海苔、飲料、調製粉乳も増加傾向にある。

（表17）1億ドル以上の輸出品目

（単位：百万ドル、%）

区分	2014		2015		2016		増減率 (B/A)
	品目	金額	品目	金額(A)	品目	金額(B)	
	全体	8,249.7	-	8,028.4	-	8,592.6	7.0
	小計（1億ドル以上の品目）	3,184.9	-	3,154.3	-	3,583.8	-
1	巻きタバコ	669.1	巻きタバコ	886.8	巻きタバコ	981.6	10.7
2	マグロ	576.9	マグロ	489.6	マグロ	575.8	17.6
3	コーヒーの調製品	303.3	海苔	304.9	海苔	353.0	15.8
4	飲料	281.7	飲料	293.6	飲料	334.4	14.2
5	海苔	274.4	コーヒーの調製品	272.3	ラーメン	290.4	32.7
6	ラーメン	208.5	ラーメン	218.8	コーヒーの調製品	259.1	△4.8
7	人参類	183.5	人参類	155.1	砂糖	168.3	11.2
8	砂糖	173.0	砂糖	151.4	ビスケット	152.3	1.6
9	ビスケット	151.8	ビスケット	149.9	人参類	133.5	△13.9
10	第3のビール	142.2	第3のビール	119.3	調製粉乳	121.5	7.9
11	イカ	116.4	調製粉乳	112.6	イカ	112.5	18
12	大豆かす	104.1	イカ	95.3	第3のビール	104.2	△12.6

（出所）2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.2. 穀類

2016年の穀物輸出量は、前年比23.5%減少し3万8,827トン、輸出金額は4.3%減少し3,327万ドルとなった。コメについて、米国は機能性米に対する需要増等もあり輸出が小幅に増加したが、オーストラリアや中国などでは、他国産との価格競争力や低い認知度等もあり、輸出拡大は難しい状況にある。コメ輸出は前年比5.9%増加し2,371トンとなったが、輸出金額は1.9%減少し505万ドルとなった。

（表18）穀物輸出の実績

（単位：トン、千ドル、%）

区分	2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額

全体	50,787	34,763	38,827	33,273	△23.5	△4.3
米	2,238	5,154	2,371	5,054	5.9	△1.9

(出所) 2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

### 2.2.3. 野菜類

野菜類の輸出は、2014年（12万6,596トン、3億1,350万ドル）と過去最高を記録した後、2015年は減少したが、2016年は再び増加した。2016年の輸出量は前年比6.1%増加し9万1,733トンだった。輸出額は前年比8.9%増加し2億5,734万ドルを記録した。

パプリカは2016年春の天候不良による早期出荷などで、5～6月は出荷量が増加し輸出単価が下落したにもかかわらず、対日輸出は2015年の8,501万ドルから2016年は9,333万ドルへと9.8%増加した。

野菜種子は、中国や日本で競争力が低下したこと（自家採種、品質低下など）により大根種子の輸出が減少したが、米国、インド、中国などでパプリカなど唐辛子の種子類で輸出が増加し、全体での輸出は増加した。

イチゴ（生鮮）は、輸出相手国の上位4カ国（香港、シンガポール、タイ、マレーシア）への輸出割合が全体の91%を占めており、輸出量は12.2%増加したものの、2016年は例年より気温が高かったことによる品質低下等もあり、輸出額は3.3%増にとどまった。ベトナムは2016年2月に両国での検疫条件が妥結されたこともあり、輸出を開始した。

トマト（生鮮）については、日本向けで一定の需要がある業務用（ハンバーガー、サラダ用など）の輸出量は増加したが、韓国国内での価格上昇によりミニトマトの輸出量が減少し、全体輸出の増加率（0.5%増）は横ばいとなった。

(表19) 野菜類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	126,596	313,495	86,493	236,288	91,733	257,337	6.1	8.9
パプリカ	23,138	79,611	29,376	85,213	30,276	93,793	3.1	10.1
野菜種子	545	39,322	520	45,934	625	52,773	20.3	14.9
イチゴ	3,657	33,374	3,678	33,027	4,125	34,116	12.2	3.3
(生鮮)	-	-	3,293	31,971	3,539	32,450	7.5	1.5
トマト	5,538	13,737	5,738	12,592	5,428	13,341	△5.4	5.9
(生鮮)	-	-	3,779	9,702	3,798	10,687	0.5	10.1

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

### 2.2.4. 果物類

2016年の果物類の輸出量は前年比9.6%増加し14万7,715トンで、輸出額は19.6%増え2億9,910万ドルとなった。

ナシ、リンゴ、ブドウは、ベトナムやインドネシアなどの新興国市場向け輸出が好調で輸出が大幅に増加したが、柑柿とミカンが韓国国内の不作による輸出物量確保の難しさで輸出が減少した。

柚子茶は中国輸出が低迷したにもかかわらず、日本、香港などで輸出が拡大し、小幅ながら改善された。

(表20) 果物類輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	150,256	258,626	134,835	250,171	147,715	299,103	9.6	19.6
ナシ	23,142	62,318	22,556	57,842	25,684	65,528	13.9	13.3
(生鮮)	-	-	22,493	57,713	25,607	65,356	13.9	13.2
柚子茶	8,431	12,848	14,665	41,003	14,824	41,523	1.1	1.3
リンゴ	2,378	5,787	3,652	8,678	4,131	9,381	13.1	8.1
(生鮮)	-	-	3,503	8,181	3,947	8,748	12.7	6.9
柿	8,431	12,848	8,612	11,185	6,838	8,633	△20.6	△22.8
(生鮮)	-	-	8,612	11,185	6,819	8,609	△20.8	△23.0
ブドウ	672	2,475	876	3,525	1,103	5,388	25.9	52.9
(生鮮)	-	-	814	3,284	1,032	5,123	26.9	56
キウイ	155	1,322	258	1,531	1,389	4,412	439.3	188.2
ミカン	3,038	4,028	2,802	3,289	2,294	2,602	△18.1	△20.9

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.5. キノコ類

2016年、キノコ類の輸出量は前年比3.5%増加し1万5,612トン、輸出額は前年比3.6%増加し3,793万ドルとなった。

椎茸は輸出の増加傾向が続いており、近年横ばいが続いたエノキタケが増加に転換した。椎茸については、西洋種のマツタケの代替品として需要が高まっているものと思われる。

(表21) キノコ類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	15,397	36,919	15,079	36,606	15,612	37,932	3.5	3.6
エリンギ	4,116	14,471	4,755	15,588	5,086	17,173	7	10.2
エノキタケ	10,236	18,131	9,194	16,417	9,348	16,518	1.7	0.6
平茸	317	1,304	422	1,795	348	1,454	△17.4	△19.0

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.6. 花卉類

2016年の花卉類の輸出は、前年比24.1%減少し2,937トン、輸出額は前年比7.1%減少し2,643万ドルとなった。切花農家の輸出忌避による生産量の減少、主要輸出国の花卉消費の低迷や、輸入国の多様化等による減少傾向が続いている。

ただし、多肉植物は、主要輸出国である中国への輸出が低迷したにもかかわらず、ベトナムや台湾など輸出市場が多角化したことで、輸出金額は増加した。

百合は、日本の不安定な相場による輸出数量の減少にもかかわらず（前年比19.1%減）、対ドルへの円高による影響で輸出金額は増加した。

(表22) 花卉類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	5,298	40,625	3,869	28,462	2,937	26,434	△24.1	△7.1
百合	1,564	12,309	1,145	9,328	927	10,104	△19.0	8.3
蘭	806	6,429	857	5,325	553	3,244	△35.4	△39.1
バラ	1,188	7,807	745	3,264	487	2,363	△34.6	△27.6
多肉植物	-	-	115	1,899	90	2,421	△21.5	27.5

注：多肉植物は別途のHSコードがなく、その他の草花で集計した。

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.7. 哺乳家畜肉類

哺乳家畜肉類は、口蹄疫発生の影響もあり、2016年の輸出量は前年比6.7%減少し5,741トンとなった。輸出額は同14.3%減少し、3,023万ドルとなった。

(表23) 家禽肉類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	4,150	28,611	6,153	35,274	5,741	30,233	△6.7	△14.3
牛肉	2,221	20,776	3,985	27,261	3,664	23,386	△8.0	△14.2
豚肉	1,929	7,834	2,168	8,011	2,074	6,731	△4.4	△16.0

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.8. 家禽肉類

2014年に発生した鳥インフルエンザ（AI）の影響で、大幅に減少した家禽肉類の輸出は、2015年に回復後、再びAI発生による一部の国家での輸入禁止措置を受け、2016年の輸出量は前年比1.5%減少し2万9,632トンとなった。輸出額は13.7%減少し4,064万ドルとなった。

ベトナムは鳥インフルエンザがよく発生する地域で、相対的に衛生的な韓国産鶏の輸出が着実に行われたが、単価の高い鶏もも肉の輸出減少や、価格競争力の高い米国産との競争により、輸出が減少した。

参鶏湯（サムゲタン）は、中国政府との輸出検疫・衛生条件が締結されてから、2016年6月末に輸出が開始され、流通売場での販促活動などもあり輸出が好調だったが、AIの発生によって対中国輸出加工工場5カ所のうち、3工場の輸出が中断された。

（表24）家禽肉類の輸出実績

（単位：トン、千ドル、%）

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	21,009	34,765	30,083	47,102	29,632	40,644	△1.5	△13.7
鶏肉	19,280	33,429	26,404	41,708	27,304	37,135	3.4	△11.0
（参鶏湯）	1,718	7,497	2,196	9,849	2,559	11,288	16.6	14.6
鴨肉	752	660	3,056	4,842	1,986	2,763	△35.0	△42.9

（出所）2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.9. 林産物

2016年の林産物輸出は、前年比15.5%増の85万2,070トンで、輸出額は同10.0%増の4億2,536万ドルとなった。

栗は、国内での生産量が減少したことで輸出価格が上昇し、輸出量は下落（前年比5.5%減）したが、輸出金額は増加した。

シイタケは、香港と台湾向け輸出の割合が合わせて57%を占める。韓国内の乾燥シイタケ生産の増加による価格の下落により、輸出が大幅に増加した。

柿は、ベトナム向け販売販促や広報を集中的に行ったことで、干柿、乾燥柿ともに輸出が大幅に増加した。米国向けは、在米韓国人を対象にした祝日プレゼント用販売が増加し、台湾や中国など中華圏に加え、新規の市場が拡大された。

（表25）林産物の輸出実績

（単位：トン、千ドル、%）

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	692,683	489,277	737,466	386,619	852,070	425,362	15.5	10.0
栗	10,555	23,195	8,486	17,275	8,018	20,203	△5.5	16.9
椎茸	61	1,370	103	2,086	175	2,982	70.2	42.9
柿（林産物）	55	519	73	843	148	1,585	104.5	88.1

（出所）2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.10. 煙草類

煙草類は、中東や日本など主要国への輸出が好調で、タイ市場等の拡大もあり、年間の輸出金額が初めて10億ドルを突破した。2016年の煙草類の輸出量は、前年比3.9%増の7万2,357トン、輸出額は11.1%増の10億1,447万ドルとなった。

(表26) 煙草類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	57,511	702,367	69,672	913,508	72,357	1,014,472	3.9	11.1
巻きタバコ	51,046	669,060	64,142	886,814	65,420	981,578	2	10.7
タバコ	2,118	19,908	1,183	11,771	1,161	10,094	△1.8	△14.2
均質化タバコ	2,819	8,439	2,853	8,226	3,311	8,812	16.1	7.1
喫煙用タバコ	66	618	219	1,895	1,012	8,055	361.7	325.1
その他	1,461	4,343	1,275	4,802	1,452	5,933	13.9	23.5

(出所) 2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.11. 菓子類

菓子類は、一部地域への輸出は減少したが、現地企業と提携し味やデザインを現地化させ新商品を販売するなどの努力で、前年と同水準を維持した。

中国は、市場占有率の高い台湾や日本産製品がリニューアルし販売されたことや、韓国流通売場撤退などの影響により、輸出が減少した。

日本向けは、チョコパイなどのベーカリー類の新商品の輸出が増加していたが、円安の影響によりOEM注文が減少し、年間の輸出額は減少した。

一方、米国はビスケット類とコメ菓子類が、バターの含量が高い現地製品と差別したことなどで、COSTOCOなどでの販売が継続的に増加している。台湾は、現地企業との提携でOEM注文が増え、味やデザインを現地化したこともあり、ビスケット類の輸出が拡大している。

(表27) 菓子類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	125,712	489,937	125,154	452,021	130,855	446,982	4.6	△1.1
ビスケット	22,924	151,783	24,976	149,919	27,065	152,294	8.4	1.6
その他ベーカリー製品	14,966	105,864	20,424	110,263	21,708	98,891	6.3	△10.3
その他 砂糖菓子	59,217	101,847	55,293	81,959	55,888	79,979	1.1	△2.4
穀類調製品	11,451	51,216	10,311	41,650	11,654	44,308	13	6.4

パン	8,947	33,794	6,423	26,324	7,043	29,554	9.6	12.3
キャンデー	3,775	23,095	4,243	24,356	4,477	26,956	5.5	10.7
ガム	4,432	22,337	3,482	17,536	3,020	15,000	△13.3	△14.5

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.12. 麺類

麺類は、製品の多様化や流通網の拡充で、輸出増加を続けている。2016年の麺類輸出は前年比28.2%増の13万4,466トンで、輸出額は同23.9%増の4億964万ドルとなった。ラーメンは、中国向け主要輸出業者の積極的な営業により、百貨店、大型マート、コンビニなど、様々な流通チャンネルを確保したことで、内陸地域やオンラインなどの販売が増加し、輸出が急増した。米国は、東南アジア地域で韓国ラーメンの認知度が上昇したことで、現地アジア系の需要が急増したため、輸出が増加したと思われる。

インスタント麺は、利便さを追求する消費トレンドに合ったカップ麺の需要が増えており、米国ではCOSTCOなどを中心に輸出が拡大された。中国は、現地の韓国産ラーメンに対する人気が高まったため、カップ麺の輸出が増加した。中国人の食習慣を考慮した袋形製品への人気も高まっている。

(表28) 麺類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	96,515	320,216	104,867	330,726	134,466	409,647	28.2	23.9
ラーメン	48,801	208,455	55,378	218,799	79,586	290,366	43.7	32.7
その他パスタ	13,653	37,411	13,754	34,057	18,490	42,291	34.4	24.2
インスタント麺	16,769	33,358	17,485	35,830	17,643	37,803	0.9	5.5
全体	96,515	320,216	104,867	330,726	134,466	409,647	28.2	23.9

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.13. 飲料

飲料は、従来の主要マーケットである米国と中国への輸出が好調であることに加え、アフガニスタン（金額基準で2015年比48.5%増）、ベトナム（同79.0%増）などの新興市場への輸出が大幅に増加し、2016年の輸出は前年比16.3%増加し36万4,350トン、輸出額は同13.9%増加し3億3,444万ドルとなった。

米国については、従来のヒスパニック・在米韓国人マーケットを中心にアロエ飲料がウォルマート、カルフルなど主要大型マートに参入したことに加え、流通網（倉庫型店舗、オーガニックカフェ、ガソリンスタンドなど）が拡大したことで輸出が増加した。

カンボジアでは、韓国産のエネルギー飲料ブランドが業界首位となっており、認知度が高く、確固とした流通網を構築した。加えて、エネルギー飲料と同じブランドの牛乳と果汁飲料が人気で、輸出が増加した。中国は、2016年に新たに発売した中国向け輸出専用のバナナ牛乳プレゼントパック（12個/1パック）が好評だった。子供向け商品の市場で韓国産飲料に対する

高い認知度と信頼度で輸出が増加した。

新興市場であるアフガニスタンでは、蒸し暑い気候を考慮し現地の嗜好に合わせたグアバ風味の高麗人参エネルギー飲料が好調で、SNSを活用したプロモーションやスポーツ競技のスポンサーなど、積極的なプロモーションを実施し、輸出が大幅に増加した。ベトナムは、従来の人気製品であるアロエ飲料とともに、米飲料、トウモロコシ豆乳など食事の代用飲料が好評を得て輸出が増加した。

(表29) 飲料の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	296,242	281,700	313,402	293,623	364,350	334,445	16.3	13.9
その他飲料	189,237	179,340	211,842	192,732	239,242	214,140	12.9	11.1
水	102,570	90,324	96,458	88,672	120,256	107,416	24.7	21.1
飲料ベース	2,737	7,219	2,854	6,335	2,923	7,764	2.4	22.6
漢方薬その他	296	2,688	440	3,338	359	2,799	△18.4	△16.2
シロップ	571	1,082	833	1,488	589	1,211	△29.3	△18.6
甘酒	833	1,047	975	1,058	980	1,115	0.5	5.4

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

#### 2.2.14. 酒類

日本で酎ハイ類などのRTD (Ready To Drink : 低度のアルコール飲料) 製品を好むトレンドにより、第3のビールの日本向け輸出が低迷し、酒類輸出は減少した。2016年の輸出は、前年比12.8%減少の16万8,667トンで、輸出額は12.6%減の1億417万ドルとなった。

第3のビールは、日本の酒税法に合わせ豆あるいはトウモロコシで作られた発泡酒であり、輸出数量の99%以上を日本に輸出しているが、日本でチューハイ系列のアルコール飲料の人気が高まり、第3のビールの需要が減少した。

マッコリは、日本、米国などの主要市場への輸出が低迷しているが、ベトナムへの輸出が大幅に増加し、年間の輸出額は前年と同水準となった。

焼酎、ビールなどは、韓流や新興市場の消費拡大に支えられ、輸出が増加した。焼酎は、在米韓国人を中心に需要が持続し、中国の韓流ドラマなどによる関心の高まりなどもあり、輸出が増加している。ビールは、韓国ドラマの人気による影響で韓国産ビールの関心が高まり、輸出が増加している。

(表30) 酒類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
全体	439,547	404,223	473,829	389,671	431,657	369,775	△8.9	△5.1

第3のビール	205,387	142,169	193,466	119,252	168,667	104,177	△12.8	△12.6
焼酒	74,338	99,513	72,136	87,759	69,799	93,017	△3.2	6.0
ビール	111,004	73,181	123,964	84,455	131,485	90,864	6.1	7.6
マッコリ	15,470	15,352	13,893	12,902	13,654	12,868	△1.7	△0.3

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.15. 茶類

茶類の2016年の輸出は、前年比24.2%増加し2万6,224トン、輸出額は15.5%増加し7,365万ドルとなった。

(表31) 茶類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
小計	30,416	83,388	21,115	63,771	26,224	73,658	24.2	15.5
固形茶	5,168	11,546	482	4,545	485	6,194	0.6	36.3
固形茶(緑茶)	10	151	36	885	59	2,202	63.9	148.9
液状茶	25,101	68,267	19,631	55,022	25,205	63,204	28.4	14.9
浸出茶	146	3,575	1,003	4,204	534	4,261	△46.8	1.4
浸出茶(緑茶)	7	748	70	1,211	84	1,105	20.0	△8.8

(出所) 2014-2016食品や食品添加物の生産実績、食品医薬品安全処資料を基に作成。

## 2.2.16. 畜産物加工品

2016年の畜産物加工品の輸出は、前年比36.0%増加し7万8,924トンで、輸出額は同30.4%増加し、2,724億ウォンとなった。

(表32) 畜産物加工品の輸出実績

区分	生産量 合計 (トン)	生産額 合計 (億ウォン)	国内販売		国外販売(輸出)		総輸出	
			販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)	販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)	販売量(ト ン)	販売額 (億ウォ ン)
2014	5,697,216	223,195	5,363,429	230,037	62,464	2,543	5,425,893	232,579
2015	6,073,510	227,748	5,879,350	249,334	58,044	2,089	5,937,394	251,423
2016	6,530,951	240,079	6,256,689	271,820	78,924	2,724	6,335,613	274,544
食肉加工業	1,085,902	47,905	1,069,071	56,161	4,435	174	1,073,506	56,335
乳加工業	2,931,258	60,241	2,746,374	71,682	48,569	1,904	2,794,943	73,586
卵加工業	122,482	3,200	116,873	3,709	5	0	116,878	3,709

区分	生産量 合計 (トン)	生産額 合計 (億ウォン)	国内販売		国外販売 (輸出)		総輸出	
			販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)	販売量 (トン)	販売額 (億ウォン)	販売量(ト ン)	販売額 (億ウォ ン)
食肉包装 処理業	2,391,309	128,733	2,324,371	140,269	25,915	646	2,350,286	140,914
前年比増加 率	7.5	5.4	6.4	9.0	36.0	30.4	6.7	9.2

(出所) 2016の畜産物加工品の生産実績など統計の構築、食品医薬品安全処資料を基に作成。

## 2.2.17. 乳製品

乳製品は、中国向け調製粉乳の輸出が初めて1億ドルを突破するなど、輸出が増加している。2016年は前年比1.3%増の3万5,514トン、輸出額は4.6%増の1億7,392万ドルとなった。

中国国内では原乳価格が輸入産より高く、輸入製品に対する需要が高い。2016年10月に施行予定だった「乳幼児調製粉乳配合比登録管理方法」の施行が猶予(2018.01.01)されたことで、発注数量が継続的に拡大したため、輸出が増加した。ベトナムは、ベトナム政府の海外ブランドに対するマーケティング規制、通関の意図的な遅延など、海外ブランドに対する牽制が続いており、輸出が低迷している。

生牛乳は、輸出量の97%を中国が占めているが、中国現地ブランド製品の品質改善や広報拡大により競争が激しくなっており、輸出が減少している。

(表33) 乳製品の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
乳製品	38,208	157,168	35,059	166,207	35,514	173,921	1.3	4.6
調製粉乳	7,570	91,002	9,316	112,558	9,767	121,495	4.8	7.9
生牛乳	7,950	16,031	9,335	17,902	9,124	16,551	△2.3	△7.5
醗酵乳	6,357	8,274	6,483	8,644	6,793	9,509	4.8	10
コンデンスミルク	6,122	11,557	3,272	6,610	3,567	7,005	9	6

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.18. 魚類

2016年の魚類の輸出は、前年比5.7%減の37万4,234トンで、輸出額は同8.3%増の10億7,983万ドルとなった。

マグロは、輸出量は前年水準であったが、上半期に漁獲量が減少し、円高により輸出単価が高くなったため、輸出金額は大幅に増加(前年比17.6%増)した。

(表34) 魚類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
魚類	435,341	1,148,544	396,791	997,011	374,234	1,079,833	△5.7	8.3
マグロ	221,693	576,893	223,009	489,601	225,036	575,811	0.9	17.6
ヒラメ	7,125	64,526	5,497	58,748	5,852	62,326	6.5	6.1
穴子	4,415	52,813	4,395	47,093	4,473	53,737	1.8	14.1
サワラ	8,636	29,385	13,590	44,690	16,215	50,035	19.3	12
タラ	10,934	33,019	7,958	25,219	9,013	30,187	13.3	19.7
サバ	22,552	27,535	25,820	25,768	21,129	23,778	△18.2	△7.7
明太	22,933	36,219	8,436	14,459	15,064	19,977	78.6	38.2
鱈	20,059	28,840	23,330	26,629	12,423	13,197	△46.8	△50.4

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.19. 海藻類

海苔、ワカメは、競合国の中国や日本などの作況が低迷し、現地での生産量が減少したため、代替として韓国産の需要が増加した。2016年の海藻類の輸出は、前年比21.5%増の4万3,692トン、輸出額は同15.1%増の4億2,867万ドルとなった。

海苔は、日本とタイで業務用乾海苔の需要が増加したが、最近では、韓国の海苔の生産が低迷しているため、供給量が足りず価格が上昇し、輸出単価が上昇した。

ワカメは、中国の主要生産地である大連（全体養殖の約70%）地域の生育が低調で、韓国産の塩蔵ワカメの需要が急増した。中国での生産減少の影響で、日本でも韓国産の需要が増加した。

(表35) 海藻類の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
海藻類	34,463	344,363	35,949	372,497	43,692	428,674	21.5	15.1
海苔	15,556	274,390	17,694	304,868	17,835	353,016	0.8	15.8
ワカメ	14,338	30,801	14,107	29,036	21,780	32,761	54.4	12.8
ヒジキ	2,122	23,363	1,988	24,276	1,834	27,992	△7.7	15.3

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

## 2.2.20. 軟体動物

2016年の軟体動物の輸出は、前年比25.3%減少し7万6,365トン、輸出額は7.5%増加し3億2,375万ドルとなった。

イカは、世界的な漁獲量減少による輸出単価の上昇により輸出額が増加し、アワビは、韓国産の輸出価格の下落や中国産の供給量減により、韓国産の需要が大幅に増加した。

一方、カキは、主要輸出先の自国生産量の増加やカキ加工品の需要が減少し輸出が急減した。

(表36) 軟体動物の輸出実績

(単位：トン、千ドル、%)

区分	2014		2015 (A)		2016 (B)		増減率 (B/A)	
	物量	金額	物量	金額	物量	金額	物量	金額
軟体動物	98,740	314,531	102,189	301,030	76,365	323,757	△25.3	7.5
イカ	72,766	116,357	72,709	95,334	46,671	112,467	△35.8	18
アワビ	1,167	45,505	1,125	38,568	2,301	66,237	104.5	71.7
カキ	9,292	66,220	12,673	95,861	8,025	61,912	△36.7	△35.4
アサリ	8,790	27,970	9,665	26,087	13,905	42,985	43.9	64.8

(出所) 2014-2016年農林水産食品の輸出入動向統計、農林畜産食品部、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

Copyright (C) 2018 JETRO. All rights reserved.

### 3. 韓国農林水産食品の輸出促進政策

韓国の農林水産食品の輸出促進政策は、主に農林畜産食品部が担当しているが、水産物については、海洋水産部が担当し作成している。このように、二つの省庁にまたがる輸出政策は、農水産食品流通公社が一元化し実行している。

韓国政府は今後、農林水産食品の輸出が韓国農林漁業の発展を促進し、新成長エンジンとなるためにも、多様な支援制度を設けている。

韓国政府の農林水産食品の輸出支援制度は、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。

本章では韓国農林水産食品の輸出促進における全般的な政策と支援事業と主要品目に適用される注目すべき政策と事業を紹介する。

#### 3.1. 輸出促進政策及び制度

##### 3.1.1. 農林畜産食品部

農林畜産食品部は、農林水産食品の輸出拡大に向けて、生産および商品管理、物流、市場開拓など大きく3分野への支援政策を展開している。

生産および商品管理の支援のため、農食品輸出専門組織の育成及び徹底した安全管理をサポートしている。まず、均一な品質の農産物を安定的に生産、供給するため、産地を中心に、主要輸出品目別「輸出専門団地」を指定し育成している。また、農家・輸出企業を系列化させて品目別輸出リーディング組織を育成し、輸出農家や企業の競争力を向上させている。これらを踏まえ、海外消費者の食文化や食習慣などに合わせ、新商品の開発、商品の改善（品質、包装等）及び現地テストなどをサポートしている。

物流と関連して、コールド・チェーン・システムの構築などの物流支援を通じて輸出競争力強化に向けた政策を実施している。中国青島所在の物流基地と8カ所の共同物流センターとの間で「コールド・チェーン配送支援事業」を推進している。また、生鮮農産物、国産農産物を活用した加工食品などに対する輸出物流費を提供する事業を通じて輸出活性化をサポートしている。

市場開拓に向けた政策としては、成長可能性が高い有望、新規市場を中心に、市場開拓をサポートしている。オンライン・TVショッピングなどの輸出チャンネルの多様化のため、海外オンラインショッピングモール<sup>2</sup>内に韓国農食品館を設置しており、韓国内でオンライン越境販売を拡大させるために「韓国食品の越境販売ガイドブック」を配布した。また、韓国食品大手のCJなどと協力し、海外TVショッピングを通じて海外進出をサポートしている。

国内外で広報を強化し、韓国食品の認知度を向上させるため、中国内陸都市などを中心に韓国食品商品展（K-Food Fair）の開催を拡大し、また、アンテナショップを運営している。韓国と現地で消費者試食会の開催、輸出広報館の運営などを通じて海外消費者の韓国食品に対する認知度を向上させるための努力をしている。主要ターゲット品目、市場を中心に市場情報の調査を行い、検疫問題が解決された品目を中心に、該当国における生産、流通、輸出入動向、消費者認識などを調査し、海外市場進出戦略を公開している。

（表37）韓国の農林水産食品の輸出支援制度

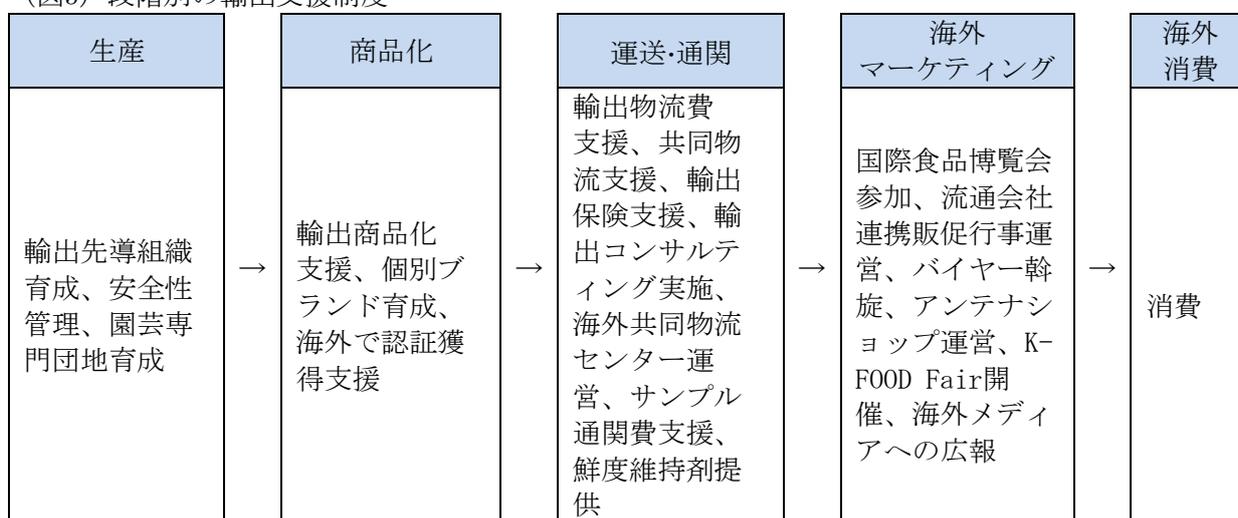
<sup>2</sup> 海外オンラインショッピングモール内の韓国食品販売館数：2015年の4カ所（アリババなど）から2016年の6カ所に拡大（ウィチャットなど）

支援分野	事業名	事業概要
生産組織	園芸専門生産団地への支援	政府指定の園芸生産団地に対する運営管理、インセンティブ提供などを通じて安定的な輸出をサポート
	有望品目の商品化	有望な高付加価値商品の発掘を通じて、海外市場を開拓し、輸出の増大に貢献
	品目別輸出先導組織の育成	高品質な農食品を安定的に供給するため、生産から輸出まで一貫した品目別先導組織を育成
安全管理	輸出農産物安全性調査	輸出国の厳しい安全制度は、農食品輸出の非関税障壁となる恐れがあるため、輸出農食品の国内生産時から安全性を確保できるように輸出農家及び輸出業者に残留農薬検査費用などを提供
	輸出専門団地 先導組織教育	安全な輸出農産物の安定的な供給ができるよう、輸出集約型専門団地を育成
	海外専門家の招請コンサルティング	園芸専門生産団地の輸出先導農家を対象に、先進農業国の最先端技術、情報などを提供し、輸出専門エリート農家を育成し、輸出競争力の強化をサポート
市場開拓	大型流通会社の連携・販促	海外の大手流通売場連携の販促行事（試食、広報、プロモーションなど）を実施し、消費者の認知度向上をサポート
	国際食品博覧会への参加支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 主要海外食品博覧会に国内輸出業者を募集して韓国パビリオンの形態で参加をサポート</li> <li>- aT(韓国農水産食品流通公社)または関連機関が主管しない海外の博覧会に個別で参加できるようにサポート</li> </ul>
	バイヤーの斡旋	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 優秀バイヤーを招聘し、大規模輸出商談会を開催し、新輸出取引先確保をサポート</li> <li>- 海外有望バイヤーを招聘し、実質的な商談及び受注をサポートし輸出増大をサポート</li> </ul>
	サンプルの通関運送費の提供	サンプルの提供及び試験輸出に必要な通関、運送費用を提供し、海外新規バイヤーの発掘と、潜在的な輸出市場開拓をサポート
	個別ブランドの支援	大規模で海外市場に輸出できる食品スターブランドを育成させるため、個別ブランドの海外広報マーケティング活動を集中し支援することで長期的輸出拡大の土台を確保
	海外アンテナショップの運営	韓国食品の新規市場開拓及び進出可能性を模索するため、ショップインショップなど、現地の条件に合わせた海外アンテナショップ運営の事業費を提供
	GLOBAL K-FOOD FAIR	海外輸出現場で輸出商談会と輸出広報を総合し「GLOBAL K-FOOD FAIR」を開催し、輸出商談の促進及び韓国農水産食品の広報を実施
	海外認証の登録支援	輸出商社の海外認証をサポートし、高品質、高付加価値製品の輸出を促進し、非関税障壁の解消に貢献
	FTA 特惠関税活用支援事業	FTA 特惠関税の活用を通じて、輸出商社の価格競争力の確保及び輸出機会の拡大のため、原産地証明書発給などにおけるコンサルティング及び教育
	農食品輸出コンサルティング	中小食品企業の輸出において、初期段階から市場に定着完了するまでコンサルティングを実施
	農食品現地化の支援	主要輸出国に対する輸出商社及び輸入バイヤーに対し、通関の際の隘路事項の解消、市場拡大に向けて国家別非関税障壁対応、商品に対する分析および情報の提供
	海外情報調査の提供	韓国唯一の農林水産食品輸出情報専門サービスとして、輸出関連情報を提供

支援分野	事業名	事業概要
物流支援	生鮮農産物の鮮度維持剤提供	輸出生鮮農産物の商品性向上及び輸出拡大のための鮮度維持剤の購入をサポート
	航空共同物流の活性化	共同物流を担当する物流専門企業を選定し、共同輸送を通じて物量を確保し輸出運送費を軽減できるように誘導し、物流競争力の向上をサポート
	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、冷蔵・冷凍物流サービスを支援し、高品質の農水産食品の安定的な供給及び新規市場開拓をサポート
	中国の内陸地域 コールド・チェーン構築	農食品の冷凍・冷蔵物流インフラが不足している内陸地域に、コールドチェーンを構築することをサポートし、韓国の冷凍・冷蔵食品の内陸市場への展開を強化
金融保険	輸出保険の支援	為替変動保険、短期輸出保険の保険料を提供し、輸出商社の安定的な経営をサポート

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

(図3) 段階別の輸出支援制度



### 3.1.2. 海洋水産部

海洋水産部の輸出関連政策や制度は、水産物輸出先導組織育成、水産物輸出協議会、農林畜産食品部と類似している。ただ、品目が限定されているため、事業の全体規模は相対的に小さい。海洋水産部は2017年2月に「水産物輸出競争力強化対策」を発表し、「水産物輸出を通じた水産業未来産業化」という目標の下、輸出市場の多角化、高付加価値商品の輸出拡大、生産・加工・輸出マーケティングに跨る輸出支援の拡大のため、次のような各種競争力強化対策を明らかにした。

持続可能な生産基盤づくりに向けて、サケ、マグロなどの初期投資費用が大きい品目に対し、大規模資本の参入を許可し、先端技術と融合させた養殖システムを構築することで、2020年以降、年間200万トン以上の養殖水産物を安定的に生産する計画である。また、海外遠洋漁場の確保、水産資源管理の強化などを通じて持続可能な生産基盤も構築する。そのほか、主要生産海域に対する汚染源管理を強化し、優秀環境養殖の拡大、国際認証取得支援などを通じて、生産の全段階にまたがる品質および衛生管理を強化する計画である。

高付加価値水産物における輸出産業の育成のため、自治体の需要を考慮して生産圏域別に加工・輸出・研究開発・物流機能などが集積・連携された拠点型輸出加工団地の造成を検討し、

水産食品企業の起業を活性化させていく。また、輸出商品開発に向けた研究開発（R&D）投資を拡大し、海苔のような人気商品を発掘する一方、零細水産会社に対し、金融、輸出保険などの支援を拡大する。さらに、漁具、加工機材など、関連産業製品の輸出を共に推進し、韓国水産食品の輸出の底辺を広げる予定である。

輸出品目と相手国が偏る問題を改善するため、主要輸出国別に市場進出戦略と主要品目別競争力強化対策を段階的に練っていく計画、水産物輸出のための統合ブランド「K・FISH」事業を本格的に開始し、韓国水産物に対する高級なイメージを作っていく計画、また、主要オンラインマーケットへの入店支援、インターネットにおけるマーケティング支援などを強化し、また、各種オフライン広報、マーケティングイベントも関係機関と協業し拡大していく計画を立案している。

水産物輸出支援システムの強化に向け、政府と自治体、支援機関、輸出業界などが参加する輸出促進協議体を構成し運営して緊密な協力体系を構築し、「水産物輸出支援センター」を中心に輸出現場の隘路を解消していく計画がある。このため、現在、中国にのみ設置し運営されている「水産物輸出支援センター」を水産業界の需要増加によって、米国、日本、台湾、ベトナムなど主要輸出相手国に拡大する予定。また、「水産物輸出サービス産業」を育成して、輸出企業の成長を促す計画を持っている。

### 3.2. 主要品目別支援事業

#### 3.2.1. 主要品目別支援事業概要

品目別支援政策が別途あるわけではないが、先述の多様な輸出支援制度が各品目別に活用されている。支援実績は明らかにされていないが、韓国農水産食品流通公社の関係者によると、品目別支援制度は存在しないものの、各種支援事業は品目の状況により柔軟に運営されていると述べられている。主要輸出支援事業を簡単に見ると、以下の通りである。

#### ○農食品輸出業者適合型輸出支援制度

- 食品輸出業界に輸出バウチャーを提供し、多様な輸出支援事業のうち輸出業者が必要な事業を選択できる需要者中心の輸出支援制度を導入（2018年新規）。
- 輸出バウチャーの対象事業：グローバルブランド育成、商品化事業、海外認証輸出コンサルティング、海外での販促活動（国内公募販促）、FTAの特恵関税の活用、個別博覧会、個別バイヤー（支援限度2億7千万ウォン、自己負担20%）。

#### ○総合博覧会（現地有望博覧会含む）

- 主要海外食品博覧会ごとに、国内輸出業者を募集し、韓国パビリオンの形で参加を支援（賃貸費、設置費など1ブースに該当する参加費用を公社が負担）。
- 例）シンガポール食品博覧会、バンコク食品博覧会、インドネシア食品博覧会、マレーシアハラル博覧会、フィリピン食品博覧会、ホーチミン食品博覧会など。

#### ○個別博覧会

- aT(韓国農水産食品流通公社)または関連機関が、韓国パビリオンを設置しない海外博覧会への個別参加を希望する企業に対し、賃借料、設置費など、博覧会への参加にかかる費用を支援。

#### ○海外での販促活動（総合、個別会社）

- 海外大手流通売場連携販促行事（試食、広報、プロモーションなどにかかる費用の支援）を通じて、韓国農水産食品の入店拡大や消費者の認知度向上。

- 海外アンテナショップ
  - 韓国農食品の新規市場開拓及び進入可能性を模索するため、ショップインショップなど現地の条件に合う海外アンテナショップ運営事業費の支援（80%支援/1店舗当たり最大3億ウォン以内）。
- GLOBAL K-FOOD FAIR（海外現地輸出商談会および輸出広報）
  - 海外輸出広報コンテンツ開発及び配布、消費者体験の拡大で韓国の食品広報及び輸出企業へのバイヤー斡旋支援。
- 海外バイヤーの斡旋（Buy Korean Food）
  - 海外aT（韓国農水産食品流通公社）の推薦、優秀バイヤー招聘を通じて大規模な「輸出商談（BKF）」を開催する際に事前にマッチングしたバイヤーと直で商談できるよう斡旋（2泊3日基準のバイヤー航空料、滞在費及び通訳などを支援）。
- 海外aT（韓国農水産食品流通公社）センターの支社化事業
  - 農水産食品の輸出商社が東南アジア（ジャカルタ、バンコク、ハノイ地域に輸出拡大希望の際、バイヤー斡旋、出張の支援など、海外aTセンターを輸出商社の海外支社のように利用できる事業（サービス利用料は100万ウォン）。
- 輸出商品化支援事業
  - 新規輸出有望商品開発、海外マーケティングなど、現地化をサポートし、食品新成長エンジンを育成し、輸出拡大に寄与（事業費の80%、新規有望商品開発に6,000万ウォン、現地化に3,000万ウォン以内）。
- 新商品の広報支援事業
  - 新規輸出有望商品の発掘、広報パンフレットの制作、サンプルの発送における費用を支援する。また、海外aT（韓国農水産食品流通公社）との連携で、バイヤーの反応をフィードバックし輸出商社の新市場開拓を支援（1社当たり400万ウォン以内）
- 輸出先導組織
  - 高品質農食品の安定的な供給に向けて生産から輸出まで一貫して品目別先導組織育成を支援（1段階：最大1億5千万ウォン、標準物流費の3%以内、2段階：最大標準物流費の5%）例）イチゴK-BERRY
- 品目別輸出協議会
  - 輸出業者間で自律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、輸出秩序確立など農食品輸出拡大を図る（共同マーケティング事業費支援で最大200億ウォン、最低50千万ウォン）。
- 輸出食品認証支援
  - 海外で食品販売のために必要な海外認証（ハラール、SNI、Global GAPなど）の取得及び期限延長にかかる費用の支援を通じて、輸出の非関税障壁を解消（取得費の90%、メーカー当たり2千万ウォン以内）。
- 個別ブランドの支援事業
  - 海外市場をリードするグローバルな食品スターブランドを育成するため、生鮮農産物など個別ブランドの海外広報マーケティングを集中支援（総事業費の50%以内、最大1億

84万ウォン)。

○サンプル通関運送費

- 海外新規市場、バイヤーの開拓のため、農食品サンプルを輸出する際に所要される通関費用および運送費用を提供し輸出先の多角化や輸出拡大を図る（運送費の90%、1社当たり14万ウォン）。

○輸出物流費用支援

- 中央政府、自治体が支援する品目を輸出する際、標準物流費の一部を輸出企業に支援し、農食品輸出拡大を図る（標準物流費の35%以内）。

○輸出保険

- 輸出商社に為替変動保険、短期輸出保険などの保険加入費を支援し、輸出業者の安定的な経営を図る（90%、14万ウォン限度）。

○海外共同物流センター

- 海外冷蔵・冷凍物流インフラ（委託物流業者）を確保し、冷蔵・冷凍倉庫利用料の80%を支援、高品質の農食品の安定的供給に貢献（運営地域：シンガポール、ホーチミン、ハノイ、バンコク）。

○共同物流活性化支援

- 専門の物流業者を選定し、輸出物量を増やして輸出運賃を低減させ、参加した輸出商社にインセンティブを提供（東南アジアにおける運営地域：ベトナム、シンガポール、タイ、フィリピン）。

○輸出物流効率化コンサルティング

- 物流コンサルティング専門会社が、食品輸出商社を直接訪問して物流コストの低減及び効率化に向けた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~54万ウォン支援）  
また、韓国は、輸出と関連した情報提供ウェブサイトの運営およびB2B取引の斡旋などの事業を行っており、農食品輸出時の問題についての専門相談室を運営している。

○農水産物輸出支援情報（KATI）

- 韓国唯一の農水産食品の輸出情報専門サービスとして、海外市場動向、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。

○インターネット取引の斡旋（AGROTRADE）

- 商品の広報、バイヤー発掘の機会を提供、食品取引の斡旋などの全世界バイヤーと韓国の輸出業者を結ぶ農食品専門B2Bサービス。

○食品輸出隘路相談室・輸出情報119コールセンター

- 食品輸出時の隘路事項に対して、専門担当者による常時相談が可能なサービスを運営。農食品輸出と関連した海外市場情報など必要情報の要請時、オーダーメイド型で情報をワンストップで提供。

その他、輸出を支援するための主要事業は、農水産食品輸出情報（[www.kati.net](http://www.kati.net)）、輸出企業総合支援システム（[global.at.or.kr](http://global.at.or.kr)）、食品企業支援・管理システム（[www.foodbiz.or.kr](http://www.foodbiz.or.kr)）、輸出支援システム（<http://atess.at.or.kr/>）、バイヤーのマネジメントシステム（<https://bm>

s. at. or. kr)、水産物輸出情報ポータル (<http://www.kfishinfo.net/kor/>)、韓国貿易保険公社 (<http://www.ksure.or.kr/>) などを通じて詳しく確認できる。

### 3.2.2. 主要支援事業の品目別適用事例

○キノコ類：輸出先導組織及び輸出協議会を活用したキノコ類輸出統合マーケティング組織を結成。

キノコ類のうち、主力輸出品目であるエノキタケと椎茸の輸出先導組織と輸出協議会が中心となり国全体の輸出をけん引する役割を遂行したが、最近、キノコ品目に関してバイヤーの要求が変化しているため、キノコ類全体を代表する統合マーケティング組織の育成を通じたキノコ類全体輸出拡大戦略の必要が高まった。これによって輸出先導組織である「ケイマッシュ (K-MUSH：エノキ)」、「マッシュエム (Mush M：椎茸)」ときのご輸出協議会が組織間の連合を通じて統合法人の設立を推進している。品目別主要生産地域と農家を中心に受発注の統合、マーケティング代行組織の国内外市場分割など、規模化したマーケティングを推進する計画となっている。

○果菜類：輸出専門スマートファーム

農林畜産食品部は、ICT融合複合技術が適用されたスマートファームの普及を通じて施設園芸（果菜類）農産物の輸出をより積極的に拡大するため、輸出専門スマートファーム温室を新築する事業を実施している。施設園芸作物は、日本、東南アジアなどを主な市場としており、スマートファームを通じて経営コストの削減と生産性と品質の向上を通じて輸出競争力を向上することが期待される。

スマートファームでは作物の生育情報と環境情報などに対するデータを基に、いつでもどこでも作物の生育環境を点検でき、適期に処方することにより、労働力・エネルギーを多く投入しなくても農産物の生産性と品質向上が可能になる。総事業費は400億ウォン（2017年）で、韓国農漁村公社が委託して実施する。

○市場開拓：農食品輸出多角化事業、農食品青年海外開拓団 (AFLO)

農林畜産食品部は、潜在力のある青年らのアイディアと能力を活用し、農食品を輸出できる新規市場を開拓する「農食品青年海外開拓団 (AFLO)」を選抜（1期20人）し韓国農水産食品流通公社の職員と共に派遣した。農食品輸出業者対象調査（2016年12月実施）結果をベースに「アセアン+インド、中東+中央アジア、欧州、中南米、アフリカ」で、対象の輸出先を選定しており、最優先輸出先であるインド、カザフスタン、イタリア、ブラジル、南アフリカ共和国に派遣し、市場調査、有望商品発掘、バイヤーの発掘などに取り組む。

開拓団の選抜資格は貿易、マーケティング、農業などの専攻者または経験者であり、現地の言語駆使力や文化理解度が高い現地の大学生・在住の韓国人なども含まれる。

○コメ加工食品：輸出懇談会

2017年4月に農林畜産食品部は「米加工食品懇談会」を通じて米加工食品の輸出促進政策を一般的に拡大することを明らかにした。コメ加工食品の輸出商社、農村振興庁、韓国食品研究所などが参加した会議の場で、農林畜産食品部は、コメ加工食品の輸出拡大のため、主要市場別コメ消費文化、食習慣、宗教、社会、文化的特性など多方面から考慮した輸出有望コメ加工食品を発掘し、集中的に支援すると明らかにした。

また、ハラル市場で、菜食主義者が多い東南アジア地域には、麺類の消費が多い特性を考慮して米麺、コメ材料のトッポッキなどを戦略的に開発する方針である。米を主食とせず、多様な小麦粉使用食品を消費しているが、グルテンフリーなどの健康に関心が高い米国、欧州などの市場については、機能性米、グルテンフリー米パン、コメ材料のトッポッキ、コメ材料のシリアル等の市場進出を重点的に支援する計画である。

優秀なコメ加工食品業者は、海外のオンライン、オフライン流通網、海外進出の国内大手流通会社の流通網を活用し特化したマーケティングを支援する一方で、博覧会への参加を支援

し、バイヤー招聘などの販路開拓事業も積極的に支援する計画である。併せて、新たなコメ加工食品に中央アジア、東南アジア、ハラール、KOSHERなどの新市場への開拓に積極的に乗り出す企業についてはマーケットテスト、販促プロモーションなどの市場開拓活動を支援すると発表した。

## 4. 韓国農林水産食品の輸出促進機構の概要

### 4.1. 韓国農水産食品流通公社 (aT)

#### 4.1.1. aTの概要

韓国農水産食品流通公社は農工間の格差を緩和させる目的で、1967年に農漁村開発公社として発足した。1986年に農水産物流通公社として拡大再編された後、卸売市場の育成、流通教育、情報提供、輸出振興事業、農水産食品消費促進事業などで事業領域を拡張し、農漁民の所得の増加と国民経済の均衡ある発展に寄与してきた。

2012年には韓国農水産食品流通公社に社名を変更し「国民に信頼されるグローバル農水産食品産業の育成専門公企業」として新しくビジョンを確立し、韓国農業の成長エンジンになる農水産食品産業サポート機能を大幅に強化するなど、差別化および専門化された事業構造や機能を備えることに注力している。

(表38) 韓国農水産食品流通公社 (aT) の概要

韓国農水産食品流通公社 (aT)		
企業概要	設立日	1967. 12. 01 (農漁村開発公社)
	設立根拠	韓国農水産食品流通公社法 (2013年3月23日、一部改定)
	機関区分	準政府機関 (委託執行型)
	組織	4本部 / 14室 / 5事業所 / 11地域本部 / 12海外支社
	任職員数 (人)	780 (2017年末基準)
	資本金	683億ウォン
主要機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 流通改善：直取引活性化、産地組織および卸売市場の評価および支援、流通情報提供など</li> <li>- 需給の安定：政府指定農産物の購買、輸入及び備蓄、販売、専担管理など</li> <li>- 輸出振興：輸出の基盤づくり、海外市場開拓、資金支援及び情報提供など</li> <li>- 食品産業の育成：食品、外食企業への支援、インフラ構築、伝統食品の育成など</li> </ul>	
取締役	Lee Byung Ho (第18代)	
住所	全羅南道羅州市文化路 227 韓国農水産食品流通公社	
電話番号	061-931-1114	
FAX 番号	061-804-4527	
WEBSITE	<a href="http://www.at.or.kr">http://www.at.or.kr</a>	

(出所) 経営公示資料、韓国農水産食品流通公社資料を基に作成。

#### 4.1.2. ビジョンと戦略

aTのミッションは「農水産食品産業振興を通じて国民の安定的な経済成長基盤の確保と生活の質の向上に寄与すること」であり、ビジョンは「大韓民国農水産食品産業を率いる力になること」である。

aTは、農林水産食品の需給、流通、輸出、食品、経営などの中核事業部分に戦略目標と指標を立て、これを達成するための15大戦略課題と40大実行課題を取り上げた。aTのミッション遂行及びビジョン達成に向けて「2018-2022、中長期的経営目標における年度別戦略目標」のもと

作成された中長期戦略計画は、aTの特性と性格を表している。

(表39) aTの2018-2022、中長期的な経営目標年度別戦略目標

核心事業	戦略目標	指標内容	2018	2019	2020	2021	2022
需給	I. 国生産基盤強化を通じた食品需給安定	公社管理品目CPI偏差(%以内)	79	78	77	76	75
流通	II. 農食品流通効率化及び産地競争力向上	新流通の流通費用削減額(億ウォン)	488	583	682	780	897
輸出	III. 国内産農水産食品の海外需要創出	支援農水産食品中小企業輸出の成果(百万ドル)	2,420	2,660	2,930	3,220	3,540
食品	IV. 食品企業の農漁業連携及び競争力強化	原料農産物の使用率(%)	31.8	32.0	32.2	32.4	32.6
経営	V. 持続可能な経営基盤の強化	aTの持続可能経営指数(~点以上)*	87	90	92	95	97

\* aTの持続可能経営指数：KoBEX SM (Korean Business Ethics Index-Sustainability Management) 指数30%、GWP (信頼経営指数) 指数30%、革新体系構築運営戦略課題指標40%などで目標達成率を総合して反映

(出所) aT資料を基に作成。

(表40) aTの2018-2022の中長期戦略目標の15大戦略及び40大実行課題

5大戦略目標	15大戦略課題	40大実行課題
I. 国内生産基盤強化を通じた食品需給安定	先制的な需給管理機能強化	1. ICT基盤需給情報支援体系の構築 2. 野菜類買入を通じた価格変動の緩和 3. 需要に対するオーダーメイド型供給体系の拡大誘導
	国家食糧管理の機能強化	1. TRQ (Tariff Rate Quotas) 管理の一元化 2. 主要食糧作物の買付機能の強化
	備蓄事業運営体系の先進化	1. TRQ運営管理の高度化 2. 備蓄農産物の品質安全体系の構築 3. 備蓄事業情報、通常支援業務の強化
II. 農食品流通効率化及び産地競争力向上	農産物の新流通先導	1. ダイレクト取引の持続拡散を牽引 2. オンライン基盤新流通を先導
	産地流通競争力向上	1. 産地流通組織化、規模化、専門化 2. 産地流通施設の運営活性化
	卸売市場運営及びインフラの高度化	1. 卸売市場、公的機能強化 2. 花卉産業育成及び花卉流通の先進化 3. 流通革新の先導の専門人材育成
III. 国内産農水産食品の海外需要創出	国産原料使用輸出品目の競争力強化	1. 未来成長有望品目発掘及び育成 2. 農家、漁家の所得と直結する20大核心品目集中支援

		3. 輸出専門農家との統合支援プラットフォーム構築
	現地密着型の海外輸出拠点の強化	1. 海外物流センター輸出支援効果の向上 2. 現地化支援を通じた輸出支援の機能拡大
	新しい輸出市場及び流通チャンネル開拓	1. 新市場の開拓及び新規需要拡大 2. 海外バイヤーとのネットワーク強化 3. オンライン基盤の韓国農食品販売プラットフォームの構築
IV. 食品企業の農漁業連携及び競争力強化	食品企業の国産原料、消費の活性化	1. 産地と消費地間の直接取引の促進 2. 韓国産農産物の使用拡大 3. 伝統食品消費の促進
	中小食品企業経営改善及び販路支援	1. 段階別オーダーメイド型成長の支援 2. 韓国内の販路開拓強化 3. 海外販路開拓の拡大
	食品産業成長のためのインフラ構築	1. ビッグデータ基盤の食品外食情報プラットフォームの構築 2. 食品外食産業の専門人材の養成
V. 持続可能な経営基盤強化	社会的価値の創出経営を強化	1. 雇用創出の拡大 2. 共同成長及び地域共生中心の社会貢献 3. 清廉/倫理経営を主導する機関の定着 4. 働きやすい職場作り
	お客様目線の革新体系強化	1. 自律的行われた革新体系構築運営 2. 顧客満足経営システムの強化
	未来への成果創出の基盤造成	1. 新成長事業の推進 2. 4次産業革命を備えたIT経営の高度化 3. 成果創出型人的資源管理

(出所) aT資料を基に作成。

#### 4.1.3. 組織構成

aTは、企画本部、需給本部、食品輸出本部、流通本部の4本部のもとで14室、5事業所、11地域本部、12海外支社によって構成されている。

aTの戦略企画および経営全般を担当する企画本部は、企画調整室、経営支援室、財務管理処及び情報セキュリティ担当の非常計画室で構成されている。農林水産食品を安定的に需給させることを担当する需給本部は、需給管理室、備蓄事業室、食糧管理室、品質安全室で、流通本部は、流通造成室、サイバー取引室、農産食品流通教育院、花卉事業センターなどで構成されている。

韓国農林水産食品の全般的な輸出業務を担当する食品の輸出本部は、輸出戦略室（輸出企画部、通常支援部、市場多角化T/F）、輸出事業室（農産輸出部、食品輸出部、水産輸出部）、海外事業室（アジア太平洋輸出部、欧米輸出部、中国輸出部）、食品産業室（食品企画部、外食振興部、食品振興部）、農水産食品企業支援センター（企業コンサルティング部、輸出情報部、企業支援部）で構成されている。

ソウル京畿地域本部をはじめ、主要広域市道に11地域本部があり、海外地域本部には中国地域本部がある。中国地域本部の傘下には北京（青島）、上海、成都、香港などの支社がある。その他は、東京、大阪、ジャカルタ、ハノイ（バンコク）、ドバイ、ニューヨーク、ロサンゼルス、パリなど、計12支社を海外で運営している。

詳細な組織構成はaTのホームページ (<http://www.at.or.kr/contents/apen314000/view.action>) を参照のこと。

#### 4.1.4. 主要事業

先述のaTの「ビジョンおよび戦略」の通り、主要事業は、流通、需給、輸出、食品の4分野に分けられる。

流通改善のために産地と消費地との間で公正取引の定着を支援していることを通じて、先進流通システムを構築する一方、流通組織を活性化させて食品の高付加価値化に向けた事業を実施している。2009年にはサイバー取引所を新設し、農食品の電子商取引の活性化に貢献している。

需給の安定のための主な事業内容は、国民の食生活に多く使われる基礎品目を安定的に確保し価格の安定を図ることである。そのために、買入れ、輸入、備蓄を通じて食糧需給を管理している。TRQ物量を管理して農産物を備蓄し供給する一方、海外食糧資源を調達するための輸入情報網を確保するなどの事業を遂行している。

輸出振興のためには、生産段階、輸出段階で、輸出経営体の大規模化、組織化を誘導し、高品質で安全な農水産食品の持続供給システムを構築することである。それにより韓国農水産食品の輸出競争力を確保し多様な海外ネットワークを活用して海外現地市場に対する攻勢的なマーケティングを通じ、輸出の拡大を図っている。

食品産業の育成のためには規制中心の食品産業を、育成対象産業として新たに定義し、様々な角度から食品産業を支援するための努力をしている。2009年から農水産食品産業の育成専門機関として発展するように、食品産業を先導する農水産食品企業を育成し、食品産業振興基盤を拡充している。

(表41) aT (韓国農水産食品流通公社) の主要事業

事業分野	主要事業	事業内容
流通改善	仮想取引所の運営	非効率的な農水産物流通構造の改革のため、初の農水産物オンラインB2B取引システム「農水産物サイバー取引所 (eaT)」をオープン (2009年10月) し直取引における活性化をリード
	農食品公正取引支援センター	公正取引支援センターでは、直取引情報を提供して、不公正取引実態を調査する一方、関連機関との協力を通じて、農水産物流通関連公正取引の定着を図る
	産地流通組織の育成	産地流通事業の競争力の向上に向けて、産地流通組織の運営実態評価を通じた産地流通組織の運営活性化を支援
	公営卸売市場受託管理	経営実績が低迷している卸売市場を受託し管理することで、卸売市場運営活性化を図る
	卸売市場育成指導	卸売市場の活性化のために、出荷促進資金を支援して、また、全国公営卸売市場を対象に評価を実施して、農水産物流通の中軸である卸売市場の競争力向上を図る
	花卉共販場運営	1991年に開場した花卉共販場を運営することで、花卉流通の先進化と、関連産業の発展を図る
	農水産物価格調査	全国農水産物の卸小売価格資料を提供し、農水産物関連政策を作成する際の基礎資料として活用
	農水産物流通実態調査	主要農産物の流通経路と費用に対する広範囲な調査を通じて毎年資料集を発刊しており、公社の農産物流通情報サイト

事業分野	主要事業	事業内容
		(www.kamis.co.kr) で資料の活用が可能
	「シンシン市場 (生鮮市場)」案内	農水産物直取引のハブサイトである「シンシン市場 (www.eSingSing.com)」の運営。地方自治体及び生産者 (団体) などが運営する農産物ショッピングモールの品目別価格を比較し、検索後すぐに購入できる機能を提供して農水産物のオンライン直取引活性化を支援
需給の安定	出荷契約事業	aTが国民の食品で代表的な5品目の契約主体として参加し、固定単価を通じて生産者に事前に販路を確保させ、需要者には安定的な原料の供給で経営安全性を提供するなど、需給の安定に貢献
	TRQ (関税割当) 導入及び販売管理	WTO協定による主要品目の義務輸入物量を、国内市場動向を勘案し、適量の導入を通じて国内農産物の価格安定を図る
	TRQ (関税割当) 導入 (コメ) 及び販売管理	米の関税化 (2015年から施行) 以降も、義務輸入物量40万8,700トン (総量クォーター) は5%の関税率で輸入されている。aTは、義務輸入物量を担当しており、国内のコメ市場の影響の最小化と競争力強化を図る
	買付け備蓄管理	保存性の高い8種類の農産物を、出荷ピーク時に買上して備蓄し、価格が上昇する時期に放出することで、生産社の収益を補填して、消費者地価格安定を図る
	国際穀物情報の分析	気象異変、穀物関連巨大企業の影響力の拡大などで、需給不安が深刻化されつつある国際穀物市場に対応するため、国際穀物モニタリングシステムを運営し、備蓄事業など、政策作成に活用
	海外農産物輸入情報分析	TRQ管理品目など、国内の自給率が高い品目に対する現地市場常時モニタリングを通じて、備蓄事業の効率化を図り、税額審査基準価格提供を通じて低価格輸入申告など民間の違法、変則輸入の取り締まりを支援
輸出振興	輸出先導組織の育成	生産から輸出まで一貫してビジネスを行う輸出先導組織を育成し、農水産食品輸出をリードできるようにサポート。長期的には同一品目や部類の輸出組織を統合して、ゼスプリ (Zespri)、サンキスト (Sunkist) と同じような代表的な農食品輸出先導組織に育成するのが目標
	専門人材の養成	輸出先導農家を対象に、先進農業機関の現場教育、海外専門家の招請コンサルティング、輸出業者に対する専門教育の実施を通じて輸出専門業者を育成
	輸出協議会構成・育成	輸出商社の自律協力機構を支援して、輸出品の安全性や品質の管理、共同マーケティング、輸出秩序の確立を図る
	海外輸出Network	海外の大型流通業者とのMOU締結及び広報販促行事の開催などを通じて、グローバル輸出ネットワークを構築し、主要市場を対象に韓国農水産食品の大量輸出の基盤造成を図る
	国際博覧会への参加支援	主要国際博覧会に韓国パビリオンの参加を主管し、韓国農水産食品の優秀性を広報してバイヤーとの輸出商談機会を提供することで、韓国農水産食品の輸出拡大を図る
	バイヤー招聘	海外の優秀なバイヤーを招待して、輸出業者とバイヤーとの直の輸出商談を企画しており、「Buy Korean Food」のような大型優秀バイヤー招待行事を開催

事業分野	主要事業	事業内容
	輸出情報提供	農水産物輸出と関連した情報をインターネットサイトの農水産物貿易情報（KATI.net）を提供しており、農水産物インターネット貿易取引マッチングシステム（Agro Trade）を通じて輸出商品海外広報及び海外取引先の発掘を支援
	輸出業者への運営資金融資支援	農食品輸出業者を対象に、輸出に必要な資金を適した時期に支援し、農食品の輸出を促進することにより、農食品の価格の安定や農家所得の増進を図る
食品産業の育成	国内産の食材使用促進	産地と外食業の食材の直取引の活性化を通じて、韓国産農食品消費の拡大及び外食産業の競争力向上、外食産業と農業の共同成长をサポート
	食品外食産業統計情報	食品外食産業の統計、情報を加工、分析して食品外食産業の育成に向けた基礎資料の活用及び食品機業などに提供
	教育及びコンサルティング	中小食品製造加工会社及び外食会社の経営及び技術問題解決のため、コンサルティングを提供して競争力向上をサポート
	伝統醗酵食品育成	競争力のある伝統醗酵食品産業の育成に向けて、訪問教育、名人の育成、地域伝統食品の強化などを推進

（出所）aT資料を基に作成。

#### 4.2. その他の輸出促進機構

農林水産食品の輸出政策と関連した主要輸出促進機構のうち、まず、政府省庁および出資機関について、品目別輸出団体と協会を概観する。

品目別輸出団体は、輸出協議会、地域別団体、生産法人、個別会社など多数ある。しかし、詳細調査の結果、組織がなくなったり、オンライン、オフライン上で実体の確認ができない組織、その機能が有名無実化した場合には調査対象から除外している。

##### 4.2.1. 政府省庁および機関

農林畜産食品部、海洋水産部、農村振興庁、山林庁、農林畜産検疫本部、国立農産物品質管理院、aT、農協中央会、KOTRA、韓国農漁村公社など、農食品輸出と直接および間接的に関連した事業を展開している。政府省庁および機関はaTを除けば、農食品輸出促進事業を直接的に遂行していないため簡単に見ていく。

（表42）輸出促進関連政府省庁および機関の概要

農林畜産食品部	
輸出関連の主要機能	農食品輸出策定の総括
住所	世宗特別自治市ダソム 2 路 94 政府世宗庁舎農林畜産食品部
電話番号	110 (044-868-0846)
FAX 番号	044-868-0846
WEBSITE	<a href="http://www.mafra.go.kr">http://www.mafra.go.kr</a>
海洋水産部	
輸出関連の主要機能	水産物輸出政策の総括

住所	世宗特別自治市 ダソム 2 路 94 政府世宗庁舎海洋水産部
電話番号	110 (044-220-5990)
WEBSITE	<a href="http://www.mof.go.kr">http://www.mof.go.kr</a>
<b>農林畜産検疫本部</b>	
輸出関連の 主要機能	検疫関連輸出相手国の情報提供、輸出、検疫
住所	慶尚北道金泉市革新 8 路 177
電話番号	054-912-1000
WEBSITE	<a href="https://www.qia.go.kr">https://www.qia.go.kr</a>
<b>国立農産物品質管理院</b>	
輸出関連の 主要機能	輸出品目の安定性のための検証及び認証書類の発給
住所	慶尚北道金泉市龍田路 141 (栗谷洞、国立農産物品質管理院)
電話番号	054-429-4000
FAX 番号	054-429-4033
WEBSITE	<a href="http://www.naqs.go.kr">http://www.naqs.go.kr</a>
<b>国立水産物品質管理院</b>	
輸出関連の 主要機能	輸出品目に対する安定性検証及び認証書類の発給など
住所	釜山市影島区海洋路 337 (東三洞 1159)
電話番号	051-400-5600
WEBSITE	<a href="http://www.nfqs.go.kr">http://www.nfqs.go.kr</a>
<b>農村振興庁</b>	
輸出関連の 主要機能	農村振興庁の食糧作物輸出生産団地の育成、輸出農業支援など
住所	全羅北道全州市完山区農生命路 300
電話番号	1544-8572, 063-238-1000
FAX 番号	063-238-1766
WEBSITE	<a href="http://www.rda.go.kr">www.rda.go.kr</a>
<b>山林庁</b>	
輸出関連の 主要機能	輸出有望木材製品の発掘、林産物輸出拡大戦略作り
住所	大田広域市西区庁舎路 1891 洞山林庁
電話番号	1588-3249, 042-481-4151
FAX 番号	042-472-3222
WEBSITE	<a href="http://www.forest.go.kr">http://www.forest.go.kr</a>
<b>農協中央会</b>	
輸出関連の 主要機能	輸出先導農協の育成、輸出市場開拓など
住所	ソウル市中区セムンアン路 16

電話番号	02-2080-5114
WEBSITE	<a href="http://www.nonghyup.com">http://www.nonghyup.com</a>
水協中央会	
輸出関連の 主要機能	水産食品輸出商談会開催、水協中央会輸出支援センターなど
住所	ソウル特別市松坡区梧琴路 62
電話番号	02-2240-2114
WEBSITE	<a href="https://www.suhyup.co.kr">https://www.suhyup.co.kr</a>
KOTRA	
輸出関連の 主要機能	輸出関連情報提供、海外市場調査など
住所	ソウル市瑞草区洪陵路 13 KOTRA
電話番号	1600-7119
WEBSITE	<a href="http://www.kotra.or.kr">http://www.kotra.or.kr</a>
韓国農漁村公社	
輸出関連の 主要機能	インフラ構築（輸出専門スマートパーム温室効果の新築事業の業委託実施）
住所	全羅南道羅州市グリーンロ 20（光カラムドン 358）
電話番号	061-338-5114
FAX 番号	061-338-6901～2
WEBSITE	<a href="http://www.ekr.or.kr">http://www.ekr.or.kr</a>
韓国貿易保険公社	
輸出関連の 主要機能	輸出関連為替変動保険、短期輸出保険など
住所	ソウル特別市鍾路区鍾路 14 瑞麟洞
電話番号	1588-3884
WEBSITE	<a href="https://www.ksure.or.kr">https://www.ksure.or.kr</a>

（出所）各機関のホームページを基に作成。

#### 4.2.2. 韓国農林食品輸出入組合

1964年、輸出組合法に基づき韓国の缶詰輸出組合が設立された。輸出入価格維持及び取引秩序の確立に関する事業、海外プロモーションおよび市場調査、市場開拓に関する事業、製品の輸出入検査及び指導点検に関する事業、国内外間で取引協定の締結と紛争の仲裁と調整に関する事業などを行っている。

主要品目は、缶詰、キムチ、果実、林産物などである。

（表43）韓国農林食品輸出入組合の主要取扱品目

区分		取扱品目
果樹	果実類	リンゴ、ナシなど生鮮果実
キムチ	キムチ類	各種キムチ

林産物	栗	栗、缶詰
缶詰	缶詰	野菜類、果実類及びジュース類

(出所) 韓国農林食品輸出入組合資料を基に作成。

- 所在地：ソウル市瑞草区江南大路27 aTセンター1106号
- 連絡先：02-6300-8200/ファクス：02-6300-8205
- ホームページ：http://www.kafta.or.kr

#### 4.2.3. 韓国水産貿易協会

韓国水産貿易協会は、水産業の競争力の向上に向けた政府の政策に合わせて、水産物の生産、加工及び水産貿易の健全な発展と会員の権益増進に貢献するため、1986年5月に設立された。主要事業としては、水産業関連の国際博覧会への参加および支援、輸出協議会の運営、輸出保険の支援事業など、水産物輸出関連事業などを海洋水産部の委託を受けて実施している。

約200社の食品企業が加盟している。主要輸出品目はマグロ、ヒラメなどの魚類やイカ、カキ、アワビなど軟体動物、海苔などがある。

- 所在地：ソウル市瑞草区江南大路27 aTセンター1103号
- 連絡先：02-6300-8901/ファクス：02-6300-8900
- ホームページ：http://www.kfta.net

#### 4.2.4. 韓国キムチ協会

韓国キムチ協会は、2012年1月に、キムチ輸出額の1億ドル突破の目標のもと、関連食品団体や企業を中心に設立された。キムチ関連技術情報の普及や教育、原料の標準化などとともに、キムチの流通、販売、輸出の協力体制の確立のために努力している。また、キムチの広報に向けた「世界キムチ博覧会」の開催、国際協力及びネットワーク事業なども遂行している。

- 所在地：ソウル市瑞草区江南大路27 (ヤンゼ (良才) 洞) aTセンター1107号
- 連絡先：02-6300-8777/ファクス：02-6300-8779

#### 4.2.5. 韓国肉類流通輸出協会

韓国肉類流通輸出協会は、肉類需給の安定と輸出活性化などを通じた韓国畜産業の発展を図る目的で1993年12月に設立された。牛と豚の相場を調査し発表し、毎月豚肉市場動向の発表と畜産専門家らの寄稿を通じて、国内産と輸入産畜産物の流通市場の見通しを掲載している。また、輸出情報を通じて、各国への輸出振興状況と現地市場の動向情報を提供して輸出、輸入、屠畜、価格、飼育の現況など畜産関連統計資料を提供している。

66営農組合および肉加工工場などが加入している同協会は、肉類、流通、輸出と関連した日刊紙、および月刊誌を発刊し配布している。

- 所在地：京畿道安養市東安区フンアン通り427番地38聖地スター・ウィズ・1115号
- 連絡先：031-394-8147/ファクス：031-394-8150
- ホームページ：http://www.kmta.or.kr

#### 4.2.6. K-BERRY

K-BERRYは、慶尚南道が出資した企業である「慶南貿易」と「エリム貿易」などの輸出メーカー3社が参加し設立した合弁法人であり、aT(韓国農水産食品流通公社)の輸出先導組織として、主に東南アジア地域に輸出している。K-BERRYブランドで輸出を行っているが、その数量はそれ程多くなく、各社がそれぞれ輸出業務を進めている。しかし、韓国政府機関の支援(運営費の80%を支援)と主要イチゴの輸出企業が連携し輸出窓口の一本化を試みた点において、過当競争防止及びブランド構築、品質均一化などに裨益した。

- 所在地：慶尚南道昌原市(馬山港内)

○ 連絡先：063-238-6640

#### 4.2.7. 華城（ファソン）市ブドウ輸出協議会

2004年4月に韓国チリFTAが発表されて以降、華城市ブドウ輸出協議会は、米国、豪州、シンガポールなどにブドウを輸出している。GAP認証を受けた華城のブドウは検疫条件が厳しい米国、カナダ、豪州に次いで2016年には中国輸出団地として指定され、全世界に200トン程度が輸出可能と期待されている。約40の農家により構成された同協議会は、栽培地検疫、残留農薬検査など、高品質のブドウ 輸出に万全の準備を整えている。

同協議会は、aT(韓国農水産食品流通公社)からの輸出向け製品の品質管理要領及び製品包装方法などに対する情報提供を活用している。また、新規市場進出の際、韓国内の輸出メーカーや、海外バイヤーの斡旋を受け輸出契約を締結した。2005年に園芸専門生産団地として指定を受け、2012年には韓国で初めてカナダ向けの輸出団地として指定され、米国、香港、カナダ、シンガポール、マレーシア、ベトナムなど10カ国に輸出先を拡大し、2016年には、UAEにまで輸出対象を拡大した。

現在、ブドウの需給は約40ヶ所の会員農家から約500トン調達している。共同買付、共同選別、共同販売、共同精算を原則としている。ブドウ酢、ブドウジャム、ブドウ汁などの加工品も開発し、商品化とマーケティング戦略を練っている。

○ 所在地：京畿道華城市松山面

○ 連絡先：031-357-3105

#### 4.2.8. きのご輸出協議会（韓国きのご生産者連合会）

1999年に設立された韓国きのご生産者連合会は、きのご輸出協議会の業務も遂行している。きのご生産者の自主的な協同体として、会員相互の親睦を図り、生産技術の科学化と経営合理化、流通の先進化、キノコの輸出入などの業務を推進している。

キノコ類のうち、主力輸出品目であるエノキタケと椎茸の輸出先導組織と茸輸出協議会が中心として韓国全体の輸出をけん引する役割を遂行していたが、最近、キノコ品目の多品目パッケージの注文など、バイヤーの要求の変化に伴い、キノコ類全体を代表する統合マーケティング組織の育成を通じたキノコ類全体に対する輸出拡大戦略の必要性が高まった。これによって輸出先導組織である「イマッシュ（K-MUSH：エノキ）」、「マッシュエム（Mush M：椎茸）」ときのご輸出協議会が組織間の連合を通じて統合法人を設立しようとしている。

品目別主要生産地域と農家を中心に受発注の統合、マーケティング代行組織は、国内外市場を分割するなど、大規模化したマーケティングを進める計画である。統合法人は、きのご輸出協議会が事務局を務める予定であり、会費は自助金で充てる計画である。

○ 所在地：全羅北道井邑市ジャンミョンドン140-3番地

○ 連絡先：063-536-3206/ファクス：063-536-3210

## 5. 韓国農林水産食品の輸出までの構造

韓国農林水産食品の一般的な輸出手続きは「輸出発注→輸出数量の確保→選別・包装・商品化→船積み・配送→輸出国現地検疫・通関→保管・流通」となる。輸出発注内容は輸入卸会社から韓国の輸出業者や生産者組織に伝達され、韓国の供給主体は生産者から輸出を確保して選別、包装、商品化作業を行う。

輸出商社や貿易関連の業者は、輸出関連書類を準備し配送させる。輸出商品は、現地の港や空港に到着後、検疫および通関手続きを経て、物流倉庫に移送される。現地の検疫や通関関連の書類の準備は、該当国の輸入卸会社および現地法人が行う。物流倉庫に保管された商品は、中間卸売商や小売業界の注文に応じて流通される。

(図4) 韓国農林水産食品の輸出の手続き



(出所) 農産物輸出取引システム及び流通経路分析、韓国農村経済研究院およびインタビューを基に作成。

## 6. ベストプラクティス

### 6.1. 韓国産シャインマスカットと中国のB2Cオンラインプラットフォーム

黄緑色で実が大きい、種がないシャインマスカット（SHINE MUSCAT）ブドウは、1997年に日本で初めて開発された比較的新しい品種だ。栽培に多くの努力と技術を要した品種である。

韓国では2006年から栽培を始め、現在は日本産と比較しても遜色がないという評価を受けている。日本産に比べ価格競争力が高いので、2016年からは香港、シンガポール、マレーシアに本格輸出している。

aT(韓国農水産食品流通公社)北京支社が運営した「2017年北京食品博覧会」の韓国パビリオンでも、初めて中国に紹介された。糖度は一般的なブドウより高く18~22 Brixに達する。

(図5) 韓国産シャインマスカット



(出所) 海外市場開拓成功事例、韓国農水産食品流通公社を基に作成。

韓中の政府間で検疫条件が妥結され、2015年からは中国向けにブドウ輸出が可能となった。経済成長に伴う所得の増加でプレミアム製品に対する需要が増加している中国市場では十分な可能性があるという判断のもと、aT北京支社は、中国の有名食品専門B2CオンラインプラットフォームのA社に接触した。A社は、すでに中国産シャインマスカットを販売していたが、中国産シャインマスカットは韓国産とは違い、外観と食感で一般的な青ブドウと大きな差がなく、シャインマスカットという高級品種として掲げるような違いがなかった。

これに、aT北京支社はシャインマスカットを韓国から直接空輸し、オンラインモールA社への説得に着手した。A社はプレミアム需要を満足させられる商品を探しており、韓国産シャインマスカットの優れた品質に注目し500キロを試験的に販売することにした。A社は慶尚北道尚州で生産されたシャインマスカットを輸入し、10月から本格的な販売を開始し、韓中間の政治問題の影響にもかかわらず、高い人気で、1週間で完販した。中国市場で韓国産シャインマスカットの可能性が立証された。

オンライン販売を通じて、韓国産シャインマスカットの可能性を確認したaT北京支社は、中国の多様な流通チャンネルの代表者たちを招待し「韓国産シャインマスカット・ローンチングパーティー」を2017年11月に開催した。中国の大型流通販売店U社と高級食品オンラインモールB社を含む、20社程度の有力オンライン、オフラインの代表者が会場を訪問した。その結果、韓国産シャインマスカットのテスト販売を進行したA社と、プレミアム食品プラットフォームB社は、韓国産シャインマスカットを1トン購入し、12月から商品の販売を始めた。

### 6.2. 韓国食品専用モバイルプラットフォーム、韓国料理王、ウェイサン（微商）への進出

「微商」は、「微信の商人」を意味し、中国の代表的なモバイルメッセージングである「微信(Wechat)」と「微博」を利用し商品を広報し販売する事業、またはその事業者」を指す。微信を利用した個人取引としてスタートし、企業も参加するようになった。その後人気が高まり、

中国版ツイッターの微博を通じた取引まで活性化された。

中国内のスマートフォンの使用人口が増加し、モバイル、簡便決済サービスが登場し、モバイルショッピングの規模は急速に拡大し、2015年にモバイルショッピングの貿易規模は、2.1兆元を突破し、初めてPCオンラインショッピングを上回った。全体のオンラインショッピング交易規模のうち、55.5%を占め、2018年にはその割合が73.8%まで高まると予想されている。

これらの点に注目したaT上海支社は、2015年末から事業運営者を模索し始めた。その後、長期間に該当事業の構想を図ってきたオンライン広報会社「BSコミュニケーション」と出会った。

2016年3月、30社以上の韓国食品輸入・流通会社の集まりである「上海華東韓国食品輸入・流通協議会」の定期懇談会にBSコミュニケーションを招待し、事業モデルを紹介し、同年7月末、上海支社でBSコミュニケーションズと「モバイルを利用した韓国食品専用ショッピングモールオンラインマーケティング契約」を正式に締結した。2016年10月に「韓国料理王」という名のもと発足した。

韓国料理王は正規に通関された、信頼性の高い韓国食品だけを集めたことに加え、オンライン代理商システムを加えることで、幅広く商品を備えることになった。今後、韓国食品の核心流通チャンネルとして成長することが期待される。

### 6.3. プルムウォン社ラーメンのハラール市場への進出

プルムウォン社は、韓国生鮮食品事業、健康食品事業の先駆けとして、韓国で初めて包装された豆腐を販売した会社だ。1986年にはミネラルウォーターを発売し、1995年には青汁事業を開始した。2013年にはハラール関連の国内企業、学界、専門家らが、国内のハラール産業の活性化に向けて設立した（社）ハラール協会の会長を務めており、東南アジアや中東ハラール市場進出の先駆者として、持続的な活動を行っている。

プルムウォン海外マーケティングチームは、マレーシアの肥満人口が人口全体の44%に達し、健康的な食習慣に関心を持っていることを加え、現地のムスリム消費者にはハラール認証有無が重要であるという事実を踏まえ、イスラム市場に参入するには製品の健康的なイメージだけでなく、ハラール認証が必要であることを確認した。

同社は、公信力のある認証機関のハラール認証を獲得するため、製品の原材料、生産工程、現地市場の反応まで全過程を詳細に分析し、ハラール認証を取得した。特に、合成添加物の無添加原則など、健康な製品を供給するために自社食品製造の原則がJAKIM(Department of Islamic Development Malaysia)の厳しい品質ガイドラインに合致したことは、ハラール認証の獲得にも肯定的な影響をもたらした。

主要原材料を含め、製品に入れる全ての原材料について、入庫から加工、保管、運送過程に至るまで、厳格なハラール規定を遵守するようにしており、疑わしい原材料については、イスラム国家現地のハラール専門試験機関を活用してDNA検査を実施した。1年間の体系的な検査の結果により、2013年にはラーメンブランド「自然はおいしい」の2つの製品（「辛くなく、さっぱりした味」、「辛くてさっぱりした味」）に対し、マレーシアのイスラム開発部（JAKIM）からハラール認証を獲得することとなった。2014年には東南アジア諸国の海苔加工品の需要増加により、海苔スナック9種に対する追加認証を進め、JAKIMからハラール認証を獲得した。

同社は、イスラム市場のうち、まず進出市場としてマレーシアを選定し、数ヶ月に渡った事前調査を通じて市場潜在性と接近性評価を実施し、ハラール認証獲得と同時に多角的な現地マーケティング活動を行った。

パッケージ包装製品に対する割引やノベルティグッズの贈呈などを通じて、現地ムスリムの消費者からも好評を得ており、世界最大のハラール展示会である「マレーシア国際ハラールショーケース(MIHAS)」に参加し積極的な広報を展開した。MIHASでは、主催側から「Best Pavilion賞」を受賞するなど、ハラールラーメンの試食を通じて、既存の他社ブランドに慣れていた現地

のイスラム教徒に韓国の新しい味覚を紹介した。

#### 6.4. 水谷徳川営農組合法人

韓国から輸出される野菜のうち、イチゴの規模は年間3,412万ドルで、パプリカの次に輸出量が多い。イチゴを輸出する組織のうち、トップグループに入るのが慶尚南道晋州市で活動している水谷徳川営農組合法人である。2002年からイチゴの輸出を進めてきた輸出専門組織である。

現在、水谷徳川営農組合法人に加盟する組合員は57農家で、栽培面積は約396,000平方メートル（約12万坪）に上る。農家で栽培するイチゴ品種は「梅香（メヒャン）」と「雪香（ソルヒャン）」がそれぞれ半分ずつ占めている。雪香イチゴは、国内大手流通メーカーに納品し、梅香イチゴはすべて海外市場に輸出している。

主要輸出国は、香港、シンガポール、マレーシア、タイなど東南アジア地域に集中している。近年はロシア、ドバイまで輸出市場が拡大された。

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、相対的に高値だ。イチゴ生産者組織「韓国輸出イチゴ生産者連合会」と輸出業者らが主導する「イチゴ輸出協議会」が相互に協力し、海外市場に進出し、安定した価格を維持している。イチゴ輸出は鮮度維持のため、大半が航空便で運送する。

水谷徳川営農組合法人代表のムン・スホ氏は「東南アジアでイチゴは料理、ケーキの装飾用などに活用されてきたが、韓国産イチゴが輸出され、生食用として食べられ始めた」とし、「韓国産イチゴは、外国産イチゴと比較し適度な糖度と酸味、優れた食感を売りにし、高価格で販売しており、東南アジア市場を席巻している」と述べた。

国内技術で育種された梅香は、輸出に最適化された品種である。イチゴの硬度が高く、糖度の高さや歯ごたえも良いという長所を併せ持っているが、栽培が困難で、実が小さいという弱点を持っている。幹が弱く、病害虫管理も難しい品種であるため、品種改良の必要性がある。

ムン・スホ代表は「新たな輸出用イチゴ品種の確保のため、多様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つけることができない」とし、「研究機関が梅香品種の短所を補完する新品種開発に成功すれば、イチゴ輸出の活性化に寄与できる」と明かした。

今後、同組合法人は、中国市場進出を推進する計画である。中国市場は地理的に近く、海上輸送が比較的容易であると予想している。

輸出先導組織で活動できるのは、組合員を対象に集団管理システムを導入したためだ。土壌および農薬の残留検査、共同選別、収穫後管理など、品質管理体系を構築し、特に、イチゴ専門生産地でチームを構成し、頻繁に発生する病害虫には薬の処方から防除まで共同で対応している。ムン代表は「気象データなどを収集して蓄積しているため、問題発生について正確に処方するように努力している」とし、「このような品質管理システムが設けられているため、中国市場への進出も可能である」と述べた。

また、イチゴ栽培農家に急速に広がっている水耕栽培に対する管理マニュアルも備えており、安定的な生産が可能である。水耕栽培は労働負担を減らし、生産性も30%以上高められ、毎年栽培面積が増えているのが現状である。

ムン代表は「水耕栽培導入の初期には水素イオン濃度（pH）や電気伝導度（EC）の基準さえなく、相当な困難を経験したが、今は完全な管理体系を備えた」とし、「これによって生産安定性を確保したため、今までと同様に安全なイチゴを生産することに注力する予定」と述べた。

## 7. 韓国農林水産食品の輸出の課題及び見通し

### 7.1. 韓国農林水産食品の輸出に対する示唆

韓国は、農林水産食品の輸出支援事業が生産から輸出まで体系的に整っている。農林畜産食品部の委託を受けた韓国農水産食品流通公社で、ほぼ全ての支援事業を総括し実施している。同公社では、海洋水産部の支援事業のかなりの部分を実施しており、農林水産食品の生産から輸出まで一貫し支援事業を単一機関で総括している。このことは韓国農林水産食品の輸出システムの長所であると言える。また、主要輸出先に海外事務所を設置しているため、農林水産食品に専門性を持って現地市場の状況を定期的に報告でき、韓国の生産者団体に多くの情報を供給している点も、韓国農林水産食品の輸出拡大に貢献しているといえよう。

韓国の農業部門は、いまだWTOより開発途上国の地位を認めてもらっているため（2018年まで発展途上国の地位を維持、以後5年の猶予期間を経て、発展途上国の地位を喪失）、これを活用して物流費などの支援が可能なことも韓国農林水産食品の価格競争力を後押しする要因の一つである。

韓国は、輸出窓口の一本化に向けた努力も大きな長所であるといえる。韓国産品間の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。営農組合法人などの生産者団体が集まり韓国の輸出イチゴ生産者連合会とイチゴ輸出業者が設立したK-BERRY、輸出先導組織と茸輸出協議会が参加したキノコ類統合マーケティング組織の設立推進など、窓口を一本化する動きは、海外市場で農産品の地域間競争を行っている日本に示唆する点が多い。

### 7.2. 韓国農林水産食品の輸出上の課題及び見通し

農林水産食品輸出の目覚ましい成長にもかかわらず、細部を見渡すと、いくつかの課題が指摘できる。第一に、生鮮農産物輸出額が一般加工食品に比べまだ非常に小さい点だ。2017年の全体農林畜産食品（水産物除外）輸出で加工食品が占める割合は83.95%で、2016年に比べ7.0%増加しているのに対し、生鮮食品は逆に1.2%減少した。果物類と家禽肉類などの輸出が減少した結果である。輸出専門団地の拡大、スマートファームの構築など、生鮮農産物輸出拡大に向けたインフラの拡大だけでなく、輸出に向けた契約栽培、人手不足の解消、農家の積極的な参加誘導など、より多方面での努力が必要となる。

第二に、韓国政府は、農食品輸出物流費支援の際、韓国産原料の義務使用比率を従来の100%から50%に緩和（ただし、キムチ、人参製品、伝統酒、緑茶、柚子製品および畜産加工品など一部品目は主原料が100%韓国産の場合に限り支援）している。それにもかかわらず、比較的付加価値の高い単純加工食品の輸出実績が少ない点が課題だ。輸出額500万ドル以上の品目数が加工食品の場合、2011年の14品目から2017年には15品目へと増加したが、加工食品以外の生鮮農産物と単純加工食品は同期間で7品目から5品目へと減少した。

一方、農林水産食品の輸出商社は、農業・漁業経営体と非農業・漁業輸出業者（輸出専門企業）に大別できる。生鮮農水産物だけでなく、単純加工、農林水産食品の輸出を拡大するため、輸出成果が比較的高い輸出専門企業に韓国産原料の利用率を向上させる施策が必要と思われる。

現在、韓国は15件のFTAを締結しており、今後、中南米地域、EAEU、イスラエルなどとFTAが締結される、または交渉を進める予定である。多様な品目と輸出先を対象に輸出検疫条件に関する交渉と海外市場開拓の推進などに支えられ、農林水産食品の輸出拡大に向けて、国内外の環境も整えられつつある。世界景気の好転、FTAの拡大、関税障壁の除去、輸出促進の支援など、これらを積極的に活用し一つ一つ課題を克服していけば、今後、韓国の農林水産食品の輸出規模がより大きくなる見通しとなっている。

レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20170137>

本レポートに関するお問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
海外調査部 中国北アジア課

〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32  
TEL：03-3582-5181  
E-mail：ORG@jetro.go.jp