

韓国のパプリカの生産、流通 および日本への輸出動向



独立行政法人農畜産業振興機構
調査情報部(現企画調整部システム調整課)
青沼 悠平



目次

1. 日本での韓国産パプリカの位置づけ
2. 韓国におけるパプリカ生産の成り立ち
3. 日本への輸出動向
4. まとめ

日本での韓国産パプリカの位置づけ

- ✓ 日本の供給量全体の9割が輸入品、1割が国産品
- ✓ 1993年にオランダから初輸入。現在は輸入量の8割が韓国産

図1 日本における輸入品と国産品のシェア
(2016年)

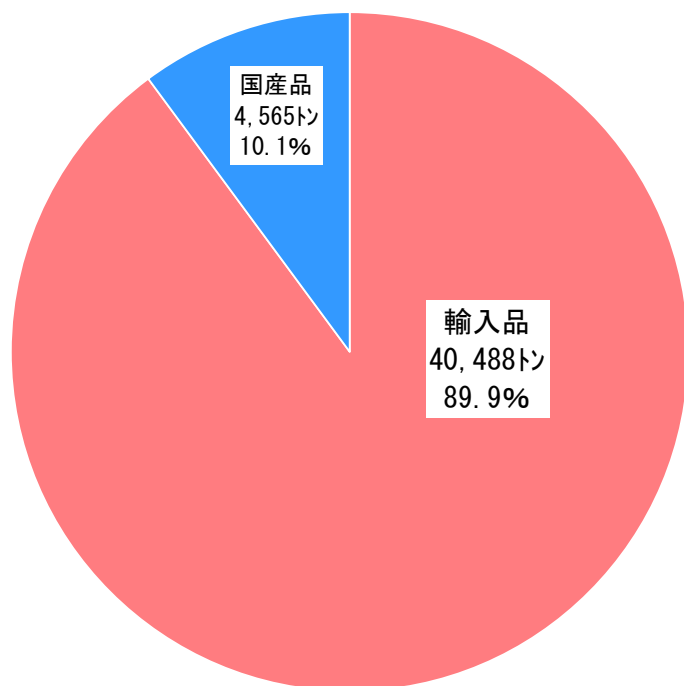
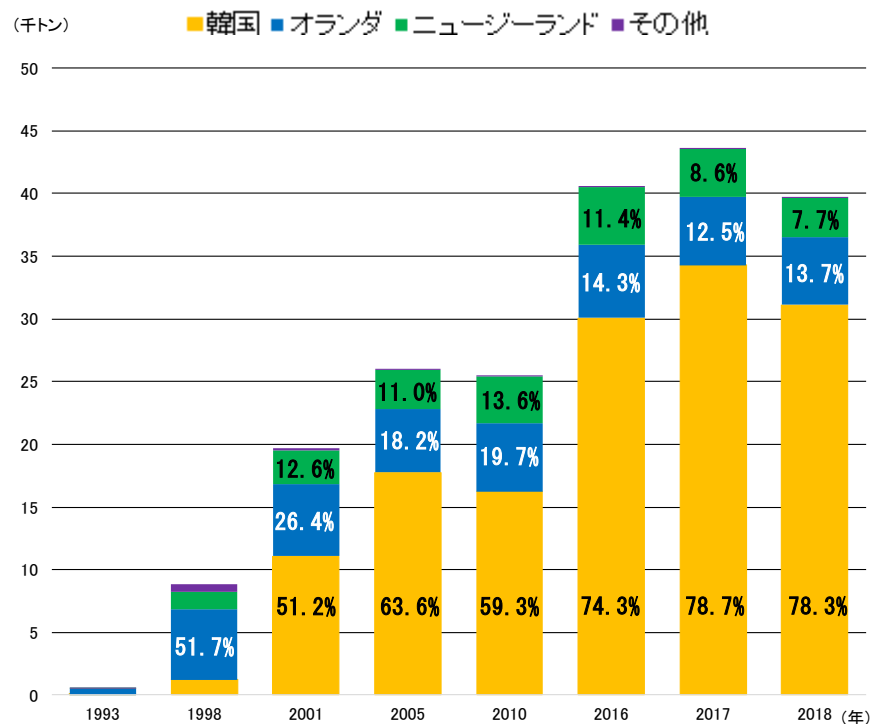


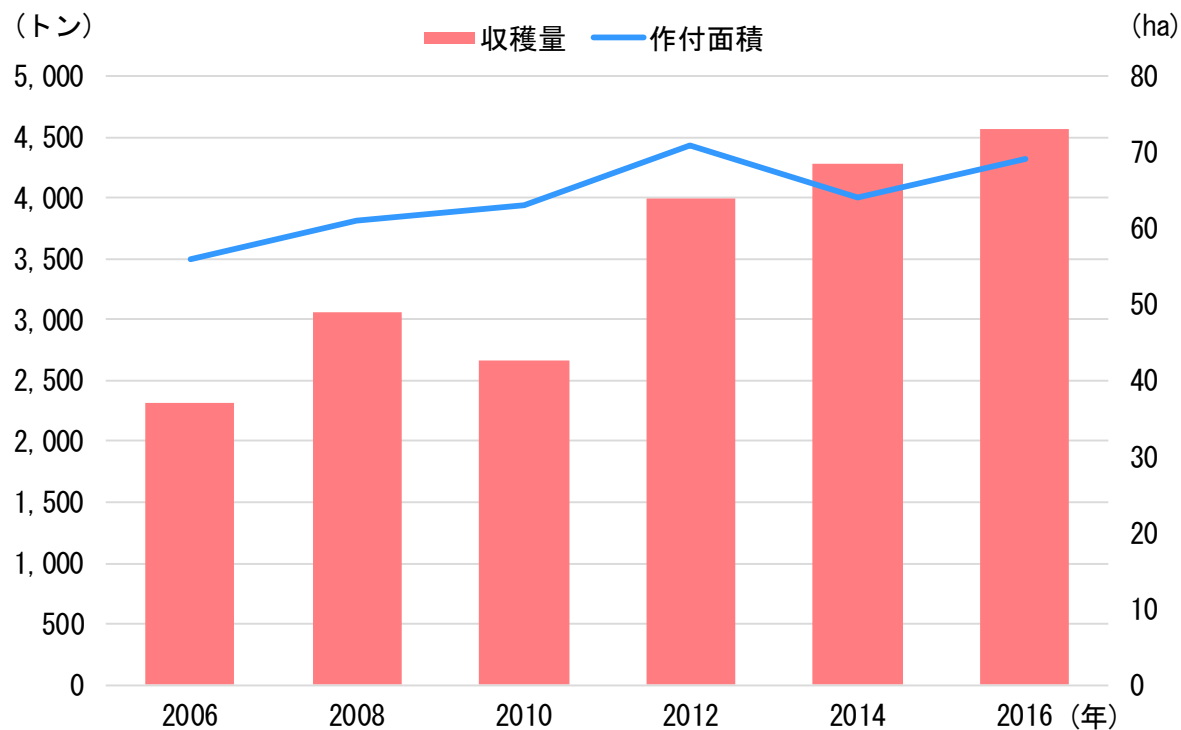
図2 日本のパプリカの国別輸入量の推移



日本の生産動向

- ✓ 日本のパプリカ作付面積は近年は横ばい
- ✓ 単収の増加で、収穫量は増加傾向

図3 日本のパプリカ作付面積と収穫量の推移



資料：農林水産省「地域特産野菜の生産状況」

日本の産地動向など

- ✓ 日本での生産は韓国産の輸入が本格化する前に開始。10年間で主産地の順位が変動
- ✓ 建設会社など他産業からの参入による大規模生産が増加
- ✓ 日本の大規模温室の単収は10アール当たり約14^{トン}、オランダは同約30^{トン}、韓国は同約25^{トン}

表1 パプリカの作付面積と収穫量、単収(県別・全国計)

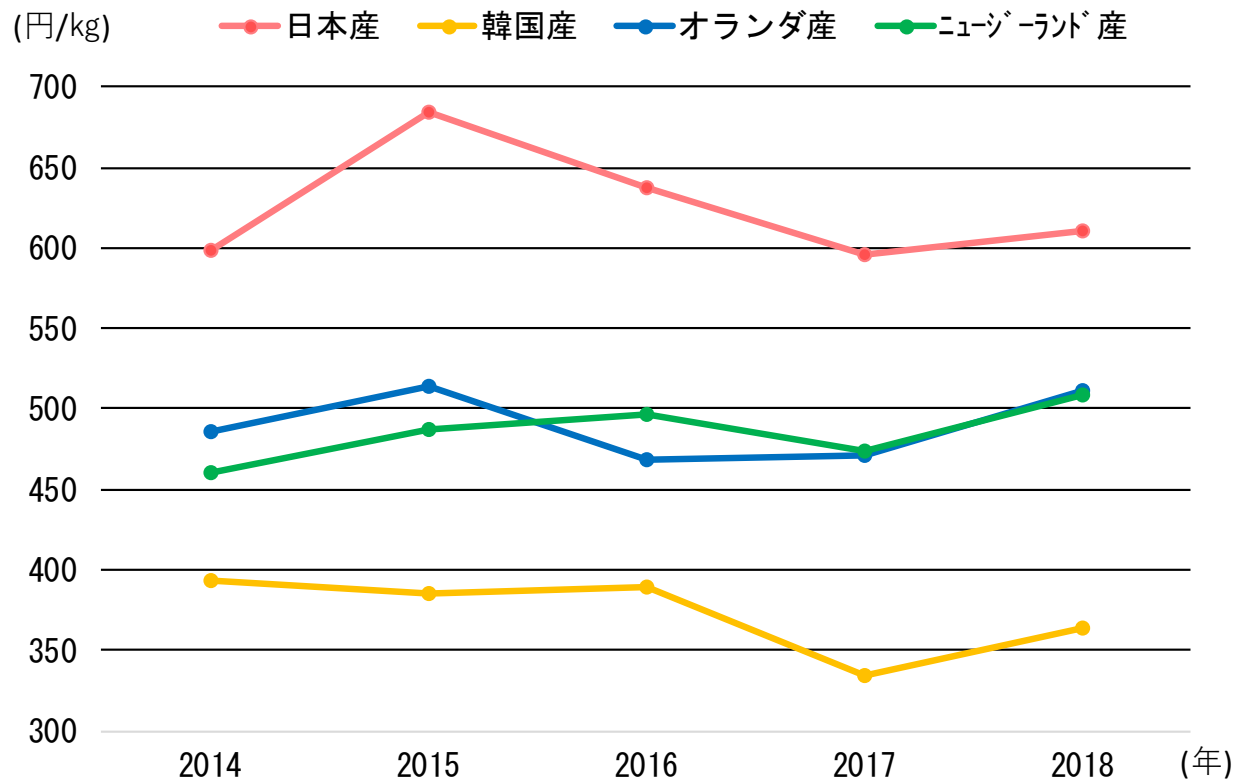
生産順位	2006年				2016年			
	県名	作付面積 (ha)	収穫量 (t)	単収 (t/10a)	県名	作付面積 (ha)	収穫量 (t)	単収 (t/10a)
1位	熊本	12	635	5.3	茨城	16	1,122	7.0
2位	群馬	6	41	0.7	宮城	9	1,251	13.9
3位	長野	6	198	3.3	長野	6	318	5.3
4位	広島	5	163	3.3	山形	5	297	5.9
5位	山形	4	210	5.3	大分	5	346	6.9
6位	宮城	3	55	1.8	熊本	4	304	7.6
7位	茨城	3	217	7.2	群馬	4	134	3.4
8位	高知	3	241	8.0	宮崎	3	232	7.7
9位	北海道	2	98	4.9	佐賀	1	89	8.9
10位	島根	2	10	0.5	福島	1	79	7.9
	その他	10	455	4.6	その他	15	393	2.6
	全国計	56	2,323	4.1	全国計	69	4,565	6.6

資料:農林水産省「地域特産野菜の生産状況」

日本産と他国産の価格差

- ✓ 主要輸入先国別のパプリカの輸入価格に変化はなし。日本産と韓国産の価格差は大きい。

図4 日本の卸売価格と輸入価格の推移



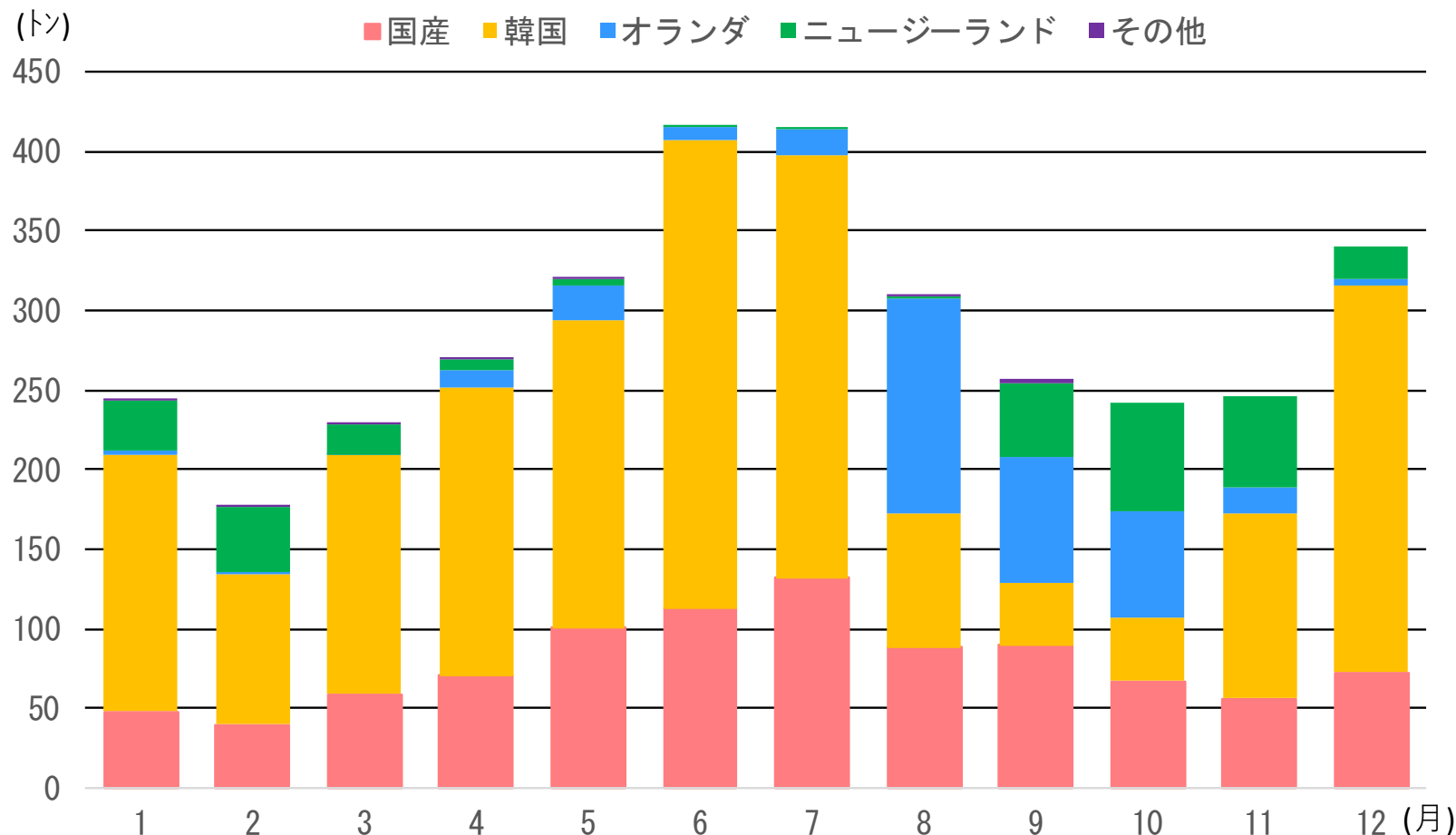
資料：農畜産業振興機構「ベジ探」（原資料：財務省「貿易統計」、東京都中央卸売市場）

注：HSコード：0709.60-010 ジャンボピーマンとして集計

卸売市場におけるパプリカの入荷量の推移(東京)

- ✓ 韓国産のシェアは11～7月に高くなり、入荷量は6、7月が最大

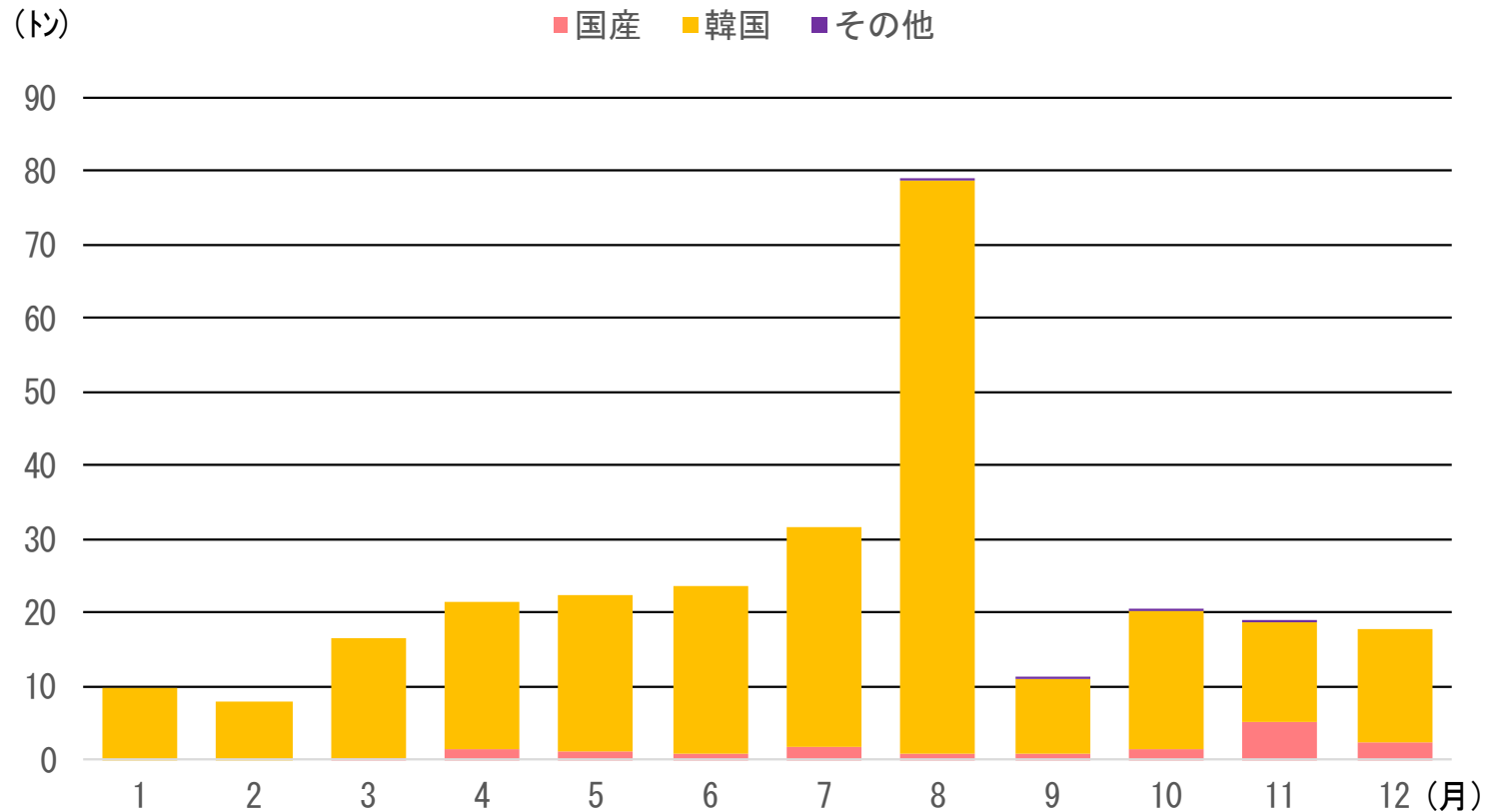
図5 東京都中央卸売市場合計のパプリカ入荷量の推移(2018年)



卸売市場におけるパプリカの入荷量の推移(大阪)

- ✓ 通期を通して韓国産が太宗を占め、8月の入荷量が最大

図6 大阪中央卸売市場合計のパプリカ入荷量の推移(2018年)



資料: 農畜産業振興機構「ベジ探」(原資料: 平成30年大阪市・大阪府中央卸売市場年報)

日本での日本産と韓国産の価格差

- ✓ 日本の量販店などで販売されているパプリカは日本産の方が高い傾向

【日本産】



北海道産 238円/個



宮崎産 198円/個

【韓国産】



農産貿易(オアロ)
198円/個



100円/個



ここまでのまとめ

- ・日本で供給されているパプリカの9割が輸入品、うち8割が韓国産
- ・日本のパプリカ収穫量は増加しているが、2016年時点では国産品と輸入品のシェアに変化はなく、今のところ韓国産が市場をほぼ独占している。

ここまでのまとめ

- 👉 同じ東アジアの環境の下、なぜ、韓国産は1個当たり小売価格100円程度で販売されているのか？



2. 韓国におけるパプリカ生産の成り立ち



90年代初め

ウルグアイ・ラウンド締結後、農産物輸出の強化を目的に約4兆円の補助金が投入され、特に、園芸施設の建設に手厚い補助

1994年

パプリカの栽培が開始。翌年には輸出も開始

1999年

- ・アジア通貨危機が発生、ガラス温室の建設に対する補助が廃止
- ・日本に活路を見いだすため、試験的な輸出を開始

2001年

日本へ商業ベースでの輸出が本格化。これ以降、増加傾向で推移

2006年～

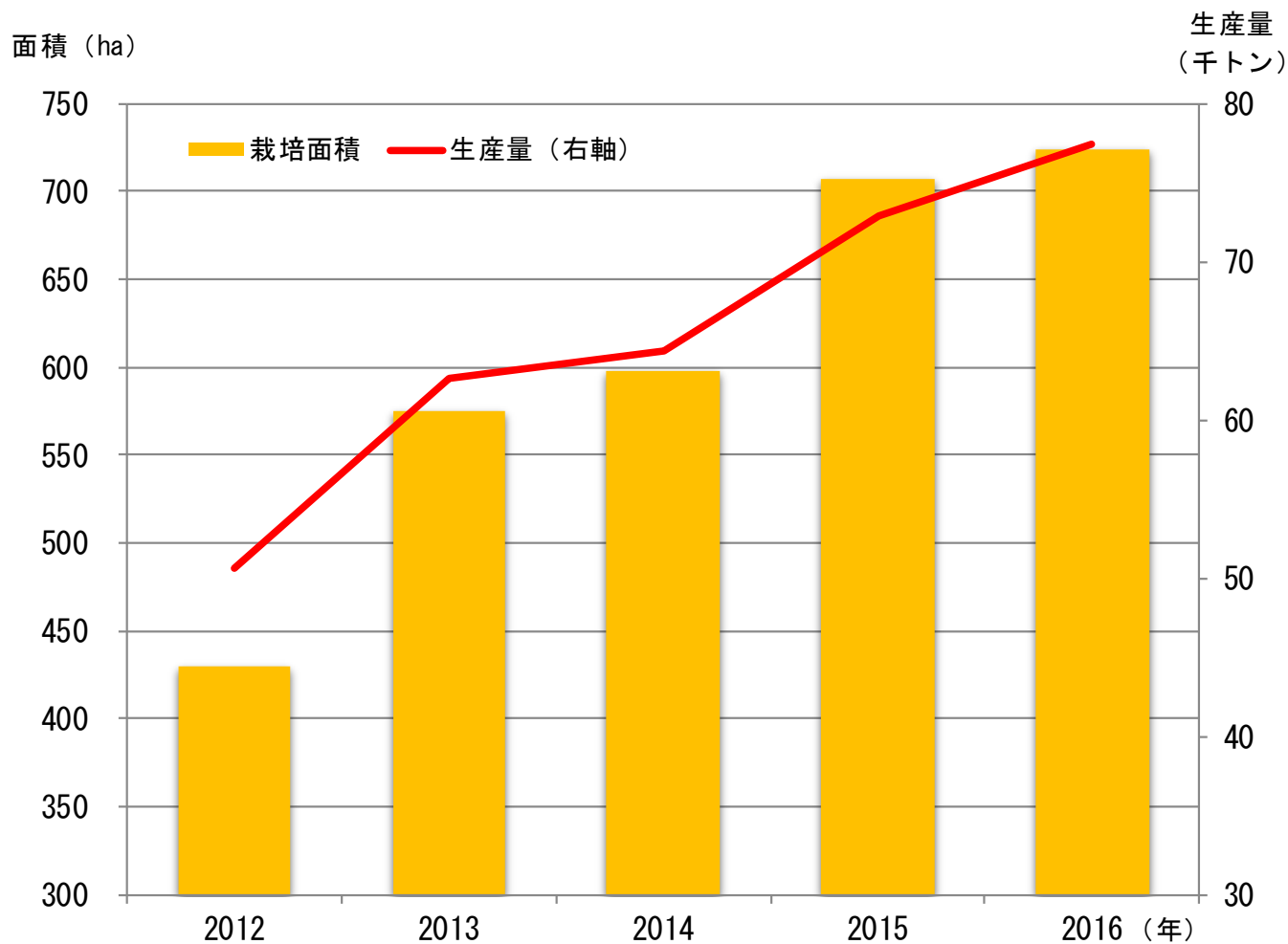
- ・栽培技術の向上により収量が増加
- ・消費者に栄養学的な価値が認知され韓国国内向けが増加

近年

生産量全体の約6割が国内向け、約4割が日本向け

韓国の生産動向

図7 パプリカの栽培面積と生産量の推移

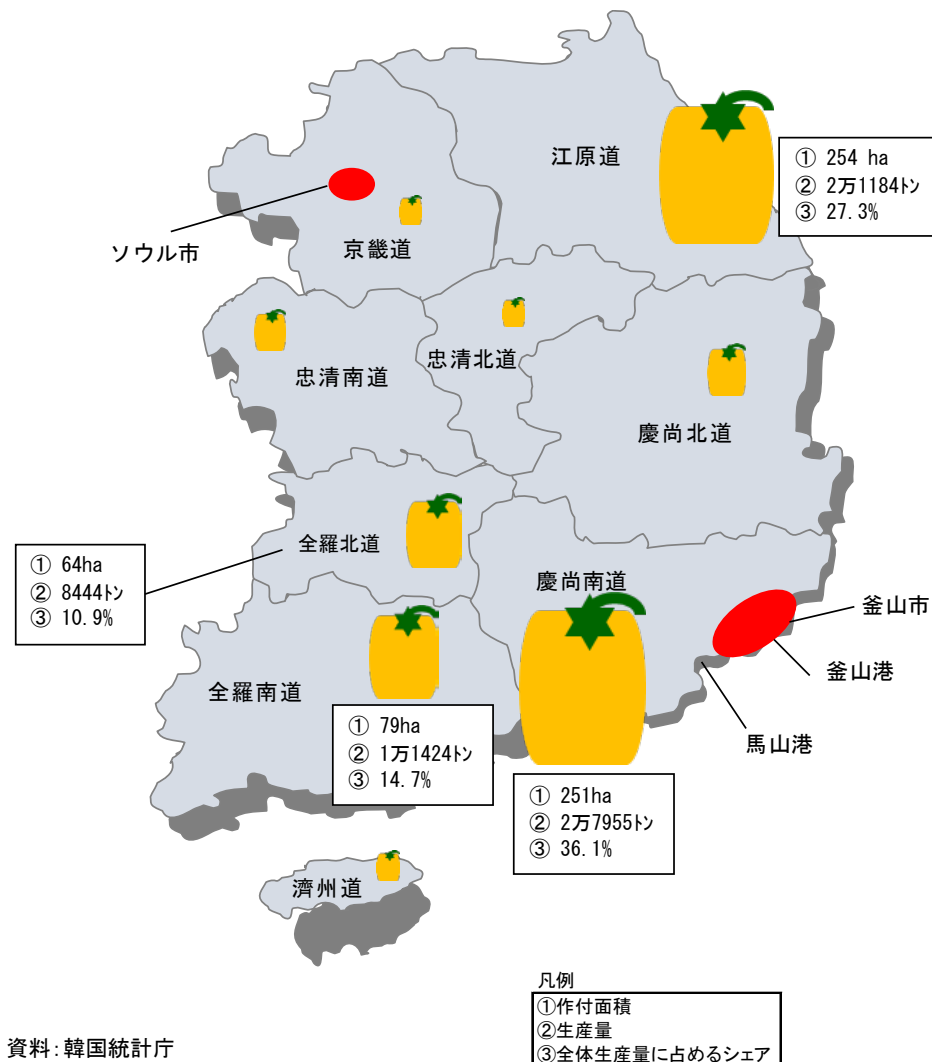


資料：韓国統計庁

韓国の主要生産地など

図8 産地分布と主産地の生産量シェア(2016年)

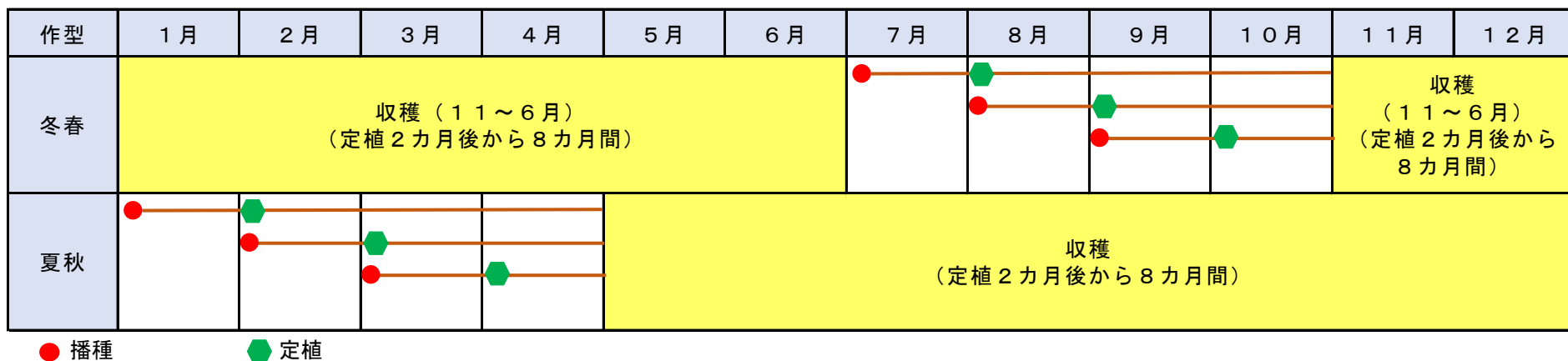
- ✓ 主産地は、冬春作型(11～6月)の慶尚南道と夏秋作型(5～12月)の江原道。この2地域で全体生産量の6割を占める。
- ✓ 2015年のパプリカ生産農家戸数は1005戸で、1戸当たり平均栽培面積は1.07ha
- ✓ 降雪の多い江原道ではガラス温室、慶尚南道ではビニール温室を用いて栽培



作型表

- ✓ 冬春、夏秋型によるリレー出荷。5～7月は収穫時期が重なるため、供給過多になる傾向
- ✓ 2015、16年は韓国パプリカ生産者自助会が会員農家に対し、収穫期後半の品質の低いパプリカの廃棄処分を行うよう指示

図9 韓国における作型表



資料：聞き取りを基に農畜産業振興機構作成。

注：本図は、播種、定植、収穫が最も集中する時期を表しており、それぞれの作業は前後の時期にも実際には行われているとみられる。

栽培方法、品種など

- ✓ 固形培地などによる長期多段取り栽培が行われている。
- ✓ 主流品種は、海外向けはオランダのエンザ社の「シロッコ」。国内向けはオランダのライクズアン社の「NAGANO」
- ✓ 規格はSが110～140グラム、Mが140～180グラム、Lが180～240グラム



シロッコ



ラオン(韓国で初めて開発されたミニパプリカ)

今回訪問した輸出会社と企業経営の概要

表2 訪問した輸出会社と企業経営の概要

	農業会社法人農産貿易(全羅北道)	Green hart farm社(江原道)
設立年	1999年	2006年
業務内容	・パプリカ、トマトの共同選別、包装、販売 ・会員農家への技術指導および品質管理、生産資材の共同購入など	パプリカの生産
保有施設	共同選果場16.5a(1日当たり処理能力40トン)、低温貯蔵庫10.9a	4棟の16連棟型のビニール温室、自社選果場、15aの共同選果場(共同所有)
従業員数	70名	40名 (東南アジアなどの外国人労働者を雇用)
会員農家戸数	3道9市、郡にある19の営農組合法人に所属している80戸。会員農家の施設栽培総面積は40ha。	—
作型	周年供給 (夏秋、冬春作型の両産地から集荷)	夏秋作型(収穫時期4～11月)
年間出荷量	7000トン程度	2200トン程度※
ブランド	フィモリ、0aaro(自社ブランド)	Seowa(自社ブランド)
単収	21トン/10アール	25トン/10アール
販売先	・韓国国内(50%)、日本(50%) ・国内の販売先は、ホームプラス、ロッテマート、イーマートなど	韓国国内(30%)、日本(70%)※

資料：聞き取りや各社ホームページを基に農畜産業振興機構作成。

注1：聞き取りや資料で確認できない部分については「—」とした。

注2：Green hart farm社の「※」の項目は、地方政府主導で形成された「ソファパプリカ輸出団地」8法人のデータとなる。

農業会社法人農産貿易



農業会社法人農産貿易(冬春作型のハウス内)



Green hart farm社(夏秋作型)



Green hart farm社(ハウス内)



生産コスト

- ✓ 年間生産コストのうち、光熱動力費、資材費、減価償却費、人件費、が全体の約7割を占める。

表3 10アール当たり年間生産コスト

単位：(千ウォン、千円)

項目		金額	生産コスト に占める 割合	円換算	備考	(参考)		
						2014年	2012年	
売上	パブリカ販売代金		36,573		3,657	13.37トン	42,430	42,415
	副産物販売代金		6		0		0	217
	計(A)		36,580		3,658		42,430	42,632
生産 コスト	中間財	種苗費	2,205	9.3%	221	種子、苗	2,228	2,161
		肥料費	1,978	8.3%	198		1,919	2,281
		農薬費	1,147	4.8%	115		687	512
		光熱動力費	5,961	25.1%	596	重油、軽油など	8,316	10,968
		資材費	3,513	14.8%	351	被覆資材など	4,473	4,166
		小農具費	19	0.1%	2	収穫ばさみなど	18	15
		修繕費	376	1.6%	38		365	255
		償却費	4,619	19.5%	462		5,453	5,301
		その他料金	91	0.4%	9		107	234
		小計		19,910	-	1,991		23,565
	賃貸料	農機械・施設	28	0.1%	3		0	7
		土地	200	0.8%	20		149	229
	委託営農費		297	1.3%	30		96	34
	雇用労働費		3,280	13.8%	328	343時間	2,737	2,609
	計(B)		23,715	100.0%	2,372		26,548	28,770
所得(A)－(B)		12,865		1,287		15,883	13,862	
所得率		35.2%		35.2%		37.4%	32.5%	

資料：韓国農村振興庁

注1：韓国の作型は冬春、夏秋を合わせた年間作付け。

注2：日本円換算は項目ごとに行っているため、項目の計は日本円換算した各項目の計とは一致しない。



光熱動力費

- ✓ 施設園芸など農業用に使用する重油などに対する免税措置
- ✓ 政策的に農業用電気が安く設定（電気式のヒートポンプの利用も）
- ✓ 地中熱など再生可能エネルギーを利用した冷暖房機の導入

資材費、減価償却費

- ✓ 一般的なガラス温室の建設費用は1坪当たり10万円（聞き取りベース）。1ヘクタールに換算すると、約3億円。→ 日本は同5～8億円とも言われている。

【パプリカ生産に対する政府の支援】

- ✓ 温室建設に対する直接的な補助はなし。
- ✓ 今回の調査で確認できたのは以下の3つの事業
 - ① 再生可能エネルギー普及事業
（国50%、地方20%、自己負担30%）
 - ② スマート園芸団地基盤造成事業
（国70%、地方30%）
 - ③ ICT複合拡大スマートファーム普及事業
（国50%、地方30%、自己負担20%）



人件費

✓ 外国人労働者の雇用

農産貿易の会員農家：

カンボジア、ベトナム、ネパール、タイなど賃金が安価なアジア諸国の従業員を雇用

Green hart farm社：

栽培管理リーダーは外国人、主にベトナム、タイ、ラオスなど東南アジア諸国の従業員を雇用

韓国産の強み

- ✓ 10年以上パプリカを生産している熟練農家が多く、また、ICT技術の普及による生産性の向上により高い単収を実現(10アール当たり25トン)
- ✓ 安価な温室の建設コスト、人件費および光熱動力費
- ✓ オランダ、ニュージーランド産より輸送費が安価

3. 日本への輸出動向

✓ 輸出向けのほぼ全量が日本向け

表4 輸出量、輸出額の推移

(単位：トン、千米ドル)

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	輸出量	輸出額	輸出量	輸出額	輸出量	輸出額	輸出量	輸出額	輸出量	輸出額
日本	23,117	79,528	29,317	85,012	30,111	93,327	34,769	89,237	31,775	91,821
台湾	12	36	25	73	134	344	33	90	104	253
香港	8	37	33	123	31	118	41	155	41	183
その他	1	10	1	6	0	4	0	4	0	3
合計	23,138	79,611	29,376	85,213	30,276	93,793	34,843	89,485	31,920	92,260

資料：「Global Trade Atlas」

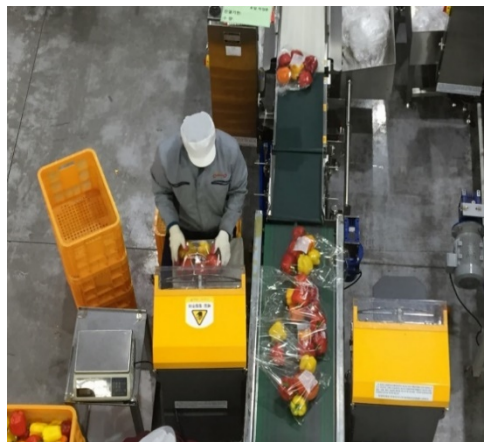
注：HSコード：0709.60-010

日本までの輸出の流れ

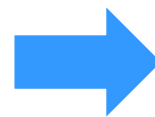
✓ 収穫から日本のバイヤーに届くまで4日程度



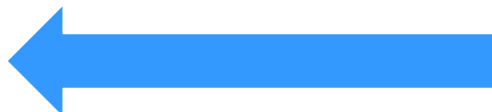
60%程度の着色
で収穫



選果場で選別・包装



日本の量販店で販売



下関港、大阪港で陸
揚げ後、トラック輸送



冷蔵ト
ラック
で釜山
港など
に輸送

安全性、品質確保のための取組

- ・輸出先国の信頼確保、残留農薬、消費者からのクレームなどへの対応



- ・輸出会社はトレーサビリティ機能を持った「輸出ID」を取得



- ・当該IDがない場合は、日本での通関の際に最大5日程度を要する。



- ・そのため、ほぼ全ての農家および輸出会社が同IDを取得

今後の日本への輸出見通し

縮小要因

- ・生産性の向上
- ・生産コストが安い
- ・日本へのプロモーション

拡大要因

- ・日本産の増加
- ・台湾、中国など新たな市場開拓
- ・韓国国内向けの増加

韓国国内の消費動向

- ・ 2016年のパプリカの1人当たり消費量0.9キログラム (2006年比3.2倍) ※日本は0.4キログラム程度



その背景には…

- ・ 生産技術の向上
- ・ 野菜に対する好みの変化
- ・ 栄養学的に優れることが消費者に認知



韓国国内の消費者需要の増加

韓国国内の消費動向



まとめ

- ・企業参入により日本の生産量は拡大しているが、低収量、施設導入費や光熱動力費が割高など課題も多い。
- ・一方、韓国は国を挙げてパプリカの生産、輸出を振興してきた結果、生産性の向上による供給量の増加、生産コストの減少
- ・今後、韓国国内のパプリカ需要に大きな増加はなさそう。中国、台湾などの新興国への輸出の可能性を模索
- ・日本は、低価格の韓国産と競合するのではなく、日本産ブランドを前面に出した販売戦略を行うとともに、韓国の生産構造を理解し学ぶ必要がある。

ご清聴ありがとうございました。

今回ご紹介した内容は、野菜の情報2019年1月号に掲載しています。

※ メールマガジンのご案内

独立行政法人農畜産業振興機構は、情報誌「野菜情報」を毎月発行し、ホームページでも提供しているほか、メールマガジンにより、毎月1回最新の情報を配信しています。

メールマガジンの配信を希望される方は、機構ホームページ
(<https://www.alic.go.jp>) 右の「メールマガジン」ボタンからご登録ください。



本情報は、情報提供を目的とするものであり、取引・投資判断の基礎とすることを目的としていません。
本資料の正確性の確認等は、各個人の責任と判断をお願いします。提供した情報の利用に関連して、
万一、不利益が被る事態が生じたとしても、ALICは一切の責任を負いません。