韓国のフラワーエコノミーの現況と課題

2012. 11. 30

韓国農村経済研究院
朴　起煥

KREI
Korea Rural Economic Institute

目　次

1 花きの生産の動向

2 花きの流通の実態と卸売価格の推移

3 花きの消費の動向と消費パターン

4 花きの輸出入の実績と日本市場への進出の現況

5 花き産業が直面している課題

1 花きの生産の動向

農業における花きの位置づけ

- **農林業の生産額に占める花きの割合は2%程度に低い**
  - 農林業生産額に占める花きの割合
    - 1990年：1.3%
    - 国民所得の増加によって花きの生産額は持続的に増加する傾向
    - 2005年の花きの割合：2.8%にピーク

  しかし、最近の景気停滞による消費の萎縮に花きの生産額は減少
    - 2011年の花きの割合は2.0%、2005年に比べて0.8%ポイントが下落

単位: 10億ウォン	1990	1995	2000	2005	2010
農林業生産額	18,546	27,252	33,140	36,273	43,523
花き生産額	239	509	665	1,011	851
割合（%）	1.3	1.9	2.0	2.8	2.0
1人当たりGDP（ドル）	6,306	11,782	11,350	27,548	20,753

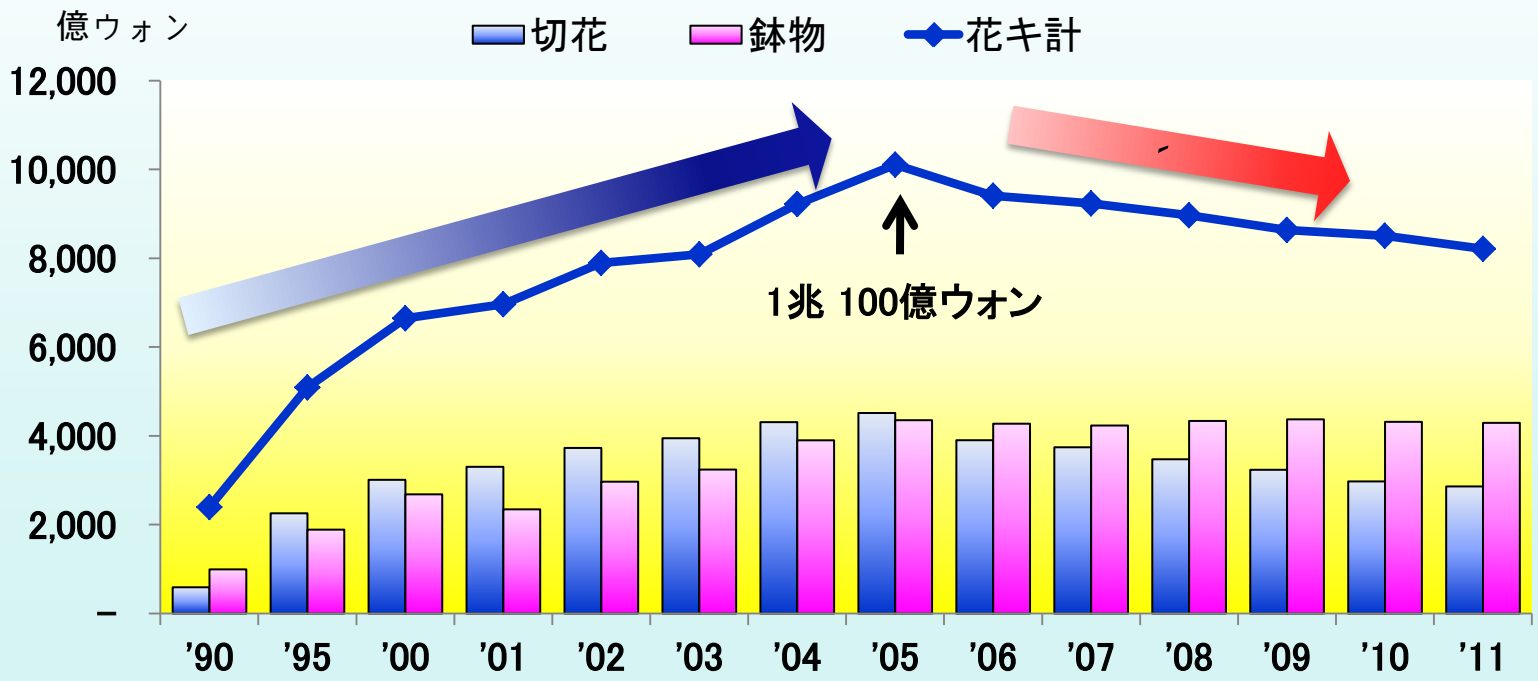
花きの種類別生産の現況

- 花きは切花、鉢物、球根、花木、観賞樹、種子(種苗)の6つに区分
- 花きの生産額は切花と鉢物に二分される構造に変化
  - 1990年：鉢物41.6%、切花24.7%、観賞樹23.3%など
  - 2000年：切花45.3%、鉢物40.4%、観賞樹8.8%など
  - 2011年：鉢物52.3%、切花34.8%、花木6.7%など
  - 鉢物・切花・観賞樹の中心 → 切花・鉢物の中心 → 鉢物・切花の中心に変化

単位:百万ウォン	1990	1995	2000	2005	2010	2011
花き 計	239,348	508,970	664,997	1,010,532	850,995	821,471
切花	59,224	225,757	301,245	451,661	297,561	286,281
鉢物	99,516	189,046	268,499	435,532	431,755	429,541
球根	4,641	6,890	5,846	2,549	3,899	4,057
花木	19,487	19,853	29,526	44,275	62,316	54,815
観賞樹	55,779	67,317	58,526	60,874	42,515	34,890
種子(種苗)	701	377	1,605	15,639	12,949	11,887

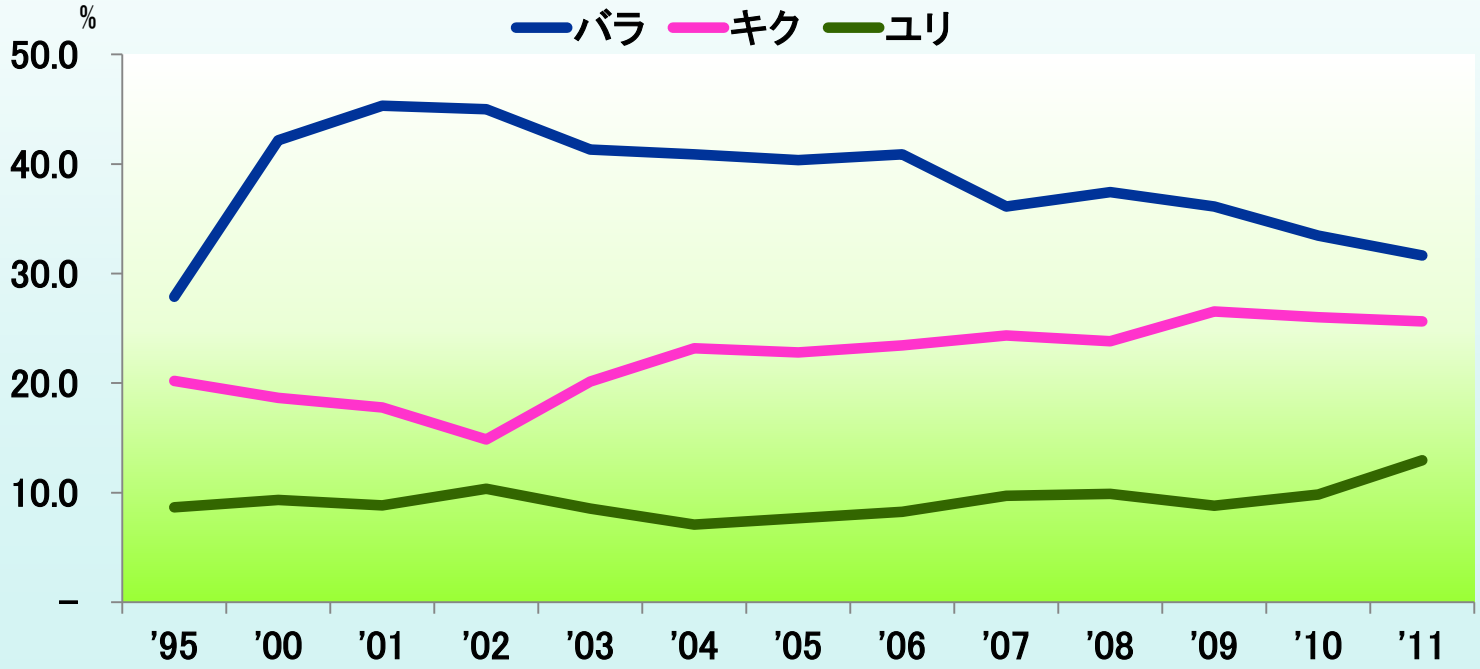
花きの生産の現況

- **花きの生産額：2005年まで継続的に成長したが、以降減少の推移**
  - 成長の要因：1990年代に政府が推進した施設近代化政策、高所得など
    - 特に、切花の成長率が最も高い特徴
  - それにもかかわらず、最近の景気沈滞の影響によって花きの生産額は減少に転換
    - 継続的に成長していた切花の生産額の減少に大きく作用



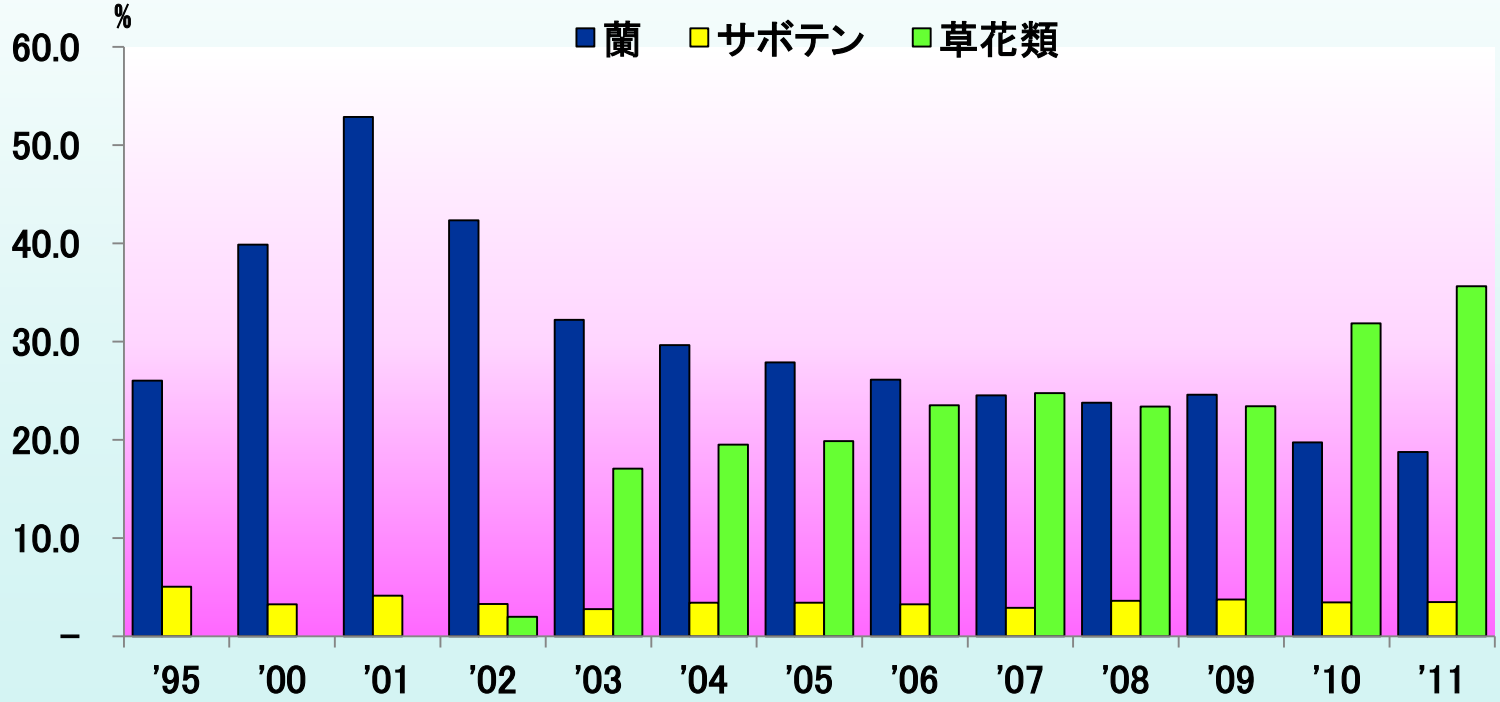
切花の品目別生産の推移

- **代表的な切花の品目： ３代切花であるバラ、キク、ユリ（2011年の70%）**
  - バラ：切花の生産を主導（2001年の割合は45%）→ 最近パプリカなどに作目を転換する農家が増加、2011年の32%に減少
  - キク：1995年の20% → 2002年の15%に減少 → 最近には26%に増加
  - ユリ：9～10%の水準を維持したが2011年には13%に増加
  - チューリップ：1995の2% → 2003年以降0.2～0.3%の水準に減少



鉢物の品目別生産の推移

- **主な鉢物の品目： ラン、草花類、サボテンなど**
  - ラン：代表的な鉢物の品目として2001年の割合は53%、相対的に値段が高いので、最近の経済停滞によって面積が減少（2011年は19%まで減少）
  - 草花類：2002年には2%に過ぎなかったが、安い値段によって2011年は36%まで成長
  - サボテン：代表的な鉢物の輸出品目であるが、割合は3～4%の水準

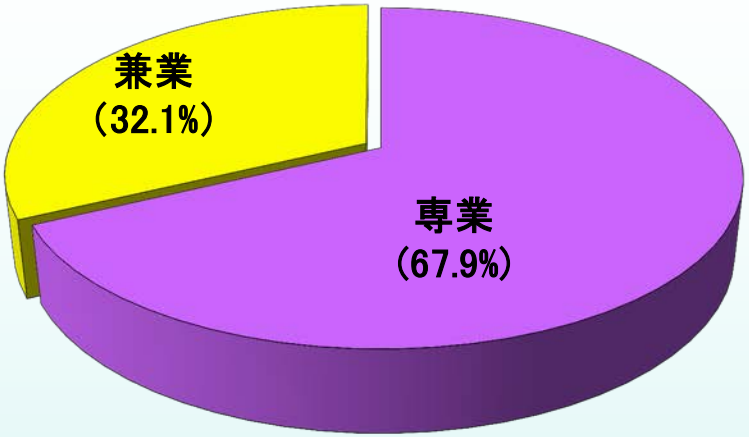


その他の花きの品目別生産の推移

- **観賞樹類は生産額が毎年減少する傾向**
  - 栽培されている品目は非常に多様
    - そのうち、松が最も大きな割合を占めている
- **花木類は継続的に増加したが、最近では減少に転じる**
  - 花木類の代表的な品目はツツジ
    - ツツジが花木類の生産額の69%を占めている
- **球根はほとんど輸入に依存しており、国内生産は一部**
  - 2011年の球根の生産額：41億ウォン
    - そのうち、ユリ球根が13億ウォンに最も多く、次いでチューリップの5億ウォン
  - 反面、ユリ球根の輸入額（2011年）は83億ウォンとして、国内の球根の生産額の6.4倍
    - チューリップ球根の輸入額は14億ウォン（生産額の2.8倍）

花きの栽培農家の現況

- 花きは専業農家が中心であり、農家所得も他品目に比べて高い水準
  - 専業農家の割合：全体農家平均は53%であり、花きは68%



  - 花きが耕地面積に占める割合は0.5%、生産額に占める割合は2.0%
    - 他品目に比べて10a当たりの所得が高い

単位: 千ウォン /10a	コメ	スイカ	キュウリ	ナシ	施設ブドウ	バラ	キク
所得	570	3,410	7,842	3,045	6,256	10,675	6,493

2 花きの流通の実態と卸売価格の推移

花き卸売市場の形成の過程

- **民間市場(ソウル市中心)**
  - 花き市場が形成された時期は1960年代であり、1970年のソウル南大門市場の内の‘南門花商店街’が最初
    - 1983年：‘コベント花卸売商店街’開設
    - 1986年：‘ターミナル花卸売商店街’形成
    - 1998年：‘川南花卸売商店街’開設

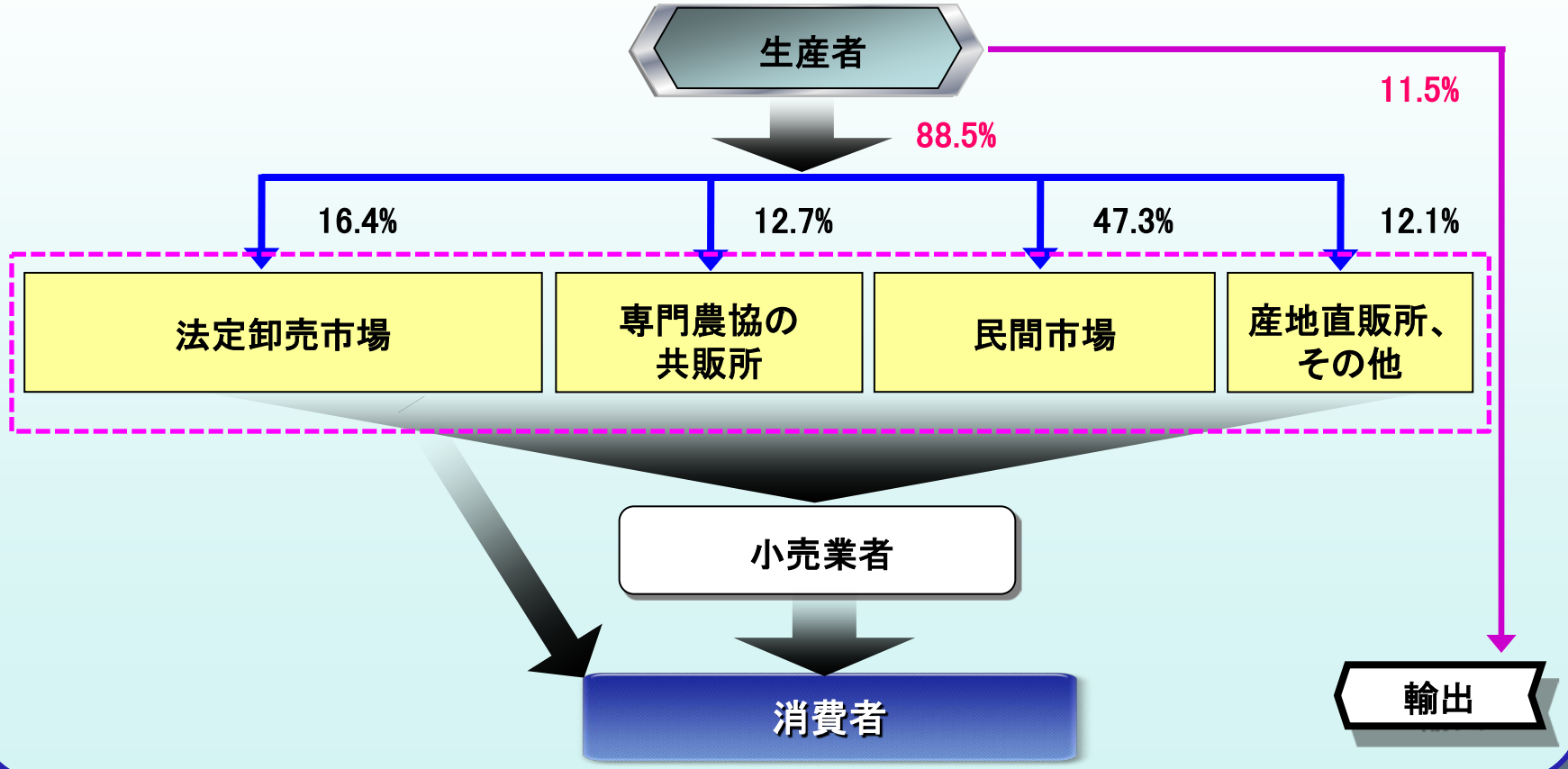
- **法定卸売市場(公営卸売市場)**
  - 花きに対する公定取引の定着の要求が高めて、政府はセリ中心の法定卸売市場を建設
    - 1991年の6月：‘ソウル市ヤンゼドン花き共販場’が開場
    - 1997年の6月：花きの主産地として代表的な消費都市である釜山に‘オングンドン花き共販所が開場

- **専門農協が運営している卸売市場(共販所)**
  - 現在：韓国花き、零南花き、釜山慶南花き、光州園芸など

切花の流通の経路

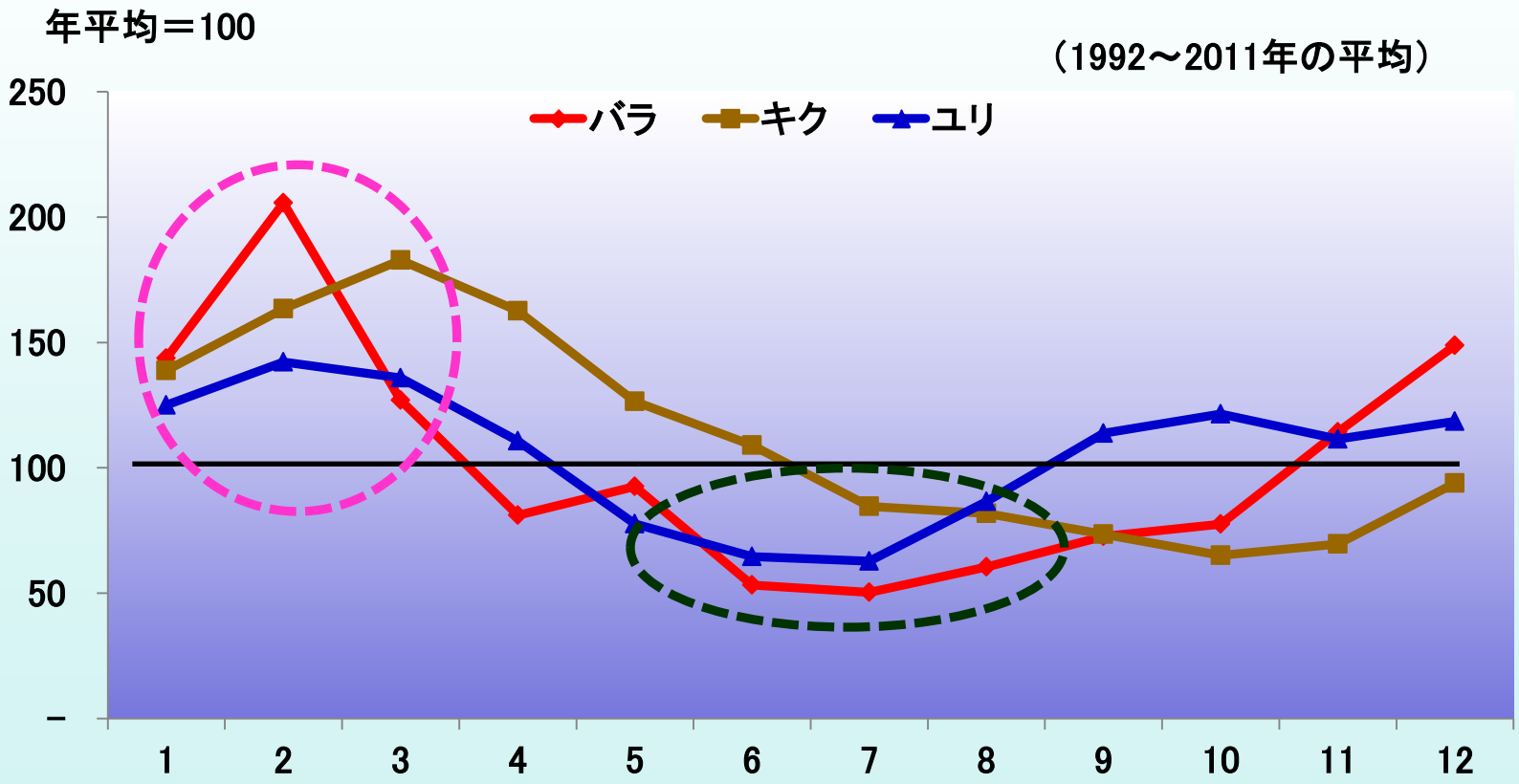
切花の流通の経路（2008年度基準）

- 法定卸売市場への経由割合は16.4％と非常に低い
- 民間市場への経由割合は47.3％として、過去に比べて低くなったが、依然としてかなりの量を取り扱っている



花きの卸売価格の特徴

- 花きはいわゆる‘もの日’によって価格差が大きい特徴を持っている
  - お正月、卒業式、入学式がある1～3月と年末需要がある12月の価格が高い反面、花きの非消費時期である夏の価格が低い

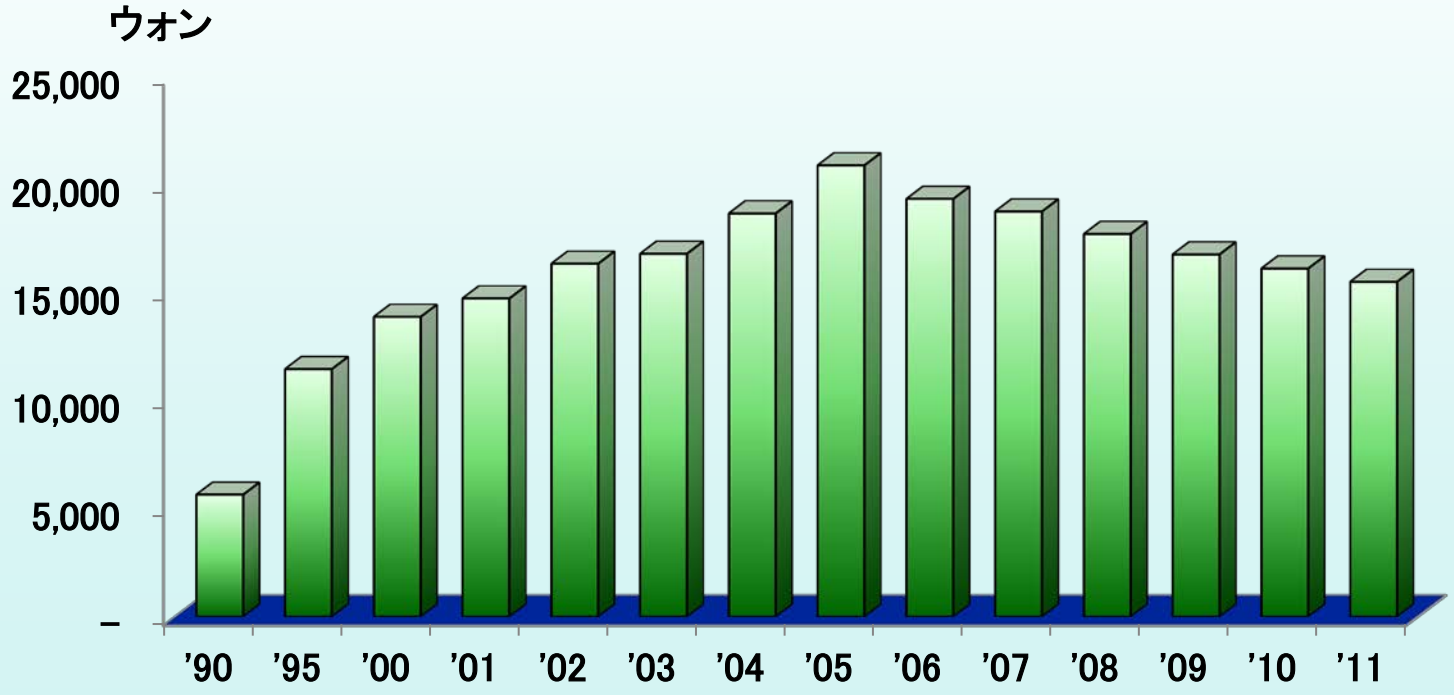


3

花きの消費の動向と消費パタンーン

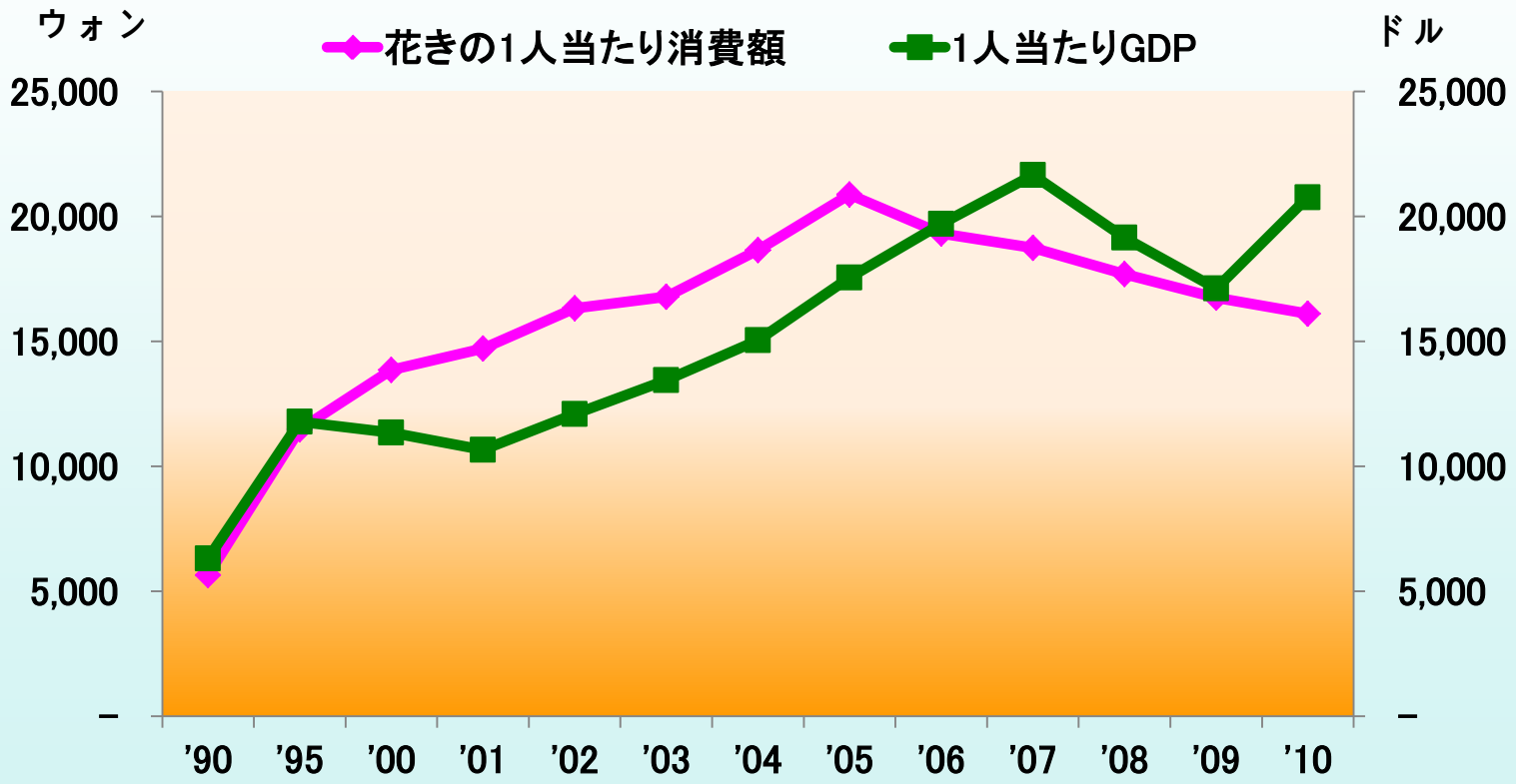
花きの消費の動向

- 花きの1人当たりの消費額：1990年の5,650ウォン ⇒ 2011年の15,482ウォン（3倍増加）
  - 国民所得の増加、消費者の消費パタンーンの変化によって消費額が増加
  - 花きは生活必需品ではないので、景気変動に敏感に反応
    - 最近の景気沈滞によって1人当たりの消費額は減少する趨勢に転換



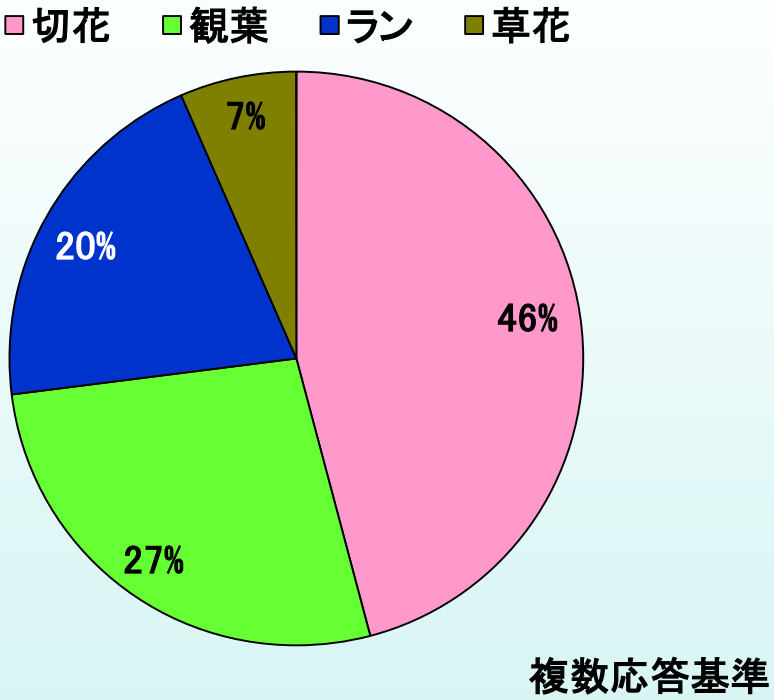
花きの消費とGDPとの関係

- 花きの1人当たりの消費額と1人当たりのGDPの推移が同一
  - 1人当たりのGDPが増加する際、花きの消費額も増加する傾向
  - 景気沈滞期には急激に消費が減少することがわかる



消費者の花きの消費パターン

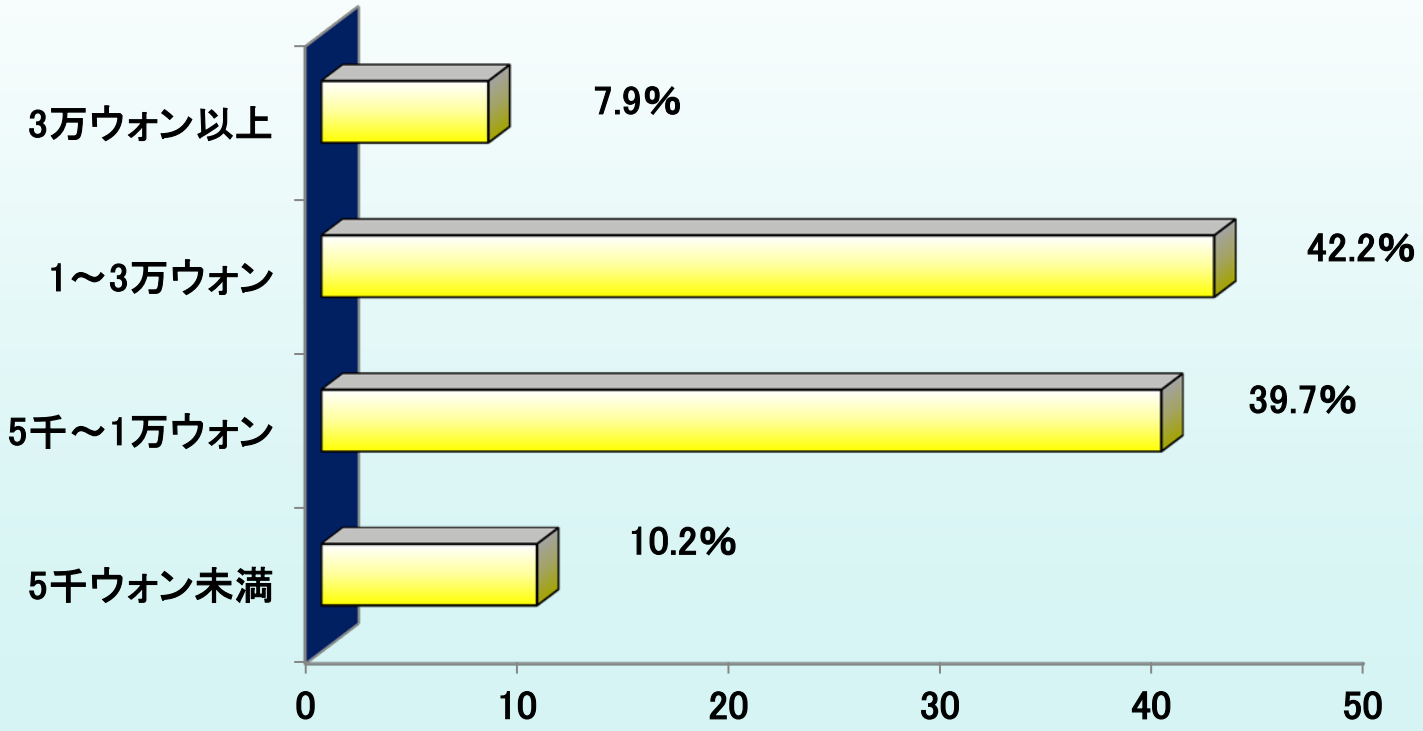
- **消費者が好きな花きの種類： 切花**
  - 消費者が好きな花きは切花、観葉植物、ラン、草花の順



- **贈物用として花きを購入した経験がある消費者は80%水準**
  - それにもかかわらず、経験がない消費者が20%として高い状態

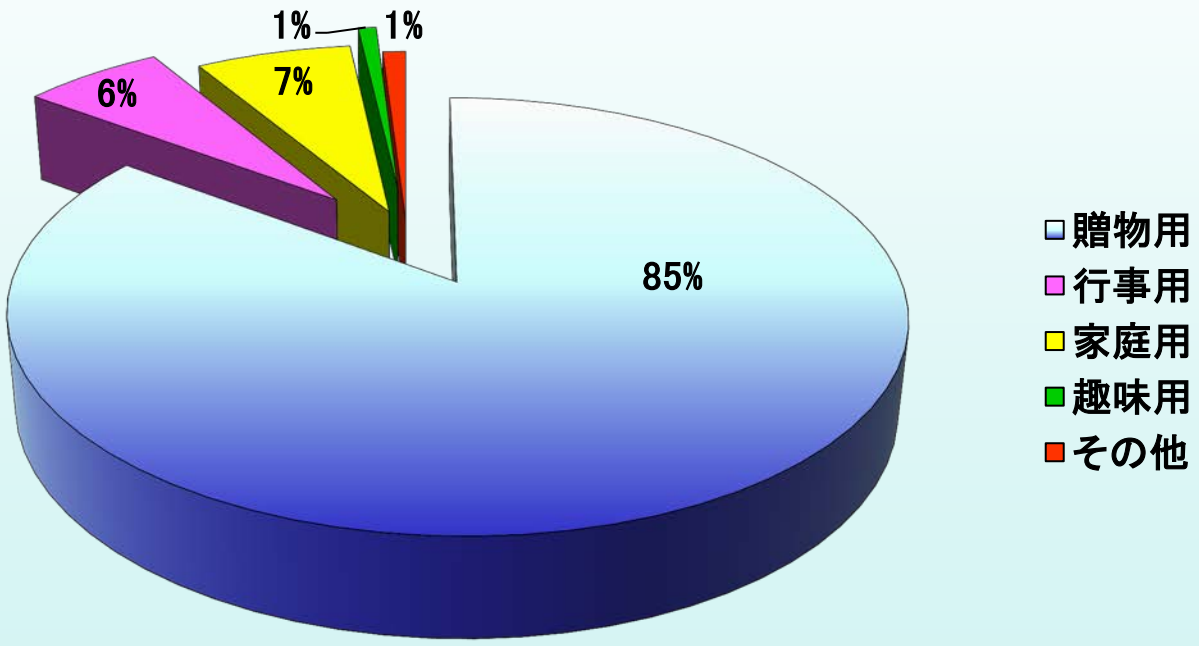
消費者の切花の消費パターン(1)

- **消費者の1回当たりの切花の購入額はほとんど3万ウォン以下**
  - 1回当たりの切花の購入額は1～3万ウォンが42.2%として最も高く、5千～1万ウォンは39.7%
  - 反面、3万ウォン以上は7.9%に過ぎない



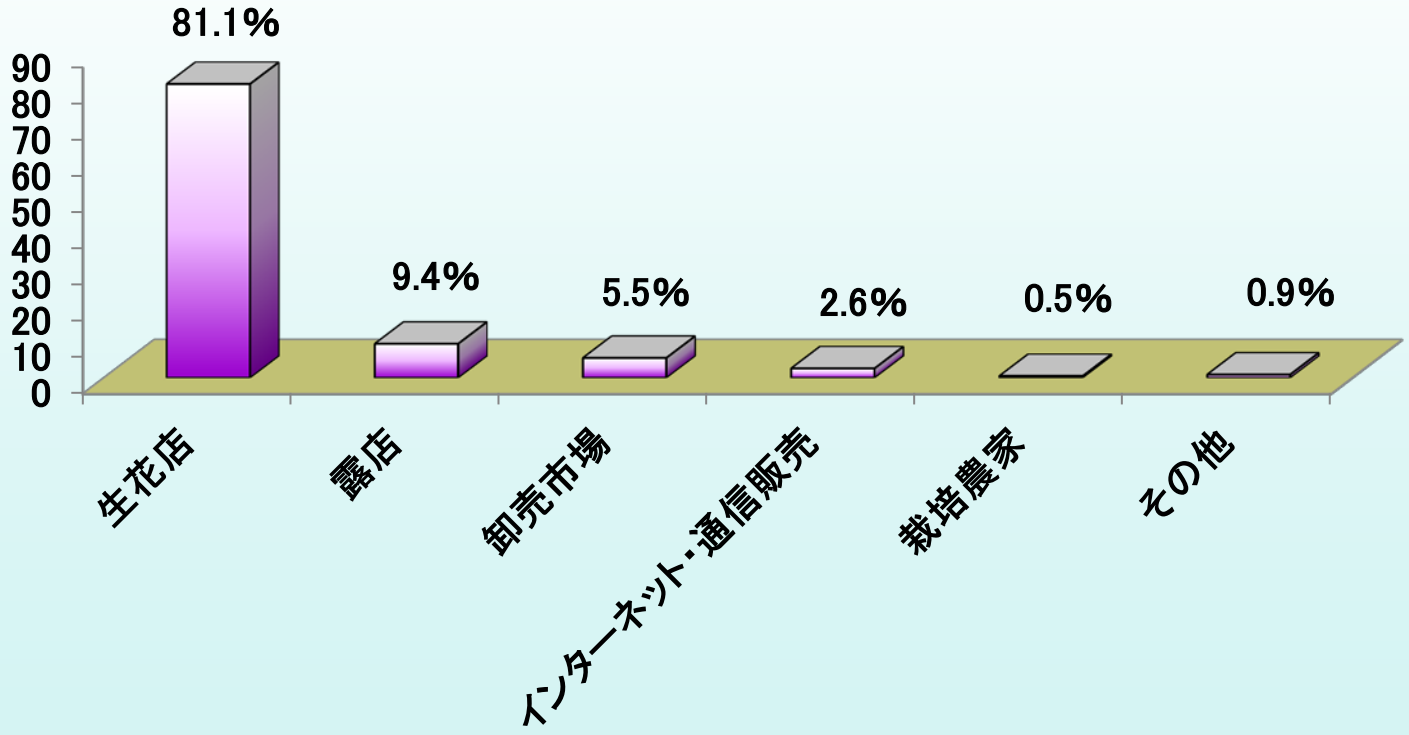
消費者の切花の消費パターン(2)

- **消費者の切花の購入目的は贈答用が85%**
  - 消費者の切花の購入目的は贈答用の85%、行事用の6%などに大部分
  - 家庭用は7%に過ぎないので、花きの消費が定着されていない状況



消費者の切花の消費パターン(3)

- **消費者の切花の購入先は、80%以上が生花店**
  - 切花の購入先は生花店が81%として圧倒的に高い
  - 次いで、花きを専門的に取り扱う露店が9%であり、卸売市場を利用する消費者は6%、通信販売などの利用率は3%に過ぎない水準



消費者の切花の消費パタンー(4)

- 消費者の好きな切花の品目は、やはりバラ
  - バラの消費者の選好みは圧倒的に高く、キクは秋の花というイメージが強い

単位:%	バラ	キク	ユリ	カーネーション	カスミソウ	その他
春	69.0	3.7	–	9.7	–	17.7
夏	62.9	–	6.8	7.0	7.7	15.6
秋	42.3	34.3	6.6	–	5.3	11.5
冬	64.2	4.8	–	–	6.7	24.4

- 消費者の好きなバラの色は赤色が最も高く、キクは白色
  - バラの選好み色は赤色が74%、次いでピンクが14%など
  - キクは白色が31%、黄色が30%、複色が16%など：バラに比べて多様

単位:%	赤色	ピンク	黄色	白色	複色	その他
バラ	73.7	14.1	5.4	1.0	2.8	3.0
キク	10.3	11.1	30.2	31.0	15.7	1.7

4 花きの輸出入の実績と日本市場への進出の現況

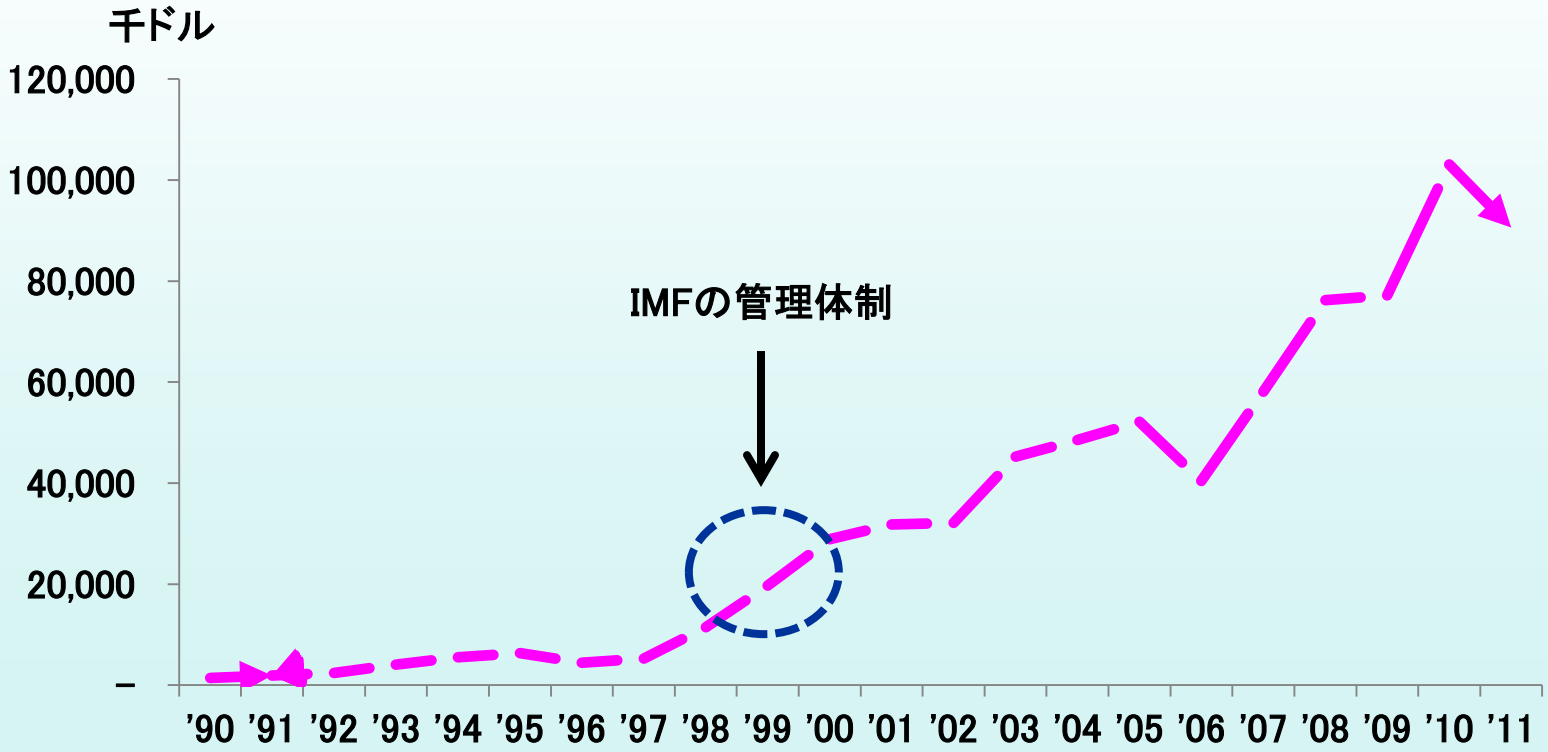
花きの輸出入の現況

- 韓国における花きは伝統的に輸入が多かったが、輸出が急に増加
  - 花きの主な輸入品目はランと球根
    - 輸入額に占めるランの割合は47%であり、球根は15%程度
  - 花きの輸出は1997年まで500万ドル程度であったが、新しい需要創出の方案として輸出の関心が拡大
  - これによって花きの貿易収支は1997年まで赤字であったが、1998年から黒字に転換

単位:千ドル	1995	1998	2000	2005	2010	2011
輸出(A)	6,363	11,484	28,888	52,142	103,067	90,596
輸入(B)	26,738	10,336	19,472	28,845	44,744	44,427
B-A	△20,375	1,148	9,416	23,297	58,323	46,169

花きの輸出の推移

- 花きの輸出額が拡大された決定的な要因は韓国の経済危機の状況
  - 1997年11月：為替危機によるIMF管理体制→国民所得の減少→消費の萎縮
    - 特に、景気変動に敏感な花きの消費の減少が激しかった
  - 消費の減少に対応するために輸出が増加し、現在までも増加する趨勢



主な品目別花きの輸出の現況

- 花きの輸出を主導しているのは切花
  - 花きの輸出の主導の品目：1990年代のサボテン → 2000年代には切花が中心
    - バラ、ユリ、キクの3代切花が総輸出額の70%以上を占める
    - ランの輸出は2000年中盤から増加し、現在は2,000万ドルを輸出

単位: 万ドル（%）	1995	2000	2005	2010
花き 計	636 (100.0)	2,889 (100.0)	5,214 (100.0)	10,307 (100.0)
バラ	5 (0.8)	1,032 (35.7)	1,057 (20.3)	3,423 (33.2)
ユリ	232 (36.5)	439 (15.2)	1,048 (20.1)	2,785 (27.0)
キク	15 (2.4)	468 (16.2)	850 (16.3)	1,380 (13.4)
ラン	22 (3.5)	325 (11.3)	1,667 (32.0)	1,928 (18.7)
サボテン	331 (52.0)	274 (9.5)	188 (3.6)	276 (2.7)

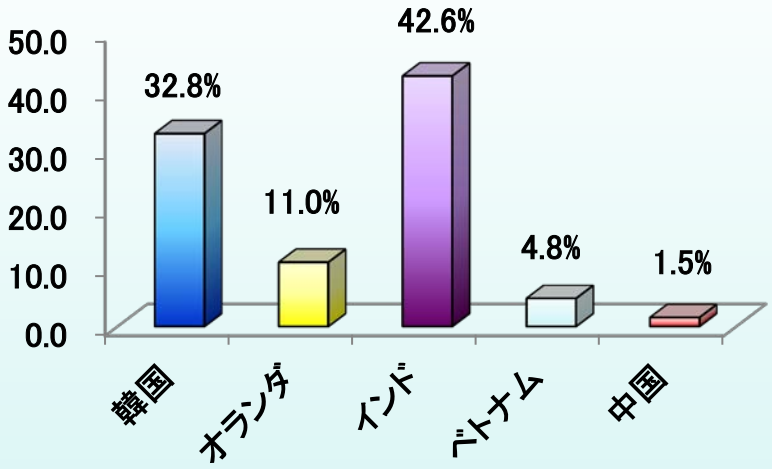
花きの国別輸出の現況

- 花きの主な輸出国は日本として全体の70%以上
  - 特に、輸出の主導の品目であるバラ、ユリ、キクはほとんど日本へ輸出
    - 理由：日本は地理的に近く、花の消費が多い国
  - ランの輸出国は中国、次いでアメリカなど

単位: 万ドル（%）		2000	2005	2010
花き　計	日本	2,097（72.6）	3,136（60.1）	8,027（77.9）
	中国	243　（8.4）	1,603（30.7）	1,558（15.1）
バラ	日本	1,030（99.7）	1,054（99.7）	3,391（99.1）
	ロシア	–	3　（0.3）	31（0.9）
キク	日本	468（100.0）	850（100.0）	1,380（99.9）
	中国	–	–	0.1　（0.01）
ユリ	日本	438（99.8）	1,048（100.0）	2,784（99.9）
	ロシア	–	–	0.5　（0.02）
ラン	中国	123（37.9）	1,388（83.3）	1,832（95.0）
	アメリカ	29　（9.0）	249（14.9）	66（3.4）

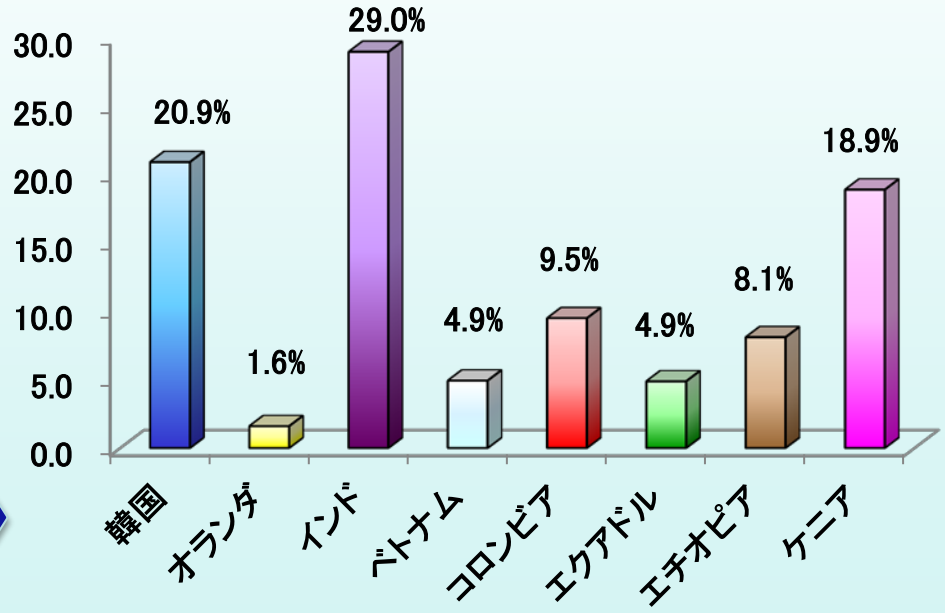
日本市場での韓国産バラの競争関係

- **日本へのバラ輸入：2002年の5,570万本 → 2010年の8,870万本に増加**
  - 2002年：韓国、インド、オランダの3ヵ国が競争する構造
  - 2010年：韓国とインドは萎縮、アフリカと南アメリカは伸長



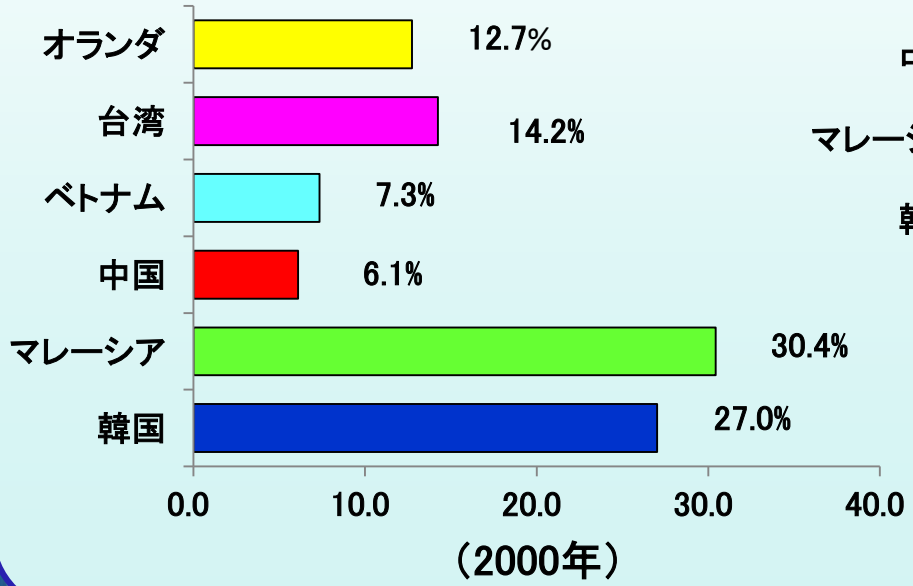
（2002年）

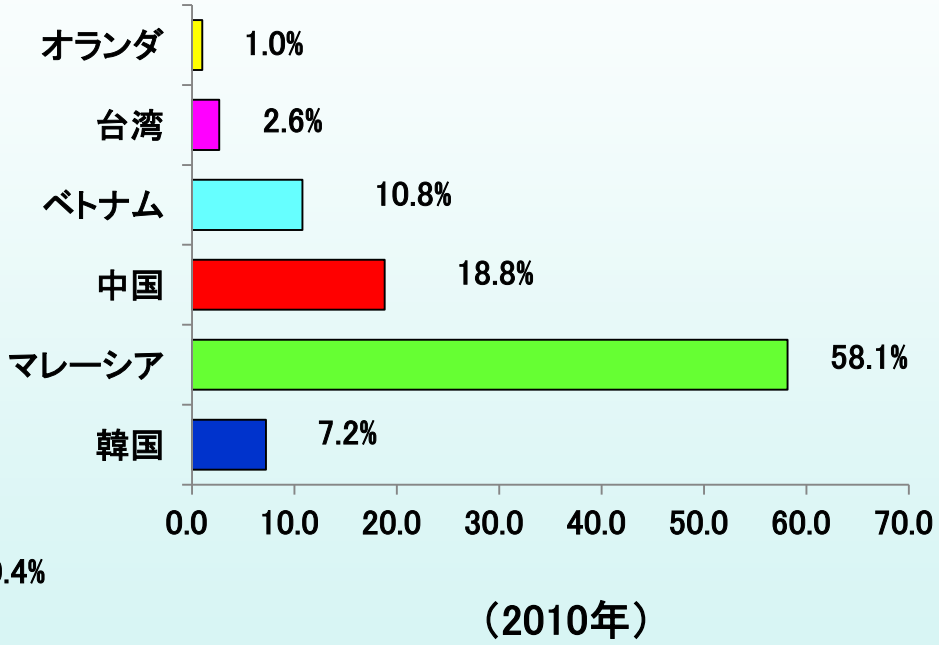
（2010年）



日本市場での韓国産キクの競争関係

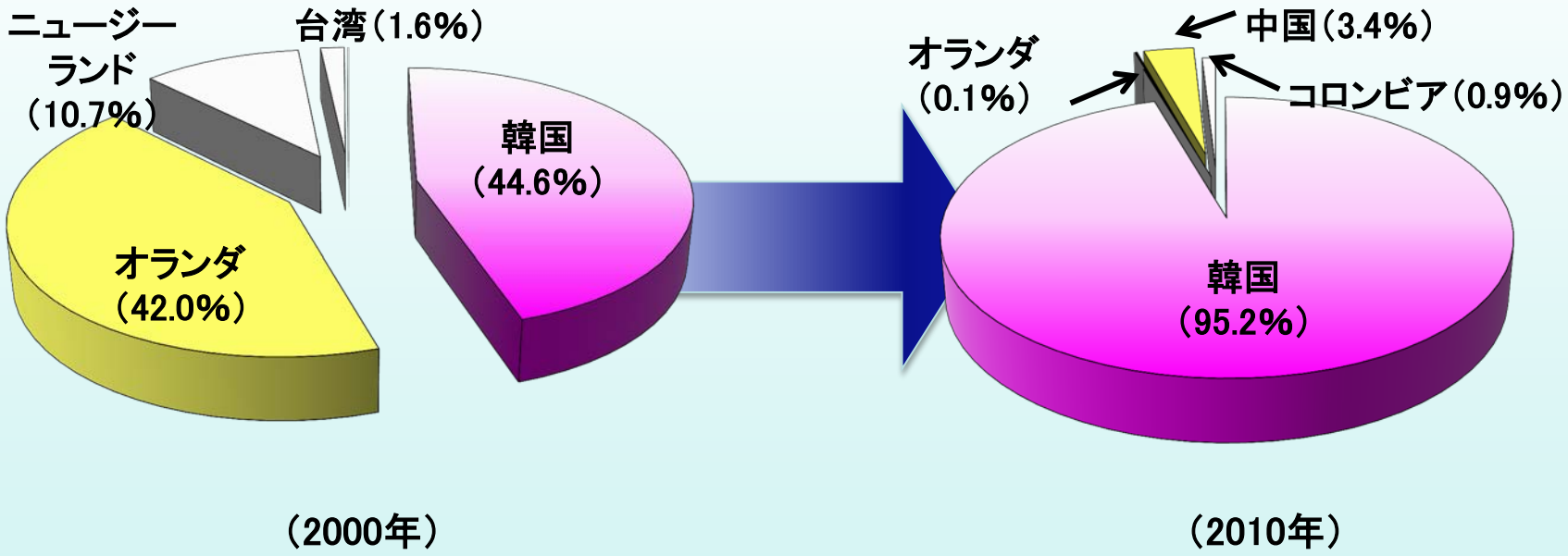
- **日本へのキク輸入：2000年の8,250万本 → 2010年の2億7,300万本に増加**
  - 2000年：韓国、マレーシア、台湾、オランダが競争する構造
  - 2010年：韓国、オランダ、台湾の割合は大きく減少、マレーシアと中国は増加





日本市場での韓国産ユリの競争関係

- **日本へのユリ輸入：2000年の630万本 → 2010年の1,300万本に増加**
  - 2000年：韓国、オランダ、ニュージーランドの3ヵ国が競争する構造
  - 2010年：韓国産が独占する構造に変化



5 花き産業が直面している課題

花きの生産と流通の問題

特定品目への生産の集中と球根の生産基盤の不足

- バラ、キク、ユリ、ランなどの特定品目の生産比重が高いので、過剰生産と多様性の不足の問題
- 切花の生産のために不可欠な球根の自給率が低いので、球根の輸入に伴う農家の経営費の負担が発生
  - ユリ農家の経営費に占める種子（球根）費の割合は66.8%に非常に高い

公営卸売市場の機能の不足と新しい流通システムの導入の不十分

- 民間市場が花きの流通を支配する構造
  - 公定性と透明性の欠如、公営市場の主導的な価格形成の機能の不足
- 花きの流通を取り巻く新しい環境の変化にもかかわらず、卸売市場の流通システムはセリの中心
  - 公営市場で一部先取りを実施しているが、取引量に占める比重はかなり低い状態（2009年基準：総取引量の2%）

花きの消費と輸出の問題

- **消費者の花きに対する認識の不足と特定品目の選好の集中**
  - 花きを贅沢品として認識する消費者が多いので、経済状況によって消費が敏感に反応し、家庭用の花きの消費が非常に低い不安定な消費の構造
  - 花きの販売先が多様ではなく消費者が好きな品目と色が制限されており、花きの消費の拡大に限界

- **特定国への輸出の依存度の深化と輸出国の市場情報の収集の不足**
  - 花きの輸出国が日本に集中されているので、日本の経済の状況によって、輸出が困難となるケースが発生しやすい
  - 主な輸出国の市場の変化、消費者のニーズの変化など、継続的な情報の収集の不足
    - 変化に迅速に反応できる輸出戦略の確立が困難

花き産業の発展のための課題 （1）

種苗（球根）の自給率の向上のための生産基盤の確立

- 花き栽培農家の経営費の軽減と安定的な生産のためには種苗（球根）の国内生産が不可欠
- 現在、政府が推進している「Golden Seed Project」と連携し、種苗開発への投資が必要
  - 「Golden Seed Project」：輸入種子の代替および種子産業の基盤の構築のために、政府が2012年から10年間総額4,911億ウォンを投入
  - 目標：種子の国内生産化（内製化）を図り、2億ドルの種子の輸出を目指す

公営市場を中心にする公正・透明な取引の定着と多様な取引方式の導入

- 公営卸売市場が花きの流通を主導できるように拠点卸売市場の設置が必要
  - 設置の際、民間市場の商人（委託商）の参加を誘導
- 変化する流通環境に効率的に対応するため、セリ制度の以外に日本のような先取り、予約相対取引などの方式を拡大

花き産業の発展のための課題 （2）

- **花きに対する消費者の認識の転換と多様な販売先の拡充**
  - 流通過程の改善などを通して小売価格の引下げを誘導して消費の拡大を図る必要がある
    - 小売価格が卸売価格の5倍程度に高い状況
  - 花きを取り扱う販売先を多様化し、消費者の接近性を向上させることが重要
    - 日本のようにコンビニエンスストア、スーパーなどでの花きの販売を誘導
- **輸出市場の多様化と輸出国の消費者ニーズに適する製品の開発**
  - 花の消費が多いロシア、最近国民所得の増加によって花の消費が増えている中国などを有望市場として選定し、市場の開拓が必要
  - 輸出国の消費者の嗜好の分析を通して、これに適合する商品を輸出する戦略に、市場支配力を向上

花き産業の発展のための課題 （3）

- 事例：日本の消費者を対象にするアンケート調査を実施（500人、2010年の9月）
  - バラのコンジョイント分析結果
    - 最適効用：1本ずつ購入が可能である赤色のスタンダードバラ
    - 市場シェアーの展望

      1位：1本ずつ購入が可能であるピンクのスタンダードバラ

      2位：1本ずつ購入が可能である黄色のスプレーバラ

      3位：パック花の赤色のスプレーバラ

価格	形態	花サイズ	色	市場シェアー（%）			順位		
				Max Uti.	BTL	Logit	Max Uti.	BTL	Logit
100円	1本ずつ購入可能	スタンダード	ピンク	39.7	17.1	34.9	1	1	1
100円	1本ずつ購入可能	スプレー	黄色	25.3	15.0	23.6	2	2	2
100円	パック花	スプレー	赤色	13.7	13.9	14.6	3	3	3

ご清聴ありがとうございました

감사합니다