

食品産業における企業の社会的責任(CSR)に関する研究(Ⅱ)

－韓国における食品産業の実態と発展戦略の構築－

A Study on Current Situation and Construction of Development Strategies of Food Industries in Korea

成 耆 政・葛 西 和 廣・章 大 寧*

(Kijung SUNG, Kazuhiro KASAI and Daeyeong JANG)

〈目次〉

1. はしがき
2. 食品産業の概念とその政策の対象
3. 韓国食品産業の構造と現況
4. 韓国食品産業における発展戦略の構築
5. むすび

【主要参考・引用文献】

* 南九州大学環境園芸学部アグリビジネス専攻

1. はしがき

国民の生活水準の向上と、食品が健康管理^(註1)の最も重要な手段として認識され、韓国人の食品安全に関する関心や期待水準は既に先進国水準に至っている。しかしながら、食品に関する事故は依然発生し、政府と食品関連団体の持続的な制度改善や努力にも拘わらず、国民の食品の安全管理に対する信頼感は低い水準^(註2)に留まっている。

現在、韓国食品産業は食品製造業分野のみで売上高規模で33兆ウォンを超え、外食産業や農水畜産物を合わせるとその規模は100兆ウォンを超える水準まで成長してきた。そして、貿易自由化措置により食品交易が拡大され、食品の半分以上が外国産の農水産物や原料により作られ、女性(主婦)の就業や社会活動が活発になり、外食や団体給食をつうじて食事を解決する比率も急速に増加し、今後ますますその比率が増加する見通しである。したがって、食品に対する安全性や栄養などは消費者の食品選択の重要な基準となる。

また、世界食品市場の規模は約4兆ドルと推定^(註3)され、今後持続的に成長される展望である。すなわち、世界食品市場は世界の自動車市場(市場規模1.6兆ドル)やIT市場(市場規模2.8兆ドル)より大きい市場で、先進国とグローバル企業(多国籍企業)は食品市場で多くの利潤を創出している^(註4)。そして、食品は必需財である商品の特性上、景気沈滞の影響が比較的少なく、今後の人口増加^(註5)とともに市場規模が持続的に拡大される展望である^(註6)。

以上のことをふまえ、本稿では食品産業における企業の社会的責任(CSR)に関する研究の基礎研究として、韓国における食品産業の実態(現況)と発展戦略の構築を試みた。そのために、2節では食品産業の概念とその政策の対象を、3節では韓国食品産業の構造と現況の分析、4節では韓国食品産業の内外環境分析に基づいて発展戦略の構築を試みた。そして、むすびとして、韓国における食品産業の今後の課題について簡略に述べることにした。

2. 食品産業の概念とその政策の対象

2-1. 食品産業の概念

まず、ここで本稿の論点展開のためのフレームワークとして、「食品(food)」と「食品産業(food industries)」の定義づけを行っておきたい。一般的に、食品とは、人間が食べるために料理をした

(註1) 韓国保健福祉家族部の「韓国国民健康栄養調査」によると、2005年現在、20歳以上の成人肥満人口は全体人口の32.0%である約1,126万人に推算された。この中で、小児および青少年肥満人口は1998年の調査より約2倍に増加している。そして、韓国栄養学会によると、肥満は糖尿病、心血管疾患などの生活習慣病を誘発し、その医療費、早期死亡などによる社会的費用は年間2兆ウォンであると試算している(許ヨンジュン、2008年、2頁)。

(註2) 韓国消費者院(Korea Consumer Agency)の調査によると、韓国国民の食品に対する不安感は2005年の54.7点から65.8点に増加している(<http://www.kca.go.kr/>)。

(註3) これは2004年基準の統計数値であり、世界食品市場に対する公式的な統計は算出されておらず、この数値は代表的なリサーチ機関であるEuromonitor International社(Euromonitorは、一般消費財の国別市場について30年以上の経験を持ち、同社のアナリストは600人以上で、本社のロンドン以外に、シカゴ、シンガポール、ブラジル、上海にオフィスを開設している。とくに、各国市場の100万以上の統計を提供するGlobal Market Information Database(GMID)と各業界の市場シェアを網羅したGlobal Market Share Plannerが有名である<Global Information, Inc.のウェブサイト資料による>)の推定値である。

(註4) 2007年、Forbes誌が選定した「世界2000企業」に、食品関連企業104社が入っている。

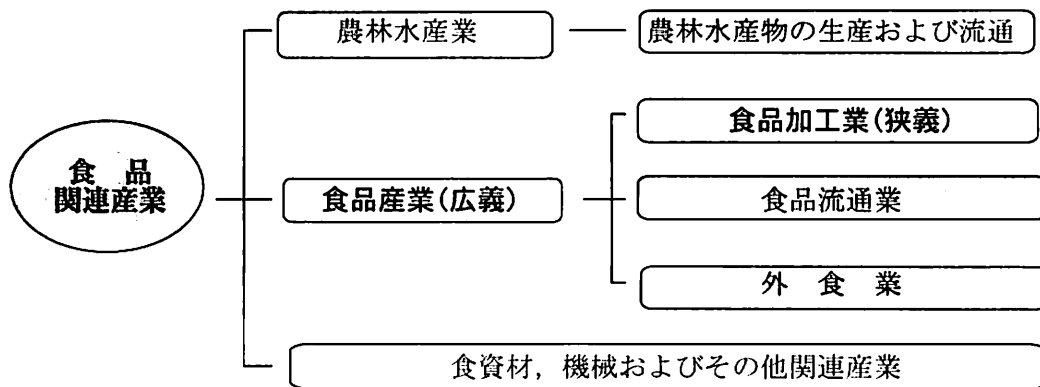
(註5) 世界人口白書などによると、世界人口は2008年の67.5億人から2050年には92億人に増加する見通しである。この中でも中国は2008年の13.4億人から2050年には13.9億人に、インドは2008年の11.9億人から2050年に15.9億人に増加される見通しである。

(註6) 「食品産業発展総合対策」韓国農林水産食品部、2008年11月、1頁。

り、またはそのまま食べられるすべての材料の総称である。しかし、食品に対する用語は極めて多様で、広範囲に用いられている。韓国の「食品衛生法」^(註7)では食品を医薬品を除いたすべての飲食品であると定義づけている。

食品産業とは国内で生産されたり、輸入された原料の農水産物を用いて、最終消費者に至るまでの食品の加工・製造・保管・運搬・流通・調理および食品サービス^(註8)と関連した諸経済活動に関する産業の総称であるといえる。すなわち、食品製造業、収集・仲介業、食品加工業(food processing industry)、運輸・保管業、外食業(food service industry)、食品卸・小売業、容器・包装製造業などを含む概念である。本稿ではこの広義の概念を用いて分析を行うことにする。反面、狭義の概念としては、食品および食品製造業、冷凍保管業など韓国標準産業分類^(註9)の「飲食品製造業^(註10)」を意味する場合もある(図表1)。

<図表1> 食品産業の範囲



資料：崔セギョン(2003)，7頁。

2-2. 食品産業政策の対象と範囲

食品産業政策の対象^(註11)としては、まず第一に、消費者の安全および国民の健康増進を挙げることができる。食品産業政策の最も重要な対象として挙げられるのが食品消費における国民の健康増進と消費者の安全である。これは2007年までの韓国政府の食品産業政策の大部分を占めていた^(註12)。従来の農林部(MAF)の政策が生産者中心の政策であったならば、現在の農林水産食品部(Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fisheries; MIFAFF)の政策は食品の量的な問題のみならず、栄養や安全などの質的な問題も政策的対象とすべきである。

第二に、食品の加工と生産を挙げることができる。原料農水産物の生産から食品加工分野に至るまで高品質・高付加価値の食品を作り出せる産業環境の造成は政府政策の欠かせない部門である。また、政府は今までの規制一辺倒の政策から育成と規制を並行する政策転換により食品産業の発展

(註7) 食品危害行為に対する処罰強化や消費者の食品衛生検査要請制度の新設などを骨子とする韓国食品衛生法の全部改訂法律案が2009年1月13日に国会を通過した。

(註8) これには、外食、給食および食資材業が含まれる。

(註9) <http://www.nso.go.kr/>

(註10) 韓国標準産業分類における飲食品製造業の定義は、人間、または動物が食べられる各種飲食品および動物飼料、食用または非食用動物性油脂および関連製品を製造する産業としている。

(註11) 李ジョンヒ(2007)、25~26頁。

(註12) 韓国農林部は、2008年2月29日付で「農林水産食品部」に名称変更を行い、農業・林業・漁業と食品産業関連業務を総括する中央政策最高行政機関として、既存の農林部に海洋水産部の漁業・水産業業務と保健福祉部の食品産業業務を統合し、拡大・改編された。この農林水産食品部はその主な任務の一つとして、消費者の安全と食品産業の振興を掲げている。とくに、国内食品産業を育成するために食品産業本部を新設している(<http://www.mifaff.go.kr/>)。

を図るべきである。そして、食品の原料である農水産物と食品加工分野を連携⁽¹³⁾できる政策樹立と、これをつうじて農水産業の発展をとともに図るべきである。

第三に、フードサービスと食品流通を挙げることができる。上述したように、食品産業とは生産、加工のみではなく、外食を含むフードサービスと流通分野までも含み、この場合、流通は卸小売のみならず、輸出入までを意味する。したがって、食品産業政策の対象として食品の卸小売業と外食サービス、そして食品の輸出入もその対象に含むべきである。

3. 韓国食品産業の構造と現況

3-1. 食品消費構造の変化

韓国における食品に対する消費構造の変化⁽¹⁴⁾を探ってみると、まず第一に、国民所得の増加と健康に対する関心の向上などの影響により高品質、安全農食品に対する消費が増大しつつある。すなわち、韓国における環境・有機(環境に優しい)農産物⁽¹⁵⁾市場規模は2000年に1,500億ウォンから2006年には1兆3,000億ウォン(全体農産物市場の6.2%)に増加し、2010年⁽¹⁶⁾には2兆4,000億ウォンになる見通しである。そして、加工食品でも輸入品を中心に有機加工食品の消費が増加している。2006年の有機加工品の輸入量は11,228トンである反面、国内産は1,103トンとして全体消費量の10.0%にも満たないのが実情である。

第二に、総食品消費の支出額の中で新鮮農水産物の割合が1982年の77.0%から2006年には40.0%に減少した反面、加工食品および外食に支出された食品費の割合は同期間に23.0%から60.0%に約2.6倍に増加した。そして、加工食品の消費支出は1982年の17.0%から2006年14.0%に若干減少した反面、外食部門への消費支出割合は同期間に6.0%から46.0%に大きく増加した。

第三に、女性の就業⁽¹⁷⁾および共働きの増加などの影響により家庭食代替品(HMP; Home Meal Replacement)⁽¹⁸⁾および調理食品(Repared Food)のような便宜品の選好度が増加している。とくに、産地で加工・処理された新鮮便宜食品の市場が急速に拡大され、関連市場規模は2006年に1兆ウォン程度に推定される。

第四に、農食品においても年齢帯・ライフスタイル別に多様な消費市場が発達している。とくに、65歳以上の高齢者人口⁽¹⁹⁾が501万6,000人で、総人口の10.3%の割合を占めているなど、韓国社会も高齢化社会(Aging Society)に進入し、シルバーマーケット(Silver market)の重要がますます大きくなり、そして、シングル族⁽²⁰⁾(約600万人)も重要な市場を形成するなど、便宜食品の市場がますます拡大される見通しである。

(註13) 斎藤修(2001), 70~77頁。

(註14) 金ドンファン「食品産業の現況と政策課題」『政策討論会結果報告：食品産業発展のための政策方向と課題』韓国農村経済研究院, 2008年5月, 45~46頁。

(註15) たとえば、「長野県環境にやさしい農産物表示認証要綱」によると、「環境にやさしい農産物」とは、堆肥などによる土づくりを行ったほ場において、①化学肥料(有機農産物の日本農林規格で使用を認められている肥料を除く)および農薬(長野県における持続性の高い農業生産方式の導入に関する指針で化学合成農薬低減技術に係る農薬を除く)について、地区の慣行防除回数および施肥量の30.0%以上を削減した方法、②特別栽培農産物に係る表示ガイドラインに定められた方法のいずれかの方法によって生産した農産物のことをいう。

(註16) 韓国農村経済研究院(「国内外環境に優しい農産物の生産実態および市場展望」2007年6月)によると、環境に優しい農産物市場規模は2010年に3兆1,974億ウォン、2020年には8兆8,633億ウォンに急増すると展望している。

(註17) 韓国における女性の経済活動参加率は1980年に42.8%から2006年に50.3%に増加し、女性就業者の割合も同期間38.2%から41.9%に拡大した(韓国統計庁の資料)。

(註18) これは、すぐに食べられる惣菜などの調理済食品を指す用語である。食品スーパーの業界団体であるFMI(米国)が1996年秋に「ミールソリューション」(食事の問題の解決策提供)として提唱した概念である(ソリューションパートナーのウェブサイト資料)。

(註19) 韓国統計庁が2008年10月1日に発表(「2008年高齢者統計」)した2008年7月1日現在のデータである。

(註20) これについて、本稿では結婚しない人、結婚を解消してひとりに戻る人、そして、30代以降も独身で、当面結婚の予定がなく、結婚に対する願望が薄い人を指す。

3-2. 韓国食品産業の構造

1) 産業構造的特性

韓国における食品産業の構造的特性^(註21)は大きく次の四つに要約することができる。まず第一に、韓国食品産業は、中小企業と大企業が併存しているが、中小企業の割合が他産業と比べると相対的に大きい。これは消費者のニーズ(欲求+要求)に応え、多様な食品の提供が不可欠なことになり、結果的に食品産業の業種は多様である。

第二に、商品産業は原材料の比率が高く、付加価値率が低い点を挙げることができる。一般的に、原料農産物の価格変動が激しく、供給が不安定で、これを加工し高付加価値食品に転換する必要がある。そして、食品産業は、農水産物を原料として用いることで地域の農水産業とは密接な関係がある。

第三に、食品産業は、比較的に研究開発費は少ないものの、広告・宣伝費は多い点を挙げることができる。研究開発費が少ない理由は、研究開発よりは原料調達など製造現場の効率化に重点を置いているのみならず、食品産業の規模が小さいことで、新製品開発のために必要な資金が不足しているからである。反面、広告・宣伝は販売促進手段として、製品差別化および新製品の情報伝達のためのコスト支出が増加する趨勢である。

第四に、食品産業の特徴として、収益の安定性と流通・サービス部門の重要性を挙げることができる。食品産業は国民の生命と健康に直接的にかかわる食料を生産するので、その産業の持続的な成長のために収益の安定性は前提条件になる。また、食品が持続的で円滑に供給されるために、流通部門とサービス部門の有機的連携の重要性はいうまでもない。

2) 国民経済における位置

国民経済における食品産業の割合は食生活文化の変化^(註22)、国民所得の増加、そして経済発展にともなう都市化や産業化の影響による女性の社会活動(進出)の増加などにより次第に増加するようになった。

韓国における食品産業の経常付加価値は2005年基準で36.1兆ウォンとして、農林水産業の付加価値24.6兆ウォンを上回っている。付加価値基準で食品産業の構成費を見ると、食品加工業34.3%、外食産業35.2%、そして食品流通業30.5%などである。

農林水産業と食品産業を包括した韓国のフードシステムのGDP上の割合は、1986年の15.1%から2005年には7.5%に減少した。食品加工業、外食産業、そして食品流通業などで構成された食品産業のGDP上の割合も同期間5.5%から4.5%に減少した。このように、フードシステムのGDP上の割合の減少理由としては、農林水産業のGDP上の割合が同期間10.7%から3.0%に急減したからである。そして、食品加工業と食品流通業のGDP上の割合は1986年の2.2%、2.1%から2005年の1.5%、1.4%に各々減少したが、外食産業の割合は同期間1.2%から1.5%に増加した(図表2)。

(註21) 李ドンピル(2001), 17~18頁。

(註22) これは核家族化などの影響により、食品消費パターンが高級化、簡便化、多様化になったことを指す。

1986年から2005年までの韓国における全体産業の付加価値は8.3倍増加したものの、食品産業の付加価値は4.1倍増加に留まった。同期間の農林水産業の付加価値は2.3倍に増加し、食品加工業と食品流通業は各々5.6倍、5.2倍増加に留まり、全体産業の成長率には及ばなかった。反面、外食産業は同期間に1.6倍に成長し、全体産業の成長率を上回っている^(註23)。

韓国における2006年の食品産業総生産は32.7兆ウォンで、国内総生産(848.0兆ウォン)の3.9%、製造業総生産(210.9兆ウォン)の15.5%を占め、2005年対比10.5%増加した^(註24)。

<図表2> 韓国におけるフードシステムの構成

(単位：兆ウォン，%)

区 分	1986年	1991年	1996年	2001年	2005年	05/86
農林水産業	10.5 (10.7)	16.2 (7.2)	23.9 (5.3)	24.8 (4.0)	24.6 (3.0)	2.3
食品加工業	2.2 (2.2)	4.6 (2.0)	8.4 (1.9)	10.5 (1.7)	12.4 (1.5)	5.6
外食産業	1.2 (1.2)	4.3 (1.9)	9.2 (2.1)	10.6 (1.7)	12.7 (1.5)	10.6
食品流通業	2.1 (2.1)	6.0 (2.7)	9.6 (2.1)	12.6 (2.0)	11.0 (1.4)	5.2
フードシステム 全体	14.8 (15.1)	31.1 (13.8)	51.1 (11.4)	58.5 (9.4)	60.7 (7.5)	4.1
全産業	98.1 (100.0)	226.0 (100.0)	448.6 (100.0)	622.1 (100.0)	810.5 (100.0)	8.3

註：()内は全産業の付加価値に対する割合。
資料：韓国統計庁「サービス業総調査」該当年度。

3-3. 韓国食品産業の現況

1) 食品産業の企業体数の現況

<図表3>は韓国における食品産業の業種別企業の現況を示したものである。これによると、2007年の食品製造・流通・販売企業数は食品接客業の71万カ所(全体対比約74.0%)を含み、総96万カ所

<図表3> 食品産業における業種別企業体の現況

(単位：カ所)

区 分	1997年	2000年	2002年	2004年	2005年	2006年	2007年
合 計	763,592	855,535	970,350	1,002,972	988,866	973,297	959,015
食品製造・加工業	12,212	16,055	18,783	20,803	21,927	22,586	23,003
即席販売製造・加工業	43,562	55,486	67,273	75,659	77,967	78,632	77,117
食品販売業	88,657	104,844	146,114	138,989	128,203	116,703	102,857
食品接客業	604,693	657,392	709,148	731,466	720,387	711,006	709,342
集団給食所	10,004	14,945	18,431	22,156	25,636	28,632	30,610
食品添加物製造業	266	363	414	513	518	518	532
食品小分業	2,359	4,915	7,876	10,225	10,833	11,393	11,467
食品運搬業	689	245	377	904	1,110	1,516	1,791
食品保存業	210	166	186	246	257	275	291
容器・包装類製造業	940	1,124	1,748	2,011	2,030	2,036	2,005

資料：韓国食品医薬品安全庁「食品医薬品統計年報」各年度。

(註23) 金ドンファン(2008), 47頁

(註24) 『食品医薬品統計年報(2008)』韓国食品医薬品安全庁, 2008年12月, 38頁。

である。そして、食品産業の企業数は2004年の約100万カ所をピークに達し、それ以降、毎年年平均1.5%ずつ減少している。

また、韓国における食品産業は産業構造の零細性、両極化などにより、今後持続的に成長するにはさまざまな限界や課題が山積している。食品製造・外食企業は、大部分が自営業中心の零細企業で、大企業と中小企業間の両極化も深刻化している。すなわち、約8.5千の食品製造企業(従業員5人以上)の中で50人未満が91.6%、売上高10億ウォン未満が55.8%を占めている(図表4)。

<図表4> 食品製造企業体の現況(2006年)

区 分	事業体数(社)	平均雇用人員(人)	売上高(百万ウォン)
小企業	7,781 (91.6)	95,827 (51.7)	16,641,644 (34.0)
中企業	673 (7.9)	68,869 (37.1)	24,277,864 (49.6)
大企業	41 (0.5)	20,723 (11.2)	8,026,597 (16.4)
合 計	8,495 (100.0)	185,419 (100.0)	48,946,105 (100.0)

註：小企業は50人未満、中企業は50~300人未満、そして大企業は300人以上を表す(この区分は韓国中小企業基本法による分類基準を適用)。

資料：韓国統計庁「工業製造業統計」2006年度。

2) 食品産業の売上高および雇用規模

韓国における食品産業は、1980年代以降の産業化が進展され、経済成長や国民所得の向上などとともに、持続的な成長をなし遂げてきた。2006年基準、食品産業の売上高(約100兆ウォン)は1999年対比43.8%増加し、従事者(約163.6万人)も8.6%増加した(図表5)。しかし、同期間の農林漁業の生産額は約42兆ウォンで、11.1%の増加に留まった。

<図表5> 食品産業の売上高および雇用規模

(単位:10億ウォン,千人)

区 分	1999年	2000年	2002年	2004年	2006年
食品産業売上高	69,446	72,672	83,140	96,136	99,838
(飲食料品製造業)	36,187	37,200	42,649	47,767	48,946
(外食業)	33,259	35,472	40,491	48,370	50,892
食品産業従事者	1,507	1,608	1,769	1,742	1,636
(飲食料品製造業)	174	178	183	186	185
(外食業)	1,333	1,430	1,586	1,556	1,450

註：飲食料品製造業は従事者5人以上の事業体を対象。

資料：韓国統計庁「製造業統計調査」、「卸小売業統計調査」各年度。

4. 韓国食品産業における発展戦略の構築

4-1. 韓国食品産業の環境分析—SWOT分析^(註25)—

韓国における食品産業は、自然環境的、社会経済的、そして資源的側面から見ると、強み(strength)と弱み(weakness)が存在し、内・外部的環境変化は機会要因(opportunity)と脅威要因

(註25) 一般的に、SWOT分析は、外部環境分析において見出された「機会(opportunity)」と「脅威(threat)」と内部環境分析において見出された「強み(strength)」と「弱み(weakness)」という区分をもとに、戦略の方向性を探るための経営分析手法である(葛西和廣, 2007年, 167~168頁)。

(threat)として作用している(図表6)。すなわち、韓国食品産業の強みとしては、高い潜在能力(多様な発酵食品、優秀な食文化など)、外食業中心の食品産業成長の趨勢、地域別に固有な特産食品の発達、農漁業の生産・加工・流通インフラの拡充、そして優秀な人的資源などを挙げることができる。韓国食品産業の弱みとしては、インフラの未整備(研究・開発、統計、制度など)、食品業界のグローバル競争力の不足(世界レベルとの格差)、構造的脆弱性(零細性、両極化など)、食品行政体制や安全管理水準の先進国との格差、農漁業と食品産業の提携の弱体化および高い原材料の海外依存度

<図表6> 韓国食品産業の環境分析

		< (SWOT) >			
[SWOT]		強み (S)	弱み (W)		
①	Strength	<ul style="list-style-type: none"> ■高い潜在能力(多様な発酵食品、優秀な食文化) ■外食業中心の食品産業成長の趨勢 ■地域別に固有な特産食品の発達 ■農漁業の生産・加工・流通インフラの拡充 ■優秀な人的資源 	<ul style="list-style-type: none"> ■インフラの未整備(研究・開発、統計、制度など) ■食品業界のグローバル競争力の不足(世界レベルとの格差) ■構造的脆弱性(零細性、両極化など) ■食品行政体制や安全管理水準の先進国との格差 ■農漁業と食品産業の提携の弱体化および高い原材料の海外依存度 		
②	Weakness				
③	Opportunities				
④	Threats				
機 会 (O)		S - O 戦略	W - O 戦略		
<ul style="list-style-type: none"> ■食品産業振興のための基盤造成(農林水産食品部の改編および関連法令の整備など) ■韓国食文化に対する世界的関心度の増加 ■食品に対する国民の関心増大 ■健康中心の消費パターンおよび国内産食材料への関心度増加 ■海外市場の拡大および海外進出の加速 ■中国産食品の安全性問題の発生 		<ul style="list-style-type: none"> ☞韓国食品の世界化戦略の積極的な推進(韓食の世界化) ☞伝統・発酵食品の開発・広報の強化 ☞食材料産業の積極的な育成 ☞輸出指向的食品クラスターの支援 ☞地域中心の食品産業の支援(地域特産食品クラスター) 	<ul style="list-style-type: none"> ☞先進国水準の食品行政体系の構築(安全、品質認証など) ☞食品分野のR&Dへの投資強化および民間投資の促進 ☞統計・情報、教育システムなど食品産業インフラの強化 ☞農漁業と食品産業の提携強化(融複合型農食品企業、農漁家の加工事業の活性化) 		
脅 威 (T)		S - T 戦略	W - T 戦略		
<ul style="list-style-type: none"> ■対外市場開放の拡大(外国ブランドの国内市場シェアの深化) ■穀物価の急騰・GMOの増加など海外食材料の調達環境の悪化 ■食生活パターンの西欧化の加速 ■食品安全に対する国民の信頼度の低下 ■景気悪化、生産費増加など業界負担の増加 		<ul style="list-style-type: none"> ☞食品分野の雇用創出効果の強大化および優秀人材の誘致 ☞産地と消費地間の情報交流の拡大(ミスマッチングの解消) ☞韓国農食品の積極的なブランド開発 ☞伝統食生活文化の定着および国内産食材料の使用拡大の誘導 	<ul style="list-style-type: none"> ☞食品に対する多様な情報の提供と疎通をつうじて国民の信頼の回復 ☞海外食材料調達の円滑化(海外食料基地の構築など) ☞食品流通構造の合理化・効率化(不合理な制度の改善など) ☞食品業界の自律的な安全管理能力の向上 		

資料：「食品産業発展総合対策」韓国農林水産食品部，2008年11月，8頁。

のグローバル競争力の不足(世界レベルとの格差)、構造的脆弱性(零細性、両極化など)、食品行政体制や安全管理水準の先進国との格差、そして農漁業と食品産業の提携の弱化および原材料の高い海外依存度などが挙げられる。機会要因としては、食品産業振興のための基盤造成(農林水産食品部の改編および関連法令の整備など)、韓国食文化に対する世界的関心度の増加、食品に対する国民の関心増大、健康中心の消費パターンおよび国内産食材料への関心度増加、海外市場の拡大および海外進出の加速、そして中国産食品の安全性問題の発生などが挙げられる。最後に、脅威要因としては、対外市場開放の拡大(外国ブランドの国内市場シェアの深化)、穀物価の急騰・GMO^(註26)の増加など海外食材料の調達環境の悪化、食生活パターンの西欧化の加速、食品安全に対する国民の信頼度の低下、そして、景気悪化、生産費増加など業界負担の増加などが挙げられる。

SWOT分析においては、次の四つの戦略的方向性を導くことができる。まず第一に、自社の経営資源に強みがあり、かつ市場の機会に恵まれている場合であり、機会を利用し、自社の強みを活かす戦略をとることになる(S-O戦略)。第二に、自社の経営資源に強みはあるが、市場の脅威にさらされている場合であり、強みを保持したまま、脅威を回避する戦略をとる必要がある(S-T戦略)。第三に、自社の経営資源に弱みはあるが、市場の機会に恵まれている場合であり、弱みを補いつつ、機会を享受する戦略をとることになる(W-O戦略)。最後に、自社の経営資源に弱みがあり、かつ脅威にさらされている場合であり、弱みを最小化し、脅威を回避する戦略をとることが必要となる(W-T戦略)^(註27)。

韓国食品産業の環境分析により発展戦略を構築してみると、次のとおりである。まず第一に、強みをもって機会を活かせる戦略(S-O戦略)としては、韓国食品の世界化戦略の積極的な推進(韓食の世界化)、伝統・発酵食品の開発・広報の強化、食材料産業の積極的な育成、輸出指向的食品クラスターの支援、そして、地域中心の食品産業の支援(地域特産食品クラスター^(註28))などが挙げられる。第二に、強みを活かしつつ、脅威要因を回避、または最小化する戦略(S-T戦略)である。この戦略では、食品分野の雇用創出効果の極大化および優秀人材の誘致、産地と消費地間の情報交流の拡大(ミスマッチングの解消)、韓国農食品の積極的なブランド開発、そして、伝統食生活文化の定着および国内産食材料の使用拡大の誘導などが挙げられる。

第三に、弱みを補いつつ、機会を享受する戦略(W-O戦略)である。この戦略としては、先進国水準の食品行政体系の構築(安全、品質認証など)、食品分野のR&Dへの投資強化および民間投資の促進、統計・情報、教育システムなど食品産業インフラの強化、そして、農漁業と食品産業の提携強化(融複合型農食品企業、農漁家の加工事業の活性化)などが挙げられる。

最後に、弱みを最小化し、脅威を回避する戦略(W-T戦略)である。この戦略としては、食品に対する多様な情報の提供と疎通をつうじて国民の信頼の回復、海外食材料調達の円滑化(海外食料基地の構築など)、食品流通構造の合理化・効率化(不合理的な制度の改善など)、そして食品業界の自律的な安全管理能力の向上などが挙げられる。

(註26) Genetically Modified Organism の略で、遺伝子が組み換えられた作物種の壁を越え、人為的に遺伝子を操作し、遺伝的な性質を変えた作物や食品のことを指す。たとえば、農作業の省力化やコスト削減、収量増をうたい文句にした農業とセットで売られる除草剤耐性、害虫抵抗性を高めた作物が挙げられる。そして、前者の第一世代 GM に続くものとして、第二世代 GM は医薬品や栄養改善を目的にした肥満や高血圧を抑える高オレイン酸大豆、ビタミン強化米、低アレルゲン麦などの付加価値をつけ、消費者の利益を目指し開発が進んでいる。さらに、工業用原料をつくる第三世代 GM は動植物工場といってもいいような、蜘蛛の糸のたんぱく質(スパイダー・シルク)を作るジャガイモや人の遺伝子を入れたイネなどが開発されている(生活クラブ生協青森のウェブサイト資料)。

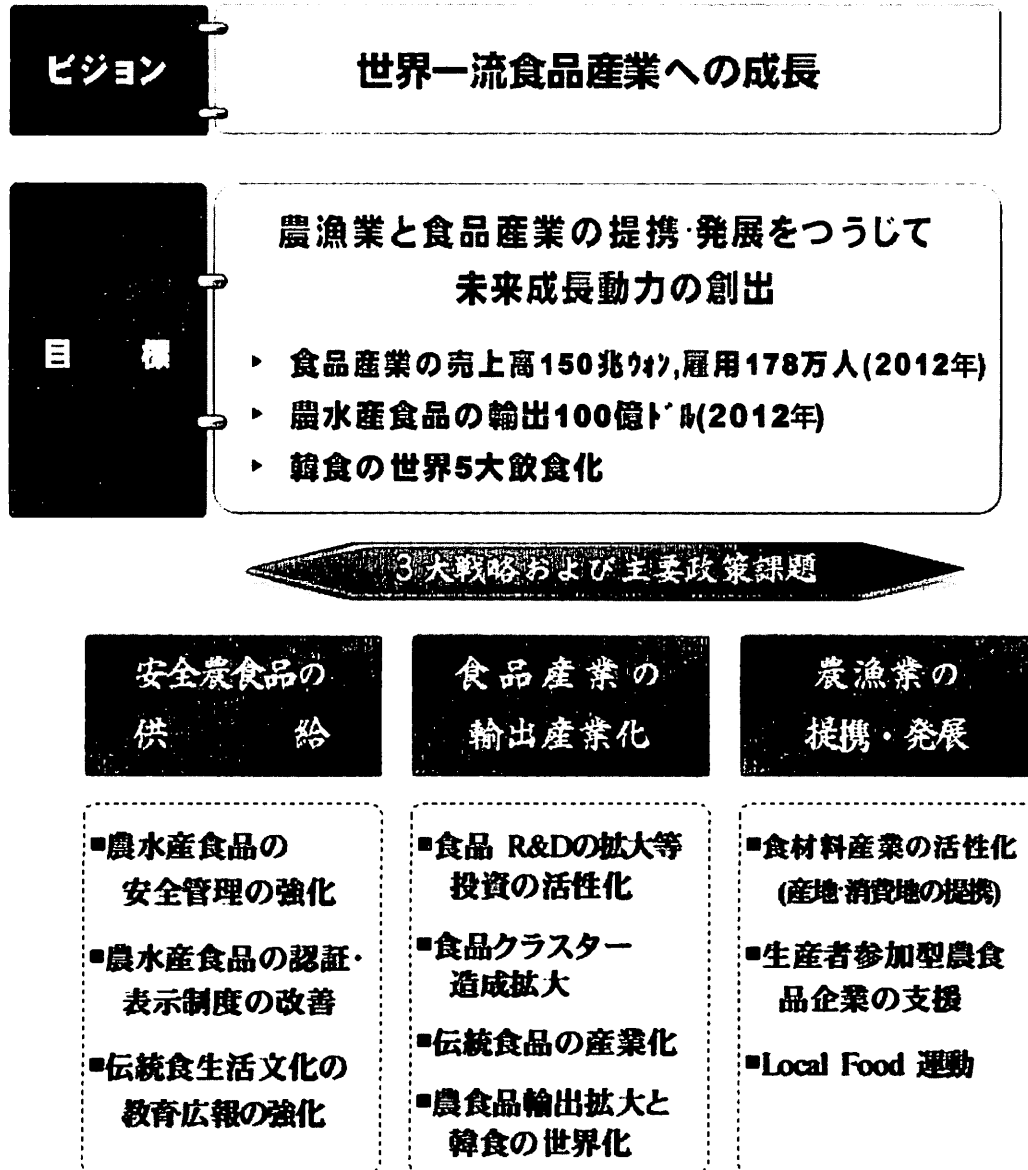
(註27) 葛西和廣(2007)、167～168頁。

(註28) これについては、拙稿(2008)、43～65頁；成善政・小栗克之(2005)、75～83頁などを参照されたい。

4-2. 韓国食品産業における発展戦略の構築

上述の韓国における食品産業の内外の環境分析をふまえ、ここで発展・成長戦略を構築すると次のとおりである(図表7, 8)^(註29)。まず、韓国食品産業のビジョンは、「緑色成長(green growth)^(註30)

<図表7> 韓国食品産業における発展戦略の構築



資料：「食品産業発展総合対策」韓国農林水産食品部，2008年11月，9頁。

(註29) これは、「食品産業発展総合対策」韓国農林水産食品部，2008年11月による。

(註30) 緑色成長とは、エネルギー・環境問題のみならず、雇用と成長動力の拡充、企業競争力と向上改造、生活革命を包括する総合的な概念である。すなわち、交通、建築、文化など諸社会・経済活動と社会システムを含み、ひいては個人のライフスタイルをもふくむ広範囲の概念である。韓国政府は緑色成長の10大推進方向を掲げている。すなわち、①温室ガスを減らす低炭素政策、②緑色技術を新しい成長動力に、③高度の融合技術政策、④企業の競争力の強化、⑤国内・都市・建築・交通の改造、⑥消費パターンまで変える生活革命、⑦教育・環境政策、⑧新しい雇用の創出、⑨環境に優しい税制政策、そして⑩国家ブランドを高める外交政策などが挙げられる(<http://green.korea.kr/>)。日本政府は、世界全体の排出量削減のための長期戦略の提唱、2013年以降の国際枠組み構築に向けた三原則(主要排出国がすべて参加し、京都議定書を超え、世界全体での排出削減につながること、各国の事情に配慮した柔軟かつ多様性のある枠組みとすること、省エネなどの技術を活かし、環境保全と経済発展とを両立すること)の提唱、そして京都議定書の目標達成に向けた国民運動の展開の三つの柱からなる「美しい星50(Cool Earth 50)」というパッケージを提案している(外務省のウェブサイト資料)。

<図表 8> 分野別推進方向および主な課題

安全農 食品の 供給	農水産食品の 安全管理の 強化	▶ 先進農水産食品の安全管理体系の構築および消費者疎通の強化 農水産食品の安全管理体系の構築, 安全管理に消費者の参与拡大など をつうじて消費者信頼の強化
	農水産食品の 認証表示 制度の改善	▶ 農水産食品の品質関連透明性の向上および消費者需要の充足 農水産食品の品質と関連した表示・認証制度を改変・拡大し消費者 便宜の拡大
	伝統 食生活文化の 教育・広報	▶ 国産食品消費誘導のための伝統食生活文化の定着 伝統食文化の教育・広報, 伝統食文化の体験などを活性化, 農水産 食品関連情報提供の強化
食品産業の 輸出産業化	食品 R&D への 投資強化	▶ 先進国水準の R&D への投資で食品産業の先導 食品 R&D への投資拡大および推進体系の改善, 有望分野の新技术開発 促進をつうじて民間投資の誘導
	戦略分野への 投資支援の 拡大	▶ 食品市場の新市場開拓および価値創出 国家食品クラスターの造成, 伝統食品の科学化・産業化, 韓食の 世界化, 食産業への投資誘致活性化などの推進
	インフラ の強化	▶ 先進食品産業と競争の可能なインフラの整備 食品統計の先進化, 情報化, 人材養成, 海外農業開発, 規制緩和などの 推進
農漁業との 提携・ 発展	国内産食材料 の使用促進	▶ 原料受給の円滑化および国内産食材料の使用拡大 産地・需要先間交流拡大および国内産食材料の使用拡大のための与件 造成
	農漁業と食品 産業の融複合	▶ 農漁業と食品産業の融複合で高付加価値化 農漁民参与型農食品企業の育成および農漁家の食品加工事業への参与 の活性化誘導
	地域農食品 産業の発展	▶ 地域農漁民と食品産業の提携発展で地域経済活性化 地域食品クラスターの造成, Local Food 運動の展開および地理的表示 制度と地域特産産業の発展・提携

資料: 「食品産業発展総合対策」韓国農林水産食品部, 2008年11月, 10頁。

を牽引する世界一流の食品産業」である。そして、戦略目標としては、農漁民と食品産業の提携・発展をつうじて未来への成長動力の創出である。すなわち、2012年までに食品産業の売上高150兆ウォン、雇用178万人創出、同じく2012年までに農水産食品の輸出100億ドルの達成、そして韓食の世界5大飲食化^(註31)などが挙げられる。

韓国食品産業の3大戦略としては、まず〔戦略Ⅰ〕に、国内外の消費者が信頼できるような安全な農水産食品の供給である。これは、農水産食品の安全管理^(註32)の強化および品質向上などをつうじて消費者の食に対する信頼を回復するとともに、国内産農水産食品の消費促進と連携し、伝統食生活文化の定着のための教育・広報活動への支援などを拡大する戦略である。〔戦略Ⅰ〕の主な細部推進課題(戦術)としては、安全な農水産食品の生産・供給努力の強化、農水産食品の認証・表示制度の改善、そして伝統食生活文化の教育・広報活動の強化などが挙げられている。

〔戦略Ⅱ〕は、食品市場のグローバル化に対応できるように食品産業を輸出産業として育成する戦略である。これは、食品業界が自ら推進しにくい大規模のR&Dへの投資および人材養成、統計・情報化などのインフラの構築と、国家食品クラスターの造成や韓食の世界化などをつうじて海外の新市場を積極的に開拓する戦略である。〔戦略Ⅱ〕の主な細部推進課題(戦術)としては、食品R&Dへの投資^(註33)を先進国水準にまで拡大、戦略分野への投資支援の強化(国家食品クラスターの造成、伝統・発酵食品の科学化と産業化、韓食の世界化の推進、伝統酒産業の育成、農水産食品の輸出支援の強化、そして食品産業分野への投資の活性化など)、食品産業のインフラの強化などが挙げられる。

〔戦略Ⅲ〕は、農漁業の発展を牽引することができるように食材料産業などフードシステム(food system)^(註34)の競争力の向上戦略である。これは、食品産業の農漁業需要先としての機能を持続的に拡大していく一方、農水産物の加工をつうじて付加価値を向上、すなわち農漁家と食品企業の融合・複合化と農漁家の食品加工事業の活性化などをつうじて6次産業化^(註35)の実現戦略である。また、地域レベルでの農漁業と食品産業の連携を強化し、地域農漁業および経済活性化に寄与する戦略である。〔戦略Ⅲ〕の主な細部推進課題(戦術)としては、国内産食材料使用の促進、農漁業と食品産業の融合・複合化、そして地域農食品産業の発展などが挙げられる。

5. むすび

以上、食品産業における企業の社会的責任(CSR)に関する研究の基礎研究として、韓国における食品産業の実態(現況)と発展戦略の構築を試みた。さて、2007年アメリカのサブプライムローン問題から発生した住宅市場のバブル崩壊をきっかけに始まった世界的な金融危機の影響で、食品産業も多大な打撃を被っている。日本の例であるが、日本政策金融公庫^(註36)の発表によると、東海三県

(註31) アメリカ NRA(2002)の資料によると、世界5大食べ物は、フランス、イタリア、中国、日本、そしてタイ料理を指し、韓食は ethnic food のなかで20位圏レベルである。

(註32) 2008年の韓国消費者意識調査結果によると、消費者は食品の安全性確保のための政府の最優先遂行課題として、製品成分および効能表示など消費者政策の強化(34.0%)、農薬など危害物質に対する徹底的な事前管理(29.0%)、そして輸入農食品の安全管理の強化(20.0%)などの順に提示した(韓国農村経済研究院「農業・農村に対する2007年国民意識調査結果」2008年3月)。

(註33) 韓国における食品 R&A への投資規模は約3.4千億ウォン(国家全体27兆ウォンの1.3%)に推定されている。そして、売上高に対しては0.34%にすぎないのが実情である。

(註34) これに対する基本的な理解は、生源寺真一「フードシステム・アプローチとは何か」『生活協同組合研究』No. 312、朝生協総合研究所、2002年1月、5～18頁に詳しい。

(註35) 6次産業化とは、1次産業(農林水産業)が2次産業・3次産業と連携・異業種交流し経営の複合化・多角化を進めることを指す。

(註36) <http://www.jfc.go.jp/>

(愛知, 岐阜, 三重県)の食品産業の2008年7月から12月期の業況判断DI⁽⁴¹³⁷⁾は前回(1月から6月期)の調査に比べ, 2.1ポイント低下し, 過去最悪のマイナス4.4となった⁽⁴¹³⁸⁾。

ここではむすびとして, 韓国における食品産業の課題について簡略に述べることにする。まず第一に, 農業政策, 食品政策, そして消費者政策との提携の一層の強化が挙げられる。第二に, 農食品, とくに外国産の輸入農食品に対する安全性の確保により消費者の信頼を勝ち取るべきである。そして, 農食品に対する危険情報交換機能の強化のため, 世界最高ともいわれている韓国の情報通信技術(ICT)を食品産業部門に積極的に活用すべきである。

〔付記〕本稿は, 2008年度松本大学「地域共同研究助成費」および日本私立学校振興・共済事業団「私立大学等経常費補助金特別補助対象事業・知の拠点としての地域貢献支援メニュー群・地域共同研究支援」より補助金を頂いて行った研究成果の一部である。また, 韓国での現地調査および資料収集などにおいて韓国農林水産食品部, 江原道庁, 春川市庁, 食品製造企業, 慶北大学農学部図書館, 韓国国会図書館などの関係者に多大なご協力を頂いた。ここに記し, 感謝の意を表す次第である。

【主要参考・引用文献】

- [1] 『韓国食品年鑑(2007~2008)』韓国農水畜産新聞社, 2007年10月。
- [2] 『韓国食品産業年鑑(2009)』韓国食品産業研究院, 2008年11月。
- [3] 『食品流通年鑑(2008)』(株)食品ジャーナル, 2008年。
- [4] 『農林水産食品主要統計(2008)』韓国農林水産食品部, 2008年9月。
- [5] 『農林水産食品統計年報(2008)』韓国農林水産食品部, 2008年10月。
- [6] 『食品医薬品安全白書(2008)』韓国食品医薬品安全庁, 2008年8月。
- [7] 『食品医薬品統計年報(2008)』韓国食品医薬品安全庁, 2008年12月。
- [8] 「2008年度業務計画」韓国農林水産食品部, 2008年3月。
- [9] 『食品安全管理評価体系の構築』韓国保健社会研究院, 2006年10月。
- [10] 『韓国農食品輸出ガイドブック』韓国農林水産部・農水産物流通公社, 2007年12月。
- [11] 「食品産業発展総合対策」韓国農林水産食品部, 2008年11月。
- [12] 『中小企業のためのHACCP適用ガイドブック』韓国食品医薬品安全庁, 2008年6月。
- [13] 鄭キヘ他「食品安全管理評価体制の構築」韓国保健社会研究院, 2006年10月。
- [14] 『食品産業発展のための政策方向と課題』政策討論会結果報告, 韓国農村経済研究院, 2008年5月。
- [15] 李ジョンヒ「食品産業政策の評価と課題」『農食品政策の先進化のための課題』韓国農村経済研究院, 2007年12月。
- [16] 李ドンピル他『食料の安定的供給および農産物と食品産業の提携強化方策』韓国農村経済研究院, 2001年7月。
- [17] 黄ス Chol 他『農業と食品産業の提携強化のための細部プログラムの比較研究および開発』社団法人農政研究センター, 2005年12月。
- [18] 『東アジアの農業と食品産業の発展』韓国農村経済研究院, 2008年5月。
- [19] 崔ジヒョン他『商品産業と農業の提携性向上の方策』韓国農村経済研究院, 2007年12月。

(註37) 業況判断指数(DI; Diffusion Index)とは, 日銀短観の主要項目の指数の一つで, 業況が「良い」と答えた企業の割合から, 「悪い」と答えた企業の割合を差し引いて作成する。すべての企業が「良い」と回答した場合は, 100に, 「良い」と「悪い」の回答が同数だった場合は, 0となる(読売新聞のウェブサイト資料)。

(註38) 中日新聞, 2009年3月3日。

- [20] 藤野信之「韓国における食品消費動向」『農林金融』農林金融公庫, 2005年7月, 26~41頁.
- [21] 藤野信之「国際化の中の韓国食品産業」『農林金融』農林金融公庫, 2004年7月, 21~38頁.
- [22] 『The State of World Population2008;世界人口白書(2008)』国連人口基金(UNFPA).
- [23] 「韓国の食品市場について」平成19年度食品産業国際化可能性調査, 日本貿易振興機構輸出促進・農水産部, 2008年2月, 1~30頁.
- [24] 金ゼス「食品産業の発展方向」『農村経済』第25巻第3号, 韓国農村経済研究院, 2002年.
- [25] 崔セギョン他『WTO 農業交渉と韓国食品産業の対応方向』韓国農村経済研究院・韓国食品工業協会, 2003年3月.
- [26] 斎藤修『食品産業と農業の提携条件—フードシステム論の進方向—』農林統計協会, 2001年11月.
- [27] 中島正道他編『食品産業における企業行動とフードシステム』農林統計協会, 2004年4月.
- [28] 葛西和廣「戦略的意思決定と情報システム」船越克己他編『企業の経営を支える情報・意思伝達システム』創成社, 2007年3月.
- [29] 許ヨンジュン「食品産業の農政編入と課題」『NHERI 経営情報』第25号, 農協経済研究所, 2008年5月.
- [30] 拙稿「東アジアにおける産業クラスターの形成と発展戦略の構築(Ⅰ)—韓国における地域農業クラスターの分析を中心に—」『地域総合研究』第8号, 松本大学地域総合研究センター, 2008年6月, 43~65頁.
- [31] 成蒼政・小栗克之「韓国における地域農業クラスター政策の現況と推進方向の考察」『農業・食料経済研究』第52巻第1号, 中部農業経済学会, 2005年11月, 75~83頁.
- [32] Dillon, M(2001), *Auditing in the Food Industry: From Safety and Quality to Environmental and Other Audits*, Woodhead Publishing Ltd.
- [33] Food & Agriculture Org(2008), *The State of Food and Agriculture 2008: Biofuels: Prospects, Risks and Opportunities*, Food & Agriculture Org.
- [34] King, H(2003), *The Food Industry (Trends in Food Technology)*, Heinemann Library; New edition.
- [35] DEFRA(2006), *Food Industry Sustainability Strategy*.