

韓国における牛肉の消費構造と消費拡大方策

成 著 政

目 次

- I. はじめに
- II. 韓国における牛肉の需給及び飼育現況
- III. 韓国における牛肉流通の実態分析
- IV. 韓国における牛肉の消費構造
- V. 韓国における牛肉消費の拡大方案
- VI. むすび

The consuming structure and consumption expansion policy of beef
in South Korea

Kijung SUNG

In 1998, it corresponded to change of the environment which surrounds beef industries, such as influence of the management organization by IMF, fear of BSE, in order to raise beef industry as a strategic industry of the 21st century, the existing measure was complemented, and the measure against South Korean cow industrial modernization etc. has been established and promoted.

However, the present condition is that the weak portion of the competitive power of beef industry - production organization which meets the insecurity of the breeding base of a South Korean cow breeding member decreasing gradually and the demand of the circulation subject which cannot attain differentiation with South Korean beef and import beef, but is enlarged and standardized is not.

Then, in this paper, the South Korean actual condition and present condition of beef industry have been grasped from production to circulation, consumption stage, and it aimed at proposing the consumption expansion policy of future in South Korean beef.

Keywords: consuming structure of beef, consumption policy of beef,
BSE, HACCP, LPC

I. はじめに

韓国牛は数千年以来、朝鮮半島で運搬用や農耕用として飼育されてきた在来種の役牛を称することとで、韓牛ともいう。しかし農業の機械化にともない韓牛は役用から肉用に変化されることになった。また国民経済の成長と1人あたりの所得水準の増大による食生活の向上にしたがい優良形質の選抜育成及び肉牛と交雑させる等肉生産能力の向上のために改良を重ねてきた。

しかし、1998年以降、韓国農林部はIMFによる管理体制の影響と口蹄疫の発生、狂牛病の恐れ等の牛肉産業を取り巻く環境(与件)の変化に対応し、牛肉産業を21世紀の開放化時代の重点戦略産業として育成するために既存の対策を補完し、韓牛産業先進化対策等を樹立・推進してきた。

ところが、韓牛飼育頭数は次第に減少する等の繁殖基盤の不安定性、韓牛肉と輸入牛肉との差別化が図れず大型化・規格化されていく流通主体の要求に応えるような生産体制が構築されない等牛肉産業の競争力の弱い部分が多く常存するのが現状である。

そこで本研究では、韓国の牛肉産業の実態と現状を生産から流通・消費段階まで把握し、今後の韓国牛肉の消費拡大方策を提案することを目的とした。

研究の方法としては、既存の統計資料及び関連文献を用いて、Ⅱでは、韓国における牛肉の需給及び飼育現況を、Ⅲでは、牛肉の流通経路を国内産牛肉の流通と輸入牛肉の流通に分けて考察した。Ⅳでは、牛肉の消費構造を他品目(豚肉、鶏肉)との比較で牛肉の消費変化と消費世帯特性別消費構造の分析を行った。そして、Ⅴでは、韓国における牛肉の消費拡大方策を提示することにした。

Ⅱ. 韓国における牛肉の需給及び飼育現況

1. 牛肉の需給動向

韓国における経済・社会的与件が急速に変化し、1970年代以降の国民経済の成長と国民所得水準の向上により穀物類中心の食生活パターンが高タンパク質の動物性食品を嗜好する質的变化の様相を呈している。畜産業の本格的な発展が始まり農業部門での重要性が認識されることになった1970年代中頃には畜産物の消費が著しく増加されたが、これは経済部門の成長による食品消費の増加にその原因があるといえる。

韓国の畜産物消費パターンの特徴の一つは、主食ではなく副食の形態であることと、最近では質的に良質の肉類を嗜好する傾向が多く見られ、量的にも畜産物の消費が拡大していることである。

このように年次的に増加している畜産物の消費量を牛肉の消費量(表1)でみると、1975年度には総消費量が70千トンで、国民1人あたりの消費量は2kgにすぎなかったが、1990年度には、総消費量が181千トンで、国民1人あたりの消費量も4.1kgで約2倍以上の増加を見せている。2000年度の牛肉の総消費量は402千トンで1999年の393千トンより2.4%の増加と1人あたりの消費量も8.5kgで1.2%の増加を見せている。しかし自給率は52.7%で1999年と比べると8.4ポイント減少している。

表1. 韓国における牛肉の需給と1人あたり消費量

年 度	需 給 量 (千トン)				1人あたり消費量 (kg)
	総消費量	国内産	外国産	自給率 (%)	牛 肉
1975	70.0	70.0	—	100.0	2.0
1980	100.0	93.1	6.9	93.1	2.6
1983	115.5	66.1	49.4	57.2	2.9
1985	120.4	115.7	4.9	96.0	2.9
1989	145.5	90.0	54.5	62.3	3.4
1990	181.0	95.0	86.0	52.5	4.1
1991	223.0	98.0	125.0	44.0	5.1
1993	232.9	129.6	103.3	56.0	5.3
1997	362.0	228.0	134.0	63.0	7.9
1998	345.0	260.0	85.0	75.4	7.4
1999 (A)	393.0	240.0	153.0	61.1	8.4
2000 (B)	402.0	212.0	190.0	52.7	8.5
B/A (%)	2.4	△ 11.7	24.2	△ 8.4	1.2

資料：韓国農林水産部『農林水産統計年報』、各年度

上記のような急激な牛肉消費量の増加の原因は経済的な側面もあるが、韓国の食生活の中で今まで畜産物の消費が極めて少なかったことによる。また現在の総消費量も諸外国と比べると未だ顕著な格差があり、畜産物の消費拡大の余地は十分にあるのが現状である。

2. 産地韓牛価格の動向

産地牛価の動向〈表2〉をみると、雄成牛価格は1998年7月に168万ウォンまで下落したが、その後回復され、1999年末には最高314万ウォンまで上昇した後、現在は260万ウォン台を維持している。雌成牛価格は1998年7月160万ウォンまで下落したが、現在は290万ウォン台で高い水準を維持している。

子牛の価格は雌仔牛数の減少が原因で上昇を続けている。特に雌仔牛の価格を2000年12月92.3万ウォンから2001年3月142.5万ウォンに50.3%の上昇を示している。

表2. 韓国における産地牛価格の動向

単位：千ウォン

区分	1990	1997	1998.7	1999.12(A)	2000.12	2001.3(B)	B/A (%)
雄成牛	2,406	2,426	1,681	3,098	2,537	2,677	△ 13.6
雌成牛	2,147	2,159	1,607	2,959	2,698	2,978	0.5
雄仔牛	1,217	1,046	465	1,302	1,183	1,507	15.7
雌仔牛	867	733	380	948	923	1,425	50.3

資料：韓国農林水産部『農林水産統計年報』、各年度

3. 韓牛飼育の動向

韓国における牛肉の生産・供給の特質は、家畜飼育規模が非常に零細であることと、輸入牛肉への依存度が漸増していることである。

牛の飼育頭数〈表3〉は、1997年12月2,735千頭から2001年3月には1,476千頭に減少している。また飼育規模別で見ると、50頭以上の飼育農家の飼育頭数は伸びているが、9頭未満の小規模農家の飼育頭数は減少を見せている。

1970年代以降の牛肉消費増加にもかかわらず、牛の飼育規模の拡大があまり進まなかった理由をみると、①飼育期間が長いために資本の回転が遅い、②規模拡大につれて大規模の土地の確保が必要となるからである。このため規模拡大のためには多額の資本投資が必要となり、個別農家による規模拡大のみならず、農外資本の進出もほとんど行われていないのが現状である。また牛肉及び成牛市場の自由化、BSE（狂牛病）・口蹄疫等の悪性家畜伝染病発生の恐れ等による農家の飼育に対する不安心理も飼育規模の拡大があまり進まない原因の一つである。

表3. 韓国における牛飼育規模別飼育頭数

単位：千頭、()内は割合

飼育規模	1～9頭	10～29頭	30～49頭	50頭以上	計
1989	1,163 (75.7)	232 (15.1)	59 (3.9)	82 (5.3)	1,536 (100.0)
1995	1,345 (51.6)	817 (31.6)	225 (8.8)	206 (8.0)	2,594 (100.0)
1997	1,194 (43.6)	851 (31.1)	333 (12.2)	358 (13.1)	2,735 (100.0)
2001.3	566 (38.4)	356 (24.1)	167 (11.3)	387 (26.2)	1,476 (100.0)

資料：韓国農協中央会『畜産物価格及び需給資料』、各年度

Ⅲ. 韓国における牛肉流通の実態分析

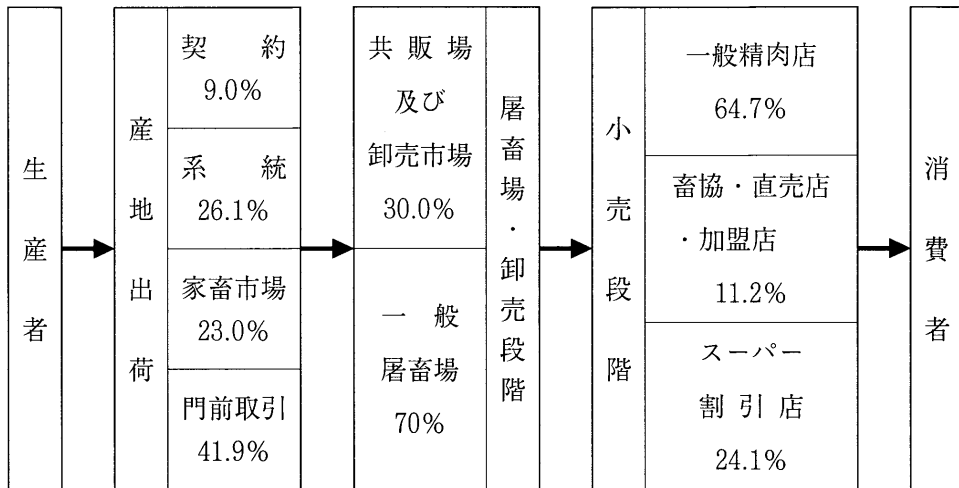
1. 韓牛肉流通の実態

1) 国内産牛肉の流通

韓国における牛肉の流通経路〈図1〉は、国内産牛及び牛肉の流通経路と輸入牛肉の流通経路に大きく分けることができる。国内産牛及び牛肉の流通経路は大きく3つに分かれる。

第1は、生産者が農協を通して系統出荷した牛が食肉卸売市場と精肉店（またはスーパー）を経て消費者に至る場合、第2は、生産者が家畜市場に直接出荷した牛が収集搬出商に出荷され、再び食肉卸市場に経た後、精肉店（またはスーパー）に渡って消費者に至る場合、第3は、収集商が生産者から直接牛を購入し産地屠畜場に屠畜を委託した後、屠畜された肉を食肉販売商を経て精肉店（スーパー）を通じて消費者に販売される場合である。

図1. 牛肉の流通経路別比率（2000年度）



資料：韓国農協中央会より作成

2) 牛及び牛肉の流通段階

(1) 産地家畜市場

韓国農林部農林部と畜協中央会が調査した養畜農家の牛出荷の実態をみると、総販売頭数の中、農家庭先取引の比率が41.9%を占めて、家畜市場出荷23.0%、系統出荷26.1%、契約出荷9.1%を占めている。ここで契約出荷を農家販売として見なすと全体の50%以上が農家で販売されると推定される。1995年7月から産地での「家畜市場義務取引制度」が廃止されたことで農家販売比率は大きく増加し家畜市場出荷は減少されている。したがって系統出荷は充分ではなく、畜産物総合処理場を通した系列化生産体制も充分ではなく、養畜農家の生体減量に対する恐れと現金決済への選好等で農家庭先取引による販売比率が高く表れている。

家畜市場は交通・通信手段の発達で小規模の市場が次第になくなり大型化が進行している。すなわち、1980年463カ所だった家畜市場が1997年には140カ所、1999年には133カ所、2000年には129カ所に減少した〈表4〉。

表 4. 全国家畜市場数 (2000.12)

単位：カ所

計	京畿道	江原道	忠清北道	忠清南道	全羅北道	全羅南道	慶尚北道	慶尚南道	済州道
129	12	11	8	12	13	18	32	22	1

資料：韓国農林水産部の資料より作成

家畜市場への搬入は韓牛の場合、養畜農家65.6%、牛商人31.5%、集出荷団体22.5%を占め、生産農家の出荷比率が高い。しかし、肉牛及び乳牛の場合、牛商人の搬入比率がとて高い。そして家畜市場への搬出は精肉業者35.7%、牛商人34.4%、集出荷団体22.5%を占めて、精肉業者が家畜市場で牛を直接購入する比率が高くなっている。畜種別にみると、韓雄牛は集出荷団体が多く購入し、韓雌牛は精肉業者が購入する比率が高く、肉牛及び乳牛は牛商人が購入する比率が高い<表5>。

表 5. 家畜市場への搬入及び搬出の主体別比率 (2000年)

単位：%

搬入主体別比率					搬出主体別比率				
流通主体	韓雄牛	韓雌牛	肉・乳牛	小計	流通主体	韓雄牛	韓雌牛	肉・乳牛	小計
生産農家	76.7	61.5	39.6	65.6	精肉業者	27.6	44.4	9.8	35.7
牛商人	18.8	36.3	60.4	31.5	牛商人	17.9	42.5	85.4	34.4
集出荷団体	3.2	1.6	0.0	2.1	集出荷団体	47.3	5.0	2.5	22.5
その他	1.3	0.6	0.0	0.8	その他	7.3	8.2	2.4	7.5
計	100.0	100.0	100.0	100.0	計	100.0	100.0	100.0	100.0

資料：韓国農林部の資料より作成

韓国の家畜市場は未だ規模の零細性、公正な取引価格形成の未熟性、目測による生畜評価及び価格決定で生産者の不満等の問題を抱えている。

(2) 屠畜場

屠畜場数は1980年179カ所から1999年111カ所に減少した。全国の屠畜場数111カ所は卸売市場併設屠畜場12カ所、畜産物総合処理場 (LPC) 5カ所、一般屠畜場94カ所等に構成されている。屠畜場での牛の処理能力は1日10,074頭で、1日平均屠畜頭数は3,619頭である。畜協の屠畜施設は卸売市場5カ所、LPC及び食肉センター3カ所、その他2カ所で10カ所である。畜協の牛屠畜能力は全国屠畜能力の13%と低いが、屠畜実績は全国屠畜実績の22%で稼働率が平均より2倍ほど高い。

屠畜場数の急激な減少は、道路と輸送手段の発達により小規模で乱立された零細屠畜場の稼働率の低下と経営悪化、衛生的な屠畜のための施設基準の強化、環境及び水質汚染に対する国民の意識向上と畜産廃水処理施設に対する要件強化及び屠畜場の周辺住民とのトラブルに起因する。

1999年当時屠畜場の稼働率は、牛の場合39.1%にすぎなく過剰投資と判断される。運営主体別の稼働率は民営屠畜場が35.4%、官営屠畜場が21.1%、畜協が61.0%で畜協屠畜場の稼働率が高い(表6)。

表6. 屠畜場の運営主体別屠畜現況(1999年)

運営主体	カ所	処理能力(頭/日)	屠畜実績(頭/日)	稼働率
民 営	97	8,221 (87.9)	2,907 (79.5)	35.4
官 営	4	71 (0.8)	15 (0.4)	21.1
畜 協	10	1,061 (11.3)	735 (20.1)	61.0
計	111	9,353 (100.0)	3,657 (100.0)	39.1

資料：韓国農林部の資料より作成

屠畜場に搬入される牛の比率は、精肉業者46.8%、畜協20.6%、肉加工業者11.8%、家畜商人10.4%、生産農家6.3%順で構成されている。また屠畜場からの搬出は、牛枝肉の場合、精肉店64.7%、農・畜協直販場11.2%、スーパー・百貨店及びその他24.1%で構成されている。

牛の屠畜段階での問題点は、屠畜施設が過剰で稼働率が低く、一部の自治団体は税収確保のため零細屠畜場を維持させている場合があることである。零細屠畜場が全国に散在し等級士、屠畜検査官等の管理者を効率的に活用していない。また一般屠畜場の大部分は屠畜手数料のみに依存し、運営が不安定で、屠畜場の収入拡大のため不正屠畜等が発生されている。そして、単純に屠畜機能のみを遂行し価格形成と需給調節能力がないことも大きな問題点である。

(3) 畜産物卸売市場

韓国の畜産物卸売市場は「農水産物流通及び価格安定に関する法令」に基づいて開設され、畜産物を生産地から消費地に連結させる流通の中核的な役割を遂行している。韓国の畜産物卸売市場は主要都市に12カ所開設されており、この中5カ所は農協が運営する畜産物共販場である。地域別にみると、首都圏3カ所、忠清圏1カ所、嶺南圏5カ所、湖南圏2カ所である。屠畜稼働率は53%で、運営主体別には、農協共販場84%、民間卸売市場36%を示している。牛の卸売市場への経由率は31%で年々減少しつつある。

12カ所の卸売市場(屠畜場併設)の中卸売人は256名、売買参加人は85名で、搬入された牛は卸売市場(屠畜場)で屠畜され競売過程を経て分荷される。一般屠畜場は競売機能がなく収集商・精肉店・大型小売店の委託を受け屠畜、手数料を受け取る形態で運営されている。

畜産物卸売市場の問題点は、大規模化・近代化された広域畜産物公営卸売市場がなく、卸売市場への経由率が年々減少し価格形成機能が弱く、高級肉は産地から食肉店・大型店等に直接供給されることにより卸売市場への上場物量が少なく卸売市場での取引商品の多様化が難しいことである。また屠畜機能と比べ販売機能は疎かで、中卸売人への依存度が高く、その機能が屠畜と上場売買に限定、単位当たり付加価値生産性が低く、消費地である都市周辺に位置し公害に対する住民とのトラブルも大きいことである。

(4) 小売段階

食肉小売店は1981年から許可制から申告制に変更されることにより1980年16,296店から1997年52,000店に増加したが2000年48,176店に減少した。食肉小売店の業態別比率〈表7〉は売場数を基準に一般食肉店80.0%、飲食店8.0%、百貨店及びスーパー6.5%、そして農・畜協及び専門販売店4%を占めている。

表7. 食肉販売業の類型別現況

単位：店数、%

計	百貨店	スーパー	飲食店	農協販売店	畜協販売店	専門販売店	一般食肉店	その他
48,176 (100.0)	277 (0.6)	2,855 (5.9)	3,836 (8.0)	604 (1.3)	469 (1.0)	874 (1.8)	38,552 (80.0)	709 (1.5)

資料：韓国農協中央会

食肉小売店の売場規模は5坪未満35.5%、10坪未満83.3%で極めて零細な水準である〈表8〉。しかし、スーパー、百貨店、割引店等の大型小売り店舗での肉類の取り扱い比率が急速に増加している。

表8. 食肉販売業の売場規模別分布

単位：店数、%

計	5坪未満	5～10坪未満	10～20坪未満	20～30坪未満	30～50坪未満	50坪以上
48,176 (100.0)	17,086 (35.5)	23,027 (47.8)	6,805 (14.1)	855 (1.8)	330 (0.7)	73 (0.2)

資料：韓国農協中央会

零細小規模の一般食肉店が肉類の小売り流通を担っている。日本のそれと比べてみると韓国の食肉店が日本と比べ過密で零細であることが明確に分かる〈表9〉。

表9. 韓国と日本の食肉店数及び利用者数の比較

区分	食肉店数	食肉店当たり利用者数
韓国	47,000カ所 ('99)	900名
日本	17,859カ所 ('97)	7,500名

資料：韓国農林部の資料より作成

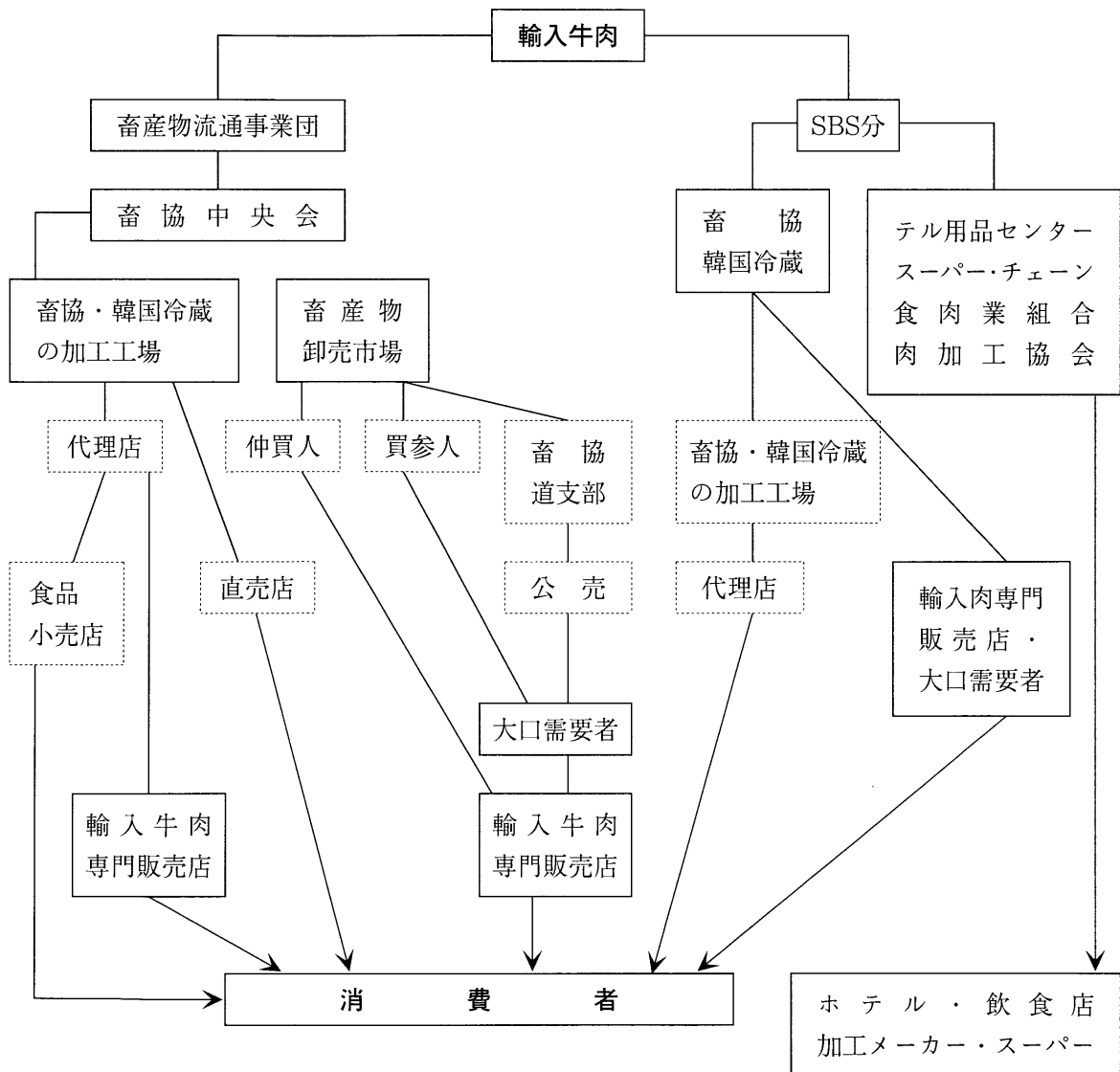
大型小売店は1999年110カ所であったが、2004年には300カ所以上に増加することが予想されている。これから輸入及び国内産冷蔵部分肉のボックス・ミートの取扱量が増大されると予想され大型小売店の購買・販売形態の変化が韓国の部分・包装肉の流通体系の発展に大きく影響を及ぼすであろう。

2. 輸入牛肉の流通経路

1988年7月、牛肉の需要増加と輸出国の圧力によって牛肉の輸入が再開され、輸入制度も従来の政府の輸入推薦制度から輸出国との交渉によって貿易枠を決める「IQ制度」に転換された。

韓国におけるIQ制度による輸入牛肉の流通は、政府の統制を受ける畜産物流通事業団経路（需給調節用）と、民間業者が自律的に輸入し流通させるSBS（業者間自律購買制度）との二つに分かれている（図2）。

図2. 韓国における輸入牛肉の流通経路



資料：金成ガク『韓国における食肉流通』農林統計協会、平成12年、より引用

1) 需給調整用輸入牛肉の流通経路

韓国農林部（農林水産省）は国内産牛肉の供給状況を考慮し分期別の需給目標を設定し、この目標に基づいて輸入計画（分期別・部位別・等級別輸入物量）を樹立する。畜産物流通事業団（LPMO、1988年に設立）は分期別・部位別・等級別輸入物量を事前に公示し、この物量を最低額で輸入できる輸入商社を選定し、選定された輸入商社は輸入物量を輸入し畜産物流通事業団に引き渡す。畜産物流通事業団は商社より引き渡された物量を畜協中央会に委託販売をする。精肉は畜産物卸売市場で競売をする方法と畜協道支会（卸売市場がない道の場合）を通して輸入肉専門販売店に販売される方法がある。枝肉は畜協が肉加工事業所・組合・子会社を通して軍納組合や代理店に販売する方法と、韓国冷蔵が支社（肉加工工場）を通して包装肉として加工し代理店に販売する二つの流通網を持っている。

2) 同時売買入札（BBS）用輸入牛肉の流通経路

SBS制度（Simultaneous Buy and Sell System）は、牛肉の輸入において外国の牛肉輸出業者と韓国の実需要者が直接契約を結べるようにした自律取引制度である（1991年制定）。SBS物量の輸入主体は畜協、(株)韓国冷蔵、観光ホテル用品センター、肉加工協会、飲食業中央会、スーパーチェーン協会、畜産企業中央会及び韓国畜産流通等で構成されるスーパーグループで、輸入推薦業務は畜産物流通事業団が担当する。

SBS用牛肉の輸入手続き及び方式を要約すると以下の通りである。すなわち、輸入団体に分配された輸入物量にしたがい実需要先と購買・供給契約を締結し、輸入団体が畜産物流通事業団に輸入推薦申請をすると、畜産物流通事業団は輸入団体に輸入推薦書を発給、輸入団体は外国輸出業者と購買契約を締結し、契約物量を輸入し実需要先に供給する。

IV. 韓国における牛肉の消費構造

牛肉の消費構造の分析では、時系列資料を用いて牛肉の消費変化の推移を検討すると共に横断面資料を用いて消費世帯の特性別に消費構造を比較することで消費構造の特徴を究明した。牛肉消費変化分析では年度別・季節別変化の推移を分析し牛肉の消費市場の構造を調べた。世帯特性別消費構造比較では世帯の経済・人口・社会的特性別に牛肉に対する消費者の選好を比較・分析した。

1. 牛肉の消費変化：他品目（豚肉、鶏肉）との比較

1) 年度別消費変化

国民一人あたり1年間の年平均牛肉の消費増加率は1982～90年間5.4%から1990～98年間7.7%で1980年代と比べ1990年代の消費量の増加率が増加しつつある〈表10〉。

表10. 品目別一人あたり年間消費量の推移 (注1)

単位：kg、%

計	肉 類 (註2)	牛 肉		豚 肉		鶏 肉	
		kg	%	kg	%	kg	%
1982	11.3	2.7	23.9 %	6.1	54.0%	2.5	22.1%
1990	19.9	4.1	20.6	11.8	59.3	4.0	20.1
1995	27.4	6.7	24.5	14.8	54.0	5.9	21.5
1996	28.7	7.1	24.7	15.3	53.3	6.3	22.0
1997	29.3	7.9	27.0	15.3	52.2	6.1	20.8
1998	28.1	7.4	26.3	15.1	53.7	5.6	19.9
年 増 平 加 均 率	1982~90	7.3	5.4	8.6		6.1	
	1990~98	4.4	7.7	3.1		4.3	
	1982~98	5.9	6.5	5.8		5.2	

註：1) 国内供給量を人口数で割って算出したもので、家庭内消費量と外食消費量を含む。

2) 肉類合計は牛肉、豚肉、鶏肉の合計である。

資料：韓国統計庁、各年度

他の肉類と比べてみると著しく増加した品目は牛肉で、その次が豚肉、鶏肉の順である。1982～98年間一人あたり1年間の牛肉の消費量は2.7kgから7.4kgで年平均5.8%の増加率を示した。同じ期間、豚肉は6.1kgから15.1kgで年平均5.8%、鶏肉は2.5kgから5.6kgで年平均5.2%の増加率を示した。

時期的に区分してみると、1980年代には豚肉の消費増加率が一番高く、1990年代には牛肉の消費増加率が一番高かった。牛肉の消費増加率は1980年代5.4%から1990年代7.7%に消費増加推移が加速された反面、豚肉と鶏肉は消費増加推移が1980年代以降鈍化する様相をみせている。豚肉は1980年代8.6%から1990年代3.1%に、鶏肉は同じ期間6.1%から4.3%に消費量が鈍化している。

1998年には1980年代以降の推移とは異なり牛肉の消費が減少している。これは主に輸入牛肉の消費が減ったからである。1997年末から始まったIMFによる管理体制の影響で為替レートが上昇することにより輸入牛肉の価格競争力が悪化されたことに起因する。また、O-157に感染された米国産牛肉の流通等で輸入牛肉の安全性に対する消費者の不信が大きく作用した結果である。

消費量を基準にした場合、品目別比率は1998年は豚肉が53.7%で半分以上を占めている。牛肉は26.3%、鶏肉は19.9%で年度別に若干の差は示しているが、大きく変動しない推移である。

家庭内での肉類の消費推移は〈表11〉のとおりである。家庭内一人あたり肉類消費量は1982～98年間年平均3.8%で〈表10〉の一人あたり消費増加率(家庭内+外食)6.5%に比べ低い水準である。1980年代に比べ1990年代家庭内消費が増加する品目は牛肉で家庭内一人あたり消費量の増加率は2.6%から3.5%に拡大された。豚肉の家庭内消費は1980年代年平均9.8%の高い増加推移を示したが、1990年代には5.2%に鈍化した。特に鶏肉の家庭内一人あたり消費量の増加率は1990年代-1.5%で家庭内消費が減少する推移を表している。これは外食消費増加による家庭内の鶏肉消費が代替されたから表れる現象である。

1995年の不変価格を基準に家庭内で牛肉、豚肉、鶏肉の支出額が食料費で占めず比率は約7%水準だったが、1998年には家庭内支出に比べ外食費の支出が大きく減少することにより家庭内肉類支出額の比率は若干増加した8.3%を占めている。支出額を基準で品目別比率をみると、1998年の場合牛肉57.1%、豚肉34.9%、鶏肉8.0%で牛肉が半分以上を占めていることが分かる。

表11. 家庭内一人あたり月平均消費支出額の推移（1995年の不変価格を基準）

単位：千ウォン、%

		食料品 (A)	肉類 (B)	B/A (%)	牛肉 (C)	C/B (%)	豚肉 (D)	D/B (%)	鶏肉 (E)	E/B (%)
	1982	46.7	3.9	8.4	2.5	64.4	0.8	20.1	0.6	15.5
	1985	54.1	4.8	9.0	3.0	62.8	1.2	25.7	0.6	11.5
	1990	77.5	5.4	7.0	3.1	57.4	1.7	30.7	0.6	11.9
	1991	81.1	5.7	7.0	3.4	59.5	1.6	28.0	0.7	12.6
	1992	85.6	6.0	7.1	3.4	56.7	1.9	31.3	0.7	12.0
	1993	88.9	6.3	7.1	3.6	57.8	2.0	31.9	0.6	10.3
	1994	93.9	6.5	7.0	3.9	59.1	2.1	32.1	0.6	8.8
	1995	98.4	7.1	7.2	4.2	58.9	2.3	32.2	0.6	8.9
	1996	107.4	7.7	7.2	4.5	57.8	2.6	33.5	0.7	8.7
	1997	108.8	7.8	7.2	4.6	59.7	2.5	31.9	0.7	8.4
	1998	86.2	7.1	8.3	4.1	57.1	2.5	34.9	0.6	8.0
年増	1982～90	6.5	4.1		2.6		9.8		0.7	
平加	1990～98	1.3	3.6		3.5		5.2		-1.5	
均率	1982～98	3.9	3.8		3.1		7.5		-0.4	

註：1) 世帯当たり月平均支出額を世帯員数で割って世帯内一人当たり支出額を算出した。

2) 肉類合計は牛肉、豚肉、鶏肉の合計である。

資料：韓国統計庁、各年度

2) 季節別世帯内支出構造

韓国統計庁の「都市家計調査」から算出した月別・品目別支出額を利用して季節別に世帯内肉類の支出構造をみると〈表12〉のとおりである。1988年までは月別・品目別に算術平均をしたが、1989年以降は各標本に対する加重値が発表されているのでこれを利用して加重平均をした。

季節別・品目別平均支出額は月別・品目別の平均支出額を回答価格指数でデフレートし1995年の不変価格に換算したあと、季節別に3ヶ月ずつ平均して算出された。季節は3、4、5月を春、6、7、8月を夏、9、10、11月を秋、そして12、1、2月を冬に分類した。

表12. 季節別肉類支出比率の推移

単位：%

年 度	季 節	牛 肉	豚 肉	鶏 肉
1982	春	65.0	20.7	14.3
	夏	60.2	16.5	23.3
	秋	63.7	21.6	14.7
	冬	68.0	20.5	11.4
1986	春	63.8	25.4	10.8
	夏	65.7	19.3	15.0
	秋	71.5	19.0	9.5
	冬	71.0	21.4	7.6
1990	春	55.1	34.9	10.0
	夏	49.4	30.3	20.3
	秋	61.5	27.7	10.8
	冬	61.1	31.1	7.8
1994	春	55.9	34.9	9.2
	夏	53.6	32.7	13.6
	秋	63.3	30.6	6.1
	冬	62.7	30.6	6.7
1998	春	53.9	38.2	7.9
	夏	53.7	34.2	12.1
	秋	61.6	32.2	6.1
	冬	59.1	35.2	5.7

資料：韓国統計庁「都市家計調査」各年度

季節的に牛肉の支出は旧盆と正月がある秋と冬が高く、春と夏は相対的に低い。1998年の場合、牛肉の支出比重は秋と冬が60%程度、春と夏には54%水準である。

1982～98年間季節別支出構造の変化の推移を見ると、牛肉の消費は大きくは変化せず安定した推移を示している。

3) 消費市場の構造

牛肉の消費市場を育種別に区分してみると〈表13〉のとおりである。1990年代以降牛肉の消費量の中、韓牛肉が占める割合は40%、乳牛肉（肉牛、交雑牛を含む）15%、輸入牛肉45%程度の割合を占めている。

牛肉の輸入が本格化された1990年代初めには輸入牛肉の消費が牛肉消費量の半分以上を占めて、乳牛肉の消費量も25%以上を占めたが、その後減少する推移を見せてきた。反面、韓牛肉の消費量は1990年1.2kg から1998年4.4kg に持続的に増加を続けてきた。

1998年には輸入牛肉の消費が大きく減少し、牛肉消費市場での占有率が韓牛肉が59.1%、乳牛16.1%、輸入牛肉24.7%で韓牛肉の割合が大きく増加した特徴を見せている。

表13. 牛肉の消費市場の構造

単位：kg、%

年度	牛肉計	国内産（韓牛）		国内産（乳牛等）		輸入産	
		kg	%	kg	%	kg	%
1989	3.38	1.41	41.6%	0.72	21.2%	1.25	37.2%
1990	4.13	1.17	28.4	1.04	25.2	1.91	46.4
1991	5.16	1.19	23.1	1.08	21.0	2.88	55.9
1992	5.19	1.40	26.9	0.88	17.0	2.91	56.1
1993	5.27	2.01	38.2	0.92	17.4	2.34	44.4
1994	6.04	2.36	39.1	0.94	15.5	2.74	45.4
1995	6.68	2.48	37.1	0.96	14.3	3.25	48.6
1996	7.09	2.80	39.5	1.01	14.2	3.28	46.2
1997	7.87	3.83	48.6	1.12	14.3	2.92	37.1
1998	7.44	4.40	59.1	1.20	16.1	1.84	24.7

資料：韓国農林部「畜産統計」各年度

2. 消費世帯特性別消費構造の分析：他品目（豚肉、鶏肉）との比較

1) 所得階層別牛肉消費支出額の分析

統計庁の「都市家計調査（2000年）」を用いて所得階層別牛肉消費支出額を他品目と比較・分析した（表14）。

所得階層別に肉類全体の消費支出額を比較すると、所得水準が高くなるほど支出額は増加の推移を見せている。平均所得の勤労者世帯（調査された勤労者世帯の平均所得の75～125%に属する世帯）を基準にすると、平均所得の125%以上である高所得勤労者世帯の食料品の支出指数は133.9で、肉類の支出指数は127.2で分析された。非勤労者世帯の食料品の支出指数は平均所得の勤労者世帯と似ている水準で102.1、肉類の支出指数は108.9で平均所得勤労者世帯より8.9%高い。所得階層別に消費支出の格差が一番大きい品目は牛肉で、相対的に小さい品目は豚肉である。

牛肉の場合、平均所得の50%未満世帯は平均所得世帯の54.7%を支出し、平均所得の125%以上の世帯は平均所得世帯の155.6%を支出することになった。鶏肉の場合、平均所得50%未満世帯は平均所得世帯の86.2%を支出し、平均所得の125%以上の世帯は平均所得世帯の110.9%を支出し、牛肉に比べ所得階層による支出格差は少ない。

特に豚肉は、平均所得未満世帯の支出額は平均所得世帯の75.5～88.8%で平均所得世帯に至らないが、平均所得の125%以上の世帯は平均所得世帯の99.1%で平均所得世帯より少ない結果になった。すなわち、高所得階層の場合、所得増加により豚肉の支出はむしろ減少する結果となっている。

非勤労者世帯は平均勤労者世帯に比べ牛肉を20.7%多く支出する反面、豚肉は3.6%少なく支出する結果になった。

表14. 所得階層別肉類消費支出額の比較 (2000年度月平均)

単位：ウォン、%

区 分	所 得 階 層 別 勤 労 者 世 帯								非勤労者世帯 (27,380世帯)	
	～ 50% (6,611世帯)		50 ～ 75% (8,806世帯)		75 ～ 125% (12,832世帯)		125% ～ (8,806世帯)			
食料品	230,789	62.6	302,566	82.1	368,707	100	493,794	133.9	376,268	102.1
肉 類	16,175	66.5	19,697	81.0	24,315	100	30,928	127.2	26,480	108.9
牛肉	6,366	54.7	8,301	71.3	11,636	100	18,101	155.6	14,047	120.7
豚肉	7,899	75.5	9,286	88.8	10,462	100	10,369	99.1	10,084	96.4
鶏肉	1,910	86.2	2,110	95.2	2,217	100	2,458	110.9	2,349	106.0

資料：韓国統計庁「都市家計調査 (2000年度)」より作成

2) 年齢階層別、社会的特性別の牛肉消費支出額の分析

牛肉に対する年齢階層別、社会的特性別の選好を統計庁の1998、2000年の都市家計調査の源資料を用いて分析した。

まず、年齢階層別の選好を他品目と比較してみると、牛肉は50歳以上の年齢階層が一番好み、2000年には1998年に比べ青少年 (14～19歳) 階層の選好が一番大きく増加した。

豚肉は1998年には年齢別の選好差が大きくないが、2000年には5歳未満階層と50歳以上階層の選好が減少した反面、6～49歳階層では選好が大きく増加し年齢別選好格差が拡大される特徴を見せている。

鶏肉は1998年には13歳未満と20歳以上の階層で選好し、青少年 (14～19歳) 階層の選好度低かったが、2000年には6～19歳の年齢層と青少年階層の選好が大きく増加した。反面50歳以上階層の選好は大きく減少した。

続いて社会的特性別牛肉の消費支出額を分析してみることにする。

肉類消費に影響を及ぼす世帯の社会的特性としては、世帯主の学歴と職業、居住地域、共働きの可否、そして住宅所有の可否等が検討された。

世帯主の職業がブルーカラーである世帯は他の世帯に比べ牛肉に対する支出が月平均1,927ウォン (1995年不変価格) も少なく、牛肉を好まないことが分かった。

ソウル居住世帯の肉類に対する支出は他地域居住世帯に比べ多い方で、他地域世帯と比べ月平均牛肉を1,861ウォン、鶏肉を184ウォン多く支出することが分かった。

世帯主が高学歴である場合、他世帯に比べ牛肉を好み、豚肉と鶏肉は好まないことが分かった。世帯主の学歴が大学中退以上である世帯は他世帯に比べ牛肉を2,578ウォン多く支出し、豚肉と鶏肉は各々854ウォン、101ウォン少なく支出することに分析された。

共働きの可否と住宅所有の可否は共通的に肉類支出に負 (－) の影響を及ぼすことに分析された。共働きの場合、外食の機会が多く家庭内食のための購入機会が少ないからである。住宅を所有していない場合は、所有している場合に比べ家計支出が容易ではないからとみられる。

3) 消費構造の特徴

韓国の肉類消費構造の特徴を要約すると以下の通りである。

第1に、肉類に対する消費増加趨勢が持続され、特に牛肉に対する選好傾向が持続されている。1980年代以降、牛肉の消費増加率が一番高く、1990年代に入って消費増加率が加速化されている。

第2に、牛肉と鶏肉は家庭内消費増加率より外食部門での消費増加率が高い。外食部門での比重が高い鶏肉の場合、特に家庭内消費が減少推移を見せている反面、外食部門を含むと1人当たり消費量増加率は1982～98年の間5.2%である。

第3に、牛肉、豚肉、鶏肉の消費量の比重が年度別、または季節別におよそ一定して安定的な選好構造を持っている。すなわち、年度別に若干の変動はあるが、消費量を基準にしてみると豚肉50～60%、牛肉20～30%、そして鶏肉20%程度の比重を占めている。また、季節別にみると、四季を通して鶏肉の比重が減少する反面、豚肉の比重が増加し、牛肉の比重は安定的に維持されている。

第4に、消費量を基準にみると豚肉が肉類消費の半分以上、世帯内支出額を基準にみると牛肉の支出額が肉類支出額の半分以上を占めている。

第5に、牛肉市場で韓牛肉の比重は40%、乳牛肉が15%、輸入牛肉が45%程度である。1990年代初めには韓牛肉の比重が20%を若干上回るにすぎなかったが、以降韓牛肉の比重が増加する推移を見せている。

第6に、所得階層別に消費格差が一番大きい品目は牛肉で、相対的に豚肉が一番少ない。牛肉の場合、平均所得50%未満世帯の支出額は平均所得世帯の半分水準で、平均所得125%以上世帯は平均所得世帯より50%以上を多く支出したことになる。

第7に、年齢階層別にみると、2000年には1998年に比べ6～19歳階層の選好が一番大きく増加した。一番選好する階層は、牛肉の場合は50歳以上年齢層、豚肉の場合は、6～19歳の年齢層、鶏肉は13歳未満の年齢層である。

第8に、ソウル地域居住世帯、世帯主の学歴が高い世帯で牛肉を選好する傾向を示している。

V. 韓国における牛肉消費の拡大方策

1. 屠畜施設の先進化及び安全性の強化

1) 老巧・零細屠畜場を国際水準の専門屠畜場に育成

産地屠畜施設(家畜市場)を一斉調査し、選別支援・整備し老巧・零細施設の統合を積極的に誘導し大規模な国際水準の専門屠畜場に育成させるべきである。また、市・郡税である屠畜税を道税への変換も検討すべきである。

2) 屠畜場に HACCP を義務化し牛肉の安全性を強化

ここで HACCP の基本的な考え方をみると、食品の生産から消費に至る一連の過程において、危害の原因となりうるすべての分野を特定(危害評価、HA)し、その発生を防止するための管理手続き(重要管理点、CP)を定めてこれを監視することである。つまり、HACCP方式は、食品の原料生産から製造・加工・流通・販売及び消費に至る流れの中で、この方式を導入することで食品の安全性を向上させ、消費、流通、販売業者に対する信頼性を高めることにより、市場での競争力の向上に役立つ。

O-157、狂牛病(牛海綿状脳症、BSE)による消費者の牛肉の安全性に対する不信を払拭し安全性を確保するために、2005年までに段階的にすべての屠畜場に HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point、危害度分析重要管理点)を適用する。また HACCP の適用及びコンサルティングの平行推進業体に対する施設改善資金の支援、微生物の検出数値が高い屠畜場

は営業停止・許可取り消し等強力な制裁を行うべきである。

3) 畜産物総合処理場 (LPC) の機能活性化

牛肉流通機関の現代化のためには産地家畜市場の整備を通して零細家畜市場を統併合することにより大型競売家畜市場を新設し、先進国水準の衛生的な屠畜・加工・販売体制が一元化された畜産物総合処理場の機能を活性化させる一方、零細簡易屠畜場を整備し、屠畜施設の現代化及び部分肉処理工場を新設すべきである。また、既存の LPC に経営安定資金の支援を拡大すべきである。

4) 韓牛肉の部分肉上場制の導入

牛肉の部分肉に標準規格を制定し、規格出荷のためのボックス・ミートの真空包装にかかる資材費及び関連施設、装備の購入のための資金支援を検討すべきである。

2. 卸小売段階での流通改善

1) 韓牛肉専門販売店の設置拡大等牛肉の市場差別化

韓牛肉の販売及び飲食店を併設し、韓牛肉消費基盤の拡大のために韓牛肉専門販売店、ブランド加盟店、食肉販売優良店等を育成しなければならない。また統合農協の畜産物流通機能を活性化させ牛肉流通の先導的役割と民間流通会社に対する牽制の機能を担当させる。これのためには約3,000カ所に達する販売店に韓牛専門コーナーの設置、地域組合、地域ブレンド等と連携し、系統出荷の活性化及びブランド会社に安定的な販路を提供する。

2) 小規模精肉店を新しい形態の専門化・現代化された販売店に育成

小規模の精肉店に味付け肉等の多様な食肉加工品まで製造・販売する新しい形態の専門化、現代化された総合売場を目指すと共に、前足肉、尻肉等の韓牛肉の中で比較的に非人気部位を利用した多様な食肉加工品を製造・販売する総合販売店を育成すべきである。

3) 牛肉生産・流通の透明性の向上

牛肉流通の透明性を確保し消費者の安全性に対する不信感を払拭するためには、牛肉の生産・販売の帳簿による記録の強化及び取引食肉の標準化・規格化とバーコードの導入等コンピュータによる管理体制を構築すべきである。

3. 肉消費文化の定着のための戦略的・体系的広報の実施

牛肉の等級販売制、品種別・部位別・原産地別の区分販売制を消費者に正しく認識させるためには消費者団体と連携し、消費者教育時の教材及びチラシの配布、各種日刊紙、専門紙、女性月刊誌、回覧板等を利用して宣伝活動を積極的に実施すべきである。またテレビ、インターネット等を通して多様な階層に対し階層別に効果的な広報戦略を採用すべきである。

4. 韓牛品評大会、韓牛肉ブランド展等韓牛関係行事の開催

韓牛肉料理大会、韓牛肉ブランド展等を毎年開催すると共に、食品開発研究院等専門研究機関と連携し新しい牛肉製品の試食会等を生産者中心から消費者と共にする行事として定期的で開催すべきである。

5. 輸入生牛の事後管理制度の補完

生牛の輸入時、原産地の問題、流通経路の追跡等のための法的装置を徹底的に実施すると共に、生牛の輸入により発生可能な問題点を事前に防止し、農家等に正確な情報を提供できる「輸入生牛事後管理要領」を徹底的に遂行すべきである。

6. 畜産関連制度の改善

1) 畜産関連の情報・資料を総合・調整する機関の指定

現在各機関・団体別に各々生産・収集・整理されている畜産関連の統計情報資料を分野別・段階別に調査対象項目及び調査機関を指定し、総合的に収集・分析する体制を構築すべきである。日本の場合は、農畜産業振興事業団が畜産関連情報を総合的に収集・分析・提供する機能を遂行している。また外国の学者や専門家を調査委員に委嘱し定期的に海外の畜産動向を調査・対応すべきである。

2) 農協地域本部の畜産組織の機能強化

効果的な牛肉事業の推進のため農協中央会地域本部の畜産チームに畜産専門人材を優先的に配置し畜産事業の指導及びコンサルティング機能を強化すべきである。

3) 韓日間肉牛産業の技術交流

韓国と日本の畜産関係専門家、生産農家等の交流及び研修制度を設け、国際畜産関連情報の収集と国際交流を通じて生産技術の向上を図る。

VI. むすび

韓国における牛肉産業は、韓牛飼育頭数が次第に減少する等の繁殖基盤の不安、韓牛肉と輸入牛肉との差別化が図れず大型化・規格化されていく流通主体の要求に応えるような生産体制が構築されない等牛肉産業の競争力の弱い部分が多く常存するのが現状である。

そこで、韓国における牛肉流通の問題点をみると、①牛肉流通機関の劣悪性、②流通経路の複雑性、③牛肉の安全性の問題、そして④畜産物管理の二元化等が挙げられる。

また、韓国における牛肉の消費構造の特徴を要約すると以下の通りである。①肉類の消費量は持続的に増加している。②牛肉は家庭内消費増加率より外食部門での消費増加率が高い。③牛肉の消費量の比率は年度別、または季節別に一定し安定的な選好構造を持っている。④所得階層別に消費格差が一番大きいのは牛肉である。⑤年齢別には6～19歳階層の選好が大きく増加している。⑥ソウル地域居住世帯、高学歴世帯で牛肉の消費が増加している。

厳しい経済環境の中で、韓国牛肉産業が環境変化に対応し生き残るための牛肉消費の拡大方策をまとめてみると、①屠畜施設の先進化及び安全性の強化、②韓牛肉専門販売店の設置拡大等牛肉の市場差別化、③小規模精肉店を新しい形態の専門化・現代化された販売店に育成、④牛肉生産・流通の透明性の向上、⑤肉消費文化の定着のための戦略的・体系的広報の実施、⑥韓牛品評大会、韓牛肉ブランド展等韓牛関係行事の開催、そして⑦畜産関連制度の改善等が挙げられる。

〈注記〉

本稿は「平成13年度文部科学省科学研究基盤研究 (C) (2)」の研究費補助により実施された『アジアにおける畜産革命と国際流通に関する研究』の一部を取りまとめたものである。

【参考・引用文献】

1. 韓国農林部『韓牛産業発展総合対策』2001.4
2. 韓国統計庁『都市家計年報』各年度
3. 杉山道雄・成耆政『WTO体制下畜産物の国際流通と価格形成に関する経済的研究』平成11年3月
4. 金成ガク『韓国における食肉流通』農林統計協会、平成12年2月、7～13、31～41ページ
5. 成耆政「牛肉の部位別価格差の形成」『農業・食料経済研究』第43巻第2号、中部農業経済学会、平成9年6月、11～20ページ
6. 元井霞子「HACCP方式とはなにか」、中央畜産会編『畜産コンサルタント』平成9年4月