

研究論文

韓国における茶産業の展開と産地システム

田村 善弘*・李 炳晔[†]・木村 務[‡]

I. 序論

韓国における茶としては、緑茶に加え、とうもろこし茶・麦茶・ゆず茶などの茶がある。このうち緑茶に関しては、宝城（ポソン）、河東（ハドン）、済州（チェジュ）などの産地があり、産地ごとに緑茶の生産・消費拡大に向けた取組みが行われている。しかしながら、韓国においては日本のように緑茶を飲む習慣がほとんどなく、その一方でコーヒーの消費が増えている状況にある。加えて、2007年には緑茶への農薬散布が大々的に取り上げ、社会的関心事になるなど、緑茶の生産と消費を取り巻く環境は厳しいものになってきている。

近年の韓国の緑茶産業に関する研究としては、朴ムンホほか（2008）、金京姫（2011）などがある。それぞれの特徴については、以下の通りである。

まず、朴ムンホほか（2008）は韓国における緑茶産業の動向を解明し、日本・中国・台湾などの比較を通して、韓国の緑茶産業の競争力について解明している。ここで提示されている韓国緑茶の競争力向上のための方策としては、①親環境かつ高品質の緑茶生産・流通基盤の構築、②緑茶消費拡大のための教育ならびにプロモーション活動の必要性などがある。

次に、金京姫（2011）は消費者に焦点を当てて研究を行っている。ここでは、緑茶消費者に対するアンケート結果の分析を通して、緑茶消費拡大のための条件が提示されている。まず、消費者の嗜好を分析した高品質の緑茶生産・供給である。次に、一般的な緑茶の普及のための大衆ブランドの開発・普及の必要性である。

一方で、日本においてはこうした韓国の緑茶に関する研究はほとんどないというのが実情である¹⁾。そこで、本研究では、韓国の緑茶産業と産地システムについて解明することを目的とする。これは、韓国の緑茶産業や茶産地に関する日本での資料の不足し、研究が少ないという状況を鑑み、これを補うための研究という性格を持っているためである。

そこで、本研究では上記の課題を解明するため、まず韓国における各種研究報告書をもとに、韓国における緑茶の生産・消費構造を考察する。次に、韓国の茶関連産業の対応として、済州産の緑茶を主に利用している(株)アモーレパシフィック（以下、アモーレパシフィックと略す）の緑茶関連部門の対応を考察する。さらに、宝城や河東といった緑茶産地の対応とそこでの関連産業の動向を考察する。最後に、これらの内容をもとに韓国における緑茶産業の発展方向について展望する。

*名古屋経済大学経済学部講師

†韓国江原大学教授

‡長崎県立大学経済学部教授

Ⅱ．韓国における緑茶生産と関連市場の概況

1．緑茶生産と産地の概況

表1は、生産動向の概要を示したものである。1995年から2010年でみると、面積は715haから3,264ha、生産量は699トンから3,586トン、農家数は1,179戸から4,765戸への大幅な増加を示している。期間全体では大幅な増加が見られるが、2007年をピークとして面積や農家数は減少傾向にある。これは、2007年の緑茶農薬問題が影響していると考えられる。生産量は2007年から2008年まで増加している。2009年に減少を示すものの、2010年には再び増加を示している。

表2は2010年における主要産地別の生産状況である。主要産地として、全羅南道、慶尚南道、済州特別自治道が挙げられているが、前者の2地域にはそれぞれ宝城と河東が含まれている。なお、栽培面積は全羅南道で1,599ha、慶尚南道で1,145haである。シェアはそれぞれ49.0%と35.1で、全羅南道が栽培面積のほぼ半分を占めている。

同様に、生産量をみると全羅南道2,291トン、慶尚南道648トン、済州特別自治道502トンである。全羅南道のシェアは63.9%であり、慶尚南道と済州特別自治道はそれぞれ18.1%と14.0%である。生産量も全羅南道が圧倒的に多くなっている。一方、慶尚南道と済州特別自治道は、栽培面積では大きな差があるものの、生産量では栽培面積ほどの顕著な差は見られない。

ここで、表3をもとに産地の動向をさらに詳しくみていきたい。全羅南道には宝城を含めて、10の産地があり、緑茶の生産・販売が行われている。求礼や順天などの宝城に次ぐ産地も存在するが、栽培面積や生産量、農家数の面で宝城が他を圧倒している。次に、慶尚南道では、河東を含めて3つの産地があるが、河東が他の産地を圧倒し、道内の最大産地となっている。済州特別自治道は、旧・西帰浦市と旧・南済州郡といった済州島南部地域が産地となっている。旧・南済州郡が旧・西帰浦市を上回っており、ここが済州島における主要産地になっている。

表2では、詳細に触れることができなかった

表1 韓国における茶の生産状況

(単位：ha、トン、戸)

区分	1995年	2000年	2005年	2007年	2008年	2009年	2010年
面積	715	1,530	3,042	3,800	3,774	3,616	3,264
生産量	699	1,434	3,309	3,888	3,936	3,266	3,586
農家数	1,179	2,363	4,457	5,512	5,229	5,031	4,765

資料：アモレーパシフィック雪緑事業部「国内茶市場および生産現況」、4ページ。

表2 主要産地別の緑茶生産状況(2010年)

(単位：ha、トン、%)

区分	全羅南道	慶尚南道	済州特別自治道	その他	韓国全土
面積	1,599	1,145	354	166	3,264
割合	49.0	35.1	10.8	5.1	100.0
生産量	2,291	648	502	145	3,586
割合	63.9	18.1	14.0	4.0	100.0

資料：表1の資料の5ページ。

表3 韓国内の栽培面積と生産量

(単位: ha、トン、戸)

区 分	栽培面積		製品生産量		農家数		
	2005年	2008年	2005年	2008年	2005年	2008年	
全羅南道	宝城郡	886	1,164	1,246	1,327	982	1,097
	康津郡	49	57	58	148	20	34
	海南郡	94	75	91	122	50	50
	霊岩郡	33	75	134	134	9	9
	求礼郡	285	229	270	270	981	1,004
	光陽市	97	110	86	150	282	424
	順天市	212	196	348	334	116	116
	和順郡	39	39	50	50	30	31
	長興郡	50	52	26	28	39	40
	谷城郡	77	68	40	22	35	40
	その他	80	85	123	52	143	92
小計	1,902	2,150	2,472	2,637	2,687	2,937	
慶尚南道	泗川市	54	65	10	36	13	124
	河東郡	679	1,018	364	698	1,757	1,791
	山清郡	82	78	91	41	250	323
	その他	48	70	94	11	106	22
	小計	863	1,231	559	786	2,126	2,260
済州特別自治道	西帰浦	50	50	150	150	5	5
	南済州	252	252	331	331	48	48
	小計	302	302	481	481	53	53
全羅北道	井邑市	259	289	36	77	167	106
	高敞郡	41	65	20	62	12	14
	その他	5	4	1	2	7	16
	小計	305	358	57	141	186	136
光州広域市	13	17	5	17	1	2	
小計	13	17	5	17	1	2	
合計	3,385	4,058	3,574	4,062	5,053	5,388	

註: 西帰浦と南済州はもともと西帰浦市と南済州郡であったが、合併により2006年に西帰浦市となった。本稿では別々に表記した。

資料: 表1資料の4~5ページを一部改編。

が、その他の産地は、全羅北道や光州広域市にも存在する。なかでも、全羅北道の井邑市は製品生産量の面では他の産地よりも少ないが、農家数や栽培面積では一定量あり、今後の対応によっては産地として浮上する可能性もあると考えられる。

このように、韓国における緑茶産地として

は、宝城、河東、済州などの三大産地が存在している。なかでも宝城は面積、生産量の面で他の産地を圧倒し、韓国最大の産地となっている。これらの地域は、いずれも韓国の南部地域に位置し、これら産地を中心に緑茶関連産業が形成されている。

2. 緑茶関連市場の概況

(1) 緑茶の輸入動向

図1に韓国の茶の輸入動向を示す。2008年までは玄米緑茶の輸入量が多く、ピークの2004年で2,470トンが輸入されている。しかし、以後は減少を続け、2009年には紅茶・半発酵茶の輸入が玄米緑茶の輸入を上回っている。

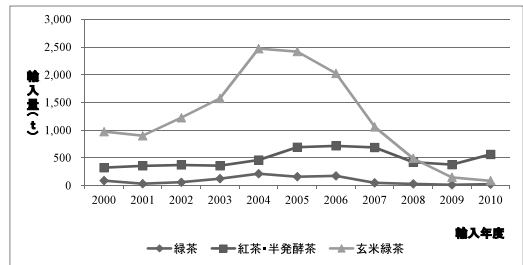
一方、紅茶・半発酵茶は2004年から増加を続け、ピークの2007年で717トンを輸入し、以後は2009年まで減少していた。しかし、2009年から2010年で377トンから561トンにまで増加している。緑茶に関しては、全期間を通して他の茶に比べて低調である。

次に、茶類の輸入額をみておこう(図2)。玄米緑茶は2005年の534万9,000ドルをピークに、以後は減少を続け、2010年時点で77万ドルまで減少している。これは、2000年の191万7,000ドルを大きく下回っている。一方、紅茶・半発酵茶は2006年の616万8,000ドルをピークに減少を続け、2009年には284万ドルまで減少した。しかし、2010年には再び回復し、403万7,000ドルまで増加している。

半発酵茶の場合は2000年当初の162万ドルに比べ、2倍以上の増加を示している。緑茶は2006年の30万ドルをピークに減少を続け、2009年には6万1,000ドルまで減少しているが、2010年には再び回復している。

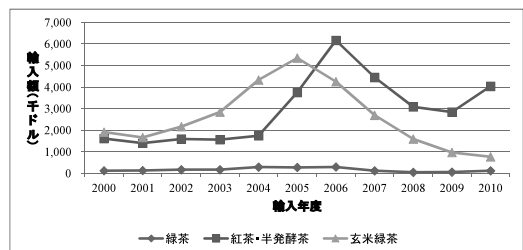
これまでの内容をもとに、韓国における茶類の輸入動向の特徴をみると、①緑茶の量と金額が他の茶に比べて著しく低い、②紅茶・半発酵茶の輸入量と輸入額が増加していることが挙げられる。まず、①については、韓国では国内の緑茶産業の規模が日本や中国に比べて小さく、地域との結びつきも日本以上である。そのため、緑茶産業の動向が地域経済に与える影響も大きい。そこで、輸入される緑茶については高

図1 茶の輸入量の推移



資料：表1資料の8ページをもとに作成。

図2 茶の輸入額の推移



資料：表1資料の9ページをもとに作成。

率の関税がかけられている。このため、①のような結果になったと考えられる。

このほか、②については韓国人の健康に対する関心が高まったことがある。特に、紅茶・半発酵茶のうち、輸入増加に影響を及ぼしているのは半発酵茶であるとみられる。これは、TVなどのメディアで半発酵茶がクローズアップされ、それに伴うブームが起きたためである。これが輸入増加につながっていると考えられる。

(2) 緑茶の市場規模の推移

韓国における茶市場の規模は、2000年の1,040億ウォンから2010年には1,166億ウォンへと拡大を示している。しかし、ピークは2004年の1,677億ウォンで、以後、減少を示している。特に、2007年の緑茶騒動により、687億ウォンにまで減少した後、2009年からは2000年ごろの水準に回復している。

表4は、2000年から2010年の韓国における企

業別の緑茶のシェアである。期間全体を通して、雪緑茶のシェアが高く、2000年時点で57.8%、2010年時点で42.9%である。一方、東西は2000年の13.5%から26.8%までシェアを拡大し、緑茶園も0.9%から7.0%まで大幅にシェアを拡大している。

この背景には、企業間の製品戦略の差があると考えられる。たとえば、緑茶園や東西の場合は、比較的安価のティーバックの商品を販売し

ている反面で、雪緑茶の場合は10,000ウォンからの比較的高価な茶も販売している。さらに、原料に関しても雪緑茶の場合はすべて韓国産を使用している。こうした対応の差が市場シェアの変化に影響を与える要因になったのではないかと考えられる。

表5は、飲料メーカーの取扱商品を示したものである。緑茶飲料を含む茶飲料は、その他飲料に分類されている。表5の全メーカーで茶飲

表4 韓国における茶市場規模

(単位：%)

区分	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
雪緑茶	57.9	57.6	54.5	53.1	53.8	52.9	51.5	52.4	52.1	50.5	42.9
東西	13.5	12.9	14.5	15.2	14.9	18.3	19.8	17.9	17.6	18.9	26.8
緑茶園	0.9	2.0	4.8	4.9	4.8	5.7	6.3	6.9	7.1	7.6	7.0
国際	10.3	9.9	8.7	9.3	8.9	5.7	4.9	5.3	5.5	5.7	5.8
リプトン	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
その他	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2
全体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

註：茶葉に関するもので、飲料は除く。

資料：表1に同じ。

表5 飲料メーカーにおける茶関連製品（2010年）

	ロッテ七星	ヘテ飲料	コカコーラ	東亜大塚	熊津食品	東遠 F&B	
果実飲料							
炭酸飲料							
その他飲料	コーヒー						
	機能性飲料						
	スポーツ飲料						
	茶類	(5品目) 今日のお茶	(3品目) 純白茶	(2品目)	(3品目) 二番目の緑茶	(4品目)	(7品目) 東遠宝城緑茶 発芽玄米緑茶 サウォル愛宝城緑茶
	豆乳						
ミネラルウォーター							

註1：は茶関連製品があることを示し、- はないことを示す。

註2：太字は緑茶飲料である。

資料：食品流通年鑑2011（192ページ）、東遠 F&B ホームページなどをもとに作成。

料の製造が行われているが、緑茶飲料は6社中4社で製造されている(ロッテ七星、ヘテ飲料、東亜大塚、東遠F&B)。それ以外のメーカーは、緑茶以外の麦茶、とうもろこし茶、とうもろこしのひげ茶、紅茶などが製造されている。これらの緑茶以外の飲料は、多くのメーカーで共通して製造されている。

そのうち、東遠F&Bはメーカーのなかでは最も多い、3種類の緑茶飲料を製造している。これらの緑茶には「宝城緑茶」の文字が商品名に入り、宝城の緑茶が使用されている。このほか、ロッテの「今日のお茶」は緑茶以外の茶もあるが、ロッテの緑茶飲料には「河東緑茶」の文字があり、河東の緑茶が使用されている。このほか、各産地の農協が緑茶飲料を製造する場合もある。

このように、緑茶葉の市場では雪緑茶のシェアが約半数を占めていた。茶飲料については、緑茶以外の茶飲料の生産がどの企業でも行われている反面、緑茶飲料は特定の飲料企業に集中していた。商品も緑茶と玄米茶以外に緑茶を利用した製品(日本のほうじ茶や濃い目の緑茶など)はみられなかった。このように、緑茶を取り巻く環境は日本とは大きく異なる面があるとみられる。

Ⅲ．緑茶関連事業者ならびに産地の対応分析

1．アモーレパシフィックの緑茶部門における対応

アモーレパシフィックは韓国最大の化粧品企業である。同社は、化粧品以外に緑茶部門を所有し、先述の雪緑茶はアモーレパシフィックの製品である。ここでは、同社の緑茶部門である「オーソルロク」関連事業と緑茶部門を中心に

述べることにする。

まず、化粧品企業である同社が緑茶栽培・緑茶の生産に着手したのは、1960年代である。同社によれば、創業者の徐成煥(ソ・ソンファン)が化粧品の市場開拓を行い、各国を回るなかで各国に独自の飲茶文化があるのに、韓国ではなぜなくなってしまったのかという疑問をもったことがあった²⁾。そうしたなかで、飲茶文化を韓国にも根付かせるという目的があった。

そこで、韓国での茶文化を復活させることを考えることになる。しかし、当時は、緑茶産業が産業として成立しないと考えられていた。そうした状況にもかかわらず、緑茶栽培地の選定などを行い、済州島が候補として上がることになった。そして、済州島で緑茶を栽培することになったのである。

1979年からは、済州産の緑茶に「オーソルロク」のブランドで販売を開始することになった。その後、2000年には、済州島にオーソルロクティーミュージアムという緑茶関連の博物館を開設・運営した。さらに、オーソルロクのお茶を利用したお菓子などを楽しむことができる「オーソルロクティーハウス」などの運営も行っている。

現在、同社は茶園を済州島と全羅南道の康津に所有している。ティーミュージアムは済州島に1ヶ所があるが、ここでは韓国の茶文化史、世界の茶文化史、オーソルロクのブランド史、茶の製造体験、ティーショップ、ティーハウス、お茶についての学習が可能なティークラスが設けられている。このように、韓国の茶文化とオーソルロクの茶について学べる複合空間となっている。もちろん、これは同社にとって茶文化を広めるといふ目的もあるが、消費者へ自社の茶をアピールすることで販売拡大、さらにはそれを通じた企業全体のイメージアップを目的とし

たものであると考えられる。

次に、同社が扱っている緑茶関連製品（緑茶成分を利用した化粧品はここでは除く）についてみていこう。同社の茶のラインとしては、オーソルロクとソルロクの2つがある。前者は百貨店やティーハウス用の製品であり、後者は量販店やスーパー用の製品である³⁾。表6に製品数と平均価格を示す。

同社のホームページによれば、オーソルロクの製品はマスターズティー、緑茶、発酵茶、紅茶、ハーブティー、スペシャルティーに分類されている。マスターズティーは文字通り、高級緑茶であり平均価格が94,000ウォンとなっており、他に比べると圧倒的に高く、最高で150,000ウォンである。その他のものは、20,000ウォン

表6 オーソルロクの製品と平均価格（2012年3月現在）
（単位：ウォン）

分類	製品数	平均価格	備考
マスターズティー	5	94,000	最高価格 150,000ウォン
緑茶	17	19,676	
茶葉	9	23,889	
ティーバック	8	14,938	
発酵茶	6	25,833	
茶葉	5	28,000	
ティーバック	1	15,000	
紅茶	11	20,409	
茶葉	5	27,000	
ティーバック	6	14,917	
ハーブティー	15	27,000	最高価格 70,000ウォン
茶葉	9	35,000	
ティーバック	6	15,000	
スペシャルティー	5	18,900	
茶葉	2	25,000	
ティーバック	3	14,883	

註：期間限定の製品などがでることがあるので、実際の製品数とは異なることがある。
資料：オーソルロクホームページをもとに作成。

台を推移している。当然、茶葉の方がティーバックよりも高い。茶葉は一般的に25,000ウォンだが、ティーバック（10袋入り）は15,000ウォンで販売されている。また、百貨店やティーハウス用のブランドであることから、値段も高く、高級緑茶のブランドになっている。

表7に、ソルロクの製品と平均価格を示す。オーソルロクとは異なり、価格は比較的低い。平均価格も緑茶の茶葉で10,000ウォンを超えるほか、その他では10,000ウォン以下となっている。先ほどのオーソルロクとは異なり、発酵茶や紅茶のカテゴリーに入る商品は取り扱われていない。

しかし、一方では「水出し緑茶」や「水出し玄米茶」など、オーソルロクには見られない商品もみられる。ティーバックに関しては、100袋や200袋といった大容量サイズもある。つまり、量販店やスーパーなどで販売される商品で価格が抑えられ、製品も茶葉よりもティーバックが多くなっていることから、実際に消費者が日常生活で飲むお茶という位置づけになっていると考えられる。

さらに、緑茶葉やティーバックの製品に加えて、緑茶の成分に着目して開発した製品の販売

表7 ソルロクの製品と平均価格（2012年3月現在）
（単位：ウォン）

分類	製品数	平均価格	備考
緑茶	20	9,700	最高価格 22,000ウォン
茶葉	5	14,580	
ティーバック	15	8,073	
ハーブティー	10	6,973	最高価格 9,900ウォン
茶葉	2	9,400	
ティーバック	8	6,366	

註：セットで販売される製品は除いている。
出所：Eマートモールで取り扱われるソルロクの販売価格を参照して作成。

も行われている。プラスラインとして、先述の粉緑茶、水出し茶に加え、緑茶ラテがあるほか、緑茶成分を利用した粉末飲料も販売している。価格は6,000ウォンから13,500ウォンまであり、オーソルロクの製品とは異なり、消費者が手軽に購入できる価格となっている。

このように、アモーレパシフィックは化粧品企業ではあるが、韓国の茶文化普及のために緑茶部門を保有し、そのための取組みを進めている。もちろん、化粧品企業であるので、緑茶を利用した化粧品の販売も行っている。緑茶に関しては、オーソルロク、ソルロクのブランドがあり、それぞれ前者が高価格の緑茶、後者は消費者が手軽に購入できる価格となっていた。前者は茶葉が多く、後者はティーバックが多くなっていた。このほかにも、緑茶成分を利用したスティック飲料を販売している。これらの原料のうち緑茶関連の部分は自社茶園から調達したもので、韓国産茶葉にこだわっているという特徴がある。

加えて、同社の緑茶の主産地である済州にティーミュージアムを設置・運営し、韓国や世界の茶文化が体験できるようにしている。さらに、ティーハウスを運営し緑茶や緑茶を利用したデザートを楽しむことができるようにしている。このように、緑茶産業の発展、茶文化の普及、自社イメージの向上のための取組みを進めている。飲料会社ではなく、化粧品会社が緑茶産業に関わっており、リードしているという点は

日本とは異なる点であるといえる。

2. 緑茶産地における対応⁽¹⁾ - 河東

河東は宝城に次ぐ、韓国第二の緑茶産地である。農家数や面積などは表8に示す通りである。緑茶の生産としては、全体で2,108トンである。内訳をみると高級茶が302トン(15%)、ティーバックが1,806トン(85%)となっており、ティーバックの生産量が多くなっている。

河東の緑茶は、河東自体が韓国における栽培開始の地であること、新羅時代から当時の王たちにより緑茶が飲まれていたことなどから、「王の緑茶」というネーミングが入っている。この河東緑茶の産地育成などに関わっているのが、(財)河東緑茶研究所(以下、河東緑茶研究所とする)である。

河東緑茶研究所は、2007年10月に開所した研究所で、半官半民で運営されている。研究所設置に関わる動きとしては、2005年の時点から始まっていた。研究所設立の目標としては、「緑茶の科学的研究のための人的・物的インフラを構築し、食・医薬品および機能性素材開発などの革新的技術開発を遂行し、地域経済発展に資すること」⁴⁾とされている。

研究所の人員は20名(所長、専任研究員6名、補助研究員5名、行政支援6名、工場2名)である。研究所は企業支援室、研究開発室、遺伝資源開発室、行政室の4つから構成されている⁵⁾。企業支援室では、人材や製品開発への支

表8 河東における生産の現状

栽培現状			生産現状(トン)			
農家数 (戸)	栽培面積 (ha)	混作面積 (ha)	所得額 (億ウォン)	高級茶 (雨前~大雀)	ティーバック	茶合計
2,106	1,032	85	280	302	1,806	2,108

資料：河東緑茶研究所資料。

援が行われ、研究開発室では有用物質の分析、素材開発などが行われている。遺伝資源開発室では栽培技術、優良品種の育成などが行われ、行政室ではネットワーク構築、情報支援などを行っている。

研究所のビジョンには3F戦略と呼ばれる戦略がある。これは、韓国の緑茶を既存の緑茶生産国である日本緑茶、中国緑茶、台湾緑茶といった各国の緑茶との差別化を図り、河東の緑茶を世界に広げることを目的としたものである。その際の3Fとは機能性緑茶（Functional tea）、フュージョン緑茶（Fusion tea）、環境にやさしい緑茶（eco-friendly tea）の頭文字をとったものである。こうした特長を持った河東緑茶の生産を通して、他国の緑茶との差別化を図ろうとしている。

先述のように、同研究所は製品の開発を行うことがその主要な業務に入っているが、これまでに緑茶やその成分を応用した製品の開発も行ってきた。緑茶成分を利用したダイエット用の顆粒飲料、緑茶ゼリー、緑茶粥、緑茶ラテ、緑茶の自販機、鉢植えなど多様な製品の開発を行ってきた。

次に、河東の農協での対応についてみておこう。ここで事例とするのは、花開（ファゲ）面にある花開（ファゲ）農協である。花開農協は1970年に業務を開始し、今日に至っている。表9には農協の概要を示す。管内の人口の3分の1弱が組合員で、組合員の3分の1ほどは女性である。同農協は本店1ヶ所、加工事業所1ヶ

表9 花開農協の概況

管轄区域	耕地面積 (ha)		管内人口 (世帯数)	組合員 (女性)	准組合員 (女性)	代議員 (女性)
	田	畑				
花開面	267	366	3,651 (1,047)	1,373 (485)	1,915 (1,093)	50 (13)

出所：花開農協『加工事業所概況』より一部抜粋。

所、経済事業所1ヶ所、ハナロマート(小売店)1ヶ所、ガソリンスタンド1ヶ所といった施設を構えている。特に、この加工場では緑茶を中心に、栗、梅、蜂蜜など特産物の加工が行われている。

表10に加工場の概要を示す。1991年に加工事業の計画が策定されて以後、加工場の竣工が行われて、加工場が完成してからも様々な事業の支援を受けながら、加工場の施設の拡充などが行われてきている。この過程では各種の表彰も受けており、緑茶関連では2007年5月に社団法人韓国茶人連合会から「2007年今年の銘茶賞」の大賞を受賞し、同賞は2009年5月にも受賞している。さらに、2010年には韓食世界化適合銘茶大会での発酵茶部門で金賞、緑茶部門では品質賞を受賞するなどの成果を上げている。このほかにも、ISOや韓国の親環境認証などの各種認証も取得している。

次に、花開農協における茶関連製品をみておこう。茶関連製品は緑茶、発酵茶、ハーブティー、緑茶関連加工品がある。表11に示す通り、製品数では緑茶とハーブティーが多い。発

表10 花開農協加工場の沿革(主なもののみ)

年月	内容
1991年8月20日	雀舌茶の伝統食品加工事業の基本計画を策定
1992年3月30日	1992年 政府支援農水産物加工事業育成計画確定
1992年4月3日	1992年 伝統食品開発試験事業業者に指定される
1993年4月2日	加工工場登録
1994年8月2日	産地系列加工事業計画の承認
1999年12月22日	農村加工事業育成事業対象者に確定
2002年2月21日	農林部指定「産地専門組織」に選定される

資料：表9に同じ。

表11 花開農協の緑茶関連加工品

分類	製品数	平均価格	備考
緑茶	19	-	最高価格 130,000ウォン
茶葉	9	38,444	
ティーバック	10	3,300	
発酵茶	2		
茶葉	1	50,000	
ティーバック	1	2,500	
ハーブティー	19	-	最高価格 27,000ウォン
茶葉	8	22,200	
ティーバック	11	3,864	
緑茶関連加工品	7	-	最高価格 13,000ウォン
海苔	5	4,460	
菓子類	2	3,200	

資料：表9に同じ。

酵茶は、各1品目に過ぎず、緑茶とハーブティーが中心になっている。

また、茶葉とティーバックではティーバックが多く、緑茶で10品目、ハーブティーでは11品目である。さらに、これらの価格をみると、茶葉が圧倒的に高い。特に、緑茶は最高価格が100gで130,000ウォンの雀舌茶（翠春）で、最も安価なものがティーバック25個入りの玄米緑茶で1,400ウォンである。

先ほどの、アモレパシフィックの場合と同じく、ティーバックは消費者が日常的に飲むものとしての位置づけで、茶葉は贈答用としての

位置づけにあると考えられる。さらに、緑茶を利用した海苔やキャンディー・ゼリーなどの菓子類などの製品もあり、海苔に関してはミニサイズから大判サイズまでである。日常的に食する海苔と緑茶を結びつけるなど、緑茶消費拡大のための意図がみられる。

このほか、河東には茶博物館がある。河東の茶栽培や茶産業の歴史などが学べるようになっているほか、緑茶の試飲ができるようになっている。さらに、河東の緑茶の収穫時期に合わせて、イベントを行うなど、河東や河東緑茶のアピールのための取組みも積極的に行われている。

3. 緑茶産地における対応⁽²⁾ - 宝城

(1) 緑茶産業の概要

表12と表13に宝城郡の緑茶栽培の現状を示す。表12によれば、宝城郡の緑茶栽培農家数は2006年の1,358戸から2009年には1,097戸まで減少している。これに伴い、栽培面積や収穫量も減少している。一方で、収穫可能面積は若干の増加を示している。ここから期間内においては、緑茶生産が比較的安定して行われていることがわかる。

表13に親環境認証の動向を示す。2009年時点では、親環境認証を受けた農家は530戸で、これは全体の48.3%を占める。認証を受けているのは多くが大規模農家で、こうした農家を中心

表12 宝城郡の茶畑の現状

区分	農家数	栽培面積(A) (ha)	収穫量(乾葉)(トン)	収穫可能面積(B)	B/A(%)
2006年	1,358	1,111	1,572	659	64.4
2007年	1,368	1,148	1,410	940	82.0
2008年	1,097	1,164	1,327	885	76.0
2009年	1,097	1,097	1,266	844	77.0

資料：宝城郡『農漁村雇用創出と付加価値創出のための宝城緑茶食品産業化育成計画』2010年10月、3ページ。

表13 宝城郡の親環境認証緑茶の現状

認証区分	農家数(戸)		栽培面積(ha)	
	2006年	2009年	2006年	2009年
有機	16	47	148.6	250
転換期	5	52	16.6	69
無農薬	3	430	23.6	411
低農薬	258	1	294.8	24
合計	282	530	483.6	754

資料：2009年は表12に同じ、2006年については宝城郡(2007)の10ページを参照。

に生産が行われているとみられる。栽培面積でも68.7%が親環境認証緑茶の栽培を行い、宝城緑茶の多くが親環境認証を受けたものであることがわかる。2006年時点と比較した場合、親環境認証を受けた農家ならびに栽培面積ともに増加している。なかでも、有機認証が大きく増加するとともに、低農薬認証が減少している。つまり、この間に緑茶生産者が有機栽培へ転換していったことが確認できる。

また、18農家の4ヶ所の加工場(127.4ha)は、韓国国内の親環境認証のみならず、JASをはじめとした海外の有機認証を受けている。このようなところでは、韓国国内のみならず、海外への輸出も視野に入れた取組みが進められている。

次に、宝城における原料生産・加工・流通といった分野別の対応をみていくことにする。

第1に、原料生産分野である。先述のように、2009年の時点での栽培面積は1,097haで収穫可能面積は844haである。栽培面積全体に占める栽培可能面積の割合が増加していることから、これに伴って緑茶関連市場が拡大すると、乾葉の生産量が増加するのではないかと考えられる。

第2に、加工分野である。緑茶の加工に関しては、生葉を加工する1次加工の過程と緑茶を

完成品として加工する2次加工の過程がある。宝城郡の場合は、多くの製茶業者が1次加工設備を持っているので、1次加工を行った後は2次加工を行うか1次加工を行ったものを外部の加工業者に販売するのが一般的である。

地域内の加工業者のなかには、一部ではあるもののティーバック、緑茶味噌、緑茶コチュジャンなどの加工設備を持っているところもある。なお、宝城の1次加工設備の場合、1日当たりの処理量は最高で55.4トンの生葉が処理でき、年間では約1,385トンの乾葉を処理することができる。

このほかにも、韓国国内の茶類消費の減少を受けて、2009年から緑茶関連製品開発事業を行い、8億ウォンを投資して、宝城緑茶油、緑茶豆腐、緑茶ラテなどの関連食品産業の育成を行っているが、規模や組織などの面での問題を抱えている。

第3に、流通分野である。宝城の製茶業者による完成品は茶葉とティーバックに分けられている。茶葉の場合は、雨前、穀雨、細雀の3種類に限って郡守品質認証と地理的表示制の対象となっている。こうした製品の多くは宝城への観光客やネット販売を中心に流通している。こうした一部の完成品を除いた多くの宝城緑茶は地域外の加工業者に販売されるケースが多くなっている。

地域外への販売は少数の製茶業者により行われているが、資金力やマーケティングの不足、専門的な人材の不足などの面の弱点を抱えているため、全国的な流通が困難なものとなっている。そのため、全国的な流通網の構築が課題となっており、現状の小規模零細の製茶業者を中心とした流通構造から大規模化などへの転換が重要な課題となってきている。

(2) 緑茶産業育成のための対応

宝城郡では、緑茶産業の育成として2011年から2014年の間に各種の事業を行うことになっている。原料供給、加工・生産施設の拡充、研究開発と大規模化、安定的な販路確保という4つの事業に分かれている。表14にみられるように、商品開発が80億ウォン、加工・生産施設拡充が30億ウォンで、これらが産業育成のための重要な事業になっている。

このほかにも、流通・マーケティング関連の事業が28億ウォンとなっている。製品開発と販売網構築事業の合計額が108億ウォンで全体の約76%を占めている。各分野の現状で指摘したように、流通・マーケティング分野という、これまで比較的弱いとされてきた分野の強化が事業の中心に置かれている。この事業推進に関わる機関としては、事業を総括する宝城郡を中心

に、緑茶事業団、宝城茶生産者組合、韓国食品研究院、宝城緑茶営農組合法人、緑茶研究所の5つの機関がある。事業主体は宝城郡であるが、流通に関しては緑茶事業団に加えて、宝城茶生産者組合が担当している。事業は2011年の3月から実施されており、事業費は80億ウォンである。

このように、宝城では緑茶生産に加えて、緑茶産業育成のための支援対策が講じられている。なかでも、流通・マーケティングといった、従来目を向けられてこなかった分野の強化が重要な対策になっている。さらに、販路が限定されているという問題もあったので、流通網の構築を進めていくことが今後重要になっていくといえる。

表14 分野別の推進事業の内訳

分野	事業名	事業費 (百万ウォン)	主要事業内容
原料供給 基盤拡充	緑茶官能評価士の養成・製茶技術教育	200	・官能評価士の養成 ・製茶技術教育
	緑茶の安全性管理体制の確立	120	・残留農薬検査 ・郡守品質認証制
	国際有機認証獲得・管理	120	・有機認証の面的拡大
加工・生産 施設拡充	有機加工工場の建設	2,000	・工場建設
	宝城緑茶のRFID/USN産業化	1,000	・トレーサビリティシステムの構築
商品開発	緑茶抽出物を利用した機能性食品・関連製品開発	8,000	・開発研究領域 ・生産施設構築
販売網構築	ブランド・流通マーケティング活性化	2,000	・広告、CM制作 ・国内外の博覧会参加 ・海外市場の開拓
	茶製造体験観光の活性化	800	・指導者、賃貸料の支援 ・オールシーズン対応の茶製造体験場の設置
合計		14,240	

資料：表12に同じ。

IV . 結論

これまでみてきたように、韓国の緑茶産業・緑茶産地では様々な対応が取られていた。アモーレパシフィックの場合は、茶葉を百貨店用とスーパー用の商品に分けて販売し、茶文化の普及と企業イメージのアップに重点を置いた取組みを行っていた。

河東や宝城の場合は、韓国の大産地という特徴、さらには両産地の歴史や茶の特徴を活かした取組みがなされていた。自治体が主体となっているほか、緑茶研究所が製品開発や農家支援において中心的な役割を果たしていた。研究所の運営主体は、河東の場合は第三セクター、宝城の場合は郡所属機関であり、運営主体が異なっていた。

しかし、これらの産地における茶の販売をみると、前述のアモーレパシフィックとは異なる問題を抱えていた。それは、流通網の構築とマーケティングである。茶の販売が地域内に限定されていることに加えて、規模が零細なこともあり、全国的な流通網の構築は行われていないという問題があった。したがって、こうした流通網の構築や生産・販売体制の組織化が今後、重要な課題になっていくといえる。

最後に、日本との違いと示唆点について述べておきたい。日本とは異なり、韓国ではティーバックが普及している。そのため、韓国で緑茶というと高級緑茶とティーバックに二分されている。そのため、金京姫（2011）が指摘するように、日本のようにティーバックと高級茶葉の中間に位置するような茶葉はさほどみられない。したがって、こうした茶の開発と普及が必要になっていくと考えられる。

一方で、緑茶成分を利用した製品（化粧品や粉末飲料）などが比較的多いという特徴もあ

る。これは、韓国では日本よりも緑茶の飲用が一般的ではないことから、緑茶葉以外のところで緑茶を利用した製品で消費者に訴えるという目的があると考えられる。こうした緑茶成分を利用した各種製品の開発については、日本に対しても示唆を与えるところがあるのではないかと考えられる。

いずれにしても、河東のところでも若干述べたが、韓国は日本や中国とは異なる緑茶産業の育成により、世界市場へ進出とするという目的を持っている。日本の場合は、こうした韓国の戦略を見据えた上で、海外進出を進めていくことが今後重要になっていくといえる。

注

- 1) 日本における韓国の緑茶産業関連の文献としては、李珍鎬（2002）があるに過ぎない。
- 2) オーソルロクホームページ「美しい執念」（韓国語）による。
- 3) ただし、観光客などの多い地域にある量販店のなかには、人気のあるオーソルロク商品を一部扱っているところもあるようである（2012年3月16日、ソウル市内のA量販店にて確認）。
- 4) 河東緑茶研究所・名品河東緑茶事業団・河東郡「河東 王の緑茶」、46ページ。
- 5) 河東緑茶研究所『22世紀に備える 河東緑茶研究所』（パンフレット）。

参考文献

- アモーレパシフィック雪緑事業部「国内茶市場および生産現況」（2012年2月15日入手資料）。
- 李珍鎬「韓国の緑茶産業韓国茶業の現状と、先進的茶業を追及している粧源産業（株）の取り組み」『茶』第55巻第2号、2002年2月。
- 金京姫『緑茶消費者の選択属性と満足が忠誠度に与える影響：関与度の調節効果』誠信女子大学校大学院博士学位論文、2011年。
- ハン・ミジャ『美しい執念 - オーソルロクの話 - 』ヌルワ、2005年。

朴ムンホ・李ムンホ・金ソンヨン・安ピョンイル『緑茶需給安定および競争力提高方案』韓国農村経済研究院、2008年。

オーソルロクホームページ

(<http://www.osullocmall.com/>)

河東緑茶研究所・名品河東緑茶事業団・河東郡『河東 王の緑茶』

河東緑茶研究所『22世紀に備える 河東緑茶研究所』(パンフレット)

花開農協『加工事業所概況』。

宝城郡『農漁村雇用創出と付加価値創出のための宝城緑茶食品産業化育成計画』2010年10月。

宝城郡『宝城緑茶産業特区計画』。

食品ジャーナル『食品流通年鑑2011』2011年。

東遠 F&B ホームページ(<http://www.dongwonfbc.com/index.asp>)