


## 발표 2

# 공주시 양봉산업 육성을 위한 기본계획

이관률 · 김종화 책임연구원(충남발전연구원)





# 公州市養蜂産業育成のための基本計画

李官律・金鐘和

## Contents

- 01 研究の概要
- 02 養蜂産業の現状に対する検討
- 03 養蜂産業の消費構造の分析
- 04 基本構想と核心事業

# 01

## 研究の概要

1. 研究の概要
2. 研究の背景と目的
3. 先進地見学

Page ■ 3

## | 課題の概要

### ■ 課題名

公州市養蜂産業の基本計画

### ■ 課題期間

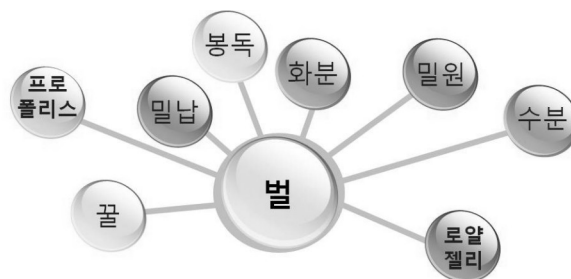
2013.11.4 ~ 2014.5.31

Page ■ 4

## II 課題の背景と目的

■ 本研究の目的は公州市の養蜂産業育成のための基本計画を立てることである

- 公州市における養蜂産業の状況や問題を明らかにし、養蜂産業の育成戦略を多角的・総合的に提示する。
- 先進国の養蜂産業の動向や特徴を把握し、未来の生命産業としての養蜂産業の発展方案を提示する。



Page ■ 5

## III 課題の進行状況

- ◆ 政策討論会：4回
- ◆ 現場討論会：1回
- ◆ 農家インタビュー：5回
- ◆ 韓国養蜂協会インタビュー：1回
- ◆ 日韓養蜂研究会：1回



Page ■ 6

# 先進地見学

## 養蜂と教育農場の融合事例：6次産業化事例 － エデン養蜂院（江原道横城郡）



## 先進地見学

横城 エデン養蜂院

2014.2.25



# 02

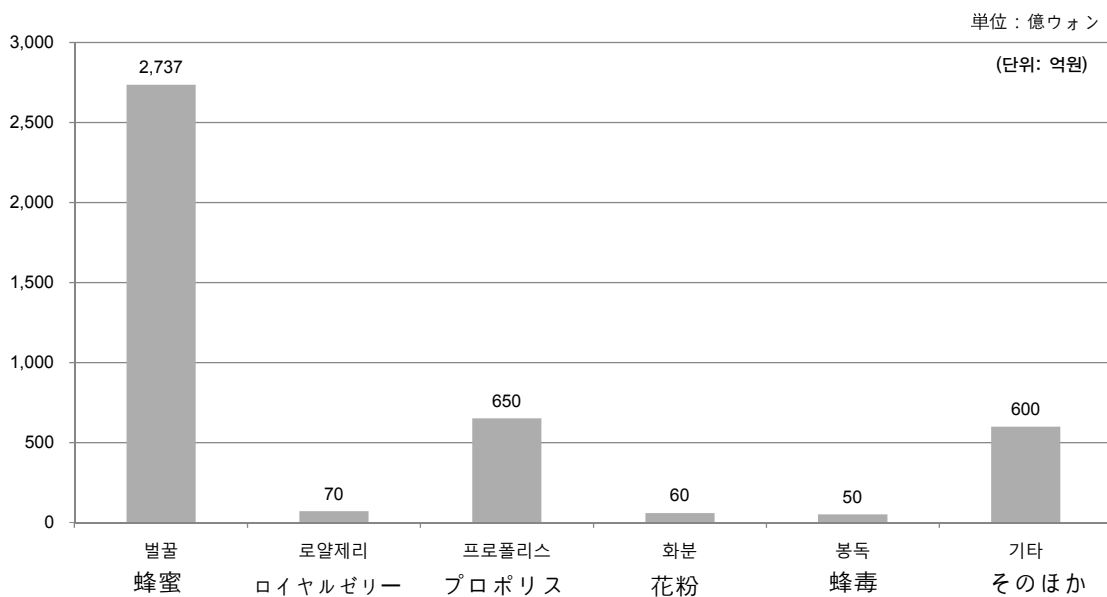
## 養蜂産業の現状に 対する検討

1. 養蜂産業の状況
2. 養蜂産業の前方・後方産業
3. 養蜂産業のキーワードの構造
4. 公州市養蜂産業の状況
5. 公州市養蜂産業の実態

Page ■ 9

### 養蜂産業の状況(1)

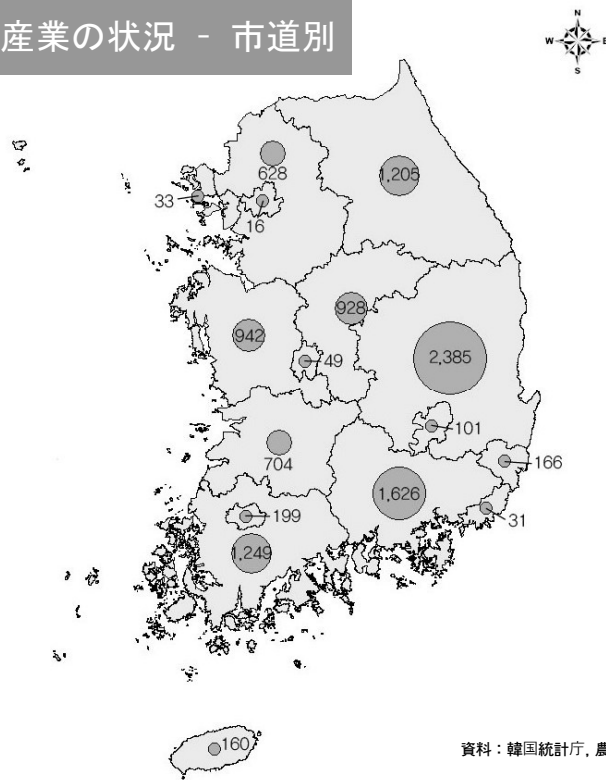
#### 韓国における養蜂産業の市場規模(2013)



Page ■ 10

## 養蜂産業の状況 (2)

### 韓国における養蜂産業の状況 - 市道別

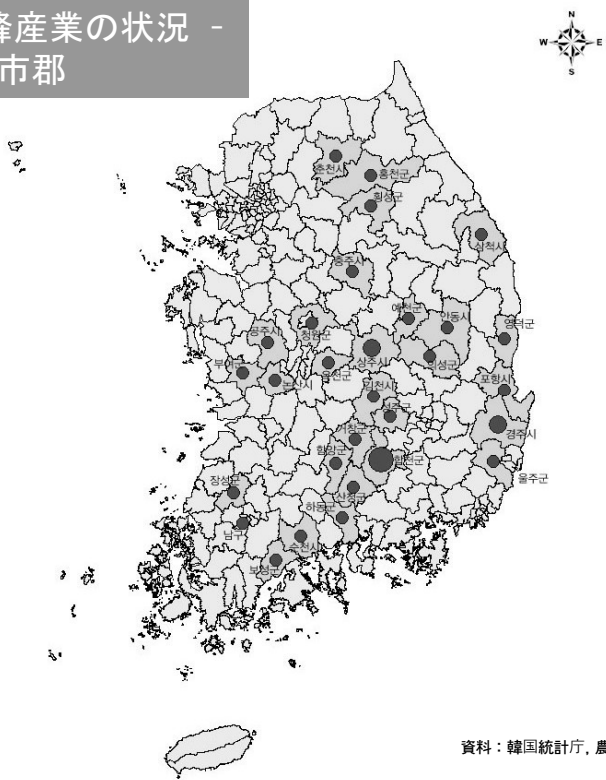


Page ■ 11

資料：韓国統計庁，農漁業総調査，2012

## 養蜂産業の状況 (3)

### 韓国における養蜂産業の状況 - 上位30市郡



Page ■ 12

資料：韓国統計庁，農漁業総調査，2012



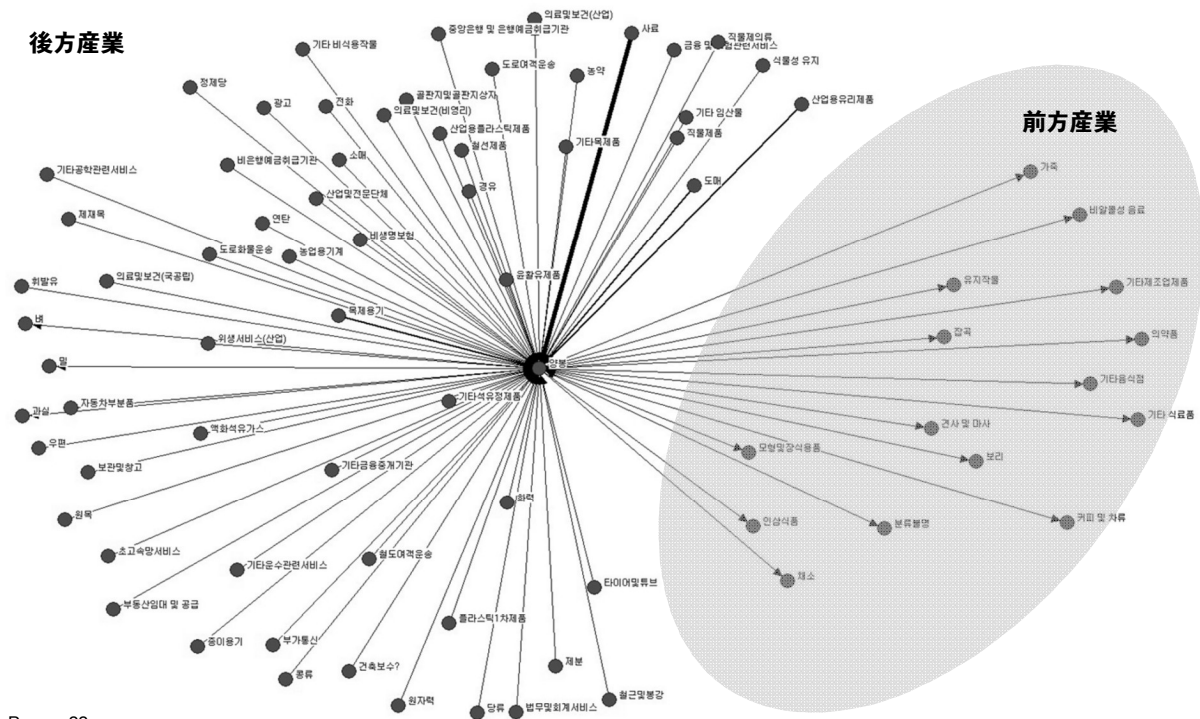
## II 養蜂産業の前方・後方産業(1)

分類	後方係数	分類	前方係数
飼料	0.247575	食料品	0.014984
産業用ガラス製品	0.051254	コーヒーと茶	0.004481
木製容器	0.041415	麦	0.003744
卸	0.030970	小麦	0.003741
稲	0.020715	医薬品	0.002624
中央銀行と銀行	0.011279	油脂作物	0.002177
植物性の油脂	0.011007	非アルコール性飲料	0.001625
林産物	0.010070	雑国	0.001578
医薬品	0.008029	絹と麻	0.001452
非常用作物	0.008020	飲食店	0.001147
精製糖	0.007684	飾り用品	0.000953
小売	0.006017	野菜	0.000949
木製品	0.004585	製造業製品	0.000937
経由	0.004540	医療と保険(産業)	0.000898
練炭	0.004449	皮	0.000442
金融と保険	0.004447	稲	0.000434
道路貨物運送	0.003959	果樹	0.000391
道路旅客運送	0.002701	分類不明	0.000379
電話	0.002612	人参食品	0.000360
鉄筋と棒鋼引	0.002367	薬用製品	0.000233

Page ■ 13

資料: 韓国銀行(2009), 産業連関表

## II 養蜂産業の前方・後方産業(2)



Page ■ 22

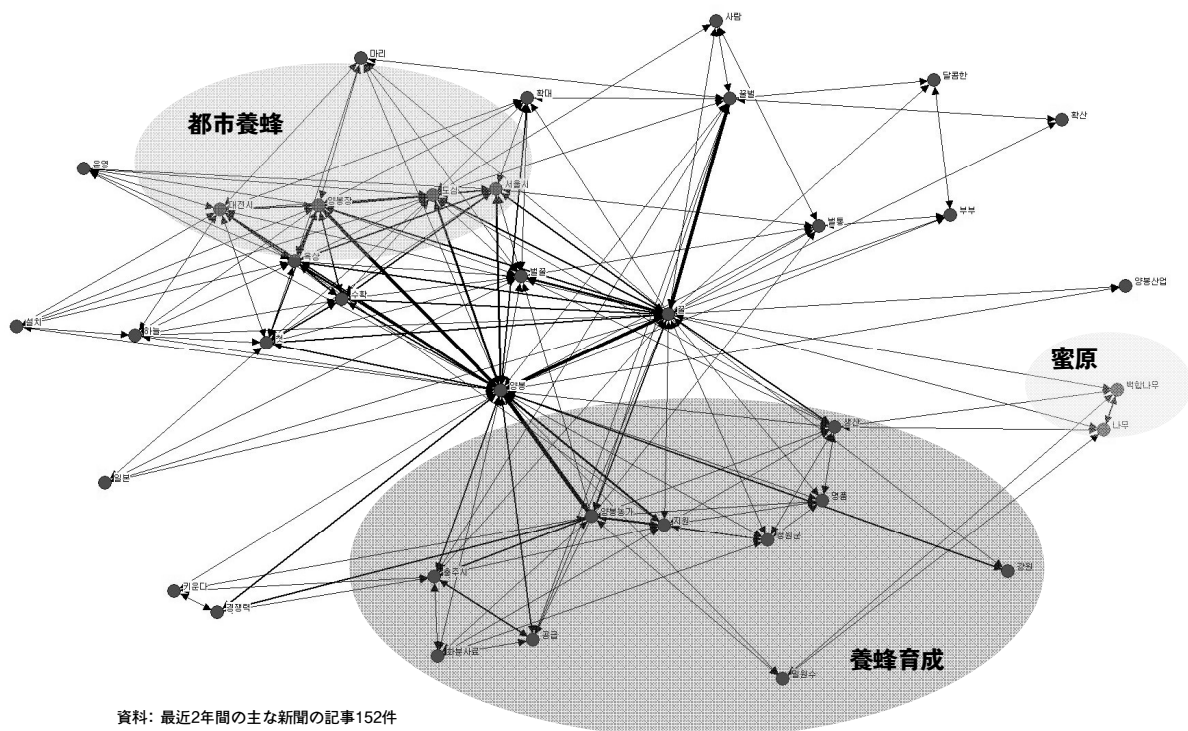
### III 養蜂産業のキーワード構造(1)



資料: 最近2年間の主な新聞の記事152件

Page ■ 15

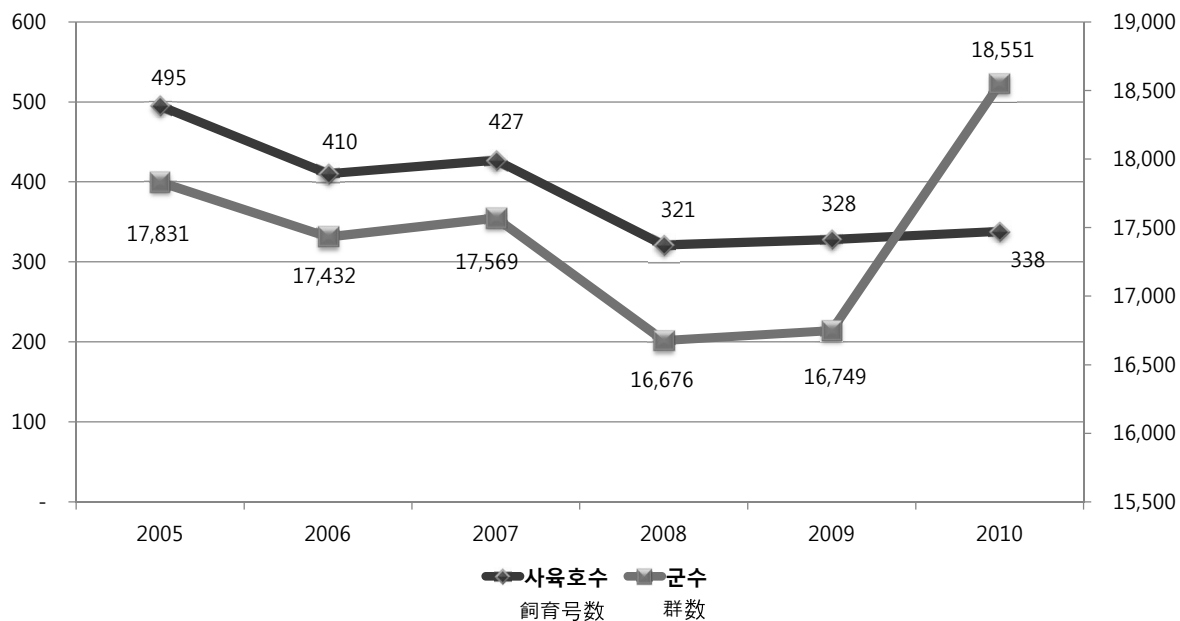
### III 養蜂産業のキーワード構造(2)



資料: 最近2年間の主な新聞の記事152件

Page ■ 16

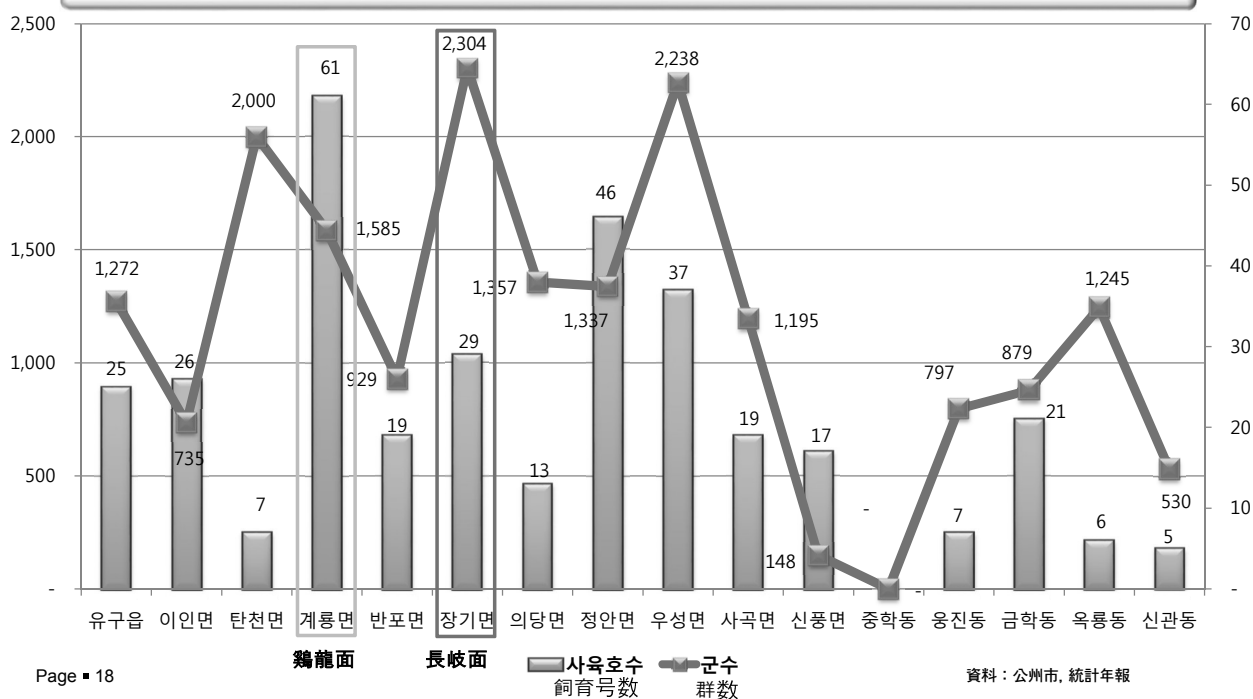
## Ⅳ 公州市における養蜂産業の状況(1)



Page ■ 17 資料：公州市, 統計年報

## Ⅳ 公州市における養蜂産業の状況(2)

■ 邑面別の養蜂の状況



Page ■ 18

資料：公州市, 統計年報

## Ⅳ 公州市における養蜂産業の状況(3)

### ■ 公州市の養蜂農家に対する資源現況(2011~2013)

年度	資源金額(千ウォン)	資源品目	支援機関
2011	29,844	代用花粉 蜂蜜の便 採蜜機 採蜜の枠	道費+市費
	89,532		
	20,000		市費
2012	23,400	代用花粉 蜂蜜の巣箱(beehive)	道費+市費
	72,000		
	20,000		市費
2013	88,758	代用花粉 脱蜂機 蜂毒採取機 溶解機 蜂蜜の巣箱(beehive)	道費+市費
	25,542		
	27,000		
	6,300		
	20,000		市費

Page ■ 19    자료: 공주시 내부자료

## Ⅴ 公州市における養蜂産業の実態(1)

### ■ 公州市の養蜂農家の数は約138農家(農林総調査, 2010)

- 小規模の養蜂農家を含むと、約338農家(統計年報, 2011)

### ■ 大規模の養蜂農家は移動養蜂と固定養蜂を並行

- 最近、開花時期の地域の差がなくなったため、徐々に移動養蜂の経済性がなくなっている

### ■ 養蜂産物は様々であるが、蜂蜜を中心とした養蜂産業が形成

- 農家が段純な採蜜し加工しているため、プロポリスなどが産業として成長できない。

### ■ 養蜂農家は2000Lを直接販売しているが、それを除いた分は養蜂組合に納品

- 養蜂組合に納品したら直接販売より収入が1/2に減少。そのため、直接販売の割合が増加している

### ■ 養蜂農家はブランドがなく、蜂蜜は品質検査もないまま市場に流通されている

- 固有なブランドと商品登録がなく、様々な品質検査を行ってない

Page ■ 20

- 養蜂産物の容器が洗練ではなく、商品の種類を多様ではない

- 容器が画一化されていて、商品の類型もアカシア、栗、野生花に限定

- 養蜂農家の連合体があるが、関連事業を協力的に行っていない

- 公州市の養蜂協会から関連情報や技術の交流、新たな事業推進が行っていない

- 養蜂農家に高齢化によって、産業としての持続的な成長ができない

- 主な農家が60歳以上であり、新たな投資が消極的である

- 養蜂産業と様々な地域開発事業との連携が行っていない

- 養蜂産業が街づくり、6次産業化などと連携していない

## 03

## 養蜂産業の消費構造の分析

1. 調査概要
2. 蜂蜜に対する消費者の選好
3. 韓国産蜂蜜に対する消費者の認識
4. 蜂蜜の購買要因
5. 養蜂産業のイメージ
6. 養蜂産業の認識構造
7. 養蜂産業の市場需要
8. 蜂蜜の市場需要

## 調査概要

### 蜂蜜と養蜂産業に関するアンケート調査

#### 調査期間

・ 2014.02.17～2014.02.26

#### 調査対象

・ 大田地域の都市民 211人

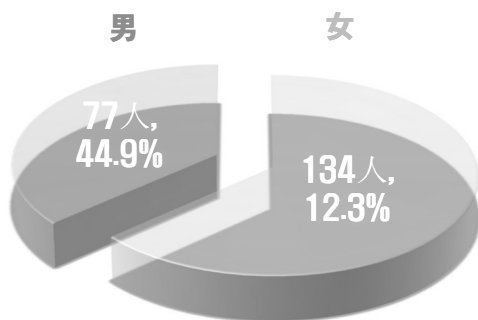
#### 調査内容

- ・ 蜂蜜に対する消費者の選好
- ・ 韓国産蜂蜜に対する消費者認識
- ・ 蜂蜜の購買要因
- ・ 養蜂産業のイメージ
- ・ 養蜂産業の認識構造
- ・ 養蜂産業の市場需要
- ・ 蜂蜜の市場需要

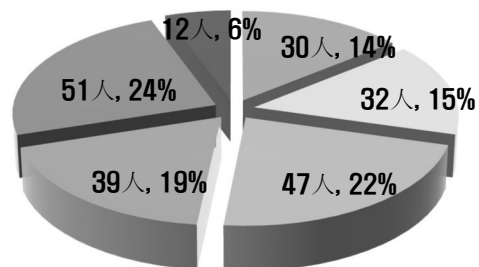
Page ■ 23

## 調査対象の特性

#### 性別



#### 응답자 연령층 年齢

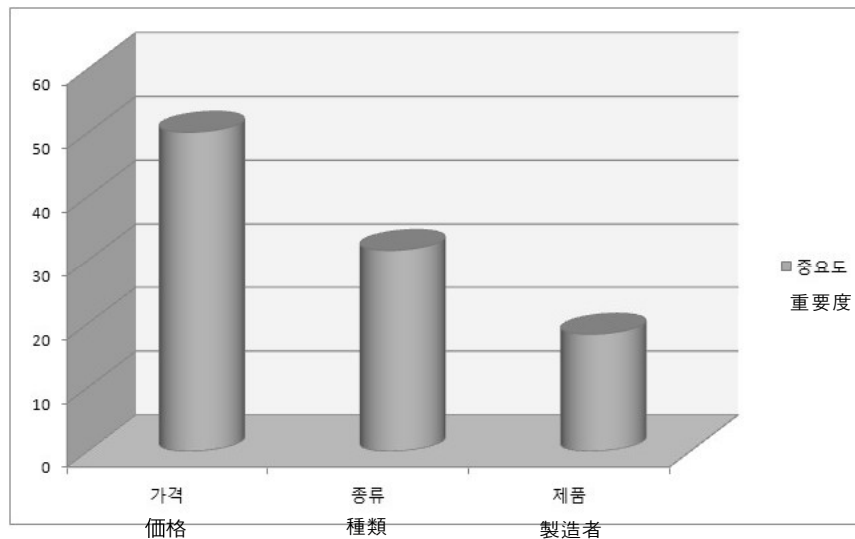


- 만 20세~29세이하
- 만 30세~39세이하
- 만 40세~49세이하
- 만 50세~59세이하
- 만 60세~69세이하
- 만 70세 이상

Page ■ 24

## II 蜂蜜に対する消費者選好(1)

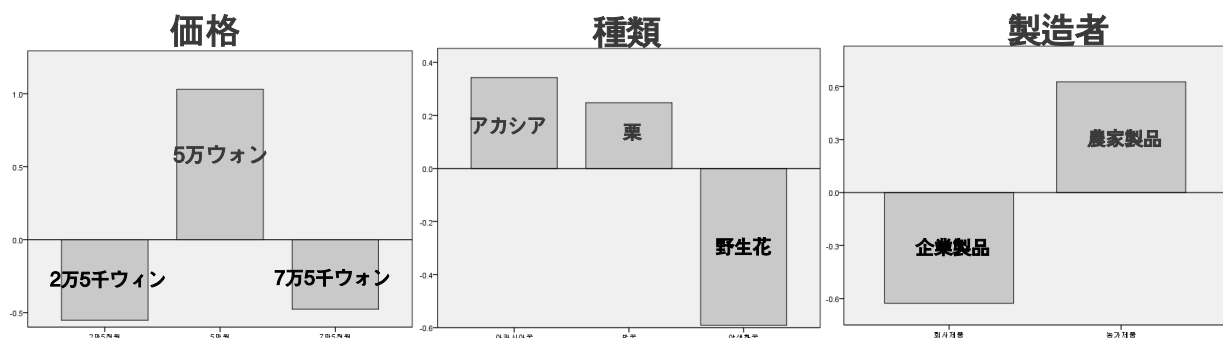
- ・ 消費者は蜂蜜を購入する時、価格、種類、製造者によって選好の差が発生する



Page ■ 25

## II 蜂蜜に対する消費者選好(2)

- ・ 価格は5万ウォンで、適切で信頼感がある価格水準を選好
- ・ 種類はアカシア蜜、栗蜜を選好し、野生花蜜を選好しない
- ・ 製造者は食品企業より農家を選好



Page ■ 26

機能が品質より  
重要である

- ・ 蜂蜜に関する消費者認識は品質要因と機能要因に分けることができる
- ・ 消費者は品質要因より機能要因をもっと重要に評価する
- ・ 蜂蜜の消費を増やすために機能要因を強化する必要がある

#### 消費者の認識構造

##### 品質要因

信頼性

安全性

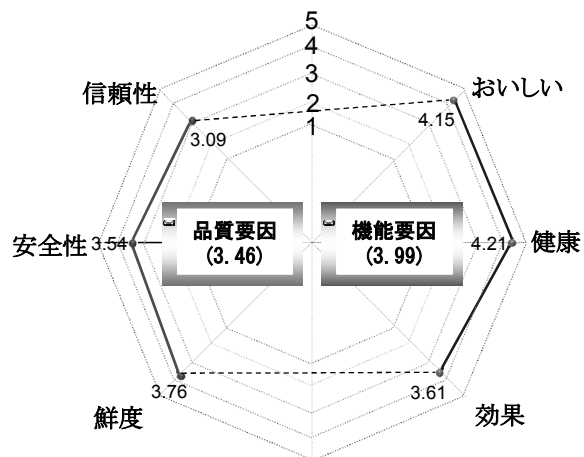
鮮度

##### 機能要因

おいしい

健康

効果



商品が包装より  
重要である

- ・ 蜂蜜の購買要因は商品要因と包装要因に分けることができる
- ・ 消費者は蜂蜜の商品要因を包装要因より重要に評価する
- ・ しかし、包装要因も重要な購買要因である

#### 蜂蜜の購買要因

##### 商品要因

生産地域

粘度

生産者

蜂蜜の含量

生産履歴

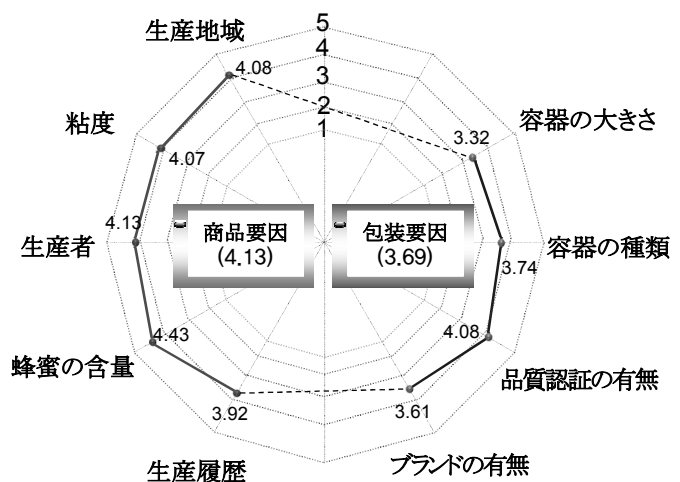
##### 包装要因

容器の大きさ

容器の種類

品質認証

ブランド





## V 養蜂産業のイメージ

### 健康と 甘いイメージ

- ・ 養蜂産業のイメージは健康、甘さ、花、蜂の巣など
- ・ 養蜂産業に対するイメージは全般的に肯定的なイメージ
- ・ 否定的なイメージはあまりない

#### 높은 이미지

건강(75)
달콤함(52)
꽃(49)
벌집(48)
벌(42)
로얄제리(40)
친환경(27)
농촌(23)

#### 중간 이미지

맛(18)
밤(18)
토종(18)
꽃가루(16)
황금색(16)
고급(15)
벌침(15)
숙취해소(15)
꿀단지(13)
육각형(13)

#### 낮은 이미지

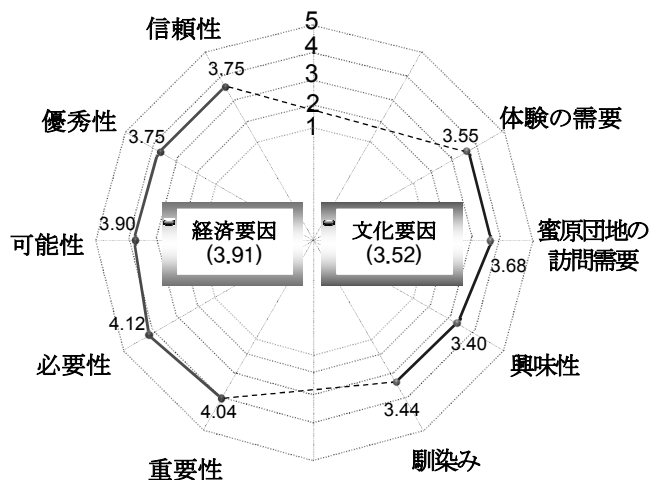
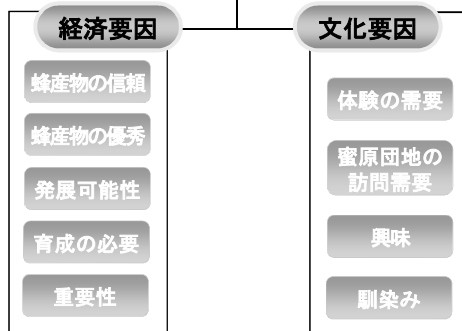
신선함(12)	끈적함(3)
유기농(12)	민음(3)
근면(11)	밀납(2)
꿀물(10)	영양(2)
조직(10)	요리(2)
투명(9)	프로폴리스(2)
웰빙(8)	국산(1)
설탕(7)	꿀떡(1)
가짜(6)	두려움(1)
곤충(6)	보호망(1)
친근함(5)	석청(1)
복면포(4)	유명(1)

## VI 養蜂産業の認識構造

### 經濟要因と 文化要因は 重要である

- ・ 養蜂産業の認識は經濟要因と文化要因に分けることができる
- ・ 養蜂産業の活性化は経済的な面がもっと高い
- ・ 養蜂産業の価値は文化的な面にも高く見える

#### 養蜂産業の認識二構造

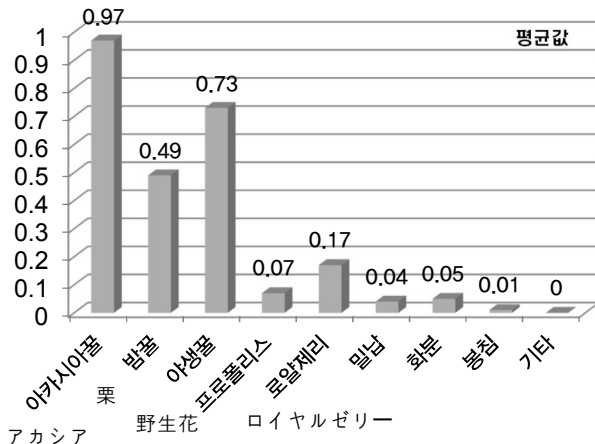


## VII 養蜂産業の市場需要

### 蜂蜜に対する 需要がもっと高い

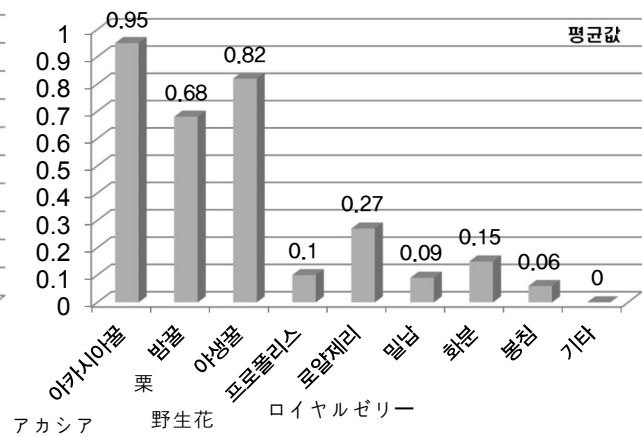
- ・消費者は主にアカシア蜜を中心に購買する
- ・今後、栗蜜と野生花蜜に対する需要が高くなると予想される
- ・他の養蜂産物に対する需要は相対的に低く見える

#### 主に購買する養蜂産物



Page ■ 31

#### 今後、購買意思がある養蜂産物

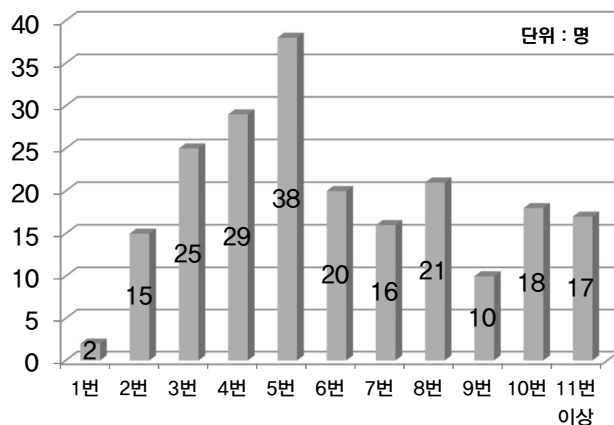


## VIII 蜂蜜の市場需要(1)

### 40代以上は 農家とマートで 購買する

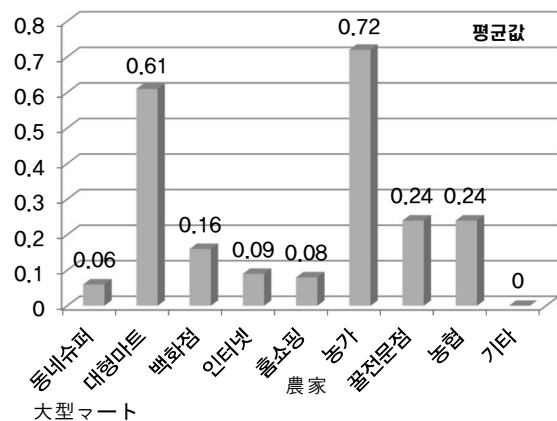
- ・消費者の60%は2年の1回に蜂蜜を購買している
- ・蜂蜜は主に農家と大型マートで購買している
- ・年齢別に見ると、40代から蜂蜜に対する消費需要が増加する

#### 最近10年間、韓国産蜂蜜の購買の回数



Page ■ 32

#### 韓国産蜂蜜の購買場所



## VIII 蜂蜜の市場需要(2)

蜂蜜の再購買意思がとても高く見える

**4.12**  
(5点満点)

蜜原団地の訪問の時、入場料は3,266.77ウォン

3,266.77ウォン



蜂蜜の一本(2.4kg)の適切な価格は45,000ウォン

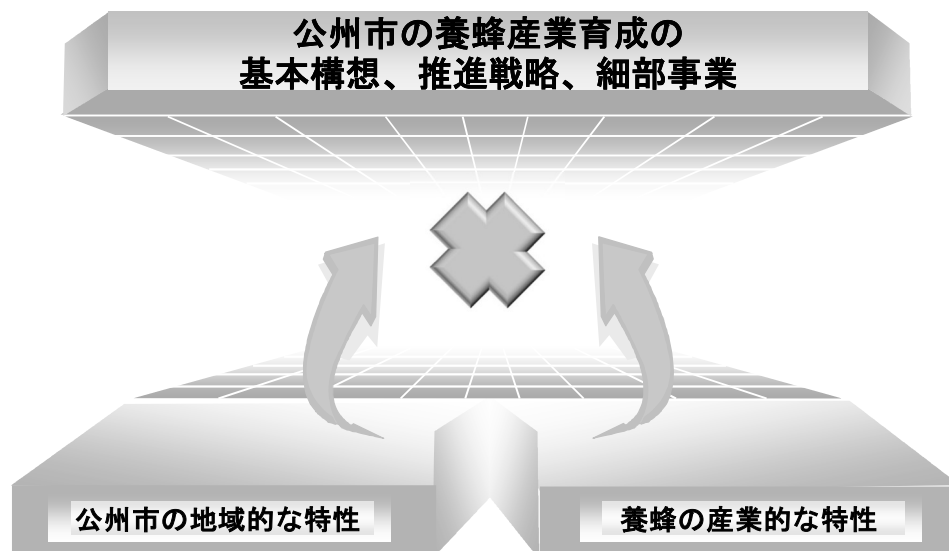
45,279.62ウォン

# 04

## 基本構造と核心事業

1. 基本前提
2. 公州市の地域的な特性
3. 公州市の産業的な特性
4. 基本構造
5. 戦略別の核心事業(案)
6. 追加事業

## I 基本前提



Page ■ 35

## II 公州市の地域的な特性(1)

### 強み(S)

- 公州市は隣接地域と連携した養蜂産業の中心地として発展可能性が高い
  - 忠南地域の養蜂産業の約40%が公州-夫餘-論山 の中にあるため、忠南の他地域より発展潜在力が高い。
- 多数の養蜂農家が長い経歴と深い経験を持っている
  - 養蜂農家の大部分が30年以上の経歴を持っているため、養蜂に関する豊かな技術や経験を持っている。
- 豊かな蜜原樹があり、地域的に特性化された栗の木が多い
  - 地域内に森林の面積比率が高いため、豊かな蜜原樹の確保ができる。また、栗に産地として栗の木の蜜原樹の確保ができる。
- 養蜂農家の積極的な自己開発の意志と相互的な協力文化の形成
  - 公州市養蜂協会を中心とした協力文化が形成されている。

Page ■ 36

## II 公州市の地域的な特性[2]

### 弱み(W)

- 他地域の養蜂産業と差別できる核心的な要素がない
  - 他地域の養蜂産業と差別できる空間的な要素、商品的な要素、運営的な要素がなく、市場の差別化と独占的な利益を確保することができない
- 蜂蜜の中心とした単純な養蜂産業構造による高付加価値の限界がある
  - 蜂蜜を中心に単純な産業構造を持っているため、付加価値を高めることに限界がある。
- 養蜂産物の販売が非公式的であるため、市場の拡大可能性が低い
  - 様々な養蜂産物が個人に非公式的に販売しているため、新たな市場の開拓が制限的である。
- 養蜂産物のブランドがなく、品質認証も行っていない
  - 農家が販売している様々な養蜂産物はブランドがなく、品質検査が行っていない

Page ■ 37

## III 養蜂の産業的な特性(1)

### 機会(O)

- 健康に対する関心が高まっているため、プロポリスなどの市場が形成される
  - 所得水準の向上と高齢化によって健康に対する関心が高まる。それによるプロポリス、ロイヤルゼリーなどの消費が急速に増加
- 都市養蜂によって養蜂産業に対する社会的な関心と需要が拡大
  - 最近、国内・外に都市養蜂を導入し、養蜂産業の関心が高め、その需要が拡大されると予想
- 養蜂産物が高産業と融合化が容易であり、前方産業として発展可能性が高い
  - 養蜂産物の飲食産業、文化産業、医療産業、休養産業など様々な形態の融合化ができる。それによる前方産業の発展可能性が高い。
- 養蜂産業の公益的な価値と文化価値が注目される
  - 養蜂産業が持っている経済的な価値以外に環境保全などの公益的な価値、体験や文化などの文化価値が高まっている。

Page ■ 38

### III 養蜂の産業的な特性(2)

#### 危機(T)

- 韓国内で多数の地域が養蜂産業に関心を持ち、今後激しい競争が予想される
  - 最近、韓国の大都市の中心に養蜂産業育成のための政策的な動きがあり、激しい競争が予想される。
- 養蜂産物の品質等級化と品質認証などの消費者の認識水準が高くなっている
  - 養蜂産物の品質等級制度が導入する予定であり、品質に関する消費者の期待水準が高まっている。
- 地球温暖化による開花時期の乱れで養蜂産物の採取期間が短くなる
  - 地球温暖化による開花時期が乱れられ、移動養蜂の経済性がなくなっている。
- 様々な環境汚染によって環境にやさしい養蜂産業の与件が不利になる
  - 急速な都市化と産業化によって環境汚染と自然破壊が発生し、養蜂産業の与件が不利になっている。

Page ■ 39

### IV 基本構想(1)

#### 戦略的なIssue

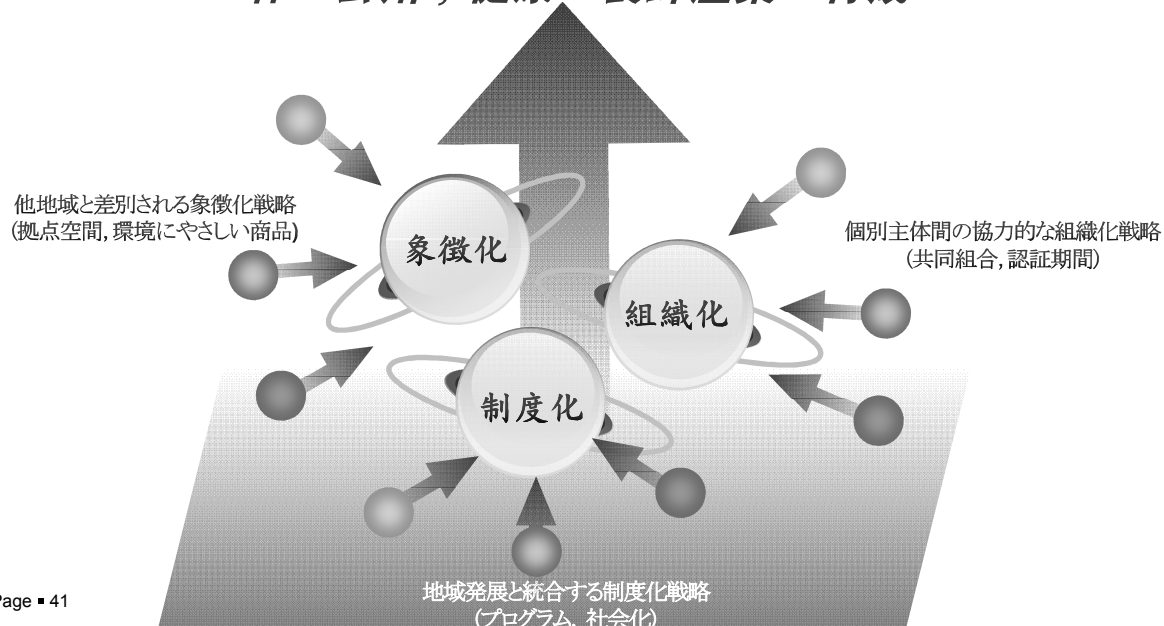
- 他地域の養蜂産業とどうやって差別化するか？
  - 空間的に拠点化し、品質的に環境にやさしい差別化が要求される。
- 個別化/非公式化されている養蜂産業をどうやって組織化するか？
  - 養蜂業者の組織化と品質検証機関の設立が要求される。
- 養蜂産業育成のためのプログラムとシステムをどうやって構築するか？
  - 養蜂産業の生産-加工-流通-体験のプログラムと地域発展戦略の統合化が必要

Page ■ 40

## Ⅳ 基本構想(2)

### 基本構想と推進戦略

#### 甘い公州，健康な養蜂産業の育成



Page ■ 41

## Ⅴ 戦略別の核心事業(案)

区分	象徴化戦略	組織化戦略	制度化戦略
生産部門	・環境にやさしい蜜原団地と固定養蜂院の助成	❖ 環境にやさしい養蜂研究会の活性化	❖ 環境にやさしい養蜂技術普及事業 ❖ 子供/高齢者の仕事創出事業 ❖ 農業景観直払い制度の導入
加工部門	・養蜂6次産業化センターの設立	❖ 環境にやさしい養蜂産物研究所の設立	❖ 養蜂産物市場の多様性事業 ❖ 環境にやさしい養蜂産物の標準化事業 ❖ 養蜂産物の加工人材の育成事業
流通部門	・環境にやさしい蜂蜜市場の運営	❖ 公州市環境にやさしい養蜂共同組合の結成	❖ 公州の蜂蜜の統合ブランド普及 ❖ 養蜂消費者の教育実施 ❖ 養蜂産物市場の需要調査
文化/体験部門	・環境にやさしい蜂蜜セラピーセンターと蜂蜜町の助成	❖ 蜂蜜町企業の育成	❖ 環境にやさしい養蜂体験プログラムの開発 ❖ 花粉の媒介する蜂群の普及事業 ❖ 学校養蜂場の助成と運営

Page ■ 42

## VI 追加事業

### 生産部門

- ❖ 蜜原樹の町づくり
- ❖ 圏域(または、町別、組織別) 蜜原団地の助成

### 加工部門

- ❖ 蜂蜜の加工食品の開発
- ❖ 農家対象の加工技術・教育事業

### 流通部門

- ❖ ネット販売
- ❖ 公州サイバー市民に割引イベント
- ❖ 国内産蜂蜜の消費キャンペーン
- ❖ 公州蜂蜜の統合ブランドのマーケティング

### 文化/体験部門

- ❖ Eco-honey 店舗の運営
- ❖ 公州蜂蜜の広報
- ❖ 公州蜂蜜のお土産の政策/販売
- ❖ 蜂蜜学校プログラムの運営
- ❖ Healing(well-being) tour courseの開発
- ❖ 蜂蜜農家レストランの運営
- ❖ 蜂蜜祭りの開催
- ❖ 蜜原団地の花祭りの開催
- ❖ 5都2村事業連携事業の推進

Page ■ 43

ご清聴ありがとうございます