

# 韓国における親環境農産物流通チャネルとして生協の役割

神戸大学大学院 朴淳用

韓国における生協の展開は、1980年代に、当時、市場流通には存在しなかった有機農産物を流通させようという市場の開拓を目的として始まり、最初から有機農産物の販売事業を中心活動として位置づけられ、有機農産物の主な流通チャネルとして発展してきた。

当時は、有機農業生産者の多数が生協の設立にかかわったことや、有機農業を生命を守る農業として取り上げ、消費者と生産者の共生共存という考え方から、単なる有機農業ではなく、生命農業に発展させることによって生協も生命運動の実践組織として展開されてきた。その後、90年代前半までは有機農産物のほとんどが生協を通じて消費者側に供給されていたが、政府による環境農業への支援策によって、今や、有機農産物を含め、親環境農産物が一般市場でも流通されるようになり、流通形態も多様化されたことによって、一般市場を通じた親環境農産物による市場拡大が急速に拡大している。

このように、有機農産物を含め、親環境農産物が一般市場でも流通されるようになったことで、もはや生協は親環境農産物の流通チャネルとしての中心的な役割を失ったのではないかという解釈も可能になっている。

長い間、韓国において、生協が有機農業運動の中心的な役割を果たすことが可能であった理由は、有機農業運動を社会運動の一環として位置づけ、生協も社会運動の一環として活動を行い、その主な事業として有機農産物流通活動を行ってきたからである。しかし、一般消費者からは単なる有機農産物の専門流通組織、または、社会運動団体として認識されていたため、生協に対する理解不足は生協発展の阻害要因の一つと考えられる。

親環境農産物の流通だけを考慮するとすれば、一般市場と生協の差は小さいかもしれない。しかし、持続的な親環境農業の発展を念頭におけば、流通チャネルとしての役割だけではなく、親環境農産物を通じた生産者と消費者の関係を維持していくことが持続的な親環境農業の発展のためには重要であり、必要な要因であるといえるだろう。

本稿では、まず、韓国における親環境農産物流通チャネルの現状を概観する。親環境農業の持続的発展を考えたときに、どのような流通チャネルがふさわしいかを考えるうえで、生産者と消費者が友好的関係を維持するために行なっている組織である生協に焦点をあてて、相互間の信頼性を保つための関係づくりの必要な要因を明らかにする。

結果としては、生産者と消費者との関係性に優れている生協は、流通チャネルとしての役割のみならず、生産者が積極的に親環境農業を営むことができるように支援する役割も担っているといえる。