

# 農家組織に対する政策的期待と実態 -- 南部メコンデルタの合作社と協力組 (特集 ベトナム農業・農村の今日)

著者	荒神 衣美
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) <a href="http://www.ide.go.jp">http://www.ide.go.jp</a>
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	233
ページ	22-25
発行年	2015-02
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2344/00003278">http://hdl.handle.net/2344/00003278</a>

# 農家組織に対する政策的期待と実態

## —南部メコンデルタの合作社と協力組—

荒神 衣美

### ●合作社の歴史の変遷

ベトナムでは、北部で一九五四年、南部で一九七六年から農業集団化が実施された。集団化期の合作社は、農家に代わって農業生産活動の全般を営むのみならず、農村の政治、社会、文化機能をも担う、半国家的組織であった。

一九八六年のドイモイ開始後、合作社の位置づけはいわゆる協同組合へと転換された。一九八八年の共産党第六期政治局決議一〇号（二〇号決議）によって、それまで合作社の一構成員でしかなかった農家が経済主体として認められ、合作社は農家に対して農業生産流通関連サービスを提供する、農家と対等な経済主体と位置づけられた。ドイモイ後初めて公布された合作社法（一九九六年）には、自発的加入、民主的管理、自己責任、相互利益といった一般的な協同組

合原則が合作社の組織原則として示された（第七条）。

ドイモイ期の合作社は、その出自によって「移行型」（集団経済時代の旧合作社が一九九六年合作社法に適合するよう転換したもの）と「新型」（一九九六年合作社法の施行後に設立されたもの）とに大別される。現存の合作社の大半は「移行型」合作社で、そのほとんどが北部地域に所在している。一方で、南部地域に所在する数少ない合作社は「新型」合作社に占められている。こうした地域差には、北部で農業集団化が徹底された一方で、南部ではあまり根付かなかったという歴史的背景がある。

### ●合作社に対する政策的期待

ドイモイ開始以降、ベトナムが進めてきた市場経済化は「社会主

義志向型市場経済」と呼ばれる路線に則ったものである。合作社はこの「社会主義志向型市場経済」

における主要アクターと位置づけられていることもあり、農業政策で発展が奨励されつつづけている。具体的には、生産資材の購入や生産品加工・販売の分野で農家によりよいサービスを提供することが期待されてきた。とくに二〇〇〇年以降、合作社の生産品加工・販売事業の発展が、契約販売の実現に向けた一方策として重視されるようになってきている。ベトナムにおける農産物取引の形態はスポット市場が一般的だが、そのなかで農家が販路や販売価格の不安定に直面していることが問題視されている。生産開始時に販売数量や価格を取り決める契約販売の拡大によって問題が改善されるという期待から、政策的に契約販売が奨励さ

れている。とはいえ、ベトナムの農家の大半は小規模で、流通企業が契約取引で求める品質の均一化や一定の出荷量に、各農家が応じることが難しい。そこで、合作社が小規模農家を組織して生産品の均質化や一定の出荷量を確保することが、複数の政策で推されている。

前記と並行して、合作社はGAPと呼ばれる安全認証の取得に向けた技術情報の普及と母体としても期待されている。GAPとは、生産過程での土壌、種苗、水、肥料の管理に加え、ポストハーベスト過程での薬品使用、生産者の健康管理、農業廃棄物の処理などに関する基準をクリアした生産農家・組織に対して与えられる認証である。ベトナムでは二〇〇八年に農業農村開発省が、まず青果品についてベトナム独自のGAP（VietGAP）を策定・適用し、その後、水産養殖や畜産についても適用を開始している。合作社を通じてこうした安全認証の取得を広めることは、とくに輸出における高付加価値市場の獲得に不可欠と考えられている。

総じて、近年のベトナム農業政策では、合作社が技術普及や産品

販売において農家を組織化するこ  
とで、産地単位で一定品質の産品  
を一定量販売できるようになり、  
販売数量や価格において従来のス  
ポット市場取引より安定的な条件  
が見込まれる契約販売が拡大する  
というシナリオが想定されている。  
合作社は、従来から行ってきた灌  
漑サービスや生産資材の共同購入

といった農家の生産コスト削減に  
つなげる活動に加えて、技術普及  
や産品の共同販売といった活動を  
通じて、農産品の品質向上・均質  
化および農家の市場交渉力の強  
化・販売の安定化に資することが  
期待されている。

### ●合作社の活動概況

こうした期待とは裏腹に、全国  
の合作社数は、二〇〇〇年代にか  
けて減少を続けてきた。農村・農  
水産業センサス各年版によると、  
二〇〇一年には七五・一三あった合  
作社（農林水産業関連）が、二〇  
〇六年に七二・三七、二〇一一年に  
は六三・〇二まで減少している。

これら合作社の主たる活動は、  
全国的にみて水利・灌漑事業であ  
り、政策的に期待される共同販売  
や技術普及を行う合作社はいまの  
ところ限られている。

では、政策的期待に沿った活動  
を担っている合作社の実態はどの  
ようなもののだろうか。以下で  
は、合作社全体でみると少数派と  
位置づけられる、GAP認証の普  
及および共同販売に取り組む合作  
社の実態を、南部メコンデルタの  
事例に基づいてみていく。

### ●GAP認証の普及および共同販売に取り組む合作社

ベトナム最大の果物生産省であ  
るティエンザン省では二〇〇〇年  
代後半に、特産果物合作社と呼ば  
れる、特定の果物品種の生産販売  
関連サービスを提供する合作社が  
増加している。その数は二〇一二  
年時点で一五合作社となっている。

いくつかの特産果物合作社に対  
する聞き取りからみてくる設立  
経緯の典型的パターンは、産品販  
売価格の低さ・不安定さを打開し  
たいと考える農家数名による小規  
模な集まりが基盤となり、次第に  
合作社規模へと発展していくとい  
うものである。参加者増加の過程  
では、県人民委員会や省合作社連  
盟による農家への参加呼びかけも  
みられる。

省および各県政府が特産果物合  
作社に期待するのは、従来から当

地の合作社が行ってきた生産資材  
の供給や灌漑サービスの提供にと  
どまらない、生産品の安全性・品  
質向上に向けた技術普及（具体的  
にはGAP認証の取得）や、販路・  
販売の安定化をねらいとする契約  
販売の仲介である。

この特産果物合作社の活動状況  
について、筆者は二〇一一年から  
二〇一二年にかけて聞き取り調査  
および質問票調査を実施した。そ  
こから明らかになったのは、次の  
ような実態である。

調査対象となった一五特産果物  
合作社はいずれも、GAP認証取  
得にかかる安全技術の普及や共同  
販売を通じた契約販売の実現を組  
織の活動目標に据えている。しか  
し、実際にGAPの導入や生産品  
の買取販売を行っているのは七合  
作社のみである。七合作社は、そ  
うした活動を専門的に行っている  
わけではなく、生産資材の供給や  
灌漑サービス、生活用水の供給と  
いった、従来から行ってきた活動  
も継続している。

また、七合作社はGAPを導入  
し、生産品の買取販売を行ってい  
るものの、必ずしも生産の全量を  
契約販売に出せているわけではない。  
これには、七合作社がGAP

を導入しているとはいえず、必ずし  
も生産の全量でGAPを遵守して  
いるわけではないことも関係して  
いる。調査地の合作社の契約販売  
先は主として輸出加工企業と国内  
スーパーマーケットだが、それら  
との契約販売では買取時の条件と  
してGAP認証の取得が求められ  
ているからである。

つまり、GAP導入および共同  
販売、さらには契約販売の実現は、  
それらを目的として設立された特  
産果物合作社のなかでも一部が、  
部分的に進めているに過ぎないの  
である。

### ●なぜGAPの導入は限定的にしか進まないのか？

まず、GAP導入を活動目標に  
据える合作社のなかでも一部の合  
作社しかそれを実現していない理  
由を考えてみたい。GAPを導入  
する合作社とそうでない合作社の  
間には、何か組織条件に違いがあ  
るのだろうか。

調査結果に基づき、資金力に関  
係すると考えられる組織の規模、  
またマーケティング力に関係する  
と考えられる合作社主任の学歴・  
経歴（調査地の合作社の市場開拓  
は多くの場合、主任頼みとなって

いる)について、GAPを導入する合作社とそうでない合作社とで比較を行ってみた。しかし両者に明らかな差はなかった。

一方で、両者の間で明確な差が現れたのが、設備の整備状況と各設備を購入した際の援助の有無である。GAP認証の取得には、生産過程での技術改善のみならず、貯蔵、一次加工、パッケージングといったポストハーベスト過程の作業でも、基準に見合った設備を確保する必要がある。調査結果から、GAPを導入していない合作社のほとんどが一次加工およびパッケージング設備、パソコンを所持していないのに対し、GAPを導入する合作社の大半が外国援助を含む公的補助のもとでそれらを所持している状況が明らかになった。

以上から、資金力やマーケティング力においてほぼ均質な特産物合作社がGAP導入を進めるか否かは、それに必要な設備整備に対する援助を得られたかどうかにか左右されていると考えられる。

次に、GAPを導入する合作社のなかでもGAP生産を行うメンバー農家が一部であることの理由を考察する。この点については、

二つの理由が考えられる。

第一に、GAP導入にかかる農家の負担が大きいことである。GAP認証取得のために、各農家は農作業の一部始終について細かく日誌をつけなければならぬ。また、製品の安全性を高めるために農薬の散布を減らす一方で、病害虫および雑草の防除作業は人手に任されることになり、農家の労働費負担は増加する。さらに、GAP認証は取得した後も一年ごとに更新をしなければならず、その都度更新費用がかかる。

第二に、こうした負担にも関わらず、生産品が必ず高値で合作社に買い取ってもらえるとは限らない。合作社のもつ販路がきわめて小さいためである。合作社がGAP産品を買い取って契約販売に出す場合は、通常GAP認証に対する価格の上乗せがある。しかし、前述のとおり、GAPを導入している合作社であっても生産の全量を契約販売に出せているわけではない。メンバー農家の生産総量に占める合作社経由の契約販売の割合は多いところで五〇%強に過ぎない。契約販売に出されなかった生産品は、GAP基準を満たさなかったとしても、通常の産品と同様に個別農家から仲買人や卸商人に販売される。その場合、GAP認証による価格の上乗せは必ずしも得られないという。

では、なぜ合作社の契約販売実績は小さいのだろうか。理由としては次の三点が考えられる。第一に、そもそもGAP産品に対する契約販売の機会が少ない可能性がある。ベトナム国内市場では、青果品の安全性に対して関心が高まっているとはいえ、GAPレベルの高品質品を受け入れる市場がまだ十分に育っているとはいえない。

一方、輸出でも、欧米の高付加価値市場では、GAPを導入したうえで輸出対象国が独自に採用している安全性・品質基準の遵守を求められることもあり、GAPを導入しただけで参入できる市場ばかりではない。

第二に、合作社の市場開拓能力が弱いことが考えられる。合作社の市場開拓は合作社主任に委ねられているところが大きい。主任は商業的なネットワークや経験を持たない農家であるケースが多く、GAP産品の潜在的な市場があったとしてもアクセスできていない可能性がある。

第三に、契約販売先があったと

しても、契約販売における取引方法が農家経営にそぐわないために、農家が産品を売りたいがらないという事情も考えられる。資金的に余力のない農家は、産品販売後すぐに売上げの受け取りを希望するが、契約販売では通常決済に時間がかかる。そのため、契約販売の機会があったとしても、売上げの受け取りを待てない農家が合作社経由での契約販売に産品を回さず、先に仲買人などに販売してしまうケースが多々みられる。

以上のような要因により、政策的に奨励されている合作社単位でのGAP導入や共同販売、さらには契約販売の実現は、それらを目的として設立された特産物合作社のなかでも、政策的支援を受けた一部の合作社によって、部分的に進められているに過ぎない。そうした状況は、GAPを導入する合作社内で、GAP導入および契約販売に参加している(できていない)農家とそうでない農家との間に収益性格差をも生み出している。合作社による共同販売拡大の条件が整わないままにGAP導入が奨励・支援された結果、合作社は「相互利益」という組織原則からも外れ、組織としての利益蓄積も十分

にできないままに援助頼みでGAP導入を実施する「援助の受け皿」という位置づけに甘んじているとみなせる。

### ●メコンデルタにおける農家組織のあり方

メコンデルタでは、前記のように「援助の受け皿」として存続する合作社がある一方で、地方政府が発展奨励に力を注いだ合作社が相次いで経営破綻するという事態も生じている。概して、合作社の数は減少傾向にある。

そうしたなか、メコンデルタで大幅に数を増やしている農家組織がある。協力組と呼ばれる組織である。協力組は二〇〇七年政府議定一五一号に活動を規定される組織だが、設立や運営における政策的な縛りは合作社に比べると小さい。合作社が自発的結成・民主的管理を組織原則に掲げつつも官製の色合いが強いのにに対し、協力組は名実ともに自主的・自発的な組織といえる。

協力組の政策的な位置づけは、「合作社の芽」というものである。一九九六年合作社法には「協力組は将来的に合作社へ移行する一過性の組織」と明記されていた（第

二条）。二〇〇三年法、二〇一二年法にはそうした記述は見当たらないものの、政策担当者間で協力組を合作社に発展させるべきという意見は根強い。

しかし、実際に協力組が合作社に移行したという事例は多くはない。二〇〇〇年以降、合作社数が全国的に減少する一方で、協力組はメコンデルタを中心に数を増やし、その数は二〇一一年時点で約一万組ともいわれている。そのなかで、協力組を前身として形成された合作社は、その動向が最も顕著にみられるメコンデルタにおいても合作社総数の一〇%弱という実態が、合作社の設立経緯に関する統計で示されている。

筆者がメコンデルタの果物産地（前記のテイエンザン省、および隣省のベンチエ省）とコメ産地（アンザン省）で行った調査からは、合作社と協力組の活動状況に、以下のような共通点と違いがあることがわかった。

合作社と協力組のどちらについても、大概の組織は生産資材の共同購入や電動ポンプの共同利用といった、生産コストの削減をねらった活動を行っている。合作社同様、協力組でも技術普及や共同販

売を行う組織は今のところ少ない。

そうしたなか、GAPの導入や契約販売の仲介に取り組む合作社と協力組の間で、それらの実施形態に違いが見出された。合作社は政策的な奨励もあって、従来の機能（電動ポンプの共同利用や生産資材の共同購入）を維持しつつ、GAP取得のための情報提供や共同販売へと機能を多角化する傾向がある。そのなかで、産品販売を通じて組織としての利益を獲得できている合作社は少なく、政策的支援を元手に貯蔵や加工の施設を整備したものの経営不振に陥り解体・活動停止を余技なくされたり、組織目標を実現できなかったりする事例が複数生じている。

一方で、協力組は、往々にして特定の機能のみを担っている。GAP取得のための情報提供や契約販売の仲介といった機能を担うにあたり、協力組は新たな組織を結成するか、もしくはもともとあった組織が活動内容を変更すること

で応じている。調査を実施した果物産地とコメ産地の双方で、調査対象となった協力組の活動内容は主として技術情報の共有と契約販売の情報仲介のみだが、企業との連携を通じ、生産品の安全性向上

や個々の農家の（協力組を介さない）契約販売の実現において一定の成果を挙げている。

強い政策的関与のもとで「技術普及・共同販売→契約販売」というシナリオの実現を期待されている合作社が、往々にして援助の受け皿という位置づけに留まりがちななか、農家が自主的に組織した協力組に限られた政策的支援を活かして技術普及や契約販売の仲介に一役買っている。これが筆者の実態調査から抽出された、現代メコンデルタにおける農家組織のあり方である。

（こうじん えみ／アジア経済研究所 東南アジアII研究グループ）

#### 《参考文献》

- ①荒神衣美「合作社に対する政策的期待と実態―ベトナム南部果物産地の事例から―」坂田正三編『高度経済成長下のベトナム農業・農村の発展』アジア経済研究所、二〇一三年。

- ②荒神衣美「メコンデルタ農業における中間組織の組織論理」秋葉まり子編『ベトナム農村の組織と経済』弘前大学出版会、近刊。