

ハノイ市における「安全野菜」の新しい流通形態

高梨子 文恵

●はじめに

ベトナムでは、一人あたり所得が一九九九年の二九万五〇〇〇ドンから、二〇一二年には二〇〇万ドンまで増加し、急速に経済が拡大している（表1）。同様に、消費も二〇〇四年の三九万七〇〇〇ドンから二〇一二年には一六〇万ドンまで増加しており、BCG (The Boston Consulting Group) の予測では収入一五〇〇万ドン以上の中間・富裕層が二〇二〇年までに三三〇〇万人まで増加することが見込まれている。一方で、農業の近代にともなう残留農薬や大腸菌汚染などのリスクが一般青果物で高まっており、所得水準の向上した都市部の消費者を中心に、食の安心・安全性への関心は非常に高まっている。ベトナム政府は、「安全野菜」と呼ばれるベトナム独自の青果物に対する安全基準を

設け、生産から流通までを管理することによって需要を満たそうとしているが、消費者にとって信頼できる流通経路の構築は困難を極めている。

本稿では、近年政策的に進められている生産者と消費者の直接取引、ショートフードサプライチェーンを利用した安全野菜の流通の現状と課題について検討する。

●安全野菜とは

農薬の使用量が年々増加するなかで、ベトナム政府は一九九〇年代から農薬に対する取締の強化などの対策を行っており、二〇〇七年に「安全野菜」の生産に関する基準を定めた（二〇〇八年に改正）。安全野菜とは、政府が定める安全性基準に従った生産、収穫、処理（パッキング）をした野菜（葉物、根菜、食用花卉、果物、果菜、

きのこ類）のことを指す。安全野菜は、認証申請時に土壌、水、生産物のサンプル検査を行い、重金属類などが基準値以下の地域でしか生産できない。また、使用できる化学肥料は制限され、防除は基本的にIPM (Integrated Pest Management) を実行することなどが規定に定められている。

●安全野菜流通の変化

ハノイ市における安全野菜の流通経路は、試行錯誤を繰り返して全体として多様化する方向で展開してきた。安全野菜という制度が導入され始めた一九九〇年代後期～二〇〇〇年代初頭にかけては、生産認可組織（株式会社、農家グループなど）形態は多様だが、その大半が農協、特に社会主義時代から制度的に体制移行した組織。以下「認可組織」が主体となるこ

とによる契約生産・契約販売が流通の大部分を占めた。認可組織は、地域の生産者に対して集団で生産指導やインフラ整備などを行い、安全野菜の生産を計画的に行う。流通は、認可組織が生産者から安全野菜を集荷し、予め契約しているスーパーマーケット（以下SM）などの小売店や外食産業、学校給食、社員食堂などのフードサービス事業者に販売した。安全野菜の契約生産・販売は、当時のSMの

表1 1人あたり所得および支出の推移

(1,000VND)

		1999	2002	2004	2006	2008	2010	2012
所得	全体	295	356	484	636	995	1,387	2,000
	都市部	517	622	815	1,058	1,605	2,130	2,989
	農村部	225	275	378	506	762	1,070	1,579
支出	全体			397	511	792	1,211	1,603
	都市部			652	812	1,245	1,828	2,288
	農村部			314	402	619	950	1,315

(注) 空欄はデータなし。
(出所) GSO.

勢力拡大と時を同じくして急速に増加し、消費者にも安全野菜が浸透した。当初こうした認可組織による契約生産は一定の成功をおさめたため、政策的には安全野菜の生産拡大が志向された。認可組織を介して産地への投資が継続的に行われ、二〇〇九年に二一〇五ヘクタールだったハノイ市内の安全野菜作付面積は、二〇一二年には三八〇〇ヘクタールまで増加する。

しかし、SMが一定程度普及・定着する二〇〇〇年代、SMによる青果物の産地偽装事件が相次いで発覚し、安全野菜の購入先としてSMが次第に信頼を失っていく。同時に、慣行栽培品と比較した場合の価格差や、販売されている場所が限定されているという利便性の面でのデメリットがネックになり、SMでの安全野菜の取扱量は次第に頭打ちとなった。安全な青果物への潜在的需要が高いにもかかわらず、信頼できる流通経路が構築されていないために消費者が安全野菜にアクセスできないという問題が生じた。一方で、生産量が拡大するなかで流通が滞ったため、認可組織で買い取られなかった安全野菜は生産者自身によって自由市場で大量に販売されること

となった。組織単位で認可を受けている場合、個人では安全野菜の取引に必要な証書等が発行されず、生産者が個人で販売する場合、生産基準を遵守して生産した野菜であっても、安全野菜として販売することはできない。自由市場で個人が販売した場合、慣行栽培の野菜と同様の流通経路、価格で流通することとなる。

このように、消費と生産のミスマッチが二〇〇〇年代を通じて拡大しており、これを解消するためには信頼性・利便性が高く、かつコストが低く押さえられた流通経路を構築することが求められていた。この課題への対処法として、二〇一〇年頃から、政府は農協を中心とする認可組織に流通経路を再構築させることにより、安全野菜の普及をはかろうとした。具体的には、商標登録などを活用することによる認可組織の独自ブランドの確立と、認可組織の小売参入による生産から小売の一貫管理体制の構築と販路の拡大である。この一貫管理体制は一部で実行されたが、認可組織の大半を占める農協は、もともと協同生産を主体とする官製組織であり、小売に参入するのは困難がともなった。

各組織が市内で固定店舗を持つとなると、借地代や人件費などのコストが非常に高く、維持するのが難しい。特に慢性的な流動資本不足に悩む農協にとってはコスト面で課題が大きかった。さらに、近年では一貫流通体制が構築された組織であっても、産地偽装問題が表面化し、これまで安全野菜の流通の中心を担ってきた認可組織の食の安全性に対する認識の低さが露呈した。適切な流通経路が確立していないことに加えて、流通に関わる主体の意識の低さなどが問題となり、消費者の安全野菜という制度自体への信頼が失墜しつつある。この制度を主導している政府にとっては、いかに消費者の信頼を取り戻しつつ、新しい流通経路を構築するかが大きな課題となっている。

●SFSCs構築による新しい安全野菜流通

ショートフードサプライチェーン (Short Food Supply Chains: SFSCs) とは、生産から消費までの流通経路を短縮させた流通形態、或は地理的に消費者の近隣で生産されて消費される流通形態を指し、もともとは農業の近代

化、グローバリゼーションや大量生産・大量消費を目的とした広域流通へ対抗するための社会運動として登場した。近年特に有機農産物などの安全安心面で付加価値が付与された製品のオルタナティブな農産物流通のあり方として注目を集めている。SFSCsについては、先進国においては様々な形態があることが確認されており、アメリカのファーマーズマーケットやCSA (Community Supported Agriculture) 日本は「直売」「提携」などがこれにあたる。

この流通形態は特に、グローバリゼーションのなかで小規模な家族経営を保護する意味で非常に重要だが、同様に関係者間の信頼関係が構築されることによる食の安全性への寄与も大きなものである。

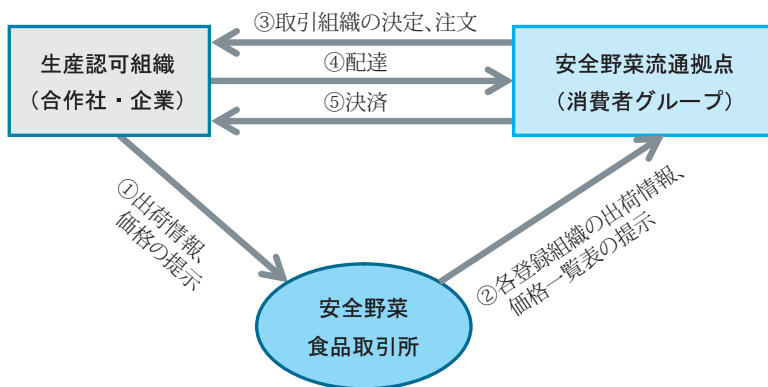
これまでみてきたように、ベトナムの安全野菜流通は、契約生産という閉鎖的な流通形態をとりながらも、マスマーケットを対象としてきた。しかし、前節で述べたような課題が顕在化するなかで、ハノイ市では近年、後述の安全野菜食品取引所を開設し、それを中心に認可組織と消費者組織のマッチングを行い、生産者と消費者を直接取引させる仕組みを政策的に

構築させる動きがみられる。

●安全野菜食品取引所の概要

二〇一一年、ハノイ市は民間企業と共同で安全野菜食品取引所（以下「取引所」）を市内に設置した。設置の目的は、安全野菜流通の円滑化、広告、消費喚起などで、具体的にはホームページ上での認可組織および各組織の生産物の紹介・広告・販売、認可組織と小売店・消費者双方のマッチング、安全野

図1 安全野菜食品取引所を経由した取引



（出所）聞き取り調査より筆者作成。

菜生産流通（特に小売）への投資誘致などを行っている。運営の方式としては、初期費用や運営資金の一部はハノイ市が補助し、運営は民間企業が行うという形態をとっている。

●取引所を介した流通

取引所を介した流通経路の概要を図1に示した。流通拠点を經由した販売を希望する認可組織は、予め取引所に登録を行う（二〇一三年現在、ハノイ市だけでなく近隣産地（一七省）でハノイ市にむけて農産物を供給している約一〇〇の団体が登録）。一方で、取引所は市内の消費者の組織化を、安全野菜生産の推進主体であるハノイ市植物保護局と共同で進めており、「流通拠点（điểm phân phối）」と呼ばれる消費者組織を市内各地で立ち上げている。流通拠点は、地域や会社などを単位として三〇～五〇世帯がまとまってできたもので、グループで認可組織と取引を行う。

取引所は、この登録された認可組織と流通拠点の仲介を行っている。認可組織は週に二～三回、供給可能な生産物の種類と価格を取引所に提示する。取引所はそれを

取りまとめ一覧にし、各流通拠点の代表に通知する。代表は拠点到に登録している利用者（消費者）に対してその情報を提示し、前日までに注文を集約し、取引所を通じて注文、当日認可組織から直接商品が配達される。代表が商品と交換で各会員から集金し、次回の配達時に認可組織との間で精算を行う。価格は、登録されている認可組織が自由に設定することができ、一般的に、慣行品よりは割高であるが、市場と比較して安定しており、安全野菜専門店やSMで買うより安価に設定されることが多い。流通拠点は取引する認可組織をひとつ選び、信頼関係構築のため、基本的には長期継続を前提とした取引を行う（一度に二つの認可組織に対して発注を出すことはできない）。しかし取引所は、認可団体間の競争関係を維持するため、意図的に毎回、各拠点に対してすべての認可組織が供給可能な農産物の種類と価格の一覧を提示しているため、必要に応じて拠点内で協議し、全体で合意すれば取引先をかわることができるようにしている。

このシステムは日本の生協などで一般的にみられる共同購入のシ

ステムに近いが、消費者組織の内実は日本とは異なっている。

●流通拠点の特徴

ここで、流通拠点の特徴を、ハノイ市の四拠点を対象に行った聞き取り調査の結果から見てみる。前述のように、流通拠点には地縁を基礎に地域的に組織されるものと、国営企業などの会社組織のなかで組織されるものがある。取引所は、市内の女性会や農民会などを対象に、安全野菜と新しい流通制度について講習を開くなど、制度普及活動を行っている。これを受けて、ハノイ市女性会では拠点設置目標数を定め、それを各地区に割り振ることによって拠点設置に協力した。今回の調査対象組織は、四カ所とも、こうした政策的働きかけにより地域的に組織化されたものである。

拠点の代表になっているのはすべて公務員を定年退職した女性であった。それぞれの拠点には一五～五〇人程度の利用者（消費者）が登録されており、利用者は概ね固定している。認可組織と毎日取引を行う拠点もあったが、通常週に一～三回で、一回の注文数量は三〇キロ程度となっている。配達

場所は、代表者の自宅が多かったが、地域の集会所や地域の中心部にある商店の店先が利用される場合もあった。配達通常朝に行われるため、午前中に荷物を引き取りに行く利用者が多いが、なかには都合で夕方まで引き取れない人もいる。すべての拠点で冷蔵施設はなく、玄関先などに放置されるため、朝に商品を引き取れない家庭の場合、この制度の利用は難しい。

また、今回調査した拠点のなかで、こうした共同購入型から出発し、農協の直売所が開設されている拠点が一カ所あった。代表者が多忙で、注文の集約が難しくなったため、地域内に簡易店舗を設置し、取引を行っていた農協に要請して毎朝職員に出張してもらい、対面販売を行っている。直売を行っている農協の販売価格は取引所に提出されたものと同じ価格だが、この拠点では登録されている地域の利用者だけでなく、誰でも利用できるため、客層は多様になっている。

●流通拠点利用者の特徴

流通拠点利用者五名に行った聞き取り調査から、その特徴を見て

みる。利用者は各拠点の代表者が勧誘などを行って組織されるため、代表者を中心としたネットワークで構成されるが、今回調査した五人のうち三人は女性会の役員であり、拠点の設置、普及への女性会の深い関与がうかがえる。また、五人のうち、拠点設置以前から安全野菜を購入していたと述べたのは二人のみで、その他の利用者は拠点が設置されたことによって安全野菜を利用し始めており、この制度は安全野菜の新規顧客開拓に一役買っている。以前から利用していた二名は、拠点設置前はSMで購入していたが、現在はすべて拠点を利用した購入のみとなっている。購入の理由は、「品質が良い」「出所がはっきりしている」など、取引される野菜と生産者そのものに対する評価から購入を決定している場合と、「取引所を経由しているから」「ハノイ市のプログラムなので」という、制度に対する信頼から購入する人の二つに分けられる。

●おわりに—制度的課題—

これらの結果からわかるように、この流通形態が日本の生協による共同購入と大きく異なるのは、こ

の制度が利用者からの自主的な動きではなく政策的に展開されている点である。そのため利用者の安全野菜に対する関心は必ずしも高くない。また、安全野菜に対して需要がある消費者であっても、商品の受け渡しなど物流面の問題でこの制度を利用できないなどの課題がある。流通拠点についても、今後継続的に運営していけるかどうかは代表者の積極性に左右されるところが大きい。今回調査した拠点は概ね運営が順調に行われているが、なかには廃止された拠点も多くある。その大半は、代表が運営にかかわる活動に時間を割くことができなくなったのが原因である。設置から二年間は政府から運営に必要な補助金を得ることができ、最終的には代表者が取引のなかから手数料を得て運営する方式に移行する必要がある。現状では補助金を得るために拠点の代表を買って出ている人もおり、手数料制で運営が継続できるかどうかは不透明である。

また、日本をはじめとする先進国におけるSFSCsでは、消費者と生産者が直接信頼関係を構築することによって生産者、消費者双方の食と農に対する意識が高ま

り、モラルハザードを防ぐなど、第三者機関を介さず制度を維持することが期待されるが、ベトナムにおいては生産者組織、消費者組織両方において官制的組織を動員することによって制度構築が行われているため、双方とも安全性に対する意識が低く、こうした機能が働きにくくなっている。実際、取引所を介した生産者組織と消費者組織の取引であっても産地偽装が報告されている（取引所での聞き取り調査による）。

今後は、制度のなかに生産者と消費者の有機的なつながりをどのように組み込んでいくかが課題となるだろう。

（たかなし ふみえ／弘前大学農学生命科学部准教授）

《参考文献》

- ① Aparna Bharadwaj et al. "Vietnam and Myanmar: Southeast Asia's New Growth Frontiers." 2013 (https://www.bogerspectives.com/content/articles/consumer_insight_growth_vietnam_myanmar_southeast_asia_new_growth_frontier/).