



# Safe Crop Project News



No.5 2017年7月20日発行

「ベトナム北部地域における安全作物の信頼性向上プロジェクト（2016年～2021年）」は、北部地域2市11省において、「Basic GAP (Good Agricultural Practices)」を始めとする安全作物栽培の技術規範に沿った生産活動、消費者の安全野菜への信頼醸成、及び、多様なサプライチェーンの構築を支援することで、対象地域における安全作物栽培の振興を目指します。

## 本邦研修の学び

日本における安全作物の生産と流通の実態を学ぶことを目的に、「安全野菜サプライチェーン構築」研修が、6月13日から21日の9日間の日程で実施されました。研修に参加したのは、ベトナム農業農村開発省（MARD）の3名、およびパイロット市・省の農業農村開発局（DARD）の4名、合計7名の政府職員です。

主な研修先は、1) GAP(Good Agricultural Practices/農業生産工程管理)を実践している農家や農業法人、2) アジア GAP 研究所 (JGAP 協会)、3) 安全作物を流通している農協や生協、4) 農畜産業振興機構や農林水産省で、7名の研修生はそれぞれの訪問先で興味深い学びを得ることができました。ここでは5つのポイントを紹介いたします。

### 1) 目揃え会 (めぞろえかい)

目揃え会とは、育ち具合や病害虫の被害状況などを確認し、その地域で品質にばらつきがないように基準を揃えることをいいます。また、目揃え会には農産物の買い手も参加し、その年の出荷規格や出荷要領、選別基準の説明が行なわれます。日本では多くの農協や出荷団体でこうした取り組みを実践していますが、ベトナムでは一般的ではありません。訪問した佐原農産物センターの香取代表からは、こうした会合を通じて、農家の生産状況を確認し、安定した出荷につなげていることが報告され、参加した研修生からは、ぜひベトナムでも実践したいとの声が上がりました。

### 2) バイヤー視点での GAP の導入促進

アジア GAP 研究所の最新の報告によると、日本で GAP を知っている消費者はおよそ9%とだそうです。これを多いとみるか少ないとみるかは意見が分かれるところですが、オリンピックを控えて国を挙げてGAPを推進する日本でもGAPの浸透は簡単ではないようです。そうした状況において、農家にGAPを使ってもらうためにJGAP協会も様々な工夫を凝らしていますが、ポイントとして3点を挙げていただきました。

その3点とは①よい基準、②よい指導者、③バイヤーの意見反映、です。よい基準とは、実践的でその時代要請に応じて柔軟に更新されること。よい指導者とは、科学的な知識や技術をもって農家に実践的な指導をできること。そしてバイヤーの意見反映とは、GAPの基準策定にバイヤーの意見を取り込み、バイヤーにとって使いやすい基準であること。一般的にGAPは農家が導入すればよいものと理解されがちですが、バイヤーとの取引条件に含まれてこそ農家も真剣に導入を検討するようになるということです。こうした観点はこれまでのGAP普及アプローチには欠けていた視点ですので、本プロジェクトでもバイヤーに向けたGAPの広報、普及を働き掛けるとともに、バイヤーの意見を踏まえてより使い勝手のよいBasic GAPにしていきたいと思えます。

### 3) 中間流通業者の巻き込み

こちらは茨城県でJGAPと有機JASを実践するユニオンファーム様にお邪魔した際のお話です。同社では営業スタッフが存在しません。その代わりに、小売業者と同社をつなぐ中間流通業者が営業機能を担っています。具体的には、取引先の小売業者との規格や数量、価格の交渉、取引先の新規開拓、販売促進活動などです。こうした業務は非常に重要であるものの、多くの取引先に対し多大な人員と労力、時間がかかり、かつ多くの農家にとっては不得手であることが多いです。同社では、思い切ってこうした業務を流通業者に任せる代わりに、自分たちは小売業者のニーズに合わせて品質の良い農産物を提供するという、生産業務に集中できるようにしています。翻って、本プロジェクトの対象グループでも、営業活動に長けているグループがある一方、そうしたノウハウに乏しいグループもあります。こうしたグループにコミュニケーション能力や交渉力など営業に必要な能力を指導することももちろん重要ですが、信頼できる流通業者を発掘し、グループには生産技術を高めることに集中してもらうこともひとつのアプローチです。



講演する佐原農産物供給センターの香取代表理事。GAP導入までの苦労話や目揃え会の意義について講義いただきました。



農場を案内するユニオンファームの玉造社長。JGAPの管理項目とそのポイントについて、農場での具体事例をもとに指導いただきました。

#### 4) 科学的分析に基づく営農、マーケティング

JA水戸の柔甘（やわらか）ねぎは、「柔らかく甘く純白」なネギとして、一般的なものの3~5倍の価格で販売されている、いわゆるブランドネギです。JA水戸では「ねぎ部会」を設立し、21名の部会メンバーが栽培技術を科学的に研究し、よい技術を選抜、共有し、厳格な出荷基準のもと共同出荷しています。具体的には、土壌分析はすべての農家が毎年行い、その年の圃場の状態に合わせて最適な施肥設計を行っています。また、破断強度（柔らかさ）や甘味成分含有量、辛味成分含有量など科学的エビデンスを揃え、他産地のネギとの差別化を図っています。ベトナムではまだ食品成分分析は一般的ではありませんが、「作物は土づくりから」と言われる通り、よい土づくりをすることは、作物の病気の発生を

抑え、農薬の使用量を減らすことにもつながります。農家ができることから、着実に実行していきたいと思えます。

#### 5) 産地形成に向けた野菜価格安定制度

日本では、農畜産業振興機構（alic）が「指定野菜価格安定対策事業」を運営しています。この事業は、キャベツやトマトなど主要野菜を生産している農協や大規模経営農家に対し、指定産地での生産、指定卸売市場への出荷を条件に、市場価格の下落時にその補償をするもので、原資は農家が2割、国と地方自治体が8割を積み立てています。この制度により、農家は市場価格に影響されず安定した野菜生産を行うことができ、産地形成につながったと言われています。地域ごとの市場価格データの収集や、積み立ての原資が必要であるなど、ベトナムに簡単に導入できる制度ではありませんが、「安全作物の産地形成」に向けて、本プロジェクトでもこうした制度面でのアプローチをカウンターパートとともに検討していきたいと思えます。



農畜産業振興機構（alic）での記念撮影。野菜価格安定制度の仕組みと機構の役割について研修生から熱心な質問が飛び交いました。

#### 国内研修（Da Lat市スタディーツアー）

鍵となる技術の習得と対象農家グループの意欲向上を目的に、7月3日~6日にLam Dong省Da Lat市を訪問し、安全野菜の生産・流通を実施している農家を視察しました。参加者はパイロット省の農業農村開発局（DARD）職員、対象農家グループ幹部の合計27名です。



総合的な病害管理について学ぶ参加者

#### 高品質で安全な野菜をつくるには土と苗が大切

これは1日目に訪問したThien Sinh農場のThang氏の説明です。この理由は健全な作物は病気に強いいため、収量の増加、品質の向上、農薬散布量の削減につながるからです。参加者は健全な作物を育てるために必要な堆肥の作り方、良い土の作り方、野菜の苗の育て方、ビニールハウスを使用した栽培技術を学び、積極的に質疑応答を繰り返していました。

#### 安全野菜の生産はバイヤーからの要求

これは2日目のPhong Thuy農場のPhong Thuy氏の説明です。この農場では安全野菜の生産・流通にむけて様々な工夫を凝らしています。例えば、VietGAP認証の取得、農薬とその他技術を組み合わせた総合的な病害虫予防、栽培履歴の記録によるトレーサビリティなどです。そしてこれらはバイヤーからの要求があるから実施しているとの説明を受けました。つまり、農家の関心は農産物が売れることで、消費者の関心は品質の良い農産物（安全性も含まれます）が買えることですので、両者を結ぶバイヤーの巻き込みが安全野菜振興に重要と考えられます。そこでプロジェクトでは、バイヤーに対してGAP導入のメリットを説明し、生産者との取引条件にGAPを加えるよう提案して導入促進を図ることなどを検討していきます。

## 新しい農業ビジネスも視察

最終日は趣向を変えて、農家が運営している観光農業カフェを視察して農業ビジネスの視野を広げました。また、種子販売店で Hanoi 近郊ではまだ流通していない品種の種を購入しました。

## 導入する技術をグループ毎に協議

スタディーツアー中にワークショップを開催し、対象農家グルー

プが導入する技術を協議しました。多くのグループが堆肥と苗の利用、収穫後処理の改善に取り組むことを宣言しました。これらは対象地域の課題と一致していることから、グループが導入への意欲を示したことは大きな成果でした。プロジェクトでは、これから始まる冬作期でこれらの技術を指導し、安全野菜の生産・流通の実現に向けて取り組んでいきます。

## 消費者コミュニケーション活動

「安全作物に関する消費者意識啓発」分野においては、第3号でご報告した消費者調査の結果を受け、安全作物購買に向けた行動変革の促進を目的とした下記コミュニケーション活動を計画しています。

### 学校教育

親子で考える宿題を与えることで子供を介した安全作物情報提供を図り、次世代教育のみならず若い親世代の安全作物購買促進をねらいます。

### 高齢者向け意識啓発

安全作物購買対策が甘い傾向の高齢者は、直接対話型のコミュニケーションを好みます。消費者クラブ、女性連合などの組織を通じて意識啓発活動を実施します。

### 生産者・流通業者向け意識啓発

安全作物提供を通じた消費者の信頼獲得の重要性を訴求し、安全作物生産・流通に対するモチベーションアップを図ります。

### 情報ポータルウェブサイト構築

すでに安全作物の購買を始めている消費者は、インターネットで自発的に生産者のトレーサビリティ・政府認証・安全作物販売店舗に関する情報収集をする傾向にあります。ワンストップでこれらの情報にアクセスできるページを Hanoi Promotion

Agency (HPA)と協働で構築し、他活動を通じてページ情報を拡散します。

### 店頭キャンペーン

パイロット生産者・流通業者のしゅくみが確立されるプロジェクト後半に、店頭キャンペーンで安全作物販売店の認知拡大を図ります。

	何もしていない	自己流判断で	認証を信用せず	販売店がわからず	時々安全作物	常に安全作物
若年 (~22)	認知拡大および教育 ターゲット: マス 活動: 学校教育 + 生徒の安全作物ビジュアルコンテスト	認証信頼構築 ターゲット: 生産者・トレード 活動: ToFなどにおける直接対話型モチベーション・セッション	信用構築・アクセス情報 ターゲット: ~中年 活動: 情報ポータルウェブサイト構築 - 安全作物店舗情報 - 安全作物生産者情報 - 認証情報	店舗信頼構築 ターゲット: マス 活動: 安全作物店舗店頭キャンペーン		
若年後期~中年 (22~50)						
高齢者 (Over 50)		ターゲット: 高齢者女性 活動: 地域活動 直接対話型セミナー				

## JICA プロジェクトチームの紹介

JICA プロジェクトチームのメンバーを紹介させていただく本コーナーの第5回目は、田中環専門家の自己紹介です。

本プロジェクトで消費者交流を担当しております。昨年、長年の夢だった途上国開発の業界に足を踏み入れるまでは、消費財メーカーにおける消費者調査・マーケティング戦略・競合分析・コミュニケーション活動などのほか、経営戦略コンサルティング、客員助教授としての各種マーケティング講義などに従事してきました。現在他 JICA 案件においては、これらの経験を生かし、マーケティングプラットフォーム構築・輸出促進・中小企業経営能力強化、新規技術導入時の市場環境分析・コミュニケーション戦略などに携わっております。

安全作物を各家庭の食卓まで届けるには、生産・流通側から安全なものが届けられるのと同時に、消費者が正しい理解で安全作物を求める需要促進も重要です。消費者交流活動では、安全作物に関する理解改善レベルにとどまらず、行動変革にまで結びける

工夫を心がけております。消費者行動は各市場での生活に根付いており、それを変革するためのコミュニケーション内容はカルチャーによる影響が非常に強いエリアです。ベトナム人消費者の心に添うコミュニケーションを目指し、日・米・東南アジアでの経験とローカル向けのさじ加減の最適化を重視していく所存です。



ハノイ消費者クラブでのプロジェクト紹介

### JICA プロジェクト事務所

住所: Room 201, Department of Crop Production, Ministry of Agriculture and Rural Development,  
2 Ngoc Ha Str., Ba Dinh Dist., Hanoi, Vietnam  
Tel/Fax: +84 24 3244 4373

皆様のご意見・ご感想をお待ちしております