



# Safe Crop Project News



No.29 2020年7月発行

「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。

## 第4回 JCC (Joint Coordinating Committee)

7月17日に第4回合同調整委員会（JCC）を開催し、プロジェクト実施機関である作物生産局を始めとする農業農村開発省（MARD）の関連部局やプロジェクトの対象市・省の農業農村開発局（DARD）、在ベトナム国日本大使館、JICAベトナム事務所、JICAプロジェクトチームから総勢約45名が出席しました。本号では、CPMU (Central Project Management Unit) コーディネーターの Dr. Cao Viet Hung に JCC の報告をいただきます。

JCC では、本プロジェクトが開始された2016年7月から2020年5月までの活動と成果を振り返ると共に、残り1年間でプロジェクト目標を達成するための協議が行われました。CPMU、PPMU を始めとする地方政府関連機関、プロジェクト事務所、コンサルタントチーム、対象グループの連携のもと、生産、マーケティング、コミュニケーション各活動において、順調に成果が上がっていることについて評価がなされた一方、プロジェクトモデルの普及拡大においては、MARDによる長期的な方針と指導が必要であることがパイロット市・省から提言されました。また、対象グループの各世帯まで活動を普及するためには、普及センターを始めとする普及に係る機関の人材関与が不可欠であることが指摘されました。

今回の JCC では、普及拡大に向けてパイロット3省、セミパイロット3省により計画実施されるアクションプラン、フンエン省の対象グループの変更、生産管理とサプライチェーン構築マニュアルの編集方針、経験共有省における活動実施計画に係る報告と目標達成に向けた課題解決についても協議が行われ、JCCにおいて合意が為されました。



JCCで発表する作物生産局 Nguyen Nhu Cuong 局長

CPMU のプロジェクトダイレクターである作物生産局 Nguyen Nhu Cuong 局長と国際協力局 Nguyen Anh Minh 副局長からは、「MARD 作物生産局が JICA と共に実施している本プロジェクトは重要な位置づけとなっており、自然災害や感染症、特に現在の新型コロナウイルスの影響下においては、安全作物の生産、及び、生産と消費に係る意識の向上が不可欠である」ことが述べられました。

第4回 JCC は、出席者の活発な議論の元、これまでの成果と、持続的な発展に向けた方針について合意がなされ終了しました。

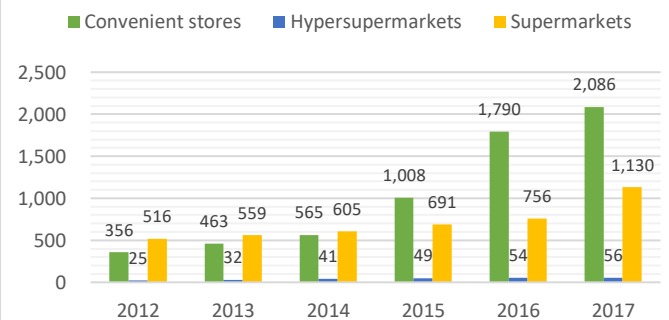
## ベトナムの経済成長と消費市場の変化

前号では新型コロナウイルス感染拡大に伴う安全野菜市場への影響についてご報告させていただきました。今号では少し時間軸を広げ、ベトナムの経済成長に伴う消費市場の変化について、最新動向にも触れながら概括させていただきます。

### 近代的な小売店の増加と伝統市場

本プロジェクトが開始した2016年は一人当たりの名目GDPが2,192.22ドル<sup>\*1</sup>に達した年でした。2010年の1,317.89ドルと比較して66%の増加です。特に都市部では生活必需品ではない物資やサービスの購入が可能である経済的に安定した世帯が89%<sup>\*2</sup>の構成比となりました。スーパーやコンビニエンスストア等近代的な小売店の店舗数も、2012年の897店舗から2017年には3,272店舗<sup>\*3</sup>まで急増しました。食品安全・衛生への関心の高ま

Table 1: Modern Grocery Retailers

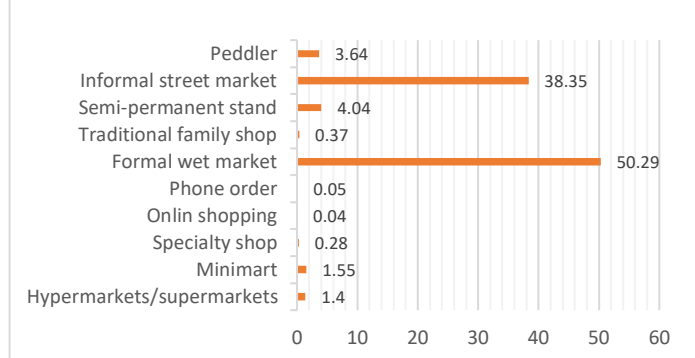


USDA (2018) Retails Foods, Vietnam のデータより作成

りと共に、こうした小売店の増加は、安全野菜市場の拡大にも繋がっており、プロジェクト対象グループにとっても、スーパー等の近代的な小売店は安全野菜の主要販路の1つとなっています。

一方、市場に流通する野菜量全体からみれば、近代的な小売店で販売される野菜量は依然として限定的です。ハノイ市における消費者の野菜購買先は伝統市場や露店が大部分を占めており、消費者のスーパーやコンビニエンスストア等近代的な小売店での野菜購買額は野菜購買額全体の3~4%<sup>\*4</sup>に留まっています。しかしながら、この数値は必ずしも消費者の安全性に対する関心の低さを表しているわけではありません。ハノイ市の低所得から高所得まで全ての層の消費者が、食品購入の重要決定要因として食品安全を最も多く挙げたという調査結果<sup>\*5</sup>もあります。伝統市場や露店での購買行動の背景には、住居に近い等の利便性、新鮮さ、馴染みの売り手との信頼関係をベースとする販売商品への安心感等、複合的な要素があると考えられます。

**Table 2: Average percent of monthly vegetables expenditures in Hanoi (% , sample:700HH)**



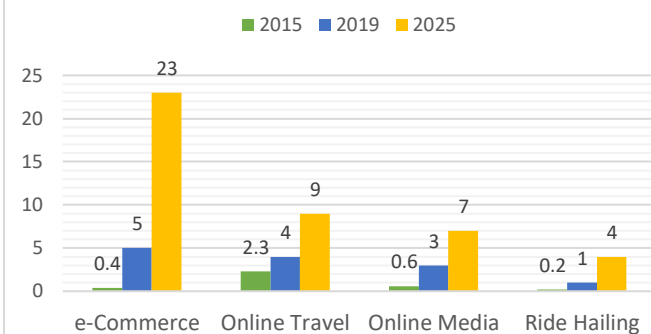
The University of Adelaide (2018) Factsheet 5 のデータより作成

### 消費者へのデリバリーサービス

新型コロナウイルスによる外出自粛に伴い、日本ではネットスーパーやデリバリーの利用増加等、消費行動に変化が起きています。早期の対策によって新型コロナウイルスの感染が短期間で抑制されたベトナムでは、消費行動への直接的な影響はそれほど大きくないとみられていますが、元々インターネット・エコノミーが伸びる潜在性は高く、今後も更に変化が進んでいくことが予測されています。Google等の調査<sup>\*6</sup>によると、2015年に35億ドルだったベトナムのインターネット・エコノミー<sup>\*7</sup>のGMV<sup>\*8</sup>は2019年には130億ドルに達しており、更に2025年には430億ドルに及ぶことが予測されています。

コールドチェーンの整備が発展途上のベトナムでは、日本のように生産者がマーケットプレイス等を介して新鮮な野菜を全国各地の消費者に配送することは困難ですが、前号でご報告させていただきましたように、プロジェクト対象グループの中にも、バイク配送が可能な近隣の消費者を対象に、FacebookやZaloなどのSNSやコミュニケーションアプリを通じて注文を受け付け、取

**Table 3: Vietnam Internet economy (GMV, \$B)**



Google, Temasek and BAIN&COMPANY のデータより作成

穫した野菜を直接届ける取り組みを開始したグループができています。このような生産者が消費者に直送するモデルは、現状、個々の生産者が対応可能な供給量と配送距離の範囲に限られており、スケールアップが可能なモデルではないかもしれませんが、SNSやコミュニケーションアプリのチャット機能を活用して直接やり取りしながら自宅まで新鮮な野菜を届けるという点で、安全性に関心があり、かつ利便性も求める消費者のニーズにこたえる取り組みであるといえます。生産地から距離がある都市部の消費者のニーズにこたえるサービスとしては、一部大手スーパーマーケットが開始しているネットスーパーがあり、野菜も対象商品に含まれています。現時点では利用者はまだ限定的ですが、自宅に居ながらにして購入できる利便性を提供することによって、今後小売店の野菜販売量のシェア拡大に繋がるのか、引き続き市場の変化を注視していきたいと考えています。

\*1 World Bank GDP per capita (current US\$)-Vietnam

\*2 World Bank (2019) Connecting Vietnam for Growth and Shared Prosperity, 2019 World Bank

\*3 USDA (2018) Retailed Foods, Vietnam

\*4 The University of Adelaide (2018) Factsheet 5 Where do consumers buy different food items? The Vietnam urban food consumption and expenditure study

\*5 食品購入の重要決定要因として食品安全を挙げた比率、低所得層:57.4%, 低中所得層: 65.8%, 中高所得層: 52.5%, 高所得層: 62.3% The University of Adelaide (2018) Factsheet 13 Highlighting behaviours of high-income households in Hanoi, The Vietnam urban food consumption and expenditure study

\*6 Google, Temasek and BAIN & COMPANY (2019) e-Economy SEA 2019 Swipe up and to the right: Southeast Asia's \$100 billion internet economy

\*7 e-Commerce, Online Travel, Online Media, Ride Hailing

\*8 Gross Merchandise Value (総商品価値、流通取引総額)

皆様のご意見・ご感想をお待ちしております

JICA プロジェクト事務所

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, Email: safecropproject@gmail.com