

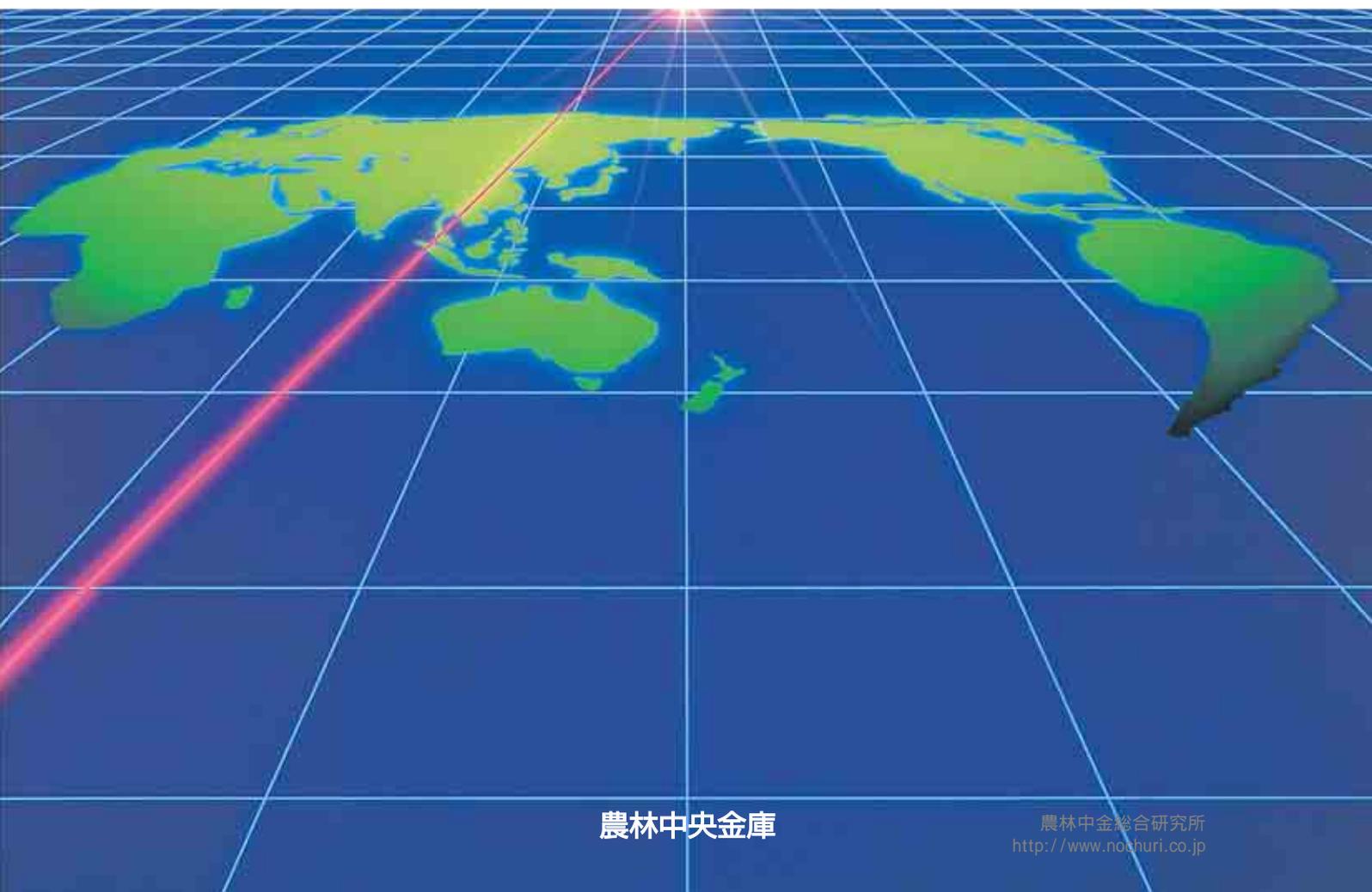
農林金融

THE NORIN KINYU
Monthly Review of Agriculture, Forestry and Fishery Finance

2018 **7** JULY

農産物の生産と流通

- 地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略
- 最近の卸売市場を取り巻く諸情勢
- ベトナムハノイ市における「安全野菜」の生産と流通



卸売市場法改正と本質的機能

ある鶏卵関係者からうかがった話だが、1967～68年の米国において鶏卵相場への信頼感が大きく低下して、市場の混乱が生じたことがあったという。

米国の鶏卵相場は、セリ方式ではなく、ニューヨーク・シカゴ・ロサンゼルス等の市場情報会社や鶏卵卸売業者が、需給や商品市況等を考慮して発表している。ところが、生産者と実需者双方から、日々の相場変動と需給の実感が一致しないことから、相場形成に不信感を持たれ、生産者から卸売業者へ納入量が減少した。多くの生産者は実需者側と個別に厳しい価格交渉を行って販売したが、67年は食用卵の供給過剰もあって卵価が大きく低迷し、その影響で生産農場の廃業が相次いだそうだ。68年後半から反動で卵価が高騰したので実需者側も困ることとなり、透明性のある価格形成と安定した流通の実現に向けて、価格システムや市場情報等の改善に向けた取組みが行われた。

このような例からも、卸売市場の最も重要な機能は、適正な価格形成機能の発揮を通じて、生産物を生産者から実需者・消費者へ円滑に流通させることである。生産者と実需者の双方から信頼感を得る、需給と価値を反映した価格形成が求められる。しかも、生鮮品を扱う市場では、鮮度（≒時間）という制約があるなかで、多品目の需給をバランスさせて日々売買を成立させていく運営の難しさを伴う。

この適正な価格形成を実現させる3つの要素として、①多数の売り手と買い手を集めることによる競争的市場の実現、②全国から多品目・大量の生産物を集め生産者と需要者をつなぐ集荷・分荷機能、③集約された需給・価格・価値の情報を川上・川下へ伝える情報伝達機能がある。それらを支える基盤として、代金決済や物流・情報システムがあり、効率的・低コスト流通につながっていく。このようにトータル機能の発揮によって円滑な市場流通が行われている。

それでも青果物・水産物など生鮮品の市況は、天候や漁況によって大きく振れてしまう。わずかな需給ギャップが卸売価格を大きく騰落させてしまうのだ。国産青果物の9割が卸売市場を経由しているが、青果市場の需給状況を示す価格指数は、04年頃に均衡点を超え、徐々に上がってきているとの見方もある。昨秋の天候不順を起点にした野菜相場の乱高下は、産地基盤の弱体化を示しているが、供給力低下を懸念する状況となってきた。一方で、業務用需要の拡大、量販店等の大口需要者のバイイングパワー、Eコマース大手の生鮮流通への登場など、需要側の構造変化も進みつつある。

このような内外環境の変化が進むなか、多様なステークホルダーによって支えられる卸売市場は、適正な価格形成と円滑な食料流通という公的性質を帯びるため、公的セクターが市場へどのように関与して公共性を確保していくかが関係者の心配するところである。今般の卸売市場法改正に関しては、市場規律と公的関与のあり方を中心に議論されたが、認可制から認定制へ移行することは、国や地方公共団体にほぼ限定されてきた市場ガバナンスのあり方を民間側へ大幅に緩和・開放する方向となった。今後は、開設者の資本、個別市場の立地や営業部類のあり方も含めた関係者の検討と、バランスのとれた生鮮食料品流通に向けて、物流・通信技術を取り入れた新しい市場流通の創出が問われよう。

（（株）農林中金総合研究所 取締役食農リサーチ部長 北原克彦・きたはら かつひこ）

今月のテーマ

農産物の生産と流通

今月の窓

卸売市場法改正と本質的機能

(株) 農林中金総合研究所 取締役食農リサーチ部長 北原克彦

好調な鶏肉需要と生産構造の特徴を踏まえて

地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略

堀内芳彦 — 2

最近の卸売市場を取り巻く諸情勢

一瀬裕一郎 — 15

制度的課題と民間企業の動き

ベトナムハノイ市における「安全野菜」の生産と流通

山田祐樹久 — 32

情勢

わが国農業経営体のベトナムでの農業生産

長谷川晃生 — 49

談話室

これからのマーケット・インの農業

公益財団法人流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室 室長
主任研究員 折笠俊輔 — 30

統計資料 — 56

本誌において個人名による掲載文のうち意見にわたる部分は、筆者の個人見解である。

地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略

—好調な鶏肉需要と生産構造の特徴を踏まえて—

理事研究員 堀内芳彦

〔要 旨〕

食鳥業界は、近年の旺盛な鶏肉需要を背景に、2017年の国内生産量が6年連続で過去最高を更新し、更なる増産の動きが強まっている。ただし、コスト競争が非常に厳しく、インテグレーション方式による大規模化が進展し、中小規模生産者の淘汰が続く業界である。

今後の生き残り戦略として、農場や食鳥処理場の増設による供給体制強化が重要なポイントの一つといえる。産地インテグレーターの(株)十文字チキンカンパニーは、岩手県産にこだわり、食鳥処理場増設では、首都圏への物流網の優位性を背景に、雇用面、資金調達面では地元自治体と連携するなど、地域に深く根ざした戦略を取っており、大いに参考となる事例といえよう。

また、地鶏経営では、地域ブランドの確立に向け、地元自治体と生産、加工、販売の関係者が密接な連携関係を構築し、生産体制の整備により品質の統一化を図ったうえで、地域の食文化や消費者ニーズに合わせた販売戦略を展開していくことが重要といえよう。

目 次

- | | |
|--------------------------|---|
| はじめに | (1) 大手インテグレーター（プロイラーの生産） |
| 1 鶏肉の需要動向 | (2) 国産鶏種の地鶏等の生産 |
| (1) 鶏肉が食肉消費の主役 | 4 地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略事例 |
| (2) 生産量、輸入量とも過去最高を更新 | (1) (株)十文字チキンカンパニー（岩手県：産地インテグレーター） |
| (3) 鶏肉相場は底堅く推移か | (2) 農事組合法人福栄組合（福岡県：「はかた地どり」の生産、処理加工、販売） |
| 2 鶏肉の生産構造 | おわりに |
| (1) 肉用鶏の種類 | |
| (2) 生産コスト構造 | |
| (3) インテグレーション化の進展 | |
| (4) 主要産地 | |
| 3 堅調な鶏肉需要を受けての事業戦略の動向と課題 | |

はじめに

近年の旺盛な鶏肉需要を背景に、2017年の国内鶏肉生産量は、6年連続で過去最高を更新し、(一社)日本食鳥協会がまとめた国内主要産地(鹿児島、宮崎、岩手県とその周辺県)の18年度ブロイラー出荷計画も、前年度比2.0%増の計画となっている。また、日本政策金融公庫「農業景況調査」では、ブロイラーの設備投資見込みDIが16年からプラスに転じ、増産に向けた設備投資意欲が強いことがうかがわれる。

しかし、肉用鶏のほとんどを占めるブロイラーは、種鶏や飼料の大半を輸入に依存し、食材特性に大きな差のないコモディティ商品で、コスト競争が非常に厳しく、インテグレーション方式による生産農場の大規模化が進展する一方で、中小規模の生産者の淘汰が続いている業界である。

本稿では、消費が好調な鶏肉の需給動向とその生産構造の特徴を踏まえたうえで、今後の肉用鶏経営における生き残り戦略について、地域特性を生かした事業戦略の事例から考察する。

1 鶏肉の需要動向

(1) 鶏肉が食肉消費の主役

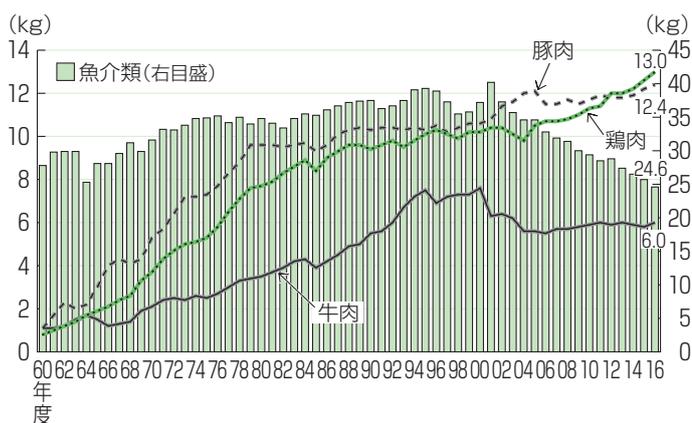
近年の日本人の食生活では、魚介

類の消費が減少し肉類が増加している。なかでも鶏肉は、1人当たりの年間消費量(供給純食料)が06年度の10.7kgから16年度は13.0kgと21.5%増加し、12年度からは豚肉を上回り食肉消費の主役となっている(第1図)。

マクロベースでも、鶏肉消費量(骨付き肉ベース)は、14年以降、毎年過去最高を更新し、17年は2,445千トンとなった(第2図)。

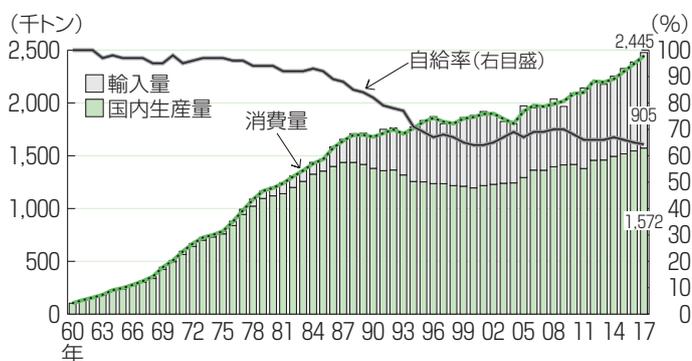
この要因として、消費者の食の志向として、健康、経済性、簡便化が3大志向といわれるなかで、まずは経済性志向の点で、

第1図 食肉および魚介類の1人当たり年間消費量の推移



資料 農林水産省「食料需給表」
(注) 消費量は1人1年当たりの供給純食料。

第2図 鶏肉需給の推移



資料 農林水産省「食料需給表」、(独)農畜産業振興機構「鶏肉需給表」
(注) 1 骨付き肉ベース。
2 輸入量は鶏肉調整品を含む。

鶏肉が他の食肉より安価なことが挙げられる。17年の東京の小売価格（総務省「小売物価統計調査」）は、100g当たり国産牛（ロース）906円、豚（もも）198円に対し、鶏（もも）は136円で、5年前との比較では、牛15.3%、豚16.5%の上昇に対し、鶏は8.8%の上昇にとどまっている。

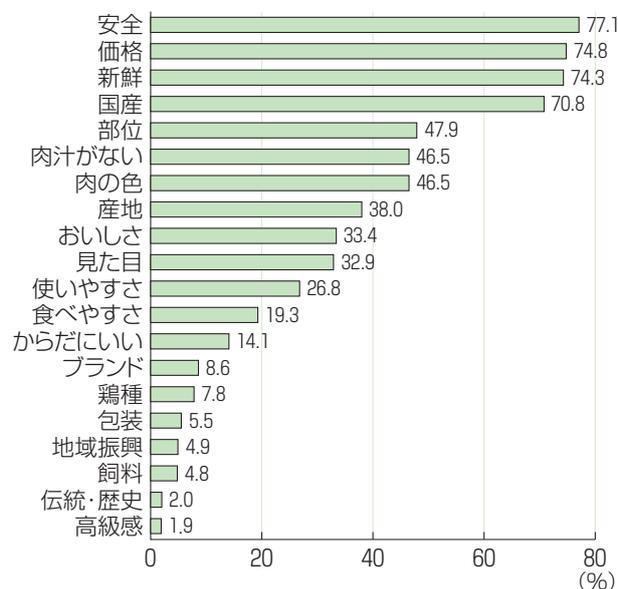
次に、健康志向の点で、特に鶏むね肉の評価が高まったことが挙げられる。その特徴として、高タンパク、低脂肪で、豊富に含まれるイミダゾールジペプチドが疲労回復に効果があるといわれるが、13年に大手コンビニエンスストアがむね肉を使った「サラダチキン」を発売したことを契機に、その認知度が一気に高まった。サラダ具材として簡単に利用できる点は簡便化志向にも合致し、インターネットのレシピサイトで鶏むね肉料理の投稿も増え、ぐるなび総研の17年「今年の一皿」に「鶏むね肉料理」が選ばれるなど、家庭の食卓に定着しつつある。

(2) 生産量、輸入量とも過去最高を更新

好調な鶏肉需要を受け、17年の国内生産量は1,572千トンと6年連続で過去最高を更新した。輸入量（鶏肉調整品〔唐揚げ、焼鳥等〕を含む）も905千トン（鶏肉と鶏肉調整品の比率はほぼ半々）と3年連続で過去最高を更新した（前掲第2図）。

鶏肉は傷みやすく鮮度が重視されることから、国産鶏肉は大半が生鮮品として流通し、その用途は家計消費用と加工業務用がほぼ半々である。一方、輸入鶏肉はほぼ全

第3図 鶏肉を選ぶときに重要と思われるもの(複数回答)
—日本食鳥協会「平成28年度消費者アンケート調査」—



出典 (一社)日本食鳥協会「平成28年度消費者ニーズに対応した国産チキンの品質・規格の調査報告書」
(注) 調査対象は、16年10月29日「国産とり肉の日」に実施した地鶏肉プレゼント応募者および国産チキンまつり参加者。回答数は、1,087件(女性76.6%・男性23.4%、20～50歳代で89.5%、主婦34.8%・会社員31.9%・パート13.8%・その他19.5%)。

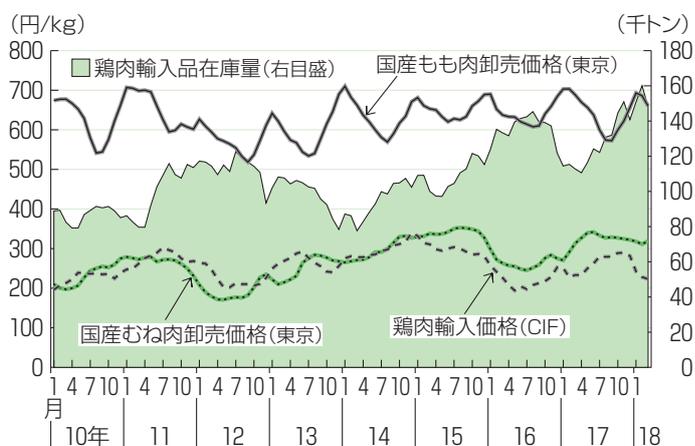
量が冷凍品で、その用途は加工業務用が9割、家計消費用が1割である。

今後の動向については、食の外部化が進むなか、現在、消費量の2割を占める輸入調製品は、商社がタイに鶏肉加工工場を新設するなどの動きが出ており、その輸入が更に拡大するとみられる。ただし、消費者の国産志向が強いなかで（第3図）、17年9月からスタートした加工食品の原料原産地表示制度（猶予期間が22年3月まで）が、今後どの程度浸透するか注目される。

(3) 鶏肉相場は底堅く推移か

国産もも肉の卸売価格は、直近の4年間では、年間を通じてほぼ600円/kg台で推移している。むね肉は、主に加工業務用に使

第4図 鶏肉相場と鶏肉輸入品在庫の推移



資料 農林水産省「食鳥市場情報」、財務省「貿易統計」

われ、価格は競合する輸入品の在庫動向に左右される傾向がある。17年の卸売価格は、好調な需要が下支えとなり300円/kg台前半で推移した。^(注1)17年11月以降、輸入品在庫が過去最高水準にまで積み上がっており、目先の市況はやや軟化が予想される(第4図)。

しかし、中期的には、(株)富士経済が18年2月に公表した国内加工食品市場調査では、サラダチキンの市場規模は17年見込みで269億円(前年比44.6%増)、22年予測で311億円まで拡大するとしているなど、堅調な需要は継続し、国内の鶏肉相場は底堅く推移するとみられる。

(注1)日本では、むね肉より脂肪が多く味の濃いもも肉が好まれ、もも肉の価格はむね肉のおおむね2倍という価格体系になっている。

2 鶏肉の生産構造

(1) 肉用鶏の種類

肉用鶏のうち「ブロイラー」は、特定の鶏種を指すものではなく、7～8週間程度

の短期間で出荷できるように育種改良された肉用若鶏の総称である。このうち、餌や飼育方法を工夫してブランド化を志向するのが「銘柄鶏」といわれる。また、「地鶏」は地鶏肉の日本農林規格で血統や飼育方法が厳格に規定されている(第1表)。

(一社)日本食鳥協会の『全国地鶏・銘柄鶏ガイドブック2017』によると、現在、地鶏は54銘柄、銘柄鶏は114銘柄あり、年間出荷羽数の比率

は、ブロイラー99%(うち一般のブロイラー54%、銘柄鶏45%)、地鶏1%と推計される。

一般のブロイラーと大半の銘柄鶏の種鶏は、外国の育種会社が育種改良した外国鶏種で、その9割強を米国Aviagen社のチャンキー種が占めている。

(2) 生産コスト構造

ブロイラーは、ヒナを7～8週間で飼育し出荷できるため年5回転ほどの生産が可能で、資本回転率が高く、体系的な生産が可能なことから規模拡大が進めやすい。

第1表 ブロイラー、銘柄鶏、地鶏の区分

	一般的な特徴
ブロイラー	ふ化後7～8週間程度の短期間で出荷できるように育種改良された肉用若鳥の総称。
銘柄鶏	(一社)日本食鳥協会の定義。 ・我が国で飼育し、地鶏に比べて増体に優れた肉用種といわれるもので、通常の飼育方法(飼料内容、出荷日齢等)と異なり工夫を加えたもの。
地鶏	日本農林規格で地鶏肉を規定。生産方法の基準は以下のとおり。 ・素ヒナ:在来由来血液率が50%以上のもの ・飼育期間:ふ化日から75日以上 ・飼育方法:28日齢以降、平飼い ・飼育密度:28日齢以降、10羽/m ² 以下

資料 筆者作成

また、農林水産省「平成28年農業経営統計調査」によると、ブロイラー経営では、農業経営費のうち飼料代が64%、ヒナ代が16%を占め、合わせて80%を輸入資源に依存している。

(3) インテグレーション化の進展

こうした生産コスト構造より、ブロイラー業界は、大規模な食鳥処理場と農場を設けて、量産化によりコスト削減を図ることが競争条件となり、ヒナのふ化から飼育、食鳥処理加工までを一貫して行うインテグレーション化が進展している。『(一社)日本食鳥協会会員名簿(平成28年度版)』から推計すると、インテグレーターの上位9グループで年間処理羽数の6割強のシェアを占めている。

(4) 主要産地

また、飼料輸入の基地(青森県八戸港, 鹿児島県志布志港)からの距離, ふん尿処理等の環境対策の必要性, 流通網・低温輸送技

術の発達などから、現在は南九州(宮崎, 鹿児島), 東北(岩手, 青森)が主要産地で、4県で鶏肉産出額の6割を占めている。

3 堅調な鶏肉需要を受けての事業戦略の動向と課題

(1) 大手インテグレーター(ブロイラーの生産)

a 事業戦略の動向

大手インテグレーターのブロイラー生産の最近の動向をみると(第2表), 最大手の日本ハム(株)が, 新中期経営計画パート5(16/3~18/3期)において知床・新潟の4か所で農場を拡充, (株)十文字チキンカンパニーが17年10月に国内最大規模の食鳥処理場を建設するなど, 農場および食鳥処理場増設により供給体制を強化し, 増産を図る動きがみられる。

また, 健康志向の消費者をターゲットに, 栄養素の豊富な飼料を給餌する銘柄鶏を開発するなど, 高付加価値商品を提案し, 需

第2表 大手インテグレーターの事業戦略の動向

	事業戦略
日本ハム(株)	<ul style="list-style-type: none"> ・新中期経営計画パート5(15~17年度)で, 鶏生産において, 知床, 新潟の4か所で農場拡充。中期経営計画2020(18~20年度)では, 鶏出荷羽数を18/3期70,186千羽から21/3期72,700千羽と年率1~2%の増産を計画。自社ブランド鶏肉「桜姫」は18/3期26,665千羽から21/3期29,000千羽に増産を計画(ブランド鶏肉比率は4割)。 ・18年2月に鶏肉取扱量の安定的な拡大を目的に(株)アクシーズと資本業務提携契約を締結。アクシーズは, 増産商品の販路を拡大することが目的。
(株)ニチレイフレッシュ	<ul style="list-style-type: none"> ・岩手県洋野町に農場を新設し, 18年3月よりオメガ3系脂肪酸の含有率を高めた国産鶏肉「オメガバランスチキン®」の生産を開始。年間43万羽出荷の予定。
米久おいしい鶏(株) (伊藤ハム米久ホールディングスグループ)	<ul style="list-style-type: none"> ・17年9月に鳥取県琴浦町の養鶏団地(敷地面積6ha)に8棟の鶏舎を建設し生産を開始。更に18年中に同地に8棟を建設し年間で140万羽出荷の計画。
(株)十文字チキンカンパニー	<ul style="list-style-type: none"> ・17年10月に震災復興地域での雇用創出と生産能力拡大を目的に, 食鳥処理加工を行う久慈工場を増設。処理能力12万羽/日は国内最大規模(18/3時点では9.2万羽/日を処理)。

資料 各社のプレスリリース資料より作成

要を取り込もうとする動きがみられる。

以上のような供給体制の強化，高付加価値商品による差別化の事業戦略を進めるなかで，以下のような課題が指摘される。

b 課題

(a) 容易でない農場用地，雇用の確保

過去3年間の鶏肉需給動向をみると，消費量が9.8%増加するなかで，国内生産量の伸び（5.2%）は輸入量（19.2%）に比べ小幅にとどまっている。この主な要因は，国内での農場と食鳥処理場の増設に以下の課題があり，1，2年の短期間での供給体制の整備が容易でないためである。

- ①農場増設は，防疫対策や地下水確保で用地が限定されることに加え，鶏ふん処理等での地域対策も必要で，用地確保に相当高いハードルがある。
- ②各業種で人手不足感が強まるなか，食鳥処理場の増設では，雇用確保が難しくなっている。

(b) 差別化商品の消費者への訴求

差別化戦略の商品として，飼料や飼育方法を工夫した銘柄鶏の開発には多くの生産者が取り組み，既に100を超える銘柄鶏が乱立している。しかも，種鶏はほぼ同一の外国鶏種であり，食味で消費者が違いを認識するのは容易ではない。

このため，安全志向や健康志向などターゲットとする消費者層を明確にしたうえで，如何にそのブランド（飼育方法，安全性，食機能性，食味等）を訴求していくのか，マ

ーケティング力が課題となっている。

(2) 国産鶏種の地鶏等の生産

a 育種改良，生産の動向

国産鶏種の地鶏・銘柄鶏について，地域ブランド商品化を目指し，37都道府県が育種改良と生産振興に取り組んでいる。ただし，年間出荷羽数は16年度6,705千羽とブロイラー出荷羽数677,713千羽の1%にすぎず，100万羽を超えるのは，徳島県の「阿波尾鶏」（年間出荷羽数2,080千羽）のみで，中小規模の生産者が大半を占めている。

b 課題

こうした状況にある地鶏・銘柄鶏の生産，販売面の課題として，（一社）日本食鳥協会の「平成28年度地鶏アンケート調査」の結果（第5図）と関係者へのヒアリングから以下の点が指摘できる。

(a) 品質の安定

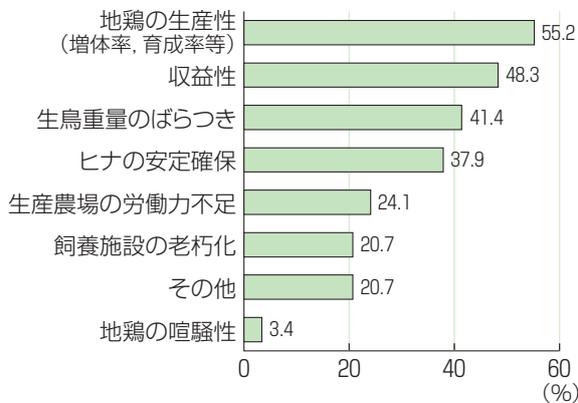
アンケート結果では，生産面の課題として生産性，収益性，生鳥重量のばらつきが上位に挙げられている。増体率や育成率等の生産性向上には，育種改良を進める必要があるが，これは相応の開発費用が必要な長期的な課題である。

重量等の品質のばらつきは，生産性や収益性に直結する課題であり，小規模生産者が多く，生産管理マニュアルが統一化されず生産指導も不十分な点が主な要因といわれる。

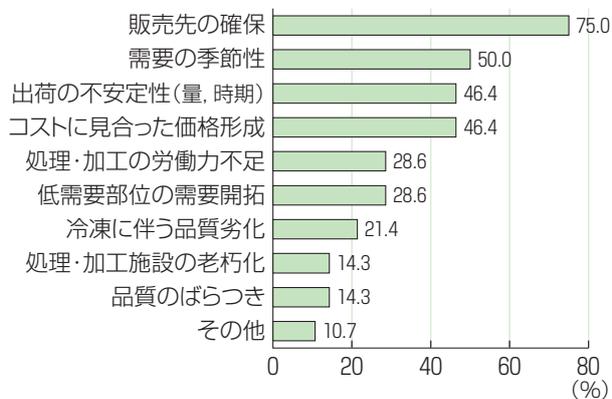
ブランドの前提となる品質の安定のため

第5図 (一社)日本食鳥協会「地鶏アンケート調査」

①地鶏生産における課題(対象:公共機関,複数回答)



②地鶏流通販売における課題(対象:公共機関,複数回答)



出典 (一社)日本食鳥協会「平成28年度地鶏アンケート調査・現地調査報告書」に筆者加筆

(注) アンケートは公共機関(都道府県や県試験場, 大学などの研究機関)114機関, 協会の生産加工部会87会員, 荷受部会56会員を対象に実施。このうち回答のあった51の公共機関の集計結果。

には、生産者の組織化等により生産管理体制を整備する必要がある。

(b) 生産コストに見合う販路開拓

流通販売面の課題としては、販売先の確保、需要の季節性、出荷の不安定性、コストに見合った価格形成が上位に挙げられている。

地鶏は、冬場に鍋需要で需要が高まる季節性が強い一方で、飼養規模が一般に小さく、衛生面からはオールイン・オールアウトの生産方式が採用されていることから、

出荷に大きな波がある。このため、ブロイラーのような通年での安定的出荷や、冷蔵での定時定量販売が難しい場合が多い。また、日齢等の生産基準から生産コストは高くならざるを得ない面がある。

こうした課題を克服するために、まずは、差別化商品としての特徴(その作出の歴史・経緯や科学的根拠を持った高品質鶏としての特性、更に高品質鶏に適した料理方法など)を広く消費者にPRしていく必要がある。また、販路開拓では、高品質の食材が売れる百貨店や高級スーパーでの通年での売場確保や、外食産業とタイアップした料理メニューの開発などが求められよう。

(注2) 鶏舎単位ごとに、一斉にヒナを入れ、生鳥になったら一斉に出荷する生産方式で、出荷後の空いた鶏舎の洗浄を徹底することで病原体の常在化を防止する。

4 地域特性を生かした肉用鶏経営の事業戦略事例

次に、前節3で述べた事業戦略と課題に関する注目事例として、近年生産羽数を拡大している大手インテグレーターの(株)十文字チキンカンパニーと「はかた地どり」を生産する農事組合法人福栄組合を取り上げ、地域特性を生かしたそれぞれの事業戦略についてみていく。

(1) (株)十文字チキンカンパニー

(岩手県:産地インテグレーター)

a 地域特性

岩手県の16年のブロイラー産出額は全国

3位の545億円で、県内農産物産出額の20%を占め品目別では1位となっている。このように岩手県でブロイラー産業が発展した主な要因として、以下の点が挙げられる。

- ①中山間地域が多く、ブロイラーより収益性の高い他の農畜産物の生産や他産業があまり発展しなかったこと。
- ②他産業が発展せず相対的に低賃金で雇用確保ができたこと。
- ③82年に操業した青森県八戸港の飼料穀物コンビナートに近いこと。
- ④78年に東北自動車道が盛岡まで開通し、流通面で首都圏との時間距離が大幅に改善されたこと。

b 同社の特徴

(a) 全国シェア7%

同社（第3表）は、岩手県二戸市に本社を置き、種鶏の飼育、産卵・ふ化、ヒナか

第3表 (株)十文字チキンカンパニーの会社概要
(2017/3期)

設立	1975年
本社所在地	岩手県二戸市
従業員数 (グループ会社 2社含む)	1,490人
資本金	1億円
売上高	450億円
生産羽数の 推移	07年度4,344万羽, 10年度4,511万羽 13年度4,864万羽, 16年度5,028万羽
設備	種鶏農場: 23農場130棟, 常時450千羽飼養
	ふ卵場: 2工場
	生産農場: 178農場1,102棟194,079坪
	食肉処理場: 3工場, 計201千羽/日処理 (1工場は自社利用22千羽/日, 提携会社利用20千羽/日)
	鶏ふんバイオマス発電所: 発電規模6,250kW 肥料工場: 2工場

資料 (株)十文字チキンカンパニー提供資料より作成

ら生鳥までの飼育、食鳥処理加工までを一貫して行う地場の産地インテグレーターで、16年度の年間生産羽数は50百万羽と全国シェアは7%、県内シェアは47%を占める。

(b) 岩手県産にこだわり

生産農場は一部青森県にも立地するが、13年より同社で処理加工、出荷する鶏肉はすべて岩手県産に限定し、東北産ではなく岩手県産とすることで氏素性を明確にして、食の安全安心面での付加価値を高めている。

(c) 地域雇用創出に貢献

県内3か所の食鳥処理場を含むグループ全体での従業員数は1,490人、その大半が正社員で、協力会社を含めると2,200人規模となり、地域経済と雇用に大きな貢献を果たしている。

(d) 鶏ふんバイオマス発電による資源循環

生産羽数の拡大に伴い大きな課題となっていた鶏ふん処理（年間13万トン）を解決するため、16年に国内で5例目、本州初の鶏ふんバイオマス発電事業を開始した。発電所では毎日鶏ふん400トン进行处理し、発電能力は6,250kW、送電能力は4,800kW（約1万世帯分の電力）である。現在、全量を産直で20年来の交流があった生協のパルシステムグループの(株)パルシステム電力に売電している。

(e) 販売は全量を食肉卸売業者に

生産した鶏肉は、全量を食肉卸売業者に

販売している。食肉卸売業者を経由せず、直接小売業者等に販売する場合には、生産量が増え取引先数が増えると、自ら需給調整や部位調整を行うことが難しく、量販店等への対応や取引先管理なども複雑になり、相応のノウハウ、労力が求められる。このため、同社は、販売機能を食肉卸売業者に任せ、生産、処理加工に資源を集中し、品質向上と生産効率向上に注力している。

特に生産効率向上の点では、ヒナ導入から生鳥出荷までの緻密な生産管理と、需要動向に合わせた食鳥処理場の稼働時間の微調整がポイントとなっている。

c 事業戦略

(a) 供給体制の強化

ア 国内最大規模となる食鳥処理場増設

久慈市からの働きかけもあり、国の復興支援事業「津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助事業」を活用し、地域雇用の創出（86人新規採用が補助要件）と生産能力の拡大を目的に、17年10月に既存の久慈工場（処理能力6.4万羽/日）を大規模増設した。

傷みやすい鶏肉は鮮度が重視されるが、近年ドライバー不足で物流コストが上昇する状況で、競争産地の南九州より大消費地の首都圏に1日早く（南九州からは2日かかるのに対し岩手県からは1日で配送できる）配送できる優位性があり、需要が堅調に推移するなかでシェア拡大のチャンスとの判断も背景にある。

処理能力は12万羽/日と国内最大規模で、

18年3月時点の処理羽数は9.2万羽/日、19年3月には生産羽数を増やし11万羽/日を処理する計画である。

久慈工場の従業員数は、18年4月時点で外国人技能実習生、協力会社も含め544人で、久慈市内では最大の従業員数の工場となっている。久慈市のサポートもあり、ここ数年は地元高校から15人前後を採用できおり定着率も高い。ただし、地域内では他業種で人手不足感が出てきており、同社では今後の雇用確保が難しくなるとみている。

イ 農場候補地選定に専担者配置

農場用地確保には、前述のとおり防疫対策や鶏ふん等での地域対策など高いハードルがある。同社では、農場候補地選定のため、地域に顔の広い定年退職者2人を専担者として嘱託採用し、岩手県内、地下水確保、平坦、道路アクセス良好、2町歩以上等を条件に、毎年5千坪の農場用地確保を目指している。

ウ 生産農場の教育研修体制、生産管理体制の整備

生産農場の規模拡大（現在178農場のうち直営農場と委託農場の比率は半々）を進めるなかで、安定的な農場運営を図るために、生産農場の教育研修体制と生産管理体制の整備を行ってきた。

直営農場では、一般募集等で農場長の候補者を募り、実地研修を経て一定の水準になれば農場長として採用される。新任の農

場長には、飼育方法の詳細を「生産農場長アカデミー」と呼ばれる独自の研修プログラムで習得させる。また、農場長には、日常業務のマニュアルとして、飼育方法に加え会社の方針や用語解説等を盛り込んだ「生産農場長手帳」が配付されている。

委託農場も含めた生産農場の管理指導のため、生産部生産課に農場指導員を配置し、現在14人で178農場の生産指導や相談などに対応している。

(b) 銘柄鶏による差別化

「より安全安心な鶏肉を食べたい」との顧客ニーズに応えるため、99年に、全飼育期間にわたり抗生物質・抗菌剤を与えないで飼育した「特別飼育鶏」（日本食鳥協会で名称を定義）の生産を開始した。

その主力商品の「菜・彩・鶏」は、後期・仕上飼料のタンパク質は植物由来のみを与えることで、鶏肉嫌いの原因となる臭いを低減し、併せて仕上飼料に抗酸化作用のあるビタミンEを強化配合し、肉色の変化や脂質の酸化を防止するという特徴がある。現在、「菜・彩・鶏」の生産羽数は全体の3割強を占め、価格は一般ブロイラーより2割高いが需要は堅調という。今後は仕上飼料に配合する油を植物性のみに改良していく方針である。

また、抗菌物質・抗菌剤不使用の特別飼育鶏は、食品安全にこだわりを持つ生協等からの引き合いが堅調で、東都生協「いわて純育ち鶏」、飼料用米を配合したパルシステム「までっこ鶏」、みやぎ生協「めぐ

み野若鶏」などは同社が生産している。

(2) 農事組合法人福栄組合 (福岡県：「はかた地どり」の生産、 処理加工、販売)

a 法人の概要

同法人（第4表）は、福岡県久留米市に本社を置き、「はかた地どり」の生産、処理加工、販売、店舗運営（直営料理店1、唐揚げ店7店）を行う。はかた地どりは、現在11農場（直営8、委託3）で生産され、16年度の出荷羽数は497千羽、年商12億円となっている。

b 地域特性

一 「はかた地どり」開発の背景一

福岡県は鶏肉消費量（16年総務省「家計調査」二人以上の世帯の購入量）が全国2位で、江戸時代に黒田藩が鶏卵生産を振興したことから鶏肉の食文化が生まれ、現在もがめ煮や水炊きなど伝統的な鶏肉の食文化が根付いている。

第4表 農事組合法人福栄組合の会社概要(2017/3期)

設立	1968年
本社所在地	福岡県久留米市
従業員数	119人
資本金	15百万円
売上高	12億15百万円
生産羽数の推移	07年度279千羽、10年度306千羽 13年度414千羽、16年度497千羽
設備	生産農場11農場(直営8、委託3) 合計鶏舎数84、鶏舎面積5,845坪 ----- 食肉処理場:1工場 ----- 直営料理店1店、業務提携料理店4店、唐揚げ店7店

資料 農事組合法人福栄組合提供資料より作成

福岡県にはこのような鶏肉を使った郷土料理が多くあるが、料理に合う「身がしっかりしておいしい鶏肉がない」との県民の声に応えるため、福岡県農林業総合試験場が87年に育種改良した地鶏がはかた地どりで、10年にうま味を増す改良がなされている。はかた地どりは、福岡県在来血統の軍鶏（雄）とサザナミ（雌）の交雑種を父鶏、ホワイトプリマスロックを母鶏とし、ブロイラーに比べうま味成分のイノシン酸が1.4倍、噛みごたえが1.2倍という特徴がある。

c 協議会と連携した生産・販売体制

87年に開発されたはかた地どりは、当初、全農福岡県本部（当時は福岡県購買販売農業協同組合連合会）が生産・販売事業を担い、

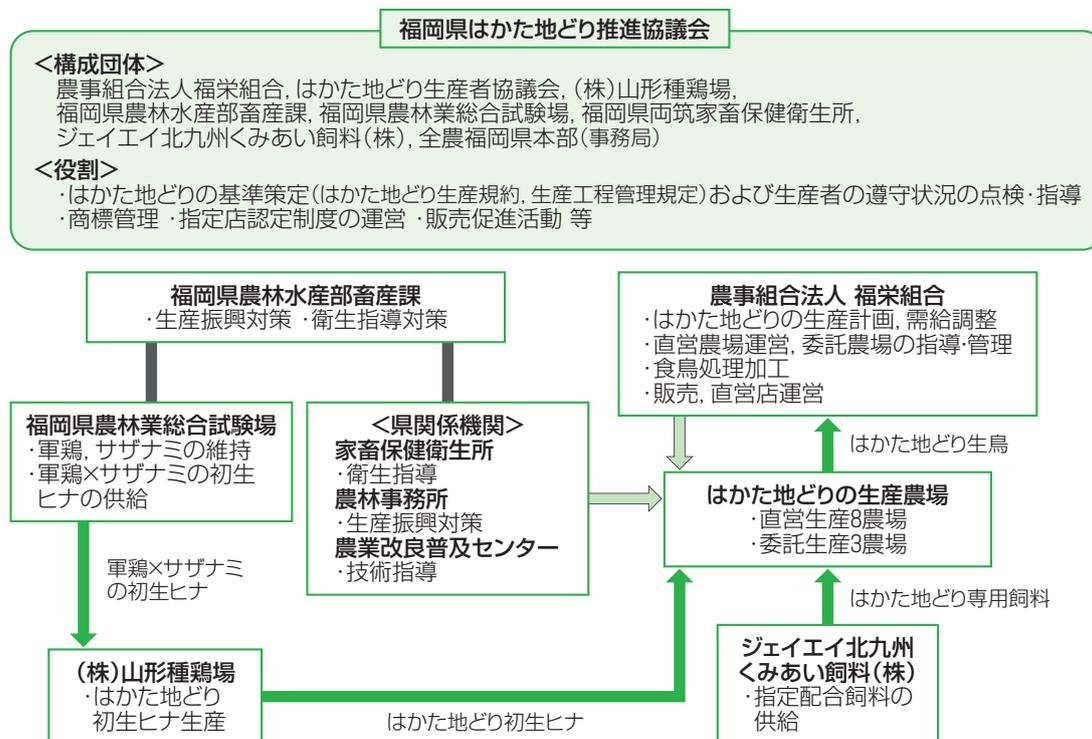
生産は地域の農家に委託し、同法人は食鳥処理を請け負っていた。

01年の全農福岡県本部の発足に際し、はかた地どりの生産・販売事業が同法人に移管され、同法人が、生産から処理加工、販売までを一貫して行うこととなった。

併せて、はかた地どりの生産・販売事業を支援するため、全農福岡県本部が事務局となり、福岡県農林水産部・農林業総合試験場・両筑家畜保健衛生所、(株)山形種鶏場、同法人、はかた地どり生産者協議会（構成員は委託生産農家）、ジェイエイ北九州くみあい飼料（株）を構成団体とする「福岡県はかた地どり推進協議会」（以下「協議会」という）が発足した（第6図）。

地鶏生産で課題といわれる品質の均一化

第6図 はかた地どりの生産・販売体制



資料 農事組合法人福栄組合からの提供資料より作成

を図るため、協議会が、はかた地どり生産規約、生産工程管理規定を設け、同じ飼料、同じ飼育方法による生産管理の指導と遵守状況の点検を行っている。ヒナが生鳥として育つ育成率は98～99%を維持しており、育種改良から種鶏の飼育、産卵・ふ化、ヒナから生鳥まで飼育までの一貫した生産体制での品質の統一、維持が強みとなっている。

販売面では、協議会がはかた地どりのブランド化に向け、12年に地域に根ざしたブランドだけが認められる地域団体商標を申請し登録された。また、ブランド保護のため、協議会で13年より外食・量販店に対する指定店認定制度を開始している。

d 事業戦略

(a) 供給体制の強化

既往の食鳥処理場の能力（年間75万羽処理）が低く、冷凍設備も十分でないため、18年3月に年間処理能力110万羽の新工場を建設し、品質向上を図るため高性能の冷蔵・冷凍設備を設置した。

増産計画としては、17年度に2鶏舎増設し36千羽増羽、18年度は24千羽を増羽する予定である。19年度以降は、1鶏舎の飼養羽数の拡大で、ある程度増産は可能だが、農場は県内限定であり更なる農地確保が課題である。

(b) 食品安全性の向上

17年に肉用鶏では全国初となる農場HACCP認証を1農場で取得し、現在3農

場が農場HACCP推進農場の指定を受け、今後残り7農場でも推進農場の指定を申請していく。新食鳥処理場はHACCP認証の取得を予定しており、農場から食鳥処理場まですべてHACCP認証を受けた工程管理とすることで、更なる食品安全性の向上に取り組んでいく方針である。

(c) 販売力の強化

13年に外食店経営の（株）きちりと業務提携を行い、東京・銀座にはかた地どりのアンテナショップとなる料理店をオープンした。現在、東京3店舗、大阪1店舗で、販路開拓での商談の場としても効果を上げている。

福岡県内の販売量は全体の3割程度にとどまるため、県内販売強化に向け17年に博多川端に直営料理店をオープンした。

商品の販売形態としては、高齢世帯、単身世帯が増加するなか、小売段階での利便性ニーズに対応するため、少量パックでの販売も開始している。更に、新食鳥処理場に導入した急速冷凍システムにより、解凍後もドリップの出ない冷凍品（うま味が逃げない）を製造し、外食店中心に売込みを図っていく。

また、福岡県とローソン（コンビニ）が一層の地域の活性化および県民サービスの向上を図るために、13年に締結した包括連携協定に基づき、18年3月からローソンで九州限定の「はかた地どりの鶏から」「はかた地どりの鶏めし重」「はかた地どりの雑炊」を販売し、地元でのブランド浸透を図って

いる。

おわりに

食鳥業界では、近年の好調な鶏肉需要を背景に、18年2月に業界大手の日本ハム(株)と(株)アクシーズが資本業務提携するなど、今後大手インテグレーターのシェアが更に拡大していくとみられる。

こうした状況のなかで、インテグレーターによる肉用鶏経営での生き残り戦略として、農場や食鳥処理場の増設による供給体制強化が重要なポイントの一つといえるが、これは、飼料調達、流通網、雇用確保等の面で地域特性や地域経済と深い関わりを持つ課題である。

この点に関して、(株)十文字チキンカンパニーは、地場の産地インテグレーターとして、岩手県産にこだわり、食鳥処理場増設では、首都圏への物流網の優位性を背景に、雇用面、資金調達面では地元自治体と連携するなど、地域に深く根ざした戦略を取っており、生き残り戦略として大いに参考となる事例といえよう。

また、地鶏経営では、はかた地どりの事例から、地域ブランドの確立には、まず育種改良から種鶏の飼育、産卵・ふ化、ヒナから生鳥の飼育まで一貫した生産体制を構築することで、品質の均一化を図る必要が

ある。そのうえで地域の食文化や消費者ニーズに合わせた販売戦略を展開していくことが重要といえる。併せて、それを推進するため、地元自治体と生産、加工、販売の関係者が密接な連携関係を構築することが重要といえよう。

<参考文献>

- ・河原林孝由基(2017)「地域一体となった“産地運営”と鶏糞バイオマス発電—岩手県・(株)十文字チキンカンパニーの取組み—」『農中総研 調査と情報』web誌, 11月号
- ・菊池洋介(2015)「本県畜産を牽引するブロイラー産業の現状と課題」『岩手経済研究』4月号
- ・駒井亨(2018)『ブロイラーは世界を救う』木香書房
- ・趙玉亮(2018)「地域特性を生かしたブロイラー企業の大規模化—株式会社十文字チキンカンパニー(岩手県)の事例—」『農中総研 調査と情報』web誌, 5月号
- ・長坂政信(1988)「岩手県におけるブロイラー産業の発展と産地形成」『地理学評論』Ser.A, Vol.61, No.3
- ・福田彩乃(2018)「生産から販売に至る地鶏の一貫経営—農事組合法人福栄組合(福岡県久留米市)—」『農中総研 調査と情報』web誌, 5月号
- ・堀内芳彦(2018)「好調続く鶏肉需要、4年連続で過去最高を更新」『農中総研 調査と情報』web誌, 5月号

<参考WEBサイト>

- ・家畜改良センター兵庫牧場「国産鶏種」
<http://www.nlbc.go.jp/hyogo/kokusankei/index.html>
- ・日本食鳥協会「チキンミュージアム」
<http://www.j-chicken.jp/museum/index.html>
- ・農林水産省畜産部「食肉鶏卵をめぐる情報」
<http://www.maff.go.jp/j/chikusan/shokuniku/lin/index.html>

(ほりうち よしひこ)



最近の卸売市場を取り巻く諸情勢

主事研究員 一瀬裕一郎

〔要 旨〕

中央卸売市場法が制定された1923年以来、わが国の卸売市場には100年近い歴史がある。その間、71年の卸売市場法への移行を含む複数回の法改正が行われたが、法律を現状に合わせる形で取引方法等に関する規制を弾力化する現状追認型の改正だった。

今回（2018年）の法改正は、規制改革推進会議等の「卸売市場を含めた流通構造の改革を推進するための提言」におおむね沿った内容である。すなわち、国等の卸売市場への関与を必要最小限にとどめる方向である。法改正について専門家の間には、卸売市場の多様化を促して出荷先や仕入先の選択肢を増やすという肯定的な意見がある一方で、食料品の安定供給という卸売市場の公共的な役割が脅かされるという否定的な意見もある。

国等の関与を縮小する方向のわが国とは対照的に、EU主要国では卸売市場を公共財と位置付け、その運営や整備に国等が主導的に関わっている。食料品の安定供給という公共的な役割の維持のためには、わが国においても国等の深い関与が必要とされることが今後もありうるのではなかろうか。

目 次

はじめに

1 卸売市場をめぐる法制度の変遷

- (1) 中央卸売市場法時代（1923-71年）
- (2) 卸売市場法時代（1971年-現在）
- (3) 委託手数料の変遷

2 近年の卸売市場の動向

- (1) 減少する卸売市場数
- (2) 今なお卸売市場が最大の流通経路
- (3) 集散市場的な流通構造へ

3 改正卸売市場法の要点

- (1) 認可・許可制から認定制へ

- (2) 遵守すべき取引ルール

- (3) 中央・地方等の相違が縮小

- (4) 改正法に対する専門家の評価

4 EUの卸売市場と公的セクター

- (1) 大きな公的セクターの関与

- (2) 条例で取引方法等を定める事例も

- (3) 入場料も開設者の収入源

おわりに

- (1) 今後の日程と展望

- (2) 公的セクターと卸売市場

はじめに

2018年の第196回通常国会で卸売市場法が改正された。今回の同法改正は、国等の卸売市場への関与を必要最小限へと縮小する一方で、各卸売市場開設者の裁量を大幅に広げ、これまでおおむね全国一様であった卸売市場の多様化を促す可能性がある。改正法の下で、生産者の出荷先や実需者の購入先の選択肢が拡大する一方で、卸売市場が担ってきた公共性^(注1)、すなわち生鮮食料品等を消費者に円滑かつ安定的に供給する機能を、毀損する恐れもある。

本稿では、法改正という画期を迎える卸売市場について、その歴史をふまえたうえで、国等の関与を縮小する今回の改正によって生じうる変化に関して、特に公的セクターと卸売市場の関係に着目して検討したい。

具体的な構成は以下のとおりである。まず、わが国の卸売市場に関する法制度の変遷を整理する。続いて、競争力が低下している^(注2)とされる卸売市場について、最近の動向を統計等から把握する。そのうえで、今回の法改正の内容について紹介する。さらに、今後国等の卸売市場への関与が縮小し、公共性の維持を危ぶむ意見があるため、対照事例としてEU主要国を取り上げ、国等の卸売市場への関与について検討する。

(注1) 卸売市場の公共性とは、「生鮮食料品等を消費者に円滑かつ安定的に供給する機能」と解されることが多いようだが、論者によって定義が微妙に異なったり、曖昧だったりするので、留意を要する。

(注2) 例えば、17年10月25日の規制改革推進会議農林ワーキング・グループと未来投資会議構造改革徹底推進会合「地域経済・インフラ」会合の合同会合では、後者の会長である三村明夫委員が「環境変化などにより、卸売市場が競争力を失っていることは明らか」と発言している。詳しくは同会合議事概要参照。

1 卸売市場をめぐる法制度の変遷

本節では、中央卸売市場法およびそれを引き継いだ卸売市場法の下での取引原則や委託手数料率等の変遷を、年代を追って整理する。

(1) 中央卸売市場法時代(1923-71年)

1910年代には問屋による生産者の買い叩きや、消費者への売り惜しみがみられ、人々の暮らしに不可欠な食料品の価格が高騰して生活苦を招くなど大きな社会問題となっていた。その象徴的な出来事の1つが18年に起こった米騒動である。このような社会問題を受けて、中央卸売市場の開設を求める意見が強まり、中央卸売市場法の制定、京都市での全国初の中央卸売市場の開設へとつながった。

23年に制定された中央卸売市場法では、地方公共団体・公益法人のみが中央卸売市場を開設でき、開設者から許可を受けた卸売業者だけが、決められた取引原則に従って取引をするという、現在の市場流通にも通ずる基本的な枠組みが定められた。この時に示された取引原則は、セリ売り、委託集荷、商物一致、卸売結果の公表、等であ

る（第1表）。

太平洋戦争中の統制経済の時期を経て、56年に中央卸売市場法が初めて改正された。当時、卸売業者の乱立が問題となっており、卸売業者の合併を独占禁止法の適用除外とする規定や、中央卸売市場1市場あたりの卸売業者数に上限を設ける規定が盛り込まれた。

続く58年の改正では、荷引き競争で消耗した卸売業者の経営を安定させることを目的とする規定が盛り込まれた。出荷奨励金や完納奨励金の適正な水準への抑制等を含

む開設者による取引方法の制限や、純資産額を基準とする卸売業者の許可取消し、等である。

中央卸売市場法の最後の改正は61年に行われた。高度経済成長期に膨張する都市の生鮮食品需要を満たすために、全国の主要都市に中央卸売市場を新設すること、中央卸売市場の指定地域の周辺地市場の再編を促すこと、等が主な内容である。

(2) 卸売市場法時代（1971年-現在）

中央卸売市場法の後を受けて1971年に卸売市場法が制定された。同法では、都市化の一層の進展や産地の大型化に対応して、中央卸売市場のみならず地方卸売市場も法律の対象に含め、計画的に市場の新設や設備の整備を推進することとなった（第2表）。

また、量販店が台頭するにつれて、セリおよび入札によらない取引、すなわち予約相対取引や他市場への転送等が行われるようになった。これらの取引は中央卸売市場法では認められてこなかった。そこで、卸売市場法では、セリ・入札売り原則等の取引規制を堅持しつつも例外規定を設けて、予約相対取引等が定着している現状を追認した。99年および04年の卸売市場法改正でも、現状を追認する方向で、取引方法等の規制が廃止または弾力化された。

なお、次項で詳述するが、04年の法改正で最も注目を集めた点は、卸売業者が開設者へ届け出ることによって委託手数料を自由に設定できる仕組みが導入されたことであった。

第1表 中央卸売市場法の変遷

年	経過	主な内容
23年	制定	○中央卸売市場は地方公共団体(または特別の事情のある場合には公益法人)が開設
		○地方長官(市長)による卸売業者の許可制
		○セリ売りの原則、委託集荷の原則、商物一致の原則、卸売数量・価格の報告義務、等
		○開設者による取引の監視
56年	改正	○中央卸売市場の区域指定を明示(15万人以上の人口を有する土地とその隣接地)
		○中央卸売市場の開設者を地方公共団体のみに限定
		○農林大臣による卸売業者の許可制
		○中央卸売市場の卸売業者の合併等について独占禁止法の適用除外
58年	改正	○中央卸売市場という名称の使用制限
		○出荷奨励金、完納奨励金等に関する業務規程による規制
		○純資産が一定額を下回った卸売業者の許可取消し
61年	改正	○中央卸売市場の新設および既存中央卸売市場の整備促進
		○卸売業者の合併等について独占禁止法の適用除外範囲の拡大
		○取引方法として入札を追加
		○農林大臣による指定地域の周辺地市場への必要な勧告の実施
		○農林省に中央卸売市場審議会を設置

資料 梓谷(1977)、吉田(1978)、秋谷(1981)、日刊食料新聞社編(2005)

第2表 卸売市場法の変遷

経過	主な内容
71年 制定	<ul style="list-style-type: none"> ○中央卸売市場法では対象外だった地方卸売市場を卸売市場法では規制の対象とする ○中央卸売市場および地方卸売市場の新設・整備を計画的に推進 ○中央卸売市場法での取引規制(セリ売り・入札売りの原則, 第三者販売の禁止, 等)を条文上は維持しつつ, 但し書きを加えることで, 例外的な取引(予約相対取引, 他市場への転送, 等)を大幅に容認
99年 改正	<ul style="list-style-type: none"> ○卸売業者に対する財務面での指導基準の導入 ○セリ売り・入札売り原則の廃止 ○委託集荷原則の緩和(買付集荷の特例要件の追加) ○商物一致原則の緩和(商物分離取引の特例要件の追加) ○卸売業者による取引結果等の公表を義務化 ○卸売市場開設者のより広域な主体への変更に際する地位承継規定の整備
04年 改正	<ul style="list-style-type: none"> ○委託集荷原則の廃止(買付集荷の全面自由化) ○第三者販売規制, 直荷引き規制の緩和 ○商物一致原則の緩和 ○卸売業者が公表する取引結果に第三者販売や商物分離の数量, 価格等を追加 ○委託手数料率の自由化 ○中央卸売市場の地方卸売市場への転換規定を整備
18年 改正	<ul style="list-style-type: none"> ○農水大臣による中央卸売市場の認定制 ○都道府県知事による地方卸売市場の認定制 ○認定の必要条件となる共通ルール(受託拒否禁止原則, 差別的取扱禁止原則, 取引方法・条件・結果等の公表)の導入 ○卸売市場ごとにその他の取引ルール(第三者販売, 直荷引き等のルール)の策定と公表

資料 梓谷(1977), 吉田(1978), 卸売市場法研究会編(1999), 日刊食料新聞社編(2005), 農林水産省(2017)

(3) 委託手数料の変遷

卸売業者の収入の多くの部分は, 委託集荷した荷を販売した際に受け取る委託手数料である。換言すれば, 委託手数料の仕組みが卸売業者の経営に大きな影響を及ぼす要因の1つといえる。それゆえ, これまでの卸売市場法改正等の度に, 委託手数料の仕組みをどのように設計するのが望ましい

のか, 議論が行われてきた。

中央卸売市場法制定当初の委託手数料は, 卸売金額に一定の料率を乗じて手数料を算出する現在のような定率制ではなく, 最高限度率制が採用された。青果, 水産等の取扱品目にかかわらず, 各中央卸売市場の業務規定で, 最高限度率は卸売金額の10%と定められ, その範囲内で卸売業者が手数料率を設定する仕組みであった(第3表)。

最高限度率制は58年の中央卸売市場法改正まで続いたが, その間に卸売業者間の荷引き競争が激化した。十分な荷を確保するために, 委託手数料率を引き下げたり, 出荷奨励金を拡大したりする卸売業者もあり, 経営状況が悪化した。国民への生鮮農林水産物の円滑な供給を安定的に続けるために, 卸売業者に一定の財務力の確保が求められた。そこで, 58年の中央卸売市場法改正を機に, 委託手数料の仕組みを最高限度率制から全国一律の定率制へと転換した。各中央卸売市場の業務規定で, 野菜が10%, 果実が8%, 水産物が6%と, 取扱品目ごとに異なる委託手数料率が定められた。

高度経済成長期には賃金だけでなく物価も継続的に上昇した。そこで, 生鮮食料品の物価対策が必要となり, 63年に生鮮食料品流通改善対策要綱が公表された。要綱には卸売市場流通についても盛り込まれた。要綱に沿ったかたちで, 委託手数料率は野菜が8.5%, 果実が7.0%, 水産物が5.5%へと引き下げられた。委託手数料率の引下げと同時に, 卸売業者が産地へ支払う出荷奨励金の支出抑制も行われた。なお, 委託手数

第3表 委託手数料の変遷

	主な内容
23年	中央卸売市場法制定。委託手数料の公定制が定められる。委託手数料は、定率制ではなく、最高限度率制。各中央卸売市場の業務規定で最高限度率は取扱品目にかかわらず10%以内とされた。
58	中央卸売市場法改正。卸売業者の過当競争と収益悪化を受けて、卸売業者の経営を安定させるために、各中央卸売市場の業務規定で開設者が定率手数料を定められることとなる。 野菜10%、果実8%、水産物6%。
63	生鮮食料品の物価対策が必要となり、生鮮食料品流通改善対策要綱が公表される。要綱に沿って委託手数料率引下げ。手数料率の引下げについては、出荷者の強い要望もあった。 野菜8.5%、果実7.0%、水産物5.5%。 同時に出荷奨励金等の支出抑制も実施。
71	卸売市場法制定。委託手数料は中央卸売市場法時代を踏襲。 野菜8.5%、果実7.0%、水産物5.5%。
04	卸売市場法改正。委託手数料の弾力化。09年から卸売業者が機能・サービスに応じた委託手数料を自ら定められるようになる。手数料を変更する際には、卸売業者が開設者に届け出る。実際にはほぼ全ての卸売業者が手数料を変更せず。
18	卸売市場法改正。卸売業者が委託手数料を自ら定められる仕組みは継続見込み。

資料 粹谷(1977)、吉田(1978)、卸売市場法研究会編(1999)、日刊食料新聞社編(2005)、農林水産省(2017)、農林水産省「卸売市場データ集」、農林水産省WEBサイト

料率の引下げの背景には、物価対策だけでなく、収入確保の面から産地の強い要望もあった。

卸売市場法が71年に制定されたが、委託手数料については中央卸売市場法の下での定率制が引き継がれ、料率もそのまま04年まで維持された。04年の改正では、卸売業者の経営基盤強化の一環として委託手数料の弾力化が盛り込まれた。委託手数料は、これまでの定率制から、卸売業者が機能やサービスに応じた手数料率を自ら定めて市場の開設者に届け出る届出制へと変更された。準備期間を経て委託手数料の届出制は09年から実施されたが、現在までのところ従前の料率からの変更を届け出た中央卸売

市場の青果卸は皆無である。

18年の改正法案でも、卸売業者が自ら委託手数料を定める仕組みは引き継がれている(注3)。届出制が実施された09年以降の経過を踏まえれば、今回の法改正を機に、ただちに委託手数料を変更する卸売業者が現れるとは考えにくい。

(注3) 中央卸売市場については、卸売市場法改正案第四条5項五号の表中「四 売買取引の条件の公表」。地方卸売市場については、第十三条5項五号の表中「四 売買取引の条件の公表」。

2 近年の卸売市場の動向

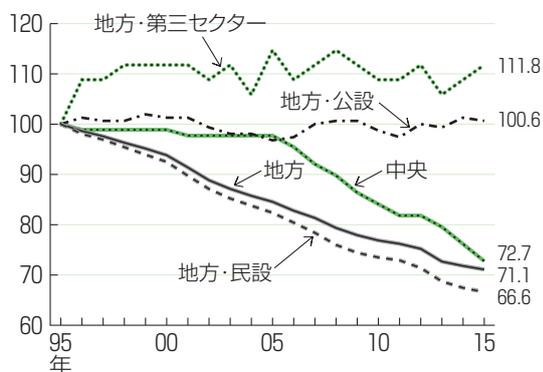
本節では、競争力が低下したとされる卸売市場で、どのような変化が近年生じているのか、農林水産省の統計等を用いて明らかにする。なお、本節では、卸売市場で取り扱う品目のうち、主に青果物を対象とする。

(1) 減少する卸売市場数

84年に沖縄県中央卸売市場が開場し、全国主要都市での80を超える中央卸売市場の開設が一巡した。その体制には2000年代半ばまで大きな変化はみられなかった。ところが、04年に第8次卸売市場整備基本方針が策定され、中央卸売市場の再編が打ち出された。そして、06年に釧路市と大分市の中央卸売市場が地方卸売市場へと転換して以降、同様の動きが相次ぎ、中央卸売市場数は64市場(17年3月末時点)まで減少した。

一方、地方卸売市場は図示した期間に一貫して減少しており、15年の市場数は95年

第1図 卸売市場数の推移(1995年=100)



資料 農林水産省「卸売市場データ集」

比で7割程度となった(第1図)。ただし、開設者の形態(公設、民設、第三セクター)によって動向が異なる。市場数の減少が著しいのは民設の地方卸売市場である一方、公設の市場数はほぼ一定、第三セクターの市場数は15年に95年比で1割ほど増加している。つまり、相対的に小規模であり経営基盤の脆弱な民設市場でもっばら再編統合や廃業が進み、地方卸売市場数が減少してきたといえる。

(2) 今なお卸売市場が最大の流通経路

近年の政府等の会議でも、卸売市場の機能低下(すなわち卸売数量の減少や卸売市場経由率の低下)が指摘され、卸売市場を含めた流通改革の必要性が議論されてきた。

実際、青果物の卸売市場経由率は低下しており、14年には60.2%となった(第2図)。ただし、国産青果物に限れば、同年の経由率は84.4%と決して低い水準ではなく、依然として国内産地にとって最大の流通チャネルであり続けている。それは、Hall(1949)が指摘したように、生産者と消費者の間に

卸売市場が存在することで、取引総数の極小化を通じて、流通コストを節減できることが一因とみられる(第3図)。

それゆえ、17年の第193回通常国会で成立した農業競争力強化支援法に従って、農協等の農業者団体が「農業者の農業所得の増大に最大限の配慮をするよう努め」(同法第五条3項)、「農産物の消費者への直接の販売を促進」(同第十三条)したとしても、「農産物流通等の合理化の実現」(同第一条)につながり、「我が国の農業が将来にわたって持続的に発展」(同第四条)するとは必ずしも言い切れない。

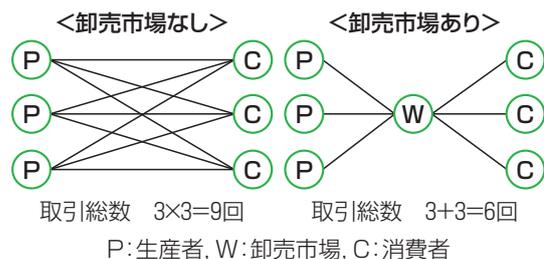
なお、これまで卸売市場で取り扱ってこなかった業務需要向けの輸入原料を用いた

第2図 青果物の卸売市場経由率の推移



資料 第1図に同じ

第3図 取引総数極小化の原理



資料 藤島ほか(2012)

青果物加工品等の商材にも対応していきなど、卸売市場は新たなビジネスモデルを模索することが必要との指摘もある。^(注4)

(注4) 農畜産業振興機構(2017)の「卸売市場の社会的役割と今後の改革方向」参照。

(3) 集散市場的な流通構造へ

80年代には中央卸売市場の全国展開とわが国の野菜生産のピークが重なり、大都市だけでなく地方都市にある中央卸売市場でも全国各地の産地から直接荷を受け、開設区域よりも広い地域へ荷を販売できる状況であった。^(注5)

90年代に入ると、大規模化した産地は大都市の拠点的な中央卸売市場への出荷に傾斜し、地方都市にある一部の中央卸売市場等では大都市からの転送によって荷を調達するようになる構造、すなわち集散市場的な流通構造が生じてきた。^(注6)

そのトレンドは現在まで続いているようである。総合農協の広域合併等によって集出荷団体数は減少(91年:4,951団体→06年:1,470団体)する一方、1団体あたりの出荷量は同期間に2.7倍に増加(1,467トン→3,950トン)した(第4表)。大規模化した産地は、1か所降ろしで済み、大量の荷を売りさばける大都市の拠点的な中央卸売市場(例え

第4表 青果物集出荷団体の推移

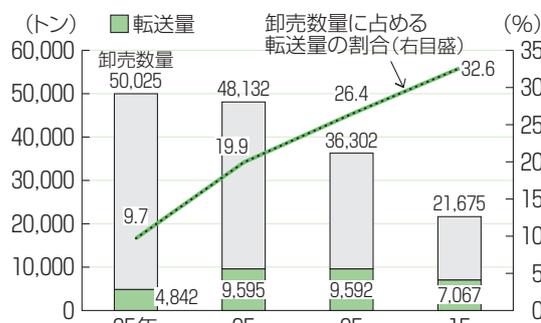
	集出荷団体数(団体)	出荷量(千トン)	1団体あたり出荷量(トン)
91年	4,951	7,266	1,467
96	4,063	7,007	1,725
01	2,700	7,211	2,671
06	1,470	5,807	3,950

資料 農林水産省「青果物集出荷機構調査報告」
(注) 集出荷団体は総合農協、専門農協、任意組合。

ば東京都中央卸売市場大田市場や大阪市中央卸売市場本場等)への出荷先の絞り込みを進めているとみられる。

それに呼応するように、地方都市の中央卸売市場等では、大都市からの転送によって、地域の需要に対応する品揃えを確保する動きが生じている。^(注7)例えば、山梨県の甲府市地方卸売市場(11年に中央から地方へ転換)では、野菜卸売数量に占める東京都からの転送量の割合が経年的に上昇し、15年には32.6%となった(第4図)。また、静岡県浜松市中央卸売市場でも同様の動きがみられ、85年にわずか2.2%であった転送量の割合が、15年には16.7%となった(第5図)。

第4図 野菜卸売数量に占める東京都からの転送量(甲府市地方卸売市場)



資料 農林水産省「青果物卸売市場調査報告」
(注) 05年以前は甲府市中央卸売市場の値。

第5図 野菜卸売数量に占める東京都からの転送量(浜松市中央卸売市場)



資料 第4図に同じ

このように大都市の拠点的な中央卸売市場を結節点として、全国の大産地から全国の地方都市へと青果物が供給される流通構造が現れている。換言すれば、産地は出荷先として、地方都市の卸売市場は仕入先として、大都市の拠点的な中央卸売市場への依存を強めているといえよう。

(注5) 藤島(1986)は広域消費市場体系として分析した。

(注6) 細川(1993)は情報主導型総合市場体系として分析した。なお、杉村・坂爪(2013)の整理が分かりやすいが、情報主導型総合市場体系は、70年代に山口(1974)や川村・湯沢・美土路(1977)が提起した集散市場体系の派生型である。

(注7) 詳しくは拙稿(一瀬(2004))を参照。

3 改正卸売市場法の要点

本節では、今回の法改正の内容を紹介する。現行の卸売市場法は7章83条から構成されているが、改正法では6章19条へと大幅に簡素化された。改正法は、中央卸売市場での「受託拒否の禁止」の扱いを除いて、規制改革推進会議農林ワーキング・グループ等が17年11月24日に公表した「卸売市場を含めた流通構造の改革を推進するための提言」(以下「提言」という)の内容に沿ったかたちとなっている。提言の内容とは、端的に言えば、卸売市場流通への国の関与(注8)を必要最小限にとどめるというものである。以下では改正法の要点を整理する。

(注8) 提言には、「国が、必要最小限の関与を行うという方向に改めるべき」「国が一律に関与する規制は、あくまでも、公正・透明な取引を確保するための必要最小限のものに止めるべき」「国等の関与は法令に基づくものに基本的に限るべき」との記述がある。

(1) 認可・許可制から認定制へ

中央卸売市場について、現行法では市場を開設する際に、開設者は農林水産大臣(以下「農相」という)の認可を受けなければならない。また、中央卸売市場を開設できるのは、人口20万人以上の地方公共団体のみである。さらに、市場で卸売業務を営む際に、卸売業者は農相の許可を受けなければならない(第5表)。

一方、改正法では、開設者からの申請に対して、施設規模が一定以上等の要件に適合している市場を、農相が中央卸売市場として認定するかたちとなる。また、開設者の属性は地方公共団体に限定されておらず、民間企業でも中央卸売市場の開設者となれる。さらに、卸売業者が業務を行う際に、農相の許可を受ける必要はない。

地方卸売市場についても同様であり、現

第5表 卸売市場法の主な改正点

		現行法	改正法
許可	中央	農相が開設者を認可、卸売業者を許可	農相が開設者を認定
	地方	県知事が開設者を許可、卸売業者を許可	県知事が開設者を認定
開設者	中央	県または人口20万人以上の市	地方公共団体、民間企業、第三セクター、等
	地方	地方公共団体、民間企業、第三セクター、等	
取引規制	中央	売買取引の方法の設定 差別的取扱の禁止* 受託拒否の禁止* 卸売の相手方としての買受けの禁止 第三者販売の原則禁止 商物一致の原則 直荷引きの禁止	共通取引ルール、その他の取引ルール
	地方	売買取引の方法の設定 差別的取扱の禁止*	共通取引ルール(受託拒否の禁止を除く)、その他の取引ルール

資料(注) 農林水産省(2017)、堀(2018)等から作成
*は、改正法の共通取引ルールに含まれるもの。

行法では開設者・卸売業者は都道府県知事の許可を受ける必要があったが、改正法案では開設者の申請に応じて知事が認定するかたちとなり、卸売業者が知事の許可を受ける必要はなくなる。

つまり、法改正後には、国等が関与するのは開設者のみに対してであり、これまでのような卸売業者への関与はない。

(2) 遵守すべき取引ルール

卸売市場の開設者が認定を申請するにあたり、遵守すべき取引ルールを明記した業務規程を作成し、国等へ提出することになる。遵守すべき取引ルールは、全国共通で適用される共通取引ルールと、市場ごとに関係者の協議を経て定めることができるその他の取引ルールからなる。

共通取引ルールは、①売買取引の方法の公表、②差別的取扱の禁止、③受託拒否の禁止（中央卸売市場のみに適用）、④代金決済ルールの策定・公表、⑤取引条件の公表、⑥取引結果の公表、⑦その他の取引ルールの公表、である。

したがって、現行法で定められている第三者販売、直荷引き、商物一致等に関わる規制は、共通取引ルールに含まれていない。それゆえ、これらの規制を法改正後も維持する場合には、市場ごとに関係者の協議を経てその他の取引ルールで規制を定め、公表することとなる。

つまり、法改正後、取引ルールについての国の関与は共通取引ルールのみとなる。それ以外の取引ルールに国は関与せず、卸

売市場ごとの自主性に委ねることとなる。

(3) 中央・地方等の相違が縮小

改正法では、開設手続きや取引規制の点で、中央卸売市場と地方卸売市場とがほぼ同等の扱いとなった。^(注9)残された両者の相違は、認定者の違い（農相／知事）と、共通取引ルールでの受託拒否禁止の有無のみである。

また、法改正後に一定の施設面積規模以上の卸売市場は中央卸売市場として、それ未満の卸売市場は地方卸売市場として認定されるのであり、開設者の属性は問われない。したがって、公設卸売市場と民設卸売市場は同列に扱われることとなる。

(注9) 改正法第十四条に、地方卸売市場については、中央卸売市場に関する条文の農相を知事と読み替えて準用すると書かれている。

(4) 改正法に対する専門家の評価

改正法の条文が公表されて以降、専門家から法案に対して賛否入り混じった様々な評価がなされている。例えば、筆者が聴講した卸売市場法に関する催し^(注10)では、以下のような意見が出されていた。

肯定的な評価としては、「卸売市場の多様化が進めば、生産者にとって出荷先の選択肢が広がるのではないか」「生鮮食料品以外のコメや加工食品も扱えるようになるので、実需者にとっての卸売市場の利便性が高まるのではないか」「卸売場以外の土地活用等、開設者の収入の多様化を図ることにより、卸売業者等から徴収する施設利用料を引き下げられ、委託手数料の引下げにつな

げられるのではないか」等であった。

一方で、否定的な評価としては、「卸売市場の公共性や社会インフラとしての機能が弱まるのではないか」「地方公共団体が税金を投入して公設卸売市場を運営する法的根拠が揺らぐのではないか」「中央卸売市場法制定以前のような卸売業者の間屋化や差益商人化、商業資本化が進むのではないか」等であった。

(注10) 18年3月30日に開催された2018年日本農業市場学会公開特別研究会。なお、この時に配布された資料が日本農業市場学会(2018)である。

4 EUの卸売市場と 公的セクター

今回の法改正では、地方公共団体だけでなく民間企業でも中央卸売市場を開設できるため、従前のように卸売市場の公共的役割が維持できるのかという懸念を持つ関係者や有識者も少なくない^(注11)。

そこで本節では、わが国への対照事例としてEU主要国を取り上げ、公共インフラとしての卸売市場という観点から、国等の公的セクターが卸売市場へどのように関与しているのか等、既往文献等から整理してみたい。

(注11) 例えば、三国(2018)、新山(2018)、等。18年5月23日の衆議院農林水産委員会で行われた卸売市場法改正に関する参考人質疑でも複数の参考人から同様の懸念が表明された。詳しくは日本農業新聞(2018b)。

(1) 大きな公的セクターの関与

EUでは寡占化した巨大なりテイラーが生産者から直接青果物を調達しており、両

者の中間にある卸売市場の役割が小さいと捉える向きもある^(注12)。一方で、わが国の卸売市場の活性化のために、EUの卸売市場を参考^(注13)にすべきとの意見もある。

結論から述べれば、EU主要国でもわが国と同様に、場合によってはわが国以上に、主として公的セクターによって卸売市場に関する法制度の整備や卸売市場の開設がなされてきたといえるだろう。

スペインやフランスでは卸売市場を公共財(public good)とみなし、公的セクターが主導して卸売市場が全国で整備された。

スペインでその推進役となったのは、66年に同国政府が生鮮食料品流通の改善のために設立した国有企業メルカーサ(MERCASA)である。メルカーサは各州の州政府、市と合弁企業を設立し、合弁企業が州内に卸売市場^(注14)を開設した。つまり、スペインでは、公営企業が開設者となり、卸売市場が運営されているのである(第6表)。

フランスでは53年にわが国の卸売市場法に相当する法律が制定され、その法律に基づいて全国に卸売市場が整備された。同国の卸売市場は、わが国の第三セクターに相当するSEM(Mixed economies:混合経済)企業が開設することが多い。例えば、同国最大かつ欧州最大の卸売市場であるランジス(Rungis)卸売市場の開設者もSEM企業のセマリス(Semmaris)である。同国政府がセマリスの資本金のうち過半を出資し、残りをパリ市、ヴァル＝ド＝マルヌ県、卸売業者等^(注15)が出資している。セマリスの資本金のうち公的セクターの出資比率は8割ほ

第6表 EU主要国の卸売市場

	卸売市場の特徴
スペイン	<ul style="list-style-type: none"> ○卸売市場は取引の透明性や食品の安全性の確保等の公共的役割を果たしている公共財であるとの認識 ○生鮮食品流通の改善のために、スペイン政府が1966年に設立した国有企業がメルカーサ(MERCASA)であり、同社が卸売市場開設の中核を担う ○メルカーサと州、市が共同出資した合併企業が卸売市場を国内22か所に開設 ○メルカーサの推計によれば、スペインで消費される青果物の65%が卸売市場を経由して流通
フランス	<ul style="list-style-type: none"> ○卸売市場は公共財との認識 ○卸売市場は1953年に成立した法律に基づいて、国家の利益に資する卸売市場ネットワークとして整備 ○法律の目的は費用節減のための流通チャネルの簡素化、流通過程を通じた品質の改善、等 ○フランス政府、県、市、取引業者の団体が株主であるSEM (Mixed economies: 混合経済) 企業が卸売市場を開設・運営することが多い ○欧州最大の卸売市場がパリのランジス(Rungis)卸売市場 ○セマリス(Semmaris)がランジス卸売市場を運営 ○フランス政府がセマリスの資本金の過半を出資しており、パリ市、ヴァル＝ド＝マルヌ県、卸売業者等が残りを出資 ○セマリスの収入は、①卸売業者等からの家賃、②市場入場料 ○セマリスの収入は設備投資とともに、市場建設時の国からの借入金の返済に充てられる
イギリス	<ul style="list-style-type: none"> ○英国政府主導で開設したロンドンにあるニューコヴェントガーデン(New Covent Garden)卸売市場では青果物を取引 ○他の品目はロンドン市主導で開設した卸売市場で取引 ○ビルングスゲイト(Billingsgate)卸売市場は水産物、スミスフィールド(Smithfield)卸売市場は食肉、等
ドイツ	<ul style="list-style-type: none"> ○卸売市場の開設者は市場によって様々であり、①市が開設、②市と卸売業者の合併企業が開設、③卸売業者が開設、④卸売業者の協同組合が開設 ○最も規模の大きい卸売市場3つは、ハンブルグ、ミュンヘン、シュツットガルトに立地
オランダ	<ul style="list-style-type: none"> ○ロッテルダムspanseポルダー(Rotterdam Spaanse Polder)卸売市場はロッテルダム市が開設 ○市の収入は、①卸売業者からの家賃、②車が市場に入る際に徴収する入場料 ○市の収入は、建物設備の更新等に仕向けられる

資料 Louw et al.(2006), Cadilhon et al.(2003), MERCASA WEBサイト, WUWM WEBサイト

どであり、第三セクターとはいえ公営企業的な性格がかなり強いものとみられる。

イギリスやドイツ、オランダにも公的セクターが開設者である卸売市場が幾つかの主要都市に立地している。イギリスには、国主導で開設したニューコヴェントガーデン(New Covent Garden)卸売市場と市主導

で開設したビルングスゲイト (Billingsgate)卸売市場やスミスフィールド (Smithfield)卸売市場がある。ドイツでは、公的セクターが開設した卸売市場のほかに、卸売業者もしくはその協同組合によって開設された卸売市場もある。オランダでは、卸売業務を^(注16)行う専門農協が有名だが、ロッテルダムspanseポルダー (Rotterdam Spaanse Polder)卸売市場のように市が開設した卸売市場もある。

(注12) 小林ほか (1995) によれば「大規模スーパーマーケットが都市郊外に大きなデポ (集荷・配送センター) を建て、そこに青果物や食料品を集荷、荷分けと包装をし、傘下のチェーン小売店に配送して消費者に提供するシステムを確立したため、従来の卸売市場の役割は低下してきた」(49頁) という。

(注13) 日本経済新聞 (2017) は、第三セクター方式で運営され取扱高を大幅に伸ばしているフランスのランジス卸売市場等のノウハウを、地方公共団体が運営するわが国の中央卸売市場等は参考にすべきだと指摘している。

(注14) 例えば、メルカーサがカタルーニャ州、バルセロナ市と合併でメルカバルナ (MERCABARNA) を設立し、同社はバルセロナ市で卸売市場を開設した。

(注15) セマリスへの詳しい出資比率はLouw et al. (2006) によれば以下のとおり。資本金4.95億ユーロのうち、フランス政府56.85%、パリ市16.50%、ヴァル＝ド＝マルヌ県7%、信託持分5.76%、卸売業者その他13.89%。

(注16) オランダ南東部フェンローを拠点とするロイヤルゾン (Royal ZON)、南西部バレンドレヒトを拠点とするグリーンナリー (The Greenery) 等。

(2) 条例で取引方法等を定める事例も

EU主要国の公的セクターは、既に述べたような卸売市場の建物等ハード面の整備や維持管理だけでなく、取引方法等ソフト面の仕組みの整備にも関わる例がある。

スペインでは、条例で卸売市場の取引方法

を定めている。例えば、バルセロナ市の卸売市場開設者メルカバルナ(MERCABARNA)に関する条例では、市場外にある物品の卸売の禁止、第三者販売の禁止等の規定がある^(注17)。

フランスでは、国家の利益に資する卸売市場の1つであるランジス卸売市場の周囲半径20kmの地域を、同国政府が排他区域として設定し、排他区域における卸売市場外での取引を規制した。この規制によって、ランジス卸売市場は今日のような欧州最大の卸売市場へと発展したとされる^(注18)。

(注17) Densley and Sanchez-Monjo (1999) を参照。「市場外にある物品の卸売の禁止」はArticle 35 (Selling may only take place in the areas reserved for that purpose.), 「第三者販売の禁止」はArticle 37 (Licensed sellers in the market will refrain from selling to anyone who is not duly licensed to buy.) で規定されている。

(注18) Cadilhon et al. (2003) を参照。同書では排他区域の規制等を詳述した後に、「要するに、ランジス卸売市場の繁栄は、中小規模の卸売業者や小売業者の事業活動を保護するための政府の強力な事前規制政策によって、もっぱら説明される (In summary, the flourishing situation of the Rungis wholesale market can be explained mainly by a strong proactive government policy to protect the activities of small and medium wholesalers and retailers.)」と総括している。

(3) 入場料も開設者の収入源

わが国では、開設者が市場内で営業する卸売業者や仲卸業者、関連事業者から売上高および使用面積に応じて施設使用料を徴収する一方で、仕入れのために市場を訪れる売買参加者や買出人から施設使用料を徴収することはない。

EU主要国では、開設者は市場内の卸売

業者等から家賃 (rent, わが国の施設使用料に相当) を徴収するだけでなく、入場ゲートに料金所を設けて市場へ仕入れにくる業者からも入場料を徴収する例がある^(注19)。公共財としての卸売市場を維持するための受益者負担という視点からは、仕入れ業者への課金にも妥当性があるとみられる。

なお、開設者の収入は、卸売市場の設備更新や市場建設時に国等から借り入れた資金の返済等に充てられる。

(注19) 例えば、ランジス卸売市場のWEBサイトには10回あたりの入場料が記載されており、通常料金で小型車 (車両重量3.5トン以下) が120ユーロ、大型車 (同3.5トン超) が150ユーロである。

おわりに

(1) 今後の日程と展望

改正卸売市場法の成立を受け、農林水産省は18年秋頃に農林水産省令を公布する見込みである。その後、19年に開設者からの申請受付・認定作業を行い、改正法の下での新たな卸売市場制度が本格稼働するのは20年夏頃ということだ。

実際に新しい制度が始まらないことには、それが及ぼす影響等については予測の域を脱しないが、本稿でも触れたような卸売市場の多様化や公共性等が注目点となるのではなかろうか。

とはいえ、04年の委託手数料の弾力化等、これまでの法改正後に大きな変化が生じてこなかったことを鑑みれば、今回の法改正後にも、相次ぐ民設民営中央卸売市場の開設や委託手数料の変更等の劇的な変化が、

ただちに生じることはないだろう。

しかしながら、中長期的には、フィンテック等のICT技術の活用や場内物流の自動化によってコストを削減し委託手数料を引き下げる卸売業者や、生産者に対してアソートメント商品の開発支援や物流ソリューションの提案等のサービスを提供し委託手数料を引き上げる卸売業者も出てくる可能性はあろう。また、これまで一体のものとして行われてきた卸売市場のサービスを、物流、定温管理、販売、決済、パッケージング等、機能別に切り分けてそれぞれ課金するような仕組みへと舵を切る卸売業者もありうるだろう。

産地にとって、多様な卸売業者、多様な委託手数料が出てくることは、メリットもあるのかもしれない。出荷先の選択肢が広がるからだ。それは取りも直さず、農業所得を増やすためには、それぞれの卸売業者が公表を義務付けられている売買取引条件等を子細に比較検討して、産地にとって有利な卸売業者を自らの責任において選択する能力が試されることになるのだろう。

(2) 公的セクターと卸売市場

卸売市場を開設している地方公共団体の多くは、法改正後も卸売市場の運営や整備(注20)に引き続き携わるとみられる。その背景には、地方公共団体は「住民への生鮮食料品の安定供給という公共的役割」を果たすべきとの考えがあるようだ。

このような考えは、国勢や食生活、農業構造等がわが国とは大きく異なることを

重々承知しつつも、わが国への対照事例として前節で整理を試みたEU主要国の卸売市場と共通するようにみえる。整理した内容を簡潔に表現すれば、「EU主要国では卸売市場を公共財と位置付け、公的セクターが主導して卸売市場の開設や取引規制の整備がなされてきた」とまとめられるだろう。食料品の安定供給という公共的な役割の維持のためには、わが国においても国等の深い関与が必要とされることが今後もありうるのではなかろうか。

なお、本稿でのEU主要国についての整理はあくまで文献調査のみに依拠しており、それらの国々で公的セクターは卸売市場の運営のために財政支援を行っているのか、卸売市場での取引方法や手数料の仕組みはどのようなものなのか、等の詳細な実態については、今後の現地調査を通じて把握していきたい。

(注20) 例えば、日本農業新聞(2018a)によれば、中央卸売市場の開設者である地方公共団体の過半が法改正後も引き続き卸売市場の運営に携わる意向であるという。

<参考文献>

- Cadilhon, Jean-Joseph et al. (2003) "Wholesale Markets and Food Distribution in Europe: New Strategies for Old Functions," *Discussion paper No2*, Center for Food Chian Research, London, UK.
- Densley, B., and E. Sanchez-Monjo (1999) *Wholesale Market Management - A Manual*, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) .
- Hall, Margaret (1949) *Distributive Trading— an Economic Analysis*, Hutchinson University Library.
- Louw, André et al. (2006) "Global trends in Fresh Produce Markets," Part of the NAMC

Section 7 Section Committee Investigation on Fresh Produce Marketing in South Africa, 2005.

- ・秋谷重男（1981）『中央卸売市場“セリ”の功罪』日本経済新聞社
- ・荒木一視（2008）『アジアの青果物卸売市場 —韓国・中国・インドにみる広域流通の出現—』農林統計協会
- ・一瀬裕一郎（2004）「青果物流通をめぐる新展開：転送集荷の機能と問題点・甲府市中央卸売市場を中心として」『日本農業経済学会論文集』
- ・一瀬裕一郎（2008）「青果物卸売市場流通の変容と市場販売の課題」『農中総研 調査と情報』web誌, 9月号
- ・一瀬裕一郎（2014）「卸売市場法改正（2004年）後の卸売市場流通」『農中総研 調査と情報』web誌, 9月号
- ・卸売市場法研究会編（1999）『改正卸売市場法のすべて』日刊食料新聞社
- ・川村琢・湯沢誠・美土路達雄（1977）『農産物市場論大系』農山漁村文化協会
- ・後藤・安田記念東京都市研究所（2016）「特集1：卸売市場はどこへいく」『都市問題』第107巻第01号
- ・小林康平ほか（1995）『変貌する農産物流通システム—卸売市場の国際比較—』農山漁村文化協会
- ・坂爪浩史（1999）『現代の青果物流通—大規模小売企業による流通再編の構造と論理』筑波書房
- ・食品流通構造改善促進機構（2013）『全国卸売市場総覧2013年』
- ・食品流通構造改善促進機構（2014）『2014年版 食品流通ハンドブック』
- ・食料品流通改善協会（1971）『卸売市場法—第2部 関係通達集』
- ・食糧経済通信社（2017）『食糧経済年鑑 平成二十九年版』
- ・杉村泰彦・坂爪浩史（2013）「青果物市場に関する主要文献と論点」, 美土路知之・玉真之介・泉谷眞実編『食料・農業市場研究の到達点と展望』筑波書房
- ・地方卸売市場制度協議会（1969）「地方卸売市場制度の基本方向」
- ・中央卸売市場審議会（1969）「卸売市場制度改正の基本方向」
- ・戸田博愛（1989）『野菜の経済学』農林統計協会
- ・新山陽子（2018）「卸売市場法改正案 流通の核機能発展を」日本農業新聞 4月30日付
- ・日刊食料新聞社編（2005）『改正卸売市場法のすべて』日刊食料新聞社
- ・日本経済新聞（2017）「卸売市場 手本は欧州に 民

間の力活用／海外生産を支援 規制改革, 意識改める時」5月2日付

- ・日本農業市場学会（2018）「2018年日本農業市場学会特別研究会 卸売市場の現在と未来を考える—流通機能と公共性の観点から— 報告資料」
- ・日本農業新聞（2018a）「卸売市場改革で本紙調査自治体運営5割超 1割が一部外部化検討」5月8日付
- ・日本農業新聞（2018b）「民間開設に懸念の声」5月24日付
- ・農畜産業振興機構（2017）『alic』第34号
- ・農林水産省食料産業局（2016）「生産者に有利な流通・加工構造の確立に向けて【流通・加工総論】」9月
- ・農林水産省（2017）「卸売市場を含めた流通構造について」
- ・藤島廣二（1986）『青果物卸売市場流通の新展開』農林統計協会
- ・藤島廣二ほか（2012）『新版 食料・農産物流通論』筑波書房
- ・藤島廣二（2018）「卸売市場法・大きな誤解をもとに『改正』『生産者・消費者双方のメリット向上』は本当に実現するか」『季刊地域』第33号, 春号
- ・細川允史（1993）『変貌する青果物卸売市場—現代卸売市場体系論—』筑波書房
- ・細川允史（2017）『激動に直面する卸売市場—農業競争力強化プログラムを受けて—』筑波書房
- ・細川允史（2018）『新制度卸売市場のあり方と展望』筑波書房
- ・堀千珠（2018）「変革が求められる卸売市場 法改正に合わせた民間活力の導入拡大が鍵」みずほインサイト, 5月15日付
- ・三国英実（2018）「規制緩和と卸売市場流通の変質過程—卸売市場法改悪とのたたかいに寄せて—」『労農のなかま』第570号
- ・宮部和幸（2015）「海外調査報告 フランスにおける青果物流通の現況：卸売市場を中心として」『食品経済研究』第43号
- ・宮部和幸（2016）「オランダにおける野菜流通システムの変化：産地マーケティングを中心として」『食品経済研究』第44号
- ・山口照雄（1974）『野菜の流通と値段のしくみ』農山漁村文化協会
- ・吉田忠（1978）『農産物の流通：今日の農業問題』家の光協会
- ・梶谷光晴（1977）『中央卸売市場の成立と展開』白桃書房

<参考WEBサイト>

- ・World Union of Wholesale Markets (WUWM)
<http://www.wuwm.org/>

- Marché de Rungis
<https://www.rungisinternational.com/>
- MERCASA
<http://www.mercasa.es/>
- Royal ZON
<http://www.royalzon.com>
- The Greenery
<https://www.thegreenery.com/>

- 農林水産省
<http://www.maff.go.jp/>
- 農畜産業振興機構
<https://www.alic.go.jp/>

(いちのせ ゆういちろう)



これからのマーケット・インの農業

ここ数年、自治体やJAの販路開拓を支援する仕事に多く携わっている。昨年には、農林水産省の補助を受け、生産者と外食や小売の実需者、卸売市場をマッチングするagreach(アグリーチ)というWEBサイトを立ち上げた(<http://agreach.jp/>)。

販路開拓をテーマにした場合、良く聞く言葉がある。それは「マーケット・イン」という言葉である。まず商品ありきで、作り手の理論や計画をニーズよりも優先させ、作ったものを売る、という考え方を「プロダクト・アウト」と呼ぶが、逆に「マーケット・イン」は顧客を出発点とし、顧客のニーズに合わせた商品を作って販売する、という考え方である。

顧客ニーズに合わせたモノづくりは農業に限らず、売れる商品づくりにおいて非常に重要なものであるが、製造業はさておき、農林水産業においては完全にマーケット・インすることは不可能であると言えよう。たとえば、どれほど顧客がミカンを望んでいたとしても、東北地方でミカンを生産して販売することは農業経営的に難しい。適地適作という言葉があるように、土壌や気候などの地理的な条件によって、生産できる作物に制約が生じたり、できる農産物の品質や収量が大きく変わってしまうためである。

そのため、農業におけるマーケット・インは実際には、プロダクト・アウト的な要素がベースにあるものとなる。つまり、顧客の要望に100%迎合するのではなく、土壌や気候、生産ノウハウの有無などを考慮し、その地域に適した作物を生産することを前提としたうえで、顧客のニーズを踏まえた生産を行うという意味でのマーケット・インが必要である。

そして、マーケット・インを考えるうえでは、ぜひ顧客の本当のニーズをとらえてほしい。6次産業化の商品開発などでも顕著であるが、表面的にしか顧客のニーズをとらえていないケースが多い。いくつか、昨今よく言われる顧客ニーズで考えてみよう。

① 小容量の商品が売れる

米だと1～2kg袋が良く売れると言われている。果物などもパッケージの容量(個数)が少ないものが良く売れると言われている。ここで、「顧客のニーズは小

容量である」ととらえるのは些か表面的である。なぜ小容量が支持されているのか、その背景にこそ本当のニーズが隠れている。たとえば、「一人暮らしの高齢者が増えているから、小容量でないと食べきれない」であるとか、「自家用車を持たない世帯が多いため、重い商品を持ち帰りたくない」といった背景がある可能性がある。前者の場合の本当のニーズは「食べきりたい」であり、容量は同じでも小分けすればニーズを満たせるかもしれない。後者は「重い商品を持ち運びたくない」が本当のニーズであるため、定期的に家に宅配するような売り方であれば、大容量での販売の余地があるかもしれない。

② 簡便調理できる食材が売れる

現代の主婦は共働きで忙しいため、水煮してある根菜類やカット野菜など、できるだけ手間なく簡単に調理できる食材が支持されている、と言われている。ここで「簡便調理がニーズである」と考えることができるが、もう少し深掘りできる。実は、同じ簡便調理でも、フライパンで5分炒めるよりも、電子レンジで15分温める方が支持される。それは、その間に別の家事ができるためである。このように簡便調理の本当のニーズを「家事にかかる時間の有効活用」と理解できれば、直売所で農産物を販売する場合など、電子レンジの活用も含め、時間を有効活用できる調理方法の提案等を行うことができる。

マーケット・インは顧客の我儘に應えることではなく、顧客の本当のニーズに應えるものである。同じ作物を生産するにしても、顧客の生活を理解し、その用途や目的に合わせた食味や見た目、大きさにするための品種選定や、顧客の欲しいタイミングに出荷するための生産時期調整、調理や買い物行動に合わせた販売展開など、適地適作をベースにしたマーケット・インの手法は色々ある。

これから考えるべきマーケット・インの農業は、適地適作を前提に単収や品質の維持と向上を行いながら、顧客をより深く理解したうえで生産・販売を行うものになっていくだろう。そこでは、生産者だけではなく、JAを始めとした農業関係団体や企業の今後の展開が期待される。微力ではあるが、我々もその支援に力を入れていきたい。

(公益財団法人流通経済研究所 農業・地域振興研究開発室 室長

主任研究員 折笠俊輔・おりかさ しゅんすけ)

ベトナムハノイ市における 「安全野菜」の生産と流通

—制度的課題と民間企業の動き—

研究員 山田祐樹久

〔要 旨〕

ベトナム、特に首都ハノイ市では消費者の所得上昇のもと食の安全志向が高まっており、「安全野菜」という政府が定める一定の基準を満たす野菜が注目を浴びている。しかし、安全野菜として販売される野菜についても産地偽装などの問題が報じられている。

その背景には、安全野菜にかかる制度的課題が挙げられる。安全野菜の基準は不明瞭であるとともに、その普及を担う行政組織や合作社のスタッフの基準遵守への意識は概して低い。また、生産主体である農家は必ずしも安全野菜経営に主体的に参入しておらず、品質維持へのコミットメントも弱いケースがみられる。

こうした課題を政府は認識しており、民間企業の取組みに期待を寄せている。実際、民間企業による安全野菜生産への参入が進みつつあるが、農地の零細性や地価高騰といった障壁もある。民間企業と行政、合作社がいかに連携していくかが、安全野菜のサプライチェーンの改善を考えるうえで新たな論点となろう。

目 次

はじめに

1 紅河デルタ農業の概要と制度・組織

- (1) 紅河デルタの地理的特徴
- (2) 体制移行と農業発展
- (3) 合作社の機能と役割
- (4) 零細均等な土地使用権構造
- (5) 自給的稲作を基軸とした農家経済

2 安全野菜とは

- (1) 安全野菜の基準
- (2) 安全野菜にかかる認証とその取得
手続
- (3) 安全野菜に類するその他の認証
- (4) 安全野菜の政策的位置づけ

3 消費者の食品購入行動

—安全志向は高まるも認証には
懐疑的—

- (1) 食における安全志向の高まり

- (2) 所得水準と食品購入の関係

- (3) 認証に対する消費者の不信感

4 安全野菜生産の課題と要因

- (1) 行政主導による安全野菜生産の普及
- (2) 行政組織や合作社の人的資源不足
- (3) 個別農家のモチベーション問題

5 民間企業による農業参入の活発化

6 低農薬・有機栽培に参入した民間企業の事例

—(株) Soi Bien Trung Thucの取組み—

- (1) 農業参入の経緯
- (2) 農場経営の概要
- (3) 店舗とインターネットによる販売
- (4) 消費者からの信頼向上に向けた取組み
- (5) 課題は農場の新規開拓
- (6) 事例のまとめ

おわりに

はじめに

農業・食品分野における日本と東南アジア諸国の関係は年々深まっている。特にベトナムは、日本からの農業法人の進出先や農畜水産物の輸出先として脚光を浴びている。ベトナムでは高度成長のなかで安全・安心な食へのニーズが高まっており、日本食ブランドの市場が拡大していることが要因と言えよう。

では、ベトナム国内の農業生産・流通においては、食の高度化のもと、どのような変化が生じているのだろうか。近年、「安全野菜」と呼ばれる政府の定めた基準を満たす野菜が注目を集めている。その背景には、相次ぐ残留農薬による食中毒など食品衛生の問題を受け、都市部の高所得者層や若年層を中心に安全な食品へのニーズが高まっていることが挙げられる。また、生産者サイドにとっても、安全野菜生産への参入は、農業経営の改善の手段となり得る。しかし、安全野菜についても、基準を超える残留農薬の検出や産地偽装などが報道されており、消費者は「本当に安全な野菜」を選ぶことに難儀するという状況が生じている。

このような安全野菜に関する課題を指摘した研究は多く、それらの分析の主たる対象は、安全野菜に関する制度や行政、また、その普及において中心的な役割を担う合作社であった。しかし近年、農業生産部門においても民間企業の存在感が増しており、安全野菜の生産・流通面への関わりを強め

る民間企業も現れ始めている。こうした民間企業の動きは今後、ベトナムにおける高付加価値農産物のサプライチェーンに変化をもたらす契機となる可能性がある。

そこで本稿は、民間企業の動きも踏まえつつ、近年における安全野菜のサプライチェーンの動向を整理する。具体的には、安全野菜の生産・流通における特徴や課題を述べたうえで、低農薬・有機栽培に参入した民間企業の取組みを事例として取り上げる。なお、本稿で対象とする地域は、野菜の生産と消費が活発である首都ハノイ市である。

1 紅河デルタ農業の概要と制度・組織

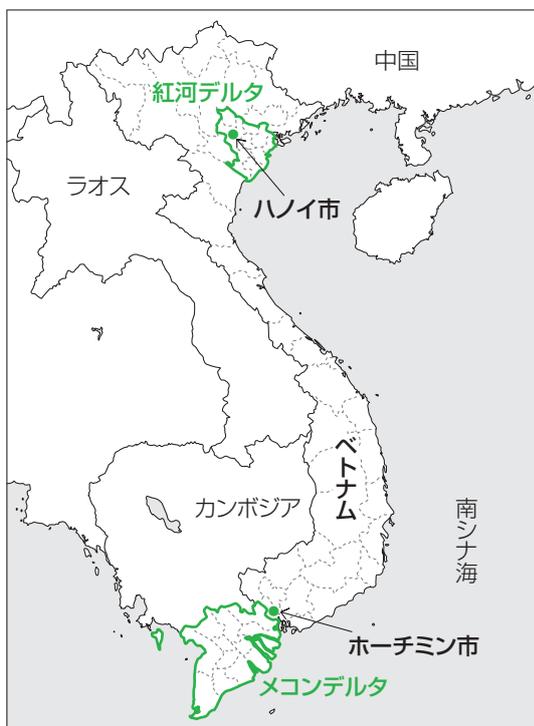
安全野菜に関する議論に入る前に、ハノイ市を抱える紅河デルタの農業について概要を述べる。特に、紅河デルタにおいて特徴的である農地資源の狭小性や合作社の活動といった、安全野菜生産に深く関連するポイントに焦点を当てる。

(1) 紅河デルタの地理的特徴

ベトナムの国土は南北に約1,650kmと長く、デルタや山岳地域、沿岸地域など多様な地理環境を擁する。ここで注目する紅河デルタは北部に位置し、南部のメコンデルタに次ぐベトナムの主要穀倉地帯である(第1図)。

紅河は中国雲南省を源流とし、ハノイ市を經由してトンキン湾に注ぎ込む。紅河デ

第1図 ベトナム地図



資料 筆者作成

ルタには2市8省が位置し、その面積は約2.1万km²と国土面積の6.4%にあたる。対して人口は2,111万人と全国人口の22.8%を占めており、人口稠密地帯ちゆうみつとなっている。

高い人口密度には土地生産力の高さだけでなく、デルタの開拓史の古さも関係している。メコンデルタを含む東南アジアの大規模デルタの開拓が本格的に進んだのは19世紀であるが、紅河デルタについては15世紀の時点で既に多くの地域で開拓が完了していたようである。^(注1) 紅河デルタ村落は長い歴史を通じて農業の集約化を図りつつ、人口圧力に対応してきたことが、原 (2015) などで指摘されている。

(注1) 紅河デルタの例外的に古い開拓史について分析した研究は多く、桜井 (1989) などが挙げられる。

(2) 体制移行と農業発展

紅河デルタの農村制度や組織を捉えるには、50年代から80年代にかけての集団農業体制と、それ以降の自由化の流れをおさえる必要がある。

1945年9月、ベトナム民主共和国（以下「北ベトナム」という）の独立宣言により、北緯17度を境とする南北分断時代に入る。北ベトナムは社会主義化を進めるため、54年に土地改革を行い、直後に農業集団化を開始した。その際、集団化の執行組織として機能したのが合作社である。集団農業体制下では、村ごとに合作社が設置され、労働力や生産資材、さらに土地までもが共有化(注2)（集団化）されるとともに、村における生産と分配は合作社により計画された。

しかし、集団農業体制は、結果的に農家の生産意欲を削ぐこととなり、とりわけ75年のベトナム戦争終結後は合作社の求心力低下が顕在化した。こうした状況を受けて政府は80年代を通じ、農家に対し、余剰生産分にかかる自由裁量を段階的に与えた。特に重要な転機となったのは、88年の共産党政治局10号決議（以下「10号決議」という）であり、それまで合作社単位で使用されてきた土地が農家に分配され、経営主体は実質的に個別農家へと移行した。この制度変更は農家の生産意欲を刺激し、後の飛躍的な農業発展を惹起した。^(注4)

(注2) 集団化当初、合作社の範囲は集落単位であったが、後に行政村単位へと拡大した。

(注3) 農家の生産意欲を削いだ要因や当時の農業の停滞については岡江 (2007) が詳しい。

(注4) 80年代以降の米の単収の飛躍的な上昇については山田 (2017) のとおり。

(3) 合作社の機能と役割

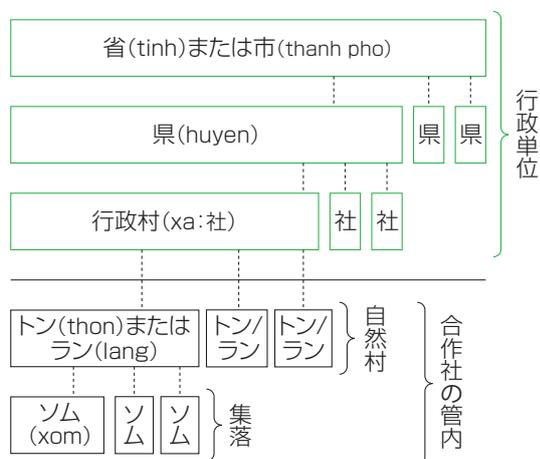
既に80年代には、合作社の集団農業体制の執行組織としての性格は弱まっていた。そして96年の合作社法改正をもって、その法的根拠は協同組合へと転換された。ただし、「合作社」(ベトナム語ではHop Tac Xa)という名前自体は、協同組合となった後も使用され続けている点に注意が必要である。以下では、現代における合作社の機能や特徴を述べる。

a 行政区画と合作社の管内

ベトナムの行政区画は第2図のとおりである。行政の最小単位である行政村(社)は、いくつかの自然村(トンヤラン)からなり、さらに自然村はいくつかの集落(ソム)^(注5)で構成される。1つの合作社が管内とする領域は一般的に自然村となっている。

(注5) 社会的まとまりとして、日本においてソムに相当する概念を探すのは難しいが、ここでは岡江(2004)などの使用法にならい、ソムを集落に相当するものとした。なお、藤田・柳澤・大野(2014)は、ランは「大字」、ソムは「字」

第2図 行政区画と村落の概要



資料 筆者作成

にあたるとしている。

b 組合員(社員)

96年改正の合作社法には、「合作社は共通する需要および利害関係を有する労働者によって自主的に結成される経済組織」である点や、「組合員の加入・脱退の自由」などが明記されている(岡江(2006))。ただし実際には、紅河デルタにおいては管内の大多数の農家が組合員となっており、農村部のほぼ全世帯に合作社の組合員が存在する。

c サービスの内容

自由化後の合作社の機能は、水利や防除、農業普及、種苗等の生産資材の提供といった農業関連のサービスが中心であるが、ごみ処理事業や水道事業を行っている場合もある。また、行政が農業関連のプロジェクトを進める際、合作社は行政組織のエージェントのような形で機能することがある。こうしたことから、合作社は実質的に、行政組織の延長上の組織だという指摘もある(Pham(2017))。

なお、合作社の機能や活動状況は地域によって大きく異なる。例えばYanagisawa(2000)は、経済事業により得た利益を村の福祉事業に還元するなど、合作社が村落社会経済の中心的役割を果たしている事例を報告している。一方、前述した機能のほとんどが停止し、行政村がこれらを担っている地域もある。

(4) 零細均等な土地権利構造

80年代の自由化以降、土地制度も大きく変化してきた。ただし、ここであらかじめ述べておきたいのは、現在においても農家は土地の所有権を持たないことである。土地の所有権は国家にあり、農家には土地の使用権が分配されている。

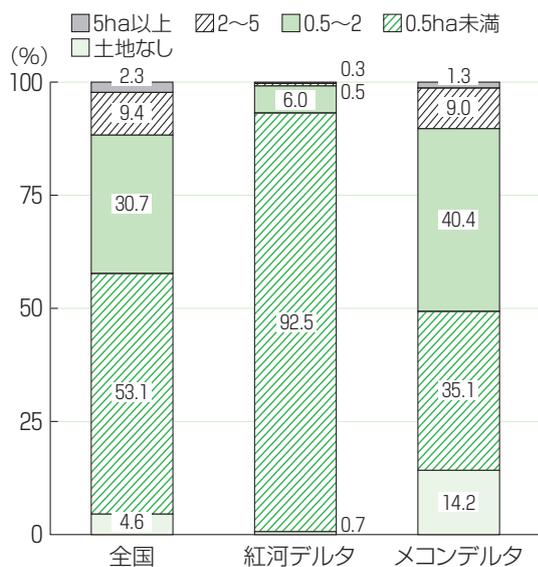
第3図は11年における土地使用面積別にみた農家数の構成比である。紅河デルタについては、ほぼ全ての農家の使用面積が0.5ha未満に含まれ、土地なしや使用面積が2ha以上の農家はほとんどいない。このような極めて零細均等な使用権利構造は、88年の10号決議による農家への分配方式が淵源えんげんとなっている。紅河デルタの場合は、各世帯の構成員数に応じ、土地権利が均等に分配された。さらに、世帯間の地力の均等性も重視されたため、極めて零細で、かつ分散した土地片を一世帯が使用すること

なった。

では、土地権利の流動化は生じなかったのだろうか。政府は90年代以降、定期的な土地法改正を通じ、土地権利にかかる自由化を段階的に図るとともに、交換分合(注6)の実施を推進してきた。これら一連の政策は、分散錯圃の解消とともに、専業農家への土地の集積を意図するものであった。しかし、交換分合は多くの地域で進んだものの、専業農家への土地の集積は政府の期待どおりに進まなかった。その理由として岡江(2017)は、分配された農地は農家にとって最低限の生活保障となっており、農外就業機会が拡大する近年においても、自給分の水田を手放したくないという意思が働いていることを挙げている。

(注6) 93年改正の土地法により、土地権利の交換、譲渡、賃貸、相続、抵当する権利が農家に与えられた。土地法の変遷については岡江(2017)が詳しい。

第3図 農地使用面積規模別にみた農家数の構成比(2011年)



資料 General Statistics Office of Vietnam (2012)

(5) 自給的稲作を基軸とした農家経済

農地資源の零細性は農家経済に強く影響を与えている。ここで詳しくは立ち入らないが、齋藤・三簾・堀内(2012)など多くの論者が、紅河デルタの農家は自給的な稲作を維持しつつ、農外就業や野菜経営、零細な畜産経営を組み合わせることで現金収入を得ていることを指摘している。とりわけハノイ市内の農村部では、大都市への近接性から野菜作が盛んであり、単位面積当たりの野菜経営による所得は、稲作経営の8倍から10倍になるという指摘もある(Pham(2017))。

ハノイ市の農家にとって、自らが生産する野菜の取引価格は所得水準に直結する。したがって、近年注目を集める安全野菜生産への参入は、農家所得の改善への効果が期待される。

2 安全野菜とは

ベトナムのスーパーマーケット（以下「スーパー」という）などで売られている野菜のパッケージや野菜の陳列棚では、必ずといってよいほど「Rau An Toan」（安全野菜の意）^(注7)の文字をみかける。安全野菜という言葉は現在、多くの消費者に浸透しているが、その基準や概念は曖昧さを含む。後述するとおり、基準には地域差があり、また、基準の変更も頻繁に行われている。さらに、何をもって安全野菜と捉えるかも、論者によってやや異なっているように感じられる。以下では、安全野菜の基準や概念について、筆者の理解した範囲で可能な限り整理することを試みる。

(注7) 17年9月に筆者がハノイ市内の複数のスーパーを訪れた際の情報である。

(1) 安全野菜の基準

安全野菜とは基本的に、生産区画の水・農地、化学肥料・農薬使用について政府が定める安全基準を満たし、残留有害化学物質や微生物の含有量が許容基準内である野菜を指す。ただし、具体的な基準は、各省・市の農業局により、農産物ごとに基準が規定されている（JETRO(2015a)）。すなわち、同じ品目であっても、安全野菜の基準を満

たすかどうかは、地域によってばらつきがある。また、安全野菜の基準に関わる法令変更が頻繁に行われており（JETRO(2015b)）、基準自体が不安定であることがうかがえる。

(2) 安全野菜にかかる認証とその取得 手続

安全野菜生産への参入を希望する生産者主体は、植物防疫支局による生産区画の^(注8)土壌や水質の安全性にかかる基準検査を受ける。これに合格した場合、農業農村開発局から「安全野菜を栽培する条件を満たしている地域」という認証（以下「安全野菜生産認証」という）が発行される（設楽(2012)）。また、認証の対象区画で耕作を行う農家は総合的病害虫管理（Integrated Pest Management）の講習（以下「IPM講習」という）を受けるとなっている。高梨子・坂爪（2013）によると、IPM講習には、合作社など団体で申請している場合は構成員の80%、個人の場合は申請者自身が^(注9)参加する必要がある。なお、同氏らによると、安全野菜として流通させる場合、農産物の取引の際に認証を提示するのが一般的だが、表示などに規制はない。また、認証の有効期間は3年間である。

安全野菜生産の普及状況としては、JETRO(2015a)によると、14年第1四半期時点でハノイ市の野菜総栽培面積12,000haのうち、4,500haに対し安全野菜生産認証が発行されている。

(注8) 第4節にて述べるとおり、ほとんどの場合、申請主体は合作社である。

(注9) 高梨子・坂爪（2013）は、IPM講習なども

完了した後に、安全野菜生産認証が申請者または申請団体の代表者に対して渡されるとしている。こうした認証の発行のタイミングや、より根本的には「何をもちいて安全野菜の認証と捉えるか」は、論者によってやや異なる。この背景には、安全野菜の基準自体が不安定であることが関係しているとみられる。

(3) 安全野菜に類するその他の認証

安全野菜に類する他の認証として、例えば08年に交付されたベトナム版の適正農業規範であるVietGAPがあり、VietGAP認証を取得した農産物についても慣行的に安全野菜と呼称されることがある。

VietGAPの基準や認証取得の流れについては、JETRO (2015a) が詳細に整理している。要約すると、VietGAPはベトナム農業農村開発省が定める基準であり、その取得には、前述の安全野菜生産の基準に加え、貯蔵施設や収穫物の一時保管施設といった各種施設の整備や、生産活動や栽培記録の監査を行う内部監査員の指定などが必要となる。^(注10) また、VietGAPの発行は、政府が認めた第三者機関が行うこととなっている。なお、ハノイ市においてVietGAP基準をクリアした面積は14年の第一四半期時点で、先の安全野菜生産認証を受けた4,500haのうち150haである (JETRO (2015a))。

また、VietGAPのほかにも、慣行的に安全野菜と称される認証がある。詳しくは立ち入らないが、例えば国際協力機構 (JICA) のプロジェクトにより推進されているBasic GAPは、VietGAPの指標をクリアすることが多くの生産者にとって困難であることを受け、その指標のうち特に重要なものを抽

出したものである。^(注11) ほかに、ベトナムでは萌芽段階であるが、Global GAPや有機野菜の基準を満たす農産物の生産も行われている。

(注10) 内部監査員は合作社のメンバーや外部の技術者が務める (JETRO (2015a))。

(注11) 「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」を指す。詳しくはJICAウェブサイトのとおり。

<https://www.jica.go.jp/project/vietnam/041/outline/index.html>

(4) 安全野菜の政策的位置づけ

安全野菜生産はもともと、90年代にいくつかの地域で政府によりパイロット的に導入された。当初から現在までその主たる目的は、食品衛生の問題への対応である。ただし、2000年以降は、その政策的位置づけにやや変化がみられる。

90年代以降、ベトナムの農業の発展をけん引してきたのは単収の上昇、すなわち量的拡大であった。一方で2000年以降の農業政策においては、高付加価値化や品質向上、また、それらを通じた国際競争力の強化という点が強調されるようになる。^(注12) 安全野菜、とりわけVietGAPの推進は、こうした政策方針において重要課題として位置づけられている。

しかし、こうした政府の意図とは裏腹に、安全野菜やVietGAPに対する消費者からの信頼は薄い。次節では、消費者における食の安全へのニーズや食品購入行動についてみていく。

(注12) 2000年以降の農業政策は、端的に言えば「量」から「質」への転換を標榜したものである。^(注12) 詳しくは岡江 (2007) のとおり。

3 消費者の食品購入行動 —安全志向は高まるも認証には 懐疑的—

(1) 食における安全志向の高まり

消費者の所得水準の上昇は、食品購入行動に変化をもたらす要因となる。荒神(2012)はベトナムにおける食の高度化について、下記の点を指摘している。

一つ目は、とりわけ07年のWTO加盟以降に、消費者の食品購入における健康・安全志向が高まっている点である。そしてこの傾向は、年齢が若いほど、また所得が高いほど強い。二つ目は、食品購入先の変化である。WTOの公約に基づく小売市場の自由化を受け、09年以降にスーパーが急増し、若年層を主とする都市部の給与所得者のスーパーでの購入が拡大している。

安全野菜は一般的にスーパーや安全野菜専門店販売される。前述のとおり安全野菜は90年代から存在していたが、10年前後における高所得者層の形成やスーパーの増加のなかで、注目を集めるようになったと考えられる。実際、ベトナム農業研究において安全野菜をテーマとした論文が多く出されるようになるのも10年頃からである。

(2) 所得水準と食品購入の関係

ここでは、所得水準の動向を確認したうえで、高所得者層の食品購入行動についてみていく。

第1表は、ハノイ市居住者の月間世帯所得を示したものであり、所得上位層、特に第5分位(上位20%)における所得水準の高さと伸びが目立っている。14年においては、ハノイ市の第5分位の所得は、全国平均の約4倍となっている。

所得水準と食品購入行動の関係についてはThai, Manh, & Pensupar (2017)が詳しい。同氏らは、VietGAP認証を取得した農産物の購入行動に関し、ハノイ市の消費者を対象としたアンケートを16年に実施した。第2表は、同氏らによるアンケート結果の一部であり、VietGAP認証を取得した野菜を「毎回もしくは頻繁に購入する者」の割合(以下「購入割合」という)を月間世帯所得別に示した。所得水準が高いほど購入割合は高まり、「世帯所得3,000万ドン以上」では45.5%と半数に近い。なお、同アンケートは16年に実施されたものであるため厳密な比較はできないが、第1表の14年における世帯所得と照らし合わせると、VietGAPの主たる購入者は、おおむね第5分位に該

第1表 ハノイ市における月間世帯所得の推移(5分位階級別)

(単位 万ドン)

	04年	06	08	10	12	14	
ハノイ市全体	323	410	532	785	1,149	1,645	
所得水準	第1分位(下位20%)	105	138	149	211	306	490
	第2分位	217	242	252	402	640	860
	第3分位	284	360	374	588	909	1,174
	第4分位	372	468	595	873	1,269	1,538
	第5分位(上位20%)	644	788	1,199	1,788	2,527	3,940
(参考)全国	211	270	410	540	770	1,005	

資料 General Statistics Office of Vietnam (2016)

(注) 1 平均月間世帯所得を上位世帯から下位世帯に5等分し、各分位の値を示した。月間世帯所得の算出方法は、同資料中の月間一人当たり所得に、全体と各分位のそれぞれの平均世帯構成員数を乗じたもの。

2 18年6月時点の為替レートは、1ドン=0.005円。

3 ハノイ市は08年にハタイ省を合併した。04年、06年のデータはハタイ省を含まない。

第2表 2016年のハノイ市における月間世帯所得水準別にみたVietGAP取得野菜の購入割合

		(単位 %)
		購入割合
全体 (n=300)		20.0
世帯所得	1,000万ドン未満 (n=50)	6.0
	1,000万～2,000万ドン (n=128)	12.5
	2,000万～3,000万ドン (n=78)	26.9
	3,000万ドン以上 (n=44)	45.5

資料 Thai, et al. (2017) を筆者修正

(注) 1 Thai, et al. (2017) のTable 3について、全体や各世帯所得における購入割合と非購入割合の和が100%となるように修正した。

2 購入割合とは、VietGAP認証を取得した野菜を毎回もしくは頻りに購入する者の割合を指す。

当する所得上位者であると考えられる。

(3) 認証に対する消費者の不信感

ここまで述べてきたように、消費者における安全な食へのニーズは高い。また、安全野菜は一般の野菜に比べて高値で販売されることが多い^(注13)。一方で、冒頭で述べたとおり安全野菜に対する消費者の信頼は薄い。その背景には、安全野菜として販売される野菜においても産地偽装事件や、基準を超える残留物質の検出など、その安全性に関する報道がなされていることが挙げられる。では、消費者は「本当に安全な安全野菜」をどのように選んでいるのだろうか。

JETRO (2012) によるとベトナムの消費者にとって「品質=生産地+商標」であり、生産地や商標について安心できる販売店を選ぶ傾向があると指摘している^(注14)。また、JETRO (2017) は、消費者が小売店で商品を選ぶ際には、広告に力を入れた有名なブランドや家族や友人からの口コミで知ったブランドの商品を選ぶ傾向があるとしている。

こうした消費者の行動から示唆されるのは、安全な食品に対するニーズは高いものの、安全野菜という政府認証への信頼は低いという点である。なお、安全野菜よりも基準の厳しいVietGAPについても、消費者の信頼は薄いという指摘がある (Anh (2017))。消費者は、認証ではなく商標や口コミなどにより「本当に安全な野菜」を選んでいると考えられる。

(注13) 例えば、JETRO (2015a) は安全野菜と一般野菜の価格差を挙げており、安全野菜の方が比較的高値で売られていることを示している。ただし、安全野菜は基本的にスーパーで販売され、一般野菜は市場 (いちば) で販売されるといった違いも価格差に影響しているとみられる。

(注14) 筆者が17年7月にベトナムを訪問した際、乗車したタクシーの運転手に対して「消費者はどのようにして安全野菜を選んでいるのか」と尋ねたところ、「どの店で売っているかで判断する」という旨の回答を得た。

4 安全野菜生産の課題と要因

安全野菜に対する消費者からの信頼が得られない背景について、生産・流通過程における課題に着目して考察する。なお、本節では先行研究において指摘されている課題を列挙していくが、全ての産地にこれらの課題が当てはまるわけではないことをあらかじめ断っておく。

(1) 行政主導による安全野菜生産の普及

Pham (2017) によると、13年時点のハノイ市において、安全野菜生産認証またはVietGAP認証を取得している組織は合計149であり、うち128が合作社、16が企業、

5が農家の自主的組織である。このように合作社が安全野菜生産の主体となっている背景には、行政と合作社の関係が影響している。

ハノイ市は食品衛生にかかる問題に対応するため、安全野菜生産の拡大を標榜して^(注16)おり、ハノイ市下の県や行政村に対し、その^(注17)推進を強く呼びかけてきたようである。そして、行政から支援を受けつつ、合作社が主たる申請者となって生産が拡大していった。例えば、行政は合作社に対し、安全野菜の契約栽培を行う際の契約先企業の紹介（設楽（2012））や、VietGAP認証にかかる費用（施設の導入やIPM講習など）の負担（Pham（2017））を行っている。このように安全野菜生産の普及は、合作社を通じて行政的に推進されてきた面が強い。

(注15) 16の企業のうち、7企業はVietGAPを取得している。ただし、Pham（2017）によると、うち5企業は商社であり、実態として生産をほとんど行っていない。

(注16) 09年5月にハノイ市人民委員会は、安全野菜の生産面積を5,000~5,500haに拡大することを目標とした「2009年~2015年の安全野菜生産・流通プロジェクト」を開始した（JETRO（2015a））。

(注17) 関連する内容として、小林（2018）は「政府がVietGAPを奨励する中で、一定の取得目標件数を掲げると、多少無理をしてもその達成が優先されてしまうため、認証としての信頼性に影響があるともいわれる」と述べている。

(2) 行政組織や合作社の人的資源不足

安全野菜生産の拡大が政策として標榜される一方、実務を担う行政組織や合作社のスタッフの生産基準に対する認識の欠如や、基準遵守に対する意識の低さが、多くの先行研究で指摘されている。

例えば、安全野菜生産認証を受けた生産

区画に対する認識の誤りが挙げられる。第2節にて、ハノイ市における安全野菜生産認証を受けた生産区画の面積を記したが、この安全野菜の生産面積は論者によって開きがある。その理由について設楽（2012）は、「安全野菜の認証を受けているのがたとえ畑の一部であっても、社（行政村）でIPMプログラムが実施されると、社全体で安全野菜の生産を行うことになり、認証された面積以上に安全野菜が広がっている（カッコ内は筆者補記）」と指摘している。実際、高梨子・坂爪（2013）が事例として取り上げた合作社では、安全野菜生産認証を受けている土地は当該地域の一部であるものの、その合作社の構成員はIPM講習を受けていることなどを理由に、当該地域で生産された野菜の全てを安全野菜として流通させている。

さらに、安全野菜の生産過程の管理や監視、生産物の残留農薬検査は、合作社や行政組織のスタッフが行うこととなっているものの、これらの取組みも停滞しているケースがみられる。まず、生産過程は個別農家の自主的な管理や農家間での監視に任されていることが多い。また、生産物の検査については、検査機器が整っていないことや、検査員の能力不足といった問題が指摘される（Dinh et al.（2016））。こうした指摘はVietGAPを取得している場合においても^(注18)みられる。

ほかにも、安全野菜の産地偽装が問題化している。安全野菜の生産・流通は基本的に、合作社とスーパーもしくは安全野菜専

門の小売店との間の契約栽培となっており、合作社は農家から買取りによる集荷を行う。高梨子・坂爪（2013）は、合作社の集荷量が契約先から要望されている量に満たない場合、近隣の安全野菜合作社に所属する農家から不足分を補い、その分についても自身の合作社で生産されたものとして流通させる事例を報告している。安全野菜を流通させる際には産地を明確にする必要があるが、その点に対する合作社スタッフの意識は醸成されていない場合も多いと考えられる。

(注18) 例えば小林（2018）は、Global GAPを取得し、野菜経営に取り組むダラットGAP社の取締役へのインタビュー結果を紹介している。取締役は、VietGAP認証後の検査はあまり実施されず、仮に問題が見つかったも認証が取り消されることもあまりないという点や、検査員自身がVietGAPの全項目を把握できていないという点を指摘している。

(3) 個別農家のモチベーション問題

実際の生産を担う個別農家についても、生産過程における基準の遵守に対する意識の低さがAnh（2017）などで指摘されている。この背景には、個別農家による安全野菜生産への参入が、必ずしも農家独自の意思によるものではないことが影響しているとみられる。例えばPham（2017）は、安全野菜生産に取り組む合作社において、個別農家（組合員）が安全野菜生産に参入する際の基準となるのは「その農家に分配された土地の一部が認証の対象区画に含まれるかどうか」であることを指摘している。そのうえで、安全野菜生産はあくまで行政の施策のもと、合作社の計画として行われて

いることを述べている。すなわち、個別農家は安全野菜生産をビジネスチャンスと捉えて参入したわけではなく、生産基準の遵守や品質維持に対する農家の動機づけは弱いことが示唆される。

ただし、全ての産地が上記の内容に当てはまらないことにも触れておきたい。設楽^(注19)（2012）は安全野菜専門の新型合作社の調査を行い、組合員は合作社に加入することで販売時に認証を使用する資格を得た後は、独自の裁量により生産や販売を行っている点を明らかにしている。しかし、当事例において新設合作社の設立が可能となった背景には、設立者が行政組織との強いコネクションをもっていたことや、同地域にもともとあった合作社の機能が弱体化していたことも影響しているとみられ、やや例外的な要素を含んでいる。^(注20)

(注19) 新型（新設）合作社とは、第1節で述べた合作社とは異なり、少数の農家により組織され、提供するサービスを特化した専門農協タイプの合作社であり、数は限定的であるが2000年頃から現れ始めている。詳しくは岡江（2007）のとおり。

(注20) 山田（2014）は、安全野菜生産認証を取得した旧来型の合作社において、安全野菜の生産に対し意識の高い農家が集まり新型合作社の設立を試みた事例を紹介している。同事例では、既に合作社が存在していることを理由に、行政村により新型合作社の設立を却下された。

5 民間企業による農業参入の活発化

ここまでみてきたように、安全野菜の生産は行政主導で拡大してきた面が強い。しかし、実務を担う行政組織や合作社は、安

全野菜の品質を維持するための人的資源を備えていないことも多い。こうした事態を受けて政府は、農業の高付加価値化に向け、農業部門における民間企業の連携を強める方針を打ち出している。とりわけ13年に出された企業の農業・農村投資奨励政策は、民間企業自体が農業生産を行うことを奨励しており、政策との因果関係は定かではないものの、^(注21) 大手企業による農業参入は13年以降に活発化している（荒神（2016, 2017））。

安全野菜の分野で特に大々的に報じられたのはVinGroupによる農業参入である。VinGroupは、不動産投資を中心に急成長を遂げた現地巨大資本であり、不動産以外にも小売部門の子会社VinMartの運営など、多様な分野で事業を行っている。VinGroupは15年3月に、子会社VinEcoを設立した。VinEcoはハイテク農場を展開し、VietGAP認証を取得した青果物の生産を行い、生産物をVinMartに供給している。VinGroupは自ら農業分野に参入することで、サプライチェーンの強化を図ったと考えられる。

こうした民間企業による農業生産部門への参入は、行政主導で進められてきた安全野菜の生産をはじめ、農業生産・流通構造に変化をもたらす契機となる可能性がある。ただし、民間企業による農業生産部門への参入は萌芽的段階であり、その事例を扱った研究を筆者はほとんどみていない。民間企業が参入する際の土地の確保のプロセスや、生産者の雇用方法、行政組織や合作社との協力関係など、事例研究を蓄積していく必要があるだろう。こうした関心のもと、次

節では安全野菜生産に参入した民間企業の事例を取り上げる。

（注21）荒神（2016）は「昨今の大企業による活発な農業参入は必ずしも政府の企業投資奨励によるものではない」とする記事を挙げている。

6 低農薬・有機栽培に参入した民間企業の事例 —（株）Soi Bien Trung Thuc の取組み—

民間企業による農業生産への参入の事例として、16年7月に設立された（株）Soi Bien Trung Thucの取組みを取り上げる。なお、下記の内容は、17年11月時点で実施した同社のCEOや、後述の農場マネージャーへのヒアリング内容に基づく。

（1）農業参入の経緯

（株）Soi Bien Trung ThucのCEOであるNguyen Khanh Trinh氏は、ベトナムの大手広告代理店である（株）CleverAdsのCEOも務めており、若手経営者としても有名な人物である。^(注22) Trinh氏は、ベトナムの食品衛生に対して強い危機感を持っており、農業経営への参入を構想していた。そこでTrinh氏は、かねてより親交のあった、安全な食品を専門に取り扱う小売店を運営する（株）Soi Bienの経営陣と協議し、同社に“Trang Trai Trung Thuc”（以下「誠実農場」という）^(注23) というブランドで生産部門を設けることとした。さらにこれを機に、（株）Soi Bienを（株）Soi Bien Trung Thuc（以下「SBTT」という）として再スタートさせ

るとともに、Trinh氏がSBTTのCEOに着任した。

SBTTの設立時点での小売店舗数は9店舗だったが、以降、急速に拡大し、調査時点では20店舗を運営している。

(注22) Nguyen Khanh Trinh氏は1981年生まれであり、IT分野の若手経営者としてテレビに出演する機会も多い。

(注23) Trang Trailは「農場」を意味し、Trung Thuclは「誠実」を意味する。

(2) 農場経営の概要

a 農場の開拓

SBTTはハノイ市内の5か所に誠実農場を展開しており、農場の総面積は約11haとなっている。それぞれの農場の立地は流通コストを抑えるため、SBTTの各店舗まで車で1時間以内にアクセスできる場所となっている。

いずれの農場も、もともとは個別農家が使用していた土地である。市内においては珍しい1haを超える土地を経営する農家を見つけ、その農家と直接交渉し、土地使用権を購入または賃借することにより、農場の土地を確保した。なお、農場開拓の際、行政組織や合作社との接点はなかったとのことである。

誠実農場で生産される主な品目は野菜であるが、養豚、養鶏、採卵鶏、養鳩も行っている。野菜作は、露地栽培に加え、ネットハウス^(注24)(写真1)による栽培が行われている。また、基本的には低農薬栽培であるが、一部、有機栽培を含む。

(注24) ネットハウスの効果は、豪雨による被害の緩和や、害虫の侵入の防止である。



写真1 ネットハウスによる野菜栽培

b 農場のスタッフ

各農場には農場マネージャーと会計担当のスタッフが配置されており^(注25)、ほかにも野菜専門の農業技師や畜産専門の農業技師が技術指導や生産工程の管理を行っている。農場マネージャーや農業技師は、農業大学の卒業者が中心であり、両職を兼務する者もいる。

生産者についてもスタッフとして雇用されている(以下、生産者を「農家スタッフ」という)。その数は5つの農場を合わせて約35人おり、各農場の農家スタッフは、その農場が立地する村の居住者である。農家スタッフの賃金は固定給であり、一定の基準よりも多く生産した場合にはボーナスが支払われる。農家スタッフの属性については、45～55歳の女性が多い。

農家スタッフの雇用は、農場マネージャーと農業技師が行う。誠実農場で労働需要が発生すると、村内の農家に対し誠実農場による募集の実施を呼びかけ、就職希望者に対して面接を実施する。主な選考基準は、健康、農業の習熟度、時間の管理能力、学習への意欲の4点である。採用された農家スタッフは最初の1週間程度、農場マネー

ジャーや農業技師の指導のもと、栽培方法や安全基準について集中的に研修を受ける。

(注25) 5農場のうち3農場は近接しており、これら3農場については1人の農場マネージャーが担当している。したがって、農場マネージャー数は正しくは3人である。

c 栽培過程の管理

農場マネージャーもしくは農業技師が、ほぼ毎日農場に滞在し、生産過程の監視や技術指導を行っている。また、農家スタッフによる生産履歴の作成が義務づけられており、施肥方法などを変えた場合には、その理由についても明記し、農場マネージャーや農業技師からの承認を得ることとなっている。

(3) 店舗とインターネットによる販売

SBTTは、生産部門である誠実農場をはじめ、約100先から有機農産物や安全にかかる認証を取得した食品を仕入れている。販売方法には、店舗での販売とネット販売の2パターンがある。

調査時点において、SBTTはハノイ市内に20の店舗を展開しており、1店舗当たりの来客数は、300~500人/日であった。前述のとおり店舗数は急速に増加しており、将来的にはホーチミン市にも店舗を構え、計100店舗とする計画である。

ネット販売は、誠実農場やSBTTのウェブサイトにより行っており、その登録者数は約500人である。ただし、ネット販売の場合、配達方法は店舗からバイクによる戸配であり、輸送コストが高くなるという課題

が生じている。したがって、ネット販売についてはこれ以上の拡大は計画しておらず、店舗販売に注力していくとのことである。

SBTTが取り扱う商品は、一般的な食品小売店に比べて高値となっており、ターゲットとしている客層は、所得上位5%以内の高所得者層を設定している。

(4) 消費者からの信頼向上に向けた 取組み

SBTTは生産基準にかかる数種類の安全認証を政府から取得しているが、VietGAPについては取得していない。その理由についてTrinh氏は、VietGAPを取得したとしても、消費者からの信頼を得られないためであると述べており、代わりにGlobal GAPなど、より基準の厳しい認証の取得を検討しているとのことであった。

Trinh氏が特に重視しているのは「誠実農場が何をしているのか、正直に消費者に伝えること」である。Trinh氏は自身のSNS、誠実農場やSBTTのウェブサイトにて週に数回、誠実農場の様子を写真やコメントを添えてアップロードしている。また、消費者との交流にも取り組んでおり、消費者による農場ツアーなども定期的に開催している。また、こうした交流を目的とした施設が併設された農場もある。

(5) 課題は農場の新規開拓

Trinh氏が経営上の最も大きな課題として挙げているのは、農場の新規開拓の難しさである。SBTTは店舗数の拡大を図って

おり、これに伴い、農場の新規開拓の必要が生じている。

第1節でみたとおり、紅河デルタ農家の土地使用面積は極めて零細である。したがって、個々の零細農家と交渉し、使用権を少しずつ集積していくことや、交渉に応じてくれる大規模農家を発見することも現実的に難しい。さらに、近年の農村部の都市化のなかで、地価が高騰していることも、集積を難しくする一つの要因となっている。

こうした状況から、農場の新規開拓に向け、合作社との関係の構築も検討している。

(6) 事例のまとめ

SBTTが農場経営に参入し、店舗数を急速に拡大させている背景には、Trinh氏が大手広告代理店のCEOを務めていることが強く関係していると言えよう。

例えば、Trinh氏は地価の高騰などを背景に農場の新規開拓の難しさを挙げていたが、調査時点で既に5か所の農場を経営していた。既存の農場の開拓が可能であったのは、Trinh氏が大きな財を成していたことが背景にあると考えられる。^(注26) また、SBTTが店舗数を拡大してきた点についても、消費者に対するTrinh氏の高い訴求力が影響したとみられる。

なお、政府が民間企業の農業参入を奨励していることについて前述したが、SBTTの場合はTrinh氏の独自の意思により参入しており、参入過程において行政との協力関係はなかったという。ただし、農場の新規開拓という点で、合作社との関係構築も

今後必要となる可能性を指摘していた。

(注26) 荒神(2017)にも類似する指摘がある。同氏は「ハイテク農業への投資に踏み出す企業が大企業に偏りがちなのは、土地と資金の確保において、大企業が中小企業に比して有利な状況にあるため」であると考察している。

おわりに

本稿では、食の高度化が進むベトナムにおいて注目を集めている「安全野菜」について、生産・流通の特徴や課題とともに、民間企業の動きをみてきた。本稿のポイントを以下にまとめる。

安全野菜とは一見、生産者にとって経済的誘因の強い財のように感じられる。高所得者層を中心に食品衛生への関心が高まるなか、政府認証を得た農産物の生産への参入は、農家による市場経済への対応行動の一つとして捉えられる。しかし実態として、安全野菜生産は行政主導のもとで普及し、生産を担う個別農家は必ずしも自らの意思で安全野菜経営に参入してきたわけではない。また、政策的に安全野菜の普及が標榜されるものの、その基準は不明瞭であるとともに、行政組織や合作社のスタッフの基準遵守に対する意識は醸成されていないことも多い。こうした課題への対応には、安全野菜の生産・流通にかかる基準の整備とともに、安全野菜に関わる主体の意識改善に向けた施策が求められる。また、合作社とスーパー間の契約栽培による流通以外にも、安全野菜生産に強い関心を寄せる農家が、例えば消費者グループに対して直売を

行うといった取組みも、消費者からの安全野菜の信頼回復に向けて有効かもしれない。^(注27)

安全野菜をはじめ農産物の品質向上への取組みが停滞するなか、政府は民間企業による農業参入に期待を寄せており、施策との関連は定かでないものの、こうした動きは活発化している。また、本稿では触れなかったが、日本の農業法人による参入の動きもみられる（本誌別稿「わが国農業経営体のベトナムでの農業生産」〔長谷川〕）。ただし、特に紅河デルタにおいては農家の土地使用権構造の零細均等性や地価の高騰から、民間企業による農業生産への参入は容易ではない。民間企業の取組みをサプライチェーンの改善につなげていくには、民間企業と行政組織、合作社が、どのように協力関係を構築していくかが重要な論点となろう。

最後に今後の課題を述べる。紅河デルタ農村の特徴として、社会的凝集力の高さや村落自治の伝統が、多くの研究で指摘される。^(注28) こうした地域において、民間企業の農業参入は農村社会からどのように受け入れられ、また、農村社会に対してどのような影響を持つのかという点についても研究課題となり得るだろう。

(注27) これに類する取組みとして、安全野菜食品取引所が挙げられる。詳しくは高梨子（2015）のとおり。

(注28) 例えばEmbree（1950）はタイにおける緩やかな社会関係、すなわち「ルースな構造」と比較して、トンキンデルタ（紅河デルタ）の社会は「タイトな構造」と指摘する。紅河デルタ農村の村落自治や共同性に関する村落史研究は多く、代表的なものとして桜井（1987）が挙げられる。

<参考文献>

- ・岡江恭史（2004）「ベトナム農村金融における集落の役割」『農林水産政策研究』第6号、23～49頁
- ・岡江恭史（2006）「ベトナム農民組織の新潮流—首都近郊農村における畜産合作社の事例より—」『2005年度日本農業経済学会論文集』3月、536～543頁
- ・岡江恭史（2007）「WTO加入へと至るベトナム農政の展開と農林水産業の概況」農林水産政策研究所編『FTA・WTO体制下のアジアの農業、食品産業と貿易』農林水産政策研究所、143～185頁
- ・岡江恭史（2017）「ベトナムの農地政策」『農林水産政策研究所レビュー』No.78、6～7頁
- ・荒神衣美（2012）「ベトナム都市部における食品消費の変化と『中間層』」『アジアワールド・トレンド』第204巻、10～11頁
- ・荒神衣美（2016）「ベトナム農業経営の新動向、清水達也編『途上国農業の新たな担い手』基礎理論研究会成果報告書、アジア経済研究所、17～28頁
- ・荒神衣美（2017）「ベトナムにおける農業経営—外部環境変化との接点—」、清水達也編『途上国における農業経営の変革』調査研究報告書、アジア経済研究所、69～79頁
- ・小林亜紀（2018）「GAP認証取得で農作物の生産・輸出を後押し（ベトナム）—ベトナム企業で初めてグローバルギャップを取得—」『Food & Agriculture』3190号
- ・齋藤修平・三籙久夫・堀内久太郎（2012）「ベトナム紅河デルタ地域における兼業農家—Ha Noi中央直轄市Soc Son県Bac Son行政村を事例として—」『農村研究』第114号、46～54頁
- ・桜井由躬雄（1987）『ベトナム村落の形成—村落共有田＝コンディエン制の史的展開』創文社
- ・桜井由躬雄（1989）「陳朝期紅河デルタ開拓試論1：西沱濫原の開拓」『東南アジア研究』第27巻第3号、275～300頁
- ・設楽澄子（2012）「ベトナムにおける農村の市場経済化と合作社：農産物の生産・流通における個人的ネットワークの役割」（学位論文〔社会学博士〕）一橋大学
- ・高梨子文恵・坂爪浩史（2013）「北部ベトナムにおける安全野菜流通と農協の役割」『食農資源経済論集』第64巻第1号、119～128頁
- ・高梨子文恵（2015）「ハノイ市における『安全野菜』の新しい流通形態」『アジアワールド・トレンド』第233巻、18～21頁
- ・原洋之介（2015）「石川開発経済学から何を引き継ぐべきか—ベトナム農業・農村研究の展望を踏まえて—」『アジア経済』第56巻第3号、77～92頁
- ・藤田幸一・柳澤雅之・大野昭彦（2014）「市場経済移行下ヴェトナム紅河デルタの行政と農村社会—2011～12年現地調査に基づく試論」『青山国際政経論

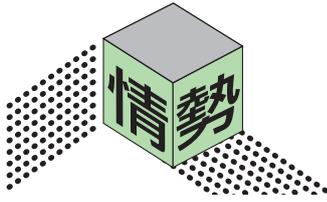
集』第92巻, 53~95頁

- 山田祐樹久 (2014) 「ベトナム紅河デルタ農家の市場化対応と合作社の構造変化—安全野菜生産村を事例に—」 *アジア政経学会西日本大会報告論文*
- 山田祐樹久 (2017) 「ベトナムのフードバリューチェーンの動向—模索される食の高度化への対応—」 『農中総研 調査と情報』web誌, 11月号, 14~15頁
- JETRO (2012) 「ベトナム日本食品消費動向調査」
- JETRO (2015a) 「ベトナムにおける高付加価値野菜の栽培・流通関連制度調査」
- JETRO (2015b) 「普及に向けた体制づくりが重要—高付加価値野菜の基準・認証制度とその課題—」
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2015/04/553f39fc84530.html>
- JETRO (2017) 「日本食品消費動向調査 ベトナム」
- Anh, D.T. (2017), "A Vietnamese Agricultural Cooperative's Involvement in the Food Safety Value Chain: Perspective and Policy", *FFTC Agricultural Policy Platform*.
- Dinh, V.T., Q. H. Truong, & J. Zhang (2016), "Status and Solutions on Safe Vegetable Production Development in Hanoi, Vietnam", *The International Journal of Engineering And Science*, 5(9), pp.33-39.
- Embree, J. F. (1950), "Thailand: A Loosely Structured Social System", *American Anthropologist*, 52(2), pp.181-193.

- General Statistics Office of Vietnam (2012), *Results of the 2011 Rural, Agricultural and Fishery Census*, Hanoi: Statistical Publishing House.
- General Statistics Office of Vietnam (2016), *Result of the VietNam Household Living Standards Survey 2014*, Hanoi: Statistical Publishing House.
- Pham, H. V. (2017), "Standard Application in Vegetable Production in Vietnam: Between Path Dependence and Economic Incentives. The Case of Hanoi's City", *11eme Journées de recherches en sciences sociales*.
- Thai, N.T., H.T. Manh, & K. Pensupar (2017), "Consumers' Preferences and Willingness to Pay for Viet GAP Vegetable in Hanoi, Vietnam", *International Journal of Economic Research*, 14(16), pp.401-419.
- Yanagisawa, M. (2000), "Fund-Raising Activities of a Cooperative in the Red River Delta: A case Study of the Coc Thanh Cooperative in Nam Dinh Province, Vietnam", *Japanese Journal of Southeast Asian Studies*, 38(2), pp.123-141.

(やまだ ゆきひさ)





わが国農業経営体のベトナムでの農業生産

主任研究員 長谷川晃生

はじめに

国内人口の減少が見込まれるなか、食品関連企業は、アジア等の新興国に新たな収益機会を求め、2000年頃から海外展開（輸出、現地製造等）を積極化している。近年、農業経営体においても、農産物輸出だけでなく、海外での農業生産、技術指導、農産物の集荷・販売、加工等の試みがみられる。

本稿は、海外生産に注目し、いくつかの事例がみられるベトナム社会主義共和国を対象に、わが国の農業経営体の取組実態を明らかにする。なお、多様な進出形態のなかでも、特に農業法人がベトナムへ直接投資で現地法人を設立し、生産に取り組むケースを分析対象とする。

1 現地生産の動向と課題

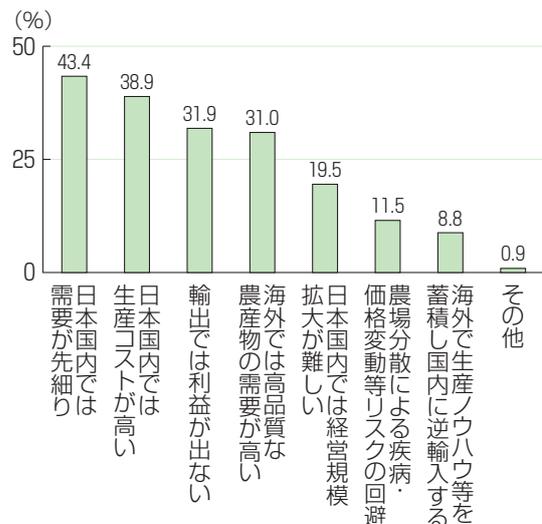
まず、農業経営体による海外展開、現地生産の状況について、アンケート調査で確認する。^(注1)日本政策金融公庫の調査によると、海外での「生産に取組中」が回答者全体の0.8%で、「生産を計画中」が1.6%であった。海外生産を検討する理由は、日本農業法人協会^(注2)の調査によると、「日本国内では需要

が先細り」(43.4%)、「日本国内では生産コストが高い」(38.9%)、「輸出では利益が出ない」(31.9%)、「海外では高品質な農産物の需要が高い」(31.0%)の順に回答割合が高い(第1図)。

現地生産の意向、課題を上記調査では把握できないが、海外展開（現地生産、加工、販売）に「関心がある」は全体の21.5%にのぼる（同公庫調査）。海外展開時の課題として、同法人協会調査の過半の回答者が「社内体制」「物流コスト」「社外パートナー探し」「情報収集」を挙げている（第2図）。

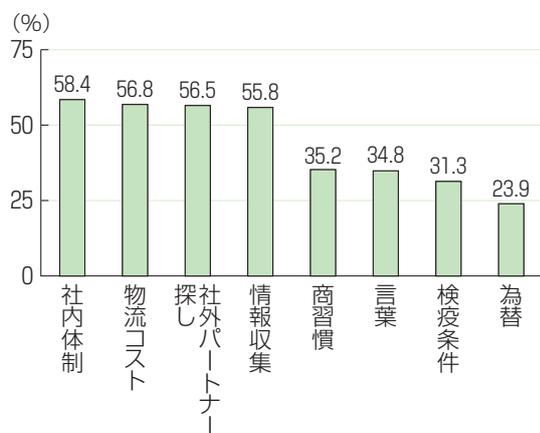
この調査結果からは、農業経営体は国内

第1図 海外生産を検討する理由(n=113)



資料 日本農業法人協会「農業法人白書2015」
(注) 調査実施概要は本文(注2)を参照。本設問は最大5つまで回答。

第2図 海外事業展開時の課題(複数回答)
(n=310)



資料 第1図に同じ

需要の先細りを懸念し、新興国の経済成長による需要増加等を新たな経営展開につなげるため、現地生産等に関心を持っていることがわかる。しかし、経営体の体制整備や人材確保、パートナー企業の選定、現地の情報収集等が課題で、実際の実践は一部にとどまっている。

(注1) 13年7月実施の調査結果。調査対象は日本公庫融資先の22,775先。有効回答数は6,867先。

(注2) 15年度下期に実施した「2015年農業法人実態調査結果」。調査対象は日本農業法人協会会員の1,841会員。有効回答数は739会員。

2 ベトナム進出の背景と特徴

ベトナムへの進出動向を網羅的に把握できないが、既存研究と現地調査を踏まえる^(注3)と、10年頃までは一般企業等が中心で、その後、農業経営体の進出も増加している(第1表)。

栽培品目は野菜が比較的多く、栽培に適した冷涼な中部高原地域のラムドン省への進出が多い。販売先は、多くの農業経営体

第1表 わが国の農業経営体、一般企業等による
現地生産事例

事例	現地法人設立年	経営類型	主な販売先
1	05年	野菜	日本
2	08	花き(菊)	日本
3	09	肉用牛肥育	日本・ベトナム
4	11	野菜・花き	日本
5	12	きのこ	ベトナム
6	12	ブロイラー	日本・ベトナム
7	14	茶	ベトナム
8	14	野菜(レタス)	日本・ベトナム
9	14	果物	日本
10	15	いちご	ベトナム
11	15	きのこ	ベトナム
12	15	野菜(いちご等)	ベトナム
13	16	花き	日本
14	17	水稻	ベトナム

資料 日本貿易振興機構(2016)、辻(2017)、現地調査、現地法人等のWEBサイトを基に作成

(注) 網掛けは農業経営体による進出と確認できたもの。網掛け以外は一般企業等によるもの。

は現地向けだが、一般企業等は日本であることから、両者の進出目的に違いがあるものとみられる。

現地調査によればベトナム進出した農業経営体は、ベトナムの人口増や経済成長に伴う食料消費支出の増加、食の安全・安心志向が高まるなかで、日本で培った高品質な農業生産を現地展開することが新たなビジネスチャンスと捉えている。また、進出を後押しした背景としては、13年前後からベトナム人技能実習生の受入れが本格化したことに伴い、経営体はベトナム訪問の機会が増え、現地農業の実態把握や人的交流が進展したこと、さらにベトナム国内で農業分野への外国企業の受入れを積極化したことが挙げられる。

(注3) 主に辻(2017)、グエン・辻(2017)を参考としている。

(注4) 詳細は、本誌別稿「ベトナムハノイ市における『安全野菜』の生産と流通」(山田)を参照のこと。

3 事例調査結果

それでは次に、15年に進出した2事例への聞き取り^(注5)をもとに、農業生産に至る経緯、経営内容と経営安定に向けた課題を明らかにする。

(注5) 調査時期はA法人が17年11月、B法人が18年4月である。

(1) A法人

a 経緯

東北地方で農畜産物の生産に取り組むA法人は、ベトナムからの技能実習生の受入れを本格化させた13年頃から、帰国後の実習生の就農先を確保するため、現地での農業生産を模索してきた。

そして、15年にA法人は全額出資の現地法人を設立した。当初、この現地法人は水稻栽培を大規模に行い、国内外に販売することを計画していた。同時期に日本企業の誘致に積極的なベトナム北部の省から農業生産の打診があった。しかし、農地賃借料が当初想定よりも高額^(注6)で、また外国法人である現地法人による大規模な農地確保が困難なことなどから断念した。

(注6) A法人は、農地賃借料に地域差があり、日本と同程度から、大きく超える水準まで様々だが、概して日本より高額とみている。

b 現地生産の状況

その後も、北部以外の地域での水稻栽培を検討したが、農地確保がネックとなり、実現には至らなかった。そこで、17年度から、野菜の集荷・販売事業を営むベトナム

企業（以下「パートナー企業」という）と連携^(注7)し、北部地域の都市近郊で農業生産に取り組んでいる。

A法人は連携先のパートナー企業から農地貸与を受け、その一部で野菜栽培を開始している。パートナー企業は、集荷先の契約農家への栽培指導が不十分と認識しており、この点をA法人に期待している。また、日本企業であるA法人から指導を受けることを顧客にアピールすることが販売面のメリットと感じているという。そこで、A法人は、栽培ほ場を契約農家に自由に見学させ、生産資材の使用方法を随時指導することになっている。

A法人が貸与された農地のうち野菜栽培を行っていないほ場は狭小である。そのため現地で希少性があり、高収益が期待できる栽培品目を模索した。そして、日本と遜色ない価格での販売が可能ないちご生産を行うこととし、17年に高設栽培のためのハウス施設を建設した。

(注7) 投資形態の1つである事業協力契約に基づき、新法人を設立せず、事業を共同で行い利益分配する方法を採っている。

c 今後の方向性

A法人は、15年に現地法人を設立、17年にベトナム企業と共同事業を行うことで、農業生産の目途がたった。そこで、当初からの職員1名（日本人、現代表）に加え、農作業に従事する職員2名（ベトナム人）を増員し、さらに、いちご栽培に精通した日本人1名を技術顧問として招へいしている。

A法人のベトナム人実習生は任期を終了

し、順次帰国している。当初、現地法人は帰国後の就農先との考えもあった。しかし、都市近郊で就労機会が多く、給与面で就農は難しいという。こうしたなか、A法人は、実習生のリーダー的役割を担う人材として現地採用のベトナム人を日本に送り出すため、栽培技術の習得支援に力を入れている。

現地法人の農業生産は18年以降に本格化する見込みである。事業の柱はいちご栽培であるが、周辺地域での栽培事例がほとんどなく、高温による生育不良を懸念している。まずは、現地の気候に応じた栽培方法を習得することで収量を安定させ、将来的には面積拡大のため他地域での栽培も考えている。

(2) B法人

a 経緯

関東地方できのこを生産するB法人は、ベトナム進出を検討する以前から、当時雇用していた中国人実習生の帰国後の就農先確保のため、現地生産に強い思いがあった。

行政主催のベトナム農業視察に参加した10年頃から進出を考え、ベトナム人実習生を受け入れた13年前後から本格的な検討を開始した。きのこ生産は、屋内培養施設による栽培という特性から、栽培施設と生産資材の品質が生産性に大きく影響する。そこで、駐在スタッフ（日本人）を雇用し、社長自らが候補地選定と生産資材の調達環境の調査のため、現地訪問を繰り返し行った。また、訪問の際は、現地法人の共同出資者となるベトナム企業が同行するなどの様々

な支援を受けたという。

生産・建築資材の調達に一定の目途が立ったことから、小規模な栽培施設を建設し、13～14年にかけて試験栽培を実施した。その結果、日本と同程度の生産性が得られたためベトナム進出を決意した。ただし、試験栽培を行った地域で本格生産した場合、生産資材（菌床原料）の入手が難しいということがわかり、駐在スタッフが広く情報収集しながら再度進出先を選定した。

最終的に、15年に現地法人（ベトナム企業との合弁）を立ち上げ、南部山間地域の農村地帯にある工業団地内に、3haの用地を確保した。そして、栽培施設を建設し、16年から生産を開始するに至った。

b 現地生産の状況

現在の設備は栽培施設5棟、出荷施設1棟、事務所1棟である。生産初年度の16年は、単収が試験栽培時の半分程度であった。B法人は一部の生産資材の品質が地域ごとに異なり、この点が試験栽培に比べ収量が伸びなかった要因とみている。

販売先は日系スーパー、現地資本の高級食材店等である。売価は日本より1割程度高い。販売先への配送は日系の運送会社を利用している。B法人は自社冷蔵施設から運送会社の冷蔵車を使って、一旦運送会社内の施設で冷蔵保管する。そして、B法人は注文に応じて店舗配送するなどのきめ細かな受注対応により、きのこの品質維持に努めている。

c 今後の方向性

B法人は10年頃からベトナム進出を検討し、生産資材等の安定調達が可能で適地を基準に進出先を検討し、16年から生産を開始している。

現在の職員は、当初からの駐在スタッフである現代表1名と栽培従事の30名程度のベトナム人である。実習後に就農した4名が在職している。B法人は、帰国後の就農者を増やすには、日本に送り出す実習生の採用先を現地法人の近隣地域とするなどの工夫が必要と考えている。

B法人は単収向上が課題と考えている。17年は一部の生産資材の調達先をベトナム国外に変更するなどにより、生産性は改善されつつある。更なる向上のためには、これまで社長自らが短期滞在の際に栽培指導してきたが、これでは不十分と考えている。しかし、きのこ生産に精通した職員を日本から派遣することは給与等の面で難しい。そこで、実習後に就農する現地社員を増員し栽培技術の底上げを図り、収益向上に向けたスタッフ全体の意識を高めることが必要と考えている。こうした経営改善を図りながら、今後数年間で、敷地内に栽培施設を増棟することで、経営規模を現在の5倍程度まで拡大する意向である。

おわりに

海外での農業生産は、海外市場の成長を直接的に取り込むため、農業経営体の関心が高く、ベトナム進出は経営体への実習生

受入れを契機に、その傾向が強まっている。しかし、本稿の事例においても、生産開始に至るまでに様々な課題があり、栽培に適した進出地選定、農地確保等に数年を要している。特に現地法人は農地確保のハードルが高い。こうした現地特有の課題について、日本人スタッフの駐在だけでなく、現地企業との協力関係の構築による人的ネットワークの活用が重要である。

また、両事例は施設栽培ということもあり、比較的大きな設備投資を行っている。生産開始後も栽培環境、生産資材等の調達状況が日本と異なることから、現地に適応した栽培方法の確立、現地スタッフの人材育成・経営体制の構築等、経営が軌道に乗るためにはある程度の年数が必要である。したがって、初期投資のほかに経営安定までの運転資金について、日本本社が支援できるような余力がなければ、現地法人の経営継続は非常に厳しいといえる。

ベトナムに進出した経営体の多くは、これから販売が本格化していくものとみられる。これら経営体は、日本と同様の高い栽培技術による高価格販売を目指している。しかし、現地で消費者の安全・安心志向に対応した農業生産が積極化していることを踏まえると、希少性がある品目導入、コールドチェーン活用による品質維持等の差別化を図りながら、現地で継続的に評価されるような事業展開が不可欠である。

食品関連企業の海外展開の歴史は長く、試行錯誤によるノウハウ蓄積が業界として相応に進んでいるとみられる。農業経営体

による海外展開は始まったばかりで、現時点で情報蓄積が少なく、また、その成果を評価することも難しい。今後は農業経営体単独での進出だけでなく、複数経営体による共同事業や、日系の食品関連企業との連携などの多様な展開が必要になるものと考えられる。こうした動向を踏まえながら、農業経営体の海外展開の在り方について引き続き注目していきたい。

<参考文献>

- ・グエン・ティ・ミー・ホア・辻一成 (2017) 「ベトナム／日系農企業の進出と農業投資環境の変化—ラムドン省の事例—」『アジア研ワールド・トレンド』第264巻
- ・大和総研 (2014) 「我が国食品関連企業のアジア諸国における事業展開事例等調査報告書」
- ・辻一成 (2017) 「ベトナムにおける農業投資環境と日系農企業の事業戦略の変化—ラムドン省を事例に—」, 清水達也編『途上国における農業経営の変革』調査研究報告書, アジア経済研究所
- ・日本貿易振興機構ハノイ事務所 (2016) 「ベトナム経済情勢と進出日系企業動向」

(はせがわ こうせい)



書籍案内

農林漁業金融統計2017

A4版 193頁
頒 価 2,000円(税込)

農林漁業系統金融に直接かかわる統計のほか、農林漁業に関する基礎統計も収録。全項目英訳付き。

編 集…株式会社農林中金総合研究所
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-11 TEL 03(6362)7753
FAX 03(3351)1153
発 行…農林中央金庫
〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

〈発行〉 2017年12月



統計資料

目次

1. 農林中央金庫 資金概況 (海外勘定を除く)	(57)
2. 農林中央金庫 団体別・科目別・預金残高 (海外勘定を除く)	(57)
3. 農林中央金庫 団体別・科目別・貸出金残高 (海外勘定を除く)	(57)
4. 農林中央金庫 主要勘定 (海外勘定を除く)	(58)
5. 信用農業協同組合連合会 主要勘定	(58)
6. 農業協同組合 主要勘定	(58)
7. 信用漁業協同組合連合会 主要勘定	(60)
8. 漁業協同組合 主要勘定	(60)
9. 金融機関別預貯金残高	(61)
10. 金融機関別貸出金残高	(62)

統計資料照会先 農林中金総合研究所調査第一部
TEL 03 (6362) 7755
FAX 03 (3351) 1153

利用上の注意 (本誌全般にわたる統計数値)

- 1 数字は単位未満四捨五入しているので合計と内訳が不突合の場合がある。
- 2 表中の記号の用法は次のとおりである。
「0」 単位未満の数字 「-」 皆無または該当数字なし
「…」 数字未詳 「△」 負数または減少
「*」 訂正数字 「P」 速報値

1. 農林中央金庫資金概況

(単位 百万円)

年月日	預金	発行債券	その他	現金預け	有価証券	貸出金	その他	貸借共通計
2013. 4	47,994,678	4,565,376	26,557,250	4,682,782	49,503,561	16,310,383	8,620,578	79,117,304
2014. 4	49,644,538	4,002,760	24,698,652	5,972,253	50,652,185	16,482,784	5,238,728	78,345,950
2015. 4	53,674,432	3,532,619	31,908,375	7,786,064	56,551,511	19,194,912	5,582,939	89,115,426
2016. 4	58,948,002	3,073,234	30,559,780	15,217,822	56,335,570	16,280,344	4,747,280	92,581,016
2017. 4	62,099,076	2,369,043	37,732,627	25,392,842	56,287,463	10,408,484	10,111,957	102,200,746
2017. 11	65,351,033	1,990,737	37,532,262	26,607,557	56,910,855	10,540,370	10,815,250	104,874,032
12	65,682,512	1,937,230	38,925,638	27,470,060	57,134,991	10,683,755	11,256,574	106,545,380
2018. 1	64,825,490	1,883,093	37,841,674	23,210,871	56,079,227	10,569,377	14,690,782	104,550,257
2	65,053,300	1,828,936	34,989,910	25,405,609	52,457,166	10,453,414	13,555,957	101,872,146
3	65,576,322	1,774,498	33,899,762	27,949,397	52,283,016	10,660,039	10,358,130	101,250,582
4	66,247,562	1,730,631	34,479,290	28,657,554	52,081,661	10,547,378	11,170,890	102,457,483

(注) 単位未満切り捨てのため他表と一致しない場合がある。

2. 農林中央金庫・団体別・科目別・預金残高

2018年4月末現在

(単位 百万円)

団体別	定期預金	通知預金	普通預金	当座預金	別段預金	公金預金	計
農業団体	54,867,645	-	3,220,082	976	4,380	-	58,093,083
水産団体	1,825,383	50	133,730	20	153	-	1,959,336
森林団体	1,766	-	3,422	27	204	-	5,419
その他会員	1,969	-	5,701	18	-	-	7,688
会員計	56,696,763	50	3,362,935	1,041	4,737	-	60,065,526
会員以外の者計	447,153	24,151	410,566	95,960	5,173,616	30,591	6,182,037
合計	57,143,915	24,201	3,773,501	97,002	5,178,352	30,591	66,247,562

(注) 1 金額は単位未満を四捨五入しているため、内訳と一致しないことがある。
2 上記表は、国内店分。
3 海外支店分預金計 378,372百万円。

3. 農林中央金庫・団体別・科目別・貸出金残高

2018年4月末現在

(単位 百万円)

団体別	証書貸付	手形貸付	当座貸越	割引手形	計	
系統団体等	農業団体	1,278,776	105,926	56,620	-	1,441,321
	開拓団体	12	9	-	-	21
	水産団体	29,404	3,301	6,492	20	39,217
	森林団体	2,332	3,039	2,030	2	7,403
	その他会員	603	600	20	-	1,223
	会員小計	1,311,127	112,876	65,162	21	1,489,186
	その他系統団体等小計	95,863	8,744	53,665	14	158,285
計	1,406,990	121,620	118,827	35	1,647,471	
関連産業	3,336,103	49,710	794,887	2,814	4,183,514	
その他	4,560,593	2,840	152,960	-	4,716,393	
合計	9,303,686	174,170	1,066,674	2,848	10,547,378	

(貸 方)

4. 農 林 中 央 金

年月末	預 金			譲渡性預金	発行債券
	当座性	定期性	計		
2017. 11	8,658,255	56,692,778	65,351,033	-	1,990,737
12	8,733,111	56,949,401	65,682,512	10,000	1,937,230
2018. 1	8,070,243	56,755,247	64,825,490	-	1,883,093
2	8,561,139	56,492,161	65,053,300	-	1,828,936
3	8,736,414	56,839,908	65,576,322	-	1,774,498
4	9,075,829	57,171,733	66,247,562	-	1,730,631
2017. 4	7,478,086	54,620,990	62,099,076	-	2,369,043

(借 方)

年月末	現金	預け金	有 価 証 券		商品有価証券	買入手形	手形貸付
			計	うち国債			
2017. 11	67,954	26,539,603	56,910,855	13,086,245	3,528	-	169,845
12	62,472	27,407,588	57,134,991	12,042,840	7,770	-	172,358
2018. 1	65,879	23,144,992	56,079,227	12,002,792	7,046	-	171,449
2	56,893	25,348,715	52,457,166	12,002,792	3,058	-	164,275
3	55,871	27,893,526	52,283,016	11,612,797	3,064	-	162,764
4	86,594	28,570,959	52,081,661	11,358,797	11,505	-	174,170
2017. 4	63,141	25,329,701	56,287,463	13,217,670	1,003	-	159,771

(注) 1 単位未満切り捨てのため他表と一致しない場合がある。 2 預金のうち当座性は当座・普通・通知・別段預金。
3 預金のうち定期性は定期預金。

5. 信 用 農 業 協 同 組

年月末	貯 金		譲渡性貯金	借 入 金	出 資 金
	計	うち定期性			
2017. 11	64,667,885	63,501,487	1,363,801	1,537,232	1,954,038
12	65,494,440	64,003,705	1,302,452	1,677,232	1,954,038
2018. 1	65,032,036	63,827,664	1,341,405	1,677,232	1,954,038
2	65,113,260	63,754,566	1,305,405	1,677,232	1,954,038
3	64,813,958	63,607,443	1,255,098	1,809,065	1,969,107
4	65,450,993	64,232,299	1,228,473	1,805,226	1,970,726
2017. 3	62,228,814	61,020,425	1,221,510	1,248,981	1,949,099
4	62,769,299	61,581,022	1,261,214	1,245,142	1,951,019

(注) 1 貯金のうち「定期性」は定期貯金・定期積金の計。 2 出資金には回転出資金を含む。

6. 農 業 協 同 組

年月末	貯 金			借 入 金	
	当座性	定期性	計	計	うち信用借入金
2017. 10	33,854,353	67,318,345	101,172,698	600,332	428,293
11	33,555,343	67,651,283	101,206,626	582,688	411,604
12	34,194,161	68,123,018	102,317,179	593,581	429,637
2018. 1	33,747,940	68,028,926	101,776,866	602,231	442,531
2	34,365,143	67,576,539	101,941,682	601,173	438,752
3	34,526,240	66,779,723	101,305,963	633,070	462,517
2017. 3	32,682,884	65,741,474	98,424,358	533,460	365,172

(注) 1 貯金のうち当座性は当座・普通・貯蓄・通知・出資予約・別段。 2 貯金のうち定期性は定期貯金・譲渡性貯金・定期積金。
3 借入金計は信用借入金・共済借入金・経済借入金。

庫 主 要 勘 定

(単位 百万円)

コールマネー	受 託 金	資 本 金	そ の 他	貸 方 合 計
-	2,078,456	3,480,488	31,973,318	104,874,032
-	2,498,641	3,480,488	32,936,509	106,545,380
-	1,972,619	3,480,488	32,388,567	104,550,257
-	1,465,607	3,480,488	30,043,815	101,872,146
-	1,405,187	3,480,488	29,014,087	101,250,582
-	2,162,484	3,480,488	28,836,318	102,457,483
-	2,088,913	3,480,488	32,163,226	102,200,746

貸 出 金				コ ー ル ロ ー ン	そ の 他	借 方 合 計
証 書 貸 付	当 座 貸 越	割 引 手 形	計			
9,284,706	1,083,738	2,079	10,540,370	1,552,000	9,259,722	104,874,032
9,390,147	1,118,635	2,614	10,683,755	1,335,000	9,913,804	106,545,380
9,252,442	1,143,468	2,017	10,569,377	2,090,000	12,593,736	104,550,257
9,145,104	1,142,216	1,817	10,453,414	1,625,836	11,927,064	101,872,146
9,324,533	1,169,670	3,070	10,660,039	630,000	9,725,066	101,250,582
9,303,685	1,066,673	2,848	10,547,378	950,000	10,209,386	102,457,483
9,259,252	986,721	2,738	10,408,484	400,000	9,710,954	102,200,746

合 連 合 会 主 要 勘 定

(単位 百万円)

現 金	借 方						
	預 け 金		コ ー ル ロ ー ン	金 銭 の 信 託	有 価 証 券	貸 出 金	
	計	う ち 系 統				計	う ち 金 融 機 関 貸 付 金
67,500	43,402,519	43,350,170	20,000	823,123	18,015,968	7,187,316	1,765,044
81,049	44,124,017	44,078,410	30,000	831,932	18,147,091	7,280,854	1,784,539
65,213	43,465,234	43,412,487	25,000	826,851	18,429,347	7,277,855	1,776,740
64,047	43,426,657	43,372,549	40,000	864,016	18,443,037	7,289,499	1,804,206
70,800	43,146,594	43,095,414	40,000	874,647	19,239,403	7,442,678	1,855,136
68,497	44,429,903	44,380,710	25,000	893,649	17,606,207	7,318,689	1,845,441
64,516	41,259,631	41,203,261	30,000	721,980	18,629,914	7,001,246	1,736,636
66,324	42,460,238	42,403,566	20,000	732,935	16,938,075	6,908,043	1,729,022

合 主 要 勘 定

(単位 百万円)

現 金	借 方							報 告 組 合 数
	預 け 金		有 価 証 券 ・ 金 銭 の 信 託		貸 出 金			
	計	う ち 系 統	計	う ち 国 債	計	う ち 公 庫 (農) 貸 付 金		
413,866	76,266,545	76,042,469	3,962,392	1,652,906	21,709,893	215,391	654	
435,079	76,266,032	76,018,489	3,954,781	1,632,313	21,679,360	161,950	654	
471,685	77,352,792	77,115,191	3,955,826	1,619,274	21,622,111	161,304	654	
436,830	76,745,240	76,512,295	4,023,145	1,667,323	21,606,038	161,328	654	
409,689	77,036,960	76,797,564	3,982,692	1,620,766	21,656,580	160,855	654	
401,113	76,644,678	76,408,385	3,920,755	1,571,319	21,749,256	162,092	652	
414,291	73,628,409	73,409,682	4,080,155	1,731,665	21,683,626	167,802	655	

7. 信用漁業協同組合連合会主要勘定

(単位 百万円)

年月末	貸 方				借 方					
	貯 金		借 用 金	出 資 金	現 金	預 け 金		有 証 価 券	貸 出 金	
	計	うち定期性				計	うち系統			
2018. 1	2,424,144	1,719,017	28,068	55,429	18,420	1,923,920	1,905,311	82,242	467,816	
2	2,428,189	1,702,995	28,068	55,429	16,560	1,931,514	1,911,974	82,489	466,141	
3	2,414,573	1,664,372	29,968	55,468	17,783	1,929,163	1,907,052	82,166	462,615	
4	2,392,063	1,672,350	30,368	55,571	15,478	1,916,256	1,897,026	77,364	458,272	
2017. 4	2,377,702	1,669,033	21,070	55,099	16,043	1,868,573	1,848,483	80,179	465,583	

(注) 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。

8. 漁業協同組合主要勘定

(単位 百万円)

年月末	貸 方					借 方						報 告 組 合 数
	貯 金		借 入 金		払込済 出資金	現 金	預 け 金		有 証 価 券	貸 出 金		
	計	うち定期性	計	うち信用 借入金			計	うち系統		計	うち公庫 (農)資金	
2017. 11	814,665	440,167	85,659	61,319	107,038	6,870	825,536	816,669	400	149,106	6,989	79
12	805,044	434,128	80,940	58,717	107,088	5,685	809,704	800,616	400	143,121	6,833	79
2018. 1	776,663	425,223	77,811	55,966	106,124	6,285	782,748	774,399	400	140,620	6,787	77
2	773,257	422,680	77,834	55,909	106,093	5,697	780,668	772,149	400	140,462	6,730	77
2017. 2	787,189	428,599	81,390	59,881	107,365	6,243	788,392	778,335	400	147,052	7,743	80

(注) 1 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。
 2 借入金計は信用借入金・経済借入金。
 3 貸出金計は信用貸出金。

9. 金融機関別預貯金残高

(単位 億円, %)

		農 協	信 農 連	都市銀行	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫	信用組合	
残高	2015. 3	936,872	580,945	3,067,377	2,432,306	632,560	1,319,433	192,063	
	2016. 3	959,187	597,361	3,235,087	2,482,863	642,280	1,347,476	195,607	
	2017. 3	984,244	622,288	3,433,657	2,543,180	657,873	1,379,128	199,392	

	2017. 4	990,454	627,693	3,466,198	2,552,021	661,170	1,393,984	200,515	
	5	989,228	627,452	3,502,267	2,550,395	659,393	1,390,545	199,844	
	6	1,004,862	639,222	3,455,334	2,563,617	664,977	1,403,186	201,876	
	7	1,004,667	640,746	3,463,692	2,545,199	659,879	1,400,980	201,553	
	8	1,009,301	645,712	3,465,196	2,552,590	661,723	1,406,065	202,374	
	9	1,007,674	643,331	3,458,376	2,555,365	665,314	1,411,279	203,126	
	10	1,011,727	646,175	3,504,783	2,545,038	662,326	1,410,371	202,809	
	11	1,012,066	646,679	3,550,005	2,553,928	662,581	1,407,147	202,405	
	12	1,023,172	654,944	3,489,735	2,583,346	670,574	1,421,840	204,525	
	2018. 1	1,017,769	650,320	3,535,579	2,562,605	662,674	1,410,888	203,329	
	2	1,019,417	651,133	3,544,445	2,568,001	663,535	1,414,939	203,618	
	3	1,013,060	648,140	3,593,112	2,620,107	668,302	1,409,772	203,399	
4 P	1,018,964	654,510	3,674,060	2,617,960	673,110	1,423,775	...		

前年同月比増減率	2015. 3	2.4	4.5	4.3	3.2	2.9	3.0	2.9	
	2016. 3	2.4	2.8	5.5	2.1	1.5	2.1	1.8	
	2017. 3	2.6	4.2	6.1	2.4	2.4	2.3	1.9	

	2017. 4	2.8	4.0	6.6	2.4	2.6	2.3	1.8	
	5	2.8	3.9	6.5	2.5	2.7	2.3	1.8	
	6	3.1	3.6	6.4	2.7	2.5	2.3	1.6	
	7	2.9	4.5	7.3	2.3	2.2	2.2	1.7	
	8	3.0	4.7	6.7	2.9	2.6	2.3	1.8	
	9	3.2	4.8	5.6	3.3	2.4	2.5	1.9	
	10	3.0	4.6	6.2	2.7	2.2	2.3	1.9	
	11	3.0	4.6	5.7	2.4	2.2	2.2	2.0	
	12	2.9	4.5	4.9	2.5	2.0	2.4	2.0	
	2018. 1	2.9	4.3	5.3	2.6	1.7	2.2	1.9	
	2	2.9	4.3	5.5	2.3	1.6	2.1	1.9	
	3	2.9	4.2	4.6	3.0	1.6	2.2	2.0	
4 P	2.9	4.3	6.0	2.6	1.8	2.1	...		

- (注) 1 農協、信農連は農林中央金庫、信用金庫は信金中央金庫調べ、信用組合は全国信用組合中央協会、その他は日銀資料（ホームページ等）による。
 2 都銀、地銀、第二地銀および信金には、オフショア勘定を含む。
 3 農協には譲渡性貯金を含む（農協以外の金融機関は含まない）。
 4 ゆうちょ銀行の貯金残高は、月次数値の公表が行われなくなったため、掲載をとりやめた。

10. 金融機関別貸出金残高

(単位 億円, %)

		農 協	信 農 連	都市銀行	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫	信用組合	
残	2015. 3	209,971	52,083	1,829,432	1,783,053	470,511	658,016	100,052	
	2016. 3	206,362	51,472	1,853,179	1,846,204	487,054	673,202	102,887	
	2017. 3	203,821	52,646	1,846,555	1,918,890	502,652	691,675	106,382	
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>								
	高	2017. 4	203,443	51,790	1,824,254	1,916,073	499,473	689,626	105,995
		5	204,171	51,679	1,815,947	1,918,846	498,434	688,479	106,014
		6	204,316	51,691	1,816,681	1,924,213	501,848	690,709	106,412
		7	204,757	51,913	1,809,581	1,931,341	502,311	692,104	106,833
		8	204,723	52,743	1,803,310	1,933,864	502,855	693,170	107,174
		9	204,586	52,974	1,812,961	1,951,416	509,453	702,433	108,374
		10	203,671	54,335	1,798,892	1,947,571	506,569	697,827	108,158
		11	203,889	54,223	1,799,191	1,956,674	508,744	698,233	108,541
12		203,296	54,963	1,815,829	1,975,481	515,375	707,074	109,653	
2018. 1		203,076	55,011	1,809,748	1,972,144	512,719	702,375	109,234	
2		203,466	54,853	1,799,351	1,974,305	512,923	702,795	109,506	
3		204,568	55,875	1,816,884	1,996,811	519,071	709,635	110,695	
4 P	204,320	54,732	1,891,900	1,990,584	515,736	705,036	...		
前 年 同 月 比 増 減 率	2015. 3	△1.7	△1.2	1.0	3.9	2.8	2.1	2.4	
	2016. 3	△1.7	△1.2	1.3	3.5	3.5	2.3	2.8	
	2017. 3	△1.2	2.3	△0.4	3.9	3.2	2.7	3.4	
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>								
	2017. 4	△1.1	3.1	0.4	4.1	3.6	2.9	3.5	
	5	△0.9	3.8	△0.0	4.0	3.4	2.9	3.5	
	6	△0.8	4.2	△0.7	4.1	3.4	2.8	3.8	
	7	△0.7	4.3	△0.4	3.9	3.2	2.5	3.6	
	8	△0.6	5.1	△0.7	3.8	3.4	2.8	3.8	
	9	△0.1	5.3	△1.0	4.0	3.4	3.0	3.9	
	10	△0.4	5.6	△1.3	3.9	3.3	2.8	3.8	
	11	△0.2	5.2	△1.8	3.9	3.4	2.6	3.8	
12	0.0	6.0	△1.3	3.8	3.3	2.6	4.0		
2018. 1	0.0	5.5	△1.2	3.8	3.3	2.6	4.0		
2	0.2	5.1	△1.7	3.8	3.3	2.6	4.0		
3	0.4	6.1	△1.6	4.1	3.3	2.6	4.1		
4 P	0.4	5.7	3.7	3.9	3.3	2.2	...		

(注) 1 表9 (注) に同じ。
 2 貸出金には金融機関貸付金を含まない。また農協は共済貸付金・公庫貸付金を含まない。
 3 ゆうちょ銀行の貸出金残高は、月次数値の公表が行われなくなったため、掲載をとりやめた。

ホームページ「東日本大震災アーカイブズ（現在進行形）」のお知らせ

農中総研では、全中・全漁連・全森連と連携し、東日本大震災からの復旧・復興に農林漁業協同組合（農協・漁協・森林組合）が各地域においてどのように取り組んでいるかの情報を、過去・現在・未来にわたって記録し集積し続けるために、ホームページ「農林漁業協同組合の復興への取り組み記録～東日本大震災アーカイブズ（現在進行形）～」を2012年3月に開設しました。

東日本大震災は、過去の大災害と比べ、①東北から関東にかけて約600kmにおよぶ太平洋沿岸の各市町村が地震被害に加え大津波の来襲による壊滅的な被害を受けたこと、②さらに福島原発事故による原子力災害が原発近隣地区への深刻な影響をはじめ、広範囲に被害をもたらしていること、に際立った特徴があります。それゆえ、阪神・淡路大震災で復興に10年以上を費やしたことを鑑みても、さらにそれ以上の長期にわたる復興の取り組みが必要になることが予想されます。

被災地ごとに被害の実態は異なり、それぞれの地域の実態に合わせた地域ごとの取り組みがあります。また、福島原発事故による被害の複雑性は、復興の形態をより多様なものにしています。

こうした状況を踏まえ、本ホームページにおいて、地域ごとの復興への農林漁業協同組合の取り組みと全国からの支援活動を記録し集積することにより、その記録を将来に残すと同時に、情報の共有化を図ることで、復興の取り組みに少しでも貢献できれば幸いです。

(2018年6月20日現在、掲載情報タイトル4,266件)

- 農中総研では、農林漁業協同組合（農協・漁協・森林組合）の広報誌やホームページ等に公開されている、東日本大震災に関する情報を受け付けております。
冊子の保存期限の到来、ホームページの更改や公開データ保存容量等、何らかの理由で処分を検討されている情報がありましたら、ご相談ください。

The screenshot shows the homepage of the website. At the top, there is a search bar and navigation links. The main content area features a large heading and a brief introduction. Below this, there are four main categories: '被災状況' (Disaster Status), '支援活動' (Support Activities), '復旧・復興への取り組み' (Recovery and Revival Efforts), and '原発関連' (Nuclear Power Related). The bottom of the page includes a footer with contact information and social media links.

URL : <http://www.quake-coop-japan.org/>

本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

送り先 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-11 農林中金総合研究所
FAX 03-3351-1159
Eメール norinkinyu@nochuri.co.jp

本誌に掲載の論文、資料、データ等の無断転載を禁止いたします。



農林金融

THE NORIN KINYU
Monthly Review of Agriculture, Forestry and Fishery Finance

2018年7月号第71巻第7号〈通巻869号〉7月1日発行

編集

株式会社 農林中金総合研究所 / 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-11 代表TEL 03-6362-7700

編集TEL 03-6362-7779 FAX 03-3351-1159

URL : <http://www.nochuri.co.jp/>

発行

農林中央金庫 / 〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

印刷所

永井印刷工業株式会社