

ベトナムの豚肉フードシステム (5)

: 流通チャネル

伊藤 繁*・細野ひろみ**・耕野拓一*

I. はじめに

本稿では肉豚・豚肉の流通チャネルを取り上げる。ベトナムのフードシステムに関するこの種の研究は、これまでいくつか行われていたが、Lapar はそれらの成果をまとめて、流通チャネルの全国的な鳥瞰図を描いている。ここではまずそれを紹介して、ベトナムにおける流通の特徴と抱える問題点を明らかにしよう。

これまでの流通チャネルに関する研究では、いわゆる流通構造の調査がほとんどで、流通の変化については未着手の段階である。ドイモイ政策以降市場経済が全国に浸透する中で養豚産業は発展してき

たが、それとともに流通がどのように変化してきたかはきわめて興味深い課題である。われわれは流通の動態にも注意を払いつつ調査を進めてきたが、その調査結果の一部についても言及しよう。

なお、ここでは国内流通に限定して説明する。豚肉の輸出量は2003年9.3千トンで、生産量1,800.4千トンのわずかに0.5%に過ぎない^{注1)}。

II. 全国の流通チャネル

Lapar は全国の流通業者を対象としたサンプル調査結果をもとに(合計812業者)、肉豚・豚肉の流通チャネルを図1のようにまとめている^{注2)}。図の商業的養豚場というのは大規模養豚場であるとみ

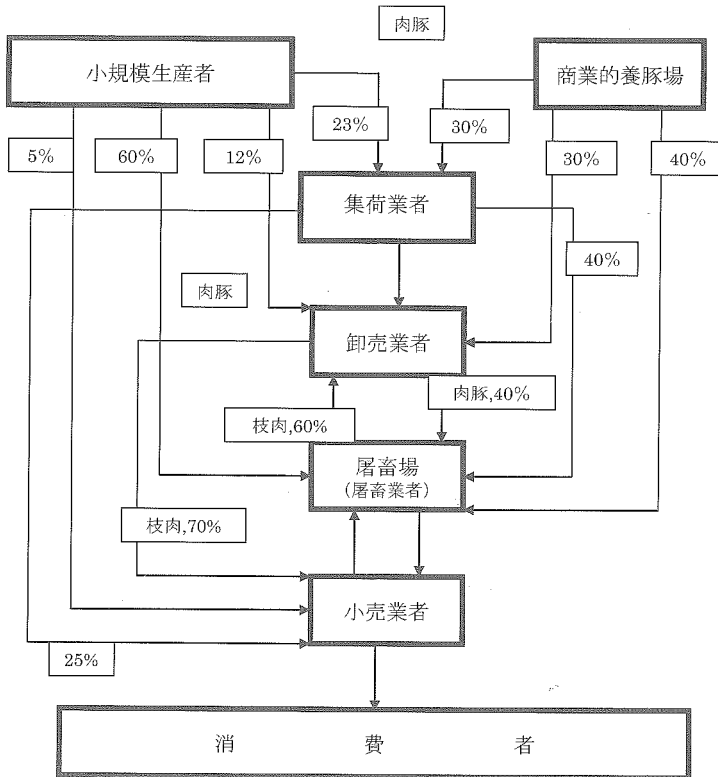


図1 ベトナムにおける豚の流通
資料: M. L. Lapar, V. T. Binh and S. Ehui (2003)
注: 図中の数字は各チャネルにおける販売量の割合。

*帯広畜産大学 (Shigeru Ito, Hiroichi Kono)
**京都大学 (Hiromi Hosono)

られる。かりにそれが100頭規模以上の養豚場であるとすると、それが全養豚農家に占める割合は0.01%であるから(2001年、このシリーズの(4)大規模養豚の実態を参照)、生産性が高いであろう商業的養豚場の生産・出荷規模はまだわずかに過ぎない。したがって、商業的養豚場からの出荷量はごくわずかに過ぎないのである。

小規模生産者から出荷される最大のチャンネルは、そこから直接屠畜場に行くケースである。小規模屠畜業者が生産者から肉豚を買いつけて屠畜し、枝肉を卸売業者や小売業者に販売するもので、小規模生産者の出荷量の約60%がそれである。屠畜場には公営や民営があるけれども、それは屠畜施設を提供し、そこを屠畜業者が利用するしくみである。屠畜業者自身が所有・経営する場合もある。次に多いのは、小規模生産者から集荷業者が肉豚を購入し、それを卸売業者や小売業者に販売するケースである。このケースで集荷業者が小売業者に直接販売するときには屠畜場を経由していない。

辻・チャンは、紅河デルタ地域とハノイ近郊における流通チャンネルを調査しているが、そこにおいても生産者から屠畜業者へのルートが主要なルートであることを明らかにしている^{注3)}。

同様に図の屠畜場を経由しないケースとしては、小規模生産者から直接小売業者に流れるチャンネルがある。そこでは、集荷業者や小規模生産者による自家屠畜が行われている可能性がある。このシリーズの(2)で解説したように、ベトナムでは集中屠畜場で屠畜するように規則が制定されているが、それでもまだ自家屠畜はかなり行われているようである。小規模生産者からのもう1つのチャンネルは、卸売業者が買い付けるケースである。つまり、小規模生産者からのチャンネルは、屠畜業者、集荷業者、卸売業者らによる買い付けがおもなものである。Laparの論文では、それぞれがどのようなときに起こりえるのかが説明されていない。後に、この点に言及してみよう。

商業的養豚場からのチャンネルも同様に、屠畜業者、卸売業者、集荷業者を経由しているが、小規模生産者と異なっている点は卸売業者、産地集荷業者の取扱量が相対的に多いことである。これは商業的養豚場の1農場当たり出荷量が多いため大型トラックでの搬送が効率的であり、したがってそれを有する中

間業者に依存するケースが多いとみられる。商業的養豚場が集積しているホーチミン周辺にとくに多いチャンネルとみてよい。屠畜業者が生産者から直接買い付けるケースでは、互いに小規模な取引で地場流通が主流となっている。

屠畜場から小売業者にいたるチャンネルでは、集荷業者、屠畜業者、卸売業者がかかわる。一部の集荷業者は屠畜業務にも従事しているとみられるが、この場合には小売業者へ枝肉ないしは部分肉を出荷しているとみられる。これはおそらく農村地域にみられるチャンネルとみてよいであろう。屠畜業者からのチャンネルは、卸売業者(ないしは仲買人)を経由するケースと直接小売業者にいたるケースがある。いずれも、屠畜業者が枝肉(内臓や血液を含む)を販売し、小売業者(ないしは仲買人)が部分肉にして消費者に販売する。ホテルやレストランなどの業務用の肉には仲買人がかかわることが多い。

ベトナムには、ホーチミンに本社があるVISSANという大手食肉メーカーがある。VISSANは集荷、屠畜、食肉加工、販売を一手に引き受けて独自のチャンネルを持っている。近年、ハノイやホーチミンでは、屠畜場を所有する会社(食肉だけを扱うとは限らない)がスーパーマーケットと取引を行う、あるいは飼料会社が食肉加工品を製造・販売するというように、新たなチャンネルが形成されている。

ベトナムではほとんどの肉が温湿体流通である。冷蔵設備のある屠畜場はごくわずかに過ぎない。屠畜は早朝に行われ、大都市を除いておおむね午前中に肉は販売されてしまう。したがって、豚肉は都市部でも農村部でも近距離流通が主流となる。

今一度、図にある小規模生産者—屠畜業者という、もともと主要なチャンネルを取り上げよう。この流通は肉豚の流通であるが、これもまた近距離流通が主流であるとみられる。最近、北部農村地帯にあるコミューンの屠畜場を視察する機会を得た。このコミューンには6つの屠畜場がある。それは屠畜業者の庭に設置されたきわめて粗末な施設で、取扱量は日に2-3頭に過ぎない。枝肉はコミューンの市場に持って行って販売する。豚は屠畜業者が近くの生産者から購入したものである。

この点について、日本の昭和初期の肉豚流通と比較してみよう^{注4)}。この時期の日本の養豚も小規模生産で、流通は生体で行われていた。しかし、生産

者から屠畜場にいたるまでのルートには産地買集商人、坪買人、産地仲買、産地間屋などが介在している。ベトナムとは大きなちがいである。このちがいを説明する理由の1つは屠畜場の数に求めることができよう。ベトナムでは小規模な屠畜場が数多く点在しているのに対し、昭和初期の日本では屠畜場の数ははるかに少ない。

農村部に数多く点在する屠畜場では獣医師の検査は行われていない。コミュニンの屠畜業者に聞いたところ、獣医師の生体検査、内臓検査に対する屠畜検査料を屠畜業者は払っていなかった。このシリーズの(2)(2006年10月号)で説明したように、屠畜検査をきちんとするために、農村部では簡易集中屠畜場の設置が求められている。点在する小規模屠畜場を廃止して、ある決まった場所で「集中屠畜」することにより、獣医師の検査を効率的に行うことができるからである。小規模生産者から屠畜業者に向かう60%にもなるチャンネルの相当部分はこのようなケースであると思われるが、このことは食肉衛生上の大きな問題点である。

Ⅲ. 地方都市の流通チャネル

図2は北西沿岸部に位置するゲアン省ディンチャオ県における肉豚の流通事例である。ゲアン省は古くからの豚生産地帯で、隣接のタインホア省(省別にみて第1位)に次いで豚の飼養頭数が多い地域である。ディンチャオ県は省の北東沿岸部にあつて、その中央部を国道が通っている。そのため、この県には肉豚の集荷業者が多く住んでいて、産地の集荷業務に従事している。われわれはこの地域を数回訪問して肉豚流通に関する調査を実施してきた。その結果、流通チャネルだけでなく、チャネルの変化についてもある程度知ることができた^{注5)}。

まず、この地域の流通チャネルを説明しよう。この地域の養豚はそのほとんどが数頭程度の小規模生産者である。小規模生産者は、生産頭数の約50%を直接屠畜業者に販売する。その典型的なケースは屠畜業者が庭先に買い求めに来ることである。生産者の取引相手で次に多いのは小規模集荷業者で、生産者販売頭数の約30%を占めている。小規模集荷業者は生産者から肉豚を購入し、それを大規模集荷業者に販売する差益商人である。集荷方法はもっぱらオートバイで生産者を回り、1回につき肉豚数頭を購入する。ほかに、大規模集荷業者、委託集荷人に販売ないし販売契約をするケースがそれぞれ10%ずつある。これが2003年の調査時点における生産者のチャネル別販売量割合である。

大規模集荷業者はおもにハノイ、フエ、ホーチミンなどの省外の市場に肉豚を出荷している。委託集荷人から若干の量が地元屠畜業者のほうに流れているけれども、おおむね50%近い量が小規模集荷業者を通じて外部市場にいくとみてよい。ゲアン省全体での外部市場への出荷割合は20~30%とみられているから、ディンチャオ県の外部市場依存度がいかに大きいかかわかる。もつとも、ディンチャオ県で飼養された豚だけが集荷されて省外へ出荷されるわけではなく、大規模集荷業者はその周辺の豚も集荷してい

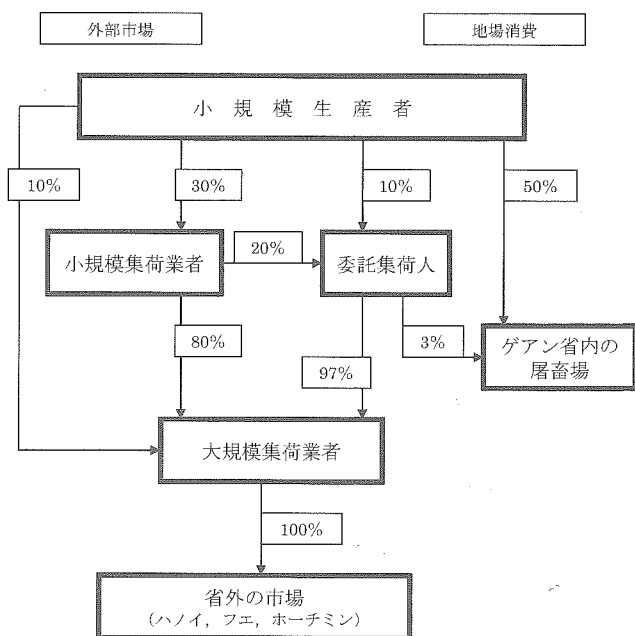


図2 ゲアン省ディンチャオ県における豚の流通

資料: N. H. T. Minh, H. Hosono and S. Itoh (2006)

注: 図中の数字は各チャネルにおける販売量の割合。

る。より正確には、ディンチャオ県に居住して集荷活動をしている大規模集荷業者の集荷した肉豚が省外へ出荷されているわけである。

この経緯をもう少し検討しよう。この地域の大規模集荷業者は2005年現在で14人いる。この人数は省外出荷の拡大とともに増加してきたものである。14人のうちドイモイ以前から集荷活動をしていた人は3人いるが、いずれも数頭の豚を違法な方法でハノイへ運び、そこの闇市で販売していた。1990年代になるとトラックを購入して大量に搬送するようになる。当時この地域の豚は他の地域の豚と比較して肉質がよいためによく売れた。それとともに、大型トラックを所有する大規模集荷業者が参入するようになり、省外出荷量はさらに増加したのである。この過程で、生産者から大規模集荷業者が直接購入するようなチャンネルが形成されたのである。しかし、大規模集荷業者はハノイへ自ら搬送する間の2日間、豚を集荷できなくなる。そこで、小規模集荷業者から豚を買うようになる。

小規模集荷業者は生産者から豚を購入し大規模集荷業者へ販売することを商売としているから、財務リスクは自らが負う。オートバイで集荷するから、1回に数頭程度の搬送しかできない。小規模集荷業者の登場によって、生産者—小規模集荷業者—大規模集荷業者という新たなチャンネルが形成される。大規模集荷業者の増加は小規模集荷業者の取引相手の増加を意味するから、それらの関係はより競争的になる。大都市における豚肉需要の増加、赤肉需要の増加は、大規模集荷業者をしてより大量のより肉質のよい豚を求めるようになるし、取引先との関係を考慮すると一定数量の豚を確保するようになる。そうなると、小規模集荷業者からの供給に頼るだけでは不十分である。そこで、大規模集荷業者は委託集荷人を雇うようになる。委託集荷人は生産者を回って販売できそうな豚の情報を集め、大規模集荷業者に代わって購入契約を結ぶのが仕事である。委託集荷人はそれによって手数料を手に入れる。豚の集荷は大規模集荷業者が戻ってきてから小型トラックで行う。この地域では1990年代の後半に委託集荷人が登場している。最近では地元の屠畜業者も委託集荷人を雇うようになってきた。このような業者の登場は、大規模集荷業者が販売適期の豚や良質の豚を探索するコストを軽減する効果をもたら

す。このようなことが新たなチャンネル形成をもたらすのである。

もつとも、大規模集荷業者の行動は新たなチャンネル形成を促すだけではない。チャンネルにおける取引形態にも新たな要素が組み込まれるようになる。小規模集荷業者に対して前金という形での資金援助や、生産者に対して飼料や子豚を供給すること、さらに委託集荷人をとおして飼養技術に関する情報を提供するサービスも行っている。これらによって、豚の購入先を安定的に確保することが行われている。

以上のプロセスは、明らかに大都市の豚肉市場の拡大に呼応したこの地域の流通チャンネルの変化である。ドイモイ以前は、おそらく圧倒的に生産者—屠畜業者という在来的チャンネルが主流であった。大都市市場への販売機会が拡大するとともに新たなチャンネルが形成されると、在来的チャンネルの割合は次第に低下するようになる。

図2ではそれは50%であったが、図1でその相当するのは60%である。図1においては屠畜場を経由しないチャンネルもあったが、これも在来的なチャンネルに含めてよいであろう。これらのチャンネルは新たなチャンネルの形成とともにその出荷割合を低下させたであろう。そして、卸売業者と屠畜場ないしは屠畜業者との密接なリンクが形成されてきたと考えられる。このチャンネルには旧国営会社で食肉加工・卸売業に従事する会社、屠畜場を運営する会社、あるいはそれらを総合的に営業する会社がかかわっている。これらの会社は衛生面でも業界をリードしており、ベトナムにおける豚肉フードシステムの主要なアクターなのである。これに加えて、生産者—屠畜業者という在来的チャンネルにも新たな変化が生じていることを指摘しておきたい。屠畜業者の中にはこのチャンネルの中でも大規模化や卸売市場化したり、衛生面での改善を図り、それを屠畜業マーケティングの新たな戦略としているケースが、大都市にも地方都市にも現れているからである。ベトナムにおける肉豚・豚肉の流通は、ダイナミックに展開しているのである。流通構造の分析だけでは見落とす点である。

IV. おわりに

本稿では肉豚・豚肉の流通チャンネルを全国レベル

で概観し、ゲアン省を事例にチャンネルの変化を検討してきた。肉豚流通において大規模集荷業者の果たす役割はきわめて大きい。市場の変化を敏感に読み取って、生産者に価格、品質、飼養技術に関する情報を伝える役目を果たしている。また大都市から戻る際には生活物資を農村部に供給する役目を果たし、おそらく農村の市場経済化を推進する主要な担い手となっている。

大規模集荷業者の行動は、農村部に小規模集荷業者や委託集荷人のような新たな就業機会を創出している面でも大きな役割を果たしている。エクステンション・サービスのほとんどないベトナムでは、飼料会社と同様に、集荷業者のそのような役割も今後さらに重要となるであろう。

肉豚流通のもう1つの核は屠畜業者である。別稿において改めて取り上げるためここでは触れなかったが、価格形成、集荷・分荷機能、家畜衛生、食品衛生の面で重要な流通主体である。在来的な流通チャンネルでは屠畜業者は生産者と直結していたこと、新たなチャンネルでは卸売業者(図1)と密接な関係にある位置にいることをここでは確認して

おきたい。

参考文献

- 1) M. L. Lapar, V. T. Binh and S. Ehui "VIETNAM: IDENTIFYING BARRIERS TO ENTRY TO LIVESTOCK INPUT AND OUTPUT MARKETS IN SOUTHEAST ASIA" Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2003.
- 2) N. H. T. Minh, H. Hosono and S. Itoh "The Procurement of Live Pigs by Middlemen in Vietnam: A Case Study of Nghe An Province" Journal of Rural Economics, Special Issue 2005, 2006.
- 3) 伊藤 繁・耕野拓一「肉豚の流通：ベトナムと戦前の日本」金山紀久『フードシステムにおける農産物流通の進化論的比較制度研究』平成13-15年度科学研究費補助金研究成果報告書所収, 2004.
- 4) 斎藤孝宏・木田秀一郎「ベトナムの養豚の概要」畜産の情報—特別レポート—月報海外編, 2005.
- 5) 辻 一成・チャン＝フー＝クオン「ハノイ近郊における養豚経営の展開と豚肉流通の現段階」佐賀大学農学部彙報, 89号, 2004.

注1) 斎藤孝宏・木田秀一郎(2005), 4頁。

注2) M. L. Lapar, V. T. Binh and S. Ehui (2003), pp. 21-24. Laparはこの図を作成するにあたり、いつの時点の流通チャンネルかを明記していないが、おそらく2000年前後の時期を想定していると考えられる。

注3) 辻 一成・チャン＝フー＝クオン(2004), 114-116頁。

注4) 伊藤 繁・耕野拓一(2004), 73-82頁。

注5) N. H. T. Minh, H. Hosono and S. Itoh (2006), 557-564頁。

農業畜産情報

複写利用単価の表示について

近年の複写技術と複写機器の進歩により、著作物からの複写は加速度的に増大しています。しかしながら、著作物の複写は著作権法に規定された場合を除き禁止されており、著作物を複写利用する場合は著作権者の承諾と適正な複写使用料の支払が必要となっております。

本誌を複写利用する場合は、(株)日本著作出版権管理システム(JCLS)へお問い合わせください。

(株)日本著作出版権管理システム

〒113-0033 文京区本郷4-1-6 本郷416ビル8階

電話 03-3817-5670

FAX 03-3815-8199

e-mail info@jcls.co.jp

表記の仕方

論文第1頁の右下脚注に

(1)ISSNコード

(2)発行年(西暦の末尾2桁)

(3)¥マークおよび複写利用単価

(4)頁単位(PP)か、論文・記事単位(AA)か

(5)日本著作出版管理システムの略称が入ります
畜産の研究の場合

0009-3874/07/¥500/1 論文/JCLS

となります。

注：畜産の研究において、「1論文」とは月刊誌の1回掲載分を示します。つまり2回～連載での掲載の場合は、その号毎が1論文となります。