

ルを下げることはできないことから、出勤時のリーダーと従業員のコミュニケーションを重要視し、指導や雇用条件などを繰り返し、根気強く行っていくことが求められるように設計を行った。

-化学的な危害要因-

化学的な危害要因としては、最も注意が必要なことに農薬があげられる。



カンボジアの不正農薬（パッケージ偽装）と違法農薬のニュース

農薬についての規程項目は、JGAP と同等で設計を行った。ただ、カンボジア国内に現時点で農家が低価格に残留農薬を検査するサービスが存在していない。しかしながら、カンボジア農林水産省との協議のなかで、今後検査所の整備が進められることから CamGAP の規程としては残留農薬の検査を年に一回行うという JGAP の規程をそのまま制定している。

また、水の交差汚染については、農薬のドリフトの関係からも近隣の排水が流入しないように対策を立てることも必要である。



水の交差汚染についての対策協議の様子

-物理的な危害要因-

圃場周辺は、ごみ収集の社会的な課題から、ゴミの放置、野焼きなどが日常的に行われている。



圃場周辺の放置ゴミの様子

これらのゴミは物理的な危害要因となるために、従業員に対して徹底的な 5S の指導が不可欠である。特に整理整頓においては、すべての仕事の基本となることから CamGAP としても重要な管理点として設定している。



本事業の整理整頓された圃場管理庫の様子

-CamGAP に基づいた生産 土壌検査と水質検査-

化学的な危害要因の項目でも課題となったが、本事業のパイロットファームにおいては、株式会社スペック全面的な検査サポートを実施し、食の安心・安全における生物学的・化学的な危害要因については、モニタリング検査を実施している。今後、同社は CamGAP の策定に対して、検査分析という形でも、カンボジア国内の農産物に対してビジネス展開を考えていることから、本

事業の CamGAP においても、その安全性管理においては JGAP と同基準で制定した。



株式会社スペックによる土壌・水質の安全性検査の様子

-CamGAP に基づいた生産 種苗の管理-

CamGAP にも JGAP と同様、種苗管理の項目を必須項目とし、種苗購入記録や播種・定植記録も重要記録として位置づけている。種苗管理は、農場経営においてコスト計算をする上で重要な役割を担っており、収量と合わせることで、農場経営の改善に役立てることが出来る。



パイロット圃場にあると播種された苗（左）と管理された種苗（中央・右）

-CamGAP に基づいた生産現場指導（トレーニング）-

CamGAP を実践していく上で、従業員の教育・現場指導は最も重要であると感じた。特に、指導者の育成が急務であり、本事業においても教育に最も時間をかけた。



CamGAP 想定圃場でのトレーニングの様子と従業員が従業員に対して教育していく様子

CamGAP においては、圃場の責任者の他に、商品管理、肥料管理、農薬管理、労働安全管理、労務管理の管理を定めており、訓練記録も重要項目として設定している。

-CamGAP に基づいた生産 総括-

本事業項目では、CamGAP を JGAP 基準に準拠しながら現場にレベルで調整し、また、それを圃場で実践を行った。パイロットファームにおいて、今回は合計 10 品目の作物をテスト的に栽培したが、中でも効果が高かった作物はトマト、ナス、きゅうりの 3 種であり、どれも実施する前と比べ、収量も 20%程度増加した。

CamGAP を実践することで、カンボジアの農業ビジネス全体の底上げと、近代農業への転換にむけて、大きな一歩となることが期待される。

次項では、CamGAP 基準に準拠して作成した農作物について、実際に流通さえ、販売し、その経済的にインパクトを評価するとともに、ビジネスモデルの策定も行う。

■④CamGAP 導入により生産された農産物の試験的な販売、流通動向

調査、消費動向調査

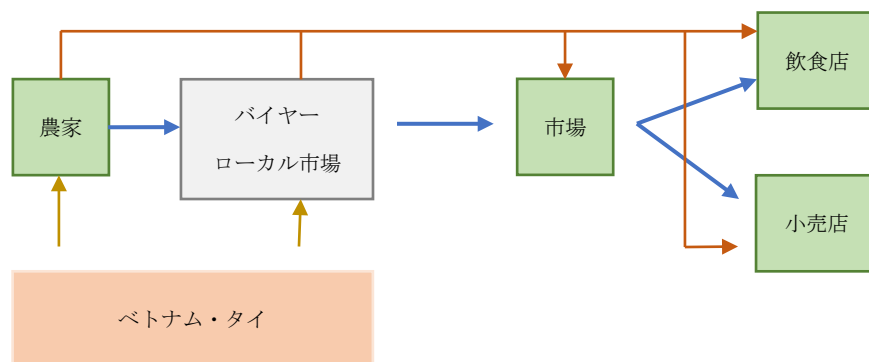
-目的-

本事業項目においては、③で生産された農作物の試験的な販売と流通動向調査、また、消費者の動向調査を行った。本事業項目の目的は、CamGAP に基づき生産された農作物が市場に与えるインパクトを調査するためである。まずは、流通動向調査から述べる。

-流通動向調査-

農作物を販売する上で、まずは、農作物の流通動向調査を行った。カンボジアの野菜の流通動向関係を調査した。

カンボジアは、農業が GDP の 28.7%を占めており、農業が国の基幹産業となっている(MAFF, 2015)。農業の中でも特に米は多くの国民が生産に関わっている作物であるが、果実や野菜などは、下図のような流通経路をたどることがわかっている。



カンボジアの基本的な農作物の流通形態

主に農家は、独自の販売ルートを持っておらず、一般的に数 km～十 km 圏内にあるローカルの市場に持っていきバイヤー（仲買人）に販売することが多い（上図青ルート）。ある程度の数量になった農作物は、中型～大型のトラックに積み替えられ、首都プノンペンをはじめとする大型市場に運ばれる。都市部の市場は、それぞれの仲買人を含む露天を営んでおり、最良の飲食店や小売店に販売する。

また、これとは別に農家が都市部の市場に運ぶケースもあり、飲食店や小売店に契約販売されることもあるが、特に飲食店や小売店に販売される場合は農家自身による営業活動の結果ではなく、親族等の血縁関係であることが多いのが特徴である。



首都プノンペンの市場の様子

現在のカンボジアの流通経路は非常に流動的であり、また、複雑である。特に、上図にあるようにベトナム・タイからカンボジアの消費量の 80%を超える野菜が正規・非正規問わず輸入されており、その流通過程で 10 箇所以上の仲買人や市場、店舗を経由することも珍しくない。

それぞれのセクションで、産地や生産者を聞いても、「カンボジア産である」「●●州（カンボジア国内）産である」という情報しか入らず、もちろんこれを客観的に証明する手立てはない。これは、ベトナム産等であったとしても、カンボジア産と偽ることで少しでも高くなるためで、カンボジア国内の消費量の実に 80%以上が、ベトナム・タイ産であることが統計上明らかになっているにも関わらず、市場で産地を聞くと、ほぼ 100%カンボジア産であるという答えが返ってくるのが現状であり、流通経路を紐解き、生産者を特定することは不可能に近い。

こうした状況の中、調査を進めていくと高品質な農作物を取り扱いたいというバイヤー・店舗もかなり存在しているが分かったが、ビジネスとしては非常に課題も多いことがわかった。その理由として

- ・自分が高品質な農作物を仕入れても信用してもらえない
 - ・自分が高品質な農作物を仕入れても、低価格・低品質な農作物を売る店が高品質を偽って売るので商売にならない。
 - ・高品質な農作物を売るには、立派な店舗が必要であるが、施設にお金をかけられない。
- などの意見が聞かれた。

-消費者動向調査-

次に、消費者動向調査の結果を述べる。本調査は、プノンペン在住の男女 30 名に対して、野菜や果物の品質や購入基準、求めていること等の聞き取り、可能な限り現状や実態に則したヒアリング調査を行った。

	10代	20代	30代	40代～
男	3名	5名	4名	3名
女	5名	5名	3名	2名
合計	8名	10名	7名	5名

年代別ヒアリング数

■ 10代のヒアリングの特徴

- ・野菜を買う場合は、できるだけ市場で買うようにしている。主な理由としては安いからである。イオンをはじめとする高級スーパーや大型店で買い物をすることもあるが、野菜や果物は買わない。
- ・果物に関しては必ず試食をして買うようにしている人が多い。味をみる意味もあるが、単純に購入時に食べられる利点（試食）があることが本音である。
- ・家族に購入指定されるので、特に購入基準は持っていない人が多い。
- ・すべてのヒアリング対象者はGAPのことを知らなかった。

■ 20代のヒアリングの特徴

- ・市場で買う場合もあるし、イオン等で買う場合もあるが、割合としてはほとんど市場である。その理由として、やはり安さがある。
- ・外国のメニューをパーティー等で作る場合だけイオン等で買うことが多い。特に買うものは輸入野菜であり、市場で売っていない農産物を買うことが多い。
- ・果物のほとんどは市場で買う。
- ・すべてのヒアリング対象者はGAPのことを知らなかった。

■ 30代のヒアリングの特徴

- ・市場と大手スーパーで買う場合と意見が分かれた。市場で買う人は、新鮮そうであることと価格が安いことであり、スーパーで買う人は、品質にこだわりがある人が多い。
- ・市場で並んでいる野菜のほとんどがベトナム産であり、農薬を心配する意見が多い。
- ・中には市場では、まったく買わず、すべての野菜を田舎から取り寄せているという人も数人いた。その大きな理由として、安心・安全を求めているからである。
- ・野菜や果物を買う場所として、最近プノンペン市内に多く出店されているオーガニックショップでしか買わないという人もいた。価格は高いが、他で買うよりも、品質が良いと思って買っている。
- ・基本的にオーガニックショップで買うという消費者をはじめとする3名がGAPのことを知っていた。タイやベトナムで見たことがあったり、聞いたことがあるという結果であった。

■ 40代～以上のヒアリングの特徴

- ・馴染みの市場の小売店等で買う場合が多く、買う場所を決めている人がほとんどであることが

特徴的であった。

・カンボジアで売られている野菜の品質については、かなり悪いと感じている。その理由として、輸入野菜の農薬が多様なメディアで取り上げられており、その悪い印象が強く根付いている。しかしながら、悪い品質であったとしても、見た目で分からないので、知り合いから買うという意見が多かった。

・すべてのヒアリング対象者は GAP のことを知らなかった。



最年長の 60 歳代へのヒアリング

プノンペンに在住する消費者は、農作物の安心・安全や、品質については問題視している傾向がかなり強いことが調査でも明らかになった。一番の課題は、鮮度ではなく残留農薬であることも今回の調査で分かった。今回ヒアリングしたそのほとんどは、農家が農薬の使うことが問題と感じており、オーガニック＝無農薬という認識であり、また、農家は農薬を使うべきではないという認識であった。これは、農作物において、安心・安全な農作物＝高品質＝オーガニック＝無農薬という単純なキーワードの連鎖から引き起こされており、オーガニックという言葉が独り歩きしていることが否めない結果となった。

カンボジア国内の農作物の安全性が危惧されているなかで、その対策として、どうすればよいと思われるかと尋ねても、信用できる人から買う以外ないという答えが多く、政府による取り締まりを強化して欲しいが、このような規制はカンボジアではまだまだ困難であろうという意見が強かった。

また、GAP について知っているか尋ねた結果、30 人中 30 人がその制度の存在をしらなかった。今後の求めることとして、信用できる制度を作って欲しいという意見が強く、高品質であることや安心・安全であることをわかるようにしてほしいという意見が聞かれた。

－ CamGAP 導入により生産された農産物の試験的な販売－

本項では、前項の調査結果を踏まえながら、GAP 基準で生産された野菜を試験的に販売し、その結果を考察する。

まず、本項を進めるうえで、その販売場所や販売方法を検討した。カンボジアにおける農作物の販売は、

- 1, 市場
- 2, 伝統的な小売店や飲食店
- 3, 近代的なデザインされた小売店や飲食店
- 4, 移動式の露天販売
- 5, イオン、タイホーマーケット等の大型スーパー
- 6, 受注宅配方式及び定期宅配方式

が考えられ、2016年12月～2017年1月間、交渉やデモンストレーション、サンプル配布などを短期的ではあるが行った結果、もっとも反応がよかったのは3 近代的なデザインされた小売店や飲食店である。これは、市場では一般的な野菜・果物の流通経路は非常に複雑、かつ流動的であることから、本事業で生産された農作物の価値を継承していくことが困難であること、2は、その施設からブランドを伝える力が弱いこと、4 移動式の露天販売、6 受注宅配方式及び定期宅配方式は認知度が広がっていくためには、ある程度の規模が必要であること、5 イオン、タイホーマーケット等の大型スーパーは、短期的なテストが難しかったことが原因と思われる。また事前の調査から CamGAP の価値をしっかりと提示できる場所（店舗）のほうがよりビジネスとして成功する可能性が高いことがわかっている。また、消費者動向調査の結果から、メインターゲットは、20代～30代でオーガニショップに通う人がペルソナであることから、3 近代的なデザインされた小売店や飲食店のモデルを中心に本項目は進めることとした。この販売モデルの条件を整理すると

- ・場所はプノンペン市内で比較的裕福層が多い場所
- ・外国人も数多くいる場所
- ・施設要件としては、ローカル店舗ではなく、デザインされた店舗であること
- ・売れ残りを考慮すると飲食店との連携が望ましい
- ・商品のデリバリーがしやすい場所

等が考えられた。これらの条件から、

「ボンケンコンエリア（※）の飲食店内（敷地内）で販売ブースを常設出来る場所」

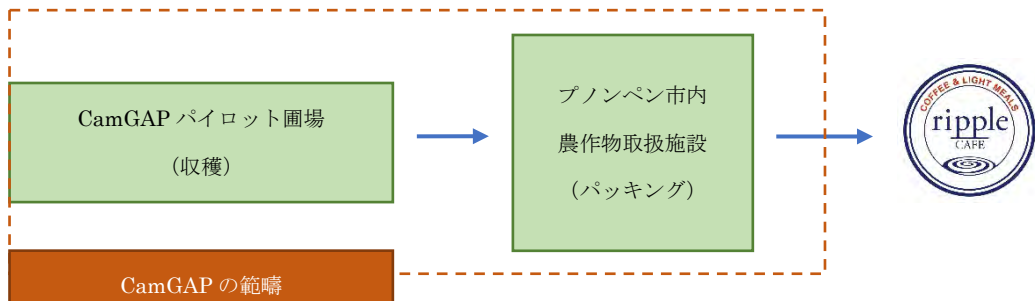
※プノンペン市内の中心街

と策定し、この条件下で交渉を続けた結果、St. 360, Boeung Keng Kang の ripple Café でテスト販売を行うことに成功した。



Ripple café の外観

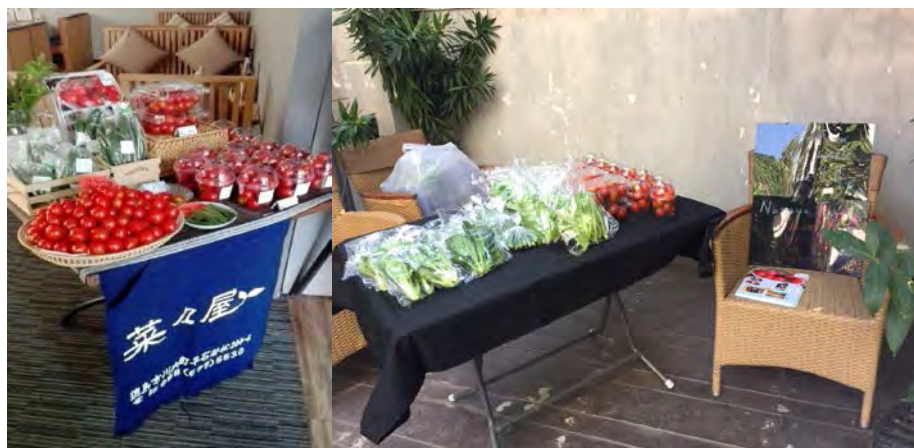
2017年1月より、試験的に ripple café 内でテスト販売を開始し、2017年3月現在においても継続したビジネスとして成り立っている。テスト販売モデルとしては以下の形である。



テスト販売におけるパイロットモデル

CamGAP のパイロット圃場で収穫された野菜は、その日の夕方までにプノンペン市内にある選果施設に運ばれる。この選果施設は、GAP における農作物取扱施設と位置づけており、この施設内で、計量、選果、パッキング、異物混入のチェックやロットのナンバリング（トレーサビリティ）等も行われる。現時点ではテスト販売のためにプノンペン市内の小さなアパートの一室をテスト的に活用しているが、農作物が GAP に基づいた流通経路を実現できるかどうかの検証を行った。

計量、選果、パッキングが行われた農作物は、ロットごとに翌日の早朝、テスト販売場所である ripple café に運ばれ、終日販売される。前項の消費者動向調査から、多くの消費者は 17 時～18 時に買い物にいく習慣となっていることがわかっているので、販売ブースも 18 時までとし、その後は、ripple Café のディナー用食材として活用できるよう工夫を行った。



ripple café 内の販売ブースの様子

流通動向調査、消費者動向調査、また、テスト販売に至るまでの過程を実践した上で、以下のような結果が得られた。

- ・ CamGAP に準拠した高品質な野菜を現在のカンボジアの市場流通で販売することは価値を継承していく点で難しい。
- ・ 移動式販売や宅配事業においては、その認知度が重要である。
- ・ CamGAP そのものの認知度を上げる必要がある。
- ・ 残留農薬の検査結果等、高品質を証明する客観的なデータの開示が必要である。
- ・ 販売する施設の要件は非常に重要で、ブランド価値に直結する傾向がある。
- ・ 消費者の安心・安全に対する意識は高いが、知識は低い。
- ・ 鮮度保持輸送が重要である。
- ・ 鮮度保持の包装資材は手に入りやすく、バリエーションも少ない。
- ・ 認知度を広げていくには Facebook を活用することが最も効果的かつ効率的である。

また、ビジネスモデルとしての考察は、⑥カンボジアにおける日系企業の事業化モデルにかかる評価の章で詳しく述べる。

■⑤事業では生産しないメイズ、大豆、緑豆にかかる流通段階の品

質検査等

-目的-

2015 年 12 月、日カンボジア二国間フードバリューチェーン対話を実施し、この議論の中で、カンボジア側から、コメ、キャッサバ、メイズなどの重要な取引品目を対象にした市場取引の透明化に関する対応が要望された。しかしながら、取引の透明化についてはある程度解決しているので、それよりも品質管理が問題であるとの認識が先方から示された。このことから、本事業項目では、メイズ、大豆、緑豆にかかる流通段階の品質検査などの課題について改めて調査を行った。

-流通状況-

本事業項目を実施する上で、まずカンボジア農林水産省とカンボジア商業省から主要な輸出企業のピックアップを依頼した。下表が特に大豆に関する 2015 年当時における主な輸出企業である。2015 年の 1 年間における農林水産省が把握している輸出取引数は、18900 件の輸出取引数となっている。その多くがベトナムとタイに輸出されており、醤油等の原材料や飼料としての輸出がメインであることがヒアリングの結果分かった。

企業名	輸出先	輸出項目
MANN SOEUN	VIETNAM	Soybean
NY KUY	VIETNAM	Soybean
camfree x-port co., ltd.	VIETNAM	Soya-beans
LONG MENGHEAN	VIETNAM	Soy bean
lim maly import export co.,ltd	VIETNAM	Soy bean
bien kimsreang	VIETNAM	Soybean
toeu gek meng import export co.,ltd	VIETNAM	Soybean
LONG MENGHEAN	VIETNAM	SoyA bean
te chhaisrun import export co., ltd	VIETNAM	Soy bean
bien kimsreang	VIETNAM	Soy bean
first pro solution co., ltd	VIETNAM	Soybean
NEANG PICH APHIVATH IMPORT & EXPORT Co.,Ltd	VIETNAM	Soybean hs-code : 1201. 00. 10
srsi trading co., ltd	THAILAND	Soy bean hs : 1201.90.00
manoché co.,ltd	THAILAND	Soy bean

chhor phem phoun sap thongdee co.,ltd	THAILAND	Soy bean hs : 1201.90.00 / kgm
border crop co.,ltd.	THAILAND	Soy bean
sukanya co.,ltd.	THAILAND	Soybean
truong vu hoang chau import export co., ltd	Thailand	soybean hs code: 1201.90.00.090 kgm
k.vy vn xfree co., ltd	VIETNAM	Soybean
sarim kaksephal rung roeung co.,ltd	THAILAND	Soy bean hs : 1201.90.00 / kgm
manoche co.,ltd	THAILAND	Soy bean
malai charoen interrigh co., ltd.	THAILAND	Soybean hs: 1201.90.00.090

大豆の主な取引企業と輸出先

次に、同様にメイズ（とうもろこし）について抽出を依頼すると、プノンペン市内に本社を構える B 社の名前を聞き出すことができた。主な取引先は、台湾とバングラディッシュに 2015 年は輸出している。

緑豆に関しては、下表のようになっており、ここでも B 社の名前が聞かされた。

Exporter Name	輸出先	Commodity Common Name
bien kimsreang	VIETNAM	Mung bean
neang pov import export co., ltd	VIETNAM	mung bean h_s_CODE: 0713.31.90
first pro solution co., ltd	VIETNAM	Mung bean
YOW SHING CO., LTD	TAIWAN	green Mung beans

-流通の品質や検査について-

大豆に関して、A 社とメイズ、緑豆に関しては B 社の担当者から概要をヒアリングしたのでその結果を述べる。

A 社、B 社によれば、その生産はいわゆる大規模農家によるものであることが分かった。大豆、メイズ、緑豆それぞれ、農業生産者は多数存在し、その規模は数 a から、数百 ha と、非常にばらつきがあるが、輸出企業の多くはオクニャーと称されるカンボジアにおける財力をもっている大規模農業が可能な農家と取引をしているのが一般的である。オクニャーと称される農家は、日本のいわゆる農家のスケールを遥かに凌ぐ大きさと農業ビジネスをやっている場合が多く、取引上最も大規模にやっている農家は 4000ha にも上る。こういった大規模農家と取引をする一番のメリットはその数量であり、また品質も一定であることも大きなメリットである。



大規模農家の場合の流通形態

大規模農家との取引の場合、その国内流通段階における品質検査についてはサンプリングに留まっており、公的検査所や第三者機関による外部検査はほとんど行われていない。これは信用取引が成立しているという背景も大きい理由である。特に、大規模農家は、大規模農家自身の外部評価を非常に重要視する傾向があり、不正取引をするリスクよりも、風評被害を恐れる傾向にあるために、国内における不正行為はほとんど見られないとのことであった。

しかしながら、過去には、国内輸送を担当する輸送企業（もしくは輸送者）のモラルが低く、大規模農家から出た数量と輸出企業が受け取った数量が違う、または、それを輸送者が隠蔽するためにかさ増しを行う等の問題があった。このような輸送者は、直ちに排除するようにしたため、現在においてそのようなトラブルはほとんど見受けられないとのことであったが、新規取引を行う場合は十分注意をしており、小規模から仕事を任して信用できるかどうかを評価することが大事であるとのことであった。

ただ、なかなか解決しない課題もあり、そのひとつが、流通時の雨対策と保存時カビ等による品質劣化がその一つである。カンボジアにおいては、まだまだ十分な低温乾燥ができる施設も少なく、輸送時に雨天に見舞われ、湿度の高い状態で常温保存することで品質が劣化するなどは施設の設備状況に大きく左右される。今後は、このハード的な流通改善が望まれている。もう一つは、生産者が使用している農薬等の薬剤であり、中には違法農薬が含まれていることもあるということが分かった。大規模生産者は、農薬のバイヤーのみの情報を基に生産を行うと、残留農薬や違法成分のリスクがあることから、今後、農薬の販売や認可に関しては改善が望まれている。

数 a～数 ha の生産面積であれば、その農作物（ここでは大豆・メイズ・緑豆）のほとんどは、市場に流れ、小規模な取引の後、家畜の飼料や手作りの醤油等に加工されることが多い。この場合は、品質は非常に不安定で、購入者はリスクがあることがわかった。

品質という面においては、生産者側においては流通している農薬の規制や取締りの強化、輸送時や保管時における施設の改善が望まれていることが分かった。

■⑥カンボジアにおける日系企業の事業化モデルにかかる評価

-目的-

本事業の総論として、カンボジアにおける農業ビジネスの事業化モデルについての評価と、今後の必要な取り組み等について述べる。

-事業化モデルにかかる評価-

本事業において、4ヶ月にわたり、CamGAPを想定した野菜の生産、流通、販売モデルの構築、テスト販売という一連のパイロット事業を実施してきた。それぞれの事業モデルについて考察と評価を行う。

農業ビジネスを行ううえで、持続的ビジネスになるために、販売方法が非常に重要であることは明白である。カンボジア国内において、農作物の安心・安全が危惧されているなか、農作物生産においては、消費者の信頼を得られる生産を効率的に行うことが非常に重要であり、また、そのためにCamGAPは欠かすことができない施策である。そして、付加価値の高い農作物を生産しても、その付加価値が評価されない売り場での展開や売り方をしては、やはりビジネスとしては成り立たない。販売においては、その付加価値を提示できる売り方をするべきである。農作物の生産工程としてCamGAPは今後のグローバルスタンダードでもあり、カンボジアにおいても進めていくべき施策ある。その上で、どのように販売するかについて、本事業では、下記の販売方法を検討し、「3、近代的なデザインされた小売店や飲食店」による販売方法を選択し、2017年3月現在でも、この事業モデルが定着し継続していることから、一定の評価が得られたと考えられる。

【CamGAPに基づく農作物の販売手法】

- 1、市場
- 2、伝統的な小売店や飲食店
- 3、近代的なデザインされた小売店や飲食店
- 4、移動式の露天販売
- 5、イオン、タイホーマーケット等の大型スーパー
- 6、受注宅配方式及び定期宅配方式

■ 1、市場を活用したCamGAPに基づく農作物の販売について

現在のカンボジア国内の市場においては、その管理手法や取引内容等が一定ではなく、販売者のモラルより利益を追求している場合があり、CamGAPの価値を正常に機能させることは市場機能の成熟が求められる。

よって、1の販売手法について、日系企業が生産から販売までのビジネスプランを民間企業レベルで行うことは難しいと考えられる。

■ 2, 伝統的な小売店や飲食店を活用した CamGAP に基づく農作物の販売について

カンボジアはここ数年、劇的な経済発展を遂げている一報、はまだまだ旧来の建物も数多く残っており、間口 2～3 軒の店舗が軒を連ねている。



旧来の町並み-プノンペン市内

このような伝統的な間取りの小売店や飲食店を活用し、高品質な野菜を展開するビジネスは、日系企業による展開は難しいと考えられる。このような旧来の店舗は、固定客による売上がその大半を占めており、新しい付加価値を既存の施設設備を活用して展開することが、マーケット的にも厳しいと言わざるをえない。

当事業期間中においても、このような旧来の小売店や店舗に本事業で生産された野菜を提供し評価をもらったが、なかなか価格転嫁に結びつかない結果となり、断念した経緯がある。

■ 3, 近代的なデザインされた小売店や飲食店を活用した CamGAP に基づく農作物の販売について

近代的なデザインをされた飲食店として、本事業は ripple café に菜々屋を通じて事業展開を行い、2017 年 3 月現在も事業として継続しており、また、店舗側、消費者側とも高評価を得ている。



ripple café の販売の様子 2017 年 3 月現在

今、本事業モデルは菜々屋カンボジアの基盤ともなっており、同様のモデルを他店舗へ波及する予定である。ここで販売されているトマトは、1パック 2\$と日本の野菜の価格と遜色ない価格で販売ができている点も非常に評価が高いといえる。このモデルはひとつの成功モデルとして日系企業による展開が期待できる。また、菜々屋カンボジアのように農業生産をメインでなくとも、包装メーカーや選果機材のメーカー、短距離間のクールロジスティクスサービス、インターネット販売を手がける会社などは協力体制により、さらなるビジネス展開が可能であると思われる。

■ 4、移動式の露天販売を活用した CamGAP に基づく農作物の販売について

プノペン市内において、移動屋台式の露天販売はカンボジア人の日常の風景である。また、近年、デザイナーによってデザインされた屋台も登場しており、特に若者や外国人滞在者に人気がある。



デザインされた屋台（左）とプノペン空港内にディスプレイされた屋台

屋台販売の一番のメリットは、初期投資の低さにあるといえる。屋台の改造をメインに手がける業者も存在しており、機器類の装備によるが、3000\$~10000\$程度で改造が可能である。このような屋台であれば、高品質な野菜に付加価値をつけて販売することはビジネス的に可能であると考えられる。

ただ、屋台という特性上、在庫数に限りがあり、一般的に薄利多売である農作物を大量に販売するには難しい。しかしながら、定期的に在庫倉庫にピックアップする販売網を構築できれば、十分ビジネスとして成り立つ可能性がある。

このビジネスモデルのリスクとしては、現在のプノペン市内において、道路規制が厳しくなっており、これまでは特別な許可は必要なかった（一般的に屋台を駐車する前の地主と交渉するのみ）が、政府機関による規制が近々整備される可能性が高い。

■ 5、イオン、タイホーマーケット等の大型スーパーを活用した CamGAP に基づく農作物の販売について

カンボジア国内において、プノペンにあるイオンモールは、最も高級なスーパーとしてブランドを確立しており、連日賑わっている。今回は事業期間が非常に短かったため実現しなかったが、本事業期間中においても、CamGAP に基づいて生産された野菜の販売のための調整を行っており、今後も協力しながらビジネスを展開していく予定である。このことから、このような大型スーパーとの連携は、農作物を安定的に販売していくうえで非常に有効であると思われる。

まずは、小規模ブースから事業展開を行い、レギュラーに発展していく方法が生産側にとってリスクが少なく、販売者側にとっても評価をみながら規模を設定できることから双方にメリットがある。

元来 GAP は、プラダクトアウトではなく、マーケットインから生まれた認証制度である。カンボジア国内において、この牽引役を担うのは間違いなくイオンモールであり、今後の連携事業として期待できるものであると思われる。



イオンモールプノペンの様子

■ 6、受注宅配方式及び定期宅配方式を活用した CamGAP に基づく農作物の販売について

カンボジアにおいて、急速に伸びつつあるサービスが宅配サービス業である。この分野においては現在、健康食品が伸びており、同様に CamGAP に基づく農作物を宅配するビジネスは日本の Oisix 社の成功事例をみても分かるとおり、有望であると評価できる。

カンボジア国のメディアは、Facebook が非常に有効に作用することが本事業でも確認できており、メディアミックスのビジネスプランは有望であると判断できる。

本ビジネスプランの課題としては、「農作物の安全性をどのように情報提供するか」である。実店舗に比べて、消費者側はより慎重になることから、この課題解決が本ビジネスプランの成功

の鍵を担っていると思われる。

-総括-

本事業は、ASEAN 域のうち、GMS にかかる地域の GAP に関する基礎調査、また、カンボジアにおいては、CamGAP を想定したパイロット的に制度設計を実施、それをさらにカンボジア国内で生産、流通、販売という一貫したビジネスモデルを構築し、さらに、実践、評価を行ってきた。

本事業の結果を踏まえて、今後のカンボジアの農業分野において CamGAP の課題や支援の方向性を最後に述べる。

カンボジアとしてもグローバルな基準を満たす Cam-GAP (ASEAN-GAP をガイドラインとする GAP 制度) の実現は非常に重要視をしており、その実現に向けて農林水産省を主体に進めてきた。実施体制としては、農林水産省 GDA の中の DPPSP (Department of Plant Protection Sanitary and Phytosanitary) の Chhun Hy 氏を筆頭に、各州の農業総局 (農林水産省管轄) より Cam-GAP 推進のための Team を数人で構成し、ミーティングや勉強会を繰り返してきている。

しかしながら、現在、プノンペン市内にある、農林水産省内と各州担当者との認識の差、知識力の差があり、制度設計が進んでいないのが現状である。現状としては以下のような課題がある。

- ・現存するグローバル基準の GAP は、あくまで、循環型農業を志すための必要最低限の農家のモラルを制度化したものであり、GAP 認証そのものが直接的に価格転嫁されるものではない。しかしながら、GAP 認証、またはその認証の維持を行うために農家としては、労務的・費用的負担が想定される中、GAP 認証をすれば、価格転嫁されるのかという期待感と、従来 GAP が持つべき意義・意図との間に大きなギャップが存在しており、指導する側・指導される側双方の理解が必要である。そこで、Cam-GAP を根付かせるために、指導側のトレーニングを行っているが、実際に制度として組み立てる技術もなく、勉強会という談話で終わってしまうことが課題であった。
- ・マーケットのレベルも低く、バイヤーも GAP のことを知らないことが多い。グローバル基準の GAP が進んでいる国においては、マーケットが GAP 認証以外のものを取り扱わないなど、仕入れ基準が整備されている中、カンボジア国内においては、その認識がまだない。
- ・輸出を強化していく上で、特にヨーロッパやアメリカ、日本国にむけた農作物輸出を強化していかなければならないという強い意向をもっているが、Cam-GAP の制度設計が遅れており、GAP 制度がないことで、先進国に輸出できなくなることを非常に危惧している。
- ・Cam-GAP を実施していく上で、土壌や水の検査を始めとする環境検査や、農作物そのものの安全性を証明する残留農薬や各種病原性の菌検査等が国内で実施できないので、制度を作っても実践できない。
- ・具体的な GAP の指導・認証経験がないため、まずは農林水産省職員 (現在では農林水産省が主体となって認証機関として進めていく意向がある) が GAP の指導・認証経験を積まなければならないが、指導者不足である。

本事業はプノンペン近郊のかンダール州において、日本人のマネージメントによるテスト圃場

を準備し、GAP 認証を想定した環境整備、作付け工程、生産工程、収穫工程をカンボジア国内でパイロット的に実施した。結果としては、各フェーズにおいてグローバル基準の GAP を実施することは可能であり、収量・品質ともに向上し、GAP 制度が実現しても、現場レベルでは十分実施できることが分かった。しかしながら、必要な検査を行える機関が存在していないことから、現状としては日本やカンボジアの隣国の検査機関に検査業務は外注する必要がある。