

## オーガニック産業、認知度や認証に課題

個人所得の増加に伴い、ベトナム人の消費傾向に変化が見られるようになってきている。以前に比べ、商品の品質や健康、食の安全への関心が高まるようになってきた。特に健康に対する関心は高く、米国オーガニックトレード協会の発表によると、ベトナムの健康食品の売上は2017年に約4,700万ドルに達するだろうと予想されている。

また、近年の食中毒発生や食品偽装などの事件がメディアでも大きく取り上げられ、食の安全を懸念する消費者の声も多く聞かれるようになった。安全な食への関心が高まり、オーガニック食品の消費も年々増加傾向にある。米国オーガニックトレード協会によると、国内のオーガニック食品の売上は200万ドルに達しており、Organik Vietnamによると、オーガニック関連商品の消費額は毎年30%ずつ増加している。

成長過程にあるベトナムのオーガニック産業では、大手食品メーカーや大手小売も積極的に参入している。ドライフルーツメーカーとして有名な Vinamit は、主力事業の1つにオーガニック製品を位置付けており、Vinamit の商品のうち80製品は、米国 USDA や EU のオーガニック協会からの認定を受けている。また、オーガニックフルーツの生産にも注力しており、2013年から Binh Duong 省にある171haのオーガニック農場で果物の生産を行っている。今後、別の省にあるオーガニック農場を2,000haまで拡大する計画だ。

ベトナム国内のオーガニック産業がさらに拡大する上で今後いくつかの問題も残されており、その主な問題が3つ挙げられる。

1つは、消費者のオーガニックに対する認知度が低いことだ。ベトナム国家農業大学の調査によると、オーガニック食品について正しく理解している消費者は、調査対象者の約10%しかおらず、半数の消費者はオーガニックという言葉聞いたことはあるが、その意味を知らなかった。オーガニックについての正しい理解を広めていくことが、今後の課題となりそう。

2つ目は、オーガニック商品の限定的な流通だ。オーガニック食品の多くは、大手スーパーなどによって流通されているため、ホーチミンやハノイ、ダナンなどの都市以外に住む消費者にとっては手に入りにくいのが現状だ。未だトラディショナルトレード（個人商店や市場などの伝統的な小売の業態）が一般的な地方都市でも、オーガニック商品が手に届きやすくなるよう、販路拡大が課題となる。

3つ目は、国内のオーガニック規格や認証制度が充分でない点だ。農業・農村開発省は、オーガニックの農作物や加工品に対する規格（The Sector Standard 10 TCN 602-2006）を2006年に発行したが、規格の詳細までは記されていない。

世界的な認証検査機関であるコントロールユニオンもベトナム国内でオーガニック認証を行っているが、認証を受けるための検査費用が大きな負担となっている。また、IFOAM（国際有機農業運動連盟）のPGS（参加型認証制度）も少規模なメーカーや生産者への認証を行っているが、ハノイやホアビン省

などの一部の都市にしか存在していない。オーガニック規格や認証制度を確立し、消費者が安心して購入できるオーガニック商品を広めることも今後の課題だ。

ベトナムの消費者は、生活が豊かになったことで食の品質や安全への関心も高まり、オーガニック食品に対する需要も増している。今後、残された課題を解決し、オーガニック産業がさらに拡大していくが期待される。

参照：

1. <http://www.globalorganictrade.com/country/vietnam>
2. <http://vcci-hcm.org.vn/diem-nhan-thi-truong/thuc-pham-huu-co-huong-di-moi-day-tiem-nang-tt6657.html>
3. <http://nongnghiep.vn/thuc-pham-sach-ai-lam-ban-o-dau-rau-huu-co-organica-post153057.html>
4. [http://daibieunhandan.vn/ONA\\_BDT/NewsPrint.aspx?newsId=378017](http://daibieunhandan.vn/ONA_BDT/NewsPrint.aspx?newsId=378017)
5. <http://plo.vn/kinh-te/quan-ly-kinh-te/nguoi-dung-chuong-thuc-pham-huu-co-492643.html>
6. [http://www.vnua.edu.vn:85/tc\\_khktnn/Upload%5C17112016-so%208.19.pdf](http://www.vnua.edu.vn:85/tc_khktnn/Upload%5C17112016-so%208.19.pdf)
7. <https://vietnam.vecó-ngo.org/en/news/case-study-habits-concerns-and-preferences-vegetables-consumers-hanoi>

