

博 士 論 文

アジア果実貿易の拡大とタイの輸出産地
—在来型果樹産地にみる輸出対応のダイナミズム—

平成 17 年 3 月

広島大学大学院生物圏科学研究科

生物圏共存科学専攻

久賀みず保

【目次】

目次	i
図表目次	vi
序章 課題と方法	1
1. 問題の所在	1
2. 論文の目的・課題と手法	3
3. 論文の構成	4
第1章 多国籍アグリビジネスの動向とタイの「在来型農産物輸出」	8
はじめに	8
1. 多国籍アグリビジネスと農産物貿易	9
1) 多国籍アグリビジネス主導のアグロ・フード・システム形成	9
2) 多国籍アグリビジネス企業の農産物貿易への関与	10
3) アグリビジネス企業の多国籍化	10
(1) 南米におけるアグリビジネスの多国籍化	11
(2) アジアにおけるアグリビジネスの多国籍化	12
2. タイのアグリビジネス企業と輸出産地	13
1) タイの経済成長とアグリビジネス	13
2) アグリビジネスの停滞と再編	14
(1) 食料基地化と集積効果	14
(2) 中小企業にみる食品総合企業への脱皮	15
(3) 大規模アグリビジネス企業の多国籍化	15
3) アグリビジネスを支える輸出産地の特徴	16
(1) タイ国内の流通ネットワークー米輸出を事例にー	16
(2) 柔軟な取引関係	17
(3) タイ農民の資質	18
(4) アグリビジネス企業による産地の接合	18
3. 中小規模アグリビジネス企業の新展開と輸出産地	20
1) 中小規模アグリビジネス企業の活躍	20
2) 米及び果実輸出にみる産地の輸出対応	20
(1) 米輸出	21
(2) 生鮮果実輸出	21

4. 「在来型農産物輸出」の定義	22
1) 「在来型農産物輸出」とは	22
2) 輸出産地をめぐる問題の所在の変化	23
5. 小括	23
1) タイのアグリビジネスの特徴と中小企業の活躍	23
2) 中小企業と在来型農産物輸出	24

第2章 食料貿易のグローバル化とタイの果実輸出 28

はじめに	28
1. 食料貿易のグローバル化とタイの開発政策	28
2. タイの経済成長と農産物輸出戦略	29
1) 輸入代替工業化政策	29
2) NAIC戦略への転換とその要因	30
3) タイ経済の高度成長	31
4) 1990年代にみる農産物輸出の特徴	32
(1) アジアのリージョナル化と新たな競争関係	32
(2) 新たに求められる輸出政策	33
3. 生鮮果実輸出の成長とその要因	34
1) 輸送技術と物流の整備	35
2) 果実輸出奨励政策	35
4. 果樹産地の生産構造の変化と輸出動向	36
1) タイの果樹生産	36
2) 果樹生産・労働力調達構造の変化	40
3) 果実輸出の動向	41
5. 果実流通構造の変化	42
1) タイ国内における果実流通の特徴	42
2) 果実輸出流通の特徴	44
6. 小括	45

第3章 生鮮ドリアン輸出にみる産地流通の再編 48

はじめに	48
1. タイにおけるドリアンの生産・輸出動向	49
1) ドリアン生産と輸出動向	49
2) ドリアンの輸出奨励政策	52
2. 生鮮ドリアンの東アジア向け輸出システム－輸出請負業者の登場－	52

1) 東アジア向け輸出流通システムの特徴	52
2) 農家と地元集荷業者の関係	53
3) 輸出請負業者の役割	54
(1) 産地市場での集分荷機能	54
(2) 輸出請負業者の類型とパッカー機能	55
(3) 輸出請負業者のダイナミックな移動	57
4) 輸出請負業者の倉庫における作業体系	58
5) 流通業者による多段階選別機能と価格形成	59
6) ドリアン産地流通の輸出対応	61
3. ドリアン産地における産地構造の変化ーチュンボン県ムアン郡の事例を中心にー	62
1) 調査対象地域の農業構造とドリアン産地形成	62
(1) ムアン郡の農業構造とドリアン生産動向	62
(2) ムアン郡におけるドリアン産地形成の経緯	64
(3) ムアン郡バンナー区のドリアン生産概況	65
2) 農家によるドリアン出荷経路の変化	67
(1) 出荷経路の多様化①ーバンナー区サラヤック村の事例よりー	67
(2) 出荷経路の多様化②ーランスワン郡ワンタコー区の事例よりー	69
(3) ドリアン産地における流通構造の変化	70
3) ドリアン農家の生産方法の変化	70
(1) 労働集約栽培農家と粗放栽培農家	70
(2) 農家への経済的インパクト	71
4. 小括	71
第4章 生鮮マンゴスチン産地と輸出市場の多様化	74
はじめに	74
1. タイにおけるマンゴスチン生産・輸出動向	75
1) マンゴスチン生産の実態	75
2) マンゴスチンの輸出経路とその特徴	76
2. 東アジア向けマンゴスチン輸出流通の実態	78
1) 東アジア向け輸出流通の概略	78
2) 輸出請負業者の役割	79
(1) 産地での集分荷運営とパッカー機能	79
(2) 輸出請負業者による多段階選別	80
3. 日本向けマンゴスチン輸出の実態	81
1) 日本向け輸出の担い手	81
2) 日本向け輸出システムの特徴	81

(1) 農民グループとの直接取引	81
(2) 日本独自の輸出ルート	82
(3) 輸出構造の特徴	83
(4) 輸出量の確保に向けて	84
4. 組織化への動きと農民グループの実態	86
1) 農民のグループ化の背景と動向	86
(1) 目的と事業内容	86
(2) マンゴスチングループの動向	87
2) マンゴスチングループの実態－3つのグループの比較から－	88
(1) チャンタブリ県マカム郡マカム・グループ	89
(2) チュンポン県ランスワン郡ワンタコー・グループ	90
(3) チュンポン県ランスワン郡レムサーイ・グループ	90
5. 生産者にみる輸出対応の実態－農民グループ組合員へのアンケート調査から－	91
1) 調査対象農家のマンゴスチン生産概況	94
2) 主な流通経路	94
3) 輸出開始による生産方法の変化	94
(1) 施肥及び農薬の使用動向	94
(2) 栽培技術・労働量の変化	95
(3) 農家にとっての輸出の位置づけ	95
6. 小括	96

第5章 消費者主導型アプローチによるフードシステム形成と輸出産地

－日本向け無農薬バナナ産地の展開－	100
-------------------	-----

はじめに	100
1. 生協によるタイ産バナナの産地開発	101
1) 日本の産地開発とよどがわ市民生協の取引	101
2) タイ産バナナの生産・流通・輸出の動向	102
2. 無農薬バナナ生産農民グループの組織化	103
1) よどがわ市民生協との取引	103
2) 生産・流通システム	105
(1) P社と農民グループとの関係	106
(2) ラメー農民グループの役割	107
3) バンラート農協の無農薬バナナ輸出	108
4) 無農薬バナナの価格設定	110
3. 無農薬バナナの生産構造	112
4. 無農薬バナナの収益性	113

1) 無農薬バナナ生産の限界	113
2) 無農薬バナナ生産の意義	115
3) 産地の抱える課題	117
5. 生産組織をめぐる新たな動き	118
1) 自発的組織の誕生	118
2) 地域農業の再編と産地の持続性	119
6. 小括	120
第6章 アジア食料貿易の拡大と在来型果樹産地の輸出対応	124
1. タイの在来型農産物輸出とそれを支える要因	124
2. 在来型果樹産地にみる輸出対応のダイナミズム	125
1) 在来型果実輸出にみる産地構造の再編	125
2) 消費者主導型アプローチによる産地形成	126
3) 輸出対応のダイナミズム	127
3. アジア域内貿易の深化と在来型果樹輸出の役割ー貿易拡大と産地対応の相乗効果ー	128
引用・参考文献一覧	130
引用・参考ホームページ一覧	134
統計資料及び年報	135

【図表目次】

【図】

図2-1	タイの輸出総額と農林水産物輸出総額の年次推移	31
図2-2	タイ農水産物の輸出国先別輸出金額の年次推移	32
図2-3	タイの輸出農産水産物総額に占める主な品目の割合	34
図2-4	タイの形態別果実輸出総額の年次推移	41
図2-5	タイの主な果実流通経路	43
図2-6	果樹生産農家の流通チャネル	45
図3-1	タイ国チュンポン県の位置	49
図3-2	生鮮ドリアン輸出量の年次推移	51
図3-3	生鮮ドリアンの東アジア向け輸出システム概略図	53
図3-4	収穫後の地元集荷業者による流通機能	54
図3-5	輸出会社G社と輸出請負業者との関係	57
図3-6	ドリアン輸出請負業者の倉庫作業体系	59
図3-7	チュンポン県ムアン郡バンナー区の位置	63
図3-8	ドリアン生産農家の流通チャネル	68
図4-1	生鮮マンゴスチン輸出量の年次推移	77
図4-2	生鮮マンゴスチンの東アジア向け輸出システム概略図	78
図4-3	T社日本向けマンゴスチンの輸出システム概略図	82
図4-4	蒸熱処理施設における作業体系	83
図4-5	農民グループにおける作業体系	84
図4-6	チャンタブリ県、チュンポン県における調査対象地域の位置	88
図5-1	生鮮ホムトンバナナ対日輸出量の年次推移	102
図5-2	チュンポン県ラマー郡の位置	103
図5-3	無農薬バナナ供給システム概略図	106
図5-4	P社とラマー農民グループの関係	107
図5-5	ペチャブリ県バンラート郡の位置	109
図5-6	無農薬バナナの供給システムと産地へのインパクト	120

【表】

表2-1	タイの主要果実の名称と収穫時期	37
表2-2	タイの農地面積と果樹作付面積の年次推移	38
表2-3	タイの地域別農地利用状況（1999年）	38
表2-4	主要果実の生産概況（2001年）	39
表2-5	主要果実作付面積の推移（上位10位）	39
表2-6	農産物グループ別農業生産額（1950-1995年平均）	40
表2-7	主要生鮮果実の輸出金額の年次推移	42

表3-1	タイのドリアン作付面積と生産量の年次推移	50
表3-2	ドリアン品種別の生産状況（2001年）	51
表3-3	生鮮ドリアンの輸出先国別輸出量の年次推移	52
表3-4	輸出請負業者の類型化	55
表3-5	チュンボン県の主なドリアン輸出請負業者	56
表3-6	生鮮ドリアン流通業者による選別内容	60
表3-7	流通業者間におけるグレード選別と取引価格	61
表3-8	チュンボン県郡別ドリアン作付概況（2002年）	63
表3-9	ムアン郡におけるドリアン生産概況（2003年）	64
表3-10	チュンボン県のコーヒー生産者買取価格の年次推移	65
表3-11	バンナー区の農業生産概況（2003年）	65
表3-12	ムアン郡の調査対象農家経営概況	66
表3-13	調査対象農家の主な栽培作物	67
表3-14	ランスワン郡の調査対象農家経営概況	69
表4-1	タイのマングスチン県別生産概況（2001年）	75
表4-2	タイのマングスチン生産概況	76
表4-3	生鮮マングスチンの輸出先国別輸出量の年次推移	77
表4-4	東アジア向けマングスチン輸出請負業者	80
表4-5	マングスチン流通業者間におけるグレード選別と取引価格	81
表4-6	T社のマングスチン買取量及び輸出货量実績（2003年）	85
表4-7	タイの果樹品質改善グループの概要（2003年）	86
表4-8	マングスチングループの概況	89
表4-9	チュンボン県マングスチン生産概況（2002年）	92
表4-10	ランスワン郡区別農業概況（2003-2004年）	93
表5-1	タイの無農薬バナナ輸出産地	101
表5-2	ラメー産無農薬バナナの取引成立までの歩み	104
表5-3	ラメー産無農薬バナナの価格構成	111
表5-4	農家規模とバナナ生産	112
表5-5	調査対象農家のバナナ部門経営状況（2001年度）	114
表5-6	C農家の農家経済状況	116

序章 課題と方法

1. 問題の所在

1970年代初頭から、多国籍アグリビジネス企業は、農産物・食料市場の獲得を目指し、グローバルな原料調達・生産加工システムを形成していった。世界の農産物産地、及び販売、消費市場は、多国籍アグリビジネスを頂点としたグローバルなアグロ・フード・システム (Agro-food system) に組み込まれている¹。特に、開発途上地域の農産物産地では、アグリビジネス企業によるプランテーション経営や、生産者との契約栽培などを駆使した垂直的統合が図られている。産地では、資源略奪的な生産方式の普及や労働環境の悪化、農業生産のモノカルチャー化、農家経営の自給自足基盤の崩壊など、多くの問題が顕在化している。アグリビジネス企業によるフードシステムへの産地の包摂が²、生産者や流通業者の自立的経営を否定する側面があることも指摘されている³。

1990年代後半から、農産物貿易、特に東・東南アジアにおける農産物貿易をめぐって、新たな現象が起きている。各国間の経済関係の強化や経済統合の進展、人と物流のボーダレス化、輸出入国の多様化、新興輸出品目の登場など、貿易をめぐる環境が変化しつつある。

東南アジアの主要な農産物輸出国であるタイは、アジア域内の輸出拡大の拠点として成長を遂げてきた。また、アグリビジネス企業が、農産物輸出の推進役として重要な役割を担った。1960年代から輸出品目が多様化し、80年代には急成長したアグリビジネス企業が米に代わる様々な農産物の輸出を増やしている。タイの新興輸出品目の開発が進む中、近年輸出が増加している品目は果実である⁴。特に、1990年代に入り、生鮮果実の輸出をめぐり動きが顕著になっている。

従来、タイの輸出向け果実といえば、パイナップル加工品にほぼ限られており、その他の果実輸出は量的に少なかった。果実の大部分は、専ら産地周辺の地域市場、あるいはバンコクの都市市場といった国内に向けられ、輸出するといっても周辺諸国への陸送にとどまっていた。しかし、近年、アジア域内貿易がさかんになるにつれて、多種類の果実がアジア全域に輸出されるようになった。今後も大幅な輸出増加が期待され、有望な輸出農産物となっている。

タイの農産物の輸入相手国をみると、中国においては農産物輸入市場に占めるタイの農

産物シェアは未だ大きくはないものの、輸入総額は急速に増加している⁵。香港やインドネシアでも、タイから多くの食品や農産物を輸入しており、中でもドリアンやロンガン、レイシなどの生鮮果実が増加している⁶。

タイ政府は、1997年からドリアン、ロンガン、パイナップル、ザボンを輸出奨励品目とし、パイナップル加工品が大きな割合を占めていた輸出果実を多様化させることを目指している。また、1998年からは国際水準に見合った品質を目指し、生産の規格化を図っている。ドリアン、ロンガンに次いで、マンゴスチン、レイシ、マンゴーなど野菜も含めた20品目以上が生産規格化の対象となっている⁷。

伝統的な輸出果実であるパイナップル産地では、輸出向けの品種改良が進み、他の果実に比べて早い時期から栽培技術指導や輸出奨励がなされてきた。生産量の80%が輸出用缶詰に向けられているパイナップルは、生産農家に対する加工・流通業者の影響力が比較的強く、出荷量割り当てなども行われている。一方、パイナップル以外の果実については、輸出への本格的対応を目指す産地が出現し、パイナップル産地とは違った形で輸出の成長をみせている。その特徴は、従来からタイ国内市場向けに生産されており、輸出向けの品種改良がなされていない点である。また、果樹生産は分散した個別経営農家が担っている。流通においても、国内向け流通を担っていた地元集荷業者、その延長線上に位置する「輸出請負業者」が輸出向け流通を担っている。従って、パイナップル以外の果実輸出は、産地に対するアグリビジネス企業の強力な統制力はない。農家との契約栽培が採用されたとしても、企業による垂直的統合から離れた農家経営が主流である。

タイの農産物輸出をめぐる研究では、従来から米、及び畑作物を中心に豊富な研究が蓄積されてきた。また、タイの農産物輸出戦略は、多国籍企業や大規模アグリビジネス企業の活動と深く関連するため、アグリビジネス経営の観点から分析されてきた。事実、タイの大規模なアグリビジネス企業の経営展開は、世界の産地と消費地に大きなインパクトを与え続けている。しかし、そうした動きだけに規定されない貿易が、歴史的にタイの国境周辺でみられ、それは多国籍アグリビジネス企業を頂点としたフードシステムとは全く異なった動きをしている。これらタイの農産物輸出の実態から考えると、輸出農産物の産地は、大規模な多国籍アグリビジネスと絡めて理解するだけでは十分ではない。それは、「在来、既存、伝統的、分散、小規模、柔軟」などのキーワードに象徴されるように、タイの産地では、国内生産・流通対応の発展系として輸出が展開されているからに他ならない。

これらのキーワードに象徴される輸出を、「在来型農産物輸出」とする。

現在、アジア域内貿易の深化の中でみられる「在来型果実輸出」は、アジア各国の経済成長につれてその範囲を延長、拡大している。伝統的な国境貿易にとどまらず、大規模アグリビジネスの産地包摂にみる輸出とも異なった、独自の展開をみせている。

開発途上地域を中心とした農産物輸出産地では、依然として輸出を誘因とする深刻な問題を残存させている地域も少なくない。しかし、開発途上地域の輸出産地を、「大規模な多国籍アグリビジネスに包摂された輸出産地」と一面的に捉えるべきではない。「在来型農産物輸出」を担う産地の対応にみるように、輸出を契機に成長に結びつけようとする産地の動きもあるのではないだろうか。その典型的な現象が、タイの生鮮果実輸出に現れている。

「在来型農産物輸出」の産地対応プロセスを明らかにした研究は、未だ乏しいといえよう。果樹産地の具体的な動きを背景に、従来、把握されてこなかった産地の対応を検証することによって、「在来型農産物輸出」という新たな輸出の捉え方を提起する必要がある。

なお、この「在来型輸出」の概念は、水産物や林産物についても当てはまると思われる。

2. 論文の目的・課題と手法

本論文の目的は、タイの農産物輸出産地の発展に対する「在来型農産物輸出」の役割を明らかにすることである。アジア域内貿易が深化する中、タイの果樹産地では輸出の促進をいかに受け止め、いかなる対応をとっているのか、という分析視角から、タイの輸出向け果樹産地の対応を実証的に分析し、「在来型農産物輸出」の存在形態を明らかにする。本研究の具体的課題は以下の3つである。

第1に、大規模な多国籍アグリビジネスによる産地の包摂過程では説明できない、新たな輸出産地を捉える「在来型農産物輸出」の概念を明示する。さらに、タイにみる「在来型果実輸出」の展開を支える要因を明らかにする。

第2に、タイの「在来型果実輸出」の対応を実態に基づいて明らかにする。特に、①産地流通の対応、②生産者及び生産者組織の対応、③消費者主導型の産地形成としての対応、という3つの視点をもって、生鮮ドリアン、生鮮マンゴスチン、生鮮ホムトンバナナ輸出という3種類の農産物について、「在来型果実輸出」にみる産地の対応と産地の再編過程について分析する。

第3に、「在来型農産物輸出」の性格を明らかにしながら、アジア域内貿易が深化する中での、今後の役割を考察する。

本論文の研究手法は、世界のアグリビジネスの動向やタイ経済及び農業の発展については、主に、先行研究の成果を参考にしながら、理論構築を試みた。タイの農業・協同組合省農業経済局 (Ministry of Agriculture and Co-operatives, Office of Agricultural Economics)、及び農業普及局 (Department of Agricultural Extension)、大蔵省関税局 (Ministry of Finance, Department of Customs)、商業省輸出振興局 (Ministry of Commerce, Department of Export Promotion) の統計資料や出版物、カセサート大学修士論文 (未刊行)、ホームページ、その他農業雑誌などのセカンダリーデータを用いて、マクロ的な分析を行った。分析対象地域であるタイの果樹産地に赴いての生産者へのアンケート調査、流通業者と輸出会社への聞き取り調査、日本の関係生協と輸入業者への聞き取り調査、生協組合員へのアンケート調査などによって、プライマリーデータの収集を行った。

3. 論文の構成

上記のような目的と課題に従い、本論文の構成と各章の内容は以下のようになる。

第1章では、多国籍アグリビジネス研究における「在来型農産物輸出」の位置づけについて述べている。世界の多国籍アグリビジネスの動向をめぐる既存研究の成果を踏まえ、アジア、特にタイのアグリビジネス企業の特徴を抽出する。また、1990年代以降の中小規模のアグリビジネス企業に焦点をあて、タイ農村の特徴を活かして輸出を展開する姿を浮き彫りにする。さらに、タイの米と果実輸出にみるアグリビジネス企業と農産物輸出産地との関係について分析することで、第3章以降の事例を分析するための「在来型農産物輸出」という理論的枠組みを提示する。

第2章では、タイの輸出指向型の経済発展と、タイ農業がもつ比較優位の関係について述べている。タイの経済発展の経緯を時系列的に整理しながら、タイ農業の生産・流通構造が輸出指向型の発展を支える要因であることを指摘する。また、タイの生鮮果実輸出の動向を明らかにし、1990年代から顕著になったアジア各国との競争関係の中で、タイの「在来型果実輸出」の展開を支える要因を整理する。

第3章では、生鮮ドリアン輸出がさかんなタイ南部チュンボン県ムアン郡を事例として取りあげ、産地流通の再編過程について言及している。産地では、国内向け出荷を行っていた流通業者が、専門的に輸出流通に取り組む動きがみられる。同時に、輸出会社も新規参入が容易な産地の流通構造を活かし、流通業者を部分的に系列化してきた。既存の流通

業者が海外市場に連なる「産地ネットワーカー」として育つことで、輸出ルートが確立される過程が明らかにされる。さらに、輸出に積極的な生産者の対応にも触れながら、「在来型果樹産地」において輸出が拡大していくプロセスを明らかにする。

第4章では、チュンボン県ランスワン郡を中心とした生鮮マンゴスチン輸出を事例として取りあげ、輸出先市場別にみる産地、及び生産者の対応の違いを中心に検討している。マンゴスチンは、東・東南アジア諸国への輸出と同時に、日本向け輸出という高品質市場へ輸出されている点が特徴的である。日本向け輸出流通に関する輸出会社の戦略と、生産者の対応を明らかにする。さらに、東・東南アジアと日本輸出への対応の関係に触れながら、現段階の「在来型果実輸出」の生産・流通構造を特徴づける。

第5章では、3章、4章とは分析視角を変え、消費者側からのアプローチによって形成された在来型果実のフードシステムと、その中の産地対応について分析している。チュンボン県ラマー郡の無農薬ホムトンバナナ輸出を事例として取りあげる。バナナ輸出を担うラマー農民グループは、無農薬バナナの供給先である大阪よどがわ市民生協からの働きかけによって組織化された。この無農薬バナナ輸出事業は、多国籍アグリビジネス企業が担う貿易システムに対峙し、消費者側から提案されたものである。多国籍企業を頂点とする貿易システムは、消費者の食品の安全性を脅かし、輸出によって生産者の健全な農業環境が奪われるという問題を抱えていた。消費者の需要に応えながら、産地の発展をも遂げようとする事業展開と、産地へのインパクトが明らかにされる。

最終章である第6章では、各章で提示した論点を要約しながら、既存の産地を輸出へ結びつけていく動的メカニズムを明らかにする。そのメカニズムは、一見、自然発生的にみえるが、「在来型果樹産地」の輸出対応に潜んでいる。また、消費者主導で形成された産地では、「在来型果樹産地」の特徴を踏まえた事業展開が重要であることが示される。さらに、アジア果実貿易におけるタイの「在来型果実輸出」の位置づけと役割を展望し、「在来型農産物輸出」の展開が進むにつれて、検討すべき課題を提言する。

本論文は、「在来型農産物輸出」と性格づけることができる、タイの果実輸出を分析している。これは、多国籍アグリビジネス企業経営を頂点とするフードシステム形成による輸出とは、異なった分析視角である。従来のアグリビジネス企業論的なアプローチだけでは明らかにされてこなかった輸出産地の現象を、最近の東・東南アジアにおける貿易環境の変化を踏まえ、実証的に明らかにしようとしている。

本論文を進めるにあたり、大勢の方々から暖かいご支援、ご教示を頂いた。ここに記し、感謝の意を表したい。

広島大学大学院生物圏科学研究科の山尾政博教授には、終始熱心かつ丁寧なご指導、有益なご示唆をいただいた。また、論文の構成から作成に至るまで、全ての過程を見守ってくださった。さらに、お忙しい中、粗原稿の段階から査読していただき、的確な助言を賜った同研究科の板橋衛助教授、田中秀樹教授、矢野泉助教授、谷口幸三教授、九州大学大学院農学研究院の村田武教授には深く感謝申し上げたい。

研究活動を進めるにあたって、2000年から3年間、科学研究費補助金基盤研究（基盤研究（B）（2）「農水産物のオルタナティブ・トレードによる経済成果と地域開発の比較研究」と、2004年から4年間の予定で進行中の「オルタナティブ・トレードの普及可能性と消費者責任に関する比較研究」の研究協力者として、多くの実態調査の機会をいただいた。このご支援なくては、これまでの調査遂行と研究の継続は困難であっただろう。本論文の一部は、これら研究助成の成果でもある。心よりお礼申し上げたい。

本プロジェクトのメンバーの先生方は、いつも暖かく見守ってくださった。特に、研究代表者である近畿大学農学部池上甲一教授、前潟光弘講師には、日頃から研究の進み具合を気にしていただき、暖かなご助言と励ましをいただいた。また、学会やワークショップなどの発表の際には、非常に多くの先生方から研究を進めるためのご示唆をいただいた。深く感謝申し上げます。

さらに、論文の作成にあたっては、資料や図表の整理、誤字脱字の確認など細やかな事柄を、広島大学大学院の溝口暢孝さん、麻生貴通さん、岩尾恒雄さんにお世話になった。また、副島久実さんをはじめとする食料環境経済学研究室の学生の皆様には、日頃から激励をいただき、研究活動を継続する支えとなった。

また、2003年から2004年までの1年間、文部科学省の最先端分野学生交流推進制度の支援を得て、タイのカセサート大学経済学部協同組合学科に籍をおき、調査研究を実施することができた。快く受け入れてくださった、同学科のサロート・アウングスマリン (Saroj Aungsumalin) 准教授とヌグーン・コーンユエンヨン (Nugool Kornyuenyong) 講師には、調査の進め方など論文の基礎に関わる多くのご示唆をいただき、ひとかたならぬお世話になった。併せて、カセサート大学応用経済研究所のスタッフの皆様は、調査研究の細やかなサポートをしてくださった。また、同大学のポンプラパー・サクンセーン (Pornprapa Sakulsaeng) さん、シリポーン・スッカセーン (Siriporn Sukasame) さん、ワッサナー・

モワッドティア (Wasana Moudtear) さん、パウイナー・クンプラスー (Paweena Kunprasud) さんには、実態調査を通じて、通訳、調査補助のみならず、公私ともにお世話になった。見知らぬ土地での生活に慣れ親しみながら、充実した研究活動を無事に遂行することができたのは、一重に彼ら友人のおかげである。感謝の念に絶えない。

また、元大阪よどがわ市民生協職員の加藤不二男さん、P 社専務取締役の小山潤さん、T 社プロジェクトマネージャーの慶田純一さんなど、日本の生協関係者、タイの輸出会社の皆様にも、聞取調査を通じてお世話になった。最後に、聞取調査に快く協力していただいたチュンボン県のラメー農民グループ、ランスワン郡、ムアン郡、チャンタブリ県の農家の皆様にお礼申し上げたい。聞き苦しいタイ語やぶしつけな質問にも耐え、実に根気よく調査にお付き合いいただいた。特に、チュンボン県のジャックマラ・サワディー (Jakmala Sawadee) さん、オーパート・チョーツチュアン (Orphard Chotchong) さんとそのご家族には、私を家族のように迎え入れてくれ、調査遂行にもご協力いただいた。

本来ならば、すべての方々のお名前をあげ、感謝申し上げるべきであるが、あまりに膨大になるため割愛せざるを得ないことをお許し願いたい。フィールドや活動現場に根ざす研究方法を軸としている以上、様々な方のご協力があって初めて研究が成立する。これまでご協力いただき、私を支えてくださった皆様に、心から感謝申し上げます。

【注】

- 1 村田 [29]、pp.8.
- 2 本論文では、アグリビジネスが形成するフードシステム (流通システム) への産地 (農業・農業経営) の「接合」と「包摂」を区別して使用する。「接合」とは、つなぎ合わせることであり、「包摂」とは、一定の範囲の中に包み込むこと、または、ある概念が、より一般的な概念につつまこまれることを指す (大辞泉より)。多国籍アグリビジネスによる行動は「包摂」であり、産地が「包摂」されることにより、産地の性質や機能までもがアグリビジネスの性質や機能の影響を強く受けて変化し、フードシステムの一部となる。「接合」の場合は、産地の性質を引き継いだまま、流通システムに機能を提供する役割をもつにとどまる。
- 3 多国籍アグリビジネス企業経営による生産過程の垂直的統合については、村田 [27]、中野・杉山 [37]、豊田 [54]、山本 [63] など多くの分析がある。
- 4 「果実」とは、実とそれを包む皮、その中に在る種を含んだものの称であり、「果樹」とは、果物がる木のことをいう (新明解 国語辞典第5版より)。本論文では両者を使い分けている。
- 5 Foodchina ホームページ。
- 6 JETRO (日本貿易振興会) [16]、pp.11-12.
- 7 農業普及局での聞取調査 (2003年) による。

第1章 多国籍アグリビジネスの動向とタイの「在来型農産物輸出」

はじめに

本章の目的は、第1に、農産物貿易の重要な担い手である多国籍アグリビジネスの展開過程を、先行研究の成果から整理し、タイのアグリビジネスの特徴を明らかにすることである。第2に、タイのアグリビジネス企業が形成する輸出システムへ、産地が接合する過程を検証し、「在来型農産物輸出」の概念を明確に打ち出す。

開発途上地域の輸出産地をめぐる先行研究の特徴は、生産者や流通業者の実態が、多国籍アグリビジネスが形成するフードシステムへの包摂過程の中で説明される点である。世界の農業、特に開発途上地域の農産物産地や消費市場は、多国籍アグリビジネスを頂点としたアグロ・フード・システムに組み込まれている¹。多国籍アグリビジネスは、開発途上地域の農業及び輸出産地を、フードシステムの一部を構成する原料供給部門として位置づけ、垂直的統合を図る。先行研究では、その統合下にある生産者や流通業者の輸出対応が考察される場合が多い。なぜなら、農産物貿易は多国籍アグリビジネスによって担われる比重が圧倒的に大きく、農産物の世界市場に多大な影響を与えているからである²。

タイにおける農水産物の輸出戦略についても、外国の多国籍企業と合併し、アグリビジネスを多角的に展開する、巨大なアグリビジネス企業の観点から分析されてきた。飼料・ブロイラーやタピオカ産業においては、大規模な食品加工製造企業によって、生産段階の垂直的統合が行われている³。代表的な輸出農産物である米においても、輸出業を中心とした大規模なアグリビジネス企業の経営行動が検討されることが多い。

しかし、実際に農産物輸出を動かしているのは、多国籍企業や大企業の戦略だけではない。中小規模のアグリビジネス企業や、それら企業との系列化が一部みられるものの、比較的独立した産地の流通業者や農家の活動が輸出を支えている。これら流通業者や農家に立脚すれば、タイの農産物輸出は、既存の資源や流通ネットワークを基盤とし、ある意味では、自然発生的に展開されているといえる。歴史的にみても、タイの国境周辺では農水産物の移出がさかんに行われてきた⁴。農水産物輸出の実態においても、様々な品目について、既存の資源やシステムを利用した輸出が認められ、輸出増加へ結びついている。

こうした輸出対応をめぐる一連の動きは、既存の資源や農法、流通形態の活用などが特

徹的な「在来型農産物輸出」への対応といえる。これは、大規模な多国籍企業が形成するグローバルなアグロ・フード・システムへの産地の包摂過程として描かれる輸出対応に對峙するものである。

以上の事柄を背景に、タイのアグリビジネスと輸出産地の対応について、3つの点から整理する。第1に、多国籍アグリビジネス企業が形成するフードシステムの視点から、南米とアジアにおけるアグリビジネス企業の展開過程を明らかにする。第2に、タイのアグリビジネスの展開過程を段階的に把握する。さらに、南米を活動の拠点とするアメリカのアグリビジネス企業の産地の包摂過程と対比させながら、タイのアグリビジネス企業と産地との関係的特徴的につかむ。第3に、中小規模のアグリビジネス企業の特徴を抽出し、米や果樹産地の輸出対応の実態も踏まえた、タイの農産物輸出を考察する新しい分析枠組み、すなわち「在来型農産物輸出」の概念を整理する。

1. 多国籍アグリビジネスと農産物貿易

1) 多国籍アグリビジネス主導のアグロ・フード・システム形成

「アグリビジネス (Agribusiness)」とは、「Agri (農業の)」と「business (事業)」という二つの単語を連結した造語である。農業ないし農業に関連した商品やサービスの生産・加工・販売に関わる企業活動の総称であり⁵、農林水産業のみならず、商業、飲食店、運輸業、資材供給産業、食品工業 (食品加工業) などが含まれる⁶。日本語では、「農業関連産業」と訳されるが、「アグリビジネス」という外来語表記も多い。また、アグリビジネスは、「農業関連の活動を担う組織」として理解される場合もあるが⁷、本論文では組織体である企業そのものを指す場合、「アグリビジネス企業」とする。

アグリビジネス企業は、食料が世界戦略の手段となった 1960 年代末から 80 年代にかけて、国境を越えた経営の統合化、M&A (Mergers and Acquisitions : 企業合併と買収)、現地法人との合併事業の展開などのグローバルな活動により、複数の国において一体的なビジネスを展開してきた。つまり多国籍企業化を成し遂げてきたのである⁸。ここでは、多国籍企業化を遂げたアグリビジネスを「多国籍アグリビジネス」とし、そうした活動を担う組織を「多国籍アグリビジネス企業」と呼ぶことにする。

農業生産、食品製造・加工、食品流通、食料消費という、食料・食品の川上から川下へ至る過程のトータルな流れを「フードシステム」と呼ぶ⁹。多国籍アグリビジネス企業は、

国際貿易と海外投資の拡大によって、諸部門を一括した独自のフードシステムを形成する。時に、多方面にわたる農業資材（農薬、肥料、農業機械、種子、種苗など）の供給をも結合し、バイオテクノロジーや遺伝子組み替えなどの最新技術を駆使して市場を不断に拡大していく¹⁰。すなわち、世界的な農業・食料のアグロ・フード・システムへの統合である。

多国籍アグリビジネスにとって世界の農業経営は、加工、製造、販売に並ぶ原料確保の一部門と位置づけられている。多国籍アグリビジネスが形成する、フードシステムへの農業経営の包摂過程は様々である。基本的には、世界的な資源分布を踏まえ、原料を安い国に求め、各国から集めた原料を、賃金の安い国で完成品にして販売先の国に輸出、あるいは現地市場で販売し、利益を得るのである。

2) 多国籍アグリビジネス企業の農産物貿易への関与

多国籍アグリビジネス企業は、世界の農産物貿易にどのように関与しているのか。豊田〔54〕は、多国籍アグリビジネス企業を農産物貿易への関与方法によって3つに分類している¹¹。第1は、穀物メジャーである。穀物メジャーによる市場占有率は、アメリカの穀物輸出の85%と推定されている。貿易ベクトルは、先進国から開発途上国への流れ、つまり「北から南へ」を主流としている。第2は、熱帯産品貿易を担う多国籍企業である。コーヒー、ココア、天然ゴム、砂糖、ジュート、バナナなど熱帯産品の貿易である。これらは、輸出指向型の農産物として生産されるため、輸出比率は一般的に高い。多数の子会社が開発途上国へ進出し、先進国市場に販売する「南から北へ」の流れを作り出している。第3は、付加価値型の農産物貿易を担う多国籍企業である。牛肉、オレンジが代表である。これらは先進国で生産されて先進国で消費される農産物であった。しかし1980年代に入り、開発途上国において先進国からの技術移転を基盤に輸出向け農産物の開発が進み、付加価値型の先進国産品を開発途上国で生産し、先進国へ輸出されるようになった。特に、果実において、「北から北へ」の商品の流れに加えて「南から北へ」の流れが増大している。

3) アグリビジネス企業の多国籍化

アグリビジネス企業の国際的展開が本格化し始めるのは1960年代であるが、本格的な多国籍化が際立ってくるのは、70年代初頭からである¹²。多国籍アグリビジネスは、まず、アメリカを中心に開花した。アメリカのアグリビジネス企業は、南米地域における海外の子会社を直接に支配し、世界標準の技術と経営を移転して、フードシステムを形成した。

アメリカによる南米を中心とした国際的展開から遅れて、NIEs (Newly Industrializing Economies : 新興工業経済地域) や東南アジア諸国で多国籍化を進めていったのが、日本の食品加工製造企業であった¹³。アジアにおけるアグリビジネスの展開は、日本企業の海外投資により、技術と経営の海外移転と集積を進め、海外食料基地を構築した開発輸入システムによって達成されてきた。

豊田は、投資と貿易リンクの視点から、アメリカの多国籍企業行動を基軸とする南米と、日本の食品企業を基軸とするアジアの国際フードシステムの地域比較を行っている¹⁴。本章では、豊田の比較研究に依拠し、南米にみるアグリビジネスと対比しながら、アジアにおける多国籍アグリビジネスの展開をみていくことにする。

(1) 南米におけるアグリビジネスの多国籍化

① 多国籍アグリビジネス化の第1段階 (1970年代)¹⁵

1972年の世界食料危機を契機に、旧ソ連が大量の穀物輸入路線に転じた。この穀物輸出を担ったのが、アメリカの穀物メジャーである。カーギル社やコンチネンタル・グレイン社は、農産物を世界的規模で大量買い付け、大量販売体制をいち早く構築していく。

② 多国籍アグリビジネスの第2段階—輸出代替と現地市場開拓— (1980年代)

レーガノミックスのドル高政策への転換により、アメリカ産農産物は国際市場で他の輸出国のそれよりも割高になり、輸出量が縮小していった。この輸出不振により、アメリカは戦後最大の農業不況に陥った。輸出不振を打開するため、アメリカの大規模なアグリビジネス企業は、米産農産物に依存しなくて済むように、海外の農産物を自在に買い付け、加工、販売する体制を作りあげていった。その折の市場戦略が、①輸出・生産拠点の多元化と、②M&Aを梃子にした経営の多角化である。多元化戦略は、企業内貿易によって、国境を活用した費用節減と利潤形成の方法を導入したり、現地生産＝現地消費の体制を構築することで、開発途上地域の経済発展に伴って拡大する食料市場をターゲットに、販路を拡大する。経営の多角化戦略は、企業買収によって、企業内部に食料生産の川上から川下へ至る垂直的統合体制を築くことにより、原料や加工製品の需要を自社内で呼びおこす体制を作りあげた¹⁶。

③ WTO 農業交渉、自由貿易協定と多国籍アグリビジネス（1990年代）

1995年に設立されたWTO（World Trade Organization：世界貿易機関）のもとで、自由貿易体制が推し進められた¹⁷。一方で、NAFTA（North America Free Trade Agreement, Area：北米自由貿易協定及び地域）を始めとする地域統合の動きも顕著である。世界的規模、及び地域内の自由貿易圏では、関税などの国境措置の撤廃や、直接投資の自由化が進められ、多国籍アグリビジネスの展開を一層容易にする。多国籍アグリビジネス企業は、WTO 農業交渉や自由貿易協定の締結に影響力を発揮しながら、経済のグローバル化とリージョナル化を使い分けて大型のM&Aの積み重ね、経営規模を拡張してきた¹⁸。世界の農産物貿易が、1930年代の保護主義から80年代末以降には自由貿易主義へと根本的転換を遂げた背景には、多国籍アグリビジネス企業のグローバルかつリージョナルな事業展開と密接な関わりがある。

（2）アジアにおけるアグリビジネスの多国籍化

アジアのアグリビジネスを発展させる牽引者となったのは、日本の食品加工製造企業であった。欧米企業によるアジア進出もみられたが、日本の食料供給基地としての性格が強かったために、その影響を強く受けたと考えられる。特に、エビ、鶏肉などの品目を中心に、アジア地域を主要供給地としていた¹⁹。1980年代後半から90年代前半にかけて、アジアの供給基地化が日本の食料輸入に果たした役割は大きい。ここでは、日本企業の展開を中心に述べることにする。

日本企業の進出プロセスは、アジアからの日本向け輸出を基盤とする内向きの海外進出であった。すなわち、相対的に物価や原材料費人件費が安い国で、自国のニーズにあった製品を低コストで作って輸入する、開発輸入が展開された²⁰。日本企業によるアジアへの直接投資は、1970年代に入って活発化し、80年代から90年代にかけて本格的な展開を遂げる。1970年代における初期のアグリビジネス展開には、比較的シンプルな開発輸入がみられた。進出先国の既存資源を低価格で買い付ける原料調達や、従来、進出先国で生産されていなかったものを、日本企業による資本投資と管理運営方針に沿って生産開始させ、素材型冷凍品として輸入するものであった。

1985年の円高を境に、日本のアジア進出はラッシュといえるほどの急増ぶりをみせる²¹。日本企業は、アジアの豊富な低賃金労働力と安価な原材料とを結びつけ、労働集約的な食品産業をより発展させていった。

1990年代に入ると、日本の消費市場で食の外部化が進行するとともに、外食・中食産業の需要が急激に拡大した。アグリビジネス企業も、こうした消費者ニーズの変化への対応に迫られた。同時に、量販店やコンビニエンスストアなどが供給先として顧客化するようになる。アジアでの開発輸入商品の加工内容は、これまでの低次加工品から、高付加価値な調理済み加工食品へと次第に高度になり、かつ大量生産と安定供給が可能な体制が必要になってきた。

1990年代の需要の変化に伴い、アジアの開発輸入は、高付加価値生産に重点がおかれるようになった。しかし、高付加価値生産はアジア全域で可能なわけではない。山尾・鳥居〔68〕は、日本市場向けに高付加価値化商品を展開できる企業は、その生産に見合う資本や技術、供給先に関する市場情報が、商品開発能力と関連づけて蓄積されている企業である、と分析する²²。さらに、これらの条件に適応できる様々な分野の食品加工製造企業が集合して立地し、低コストで質の良い原料や資材が、十分に確保できる国や地域でなければならない。均一な品質の製品を大量に安定供給できる、総合的な企業立地が求められるのである。アジアにおいて、その条件に当てはまるのは限られた地域でしかない。その一つがタイであった。

2. タイのアグリビジネス企業と輸出産地

1) タイの経済成長とアグリビジネス

1970年代に始まるタイの輸出農産物多様化の中で、米以外の穀物やパイナップル缶詰輸出産業に向けた欧米企業の進出がみられた²³。しかし、それ以上に日本の進出を契機とした日系合弁企業の活躍は目覚しかった。アジアにおける日本向け開発輸入を基盤にしたアグリビジネスの発展は、タイで最も成功したといわれる。その成功要因は、第1に、タイのNAIC（Newly Agro-Industrializing Country：新興農業関連工業国）戦略の実質的進行、第2に、1985年以降の日本からの投資ラッシュ、第3に、活発化する海外投資とリンクした日本の食料輸入政策、第4に海外投資を誘因するインフラ整備の進展であった。こうした条件のもと、日本企業によって資本投入と技術移転がタイ国内に蓄積されてきた。タイは、低賃金労働力と安価な原料確保の優位性を十分に発揮しながら、シンプルな低次加工から素材に調理を加えた調整冷凍品へと、より付加価値がついた商品の輸出を伸ばしていった²⁴。タイのアグリビジネスは、自国資源を活用した輸出を核とする経済成長の重

要な推進役として位置づけられていた。

2) アグリビジネスの停滞と再編

(1) 食料基地化と集積効果

1990年代前半、順調に伸びていたタイの農産物輸出にブレーキがかかる。その最大の原因は、経済成長に伴って賃金・物価水準が上昇し、低賃金労働力を確保できる基盤が失われ始めたことである²⁵。労働集約的性格をもつ高次加工品へシフトしていたアグリビジネスも、競争力を失い始める。タイに集中していた日本企業の資本と技術は、次第に中国やベトナムなどへ流出するようになる。とりわけ中国においては、日本や欧米のみならず、NIEs、ASEAN(Association of South East Asian Nations)各国の企業も参入し²⁶、巨大な生産輸出能力を備えたアグリビジネスが成長し始めている。ベトナムなどから安い原料を中国が輸入、再加工し、日本や東アジアに輸出するなど、新しい国際市場競争も生まれている²⁷。

当然、競争力を失いかけたタイのアグリビジネスは、付加価値をより高めて輸出する戦略に転換することを迫られた。その背景には、タイが輸出先のターゲットとしてきた日本の消費者ニーズが変化したこともある。日本人の食生活の変化によって、調理済み加工食品の需要が、大手小売店や量販店、外食チェーンなどで増大した。特に、バブル経済崩壊後の1990年代半ば、消費不況が深まる中で、高コスト製品を低価格で調達しなければならない中食・外食企業は、海外からのOEM (Original Equipment Manufacturing) 供給や最終製品の調達を必要とした²⁸。こうした日本を始めとする先進国の需要変化に伴い、中小規模の日系アグリビジネス企業が、タイの特定地域に集中的に進出するようになる。集荷、加工、輸出などに関わる様々な分野の中小企業が多数集積し、食料生産基地を形成した²⁹。食料生産基地では、異なった役割をもつ企業が、機能を組み合わせながら輸出製品を製造することができた。また、その機能を組み替えることで、日本の消費市場の多様化にも柔軟に対応することが可能であった。さらに、食料基地化した企業の集積効果とともに、効果発揮の一翼を担う中小企業自身も成長を遂げたのである。

他国においても、加工品輸出によって追い上げを図っている国もあるが、対応できるだけの技術力と集積効果はまだ十分とはいえない³⁰。タイのアグリビジネスは、食料基地化による集積効果によって、周辺諸国との差別化を図ってきた。

(2) 中小企業にみる食品総合企業への脱皮

中小規模の日系アグリビジネス企業の中には、農産物、水産物といった専門分野のみの加工品にとどまらず、農林水畜の垣根を取り払い、調理済み製品の種類を著しく増やして、業務拡大するものが出てきた。そうした高付加価値製品輸出の本格化を可能にしたのは、輸入原料への依存である³¹。輸入原料にかかる関税は、BOI (Board of Investment : タイ投資委員会) によって、製品の90%以上を輸出する企業から免除される制度がある³²。この制度を利用して、海外原料を活用し、いち加工企業から食品総合企業へと脱皮する日系加工企業が急激に増えた。こうした政府による企業への優遇措置を最大限に利用して、食品総合企業への転換を遂げ、日本の消費者ニーズへ対応しようという、新しいタイプの中規模アグリビジネスが次々と輩出されてきた。他に中小企業の戦略転換を支えた理由として、原料供給の不安定や、賃金水準の上昇によって低コスト生産が困難になったことなどもあげられる³³。

(3) 大規模アグリビジネス企業の多国籍化

タイのアグリビジネスのもう一つの側面として、資本規模の大きい大企業の展開がある³⁴。農水産物などの各部門で、加工や原料調達などの専門的業務を行う中小企業とは異なり、生産から加工、流通の全過程に関わるアグリビジネス企業である。これらは、1960、70年代以降、タイのNAIC戦略の後押しのもとで成長してきた。その代表的な企業がCP (Charoen Pokhphand : チャラーン・ポークパン) グループである。CPグループは、1970年のプロイラー産業への参入を契機に、80年代に急成長したアグリビジネス集団の一つである³⁵。鶏肉の配合飼料工場、種鶏場、食鶏処理場を設置し、農家との契約飼育によるインテグレーションによって、飛躍的に発展してきた³⁶。冷凍エビにおいては、冷蔵、製造プラントを中心に飼料プラントから農場、国内、国際流通業までのフードシステムを垂直的に統合している。

1980年代後半から、大規模アグリビジネスは、経営の多角化と多国籍化という新たな展開をみせている。農産加工から通信、石油などへの事業多角化も実現し、さらに、タイで蓄積した資本と技術を海外に移転するようになった。CPグループの海外事業展開を例にとると、1959年の香港や70年代の台湾、インドネシアなどで数々の国へ投資して多国籍化を遂げ、84年以降、本格的な中国進出を開始し中国最大の外国資本となった³⁷。多国籍化が進むことで、タイと海外企業との競争は激しくなり、中小企業の食品総合企業化にも

拍車がかかることとなった。

3) アグリビジネスを支える輸出産地の特徴

タイのアグリビジネスの展開を支えているのは、これまでみてきたような食品製造加工企業だけではない。原料調達を担う輸出産地の生産、流通の役割を無視することはできない。特に、(1) タイ国内に賦存する人的資本を基盤にした流通ネットワーク、(2) 産地にみる取引関係の特徴、(3) タイ農民の資質、の3点に注目し、アグリビジネスの展開を支えた産地の特徴を明らかにする。

(1) タイ国内の流通ネットワーク－米輸出を事例に－

まず、米輸出を事例に、流通ネットワークのあり方を考察する。タイは、年間700万tという大量の米を世界の90カ国に輸出している³⁸。米輸出会社の多くは、中国系タイ人で構成されており、彼らはアジア各国に人的ネットワークをもつ³⁹。このアジア間のネットワークは、19世紀から活躍した華僑商人による米輸出の展開を引き継いでおり⁴⁰、現在もそのネットワークが活用され、多くの国や地域へ米輸出が拡大されている。

産地では、農家から米を買い付ける初集荷業者、産地集荷業者、精米業者、精米ブローカーなど、多様な機能をもった流通業者が分業しながら存在し、国内においても流通ネットワークが形成されている。タイの米生産は、1855年のイギリスとのボーリング条約締結後、国内外需要の高まりに対応すべく増大してきた⁴¹。米輸出が増大していく過程で、交通・輸送網が整備されるとともに、工業化政策や農業の多角化に起因する国内需要の増大によって、国内市場取引量が増加してきた⁴²。全国的な米市場の拡大と交通網の整備に伴って、精米業者は、集荷の効率を求めて産地へ立地移動するようになった⁴³。また、産地では流通業者が農家に、生産のための前貸し資金を準備する必要がなくなったため、流通業者の新規参入が容易になされた（この点については後で詳しく述べる）。その結果、産地に規模の大小を問わず、大勢の流通業者が現れ、米産地を中心とした分厚い流通業者層ができあがった。

米輸出の流通過程において、精米業者の役割が輸出への中継段階として重要である。タイの米流通は、輸出流通と国内流通とが完全に分離しておらず、小規模な農家から米を集荷した後、精米業者の輸出向け選別機能が発揮される。米は、精米業者によって搗精されてはじめて、国内市場向けと輸出市場向けに分かれて流通していき、精米仲買人の斡旋に

より米輸出業者へと出荷される。精米業者は、多様な品種の米をもち、これを砕米混入率に応じて、数多くのグレードに分け、種々の需要に応じる体制をとっている。品種の点では、香り米は、香港などのアジア向けに輸出され、パーボイルド・ライスは、独特の見かけやにおいのため、米を主食とする国では好まれておらず、一般の精米より安価で、遠方の輸送にも絶えうるため、バングラデシュやセネガルなどへ輸出される⁴⁴。世界の需要に対応する多種多様な品種、等級、価格を細かく見極める精米業者の働きによって、輸出が増進されてきたのである。しかし、1980年代後半以降、精米所の急増、労賃の上昇や労働力不足、国際米価の低迷などの影響から、集荷段階での競争が激化してきた⁴⁵。良質な輸出入米を選別、ブレンドし、健全な精米所経営を維持できる精米業者が輸出中継業者として生き残っている。そして、分業、競争の構造からなる産地流通のネットワークを輸出業者が中継し、海外市場へと結びつけていった。

(2) 柔軟な取引関係

流通業者間あるいは、輸出業者と流通業者の関係において、固定的な取引関係や、系列関係が一般的ではないことが、タイの農産物流通の特徴である。前述したように、業者間での競争が激しく、また価格変動の激しい農産物取引において、固定的関係を結ぶことは、危険回避の点からも買い手側にとって得策ではない⁴⁶。大規模なアグリビジネス企業が、農産物の流通過程にインテグレーション的に関わったとしても、末端の流通業者までも完全な管理下に置くことはほとんどない。零細な集荷業者であっても、流通構造が競争的であるため、契約や貸借関係などの経済的な結びつきに基づく固定的関係は少なく、集荷業者が販売先を選ぶ自由度は高い⁴⁷。農家が流通業者へ販売する際にも、同様のことがいえる。

農家と流通業者との関係については、農家の交渉力の低さから、生産や販売での共同事業（生産組合、共同販売組合、農協）の展開が必要とされる場合もある⁴⁸。しかし、生産資材や資金の調達に伴う流通業者との従属関係において、農家の自立の度合いが強まりつつあることが、山尾〔67〕によって指摘されている⁴⁹。1970年代後半から80年代にかけて、政府はBAAC（Bank for Agriculture, Agricultural Cooperative：農業・農業協同組合銀行）、農協、農民グループを通じて生産資材の供給ルートを整備し、制度融資の枠を広げた。これと軌を一にして、資材供給業者の農村市場への進出が進み、農家も流通業者も比較的独立した自由な経済活動を行うようになった。

タイの農漁村における流通業者の役割については、従来のステレオタイプの見方を否定する研究がある。流通業者は市場情報を農民に伝えながら作物の買い付けを行い、農村と国内の農産物市場、あるいは輸出市場を結びつける重要な役割をもつ、と原田・井野〔7〕は分析している⁵⁰。流通業者同士の関係は競争的であり、入れ替わりも激しいことから、必ずしも、流通業者の影響力が大きいとはいえない。

このように、農産物流通において、売り手である農家や零細な流通業者の選択の自由度は高まりつつある。取引の変更や休止、容易な新規参入が可能であるという、柔軟な取引関係にあることが流通の大きな特徴である。

（3）タイ農民の資質

原料を供給する農家の対応も、アグリビジネスの成長を支える重要な要素である。農家は、農水産物の販売価格とコストの違いに敏感に反応し、その見極めによって作物転換を容易に遂げる⁵¹。こうした農家の資質は、流通業者との柔軟な取引関係によって規定されている可能性が高い。

（4）アグリビジネス企業による産地の接合

① 直接農園経営、契約栽培の採用

タイでは、大規模なアグリビジネス企業が登場すると共に、生産・流通の一形態として、企業直営のプランテーション農業や契約栽培がみられるようになった。企業直営のプランテーション経営とは、巨大な資本投資と現地の安価な労働力の結合によって単一大量生産する農園経営である⁵²。大規模なアグリビジネス企業（輸出会社や製造・加工業者）は、大量かつ安定的に原料を確保しようとする目的から、統合下にある産地で独自の流通ルートを確認し、排他的アクセスを形成する。油ヤシやパイナップル生産などにみられる⁵³。

生産の垂直的統合を図るために、契約栽培が採用される場合もある。契約栽培はタピオカやプロイラーなどの例にみられ、主として流通や加工など、非農業生産部門に活動の基盤をもつ企業が、農民と関わりをもつ場合に採用される。契約栽培は、農民の経営を経営として存続させながらも、より有利な作物を確実に得ようとする、農場外から生産への接近の仕方である。農民の自発力や熱意を引き出しながら、生産力の成果を得るために、買い取りや価格保証を行うのが一般的である⁵⁴。併せて、輸出会社が製造、輸入する肥料や投入材を流通業者を介して、農家へ供給する場合もある。契約栽培を行う企業のメリット

は、企業の直営経営と比較して、①風害や病虫害により、プランテーションが深刻な被害を受けても、会社への衝撃を最小限に抑えることができる、②企業が契約先から買い取る品質基準を調節することにより、市場への供給量をコントロールできる、③土地所有の負担から免れることなどがある⁵⁵。従って、外資系企業に選択されることが多い。

農家と流通業者にみられる契約関係は、輸出業者と流通業者間でもみられる。流通業者は、契約のもとに一定期間の最低価格を保証されている。近年の特徴として、生産の契約統合は緩和され、流通段階の統合へと移行していることが指摘されている⁵⁶。

② 南米の大規模アグリビジネスとの共通点と相違点

タイのアグリビジネスの一部にみられるプランテーション経営や契約栽培は、アメリカを中心としたアグリビジネス企業による、南米産地の包摂過程と共通する点がある。アメリカの多国籍アグリビジネス企業は、M&Aによってあらゆる部門を吸収していく。流通、加工段階においては、進出先国での産業基盤を開発し、産地の工場から輸出タンカーまでの流通システムを掌握し、独自の流通・加工ルートを形成する。

タイのCPグループによるプロイラー輸出を例にとると、農家は、飼育施設と労働力を提供するだけで、雛、飼料、販売の全てを委託者が管理する委託生産の形態が多い。しかし、この方式では経営能力を発揮できず、飼育への努力も成果に反映しない。価格保証が採用されつつあるが、価格保証契約自体が口頭約束であり、地方エージェントと小規模農家の契約は、エージェントによって一方的に解釈され歪められる⁵⁷。また、外資系の大規模アグリビジネス企業とパイナップル生産農家との間にみられる契約栽培においても、生産方法まで事細かに管理されており、企業の垂直的な影響力が大きい。

アグリビジネスの影響を受けて、フードシステムに包摂された産地では、生態系や環境の破壊や自給率の低下など深刻な問題が発生している。農家の自立性が損なわれることや、一時的には経済的向上がメリットとなるが、持続性という観点からみれば、変動の激しい世界市場と農家が直結することで、日常生活の不安定性を招くことなどが指摘されている⁵⁸。これら問題の解決策として、NGO (Non-Governmental Organization) による多国籍企業活動への規制やフェアトレードの実施、環境保全型農業への転換などが期待されている⁵⁹。

タイの産地でも、輸出を介した海外市場との直結によって、南米地域と同様の深刻な問題が顕在化している地域もある。しかし、そのような悪影響を及ぼす可能性の高い垂直的

統合は、一部に過ぎない。多くの場合、流通業者の自由度は高く、一部、系列化が認められるものの、同業者間の競争関係のもとで流通業者は合理的に行動している。生産農家とアグリビジネス企業との間では、契約栽培が採用される場合もあるが、農家が完全に管理下に置かれた形態は少なく、南米にみられる契約栽培に比べて農家の自由度が高い⁶⁰。

タイのアグリビジネス企業と産地との関係は、南米でみられるそれとは、かなり異質である。産地にみる柔軟な取引関係と自由で転換能力の高い農家、さらに従来からの人的資本を活用した分厚い流通ネットワークが、タイのアグリビジネスの展開を支えてきた。

3. 中小規模アグリビジネス企業の新展開と輸出産地

1) 中小規模アグリビジネス企業の活躍

中小企業は、日本企業による投資によって、その勢いを伸ばしてきた。アグリビジネスの核となる製造・加工分野においては、海外からの輸入原料を駆使して総合食品化していき、激しい競争の中で多角化戦略を取り入れながら生き残りを図っている。高付加価値化を目指した食品製造の一機能として、重要な役割をもつ中小企業は、専門的業務に従事し、分業体制に組み込まれている。また、CP グループに代表される大企業が、国内の新たな分野へ投資することで、中小企業の活躍の場が広がっている。さらに輸出業では、アジア間の人的ネットワークにより、小規模な（二国間の）多国籍化もみられる。

概観すると、タイのアグリビジネスは中小、及び零細企業が多く関連している。それら企業と産地との関係において、垂直的統合が図られる状況は少ない。逆にいえば、既存産地の生産・流通構造を十分に活用して、産地を輸出へ結びつけていったのが、中小規模のアグリビジネス企業であった。

2) 米及び果実輸出にみる産地の輸出対応

1990年代に入り、中小規模アグリビジネス企業が、製造加工業、輸出業などの分野で輸出の担い手として多数、輩出されてきたことは既に述べた。中小企業は、生産者や産地との間で絶えず新しい取引形態、契約関係、物流ネットワークを作りあげている。比較優位にしたがって、産地における生産者や流通業者、輸出業者間の柔軟な取引関係を基盤に、身軽に産地間を移動している。さらに、既存の流通システムを活用し、輸出ネットワークの形成や物流整備を行い、産地を巻き込んでいく。アジア地域のボーダレス化と相乗しな

がら、既存の産地、作物は国内向け農産物流通の発展系を基本として、輸出向けのアレンジを加えながら、輸出システムに対応していった。それらは、主にタイの米や果実輸出に顕著にみられる傾向である。

(1) 米輸出

タイの米輸出は、1855年のボーリング条約締結から、本格的展開を遂げるが、その当時は、主として、近隣のアジア諸国へ輸出されていた⁶¹。また、その輸出を担ったのは、前述したように、海外に人的ネットワークをもつ華僑商人であり、その活躍ぶりは、第2次世界大戦後の政府介入以後も、事実上、輸出業務を行った流通業者に引き継がれている⁶²。

米の場合、輸出が国内流通の充実を誘引したが⁶³、国内向け、輸出向け流通は完全に分離しておらず、精米業者の選別が、各ルートを分化する重要な機能となっている。精米業者は、単なる流通の結節点としての存在に過ぎなかったが、精米能力によって輸出米の品質が左右されることから、輸出へ中継する高品質精米の生産者という性格が強くなってきたのである⁶⁴。国内向けと選別する輸出対応としての役割が重要視され、現在の輸出ルートとして確立していった。

また、タイで普及している米は、在来種の改良品種である⁶⁵。緑の革命の実施に伴い、東南アジア各国では、外来品種（IR品種）が浸透していた。しかしタイでは、IR品種導入以前から在った在来種の改良品種が急速に普及していた⁶⁶。もちろん、輸出米に至っても在来種の改良品種が大部分を占めていた。

タイの米輸出の特徴は、①隣国のアジア諸国への移出が展開されていた。それは、華僑による既存のネットワークによって実施されていた、②小規模な家族経営による生産、③輸出向けの選別機能をもつ精米業者の役割が、輸出ルートの形成に重要である、④米そのものは、元来、タイに存在する在来種の改良品種である、の4点である。

(2) 生鮮果実輸出

生鮮果実の場合においても、新しい輸出対応の動きとして以下のようにまとめることができる。①様々な在来品種が輸出されている。外来品種ではなく、従来からある国内生産向けの在来品種である。②輸出先が多様化している。輸出先が固定されておらず、国内販売も視野にいたれた開発途上地域（中国、ASEAN諸国）、先進地域（日本、欧米）にそれぞれ対応している。特に、東・東南アジア地域の経済成長によって、嗜好品の消費量が増加

し、需要が増大したと考えられる。③零細農家に支えられた小さな産地が輸出・生産拠点化している。④輸出流通は、既存の流通形態の活用、伝統的輸出ルートの延長によって展開されている。国内流通を基盤に、選別機能の発揮によって輸出ルートが確立されている。

4. 「在来型農産物輸出」の定義

1) 「在来型農産物輸出」とは

こうしたタイの農産物輸出の実態から考えると、多国籍アグリビジネス企業を中心としたフードシステム論だけで、開発途上地域の産地は説明しがたい。多国籍アグリビジネスによるフードシステムの垂直的統合の深化や拡張によってのみ、輸出拡大が図られるのではない。また、国境貿易のような伝統的形態でのみ展開されている輸出でもない。中小規模のアグリビジネス企業の働きによって、輸出がなされている。生産農家によって、契約栽培が選択される場合もあるが、柔軟な取引関係であることも多い。

タイの米や生鮮果実輸出の現状や先行研究を踏まえた考察から、「既存、在来、伝統的、分散、小規模、柔軟」などのキーワードが抽出できる。多国籍アグリビジネス主導のフードシステムに包摂される農産物輸出とは、全く異なる性質をもつ。こうした農産物輸出を「在来型農産物輸出」とする。

タイの農水産物の輸出構造を「在来型」と捉えた先行研究は、タイの養殖ハタの輸出構造を分析対象にした山尾・パタリヤ〔66〕がある。ハタの養殖は、資本集約的、技術集約的ではなく、流通業者間においても明確な責任分担がないままに物流が成立していることから、零細漁民や零細集荷業者の参入が容易であり、これは、養殖エビをはじめとする近代的な輸出指向型水産業とは異なっている。従来漁民の経済活動に入り込みやすい柔軟な生産・流通構造に基づいた輸出を在来型としている⁶⁷。

在来型農産物輸出の定義は、以下の5点に集約できる。

- ① 農産物そのものが在来種、または在来種に由来する改良品種である。
- ② 生鮮、冷凍形態などのように高度加工を必要としない。
- ③ 流通システムは、国内市場向け流通形態の発展系であり、選別機能が重要である。
- ④ 輸出ルートは、伝統的な周辺諸国への移出ルートの延長、及び既存のネットワークの活用形態である。
- ⑤ 大規模アグリビジネスによる産地形成を経たものではなく、中小企業が未組織の零細

農家を、小規模に柔軟に組織化し輸出へ結びつけている。

2) 輸出産地をめぐる問題の所在の変化

タイの輸出指向型農産物をめぐる先行研究においては、輸出向けタピオカやプロイラーなどを事例に報告されているように、多国籍アグリビジネス企業の影響を多大に受けているケースもみられる。しかし、タイの輸出指向型農産物をめぐる問題の所在が、変化していることも事実である。タイの輸出指向型エビ養殖についても、零細沿岸漁民と大資本型養殖経営という対立構造も、必然のものではない⁶⁸。初期には、このような対立構造は広くみられたであろう。しかし、養殖技術の普及、標準化によって一般市民によるエビ養殖業が進んでいる。農産物流通にみる集荷業者や輸出業者の生産者に対する絶対的な影響力などについても、かつての構図は一般的ではなくなった。もちろん、問題がなくなっているわけではないが、問題の性質は大きく変化している。

開発途上地域の輸出産地をめぐる問題の所在の変化と、自然発生的にかつ漸次に輸出対応を図る、輸出産地の実態を踏まえて農産物輸出を考察すると、途上地域の輸出産地を一面的に捉えるのではなく、在来型農産物輸出という枠組みの提示が必要であると思われる。

5. 小括

1) タイのアグリビジネスの特徴と中小企業の活躍

農産物貿易は、世界規模で行動する多国籍アグリビジネスによって担われている部分が多い。アメリカを中心とする大規模なアグリビジネス企業は、アグロ・フード・システムを形成し、自由貿易主義の潮流を牽引するほどの影響力をもっている。主要な投資地域である南米の農業経営は、フードシステムの原料供給部門としての位置づけにとどまっている。農林水産物産地では、多国籍アグリビジネス企業による垂直的統合が図られており、産地はその統合によって発現する深刻な問題に直面している。アジア、特に、タイにおいては、日本の食品企業からの投資ラッシュにより、日本や欧米など先進国消費市場をターゲットにした中小規模のアグリビジネス企業が登場した。特に、製造加工部門にみる中小企業の発展は目覚しく、先進諸国の著しい需要の変化や、激化する他国との競争関係の中で、高付加価値化や多角化など独自の戦略を打ち出し、発展を遂げている。CP グループのように、資本と技術を蓄積し、さらに巨大化していく大規模なアグリビジネスの存在感

も大きい。

タイのアグリビジネスの展開を支えてきたのは、タイ自身もつ特徴的な構造によるところが大きい。アジア各国に広がる中国系タイ人のネットワークと、多機能な複数の流通業者が有機的に連結して物流を構成する流通ネットワーク、さらには、農林水産物産地にみられる柔軟な取引関係と、経営の自由度が高い生産者などがその特徴である。

そうした生産・流通構造を十分に活用し、産地を輸出へと結びつけていったのが、中小規模のアグリビジネス企業であった。もちろん、大企業もタイの農畜水産物輸出の発展に大きく寄与してきたのは間違いない。油ヤシやブロイラーなど、部門によっては企業による垂直的統合が効率的な場合もあり、直接農園経営方式や契約栽培が採用されている。しかし、多くの輸出品目の場合、輸出システムへの産地の接合過程では、垂直的統合が図られにくい。

2) 中小企業と在来型農産物輸出

輸出産地は、あたかも自然に、意図しないうちに輸出へ結びついているように見える。しかし産地には、作物転換のきっかけを見極め、新たな農業経営や商売に結びつけようとする農家や流通業者が存在し、また、そうした行動が可能な産地構造の柔軟性がある。農家や流通業者レベルで合理的な行動をとった結果、国内流通向けの対応であったのが、輸出にも対応するようになり、それが集積して産地の大きな輸出対応の動きとなった。すなわち、在来型農産物輸出の展開である。

農家や生産者グループ、流通業者の行動が一見、自然発生的であっても、それらが輸出に向かって成長していく要因が産地に潜んでいると思われる。その一つが、中小規模の多国籍アグリビジネス企業の事業展開である。中小規模のアグリビジネス企業は、合理的な産地との関係を追求する過程で、垂直的統合とは違ったアプローチで産地を輸出へ結びつけている。輸出品目の特性によって、流通経路や選別の仕組みは異なるが、産地とアグリビジネス企業との関係には、共通するものがある。特に、果実輸出を担う中小規模アグリビジネス企業は、流通業者との柔軟な取引関係や選別の実施などの手段によって産地を束ね、東・東南アジア諸国への輸出に結びつけていったのである。

【注】

- 1 村田 [29]、pp.8、19。
アグロ・フード・システムは、「国際フード・システム」、「アグリビジネス・フードシステム」などとも呼ばれる（豊田 [54] pp.14、94）。
- 2 豊田 [54]、pp.104。
- 3 末廣 [47] に詳しい。
- 4 Yamao [69]、pp.45。
- 5 中野 [35]、pp.53。
- 6 農林水産省 [38]。
- 7 豊田 [54]、pp.14。
- 8 多国籍企業（Multinational corporation）とは、海外直接投資によってホスト国における企業の経営を支配し、複数の国に事業所、加工場、農場などの施設を所有し、世界市場に大きな影響を与える寡占企業体である（Hymer,1960）（豊田 [54]、pp.15）。他に、超多国籍企業（Transnational corporation）、世界企業（World enterprise）などとも呼ばれる（中野 [34]、pp.12）。
- 9 高橋 [52]、pp.7。
- 10 川本 [17]、pp.6。
- 11 豊田 [54]、pp.97-100。
- 12 中野 [36]、pp.17。
- 13 豊田 [54]、pp.110。
- 14 豊田 [54]、pp.38-56。
- 15 中野 [36]、pp.17。
- 16 中野 [36]、pp.9-30。
- 17 1995年のガットのウルグアイ・ラウンド（UR）の締結は、国際通商体制の大きな転機であった。URの成果であるWTO協定が発効した。これをもって、戦後の国際貿易態勢の中核を担ってきたガットが、WTOに改組した。加盟国間の関税・貿易に関する「暫定的な一般協定」「関税と貿易に関する一般協定：General Agreement on Tariffs and Trade」であったガットに対し、WTOは、貿易を律する法的拘束力をもつ国際機関である。ガット体制の中で例外的な取り扱いを受けてきた農業問題においても、WTOルールの適用をめぐる本格的な交渉分野となった（伊藤 [13]、pp.405）。
- 18 中野 [36]、pp.22、30。
多国籍アグリビジネスは、アメリカ政府などとの癒着を強化しながら、様々な交渉に影響を及ぼしてきた。例えば、カーギルの会長は1993年のガット農業交渉における交渉アドバイザー・グループに任命されている（松原 [22]、pp.70）。そうした影の影響力を行使した結果、各国の食品安全基準が貿易障害要因として槍玉にあげられ、国際的整合化が農業合意に盛り込まれている（村田 [29]、pp.8-9）。
- 19 山本 [64]、pp.227。
- 20 有斐閣経済辞典より。
- 21 円高という要因に加え、アジア諸国が次々と外資規制を緩和し、積極的な外資導入政策に転じたことも日本の投資を促進した（大塚 [40]、pp.235）。
- 22 山尾・鳥居 [68]、pp.239-240。
- 23 末廣 [47]、pp.279。
- 24 山尾 [65]、pp.171。
- 25 山尾 [65]、pp.171-172。
- 26 山本 [64]、pp.237。
- 27 中川・村田 [31]、pp.99。
- 28 山尾・鳥居 [68]、pp.234、238。
- 29 山尾 [65]、pp.174。

-
- 30 山尾・鳥居 [68]、pp.240-241。
31 山尾 [65]、pp.174。
32 山尾 [65]、pp.170。
33 山尾・鳥居 [68]、pp.242。
34 UNCTAD の規準では、海外資産、海外売上高、海外雇用、関連子会社数を用いて、多国籍企業を、超国籍企業と跨国企業に分類している。跨国企業には、韓国や台湾などの中堅企業、ASEAN の華人企業などが含まれる (中川 [32]、pp.1-6)。大規模多国籍企業は、超国籍企業の部類、中小規模アグリビジネスは、跨国企業の部類に入ると思われる。
35 末廣 [47]、pp.299、山本 [63]、pp.72。
36 末廣 [47]、pp.275-321 参照。
37 山本 [64]、pp.260-265、末廣 [47]、pp.301。
38 タイの米輸出業者の総数は登録されているもので 112 社である。1989 年には、上位わずか 10 社の輸出量は、全輸出量の 65~67%である (森井 [25]、pp.213、222)。
39 宮田 [24]、pp.191-192。
40 スキナー [62]、pp.77-78。チャティプ [5]、pp.68-71。
41 Ingram [11]、pp.41-42。
42 矢野泉 [72]、pp.27。
43 末廣 [48]、pp.87-119。
44 矢野 [70]、pp.148-149。パーボイルド・ライスとは、通常、「蒸し米」と訳され、粳を大きなタンクの中で熱湯に浸し、その後、湯を排出し冷水を入れて冷却する。さらに粳を蒸し釜に移し、低圧で熱し、天日乾燥の後、精米された米である (矢野 [70]、pp.149)。
45 矢野 [70]、pp.157。
46 重富 [43]、pp.285。
47 農産物集荷にみる農家と流通業者、あるいは輸出会社との関係は、信頼関係に基づいた社会的な固定的関係もみられる。
48 村田 [28]、pp.4。
49 山尾 [67]、pp.176。
50 原田・井野 [8]、pp.66-68。
51 原田・井野 [8]、pp.66。
52 有斐閣経済辞典より。
53 重富 [43]、pp.286-287。
54 流通資本や加工資本も一定のリスクを負うシステムであり、小作形態のように小作に多くのリスクを負わせてしまう形とは異なる。また、地主・資本家直営のようにすべてのリスクを経営者側が負うものの、そのかわり容赦なく雇用人員を適正規模に維持するために過剰労働力を解雇し、従来の関係を断ち切る形とも異なる (堀口 [10]、pp.25)。
55 梅原 [59]、pp.222。
56 権藤 [7]、pp.47-48。
57 山本 [63]、pp.76-77。
58 岩佐 [14]、pp.238-241。
59 村田 [29]、pp.9-12、中嶋 [33]、pp.197、村田 [28]、pp.3-4 など。
60 契約栽培については、多様な契約の度合いがあり様々な評価がある。梅原は、「種子、肥料・農薬などを企業側が負担し、農民は土地と労働力を提供する」という見方をしている (梅原 [59]、pp.222)。岩佐は、「農作業の方針、資材供給、生産物の加工・販売、土地所有権の譲渡などについて契約を交わす。個別経営を農業の主体と位置づけつつも、企業が農家の生産・生活に実質的に関与し、産地全体の管理・調整を図る。企業の計画・管理は企業が担当し、労働編成や土地所有の方針は企業の指揮のもとにおかれる。」と説明している (岩佐 [14]、pp.239)。
61 宮田 [24]、pp.180-182。
62 Aungsumalin [2] pp.26-28。
63 Ingram [11]、pp. 19-22。
64 矢野 [71]、pp.90-91。
65 宮田 [23]、pp.251。

-
- 66 Setboonsarng, et al. [42] pp.46-47.
67 山尾・パタリヤ [66]、pp.35-52。
68 馬場 [3]、pp.92-93。

第2章 食料貿易のグローバル化とタイの果実輸出

はじめに

WTOが進める経済のグローバル化が深化している。1990年代以降、二国間や多国間における自由貿易協定あるいは自由貿易地域（Free Trade Agreement, Area : FTA）締結への動きが活発化している。とりわけ、アジア太平洋地域での動きが激しく、2010年ごろまでには、FTAが錯綜し、地域経済圏の形成がより進むであろうといわれている¹。農産物の貿易構造は、農産物輸出市場においても、計画経済から市場経済への移行経済国として急速に台頭した中国やベトナムの登場により、大きな変化がもたらされている²。本章では、第1に、食料貿易のグローバル化とリージョナル化の動きの中で、タイがどのような農産物輸出戦略をとってきたか、その位置づけを明らかにする。第2に、1990年代から新興輸出品目として輸出の伸びを示す果実に注目し、輸出動向をみていきながら、輸出拡大を支えた要因を考察する。

1. 食料貿易のグローバル化とタイの開発政策

タイは、元来、米を中心とした農水産物資源に恵まれた世界有数の農業国である。タイのGDP（Gross Domestic Product : 国内総生産額）に占める農林水産業の割合は、減少傾向にあるものの、その数値以上に、タイ経済における農業の役割は大きい。現在でも就業人口の50%が農林水産業に従事しており、アジア経済危機直後には、農業・農村がバンコクの失業者の緩衝材となった³。食料の純輸出国でもあり、工業製品の輸出が急速に伸びている状況下にあっても、輸出に占める農林水産関連品の比重は小さくない。

1990年代に入り、世界経済のグローバル化とリージョナル化の風潮が高まった。GATT交渉において、ケアンズ・グループの一員として農業自由化に積極的な立場を示していたタイは、AFTA（ASEAN Free Trade Area : ASEAN地域貿易地域）創設を提案する。AFTAは、タイ、インドネシア、ブルネイ、マレーシア、フィリピン、シンガポールの6カ国が結ぶCEPT（Common Effective Preferential Tariff : 共通効果特惠関税）協定を基本とし、1993年に動き始めた。この背景には、AFTAという統一自由市場を設置し、1990年代か

ら中国へ流出した海外直接投資を回帰させようという狙いがあった⁴。

一方で、2001年のタクシン政権誕生を契機に、二国間 FTA も積極的に進められている。特に、アメリカ、日本、中国といった貿易相手として重要な国に対して積極的であった。二国間 FTA の目的は、農産物や繊維製品の海外市場開拓にある。この点は、タイの貿易輸出量が落ち込んでいる現況を受けてタクシン政権がとった、国内経済構造の基盤強化政策と密接に関わっている⁵。タイは、工業化が最も進んだといわれる 1990 年代終盤に至ってもなお、農業分野で競争力を維持しつづけようとしているのである。

2. タイの経済成長と農産物輸出戦略

タイは、アジア経済危機以前まで順調な経済発展を遂げ、また経済危機後も急速な回復をみせている。そうした経済成長を支えたのは、タイ独自の経済発展政策として捉えられてきた NAIC 戦略であった。NAIC 戦略とは、農林水産業と農林水産加工業を軸として、輸出産業の育成、雇用の創出、農漁村住民の所得向上を図り、これを通じて一人あたりの国民所得の上昇、つまり経済成長を実現しようとするものである⁶。工業化に必要な資本財の輸入は農産物輸出によって獲得された外資によってまかなわれ、製造業の発展も農業部門からの豊富な原料供給を受けた食品加工業の成長が、製造業全体の成長を支えてきた。工業製品輸出拡大による持続的高度成長、農業人口の減少と製造業人口の継続的な拡大、といういわゆるアジア NIEs の戦略とは異なり、農業を基盤においたという点でタイ独自の開発過程である⁷。

1) 輸入代替工業化政策

1960 年代にみられたタイの工業化は、輸入代替工業化政策によって支えられた。日用品、繊維、自動車、家電製品などの耐久消費財、非耐久消費財の輸入を代替するための国内生産が奨励され、国内産業には高関税による産業保護政策がとられた⁸。この輸入代替工業化によって、短期間のうちに消費財の輸入は減少したが、市場規模がもともと狭隘であったために、輸入代替型産業は、大量生産による規模のメリットを発揮する前に、国内市場を充足してしまう。さらに、産業保護のため採用された高関税は、為替レートの過大評価をもたらした。為替レートの過大評価は、輸入代替部門を成長させる不可欠な手段である。しかし、保護された工業部門の高コスト体質を構造化させ、農業部門の価格競争力を低下

させた。輸入代替の深化につれて、機械設備や原材料輸入は拡大傾向をたどり、国際収支赤字が悪化した。

2) NAIC 戦略への転換とその要因

輸入代替工業化の行き詰まりから、1970年代終盤から、NAIC 戦略への転換が目指された。農産物輸出は、米や天然ゴムなどの伝統的輸出農産物のシェアは低下したものの、1960年代までに導入された商品作物（トウモロコシ、キャッサバ、サトウキビ、ソルガムなど）の輸出が伸びた⁹。最大の特徴は、農産物など一次産品をそのまま輸出するのではなく、加工度を高めて輸出し外貨獲得を目指す点である。すなわち、冷凍エビやパイナップル、魚の缶詰の輸出が本格化する。それら加工品輸出が、1980年代のタイの高度成長へ結びつける重要な役割をもつ。

NAIC 戦略の基盤になった農産物輸出拡大の背景には、1973年の第1次石油危機の影響で一次産品価格が上昇したことや¹⁰、パーツの為替がドルにリンクされており、ドルが80年代半ばから、他の主要通貨に対して切り下げ傾向にあったことなどがあげられる¹¹。しかし、最も大きな転換要因は、自国の資源を有効利用して輸出へ結びつける可能性が、1970年代以降の農業生産構造に存在した点である。

1960年代以降の外国援助による幹線道路網などのインフラ整備により、流通業者はより広範な買い付けを展開するようになる。農村では、流通業者の買い付け増大に反応して、農民が森林を開拓していった¹²。耕地フロンティアによる耕境拡大が進む一方で、機械化が進み労働集約化がみられた。1980年ごろから、耕地の面的な広がりを求める外延的耕地フロンティアが消失した。同時に、土地生産性を追及する内延的フロンティアが拡大し、その拡大は、人口増加による労働力に雇用の場を提供してきた¹³。限られた土地に存在する豊富な労働力のおかげで、農村では労働調達を低賃金で維持することができ、市場条件の変化に適応した技術変化を行い、生産拡大を遂げてきた。つまり、1970年代から80年代にかけての農村においては、労働集約的農業が可能だったのである。農産物加工品など、労働集約型の製品の輸出が拡大したのは、当時の農業生産構造のあり方がマッチしたものであった。これらを考慮すると、パイナップル缶詰や冷凍エビ、魚缶詰などの農産物加工品は、本格的な NAIC 戦略の発展を遂げる 1980年代以前から、輸入代替政策のもとで十分な政策保護なしでも、輸出商品として拡大していく可能性をもっていたといえる。

3) タイ経済の高度成長

1980年代に入ると、第2次石油危機の影響で世界経済が停滞し、一次産品の国際市況は下落し輸出は停滞したものの、80年代後半からは様相が一変し、タイ経済は高度成長期に突入する。1970年代から輸出を牽引してきた、加工品などの労働集約的な製品の輸出振興が一層図られた。さらに、1985年のプラザ合意以降、輸出指向型の企業を中心とする外資導入の急増が、タイのアグリビジネスを成長させ、加工品は対日輸出を中心に急激な輸出増を示した。そうして1980年代は、輸出向け農産物の多様化や高付加価値化を通じて、農業を比較優位をもった外貨獲得産業として維持してきたのである¹⁴。

しかし、図2-1からわかるように、タイの輸出総額に占める農林水産物輸出の占める割合は、1986年の60%から93年には30%にまで大幅に低下する。繊維製品が1985年までに最大の輸出製品となり、さらに外国投資の急増によって、コンピュータ部品や家電製品、自動車部品などが新たな輸出製品として登場した。タイ経済は、従来のNAIC戦略の発展から工業製品輸出が牽引するいわゆるNIEs戦略の転換が進められるこの時期、NAIC戦略は、過渡的な戦略として位置づけられていた。

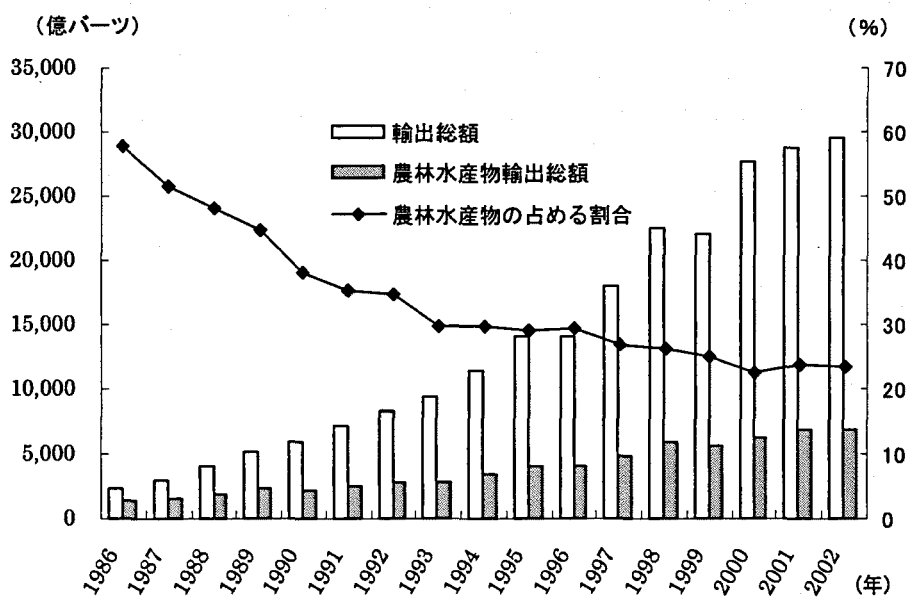


図2-1 タイの輸出総額と農林水産物輸出総額の年次推移

注：輸出額は全て名目額。

1バーツ=2.61円 (2004年12月現在)

資料：Thailand Foreign Agricultural Trade Statistics 各年より作成。

4) 1990年代にみる農産物輸出の特徴

(1) アジアのリージョナル化と新たな競争関係

再び資本財・原材料の輸入を招き、1990年代の貿易赤字は過去最大となった。さらに長期的な高度成長による人件費の上昇により、労働集約型産業において、競争力を発揮できなくなった。品目別にみても、1990年代からパイナップル缶詰や冷凍エビなどの輸出は伸び悩んでいる。

同時に、1990年代は、アジア域内の貿易が活発になり、タイは新たな競争関係に巻き込まれた。タイにとって、輸出市場の拡大が期待されるものの、経済発展により労働賃金などの生産コストが年々増加し、一次産品または加工度の低いものは、中国をはじめ、ベトナム、インドネシアなどのアジア各国、またブラジル、エクアドルなどの南米などとの競争が激しくなった。米、エビ、プロイラーなどの主力輸出品目においても競争国が出現し、これらの国に対し、価格面で競争力を維持することが困難になり始めている。特に、中国のWTO加盟後の欧米市場への輸出拡大が大きな脅威となっている。中国は、豊富な原料と安い生産コストを活かして外資導入を図り、アグリビジネス分野に進出している。1990年代後半からは、タイのアグリビジネスを支えてきた日系食品産業の進出が、中国へと移行しつつある。タイの輸出競争力の核となるこの分野において、中国との競争が今後高まってくると予想される¹⁵。

図2-2は、タイの農水産物主要輸出先別の輸出金額の年次推移である。1990年代前半は、

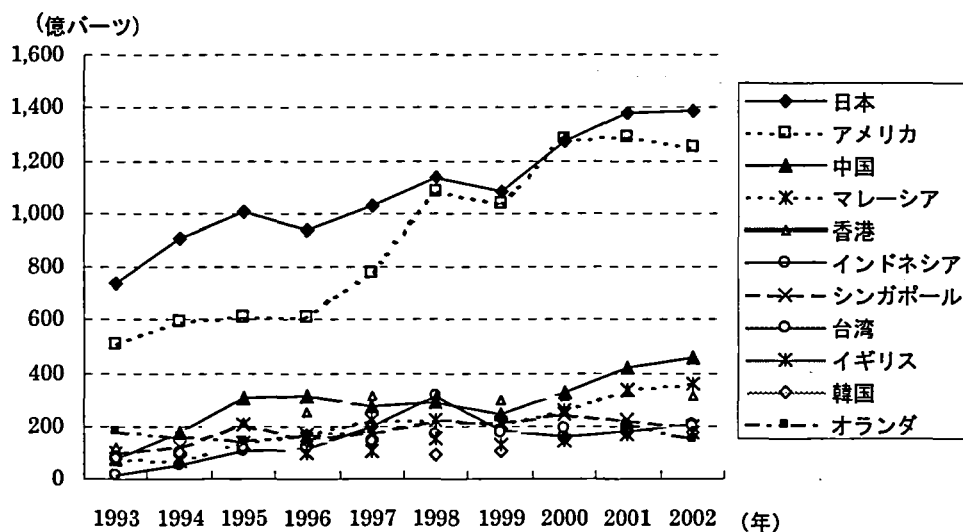


図2-2 タイ農水産物の輸出国先別輸出金額の年次推移

資料：Thailand Foreign Agricultural Trade Statistics 各年より作成。

日系企業の進出を背景に日本への輸出金額が伸び、後半には、アメリカの景気の伸びを反映して、アメリカへの輸出が増加している。注目すべきは、中国及び ASEAN が、経済発展とともに、順調に輸出金額を伸ばしてきている点である。中国においては、1993年の農水産物輸出総額に占める割合は、2.7%から 2000 年には、6.6%へ、マレーシアとインドネシアにおいても 93年のシェアが 2.9%、0.5%であったのが、2002年で 5.1%、3.1%まで上昇している。アジア域内の工業製品、及び農林水産物の貿易量は、アメリカや日本市場など域外需要への依存が高いため、ASEAN 市場は規模の小さい経済圏である、との評価もある¹⁶。しかし、アジア経済危機発生後は、輸出は全般的に増加傾向にあり、ASEAN 市場の需要は底堅いものがある¹⁷。巨大な人口を有する ASEAN 地域は、次期有望市場であり、今後、ASEAN 各国の政治の安定化、経済回復が進めば農林水産物輸出における ASEAN 市場の拡大が大幅に拡大するものと予想される。従来の主要輸出先であるシンガポール、インドネシア、マレーシアのほか、国境貿易で多くの食品や日用品が輸出されていたラオス、カンボジア、ミャンマーにも輸出拡大の可能性がある¹⁸。しかし同時に、アジア域内における新たな競争の構図も顕著になってきた。

(2) 新たに求められる輸出政策

1990年代の新たな国際関係の変化による厳しい競争構造の中で、競争力を維持していくため、タイ政府は新たな開発政策の策定の必要性に迫られた。その政策の核となるのが、伝統的輸出品目の高付加価値化であり、新興輸出品目の開拓である。

タイは、農産物加工品の高付加価値化を奨励するとともに、水産物加工品や冷凍野菜など、加工度の高い高付加価値・高度加工化の生産にシフトしている。伝統品目である米についても、1990年代から高品質米の輸出量の割合が高位を維持している¹⁹。また、その一環として、アメリカや日本市場などの需要に応じ、食品の品質管理、衛生管理の工場を民官一体となって熱心に勧めている。HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point : 危害分析重要管理(監視)点)方式や ISO (International Organization for Standardization : 国際標準化機構)規格、規準の導入、食品の適正製造規準 (Good Manufacturing Practice : GMP)、農産物の適正農業規準 (Good Agricultural Practice : GAP) の制定などがみられる²⁰。さらに、新興輸出品目の開拓も、新たな開発政策の核となっている。その新興輸出品目の一つに、生鮮果実があげられよう。

タイの農林水産物輸出総額に占める品目別割合の年次推移を図 2-3 に示す。1990年代か

ら高付加価値化も伴い、水産物、野菜などのシェアの伸びが著しい。また、果実も近年、輸出拡大傾向をみせている。果実の農水産物全体に占める割合は、1986年には4.0%、2002年は4.6%とあまり変化がない。この果実の項目には、1990年代以降、競争力を失い停滞気味であるパイナップル缶詰が含まれている。そこで、パイナップル缶詰を差し引いた数値から輸出農産物総額に対する割合の変化をみると、農林水産物輸出全体に占めるシェアは、1986年の1.7%から2002年には3.3%とほぼ倍増している。

タイには多種多様な果実が生産されており、国内農業の中では欠かせない位置づけにある。輸出の潜在能力はあったといえるが、害虫駆除技術、品質管理能力が立ち遅れていたたり、検疫制度などの問題が障壁となり、輸出が伸び悩んできた²¹。しかし、果実輸出総額の年次推移からわかるように（図2-3参照）、近年、急激な伸びを示しており、輸出品目の中で存在感を現し始めている。

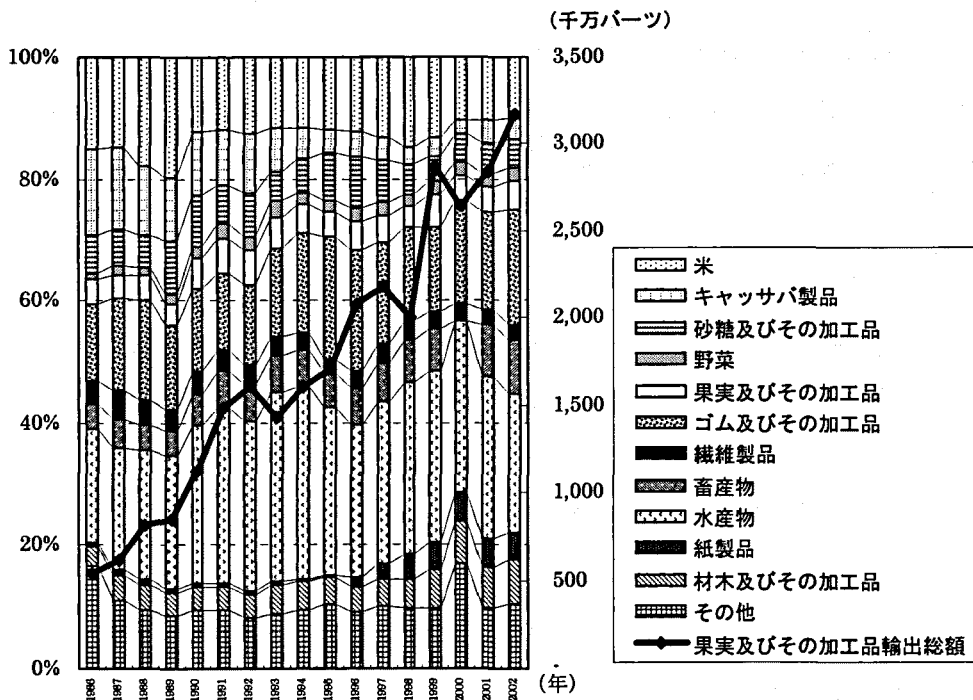


図2-3 タイの輸出農水産物総額に占める主な品目の割合

資料：Thailand Foreign Agricultural Trade Statistics 各年より作成

3. 生鮮果実輸出の成長とその要因

タイ産果実が有効な輸出産品として育ちつつある背景には、以下の4つの要因が考えら

れる。第 1 に、NAIC 型発展以前から農産物加工品生産を支えた、果樹産地における農業生産・労働力調達構造の変化、第 2 に、産地における流通構造の変化、第 3 に、東アジアを中心とした海外市場の需要の拡大や、WTO 下のアジア域内貿易自由化に代表される国際関係の変化、第 4 に、果実輸出をめぐる政策の変化、例えば、果実輸送技術向上と物流拠点の整備や、輸出振興局による輸出振興、農業普及局による産地奨励、流通促進政策などである。本節では、果実輸出をめぐる政策変化について検討し、果樹産地における生産構造、流通構造の変化については、次節で述べる。

1) 輸送技術と物流の整備

収穫後の農産物の状態を的確に管理するポストハーベスト技術として、冷凍・冷蔵技術、消費地への輸送システム、成熟測定器などの開発が重要になっている。また、輸出を円滑に行うため、植物検疫や各種認証手続きの簡素化や迅速化も目指されている。One Stop Service を導入し²²、手続きの迅速化に向けた整備が整いつつある²³。また、政府による一連の輸出奨励策は、輸出果実の多様化、高品質化、高付加価値化が目指されている。国内への供給過剰による市場価格低迷を防ぐ意味でも、輸出のメリットが大きくなっている。

2) 果実輸出奨励政策

多数あるタイ産果実の中で、唯一パイナップルだけが、輸出専用の缶詰加工工場の設立や品種改良などが行われてきた²⁴。しかし、近年の輸出農産物の新興品目の開拓の中で、果実に注目が集まっている。政府は、パイナップルが大きな割合を占めていた果実輸出を多様な果実へ移行させていくこと、また、生鮮形態や冷凍品の品質向上、付加価値の高い加工品の輸出も推進していく考えである。

1997 年に発表された第 8 次植物開発計画（1997～2001 年）で、農業協同組合省農業局および農業普及局は、畑作物、野菜、果実に関する 4 年間の計画を明らかにしている。果実の中では、ドリアン、ザボン、パイナップル、ロンガンの 4 品目が計画対象となっている。具体的には、輸出を念頭においた生産量の増加や品質向上、生産コストの低減、高度加工化に向けての実施政策が提案されている。

さらに、貿易自由化の中で海外市場の需要に適した生産を行い、輸出拡大を目指すという方針から、農業局は 1999 年に GAP という標準規格を定めた。輸出量の増加が期待されている農産物に対し、輸出に適した品質をタイの輸出標準規格と定め、その対象品目とし

て選ばれたのが、ドリアン、ロンガン、そしてランであった。GAPは、海外市場の需要に応じた生産、という視点だけではなく、生産農家の収入や消費者への安全性、また資源管理や環境保全の側面からの必要な条件が加えられている。

4. 果樹産地の生産構造の変化と輸出動向

1) タイの果樹生産

タイは、熱帯地域である特性から、多種多様な果樹生産がさかんである。主要な果樹は表 2-1 に示すように、36 種類あり（農業普及局『果樹・樹木作物統計』による）、地域差はあるものの、全国的かつ一年中栽培が行われている。タイの農地面積における果樹作付面積は²⁵、年々増加しており、1999 年には 2,608 万ライと、全農地面積の 19.9%を占めている（表 2-2 参照）。果樹生産が最も盛んな地域は南部である。全国の果樹作付面積の 55.4%にあたる 1,445 万ライが南部に集中しており、南部の農地面積のうち 75.5%が果樹の作付面積である（表 2-3 参照）。表 2-4 は、主要果樹 36 品目のうち、生産量の多い 15 品目について 2001 年の生産状況を示したものである。最も生産量が多い果実はパイナップルであり、36 種全果実の生産量の 16.9%を占める 197 万 t が生産されている。パイナップルは前述したように、最も多くの輸出が行われており、収穫の半分以上が海外輸出用として加工工場に搬入されている²⁶。次いで、生産量が多いのが最近、輸出され始めているマンゴーであり、14.3%を占める。その次に多いのがナムワーバナナであり、大部分は国内消費である。作付面積は、マンゴーが最も多く、次いでドリアン、ナムワーバナナである。

果実の作付面積は、1990 年から 99 年の 10 年間で約 134%の伸びを示している。表 2-5 が示すように、主な果実の作付面積増加率の上位 10 品目のうち、ロンガン、マンゴスチン、ザボン、マンゴー、ドリアン、レイシはいずれも輸出奨励品目の対象であり、これらは 1990 年代後半にかけて作付面積を大幅に伸ばしている。

果樹生産の拡大の要因は、国民人口及び所得増加に起因する需要の増加や、1980 年代から一部の地域でみられた、水田から工業用地や住宅地への土地利用転換のパターンに、果樹栽培が組み込まれていたことなどが考えられる²⁷。また、近年の果実輸出の増加が農家の生産量増加につながっているとも考えられる。これら果実は、大部分が国内消費向けに栽培されている。国内向けの流通量と比較すると輸出量は数%にとどまるものの、輸出の動向は拡大傾向にある。

表2-1 タイの主要果実の名称と収穫時期

	日本語	英語	タイ語	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	サントール	Santol	グラトーン					■	■						
2	フィンガーバナナ	Khai banana	クルアイカイ					■	■	■					
3	ナムワーバナナ	Namwa banana	クルアイナムワー	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	ホームトンバナナ	Hom banana	クルアイホームトン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	ジャックフルーツ	Jack fruit	カヌン	■	■	■	■	■	■						
6	ランブータン	Ranbutan	ンゴ					■	■	■	■	■			
7	ヒメヒラミツ	Champedak	ジャムパーダック										■	■	■
8	ジャワアップル	Java apple	シヨンブー	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	ドリアン	Durian	トゥリアン					■	■	■	■	■			
10	シャカトウ (釈迦頭)	Suger apple	ノイナー										■	■	■
11	グアバ	Guava	ファラン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
12	ジュジュベ	Jujube	ブッサー	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
13	パッションフルーツ	Passion fruit	パッションフルーツ										■	■	■
14	タマリンド	Tamarind	マカーム	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
15	ライム	Lime	マナオ					■	■	■	■	■	■	■	■
16	マリアンプラム	Marine plum	マプラーン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
17	マンゴー	Mango	マムアン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
18	カシューナッツ	Cashew nut	マムアンヒンパーン		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
19	パパイヤ	Papaya	マラコー	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
20	マンゴスチン	Mangosteen	マンクット					■	■	■	■	■	■	■	■
21	スネークフルーツ	Snake fruit	ラカム					■	■	■	■	■	■	■	■
22	ロンコン	Longkong	ロンコン										■	■	■
23	サボディラ	Sapodilla	ラムット										■	■	■
24	ランサート	Langsat	ランサート										■	■	■
25	レイシ	Lychee	リンチー					■	■	■	■	■	■	■	■
26	ロンガン	Longan	ラムヤイ										■	■	■
27	スイートオレンジ	Sweet orange	ソムクリヤン										■	■	■
28	タンジェリン	Tangerine	ソムキヤオワーン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
29	ザボン	Pomelo	ソムオー										■	■	■
30	ブドウ	Grape	アゲン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
31	パイナップル	Pineapple	サパロット	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
32	モモ	Peach	トー					■	■	■	■	■	■	■	■
33	ウメ	Japanese apple	ブエイ					■	■	■	■	■	■	■	■
34	ネックオレンジ	Neck orange	ソムジュック										■	■	■
35	アシッドレスオレンジ	Acidless orange	ソムタラー										■	■	■
36	ナシ	Pear	サリー										■	■	■

資料：『果樹・樹木作物統計』より作成。

表2-2 タイの農地面積と果樹作付面積の年次推移

(単位:1,000ライ、%)

年	農地面積	果樹作付面積	果樹作付面積の割合
1987	131,203	15,999	12.2
1988	131,773	17,755	13.5
1989	133,831	18,660	13.9
1990	132,124	19,429	14.7
1991	133,076	20,098	15.1
1992	132,051	20,849	15.8
1993	131,271	20,999	16.0
1994	131,833	21,638	16.4
1995	132,479	22,319	16.8
1996	131,820	23,131	17.5
1997	131,108	24,132	18.4
1998	130,394	25,079	19.2
1999	131,341	26,075	19.9

注: 1ライ=0.16ha (1ha=6.25ライ)

資料: Agricultural Statistics of Thailand 各年より作成。

表2-3 タイの地域別農地利用状況 (1999年)

(単位: 1,000ライ)

地方	総面積	農地面積	稲作面積	畑作面積	果樹面積	園芸面積	その他
北部	106,028	28,313	14,401	9,218	2,840	359	1,494
構成比 (%)			50.9	32.6	10.0	1.3	5.3
東北部	105,534	57,947	37,745	11,728	3,393	213	4,867
(%)			65.1	20.2	5.9	0.4	8.4
中央部	64,938	25,942	10,434	7,764	5,395	355	1,993
(%)			40.2	29.9	20.8	1.4	7.7
南部	44,197	19,140	3,106	76	14,447	98	1,412
(%)			16.2	0.4	75.5	0.5	7.4
全国	320,697	131,341	65,627	28,787	26,075	1,026	9,827
(%)			50.0	21.9	19.9	0.8	7.5

注1: 構成比は、各地域の農地面積に占める割合を示す。

2: いずれも作付面積である。

資料: Agricultural Statistics of Thailand 各年より作成。

表2-4 主要果実の生産概況 (2001年)

(単位: ライ、t、%)

品目	結果樹面積	生産量	生産量割合
1 パイナップル	552,456	1,978,822	16.9
2 マンゴー	1,718,217	1,669,439	14.3
3 ナムワーバナナ	691,516	1,607,592	13.8
4 ドリアン	692,892	1,042,315	8.9
5 ジャックフルーツ	218,399	778,199	6.7
6 ランプータン	515,150	747,832	6.4
7 タンジェリン	287,348	677,174	5.8
8 ロンガン	365,300	398,185	3.4
9 パパイヤ	111,074	312,603	2.7
10 ザボン	192,426	243,723	2.1
11 シャカトウ	236,638	235,045	2.0
12 タマリンド	480,833	234,835	2.0
13 ホムトンバナナ	76,309	233,775	2.0
14 ライム	193,419	224,587	1.9
15 マンゴスチン	237,515	223,331	1.9

資料: パイナップルは、Agricultural Statistics of Thailand より、
それ以外は、『果樹・樹木作物統計』より作成。

表2-5 主要果実の作付面積の推移 (上位10品目)

(単位: 1,000ライ、%)

品目	1986-1992年 平均	1993-1999年 平均	増加率
1 サントール	22.0	79.2	259.7
2 ロンコン	59.3	185.5	213.1
3 ロンガン	166.0	426.0	156.6
4 ジャワアップル	18.8	42.4	125.6
5 マンゴスチン	117.6	258.7	120.0
6 ザボン	87.8	174.6	99.0
7 タマリンド	310.6	587.6	89.2
8 マンゴー	1,209	1,999	65.4
9 ドリアン	529.0	813.2	53.7
10 レイシ	90.5	113.1	24.9

資料: Issariyathip [12], pp.45より引用、一部、筆者により変更。

2) 果樹生産・労働力調達構造の変化

農村では、1980年代における開拓が停滞し、単位面積当たり生産額の高い果樹園や灌漑地面積が増加しつづけた。果樹は、自然に熱帯地域に生息することから、その栽培は一般的に粗放栽培とみられがちであるが、商品作物として出荷される場合、労働集約的栽培であるといつてよい。特に、1990年代以降、海外市場に応じた品質の高さを追求する農家や、有機農法を採用する農家も出現してきており、その集約度は高まる傾向にある。

また、1990年代の農村における労働力調達構造をみると、アジア経済危機以降の農村への労働力の還流と滞留、近隣諸国からの外国人労働者の流入などに起因する豊富な労働力により、比較的安い賃金での労働力調達を維持できている。果実によっては、収穫作業や流通業務の一部を専門的に行う業者が出現してきており、果実をめぐる労働力調達構造に変化がみられる。他の作物に比べて生産性の高い果樹園の拡大と、労働集約的農業を可能にした労働力調達構造の変化が、近年の輸出向け果実の生産を支えてきた。

また、果樹栽培の拡大は、タイ農業の成長に大きなインパクトを与えつづけてきた。新谷は、1950年から96年を対象に、タイ農業に関する統計の編集と推計を用いて、タイにおける農業生産の成長の軌跡を数量的に分析している²⁸。農業生産額に関する分析によると、1995年までの農業総生産額の成長率の上昇に、果実の生産額の動向が大きく貢献していることを示している。表2-6からわかるように、農業総生産額の成長率が7.8%であり、それを100とした場合、果実の成長寄与率は19.1%である。これは、米の25.4%に次ぐ寄与率である。果実の生産額成長率は低いものの、タイ農業全体でみれば、米につづいて高い貢献度で成長に寄与している。さらに、タイの総耕地面積の拡大に対する果樹の寄与率の検証でも、1980年代から90年代において、果樹面積拡大の寄与率が他の農産物に比

表2-6 農産物グループ別農業生産額（1950-1995年平均）

	米	耕種食料作物	野菜	果実	工芸作物		ゴム	畜産	合計
					耕種作物	樹木作物			
成長率 (%/年)	6.7	10.9	11.6	8.3	4.9	6.7	7.8	7.1	7.8
成長寄与率 (%)	25.4	12.9	8.3	19.1	1.2	3.4	12.0	18.6	100.0

注1：この場合の「果実」とは、以下の17品目。パイナップル、ホームトンバナナ、ナムワーバナナ、フィンガーバナナ、その他のバナナ、ライム、マンゴー、タマリンド、マンゴスチン、ランサート、ドリアン、ランブータン、ジャックフルーツ、タンジェリン、ザボン、ペテルナッツ。

2：「耕種食料作物(Upland food crops)」とは、メイズ、緑豆、キャッサバ、サトウキビ、ソルガム、大豆、落花生、ゴマの8品

3：引用文献の基本的統計資料は、Agricultural Statistics of Thailandである。

資料：新谷【45】、pp.96より。

べて最も大きいことが証明されている²⁹。果樹面積の拡大は、タイの耕地面積が急速に拡大した大きな要因となっていたのである。果樹生産は、戦後から近年に至るまでタイ農業の経済を底支えし、その重要な位置づけは今日に至るまでつづいてきた。今後も輸出の増加により、その傾向に一層、拍車がかかると予想される。

3) 果実輸出の動向

果実輸出総額は、年々増加しており、停滞する農林水産物輸出の中で重要な位置にある。1989年の85億バーツから、2002年には247億バーツと約3倍に増大している。形態別にみると図2-4からわかるように、生鮮、冷凍、缶詰、砂糖漬け、ジュース、乾燥など様々である。最も大きな割合を占めるのは缶詰であり、果実輸出総金額の40%を占めている。缶詰果実の中で最も大きな割合を占めているのは、パイナップルである。しかし、タイのパイナップル缶詰業界は1994年にアメリカ企業マウイ・パイナップル社の告発により、アメリカ商務省から企業にダンピング防止税が課せられたため、それ以後の輸出量が大きく減少している³⁰。缶詰製品が減少する一方で、シェアを伸ばしているのが生鮮果実であり、これはパイナップル缶詰の停滞とそれに代わる新興果実の輸出拡大を表している。生鮮果実の中で最も大きな割合を占めるのはドリアンであり、全輸出金額の30.4%を占めている。次いで多いのはマンゴー、ロンガンである。主な生鮮果実の輸出金額を示したのが表2-7である。それらの輸出先は、果実によって多様であるが、香港、台湾、中国のアジア諸国が大部分を占めている。アメリカや日本などの輸出も増加しており、輸出の幅が広がりつつあることを示している。

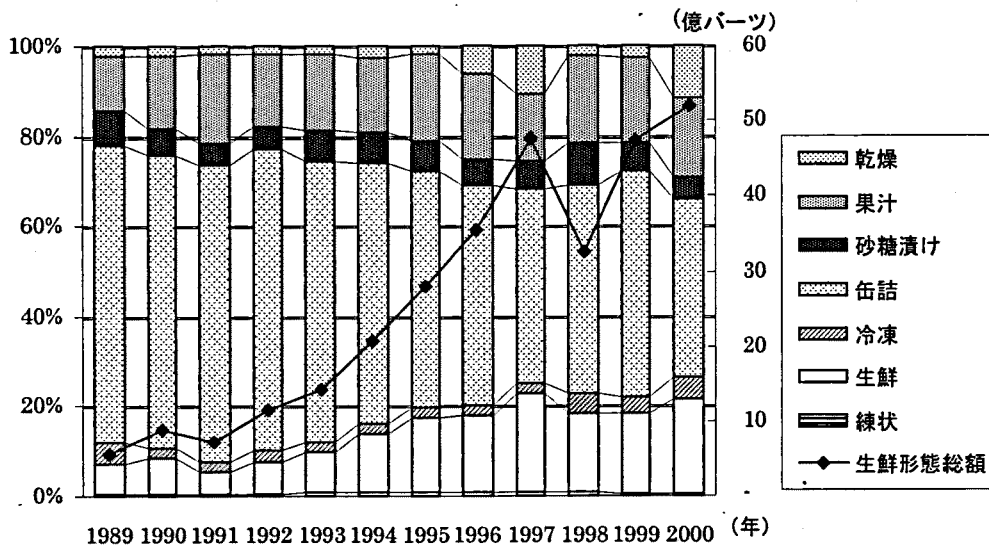


図2-4 タイの形態別果実輸出総額の年次推移

資料：農業普及局資料より作成。

表2-7 主要生鮮果実の輸出金額の年次推移

(単位：百万バーツ、%)

品目	1994年		1995年		1996年		1997年		1998年	
	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合
ドリアン	522.6	25.3	1,004.6	36.0	1,202.1	33.7	1,399.6	29.3	2,061.8	63.3
マンゴー	48.6	2.4	42.2	1.5	120.1	3.4	149.0	3.1	201.5	6.2
ロンガン	756.4	36.6	882.1	31.6	1,286.4	36.1	2,119.9	44.4	149.5	4.6
ランブータン	15.6	0.8	20.4	0.7	38.9	1.1	46.6	1.0	78.9	2.4
レイシ	36.5	1.8	118.6	4.2	336.4	9.4	327.1	6.9	72.5	2.2
ザボン	67.8	3.3	56.1	2.0	66.9	1.9	44.4	0.9	66.3	2.0
マンゴスチン	26.5	1.3	65.7	2.4	39.5	1.1	99.4	2.1	44.0	1.4
ホームトンバナナ	17.9	0.9	14.2	0.5	18.5	0.5	18.0	0.4	20.9	0.6
パイナップル	4.0	0.2	6.9	0.2	14.6	0.4	21.2	0.4	12.3	0.4
その他	568.1	27.5	581.8	20.8	440.6	12.4	548.4	11.5	548.6	16.8
合計	2,064.0	100.0	2,792.6	100.0	3,564.0	100.0	4,773.6	100.0	3,256.3	100.0

資料：関税局資料より作成。

5. 果実流通構造の変化

1) タイ国内における果実流通の特徴

果実輸出拡大の大きな要因の一つである、産地の果実流通構造の変化について検討する。

タイの果実流通の多くは、地方集荷業者の影響力が大きく、農家の生産量を把握した業者が産地に出向き、まとめて買い付けを行う形態が大部分である。最終製品形態が、生果や冷凍といった未加工品となるドリアン、マンゴスチン、ランブータン、マンゴー、ロンガン、レイシ、ロンコンなどがそれにあたる。しかし、生産量の80%が缶詰として輸出されるパイナップルや、加工向け原料としての需要が増加しているロンガンなどは、他の果実の流通形態とはまったく異なっている。パイナップル生産農家は、加工工場へ直接、収穫物を持ち込む。加工工場搬入や生鮮販売を担う流通業者へ販売することもあるが、農家による搬入が主である。また、外資系のアグリビジネスが運営する加工工場へ出荷する場合、パイナップル生産農家は、企業と1年単位で契約を結ぶ。契約後、各農家に圃場の数だけ小冊子が配布される。その冊子には、作業過程が細かく指示されており、ほとんどの項目において、加工工場のスタッフによる確認が義務づけられている。他の果実に比べて、農家と出荷先との結びつきが強い³¹。

生鮮果実流通を概観すると、集荷業者から、バンコクの卸売業者、地方の卸売業者（あ

るいは、直接地方卸売業者)、それぞれの地域の小売業者に流れるが、特に大きな力を持っているのは民間の集荷業者である。彼らはタイ語でポーカー (Phookhaa) と一括して呼ばれるが、実際は多段階にわたる様々な機能をそれぞれ分担し、連携して流通システムを構成している。農家の手を離れた果実は、ポーカーあるいは、ポーカートンティン (Phoo Khaa Ruwap Ruwam Tongthin) と呼ばれる、地域内在住の小規模な地元集荷業者の手に渡る。遠隔地の集荷業者が買い付けに訪れるといった事態も広くみられる。彼らは、地元住民ではないものの、一定地域範囲で活動している。県をまたいで集荷にあたり、他県との往復を繰り返すフットワークの軽い、移動集荷業者である³²。集荷業者は、村の中で集荷を行うだけでなく、地域市場へ向かう農家や、産地で集荷してきたばかりの集荷業者の車を呼び止めて買い取りの交渉を行う。また、彼らは様々な果実の収穫時期にあわせて、産地移動を繰り返す。こうしたフットワークの軽い多くの集荷業者が、果樹産地周辺を拠点に集荷活動を展開している。さらに、地域卸売市場では、バンコクや他地域へ販売する集荷業者の手に渡り、各市場で販売される。これら多くの流通業者が幾とおりにも合わさって、様々なパターンが形成される (図 2-5 参照)。

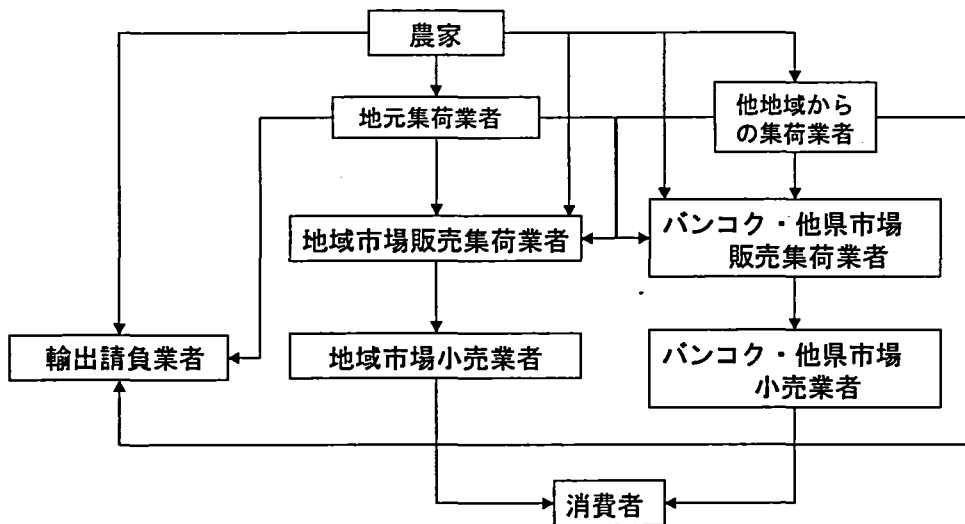


図2-5 タイの主な果実流通経路

資料 : Issariyathip [12]、pp.72、一部、筆者の聞き調査より加筆、変更。

多様な集荷業者の出現を支えた要因は、モータリゼーションの普及である³³。集荷業者による集荷は、小型トラックによって行われる。農家においても、小型トラックの普及がみられ、農家の販売活動を大きく変えた。自ら収穫物を運搬する者が現れ、中には、近所に住む運搬手段を持たない農家から運搬のみを請け負う者もみられる。農家みずからによる販売対応が本格化し、地元集荷業者の集荷過程が短縮される点も近年の果実流通の特徴である。

2) 果実輸出流通の特徴

タイの果実輸出は、在来型果実輸出が大部分を占め、未組織の零細農民が生産を担い、企業による組織化などはなされていない。パイナップルだけが例外で、缶詰形態での輸出が外資系の大規模アグリビジネスによって展開されており、タイ中西部にあるフアヒン県では、ドール社によるプランテーション農園が経営されている。他のパイナップル産地においては、基本的に零細農家が担い手であるが、流通形態もパイナップル以外の果実であるドリアンやマンゴー、バナナなどとは異なっている。こうしたパイナップル輸出の特徴は、輸出の大部分を加工品が占める製品形態の特徴が規定しているとも考えられるが、世界規模のパイナップル缶詰輸出を展開する企業側の姿勢が、大きく影響していると考えられる。

在来型果実輸出においては、輸出流通の要となる「輸出請負業者」が出現するという新たな動きがみられる。「輸出請負業者」とは、輸出会社と委託関係を結び、指定された規格による選別、パッキングを行う業者である。果実の販売ルートの一つとして輸出を選択する農家が出現する中で、「輸出請負業者」の存在が農家や集荷業者の間でも認識され始めている。従来は地元集家業を仲介して、国内出荷されていたものが、多様な形態をもつ集荷業者を介して輸出向けに出荷されるようになった（図 2-6 参照）。

タイの果実流通は、輸出ルートが加わったことで、様々な変化や輸出対応の特徴が認められる。この点は、生鮮果実輸出の拡大を支える要因として重要である。3 章では、流通システムの解明を手掛かりに、タイの在来型果実輸出の特徴を考察する。

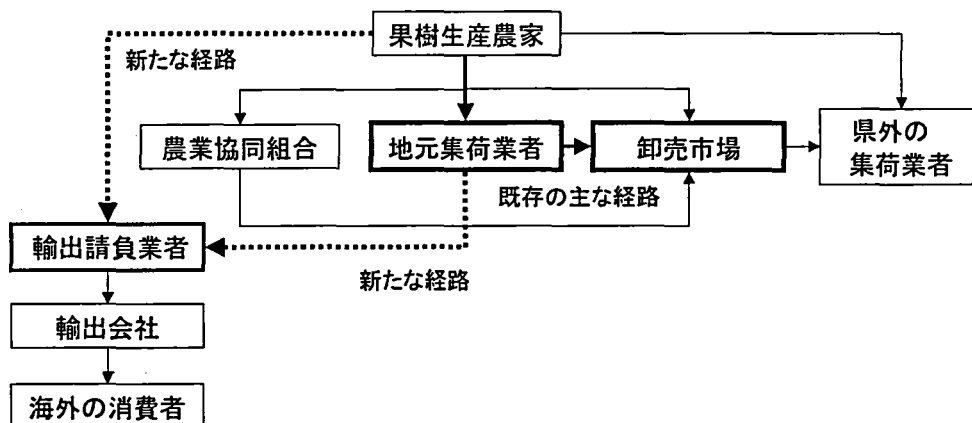


図2-6 果樹生産農家の流通チャネル

資料：聞取調査より作成。

6. 小括

タイは、NAIC 型の農水産物輸出を梃子にした経済成長を遂げてきた。しかし、経済のグローバル化の深化に伴い、地域経済圏の形成、それによる投資、貿易の自由化、他のアジア諸国の台頭など、新たな経済発展対応が迫られている。二国間あるいは多国間との FTA 協定を締結して、自国の農水産物輸出の優位性を今後も経済発展の維持に寄与させたいと考えている。同時に、自由化に伴う新たな競争関係の中で、輸出農産物の高付加価値化、新興輸出品目の開拓など、新たな政策も実施されている。そのような中で、タイは熱帯地域の優位性を活かし、熱帯果実の輸出を奨励している。タイの果樹生産は、歴史的にタイ農業の成長における重要な担い手であったが、1990 年代に入り、果実輸出の増加という新たな形で、経済成長に貢献しようとしている。国内生産量に比べれば比較的少量ではあるが、輸出量は増加しつつあり、今後も、タイの輸出農水産物における重要な位置づけとなるであろう。

果実輸出の拡大をめぐるのは、政策面での対応と、労働集約的作物の拡大を支える農業生産構造と労働調達構造、さらに産地の流通構造の変化が大きな要因であった。特に産地における農業生産構造のあり方は、NAIC 型発展を遂げる以前の 1970 年代から、パイナップル缶詰や冷凍エビ、魚加工品などの輸出拡大を支えてきた。また、生産構造のあり方は、現在の果実輸出拡大の要因ともなっている。歴史的にみても現代においても、常に農産物輸出を支えてきたのは、タイ農業や産地がもつ在来的な構造であり、強みであった。

【注】

- 1 岡本 [39]、pp.2。
- 2 上原 [58]、pp.40。
- 3 若松 [60]、pp.104。
- 4 永井 [30]、pp.16-17。
- 5 永井 [30]、pp.18-19。
- 6 末廣・安田 [51]、pp.iii、矢野 [71]、pp.81。
- 7 恒川 [55]、pp.123-146。
- 8 恒川 [55]、pp.128。
- 9 タイの輸出品目の多様化については、若松 [60]、pp.110-112 に詳しい。
- 10 恒川 [55]、pp.129。
- 11 末廣 [50]、pp.243。
- 12 原田・井野 [8]、pp.6。
タイの耕地面積（水田+畑地）は、1960年から75年の間に、700万haから1,460万haにまで増大した。
- 13 新谷 [44]、pp.298、309。
- 14 末廣 [46]、pp.230。
- 15 JETRO [16]、pp.96。
- 16 若松 [61]、pp.22-23、青木 [1]、pp.12。
ASEAN 域内貿易の規模が限定的である理由として、若松は、ASEAN 各国の経済規模が相対的に小さい点と、主要な輸出品目が比較的、競合的である点が影響している、と分析している。
- 17 JETRO [16]、pp.38。
- 18 JETRO [16]、pp.7-8。
- 19 矢野 [71]、pp.85。
- 20 GAP については、JETRO [15] pp.81-84 に詳しい。
- 21 JETRO [15]、pp.53。
- 22 バンコク北部にある青果市場タラート・タイ内にある施設で、各関係省庁による輸出サービスや品質検査など、青果輸出に関する一切の手続きを一箇所で処理することができる。タイ国政府貿易センター福岡ホームページ（アクセス日 2003年5月29日）より。
- 23 JETRO [15]、pp.71。
- 24 JETRO [15]、pp.48。
- 25 この場合の果樹は、果樹及び樹木作物の作付面積であり、ゴム、油ヤシ、コーヒーなども含む。
- 26 JETRO [15]、pp.3。
- 27 山本は、1979年から91年の間に、中部や北部タイ南半分の地域で、水田面積の減少に代わり、果樹面積が33万ha増加していることを指摘している。農家から買い取った水田を工業用地や住宅地として開発するまでの過渡期的段階に、多年性植物の果樹を栽培する。この水田の果樹園への転換は、タイの土地利用転換でよくみられるパターンである（山本 [63]、pp.58）。
- 28 新谷 [45]、pp.96-98。
- 29 新谷 [44]、pp.298。

-
- 30 タイ産パイナップル缶詰のアメリカ向け輸出量は、1993年で17万tを上回っていたが、98年には2万5,000tまで減少した（JETRO [15]、pp.54）。
- 31 外資系アグリビジネスが経営する加工工場へ出荷する際、生産量が多い年はクォータ制度が設けられているため、全量売り捌くことができず、赤字経営に陥る農家も少なくない。タイ資本の加工工場へ販売しても、工場が小規模で稼働率が低いため、選別によって全量買取はなされない。相対的に生産者買取価格は低下傾向にあり、パイナップル生産農家自体が減少傾向にある（聞取調査（2004年）による）。
- 32 米流通のポーカージョン、ポーカータンチャンワット（Phoo Khaa Jon, Phoo Khaa Tang Jang Wad）にあたると思われる。果実流通業者の現地での呼称は、農家から買い取りを行う集荷業者をまとめて、「ポーカー」「ポーカーコングラーン（中間業者）」や「ポーカーライヨイ（小規模集荷業者）」などである。米流通のように機能分担ごとの呼称は存在しない。
- 33 山尾 [67]、pp.177。

第3章 生鮮ドリアン輸出にみる産地流通の再編

はじめに

アジアの食料市場が拡大する中で、元来、タイ国内向けに生産されていた在来型果実が輸出へ向けられるようになった。また、東アジア諸国向けの輸出が主流である。タイ産果実のうち、ドリアンは生鮮輸出量が最も多く、その伸びも著しい。他の果実に先駆けていち早く輸出対応がなされ、タイにおける在来型果実の輸出流通の基盤を作りあげたといえる。また、輸出向け果実流通は、多様な流通業者の連係で構成されている。「輸出請負業者」といわれる流通業者が出現し、販売ルートの一つとして輸出を選択する農家も出現し始めている。地元集荷業者を介して国内出荷されていたものが、「輸出請負業者」へ出荷されるようになった。

本章の目的は、輸出向け果実の流通対応を明らかにし、これまで国内市場のみを出荷の対象としていた既存の果樹産地が、輸出産地としてどのように拡大していったのか、その過程を明らかにする。第1の課題は、輸出が最もさかんな在来型果実であるドリアンに注目し、輸出向け生鮮ドリアン流通システムの存在形態と機能について、聞取調査をもとに明らかにすることである。ドリアンの輸出先は、主に東アジア諸国である。ここでは、東アジア向け輸出成長の一要因である「輸出請負業者」に焦点をあてる。第2の課題は、産地における輸出ルートが確立したことによって、ドリアン生産に携わる農家の流通及び生産対応の変化を明らかにすることである。

なお、本章で示す東アジアとは、日本を除く地域とする。日本も東アジアに属すが、ドリアンの輸出対象地域には含まれないため、区別して考えたい。また、本章ではドリアンの生産、流通の活発な南部チュンボン県を事例対象地域とする。タイの全76県のうち14県が属す南部は、土地条件や気候条件などに恵まれ伝統的に果樹生産がさかんであった。全国の果樹作付面積の55.4%を占め、南部の全農地面積の中で果樹の作付割合は75.4%を占める(1999年)。中でも事例としてとりあげるチュンボン(Chumphon)県は、バンコクから南へ570 km、マレー半島が最も狭まるクラ地峡地帯にある(図3-1参照)。ドリアン生産量は、全国的には東部チャントブリ(Chanthaburi)県につづいて多く、南部では最も多い。果実の輸出及び国内市場向けの物流拠点となっている。

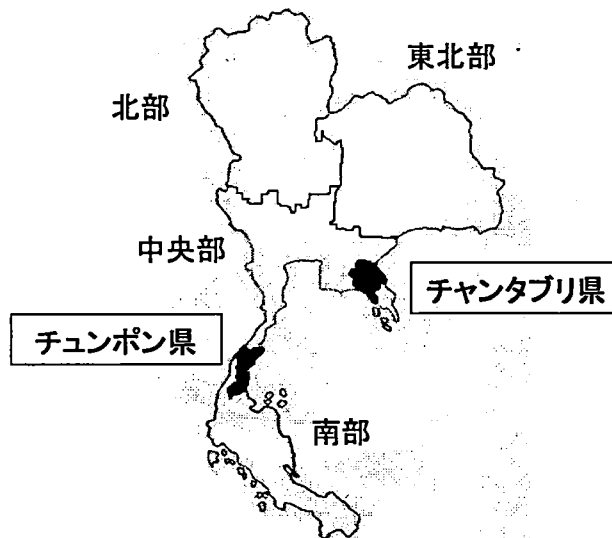


図3-1 タイ国チュンポン県の位置

1. タイにおけるドリアンの生産・輸出動向

1) ドリアン生産と輸出動向

ドリアン（学名：Durio zibethinus Merr.、タイ名：Turian、トゥリアン）とは、マレー語で「トゲ」の意味を指す。その名の通り、果皮の全体をトゲが覆っている。卵型で、子供の頭ぐらいの大きさになり、重さは2～5 kgである。果肉は淡いクリーム色のバター状で蜜とチーズを練り合わせたような濃厚な甘味がある。強烈な独特のにおいがあり、嗜好性の高い果物である。しかし、その味を好む人には「果物の王様」とも呼ばれている。

マレー半島、東インド諸島（スマトラ半島）が原産地である。タイに入ってきたのは、今から約300年前で、南部からバンコクへ北上する形で広がったといわれている。バンコク近郊で生産が活発であったが、大洪水の影響で種子がバンコク周辺へ流され、東部へ産地が移動した¹。元来、果樹生産がさかんであった南部でも生産が拡大し、現在は全国的に生産されている。主な品種はモントーン品種、チャニー品種、ガンヤーオ品種の3種である。

タイにおけるドリアンの作付面積は、年々増加しつづけている。2001年の作付面積は、89万9,225 ライであり、1992年の60万7,735 ライと比較すると、10年間で1.5倍の増

加である（表 3-1 参照）。品種別に生産状況を見ると、表 3-2 からわかるように、最も大きな割合を占めているのは、モントーン種であり、2001 年の生産量は 62 万 t と、全体の 59.6% を占めている。次いで大きい割合を占めているのは、チャーニー種である。この 2 種により全体の 88.8% を占めている。輸出動向について概観すると、ドリアンは、タイの生鮮果実輸出量の約 80% を占める。図 3-2 の輸出量変化をみると、1987 年にはわずか 1 万 1,000 t であったのが、2001 年にはその 10 倍の 11 万 7,000 t に達している。生産量全体からみればインパクトは小さいものの（生産量の約 14%、2001 年）、輸出量の増加は注目に値する。表 3-3 が示すように、輸出先で大きな割合を占めているのは、香港（53.6%）と台湾（36.3%）である。次いで、東南アジア諸国のインドネシアやシンガポールなどへの輸出もさかんである。ドリアンは、インドネシアや、マレーシアなどでも生産されているが、一般的にタイ産ドリアンは、品質が高いと海外市場から高い評価を受けている。今後も、タイ政府による輸出奨励が進められ、さらなる輸出量の増加が期待されている。

表3-1 タイのドリアン作付面積と生産量の年次推移

年	結果樹面積 (ライ)	作付面積 (ライ)	生産量 (t)	単収 (kg/ライ)
1992	403,956	607,735	711,371	1,761
1993	443,084	700,376	746,642	1,685
1994	466,948	722,454	780,393	1,671
1995	522,963	800,152	927,194	1,773
1996	539,673	843,312	912,743	1,691
1997	582,169	860,532	967,485	1,662
1998	612,515	879,943	803,407	1,312
1999	636,173	887,980	876,065	1,377
2000	690,876	907,738	972,500	1,408
2001	692,892	899,225	1,042,315	1,504

資料：『果樹・樹木作物統計』各年より作成。

表3-2 ドリアン品種別の生産状況（2001年）

品種	結果樹面積 (ライ)	作付面積 (ライ)	生産量 (t)	構成比 (%)
モントーン種	391,673	548,717	620,737	59.6
チャーニー種	201,904	229,970	305,177	29.3
ガンヤーオ種	22,360	29,438	25,424	2.4
その他	76,955	91,100	90,977	8.7
合計	692,892	899,225	1,042,315	100.0

資料：『果樹・樹木作物統計』より作成。

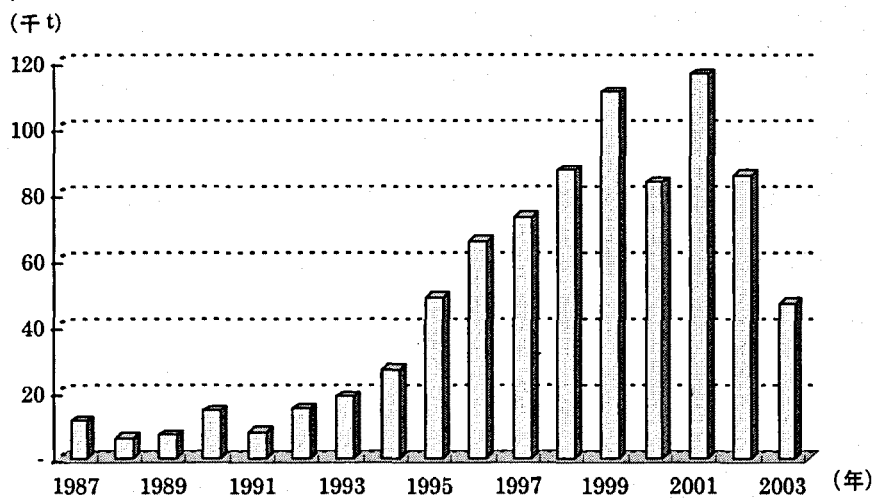


図3-2 生鮮ドリアン輸出量の年次推移

注：2003年のデータは、1月～7月の集計である。

資料：『果樹・樹木作物統計』各年より作成。

表3-3 生鮮ドリアンの輸出先国別輸出量の年次推移

(単位：t)							
年	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
香港	29,570	61,423	70,588	21,811	70,588	45,963	21,811
台湾	36,767	42,530	33,165	20,774	33,165	31,171	20,774
中国	56	701	1,666	49	1,666	37	49
インドネシア	1,238	121	4,196	3,069	4,196	6,250	3,069
その他	5,356	6,263	6,254	4,085	7,059	2,410	1,272
合計	72,987	111,038	115,869	49,788	116,674	85,831	46,975

注：2003年のデータは、1月～7月の集計である。

資料：関税局資料より作成

2) ドリアンの輸出奨励政策

ドリアンは、1997年に、第8次植物開発計画（1997～2001年）の中で、計画対象となったパイナップル、ポメロ、ロンガンと並ぶ4品目の一つとして選出されている。標準規格を確立し、国内および海外市場が必要とする品質に適合したドリアンを生産することが大きな目的である。具体的には、生産奨励、需要に適應した生産を行うための農家の団体化奨励、輸出業者の登録、農薬の使用量削減、先進農家への技術研修などの施策がある²。

また、農業・協同組合省は、1998年にGAPという標準規格を打ち出した。農産物の生産標準規格を定めて輸出増加を図り、環境や経済の側面から持続的な生産を目指している。これまでタイは、国内および海外市場においても明確な農産物の標準規格をもっておらず、特に果実輸出は、従来から必要以上の農薬使用、未熟な害虫処理などが施されていた。ドリアンは、ロンガン、ランと並び、いち早くGAPの対象となった³。1) 生産（生産地、種子、生産方法）、2) 管理（施肥、給水）、3) 安全管理、4) 害虫駆除、5) 収穫、運送の管理、6) 情報管理などの項目について輸出標準規格が定められている。

2. 生鮮ドリアンの東アジア向け輸出システム—輸出請負業者の登場—

1) 東アジア向け輸出流通システムの特徴

輸出向け流通ルートの特徴は、もともと地元の集荷業者を仲介して国内出荷されていた

ものが、地元の集荷業者、及び農家自らが輸出向けに出荷するようになった点である。

ドリアン生産農家から海外市場に連なる輸出会社までの流れを概観すると、図3-3のようになる。各流通業者が多様な役割をもち、その関係によって輸出向け流通が成り立っている。農家での収穫物が地元集荷業者によって集荷される。農家から直接、輸出請負業者へ行くパターンも多い。「輸出請負業者」は、輸出向けの選別や梱包などを経てコンテナに積み、港まで移送する。輸出流通システムの特徴は、①農家、地元集荷業者、輸出請負業者、輸出会社という効率的な流通形態の存在、②流通業者の競争的・流動的關係、③輸出請負業者の機動的役割、④各流通業者による多段階選別の4点である。特に、「輸出請負業者」の存在が、輸出の円滑化に重要な役割を果たしている。以下、これらの特徴について事例分析をもとに検討していく。

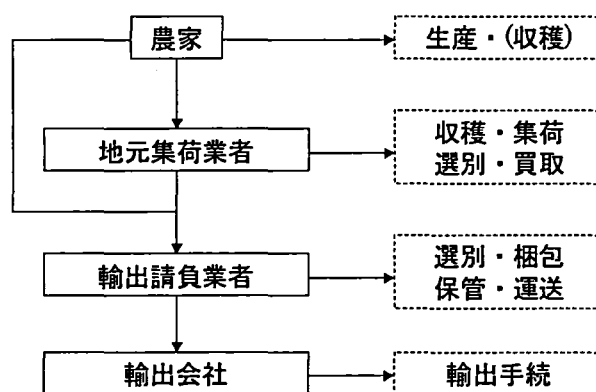


図3-3 生鮮ドリアンの東アジア向け輸出システム概略図

資料：聞き調査（2003年）より作成。

2) 農家と地元集荷業者の関係

まず、農家と地元集荷業者の関係をみていく。特徴の第1は作業分担である。農家は生産を、集荷業者は収穫、集荷、選別、買い取りを行う。チュンボン県のドリアン収穫集中時期は、8～9月にあたる。収穫は、約10日ごとに2回、それぞれ約10日かけて行われる。地元集荷業者によって一時的に雇われた10人程度の集荷労働者グループが、一連の作業を請け負う。村や近くの都市部から若者をパートタイムで雇い、作業を分業する。収穫は、実を一つずつ木の上から落下させて受け取る、という作業であり、熟練した技術が必要である。また、輸出向けは収穫の時点で熟度70%が基準とされており、それを見分け

る能力も必要とされる。農家自身が携わると、面積上と効率上の限界が生まれるため、このような集荷業者を通じた労働調達を利用する農家が多い。

特徴の第2は、両者間の取引形態である。金銭的な貸借関係はないため、経済的理由による固定的な取引関係はみられない。農家が集荷業者を選べる立場にある。農家にとって、多くの販売経路および集荷業者が存在するためと考えられる。農家による集荷業者の選定条件は、収穫物の買取価格によってほぼ決まる。買取量や、グレードの段階などが考慮されている場合もある。中には、農家と集荷業者が同じ村落内に居住しており、信頼関係に基づいて地元集荷業者を選択する農家もみられる。第3は、取引価格の決定である。集荷業者からの価格提示があり、それに農家が同意すれば取引成立となる。買い取ったその場で、現金が渡される。ドリアンの地元集荷業者の機能を詳しくみたものが図3-4である。集荷業者の選別によって海外輸出向けとなったものは、輸出請負業者が運営する倉庫へ移送され、規格外品は、チュンボン県ランスワン郡にある卸売市場で販売される。

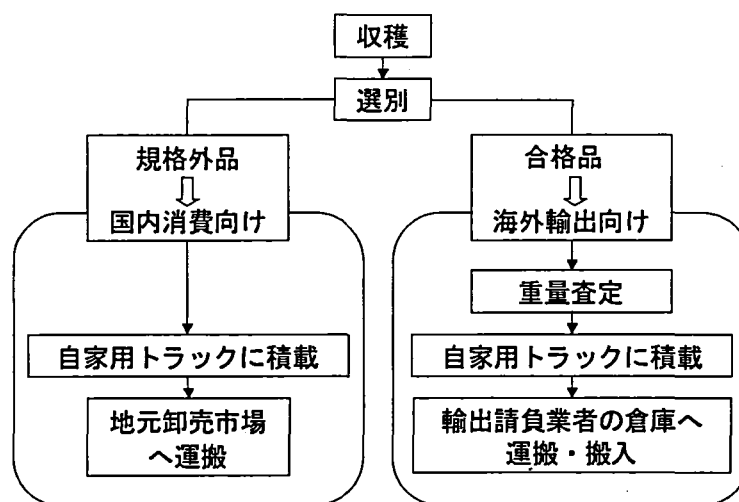


図3-4 収穫後の地元集荷業者による流通機能

資料：聞き調査（2003年）より作成。

3) 輸出請負業者の役割

(1) 産地市場での集分荷機能

次に、地元集荷業者は、輸出請負業者が所有する倉庫へ収穫物を出荷する。倉庫では、輸出向けの選別、洗浄、梱包などのパッキング作業が行われる。

輸出請負業者は、ドリアンの収穫時期（7～9月）になると、チュンボン県ランスワン郡を南北に走る国道を中心に、大小合わせて約60～70ヶ所ものパッキング倉庫を構える。

地元集荷業者や農家は、これらの倉庫から自由に出荷先を選ぶことができる。輸出請負業者との間に固定的な契約関係はみられないが、確かな供給元を確保するため、輸出請負業者が、地元集荷業者に前金を渡し収穫を依頼する場合もある。

輸出請負業者は、海外市場に連なる輸出会社からの注文を通じて、輸出国先の需要にあった品質と量を買取る。ただし、中国向けのドリアン輸出においては、注文制をとっておらず出荷できるだけ出荷するという傾向にある。農家からの供給量には限界があるので、輸出請負業の買い付けは競争的であるといえよう。以上のことから、輸出請負業者の第1の役割として、産地市場での集分荷機能があげられる。農家、及び地元集荷業者にとって、海外市場へアクセスするための不可欠な機能である。

(2) 輸出請負業者の類型とパッカー機能

パッキングのみを請け負う輸出請負業者は、野菜・果実輸出業者協会 (Vegetables and Fruits Exporters Association) に組織された 69 名の輸出請負業者 (2003 年現在) である。中国系タイ人が多く、輸出会社の経営者と親族関係にある業者もある。東部チャントブリ県に自宅をもつ者が多く、国内市場向けの果実集荷業者をその前身とするものが多い。

輸出請負業者は、輸出会社との関係から 3 タイプに分類される (表 3-4 参照)。まず、バンコクに事務所を構える輸出会社から、輸出向けパッキングを委託されている「委託型」と、輸出会社直営の「直営型」とに分けられる。在来型果実輸出の東アジア向け輸出との関わりが深いのは、委託型である。中でも、複数の輸出会社と交渉によって委託関係を結び、分散的な出荷を行う「流動委託型」が、東アジア向け輸出請負業者の 70% を占める。輸出会社も多くが小規模であり、毎年固定された取引関係ではない。

表 3-4 輸出請負業者の類型化

タイプ		担い手	移送形態	取引輸出会社との関係	輸出会社の規模
直営型		輸出会社	全量移送	固定・指定単数	大規模会社
委託型	完全委託型	流通業者	全量移送	固定・指定単数	中・大規模会社
	流動委託型	流通業者	分散移送	流動的・複数	小規模会社

注：輸出会社の規模は、タイ国内の輸出会社を相対的に見た格付け。

資料：聞取調査 (2003 年) より作成。

また、特定の輸出会社と固定的契約関係を結んでいる「完全委託型」も多くみられる。輸出向けドリアン倉庫を運営するの輸出請負業者 I 氏は、輸出会社 G 者と「完全委託型」関係にある。I 氏の倉庫でパッキングされたものは全量、G 社向けとなる。ここで注目するのは、精算方法である。I 氏から G 社への販売は行われぬ。I 氏の倉庫運営費や利益、労賃などは、輸出会社への販売によって捻出されるのではなく、G 社からのドリアン 1kg あたり 2.5 バーツというパッキング料金によってまかなわれる。輸出請負業者は、選別、梱包、移送のみを行い、それら作業への対価のみを受け取る。以上のことから、輸出請負業者の第 2 の役割として、パッカー機能をあげることができる⁴。これは、中間買い取りリスクを回避しようとする輸出会社の戦略であるといえよう。その他の輸出請負業者の特徴は、表 3-5 に示すように、1990 年代に輸出業を開始し、ドリアン輸出から始めた者が多いことである。中国を始めとする東アジア向けの輸出会社と取引する業者が多く、ほとんどの業者が東部チャンタブリ県にも集荷倉庫をもっている。

表3-5 チュンポン県の主なドリアン輸出請負業者

業者名	取引輸出会社との関係	輸出業開始年	ドリアン輸出請負業	ドリアン輸出先国	その他
I 氏	委託型 (G社のみ)	1993年～	1993年～ (G社2年)	中国 インドネシア	ドリアンのみ。集荷業歴33年。元バンコク向けドリアン流通業。チャンタブリにも拠点。
V社 (T氏)	直営型 (V社)	1993年～ (ロンガンで開始)	1997年～	中国	中国向けドリアン大手輸出会社。チャンタブリにも拠点。開始当初は委託型。親族関係で輸出入業経営。
P氏	委託型 (2社と取引)	1993年～	1993年～	台湾、中国	台湾向けの輸出会社は、10年前、中国向けの輸出会社は2年前から取引。
So氏	委託型 (1社)	1997年～	1997年～	中国、香港、台湾、 インドネシア、マレーシア	元バンコク向けドリアン流通業者。G社経営者の兄。
Se氏	委託型 (2社と取引)	1993年～	1993年～	香港	ドリアンのみ。チャンタブリにも拠点。南部に来たのは1996年から。元地元集荷業者。
N-S氏	直営型 (G社)	1993年～	1993年～	中国 インドネシア	ドリアンのみ。チャンタブリにも拠点。

資料：聞取調査（2003年）より作成。

輸出会社から輸出請負業者との関係を見ると、その取引形態は様々である。例えば、前述の輸出会社G社は、チュンポン県内でI氏を含め、4つの倉庫と取引している。図3-5からわかるように取引形態は、G社が直接運営する直営型と完全委託型がある。

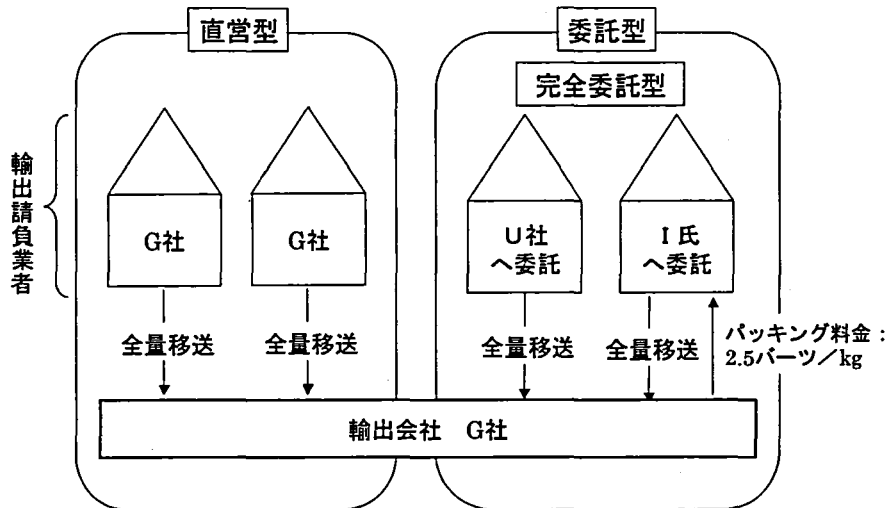


図3-5 輸出会社G社と輸出請負業者との関係

資料：聞取調査（2003年）より作成。

(3) 輸出請負業者のダイナミックな移動

ここで、輸出請負業者のいま一つの大きな特徴について触れる。輸出請負業者は、果実の収穫時期にあわせて地域を移動するが多い。南部での収穫時期が終わると、ほとんどの業者は、数十人の常雇いや家族も一緒に、東部の産地へ移動する。大規模な輸出請負業者は、生産量が極端に少なくなった端境期の2月頃まで集荷を行っている場合もある。東部では、南部での活動と同様、農家や地元集荷業者、輸出会社と連携し輸出を展開する。そして東部での収穫が終わると、また南部へ移動する。収穫時期に合わせた移動を南-東部間で繰り返すのである。

もともと、タイの流通業者は、国内流通においても移動集荷を行う性格をもつ。例えば、ペチャブuri (Pechaburi) 県在住の果実流通業を営む夫婦は、果樹専門市場があるチュンポン県までの片道 800 km の距離を 1 ヶ月間で 12 往復の行き来を繰り返す。チュンポン県の国道沿いで、農家から買い付けを行い、その時期の果実がない中西部や東北部などに販売しに行く⁵。輸出流通は、移動性の高い国内向け流通業の性格を強く引き継いでいる。

こうしたタイ全土を活動範疇においた輸出請負業者のダイナミックな展開が、タイ産果

実の輸出流通システムを作りあげてきた。

前述したように、輸出請負業者は比較的零細な業者が主流である。これら輸出請負業者の誕生は、生鮮ドリアン輸出が活発になった約 10 年前からのことである。チュンポン県での聞き取り調査によると、輸出請負業者の倉庫が建ち並ぶ以前、輸出向け出荷を行う地元集荷業者は、自家用トラックなどを利用して、バンコクの卸売市場まで向かわなければならなかった。しかし今では、ドリアン輸出を新たなビジネスチャンスと捉え、既存の集荷業者が輸出会社と委託関係を結び、輸出請負業者として新規参入したと考えられる⁶。同時に、タイ国内や海外の輸出会社がチュンポン県に進出し、輸出向け出荷倉庫を直営し、物流拠点を築いてきた。さらに、ドリアン輸出の増加によって構築された輸出流通システムが、生産地や収穫時期が重複するマンゴスチンの輸出にも応用されてきた。チュンポン県の輸出請負業者の多くが、両作物を主な輸出品目として手がけていることから明らかである。

4) 輸出請負業者の倉庫における作業体系

ドリアンの輸出請負業者の作業体系を示したものが図 3-6 である。まず、地元集荷業者の集荷物を選別し、合格品は海外市場向けとして買い取り、規格外品は集荷業者へ返却する。合格品は、さらに輸出国別の需要にあったグレード選別が行われる。

輸出請負業者が輸出用のみを選別、移送するシステムによって、輸出会社は、規格外品を集荷するリスクを輸出請負業者へ負わせている。

また、輸出請負業者は規格外品を買い取り、買い付けを求める集荷業者に販売する場合もある。輸出請負業者は、もともと、国内市場向けの中間流通業者であるから、買い取り、販売のノウハウをもっている。特に、固定した輸出会社との全量移送を約束していない流動委託型の輸出請負業者であれば、自社の裁量でもって販売を行い、そこから収入を得ることができる。規格外品を買い取ることによって、農家や集荷業者の顧客化を狙う請負業者もある。

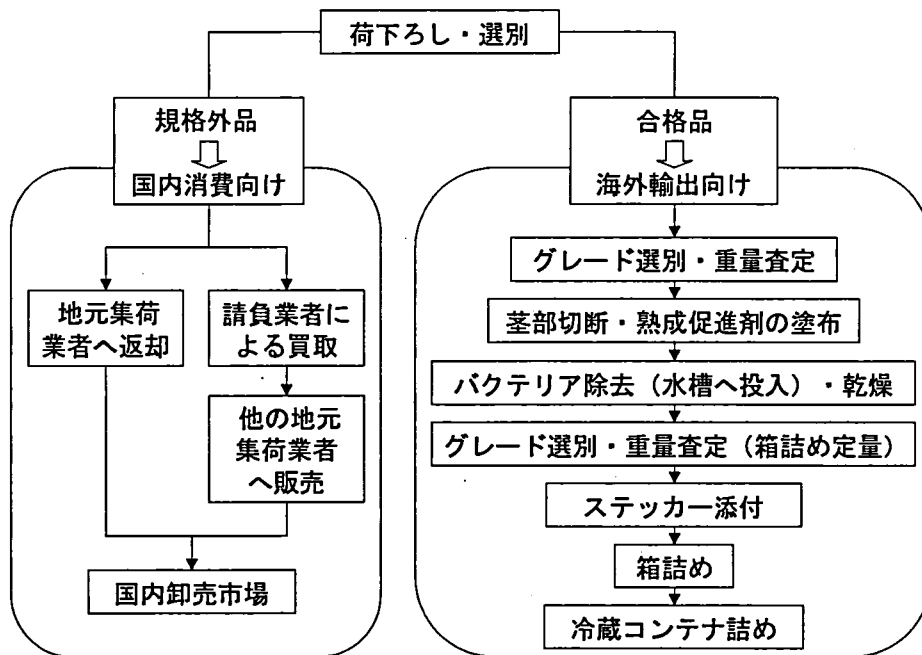


図3-6 ドリアン輸出請負業者の倉庫作業体系

資料：聞取調査（2003年）より作成。

5) 流通業者による多段階選別機能と価格形成

ドリアンの輸出流通システムのいま一つ特徴は、各流通業者による多段階選別である。ドリアンの選別過程は表 3-6 のように整理される。見かけや熟度、サイズなど規格に合わせた選別が、農家や各流通業者によって何度も行われている。これらの選別作業は、在来型果実の特性上、必要なプロセスである。なぜなら、在来型果実は品種改良が進んでおらず、分散した零細経営の個別農家が、生産の担い手の大部分を占めているため、品質のばらつきが大きい。その選別過程を中心として流通業者間で機能が分担されている。つまり、いかに輸出国先の需要に合わせた品質を選び出すかは、流通業者の選別作業にかかっているのである⁷⁾。また、輸出請負業者が船積みするまでに一連の選別作業を完了させ、最終的に輸出用のみを選別、移送することによって、輸出会社は規格外品を集荷するリスクを回避しているのである。農家は、品質の良いものを作り、輸出請負業者が運営する倉庫へ出荷しさえすれば、輸出請負業者によって輸出向けに選別され、高価格で買い取られる。輸出向け果実の生産者買取価格は、国内向け価格の2倍近くになることも珍しくない。これが農家へのインセンティブとなっている。

表3-6 生鮮ドリアン流通業者による選別内容

回数	場所	選別者	目的	主な規格	規格詳細
1	収穫時	地元集荷業者	国内・輸出に出荷	熟度70%以上	
2	農家の庭先	地元集荷業者	国内・輸出分ける	見かけ熟度70%以上 重量（目視）	形、打ち身、傷、実の豊満度
3	倉庫搬入時	輸出請負業者	輸出向けのみを抜粋	見かけ熟度70%以上 実の房数（3房以上） 重量（目視）	A.B : 2.6~5kg以上 C : 2.5kg以下 J (Jumbo) : 5kg以上
4	箱詰め	輸出請負業者	輸出国別分け	中国:A,B,J インドネシア AB混合	

注：選別の担当者によると、重量については目視や手で持ったときの感覚で大よそ量ることができる。

資料：聞取調査（2003年）より作成。

次に、輸出向け果実の価格形成についてみていく。例として、輸出請負会社 I 氏、輸出会社 G 社が扱うチュンボン県産ドリアンの価格形成を表 3-7 に示す。ある調査日の 1 パターンに過ぎないが、この中から輸出会社の戦略が読み取れる。ある農家では、地元の集荷業者によってすべてのドリアンが 1kg 当たり 17 パーツで買い取られた。この地元集荷業者から輸出請負業者への販売では、4 つのグレード、3 つの取引価格が設定されている。

輸出請負業者と輸出会社間の取引をみると、前述したように、両者間での集荷物そのものの販売は行われない。輸出会社と輸入会社との取引価格は不明であるが、ここで注目したいのは輸出会社でのグレード細分化である。地元集荷業者から請負業者に買い取られた時点では、AB 混合として取引されたものが輸出会社から輸入会社へ販売されるときには、A と B はそれぞれ価格差をつけて中国へ販売される。さらに、インドネシアへの販売は、グレードの細分化が緩いため、請負業者へ買い取られた時点で「Small」として AB 混合より安く買い取られていたが、梱包時にはすべて一緒に詰められる。グレード選別を利用し、有利な買い取りを展開しようとする流通業者の戦略であるといえる。

輸出向けの生産者買取価格は、国内向け価格が 17.0 パーツ（2002 年、チュンボン県平

均) であるのに対し 20~40 パーツであり、国内販売より有利な価格設定となっている。

ここで、輸出会社の概要について触れておく。タイ産ドリアンの輸出を担っているのは、198 社の輸出会社である (2003 年現在)。1990 年以降に設立された会社が多く、果実輸出産業は比較的新しい分野であるといえる。生鮮、缶詰、冷凍など多様性はみられるものの、野菜あるいは果実専門の輸出会社である点が特徴である。輸出先国は、アジアを中心にヨーロッパ、中東向け輸出も多い。

表3-7 流通業者間におけるグレード選別と取引価格

出荷者	グレード選別	取引価格 (パーツ/kg)
農家 ↓ 地元集荷業者 ↓ 輸出請負業者 ↓ 輸出会社	なし	17
	1) AB 2) C 3) Jumbo(見かけ良) 4) Jumbo(見かけ悪)	20 13 13 7
	1) AB 2) S (Small) 3) J (Jumbo)	20 13 13
	1) A →中国 2) B →中国 3) AB (+S) →インドネシア 4) Jumbo →中国	— — — —

資料：聞取調査 (2003年) より作成。

6) ドリアン産地流通の輸出対応

東アジア向けの輸出流通システムは、農家と地元集荷業者、輸出請負業者、輸出会社との関係によって構成されている。中でも、輸出請負業者の産地買い付け機能やパッカー機能が、迅速な果実輸出を可能にしている。また、未組織の個別農家によって生産された在来型果実から、いかに品質の良いものを選別するかは、各流通業者にかかっており、一連の多段階選別が重要であることも明らかになった。さらに輸出請負業者は、南一東部間を中心に、年間を通して横断的に移動するというダイナミックな性質をもっている。

輸出請負業者は、もともと国内流通向け業者である場合が多い。果実輸出を新たなビジネスチャンスと捉え、輸出会社と委託関係を結び、輸出に機能を絞った流通業務を担っている。また、主にバンコクに拠点をおく輸出会社も、1990 年代以降、ドリアン輸出を新たな事業と捉え、産地の流通業者と結びつきながら海外市場への物流システムを作りあげて

きた。こうした輸出請負業者と輸出会社の対応は、産地を海外市場へ結びつける「産地ネットワーク」を生みだしている。また、両者による新規参入の容易さは、タイ農村における流通構造の柔軟さによるところが大きい。

輸出請負業者の登場は、農家に高い買い取り価格というインセンティブを与えることから、品質向上への意欲をもつ積極的な農家を生み出す可能性をもつ。さらに、横断的に移動する輸出請負業者の性質によって、様々な果樹産地が輸出市場へアクセス可能となることも考えられる。つまり、将来的には産地間での競争がおこり、産地に対して輸出に向けたインパクト、例えば生産性向上、品質向上、農民の組織化などがもたらされることも期待できよう。

3. ドリアン産地における産地構造の変化—チュンボン県ムアン郡の事例を中心に—

1) 調査対象地域の農業構造とドリアン産地形成

(1) ムアン郡の農業構造とドリアン生産動向

タイ南部で最大規模のドリアン産地である、チュンボン県ムアン郡 (Amphoe Muang) のドリアン産地を事例に取りあげ、主産地における生産構造の現段階について実態分析を行う。ムアン郡は、チュンボン県の中心地であるが、国道を堺に、山間部を中心とした農業地帯と平地に政府地方事務所や商店、学校などが集まる商業地帯とが混合している。農業は、養鶏は他郡に比べてさかんであるが、畑作については県内 8 郡のうちココナツ生産が県内第 2 位の結果樹面積を誇る。また、ドリアンの生産量も県内で最も多い。表 3-8 は、チュンボン県におけるドリアン生産概況を示している。ムアン郡のドリアン作付面積は、上位に位置しないにも関わらず、生産量は 2002 年で県内 2 位である。1 ライ当たりの生産量は 3.0 t と、チュンボン県平均収量の 1.6 倍に達し、県内一の単収の高さを誇っている。ドリアン栽培農家数は、2,737 戸であり、そのうち 20 ライ以下の小規模農家は 87% を占める。

ムアン郡バンナー区 (Tambon Banna) は、隣接するタムシン区 (Tambon Tamsing) と並び、タイ南部のドリアン産地として有名である (図 3-7 参照)。バンナー区は、ムアン郡内で最もドリアン栽培面積が多く、生産量もタムシン区に次いで多い (表 3-9 参照)。バンナー区は郡の中で最もドリアン生産農家が多い。小規模農家が大部分を占めるが、大規模農家も存在する。ドリアンも作付けしてから 6 年以上経過しているものが多く、比較的

長い間ドリアン栽培が取り組まれている地域である。同区では、もと学校教員や村長などの有力者同士の関係が非常に円滑であり、ドリアン生産、輸出に大変積極的な地域である。同区にドリアン GAP グループがあるが、実際はあまり機能していない。

表3-8 チュンポン県郡別ドリアン作付概況 (2002年)

郡名	結果樹面積 (ライ)	作付面積 (ライ)	生産量 (t)	単収 (kg/ライ)
ターセ	17,489	39,489	24,220	1,385
トゥンタコー	21,114	37,010	53,304	2,525
サウィー	22,156	23,245	26,587	1,200
ランスワン	12,100	20,095	23,885	1,974
ムアン	15,372	15,372	45,380	2,952
パト	9,783	14,717	15,794	1,614
パティウ	7,491	8,255	8,487	1,133
ラマー	3,297	4,033	4,945	1,500
合計	108,802	162,216	202,602	1,862

資料：農業普及局チュンポン県事務所資料より作成。

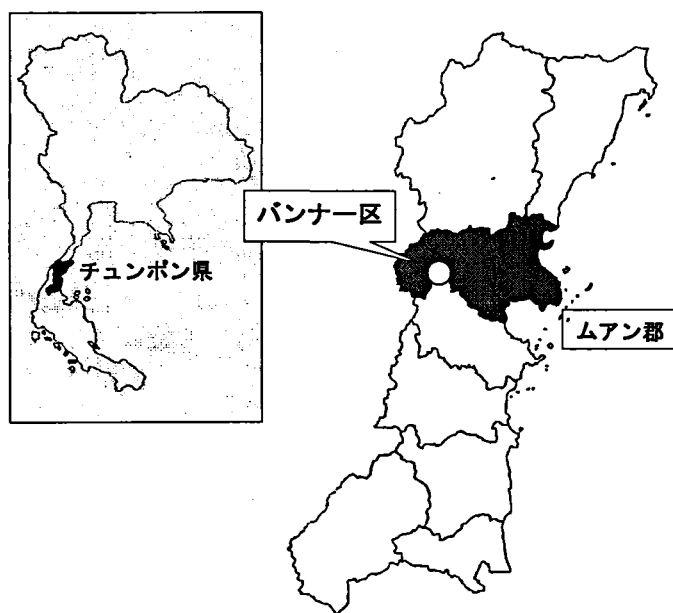


図 3-7 チュンポン県ムアン郡バンナー区の位置

表3-9 ムアン郡におけるドリアン生産概況（2003年）

区名	栽培面積（ライ）				合計	栽培農家戸数（世帯）			単収 (kg/ライ)	生産量 合計 (t)
	樹齢 1年未満	1~3年	4~5年	6年以上		1~20 ライ	21~50 ライ	51~100 ライ		
クンラティン	0	0	298	1,290	1,588	267	12	0	1,040	1,342
タークデート	40	0	10	135	185	29	0	0	2,080	281
トゥンカー	0	11	35	386	432	63	3	0	1,420	548
バンリック	0	6	15	78	99	21	0	0	925	72
バンナー	0	518	1,129	5,862	7,509	912	53	6	1,800	10,552
パックナム	0	3	0	10	13	2	0	0	400	4
ワンファイ	0	0	143	122	265	98	0	0	738	90
ウイサイムア	0	537	2,118	1,747	4,402	310	142	1	1,500	2,621
ナーチャー	0	0	0	24	24	7	0	31	660	16
ワンマイ	167	297	1,276	1,856	3,596	324	32	0	2,400	4,454
ハッドサーイ	0	0	8	10	18	2	0	0	450	5
タムシン	0	0	0	5,521	5,521	350	68	4	2,400	13,250
合計	207	1,372	5,032	17,041	23,652	2,385	310	42	1,318	22,456

注：表3-8と必ずしも一致しない。栽培農家戸数は、未収穫農家も含まれると予想される。

資料：農業普及局チュンボン県事務所資料より作成。

(2) ムアン郡におけるドリアン産地形成の経緯

タイ南部のドリアン生産増加の背景には、従来さかんであったコーヒー産業の衰退がある。もともとドリアンは、南部でも栽培されていたが、コーヒーをめぐる政策転換がドリアン生産の増加へ拍車をかけた。

1970年にロイヤルプロジェクトとしてコーヒー栽培が導入され、それ以降、コーヒー輸出による外貨獲得が生産奨励につながっていた。タイは、1981年にコーヒー協定に加盟し、6千tの輸出割当を獲得したが、89年にはコーヒー協定が停止し、輸出割当が廃止されることとなる。在庫過剰になったタイでは、1992年から生産抑制政策を開始し、コーヒー価格は低迷しつづける（表3-10参照）。商業省は、5年間で10%生産削減する方針を決定、作付面積を半減するという目標を掲げた。実際は、1993年から1万ライの削減にとどまっているが、うち7千ライが果実へ転換された⁹。

ムアン郡においては、1989年の大洪水がドリアンへ転換する契機となっているが、併せて一連の政策転換の影響を受けているといえよう。村田〔26〕は、タイ南部のコーヒー産地では、雇用労働力の確保が難しく、雇用者への支払い賃金が上昇する地域ほど、コーヒーから果樹など多作目への転換が進みつつある、と指摘している。果樹生産は、労働集約的側面がある一方で、農家レベルでは粗放化という側面がないわけではない。ムアン郡は、

都市と農村が併存する地域であるため、都市部での労働力吸収が進み、労働者が農村部までこなくなったために労働力不足になり、コーヒー経営が困難になった可能性がある。

表3-10 チュンボン県のコーヒー生産者買取価格の年次推移

(単位：パーツ/kg)

年	11月	12月	1月	2月	3月	4月	平均
1995/96	45.25	36.14	37.75	45.72	39.28	—	51.04
1996/97	—	24.50	29.30	33.38	32.88	—	30.02
1997/98	—	49.63	71.31	69.50	61.00	—	62.86
1998/99	—	54.00	57.13	58.06	46.88	—	54.02
1999/00	33.5	32.00	29.75	29.50	22.25	23.50	28.42
2000/01	19.5	16.88	17.50	16.75	16.38	—	17.40
2001/02	—	21.63	23.70	21.00	22.50	21.00	21.97
2002/03	26.17	30.25	30.80	33.87	21.75	22.00	27.47

注：全て名目額である。

資料：『チュンボン県商業年報』各年より作成。

(3) ムアン郡バンナー区のドリアン生産概況

バンナー区の農業生産概況をみると、コーヒーに次いでドリアンの作付面積が多い（表3-11 参照）。次いでゴム、ロンコン、ココナツ、油やしが主な作目である。調査対象地域

表 3-11 バンナー区の農業生産概況（2003 年）

(単位：ライ、羽)

村番号	コーヒー	ドリアン	ゴム	ロンコン	ココナツ	油やし	マンゴスチン	ランブータン	サトー	ポメロ	パイナップル	米	養鶏	鳥
1	16	51	0	10	52	0	17	14	2	4	0	50	0	200
2	76	44	0	48	153	82	18	14	10	22	0	150	100	400
3	143	59	35	52	348	258	8	7	10	5	0	150	100	400
4	135	70	36	68	400	307	41	14	12	26	0	0	800	550
5	606	278	208	185	262	349	65	17	50	65	0	0	0	700
6	438	677	10	478	97	117	41	8	35	15	0	0	0	700
7	1,426	671	1,328	270	591	509	61	220	102	74	0	0	100	1,500
8	3,787	1,975	1,233	306	126	400	430	234	87	12	0	0	0	1,200
9	958	553	792	285	272	40	168	105	85	66	300	0	0	1,100
10	733	113	526	21	62	40	20	9	36	33	0	0	0	600
11	717	1,268	63	238	175	0	20	14	8	5	0	0	0	700
12	637	1,422	63	818	43	15	36	6	20	26	0	0	0	550
13	445	328	341	128	290	60	70	20	13	19	0	0	0	420
合計	10,117	7,509	4,635	2,907	2,871	2,177	995	682	470	372	300	350	1,100	9,020

資料：農業普及局チュンボン県事務所資料より

とするのは、タムシン区と道をはさんで隣接する村落 (muu baan)、であるサラヤック村 (Sarayak : Muu 12) である。ここではドリアンの栽培と共に、ロンコンの栽培もさかんである。村内には 120 戸の農家が存在し、大部分が専業農家である。

サラヤック村の農家 120 戸のうち、村長の推薦に基づいて選んだ 13 戸のドリアン生産に積極的な農家に対する聞き取り調査を実施した (表 3-12 参照)。調査農家 13 戸のうち専業農家は 11 戸である。いずれの農家もドリアン、ロンコン、コーヒーのいずれかの生産に従事している。ドリアン生産は、調査農家すべてにおいてモントーン品種を中心に生産している。経営耕地面積が 100 ライを超す 12、13 番農家は大規模生産を展開している。ドリアン以外の作目選択状況を表 3-13 で詳しくみると、チュンボン県の多くの農村部にみられるような、ゴムや油やし、ココナツなどの高木作物や重要な商品果樹であるマンゴスチン、ランブータンなどの生産農家は少数にとどまっている。13 戸のうち、基幹作物としてドリアンを選択している農家は、10 戸にのぼり、農業収入も大部分をドリアン販売からの収入に頼っている。コーヒーからの作付転換を遂げた農家は、4 戸あった。

表3-12 ムアン郡の調査対象農家経営概況

農家番号	世帯主		出身地	家族労働力 (人)				専業 兼業の別	経営耕地 面積 (ライ)	主要作目栽培本数 (本)		
	年齢 (歳)	学歴		男	女	合計	60歳 以下			ドリアン	ロンコン	コーヒー
1	39	中3	県内	1	1	2	2	専業	54	143	100	4,700
2	50	小4	県内	1	2	3	3	専業	36	600	300	
3	50	小6	県内	0	2	2	2	専業	44	100	200	2,000
4	47	小4	ナコン	0	1	1	1	専業	6	120	50	
5	54	大学	県内	1	1	2	2	専業	30	180		
6	67	—	スパンブリ	1	2	3	2	専業	20	300	100	
7	47	小4	県内	1	1	2	2	兼業	29	150	20	
8	48	小4	ナコン	1	1	2	2	専業	10	100	100	
9	32	小6	県内	1	1	2	2	専業	32	300		
10	39	小4	県内	1	1	2	2	兼業	52	310	100	800
11	40	小4	県内	2	1	3	3	専業	11	400	200	
12	59	高1	県内	3	1	4	4	専業	119	1,200	500	4,000
13	60	大学	—	2	1	3	3	専業	120	2,000	3,000	
平均	48.6					2.4	2.3		43.3	454.1	359.2	884.6

注1: 7番の雇用は、臨時の雇用。10番は、夫婦で商人。

2: 全農地が自作地である。

3: 7番農家のみ、水源なし。他の農家は、運河や池から引水し、スプリンクラーで散水。

4: ナコンとは、南部ナコンシータマラート県を示す。

資料: 聞き取り調査 (2003年) より作成。

表3-13 調査対象農家の主な栽培作物

農家番号	ドリアン		ロンコン	コーヒー	ホームトンバナナ	マーク	油やし	ココナツ	マンゴスチン	基幹作物
	栽培本数 (本)	生産量 (t)								
1	143	40	100	4,700						コーヒー
2	600	30	300						100	ドリアン
3	100	12	200	2,000						コーヒー
4	120	10	50		200					ドリアン
5	180	10					500			ドリアン、パーム
6	300	18	100		100	100				ドリアン
7	150	3	20		100	200		50		ドリアン、ロンコン
8	100	4	100		100	500		10		ドリアン、ロンコン、マーク
9	300	21					200	250		ドリアン
10	310	20	100	800			420			ドリアン、コーヒー
11	400	35	200		400					ドリアン、ロンコン
12	1,200	100	500	4,000	1,000	500			500	ドリアン
13	2,000	25	3,000							ロンコン
平均	454.1	25.2	359.2	884.6	146.2	100.0	86.2	23.8	46.2	

資料：聞取調査(2003年)より作成。

2) 農家によるドリアン出荷経路の変化

(1) 出荷経路の多様化①ーバンナー区サラヤック村の事例よりー

ムアン郡バンナー区サラヤック村の調査対象農家に対し、ドリアンの出荷ルートについてアンケート調査を行った。4パターンの流通ルートが確認できた(図3-8参照)。

第1の流通チャンネルは、地元集荷業者に出荷するパターンである。13戸中10戸が、このルートを利用している。サラヤック村には、2人のドリアン専門集荷業者が住んでいる。村内や町の中心部から、労働者を集め収穫から集荷、買い付け、運搬までを担う。大部分の農家が彼らへ出荷し、長年の信頼関係に基いて取引をつづけている。

第2のパターンは、村外から来る集荷業者に出荷するルートである。サラヤックはドリアン産地として有名であるため、毎年ドリアン収穫の時期になると、村外、県外から多くの集荷業者がドリアンを求めてやってくる。1シーズンに複数の集荷業者が値段交渉を求めてくることもあり、毎年、固定された関係ではない。農家は、集荷業者の提示価格から最も高い価格を選び、その集荷業者へ販売する。

どちらのパターンの集荷業者も、既存の国内向け集荷業者である。国内向けと輸出向けの業務を分けずに、一人の業者で両方の流通機能をもつ。

第3のパターンは、農家が自ら輸出請負業者の倉庫へ出荷するルートである。10、12番農家がこれにあたる。親族同士で助け合って収穫を行い、自家用車数台でドリアンを販売しに行く。庭先で輸出用と国内用に分けて、それぞれ輸出請負業者と国内卸売市場へ販売する。出荷先の輸出請負業者は、毎年固定されているとは限らない。輸出請負業者倉庫前に掲示される価格をチェックしたり、倉庫へ直接電話することで情報を仕入れ、基本的には価格に応じて出荷先を選ぶが、出荷先を固定している場合もある¹⁰。

第4のパターンは、輸出請負業者が直接、農家のところへ収穫に来るルートである。大規模農家の13番農家がこれにあたる。複数の輸出請負業者が収穫期前に交渉に訪れる。

農家の出荷パターンは多様に并存しており、生産農家から出荷されるドリアンをめぐって、流通業者間の競争関係が認められる。この状況を受けて、農家を顧客化するため、農家の要望に沿った集荷を行う業者もいる。収穫物の選別を行って価格差をつけて買い取るのではなく、全量買取を行う。農家は、良品だけが買い取られ、その残りを自分で販売する手間を抱えるより、価格が下がっても全量買取を優位とする傾向にあるからである。

ドリアン生産農家13戸のうち1戸を除いて、優良品は輸出されると認識しているが、出荷後の流通経路や輸出向けの品質基準については、あまり関心がない農家も多い。しかし、第3、4のパターンの農家は、自家労働力を最大限利用して流通業者による中間マージンを節約し、輸出に関する知識や輸出向け買取価格の情報を集めている。少しでも高い買取価格に結びつけようと、輸出に積極的である。

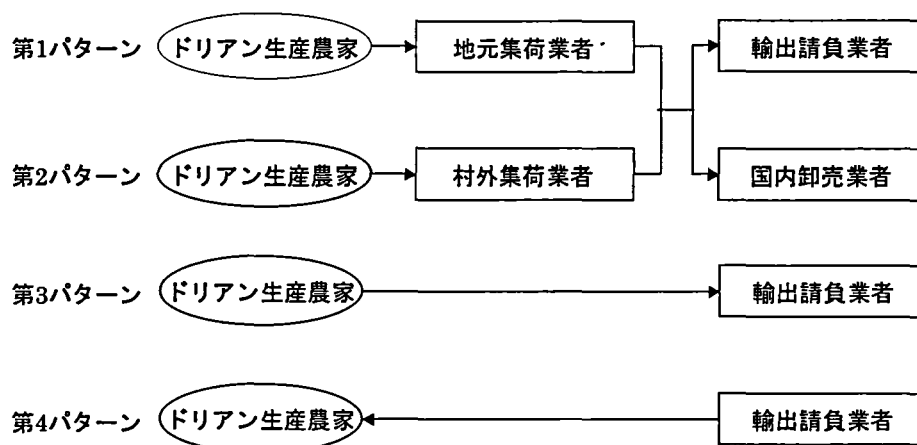


図3-8 ドリアン生産農家の流通チャネル

資料: 聞き取り調査(2003年)より作成。

(2) 出荷経路の多様化②ーランスワン郡ワンタコー区の事例よりー

ドリアン生産農家の流通対応をより明確にするために、補足的に他地域においてもアンケート調査を実施した。ランスワン郡ワンタコー区 (Amphoe Langsuwan, Tambon Wangtako) は、次章で扱うマンゴスチンの輸出産地であるが、併せてドリアン生産もさかんである。ワンタコー区の農業概況などについては次章で述べるので、ここでは調査対象農家の生産概況のみ触れておきたい (表 3-14 参照)。同区は、ドリアンの他にマンゴスチン、油やし、ゴムの栽培が主である。ムアン郡バンナー区の調査対象農家と比較すると、経営面積やドリアン生産量は少ない。ドリアン輸出については、ワンタコー区の方が早い時期から取り組まれている。調査対象農家のうち、回答不明 1 戸を除く 15 戸中 13 戸が、直接、輸出請負業者へ出荷するパターン 3 にあたる。出荷先である輸出請負業者は、8~9 ヶ所に分散しており、特定の業者に集中していない。買取価格によって出荷先は毎年、変更される。ワンタコー区における特徴の背景には、輸出請負業者が多数集まる果実市場に近いことが影響していると思われる。輸出に関する情報などが比較的入りやすい可能性が高い。そうした地理的条件も手伝って、輸出に積極的な農家が多くみられた。

表3-14 ランスワン郡の調査対象農家経営概況

農家番号	村番号	世帯主年齢	家族労働力 (人)			経営耕地面積 (ライ)	主要作物栽培本数 (本)			
			男性	女性	合計		ドリアン	マンゴスチン	油やし	ゴム
1	3	70	1	1	2	30	100	300		
2	5	52	4	2	6	20	120	70		
3	8	46	1	1	2	30	430			
4	8	55	3	1	4	63	30	100		
5	8	40	2	1	3	20	80			900
6	8	50	2	1	3	17	130			
7	8	52	3	1	4	26	140			700
8	12	57	3	1	4	50	200	350	400	
9	12	47	3	1	4	29	300	300		
10	12	44	2	1	3	27	60	150	300	
11	12	54	1	1	2	42	200	50	200	
12	12	59	3	1	4	22	68	270		820
13	12	51	2	1	3	—	30	250	300	
14	12	64	2	2	4	25	80	200	150	
15	12	52	1	1	2	25	40	100	15rai	
16	16	66	2	1	3	68	600	200	500	
平均		49.6			3.3	28.4	125.5			

注1: 水源は、不明農家1戸除いて全員所有。

2: 1番農家は、2002年度、他は2003年度実績。

資料: 聞き調査 (2003年) より作成。

(3) ドリアン産地における流通構造の変化

以上の事例分析から、農家による 2 つの輸出に向けた流通対応がみてとれる。一つは、従来の既存の国内流通業者を介した流通ルートである。いま一つは、既存の流通業者を飛び越え、輸出請負業者へ直接販売するルートである。農家は、モータリゼーションの普及や自立的な販売が可能になったことなどによって、国内市場に至る段階的な集荷過程が崩れ、販売過程に複数のルートが並列的に配置されている。そうした中から、輸出への意識が高く、少しでも高い価格で販売しようという意欲の農家は、第 1 次流通業者を飛び越え、輸出請負業者と直接取引する。輸出請負業者に対する聞き取り調査でも、農家が直接持ってくる場合が多く、電話での問い合わせも多いということであった¹¹。大規模な農家の中には、輸出請負業者が直接、農家へ出向くこともある。

かつては強い集荷力を誇った地元集荷業者であったが、次第に競争力を失い¹²、農家と流通業者との取引関係は、柔軟で多様なものとなった¹³。直接、輸出向けに出荷する農家も出現するようになり、流通業者間の集荷をめぐる競争は、より激しくなったといえる。

3) ドリアン農家の生産方法の変化

(1) 労働集約栽培農家と粗放栽培農家

次に、ムアン郡バンナー区サラヤック村の調査対象農家に、ドリアン輸出による生産の対応についてアンケート調査を行った。農家は、品質の高いドリアンを出荷すれば、輸出向けとして優位な買取価格で販売できることを認識している。しかし、輸出向け規格に応じて生産するための工夫や変化は、あまりみられない。輸出開始後、ドリアンへの施肥量が増加したという農家が目立ったが (13 戸中 8 戸) が、木の生長に伴った施肥量の増加である可能性が高い。その他、雇用の増加や仕事量の増加、新技術の導入など生産の対応について、特に顕著な変化はみられなかった。

それに対し、大規模農家である 2 戸の農家については、端境期生産を積極的に取り入れている。タイ南部でのドリアン収穫時期は 7~9 月がピークであるが、輸出請負業者による買い取りは、3 月頃まで継続されている。特に、2~3 月の輸出請負業者による生産者買取価格は、ピーク時の 2 倍以上になる。その有利な価格を狙い、大規模農家は収穫・出荷時期をずらす¹⁴。端境期生産技術は、農家の間で次第に確立されつつある。施肥や施水を繰り返して開花や結実を遅らせ、生長をコントロールする。また、摘花、摘果、剪定についても雇用労働力をできるだけ利用し、受粉調整など、こまめな労働集約的栽培を展開す

る農家や、GAP 規格に沿った栽培を試みようとする有機肥料の利用を増やし、栽培記録をつけて、細かな生産管理を開始する農家もあった¹⁵。これらの生産対応からは、総じて輸出出荷に向けた強い営農意欲がうかがえる。大規模農家は、完全に輸出を狙った生産を行っているといえる。

それに対し、小規模農家は、労働力の確保が物理的、経営的に難しく、限られた範囲での対応にとどまっている¹⁶。中には、子供が大学在学中のみ端境期生産を行い、短期的収入を狙う農家もある。しかし、通常の栽培よりコストが増え、管理もより必要となるため長期的には取り組まれない。

ドリアン生産農家にとっては、この地域に多いホムトンバナナと比較されることから、手間のかかる果実という見方がやや強いようである。ホムトンバナナは、ほとんど手入れが施されず、非常に粗放的な作物である。しかし、ドリアンを生産する小規模農家は、輸出向けであるからといって、必ずしも労働集約的な方向へ進んでいるとはいえず、粗放的栽培対応の側面も引き継いでいるといえる。

(2) 農家への経済的インパクト

調査対象農家の農業収入のうち、ドリアン収入が占める割合は、平均すると 66%であり、経済的に重要な位置づけにある。しかし、農家にとってのドリアンの経済的インパクトについては、2つの見方に分かれている。一つは、ドリアン輸出の恩恵を多分に受けていると評価する農家である。もう一つは、特に変化がないと答えている。後者のほうが大部分を占めた。また、ドリアンの価格が年々低下しているために、収入が大幅に下がり、農業収入全体にも大きなダメージがあったという農家もある。大規模農家においても、ドリアンの栽培を近年中に中止し、他の果実へ転換する予定である。

4. 小括

在来型果実の代表であるドリアンの産地流通の対応について、実態調査に基づいて明らかにしてきた。

ドリアンは、輸出向けに品種改良がなされておらず、国内流通を前提に生産されていた。ドリアンを輸出へ向かわせるための危険分散として、現在の流通業者による多段階選別が必要とされている。また、既存のドリアン産地と海外市場を結びつける役割をもつ、輸出

請負業者の出現により、農家による輸出市場へのアクセスが容易になった。

ドリアンの主な輸出先は、東アジア諸国である。遠方の輸出に耐えうる技術や品質管理などが未だ確立されていないため、比較的、近隣諸国に輸出が集中しているともいえる。しかし、東アジア市場は、日本などの最高品質を求める先進国市場に比べて、見かけの良さや品質の画一性が少々劣っていても良しとする傾向にあるため、国内市場向けの品質生産対応である在来型果実が受け入れられやすい。タイのドリアン産地においても生産、流通ともに輸出へ対応しやすいといえる。タイにとって東アジアは在来型対応市場として位置づけられる。特に、中国とアセアン諸国は消費人口が大きく、経済力向上により果樹の購買量が伸びると予測され、今後、有望な市場とされている¹⁷。

在来型果実輸出という、既存の産地流通や生産方法を基盤にした輸出にありながらも、次第に、輸出に焦点を絞った対応に発展させている農家も出現している。

流通ルートに関する調査分析からは、ドリアンが輸出向けへ出荷されるか否かは、既存の国内流通業者に依存する一方で、農家自ら輸出請負業者へ出荷する農家も多くみられた。モータリゼーションの普及や、農家の自立的販売が可能になったことなどにより、農家は、輸出請負業者からの情報を積極的に取り入れ、輸出ルートをドリアン出荷の選択肢の一つとして位置づけている。

生産対応においても、中小規模農家では、大きな再編はみられないものの、次第に輸出出荷を目的として能動的に対応を変化させる農家も出現し始めている。近年のドリアン価格が低下傾向にあることも手伝って、技術を駆使して端境期生産を行い、高価格販売を求めて高品質なドリアンを熱心に栽培する農家もある。

中小規模のドリアン農家であっても、輸出向け価格は国内価格より高く、農業収入には欠かせない。これらの農家にとっても、輸出向け出荷が重要な位置にありつづけるのは、輸出流通ルートが、輸出請負業者を通じて農家の身近に存在しているためである。様々な役割をもつ各流通業者の連係、さらには身軽に移動する輸出請負業者が、産地ネットワークカーとなっている。産地ネットワークカーが構成する輸出向け流通ルートの確立によって、農家が輸出に容易にアクセスできるようになっている。また、輸出請負業者などの流通業者の動きに追随する農家の中から、次第に輸出へ向かって能動的な対応をとる農家が育ってきた。流通業者による輸出ルートの確立と、農家自身の対応の変化との相乗効果によって、タイのドリアン輸出産地は発展を遂げてきたといえよう。

【注】

- 1 Hiranpradit, et al [9]、pp.40。
- 2 JETRO [15]、pp.72-74。
- 3 JETRO [15]、pp.81-84。
- 4 タイの米輸出流通においては、Supplier とも呼ばれる。滝澤 [53]、pp.121、山尾 [67]、pp.182 を参照。地元の農家や集荷業者からは、タイ語でトワteen (Tuwateen)、プーンソック (Phuuson ook) などと呼ばれている。
- 5 商業省では、東部のチャントブリ県を拠点に、果実を全国に分配する果実流通ネットワークを構築している。商業局のチャントブリ事務所に産地情報が集められ、各産地の農協を中心に、出荷量を割り振る。各農協から供給先までの運搬手段が手配され、全国に果実が分配される（聞取調査（2003年）による）。
- 6 輸出会社 G 社と完全委託型の関係にある I 氏はもともと、チュンポンを拠点とする 1 果実集荷者であったし、図 3-5 にある U 社もチェンマイを拠点とするロンガンの流通業者であった。
- 7 タイのアグリビジネスによる米輸出においても、高品質米の輸出は、精米能力を発揮する精米業者の技術や経営に左右される（矢野 [71]、pp.90-92）。
- 8 2002 年現在、チュンポン県内には、ドリアン GAP グループは 9 グループ、マンゴスチンが 9 グループ、ランブータンが 4 グループ存在する。バンナー区のグループは 2 つあり、うち 1 つは 41 名のメンバーからなり、9 グループ中、第 3 位の生産量を誇る。
- 9 村田 [26]、pp.108。
- 10 輸出請負業者の倉庫の前には、取引会社名や流通会社名ではなく、オーナーのニックネームと電話番号（携帯電話の場合が多い）が提示されている。農家にとっては覚えやすく、連絡もとりやすい。
- 11 特に、農村部での携帯電話の普及が大きな役割を果たしているように思われる。
- 12 山尾 [67]、pp.177。
- 13 タイの米輸出においても、同様の傾向がみられる。輸出業者と精米業者の関係において、企業として大きな力をもつ輸出業者は、精米業者に対して買入価格決定においてより有利な立場にあった。ところが、1978 年のタイ精米業者協会が設立されて以来、この関係は若干、是正されつつある。同時に、農民と集荷業者、精米業者の関係も、道路整備、運送手段、電話、ラジオ、テレビ、新聞などの発達により、開放された関係を生み出しつつある（森井 [25]、pp.221）。
- 14 ドリアンの収穫時期は、次第に拡大しつつある。昔は、東部で 4～6 月中旬、南部で 6～7 月であったが、現在では東部で 2～8 月、南部で 7～10 月と、年間 9 ヶ月間ドリアンの供給が可能である（Hiranpradit, et al [9]、pp.147-148）。実態調査では、南部は 3 月頃に収穫する地域が確認できた。
- 15 ランスワン郡ワンタコー区調査対象農家の 8 番村の農家にみられた。
- 16 ドリアンの収穫時期は地域内に集中しているため、雇用労働力を見つけるのが大変困難である。収穫ピーク時には、労賃も高くなる。大規模農家では、東部のチャントブリ県から収穫のプロをわざわざ雇用する場合もある。
- 17 JETRO [15]、pp.71。

第4章 生鮮マンゴスチン産地と輸出市場の多様化

はじめに

本章の目的は、日本向け輸出とう高品質市場向けの輸出が特徴的な、マンゴスチン輸出を事例に、輸出先市場別にみる産地対応を考察することである。マンゴスチンは、近年、輸出をめぐる動きが著しい。主に、近隣の東・東南アジア諸国へ輸出されているが、1990年代以降、輸出量は飛躍的に増加している。また、2003年4月から日本への輸出が解禁されたという点で、今後の動向が注目されている。タイでは、日本への輸出解禁とともに、多くの輸出会社が輸出事業へ参入している。日本への輸出は、アジア諸国への輸出と異なり、味の良さはもちろんのこと、見かけの良さやサイズと質の均一性、清潔さ、殺虫技術、梱包のデザインに至るまで、様々な点で高い水準が求められる。

マンゴスチン産地では、輸出の活発化に伴って、輸出向けドリアン産地と同様に、輸出請負業者を介した輸出ルート確立によって、在来型マンゴスチン産地で輸出が展開されている。同時に、高品質なマンゴスチンの生産、集荷を求める日本市場の登場によって、産地の農家と集荷業者、輸出請負業者との関係も変化しつつある。輸出がさかんになるにつれて、政府は農家の組織化をサポートし、品質向上と集荷量の確保を目指し、少しでも農家の供給力を高めようとしている。輸出会社の中には、品質の良い、まとまった量を確保したいために、大規模農家やグループから直接買い付けるケースも出現してきた。輸出を契機として、組織化を試み、農家経営や地域の発展を目指す意欲的な農家や農民グループの事例もみられる。

第1の課題は、マンゴスチンの輸出流通構造を明らかにすることである。東アジアと日本向けマンゴスチンの輸出流通システムを分析しながら、東アジアと日本という2つの異なった性質をもつ市場の併存が、輸出産地の流通構造をどのように特徴づけているのか。第2に、日本向け輸出に取り組む日系輸出会社による、グループからの買い付けを通して、輸出会社と農民グループとの関係について明らかにする。第3に、日本向け輸出に取り組む農家と農民グループの対応から、輸出が生産者にどのようなインパクトを与えているのか考察する。

主な分析地域は、南部チュンボン県と東部チャントブリ県の産地を対象とする。

1. タイにおけるマンゴスチン生産・輸出動向

1) マンゴスチン生産の実態

ドリアンが「果物の王様」と呼ばれているのに対し、マンゴスチン（学名：Garcinia mangostana L.、タイ名：Mangkhud、マンクット）は「果物の女王」と称されている¹。マレー半島が原産であり、タイ以外でもフィリピン、マレーシア、インドなどでも生産されている。マンゴー、チェリモヤと並んで世界三大美果の一つでもある²。マンゴスチンの樹木は、密度の高いピラミッド型をしており、高さは10～25 mにも達する。マンゴスチンの果実は、直径5～7 cmである。熟していない時には緑色であり、その後赤紫色を経て黒紫色になる。果肉の暑さは約1 cmであり、指で押すと割れる。果肉はみかんのように5～8片に別れており、象牙色のような透き通った白色をしている。味はほどよい甘味と酸味で非常に美味である³。

マンゴスチンは、栽培条件上⁴、おのずからタイ南部（タイ全生産量の50%）と東部（49%）に生産地域が限られている。主な産地は、チャンタブリ県（30.5%）、チュンボン県（16.4%）、ナコンシータマラート県（21.3%）である（表4-1参照）。商品化率が高いことから、これら主産地では経済的に重要な作物となっている。生産量は増加傾向にあり、結果樹面積も、

表4-1 タイのマンゴスチン県別生産概況（2001年）

県名	作付面積 (ライ)	構成比 (%)	生産量 (t)	構成比 (%)
チャンタブリ	78,037	21.2	68,211	30.5
チュンボン	76,050	20.7	36,702	16.4
ナコンシータマラート	65,780	17.9	47,541	21.3
ラノン	24,652	6.7	20,567	9.2
ナラティワット	21,475	5.8	7,099	3.2
ラヨン	19,302	5.3	6,335	2.8
トラッド	18,836	5.1	10,208	4.6
パンガー	14,712	4.0	6,007	2.7
スラタニ	10,655	2.9	3,324	1.5
その他	37,781	10.3	17,337	7.8
合計	367,280	100.0	223,331	100.0

資料：『果樹・樹木作物統計』より作成。

1992年の7万8,468ライから2001年には23万7,515ライとなり、10年間で3倍以上も増加している(表4-2参照)。単収については、1998年には、1ライあたり968kgと、97年の1,214kgから約20%減少している。これは、1997年の生産量増加による生産者価格の低下が影響し、農家による収穫後の整備が怠慢であったことや、天候不順による水不足が要因である⁵。

表4-2 タイのマンゴスチン生産概況

年	結果樹面積 (ライ)	作付面積 (ライ)	単収 (kg/ライ)	生産量 (t)
1990	75,658	138,862	1,190	90,119
1991	78,468	150,983	1,150	90,263
1992	81,739	161,965	1,112	90,940
1993	96,203	198,539	1,082	104,096
1994	102,982	213,747	1,070	110,204
1995	120,254	236,666	1,067	128,280
1996	124,381	267,960	1,146	142,505
1997	149,708	286,652	1,214	181,743
1998	165,226	305,603	968	159,888
1999	169,954	301,980	990	168,321
2000	202,413	353,069	876	177,274
2001	237,515	367,280	940	223,331

資料：『果樹・樹木作物統計』各年より作成。

2) マンゴスチンの輸出経路とその特徴

マンゴスチンは、運搬中に傷つきやすいことから海外への輸出が難しいとされていた⁶。しかし、ドリアンから遅れること約5年の1999年ごろから急激な増加を示している(図4-1参照)。マンゴスチンの輸出先は、東アジアを中心に増加傾向にある。1995年の全輸出量が3,117tであったのが、2002年には17,326tとなっており、主に、香港、台湾への輸出が大部分を占める(表4-3参照)。また、2003年4月に、日本が輸入を解禁したことにより、日本への輸出量も大幅に増加している。日本の輸入解禁は、蒸熱処理を用いた殺虫技術の確立により達成された。輸入の為の主な条件は、①濃密防除地域で生産されたもの、②輸出前に蒸熱処理(果実中心温度が46度で58分間の処理)がなされたもの、である⁷。

東アジア向け輸出と日本向け輸出との産地流通経路や、産地の様相には違いがみられる。輸出流通には、東アジア向けと日本向けの2つの流れができつつあるといえる。そのため、東アジア向け、日本向けそれぞれの輸出流通の実態を明らかにする。

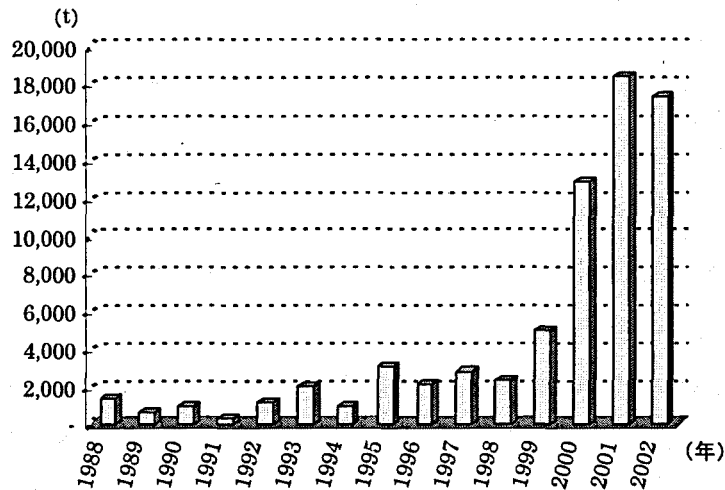


図4-1 生鮮マンゴスチン輸出量の年次推移

資料: 関税局資料より作成。

表4-3 生鮮マンゴスチンの輸出先国別輸出量の年次推移

年	(単位: t)						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
香港	1,105	1,698	3,133	7,348	10,061	10,168	7,269
台湾	1,557	574	1,538	3,582	6,207	5,470	2,178
中国	15	7	253	1,469	1,666	990	648
シンガポール	10	23	11	124	80	361	201
日本	81	0.1	37	119	97	46	334
その他	69	47	29	244	291	291	71
合計	2,837	2,349	5,001	12,886	18,402	17,326	10,701

注1: 2003年のデータは、1月~7月の集計である。

2: 乾燥マンゴスチンも含む。

資料: 関税局資料より作成。

2. 東アジア向けマンゴスチン輸出流通の実態

1) 東アジア向け輸出流通の概略

マンゴスチンの東アジア向け輸出は、基本的にドリアン輸出にみる流通対応と似通っている。ドリアンの輸出向け倉庫を運営する輸出請負業者は、ドリアン収穫期間内にシーズンを迎えるマンゴスチン輸出も同時に手がけている場合が多いためである。ドリアンの輸出流通構造との共通点に加えて、マンゴスチンの特性に規定された流通の特徴もみられる。ドリアン輸出との違いに焦点をあてながら、東アジア向けマンゴスチン輸出の特徴を明らかにする。

マンゴスチン輸出流通経路は、農家及びグループ→集荷業者→輸出請負業者→輸出会社となる（図4-2参照）。農民グループから集荷を行うのは、マンゴスチンの特徴である。マンゴスチン集荷は、ドリアンのように労働調達を担う集荷業者はほとんど存在しない。マンゴスチンは、収穫後から数時間で変色してしまい、買取価格の低下につながる場合もある。保管すると商品価値が大幅に落ちるので、農家自身が少量でも迅速に出荷する必要がある。少量出荷が価格形成の不利を生み出し、運搬コストも負担となる。そのため、組織における頻繁な共同販売によって、第1次集荷業者に対する交渉力を高めようとする農家の動きがある。

集荷業者は、農家から買い付けたマンゴスチンを、品質の高い輸出向けと品質の劣る国内市場向けとに選別する。輸出向けは輸出請負業者へ販売され、国内向けは村外、県外か

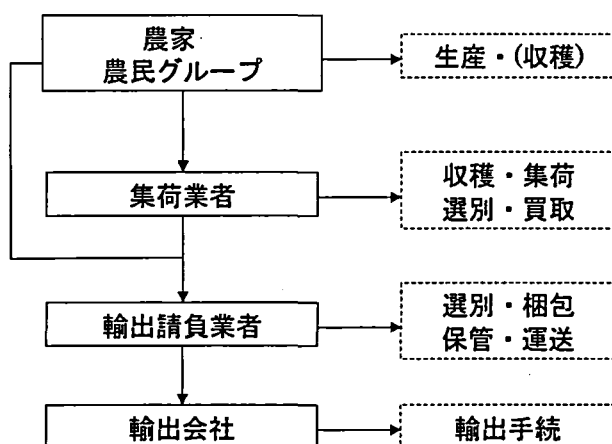


図4-2 生鮮マンゴスチンの東アジア向け輸出システム概略図

資料：聞取調査（2003年）より作成。

ら来た集荷業者へ販売される。車を所有する農家の大半は、販売前に粗選別を行い、輸出請負業者へ直接販売する⁹。

2) 輸出請負業者の役割

(1) 産地での集分荷機能とパッカー機能

マンゴスチン輸出流通では、ドリアンと同様、輸出請負業者の役割が重要である。

輸出請負業者は、集荷業者や農家からの集荷物を選別し、輸出向けのみを買い取る。輸出会社の規格を反映したサイズや条件に基づき、計量や目視によって選別していく。多くの場合、全ては買い取らずに、輸出向けマンゴスチンのみを買い取る¹⁰。また、農家や集荷業者は、毎年同じ業者へ出荷するとは限らない。

輸出規格は、東アジア向け輸出の場合、輸出会社独自の基準ではなく、政府が薦めている一般的な基準に基づいている。一般的な基準とは、1) 果実の状態：汚れ、黄色い木汁 (YaangLai)、病気や虫による穴や傷がない、表面が滑らか、2) 政府が薦める 6 つの色段階のうち、2~5 レベルまでとする。3) ヘタと表面の状態：折れ曲がっておらず、一枚以上取れてはいけけない、皮に割れ目がない。4) 果肉の状態：硬く透明な果肉 (NuaGeo)、木汁、傷みがない、である¹¹。ただし、基準があるといっても、過熟や過小、よほど見かけが悪くない限り排除されない。郡レベルで農業普及局が開催する農家向けの会議で、輸出基準についてのテキストが配布されたり、普段の農家同士の情報交換や輸出請負業者とのコミュニケーションの中で、農家に広まっているようである。農家や集荷業者による粗選別においても、この基準に従っている。

輸出請負業者に買い取られず、農家や集荷業者へ返却されたものについては、国内向けとなる。農家は、再び販売先を探しに行かなければならない。

マンゴスチン輸出においても、輸出請負業者のパッカー機能が働いており、取引関係は、ドリアンと同様、直営型と委託型とに区別できる。輸出会社との様々な取引関係のもとに連系しているが、輸出請負業者自体はドリアンに比べて少ない。ドリアンで輸出請負業を開始し、後になってマンゴスチンに進出したという業者も多くみられた。この場合、両作物とも同じ輸出会社との取引関係にあることはあまりない。2004年8月時点で、東アジア向け集荷を行っている業者は、4つみられた(表4-4参照)。主な輸出先国は中国である。輸出請負業者は、ドリアンと同様に、季節によって集荷地域を移動する。

表4-4 東アジア向けマンゴスチン輸出請負業者

業者名	取引輸出会社との関係	輸出請負業歴	マンゴスチン輸出請負業歴	輸出先国	その他
I社	直営型	不明	不明	中国 香港	ナコンシータマラート県で輸出倉庫を運営。
TH社	直営型	1990年 (ドリアン、 パパイヤ等)	1990年	中国 (80%) 香港	中国向けマンゴスチン輸出最大手の輸出会社。チャンタブリにも拠点。
D氏	委託型	1996年 (ドリアン を開始)	2004年	中国	ドリアンの取引輸出会社は、マンゴスチン輸出会社と異なる。チャンタブリにも拠点。
S氏	不明	不明	不明	中国 台湾	

資料: 聞き取り調査(2003年)より作成。

(2) 輸出請負業者による多段階選別

在来型果実を輸出品たらしめる重要な要素の一つが、パッキングの際の多段階選別であることはすでに3章で述べた。マンゴスチンの場合、輸出請負業者によるグレード選別は、その特性からドリアンよりも細かく行われている。

農家や集荷業者から、輸出向けのみを買い取った後、大きさを規準とした大・中・小の3グレード、さらに熟度や色具合によって6~7グレードに選別し、最終的には9通りになる。D氏による一連の選別過程をまとめたのが、表4-5である。ドリアンでは、せいぜい3グレードの選別であるのに対し、選別段階が多い。マンゴスチンは、品質を均一にパッキングするには、大きさや見かけ、色、へた、など多くの点で実によって違うため、選別段階も必然的に多くなる¹²。グレード選別は、同じアジア諸国でも国が異なれば、選別の精度やグレード数にも違いがみられる¹³。

多様なグレードに基づく煩雑な選別を、輸出請負業者に一任することで、輸出会社は規格外品を出すリスクを軽減する。各グレードは、価格差をつけて販売されるものと予想される。

表4-5 マンゴスチン流通業者間におけるグレード選別と取引価格

	グレード選別	取引価格 (パーツ/kg)
農家 ↓	なし	15
地元集荷業者 ↓	<買取時> 1) AB混合 (A、B別の場合もある)	16~17
輸出請負業者 ↓		<業者による選別> 1) Aの大 2) Aの中 3) Aの小 4) Bの大 5) Bの中 6) Bの小 7) 未熟⇒待機 8) 規格外⇒返却
輸出会社 ↓	<パッキング終了時> 1) 大AAA、2) 大AA、3) 大 4) 中AAA、5) 中AA、6) 中 7) 小AAA、8) 小AA、9) 小	
輸入会社		

資料：聞取調査（2004年）より作成。

3. 日本向け生鮮マンゴスチン輸出の実態

1) 日本向け輸出の担い手

日本向け生鮮マンゴスチン輸出の担い手には2つのタイプがある。第1は、日系及び現地輸出会社による農民グループとの契約栽培である。いま一つのタイプは、現地輸出会社による既存の果実輸出流通ネットワークを利用した輸出である。日本向けの生鮮マンゴスチンは、害虫駆除のための蒸熱処理が義務づけられている。日本向け輸出に乗り出している20社のうち4社は蒸熱処理施設工場を所有し、日本向け輸出量の大部分を占める¹⁴。ここでは、対日輸出量の最も多い日系企業T社の流通システムに注目する。

2) 日本向け輸出システムの特徴

(1) 農民グループとの直接取引

第1の特徴は、T社が、タイの農業普及局の働きかけによって組織されたマンゴスチン輸出グループのうち、30グループ、5千人の農家と契約取引を行っている点である。これら農民グループは、農業普及局によって組織された生鮮マンゴスチン出荷グループである。

T社による2003年の買取実績は、東部3県（32グループ）、南部5県（19グループ）から約300tを買い付けた。

収穫時期前に、郡の農業普及局事務所でグループのリーダーが集まり、複数の輸出会社（日本向けに限らない）と会談し、市況や要望する規格などについて情報提供、農家との意見交換を行う。輸出会社から農業普及局の県・郡事務所に問い合わせ、グループの情報を得た後、リーダーの元へ出向いて出荷の交渉を行う場合もある。一つのグループへ複数の輸出会社からのオファーが重なる場合もある¹⁵。

(2) 日本独自の輸出ルート

第2の特徴は、日本向け専用の輸出ルートの確立である。前述したように、日本輸出のためには、蒸熱処理が必要であるため、必然的に独自のルートとなる。

輸出流通経路を概観すると図4-3のようになる。まず、グループが運営する選果場へ農家もってきた時点で、日本向けと認められたものは、同県内のT社直営選果場へ出荷される。その選果場でさらに選別が行われ、規格に応じたものはナコンパトム県にある蒸熱処理施設兼出荷工場へトラックで運ばれる。規格外品は、各農家の名前が収穫物に添付されて返却される。

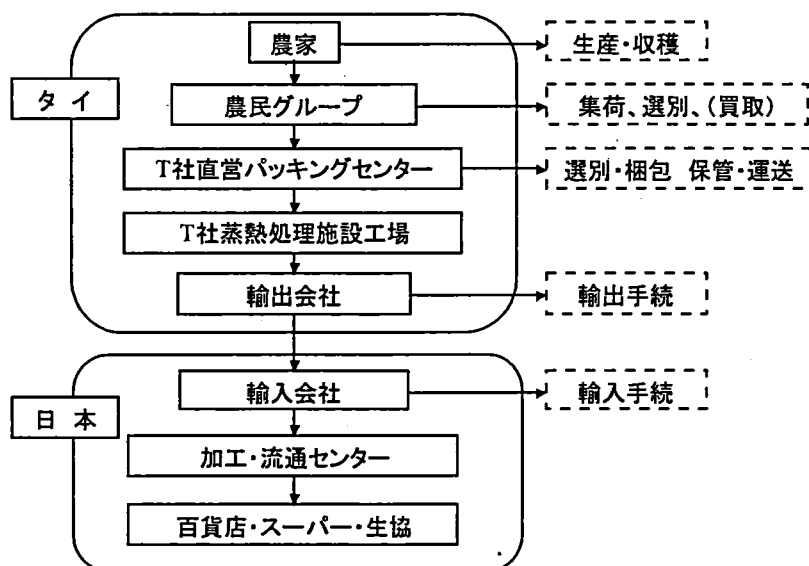


図4-3 T社日本向けマンゴスチンの輸出システム概略図

資料：聞き調査（2003年）より作成。

出荷工場での作業体系を示したのが図 4-4 である。蒸熱処理加工とともに、複数回の選別が行われている。作業の途中で床に落ちたものも、数日後の果肉の硬化に影響するため、除外される。工場に常駐しているタイと日本の植物検査官によって内装検査が行われ、検疫証明書が発行され、空路で日本へ運ばれる。全量、日本向けであり、主に百貨店や大手スーパーなどへ供給される¹⁶。収穫してから翌日には、蒸熱処理、選別や梱包、内装検査などが終了し、タイの空港へ輸送される¹⁷。

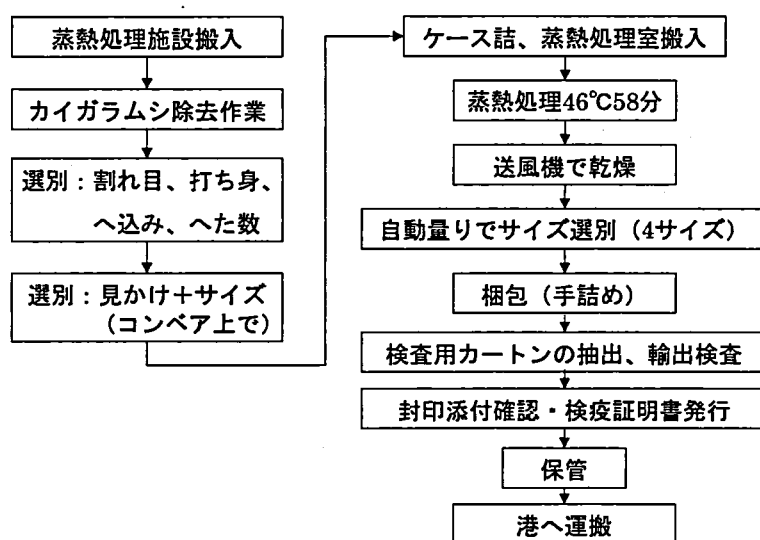


図4-4 蒸熱処理施設における作業体系

資料：聞取調査（2003年）より作成。

(3) 輸出構造の特徴

第3の特徴は、東アジア向けを念頭においた輸出構造である。農家はまず農民グループへ出荷するが、グループの中でも選別される。農民グループでの作業体系をみたものが図 4-5 である。T社は、収穫期を通して、グループごとに一日の出荷量を割り当てている。最も品質の良いものがT社向けとなる。日本向けの品質規格は、輸出会社独自の選別基準が存在し、東アジア向けに比べより高い基準となっている。例えば、中国向けであれば、表面の見かけの良し悪しやサイズ規格が存在するものの、その基準幅は大きく、よほど粗悪品でなければ買い取られる傾向にある。一方、日本向けは、グレードAは80g～110gでかつ、表面の汚れ、傷が表面積の5%以内、グレードBは、70g～110gで表面の汚れ、傷が表面積の20%以内というように、条件が大変限定的である。

農民グループでT社向けに買い取られた残りは、優良品から順に、グループから集荷業者を通じて、東アジアを中心とした他国輸出向けに販売される。規格外となったものは国内向けの集荷業者へ販売されるか、買い取られずに農家へ返却され、農家自らが、東アジア向けの輸出請負業者や国内向けに販売する。

マンゴスチン輸出は、日本向け規格から外されたとしても、他国への輸出ルートが選択肢として存在するという、柔軟な輸出構造となっている。T社への聞き取り調査によると、日本向けの厳しい選別は、規格外品を十分に吸収する輸出市場が他にあるからこそ可能だということであった。東アジア市場は、日本向けの規格外品を吸収する巨大な消費市場として存在している。

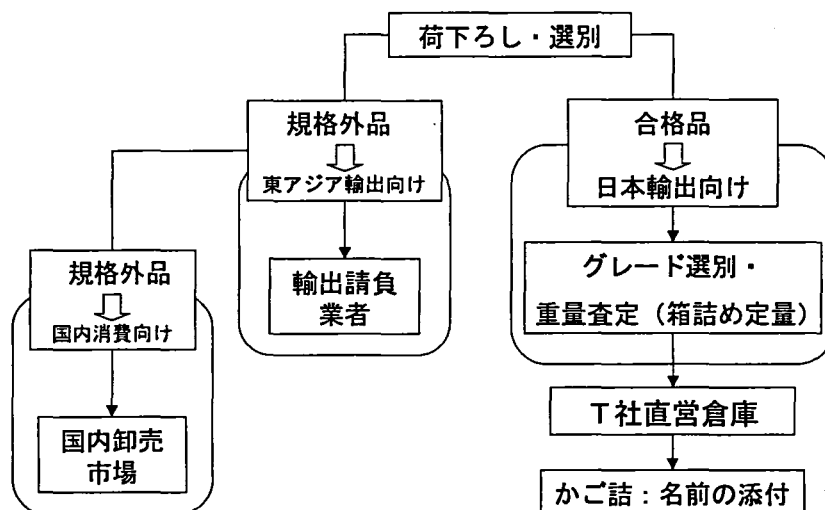


図4-5 農民グループにおける作業体系

資料：聞き取り調査（2003年）より作成。

(4) 輸出量の確保に向けて

T社と農民グループ間が契約関係にあるといっても、T社によるグループへの拘束力が強いとはいえない。出荷量の割り当てを要求しつつも、農家は必ずしもT社に販売しなければならない、というのではなく、グループとT社の信頼関係によって成り立っている。農家にとっては、国内や東アジア向け請負業者などと並列した出荷先の一つである。T社の選別規準が高いため、集荷率が高まらない事態に陥っている。2003年のT社の輸出実績は、農家から300t買い取ったものの、実際には80tしか輸出できなかった（表4-6参照）。

実際、日本向け品質のクリアは困難である。最も困難な規準は、果肉の硬化現象

(NuaGee) や、黄色いゴム状の液 (YaangLai) を 100%避けることである。これら点は、実を開封して果肉をみなければ認識できないことだけに、外からの見分け方が大変難しい。規格をクリアする生産技術と選別技術の確立は、模索中である¹⁸。農民グループとの取引だけでは、品質、量ともに十分でないため、産地買い付け量の 14%にあたる 4.1 t は、集荷力の高い民間の集荷業者からの買い付けに頼っているのが現状である¹⁹。

こうした流通業者間の競争や、農家からの集荷率の低さを打開するため、T 社は、買取価格を高く設定し、直接、農家へ支払うことで、品質の高いものを供給してもらうという、インセンティブ効果を狙っている。T 社の生産者買取価格は、グレード A が 1 kg 当たり 60 バーツ、B が 40 バーツとし、供給量にかかわらず、収穫期を通して固定されている。2000 年の農家庭先価格の全国平均は、1 kg 当たり 23.9 バーツであるので、この買取価格がいかに魅力的な価格であるかは一目瞭然である。T 社は、農家へ直接、現金で支払われる高い買取価格が、農家の生産意欲を高め、翌年の高品質生産のための投資に回され、次第に生産水準が向上することを望んでいる。高価格買取を行い、農家に対して輸出を奨励しようとしている。そのため、日頃からスタッフを産地に常駐させ、農民グループを母体に、農業普及局と共同でミーティングを頻繁に行うなど、信頼関係の構築に努め、施肥のアドバイスや、日本市場の情報フィードバックも行っている²⁰。

また、次節にみるように、政府のサポート利用してグループを作り、日本向け輸出に積極的に取り組む事例も出現している。

表4-6 T社のマンゴスチン買取量及び輸出量実績 (2003年)

月	産地買付量 (kg)	買付ロス (kg)	蒸熱処理 加工量 (kg)	加工ロス (kg)	輸出量合計 (kg)	産地買付量に 占める割合 (%)
5月	4,021	3,226	795	303	493	12.2
6月	88,360	52,250	36,110	14,943	21,168	24.0
7月	144,666	86,776	57,890	26,894	30,996	21.4
8月	64,666	25,976	38,690	16,040	22,650	35.0
9月	982	-593	1,575	752	824	83.8
合計	302,695	167,635	135,060	58,931	76,130	25.2

注1：産地買付量とは、生産者から買い取った量を示す。

2：買付ロスとは、産地買付後の規格外品量を示す。

資料：T社資料より作成。

4. 組織化への動きと農民グループの実態

1) 農民のグループ化の背景と動向

(1) 目的と事業内容

2003年8月、農業普及局から「果樹品質改善グループ」のグループ名リストが発表された²¹。そのリストによると、全国で果実22品目について約1,000グループ、5万人の農家が組織されている。表4-7からわかるように、果実別で最も多いのが、パイナップルであり、次にドリアン、ロンガン、マンゴスチンとつづく²²。もともと果実の共同販売や、輸出出荷のグループとして活動していた農民グループに加え、近年、新たに組織されたグループも加えられている。こうした品質改善グループ結成の目的は、果実の品質向上である。農業普及局が中心となって組織化を促し、郡や県レベルの農業事務所が、理事会の設置や農民教育などを農民グループに草の根的な活動で働きかけている²³。

既存のグループを含め、グループの基本情報や連絡先をリストアップすることによって、生鮮果実、加工果実の加工業者、輸出業者が、直接農家と連絡をとれるようになることも狙いの一つである。輸出への需要が大きく、農家に輸出のチャンスが広がっている。将来的な輸出促進を狙った取り組みであるといえる。

品質向上のための具体的なグループ活動は、グループによって名称、活動内容や活動の充実度は様々であるが、農業普及局としては以下の4点について活動を目指している。第1に、共同販売の実施、第2に、グループ会議の実施、第3に、出資金や積立金をもとに肥料、資材購入事業、信用事業などを展開することである。

第1の共同販売は、小規模な農家が多いためグループで量を集めて、集荷業者に対する

表4-7 タイの果樹品質改善グループの概要（2003年）

果実名	グループ数	組員数 (世帯)	作付面積 (ライ)	生産量 (t)	グループがある主な県
パイナップル	317	16,401	-	-	プラチュアップ、ラヨー、パーチョンブリ
ドリアン	302	12,657	115,515	339,584	チャンタブリ、チュンボン
ロンガン	150	20,710	152,346	189,629	ランブーン、チェンマイ
マンゴスチン	144	7,232	51,658	44,266	チャンタブリ、チュンボン、ナコンシータマラート
マンゴー	125	7,052	128,235	128,268	ラチャブリ、チャイブーミ

資料：農業普及局『果樹品質改善グループ』2003年より作成。

交渉力を高める目的がある。近隣農家同士で集荷し、車を所有する農家によって集荷業者や輸出請負業者のいる倉庫まで運搬されている地域もあった。大量に集荷すれば、輸出業者から村落内へ買い取りに来る可能性があるため、車を所有していなかったり、市場を探さなければ、と考えている農家にとっては優位な点である。

第2のグループ会議は、グループによって頻度は異なるが、主に品質向上のための技術普及や近隣地域に買い取りにくる輸出会社の情報などが伝えられる。リーダーは事前に、郡が催す輸出会社との会議などに出席している場合があるので、その情報を農家に伝える場となる。その情報に基づき、輸出向けの集荷及び出荷をどのように運営していくかについて話し合われる。

出資金などを積み立てて肥料や資材の購入事業や信用事業については、実施しているグループは一部に過ぎない。

(2) マンゴスチングループの動向

農民グループの活動が充実しているのは、マンゴーとマンゴスチンのグループである。ドリアンと比較すると、ドリアンは集荷業者が収穫、選別、集荷、運搬の全てを一手に引き受ける。こうした労働調達のサービスを利用する方が、農家自身が行うより効率的であるため、共同販売せずに業者へ依頼する農家が多い。グループ数は最も多いが、実質の活動はあまり行われていない。一方、マンゴスチンは、1本あたり3時間もの長時間を収穫に費やし、莫大な人数と時間がかかるが、ドリアンのように作業を請け負う専門業者は非常に少ない。小農が多く、車を有しない農家もいるので、グループで共同販売を実施して、量を集め、集荷業者との交渉力を高める意義は大きい。

一連の農業普及局のサポートによるグループの組織化に目をつけたのが、日本向けマンゴスチンを扱う輸出会社T社であった。T社は、優秀なグループとの直接取引によって高品質なマンゴスチンを集荷し、また農業普及局も交えた農家会議などによって農家の信用を得たいとしている。タイにおける果樹農家の組織化は、米、タピオカ、天然ゴム、ブラックタイガーなどの主要産物のそれと比較すると小規模であり、流通に対する影響力も小さい²⁴。マンゴスチングループも、実際は多く存在していても、実質的な活動の充実度は低いグループがほとんどであり、個々に生産及び販売を行っている農家も多い。しかし、中には、グループ活動を充実させているケースもある。T社以外の日本向け輸出会社も、グループとの直接取引を展開するようになり、マンゴスチン輸出においては、近年の輸出の

増加や日本市場の参入によって、組織化の機能がより重視されるようになった。

2) マンゴスチングループの実態－3つのグループの比較から－

東部、南部のマンゴスチン最大産地である、チャンタブリ県マカム郡とチュンポン県ランスワン郡（ワンタコー区、レムサーイ区）において、マンゴスチングループの調査を行った（図4-6参照）。チャンタブリ県マカム郡は、県内生産の大部分を占め、チュンポン県ランスワン郡に至っては、約64%を占める。

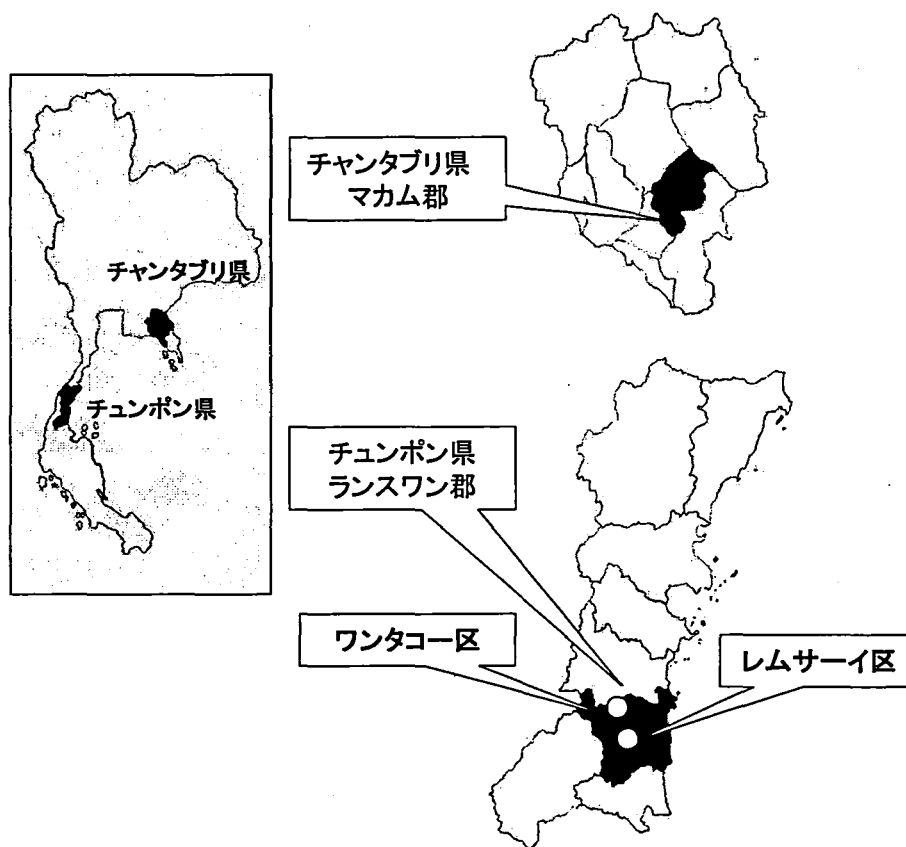


図4-6 チャンタブリ県、チュンポン県における調査対象地域の位置

(1) チャンタブリ県マカム郡 マカム・グループ

農民グループの概要をまとめたものが表 4-8 である。チャンタブリ県は、バンコクに近い果樹産地であるため、南部地域に先駆けて、政府からの果実生産や輸出に関する促進政策や援助が導入されている。

マカム・グループは、リーダーの女性が、国内流通向けの集荷業者としてこの地域で活躍していた²⁵。リーダーは、胡椒の集荷や加工品の婦人グループを組織し、果樹の加工品の生産、販売も手がけている。台湾、中国向けに生鮮マンゴスチンの輸出を開始し、2002年までは日本向けの冷凍マンゴスチンも手がけていた。現在の取引先は、すべて生鮮輸出であり、中国、台湾向けの輸出会社 1 社、日本向け輸出会社が 3 社（2003 年開始）である。T 社とのみ契約があるが、農民グループが他に売りたい所があれば、他を選ぶことができる。T 社は、数ヶ月前から具体的な買取スケジュールをリーダーに提示し、品質のよいものを優先的に出荷してもらえるよう、日頃から産地とのコミュニケーションを重要視している。最も品質の良いものが、T 社へ、中級品が日本向け輸出の S 社と C 社へ、残りが中国向けの O 社へ出荷される。グループでの選別にかかる手数料は、出荷量 1 kg 当たり 1 バーツである²⁶。輸出に向けて積極的に対応している事例といえる。

表4-8 マンゴスチングループの概況

グループ名	動機・設立年	基本情報	活動内容		
		①会員数 ②結果樹面積 ③生産量 (2003年度)	1) 共同販売	2) 会議	3) 出資金
マカム	・1989年設立 国内向け集荷組織が基盤。 ・普及局の薦めで輸出開始	①46名(全員GAP取得) ②174ライ ③156トン	①中国向け輸出業者1人 ②日本向け輸出会社3社	あり	不明
ワンタコー	・1994年設立 ・普及局の薦めで組織化 ・共販経験なし	①69人 ②1,086ライ ③566トン	個人出荷	あり 月1回	1ヶ月当たり1人 100パーツ
レムサーイ	・2001年 ・普及局の薦めで組織化 ・共販経験なし	①80人 ②245ライ ③196トン	①2002年 グループ集荷・選別・輸出請負業者へ出荷 ②2004年～ 常駐集荷業者	あり 「農民学校」開催	入会時のみ1人 100パーツ

資料: 聞き取り調査(2003、2004年)より作成。

(2) チュンボン県ランスワン郡 ワンタコー・グループ

ワンタコー・グループは、10年前からマンゴスチンを輸出し、年間3tも出荷する大規模農家をリーダーに設立された²⁷。この地域は、個人で輸出請負業者へ販売する割合が多く、輸出への志向が高い。運搬手段をもたない農家同士で出荷することはあるが、共同販売は形になっていない。グループの役員同士の意思疎通がうまくいっていないことも、まとまりのなさに影響しているようだ。T社への出荷も個人で参加する場合が多い。しかし、会議は熱心に行われており、3回以上休むとグループから脱退しなければならないルールがある。会議の内容は、栽培技術、世話の仕方に加え、チュンボン県で買取を行う輸出業者の情報などを提供している。その甲斐あって、日本向けの輸出請負業者に出荷しようという農家が多い(18戸中12戸)。一部の農家は、日本市場との直接取引による安定取引を目指しているが、現在のところ、各農家の生産レベルの向上を目標としている。現在、グループの貯蓄額は10万バーツあるが、将来的には信用事業を展開する予定であり、20~30万バーツにまで増やすことを目指している²⁸。

(3) チュンボン県ランスワン郡 レムサーイ・グループ

レムサーイ・グループは、2001年に設立された新しい組織である²⁹。リーダーの自宅の庭先を集荷場として組合員に開放し、グループが全量を保証価格で買い付け、グループの役員や雇用者が選別作業を担当していた。労賃や車のガソリン代などの作業に関わるコストは、農家からの手数料でまかない、残額は年度末に組合員に還元した。組合員から集荷したあとは、グループでまとめて輸出請負業者の倉庫へ出荷する。倉庫で規格外となったものは、新たに市場を探し、主に国内向けに出荷していた³⁰。しかし、2004年から集荷方法を変更している。一人の集荷業者に村落内に常駐してもらい、組合員から買い取る。その場で、輸出向けと国内向けに選別され、それぞれ中国、台湾向けの輸出請負業者と、国内市場向けの集荷業者へ販売される。集荷方法の変更理由は、組合員やグループによる販売先発見の手間を省くことにある。輸出請負業者へ出荷しても、輸出品しか買い取ってもらえないため、残りの規格外品の売り先を探さなければならない。輸出品としての買取にこだわらず、全量買取を優先している。また、組合員に対する品質向上意識を啓発することも大きな目的である。グループで集荷する場合、組合員は、実際の市場で、どの品質のものがいくらで買い取られたか認識することができない。グループのリーダーは、組合員が品質に無関心になり、生産に責任をもたなくなることを恐れ、直接、集荷業者と引き合

わせ、品質向上への意識を高めようとしている。将来的には、日本向け輸出会社との直接取引を目指している。会議は「農民学校」として開催し、栽培技術や施肥の方法などの農家への技術指導を中心に情報交換している。出資金の積み立ては会議費用が中心であるが、将来的には肥料購入事業を展開したいと考えている。

3つの農民グループの調査結果から、それぞれの産地のレベルに応じてグループの活動が展開されていることが明らかになった。マカム・グループは、既存の農民グループを基盤に輸出を展開している。政府のサポートも早くから導入され、リーダーの商人的気質が複数の取引先を確保し、グループの集荷率をあげる要因となっている。品質の良いマンゴスチンを集荷できる状況が、T社との直接取引を可能にしている。伝統的産地であるワンタコー・グループでは、共同販売をせずとも、自分で日本向けに出荷する農家が多い。果実卸売市場に近く、輸出請負業者との距離が近いという地理的優位性が働いているとも考えられるが、会議の充実度や農業普及員とのコミュニケーションの良さによって、輸出をめぐる情報普及がスムーズに行われている。グループ活動を基盤にした情報提供が、個人の輸出行動を支えている。レムサーイ・グループでは、マンゴスチン生産に多くを頼っている小規模農家が多く、出荷が2度手間になる農家の負担を軽減するために、集荷業者を村落内へ常駐させている。また、直接、集荷業者と顔を合わせて買い取ることによって、品質向上を自覚させようとしている。特に、マカム及びワンタコー・グループでは、日本市場の出現によって、かなり輸出に積極的な対応をみせている。輸出を念頭においた農民グループの活動が、萌芽的ではあるが果樹産地に広がりつつある。

5. 生産者にみる輸出対応の実態－農民グループ組合員へのアンケート調査から－

チュンポン県ランスワン郡ワンタコー区に住むマンゴスチン生産農家を対象に輸出向けマンゴスチン生産の対応についてアンケート調査を行った。対象農家はマンゴスチン生産農家46戸であり、ワンタコー区内のマンゴスチン生産農家708戸のうち6.5%にあたる。ランスワン郡は、チュンポン県内でマンゴスチンの生産量が最も多く、県内生産量の約65%を占めている(表4-9参照)。ワンタコー区は、マンゴスチンの作付面積、生産農家戸数ともに上位にあり、ドリアン、油やし、ロンコンなどの栽培がさがんである(表4-10参照)。主に7、3、8、12番村の農家を調査対象とした。

表4-9 チュンポン県マンゴスチン生産概況（2002年）

郡名	結果樹面積 (ライ)	作付面積 (ライ)	生産量 (t)	構成比 (%)
ランスワン	25,140	32,427	38,464	64.7
パト	7,905	13,440	8,696	14.6
ターセ	7,540	17,150	1,698	2.9
トゥンタコー	3,673	5,414	3,673	6.2
サウィー	2,870	8,273	4,400	7.4
ムアン	1,259	4,259	1,345	2.3
パティウ	1,100	1,380	440	0.7
ラメー	615	1,000	738	1.2
合計	50,102	83,343	59,454	100.0

資料：『チュンポン県商業年報』2002年より作成。

表4-10 ランスワン郡区別農業概況 (2003-2004年)

区名	ゴム		油やし		コーヒー		マンガスチン		ドリアン		ランブータン		ロンコン		カイバナナ	
	作付面積	農家数	作付面積	農家数	作付面積	農家数	作付面積	農家数	作付面積	農家数	作付面積	農家数	作付面積	農家数	作付面積	農家数
1 カンガン	15	1	938	57	-	-	1,318	173	-	-	121	61	78	46	-	-
2 タムマツプラー	450	19	2,549	197	-	-	5,655	662	492	186	522	189	251	162	500	195
3 バーンクワン	19,047	733	7,805	522	970	70	4,239	472	1,091	272	816	317	275	107	-	-
4 ハツヤイ	9,011	345	4,137	279	5,022	319	6,227	499	5,210	710	925	332	1,929	102	200	40
5 ワンタコー	7,076	315	4,239	146	500	40	5,920	708	5,915	519	545	545	1,539	238	750	231
6 ナーカ-	1,815	103	7,387	477	1,210	123	3,180	511	7,238	388	980	113	1,877	252	-	-
7 レムサーイ	70	5	616	65	73	8	2,993	613	167	56	15	64	115	11	30	5
8 ポーチーン	-	-	696	70	-	-	2,144	355	31	13	195	103	372	68	-	-
9 バーンナムジュ	188	18	3,278	289	86	8	1,081	171	71	11	139	76	-	-	-	-
10 バーンマプラーオ	634	29	2,772	176	32	2	1,782	272	119	31	185	99	370	47	-	-
11 ナーブヤー	2,895	208	6,837	443	-	704	704	94	284	58	378	113	59	80	-	-
12 パックナム	-	-	643	29	-	-	180	88	-	-	46	46	-	-	-	-
合計	41,201	1,776	41,897	2,750	7,893	1,274	35,423	4,618	20,618	2,244	4,867	2,058	6,865	1,113	1,480	471

(単位：作付面積：ライ、農家数：世帯)

資料：農業普及局ランスワン郡事務所資料より作成。

1) 調査対象農家のマンゴスチン生産概況

46 戸のうち、マンゴスチンを輸出している農家が 18 戸（農家群 A とする）、ワンタコー郡内のグループに所属しているが、品質が輸出レベルに達せず輸出を経験していない農家 20 戸（農家群 B）、グループ組合員でもなく、輸出の経験もない農家が 8 戸（農家群 C）であった。46 戸の平均所有耕地面積は、33.9 ライであり、全ての農地において水管理が行き届いている。農家の生産品目はマンゴスチン（1 戸当たり栽培本数 170.9 本）に次いでドリアン、油やし、ランブータンが多く、基本的に果樹類は、混作体系である。輸出を経験している農家群 A では、大規模農家とともに小規模農家も多い。

2) 主な流通経路

農家群 A の 18 戸が輸出を始めたのは、約 3 年前からで比較的最近のことである。先に述べたように、ワンタコー・グループでは、共同販売は行っていない。グループのリーダーなどが、農業普及局主催の会議で収集した輸出会社の買取情報を農家へ提供する。農家はその情報を元に、自ら輸出請負業者を選択し、運搬、出荷する。18 戸中 12 戸が日本向け輸出の請負業者へ出荷しており、出荷先は全部で日本向け輸出 2 つを含む 4 つの輸出請負業者であった。大規模農家 1 戸のみが、日本向け輸出会社 T 社の輸出業者によって、直接、買い付けられている。

3) 輸出開始による生産方法の変化

輸出向けマンゴスチンを生産することによって、生産方法に変化がみられたかどうかについて調査を行った。対象農家は、46 戸のうち、農家群 A 及び B の 38 戸である。農家群 B は、未だ輸出の経験がないが、グループ会議などにも出席し、将来的には輸出をしたいと考えていることから、彼らの対応も含めて分析対象とする。

(1) 施肥及び農薬の使用動向

化学肥料の使用状況の特徴は、大部分の農家が輸出以前から使用しているが（回答不明 6 戸除く 32 戸中、87.5%）、木の生長につれて施肥量が増えるにも関わらず、その使用量を減少させている点である。輸出以前から利用している農家の 35.7%であった。その理由として、①土壌負荷の軽減や安全性を重視、②輸出先国の需要に応えるため、という答えが多かった。また、それと同じ理由で、輸出をきっかけに化学肥料の利用を中止した農家

もみられた (9.4%)。あわせて、輸出開始以降、化学肥料から有機肥料に転換した農家、あるいはその量を増やした農家が、46.9%であった。施肥について変化はない、という農家も多い一方で (34.4%)、化学肥料を減少し、有機肥料の使用へと移行しつつある。

農薬 (除草剤、防虫剤) については、基本的に害虫が発生した場合に限り使用するので、使用動向についての変化は特にない。防虫剤は、輸出以前から使用している人が多いが (65.6%)、その中でも、23.8%の農家が安全性重視による減少への傾向がみられた。除草剤は、使用していない農家 65.6%のうち、輸出以降から利用を中止したのは、23.8%であった。土壌が劣化し、生産に障害がでることを恐れており、持続的な生産活動を薦める農業普及局の指導が裾野に広がっている可能性がある。

(2) 栽培技術・労働量の変化

基本的に、摘花や剪定などにあまり手間をかけない農家が多く、それほど大きな転換はみられない。摘花については、38 戸中 23.4%にあたる 9 戸が日常的に取り組んでおり、このうち、7 戸は輸出を毎年行う農家群 A であった。農家群 A に属す 18 戸のうち 2 戸を除き、日差しを確保するための剪定作業を行っている。こうした作業は、輸出を行う以前から日常的に行われている。他にも、主幹の上部を切断し、木が高くなりすぎて収穫が困難になるのを防ぐ工夫をする農家や、適度な水管理や、収穫道具を駆使して輸出に対応する農家もある³¹。

仕事量の動向についてたずねたところ、68.4%にあたる 26 戸が施肥や手間などが増えたと答えた。また、輸出に取り組むことによって、雇用者を増やしたという農家は 9 戸あった。輸出に伴う収穫の迅速化によって、収穫時期のみ雇用者を雇い、その人数を増やすに至った農家が多い。

(3) 農家にとっての輸出の位置づけ

輸出向けマンゴスチン生産による問題点について聞いた結果、20 戸が規格が厳しいために少量しか買い取ってもらえないことに不満をもっていた。しかし、規格について不満を感じていながらも、方針に賛成する農家は 34 戸にのぼった。その理由として、世界水準のものが作れるようになり、品質が向上した、輸出市場の要望が明確にわかる、といったことがあげられた。

また、価格面でのメリットをあげる農家も多い。価格の満足度は 5 段階評価のうち 4 以

上だという農家は、10戸であった。また、実際輸出向け出荷を行っている農家群 A に対して、農業収入とマンゴスチン輸出との関係についてたずねたところ、印象として収入が上がったとみている農家は12戸であった。国内向け価格に比べて高い輸出向けマンゴスチンの買取価格が、直接的に農家の農家経済の向上に結びつく可能性もある。

以上、農家へのアンケート結果を考察すると、以下のようにまとめることができる。

輸出を意識した農家の対応として、化学肥料から有機肥料への転換、除草剤の減少などがみられた。仕事量の増加や労働賃金の上昇など、農家への負担も出現してきている。しかし、輸出向け規格については厳しいとは感じつつも、栽培の工夫や収穫に配慮するようになるなど、輸出向け生産の対応といえる農家もあった。その背景には、魅力的な価格設定があることは間違いない。国内向け出荷と比較すると、出荷量は大変少ないが、少量の輸出向け出荷でも経済的にメリットを受けていると感じる農家が多数を占めている。大きな再編とはいえないまでも、従来のマンゴスチン生産から対応できる範囲で、輸出向け生産への対応を試みている。

一方で、あらゆる項目にわたり、特に変化はないという農家も多かった。在来的な栽培を維持しながら、輸出を出荷ルートの一つとして位置づけている農家と、日本向け輸出出荷を核に、積極的に輸出対応しようという農家がみられる。将来的計画において、10戸の農家が今後も輸出しつづけたい、あるいは、出荷量を増やしたいと答えている。輸出出荷ルートとして根付く可能性は高い。輸出向けマンゴスチン生産に関わったことは、農家の意識や生産過程に、少なからず影響を及ぼしつつある。

6. 小括

タイのマンゴスチンは、これまで国内消費や近隣諸国への移送にのみ向けられていたが、既存の移出ルートを生かし、東アジア諸国へさらには日本などの先進地域へと輸出を拡大してきた。タイの重要な輸出奨励品目として期待され、輸出量の増加とともに、産地レベルでも輸出へ向けた新たな動きが認められた。

東アジア向けの輸出流通システムは、ドリアンと同様に、輸出請負業者の役割が大きい。産地のネットワークカーとして、既存の産地を海外市場に接合する重要な役割を果たしている。マンゴスチン流通は、その特性からグループ集荷の意義が大きく、ドリアンと比べて

細かいグレード選別が必要であることが重要な相違点であった。

日本向け輸出の流通システムの考察からは、農民グループとの契約によって高品質なものを確保しようとする輸出会社の姿勢と、零細な個別農家生産を前提とした、高度な選別過程が明らかになった。また、日本向け選別過程で発生した規格外品が、東アジアへ輸出されている。日本向け輸出会社は、産地の柔軟さに自ら巻き込まれながら輸出への対応を図っている。農家が輸出市場を選択できる柔軟な流通構造によって、今後、様々なマンゴスチン産地が輸出できるチャンスが広がることが期待される。

マンゴスチン出荷は、マンゴスチンそのものの特質から、少量出荷が基本であるために、様々な問題を抱えていた。次第に、政府のサポートによってグループの組織化、共同販売が行われるようになった。日本向け輸出によるグループとの直接取引が出現することで、グループの存在意義は一段と高まっている。グループのレベルは様々であるが、グループの能力にあわせた輸出向け対応がなされている。ワンタコー・グループでは、共同販売は行われていないが、輸出への意識が高く、グループ活動の影響も大きいと考えられる。農家は、輸出向けマンゴスチンの生産者買取価格の良さが魅力的であるために、規格が厳しくとも好意的に受け入れ、意欲的な生産に取り組もうとしている。まだグループとしての活動は過渡的段階であるが、マカム・グループのように、組織としての機能が高まり、共同出荷が可能になれば、日本向け輸出会社と直接取引が展開できる可能性は高い。個人出荷時の運搬コスト削減や、グループによる販売市場の確保など、メリットがより大きくなることが期待される。

在来型のマンゴスチン産地を海外市場へ結びつけようとする中心的要は、輸出請負業者であるとともに、日本市場を主なターゲットとする輸出会社の戦略であった。また、産地の流通業者や輸出会社の動きに自ら同乗しようと、農家はグループの小規模な共同販売や情報提供などを利用して、少しずつ輸出へのアクセスを図っている。将来的には、輸出会社と直接取引ができる体制も視野に入れている。輸出志向の高い流通業者と農家の出現によって、在来型のマンゴスチン輸出が展開されてきた。

【注】

- 1 大英帝国が7つの海を支配して大航海時代、時のヴィクトリア女王（存位：1837-1901）が「我が領土にあるマンゴスチンをいつも味わえないのは遺憾である」と述べたことに由来する、という節がある（タイ国政府通商代表事務所広島資料）。
- 2 南米ペルー産の果実。釈迦頭の仲間、果肉は白色でやわらかく、上品な甘さとカスタードのような舌触りが特徴である。
- 3 JETRO [15]、pp.20。
- 4 25～30度の気温が最適とされている。年間降水量は1,500ミリメートル以上を必要とし、多湿な気候を好むが土壌は水はけがよくなければならない（JETRO [15]、pp.20、Khumsapp [18]、pp.77-86）。
- 5 JETRO [15] pp.20。
- 6 JETRO [15]、pp.6-7。
- 7 農林水産省消費安全局への聞き取り調査、植物防疫所ホームページ（アクセス日 2003年7月21日）。
- 8 専門業者が存在しない理由は、収穫にかなり時間と手間を要し、サービスとして非効率であるためと考えられる。収穫時期は約1～2ヶ月間で集中しているため、労働力不足に陥る場合もある。
- 9 農家で収穫されたその日の内に、農家やグループが直接、あるいは集荷業者を通じて輸出請負業者まで調達される。
- 10 ドリアンの場合は、顧客確保のために、一部、規格外品の買い取りを行う場合がみられたが、マンゴスチンにおいては、みられなかった。
- 11 Saripetch [41]、pp.56-58。産地での聞き取り調査によると、これらの規格が基本にある。しかし、輸出業者によって、農家へ要求する規格内容は異なる。例えば輸出業者Iでは、農家から買い取る基準は3つに別れており、A：見かけ良好、1kg当たり28パーツ、B：見かけ粗悪、20パーツ、C：見かけ良好、サイズ小：23パーツ（2004年8月8日現在）である。
- 12 ヘタの裏まで見る必要があり、手で一つ一つ確かめながらの選別であるため、時間もかかる。一日で熟成が進み、変色してグレードの選別に影響することもあるので、手間がかかる上に急ぐ必要もある。選別に必要な労働者も収穫ピーク時には不足しがちである。倉庫での人出不足が輸出量に歯止めをかけている（聞き取り調査（2004年）より）。
- 13 カンボジア輸出の品質は、中国向けの品質に比べるとかなり劣っていた（聞き取り調査（2004年）より）。
- 14 マンゴスチン輸出を担う輸出会社は、タイ国内に68社ある（2003年11月現在）。また、日本向け輸出を担う20社のうち、16社は蒸熱処理施設を所有していないため、前述の4社へ蒸熱処理作業を委託している。
- 15 輸出会社S社への聞き取り調査（2004年）より。
- 16 3日目には、日本での検疫通関を通過し、加工業者へ搬入する。4日目にスーパーのセンターへ配送され、5日目にはスーパーに並ぶ。
- 17 空輸便は、人員用の飛行機の貨物スペースを利用する。輸出は、便数や客の荷物による空きスペースに左右される。
- 18 最近の傾向として、日本向け輸出初年度（2003年）の記録をもとに、品質の良いグループを選び、そこから直接取引を行う形態もある。また、果肉の品質を見極める方法を確立しつつある。

-
- 水に浮いたものが、実の硬化などが無く、規格内であるという判断である。この方法は、タイにおける調査研究に基づいている。
- 19 2004年からオーストラリアへの輸出解禁となったが、蒸熱処理加工を必要としないため、多数の輸出会社が参入している。活発な果実輸出産業の展開を垣間みることができる。
 - 20 T社独自の生産基本マニュアルや、出荷過程を紹介したパンフレットを農家に配布している。小売段階では、S (70・85 g)、M (86・10 g)、L (101・115 g)、LL (116・130 g)、XL (131・170 g) に規格が分かれており、見た目が美しい(化粧)箱や白いスポンジに一つずつ包装される。小売価格は、1つ約200円。
 - 21 正式名称は、Klum Prapprung Khunnaphaap Maiphon である。
 - 22 おおよそ、生産者の数に比例する。パイナップルは加工工場への出荷が目的である。ロンガンは、農協が母体となっている(農業普及局での聞き取り調査(2004年)による)。
 - 23 農業普及局『果樹品質改善グループ』2003年、序説より。
 - 24 JETRO [15]、pp.47。
 - 25 正式名称は、Klum Prapprung Khunnaphaap Mankud Makham である。
 - 26 精算は、出荷の1~2週間後に、リーダーのマーゲンを含めた組合員の販売金額が、輸出会社からリーダーの口座に振り込まれる。
 - 27 正式名称は、Klum Mankud Khunnaphaap Tambon Wantako である。
 - 28 農家は主にBAACから借りている。現在、マンゴスチン運搬の際に不可欠なプラスチック製のカゴを購入するため、補助金を県に申請中である。
 - 29 正式名称は、Klum Mankud Khunnaphaap Lemsai 2 である。
 - 30 2002年度は、不作で量が少なかったため、集荷量が少なかった。生産者買取価格も比較的高かったために、組合員は各自で販売していた。
 - 31 農家が収穫に使用する網は、実を落下させないための重要な道具である。農家自身が様々な形のものを試し工夫を施している。日本向け輸出会社が農家へ提案する場合もある。

第5章

消費者主導型アプローチによるフードシステム形成と輸出産地

ー日本向け無農薬バナナ産地の展開ー

はじめに

第3章、第4章では生鮮ドリアンと生鮮マンゴスチン輸出を事例に、在来型果樹産地における輸出市場への対応を、流通と生産の側面から明らかにしてきた。本章では、消費者側からのアプローチによって形成されたフードシステムと、その産地での対応について分析する。既存の流通ルートを利用し、在来の栽培方法を発展させて輸出への対応を図ってきた在来型果実輸出とは異なり、輸出先国からの働きかけにより、消費者の要望に応じた果実のフードシステムが形成されている。

1990年代に入り、多国籍アグリビジネス企業の行動が活発になるにつれて、日本の輸入食品の安全性問題が顕在化してきた。無農薬栽培や有機栽培などを海外産地で展開するとともに、川上から川下までの流通経路を透明化したフードシステムが求められた。また、多国籍アグリビジネスの産地包摂が、途上地域の生産者の健全な農業環境を奪う事態も社会問題化されていたことから、消費者の需要は、「消費者にふさわしい産地形成、つまりは、生産者にもふさわしい産地形成」が求められるようになった。

従来型の貿易システムの代案の一つにフェアトレードがある。フェアトレードとは、貿易を通じた生産者と消費者との直接的、持続的な関係を基礎に、途上地域の生産者の自立と、途上地域、先進地域双方の公正な関係の構築を目的としている¹。特にヨーロッパ諸国での展開が目覚ましく、日本でも1990年代からNGOが中心となって取り組んでいる。

「大阪よどがわ市民生協」(以下、よどがわ市民生協)は²、タイ国南部に位置するチュンポン県ラマー郡トゥンカーワット区 (Amphoe Lamae, Tambon Thungkhaawat) の住民を中心に設立された「トゥンカーワット農民グループ」(以下、ラマー農民グループ) と共同し³、無農薬バナナのフェアトレードを実践している。同生協は人的交流の側面を重視し、産地の経済発展をもめざす事業展開を試みている。無農薬バナナの供給が組合員の需要に対応できることも、この取引のメリットである。タイの農民グループと生協の事業を取りもつのは、タイの輸出会社P社である。P社は産地に密着した活動を行っており、こ

の事業には不可欠な存在である。

本章の目的は、よどがわ市民生協（消費者）は、産地とともにどのようにフードシステムを作り上げていったのか、そして、消費者主導のアプローチを産地がどのように受け止め、輸出への対応を図っていったのか考察することである。第1の課題は、消費者主導型のアプローチによるフードシステム形成の展開過程を明らかにすることである。第2に、消費者主導の産地形成に対応した産地の流通、生産構造を明らかにする。特に、生産者の経済的側面の変化に注目する。第3に、産地の地域農業に対するインパクトを整理し、無農薬バナナの輸出によって、産地がいかなる再編を遂げたかを明らかにする。

1. 生協によるタイ産バナナの産地開発

1) 日本の産地開発とよどがわ市民生協の取引

よどがわ市民生協とラマー郡の農民グループとの取引において、バナナがその対象となった背景には、当時、消費者の間で一般的であったフィリピン産バナナの農薬汚染問題がある⁴。全国の生協のなかには、すでに1992年頃から、無農薬バナナの輸入に取り組んできた生協もあったが、温度管理や品質管理の不徹底から青酸ガスによる燻蒸を免れなかったり、産地が無断で農薬を使用していたケースもあり、必ずしも順調ではなかった。ただ、タイ中西部に位置するペチャブリ県のタヤン農協と、日本のTT生協との無農薬バナナ取引は軌道に乗っていた。よどがわ市民生協では、それをモデルに自らタイで無農薬バナナの産地開発に乗り出すこととなった。

現在、タイでは、バナナ輸出の99%が日本向けである。2004年現在、日本の生協との取引によって活動がさかんな地域が4つあり、そのうち3つが、タイでの有名なバナナ産地に育っている。タイ国の無農薬栽培・輸出の手本ともなっている（表5-1参照）。

表5-1 タイの無農薬バナナ輸出産地

取引開始年	タイのバナナ産地	日本の取引先
1991	タヤン農協 (ペチャブリ県)	T生協
1994	ラマー農民グループ (チュンボン県)	大阪よどがわ市民生協など
1996	バンラート農協 (ペチャブリ県)	STコープ連合
2002	パト農民グループ (チュンボン県)	消費者グループ

資料：聞取調査より作成。

2) タイ産バナナの生産・流通・輸出の動向

日本への輸出対象となっているバナナは、グロスミッチェル種であり、タイではホムトンバナナ (Kluai Hom Thong) と呼ばれている。フィリピンから日本へ多く輸入されているキャベインディッシュ種に比べると、生産性、耐病性は劣るものの、粗放栽培が可能である⁵。ホムトンとは、タイ語で「黄金の香り」を意味し、その名の通り、香りと甘さが特徴である。タイ国内で主に流通されているバナナのうち、2番目の生産量を誇る。日本人になじみのある細長い形状であり、先端部にくびれがある。タイ国内では、中国系タイ人によって祭事に奉られ、9～10月に国内需要が高まる傾向にある。なお、1993年前後から日本の生協によるタイ産バナナ産地の開発が一斉に進められたこともあって、タイのホムトンバナナ輸出量は急増している (図5-1 参照)。ホムトンバナナの輸出先は、1980年代は、ラオスなど近隣国へ輸出されていたが、90年代に入りすべて日本向けとなっている。その半数以上は、日本の生協による開発輸入によって輸出された、無農薬バナナである。国内生産量の12%が海外へ輸出されており (1999年)、その大部分が日本向けである。そのうち、このラメー農民グループの輸出量は、輸出初年度 (1994年) の164tに始まって、1998年には大早魃による大きな落ち込みをみせたものの、その後回復し、99年には313t、2000年時点で666tとなり、タイの対日バナナ輸出量の約半分に達する。

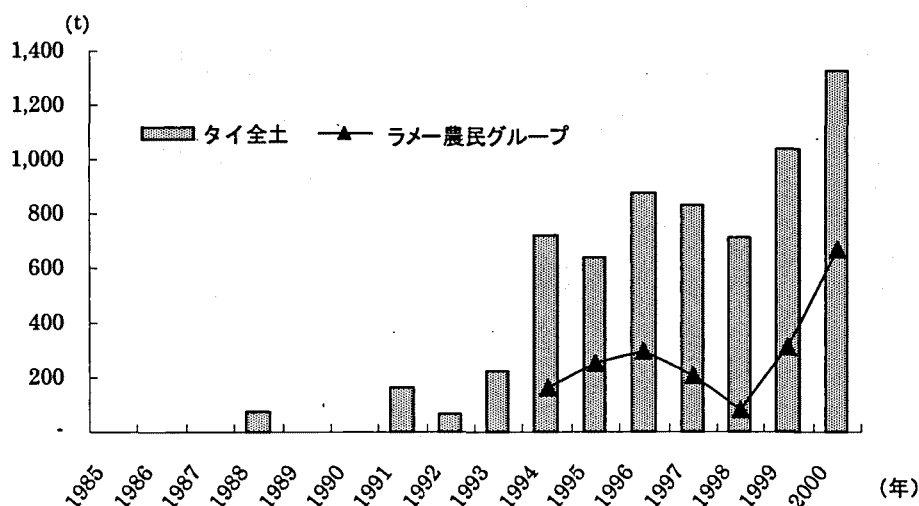


図5-1 生鮮ホムトンバナナ対日輸出量の年次推移

資料：『果樹・樹木作物統計』各年、P社資料より作成。

2. 無農薬バナナ生産農民グループの組織化

1) よどがわ市民生協との取引

ラマー郡が対象産地となったきっかけは、P社日本スタッフの知人関係によるものである。バナナは商用栽培産地にはなっていなかったが、自給用に栽培する農家が存在していた。伝統的に混作体系であるために、地力の衰えや連作障害がみられなかったことなども誘因となった。ラマー群は、チュンポン県の南部にあり、ラマー川を中心に位置している（図5-2参照）。ドリアン、ランブータン、マンゴスチンなどの果樹とともに、天然ゴム、油ヤシ、コーヒーなどが栽培され、伝統的に樹木作物の混作が行われてきた。ラマー郡は4つの行政区、43の行政村落に分かれている。総人口は約2万4,000人、農家数は約4,000戸で、総世帯数5,600世帯の7割を占める（2002年）。またラマー郡は、開拓農村という特徴ももつ。30年ほど前に、行政の働きかけで入植が奨励されたのを皮切りに、主にタイ南部の県からの入植者が森林を切り拓いて生活の場を作ってきた歴史のまだ浅い地域である⁶。

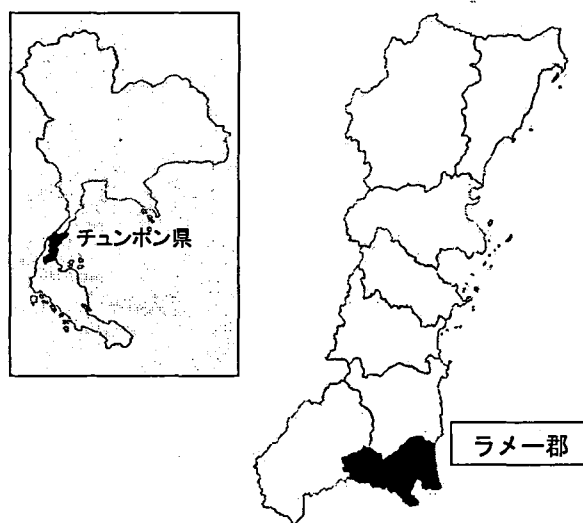


図5-2 チュンポン県ラマー郡の位置

表5-2は、ラマー産無農薬バナナ取引に至る経緯をまとめたものである。よどがわ市民生協による産地開発では、生産者とP社との三者一体となった開発活動が特徴である。P社とは、よどがわ市民生協の依頼によって、生産者の組織化のためタイに設立された輸出

会社である。それ以前にわが国の生協関係者によって設立されていた輸入会社J社の現地法人として、生協がJ社に産地開発を依頼したことを契機に1993年に設立された。資本比率がタイ56%、日本44%の有限会社であり、社員構成は、タイ人5名、日本人2名の7名である。

P社スタッフは、ラメー郡に駐在しながら農家への働きかけを重ね、生産者の組織化を試みた。またよどがわ市民生協は直接、現地で生産者との話し合いをもち、取引についての説明会を開いている。そして無農薬バナナ栽培への参加の意志を示した生産者によって、農民グループの発足に至った。

表5-2 ラメー産無農薬バナナの取引成立までの歩み

大阪よどがわ市民生協	タイ・ラメー農民グループ
1991年 商品開発要望アンケートで「安全なバナナ」がトップに国内外でバナナの産地開発に着手	
1992年10月 第1回 タイ現地調査	
12月 第2回 タイ現地調査	
1993年5月 P社スタッフにタイでの産地開発を依頼	1993年5月 P社スタッフがラメー郡を訪問
7月 よどがわ生協代表タイ視察	7月 生協側との初の顔合わせ 有志農家120名に対し趣旨説明会 →生産者の組織化
	8月 ラメーホームトン バナナグループ発足
1994年1月 第1回よどがわ友好訪問団	1994年4月 第1回 出荷
	1995年3月 トウンカーワット 農民グループに改称・法人登録

資料：聞取調査（1999年）より作成。

ラメー郡内には、農協が存在するが、農産物の加工・販売では機能しておらず、農協とのタイアップはできなかった⁷。無農薬バナナ栽培農民グループは、発足当初は任意の出荷団体であったが、1995年に法人登録し、「トウンカーワット農民グループ」となった。タイの農民組織の中では「Farmer's group（農民グループ）」にあたる。農民グループとは、農協と並んで農業・協同組合省にある農業普及局の管轄下におかれている。もともと農業技術普及のための指導対象となる農民組織であるが、信用・経済事業も実施が認められてきた。ただし、農協との競争を避けるために、「Pre-Cooperative」と規定されている⁸。この点で、よどがわ市民生協との取引を目指す新たな農民組織が誕生したことの意味は大き

い。

P社は、ラメー農民グループの組織化以後は、生産者から無農薬バナナを買い付け、貿易業務を担当する輸出業者であり、産地に常駐して生産・出荷を管理する機能をもっている。よどがわ市民生協の意向に沿って、農家のバナナへの一面的な依存を避けつつ、無農薬バナナを日本へ供給する意義を伝えるなどの農民教育の役割も担っている。同時にタイと日本の交流活動やバナナの品質改善に関する日本サイドからのフィードバック、逆に産地情報を日本に提供する情報交換の仲介を担っている。両者を結ぶネットワーク的機能をもつP社の存在が、このフェアトレードの特徴である。

また、こうした産地開発は、よどがわ市民生協が直接的な人的交流を重視したことも大きな特徴としてあげられる。人的交流とは具体的に、ラメー農民グループの生産者による、バナナ取扱生協への訪問、生協組合員との意見交換、ホームステイ、加工流通センターの視察などを行っている。産地では、継続的な交流をきっかけに得た消費者からの情報や課題に対し、問題解決に関わる動きが活発にみられ、それらがラメー農民グループ内の施肥事業の充実や生産管理体制に反映されている。また、直接、消費者と顔を合わせて意見交換をすることで、農民に対し無農薬栽培の遵守を啓発し、生産意欲を増大させる可能性もある。継続的な交流を通じて、よどがわ市民生協とラメー農民グループ双方がお互いをパートナーとしてみなすようになり、信頼関係のもとで、双方の踏み込んだ意見が尊重される関係が成立している⁹⁾。

ラメー農民グループの無農薬バナナ生産者数は、グループが発足した1993年には37名であったのが2003年には380名にまで増加した。新しい地区からのまとまった参加が増加の原因であり、ラメー郡以外にも隣接するパト郡、ランスワン郡、スラタニ県からの参加がある。また、グループの農家は、バナナの生産・出荷を行うサブ・グループとして、基本的に村落単位で「ユニット」を形成している。このユニットも農家数の増加に応じて組織され、2003年には17ユニットを数える。

2) 生産・流通システム

ラメー農民グループからのバナナ供給先は、取引当初は、よどがわ市民生協のみであった。しかし、生産量がよどがわ市民生協の需要を超えるようになったために、よどがわ市民生協からの働きかけで、取引を開始した同年(1994年)に他の生協にも供給するようになっていく。生協や消費者グループ5団体に月平均60~70tを出荷し、うち、よどがわ市

民生協への出荷は毎週行われ、月平均 11~14 t の出荷になっている。

図 5-3 は、無農薬バナナ供給システムの概略図である。各生協から J 社を通じて P 社へ、注文量や規格に関する要望が伝達される。P 社は、ラメー農民グループから事前に伝達される出荷予測量と照らし合わせながら、グループへ注文する。それらの情報がラメー農民グループから 17 のユニットへ伝えられる。ラメー農民グループが運営する選果場では、選別、洗浄などの出荷作業が行われる。ここでは農家の女性労働力が主である。そして、レムジャバン港までの運搬と P 社の輸出業務によって、バナナが日本へ送られる¹⁰。

なお、ラメー農民グループの出荷量が、日本側の買い取り希望量に不足する場合には、ペチャブリ県バンラート郡にあるバンラート農協との協力関係がある。

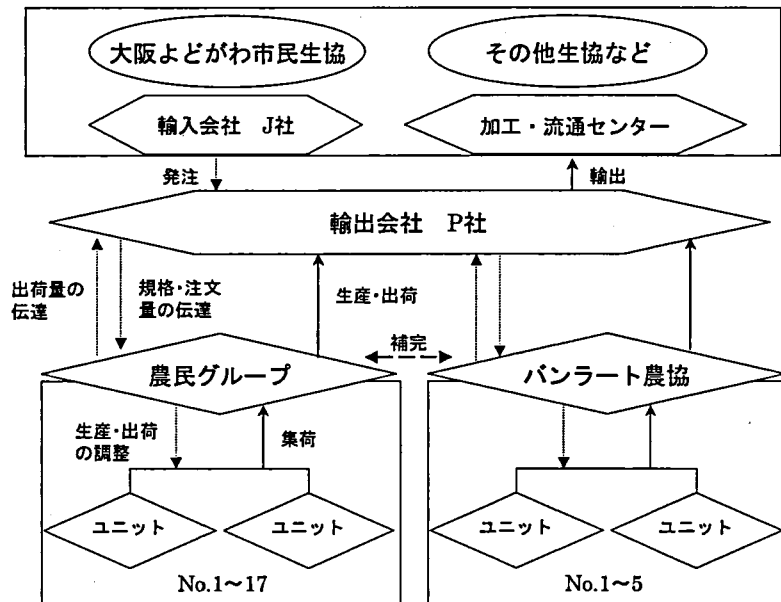


図5-3 無農薬バナナ供給システム概略図

資料：聞き取り調査（2000年）より作成。

(1) P社と農民グループとの関係

産地を組織するのはP社、ラメー農民グループ、ユニットである。ここでは、P社とラメー農民グループの関係に注目する。

P社とラメー農民グループとの間では、生協側の意見も踏まえ、生産から出荷に至る工程に関する大枠が決定される（図 5-4 参照）。取り決めの第 1 は、生産体系である。苗の品種、農薬の使用禁止、化学肥料投下量規制などについて決定される。その枠内であれば、実際の生産方法は生産者に任されている。第 2 は、出荷体制である。熟度チェック、洗浄、

乾燥、害虫のチェック、梱包、品温管理などが決められている。第3は、生産者からの買取価格である。2003年時点では、1 kg 当たり7 パーツに固定されている。①ラメー農民グループへ出荷1週間前に申告した出荷予測量と最終出荷量との誤差が±10%以内にとどまり、②また、選別出荷後の規格外品率が15%以下であった農家には、0.75 パーツ（1 kg 当たり）の報奨金がつくので、7.75 パーツで買い取られる。さらに、週1回行われるラメー農民グループからの出荷が15 tを超えた場合には、出荷全農家に0.75 パーツ（1 kg 当たり）加算される。これに加えて、選果場まで自分でバナナを搬入する農家には、1.5 パーツが加算されるので、1 kg 当たり最大10 パーツが支払われることになる。第4は、規格品の条件であり、①1本100 g以上のものを合格とし¹¹、②未熟・過熟のものは除く、③虫食い・打ち身・傷ものは除かれる¹²。

P社へ出荷されたあと、代金精算が行われると同時に、日本側の反応が伝えられる。その情報がラメー農民グループを通じて、農家の生産体系に反映されることになる。

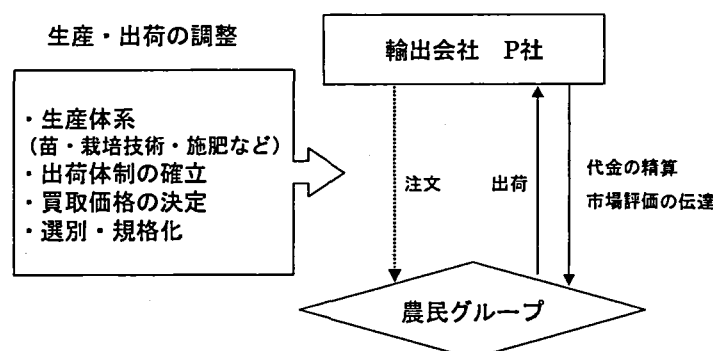


図5-4 P社とラメー農民グループの関係

資料：聞き調査（2000年）より作成。

(2) ラメー農民グループの役割

次に、ラメー農民グループの役割をみてみよう。ラメー農民グループは、P社との間で生産と出荷をめぐる大枠を決定し、各農家への普及を図る。農家への栽培技術の指導や生産管理もラメー農民グループの役割である。ラメー農民グループには、営農指導部が設置され、2名の農業普及員がいる。彼らが農家を回り、このバナナ生産において最も重要な無農薬栽培の点検を行う¹³。バナナとの混作物への農薬使用も違反とみなされ、違反が認められた場合には、その農家に出荷の一時停止処分という厳しい罰則が用意されている。

ユニットでは、リーダーが情報の伝達や農家の生産管理を行う。農家は収穫したバナナを集め、ユニット内の農家の車などを利用して、ラメー農民グループへ出荷する¹⁴。選果場での出荷作業は週4回で、ユニットによって出荷日が指定されているが、流動的である。精算は、P社への出荷から1週間後に行われ、ラメー農民グループの会計担当者からリーダーを通じて、各農家へ現金で支払われる。

ラメー農民グループでは、農家の出荷予測量を把握し、グループ全体からの出荷量が把握できるように、データ収集を行っている。農家からの出荷予測量と実際の出荷量の誤差を小さくするために、1回の出荷ごとの規格外品量を農家へ伝え、どれぐらい規格にあったものが出荷できているのかを個人レベルで把握させている。規格外になった理由も同時に伝え、今後の生産に反映させることを狙っている。大幅な過剰時期には、クォータ制度を用いて出荷量を調整するとともに、各農家のバナナ栽培本数の掌握によって需給バランスの調整に努めている¹⁵。ラメー農民グループは、その他、生産のアドバイスや、有機肥料の使用及び混作体系の推奨なども行う。P社とともに、灌漑用資材購入のための低利融資、圃場実験や購買所の設立など、バナナ供給事業の運営のための様々な機能を担っているといえよう。

3) バンラート農協の無農薬バナナ輸出

タイ中西部に位置するペチャブリー県バンラート郡 (Amphoe Banlad) では、伝統的にホームバナナが販売用に栽培されており、多くの農家は民間の集荷業者を通じて国内市場へ出荷していた (図 5-5 参照) ¹⁶。ラメー郡で組織された農民グループが、1994年からよどがわ市民生協と無農薬バナナ取引を開始したが、P社はラメー郡での出荷量が不足したときの補完として、バンラート農協の1組合員の無農薬バナナを集荷していた。それを契機に、1996年にP社とバンラート農協が出荷契約を締結し、バンラート農協は組合員が生産するバナナを集荷することになったのである¹⁷。

バンラート農協組合員が日本向けに無農薬バナナを生産するためには、農協へ登録が求められている。取引開始当初の登録者数は80名であった。しかし、それがラメー農民グループのよどがわ市民生協への出荷の補完であり、中部地域の生協連合会への供給が一時期あったものの、注水量の変動や産地での自然災害が影響し、安定した需給体制を整えることができなかった。しかし、1999年9月以降は、STコープ連合との取引を開始し、今日まで取引は継続されている。この取引を契機に、同年11月には、バンラート農協組合

員のうち日本向け無農薬バナナを生産する登録農家によって構成される「バナナ生産者協議会」が組織された。5つの村落にそれぞれユニットが作られ、登録農家は2001年10月時点で198名に増えている。

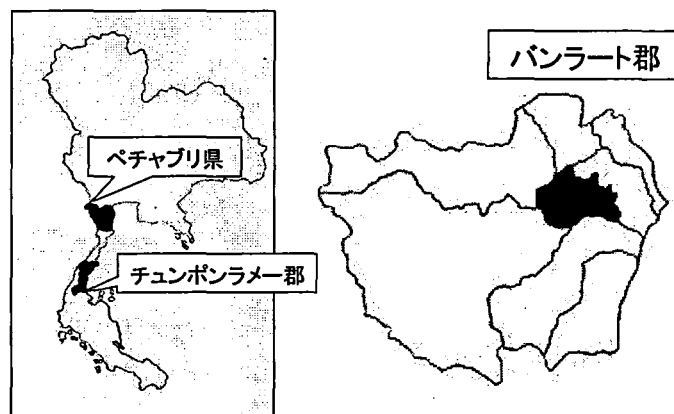


図5-5 ペチャブリ県バンラート郡の位置

バンラート農協が生産者から買い取る無農薬バナナの価格は、1996年から1kg当たり9バーツに固定されている。農協はこれをP社に13バーツで販売する。規格外品は、1kg当たり2バーツで加工業者へ買い取られる。また、農協は集荷するバナナの収穫作業の請負も行っている。農家のバナナ収穫労働の軽減とともに、農協にとっては、熟練した労働者が熟度を判断して収穫するためにロスが減るというメリットがある。日本とのバナナ取引の過程で、無農薬栽培の導入とともに、BMW (Bacteria-Mineral Water) 技術が農協へ導入された。BMW 技術とは、地域で発生する農畜産業廃水や生活廃水などをバクテリアの作用で浄化するプラントを造成し、そのプラントで浄化された水の生物活性水として、また汚泥の肥料として再利用をめざすものである¹⁸。ST コープが、わが国のBM 技術協会とのを支援していたことをきっかけに、バンラート農協の生産者が2000年の訪日の際、BMW 全国技術交流会に参加した。その参加を受けて、翌年からST コープとバンラート農協間で、タイ政府と日本のBM 技術協会の協力により、バンラート農協におけるBMW 技術の導入にむけて調整が進められた。2001年7月にプラントを完成させ、ST コープとP社、BM 技術協会がプラント協議会を設立し、運営管理を行っている。地域にある資源を利用した点が特徴であり、活性水を利用した堆肥作りが進められている¹⁹。バナナ取引が契機となったBMW 技術事業を通じ、バンラート郡に環境保全型農業という新たな軸が

加わることが期待される。

4) 無農薬バナナの価格設定

よどがわ市民生協のタイでの無農薬バナナ取引は、ペチャブuri県にあるタヤン農協と東都生協の取引を参考にして産地開発を行ったものであった。ラマー郡にはバナナを商用栽培していた農家がほとんどなく、よどがわ市民生協、P社にもバナナ取引の経験がなかった。したがって、生産者価格の設定も、基本的にタヤン農協の取引に準拠することになった。

1993年のよどがわ市民生協、P社、ラマー農民グループ理事会との最初の懇談で生協から提示された価格は、予定生産者価格が1kg当たり9バーツ、グループ出荷価格が11.38バーツ、FOB価格が30バーツであった²⁰。価格決定に際しては、基本的によどがわ市民生協が案を提示し、それにラマー農民グループの同意を得ることができれば価格成立とする、という方式であった。また、営利のみを目的とした事業ではないこと、燻蒸費などがかからなかった場合には、生産者へ還元するか、双方の交流事業に役立てることが決められた。

結局、生産者価格が1kg当たり6バーツ、グループ出荷価格11.8バーツで1994年に取引が開始された。1995年11月の時点では、1本の平均が135gの場合を基準に1kg当たり7.5バーツ、1本の平均が100gの場合は、6バーツとなっている。予定生産者価格より低い価格設定になったのは、当時の生協関係者によると、実際に取引を開始してみると、内陸輸送費や港湾業務手数料・通関手数料が予定より高くなり、また、当時の品質不安定による輸送中のロスが大きかったなどの理由があげられている。

1996年には、ラマー農民グループの運営費の圧縮を図り、農家の所得を向上させるために、生産者価格は1kg当たり7バーツ、条件によっては最大10バーツとなっている。1996年以降の価格決定は、農家とラマー農民グループ間の交渉に基づいて行われており、よどがわ市民生協とP社による関与はない。基本的に生産者価格の決定に、農民自身が参加できるシステムになっているとみられる。

表5-3は、生産者からの買取価格に始まって、最終の生協での小売価格にいたる運賃・保険料など諸経費や手数料をみたものである(1999年および2000年の聞き取り調査による)。

生産者価格は1kg当たり7バーツ(1999年当時1バーツ=3.51円であるので24.6円)である。ラマー農民グループに対しては、P社からこの生産者価格の7バーツに加えて、

運営維持費として6パーツ(21.1円)が支払われる(ただし、重量調整のための入れ目代金に相当する0.5パーツを差し引けば、ラメー農民グループが受け取るのは5.5パーツ(19.3円)である)。さらに、資材費や港までの内陸輸送費、P社の輸出手数料、神戸港までの海上運賃、港での燻蒸費などがかかる。ただし、燻蒸費は、燻蒸を免れた場合には生産者へ還元される。さらに関税やJ社の輸入手数料が加算され、浜値は226.2円となる。この価格は、日本のバナナ自由化(1963年)以降、当取引が開始された1993年頃にかけての輸入バナナの一般的な浜値は、100~150円の水準であったので、それに比べればかなり高めに設定されていることがわかる²¹。さらに、運送費や加工・流通センター内での色付け、よどがわ市民生協の手数料・販売経費などが上乘せされ、小売価格430円となる。2000年のよどがわ市民生協における小売価格430円は、生協組合員一般の自由注文向け企画と、登録組合員向けとの平均価格であるが、1990年代にみられるバナナの一般的な小売価格(1kg当たり)200~250円よりも高価格である。以上から、タイ産地の生産者が受け取る生産者価格は、よどがわ市民生協の小売価格430円の5.7%であった。2003年時点の生産者価格(1kg当たり7パーツ)とよどがわ市民生協の小売価格(700g当たり280円)から算出した場合は、6.1%を生産者が受け取っていることになる²²。

表5-3 ラメー産無農薬バナナの価格構成

(1kg当たり)

項目	価格 (円)	割合 (%)	
生産者価格	24.6	5.7	農民グループから農家への支払価格
出荷価格	21.1	4.9	P社から農民グループへの支払価格
資材費	14.0	3.3	梱包用ダンボール代、ビニール、緩衝材
コンテナ輸送費	6.3	1.5	ラメー農民グループ選果場からレムジャバン港まで
輸出業務手数料	14.7	3.4	P社手数料
FOB価格	80.7		
海上運賃	39.7	9.2	保険、日本港コンテナ陸揚げ料
CIF価格	120.4		
関税	18.8	4.4	15% (10~3月まで20%、4~9月まで10%)
燻蒸費	6.1	1.4	(燻蒸されなかった場合は、生産者に還元)
輸入業務手数料	80.9	18.8	J社手数料
浜値	226.2		
陸送代	13.3	3.1	
加工・国内流通業務手数料	95.0	22.1	
生協手数料	95.5	22.2	
小売価格	430.0	100.0	

注1: FOB価格までの価格は、1999年調査、それ以外は2000年調査より。

2: 1パーツ=3.5円で計上した。

資料: 聞取調査より作成。

3. 無農薬バナナの生産構造

無農薬バナナの生産状況を見るために、ラメー農民グループを構成するユニットのなかから5つを選択し、さらに各ユニットから無作為に抽出した43戸から聞取調査を行った。5ユニットのうち、ヌンサンティ（メンバーは14戸）、ファイサイカーオ（同53戸）、トゥンカーワット（同38戸）の3ユニットは、グループ設立当初からのユニット、他のパンワーン（同5戸）とグロン克蘭（同34戸）の2ユニットは1997年に組織されている。

調査農家のなかで、無農薬バナナの対日取引が開始される前からホームトンバナナを栽培していた農家が7戸（16%）あったが、販路の確保が困難であったために、販売用の栽培は定着していなかった。調査実施時にバナナを生産していたのは、43戸中37戸であった。それら生産農家の平均経営面積は、48.5ライ（1ライ=0.16haであるので、7.76ha）である（表5-4）。また、調査農家が所有する農地はすべて自作地である。

無農薬バナナの栽培面積は、10～90ライ層ではほぼ4ライ（0.64ha）から7ライ（1.12ha）といった程度でそれほど差はないが、90ライ以上の大型農家層だけは18.4ライ（2.94ha）とバナナ栽培面積はかなり大きい。ただし、この90ライ以上の農家を含め、経営面積に占めるバナナ栽培面積の比率はせいぜい10%台にとどまるが、最小規模の10～20ライ層だけは29.0%とバナナの占める位置は小さくない。

表5-4 農家規模とバナナ生産

経営面積 (ライ)	農家数 (戸)	バナナ (平均)		
		栽培面積 (ライ)	栽培本数 (本)	経営面積に 占める割合(%)
10～20	9	4.9	1,222	29.0 ^{注)}
20～40	11	3.8	962	12.8
40～60	8	6.8	1,706	13.4
60～90	5	5.5	1,370	8.0
90以上	4	18.4	4,600	12.9
平均 48.5	37	6.5	1,614	15.9

注：所有農地の90%以上をバナナ生産にあてている農家を1戸含むため、これを除くとバナナ作付面積の割合は18%である。
資料：聞取調査（2002年）より作成。

無農薬バナナの栽培面積を制約している最大の要因は、労働力問題と考えられる。とりわけ、除草剤の散布ができないために、除草作業に労働力を必要とすることが大きい。

無農薬バナナの栽培は、ほとんどの農家で他の樹木作物との混作で行われる。バナナと混作されるのは、果実ではドリアン、ランブータン、マンゴスチン、ロンコン、果実以外では、天然ゴム、油ヤシ、コーヒーなど多種にのぼる。ドリアンとの混作農家が最も多く、44%を占めた。このような樹木作物の混作が選択される理由としては、「基幹作物が育つまでの間の時間、土地を有効利用するため」と答えた農家が70%を占めた。

この根拠としては、バナナと混作している主要作物の結実に要する年数を考えれば明らかである。バナナが作付けから8~9カ月で収穫できるのに対し、他作物、例えば油ヤシなら3年、ドリアンなら5~6年かかる。バナナは、他作物がまだ結実しない期間を、バナナの収入で補完する「つなぎ」としての役割をもつのである。さらに、多作目の収穫が可能になっても、例えば、ドリアン、マンゴスチンなどは1年のうち9月だけしか収穫できない。油ヤシや天然ゴムはほぼ1年中収穫できるが、販売は、月に1度か2度に限られる²³。ところが、バナナは1年中収穫が可能以上に、ラメー農民グループによる日本への出荷は毎週行われるので、頻繁に現金収入を得ることができる。実際に、毎週少量ずつ販売する農家が大半を占めていることが聞き取り調査で明らかになった。バナナの収入は、出荷の翌週には現金で農民へ届けられる。この頻繁な現金収入機会の確保が、他の作物に比べて優位な点となる。

ただし、油ヤシや天然ゴムのような、成長するとバナナから日照を奪う高木との混作は、バナナの生育環境を悪くする。したがって、基幹作物が成長すると、バナナを別の土地に移植するか、バナナ栽培自体をやめてしまう農家も少なくない。既存の果樹園にバナナを栽培する場合には、栽培間隔を広くとらざるを得ず、栽培本数が制限されることにもなる。

4. 無農薬バナナの収益性

1) 無農薬バナナ生産の限界

調査農家43戸のうちリーダーを中心とする混作型農家6戸を抽出し、農家経済状況について調査を行った。調査結果を要約したのが表5-5である。

バナナ生産費のうち流動費をみると、雇用労働費が最も多くを占めている農家が、6戸中3戸あった。それら農家の家族内労働者数が少ないことに規定されている。雇用の目的

は除草であり、これは無農薬栽培が義務付けられているため除草剤が使えないことによる。一方、除草や施肥などの作業を、家族労働力だけで行っている農家もみられる。また、草刈機の所有については、6戸中5戸が所有しており、うち4戸はバナナ栽培後に購入している。このことからバナナの無農薬栽培の浸透と、頻繁な除草作業という無農薬バナナ栽培ゆえの労働負担がかかっていることもうかがえる。草刈機購入コストについては、5番農家は雇用がなく自家労働費と相殺されているとみることができるが、他の4戸は機械を購入している上に雇用もある。この傾向はバナナが1,000本以上ある農家にみられる。

前述した労働を雇用に依存する農家では、その負担がバナナ部門の所得率の低さに直結している。3番農家や6番農家がそれにあたる。大規模農家では投資しているものの、廃棄コストを低く抑える経営方法をとっているため、バナナの買取価格はより優位に働く。

表 5-5 調査対象農家のバナナ部門経営状況 (2001 年度)
(雇用労働力以下はバナナ栽培についての総計)

農家 番号	経営 面積 (ライ)	バナナ		家族労働力 [年齢]	雇用 労働力(人) [延べ日数]	草刈機 の 所有	バナナ販売額 (パーツ)	
		栽培面積 (ライ)	栽培本数 (本)				総額	バナナ 100本当たり
1	55	1.2	300	経営主 [54] 妻 [52] 甥 [26] 娘 [23]	0	×	25,480	8,493
2	21	5.2	1,300	経営主 [46] 妻 [36] 息子 [19]	1 [60]	○	44,590	3,430
3	55	8.0	2,000	経営主 [56] 妻 [51]	2 [240]	○	63,700	3,185
4	55	10.0	2,500	経営主 [34] 妻 [35] 父 [69] 母 [62]	1 [24]	○	63,700	2,548
5	49	2.0	500	経営主 [68] 息子 [31] 嫁 [32]	0	●	35,400	7,080
6	160	32.0	8,000	経営主 [39]	2 [356]	○	273,000	3,413

農家 番号	経営費 (流動費) (パーツ)						農業所得(パーツ)		所得率 (%)	
	肥料費		農薬 費	雇用 労働費	燃料費	総額	バナナ 100本当たり	総額		バナナ 100本当たり
有機肥料	化学肥料	総額								
1	750	3,500	0	0	0	4,250	1,417	21,230	7,077	83
2	1,440	2,660	0	9,600	0	13,700	1,054	30,890	2,376	69
3	5,000	8,000	0	27,552	0	40,552	2,028	23,148	1,157	36
4	5	3,420	0	1,404	1,950	6,779	271	56,921	2,277	89
5	0	350	0	0	299	649	130	34,751	6,950	98
6	26,000	0	0	109,500	13,473	148,973	1,862	124,027	1,550	45

注1: ○は、バナナ導入以後、購入、●はバナナ導入以前からの所有を示す。

注2: バナナの所得率=バナナ販売額/バナナ農業所得×100で算出した。

資料: 聞き調査 (2002 年) より作成。

このような状況のもとで、固定価格によってバナナは買い取られてはいるものの、バナナの買取価格に「満足していない」と答えたアンケート対象農家の44%に達した。「満足しているが、バナナの値段が下がることがあれば栽培をやめる」という農家4%を加えると、ほぼ半分の農家は無農薬バナナの取引価格にそれほど満足はしていない。彼らの希望する価格は、平均1kg当たり9.8バーツ(34.4円)という、現在(2003年)の生産者価格7バーツより2.8バーツ、つまり40%上乘せした水準であるという調査結果を得た²⁴。

2) 無農薬バナナ生産の意義

では、何が農家にバナナ栽培を継続させているのか。現金収入機会を他作物と比較してみよう。ラメー農民グループではバナナの生産者買取価格が1kg当たり7バーツに固定されている。これに対して、他の商品作物の販売価格は、年によって大幅に変動し不安定である。しかも、チュンポン県のホムトンバナナ市場価格は、1kg当たり3.4バーツ(2000年)であるため、ラメー農民グループへ出荷する利点は相当大きい。

バナナ経営は、具体的に個々の農家の農業所得全体の中でどのように位置づけられているのか。農業所得全体からみたバナナ部門の位置づけを検証してみよう。農家における各商品作物の粗収入と経営費から、各部門の所得と農業所得を算出した。①バナナ導入前年度、②導入初年度、③2001年度、の比較して、バナナ部門の所得が農業所得全体にもたらした影響を分析した。

農業所得に対するバナナ部門所得の位置は、農家によってばらつきがあり、バナナ部門所得の役割は様々である。農業所得の増加にバナナの所得が貢献している農家もあれば、そうとも言いがたい農家もあった。逆に、農業所得が減少していても、バナナ部門が原因で経営を悪化させた農家は少ない。他作物の待機期間中に、バナナの所得が農家経済を補完する農家や、農業所得全体に占めるバナナ部門の所得の割合が高く、農業所得を底支えている農家もみられた。

1997年にユニットとしてラメー農民グループに登録されたクロンクラン・ユニットは、比較的新しいメンバーが多いのが特徴である。メンバー数は2002年時点で34名に達し、中規模農家が多い。C氏は、自作地が55ライ(8.8ha)であり²⁵、油ヤシとコーヒーを基幹作物とし、他にドリアンやマンゴスチン、ランブータンを栽培している。バナナは油ヤシ以外の作物との混作である。表5-6は、C氏の農家経済状況を示している。グループ入会前の1996年は、コーヒーと油ヤシの販売のみで収入を得ており、その他の果樹はまだ

収穫ができない状態であった。バナナは栽培していたものの、自家消費用であった。

バナナ導入初年度である1997年と、2001年度における、農家経済とバナナ生産の関係の変化をみてみよう。まず、バナナ部門に注目する。1997年にラメー農民グループに入会し、500本のバナナを新植した。しかし、水揚げポンプに使用するオイル代などがかさみ、この年のバナナ部門は赤字である。しかし、2001年にはバナナを2,500本に増やした結果、バナナの販売額が上昇し、収益率は89%であった。

次に、全作物合計の農家所得をみると、1997年の14万6,893バーツから2001年には10万6,455バーツへと減少している。これは、バナナ以外の作物の販売額の減少が影響している。コーヒー価格の低落によって、栽培本数を2,600本から500本へを減らしたことで、ドリアンやランブータンの生産量が増加しているにもかかわらず、価格が大幅に低下したためである。C氏の場合、1997年のドリアンの生産者買取価格は1kg当たり約15バーツ、ランブータンは約8バーツであったのに対し、2001年には、それぞれ10バーツ、3バーツまで低下した。また、2001年には、スプリンクラーやパイプなどの資材購入が、コストを上昇させている。

表 5-6 C 農家の農家経済状況

調査年 (年)	販売農産物 (栽培面積・本数)	販売額 (バーツ)	経営費 (バーツ)	農業所得 (バーツ)	農業所得に対する バナナ所得の割合 (%)	収益率 (%)
1996	コーヒー (2600本)	50,000				
	油やし (不明)	68,400				
	合計	118,400	18,000	100,400		85
1997	バナナ (500本)	12,740	30,418	-17,678	-12	-139
	他作物	165,250	679	164,571		100
	内訳：コーヒー (2600本)	80,000				
	油やし (300本)	80,000				
	ドリアン (50本)	2,250				
	ランブータン (550本)	300				
合計	177,990	31,097	146,893		83	
2001	バナナ (2500本)	63,700	6,779	56,921	53	89
	他作物	67,355	17,821	49,534		74
	内訳：コーヒー (493本)	17,255				
	ドリアン (不明)	45,000				
	ランブータン (不明)	3,000				
	マンゴスチン (300本)	2,100				
合計	131,055	24,600	106,455		81	

注1：経営費は、肥料費（有機肥料、化学肥料）、農薬費（除草剤、防虫剤）、雇用費、燃料費を含む。

2：2001年時の油ヤシは、新しく植え替えられたため、まだ収穫ができない状態である。

資料：聞き調査（2002年）より作成。

これらを踏まえ、C氏の農家経済におけるバナナ生産の位置をみても、1997年には、農業所得に対するバナナ部門の所得の割合はマイナスを示していたが、2001年には53%となっている。全体的には販売価格の低下により、販売額が減少しているものの、農家所得全体に占めるバナナ部門の所得の割合が高く、農家所得を底支えしているとみることができる。また、C氏は1997年に油ヤシに使用していた農薬を、バナナと混作を行っていないにもかかわらず、2001年には一切使用をやめ、グループ入会後に除草機を購入している。自ら、農薬使用を抑えようという姿勢がうかがえる。

しかし、バナナ栽培はすべての農家にいつでも可能というわけではない。混作した作物の成長によっては、移植する土地がない場合、生産自体をやめざるを得ない。期間限定となる可能性をもつ。バナナは収益性の良し悪しにかかわらず、容易に廃棄されうるのである。

ともかくもバナナは、農家にとって土地の有効利用が可能で、他の混作作物が育つまでの収入源である。農業所得全体からみたバナナ部門所得の役割は様々であるが、他作物と比較した場合、少額でも頻繁で定期的な現金収入機会の確保、価格の安定が優位な点であった。農家は、「つなぎとしてのメリットを生み出すバナナ」を望み、他の作物との混作の中での位置づけを、戦略的に選択しているのである。農家経営全体の補完的位置にあることで発揮されるバナナの有効性が、生産農家の増加と生産地域の拡大の誘因であろう。

3) 産地の抱える課題

取引開始当初から、ラメー農民グループが抱えている最も大きな問題は、規格にあったバナナの生産と出荷、そして量の安定的な確保であった。産地では、その問題に取り組むため、重量やサイズにこだわった栽培方法を追求しつづけていた。その結果、サイズ不足、供給量の不安定さが、他産地のバナナに移行する契機になっていた他の生協においても、量の安定は見込めるようになったと評価されるようになってきた。しかし、次第に「味」が落ちたことが指摘され、産地には新たに「味」を意識した生産の工夫が求められるようになった。規格のあり方や栽培方法が問われ、2000年から品質向上に向けての本格的な取り組みが進められている。

その特徴的な活動内容は、①営農指導部の発足と生産管理体制の確立、②様々な有機肥料、作付方法による栽培実験、③バナナの糖度検査、④土壌分析などがあげられる。すでに出荷規準の変更にもなう栽培方法の変更では成果をあげている。2001年の11月から「収穫は花芽切断後50日以後」、「バナナの胴回りは11cm」という出荷規格が新たに加わ

った。この規格は、ラメー農民グループと生協との契約に基づいており、出荷規格のひとつである「熟度が70~80%」を、より確実に達成するためである。ラメー郡では、生産者によって、肥料や栽培方法、土壌が異なっており、生産環境にばらつきがある。そのような状況下で、少しでもバナナの熟度を統一、安定させるという目的が背景にある。取引開始当初に比べればかなり改善されてきたものの、まだ日本の需要にあう品質には見合っていないという生協側の意見もある。P社を通じた日本サイドからの情報に基づいて、品質改善にむけた生協、P社との協力が今後も不可欠であろう。

5. 生産組織をめぐる新たな動き

1) 自発的組織の誕生

産地を構成する農家の中で、新たな動きとして注目すべき第1点目は、共同栽培農家の登場である。クロンクラン・ユニットを中心に、ラメー農民グループの農家以外を含めた4名により、大規模な共同バナナ経営が開始されている。バナナを主幹とする経営であり、安定的な大量出荷が目指されている。

第2に、「大規模非混作型」農家の活躍による新産地の形成である。ラメー郡に隣接するパト郡のバナナ生産農家は、比較的新しいメンバーであるが、生産開始当初から大規模な非混作を行っていた。パンワーン・ユニットでは、1人当たりの出荷量が他ユニットに比べて相当多く、出荷不足時に貢献するほどの安定供給を誇り、意欲的な人材と優れた技術ももち合わせていた。そのパンワーンの農家を中心にパト郡周辺の農家が集まり、新たに日本向けの無農薬バナナ生産グループが形成された²⁶。ラメー郡にある選果場から遠いことや、バナナを生産したい農家がパト郡に増え始めたことも新産地形成の要因と考えられるが、安定供給が可能な大規模農家が、中核的存在であったことも大きく貢献したと考えられる。2004年8月時点で組合員は130人にのぼる。すでに新しい日本の供給先が決定しており、選果場も準備されている。ラメー農民グループにとっては補助的産地として位置づけられている。

生産者買取価格は、1kg当たり9パーツで、P社にはラメー農民グループと同じ、12.5パーツで買い取られる。規格外品は、1または2パーツで地元の集荷業者に買い取られる。このパト群の農民グループでは、約10戸のバナナ単作かつ大規模農家と、その他を構成する小規模混作型の農家とに分化している。大規模農家には、収穫期間が短い培養苗を利

用し、植栽の時期をずらして安定的供給を目指す生産管理方法が推奨されている。無農薬栽培の意義や、日本市場を相手にした規格のあり方の理解が、農家の裾野にまで普及し、品質の向上や安定出荷が達成されるまでには、もう少し時間がかかりそうである²⁷。当グループは、2004年から協同組合として法人登録することになっている。

さらに、ラメー郡では、ホムトンバナナを輸出する農民グループとは別に、2004年から日本向けにカイバナナ (Kluai Khai) を輸出する農民グループが設立され、輸出事業が開始された。輸出事業の発起人は、ラメー農民グループの設立当時の元リーダーである。タイの輸出会社 D 社が、タイのカイバナナを日本へ輸出するにあたり、ノウハウを求めてラメー農民グループの創始者に話を聞きに訪れたのがきっかけである。ホムトンバナナ輸出事業を参考に、同郡内にカイバナナ輸出専用の選果場が設立されている。週 1 回行われる出荷作業の労働者も、ラメー農民グループで働く女性である。無農薬バナナ輸出を成功させた地域の人材やノウハウを活用し、カイバナナの輸出を軌道に乗せることが目指されている。組合員は、10 名程であり、品質も出荷量の 2 割しか輸出向けとまらない程度の水準である。無農薬で生産する栽培の工夫や、生産者買取価格 (1kg 当たり 8 バーツ) など未だ実験段階である。

ともあれ、この取引をきっかけに、様々な農民の自主的な活動が生まれたことについては、農家の生産意欲と産地周辺地域の勢いを感じさせるものである。

2) 地域農業の再編と産地の持続性

バナナ生産農家は、多様な対応をとっており、この農家の多様性が産地を特徴づけている。バナナ生産の担い手の一つは、「バナナ ‘つなぎ’ 農家層」であり、混作を選び自己の経営における「つなぎ」あるいは「補完」として栽培をつづけている。しかし、期間限定の生産となる可能性もあり、産地全体の生産量確保にとってはリスクである。もう一つの担い手は、「バナナ ‘傾斜’ 農家層」であり、非混作型を基盤にバナナの生産にややシフトしている。混作型農家の少量不安定出荷に支えられたバナナ産地を、安定的な出荷によって補完しているのである。しかし、これら担い手は少数であり、産地全体で見れば個別経営農家の混作が主流である。

こうしたバナナを「つなぎ」とした農家が主流となって産地を支えている要因は、受け皿としての樹木工芸作物 (Industrial tree crops) の生産である²⁸。具体的には、天然ゴムや油ヤシ、ココナツ、コーヒー、その他樹木作物などの生産を継続しようという農家の方

針と、それら作物の混作体系の維持である。樹木工芸作物や果樹は寿命がたいへん長く、バナナと異なって多様な販路へのアクセスが可能である。収入源として長期的に確実で安定的であるため、市場価格の暴落などの理由がない限り、これらの栽培を中止してまでバナナへ大転換を図る農家はほとんどみられない²⁹。また、それら作物は混作体系の中で生産されている。さらに、バナナは多年生植物であるとともに、1年のうちいつでも植栽できる。このバナナの特性と基幹作物の「混作体系」が、バナナを「つなぎ」としてより効果的に位置づけている。つまり、地域農業に組み込まれたバナナ生産であったからこそ、そのメリットを発揮しえたのであって、今後ともこの基本的な特徴が維持されるであろう。

6. 小括

本章では、よどがわ市民生協とタイのラメー農民グループとの無農薬バナナ取引を分析し、流通システムと生産農家の現状把握、産地形成に及ぼした影響について考察してきた。産地では、ラメー農民グループとユニット、農家が一体となって供給システムを機能させており、その一端をP社が担っている（図5-6参照）。生協は、生産者との交流に重点をおき、農業環境の改善も目的としながら、価格の固定化や、無農薬栽培の推進など、産地に配慮した活動を行っている。そうした活動は、農家へ様々な変化やメリットをもたらしている。

第1に、経済的インパクトと農家経営の変化があげられる。バナナは、この地域で栽培されている他作物よりも、作付から収穫までの周期が短く、価格も安定的であることから、補完的作物として広く受け入れられてきた。無農薬栽培ゆえの除草作業など、手間がかか

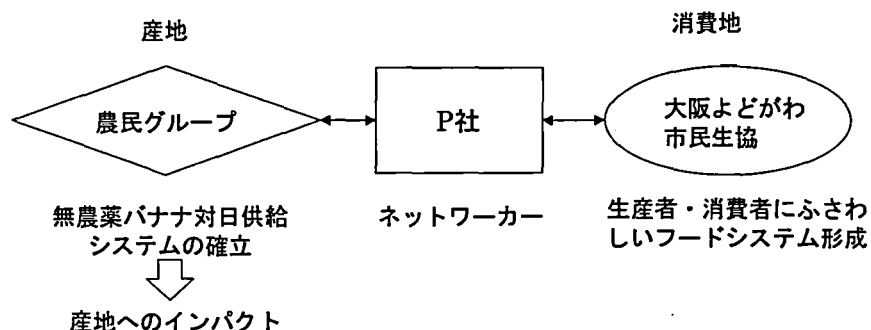


図5-6 無農薬バナナの供給システムと産地へのインパクト

資料: 聞き取り調査より作成。

るものの、農家経済を補完的に支えるバナナ栽培のメリットを重視し、熱心に栽培がつけられている。補完作物であるため容易に廃棄されうるが、農家にとって、価格変動の激しい他作物収入の「つなぎ」と位置づけられ、持続的な地域農業を展開する上で、大変重要な役割を担っている。

第2のインパクトとして、無農薬栽培の導入による農法の変化があげられる。4節の分析では、農家による草刈機の購入動向から、無農薬栽培の普及がみてとれた。混作体系が主流であるため、バナナとともに作付けている他の作物にも農薬を散布しない。無農薬バナナの導入をきっかけに、自ら農薬の使用を抑制しようという農家もある。また、有機肥料の使用が普及していることから、除草剤や化学肥料の使用量が減り生産コストが減少したという農家も多くあった³⁰。また、バンラート農協における、無農薬バナナ輸出事業においても、BMW 技術が導入され環境保全型農業の確立が目指されている。農業のあり方そのものへの意識的な変化がみられ、今後、無農薬栽培が他作物にも広がっていけば、農薬が地域環境に与える負荷の軽減にも貢献するものと期待される。

さらに、こうしたバナナ産地形成の背景には、この地域を産地として機能させるラマー農民グループの役割がある。自立的組織の活動が第3のインパクトである。ラマー農民グループの役割とそのパートナーであるP社、生協のそれぞれの役割によって、無農薬バナナの供給システムが機能している。特に、農家への生産指導体制の確立や出荷量調整などをラマー農民グループが主体となって、農民自身が運営に参加している点は注目に値する。ラマー農民グループでは、有機肥料の生成・販売活動やバナナワインの製造販売、農民グループ同士の交流など、様々な自主的な組織や機能が生まれている。また、共同栽培農家や、新産地形成などの新たな動きもみられる。

この自主的組織の誕生やラマー農民グループの様々な機能は、フェアトレードを目指す上では重要である。なぜなら、フェアトレードの目的は生産者の自立にあるからで、フェアトレードそのものへの依存ではないからである。

農民自身が組織運営に携わり、販売ルートを獲得してバナナを販売し、運営に必要な収入を得て、自主的活動を展開している。同時に、消費者である生協組合員の需要に対応すべく、無農薬バナナを供給できている。フェアトレード的配慮をもった消費者主導のアプローチによる産地形成によって、地域の既存の資源や農業、人材を生かした輸出対応がなされ、無農薬バナナ産地は自立的発展を遂げてきた。

【注】

- 1 フェアトレードとは、国連食糧農業機関（FAO）によると、「より有益で安定した貿易によって、途上国における小規模農民の生活改善を助ける手段である」とある。定義は様々であるが、ここでは、「貿易を通じた生産者、消費者同士の直接的、持続的なパートナーシップの構築を基礎に、途上地域の生産者の自立と、途上地域、先進地域双方の、公正な関係を築く貿易形態」とする。既存の貿易システムに対し、公正な価格提供や前払い制度、市場開拓など、新たな仕組みの上に成り立った貿易システムである。フェアトレードの活動が本格的になったのは1960年代であって、ヨーロッパ諸国のNGO活動から始まった。オランダやイギリスにおいて、ATO (Alternative Trade Organization) が組織されている。ATOは途上地域の生産者団体と接触し、手工芸品やコーヒー、ココア、紅茶、バナナ、ジュートなどの一次産品を買い上げ、先進地域を対象に市場開拓を行う。その買い上げ価格は一般市場価格に比べて高く設定され、あるいは中間業者を排除することでよりコストに見合った利益が生産者に分配される。フェアトレードについては、FAOホームページ、IFATホームページ、「フェアトレードの本、全国版」プロジェクト委員会〔6〕、pp.79、ブラウン〔21〕、pp.291、302-306、クレーテ〔4〕、pp.331-332などに詳しい。
- 2 よどがわ市民生協は、1977年に大阪で5番目の市民生協として大阪北部を活動エリアに設立された。組合員数は、76,318人で、供給高は10,387百万円である（大阪よどがわ市民生協ホームページ）。
- 3 正式名称は、Klum Kasetrakon Tham Suan Thungkhaawatである。
- 4 朝日新聞1992年3月3日付けでは、フィリピンの多国籍企業が経営する出荷場で、ポストハーベスト農薬に発ガン性の恐れのある殺菌剤の使用が指摘されている。
- 5 鶴見〔56〕、pp.6。
- 6 鶴田〔57〕、pp.46-49。
- 7 「バナナ通信」ホームページ。
- 8 山本〔63〕、pp.114。
- 9 よどがわ市民生協は、経営再生のため、2001年3月から近隣のPコープと共同購入事業の統合を実施し、商品と商品案内をPコープ取扱商品と共通のものとした。この事業統合に伴い、これまでよどがわ市民生協で扱われていた商品は、すべて従来からPコープで扱われていた商品と統一された。しかし、よどがわ市民生協の組合員から「ラメー産バナナだけは残して欲しい」という要望が強かったため、ラメー産バナナだけは、取扱が継続されることとなった。ここに、よどがわ市民生協が産地をパートナーとしてみなしていたことが窺われる。
- 10 よどがわ市民生協でのラメー産無農薬バナナの供給価格は、280円/kgである。取引開始当初は、470円/kgであった。同生協内ではラメー産バナナ以外のバナナは扱われていない。
- 11 洗浄作業の過程で、見た目では重さが足りないと判断されたものは秤で測量される。基準の重量に満たないものは、規格外となる。基準重量の例：バナナ4本の房=3.6g以上、5本の房=4.5g以上、6本の房=5.4g以上など。
- 12 規格外品は、民間の集荷業者が選果場までやってきて、1kg当たり2パーツで買い、工場には3.5~4パーツで販売される。
- 13 バナナ生産において農薬を使うとすれば主に除草であるため、無農薬栽培であるかどうかは畑の

-
- 草が枯れているかどうかを見れば判断できる。
- 14 ユニットごと、あるいは個人で出荷する場合とがある。
 - 15 ラマー農民グループからの出荷量が、過剰状態になったことは2001年だけである。ラマー農民グループの出荷量調整については、拙稿〔19〕、pp.69-70。
 - 16 1991年から近隣農協であるタヤン農協が、日本の東都生協と無農薬バナナ取引を行っており、バンラート農協の一部の農家は、この無農薬バナナの輸出事業に参加していた経験もあった。
 - 17 バンラート農協は1952年に設立された。組合員農家数は2001年3月時点で、6,281世帯である。精米所、家畜飼料配合施設、給油所、農産物卸売市場などの建設、運営など幅広く進めており、その業績はタイ有数の総合農協として政府から高い評価を受けている(バンラート農協年報)。ペチャブリー県は、タイ西部のホムトンバナナ利用面積が最も大きく28%を占める(2001年)。
 - 18 「バナナ通信」ホームページ、BM技術協会ホームページ。
 - 19 「バナナ通信」ホームページ。
 - 20 よどがわ市民生協および聞き取り調査による。
 - 21 前掲、他〔20〕、pp.89-110。
 - 22 一見すると、日本での小売価格の6%前後という水準は低すぎる感がある。しかし、フィリピン産バナナの生産者価格の場合には、平均2%とされる。
 - 23 聞き取り調査(2002年)による。
 - 24 聞き取り調査(2002年)によれば、バナナの価格に満足している農家は、アンケート対象農家のうち、52%であった。
 - 25 34歳でこのユニットのリーダーを務めている。35歳の妻との間に2人の子供がおり、高齢の父母の6人家族である。うち、子供を除く4名が労働力となり、専業で農業を営んでいる。
 - 26 正式名称は、Klum Kluai Hoomthoong Ploot Saan Khemii Phatoである。
 - 27 聞き取り調査による(2003年)。
 - 28 新谷〔45〕、pp.87-103。
 - 29 以前、コーヒー価格が大暴落したため、コーヒーを廃棄し、無農薬バナナへの転換を図った農家が多くあった。
 - 30 化学肥料は1袋(50kg)で500パーツ、混合肥料(化学+有機肥料)で375パーツ(購買部)有機肥料はさらに安い(聞き取り調査(2000年)による)。

第6章 アジア食料貿易の拡大と在来型果樹産地の輸出対応

1. タイの在来型農産物輸出とそれを支える要因

本論文では、第1章、第2章において、先行研究の成果を踏まえつつ、在来型農産物輸出の展開と存在形態について、独自の果実輸出論の展開を試みた。第1章では、多国籍アグリビジネスの動向を整理し、タイのアグリビジネス企業の特徴を抽出した。アメリカに拠点を構える多国籍アグリビジネス企業は、輸出に向けた世界規模のフードシステムを形成している。産地の農業経営は原料供給部門として位置づけられ、多国籍アグリビジネスによるフードシステムへの垂直的統合が図られている。タイのアグリビジネス企業と農産物産地との関係は、従来の輸出型アグリビジネス論の産地包摂過程では説明できない農産物輸出の現象をどう捉えるか、という課題を導いた。そこで、タイの米輸出などに関わる先行研究を参考にしながら、生鮮果実輸出にみる産地とアグリビジネス企業の実態を論拠に、新しい輸出の捉え方を在来型農産物輸出と定義した。在来型農産物輸出とは、①農産物そのものが輸出用に開発されたのではない在来品種である、②高度加工を必要としない、③流通システムは、国内市場向け流通形態の発展系であり、選別機能が重要である、④輸出ルートは、伝統的な周辺諸国への移出の延長ルート、及び既存のネットワークの活用形態、⑤中小企業が未組織の零細農家を、小規模に柔軟に組織化し輸出へ結びつけている。以上のように定義できる。

第2章では、タイの在来型農産物輸出が展開する要因を考察した。在来型農産物輸出では、中小規模のアグリビジネス企業が、産地を海外市場へ結びつけている。中小規模アグリビジネスが在来型農産物輸出の展開を支えている要因の一つは、開発政策の核となるNAIC戦略であった。さらに、農業を基盤とするNAIC戦略を可能にしたのは、タイ農業の生産・流通構造の特徴であった。農村には、労働集約的生産が可能な豊富な低賃金労働力が滞留し、転換能力が高い生産者やアジア各国に広がる人的・流通ネットワークが備わっていた。こうした要素はタイ農業がもつ比較優位であり、輸出指向型戦略の展開を図る条件となった。新興輸出品目の代表である生鮮果実についてみても、輸出産地では、労働集約的栽培を行う農家も出現している。特に1990年代以降、低賃金労働力を維持できることや、果実流通をビジネスチャンス捉え、参入する専門的業者の出現によって、他の作物

に比べて、生産性の高い果樹栽培が展開されてきた。ただし、果樹栽培と一言でいっても、粗放栽培の側面もあり、手間をかけずに農業経営をする目的から意図的に果樹生産を選ぶ農家もある。

2. 在来型果樹産地にみる輸出対応のダイナミズム

第3章、第4章、第5章では、タイ南部の果樹産地であるチュンボン県を中心とした実態調査に基づき、3種類の果実輸出の対応を実証的に考察した。第3章では、在来型熱帯果実の代表であるドリアンを対象に、生鮮ドリアンの輸出流通システムの存在形態と機能について分析した。従来から存在する小産地流通が輸出に接合され、物流システムが形成されていく過程と、輸出の専門的流通業者の登場による産地間流通ネットワークの解明を行った。第4章では、マンゴスチン輸出を事例とした。生鮮マンゴスチン輸出は、東・東南アジア諸国への輸出と、日本への輸出という2つのルートが存在する。輸出の進展に加え、高品質輸出が求められている先進国向け輸出への、生産者及び流通業者の対応を明らかにした。第5章では、消費者の需要を満たすためのフードシステム形成のもとで、産地がいかなる対応をしたのか、という分析視角から、在来型果樹産地の発展について考察した。3、4章とは異なった分析視角であるが、賦存の資源や農法を活かした消費者主導型の輸出事業であった。この消費者側の事業方針を、産地がいかに受け止めて輸出事業を組織し、産地として発展させていったのか。日本の生協向けに輸出する無農薬バナナ産地を事例に、その考察を試みた。

1) 在来型果実輸出にみる産地構造の再編

ドリアンは他の果実に先駆けて輸出対応がなされ、タイにおける在来型果実の輸出流通の基盤を作りあげた。身軽に移動する輸出請負業者といわれる流通業者が出現し、輸出を支える物流体系が、既存の流通ネットワークを基盤に生まれている。輸出向けルートの確立によって、農家が輸出市場に容易にアクセスできるようになった。輸出会社も、輸出請負業者や流通業者、生産者と新たな取引関係を結んでいる。その関係とは、生産者、流通業者の新規参入や移動、変更がたやすい柔軟な取引関係である。こうした関係が、産地が輸出市場に容易にアクセスできる要因である。農家は、高価格な生産者買取価格をインセンティブに、輸出向けルートを利用し始めている。タイ全体で輸出向け生産量が増大し、

市場取引価格が低迷する事態に陥っているが、こうした競争に生き残るため、積極的に栽培や管理を工夫した優良農家、産地が出現している。流通業者による輸出ルートの確立に、積極的農家の意欲が相乗し、産地拡大が遂げられてきた。

マンゴスチン産地においても、基本的に、輸出に機能を絞った専門的流通業者が産地を輸出市場へ結びつける働きをしている。従来から東アジア諸国を対象に輸出されていたが、2003年から日本輸出も開始されている。輸出市場の違いによって、輸出会社の戦略や産地の対応の違いが浮き彫りになった。東アジア諸国向けについては、ドリアンと同様に、参入が容易であり、排他的流通システムを形成しない。それに対し日本向け輸出は、政府のサポートによって組織された農民グループを単位に、契約栽培が実施されている。また、マンゴスチンの商品特性から、グループは情報収集や共同販売を行っている。輸出会社は、政府と関わることで、農家の信頼を得ることも目的としている。直接、輸出会社がグループを系列化するのではなく、選別や集荷方法などは、グループ自身の運営方針に任せられている。多国籍企業経営とは異なり、あくまでも農家の自由度は高く維持され、農家が柔軟に対応できる仕組みとなっている。品質の良いものを安定的に確保するため、輸出会社は高い買取価格を設定し、農家へのインセンティブとして位置づけている。小規模な個別経営農家を、海外市場へ結びつけようとする在来型輸出対応の輸出会社の戦略といえる。

ドリアン、マンゴスチンの両産地でみられるように、産地が従来からも競争的な流通構造という特徴を踏まえて、物流体系を作りあげていったのは輸出請負業者であり、輸出業を営む中小規模のアグリビジネス企業（輸出会社）であった。輸出流通を専門的に行う輸出請負業者の登場によって、在来型産地からの海外市場への容易なアクセスが可能になった。同時に、輸出会社も、輸出請負業者を系列化したり、比較的、農家経営の自由度を高めたまま、農家からの直接買い付けや契約栽培を採用することで、輸出ルートを確実に確保している。輸出会社と輸出請負業者が、既存の産地を輸出市場へ中継する「産地ネットワーク」¹として育てており、同じ産地内で競争関係にありながら、輸出に繋がるネットワークを構築しているのである。また、ネットワークによる輸出ルートの確立を契機とした産地再編が、タイ全国的規模で進みつつあり、小さな産地を拠点としたネットワークができて

2) 消費者主導型アプローチによる産地形成

無農薬バナナを輸出するチュンボン県のラマー農民グループは、ドリアンやマンゴスチ

ンなどの在来型果実輸出とは異なり、輸出先国からの働きかけによってフードシステムを形成している。食品の安全性が脅かされ、海外の生産者にも自然・労働環境の悪化をもたらすなどの問題が顕在化している貿易に対峙し、消費者、生産者ともにふさわしい産地形成が求められ、フェアトレード的な要素が盛り込まれていた。また、味や見かけを含め、高品質でかつ無農薬という日本市場向けの品質が求められており、マンゴスチン輸出に通ずる動きも内包している。

産地では、農民が組織運営に携わり、販売ルートを獲得してバナナを販売し、運営に必要な収入を得て、自主的活動を展開している。新たな組織の誕生は、輸出出荷を目指すマンゴスチン輸出産地にも萌芽的にみられ、組織化は、農民による輸出対応の大きな特徴である。無農薬バナナ産地は、同時に、消費者である生協組合員の需要に対応すべく、消費市場から指定されたものを産地でまとまりをもって供給している。フェアトレード的配慮をもった消費者主導のアプローチによる産地形成によって、既存の資源や農業、人材など、地域の特徴を活かした輸出対応がなされ、持続的な取引へと結びついてきた。

3) 輸出対応のダイナミズム

在来型果樹産地では、流通業者や農家が、あたかも自然発生的に輸出へ対応していったかのように見える。これまでの分析から「在来型果樹産地」に潜む、既存の産地が輸出へ結びつく動的メカニズムを明らかにしたい。

3つの事例分析から、既存産地が輸出産地として成長する要因を2点あげることができる。第1に、「産地ネットワーカー」の存在、及び産地の既存の特徴を活かす産地形成の仕組みである。これらは、既存の流通形態や産地との柔軟な関係を維持する、という共通の性格をもっている。特に前者については、輸出請負業者の登場によって、在来型産地から容易に輸出できるようになった。同時に、輸出会社も、輸出請負業者を系列化したり、比較的、農家経営の自由度を高めたまま、農家からの直接買い付けや契約栽培を採用することで、輸出ルートを確実に確保している。輸出会社と輸出請負業者が、既存の産地を輸出市場へ中継する「産地ネットワーカー」として育てている。このネットワーカーの存在によって、たとえ輸出を意図していない農家の収穫物であっても、輸出することができる。

第2に、輸出を契機に経営向上を目指す積極的農家の出現である。流通業者の輸出対応あるいは、消費者側から形成されたフードシステムに受動的な対応をとるにとどまらない。農家自らが輸出を目指す姿勢や、組織化によって輸出出荷の可能性を高めようとする取り

組みが、3つの事例に共通する。この2点が、国内向け産地を輸出産地へと再編していった動因である。つまり、在来型果実輸出の発展は、輸出業者や流通業者の対応、及び流通を作りあげる消費者のアプローチと、輸出を契機に経営向上を狙う積極的農家の対応との相乗効果によって遂げられてきた。

3. アジア域内貿易の深化と在来型果樹輸出の役割

－貿易拡大と産地対応の相乗効果－

在来型農産物輸出の展開には、アジアという膨大な消費市場圏の存在が不可欠であった。東・東南アジアでは、ASEAN内、ASEAN+3（中国、韓国、日本）、ASEANと中国、日本など、各国との経済関係の強化の動きが活発化している。これら諸国間の経済統合が進展し、巨大な東アジア市場圏が形成されようとしており、アジア食料貿易は、一層拡大すると予想される。特に、中国の消費市場が膨張をつづけており、タイでは巨大な中国需要をターゲットに、生鮮輸出ビジネスがさかんになっている。アジア域内貿易が拡大している中で、ドリアン、マンゴスチンのような在来型農産物輸出がその拡大の一翼を担っている。また逆に、アジア域内のボーダレス化と消費市場の拡大が、在来型輸出対応の果樹産地の成長を支えている。生産基盤を強化した輸出産地では、一部の大規模経営や先進農家が、日本などの先進国の要望にも対応し始めている。先進国輸出を契機に、生産レベルを向上し、発展する農家も出現している。在来型農産物輸出産地は、アジア域内貿易の拡大と強く相乗して、発展を遂げていく可能性を有している。さらに、輸出相手国からの働きかけにより、消費者の要望に応じた果実のフードシステムを形成している場合においても、多国籍企業経営とは異なり、産地での在来の側面を活かして、自立的な発展を遂げている。

在来型農産物輸出は、大きな産地だけでなく、既存の零細な産地を輸出へリンクさせる役割をもつ。今後、アジア域内のグローバル化の深化とともに、小産地が輸出へ連結する度合いはますます高まり、小規模、零細農家が在来型農産物輸出を契機に発展する可能性がある。この点で、タイはもとよりアジア全域で在来型農産物輸出産地が発展していくことが期待される。

ただし、在来型農産物輸出の消費市場は今後、変化する可能性は十分にある。特に、中国を中心としたアジア諸国の経済成長に伴った変化が予想される。また、在来型農産物産地の規模は小さく、比較優位に基づく産地間移動を特徴とする。それは、国内の産地間は

もとより、国を超えての産地間競争の激化が考えられる。今後も、既存の産地が比較優位を維持できるかどうかは疑問であり、在来型農産物産地の消滅の事態を招きかねない。さらに、在来型農産物輸出において、生産者は、流通業者や輸出会社と柔軟な関係を保っている。それは反面、取引の変更や休止の可能性が高い関係であることを意味し、生産者が負わなければならないリスクが高い取引といえる。つまり、在来型農産物輸出は、過渡的な性格を持ち合わせている。

ここで、在来型農産物輸出の過渡的性格を踏まえた政策的課題が展望されなければならない。タイの現段階の農業政策は、農林水産物輸出を核にした発展方向を描き、日本やアメリカ、欧米などにも目を向けた施策を掲げている。しかし、実質的にはアジアの消費市場向けの在来型農産物輸出が主流である。今後、アジア消費市場の変容や他国との競争激化を考慮すると、積極的農家を中心に農家のレベルアップを図り、新たな市場対応が可能な産地育成を目指すことが、産地が生き残るひとつの方法ではないかと考える。具体的には、生産者への輸出関連情報の提供、産地間の技術情報交換の促進、それらを生産者に直接働きかける、農業普及局をはじめとする関係機関の体制、連携が求められる。また、輸出増加が拍車をかける生産量増加に伴い、市場価格低下の状況が既にある。その状況に歯止めをかける生産コストの削減、価格支持政策の実施なども、優良産地の育成に重要な施策である。

最後に、在来型農産物輸出は、分散的な市場流通、産地であるため、資源や環境、経済的問題が発見しにくい点を指摘しておきたい。大規模アグリビジネス企業と産地という緊張関係の中では、産地をめぐる諸問題は認識されやすく、また社会問題化されやすい。しかし、在来型農産物産地ではそうした問題が発見されにくく、資源・環境問題が深刻化する可能性がある。それに向けた課題の検討が必要であると思われる。

【引用・参考文献 一覧】

- [1] 青木健「東アジアにおける貿易投資自由化と地域統合の含意」、青木健編『AFTA－ASEAN 経済統合の実状と展望－』、JETRO（日本貿易振興会）、2002年。
- [2] Aungusmalin, S., 「タイにおける米穀政策の展開と現状」、臼井晋・三島徳三編『米流通・管理制度の比較研究－韓国・タイ・日本』、北海道大学図書刊行会、1994年。
- [3] 馬場治「タイ国のエビ養殖業」、多屋勝雄『アジアのエビ養殖と貿易』、成山堂書店、2003年。
- [4] ベリンダ・クアテ『貿易の罫』三輪昌男訳、家の光協会、1996年。
- [5] チャティプ・ナートスパー『タイ村落経済史』野中耕一・末廣昭訳、井村文化事業社、1987年。
- [6] 「フェアトレードの本 全国版」プロジェクト委員会『行ってみようあのお店－フェアトレードの本全国版－』ネパリ・バザーロ、2000年。
- [7] 権藤幸憲「アメリカ巨大穀物商社と穀物輸出ビジネスの再編」、村田武編『21世紀の農業・農村 第1巻 再編下の世界農業市場』筑波書房、2004年。
- [8] 原田泰・井野泰久『タイ経済入門（第2版）』、日本評論社、1998年。
- [9] Hiranpradit,H., et al., Thecnologii Gaan Phalid Turian, Kasetsart University, 1998.
- [10] 堀口健治「アグリビジネスと農業構造」、『農業と経済』編集委員会編『図で見る国際時代の日本農林業論』、農業と経済別冊 第66号第8号、富民協会、2000年。
- [11] Ingram, J.C., Economic Change in Thailand 1850-1970, Stanford University Press, 1970.
- [12] Issariyathip,K., An Analysis of Fruits Price Integration between Central and Local Markets, Unpublished M.S.Thesis, Kasetsart University, 2002.
- [13] 伊藤元重「ゼミナール国際経済入門」、日本経済新聞社、1989年。
- [14] 岩佐和幸「途上国における国際農業開発プロジェクトとアグリビジネス」、中野一新・杉山道雄編『講座 今日の食料・農業市場 I グローバリゼーションと国際農業市場』、筑波書房、2001年。
- [15] JETRO（日本貿易振興会）『タイの熱帯果実』、2000年。
- [16] JETRO（日本貿易振興会）『タイの食品輸出動向』、2002年。

- [17] 川本明人「アメリカの多国籍アグリビジネスと国際穀物取引ー国際通貨ドルおよび先物市場との関わりでー」、川本明人・鈴木清己・新本寛之・矢野泉『アグリフード・ビジネスのグローバル展開』、広島修道大学研究叢書第131号、広島修道大学総合研究書、2004年。
- [18] Khumsapp,A., Maiphon ,Rongpimaksornthai, 2000.
- [19] 久賀みず保・山尾政博「生協によるフェアトレードと海外産地ーよどがわ市民生協とタイ農民グループとのバナナ取引ー」、『協同組合研究』21巻2号、2001年。
- [20] 前潟光弘、熊同詮、池上甲一、堀田忠夫『台湾バナナの生産及び輸出の組織活動と価格形成』近畿大学農学部紀要35号、2001年。
- [21] マイケル・バラッド・ブラウン『フェア・トレード』青山薫・市橋秀雄訳、新評論、1998年。
- [22] 松原豊彦「世界の食料事情と多国籍アグリビジネスによる食料支配」、大塚茂・松原豊彦編『現代の食とアグリビジネス』、有斐閣選書、2004年。
- [23] 宮田敏之「世界市場とタイ産・高級米の輸出ージャスミン・ライスとガーデン・ライス」、川勝平太編『グローバル・ヒストリーに向けて』、藤原書店、2002年。
- [24] 宮田敏之「戦前期タイ米経済の発展」、池端雪浦等編『岩波講座 東南アジア史 第6巻 植民地経済の繁栄と凋落』、岩波書店、2001年。
- [25] 森井淳吉「米輸出の動向と輸出業者ータイの事例ー」、臼井・三島前掲書、1994年。
- [26] 村田武「国際コーヒー市場とタイ産地」、関西大学商学論集第42巻第2号、1997年。
- [27] 村田武編『21世紀の農業・農村 第1巻 再編下の世界農業市場』、筑波書房、2003年。
- [28] 村田武編『21世紀の農業・農村 第2巻 再編下の家族農業経営と農協 先進輸出国とアジア』、筑波書房、2004年。
- [29] 村田武『世界貿易と農業政策』、ミルネヴァ書房、1996年。
- [30] 永井史雄「タイ/タクシン首相の『二重戦略』」、IDE-JETRO（日本貿易振興会・アジア経済研究所）『アジ研ワールド・トレンド』第9巻第2号通巻89号、2003年2月。
- [31] 中川信義・村田武「中国のWTO加盟とアジア経済（対談）」、『経済』、2002年2月号、No.77、新日本出版社、2002年。
- [32] 中川信義「日本多国籍企業とイントラ・アジア貿易」、中川信義編『イントラ・アジア貿易と新工業化』、東京大学出版会、1997年。
- [33] 中嶋信「農業・食料問題をめぐるグローバルな対抗関係」、村田〔27〕、2004年。

- [34] 中野一新編『アグリビジネス論』有斐閣ブックス、1998年。
- [35] 中野一新「アメリカ農業の構造変化と多国籍アグリビジネスによる世界食糧支配」、中野 [34]、1998年。
- [36] 中野一新「世紀の転換期における農業市場のグローバル化とリージョナル化—多国籍アグリビジネスによる世界食料市場開発—」、中野一新・杉山道雄編『講座 今日の食料・農業市場 I グローバリゼーションと国際農業市場』、筑波書房、2001年。
- [37] 中野一新・杉山道雄編『講座 今日の食料・農業市場 I グローバリゼーションと国際農業市場』、筑波書房、2001年。
- [38] 農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」
- [39] 岡本次郎「なぜ今 FTA なのか?」、IDE-JETRO 前掲書、2003年2月。
- [40] 大塚茂「日本アグリビジネスのアジア進出」、中野 [34]、1998年。
- [41] Saripetch,P., An Analysis of Export Competitiveness of Thai Mangosteen to Hong Kong, Unpublished M.S.Thesis, Kasetsart University, 2002.
- [42] Setboonsarng,S., et.al, The Structure, Conduct and Performance of the Seed Industry in Thailand, The Thailand Development Research Institute(TDRI),1991.
- [43] 重富真一「アグロインダストリー—NAIC への挑戦」、末廣昭・安田靖編『タイの工業化—NAIC への挑戦』、アジア経済研究所、1987年。
- [44] 新谷正彦「タイ農業における耕地フロンティアの消失と労働雇用：1950-1997年」、『西南学院大学経済学論集』第36巻第2・3号併号、2001年。
- [45] 新谷正彦「タイ農業の成長過程：1950-1996年—長期経済統計の推計と分析—」、西南学院大学学術研究書、2000年。
- [46] 末廣昭「タイ—変容する日本向け食品加工基地」、松島正博編『世界の食料と農業』、家の光協会、1993年。
- [47] 末廣昭「タイにおけるアグリビジネスの展開—飼料・プロイラー産業の6大グループ—」、滝川勉編『東南アジアの農業技術変革と農村社会』、アジア経済研究所、1988年。
- [48] 末廣昭「タイにおけるライス・ビジネスの展開—戦前を中心として—」、アジア・低開発農業問題研究会編『第三世界農業の変貌』、勁草書房、1986年。
- [49] 末廣昭「タイの農産物輸出商と商品作物—メトロ・グループとタピオカ輸出」、梅原弘光編『東南アジア農業の商業化』、アジア経済研究所、1989年。
- [50] 末廣昭「繊維産業—輸入代替から輸出志向へ」、末廣・安田前掲書、1987年。

- [51] 末廣昭・安田靖編『タイの工業化－NAIC への挑戦』、アジア経済研究所、1987年。
- [52] 高橋正郎『食料経済（第2版）』、理工学社、1997年。
- [53] 滝澤昭義「米物流の構造－タイ・日本の比較」、臼井・三島前掲書、1994年。
- [54] 豊田隆『アグリビジネスの国際開発－農産物貿易と多国籍企業－』、農文協、2001年。
- [55] 恒川潤「タイ－構造転換迫られる経済」、渡辺利夫編『アジア経済読本（第2版）』東洋経済新報社、1998年。
- [56] 鶴見良行『バナナと日本人』岩波新書、1982年。
- [57] 鶴田格「南部タイ・チュムボン県での畑作生産」、『農林業問題研究』第38巻第2号、2002年。
- [58] 上原秀樹「貿易自由化とアジア諸国の農産物貿易－1990年代における輸出動向の分析を中心に－」、遠藤浩一監、溝辺哲男・上原秀樹編『開発と貿易の新潮流－農産物貿易と農業・農村開発の過大と展望－』、アイ・ケイコーポレーション、2004年。
- [59] 梅原光弘「フィリピンにおけるトウモロコシ生産の展開－農業関連産業と農民の組織化－」、梅原前掲書、1989年。
- [60] 若松篤「タイ－拡大から安定へ」、渡辺利夫編『アジア経済読本（第3版）』、東洋経済新報社、2003年。
- [61] 若松勇「真の市場統合の実現を－AFTAの現状と課題－」、JETRO（日本貿易振興会）『ジェトロセンサー』、12月号第52巻第625号、2002年。
- [62] ウィリアム・スキナー『東南アジアの華僑社会－タイにおける進出・適応の歴史－』、山本一訳、東洋書店、1981年。
- [63] 山本博史『アジアの工業化と農業・食糧・環境の変化－タイ経済の発展と農業・農協問題に学ぶ－』、筑波書房、1999年。
- [64] 山本博史「東南アジアのアグリビジネスと農業」、中野 [34]、1998年。
- [65] 山尾政博「アジア経済危機と水産業－タイ水産業の成長と葛藤－」、三國英實編『アジアの食料・農産物市場と日本－市場の国際化と食料・環境問題』、大月書店、2000年。
- [66] 山尾政博・パタリヤ・スアンラタナチャイ「タイにおけるハタ養殖の経済構造－在来型輸出水産業としての性格－』、『地域漁業研究』第41巻第1号、2000年。
- [67] 山尾政博「精米業の存在形態と米流通－韓国、タイ－」、臼井・三島前掲書、1994年。
- [68] 山尾政博・鳥居享司「日本の水産物輸入－需要の変化と新しい供給システム－」、三國英實編『再編下の食糧市場問題－生鮮食品を中心として－』、筑波書房、2000年。

- [69] Yamao,M.,Development Process on Thai Fishing Industry in the 1960's (I)、広島大学総合科学部紀要 I 第 15 巻、1989 年。
- [70] 矢野泉「米輸出国タイにおけるライス・エコノミーの変容」、三國 [65]、2000 年。
- [71] 矢野泉「食料市場のグローバル化と発展途上国の輸出対応ータイの米及び水産物輸出を中心としてー」、川本等前掲書、2004 年。
- [72] 矢野泉「東南アジアにおける農産物取扱商業資本に関する一考察ータイの米商人を事例としてー」、『農業市場研究』第 4 巻第 2 号 (通巻 42 号)、1996 年。

【引用・参考ホームページ 一覧】

- [1] 「バナナ通信」ホームページ：
<http://www.geocities.co.jp/HeartLand-Himawari/4068/>
- [2] BM 技術協会ホームページ：<http://www.bm-sola.com/bmw/index.html>
- [3] FAO ホームページ "The Market for 'Organic' and 'Fair Trade' Bananas"
Committee on Commodity Problems :
http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/004/Y1767e.HTM#P16_204
- [4] Foodchina ホームページ：<http://jp.foodchina.com/jpnFrontEnd/searchArticle.do>
- [5] IFAT ホームページ：<http://www.ifat.org/>
- [6] 農林水産省消費安全局植物防疫所ホームページ：
http://www.pps.go.jp/law/kokuji/kokuji_04_33.html
- [7] 大阪よどがわ市民生協ホームページ：<http://www.yodogawa.coop/about/>
- [8] タイ国政府貿易センター福岡ホームページ：
<http://www.thaitrade.com/fukuoka/htm/newsbody.htm>

【統計資料及び年報】

- [1] バンラート農協『バンラート農協年報』
Banlad Agricultural Cooperatives, 'Annual Report'
- [2] Department of Customs, 'Foreign Trade Statistics of Thailand'
- [3] Office of Agricultural Economics, 'Thailand Foreign Agricultural Trade Statistics'
- [4] Office of Agricultural Economics, 'Agricultural Statistics of Thailand'
- [5] タイ農業普及局『果樹・樹木作物統計』
Department of Agricultural Extension, 'Sathiti Kaan Pluk Maiphon Maiyuum ton'
- [6] タイ農業普及局『果樹品質改善グループ』、2003年
Department of Agricultural Extension, 'Thabiyen Klum Prapprung Khunnapaap Maiphon', 2003.
- [7] タイ輸出振興局、チュンボン県事務所『チュンボン県商業年報』
Department of Export Promotion, Chumphon Province, 'Annual Report'