調査報告

グローバル化時代の台湾バナナと日本市場 —台湾の輸出戦略と日本市場向けバナナの生産・流通の動向—

Taiwan's Banana Industry and the Japanese Market in the Age of Globalization:
Production and Distribution Strategy for Export to Japan

古関 喜之
KOSEKI Yoshiyuki

(2017年7月1日受付 2017年10月13日受理)

バナナの生産・流通・消費においてグローバル化が進んでおり、多国籍アグリビジネスは重要な役割を演じている。しかし、日本と台湾との間には、植民地時代を背景として、独特な生産と流通の仕組みが維持され、日本市場は台湾バナナにとって依然として重要な存在である。日本市場がグローバル化の影響を受けて多様化する中で、台湾はバナナの生産と輸出において大きな変化を迫られている。本稿では、輸出自由化後の日本向けバナナ産業の特徴について検討した。輸出自由化後、台湾では、国内価格の影響を受けて輸出価格が決定されるようになった。日本では、台湾バナナの品質が向上し、流通過程の統合の動きがみられた。しかし、依然、伝統的な流通が残っており、川下主導で価格決定される日本側との差異が浮き彫りになった。製糖会社の土地による輸出用バナナ栽培では、借地面積に上限があり、生産者を保護しながら輸出強化を図るという新たな局面を迎えている。

This paper examines how the system from the production to distribution of bananas from Taiwan for the Japanese market has been established since the liberalization of banana exports, while focusing on the Japanese banana market and distribution system. It also analyzes the characteristics of Taiwan's banana industry for export to Japan since liberalization. After liberalization, in order to respond to the safety-conscious Japanese market, bananas in Taiwan have been produced and exported under the guidance of the Executive Yuan Council of Agriculture. The liberalization of banana exports allowed competition. Consequently, bananas for the Japanese market are traded at domestic Taiwanese market prices that are both high and unstable, making price control impossible. In the Japanese market, the quality of Taiwanese bananas has improved since liberalization. It also appears some importers of Taiwanese bananas sell them directly to retailers after applying ripening processes. However, most importers still go through the wholesale market with traditional transactions, and therefore the prices of bananas from Taiwan are driven by producers. On the other hand, the retail prices of bananas in the Japanese market are determined by retailer leadership. Therefore, Taiwanese banana price formation is not sufficiently flexible for the Japanese banana market. Banana exporters in Taiwan rent land from the Taiwan Sugar Corporation under the condition that they produce bananas only for export. However, the land rent soared, and the upper limit for the rented land was set throughout Taiwan to avoid competition with domestic farmers. Taiwan's banana industry has been working hard to expand exports by maintaining opportunities for domestic growers. Taiwan is now entering a new phase in which it must strengthen banana exports while protecting domestic banana growers in the age of globalization.

キーワード: バナナ輸出自由化, 日本市場向けバナナ, 日本のバナナ市場, 台湾

Key words: banana export liberalization, bananas for the Japanese market, Japanese banana market, Taiwan

I はじめに

バナナはグローバルに消費される代表的な果物である。バナナの商品化と消費がグローバル化した背景には、亜熱帯・熱帯地域の植民地化と欧米の多国籍アグリビジネスによる主導的な役割が存在する。中南米のコロンビアやコスタリカ・グアテマラ・エクアドルで

は、ユナイテッド・フルーツ社が進出し (Jones and Morrison 1952; Atkins and Bowler 2001; コッペル 2012; 新木 2007)、ホンジュラスでは、ユナイテッド・フルーツ社に加え、スタンダード・フルーツ社もプランテーションによるバナナ栽培を開始した (コッペル 2012)。2012年現在、世界のバナナ輸出量の8割以上がエクアドル、フィリピン、コスタリカ、グアテマ

ラ、コロンビアの上位5カ国で占められており（FAO 2014）、いずれの国でも多国籍アグリビジネスが関与している。

バナナは日本においても日常的に消費される最も身近な果物の一つである。日本では台湾統治を契機として、バナナが消費されるようになった。日本統治時代に構築された同業組合によるバナナの生産・流通の仕組みは、戦後も政府の保護のもとで引き継がれ、日本に地理的に最も近いバナナ供給地として、知名度の高さを利用し、日本市場と独自の結びつきを維持してきた（Koseki 2006）。戦後、台湾はバナナや砂糖などを輸出して外貨を稼いだ。

日本では、台湾バナナを輸入さえすれば儲かるといわれた時代があり、輸入権をもつ業者は膨大な利益を得ていたとされ、政界との結びつきが取りざたされた¹⁾。国会でも、台湾バナナに関する疑惑が取り上げられる²⁾など、台湾バナナの輸入には大きな関心が払われた。日本と台湾との関係を考える際に、バナナが一つの重要な鍵であった。1970年代に入り台湾の産業の中心が農業から工業に移行していくにもかかわらず、台湾にとってバナナは輸出用産品として重要であった。

しかし、世界のバナナ貿易が多国籍アグリビジネスによって支配される中で、日本市場に大きく依存した台湾のバナナ産業は再編に直面している。日本のバナナ市場においては、2014年現在、フィリピンを中心に10カ国以上からバナナが輸入されており、1963年のバナナ輸入自由化前まで日本市場を独占した台湾バナナのシェアは、1%にも満たない（財務省貿易統計による）。

日本が輸入するバナナのうち7割以上が、スミフル、伊藤忠（ドール）³⁾、ユニフルーティー・ジャパン（チキータ）、フレッシュ・デルモンテ・ジャパンという4社がフィリピンで生産したバナナである⁴⁾（2014年度輸入青果物統計資料および財務省貿易統計による）。これら4社は、高地栽培バナナなど品質へのこだわりや付加価値を付けたバナナを流通させ、商品の多様化を図っている。

一方、多国籍アグリビジネスとは別に、輸出業者と輸入業者との直接取引によるバナナの輸入も行われている。また、大手食品小売業者はプライベートブランド（PB）商品のバナナの販売を行っている。これら

は、日本のバナナ市場を理解するために、多様な商品と多様化する取引形態に注目することが重要であることを示している。バナナのカテゴリーが細分化されていることも、日本のバナナ市場の特殊性を示している。

日本で台湾バナナのシェアが低下する中、台湾では日本市場を目指してさまざまな対応がとられてきた。日本のバナナ輸入自由化以降、台湾では、1974年から台湾バナナの国際競争力と生産者の利益を高めることを目的に、バナナ生産者の協同組合である台湾省青果運銷合作社に輸出権を与え、輸出窓口の一元化が行われた。そして、日本側の輸入窓口となった台湾生鮮バナナ輸入協議会との間で取引する体制がとられた。輸出体制の一元化により、台湾は一般の輸出業者の介在による中間搾取を排除するとともに、輸出規格を厳しくすることで、日本市場での競争力強化にも努めた。しかし、こうした日本と台湾との間で構築されたバナナ流通は、輸出をめぐる自由な競争という面から見ると競争原理が働きにくく、日本のバナナ流通が多様化する中で遅れを取った。台湾は輸出強化に向けて取組みを行ってきたものの、絶対量では日本に輸入されるバナナの中心はフィリピン産となった。

台湾は、日本へのバナナ輸出が低迷するにもかかわらず、日本への輸出にこだわっている。台湾にとって、日本は台湾バナナに対する知名度を活かした販売が期待できる唯一の市場だからである。日本との歴史的な結びつきを重視した輸出戦略のもとで、台湾政府は競争を促し日本市場への輸出拡大を図るため、それまでの輸出体制を改め、2005年からバナナの輸出業務を民間の輸出業者へも開放し、輸出を自由化した。台湾のバナナ産業は、日本市場に依存する古い体制から、グローバル化の流れに巻き込まれて、変化を余儀なくされている。

バナナ輸出において民間の輸出業者の参入を認めた台湾では、日本への輸出を強化しているものの、いまだその成果が十分には現れていない。また、台湾国内では、日本のバナナ市場で4分の1を占めるドールのDole Hong Kongが進出し、台湾支部である香港商都樂有限公司台湾分公司により、日系のコンビニエンスストアで1本売りの台湾バナナが供給されるようになり、日本への輸出も行われている（呂・程2015）。ドール

によるコンビニエンスストアでの1本売りのバナナの販売は、新たな消費スタイルとして定着しており、台湾国内におけるバナナの主要な市場となっている。多国籍アグリビジネスの進出は、台湾のバナナ産業にとってこれまでにない大きな経験であり、グローバル化に伴って国内の流通・販売にもその影響力が及んでおり、台湾のバナナ産業は新たな局面を迎えている。

台湾のバナナ産業とバナナ生産地域に関する研究は主に1970年代にみられ、その多くが経済的側面に関するものであった（陳1972a,b; 館1973, 1974; 江波戸ほか1973）。これらは日本市場を独占していた台湾バナナが、そのシェアを低下させていった時期と重なる。その後、日本での台湾バナナのシェアが大きく低下すると、台湾のバナナ産業や生産地域に対する関心は薄れていった。

台湾のバナナ産業に関連して、2000年代以降もいくつかの研究がなされている。前掲ほか（2002）は、輸出が一元化されていたときの日本での浜値に基づく価格形成を分析した。陳（2010）は、戦前から戦後バナナの輸出体制が一元化される前までの1972年を対象に、台湾バナナ産業の変遷を対日輸出との関係で論じた。Koseki（2006）は、輸出自由化前における日本市場向けバナナの生産・輸出システムについて検討し、生産から輸出、輸入、加工、販売の各段階において、それぞれ異なる業者にバナナの所有権が移行する伝統的な流通システムを維持していることが、多国籍アグリビジネスとは異なる台湾の日本向けバナナ産業の特徴であることを指摘した。

これらは、輸出自由化前を取り上げた研究であり、輸出自由化後のバナナ産業の動向や、輸出体制の変更に伴うバナナ産業の変化に関する研究は、管見の限りみあたらない。そこで本稿は、近年あまり研究対象とされることがなかった台湾バナナの生産・流通（輸出）に着目し、その具体的動向を日本市場との関係を踏まえて論じる。グローバル化する食の供給・消費の仕組みを論じていくためには、フードシステムという視点から商品連鎖の動態を多角的に論じる必要がある。

自由貿易が推進される中、輸入国が輸入自由化や輸入農産物に対する関税率の引下げを求められることはあるが、輸出国が輸出自由化に踏み切り、農産物貿易の自由化を進展させることはほとんどなく、これまで

あまり注目されてこなかった。世界の農産物貿易において多国籍企業や民間部門が重要な役割を果たしつつある中で、台湾のバナナ輸出体制の変化は、そうした動きの一つととらえることができる。日本への新たなバナナの輸出体制を取り上げることで、小規模経営を中心とした農家による生産国において、輸出統制から輸出自由化へ転換することが、生産・流通にどのような変化をもたらしているのか、また、グローバル市場での競争や台湾のバナナ産業にどのような影響を与えたのかを明らかにすることができる。国際的な食料流通・貿易を理解するには、生産主体や貿易に携わる企業、具体的な市場に注目し、それらの関わりをとらえる必要がある。農業生産から消費までを視野に入れるフードシステムの枠組みを分析視点とすることで（荒木2002）、台湾の日本市場向けバナナの生産から販売に至るフードシステムと、それらを構成する各要素の連関を検討し、輸出自由化後の日本向けバナナ産業の特徴を明らかにすることができる。グローバル化の流れに巻き込まれる中で、輸出国がどのように対応していくかは、農産物流動のグローバル化における一つの注目点である。

本研究では、日本のバナナ市場とバナナの流通システムに着目しながら、輸出自由化後の台湾バナナの日本市場向けの生産・流通におけるフードシステムを明らかにし、日本向けバナナ産業の特徴について明らかにする。

本研究では、統計資料による台湾バナナの対日輸出の分析を行うとともに、日本市場向けバナナを生産者や輸出業者、行政院農業委員会（日本の農林水産省に相当）などへの聞き取り調査から、台湾における日本市場向けバナナの生産・輸出の動向を明らかにする。また、台湾バナナの輸入業者および大手食品小売業者へ聞き取りを行い、日本のバナナ市場での台湾バナナに対する評価と位置づけについて検討する。台湾には中部の伝統的なバナナ生産地域と南部の新興バナナ生産地域がある。中部におけるバナナの収穫期は8月以降が中心で、南投県は台湾を代表するバナナの重要な生産地域であり、日本市場向けバナナの供給地でもある。また、南部においては収穫期は2月以降が中心で、屏東県では輸出業者の土地借地による日本市場向けバナナ生産が行われている。このため、南投県と屏東県は輸

出自由化後の台湾における日本市場向けバナナの生産・供給体制をみる上で最適な地域である。現地調査は2012年8～9月、2014年2～3月、2014年8月に行った。

本研究では、まずⅡで台湾におけるバナナの日本への輸出と日本のバナナ市場の概要を説明する。次にⅢで、バナナの対日輸出に対する台湾政府の取組みと、生産地域での日本市場向けバナナの生産・供給体制について検討する。Ⅳでは日本市場向けバナナの調達・輸出に関わる輸出業者の対日輸出の展開、および輸入業者と大手食品小売業者の台湾バナナに対する評価・位置づけを検討する。最後に、Ⅴで本研究の知見をまとめ、輸出自由化後の日本向けバナナ産業の特徴を考察する。

Ⅱ 台湾におけるバナナの生産・輸出と日本のバナナ市場

1. 台湾におけるバナナの生産と輸出状況

台湾におけるバナナ栽培は、中部の南投県と南部の高雄^{ガオシオン}市、屏東県を中心とする地域（高屏地区^{ガオピン}）で行われている（表1、図1）。2013年現在、台湾のバナナ栽培面積は13,344 haで、そのうち南投県が3,089 ha、高雄市と屏東県がそれぞれ1,557 ha、3,136 haを占める（中華民国102年農業統計年報による）。2013年における台湾のバナナ生産量は291,292 t（中華民国102年農業統計年報による）で、その6割がこれらの地域で生産されている（表1）。バナナの輸出量は自由化後

増加したものの、2008年以降は9,000～11,000 t程度で推移し、2013年には7,006 tであった（図2）。これは、台湾におけるバナナ生産量のわずか2.4%である。台湾のバナナ輸出量は、輸出自由化前に比べて大幅に減少している。

台湾におけるバナナの輸出先についてみると、図2に示したように、日本市場向けが中心である。中国や香港などへも輸出されているが、これらは安定した市場ではない。特に中国へは、生産過剰で国内の価格が安いときに、政府による指導のもとで輸出が行われる。

台湾が重視する日本市場との関係では、台風の影響により生産量が減少した2005年や2009年、天候不順で不作であった2008年には、国内のバナナ価格が高騰し（図3）、輸出量が前年を下回った（図2）。2008年に日本市場向けバナナの輸出価格が前年の2倍になると、日本への輸出量は前年の48%にまで減少した。輸出価格が高値で推移する中で、輸出量は減少傾向にある。また、輸出価格は不安定で（図2）、その変動

表1 台湾におけるバナナ生産地域（2013年）
Table 1 Banana production by county and city in Taiwan, 2013

番号	県・市	生産量 (t)	割合 (%)
1	南投県	57,389	19.7
2	雲林県	11,946	4.1
3	嘉義県	46,031	15.8
4	台南市	21,450	7.4
5	高雄市	36,131	12.4
6	屏東県	80,419	27.6
7	花蓮県	11,868	4.1
8	台東県	10,347	3.6

注：バナナ生産量が10,000 t以上の県・市。

表中番号は図1に対応する。

（行政院農業委員会『農業統計年報』により作成）

図1 研究対象地域
Fig. 1 Study area

図2 台湾におけるバナナの輸出量と輸出価格

(http://agrapp.coa.gov.tw/TS2/TS2Jsp/TS20108_R.jsp (最終閲覧日: 2015年2月1日) により作成)

Fig. 2 Quantity and FOB value of bananas exported from Taiwan by country

図3 台湾におけるバナナ生産量と卸売価格の推移
(行政院農業委員会『農業統計年報』各年版により作成)

Fig. 3 Changes in banana production and wholesale banana prices

は台湾の国内価格の変動傾向とほぼ一致している(図3)。日本市場向けバナナの価格は台湾の国内価格の影響を受けて決定される⁵⁾。

2. 日本のバナナ市場

日本におけるバナナの総輸入量は、2013年には974,792 tで、そのうち約0.7%にあたる6,787 tが台湾バナナであった(図4)。バナナ輸入量は、2009年の1,252,606 tをピークに減少しているものの、毎年100万t前後が輸入されている(図4)。台湾におけるバナナ輸出自由化以降、日本における台湾バナナの輸入量は、2007年の18,864 tをピークに翌年には半減し、その後も減少し続けている。輸入先の上位2国はフィリ

図4 日本のバナナ市場における国別取扱量と輸入価格の推移

(財務省『貿易統計』各年版により作成)

Fig. 4 Changes in the quantity of bananas imported to Japan by country and CIF value of imported bananas

ピンとエクアドルで、2013年現在、フィリピン産が輸入バナナの93.2%、エクアドル産が4.2%を占めている。フィリピン産バナナは、その82%が伊藤忠(ドール)、スミフル、フレッシュ・デルモンテ・ジャパン、ユニフルーティー・ジャパン(チキータ)によって輸入され、日本のバナナ市場においてそれぞれ26.3%、25.6%、13.1%、11.2%を占める(2013年度輸入青果物統計資料および財務省貿易統計による)。このように、日本のバナナ市場では、フィリピン産バナナの市場占有率がきわめて高い。

日本に輸入されるバナナの運賃・保険料込みCost, Insurance and Freight価格(以下、CIF価格)をみると、フィリピンやエクアドル産は変動が小さく安定しているのに対し、台湾バナナは他の産地と比べて、変動が大きい(図4)。台湾では、国内相場の影響を反映して日本市場向けバナナの価格が形成されているためである。また、台湾バナナのCIF価格は2013年には1 kg当たり153円と最も高く、日本で9割以上を占めるフィリピン産の2倍近い(図4)。フィリピン産バナナは、生産コストの安さに加えて、アグリビジネスが日本で加工・流通・販売を企業内で行い、小売業者に直接販売している。したがって、価格形成の全体像やコストが把握しやすく、価格決定で小売り側が力をもつようになった日本のバナナ市場で、価格に対する要望にも

表2 日本市場における国別・月別のバナナ輸入量（2013年）
Table 2 Quantity of bananas imported to Japan by country and month, 2013

単位: t

国名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
フィリピン	66,922	67,946	70,080	81,341	93,102	77,181	84,666	75,889	71,245	84,106	71,045	65,469	908,992
エクアドル	2,902	2,622	3,115	4,180	5,247	4,070	3,397	3,226	3,287	3,084	3,075	2,746	40,951
台湾	159	266	771	1,405	1,631	1,132	485	214	219	191	156	158	6,787
ペルー	564	487	330	567	774	503	522	608	579	469	432	395	6,230
メキシコ	203	224	264	203	285	224	326	244	224	285	244	265	2,991
その他	404	383	481	864	785	548	646	694	858	1,153	1,040	985	8,841
合計	71,154	71,928	75,041	88,560	101,824	83,658	90,042	80,875	76,412	89,288	75,992	70,018	974,792
割合 (%)	7.3	7.4	7.7	9.1	10.4	8.6	9.2	8.3	7.8	9.2	7.8	7.2	100.0

(財務省『貿易統計』により作成)

対応がしやすい。

日本に輸入されるバナナには、輸入時期によって関税率を変える季節関税が適用されている。フィリピン産の場合、2008年12月に日本とフィリピンとの間で経済連携協定（EPA）が発効したため、モンキーバナナと称されるセニョリタ種など小さい種類を除くバナナに対して2015年4月現在、関税率が夏季関税（4月～9月末日）で8.5%、冬季関税（10月～3月末日）で18.5%となっている⁶⁾。一方、台湾バナナの場合は、2000年4月から特惠関税の適用対象から除外されたため、それぞれ20%、25%の関税が課せられる。すなわち、台湾バナナはCIF価格が高い上に関税率も高いため、そのことが日本での小売価格が高い要因である。

表2は、日本における国別・月別のバナナの輸入量を示している。これをみると、日本は通年で各月ほぼ平均してバナナを輸入していることがわかる。台湾バナナの輸入量をみると、通年で輸入されているが、中心は4～6月である。台湾バナナの場合、時期によって主要なバナナ生産地域が移動するため、広いバナナ栽培面積をもつ南部が収穫期となる3～6月に輸出が多くなっている。

III 日本市場向けバナナの生産・供給体制

1. 日本市場向けバナナの生産・輸出システム

台湾では、自由な競争と多様な取引により輸出拡大を促すため、1974年から2004年まで続いた単一窓口によるバナナの輸出制度を廃止し、2005年から民間の輸出業者もバナナの輸出ができるようになった。バ

ナ輸出において民間の輸出業者の参入を認めた輸出自由化後、2006年5月29日に日本で残留農薬等に関する新しい制度であるポジティブリスト制度⁷⁾が導入され、残留農薬等に対する規制の強化が図られるようになった。そのため、日本への輸出拡大を推し進めている政府が主導して、安全管理の統一ルールが作られた。2007年からは行政院農業委員会によって構築された輸出システムのもとで、日本へのバナナ輸出業者と日本市場向けバナナ園の登録制度が導入された。

日本向けバナナ輸出業者として認定されるためには、輸出業者は毎年、日本市場向けバナナの供給園とその生産者の名簿、生産者との間の月別の買取保証価格、月別の輸出計画数量などを、バナナ園が所在する県（市）政府に提出し、2回の審査を受けなければならない。日本市場向けバナナ園が二つ以上の県や市にある場合には、それぞれの県（市）に申請する。申請を受けた県（市）政府は、生産者のバナナ園の位置や面積などの確認を行い、問題がなければ、さらに生産現場で実際に運用する行政院農業委員会農糧署によって二次審査が行われる。二次審査に合格すれば、日本へのバナナ輸出業者として認定される。日本で基準値を超える残留農薬が検出されれば、そのバナナ輸出業者は違反日から6カ月間、日本市場向けバナナを輸出する際に、コンテナごとに行政院農業委員会農業薬物毒物試験所、あるいは行政院農業委員会が認定した機関による残留農薬検査合格証明書を付けなければならない。またこの制度では、輸出業者は取引するバナナ園の名簿を事前に提出する必要がある。輸出業者は生産者と栽培契約を行う。このとき、輸出業者と生産者

図5 日本市場向けバナナの生産・輸出システム
(現地調査により作成)

Fig. 5 System of production to distribution of bananas for the Japanese market

との間で日本市場向けバナナの月別出荷量と買取保証価格、日本への輸出用バナナの規格について取り決められる。

日本市場向けバナナ園として登録できる果樹園は、香蕉外銷専區（バナナ輸出専区）の指定を受けたバナナ園、あるいは産銷履歴驗證制度⁸⁾に適合し認定された農業者団体などのバナナ園に限られている。香蕉外銷専區は2012年に設置され、指定を受けるためには、いくつかの条件がある。すなわち、台湾の安全な野菜・果物の認証制度である吉園圃⁹⁾、あるいは産銷履歴驗證制度、有機農産品、グローバルギャップなどの認証を取得した産銷班¹⁰⁾や合作社（協同組合）、生産者で、各生産者のバナナ栽培面積が0.1 ha以上で輸出用品種の単一栽培が行われていることと、1 ha当たり少なくとも12 tを輸出することなどが必要とされる。こうした安全管理への取組みのもとで、日本市場向けバナナの生産・輸出が行われている。

また、輸出用バナナの栽培は、国内最大規模の農業企業である台湾糖業股份有限公司¹¹⁾（以下、台糖）の土地を利用しても行われている（図5）。輸出業者が台糖の土地を借地することにより日本市場向けバナナを生産する形態は、台湾政府の政策によるものである。国内の市場価格に影響されずに、安定した価格での供給が可能である。その一方で、輸出用バナナが大量に供給されることによって、国内の生産者による日本市場向けバナナの生産や、国内向けバナナの市場価格に影響が及ばないようにするため、2007年からは台湾全

体で500 haという上限が設定されている。2012年12月現在、388.5 haが貸し出され、日本市場向けにバナナ栽培が行われている。

日本市場向けのバナナは、多くの場合、集荷場単位でトレーサビリティシステムが実施されている。集荷場において、バナナは日本市場向けの輸出規格に合致しているか検査され、水洗いされてから箱詰めされるため、生産者単位でのトレーサビリティは困難である。したがって、どの集荷場からいつ出荷されたバナナであるのかがわかる追跡番号が箱に記される。品質や残留農薬等で問題が発生したときは、集荷場単位で輸出停止となる。ただし、栽培面積が5 ha以上の生産者の場合は、生産者が特定できる個別の追跡番号（生産履歴番号）によるトレーサビリティが行われている。

また、日本市場向けバナナは、毎シーズンの輸出前に残留農薬検査を受ける。残留農薬検査は、集荷場単位で行われている。残留農薬検査に伴う費用¹²⁾は、その年最初の日本市場向けバナナを輸出する場合、その半分を行政院農業委員会が負担し、残りを輸出業者が負担しているが、日本の安全基準に不合格であった場合は、全額を輸出業者が負担しなければならない。次のシーズン以降に行われる残留農薬検査は、その費用をすべて輸出業者が負担する。2012年現在、16社が日本向けバナナの輸出業者として登録されている。そのうち輸出量が400 tを超える主要な業者は6社である。2011年には、台湾全体でのバナナの輸出拡大

表3 台湾中部における日本向けバナナ栽培農家の経営状況（2014年）
Table 3 Management of banana cultivators in central Taiwan, 2014

農家 番号	専業別	バナナ園 の所在地	経営主 の年齢	労働力構成					後継者	経営面積					バナナ 園借地	日本向け バナナ 栽培の 継続	
				妻	子ども	父	母	臨時 雇用		総面積 (ha)	バナナ			その他 (ha)			
											栽培品種 (ha)	その他 (ha)					
												北蕉	新北蕉				その他
1	専	埔里鎮	63	○	—	—	—	○	×	4.0	4.0	—	—	マコモ	1.0	—	○
2	専	集集鎮	43	○	—	—	—	—	?	3.0	3.0	—	—	ピンロウジ	5.0	○	○
3	専	集集鎮	32	○	—	—	○	○	?	1.6	1.6	—	—	—	○	○	○
4	専	埔里鎮	36	—	—	—	—	○	?	1.1	1.0	—	0.1	ピンロウジ	1.0	○	○
5	兼	水里郷	45	○	—	—	○	○	×	1.1	1.1	—	—	—	—	○	○
6	専	集集鎮	79	—	—	—	—	—	×	1.0	1.0	—	—	ピンロウジ	0.3	—	○
7	兼	集集鎮	29	—	—	○	○	—	?	1.0	1.0	—	—	—	○	○	○
8	兼	埔里鎮	74	○	○	—	—	—	○	0.5	0.5	—	—	マコモ	0.8	—	○
9	専	水里郷	79	—	—	—	—	—	×	0.4	0.4	—	—	ピンロウジ	3.0	—	×
10	兼	水里郷	53	—	○	○	—	—	?	0.3	0.3	—	—	ピンロウジ	1.0	—	×
11	兼	水里郷	50	○	○	—	—	—	?	0.3	0.3	—	—	タケノコ	3.0	—	○
12	兼	水里郷	65	○	○	—	—	—	○	0.2	0.1	0.1	—	オレンジ ピンロウジ	2.0 5.0	—	×
13	兼	埔里鎮	68	—	○	—	—	○	○	0.2	0.2	—	—	—	—	—	○

労働力構成 ○：農業従事（一時的な農業従事も含む）

後継者 ○：後継者がいる ×：後継者がいない ?：現時点において不明

経営面積 —：栽培していない

バナナ園借地 ○：借地している

日本向けバナナ栽培の継続 ○：今後も栽培を継続 ×：栽培をやめる予定

（聞き取り調査により作成）

と国際競争力の向上，生産から輸出・輸入に関わるすべての部門での利益確保を目的に，輸出業者が加盟する台湾香蕉外銷聯誼會¹³⁾が設立された。

2. 台湾中部のバナナ栽培農家による伝統的な生産

小規模経営を中心とした農家による伝統的なバナナ栽培が行われている台湾中部において，輸出自由化後における日本市場向けバナナ栽培農家の生産・供給・経営状況を把握するため，農家13戸に対して聞き取り調査を行った。農家の選定にあたっては，南投県において集集鎮・水里郷・埔里鎮が主要なバナナ生産地域を形成しているため，これらの地域を対象に，経営規模や専業・兼業など多様な経営が含まれるように配慮した。その結果，集集鎮で4戸，水里郷で5戸，埔里鎮で4戸を抽出し，専業農家6戸，兼業農家7戸から聞き取り調査を実施した。

表3は農家13戸の属性を示す。バナナの経営規模をみると，最大は4 ha，最小は0.2 haである。専業農家では1戸（農家番号9）を除く5戸の農家で1 ha以上であるのに対し，兼業農家では7戸中5戸が1 ha未満である。バナナの経営耕地面積が1 ha未満の農家が半

数近くあり，日本市場向けバナナは，小規模経営の兼業農家からも出荷されている。2010年の農林漁牧業普查（農林漁牧業センサス）によれば，台湾の農家の約8割が経営耕地面積が1 ha未満で，0.3 ha以上1 ha未満の経営規模の農家が5割を占めている（行政院主計總處編印2012）。このことは，1 ha未満の小規模経営の農家による日本市場向けバナナ栽培が特殊な事例ではないことを示唆する。こうした小規模経営を中心とした多くの農家からバナナが集荷されており，栽培管理が異なるため，熟度や外観などの品質統一が難しくなる要因ともなっている。また，4戸の農家（農家番号2, 3, 4, 7）がバナナ園を借りている。そのうち3戸（農家番号2, 3, 4）は専業農家で，4戸の農家とも経営主の年齢が29～43歳と，比較的若い世代が意欲的にバナナを栽培している。そのため，これらの農家では後継者が身近な問題ではないことから不明である。

栽培品種に関してみると，台湾バナナの伝統的な品種で日本への輸出品種である北蕉のみを栽培している農家が13戸中11戸であった。農家4と農家12は，それぞれ北蕉以外にモンキーバナナ，黄葉病¹⁴⁾に強い新北蕉¹⁵⁾を組み合わせで経営している。

図6 山地斜面のバナナ園
(2014年8月撮影)

Fig. 6 Hillside banana plantation

台湾中部では山地の斜面でバナナが栽培されているため(図6)、台湾南部と比べて単位面積当たりの生産量が低い¹⁶⁾。しかし、標高400~700 mを中心に、山地の斜面を利用してバナナを栽培しているため、台湾南部に比べて生育期間が長くなり、粘りと甘みがあるより高品質なバナナが生産できる。

13戸中9戸の農家では、ビンロウジやマコモなどの複合経営が行われている。中でも、ビンロウジを組み合わせる農家が6戸と最も多い。ビンロウジは山地斜面での栽培作物として、バナナに比べ労働負担が少なく済む。また、バナナの経営耕地面積が1 ha以下の農家(農家番号6~13)においては、1戸(農家番号13)を除いて、7戸の農家では家族労働力のみによってバナナ栽培を行っている。一方、1 haを超える農家では、5戸中4戸が臨時雇用を用いる。

13戸中10戸の農家が日本市場向けバナナ栽培の継続に意欲的である(表3)。これらの農家では、自由化後、競争原理が働き国内相場の変動に見合った価格¹⁷⁾で取引してもらえるようになったことや、輸出業者とのコミュニケーションが図りやすく生産しやすい環境になったことを主な理由に挙げている。また、生産コストの低減が進む中で¹⁸⁾、日本市場向けバナナが国内相場に沿って取引されていることから、自由化後、収益性が向上している。一方、農家9は高齢で後継者がいないこと、農家10は生産量が多くないので国内向けに専念したいこと、農家12も生産量が少なく、今後、新北蕉の栽培に切り替えることを予定しているこ

とを理由に、日本市場向けバナナ栽培に消極的であった。

3. 製糖会社の土地借地による生産

台糖の土地を借地するバナナ栽培は、輸出用に限られているため、販路をもつ輸出業者が借地することができる。各輸出業者が借地できる上限は60 haであるが、区画が方形でない場合、この上限に10%を加えた面積(66 ha)まで借地が認められる。ただし、借地可能な面積は、前年の輸出実績に応じて決められる。すなわち、バナナは1 ha当たり平均22 tの生産量があるため、輸出業者は前年の輸出量をこの平均生産量である22 tで割った面積分までの借地の権利を有している。

輸出業者6社を対象にした聞き取り調査で、F社を除く5社が台糖の土地を借地している(表4)。F社は、他社が台糖の土地を借地する中で、自由化以前から輸出の窓口として輸出に携わっていた協同組合で、生産者による輸出を守る立場にあるため、借地による日本市場向けバナナの栽培を行っていない。台糖の土地の借地料は立地条件などにより多少異なる。借地料の公示価格は1 ha当たり年間ほぼ50,000円である。しかし、台糖の土地は黄葉病に汚染されていないので、交通や土地区画などの条件のよい土地では、入札が行われる。そのため、実際には1 ha当たり8~10万元が相場となっている。C社は借地料として1 ha当たり9万元、D社は1 ha当たり8~10万元を支払っている。借地期間は2年までである。これは、土壌が黄葉病に汚染されないようにするため、台糖の土地借地でバナナ栽培を継続するためには、バナナ園を移動させなければならない。ただし、新たな苗を植えずに宿根の状態ではバナナ栽培が行われている場合には、半年間の延長が可能である。

台糖の借地では、国内の生産者に影響が及ばないように、1 haにつき少なくとも22 t輸出しなければならないと規定されている。この規定に違反すれば、借地権が取り消される。また、日本市場向け不合格となったバナナを、生食用として国内で販売することも禁止されている。

B社は2014年現在、屏東県で台糖の土地を50 ha借りている(図7)。バナナ園は13 ha, 18 ha, 19 haの3区

表4 日本向けバナナ輸出業者の経営状況（2012年）
Table 4 Management of banana exporters to Japan, 2012

ID	本社 所在地	輸出 開始年	参入前の主な 事業	日本向けバナナ										
				調達先				製糖会社の 土地の借地 (ha)	輸出時期	輸出量 (t)	取引業者 (社)	輸出先港の比率 (%)		
				南投県	高雄市	屏東県	その他					東京	神戸	その他
A	台中市	2005	農産物の輸出	○		○	台東県	屏東県？ 台東県？	通年	2,140	1	70	30	
B	高雄市	2006	国内向けの バナナ仲卸	○	○	○		屏東県 50	通年	1,920	2	70	25	横浜 5
C	高雄市	2007		○		○	台東県	屏東県 30	通年	928	2	30	70	
D	嘉義市	2006	農産物の輸出			○	台東県	屏東県 8 台東県 12 屏東県？	2月中～6月下	778	1	100		
E	台北市	2005	農産物の輸出			○			2月上～6月下	451	1	80		大阪 20
F	新北市	自由化 以前	農産物の輸出		○	○			3月上～6月下	425	1		15	横浜 55 大阪 10 門司 10 博多 10

調達先 ○：調達先としている

借地面積 ?：不明

輸出時期 上：上旬 中：中旬 下：下旬

（聞き取り調査により作成）

図7 B社の台糖の土地借地によるバナナ園
(2014年2月撮影)

Fig. 7 Banana plantation field rented from the Taiwan Sugar Corporation by exporter B

画に分かれており、B社から依頼を受けた60歳代の生産者がバナナ園を管理している。バナナ栽培において、生産者は袋かけ作業で約20人、収穫作業では12～15人の労働者を雇っている。袋かけをした時期がわかるように、7色のヒモを時期によって使い分けて、バナナの房を付ける果軸の先端につけている。このことにより、収穫の際に熟度の統一が図られる。

栽培管理がしやすいため、日本市場向けバナナの合格率は95%と高く、2013年には50 haのバナナ園から1,248 tの輸出があった。日本市場向け不合格品は、加

工用として販売している。台湾南部の平地では、1 ha当たり1,800～2,000株のバナナが植えられる。B社の場合、バナナ1株当たりの生産コストは、労働費を除いたバナナの苗代および防腐支柱・袋代、土地代で約100円で、そのうちの約4割が土地代である。バナナの集荷場は、バナナ園内に設置されているが、同じ土地の借地が2年間だけであるため、バナナ園の借地場所が変われば、移動先に集荷場をつくらなければならない。

IV 自由化後の対日輸出の展開と 日本市場における台湾バナナ

1. 輸出業者の対日輸出をめぐる動向

聞き取り調査を行った日本向けバナナの輸出業者6社は、2012年において日本への輸出量の約78%にあたる6,642 tを輸出している（表4）。対象とした6社は、輸出が自由化される前から台湾バナナの輸出に携わっていたF社を除いて、5社中4社が自由化後2年以内に日本への輸出を開始している。これらの輸出業者は、日本への農産物輸出や、台湾国内でバナナの流通業務に携わっていた経験をもとに、バナナの輸出業務に参入した。一方、C社は日本へのバナナ輸出を行うために、2007年に設立された。

A社とC社は、日本の大手食品小売業者I社に商品が流通する取引ルートをもった輸入業者と取引をしている。B社は、2社と取引をしているが、そのうちの1社は日本で台湾バナナの取扱量が2番目に多い輸入業者である。D社のバナナは、日本の合弁会社を通して流通する。E社は青果市場内の加工施設を備えた青果卸売業者（荷受会社）と取引をし、その中で青バナナについては、この青果卸売業者から別の青果市場のグループ会社に販売されることもある。また、F社はこれまでの日台間の取引形態を継承するかたちで、台湾生鮮バナナ輸入協議会に代わって新たに組織された新台湾バナナ輸入協議会と取引をしている。2012年現在、協議会には7社が加盟している。

I社にバナナを供給しているA社・C社は、通年でバナナを輸出しており、この2社で日本への輸出量の約36%にあたる3,068 tを輸出している。いずれも屏東県と南投県、^{タイドン}台東県の三つの生産地域から日本市場向けバナナを調達している。これは、屏東県と南投県、台東県においてバナナの収穫期が異なるためである。屏東県におけるバナナの収穫期は2～7月が中心であるが、南投県においては8～12月に収穫期を迎え、台東県では12～6月に生産が集中している。A社は日本市場向けバナナの半分を屏東県から調達し、30%を台東県、残りの20%を南投県から調達している。C社も日本市場向けバナナの8割を屏東県から調達し、台東県と南投県ではそれぞれ輸出量の1割を調達している。通年で輸出しているB社では、日本市場向けバナナの7割を屏東県と高雄市から調達し、3割を南投県から調達している。つまり、3社とも通年で輸出しているものの、秋から冬にかけての輸出割合は低い¹⁹⁾。秋以降に収穫期を迎える南投県のバナナは、山地の斜面を利用して栽培されていて高品質であるため、国内の取引価格が高く²⁰⁾、また、平地で栽培されている屏東県に比べて単位面積当たりの生産量が小さいため、輸出用バナナを確保するのが難しい。輸出業者にとって、南投県でまとまった数量の日本市場向けバナナを確保するためには、より多くの生産者からバナナを集荷しなければならない。多くの生産者と取引をすれば、その分、栽培管理や熟度の異なるバナナがより多く混ざり、輸出回数が少なければ、日本市場向けバナナの収穫を集荷日に合わせなければならず、熟度にば

らつきが出るため、日本の港に着いたときにバナナが成熟した（黄色）バナナになるリスクも高くなる。3社とも、秋バナナの輸出では取引先からバナナが色付いていることに対するクレームを多く受ける。バナナの場合、通常ロスが5%未満であれば許容範囲とされているが、秋バナナではA社で平均すると7%、B社では7～8%のロスがある。輸出業者にとって、秋バナナを輸出するのは簡単ではない。D社・E社・F社では、台湾バナナの輸出は2～6月で、熟度管理が難しくロスのリスクが高まる秋以降は輸出していない。

輸出業者は、台糖の土地借地による日本市場向けバナナの栽培を行っているものの、生産者からの調達が基本となっている。生産者との日本市場向けバナナの取引価格は、A社・C社とも、1 kg当たり15～50元であった。C社のバナナは、4月や5月の時期には1 kg当たり15元程度で取引されていたこともあったが、9月には1 kg当たり50元で取引される日もあった。B社では、日本への輸出を開始して以降、これまで高いときで1 kg当たり60元、安いときで1 kg当たり12元であった。生産者との栽培契約が義務付けられた新たなシステムのもとで、生産者は取引価格が保証価格を満たしていれば、取り決められた月別の数量を輸出業者に供給しなければならない。しかし、日本市場向けバナナの取引価格が国内向けよりも高いことが栽培意欲になっているため、輸出業者は国内相場より安い価格で買い取ることが難しい。そうした中で、各輸出業者は国内相場に2～5元程度上乗せするかたちで買い取っている。日本市場向けバナナは、国内向けの価格が基準となって価格が決定されている。

一方で、輸出業者は輸入業者から価格引き下げに関する要求を強く受けている。輸入業者が取引価格に対する交渉を強めてくるのは、小売業者からの価格に対する要望があるからである。国内相場が高いときに、それよりも高い価格で買い取るとは、輸出業者の収益圧縮につながり、輸出の継続に関わってくる。実際、C社では、バナナ輸出で赤字が出ることもある²¹⁾。日本では1年を通して、台湾バナナの小売価格がほぼ同じであるが、台湾では国内相場の変動が年によっても年間を通して激しいだけではなく、日によっても変動が大きい。D社では、日本での台湾バナナの小売価格が600 gで税抜398円であることを考えると、生産

者からの買い取り価格は高く1 kg当たり35元が限界である²²⁾。これ以上高い価格での買い取りになると、輸出業者は最低限の利益を得るのが難しくなる。B社は取引価格が乱高下し輸出がしづらい点を、D社は国内向けの価格が台湾のバナナ価格を先導している中では安定供給がしにくいことを、日本へのバナナ輸出の課題に挙げている。

また、A社とD社は、日本市場向けバナナの一部を小分け包装²³⁾して輸出している(図8)。これは、小売業者や小売業者から要望を受けた加工業者が、輸入業者に依頼して行われるようになったもので、工賃の安い台湾で行うことでコスト削減をするためである。

輸出先は東京と神戸を中心としているが、F社では、加盟業者による従来からの販路がある九州へも直接輸出している。F社は輸出港が多岐にわたっている

図8 D社の小分け包装作業
(2010年4月撮影)

Fig. 8 Bananas packed for consumers by exporter D

が、輸出量は日本への全輸出量の5%にまで低下し、自由化後、競争力を失っている。

2. 輸入業者の台湾バナナに対する評価

輸出自由化後、日本の輸入業者が台湾バナナをどのように輸入しているのか、また、台湾バナナをどのように評価しているのかを把握するため、輸入業者3社を対象にした聞き取り調査を行った。対象とした3社は、2013年において日本の台湾バナナ輸入量の約62%にあたる4,193 tを輸入している(表5)。

a社は、2013年現在、日本で台湾バナナの輸入量が最も多い業者で、2011年から大手食品小売業者1社に台湾バナナの供給を行っている。b社は、台湾バナナの輸入量が2番目に多い業者である。a社では台湾でバナナの輸出が自由化される前から、台湾バナナを取り扱っており、当時は台湾生鮮バナナ輸入協議会に加盟している業者から購入していた。数量を安定させるために、輸出が自由化された2005年から直接輸入するようになった(表5)。a社は台湾の輸出業者を選定するにあたって、安定供給のための台糖の土地借地によるバナナ栽培を行っているか、トレーサビリティがしっかりできているか、価格面で不当性がないかという点を重視している。

a社は、台湾バナナを通年で輸入しているが、3～7月で年間の輸入の6～7割を占める。a社では、三つの生産地域の集荷時期を少しずつかぶらせ輸入し、通年で供給できるようにしている。b社も台湾南部と台湾中部の生産地域から通年でバナナを輸入しており、1～7月

表5 台湾バナナ輸入業者の経営状況(2013年)
Table 5 Management of Taiwan banana importers, 2013

ID	台湾バナナ								産地別バナナの輸入比率（％）				
	輸入 開始年	輸入量 (t)	輸入時期	産地別輸入時期				輸出業者	取引業者 (社)	台湾	フィリピン	エクアドル	その他
				屏東県	高雄市	南投県	台東県						
a	2005	1,800	通年	3月上～ 8月下		7月下～ 12月下	12月下～ 6月下	A C	3	10	50	30	タイ
b	2007	1,632	通年	1月上～ 7月下	1月上～ 7月下	8月上～ 12月下		B C	?	20		70	ベルー 中国
c	2006	761	2月中～ 6月下	2月中～ 6月下			2月中～ 4月下	D	4	100			

輸入時期 上: 上旬 中: 中旬 下: 下旬

取引業者 ? : 不明

注: 輸出業者の記号は表4の輸出業者に対応する。

(聞き取り調査により作成)

で全輸入量の7割を占める。c社では、輸入時期を2月中旬～6月に限定している。屏東県と台東県のパナナを輸入しており、2010年以降、輸入量が800 t前後で推移している。

a社の取引先は3社あり、I社を除く2社は、同じ大手食品小売業者と、日本生活協同組合連合会である。I社との取引を獲得するために、a社では取引先の輸出業者が台糖の土地借地による輸出専用のパナナ園を営んでいることと、生産管理がしっかりしていること、栽培品種が従来からの品種である北蕉に限定していることを強調した。

a社は台湾パナナ以外に、フィリピンやエクアドル、タイ産のパナナを輸入している。a社では台湾パナナの割合が輸入パナナ全体の1割であるが、台湾パナナは食味で差別化を図れるため、必要な商品と評価している。a社は、台湾が日本に最も近いパナナの供給地として、熟度の高いパナナを輸出できるということと、台湾がパナナ栽培の北限で、生育期間が長いのでパナナが高品質であること、香りが他産地のパナナに比べ強いことを台湾パナナの強みとしている。その一方で、a社は輸入原価が高いこと、台湾パナナの需要が減少していることを課題として挙げている。

b社では、輸入パナナの7割がエクアドル産で、台湾パナナの割合は2割である。台湾パナナについては、必要な商品ではあるが、日本市場でシェアが低いので、輸入ができなくなってもb社のパナナ業務に大きな影響はないとしている。

台湾パナナの品質に対しては、a社は輸出自由化後、傷もののパナナが減り、外観がよくなり品質が向上したと評価している。また、輸出が自由化され輸出業者間で競争が行われた結果、a社では自由化前と比べ品質に対する要求がしやすくなったとしている。3社とも年に数回生産地を訪問し、品質管理に力を入れている(図9)。台湾では、これまで日本市場向けと国内向けとの取引価格の差から国内市場が優先されることもあり、また、輸出が独占されていたこともあり、品質のよいパナナが日本へ輸出されなくなっていた。しかし、輸出自由化後は、輸入業者が自社のブランドで競争するようになったため、輸入されるパナナは自由化前に比べて、品質が向上した。

a社は、台湾パナナを自社で追熟加工してから小売

図9 輸入業者b社によるパナナ農園の視察
(2014年2月撮影)

Fig. 9 Inspection of bananas by importer b

業者に卸している。b社は、台湾パナナの7割を自社で追熟加工しスーパーや百貨店へ卸しているほか、3割を青パナナで加工施設を備えた市場の青果卸売業者に販売している。a社・b社とも、フィリピンやエクアドル産パナナを自社で追熟加工して卸しているため、台湾パナナにおいても自社での加工が可能である。一方c社は、4社と取引をしているが、2社が青果市場の加工施設を備えた青果卸売業者、2社が加工業者で、いずれも青パナナを販売している。

日本のパナナ市場では、輸入業者が直接小売業者に卸す流通が主流となっており、パナナ流通全体からみれば、卸売市場を経由した流通は多くない。このことは、パナナの小売価格が相場の変動に基づいて決められるのではなく、輸入業者や小売業者が価格形成に影響力をもち、小売価格が決定されていることを示している。その結果、パナナの小売価格は変動が小さく、ほぼ同じ価格帯で推移している。輸入業者が台湾パナナを輸入する上で台湾国内のパナナ価格の問題や、需給を考慮した評価価格である浜値は、日本のパナナ市場で通用しなくなっている²⁴⁾。a社やb社が台湾パナナを自社で追熟加工し、小売業者へ直接販売する流通は、現在のパナナ流通の主流であり、輸出自由化後、台湾パナナにおいてもフィリピン産パナナにみられるような日本国内における流通過程の統合がみられるようになった。しかし、自社で追熟加工して取引する形態は限られており、輸出自由化前から台湾パナナを取り扱っている業者では、c社のように自社に加工施設がないため、青果卸売業者や加工業者が直接の取引業

者となるため、小売業者に届くまでの価格形成の全体像やコストが把握しにくい流通となっている。

3. 小売業者による台湾バナナの位置づけ

日本市場において台湾バナナがどのような位置づけにあるのかを理解するため、大手食品小売業者I社で聞き取り調査を行った。I社は日本で台湾バナナの取扱量が多い小売業者の一つで、2014年5月現在、全国175店舗のほぼ全店舗で販売している。175店舗のうち、125店舗が東京・神奈川・埼玉・千葉にあり7割を占める。2014年現在、I社はa社1社から台湾バナナを仕入れている²⁵⁾。

I社では基本的に1年を通して台湾バナナの販売を行っているが、夏場、台湾南部のバナナは食味が劣るので、早めに台湾中部のバナナが入荷できなければ、夏の時期、台湾バナナの販売を中止することもある。台湾バナナは従来からの品種である北蕉のみを取り扱っている。これは、台湾バナナの販売ターゲットを、台湾バナナが日本のバナナ市場で10%以上のシェアをほぼ有していた1980年代中頃までに、台湾バナナを食する機会があり味を知っている45歳以上、特に50歳代以上としているためである。

I社は台湾バナナを仕入れる際に、a社と価格交渉を行っている。a社はバナナが売れる価格帯を熟知しており、その価格帯にできるだけ合うようにして販売している。I社では、台湾バナナは税込み価格で398円(600g)が理想的な価格であるとしているが、実際には売価390~400円で販売されている。台湾バナナは、見栄えからは1房600gの重量が最低必要であるとし、できれば1房800gで販売したいとしているが、現在の単価では売価が520~530円くらいになる。以前に比べて単価が高いため、1房当たりの重量を調整してきたが、1房600gが限界で、日本であまり好まれない1房3本ではなく、4本以上で販売しているので、昔に比べ台湾バナナがひと回り小さくなっていることを懸念している。台湾バナナはI社の販売しているバナナの中で、価格帯が最も高い高グレードの商品として扱われており、現在のところ店頭にないと困る商品と位置づけている。50歳代以上であれば、台湾バナナの価格帯でも購入してもらえするという²⁶⁾。I社では価格の上位にある台湾バナナを販売することで、298円の

価格帯のバナナも売れ行きがよくなるということである。

I社では、台湾バナナ以外にドールやデルモンテなどのフィリピン産、I社のPB商品であるエクアドル産バナナなど多様な商品を販売している。フィリピン産もエクアドル産バナナも価格帯の異なるバナナを取り扱っている。フィリピン産ではドールのグレードの異なるバナナを販売し、エクアドル産では、198円の価格帯と298円のグレードの異なるバナナを揃えている。つまり、日本のバナナ市場では、産地による競争だけではなく、同じ産地でもこだわりや食味の違いによるバナナが現れ、バナナのカテゴリーが細分化されている。

また、2005年頃からドールのフィリピン産高地栽培バナナ「スウィーティオ」の販売が本格化し、台湾バナナよりも価格が安く、従来のフィリピン産バナナよりも食味のよいバナナが出回るようになった。これにより、I社における台湾バナナの取扱量が減少した。その後、同じくドールの高地栽培の高グレード商品で価格が台湾バナナよりも安く、品質がさらに向上した極撰が販売されるようになった。フィリピン産の高地栽培バナナの出現は、I社の台湾バナナの販売数量低下という影響をもたらした。それでもI社では、台湾バナナがもつ粘りと香りは他産地のバナナと差別化できる強みであると評価している。

V おわりに

本研究では、日本のバナナ市場とバナナの流通システムに着目しながら、輸出自由化後の台湾バナナの日本市場向けの生産・流通におけるフードシステムを明らかにし、日本向けバナナ産業の特徴について検討した。その結果、以下のことが明らかになった。

台湾政府は輸出での自由な競争を促し、バナナの日本市場への輸出拡大を図るため、輸出の一元化から民間の輸出業者の参入による輸出自由化に踏み切った。このことにより、台湾バナナは、それまでの台湾バナナという一つのブランドとしてではなく、フィリピン産バナナ同様、日本市場で輸入業者による自社ブランドとして競争が行われるようになったため、輸入される台湾バナナの品質が自由化前に比べて向上した。輸

入業者や小売業者の台湾バナナに対する品質や価格の要望も、台湾側の輸出業者に伝わりやすくなった。

また、日本市場向けバナナは、安全性を重視した日本市場へ対応するために、政府主導によって構築された日本向けバナナ輸出業者と日本市場向けバナナ園の登録制度、および輸出前の集荷場単位による残留農薬の検査体制のもとで生産と輸出が行われている。日本へのバナナ輸出を拡大するために、輸出自由化が実施されたが、日本へのバナナ輸出は増加していない。その要因の一つに、台湾の輸出用バナナの価格が高値傾向の国内価格の影響を受けて決定されるようになり、輸出価格が上昇し不安定になっていることがある。自由化前は日本市場向けバナナの取引価格は統制されており、国内相場によって生産者が輸出するか、国内市場に出荷するかを選択していたことはあるものの (Koseki 2006)、日本へ輸出するためには、一元化されていた窓口を通さなければならず、台湾国内で輸出用バナナに対する価格統制が機能していた。

バナナは追熟加工を必要とする果物であるため、輸入後、加工という工程を経なければ、販売することができない。日本がバナナの輸入を自由化する前、日本市場を独占していた台湾バナナにおいては、輸入業者が加工業者にバナナを売り渡し、加工業者が小売業者と取引していた。しかし、輸入自由化後、日本のバナナ市場で圧倒的なシェアを占めるフィリピン産バナナにおいては、アグリビジネスや輸入業者が自社で追熟加工してスーパーなどの小売業者に直接販売する流通が主流となっている。台湾での輸出自由化以降、台湾バナナにおいても、輸入業者が自社で追熟加工して小売業者に販売する流通がみられるようになった。2013年においては、そうしたバナナが少なくとも4割みられた。当初からフィリピンやエクアドル産バナナを自社で追熟加工していた業者が台湾バナナの輸入に参入できたことで、自由化以前に比べて日本国内での流通過程の統合の動きが現れるようになった。

こうした動きがある一方で、台湾バナナでは、現在でも輸入業者が加工業者や加工施設を備えた青果市場内の卸売業者（荷受会社）に青バナナを販売する業態が残っている。すなわち、輸入業者と加工業者が一体化されていない伝統的で複雑な流通システムが維持されている。こうした流通システムは、バナナが売り手

市場で八百屋など専門店が台湾バナナの主要な販路となっていた時代のもので、青果市場を通さずにバナナを仕入れているスーパーなどの小売業者によるバナナ販売が中心となる中、台湾バナナの流通システムが日本のバナナ流通の変化に、十分に対応できていないことを示している²⁷⁾。

また、日本のバナナ流通・市場の中で、フィリピン産バナナは、企業内で加工・流通・販売が行われているため、台湾バナナと比べると流通が単純で、小売価格からの価格形成やコストの調整も行うことができる。一方、台湾バナナの場合は、台湾国内の相場によって価格を大きく変動させ、伝統的な取引や流通によって産地から価格が形成されていく。買い手市場で輸入業者や小売業者が価格形成に影響力をもち、小売価格の変動が小さく価格が重視される日本のバナナ市場で、台湾側では国内価格に上乗せした価格設定が貫徹される一方、日本側では川下主導で価格決定が行われ、両国の価格形成構造の差異が浮き彫りになった。そのことは、間に位置する輸出業者の収益圧縮として現れ、それが台湾バナナの再生産を脅かす可能性にもなりうるであろう。

日本のバナナ市場では、産地間の競争にとどまらず、同じ産地の商品でもこだわりや食味の異なるバナナが流通している。台湾バナナの輸出が自由化された2005年頃から、本格的に流通するようになった高地栽培による品質を重視したフィリピン産バナナの出現は、大手食品小売業者I社の台湾バナナの販売数量の低下をもたらした。それにもかかわらず、I社では販売ターゲットを絞り、台湾バナナに対して差別化が図れる商品として一定の評価をしていた。標高によって価格帯が差別化されているフィリピン産バナナに対して、今後、台湾バナナが産地や品種、食味による違いを活かせるかが鍵となる。

輸出用バナナ生産のための製糖会社の土地借地は、供給の安定を図り、国内相場に影響されない低く抑えた輸出価格で輸出するための制度である。大手食品小売業者I社にバナナを供給している輸入業者は、台湾の取引業者が安定供給のために台糖の土地借地によるバナナ栽培を行っていることを強調し、I社との取引を獲得していた。このことは、台糖の土地借地によるバナナ栽培が、日本市場向けバナナの安定供給と日本

の輸入業者との取引機会の可能性を高めることを示している。しかし、貸し出される土地では、輸出業者による入札が行われ借地料が高騰していた。加えて、国内の生産者と競合しないように台湾全体で借地面積に上限が設けられていた。現在、台湾全体での借地面積は上限までには達していないが、世界のバナナ産業地域の輸出先の変化によってバナナ確保が課題となっている日本において、台湾の日本市場向けバナナの価格決定の仕組みが改善され、日本での流通過程の統合がさらに進めば、日本への輸出が拡大する可能性が残されている。台湾のバナナ産業は、国内のバナナ生産者の輸出機会を維持しながら輸出強化を図っており、生産者を保護しながら輸出強化しなければならないという新たな局面を迎えている。

謝 辞

本稿の調査にあたり、日本市場向けバナナの生産・輸出、日本側の輸入・販売に携わる多数の方々に御協力をいただきました。中でも盈全国際開発有限公司の周穂海氏、財団法人台湾香蕉研究所主任林徳勝氏には、さまざまな便宜と御助言を賜りました。また資料収集に多大な御協力と多くの時間を割いていただいた行政院農業委员会主任秘書の胡忠一氏、貴重な御助言をしていただいた日本大学教授矢ヶ崎典隆先生に心より感謝申し上げます。なお、現地調査にあたり、2011～2013年度科学研究費補助金（基盤研究（B）『アジア太平洋地域における第3次フードレジームをめぐる地理学的研究』課題番号：23320186、研究代表者：荒木一視）の一部を使用した。本稿の骨子は、台湾地理學會2016年學術研討會（2016年1月、國立臺灣師範大學）、2016年度地理科学学会春季學術大会（2016年6月、広島大学）で発表した。

注

- 1) 「バノコン」という言葉に象徴されるように、バナナ、ノリ、コンニャクは利権輸入の代表とされ、これらの食品においては、利権をめぐる政界との関連が指摘されてきた。1950年代には「岸政権はバノコン政権」という言葉が流行ったという（李ほか2012）。朝日新聞1966年10月5日付け朝刊1面には、利権物資となっていたバナナの輸入

について、政界と業者との記事が掲載されている。

- 2) 1966年11月1日に参議院農林水産委員会で、政治家と台湾バナナの輸入業者の癒着について、公明党の黒柳明氏によって時の通産大臣三木武夫氏と農林大臣松野頼三氏が追及された（第052回国会農林水産委員会第4号<http://kokkai.ndl.go.jp/SENTAKU/sangiin/052/0408/05211010408004c.html>（最終閲覧日：2017年4月19日）による）。
- 3) 日本市場向けバナナの生産に携わるドーラに関しては、関根（2006）が経営戦略について論じている。多国籍アグリビジネスの利点を活かしたドーラ・グループの企業内貿易のもとで世界規模の経営が行われ、生産だけではなく、加工・流通を取り込みながら事業が展開されていることを報告している。ドーラはフィリピンでのバナナの生産から、日本市場での加工・流通・販売までの垂直統合を進め、それを経営戦略としていることを指摘した。
- 4) 日本のバナナ輸入の最大の相手国であるフィリピンでは、2009年に全輸出量の55%が日本市場向けであった。しかし近年、フィリピン産バナナは、中国や韓国、中東などの市場との引き合いにより、輸出先が流動化しており、2012年には輸出バナナに占める日本への割合が41%であった（FAO 2014）。また、エクアドルでは2008～2009年にロシアやヨーロッパへの輸出が増加するなど（FAO 2014）、世界のバナナ産業地域では輸出先に変化が生じている。
- 5) 輸出自由化前は、台湾生鮮バナナ輸入協議会と輸出権をもつ台湾省青果運銷合作社との間で、毎年数回「日台バナナ貿易会議」が開催され、事前にその年のバナナの輸入原価が決定されていた。台湾省青果運銷合作社と生産者は、日台間のバナナ取引価格に基づいての取引となっていたため、台湾省青果運銷合作社が有利な立場にあり、価格統制が機能していた。
- 6) 小さい種類のバナナを除くフィリピン産バナナの関税率は、経済連携協定発効後段階的に毎年引き下げられ、2008年からの10年間で夏季関税が8%、冬季関税が18%になる。なお、小さい種類のバナナは、10年間で関税が撤廃される。

- 7) ポジティブリスト制度とは、すべての食品を対象に国内外で使用されるすべての農薬等について残留基準（一律基準を含む）を設定し、基準を超えて農薬等が残留する食品の販売等を禁止する制度のことである。なお、次の場合には一律基準が適用される。すなわち、いずれの食品にも残留基準が設定されていない農薬等が食品に残留する場合、あるいは一部の食品には残留基準が設定されている農薬等が、残留基準が設定されていない食品に残留する場合である。一律基準は0.01 ppmと設定され、これを超えてはならないとしている。
- 8) 産銷履歴驗證制度は、生産履歴の追跡が可能で、生産、加工、流通、販売の各段階における情報を公開した安全性を保証した認定制度である。産銷履歴驗證制度に適合した農産品にはTAP（Traceable Agricultural Product）マークが付される。
- 9) 吉園圃認証制度は、野菜・果物に対し生産者が安全な薬剤を使用することを奨励し、消費者が購入の際に安全な野菜・果物であることを識別できるようにした制度である。申請は、生産者グループなどの団体単位で行われる。吉園圃の認証が認定された団体は、最初は有効期限が1年間で、その後、再申請をして認定されれば、有効期限が2年ごとになる。
- 10) 産銷班とは、農会（日本の農協に相当）の下部組織にあたる生産者部会のことである。
- 11) 台湾糖業股份有限公司は、1946年5月1日に設立された企業で、現在でも經濟部（日本の経済産業省に相当）が管轄する国営企業である。近年、製糖事業からの経営の多角化を積極的に図っているが、国営事業に関連する法令による制限を受ける。
- 12) 行政院農業委員会によれば、2010年現在、輸出前の残留農薬検査費用は1回当たり4,500元（12,195円）かかる。円換算は、2012年の年平均レート（1台湾元2.71円）による。
- 13) 台湾香蕉外銷聯誼會は、自由化後、輸出業者間の取引先獲得をめぐる競争の激化や、輸出業者の乱立によって無秩序となっていた業界をまとめ、秩序ある輸出を主導する役割も担っている。2014年1月22日に、マンゴーの輸出業者を含めて、台湾香蕉・芒果外銷業者聯誼會となった。2014年9月現在、33輸出業者が加盟している。
- 14) 黄葉病は、バナナの葉が黄色になり、やがてバナナの本自体が枯れる病気で、1880年代末にパナマで最初に発生したことから、別名パナマ病ともいう。台湾では、1980年代以降、黄葉病による被害が深刻で、特にこれまで日本市場向けバナナの主要な供給地となっていた高雄市で被害が大きい。
- 15) 新北蕉は、財団法人台湾香蕉研究所で育種され2001年に命名された品種で、黄葉病に抵抗力があり収量も北蕉に比べ多い。しかし、日本市場では、伝統的な品種である北蕉に対して根強い人気があり、栽培の普及が進まなかった。
- 16) 2012年の南投県における1ha当たりのバナナの平均生産量は18.1tであったが（中華民国101年南投縣統計年報による）、同年の屏東県における1ha当たりのバナナの平均生産量は28.6tであった（中華民国101年屏東縣統計年報による）。
- 17) 取引価格は輸出業者によって異なるが、2013年の南投県における日本市場向けバナナの取引価格は、8～9月は1kg当たり25～30円で、国内の平均生産者価格が高くなった10～11月には48～50元を超えて取引されていた。筆者が1997年に台湾で現地調査を行ったとき、唯一、日本市場向けバナナの調達・輸出に関わっていた台湾省青果運銷合作社は、バナナ1kg当たり13～18円で取引しており、当時の南投県のバナナに対する国内の仲卸業者の取引価格は、1kg当たり約20～30元であった（Koseki 2006）。つまり、輸出自由化以前は、日本市場向けバナナは国内相場や産地による価格評価にかかわらず、価格が統制されていたが、輸出自由化以降は、国内相場に見合うかたちで輸出業者による買い取り価格が上昇し、生産者にとって、日本市場向けバナナ栽培を行う重要な一因となっている。
- 18) 農産品生産コスト調査報告によると、輸出自由化前の2003年におけるバナナの生産コストは、1kg当たり13.4円で、自由化後の2013年におけるバナナの生産コストは、1kg当たり11.1元であった。
- 19) 中華民国出口貿易統計月報によると、2012年における日本へのバナナ輸出のうち、3～6月の4カ

月間で全輸出量の70.8%が輸出されている。

- 20) 中華民国農業統計月報によると、2012年の国内におけるバナナの平均生産者価格は、1～7月には1 kg当たり20元未満であったが、台湾中部で収穫期を迎える8月以降は、10月を除いて30元を超え、9月には最も高い38.8元であった。
- 21) C社によると、2013年11月～2014年5月に輸出した日本市場向けバナナは、赤字になることも多かった。
- 22) 取引価格が1 kg当たり35元以下であっても、2013年のバナナ1 kg当たりの生産コストが、11.1元であることから（農産品生産コスト調査報告による）、生産者は十分利益を得ることができる。
- 23) バナナの小分け包装されたものをConsumer Packといい、ドールが最初にこの用語を使用している。台湾では、D社が最初に小分け包装をしたバナナを輸出するようになり、600 gで4本入り、5本入り、6本入りの包装をしている。
- 24) 輸出自由化前の窓口として輸出を担っていた表4中のF社は、新台湾バナナ輸入協議会との間で自由化後も浜値による取引、加盟業者によるバナナの配分比率、利益折半制を継続した。売り手市場ではなく買い手市場となった日本のバナナ市場で、F社は伝統的な取引形態から脱皮できず、自由化前の売り手主導の取引形態を踏襲した新台湾バナナ輸入協議会は、他の輸入業者が自社ブランドでの競争により品質のよりよいものを輸入する中で、競争力を失っていった。その結果、新台湾バナナ輸入協議会は2015年6月の輸入を最後に解散した。
- 25) I社では、2005～2010年まで台湾の輸出業者から直接輸入していた。しかし、輸入していたバナナは、財団法人台湾香蕉研究所が台糖の土地を借地して栽培したバナナで、輸出業者が入札してI社に提供していたため、栽培管理や熟度の管理が統一されているものの、入札による価格高騰や供給の不安定さというリスクを抱えていた。
- 26) I社によると、台湾バナナが売れるかどうかは、これらの客層が多いかどうかによって左右され、ショッピングモールのような若者の購買層が多い店舗よりも、むしろ地元密着の小さな店舗のほうがよく売

れる。

- 27) 日本では1970年代半ば以降、青果専門店の店舗数が減少し、1960年代以降急速に店舗数を増やしたスーパーが生鮮食品の販売において力をもつようになった（南2012; 児玉・児玉研究室2014）。これにより、台湾バナナの伝統的な販売方法であった青果専門店での商品を説明してセールスする対面販売が衰退し、販路としてスーパーが重要な地位を占めるようになったため、価格とともにスーパーの商品戦略に合わせた規格統一が求められ、外観の重要性がより一層増した。当時の台湾生鮮バナナ輸入協議会は、台湾省青果運銷合作社に対して規格が統一された外観のきれいなバナナを供給するよう求めたが、売り手市場で独占的な販売でもあったため、日本側が期待するような改善がみられなかった。

文 献

- 新木秀和 2007. エクアドルのバナナ産業の新しい展開. 星野妙子編『ラテンアメリカ新一次産品輸出経済論——構造と戦略』253-281. アジア経済研究所.
- 荒木一視 2002. 『フードシステムの地理学的研究』大明堂.
- 江波戸 昭・上坂修夫・赤坂暢穂 1973. 最近の台湾における農業・農村の地域的変貌. 明治大学人文科学研究所紀要11: 1-73.
- 児玉公一郎・児玉研究室 2014. 小規模商店の競争力の分析——青果専門店の事例研究. 明星大学経営学研究紀要9: 101-122.
- コッペル, D. 著, 黒川由美訳2012. 『バナナの世界史——歴史を変えた果物の数奇な運命』太田出版.
- Koeppel, D. 2008. *Banana: The fate of the fruit that changed the world*. New York: Plume.
- 関根佳恵 2006. ドールの商品戦略と投資戦略. 農業と経済 4月臨時増刊号: 97-100.
- 館 齊一郎 1973. 台湾におけるバナナ生産の発展過程 (1). 農村研究36: 44-73.
- 館 齊一郎 1974. 台湾におけるバナナ生産の発展過程 (2). 農村研究38: 31-61.
- 陳 榮松 1972a. 台湾バナナの生産費と収益性について. 農林業問題研究8(1): 22-32.
- 陳 榮松 1972b. 台湾バナナの経済構造. 農業と経済38(11): 53-57.
- 陳 慈玉 2010. 台湾バナナ産業と対日貿易——1912～1972年. 立命館経済学59: 158-178.
- 前掲光弘・熊 同銓・池上甲一・堀田忠夫 2002. 台湾バナナの生産及び輸出の組織活動と価格形成分析. 近畿大学農学部紀要35: 89-110.

- 南 亮一 2012. 商業統計の長期時系列データに見る業種別商店数の増減とその要因. http://repo.lib.hosei.ac.jp/bitstream/10114/11338/1/im_WPN0.136_Minami.pdf (最終閲覧日: 2016年4月18日)
- 李 鍾元・石川誠人・井上正也・清水 麗 2012. 東アジア冷戦と地域主義の交錯——日韓国交正常化と台湾ファクター. http://www.jfe-21st-cf.or.jp/jpn/hokoku_pdf_2011/a03.pdf (最終閲覧日: 2017年3月1日)
- 呂 國禎・程 晏鈴 2015. 超商香蕉の全球化戦争. 天下雜誌 578期: 102–110. (中国語)
- 行政院主計總處編印 2012. 『99年農林漁牧業普查初步綜合報告摘要』行政院主計總處. (中国語)
- Atkins, P. and Bowler, I. 2001. *Food in society: Economy, culture, geography*. London: Arnold.
- FAO 2014. Banana market review and banana statistics 2012–2013. <http://www.fao.org/docrep/019/i3627e/i3627e.pdf> (最終閲覧日: 2015年12月3日)
- Jones, C. F. and Morrison, P. C. 1952. Evolution of the banana industry of Costa Rica. *Economic Geography* 28: 1–19.
- Koseki, Y. 2006. Taiwan's banana-producing regions and the Japanese market. *Geographical Review of Japan* 79: 216–236.

〈著者略歴〉

古関 喜之 (こせき よしゆき)

1972年福島県生まれ。東京大学空間情報科学研究センター研究員、広島国際学院大学講師を経て、現在、広島国際学院大学情報文化学部現代社会学科准教授。Ph.D. (文学博士)。専門は農業地理学、台湾地域研究。主な論文「ポジティブリスト制度導入後の台湾における日本向けマンゴー産業の展開」(地理学評論第89巻, 2016年)