

1990年代後半以降のタイの米輸出動向

- 輸出競争力を支える諸条件、米の国際市場動向などに関連させて -

小澤 健二
手塚 真
立岩 寿一
菅沼 圭輔

はじめに

1. タイの米輸出動向

- (1) タイの米輸出動向 - 世界の米貿易動向との関連で -
- (2) 輸出価格の動向

2. タイの米輸出の相手市場別動向

- (1) 輸出相手先別の輸出動向、輸出構成
- (2) 米の商品特性に応じた市場構成

3. 米輸出業者の対応 - 輸出競争力維持のための諸方策

- (1) 米輸出業者協会の役割と貿易チャンネルの維持、開発
- (2) 米輸出業者間の競争構造と利潤源泉

4. タイの米輸出競争力と国内流通システム

5. 政府の米価格支持政策

おわりに - タイにおける米の先物取引の可能性に関連させて -

はじめに

1997年秋のアジアの経済危機の発生を契機に世界の米需給動向は過剰基調に転じ、米の国際価格は98年後半以降、一貫して下落し続けている⁽¹⁾。2002年初旬現在、価格下落基調に歯止めがかからないどころか、時期を追うに従って下落基調から強まる情勢である。

米の輸出価格の大幅下落は世界的な米輸出競争の激化に帰結し、この過程で主要輸出諸国間の輸出シェアも急速に変化している。米の国際市場は、一般に「薄い市場」、「限界市場」に特徴づけられる。それだけに主要生産諸国の生産動向を始めとする、様々な諸条件が輸出競争には作用する。そのなかで、1990年代以降一貫して、タイは世界最大の米輸出国の地位を維持し、2002年現在、その地位をさらに強化させている。

タイの米輸出競争力は、米の国際市場、国際取引のどのような動向、構造のなかで可能とされているのであろうか。また、輸出競争力の維持のために、いかなる方策が追求されている

だろうか。こうした関心のもとに、小稿は、1990年代後半以降2000年代初頭現在の世界の米貿易、および米の国際市場構造と関連させて、タイの米輸出競争力を支えている諸条件の考察、検討を課題とする。それは、タイの米輸出動向を通して、米の国際市場の特質を知る一つの手がかりを得ることをも目的とする。

この課題のもとに、1990年代後半以降のタイの米輸出動向を、価格および輸出相手地域別の動向などを中心に考察する。特に、米の国際市場動向との関連で、タイの米輸出の主要相手地域の変遷に重点を置いている。これと関連させて、タイの米輸出競争力を支えている米輸出業者と輸出協会の対応、およびその輸出市場開発のための方策を検討する。特に輸出市場の開発は、米貿易に特有の輸出チャンネルの確保、開発に依存する事実⁽²⁾に留意し、この問題への接近を試みたい⁽²⁾。

また、タイの米輸出業者の輸出競争力は、既存研究にも明らかのようにタイ国内の特有な米流通構造と不可分の関係にある。1990年代以降、国内の米流通構造にも変化が生じ、タイの米輸出動向にも影響を及ぼしつつある。しかし、国内の米流通構造の解明は、それ自体として大きな研究課題である。このため、小稿では、タイ米の国内流通に関しては、米輸出動向と関連するかぎりの簡単な指摘にとどめている。

なお、2000年以降の米価格の下落のなかで、タイ政府による新たな米価対策、具体的には米の価格支持政策が導入、実施されつつある。新たな米価対策は、今後のタイの米輸出にも無視しえない影響をおよぼすものと予想される。それゆえ、政府の米価対策＝価格支持政策も簡単に紹介し、あわせて最後にタイにおける米の先物取引の可能性にも言及する。

(1) 1997年秋のアジアの経済危機を契機に、世界的に穀物の過剰問題が重大化するようになった。そのなかで、米の国際価格はインドネシアにおける経済危機が食糧不足に直結したことによって、98年には一時的に反騰した。この点で、1997年秋以降一貫して下落基調を続ける他の主要穀物の国際価格趨勢と若干異なる動きをみせている。

(2) 米の取引チャンネルの問題は、米の国際取引の特質を知るうえで重要である。このため、輸出競争が激化する1998年以降2000年代初旬までのタイの米輸出動向の考察に関しては、いかなる輸出チャンネルを通して輸出市場の開発が追求されているかの解明が要請される。ただし、この分野の正確な情報入手は、外部者には至難である。このため、小稿でのタイの米輸出競争力と輸出チャンネルとの関係についての考察は、ごく限られた情報に基づくアプローチにとどまらざるをえない。

1. タイの米輸出動向

(1) タイの米輸出動向 - 世界の米貿易動向との関連で -

1970年代後半以降、タイの米輸出は着実に増加するようになる。輸出増加の趨勢は、アメリカとの米輸出競争が激化した1980年代に一層顕著となった。年間平均輸出量は、1980年代前半（1981 - 85年）の380万トン（精米ベース）から、80年代後半には490万ト

ンへと大幅に増大した。そして、1989年には一時的に600万トンの輸出量を記録し、タイは世界最大の米輸出国の地位を確立したのである。

1990年代に入って、1997年まで世界的に穀物貿易需要は増大し、その一環として世界の米貿易量も増大し続けた。タイの米輸出量も、米貿易に特有な年ごとの変動を免れなかったものの、概ね増加趨勢で推移した。具体的には、1990、91年の390万台トンから92～94年には400万台トンを経て、1995年には594万トンへと大幅に増大した。これが1990年代前半のタイの米輸出量のピークである。以後、1997年の527万トンへと輸出量は一時的に減少した。

もっとも、1990年代前半のタイの米輸出増にもかかわらず、世界の米の輸出増加率はタイを上回った。このため、世界の米輸出に占めるタイの輸出シェアは、1992年の31%から97年には26%へと5ポイントも低下した。1990年代前半には中国、ついで90年代半ばから後半にはベトナム、インドの米輸出が時期を追って増加し続けた（第1表）。米輸出国としてのベトナム、インドの台頭にともない、世界の米輸出競争は新たな様相を呈し、それがタイの輸出シェアの低下に帰結したのである。

アジアの経済危機の発生を画期として、1997年末以降世界的に穀物過剰問題が重大化した。1998～1999年には世界の米貿易量も大幅に減少し、2000年以降も米貿易量は減少し続けている。そのなかで、タイの米輸出量はむしろ増加し、1998年にタイの米輸出量は637万トンの水準に達した。1995年の輸出量ピークをはるかに凌駕したのである。さらに、1999、2000年の輸出量も98年水準を上回った。これにともない、世界の米輸出に占めるタイの輸出シェアは再び上昇し、30%前後に回復している（第1図）。さらに、2001年初から2001年12月中旬までのタイの米輸出量は、輸出競争国のベトナムが洪水被害に見舞われたこともあって、720万トンと記録的な水準に達しつつある。

(2) 輸出価格の動向

1998年以降連年630万トン以上の輸出量を維持する一方で、輸出価格は下落し続けている。とくに1999年以降の輸出価格の下落は大幅である（第2図）。高品質米（全粒比率100%）の輸出価格を例にとると、1999年および2000年の年初から年末までのそれぞれの下落率は20.1%、11.6%におよんでいる。タイの米輸出価格の下落率は、最近2年間に32%にも達したのである。2001年にも輸出価格の下落傾向が続いている。この結果、2001年1～11月の輸出量は対前年比では16.1%の増加にもかかわらず、逆に輸出額は8.7%も減少した。

もっとも、輸出価格の下落は、米の商品特性に応じて相違している。タイの輸出米は、品種あるいは品質によって、香り米（fragrant rice）、糯米、パーボイルド米、および白米（white rice）に大きく分類される⁽¹⁾。白米の品質あるいは等級区分は、0%～25%までの5%刻みの、砕米の混入比率に従っている。第2図に示されるように、米の輸出価格動向も、米の等級・品質区分、あるいはその商品特性に応じて相当に相違する。

さきに記したように、香り米以外の白米の輸出価格は、1999～2000年に30%以上も下落した。また、白米とパーボイルド米との価格下落率はほぼ等しく、白米の等級区分に応じた価格下落率にも大きな差異は存在しない。流通関係者によると、概して低品質米ほど輸出競争が厳しいとされる。しかし、1999～2000年の米の等級別価格下落率には、統計上の有意の差は見出されない。

これに対し、第2図に示されるように香り米の輸出価格趨勢は、他の白米、パーボイルド米の価格動向とは相違している。1998～99年には香り米の輸出価格は大幅に下落したものの、他の白米とは異なり、1999年以降上昇している。具体的には、香り米の輸出価格(トン当たり)は、1999年1月の14,542バーツから2000年12月の18,866バーツへと30%も上昇した。同様に、2000年の糯米の輸出価格の下落率も白米、パーボイルド米と対比してはるかに小幅にとどまっている。

このように一口に米輸出と言っても、香り米とその他白米の輸出価格は対照的であり、糯米も相対的に独自の価格動向を示している。それは、香り米とその他白米との輸出相手市場が相違し、それが取引、価格条件に反映する結果であろう。このため、タイの米輸出競争力の評価に際しては、米の品質、特性に応じた輸出相手別の市場動向を検討しなければならない。

2. タイの米輸出の相手市場別動向

(1) 輸出相手先別の輸出動向、輸出構成

タイの米輸出の相手地域、国別構成は、1980年代から90年代前半までに大きく変化し続けた。1980年代までのタイの米輸出の主要相手地域は、アジア(東アジアと南アジアを併せた)、中東、アフリカの三地域から主として構成された。このうち、アジア向け輸出比率が低下する一方で、中東向け輸出比率は上昇し続け、1990年のタイの米輸出に占める中東、アフリカ、東南アジアの比率は、29.7%、27.8%、24.3%を示した⁽²⁾。アジア向け輸出比率の低下は、東南アジアでの米自給化傾向を反映するものであり、この状況下での新たな輸出販路の開発が、中東、アフリカ向け輸出比率の上昇に帰結した。残りの輸出相手地域は、ヨーロッパ、北米、中南米、オセアニアである。しかし、これら地域へのタイの米輸出に占める比率はいずれも5%未満にすぎなかった。

1990年代には、1980年代以上に米輸出の相手先別輸出比率は短期間に急速に変化し続けている。そのなかで1990年代半ばまでは、近隣のインドネシア、シンガポール、香港を中心とするアジア向けの輸出増が顕著である。これには、緊急輸入による一時的な日本向け輸出増の影響も一部含まれる。この結果、1996年にタイの米輸出に占める東南アジア向けの割合は49.4%へと飛躍的に上昇した。対照的に、中東、アフリカ向け輸出比率はそれぞれ14%、22%へと大幅に低下した(第3図)。

1990年代前半のタイの米輸出の相手地域別動向は、世界の米輸入の地域別動向を反映

するものである⁽³⁾。例えば、世界の米輸入に占めるアジアの輸入比率は、1990/91年（1990年と91年との合計。以下同じ。）の17%から1995/96年には40%へと大幅に上昇した。1970年代までの世界の米貿易は、アジア諸国間貿易を中心としていた。1990年代前半の世界の米貿易は、1970年代に部分的に回帰する地域別パターンの現象が生じたのである。1980年代に米自給を一旦達成したインドネシア、フィリッピンなどでの米不足の再現が、その背景をなしたのである。

しかし、世界的に米輸出競争が激化する1998年以降、米輸入地域としてのアジアの比重は再び低下している。それとともに、タイの輸出相手先の地域、国別構成も1990年代半ばまでと大きく相違するようになった。一口で言えば、1980年代後半から90年代初頭に類似する、輸出市場の地域別構成が現出したのである。そのなかで、アフリカ、中東地域向け、なかでも前者向けの輸出増が顕著である。具体的には、1998～2000年に中東、アフリカ向けの米輸出量は、80万トンから190万トン、146万トンから256万トンへとそれぞれ2倍前後に増加した。

この結果、2000年のタイの米輸出全体に占める中東、アフリカ向け輸出比率は、それぞれ21%、39%に達した（第4図）。2001年のタイの米輸出増加も、主としてアフリカ向けを中心とするものである。要するに、1998年以降のタイの米輸出増は、中東、アフリカ、とくに後者向けの輸出増に支えられている。そして、1990年代後半以降、タイの米輸出相手先の地域別構成が短期間に急激に変化する事実は、米の国際市場がいかに不安定、不確定なものかを裏付けている。

ところで、中東、アフリカ地域向け輸出の場合にも、輸出増は特定諸国に集中している。中東地域向け輸出の場合、イラン、イラク、アラブ首長国、イエメンが主要相手国である。なかでも、前2カ国への輸出量は2000年に90万トンと中東向けの65%を占めている。とくに、1998年以降イランへの輸出増が目立ち、60万トン台の年間輸出水準に達した。イランへの米輸出は政府間ベースを主体とし、民間貿易が中心のタイの米輸出のなかで特異の位置にある。1990年代初頭以降のほぼ10年におよぶ政府間ベースの輸出実績に基づいて、イラン向け米輸出が着実に増加している。

1998年以降に輸出増がとくに目立つアフリカ向けの場合、その輸出相手国は60カ国の多数におよぶ。ただし、大部分は10万トン未満の輸入国である。10万トン以上の輸出相手国は、ナイジェリア、セネガル、南アフリカの3カ国にすぎない。2000年のタイの三カ国向け米輸出量は192万トンを記録し、アフリカ向け輸出量の60%を占める。なかでも、近年、ナイジェリア向けの輸出増が目立っている。2000年のタイの同国向け輸出量は87万トンに達し、2001年の米輸出増もナイジェリア向けに多分に支えられている。

ナイジェリア向けの輸出増は、ここがアフリカでの米の再輸出、あるいはアフリカ内陸部への移出拠点に位置するところが大きい。ナイジェリアは、アフリカ向け米輸出の一大集散地にも位置づけられる。タイからの輸入米をナイジェリアで仕入れた穀物流通業者は、アフリカ各地に再出荷する。なお、タイのナイジェリア向け米輸出のほぼ全て

は - 2000年には99% -、パーボイルド米で占められる。パーボイルド米は特有な食味に加えて、品質保存のうえでも優れている。このことが、アフリカでパーボイルド米に対する人気を根強いものにしてている。このように、ナイジェリアはパーボイルド米の集散地、取引の中心地でもある。

なお、タイの最大の米輸出競争相手であるアメリカの輸出相手市場についても簡単に触れておこう。1990年代末から2000年代初頭についてみると、アメリカの米輸出の主要相手地域は、中南米、アジアである。アメリカの米輸出の40%強が中南米向け、20%弱がアジア向けで占められる。その他の輸出地域は、中東、アフリカ、ヨーロッパであるが、各々の地域向け輸出のアメリカの米輸出に占める比率は、いずれも10%前後である⁽³⁾。

このようにアメリカの米輸出の最大市場は中南米であり、MA輸出を中心にアジア向け輸出も増加趨勢にある。アジア向けのMA輸出はアメリカの政治力に、中南米向け輸出も伝統的な権益に加えて地理的条件に多分に依拠している。このなかで、アメリカの米輸出先としての中東、アフリカの比重は相対的に小さい。要するに、アメリカは自国に有利な地理的および政治的諸条件を最大限活用して、米の輸出市場を確保している。これに対しタイは、アフリカ、中東向けの輸出比率が高い事実に示されるように、アメリカの間隙を縫って市場確保に努めている。この結果、両国間の米の輸出市場にはある程度の棲み分けが生じている。

(2) 米の商品特性に応じた市場構成

米の品質あるいは商品特性に応じて、タイの米輸出の相手市場は特定される。これは、すでに言及したナイジェリア向けのパーボイルド米に具体的に示される通りである。この点は、米の国際市場の特質を理解するうえで重要である。それゆえ、タイ米の商品特性に応じた、輸出相手地域、国別の構成についても考察しておこう。さきに指摘したように、タイの米輸出は、品質あるいは商品特性のうえで、香り米、糯米、パーボイルド米、白米に大きく分類できる。これに基づく2000年のタイ米の輸出実績、要するに輸出全体に占める香り米、糯米、パーボイルド米の構成比は、18%、3%、28%である。残りの51%が香り米以外の白米で占められる(第5図)。

このうち、香り米輸出の大部分は東南アジアおよび北米地域向けであり、とくに前者向けの比重が高い。具体的には、2000年の香り米輸出の62.5%がアジア向け、22.2%が北米向けであった(第6図)。残りの15%ほどがヨーロッパ、中東向けに輸出される。アジア向け輸出の大部分は、香港を含む中国とシンガポールである。この2カ国向け輸出がアジア向け輸出の82%を占める。このうち中国への輸出の40%強は香港向け輸出である。残りのアジア向けとしてはマレーシア向けの比重が相対的に高い。シンガポール、マレーシアには中国系の人々が多数居住し、彼らによって香り米が嗜好、消費選択される。これは、北米向けの香り米輸出にも該当する事実であろう。このように、香り米の

輸出は華人向けを中心に、相対的に中・高所得国に集中する。

一方、パーボイルド米に関しては、さきのナイジェリアにみるようにアフリカ向け比重が圧倒的である。ただし、中東向け輸出量も比較的大きく、それ以外は、ヨーロッパの特定諸国向けである。また、糯米の輸出は、インドネシア、シンガポール、マレーシアなどアジアの特定諸国に限定される。同様に、白米の砕米比率に応じて輸出相手国に特徴が見出される。アフリカの低所得国向け輸出は、砕米比率の高い低級米の比重が高い。

このように、タイ米の商品特性に応じて輸出相手の市場構成が相違するが、それを決定する主要条件は、輸入国の住民の嗜好特性および所得水準である。1998年以降、米の輸出価格が大幅に下落するなかでも、第2図にみるように、香り米の輸出価格は2000年には上昇した。この事実は、香り米を選好する市場では他の白米は香り米に代替できないことを意味する。香り米は、その特有な嗜好によって独自商品の地位を確立しつつある。このように米の品種、品質特性に応じて市場構成が相違するなかで、輸出業者の対応にも輸出相手の顧客に応じた独自の工夫、努力が要求されるのである。

3．米輸出業者の対応 - 輸出競争力維持のための諸方策

(1) 米輸出業者協会の役割と貿易チャンネルの維持、開発

1990年代後半以降の市場条件の悪化にもかかわらず、タイの米輸出は順調に拡大し続けている。これは、輸出業者（shipper）の独自の対応力によるところが大きい⁽⁵⁾。それは、2000年のタイの米輸出量657万トンのうち政府間取引は34万トン弱にすぎず、輸出量の95%が民間取引に基づく事実明らかである⁽⁶⁾。輸出量が記録的な水準におよびつつある2001年も、政府間取引のタイの米輸出米に占める割合は2000年とほぼ同一にとどまる。こうした民間ベースでの近年の輸出増は、米輸出業者による様々な方策をとまなう輸出販路の開発、取引努力によっている。それは、同時に米輸出業者間のダイナミックな消長をとまなっている。

タイの米輸出業務を担う現在の主要経営者は、世代的には創業者の二代目に相当する。そして、世代交代を経て、輸出業者間の輸出シェアに急速な変化が生じつつある。とくに輸出業者間の地位変動は、1997年秋以降のタイの経済危機のなかで顕著である。かつてシックス・タイガー（Six Tiger）と呼称された主要輸出業者のいくつかは、輸出業務からの撤退を余儀なくされている。

例えば、2001年現在、最大の輸出実績を有するCapital Rice Groupの輸出量は、1996～2000年に65万トンから120万トンへと2倍弱にも増大した。同様に、業界4位の地位に台頭したThai Hua Groupの輸出量も、1996以降の5年間に倍増した。他方で、1990年代前半まで最大の輸出業者であったSoon Hua Seng Groupの輸出量は、1995～2000年に126万トンから88万トンへと大幅に減少した。また、1994年まで輸出量が10位以内の

地位にあった4輸出業者の2000年の輸出量は皆無であり、事実上、輸出業務から撤退している。米輸出業者間の苛烈な競争、そのなかでの業者の浮沈、消長の激しさが具体的に示される(第2表)。

2001年現在、大小の規模を問わず、米輸出業者として政府登録されているのは137業者である⁽⁷⁾。しかし、実際に輸出業務を担うのは50業者前後と見込まれ、米輸出業者の規模は大小様々である。米輸出業者の組織する業界団体が米輸出協会(Rice Export Association)である。米輸出協会は、米輸出を促進する様々な情報収集、普及活動を行っている。また、輸出協会の会員の互選によって理事が選出され、理事会(Board of Trade = BOT)が組織される。理事会は週一回開催され、米の輸出取引価格 = BOT価格を決定する。周知のように、BOT価格は米の国際取引価格として、世界的に最も頻繁に引用、参照されるものである。

しかし、関係者の話を総合すると、BOT価格は価格趨勢を示すものではあっても、実際の輸出価格を示すものではない。現実の輸出価格とBOT価格との間の価格差は相当に大きい。米輸出協会(あるいは理事会)は、米輸出におけるタイの国際的地位を高めるための不断の努力を重ねているが、BOT価格の設定もその一端に位置づけられる。BOT価格設定は、米の国際取引に関する各種情報を収集、伝播するうえでも有効な役割を果たすものである⁽⁸⁾。

米輸出協会による様々な活動、とくに米の国際取引に関する情報収集は、輸出・貿易チャンネルの開発、維持に重要な役割を果たしている。すでに指摘したように、タイの米輸出はアフリカ、中東地域向けを中心とする。これら地域向け輸出は通常の商品ベースを基準とすると、比較的高いリスクの市場である。例えば、アフリカ向け輸出の場合、相手国の資金不足のために現物取引を通じた輸出比重が高いとされる。現物取引による米輸出は、取引相手との人的チャンネルにもとづいた、柔軟な取引対応が要請される。

また、中東地域への米輸出は、地域に特有な政治的条件に大きく左右される。例えば、タイのイラン向け米輸出は、政府間取引ベースのもとに一定水準を維持し、そのうえで近年、輸出量を増大させてきた。このイランとの取引関係も、1990年代を通じた両国間の政治的関係に基礎を置く特有な取引チャンネルである。このようなアフリカ、中東地域との米取引関係の多くは、他の貿易業者、例えば、日本商社では代替できないものである。と言うより、現地の事情に通暁しなければリスクが大きすぎて参入できない取引分野、取引対象に位置づけられる。

華僑を主体とするタイの米輸出業者は、複雑な取引関係のネットワークを構築している。そして、このネットワーク構築のうえに、アフリカ、中東地域向け米輸出の拡大に成功している。アフリカ向けの米の現物取引も、現物取引を仲介するのは長年の経験を有する現地の流通、取引条件に周知する特定貿易業者である。これら特定業者は、現地の多様な条件に対応しうるノウハウを有している。タイの米輸出業者は、特定の貿易業者を仲介してアフリカ向けの輸出増に成功しているのである。

このようにタイの米輸出競争力は、華僑商人である輸出業者による多様な取引チャンネルの構築によるところが大きい。国際市場で取引対象とされる米の市場は、銘柄、品質別に細分化されている。それだけに、特定地域向け輸出は、当該地域、国の流通・取引に熟知した貿易業者を仲介とする取引チャンネルに依存せざるをえない。そして、輸出業者による取引チャンネルの維持、開発には、米輸出協会によるBOT価格の設定、それによる米の国際市場に関する情報収集も、その一助をなすのである。

(2) 米輸出業者間の競争構造と利潤源泉

タイの米輸出業者は輸出協会による協調体制を構築しつつも、業者間では輸出契約をめぐる厳しい獲得競争が展開される。輸出成約の確保は、輸出業者による市場動向を見通す判断力に多分に依存している。同時に、輸出業者間の競争構造は、国内の米流通システムと密接に関わるものである。輸出業者にとっては、顧客の需要条件、すなわち、価格、数量、品質面の顧客の条件に応えうる原料米をいかに迅速に確保しうるのが、輸出契約を履行しうる鍵となるからである。このため、輸出業者にとっては、川上の流通業者との円滑な取引関係の維持が要求される。

もっとも、輸出業者が精米ブローカーから入手する白米は、輸出米の原料にすぎない。ブローカーから入手した“輸出原料”の精米を調合、ブレンドとしてぎりぎりの規格にあった米商品に仕立て、袋詰めをして輸出米として積み出している。ここに、流通業者としての輸出業者の役割が存在する。

やや具体的にみておこう。“輸出原料”となる精米は、精米ブローカーによって100kg詰めめの袋で通常はトラックで埠頭⁽⁹⁾に搬入される。輸出米の積み込み作業が行われる埠頭で、袋が開かれ、山積みされた原料精米を混合して、規格条件を満たす輸出商品が仕立てられる。これが瞬時の作業として行なわれる⁽¹⁰⁾。各種の原料米を混合してぎりぎりの規格商品を仕立てるところに輸出業者の熟練、手際が要求される⁽¹¹⁾。そして、“瞬時の混合作業工程”を通して、輸出価格に見合った、品質、等級別の米商品が創出される。この原料米を混合して顧客の要求に合致する輸出米を仕立てること、ここに輸出業者の最大の利潤源泉が存在する。そして、埠頭で行われる混合作業工程は、国内の米流通過程、流通経路に即すると、その終着点に位置する。

このようにみれば、取引チャンネルの維持、開発による輸出契約の確保、および原料の白米を混合して規格にあった輸出米を仕立てること、この二つの業務からタイの米輸出業者の主要業務が構成されるのである。

4. タイの米輸出競争力と国内流通システム

タイ国内の米流通システム、流通構造に関しては、日本でもいくつかの研究によってすでに紹介されている。ここでのタイ国内の米流通システムの記述は、既存の邦文研究に依拠

した、ごく概略の整理の域にとどめる。

まず、1999年と2000年のタイにおける米の需給構成をみておこう。1990年代後半以降、タイの米生産はやや増加傾向にあり、2400万トン台（粳米）に達している。このうち国内消費は、主食向け1030万トン、種子用100万トン強、その他用途230～250万トンである。合計すると1370～1390万トンに達する。一方、1999～2000年には920～1050万トンが輸出用に出荷された。国内の主食用消費量だけをみると、輸出用とほぼ拮抗する（第3表）。種子・その他用途を加えると、粳生産量のほぼ6割は国内消費、4割は輸出向けとの構成である。

タイで生産される粳米は用途に応じて二大別されるが、いずれの粳も仲買人（農村商人）、精米業者および農協等の組織によって集荷保管される。そして、仲買人等から仕入れた粳米を、精米業者、農協等の精米所（前者によるものが大部分）が、専門に粳摺り・搗精業務を行っている。精米所からの米の流通ルートは、国内消費については精米所で搗精された精米は精米仲買人、卸売商、小売商を通して消費者へ、一方、輸出米に関しては精米所、精米仲買人＝ブローカーから輸出業者を通じて輸出される⁽¹²⁾。

農家から粳の集荷買付けを行う粳仲買人、すなわち農村商人は、農家への日用品、農業資材の販売や生活資金の融資をも兼ねつつ、粳の集荷買付けをしている。彼らの大部分は、農家の生活と密着する零細商人である。農村商人によって集められた粳は、通常は生産地域に所在する、全国で4万6000とも数えられる精米所で、精米の売れ行きをみながら粳摺り、搗精される⁽¹³⁾。そして、精米所からの精米は、精米仲買人のブローカーを通じて輸出業者の求めに応じて順次販売される仕組みである。

こうした国内の米流通システムにも、近年、変化が生じつつある。産地市場の形成とともに、農村商人を仲介せずに農家が集荷業者に粳を直接搬入したり、精米業者が農村で直接に集荷するものの比重が増大し、また精米業者の淘汰も進むなかで、流通、運輸上の戦略地点に立地する比較的大規模な精米業者の取引力も強まりつつある、とされる⁽¹⁴⁾。しかし、タイ国内の米流通構造に関しては相当の研究蓄積が要求されるだけに、小稿では国内流通分野にはこれ以上は、立ち入らないことにしよう。

そのうえで、タイの米輸出競争力と国内の流通システムとの関連について、若干の問題点だけを指摘しておく。一つは、輸出業者とブローカーとの取引関係である。従来、輸出業者とブローカーとの間に固定的な取引関係、すなわち特定の輸出業者と特定の複数ブローカーとの間の固定した取引関係が存在していた。要するに、固定的な取引関係のもとに、精米業者から購入した精米をブローカーは輸出業者に搬入する取引パターンが長期に維持されてきたのである。

ところが、近年、ブローカーと輸出業者との間の取引関係の固定性は崩れ、両者間の取引関係は流動化しつつある。それは、輸出業者とブローカー間の取引条件が厳しさを増していることを意味する。従来の固定的な両者間の取引関係の変化は、輸出業者間の取引競争の激化と並行するものでもある。要するに、輸出業者の立場からすると、ブローカーとの間に有

利に取引関係を形成しうるか否かが、輸出競争力を高めうる重要な条件をなしている。

第二に、輸出業者とブローカーとの取引関係が価格形成の基準となり、国内流通の各々のポイントにおける米の取引価格が決定されることである。当然なことに、輸出業者によるブローカーからの精米仕入れ価格は、輸出価格に基づいている。これを基準に、ブローカーの精米所からの仕入れ価格、精米所の農村商人からの購入価格、さらに農村商人が農家から集荷する庭先価格が、順繰りに決められる。この価格形成メカニズムは、1999～2000年の輸出価格と農家庭先価格とが、一定のタイムラグをもって並行して下落している事実裏づけられる（第7図）。

しかも、第7図の農家売渡しの庭先価格動向には、月、季節ごとに一定の規則性が見出せる。それは、収穫期に籾米の庭先価格が下落し、収穫直前の端境期に籾米価格が上昇する傾向である。これは、大部分の生産農家が籾米の貯蔵施設、倉庫を保有しないため、生産農家にとっては、収穫期に売り急ぎせざるをえない事情を示している。これら諸般の事情を総合すると、生産農家は農村商人との間に有効な価格交渉力有しない、との結論にならざるをえない。

このように、タイ国内の米の価格は輸出価格を起点とし、川下から川上に遡及する価格形成メカニズムに支配されるものである。換言すれば、世界的な米過剰基調のなかでのタイの米輸出競争力は、輸出価格の絶えざる切下げに依拠せざるをえない。それは、タイ米の輸出価格が1999年以降2001年までを通して一貫して、国際市場で競合するアメリカの長粒種の輸出価格を下回る水準に設定されている事実裏づけられる⁽¹⁵⁾。そして、この価格形成メカニズムのもとでは、輸出価格の下落は、最終的には農家庭先の籾米価格の下落に帰着する。タイ国内の米流通システムは、農家庭先価格の下落にダイレクトに作用する。この結果、タイの米輸出競争力の維持、強化は、不可避的に農家の所得問題を発生せざるをえないのである。

5．政府の米価格支持政策

2001年末現在、米の輸出価格の大幅下落は、農家経済に大きな打撃を与えている。この状況下で、タイ政府は農家経済の安定を図るために、米の価格支持政策の実施に乗り出した。2001年度には、政府は本格的な米価対策を実施するようになった。米の価格支持政策は、米の買上げ＝質入れ政策（pledging policy）と呼ばれるものである。籾米を担保に政府が定める価格で生産者への融資を行い、一定期間（4カ月）を過ぎて融資返済がなければ（生産者が籾を質から引出さなければ）、籾は政府所有になるものである。アメリカの作物信用公社（CCC）による農産物価格支持制度と、基本的に同一の仕組みである。

融資による米の価格支持政策は、政策的には、収穫期における農家の売り急ぎによる値崩れ防止を意図している。大部分の生産者は生活資金を農村商人に依存し、また籾の貯蔵施設を有していない。こうしたもとでは、生産農家は収穫した籾を直ちに農村商人に販売するこ

とになる。

融資に基づく価格支持政策は、こうした事態への政策的対応である。しかし、一旦担保に質入れした物を生産者が引出すことはほとんどない、と言われる。農民の意識によると、融資は即、政府への売却を意味する。農村の経済構造のもとで、質入れした物を引き出しても有利な販売条件を確保できないことを、農民が長年の経験、慣行を通して自覚しているためであろう。

2001年度の政府買い上げ政策は一期作を中心に実施中である。それは、計画としては相当の規模のものである。具体的には、実施期間は一期作の収穫、集荷期の2001年11月から2002年2月までの4カ月間、政府買い上げ目標数量は820万トン、政府予算は70億バーツを予定する。タイの米生産量のほぼ3分の1、生産者が販売する籼米の2分の1強が価格支持政策の対象とされる。

支持価格水準は、香り米、その他粳米、糯米ごとに決定される。農家売渡価格水準に対する支持価格の割合、すなわち、価格支持率は品種、品質に応じて相違している。それぞれの価格支持率には12～38%もの幅がある（第4表）。低品質米、糯米の価格支持率は相対的に高く設定されている。低品質米の市場価格の下落幅が大きいだけに、米価対策としては低品質米に対する価格引き上げを重視している結果であろう。

もっとも、目標数量としては高品質米が重視されている。2001年度の政府の米価対策は、品種、品質ごとの買い上げ数量目標も設定しており、買い上げ目標数量820万トンのうち、400万トンを香り米とする。香り米の輸出増加趨勢のなかで、タイ政府は高品質米の生産奨励を政策的に推進している。2001年度の米価対策＝支持価格政策による香り米に対する買い上げ数量目標の設定は、高品質米に対する政府の生産奨励政策でもある。

このように、2001年度に実施されている米価対策＝価格支持政策は、政策としては相当に意欲的なものである。それゆえ、2001年度の米価対策の今後の行方と政策効果に関心が集まっている。しかし、価格支持政策を実施する行政システム、および生産者による政策関与の具体的なあり方には不明な点があまりに多い。それゆえに、2001年度の米価対策に関する政策評価は現時点では困難である⁽¹⁶⁾。

このため、米価支持政策に関する評価は今後の課題とし、ここでは支持価格政策がタイの米輸出に派生させるいくつかの問題を簡単に指摘しておこう。まず2001年11月に開始された支持価格政策の実績として、2001年12月中旬現在、政府買い上げ量は200万トンの数量に達した。これにともない、政府所有の籼米は増大し続けている。政府所有の籼米あるいは精米は、農家の貯蔵所、および農村商人、精米業者、政府などの倉庫に在庫として貯蔵、保管される。

政府は保管経費の節約のためにも、保有在庫の削減に努めざるをえない。在庫削減は、政府主導の米輸出の促進によらざるをえない。このなかで、2001年現在、タイ政府は他の東南アジアの国々との政府間ベースの米貿易の方策を講じつつある。食糧危機に対応する1998年のインドネシア向けのタイの米輸出は、政府間ベースの米貿易の典型例であった。政府間ベースの米貿易は、相互の中央銀行間の勘定相殺による、代金決済方式によっている。

支持価格政策を本格化させれば、政府の保有在庫増は必然となる。そうなれば、今後、中央銀行間決済に基づく政府主導の米輸出が増大する可能性が大きくなると予想される。

しかし、政府主導による米輸出は、タイの米輸出業者の利益に反するものである。それは、輸出業者による独自の対応を通して実現されたタイの米輸出競争力を阻害しかねない。農家経済の安定を目標とする米価支持政策と、タイの米輸出競争力の維持はトレードオフの関係にある。それだけに、今後のタイの米輸出動向に際しては、米の国際市場に迅速に対応する輸出業者の動き、国内の米流通システムにおける新たな動き、および政府の支持価格政策を始めとする農業政策、この三者の相互関連、相互作用を注意深く観察する必要があるのである。

おわりに - タイにおける米の先物取引の可能性に関連させて -

タイの米輸出競争力は、輸出業者による取引チャンネルの維持、開発に向けての絶えざる努力、およびタイ国内に特有な米流通構造、これら二条件に主として支えられてきた。とくに、米の国際市場が品質、等級に応じて微妙に細分化されているだけに、輸出市場の開発には、情報収集の集積にもとづく柔軟な取引対応、顧客相手との人的関係、などが重要な役割を果たす。これらの特殊な取引関係を最大限駆使して、タイの米輸出競争力が維持、強化されていると評価してよい。

しかし、タイの米輸出を特徴づける取引関係は、米の先物取引には馴染みにくいものであろう。市場が広く開かれ、取引に関わる情報が共有されるなかで、将来の市場先行きとの関係で先物取引は可能となる。ところが、タイの米輸出業者は、むしろ個別の取引チャンネルに依拠して輸出競争力を発揮しているのである。

また、周知のように米の国際市場は薄い市場（thin market）であり、様々な条件に基づいて米の国際価格は大幅な変動を繰り返している。1990年代後半以降の米の国際価格の変動も、急速かつ大幅なものである。この価格変動は、事前の予想の域、範囲を凌駕している。一般に、先物取引は将来の市場の不確定性の回避を目的とし、この際に予想しうる取引リスクの範囲内での価格変動を前提とする。また、市場が広く開かれ、多数の関係者による取引リスクの分散が、先物取引を成立させる一条件でもある。しかし、米の国際価格変動が一定の予想域を超えることに加えて、タイの米輸出は特定の輸出チャンネルに依拠しがちである。これは、将来のリスク予想、リスク分散に依拠する先物取引には、馴染みにくいものである。むしろ、先物取引の対象となりえない貿易チャンネル、取引条件を最大限に活用して、タイの米輸出業者は輸出競争力を維持、強化していると評価すべきであろう。

(1) 香り米も、通常は白米に含まれる。ただし、次にみるように、香り米とその他白米との価格趨勢は著しく相違している。タイ農業・協同組合省も、最近、両者を統計上区別して集計している。それゆえ、ここでは香り米とその他白米を区別し、香り米

以外の白米を白米と表記する。

- (2) 1980年代から90年代前半までのタイの米輸出の相手地域別動向に関しては、矢野泉「米輸出国タイにおけるライス・エコノミーの変容」(三国英実編『アジアの食料・農産物市場と日本』2000年、大月書店、所収)145 - 147頁も参照。

なお、1990年代後半にタイの米輸出相手先としてアジアの比重が低下するのは、インド、ベトナムによる近隣諸国への米輸出の増大が影響している。例えば、バングラデシュの米輸入は、1980年代から1990年代初頭まではタイからが最大であったが、1996年以降、その米輸入の大部分はインド、ベトナムに代替されている。これについては、Paul A. Dorosh, "Trade Liberalization and National Food Security: Rice Trade between Bangladesh and India" (World Development Vol.29, No.4) p.677 が有益である。

- (3) 1990年代前半の世界の米貿易構造に関しては、小澤健二「世界の米需給および米貿易に関する問題」(食料・農業政策研究センター『食料政策研究』第101号)参照。

- (4) USDA, *Rice Situation and Outlook Yearbook*, Nov.2001, p.11

- (5) 世界の穀物取引に詳しいT.セーウエル氏は、「タイの米輸出業者は、米取引にともなう市場リスクに他国の業者よりはるかに柔軟に対処している」(Tom Sewell, *Grain Carriage by Sea*, LLP, London, 1999, p.56)と評価している。タイ政府、対外貿易部でヒアリングした際の担当者も同様な見解を表明していた。

- (6) OMIC Report, 2001, "*Rice Situation In Thailand*", p.3 - 3

- (7) 137との業者数は、2001年の米輸出協会の年報による。なお、現地でのヒアリング調査によると、上位10業者でタイの米輸出の60%ほどを占める。

- (8) なお、政府間取引による米輸出も基本的に輸出協会を通じた入札によっている。ここにも輸出協会が米輸出業者間の協調組織としての役割を果たしている事実が見出される。

- (9) 原料の白米を混合し、輸出米に仕立て、積み込む作業場が埠頭であるが、これは、原語では"go down"とされる。この"go down"が、輸出業者にとっての最も重要な作業場であり、ここに輸出業者の業務が集約されている。

- (10) 100kgの袋を開封して山積みした原料米を、手作業で混合する従来の方法に対し、サイロピンを備えた倉庫を有する輸出業者は、各種の米をピンごとに分けて入れ、数本のピンから流れてきた米をコンベアで混米している。こうした、より近代的な混合技術を採用している業者もあるが、本文で紹介した混合技術が主体である。

- (11) 原料米を混合して規格にあった輸出米に仕立てる調合作業は、現実には長年の作業経験を有するマネージャーによって行われる。輸出業者にとっては、ぎりぎりの規格に仕立てる技術を有するマネージャーを確保できるか否かが、競争上の地位を確保する重要な要件となる。

- (12) 以下の本文では、精米仲買人を流通業者間での通称であるブローカーと表記する。な

お、邦文でのタイ国内の米流通構造に関しては、さきの矢野泉氏以外にも、亀谷編著『米輸出大国・タイ米産業の光と影』（富民協会,1991),加藤信夫「タイにおける稲作の現状と課題」（第40回研修生論文集、昭和61年度、農業総合研究所））なども有益である。

- (13) 4万6000という精米業者数は、1990年調査による数字である。1990年代を通して業者間の若干の淘汰も進展したと考えられ、2001年現在では、タイの精米業者数は4万6000を若干下回ると推定される。
- (14) これに関しては、矢野泉前掲論文155 - 158頁参照。
- (15) USDA, Electronic Outlook Report from the Economic Research Service, *Rice Outlook*, 2002, Jan.14 ,p.6. アメリカはマーケティングローンのもとで生産者の手取額を減少させずに輸出価格の引き下げが可能な方策を講じているが、タイの米輸出業者は、マーケティングローンの指標価格が公示される間隙を縫って輸出価格の引き下げを図り、輸出競争力を維持していると考えられる。
- (16) これは、タイにおいて農業政策を実施する行政メカニズムに筆者が不案内であることに基本的によっている。しかし、同時にタイで米価対策を遂行する担当省、部局が錯綜していることも、政策評価を困難にする一因である。例えば、価格支持政策は公共倉庫機構（PWO=Public Warehouse Organization）、農家出荷局（MOF = Market Organization for Farmers）の行政部局によって担われるものの、それぞれの責任分担は判然としない。現地でのヒアリング調査によると、政府の米価支持政策が予期する政策効果を達成しうるか否か、農業省の担当行政官自身が確信を持っていない様子であった。

最大の問題は、農村末端で施策を有効に実施しうるように行政担当者が個々の生産者に責任をもって対応しているか、あるいはそのような行政・地方自治の組織体制となっているかどうかであろう。また、既存の米流通業者は支持価格政策が有効に機能すれば、自己の権益が損なわれる側面も存在する。このため、政府の価格支持政策への流通業者の具体的な対応も明らかにされねばならない。

なお、本稿はタイでの現地調査（主として政府機関）によっているが、現地調査に際してはOMICタイ事務所などにお世話になった。記して謝意を表したい。

第1表 主要米輸出国別輸出品

(単位：万トン)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
タイ	528	522	637	668	657	700	700
ベトナム	304	333	378	456	340	360	400
アメリカ	263	230	316	265	275	220	270
インド	355	195	449	255	130	160	150
中国	27	94	373	271	320	180	200

USDA, ERS, *Rice Situation and Outlook Yearbook*, 2001, Nov. など
 なお、2001年については暫定値、2002年については推定値である。

第2表 タイ米の商品特性別輸出構成－2000年－

(単位：万トン、%)

香り米	120.4	18.3
糯米	20.8	3.1
パーボイルドライス	184.9	28.1
その他白米	331.1	50.5
合計	657.2	100.0

Omic Report, 2001, *Rice Situation in Thailand*.

第2表 主要米輸出業者の輸出実績

(単位：1000トン)

1996年の輸出実績の順位	1996	2000
Soon Hua Seng Group	1,015	883 (2)
Capital Rice Group	650	1,198 (1)
Chaiyapom Rice Group	474	513 (3)
Puey Heng Long Group	216	—
Thai Huua Group	214	430 (4)
Bangsue Chia Mill Geoup	213	237 (6)
Uthai Produce Co, Ltd	211	227 (7)
Siam Rice Trading Group	197	—
Huay Chuan Rice Group	177	—
Kamol Kij Group	169	352 (5)

()内は2000年度の輸出品実績の順位

Rice Export associatinの資料による

第3表 タイにおける米の需給構成

(単位：100万トン、粳米)

	1999/00	2000/01
供 給		
期首在庫量	2,050	3,296
一 期 作	19,016	19,552
二 期 作	5,156	5,096
合計生産量	24,172	24,648
供給量全体	26,222	27,944
需 要		
国内消費	10,313	10,390
種 子	1,023	1,051
そ の 他	2,358	2,499
国内需要量全体	13,694	13,940
輸 出	9,232	10,504
需要総計	22,926	24,444
期末在庫	3,296	3,500

タイ農業・協同組合省の資料による

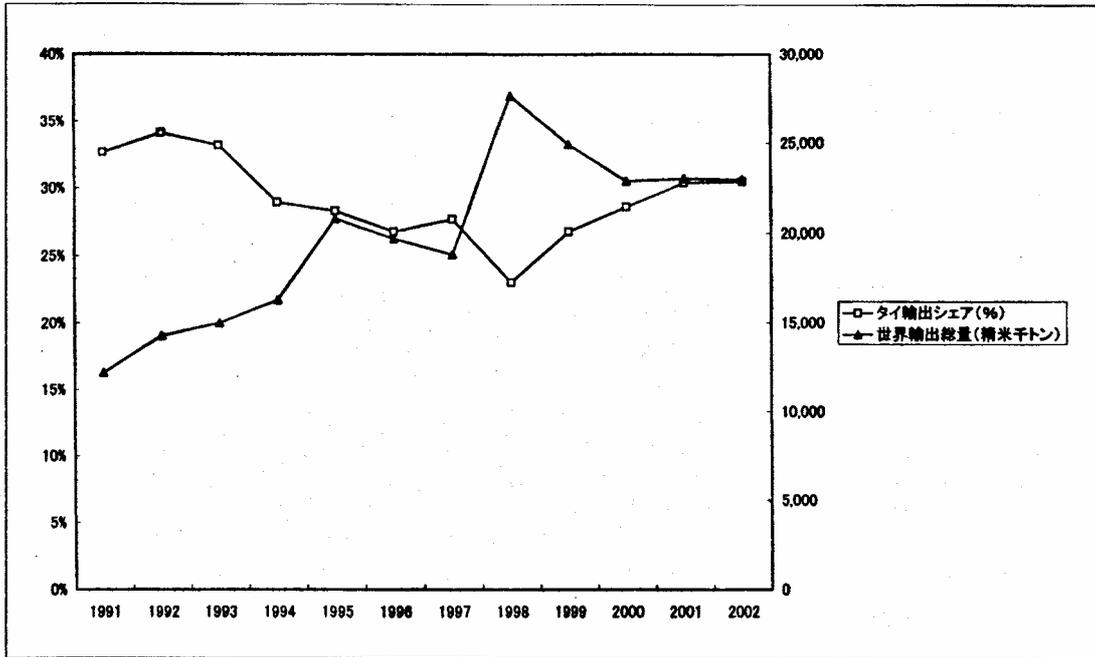
第4表 支持価格(Pledging)政策のもとでの支持価格水準

(単位：トン当たりバーツ)

粳 米 の 種 類	支持価格
Fragrant Jasmine Rice Paddy	6,500
Rice Paddy 100%	5,330
Rice Paddy 5%	5,235
Rice Paddy 10%	5,045
Rice Paddy 15%	4,950
Rice Paddy 25%	4,760
Glutinous Rice Paddy...Long Grain 10%	5,900
Glutinous Paddy (Mixed)	5,650

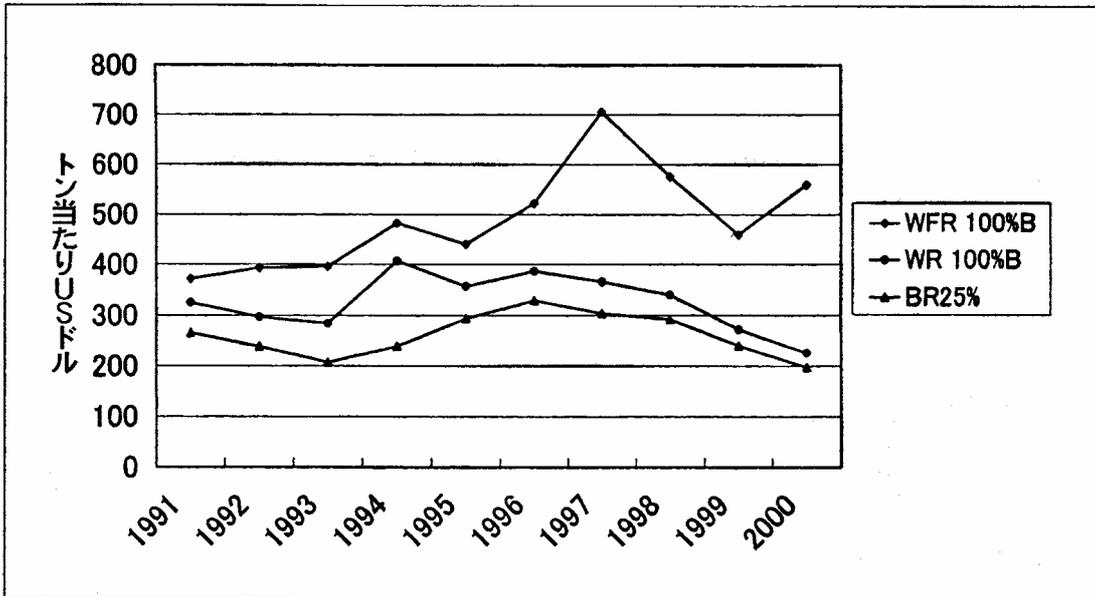
タイ農業・協同組合省の資料による。なお、支持価格の原語が pledged price である。

第1図 世界の米輸出量とタイの輸出シェア



出所：Omic Report, 2001, “Rice Situation in Thailand” の資料より

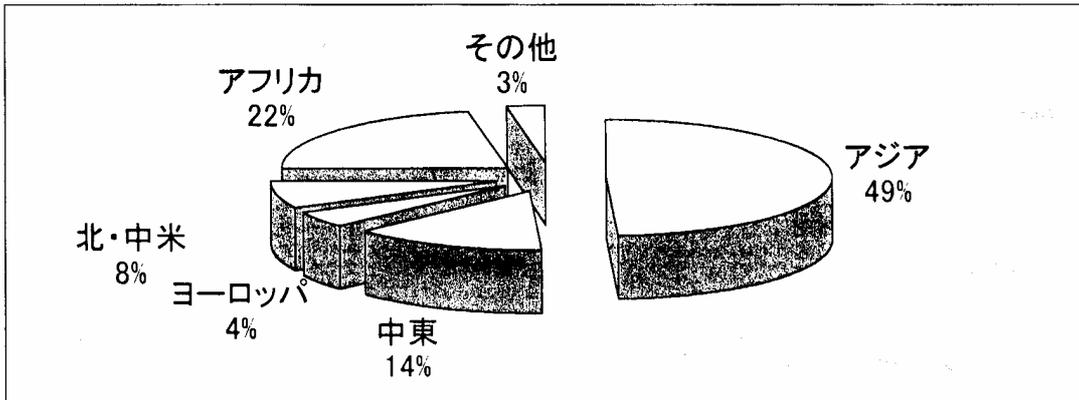
第2図 タイ米輸出価格、平均年間FOB価格



WFR は香り米 (Fragrant Rice) である。

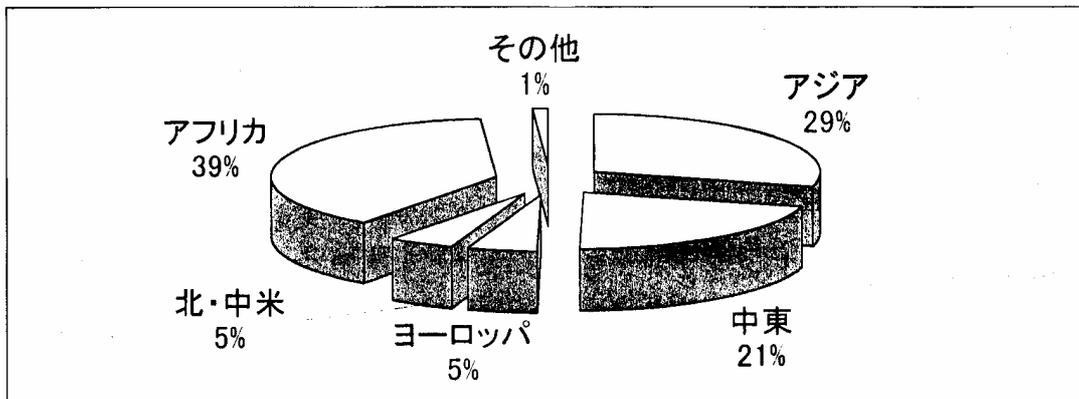
出所：Rice Committee, Board of Trade of Thailand の資料より

第3図 タイ米輸出先、1996年



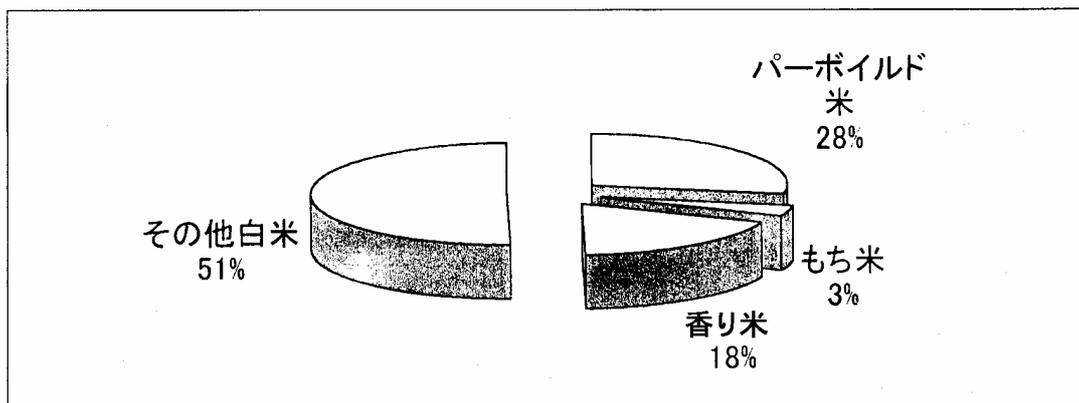
出所：Omic Report, 2001, “Rice Situation in Thailand” の資料より

第4図 タイ米輸出先、2000年



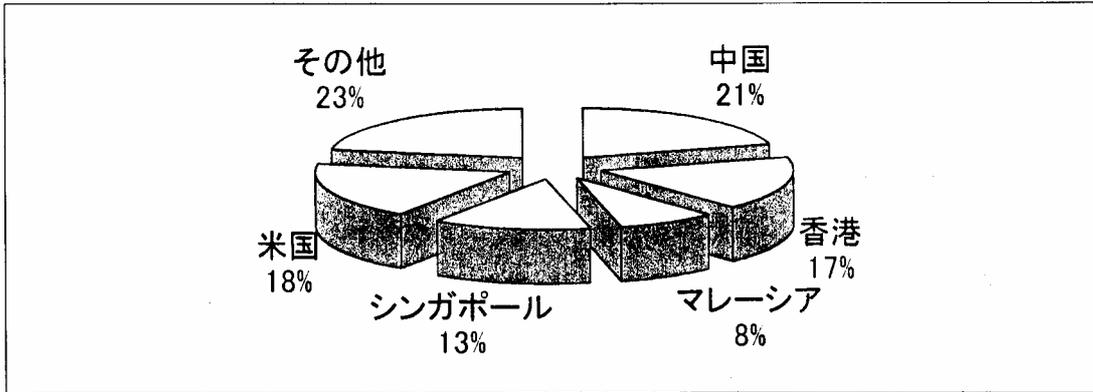
出所：Omic Report, 2001, “Rice Situation in Thailand” の資料より

第5図 タイ米輸出の商品特性別構成、2000年



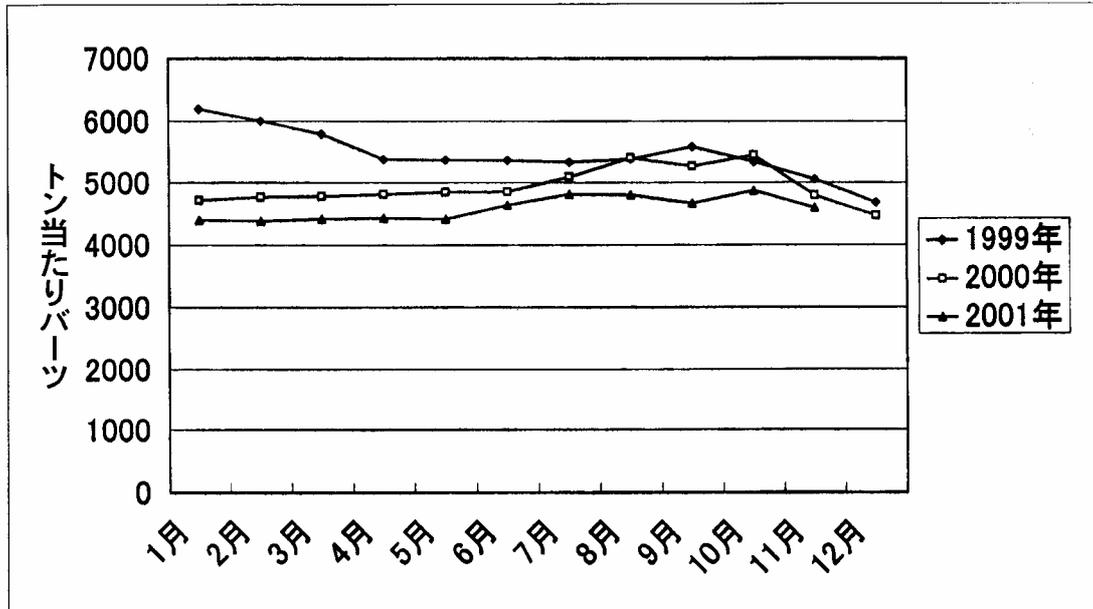
出所：Rice Committee, Board of Trade of Thailand の資料より

第6図 香り米の主要輸出先国別構成、2000年



出所：タイ政府、商務省対外貿易局の資料より

第7図 うるち米（碎米5%）の庭先価格



出所：タイ農業・協同組合省資料より