

# 日本向け台湾産愛文マンゴ어의フードシステム —F 農産物輸出会社を中心とする連鎖構造の事例研究—

京都大学農学研究科 林 鎂茹

## 1. はじめに

台湾は、農産物の生産時期が集中しており、常に農産物の生産過剰が発生している。そのため海外への輸出は、その解決策の1つとして重視されている。

台湾産農産物の主要な輸出相手国の1つである日本においては、マンゴーブームが到来し、その需要が急増したことから、台湾政府は日本を、マンゴー輸出促進の最重要な対象国と位置付けた。

その成果として、台湾産マンゴ어의対日輸出は、2004年から明らかに成長してきた。ところがその輸出量は2011年にピークに達した後、急劇に下落した(図1)。この輸出量の増減の原因は何なのか、筆者は強い関心を持った。

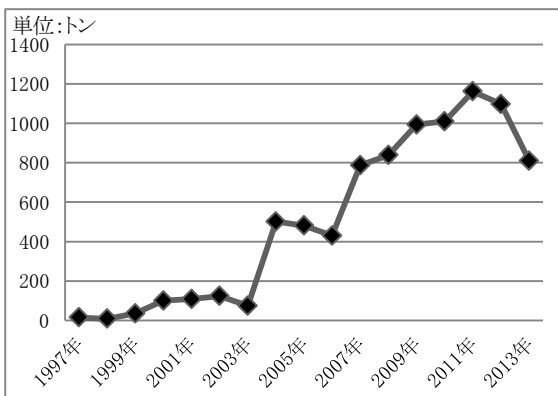


図1 台湾産マンゴ어의日本への輸出量の推移

## 2. 分析の課題

日本向け台湾産愛文マンゴ어의輸出量増減の原因解明のために、フードシステムの実態分析が求められる。本稿は、5つの副構造を解明する、新

山[1]が提示したフードシステムの分析方法から学び、特に連鎖構造に焦点を当て、日本向け台湾産愛文マンゴ어의フードシステムの実態に接近するものである。

そのために、台湾においてマンゴ어의対日輸出を行っている業者の中から、平均的な事業規模のF農産物輸出会社を選び、フードシステム分析の中心に置く。そして、F社が契約する川上(台湾)側の生産者・蒸熱場と、川下(日本)側の小売業者に対する聞き取り調査の結果を整理するかたちで、その連鎖構造を解明するのが、本論の第1課題である。

次に、フードシステムを構成する各主体の経営実態の解明が、輸出量の増減を考察する上で重要であるが、本論においては取引主体が獲得するマージンの大きさを概算することで、経営実態にアプローチする。それが本論の第2課題である。

さらに第3課題として、特に日本の小売業者に対する聞き取り調査の結果にもとづき、日本の消費市場の実態をとらえ、台湾産マンゴ어의対日輸出量が急落した原因を解明するとともに、今後、輸出量を回復させるために求められる課題を検討する。

## 3. 調査結果

### (1) 第1課題

聞き取り調査により解明できた、日本向け台湾産愛文マンゴ어의連鎖構造の外観図は、図2のようになる。

玉井産銷班第A班には、12農家が所属しているが、F農産物輸出入会社と契約する5人の生産者、F輸出会社、F社が委託しているY蒸熱場、そ

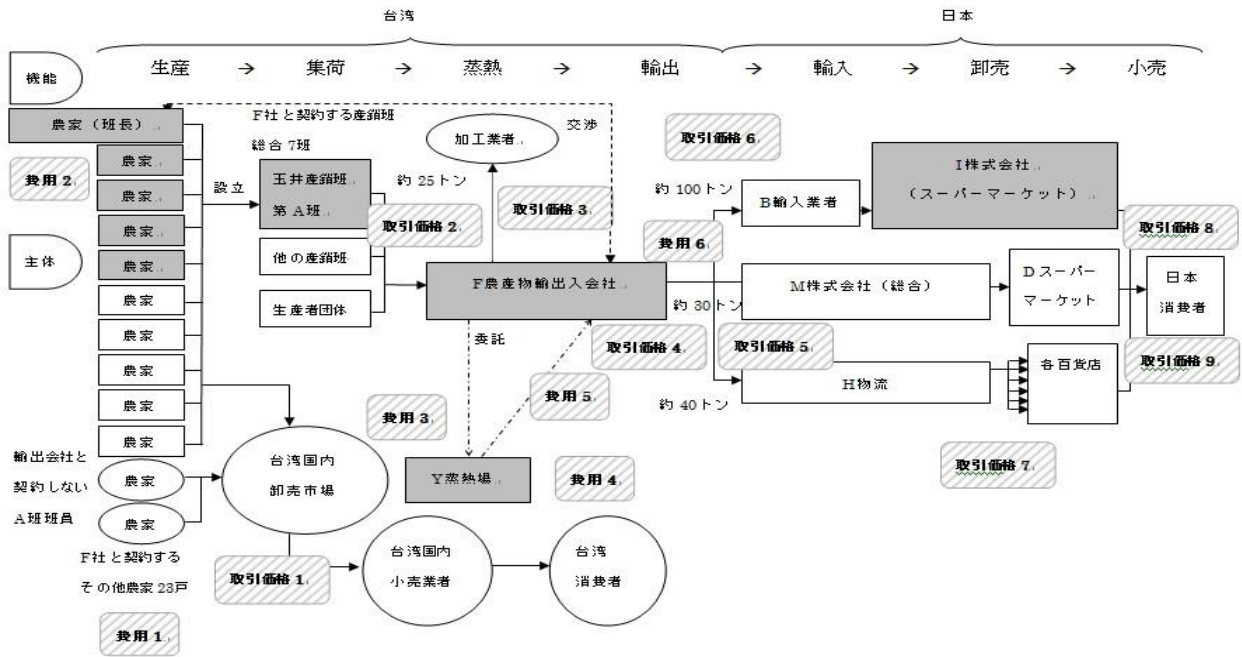


図2 農産物輸出会社を中心とする連鎖構造

註1) 網掛けをした主体は聞き取り調査の対象で、四角の枠内は本フードシステムの構成主体である。

して日本のB輸入会社を経由したマンゴーを小売しているI株式会社に対して、聞き取り調査を行い、下記の特質を見出すことができた。

対日輸出のためには、輸出業者がマンゴーの検疫や蒸熟を受ける新たなコストが生じる。また生産農家も、袋かけ作業などの新たな作業が増え、コストが平均2割上昇する。

農家が輸出会社に販売するマンゴーの取引価格の決め方は、農家が近隣地域の農家の取引価格および青果市場の取引価格を参考にした後に、産銷班の班長を代表として輸出会社に提出し、価格交渉をするという形になっている。産量によって毎週、多少の変動がある。

### (2) 第2課題

主に取引価格（販売価格）から費用（調達費、包装費、蒸熟費など）を差し引いた取引主体に残るマージンを概算し、各主体について比較したところ、F輸出会社のマージンが最も少ないことがわかった。日本側に残るマージンの方が、台湾側より多いこともわかった。

### (3) 第3課題

台湾産愛文マンゴーは日本市場において、高級な宮崎産と安価な輸入品の間には含まれる中途半端な位置にあり、それが需要減につながっている。

天候に影響されやすい露地栽培と糖度管理の不安定さが、品質面で台湾産マンゴーが劣る2要因である。

## 4. おわりに

生産農家はコストが平均2割上昇するが、マージン分析から推察できるように、一定の利益が出ており、今後も経営を続けるという。

日本向け愛文マンゴーのフードシステムについては、生産段階・輸出段階・消費国段階におけるマージンの大きさが比較的均等であり、フードシステムの成果としてよい評価を得られるだろう。

台湾産マンゴーの対日輸出を継続するためには、コストを抑えるか品質を向上させるかの2つの道を選択できる。

### 参考文献

[1] 新山陽子『牛肉のフードシステムー欧米と日本の比較分析ー』日本経済評論社、2001年。