

拡大するメキシコの温室トマト輸出と地域発展の可能性(小特集 ラテンアメリカの一次産品輸出)

| | |
|-----|--|
| 著者 | 谷 洋之 |
| 権利 | Copyrights 日本貿易振興機構(ジェトロ)アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp |
| 雑誌名 | ラテンアメリカレポート |
| 巻 | 24 |
| 号 | 2 |
| ページ | 10-19 |
| 発行年 | 2007-11-20 |
| 出版者 | 日本貿易振興機構アジア経済研究所 |
| URL | http://doi.org/10.20561/00029315 |

拡大するメキシコの 温室トマト輸出と地域発展の可能性

谷 洋之

1 輸出産品としての「温室トマト」

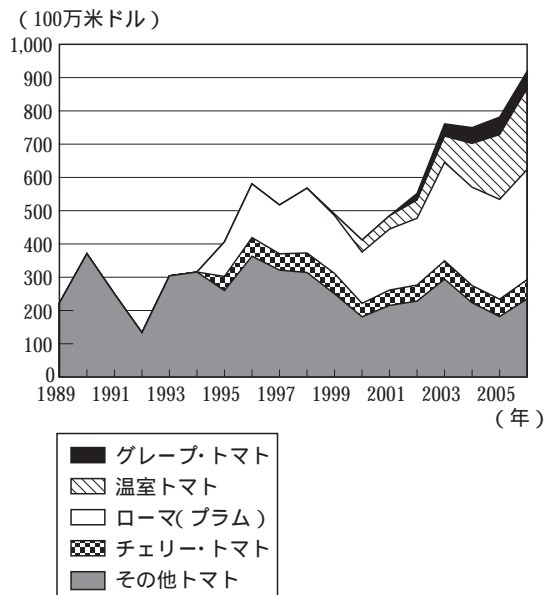
トマトは、古くからメキシコの伝統的な輸出品品であった。しかしながら、ここで「温室トマト」と表題に掲げたのは、これが「トマト」とは別財として扱われ始めており、新たな展開を示しているからである⁽¹⁾。

メキシコのトマト輸出は、そのほぼ全量が米国向けのものである⁽²⁾。そこで本稿では、米国農務省がインターネット上で公開している貿易統計を用いて議論することとする。そこでは、品種別により細かい分類がなされており、米国が同国に輸入されるトマトをどのように取り扱ってきたかをよく見て取ることができるからである。

まず図1を見てみよう。この図は、国際統一商品分類(HS)10桁に基づく米国のメキシコ産トマト輸入額を示したものである。容易に見取れるように、1994年までは品種別の統計は作成されていなかった⁽³⁾。しかし95年以降、さまざまな品種が独立の関税番号を割り振られつつ、統計に表れてくる。ここで注目したいのは、99年から独立の項目を立てられた「温室トマト(Greenhouse tomatoes)」である。これは言うまでもなく「露地栽培のトマト」と対比させられた分類であり、厳密に言えば「品種」ではない。また、この分類は輸入者の申告によりなされるものであるとともに、2004年までは7月15日から8月31日までに輸入

される温室トマトについては独立の関税番号が存在しなかった。したがって、米国が輸入するトマトの品種別動向が完全に把握できるものではない⁽⁴⁾。にもかかわらず、ここで「温室トマト」の項目に注目するのは、この栽培方法が普及したことにより国境を越えるトマトの流通が新たな段階を迎えたといえることができるからである。

図1 HS10桁関税分類に基づく米国のメキシコ産
トマト輸入額



(出所) 米国農務省ホームページ。(<http://www.fas.usda.gov/ustrade/USTImHS6.asp?QI=> 2007年9月20日閲覧)

米国の温室トマト輸入相手国を、統計の得られる1999年以降について確認しておこう(図2)。後でも見るように、温室水耕栽培の技術はイスラエルやオランダ、スペインで開発・確立されてきた。それを反映するように、当初は欧州連合(EU)からの輸入が比較的大きな割合を占めていた。欧州産の温室トマトは、ほぼ年間を通して輸入され、主に高級品として出回っていたと考えられる。しかしながら、欧州からでは輸送コストがかさむこと、温室水耕栽培はすでに標準化された技術となっており、新興の生産地でも品質面でのキャッチアップが比較的容易であること、地理的な近接性に加え、低緯度に位置するメキシコでは冬季でも暖房が不要であることが多く、低コストでの生産が可能なこと、こうした理由から、特に2003年以降、メキシコからの温室トマト輸入が急激に増加している。この過程には、当初は高級品であった温室トマトの大衆化がともなっていることも考えられよう。

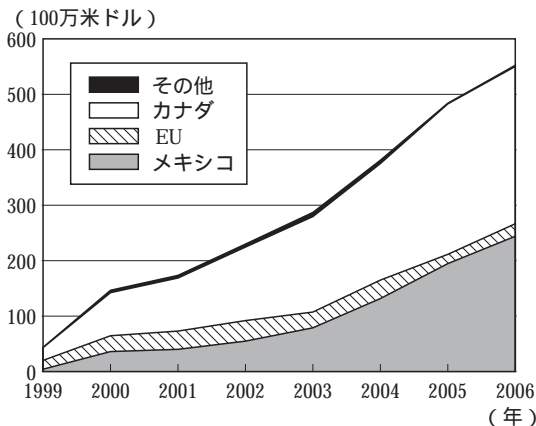
それでは、メキシコ国内ではどのようなことが

起こっているのであろうか。メキシコにおけるトマトの主産地は、伝統的に太平洋沿岸のシナロア州であった⁽⁵⁾。図3を見てみよう。これは、トマトの収穫面積、生産量、生産額についてシナロア州の占めるシェアを示したものである。これを見ると、同州のシェアが趨勢的に低下していることがわかる。また、なかでも生産額のシェアの低下が著しいことは、同州産のトマトの単価が全国平均を下回っていることを意味している。

シナロア州のトマト産地は、太平洋沿岸の高温多湿な低地である。露地栽培では有利であったこうした気候条件は、実は温室栽培には適さない。温室内が暑くなりすぎるのである。こうしたことから、温室栽培は内陸の比較的高度のある地域で広まっている。気温が高くなりすぎることがなく、相対的に乾燥していることから、温室内環境の制御が容易なのである。

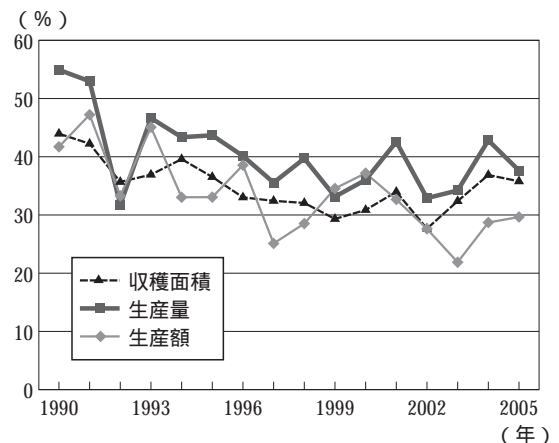
一般的な趨勢を把握したところで、具体的に温室トマトがどのように生産されているのか、どのような形で消費地まで流通が図られているのかを、

図2 米国の温室トマト輸入額



(出所) 米国農務省ホームページ。(http://www.fas.usda.gov/ustrade/USTImHS6.asp?QI= 2007年9月20日閲覧)

図3 メキシコ・トマト生産におけるシナロア州のシェア



(出所) México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, *El sector alimentario en México*, Aguascalientes: INEGI, varios años.

節を改めて見てみることにしよう。

2 アグロスル社(ハリスコ州)の事例

アグリクルトーラ・デル・スール社(Agricultora del Sur, 以下, 同社の略称である「アグロスル社」)は、メキシコ西部ハリスコ州南部に1996年設立された。共同出資者は、財務省の官僚や銀行勤務など農業とはかかわりのなかった分野の出身であったが、北米自由貿易協定(NAFTA)交渉を間近に見聞する立場にあり、米国市場をターゲットとした近代的農業がビジネスになると踏んで新規参入したということである。

アグロスル社の本社と生産・出荷施設が立地する標高約1000メートル、年間平均気温およそ22度という地理的条件は、暑からず寒からず、年間を通して温室トマトを栽培するのに適したものであり、近隣にはほかに米国資本のものも含め3件の大規模温室栽培業者も操業している。アグロスル社では、筆者が最後に訪れた2006年9月現在、400ヘクタールほどの敷地に広さ1ヘクタールの温室が22棟稼働していた(写真1)。この地域にあっては必ずしも規模の大きい企業ではないが、数年内に100ヘクタール余りにまで温室での栽培規模を拡大する計画があるという。

アグロスル社は、かつてはスイカやキュウリを手がけたこともあったとのことだが、現在はトマト専業である。縦長で比較的小型のローマ種(メキシコではsaladetteと呼ばれる)と横長で大型のピーフステイク種(メキシコでの呼称はbola)が栽培されている。また、2006年9月に訪問した際には、カナダの企業から「マキラドーラ方式で」(同社の実質的な経営者であるサラサール氏の説明)発注された「Campari」という商品名の小型トマトが生産されていた。「マキラドーラ方式で」というと、ど

うしても「下請け」というネガティブな印象が付きまとうが、サラサール氏は、品質への要求の厳しい企業からの注文に十分に応えられているという意味でポジティブにこの言葉を使っていた。

温室は、スペイン製もしくはイスラエル製、生産技術はコンピュータによる温室制御システム一式とともにスペインから導入された。培養基としては、付近に豊富に存在する火山岩を砕いたものテソントレ(tezontle)と呼ばれるにココヤシの繊維を混ぜたものやパーライト(破碎した火山岩を焼成したもの)が用いられる。テソントレにせよパーライトにせよ多孔質であり、これが水分と養分を適度に保持するのだという。灌水・施肥は、地下200メートル余りの深さから汲み上げた清潔な水に数種の液体肥料を溶かし込み、それを直径5ミリメートルほどの管で苗木の根元に直接にコンピュータ制御で送り込む点滴灌漑が採用されている。受粉はカナダから輸入されたセイヨウマルハナバチを温室内に放ち行わせる。このような人工的な環境の下、温室1棟での1収穫当たり150~170トン、年に2回半ほどのペースで収穫が可能とのことである。

アグロスル社の生産設備は、確立された技術をまるごと導入した形に近く、その意味で生産は比較的順調に滑り出したが、販路の開拓に苦労したという。結局、同社の経営が軌道に乗ったのは、米国・カナダでのアグリビジネスに豊富な経験を持ち、かつては取引先として同社から生産物を購買していた前出のサラサール氏を新たに共同出資者に迎えてからであったという。

アグロスル社の販売手法で特徴的なのは、米国テキサス州マクアレンに販売会社(グローバル・グローワーズ・ネットワーク社)を設立し、そこを拠点に米国北東部・カナダ東部を中心とする地域のチェーンストアからの注文を取っていくというもの



写真1：アグロスル社の温室。脇に植えられている木は防虫作用のあるニムである。

である。米国内に販売会社を設立したのは、「商品が足りなくなったときに顧客がメキシコに電話をかけて注文するのを嫌がるから」(サラサル氏)である。収穫の半年ほど前から注文を取り始めるが、週単位、月単位、シーズン単位などさまざまな契約期間を組み合わせることで価格変動リスクを回避しつつ利益を確保していく。受けた注文は、温室に隣接する事務所のパソコンにインプットされ、それを基に生産計画が立てられる。つまり、「できたものを売る」のではなく、「売るために作る」のである。このような形で最低限の利益を確保した後には、それ以外の生産物をスポット市場で「ギャンプルする」(サラサル氏)。品質面で付加価値を高めるだけでなく、販売という川下への垂直統合を図ることで、さらなる付加価値の獲得を目指しているのである⁽⁶⁾。

主に輸出市場に向けて出荷されるのは、アグロ

スル社でいう「冬季」、概ね11月から翌年4月にかけての時期である。5月から10月頃にかけての「夏季」は、120キロメートルほどの距離にある州都グアダハラ 人口規模ではメキシコ第2の都市圏である を中心とする国内市場がターゲットとなる。「夏季」には、米国内産やカナダ産のトマトが多く出回り、輸出価格が下落することに加え、メキシコで雨季に当たるこの時期には露地栽培による収穫が難しく、国内市場では逆に価格が上昇するからとのことであった。メキシコでも健康ブームで、生鮮野菜に対する需要が大きく伸び、国内市場も輸出市場と同様に魅力的であるとの話であった。また、近隣には輸出向けに冬季のみ操業する業者もあるが、年間を通して生産設備を使用することで、総合的に見ればメンテナンス費用も安く上がるほか、コンスタントに働けるということで従業員の作業の質が確保できるという

メリットも享受できるとのことである。

アグロスル社のいまひとつの特長は、その労働管理にある。同社にはおよそ600人の従業員が雇用されているが、年間操業の温室栽培であることを反映して、基本的には常雇用の形態をとっているという。施設のメンテナンスに男性従業員、選果に女性従業員が充てられているほかは、男女による労働内容に区別は行っていないということであった。一見したところ若い男女の姿が多いが、それと同時に高齢者を雇用し、温室内の清掃等に当たらせているという。仕事の場合は常に整理整頓され清潔に保たれるべきであるという、一種の「労働文化」を若年層の多い従業員に植え付けようとしているとのことであった。また、サラサル氏からは「高齢者も仕事をしている方が健康を保てる」という発言があったが、彼の社会観の一端を見た気がした。

アグロスル社では2002年に従業員に対する賃金支払い形態の変更を行った。それまでは1日8時間労働に対して75ペソの日給が支払われていたが、制度変更後は1日の作業ノルマを設定し、それに対して100～120ペソの賃金を支払う方式にしたという(1ペソは約11円)。作業ノルマさえ達成できれば早く帰宅することができ、家事・育児や自らのエヒード農地での耕作との両立が容易になる一方、1日に2人分のノルマを果たすことで2倍の賃金を稼ぐ従業員も現れ、従業員からも好評であるとのことであった。また、経営側から見ると、それまで温室1棟(1ヘクタール)当たり8～9人必要であった労働力は、現在では同4～5人とほぼ半減し、作業能率が大きく上がったというメリットがあった。賃金支払総額そのものには変化はないということであるが、同社の従業員の大半が付近の20ほどの集落から毎日通ってきていること⁽⁷⁾、近隣に同様の温室栽培企業がいくつも

あること、同社自体が温室の拡張計画を持っていることを考え合わせると、地域的な労働力不足が今後顕在化する可能性もあり、この労働節約効果は大きいと考えられる。

アグロスル社の経営者がこの賃金支払い形態の変更に着手した背景には、サラサル氏の米国での経験があったという。周知のように米国の、特に農業生産の現場では、合法・非合法のメキシコ人移民が数多く労働している⁽⁸⁾。懸命に働く彼らの姿とハリスコ州の温室でのんびりと働く従業員の姿とのギャップがどこからくるのかと考えたとき、それは働けば働いただけそれが賃金の形で表れるというインセンティブだと気づいたというのである。もちろん、価格競争力が同社の重要な武器のひとつである以上、米国と同じ水準の賃金は望むべくもない。しかしながら、従業員が家族や地域社会での生活と両立させながら、つまり家族がばらばらになるという「コスト」を回避しながら、一定程度の賃金が稼働できる安定した雇用を地元で見つけられる社会的効果は決して小さくない。アグロスル社では、従業員が居住する20ほどの集落の祭礼スケジュールも把握し、それに合わせて従業員の配置についても柔軟にシフトさせているということであった。

3 カンボ・レアル社(サカテカス州)の事例

カンボ・レアル(Campo Real)社は、ガソリンスタンドを中心業種としてスタートした同族企業イソロ(Islo)社傘下の農業生産企業である。州都サカテカス市郊外のトランコーソ(Trancoso)市に200ヘクタールの土地を所有し、トウモロコシ、フリホル豆、トウガラシ、ブロッコリー、ブドウを露地で、また広さ1ヘクタールの温室4棟でトマトを生産している。トウモロコシ、フリホル豆、ト

ウガラシは国内市場向け、ブロッコリーは隣州アグアスカリエンテスで冷凍加工を行っているラ・ウエルタ(La Huerta)社に全量出荷している。また、ブドウについては、生食用のほか、将来的にはワインを生産し、良質のワインが生産できるようになった際には、敷地内にある一族の別荘をホテルに改装して、エコツーリズム、アグロツーリズムにも手を染めたいとしている。実現までには困難もあるが、生産物の高付加価値化および関連産業の創出という点で興味深い構想である。

トマトは温室栽培のみで、2001年に2ヘクタールの規模で開始された。翌2002年には4ヘクタールへと規模拡大が行われており、3年後には15ヘクタールにまで拡張の予定とある⁽⁹⁾。温室とコンピュータによる制御システムはスペイン製、その他の設備は概ねオランダ製とのことである。

カンボ・レアル社の立地は標高約2200メートルに位置し、時期および時間帯によってはかなり冷え込む。よって同社の温室には、アグロスル社のそれにはなかった暖房装置が備えられている。系列会社から調達するLPガスをイタリア製のボイラー2基で燃烧させて温水を作り、それを温室内にくまなく張りめぐらされた配管に通して暖房を行う。興味深いのは、畝の間に2本ずつ設置されたこの配管を同時にレールとして利用して、剪定や収穫などの作業を行う台車(電動を含む)を動かし、効率化を図っていることである(写真2)。ただし、ヘクタール当たり労働者数は9~11人ということで、アグロスル社と比べて多く、これが賃金支払い形態の違い(カンボ・レアル社では1日8時間労働とのこと)によるものなのか、それともカンボ・レアル社の方が作物に対しきめ細かい取り扱いをしているということなのか、この点については不明である。

カンボ・レアル社における生産の形態は以下のと



写真2：暖房用のパイプをレールとして利用した作業台車(カンボ・レアル社)

おりである。灌水はアグロスル社と同様に点滴式で、日照量に応じて自動的に肥料溶液が供給される。培養基は、スリランカから購入されたココ繊維のパッケージの上にグラスウールのパッケージを載せ、そこに苗木が植えつけられている(写真3)。かつてはテソントレモ使用したことがあるが、水を40%節約できる現在の方式に変更したとのことである。天井から張られたビニールの紐に伝わって栽培するのもアグロスル社と共通だが、果実の重みで枝が圧迫されて果実への養分の供給が妨げられるのを防ぐため、プラスチック製の補助具が数多く装着されていた。受粉は、ここでもセイヨウマルハナバチが用いられていた。また、温室内には二酸化炭素濃度のセンサーが備えられ、濃度



写真3：トマトの苗木が植えつけられた培養基。傍らに挿されているのは灌水用のチューブである（カンボ・リアル社）

が低下した際にはビニールの筒を通じて供給されるとのことであった。

このような形で、ヘクタール当たり年間500トン、合計2000トンのトマト（bola種のみ）が生産されているとのことである。ロットが小さいため、チェーンストア等に直接納めることはできず、ブローカーを介して出荷しているのが現状である。このような状況を脱するため、生産規模の拡大を企図するとともに輸出先の多様化を図ろうとしており、ホームページにもわずかな分量とはいえ日本語のページを用意している。また、2007年3月には千葉・幕張で開催されたFoodex Japanにも出展し、日本で展開しているチェーンストア関係者とも名刺交換を行ったようであるが、契約には至っていないということであった。

防疫や安全性の確保に関しては、徹底しようという強い姿勢がうかがえた。敷地の入り口には消毒液が張られた窪みが設けられ、入構する車両はすべてそこを通らなければならない。温室の入り口にも同様に塩素系の消毒液が張られており、靴の消毒が行われる。手洗いも細かい手順が掲示されており、液体石鹸を用いて洗浄し、備え付けのペーパータオルで拭き取った後、さらに消毒液を手に擦り込む。腕時計はおろか、指輪も外させるという徹底ぶりである。入室に際しても白衣と紙製のキャップの着用を求められた。アグロスル社でも温室入口の殺菌剤や液体石鹸を用いての手洗いはあったが、来訪者に指輪を外させたり、白衣やキャップを着用させたりといったことはなかった。それでもアグロスル社での操業に問題が生じ

たとは聞いておらず、その実効性のほどは筆者には判断できない。少なくとも考えられるのは、従業員への教育効果が期待できること、また今後カンボ・レアル社が新規の取引先を開拓する際にひとつのセールス・ポイントにしようという戦略を持っているのであろうということである。

むすび

本稿冒頭でも述べたように、メキシコは古くから米国へのトマト供給基地であった。しかしメキシコ産トマトの対米輸出は、米国内での露地栽培が不可能な冬季に概ね限られていた。低緯度に位置するという地理的条件がメキシコの持つ優位性であった。

このような構図に変化をもたらしたのが NAFTA の締結であった。米国内でほぼ唯一冬トマトが生産できるフロリダ州の生産者による圧力もあり、メキシコ産トマトの自由化は夏季(7月15日～11月14日)に輸入されるものが先行して進められた。これによりメキシコのトマト輸出の「通年化」が進行した。この過程には、安価な商品を安定的に求める米国の流通業界の影響も大きかったが、その力は同時に米国内はもとよりカナダや欧州からの温室トマト需要をも刺激した。供給の安定性はもちろんのこと、見栄えや安全性の面で高い品質の商品が得られるからである。

温室トマトの栽培はすでに確立した技術であり、キャッチアップが容易である。メキシコでも1990年代後半以降、導入が積極化した。本稿で紹介したアグロスル社やカンボ・レアル社の事例は、このような流れの中に位置づけることができる。NAFTA 規定により北米内でのトマト貿易が2003年に完全に自由化されたこととも相俟って、メキシコは、温室トマトをはじめとする品質の高い、

したがって高付加価値のトマトを大量に輸出することになった。ここでメキシコは、低緯度に位置し、かつ米国市場に近接するという地理的な優位性を再びその強みとして活かせることになった。暑すぎず寒すぎず乾燥した気候により、温室もより簡易なもので済み、暖房の必要性も小さく、また地理的近接性から出荷もトレーラーによる陸送で行えるからである。温室トマトの導入という高度化・高付加価値化を経て、再び価格競争力を武器に米国市場での地位を確立しようとしているのである。

このような動向はどのように評価することができるであろうか。1980年代半ば以降の一連の農業自由化政策に関しては、依然として大きな問題を抱えている。しかし、そうしたマクロな経済環境の下、民間部門の中から創意工夫をもって新たな農業に取り組む層が出てきたこと、「温室トマト」や減農薬・有機栽培といった高度化・高付加価値化への一歩を踏み出していること、そして従来さしたる産業が見られず過疎化の進んでいた地域に、兎にも角にも新たな雇用が生み出されたことは、素直に評価すべきであろう。「地元で働く」ということが現実的な選択肢として与えられることは、経済的のみならず、大きな社会的便益に数えられると思われる。

また本稿で取り上げた2社の事例では、積極的に関連産業を生み出そうという意識が見られた。アグロスル社の場合は、本文中で記述したテキサス州の販売会社のほか、ハリスコ州の社有地にアガーベ(テキーラの原料となるリュウゼツラン)、柑橘類の一種であるクレメンタイン、防虫作用のある香木でインド原産のニム(写真1参照)など、商品価値の高い品目への多様化も行おうとしている。カンボ・レアル社の場合には、ワイン醸造と観光業という前方関連の創出を構想している。その成否

は未知数だが、この種の試みについても積極的に評価すべきである。

このような事例がすべてを解決する魔法の杖でないことは明らかである。新聞報道によれば、NAFTAによる貿易自由化から利益を得ることのできた農業生産者は全体の3%にすぎないという⁽¹⁰⁾。来る2008年1月1日からはトウモロコシやフリホル豆など最長の移行期間が与えられている品目も含め、北米地域における農産物貿易の完全自由化が実施に移されることになっているし、それを待たずしてメキシコの対米農産物輸入はすでに激増している⁽¹¹⁾。これらの問題への対策はあってしかるべきであろう。

しかしながら、本稿で取り上げたような試みは、今後のメキシコ農業の進むべき道のひとつを示すものとはなり得よう。このように言うのは、地域社会に根を張りながら、地域の経済ネットワークを形成していくには何が必要か、どのような域外との結びつきを活用していくことができるのか、こうしたかなり普遍的なテーマに対するヒントをこれらの試みはわれわれに指し示してくれているからである。温室での栽培品目の多様化、温室の内製化、ロットを大きくして交渉条件を整えるための共同出荷場の開設など、温室栽培から派生した取り組みの事例も近隣で多く見られはじめている⁽¹²⁾。企業という「点」から地域という「面」へ、成果がどのように広がっていくかを今後も注視していきたい。

〔付記〕

アグロスル社への現地調査は、2005年6月25日、9月26日、2006年2月20日、9月20日の4回にわたり、またカンボ・レアル社への現地調査は2007年8月27日に実施した。ご協力いただいたAgrosur社のAntonio Salazar氏、Campo Real社のJuan Carlos Pérez氏にお礼を申し上げる。

注

- (1) 近年の北米地域における温室トマトの生産・流通動向に関しては、Roberta Cook and Linda Calvin, "Greenhouse Tomatoes Change the Dynamics of the North American Fresh Tomato Industry," *Economic Research Report*, No.2 ("Electronic Report from the Economic Research Service") U.S. Department of Agriculture(www.ers.usda.gov)に詳しい。
- (2) メキシコ経済省の統計によれば、2006年にメキシコから輸出された「チェリートマト」のうち、ごく少量がカナダと英国に輸出されたのを除けば全量が米国向けであった。また「その他トマト」も99.8%が米国に輸出された。経済省・インターネット関税情報システムのホームページ(<http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/fraccionAction.do?tigie=07020099&paper=comanual> 2007年9月20日閲覧)。
- (3) ただし、輸入される時期により関税率等が異なっていたため、3種類の関税番号が割り振られていた。これについては、谷洋之「産地・企業・国家とグローバル化 『米墨トマト戦争』に見るNAFTAの諸相」(泉邦寿, 松尾弑之, 中村雅治編『グローバル化する世界と文化の多元性』Sophia University Press上智大学, 2005年)を参照されたい。
- (4) 実際、7～8月における「その他トマト」輸入額は、2004年から2005年にかけて大幅に減少した。
- (5) シナロア州を中心とするトマト生産の歴史については、Sara María Lara Flores, *Nuevas experiencias productivas y nuevas formas de organización flexible del trabajo en la agricultura mexicana*, México: Juan Pablos, 1998が参考になる。また、シナロア州の生産者がメキシコ国内のトマト流通をかなりの部分支配していることについては、Flavia Echánove Huacuja, "Redes rurales en el abasto de hortofrutícolas a la Ciudad de México," en Hubert Carton de Grammont et al. (coordinadores) *Agricultura de exportación en tiempos de globalización: El caso de las hortalizas*,

frutas y flores, México : Juan Pablos, 1999を参照されたい。

- (6) アグロスル社の立地にほど近いサユラ(Sayula)市で筆者が2007年8月22日に行った農業生産企業での聞き取り調査では、この地域の輸出向け農業生産企業でグローバル・グローワーズ・ネットワーク社に生産物を出荷しているところもあることが明らかになった。
- (7) このことは、メキシコの輸出向け野菜・果物生産に関し、国内移動労働力の労働条件・生活条件が一つの大きな研究上のトピックであったことと対照的である。この問題については、María Antonieta Barrón, *Empleo en la agricultura de exportación en México*, México : Juan Pablos, 1997 ; María Antonieta Barrón y Fernando Rello, “La agroindustria del tomate y las regiones pobres en México,” *Comercio Exterior*, Vol.50, Núm. 3, marzo de 2000などを参照されたい。
- (8) メキシコ中央銀行(Banco de México)がホーム

ページ上で公表している資料(<http://www.banxico.org.mx/polmoneinflacion/estadisticas/balanzaPagos/balanzaPagos.html> 2007年6月10日閲覧)によると、海外からメキシコに住む家族への送金額は2006年には230億ドル余りに上っている。

- (9) カンボ・レアル社ホームページ(<http://www.gasislo.com/camporeal/index.html> 2007年9月14日閲覧)による。
- (10) “Factor climático y proximidad de la apertura comercial anticipan crisis en el campo mexicano,” *El Financiero*, 30 de agosto de 2007.
- (11) *ibid.*
- (12) いずれも筆者が2007年8月22日にサユラ市で行った現地調査で見聞したもの。こうした試みについての詳細な報告は別の機会に譲りたい。

(たに・ひろゆき / 上智大学外国語学部准教授)