

貿易と日常的リスク

—カンボジアにおける農作物の売買を中心に—

秋保 さやか

●誰のための貿易か？

現地の人々にとって、貿易はどのような意味をもつのだろうか。近年のモノ、ヒト、情報の流れの加速が、人々の生活に恩恵をもたらす一方、疫病などの「リスク」をももたらしており、その管理をどのようにすべきかが貿易をめぐる議論の焦点のひとつとなっている。こうした問題に対して、ベツクのリスク論（参考文献①）を下敷きとし、人々のリスク認識を中心的課題として扱う、人類学・社会的リスク研究（参考文献②）、⑤）もみられるようになってきた。

している（参考文献④）。貧困層の多くが農村で生活を営む農民であるといわれ（参考文献⑥）、農業は国家経済ならびに貧困削減政策においても重要なセクターである。本稿では、「貿易」現象をカンボジアという具体的な地域的文脈のなかに位置づけ、「貿易」政策の議論の周辺に位置する人々の声から、彼／彼女らにとっての貿易の意味について描きだす。そのために、貿易の進展にともない増加し続ける不確実性を背景とした、売買をめぐる人々のリスク認識の変化に着目する。

多くが農村で生活を営む農民であるといわれ（参考文献⑥）、農業は国家経済ならびに貧困削減政策においても重要なセクターである。本稿では、「貿易」現象をカンボジアという具体的な地域的文脈のなかに位置づけ、「貿易」政策の議論の周辺に位置する人々の声から、彼／彼女らにとっての貿易の意味について描きだす。そのために、貿易の進展にともない増加し続ける不確実性を背景とした、売買をめぐる人々のリスク認識の変化に着目する。

ものやその影響について理解していることがわかる。

国家レベルで決定される貿易政策は、農村、漁村に住む農民・漁民の生活にも広く影響を及ぼす。人々が貿易現象をどのように日常のなかで経験し、認識しているのかを分析することが、当該国における貿易政策を考えるうえでも、現代カンボジアの社会的状況を考えるうえでも重要である。

実際に農民は輸出入に関して、村落内、州間といった日常的な売買の枠組みで理解している。たとえば関税による国産品の保護についても「コメや野菜の収穫時期には供給量が多くなり、価格が下がる」といった日常的経験から「クメール産の価格を高くするためにも、関税を上げ量をコントロールした方がいい」といった意見が生まれる。「自由貿易」、「グローバルゼーション」などといった抽象的な概念を使用することなく、ローカルな市場で日々売買する農作物、雑貨、衣類の種類や量の変化、価格の変化、都市部や他国への出稼ぎに出た者から聞く話などを通し、人々はローカルな経済をとりまく状況を把握している。



国産、輸入品が並ぶ市場（2013年6月、シハヌークヴィルにて筆者撮影）

こうした背景を踏まえ、「貿易」が及ぼす生活への影響を人々はいかに認識しているのかについて筆者のフィールドワークをもとに検討したい。調査は、王立プノンペン大学の協力のもと、二〇一三年二月に予備調査、六月から七月に本調査を、八州と首都プノンペンにて実施した。具体的には、グループディスカッションならびに世帯を対象としたインタビューを行い、六六八人の農民（稲作・畑作農民、胡椒生産者）、漁民、仲買人、縫製工場労働者に対する聞き取りを行った。

●人々の日常生活における「貿易」

カンボジアは、国境を接するタイ、ベトナム、ラオスとの間で、フォーマル、インフォーマルな経済関係を構築してきた。通常、政府や国際機関の貿易に関する報告

には載らない「密輸」も、内戦前から続く商慣行のひとつである。例えば、コメに関していえば、高品質の精米機がまだ多く普及されておらず、高い輸送・加工コスト、賄賂といったコストを避けるため年間約一万トンの粗米が隣国に密輸されているという（参考文献③）。これらの詳細なデータは、文書として残される類いのものではない。しかし、歴史的に構築されてきたこれらの慣習は、国境付近の地域では日常的な光景であり、現地経済のなかでも見過ごすことができない重要な位置を占めている。

ベトナムと国境を接する南部タカエウ州の市場では、ベトナムから輸入された野菜や果物、農薬や肥料、プラスチック製の日用品がならび、道端ではベトナムから買い付けられたガソリンが売られている。国境付近のクメール人は定期的にベトナムから来る仲買人に対し、コメや家畜などを売っている。衣類に関しても、定期的に古着商が来ては、場所を借り韓国、中国、日本製のタグが付いた中古服を売りさばく。そして、電化製品と衣類に関していえば、まだ国内で生産できる環境が整って

いないことから、ほぼ全て「輸入品」であるが、市場に商品が並ぶ段階ではそれが公式／密輸によるかの判断や輸入ルートの特定は難しい。

カンボジア産の農作物と輸入品の違いを農民に聞くと、決まって農薬と化学肥料の問題に話が及ぶ。その際、国産は、農薬や化学肥料を使わず味が良い、輸入品はそれらを多用しており体に悪いという味が悪く、という見方がしばしば示される。このことが事実かどうかは曖昧なままであり、現地の人々もその点を自覚している。だが、この認識は根深く、人々の間のさまざまな噂話などを通じ日々構築されつづけている。シハヌークビル州の仲買人（六〇代女性）は、「輸入品（食品）は体に悪い、農薬や化学肥料を多く使っているというが、本当のことは誰も知らない。でもみんなカンボジア産を好んで選び、買う。タイ産、ベトナム産と告げると買わない」と語る。

では、人々はローカルな市場において、多く並ぶ野菜や魚、加工食品といった食品のなかで産地をどのように見分けているのだろうか。まず、明らかにカンボジア国

内では生産できないとされる「種類」によって見分けることができるといった「見た目」やその水分量、「味」によっても輸入品かどうかを判断している。食べた後に健康被害に遭い、それが輸入品のせいだったのでは、と疑う人も多い。

ここで重要な点は、これらの日常的な売買において「確か」な情報が少なく、意図的、非意図的（偶発的）な形で「騙し」があふれていると人々が認識している点である。コンポンチュナン州の農民（五〇代女性）とシハヌークビル州の仲買人（六〇代女性）は、「売り手はいつも私たちを騙す。しかしこの売り手も買い付けの際に仲買人から品質の情報について嘘をつかれている。つまり、誰も正しい情報を知らない」、「彼らは騙すのが得意だ。だから自分たちで品質を確認しなければならぬ」と話す。買い手はもちろんのこと、売り手さえも仲買人から仕入れの際に騙されている可能性があることから、誰も「確か」な情報をもっていないのだという。この意図的、非意図的な「騙し」とそのなかにおける情報の不確実性が、今回の調査で浮かび上がってきたカンボ

アジアの農産品売上の現状を捉えるキーワードのひとつでもある。ここから具体的な事例を紹介し、近年、モノ・ヒト・情報の移動がより加速することによって広まる不確実性やそれによってもたらされる「リスク」を背景に、人々がどのように貿易の影響を認識しているかについてみていくことにする。

●事例

インタビュ調査の結果を見てみると、七三%の人々が五年前、七六%の人々が一〇年前と比較して生活の質が向上していると答えている。カンボット州の農民（四〇代女性）は、生活がより良くなった理由として、五年前と比較すると、道路が整備され、携帯電話をはじめとする通信サービスが普及したこと、そして一〇年前と比較すれば、耕作用の道具や家畜を保有することができるようになり、ビジネスチャンスも増えていることを挙げている。

日常的な売買がより簡単になった理由として、「売買方法の変化」を挙げる声が多い。例えば、何かを購入したい場合、五年前ならば基本的に自ら市場に赴かなければ

ならなかった。自宅の近くに市場が無く、バイクなどを保有しない世帯には、日用品を購入することも一苦労だったという。しかし現在では、その地域やプノンペン市場の売り手に携帯電話で連絡さえすれば、売り手が直接届けてくれたり、バイクタクシーや乗り合いタクシーで配達してくれるサービスが各州で一般的になっているという。商品の代金は、受け取りの際、ドライバーに渡せば売り手に届けてくれる。

輸入品である携帯電話は、このような売買の際に活用されている。携帯電話の活用は、購入する場面のみならず、農作物を仲買人や他の村人に売る際にもみられる。それに加え、農業省が配信する国内の農作物の価格情報（MIS）を入手する手段としても活用されている。まだこのサービスの利用者は少なく、「農民が情報を利用し価格交渉力をつける」といった省庁の思惑が具現化するまでにはまだ至っていないが、携帯電話の普及によって売買の方法や入手できる情報が多様化していることが分かる。

一般的に、このような情報ははじめとするモノ・ヒトの流れの加

速によって、農村社会と都市部、海外の境界が消えつつあるともいわれる。しかし以下の例にみられるように、これらの流れは、ローカル社会に対し利益のみならず、新たな「リスク」をももたらしている。そして、これらの「リスク」の出現が国産／輸入品の差異にもとづく現地の農産品の新たな価値をも生み出している。

(1) 国境貿易とリスク

二〇一〇年、一年とベトナムにおいて豚繁殖・呼吸症候群（以下、RRRS）が流行した。ベトナム政府は豚の売買や屠殺を禁止し、殺処分を促したが、それに反しRRRSに感染した豚が安い価格でカンボジアの国内に流入した。フンセン首相もベトナム、タイからの豚の輸入を一時的に停止するよう地方政府に呼びかけた。

その結果、国内の豚の売値が下落したうえ、RRRSも蔓延し、多くの農家から怒りの声があがったという。その際、「（通常、売買の対象にならない）犬よりも（養豚は損する）」といったことが口々にいわれ、多くの農家が養豚をやめたという。国内の豚肉流通が品

薄になることが懸念され、政府は精肉店に対し、価格の釣り上げを

行わないよう指示した。それにもかかわらず価格は高騰し、消費者がその煽りを受けた。二〇〇七年カンボジアにおいて口蹄疫が問題になった際にも、拡大を阻止するため政府は同様の措置をとったが、豚肉価格の上昇を招き七カ月でそれを撤廃したという。

カンボット州の農民（四〇代女性）は、「海外からの病気を防ぐためにも、政府は家畜輸入を減らすべき。輸入関税を上げた方がいい」「政府は国内に入ってくる家畜や輸入品の品質を確認し、管理する必要がある」と述べる。また、「国内には既に多くの品質のいい安全な農作物、家畜があり、市場に供給できているので、他国から輸入する必要はない」との意見も挙げられた。

他の地域においても「農作物、家畜の輸入関税を上げたほうがいい」との声が大半であったが、その背景にはRRRSのような家畜伝染病が頻繁に発生する地理的条件が形作る「リスク」・「安全」認識があるといえる。

(2) 白金 (White Gold) とコメ

次に安全性という商品的価値が新たに付与され輸出向けに生産が

行われているコメの事例を紹介する

カンボジアにおいて、コメは重要な主食であり、生存、商業活動、文化的にも重要な農作物であり続いている。隣国のタイやベトナムは、世界的にもコメの輸出に關し上位に入る。一九五〇年代のカンボジアは世界的コメ輸出国のひとつであった。

二〇一〇年に政府は「コメの生産と輸出促進」に関する政策打ち出した。この政策文書では、コメを「白金 (White Gold)」と呼び国際市場におけるその商品的価値を強調し、新たな規模、ペースでの農業開発の促進が目標として設定されている。実際、この政策文書の公開以降、農村部には大規模な精米所が建設され、日本メーカーをはじめとする高品質の精米機が導入されている。

このように国家をあげてコメの生産、輸出促進が行われるなか、民間企業やNGOも農村においてコメの買い付けを広く行っている。ローカルNGO・Aによって実施される稲作技術の普及、コメの買い付け、国内での販売、輸出に関する一連の活動もそのひとつである。NGO・Aは

有機を中心とした System of Rice Intensification (以下、SRI 農法) を農民組織を媒介し普及させ、

生産されたコメを有機米として首都のスーパーマーケットやアメリカ、EUといった海外に向け輸出する事業を行っている。村においてこの新農法普及が進められる際、この手法によって安全で健康に良いコメが生産可能になる点、そして化学肥料購入コスト削減が可能になる点が強調される。プロジェクトでは、NGOが農民組織内に生産者グループを組織させ、

グループメンバーから会費を徴収、査察を実施し、NGO側が提示する方法でコメを生産すれば、仲買人がつける価格の一キロあたり二〇〇リエル高い価格で買取られる仕組みになっている。

一見生産者にとって利点が多いこのシステムに対し、生活上の契機と捉える農民がいる一方、不満を述べる者もいる。前者の農民は、これまでコメの売却先の選択肢が地域の仲買人に限られていたのに対し、企業やNGOといった相手にも売れるようになり、多様化した点、取引相手が指定する方法で「良い品質のコメ」をつくれれば、高値で買ってもらえるように

なった点を指摘する。このように、企業やNGOとの「コントラクト (契約)」を結び、「スタンダード (基準)」に沿って生産することが生活を向上させるための新たな戦略として語られるようになってきている。

この外部からもたらされた売買システムは、NGOによる、支払いの時期が守られないなどトラブルが発生したことから、これまでに仲買人との取引 (「農村のやり方」と比較し、「都市のやり方」で自分達を管理する方法) として一部の農民の批判の対象ともなっている。

(3) 有機胡椒生産と「ロゴ」の付与によるブランド化

国産と輸入品のコメや胡椒に関しては、「外見」、「におい」、「品種」に大差はなく、生産できる「種類」である程度産地が特定できる野菜と違い、その差異が不明瞭である。そこで、外部者によって農産品に認証が与えられ、国産と輸入品の差異を誰が見ても分かるように可視化させる機能をもつ「ロゴ」が近年国内で普及し始めている。

ロゴの使用によって、農産品の生産、売買が変化した具体的事例を簡単に紹介する。カンボット州

は胡椒の産地としてカンボジア国内において知られている。現地NGOの事業の一環で、WTOの地理的表示 (GI) の認定を受け、カンボット胡椒生産組合 (一二五名) が有機胡椒の生産、販売、輸出を行っている。カンボット州、ケップ州合わせて七つの地域の組合員のみ胡椒の生産、販売ができる規約となっている。通常三USD/キロの胡椒が、スタンダードに沿うかたちで生産をすれば、「カンボットペッパー」のロゴを使用し、一八USD/キロの価格で売ることが出来る。輸出に携わる業者も組合員として登録、会費を納めなければならない。しかし、他地域の農家がこのロゴを偽装し、「通常の胡椒」を高値で売り、訴訟問題にまで発展した。



カンボット州の胡椒生産者 (2013年6月、カンボット州にて筆者撮影)

二名の生産組合メンバー(五〇代男性)・(三〇代男性)は、「スダンダードにそって胡椒をつくることは難しいし、面倒だが以前と異なり高値がつく」、「国際的な需要に追いつくことができているので、畑をもっと増やさなければならぬ。カンポット胡椒は生活を改善するための主要な作物になると信じている」と話した。

このカンポット胡椒の事例は、外部からもたらされる品質基準や契約がローカルな人々にとってこれまでより修正をせざるを得ないものでもありつつも、生活を向上させる「うまみ」をもったものとして理解され、受け入れられていることを示している。

●貿易現象を社会的文脈に位置づける

以上、カンボジアにおける家畜や農作物(コメ、胡椒)の事例を示し、いかに人々が貿易の影響を意味付けているかに着目してみてきた。人々の買い手(消費者)としての側面に着目すれば、携帯電話や衣類、日用品といった輸入品の恩恵を享受しつつも、モノの流入が加速し、これまで以上に不確実な情報が氾濫するなかにおい

て、確かなもの(産地や質)へのニーズが高まっていることがわかった。また、つくり手(生産者)としては、企業やNGOといったアクターの介入によって、「契約」や「基準」といった新たな概念がもたらされ、それを生活向上のための新たな戦略として捉えられていた。さらに、質が悪く体にも悪いと認識されている「輸入食品」に対し、質も良く体にもいい「国産品」は、国産であることが政府やNGOなどによって認証さえされれば、国際市場において競争力をもちうるとの認識が多かった。両者に共通している点は、品質管理に基づく、信頼できる情報の獲得・提示といった、「確実性」へのニーズである。

カンボジアは、内戦後の復興・開発の過程のなかでWTOに加盟した。その時期、守るべき産業がまだ育っていなかったことも加盟を早まらせた要因のひとつであった。しかし現在、国内外のアクターの介入によって生産技術や契約にもとづく新たな売買の形態が導入され、市場向けの生産が指向されるはじめ、農作物の生産の場はゆるやかに変化してきている。

国家の貿易政策を考えれば、科

学的合理性によって品質やリスクが判断されることが多い。しかし、事例からもわかるように、科学的な実証に基づかない歴史地理的に形作られた彼らの実践や認識が存在する。政策を実施する際には、国をとりまく状況を考慮するだけでなく、人々の実践や認識、そしてそれを成り立たせる論理をも理解し、「地域社会の文脈における」貿易政策を議論することが必要であろう。そして、このようにIDCsの事例研究の蓄積が、新たな貿易政策の枠組みを検討するうえで不可欠な作業となるのではないだろうか。

(あきは さやか/筑波大学)

《参考文献》

- ① Beck, Ulrich 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London. Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications Ltd.
- ② Douglas, Mary 1983. *Risk and Culture: An Essay on the Selection of Technical and Environmental Dangers*. Berkeley: University of California Press on Demand.
- ③ Kem, Sothorn, Chhim Chhun, Theng Vuthy, and So Sovannarith 2011. *Policy Coherence in Agricultural and Rural Development: Cambodia*. Phnom Penh: CDRI.
- ④ MAF 2012. *Annual Report for Agriculture Forestry and Fisheries 2011-2012*. Phnom Penh: MAF.
- ⑤ Tulloch, John, and Deborah Lupton 2003. *Risk and Everyday Life*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- ⑥ World Bank 2012. *World Development Report 2012*. Washington, DC: World Bank.