

タイ米取引における品質情報の伝達制度

しげ とみ しん いち
重 富 真 一

《要 約》

農産物は工業製品に比べ品質にばらつきと変動が大きく、その取引費用を節約するためには、売り手と買い手の間で、品質についての情報が正確かつ効率的にやりとりされねばならない。本稿ではコメの大輸出国タイにおいて、コメの品質情報がいかなる仕組みで伝達されているのか、そうした仕組みがどのようにして作られてきたのかを明らかにした。タイ米の標準規格と検査制度は、戦後になって導入された。輸出市場の拡大と格付けに応じた輸出税徴収の必要から格付けと検査の制度が求められ、一方では精米技術の革新が供給されるコメの標準化を可能にした。こうして現在では輸出から精米所までの流通過程で標準規格による取引が可能になっている。ただしその規格は外形に基づくものであり、食味、安全性、生産過程に関わる情報は伝達できない。これらの品質情報については、取引貨物の化学的検査や炊飯試験、精米所のブランドが情報伝達の媒体となっている。

はじめに

- I 農産物取引における品質情報伝達制度の内容と規定要因
- II タイ米流通と格付け・検査制度の史的展開
- III 取引の各段階における情報伝達制度
おわりに

はじめに

自然環境のなかで生物を対象におこなわれる農業においては、その生産物に相当な品質のばらつきと変動がともなわざるをえない。生産物の取引ロットが大きく、取引主体の居場所が地理的に離れている場合、品質のばらつきや変動は取引に困難をもたらす。売り手と買い手が品質について同じ認識をもたなければ取引は成立

しないし、合意したはずの品質のものが買い手に届かなければ、取引主体の間に係争が起こる。それを防ごうとすれば、品質確認のための取引費用が膨らみ、生産者の取り分が減るか、消費者がより高い農産物を購入するか、もしくはその両方であろう。

とりわけ国民経済における農業の比重が大きな開発途上国では、農産物取引の効率化は重要な課題である。有本 [2017] が指摘するように、途上国の農産物取引では品質検査に多くの手間がかかっている。一方、農業生産者の多くが貧困層に属し、また消費者のなかにも多くの貧困な人たちがいる。取引費用の節約は、こうした生産者と消費者の経済的余剰を増やすことにな

ろう。また消費者の品質要求が的確に生産者に伝われば、生産者は市場の求める品質の農産物を生産すべく、生産管理を変えていくことができる。

農産物の品質差は、取引価格の違いによって表現される。しかし価格が商品の質を正しく伝えるためには、取引される商品の質についての知識が、取引主体の間に共有されていなければならない。そこで格付け、標準規格、検査、認証、ブランド、信用といった様々な制度が用いられる。ここではこれらを総称して、品質情報伝達制度と呼ぶ^(注1)。品質情報伝達制度は、取引制度の一部をなしており、どのような品質情報制度が組み込まれるかは、取引制度をとりまく市場の状況、社会経済的、技術的条件などによって決まるであろう。

そこで本稿では、途上国における農産物取引をより効率的なものとし、生産者に市場が求める品質情報を的確に伝えるために、どのような制度がどのようにして作られるのかという問題意識に立って、タイの米穀流通を事例に、制度の形成過程と現状を明らかにする。

タイにおいてコメは生産額の上でもまた生産者の数でも最大の農作物である。タイは戦前からのコメ輸出国であって、取引されるコメの量はきわめて多い。コメ取引における品質情報伝達の効率化、的確化はタイの国民経済、農家経済にとって重要課題である。一方、戦前から現在に至るまで、タイ米の品質情報伝達制度は大きく変化してきた。かつては商慣習に依拠していた輸出取引は、現在では標準化された格付けにのっとりおこなわれるようになった。そうした輸出面の標準化が、民間業者の競争を通じて精米所レベルでの品質標準化にまで浸透して

きた。

こうした制度変化は、有本 [2017] が明らかにしている近代日本の経験とかなり異なっている。有本は近代日本におけるコメ品質標準化の成功が、産地間競争と各産地の行政能力によってもたらされたものであり、それらの条件は現在の途上国には存在していないとしている。タイでも、国内流通における政府や産地の組織能力は低い。このようなタイでの制度形成を検討することで、日本の経験がもつ含意を相対化することができるであろうし、タイと同様な状況にある他の途上国においてどのような制度形成の可能性がありうるのか考察することにもつながるだろう。

これまでタイのコメ流通については数多くの研究がなされてきた^(注2)。しかし、品質情報の共有や伝達に関する研究はきわめて乏しい。流通経路や流通業者の実態に関する報告はあるが、格付け、検査の制度についての言及はほとんどなされていない。品質問題を主題とした経済学的分析は Mingsan [1985] 以外、見当たらない。格付け検査制度については、Boonleun [1964] が唯一の、そしてもっとも包括的な研究である。これ以後、Prachak and Ito [1986], Ammar and Wirot [1990] がコメ全般について、Akhom [2008] がジャスミン米について、それぞれ制度を記述しているが、いずれも格付けと検査の手続きを概説したものであって、コメの売り手と買い手がどのような品質情報を必要とし、どのようにしてそれをやりとりしているのかは明らかにされていない。歴史的研究も、宮田 [2001; 2003] が戦前期における輸出タイ米の商品形態や取引において発生した品質問題を明らかにした他には見当たらない。このよう

に、タイ米取引において売り手と買い手の間で品質についてどういう情報交換がなされ、どのように合意が作られているのか、またそうした制度がどのように形作られたのか、ほとんどわかっていないのである。

そこで本稿では、タイ米取引における品質情報伝達制度の実態を明らかにすることに課題を限定せざるをえない。用いるデータは、様々な文献資料のなかに現れた品質、格付け、検査に関する記述と、筆者自身がおこなった聞き取り調査によって得られたものである。筆者は1980年代末から90年代初頭にかけて、コメ業界関係者から聞き取り調査をおこなった。また現状の把握のために、2014年8月、2015年8月、11月、および2016年3月、8月に、精米所、輸出商、民間検査会社（サーベイヤー）、公的検査機関（BOT）での聞き取りもおこなった。とはいえ、コメの品質に関する記述資料は乏しく、また聞き取りをおこなった取引関係者も限られる。その意味で本稿は、後続する研究のための予備的考察である。

本稿の構成は以下の通りである。まず第Ⅰ節では、農産物流通において取引の際に伝達される品質情報とはどのようなもので、それは何を媒体としているのか、伝達制度のあり方を規定する要因にはどのようなものがあるのかを整理する。つづいて第Ⅱ節では、タイ米の流通制度と品質情報伝達制度が、今日まで歴史的にどう作られ変わってきたかを概観する。その上で第Ⅲ節において、現在コメ流通の各取引段階で、買い手と売り手の間でどのような品質情報がどのようにして伝達されているのかを検討する。そして最終節で、タイ米流通制度における品質情報伝達制度の特色をまとめる。

I 農産物取引における品質情報伝達制度の内容と規定要因

1. 品質情報伝達制度を形作る要素

本節では、タイ米取引における品質情報の伝達制度について論じる準備作業として、そもそも農産物の品質情報とはどのようなもので、どのような場や手段でもって伝達されるのか、大まかな概念整理をしておく。なお農産物取引における品質情報制度を俯瞰した先行研究はないため^(注3)、以下では特定の品目や制度に関する先行研究や農産物取引の実態をもとに、第Ⅱ節以下での議論に必要な限りで、筆者なりの整理をおこなった。

農産物、とりわけ食料を念頭において考察する場合、品質情報の伝達制度は少なくとも3つの要素から成り立つ。ひとつは伝達される情報の中身である。品質情報の伝達には、まず伝達される情報の内容が特定されていなければならない。こうした情報には、商品の外形、安全性、食味、化学的屬性（栄養素）、純度、均質性、生産過程の実態などがある [久保 1980, 34]。どの項目が必要か、重要かについては、農産物、食料の種類によって、また買い手の要求によって異なるであろう。

2つめの要素は、品質情報を伝達する媒体である。媒体には、格付け、認証、信頼（ブランド、産地）、現物（商品自体）、生産過程に関する観察などがある。「信頼」は、標準化された格付けがなかったり、それだけでは不十分な場合に、買い手に品質についての期待を与える [古田・牛島 2010, 76]。また「現物（商品自体）」とは、商品の外観が品質情報を提示している場

合のことで、農産物、食料の場合は商品自体が重要な媒体となることが多い。生産過程に関する観察が必要になるのは、商品としての農産物を調べることで得られない情報があるためである。たとえば有機農産物か否か、作業者の人権が守られているか、といったことは、生産過程を調べねばならない。認証がこれらの情報を代替する場合もある。

3つめは、品質情報が取引過程のどの段階で交換されるかということである。農産物の場合、買い手と売り手が品質情報を交換する場面が、取引交渉段階と貨物引渡段階の2回に分かれることがある。前者は品質を確認し取引の交渉をする段階で、後者は到着した貨物の品質を確認する段階である。実際の取引では、このうち1回だけで確認がすむこともあるし、情報交換の内容・方法が取引交渉段階と貨物引渡段階とで異なることもある。

以上のように、品質情報の伝達制度には、①情報の内容、②情報の媒体、③情報伝達の段階、という3つの要素がある。実際の品質情報伝達制度は、これら3つの要素の組み合わせによって多様な形をとる。コメを輸出する場合であれば、輸出商はまず買い手と取引の交渉をおこない、合意の後に貨物が渡される。取引交渉段階と貨物受け渡し段階とでは、やりとりされる情報の内容と伝達媒体が異なっている場合がある。たとえば前者ではコメの外形的な品質を標準化された格付けによって伝達しているが、貨物が届いた時には買い手は現物の化学的検査をおこなって安全性や鮮度を調べるかも知れない。

2. 制度の規定要因

ある農産物、食料の取引における品質情報伝

達制度を規定する要因は、①情報の内容を規定する要因と、②情報伝達の媒体と段階を規定する要因に分けて考えることができる。

まず情報の内容は買い手側の品質要求に強く規定される。買い手の嗜好、食材の調理方法、用途は品質要求に直結する。その背後には、食文化や調理技術（機器を含む）、消費者の経済状態（所得水準）、家族構成といった要素がある。これら社会的、技術的、経済的条件が消費者の品質要求に影響を与え、品質要求は求める品質情報の内容を規定する。たとえば所得が上昇して健康志向が強まると、安全性についての情報を求めるようになる。あるいは所得の高い消費者が多い市場と、まずは量の確保を優先する消費者が多い市場とでは、取引の際に確認される品質情報に違いがある。

しかしこうした品質情報は、つねに買い手の要求通りに提供できるわけではない。売り手の側の技術的・経済的対応能力も、品質情報の内容を規定する。たとえば安全性についての情報が求められても、それを提供する能力が売り手にない場合がある。

情報伝達の媒体と伝達の段階を規定する要因には、取引主体相互の信頼関係、格付け基準（規格）の強制力・証明能力、検査制度・技術、取引ルール、取引ロットの量、輸送コスト、生産過程観察の実施可能性、価格の高低や変動状況 [Shigetomi 1995]、取引主体間の競争状況 [橋本 2006；玉 1988]、取引量の増減 [持田 1970] などがある。取引主体の間に信頼関係があれば、現物の検査という方法よりはブランドや格付けで十分な情報が得られるであろう。格付けが信頼に足る検査やルールに基づいてなされている場合、格付けが重要な媒体になるが

[Bockstael 1987], 格付けでは十分な情報が得られない場合は、現物検査、ブランド、生産過程観察といった媒体が動員されるであろう。取引ロットが大きい場合、輸送コストが大きい場合は、契約交渉と貨物の受け渡しの両時点で品質情報伝達がおこなわれ、それぞれ別の媒体が使われる。たとえロットが大きくても、日本の中央卸売市場のような全量引き受けという取引ルールがあれば、出荷貨物の現物検査で品質を確認するだけで取引が成り立つ。

情報伝達の媒体と段階のあり方を直接的に規定するこれらの要因は、さらに取引主体を取り囲む経済的、社会的、技術的条件によって規定されているであろう [鈴木 1998, 25]。したがって社会の変化とともに、必要な品質情報も伝達制度も変化していくのである。

II タイ米流通と格付け・検査制度の史的展開

1. 第二次世界大戦までのタイ米流通制度と格付け

(1) コメ輸出の取引制度

タイ米の輸出は、19世紀の後半から本格化する。第二次世界大戦に至るまで、生産量に占める輸出量の割合は2~4割あったので、輸出市場はコメの生産、国内流通に大きく影響した。輸出用のコメは水運の便のよい中部デルタ地域で作られ、それが中間商人の手によってバンコクの河川運河沿いにある精米所に船で運ばれる。精米所は籾を積んだ船の集まる波止場や精米所の岸壁で荷主の商人と売買交渉をおこなって、籾を買い付けた [古口 1921, 199]。精米したコメは、精米所自身が輸出をおこなった。

1920年代以降、地方にも精米所ができるようになると、輸出商と地方精米所をつなぐブローカーが現れた。これを米行（ビーハン、もとは中国語）と呼ぶ。米行の一部は次第に輸出商に転化し、一部はブローカー業務を続けた [乃懋 1957, 24; 張敬興 1962, 124]。こうしてコメ輸出は、バンコク精米所兼輸出商と輸出専門商（米行）という2種類の輸出商によって担われるようになった。

当時の輸出先は圧倒的に香港とシンガポールに集中していた。この2市場向け輸出は、19世紀末には総輸出量の70パーセント以上、20世紀に入っても第二次世界大戦の直前まで50~70パーセントを占めていた [Suehiro 1989, 50; DOCS 1935]。これら2市場は、自国内消費者向けの高品質米を求める一方で、中継貿易地としての性格をもっていた。

バンコクにある輸出商はほとんどが香港、シンガポールに委託問屋をもち^(注4)、そこに輸出米を委託していた [安原 1919, 55; 古口 1921, 48; 水野 1922, 74; 暹羅協会 1929, 706]。委託問屋は相場の動きをみながら受託したコメを地元市場で販売するか、他の地域へ再輸出した [暹羅協会 1929, 706]。委託問屋は貨物の送り状額面金に相当する為替を引き受けることで、とりあえず輸出商に支払いをする。実際の販売額との差額は委託問屋とタイの輸出商との間で、年に1回精算がなされたという [安原 1919, 55]^(注5)。このように輸出商と香港、シンガポールの荷受商との間には一種の信頼関係があった。売り手、買い手の双方が華人であり、言語習慣文化を共有していたことが、こうした関係を支えていた。この委託販売という方法は、戦後1950年頃までは続いていたようである^(注6)。

欧州の貿易商のような長期的な関係のない相手との取引は、精米所の倉庫渡しであった[暹羅協会 1929, 706-707; 満鉄東亜経済調査局 1938, 455]。そこではタイの精米所・輸出商が機会主義的な行動をとった。引渡貨物の検量をごまかしたり、買い手が荷物を引き取るまでの間に荷物を盗んだりしたため、欧州貿易商社との間に係争が起きたこともあったとされる[天田 1929, 46-48]。

(2) 品質情報の伝達制度

当時まだ政府公定の格付けはなかったが、取引業者の間で共有された格付けがあった。それはコメの外形、具体的には碎米の混在比率によるもので、価格差は碎米率で決まった。食味の善し悪しは価格に反映しなかった[Wickizer and Bennett 1941, 140-142]。バンコク精米所渡しの貨物については買い手が検査をしていたようだが[天田 1929, 46-48]、あくまで買い手としての品質確認で、なんら公的な強制力やルールに基づいたものではなかった。このように商慣習として、格付けや検査がおこなわれていたため、欧州商向けと華人商向けで格付けの基準やグレード名が異なっていた[水野 1922, 69; 満鉄東亜経済調査局 1938, 454]。また年代によっても、基準が違っていた[Wickizer and Bennett 1941, 78]。

それを表1で確認しよう。これは戦前から戦後まもなく出版された文献に現れる梗白米の格付け基準を年次順に並べたものである。これによると、基本的には碎米比率で格付けがなされているが、その混入比率とグレード名は文献によって違いがある。また文献によっては碎米比率だけではなく、原料の籾米の質や他の外形的特色（たとえば白濁米、赤米の混入度合い）に言

及しているものもある（表中のDOC [1939] や長谷川 [1955]）。

一方、精米所・輸出商は自社のブランドをもち、それによって品質情報を伝達していた。これはとくに香港、シンガポールでの消費向けに送られる高級米にあてはまる[Boonleun 1964, 79]。許子榮 [1951, 78-79] によれば、戦前には降興棧の「青鷹」、華興棧の「青龍」、両発利の「青芝蘭」など「銘柄米」ブランドがあった。こうしたブランドによる取引は、戦後の管理輸出期（後述）に一時中断されるものの、まもなく復活したという[許子榮 1951, 79]。ある輸出商からの聞き取りによれば、かつて（1950年頃）香港の外食店では、どのトレードマークのコメを使っているのかを客に知らせるために、店の入り口にトレードマーク（商標付きの米袋のことか）を掲げていたとされる^(注7)。

以上のように、輸出取引におけるタイ米の品質情報は、基本的に碎米比率という外形で区分された格付けによって伝達されていた。その格付けがどういった品質を意味するかについては、買い手が華人商か欧州商かによって取引主体間の共通認識に違いがあったものとみられる。香港、シンガポール市場のように取引主体間に長期的関係があり、委託販売の形をとったところでも、格付けは必要であった。その理由は定かでないが、これら両市場からさらに外国に再輸出されることからすれば、格付けによって大まかな品質が特定されている必要があったのではないだろうか。一方、両地域内で消費されるコメについては食味が重要であり、精米所のブランドが品質情報伝達の媒体であった。

原料である籾の品質区分は、輸出米の品質区分とは別の基準でおこなわれていた。精米所は

表1 標準規格が作られる前のタイ輸出米（梗白米）の格付け

出所	適用	グレード名（下線部）と区分基準 （高い ←グレード→ 低い）					
安原 [1919, 52-53]		Special Best Europe : 碎 米率 0-25%	No.1 : 碎米率 25-30%	No.2 : 碎米率 40-50%	No.3 : 碎米率 60-70%		
水野 [1922, 69]	華人商	一等 (No.1 Quality) : 碎米率 15%	二等 (No.2 Europe Quality) : 碎米率 25%	三等 (No.3) : 碎米率 50-55%	四等 (No.4) : 碎米率 70-80%		
	欧州商	特等 (Special Quality) : 碎米率 15%	一等 (No.1 or Europe Quality) : 碎米率 25%	二等 (No.2) : 碎米率 50-55%	三等 (No.3) : 碎米率 70-80%		
MOCC [1929, 39]		Super : 碎米 率 5% 以下	Special : 碎米率 15% 以下	Ordinary No.1 : 碎米率 25% 以下	Ordinary No.2 : 碎米率 50% 以下	Ordinary No.3 : 碎米率 75% 以下	
暹羅協会 [1929, 705]		特等白米 : 碎米率 15% 以下	一等白米 : 碎米率 30% 以下	二等白米 : 碎米率 55% 以下			
満鉄東亜 経済調査局 [1938, 454]	税関の 区分	White A1 : 碎米率 15% 以下	White 1 (Europe Quality) : 碎 米率 25-30%	White 2 : 碎 米率 50-55%	White 3 : 碎 米率 70-75%		
	DOC [1939, 127-128]		(1) Extra Super : 碎米 率 5% 以下。 最高の籾から 精米されたもの。 赤いコメが混ざらない	(2) Extra Super : 碎米 率約 5%。(1) よりわずかに 劣る籾から精 米されたもの。 粒は少し小 さい	(3) Super : 碎米率約 5 %。一般的な 籾から精米さ れた。多少の 赤いコメの混 入は認められ る	(4) Special : 碎米率 10-15 %。(3) と似 ているが精米 状態がやや劣 る	(5) No.1 Ordinary : 碎米率 25-30 %。(4) より も品質の劣る 籾から精米。 白濁米、赤い コメが(4) より 多く混じる
長谷川 [1955, 67-69]	戦前の 規格	白米特等 (Extra Super) : 光沢 良く長大粒で 堅く、碎米は 二つ割れ程度 が 2% 以下	白米特等 (Extra Special) : 碎米は 5%	白米特等 (Special) : 碎米は 10-15%	白米 1 等 (No.1 White Rice または Europe Quality) : 碎 米率 24-30%	白米 2 等 (No.2 White Rice または Strait Quality) : 碎 米率 50-55%	白米 3 等 (No.3 White Rice) : 碎米 率 75% 以下 のもの
	野鶴 [1949, 145-146]	六月九 五四日八 公年示	5% 米 : 碎米 率は 7% まで。 碎米の長さ は 3/8 以上	10% 米 : 碎米 率は 12% まで。 碎米の長さ は 3/8 以上	15% 米 : 碎米 率は 17% まで。 碎米は 5/8 ~ 1/4 の 長さ	20% 米 : 碎米 率は 23% まで。 碎米は 5/8 ~ 1/4 の 長さ	25% 米 : 碎米 率は 28% まで。 碎米は 5/8 ~ 1/4 の 長さ
戦後	MOA [1950, 135-136]	100% 米 : 碎 米率は 2% まで。 碎米は 1/2 以上の長 さであること	5% 米 : 碎米 率は 7% まで。 碎米の長さ は 3/8 以上	10% 米 : 碎米 率は 12% まで。 他も 5% 米の基準と同じ	15% 米 : 碎米 率は 17% まで。 5/8 の長さ の碎米は全 粒とみなす。 碎米は 5/8 ~ 1/4 の長さ	20% 米 : 碎米 率は 23% まで。 他は 15% 米と同じ	

(出所) 表中の出所に表示した文献の記述をもとに筆者作成。

籾を *khao na suan* (garden rice), *khao na muang* (field rice), *khao sam ruang*, *khao bao*, *khao nio* などと区分しており^(註8), それぞれについてどのような精米がとれるか大まかな対応関係があった [MOCC n.d., 11-13; 満鉄東亜経済調査局 1938, 231-233]。

(3) 品質の状況

タイ米の品質については、アジア市場ではおおむね他の東南アジア産米に比べて高く評価されていた [宮田 2001, 187; Robertson 1936, 250]。しかし欧州ではアメリカ産米よりも低品質とされた [宮田 2001, 189-190]。こうした問題が生じるのは、品質の不統一が原因であった [Yai Suvabhan Sanitiwongse 1927; Mongkhonprasat 1928, 116-117]。タイは国際的な品評会で高い評価を受けるほど高品質のコメを産出できたが、高品質米の量が限られているため、輸出商が低品質米を混ぜて売るなどして商品としての評価を落としていたのである [Mongkhonprasat 1928, 118]。実際、1920年代末に欧州向けのコメ輸出が激減した原因は品質問題にあった、とタイ商務省は記している [MOCC 1929, 40]。

こうしたことからみると、当時の格付け基準や格付けを遵守させる制度に何らかの不備があり、それが品質のばらつきを招いていたといえよう。香港、シンガポールの信頼関係のある取引相手に委託の形でコメを送っている場合のみ、売り手である精米所・輸出商は品質管理への動機付けが存在していた。

2. 戦後の輸出統制期における取引制度

タイは第二次世界大戦の「敗戦国」であったため、戦後のコメ輸出は、イギリス、アメリカ、中国、インド、タイの代表からなる合同シヤム

米委員会 (Combined Siam Rice Commission) の管理下に置かれた。タイは自らコメの輸出先、輸出量を定めることができなかったのである^(註9)。一方、国内におけるコメの調達タイ政府による入札とし、そのための機関として商務省の所轄下に Rice Purchasing Bureau (RPB) が作られた (1948年1月から Rice Office と改称)。合同シヤム米委員会による管理は1947年8月で終了するが、その後は国際緊急食糧委員会 (International Emergency Food Council: IEFEC) のもとに作られた Rice Allocation Bureau が、1949年末までタイ米輸出の管理にあたった。

こうした国際管理が終了すると、1950年からタイ政府がコメ輸出を管理した。政府間の契約に基づいて輸出先と量が決められ、それが民間輸出商に割り当てられた。帳簿上、精米所はすべてのコメを Rice Office に売り、輸出商は政府の定めた価格でコメを Rice Office から買うという形をとった。1950年代の初めはまだ国際的にコメが不足し、朝鮮戦争の影響もあって売り手市場であったが、次第に需給が緩み始め、タイ政府は輸出価格の低下や在庫の増加といった問題に直面するようになった [Sura 1967, 23-24]。そのため政府は徐々に民間輸出商に輸出を任せるようになった。そして1955年、政府による輸出管理は撤廃され、民間輸出商が自由に輸出先と輸出量を定めることができるようになった。

以上のような戦後輸出統制の間に、タイ米の輸出先は大きく変化した。戦後の食糧不足の時代にあつて IEFEC は食糧のニーズを考慮して輸出先と量を決めたので、輸出先としての香港とシンガポールの地位は、大幅に低下した。タイ統計年鑑によれば、コメの総輸出量のうち香港

とシンガポールの比率は、1947年まで73パーセントであったが、1948年には22パーセントにまで激減し、以後1955年までの間、20パーセントから30パーセント台にとどまっていた〔CSO 1961〕。代わって増加したのは日本、インド、フィリピンなどへの輸出である。

タイ米の輸出を管理するIEFCは、供出されるコメの品質に対しても一定の水準を求めた。供出を強制されるタイ側が意図的に悪い品質のコメを提供しないようにするためである。Boonleun〔1964, 85-86〕によると、RPBが1946年8月から税関と買い手側が指定した検査会社の協力を得てコメの検査を開始した。買い手から品質についてのクレームがあった場合には、それを協議する委員会が開かれ、売り手と買い手の納得が得られない場合には、仲裁委員会も立てられた。そこにはイギリス、インド、日本の代表者も入っていたという。またコメをIEFCに売るタイ政府（RPB）も、精米所から渡されたコメの品質を確認して、それに応じた価格を支払わねばならないため、コメの格付け・検査をする必要があった。野鶴〔1949〕によれば、RPBができた当初は格付けの公的な基準がなく、契約上の品質と実際の品質とに違いが出るたびに協議していた。これでは手間がかかるということで、1946年8月からRPBは格付け基準を提示するようになった。

一方、タイ政府自身もコメ輸出戦略上、品質管理が必要との認識をもち始めていた。1950年頃に出されたと思われる文書には、将来コメ市場が買い手市場になったときのために、コメの品質を改善する必要があるとして、コメの格付け基準を標準化する必要性が述べられている。すなわち、「現在、コメの分類は碎米の混合割

合で区分されているが、何をもって完全粒とするかの合意がない。売り手の側は買い手がどういふコメを求めているのか理解する必要がある」というのである〔n.a., n.d., Ruang kan khat ~〕。当時、タイを代表する農業経済学者であったChaiyong Chuchatは、コメ流通に関する著作のなかで、タイ米に標準規格がない問題についておおよそ以下のように述べている。

タイ米には格付け基準がないため取引は現物（サンプル）をみておこなわれており、価格交渉が長々と続く。貨物を受け取る時には、サンプルと同じか確認する検査がまた必要である。こうして取引に手間がかかり、不便で、時間がかかる〔Chaiyong 1960, 266-269〕。

品質の検査が必要であるが、タイは今のところ法律ではなく、要望があれば検査している状態である。そのため買い手はどういう品質のものが届くかわからない。コメの品質は精米所現場責任者の能力にかかっている。政府はコメの品質検査をおこなう係官をコメの取引場所に配置すべきである〔Chaiyong 1960, 273-274〕。

こうした叙述から、輸出価格の低下（競争の激化）が格付けの標準化への導因になったことがわかる。

このような国際社会とタイ国自身の要請のもと、コメの格付けは戦前のものから変化していったようだ。野鶴〔1949〕が記した1948年の格付けによると（表1）、混入される碎米の基準が明確にされている。この格付けにはまだ「100%米」というグレードが現れていないが、翌年に出版された農業省の報告書〔MOA 1950, 135〕に示された格付け基準には「100%米」が加わっている^{（注10）}。輸出統制下において格付け

基準が見直されてきたことがうかがえる。「100%米」の有無以外、1948年の基準と1950年のそれはほとんど同じである。

この1950年版の格付けによると、たとえば「100%米」は2パーセントまで碎米混入を許容するが、混入される碎米は完全な粒の1/2以上の長さでなければならず、「5%米」は7パーセントまで碎米を含むことを許容するが、その場合も碎米は完全な粒の3/8以下の長さのものは認められない、などと基準はかなり詳しくなっている。また白米の格付けの基準は、①粒の品質、②碎米率、③搗精度、④全体的な見た目(粳、赤米、夾雑物の混入)によるという。

このように戦後の1950年代前半までの間に用いられた格付けは、戦前の格付けとはかなり違ってきており、むしろ後にみる1957年の標準規格にかなり近いものである。戦後のコメ管理輸出期に、格付け標準化の準備は進んでいたとみることができよう。

国連食糧農業機関(Food and Agriculture Organization: FAO)もこうした動きを支援して、1953年にコメ品質検査およびコメ倉庫効率管理訓練センターをタイ国内に作り、関係者である経済省、農業省、業界団体、コメ輸出に関わる国営企業、Rice Office (RPBの後身)、外国のコメ検査会社職員を集めて訓練をおこなった[Boonleun 1964, 51]。さらにFAOのコメ経済諮問委員会が1955年バンコクで、1956年ローマでそれぞれ会合を開き、各国の検査専門家を集めて、コメの格付け基準について協議した^(注11)。この2回の会合での合意に基づき、1957年にタイ政府はタイで初めてのコメ標準規格を公布し、同年5月20日から適用した。

以上のような格付け基準の標準化と平行して、

政府による品質検査の制度が作られていった。タイ政府の輸出管理下で、検査は次のような手順をとるようになった[長谷川1955]。まずRPB/Rice Officeが輸出米をどの精米所や輸出商の倉庫から出すかを決めると、そこに検査会社が行き、サンプルをとって買い手に送る。買い手が合意すると、倉庫からの出荷時に再び検査会社、RPB/Rice Office担当者、税関職員が立ち会って米袋ごとにサンプルをとって検査をした。

3. 輸出自由化後のコメ流通と格付け検査制度の形成

(1) コメの国内流通の特色

1955年に輸出を自由化した後、輸出の主たる担い手となったのはかつて米行と呼ばれた輸出専門の商社であった。すでに戦前から地方に精米所が数多く作られており、そうした地方精米所から白米を購入して輸出する輸出商が現れていた。バンコクの労賃が上がり、周囲に住宅が建つようになって環境問題も生じてきた上、バンコクにおいてくる粳の量が減ってきて、バンコクでの精米所経営は成り立たなくなった^(注12)。こうして戦後のコメ国内流通経路は、農民から中間商人の手を経て集まった粳を地方精米所が精米して、白米をバンコクの輸出商や国内向けの卸売商に販売するというもの変わった。地方精米所と輸出商の取引には佣(ヨン、もとは中国語)と呼ばれるブローカーが介在した。

1970年代になると、粳の集荷ルートに変化が起きた。チャオプラヤーデルタ北部に位置するナコンサワン県パユハキリに、粳の集荷市場が現れたのである。パユハキリは陸路で運ばれ

た籾を籾船に積み込む交通の接点であった。市場では籾の売り手（籾集荷商人）が籾をもち込むと、その籾について買い手（精米所や精米所に籾を売る商人）の競売がなされた。タイ国内のコメ取引はそれまで相対取引が基本だったので、集散市場での競売は新しい取引方法である^(注13)。籾市場の数は、その後中部地方の上部地域でかなり増加した〔矢野・三島 1993〕。政府や農業および農業協同組合銀行（Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives : BAAC）の奨励もあって、他の地方にもこうした市場が作られた。

タイ米の国内流通の特徴を一言で表すならば、市場メカニズムの貫徹である。売り手も買い手も多数いて相互に激しく競争し、取引を独占したり価格情報をコントロールしたりすることは不可能である。いくつかの実証的な研究が、中間商人のマージンはきわめて薄く、市場は競争的であることを示している〔Uthit 1958; Rangsan 1987〕。実際、1964～72年の、バンコク卸売価格と農家庭先価格の相関係数は0.9以上であった〔重富 2015, 158〕。

輸出自由化後、政府の役割も大きく変わった。政府は輸出商に輸出を認める代わりに、1955年から輸出課徴金（ライスプレミアム）の支払いを義務づけた。ライスプレミアムは輸出量に応じて支払われる従量税で、そのレートは輸出米の格付けによって異なっていた。

(2) 輸出米格付け検査制度の形成と変化

先述の通り、タイ政府は1957年にコメの標準規格（Rice Standards, *matrathan khao*）を初めて制定した〔BOT 1962〕。この規格では、コメが糯、粳、パーボイルド^(注14)の3種類に区分され、それぞれが碎米の混入率を示す数値でグ

レード分けされている。格付けの指標となるのは、①米粒の形状、②搗精度、③碎米の混入率、④夾雑物の混入率である。このようにタイ輸出米の標準規格は、外観によってグレード分けしたものである。

政府は標準規格を定める以前からコメの検査を始めていた。当初は政府が直接、検査の監督をしていたが、1957年1月に、検査業務を民間輸出商などの経済団体であるBoard of Trade (BOT)^(注15)のコメ検査委員会に委託した。以後2000年まで、タイ米はすべてBOTの検査を経て輸出されることになる。

その手続きは大略以下の通りである。輸出商はBOTのコメ検査委員会にコメ検査申請書を提出する。委員会は検査員（チェッカー）を輸出商の倉庫に送って検査をおこなう。検査サンプルは輸出用の米袋すべてから採取して、水分含有量とコメの種類、外形を調べる。もしサンプルが上記の標準規格に照らして申請よりも高いグレードに区分されると判定された場合は、警告または輸出停止処分がなされる。ライスプレミアムは高グレードほどその課税レートが高くなるため、輸出商としては、低グレード品として輸出したい。そこでBOTは、輸出商が実際の品質よりも低いグレードと偽って輸出申請することのないようにチェックする必要がある。

BOTによる検査結果は経済省に提出され、経済省が輸出許可の書類を発行する。輸出商はこの書類と船荷証券を銀行に提出して、初めて輸出米の代金を受け取ることができる。ただしBOTはいわば売り手側の組織であるため、買い手が自分の依頼した検査会社による検査を求める場合がある。この場合、検査会社が輸出貨

物を積み込む時点で検査をおこなって、貨物の品質が信用状に記された通りのものであるかを確認する。

このようにタイの輸出米検査制度は、ライスプレミアムの徴収とほぼ同時に導入されたため、輸出商がグレードを低く申請するのを防ぐのが主目的となっていた。いわば、徴税のために検査が厳密におこなわれた面がある。1986年にライスプレミアムが廃止されると、それ以後は、タイ米の品質評価を落とさないことが検査の目的となった^(注16)。

タイ輸出米の標準規格は、その後1974年と1997年に改訂された[BOT 1974; DFT 2003]。1974年の改訂時には、コメの品質向上、精米技術の発達、外国の基準との適合性を鑑みて改訂したとの説明があるが^(注17)、これだけでは改訂の方向性はわからない。1997年改定の意図も不明である。改善の前後で基準を比べてみると、1974年改定では、夾雑物の項目が増えた、基準の説明を丁寧にして曖昧な部分を少なくした、といった変化がみて取れるが、1997年改定後は夾雑物の区分はむしろ大まかになった^(注18)。こうした改訂の意図については、今後の調査で明らかにしなければならない。

またジャスミン米 (hommali rice) とパトムターニー米 (pathumthani rice) という2つの品種について、それぞれ1998年と2004年に固有の標準規格が作られた。さらにジャスミン米については、2001年に法律上「標準商品」(*sinkha matrathan*)と規定されたため、他のコメとは別の基準と検査方法で輸出されるようになった^(注19)。すなわちBOTによる検査ではなく、商務省貿易局にある商品基準事務所 (*Samnak ngan matrathan sinkha*) が認定する検査会社に

よる検査だけになった [DFT n.d.]。なお2012年に、粳白米についても100%、5%、10%、15%、25%のグレードのものについては、標準商品とされた^(注20)。こうして現在では、BOTの検査対象となっているのは、サンプルによって取引されるコメ (後述)、粳白米のうち35%と45%のグレードのもの、碎米、パーボイルドライス、パトムターニー米、玄米、糯米、その他「標準商品」とされていないものとなっている^(注21)。

Ⅲ 取引の各段階における情報伝達制度

本節では現在のタイ米取引において、品質情報がどのような内容、媒体、取引段階で伝達されているのかを明らかにする。現在、タイで生産されるコメのおよそ4割は輸出され、6割が国内で消費されている^(注22)。このように国内市場と輸出市場はほぼ同等の重要性をもっており、しかも両市場では求められるコメの品質にかなりの違いがあるため、品質情報の伝達制度にもその違いが反映している。そこで以下では、輸出向けの流通ルートと国内向けのそれを分けて説明していく。

1. 輸出向けの取引

(1) 輸出取引と輸出商

まず輸出市場についてみると、輸出自由化後、もっとも注目すべき変化は、市場の急速な拡大である。輸出量が増加したのみならず、輸出先の多様化が進んだ。1960年代はアジア向けがほとんどであったものが、1980年代以降アフリカ向けが多くなり、2000年代ではアフリカがタイ米の最大の仕向け先になっている。国別

表2 タイ米の仕向先ごとにみたグレード分布 (2014年データ)

(単位: %)

グレード名	ジャスミン米 ¹⁾ 以外のコメ輸出量を100とした割合											全輸出量に占めるジャスミン米の割合	
	白米 ²⁾									糯米	パイルドライス		玄米
	100%米	スペシャル・ミックス ³⁾	5%米	10%米	15%米	20-25%米, 25%米スーパー	35%米ミックス	碎米A1					
アフリカ (ジャスミン米以外のコメ 10万トン以上輸出した国のみ)													
Angola	1.0	17.6	68.6	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	3.2	0.0	0.8	
Benin	0.5	13.3	1.2	0.0	0.0	0.8	8.7	0.0	0.0	75.4	0.0	1.3	
Cameroon	4.5	49.2	6.1	0.0	0.0	1.0	30.6	0.0	0.0	8.6	0.0	2.8	
Congo	0.2	52.8	1.9	0.0	0.0	0.5	44.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	
Côte d'Ivoire	0.4	62.2	1.1	0.0	0.0	1.5	33.4	0.0	0.0	1.5	0.0	23.4	
Ghana	4.8	33.4	36.5	0.0	0.0	1.0	23.1	0.0	0.0	1.3	0.0	40.1	
Guinea	0.0	70.0	10.9	0.0	0.0	0.0	16.8	0.2	0.0	2.0	0.0	6.1	
Mozambique	3.3	47.1	18.1	0.1	4.5	0.0	24.1	0.0	0.0	2.9	0.0	0.2	
Nigeria	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
Senegal	0.0	1.6	0.5	0.0	0.0	0.0	1.0	96.7	0.0	0.1	0.0	39.0	
South Africa	2.6	0.0	0.4	0.0	0.0	0.5	0.0	0.4	0.0	95.8	0.3	1.8	
Togo	0.3	62.3	1.3	0.0	0.0	0.9	24.4	0.0	0.0	10.8	0.0	4.1	
上記12か国計	1.4	28.2	8.3	0.0	0.3	0.6	15.7	3.1	0.0	42.4	0.0	7.7	
アジア (参考)													
China	5.9	0.0	66.5	0.1	1.3	0.0	0.0	12.7	13.5	0.0	0.0	17.6	
Malaysia	2.5	0.0	88.2	0.0	3.0	0.1	0.0	0.1	6.0	0.0	0.1	5.4	
Hong Kong	64.3	0.2	4.5	0.0	1.6	0.0	0.3	3.4	20.0	0.0	5.7	79.2	
Indonesia	0.0	0.0	20.4	0.0	27.2	0.0	0.0	21.9	30.4	0.0	0.0	0.2	
Singapore	25.2	0.2	18.2	3.8	15.0	15.3	2.8	9.1	7.8	0.1	2.4	53.1	

(出所) OMIC [2015] より筆者作成 (元データはタイ BOT, および商務省)。

(注) 1) ジャスミン米には, ジャスミン玄米も含む。

2) 格付けの%は碎米の比率を表す。ただし100%の場合は, 碎米率が0%, それ以外は数字が碎米の比率を表す。この比率には一定の幅が認められている。

3) タイ標準規格にあてはまらない品質のコメのこと。

にみると, 仕向け先国の数は1970年の44から, 1980年に66, 1990年に103, 2000年には130と増加している^(注23)。コメの品質に対する嗜好は国によって違いがあるので, 仕向け先の増加は品質要求の多様化でもあった。表2は2014年の主要輸出先国のうちアフリカ12か国とアジア5か国についてどのような格付けのコメをタイから輸入したかをみたものである。アフリカは価格の安い高碎米率のコメを多く輸入する傾向があるが, 同じアフリカのなかでもジャスミン米を多く買う国もある。アジアでも国によ

る違いは非常に大きいことがわかる。このように, 香港, シンガポールという特定の市場で, しかも買い手と長期的な取引関係にあった時代とは異なり, 現在の輸出商は様々な, また長期的な取引関係が必ずしもない買い手と取引をするようになった。輸出米の品質を標準化する必要性は, 格段に高まったといえよう。

こうした市場環境において, 輸出米について取引の際に伝達されるおもな品質情報は, ①外形, ②安全性, ③食味の3つである。この他に水分も重要な情報であるが, 水分は品質という

よりもコメの正味重量を決める要素である。ここで「外形」とは、粒の長さ、形状、砕米率、純度（夾雑物の比率）を、「安全性」は農薬、重金属等の残留状況など食品としての安全性を、そして「食味」は硬さ、炊きあがり具合などを意味する。これらはどの市場にとっても必要な品質情報ではあるが、市場によってその重点の置き所は異なっている。たとえばアフリカは①に重点があるが、欧州では②も重要な品質情報である。また香港や中国は③についても厳しい要求がある。これら3つ以外にも、欧米向けなどでは輸出米の加工工程で労働者の人権侵害が起きていないかといった情報が求められる場合もある。

以上のような品質情報が、どのような取引段階で、どのような媒体によって伝達されるのであろうか。まず外形についてみると、取引交渉段階では商務省の標準規格が参照される。仕向け先国の多くはこの外形基準でコメの品質を指定し、とりわけ輸出量全体の4割を占める粳白米の場合はその傾向が強い^(注24)。商務省の標準規格では、(a) 粒の大きさ・形状、(b) 砕米の大きさ・混入率、(c) 夾雑物の混入率の3項目について、グレード区分がなされている。粒の大きさ、長さ、欠けたあとに残った部分の完全粒に対する比率、混入比率などについて、条件が細かく数字で規定されている。また(a)～(c)が基準を満たすか否かの検査方法も確立されている。このように外形による格付けと検査は、かなり普遍性、客観性の高いものといえる。そのため特殊な品質要求がない場合、標準規格だけで取引交渉が可能である。

ただし近年、標準規格から外れたコメの取引が増える傾向がある。これは「サンプルによる

取引」と呼ばれるもので、売り手と買い手が交わしたサンプルの品質で合意し、それが標準規格に準じていなくても輸出を認めるものである。たとえば砕米率は5%米の規定内にあるが黄色粒混入率が規格上限（0.5パーセント）を超えている場合でも、サンプルによる合意があれば、政府から輸出許可が下りる。BOTの統計では、「サンプルによる輸出」米の比率は2005年で全輸出量の0.2パーセントにすぎなかったが、2009年に突如20パーセントにまで増加し、その後2011年から14年の間は少ない年で15パーセント、多い年は30パーセントを超えることがある^(注25)。これは輸出用に放出される政府在庫米（古米）が増えて変色した粒が混入されるためという^(注26)。

取引が合意された場合、貨物引き渡しの段階で合意した品質通りのものが積み込まれるか検査される。実際の検査は以下の手順をとる^(注27)。BOTによる検査が義務づけられているコメについては、検査会社が検査する場所（輸出商の倉庫）にBOTの検査員（チェッカー）が行く。貨物からとったサンプルを検査会社とチェッカーで分けてそれぞれがもち帰り検査する。チェッカーは実際の貨物が、輸出商の輸出申請通りのものかを調べる。チェッカーは検査結果をRice Inspection Reportという書式に書き込み、BOTに提出する。BOTはそのレポートを確認した上で、検査結果を証明書で発行する。Rice Inspection Report、証明書ともに、輸出の取引先が内容を確認できるよう英語で書かれている。またそこに記される内容も、上記外形基準の(a)～(c)である。

かつて100キログラム入りの麻袋でコメが輸出されていた時代には、検査用サンプルはすべ

ての袋から取り出された [Boonleun 1964, 93]。荷役労働者が担いだ麻袋の両側から刺し口を入れてサンプルをとったという^(注28)。ところが梱包が麻袋からポリプロピレン袋に代わって袋に刺し口を入れられなくなったこと、またベルトコンベヤーで袋が運ばれるようになったことで、サンプルの採取はサイロからコメを袋に入れるところでおこなうか、いくつかの袋をランダムに選んでとるようになった^(注29)。

ジャスミン米のように標準商品に指定されたコメは、BOTによる検査対象から外れる。Akhom [2008] によれば、ジャスミン米の場合、サンプルが政府の認定した検査会社に送られ、そこで炊飯試験がなされる^(注30)。

2つめの品質情報は、安全性に関わるものである。これを示す情報は標準規格のなかにはないし、公的な検査制度の調査項目に入っていない。したがって安全性に関する情報は、買い手の要求に基づいて提供されるものである。実際に検査をおこなうのは、検査会社であり、その結果が買い手に示される。買い手の要請に基づいておこなう検査であるから、検査の内容も買い手によって異なる。業界関係者からの聞き取りによれば、日本は残留農薬検査の要求が多く、アメリカの場合はアメリカ食品医薬品局 (FDA) の基準に合格しなければならない。中国は重金属についての検査を求める^(注31)。こうした化学検査が求められるようになったのは比較的最近のことのようだ^(注32)。

3つめは食味に関する情報である。これもまた、標準規格に基づく格付けでは区別できない品質情報である。業界関係者によれば、香港、中国、フィリピンなどは新米を求めるが、アフリカは古米を、中東は硬いコメを求める。新米

は柔らかく、古米は堅くて炊き膨れがするので、同じ標準規格のコメでも食味はかなり違う。コメの鮮度 (硬さ) は、化学的な検査でも判別可能であるが、そうした検査は過去 10 年ほどの間に求められることが多くなった。それ以前は外見や臭いによって判断していた。買い手の求めに応じて検査会社が検査をおこなう^(注33)。

以上のように、現在のタイ米の輸出取引では、標準規格に基づく格付けとそれを保証する検査制度が確立している。ただし、この格付けによって伝達されるのは、外形品質だけである。それによって現物の確認を省略して取引を合意することも可能になったが、安全性や食味に関しては標準規格によっては伝達されない。そこで検査会社が買い手の個別的な要求に基づき検査をする。貨物の引き渡し段階では、現物を検査することで品質情報の伝達がなされている。

(2) 輸出商の原料調達取引における品質情報

輸出取引に必要な品質情報が、輸出商によるコメの調達取引においてどのように伝達されるのかを次に検討する。第Ⅱ節で述べたように、戦後はバンコクの輸出商が地方精米所から白米を購入して、輸出していた。両者の間をつなぐのはヨンというブローカーである。

ヨンは輸出商から欲しい精米の種類、量、価格情報を入手し、それを行情表 (ハンチェン、もとは中国語) という価格表にして地方精米所に送る。これは一種の相場情報である。この価格表には、コメの種類 (糯, 粳, ジャスミン米など)、碎米率、新米か否かで相場が記入されている。さらにヨンは具体的なオーダー情報を電話で地方精米所に連絡する。精米所が販売の意思を示せばそれを輸出商に取り次ぎ、取引が合意されれば、精米所は定められた期日にコメ

を輸出商の倉庫に運び込む。代金はヨンがあらかじめ精米所に払い、後で輸出商が精算する。ヨンは取引額の0.75パーセントを仲介手数料として精米所から受け取る〔*Than Setthakit* 2008〕^(注34)。この取引において、輸出商は複数のヨンと、ヨンは複数の輸出商と精米所と、そして精米所は複数のヨンと取引があり情報を交換している。

1990年頃は、ヨンが精米所からサンプルを取り寄せ、それを輸出商がみて品質の確認をした上で、実際の取引交渉をおこなっていた^(注35)。したがってこの取引交渉は、現物を確認しておこなうものであって、その際に標準規格による格付けは意味をなさない^(注36)。行情表に碎米率などの品質情報がもられているが、これは精米所が相場を知るためのものであって、実際の取引は目前のサンプルの品質に基づいておこなわれていた。ところが2015年調査時には、商務省の標準規格で取引交渉をおこない、貨物が輸出商の倉庫に入荷された際にサンプルをとって、それが合意通りの品質かどうかを確認する形に変わっていた^(注37)。ナコンパトム県の中規模精米所主からの聞き取りによれば、精米所からのコメが標準規格に準拠した品質になったので、サンプルで確認する必要がなくなってきたという。輸出商の取引量が増えてサンプルによる確認の手間が膨大になったことも一因のようである^(注38)。サンプルを送ることがあるのは、精米所によって同じ規格でも品質に若干の違いがあって、その確認が必要な場合である^(注39)。このように精米所から輸出商に送るコメの品質が標準化してきて、品質情報伝達を含めた取引方法が変わってきたのである。輸出標準規格が輸出商と精米所との取引でも共有されたことで、

両者の取引交渉における現物（サンプル）確認のコストは省かれた。

貨物が輸出商のところに届くと、そこで品質の検査がおこなわれ、契約通りのものが送られてきたかの確認がなされる。この確認は外形基準による。外形以外の品質情報については、入荷したコメからサンプルをとって、化学検査、炊飯検査によって確認する^(注40)。また収穫後どれくらい経ったコメであるかといった情報は、精米所との信頼関係によって得ることができるという。

輸出商の倉庫では精米所からのコメを再度混ぜ合わせ、夾雑物の除去をおこなった上で、輸出用の袋に詰める。輸出商によれば精米所に対して輸出標準規格でコメの品質を指定していても、貨物の品質には幅があるため、こうした加工が必要であるという^(注41)。

2. 国内消費市場の要求品質と情報伝達

先述の通り、タイで生産されるコメの6割は国内で消費されている。加工用を除くと、国内には大まかに2つの市場がある。ひとつはいわゆる内食で、家庭内で炊飯して食べるものである。もうひとつは外食、中食といわれるもので、家庭外の料理店で食べる場合と外部で調理されたものを家などにもち帰って食べる場合がこれにあたる。タイの都市部世帯の食費に占める後者の比重は、2011年の家計調査によれば42パーセントであるから、外食、中食はコメの消費の上でも無視できない〔NSO 2011〕。

(1) 内食向けのパック米

内食の場合、消費者が購入するコメにはパック入りのものと量り売りのものがある。かつて消費者はコメ小売店で必要分を購入したり、

15キログラム入りの籠単位で電話注文していたが、現在ではパック入り（200グラム入り～5キログラム入り）のコメを買ってくる割合が多い。こうしたパック入り米は、1980年代初頭にPathum Rice社が供給を始めたもので[Mahboonkroong Rice ホームページ]、現在では大手スーパーに供給するような業者だけでも20社あり、地方のブランドを入れれば相当な数になる。パック入り米の業界団体によれば、現在、タイのコメ消費量の4割がパック入り米で、バンコクに限っていえば8割だという^(注42)。これらの数値を確認する資料はないが、かなりの市場シェアになっているのは間違いない^(注43)。

かつて消費者がコメ小売商から購入していた時代には、コメに混ざりものが多かったり、15キログラム入りで買うと使い切るまでに品質が劣化するといった問題があった。そこでパック米業者は、清潔（夾雑物がない）であり、すぐ使い切れることを強調した^(注44)。また消費者が炊飯器でコメを炊くようになり、炊飯の火加減を調整することができない上、コメの品質に関する情報を小売商に尋ねることもできない。そこで同じブランドのパック米ならば、同じ水加減で炊飯器に入れると、同じように炊きあがるようにする必要があった。

このようにパック米の場合、コメの品質が均質で安定していることが重要になる。パック米製造業者は、夾雑物を取り除くための光選別機（色で異物を判別し除去する機械）を導入した。また袋ごとの品質を均質化するために、混ぜる白米の品質をチェックする検査室をもった。コメの鮮度（収穫後の期間）を調べた上でコメをブレンドし、コメの炊きあがり方が袋によって違うことのないようにしている^(注45)。なおパッ

ク米の場合、商品のほとんどが100%米か5%米であり、碎米の混入率で品質を差別化する意味はほとんどない。

このようにパック米業者はコメの安全性と食味（炊きあがりを含む）に関する品質情報を重視しているが、原料の白米は精米所から買い付ける業者が多い。業界団体によれば、大手スーパーに売っているようなパック米製造業者20社のうち、自社精米所をもっているのは2社にすぎない^(注46)。このようにパック米製造業者は、自社精米所をもって原料の品質を管理するのではなく、市場で白米を調達し、その品質を自社で確認してブレンドするという方法をとっている。こうした方法をとる限り、原料米の取引契約段階において伝達される品質情報よりも、貨物取引段階での品質確認が重要になるであろう^(注47)。

(2) 外食・中食向けの量り売り

外食・中食市場に対しては、市場などに店舗を構えたコメ小売商が、量り売りでコメを供給するルートが重要である。そうした市場のひとつ、バンコクのクロントイ市場の小売商10店舗で、米袋に立てられた値札164枚の表示を分析したところ^(注48)、品質表示にはおおむね以下のような内容があった（かっこ内は実際に表示に使われている言葉）。

- ①コメの種類（白米、糯米、ジャスミン米）、
- ②鮮度（新米、古米、中間）、③産地、④炊いたコメの硬軟（*nim*, *num* など柔らかさを表現する言葉）、⑤品質のよいことを表す言葉（良質、きれい）、⑥炊きあがり（*hung di*, *khun mo* など炊き膨れすることを示す言葉）、⑦粒の大きさ・形（碎米、1/3粒など）^(注49)、⑧作季（雨季作米）

このうちコメの種類を除くと、品質に関する表示として多いのは②（鮮度）で101の値札に書かれていた。これは炊きあがりやコメの食味を決める要素である。一般に古米は炊き膨れし、食味が硬い。逆にコメの外観についての表示は⑦だけであり、その出現頻度は15であった^(注50)。しかもそれらは碎米率の表示でなく、コメが碎米であることを示したものである。つまり市場では碎米率はまったく表示されていない。品種表示は27あったが、粳米はそのうちの2のみであった。なお表示のなかにかつてサラブリー県でとれる粳米品種を意味した「サオハイ」という表現がかなりあったが（値札33枚）、現在では良質粳米の代名詞として使われている。品種に関する情報はもっぱら糯米に登場する。産地についての表示（24枚）は、そのほとんど（19枚）がジャスミン米につけられていた。

外食産業向けのコメは多くが粳白米であり、その品質表示として強調されるのは⑥炊きあがり（炊き膨れする）である。市場の小売店に買いに来る外食産業主は、多くが屋台などで料理を提供する業者であり、安くて炊き膨れするコメを求めるのである。

こうした小売商にコメを供給するのは卸売商である。筆者が聞き取りをおこなったM社は2004年創業の新しい卸売商であるが、1日の取り扱いコメ量が4000袋（49キログラム入り袋、約200トン）、1カ月の取扱量は約10万袋である。1980年にコメの国内流通を詳しく調べたNuannut [1980, 13] は、バンコクの大手卸売商の取扱量を1カ月1万5000袋としているので、それをはるかに超える規模である。なおM社の経営者によれば、バンコク内に1日200トン

以上を扱う卸売商は30店舗ほどあり、お互い激しく競争している^(注51)。

さて、卸売商は小売商の品質需要に応えるために、精米所から入荷したコメの品質を確認しなければならない。M社は小売商の多様な需要に応えるために、130ブランドものコメを扱っている。そして精米所からコメが届くたびに、試験炊飯をおこなって炊き膨れの程度やご飯の硬さを確認し、買い手の小売商に伝える。これは同じブランドでも、時期によって炊きあがりや硬さが変わってくるからである。最近の小売商は、炊き膨れし、柔らかく、そして安いコメを求める傾向にあるという。逆に碎米率は品質指標として重要ではない。近年では精米所のブランドが認知されるようになってきた。とりわけ高級グレード米の場合、精米所のブランドの信用力が高く、炊飯試験も不要だという。これは米袋がポリプロピレンに代わり表面にトレードマークが印刷されるようになったことにもよる。かつて麻袋でコメを輸送していた時代には、精米所からの米袋には何も印刷されておらず、精米所名は紙に書かれて袋のなかに入れていた^(注52)。

一方、卸売商は精米所からコメを買い付ける際、品質を厳密に指定するということはない。また品質を規定できるような標準規格も存在しない。精米所と卸売商を仲介するあるヨンによると、卸売商が問い合わせるのは、「どのようなコメか」「炊き膨れするか」といった漠然とした内容のものである^(注53)。このように卸売商は貨物入荷時の品質のチェックに重点をおいている。ただし精米所は卸売商から市場動向をつねに入手して、売れ筋の価格帯と品質を把握する。それに応じて混米方法を変えて商品を送っ

てくる。市場での取引を通じた品質情報の伝達がなされているといえよう。

このように国内消費市場向けのコメについて重視される品質情報は食味であり、それを伝達するために使われている媒体は、現物（商品自体）、信頼（ブランド、産地）である。すなわち、送られてきた現物の品質を確認し、精米所の精米工程に対する信頼、精米所に入る籾の生産過程状況（籾の品種、作柄、収穫後の日数など）を知ることで、コメの食味を推定しているのである^(注54)。

3. 精米所の品質管理と籾取引における情報伝達

(1) 精米工程の技術革新

最後に、輸出市場と国内市場の品質要求に対して精米所がどのように対応しているのかを検討する。まず精米の製造工程を簡単に述べておきたい。佐々木・山尾・細野〔2015〕によれば、現在のタイでは、籾の荷受後、粗選別、乾燥、籾貯蔵、籾摺りと工程が進み玄米が生産される。玄米はさらに搗精過程を経て精米となり、砕粒選別、ブレンド、光選別、研米のち包装されて出荷される。もともとはこのうちの精米ができるまでが精米所の工程で、砕粒選別以降が輸出商における加工工程であった。

この工程は、1980年代以降におこなわれたいくつかの技術革新を経て確立したものである。1980年代に粗選別工程に石抜き機（destoner）が導入され〔Mingsan 1985〕、また光選別機が輸出商によって使われるようになった^(注55)。精米工程で床に置かれていたコメは、今はサイロで保管されるようになった。これらの選別機の導入や保管方法の変化によって、コメの夾雑物

が大幅に減っていった。乾燥機は1980年代の乾季作の普及とともに精米所で導入され、これによって精米歩留まりが大幅に改善されたという^(注56)。このように1980年代には、精米工程の技術に大きな変化があり、コメの品質標準化が可能になった。

さらに1990年代になると、光選別と研米の工程を精米所もおこなうようになった。これは輸出商がより夾雑物や不良米の少ないコメを求めるようになったためである。国内市場向けについても、1980年代以降はパック米が普及していったから、精米所は精米の品質標準化を求められていた。

このような精米工程自体の技術革新によって、コメの品質はより標準化されるようになった。その結果、輸出商はサンプルを精米所から取り寄せて品質を確認するという過程を省略し、商務省標準規格に基づく格付けで取引を合意できるようになった。

(2) 籾集荷段階の品質情報伝達

以上みてきたように、国内外の消費市場の品質要求は精米所段階にまで届いて、精米所の品質管理を変えた。ではその先の籾流通段階はどうだろうか。

精米所が籾を集荷するルートには、①中間商人からの買付、②籾市場での買付、③農民からの買付、の3つがある。いずれのルートにおいても、取引は現物を前にした価格交渉による。売り手と買い手の間に長期的な契約関係はない。

取引交渉の際に、精米歩留まり、夾雑物の比率、水分含有率といった外形品質情報は、実際に貨物を検査することで確認される。これら以外に、籾の売り手がどこで産出した籾をもち込んだかを知ること、外形では確認できない情

報（産地によるコメのできばえ、食味の違いなど）を得ることができる。精米所、とりわけ輸出向けのコメを供給する精米所は、規模が大きく、籾の集荷範囲も広がる。そうした集荷を担うのは中間商人であり、精米所は中間商人の集荷範囲を知ることによって籾生産過程に関する情報を入手する。

中間商人は籾市場でも籾を買い付けているが、その際でも籾がどこから来たかを確認して買い付ける。籾市場は1980年代の半ばまでナコンサワン県パユハキリにあって、そこには中部地方のみならず北部の籾も集まった。買い手は中部平原の精米所に籾を売る中間商人であった。当時、買い手は売り手のトラックのナンバープレートから、どのエリアの籾がもち込まれているのか判断できたという^(注57)。そして貨物の籾からサンプルをとって試験精米し、水分含有量をみて、売り手に価格を提示した^(注58)。

その後、籾市場がトラック輸送に便利な幹線道路沿いに立地するようになる一方、乾季作米が普及して中部上部一帯の籾量が増えたため、籾市場に集まる籾は近隣県のものになり、産地はより限定されてきた。近年では大規模市場が撤退し、代わりに小規模な市場が登場しており、ますます集荷範囲が限定される傾向にある。このように籾市場から籾を買い付ける中間商人は、籾の産地情報を有しており、それが精米所との取引にも伝達されるものと考えられる。また籾市場を通す場合でも、中間商人は現物自体を検査することで外形についての品質情報を得ている。精米所が直接、籾市場で籾を買う場合でも、同様に産地情報と現物による品質情報を得ることができる。

精米所が中規模で、かつコメの産地に立地し

ている場合は、周囲の農民から直接買い付ける量が多くなる。近年では農家自身がトラックを所有したり、輸送業者を雇って籾をもち込んだりすることもある。この場合、精米所は籾生産過程情報を生産者から直接入手できる。コメを買い付ける際の品質確認方法は、他のルートから購入する場合と同じである。

(3) 生産農民への品質情報伝達

最後に籾の生産者である農民が、取引を通じてどのように品質情報を受け取っているのかをみる。前項でみたように、精米所が籾を買い付けるときに確認する品質情報は、基本的に外形に関するものである。具体的には、籾の外形、碎米の比率、劣等粒（黄色や赤色の粒、十分実っていない粒）の含有率、水分である。コメの食味に関する情報（収穫後の経過日数や作り方、品種、実り具合など）は、産地に立地した精米所であれば自らの目と耳で、中間商人から籾を買う場合にはその商人から入手する。こうした取引の過程で農民はどのようなコメが高く売れるかを知るが、それへの対応は個別農家に任されている。

カンボジアやベトナムでは一部にコメの契約栽培によって買い手企業が栽培方法にまで関与する例がみられるが^(注59)、タイではこうした組織的な品質情報伝達はきわめて例外的である。ただし市場メカニズムを通じて品種が統一されてきたという例はあるようで、ナコンサワン県ノンブア郡の精米所主によると、精米所がある品種のコメを優先的に買い付けることを何人かの農民に伝えたところ、精米所の集荷圏のコメはほぼその品種になったということであった^(注60)。こうした事例がどの程度の広がりをもつものか、筆者には判断する材料がない。市場

的な取引を通じて、どの程度農家に品質情報が伝達され、それが籾の品質改善にどの程度つながっているのかについては、今後の調査課題である。

おわりに

本稿では、タイ米取引における品質情報伝達制度がどのように作られ、現在どのようになっているのか、その実態を明らかにすることを目的においた。

コメ取引において必要な品質情報は、外形、安全性、食味であり、買い手がどれを重視するかは、市場（需要者）によって異なる。品質情報を伝達する媒体には、格付け、現物確認、信頼、生産過程観察があり、それらが組み合わされて用いられていて、その組み合わせ方とどの媒体が重要かは市場によって異なる。しかも取引交渉段階と貨物引渡段階で、伝達される品質情報の内容と媒体が異なる。戦後、タイ米の市場が拡大するとともに、求められる品質情報の中身、伝達媒体、伝達段階の組み合わせはより多様化した。タイ米の場合、ひとつの品質情報伝達制度で網羅できるような単一市場は成り立っていない。

輸出市場についてみれば、現在、外形について標準化された格付けが広範に共有されている。戦前は取引相手や時代によって異なっていた格付けが、戦争直後のタイ米国際管理下で標準化されていき、タイ側の市場戦略の必要性も相まって、公的な標準規格が準備された。さらにライスプレミアムの徴収という政府側のインセンティブが格付けと検査制度の整備を後押しした。その後、1980年代から精米所の精米過程

における技術革新があり、精米所間の競争を通して、精米所から輸出商に送られるコメの品質標準化が進んだ。その結果、現在では輸出商は販売（輸出取引）と調達（精米所からの買い付け）の交渉を標準規格に基づく格付けを提示するだけでおこなうことができるまでになった。この取引段階では取引費用の節約が進んだといえよう。

しかし多様な輸出市場の品質要求に対応するには、外形基準だけでは不十分である。品質情報のうち安全性と食味については、標準規格は何も規定していないからである。そこで安全性については、現物の個別検査をおこなって品質を取引主体の間で確認している。食味については一部に化学検査が導入されているが、精米所や中間商人からの生産過程情報（精米所のブランドを含め）が重要な役割を果たしている。また国内向けの場合、食味に関する情報もとても重要で、卸売商は精米所のブランドと現物検査によって品質情報を把握している。

一方、籾取引の段階では、外形と食味が品質情報として重要であり、籾産地についての情報を入手すること、およびもち込まれた貨物を検査することによって、買い手は必要な情報を得ている。戦前から今日に至るまで、籾の輸送方法や流通経路に変化はみられるが、現物の品質（おもに外形的なそれ）を確認した上で取引がなされるという点は変わっていない。

タイ米の取引は基本的に市場取引に依拠しており、品質情報伝達の制度も市場取引を前提としている。取引交渉あるいは貨物引渡の場において交換される品質情報をもとに、取引主体は取引の意思決定をおこなう。売り手は得られた品質情報をもとに、売る商品の品質を選択

したり改善したりする。買い手と売り手の間に組織的関係があるケースは希で、買い手が売り手のコメ生産管理に直接（組織的に）影響を与える仕組みはない。この点が近代日本の経験ともしっかり異なる点であろう。明治期以降、日本では県が「産地」を代表する主体となって互いに激しく競争しつつ、産地内での品質標準化をすすめる行政能力をもっていた〔有本2017〕。

本稿の残された課題は多い。まず輸出米取引における格付け検査制度が、どの市場でどの程度有効な品質情報伝達制度になっているのかを明らかにしなければならない。裏返せば、どのような市場では外形以外の品質要素が重要になっており、その品質情報はどのようにして伝達されているのかを明らかにすることである。輸出市場が多様化した今日、様々な情報伝達制度が作られているはずで、それを類型化して示す作業が必要である。

国内向けの品質情報伝達制度については不明な点が多い。輸出用に作られた格付け検査制度が適用できないなかで、取引費用を節約するためにどのような方法が実践されているのか。パック米市場と量り売り市場、バンコク市場と地方市場、それぞれ流通経路、取引制度、取引主体が異なっており、それぞれ品質情報の伝達制度を明らかにする必要がある。

そして籾取引における品質情報伝達制度が、農家のコメ改良にどう作用しているのかを調査する必要がある。タイのように市場的な取引がコメ生産の現場から輸出取引に至るまで貫徹している国で、どうすれば品質情報が効率的に伝達されるのかを考察することは、類似の取引制度をもつ多くの途上国にとって示唆に富む情報

をもたらすであろう。

（注1）ここで制度とは、North [1990, 3-4] にしたがって、ある社会における人々の行動を制約するルールであり、慣習のようなインフォーマルな制約も含むものとする。

（注2）国内流通制度の概観を与えてくれるものとして、Chirmsak [1977]、白井・三島 [1994]、Ammar and Wirot [1990]、Somporn [2010] を挙げておく。流通の担い手、とくに中間商人については、Ammar [1978] が優れた分析をしている。

（注3）農産物の規格化の歴史の変遷をレビューした橋本 [2006] によれば、規格化の研究は品目別の現状分析的な研究が部分的にあるのみだという。たとえば青果物規格の標準化については久保 [1980] や鈴木 [1998] の研究がある。米穀については、持田 [1970] や玉 [1988] が市場構造や競争状況の変化に応じて品質情報伝達制度が変わってきたことを明らかにしている。一方、Akerlof [1970] はじめ情報の非対称性の問題を取り扱った経済学の論文は数が多く、農産物についても、Bockstael [1987] が規格化、標準化、ブランドの取引に及ぼす効果を検討している。しかしこれらは特定の制度が特定の前提条件（情報の非対称性）のもとで、どのような経済的帰結をもたらすかを論じたものであり、情報の非対称性を減じるための制度全体を概観するものではない。品質情報を伝える市場制度の歴史的な形成過程を論じた古田・牛島 [2010] の問題意識は本稿と近いが、そこで扱われているのはおもに工業製品であり、個別具体的な制度の形成史である。

（注4）文献によっては支店、代理店と称する場合がある。

（注5）古口 [1921, 48]、水野 [1922, 74] にもほぼ同じ記述がみられる。なお委託問屋は販売額の3パーセントの手数料をとった。

（注6）タイ商務省貿易局の1950年9月13日

付文書によれば、同年8月26日付で経済省がコメ輸出の際に信用状(L/C)を開くことを義務づけている。その理由として、輸出できるコメの量が限られている状況で、委託販売をして売れるかどうか決まっていないうちに輸出をさせるわけにはいかない、としている。つまり当時はまだ委託販売が広くおこなわれ、逆に信用状を開くということは一般的ではなかった(国立公文書館文書 Pho no 0301.5/13 pok thi 1)。これは輸出商からの聞き取りでも確認できた(かつての大手輸出商、Thep Phanich社の経営者であったPreecha Tanprasert氏から、バンコクにて1990年2月に聞き取り)。

(注7) Preecha Tanprasert氏よりの聞き取り(バンコク、1990年2月)。

(注8) これらの籾の特色について、タイ商務省は以下のように説明している[MOCC n.d.]。khao na suan(精米所のコメとして最高レベル。長く細く、脂肪が多く[透明で]、強く、碎米比率が低い。籾殻は薄い。植え方は移植とばらまきの両方がある。おもな産地はナコンチャイシー、ランシット、サケークランである)。khao na muang(精米所のコメとしては最低ランク。粒は短く太く、脂肪不足で透明度が低い。また砕けやすい。籾殻は荒く、分厚い。ばらまきの稲からとれる籾で、浮き稲からとれる籾はこの典型である。かなりの率でピンク色のコメが混じる。おもにアユタヤ、アントン、パークハイなどで穫れる)。khao sam ruang(khao na muangよりやや上質で、長粒をより多く含み、ピンク色のコメが少ない。ばらまき用のコメである)。khao bao(khao sam ruangよりも品質が高い。長粒がより多く、ピンクのコメはほとんどない。移植とばらまきの両方で使われる)。khao nio(ナコンチャイシー、ラーブリーなど限定されたエリアで作られる特別の高品質米)。

(注9) 戦後のタイ米輸出統制については、長谷川[1962]、楊漢錚・許子榮[1949]、Yang[1957]に依拠した。

(注10) 「100%米」というグレードは、戦前の

格付けにはみられなかったもので、許子榮[1951, 78]によれば、1948年に政府が碎米率5パーセント未満のうちとくに品質のよいもの(粒の長さ、堅さ、色、品種の統一性などの点で)を100%米と称するようになったのが始まりだという。

(注11) Boonleun[1964, 51]は、この委員会名をタイ語でのみ表記しており、筆者は未だその英語名を確認できていない。タイ語はKhana kammakan thi pruksa setthakit sakha khaoで、消費財問題委員会(Khana kammakan wa duai phokhaphan)のもとに作られた委員会である。

(注12) Uthit[1958, Table 94]によれば、バンコク地域の精米所に入る籾量は1951年約75万トンであったが、53年に35万トン、55年に13万トンと激減している。

(注13) 1950年代に、アユタヤ県のタールアに籾の集荷市場があった[Uthit n.d.]。しかしここで買い手による競売がなされていたかは不明である。タールアは陸路と水路の結節点になっていたため、そこに陸路で籾をもち込んだ商人と、それを船でバンコクに下ろす商人とが取引をする場ができたとされる。またタールアの籾市場で扱われる籾の6割以上が後背地のロップリー県から来ており、この市場はロップリー県産籾の積出市場という性格が強かった。こうした理由から、パユハキリの籾市場をタイ最初の籾集散市場としてよいであろう。

(注14) パーボイルドライスとは籾のまま圧力をかけて蒸し、その後で脱穀してできたコメのことである。

(注15) 政府が財界に働きかけて作らせた組織で、政府と財界の間の連絡調整機能を期待された。参加した企業はおもに通商に関わる企業であった。設立は1954年である。

(注16) BOTでの聞き取り(2015年8月14日)。

(注17) 新標準規格の公示に付された説明書(Explanatory note to the revision of the Standard of Rice)による。

(注18) BOTでの聞き取り(2016年3月)によれば、規格を取引実態に合わせたという。

(注19) ジャスミン米については、「タイジャスミン米を標準商品としタイジャスミン米の標準規格を定める2001年商務省布告」(Prakat krasuang phanit ruang kamnot hai khao hom mali thai pen sinkha matrathan lae matrathan sinkha khao hom mali thai) (2001年10月31日布告)。

(注20) 「白米を標準商品とし白米の標準規格を定める2012年商務省布告」(Prakat krasuangphanit ruang kamnot hai khao khao pen sinkha matrathan lae matrathan sinkha khao khao) (2012年12月18日布告, タイ官報2013年1月30日公示)。

(注21) 本稿の中間報告書 [重富 2015, 164] で、誤ってパトムターニー米を「標準商品」とした。ここで訂正しておきたい。

(注22) FAOSTAT データベース (<http://faostat.fao.org/>) から計算した2004~13年の平均値。

(注23) UN Comtrade データベース (<http://comtrade.un.org/>) でタイからの輸出先国数をカウントした。ただしデータベースで「その他」にまとめられた国の数は含まない。1970, 80年はSITCコード, 他はHSコードによる。

(注24) タイ米輸出商協会 (Thai Rice Exporters Association) での聞き取りによる (2015年8月)。

(注25) BOT 内部資料による。

(注26) BOT での聞き取り (2015年8月, 2016年3月) による。たしかに「サンプルによる取引」でのコメの仕向先はアフリカ諸国が多く [OMIC 2015], そこでは古米が好まれるので、政府在庫米が混ぜられていると考えられる。

(注27) 民間検査会社と BOT での聞き取りによる (2015年8月)。

(注28) 袋のなかで品質の偏りがある可能性があるため、袋の両側からサンプルを採取した。

(注29) 検査会社での聞き取りによる (2015年8月)。

(注30) 炊飯試験とは、100粒のコメを17分間

茹でた後、すぐ水に浸けてから取り出し、押しつぶして粒の形が残るものがないか調べるものである。形が残ったものがジャスミン米以外のコメである。100粒中、8粒以上そうした粒があれば、タイの「ジャスミン米」として公認されない [Akhom 2008, 35]。

(注31) 複数の検査会社, 輸出商からの聞き取り (2015年8月)。

(注32) 検査会社での聞き取り (2016年3月) によると、2006年にEUが安全性の検査を求めようになった。

(注33) 検査会社での聞き取りによる (2016年3月)。

(注34) ヨンの業界団体であるタイ米業協会 (Thai Rice Association) での聞き取りでも確認した (2015年8月)。

(注35) 輸出商, 精米所主, ヨン経営者からの聞き取り (1988年12月, 1990年1月)。Nuannut [1980, 22-23] も参照。

(注36) タイ精米所協会での聞き取り (1990年6月)。

(注37) 地方精米所主, ヨン経営者からの聞き取り (2015年8月)。ある大手輸出商によれば、こうしたサンプルを確認しない方法は最近5年ほどで広まった (2016年3月聞き取り)。

(注38) 同上の大手輸出商による (2016年3月聞き取り)。

(注39) 精米所主によれば、精米の品質差はたとえばコメ選別機の性能の違いや、籾産地の違いが反映したもので、輸出商によってはこれを見るためにサンプルを送らせることがあるという (2015年11月聞き取り)。

(注40) 輸出商の倉庫での聞き取り調査による (2015年8月)。ただし調査した輸出商はジャスミン米をおもに輸出している企業であったため、化学検査について他の企業よりも厳しくおこなっている可能性がある。

(注41) 輸出商での聞き取り (2016年3月) による。実際、2015年8月に輸出商の倉庫でこうした加工工程を確認した。

(注42) Thai Rice Packers Association での聞き取りによる (2014年8月)。

(注43) 商務省国内流通局の推計によれば、1988年の時点でバンコクのコメ消費量の3分の1がパック入り米であった [Ammar and Wirot 1990, 210]。

(注44) Thai Rice Packers Association での聞き取り (2014年8月)。

(注45) 同上。

(注46) Thai Rice Packers Association での聞き取りによる (2014年8月)。なお業界大手の、Pathum Rice 社 (Mahboonkrong Rice ブランドの製造業者) も、もとは大規模な精米所をもっていた。ところがそれをブレンドのためのプラントに変えてしまったという。精米所経営とパック米の製造とは必要な人材、技術が異なることから、後者に資本を集中させているようである (2014年8月、Pathum Rice 社での聞き取りによる)。

(注47) ただしこの点についてはパック入り米業者に確認する必要がある。

(注48) 2016年3月11日に市場で、できる限り多くの値札の写真を撮影した。

(注49) 1/3とは完全粒の1/3の長さの粒であることを意味する表示である。

(注50) 「100%」という表示は値札にしばしばみられるが、これは碎米率を示したのではなく、表示された種類以外のコメが混ざっていないという意味だそうである (2016年3月卸売商 M 社での聞き取り)。

(注51) 2015年8月、M社にて聞き取り。

(注52) 輸出商は精米所から来た麻袋に自分のトレードマークや宛先、グレードなどを印刷しなければならなかったため、精米所は無地の麻袋にコメを入れて輸出商に送る必要があった (検査会社での聞き取り、2015年8月)。

(注53) ヨンでの聞き取りによる (2016年8月)。

(注54) パック米の小売り段階では、商務省によるホームマリ米の純度を示す認証が包装に印刷されており、消費者への品質情報伝達の媒体

となっている。

(注55) 株式会社サタケでの聞き取りによる (2015年11月)。なお筆者は1990年6月に大手輸出商、Thai Hua (2511) 社の輸出倉庫を見学した際、パーボイルドライスの選別に光選別機が使われているのを確認している。その Thai Hua (2511) 社によれば、こうした機械化は1~2年前から始まったとのことであった。

(注56) ナコンパトム県精米所主からの聞き取り (2014年8月、2015年11月)。

(注57) ナコンサワン県の精米所主からの聞き取り (2015年8月)。

(注58) 粳市場 (ガムナンソン・コメ市場) での観察と聞き取り (1988年2月)。

(注59) カンボジアはコメのおもな輸出先が欧州で、とくにジャスミン米については欧州側の品質要求が厳しいため、精米所や輸出商が農民を組織化して契約栽培をしている例が複数あった (2014年9月、プノンペン、バタンバンでの聞き取り)。またベトナム、メコンデルタでは、AGPPS というアグリビジネスが、自社で開発した粳と自社の肥料農薬をセットにして契約農民に提供し、コメを栽培させていた (2015年8月、アンザン省での調査)。

(注60) 2015年8月、ナコンサワン県での聞き取りによる。

文献リスト

〈日本語文献〉

天田六郎 1929. 「在暹華僑の現勢」(『20世紀日本のアジア関係重要研究資料③復刻版 単行図書資料 第62巻』龍溪書舎、2003年所収)。

有本寛 2017. 「発展途上経済における農産物市場と流通の改善——近代日本の米市場における米穀検査と標準化——」『アジア経済』58 (2) (6月)77-103.

臼井晋・三島徳三編著 1994. 『コメ流通・管理制度の比較研究 [韓国・タイ・日本]』北海道大学図書刊行会。

- 久保利文 1980. 「青果物規格の標準化に関する一考察」『農業経済研究』52(1) 33-38.
- 古口賢治 1921. 『南洋之米』南洋協会.
- 佐々木智・山尾政博・細野賢治 2015. 「タイにおける精米業と調製加工技術の展開」(日本農業市場学会報告資料, 2015年6月28日, 宇都宮大学).
- 重富真一 2015. 「タイにおけるコメの流通制度と格付け・検査制度の変遷」有本寛編『途上国日本の開発課題と対応: 経済史と開発研究の融合〈中間報告書〉』調査研究報告書, アジア経済研究所.
- 暹羅協会 1929. 『暹羅国情』暹羅協会.
- 鈴木忠和 1998. 『野菜出荷規格の研究』巖南堂書店.
- 玉真之介 1988. 「市場制度と銘柄競争——昭和戦前期の銘柄整理問題——」京野禎一編『競争下の食料品市場』筑波書房.
- 橋本直史 2006. 「農産物の規格化の変遷とその意味に関する一考察」『北海道大学農経論叢』62 117-127.
- 長谷川善彦 1955. 『タイ米の商品化』農林統計協会. ——1962. 『タイの米穀事情』アジア経済研究所.
- 古田和子・牛島利明 2010. 「情報・信頼・市場の質」『社会経済史学』76(3) 71-82.
- 満鉄東亜経済調査局編 1938. 『シャム篇』(南洋叢書第4巻), 満鉄東亜経済調査局.
- 水野宏平 1922. 「暹羅の米(四)」『南洋協会雑誌』8(5) 63-75.
- 宮田敏之 2001. 「戦前期タイ米経済の発展」加納啓良編『岩波講座東南アジア史 第6巻 植民地経済の繁栄と凋落』岩波書店. —— 2003. 「タイ米輸出とアジア間競争——1920年代におけるタイ米の『品質問題』を中心に——」川勝平太編『アジア太平洋経済圏史 1500-2000』藤原書店.
- 持田恵三 1970. 『米穀市場の展開過程』農業総合研究所.
- 安原亀次 1919. 『暹羅国の稲作及精米業』南洋協会台湾支部.
- 矢野泉・三島徳三 1993. 「タイの粳流通における『中央市場』の機能と役割」『北海道大学農経論叢』49 283-305.
- 〈中国語文献〉
- 乃懋 1957. 「泰國米穀業概況」泰國中華總商會編『泰國經濟年鑑 1957』泰國中華總商會.
- 許子榮 1951. 「暹羅百保升米概述」暹京米商公所『暹京米商公所卅一卅二週年聯合刊』暹京米商公所.
- 楊漢錚・許子榮 1949. 「第二次世界大戰後之暹羅米業」暹京米商公所『暹京米商公所卅週年記念刊』暹京米商公所.
- 野鶴 1949. 「商業部米糧處制價之沿革」暹京米商公所『暹京米商公所卅週年記念刊』暹京米商公所.
- 張敬輿 1962. 「泰國米業滄桑談」泰國米商公會『四十三週年記念特刊』泰國米商公會.
- 〈英語・タイ語文献〉
- Akerlof, George A. 1970. "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism." *Quarterly Journal of Economics* 84(3): 488-500.
- Akhom Sithapthim 2008. "Kan kamnot matrathan sinkha lae withi kan truat sop thi mi prasithiphap sang sakayaphap kan song ok sinkha thai: korani khao hommali thai [タイの輸出力を高めるための商品規格と検査: タイのジャスミン米の事例]." Bangkok: Department of Foreign Trade.
- Ammar Siamwalla 1978. "Farmers and Middlemen: Aspects of Agricultural Marketing in Thailand." *Economic Bulletin for Asia and the Pacific* 29(1): 38-50.
- Ammar Siamwalla and Wirot Na-ranong 1990. *Pramuan khwam ru ruang khao* [コメに関する知識集成]. Bangkok: Thailand Development Research Institute.
- Board of Trade of Thailand (BOT) 1962. *Rice Standard in Effect from 20 May 1957*.

- Bangkok: BOT.
- 1974. *Notification of the Ministry of Commerce re: Standard of Rice in Effect as from January 30, B.E. 2517*. Bangkok: BOT.
- Bockstael, Nancy E. 1987. "Economic Efficiency Issues of Grades and Minimum Quality Standards." in *Economic Efficiency in Agricultural and Food Marketing*. eds. Richard L. Kilmer and Walter J. Armbruster. Ames: Iowa State University Press.
- Boonleun Boonreung 1964. "Kan truat sop lae khuap khum khunnaphap khao choepkorani kan truat khao song ok nok prathet [政府によるコメの管理と検査：輸出米品質検査の事例]. MA Thesis, Bangkok: Thammasat University.
- Central Statistical Office (CSO) 1961. *Statistical Year Book Thailand, No.23 B.E. 2499 (1956) to 2501 (1958)*. Bangkok: CSO.
- Chaiyong Chuchat 1960. *Setthakit kan kha khao khong thai wa duai kan phalit kan boriphok lae kan chamnai khao sahakon khai khao panha lae withi kae khai lae kan kha khao khong saharat amerika* [タイの米穀経済：コメの生産，消費，販売，コメ販売協同組合，アメリカ合衆国のコメ販売の問題と解決方法]. Bangkok: Prae Bhitthaya.
- Chirmsak Pinthong 1977. "A Price Analysis of the Thai Rice Marketing System." PhD. Thesis, Stanford: Stanford University.
- Department of Commerce (DOC) 1939. *Commercial Directory for Siam 1939*. Bangkok: DOC.
- Department of Commerce and Statistics (DOCS) 1935. *Statistical Year Book of the Kingdom of Siam B.E.2476-77 (1933-35)*. Bangkok: DOCS.
- Department of Foreign Trade (DFT) n.d.. "Khumu kan song ok khao [コメ輸出の手引き]." (http://www.dft.go.th/Portals/0/ContentManagement/Document_Mod684/a_w%20book@25540331-1152005429.pdf [2014年11月3日取得]).
- 2003. *Thai Rice Standards. Thai Hom Mali Rice Standards*. Bangkok: DFT.
- Mahboonkrong Rice ホームページ. (http://www.patunrice.com/aboutus/history_en.html [2015年12月20日取得]).
- Mingsan Khaosa-at 1985. "Panha khunnaphap khao song ok khong thai [タイ輸出米の品質問題]." *Warasan setthasat thammasat* 3 (4): 160-197.
- Ministry of Agriculture (MOA) 1950. *Thailand and her Agricultural Problems*. Bangkok: MOA.
- Ministry of Commerce and Communication (MOCC) n.d.. "Siam: Rice-industry." s.l.: s.n..
- 1929. *Commercial Directory for Siam 1929* (Third Edition). Bangkok: MOCC.
- Mongkhonprasat, Khun 1928. *Thamra kan tham na* [稲作教科書]. s.l.: s.n..
- n.a., n.d.. "Ruang kan khat lae truat khunnaphap khao (Grading and Inspection of Milled Rice and Paddy Rice)." s.l.: s.n..
- National Statistical Office (NSO) 2011. "The 2011 Household Socio-economic Survey." (http://web.nso.go.th/en/survey/house_sec/socio_11.htm [2014年7月2日取得]).
- North, Douglass C. 1990. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nuannut Phiriyawityophat 1980. "Kan sukstarabop kan kha khao khong ekachon lae rathaban nai krungthep mahanakhon [バンコクにおける民間と政府によるコメ取引制度の研究]." MA Thesis, Bangkok: Thammasat University.
- Overseas Merchandise Inspection Co., Ltd. (OMIC) 2015. "OMIC Report 2015: Rice Situation in Thailand." Bangkok: OMIC.

- Prachak Charoen and S. Ito 1986. "Quality Control Procedures in Rice Exporters' Warehouse in Thailand: The Role of Inspection (Survey) Company." Paper presented at FAO/UNDP Regional Workshop on Warehouse Management for Bag Storage of Grain at New Delhi, India. Sep.8-17.
- Rangsan Thanphonphan 1987. "Kan sukxa phawa kan khaeng khan nai talat khao phai nai prathet, Bot samruat ngan wichakan [国内のコメ市場における競争状況に関する研究レビュー]." *Warasan Setthasat Thammasat* 5 (1): 169-196.
- Robertson, C. J. 1936. "The Rice Export from Burma, Siam and French Indo-China." *Pacific Affairs* 9(2): 243-253.
- Shigetomi, Shin'ichi 1995. "The Transmission of Information in the Transacting of Primary Products: The Case of Quality improvement in Thailand's Natural Rubber Production." *Developing Economies* 33(2): 203-221.
- Somporn Isvilanonda 2010. *Khao thai: kan plian plaeng nai khrong sang kan phalit lae chong thang kan krachai* [タイのコメ：生産構造と流通経路の変容]. Bangkok: Sathaban klang samong khong chat.
- Suehiro, Akira 1989. *Capital Accumulation in Thailand 1855-1985*. Tokyo: Centre for East Asian Cultural Studies.
- Sura Sanittanont 1967. *Thailand's Rice Export Tax: Its Effects on the Rice Economy*. Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Than setthakit* 2008. "'Yong' prap khun kha nai kha khai rap ngoen duan tong chai roi la 1.50 [ヨンがコミッションを引き上げ。現金受領を急ぐ場合は1.5パーセントに]." May 11-14 (<http://www.food-resource.org> [2009年4月19日取得]).
- Uthit Naksawat 1958. "Phawa nisin khong chaona lae kan kha khao nai phak klang prathet thai pho.so. 2500-2501 [タイ国中部地方における農民負債とコメ取引の状況, 1957-58年]." Bangkok: Ministry of Agriculture.
- n.d.. "Talat khao tha rua [タールアのコメ市場]." s.l., s.n..
- Wickizer, V.D. and M. K. Bennett 1941. *The Rice Economy of Monsoon Asia*. Stanford: Stanford University Press.
- Yai Suvabhan Sanitwongse 1927. "The Rice of Siam." (Phan Tri Momrachawong Suwaphan Sanitwongse Na-ayutthaya 葬式本に再録。初版は Bangkok Times Press, 1927 による).
- Yang, Shu-Chin 1957. *A Multiple Exchange Rate System: An Appraisal of Thailand's Experience 1946-1955*. Madison: University of Wisconsin Press.
- (明治学院大学国際学部教授, 2016年3月25日受領, 2016年11月18日レフェリーの審査を経て掲載決定)

Abstract

Institutional Development of Transacting Quality Information in the Thai Rice Trade

Shinichi Shigetomi

Wide heterogeneity in quality among agricultural commodities makes it crucial for traders to have precise information about the commodity quality to reduce transaction costs. This paper examines how the institution of transacting quality information in the Thai rice trade has developed since before the early 20th century. A standardized grading and inspection system was introduced just after World War II, when Thai rice export was under international supervision. The Thai government also needed strict quality inspection to accurately collect export taxes according to quality. Standardized grading is necessary for rice exporters to sell their commodities in new markets such as Africa and the Middle East, where unlike traditional Asian markets, mutual trust between sellers and buyers does not help guarantee quality. New milling technology has helped standardize rice production. As a result, traders of milled Thai rice can now make transaction agreements by simply indicating the grade of the official rice standard. Thus, in most cases, sample exchange is not required to confirm quality. Nevertheless, this standard does not specify taste or chemical safety. Buyers who are conscious about these elements must therefore obtain additional information by relying on chemical inspection, cooking tests, and the producers' brand.