

フィリピン・ギマラス島の マンゴー卸売商人

——取引関係を中心に——

中 窪 啓 介

I はじめに

フィリピンのローカルな農産物流通に関わる商人の経済活動をめぐる研究は、主に各地域の在来市場や市場周辺で営業する商人を対象にして進められてきた。そこでの議論の眼目は、市場での取引において、売手－買手間をはじめとする各取引主体間で築かれる社会・経済関係の様態や機能がいかなるものであるのかという点にあった。

Jocanon (1983) 曰く、西ビサヤス地方において、町の市場の売手－買手関係はおよそ非人格的なものである。買手は、取引の場面において売手がことあるごとに詐欺行為を働くと考え、そうした詐欺行為の発生によって両者の間ではもめ事が頻発する。取引は現金即払いで行われるのが通例であり、信用貸しの利用は稀である。同様に、永井 (1992) によるアンティーケ州シバロムの市場の事例では、「市場の関係は、あくまで二者の間に結ばれるその場限りのもの」(99) であり、売手がよそ者に対して法外な値段を求めるなど、二者間の情報の非対称のもとで機会主義的な経済行動も見られる。

こうした売手－買手間の敵対的ともいえる関係性が捉えられる一方で、多くの事例では、市場の様々な諸主体の間に *suki* 関係と呼ばれる互酬関係が認められる (Anderson 1969; Szanton 1972; Davis 1973; Spoehr 1980; 佐竹 1988; Kawada 1994)。牛島 (1990: 10) が概括するところによると、*suki*

関係とは、売手と買手の二者間の相互信用と期待に基礎づけられ、双務的な規範を有する恒常的な得意客関係である。この関係のもとで、買手は、より低価格での取引、高品質の商品の確保、特別なサービスの享受、可能であるならば信用買いの利用を期待する。一方、売手は、客にこうした便宜を図ることで、各取引の利益を最大化するよりも、安定的な客筋を確保しようとする。

suki 関係は、一般的にこのように捉えられるが、事例ごとに異なる機能や強度が見いだせる。例えば、Davis (1973) が研究対象としたバギオ市の市場では、信用買いが *suki* 関係にとって本質的と考えられている。一方、Szanton (1972) によるエスタンシャ市の市場の事例では、*suki* 関係以外でも信用貸しが得られることや、規模別や部門別の商人が有する特有の背景が、顧客の信用買いの利用を制限している。

また、セブ市の鮮魚卸売市場の *suki* 関係では、経済取引が主となり、市場の外での社会的行事の共有や、関係を通じた非物質的な見返りの期待といった、個人的で社会的な要素は最低限に留まる (Spoehr 1980)。一方、バタガス市の市場では、特定の親族・人間関係と経済関係との結びつきが、経済行為に一定の影響をおよぼしていることが確認されている (佐竹 1988)。*suki* 関係の漸進的發展にともなって売手と買手の社会関係は強まり、*compadre* と呼ばれるカソリックの儀礼上の親族関係を形成する事例もある (Szanton 1972)。

Kawada (1994) によると、バンタヤン島の市場における *suki* 関係の形態には、商品の部門ごとで相違がある。Davis (1973) や Spoehr (1980) が指摘するように、特に生鮮食品部門の経営においては、顧客を獲得し安定した販路を確保することが重要である。冷蔵環境を持たないローカルな商人にとって、生鮮食品は備蓄が困難なため、在庫の過剰が経営の致命傷となるからである。

以上のように、フィリピンの在来市場における取引主体間の関係性には、毎取引の利益の最大化を狙った敵対的な関係性から、安定的な客筋の確保という目的にはじまり経済関係を越えて儀礼上の親族関係をともなう *suki* 関係ま

で、広がりが見られる。取引主体間の関係性は、各主体がおかれている社会・経済的な状況や取引の性質に左右されるものであり、ゆえに、そうした個別の背景を精査することによって論じられる必要があろう。しかし、主として従来のフィリピン市場研究では、市場システムに関心が向けられ、商人個々の実践や背景は十分明らかにされないまま、不特定多数の商人の行為の断片的な寄せ集めによって事例が構成されてきたといえる（小林 1999）。取引主体間の関係性に関しても、各市場や各部門などで、還元主義的に論じられてきた傾向がある。

これに対して、本稿では一卸売商人に焦点を当てたアプローチを取りたい。具体的には、フィリピン中部のギマラス島においてギマラス産マンゴーの卸売業を営むローカルな商人を研究対象として、参与観察で得られたデータと商人の取引台帳の記録⁽¹⁾にもとづき、その経済活動の実態や世帯経済、商売上の取引関係について明らかにする。特に、島内の生産者－卸売商人、卸売商人－島外の買手商人の各取引主体間の関係性や、複数の異なる取引関係を有する中で卸売商人の立場性、意思決定に関して詳細に論じる。

以下、Ⅱでは、地域の概要として、ギマラス島の自然・人口・経済と、マンゴー産業について述べる。Ⅲでは、研究対象とした商人一家の世帯経済を示したい。Ⅳでは、商人のマンゴーの商売の過程を、ギマラス島内の生産者への買付、島外の商人への卸売、島内での小売に分けて明らかにする。Ⅴでは、生産者や買手商人との各取引関係の特徴や、そこでの卸売商人の立場性や意思決定について論じる。Ⅵでは、2010年と2011年の商人の取引実績をもとにして、経営の推移を分析する。Ⅶでは、おわりにかえて、本論で得られた知見をもとに、取引の関係性をめぐって議論を重ねたい。

Ⅱ 地域の概要

1. 自然・人口・経済

ギマラス島はフィリピン中部の西ビサヤス地方に属し、パナイ島の南東約 3

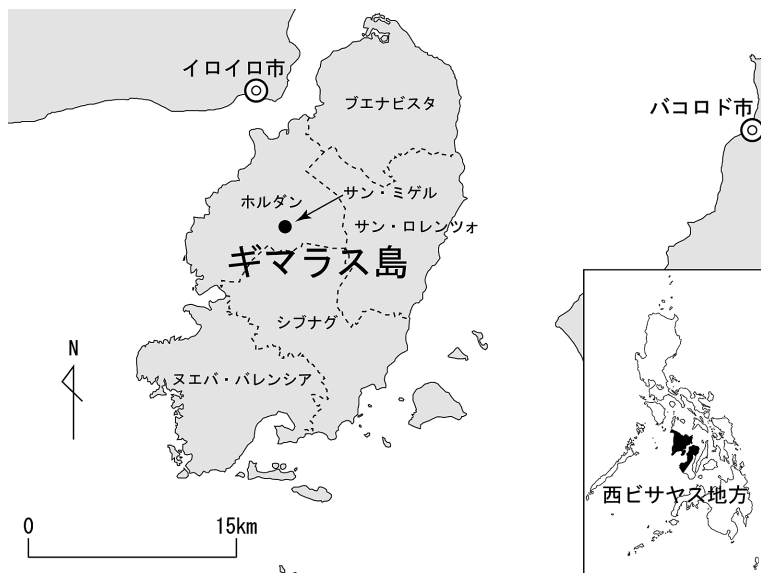
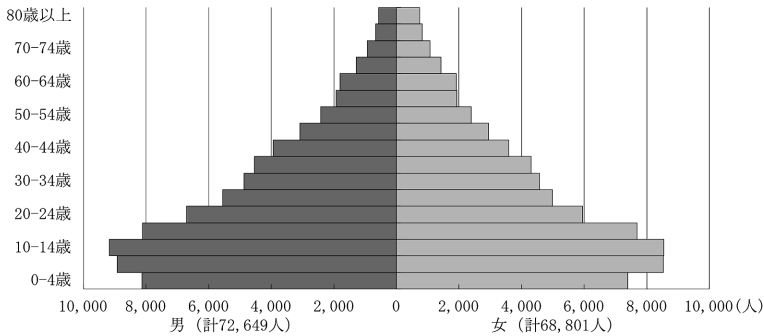


図1 ギマラス島概要図

km, ネグロス島の北西約 11 km の場所に位置する, 南北約 30 km, 東西約 20 km, 陸域面積約 605 km² の小島である (図 1)。島の東西の対岸には, 西ビサヤス地方の二大都市であるネグロス島のバコロド市とパナイ島のイロイロ市を望む。両市とは近い距離にあり, 特にイロイロ市へはパン・ボート (pump boat) と呼ばれる地元航路の小型動力船を用いて約 20 分で行き来できる。

ギマラス島の気候には雨季と乾季の明瞭な区分があり, 5 月から 10 月は雨季, 11 月から 4 月は乾季にあたる。1975 年から 2008 年までの年平均気温は 27.0℃, 月平均降水量は 189.2 mm である。近年ではエルニーニョ現象の影響によって少雨の傾向が強くなり, 2002 年から 2008 年までの月平均降水量は 101.5 mm に留まっている。

行政区分については, ギマラス島は, かつてパナイ島のイロイロ州の準州であったが, 1992 年に一島単独で州に昇格された。現在, ギマラス州は, ブエナビスタ, ホルダン, ヌエバ・バレンシア, サン・ロレンソ, シブナグの 5



2000 Census of Population and Housing より作成。

図2 2000年におけるギマラス島の人口ピラミッド

表1 ギマラス島における産業別生産額の割合 (2002年～2004年)

(単位: %)

産業	2002年	2003年	2004年	産業	2002年	2003年	2004年
〈農林水産部門〉	55.7	55.2	55.3	〈サービス部門〉	31.4	31.8	33.8
農業・漁業	55.7	55.2	55.3	運輸・通信・倉庫業	2.4	2.5	2.7
林業	0.0	0.0	0.0	卸売・小売業	1.8	1.8	1.8
〈工業部門〉	13.0	12.9	10.9	金融業	1.4	1.4	1.4
鉱業・採石業	9.1	9.2	6.7	不動産賃貸業	1.0	1.0	1.1
製造業	1.4	1.4	1.5	私的サービス業	6.3	7.5	8.7
建設業	1.2	1.0	1.3	行政サービス業	18.5	17.7	18.2
電気・水道業	1.2	1.3	1.4	合計	100.0	100.0	100.0

NSCB and Guimaras Provincial Government. (2007) The Development of the Provincial Product Accounts for the Province of Guimaras.より作成。

つの町 (municipality) によって編成され、98の集落 (barangay) を有する。

2000年における島の人口は141,450人、世帯数は27,465世帯であり、一世帯は平均約5.2人で構成される。若年世代が人口の多くを占め、14歳以下は50,696人(35.8%)、19歳以下は66,501人(47.0%)におよんでいる(図2)。

次に、ギマラス島の地域経済について検討しよう。表1は、2002年から2004年におけるギマラス島の産業別生産額の割合を示している。最大の産業

は、農林水産部のうちの農業・漁業であり、総生産額の5割以上を占める。これに対して、工業部門の比重は約1割にすぎない。サービス部門は総生産額の3割以上を占めるが、うち約2割は行政サービス業によるものである。

2000年におけるギマラス島の産業別就業者数は、ギマラス州計画開発局が編集した統計資料によると、全就業者数55,000人に対して、一次産業では31,500人(57.3%)、二次産業では5,500人(10.0%)、三次産業では18,000人(32.7%)となっており、一次産業に従事する者が主である。

このことから、ギマラス島の地域経済は、一次産業、特に農漁業を中心に成り立っているといえる。しかし、農家や行政への聞き取り調査からは、フィリピンの他の農村部と同様に、域外の出稼ぎ労働者や親族の送金が地域経済において一定の比重を有することも推定されうる。フィリピン国家統計局の統計「QUICKSTAT」によると、2003年におけるギマラス島の失業率は13.6%であり、フィリピン全体の12.2%や西ビサヤス地方の12.5%よりも高い数値を示している。同年の「目に見える低雇用率(visible underemployment rate)」は21.9%であり、フィリピン全体の15.6%や西ビサヤス地方の15.9%よりも一層高い水準にある。また、2000年における世帯あたり平均収入は101,125 phpであり、フィリピン全体の144,039 phpや西ビサヤス地方の109,600 phpを下回る⁽²⁾。以上のようにギマラス島の地域経済が低迷する中で、島民の生計を成り立たせるためには、域外からの送金が不可欠なものとなっているのである。

一方、ギマラス島の根幹産業である農業では、コメ、ココナッツ、マンゴーが主要作物となっている。農業統計局の調査によると、2008年における栽培面積は、コメ20,238 ha、ココナッツ7,125 ha、マンゴー2,380 haである。コメは、主食として農家の自給を支える重要な役割を担っており、ギマラス島での生産量は50,979 t、自給率は150%を超えている。

2. マンゴー産業

ギマラス島では、フィリピンの他地域と同様に、主としてカラバオ種のマン

ゴーが栽培されている。その収穫は 11 月頃からはじまり、3 月から 5 月にかけてピークを迎え、7 月から 10 月はオフシーズンとなる。取引価格はそれに応じて変動し、12 月頃に最高値、4 月から 5 月に底値をつける。

ギマラス島は、マンゴー生産に適した自然条件を有し、高品質のマンゴーを生産している。また、マンゴーゾウムシとマンゴーパープゾウムシに汚染されていない地域として、1993 年に「特別検疫区域 (Special Quarantine Zone)」に指定された。これによって、2002 年からは、フィリピン国内の産地では唯一、アメリカやオーストラリアへのマンゴーの輸出が開始された。毎年 4 月から 5 月には、マンゴーの祭典「マンガハン・フェスティバル (Manggahan Festival)」がギマラス州行政によって開かれ、フィリピン各地から多くの人々が訪れている。ギマラス産マンゴーは、国内のみならず、香港やアメリカなどの海外の市場でも有名であり、優位性のあるブランドが築かれているという。

現在、ギマラス島には、フィリピンで唯一の「国立マンゴー研究開発機関 (National Mango Research and Development Center)」(以下、NMRDC) が置かれている。その前身機関は 1969 年に設立され、ギマラス島でのマンゴー生産の振興に重要な役割を演じてきた⁽³⁾。マンゴー振興の発端として、1972 年にマンゴー苗木の普及計画が開始され、その後、産業の成長は右肩上がりで行われてきた。近年では生産者数の増加は穏やかであるものの、生産規模は加速的に拡大している (表 2)。

しかし一方で、生産者の大半は「裏庭生産者 (Backyard Grower)」⁽⁴⁾と呼ばれる小規模な生産者であり、マンゴー樹を数本しか所有しない者も多い。

表 2 ギマラス島におけるマンゴー生産の推移

年次	生産者数 (人)	成樹数 (本)
1972 年	約 400	—
1979 年	3,585	19,194
1989–1990 年	4,273	52,250
1995 年	7,252	97,172
2005 年	7,559	175,850

米倉 (1981), Hardman (1994), Catelo (1997), NMRDC 提供資料より作成。

NMRDC の職員によると、裏庭生産者は資金不足などによって、望ましい栽培手順を順守できていない傾向があり、生産の安定性や収益性に問題がある。また、輸出に際して大量のマンゴーの集出荷が求められるが、各地に分散する裏庭生産者からの集荷には手間がかかりコスト高となる。これに対して、大規模に生産する「商業的生産者 (Commercial Grower)」⁽⁵⁾の中には、輸出を見据えて 200 ha 以上の規模で経営し、海外の輸出業者を親会社に持つ者もある。しかし、そうした生産者も、1988 年に開始された包括的農地改革計画 (Comprehensive Agrarian Reform Program) を経て、現在では操業を一時停止したり親会社の融資を受けられなくなったりして、以前よりその存在感を低下させている。

他にも、ギマラス島のマンゴー産業にはいくつかの問題点がある。第一に、生産量が毎年 of 気象の変化によって不安定である。第二に、防疫上、マンゴーの輸出には果実の蒸熱処理が必要であるが、フィリピンではマニラ市とダバオ市にしか処理施設がなく、ギマラス島からの輸送費は高い。第三に、輸出業者が求める品質や出荷量を満たせていない。以上のことから、ギマラス産マンゴーの輸出は 2008 年より停止されている。

Ⅲ A 商人一家の世帯経済

1. A 商人の経歴

本稿で研究対象とする A 商人は、1965 年にギマラス島のホルダンにて出生した。1988 年に現夫とシブナグの農村部で生活をはじめ、子供も出産したが、夫に労働意欲がなかったため、A 商人は青果物の小売業や炭の生産・販売など、多種の零細な職に従事し、一人で家計を支えてきた。1994 年にギマラス島の中心地であるバラングイ・サン・ミゲルに移住した後、惣菜の出前販売や青果物の小売業など、様々な零細な商売を営んでいたが、2002 年にはサン・ミゲルの公設市場に店舗兼住宅を借り、青果物の小売・卸売業に専念しはじめた。暮らし向きは、農村部では現金獲得の手段が限られ非常に苦しかったが、

サン・ミゲルに移住後は徐々に上向きになっているという。

マンゴーの経営に関しては、1990年から小売業を開始し、2000年には生産者から買付をはじめ、2005年にはイロイロ市の商人への卸売にも着手した。経営規模は、当初、卸売商人からの買付が一度に数十 kg 程度の零細なものであったが、その後、徐々に拡大し、イロイロ市の大手ショッピングモールに納入する商人と取引しはじめた2008年頃に大きく拡大した。今日では、生産者からの買付が一度に数 t にもおよぶ。A 商人はギマラス島で有数の規模をはこるマンゴー卸売商人であり、複数の大手ショッピングモールの商人と取引している。

2. 世帯構成員の職業

2010年4月の時点で、A 商人の世帯は、夫、娘3名、息子2名、甥1名で構成されている。長女は結婚しマニラ市で暮らしているため、世帯構成員には含まれない。夫は主に魚の小売業を営んでいる。次女と三女は大学生であり、三女は親元を離れて下宿し大学に通っている。長男と次男は中学生、四女は小学生である。甥は、A 商人のもとで教育費と生活費の面倒を見てもらい、A 商人の商売を手伝うことで賃金も受け取っている⁽⁶⁾。以下では、世帯外で現金を得られるA 商人と夫の仕事について述べる。

A 商人は、マンゴーの小売・卸売業に加えて、他の様々な青果物の小売業も営んでいる。イロイロ市の公設市場で商品を調達し、ギマラス島の自身の店で販売している。また、季節ごとあるいは不定期で、コメ、塩、炭、果実の卸売業、店での魚の小売業、小規模な水田の耕作も営んでいる。

マンゴーの小売・卸売業の収入は、年によってばらつきが大きいですが、A 商人の年間収入の約3~4割と最も大きな部分を占める。残りの収入の多くは、マンゴー以外の青果物の小売業の収入によって占められる。A 商人の実感によると、マンゴー以外の商売では、日々の食費と次回の買付資金をまかなえるのみであるが、マンゴーの商売では、教育費、家賃、新たな商売に投資するための資金などを稼げるという。このため、収穫シーズンにはマンゴーの商売に

注力している。

A 商人は、これらの仕事とともに、家庭内でも家事労働や子供の世話役をこなしている。しかし、商品の買付や配達に出かけたり、店でも商売の準備や客の相手をして忙しかったりするため、娘たちに家事の一部を手伝わせており、マンゴーの繁忙期には家政婦を雇う場合もある。

夫の魚の小売業は、不定期のもので、収入も不安定である。売り子 2 名を雇用しているため、夫の実労働時間は短く、仕事をせずに飲酒して一日を過ごすこともしばしばある。収入はすべて夫の取り分となり、酒やタバコなどの購入に充てられ、家計を助けない。損失が出た場合、A 商人が魚の買付資金を提供するという。また、夫は、たびたび A 商人に対して酒代などの目的でこづかいを要求し、時には A 商人の儲けを掠めとることもある。家庭内での発言力は強いが、家族からは疎まれ恐れられている。

しかしながら、筆者が A 商人一家と行動をともにし、外からのまなざしが家庭生活に向けられるようになると、調査開始 1 年後には、夫は飲酒やこづかいの請求をやめ、勤勉に働くようになり、家族とのトラブルも減った。現在では、公設市場で魚の小売業者が増え競争が激しくなったため、夫はもっぱら A 商人の商売を助けている。

3. 支出

表 3 は、A 商人一家の月間平均支出の概算を示している。食費は支出の大部分を占め、月に 16,170 php を要する⁽⁷⁾。他に大きな割合を占めるのが子供の教育費であり、合計で 9,050 php を要する。さらに、子供のこづかい、夫の酒代、臨時の教育費などを合わせると、月に 35,000 php 以上の支出が見込まれる⁽⁸⁾。また、マンゴーのシーズンには、服飾品、CD や DVD、日々の駄菓子、家電製品などの購入、外食やピクニックなどでの出費によって冗費部分が拡大する。他にも、A 商人はギマラス島外に住む親族への送金や、友人への融資も行なっている。以上の支出と商売の支出によって、A 商人はしばしば資金不足に陥り、在地の金融業者から融資を受けている。

表3 A 商人一家の月間平均支出の概算

家賃	2,000 php/月
水道代	1,500 php/月
電気代	1,000 php/月
食費	539 php/日×30日
〈教育費〉	
四女の小学校通学費	30 php/日×20日（月間平均登校日数）×1名
長男、次男の中学校通学費	60 php/日×20日（月間平均登校日数）×2名
次女の大学通学費	70 php/日×20日（月間平均登校日数）×1名
次女の大学授業料	14,000 php/年×1/12年×1名
三女の大学通学費	500 php/週×4.3週×1名
三女の大学授業料	10,000 php/年×1/12年×1名
三女の下宿費	500 php/月×1名
合計	29,720 php/月（58,251円/月）*

* 2010年三菱東京UFJ銀行公表の対顧客外国為替相場の年間平均仲値 1 php = 1.96円にもとづく。
現地調査より作成。

IV マンゴーの商売の過程

本章では、A 商人のマンゴーの商売の過程を、（1）ギマラス島内の生産者⁽⁹⁾への買付、（2）島外の都市部の商人への卸売、（3）島内での小売の3つに分けて論じる。なお、A 商人は、ギマラス島の商人に対する卸売業も営んでいるが、小規模な取引であるため、本稿の考察からは除外する⁽¹⁰⁾。

1. 生産者への買付

A 商人は、主にヌエバ・バレンシアやシブナグからマンゴーを買付けている。A 商人によると、両地域、特にヌエバ・バレンシアのマンゴーは、土壌に恵まれて糖度が高い。このため、卸売の際に買手商人に好まれるという。

マンゴーの収穫日は、農薬によって花芽誘導をした日から110～120日後である。収穫日の前に、A 商人側かマンゴーの生産者側から商談が持ちかけられる⁽¹¹⁾。A 商人は生産地を訪れ、栽培の管理者から収穫期や予想される収穫量を聞いた後、その場でマンゴーの成熟度を確認め、収穫日を生産者と相談し

決定する⁽¹²⁾。

この前後に買取価格の交渉が行われる。A 商人は生産者に対して、最近の卸売価格や買取価格を述べ、適切な買取価格がいくらであるか主張する。一方、生産者も自身の意向に沿った価格を要求するが、両者はたいていその場の交渉で合意に達する。交渉が難航した際には、価格の決定が翌日以降に持ち越され、場合によっては取引が解消されることもある。

買取価格に関して、A 商人は、マンゴーの等級に関わらず 1 kg あたり統一の単価で買取価格を設定することが多い⁽¹³⁾。しかし、サイズに偏りが予想される場合などでは、等級ごとに異なる単価を設けることもある。

買付は、収穫予定日に雨が降らなければ行われる⁽¹⁴⁾。当日、A 商人は、収穫地と店を往復するために、ジブニーと呼ばれる貨物自動車型の乗合タクシーを貸し切り⁽¹⁵⁾、梱包材を積み、数名のワーカーとともに収穫地に向かう。収穫地では、生産者やそのワーカーが収穫し、A 商人のワーカーは収穫されたマンゴーを順に選果・梱包する。収穫・選果は半日から一日がかりの仕事である。炎天下で体力を消耗するため、それらは男性の仕事と考えられており、A 商人以外の女性は作業に参加しない。

選果の際のマンゴーの規格は、一般に、S が 160～199 g、M が 200～230 g、L が 231 g 以上である⁽¹⁶⁾。このうち、果実の表面がきれいで形の良いものは一つ上の等級に格上げされ、表面に多少の傷や多くの染みがあるものや、変形したものは S の等級に格下げされる⁽¹⁷⁾。160 g 未満のもの、はっきりとした傷や病虫害のあるものは買取られない。しかし、生産者や買手商人との取引条件、小売・卸売の別などに応じて、買取る等級を限定したり、等級の区分のしかたを調整したりする場合もあり、規格は絶対ではない。また、手作業での選果であるため誤差も生じる。

梱包作業では、商品を等級ごとに、竹かごかダンボール箱のケースに入れ、緩衝材として古新聞を詰め、ビニールの紐で縛り上げる。各ケースにはそれぞれ商品の等級が明記される。

選果はおよそ中学生以上の年上のワーカーが行う仕事であるのに対して、梱

包は年下の者にも与えられる仕事である。選果には商品の等級の見極めが必要であり、その精度が悪いと取引相手からのクレームを招くことになる。これに比べれば、梱包は単純で責任の軽い作業といえる。

選果と梱包の後、最後に生産者と A 商人との立会のもとで、ケースごとに商品の重量が計量される⁽¹⁸⁾。その際に、ケースや古新聞の重量として、竹かごでは **3 kg**、ダンボール箱では **2 kg** が、各商品の総重量から差し引かれる。

計量を終わると、生産者と A 商人は合計重量を計算し、代金を算出する。たいい金額が大きいため、A 商人はその場では全額を支払わず一部のみを支払い、金額計算に用いたメモ用紙に支払った額を書いて、証文として生産者に手渡す。残りの支払いは、商品が販売された後日に行われる。

買取った商品は、ジプニーで A 商人の店に運ばれる。卸売が翌日以降の場合は、商品を店の中や店の前の道路に置いておく。A 商人は冷蔵用や保管用の設備を有していない。

2. ギマラス島外の商人への卸売

A 商人は携帯電話を用いて、買手商人と注文の交渉をしている⁽¹⁹⁾。A 商人から主な買手に販売をもちかけたり発注予定を尋ねたりする場合と、買手が発注したり収穫日を尋ねたりする場合とがある。両者の連絡は密である。特に収穫前後は、限られた量の商品を複数の買手に割り振るため、両者の間では取引上の細かな調整が必要となる。また、A 商人がイロイロ市に出かけた際に、直接商人のもとに向いて注文の交渉をすることもある。発注があっても、収穫の予定がなかったり、発注量に対して在庫が満たなかったりした場合、A 商人は、接触を図れる生産者に、収穫の予定を立てることが可能かを尋ねる。

卸売の配達に際して、出発前に店で各ケースの重量を再計量する⁽²⁰⁾。その後、ジプニーを貸し切り、イロイロ市行きの船が出るホルダン埠頭まで商品を運ぶ⁽²¹⁾。配達には、商品の積み下ろしなどのために数名のワーカーも随行する。埠頭からイロイロ市までは、パン・ボートを貸し切って商品を運ぶ⁽²²⁾。

ホルダン埠頭とイロイロ市の港では、各々州税とバランガイ税の集金者が不

定期で待機しており、入出港するマンゴーに課税する。どちらの税も 5 php/ケースであるが、A 商人と集金者とのつきあいによって、2~4 php/ケースに割引かれることが多い。

イロイロ市に到着後、ジブニーを貸し切り、各商人のもとに商品を配達する。イロイロ市外の遠隔地の商人に販売する場合は、イロイロ市の港や保管倉庫で商品を受け渡す。商品は配達された後、A 商人と買手商人の立会のもとで重量が計量される⁽²³⁾。一般的に、各ケースの重量から、竹かごのケースでは 2 kg、ダンボール箱のケースでは 1 kg を各々差し引いた数値が商品の重量とされる。代金の支払いは、全額即金で行われる場合と、分割払いや後払いといった信用買いが利用される場合とがある。後者は無利子であり、後日に A 商人が各商人のもとに出向いて残額を集金する。

その他に、イロイロ市での A 商人の仕事として、買手からの注文が減った時などに公設市場や大型量販店で卸売・小売価格を調査すること、マンゴーの梱包材や店で小売する青果物などを公設市場で買付けることも挙げられる。

これらに加えて、A 商人にとってイロイロ市での重要な仕事は、買手のもとに出向いて対面交渉をすることである。携帯電話を通じた交渉は、対面交渉よりも互いの意思を伝えづらい。また、卸売価格の値上げなどの困難な要求をする際や、取引上のトラブルを謝罪する際には、対面交渉でないと買手を納得させるににくい。さらに、取引に関わる様々な情報のやりとりや、感情の交換による買手との関係の深化という点でも、対面での会話が必要である。A 商人の商売において、携帯電話の導入は取引コストの節減に貢献しているものの、依然として対面交渉の重要性は失われていないのである。

3. ギマラス島での小売

A 商人は、マンゴーの卸売業に加えて、ギマラス島の公設市場の店で小売業も営んでいる。小売業では、卸売価格と小売価格の差や、卸売の際の配達費用などの存在によって、1 kg あたり販売利益が卸売業より大きい。しかし、ギマラス島民にはマンゴーは高価な商品であり、島では多くの販売量や利益は

見込めないので、A 商人にとって小売業は卸売業よりも優先度が低いものとなっている⁽²⁴⁾。

店では、主に卸売でさばききれない商品が販売されている⁽²⁵⁾。マンゴーは収穫から約 10 日後には過熟するため、それ以降は、価格を下げたり販売を断念したりせざるを得ない⁽²⁶⁾。小売・卸売の需要を越えた買付は、経営の致命傷なのである。

一方、ギマラス島での小売業において、A 商人が重点を置いてきたのが、毎年 4 月から 5 月に開かれる「マンガハン・フェスティバル」である。この祭典は約 1 ヶ月間開催され、ハイライトの約 1 週間には多くの観光客で賑わう。イベント会場ではマンゴーが販売され、ハイライトとその前後の期間に大きな売上が期待できる。このため、A 商人は、1995 年の第 1 回目の祭典から毎年、イベント会場にマンゴーの販売ブースを出店してきた。

祭典での A 商人のマンゴー販売量は、約 5 t と見込まれるという。これに合わせて A 商人は、当面の買付資金として約 50,000 php を準備し、大量の高品質なマンゴーを確保しなければならない⁽²⁷⁾。また、商売上の重要なイベントであるため、ハイライトの期間中は、A 商人が販売ブースに立つようにしている。こうしたことから、この時期には、A 商人の卸売の販売量は低下するという。

しかし、2007 年の祭典では、降雨によって客足が遠のいた結果、大量のマンゴーを過熟させてしまい、約 35,000 php の損失を出したという。また、2010 年には、出店数の制限が緩和され販売ブースの数が増えたことなどを背景に、A 商人の販売量は 1 t 未満にまで大幅に低下した。A 商人にとって祭典はもはや魅力的なものではなくなったため、2011 年からは出店をやめ、開催期間中も卸売業に専念している。

V 各取引主体との関係性

1. 生産者との取引関係

表4と表5は、各々2010年と2011年におけるA商人のマンゴー買取実績を示している。A商人は多数の様々な規模の生産者からマンゴーを買付けている⁽²⁸⁾。その中でも、A商人にとって最も重要な取引相手は、表5の生産者②、③、⑤の3名であることが、2010年4月と9月の聞き取りにおいて確認できた。

生産者③は、A商人にとって最大の取引相手である。A商人の推算では、2009年末から2010年半ばまでの収穫期に、約30tのマンゴーを取引したという。生産者③はかつて大地主であったが、賭博で借金を抱えた結果、所有地の大半を手放し、現在は農業や畜産を営んでいる。A商人とのマンゴーの取引関係は10年間以上続いている。夫の友人であった生産者③からマンゴーの販売が持ちかけられ、取引が開始された。生産者③は100本以上のマンゴー樹を有し、毎年大規模にマンゴー生産へ出資している。A商人は資金の一部を融資し、その見返りとして、自身のみにマンゴーを販売させている。特に2011年においては、生産者③は例年のように兄からの融資を受けられないことなどを背景にして経済状況が悪いため、A商人はマンゴー生産の資金を普段より大きく融資し、自家消費用のコメも提供している。また、マンゴーに関わる取引以外にも、A商人は、生産者③からコメを購入したり、様々な農産物の栽培方法を教わったりするなどのつきあいがある。さらに、A商人夫婦は、生産者③の息子の *compadre* と呼ばれるカソリックの儀礼上の親であり、両者の間には経済関係を越えた関係が築かれている。

生産者②は、A商人にとって生産者③に次ぐ規模の取引相手であり、5年間にわたって取引をしている。生産者②はかつて客乗せバイクの運転手であったが、香港で働く妻の送金を資金として、2000年頃からマンゴー生産への出資を開始した。自身ではマンゴー樹を所有していないものの、年間の出資本数は

表 4 生産者からの買取実績 (2010 年 4 月 5 日～5 月 1 日)

日付	重量				金額			収穫地		生産者の背景	
	L	M	S	他	合計	単価	合計	当日 支払額		A 商人との取引歴	2010 年 出資本数
4/5	175	98			273		30	8,190	8,190	スエバ・バレンシア	4
9	678	1,259	281		2,218		32	70,976	30,000	シブナグ	120
11	90	93	55		238		31 (L, M, S)	7,378	7,378	スエバ・バレンシア	1～3
11		59		60 (mix)	119		31 (M), 20 (mix)	3,689	3,689	スエバ・バレンシア	1～3
12	80	100	36		216		30	6,480	?	スエバ・バレンシア	5
13	112	218	50		382		28	10,696	6,500	シブナグ	8
15	767	41		2 (mix)	808		32	25,856	0	スエバ・バレンシア	20
16	34	885	166		1,085		30 (L, M), 20 (S)	30,800	10,000	ホルダン	30
18		474	347	79 (SS)	900		30 (M), 20 (S), 15 (SS)	22,395	15,000	スエバ・バレンシア	5
20	985	680	176	43 (XL), 13 (mix)	1,896		28	53,088	28,088	シブナグ	10
23	533	638	188	34 (XL)	1,393		30	41,790	0	シブナグ	100
26	840	173			1,013		25 (L), 20 (M)	24,460	8,000	シブナグ	10
28	1,359	811		57 (XL)	2,227		28	62,356	22,000	スエバ・バレンシア	3
5/1	237	80		40 (mix)	357		28	9,996	9,996	スエバ・バレンシア	4/5 と同じ取引相手
合計	5,890	5,609	1,299		372 13,170		29	378,150	148,841		

* 4/9, 4/16, 4/18 の合計金額には A 商人の算出結果に誤りがあるが、訂正せずに示した。

** 4/16 の取引では軽量果実が多いため M の規格は通常より軽く S は一部のみ購入。

**** 4/18 の取引では軽量果実が多いため M の規格は L ややや汚れのある果実を含む。

***** 4/23 の取引では単価に収穫の情報提供者への仲介料 1 php/kg を含む。

現地調査より作成。

表5 生産者からの買取実績（2010年12月9日～2011年3月2日）
（単位：kg, php/kg, php）

日付	重量					金額		収穫地	生産者
	L	M	S	不明	合計	単価	合計		
12/9	432	302			734	45	33,030	サン・ロレンツォ	①
12	638	343	150		1,131	48	54,288	サン・ロレンツォ	①
15	3,575	1,191			4,766	45 (L), 35 (M)	203,365	スエバ・バレンシア	②
18	1,339	430			1,769	42 (L), 31 (M)	69,568	スエバ・バレンシア	
20	1,315	140			1,455	43 (L), 30 (M)	60,745	サン・ロレンツォ	
22				89	89	40	3,560	?	③
25	560		240		800	42 (L), 30 (S)	31,200	?	①
27	2,649		963		3,612	41 (L), 29 (S)	136,536	シブナグ	④
29	851		132		983	40 (L), 35 (S)	38,660	スエバ・バレンシア	③
1/5	441	377			818	44	35,992	スエバ・バレンシア	
8	3,366	650	230		4,246	36 (L, M), 12 (S)	147,336	スエバ・バレンシア	④
13	435	253			688	42	28,896	スエバ・バレンシア	③
20	525	210	105	3	843	45	37,935	スエバ・バレンシア	②
21	1,400	824	595		2,819	45	126,855	スエバ・バレンシア	②
24	304	315	349		968	45	43,560	スエバ・バレンシア	⑤
27	1,435	805	805	50	3,095	44	136,180	スエバ・バレンシア	?
31	350	147			497	45	22,365	スエバ・バレンシア	⑤
2/5	712	875	171		1,758	46	80,868	スエバ・バレンシア	②
13				2,551	2,551	42	106,890	ホルダン	③
19				1,581	1,581	45	71,145	スエバ・バレンシア	
19				618	618	41	25,338	サン・ロレンツォ	
22				190	190	43	8,170	?	?
23	1,488	624	288	263	2,663	43	114,509	シブナグ	②
24				1,758	1,758	43	75,594	シブナグ	②
26				763	763	43	32,809	シブナグ	②
26				2,468	2,468	40	98,720	スエバ・バレンシア	③
28				5,184	5,184	43	222,912	?	?
3/2				2,453	2,453	42	103,026	シブナグ	?
2				1,646	1,646	40	65,840	?	?
合計	21,815	7,486	4,028	19,617	52,946	42	2,215,892		

* 12/15, 2/13の合計金額にはA商人の算出結果に誤りがあるが、訂正せず示した。

** 取引相手の項には期間中に複数回にわたって取引した相手のみ番号で示す。

A 商人の帳簿および聞き取り調査より作成。

約100本におよぶという。以前は様々な商人と取引していたが、出資規模を拡大してからは、収穫したマンゴーのほとんどをA商人に販売している。A商人を取引相手に選ぶ理由は、等級によらず一定の単価で買取るためである。他の商人では等級ごとに単価を設定し、結果として、Sの等級の単価が安くなるという。

生産者⑤は、生産者②の母親であり、A 商人にとって生産者②に並ぶ規模の取引相手である。生産者⑤は 1972 年にマンゴー生産への出資を開始した。当時は、農薬によるマンゴーの開花誘導の方法がギマラス島で導入されはじめたばかりであったが、生産者⑤は、当初より、マンゴー生産への出資は収益性の良い商売であると考えており、実際に、これまでに大きな利益を上げてきたという。現在では、年間 100 本以上の樹に出資し、自身でも 20 本を所有する。収穫したすべてのマンゴーを A 商人に販売している。

上記の 3 名は、毎年大規模にマンゴーを販売し、A 商人の商売の基盤となっている。しかし一方で、前掲表 4 の期間中に、3 名のいずれとも取引がないことからわかるように、その取引関係は断続的なものである。生産者側の栽培管理者が開花誘導のタイミングを見計らうため、A 商人が自身の都合で収穫時期を決定できないのである。さらに、3 名との毎年の取引量に関しても安定しているとはいえない。自然条件によって収穫量は一定しないし、生産者の経済状況や経営方針に応じて生産への出資の規模も変動する。

以上のことから、A 商人は常連的な生産者からの供給に頼るだけでは、在庫を安定して確保できないことがわかる。これに対して、安定供給を得るために常連となる生産者を増やそうとした場合、生産者間での収穫時期の重複なども考えると、その分だけ販路を開拓し維持する必要がある。しかしそれは容易ではない。求められる意思決定は、一定の常連を確保した上で、供給量の不安定性や不足を補うため、その都度、一時的に買付ける相手を見つけることである。それゆえ、A 商人が取引する生産者には、生産規模が小さいため年数回だけ取引する者や、複数の販売先を持っているため A 商人とは不定期にしか取引しない者が多いのである。

A 商人にとって、買付先の生産者を見つけることは、他の商人と比べると容易と考えられる。なぜならば、A 商人は都市部の複数のショッピングモールに販売するなど、ギマラス島内で有数のマンゴーの取扱規模をほこり、買取可能な量が多く、名性も高いからである。このため、A 商人は、上記の 3 名を除けば、生産者に対して強い態度で交渉に挑む傾向にある。例えば、商品の

重量を計量する際は、買取価格を安くすませるために、小数点以下は切捨てて秤の数値を読み取り、生産者にそれを強引に納得させることも多い。また時には、A 商人の卸売の都合によって、収穫を急遽中止することもある。その場合、生産者にとっては、果実が過熟し商品価値が低下する危険性や、次の販売相手に買い叩かれる可能性があるにもかかわらず、違約金などの罰則はない。A 商人は、生産者に対しては、多少なりとも強い立場にあるといえよう。

しかしながら、年や季節によっては、買付先を見つけることが困難になる。例えば、2010 年には日照りが続き、例年よりも生産量が低下した。このため、A 商人は多数の生産者との取引が必要となり、接触を図れる各生産者のもとを訪ねてまわったり、他の商人と買付競争をしたりすることになった。また、一年の間でも、大量のマンゴーが売買される「マンガハン・フェスティバル」前には買付競争が激化する。イベント終了後も、生産者はフェスティバル直前に収穫時期を設定する傾向があるため、供給量は少ない。そうした際に、A 商人は、買取価格などの面で、生産者側の要求を呑まざるをえない。

2. 買手商人との取引関係

表 6 と表 7 は、各々 2010 年と 2011 年における、ギマラス島外の商人に対する A 商人のマンゴー卸売実績を示している。A 商人にとって、最も重要で、取引の様々な局面で優先度の高い取引相手は商人①、④、⑮～⑱、⑲であり、それに次ぐ者は商人②、⑤であるという。

商人①は、イロイロ市の中心地にオフィスを構え、一次産品以外にも様々な商品を扱う華人系の仲買業者である。マンゴーに関しては、A 商人から購入し、パナイ島の各地域に販売している。A 商人との取引は 2009 年からはじまった。商人①は、ある程度の規模で継続的にマンゴーを購入し⁽²⁹⁾、代金を即日支払っている。このため、A 商人にとって重要な取引相手であり、商人①には様々な便宜が図られている。例えば、イロイロ市への配達コストには最低でも約 100 php が必要であるが S の等級 1 ケースだけの注文にも応じたり、必ず配達してほしいと急に迫られた場合もスケジュールを調整して対応したり

表 6 ギマラス島外の商人への卸売実績 (2010 年 4 月 5 日～5 月 1 日)

(単位: kg, 百 php, php/kg)

日付	商人① (H)			商人② (H)			商人③ (R)			商人④ (S)			商人⑤ (M)			商人⑥ (R)			商人⑦ (S)			商人⑧ (S)			商人⑨ (M)			合計																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
	重量			金額			重量			金額			重量			金額			重量			金額			重量			金額			重量			金額																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S	L	M	S																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
4/6	148 (45)	67 (45)	39 (39)	39 (45)	18 (45)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

* 括弧内の数値は 1 kg 当たり単価。

** 括弧内のアルファベットは各商人の属性。

M: 市場内の商人 R: 市場外の小売商人 H: 市場外の卸売商人

S: ショッピングモール専属の商人

*** 二重下線は代金の全部か一部支払いが後日になったもの。

現地調査より作成。

表7 ギマラス島外の商人への卸売実績 (2010年12月10日～2011年3月3日)

(単位: kg, php/kg, 百 php)

日付	重量および平均単価				商人別の販売金額																	合計			
	L	M	S	不明	合計	①(H)	②(H)	③(S)	④(S)	⑤(M)	⑥(R)	⑦(S)	⑧(S)	⑨(X)	⑩(M)	⑪(X)	⑫(X)	⑬(I)	⑭(S)	⑮(M)	⑯or⑰		⑱(M)	⑲(M)	⑳(M)
12/10	310(60)	208(48)			518(55)	60	226																	286	
13	849(59)		34(48)		883(59)	121									16									517	
15	3,457(48)	1,178(36)			4,635(45)				259	120													2,083	2,083	
18	1,187(48)	376(36)			1,563(45)																		705	705	
20	1,315(47)		140(36)		1,455(46)																		668	668	
25	560(47)		240(36)		800(44)																		350	350	
27	2,649(47)		963(37)		3,612(44)										350								1,601	1,601	
30	203(60)	133(50)			336(56)	122	67																1,601	1,601	
1/6	147(60)	276(50)			423(53)		68																	188	
8	3,459(43)	527(50)	277(23)		4,263(43)		260		259			54											1,125	1,125	
13-19	306(60)	157(51)			463(57)																		264	264	
14	575(60)	111(55)	112(45)	111(52)	909(57)	212	83						50										514	514	
20	223(60)	103(52)	91(45)		417(54)		75						41										227	227	
21				2,679(48)	2,679(48)																		1,286	1,286	
25	535(59)	236(52)			771(57)	186			113	98	42												440	440	
27-31	735(53)			2,395(48)	3,130(49)				255			73				63							1,150	1,540	
2/1	366(60)	133(50)			499(57)																			286	
5-6	868(60)	256(55)	176(46)		1,300(57)		437		306				21											743	
7	194(60)				194(60)			86										30						116	
8-13					72(60)																		43	43	
13	464(56)	458(55)	457(45)		1,446(52)																363			753	
13-18				67(50)	50(55)																		28	28	
20	925(56)	635(51)	231(45)		2,216(54)				50	194									103	303	305	145		1,186	
20-24				149(52)	149(52)																		77	77	
24	630(55)	931(51)	297(45)	1,037(55)	2,895(53)				570	129		77											1529	1529	
25	274(55)	47(50)	490(45)	308(52)	1,119(50)					71		81		71									555	555	
27	836(55)	600(50)	494(45)		1,930(51)				482	208									160	319		253	232	1,012	
28	482(55)	433(50)			915(53)																		482	482	
3/3	323(50)	296(45)	2,515(54)		3,134(53)					61		69						59	76	58			295	1,029	1,646
合計	21,549(51)	7,181(48)	4,298(41)	9,808(51)	42,836(49)	701	778	2,511	2,413	252	354	280	280	16	350	150	202	340	1,037	610	508	567	9,648	21,182	

* 括弧内の数値は1 kg 当たり単価。

** 括弧内のアルファベットは各商人の属性。

M: 市場内の商人 R: 市場外の小売商人

2/13 には表の数値以外に④と等級・単価・金額不明の207 kg 分の取引あり。

***** ①～⑭はイロイロ市, ⑮～⑳はロハス市, ㉑はパラワン島の商人。

A 商人の帳簿および聞き取り調査より作成。

H: 市場外の卸売商人 S: ショッピングモール専属の商人 I: 各種催し物での小売商人 X: 不明

している。また、A 商人は、商人①からの商品の計量に対する厳しい要求も受け入れている。通常では、竹かごのケースの場合、梱包材の重量を **2 kg** と見積もるが、商人①はそれに納得しないため、**3 kg** と見積もって代金を算出し、1 ケースあたり **1 kg** 分安価に販売している。

商人④は、大手ショッピングモールのイロイロ市とバコロド市の各店舗に果実を納入する商人である⁽³⁰⁾。A 商人と取引しはじめたのは **2009** 年からである。各産地のマンゴーのうちギマラス産を優先して購入し、その取引を A 商人のみと行なっている。商人④は、継続的に大量のマンゴーを購入し、代金を即日支払うため、A 商人にとって重要な取引相手である。また、商人④との取引を開始したことをきっかけにして、A 商人の商売は大きく発展した。こうしたことから、A 商人は、商人④に対して優先的に在庫を販売したり、注文に応じて収穫の予定を組んだりしている。販売の際には、他の商人よりも **1 kg** あたり数 **php** 単価を割引いている。梱包材の種類の指定や果実の見た目に關する厳しい要求などにも応じている。

商人⑮～⑱と商人⑲は、各々ロハス市とパラワン島の公設市場で大規模に操業する商人である。A 商人との取引は、商人間の情報交換によって **2011** 年からはじまった。取引歴は浅いものの、これらの商人は、大量にマンゴーを購入し代金を即日支払うため、A 商人にとって重要な取引相手となっている⁽³¹⁾。しかし一方で、価格や取引量の交渉においては、相手が上客で、かつ交渉に慣れた商人たちであるため、A 商人はしばしば譲歩を迫られる。また、これらの商人は、遠方からの高い交通費を負担してイロイロ市まで買付に来るので、取引条件として大量の販売を求める。加えて、一商人あたりの取引量も大量であるが、同日に複数の商人が連れ立って来る場合が多い。以上のことから、A 商人は、これらの商人との取引のために、生産者からの買付の予定を大きく左右され、時として、他の商人の注文を差し置いて販売量を確保せざるをえない場合もある。求められる果実の品質に関しても、他の商人より厳しいものとなっており、少しでも熟した果実は長い輸送過程で傷むため買取られない。

商人②は、フィリピンの各都市に支店を持ち、主に果実の卸売業を営む華人

系の商人である。異なる産地の卸売商人 5 名からマンゴーを仕入れており、ギマラス産に関しては A 商人のみから購入している。マンゴーの主な納入先は、イロイロ市の手ショッピングモールである。A 商人と商人②との取引は 2008 年にはじまり、ある程度の規模での取引が現在まで継続している。商人②は、代金を即日か数日以内に支払う上客である。しかしながら、買取価格の面で両者はしばしば折り合わず、商人②は他の商人からマンゴーを調達し、A 商人との取引がない時期がある。価格に対する厳しい要求から、商品の計量にクレームがつくこともある。このため、A 商人にとって、商人②は最も重要な取引相手にはなっていない。

商人⑤は、イロイロ市の公設市場の中でも大規模に果実の小売・卸売をする商人である。マンゴーに関しては、ギマラス産を A 商人のみから購入し、他産地産よりも優先して商っている。マンゴーの主な販売先は地域の各ホテルやレストランであるが、商人⑤は流通関係者の間で有名であるため、店には様々な客が訪れる。マンゴーは販売する果実のうちで最も重要な商品であり、1 年間のうちシーズンの半年間は、1 週間で約 500 kg 販売するという。A 商人との取引は 2009 年からはじまり、現在まで大規模で定期的な取引が続いている。代金の全額は即日支払われないが、分割での支払いが滞ることはない⁽³²⁾。商品の品質や計量に対する要求も厳しくない。A 商人のマンゴーの在庫処理という点でも、商人⑤は、A 商人がイロイロ市で販売しきれなかった商品を安価に引き取ったり、他の商人が扱わない S の等級を購入したりする。両商人のつきあいは良好で、A 商人は、しばしば商人⑤の店に滞在し、談話や情報交換をする。こうしたことから、A 商人は、商人⑤の値引き要求や様々なクレームに応じたり、商品の注文量を確保しようとしたりする。しかし、商人⑤は A 商人にとって最も優先的な取引相手ではない。その理由は、代金の即日の支払いが期待できないためである。また、他の理由として、商人⑤は取引上の融通を利かせてくれ、つきあいも良好なので、上記の他の商人より優先して商品を販売せずとも、取引関係が解消されないということも考えられる。

総じて、A 商人の商売において重要な取引相手の条件は、第一に、大量かつ継続的に購入することである。そうした取引相手の確保は、商売の規模を維持するために求められる。第二の条件は、販売された商品の代金を即座に支払うことである。これは、最重要の取引相手とそれに次ぐ者を区分する条件である。A 商人にとって、優良な取引相手を確保するためには、相手の注文量を満たせるように、生産者からマンゴーを買付けることが必要である。しかし、商売上の損失や支払いの滞りなどによって、しばしば A 商人は資金を欠き、在地の金融業者から融資を受けることもある。限られた資金を効率よく運用するためには、代金が即座に支払われ、次の投資に向けて資金が手元にある方が良いのである⁽³³⁾。

A 商人によると、こうした条件を備えた優良な取引相手を見つけることは容易ではない。このため、A 商人は、これらの者に対して、厳しい要求をしたり強い態度で交渉したりしない。特に販売価格については、A 商人への聞き取りでは、自身が価格を決定するとのことであつたが、実際には、時期ごとで推移するマンゴーの市場価格や他の商人の卸売価格、生産者からの買取価格に左右されている⁽³⁴⁾。A 商人の販売価格が他よりも高ければ、買手商人からの注文は減り、他の商人に上客を奪われる場合もある⁽³⁵⁾。また、生産者からの買取価格が高くなり、販売価格を上げせざるをえない場合は、対面交渉のもと、商人たちへの詳細な説明を必要とするのである。

一方、A 商人にとって、取引をする上で条件が悪い相手であっても、販売を継続している商人はある。一つ目に、イロイロ市郊外で果実の小売店を営む商人⑥との取引関係がある。A 商人は商人⑥にマンゴーを配達しているが、配達先の店まではイロイロ市の中心部からジブニーで片道 30 分間～1 時間かかり、その分の交通費も要する。商人⑥は、代金の支払いが遅れることや、支払いのために A 商人を数時間待たせることも多い。このため、A 商人にとって優良な取引相手ではない。しかし、A 商人は、2009 年に商人⑥から 30,000 php を借りた恩義があるため、取引を続けざるをえない。

二つ目に、イロイロ市のショッピングモールで果実の買付・販売を担当して

いる商人⑧との取引関係がある。商人⑧の代金の支払いは、通常でも取引から一週間以上後であるが、2010年4月の調査期間中には支払いがさらに遅れ、未払いは30,000 php以上に増大した。このため、A商人は、生産者への支払いがかなわず、一時期、商人⑧との販売は停止された。しかし、取引関係は解消されず、その後、A商人の在庫が潤沢になると販売は再開された。A商人は、商人⑧のいとこであり、親族としての義理を欠かせないのである。

以上のように、A商人は、自身にとって、取引する上で条件が悪い相手に対しても、社会関係があつて義理や恩義を感じる商人には販売を継続している。しかし、そうした取引関係の例には、上記の二例が挙げられるにすぎない。

VI 経営の推移－2010年と2011年の取引実績から－

A商人の経営状況は、2010年と2011年で対照的である。両年の一収穫日あたり平均買付量を比べると、2010年の前掲表4の期間では1,013 kg、2011年の前掲表5の期間では2,037 kgである。前者は、マンゴーのシーズンであるにもかかわらず、後者の約半分の量でしかない。2010年には、ギマラス島では日照りが続き、マンゴーの生産量が低下したため、A商人の経営も縮小せざるをえなかったのである。これは、A商人の経営効率や労働生産性に影響を与えていたと考える。

一方、経営規模に関して、一日あたりの平均買付量を比べると、2010年では488 kg、2011年では630 kgであり、2011年に大きく拡大していることがわかる（前掲表4、表5）。また、販売面においても、2011年には取引する商人の数やその規模は急激に伸長した。一配達日あたり平均販売量は、2010年の前掲表6の期間では729 kgであるのに対して、2011年の前掲表7の期間では、配達日が不明なものもあるが、1,477～1,785 kgと2倍以上になっているのである。

しかしながら、前掲表7を見ると、期間中の合計販売金額の約半分は、パ

ラワン島の商人への販売によって占められていることがわかる。同商人は買付から販売までの全輸送費を負担するものの、A 商人が得られる利ざや³⁶は、マンゴーの高値の時期にもかかわらず 5 php/kg にも満たない。大量の買付と販売の場合、費用のうち輸送費は小さな割合しか占めないゆえ、2010 年よりも経営全体の収益性は悪化していることが予想される⁽³⁶⁾。

総じて、2011 年は 2010 年と比べて、収益性の悪化はあっても、経営規模の拡大によって、得られる利益は増大しているであろう。これを推論するために、両年の A 商人の資産を比べてみよう。2010 年 4 月 30 日時点の資産は、現金が約 65,000 php、買手商人などの未払金と貸付金が 50,717 php、A 商人の生産者に対する未払金が 55,796 php であった。これに対して、2011 年 4 月 7 日時点では、現金が約 48,000 php、買手商人の未払金が 51,567 php、貸付金が 42,978 php であった。合算すると、前者は約 59,921 php、後者は約 142,535 php となり、顕著な差が認められる。また、2011 年の調査時点では、A 商人は、パソコン、冷蔵庫、炊飯器、電子秤などの家電製品を中古品で購入済みであったこと、輸送用のジプニーの購入も視野に入れていたことも指摘しておきたい。

VII おわりにかえて

本稿では、ギマラス産マンゴーの一卸売商人を対象として、その経済活動の実態や世帯経済について明らかにするとともに、生産者－卸売商人、卸売商人－買手商人の各取引主体間の関係性や、複数の異なる取引関係を持つ中での卸売商人の立場性、意思決定について論じた。ここでは、おわりにかえて、本論で得られた知見をもとに、取引の関係性をめぐって議論を重ねたい。

現在、A 商人の世帯では、扶養家族が多く、大学生を二名抱えているため、出費がかさんでいる。また、A 商人は親類に対しても、送金や雇用などを通じて経済的な援助をしている。A 商人にとって、家族や親類を十分に養っていくことが最も重要であり、そのために、これまで苦勞をしつつも様々な商売

に従事してきた。マンゴーの商売もその目的の延長線上にある。

それゆえ、A 商人は取引関係において利害関心が強く、利害関心を越えて取引相手に経済的な便宜を図ることは少ない。販売価格の割引は限られた買手商人にしか提供されないし、一時的に取引する生産者との買取条件の交渉では譲歩しない。また、取引相手との歓談や感情の交換は日常的なものであり、一部の事例では経済関係を越えた関係も見られたが、友好関係が高じた結果、経済的な便宜が図られるようになった事例は確認されなかった。

経済的な便宜が図られるのは、特に取引関係の存続という利害関心がある場合である。A 商人の商売では特定の取引相手の比重が高く、その取引関係がなければ、経営は途端に零細なものとなるであろう。A 商人にとって、取引する上で条件の良い相手と恒常的な関係を持つことは、非常に重要なのである。

一方、経済的な便宜の一つとして、いくつかの先行研究で取り上げられた信用買いは、本稿における A 商人の買付、販売の事例では、恒常的な取引関係がなくとも頻繁に利用されていた。この背景には、マンゴーの取引では、他の農作物に比べて一回の取引額が大きくなりがちで、しばしば買手の支払い能力を超えることが挙げられる。このため、信用買いは、各取引主体に受け入れられた習慣となっていた⁽³⁷⁾。

しかしながら、A 商人にとって限られた資金を効率よく運用するためには、資金が手元にあり、次の商売にすぐさま投資できることが必要である。ゆえに、買手が代金の即座の支払いをするかどうかは、最も重要な取引相手とそうでない者を分ける基準となっていたのである。

最後に、A 商人の経営の今後の見通しについて述べたい。2011 年における経営拡大の背景には、新たにロハス市やパラワン島の商人との大規模な取引が開始されたことがある。今後、この関係を継続するためには、A 商人は大量のマンゴーの在庫を確保し続けなければならない。これらの大口の商人たちは、A 商人との取引量が低下すれば、遠方からイロイロ市まで買付に来るとは考えられないからである。加えて、これまで取引してきた商人の注文を満た

していくことも、経営規模の維持・拡大には必要である。しかし、毎年の気象の変化によって、生産者からの供給量は不安定である。結果として、A 商人にとって、販売面での取引関係を継続させていくことは、容易なものとはなっていないのである。

註

- (1) 筆者は 2010 年 3 月から 4 月の約 10 週間、同年 9 月の約 3 週間、2011 年 3 月から 4 月の約 1 週間にわたって、ギマラス島での現地調査を実施した。
- (2) 2010 年における三菱東京 UFJ 銀行公表の対顧客外国為替相場の年間平均仲値は 1 php = 1.96 円である。
- (3) NMRDC の職員によると、ギマラス島に NMRDC の前身機関が置かれた理由は、土壌がマンゴーの生産に適していたこと、半隔絶的な小島であるため試験的な開発が進めやすかったことがある。
- (4) 裏庭生産者の定義は、1995 年ではマンゴー樹を 10 本未満所有する者であり、全生産者の 93% におよぶ (Catelo 1997)。ギマラス州の農業課での聞き取りによると、2005 年の裏庭生産者の定義は、100 本未満所有する者であり、全生産者の約 7 割に該当する。
- (5) ギマラス州の農業課での聞き取りによると、商業的生産者の定義は、2005 年ではマンゴー樹を 100 本以上所有する者である。
- (6) 甥は、2010 年 4 月の時点ではほとんど学校に通わず、2011 年には学校を休学し、A 商人の手伝いに専念しはじめた。
- (7) この食費には、世帯構成員だけではなく店のワーカーの食費も含まれる。ワーカーは、マンゴーの収穫シーズン中に、A 商人の一家と寝食をともにして働く。
- (8) 商売の直接的な支出である、マンゴーの買付費用や店の働き手の賃金などを除く。
- (9) ギマラス島でのマンゴー生産者は、土地やマンゴー樹の所有者と、生産資金の出資者が同じ人物とは限らないことが、現地調査から判明した。特に少数のマンゴー樹しか所有しない裏庭生産者は、資金不足によって他に出資者を求めることも多い。一方、所有者かつ出資者である者が、他人の生産にも出資する場合もある。一般的に、出資者は、マンゴーの生産に加えて、販路決定、買手との交渉、収穫、販売のすべてを司り、その全コストを負担するかわりに、販売時にはもうけの大部分を得る。逆に、土地やマンゴー樹の所有者は、それらを出資者に提供するのみであり、もうけの一部しか得られない。以下では、所有者と出資者をまとめて生産者と呼ぶが、A 商人の取引相手は出資者、あるいは所有者かつ出資者である。

- (10) 2010 年 12 月から 2011 年 2 月までの期間に、A 商人はギマラス島の商人に合計 1,289 kg しか販売していない。
- (11) マンゴーの販売を受注した A 商人が生産者に収穫日を尋ねる場合と、収穫日が近づいた段階で生産者が A 商人に商談を持ちかける場合がある。常連的な生産者の場合、A 商人は事前に連絡を取り合っているため、おおよその収穫日を把握している。
- (12) 花芽誘導の時期は、生産者側の栽培管理者が、樹の生育状況や天候を見極めて決定する。これに応じて収穫可能な期間が定まるが、その期間の中から収穫日を決めるのは A 商人である。
- (13) 生産者からの買取価格は等級に関わらず一定であるのに対して、小売・卸売段階では等級ごとに販売の単価が異なるため、A 商人の収益は下級品ほど少なくなる。買付の諸コストを勘案すると、S の等級を販売しても利益は出ないという。
- (14) マンゴーは雨に濡れた状態で梱包すると傷みやすいため、雨の日には買付を行わないという。
- (15) 代金は、収穫地までの距離にもよるが、500～800 php であることが一般的である。しかし、利用客が多い時などは約 1,500 php におよぶ場合もある。
- (16) 現地では、一番下の等級から順に RR, M, Big (もしくは Good) と表記されていたが、本稿ではそれぞれ S, M, L とする。
- (17) S の等級のマンゴーは、主にギマラス島内のみで販売されるのに対して、M と L はギマラス島外の都市部でも販売されており、そこでは果実の見た目が重視される。
- (18) 2011 年より A 商人は、生産者からの買付の際に、実際の重量よりも 50 kg あたり約 1 kg 軽く計測される秤を持参し、それを用いて商品を計量している。A 商人は、この戦略をイロイロ市の公設市場の商人から教わったという。そうする理由として、(1) 商品の配達後に、梱包材の竹かごを返却する買手商人が減ったこと、(2) マンゴーは店で保管している間に、追熟の過程で水分が蒸発し、重量が減少すること、(3) 買手商人は、梱包材の重量として 3 kg を見積もり、その分を商品の総重量から差し引く場合もあることが挙げられるという。
- (19) 携帯電話を導入した 2007 年以前は、A 商人がイロイロ市の商人のもとに直接出向いて注文を尋ねていたという。
- (20) この理由には、(1) A 商人は買付の際に、アナログの秤の数値を 1 kg 未満切り捨てて読み取ることが多い点、(2) A 商人は 2011 年より生産者からの買付の際に、重量が軽く表示される秤を用いている点、(3) マンゴーは店で保管している間に、追熟の過程で重量が減少する点、(4) 販売時には、買付時よりもケースや古新聞の重量を 1 kg 軽く見積もることが商人の間で慣行になっている点がある。
- (21) A 商人の店からホルダン埠頭まで行く場合の代金は 250～350 php である。

- (22) 代金は **500～600 php** であることが一般的であるが、停泊船が少ない時は **1,000 php** 以上になる場合もある。
- (23) 一部の商人は、**A** 商人が申告する商品の重量を信頼し計量しない。
- (24) **2010 年 12 月 9 日から 2011 年 3 月 3 日**における **A** 商人のマンゴーの買付量は **52,946 kg** であり、それに対して同期間の卸売の量は **44,178 kg** におよぶ。
- (25) 卸売用のマンゴーは、卸売されてから消費者の手に届くまでの流通時間を要するため、未熟の状態でなければならない。マンゴーは収穫から数日で、追熟が進み卸売することができなくなる。
- (26) 特に **S** の等級は、卸売での買手がつかないことも多く、在庫過剰に陥りやすい。
- (27) ギマラス州行政は、マンガハン・フェスティバルにおいて、重量、糖度、見た目の点で高品質なマンゴーしか販売を許しておらず、販売ブースに入荷されるマンゴーの検査も行なっている。
- (28) **A** 商人の取引相手のほとんどは、小・中規模に出資し生産する者である。生産するマンゴー樹が **1,000** 本以上におよぶような大規模果樹園の経営者は、独自の販売網を持つため、ローカルな商人とは販売の取引をしていないという。
- (29) **2011 年 2 月以降**、商人①と取引がない理由は、商人①側のマンゴーの販売担当者がオフィスを離れていたためである（前掲表 7）。
- (30) 商人④のマンゴーの取引例を挙げると、**A** 商人から **45 php/kg** でマンゴーを購入した場合、ショッピングモールでの小売価格は **85 php/kg** である。利ざやは小売価格の 5 割近くの **40 php/kg** にもおよぶが、小売価格の 15% はショッピングモールの手数料として取られる。さらに、マンゴーは追熟過程で重量の 2～3 割が減少し、傷みが出ると商品は廃棄されるため、実際には商人②の純益は約 **6 php/kg** のみである。この条件では、小売価格を **60～70 php/kg** 未満に設定すると、商人②は損失を出す。
- (31) 商人⑨との取引では、**A** 商人の利ざやは約 **5 php/kg** と低い。しかし、生産者への買付からイロイロ市への配達までの輸送費を取引相手が負担するため、結果として **A** 商人は大きな利益を上げることができる。
- (32) **A** 商人は、商人⑤の店で小売のためのバナナを購入し、商人⑤の支払いの代わりとする場合もある。
- (33) 調査期間中、**A** 商人は、取引相手への集金のためだけに、イロイロ市まで出かけたり、相手が現れる時刻まで市内で数時間待機したりすることが多々あった。このことから、**A** 商人にとって現金での資産が必要であることがうかがえる。また、効率的な利益拡大のために、資金は次の商売にすぐさま投資される傾向があった。
- (34) 例えば、**30 php/kg** で買取れば **40 php/kg** で販売し、**60 php/kg** で買取れば **75～80 php/kg** で販売している。仮に、**A** 商人の販売価格が他よりも高く、取引相手

からの注文が減った場合は、A 商人は、イロイロ市における卸売価格や、他の卸売商人の販売価格を調査し、それに合わせて値下げする。

- (35) A 商人は、2010 年 4 月 22 日にロハス市の商人に 1 t のマンゴーを販売予定であり、収穫も済ませていたが、買手商人はギマラス島内で A 商人よりも販売価格の安い取引相手を見つけたため、取引は解消された。その際にも、違約金の支払いなどの罰則はなかった。
- (36) A 商人のマンゴー経営の費用のうちで、買付費用が最も大きな割合を占める。これに対して、輸送費は 1,000～3,000 php であり、買付費用の増加に比べて大きく膨らまない。一方、数百 kg 程度の小規模な買付・販売の場合、輸送費は全費用の 1 割におよぶこともあり、大規模な買付・販売の場合よりも収益性は悪化する。
- (37) マンゴー生産の経験が浅いイロイロ市の出資者の場合、信用買いの習慣に納得できず、A 商人に約 70,000 php の一括支払いを求めることもあった（前掲表 4 の 2010 年 4 月 9 日の取引）。

参考文献

- 牛島 巖（1990）「スキ（得意客）関係覚書－フィリピン・ビサヤ内海域の市場流通網」族 14, 1-17 頁。
- 小林孝広（1999）「市場商人の生計戦略をめぐる予備的考察－パナイ島カピス州イビサン町の町場鮮魚商人の事例」族 31, 18-35 頁。
- 佐竹真明（1988）「市場における人間関係と市場の経済的機能－東南アジア市場研究とフィリピンでの調査事例を踏まえつつ」アジア経済 29-5, 40-62 頁。
- 永井博子（1992）「フィリピン、アンティーケ州の市場」史苑 53-1, 95-100 頁。
- 米倉二郎（1981）「ギマラス島（Guimaras Island）の開発－広島県江能・倉橋島との比較考察」米倉二郎編『日本・フィリピン内海地域比較調査報告－特に広島県とパナイ島を中心に』広島修道大学総合研究所, 64-82 頁。
- Anderson, J. N. (1969) Buy-and-Sell and Economic Personalism : Foundations for Philippine Entrepreneurship, *Asian Survey* 9, pp.641-668.
- Catelo, S. P. (1997) 1995 Mango Census : Province of Guimaras, Small Islands Agricultural Support Services Programme.
- Davis, W. (1973) *Social Relations in a Philippine Market : Self-interest and Subjectivity*, University of California Press.
- Hardman, J. R. P. (1994) *Economic, Production, Marketing, and Export Considerations of Growing Mangos on the Island of Guimaras, Philippines*, Queensland Department of Primary Industries.
- Jocanon, F. L. (1983) *The Hiligaynon : An Ethnography of Family and Commu-*

nity Life in Western Bisayas Region, University of the Philippines.

Kawada, M. (1994) Public Market in Bantayan : Social Ties in Local Economic Activities, Ushijima. I. (ed.), *Fishers of the Visayas : Visayas Maritime Anthropological Studies*, University of the Philippines.

Spoehr, A. (1980) *Protein from the Sea : Technological Change in Philippine Capture Fisheries*, University of Pittsburgh.

Szanton, M. C. B. (1972) *A Right to Survive : Subsistence Marketing in a Low-land Philippine Town*, Pennsylvania State University Press.

——大学院文学研究科研究員——