

A Structural Analysis on the Import and Consumption of Tanzanian Coffee Beans in Japan

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-03 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2297/24596

日本におけるタンザニア産コーヒー豆の 輸入と消費の構造分析

— 価格形成制度と南北問題 —

辻 村 英 之

目 次

1. はじめに
2. 輸入数量・価格とタンザニアの位置
 - (1)90年代の日本におけるコーヒー消費の動向
 - (2)タンザニア産コーヒー豆の輸入数量・価格の推移
 - (3)コーヒー消費動向におけるタンザニア産コーヒー豆の位置
3. タンザニア産コーヒー豆の流通経路と価格形成制度 —輸入から消費まで—
 - (1)流通経路の概要
 - (2)ブランド・品質・規格
 - (3)流通価格形成の仕組み
4. 生産者価格と消費者価格の格差と南北問題

1. はじめに

発展途上国（南）と先進工業国（北）との間の経済的格差，そしてその格差がもたらす南北間の政治的対立構造，いわゆる「南北問題」は，言うまでもなく未解決であるが，しかし「南北問題運動」の主張（「南北問題論」）は，既に過去のものになってしまった。サハラ以南アフリカ諸国（南アフリカを除く）のように，先進国との経済的格差がさらに拡大している国々にとっても，それは例外ではない。「南北問題論」を初めとする低開発論（格差の原因を不平等な世界システムに求める）が力を失い，近代化論（格差の原因を途上国内部の非効率なシステムに求める）が支配的になっているからである。

しかし著者は、不平等な世界システム、特に途上国産一次産品の交易条件の劣悪さを格差の原因（あるいは途上国で経済開発が進み難い原因）とする「南北問題論」の問題意識を受け継ぎ、一次産品価格の劣悪さの現状とその要因の具体化に努めている。つまりタンザニア産コーヒー豆のみを分析事例とし、生産者・生産国にとって不利な同豆の価格設定の仕組みを、できる限り具体的、詳細に解明しているのである（注1）。

その分析の際に重視しているのは、「南北問題論」では強調されなかった「連鎖概念」である。世界システム論が言う「商品連鎖」の概念は、先進（消費）国からの「需要独占」の力で、一次産品の価格が低く抑え込まれていることを説明する（注2）。またフードシステム論が言うように、「食」（消費者）と「農」（生産者）の距離が大きくかけ離れている場合、生産者から消費者までの食料の流れが連なっており、「1つのシステム」として機能しているという認識なしには、食料問題を十分に理解できないのである（注3）。

この「連鎖概念」の下で、著者は上記のように、タンザニア産コーヒー豆の価格形成制度を、タンザニアにおける生産段階から貿易段階に至るまで、流通段階毎に分析し、特に生産者価格が低迷する要因を探求してきた。そして本論は、タンザニア産コーヒー豆の世界第2位の消費量を誇り、しかも最高品質豆の世界一の消費国である、日本における価格形成制度を解明し、「タンザニア産コーヒーのフードシステム」分析を全うするものである。

なお本論は、主にマイルド・アラビカ種のコーヒー豆、そして同豆を利用するレギュラー・コーヒー、缶コーヒーを中心に分析する。さらに利用するデータは国内における資料収集と聞き取り調査（99年6月、10月、12月、2000年10月、11月、12月、2001年2月）で収集したものが中心となる（注4）。また複数のインフォーマントから聞き取ったデータに関しては、出所先は明記しない。

2. 輸入数量・価格とタンザニアの位置

(1) 90年代の日本におけるコーヒー消費の動向

1) 生豆輸入の漸増

コーヒー生豆全体の年間輸入数量はこの10年間（90－99年），表1，図1で確認できるように，30－35万トンの数量帯を上下しながら緩やかに増加している（25.68%の増加）。その一方で，コーヒーの消費形態は大きく変わっている。

表1 コーヒー生豆全体とタンザニア産豆の輸入数量（トン）

	全体の数量	タンザニア産豆の数量
1981年	175,044	2,866
1982年	185,636	3,466
1983年	204,012	4,308
1984年	223,083	2,898
1985年	231,193	2,736
1986年	242,519	3,493
1987年	270,240	3,555
1988年	262,677	3,705
1989年	281,897	4,237
1990年	288,506	5,374
1991年	299,611	4,510
1992年	291,762	7,808
1993年	311,535	13,734
1994年	344,635	11,483
1995年	299,555	9,115
1996年	326,388	11,667
1997年	324,489	7,705
1998年	331,475	8,190
1999年	362,592	8,219

注) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』、表「コーヒー生豆の国別輸入数量及び価格の推移」(原典は大蔵省編『日本貿易月表』日本関税協会)、を参照して作成。

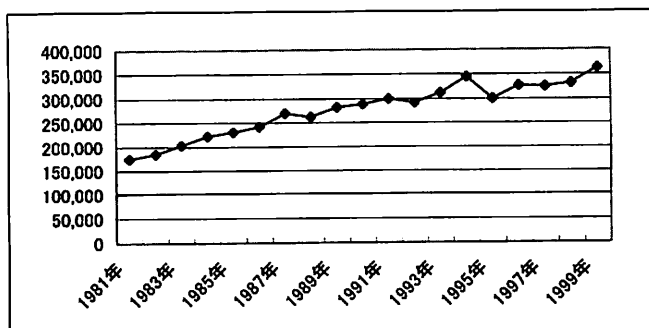


図1 コーヒー生豆全体の輸入数量 (トン)

2) 消費の家庭内化—喫茶店の経営悪化—

業務用小売（喫茶店、ホテル、レストラン、職場、自動販売機等の家庭外消費）が14.64%減少し、逆に家庭用小売（一般小売店、量販店等で購入して家庭内で消費）が18.31%増加した（現在（99年）のコーヒー消費に占める家庭用の割合は71.13%・注5）。

特に喫茶店の経営状態が悪化しており、事業所数は86-96年で32.51%減少（96年で101,945店・注6）、96年時点で「この2、3年の経営状態が悪くなっている」と答える経営者の割合は、東京で60%、大阪で73%にまで達している（92年時点では、それぞれ34%、45%・注7）。さらに「経営状態が悪くなっていく」と答える経営者の割合が30%もあり、その理由は、①競合（安いチェーン店、缶コーヒー・家庭内消費の増加、自販機やオフィス用コーヒーサービスの増加）、②景気後退（来店客減少、家庭内消費の増加）、③価格問題（安いチェーン店、仕入れるコーヒー豆の価格上昇）、④消費者特性変化（若者がコーヒーの味を知らない・こだわらない、喫茶店を利用しない）、の4つに分類されている（注8）。

3) レギュラー・コーヒーと缶コーヒーの消費増加

インスタント・コーヒー（IC）の消費量が2.67%減少し、レギュラー・コーヒー（RC・缶、液体を含む）の消費量が23.24%増加した（現在のコーヒー

消費に占める RC の割合は78.56%・注9)。とりわけ家庭で消費する RC が50.43%増加した (IC は増減なしで、現在の家庭消費に占める RC の割合は46.16%)。

さらに工業用 (缶コーヒー、液体 (ペットボトル) コーヒー、コーヒー牛乳等の製造用) に向けられる豆の数量が49.17%増加し、特に缶入 RC に利用される豆が68.49%増加した (注10)。

98年におけるコーヒー消費の種類別シェアを、IC、RC (液体は含んで、缶は除く)、缶の3区分で見た場合、43.8%、38.3%、17.9%であり、90-98年でそれぞれ6.8%減、5.2%増、1.6%増となっている (注11)。

4) コーヒー消費の動向

すなわち、この10年間のコーヒー消費の動向は、①家庭内消費の増加、②レギュラー・コーヒー消費の増加、③缶コーヒー消費の増加、で特徴付けられる。

ただ缶コーヒー消費は、既に「伸び悩む」「成熟期に入った」と評価されている (注12)。そこで缶コーヒー製造業者は、従来の250 g 缶を大きく減らして190 g 缶を主流にし、できる限り高品質のアラビカ豆を積極的に利用して、「本物の風味」を売り文句にしたシェア争いに努めている。

また喫茶店消費は、セルフ・サービス形式の低価格コーヒー・チェーン店の人気 (特に95年以降の米国スターバックス社の進出) により、一方的な衰退傾向には歯止めがなかった。しかしながら、このエスプレッソを売り物にする低価格店の人気は、比較的高品質のコーヒー豆を使用してきた従来の喫茶店の経営悪化要因でもあり、全体の品質水準を下けているという意見もある (注13)。

その一方で、レギュラー・コーヒーの飲用理由として、「57.7%が香り、49.0%が味を挙げ、値段の手軽さを挙げる者は6.1%に過ぎない (複数回答可・注14)」その購入に際し、「87.5%が価格よりも味や品質を重視する (注15)」という消費動向調査の結果を尊重し、UCC は高品質豆のみを利用した「炒り豆 紙缶 150 g」を発売し、量販店を中心とした販売 (家庭消費用) に努めている (注16)。また自家焙煎店や挽き売り店 (ビーンズ・ショップ)

の増加、「プレミアム・コーヒー」「スペシャルティ・コーヒー」の注目等、さらなる高品質豆市場拡大の兆候も確認できる。

5) 世界最高水準のコーヒー価格

以上のように、コーヒーの品質水準の低下が指摘されることもあるが、一般的には日本の消費者は未だ、世界最高品質のコーヒーを嗜好し、さらにその嗜好が高まる兆しもある。それを1要因とし、コーヒーの価格水準も世界最高を誇っている。

98年12月における日本の焙煎豆小売価格は、イギリスに次いで世界第2位、そして3位のイタリアの2.51倍の水準にある(注17)。また98年11月における東京の喫茶店コーヒー価格は、ニューヨークの1.72倍、ロンドンの1.11倍、パリの1.01倍である(注18)。

(2) タンザニア産コーヒー豆の輸入数量・価格の推移

既述のように、この10年間のコーヒー生豆の輸入数量は漸増しているに過ぎない(表1, 図1)。しかしながらタンザニア産豆の輸入数量(年間)は、約4,000トンの水準から92年、93年と急増し(2年間で3.05倍)、その後は4年間で43.90%減少するという激しい変動を見せている。ただ97年以降は、約8,000トンの水準で安定している(表1, 図2)。

また輸入価格に関しては、表2, 図3で確認できるように、コーヒー生豆全体の平均価格もタンザニア産豆の価格も、ニューヨークのコーヒー・砂糖・ココア取引所で決まる先物価格に連動している。投機家による取引が支配的な先物市場において、価格は容易に乱高下する。そのためタンザニア産豆輸入価格も、変動が非常に激しい。価格水準に関しては、全豆平均輸入価格と先物価格はほぼ同じ水準で、タンザニア産豆輸入価格は常にそれらよりも高い水準(先物価格より平均88円/kg高いが、98-99年は特に高価)で変動している。

98年におけるタンザニア産コーヒー豆の輸入数量は、表3で確認できるように、全輸入数量の2.47%を占め、第8位の位置にあるが(アラビカ豆に限ると第6位)、上位3ヵ国(3国合計で60.66%のシェア)との割合の差は15%余りもある。

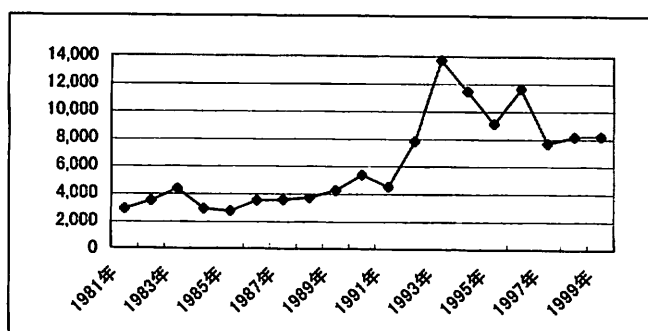


図2 タンザニア産豆の輸入数量 (トン)

表2 コーヒー生豆全体・タンザニア産豆の輸入価格とニューヨークの先物価格

(円/kg)

	全体の輸入価格	タンザニア産豆輸入価格	ニューヨーク先物価格
1990年	261	334	287
1991年	257	336	252
1992年	203	276	181
1993年	182	240	166
1994年	279	323	323
1995年	341	377	301
1996年	299	313	281
1997年	398	514	491
1998年	403	630	375
1999年	264	454	260

注1) 先物価格は、年平均価格(期近)を年平均為替相場で換算した数値で、『日本経済新聞』月曜版の「内外商品相場」を参照。

注2) 輸入価格(CIF)は、全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』2000年10月、26-29ページ、表「コーヒー生豆の国別輸入数量数量及び価格の推移」(原典は大蔵省編『日本貿易月表』日本関税協会)、を参照して作成。

この10カ国に限ると、タンザニア産豆の輸入価格は、2位のグアテマラに100円以上の差をつけて断然トップである。ただし、輸入数量は少ないが高価格で有名な豆と比較してみると、ジャマイカ産(「ブルーマウンテン」が有名)が2,420円/kg、イエメン産(「モカ・マタリ」)が760円/kgと、タンザニア産の価格を大きく上回っている。希少性に著しいこの2国の豆は、通常の豆と価格形成制度を異にするが、同じ制度の下にあって、例えば隣国のケニア産が675円/kgと、タンザニア産の価格を上回る豆はある。

さらに表4で確認できるように、全輸入に占めるタンザニア産豆の位置は、93年に輸入数量のピークに達した際に、数量で6位、価格で1位を実現し、その後は多少の変動があるが、数量8-9位、価格1位で安定していると言える。

すなわちタンザニア産豆は、輸入数量上位10カ国産の「大衆化」されたコーヒー豆の中で、「最高価格豆」としての地位を確立しているのである。

(3) コーヒー消費動向におけるタンザニア産コーヒー豆の位置

まず、図2の「タンザニア産豆の輸入数量」と図3の「タンザニア産豆輸入価格」の変動を比較してみよう(図4)。日本における同豆の輸入・消費動向を分析する山岸が論ずるように、300-400円/kgの価格帯を境として、それを越えると買い控え、下回ると買いだめをする特徴を確認できる(注19)。既述のように、コーヒー豆輸入価格の変動は非常に激しく、特にタンザニア産豆は高価であるため、先物価格高騰時には輸入を控えざるを得ない。1年未満の倉庫保管であれば、生豆の大幅な品質低下は避けられるため、先物価格低迷時に大量に輸入し、商社や大手焙煎業者が一定の在庫を確保しておくのである。

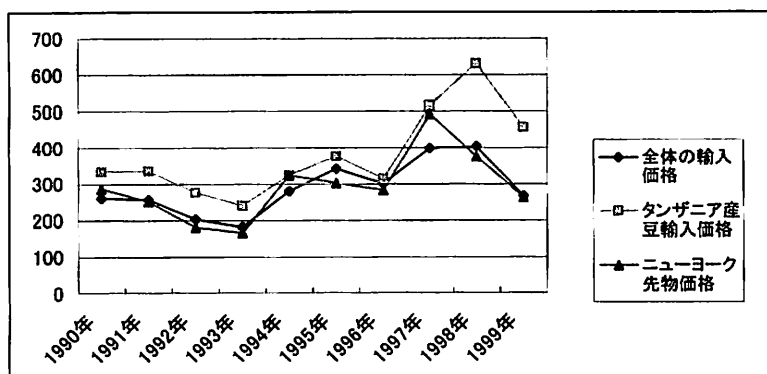


図3 輸入価格と先物価格 (円/kg)

表 3 全輸入数量に占める各国産豆の割合と輸入価格 (98年)

1位	ブラジル	23.68%	411円 (主にアラビカ)
2位	インドネシア	18.52%	253円 (主にロブスタ)
3位	コロンビア	18.46%	471円 (アラビカ)
4位	エチオピア	6.99%	388円 (アラビカ)
5位	ベトナム	5.75%	220円 (ロブスタ)
6位	グアテマラ	5.74%	493円 (主にアラビカ)
7位	ホンジュラス	4.50%	466円 (アラビカ)
8位	タンザニア	2.47%	630円 (主にアラビカ)
9位	メキシコ	2.42%	491円 (アラビカ)
10位	インド	2.32%	389円 (主にアラビカ)

注) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』2000年10月、29ページ、表「コーヒー生豆の国別輸入数量及び価格の推移」(原典は、大蔵省編『日本貿易月表』日本関税協会)、を参照して作成。

表 4 全輸入数量に占めるタンザニア産豆の割合と輸入価格
(アラビカ及びロブスタ)

1990年	1.86% (10位)	334円/kg (2位)
1991年	1.51% (9位)	336円/kg (2位)
1992年	2.68% (8位)	276円/kg (2位)
1993年	4.41% (6位)	240円/kg (1位)
1994年	3.33% (7位)	323円/kg (1位)
1995年	3.04% (8位)	377円/kg (1位)
1996年	3.57% (8位)	313円/kg (3位)
1997年	2.37% (9位)	514円/kg (1位)
1998年	2.47% (8位)	630円/kg (1位)
1999年	2.27% (9位)	454円/kg (1位)

注1) 価格に関しては、表3の10カ国の内の順位。

注2) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』2000年10月、26-29ページ、表「コーヒー生豆の国別輸入数量及び価格の推移」(原典は、大蔵省編『日本貿易月表』日本関税協会)、を参照して作成。

それゆえ92年、93年のタンザニア産豆の輸入急増の1原因として、先物(輸入)価格下降期の買いだめ(その後の上昇期に消費)を挙げることができ。しかし輸入増加の主因は、上記のコーヒー消費形態の変化にある。

92年以降のタンザニア産豆の輸入増加は、コカ・コーラ「ジョージア」ブランドの缶コーヒー「モカキリマンジャロ」ブレンド(93年1月発売)のヒッ

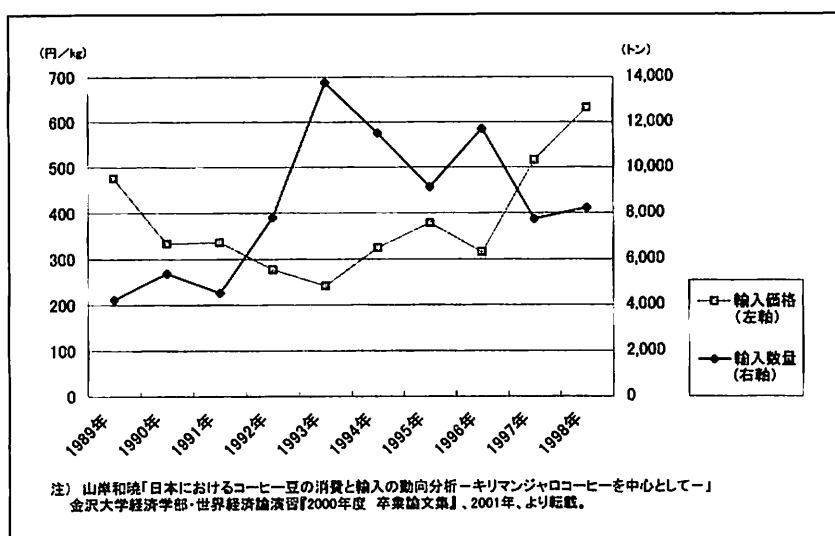


図4 タンザニア産豆輸入の数量と価格

トを1要因とする。既述の10年間に於ける「缶コーヒー消費の増加」、そして「190g缶を利用した原料豆の高品質化（アラビカ化）」の典型事例として、この「モカキリマンジャロ」を位置付けることができるのである。

またレギュラー・コーヒーに関しても、94年1月－2000年6月の6年半の間、UCCとキーコーヒーの「キリマンジャロ」が、同社の「モカ」とともに総務庁「小売物価統計調査」の「コーヒー豆」の基本銘柄として利用される等、大手焙煎業者2社が、タンザニア産コーヒー豆の「大衆化」を促進した。具体的な商品名は、UCC・レギュラーコーヒー・炒り豆シリーズ「キリマンジャロ」とキーコーヒー・レギュラーコーヒー・ライブバックシリーズ「キリマンジェロ」で、両者ともに袋入200gの焙煎豆である。既述の10年間に於ける「レギュラー・コーヒーの家庭内消費の増加」の典型事例として、この「キリマンジャロ」を位置付けることができるのである。

さらにUCCは99年9月に、炒り豆シリーズの新製品として、上記の「炒り豆紙缶 150g」を発売し、それを量販店等における販売の主体とした。その6品目の中の1つに、「キリマンジャロキボ」がある。UCCは内容量を

200 g から150 g に減量，そして1品当りの価格も下げた上で，より高品質なタンザニア産コーヒー豆を利用し，それを家庭向け製品の主体としたのである。同様にキーコーヒーも，ライブパック（豆製品）シリーズのタンザニア産コーヒー豆を，99年9月に「キリマンジェロ」から「季節限定珈琲キリマンジェロアルーシャ AA」へ，さらに2000年3月に「キリマンジェロ（タンザニア AA プラス）」に変えた。内容量や価格は変えずに，より高品質なタンザニア産コーヒー豆を利用し，それを家庭向け製品の主体とした。既述の「高品質豆市場拡大の兆候」の典型事例として，この「キリマンジャロキボ」と「キリマンジェロ（タンザニア AA プラス）」を位置付けることができるのである。

ちなみに自家焙煎店や挽き売り店においても，「キボ」や「スノートップ」等のタンザニア産高品質豆が目につくようになってきた。

98-99年の同豆の輸入価格が，先物価格と比べて異常に高いのは，これらの高品質豆（高い割増額（プレミアム）を支払って購入）の割合が増えているからだと考えられる。すなわちレギュラー・コーヒー豆市場，あるいは高品質豆製品市場の「本格的な味わいを求める」（注20）需要者が，さらに高い味わいを求め始めたこと，同時に拙稿（注21）で論じたタンザニア産豆の大幅な品質低下がゆえに，従来の AA FAQ（大きさ，形，重さ，色ともに最高級である AA 階級豆の標準総合品質（FAQ）主体の輸入では，その需要を満たせなくなったことが原因である。

要するに，タンザニア産豆の輸入価格上昇（下降）時の輸入量減少（増加）は，在庫量増減で調整され，消費量自体が大きく変動しているわけではない。つまり同豆と他豆の交叉弾力性（代替性）の高さを示しているわけではない。逆に，生豆輸入漸増傾向の中でのタンザニア産豆の輸入急増は，まさに「高品質豆市場拡大傾向」で説明できるのであり，タンザニア産豆を特別に嗜好する消費者の増加，つまり高品質豆としての同豆の製品差別化が強化されていると考える。実際，「キリマンジャロ」は，「モカ」と「ブルーマウンテン」に次いで，日本人が3番目に嗜好するコーヒー豆の銘柄であり，またこの3銘柄の人気は，4位以下を圧倒している。「キリマンジャロ」の人気の理由は，上位から順に「味・香りが好み」，「いつも飲んでいる」，「名前・イメー

ジがよい」である（注22）。

3. タンザニア産コーヒー豆の流通経路と価格形成制度－輸入から消費まで－

（1）流通経路の概要（図5）

日本におけるレギュラー・コーヒーのフードシステムを分析する、皆川が明示しているように、コーヒー生豆の約90%を商社が輸入している（その他は、焙煎業者（ロースター）や生豆問屋による直接的な輸入・注23）。タンザニア産豆も同様であり、現地調査（96年2月、8－9月）によって確認できた経路（上記の主要な加工（缶コーヒー製造、焙煎）業者に至るまでの流通）は、①アフリカ・コーヒー会社（イギリス系）→ニチメン→UCC、キーコーヒー、②テイラー・ウィンチ（スイス系）、コーヒー・エクスポートーズ（インド系）→三菱商事→コカ・コーラ、の大手総合商社によるものである（注24）。

レギュラー・コーヒーの大手焙煎業者（99年において、18.7%のシェアを持つUCC、13.4%のキーコーヒー、11.6%のアートコーヒー・注25）は直接、商社から生豆を購入するのが一般的である。豆は通常、港の焙煎業者の倉庫、あるいは工場まで商社が運搬し、受渡が完了した時点で所有権が移る。

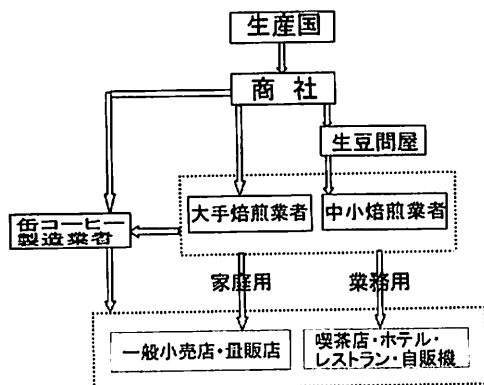


図5 レギュラー・缶コーヒーの支配的流通経路

一方、「コーヒー商工組合」加盟の業者だけで約350社、近年増加している自家焙煎店（ほとんどが組合非加盟）を含むと2000社を大きく超えるという、その他の中小焙煎業者は、取り扱う生豆が小ロットである（商社輸入の生豆取引の最小単位は250袋で、中小業者にとっては多過ぎる。ほとんどが業務用の焙煎であるため、少量・多品種が望ましい）ため、生豆問屋（UCC（生豆問屋機能をも果たす）を含めて全国7社）が商社と焙煎業者の間を媒介するのが一般的である（注26）。

また缶コーヒーに関しては、99年において、40.5%のシェアを持つコカ・コーラの「ジョージア」ブランドを、12.8%のサントリー・「ボス」ブランド、10.7%のダイドー、7.0%のアサヒ飲料・「ワンダ」ブランドが追う展開になっている（注27）。これらの缶コーヒー製造業者は、直接、商社から生豆を購入するか、焙煎業者から焙煎豆を購入する。

さらに焙煎業者による販売は、喫茶店、ホテル、レストラン等への業務用コーヒーも、一般小売店、量販店等への家庭用コーヒーも、実質的には直接取引となっている（注28）。

（2）ブランド・品質・規格

全日本コーヒー公正取引協議会が定めた「レギュラー・コーヒー及びインスタント・コーヒーの表示に関する公正競争規約」「同規則」は、1991年に公正取引委員会によって認定、承認された（完全実施は1993年より）。同規約、規則の下では、タンザニア産コーヒー豆からロブスタ種とブコバ県産（ハード（非水洗）・アラビカ種）を除いたもの、すなわちタンザニア産のすべての（キリマンジャロ山から遠く離れた南部地域で生産される豆を含む）マイルド・アラビカ種に対して、「キリマンジャロ」コーヒーというブランドを付してよいことになっている。なおブレンドの場合であっても、「キリマンジャロ」の表示をする場合には、タンザニア産マイルド・アラビカ豆が30%以上、含まれていなければならない。

92年以降のタンザニア産豆の輸入急増は、既述のように、缶コーヒー「モカキリマンジャロ」のヒット、レギュラー・コーヒー「キリマンジャロ」の「大衆化」、さらには輸入（先物）価格下降期の買いだめ、等で説明すること

ができるが、上記規約、規則によって、タンザニア周辺国産の豆に「キリマンジャロ」ブランドを付せなくなったことも、1要因であると考ええる。ただタンザニア南部産の豆を「キリマンジャロ」と呼ぶことに関しては、「偽称」であるとの強い批判が生じている（注29）。

その「キリマンジャロ」コーヒーの中でも、特に上質豆を表すブランドとして、「アデラ」「スノートップ」「キボ」「キリマンジャロ」「マウェンジ」等がある。それらは厳密には、タンザニアの輸出業者（ほとんどが多国籍業者）が、AAやAB階級の標準総合品質（FAQ）を超える上質豆に付す規格である（注30）。例えば「アデラ」は、テイラー・ウィンチ社がAA階級の最高総合品質豆に付している規格、「スノートップ」はマザオ社（ドイツ系）が同豆、そして「キボ」はアフリカコーヒー会社を初めとする複数の業者が同豆に付している規格である。ただ日本においてそれらの規格、特に「スノートップ」と「キボ」は、輸出業者の定義から離れ、最高品質のキリマンジャロ・コーヒーに付すブランドとして機能している場合が少なくない。また最近では、「モンデュール」「エーデルワイス」といった、上質豆の生産農場（エステート）の名前をブランドにした豆が出回り始めた。

上記の上質豆は、すべてがレギュラー・コーヒー用である。缶コーヒー用は、最高でもAA FAQ（AB FAQが主体）、しかも品質や価格の劣る南部産豆が少なくないと言う。

（3）流通価格形成の仕組み

1) 生豆の価格形成

拙稿（注31）で論じたように、世界のコーヒー豆の輸出価格形成に関して、ニューヨークのコーヒー取引所で決まる先物価格（世界のアラビカ豆の平均価格）を基準とし、当該豆の品質や供給量、そして輸出入業者間の力関係に沿った割増・割引を行い、FOB価格を設定する方法が支配的である。そして日本へのタンザニア産豆の輸入価格（CIF価格）は、そのFOB価格に対して、タンザニアから日本まで（1－2ヶ月間の行程）の海上運賃と海上保険料を加えたものである。輸入業者（商社）と焙煎業者、生豆問屋、缶コーヒー製造業者、さらには生豆問屋と焙煎業者との間の生豆価格の形成に関し

ては、上記の生産国からの輸出時の方法と全く同じで、先物価格を基準として、多少の割増・割引を行う。言うまでもなく、高品質豆であるタンザニア産豆は割増額が上乘せされる。

それゆえ輸出価格形成制度の場合と同様、タンザニア産豆の輸入価格や生豆価格（商社出値（商社→）と卸値（生豆問屋→焙煎業者））も先物価格に連動するし、それらの価格水準を決めるのは、世界の貿易量の0.9%を占めるに過ぎない同豆の供給量ではなく、ブラジル産豆やコロンビア産豆の供給量である。

具体的には商社や生豆問屋が、「産地、銘柄（等級）」（品目）の受渡月毎に、割増・割引額（当該豆の品質や供給量を反映）と値段（当日の先物価格＋割増（－割引）＋運賃・保険料＋通関・保管等の経費＋利益）を明示したプライス・リストを提示する。例えばタンザニア産豆であれば、「Tanzania, AA FAQ, 2000年2月受渡, +28cents/pound, 316円/kg」「Tanzania, AA Kibo, 2000年2月受渡, +35cents/pound, 333円/kg」とリストに明示してある。

このリストを参考にして、焙煎業者や生豆問屋が購入を決める。そして実際の生豆購入価格は、相対取引で決定する。それゆえプライス・リスト価格に対して、さらに当該業者の力関係を反映した割増・割引が行われることになる。大手焙煎業者による購入や大量購入等の場合、買い手の立場が強く、割引を行うことが多い。その結果、購入価格が輸入価格を下回る逆ざや現象が生じる時もある。その場合であっても、商社は在庫の調整や先物市場における取引（ヘッジや投機）によって、利益を確保できているのが普通である。商社は多くても、輸入価格に2－3%程度上乘せして販売できる程度である。中小焙煎業者向けに、物流単位小口化機能を果たしている生豆問屋であっても、商社からの購入価格に7%程度上乗せするのが精一杯であると言う。

さらに大手焙煎業者や外資系缶コーヒー製造業者は、この当日（契約時）の先物価格を基準として購入価格を決める、日本で主流のアウトライト方式のみでなく（日本企業の場合は、できる限り投機的リスクを避け、またできる限り早い価格固定を通じた敏速な原価計算等を重視する傾向にある）、西欧で主流のオープン方式を採用するが多い（西欧企業は、価格決定を自

分のリスクの中に入れたがる)。違いは、いつの先物価格を基準にするかの選択権である。先物価格の変動を分析し、契約時に決めた締め切り日（ファースト・ノウティス・デイ）までに、自らにとって望ましいと判断した日の価格で固定（フィックス）するのである。売り手が固定権を持つセラズ・コールと、買い手が固定権を持つバイヤーズ・コールがあるが、両者ともに価格変動リスクを負うため、先物市場で保険つなぎ（ヘッジ）を行うのが一般的である。

ニチメンからUCCがタンザニア産豆を購入する場合は、後者のオープン方式、そしてバイヤーズ・コールが採用されている。固定できる期間は、通常は当該豆が日本の港（神戸）に着くまでで、UCCはその締め切り日までに、価格が最も望ましい（下降した）と判断した時点で先物価格を固定し、それを基準に購入価格が決まるのである。

2) 焙煎豆・コーヒーの価格形成

焙煎豆の価格は、上記の原料（生豆）価格に対して各種（焙煎（ロースト）、粉碎（グラインド）、配合（ブレンド）、包装、配送等）経費と利益を上乗せする形で、焙煎業者がプライス・リストを作り（品目毎の価格を明示）、さらに同リストを参考にした小売店や喫茶店等との相対取引（力関係を反映しやすい）で決まるのが一般的である。また喫茶店等のコーヒー価格は、この焙煎豆の価格に対して、さらに各種（抽出、給仕、店舗維持（地代や「雰囲気代」を含む）等）経費と利益を上乗せする形で決まり、メニューが作成されるのである。

3社で43.7%のシェアを誇る大手焙煎業者が未だ、この川下段階における「プライス・メーカー」の地位にあることは間違いない。しかし同段階においては、コーヒーの需要・消費量を強く意識せざるを得ない。この需要・消費情報をPOSによって「支配」できるようになった、チェーンストア化した量販店・レストラン等の価格交渉力は、今や大手焙煎業者のそれをしのいでいる。大手焙煎業者のプライス・リストであっても、現在は相対によって、かなりの割引が行われてしまうと言う。すなわち深刻な不況がゆえに、嗜好品の性格を持つコーヒーの価格上昇は、消費意欲の減退につながりかねない。

それを恐れる小売業や外食産業、特に量販店・レストラン等が、価格引き下げ圧力を強めているのである。

それゆえ毎日変動する先物価格、そして同価格を基準とする生豆（輸入）価格とは対照的に、家庭用焙煎豆と喫茶店コーヒーの1品当りの価格変動は穏やかである（図6）。ニューヨーク先物価格の短期的高騰、すなわち原料価格が急騰した場合、焙煎業者や喫茶店は、経費削減（メニュー内容やブレンド比率の変更につながってしまうため、高価格豆の利用減による経費削減はほとんどしない）や利益縮小で切り抜けるしかないのである（注32）。

しかしこれらの消費者価格に関しても、kg当りに換算し、さらに中期的変動を見てみると、先物価格や生豆（輸入）価格の変動に劣らないほどの大きな動きを確認できる（図7）。そして焙煎豆価格は、生豆価格にほぼ連動しているが、上昇に比べて下降が緩やかであることがわかる。また喫茶店コーヒー価格は上昇一辺倒である。短期的には上げ難いが、原料価格上昇を理由に一度消費者価格引き上げに踏み切ると、今度は焙煎業者や喫茶店の利益維

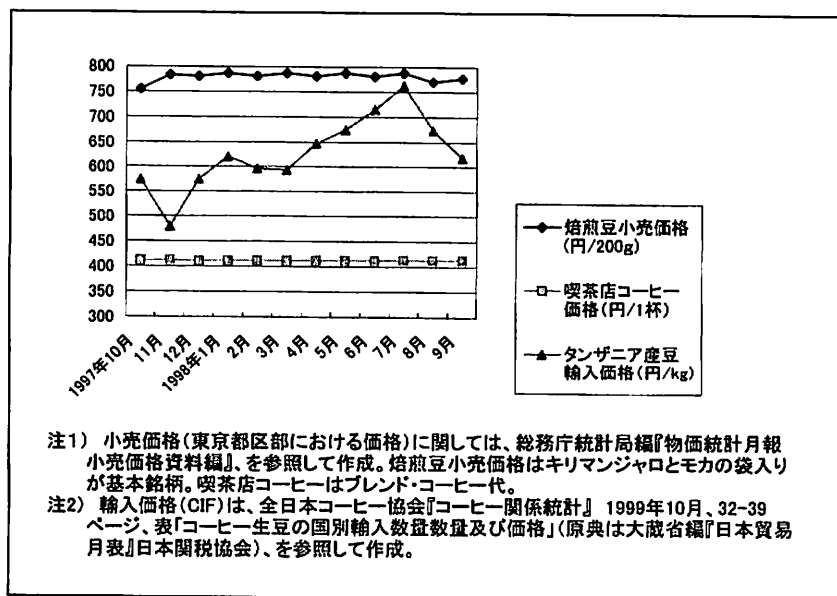


図6 輸入価格と小売価格の月別変化

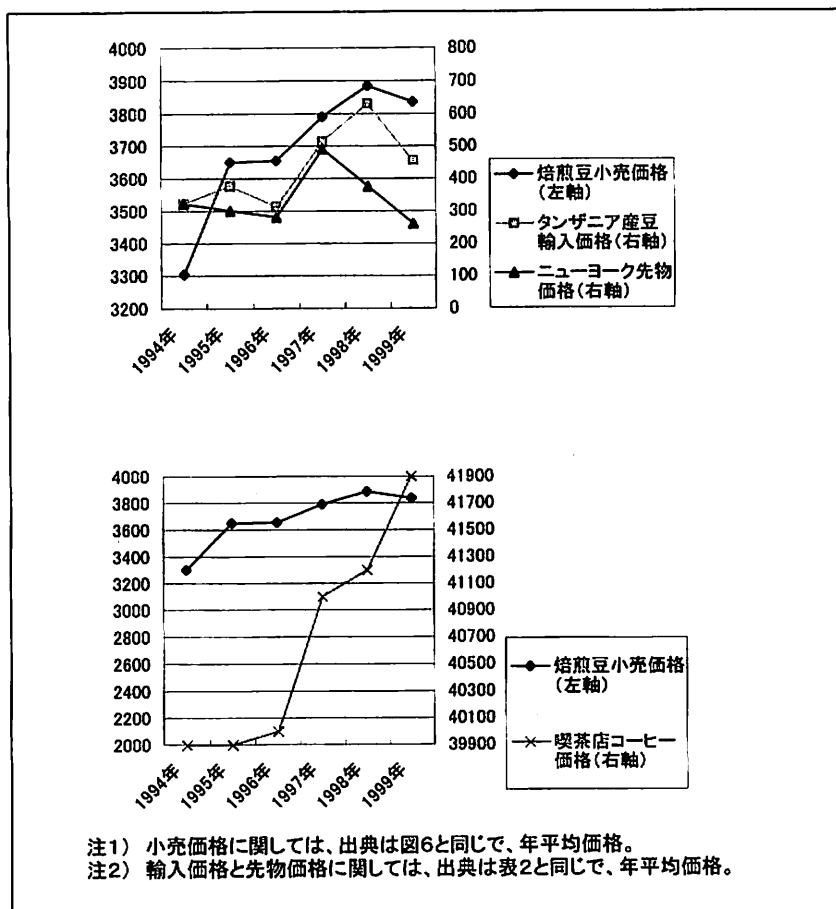


図7 輸入価格と小売価格の年別変化 (円/kg)

持を主因として、下げ難くなるという特徴を読みとれる。

なお焙煎業者による家庭用焙煎豆の販売価格は、小売（消費者）価格の6割程度が一般的であり、業務用焙煎豆は同価格より多少高い程度である（注33）。また商社、大手焙煎業者、生豆問屋による、先物市場を利用したヘッジ（価格変動リスクの軽減）は日常的であるが、その他のコーヒー業者は、ほとんどヘッジを試みていない。

以上のように、焙煎豆・コーヒーの価格水準は、ニューヨーク先物価格を基準にして決まる生豆価格に対して、大手焙煎業者が各種経費と利益をどの程度上乗せするかで決まるが、長引く不況や量販店・レストラン等の取引力強化によって、自由に上乗せできる余裕は失っている。

また変動の激しい先物価格を基準にするため、生豆価格の変動も急激になるが、日本のコーヒー業者にとってはその高騰時に損失を被りやすい。焙煎豆・コーヒー価格の引き上げが困難、あるいは在庫調整やヘッジが困難な業者にとっては、先物価格を基準とする生豆価格形成が続く限り、この価格急騰による損失リスクから逃れることはできないのである。

4. 生産者価格と消費者価格の格差と南北問題

最後に、タンザニア人生産者から輸出入を経て日本人消費者に至るまでの、コーヒーの流通段階毎の価格水準を比較することで、タンザニアで安く調達された原料が、日本においていかに高価な製品と化するのか、そしてどの流通段階に多くの所得がたまるのかを説明する。

実際は、小農民が買付業者に出荷した後、一定量が倉庫に集まってから、加工工場まで運搬される。また加工工場においても、一定量が集まってから、脱穀、選別を行うし、その後の競売（調査時には2週間に1度）や船積（商船三井が月1-2度、日本郵船が月1度入港）にも時間のロスがある。特にタンザニアは、この国内流通の時間的ロスが大きいと言う。また日本側でも、既述の輸入（先物）価格下降期の買いだめ・保管のみでなく、通常時でも2-3ヶ月の在庫が一般的であるが、ここでは以上の時間のロスを考慮せず、順調にコーヒーが流通する事例を想定する。

さらに同じコーヒー1kgであっても、出荷時は内果皮（パーチメント）が付いた状態で、その後、脱穀、焙煎、粉碎等で豆が軽量化する、そして家庭用焙煎豆は袋入で販売される等、厳密な計算は困難である。それゆえ以下の比較は、それらの減耗や包装等を無視した概算となる。

調査時（98年1-2月）の、ルカニ村（高品質豆の生産地）における協同組合の買付価格（分割払いの第一次支払）は1,200 Tshs/kg、民間流通業者

の買付価格（一括払い）は1,500 Tshs / kgである。1月末の為替相場 1 S = 640 Tshs で換算すると、民間の買付価格は2.34 US\$ / kgになる。

組合や民間業者が農民から購入したコーヒー豆はすべて、加工工場を経由した後に、流通公社（TCB）が開催する競売にて輸出業者に販売される。その競売価格（2月26日）は、ほとんどが日本へ輸出される最高品質の北部産 AA 豆で5.55 US\$ / kg、北部産アラビカ豆で4.86 US\$である（注34）。また3月の日本へのマイルド・アラビカ豆の平均輸出価格（FOB）は4.38 US\$ / kgである（注35）。この時点で生産者価格の1.87倍の価格になっている。

タンザニアから日本まで、船便で1-2ヶ月かかる。5月のタンザニアからの平均輸入価格（CIF）は675円 / kgである（注36）。5月の為替相場の平均 1 \$ = 135.0円で換算すると、5.00 US\$ / kgである。この時点で生産者価格の2.14倍の価格になっている。ちなみに同月のブラジル・サントス No. 2・スクリーン17 / 18（国内におけるコーヒー生豆の指標品）の平均卸価格は550円 / kgで（注37）、タンザニア AA FAQ は同豆より100円 / kg程度高いのが普通であるが、逆ざやになっている可能性が高い。

この段階までは、ニューヨーク先物価格を基準とする価格決めがなされるため、拙稿（注38）で論じたように、タンザニア産豆にとっては低く抑え込まれた価格水準となる。そして日本における加工により、世界最高水準にまで、一気に価格が跳ね上がるのである（注39）。

5月の東京における袋入焙煎豆（UCC またはキーコーヒーのモカまたはキリマンジャロ）の小売価格は787円 / 200 gで、為替相場で換算すると、29.15 US\$ / kgになる。この時点で生産者価格の12.46倍の価格になっている。また5月の東京における喫茶店のコーヒー（ブレンド）1杯の価格は412円、為替相場と1杯10 gで換算すると、305.19 US\$ / kgになる（注40）。この時点で生産者価格の130.42倍の価格になっている。なお喫茶店におけるキリマンジャロ・コーヒー（ストレート）の価格は、ブレンド価格より50円程度高いのが普通である。

要するに日本の消費者が、一般小売店、量販店等で、例えば800円 / 200 gの焙煎豆「キリマンジャロ」を購入する場合、64.21円が生産者の取り分、120.21円が生産国の取り分、さらには喫茶店で、例えば1杯450円のキリマン

ジャロ・コーヒーを飲む場合、3.45円が生産者、6.46円が生産国の取り分となっているに過ぎない。コーヒーの真の品質（消費者が求める有用性）は、味と香り、すなわち香味で決まる。そしてその香味は一般的に、7割が生豆、2割が焙煎、1割が抽出に依存していると言う（注41）。生産国で7割の「価値」が付されるのにもかかわらず、生産国の取り分は上記のように1.44%に過ぎないのであり、いかに生産者・生産国にとって不当な価格形成がなされているか、実感することができよう。

今度は以上の価格を、先物価格が低迷した99年の平均価格と比較する（注42）。98年度（98年10月－99年9月）の生産者価格は民間も組合も1.62 US\$/kgで、前年度より大きく低下している。99年における、マイルド・アラビカ豆の日本への平均輸出価格（FOB）は3.33 US\$/kgで、これも前年3月より大きく低下しているが、生産者価格との格差は2.05倍で、さらに拡大している。タンザニアからの平均輸入価格は454円（3.98 US\$）で、これも大きく低下しているが、やはり生産者価格との格差は2.46倍に広がっている（同年のブラジル・サントス No. 2 の平均卸価格は305円/kg）。

そして焙煎豆価格は、767円/200gと低下しているものの、円高（1\$＝113.94円）がゆえにドル建てで上昇し（33.66 US\$/kg）、生産者価格との格差は大きく拡大している（20.77倍）。さらに喫茶店コーヒー価格は円建てでも上昇して367.73 US\$/kgで、生産者価格との格差は226.99倍にも達している。先物価格低下→生産者価格低下の弾力性に比べ、先物価格低下→消費者価格低下の弾力性が小さいことがわかる。

図8のOPは、コーヒー豆1kgの販売によりタンザニア人生産者が獲得した収入である。同様にOEが、タンザニアの輸出業者の収入である。このOEから、例えば農薬は輸入品であるため、その経費を差し引いたり、多国籍業者による海外送金等を差し引いた残額が、生産国タンザニアが処分することのできる所得である。さらにOC₁は、日本の小売業者が家庭用焙煎豆1kgの販売により獲得した収入、またOC₂がコーヒー1kgの販売により喫茶店が獲得した収入である。そしてECから、例えば焙煎用燃料が輸入品であれば、その経費を差し引いた残額が、消費国日本が処分することのできる所得である。

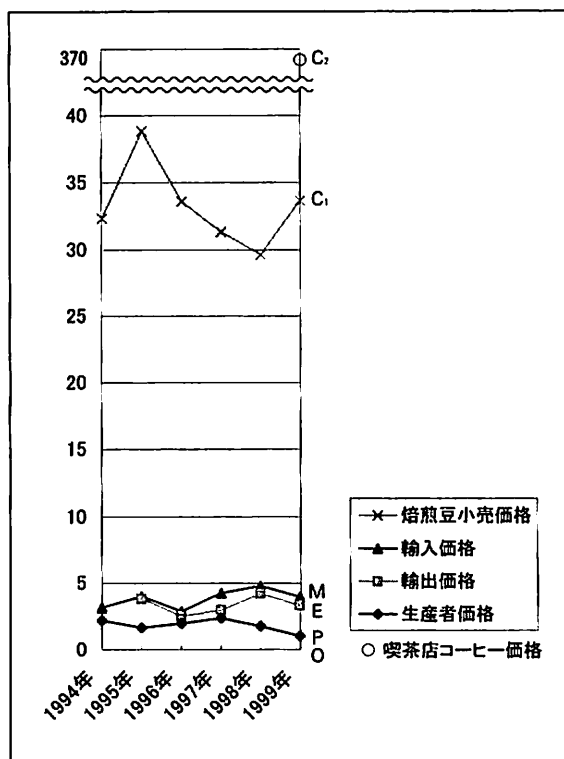


図8 生産者価格と消費者価格の格差 (US\$/kg)

上記の残額に対して貿易量を乗すれば、99年にタンザニア産コーヒー豆が生産国、消費国にもたらした所得が明らかになる。しかし上記の差引額の算出は困難であるため、以下はそれらを無視した概算となる。

同年の日本向け輸出量は8,219,000kgであり、日本向け生産によって、タンザニア人生産者は13.31百万 US\$ (15.17億円) を獲得した。また同生産・加工によって、タンザニアの27.37百万 US\$ (31.19億円) の可処分所得が実現した。

しかし消費国日本は、タンザニア産コーヒー豆を家庭用焙煎豆に加工することで、249.28百万 US\$ (284.03億円)、喫茶店コーヒに加工することで、

2,962.13百万 US\$ (3375.05億円) の莫大な付加価値を生み出し、生産国の可処分所得の10.11倍、108.23倍の可処分所得が実現しているのである。

以上のタンザニア産コーヒー豆を巡る価格や可処分所得の巨大な格差は、ニューヨーク先物価格の上昇で多少は縮小し、下降でさらに拡大するという変動はあるものの、一次産品の安価さが生産国の経済開発を停滞させる一方で、その安価な原料にできる限りの付加価値を付すことで消費国のさらなる経済発展が促進されるという、南北問題の本質（安価な一次産品という同じコインの表裏の関係（注43））を象徴していると考ええる。

重要なのは、この流通経路を1つのシステム、すなわち「タンザニア産コーヒーのフードシステム」としてとらえた場合、一部分の破綻がシステム全体の崩壊につながり得ることである。すなわち、ニューヨーク先物価格の低迷により容易に深刻化するタンザニア人生産者の貧困問題は、キリマンジャロ・コーヒーの香味を世界一愛好する我々日本人消費者の問題でもある。その解決のためには、ニューヨーク先物価格と切り離した価格形成の仕組みを探索すべきであり、その結果、実現する価格安定化は、価格急騰時に損失を受けやすい日本のコーヒー業者にとっても望ましいのである。

注

- 1) 例えば、拙稿「タンザニアにおけるコーヒー豆流通自由化の実態と小農民・協同組合への影響—流通・格付・価格形成制度の変容を中心に—」『コーヒー文化研究』第6号、1999年12月、30-50ページ、拙稿「タンザニアにおけるコーヒー豆の流通構造—新しい価格形成制度の現状と課題—」『月刊 アフリカ』1999年12月号、4-8ページ、及び2000年1月号、15-18ページ、拙稿「タンザニアにおけるコーヒー産業の構造調整と品質管理問題」『金沢大学経済学部論集』第20巻第1号、2000年3月、133-155ページ、拙稿「タンザニアにおけるコーヒー豆貿易の現状と課題—日本への輸出構造と価格形成制度—」『フードシステム研究』第8巻第2号、編集中。
- 2) 詳しくは、森田桐郎（室井義雄編）『世界経済論の構図』有斐閣、1997年、158-161ページ、を参照されたい。
- 3) 詳しくは、高橋正郎「フードシステムとその分析視角—構成主体間関係とその新たな構築—」高橋正郎編『フードシステム学の世界—食と食料供給のパラダイム—』農林統計協会、1997年、4-5ページ、を参照されたい。
- 4) 同調査は、99年度学術振興会科学研究費補助金（奨励研究(A)）による助成を受けている。ここに記して感謝の意を表したい。

- 5) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』, 2000年10月, 19ページ, 表「コーヒー市場業態別推定消費量推移」, より算出。
- 6) 『同上書』, 139ページ, 表「総務庁「事業所統計調査報告」による喫茶店の事業所数, 従業員数」, より算出。
- 7) 全日本コーヒー協会『コーヒーの需要動向に関する基本調査 (1998年 第9回調査)』, 229-230ページ。
- 8) 『同上書』, 266ページ。
- 9) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』, 76ページ, 表「昭和45年以降における嗜好飲料等の国内消費量の推移」(農林水産省による調査), より算出。
- 10) 『同上書』, 19ページ, 表「コーヒー市場業態別推定消費量推移」, より算出。
- 11) 全日本コーヒー協会『コーヒーの需要動向に関する基本調査』, 121ページ, 図表「コーヒーの種類別シェア: 時系列」, より算出。
- 12) 『日本経済新聞』, 2000年10月4日。
- 13) 堀口俊英『コーヒーのテスティング』柴田書店, 2000年, 2-4ページ。
- 14) 全日本コーヒー協会『コーヒーの需要動向に関する基本調査』, 135-136ページ。
- 15) 『同上書』, 182ページ。
- 16) UCC 上島珈琲株式会社「ニュースリリース」, 1999年8月3日, <http://www.ucc.co.jp/corp/rel/rel990803b.html>。
- 17) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』, 116ページ, 表「加盟輸入国の米ドル換算小売価格推移」, を参照して算出。
- 18) 農林水産省「東京及び海外主要5都市における食料品の小売価格調査」, 1999年6月, 参考資料「東京及び海外主要3都市における外食の価格調査」(東京の価格は外食産業総合調査研究センター, 海外の価格が日本貿易振興会が調査), より算出。
- 19) 山岸和暁「日本におけるコーヒー豆の消費と輸入の動向分析-キリマンジャロコーヒーを中心として-」金沢大学経済学部・世界経済論演習『2000年度 卒業論文集』, 2001年。
- 20) キーコーヒー株式会社「NEWS RELEASE」, 2000年2月10日, http://www.keycoffee.co.jp/what/news/000210_3.html。
- 21) 拙稿「タンザニアにおけるコーヒー産業の構造調整と品質管理問題」『金沢大学経済学部論集』第20巻第1号, 133-155ページ。
- 22) 『日本経済新聞』(NIKKEI プラス1) 2002年1月21日。日経産業消費研究所による, 首都圏に住む20-60代男女に対する2001年12月8-19日における調査。
- 23) 皆川志保『コーヒーのフードシステムに関する実証的研究』京都大学農学部農林経済学学科・卒業論文, 1997年, 26-28ページ。
- 24) 96年2月におけるタンザニア・コーヒー流通公社 (TCB), アフリカコーヒー会社, 同年8-9月における三菱商事タンザニア事務所における聞き取り。
- 25) 日刊経済通信社編『酒類・食品産業 on GRAPHICS-21世紀への設計-』2000年,

129ページ。

- 26) 皆川志保『前掲書』, 40ページ。
- 27) 日刊経済通信社編『前掲書』, 115ページ, 図「ブランド・シェア」より算出。
- 28) 家庭用コーヒーの販売(焙煎業者による一般小売店, 量販店等に対する取引)に關し, 過去に一般的であった卸売業者(商社, 食品問屋等)による媒介(皆川志保『前掲書』, 28-30ページ)は, 現在でも帳簿上は残存しているが, 実質的な取引に卸売業者は全く介入していない。
- 29) オルター・トレード・ジャパン「オルタナティブ・トレード(これまでとは違った貿易)」『珈琲と文化』No. 38, 2000年6月。
- 30) 総合品質や階級について詳しくは, 拙稿「タンザニアにおけるコーヒー豆流通自由化の実態と小農民・協同組合への影響」『コーヒー文化研究』第6号, 32-37ページ, を参照されたい。
- 31) 拙稿「タンザニアにおけるコーヒー豆貿易の現状と課題」『フードシステム研究』第8巻第2号。
- 32) それゆえ先物(原料)価格の高騰時, 大手焙煎業者の経営状態も悪化したが, 逆に99年以降の価格低迷のおかげで, それは改善されていると言う。
- 33) ただし業務用豆を購入する場合, 焙煎業者による宅配, 抽出器・看板・コーヒー缶等のレンタル, 等の無料サービスを得ることができるため, 実質的な焙煎豆価格は家庭用豆を下回る。ちなみにファミリー・レストラン等は, この無料サービスを辞退することで, 例外的に安い焙煎豆購入価格を実現している。
- 34) Tanzania Coffee Board ; Auction Sale No. TCB/M13 & H14 Held on 26.2.98.
- 35) Tanzania Coffee Board ; Actual Coffee Exports for the Month of March, 1998.
- 36) 全日本コーヒー協会『コーヒー関係統計』, 33ページ。
- 37) 生豆問屋一焙煎業者の卸値で, 圓尾飲料開発研究所による調査。
- 38) 拙稿「タンザニアにおけるコーヒー豆貿易の現状と課題」。
- 39) 98年12月時点で焙煎豆小売価格が世界一高いイギリスであっても, 最高品質のタンザニア北部産焙煎豆が2000年9月時点のロンドンの自家焙煎店において, 918円/250g(734円/200g)で小売りされている。また同時点のロンドンの量販店においては, 標準品質のタンザニア産焙煎豆が536円/250gで小売りされている。
- 40) 総務庁統計局編『物価統計月報 小売価格資料編』1998年5月分, 45ページ。
- 41) 例えば, 堀口俊英『コーヒーのテスティング』柴田書店, 2000年, 7ページ。
- 42) 出所先は98年のデータと同じ。
- 43) 経済発展と低開発が「同じコインの表裏」の関係であることについて, 詳しくは, A・G・フランク(大崎正治他訳)『世界資本主義と低開発』拓植書房, 1976年第1部, 第2部第1章, を参照されたい。