



RIETI Discussion Paper Series 11-J-005

# 中国市場とタイ産香り米ジャスミン・ライス： なぜ、世界最大の米生産国中国がタイ米を輸入するのか？

宮田 敏之  
東京外国語大学



Research Institute of Economy, Trade & Industry, IAA

独立行政法人経済産業研究所

<http://www.rieti.go.jp/jp/>

中国市場とタイ産香り米ジャスミン・ライス：  
なぜ、世界最大の米生産国中国がタイ米を輸入するのか？

宮田敏之（東京外国語大学）

要 旨

2008年、国際的な米需給の不安定化を背景に、世界は急激な米価高騰を経験した。こうした中、世界第一位の米輸出国タイの米輸出量・輸出額は急激に増大した。しかし、中国向けのタイ産高級香り米ジャスミン・ライスの輸出量は、前年比3割も減少した。本研究は、国際米価高騰とタイ米輸出全体の拡大の中にあって、なぜ、中国市場向けタイ産香り米ジャスミン・ライスの輸出が急減したのか？を検証する。実のところ、中国は世界一の米生産国であり、世界有数の米輸出国でもある。しかし、年間数十万トンながら、米の輸入もおこなっている。その米輸入の9割は、タイからであり、その大部分は高級ジャスミン・ライスである。タイ産ジャスミン・ライスは、世界中に輸出されるが、中国経済の成長と中高所得層の食生活の変化を背景に、中国南部の広州や深圳などに、中国向けの8割以上が輸出され、その消費が拡大してきた。ところが、2008年、世界的な米価高騰の中、中国向けタイ産香り米の輸出は急激な減少を見せた。本研究は、2000年代以降の中国向けタイ産ジャスミン・ライス輸出の拡大と2008年の急減を、数量的に整理した上で、商標の不正使用や中国産香り米の混入問題をはじめとする、中国におけるライス・ビジネスの問題点を分析した。

はじめに

中国は、世界最大の米生産国であり、その生産量は、2007/08 年が 1 億 9 千万トン（粳米）である。これは、世界の全生産量約 6 億トン（粳米）の、実に約 30%を占めている。さらに、中国は米を輸出に回す余力を有しており、中国の米輸出は、2007 年が 132 万トン（精米換算：以下、輸出入量は精米換算重量）で、世界第 6 位に位置している。中国における米は、国内需要のピークを過ぎて、すでに、所得が増えると消費が減る財、つまり劣等財に転化したとの評価もある（田島俊雄 2008：2）。

しかし、同時に、中国は、米の輸入もおこなっており、2007 年、その輸入量は約 47 万トンであった。その輸入の内訳を見ると、ある大きな特徴があることがわかる。すなわち、2007 年の中国の米輸入 47 万トンの実に 9 割以上の 44 万トンがタイからの米輸入であるという点である（UN Comtrade2008）。中国は、米の生産が世界第 1 位であり、かつ米の純輸出国でありながら、特定の国、つまり、タイから数十万トンの米を輸入しているという特殊な事情を抱えていることになる。

一体、タイからどのような米を輸入しているのか？また、なぜ、中国は、わざわざ、タイから米を輸入するのか？実は、2007 年中国がタイから輸入した米 44 万トンは、タイ産香り米のジャスミン・ライスと呼ばれる米である。タイ語でカーオ・ホーム・マリ（ジャスミンの香り米という意味<sup>1</sup>）と呼ばれる米である。この種の米は、後述するように、タイ商業省の輸出基準上、2つに分類されており、高価格で最高級の香り米がタイ・ホーム・マリ・ライス（Thai Hom Mali Rice または Thai Jasmine Rice：以下タイ・ホーム・マリ米）とされ、やや低価格の香り米はタイ・パトムタニー・フラグランス・ライス（Thai Pathumthani Fragrant Rice：以下タイ・パトムタニー米）とされている。2007 年の中国向け輸出は前者が約 24 万トンと後者が約 20 万トン、合計 44 万トンであった。

これらタイ・ホーム・マリ米とタイ・パトムタニー米を中国が輸入する背景には、中国の経済成長、中国の中高所得者層の増加、食生活の変化がある。たとえば、中国の米輸出入業最大手である中粮集团有限公司（Cofco）役員の楊虹（Yang Hong）氏は、「中国人の食習慣は変化している。高所得の人は、タイのジャスミン・ライスを、その品種ゆえに、また、その味ゆえに、大変好んでいる」と解説している（『人民日報』2007 年 5 月 17 日）。また、タイ外務省国際経済局の中国広東省の米状況報告によれば、中国のタイ産ジャスミン・ライス需要は、北京や上海にもあるが、需要の 8 割から 9 割が、広東省に集中しているとされている（タイ外務省国際経済局 2008）。北京や上海の都市部や、インディカ米を食する中国南部、中でも経済発展の著しかった広東省の珠江デルタ地域

---

<sup>1</sup> 甘い芳醇な香りはするが、ジャスミンの香りはしない。

において、中高所得者層が高価格の良質米、特に、タイ産ジャスミン・ライスの消費を拡大させてきた。

同時に、こうした中国のタイ産ジャスミン・ライスの需要は、米を輸出するタイ側にとっても、大変重要な存在であった。高級なジャスミン・ライスとして分類されるタイ・ホーム・マリ米の2007年の統計では、全輸出290万トンのうち24万トンが中国に輸出され、タイにとっては第5番目に重要な輸出先となっており、そのうち白米だけを見ると中国向けは23万トンで、これは最大の白米輸出先アメリカの34万トンに次ぐ重要な輸出先であった。しかし、その中国向けのタイ・ホーム・マリ米輸出が、2008年に入って急激に低下し、2008年1月から12月の輸出量では前年比マイナス29.18%、輸出額でも前年比マイナス11.23%となった（タイ商業省外国貿易局統計2008）。しかも、2008年9月23日には、タイで発行されるタイ字新聞や英字新聞紙上で、「タイ政府が中国を米の商標問題で訴える準備をしている」という記事が掲載され、タイ産高級香り米のタイ・ホーム・マリ米の中国輸出に異変が生じていることが紹介された。

こうした輸出低落と異変の要因を、簡単に整理しておく、2008年の世界的米価高騰の下、タイ産高級香り米ホーム・マリ米の価格が高騰し、中国の米業者が敬遠したという点である。しかし、タイ産香り米の需要はあるため、中国で開発され栽培が拡大しているとされる新品種の香り米「923号」などをタイ・ホーム・マリ米に混入して販売するなどの、いわゆる不正混入や商標違反などが増大し、タイ・ホーム・マリ米やタイ・パトムタニー米の輸入が急減したという点である（『カーオソット』『ネーオナー』『バンコクポスト』2008年9月23日）。

実は、不正混入や商標の違反については、2008年の国際米価の高騰以前から、しばしば発生しており、たとえば、タイ米輸出業者協会副会長のジャルーン・ラオタマタット（劉冠達：ウータイプロデュース社社長：Uthaiproduce Co.）は、中国市場で不正混入や商標違反の問題に晒されるタイ・ホーム・マリ米販売の難しさをたびたび指摘していた（『プージャットガーン（週刊）』2008年3月24日）。タイの伝統的な華僑系ビジネスの系譜にありつつも、グローバルに、かつ現代的なビジネスを展開する、現役のタイ米輸出業者達にとって、中国市場でのビジネスが、必ずしも成功を約束されたものではなく、異なる商道德と文化に対峙しなければならない厳しい環境であると新聞紙上で警告していたわけである。2008年の国際米価高騰は、中国業者による不正混入や商標違反を加速させ、結果的に、中国のタイ産高級香り米ジャスミン・ライスの輸入を急減させたと言える。

そこで、本研究は、タイ産ジャスミン・ライスについて、その輸出基準や価格動向等を明らかにした上で、中国の経済成長の下で拡大してきたタイ産ジャ

スミン・ライスの中国向け輸出と 2008 年の輸出急落について、その経過と背景を明らかにしたいと考える。

## 1 タイ産香り米ジャスミン・ライスとは？

タイには、独特の香りと風味を持つうるち米の香り米がある。タイ国内各地に数多くの香り米の在来品種がある。さらに、それをもとにタイ国農業・協同組合省米穀局または農業研究局が選抜・改良した品種もある。2010 年現在、香り米として全国に普及し、その名が最も知れ渡っている品種は、1950 年代に当時の米穀局によって採取・選抜され、1959 年以降、国内の農民に推奨されたカーオ・ドーク・マリ 105 (Khao Dok Mali105 意味はジャスミンの白色の米：以下 KDML105 と略す) である<sup>2</sup>。また、農業・協同組合省によって 1978 年栽培奨励が開始された KDML105 の改良品種がゴーコー15<sup>3</sup> (Ko.Kho.15：以下、KKH15 と略す) である。その他にも、品種改良技術によって、新たに開発された香り米があり、その主なものは、1997 年から栽培奨励されたホームスパンブリー (Hom Suphanburi) やクローンルアン 1 (Khlung Luang1)、2000 年から栽培奨励されているパトゥムタニー1 (Pathumuthani 1) である (資料 1)。

こうした多様な香り米の中で、KDML105 と KKH15 は、特に香りと形状が良いとされ、(資料 2：その 1) に示すように、2001 年タイ国商業省の輸出規則では、これら二つの品種のみが、政府の認定するタイ産高級香り米とされており、その名称は前述のようにタイ・ホーム・マリ米 (Thai Hom Mali Rice) として公式に規定されている。その認証マークも特別に作成された (資料 2：その 2)<sup>4</sup>。

タイ・ホーム・マリ米に分類される高級香り米品種の KDML105 や KKH15 は、感光性であり、雨季作でのみ栽培可能で、二期作は不可能である。また、最も芳醇な香りを実現し、細長い形状を可能にする最適地は、一般に、東北タイ地方であるといわれる。タイ北部地域やチャオプラヤー川流域のタイを代表する穀倉地帯であるタイ中央部でも、KDML105 や KKH15 を栽培することはもちろん可能であるが、芳醇な香りは醸し出されず、東北タイ産のものに劣るとされている。一般的には、東北タイの、塩分濃度の高く、砂地のような、地味のさほど豊かでない土壌ほど、KDML105 や KKH15 は芳醇な香りを放つといわれている。米作には適さない塩分濃度の高い砂地のような条件が、KDML105 や

<sup>2</sup> 1950年代タイ中央部チャチュンサオ県での KDML105 採取時の経緯や栽培拡大の概要については、宮田敏之 (2008) を参照のこと。

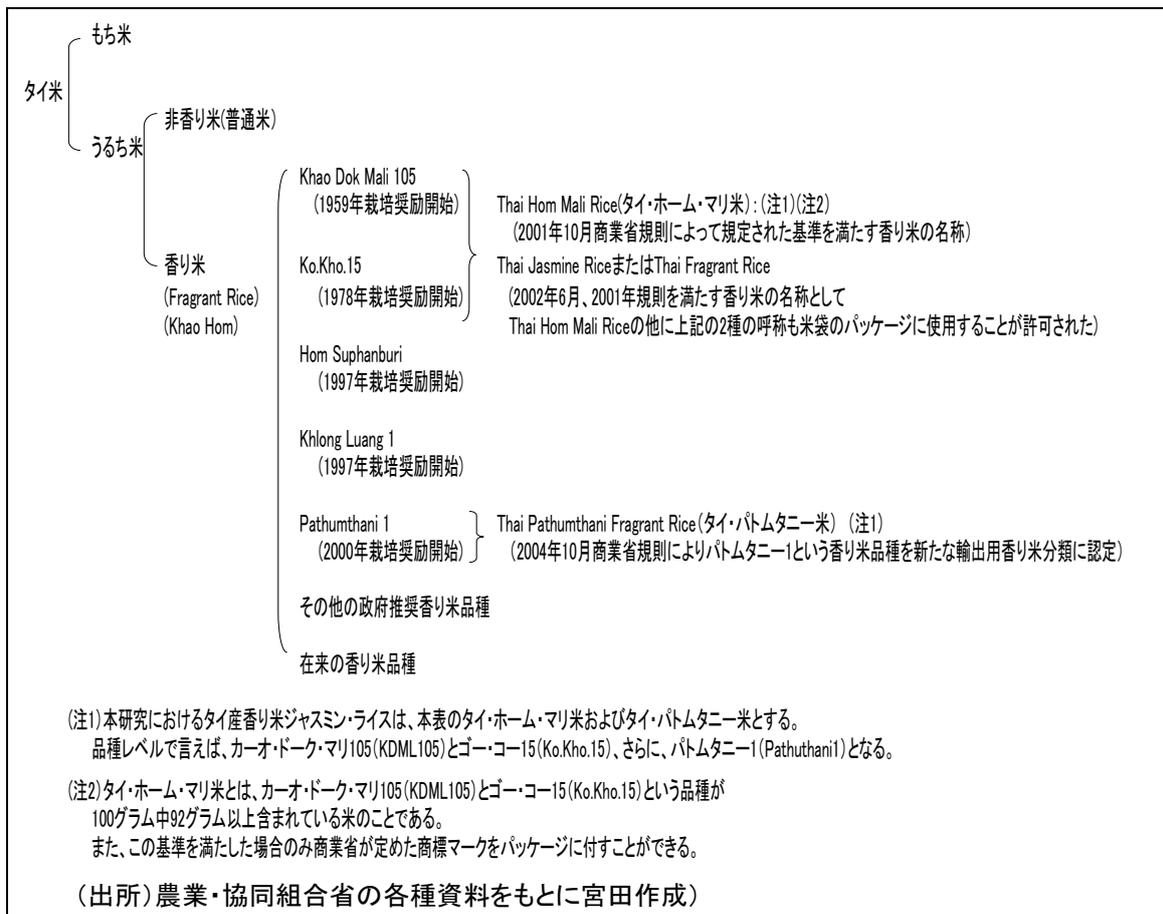
<sup>3</sup> KKH15 は、KDML105 の改良品種で、香りや形状はほぼ同じであるが、栽培期間が 1 週間程度短く、刈り入れと販売を早く行うことが出来る。

<sup>4</sup> なお、2002 年に若干規則が改正され、タイ・ジャスミン・ライス (Thai Jasmine Rice)、あるいはタイ・フラグラント・ライス (Thai Fragrant Rice) という呼称も許されることになった。

KKH15 の香りに関しては、重要な要素になっているわけである。KDML105 や KKH15 の産地として、東北タイの中でも、特に有名な地域は、ローイエット県、マハーサラカーム県、ヤソートーン県、シーサケート県、スリン県にまたがる「トゥン・クラーク・ローンハイ（クラーク族も涙する乾燥の平原）」といわれる地域である（資料 3）。塩分濃度の高い砂地のような土壌であり、しかも、乾季の日照りと雨季の洪水で長く開発の手が入らない地域であったが、逆に近年は東北タイの KDML105 や KKH15 の生産を代表する地域として、その名を轟かせている（宮田敏之 2008：95）。

こうしたタイ・ホーム・マリ米とは別に、タイ商業省が 2004 年に制定した輸出規則では、前述のようにタイ・パトムタニー米(Thai Pathumthani Fragrant Rice)という香り米の分類がある。タイ・パトムタニー米に分類される米は、タイ農業・協同組合省が開発し、2000 年から政府推奨米になった、非感光性で高収量の新しい香り米品種のパトムタニー1 である。芳醇な香りのない普通のうるち米よりも高価格で取引されるタイ・ホーム・マリ米と類似した米の生産をタイ全土に広げ、収穫を拡大させようと農業・協同組合省が意図し、開発してきた成果である。このパトムタニー1 という品種は、非感光性であるため、河川流域や灌漑が整備された地域であれば、雨季作だけでなく、乾季作においても栽培ができ、しかも、KDML105 や KKH15 の 2 倍の収量、すなわち、1 ライ（約 1600 平方メートル）あたり 700 キログラム以上の収穫が可能である。パトムタニー1 は KDML105 や KKH15 に比べ、やや香りが弱く、知名度も低いため、価格が低い。こうした収穫上の利点があるため、灌漑網が比較的整っている中部タイ、特に、スパンブリー県周辺では、二期作で栽培され、その生産量は大きく拡大している。（資料 4）でわかるように、タイ全土で見ると、KDML105 の栽培面積や収穫量は依然パトムタニー1 よりも多いが、パトムタニー1 の雨季作が 2005 年以降、乾季作は 2004 年以降急激に増加していることは明らかである。

(資料1) タイ米の分類：香り米と非香り米（普通米）



(資料 2 : その 1)

タイ産香り米の輸出基準・国内販売基準に関わる主な法律・省令・規則

1960 年 「輸出品基準法」

1979 年 「輸出品基準法 (第二版)」

1997 年 1 月 21 日 商業省国内商業局令発布

「タイ国内袋詰めで販売されるカーオ・ホーム・マリの基準保証に関する商業省国内商業局令」

1997 年 3 月 31 日 商業省令発布 「米基準に関する商業省令」

1998 年 2 月 4 日 商業省令発布

「タイ・カーオ・ホーム・マリの基準に関わる商業省令」

KDML105、KKH15、クローンルアン 1 を THAI HOM MALI RICE とする。

KDML105、KKH15、クローンルアン 1 以外の米の重量が 30 パーセントを超えると THAI HOM MALI RICE

として輸出できない。

1998 年 2 月 18 日 商業省国内商業局令発布

「タイ国内袋詰めで販売されるカーオ・ホーム・マリの基準認証に関する商業省国内商業局令 (第二版)」

2001 年 10 月 31 日 商業省令発布 (2002 年 1 月 1 日施行)

「タイ・カーオ・ホーム・マリの基準商品化とタイ・カーオ・ホーム・マリの基準に関する商業省令」

タイ産香り米の輸出品としての名称を THAI HOM MALI RICE に統一した。KDML105 と KKH15 を

THAI HOM MALI RICE とし、この 2 種の割合が 92 パーセント以上のもののみ THAI HOM MALI RICE としうる。

2002 年 1 月 15 日 商業省国内商業局令発布

「タイ国内袋詰めで販売されるカーオ・ホーム・マリの基準認証に関する商業省国内商業局令」

2002 年 6 月 19 日 商業省令発布

「タイ・カーオ・ホーム・マリの基準商品化とタイ・カーオ・ホーム・マリの基準に関する商業省令 (第二版)」

THAI HOM MALI RICE だけではなく、THAI JASMINE RICE または THAI FRAGRANT RICE という名称の使用を許可する。KDML105 または KKH15 の割合が 80 パーセント以上のもの (KDML105 または KKH15 以外の米の混入が 20% 以下のもの) は、"MIXED" を付して、MIXED THAI HOM MALI RICE、MIXED THAI JASMINE RICE または MIXED THAI FRAGRANT RICE という名称の使用を許可する。

2003年8月7日 商業省外国貿易局規則発布

「タイ・カーオ・ホーム・マリ認証マークの使用に関する外国貿易局規則」  
保証マークの下に英語で THAI JASMINE RICE と記すことを義務付けた。

2003年11月6日 商業省令発布

「タイ・カーオ・ホーム・マリの基準商品化とタイ・カーオ・ホーム・マリの基準に関する商業省令（第三版）」

2004年10月4日 商業省令発布

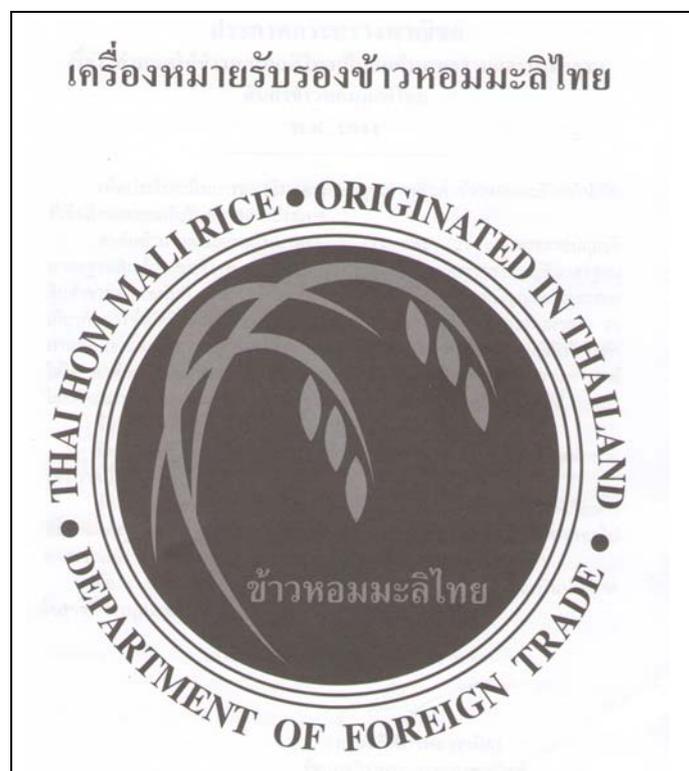
「カーオ・ホーム・パトムタニーの基準に関する商業省令」

THAI PATHUMTHANI FRAGRANT RICE という新たな輸出基準を策定し、この基準に合致する輸出米は、香り米の一種であるパトムタニー1 という米が 80 パーセント以上であることを定めた。パトムタニー1 を新たな輸出基準米に分類することによって、KDML105・KKH15 と峻別し、海外市場で生じていたタイ産香り米の品質評価に対する混乱を払拭しようとした。

(注)  = 輸出基準、 \_\_\_\_\_ = 国内販売基準

[出所] 各種法律・省令・局令をもとに宮田作成。

(資料2: その2) タイ商業省外国貿易局が定めるタイ・ホーム・マリ米の輸出用認証マーク



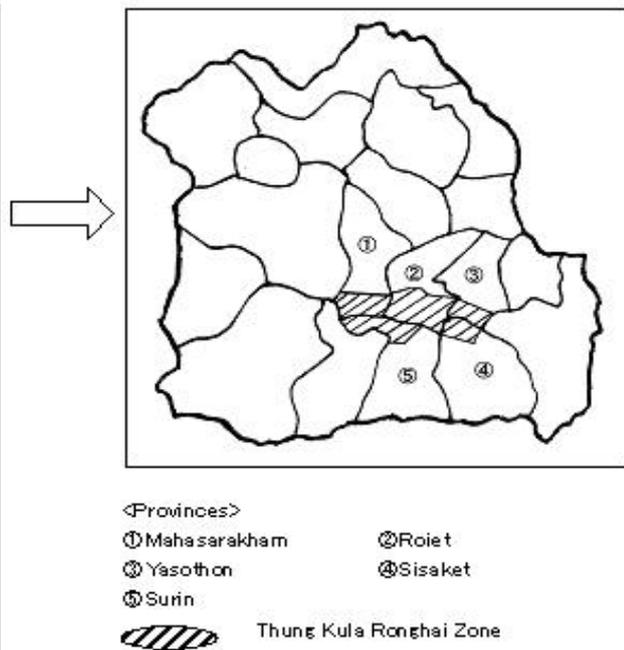
(出所)タイ国商業省外国貿易局

(資料3) 東北タイのトゥングラーローンハイ地域 (Thung Kula Ronghai Zone)

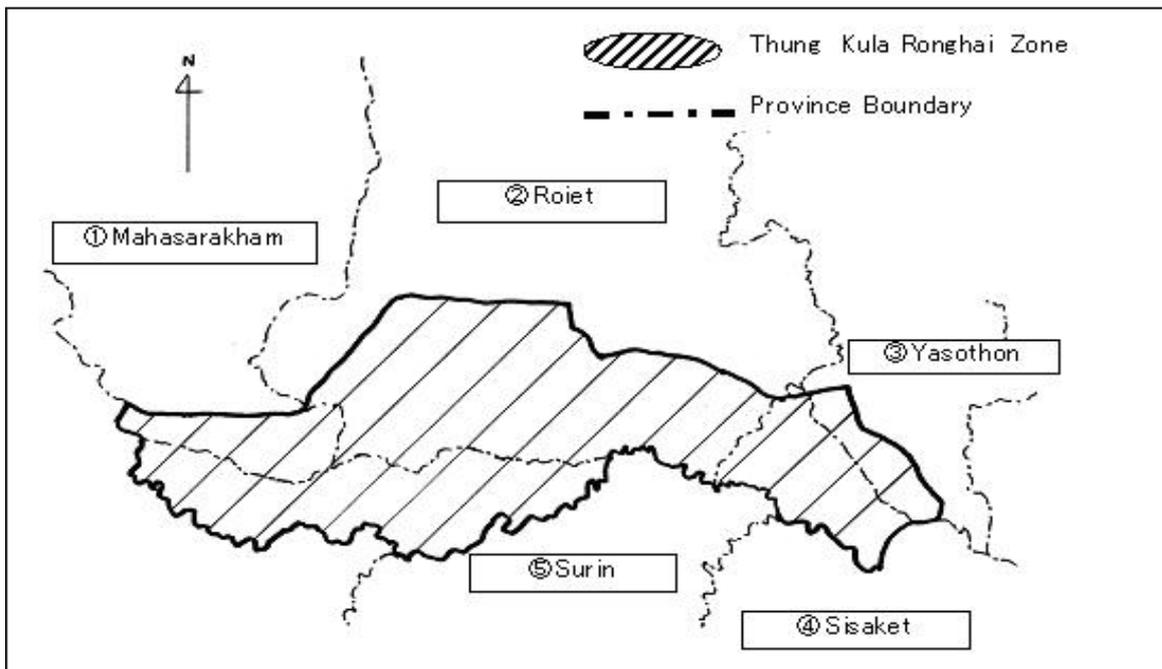
(A) Thailand



(B) Northeast Thailand



(C) Thung Kula Ronghai Zone in 5 Provinces of Northeast Thailand



(作成・宮田)

(資料4) KDML105 とパトムタニー1 の収穫面積・収穫量・単収の推移：  
2001年-07年

| 栽培時期 | 年    | 香り米品種         | 収穫面積(ライ)   | 籾収穫量(トン)  | 単収(1ライあたりキロ) |
|------|------|---------------|------------|-----------|--------------|
| 雨季作  | 2001 | KDML105       | 16,176,328 | 5,587,640 | 345          |
| 雨季作  | 2002 | KDML105       | 15,666,562 | 5,357,729 | 342          |
| 雨季作  | 2003 | KDML105       | 15,537,440 | 5,434,629 | 350          |
| 雨季作  | 2004 | KDML105       | 16,241,792 | 5,729,893 | 353          |
| 雨季作  | 2005 | KDML105       | 16,096,436 | 5,811,261 | 361          |
| 雨季作  | 2006 | KDML105       | 16,604,757 | 5,916,618 | 356          |
| 雨季作  | 2007 | KDML105       | 16,606,075 | 5,967,168 | 359          |
| 雨季作  | 2001 | Pathumthani 1 | 618,238    | 425,053   | 688          |
| 雨季作  | 2002 | Pathumthani 1 | 432,987    | 296,347   | 684          |
| 雨季作  | 2003 | Pathumthani 1 | 682,548    | 512,951   | 752          |
| 雨季作  | 2004 | Pathumthani 1 | 669,780    | 468,566   | 746          |
| 雨季作  | 2005 | Pathumthani 1 | 932,259    | 697,436   | 748          |
| 雨季作  | 2006 | Pathumthani 1 | 1,478,051  | 1,100,874 | 745          |
| 雨季作  | 2007 | Pathumthani 1 | 1,650,741  | 1,202,142 | 728          |
| 乾季作  | 2001 | Pathumthani 1 | 498,320    | 365,883   | 734          |
| 乾季作  | 2002 | Pathumthani 1 | 320,631    | 218,750   | 682          |
| 乾季作  | 2003 | Pathumthani 1 | 291,310    | 208,772   | 717          |
| 乾季作  | 2004 | Pathumthani 1 | 1,036,790  | 792,259   | 764          |
| 乾季作  | 2005 | Pathumthani 1 | 1,078,938  | 768,776   | 713          |
| 乾季作  | 2006 | Pathumthani 1 | 1,148,342  | 838,435   | 730          |
| 乾季作  | 2007 | Pathumthani 1 | 1,199,687  | 868,863   | 724          |

(注1) 雨季作は5月頃栽培を開始し、11月12月に収穫する。

(注2) 乾季作はいわゆる二期作・三期作で、収穫時期は品種・地域によって異なり、3月頃から8月頃までそれぞれ収穫される。

(注3) 1ライ=1600メートル。

(注4) KDML105は、カーオ・ドーク・マリ105(Khao Dok Mali 105)である。

(出所) タイ農業・協同組合省農業経済事務所統計

ところが、見かけ上、このパトムタニー1はKDML105やKKH15と区別することが非常に難しく、厳密に峻別するためにはDNA検査等が必要だといわれている。2000年以降、農業・協同組合省による栽培奨励によって、栽培地域と収穫量は徐々に拡大したが、この間、相対的に低価格のパトムタニー1をKDML105やKKH15に混入して、国内流通および海外への輸出時に、タイ・ホーム・マリ米として流通・販売する事態が頻発したため、商業省はKDML105とKKH15に対するパトムタニー1という品種の混入を防ぎ、タイ・ホーム・マリ米輸出基準を厳格化するために、2004年、新たに別基準のタイ・パトムタニー米という分類を設けたのである<sup>5</sup>。

(資料5)に示すように、2007年のタイ・ホーム・マリ米の輸出先は、輸出量で見ると、第1位セネガル、第2位アメリカ、第3位アイボリーコースト、第4位中国、第5位香港となっており、必ずしもアジアではなく、アフリカへの輸出が大変大きいことが重要であり、タイの米輸出業者が、1970年代以降ア

<sup>5</sup> タイ商業省が定める米の輸出基準では、上記の2つに分類された香り米と、香り米含まれないその他の「普通米」という分類が設けられている。この普通米の分類には、もち米と香り米以外のうるち米が入る。こうした3つに分類されたタイの輸出米の2007年の輸出量は、タイ・ホーム・マリ米が約290万トンで輸出全体の30.5%、タイ・パトムタニー米が約34万トンで3.7%、普通米の輸出が約625万トンで全体の65.8%であった。

フリカや中東の市場開拓を進めてきた成果が現れているともいえる。しかし、(資料 5) の輸出量の中の白米輸出量や輸出額を見ると、アメリカ、中国、香港が上位に来る。すなわち、アフリカ諸国が同じタイ・ホーム・マリ米でも価格の安い砕米 (Broken Rice) を大量に輸入しており、白米で見ればアメリカ、さらに、中国・香港などのアジア諸国の消費が大きいことがわかる。他方、(資料 6) に示すように、2007 年のタイ・パトムタニー米の輸出は、輸出量と輸出額ともに、中国が圧倒的に大きいという点が最大の特徴である。

また、(資料 7) や (資料 8) を参照して、2007 年の年平均輸出価格をみると、タイ・ホーム・マリ米の最上白米価格が 1 トンあたり 578.4 ドル、タイ・パトムタニー米が 421.0 ドル、また普通米の最上白米 100%A が 371.8 ドルで、タイ・ホーム・マリ米と普通米の価格は 1.6 倍の開きがあった。また、原油高騰、旱魃・洪水の頻発、バイオ燃料としての穀物需要の変化を背景に、2007 年後半から上昇してきたタイの米価は、インドやベトナムの輸出規制の影響を受けて、2007 年の豊作にもかかわらず、2008 年前半には急激な上昇を見せた。タイ産高級香り米のホーム・マリ米は、(資料 7) と (資料 9) で明らかなように、2008 年 5 月の平均価格は 1 トンあたり約 1,205 ドルとなり、史上最高値を記録した。その後、低下傾向をみせて 11 月には 806 ドルとなっているが、それでも 2007 年 11 月の 1.3 倍の水準であった。

2008 年半ば以降、ベトナムの乾季作の米収穫が順調であったことを受け、国際的な米価は徐々に低下していったが、タイの米価は、前述のように 2008 年秋の雨季作収穫後も低下傾向にありながらも、依然高価格水準を維持している。この背景には、2008 年 9 月に成立し、12 月 2 日に崩壊したソムチャーイ政権下において決定されたタイ政府による「2008/09 年雨季作籼米担保預入プロジェクト (クローンガーン・ラップジャムナム・カーオブルアック・ナーピー)」で、事実上の政府買取り価格である籼の担保預入価格が史上最高額に決定された影響がある。このプロジェクトは、1970 年代から存在する制度ではあるが、(資料 10) に示しているように、タクシン第一次政権下の 2004 年 11 月に、2005 年 1 月の下院選挙を控えて、籼米担保預入価格を大幅に引き上げたことを契機に、政府の農民対策の一つとして活用されるようになった。クーデタ後の 2006 年秋には引き下げがおこなわれ、2007 年も市場の米価が上昇中であったため、担保預入価格の改定は小幅なものであった。しかし、2007 年後半以降、世界的に米価が高騰したため、当時のソムチャーイ政権は 2008 年の担保預入価格を史上最高価格に設定し、同年 12 月成立したアピシット政権でもこの政策は受け継がれた<sup>6</sup>。こうした籼米担保預入価格の設定は、タイ国内における籼米価格を押し上

---

<sup>6</sup> 2009 年雨季作以降、アピシット政権は、この「籼米担保預入プロジェクト (クローンガーン・ラップジャムナム・カーオブルアック・ナーピー)」を廃止し、2009 年 10 月 1 日よ

げ、農民には一定の農業収入の向上をもたらしたが、他方、結果として、タイの輸出米価格全体の高止まり要因となり、タイ米価格が国際的な米の市場価格の変動に対応できず、海外の輸出市場におけるタイ米の競争力を損なっているという批判も、特に、米輸出業者の間にあった（『マティション』2009年1月15日）。

（資料5） タイ・ホーム・マリ米輸出地別輸出量・輸出額：2007年

| 順位 | 2007年輸出量(1,000トン) | 輸出量合計    | 白米       | 砕米       | カルゴ米  |
|----|-------------------|----------|----------|----------|-------|
|    | タイ・ホーム・マリ米全輸出量    | 2,903.91 | 1,817.30 | 1,038.06 | 48.55 |
| 1  | セネガル              | 537.56   | 9.19     | 528.38   | -     |
| 2  | アメリカ              | 345.56   | 340.48   | 3.69     | 1.39  |
| 3  | アイボリーコースト         | 304.63   | 116.55   | 188.09   | -     |
| 4  | 中国                | 246.70   | 226.78   | 19.91    | 0.01  |
| 5  | 香港                | 229.21   | 222.09   | 6.33     | 0.79  |

| 順位 | 2007年輸出額(100万バーツ) | 輸出額合計     | 白米        | 砕米        | カルゴ米   |
|----|-------------------|-----------|-----------|-----------|--------|
|    | タイ・ホーム・マリ米全輸出額    | 47,251.67 | 35,587.48 | 10,821.78 | 842.41 |
| 1  | アメリカ              | 7,038.99  | 6,961.81  | 47.76     | 29.42  |
| 2  | セネガル              | 5,383.33  | 136.82    | 5,246.51  | -      |
| 3  | 中国                | 4,561.87  | 4,316.09  | 245.66    | 0.12   |
| 4  | 香港                | 4,449.10  | 4,346.16  | 84.74     | 18.20  |
| 5  | アイボリーコースト         | 4,082.52  | 2,106.11  | 1,976.41  | -      |

（出所）タイ商業省外国貿易局統計をもとに宮田作成。

（資料6） タイ・パトムタニー米輸出地別輸出量・輸出額：2007年

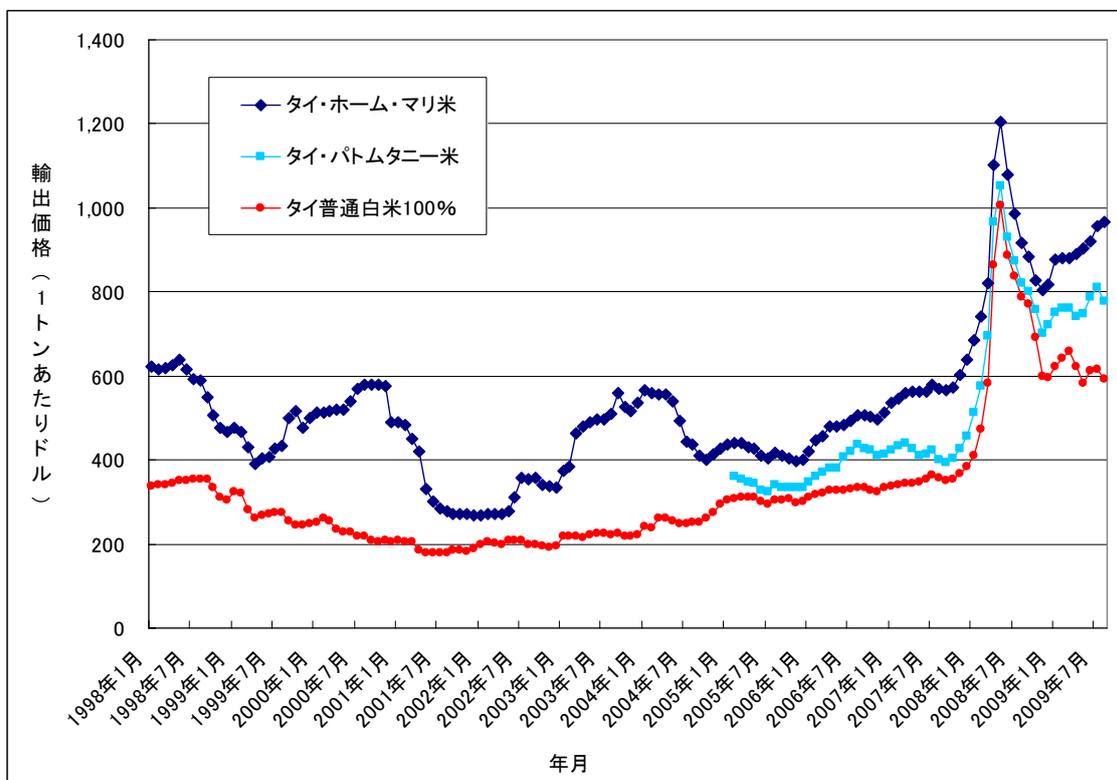
| 順位 | 2007年輸出量(1,000トン) | 輸出量合計  |
|----|-------------------|--------|
|    | タイ・パトムタニー米全輸出量    | 347.85 |
| 1  | 中国                | 201.87 |
| 2  | 香港                | 59.10  |
| 3  | シンガポール            | 26.43  |
| 4  | 台湾                | 18.41  |
| 5  | アイボリーコースト         | 7.61   |

| 順位 | 2007年輸出額(100万バーツ) | 輸出額合計    |
|----|-------------------|----------|
|    | タイ・パトムタニー米全輸出額    | 4,917.61 |
| 1  | 中国                | 2,767.53 |
| 2  | 香港                | 861.50   |
| 3  | シンガポール            | 439.85   |
| 4  | 台湾                | 265.71   |
| 5  | アイボリーコースト         | 111.31   |

（出所）タイ商業会議所統計をもとに宮田作成。

り、籾米価格保証プロジェクト（クローンガン・プラガン・ラカー・カーオプルアック）に変更し、政府が保証する価格と市場価格との差額を政府が農民に支払うという制度を採用している。

(資料7) タイ米の月平均輸出価格の推移：1998年1月－2009年7月  
(単位：1トンあたりUSドル)



(出所)タイ国商業省外国貿易局

(資料8) タイ米の年平均輸出価格の推移：1998年－2008年  
(単位：1トンあたりUSドル)

| 年       | タイ・ホーム・マリ米 | タイ・パトムタニー米 | タイ普通白米100% |
|---------|------------|------------|------------|
| 1998年平均 | 576        |            | 340        |
| 1999年平均 | 452        |            | 272        |
| 2000年平均 | 541        |            | 227        |
| 2001年平均 | 343        |            | 188        |
| 2002年平均 | 312        |            | 201        |
| 2003年平均 | 486        |            | 221        |
| 2004年平均 | 484        |            | 257        |
| 2005年平均 | 418        | 340        | 304        |
| 2006年平均 | 482        | 398        | 327        |
| 2007年平均 | 572        | 421        | 354        |
| 2008年平均 | 914        | 790        | 720        |

(出所)タイ商業省外国貿易局

(資料 9) タイ米の月平均輸出価格の推移：2008年1月－2009年8月

(単位：1トンあたり US ドル)

| 年月       | タイ・ホーム・マリ米 | タイ・パトムタニー米 | タイ普通白米100% |
|----------|------------|------------|------------|
| 2008年1月  | 685        | 513        | 411        |
| 2008年2月  | 742        | 576        | 473        |
| 2008年3月  | 822        | 694        | 583        |
| 2008年4月  | 1,103      | 968        | 865        |
| 2008年5月  | 1,205      | 1,054      | 1,007      |
| 2008年6月  | 1,079      | 929        | 887        |
| 2008年7月  | 988        | 872        | 839        |
| 2008年8月  | 916        | 822        | 789        |
| 2008年9月  | 882        | 801        | 772        |
| 2008年10月 | 828        | 759        | 691        |
| 2008年11月 | 804        | 701        | 599        |
| 2008年12月 | 818        | 722        | 595        |
| 2009年1月  | 876        | 751        | 622        |
| 2009年2月  | 879        | 760        | 643        |
| 2009年3月  | 880        | 763        | 659        |
| 2009年4月  | 890        | 741        | 623        |
| 2009年5月  | 903        | 748        | 581        |
| 2009年6月  | 919        | 789        | 611        |
| 2009年7月  | 958        | 812        | 616        |
| 2009年8月  | 965        | 777        | 591        |

(出所) タイ商業省外国貿易局

(資料 10) タイ政府の籾担保預入プロジェクトにおける籾米担保預入価格の動向：高級香り米カーオ・ドーク・マリ 105 (KDML105) の担保預入価格の事例

(単位：籾米 1 トンあたりの担保預入価格バーツ)

| 精米歩留まり<br>(注1)          | 2003年<br>雨季作 | 2004年<br>雨季作<br>10月13日決定 | 2004年雨季作<br>11月25日改訂<br>&<br>2005年雨季作 | 2006年<br>雨季作 | 2007年<br>雨季作 | 2008年<br>雨季作 |
|-------------------------|--------------|--------------------------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| 価格設定時の政権                | タクシン政権       |                          |                                       | スラユット政権      |              | ソムチャーイ政権     |
| 籾米100グラム中の<br>白米重量42グラム | 8,000        | 9,000                    | 10,000                                | 9,000        | 9,300        | 15,000       |
| 同40グラム                  | 7,900        | 8,900                    | 9,900                                 | 8,900        | 9,200        | 14,800       |
| 同38グラム                  | 7,800        | 8,800                    | 9,800                                 | 8,800        | 9,100        | 14,600       |
| 同36グラム                  | 7,700        | 8,700                    | 9,700                                 | 8,700        | 9,000        | 14,400       |

(注 1) ここで言う精米歩留まりとは、100グラムの籾米を精米して入手しうる白米の重量である。

(注 2) 上記の価格は、水分量 15%未満の籾米についての価格であり、水分量が多くなると価格は規定に従い下がる。

(出所) タイ国米穀委員会およびタイ国商業省国内商業局データに基づいて宮田作成。

## 2 中国市場におけるタイ・ホーム・マリ米とタイ・パトムタニー米

### 2-1 タイ・ホーム・マリ米とタイ・パトムタニー米の中国向け輸出：

2000年－2007年

すでに指摘したように、中国の経済成長に伴い、中高所得者によるタイ産高級米のタイ・ホーム・マリ米やタイ・パトムタニー米の消費が、特に、インディカ米を食する中国南部、中でも経済成長著しい広東省の珠江デルタ流域、広州市や深圳市で拡大してきた。また、中国政府は2001年のWTO加盟以降、米の輸入割当枠を拡大し、2002年は中国全体の米輸入枠が年間400万トン、2004年までには年間500万トンとし、その内、うるち米が250万トン、もち米が250万となるとした（旭リサーチセンター2004：2）。（資料11）でわかるように、中国の米輸入量実績は、2000年が約24万トンで2001年が約27万トンであることからすれば、2002年の新しい輸入割当枠400万トンがいかに大きいものであったかがわかる。

（資料11） 中国の米需給とタイ産香り米輸出の推移：2000年－2007年

（単位・1,000トン）

| 年    | 中国側統計    |           |        |        |           | タイ側統計     |                |                  |             |
|------|----------|-----------|--------|--------|-----------|-----------|----------------|------------------|-------------|
|      | 中国米生産(籼) | 中国米生産(精米) | 中国米輸出量 | 中国米輸入量 | 中国のタイ米輸入量 | 中国向けタイ米輸出 | 中国向けタイ産香り米(注1) | 中国向けタイ・ホーム・マリ米輸出 | 中国向けパトムタニー米 |
| 2000 | 187,908  | 119,474   | 2,953  | 239    | 238       | 272       | 251            |                  |             |
| 2001 | 177,580  | 112,907   | 1,859  | 269    | 268       | 255       | 230            |                  |             |
| 2002 | 174,539  | 110,974   | 1,978  | 236    | 231       | 300       |                | 267              |             |
| 2003 | 160,656  | 102,147   | 2,601  | 257    | 257       | 254       |                | 230              |             |
| 2004 | 179,088  | 113,866   | 896    | 756    | 726       | 698       |                | 217              | 29          |
| 2005 | 180,588  | 114,820   | 672    | 514    | 472       | 490       |                | 255              | 178         |
| 2006 | 182,573  | 116,082   | 1,237  | 719    | 679       | 653       |                | 304              | 234         |
| 2007 | 185,490  | 117,937   | 1,326  | 472    | 440       | 462       |                | 247              | 202         |

(注1) 中国向けタイ産香り米とは、2001年のタイ商業省によるタイ・ホーム・マリ米という輸出基準作成以前の輸出量を示す。

(注2) 中国のタイ米輸入量とタイの中国向け米輸出量の双方を記載している。

(出所) 中国側統計はUN comtrade databaseおよびIRRIの統計に基づき、タイ側統計は、タイ商業省外国貿易局統計に基づき、宮田作成。

（資料11）からわかるように、タイからの中国向け輸出が実際に拡大し始めるのは、2004年あたりからで、2003年の25万トンから大幅な増加し、2004年には69.8万トンに達した。その内、タイ・ホーム・マリ米は21.7万トン、タイ・パトムタニー米は2.9万トンで香り米合計の輸出は約25万トンであった。その後、2005年以降、タイ・ホーム・マリ米の中国向け輸出は約26万トン、2006年が約30万トン、2007年が約25万トン、他方、栽培が本格化したタイ・パトムタニー米の中国向け輸出が2005年約18万トン、2006年が約23万トン、2007

年が 20 万トンとなり、香り米の中国向け輸出合計は、2005 年が約 44 万トン、2006 年 53 万トン、2007 年も 45 万トンとなり、2004 年以前の 20 万トン台から、およそ 2 倍の規模に急拡大した。中国の米業者は、高価格のタイ・ホーム・マリ米はもとより、低価格であっても香り米の一種であるタイ・パトムタニー米も輸入することによって、中国のタイ産香り米需要に対応したといえる。

この 2005 年から 2007 年の期間は、中国に対するタイ産香り米の、いわば、輸出急増期であったともいえるが、この 3 年間に、タイ側の政府や民間業者は具体的にどのような対応していたのか？あるいは、中国米市場についてどのような問題点が指摘されていたか？について、以下 4 点整理しておきたい。

(1) タイ政府の対応：

2001 年成立したタクシン政権では、積極的な FTA 戦略のもと工業品のみならず農産物の輸出も奨励された。2005 年 2 月以降のタクシン第二次政権においてもその姿勢は続き、副首相兼商業大臣を務めたソムキット・ジャトゥシーピタックも、盛んに中国へのタイ・ホーム・マリ米の輸出を後押しする発言や動きを見せた。2003 年 10 月に締結したタイと中国農産物の貿易自由化をさらに推進するため、2005 年秋には中国でタイ・ホーム・マリ米や果物の輸出拡大に関して覚書に調印したり（『マティション』2005 年 10 月 18 日）、自ら、タイ・ホーム・マリ米の中国売り込みの「プレゼンテーター」になると発言したりするなどした（『マティション』『デイリーニューズ』2006 年 3 月 18 日）。

こうしたソムキット副首相兼商業大臣の積極的なタイ・ホーム・マリ米の輸出振興はタクシン政権のデュアルトラック政策の一つの柱である輸出振興・海外市場の拡大の一環であったが、もう一つの要因として、政府倉庫公団（Public Warehouse Organization）に大量の政府管理米の在庫を抱えていたことも忘れるわけにはいかない。この在庫は、前述の（資料 10）で示したように、2004 年雨季作の籾担保預入プロジェクトにおいて農民から引き受ける籾米の担保預入価格を高く設定したため、500 万トン近くの大量の籾米が政府倉庫公団の在庫となったといわれる。その中で、高級香り米の輸出基準のタイ・ホーム・マリ米規格に該当する KDML105 や KKH15 という品種の米について、政府および政府倉庫公団は、国内の米価に影響を与えない形で、海外に輸出する方法を模索していた。そこで、政府倉庫公団は、米輸出業者の入札によって海外に輸出するという方法だけではなく<sup>7</sup>、2005 年 11 月以降、タイ・ホーム・マリ米の基準に該当する米を、独自に中国市場へ輸出しようと努め、2006 年 2 月には中国のスーパ

---

<sup>7</sup> 通常は、政府倉庫公団の在庫米を商業省が入札で米輸出業者に販売してきたが、2004 年から 2005 年にかけてタクシン政権に近いプレジデントアグリ社の輸出用入札米の国内販売不正取引が明らかになったことも影響していると考えられる（『プラチャーチャー・トゥラキット』2006 年 1 月 9 日）。

チェーンのトラスト・マート (Trust Mart) を通じて「トラスト・ミー米」 (Trust Me Rice) と称する独自のブランドとパッケージングをして同年 6 月以降、総数量で 5,000 トン輸出するとした (『マティション』2006 年 2 月 7 日:『デイリーニューズ』2006 年 5 月 24 日)。しかし、実際には、2006 年 10 月トラスト・マートがアメリカ資本のウォル・マート (Wal-Mart) に売却されたため、新たに契約を締結することになった。この間、トラスト・マートにはわずかに 172 トンしか販売できなかったが (『ポストトゥデー』2006 年 11 月 1 日)、2007 年には中国のロータスやカルフルにも販売先を拡大した。しかし、2008 年にはタイ米価格の高騰と中国政府の備蓄米放出によって、政府倉庫公団に対する中国業者からの買い注文が途絶え、別途販路を探さざるを得なくなった政府倉庫公団はイギリスのタイ料理店への販売先の変更を検討しているという (『プラチャーチャート・トゥラキット』2008 年 7 月 21 日)。

実は、こうしたタイ政府の諸機関だけでなく、地方においても、中国市場へのタイ・ホーム・マリ米輸出拡大への取り組みがなされていた。

#### (2) 地方行政機関・自治体および地方精米所の取り組み:

2005 年以降、地方の県知事、商業省各県事務所、県自治体や地方精米所が、それぞれ、タイ・ホーム・マリ米を、中国の商業展示会に出向き、直接、中国の米業者と取引をしようとする試みたことが、多数タイの新聞で報道されている。たとえば、2005 年 9 月ピッサヌローク県の知事および精米業者 20 社の代表が中国の商品展示会で中国浙江省の米業者と直接交渉し、具体的な輸出時期は定かでないものの、タイ・ホーム・マリ米の輸出に合意したと報告されている (『コムチャットルック』2005 年 9 月 21 日:『クルンテープトゥラキット』2005 年 9 月 28 日)。また、ウボンラーチャターニー県自治体長は、中国広東省深圳市で同県産のタイ・ホーム・マリ米の販売促進活動をおこなったという報道もなされた (『クルンテープトゥラキット』2005 年 12 月 15 日)。2006 年 5 月にはナコンサワン県知事、副知事、商業省県事務所長や同県の精米業者も、中国広東省広州市で中国米業者と交渉し、タイ・ホーム・マリ米 500 トンの売買契約を結んだとされている (『プラチャーチャート・トゥラキット』2006 年 5 月 25 日)。さらに、北部タイのピット県の精米業者のように、独自の輸出会社 GN ライス社を共同で設立し、中国やシンガポールにタイ・ホーム・マリ米を直接輸出しようとし、中国の業者と共同で中国国内のコメ流通会社の設立まで構想しているところもあらわれていた (『ターンセータキット』2007 年 7 月 8 日)。これ以外にも、東北タイを代表する精米所であるローイエット県のブアソムマイ精米所のように独自のブランドで中国市場に輸出しようとする動きも見られた。

しかし、2006 年 9 月の中国広東省広州市での商品展示会に参加した東北タイ

のシーサケート県副知事スパッキトが語っているように、タイの地方中小精米業が競って、中国側に米を売ろうとしているため、中国の米業者に足元を見られ、米を買い叩かれてしまい、売値が大幅に下がるという問題も報告された（『クルンテープトゥラキット』2006年10月4日）。

タイ側が中国市場で直面する問題は、こうした過当競争による価格交渉力の低下だけではなく、中国におけるタイからの輸出米、特に、タイ・ホーム・マリ米ブランドを利用した他の品種米の不正混入もあった。

(3) 中国市場におけるタイ・ホーム・マリ米の不正混入と商標違反：

2001年にタイ・ホーム・マリ米という輸出基準規則がタイ国で制定されたのは、タイ産のKDML105やKKH15といった香り米品種に対し、他の米を混入して品質を混乱させてきたタイ側の輸出業者や精米業者を規制するためであった。しかしながら、タイ側で輸出基準を厳格化しても、輸出先で、他の米とのブレンド等がおこなわれる危険性は残されていた。事実、これは十分予想されたことであろうが、輸出地、特に、中国においては、他の米とブレンドがおこなわれた後、タイの輸出基準で厳格に使用されるべき名称のタイ・ホーム・マリ米が用いられたり、その商標マークが使用されるという問題が頻発した。特に、2000年にタイ農業・協同組合省自身が開発した、やや香りの弱い低価格のタイ・パトムタニー米が、資料6で示したように、大量に中国に輸入され、タイ・ホーム・マリ米に混入されたり、あるいは、タイ・パトムタニー米に中国の米を混ぜて、タイ・ホーム・マリ米として袋詰めにして販売するという不正混入と商標違反行為が頻発した（『クルンテープトゥラキット』2005年4月27日：『プージャットガーン』2006年1月9日）。さらに、中国の米業者はこうして混入した米をアメリカに再輸出するという問題まで明らかとなった（『プージャットガーン』2006年12月11日）。こうした混入問題は、タイ・ホーム・マリ米の中国輸出を低下させて、タイの米輸出業者、精米業者ひいては農民の利益を奪うだけでなく、タイ・ホーム・マリ米の品質に関する消費者の信頼を損なうという批判がたびたびタイ側からなされた（『ターンセータキット』2007年3月22日）。

(4) 中国においてタイ米輸出業者が直面する諸問題：

タイ・ホーム・マリ米に対する他の米の不正混入問題や商標違反問題に対する即効性のある対応策は難しく、問題の解決を図るため、中国国内に独自の米調整工場を設立したり、タイ・ホーム・マリ米の地理的表示（GI：Geographical Indicator）を付して、ブランドと品質を守る動きも見られるようになった。たとえば、2007年初頭、タイ・ホーム・マリ米の大手輸出業者であるチアメン社（Chia Meng Co.）やウータイプロデュース社（Uthaiproduce Co.）が、中国国内での米の不正混入を防ぐため、中国に米調整工場の建設を準備しているという報道がなされた（『ターンセータキット』2007年3月22日）。チアメン社は年間およそ

7万トンのタイ・ホーム・マリ米を中国に輸出し、ウータイプロデュース社も年間5万トンを中国市場に輸出しているため、両社とも、2007年には中国の業者とそれぞれ合弁で工場を設立し、タイから大量の米を持ち込んで現地で袋詰めすることで、混入問題を解決し、中国国内の大小のスーパーと直接取引することで販売流通を効率化しようとしていた。

当時、ウータイプロデュース社のジャルーン・ラオタマタット社長は、「深圳に米の調整工場を設立する準備をしている。深圳はタイ・ホーム・マリ米の中国最大の消費地である。タイから中国への輸出時には少量の袋につめるコストを削減することができ、中国で袋詰めができる。また、中国の市場で競争に打ち勝つブランド商品（ファイティング・ブランド）を売り出すこともできる。中国市場はウータイプロデュース社にとって最も重要な市場であり、会社全体の米輸出量16万トンのうち、実に、5万トンを中国市場に輸出している」と語り、中国、特に、タイ・ホーム・マリ米最大の消費地広東省での米の調整と包装を中国側業者と共同でおこなうビジネス戦略を固めていた（『ターンセータキット』2007年3月22日）。

他方、香港の米輸入・小売最大手の金源国際米業公司（Golden Resources Development International Ltd.）も、タイ・ホーム・マリ米の産地、つまり、KDML105の主産地であるタイ東北部の玄関に位置するサラブリー県に設立していた精米工場の集荷、精米、包装機能を増強し、かつ米の産地情報収集の戦略拠点化を進めていた。この金源国際米業公司は、香港や中国ですでに強力な知名度を誇る「ゴールデン・エレファント（Golden Elephant）」というタイ米の高級香り米ブランドを有していたが、その品質を守るために、規模こそ小さいもののタイに精米工場の機能を強化して、タイから輸入するタイ・ホーム・マリ米の一部を自社グループによって直接買い付けながら、タイの香り米産地へより深く接近して、香り米の作柄や市況情報を的確に入手するという戦略を展開していた（アンソニー・ラム氏へのインタビュー：2008年1月11日）。

しかし、中国での米調整工場を計画していたチアメン社とウータイプロデュース社は、結局、2007年後半から2008年にかけてタイ米価格が急激に上昇し、かつ、中国での工場建設のコストがかさみ、さらには、中国側の精米業者や米流通業者との提携が困難を極めるため、工場の建設を中断した。中国での米調整工場の設立に積極であったウータイプロデュース社のジャルーン社長は、次のように、中国でのタイ・ホーム・マリ米での販売や中国側業者との提携の難しさを語った（『プージャットガーン（週刊）』2008年3月24日）。

タイの米を輸出し、中国の米調整・包装企業に販売すること自体は、ビジネスとしてそう難しい話ではない。（中略）ただし、中国の高級米市場に参

入する場合、タイ側の米輸出業者は自社の米ブランドの商標登録を中国でしておかねばならない。というのも、中国側の業者は、タイからあるブランドの米を輸入して、そのブランドが、うまく売れるかに注目している。よく売れそうだなとなれば、そのブランドをすぐさま自分で商標登録してしまう。それゆえ、タイの業者としては、米の輸出をおこなう前に、ブランドの商標登録について法律上の手続きを厳密におこなっておく必要がある。さらに、重要なのは、タイの米輸出業者がまず自分のブランドを構築することであり、その上で、そのブランドの米のみを取り扱って販売してくれる中国側の販売代理人を探さなければならないという点である。米の調整工場を持つような業者を販売代理人にすることは賛成できない。或いは、他の業者の米も扱うような米販売代理業者との提携も危険である。というのも、こうした販売代理業者たちは、タイから輸入した良質米を最上品として販売するのではなく、他の品種の米を混ぜて、価格を引き下げ、その中国業者のブランドで、その米を販売しようとするからである。もう一つの深刻な問題は、代金の回収ができないという問題である。中国での商売の特徴は、先に商品を送り、代金は後で回収するという点である。それゆえ、信頼できる相手を探すことが最も重要となる。中国側の巨大輸入業者は、それほど多くはない。タイの輸出業者は、取引する前に中国の輸入業者の情報を詳細に手に入れておく必要がある。

このように、ジャルーン社長は、自社の経験をもとに、タイから中国にタイ・ホーム・マリ米を輸出する際の危険性、つまり、中国の業者と提携し、包装や販売を委託すると、中国産の米を不正混入されたり、ブランドや商標が不正に使用されるという危険性が、いかに大きいかを率直に指摘していた。タイの伝統的な華僑系ビジネスの系譜にありつつも、現役のタイ米輸出業者達は、東南アジアや東アジアのみならず、中東、ヨーロッパ、アメリカ、さらにはアフリカに輸出ビジネスを拡大し、グローバルに、かつ現代的なビジネスを展開している。そうした彼らにとって、中国市場でのビジネスは、意外にも、必ずしも成功を約束されたものではなく、異なる商道德と文化に対峙しなければならない厳しい環境であった。このことを、ジャルーン社長のような中国向けタイ・ホーム・マリ米輸出ビジネスを最も良く知る人自らが認め、かつ警告していたのである。第二次世界大戦後、長い間、米の取引を継続的に続け、いわば成熟したパートナーとなっている香港の米業者とは、大きく異なる「中国大陸」ビジネスの困難さが、タイでも強く認識されたのである（2009年1月10日バンスーチアメン精米所社長ワンロップ・マーナタンヤー社長へのインタビュー）。

中国で米調整工場の計画を立てていたチアメン社とウータイプロデュース社は、結局、中国市場向けのタイ・ホーム・マリ米輸出戦略を転換し、手間がかかり、コストが嵩むものの、タイ国内で5キロや10キロの小ロットの自社ブランド米を包装し、それを中国に輸出して、直接小売にまわすという方針を強化して、中国での不正混入を防ごうとしている（2009年1月6日ウータイプロデュース社社長ジャルーン・ラオタマタットへのインタビュー：2009年1月10日バンスーチアメン精米所社長ワンロップ・マーナタンヤー社長へのインタビュー）。

## 2-2 タイ・ホーム・マリ米とタイ・パトムタニー米の中国向け輸出の急減： 2008年

2005年から2007年にかけて、タイ産香り米の中国向け輸出は、タイ・ホーム・マリ米とタイ・パトムタニー米を合わせて、45万トンから53万トンであった。しかし、2008年には、(資料12)と(資料13)に示したように、中国向けタイ・ホーム・マリ米輸出が17.5万トン、タイ・パトムタニー米が5.5万トン、両種類合わせて23.0万トンとなり、2007年の44.7万トンからおよそ48.5%の大幅減少となった。二つの香り米を合わせた世界向け輸出合計も2007年324.7万トンから2008年273.4万トンに減少したが、その減少幅はマイナス15.6%であることを考えると、半減してしまった中国向けのタイ産香り米輸出は突出していたわけである。

### (資料12) タイ・ホーム・マリ米の種類別アジア・中国・香港向け輸出動向： 2007年と2008年

(単位：輸出量1,000トン・輸出額100万バーツ)

| 輸出先・種類           | 2007年輸出量  | 2007年輸出額  | 2008年輸出量  | 2008年輸出額  | 輸出量増減% | 輸出額増減% |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|--------|
| タイ・ホーム・マリ米世界輸出合計 | 2,903.907 | 47,251.67 | 2,498.884 | 60,679.01 | -13.95 | 28.42  |
| 白米               | 1,817.299 | 35,587.48 | 1,757.720 | 48,257.41 | -3.28  | 35.60  |
| 碎米               | 1,038.057 | 10,821.78 | 694.338   | 11,241.87 | -33.11 | 3.88   |
| カルゴ米             | 48.551    | 842.41    | 46.826    | 1,179.73  | -3.55  | 40.04  |
| アジア向け合計          | 933.826   | 17,480.23 | 783.571   | 20,374.21 | -16.09 | 16.56  |
| 白米               | 868.474   | 16,657.06 | 759.211   | 19,948.86 | -12.58 | 19.76  |
| 碎米               | 63.512    | 779.79    | 22.794    | 379.21    | -64.11 | -51.37 |
| カルゴ米             | 1.840     | 43.38     | 1.566     | 46.14     | -14.89 | 6.36   |
| 中国向け合計           | 246.695   | 4,561.87  | 174.715   | 4,049.35  | -29.18 | -11.23 |
| 白米               | 226.782   | 4,316.09  | 169.730   | 3,976.81  | -25.16 | -7.86  |
| 碎米               | 19.906    | 245.66    | 4.981     | 72.35     | -74.98 | -70.55 |
| カルゴ米             | 0.007     | 0.12      | 0.004     | 0.19      | -42.86 | 58.33  |
| 香港向け合計           | 229.209   | 4,449.10  | 202.139   | 5,242.38  | -11.81 | 17.83  |
| 白米               | 222.088   | 4,346.16  | 193.979   | 5,087.89  | -12.66 | 17.07  |
| 碎米               | 6.332     | 84.74     | 7.521     | 136.69    | 18.78  | 61.31  |
| カルゴ米             | 0.789     | 18.20     | 0.639     | 17.80     | -19.01 | -2.20  |

(出所)タイ国商業省外国貿易局統計をもとに宮田作成。

(資料 13) タイ・パトムタニー米の種類別中国・香港向け輸出動向：  
2007年と2008年  
(単位：輸出量 1,000 トン・輸出額 100 万バーツ)

| 輸出先・種類          | 2007     | 2008     | 増減・%    |
|-----------------|----------|----------|---------|
| パトムタニー米：世界輸出量合計 | 347.85   | 236.48   | -32.02  |
| 白米              | 338.82   | 226.82   | -33.05  |
| 砕米              | 6.00     | 4.86     | -19.01  |
| カルゴ米            | 3.03     | 4.79     | 58.25   |
| (世界輸出合計額)       | 4,917.61 | 5,185.68 | 5.45    |
| 中国向け輸出量合計       | 201.87   | 55.73    | -72.39  |
| 白米              | 201.05   | 55.73    | -72.28  |
| 砕米              | 0.82     | 0.00     | -100.00 |
| カルゴ米            | 0.00     | 0.00     | -       |
| (中国向け輸出額)       | 2,767.53 | 1,039.08 | -62.45  |
| 香港向け輸出量合計       | 59.10    | 75.94    | 28.50   |
| 白米              | 58.95    | 75.87    | 28.71   |
| 砕米              | 0.15     | 0.06     | -56.12  |
| カルゴ米            | 0.00     | 0.00     | -       |
| (香港向け輸出額)       | 861.50   | 1,604.52 | 86.25   |

(出所)タイ商業会議所統計

そこで、以下、この輸出急落の背景に関わる諸問題を、3点に整理しておきたい。

(1) タイ米の輸出価格高騰：タイ・ホーム・マリ米価格およびタイ・パトムタニー米の中国への輸入が半減した一つの理由は、これらの米の異常な価格高騰により、中国の輸入業者および小売業者がその輸入を敬遠したという事情がある。資料 9 にもあるように、タイ・ホーム・マリ米の 1 月の平均輸出価格は 1 トンあたり 685 ドル、タイ・パトムタニー米が 513 ドルであったが、5 月にはそれぞれ 1,205 ドル、1,054 ドルで、11 月時点でも前者が 804 ドル、後者が 701 ドルであった。2007 年の年平均価格で見ると前者が 572 ドル、後者が 421 ドルであったわけで、2008 年の米輸出価格が極めて異例の高水準であったことがわかる。しかも、こうしたタイ米など国際的な米価上昇に対応し、かつ国内の災害地域への支援のため、中国政府は 2008 年に入って断続的に備蓄米を低価格で市場に放出したとされる (『プラチャーチャート・トゥラキット』2008 年 7 月 21 日)。中国国内の特別な備蓄米の供給も、タイ米の輸入を低下させる遠因になったといえる。

(2) 中国の香り米新品種開発と商標侵害：タイ産香り米の価格が上昇したとし

ても、香り米自体の需要が消滅したわけではないため、中国の米業者は、新しく中国で開発されて栽培が拡大しているとされる新品種の中国産香り米「923号」を、タイ・パトムタニー米と混ぜたり、あるいは、まったく混ぜないまま、タイ・ホーム・マリ米として中国市場で販売するという事態も発生している（『ターンセータキット』2008年8月17日：『ネーオナー』2008年）。かつては、タイ・ホーム・マリ米にやや低価格のタイ・パトムタニー米を混ぜて、タイ・ホーム・マリ米として販売されることもあり、これ自体、タイ産米の信用を低下させ、タイ米の商標を違反するものであったが（『プラチャーチャート・トゥラキット』2008年2月14日）、2008年の米価高騰を背景に、タイ・ホーム・マリ米の入っていない可能性の高い、タイ・ホーム・マリ米が販売されるという事態が頻発したのである。

（資料 14）中国におけるタイ商業省輸出米タイ・ホーム・マリ米商標認証マークの不正使用（写真：中国広東省：2008年9月）



（注 1）この写真は、タイ商業省の輸出米タイ・ホーム・マリ米商標認証マーク（写真左の緑色）と中国政府の AQSIQ 認定の輸入品の中国国内加工認定 QS マーク（写真右の青色）の両方を付した某社の香り米パッケージである。

（注 2）AQSIQ（The General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine）は国家質量監督検査檢疫總局である。

（注 3）タイ商業省の認証マークはタイ国内で商品基準に適合する米を輸出用にパッキングしていることを証明し、中国の QS マークは輸入品であっても中国国内で加工され、品質安全が保証されていることを証明するもので、本来、両者が一つの製品に付されることはありえない。

さらに、(資料 14) に示したように、ある中国企業の販売するタイ・ホーム・マリ米は、タイ商業省の輸出米タイ・ホーム・マリ米認証マークと中国政府國家質量監督檢驗檢疫總局 (AQSIQ) が品質安全を認定する輸入品の中国国内加工 QS マーク、その両方を付している。タイ商業省の認証マークは輸出商品基準に適合するようタイ国内で袋詰めされた米だけが許され、中国の QS マークは中国国内で加工された輸入品の加工品質が保証されていることを証明するもので、本来両者が一つの製品に付されることはありえない。タイ商業省の規定する輸出基準であるタイ・ホーム・マリ米という認証マークと商標が露骨に侵害されているわけである。

そこで、2008 年 9 月タイ商業省は、こうした中国国内における中国企業の米の不正混入とタイ・ホーム・マリ米の商標侵害に対し、訴えを起こすと発表した。この訴えが、いつ、どのようにして、どの企業を相手取っておこされるかについて詳細は明らかにされていないが、従来からタイ・ホーム・マリ米に対する不正な米の混入や商標侵害は後を絶たなかったことを考えると、遅きに失したともいえるが、2008 年の中国向け米輸出の急減を受けて、タイ商業省もタイ・ホーム・マリ米の商標保護と輸出市場の確保のため、対策を急いだ模様である (『カーオソット』『ネーオナー』『バンコクポスト』2008 年 9 月 23 日)。

おわりに

本稿は、中国市場に輸出されるタイ産香り米のタイ・ホーム・マリ米とやや価格の低いタイ・パトムタニー米に焦点を当て、その輸出拡大と急減の経過と背景を分析してきた。中国の米生産は、冒頭で紹介したように、世界第 1 位で、粳米重量で 1 億 9 千万トン、精米に換算しても 1 億 1800 万トンである。これだけの生産量を誇る中国の米生産から見れば、40 万トンから 70 万トンで推移する米輸入は微々たるものである。しかし、これだけの生産をしてもなお、海外からの輸入に依存しなければならない米の需要構造があるという点こそが、現代中国の経済社会変化の特徴を浮かび上がらせるといえる。1970 年代以降、香港ですでに高級米として定着していたタイ産ジャスミン・ライスを、経済成長によって食の高級志向に移行しつつあった中国の中高所得者層が、いわば、成功の証として、あるいは豊かさの証として、食生活の中に取り込んでいった。おそらく、こうした食の「ミニ香港化」あるいは「ミニ東南アジア華僑化」ともいえる変化が、1990 年代を通じて進行し、それが一気に拡大したのが 2000 年代であったであろう。こうした状況は、主要産地である東北タイの作付けを「もち米」の世界から「うるち米」の香り米 KDML105 や KKH15 にシフトさせ、稲

作のあり方を大きく変貌させてきた。と同時に、タイだけではなく、タイの周辺諸国、ラオス、カンボジアでも香り米の作付けが広まり、ベトナムでは 2009 年「ジャスミン 85」というベトナム産香り米が開発され、すでにタイ・パトムタニー米よりも 1 トンあたり 100 ドル近くも安い価格帯で国際市場に出回っているという（『ターンセータキット』2009 年 2 月 24 日）。さらに、中国南部でさえ、中国産の香り米「923 号」の栽培が急増している。タイ産香り米で構築された米の高級化や米のブランド化は、インドシナ半島から中国南部に広がる稲作地域に、ある種の高級香り米ブームを引き起こしている。中国の台頭は、米の需給を通じて、東南アジアの農業・流通・貿易、さらには自然環境にも、大きなインパクトを与えてきたといわざるを得ない。

しかし、2008 年中国向けのタイ産香り米は、タイ・ホーム・マリ米とタイ・パトムタニー米と合わせて、前年比 48.5%の減少という前代未聞の急落を見た。これは、本稿でも指摘したように 2008 年の米価急騰とそれによる中国側の輸入減少、高騰したタイ産香り米に代わる中国産の香り米品種「923 号」の栽培拡大、さらには、ブランド力のあるタイ・ホーム・マリ米の商標を用いた不正混入と商標違反の蔓延などが主因であった。

国際的な米価高騰に伴って、タイ・ホーム・マリ米の価格が急騰し、不正混入や商標違反の問題が以前にも増して、顕在化したわけだが、この問題は、米価高騰以前から中国市場におけるタイ米のビジネスで最大の問題でもあった。こうした問題に対し、タイの華僑系ビジネスの伝統を受け継ぐタイの米輸出業者側が、意外にも、大いに苦戦してきた点が印象的である。タイ米輸出業者協会は毎週水曜日、米輸出参考価格を公表しているが、タイが世界米輸出第 1 位であるため、その参考価格は、世界の米輸出価格市況で最も重要な指標となっている。このようにタイの米輸出業者は、今や、世界市場を相手に、現代的なビジネスを展開し、世界の米市況をリードする立場にあるが、そもそもは華僑の第三世代や第四世代であり、華僑系ビジネスの系譜を受け継ぐ。その彼らが、台頭する中国市場でのビジネスで、苦闘しているのである。

中国でのビジネスで、厳しい競争と様々な困難に直面しているタイ米輸出業者達が、今後、どのように、折り合いをつけながら、事業を発展させいくのか？あるいは挫折してしまうのか？その行く末は、台頭する中国とその周辺諸国が、多様性を認めながらも、どのように共存・共生していくか？を占う一つの重要な試金石になるかもしれない。米をめぐるアジア市場の動向は、食糧問題として重要であるのはもちろんであるが、アジアにおけるビジネスのあり方やアジアにおける共存・共生のあり方を考える様々な問題を提起しているともいえないだろうか。

## 【参考文献】

### <統計資料>

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์  
(タイ国農業・協同組合省農業経済事務所)  
*ข้าวหน้าปีแยกพันธุ์: เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่*  
(「雨季作米・品種別統計」)  
ปี พ.ศ. 2532 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2542, 2543, 2544,  
2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550.
- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (タイ国商業省外国貿易局)  
*สถิติการส่งออกสินค้ามาตรฐานข้าวหอมมะลิตามใบรับรองมาตรฐานสินค้า*  
(「商品基準認証を受けたタイ・ホーム・マリ米輸出統計」)  
ปี พ.ศ. 2548, 2549, 2550, 2551.
- UN comtrade Database (United Nations Commodity Trade Statistics Database) :  
<http://comtrade.un.org/db/>

### <タイ語文献>

- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ (タイ国外務省国際経済局)  
“จีน (นครกว่างโจว มณฑลกว่างตุง) สถานการณ์ข้าวในต่างประเทศ” 2551 (2008)  
(諸外国における米状況：中国広東省広州市)
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (ナロン・ペットปราสาท),  
“การเมืองเรื่องข้าวภายใต้อำนาจรัฐทุนผูกขาด”, *เศรษฐศาสตร์การเมือง(เพื่อชุมชน)*, ฉบับที่ 27,  
2548 (2005), หน้า 1-237. (「独占資本政府の権力下におけるコメの政治」)
- วิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ (วิทอู่น・リアนจั้มลู่น),  
*หอมกลิ่น ข้าวมะลิหอม. BIOTHAI. 2545 (2002).* (『香り米: ジャスミン・ライス』)

### <日本語文献>

- 旭リサーチセンター『ほくとうレポート：中国における米に関する調査報告』  
北海道・東北未来戦略会議、2004年。
- 池上彰英「中国の食料安全保障政策」『農業と経済』Vol.73、No.8、2007年、  
143-148頁。
- 重富真一・久保研介・塚田和也『アジア・米輸出大国と世界食料危機—タイ・  
ベトナム・インドの戦略—』アジア経済研究所、2009年。
- 田島俊雄『中国の食糧需給と構造調整・貿易戦略・農家経済』東京大学社会  
科学研究所ディスカッションペーパーシリーズ (J-165)、2008年。
- 宮田敏之「タイ産高級米ジャスミン・ライスと東北タイ」『東洋文化』(東京  
大学東洋文化研究所) 第88号、2008年、87-121頁。
- 宮田敏之「東北タイにおけるジャスミン・ライス生産の急拡大：1990年代の  
変化を中心に」『アゴラ』(天理大学地域文化研究センター) 第3号、2005  
年、17-35頁。

- ・劉志仁「中国農業の現状と新段階農政の方向」『公庫月報』Vol.53、No.12、2006年、2-5頁。

<英語文献・英語新聞>

- ・ Childs, Nathan and Kiawu, James, “Factors Behind the Rise in Global Rice Prices in 2008,” *Rice Outlook* (Special Report), RCS-09D-01, Economic Research Service, United States Department of Agriculture, 2009, pp.1-25.
- ・ *Nation, Bangkok Post*

<タイ語新聞>

- ・ 日刊新聞  
『カーオソット』、『クルンテープトゥラキット』、『コムチャットルック』、  
『サヤームトゥラキット』、『サヤームラット』、『タイポスト』、『タイラット』、  
『デイリーニューズ』、『ネーオナー』、『プージャットガーン』、『ポストトゥデー』、  
『マティション』
- ・ 週刊新聞  
『ターンセータキット』、『プージャットガーン・ラーイサブダー』、  
『プラチャーチャート・トゥラキット』