

タイ湾北部沿岸域における水産物個人経営市場の成り立ちと運営形態
Characteristics of Operations at Coastal Fish-landing Sites Managed by Private
Owners in the Northern Gulf of Thailand

吉村美香[†]・宮田勉^{*}・安間洋樹^{**}・木村暢夫^{**}

(北海道大学大学院水産科学院・^{*}国立研究開発法人水産研究・教育機構中央水産研究所・
^{**}北海道大学大学院水産科学研究院)

Mika YOSHIMURA[†], Tsutom MIYATA^{*}, Hiroki YASUMA^{**} and Nobuo KIMURA^{**}
(Graduate School of Fisheries Sciences, Hokkaido University/^{*}National Research
Institute of Fisheries Science, Japan Fisheries Research and Education Agency/
^{**}Faculty of Fisheries Sciences, Hokkaido University)

E-mail: [†]mika.yoshimura710@gmail.com

【要約】

タイ王国の水産市場は様々なタイプがあり、水産物の流通は複雑であるが、中でも個人が経営する水揚げ場を兼ねる水産物市場（以下 Pier と表記）が数多く存在する。本研究では、水産物流通の起点である Pier に着目して、タイ湾北部沿岸域において、それらの開設経緯や取引形態、資金運営に関して、Pier のオーナーに面接調査を行った。タイ王国の Pier は、商業船の増加とともに元漁業者や水産関連業者など、水産物の供給が可能な人々によって開設されていた。開設時に借金をしても返済しながら資金運営が可能である程に収入が高く、市場を経由する取引は、漁業者や仲買人との個別の人間関係によって形成されていた。

【キーワード】

運営形態、個人経営市場、資金運営、タイ王国、面接調査

【abstract】

Fish marketing systems in Thailand are complex and involve different types of markets. Many of the markets operate at privately owned landing sites. This study was conducted to describe the operations of privately owned coastal landing sites in the northern Gulf of Thailand. Interviews were conducted to collect information about operations at the landing sites, including the transaction types and income management. The landing sites were established by people involved in fisheries such as fishers who could supply fish products. Incomes earned from operations at the landing sites have been sufficient to allow owners to repay loans taken to start the businesses. Transactions involve individual relationships between fishers and fish traders (middlemen).

1. 序論

タイ王国は世界有数の漁業大国の一つであり、2014年の水産物の輸出金額は6,565億円で、世界第4位である⁽¹⁾。しかし現在、乱獲や混獲、違法操業などによる漁業資源の減少と海洋環境の深刻な悪化が問題になっている。EUは、2008年にIUU漁業(Illegal, Unreported and Unregulated fishing)廃絶のための規則を採択し⁽²⁾、2015年初頭に、多くの水産物を欧米諸国へ輸出しているタイ王国に対して、漁業関連の法整備・行動計画の策定・実施・漁船の監視システムの導入・漁獲証明書付きのトレーサビリティの改善等を勧告した。このトレーサビリティの改善には、水揚げ物や水産卸売市場の実態を明らかにすることは必要不可欠であるが、タイ王国内の水産物卸売市場は、異なるタイプの市場と仲買業者が数多く存在し、その成り立ちは非常に複雑である⁽³⁾。

タイ王国の水産物を扱う卸売市場は、大まかに以下のように分類される⁽⁴⁾。国営企業であるFish Marketing Organization (FMO)の卸売市場、漁協が管理する卸売市場、および沿岸に無数に存在する、個人経営の水揚げ地を兼ねる卸売市場のPierである。

FMOは4カ所の消費地市場(Bangkok、Samut Prakan、Samut Sakhon、Nakhon Si Thammarat)と14カ所の水揚げ漁港を兼ねた産地市場(Ang-Sila、Ranong、Hua-Hin、Songkhla I、Songkhla II、Pran buri、Trat、Surat Thani、Pattani、Lungsuan、Phuket、Satun、Chumphon、Narathiwat)を運営している⁽⁵⁾。FMOが運営する市場では、毎日取り扱う水産物の魚種、量、単価、水揚げ地等の情報を管理し、記録された情報は、農業・協同組合省水産局 Department of Fisheries (DOF)へ送られる⁽⁴⁾。FMOのバンコク市場に関しては、取引された月ごとの水産物の価格をwebサイトから閲覧できる⁽⁶⁾。また、漁協が管理する市場の中では、水産物の取引所を開設しているのは、1979年に燃料供給を目的として設立されたサムトソクラム県のMaeklong漁協のみである。一般的なタイの漁協活動が、生産資材の供給に留まる中、Maeklong漁協の活動は、漁協活動の成果がようやく水産物流通にまで及んだ、極めて先進的な事例である⁽⁷⁾。取り扱い水産物の魚種や量に関しては、漁協職員の目測の記録があるが、Maeklong漁協は水産物の取引には関与せず、市場に必要なサービスを提供する⁽⁸⁾。これらの卸売市場の他は、水揚げ地を兼ねる卸売市場のPierで取引がなされている。2014年にFMOで取り扱われた水産物の量は約389,237トン⁽⁹⁾、Maeklong漁協では約324,000トンであり⁽⁸⁾、一方でタイ王国の2014年の養殖業を除く漁業生産量は1,559,746トンであり⁽¹⁾、両市場を合わせた量は、水揚げ量全体の5割に満たない。残りの水揚げはPierに依存していると推測される。Pierには商業漁船だけでなく小規模漁業船も水揚げを行う。一方、登録がなされているPierは、2016年7月26日に公表されたものでタイ全体に865あり⁽¹⁰⁾、圧倒的に数が多く、さらにFMOの消費地市場やMaeklong漁協には、各地方のPierで水揚げされ運ばれたものも含まれることから、Pierがタイの水産物流通の中でいかに数多く存在しているかが分かる。

このように、Pier はタイの水産物流通の中で重要な役割を果たしているにも関わらず、もともとどのような経緯で設立され現在に至るのか、そこでどのように取引が行われているのか明らかでない。上記の水揚げ量は、タイ国の水産庁が FMO の漁港や代表的な Pier を選び、月に一度の調査日に水揚げを行っていた漁船から聞き取りを行い算出した推定値に過ぎない。個人経営の Pier は、商業漁船の水揚げや輸出業を行っているケースを除き、Pier として登録の申請義務がなく、取り扱い水産物の情報を行政へ申告する義務もない。このことは、実際に国内で水揚げされている水産物の情報を把握できない要因の一つとなっている。

流通の出発点である水揚げ漁港の実態やその数を把握することは、トレーサビリティ改善の第一歩である。そこで、本研究では、タイの水産物流通の起点である Pier に着目し、まずはその成り立ちの背景と Pier での取引の構造を明らかにし、なぜタイ王国の水産物流通がこのような複雑になったのかを解明するために、ラヨン県、プラチュアアップキリカン県、スラタニー県の 3 県において Pier の開設経緯や取引形態、資金運営に関して面接調査を行った。

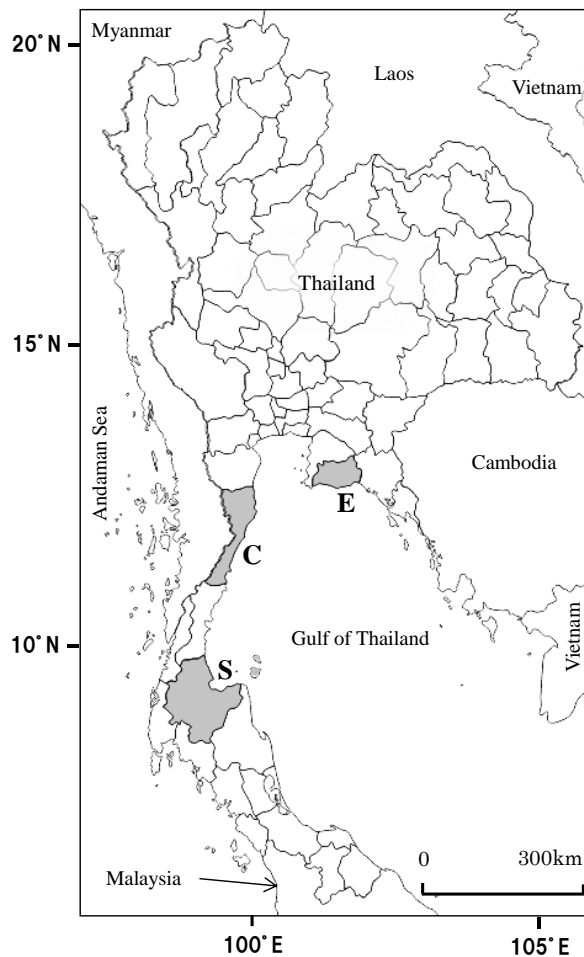


図1 タイ湾北部沿岸域における調査地域

注：E：East (Rayong)、C：Central (Prachuap Kiri Khan)、S：South (Surat Thani)。

表1 調査した Pier の総数とタイ水産局の統計に基づく Pier の総数

| Area | Sub-District | No. of piers surveyed | *DOF list |
|--------------------------------|--------------|-----------------------|-----------|
| East (Rayong) | Banpei | 4 | 6 |
| | Pak Nam | 23 | 7 |
| | Total | 27 | 13 |
| Central (Prachup Kiri Khan) | Bang Saphan | 7 | 3 |
| | Muang | 5 | 4 |
| | Tabsakae | 3 | 3 |
| | Pranburi | 9 | 14 |
| | Total | 24 | 18 |
| South (Surat Thani) | Donsak | 5 | 8 |
| | Kanchanadi | 5 | 8 |
| | Muang | 8 | 6 |
| | Cha-ya | 7 | 4 |
| | Ta-chang | 3 | 3 |
| | Ta-chana | 1 | 0 |
| | Phun-Phin | 1 | 3 |
| | Total | 30 | 32 |
| Total | | 81 | 63 |

注：*はタイ水産局（DOF）統計データ。

2. 調査方法

調査地域は、タイ湾の北部沿岸域を東部、中部、南部に分け、水揚げ量の多い各地域の代表的な県を選定した。ラヨン県（東部サイト）、プラチュアアップキリカン県（中部サイト）、スラタニー県（南部サイト）を調査地とし、砂浜に直接水揚げするような地域を除き、Pier と呼ばれる個人経営の水揚げ漁港を対象に、2014年12月～2016年2月に調査を実施した（図1）。水産庁や役場のリストを基にどの辺りに Pier が存在するかを把握し、実際の調査対象は沿岸等を移動しながら見つけ出した。各県内の地区ごとの調査した Pier の総数とタイ水産庁の統計に基づく Pier の総数を表1に示す。表1のとおり、地域によってはタイ水産庁の統計を上回る Pier 数であった。

調査票は1. Pier 設立の開設の背景、2. 取引形態、3. 資金運営 の3項目で構成し、各地域の水揚げ漁港を兼ねる水産個人市場（Pier）オーナーに、面接調査を行った。英語が話せるタイ人の通訳者に調査内容を理解させるため、調査へ入る前に英文の調査票で内容を説明し、不明な箇所について質問に答えた。その際、通訳者が質問票にタイ語の訳文を加筆し、現場では通訳者がタイ語の調査票を用いてタイ語で面接調査を行い、著者と通訳者とのやりとりは英語で行った。

3. 結果

3-1. Pier 開設の経緯

表 2 Pier の開設時期

| Area | East | | Central | | South | |
|-----------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | Frequency | Percentage | Frequency | Percentage | Frequency | Percentage |
| -1950 | 1 | 4 | 1 | 4 | 0 | 0 |
| 1950-1959 | 2 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1960-1969 | 2 | 7 | 2 | 9 | 1 | 3 |
| 1970-1979 | 7 | 26 | 1 | 4 | 0 | 0 |
| 1980-1989 | 5 | 19 | 4 | 17 | 8 | 27 |
| 1990-1999 | 5 | 19 | 9 | 39 | 5 | 17 |
| 2000-2009 | 4 | 15 | 5 | 22 | 10 | 33 |
| 2010- | 1 | 4 | 1 | 4 | 6 | 20 |
| Total | 27 | 100 | 23 | 100 | 30 | 100 |

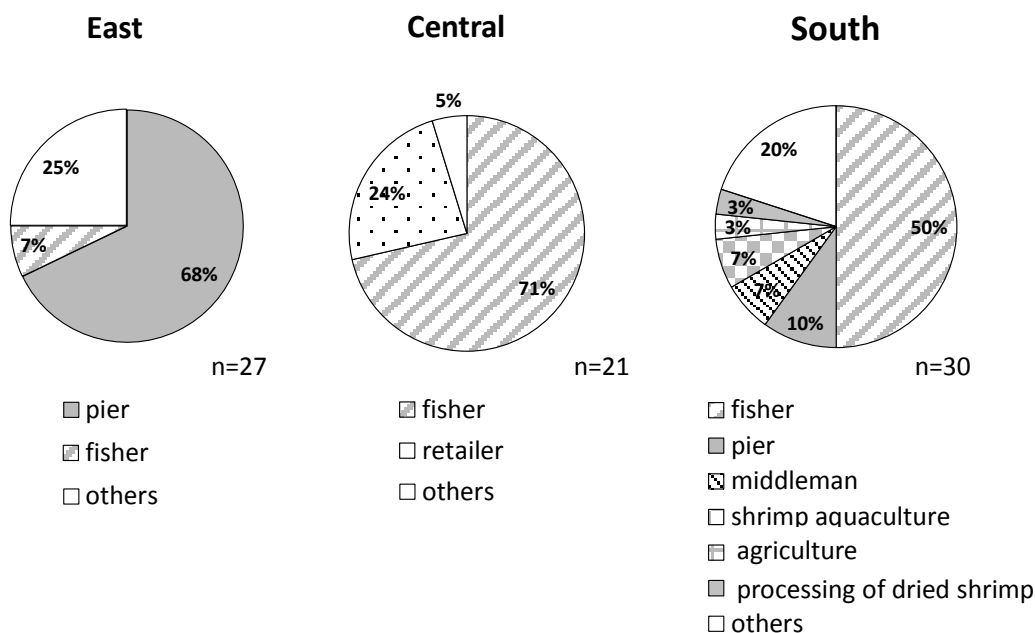


図 2 Pier オーナーの以前の職業

Pier の開設時期の結果を表 2 に示す。東部サイトでは 26% の Pier が 1970 年代に開設され、次に 1980 年代と 1990 年代に、それぞれ 19% の Pier が開設された。中部サイトでは 1990 年代に 39%、2000 年代に 22% が開設された。南部サイトでは 2000 年代が 33% と最も多く、2000 年代以降に開設された Pier が過半数の 53% を占めていた。

図 2 は各サイトの Pier オーナーの以前の職業の割合を示したものである。図中の回答 Pier は、学校を卒業して別の職に就くことなく、親の Pier の仕事を継承した人の割合を示す。東部サイトでは 68% (n=19) が前職を持たず、始めから Pier で働き、7% (n=2) が漁業者であった。中部サイトでは漁業者 71% (n=15)、小売業者 24% (n=5)、南部サイトでは漁業者 50% (n=15)、始めから Pier 10% (n=3)、次いで仲買人とエビの養殖業者がそれぞれ 7% だった (n=2)。このことから Pier オーナーは、親の後を継ぐ者を除いては、自らの漁獲物を Pier に

タイ湾北部沿岸域における水産物個人経営市場の成り立ちと運営形態

水揚げ可能である漁業者、または漁業者に知り合いがいる仲買人など、水産関連の仕事をしてきた人々がほとんどであることが分かった。

これらの人々がなぜ Pier を開設したかという理由は、親の後を継いだ、収入の増加のため、自分の船の水産物の水揚げのため、その他に分けられた (図 3)。

東部サイトでは後を継いだ人が 81% (n=27)、中部サイトでは後を継いだ人が 35%、自分の船の水揚げを支えるためと回答した人が 35%、収入増加のためと回答した人が 17% (n=23) の割合、南部サイトでは収入増加のためが 52%、後を継いだ人が 22% (n=30) で、過半数が収入の増加を見越して開設した人が多かった。

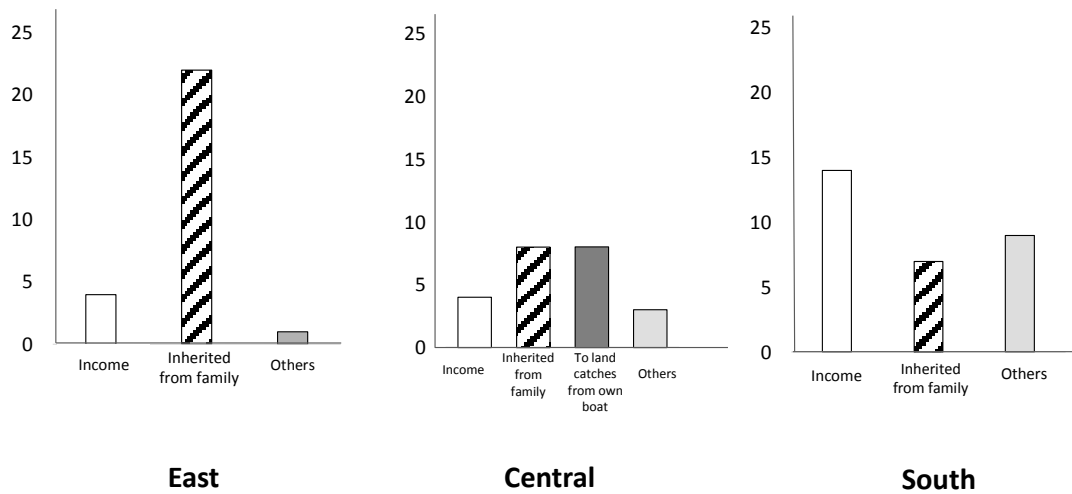


図 3 Pier の開設した理由 (継承を含む) の頻度

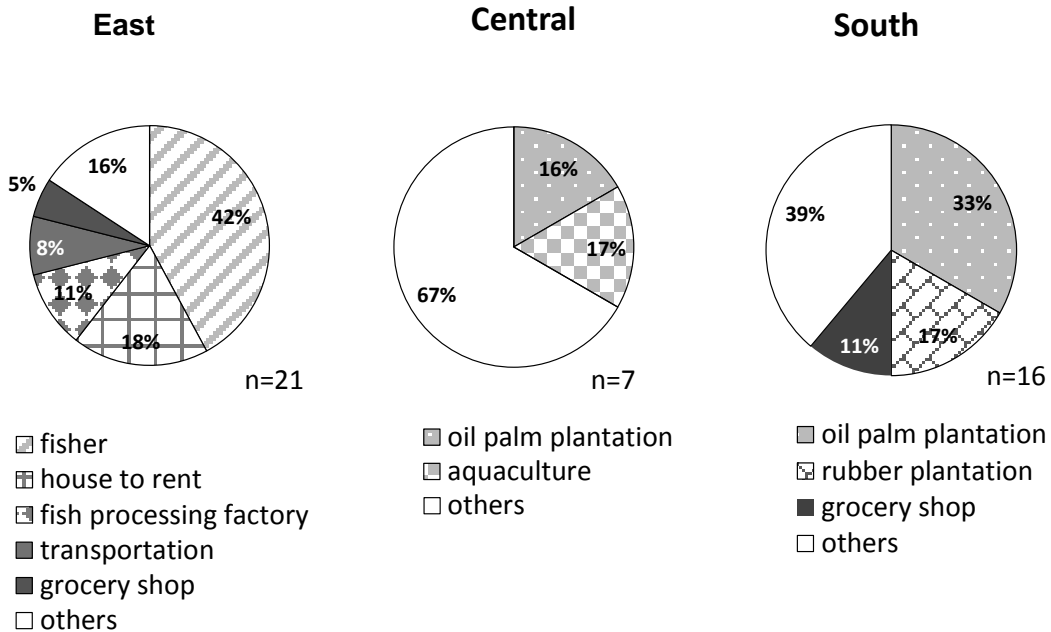


図 4 Pier オーナーの副業

表3 Pier オーナーが漁業者・仲買人と取り引きする際の価格決定方法とその割合

| | | Transact with fisherman | | Transact with middleman | |
|---------|-------------------------|-------------------------|------------|-------------------------|------------|
| | | Frequency | Percentage | Frequency | Percentage |
| East | Pier owner decides | 0 | 0 | 1 | 4 |
| | Middleman decides | — | — | 1 | 4 |
| | Negotiation | 2 | 9 | 14 | 61 |
| | Auction | 2 | 9 | 3 | 13 |
| | Negotiation and auction | 1 | 4 | 6 | 26 |
| | *No transaction | 17 | 74 | — | — |
| | No. of response Pier | 23 | 100 | 23 | 100 |
| Central | Pier owner decides | 13 | 57 | 3 | 13 |
| | Middleman decides | — | — | 5 | 22 |
| | Negotiation | 2 | 9 | 2 | 9 |
| | Auction | 0 | 0 | 6 | 26 |
| | Negotiation and auction | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | No transaction | 5 | 22 | — | — |
| | No. of response Pier | 23 | 100 | 23 | 100 |
| South | Pier owner decides | 17 | 57 | 0 | 0 |
| | Middleman decides | — | — | 0 | 0 |
| | Negotiation | 13 | 43 | 8 | 27 |
| | Auction | 0 | 0 | 22 | 73 |
| | Negotiation and auction | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | No transaction | 0 | 0 | — | — |
| | No. of response Pier | 30 | 100 | 30 | 100 |

注：*No transaction は、Pier オーナーが自分の漁船で漁をするため、漁業者と取り引きする必要がない場合を指す。

東部サイトでは 77% (n=26)、中部サイトでは 30% (n=23)、南部サイトでは 55% (n=29) の割合の Pier が副業をしていた。図 4 より、東部サイトでは 42% の Pier オーナーが漁船を所有し漁業を行っており、18% が貸家業、11% が工場を運営していた (n=20)。中部サイトでは、オイルパームのプランテーション経営が 16%、養殖業が 17% の割合であった (n=7)。南部サイトでは、33% がオイルパームのプランテーション経営、17% が天然ゴムのプランテーション経営、次いで 11% の Pier オーナーが日用品を扱う商店を運営していた。Pier に雇用された従業員は、水揚げがある時は Pier で仕分けの作業をし、水揚げがない時は Pier オーナーが経営するプランテーションで働く形態をとっていた。

3-2. 取引形態

表 3 は、Pier オーナーが、漁業者や仲買人と売買する際の、価格の決定方法とその割合を示したものである。Pier と漁業者との取引に関しては、東部サイトでは、その多くが自分の漁船から水揚げを行うため、漁業者との取引なしが全体の 74% をしめた (n=17)。競りで決める Pier は漁業者との取引において 9% (n=2)、競りまたは交渉で決める Pier の割合は 4% (n=1) だった。また、自分の会社以外の漁船が水揚げする場合は、Pier オーナーは取引には関与せず、

タイ湾北部沿岸域における水産物個人経営市場の成り立ちと運営形態

仲買人から手数料 5%を徴収する Pier もあった。中部サイトでは、自分の漁船から水揚げするが 22% (n=5)、Pier が決めるが 57% (n=13)、交渉が 9% (n=2)、南部サイトでは Pier が決めるが 57% (n=17)、交渉で決めるが 43% (n=13) だった。Pier と仲買人との取引は、東部サイトでは交渉が 61% (n=14)、競りが 13% (n=3)、交渉と競りが 26%だった (n=6)。

中部サイトでは、仲買人が決める 22% (n=5)、競りで決めるが 26% (n=6)、交渉が 9%だった (n=2)。南部サイトでは競りで決めるが 73% (n=22)、交渉が 27% (n=8) だった。

上記の結果をまとめると、Pier オーナーを中心とした取引形態は、3 タイプに分類できた (図 5)。初めに、Pier オーナーが水産物を漁業者から全て買い取り、仲買人へ販売する Type A、次に、水産物を漁業者から仲買人が買い取り、仲買人が Pier オーナーへ手数料を支払う Type B、最後に、Pier オーナーの漁船で水揚げされた水産物を、Pier オーナーが仲買人へ販売する Type C である。Pier に買い付けにくる仲買人の規模が様々であったが、大規模な仲買業者は Type B が多く、小規模の小売店の店主などは Type A や Type C が多かった。

各地域の Pier に水揚げする漁船の主な種類・水揚げ物の主要魚種・平均水揚げ漁船数を表 4 に示す。東部サイトの Pier では、主にカタクチイワシ類 (anchovies) やイカ類 (squids) を対象とした商業船による旋網や流し網漁、イカ釣り漁船の水揚げが行われていた。27 件の Pier の内 10 件で、"ซั้ง" (Sung) を利用した漁が行われていた。Sung は、東南アジアで広く使われている集魚装置の一つで⁽¹¹⁾⁽¹²⁾、竹やプラスチック製のうきを目印に用い、重りに固定さ

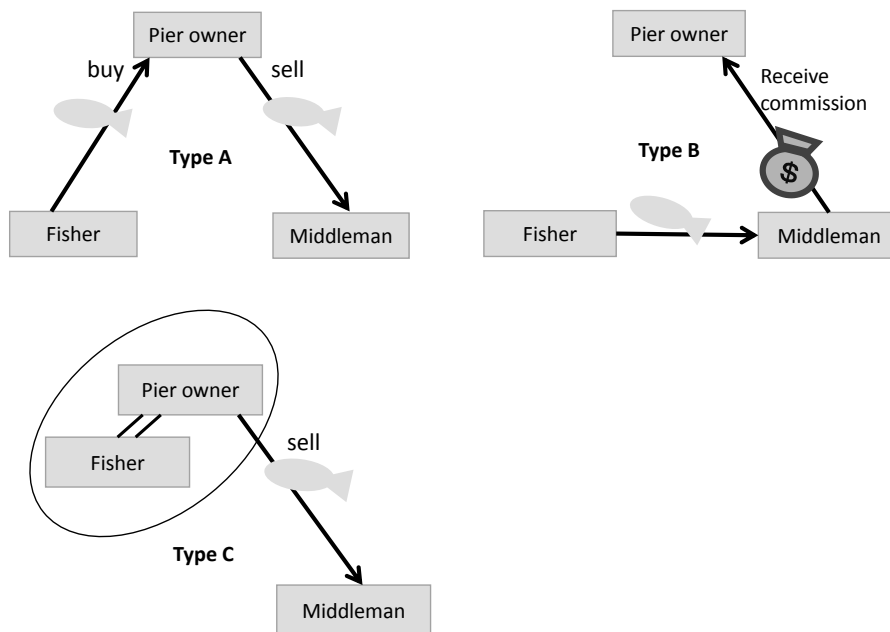


図 5 Pier で行われる取引の引きのタイプ

注：Type A：Pier が漁業者から買い取った水産物を仲買人へ販売する場合。

Type B：Pier が取引には関わらず、手数料だけ取る場合。

Type C：Pier が漁業も営むため、仲買人へ販売だけ行う場合。

れたワイヤーロープに繋げたココナツの葉の部分に魚が集まる（図 6）。海底または中層に設置し、3 日～7 日後に Sung の周りに集まった魚を旋網や釣りで漁獲する⁽¹²⁾。東部サイトでは、メインの船 1 隻と小型船 3 隻が 1 グループで Sung による旋網漁を行っていた。東部サイトでは、ハイシーズン時の一日の水揚げ漁船数は平均で 3.6 隻、ローシーズン時は 2.4 隻だった。

表 4 より、中部サイトの Pier のハイシーズン時の一日の水揚げ漁船数は平均で 10.2 隻、ローシーズン時は 3.3 隻だった。中部サイトでは旋網やトロール漁船で、マイワシ、カタクチイワシ、サバ類、イカ類が水揚げされていた。南部サイトでは、流し網、刺し網、プッシュネット、籠漁等による小規模漁業船が多かった。ガザミ（blue swimming crab、*Portunus trituberculatus*）やアカテノコギリガザミ（mangrove crab、*Scylla olivacea*）等のカニ籠漁の他、ロープに繋いだ貝殻をツボにしてイカ類（Squids）を獲る漁があった。養殖された大量のハイガイ（blood cockle、*Tegillarca granosa*）やイヨスダレガイ（undulate venus、*Paphia undulata*）などの貝類の水揚げがターチャ地区で見られ、それらの Pier は貝を専門に扱っていた。ハイシーズン時の一日の水揚げ漁船数は平均で 11 隻、ローシーズン時は 2 隻だった。

東部サイトでは従業員を雇っていない Pier の割合が 23%（n=5）、1 人～10 人（n=6）、11～20 人が 18%（n=4）、21～30 人が 18%（n=4）、31 人以上が 14% だった（n=3）。従業員を雇っていない Pier の割合が 23%に至る理由は、東部サイトの Pier の多くが、Pier オーナーが所有する漁船から水揚げしており、仕分け作業もそれら船上作業員として雇っている従業員が兼ねているためである。また、東部サイトの多くの Pier では、仕分け作業員を直接雇用せず、その日の水揚げ量に応じて、専門の業者に連絡し、その業者に所属している従業員が出向いて作業を行うという形態をとっていた。中部サイトの Pier の従業員数は、1～5 人雇っている Pier が全体の 48%（n=11）、6～10 人が 17%（n=4）、11～20 人が 9%（n=2）だった。南部サイトの Pier の従業員の数は、1～2 人が過半数であった（n=14）。南部サイトで扱っている魚種は、カニ類やイカ類、シャコ類（mantis shrimps）など魚種別の漁でとれるものが多く、Pier で仕分けをする必要がないため少人数での操業が可能である。ただし貝類を扱っている Pier に関しては規模が大きく、水揚げされた貝類を大勢の従業員で貝殻と仕分けする作業が見られた。その際の賃金は Pier によって、日給や月給、仕分けした量で決まっていた。どの Pier でも会計や運送はタイ人が任されていたが、水揚げ物の仕分けをするのは外国人労働者で、彼らの日当は 300 バーツ（約 820 円、2015 年 2 月レート）だった。日当 300 バーツに関しては、インラック前政権時 2013 年、バンコクを始めとする他の県でも最低賃金が一律日当 300 バーツに引き上げられたことから、合法的な賃金水準といえる。仕分け量で個別に賃金が異なる Pier には、日に 500 バーツ以上稼ぐ従業員もいた。彼らはタイ国内の銀行に口座を持ち、そこから母国へ送金していた。従業員の国籍は、東部サイトではタイ人の他、タイ東部隣国のカンボジア人が多く、中部サイトでは、タイ人とミャンマー人が半々だった。南部サイトではタイ南部隣国のミャンマー人が多かった。

表 4 各地域の Pier に水揚げする漁船の主な種類・水揚げ物の主要魚種・平均水揚げ漁船数

| Area | East | Central | South |
|---|---|---|--|
| No. of response | 27 | 23 | 30 |
| Main gear | purse seine (Sung*) driftnet | purse seine trawler squid trap | gill net trap driftnet |
| Main species | Indian Mackerel Mackerel Squids Anchovy Tuna Barracuda (small) | Mix pelagic fishes Mackerel Squids Anchovy Yellow-stripe scad | Blue Swimming crab Mangrove crab Mantis shrimp Shrimp Blood Cockle |
| No. of boat landed /day (Hi season average) | 3.6 | 10.2 | 11.0 |
| No. of boat landed /day (Low season average) | 2.4 | 3.3 | 2.0 |

注：Sung*は図 6 を参照。

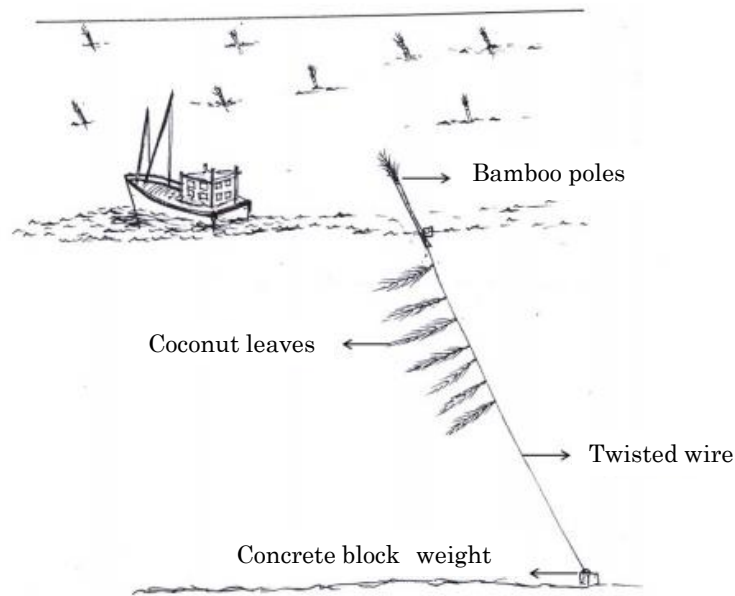


図 6 “ซั้ง”サン (Sung) と呼ばれる東南アジアの伝統的な集魚装置

資料：Noranarttragoon *et al.* (2013)

表 5 Pier 開設時と現在における Pier オーナーの借入金の有無

| | East | | Central | | South | | |
|------------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----|
| | Frequency | Percentage | Frequency | Percentage | Frequency | Percentage | |
| When established | yes | 9 | 40 | 14 | 64 | 15 | 50 |
| | no | 14 | 60 | 8 | 36 | 15 | 50 |
| | total | 23 | 100 | 22 | 100 | 30 | 100 |
| Present | yes | 7 | 27 | 8 | 40 | 9 | 43 |
| | no | 19 | 73 | 12 | 60 | 12 | 57 |
| | total | 26 | 100 | 20 | 100 | 21 | 100 |

3-3. 資金運営

表5より、東部サイトでは開設当初に借金有りと答えた Pier が全体の40%、無しが60%で、現在借金有りが27%、無しが73%という回答だった。中部サイトでは開設当初借金有りの Pier が全体の64%、無しが36%、現在借金有りが40%、無しが60%の割合だった。南部サイトでは開設当初借金有りとなし無しの回答がちょうど半々に分かれた。現在は、借金有りが全体の43%、無しが57%だった。当初は借金が有ったが、現在は無いと答えた割合は東部サイトで44%(n=9)、中部サイトで50%(n=14)、南部サイトで36%(n=11)だった。東部サイトは25%(n=12)、中部サイトが84%(n=13)、南部サイトは37%(n=30)の割合の Pier が漁業者へ貸し付けを行っていた。いずれの県においても漁業者への貸し付けは無利子で行われ、その代わりに水産物を必ずその Pier に水揚げするという条件があった。貸付に返済期限はなく、水揚げ時に少しずつ徴収することで関係が成立していた。

4. 考察

4-1. Pier 開設の背景

3地域の中では、東部サイトが最も古く、次いで中部サイト、南部サイトの順に Pier が開設されていた。このことは、山尾(2008)による「タイの漁場開発は、タイ湾に面した中央部から開発が始まり、しだいにマレー半島に向かって南下していった」⁽¹³⁾という記述とも一致する。バンコク等、流通に利便の良い消費地域である都市部周辺から徐々に開設され、タイ湾沿岸に広まったと考えられる。調査地域の中で最も Pier が集積していた場所は、東部サイトの中心に位置するパクナム地区である。「パクナム」は、タイ語で河口を意味し、タイの各地でみられる地名である。この地域も、ラヨン川の河口に位置し、その運河沿いに数多くの Pier が隣接していた。ラヨン県内の東区域は小規模漁業が盛んな地区で、小型船が砂浜で水揚げするほど水深が浅いが、県西のパクナム地区は、水深が深いため商業船を着けやすい。パクナム地区の沿岸の近くをバンコクまで続く国道3号線が通っている。さらに Pier が隣接している方が、買い付け業者は短時間で数多く回れることから、同じ地区に集積していったと考えられる。

東部サイトの Pier オーナーが親の後を継いだという回答が68%(n=27)だが、副業として42%もの Pier が漁業を行っていることから、東部サイトの Pier を開設した時代のオーナーも、中部や南部サイトの Pier と同様に、元々漁業者だったと推定される。東部サイトには、FMOの漁港がなかったため、商業船が導入され始めた1960年代以降に Pier の数が急増し、FMOの漁港が存在する中部に Pier が開設された理由としては、南北に長い地形のプラチュアップキリカン県の一カ所に存在するFMOの漁港までは、他の地区から水揚げに行くのは不便であるため、中部サイトでは、「自分の漁船の水揚げのため」という回答が見られ、沿岸に Pier が点在して開設されたと思われる。副業として水産加工場の経営をしていることは東部サイトの特徴であるが、この地域は水産加工場が多く、中でもカタクチイワシを材料とする魚醤のナンブ

ラーの工場が数多く点在する⁽¹⁴⁾。

また、中部、南部サイトでは副業としてプランテーションを行っていることが特徴的である。タイ王国は、天然ゴムの生産量が世界 1 位⁽¹⁵⁾、オイルパームの生産量は世界 3 位である⁽¹⁶⁾。そのほとんどが熱帯雨林気候のタイ南部で作られている。このように盛んにプランテーションが行われる南部サイトにおいても、他のサイトにおいても、全体の収入の 7 割以上は Pier からの収益であり、副業はあくまで収入の補足や趣味の範囲に過ぎないという回答が共通して得られた。また、開設理由において、「親の後を継ぐ」を除くと、「高収入を得るため」という回答が 3 地域に共通して得られたことから、Pier 経営から、いかに高い収入が得られているかがわかる。Pier オーナーの以前の職業が水産業の関係者で占められていることから分かるように、自分の Pier での水揚げをいかに確保するかが Pier 経営において重要であることを示している。

4-2. 取引形態

漁業者との取引において、自分の漁船で水揚げする東部サイトを除いては、中部、南部両サイトにおいて、過半数が価格決定権は Pier にあり、漁業者が決めるという回答は共通してみられなかった。南部サイトの漁業者との取引に「交渉で決める」が 43% (n=13) を占めていた理由としては、南部サイトは観光地の島も多く、ガザミやアカテノコギリガザミやシャコ類 (表 4) といった単価が高い魚種の需要が高いため、漁業者にも価格の交渉権があると推定される。さらに仲買人との取引において、東部サイトでは、交渉で行う Pier が 64% も占めていたが、この場合の取引方法は日々の水揚げごとの取引ではなく、水産加工場と契約時の取引を意味する。東部サイトでは商業船で水揚げされた大量の水産物が、水産加工場などを流通先とし、それらの水産加工場と契約する際には、だいたいの相場価格があり、それを基に価格を決めることが背景にある。中部サイトと南部サイトで、競りで決められる割合が高い理由は、需要が高い魚種は、一対一の取引よりも競りの形式の方が、短時間で高値が付きやすいためと考えられる。Pier での取引形態が 3 タイプに分かれることには、Pier オーナーが漁業者であることに加え、仲買人の規模の違いも影響していると思われる。Pier は「水揚げ場」の他、単一魚種を大量に購入する水産加工場への供給だけでなく、様々な魚種を少量ずつ買い付ける小売店にも対応し、地域の経済活動を支える市場の役割を担ってきたといえる。

4-3. 資金運営

3 地域において、借り入れをして経営を始めたオーナーがいることから、金融機関からも Pier の経営は安定した収入を得られる仕事とみなされているといえる。さらに、開設当初は借金があった Pier の中で、返済が終了したと回答した Pier が、東部サイトで 44% (n=9)、中部サイトで 50% (n=14)、南部サイトで 36% (n=11) だったことから年数を経るごとに Pier 経営からの収入で返済できているといえる。東部サイトの漁業者への貸付の割合が低いのは、副業

の結果からも分かるように Pier オーナーが漁業を兼業し、他の県と比較すると漁業者との取引が少ないためである。

地域で割合は異なるものの、漁業者が Pier オーナーから、水産物の水揚げを条件に借り入れを行うことで、借金をした漁業者は、別の Pier に水揚げすることができなくなる。一見、誰でも Pier に水揚げできて、誰でも買い付けができる公の市場のように見えるが、実はそこには、個別の関係が存在するといえる。

4-4. 総合考察

タイ王国の Pier を経由する取引は、漁業者や仲買人との個別の人間関係によって支えられてきたものであり、このことがタイ王国の水産物流通を複雑にしてきたといえる。開設の背景より、急増した商業船による水揚げ⁽⁷⁾を政府の漁港だけでは捌けず、漁業者自ら開設することで Pier が増えてきたといえるが、現在の状態のまま、数多くある Pier を減らす目的で、政府の管理下で FMO のような誰でも利用できる整備された漁港を新たに開設したとしても、Pier に借金がある漁業者は利用できないため、政府の漁港に、周辺の水揚げ漁船を集約することは難しいと思われる。また、ある地区の水産物流通を一括する目的で、Pier で水揚げされた水産物を、まずは決まった水産卸売市場へ運搬し、取引を開始するようなことを決めれば、市場までの距離や、買い付け量、価格の問題から、取引ができない仲買業者が出てくるだろう。複雑であっても、既に関係が構築され、必要なシステムとして機能している以上、現在の流通形式が継続され、今までの取引形態と異なる他の流通のやり方では代替できなくなっている。今後はこのような個別の関係で成立しているタイ王国の水産市場の実情を前提としたトレーサビリティ対策が必要である。

注

- (1) Food and Agriculture Organization (2016) Statistics, Global Capture Production (Fish stata J) を参考にした。
- (2) Tsamenyi *et al.* (2010)を参考にした。
- (3) Food and Agriculture Organization (2009) Fishery and Aquaculture Country Profiles The Kingdom of Thailand, Narrative II, Post-harvest sector, Fish markets, <http://www.fao.org/fishery/facp/THA/en>, (参照 2017/07/10) を引用した。
- (4) Yoshimura *et al.* (2016)を参考にした。
- (5) Fish Marketing Organization (2010) Fisheries Record. Ministry of Agriculture and Cooperatives の統計書を参照した。
- (6) Fish Marketing Organization (2017) <http://www.fishmarket.co.th/index.php/2017-01-05-07-25-11>, (参照 2017/07/10) を参照した。
- (7) 山尾(1999)を引用した。

- (8) Maeklong Fishery Cooperative Ltd. (2012)を参照した。
- (9) Fish Marketing Organization (2014) Fisheries Record. Ministry of Agriculture and Cooperatives の統計書を参考にした。
- (10) Royal Thai Government, Government Gazette vol.133 special part 164 dated 15 June 2016 を参考にした。
- (11) Noranarttragoon P. *et al.* (2013)を参考にした。
- (12) Training Department Southeast Asian Fisheries Development Center(1986)を参照した。
- (13) 山尾(2008)を引用した。
- (14) 石毛・ケネス(1987)を参考にした。
- (15) Food and Agriculture Organization of the United Nations (2017)、FAO STAT Crops Rubber FAOSTAT_data_9-29-2017、<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>、(参照 2017/09/29) を参照した。
- (16) Food and Agriculture Organization of the United Nations (2017)、FAO STAT Crops Palm oil FAOSTAT_data_9-29-2017、<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>、(参照 2017/09/29) を参照した。
- (17) Department of Fisheries, Ministry of Agriculture and Cooperatives, and Command Center for Combating Illegal Fishing (2015)を参考にした。

参考文献

- [1] Department of Fisheries, Ministry of Agriculture and Cooperatives, and Command Center for Combating Illegal Fishing (2015) *Marine fisheries Management Plan of Thailand –A National Policy for Marine Fisheries Management 2015-2019*, Bangkok.
- [2] Maeklong Fishery Cooperative Ltd. (2012) *Maeklong Fishery Cooperative take care of both the sea and fishermen*, Samut Songkhram.
- [3] Noranarttragoon P., Sinanan P., Boonjohn N., Khemakorn P. and Yakupitiyage A. (2013) “The FAD fishery in the Gulf of Thailand: time for management Measures,” *Aquatic Living Resources*, 26(1), 85-96.
- [4] Training Department southeast Asian Fisheries Development Center (1986) “Surrounding nets,” *Fishing gear and Methods in Southeast Asia: I Thailand Revisional edition*, 21-62.
- [5] Tsamenyi M., Palma M., Milligan B. and Mfodwo K. (2010) “The European Council regulation on illegal, unreported and unregulated fishing: an international fisheries law perspective,” *International Journal of Marine and Coastal Law*, 25 (1), 5-31.
- [6] Yoshimura M., Okamoto J., Yasuma H. and Kimura N. (2016) “Characteristics of operations at fish-landing sites managed by private owners in Thailand,” *Bulletin of fisheries Sciences, Hokkaido University*, 66(1), 52-58.

- [7] 石毛直道・ラドル・ケネス(1987)「東南アジアの魚醤：魚の発酵製品の研究(5)」、『国立民族学博物館研究報告』第12巻第2号、国立民族学博物館、pp.235-314。
- [8] 山尾政博(1999)『開発と協同組合』、多賀出版。
- [9] 山尾政博(2008)「第二部 第3章タイ」、財団法人東京水産振興会『世界の水産物需給構造が及ぼす我が国水産業への影響「上巻」』、東京水産振興会、pp.139-174。

[謝辞] 現地調査に関して、現地の情報収集やインタビューの通訳等においては、カセサート大学、SEAFDEC（東南アジア漁業開発センター）、EMDEC（タイ湾東部海洋研究所）の協力を受けた。本研究は、総合地球環境学研究所の研究プロジェクト「東南アジア沿岸域におけるエリアケイパビリティの向上」(No. 14200061)の補助を受けたものである。インタビューに回答して頂いた現地のPierオーナーの方々、貴重なご意見を頂いたプロジェクトに携わる先生方に厚く御礼申し上げます。

(受理日：2018年1月11日)