

甘いバナナの苦い現実

2020/10/07 市橋秀夫

グローバル・ガバナンスの変容とバナナ市場

- グローバル新自由主義のもとでの規制緩和・競争激化という背景のなかで・・・
 - 日本市場の相対的地位の低下： 中国、中近東
 - 日系商社の目論見・見通しは良好とはいえない： コンスタントな利益確保に苦闘

フィリピンのバナナ輸出相手国 2018年：重量、価額、シェア

	重量（千トン）	価額（百万米ドル）	価額シェア（％）
中国	1,165.88	496.23	35.90
日本	944.76	485.22	35.11
韓国	387.99	192.24	13.91
アラブ首長国連邦	195.63	61.34	4.44
イラン	162.60	47.77	3.46
その他	269.35	99.31	7.19
総計	3,126.20	1,382.11	100.00

サプライチェーンの現状

- サプライチェーンの川上： 相変わらず不透明な生産現場の実態
- サプライチェーンの川中・川下（日本国内）：
 - コールドチェーンの確立： 日本中に毎日均一品質バナナを配送
 - 競争激化と相互補完の混在： 大手商社、物流会社、追熟配送会社などが相互に垣根を侵犯しつつ相互補完
 - 中小卸・小売りの生き残りはますます困難に？

フィピン輸出以降の作業工程



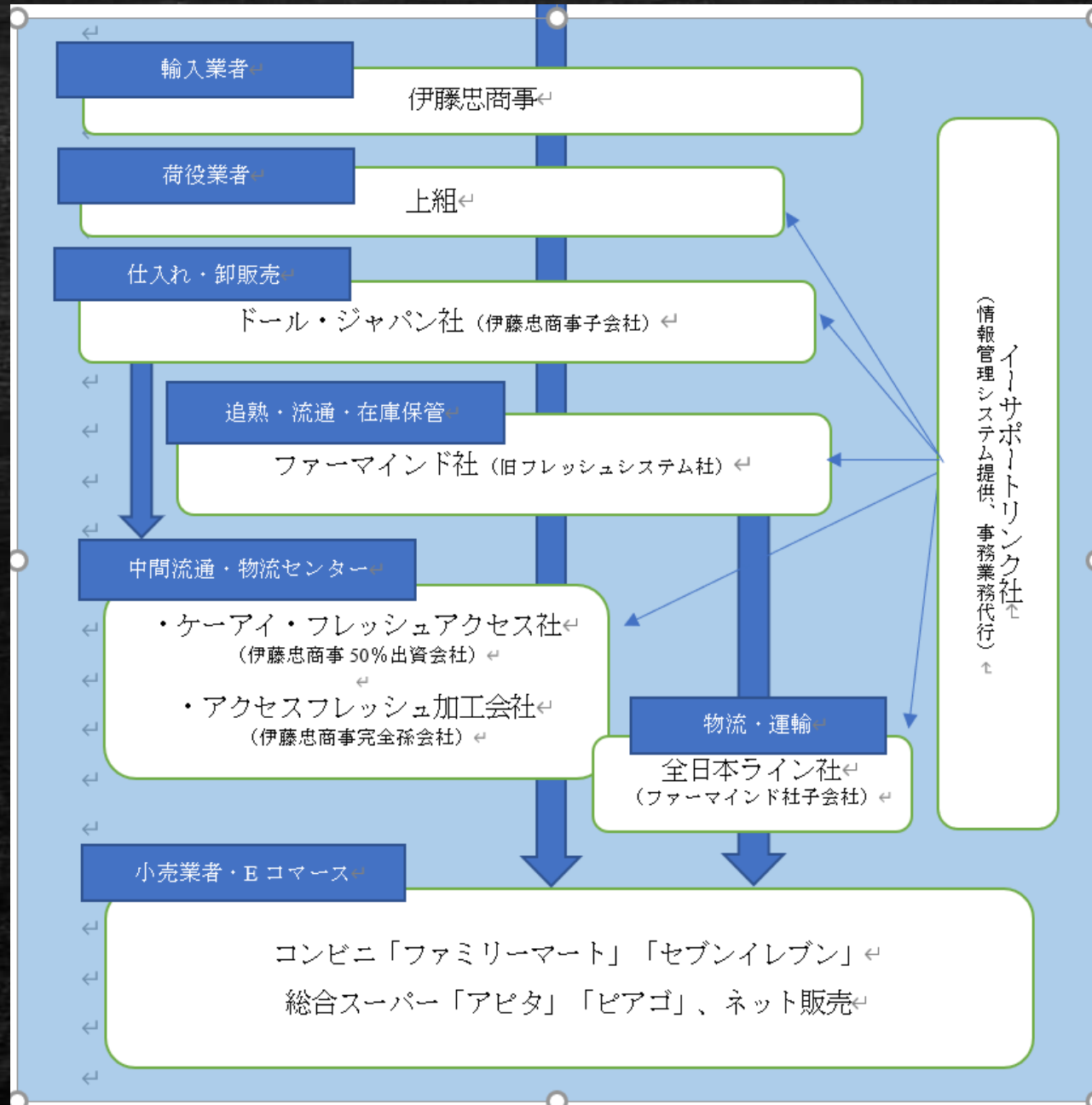
日青協加盟のフィリピンバナナ輸入業者と輸入数量 2016年

輸入業者名	輸入数量（箱）
伊藤忠	1,525万7,316
スミフル	1,461万7,060
デルモンテ	768万1,286
ユニフルーティー	667万9,994
ANA	386万5,225
ローヤル	152万5,633
富士	74万8,862
その他	194万533
計	5,231万5,909

日本におけるバナナの輸入業者の多様なタイプ

商社系輸入業者	伊藤忠商事
	スミフル・ジャパン
	ANAフーズ
青果物特化型輸入業者	フレッシュ・デルモンテ・ジャパン株式会社
	ユニフルーティール・ジャパン
	ローヤル
地域独立系青果物輸入業者 (輸入・加工・卸売)	南国フルーツ株式会社 (福岡県福岡市)
	船昌商事株式会社 (東京都大田区)
	株式会社タナカバナナ (三重県伊賀市)

日本国内のサプライチェーン概略図 伊藤忠商事の事例



認証ラベルのジレンマ： 海外の認証フェアトレードの苦悩

- 海外の認証フェアトレードの動向
 - 老舗ブランドや大手スーパーが相次いでフェアトレード財団ラベルを撤廃し、独自の認証ラベルを使用
 - 消費者の「ラベル疲れ」'label fatigue' を見越した企業戦略
 - フェアトレード財団は、コンサルタントとして関係継続

- 「グリーン・ウォッシュ」か、「グリーン・シフト」か
 - 労働、環境、地域づくりの条件の希釈化がさらに進行する危険

国際フェアトレード認証ラベル

The FAIRTRADE Mark



レインフォレスト・アライアンス



'Green & Black's new UK chocolate bar will be neither organic nor Fairtrade'
The Guardian, 3 August 2017.



1994: Maya Gold bar , UK's first Fairtrade mark

2005: bought by Cadbury,

2010: acquired by Mondelez (formerly Kraft Foods)

Cadbury Dairy Milk



<https://www.cadbury.co.uk/products/cadbury-dairy-milk-11294>

Sainsbury's own 'Fairly Traded' eco-label



<https://www.edie.net/news/7/Sainsburys-swaps-Fairtrade-with-Fairly-Traded/>

Cocoa Life
managed by Mondelez International, U.S.



Mondelez
International



オルタナティブ取引の課題、消費者の責任

- ATJバラゴンバナナの意義
 - アジア市民運動 + 日本の生協運動 ⇒ 多国制企業バナナへのオルタナティブを提示、具体的に実現
 - 一般市場へは不参加
- 今後の課題
 - フェアトレード市場の拡大による小規模生産者の生活向上戦略は、必ずしも望ましくないのではないか
 - 小規模であること 'being small-scale' が持つ意味を考える必要
- 消費者の責任