



Fair Finance Guide 見えないバナナのサプライチェーン

2018年7月28日

Fair Finance Guide Japan



本報告書の作成にあたってはスウェーデン国際開発協力庁（Sida）の助成を受けています。

「私は子どもたちに何もしてやれない ...」

—ダニロ・フログさん

「バナナ農園で働いて45年。暮らしは一向に良くなる。7人の子どもたちの内、2人は障がいを持って生まれた。お医者さんの話ではバナナにかかわる農薬が原因かもしれないようだ。子どもたちに学校を卒業させることもできなかった。お金がなかったからだ。私は子どもたちに何もしてやれない ...」



甘いバナナの苦い現実

—手軽なバナナの裏に環境・人権問題

手軽な果物の代名詞ともいえるバナナ。

日本にやってくるバナナの約8割がフィリピンから届いています。しかし、その裏ではダニロ・フログさんのようなバナナ農家の苦難があり、そしてセレス・ハウスさんら先住民族の怒りがありました。私たちは消費者として、預金者としてその声に応える責任があります。

エシカル・バナナ・キャンペーンとFair Finance Guide Japanの共同調査では、このたびバナナのサプライチェーン（産地から私たちの食卓に載るまでの流れ）を調査するとともに、スーパー、コンビニエンス・ストアチェーンなどを含む大手小売り五社の調達（サプライチェーン）方針を調査しました。

その結果、小売大手のイオン株式会社、セブン&アイ・ホールディングス、ユニー・ファミリーマート・ホールディングス、ライフ・コーポレーションではいずれも環境・人権へ配慮した調達方針を持っているにも関わらず、実際のサプライチェーンを検証すると、いずれもダニロさんやセレスさんの事例で見られるような劣悪な栽培環境から調達していないことを公開情報からは証明できません。

また、サプライチェーンの管理・方針の周知徹底が十分でない実態はバナナに限られる問題ではありません。エシカルバナナ・キャンペーン及びFair Finance Guideでは小売大手が責任あるブランド企業として一層のサプライチェーン管理対策と方針の周知徹底を行なうことを求めるとともに、その取り組みが不十分な企業に対しては大手金融機関もその環境・人権方針に照らし合わせて投融資を見直すことを求めます。

現在、Fair Finance Guide Japanの格付け対象となっている金融機関の中で企業のサプライチェーン方針をその投融資行動の中で包括的に評価の対象とする金融機関はありません。そのことが今回見つかった問題の本質を示しています。

食糧システムがグローバルに広がるなか、食料品を販売する小売店の責任はグローバルに行き届く仕組みになっておらず、そのことが金融インセンティブにもつながっていません。経済的な合理性が問われてしまっているのです。この構造上の欠陥を解消しない限り、バナナ以外にも新たな問題が見つかっていくことを危惧します。



セレス・ハウスさんらが暮らすラカグ村には先住民族ティボリの人びとが長年生活していました。しかし、バナナ農園に関する説明会に参加した住民らは参加の署名が、そこでの農薬の空中散布へ賛成する署名として流用されました。以降ラカグ村では空中散布による周辺住民の皮膚病・失明などの健康被害が後を絶ちません。家畜も死に、飲み水も汚染されてしまいました。ラカグ村は「毒の雨」が降る村になってしまったのです。

「ここで暮らすことは命がけになってしまった」

—セレス・ハウスさん

大手小売りの取り扱いバナナと大手金融機関による投融資状況

企業名	イオン株式会社	セブン&アイ ・ホールディングス	ユニー・ファミリーマート ・ホールディングス	ライフ ・コーポレーション
スーパー・コンビニ名称	イオン、マイバスケツト、カスミ、マルエツ、マックスバリュなど	セブンイレブン、イトーヨーカドーなど	ファミリーマート、アピタ、ピアゴなど	ライフ
サブライチエーション上で問題事例が報告されている取り扱いブランド	甘熟王 極撰バナナ スウィーティオ ドールバナナ	極撰バナナ	甘熟王ゴールドプレミアム 極撰バナナ スウィーティオ	甘熟王 甘熟王ゴールドプレミアム 極撰バナナ スウィーティオ
三菱UFJ	貸付額	1392.69	312.00	76.53
	株式保有額	—	—	30.37
みずほ	貸付額	654.37	339.00	40.03
	株式保有額	—	—	—
三井住友	貸付額	1621.66	305.80	43.20
	株式保有額	431.63	—	38.83
りそな	貸付額	—	—	33.81
	株式保有額	244.87	—	33.84
三井住友トラスト	貸付額	—	180.00	202.03
	株式保有額	—	—	74.03
農林中金	貸付額	—	—	170.35
	株式保有額	—	—	61.12
合計	貸付額	3668.72	1136.80	565.95
	株式保有額	676.50	—	238.19
投融資額 (億円)*				

*調査対象となる公開情報に基づいて確認された投融資総額であり、各金融機関による投融資総額を必ずしも表しません

1. はじめに

1-1. 日本人に身近な果物としてのフィリピン産バナナ

バナナは、日本では沖縄や九州地方などのきわめて限定した場所でしか栽培されていない洋物、南方の果物である。しかし、日本人にとってはとても身近な果物である。表1は、輸入果物の日本国内における2015年の卸売価額を上位から並べたものだが、バナナは684億円でダントツの一位の価額を誇っている。

表1 輸入果物の日本国内での卸売価額 2015年

輸入果物品名	価額(千円)
バナナ	68,413,271
キウイフルーツ	20,484,281
オレンジ	13,429,417
レモン	11,853,579
パインアップル	11,532,669
グレープフルーツ	9,675,954
おうとう	2,436,950
メロン	1,810,588
その他の輸入果実	21,147,444
輸入果実計	160,784,152

出典：農林水産省統計より作成

国内で栽培されているほかの果物と比較してみても、バナナの定着ぶりは目を見張るものがある。卸売価額の総額でみると、表2に示さるよう、いちご、りんご、みかん、ぶどうに次ぐ人気を誇っている。

表2 果実の卸売価額 2015年

品名	価額(千円)
いちご	153,579,400
りんご	136,092,697
みかん	135,091,714
りんご(ふじ)	85,130,126
ぶどう	74,475,901
バナナ	68,413,271
メロン	63,702,238
その他の雑かん	59,774,482
すいか	53,618,212
日本なし	41,150,875

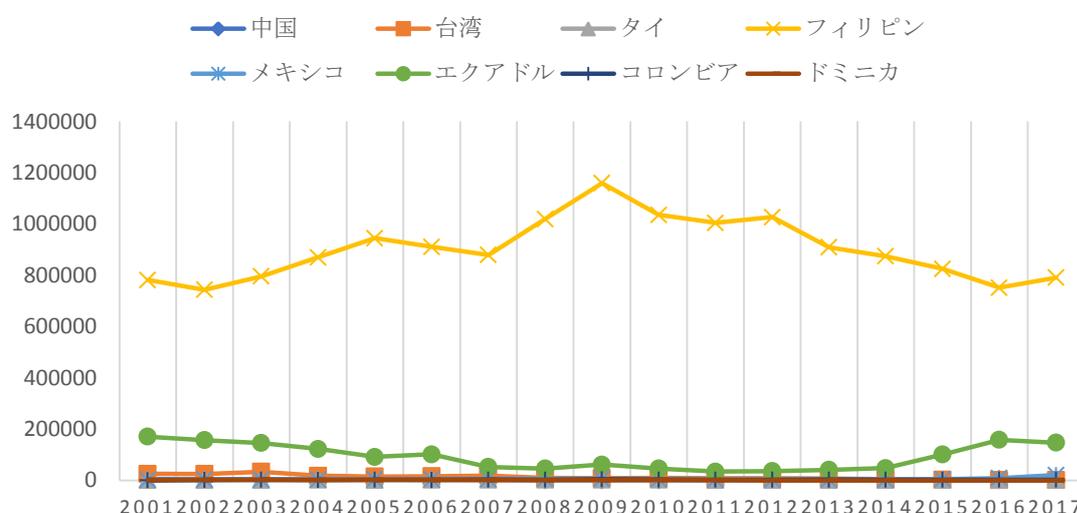
出典：農林水産省統計より作成

さらに、一世帯当たりの月別購入状況を総務省の家計調査で見ると、1.2kg~1.8kgを購入している¹。これは、バナナの大きさにもよるが、およそ毎月8本~16本のバナナが1世帯で消費されていることになる。

¹「バナナ大学のウェブページ」(<http://www.banana.co.jp/basic/knowledge/import.html>)

このように日本で好まれて食されているバナナ、すなわち日本で流通しているバナナであるが、その圧倒的多数はフィリピン産であることを次にみておきたい。図1は、21世紀に入って以降、日本に輸入されたバナナの出荷国を経年で追った折れ線グラフである。最も輸入重量の少ない2002年でも約74万3,550トン、最も多量のフィリピン・バナナが輸入された2009年で119万9,120トンが海を超えて運ばれてきている。フィリピン産バナナの王者の地位は、21世紀に入ってから一度も脅かされたことはなかったように見える。

図1. 国別バナナ輸入量(1,000kg)の推移
2001-2017年



出典：財務省貿易統計より作成

1-2. 2013年以降のフィリピン産バナナ——相対的な地位はやや低下の傾向

しかし、もう少し詳しく見てみると、表3に示したように、日本が輸入するバナナの産出国の構成は2010年代に入ると大きく変わってきていることがわかる。過去5年間のあいだにそれは特に顕著で、フィリピン産バナナのシェアは、2013年の93.2%から2017年の80.2%へと下落し、代わってその穴を埋めるようにエクアドルをはじめとする中南米諸国からの輸入量が増大している。

フィリピンでは2012年に台風がミンダナオ島を直撃し、バナナの栽培に大きな被害が出た。その後バナナの生産高は下落し、その影響で日本への輸出も2013年以降減少している。2014年以降、フィリピン国内におけるバナナ生産自体は回復を遂げているものの、2015年と2016年には天候不順、とりわけエルニーニョ現象の影響によって生産高は再び下落し、その影響で日本へのフィリピン産バナナの輸出量は引き続き減少したと言われている。しかし、日本に輸出されるフィリピン産バナナの減少理由は、自然現象のためばかりとも言えない。エクアドルとメキシコからの輸入量の伸び率は著しく高く、フィリピン産バナナの市場に大きく食い込んできている。後述するように、中国や中近東諸国など日本以外のマーケットの需要も力強く増してきて、フィリピンのバナナが日本以外の市場に流れ込んでいることも見逃せない。

表3. 日本の国別輸入バナナ量(1,000kg)の推移 2013-2017年

	2013	2014	2015	2016	2017
フィリピン (シェア%)	909,226,609 (93.2%)	874,292,537 (92.4%)	824,824,345 (86.0%)	751,220,580 (78.5%)	790,655,415 (80.2%)
エクアドル	41,032,062	48,117,681	100,541,083	157,807,659	147,071,890 (14.9%)
メキシコ	2,991,450	3,052,500	4,286,510	8,627,626	20,236,091 (2.1%)
グアテマラ	4,074,703	7,334,130	14,729,263	16,910,858	9,853,136
ペルー	6,230,103	4,117,010	3,568,147	4,472,204	4,428,616
コスタリカ	—	618,730	845,478	4,992,578	3,536,656
インドネシア	—	—	2,827,648	5,829,498	2,638,363
コロンビア	2,731,339	2,583,568	2,444,793	2,480,171	2,242,189
タイ	1,409,861	1,429,025	1,881,553	1,864,420	2,050,448
ベトナム	34,160	—	18,786	970,406	1,860,472
台湾	6,787,279	4,056,077	3,235,850	1,574,292	1,053,584
中国	548,464	481,005	146,475	—	—
合計(kg)	975,066,030	946,241,383	959,349,931	956,758,872	985,709,072

注) 2017年の価額が高い順に配列。

出典：農林水産省統計より作成

以上、今後の動向が注目されるものの、今のところフィリピン産バナナは日本にとって最も重要な存在であり続けている。

1-3. フィリピンにおける輸出用果物としてのバナナの重要性

では、フィリピンから輸出される農林水産物品のなかで、バナナの輸出はどの程度重要な存在なのだろうか。表4は、フィリピンにおける輸出農水産物商品の輸出価額における上位10品目を示したものである。生鮮バナナの輸出価額は、ココナッツ・オイルに次いで2位であり、外貨を稼ぐ重要な物産品となっている。この表には含まれていないが、フィリピン産バナナには生鮮品として輸出されるキャヴェンディッシュ種だけではなく、バナナチップスやバナナケチャップなどの加工品としても輸出されるカルダヴァ種もあり、バナナ栽培はフィリピン経済にとって重要な位置を占めている²。

表4. TOP AGRICULTURAL EXPORTS: VALUE, PHILIPPINES, 2016

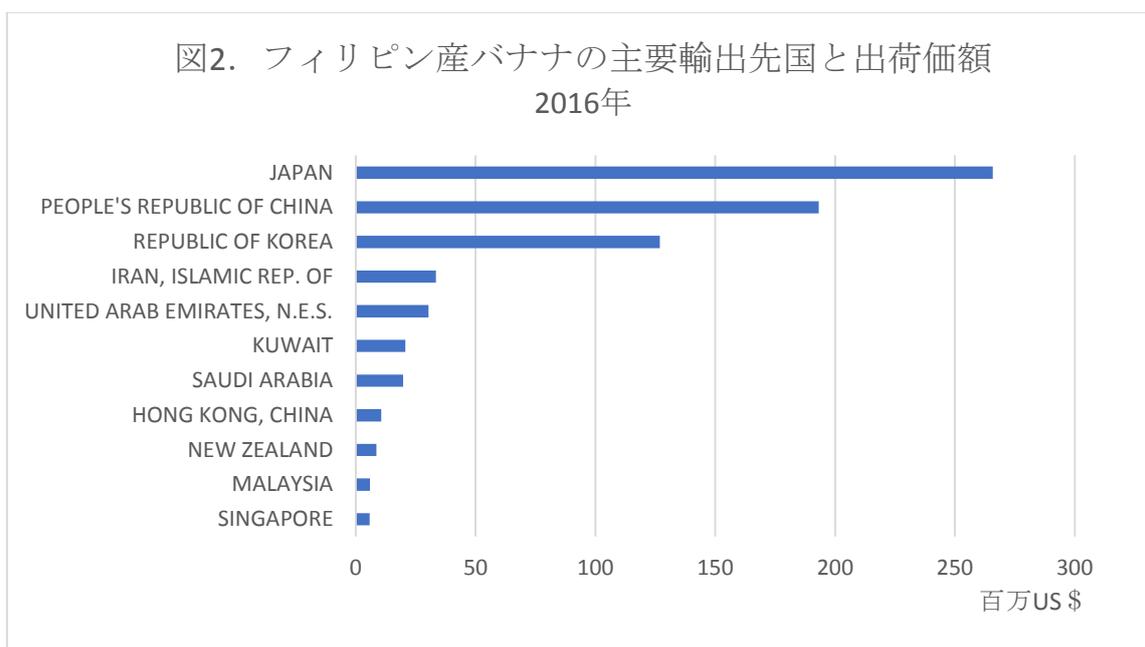
Commodity	Value (FOB in million US \$)
COCONUT OIL (crude & refined)	1,151.69
BANANAS, Fresh	730.36
PINEAPPLE AND PINEAPPLE PRODUCTS	710.66
TUNA	277.52
DESSICATED COCONUT	210.04

² 輸出用バナナとしてのカルダヴァ種（およびサバ種）の重要性については、Roehlano M. Briones, 'Domestic Resource Cost in Philippine Agriculture: Measuring Global competitiveness of Key Commodities', *Philippine Journal of Development*, vol. 41, no. 1 (2014) and vol. 42, no. 2 (2015), pp. 21-50 を参照のこと。

SEaweeds & Carageenan	199.25
TOBACCO MANUFACTURED	161.18
CENTRIFUGAL SUGAR	99.04
MILK & CREAM PRODUCTS	91.68
TOBACCO UNMANUFACTURED	74.85

出典：Philippine Statistics Authority, *Selected Statistics of Agriculture 2017* より作成

次に、輸出先としての日本のマーケットは、フィリピン産バナナにとってどの程度の存在価値を持っているのだろうか。図2は、2016年におけるフィリピン産バナナの輸出先国の上位11か国を示したものである。日本への輸出額は2億6578万USドル（約289億835万円）で、日本への輸出が最も多い。しかし、2位の中国への輸出額は、日本の輸出額の72.7%に達している。また韓国への輸出額も日本への輸出額の半分近くに達している。つまり、フィリピンは中国や韓国などの東アジア各国、あるいは中近東諸国へと、自国産バナナの輸出先を多様化してきているのである。前節で述べたように、それら経済発展の著しい諸国でのバナナ需要は旺盛であり、日本のバナナ市場の魅力がもはや独占的な地位にないことがわかる。とはいえ、2016年においてもなお、日本はフィリピンから輸出されるバナナ全体の36.4%を輸入しており、最も重要な顧客であることに変わりはない。



出典：Philippine Statistics Authority, *Monthly Philippine Export by commodity and by country of destination*, 2016 より作成

1-4. 本報告書の構成と論点

以上みてきたように、日本にとってのバナナとは、今もなおフィリピン産バナナであるといえるほどにフィリピン産バナナが日本のマーケットで占めるシェアは大きい。また、フィリピンにとっても、中国や韓国、あるいは中近東などのグローバル・マーケットの重要性が増してきているにもかかわらず、今なお日本のバナナ市場は最大の

市場としての重要性を保っている。かように、フィリピン・バナナと日本との結びつきはとても強い。

では、このフィリピン・バナナがどのように栽培され、収穫され、出荷され、日本まで運搬されているのか、また日本に荷揚げされてからバナナがどのように流通し、小売店の店先に並び、私たちが手にすることになるのか。

第2章「バナナのサプライチェーン」では、日本市場にむけて輸出されるフィリピン産バナナのサプライチェーンを、経路と、その経路のなかで分配される価値額に注目して理解を試みてみたい。バナナの生産、輸出、輸入、消費にいたる複雑で多様な流通のおおよその構造を、その流通過程に関わるアクターの事例にふれながら示してみたい。

第3章「ミンダナオ島におけるバナナ生産者」では、サプライチェーンの出発点であり末端に位置するフィリピンの生産者・労働者が受け取る価値額がいったいどれくらいになり、それが日本の小売販売価額に占める割合が小さいことを示す。そのあとで、小規模バナナ生産者およびその地域が置かれた状況を、環境問題の観点から検討し、アグレッシヴにバナナ・プランテーションを拡大する日本の商社の行き方に疑問を投じた。

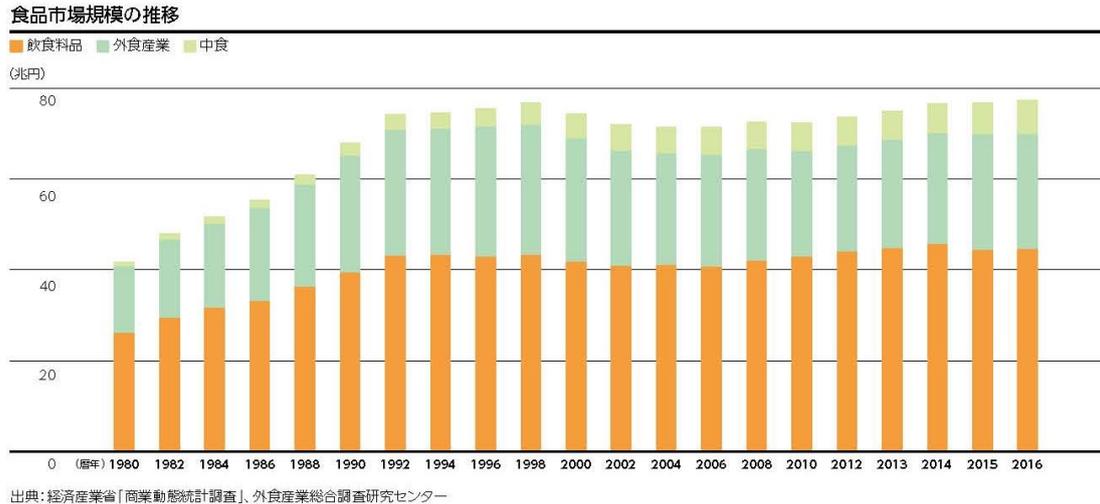
最後に、第4章では、バナナの量販店である総合スーパーを展開する大手小売業者を支えているファイナンスについて述べた。

2. バナナのサプライチェーン

2-1. 日本の食品小売業界の現状

日本の飲食料品の販売は、図3の棒グラフのオレンジ色部分が示しているように、全体としての売り上げは横ばいであるが、その売上高は年間40兆円を超える巨大産業である。

図3. 食品市場規模の推移 1908-2016年



出典：セブン&アイ・ホールディングス『コーポレートアウトライン 2017年版』

商品や業態の分類の仕方が統計ごとに異なるので、数値が必ずしも一致せず煩雑になるが、以下、いくつかの統計をつきあわせながら、飲食料品販売を主力にした「食品スーパー」（販売額の70%以上が飲食料品）と、非食品も販売する「総合スーパー」が、飲食料品の小売市場においてきわめて大きなシェアを有していることを確認しておきたい。

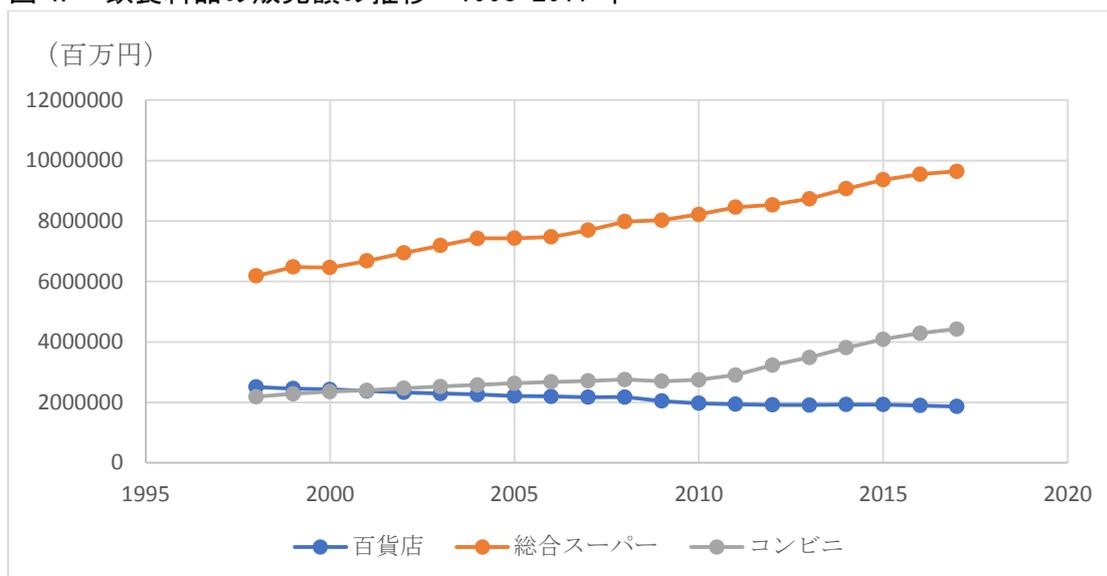
まず、日本政府の小売業統計（「平成28年経済センサス活動調査」）から2016年の年間商品販売額をみると、日本の小売業全体の売り上げは、145兆1038億円であり、そのうち飲食料品を含む商品を小売販売する小売業態全体の年間販売額は54兆4477億円となっている。この飲食料品を販売する小売業の中で最も大きな販売額を占めているのが「各種食料品小売業」と分類されている「食品スーパー」であり、20兆5521億の販売額、シェアにして37.75%、店舗数では全スーパーマーケットの90%を超えるシェアを誇っている。

次に大きいのが「百貨店・総合スーパー」であり、販売額12兆6348億、シェア23.21%である。ただし、この「百貨店・総合スーパー」は、販売額に占める食料品の割合は最大限でも70%未満という規定になっているので、食料品販売に限ったシェアは実際にはさらに小さくなる。他方、ここで依拠している「平成28年経済センサス活動調査」では「飲食料品を中心とするものに限る」と規定されている「コンビニエンスストア」の販売額は8兆7219億円で、シェアは16.02%である。果物だけを小売りする「果実小売業」は販売額が1189億円、シェアは0.28%、事業所数は3,545か所、従業員人数の合計は12,233人で、いわゆる「果物屋さん」の果たす役割は大きくない。

次に、飲食料品に販売商品を限定した統計（経済産業省「商業動態統計」）を利用してみたい。この統計では、百貨店、総合スーパー、コンビニの飲食料品のみの売上が抽出されているので、それを比較してみたい。図4が示しているように、総合スー

パーの優位が非常に顕著になる。総合スーパーの2017年の売上は9兆6440億円とされ、売上げの増加傾向もコンビニと同等以上に優れている。ただし、これは、総合スーパーと百貨店が「飲食料品」で集計されているのに対して、コンビニでは「ファーストフードと日配食品」のみで集計されている（乳飲料を除く飲料や加工食品、非食品の販売額は含まれていない）という点に留意する必要がある。百貨店は、飲食料品においては売上げが下落傾向にある。

図4. 飲食料品の販売額の推移 1998-2017年



出典：経済産業省「商業動態統計」から作成³

以上見てきたように、飲食料品が大半を占める小売販売を行なっている「食品スーパー」は20兆円規模、「総合スーパー」の飲食料品の販売額は10兆円規模となっており、この二つの業態で飲食料品の小売販売総額44兆5360億円（経済産業省「商業動態統計」2017年）の6割以上を占めていることが分かる。こうした「総合スーパー」や「食品スーパー」の中心的プレーヤーは誰なのか。

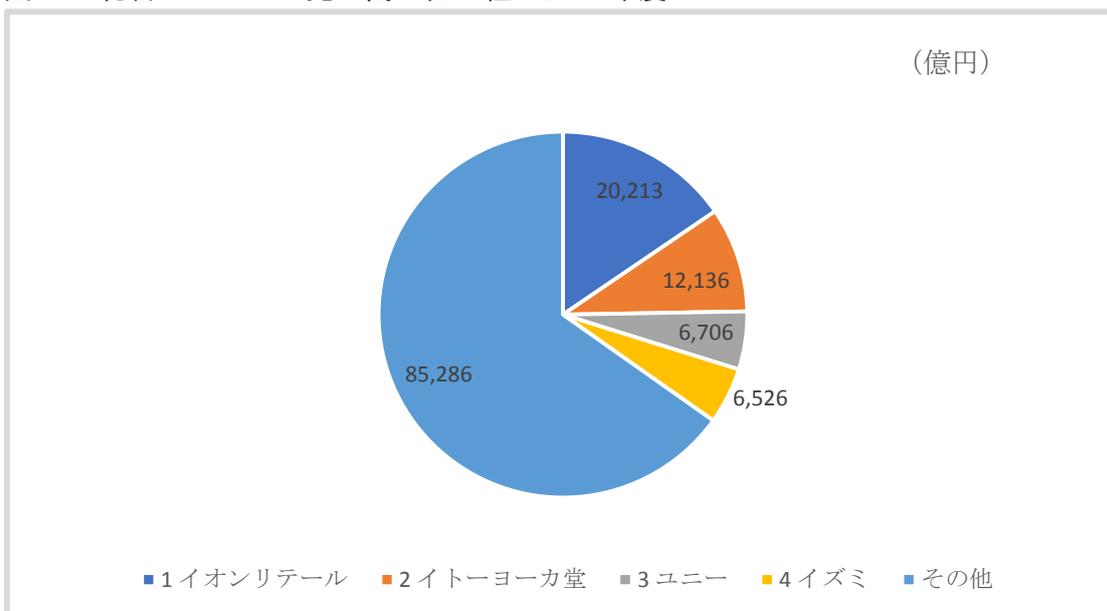
図5が示しているように、スーパーのなかの売上げ最大手は総合スーパーのイオンリテールで2兆円を超える売上を達成している。この売上額は非飲食品売上げも含んではいるものの、総合スーパーの飲食料品販売総額の20%にあたる規模である。イオンリテールは、純粋持ち株会社であるイオン株式会社の総合スーパー部門でトップの売上を誇るグループ企業であるが、イオンはほかに、総合スーパーの参加企業を13社、いわゆる食品スーパーを29社抱えている（さらにイオンは、ドラッグストアやコンビニといった小売業態のほかにも、金融や不動産など各種サービス事業を行っ

³ 百貨店、総合スーパーは、飲食料品の販売額。コンビニは、ファーストフード、日配品の販売額。

ている)。第2位はイトーヨーカ堂の1兆2,130億円、第3位がユニー⁴、第4位がイズミ⁵となっている。この上位4社で、全売り上げの34.8%を占めている計算になる。

一方、日本全国の小売店舗数は、2016年について100万店舗を割り込み、20年前と比較するとほぼ3軒のうち1軒の割合で小売店舗が消滅してきた計算になる。つまり、弱小零細小売業店舗はいうまでもなく、大手であっても売上の伸びない店舗は閉鎖されるなどして統合整理が厳しく進んできているのである。

図5. 総合スーパーの売上高上位4社 2017年度



出典：セブン&アイ・ホールディングス『コーポレートアウトライン 2017年版』から作成。

第5位以下には、ユナイテッド・スーパーマーケットHD⁶、ライフコーポレーション⁷、アークス⁸、パローHD⁹、平和堂¹⁰、ヤオコー¹¹、フジ¹²、オークワ¹³、いなげや¹⁴、などの企業が名を連ねている。

⁴ コンビニ「ファミリーマート」を擁するユニー・ファミリーマートホールディングスのグループ企業で、本社は愛知県稲沢市。「アピタ」、「ピアゴ」のブランド名で総合スーパーを展開。

⁵ 中国、九州地方で総合スーパーを展開。本社は広島県広島市。2018年4月、イトーヨーカ堂を展開するセブン&アイ・ホールディングスとの業務提携を発表。

⁶ マルエツ、カスミ、マックスバリュ関東をグループ傘下企業として保有。本社は東京で、2018年現在で首都圏で517店舗を展開。

⁷ 大阪と東京に本社を置き、首都圏と近畿圏の両方で店舗を展開。衣料品の取り扱いがある総合スーパー店舗、食料品スーパー店舗、異業種とのコラボ店舗など、多様な出店業態を追求。売上高6,300億円。

⁸ 北海道・東北に拠点を置くスーパーマーケット8社とその他の事業会社1社を擁する食品流通グループ。2016年に売上高5,000億円を達成、2018年2月現在のグループ店舗数は336店舗。

2013 年に出された日銀のレポートによれば、小売業界（および卸売業界）は、企業買収（M&A）等を利用し再編がなされ、一段と寡占化の方向で進んでいくとの分析予想が示され、以下のような結論が導き出されている。

- ①業界内での水平的競争環境の変化として、小売、卸売の寡占化が進んでいること、
- ②業界間での垂直的競争環境の変化として、流通経路が短縮化し、寡占度を高めた企業の価格交渉力が強まっていること、
- ③個別企業の取り組みとして、小売の自社ブランド製品拡充の動きや、取引慣行改善に向けた業界間連携の動きなどが進んでいること、が確認された。先行きについても、各業界内での合理化・効率化の動きや業界間での連携の動きが、一段と進んでいく可能性がある¹⁵。

日本の小売マーケットは欧米に比べて地域色が強く、多様で、利益も小さい。日本のスーパーマーケット業界には 8,000 社が属し（帝国データバンク調べ）、うち年商上位 50 社まで数えてようやく業界全体の年商の半分以上を超える程度である¹⁶。主導的な大規模総合小売業者の純利益率も 1-3%といわれていて、ローソンやファミリーマートなどのコンビニが 5-8%に比べると競争の激しさが分かる¹⁷。かくして、全国的な寡占化の度合いは欧米に比べると相対的に低いものの、それぞれの地域商圏内で寡占化が進む傾向が強く見られ、その意味で中小零細の伝統的な小売業の苦境が続いていることには変わりがない¹⁸。また、大手小売業企業の全国規模での影響力は大きくなる傾向¹⁹にあり、地域ごとの日本的特色も次第に薄まる傾向にあるように思われる。フィリピン産バナナも、こうした寡占化傾向を強める主要小売企業の各店舗においてその多くが販売されているのである。

⁹ 東海地方を拠点にスーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア、スポーツクラブなどを店舗展開するバローグループの持株会社。売上高 5,000 億円。

¹⁰ 滋賀県を中心に近畿地方、北陸地方、東海地方で総合スーパーと食品スーパーマーケットを展開。

¹¹ 埼玉県を中心に関東地方に 150 店舗以上を展開。売上高 3,200 億円。

¹² 四国、中国地方でスーパーを展開。売上高 2,900 億円。

¹³ 和歌山本社のチェーンスーパーマーケット。近畿、中部地方の 1 府 7 県でスーパーを展開。売上高 2,600 億円。

¹⁴ 東京都立川市に本社。関東地方南部を中心に 138 店舗を展開するスーパーマーケット。イオン株式会社と業務提携。売上高 2,500 億円。

¹⁵ 尾島麻由美・三好祐子『消費関連産業の競争環境と販売戦略：最近の食品関連産業の動向』（日本銀行調査統計局）、2013 年、15 頁。

¹⁶ 『2013 年版スーパーマーケット白書』2013 年、58 頁。

¹⁷ Deloitte Global Service, *The Path to 2020: Taking the Long View of Retail Market Entry* (2013), p. 6.

¹⁸ Deloitte Global Service, *The Path to 2020: Taking the Long View of Retail Market Entry* (2013), p. 39 によれば、2010 年現在で、食料品の売上に占める伝統的小売業者のシェアは 20%を切るに至っている。

¹⁹ 堀内芳彦「食料消費構造の変化と食品小売業の対応—地域密着で生鮮強化を図るスーパーマーケットの戦略を中心に」『農林中金』2016 年 11 月。

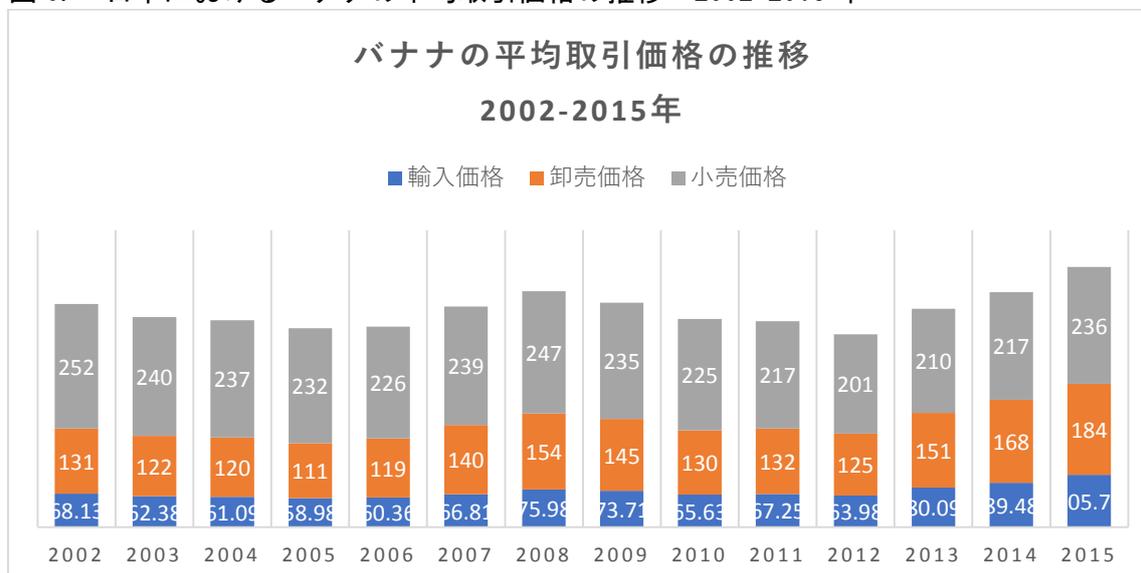
2-2. 日本におけるバナナの流通価格

本レポートの冒頭で、日本ではバナナが人気のある身近な果物であることを述べた。また、バナナの日本への輸出が、フィリピン経済に占める重要性についても強調した。まず、本節においては、日本におけるバナナの流通価格についてみていく。

図6に示したのは、バナナの輸入時、卸売時、小売時の年平均価格である。バナナの価格は天候の影響や季節の変化によっても大きく変化するが、ここではそれらをすべて捨象して、年平均の数値で全体像を把握することを目指したい。

図6をみると分かるように、小売価格が10年前とほとんど変動がないのに比べ、輸入価格と卸売価格には上昇が認められる。小売価格に変動がみられない場合には、輸入価格が上昇すれば、日本国内の各種流通業者は小さくなったパイを争うことを余儀なくされる。その争いの中で、小売業者ではなく卸売業者のほうが取り分を多くすることに成功している。

図6. 日本におけるバナナの平均取引価格の推移 2002-2015年



出典： FAO, *Banana Statistical Compendium 2015-2016* (2017)より作成

2015年を例にとってみると、小売価格に占める卸売価格の割合は78.3%を占め、小売業者がバナナを販売することで得られる収入は1キロ当たり52円/kgとなっている。ここには、消費税、小売販売にかかる諸費用が含まれていることはいままでの間もない。他方、卸売業者は、小売業者に販売する段階で輸入時点の価格(105.7円/kg)との差額となる78.3円を収入として得ることになる。ここには、関税、追熟費用、配送費用などが含まれる。

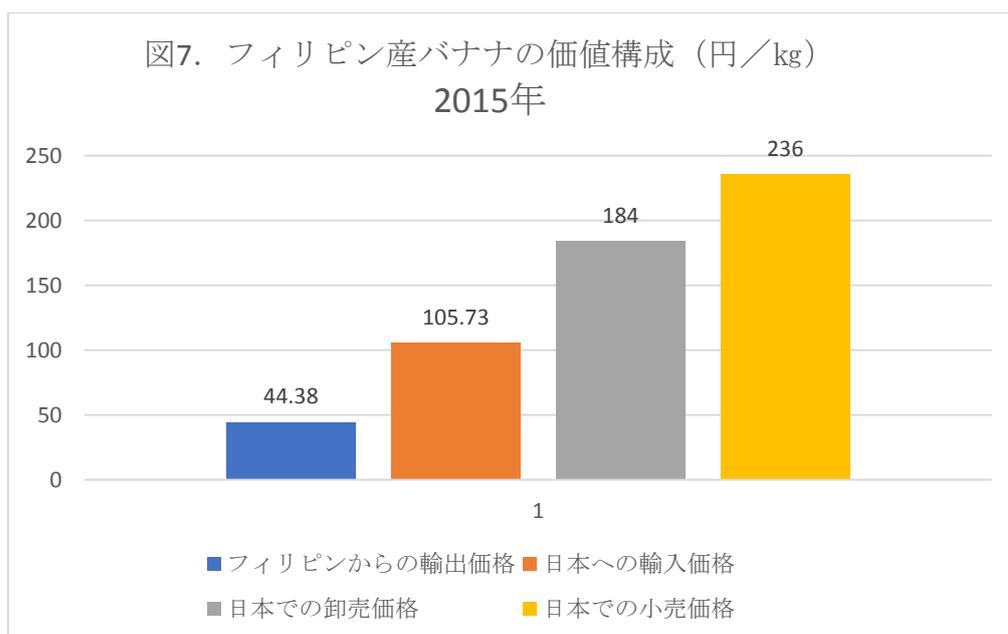
表5. 日本におけるバナナの取引価格と利益 2015年

取引価格の種類	取引価格 (円/kg)	小売価格に占める割合 (%)	各取引段階での差額 (円/kg)
輸入価格	105.7	44.8 %	-
卸売価格	184	78.0 %	78.3
小売価格	236	100 %	52

出典： FAO, *Banana Statistical Compendium 2015-2016* (2017)より作成

ここに、フィリピンからの輸出時の価格を算出すれば、輸入業者が得ることになる収入が判明する。ここで用いるフィリピン輸出時の価格は、日本市場向けに輸出されるバナナの価格の情報が入手できなかったので、世界各地に輸出されるバナナすべての年平均価格を利用することにした。バナナの輸出総価額を輸出総重量で除すというシンプルな形で計算した結果、44.38 円/kg という数字が出た。

以下の図7に示したのは、フィリピンの輸出価格から日本国内での小売価格までの価格階層図である。バナナの輸入業者は、1 kg 当たり 61.35 円の差額を得ていることになる。そこには、海上輸送費用や海上保険料などのコストが含まれている。



出典： フィリピンからの輸出価格については、Philippine Statistics Authority, *Selected Statistics of Agriculture 2017* より作成。

以上のような価格階層がバナナの流通過程には見られる。最終的にバナナ栽培に携わる生産者や労働者に、いったいどの程度の価値額が配分されているのだろうか。この問題については、第3章であらためて検討することとし、次節では、こうした価格階層に伴うバナナのサプライチェーン（流通経路）のあり方について明らかにしてみたい。

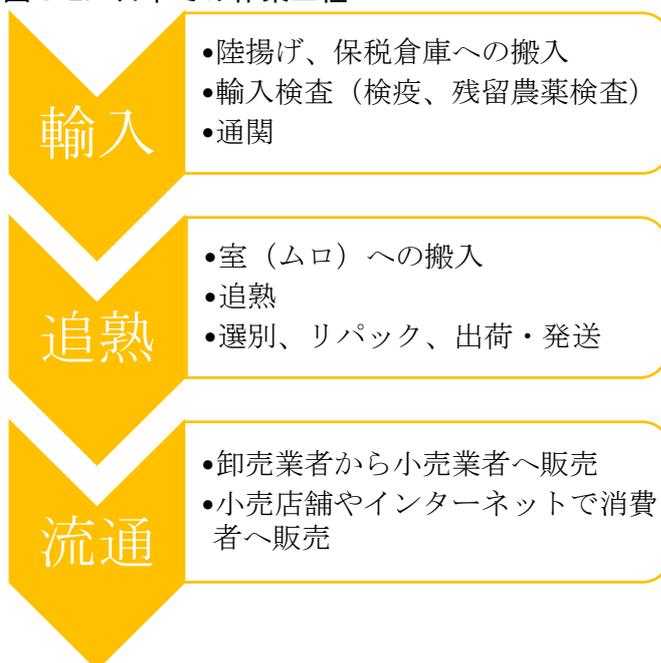
2-3. バナナのサプライチェーン

最初に、フィリピンにおけるバナナの栽培から日本国内におけるバナナの消費までの作業工程を確認したい。以下の図 8-1、8-2 で示したのは、一般的な作業工程の流れである。

図 8-1. フィリピンでの作業工程

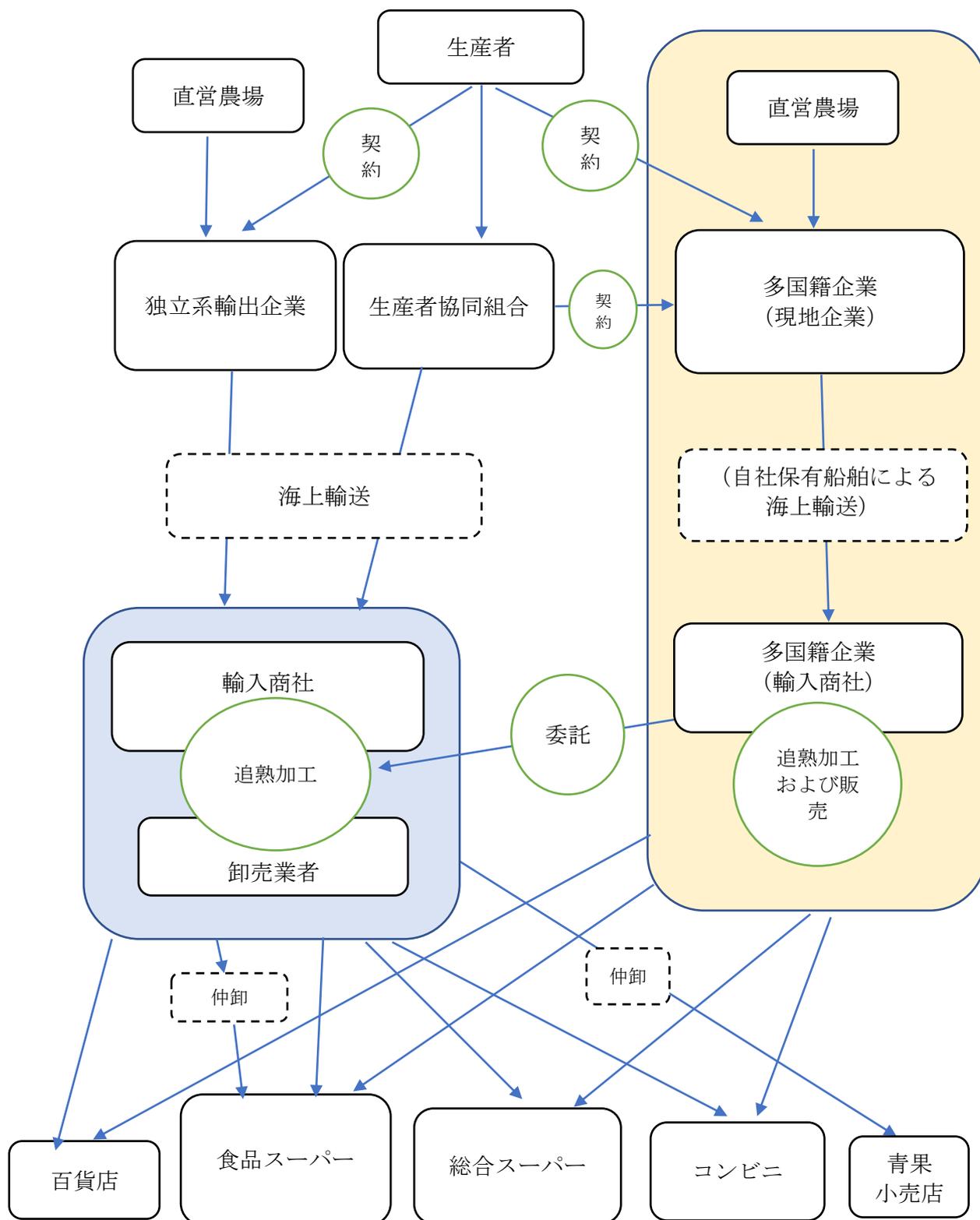


図 8-2. 日本での作業工程



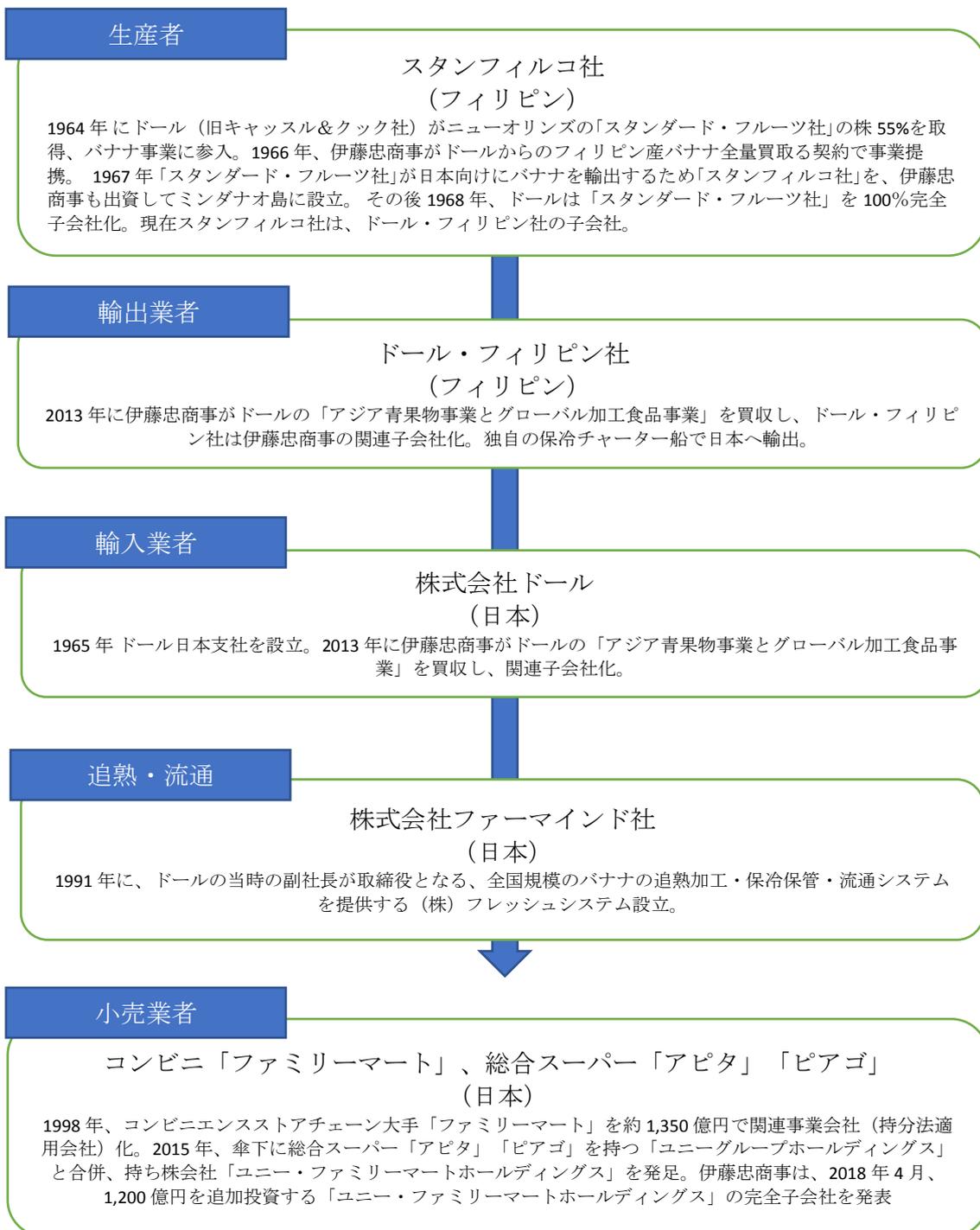
次に、これらの作業工程を管理統制しているアクターについて検討してみよう。次の図 9 に示したのは、フィリピンから輸出されるバナナのサプライチェーンを概略的に示したものである。実際の取引関係・契約関係は非常に複雑なものとなっていて、個々の事例で大きく異なる。

図9. フィリピンから日本へ輸出されるバナナのサプライチェーン概略図



たとえば、伊藤忠商事は事業提携や積極的な買収を進め、現在では図 10 に示したようなサプライチェーンを有し、生産から販売まで、垂直的な一貫したバナナの調達—供給経路を持っている。

図 10. 伊藤忠商事のフィリピン産バナナのサプライチェーン



出典： 伊藤忠商事ほか関連各社のウェブサイト情報等から作成。

伊藤忠商事という名前は、バナナを扱う会社の社名にも商品に表示されることがないが、伊藤忠商事がすべてのサプライチェーンを掌握している。そのうえで、さらに系列外の他の生産者からの買い付けも行ない、系列外の他の輸入会社からの追熟加工も受託し、さらには系列外の他の卸業者や小売業者にも販売をしているのである。伊藤忠商事とバナナの関りの歴史を振り返ってみると、日本のバナナ市場の展開は、伊藤忠商事が果たしてきた役割抜きには、語るができないといっても過言ではないだろう。

そうした伊藤忠商事をはじめとする日本の多国籍企業の動向も念頭に置きながら、以下の各節においては、さまざまな事例をあげてより具体的な説明を加えつつ、サプライチェーンのそれぞれの段階について説明していくこととする。

2-3-1. 生産者／労働者

輸出用バナナの栽培契約のあり方は、包括的農地改革法 Comprehensive Agrarian Reform Law (CARL) の施行 (1988 年) によって大きな影響を受けたとされている。以前は多国籍企業の輸出業者がバナナ・プランテーションを子会社として経営していたが、法律ができて以降は、ほとんどすべての農園が多国籍企業と契約を結んだ生産者協同組合によって管理されることになった。農地改革により農民は小規模土地所有者となったが、規模の経済を確保し生産性の水準を維持するために、企業は小規模土地保有者となった生産者に協同組合を組織させ、その組合が多国籍企業と契約を結んで、組織的にバナナを販売するという方途を選択したのである。生産者は、自分の小土地を保有したまま、契約によって生産物はすべて多国籍企業に買い上げてもらうという取引である。

こうして、農地改革受益者 (Agrarian Reform Beneficiaries) となったバナナ生産者は、生産者協同組合を組織して加入し、多国籍企業との間で決められた契約に沿って生産を行う契約栽培者となった。多国籍企業との契約では、多くの場合、パッキングまで生産者協同組合が行い、多国籍企業はそれを集荷するというかたちの契約になっていることが多いようである²⁰。

問題は、この契約の中身である。司法 NGO ともいうべき司法による権利擁護団体 IDEALS の調査によれば、契約書の中身は買い手に有利なように作られているという。たとえば、生産者は、買い手である輸出企業によって提供される苗、肥料や農薬、栽培やパッキングに必要な資材の購入を義務付けられているが、それらの価格をバナナの買い手である輸出企業が自由に変更設定できるような契約になっているという²¹。

生産者協同組合の中には、さまざまな不測のリスクがありながらも自立を保ち、直接に海外の輸入業者と取引を行なうタイプの生産者も登場してきた²²。ミンダナオの例では、ミンダナオ協同組合連合 (FEDCO) に加盟する個々の協同組合が、このタイプに該当する。高品質キャヴェンディッシュ・バナナを日本、中国、中近東に輸出する、ダヴァオ行政区 (Region XI) の農地改革受益者の小規模バナナ生産者協同組合の連合組織で、それぞれの加盟協同組合が海外の買い付け業者と直接取引できるようにするマーケティング・サービスを行なっている。取引先の海外市場には、日本、中国、韓国、中東がある。日本では、FEDCO のバナナは Kisho brand (希少ブランド)²³ という位置づけで、セブン&アイ・ホールディングス傘下のイトーヨーカドーのスーパーマーケットで販売されている。

ほかには、多国籍企業が直営で自主管理するバナナ農場がある。この場合は、自家保有地で栽培を行なう生産者としてではなく、労働者として雇用された非土地所有生産者がバナナの栽培を行うことになる。このような形で大規模農園を営んでいるのは、今日では多国籍企業ばかりではない。Lapanday Foods Corporation というダヴァオ市に本社を置く企業は、1997 年までは、もっぱら多国籍企業向けに向けてバナナを栽培しパッキングを行っていた会社であったが、以後自らバナナの輸出業を手掛け、

²⁰ Joy Hasmin De los Reyes and Wim Pelupessy, *Agrarian Reform in the Philippine Banana Chain* (2009), p. 24.

²¹ Oxfam in the Philippines, *A Destiny of Debts: Unmasking the Prejudicial Contracts in the Philippine Banana Industry* (2016).

²² Joy Hasmin De los Reyes and Wim Pelupessy, *Agrarian Reform in the Philippine Banana Chain* (2009), p. 24.

²³ この Kisho とはおそらく「希少」の意味で、具体的には 2012 年 6 月末から発売された『セブンプレミアムフィリピン産高地栽培バナナ』のことだと思われる。

国内でもバナナを供給する事業に乗り出した²⁴。フィリピンで初めてフィリピン・ブランドのバナナ（“Mabuhay” や “Estrella” や “Aloha” ）の輸出を始めた会社で、日本を含むアジア各国や環太平洋地域で販売された。1998年には自社の低温管理倉庫を建設し、2004年にはパッキング用の箱の自社生産も開始している。多国籍企業との契約栽培は、2006年に Unifrutti との契約栽培が終了し、2011年には Del Monte との契約も終了、非日本系の有力なバナナ企業となった。現在は、20以上のバナナ農園をミンダナオに所有し、North Cotabatoの農園では高地バナナの栽培も行なっている。農園の総計は6,000ヘクタールで年間2000万箱（1箱13kg）を出荷している。

2-3-2. 輸出業者

独立系の輸出業者は、個別に海運会社にバナナの海上輸送を委託しなくてはならない。日本までの輸送期間は直輸送の場合は11日程度かかるとされていたようであるが、途中で他港に立ち寄って積み増しをする場合などはさらに日数を要することになる²⁵。一方、多国籍企業では、自社保有あるいはチャーターした低温管理船舶を使うため日数管理が容易になる。伊藤忠商事のグループ会社 Dole の場合には週2回、約5日間でフィリピンのダヴァオから日本に運ばれている²⁶。

2012年の資料になるが、日本向け輸出業者については「フィリピンバナナ生産輸出組合」（PBGEA）の資料をもとにした詳細の分かる記録が、日本青果物輸入安全推進協会（日青協）発行の『2012年（平成24年）輸入青果物統計資料』に掲載されている。それによると、フィリピンの日本向けの主要輸出業者は、ドール Dole Philippines、デルモンテ Del Monte Philippines、ユニフル Unifrutti Philippines、住商 F Sumisyou F、フジ F Fuji F、ロイヤル Royal co. である。これら大手のフィリピン輸出業者に対して、種々のバナナ生産組織が輸出用キャヴェンディッシュ・バナナを供給している。以下の表6は、その生産者組織およびフィリピンの輸出業者のリストである。

表6. 日本向けバナナの輸出業者と生産者組織

輸出業者（輸出量のシェア）	輸出用バナナ生産者事業体 [その所有者]
Dole Phillipines 5472万2600箱（38.0%）	Sanfilco-Davao [Dole] Sanfilco-Gen. Santos [Dole] Diamond Firms, Inc. Sarangani Agricultural Co. Inc. AMS Farming Corp. (50%) [Soriano family] Cabadbaran Fruits Corp. (50%) [Soriano family] Soriano Fruits Corp. (50%) [Soriano family] AMS Upland Ventures Corp. (50%) [Soriano family] AMS Malalag Farm, Inc. (50%) [Soriano

²⁴ ここでの Lapanday 社の説明は、同社ウェブサイト掲載の情報に依拠した。

(<http://www.lapanday.com/history.php>)

²⁵ Joy Hasmin De los Reyes and Wim Pelupessy, *Agriarian Reform in the Philippine Banana Chain* (2009), p. 25.

²⁶ 「バナナが食卓に届くまで」（伊藤忠商事 PDF 資料、2015年：
https://www.itochu.co.jp/ja/files/print_07.pdf）

	family]
Del Monte Philippines 3642 万 5,000 箱 (25.3%)	F. S. Dizon & Sons, Inc. [Dizon Family] Comval Tropical Fruit Inc. [Dizon family] Lead Export Corporation [Lorenzo family] Lapanday Agri. Dev. Inc. [Lorenzo family] Tagum Agri. Dev. Co., Inc. [Floirendo family] Highland Agri-Ventures, Inc. Dizon Agro-Industrial, Inc. [Dizon family] Dizant Corporation [dizon family] Sarangani Agri-Ventures, Inc.
Sumisyof F 2,398 万 9,900 箱 (16.7%)	Sumifru Philippines (Davao F) Viscaya Plantation, Inc. [Tristar Group] AMS Farming Corp. (50%) [Soriano Family] Cabadbaran Fruits Corp. (50%) [Soriano family] Soriano Fruits Corp. (50%) [Soriano family] AMS Upland Ventures Corp. (50%) [Soriano family] AMS Malalag Farm, Inc. (50%) [Soriano family]
Unifrutti Philippines 1,334 万 6,800 箱 (9.3%)	Tortuga Valley Plantation, Inc. [Lorenzo family] Greendale Agricultural Dev., Inc. Alta Visya Agri-Ventures Co. [Marsman-Drysdale Group] Marsman Estate Plantation, Inc. [Marsman-Drysdale Group] La Frutera, Inc. Allip River Dev. & Export Corp Pristine Meadows Agri-Dev., Inc.
Royal Co. 1,236 万 1,800 箱 (8.6%)	Lapandy Foods Corp. (80%) [Lorenzo family] Nader & Ebrahim S/O Hassan Phils, Ink.
Fuji F 304 万 6,200 箱 (2.1%)	Lapandy Foods Corp. (20%) [Lorenzo family] Hijo Resources Corp. [Hijo Group]

出典：日青協『2012年（平成24年）輸入青果物統計資料』；Joy Hasmin De los Reyes and Wim Pelupessy, *Agriarian Reform in the Philippine Banana Chain* (2009), p. 35.

一つの同じ生産者組織が2つの異なる輸出業者に、それぞれ50%ずつ出荷している例もみられる。生産者組織は、多国籍企業系列の子会社である場合や、オーナー企業の場合、あるいは生産者協同組の場合がある。

以下の表7は、ミンダナオのダヴァオ市の輸出用バナナを栽培している企業で、ダヴァオ市商工会議所（DCCCII: Davao City Chambers of Commerce and Industry Inc.）に所属している企業の会社概要である。同商工会議所のウェブページによると、バナナ関連の会員企業が13社あることがわかる。日本向けにバナナを輸出している企業だけでなく、さまざまな企業体がそれぞれの輸出先に向けたバナナを調達していることも分かる。日本にバナナを輸出している輸出業者は、これらの現地の輸出業者と競合しながらも、彼らを組織連携しながら日本向けのバナナを調達しているのである。

評7. ダヴァオ市における輸出用バナナ輸出企業

会社名	
Banana Brothers	韓国、中国、ロシアなど北太平洋地域、およびアラビ海／ペルシャ湾岸（クウェート、UAE、サウジアラビア、カタール、イラン）へのフィリピン産バナナの輸出
Corefoods Phils. Export-Import Corp.	輸出用キャヴェンディッシュ・バナナ、パイナップルの栽培および直接輸出
Del Monte Fresh Produce (Phils.) Inc. (DMFPI)	オランダの Del Monte Fresh Produce B v 100%所有の子会社で、唯一の顧客である Del Monte Fresh Produce International (DMFPI) のために技術サービス、連携サービス、監査サービスを提供。生産予測を顧客に直接提供したり、顧客の契約するバナナ生産者に対して技術的サービスを提供。製品の生産ではなく、サービスの提供者。
Evita Banana Trading Company	中近東諸国、南東アジア、オーストラリアに向けたバナナとパイナップルの輸出事業会社。2006年にバナナ産業に30年間従事してきたレバノン国籍の Hassan Najib Abbas 氏の主導で設立。
F. S. Dizon and Sons, Inc.	バナナの生産と輸出
Federation of Cooperatives in Mindanao (FEDCO)	ミンダナオ協同組合連合。加盟傘下協同組合が、高品質キャヴェンディッシュ・バナナを日本、中国、中近東に輸出。ダヴァオ行政区 (Region XI) の土地改革受益者 (Agrarian Reform Beneficiaries) である小規模バナナ生産者の協同組合の連合組織で、それぞれの加盟協同組合が海外の買い付け業者と直接取引できるようにするマーケティング・サービスを行なっている。取引先の海外市場には、日本、中国、韓国、中東がある。日本では、FEDCO のバナナは Kisho brand のブランド名で、セブン&アイ・ホールディングス傘下のイトーヨーカドーのスーパーマーケットで販売。
J. K. Mercado & Sons Agriculture Enterprise, Inc.	1971年にキャヴェンディッシュ・バナナを生産と流通事業開始。のちに養豚、生花、ワニやダチョウの養殖にも参入。バナナ栽培と養豚が主力。
Lapanday Foods Corporation	バナナとパイナップルの生産プランテーションを所有し、輸出にも従事。Davao del Norte では15のバナナ農園、その南部では4つのバナナ農園を所有。Davao City, South Cotabato と North Cotabato とではそれぞれ1農園を所有。North Cotabato の農園では高地バナナを栽培。農園の総計は

	6,000ヘクタールで年間2000万箱（1箱13kg）を出荷。
Mindanao Banana Farmers and Exporters Association, Inc.	バナナ農民組合
Philippine Green Farm Development Corporation	キャヴェンディッシュ・バナナ、パイナップル、パパイヤ、マンゴの生産
Puentespina Orchids & Tropical Plants, Inc.	国内有数の生花業で、全国に流通。バナナのクローンも生産
Stanfilco Tropical Fresh - A Division of DOLE Philippines, Inc. [伊藤忠商事系]	Doleの子会社として設立。現在は伊藤忠商事の孫事業会社。フィリピンのバナナ輸出のパイオニア的会社で生鮮農作物の輸出会社としては国内最大規模。GLOBALG. A. P. 認証バナナを最初に獲得。現在はバナナのGLOBALG. A. P. IFA Standardも取得。従業員は直接雇用及び間接雇用も含めて18,000人。1968年設立。
Sumifru (Philippines) Corporation [住友商事系]	輸出品質のキャヴェンディッシュ・バナナ、パイナップル、パパイヤを主とした生鮮果物の原料供給、生産、船舶輸送、マーケティング会社。ダヴァオ市近郊の最大規模プランテーションは10,000ヘクタール。総勢で30,000人を雇用。研究所、冷蔵輸送システム、箱詰工場、船積み港、輸送船舶の運航まで含む体制構築。中国、日本、韓国、中近東、ニュージーランド、ロシアに市場を確保。日本の市場の30%を占めるシェアのバナナを供給。

出典：ダヴァオ市商工会議所（Davao City Chambers of Commerce and Industry Inc.）および各企業のウェブサイトの情報から作成。

ほかにも、CHIQUITA UNIFRUTTI PHILS., INC. もダヴァオ市に住所がある。

2-3-3. 輸入商社（輸入業者）と卸売業者

日青協加盟輸入業者全体の2012年のバナナ輸入年間実績は、1箱13kgのカートン（箱）で73,663,158箱であることがわかっている。これをトン換算すると、およそ95万7620トンになる²⁷。財務省の貿易統計では、同年のフィリピン・バナナの輸入総量はおよそ102万6,665トンなので、日青協加盟の輸入業者による輸入だけで全体の93%を占めている計算になる。日青協加盟の輸入業者とは、以下の通りである。

²⁷ 日青協『2012年（平成24年）輸入青果物統計資料』

表 8. 日本のフィリピンバナナ輸入業者と輸入数量

輸入業者名	輸入数量（箱）
伊藤忠	2,307万6,721
スミフル	2,292万6,891
東青貿	999万6,224
U. J. C.	841万8,961
全日空	363万6,077
ローヤル	137万4,169
富士	108万1,100
その他	315万3,015

出典：日青協『2012年（平成24年）輸入青果物統計資料』

表 8 に名前が出てくる上位 7 社で日本へのフィリピン・バナナの輸入量（箱数）の 95.7%を占めていることになる。しかし、これらの主要輸入業者（輸入商社）と、ここには名前が挙がっていない多くの輸入業者との関係、あるいは卸売業者との関係は複雑である。伊藤忠商事は、2013 年 4 月に合衆国に本社のあるドール・フード社から、「アジアにおける青果物事業とグローバルに展開する加工食品事業」を 1,500 億円以上支払って買収したことから分かるように、ドールとの関係が深く、多国籍企業であるドールが傘下に収めている各国ドール社間の仲介取引業者のような役割を果たしているようにもみえる。

日本の「バナナ輸入組合」には 21 社が加盟している²⁸が、ここでは、加盟企業でなくてもバナナの取り扱いを重視し追熟加工を自社で行っている企業を別途ネット上で探して加え、表 9 の検討対象としてみた。表 9 は、輸入バナナを扱う日本での輸入業者と卸売業者の特徴や多様性が掴めるように、規模もタイプも異なる各社を取り上げてみた。各社ごとに事業の柱と事業の種類・範囲はさまざまに異なっていることが分かる。

表 9. 日本におけるバナナの輸入業者（輸入商社）および卸売業者の多様なタイプ

	会社名と企業特色	業務内容
独立系（加工・卸売）	(有)仲藤バナナ（福岡県北九州市） ・独立系 ・輸入青果物の加工と卸売	バナナの着色加工事業 輸入青果物の卸売 輸入青果物の加工業務 ドライフルーツの卸売 ライフルーツの加工業務
	東京豊島製菓株式会社（東京都中央卸売市場豊島市場） ・独立系 ・追熟加工と卸売 ・中央市場内に立地	卸売市場法にもとづき、国内外の青果物及びその加工品の受託販売、並びに購入販売を業とする。 ・野菜・果物及びその加工品の受託販売並びに購入販売 ・バナナを中心とする果実の加工 ・以上に関連する一切の事業

²⁸ 21 社には、輸入商社・商事会社のほか、青果の卸業者、流通大手、大手スーパーマーケット・チェーンなどが含まれている。

	丸果石川中央青果（石川県金沢市・中央卸売市場） ・独立系 ・1966年創立	青果卸売業、バナナの追熟加工
	正和フード丸正春（東京都新宿淀橋青果市場） ・独立系 ・独自の室でアルコール加工を施し、オリジナルブランド「ハニーボーイバナナ」を都内各小売店に出荷	・国内外青果物の卸売、加工 ・航空会社、ホテル、外食産業等への食品加工販売
独立系（輸入・加工・卸売）	南国フルーツ株式会社（福岡県福岡市） ・主要取引先は伊藤忠商事（株） ・1962年、バナナ輸入自由化に伴いバナナ加工工場設置、2008年に室をリニューアル	・青果物輸入販売・卸・小売 ・フルーツパーラー、ジュースバー展開 ・バナナ熟成加工（年間80万ケース）
	船昌商事株式会社（東京都大田区） ・関東地区で市場シェア大 ・東京大田市場をはじめとする卸売市場や、スーパーマーケットや量販店へ生鮮果実を販売 ・2016年、大井ふ頭にバナナ加工場を新設	外国産果実、野菜の輸入および卸売業務、全国への青果物の販売供給
	株式会社松考（東京都中央卸売市場大田市場） ・商品担当者が商社とのネットワークを駆使して、競争力の高い世界のフルーツを開発、仕入れ	・輸入フルーツ全般、関連商品（ドライフルーツ、ジュース、ゼリーなど）の仕入れ、卸売 ・バナナの追熟加工
多国籍企業系（輸入・加工・卸売）	フレッシュ・デルモンテ・ジャパン株式会社（東京都渋谷区） ・多国籍企業 DelMonte Corporation の100%出資現地法人 ・輸入、加工、販売	「デルモンテブランド」のもとで生鮮果実・野菜の輸入、加工、販売
多国籍企業系（流通・輸入・販売）	株式会社ファーマインド（東京都千代田区） ・国内最大の青果流通企業 ・バナナ追熟加工の最新施設整備のために多国籍青果企業ドールが出資した合弁会社として1991年に発足 ・日本国内にコールドチェーン（低温保管倉庫流通網）による14の青果専用加工・流通設備を保有 ・国内のバナナ市場で約4割の追熟加工シェア ・首都圏、神戸、九州の卸市場内にグループ企業の支社	・青果物・生花の輸出入、加工及び販売 ・青果センターの運営 ・青果物等におけるシステム開発 ・マッチングサイトの運営、食品関連事業コンサルティング

出典：各社ウェブサイトの情報を中心にして作成。

独立系の企業は、各地の拠点的卸売市場内にバナナの追熟に必要な室の設備を保有し、それぞれ独自の追熟方法で商品価値を高めて、卸売市場で仲卸や買参人に販売している。そうしたバナナは、食品スーパーや小売店をとおして消費者に届く。

また、同じ独立系でも、輸入業務を行っている企業もある。また、自らは商社部門を擁してはいないものの、商社との連携で世界各地のフルーツの輸入につながっていると思われる「株式会社松考」のような卸売業者もいる。松考は、「成城石井」などの高級食品スーパーから一般の食品スーパーまで、幅広い取引先を持っているが、総合スーパーや百貨店との取引は行っていないようである²⁹。

一方、多国籍企業系の企業は、輸入も自ら手掛けているところが大きく異なる。輸入商社であると同時に、卸売業者でもあり、流通過程全体をコントロールしている。フレッシュ・デルモンテ・ジャパン株式会社は、日本で消費される「5本に1本はデルモンテ」と言われる規模で輸入バナナを扱っている。扱っている内訳は、約80%がバナナで、約15%がパイナップル、残りの約5%がぶどう、アボカド、柑橘類、キウイフルーツなどのその他果実である³⁰。

また、日本で最大のバナナ追熟加工業者である株式会社ファーマインドは、1991年に伊藤忠商事のパートナー会社であるドール日本支社によって設立された歴史の浅い企業であるにもかかわらず、2014年にはバナナ輸入数量約88万トンのうち、その約36%、すなわち、1箱13kgのバナナを2,440万箱追熟加工している³¹。今日の実績は、約40%に上昇しているという³²。日本全国に加工拠点となるセンターを作り、全国をネットワークする「コールドチェーン」（低温保管倉庫流通網）の構築に成功、ファーマインド社のセンターにバナナを運び込めば、全部温度管理されて全国どこへでも高品質のまま配送することができるようになってきているという。バナナは日配商品であるため、量販店は2-3社からバナナを購入する仕組みをとっている。そのため、ファーマインド社のバナナは日本のすべての量販店（スーパーマーケットやコンビニ）に毎日届く仕組みになっているという。

2017年決算期の売り上げは約750億円、その4割がバナナによるものとのことだ。さらに、ファーマインド社は2016年10月26日、フィリピン政府とフィリピン産バナナの調達についての基本合意書（MOU）を締結。調印式は東京でドゥテルテ大統領並びに関係閣僚とともに執り行われている。合意では、「フィリピンから年間2,000万ケースのバナナの調達を目指し、ドゥテルテ大統領が推進する付加価値のある農産物の生産・販売によるフィリピンでの地域開発プログラムへの協力を行なう」としている。さらにプレスリリースでは、「今回の合意によるフィリピン産バナナの調達により、一層効率的に輸入・加工・流通・販売と一貫したサプライチェーンを完結できることとなり、今までにも増して年間を通じて安定的に消費者の皆さまへ高品質で美味しいバナナを供給させていただくことが可能となります」と結んでいる³³。

フィリピンの各紙の報道では、このファーマインド社の計画は、ミンダナオで7,000ヘクタールの新たなバナナ農園の造成を必要とし、そこでは14,000人分の直接

²⁹ 株式会社松考ウェブサイト (<http://www.matsukoufruits.com/company/>)

³⁰ 転職・求人サイト Green 「フレッシュ・デルモンテ・ジャパン 株式会社の企業情報」 (<https://www.green-japan.com/company/1217?case=login#js-anchor-paragraph-2>)

³¹ 株式会社ファーマインドのウェブサイトの情報より (<https://www.famind.co.jp/business/seika.html>)

³² 『日本食糧新聞』電子版、2017年5月1日。堀内達生社長談。

³³ 「バナナの調達についてフィリピン政府と基本意向書締結」（ファーマインドのプレスリリース、2016年10月26日、<https://www.famind.co.jp/company/news03.html>)

雇用が生み出され、2,000万箱のバナナが毎年生産されることになるとの政府関係者の発言が報道された³⁴。この計画は、紛争地域の元反乱軍兵士たちへの雇用供給を念頭においたものだとも報道されている。金額にして50億ペソ（2018年7月時点のレート換算で103億8,140万円）をもたらすことになるとも報じられた³⁵。

注目したいのは、自ら輸入したり、輸入商社からバナナの追熟加工の受託を受けた大小さまざまな卸売業者が、それぞれ独自のバナナの追熟施設と追熟技術を持ち、熟したバナナを選別し、ブランド化して袋詰め（リパック）を行い、卸市場や量販小売店に販売あるいは受託配送している場合があることである。ブランド化は、ドールやスミフルの高地栽培バナナなどのように、現地の自社管理産地の段階で決定されている場合もあるが、それ以外の多くはむしろ日本国内で追熟業者によってなされていると思われる。近年増えてきているプライベート・ブランド化も、この段階でなされている。

2-3-4. 小売業者

以上のような輸出と輸入の流通経路を経て、フィリピン産バナナは小売店の店頭に並ぶことになる。飲食料品の販売においては、食品スーパー、そして総合スーパーなどの量販店が大きなシェアを持っていることはすでに述べたとおりである。そこで、ここでは、さまざまな業態の量販店を傘下に持つ大手小売業者であるイオン、セブン&アイ、ユニー・ファミリーマート、ライフコーポレーションで、どのようなフィリピン産バナナがどのようなブランド名で販売されているのかをみてみたい。以下の表10は、首都圏のいくつかのスーパーマーケット量販店の店頭にどのようなフィリピン産バナナが販売されているのかをサンプル的に実地調査した結果である。

すでに前節で述べたことだが、これらのブランドは、ドールやスミフルのようにバナナの品種自身を自社開発し、特許を取得するなどして商品化しているバナナも含まれているが、それ以外の多くは、日本国内の卸売業者が輸入されたバナナを追熟し、リパックして青果卸市場や小売店に出す段階でブランド化されている。たとえば、セブン&アイ・ホールディグスのプライベート・ブランド（PB）バナナは、日本各地に保冷倉庫と追熟施設を持ち、高品質のバナナの全国津々浦々への供給可能な能力を強力なセールスポイントにしているファーマインド社が受託しているバナナである。プライベート・ブランドは、価格を安くしつつ小売店独自のブランドでアピールできる点や、利益率が高いために、各小売会社が近年力を入れている販売戦略の一つとなっている。西ヨーロッパに比べるとまだPBの商品シェアは小さいものの、日本の消費者調査でも、72%がPB商品の購入を増やしていると答えており³⁶、バナナにもこの動向が強く反映されるようになってことは、表10からもはっきりしている。しかし、PB商品は、商品についての情報が表示されていないことも多く、サプライチェーンの管理責任という観点からは問題と課題がこれまで以上に多い商品である。

表 10. 系列スーパーマーケットで販売されているフィリピン産バナナのブランド

³⁴ *Davao Today* (online), Nov. 10, 2016; *Mindanao Times* (online), October 28, 2016.

³⁵ *Manila Bulletin* (online), May 2, 2017

³⁶ Deloitte Global Service, *The Path to 2020: Taking the Long View of Retail Market Entry* (2013), p. 7.

	スミフル	ドール	PB
イオン、マイバスケツト、マルエツ、カスミ (イオン)	「甘熟王」	「スイーティオ」 「ベビースウィートバナナ」 「極選バナナ」 「ベビースウィート」 「ドールバナナ」 「プレミアム1000」	「熟れっ子バナナ」 「トップバリュベストプライスバナナ」 「トップバリュベストプライスバナナ」 「熟れっ子バナナ」 「トップバリュ減の恵み」 「くだもの日和」(マルエツ指定農園)
イトーヨーカドー、ザ・ガーデン、セブンイレブン(セブン&アイ)		「極撰バナナ」 「低糖度バナナ」(低地栽培) ベビースウィート高地栽培	「7プレミアムミニバナナ」(500m以上) 「7プレミアム濃厚旨味バナナ」(高地栽培) 「GARDEN SELECTプレミアムバナナ」(800m以上) 「GARDEN SELECT高地栽培バナナ」(600m前後)
ユニー・ファミリーマートHD アピタ、ピアゴ	「プレミアム甘熟王」	「極撰バナナ」 「スイーティオ」	「スタイルワンバナナ」 「スイートバナナ」(500m以上) 「ピュアバナナ ユニーオリジナル」 「ピュアバナナ ピアゴ・アピタ・ユニーオリジナルピュアバナナ」 「Prime ONE・スイートバナナ」
ライフ	「甘熟王」 「ゴールドプレミアム甘熟王」	「スイーティオ」 「極選2本パック」	「スターセレクト」 「プラチナスイーツ」 「ライフプレミアム」(800m) 「おいしさプレミアム」 「Star select 産地指定」 (ヤオコーとの共同開発品)

もうひとつの特徴は、高地栽培であることを謳ったブランドが増えていることである。高地栽培のイメージは、寒暖差が大きいことからもたらされるとされる特別な甘さを持つ高級品であると宣伝されているほか、環境に優しい商品であるかのようなイメージを持つような宣伝のされ方もされている。しかし、高地栽培は、山林高地に大規模プランテーション農園を開拓するものである。水源汚染や森林保全などの点で、低地栽培より問題が多いとさえいえ、すでにさまざまな深刻な環境問題が引き起こされている。であるのに、そういった社会的、環境的な面での地域コミュニティへの影響が、高地栽培を展開する多国籍企業や輸出業者によって考慮されているとは言い難い事例がフィリピン現地の環境 NGO などからも報告され、厳しく批判されている。

以上、不十分なながらも、具体的な事例を示しながら、フィリピン産バナナのサプライチェーンについてその全体像を明らかにしてきた。

3. ミンダナオ島におけるバナナ生産者

表 11 わかるように、フィリピンにおけるバナナの 83.57%がフィリピン南部のミンダナオ島で生産されている。なかでも、ダヴァオ地域の生産量が最も多い。平坦で、土壌も良く、水量も豊富に得ることができ、台風などもかつてはほとんど来訪することのなかったミンダナオ南部だからこそ、大規模プランテーションが展開されてきたのである。

図 11. フィリピン全図：北部 Luzon、中部 Visayas、南部 Mindanao



Created and copyright (2003) by seav (free copyright)

表 11. バナナの生産地域別シェア

フィリピン全体のバナナ生産量	8,903.7mt
LUZON (フィリピン北部地方)	8.51%
VISAYAS (フィリピン中部地方)	6.21%
MINDANAO (フィリピン南部地方)	83.57%
-Zamboanga Peninsula	2.93%
-Northern Mindanao	20.94%
-Davao Region	39.08%
-SOCCSKSARGEN	11.51%
-Caraga	3.12%
-ARMM	5.99%

出典：Philippine Statistics Authority, *Selected Statistics of Agriculture 2017* (2017), p. 14.

3-1. ミンダナオの輸出用バナナ生産者が受け取る価値額

では、サプライチェーンの出発点であるフィリピンのバナナ生産者が受け取っている価値額は、いったいどのくらいになるのだろうか。すでに、第2章第2節において示したように、輸出業者が受け取る価値額は、2015年において1kg当たり44.38円で

ある。以下の表 12 は、それと同じ単純な計算方法を使って、2011 年から 2015 年までのフィリピン産バナナの輸出価格を算出して示したものである。

表 12. フィリピン・バナナの輸出価格 2011-2015 年

	2011	2012	2013	2014	2015
輸出量(1,000 トン)	2,055.51	2,646.12	3,266.55	3,630.98	1,795.22
輸出(FOB)価格(100万 US ドル)	472.38	646.66	962.58	1,129.89	657.87
1kg 当たりの輸出価格(US ドル)	0.22982	0.24438	0.29468	0.31118	0.36646
1kg 当たりの輸出価格(円)	18.333	19.497	28.746	32.951	44.382
1kg 当たりの輸出価格(ペソ)	9.98	10.21	12.50	13.71	16.71

出典：以下の資料から計算：Philippine Statistics Authority, Selected statistics on Agriculture 2016 (2016)；FAO, Banana Statistical Compendium 2015-2016 (2017)；Yahoo ファイナンス。

この輸出業者が得た収入額がそのまま生産者にわたるとすれば、1本 90g~130g と仮定すると、バナナ 1本あたり 1.5 ペソ~2.17 ペソの収入を得ていることになる。生産者が得ることになる収入は、契約の内容によるが、輸出業者の取り分があるので、ここで示した価値額より少ない価値額が生産者に支払われていることになる。

ファーマインド社が、ミンダナオで 7,000 ヘクタールの新たなバナナ農園の造成を行い、14,000 人を雇用し、50 億ペソ相当の価値を生む 2,000 万箱のバナナが毎年生産されるという報道については既述した通りである。これらの数字から換算すると、13kg カートン 1 箱あたり 250 ペソとなる。これは、本節で筆者が算出した 2015 年の 1kg 当たり 16.71 円の数字を用いると 13kg カートン一箱 217.23 ペソとなるので、それと見合った数字である。

現実に小規模生産者や労働者が得ている価値額は、誰と契約したり取引しているかや、土地が自家所有なのか、自家所有であっても借り上げてもらっているのか、あるいは販売したうえで逆に借りているのかなどによって大きく異なっている。協同組合に組織されている者、協同組合に販売している者、生産業者や輸出業者と直接契約したり雇用関係にある者などによってさまざまな格差がある³⁷。ここで示したのは、あくまで机上の平均的数値であるが、フィリピンの生産者や労働者の受け取る価値額が日本での小売価格に占める割合は決して大きくないことは理解できよう。輸出業者が受け取る価値額のシェアが 18.8% になるので、生産者や労働者が受け取る価値額はそれよりはるかに小さくなるからである。

買付業者や輸出業者にバナナを販売している小規模生産者や、そこで雇用される作業労働者の収入がきわめて不十分であることは良く知られている³⁸。IDEALS の推計に

³⁷ Lary Digal, 'Export Banana Value chain: Opportunities, Challenges and Options to Enhance Smallholder Participation', in World Bank, *Analysis of the Cavendish Banana Export Value Chain and GIS study in Mindanao: Report of the Stakeholder Verification Workshop* (2010), Annex 4.

³⁸ たとえば、以下の文献を参照のこと。Oxfam International, *Land But No Freedom: Debt, Poverty and Human Suffering in the Philippine Banana Trade* (2018)；Oxfam in the Philippines, *A Destiny of Debts: Unmasking the Prejudicial Contracts in the Philippine Banana Industry*

よれば、バナナの販売価額からさまざまな生産コストを引くと、労働コストは販売価額全体の 36.9%にしかならないという³⁹。収入額の多寡は大きな問題だが、それがアンフェアな栽培契約によってもたらされている点に注意を促したい。

すでに 2-3-1 でアンフェアな内容についてはふれたが、ここでは、スミフルの具体的事例について紹介する⁴⁰。

日本の多国籍企業住友商事のフィリピンの事業子会社であるスミフルに、輸出用バナナを供給していた Davao Fruits Corporation に雇用されて働いていたバナナ栽培労働者は、2007 年に農地改革により小規模土地所有者となった。彼らは Davao Fruits Corporation-Agrarian Reform Beneficiaries Association (DFC-ARBA) という名の生産者協同組合を結成し、より高い生産性と政府からのより良い支援を得ることを期待し、スミフルと 10 年間の長期バナナ売買契約を結んだ。ところが、収入が増えるどころか、負債が増えていく結果となったのである。

両者の契約では、農地整備から生じる生産コストは前払いする内容となっていた。また、生産者はすべての生産資材をスミフルから直接買うことと決められていた。そこには高価な空中スプレー用の農薬が含まれていたが、それらの投入資材について、中身についても価格についても、農民は異を唱える権利を保証されていなかった。加えて、スミフルが農民から買い取るバナナの価格は固定されていた。図 6 で示した通り、日本でのバナナの小売価格はわずかしか上下していないが、フィリピン国内の物価は毎年上昇し続けている。実質的な手取り額は減少しているのである。契約はさらに、生産者が自分の所有地での他の作物栽培を禁じている。つまり、自分の土地を保有していても、それは自分の土地ではないのである。

政府からの支援も、生産者ではなく結果的には多国籍企業をより利するものとなってしまっているという。たとえば、ポーファ台風の被害にあって銀行の支援を受けようとした際、銀行はスミフルとの新たなバナナ売買契約をすることを金銭貸与の条件としたという。これでは、フェアな合意交渉ができるわけがない。しかし、選択肢のない生産者は、スミフルとの契約をせざるを得なかったのである。以上のようにして、生産者協同組合 DFC-ARBA の負債は次第に増大してきているのである。

3-2. 環境問題

労働者が栽培契約においてアンフェアな状況におかれていることは、現地の新聞がしばしばこの問題をめぐる紛争や争議を伝えていることから明らかであるが、もうひとつの深刻な問題が環境問題である。大規模なバナナ・プランテーションの拡充や

(2016); Center for Trade Union and Human Rights and Nonoy Librado Development Foundation, *The Labour and Environmental situation in Philippine Banana Plantations Exporting to New Zealand* (2013); Joy Hasmin De los Reyes and Wim Pelupessy, *Agrarian Reform in the Philippine Banana Chain* (2009); Larry N. Digal, 'Benefit Diffusion and Linkage Development in the Philippine Tropical Fruits Sector', a paper presented during a conference sponsored by the World Bank and the National Economic and Development Authority, June 27 2005.

³⁹ Oxfam in the Philippines, *A Destiny of Debts: Unmasking the Prejudicial Contracts in the Philippine Banana Industry* (2016), p. 13.

⁴⁰ ここでの事例は次の文献からのものである。Oxfam International, *Land But No Freedom: Debt, Poverty and Human Suffering in the Philippine Banana Trade* (2018), p. 8.

生産性の向上を目指す農法は、地域の自然環境や地域住民の健康、地域のコミュニティのあり方に重大な問題を引き起こしている。

そもそも、単一の作物で、ときに1万ヘクタールにも達する数千ヘクタールもの大地が覆われていることは、生物多様性を旨とする自然のあり方として尋常ではない。しかも、それらは、化学肥料と農薬漬けなのである。伊藤忠商事の事業会社であるドールは、「環境への配慮」を謳い、次のように述べている。

農園などにおける水質汚染等の環境リスクに対応するため、Dole 社では薬品類の使用管理や点検を行い、一部認証申請中の新規園地を除く、本社・自社管理農園全てで環境認証 ISO14001 を取得して定期的に第三者のチェックを受けています。また、2008 年より社員により地域の自然樹木を植える活動を始め、2014 年迄に各地の農園の近隣で数千人の社員・ボランティアにより 100 万本の植林を達成しました⁴¹。

これは、Dole のサプライチェーンの管理の優れている点をアピールしようとした広報文書からの抜粋である。ここにされている努力それ自体は賞賛されてしかるべきものかもしれないが、こうした活動が、大規模プランテーション栽培がもたらす深刻な環境ダメージのエクスキューズになるとするならば問題は深刻である。ま事実、そのように Dole 社は考えているようなのである。この報告書で「まとめ」の評価を行っている立教大学経営学部の高岡美香教授は次のように記している。

Dole 社は、価格面や品質面で市場競争力を保つために、サプライチェーンの経済性・効率性を追求し、マーケットリサーチを通じて高付加価値製品を開発する一方で、安全、環境、人権への配慮もしっかりと行っています。このような社会的責任（CSR）意識の高さを評価したいと思っています。

サプライチェーンの川上から川下まで一貫した効率的管理体制をどん欲に追求してきている伊藤忠商事-Dole であることは本報告書でも確認したところだが、高岡教授の上記評価はそれが内包している根本的な論理矛盾に無自覚な評価であると言わざるを得ない。また、現地でのバナナ調達も、Dole 社の場合でも、すべてが自社農園からなされているわけではない。サプライチェーンの管理の万全を言うのであれば、自社管理以外の農園についても、同様の配慮がなされるべきであろう。

近年増え続けている「高地栽培」バナナについても、すでにその問題点を指摘したところである。ミンダナオでは、水源に近い山間地にまでプランテーションが入り込むようになり、地元の住民や市民団体が大きな警鐘を鳴らしている。広大なプランテーションの管理には小型飛行機による農薬の空中散布が不可欠とされているが、その薬品は農園の境界を越えて地域の人びとの生活圏にまで散逸している例は少なくないだろう。スララ町やティボリ町でのスミフルの農薬空中散布は、市民団体や住民の反対運動が起こっている。学校が農園同士の間にあることもあり、子どもたちの学習環境の破壊や健康被害も懸念されている⁴²。

⁴¹ サプライチェーン・ハイライト第7回「バナナが食卓に届くまで」（Dole 社ウェブサイト）。

⁴² 石井正子「ミンダナオ島の先住民とバラゴン・バナナ民衆交易」石井正子・関根佳恵・市橋秀夫『バナナとフィリピン小規模零細農民——バラゴンバナナ民衆交易の現状と課題』（埼玉大学教養学部リベラル・アーツ叢書 10、2018 年）、70-73 頁。

大量の肥料や農薬の散布が破壊するのは、自然環境だけでなく地域コミュニティのあり方もいやおうなく変えてしまう可能性がある。一つの例が、ミンダナオに住む少数民族地域への高地栽培バナナ・プランテーションの進出である。自然との共生性が相対的に高い少数民族の人びとの住む地域自然環境の保全は、文化の保護という観点からも重要である。大規模生産のバナナ企業は、そういった点にも「配慮」が必要とされる。

4. 大手小売業者の調達方針と主要銀行系グループのファイナンス

世界的に見ても、小売業界が農産物の生産まで含むサプライチェーンを一貫して管理する方向に乗り出してきていることが指摘されている。イギリスの大手スーパーテスコなども、南米からのバナナの調達を自ら行うようになってきている。日本でも、国内での話だが、農地を買収して農産物生産会社を設立する動きが大手スーパー各社の間で強まっている。サプライチェーンの一貫した経営に乗り出してきているのである。バナナに関していえば、日本では小売業者がそこまで乗り出している段階ではないが、ファーマインド社のようにアグレッシヴに現地生産に乗り出そうとしている企業もあり、たんに時間の問題かもしれない。

いずれにせよ、大手小売業者は、サプライチェーンの頂点に立って大きな利益を上げているわけだから、その出発点、末端で働く労働者や生産者がどのような状態におかれているのか、バナナの栽培される地域の自然環境はどうなのかといった基本的な点について状況を把握し、それを消費者や株主といったステークホルダーに開示する必要があるだろう。そこで、2-1で確認した日本における大手小売業者上位3社であるイオン、セブン&アイホールディングス、ユニー・ファミリーマートホールディングスに加えて、首都圏・関西を中心に店舗を持つライフコーポレーションの計4社の調達方針を見てみる。また、そうした小売業者の企業行動の改善を金融の面から働きかけられるようになってきているか、主要銀行系グループ6行の投融資方針と大手小売業者への投融資及び株式保有の状況を記した。

4-1. 大手小売業者の調達方針と主要銀行系グループの投融資方針

上述の4社における調達方針を表13に記した。各社で濃淡はあるが、持続可能な調達方針（原則）を掲げており、環境への配慮に関しては全て記述がある。またトレーサビリティの確保（イオン、セブン&アイ、ユニー・ファミリーマートホールディングス）や人権への配慮（ユニー・ファミリーマートホールディングス、ライフコーポレーション）をうたっている業者もある。ユニー・ファミリーマートホールディングスは、4分野（人権・労働・環境・腐敗防止）10原則を軸に、国際社会において持続的な成長を実現するための世界的な取り組みである「国連グローバルコンパクト」へ2017年9月に参加している。

表 13. 小売り業者 4 社における調達方針

業者名	調達方針	バナナに関連する項目
イオン株式会社	イオン持続可能な調達原則	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2. 生物多様性保全、自然資源枯渇防止の観点で、イオン基準を設定・運用します。 ・ 4. 農産物や漁業資源の産地、漁獲方法などのトレーサビリティを確立します。 ・ 農産物：自然・生態系・社会と調和のとれた持続可能な農産物の調達に努めます。
セブン&アイ H	持続可能な調達基本方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「地球の持続可能性を保ちながら、企業も持続的に成長するために、各ステークホルダーと連携しながら、以下に基づいた行動に努めます。

		<p>・ 1. 生物多様性への配慮、その回復に向けた活動への協力</p> <p>4. 農畜水産物のトレーサビリティと情報発信の推進</p>
ユニー・ファミリー マートH	<p>(1) サステナビリティ 基本方針</p> <p>(2) サステナビリティ 調達原則</p> <p>(3) サプライチェーン CSR 行動規範</p>	<p>(1)-2. 安全・安心・健康に配慮した商品・サービスを提供し、取引先との公正な事業慣行に則ったサプライチェーンを構築します。</p> <p>(1)-3 地球環境や自然、生物多様性への配慮と地球温暖化防止、循環型社会の形成に努めます。</p> <p>(2) 地球環境の保全や人権の保護などの持続可能な社会の実現に向けた取組みを社会的責任として認識。生産者及び取引先との公正なルールに則った相互発展の精神（CO-GROWING）に基づく事業活動を進める。</p> <p>(2)-3 お客さまの安全、安心、健康を最重要事項として農畜水産物のトレーサビリティを確立し、お客さまに分かりやすい情報開示に努めます</p> <p>(2)-4 法令や社会規範を遵守し、人権・労働・安全衛生、地球環境保全など社会的責任を果たす生産者・取引先と持続可能な社会を目指します。</p> <p>(3)-2 人権 人種、国籍、宗教、性別などに関わらず、人とその権利を尊重し、人権侵害に加担しない。</p> <p>(3)-5 環境 地球環境や自然、生物多様性への配慮、環境汚染の防止、温室効果ガス排出抑制などの地球温暖化防止に努める。</p> <p>(3)-8 サプライチェーンの体制整備 社会的規範に従うとともに社会的要請に応じてCSR推進体制、内部統制を構築し、リスク管理の体制整備に努める。また、自らのサプライチェーンに対してもCSRの周知と浸透に努める。</p> <p>* 国連グローバルコンパクトへの参加</p>

ライフコーポレーション	調達方針	3. 持続可能な社会の実現に貢献するため、環境に配慮し、労働者の人権や労働環境に配慮している商品の調達に努めます。
-------------	------	---

次に、上記5社への主要銀行系グループの投融資及び株式の状況は表14及び15のようになっている。

表14. 大手小事業者5社における主要銀行系グループからの融資状況、株式保有状況

小売事業者	銀行系グループ	借入額（億円）	株式保有	
			保有数	評価額（億円）
イオン株式会社	三菱UFJ	229		
	みずほ	536	33,292,000	546.26
	三井住友	334		
	三井住友トラスト	260	6,370,000	103.51
	りそな	161.	6,000,000	98.84
	農林中金	335	1,000,000	16.47
セブン&アイH	三菱UFJ	1392.69		
	みずほ	654.37		
	三井住友	1621.66	9,825,476	431.63
	三井住友トラスト			
	りそな		5,574,218	244.87
	農林中金			
ユニー・ファミリーマートH	三菱UFJ	312		
	みずほ	339		
	三井住友	305.8		
	三井住友トラスト	180		
	りそな			
	農林中金			
ライフコーポレーション	三菱UFJ	76.53	1,035,000 *	30.37
	みずほ	40.03		
	三井住友	43.2	1,323,600 *	38.83
	三井住友トラスト	202.03	2,264,000	74.03
	りそな	33.81	1,035,000	33.84
	農林中金	170.35	2,100,276 *	61.12

出典：借入額は各社の2017年度事業報告より。株式保有は、各行有価証券報告（2016年度）より。ただし*の株式保有に関しては各社の2017年度事業報告より記載。

※ゆうちょ銀行は該当する借入がなかった。

表 15. 主要銀行グループ別の融資状況、株式保有状況

	三菱UFJ			みずほ		
	貸付 (億円)	株式保有		貸付 (億 円)	株式保有	
		保有数	評価額 (億円)		保有数	評価額 (億円)
イオン株式会社	229			536	33,292,000	546.26
セブン&アイ H	1392.69			654.37		
ユニー・ ファミリーマート H	312			339		
ライフ コーポレーション	76.53	1,035,000*	30.37	40.03		
合計	2,010.22	1,035,000	30.37	1,569.4	33,292,000	546.26

	三井住友			三井住友トラスト		
	貸付 (億円)	株式保有		貸付 (億 円)	株式保有	
		保有数	評価額 (億円)		保有数	評価額 (億円)
イオン株式会社	334			260	6,370,000	103.51
セブン&アイ H	1621.66	9,825,476	431.63			
ユニー・ ファミリーマート H	305.8			180		
ライフ コーポレーション	43.2	1,323,600*	38.83	202.03	2,264,000	74.03
合計	2,304.66	11,149,076	470.46	642.03	8,634,000	177.54

	りそな			農林中金		
	貸付 (億円)	株式保有		貸付 (億 円)	株式保有	
		保有数	評価額 (億円)		保有数	評価額 (億円)
イオン株式会社	161.	6,000,000	98.84	335	1,000,000	16.47
セブン&アイ H		5,574,218	244.87			
ユニー・ ファミリーマート H						
ライフ コーポレーション	33.81	1,035,000	33.84	170.35	2,100,276 *	61.12
合計	194.81	12,609,218	377.55	505.35	3,100,276	77.59

出典：表 14 と同じ

バナナの生産現場では、既に述べたように広大な面積でバナナが栽培されるプランテーション形式による生物多様性への影響、高地栽培地域に見られる森林伐採など深刻な環境問題、また農薬使用による飛散や水源汚染による地域住民への健康被害の問題指摘が現地の NGO などからなされている。本レポートで見てきたバナナのサプライチェーンの状況から推察するに、こうした生産現場で問題を抱えた中で栽培されたバナナは各大手小売業者の店頭で販売されているはずである。各社では持続可能な調達方針を掲げているが、それが末端の生産現場まで行き届いているのか、若しくは少なくとも状況を把握できているかに関しては疑問が残る。特に PB 商品は消費者への細かい情報開示も少なく、どういったサプライチェーンを通じて調達されているのかが分かりにくく実態が掴めない。

Fair Finance Guide 2018（日本版）スコア調査では、食セクターの評価項目のひとつにおいて、金融機関が投融資先企業による購買方針における環境・社会・ガバナンス（ESG）関連基準の策定を奨励しているかどうかを調査しており、同評価項目で加点されている金融機関は、三井住友トラストのみだった。ただし、三井住友トラストにおいてこのような配慮を促しているのは「自然資本評価型環境格付融資」という一部の融資スキーム内のみであり、一般の投融資において包括的に適用されている状況ではない。各主要銀行グループにおいても、こうした小売業者へ適切な対応を要求できるような投融資の方針の策定が求められるが、今のところサプライチェーン全体へ影響を与えるには不十分である。

本レポートでは、フィリピン産バナナのサプライチェーンについてその全体像を明らかにし、小売業者の調達方針とファイナンスの状況を調査した。しかし、バナナのサプライチェーンでは様々なアクターがおり、大手小売業者以外にも、輸入商社や卸業者のファイナンスも含めて、生産と流通過程の情報について十分な情報開示をしているというにはほど遠い状況がある。その調達過程にフェアなファイナンスがなされているかどうかを議論するにはさらなる調査が必要であるだろう。

編集：APLA
発行：アジア太平洋資料センター（PARC）
APLA
「環境・持続社会」研究センター（JACSES）
国際青年環境 NGO A SEED JAPAN

本レポートに関するお問い合わせ先

特定非営利活動法人 APLA、担当：吉澤
〒169-0072 東京都新宿区大久保 2-4-15 サンライズ新宿 3F
Tel: 03-5273-8160 Fax: 03-5273-9667 Email: info@apla.jp