

# ラオス南部ボラベン高原における コーヒー仲買人の商取引戦略

箕 曲 在 弘

## 1. はじめに

本稿の目的は、ラオス人民民主共和国（以下、ラオス）におけるコーヒーの仲買人に注目し、仲買人がどのような方法で資金を獲得し、利益を拡大させ、なおかつ農民との関係を維持しているのかを明らかにすることにある。

ラオスにおいて仲買人（*Mee Khaa*、*Phoo Khaa*）は、農村において収穫された農産物を、近隣の市場に運び、そこを訪れる買い手に売却する人々を指したり、大きな規模の市場において購入された商品を農村社会に運び、地方の町中にある小さな規模の市場に運び販売したりする者を指す。仲買人は、古くからベトナム系や中国系の人が担う仕事であったが、今日では農村に住むラオ<sup>(1)</sup>やその他のマイノリティ集団も増えてきた。

一方で、コーヒーの仲買人は、一般に農村地域で収穫されたコーヒーを農民から買い取り、国外へ輸出する業務を担う大手輸出業者に売却する者を指す。大手の業者はベトナム系、中国系の者も多いが、仲買人と呼ばれる人々は、ほとんどコーヒー栽培地域に住むラオ、あるいはラベン<sup>(2)</sup>である。なかにはコーヒー以外の産品を扱う者もいるが、おもな取扱い産品がコーヒーの者を、本稿では「コーヒーの仲買人」として分析の対象とする。

この仲買人が興味深いのは、農村社会に貨幣経済を浸透させる媒介者としての役割を担って

いる点である<sup>(3)</sup>。仲買人は英訳すればブローカー、あるいはミドルマンになるが、人類学においてミドルマンは、必ずしもここで言及されている仲買人ばかりでなく、小規模社会における企業家など、小規模な社会システムのなかに、おもに市場経済や資本主義と呼ばれるシステムをもたらす仲介者として言及されてきた。オセアニアのバドゥー島が世界システムに包摂されていく過程を研究した前川啓治は、ミドルマンを「包摂する大規模なシステムと地位のより小さなシステム間の仲介者」として定義し、「時には社会においてお互いに衝突する集団間の交渉に積極的な役割を果たす」と述べ、バドゥー島への伊勢エビ業の導入が、共同体の紐帯を破壊する危機をもたらしつつも、それを企業家が調停して、市場経済のシステムに適応していく過程を描き出している〔前川 200：133〕。

だが、前川が描写した図式では、大きな経済資本を獲得した一部の企業家が小規模社会にもたらす混乱は、最終的には企業家が個人主義的な利益追求に走るのではなく、共同体内の親族に恩恵をもたらすことによって調停され、社会秩序は均衡状態に戻るかのように描写されている。しかし、社会情勢が不断に変容している環境において、そのような均衡状態を想定するのは無理があるように見える。むしろ、それぞれのアクターが、お互いの利害を追求しつつも、

かろうじて社会関係が維持され、容易にその性質が変容しうると考えるほうが、今日の小規模社会の人間関係を描写するには、よりふさわしいといえる。

本稿も前川が論じる枠組みに依拠し、仲買人を前川のいうミドルマンとして位置付けるが、社会秩序の均衡状態へ至る過程を描き出すというよりは、むしろ仲買人が取引の相手である大規模輸出業者や農民といかなる関係を取り結び、自らの生活実践を成立させているのかを、彼らが行使する戦略に注目することで読み解いていく。

本稿が対象とするラオス南部ボラベン高原では、1910年代後半にコーヒーの苗木が持ち込まれてから、徐々に農民に広まり、収穫された実は仲買人に売却され、農民は現金収入を得ていた。ただ、1986年の市場開放のころまで、農民の生活において現金を使用する場面は、比較的少なく、ほぼ自給自足の生活を送っていた。だが、1990年代に入り、農民にとってコーヒー栽培がおもな生業となると、現金を使って主食である米を購入するようになったことをはじめ、生活のあらゆる場面で現金の必要性が増した。この現金をもたらずのが、仲買人である。

したがって、農民は仲買人を通して市場経済のシステムに包摂され、一方、仲買人は農村社会の社会関係の中に巻き込まれながら、利益をあげようとするのである。つまり、国際相場に連動して日々変動する買取価格に対応し、仲買人は農民からコーヒーを買い付けるというリスクを抱えており、そのリスクを軽減する何らかの戦略を実践していることが想定される。他方、気候の変化や土壌条件に逆らうことのできない農民は、自らの家計を維持するために何らかの戦略を実践していると想定されるが、仲買人も、同時に、この農民の家計戦略に対応しながら、自らの家計を維持しなくてはならない。

土地という資産を駆使して生産物を生み出すことができる農民や巨大な資本金を持ち利益をあげることのできる大手輸出業者とは異なり、それらの両方がある程度持ちつつも、どちらも十分に持ちえない仲買人は、どのような戦略を実践し、自らの家計を維持しているのであろうか。本稿では、この仲買人の戦略を素描する。

調査は2010年8月に、現地において、10名の仲買人を対象に、家族構成、昨年の売上高や利益、仲買を始めたきっかけ、高利貸しの状況など、10にわたる項目について半構造化インタビュー法を用いて行われた。データは、調査助手と知り合いの仲買人に連絡を取り、調査依頼をした後、この調査を引き受けてくれた仲買人の紹介によって、次々と連絡を取ることで集めていった。つまり、スノーボール式のサンプリングによって得られた情報である。

## 2. 調査結果の概要と仲買人をはじめたきっかけ

### 〔1〕調査結果の素描

表1は、10名の仲買人の基本的な情報を挙列している。まず調査対象となったのは、28歳から44歳までの男女10名で、多くがパークソーン郡出身である<sup>(4)</sup>。仲買を開始した年は、もっとも早くて1995年であるが、多くは2000年以降である。仲買を始めた時の最初の資金は、自己資金の場合が多いものの、一部、大手輸出業者のD社<sup>(5)</sup>や銀行、知り合いの会社から借りた者もいる。その金額は、200万 kips (約2.1万円) から5000万 kips (約52.6万円) まで多様である<sup>(6)</sup>。調査時点で融資を受けている先はD社か銀行が多く、一部、知り合いや親族から借りている者もいる。その金額は200万 kips (約2.1万円) から総額3億1000万 kips (約326万円) であり、かなり高額な買取資金を得ている者までいる<sup>(7)</sup>。売却先はそれぞれ数社に分けているようだが、D社にはほとんどの者が売っている。ほかには

ベトナム系や中華系の輸出業者となる。なかには、自分よりさらに規模の大きな仲買人に売却するなど、「下請け仲買人」もいる。

彼らはコーヒー以外にもカルダモン<sup>(8)</sup>、キャベツ、キノコなども扱っているが、調査時点ではみなコーヒーが主要な取扱商品となっている。コーヒー以外の商品も含めて、前年度の利益は、3000万 kips（約30.6万円）から最大で4億 kips（約421万円）までの幅がある。続いて仲買をする際に必要となる運搬車の購入であるが、表1に示されているのは、もっとも一般的なヒュンダイ社のピックアップトラックの購入年を示している。みな2000年代後半になって購入しているが、それ以前はトクトクと呼ばれる耕運機に荷台をつけたものを使用していたり、なかには別の者からトラックを借りて運搬していたりしたという。一方、両親の職業は農業がほとんどで、代々、仲買をしているという者は、この調査対象者のなかには含まれていない。彼らは自分を仲買人と認識しているものの、まったく農業をやっていないわけではない。もともと農地を持っていたが、ほとんど使っていない者や、逆に仲買で得た資金を使用して農地を購入している者もいる。最低で2 ha だが、最大で9 ha もの農地を持っている者もいる。また、郡政府の役人を親にもつ仲買人もおり、このコネクションは仲買人が取引を始めるのに役立ったことが示唆される。

次節以降では、彼らが仲買をはじめたきっかけや買付資金の獲得戦略、実際の仲買の仕方について描写し、そこから仲買の規模が拡大し、「下請け仲買人」が誕生してきた経緯を確認したい。なお人名の後の括弧内の数字は、表1内の番号を示している。

## 〔2〕仲買を始めたきっかけ

調査対象者のなかで、もっとも早く仲買を始

めたのはカーン（7）である。彼は1995年から仲買を行っているが、当初、カルダモンの買取が主であり、コーヒーはそれに比べて多くはなかったという。一方、大手の輸出業者D社がコーヒーの買取を本格化させたのは90年代の終わりであり、その頃から仲買人の数も増えだしたと推測される。実際、ロムカイ（1）は、次のように述べる。

昔はD社が自社の車でチェリー<sup>(9)</sup>を回収していた。あるとき、私（ロムカイ）は、1000万 kips（約10.5万円）を無利子でD社から借りて、D社の代わりにチェリーを集めるようになった。小さな商店で貧しそうだったので、金を貸してくれた。最初に手元にあった資金は1500万 kips（約15.8万円）。収穫が終わるころには7000万 kip（約70万円）になっていた。最初の年は、2億 kips（約210万円）分の買付をした。その次の年からは、自分でD社の買取場に行き、買付資金を借りるようになった。2、3年前には、買付額は過去最高になり、20億 kips（約2105万円）を記録した。D社はいまでは荷台が満載になる時のみ、自分たちの車で来てくれる。

この話から、大手の輸出業者が農民から買取豆の量を増やしていくと、自社が雇う労働者だけでは豆を回収しきれず、栽培地に住む人びとに回収を委託するようになったことが読み取れる。ロムカイは、パークソーン郡の中心地で小規模な商店を営んでいたので、D社の買取場よりは栽培地に近い。この場合、ロムカイが仲買人になることを望んだというより、D社の側からの働きかけがあったからこそ、彼女は仲買人として働くようになったといえる。

一方、それとは逆に、やむにやまれず仲買人になった者もいる。ロムカイと同じ年に仲買を

表 1 10名のコーヒー仲買人の概要

名前	年齢	性別	出身	仲買 開始年	最初の資金の出所		現在の融資元		売却先	コーヒー以外 の取扱商品	昨年の利益 (kips)	輸送用車両 購入年	両親の職業	農園 面積 (ha)
					金額 (kips)		金額 (kips)							
1 LomKhai	38	女	パーク ソーン	2000	D 社	10,000,000	D 社ほか 2 社	総額 310,000,000	D 社ほか 4 社	カルダモン他 2 種	400,000,000	2005	農業	7
2 UnKeeo	44	男	パーク ソーン	2008	自己資金	10,000,000	D 社	10,000,000	D 社他 2 社	カルダモン、 キャベツ	40~50,000,000	2008	農業	5
3 Sorn	38	女	パーク ソーン	2005	自己資金	5,000,000	D 社、銀行	総額 130,000,000	D 社他 3 社	カルダモン、 キノコ	200,000,000	2005	農業	6
4 Phuawang	31	女	ボンサリ	2004	自己資金	2,000,000	D 社、銀行	総額 100,000,000	D 社と大親 模仲間人	なし	30,000,000	2007	農業	8
5 Jooi	30	女	パーク ソーン	2006	銀行	50,000,000	D 社	100,000,000	D 社他 3 社	カルダモンなど	100,000,000	2006と2009	父：元郡長、 母：農業	5
6 Tun	28	女	パーク ソーン	2007	自己資金	22,000,000	D 社、銀行	60,000,000	D 社他 2 社	カルダモン	300,000,000	2007年から毎 年 1 台ずつ	父：元福祉 局長、 母：公務員	9
7 Karn	35	男	パーク セー	1995	知り合い の会社	2~3,000,000	銀行	100,000,000	D 社他 3 社	カルダモン他	120,000,000	2009	N. A.	2
8 Te	40	女	バトム ポーン	2000	自己資金	2~3,000,000	知り合い	2~5,000,000	ベトナム系 他 2 社	カルダモン他 2 種	60~70,000,000	2006	農業	2
9 JanSuk	36	男	パーク ソーン	2008	自己資金	8,000,000	親戚	20~30,000,000	D 社	カルダモン	N.A.	2008	父：公務員	4
10 Te	34	男	N. A.	2005	自己資金	2~3,000,000	D 社、銀行	100,000,000	D 社	なし	100,000,000	2006	農業	3

(出所) 調査資料より筆者作成

始めたテ（８）は、つぎのようにいう。

1995年に結婚し、２年ほど水稻耕作をしていたが、現金が稼げないので、夫の出身地であるパークソーン郡にやってきた。だが、こっちでも農地がなくて、親族である村長にお願いして村の共有地を分けてもらった。それでも少ししか農地をもらえず、生活できないので、小さな商店をはじめ、その後、コーヒーの仲買を始めた。

彼女の場合、農業で食べていけないから、しかたなく仲買を始めたことがわかる。とはいえ、コーヒーの仲買が儲かる仕事でなければ、わざわざ始めることはなかっただろう。おそらく、この頃から、コーヒーの仲買が、「儲かる仕事」として人びとに認知されてきたことが推測される。ソーン（３）も次のように述べる。

コーヒーの仲買を始める前は、バックイクー（ネギに似た作物）をパークソーン市場に売っていた。キャベツは１年間だけ売ったが、赤字だったのでやめた。お金を稼がなかったから、2005年にコーヒーの仲買を始めた。

彼女の場合、もともとコーヒー以外の作物の仲買人をしていたが、それよりコーヒーの方が、他の作物よりも儲かると考えたのだろう。実際に、他にも、プーワン（４）、ジョーイ（５）の２名も、コーヒーの仲買を始めた理由を尋ねたところ、「お金を稼がなかったから」と答えている。

### 3. 仲買人の商取引戦略

#### 〔１〕買付資金の獲得戦略

このようにコーヒーの仲買が儲かると人びとに認識されるようになった背景には、D社が無

利子、無担保で買付資金を貸してくれるという事情がある。しかも、D社は、買取金額に差をつけるものの、どのような品質の豆でも買い取っている。したがって、買い付ける仲買人にしてみれば、失敗がなく、安心して商売ができるのである。実際、ティー（10）が仲買をはじめたのは、D社が買取保証をしてくれるからだと答える。

利益は少ないが、コーヒーはたくさんある。キャベツと違って、D社が何でも買い取ってくれ、買取を保証してくれるから、仲買を始めた。

先述のロムカイ（１）も最初、無利子でD社が買付資金を貸してくれたと話していたが、その際、とくに担保に相当するものはなかったようである。他の多くの輸出業者はこのような無利子での融資をしてくれることがなく、なおかつ銀行の場合、年14パーセントの利子がつき、土地や建物のような担保が必要となる。しかも、キャベツの仲買の場合、品質が悪ければ買い取らないこともある。これは仲買人にとってリスクであり、品質の良いものを選別する知識や経験を養わなくてはならない。だが、D社は、他のライバル業者や銀行がなしえない、無利子・無担保の融資や品質にかかわらず、持ち込まれたすべての豆を買い取るにより、通常は仲買人が背負うことになるはずのリスクを低減させ、人びとが仲買に参入する障壁を低くしているといえる。このように、人びとが仲買を始めるにあたって、D社の存在はとても大きい。

とはいえ、D社は誰に対しても無利子・無担保で資金を貸し出すわけではない。どの仲買人もD社から無利子・無担保で金を借りるためには、その前に数年のあいだD社と取引しなくてはならないという。たとえば、ウンケーオ（２）



は、2008年から仲買を始めたが、買取2年目である2009年に、他の仲買人に比べれば少額ではあるが、D社から1000万 kips (約10.5万円) を借りている。一般の村人たちが仲買を始めた場合、数年間は少額の自己資金に頼らねばならない。その過程で、コツコツと利益を出しつつ、D社の担当者と信頼関係を築いていくのである。つまり、仲買を始めたいといっても、実績のない者に最初から金を貸すことはせず、D社の買付担当者と数年ほど交流をもち、担当者が仲買人をどのような人物か把握した後、金を貸してくれるということである。この意味では、D社の買付担当者との個人的な関係によってできた紐帯が、D社の担当者の仲買人に対する信頼を生み出し、担当者は仲買人に金を貸しても安心だという判断をするのだろう。そもそも、仲買人が仮にこの買付資金を持ち逃げした場合、二度とD社から金を借りられなくなり、他所で金を借りづらい状況では、仲買を止めざるを得ないので、仲買人の方も、そうやすやすと金を持ち逃げすることはない。

だが、D社にとって無利子・無担保で仲買人に買付資金を渡す危険性はないのだろうか。いくら信頼関係があるといっても、持ち逃げしたり、返済しなかったりする仲買人が出てくことは容易に想像できる。この点で、ジョーイ(5)の発言は興味深い。

私(ジョーイ)は、いまでもD社に対して2000万 kips (約21万円) の借金があるが、彼らは寛大 (*Jhai Nyai*) だから大丈夫。

彼女のようにD社に借金を完済しない仲買人は、他にもいることが推測できる。というのも、この信頼関係に基づいた金の貸し借りでは、担保がなく、取り立てる方にも強い権力があるわけではないので、返済を無理に迫ることができ

ないからだ。コーヒーの仲買ではなく、商店や食堂で、仲のいい者同士の場合、代金をツケにしている様子をよく見かける。実際に、D社は熱心に取り立てをしているわけではなく、このジョーイの発言のように、借りている方から見れば、D社の担当者のふるまいは「寛大」に映るのだろう。

D社は、何十人、あるいは百数十人という仲買人のそれぞれに、毎年、数千万 kips の金を貸すだけの金銭的な余裕があるのだから、少々のがれが返済されなくてもそれほど困らないのかもしれない。いずれにせよ、D社は貸した金が正確に毎年の会計時に戻ってこなくても、それほど困っている様子はなく、かなり大雑把な会計をしていることがうかがえる。このようなD社の金貸しのあり方も、仲買人が安心して商売に乗り出せる要因の一つとなっている。

だが、仲買人にとって、D社との取引は利点ばかりがあるわけではない。ロムカイ(1)は、次のようにいう。

D社は資金を融資してくれる代わりに、必ずD社に豆を売らなくてはならない。だが、それだとD社の買取金額が他の業者より低かった場合、われわれは損をしてしまう。実際、いまはH社(中華系の輸出会社)の方が買取金額は高いので、うちはあまりD社から金を借りないようにしている。

このように各業者の買取価格はまちまちで、どの業者の買取価格が高くなるのかは、誰にも予測できない。D社は、無利子・無担保で金を貸す代わりに、仲買人を囲い込もうとしている。収穫時期に買取価格が、他社と比較して低くせざるをえなかったとしても、仲買人を囲い込み、自分たちに売るように仕向けておけば、安心して商売がおこなえる。D社にとって、貸

した金が返ってこないことよりも、仲買人が別の業者に豆を売ってしまうことのほうが損だと判断していることがうかがえる。

では、仲買人はD社への依存をどのように考えているのだろうか。ソーン（3）は次のようにいう。

D社は仲買を始めて2年目から貸してくれるようになったが、そうするとD社にしか売れなくなるし、D社の場合、質の悪い豆は安くなってしまう。だから、最近では、銀行から借りるようになった。12万 kips（約1263円）を毎月利子として払っている。

仲買人にとってコーヒーの質は関係なく、たとえ質が悪くても高く売れるのなら、そちらに売りたいと考えているようだ。実際、品質が悪くても比較的高く買い取ってくれる業者があるから、このような発言になるのだろう。このように、D社の囲い込みから逃れ、より高く豆を買ってくれる業者と取引するために、仲買人は銀行の融資を利用することもある。

とはいえ、先述のように、銀行から借りる場合、担保が必要で、利子も払わねばならない。家や農地を担保とするのが一般的だが、大きな額の買取資金をすべて銀行から借りるには、その分、家や農地の規模が大きくなければならない。借りられる金額の多さは、担保となる家や農地の規模と比例するからだ。したがって、銀行から融資を受けたい仲買人は、豆の売買によって利益を積み上げ、農地を購入するようになる。表1を見ればわかるように、どの仲買人も比較的広い農地を持っているが、それは農業をして収入源を分散させたいからというよりも、むしろ農地が融資の際の担保となるからである。実際、銀行から1億 kips（約105万円）以上借りている者（1、3、4）はすべて6 ha以

上の農地を持っている。しかも、銀行から大量に資金を借りられれば、その額に応じて売買の規模を拡大させ、その分、多くの利益が得られるようになる。D社が貸してくれる額は、せいぜい数千万 kips であり、それを越えた規模で商売を行いたい場合は、銀行に頼ることになる。ただし、これほどの農地が持てるまでには、毎年の利益の一部を農地に替えていくため、時間がかかる。実際、ロムカイ（1）も、銀行からの融資が可能になったのは、仲買をはじめて8年目の2008年からであった

このように、D社のおかげで仲買人は、安心してコーヒー売買ビジネスに参入できるようになるが、D社の囲い込みを嫌う仲買人は、利益を農地や家といった現物に替え、それを担保に銀行から高額の資金を借りるようになる。こうして仲買人はD社への依存から逃れ、自由に売却先を選べるようになるだけでなく、D社の融資限度額を超えた、より大きな規模での取引を可能にしている。

## 〔2〕下請け仲買人の登場とパーチメント豆加工戦略

仲買人は、農民からチェリーや豆を買い付け、大手業者に売却して、その差額で利益をあげると指摘したが、より具体的には、どのように買取をしているのだろうか。まずはロムカイ（1）による買取の流れである。

昔は毎日、収穫の時期になると、14時から15時くらいに車を出して、チェリーを買い付けに行っていた。マークテーン村やセータブン村などを回っていた。だが、2年前に自分たちで車を出すのをほとんどやめた。いまでは村人が自分の車で運んできてくれる。彼らは、小規模な仲買人（*Mee Khaa Noi*）であり、自分たちが彼らに買付資金を貸すことも

ある。彼らは 1 kg あたりパーチメントで 1000kips (約10.5円)、チェリーで200kips (約2.1円) の利益を得る。

ロムカイは当初、自分で車を出し、各村を訪問してコーヒーを買い付けていたというが、2年前から村人自身がチェリーを売りに来るようになったという。この理由は、ロムカイ同様、自分で買付に行くのを止めたというソーン(3)の発言のなかから読み取ることができる。

昔は、毎日車でチェリーを買付に行っていたが、いまでは道路が整備され、村人自身が自分の車で売りに来るようになった。だが、一部の客に対しては自分の車で買付に行く。

このように、彼女は道路整備により、自動車での移動が楽になったことをあげているが、それと同時に欠かせないのが、農民の間に自動車普及しだしたという点である。先述のヒュンダイ社のピックアップトラックは、なにも仲買人でなければ購入できないというわけではなく、農民でも持っている。たとえば、ウンケーオ(2)は仲買を始めた動機として、「ヒュンダイのピックアップトラックを購入したこと」をあげている。彼はもともと仲買をするためにトラックを購入したわけではないが、使わないで放置しておくのはもったいないという理由で、チェリーの買い付けをはじめ、それをロムカイ(1)に売ようになった。つまり、彼はコーヒーの「下請け仲買人」となったのである。

下請けの仲買人は、このようにトラックの普及と道路整備を契機に誕生し、さらに近年のコーヒーの生産量の増大が、それに拍車をかけた。2000年前半ころに始めた仲買人は、約10年たった2010年には、当時の状況と比較して、買取規模を拡大させ、多くの利益があげられるよ

うになったが、コーヒーの需要は高まる一方で、買い取れば、その分、輸出業者に売れるという状況が続いている。この状況において、ロムカイ(1)やソーン(3)といった2000年前半から仲買をおこなう者たちは、次第に農民たちにその存在が知れ渡り、農民の方から売却にやってくるようになった。彼らは、これまでD社がやっていたように、買付資金を、下請け仲買人に渡し、コーヒーを集めてきてもらうことで、運搬コストを削減し、かつ家で待っているだけでコーヒーが集まる状態にしたのである。

だが、結局は、取引において、もうひとり仲買人が入ることで、それぞれが受け取れる利益は半減してしまうようにみえる。単純に計算して、1 kg あたり4000kips (約42円) で農民から買い、4500kip (約45円) で売り、500kips (約5.3円) の利益を得ていたところ、下請け仲買人が入ることで、利益分の500kips を両方で折半する状況に陥るからだ。後述するように、農民はだいたいの相場を知っているために、仲買人はむやみに農民から買い取る価格を下げることはできず、競合する仲買人にチェリーを売られてしまう。このように「下請け仲買人」が入ることは、たとえ運搬時のガソリン代を差し引いたとしても、「元締め仲買人」にとってあまりよい取引ではないようにみえる。

しかし、元締め仲買人は、下請け仲買人を自宅で待っているあいだに、チェリーをパーチメントにする時間を稼ぐことができるようになる。これが元締め仲買人の利益をさらに増大させることになる。仲買人に尋ねると、チェリーで売却した場合、1 kg あたりの利益は50kips (約0.5円) から500kips (約5.3円) とかなりの開きがある。これは、第一に大手業者でのチェリーの買取金額が品質によって異なること、そして第二に、チェリーの場合、収穫したその日に売却しなければ、品質が下がることに原因が



ある。たとえば、昨日の大手業者での買取価格を参考に、それより500kips 下げて、農民からチェリーを買い取ることを決め、当日、村を巡回して買い集め、そのまま運搬車で大手業者の買取場に行ってみたところ、昨日より300kips (約3.2円) 低い価格でしか買い取らないと担当者から告げられることがある。昨日と同じ値段であれば、1 kg につき500kips の利益になるが、300kips (約3円) 下がっていれば、利益は200kips (約2.1円) にしかならない。確かにD社は、どのような豆でも買い取ってくれることにはなっているが、チェリーの値段は品質によって分かれているので、低い品質ものばかりを農民から買い取ってしまった場合、利益が少なくなるのである。もちろん、仲買人のほうで品質をチェックしてから買い取るとは可能ではあるが、仲買人は品質よりも量を集めることに重きを置いているので、農民から買い取る際、いちいち品質をチェックしておらず、重量だけを測り、荷台に押し込んでいる。

とはいえ、このチェリーを精製加工し、パーチメント豆にしておけば、保管が可能なので、買取値段が高い時に大手業者に売却することができるようになる。パーチメント豆とは、コーヒーチェリーから果肉を除去し、乾燥させたものを指す。この状態にして、冷涼な場所に保管しておけば、しばらくほぼ同じ品質のままにしておける。コーヒーの買取価格は重さが違うために、チェリー、パーチメント、生豆の3種類があるが、とくにチェリーの場合は、買取の始めの時期に低くて、徐々に上昇し、ある時期から再び下降する。その日のうちに売らねばならないチェリーは、買取価格の変化に逆らうことができないが、パーチメント豆にして保管しておけば、もっとも値段が上がった時期に、まとめて大手業者に売却すればいいのである。

一般的な仲買人は、パーチメント豆に加工し

ている時間的な余裕はなく、毎日、運搬車で村々を回らねばならないが、元締め仲買人になれば、自宅でチェリーが来るのを待ち、その時間を使って、パーチメント豆に加工すればよい。このように、元締め仲買人は、チェリーをそのまま売却するのではなく、パーチメント豆に加工して、値段が高くなった時に一気に業者に売却して、多くの利益を得るのである。しかも、買付資金が少ない場合、元手となる資金を使ってチェリーを買い取った仲買人は、すぐに大手業者に、それを売却しなければ、新たな買付資金が手元に残らず、次の買付ができない。したがって、パーチメント豆への加工が可能になるには、たんに加工する時間を確保するだけでなく、余裕をもって買付資金を用意しておかねばならない。プワン(4)も次のようにいう。

買付資金が少ない場合、売値の良し悪しにかかわらず、買い取った実をすぐに売らなければ、次の資金が手に入らない。だが、資金が多ければ、自分の家で保管しておいて、値段が高くなった時に売ればいい。したがって、買付資金の少ないものは、赤字になるリスクが高い。

つまり、買付資金が少ない者は、いくらD社が無利子・無担保ですべてのコーヒーを買い取ってくれるとはいっても、市場価格の変動と品質による価格差については、なかなか対処する術がないため、赤字になるリスクを抱えることになる。だが、赤字のリスクを減らし、安定した取引をおこなうには、多額の買付資金を確保し、下請け仲買人をたくさん抱え、自宅でパーチメント豆に加工して売却すればよい。仲買人は、このような戦略をとることで利益を拡大させていく。

表2 パーチメント豆での売却量と買付資金額  
(2009/10年)

	売却量 (トン/年)	買付資金額 (kips)
1	220	3 億1000万
2	0	1000万
3	100	1 億3000万
4	40~50	1 億
5	10 <sup>(*)</sup>	1 億
6	200	6000万
7	16~17	1 億
8	20	2~500万
9	10	2~3000万
10	100	1 億

(出所) 調査資料から筆者作成。

(\*) 1 仲買人5のみ、1日あたりの売却量

表2は調査対象となった仲買人のパーチメント豆での売却量と買付資金額を表しているが、そこから、1 億 kips (約105万円) 以上の買付資金を持っている6名(1、3、4、5、7、10)のうち、3名は100トン以上のパーチメント豆を売却していることがわかる。ジョーイ(5)のみ1日あたりの売却量しかわからないが、パーチメントの売却時期は10日間程度であるため、やはり100トン前後であると推測できる。逆に、買付資金が1 億 kips 以下の場合、トゥン(6)を除いた残りの仲買人(2、8、9)は、まったく状況が異なる。テ(8)とジャンサック(9)は、比較的少量のパーチメント豆しか売却していないうえ、テ(8)は、農民からパーチメント豆を買い取ってそのまま、業者に売却しているといい、彼女自身が加工をしているわけではない。ウンケーオ(2)に限っては、パーチメント豆をまったく扱っていない。このように、買付資金が豊富にある仲買人ほど、多くのパーチメント豆を売却する傾向がある。

### [3] 高利貸し戦略

このように仲買人は、はじめは少額の自己資

金を使って買取をはじめ、D社に売却することで、その担当者と信頼関係を築き、D社から無利子・無担保で買付資金を借りるようになる。そのあと、買付規模を拡大させなければ、建物や土地を持ち、それを担保に銀行から融資を受けるといいう過程を経る。このようにして買付規模を拡大させていくと同時に、下請け仲買人からチェリーを買い付け、自宅でパーチメント豆に加工することで、利幅を大きくする。この戦略をとることによって、仲買人は売り先と売却価格についてある程度、自由に選べるようになる。つまり、彼らは、大手の輸出業者との依存関係を脱却し、高値になった時に、豆を売却できるように行動するのである。

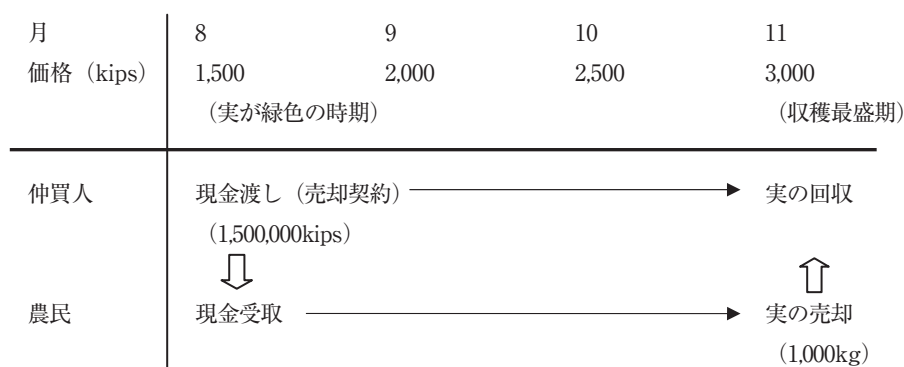
仲買人の数は、近年、とみに増えていると言われているが、その背景には、当然、ラオスのコーヒーに対する需要が高まっていることが挙げられる。だが、それだけでは仲買人の数の増加の理由を説明したことにはならない。やはり肝要なのは、D社の存在である。他の業者とは異なり、D社のみが、一定期間の売買を経て、無利子・無担保で買付資金を仲買人に渡し、どのような品質でも買い取るという方針を貫いているのである。このD社の方針がなければ、少額の資金しかもっていない一般の人びとは、仲買をリスクの高い商売だと認識し、仲買に参入できないのである。だが、仲買人はたんに豆を売買するだけで利益をあげているのではない。カフェキアオと呼ばれる高利貸しをすることでも、彼らは多くの利益を得ている。次にこの高利貸しの実態について確認したい。

仲買人の高利貸しとは、収穫期以前に、農民が現金を必要とする場合、仲買人が一定程度のチェリーを先に購入したことにして口頭で契約し、代金を支払い、収穫期に仲買人がその契約した分のチェリーを農民の家から運び出し、輸出業者に売却して利益を得るという仕組みであ

る（図1）。この際、支払われる金額は、収穫期につくことが想定される額よりもずっと安くなる。一般に収穫期から遠ければ遠いほど、買取金額は安くなる傾向がある。なかには、このような方法をとらず、月に8～10%の利子を付けて、農民に融資する仲買人もいるが（図2）、どちらの方法を採用しても、結果的に仲買人の手元に、収穫期に通常の取引をして得るよりも多くの現金が戻ってくることになる。

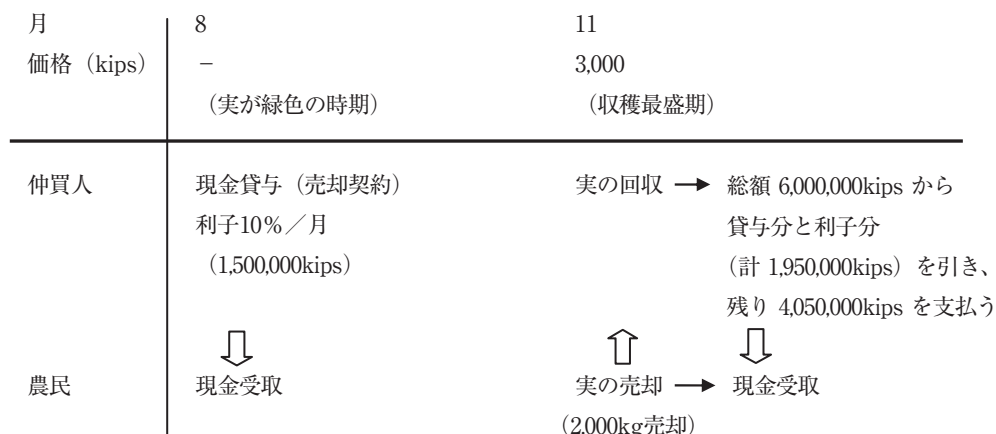
調査対象10名のうち、この高利貸しの実態について教えてくれたのは7名であり、ジョーイ（5）とトゥン（6）の2名は回答を拒否し、ウンケーオ（2）は、高利貸しを行っていないと

明言した。この3名を除く7名の高利貸しの概要をまとめたものが、表3である。この調査は2010年の8月に行われたが、その時点での緑の実につけられた1kgあたりの価格は、仲買人によって2000kips（約21円）から3000kips（約32円）まで開きがある。仲買人は、各農家が収穫可能な豆のうちの一部の量を先に「買う」約束をして、その分の代金を渡す。その最少量は200kg前後であるが、なかには4000kgも高利貸し分として契約した者もいる。貸付総額も、1000万kips（約10万円）から、最大で3億kips（約316万円）とかなりの幅がある。そもそも農民が仲買人から金を貸してもらうには、農民の



（出所）調査結果より筆者作成。

図1 高利貸しの方法①



（出所）調査結果より筆者作成。

図2 高利貸しの方法②

表3 高利貸しの概要（2010年）

	名前	調査時点での買値 (kg/kips)	最少量 (kg)	最大量 (kg)	貸付総額 (kips)	希望者数	対象人数
1	LomKhai	3000	200	1,600	300,000,000	300名程	20名程
3	Sorn	3000	200	N. A.	200,000,000	N. A.	50～60名
4	Phuwang	2500	500	4000	250,000,000	N. A.	4～5名
7	Karn	3000	各4～500kg 程度		10,000,000	N. A.	5～6名
8	Te	2000	2～300	1000	10,000,000	40～50名	6～7名
9	JanSuk	2500	160	480	15,000,000	100～200名	25名
10	Te	2500	1000	4000	25,000,000	100名程	4～5名

（出所）調査結果より筆者作成。

方から仲買人に電話で問い合わせることが前提となるが、融資を受けたい農民は、実際に借りることができた人数より圧倒的に多いことがわかる。

まず注目すべきは、仲買人がこの高利貸しのリスクをどのように認識しているかである。D社と仲買人が、信頼関係に基づいた金の貸し借りを行っているのと同様に、仲買人も信頼できる農民にのみ金を貸している。したがって、いくら見知った仲とはいえ、農民が返済しないで逃げきろうとする可能性は否定できない。テ（8）は次のようにいう。

昨年は10トン程度を緑の実の状態で購入した（つまり、この分量の金額は先に払った）。一昨年は10～20トン程度。以前よりは貸付する量は減った。別の仲買人は1kgあたり3000kip（約30円）で貸付しているのを知っている。自分が、それより低い価格にしているのは、できることなら貸したくないからだ。値段を下げて、それでも売りたい人のみ対応している。よく知っている人でないと、収穫時期になって実を別のところに売ってしまっ

て、もう実はないと言われてしまう。このような約束破りをされてしまうと、損失が出てしまう。

ここから仲買人は、必ずしも好んで高利貸しをしているわけではないことがわかる。農民は決まった農地を使って農業をしている以上、いま生活している土地から簡単に離れることはできず、借金の返済から逃げることは容易ではない。とはいえ、農民は、約束した仲買人とは別の人物に収穫した実をすべて売ってしまい、「実が残っていない」といって、返済を逃れることはできる。多くの農民は自分の家の裏庭に一部のコーヒーを植えているが、たいていは家屋から数km、なかには10kmほど離れたところに農園がある。そのため、仮に農園にまだ実が残っていたとしても、仲買人が農民の家にやってきた際に、「すべての実を売ってしまった」と嘘をつくことはできる。さすがに仲買人は遠く離れた農園まで見に行くことは滅多にない。返済したくない農民は、このように言い逃れをする可能性があり、そのリスクを仲買人は十分に認識している。

したがって、仲買人は、貸付を希望するすべての農民と契約するわけではない。テ（8）はこの年、8月の段階ですでに40～50名の農民から電話を受け、「金を貸してくれ」と言われたようだが、実際にはよく知っている6～7名にしか金を貸していない。ロムカイ（1）に至っては、300名ほどから貸付の依頼を受けたが、実際

にはその15分1である20名ほどにしか貸していない。ここから実際に金を借りられる人の約10倍もの農民が生活費に困っている様子がうかがえる。テ（8）が述べたように、仲買人は比較的に買取金額を農民に提示し、できるかぎり希望する農民の数を減らしているようであるが、それでも借りざるを得ない農民がいるということがわかる。高利貸しは、けっして仲買人の利益拡大のための戦略というよりも、農民の依頼に断れずに、仕方なく貸していると判断する方が妥当であるようにみえる。

このように、農民が言い逃れをしないよう、よく見知った者だけを選別し、貸付したとしても、やはり返済が滞る場合がある。ロムカイ（1）は次のようにいう。

2年前が最大人数で年に80～90名を対象に貸付をした。だが、これまでに7000～8000万 kips（約73.7～84.2万円）分を回収できていない。

ロムカイ以外にも、ソーン（3）は「1000万 kips（約105万円）分戻ってこない年もある」といい、契約したすべての量の実を回収できていない仲買人はいる。この仲買人と農民の関係は、D社と仲買人の関係と類似しているといえる。D社は仲買人に対して信頼関係があれば、無利子・無担保で買付資金を貸し出しており、やはりD社に返済できていない仲買人がいる。それでもD社は豆の買付資金に困った様子はなく、相変わらず無利子・無担保で資金を貸している。仲買人と農民の場合、契約時に低い価格で買い取って、高い価格で業者に売却することによる差額で儲けがでるわけだが、これを利子に相当するものと考えることができる。一方、仲買人は金を貸し出す際、農民がしっかりと契約通りの量を返済できるかどうかを、コーヒーの木の状態をみて確かめているので、コーヒー

の木が担保の代わりになるものだと考えられる。したがって、この場合、けっして無利子・無担保とはいえないが、D社と仲買人の関係と同様、あくまで仲買人と農民とのあいだの信頼関係によって貸借が成立しているといえる。その意味では、ロムカイのような仲買人は、無理矢理、返金を迫るような力を農民に行使することはできず、返済してもらえないリスクは付きまとう。

とはいえ、それでもロムカイは、毎年、農民に貸付をしていることを考慮に入れると、D社同様、返済が滞っていたとしても、それほどコーヒーの買取に支障をきたすわけではなく、むしろ、返金できていない分があったとしても、十分に利益が出ている様子がうかがえる。表3のなかでも、ロムカイ（1）とソーン（3）、ブワン（4）の貸付総額は、他の仲買人に比べて圧倒的に多く、それ以外の仲買人の貸付総額との差異は明確である。これは、彼らの買付資金の多さにほぼ比例している。ソーン（3）とブワン（4）は、1億 kips（約105万円）程度の買付資金、ロムカイ（1）に至っては3億 kips（約316万円）以上の資金を持っている。これほどの買付資金を持っていた場合、仮に農民への貸付に対する返済が滞ったとしても、あまり買付には影響なく、なおかつ契約通り、返済が行われれば、通常の買付以上に、多くの利益を得ることができるのである。

つまり、買付資金が比較的少ない仲買人は、農民への貸付に対して予定通りの回収ができなかった場合に赤字になる可能性が高く、貸付のリスクに脆弱であり、逆に資金の多い仲買人は、たとえ多少返済が滞ったとしても、それ以上に、利益が大きいので、貸付のリスクはそれほどないといえる。一方、買付資金を多く持ち、それを農民に貸し付けることで顧客を囲い込むことができるようになる。つまり、高利貸しは、



顧客を他の仲買人に奪われるリスクを減らすことができ、より安定した経営が実現できるのである。このように、高利貸しは多くの貸付資金が準備できる仲買人にとっては、自分の商売を安定化させることに寄与する。ここに、仲買人が多くの買付資金を獲得しようとする理由がある。

#### 4. 仲買人の商取引戦略の特徴

本稿では、「買付資金の獲得戦略」、下請け仲買人の登場に伴う「パーチメント豆への加工戦略」、「高利貸し戦略」という仲買人の3つの戦略について素描してきた。この枠組みから、コーヒー価格の変動や農民からの裏切りといったリスクに対して、仲買人がいかに対処しつつ、利幅を拡大させていくかが理解できる。確かに仲買人は、いわゆる個人主義的な利益追求型の戦略を採り、コーヒーの売買から得られる利幅を拡大しようとする傾向がみられる。だが、そこに見えるのは、暴利をむさぼる強者というよりも、大手輸出業者と農民との間に挟まれて、両者からもたらされるさまざまなリスクに対処し、これらの関係のなかで取引を安定化させるようにふるまう姿である。大手輸出業者は、仲買人にとって無利子・無担保で買付資金を貸してくれるというメリットがあるものの、業者への依存を招き、そこでの取引は買取金額の変動に対処できないというリスクを抱える。他方で、農民への高利貸しは、仲買人にとって有利な金額で買取契約を結べるものの、農民が契約を反故にするリスクも同時に抱えている。したがって、仲買人は、彼らのおかれた条件の中で、自らの取引を安定化させる方法を探り、取引から利益を上げているといえる。

仲買人がこのような戦略を採るのは、当初、彼らが土地や現金という資本を十分に持っていないからであり、仲買人は取引行為を通じて、

現金を得た場合、土地を購入し、家計を安定化させるのである。ただし、彼らにとって現金を保有し蓄積することは、家計の安定化にはつながらない。一般的に、発展途上国では、物価が上がりやすく、インフレが起きやすいと考えられている。現地の多くの人々もそのこと実感しており、農民が物価上昇に言及し、買取価格を上げるよう、コーヒーの買取業者に要求する場面を見かける。このため、人々は現金を長期間保有したがらず、現物にすぐに転換させたり、融資をしたりして、手元に残さないようにする。

このように、仲買人は、「買付資金の獲得戦略」、下請け仲買人の登場に伴う「パーチメント豆への加工戦略」、「高利貸し戦略」といった3つの戦略を駆使して、大手輸出業者や農民との関係を結んでいる。とはいえ、ここからは農民と仲買人の社会関係の結ばれ方までは見えてこない。コーヒーの取引量が増していくにつれて、仲買人の数も増加し、下請け仲買人が登場するなど、仲買人の階層化も始まっている。このように仲買人のプレゼンスが拡大するなかで、農村社会の社会関係は、いかに変容していくのか。この問いをめぐる考察は別稿に譲りたい。

#### 【註】

- (1) ラオはエスニック集団の名称であり、ラオス国内で多数派を占める。
- (2) ラベンは、エスニック・マイノリティ集団の名称であり、南部ボラベン高原を中心に住んでいる。自称はジュル (Yru) であるが、この呼称は外部の者にほとんど知られていないため、本稿ではより知られた呼称であるラベンという表記に統一する。
- (3) ラオスにおける仲買人の取引については、北部地域で富田晋介による報告があるものの、それ以外には、まとまった研究が行われていない。富田は仲買人が、農村からどのように生産物が市場に送り出され、その後、どのようなルートを辿っていくのかを跡付けている [横山・富田 2008]。

#### ラオス南部ボラベン高原におけるコーヒー仲買人の商取引戦略

- (4) パークソーン郡は、チャンパサック県のなかの一つの行政単位で、ボラベン高原の中心にあたる。
- (5) D社は、1990年に創業した貿易会社である。創業当初は、タイからの生活用品を輸入してラオス国内で販売する事業を行っていたが、1995年ころからコーヒーを農民から買い取り、国外に輸出するようになった。1998年には自社農園を持つようになり、調査当時には、コーヒーに限ってはラオス国内で最大の輸出量を誇る企業に成長した。同社の顧客には日本の大手商社も含まれている。
- (6) 1円は9500kipとして換算。換金レートは、2010年8月時点のものである。
- (7) 公務員の月収は、月50万kips（約5263円）程度であることを基準にすれば、相当な額であることがわかる。
- (8) 学名はElettaria cardamomum。ショウガ科の多年草である。乾燥させておもにカレーに使われる香辛料として使用される。
- (9) チェリーとは、一般にコーヒーの実のことを指す。

#### 【参考文献】

- 前川啓治 2000『開発の人類学』、東京：新曜社  
横山智、富田晋介 2008「ラオス北部の農林産物の交易」、ダニエルス・クリスチャン（編）『論集 モンスーンアジアの生態史—地域と地球をつなぐ—2 地域の生態史』、東京：弘文堂