日本の「食の外部化」とアジアの日本輸出向け加工食品生産の実態
― フードレジーム論における「東アジア食料輸入複合体」の考察より ―
Japan's "Externalisation" of Cuisine (Cooking), and Realty of Processed Food Production in Asia for Japanese Consumers: From the Perspective of the "Food Regime" Theory and "East Asian Food Import Complex"

蟹江恵（京都大学大学院農学研究科　博士後期課程）

【ねらいと目的】

本研究は、現代の日本において、調理工程が家庭と分離した、外食（家庭外での食事）や中食（家庭外での調理）といった、「食の外部化」に関する食品を対象とし、その生産から消費までの全過程とその構造を分析する。その分析を通じて、アジアにおける親密圏と公共圏の同時的再編成およびその実態を、域内（リージョナル）経済の相互依存、特に日本の、アジアからの食料調達体制という側面より例示する。

今日の日本における「食の外部化」の傾向は、女性の社会進出や世帯人数の減少（親密圏の再編成）を要因とし、またアジアからの加工食品輸入の増加を伴っている。本研究では、日本企業によるその日本向け加工食品の現地生産や現地への投資が、現地社会や経済、および自然環境に与えるインパクト（すなわち、公共圏の変容）を、現地調査により明らかにする。さらに、それらの生産工場の労働者は、現地の（あるいは出稼ぎ）若年女子が多く、この日本の食料消費がアジアにもたらす雇用機会が、アジアにおける親密圏の再編成、すなわち家庭生活や家族構成の変化の一端に関与している可能性を明示する。

本研究は、フードレジーム論の枠組みによって日本の「食の外部化」とそれを支えるアジアの現状を捉え、その視点から、日本とアジアで今日起きている親密圏と公共圏の再編成の相互関係をみるものである。

【活動の記録】

2008 年 6 月 22 日

日本フードシステム学会（於：明治大学生田キャンパス）で報告

11 月 30 日

国立民族学博物館共同研究「フェアトレードの思想と実践」

研究会参加→参加者から個別（非公式）に紅茶飲料に関する話を聞く

12 月 5 日

コーヒーサロン（主催：東京大学東洋文化研究所池本研究室

於：石光商事神戸本社）参加（テーマ：ケニアのコーヒーと紅茶）

2009 年 2 月 20 日

スリランカへ現地調査に向かうが事故により中止、帰国

3 月 27 日～30 日

国内出張（日本農業経済学会参加、於：筑波大学）

3 月 30 日

商社（於：東京、企業名非開示）訪問および聞き取り調査

【成果の概要】

本研究では、現代的な紅茶の消費形態として「紅茶飲料」を調査対象とし、文献資料の検討に加え、紅茶飲料向けバルク紅茶を主に取り扱う商社にヒアリングを行った。缶やペットボトル、紙パック容器で販売される紅茶飲料は日本で開発され、1986 年の「午後の紅茶」登場により広く普及した。これはフードレジーム論における「第 3 次フードレジームへの移行期」の時期に一致する。紅茶飲料の登場は、それまで家庭で茶葉から入れて飲むのが一般的だった紅茶を、戸外でも飲め、またコンビニや自動販売機で容易に手に入る飲料へと変えた。現在では「紅茶」といえば若者やオフィス勤めの人々は紅茶飲料を思い浮かべ、日本から欧米やアジアへも広がっている。「中食」を食べるときに飲まれることも多い紅茶飲料は、日本の親密圏の変化を一要因とする「食の外部化」の一例といえよう。

紅茶飲料の普及により、原料である紅茶茶葉の輸入量はそれまでの 2 倍に増加し、現在その 5 割以上は紅茶飲料向けである。聞き取りを行った商社では、スリランカ、インド、インドネシア、ベトナムのアジア 4 カ国から茶葉を輸入しており、スリランカ産はその 6 割を占める。農園で栽培された紅茶は、多くは女性労働者の手作業によって摘まれ、すぐに近くの加工場で加工され、オークションで現地バイヤーが競り落とし、船便で日本に届けられ、ブレンドを経て飲料に加工される。スリランカ産紅茶は、ティーバッグ生産を始め高付加価値化（第 3 次レジームへの移行期における貿易商品の特徴の一つ）が進んでいる。一方、紅茶飲料は寡占が進む熾烈な市場競争にさらされ、原料はより安価なバルクの形態で輸入される。紅茶飲料により紅茶の需要は増加したが、生産国にとっては付加価値をつけるのが困難な状況にある。世界的な紅茶価格の下落傾向で賃金上昇も望めない状況にあり、スリランカから農村を出て中東などで働く 70 万人近くに上る女性の出稼ぎ労働もみられる。東アジア食料輸入複合体概念に照らせば、日本発の紅茶飲料は世界へ広がり、世界的にも紅茶需要を増加させたが、それが生産国の輸出品の高付加価値化や農園労働者の生活向上に寄与できているとはいいがたい。