

6) 砂糖及P.L.U.-10

砂糖及び原料としての砂糖及P.L.U.-10の生産は75年に開始された国策P.L.U.-10計画による推進で、その融資と共に利権付の栽培面積は年々増え286年に4,100万㎡の9.1%に達しその生産量は249万トに達した。安売による生産増進は1971年秋少雨の作物の1つである。

毎年の生産は国策P.L.U.-10計画を推進するCENAL (P.L.U.-10計画実行委員会) にて地域別、製品別(砂糖及P.L.U.-10)の目標を設定し、これを各生産者へ割り当てる仕組みとなっている。1例として86/87年の計画を示す。

砂糖及P.L.U.-10生産計画 1986/87

地域別	砂糖		P.L.U.-10	
	1,000ト	%	100万ト	%
北部、東北部				
アモリアス	1,355.0	15.8	877.5	7.5
ペルンゴ	1,617.0	18.9	606.0	5.2
パライバ	155.0	1.8	342.0	2.9
サントスピリット	135.0	1.6	146.3	1.3
パイヤ	105.0	1.2	57.1	0.5
その他	213.0	2.5	134.1	1.0
小計	3,580.0	41.8	2,163.0	18.4
中央、南部				
カンピノ	3752.1	43.8	2010.7	17.8
ペラ	2000.0	23.5	251.6	2.2
サンタカタリナ	525.0	6.1	330.6	2.9
ゴヤス	14.0	0.2	352.8	3.0
サンタカタリナ	-	-	278.7	2.4
サンタカタリナ	374.2	4.4	290.0	2.5
その他	114.7	1.4	331.0	2.9
小計	4,280.0	58.2	2,565.4	21.6
合計	8,560.0	100.0	4,728.4	100.0

出所: IAA.

砂糖及P.L.U.-10の製造工場は従来の製糖工場への施設とP.L.U.-10専用工場と併設している。P.L.U.-10専用工場は2月の収穫専用工場2種があり、その施設は国策P.L.U.-10計画の枠内で各生産者毎に審査され認可されることになっている。最近の傾向として砂糖の国際市場が低調であり、P.L.U.-10の国内供給も飽和状態にあることから生産者側の承認は未だ生産増進の方向にはなっていない。砂糖、P.L.U.-10の生産は古い決まりで、国内生産の大半を占める。カンピノの場合には新期を重視して考慮すべきである。政府の新しい新期を重視しての施設も、既存

工場における生産性の向上と同一方向に向かっている。

このように状況の中で、原料の砂糖と生産は全体計画の中で計画されている。各工場は IAA (砂糖 100-10 陸) に与る割当量に与り、各工場は砂糖 100 陸を 18 工場の割当量と与り、生産割当量は採掘に与る。各生産者の割当は生産規模、実績に応じて決定される。工場への投入と収入の方法は与る。又、工場は通常の砂糖と糖を採る、工場は採掘に与る^糖と供給が同一である。砂糖と糖の工場渡し価格は毎年政府によって決定される。他の作業者の場合のように、需要供給関係による価格変動は、工場と生産者の協定価格として決定される。

製造された砂糖は輸送割当量と国内供給分に与り、輸送分は IAA (砂糖 100-10 陸) と同じ、海外に採掘する。国内供給分は、市場に与り、配分される。その価格は政府の統制下で、小売価格と公定価格である。

民間の砂糖輸送は認められており、政府 (IAA) の要請である。海外への輸出はフランスに加盟している国際砂糖協定の枠内で行われる。フランスの輸出は毎年割当として仕組まれている。10 年最近の砂糖大産と原料として大量の砂糖は、E-C 図の国際砂糖協定と同調している、同協定は与る枠内で行われ、一部は同調して割当量に与り、供給減少と目的として減少の方向に向かっている。フランスの割当量全量は輸出に行われる。

砂糖の輸送は粗糖、精製糖、結晶糖の形で与り、粗糖は糖及糖連精製糖及び結晶糖はナイジェリアと与り、アフリカ諸国の主要輸送先である。

一、IAA の方針、その生産を推進して国際 PLS-10 計画の目標は輸送燃料の国産品による代替に与り、自動車用燃料市場に最大の市場と与り。その他、化学工業への供給、テレビへの投入、農業機械への応用、家庭用品への利用など、その利用範囲は与り、その量は与り、これは自動車燃料の大半と与り。

自動車用燃料へのガソリンへの投入と、PLS-10 専用車 100 名 PLS-10 使用の二種の方法がある。そのうち、限界は与り、余剰 PLS-10 の市場に与り、問題と与り。また、期許は与り、輸送物の限界は与り、この結果、1 億ドルの PLS 輸出は与り。PLS の産物価格は国家エネルギー審議会が決定事項として、ガソリン価格の 65% と

限及レズ。 砂糖 Pils-1000 10大工場

砂糖 Pils-1000 10大工場

1005 1111

工場名 (所在地)	元上高	収益	正味産	繰上取	平均生産
UNIÃO DOS REFINADORES (T=15207)	2915.3	483.3	685.7	590.1	867.6A
USINA DA BARRA (T=15207)	1380.3	41.9	899.1	1657	867.2A
SÃO MARTINHO (T=1520)	1222.5	91.5	753.3	1700	867.2A
USINA SÃO JOÃO (T=1520)	1000.9	119.0	865.5	1300	867.2A
USINA COSTA PINTO (T=1520)	916.0	42.2	647.2	3580	867.2A
ACUCAR UNIÃO (T=1520)	903.4	431.4	112.8	1849	867.6A
USINA SÃO JOSÉ (T=1520)	835.6	221.5	313.5	2638	867.2A
USINA BOM FIM (T=1520)	819.7	91.8	538.9	2626	867.2A
USINA BARRA GRANDE (T=1520)	799.2	31.3	504.3	1100	867.2A
USINA TRACEMA	583.3	47.9	389.0	970	867.2A

出所: GAZETA MERCANTIL

7) コーヒー

コーヒーの市場は、コーヒー(豆)よりも、砂糖原料としてのインディゴコーヒーの市場が中心である。ブラジルは世界最大のコーヒー生産国で、世界生産の20~35% (年々増加)を占めている。海外市場のシェアが非常に大きいが、国内需要も少なく、年間の700万俵が消費される。国内消費量700万俵の13.93%に相当する650万俵が焙煎コーヒー、残りの35万俵がインディゴコーヒーの製造原料に向かう。国内でのインディゴコーヒーの消費は、生活様式の近代化と共に近年大増に増加しているものの、依然としてコーヒーの生産国である。コーヒーの風味は、主に要求される。依然として焙煎粉末コーヒーが求められている。

コーヒーの取引は多岐にわたるが、生産者から販売場へ次の方法が取られている。

- 1) コーヒー(豆)の取引、これは自らの施設又は他に依頼してコーヒー(豆)の精選を行う。精選前の豆は40kg入る箱で精選後の豆は60kg入る箱で輸出される。
- 2) 上記のコーヒー(豆)を貯蔵して出荷の上で取引。コーヒーの貯蔵は自らの設備で行われる。

REALCAFÉ (豆類・糖)	251.4	29.5	283.0	269	867.64
VIGOR (豆類・糖)	18.8	4.72	63.4	139	863.28
ALPHA (豆類・糖)	138.8	1.1	11.2	-	↑
MACZOL (豆類・糖)	88.5	0.87	79.5	-	↓
SUL MINERO (豆類・糖)	24.6	1.7	12.5	-	↑
SUBLIME (豆類・糖)	19.2	1.9	5.6	-	↑

出所: GAETA MERCANTIL

8) ココア

ブラジルは世界沿岸に次ぐ世界最大のココア生産国で、年間の40万トンの生産量、世界生産量の2割を占める。

国内のココア生産地帯は、東北地方のバイ州に集中しており、同州が国内生産量の85%を占める。4にココア関連工業も集中する。

ブラジルは、ココアの流通・取引の中心地として、原料を海外に輸出するのと国内で加工して国内に供給する。

加工するものは、平均して原料生産の40%程度で、残りの60%が国内加工品である。ブラジルは世界のココア生産地帯の中で、国内加工品を交えており、加工品は国内消費と原料の再輸出の形態をとる。

ブラジルは、アフリカ産国に劣るココアの生産・流通に乏しい特徴は、原料生産国への最終製品(チョコレート)の消費がある。南米の大半は工業先進国に輸出される。産国は原料の再輸出、フランス、スイス等に輸出し、その国内で原料を加工し最終製品として輸出する。そのほか原料を輸出加工する形態は、原料生産国におよぶ加工技術のレベルが低く、最終製品の品質に若干の問題がある。ECLAは、60年代には原料生産国の加工品は生産量の15%にすぎないが、1970年代には、全般的に原料生産国(南米諸国)への原料の再輸出が減少し、その代わりにブラジルは、原料生産国への原料の再輸出が減少し、工業先進国への原料の再輸出が増加した。

その完全の利用に工業加工品(半製品)を輸入するに有利な方法と見られては居るが、
原料産国の加工比率は31%と見られる。中には70%以上を割合に加工するものもある
である。

国内での加工は初加工と二次加工に分けられる。初加工は原料(豆)を脱皮して
剥いてコンポストに似た半製品(110-10)を製造し、この110-10を圧搾して油(ココアバター)と
抽出し、ココアバターを取った皮を粕と称する。粕はココアに含有する。二次加工は
この110-10、ココアバター及び粕をココア、110-10も半製品として主要な輸出品になる。

原料及び半製品の海外輸出品はココア(豆)を除いて、ソ連、米、ブラジル、パナマ、110-10は
ソ連、米、ブラジル、ココアバターは米、ソ連、日本等と主要市場としており、同様
相場は、前年比は8%程度の増減が行われる。

加工工場は生産地帯のバタコ州に集中し、その後継者社に依り、バタコ州の
工業地帯、サト州に2社、サト州に1社あり、バタコ州の州都サト州には50
km南下に海沿いの工業地帯(110-10)があり、ココア工業地帯の中心地として
輸出品として輸出が行われる。工業地帯の輸出品は原料豆に占める91%、110-10が85%、
ココアバター50%を占める。工業地帯の中心地バタコ州内の加工能力は25万トンで、
全国生産能力の70%と見られる。

工業地帯の代表的企業はBARRITOS DE NCAUO PRODUTOS DE CACAU SA,
JOANES INDUSTRIAL SA, CARGIL CACAU SA, BERKAU CACAU INDUSTRIAL
等があり、初加工と二次加工を行っており、29社、CHADLER INDUSTRIAL
SAがあり、初加工と二次加工を行っており。

二次加工に用いられる原料は粕とココア、2社、最も著名なコンポストを製造し、
二次加工工場として最大の企業はNestlé(工業地帯)の196、VITORIA、及びGARDIO
(工業地帯、サト州)、INDECA(サト州)、AGROINDUSTRIAL RIO AROO(工業地帯)等がある。

最終製品としてのコンポストは、サト州、パナマ、ブラジル、ソ連等の主要市場に輸出され、
そのうちソ連が最大の市場である。その割合は明白で、110-10は、サト州、パナマ、ブラジル等の
主要市場に輸出される。その割合は、サト州、パナマ、ブラジル等の主要市場に輸出される。

コンポスト及びココアは合衆国、輸出原料と半製品の輸出品に比較して、輸出比率が
高くなる傾向にある。米、日本、ソ連、ブラジル、パナマ等の主要市場である。

10) ジャガイモ

ジャガイモの流通経路も玉ねぎの場合に類似しており、次の方法が一般的である

1) 生産者、組合、地方卸業者、消費都市の卸業者のいっしょから出荷する。組合の場合に委託販売、卸業者の場合に委託の形で買取を行ったりする場合もある。二つに卸部門より小売部門を各別に消費者に到達する。

2) 地方の卸業者は生産者より出荷されたものを一部を地方の小売店に販売するほか、他は消費都市の卸業者に販売する。地方卸業者の取扱量は全体の35%、中央卸部71%、65%の割合である。

3) 中央卸市場は生産者より販売の委託を受け、組合、及び一般の卸業者によって構成される。中央集配センター又は特殊の地区(カンパニーの場合にV-Tセルリアンと呼ぶ)の中心部(卸街)に小売部門と同様に現物取引を行ったりする。

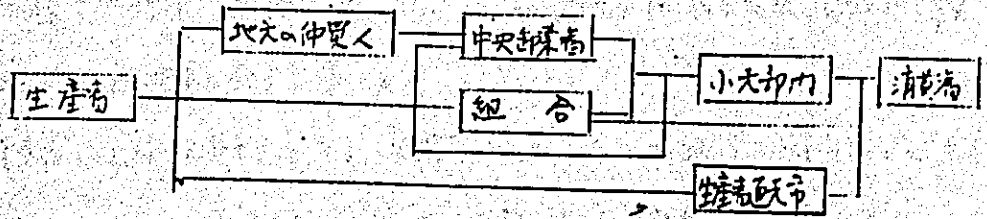
4) 小売部門はスーパー、デパート(露店店)、ファーマー(八百屋)、デパート(食品店)によって構成される。この中、従来はデパートやファーマーの取扱量が多かったが、ポリエチレンの普及により、スーパーで規格が統一された商品の出荷が多くなり、スーパーの利用率が増加してあり、小売部門取扱量の55%がスーパーで占められるようになった。従って他の小売部門の取扱量は全体の45%である。

5) 以上のほか新しい流通経路として生産者、消費者に直接取引システムが出現し増加している。この中でコッパ産組と米田産組のバンパノ店がエーエエ持つマクドナルド社との契約によるフレットウェイの復活が注目される。85%が実施されている。この方式はコッパ産組の組合と出荷物の付加価値を高めるための新しい流通経路の一端を占める。生産者の生産物を加工し、加工した製品を消費市場に直接販売したりする構想が実現している例がある。この契約は実行されるが、同組合は市内にフレットウェイを製造する専門工場“CAC”を建設し、稼働中である。販売する際はマクドナルド社に買取を契約して行っているが、販売上の問題はなく、加工製品を直接販売する。専科の子供の販売も組合の収入を増大し、この専科の専科の求めは、子供に新たな需要を生み出す。これはスーパーを持っており、今後の販売と流通に新しい方向を示している。

11) その他野菜類

野菜類の流通経路は、生産者から直接又は地元の仲買人を経由して中央卸市場に出荷し、小売店を通じて消費者へ送る方法、中央卸市場を経由して生産者から直接小売店へ販出する方法、生産者から直接消費者へ販出する方法、組合が小売店を通じて消費者へ販出する方法等がある。

野菜類の流通経路



各流通経路は次の状況にある。

1) 生産者から直接中央卸市場に出荷する方法がもっとも一般的方法で、生産物の約80%はこの方法による。中央卸市場は組合と卸業者によって構成され、生産物の出荷は農家の自ら輸送する場合もある。組合又は卸業者が各農家から集めて集荷する方法が一般的である。中央市場に出荷する生産物は、ここに集まる小売店との間に現物取引が行われ、各小売店へ分散される。小売店にはスーパー、生行(露天市)やマート(八百屋)によって構成される。野菜類は、新鮮野菜と加工品とに分けられ、生行の利用率が高くなる。マートと合せ、野菜類の80%はこの流通ルートによる。スーパーの取扱量は全体の15%程度と低い。生行の商人(フリヤーと呼ぶ)は午前2~3時に出発し、中央市場での仕入れを行って、4時に露天市場(各週日持込の場所)に移動して、5時~10時の間に各小売店へ卸す。生行の日々交通は、各週日持込の場所へ到着し、生行の商人は、5時から10時頃まで消費者へ販出を始める。8時から10時頃には、スーパーの取扱も始まり、11時と過ると天候が、生行の野菜はほとんど当日中に全量で取引が行われる。正午に生行は終了。スーパーは、スーパーの前日の商品を残し、販出しているが、生行の場合、毎日当日の仕入れの野菜は、新鮮野菜を消費者へ送る。

2) 消費市場上の距離が遠い地域の組合は、上の流通経路の間に仲卸業者を介して、スーパーを通じて都市の卸業者へ販出する場合がある。生産物の約10%はこの方法で中央市場に集まる。

① 中央卸市場は、産地と生産者の直接小売部門に販賣する方法として、生産者の
 ための直接卸下の場合が多い。これは、右の商人が中央市場に商品の求めた直接販
 売と取引する場合に発生する。但し品質がすぐれたものは、定期的に一定量を生産出
 来のことが条件とされる。この販売方法は、方法で販賣するといふ訳ではない。こ
 の方法の利点は、中央卸市場に出荷する場合に販賣代金の差引かたの運賃、梱代、販賣料
 料等の省費、農家の手取りが増えること、生産作物によつては（アヤハツの場合）
 買手の農家の水揚げを行つた場合があるため、農家の産地と代金の受取り、支払いの
 便宜がある。近郊農家の場合は、産地と販賣部とが近い。

② 産地と消費者の直接販賣の方法は、通常バレーショ（VALEJO）と呼ばれ、直接販
 売が行われる。このシステムは、80年代の始めより普及した。従来の行方と比べると、
 新鮮でより安価に供給態勢を作り、中間商人を排して消費者、生産者、双方を擁護し
 たりと試みられている。この販賣方法は都市の消費者に大反響を呼び、新規需要
 が増え、今日では完全に定着して販賣システムとなっている。ただし場所の問題がある。
 都市部の敷地が限られているため、このシステムを利用出来る農家はごく一部に限られて
 いる。その取扱量は、全体の5%程度に過ぎない。しかし、最近では大都市でも
 普及の始末となり、新しい公共施設として直売市場の建設が各地で増えつつあり、その取扱
 量は年々増加し続けていると思われる。

又、生産者団体としての組合が消費市場に直接販賣する試みとして、コチ産組
 が行つている「セツテ、フェア」と呼ばれる宅配方式がある。主に中流以上の消費者に
 対象とし、産地との交通に便し、自らに配達する方法が、85年以降行われ、この方式
 組合の持つ卸売センターを利用した消費者への直売システムは、1997年「サトウ」の試みか
 ら販賣方法も組合、折しも「アヤハツ」の試みと80年代以降行われ、新鮮物の流通
 システムと改善の研究が続けられている。

卸売の価格について

中央卸市場における毎日の取引価格は、前日の入荷量と価格、前日の繰越量
 当日の入荷量、産地の天候、消費動向等を「アヤハツ」の取引委員会が基準価格と設定
 して発表し、取引が行われる。1日の中でも当日の各産品の要素によつて価格は変動

小売市場はスーパー、デパート、(露天市)、キオスク(八百屋)、果物店と、相成り多。
この小売部内の中、最近のスーパー各店の販路が伸び、流通商品の約3割に取
扱っているといわれ、残りの他の小売部門も同様である。他の小売部内の中、野菜の売場
と同様にスーパーの利用度が高(重要は流通部内ではこの役割を担っている)。

米(青果)は大半が国内で消費され、一部が海外に輸出される。現在輸出
している米穀としては、パナマ、ホンジュラス、ペルー、コロンビアが主要品目といえる。

この中、パナマとペルーが隣国のペルーに集中的に輸出されている。ウルグアイが
コロンビアに続いて、この両国の輸送形態は、海上輸送に頼り、これは、船舶
の回転が速いことと輸送日数が長いことから陸上輸送に比べれば、
現在では、特にウルグアイとウルグアイ(URUGUAY)産品の輸出に輸送がパナマ
75%、ペルーが86%を占めている。

ホンジュラス(青果)の輸出先としては、フランス、スペイン、ドイツ、オランダ、スイス、
英国、オランダ、ペルー等と同時に行われる。ペルーの「FORTALEZA」港からの船舶が30%、
パナマ州「サントスピリット」港からの20%、取扱量は年々増加
している。また陸路輸送も行われている。陸路輸送では、パナマの取扱量は
多。輸出の95%が「サントスピリット」(CAMPINAS)を港経由、スイス、英国、フランス
等へ輸送されている。

果物の加工品としては、オレンジ濃縮ジュースが代表的な商品で、サントスピリット
に加工工場が数箇所ある。サントスピリット工場は原料の買上げ量は、生果生産の
60%に及び、年内80万トンの濃縮ジュースを生産している。

原料価格の買上げ価格は、工場側と生産者側との協定による。現在の協定
協定方法は、二コブ市場にある過去12ヶ月間の平均価格を基準として、工場側の
コストを差引いた金額とし、代金の支払方法は、現物の引渡し時より3ヶ月、残りの
3ヶ月は10月、1月及び4月の3回に分けて支払われる。工場と生産者の
価格協定は、常に難航し、政府(CACEX)の仲介を必要とした。現在の協定方法は
もはや問題ないといわれ、政府の干渉は今後は減らされると思われ、又輸出最
低価格はCACEX(中央銀行貿易管理局)によって定められている。

スウェーデン、スイス、海外市場と比べ、国内市場の需要が大きい。毎年大量の輸出が行われ、主要商品としての輸出契約に際して最低価格の CACEE (フランス銀行貿易局) の国際相場 (ヨーロッパ市場) に合せて決定する仕組みをとっており、輸出下の価格と輸出契約の行われざるに注意される。このように国際市場の相対価格がフランスに比べて大きく国際相場に左右される輸出契約を持つものは多くない。フランスのスイス輸出額は 82-86年の年間平均で約8億ユーロ、最高は84年の14億ユーロとあり、大豆及び副産物の輸出商品とされている。

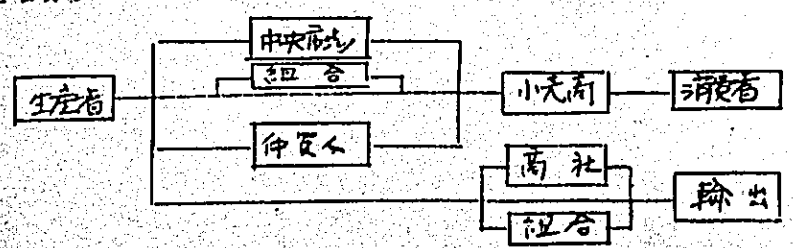
国内市場の青果類の価格も野菜の場合と同様に需要供給の状況で決まり、政府の干渉はない。一例としてパプリカの年間高位と低位の時期が明確に合致しており、7-8月の間に最低値、10-11月の最高値となる。これは7-8月の冬期の消費の減少、そして10-11月の収穫期前の停滞期で供給量の減少によるものである。

パプリカの場合、6-8月の収穫期で供給量の増加による冬期の消費の減少、そして一般に好まれるパプリカ色の供給の量が増えることにより、この時期の価格が最低値となる。2-3月には生産が減少するが、この時期は冬期消費の増加による価格の上昇となる。

ポピーの場合、1-2月にピークとなり、2月にポピーの供給時期に入る。政府の手配により販売と急がれやすくなり、価格は低下する。年間最高値は記録されるが需要が増加するクリスマス時期であり、販売量の天候条件による収穫時期のずれによる価格の反転がある。

13) 花卉類

花の流通経路



花の流通経路は次の4つの方法に大別される:

- 1) 生産者は中央市場に出荷する。中央市場は毎週、火曜日と金曜日、20時午後10時5分、午後2時30分、午前10時、小売商 (大店、花店) の買付が行われる。
- 2) 生産者は直接、又は組合を通じて小売商へ販売する。花は新鮮な状態で

