

学位論文
審査資料

生物環境科学専攻

韓 穎沢

(弘前大学配属)

中国内陸地域における農民專業合作社の展開 と農村經濟の変容に関する研究

2018 年 9 月

岩手大学大学院連合農学研究科

生物環境科学専攻

韓 穎沢

(弘前大学配属)

目 次

第1章 序論

第1節 問題意識

第2節 農民專業合作社に関連する先行研究の整理

1. 農民專業合作社の関連制度に関する研究
2. 農民專業合作社の機能に関する研究
3. 農民專業合作社によるブランドに関する研究
4. 農民專業合作社による農民の組織化・集団化に関する研究

第3節 調査地域の概要

1. 陝西省における農業の概況
2. 内モンゴル自治区における農業の概況

第4節 本論文の構成

第2章 中国における農民專業合作社の概要

第1節 中国農民專業合作社の概念および関連法制度

1. 農民專業合作社の概念
2. 農民專業合作社に関連する法制度
 - (1) 『中華人民共和國農民專業合作社法』の特徴
 - (2) 『中華人民共和國農民專業合作社法』の主な改正内容
 - 1) 法律範囲の調整
 - 2) 県級以上の人民政府との連携システムの確立
 - 3) 農民專業合作社の組織と役割を規定
 - 4) 農民專業合作社連合社の増設
 - 5) 支援政策
 - 6) その他の改正
3. 中国における農民專業合作社の展開過程
 - (1) 1970 年代末期～1990 年代初期
 - (2) 1990 年代中期～1990 年代末期
 - (3) 1990 年代末期～2007 年
 - (4) 2007 年～現在
4. 中国における農民專業合作社の概況

第2節 陝西省における農業および農民專業合作社の現状

1. 陝西省における農業の概要
2. 陝西省における農民專業合作社の概要

第3節 内モンゴル自治区における酪農および農民專業合作社の現状

1. 内モンゴル自治区における農業の概要
2. 内モンゴル自治区における農民專業合作社の概要

第3章 陝西省のりんご産地における農民專業合作社の展開

第1節 礼泉県天河種植養殖專業合作社

1. 礼泉県天河種植養殖專業合作社の概要
2. 合作社の役割と機能

第2節 長武県張代河花果蔬菜農民專業合作社

1. 長武県張代河瓜果蔬菜農民專業合作社の概要
2. 合作社の役割と機能

第3節 長武県天豊果蔬專業合作社

1. 長武県天豊果蔬專業合作社の概要
2. 合作社の役割と機能

第4節 小括

第4章 内モンゴル自治区の酪農地帯における農民專業合作社の展開

第1節 呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社

1. 呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社の概要
2. 合作社の役割と機能

第2節 呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社

1. 呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社の概要
2. 合作社の役割と機能

第3節 小括

第5章 結論

第1節 研究結果の要約と考察

第2節 残された課題

参考文献

調査票

第1章 序 論

第1節 問題意識

近年の中国において、農民・農業・農村の問題を総称して、「三農問題」と定義しており、2008年の「中国共産党第17期中央委員会第3回全体会議」の主要テーマに「三農問題」による農村改革の必要性が協議されたことを契機に、中国政府は経済の持続的発展を実現する上で必要性が極めて高い案件と明示している。「三農問題」が発生した要因として、農工間の産業間格差、都市と農村の地域間格差、地域内の農家間格差という様々な面での格差が拡大傾向を示したことが指摘できる。こうした格差の存在は、国内総人口の過半数以上の70%という大きなシェアを農民が占めており、経済成長へ与える影響の大きい事象であることが容易に想定されており、いかなる対応を示して「三農問題」を改善していくのかについて国内外の注目が集まっている。

前述の地域間格差が広がった理由として、沿海地域（都市部）と内陸地域（農村部）における経済成長の進度が大幅に異なっている点が指摘できる。その進度の差異が、近年は更なる拡大傾向を示しており、深刻なものとなっている。

1990年代以降、中国政府は社会主義市場経済という世界では他に存在することのない独自の経済制度に基づいて沿海部の広範囲かつ複数の地域において経済開発区を設置し、大幅なインフラ建設による商工業を中心した経済成長を実現させた。これらのシステムの導入が功を奏した結果、工業を中心に「世界の工場」と称されるまでに成長し、各国から脚光を浴びることとなった。

しかしながら、この目覚ましい経済成長を実現した時期を農業部門の視点からみていくと、沿海部中心に「農業の産業化」（日本の「農業の6次産業化」と同様な取り組み）や「外貨獲得を目的とした農産物・食品輸出」が推進しており、域外への流通を実現させ、一定程度の成長に貢献したことを確認することができる。こうした域外流通を実現し、経済成長を示している地域の大半は沿海地域に立地する農村であった。

それに対して、「三農問題」に喘ぎ苦しんでいる内陸部についてみていくと依然として地域内需要への対応が中心となっており、大幅な農村経済の振興につながるような成長への転換を確認できる段階に未だに至ってはいないといえる。これに対して、沿海地域の著しい経済発展は、2000年代以降も更なる格差を産み出すほどである。こうした格差の存在は、中国政府による「三農問題」の解決に力を注ぐ理由ともなっているが、同時に解決に向けては厳しい状態が数多く存在していることが理解できよう。

一般的に中国国内の農村における地域間格差の存在は、農業部門の低生産性

に伴う農家所得の停滞が主要因であり、その打開策として農業の生産性向上を実現するために流通部門の効率化、資金調達部門への対応を担える様な組織の構築・普及が求められている。

これらの事態を解決するために、中国政府は「農民專業合作社法」(2006 年)を施行し、中国の農村に新たな協同組合組織の機能と役割を規定するに至っている。さらに昨年(2017 年)の 12 月に「農民專業合作社法」を改正して、合作社の単一の経営から多様な経営の転換、経営範囲の拡大、出資の多様化、連合社の明確化などを提出し、急ピッチで改善策を推し進めている。

以上のことから、農業の産業化、農民収入および農村の生活水準を向上させるためには、農民專業合作社を果たす役割は大きいことは中国国内でも認識されつつあり、期待度が日増しに高まっている。

中国政府が「農民專業合作社法」の制定に至った契機は、生産・流通面における零細・分散した小農経済の問題点からの打開を期待して施行されたものである。関連法制度が整備されたことに伴い、中国国内において農民專業合作社への期待が高まりつつあり、中国内外の農業経済関連研究者による研究も活発に行われるようになってきている。

こうしたことを踏まえて、主要な既存研究の成果についてみていくと、大島、青柳、成田、神田、孔等の研究者は、農民專業合作社について制度導入の背景、発展過程、類型化について検討している。また、宝劔、趙、朴、李は、合作社の金融事業、流通部門、農地流動化、ブランド化、農民の組織化などの事業面の現段階と課題を明らかにしている。

これらの研究に共通している点は、調査対象を沿海地域に立地する農民專業合作社を事例として設定したものに集中している点が指摘できる。しかしながら、内陸地域において農民專業合作社の展開は、同様な役割を果たすセクターの存在が沿海地域と比較すると少ないことから、農業・農村・農民に対する期待度が高い組織であり、そのパフォーマンスが地域経済の浮沈を握るといわれている。このような状況下であるにも関わらず、内陸地域に立地する農民專業合作社を対象とした研究は、あまり活発に行われておらず、地域農業や地域社会の変容、農村経済や農家経済の変化との関連性についてはまだ不明瞭な点が多いといえる。

そこで、本論文の目的は、内陸地域における農民專業合作社の事業展開が、農業・農村に対していかなる影響を与えているかという点を解明することにおかれる。とりわけ、前述の『農民專業合作社法(2007 年)』施行以降に条件の緩和等が行われたため、中国国内において農民專業合作社の増加が顕著に見受けられるようになっていることを考慮して、この時期に設立された農民專業合作社を対象にすることによって、法制度の効果についても初歩的な接近を行う

ことを試みたい。

なお、本論文の調査対象を陝西省および内モンゴルに説定した理由は以下の通りである。

第1に陝西省は、西北に立地する5省（陝西省、甘肅省、青海省、寧夏回族自治区、新疆ウイグル自治区）の中で最も経済水準が発展している地域であり、国内有数の果樹産地としても認識度が高い地域である。したがって、内陸地域の中でも農民專業合作社の事情も活発に行われているため、事例対象地域に選定している。

第2に、内モンゴル自治区であるが、周知の通りモンゴル族が居住する少数民族地域である。中国国内では酪農が盛んな地域として位置付けられている。内モンゴル自治区では、面積や生産量の規模が大きい点は評価されてはいるものの、依然として農家の経営規模は零細なままであるという問題点を抱えている。したがって、依然として農家による販路は限定されており、価格交渉力、技術・資金へのアクセス、情報収集といった点に脆弱な部分が多く、効率的な流通が行えてはいない。こうした中で、零細農家が集団化して生産・流通を効率化する農民專業合作社の取り組みが登場しつつあり、農民專業合作社の新たな動きとして注目したことが事例地域として設定した理由である。

第2節 農民專業合作社に関連する先行研究の整理

1 農民專業合作社の関連制度に関する研究

浅見(2013)は、原料部門および加工部門の間に生じる川上・川下の垂直的關係が存在するということを明らかにした後、農村企業と農家が合理的に結合できるような組織として農民專業合作社の存在が重要であることを指摘している。

北倉(2008)は、合作社法制定の背景を整理した上で、日本の「農業協同組合法」と比較分析を行うことによって、中国独特の協同組合組織という特質を明らかにしている。

青柳(2002)は、供銷社による展開過程の分析を通して現代中国の農民協同組合組織における供銷社の歴史的経過を踏まえた上で、農民專業合作社における現状と課題を明らかにし、今後予想される組織改革の必要性について検討している。

神田他(2007)は、北寧市大棚野菜協会の事例から農民專業合作社の形成に係る展開過程、事業内容や機能等进行分析し、中国における農民專業合作社の発展性について考察を行っている。

大島(2010)は、中国各地で実施した訪問面接調査の結果に基づいて農村企業および農民專業合作社の利害關係の存在、農業技術の普及状況について現状と課題を明らかにしている。

孔(2008)は、中国東北地域における農民專業合作社の成立から「農民專業合作社法」の制定に至る背景やその経過について時系列に分析を行った後、農民專業合作社が零細な農民も参加できるような仕組みを構築すべきであると指摘している。

劉(2012)は、吉林省に立地する農民專業合作社において実施した訪問面接調査の結果を中心に、合作社組織の類型化とその特徴、運営実態について分析を行っている。その後は、調査結果に基づいて、①農家に対する集・出荷、②農産物（生産物）の規格化・標準化、③農業機械協會の設立、という3点の事業内容を中心に展開していることを明らかにした。

劉他(2012)は、湖南省常德市において実施した訪問面接調査の結果に基づいて農民專業合作社が成長を継続していく上で克服すべき事項として、法人代表の利益確保とその調整が重要であると指摘している。その結果、代表者を務める人材に対する依存度が高くなっていることの問題が発生していることを明らかにした。

2 農民專業合作社の機能に関する研究

成田(2011)は、山東省青島市の事例に基づいて、農民と相互依存関係にある産地商人の資本蓄積およびマーケティング能力などの役割について検討している。上述の事例では、農民と産地商人を中核とした合作社を設立したことによって、篤農家としての生産技術や商人としてのマーケティングスキルが産地で共有することのみならず、そこから産出される利益についても共有しつつある段階に達していると、明らかにした。

成田他(2013)は、農民專業合作社による農超对接（量販店対応）プロジェクトの政策的な特徴を踏まえ、産地側において大規模な消費地に立地する量販店に対応可能な大規模生産を目指している農民專業合作社の取り組み内容について明らかにした。

宝剑他(2008)は、江蘇省において実施した会員農家を対象としたアンケート調査結果の分析に基づいて、農業生産に関して農村信用社からの融資の影響が大きいこと、その反面、医療費の支出などに代表される生活面での借入れ需要に対しては、信用社による融資は十分な機能を果たしておらず、むしろ、インフォーマルセクターによる金融部門が果たしている役割が重要であること、の2点を指摘している。

李他(2013)は、中国農村金融に関連する各組織の展開過程を整理し、中国農村において農家が金融部門から資金調達を行う際に借入先を決定する要因として重視する事項について検討した。とりわけ、事例分析から農民專業合作社に内存する資金互助組織の実態を解明し、会員（農家）による（農民專業合作社での）資金調達は、農村信用社など正規金融組織と比較する借入れコストが低くなる点を明らかにした。

趙(2013)は、河南省において実施した訪問面接調査から農機合作社が作業受託と借地経営を行い、大規模経営体として農業生産に従事していることを明らかにした。それと同時に農民專業合作社が零細農家を組織化し、優良硬質小麦の生産・流通において大きな役割を担っていることも指摘した。具体的には、良質小麦の流通について企業と農家の間の仲介役としての位置づけを農民專業合作社が担っている点について明らかにした。

倪(2014)は、近年中国において活発となっている農地流動化の動向を踏まえ、政府における政策的な展開に誘引され、農地株式合作社の設立が急増し、農地流動化には拍車がかっていることを明らかにした。

周(2016)は、農民專業合作社による酪農振興の現状と課題を明らかにするために金融支援策を利活用したケーススタディについて検討した。

戴(2016)は、中国の酪農生産の変化に対応した農民專業合作社による生乳流通の実態について検討した。検討の結果、乳業メーカーの原料調達には契約

生産で対応していることを明らかにした。

3 農民專業合作社によるブランドに関する研究

趙(2012)は、生産農家が農民專業合作社に加入するメリットとして、①生産資材の共同購入、②共同サービスの享受、③共同販売の実現、という3点を明らかにした。それに加えて、コストダウンおよび小麦品質向上に対しても一定程度の効果が示されていることを指摘した。

李他(2012)は、農民專業合作社の主導によって栽培品目の転換を実現したことに伴い、野菜産地の実現し、農家経営の強化とつながった優良事例の分析を行った。具体的には、ニラ栽培を導入した地域（行政村）を分析対象として、栽培導入段階から現在の産地化段階までの展開過程について明らかにした。とりわけ、農民專業協會である「ニラ栽培協會」による技術指導の内容とその効果、販売体制の構築について検討している。それに加えて、ニラ栽培を導入した農家とそれ以外の一般の農家（出稼ぎ農家）による農家経営の比較分析を行い、合作社社員による優位性の有無を明らかにした。

鳥他(2009)は、内モンゴル自治区における1990年代以降において新設された搾乳ステーションの果たす機能に焦点をあてて、生乳の流通構造および取引形態について検討した。検討の結果、内モンゴル自治区においては零細な乳牛農家が大規模化したことに伴い、以前より合作社による酪農経営も多様な農業経営の形態が増加したことが明らかとなった。

朴他(2010)は、黒竜江省五常市を調査事例にブランド米の形成に農民專業合作社がどのような機能と役割を果たしているのかについて検討した。分析の結果、産地形成の主要な役割を果たすセクターが、糧食局から分化・独立した精米加工企業から近年設立された農民專業合作社にシフトした点が影響していると指摘している。それに加えて、①朝鮮族の割合が高く、韓国等海外への出稼ぎなどにより域外に流出することが多い地域であるために農地の賃貸借が増加し、大規模経営が形成しやすく、農家数が限定された地域である点、②品種改良による耐病性や収益性にパフォーマンスを有した票優良品種の普及が進展しており、他産地よりも有利な販売が行いやすい点、③臨時労働者の雇用を導入した有機栽培経営が確立されている点、の3点を明らかにした。

朴他(2011)は、中国の東北地方に立地する有機栽培米の産地において、米穀加工・流通企業に対応する農民專業合作社の機能変化をいかにして実現するに至ったのかという、展開過程について明らかにした。

高田他(2013)は、都市化に伴う住民のライフ・スタイルや地域社会の変化に対応して、中国のグリーンツーリズムの根幹をなす「農家楽」に着目し、その多様化に関する今日的展開を明らかにした。分析の結果、多様化する農家楽の

経営主体の一つの形態として農民專業合作社が存在していることを指摘した。

劉他(2011)は、都市近郊地域および中山間地域の双方で実施したアンケート調査結果に基づいて、農民專業合作社に対する農家による評価や今後の加入意欲について分析を行った。その結果、両地域共に農民專業合作社に加入することによって、①営農技術力の向上、②所得の増加、③販売力の強化、の3点について一定程度の効果が確認できていることを明らかにした。

4 農民專業合作社による農民の組織化・集団化に関する研究

朴他(1999)は、中国において他省市区よりも比較的「農業の産業化」を実施した地域である山東省萊陽市での事例分析の結果から、流通・加工部門の産業化に対応する農民の組織化・集団化に対して農民專業合作社が果たした役割について明らかにした。

大島(2001)は、陝西省のりんご産地における事例調査結果の分析から農家の組織化によって商人層との価格交渉や販路開拓の必要性を指摘していた。

宋(2008)は、沿海地域に立地するりんご産地における事例調査の結果に基づいて、生産過剰により産地仲買人の販売競争が激しくなる中で合作社に関連する農民組織化の課題を明らかにした。

谷口(2008)は、近年の中国における関連政策を整理し、酪農事業の展望と問題について検討した。検討の結果、政府および乳業メーカーは酪農の大規模化、集約化を通じてコスト削減等合理化・効率化を図り、管理の徹底および品質向上のメリットがある反面、組織管理が複雑化し、情報の伝達やフィードバックが困難になる可能性が高まっている点を指摘している。

小宮山(2010)は、内モンゴル自治区における小規模酪農経営と農民專業合作社の実態について検討した。検討の結果、飼料価格の高騰、家畜伝染病、メラミン事件等の原因で酪農家が減少している点を明らかにするとともに、生乳の品質や乳牛の繁殖能力の向上が必要であることを指摘している。

金他(2010)は、農民專業合作社の社員に対する出資金の構成を中心としたアンケート調査の分析結果から、その金額の意思決定および配当金の特徴について明らかにした。これらの特徴から、農民專業合作社においては、主管する事業主体によって議決権や利益配分のルールが異なっていることを指摘した。

以上の通り、農民專業合作社に関する先行研究についてみていくと、以下の2点の特徴を整理することができる。

第1に、農民專業合作社導入の背景とその類型化について検討した研究が多く存在している点が挙げられる。第2に、農民專業合作社による金融、流通、農地流動化、ブランド化等事業の特徴と課題を明らかにした研究が増えており、分析が集中している点が挙げられる。第3に、調査対象を沿海地域に立地する

農民專業合作社を事例に設定したものに集中している。

しかしながら、内陸地域に立地している農民專業合作社の展開は、地域の農業・農村・農民に対して、地域農業の変容、農村経済や農家経済の変化に対して大きな影響を与えていることが想定されるものの、関連する検討が行われていないため、不明瞭な点が多いことが実情である。

第3節 調査地域の概要

1 陝西省

本論文を作成するにあたって、筆者は2015年6月から7月にかけて中国陝西省長武県および礼泉県に立地する農民専門合作社である天河種植養殖専門合作社、天豊果蔬専門合作社、張代河瓜果蔬菜農民専門合作社の3社の役員および事業担当者を対象とした訪問面接調査を実施した。

(1) 礼泉県の概要

礼泉県は、陝西省関中平原中部に位置する果樹・野菜を主要農産物とする地域である。総面積は1,018km²であり、その内、果樹の作付面積は約75万ムー（約5万ha）であった。総人口は50万人（2012年時点の数値）、その中で農業人口は37万人（74%）を占めている。自然条件をみると、県内は標高402～1,467mに位置しており、年間平均降水量537～546mm、年平均気温は13.0℃である。

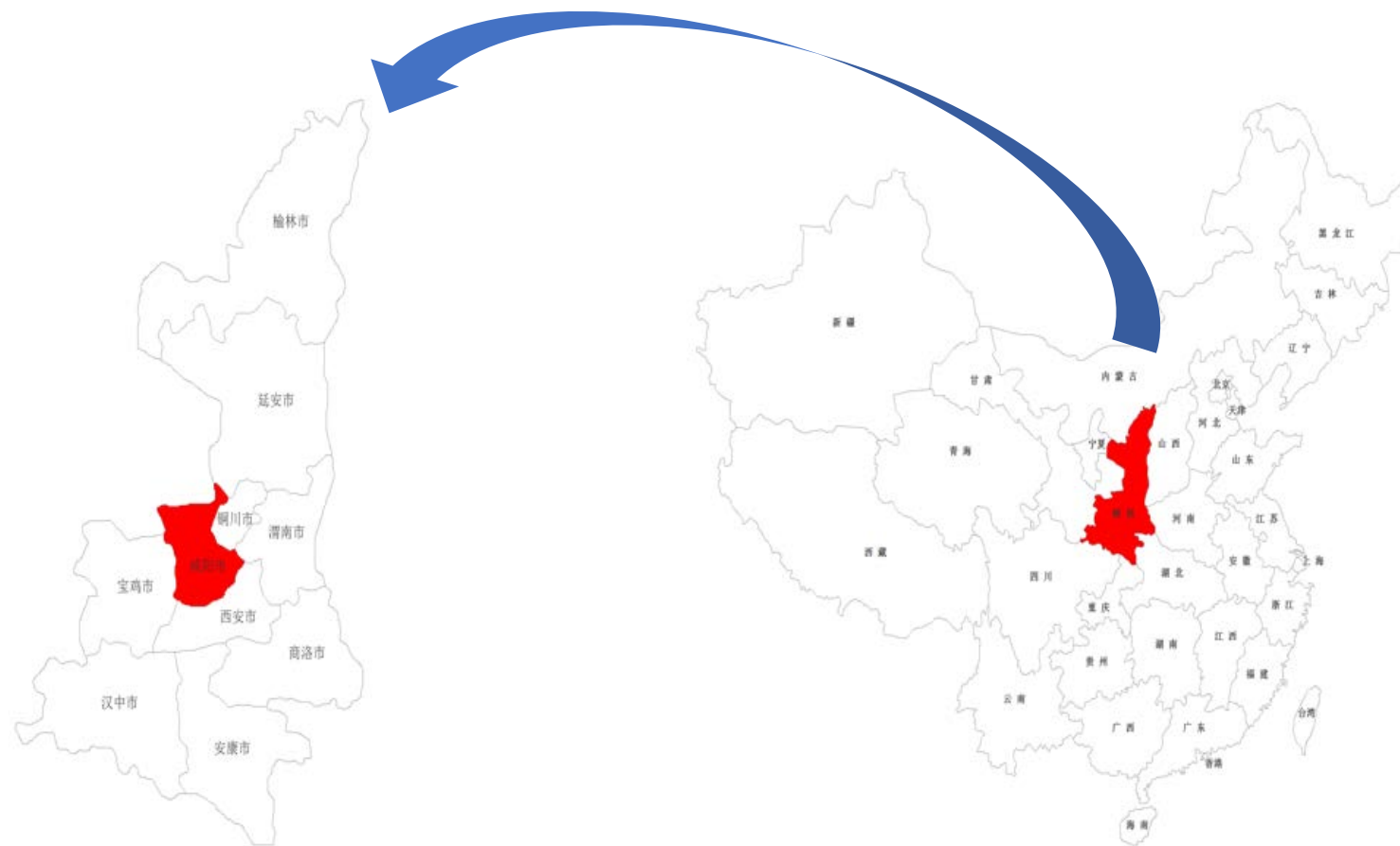
主要農産物である果物は、りんご、梨、ぶどう、あんず、ざくろの生産が盛んな地域といわれている。とりわけ、りんごの作付面積は50万ムー（3万3,333ha）であり、園芸作物の面積の66.7%を占めている。次いで、梨は約15万ムー（1万ha）であった。それ以外にも、もも、ぶどうなどの生産も盛んであり、総种植面积の13.3%を占めていた。1人あたりの平均作付面積は約1.5ムー（0.1ha）であった。

(2) 長武県の概要

長武県は、咸陽市の北西部、彬県の東部に位置しており、中国国内では「りんごの郷」と称される果樹産地である。総面積は567km²であり、総人口は20万人（2013年時点の数値）、その中で農業人口は17万人（85%）を占めている。自然条件をみると、県内は標高847～1274mに位置しており、年間平均降水量584mm程度、年平均気温は9.1℃である。

総耕地面積は33.6万ムー（2万2,400ha）である。その内、主要特産物であるりんごの作付面積は25.5万ムー（1万7,000ha）であり、総面積の76%を占めている。なお、1人当たりの平均作付面積は約2.5ムー（0.2ha）であった。りんごの総生産量は26.5万トンであり、調査時点において長武県内にりんご普及指導に関連する機関21ヶ所存在しており、果業専門合作社は15社の設立が確認できる。

図 1-3-1 調査地域陝西省の地図



2 内モンゴル自治区

2017 年 6 月に、中国内陸地域に立地する内モンゴル自治区における呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社、呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社の 2 社において実施した。

(1) 呼倫貝爾市の概要

呼倫貝爾市は内モンゴル自治区の北東部に立地する地級市として位置づけられる。2016 年時点の総人口は 269.7 万人である。その内、農業人口は 100.9 万人であり、全人口の 37.4%を占めている。モンゴル族人数は 24.3 万人であり、9.02%の比率を占めている。漢族の人数は 221.9 万人であり、全人口の 82.32%をしめている。

総面積 26 ㎤で内モンゴル自治の面積の 22%を占めており、呼倫貝爾市南部は内モンゴル自治区の興安盟、東部は黒竜江省と接しているだけでなく、北部および北西部はロシア、西部および西南部は外モンゴルと言われるモンゴルにも接している。

呼倫貝爾市における主要な経済指標をみると、2000 年代以降のわずか 10 年余の期間において呼倫貝爾市の総生産額は 2005 年の 319.2 億元から 2016 年の 1,621 億元へと 5.1 倍まで大幅な増加を実現している。前述と同様に産業別にみていくと、第一次産業産出額は、同時期に 89.4 億元から 248.4 億元へ 3 倍程度にまで拡大している。第二次産業産出額は、同時期に 91.4 億元から 724.0 億元へ 8 倍程度に拡大している。

図 1-3-2 調査地域内モンゴル自治区の地図



第4節 本論文の構成

本論文は全体を5章から構成されており、それぞれの章ごとの内容について以下の通りである。

まず、第1章（本章）では、本論文の問題意識および先行研究の整理、調査地域の概要を述べた後に、本論文の構成について開示を行う。

第2章では、中国国内で公表されている農民專業合作社に関する資料等の分析を中心に行い、農民專業合作社の概念、関連法制度、展開現状等について整理を行う。その後、本論文の調査対象地域に設定している陝西省および内モンゴル自治区における農業および農民專業合作社の全体的な動向について整理していく。

第3章では、中国内陸部に着目して陝西省に立地する農民專業合作社の生産・流通関連事業の展開に関して言及していく。具体的には、天豊果蔬專業合作社、張代河瓜果蔬菜農民專業合作社、河種植養殖專業合作社を事例として設定した訪問面接調査の結果から明らかにしていく。

第4章では、内モンゴル自治区における農民專業合作社の酪農事業の展開に関して言及していく。具体的には、呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社、呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社を事例として設定した訪問面接調査の結果から明らかにしていく。

最後に第5章では、前章までの分析から導き出された事項を整理した後、中国内陸部における農民專業合作社の現段階と課題を明らかにし、農村経済に対していかなる影響を与えたのかについて解明していきたい。

第2章 中国における農民專業合作社の展開

第1節 中国農民專業合作社に関連する概念および関連法制度

1 農民專業合作社の概念

2007年に制定された『農民專業合作社法』によると、「農民專業合作社は農家生産請負経営を基礎にして、同類の農産品生産経営者、あるいは同類の農業生産経営サービスの提供者と利用者が自発的に連合し、民主的に運営する互助性の経済組織である」(第2条)と示されており、農民專業合作社の組合員に対する主なサービスの対象は、「農業生産資材の購買、農産品の販売、加工、運輸、貯蔵および農業生産経営に関する技術や情報等の提供である」と定められている。

それに加えて、国際協同組合連盟（ICA）の基本原則に示されている「農家による農家のための組織」として位置づけることができる。日本や欧州において設立された農協の多くは、その原則に基づいて組織が形成されているのが一般的である。

しかしながら、中国国内において設立された農民專業合作社についてみていくと、青柳や苑鵬は、農協型の性質に近い合作社も存在しているものの、合作社の役員を非農業部門である農産物加工企業、流通企業、生産資材企業等の経営者であるケースが多く、それに加えて他の役員よりも出資金を多額に負担することによって理事長等の役員となり、自社の利益を増大させることを目的としている合作社も見受けられる。

これらの合作社は、農民の組織化を活用して自らにメリットを享受することを目的としているケースも少なくはない。これらのケースでは、農産物の栽培に係る生産資材に関連する企業経営者が流通・販売部門を担うことによって合作社の事業に参画するパターンは顕著に見受けられる。

それ以外にも、大規模農家および村政府の共産党書記、産地商人合作社等の人材が中心的な役割を担うことによって、周辺農家や村民の組織化を促進させ、生産された農産物を集積し、効率的な集・出荷体制を構築していくケースも見受けられる。

さらに最近では、協同組合というよりも農家を社員として雇用し、非農家から理事を選出し、有限責任社員とする株式会社の形態に近いケースも登場しつつある。

以上のことから、中国において「農民專業合作社」は、一部において他国の農民組織と比較するとは特有の性質を有する農民組織の概念として示されて

いることが理解できる。

2 農民專業合作社に関連する法制度

(1) 『中華人民共和国農民專業合作社法』の特徴

前述の通り、2006 年 10 月に『中華人民共和国農民專業合作社法』が制定され、翌年に関連法制度が施行されている。『中華人民共和国農民專業合作社法』が制定された目的は、「農民專業合作社の發展を支持し指導を目的に、農民專業合作社の組織および活動を定め、農民專業合作社およびその組合員の合法的な權益を保護し、農業および農村經濟の發展を促進するために本法は制定する」（第 1 条）とあり、その組織の性格は、上述の様に「農家生産請負經營を基礎にして、同類の農產品生産經營者、あるいは同類の農業生産經營サービスの提供者と利用者が自発的に連合し、民主的に運営する互助性の經濟組織」と定められている。

農民專業合作社の運営原則として、以下の 5 点の事項が定められており、協同組合原則にも通じた方向性が示されている（第 3 条）。

- ①社員の主体は農民である。
- ②社員にサービスを提供することを本分とし、全社員の共同の利益を高めることを実現する。
- ②合作社への加入、脱退は自由である。
- ③社員の地位は平等であり、民主的な運営を行う。
- ⑤剰余金の配分は、農民專業合作社の利用高に比例して社員に配分される。

また、第 1 章の「総則」では、農民專業合作社に対する国家及び地方政府という国家レベル、地方レベルの各政府による積極的な支援体制が整備されていることも条項に記述されており、農村振興の面でも国家、地方を問わず各レベルにとっても期待の大きなセクターであることが理解できる。具体的には、「国家は農民專業合作社および社員の合法的な權益を保護しており、いかなる部門も個人もそれを侵すことはできない」（第 6 条・第 8 条・第 9 条）という条項が該当しているものといえよう。

次に農民專業合作社法の「第 2 章 設立と登記」の項目において、「登記」、「規約の作成」、「組織構成」、「社員大会」、「社員体制（理事長・理事・執行監事あるいは監事会員など）」の選出方法が規定されている。

とりわけ、「定款の規定に沿う社員による出資」（第 10 条）において明確に定められている。この条項において、農民專業合作社の社員になることが可能なのは、「民事行為の能力を持つ公民および農民專業合作社の業務に直接関与する生産經營活動を行う企業・事業体あるいは社会团体」（第 14 条）と定め

られている。

さらに「農民專業合作社の社員のうち、農民の割合は少なくとも社員総数の80%以上を占めなければならない」（第15条）と定められており、「企業、事業体あるいは社会団体の社員」については一定の制限が課されている。

また、合作社の民主的運営の条項に関しては、「農民專業合作社組合員大会の選挙と議決を行う際、一人一票を基本に組合員は各自一票の議決権を有する。出資額あるいは合作社との取引量（額）が大きな組合員は、定款規定により、付加議決権を持つことができる。合作社の付加議決権の総数は、合作社員の基本議決権総数の20%以上を超えることができない。社員総会の開催時、付加議決権を所持する社員および付加議決権数を出席している社員に告知しなければならない。定款は付加議決権の行使範囲を制限することができる」という条項（第17条）から読み取れるように「一人一票の原則」を尊敬し、大口出資者や取引者であっても一定の制限（付加議決権は全票数の20%を限度とする）が設けられている。

なお、農民專業合作社が招集する社員総会は、出席人数が総社員数の三分の二以上でなければ開催することができないと定めている。また、役員の選挙あるいは総会等の会議の議決については、議決権総数の過半数以上を集約しないと可決することができないと定めている。

それと同様に、定款の改定あるいは合併、分離独立、解散の決議に関しては、社員総数の三分の二以上で可決されなければならないとしている（第23条）。それに加えて、社員による役員の財務状況の調査閲覧などの規定（第16条）も存在している。さらに、政府による財政、税制の支援策についても関連する条項が示されている（第49条・第51条・第52条）。

（2）『中華人民共和国農民專業合作社法』の主な改正内容（2017年12月改正2018年7月に施行）

1）法律範囲の調整

『中華人民共和国農民專業合作社法』は2007年施行されて以降、現在にかけて一貫して政府は農民專業合作社の発展の推進する方針を継続している。したがって、合作社法が施行によって、それ以降は農民專業合作社の設立が以前よりも容易となったために、新設する件数が急激に増加傾向を示すこととなった。

現在の情勢をみると、中国工商総局が公開したデータにおいて2017年までに、前述の法律で示された内容に基づいて、登録された農民專業合作社は193.3万社が確認できるまでの規模に達していると示されている。この数値は、

2007 年末時点の数値と比較すると 73 倍と短期間において著しく増加していることが理解できる。その一方で、農民專業合作社に比例して関連産業も継続して増加傾向を示しており、合作社を取り巻く範囲が拡大していくこととなった。

こうした状況を鑑みると、現在の農民專業合作社は、合作社法を制定した時点よりも想定した範囲を超える範囲までカバーしなければならない事態にまでなっている。

その結果、2017 年の改正に至った。改正にあたり主要な改正は以下の 2 点が挙げられる。

第 1 に、農民專業合作社が単一品目の生産に係る経営から多種多様の農産物の生産経営モデルや総合サービス部門への参入等へ事業内容の拡大という転換することに応じ、「同類」の制限を消し、法律適用の範囲を拡大した点であることである。第 2 に、農民專業合作社のサービス範囲を拡大するため、農村観光・工芸品などという新しい経営類型を成長させること、の 2 点である。

2) 県級以上の人民政府との連携システムの確立

2013 年 7 月に国務院は、全国農民專業合作社發展部際聯席會議制度の確立を合意し、それと同時に聯席會議の主要な役割、メンバー機構、規則制度および仕事の内容を明確に位置づけている。聯席會議制度の設立については、部門間による連携・協力の強化を促し、農民專業合作社による持続的な發展を推進することを進めることを目的としている。

このような目的を踏まえて、第 11 条に新しい条項を増やすことによって対応していた。具体的には、県級以上の人民政府は、農民專業合作社と相互に協力をすることを推進し、農民專業合作社の建設と發展の推進を対して協調すべきであるとしている。

こうした条項を設置することによって、下記の 2 点についても定義づけが必要となり、その対応を行っている。第 1 に、県級以上の人民政府が農民專業合作社に対して取り組む範囲は「指導、協調、推進」という 3 点と定めており、「管理」する役割ではないこと、第 2 に農民專業合作社の發展に

対して県級以上の人民政府も一定程度の責任を有していること、の 2 点を示している。

3) 農民專業合作社の組織と役割を規定

『農民專業合作社法』が施行されて以降、農民專業合作社の發展を推進している。しかしながら、農民專業合作社の関連資料である「農民專業合作社發展中存在的問題及对策」の記載内容をみると、ほとんどの農民專業合作社におい

て会員となる社員の人数が少なく、小規模な組織であるために運営に必要なスキルが備わっていない組織も見受けられる。

したがって、農民專業合作社による社員農家に対する指導能力不足等によって、合作社法を違反する組織が頻発していることが問題となっている。このような状態を改善するために、農民專業合作社の役割を明確に示す必要な段階となっており、下記の内容が定められるようになった。

①第13条において、社員による出資について内容を明確なものとした。

収穫物、知識財産権等を貨幣で見積もることが可能となったことにより、譲渡できる非貨幣財産を担保としても出資できるよう規定の範囲を拡大するとともに、農地の使用権に関しても見積金額に基づいて出資できることを規定した。この改正後から、事実上、出資方式の拡大が行われることになった。

②第17条において、年度毎の報告制度を明確に行うことを義務づけることになった。この改正によって、農民專業合作社は登録機関に対して、年度毎に年度報告書を提出し、組織会に公示することを要求されている。

この制度を設置された背景には、以下の2つの要因が関係している。第1は、2014年に国務院によって公布された『登録資本登録制度改革方案』が策定された点、第2は、一部の農民專業合作社が登録時の申請通りの運営を行っていなかった点、合作社法の法制度に則った規範通り運営しなかった点等の現象が見受けられるため、農民專業合作社の規律および秩序のある運営を行う必然性が高まっていることが関係している。

③第24条および第26条においては、会員農家による入社または脱退に係る必要な作業等について規定を定めている。

全ての農民專業合作社は、社員総会または社員代表によって入社および脱退の協議を行った後に決定される必要があることを明確に示している。改善に至った理由は、以下の通りである。

農民專業合作社による理事会の運営についてみていくと、役員主導で行っているのが主流であるが、社員に係る状況について審議を行っているムースがあまり見受けられていない。

したがって、社員である農家の民主性が十分に発揮されているとは言いがたい状況なので制度を改善することによって対応を促している。とりわけ、農民專業合作社に農家が社員として参加する場合には、脱退

する場合に役員による制限がかかるケースも見受けられるので、それらを防止する取り組みが必要となっていた。

4) 農民專業合作社連合社の増設

現在、中国における農民專業合作社は經營規模が小さく、經濟力が不足していることが影響しており、組織が単体での成長を促す能力はあまり有していないことが指摘できる。

このことは、經濟のグローバル化が進展している中で、市場競争の激化が想定されていることから有効な対応策を見いだすことが困難であることにもつながっている。最近是个々での対応ではなく、複数の合作社が連携して対応するというニーズも高まりつつある。

このことは、2006年に『農民專業合作社法』を制定した当時に農民專業合作社連合社の概念において示しており、設置しておくべき事項であると考えられるが、当時の連合社の設置数が極めて少数であったこともあり、明確な規定等が存在していないのが実情である。

合作社法が施行後、10年という年数を経た段階となり、全国には連合社組織が7200社も確認できたため、多数の組織が存在していることを確認できる。これらの連合社組織は、9万4,000社以上という多くの農民專業合作社をカバーするまでに至っている。なお、これらの農民專業合作社の社員農家数560万戸であることから、そのパフォーマンスは大きいものとなることが想定されるために、その期待度も高まっている。

こうした動きを踏まえて、すでに14省市自治区において連合社組織の登録方法を明確なものとしている。しかしながら、前述のように現時点では法律的な根拠が不足している状況下におかれているため、各省市自治区ごとに連合社組織の認定方法には差異が生じており、連合社の発展を阻害する要因となっていた。

改正後の法律総則には、農民專業合作社を農民專業合作社連合社への設立、参加を行うことが可能になることを明示している。また、第七章には連合社の設立方法、申請・登録方法、組織機構の構成等について規定している。

このことに関して特徴的な制度は下記の通りである。

- ①第56条の規定により、3つ以上の農民專業合作社が出資し、連合社を設立することができるようになった。企業と組織が連合社に参入できるか、否かについて、本条では明確に規定していないものの、第63条において連合社について特段示していない内容は、農民專業合作社の規定を同様に適用することを明確している。

②第57条の規定によりは、連合社の法人資格の取得について下記の通り規定している。

- 1) 指定された登録機関において法人資格を取得すること。
- 2) 登録機関は、工商行政管理部署であること。
- 3) 登録時には、第13条の規定で示した通りの関係書類を提出すること。
- 4) 登録した際の組織の類型が「農民專業合作社連合社」であること。

③第59条は、連合社における組織の構成について規定している。連合社は社員等構成員による組合理員大会を設立すべきである。しかしながら、組合理員大会を実施しない場合は、必要に応じて社員の代表者によって構成される理事会、監事会あるいは執行監事による役員会を設立して対応できることを規定している。その際には、理事長、理事がメンバーによって互選された社員が担任すべきであることを明確に示している。

- 1) 連合社を構成する組合理員大会が最高意志決定機関であり、重要案件の決定について協議して決定すること。その際の選挙と採決は一組織一票の原則を遵守して行うこと。
- 2) 理事会、監事会あるいは執行監事は、必ずしも設立機関や組織から選出しなければならないとは義務づけることがないこと。
- 3) 連合社の理事長および理事は、構成する成員組織より選出 選択されるのであるが、その役員の身分等について制限や要件等を付す規定を設けないこと。

5) 支援政策

農民專業合作社は、農民が主体となった相互扶助を実現するには、現時点では政府による支援を受けながら取り組んでいく必要がある段階である。今回の改正では、支援にあたって、下記の2点の改正が行われている。

①第65条の条項を1項追加することによって、合作社による資金調達の推進、効率を向上させるため、県レベル以上の人民政府が、地方政府による補助金の使用内容や範囲について管理・監督を徹底することを条件として、助成等支援を継続して実施することを規定した。

②第66条の第3項において、の地域や集団の互助としての保険制度の確立に向けた取り組みを重視することによって、農家のリスク分散や回避する仕組みづくりに係ることを記述している。将来的には、政府は共済

の仕組みを構築し、農村による福利厚生で存在している問題の解決に取り組みたいという意向が示されている。

- ③第 6 8 条には、電気や土地利用に係る農村インフラに係る支援政策を増強した。増強した理由は、農民專業社に係る農産物・製品 による生産・加工コストの削減ならびに収入増加を実現することを目的としていることが指摘できる。

6) その他の改正

- ①第 7 条は、農民專業合作社はその他の組織と同等な法律的支援を受けられる対象であることを明確に規定している。
- ②第 1 8 条は、農民專業合作社による一般企業への投資が可能となった点である。このことによって、一部の農民專業合作社が企業へ投資することによって、農産品加工業およびスーパーマーケット等量販店の製造・販売部門に関連する事業へ参入することが可能となり、農民專業合作社の事業範囲を拡大することにつながっている。
- ③第 3 2 条は、社員総会や理事会（役員会） 代表大会に 関連する制度および代表大会に出席する役員数について明確な基準を定めた。
- ④第 7 0 条は、法律的責任に係る事項について、下記の通り明確に示している。詐欺的行為によって取得したものが発見された場合には、その行為を行った合作社に対して、5,000 元以下の罰金を徴収することができる。さらにその内容が悪質であると判断した場合には、登録取消または営業許可証の取り下げという処分を行える。
- ⑤第 7 1 条は、最近 2 カ年の期間を連続して合作社の事業経営等活動が確認することができない合作社については、工商行政管理部署によって営業許可証の取り上げが行われることがあることを定めた。こうしたことによって「空殼社」および「名札社」という運営実績に乏しく、実態のない合作社や「家庭社」という零細小規模で 不明瞭経営を行う合作社を整理し、適正な合作社による組織基盤の底上げを推進している。

- ⑥第73条は、国有農場、同林場、同牧場、同魚場等を経営する者または農業経営者によって、農民專業合作社が創立することが可能であることを示している。したがって、上記の事業主体が農民專業合作社のメンバーとして参画することが可能となっている。

3 中国における農民專業合作社の展開過程

(1) 1970年代末期～1990年代初期

農家生産請負経営を全面的に推進した時期である。人民公社が解体したことに伴い統一購入・統一販売という制度を廃止することとなった。計画経済体制と集団体制に基づいた従来の農村振興や農村金融が衰退し、農業專業技術協会、專業合作社などの農村サービス組織が登場するようになった。

(2) 1990年代中期～1990年代末

前述の(1)の体制変化によって様々な農民組織が登場することとなった。こうした状況を踏まえて、1994年に国务院は、農業部が農民專業合作社等の農民組織の指導・調整および支援を行う行政管理部門であることを明確に定義することを決定した。同年に農業部は『農民專業合作組織示範章程』の規範を完成させた。

(3) 1990年代末期～2007年

社会主義市場経済の深化が進んでいるにも関わらず、農家生産請負経営制度下において農家が市場に参入することは極めて困難な状況下であった。そして、政府は積極的に諸問題に対応することを目的として、2003年に『農業法』の改正を施行したことを契機に、農民專業合作等の農民組織による成長の速度が加速することとなった。『農業法』は農民專業合作社等の農民組織における定義を明確に規定した。

とりわけ、原則として農民が「自らの意志によって加入し、自由に脱退することを認め、民主的な管理によって運営し、利益を還元する」ということを明確に示し、中国国内の法律において、農民組織による農業生産とそれに伴う関連事業が認められることとなった。

(4) 2007年～現在

2006年10月31日に『農民專業合作社法』を公布し、その翌年である2007年7月1日に施行し、本格的な農民專業合作社の活動が開始された。この法制度が施行されたことによって、農民專業合作社は農民が市場経済に参入する上での基本的な主体となる組織であると規定している。

このことを言い換えれば、農村内に存在する集団によって地域内の経済振興を加速させる新たな組織であるだけでなく、農村社会の活性化を促す上で革新的な役割を果たす有効な組織として位置づけている。このように農民专业合作社を設立する意義と役割が定められ、政府による後押しも確認できたことによって、各地の農民の意識が高揚し、多種多様な農民专业合作社が登場する誘因となった。

こうしたことが一貫して継続した結果、2017 年時点において登録が確認できる農民专业合作社は 193.3 万社を確認できるに達しており、合作社法の施行以降は継続して増加傾向を示している。こうしたことによって、多種多様な形態の農民专业合作社が存在することとなり、それに伴って業態も拡がりを見せたことに対応するため、2017 年の『農民专业合作社法』の改正を行うに至っている。

4 中国における農民专业合作社の概況

中国は農業大国であり、第一次産業の代表格である農業は現在も生産額が増加傾向を示しており、2015 年 6 兆 5,468 億元に達している（図 2－1－1）。

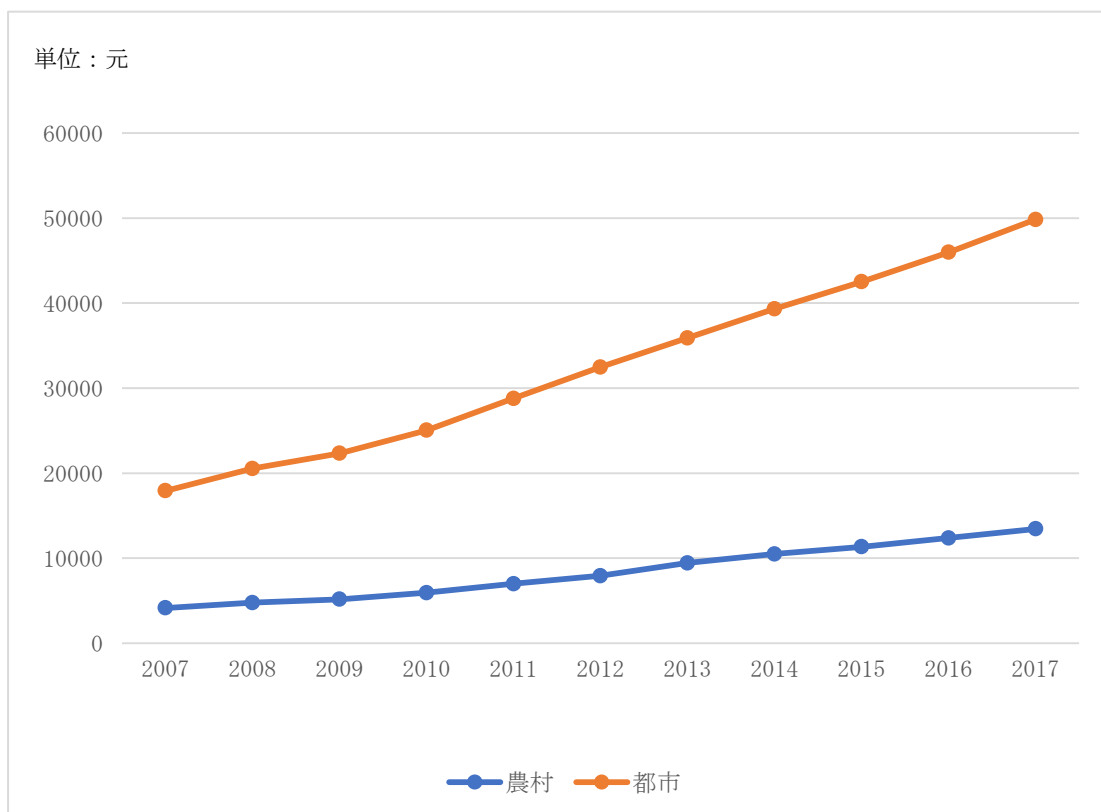


図 2-1-1 中国における都市と農村一人当たり年間純収入の格差の推移
資料：国家統計局『中国統計年鑑』各年版により作成

また、中国は世界でも有数の零細規模の農業経営が構造的に継続しており、1 農家当たりの農業生産額は少なく、2016 年中国の第一次産業農業の 1 人当たり生産額は 4,605 元であり、第二次産業と第三次産業との格差がそれぞれ 4.7 倍、6 倍以上の大きな隔たりを産んでいる。図 2-1-1 は、中国における都市と農村 1 人当たり年間純収入の格差の推移である。図 2-1-1 によって、2007 年から都市住民と農民による所得格差は拡大している。2017 年時点において、その格差が 2.7 倍にまで拡大している。

このような状況下に、零細農家が曝されたことによって、その打開策として組織化できる農村合作経済組織の発展が求められるようになった。中国において農村合作社等の農民による経済組織は、供銷合作社、信用合作社、社区合作经济组织との 3 つの形態に関しては長い歴史を有している。

これらの形態は、いずれも社会主義による公有制を前提とした集団的所有制の組織である。1978 年改革开放以降において、農家生産家庭請負経営が登場したことにより、家庭請負責任制をもとに「任意加入・民主管理・利益還元」の原則に基づいて、新型農村合作経済組織の設立を始めることとなった。1992

年以降、社会主義市場経済体制が確立したことにより、農村合作経済組織は一層大きな発展を遂げることとなった。

2003年に『農業法』を施行し、農民專業合作組織は加速発展の階段に入った。2007年7月に「中国農民專業合作社法」が施行された結果、農民專業合作社の定義を明確化し、中国全土に農民專業合作社が急増している。

図2-1-2は、中国における農民專業合作社数の推移を示したものである。この図をみると、中国国内において登録されている農民專業合作社の総数は、2017年時点で193.3万社に達していることが理解できる。この数値は、農民專業合作社法が施行された2007年と比較すると73倍の規模であり、飛躍的な増加を示していることが理解できる。

この設立数の増加を詳しくみていくと、2014年に100万社壁を突破しており、合作社法施行以降の7年間はおおむね1年当たり20万社程度の合作社数の増加が確認できており、この期間の増加率をみると前年比160%と1.5倍以上の著しい増加幅を示していた。その後、合作社数による設置ラッシュのスピードは減速し、現在の段階に落ち着いている。

次に出資総額についてみていこう。2015年末における農民專業合作社の総出資額は3兆2,300億元であり、2007年の300億元と比較すると、約107倍にまで急拡大している。時系列にみていくと、2012年には初めて1兆億元を突破し、1年当たり約4,000億元のペースで増額しており、年間当たり増加率は88%と著しい成長を遂げていた。その後、合作社の設立数と同様に成長の速度は緩やかとなっている。合作社1社当たりの平均出資額をみると2007年から2015年にかけて185%の増加を示し、毎年平均で12万元程度の増加を実現しており、成長率をみると毎年9%程度の成長を確認することができた。さらに総社員農家数は、2015年において1億戸を突破したことが確認されており、1億90万戸にまで増加している。

また、2015年時点において中国国内の地域区分別にみた農民專業合作社の設置件数の構成比をみるとは、「東部地域」36.5%、中部地域37.2%、西部（内陸）地域26.3%であり、経済発展を示している東部地域と中部地域と比較すると、内陸部に立地する西部地域の比率が10ポイント以上も差異が生じている点が理解できる。

次に、社員農家数の構成比をみていくと、合作社の件数と同様に東部地域、中部地域、西部地域の順であったが、その比率は、44.3%、30.7%、25.0%であり、東部地域との差は20ポイント程度であり、その格差は大きなものとなっている。

表2-1-1は、農民專業合作社を主要業種別に分類したものである。この表から、農民專業合作社の主要な業種として「耕種業」、「畜産業」、「農業機械

およびサービス業」、「林業」、「漁業」、「その他」の6つに大別することができる。2015年に業種別の構成をみると「耕種業」53.2%、「畜産業」24.3%、「林業」5.9%、「農業機械およびサービス業」8.1%、「漁業」3.4%、「その他」5.1%であり、「耕種業」および「畜産業」の2つの業種のみで三分の二以上を占めている。また、単一の業種で全体の過半数を占めている「耕種業」の中心は食糧作物であり、近年においても継続して増加傾向を示している。

表 2－1－1 主要業種類別農民専業合作社の推移

		2013 年	2014 年	2015 年
全部（万社）		98.2	128.9	153.1
	耕種業	48.3	67.9	81.4
	構成比（%）	49.2	52.7	53.2
	畜産業	24.6	32.2	37.2
	構成比（%）	25.0	25.0	24.3
	農業機械およびサービス業	8.2	10.6	12.4
	構成比（%）	8.3	8.2	8.1
	林業	5.6	7.3	9
	構成比（%）	5.7	5.7	5.9
	漁業	3.5	4.5	5.2
	構成比（%）	3.6	3.5	3.4
	その他	8.1	6.3	7.8
	構成比（%）	8.2	4.9	5.1

資料：中国農民専業合作社報告各年版により作成

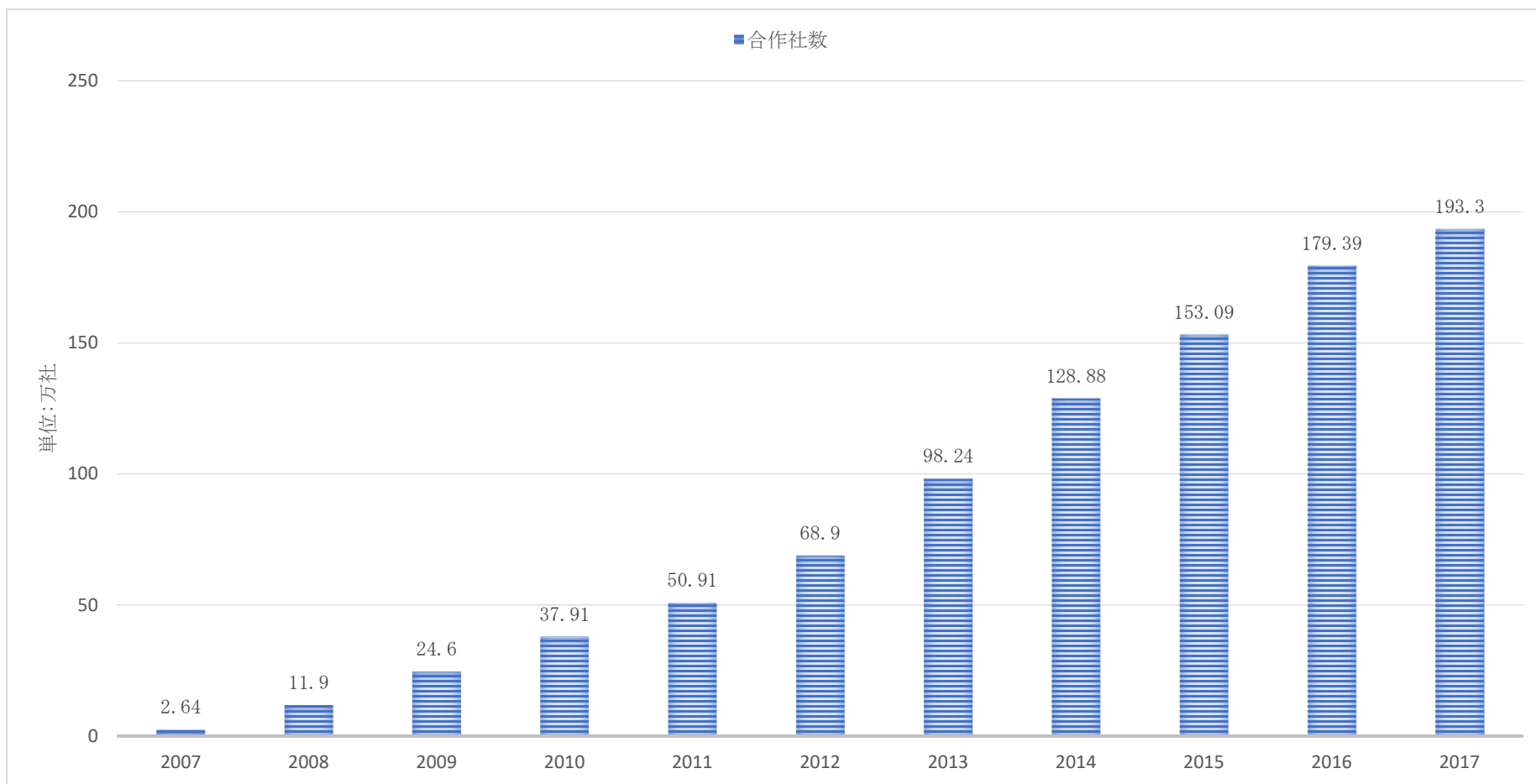


図 2 - 1 - 2 中国における農民專業合作社の推移

資料：『中国農民專業合作社報告』および公開のデータにより作成

第2節 陝西省における農業および農民專業合作社の現状

1 陝西省における農業の概況

図2-2-1は、陝西省および咸陽市における農業総生産額の推移を示したものである。この図をみると、陝西省の農業総生産額は2007年（592.6億元）から2016年の1,776.3億元となっており、わずか9年間の期間において3倍の規模にまで増額したことが理解できる。

次に同時期における咸陽市の農業総生産額もみていくと120.4億元から345.3億元と2.9倍にまで増加されており、年平均の成長率は14.2%であった。

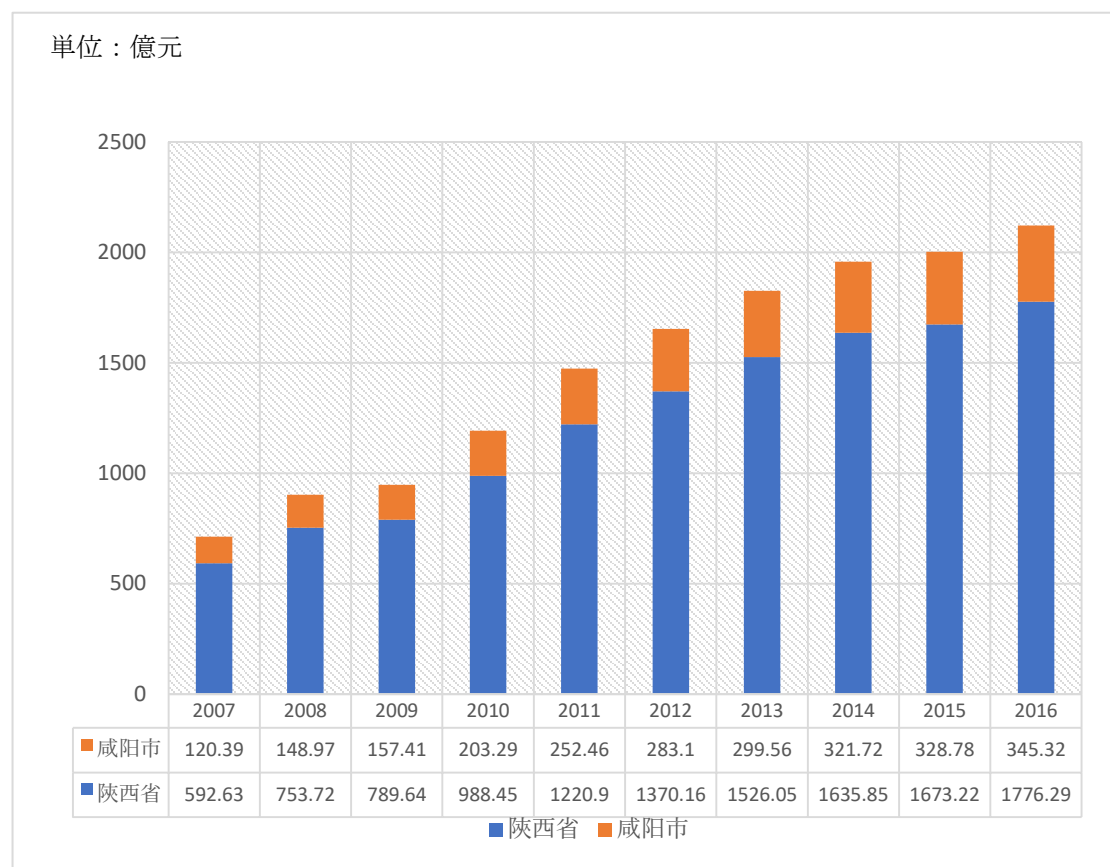


図2-2-1 陝西省における農業総生産額の推移

資料：陝西省統計局『陝西省統計年鑑』各年版により作成

とりわけ、2010年以降からの農業総生産額は大幅な急増を示していた。この要因としては、改革・開放政策の実施以降に実施した大規模なインフラ投資により、流通の高度化を実現することができたことが影響している。こうした

インフラ投資によって行われた整備によって多くの農村では農業関連の流通網および急ピッチ設備がされたこともあり、従来の販路ではあると郷や鎮、村を中心とした地域内流通が主であったが、広域化に取り組めるようになった点が販路の拡大に繋がり、生産額の上昇に影響したものと考えられる。

こうした陝西省における農業発展の進捗を確認する上で、中国全体の同様な数値と比較して検討すると下記の通りである。

2017 年における中国全体の農業総生産額は、6 兆 5,468 億元であり、最近 10 年間では約 2.4 倍の規模に拡大している（図 2－2－1 参照）。前述の期間内における年平均の成長は 10.2% であり、同時期に陝西省の数値は 14.7% であり、陝西省は全国平均よりも 1.5 倍の発展速度であることが示されている。この点に関しては、内陸部に陝西省が位置することから、既にインフラ建設による基盤整備が行われた沿海地域よりも未整備な範囲が多く、現在も同様の事業に取り組んでいることから、全国平均と比較すると成長のタイムラグが生じていることが関係していよう。

図 2－2－2 は、全国および陝西省における農民 1 人当たり純収入の推移を示したものである。この図をみると、陝西省における農民 1 人当たり純収入は、長年全国の水準を下回る位置におかれていることが示されている。

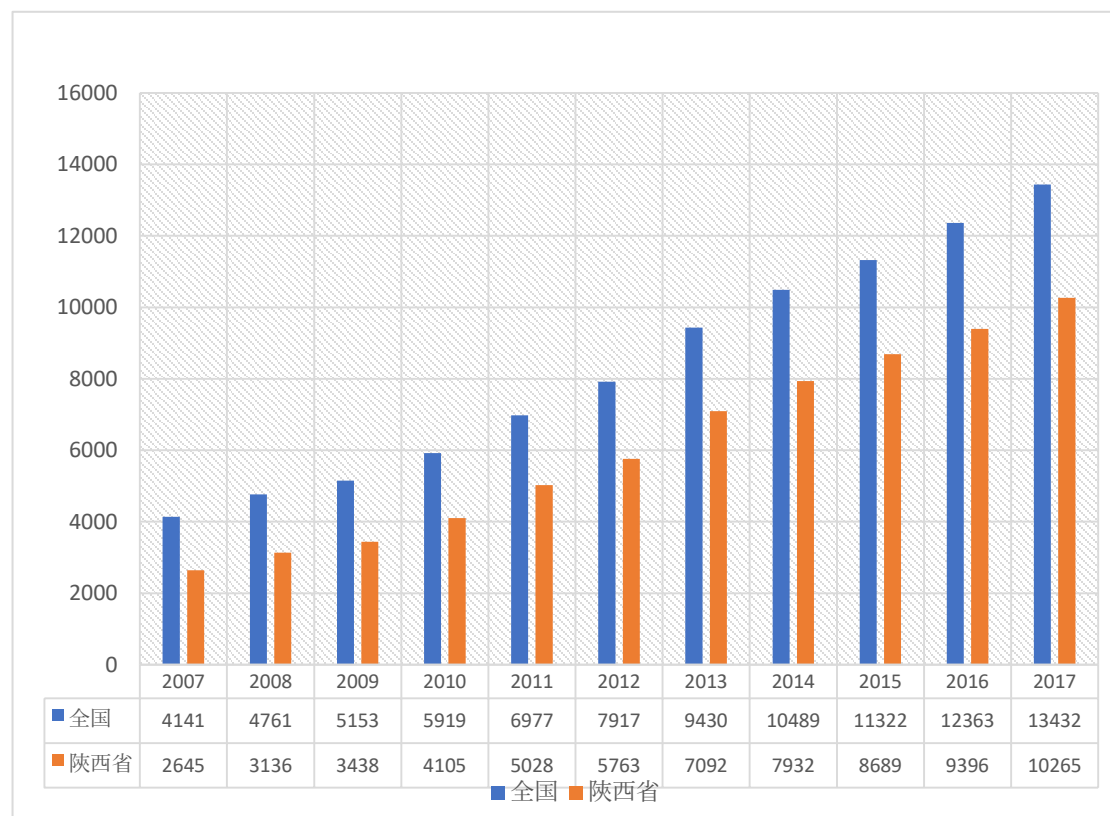


図 2－2－2 全国及び陝西省における農民 1 人当たり純収入の推移

資料：国家統計局『中国統計年鑑』2017 年、陝西省統計局『陝西省統計年鑑』2017 年により作成

表 2－2－1 は、陝西省における主要作物の作付面積、生産量の推移を示したものである。この表から、最近の陝西省における主要作物の生産量の推移をみると以下の通りである。まず、小麦の作付面積をみると、2007 年における陝西省の小麦作付面積は、116.7 万 ha であった。その後の 2011 年以降から継続して減少傾向を示しており、2008 年～2011 年の 3 年間に於いて 114 万 ha を維持していたものの、2016 年になると 108.3 万 ha にまで減少していることが読み取れる。生産量の推移についてみると、2007 年の 393 万トンに、その以降は増加傾向を示しており、2013 年では一時に 390 万トンと減少していた。2014 年、2015 年に大幅に増加していた。2016 年では 445 万トンであることが理解できる。

次いで果樹の作付面積をみると、2007 年以降から継続して増加傾向を示しており、2009 以降から 9 万 ha 強の規模で推移しており、2016 年では 126.4 万の規模を維持していることが読み取れる。生産量の推移についても同様であり、2007 年の 940 万トンから、2016 年には 1,714 万トンと最近 9 年間に於いて 1.8 倍の著しい増加傾向を示している。

最後に野菜をみると、作付面積の推移について、2007 年以降から継続して増加傾向を示しており、2007 年の 36.9 万 ha に対して、2016 年には 52.7 万 ha と最近 9 年間に於いて 1.4 倍にまで増加している。生産量の推移についても同様であり、2007 年以降継続して増加傾向を示しており、2012 以降から 1,500 万トン強の規模で推移しており、2016 年では 1,896 万トンであることが読み取れる。

2 陝西省における農民專業合作社の概況

2010 年の陝西省における農民專業合作社の総数は 1 万 980 社であった（陝西省農業部資料）。その内訳をみると、「耕種業」は 5,446 社（49.6%）、「畜産業」3,705 社（33.7%）、「林業」491 社（4.5%）、「農業機械およびサービス業」564 社（5.1%）、「その他」729 社（6.7%）となっており、「耕種業」と「畜産業」の 2 業種のみで 80%を占めており、その著しさが読み取れる。

次に陝西省において農民專業合作社への参加が確認できる農家数は 71.8 万人である。この数値は陝西省の総農家数 2,333 万人の 3.1%に相当しており、現時点では農民專業合作社に参画している生産農家の範囲は限定されたものであることが理解できる。

さらに、陝西省に立地する農民專業合作社が会員農家へ分配金は、3.6 億元であった。この金額を前述の会員農家数で推計すると、1 人当たりの分配金は 501.3 元となっている。この金額の水準を検討する上で、陝西省の農民 1 人当

たり平均純収入を見ると、6,503 元であることが踏まえると一定程度の金額（総収入の 7.7%程度）であることが理解できる。

前述の分配金の内、会員である農家へ還付するのは、3.6 億円の 75%に相当する 2.7 億元であり、それ以外の金額（9,000 万元）に関しては、会員が保有している株式の数量に応じた配当を行うことになっている。

表 2－2－1 陝西省における主要作物の作付面積、生産量の推移

		2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
小麦	作付面積（万 ha）	116.7	114	114.6	114.9	113.7	112.8	109.5	108.3	108.6	108.3
	生産量（万トン）	357	392	383	404	410	436	390	417	458	445
	単収（kg/ha）	3,058	3,434	3,343	3,515	3,608	3,862	3,560	3,853	4,220	4,111
果物	作付面積（万 ha）	88.5	95.1	101.1	108.3	112.1	116	119.4	122.5	124.3	126.4
	生産量（万トン）	940	1,068	1,150	1,239	1,333	1,438	1,487	1,554	1,631	1,714
	単収（kg/ha）	10,625	11,230	11,375	11,432	11,886	12,394	12,458	12,686	13,121	13,560
野菜	作付面積（万 ha）	36.9	38.6	42.9	44.4	45.8	47.7	49	50.3	52.1	52.7
	生産量（万トン）	928	1,067	1,258	1,384	1,433	1,526	1,629	1,724	1,822	1,896
	単収（kg/ha）	25,158	27,675	29,337	31,172	31,258	31,977	33,255	34,314	34,953	35,978

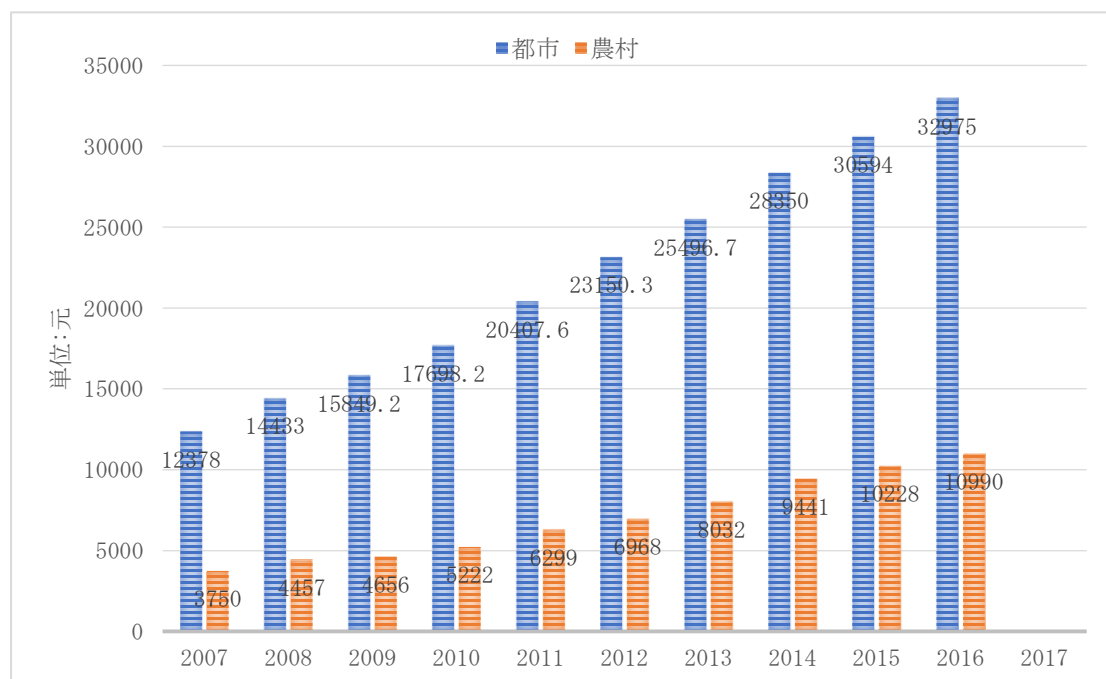
資料：陝西省統計局『陝西省統計年鑑』2017 年により作成

第3節 内モンゴル自治区における酪農および農民專業合作社の現状

1 内モンゴル自治区における農業の概要

内モンゴル自治区はモンゴル族の少数民族地域であり、2015年時点の総人口は2,511万人である。その内農業人口は1,468万人であり、全人口58.6%を占めている。2016年における内モンゴル自治区の農村一人当たり純収入は1万990元であり、都市との格差が3倍以上に至っている（図2-3-1）。内モンゴル自治区においても都市と農村による所得格差の拡大していることが読み取れる。

図2-3-1 内モンゴル自治区における都市と農村一人当たり年間純収入の推移



推移

資料：『中国統計年鑑』各年版より作成

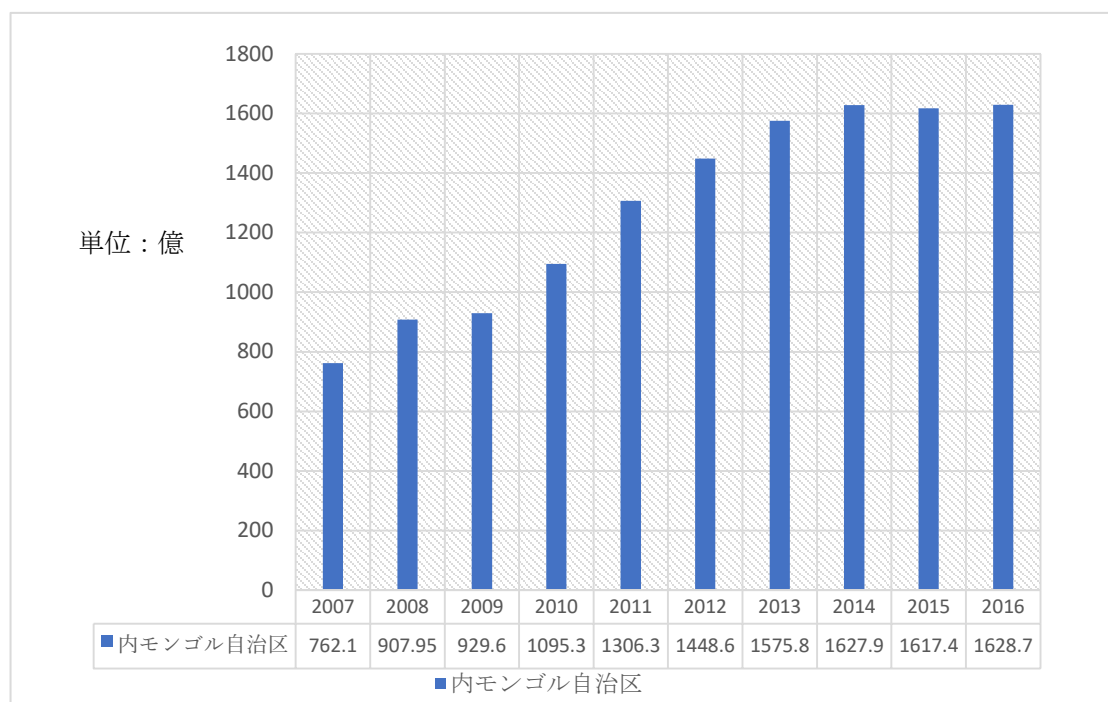
土地面積は118.3万km²であり、全国の8分の1を占めている。利用可能な草地面積は6,800万haであり、全国の草地面積の22%を占めている。食糧作物の作付面積は572.8万haであり、全国の5.1%を占めており、全国で第7位に位置づけられる。食糧総生産量は年間2,827万トンであり、中国で主要な産地

として位置付けられている。内モンゴル自治区の主要な農作物として、とうもろこし、小麦、米、粟、芋類、大豆などがあげられる。

表 2－3－1 は、内モンゴル自治区における乳牛飼養頭数規模別農家数の推移を示したものである。この表によると 2014 年の内モンゴル自治区における乳牛飼養頭数規模別にみると、飼養頭数が 1～4 頭の規模に該当する酪農家が 57%と過半数を占めていることが理解できる。これらの規模の農家は過去と比較すると比率は低くなっているものの、依然として過半数を占めており、中核的な存在であることが示されている。

しかしながら、2008 年のメラミン事件発生以降、中国国内において国産乳製品にする消費者の信頼が失われたため、安全・安心な生乳の生産・加工・流通に取り組まなければならない事態となっている。こうしたことから、政府は小規模経営から大規模へと酪農家の再編・統合を推進しているところである。

図 2－3－2 内モンゴル自治区における農業総生産額の推移



資料：内モンゴル自治区統計局『内モンゴル自治区統計年鑑』2017 年版により作成

図 2－3－2 は、内モンゴル自治区における農業総生産額の推移を示したものである。この図から内モンゴル自治区における農林水産業総産額は 2010 年の 1,844 億元から 2015 年の 2,752 億元と 1.5 倍まで増加していることが理解できる。その内訳をみると、「農業」、「畜産業」、「漁業」、「林業」の生産額

はそれぞれ順に 1,418 億元、1,161 億元、31 億元、99 億元まで成長しており、そのシェアは 51.5%、42.2%、1.1%、3.6%の割合を占めている。

次いで、主な食肉の生産量をみると、豚肉の生産量は 2000 年以降、一時期であるが減少傾向を示したが、ここ数年は増減を繰り返しながら変化するという動向が読み取れる。羊肉は 2000 年の 31.8 万トンから 2008 年の 81.4 万トンまで急激な増加を見せていたものの、2009 年から大きな変動を関わらず、緩やかに増加している。牛肉も 2000 年の 21.8 万トンから 2008 年の 44.6 万トンまで急激な増加を見せていたが、2009 年から大きな変動は見受けられない。

2 内モンゴル自治区農民專業合作社の概要

2007 年 7 月 1 日から『農民專業合作社法』および『農民專業合作社登録管理条例』が実施されて以来、農民專業合作社は急速な発展を遂げている。

図 2-3-3 は、内モンゴル自治区における農民專業合作社の推移を示したものである。この図から 2015 年時点において、内モンゴル自治区に登録されている農民專業合作社は 3.5 万社余りであることが理解できる。

自治区の東部盟市（呼倫貝爾市、ヒンガン盟、通遼市、赤峰市、シリングル盟）の農民專業合作社は内モンゴル自治区全体の 65.2%を占めている。その中で、呼倫貝爾市 5,364 社、通遼市 6,268 社、赤峰市 5,645 社、シリングル盟 3,260 社であった。

シリングル盟の農牧民專業合作社の発展状況によると、全盟は現在 1096 社の農民專業合作社があり、その中の牧民專業合作社は 612 社、農民專業合作社 479 社、入社農家は 3.2 万戸で、総農戸数の 26%を占めている。業種類からみると、「耕種業」が 28.9%、「畜産業」が 48.4%、「牧草業」が 5.9%、「農業機械」は 5.9%、その他が 10.9%である。

前述の図から、呼倫貝爾市の農民專業合作社数は、2007 年の 43 社から 2015 年末の 5,364 社に増加していることが理解できる。呼倫貝爾市の農民專業合作社の発展は以下の 2 点の特徴を指摘することができる。

第 1 は他地域と比較すると発展の速度が著しいことである。2007 年にはわずか 43 社であったものの、2008 年から 2011 年までの 3 年間においては毎年 150 社のペースで増加し、2015 年までに 5,364 社に達することとなった。2007 年の約 125 倍にまで増加していた。

第 2 に主要な業種は、「耕種業」および「畜産業」との 2 業種に集中している。その中で耕種業が 1,770 社（33%）であり、畜産業が 2,253 社（42%）となっており、2 業種のみで 75%と全体の四分の三程度を占めている。

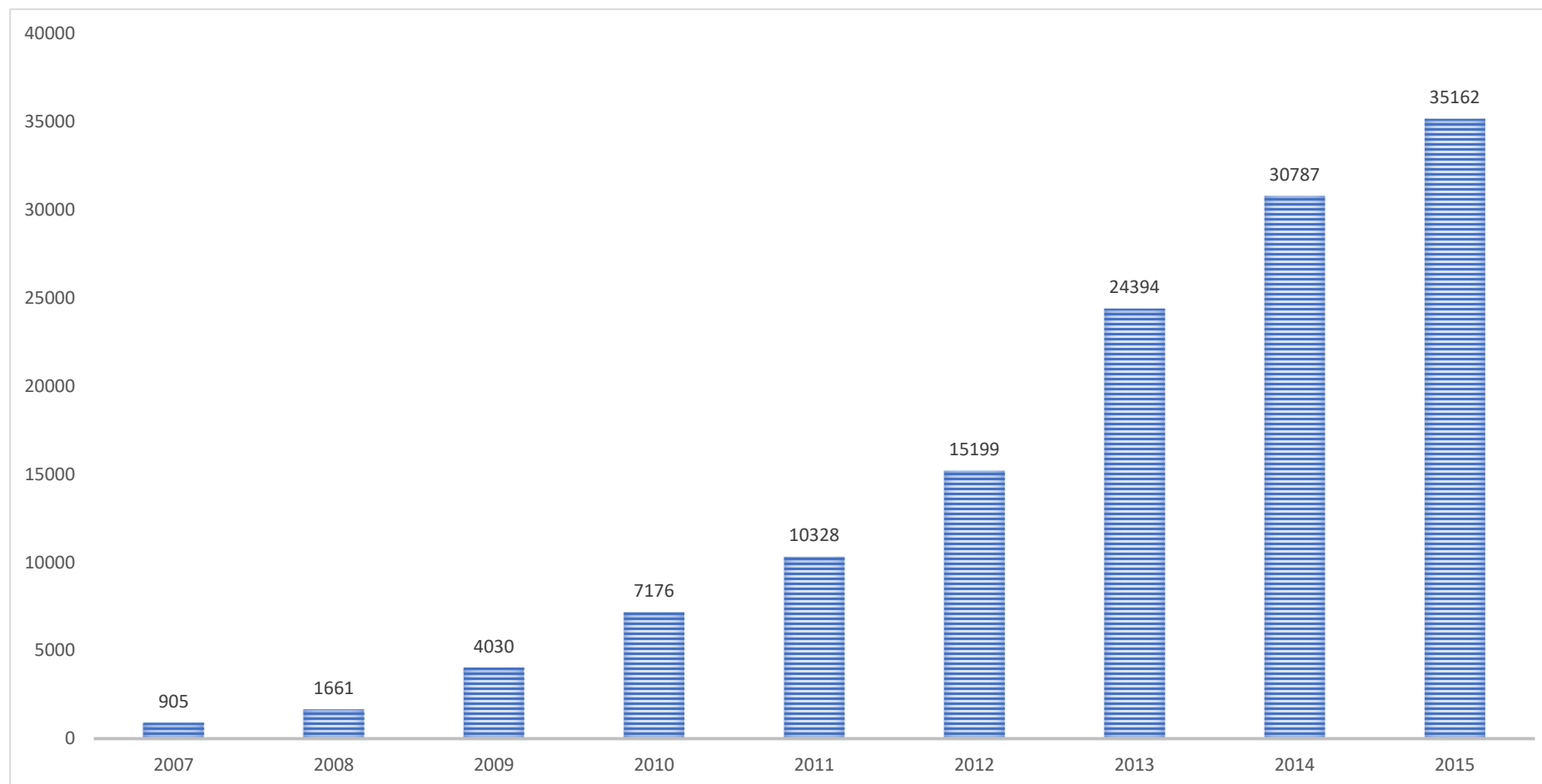


図 2－3－3 内モンゴル自治区における農民專業合作社の推移

資料：『中国統計年鑑』各年版より作成

表 2－3－1 内モンゴル自治区における乳牛飼養頭数規模別農家数の推移

		農家・牧場数						増加率	増加率
		2002 年		2009 年		2014 年		2009 年/2002 年	2014 年/2009 年
		(戸数)	(%)	(戸数)	(%)	(戸数)	(%)		
	全体	198,994	100.00	489,465	100.00	97,816	100.00	2.46	0.20
	1～4 頭	161,621	81.22	360,847	73.72	55,942	57.19	2.23	0.16
	5～19 頭	34,065	17.12	115,478	23.59	28,456	29.09	3.39	0.25
	20～99 頭	3,230	1.62	11,778	2.41	8,952	9.15	3.65	0.76
	100～199 頭	59	0.03	762	0.16	3,423	3.50	12.92	4.49
	200～499 頭	18	0.01	380	0.08	608	0.62	21.11	1.60
	500～999 頭	0	0	168	0.03	231	0.24	—	1.38
	1000 頭以上	1	0	52	0.01	204	0.21	52.00	3.92

資料：中国牧畜業年鑑編集委員会編『中国牧畜業年鑑』各年次より作成

第3章 陝西省のりんご産地における農民專業合作社の展開

第1節 礼泉県天河種植養殖專業合作社

1 礼泉県天河種植養殖專業合作社の概要

礼泉県天河種植養殖專業合作社（以下、「礼泉県天河合作社」と省略）は、2014年11月に蘇氏（現理事長）を中心とした7人の役員を中心に設立された陝西省礼泉県に立地している農民專業合作社である（「表3-1-1」を参照）。現理事長は肥料を中心とした生産資材の販売業社「冀肥農資集団」の経営者である。

調査時の出資金は600万元であり、合作社が主管する経営農地面積は2,000ムーである。その中には、りんご栽培試験センターの800ムーも含まれている。社員農家（120戸）1戸当たり平均作付面積は16.7ムーである。社員農家の作付面積において最大規模は40ムーであり、最小規模は2ムーであった。現在社員農家の登録手続を進めている農家が240戸確認されており、更なる合作社の主管する範囲の拡大が見込まれている。

農産物の主要な取扱品目は、りんご、桃、梨である。しかしながら、2014年11月に設立された合作社であるため、合作社の管内では収穫する段階に至らず、販売活動が行える状態ではなかった（礼泉県のりんご等果実の収穫開始時期は9月以降である）。したがって、調査時点の主な事業は肥料を中心とした生産資材の販売であった。

今後は、社員農家を対象とした農産物の販売事業および加工に関わる事業を実施予定であった。それに伴い、社員農家に対して農業生産や経営に関する指導や情報提供に取り組む計画である。

2 合作社の役割と機能

礼泉県天河合作社は、前述の冀肥農資集団から全量肥料を購入している。理事長が生産資材企業を経営していることに関連して、合作社の事業においても生産資材の提供等が活発となっている。具体的には、社員農家になると、通常の価格よりも10%程度安価で肥料等生産資材の購入が可能となっている。

それに加えて、合作社は社員農家に対して栽培技術指導および関連情報・資料を無償で提供している（「表3-1-2」参照）。具体的には、①合作社が省内の試験研究機関（陝西省名特果品産品開発研究土壤改良修復中心）から研究

表 3－1－1 調査対象の農民專業合作社による經營狀況

合作社名	設立時期（年月）	出資金 （万元）	農 産 物 販 売 金額 （万元）	管理面積 （ムー）	役員数 （人）	社員数 （戸又は人）	1 社員農家当 たり作付面積 （ムー）
天河種植養殖專業合 作社	2014 年 11 月	600	—	2, 000	7	120（戸）	16. 7
張代河瓜蔬菜農民專 業合作社	2009 年 3 月	80	830	800	5	88（戸）	9. 1
天豐果蔬專業合作社	2008 年 8 月	1, 000	2, 800	10, 500	59	1, 310（人）	8

資料：調査結果より作成

員等専門家を招聘し、社員農家全体での講習を開催、②冀肥農資集団に所属する技術職員による圃場での訪問指導、の2点である。①は、年間実施回数は10

回程度とほぼ毎月実施されている。②については、社員農家から要望が出る度に適宜訪問し、対応している。

表3-1-2 調査対象農民專業合作社における栽培指導の取組状況

合作社名	礼泉県天河種植養殖事業合作社	長武県張代河瓜蔬菜農民專業合作社	長武県天豊果蔬專業合作社
栽培技術指導の頻度(年間実施回数)	10回以上/年	12～24回/年	10回/年(それ以外にも不定期に年2～3回/年実施)
栽培技術指導を担当する試験・研究機関又は大学	陝西省名特果品産品開発研究土壤改良修復中心	長武県農牧局、西北農林科技大学	陝西省農業技術センター、陝西省果業技術センター、長武県果業技術推進部門、西北農林科技大学
栽培指導の内容	病虫害防除 施肥管理 土壤管理	病虫害防除 施肥管理 新品種の導入支援	病虫害防除 施肥管理 樹園地(摘果、剪定) 集・出荷管理
設立主体	冀肥農資集団	張代河村村民委員会	天豊農業科技有限公司

資料：調査結果より作成

それ以外にも、携帯電話等の電子端末を活用して日常的に技術職員から指導を受ける社員農家も多く存在している。

礼泉県天河專業合作社は、管内で生産しているブランドりんごである「陝派」の直販を拡大する計画を進めている(「表3-1-3」参照)。直販は、インターネット等通信販売を中心に行う予定である。「陝派」ブランドを構築する上での費用は、冀肥農資集団が取り扱っている肥料「生命神」(果樹の生育期に施肥する肥料であり、果実の肥大に必要な養分の吸収を促進させる効能を有している)の販売利益から支出しており、合作社による費用負担を軽減している。

なお、「陝派」として販売するりんごに関しては、栽培時に「生命神」の使用を義務づけていた。礼泉県天河合作社は、社員農家が恒常的に生産資材を使用できる環境を整備することにより、地域内の非社員農家との品質や収量において差別化が生じることを期待していた。

表 3－1－3 調査対象農民專業合作社によるブランド農産物の取扱状況

合作社名	農産物	生産資材
礼泉県天河種植養殖事業合作社	「陝派」 (りんご)	「生命神」 (肥料)
長武県張代河瓜蔬菜農民專業合作社	「福瓏」 (果実)	特になし
長武県天豊果蔬專業合作社	「長武紅」 (りんご)	「耕田富」 (肥料)

資料：調査結果より作成

調査時点では、社員農家へ肥料を中心とした生産資材の販売が中心であるものの、既に合作社のWebサイトに通信販売のページを新設しており、着々と整備を進めている。礼泉県天河專業合作社の社員農家による主要な農産物の販売先は、陝西省内の産地仲買人が中心であり、その他は卸売市場となっている（「表 3－1－4」参照）。

表 3－1－4 調査対象農民專業合作社における主要販路

合作社名	礼泉県天河種植養殖事業合作社	長武県張代河瓜蔬菜農民專業合作社	長武県天豐果蔬專業合作社
主要な販路	産地仲買人 卸売市場 農民專業合作社 (陝西省外)	産地仲買人 直販	産地仲買人 直販
社員農家への市場情報の提供	無	有	有
通信販売の有無	有	無	有

注：天河種植養殖事業合作社の欄に関しては、調査時点の販売実績が無い
ため計画段階のものを記載した。

資料：調査結果より作成

第2節 長武県張代河瓜果蔬菜農民專業合作社

1 長武県張代河瓜果蔬菜農民專業合作社の概要

長武県張代河瓜果蔬菜農民專業合作社（以下、「長武県張代合作社」と省略）は、2009年3月に陝西省長武県において張代河村村民委員会が中心となって設立した農民專業合作社である（「表3-1-1」参照）。合作社の理事会役員は、5人で構成されている。前述の通り、村民委員会によって設立されたため、役員は全て村幹部であり、村書記が理事長であった。

2015年における社員農家数は88戸であり、農産物の販売額は863万元（2014年）であった。その内訳をみると野菜511万元（59.2%）、果実352万元（40.8%）であった。合作社設立時における社員農家の耕地面積は24ムーであったものの、調査時点では800ムーを超えるほどの著しい拡大を示している。

表3-2-1 調査対象農民專業合作社における農産物の販売・流通事業

合作社の名称	農産物販路	市場情報	契約販売	通信販売	海外輸出
天河種植養殖專業合作社	①仲買人 ②卸売市場 ③ネット等の通信販売	無	有	有	無
張代河瓜果蔬菜農民專業合作社	①仲買人 ②直売	有	有	無	有
天豊果蔬專業合作社	①仲買人 ②直売 ③ネット通信販売	有	有	有	有（タイ、ラオス、ロシア）

資料：調査結果より作成

2 合作社の役割と機能

長武県張代合作社の主要な業務として、栽培技術指導、野菜及び果実の生産・販売があげられる。それに加えて、礼泉県天河合作社と同様に社員農家による農産物の生産コストの減少を目的として、生産資材の共同購入に取り組んでいる。

栽培技術指導の内容は、長武県農牧局及び西北農林科技大学から教員・研究員等専門家を招聘し、年間 12～24 回の範囲で実施している（「表 3－1－2」参照）。毎月 1～2 回の頻度で実施しており、他の合作社と比較すると技術指導に対して積極的な取り組みを示しているといえよう。

農産物の主要な販路は、陝西省及び甘粛省の産地仲買人であった。産地仲買人への販売比率は全体の 70%と著しい。次いで直販は、①社員農家自身が販路を確保し、インターネットを活用した通信販売を行うケース（20%）、②社員農家が自由市場において販売するケース（10%）の、2つの販路が存在している（「表 3－2－1」参照）。

最近の販売実績をみると、2012 年：350 万元→2013 年：630 万元（前年比：180%）→2014 年：830 万元（同：132%）と増加傾向を示している。

長武県張代合作社の幹部によると、非社員農家と合作社に参加した社員農家を比較すると、栽培技術指導を実施した効果によって社員農家が、非社員農家よりも高品質の野菜や果実を栽培することが可能となった点が、販売額を増加した要因であると認識していた。

合作社の社員農家が栽培した野菜・果実の販売価格が、一般的な農家が栽培したものと比較すると高価格で販売されていることを具体的に示す事例として、長武県張代合作社が有する果実ブランド「福瓏」のケースをみていこう（2010 年に商標登録）。「福瓏」は、長武県張代合作社の社員農家が生産するりんごの内、合作社が指定する規格の徹底、独自の包装により、他の果実との差別化を図ったものである。なお、長武県張代合作社幹部へのヒアリングによると、「福瓏」とそれ以外の果実の価格を比較すると、25%程度高額な価格設定（1 kg 当たり約 2 元）で販売しており、価格優位性を実現している点が理解できる。調査時点では、陝西省および甘粛省の 2 地域において販売していた（「表 3－1－3」参照）。

当社が社員農家に対して行っている主要な機能は、生産資材の提供および栽培技術指導、共同販売等が挙げられる。

第3節 長武県天豊果蔬專業合作社

1 長武県天豊果蔬專業合作社の概要

長武県天豊果蔬專業合作社（以下、「長武県天豊合作社」と省略）は、2008年5月に設立された農民專業合作社である。調査時点の資本金は1,000万元、その中で社員の出資金額は750万元（75%）であり、残り（25%）は天豊農業科技有限公司であった（「表3-1-1」および「表3-1-2」参照）。天豊農業科技有限公司の主な事業は、肥料・農薬等生産資材の販売、農産物の流通・販売であった。長武県天豊合作社における農産物の主要な取扱品目は、りんご、梨、桃である。

調査時点の社員数は1,310人、経営耕地面積は1万500ムーであった。2014年度における農産物の総販売額は、2,800万元であり、その内訳は、果実2,333万元（83.3%）、加工食品467万元（16.7%）であり、前者の比率が著しい。

長武県天豊合作社は設立当初から、天豊農業科技有限公司を中心とした「企業＋合作社＋農家」という複数の部門の連携による経営モデルを掲げ、社員農家のニーズに対応し、栽培技術及び加工・販売に関連する情報提供等の強化について精力的な取り組みをみせている。また、長武県天豊果蔬專業合作社の特徴として、上述の連携体制により、社員農家における生産資材の使用銘柄や購入数量のみでなく、栽培計画、病虫害防除、貯蔵等生産・流通に係る事項について合作社を中心に徹底した管理を行っている点があげられる。

2 合作社の役割と機能

生産資材の購入に関しては、天豊農業科技有限公司の協力を得て合作社が社員農家の使用する農薬、化学肥料、腐葉土等生産資材を市場価格よりも10～20%程度安価な価格で提供している。こうした結果、長武県天豊合作社の幹部によると、大半の社員農家は、1ムー当たり投入金額を150～200元程度減少させていた。

栽培技術指導に関しては、長武県天豊合作社が省内の研究者等を招聘し、全体での座学による研修会、果樹園等において行う圃場での指導の2点を中心である（「表3-1-2」参照）。前者の座学では、陝西省農業技術センター、陝西省果業技術センター、長武県果業技術推進部門、西北農林科技大学等の政府関連・大学等試験研究機関に委託して年間10回程度実施している。それ以外にも不定期ながら2～3回の指導も実施している。また、現場での栽培技術指導については、社員農家から要望が出されれば、合作社に陝西省果業技術担当の部署に所属する4人の技術指導員が携帯電話等の通信機器を活用し、対応す

る仕組となっていた。具体的な栽培技術指導の内容については、「病虫害の防除」、「果樹園の管理」、「肥料の配合」等の3点を中心に取り組んでいた。

調査時点において長武県天豊合作社は、「長武紅」および「耕田富」の2つのブランドを主管していた（「表3-1-3」参照）。前者は緑色食品8）に認証されていることに加え、優れた中国国内の地域ブランドを称する「100 強農産品ブランド」にも名を連ねているブランド果実であり、後者は武県天豊合作社および西北農林科技大学が共同研究により開発した肥料（圃場を肥沃な土壌に改良する役割を果たす肥料）である。前者のブランドについてみていくと、「長武紅」りんごの価格は、1箱（6kg）当たり168元（28元/kg）であり、一般市場の価格（8元/kg）と比較すると、3倍以上の高額な価格設定となっている。

武県天豊合作社の主要な販売先は、産地仲買人であり、最近ではネット販売を中心とした直販にも取り組んでいる（「表3-3-1」参照）。産地仲買人への販売は、陝西省、山西省、甘粛省の産地仲買人からの買付への対応が中心となっている。これらの産地仲買人への販売が全体の70%程度と過半数を占めている。

次に通信販売の販路であるが、合作社はアリババ傘下の企業であるタオバオ（西北支社）と連携関係を結ぶことにより、IT技術のサポートを受けて「長武印象農特産品店」および「長武農特産品会館」という2つのオンラインショップを開設している。それに加えて、調査時点ではJDドットコムにも出店する計画であった。オンラインショップでは、前述の「長武紅」を贈答用として販売している。主要な販売先は、上海市、広東省、広西チワン族自治区、雲南省、海南省等であり、産地仲買人と比較すると、広範囲の流通を可能としている。

2014年の販売実績をみると、ネット通販の販売量は、280トンであり、全体の10%を占めている。これは直販の約33%を占めている。同様に販売金額でみていくと、全体の20%、直販の37%と一定程度の比率を占めている。この結果から、ネット通販では「長武紅」ブランドを有効に展開し、高付加価値販売の実現に一定程度の効果を挙げていることが理解できる。今後は長武紅りんごの販路拡大を実現するために、栽培技術指導を通じて果樹園を管理し、生産量の増加と高品質栽培に努めて社員農家の収入増加を目標として事業に取り組む方針であった。

また、通信販売以外でもりんごの販路を確保するために長武県天豊合作社は、独自に広州市、上海市、重慶市という大都市において販売直営店を設置している。そこでの販売数量560トン（20%）、販売金額450万元（35%）である。特筆する点は販売価格が産地仲買人に仕向けているりんごよりも高額（8元

/kg) で取引されている点である。その他にも更なる販売量の拡大を目的として、天豊果蔬專業合作社は、陝西省内の青果物卸売市場と連携してオンライン取引のプラットフォームとなるシステムを設置する計画を立てており、今後の販路拡大が期待されている。

表 3－3－1 長武県天豊果蔬專業合作社におけるりんごの販売構成

	数量		価格		
	実数 (t)	構成比 (%)	単価 (元/kg)	販売金額	
				実数 (百万元)	構成比 (%)
産地仲買人	1,960	70.0	5.0	9.8	44.3
直 販	840	30.0	14.6	12.3	55.7
販売直営店	560	20.0	8.0	7.8	35.3
通信販売	280	10.0	28.0	4.5	20.4
合計	2,800	100.0	7.9	22.1	100.0

資料：調査結果より作成

第4節 小括

本章では、陝西省に立地している農民專業合作社での調査結果から、内陸地域の農民專業合作社の今日的展開を明らかにするために、各種事業における機能と役割に焦点をあてて検討してきた。

最後にまとめとして、前節までに明らかとなった点を整理していこう。

第1は、コスト削減への取り組みである。設立主体である企業からの支援や社員農家の共同購入によって、非社員農家と比較すると10～20%程度安価な設定で購入することを実現させていた。

第2は、生産量を安定させるための栽培技術指導である。省内の試験機研究機関・大学の専門家を招聘し、防除と施肥を中心に年間10回以上の座学等講習会の実施に取り組んでいた。それ以外にも、合作社の設立主体等の支援を受け、対応する職員を設置する合作社も確認することができた。

第3は、りんご等特産果実を中心としたブランド化による販路拡大である。従来の産地仲買人中心の販路から、インターネットを利活用した直販により省内外への販路を確保しており、一定程度の比率を確保していた。これらの取り組みにおいて産地仲買人へ販売するケースよりも高額な価格設定で販売することを実現している点も評価に値する点であるといえよう。

上述の取り組みによって、社員農家へのコスト削減や栽培技術指導の徹底、高付加価値販売及び販路開拓の実現という3点において効果を上げつつある内陸地域の農民專業合作社であるが、今後の課題と展望について述べていこう。筆者は、これまでの調査結果を踏まえると、短期的には現状の傾向が継続するものの、中長期的な視点でみると、ブランド化に係る事業の持続的発展は厳しい局面に立たされていくものと予測している。現在は高付加価値販売を実現できているブランドであるが、製品のコンセプトをみていくと、①規格の徹底や独自の包装、②合作社の主となる設立主体である生産資材企業が取り扱う肥料等と結びつけたものであり、その産地や製品独自性に由来したものではない。要するに差別化の難易度が特段高くない故、同様な取り組みを示す合作社が登場しやすいという可能性も想定される。さらに新規に製品の独自性を開発するにしても沿海地域と比較すると栽培技術指導等を連携して支援する試験研究機関の施設数や人員が限られているという課題も存在している。

こうしたことから、今後の内陸地域における農民專業合作社の機能と役割が、地域農業に対していかなる影響を示していくのかについて、継続して同様な調査を他の地域でも実施し、多角的な検討が必要である。

第4章 内モンゴル自治区の酪農地帯における農民專業合作社の展開

第1節 呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社

1 呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社の概要

呼倫貝爾市益農乳牛專業合作社（以下、「益農合作社」と省略）は、2008年11月に村民委員会が主導となり、呼倫貝爾市哈克鎮哈克村に成立された乳牛專業合作社である。

益農合作社の役員は、理事長を中心とした5人で構成されている。合作社登録時の出資額は150万元であった（「表4-1-1」を参照）。

出資金の内訳は、役員がそれぞれ30万元（30万元×5人）を拠出しており、調査時点では300万元に拡大していた。設立開始以降から10年以内という短時間で出資金を大幅に増額しており、急激な成長を継続していることが理解できる。

調査時点における職員数についてみると、雇用している職員の人数は、正職員3人、それ以外には繁忙期に臨時雇用で7人雇用している。社員農家数は14戸であった。乳用牛の総飼養頭数が170頭（2017年）であることを踏まえると、1農家当たりの乳用牛の平均飼養頭数は12頭であった。さらに農場の総面積は6.0haであった（「表4-1-1」を参照）。

益農合作社は、「農家+合作社+乳業企業」という経営モデルに基づいて酪農事業を運営しており、社員農家のニーズに応じて、飼養の高度化に向けた技術指導に取り組んでいる。

なお、原則として社員農家には、牛舎、搾乳機等の設備を無料で提供している。調査時点の主要な設備についてみていくと、搾乳機20台、タンクローリー1台、トラック2台、貯蔵タンク（貯蔵量8,200ℓ）1台、倉庫（床面積140㎡）が挙げられる。これらの施設の整備が進むにつれて、それと比例するように社員農家の生産コストの削減が実現できるようになった。

益農合作社において飼養している乳用牛は、全頭ホルスタイン種であり、1頭当たり15～20 kg／日の搾乳を行っている。搾乳期間は8ヶ月であり、年間生産量は4～5万トン程度であった。

表 4－1－1 調査対象農民專業合作社の概要

合作社の名称	祥騰乳牛專業合作社	益農乳牛專業合作社
成立時期	2015 年 9 月	2008 年 11 月
理事長の出自	酪農家	農村委員会
合作社の経営モデル	酪農家＋合作社＋乳業メーカー（ネスレ）	酪農家＋合作社＋乳業メーカー（ネスレ）
登録資金	100 万元	150 万元
社員	7 戸	19 戸
農場面積	6ha	7.5ha
業務内容	①生乳の販売 ②生産資材の生産・販売 ③酪農生産・経営に係る技術指導	①生乳の販売 ②飼料の生産・販売

資料：調査結果より作成

2 合作社の役割と機能

益農合作社は、中国国内で発生したメラニン混入問題が発生した直後に、現理事長である辛氏が4戸の酪農家と共に、零細な農家が集約化し、一定規模の経営体として、生乳を販売し、農家経営を安定させることを目的に設立している。

益農合作社は、合作社保有施設の社員農家へ使用機会の提供だけでなく、政府部門および販売先である乳業メーカーと連携・協調を図り、社員農家に対して技術指導を行っている（「表 4－2－1」を参照）。とりわけ、乳業メーカーからは、実施時期は不定期ではあるものの、年間4～5回程度の社員農家に向けた技術指導を受ける機会を設けている。主要な技術指導は、飼料の管理方法、家畜伝染病の予防という衛生管理の指導が中心である。

なお、具体的に技術指導の指導内容をみていくと、下記の通りである（詳細は、「4－2－1」を参照）。

第1に、販売先である乳業メーカーの需要に基づいて生乳の数量を推計し、その数量に見合う飼料を益農合作社が共同購入することによってコストを必要以上に増加させないような取り組みをみせていた。その結果、取り組み以前と比較すると、在庫ロスの縮小に繋がっている。ヒアリング調査によると、調

査時点の飼料価格は、1 トン当たり 3,000 元と高額な価格設定となっている。ただし、益農合作社の社員農家による共同購入は、通常の価格よりも 10%程度減額した価格で購入することが可能である。

第2に、家畜伝染病の防除に係る取り組みとして、年間1～2回の家畜検診を義務づけて予防していた。家畜伝染病の発生が確認された場合は、迅速に治療および廃棄処分を施せる体制を構築していた。

第3は、社員農家だけでなく、役員に対しても毎年1回ではあるが、技術指導員等の専門人員による技術指導や飼養に関する研修会を実施している。この研修には、理事長はじめ理事党役員の参加を義務づけている。それに加えて、規模拡大を目指す社員農家に対しても農業経営や市場対応に係る情報提供を行っている。

以上の様な取り組みが功を奏して、最近3ヵ年(2015年、2016年、2017年)において、乳用牛飼養頭数、生乳生産量、日産量、販売額という数値が増加傾向を示している。(「表4-1-2」参照)。

表 4－1－2 調査対象農民專業合作社の生乳生産状況

		2015 年	2016 年	2017 年
祥騰乳牛專業合作社	乳牛総数（頭）	120	150	170
	搾乳牛（構成比）	55（46%）	70（47%）	80（47%）
	育成牛（構成比）	30（25%）	45（30%）	50（29%）
	哺乳牛（構成比）	35（29%）	35（23%）	40（24%）
	生乳総生産量（トン）	260	340	—
	日産量（トン）	0.7	0.9	0.9
	1 頭当たり産量/1 日	15～20kg	15～20kg	15～20kg
	平均販売価格（元）	2.5	2.5	2.5
	販売金額(元)	650,000	850,000	—
益農乳牛專業合作社	乳牛総数（頭）	90	170	380
	搾乳牛（構成比）	50（56%）	100（59%）	190（50%）
	育成牛（構成比）	30（33%）	50（29%）	100（26%）
	哺乳牛（構成比）	10（11%）	20（12%）	90（24%）
	生乳総生産量（トン）	300	600	900
	日産量（トン）	0.8	1.6	2.5
	1 頭当たり産量/1 日	15～20kg	15～20kg	15～20kg
	平均販売価格（元）	2.5	2.6	2.8
	販売金額(元)	750,000	1,500,000	2,500,000

資料：調査結果より作成

第2節 呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社

1 呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社の概要

呼倫貝爾市祥騰乳牛專業合作社（以下、「祥騰合作社」）は、2015年9月に成立された呼倫貝爾市哈克鎮十六号村に位置している乳牛專業合作社である。前述の成立時に理事長が個人のみで100万元の出資金を拠出して設立した合作社である。

調査時点の出資額は、設立当初よりも大幅に拡大し、300万元となっている、正規職員の人数は2人である。合作社の社員農家は19戸であり、乳用牛の総飼養頭数が380頭（2017年）であることを踏まえると、（1農家当たりの乳用牛は20頭）、農場の総面積は7.56haであった（「表4-1-1」を参照）。

祥騰合作社は、「農家+合作社+乳業企業」という経営モデルに基づいて酪農業を運営しており、主に生乳の販売、生産資材の生産・販売、酪農生産・経営に係る技術指導に取り組んでいる合作社である。

前述の益農合作社と同様に祥騰合作社においても理事会、監事会という役員会を設置しておらず、管理・運営に関する事項は理事長の専権事項となっていた。

祥騰合作社の社員農家には、合作社が保有する設備の利用および飼養に係る技術指導の提供が行われている。調査時点における主要な設備として、前述の理事長が設置した畜舎以外に、搾乳機40台、タンクローリー1台、トラック1台、貯蔵タンク（容量8,200ℓ）、倉庫（床面積100㎡）があげられる。

調査時点で飼養している乳用牛の種類は、ホルスタイン種およびシメンタール種であり、1頭当たりの搾乳量は15～20 kg／日、搾乳期間は8ヶ月、年間搾乳量は4～5万トンであった。

2 合作社の役割と機能

2014年以降の中国国内において乳業メーカーの多くが、集荷の煩雑さおよび品質格差等の要因から零細な酪農家による生乳の購入することを敬遠し、買い控えるような傾向を強まっている。こうした動向は、祥騰合作社の立地している呼倫貝爾市哈克鎮十六号村においても例外なく、深刻な問題となっていた。

こうした事態の解消を目指すために、2015年に呼倫貝爾市内の酪農家であり、現理事長の鄧氏が個人で資金調達して、畜舎（敷地面積1,800㎡）、搾乳機40台を設置した。その後、鄧氏が村内の6戸の酪農家を勧誘し、承諾を得て農民專業合作社の登録申請をしたことが、祥騰合作社を設立の契機となっている。

最近の祥騰合作社による生乳販売価格は、2.5元以上の水準を維持しており、前出の益農合作社と比較するやや高額な価格設定での取引を実現している。こ

の要因として、販売先である乳業メーカーへの販売価格が日産量に応じて決められる契約を採用しているためである。具体的には、1日当たりの搾乳量が1トン未満の場合は、乳業メーカーへの販売価格が2.5元/kg、同1トン以上であれば2.8元/kgで固定されている仕組みとなっている。

祥騰合作社は、乳業メーカーおよび獣医師と連絡・協調を図り、社員農家に対して技術指導を行っている（「表4-2-1」を参照）。乳業メーカーからは、実施時期は不定期であるものの、毎年6回程度の技術指導を受ける機会を設けている。乳業メーカーからは、主に飼養管理、家畜伝染病の予防、畜舎の衛生管理に関する指導が行われていた。

指導内容を具体的にみると、第1に飼料の購入量について、例年の生乳出荷量や資料の購入量から適正な需要量を算出し、酪農家へ伝達することで必要以上の購入費がかからないように指導している。

第2に、家畜伝染病の予防であるが、毎年1～2回程度合作社で管理する乳用牛の検診を実施して予防に努めていた。その際に異常が発見される場合は、適正に治療するとのことである。それ以外にも獣医師が毎月1回程度、合作社を訪問し、状況把握に努めている。こうした取り組みの結果、家畜伝染病等の被害の影響が減り、乳用牛の頭数が変動することが少なくなったため、安定的な供給に対応できる体制が構築されつつあることが理解できる。

生産資材に購入に関しては、祥騰合作社の社員農家であれば、前述の益農合作社等共同購入によって牧草等飼料を市場価格よりも10%程度安価に調達することが可能となっている。市場価格よりも安価な理由は、祥騰合作社が社員農家の必要な飼料を全量一括購入することより、スケールメリットが発生することによって流通・事務コストを削減することが可能となったからである。

表 4－2－1 調査対象農民專業合作社による技術指導の内容

祥騰乳牛專業合作社		益農乳牛專業合作社	
指導回数	6 回/1 年	指導周期	4～5 回/1 年
技術指導者	①乳業メーカー ②獣医師	技術指導者	①乳業メーカー ②政府部門
指導内容	①飼料の購入量 ②家畜伝染病の防除 ③牛舎の衛生管理 ④経営指導や乳牛飼養に関する講習会	指導内容	① 飼料の購入量 ② 家畜伝染病の予防

資料：調査結果より作成

第3節 小 括

本章では、内モンゴル自治区に立地している農民專業合作社での調査結果から、内陸地域の農民專業合作社の今日的展開を明らかにするために、酪農事業の機能と役割に焦点をあてて検討してきた。最後にまとめとして、前節までに明らかとなった点を整理していこう。

第1は、中国国内において小規模零細な酪農家による品質水準や衛生管理の遅れに端を発し、乳業メーカーによる買い控えが起きている中で、地域内の酪農家による集約化を合作社の設立によって解決し、取引関係の継続に貢献している点が挙げられる。

第2は、コスト削減への取り組みである。今回の調査事例である合作社は飼料の共同購入を実施し、スケールメリットを享受し、非社員農家と比較すると10%程度安価な価格設定で購入し、生産コストの削減を実現させていた。

第3は、生産量を安定させるための飼養管理に係る技術指導である。乳業メーカーおよび獣医師との連携を図り、年間5回以上の講習会の実施に取り組んでいた。それ以外にも、合作社は乳業メーカーの支援を受け、乳用牛への適正な給餌数量等方法を社員農家が学習し、知識や技術を身につけることにより、適切な数量の飼養購入が行えるような指導に取り組んでいた。最近では技術指導等の研修は、合作社および社員農家だけでなく役員に対しても研修を実施する新たな取り組みも見受けられるようになっている。

上述の取り組みによって、社員農家への安定した乳業メーカーとの取引の継続、飼料コスト削減や技術指導の徹底という3点において効果を上げつつある内陸地域の農民專業合作社であるが、今後の課題と展望について述べていこう。

前述のように合作社の登場によって零細農家による生乳の供給から規模の拡大を実現しているところである。とはいえ、技術指導等に関しては乳業メーカーによる支援によって実現できており、合作社の独自によって実施されているものではないことが指摘できる。

今回の事例で取り上げた合作社の代表者は、両社共に酪農家であり、今後の事業展開を鑑みると事業費の財源は限定されている。したがって、事業拡大等に係る資金面での制約が生じることは容易に想定できる。現在は政府や乳業メーカーによる合作社の支援が積極的であるため、獣医師の派遣や技術指導で連携・調整が図られている。

このことを言い換えれば、合作社による負担は軽減されているものの、支援の継続が困難となった場合は同時に技術指導も停止することにも繋がるため、事業体としては脆弱な基盤であることは否めないとも指摘できる。

以上の分析によって、零細農家に対する農民專業合作社の機能と役割が明確化され、地域に対する貢献度の高さは示されたものと思われる。今後は乳業メーカーによる価格交渉も現状のままで進めていくことは厳しくなるものと想定される中で、合作社がその事態に柔軟に対応できるか、否かが零細酪農家の存続のポイントになるものと考えられよう。

第5章 結 論

第1節 研究結果の要約と考察

第1章の序論では、冒頭において中国内陸地域における生産・流通面における零細・分散した小農経済の問題による拡大していく格差の存在を述べ、その問題の解消に向けて効果が期待されている農民專業合作社を取り巻く情勢について説明している。

現在、政府から農民專業合作社は、「零細農家の組織化・大規模化」、「農業の産業化」、「農民収入および農村生活水準の向上」等への効果が期待されていることを指摘した。その後、関連する先行研究を整理し、本研究の課題を提起し、調査対象地域の解説、本論文の調査対象地域の概要および論文の構成について開示した。

第2章では、中国国内で公表されている政府関係資料等に基づいて農民專業合作社の概念および関連法制度を述べ、中国改革開放以降の農民專業合作社の変遷について分析を行った。

その後、本論文の調査対象地域に設定している陝西省および内モンゴル自治区における農業および農民專業合作社の全体的な動向について整理した。

第3章では、陝西省におけるりんご産地の礼泉県の天河種植養殖專業合作社および長武県の張代河瓜果蔬菜農民專業合作社、天豊果蔬專業合作社を事例として設定し、合作社の機能と役割に係る分析を行った。

天河種植養殖專業合作社は、生産資材の提供による生産コスト削減を実現し、生産技術の指導による農産物の品質を向上させ、農産物のブランド化によるプレミアム価格での販売を実現させていた。それに加えて、他地域に立地する合作社（甘肅省）と連携して農産物を相互に販売して余剰分を減少させるだけでなく、域外への広域流通を実現し、新規販路の開拓・確保に取り組んでいた。

張代河瓜果蔬菜農民專業合作社は、張代河村村民委員会が主導する合作社であり、生産資材の提供、生産技術の指導以外にも、農業機械の提供も行っていた。補助金で農業機械や農業用自動車を購入して社員農家は安い価格で優先的に使用できる仕組みを構築していた。この仕組みは非社員農家にも社員農家よりも高額な価格設定で提供しており、合作社の収入の一部を支えていた。

天豊果蔬專業合作社は、地域内の有力な肥料・飼料企業である咸陽天豊農業科技有限公司が主導する合作社であるため、資金力が強く、設立当初から、「企業＋合作社＋農家＋協会＋基地＋現代農業園區」という複合的な経営管理モデルを掲げていた。社員農家のニーズに対応して、栽培技術および加工販売情報等のサービス強化に対しても精力的な取り組みを示している。その結果、大手IT企業と連携してオンラインショップの開設やブランド果実の贈答用商品の開発・販売を実現していた。それに加えて、陝西省内の卸売市場と連携して、

オンライン取引プラットフォームを設置する計画を進めており、今後の販路拡大が容易に想定されよう。

第4章では、内モンゴル自治区の事例において、2014年から乳業メーカーの多くが、集荷の煩雑さや品質格差の問題から零細酪農家による生乳の購入を敬遠し、零細酪農家が生産する生乳とは取引関係を構築していなかった。

こうした事態の解消を目指すために、第4章の益農乳牛專業合作社は、零細な酪農家を集約し、一定程度の規模となることで生乳の生産・販売を円滑に行い、農家経済を安定させていた。具体的には、社員農家に対して、生産資材の提供、保有設備の使用機会の提供、飼養技術に係る指導を行うことにより、社員農家による生乳の品質向上・安定化をさせる取り組みを行っている。

とりわけ、生乳の販売を安定化するため、乳業メーカーと連携して、契約販売を行っている。販売先との契約内容は、購入価格が日産量に応じて大きいほど単価が高くなる方式を採用していた。

祥騰乳牛專業合作社は、生産資材の提供、生乳生産設備の提供、技術指導の実施、生乳の生産・販売など事業を行っている。合作社の設立によって、地域内の零細酪農家に対する集約化を図り、販売を継続させることが大きなメリットとなっている。

社員農家による生乳の生産・流通について、合作社は生産資材の提供、生産設備の提供、技術指導の実施、という面から貢献していた。それに加えて、乳業メーカーとの取引関係を構築するために、地方政府や獣医師等と連携した。このことは産地全体の高度化につながるものでもある故に評価に値する取り組みであるといえよう。

以上の様に本論文では、中国内陸地域における農民專業合作社の展開と農村経済の変容に関する研究について、陝西省と内モンゴル自治区との2つの内陸地域の農民專業合作社の調査結果に基づいて検討してきた。最後にまとめとして、前節までに明らかになった点と今後の展望を整理すると以下の通りである。

第1は、内陸地域における農民專業合作社の事業において、生産資材の共同購入に取り組むことで社員農家の生産コスト削減を実現できることがあげられる。第3章および第4章の事例をみると、内陸農村における農民專業合作社は、生産資材（農薬・肥料・飼料・牧草等）を取り扱う企業の経営者によって運営されるケースが多かった、概ね、生産資料の大半は、市場価格より10%から20%ほど安い価格で調達が可能となっていた。

第2は、社員農家が生産した農産物の販売価格を上げることに對しても効果的な取り組みをしていた点である。第3章の事例をみると、技術指導による農産物の品質を向上、農産物のブランド化等を通じて実現させていた。特に独自のブランドを有する合作社では、この傾向が顕著に現れていた。それと同時に第4章の事例分析では、乳業メーカーとの契約によって、生乳購入価格が日産量に応じて変化している契約ではあるものの、乳業メーカーの技術指導によって品質が安定化したことによって生乳の単価を上げることを実現していることが明らかとなった。こうしたことから、内陸地域の農民專業合作社が社員農家による所得向上に好影響を与え、貧富の格差を縮小することに対して、一定

程度貢献していることが理解できよう。

第3は、農民專業合作社が零細農家の集約化・組織化を促進させたことである。第4章で示した通り、煩雑さや品質水準等の問題から、零細酪農家による生乳販売は厳しい状況下におかれていたのであるが、乳牛專業合作社を設立し、数量の確保と品質水準を向上の2点を実現させたことによって、乳業メーカーとの取引を継続させることに繋がっていた。

以上の点から、中国内陸地域において農民專業合作社の事業展開が活性化したことによって、地域農業の振興、関連技術や経営の高度化に一定程度の影響を与えていることは理解できよう。

第2節 残された課題

このように、内陸地域の農家や農産品生産に対して順調に展開していると思われる農民專業合作社であるが、現存する課題も存在している。

第1は、内陸地域に農民專業合作社の登場によって地域内の農家間に格差が広がるという現象が発生しつつある。このことは、前述の通り、技術指導を受講する回数が多くなっているため、生産資材の導入、生産コストの削減、農産物のブランド化、契約販売等のメリットを享受できる社員農家が増加することにもつながるため、非社員農家との格差がさらに広がる誘因となっている。

第2は、代表者が生産農家である農民專業合作社において生じる問題であるが、運営資金が限られているために社員農家として参画することを希望する全てをカバーする範囲にまで拡大できていない点があげられる。現在は政府による農民專業合作社の支援が積極的であるため、地方政府や獣医師の技術指導において連携・協調が図られている。したがって、合作社自らの負担等は少ないのであるが、支援体制の継続が困難となった場合は、それと脆弱なシステムで運営されていることを指摘せざるを得ない。

以上の本論文による分析によって、内陸地域における農民專業合作社の事業展開が農業・農村に対する影響が明確化されたと思われる。現時点では、幾つかの問題点を内陸地域の農民專業合作社は抱えているものの、2007年の合作社法施行以降から現時点までの期間において地域に与えたパフォーマンスは、評価すべきものであることは鮮明に認識できたものと考えられる。したがって、今後も従来と同様に農民專業合作社の設立件数が増加傾向を継続して示しせるのか、否かは、内陸地域の農業・農村の持続的発展に関わる重要な事象であることが容易に想定されよう。こうしたことから、今後も内陸地域の農民專業合作社の動向に注目し、引き続き調査や分析を実施することが期待される。

参考文献

- [1] 趙玉亮「中国における農業機械合作社の急展開とその経営実態－河南省の事例からの考察－」『農業市場研究』第 23 巻第 3 号、pp. 66～72、2014 年。
- [2] 高田晋史・宮崎猛・王橋「都市化地域における農家楽の経営類型と農民專業合作社の役割－中国北京市懷柔区官地村を事例にして－」『農林業問題研究』第 191 号、pp.106～111、2013 年。
- [3] 金春燕・納口るり子「中国延辺地域における農民組織化の展開－農民專業合作社の類型と出資金構成－」『農業経営研究』第 48 巻第 3 号、pp. 60～65、2010 年。
- [4] 朴紅・青柳齊・李英花・郭翔宇・張錦女「中国東北における高級ブランド米の産地形成と農民專業合作社の機能－黒竜江省五常市を事例として－」『農経論叢』第 65 巻、pp. 101～115、2010 年。
- [5] 劉勵敏・吉永健治「中国農民專業合作社に対する農民の評価－湖南省長沙市華容県の農村事例分析から－」『農村計画学会誌』第 30 巻論文特集号、pp. 237～242、2011 年。
- [6] 神田健策・李中華「農業産業化政策下の中国新型農協の形成と取り組み」『農協組合研究』第 23 巻、pp. 1～17、2003 年。
- [7] 成田拓末・隋姝妍「産地商人群を基盤とする農民專業合作社の現状と課題－中国おうとう産地を事例として－」『農村経済研究』第 31 巻第 1 号、pp. 18～24、2013 年。
- [8] 宝劔久俊・蘇群「中国における農村信用社改革と農家の借入行動－江蘇省における農家調査による考察－」『アジア経済』2008 年 10 月号、pp. 2～30、2008 年。
- [9] 浅見淳之「中国の農民專業合作社の組織デザイン」『フードシステム研究』第 20 巻第 2 号、pp. 174～187、2013 年。
- [10] 北倉公彦「中国における農民專業合作社制度の検討－農民的酪農の展開に向けて－」『開発論集』第 80 号、pp. 255～284、2008 年。
- [11] 李凱・荒井聡・今井健・牛静「中国食糧主産地における野菜作農民経営の形成条件と課題－河南省尉氏県 Z 郷を対象として－」『食農資源経済論集』第 63 巻第 2 号、p. 25～33、2012 年。
- [12] 李強・福田晋・森高正博「中国農村金融組織の展開と農民專業合作社の金融機能に関する考察」『九大農学芸誌』第 68 巻第 1 号、pp. 7～8、2013 年。
- [13] 大島一二「中国における農民專業合作社の現状と課題－中国各地での調

- 査事例をもとに一」中国農業土地問題研究会第6回研究会、2010年。
- [14] 劉小溪・秋山邦裕「農民專業合作社の実態と課題ー湖南省常德市を事例として一」『鹿児島大学学術報告』第62号、pp. 23～35、2012年。
- [15] 劉徳娟「中国吉林省における稲作に関する農民專業合作組織の類型とその機能」『農業経営研究』第154号、pp. 102～107、2012年。
- [16] 孔麗「中国東北地域における農民專業合作社の胎動」『開発論集』第81号、pp. 139～160、2008年。
- [17] 北倉公彦・孔麗「中華人民共和国農民專業合作社」『開発論集』第80号、pp. 147～160、2007年。
- [18] 倪鏡「加速化する中国の農地流動化ー江蘇省の農地株式合作社に着目して一」『協同組合研究』第34巻第1号、pp. 59～68、2014年。
- [19] 趙玉亮「中国の食糧主産地における小麦の良質化の展開と合作社の果たす役割ー河南省新郷市の事例を中心に一」『農業市場研究』第22巻第2号、pp. 31～37、2013年。
- [20] 成田拓末「中国における農民專業合作社法の制定と農産物産地商人の合作社化ー山東省・青島D果菜專業合作社の事例一」『農業市場研究』第19巻第4号、pp. 9～19、2011年。
- [21] 成田拓末・大島一二「中国農民專業合作社における“農超対接”の現状と課題」『農村経済研究』第31巻第1号、pp. 75～82、2013年。
- [22] 伊藤順一・包宗順・蘇群「P S M法による農民專業合作組織の経済効果分析ー中国江蘇省南京市スイカ合作社の事例研究一」『アジア経済』2010年11月号、pp. 44～73、2010年。
- [23] 朴紅・青柳斉・伊藤亮司・張錦女・坂下明彦「中国東北の有機栽培米の産地化と農民組織の形成ー黒竜江省五常市の事例分析(2)一」『農経論叢』第66巻、pp. 61～69、2011年。
- [24] 朴紅・坂下明彦・太田原高昭「中国における野菜産地形成と農村協同組合の機能」『農経論叢』第55巻、pp. 1～13、1999年。
- [25] 宝劔久俊・蘇群「中国における農村信用社改革と農家の借入行動ー江蘇省における農家調査による考察一」『アジア経済』2008年10月号、pp. 2～30、2008年。
- [26] 浅見淳之「中国・農民專業合作社への参加要因の実証の試みー中国的特徴の視点から一」『生物資源経済研究』第20巻、pp. 1～14、2015年。
- [27] 浅見淳之「中国の農民專業合作社の組織デザイン」『フードシステム研究』第20巻第2号、pp. 174～187、2013年。
- [28] 木村務・程明「中国茶産業発展における農民專業合作社の役割」長崎県立大学東アジア研究所『東アジア評論』第6号、pp. 109～pp. 125、2014

年。

- 「29」趙玉亮「中国における食糧合作社の経営実態とその性格－設立主体別の類型と耕地利用の一考察－『農業問題研究』第46巻、第1号、pp. 1～11、2014年。
- 「30」馬健・小林一・谷口憲治・佐藤俊夫「中国東北・稲作地域における農地利用権の移動による農民專業合作社の展開と農家経営－吉林省梅河口市のS 農業專業生産合作社を事例として－」『農業問題研究』第44巻第2号、pp. 53～63、2013年。
- 「31」姜康董・田中秀樹「農民專業合作社の形成主体別類型と協同組合的性格に関する実証的研究－中国江蘇省の事例から－」『農業市場研究』第23巻第1号、pp. 1～11、2014年。
- 「32」新川俊一・岡田岬「変貌する中国の酪農・乳業～メラミン事件以降の情勢の変化と今後の展望」『畜産の情報』巻267号、pp. 60～74、2012年。
- 「33」斯欽孟和「中国における酪農発展の政策展開とその意義」『農村経済研究』第33巻第1号、pp. 44～54、2015年。
- 「34」包翠榮・胡柏「内モンゴルにおける零細酪農の経営実態と収益構造」『開発学研究』第25巻第2号、pp. 22～29、2014年。
- 「35」市川治・中村稔・片桐朱璃・朶蘭・胡爾查・予洪霞「中国・内蒙古における企業的酪農経営の展開」『酪農学園大学紀要. 人文・社会科学編』第35巻第2号、pp. 29～41、2011年。
- 「36」戴容秦思「中国における酪農生産の変貌と乳業の生乳調達の実態」『農業市場研究』第24巻第4号、pp. 11～21、2016年。
- 「37」劉小溪・秋山邦裕「農民專業合作社の実態と課題：湖南省常德市を事例として」『鹿児島大学学術報告』第62巻、pp. 23～35、2012年。
- 「38」宋曉凱・神田健策「中国における産地市場の機能と農家組織化の課題－山東省・栖霞市りんご産地の事例－」『農業市場研究』第17巻第1号、pp. 1～11、2008年。
- 「39」宋曉凱「中国の農産物流通における産地仲買商人の規模拡大と機能変化－りんご産地の事例－」『農業市場研究』第18巻第3号、pp. 47～51、2009年。
- 「40」李強・福田晋・森高正博「中国農村金融組織の展開と農民專業合作社の金融機能に関する考察」『九大農学芸誌』第68巻第1号、pp. 7～8、2013年。
- 「41」成田拓末「中国における農民專業合作社法の制定と農産物産地 商人の合作社化－山東省・青島D果菜專業合作社の事例－」『農業市場研究』第19巻第4号、pp. 9～19、2011年。

「42」 朴紅・青柳齊・李英花・郭翔宇・張錦女「中国東北における高級ブランド米の産地形成と農民專業合作社の機能－黒竜江省五常市を事例として－」『農経論業』第 65 卷、pp. 101-115、2010 年。

【付録 1】 陝西省の調査票

陕西省农民专业合作社调查票

一、 合作社的基本情况

姓名		职务	
合作社名称			
通讯地址		成立日期	____年__月
联系电话		E-mail	

社员农户数		职员数	
合作社经营面积			
1. 合作的规模			
2. 合作社成员的出资情况			
法人代表		社员	
补充			
3. 合作社的成员构成			
4. 合作社成立的经过和原由			
5. 主要经营内容			

二. 合作社的经营状况

1. 成立至今每年的销售额

2. 合作社的各项收入占比 (%)

3. 合作社的主要支出占比 (%)

4. 合作社今后的发展计划

5. 农产品的情况 (交易量)

①粮食作物		⑤水产品	
②蔬菜		⑥加工食品	
③果树		⑦肥料	
④畜产品		⑧农药	

6. 合作社的资产

固定资产	生产资料
------	------

7. 经营利润的分配方法？

三 . 农产品的流通和销售

1. 合作社农产品的主要销售途径
2. 合作社有无定期对市场的调研？有根据市场对社员生产进行指导？
3. 有无和超市以及蔬果销售末端进行合作？
4. 有无开展农产品电子商务？
5. 农产品的销售现状和销售计划？
6. 有无向海外出口农产品，或者计划？
7. 农产品销售中主要遇到问题？

四 . 合作社的技术知道状况

1. 一年间农业技术的指导次数
2. 从科研机构以及政府机构获得的指导情况
3. 合作社的农业技术指导的主要内容
4. 合作社有无对产品生产的统一标准，具体是什么
5. 有无和其它组织机构合作

五 . 其他

1. 合作社面向农户社员的支持情况（灾害发生的情况，农产品滞销的情况等）
2. 法人代表在合作社内担任的职责
3. 合作社有无发展农产品品牌？未来有无此方面计划
4. 合作社有无金融职能？在这方面有什么问题？
5. 有没有和其它类型的合作社或企业进行合作？（农械合作社，肥料厂）
6. 合作社目前遇到的主要问题是什么

【付録 2】 内モンゴル自治区の調査票

内蒙古自治区农民专业合作社调查票 (2017)

一、 合作社的基本情况

合作社名称			
姓名		职务	
通讯地址		成立日期	____ 年 ____ 月
联系电话		E-mail	

1. 合作的规模 (2017)

社员农家数		职员数	
奶牛数量			

法人代表		社员	
其他(比如奶牛代 替)			

2. 合作社成员的出资情况 (2017)

3. 合作社成立的经过和原由

4. 合作社的主要事业内容

5. 农民加入合作社的条件

二 . 合作社的经营状况

1.乳业生产状况

①奶牛头数（头）

	总数	榨乳牛	育成牛	小牛	其它
2012 年					
2013 年					
2014 年					
2015 年					
2016 年					

②牛奶生产

	总生产量（kg）	销售量（kg）	平均销售价格 （元）	销售金额（元）
2012 年				
2013 年				
2014 年				
2015 年				
2016 年				

三 . 牛奶的流通和销售

1. 主要销售渠道

①集奶商人 (%) ②牛奶加工企业 (%) ③其它 (%)

2. 精饲料的购入渠道以及购入比例

①饲料公司 (%) ②饲料批发商 (%) ③其它 (%)

3. 粗饲料 (草饲料) 的购入渠道以及购入比例

①社员 (%) ②农家 (%) ③粗饲料批发商 (%)

4. 合作社有无生产饲料

5. 平均一头奶牛牛奶的年产量

6. 是否统一销售

7. 有没有生产销售其他奶制品 (多少 , 种类 , 销售渠道 , 什么时候开始)

8. 牛奶销售过程中遇到过什么问题

9. 牛奶流通过程中遇到过什么问题

10. 今后的生产计划

四 . 合作社对社员提供的服务

1.对社员的技术指导 (主要指导内容)

①养殖技术 ②管理技术 ③疾病预防 ④牛奶保鲜技术

⑤其它 ()

2. 一年有几回技术指导 (具体内容以及费用)

3. 生产资料的提供

①挤奶机 ②牛舍 ③优良奶牛品种 ④其它 ()

4. 合作社收集牛奶的方法

5. 牛奶是否统一贮藏统一运输

6. 合作社有无内部融资 (具体情况)

7. 合作社有无外部融资

①银行 ②亲戚 ③朋友 ④其它 ()

五 . 其他

1. 今后畜牧业的规划

- ①扩大经营规模 ②保持现状 ③缩减经营规模

2. 合作社有无和其他合作社或者企业合作

- ①饲料企业 ②非社员农户 ③其它 ()

3. 牲畜粪便的处理方式

- ①还田使用 ②沼气 ③其它 ()

4. 有无请专家指导技术

- ①有 (一年几回) ②无

5. 主要从哪里获得技术指导

- ①政府农业部门 ②大学院校 ③科研单位 ④其它 ()

6. 合作社有无针对社员进行专门的技术培训

- ①有 (一年几回) ②无

7. 是否享受到政府的政策支持

- ①有 (具体为 :) ②无

8.希望得到什么样的政策支持

9.农户参加合作社前后有什么变化

10.有无接受过合作社经营管理的专业培训

11.目前合作社所面临的主要问题

12.合作社未来的发展规划