

中国における生鮮有機野菜の
流通構造の特徴と今後の展開方向

2014年

楊 岩

目次

第1章 本研究の課題と論文の構成	1
第1節 研究背景	1
第2節 既存研究	5
第3節 本論文の課題	8
第4節 研究方法と論文の構成	8
第2章 中国における有機農産物の定義と認証の仕組み	11
第1節 本章の課題と方法	11
第2節 有機農産物認証制度の開始と有機農産物の定義	11
第3節 有機農産物認証の仕組み	15
第4節 有機農産物生産の状況	17
第5節 小括	19
第3章 生鮮有機野菜の生産・供給の特徴	21
第1節 本章の課題と方法	21
第2節 有機農産物生産の組織化と形成要因	21
第3節 有機認証規則の改正と生産コストに与える影響	31
第4節 有機野菜生産地域の特徴	38
第5節 小括	52
第4章 生鮮有機野菜の消費・購入の特徴	55
第1節 本章の課題と方法	55
第2節 有機野菜購買者の特徴	55
第3節 スーパー経由チャネルの狭小性	62
第4節 有機野菜生産会社の販売先	64
第5節 小括	66
第5章 生鮮有機野菜の取引方法と流通構造の特徴	67
第1節 本章の課題と方法	67
第2節 生産者と消費者の直接取引方法	67
第3節 スーパーとの取引方法	71
第4節 北京市における生鮮有機野菜流通構造の現状	74
第5節 小括	78

第 6 章 生鮮有機野菜流通の問題点と今後の展開方向	79
第 1 節 本章の課題と方法	79
第 2 節 生鮮有機野菜流通の問題点	79
第 3 節 生鮮有機野菜流通システムの今後の展開方向	80
第 4 節 小括	82
引用・参考文献	84
英文サマリー	89
本研究に関する論文・発表	90
謝辞	91

第1章 本研究の課題と論文の構成

第1節 研究背景

中国における有機農産物の生産は1994年ころから始められたが、その当初の目的は、有機野菜を輸出することにあった。1999年以前に中国で認証された有機農産物の生産量等は不明であるが、主に日本、EU諸国、北アメリカに輸出されており、国内にはほとんど出回らなかった。

有機農産物の輸出を拡大させるためには、その安全性を保証することが重要であり、有機農産物の品質の向上に努力が注がれる一方で、国内向けに生産される農産物の安全性への取り組みは置き去りにされていた。1980年代後半に香港で発生した「毒野菜事件」¹⁾による健康被害を始めとして、中国国内では食品の安全性を揺るがす事件が頻発し、深刻な社会問題となっていた。

このような背景の下で2001年に江沢民総書記は中央経済工作会議における演説で、「農業産業構造を調整することを重点にする」、「中国国内で供給される食品の品質、安全性の向上に力を入れる」、「有機食品、緑色食品、無害食品の発展を加速させる」という農業発展方針を打ち出した²⁾。

この方針に従い、有機農産物の生産が全国的に展開された。国際有機運動連盟(IFOAM)^{3) 4) 5)}の統計によれば中国の有機農産物作付面積は2003年版では30万haで世界で11位であったが、2006年版では347万haと激増し、オーストラリアに次ぐ世界2位となっている。中国では最大の認証件数を抱える中緑華夏有機食品認証中心の統計によれば認証した有機農産物の企業数と品数は年々増加する傾向を示している(図1-1)。

時を同じくして、中国では経済が著しく発展し、それによる国民所得の増加と生活水準の向上にともない、消費者の食生活に対する意識が大きく変化し、従来の量的追求型から質的追求型へと移行した。

かつて、食料供給が不足した時代では食品の消費は量的な充足が最優先され、食品の安全性に対する意識は低かった。近年、経済が急速に発展したことにとともに、国民の所得が増加した。表1-1は中国の都市部と農村部の所得の推移を示したものである。1978年の改革開放政策実施後、中国における都市部と農村部の所得は大幅に増加した。まず、都市部住民の可処分所得を見てみると、1978年の343元から2011年の21,810

元までの 64 倍に、農村部住民の純収入は 1978 年の 134 元から 2011 年の 6,977 元までの 52 倍に急増した。このような都市部住民と農村部住民の所得増加によって中国国民の生活水準が全体的に大きく向上した。特に都市部住民の所得が大きく増加したことから、都市部においていち早く食品の安全性に対する意識が高まったと考えられる。

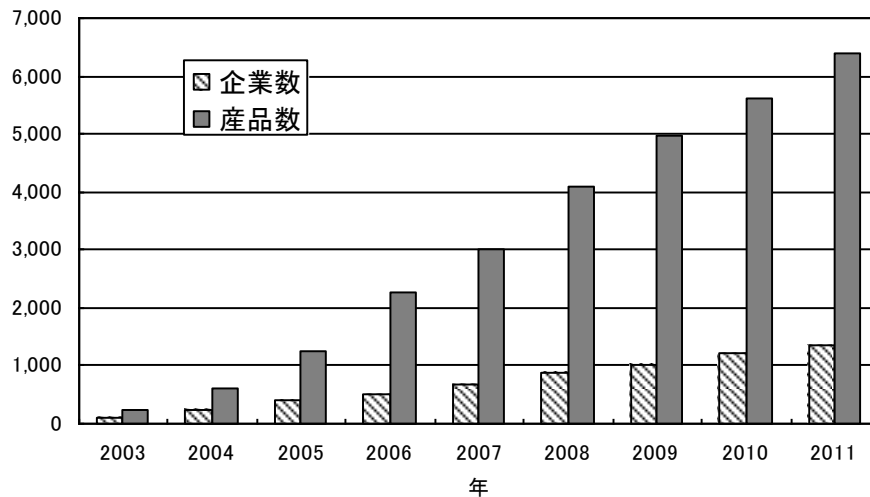


図 1-1 有機農産物の認証企業数と製品数の推移

出所：中緑華夏有機食品認証中心の内部統計資料より作成。

表 1-1 中国都市部と農村部別の所得の推移

年	都市部住民 可処分所得 (元)	農村部住民 純収入 (元)	年	都市部住民 可処分所得 (元)	農村部住民 純収入 (元)
1978	343	134	2001	6,860	2,366
1980	478	191	2002	7,703	2,476
1985	739	398	2003	8,472	2,622
1990	1,510	686	2004	9,422	2,936
1991	1,701	709	2005	10,493	3,255
1992	2,027	784	2006	11,760	3,587
1993	2,577	922	2007	13,786	4,140
1994	3,496	1,221	2008	15,781	4,761
1995	4,283	1,578	2009	17,175	5,153
1996	4,839	1,926	2010	19,109	5,919
1997	5,160	2,090	2011	21,810	6,977
1998	5,425	2,162			
1999	5,854	2,210			
2000	6,280	2,253			

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑』2012 年版より作成。

このことは都市部において安全な食品としての有機野菜の需要の高まりにつながったと考えられ、例えば、焦・方(2002)⁶⁾によると、上海市内の有機野菜の消費量は1999年から2001年までに300トンから1,500トンまで増加したが、中国人対外国人の有機野菜の消費割合は1999年の2:8から2001年の8:2へと逆転しており、中国人の有機野菜の消費量は60トンから1,200トンまで急増したことが示されている。また、2006年には中国国内における有機農産物の消費金額は56億ドルとなり、輸出金額を上回るようになった⁷⁾。さらに、蔦谷(2008)⁸⁾によれば、従来輸出向けに生産されていた中国の有機農産物は、現在ではその多くが国内向けとなっているということである。特に経済の発展にともなって中国人の富裕層が形成され、その富裕層における有機農産物需要が急増し、今後一段とマーケットが拡大していくことが予想されている。

この傾向は近年に一層加速しているようであり、表1-2に示すPew Research Centerが中国人を対象に行った「中国人自身が何を大問題と感じているか」についての調査によれば、2008年から2012年にかけて「大問題である」と感じる人の割合が最も増加したのが「食の安全」であることが分かる。

表1-2 重大な社会問題とを感じる人の割合（増加の大きい順）

順位	項目	2008年	2012年	変化の程度
1	食の安全	12%	41%	+29pt
2	製造品の品質	13%	33%	+20pt
3	薬の安全	9%	28%	+19pt
4	高齢者の保障	13%	28%	+15pt
5	ヘルスケア	12%	26%	+14pt
6	教育	11%	23%	+12pt
7	役人の汚職	39%	50%	+11pt
8	ビジネスマンの汚職	21%	32%	+11pt
9	労働条件	13%	23%	+10pt
10	交通	9%	18%	+9pt
11	犯罪	17%	25%	+8pt
12	貧富の差	41%	48%	+7pt
13	大気汚染	31%	36%	+5pt
14	水質汚染	28%	33%	+5pt
15	電力不足	4%	8%	+4pt
16	失業	22%	24%	+2pt
17	物価高騰	72%	60%	-8pt

出所：Pew Global Attitudes Project 2012 spring survey (2012年10月16日)。

注：各項目について「大問題」「やや問題」「小さい問題」「問題でない」「分からない・無回答」という選択肢の中から「大問題」を選んだ比率。

このように中国国内において食品の安全性が大きな問題として取り上げられるようになった背景には、農薬の残量などによる食毒事件が頻発したことが考えられる。その例として、農産物の病虫害を抑えるために大量の農薬を使用した青果物において基準を大幅に超過する残量農薬が検出されたことや、生産量を高めるために、法律では使用が禁止されているホルモン剤が使用されたことなどがある。残留農薬事件の実態については次のような報道がなされている⁹⁾。2002年10月に国家質量監督検閲検疫総局が全国の23か所の大規模な野菜卸売市場の野菜に対する残留農薬基準値を検査した結果、検査全体の47.5%の野菜が残留農薬基準値を上回っており、中国国内の野菜の半分が国が規定した食品安全基準を満たさない農薬に汚染された野菜に当たるということが明らかにされた。また、2005年には天津市での野菜と果物の残留農薬に対する調査において、不合格率がそれぞれ、9.1%、4.2%であった。そのうち、中国では使用が禁止されている農薬ホレートが検出された率が5.9%あった。不合格とは使用が禁止された農薬が検出されており、農薬の残留量が国の定める基準値を超過していたことによるものである。さらに2007年に北京市でハウレンソウにおいて検出されたパラチオンの残留量は国家基準の130倍以上だった。このように基準値を超える農薬が残留している事が各所で明らかになり、消費者の間で野菜に対する不安を増大させている。

次に、表1-3に2011年における都市部住民1人当たりの主要食品の購入量を示す。この表より食品の中では生鮮野菜の購入量が最も多いことが分かる。このように多く消費されている生鮮野菜において、上に述べたようなその安全性に不安をいだくような事件が頻発していることが、消費者が安心して食べられる野菜として生鮮有機野菜を求める動機となっていると考えられる。

かくして、現在の中国では生鮮野菜の安全性を確保することが重要課題の1つになっており、生産者から最終消費者まで生鮮状態のまま流通する生鮮有機野菜の生産から消費に至る流通構造全体に関する研究の重要性がきわめて高いと言える。

表 1-3 都市部住民 1 人当たりの年間食品購入量(2011 年)

品目	購入量(kg)
生鮮野菜	114.6
穀類	80.7
果物	52.0
肉類	24.6
乳製品	17.9
卵	10.1
食用油	9.3
酒類	6.7
菓子類	5.0
茶葉	0.3

出所：中国国家统计局『中国統計年鑑』2012 年版より作成。

第 2 節 既存研究

これまで中国では有機野菜を含む有機農産物に関する研究は、有機農産物認証制度、同農産物の生産、消費、流通の 4 分野、特に前 3 分野を中心に進められてきた。

1. 有機認証制度に関する研究

中国において有機認証制度に関する研究が行われるようになったのは、制度が導入された 1990 年代後半以降である。中国で導入された有機認証制度は、世界各国の認証制度を参考にして作られたものであるが、その導入については国家が主導して行ったという特徴がある。すなわち、EU やアメリカなどでは有機認証制度の導入は民間の有機農業団体が認証制度を設け、検査、認証を行うという、いわば「民間主導」のものであるが、中国では政府機関が直接管理、指導し「政府主導型」で認証制度が導入された(章政 1998)。

また、中国の有機認証制度の展開は 1990 年～1994 年の準備段階、1995 年～2003 年の導入段階、2003 年～現在の発展段階の 3 つに分けられる(李顕軍 2005)。

林学貴(2010)は李顕軍(2005)の有機認証制度の展開過程結果を踏まえ、有機認証制度の誕生の背景を明らかにする同時に各展開段階の発展の特徴を明らかにした。

中国には有機認証制度のほかに安全な食品を提供する制度として、「無公害食品」、「緑色食品」の制度があるが、鄒ら(2010)は有機認証制度の既存研究結果に基づき他の「無公害食品」、「緑色食品」の認証制度と比較して、有機認証制度が最も安全性の高い認証制度であることを明らかにした。

また、馬文絹(2011)は中国では認証制度の制定と管理監督は異なった2つの機関が行っていることを明らかにした。

有機認証制度は食品の安全性を保証するための規則であるが、食品の安全性を確保するためには生産現場において相応の生産コスト負担を求めることになる。しかし、これらの研究は認証制度の特徴やその展開過程等に偏り、認証制度の経済的側面、すなわち同制度が生産コスト等に与える影響にはほとんど触れていない。

2. 有機農産物生産に関する研究

有機農産物の生産に関する研究は、統計データの整理や生産組織形態の解明に関するものが中心である。中国の有機認証制度では有機農産物として野菜の他に畜産品や水産品を含むが、これまでの生産に関するデータの分析ではそれらを一括して取り扱っており、有機野菜のデータだけを抜き出して整理し、十分な分析をするまでには至っていない。

また、生産組織の解明については、韓沛新(2009)が中国の有機農産物生産の組織形態は主に「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」であることを明らかにした。ただし、この研究では各生産組織形態の特徴、特に有機農産物としての安全性を保証する仕組みとそのためのコストが明らかでないことと、各生産組織形態がどのような有機野菜を生産しているか、すなわち加工向けに有機野菜を生産しているか、生鮮のまま家庭まで届く生鮮有機野菜を生産しているかについては、まったく意識していない。

3. 有機農産物消費に関する研究

有機農産物の消費に関する研究では、有機農産物の消費動機について、消費者の年齢、教育レベル、収入が高いほど有機食品に対する関心度が高くこのことが有機農産物を買う主な動機となっていることが明らかにされている(尹世久 2010)。

また消費地域について中国で生産された有機農産物の1/3は北京で消費され、残りの2/3は主に上海、広州、南京、深センなどの大都市で消費されている(李頌軍 2010)。

さらに有機農産物市場に視点をおいたマーケティング戦略と市場規模動向に言及した例として、有機生産企業を事例とし、SWOT 手法で、内的・外的要因の分析を通して、妊婦・乳幼児など食品の安全性を特に重視する消費者のニーズに応じる有機農産物を開発することが有機市場を拡大する要因となる(邹衛華 2011)、とした研究があげられる。

また、有機耕作面積・有機食品企業数・有機農産物品目数の推移を明らかにし、今後中国有機農産物生産の増加率が年平均で 30%~50%、有機消費が食品消費に占める割合が 1%~1.5%となる傾向であることを予測した報告がある(李顕軍 2010)。

しかし、これまでの研究では、有機野菜消費の現状の解明に重点が置かれているものの、その消費が加工有機野菜の消費か、生鮮有機野菜の消費かと言った区分を明確化した上で行ったものではない。従って、生鮮有機野菜の消費のみならず、生産から流通に至るまでの現状を分析し、それに基づく生鮮有機野菜のより一層の普及に言及した研究も行われていない。

4. 有機農産物流通に関する研究

有機農産物流通に関する研究では、鄒ら(2008)は中国の大規模有機農産物生産農場は国内販売や輸出を直接に行うか、または流通加工業者に委託して包装等を行った後、国内スーパー、専門店等に配送することを明らかにした。

また、成田(2010)は山東省濰坊市において有機野菜の販売方法として、スーパーや飲食店への出荷と、家庭向け宅配とが行われていることを明らかにした。

しかし、加工向け有機野菜と明確に区別した上での生鮮有機野菜(生産者から最終者の家庭まで生鮮状態のまま流通する有機野菜)の流通構造の特徴や問題点を究明した研究は、これまで行われたことがない。

以上のように、有機野菜を含む有機農産物に関する既存研究として、認証制度、生産、消費、流通の 4 分野に関する研究があるものの、加工向け有機農産物と生鮮有機農産物とを意識的に区分した上での研究は存在していない。特に野菜の場合、生鮮のまま家庭(最終消費者)まで流通するものが多いことを考慮すると、このことは有機農産物研究の問題点の 1 つと考えられる。

第3節 本論文の課題

上述の研究上の問題点と、先に述べた生鮮有機野菜流通研究の重要性に鑑み、本研究は生鮮有機野菜の流通構造の特徴と問題点を解明し、さらにそれらの結果に基づいて今後の展開方向に関する提言を行うことを課題とする。

第4節 研究方法と論文の構成

本論文では上述した課題の解明等を行うための本研究の基本的な方法は、まず初めに有機認証制度の概要とその経済的可能性を把握し、その上で生鮮有機野菜の生産・供給側と購入側双方の特徴を明らかにし、最後にそれらの解明点を取り入れることによって、取引方法も含む流通構造の特徴を総合的に究明することである。下記に示す本論文の構成は(図1-2)、この研究方法に従った。

なお、具体的な研究方法は、主に①公表行政資料ならびに既存研究成果の整理と批判的検討及び重要点の継承、②公表・未公表統計データの収集・整理と分析・検討、③有機野菜生産会社、生鮮有機野菜流通会社、消費者、関係行政部門に対する聞き取り調査とその内容の分析・検討、④有機野菜に関する消費者アンケート調査とその集計・分析及び内容の検討、である。

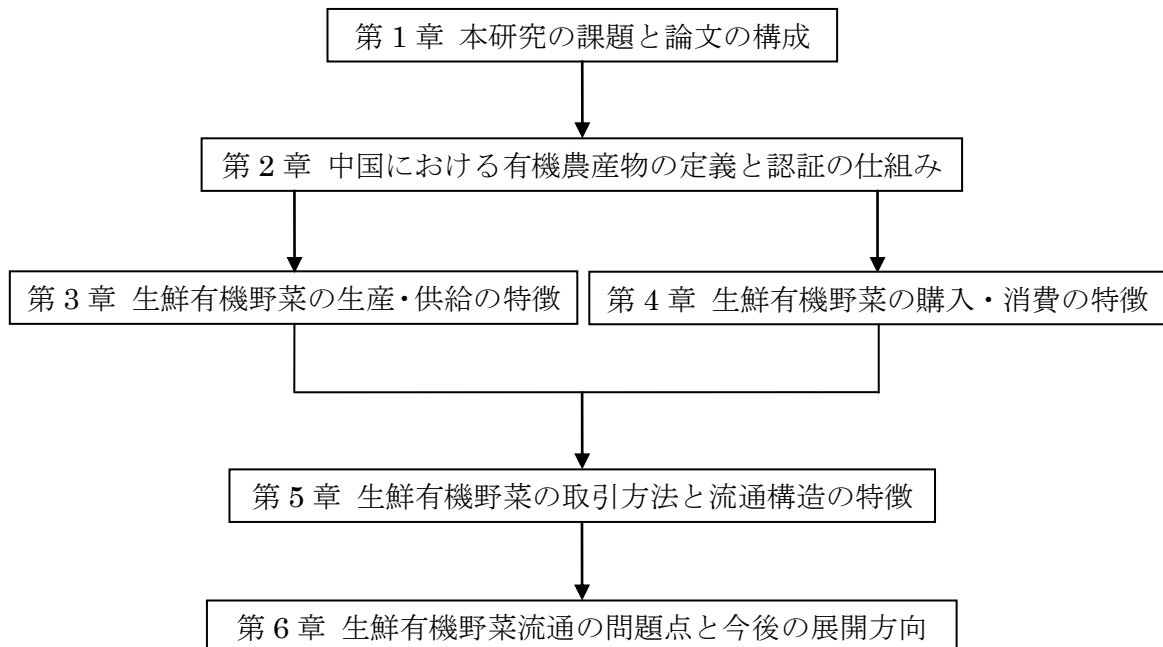


図1-2 論文の構成

出所：筆者作成。

上述の研究方法に沿って、本論文は第 1 章から第 6 章に至る 6 章から構成されている。

第 1 章では本論文に関する問題意識を明らかにし、既存研究の結果を踏まえ、本論文の課題の設定を行った。

第 2 章「中国における有機農産物の定義と認証の仕組み」では、有機農産物の定義と認証の仕組み、中国における有機農産物(有機野菜)認証制度の導入と変遷過程を明らかにした。また、近年、有機野菜の偽装事件などが多発したことに対応して、それらを防止するため、2012 年に実施された認証制度の改正について説明し、その経済的な影響を指摘した。さらに中国で認証された有機農産物の状況を明らかにした。

第 3 章「生鮮有機野菜の生産・供給の特徴」では、まず、有機野菜の生産組織の特徴について分析した。また、2012 年の有機認証規則の改正による有機野菜生産コストへの影響について考察した。さらに、中国国内の有機野菜の生産状況を分析し、その生産の地域特性を明らかにした。

第 4 章「生鮮有機野菜の購入・消費の特徴」では、まず、北京市の生鮮有機野菜購入者に対するアンケート調査により、有機野菜の購入者の収入状況、購入方法の特徴を明らかにした。さらに、北京市の有機野菜生産会社に対する聞き取り調査から、生鮮有機野菜の販売方法を分類し、その割合を明らかにした。

第 5 章「生鮮有機野菜の取引方法と流通構造の特徴」では、北京市内の有機野菜生産会社に対する聞き取り調査に基づいて流通ルートごとの流通割合を求めることにより生鮮有機野菜の流通構造を明らかにした。また、各流通ルートの流通割合とメリットとデメリットの関係を考察した。

第 6 章「生鮮有機野菜流通の問題点と今後の展開方向」では、第 5 章の分析に基づき現在の生鮮有機野菜の流通の問題点を指摘した。その上で、今後、生鮮有機野菜の消費を拡大していくための生鮮有機野菜の流通システムの展開方向を提案した。

注

- 1)中国本土で「問題菜」、香港で「毒菜」と呼ばれ、これら化学肥料と農薬の多投による野菜では呼吸困難と急性中毒症状で死亡する事件が発覚した。
- 2)John Paull(2007)「China's organic revolution」 *Journal of Organic Systems* 2007。
- 3)IFOAM とは International Federation of Organic Agriculture Movements の略称である。1972 年にパリ近郊で設立され、以来、有機農業を普及することに努めている世界の最大の国際の民間組織として知られている。現在、世界 116 カ国以上の約 750 団体が IFOAM に加盟している。
- 4)Willer, H. & Yussefi, M. 2005, *The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Bonn。
- 5)Willer, H. & Yussefi, M. 2006, *The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Bonn。
- 6)焦必方・方志権(2002)『中日鮮活農産品流通体制比較研究—从生産到消費』上海財経大学出版社 pp.197 より。
- 7)2007 年 10 月 18 日に全球背景下的有機農業会議では中緑華夏有機食品認証中心李顯軍氏の「中国有機農業發展階段与前景」により。
- 8)蔦谷栄一(2008)「中国野菜安全性確保の取組実態」農林中央金庫『農林金融』2008 年 2 月号第 61 卷第 2 号(通巻 744 号)。
- 9)①潘怡・鄭文龍・江国虹・曹慧麗(2006)「2005 年天津市市售蔬菜水果有機磷農薬残留狀況分析」『現代予防医学』33(12) pp.2364-2366、②郭虹・楊玉竹・劉闢(2010)「北京通州区 2007—2008 年部分蔬菜水果中農薬残留狀況分析」『現代予防医学』37(2) pp.335-338、を引用した。

第2章 中国における有機農産物の定義と認証の仕組み

第1節 本章の課題と方法

中国では食品安全問題の発生後、安全性の高い有機農産物に対する需要が高まり、その生産が全国的に広がった。本章では安全な食品として有機農産物はその安全性を示すために、どのような基準に従って、どのような管理監督のシステムの下で生産されているか、またその生産拡大の現状を明らかにすることを課題とする。

この課題に応じて以下の節で次の視点から考察していく。まず、本論文では取り扱う有機農産物の定義を明確し、国レベルの認証制度の展開過程と背景を考察する。また近年、有機野菜の偽装事件などが多発したことに対応して、それらに対応するため2012年に実施された認証制度の改正について説明し、その経済的な影響を指摘した。さらに主に有機農産物について全国レベルでの生産状況を把握する。

第2節 有機農産物制度の開始と有機農産物の定義

1. 有機農産物の定義

中国では有機野菜とはどのように定義されるかを検討する前に、中国において有機農業が始まった当初より制度の形成に影響を与えた2つの国際機関による有機農業の定義を見てみる。

1つは国際有機運動連盟(IFOAM)が制定したものである。IFOAMの定義では、有機農業は、土壌、生態系および人々の健康を支える生産システムであり、悪影響のある投入物を使用せず、生態系の諸過程、生物多様性や地域の条件に適応した循環過程に依存しており、伝統を革新や科学を結びつけて、共有の環境を向上させ、関わりを有する全ての生命体の質と互いの関係を増進させる農業であるとしている。もう1つはコーデックス委員会¹⁾のガイドラインによる定義である。このガイドラインでは、有機農業は、生物多様性、生物学的循環や土壌生物活性を含む農業生態系の健全性を促進かつ向上させる全体論的な生産管理システムであるとしている。有機農業では、地域の条件には地域に適応したシステムが必要であることを考慮しつつ、農場外の投入物よりも、トータルの管理方法の使用を強調し、システム内の機能を達成させるために、可能な限り、合成資材を使用せずに、栽培的、生物学的および機械的な方法を使用する農業である。

中国の有機野菜の定義は基本的に上述した 2 つ国際機関が定めた有機農業の定義および生産加工の基準などを参考にし、国際基準に相応しながらも中国の国情と法律に合わせて制定された有機野菜栽培基準に基づくものとなっている。有機野菜栽培に関する基準は 2012 年 3 月 1 日に実施した GB/T19630-2011《有機産品》国家標準が制定した内容に従う。有機農産物生産には中国国家認証認可監督管理委員会に登録した認証機関に認証され、GB/T19630-2011《有機産品》国家標準の基準を満たし、生産過程において、化学肥料・農薬、成長促進剤を一切使用せず、また、遺伝子組み換え技術を使わないことが要求されている。当然のことながら、有機野菜もこれらの基準を満たす必要がある。

2. 有機認証制度の展開過程

上に述べたように有機農産物を生産するのは有機認証制度のもとに基づいて行わなければならない。章政(1998)は中国における有機農産物を含む有機食品の認証制度について次のように述べている²⁾。中国で導入された有機食品認証制度は、世界各国の認証制度を参考にして作られたものであるが、その導入については国家が主導して行ったという特徴がある。すなわち、EU やアメリカなどでは有機食品認証制度の導入は民間の有機農業団体が認証制度を設け、検査、認証を行うという、いわば「民間主導」のものであるが、中国では政府機関が直接管理、指導し「政府主導型」で認証制度が導入された。その有機認証制度の誕生の要因について、林学貴(2010)は国内要因と国外要因の 2 つをまとめている。国内要因としては化学肥料や農薬の大量使用による食の安全問題の発生を背景に安全性の高い農産物として有機農産物が社会的に注目されるようになり、有機農産物生産を確実に実施するために、認証システムの整備が求められていた。また、国外要因としては、国際的に安全な食品を求める志向が高まっているにも関わらず、中国産農産物の安全性が疑問視されているために中国産農産物の輸出が不振に陥っていることへの対応と国際的に高まる有機認証制度の推進に歩調を合わせるという 2 点が挙げられる³⁾。

中国における有機認証制度の展開過程については、制度整備の背景と制度の実施に関わる法律の観点から次の 4 つの段階に分けられる。

I. 第 1 段階 制度の準備(1990 年～1994 年)

1990 年にオランダの有機認証機関 SKAL と中国環境保護総局に属する南京環境科学

研究所がともに中国浙江省にある茶の貿易会社の有機茶を認証した。これが中国における有機農業の始まりとなる。この時南京環境科学研究所は中国国家環境保護局有機食品発展中心を設立した。これにより中国における有機認証制度の準備が開始された。

II. 第2段階 制度の形成(1995年～2004年)

中国国家環境保護局有機食品発展中心は中国の有機食品の普及をスムーズに発展させるため、国際基準に準拠した有機認証制度を確立する必要性を認識し、有機認証制度の制定に着手した。1995年に中国国家環境保護局が「有機食品認証管理弁法(暫定)」および「有機食品技術標準」を実施した。これは中国で初めての有機認証に関する制度である。「有機食品認証管理弁法」では有機食品は「有機食品技術標準」に基づき生産された食糧、野菜、果物、茶、畜産物、水産物、野生天然食品および加工食品を指す。その後、有機認証業務の増加にともない、さらに2001年6月に「有機食品認証管理弁法」を改正して内容を充実させた。この改正した「有機食品認証管理弁法」によって、有機食品は以下の4つの基準を満たさなければならないこととなった。①国家の食品衛生法と有機食品の生産・加工基準に従うこと、②生産・加工の過程においては化学肥料、農薬、成長ホルモン、化学添加物、化学色素と防腐剤などの化学物質を使わないこと、③遺伝子組合技術を使用しないこと、④国が認める認証機関に認証され、有機食品ラベルを使用することなどである。

これとは別に、日本の農林水産省に当たる農業部が、後述するように有機農産物認証制度よりも先に導入していた安全な食品を提供することを目的とした緑色食品制度において、1995年からこの制度を運用している中国緑色食品発展中心が有機食品を取り扱う試みを開始した。すなわちIFOAMの有機農業基準と欧米の有機基準を参考にし、有機食品の基準に相当する「AA級の緑色食品基準」を制定した。このように緑色食品を「A級の緑色食品」と「AA級の緑色食品」に分けて、「AA級の緑色食品」が中国において有機食品であると認められることになった。さらに2002年に農業部は中緑華夏有機食品認証中心を設立し、それによって「AA級の緑色食品基準」に基づき有機食品の認証業務を行うことになった。有機食品基準に相当する「AA級の緑色食品基準」は、①生産環境において国が規定した大気、用水、土壌、汚水の排水などの基準に合うこと、②生産過程において、一切化学肥料と農薬の使用が禁止され、また慣行生産から有機生産に転換する場合に3年間の転換期間が必要とすること、③上記の基準を満たした上で最終製品は化学農薬および合成食品添加物の検出がされないことなどである。

中国における有機認証制度の形成時期における主な特徴は、有機認証制度が環境保護局主導で行われたものと農業部主導のもとで行われたもの2つが併存していたことにある。

Ⅲ. 第3段階 制度の確立(2005年～2011年)

上に述べたように、中国の有機認証制度は、国家環境保護総局が主導した中国国家環境保護局有機食品発展中心による認証基準と農業部の傘下に属する中緑華夏有機食品認証中心による認証基準が併存している状況にあったために、有機食品市場では認証基準と表示に関して混乱が生じることとなった。このことは国内の消費者の間に有機食品に対する不信感を生じさせた。このような混乱を是正し、国家レベルで統一された新たな有機認証制度の確立が緊急の課題となった。そこで、2005年1月に中国国家質量技術監督検査検疫総局と中国国家標準化管理委員会が共同で GB/T19630-2005《有機産品》国家標準を公表し、4月から実施された。これは中国初めての国家レベルの認証制度である。中国では国を挙げて有機認証制度を取り組んでいて、有機食品の重要性を示している。GB/T19630-2005は中国国内では有機食品の生産、加工、販売などを従事する事業者が守らなければならない有機認証の国家基準となっている。この新しい有機認証の国家基準では1部の生産、2部の加工、3部の標示および販売、4部の管理体系から構成される。国家基準の実施と同時に1995年に制定された「有機食品認証管理弁法(暫定)」の内容も改正し、「有機食品認証管理弁法」を実施した。この「有機食品認証管理弁法」では、認証機関有機認証の申請、有機認証の対象・基準、有機認証業務を行う認証機関、有機認証検査の基準、有機表示、監督管理などの項目が定められている。

2005年にはGB/T19630-2005《有機産品》国家標準と「有機食品認証管理弁法」を実施することより中国の有機認証制度は中国国家認証認可監督管理委員会による統一管理の下で新たな認証制度が発足した。これによって中国の有機認証制度は長期間の混乱状況を終えて新しい段階に入ったといえる。

Ⅳ. 第4段階 制度の完備(2012年～現在)

消費者の食に対する安全・健康志向の高まりを背景に有機農産物市場は発展拡大を続けたが、その一方で販売競争も激しくなっている。そのような状況の下で、安易に利益を上げようとして誠実さを欠く生産・販売業者が現れ、有機農産物を偽装して販売するなどの不正事件が生じるようになった。このような偽装事件が発生した要因を考えると、主にそれまでの有機認証規則の条項が厳密さを欠いていたり、具体的でなかった

ため、一部の不正業者に付け入るすきを与えていたことが挙げられる。そこで、このような有機農産物偽装事件の再発を防止するには、有機農産物の生産と販売に関する制度や基準をより厳密にすることが必要となった。

このような状況を受けて、中華人民共和国国家品質監督検査検疫総局および中国国家標準化管理委員会は 2005 年に制定した有機農産物の認定に関する規則を 2012 年 3 月 1 日に改正し、同年 7 月施行した。この改正は、生産、加工、販売、品質管理における規則の適用を厳密化し、不正を行っていた有機農産物の生産者や販売者を排除して、有機農産物に対する信頼を回復することを目的にしている。これまで曖昧だった有機認証規則の内容が改正された。それについて第 3 章で詳細に述べる。

第 3 節 有機農産物認証の仕組み

1. 農業生産における有機野菜の位置づけ


1978 年に中国は食糧不足問題を解決するため、「食糧増産」政策を打ち出したが、1990 年代に入って、食糧供給が過剰となり、「食糧増産一辺倒」の農政からの転換が迫られ、農業生産の構造調整が当面の急務となった。その調整の結果として粗放的な穀物生産から集約的な野菜生産へと転換し、さらに品質向上や生産・加工の一体化による付加価値の向上を志向する動きが進んでいた。かつて中国の農産物は「廉価」という有力な武器で国際市場と向き合ったが、WTO に加盟した以降は貿易自由化に直面しなければならなくなった。従って、国際市場ではより一層競争力を強化するため、輸出を目的とした有機農産物を栽培し始めた。一方、国内においては、「食糧増産」の有力な手段として大量に用いられた農薬や化学肥料による農家や消費者の健康への影響、あるいは環境汚染が深刻な問題となった。このことは中国の農産物輸出にも影響を及ぼし、中国産農産物を拒絶する世界的風潮の広まりとして表れ、その解決が迫られるようになった。農産物を輸出して外貨を稼ごうとしている時に、これらの問題は非常に大きな障害である。そこで中国政府は中国産農産物の安全性をアピールすることが、これらの障害を乗り越えるための有効な手段と考えた。第 1 章で述べたように 2001 年の中央経済工作会議での江沢民総書記の演説がそのきっかけとなった。その内容は「農業産業構造を調整することを重点にする」、「食品品質、食品安全性に力を入れる」、「農産物品質標準と検査システムの確立」、「有機食品、緑色食品、無害食品の発展を加速させる」などであった。

このような中国政府による食品の安全性確保に向けた取り組み強化は、日本などへの輸出のためばかりではなく、何よりも中国自身にとっても重要な課題なのである。これらの中国の取り組みにもかかわらず、その後 2002 年に野菜の残留農薬問題が起きている。これは、日本向けの冷凍ホウレンソウから、日本の基準を上回る残留農薬が検出されたことが発端である。冷凍野菜の残留農薬問題が生じた後の一時期に中国の野菜、とりわけ冷凍野菜の安全性への信頼度は著しく落ち、日本向け輸出の農産物は低迷した。中国国務院によると、残留農薬問題は問題が生じた日本だけでなく、その他の国々に向けた中国野菜の輸出に大きなダメージを与えた、と報告している。同時期に中国国内では国民の生活水準の向上に伴い、消費者の健康意識が向上し、よりよい品質の食品を求めようになった。農薬規制・法体系の整備、無公害野菜、緑色野菜、有機野菜行動計画等、さらには、2003 年の全国人民代表大会において「高産量(生産量向上)、高品質、高効率」に、安全と環境保護を加えた 5 つ目標を挙げ農業法を改定した。このように政府がリーダーシップをとり、国家の信用をかけて大きな取り組みを展開した。

2. 並立する食品制度における有機野菜の位置づけ

中国では市場に出回っている野菜には慣行野菜、無公害野菜、緑色野菜、有機野菜といった 4 種類がある。前述したように残留農薬による食中毒事件は慣行野菜が当該する。安全性と品質向上の基準によって無公害野菜、緑色野菜、有機野菜に区分される(表 2-1)。品質をみると、無公害野菜は文字通りに「害」がない野菜であり、食べたらず、被害にならない野菜である。この呼び方は中国に特有なものであり、高濃度の残留農薬によって中毒症状を起こした「毒菜事件」が引き金になり、「無公害野菜」という名前が生まれ、急性中毒症状を発生しないレベルまで残留農薬が低減されているという意味を有する。緑色野菜は最低限度の農薬を使用し、汚染がなく安全で良質な野菜という緑色食品の基準を満たしたものである。無公害野菜より緑色野菜のほうが残留物質に対する基準が厳しい。有機野菜は生産の過程で絶対に農薬、化学肥料、除草剤、ホルモン剤などの化学物質を使用してはならないものである。この 3 つの野菜のうち有機野菜は農薬を使わず安全性が最も高い。

表 2-1 中国における無公害野菜と緑色野菜と有機野菜の区別

項目	無公害野菜	緑色野菜	有機野菜
農薬使用	最低限の農薬・化学肥料の使用可能	規制内での農薬・化学肥料の使用可能	農薬・化学肥料の使用禁止
認証機関	農産物品質安全中心	中国緑色食品発展中心	中緑華夏有機食品認証中心 南京国環有機食品認証中心 他の民間有機食品認証機関
認証機関の所属	農業部	農業部	中国国家認証認可監督管理委員会
開始時間	2002 年	1990 年	1994 年
認証有効期間	3 年間	3 年間	1 年間
認証費用	無料	有料	有料
安全性	低い  高い		

出所：GB/T19630-2011《有機産品》国家標準、「緑色食品産地環境質量標準 NY/T39-2000」、「無公害農産物管理弁法」より作成。

認証制度から見ると、緑色食品制度は 3 種類の制度の中では最も歴史が長く、1990 年から開始した。この制度は中国緑色食品発展中心が「商標法」に基づいて商標登録した「緑色食品」マークの使用を一定の基準を満たした生産者に認める仕組みである。緑色食品には、A 級と AA 級の 2 ランクがあり、AA 級の基準の方が厳しく、有機食品に相当する。緑色食品は通常食品から有機食品への「移行食品」である。先に述べたように有機食品制度は 1994 年に国家環境保護局に有機食品発展中心が設置されたことから始まっているが、2003 年までは緑色食品制度と併存していた。その後、有機食品の認証機関である中緑華夏有機食品認証中心が設立されている。無公害農産物制度は 2002 年 4 月から開始した制度であり、農業部の直属機関である農産物品質安全中心が「無公害農産物管理弁法」に基づいて認証している。この認証制度の目的は消費者へ提供されるものの安全性を確保することにある。

第 4 節 有機農産物生産の状況

図 2-1 に国際有機運動連盟(IFOAM)の発表したデータに基づく中国における有機農産物栽培面積の推移を示す。IFOAM の発表では 2008 年版において初めて調査した年

が記載されるようになり、その後も続いている。従って、それ以前のデータは取得した年が明確ではないため、図 2-1 には 2001 年～2003 年の栽培面積を推定値として示している。また、2006 年以降のデータでも 2 年連続して全く同じ栽培面積が記載されていることが 2 回ある。中国における有機農産物に関するデータにはこのようにその信頼性に疑問を抱かせるものが少なくない。そこで第 3 章の後半では中国における有機農産物生産に関してより正確なデータを収集して分析することを試みた。従って、図 2-1 のデータは中国における有機農産物栽培面積の推移を概略程度に表すものとして解釈するにとどめるが、2001 年頃には有機農産物の栽培面積が 30 万 ha 程度であったものが、その後急増し 2006 年以降は 200 万 ha 前後で推移している。この間に有機農産物の栽培面積が増加した要因は、中国政府が「西部大開発」⁴⁾ という農業優遇政策を設けたのを受けて青海などの西部において有機穀物の栽培が促進されたからである。

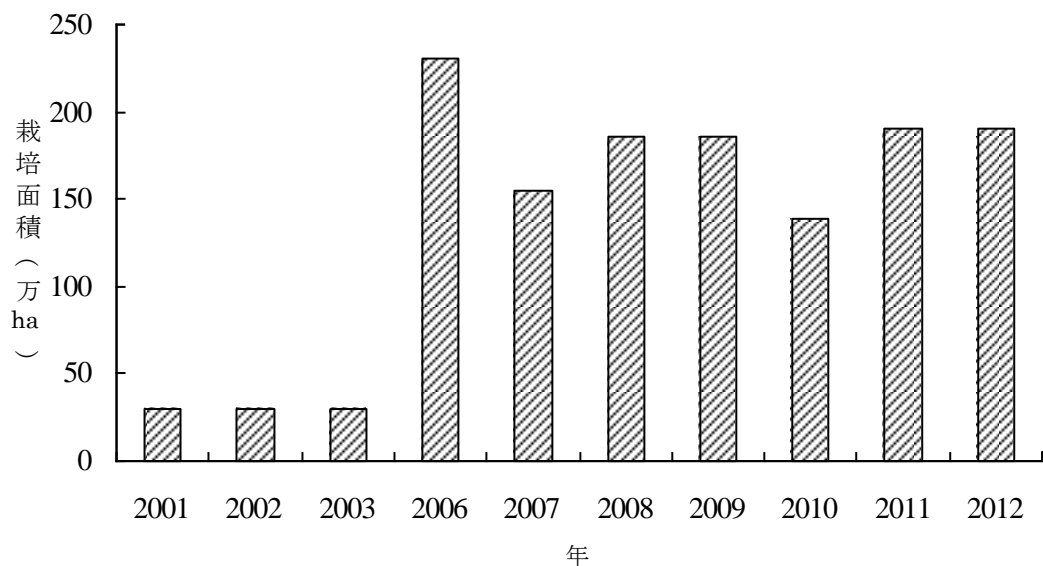


図 2-1 中国における有機栽培面積の推移

出所：FIBL IFOAM の各年版より整理。

注：2001 年～2003 年は推定値。

中国では有機農産物を生産する時、生産した農産物は認証機関の認証を受けなければならない。図 2-2 に示したものは中国で認証された有機農産物の認証証明書の発行数であり、データが公表されている 2008 年から 2012 年までを整理した。2008 年に発行した有機認証証明書数量は 1,991 件だったが、2012 年には 7,688 件と約 4 倍に増えており、上に述べた栽培面積と同じように増加傾向を示している。

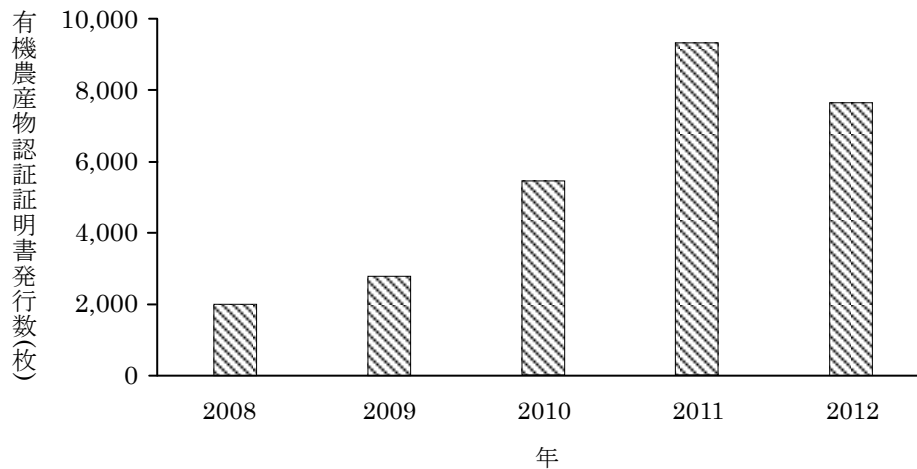


図 2-2 中国における有機農産物認証証明書の発行数の推移

出所：中国国家認証認可監督管理委員会のホームページは公開したデータを整理。

第 5 節 小括

上述したように、本章では中国における有機野菜の位置づけを明確し、第 3 章と第 4 章の分析の基礎とすることを目的にした。

そのために、有機野菜の定義と認証制度について安全性の視点から整理、分析を行った。その結果を次のようにまとめた。

①中国では有機野菜の生産は国が認めた認証機関の認可を受ける必要があり、また、全生産過程において、化学農薬と化学肥料、ホルモン成長剤などの使用が一切禁止されている。

②農薬使用基準、認証機関のレベル、認証の厳しさの面から無公害野菜、緑色野菜に比べ、有機野菜は中国における安全野菜のなかでは最も安全性が高い野菜であることを示した。

③中国政府が重視する下で有機農産物の栽培面積と認証証明書発行数は年々増加している。

注

- 1)コーデックス委員会とは 1963 年に成立され、国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)の合同委員会であり、国際的な食品基準、ガイドライン、優良行為規範などの基準を作成する国際機関である。
- 2)章 政(1998)「中国における有機農産物生産の制度と動向－緑色食品の生産実態と輸出余力－」『農林金融』農林中央金庫第 51 巻第 2 号 pp.37-51。
- 3)この点については次の論文を参照する。林学貴(2010)「中国における有機認証制度の展開と課題」『農業問題研究』農業問題研究学会 pp.20。
- 4)中国政府が、東部と西部との経済格差をなくすために西部の経済発展を促進する国レベルの経済発展戦略である。

第3章 生鮮有機野菜の生産・供給の特徴

第1節 本章の課題と方法

研究背景で述べたように、安全性の高い有機農産物に対する需要が高まっていることにともないその生産が全国的に急速に展開しつつある。また第2章では有機農産物の生産面積が年々増加していることを明らかにした。そこで本章では、有機農産物のなかで、その生産主体が誰であるか、どのようなシステムで生産されているか、次に有機農産物の地域ごとの生産状況を調べた後に特に有機野菜に注目しその生産が有機農産物と同じように全国的に生産されているか、あるいは特定の地域に集中しているか、を明確にした上で、有機野菜の生産の特徴を明らかにすることを課題にする。

この課題を解明するため、まず、第2節では、有機農産物の生産組織形態とその形成要因を明らかにする。次に第3節では、有機認証規則の改正による有機野菜生産コストへの影響を分析する。さらに第4節では、中国の全土における有機野菜生産の特性を把握する。

第2節 有機農産物生産の組織化と形成要因

1. 有機農産物生産の仕組み

中国における有機農産物の生産組織形態の状況を図3-1に示す。この図は有機農産物の認証機関である中緑華夏有機食品認証中心が認証している全国の有機農産物生産企業から281件をランダムに選定したものを整理したものである。図3-1より中国では有機農産物生産では「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」といった組織による生産が中核をなしている。そのうち、「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」という組織形態がそれぞれ、25%、23%、42%であり、あわせて「会社」が構成要素となっている生産組織¹⁾が全体の90%を占めている。

以下、「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」の有機農産物生産組織形態について説明する。なお、図3-1中にある「合作社」単独の生産組織については「会社」単独の生産組織と同等であるので説明は省略する。

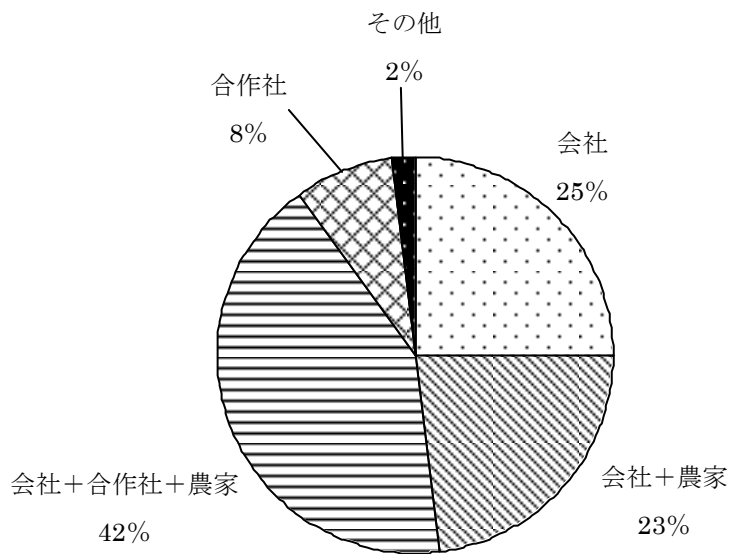


図 3-1 中国における有機農産物の生産組織形態の割合

出所：韓沛新(2010)『中国有機食品市場と発展国際検討会論文集』中国農業大学出版社 第 8 頁。

2. 組織別有機野菜の生産状況

(1) 「会社」組織による生産

図 3-2 に「会社」による生産組織形態の仕組みを示す。「会社」による組織では会社は農家から農地を借りるか、あるいは、農家から土地を資本として出資してもらうことによって、自社の農地を確保することが大きな特徴である。会社はそのようにして確保した農地に有機農場を建設し、そこで有機農産物を生産することがもう 1 つの特徴である。農地を確保するために農家から土地を借りた場合には借地料を支払う必要があり、また、農家から農地を資本として出資してもらった場合には、借地料に相当する金額を生活補償金として支払うのとあわせて、出資した土地の広さに応じた配当金を支払う必要がある。「会社」組織による生産を行うには、これらの金銭的負担に耐えられるような資金力が必要である。有機農産物の生産は自社の社員が行うが、その社員には農地を会社に出資した農家が雇用されている場合もある。従って、農家にとっては、借地料あるいは生活補償金・配当金ならびに賃金を収入として得られる。

会社は自社の農場で有機農産物栽培に必要な認証、生産、管理を一括して行う。その際、通常、「会社」組織では、自社の農地は 1 か所に集積されており、管理が行き届く

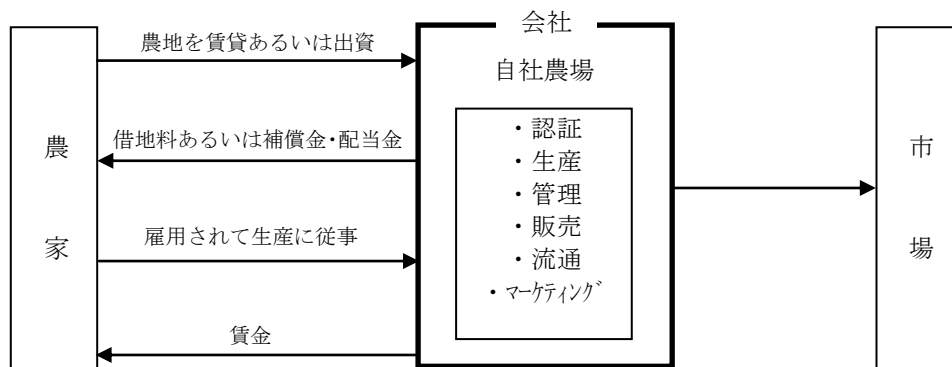


図 3-2 「会社」の組織構成

出所：K社への聞き取り調査より作成(2010年5月、8月、2011年5月、2013年3月)。

ため農薬の使用などの不正行為が行われることがなく、認証規則に従って栽培されていることを保証できる。

以下に「会社」組織を採用している例として K 社を紹介する。まず、K 社は大連市の北部の城西村にあり、2001 年に政府関係者が設立した民間企業である。K 社設立以前の城西村では、食糧の供給過剰による農産物価格低落のため、農家の農業生産意欲が低下したことから、人口の 70%が大連市あるいは南方に出稼ぎに出て、1,000 ムーあまりの農地が耕作放棄地となっていた。K 社はこのような耕作放棄地を所有する農家に対して、農地を資本として出資することを促し、2003 年まで 224 戸の農家から、3,328 ムーの土地を集積し、自社の農地を確保した。このような大量の耕作放棄地が存在している状況は K 社にとってまとまった土地を農地として集積するのに有利に働いた。

K 社は土地を出資した農家に対して、毎年、借地料に相当する生活補償金を支払い、また、会社の利益の 40%を土地の提供した農家への配当金として分配している。K 社への聞き取り調査によれば、2013 年に K 社が所有する土地面積は 3,328 ムーであり、単位面積当たりの借地料は 700 元/ムーであるので、2013 年に支払う借地料の年総額は 233 万元であり、有機野菜生産のための主要な経費となっている。また、人件費については、2013 年現時点で K 社には自社農場の運営のために 4 人の管理職（給与：36,000 元/年）と 6 人の社員（給与：31,200 元/年）がおり、これらの給料の総額は 331,200 元である。

城西村の農家は 1999 年に 1 人当たりの年収が 1,200 元だったが、K 社に出資し、また、生産にも従事した農家の収入は 2010 年には 17,000 元に増加した。これは 2010 年

の全国平均の農家一人当たり年収 5,915 元と比べると約 3 倍高く、また 2010 年の全国平均の都市部生活者の年収との 19,109 元と比べても遜色のない値である。「会社」組織は、農家の収入の改善にも大きく役立ったと言える。

K 社の有機野菜の栽培品目を表 3-1 に示す。K 社の栽培品目数は生産開始当初より順調に増加し、最近では 20 品目弱を生産している。K 社の有機野菜は大連市内で販売されており、後の第 4 節で説明するように K 社は大都市近郊で大都市向けに多品目の有機野菜を生産する生産会社に分類される。

表 3-1 K 社の有機野菜の栽培品目数

		2005	2007	2008	2009	2010
葉菜		5	1	2	3	4
果菜		2	4	5	7	6
根茎菜		0	5	5	8	8
合計		7	10	12	18	18
品 目 内 訳	葉菜	油麦菜	油麦菜	長ネギ	長ネギ	セロリ
		香菜		白菜	白菜	白菜
		リフーレタス			エゴマ	香菜
		ホウレンソウ				春菊
		レタス				
	果菜	インゲン	キュウリ	キュウリ	インゲン	キュウリ
		角瓜	カボチャ	カボチャ	キュウリ	ミニトマト
			インゲン	ナス	カボチャ	冬瓜
			ナス	トマト	ナス	ナス
				角瓜	トマト	角瓜
					角瓜	唐辛子
					唐辛子	
	根茎菜		サツマイモ	サツマイモ	サツマイモ	タマネギ
			ジャガイモ	ジャガイモ	ジャガイモ	ニンニク
			ニンジン	ニンニク	ニンジン	カブ
			タマネギ	ショウガ	タマネギ	ショウガ
			大根	大根	カブ	ゴボウ
					ゴボウ	里芋
					ナガイモ	ニンジン
					里芋	大根

出所：K社への聞き取り調査より作成(2010年5月、8月、2011年5月)。

注：①油麦菜はキク科の一種。

②角瓜はウリ科の一種。

③2006年のデータはK社に記録が残っていなかった。

(2) 「会社+農家」組織による生産

図3-3に「会社+農家」による組織形態の構造を示す。「会社+農家」組織では、上述の「会社」組織と異なり、会社は土地を持たず会社自体は農産物の生産を行わない。会社は複数の農家と栽培契約を締結し、農家から買い取った有機野菜を販売する。従って、「会社+農家」組織における会社の役割は、有機農産物の販売、流通、マーケティングが主なものとなる。また、会社は有機野菜の生産に関しては、農家の所有する農地で有機農産物が栽培できるよう認証手続きを行い、また、農家に対して有機生産に関する生産資材、知識、情報を提供するとともに、農家における有機農産物生産が適切に行われているか管理する。「会社+農家」組織は、会社にとっては土地を確保するためのコストがかからないので、まとまった資金がなくても有機農産物事業を始められる利点があり、また、農家にとっても負担の大きい有機認証費用を会社に肩代わりしてもらえ、また、農家単独では習得することが難しい有機農産物生産に関する知識を会社から提供してもらえるとといったメリットがある。また、会社に自社農場を確保するための十分な資金力があっても、農家が農地を手放したくないなどの理由で、必ずしも会社が自社農場を確保できるわけではなく、そのような場合にも「会社+農家」組織がとられる。

一方、「会社+農家」組織の会社にとっての不利な点は、この組織形態では栽培契約している農家が1か所に集まっているとは限らず、散在しているのが一般的であり、そ

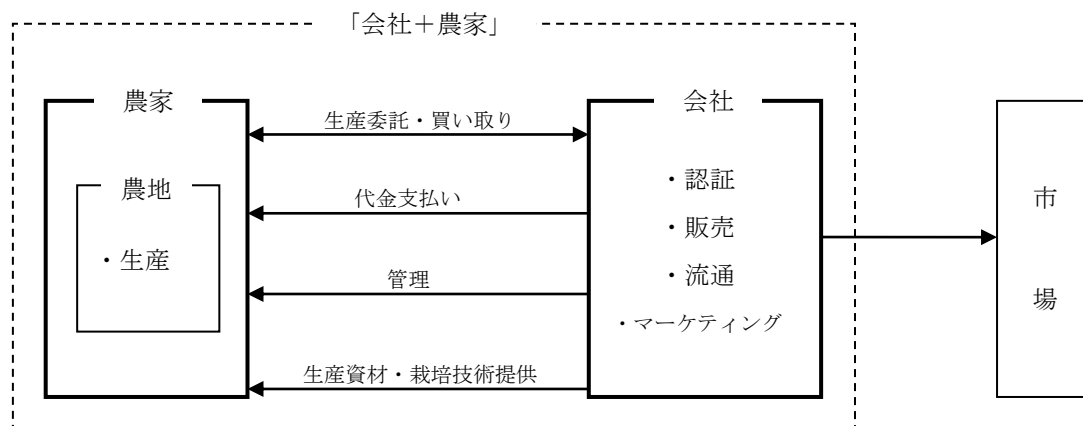


図3-3 「会社+農家」の組織構成

出所：X社への聞き取り調査より作成(2013年3月)。

のような場合に各農家が規定通りに有機農産物を栽培しているかを監督するのに手間がかかることにある。通常、会社は有機認証規則を満たした有機農産物を農家から買い取るが、有機農産物の生産は個々の農家に任されているため、会社の管理が十分でない場合には、農家が生産量を増やして収入を上げようとして、農薬などを不正に使用して生産した作物を有機農産物として買い取って販売してしまう可能性も高く、会社の信頼性を落とす危険性がある。また、「会社＋農家」組織では農産物の価格が高騰した時に、契約農家が当初の契約価格よりも高く売れる他所に横流しして売ってしまうことも頻繁に発生しており、会社にとって販売する有機農産物が十分に確保できないことがある。

次に「会社＋農家」による組織形態を採用している X 社の事例を紹介する。X 社は福州にあり 2005 年から有機万年茸の販売を行っている会社であり、合わせて 1,000 ムーの農地を有する複数の農家と有機万年茸の生産委託契約を結び、買い取ったものを原料としてサプリメントに加工している。契約農家は X 社より万年茸の種子や生産資材の供給を受ける。X 社は定期的に契約農家の農地を巡回し、また農家に技術者を派遣して技術指導や生産履歴のチェックを行っている。X 社でこれらの有機万年茸の栽培技術指導・栽培管理に従事する技術者は 3 人おり、1 人当たりの平均給与は 48,000 元/年で、3 人で年間 144,000 元となる。これを K 社とのコストと比べると、X 社は農場を確保するための借地料がなく経費が大きく軽減されているのは明らかである。農場や農家の管理に従事する人に対する人件費については、給与水準については両社とも同程度であり、従事者の人数の違いは生産品目数の違いによるものと考えられる。

X 社と契約栽培農家がうまく連携する理由は、X 社への聞き取り調査によれば、取り扱っているサプリメントの原料である有機万年茸は、流通ルートが限られているので、一般的に「会社＋農家」組織において弊害となっている農家の他社への横流しが生じることがないということである。このことから、販売ルートが限定されている品目については「会社＋農家」による組織形態が活用しやすいと言える。

(3) 「会社＋合作社＋農家」組織による生産

図 3-4 に「会社＋合作社＋農家」による組織形態の仕組みを示す。「会社＋合作社＋農家」組織において会社が農場を持たずに、農家と生産委託契約を結び、契約した農家から有機農産物を買って販売する点において、先述した「会社＋農家」組織と同様である。「会社＋農家」組織との違いは合作社が介在することにあるが、有機農産物生

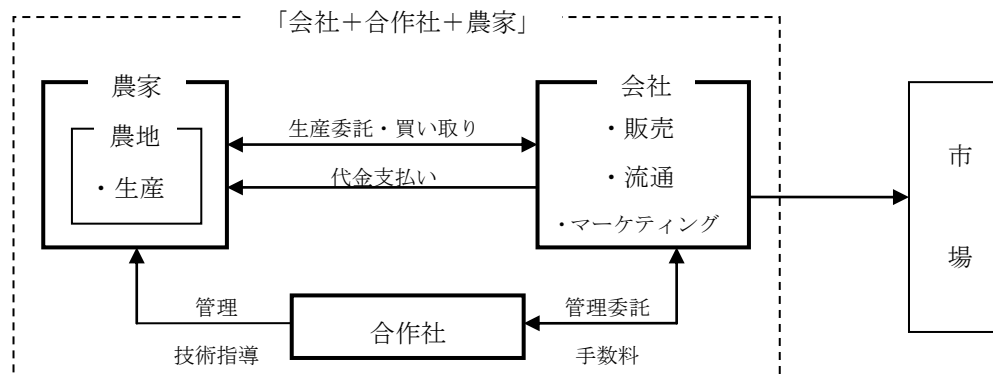


図3-4 「会社+合作社+農家」の組織構成

出所：R社への聞き取り調査より作成(2013年3月)。

産における「会社+合作社+農家」組織の大きな特徴は、会社に替わって合作社が農家の有機農産物生産を管理、監督することにある。ほとんどの場合、合作社の導入は会社の主導によって行われる。合作社を導入する主な理由は以下に示す通りである。

①農業以外の分野から農業に参入しようとする会社が、合作社から有機農産物の生産に必要な知識や技術の提供を受けるため。

②契約農家が多数あり、また、散在している場合に、農家が有機認証規則に従って栽培を行っているか監督したり、また、収穫した農産物をまとめて会社に納める集荷作業を代行してもらうため。これにより「会社+農家」組織で問題となっている農産物の価格高騰時に農家が他所に農産物を横流しすることによる会社の被害を防ぐこともできる。

いずれの場合も合作社によって農家の監督・管理を強化することにより有機農産物の品質を保つことができる。これらの合作社に委託した業務に対して会社は合作社に手数料を支払う。この手数料には2種類あり、1つは合作社から派遣された人員の人数に比例するものであり、もう1つは、会社が農家から買い取った農産物の買い取り量や買い取り額に比例するものである。

「会社+合作社+農家」による組織形態の例としてR社を紹介する。R社は2009年に山東省の淄博市の博山に設立され有機野菜の販売を主な事業としている。R社は2012年には50戸の農家と栽培契約し、合計の栽培面積は292ムーであった。栽培品目はイチゴ、ニラ、インゲン、ピーマン、トマトなどである。「会社+合作社+農家」

組織の中において R 社は、有機生産認証資格の取得、生産計画の作成、市場開拓と販売先の確保、資金調達などを担当し、合作社は散在する多数の農家の栽培管理、監督を行っている。合作社が会社と農家の間に入って農家を管理、監督することにより「会社＋農家」組織の有する欠点が解消され、高品質で多品目の有機農産物を生産、販売している。その管理、監督などの業務に対して会社が合作社に 1 年間に支払う手数料は、合作社からの派遣者 6 人に対する 214,400 元と収穫した有機野菜の重量 292 トンに対して 1 トン当たり 200 元となる手数料 58,400 元を合わせた 272,800 元である。

「会社＋合作社＋農家」による組織形態では「会社＋農家」組織と同様に自社で農場を所有あるいは確保するためのコストは必要ない。農家の管理・監督に従事する人の人件費については、「会社＋農家」組織の社員の給与より、「会社＋合作社＋農家」組織の合作社派遣者へ支払う手数料の方が安い、「会社＋合作社＋農家」組織では会社は合作社に対してその他に農家から買い取った農産物の買い取り量や買い取り額に比例する手数料を支払う。契約農家数が増え、また、扱う品目数が多いとその管理に多くの人を要するようになるが、そのような場合には、1 人当たりのコストが低い合作社を導入した方が有利であると考えられる。

2. 有機農産物生産組織形態の比較と展開方向

まず、「会社」組織と「会社＋農家」組織を比較すると、「会社」組織では、会社が自社の農場を確保するための資金が必要であるが、自社農場であるため有機農産物の栽培において管理、監督を徹底的に行うことができ、高品質の有機農産物を提供することが可能である。一方、「会社＋農家」組織において会社は自社農場を持たずに、そのための資金は必要なく、有機農産物事業に参入する障壁は低いが、有機農産物生産は契約した農家に任せているため、農家の不正行為によって有機規則を満たさない農産物を買って取ってしまうこともあって、農産物の品質を保つことが難しい。そこで、「会社＋農家」組織に合作社が関与し、「会社＋合作社＋農家」組織とすることによって、合作社が会社に替わって農家の有機農産物生産を管理、監督し農家による不正行為を防ぎやすくなるための農産物の品質を保つことができる。「会社＋合作社＋農家」組織では、「会社＋農家」組織と同様に自社農場を確保するのに要する資金や経費が不要であるという利点がある。また、農家を管理、監督するための経費は、合作社に支払う合作社からの派遣者に対する手数料と農家から買い取った農産物の買い取り量や買い取り額に比例する

手数料を合わせたものである。これは「会社+農家」組織において同じ業務に従事する社員に支払う給与よりは多くなるものの、土地を確保する資金や経費に比べれば10分

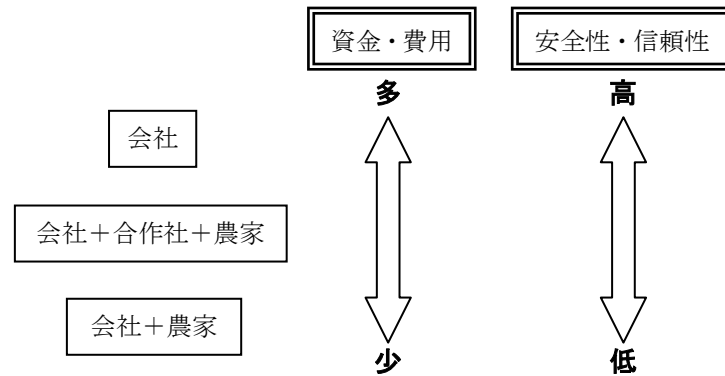


図3-5 有機農産物生産組織の比較

出所：著者作成。

の1程度である。これら資金、費用と農産物の品質の観点から3つの生産組織形態を比較したものを図3-5に示す。「会社+合作社+農家」組織では有機農産物生産、販売に必要な資金、費用を低く抑えることができ、かつ有機農産物の品質も確保することが可能である。合作社には有機農産物生産の監督、管理の他に先述したように、有機認証手続きの代行、有機農産物生産技術の提供、農家による作物の横流しや会社による作物の買い取り拒否を防止などの役目を委託することもできるので、今後、「会社+合作社+農家」の組織形態がますます増える可能性が高いと考えられる。

3. まとめ

以上、有機農産物の生産組織として「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」について分析、比較を行った。各組織形態の特徴は以下の通りである。

「会社」による組織形態においては会社が自社農場を確保するための資金が必要となるが、自社の農場で有機栽培、管理、監督を徹底的に行うことができ、高い品質を保証することができる利点がある。

「会社+農家」による組織形態では会社は自社の農場を持たないので土地を確保するための資金が不要である。有機農産物の生産は契約した農家に委託して行う。この組織

形態では個別の農家の管理に手間がかかることや、農家が作物を他所に横流しするといったことが問題となる。農家の管理が行き届かない場合には、農家が農薬を不正に使用して栽培したことを見逃し、有機認証規則を満たさない農産物を販売してしまう危険性がある。

「会社＋合作社＋農家」による生産組織形態は「会社＋農家」組織に合作社が関与するものであり、会社が合作社に手数料を支払い、合作社が会社に替わって農家の管理を行うことが特徴である。その結果、農家の管理が強化され、農家による不正行為を防ぐことができる。

各生産組織を比較すると、「会社」組織では農地確保のための資金を要するが、高い品質、信頼性を保証することができ、また、「会社＋農家」組織では多額の資金、費用は必要ないものの、農家の管理が不十分である場合には農産物の品質が保証できないという問題がある。「会社＋合作社＋農家」組織はこの2つの組織の中間に位置するものであるが、コスト面からみると「会社＋農家」組織に近くありながら、農産物の品質を確保する点では「会社」組織に近づけることが可能であり、今後、「会社＋合作社＋農家」組織形態がますます増えると考えられる。

第3節 有機認証規則の改正と生産コストに与える影響

1. 有機食品偽装事件と認証規則の改正

(1) 有機食品の偽装事件

周知のように有機農業は慣行農業と違い、化学合成殺虫剤を使用できないことから人手による防虫といった手間のかかる作業を要し、また、化学肥料を使わないため、収量低下に見舞われることも多い。従って、それらのコストが反映され、有機農産物の販売価格は高いものとなる。このような状況の下で、収穫量を増やし生産コストを下げするために、禁止されている殺虫剤や化学肥料を使用しておきながら、有機野菜と偽って出荷したり、慣行野菜を仕入れておきながら有機認証ラベルを貼って高値で販売するなどの不正行為によって不当な利益を上げる業者が後を絶たない。

これらの偽装事件²⁾は大きく分けて2つのパターンがあり、1つは生産現場におけるものであり、この不正のほとんどは、有機農産物生産農場として認証を受けていながら、使用が禁止されている殺虫剤や化学肥料を使って栽培した野菜を有機野菜として出荷するものである。これとは別に有機認証機関が不正に関与した例として、有機認証規則において農産物生産企業は有機農産物の生産資格を取得するためには3年間の有機転換期間が必要であると規定されているにも関わらず、ある有機認証機関が有機農産物生産の資格を取得しようとした企業の便宜を受け、転換期間が2か月程度しか経ていないのに有機生産農場としての認証を与えたという事例がある。

偽装事件のもう1つは販売業者による不正であり、有機認証制度の基準を満たさない野菜、すなわち、慣行栽培された野菜、有機農場転換期間中に栽培された野菜、あるいは、有機認証期限が切れたり、認証資格が取り消された農場で栽培された野菜に販売業者が有機認証ラベルを貼って高値で販売するものである。これらの違反に用いられた有機認証ラベルは販売業者が偽造したり、認証が取り消された生産者から不正に入手したものであるが、この他に有機認証機関が不正に有機認証ラベルを販売業者に横流している事例もある。

(2) 有機認証規則の改正の要点

上述の偽装事件が発生した要因を分析してみると、主にそれまでの有機認証規則³⁾

の条項が厳密さを欠いていたり、具体的でなかったため、一部の不正業者に付け入るすきを与えていたことが挙げられる。このような有機農産物偽装事件の再発を防止するには、有機農産物の生産と販売に関する制度や基準をより厳密にすることが必要であり、これまで曖昧だった有機認証規則の内容が2012年に改正された。主な改正点を以下にあげる(表3-2)。

表3-2 新旧認証規則改正の要点比較

改正項目		改正の要点比較		改正の目的
		旧規則	新規則	
罰則の導入		なし	1～5年間は有機生産認証資格の取得不可	有機市場から不正な有機生産業者の排除
生産業者	並行生産	可	不可	慣行栽培農地からの農薬の付着、同一品目栽培の場合における慣行野菜混入防止
	サンプル検査	回数 対象品目	年1回 全品目の30%	収穫ごと 全品目
販売業者	販売証明書	なし	提供の義務化	流通段階で偽りの有機食品の流通の防止
	トレーサビリティ	なし	あり	有機食品の生産地などの情報の公開化、有機食品の真偽に対する識別

出所：GB/T19630-2005《有機産品》国家標準とGB/T19630-2011《有機産品》国家標準から整理、作成。

まず、これまで有機認証規則として実施されてきたのは行政指導であり罰則がなかったが、改正された新規則では違反を犯した有機農産物生産者は1年～5年は再び有機生産認証資格を取得することができなくなるという罰則規定を設けた。また、認証機関の違反行為に対しても罰則が設けられ、有機認証機関が不正を行った場合には登録認証機関としての資格を取り消され、その認定機関から認定を受けた有機生産者も自動的に有機農産物の生産資格を失うこととなった。

次に、これまでの認証規則では、1つの圃場で栽培地を隔てるなどの一定の条件の下で有機と慣行の同時栽培、すなわち並行生産が可能であったのに対し、新規則ではこの並行生産が禁止された。その改正された理由は、慣行栽培の農地で農薬を散布すれば、隣接する有機栽培の農地にも農薬が飛来して農産物に農薬が付着し、農薬が付着した農

産物を有機として販売してしまう可能性があるからである。また1つ圃場で同じ品目を慣行と有機で栽培する場合、収穫された慣行栽培と有機栽培の農産物を区別することは難しく、慣行栽培した農産物を有機農産物と間違っ、あるいは意図的に混在して有機農産物として販売することを避けるためである。

また、流通過程を対象としたものとして、有機農産物として販売する際の販売証明書提供の義務化、有機認証コード番号制の導入とトレーサビリティの確立、販売者における再包装の禁止、などがある。

(3) 有機認証規則の改正にともなう認証費用の増加について

さらに、今回の規則改正により生産現場に大きな影響を与えるものとして、認証手続きに要する費用の増加とサンプル検査の厳格化に伴う検査費用の増加が挙げられる。認証手続きに要する費用とサンプル検査費用は有機農産物生産者が毎年認証機関に支払う費用である。まず、認証手続きに要する費用について新旧認証規則を比較したものを表3-3と図3-6に示す。この費用は申請費・審査費など固定の費用と現地検査費などの認証面積に応じて増加する費用からなるが、今回の認証規則改正により、認証手続

表3-3 新旧認証規則による認証手続き費用の比較

	旧規則	新規則		
書類審査など固定費用(元)				
申請費	500	2,000		
申請書審査費	1,500	2,000		
登録費	1,800	3,000		
書類作成費	—	2,000		
作成書類審査費	—	3,000		
年度管理費	—	5,000		
販売証明書費	—	300		
小計	3,800	17,300		
現地検査費など認証面積による費用(元)				
現地検査費	3,000×X	3,000×Y		
監督検査費	300×X	—		
.....				
旧規則				
認証面積(ムー)	1,000 以下	1,001～3,000	3,001 以上	
X	3	4	5	
新規則				
認証面積(ムー)	200 以下	201～500	501～800	以降 300 ムー増える毎に
Y	1	2	3	+1

出所：中緑華夏有機食品認証中心「有機食品認証費用標準一覧表」より作成。

注：1 ムー＝666.7 m²

きに要する費用はほぼ2倍に増加した。次に、有機栽培した農産物に対するサンプル検査は、これまでの旧規則では認定機関が審査員を派遣し行う生産現地立ち入り検査は年に1回、栽培している農産物の全品目数の30~40%に当たる品目を対象に行っていたのに対し、新規則では全栽培品目が検査対象となり、また、同じ年に複数回作付する品目については収穫ごとに立ち入り検査を受けなければならなくなった。この規則改正により、栽培品目数が変わらなくても検査費用は2.5~3.3倍になり、さらに、1年の収穫回数が多くなればそれに比例して検査費用も増えるため、生産者にとって生産コストの上昇につながる。

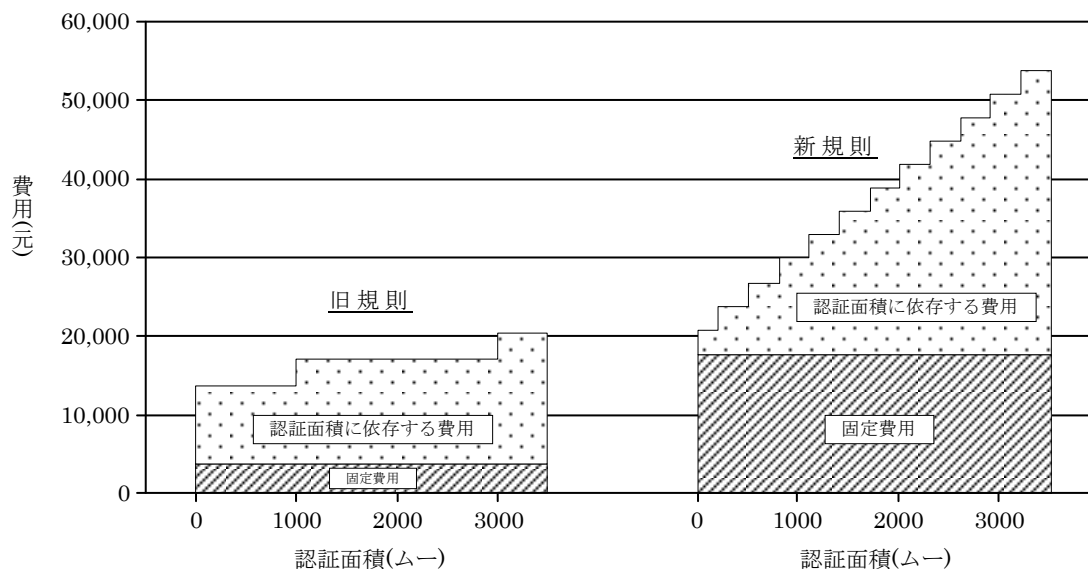


図3-6 新旧認証規則による認証手続き費用の比較

出所：中緑華夏有機食品認証中心「有機食品認証費用標準一覧表」より作成。

ここで10品目を1年に3回収穫する場合を例として新旧規則でのサンプル検査費用を比較したものを図3-7に示す。1品目のサンプル検査費用を認証機関における平均的な費用である1,500円とすると、旧規則では全品目である10品目の30%が検査の対象になるとすればサンプル検査を行うのは3品目であり、検査費用は4,500円である。旧規則では1年に複数回収穫してもサンプル検査は1回で済むのでこの費用は変わらない。一方、新規則ではサンプル検査は全品目が対象であり、しかも収穫ごとに検査が行われるので、サンプル検査は延べ30回必要であり、その費用は旧規則の10倍に当た

る 45,000 円となる。このように、多品目を 1 年間に複数回収穫する場合に、新規則ではサンプル検査費用が著しく増加する。そこで生産者が、認証コストを低く抑えようとすれば必然的に栽培品目数を絞り、また、年一回収穫する品目を選択することとなる。すなわち、穀物や根茎菜の栽培が選択される可能性が高くなると考えられる。一方、一般的に 1 年間に複数回収穫する葉菜は認証コストがかかるため栽培が控えられるようになると考えられる。

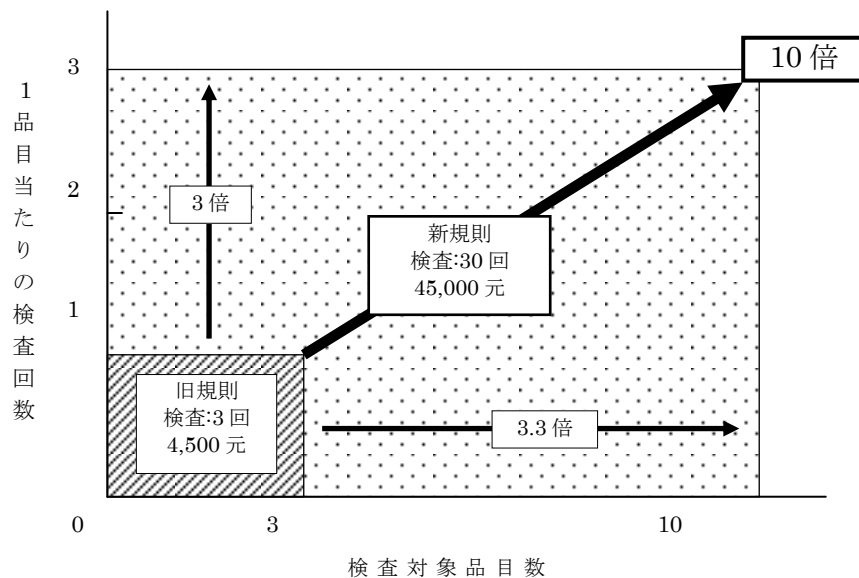


図 3-7 新旧規則におけるサンプル検査費用の比較

出所：筆者作成。

注：10 品目を 1 年に 3 回収穫した場合、検査費用を 1,500 円/回とし、旧規則における検査対象品目数を全品目の 30% として計算。

2. 有機農産物生産会社ならびに販売会社への影響

(1) 有機農産物生産会社への影響

認証規則改正による認証費用の増加が有機農産物生産会社の生産に与える影響について JLB 社の事例を示す。JLB 社は山東省の斉河県にあり、4,000 ムーあまりの有機農場を経営している。JLB 社は野菜や穀物の他に豚・鶏・川魚なども認証機関の認証を受けるべき有機農産物として生産・加工を行っている有機農産物生産企業である。

JLB 社の 2011 年の有機青果物・穀物の生産品目数は 37 品目であり、それに関わる

生産面積は 1,377 ムーであった。JLB 社の有機農産物生産の認証を行った認証機関は北京愛科賽尔認証中心有限公司であり、この認証機関の認証費用の算出規則によると、2011 年(旧規則)には認証手続きに要する費用は 17,000 元であり、サンプル検査費用は 37 品目の 30%に当たる 11 品目が対象となり費用は 16,500 元であるので、これをあわせて 2011 年に JLB 社が有機生産の認証のために支払った費用は 33,500 元であった。仮に新規則が適用される 2012 年に 2011 年と同じ品目を生産した場合の認証にかかる費用を以下に計算する。新規則ではサンプル検査は全品目が対象になり、また、収穫ごとに検査を受ける必要がある。JLB 社が 2011 年に栽培した 37 品目のうち、レタスを年 3 回、また、白菜を年 2 回収穫しているので、サンプル検査は 40 回受ける必要がある。このためのサンプル検査費用は 60,000 元となり、旧規則から大きく増加している。また、新規則では認証手続きに要する費用は 29,300 元であるので、新規則下で 2011 年と同じ品目を栽培したとすると認証にかかる費用は合計で 83,900 元となる。このように、新規則になると 1 年に複数回収穫する作物を栽培した場合にサンプル検査費用が大きく増大する。

実際には JLB 社の 2012 年の有機青果物・穀物の生産品目数は 21 品目であり、それに関わる生産面積は 1,155 ムーであった。これより、新規則による認証手続きに要する費用は 29,300 元であり、また、栽培した 21 品目はすべて年 1 回収穫する作物としたので、サンプル検査費用は 31,500 元である。あわせて認証にかかる費用は 60,800 元となった。2012 年 JLB 社の栽培品目の内訳を 2011 年と 2012 年で比較すると(図 3-8)、2011 年に 13 品目栽培していた葉菜を 2012 年には生産をやめている。JLB 社によると、葉菜類は 1 年に複数回収穫することが一般的であり、その度毎にサンプル検査費用が必要になるため、生産コストが大きくかさむので、それを抑えるためということである。

(2) 有機食品販売会社への影響

次に、今回の有機認証規則の改正が有機食品販売企業に及ぼす影響として、規則改正が施行された後の 2012 年 8 月に大連にある有機食品販売会社 S 社に対して実施した聞き取り調査の結果を示す。S 社は大連で消費者向けに有機野菜の販売を行っており、小売店は持たずに消費者からの注文を受け宅配するという形態をとっている。S 社は有機野菜だけでなく有機穀物や肉も扱っている。今回の聞き取りによると、S 社では有機認証規則が改正された後、生産者からの有機葉菜の出荷量が激減し、これらを仕入れるこ

とができなくなり、仕方なく有機穀物のみを取り扱っているということであった。

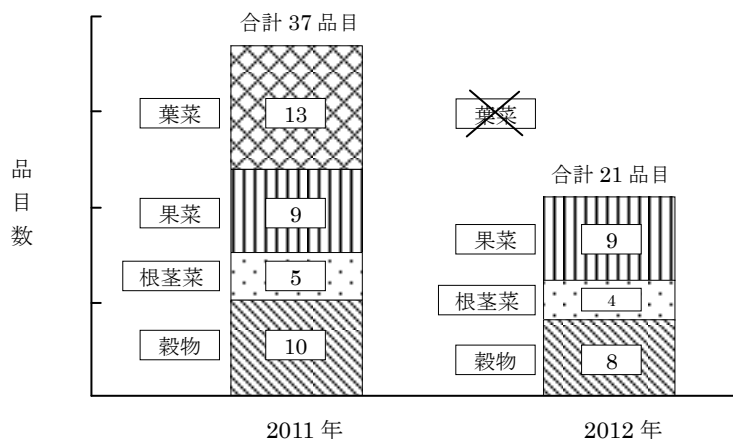


図 3-8 JLB 社の生産品目数の比較

出所：JLB 社への聞き取り調査より作成(2013 年 3 月)。

3. まとめ

本節では先ごろ中国で実施された有機認証規則改正の概要を調べるとともに、有機農産物の生産企業ならびに販売企業に対する調査を通して規則改正の影響を明らかにした。

(1)2012 年 7 月 1 日に実施された有機認証規則の主な改正点は、①認証規則違反に対する罰則規定の導入、②生産についての並行生産の禁止、③販売についての有機農産物販売証明書提供の義務化、有機認証コード番号制の導入とトレーサビリティの確立、④販売者における再包装の禁止、⑤有機農産物に対するサンプル検査の厳格化、などがある。

(2)サンプル検査の対象を厳格化されたことにより、収穫された農産物全品目に対して、また、収穫ごとに検査を受けることが義務付けされた。これは生産コスト上昇に直結するため、生産者が認証コストの上昇を抑えようとする、栽培品目として、穀物や根茎菜を選びがちであり、反対に葉菜は避けるようになると考えられ、有機野菜全般を幅広く求めようとする消費者の需要を満たせるか懸念される。

(3)認証規則改正後の 2012 年に有機葉菜の生産を中止した有機農産物生産会社や有機野菜が入手できなくなった有機食品販売会社があった。

第4節 有機野菜生産地域の特徴

1. 全国の有機野菜の生産状況

(1) 有機野菜生産についての全国データの収集

中国では有機農産物には野菜、果実、穀物、畜産品の他に自然採取した木の実や養殖水産品も含まれるため、上に述べた IFOAM が発表する有機農産物の栽培面積に関するデータには編集する年ごとに編集者の意向によって、自然採取を行っている土地の面積や養殖漁場の面積が含まれたり、含まれなかったりしてデータの連続性が欠けており、概略としての傾向がつかめる程度であった。これはこれまで全国レベルで調査、集計されたデータが発表されたことがないためである。同様に有機農産物の認証証明書の発行件数についても全国レベルのデータがないため、各認証機関が発表したデータが参照されてきた。本論文では有機野菜を研究の対象としていることから、有機野菜の全国レベルでの生産状況を把握することが不可欠であると考え、有機野菜生産についての全国データの収集を試みた。参照したのは中国国家認証認可監督管理委員会がホームページで公開している食品・農産品の認証に関するデータである。このデータから有機農産物の認証データを検索した。検索結果は認証番号ごとに表示され、そのデータの内容は、生産会社に関する情報(名称、所在など)、認証機関名、認証の有効期間、生産品に関する情報(品名、生産量、農場名、農場所在地)である。検索される有機農産物の認証件数は約 9,500 件あり、それを 1 件ずつ確認して有機野菜についての認証データのみを収集した。有機農産物の認証証明書は随時発行され、有効期間は 1 年間であるため、例えばある年の 1 月 1 日に検索した場合には、検索結果として示される認証証明書のデータは、最も以前に発行されたものは有効期限がその前年の 1 月 2 日からその年の 1 月 1 日までのものであり、最も新しく発行されたものは有効期限がその年の 1 月 1 日から 12 月 31 日までのものとなる。従って、各年ごとの集計を取ることはできないが、2 年間の平均にあたるデータを収集することができる。今回は 2013 年 7 月 20 日から 30 日までに収集した認証データを用いた。なお、中国国家認証認可監督管理委員会のデータでは、有機認証データとあわせて、有機転換期間中の認証データも掲載されており、これらを合わせて有機認証としているので、以下のデータ分析では両者を合わせたデータを用いている。

(2) 有機野菜認証データの分析

有機農産物についての約 9,500 件の認証について省、都市ごと発行件数を並べたものを図 3-9 に示す。

図 3-9 中で黒龍江省の有機農産物の認証件数が最も多く 1,115 件であるが、その内で有機野菜生産として認証を受けている件数は 18 件である。これは黒龍江省では有機米の栽培が大半であり、有機野菜の生産はそれに比べてわずかであるためである。

有機野菜の生産として認証を受けている件数は全国で 855 件であり、図 3-10 にそれを省、都市ごとに並べたものを示す。また、図 3-11 には省、都市ごとの有機野菜の生産量を示す。有機野菜の認証件数、ならびに生産量のいずれにおいても四川省と山東省が最上位におり、これらが有機野菜の一大生産地であることが分かる。

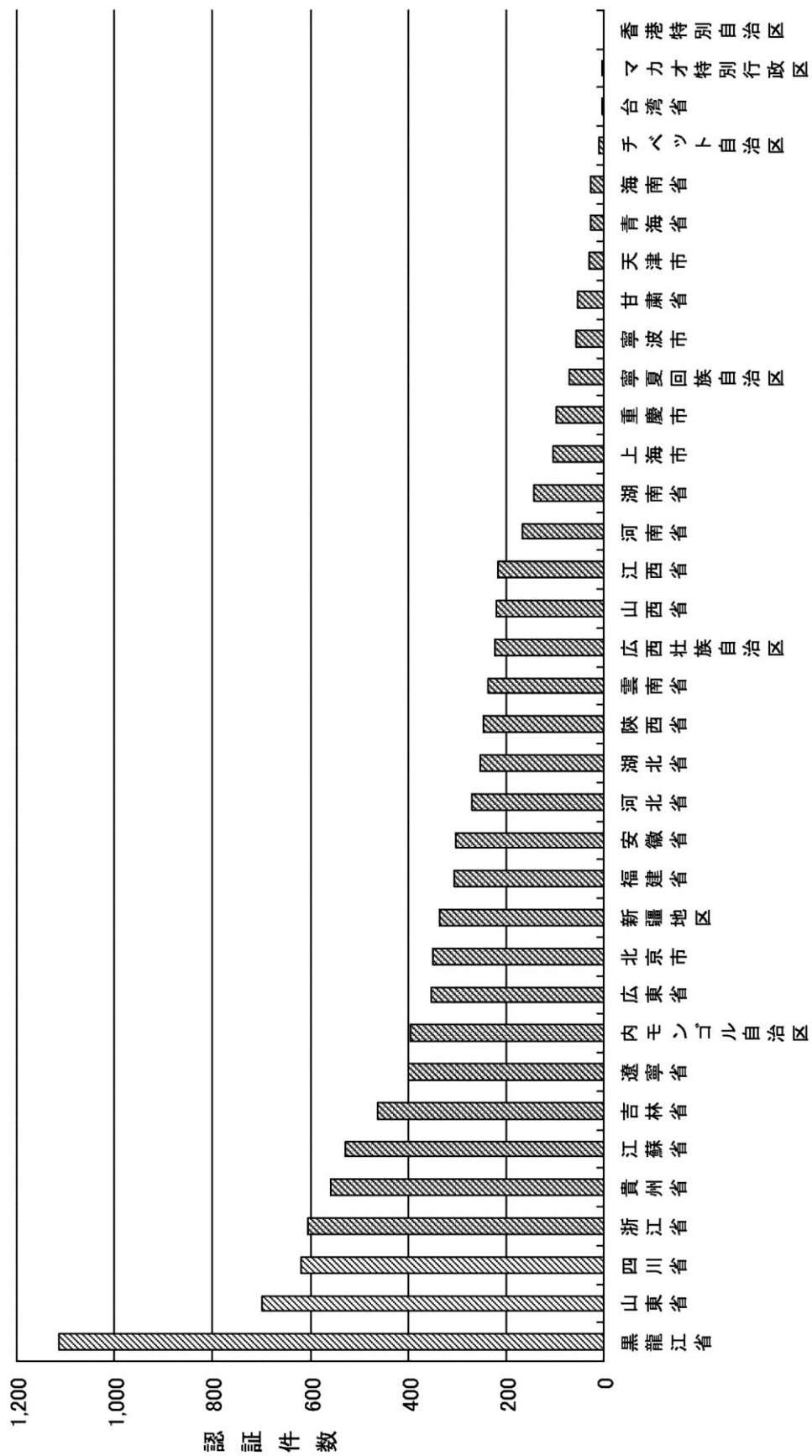


図 3-9 有機農産物生産の認証件数

出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

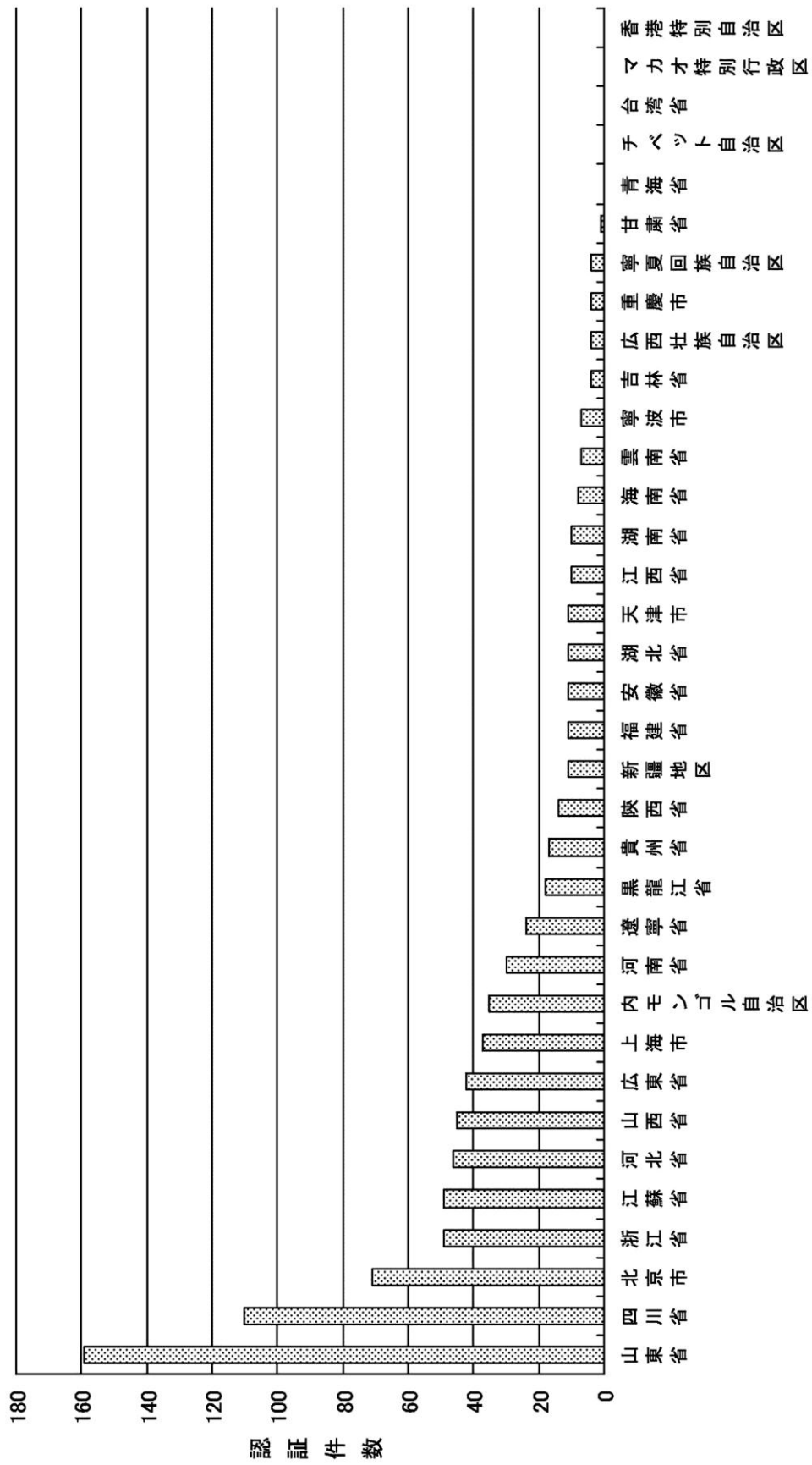


図3-10 有機野菜生産の認証件数
 出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

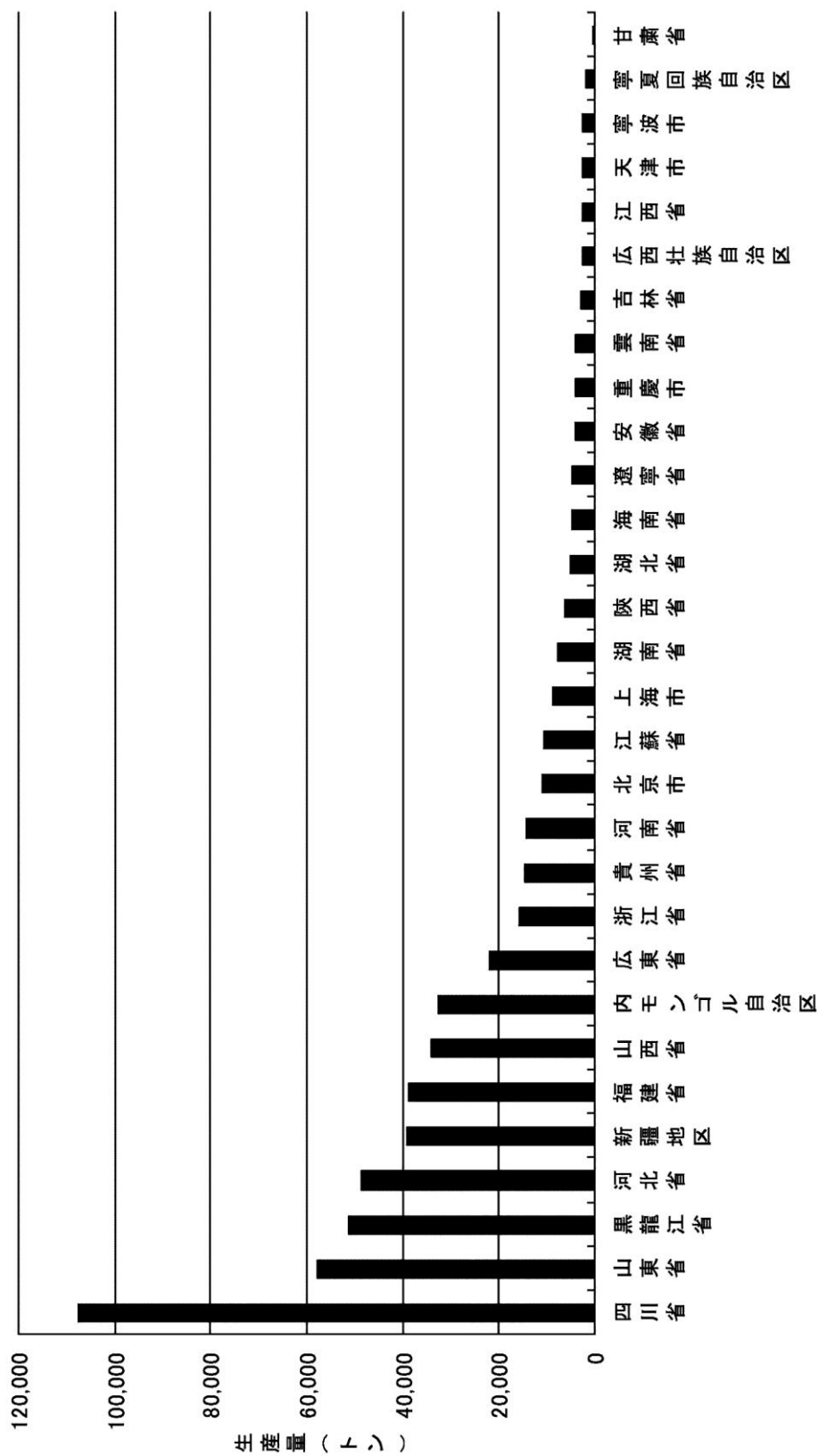


図 3-11 有機野菜生産量

出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

注：有機野菜を生産しない地域は除いた。

次に、各省、都市で生産された有機野菜ののべ品目数を図 3-12 に示す。のべ品目数には重複する品目が含まれている。北京市、上海市といった大都市での生産品目数が多いという特徴がある。

各省、都市ごとの有機野菜の生産量をのべ品目数で割った 1 品目当たりの平均生産量を図 3-13 に示す。1 品目当たりの平均生産量が多い福建省と黒龍江省は図 3-12 に示すのべ生産品目数は少なく、また、図 3-13 に示す生産量では上位であることから、この地域の有機野菜生産の特徴は少品目大量生産であることが分かる。これらの地域は大都市から離れたところが多く、少ない品目を大量に作ることで生産コストを下げることを目指している。反対に、1 品目当たりの平均生産量の少ない北京市と上海市では生産品目数は多いが、全体の生産量は少ないことから多品目少量生産といった特徴を持っていることが分かる。このような多品目少量生産の地域では生産コストは高くなると考えられる。この北京市や上海市などの大都市において多品種少量生産された有機野菜は、それらの都市の消費者によって購入されていると考えられる。

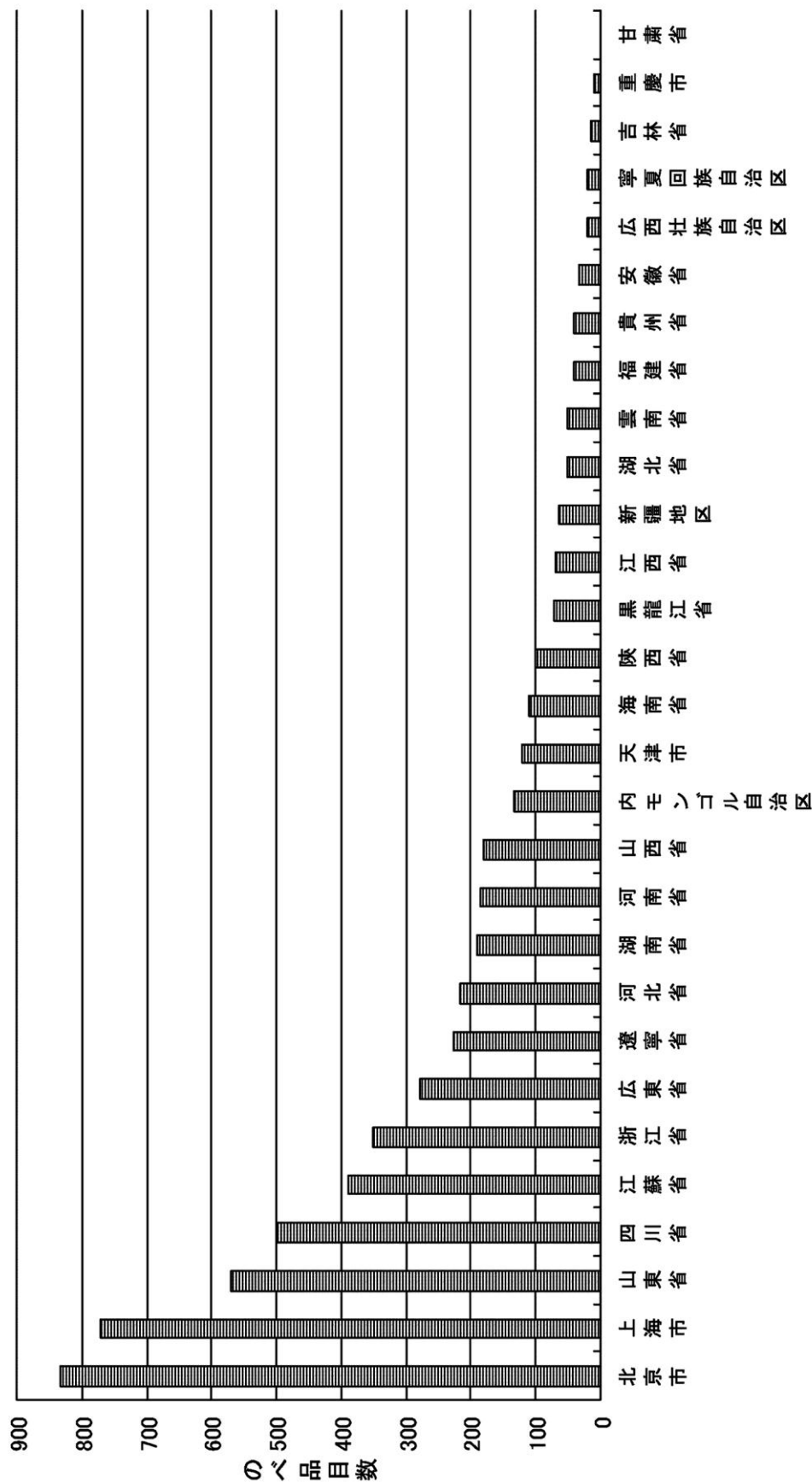


図3-12 有機野菜ののべ生産品目数(重複あり)

出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

注：有機野菜を生産しない地域は除いた。

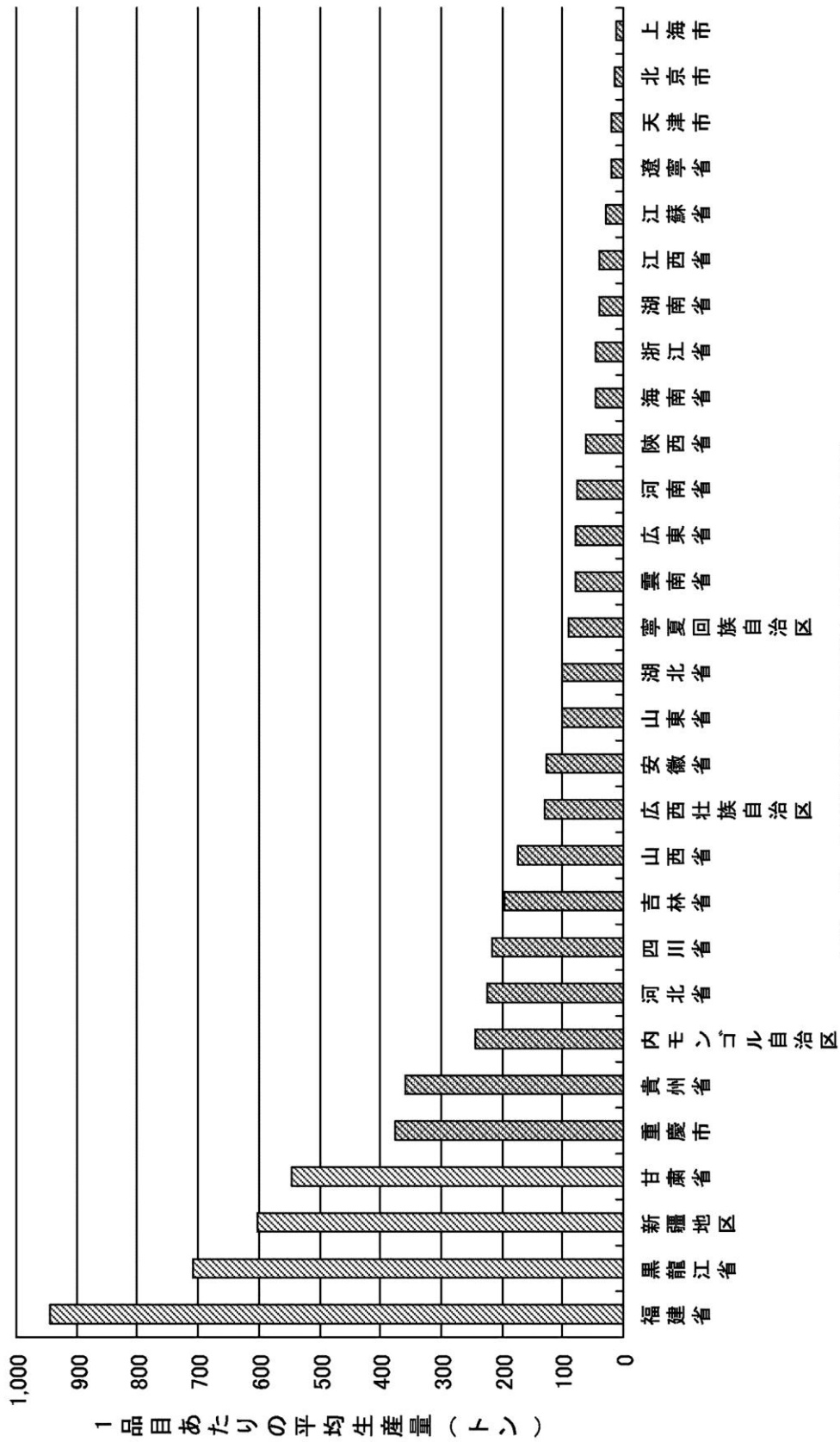


図 3-13 有機野菜の 1 品目当たりの平均生産量

出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

注：有機野菜を生産しない地域は除いた。

次に、中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータから全国の有機野菜生産会社の中で生産量上位の会社をしてみる。なお、国家認証認可監督管理委員会ホームページには有機農産物の生産についての認証データだけでなく、加工に関する認証のデータも掲載されているので、収穫した野菜を自社で加工した場合にはどのような加工をしたかも知ることができる。

例えば、有機野菜生産量第1位の会社は、福建省にある YD 社でタケノコのみ1品目を年間 32,045 トン生産している。自社農場で生産したタケノコは自社工場で水煮タケノコに加工している。

また、生産量第2位は黒龍江省にある BDH 社である。この会社が有機野菜以外にも小麦や大豆などの穀物も生産している。有機野菜は生産量の多い順にトウモロコシ、ハクサイ、ジャガイモ、テンサイ、ダイコン、ニンジン、ホウレンソウの7品目合計で年間 30,752 トン生産している。これらの有機野菜は自社の加工工場で、漬物、乾麺、乾燥野菜に加工されていることが示されている。

同様にして有機野菜生産量の全国上位10社を表3-4に示す。このうち生産品目数が1品目だけの会社が7社あり、多くても7品目である。また10社のうち7社が生産した有機野菜を水煮、漬物などに加工している。さらに、福建省と河北省の会社以外の8社は北京市、上海市からは離れた内陸にある。これらのことから、少ない品目の有機野菜を大量に生産する生産会社の特徴として、収穫した有機野菜を加工することが多く、また、北京市や上海市などの大都市から離れた内陸に所在していることが多いと言える。

表 3-4 有機野菜生産量全国上位 10 社の概要

順位	会社名	所在地	生産量 (トン)	品目数	備考
1	YD	福建省	32,045	1	タケノコ。自社で水煮に加工。
2	BDH	黒龍江省	30,752	7	トウモロコシ、ハクサイ、ジャガイモ、テンサイ、ダイコン、ニンジン、ホウレンソウ。漬物、乾麺、乾燥野菜に加工。
3	TLF	新疆ウイグル自治区	27,752	5	トマト、ナス、トウガラシ、カボチャ、ニラ。
4	YMQG	山西省	15,000	1	ジャガイモ。
5	KPE	四川省	14,200	3	ニンジン、サツマイモ、カボチャ。乾燥野菜、野菜汁に加工。
6	HJ	河北省	11,825	1	トウモロコシ。水煮トウモロコシ袋詰に加工。
7	WJ	内モンゴル自治区	11,550	1	カブ。漬物に加工。
8	FD	河北省	10,000	1	葫芦。カンピョウに加工。
9	WDE	四川省	7,500	1	タケノコ。水煮に加工。
10	WJY	四川省	7,000	1	タケノコ。

出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

一方、有機野菜の生産品目数が多い会社について見てみると、品目数の全国上位 10 社は表 3-5 に示す通りである。品目数は 1 つの会社が同じ品目でも複数の認証を受けていることがあるので重複するのを含めてのべ品目数で示す。こののべ品目数が最も多い会社は 187 品目であり、10 位の会社でも 53 品目である。各社の生産量をのべ品目数で除した 1 品目当たりの生産量は高々 22 トンであり、上述の少品目を大量に生産する会社の 1 品目当たりの生産量が数千トンから数万トンであるのに比べると極めて少量である。また、生産品目はどの生産会社も葉菜、果菜、根菜がまんべんなく揃っている。また、所在地は北京市、上海市といった大都市か、あるいは大都市の近郊となっている。表 3-4 に示す上位 10 社のうちで 7 社は自社内での加工の認証も受けているが、加工の内容は上述したような水煮や漬物などとしての加工ではなく、「保蔵蔬菜」と記載されており生産野菜としての鮮度を保つための処理が行われている。従って、生産品目数の多い生産会社の特徴は、大都市あるいは大都市近郊にあって、大都市の消費者にそのまま生鮮有機野菜として供給することにあると考えられる。次章以降では、このような大都市あるいは大都市近郊で生産され、大都市において消費される有機生鮮野菜の消費と流通に関して考察を行う。

表 3-5 有機野菜生産品目数全国上位 10 社の概要

順位	会社名	所在地	近隣の大都市	総生産量(トン)	のべ品目数	1 品目当たりの生産量(トン)
1	OG	北京市	北京市	1,896	187	10.1
2	DL	上海市	上海市	3,335	150	22.2
3	CWJS	広東省	深圳市	1,846	105	17.6
4	ZK	上海市	上海市	777	88	8.8
5	LYST	浙江省	杭州市	1,413	86	16.4
6	CBT	上海市	上海市	435	69	6.3
7	TKBY	上海市	上海市	669	65	10.3
8	JYST	河南省	鄭州市	958	59	16.2
9	HNHB	湖南省	長沙市	242	55	4.4
10	SL	浙江省	杭州市	242	53	4.4

出所：中国国家認証認可監督管理委員会ホームページのデータより作成。

2. 北京市における生鮮有機野菜の生産状況

以下に、大都市の有機野菜生産会社の例として北京市にある G 社と C 社の事例を示す。2013 年北京市近郊における有機野菜生産量は 10,952 トン、生産企業数は 64 社である。これより 1 社あたりに平均した生産量は約 171 トンとである。この 1 社あたりの平均生産量と比較すると、G 社と C 社とも生産量はそれぞれ 225 トン、400 トンであり、比較的規模の大きい有機野菜生産会社である。そこで、この 2 社を聞き取り調査の対象として選んだ。まず G 社は、2008 年 6 月に北京市順義区にある村の協力を得て、中国農業大学、中国科学院植物研究所、中国農業科学院の指導の下に有機野菜の生産、販売を事業とする会社として設立された。現在は資本金が 50 万元、従業員が 12 人、そのうち、正社員 7 人、パート 5 人の有機野菜生産、販売会社である。今回は北京市中心部から北東に 50 キロの距離にある北京市順義区ある村に位置する同社の生産農場へ訪問し、聞き取り調査を行った。同社の創業者でもある社長は中国農業大学の有機農業専攻を卒業した農学修士であり、環境保全型農業を目指した有機農業に関心があり、有機栽培に関する専門技術を有する。

G 社は順義区ある村から使用期間 22 年で、50 ムーの土地を借り上げて、自社の有機栽培農場を建設した。北京近郊では農業用地の賃貸料は分布地域と土地の等級によって 1 ムー当たり 600 元/年～1,500 元/年であるが、借り上げた順義区ある村の協力で安価な価格で 1 ムー当たり 600 元/年となっており、1 年間の土地賃貸料総額は 3 万元である。G 社は生産開始年から積極的に有機野菜の栽培に取り込んでいる。2013 年の有機野菜栽培品目は 33 品目、生産量は 225 トンであり、年間売上高は 90 万元となっている。収穫した有機野菜は北京市内で販売している。

G 社は設立と同時に有機野菜生産農場の整備を開始し、3 年間の転換期間を経て 2011 年に有機野菜生産農場としての承認を受け、有機野菜の栽培を正式に開始した。以下に、有機野菜の栽培に関して G 社で行っている生産管理状況についての取り組みを述べる。まず、有機を栽培する農場としての認証を得るために、農場の周囲 5 キロ以内には著しい排煙など、環境に悪影響を及ぼす工場などが無い土地を厳選し、敷地内には慣行栽培土地を持たない。また、栽培農場では農地の土壌、水質、周辺の大気をモニターで常時監視測定し有機生産の基準を厳守するようにしている。

生産管理としては有機野菜であるから当然のことであるが、全生産過程において化学農薬、化学肥料、成長促進などを一切使用していない。したがって、当農場では化学肥

料を使用しない代わりに堆肥の原材料として鳥糞、家鴨糞、豚糞などの家畜糞や大豆の茎、トウモロコシ茎、落葉を土壌と混合し、発酵菌を入れて、一定温度下で発酵させて作った堆肥を用いている。また、化学農薬の使用を禁止することによる病虫害の予防のためにアブラナ科→ウリ科→マメ科→キク科→ナス科という輪作を行っている。また、施肥、肥培管理、虫害の侵入防除などのすべてが有機栽培の基準に沿って行われている。さらに有機栽培基準通りに有機野菜が生産されているかについては、定期的な検査、確認、種子の購入先、育苗堆肥などの投入量や投入時期、期間の記録、人工除草の回数と期間の記録により確認を重ねている。認証機関が毎年、現場の立ち入り検査と記録内容の確認を行われ、この検査に合格する必要がある。G社の有機野菜の販売方法については第5章の有機野菜の流通において紹介する。

次にC社の事例について述べる。C社の概要と事業沿革は以下のとおりである。C社は2007年に成立され、資本金は2,000万元で、従業員は200名である。表3-6に示すように、売上高は成立当初2007年の80万元から2012年には2.5億元までになっており、猛スピードで成長した大手有機野菜生産会社である。C社は有機野菜の栽培に従事するだけでなく、有機野菜以外の有機食品もあわせて販売する企業である。

表 3-6 C社の年間売上の推移

2007年	80万元
2008年	500万元
2009年	5000万元
2010年	1億元
2011年	2億元
2012年	2.5億元

出所：C社への聞き取り調査より作成(2013年8月)。

現在取り扱っている主な有機食品は有機野菜、有機果物、有機穀物、有機上海蟹である。これらの有機食品の生産地域は品目によって異なり、有機野菜は北京、有機果物は山東省、陝西省、江西省、有機穀物は黒龍江省、有機上海蟹は江蘇省というように全国に分布している。聞き取り調査を行った時点で北京では40品目、400トンの有機野菜

を生産しており、有機野菜の品目数では、北京にある 64 社の有機野菜生産会社の中で第 3 位となっている。

C 社は自社では有機野菜生産のための農場を持っておらず、北京の近郊にある延慶県、順義区、密雲県にある 3 社の合作社と契約し、有機野菜の生産を委託している。ここでは、その 3 社の中で、委託契約している生産量が一番多い延慶県の例を説明する。延慶県は北京市の西北部に位置し、北京市の中心部から 85 キロ離れており、周辺には工場がなく、自然環境の良いところである。C 社は、この延慶県にある D 合作社と生産委託契約している。C 社は 2007 年に村が地元の農家を組織して設立された。現在、C 社に参加している農家は 298 戸、4,000 人くらいである。C 社は D 合作社から 24 個のハウスを借り、有機野菜を生産している。D 合作社は C 社から種子の提供や有機肥料・有機農薬など生産資材の提供を受けるとともに有機栽培に関する技術指導を受けている。

生産過程では、C 社から生産委託を受けた D 合作社は有機野菜の生産基準に厳格に従っており、D 合作社における有機野菜の栽培面積と栽培品目は C 社との栽培委託契約により決められている。C 社は自社の技術者・管理者を合作社に派遣し、技術指導や生産現場の監督・管理や投薬防止から、最後の収穫、トラック積み込み作業の現場立ち合いまで行う。北京市にある C 社が生産委託契約した他の合作社 2 社にも交代で技術者、管理者を派遣し常駐させている。有機基準に従って生産された有機野菜は契約に従いすべて C 社が買い取る。C 社の有機野菜の販売方法についても第 5 章の有機野菜の流通において紹介する。

第 5 節 小括

以上のように、中国における有機野菜生産の特徴を明らかにした。その結果は次のようである。

まず、有機野菜の生産組織の特徴について分析した。有機野菜生産は個人農家単独で行われることはほとんどなく、「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」による組織が、生産される。また、有機野菜の品質を保証するためには、「会社」組織で生産するのが最も有効であるが、生産コストも高くなることを明らかにした。

次に、有機野菜の偽装事件などの不正行為を防止することを目的とした 2012 年の有機認証規則の改正により、収穫された有機野菜のサンプル検査が厳格化されたため、検

査費用が大幅に増加し、それにともない有機野菜の生産コストも大幅に上昇したことを指摘した。特に多品目を1年間に複数回生産する場合に、この影響が大きくなることを示した。

さらに、中国国内の有機野菜の生産状況を分析し、大都市から離れた内陸地域において少品目の有機野菜が大量に生産され、それらの多くが加工向けであること、反対に大都市近郊では、多品目の有機野菜が少量ずつ生産され、それらの多くが大都市に生鮮野菜としてそのまま供給されていることを解明した。有機認証費用の視点から加工向けの少品目大量生産に比較して、生鮮流通向け多品目少量生産のコストが大きいことが感ぜられる。

最後に、中国の生鮮有機野菜の主要な生産地、消費地である北京市において有機野菜生産量が多いG社とC社の有機野菜の生産状況を取り上げた。また、生産組織形態については、C社が「会社」、Gが「会社+合作社+農家」であることを示した。

注

1)本論文では、有機農産物の生産主体と販売契約を結ぶ主体のネットワークを意味するものとして「生産組織」という表現を用いている。

2)有機食品偽装事件は以下の通りである。

- ・山東省の寿光農聖有機庄園公司の有機生産農場が禁止されている殺虫剤ペンタクロロニトロベンゼン(PCNB)を使用した。(2011年12月1日の中央テレビ「焦点訪談より」)
- ・山東省肥緑源果菜有限公司の安站有機農場で禁止されている殺虫剤水酸化第二銅が使われていることが判明した。(同上)
- ・山東省肥城安駕庄镇有機農場が禁止されている殺虫剤オメトエートを使用した。(同上)
- ・中国ネット販売大手である「京東商城」が有機転換期間中に栽培した米を有機米として販売した。(2011年6月8日付「広州日報」より)
- ・広州市の青怡有機野菜有限会社が有機転換期間中に栽培した野菜を有機野菜として慣行野菜の十倍の値段で販売した。(2011年8月30日付「羊城晚報」より)
- ・済南市の銀座スーパーが慣行インゲンに勝手に有機ラベルを貼り付け、有機インゲンとして高値で販売した。(2011年11月1日付「新京報」より)
- ・広西チワン族自治区のスーパーで慣行栽培された米などの穀物やニンジンの加工品を有機食品として高値で販売した。(同上)
- ・山東省のスーパーで、有機認証資格が取り消されていた山東省栄豊食用菌有限公司が生産したキノコを有機キノコとして販売した。(同上)
- ・広西南寧青秀区の利客隆スーパーで有機認証期限が切れた徳偉有機が生産した八宝粥有機食品として販売した。(同上)

3)中国では2005年に実施した「有機産品認証実施規則」(「旧規則」という)が統一的な国家標準である。その後、世界各国の有機認証基準の動向を受け、また、中国国内では有機食品の偽装事件再発を防止するため、2012年に規則改定を実施した(これを「新規則」という)。

第4章 生鮮有機野菜の購入・消費の特徴

第1節 本章の課題と方法

第1章の既存研究において、有機野菜は主に大都市において消費されていることを紹介した。また、前章の有機野菜生産地域の特徴において、大都市、あるいは大都市周辺では多くの品目の有機野菜が少量ずつ生産されている特徴があることを示した。本章では、このような大都市、大都市周辺で生産された有機野菜が大都市のどのような消費者に消費されているかを明らかにするために、北京市において、有機野菜購入者を対象としたアンケート調査、有機野菜小売店の調査、ならびに有機野菜生産会社に対する聞き取り調査を行い、これらの結果より、大都市における有機野菜の消費の特徴を考察する。

第2節 有機野菜購入者の特徴

1. アンケート調査の概要

北京市において若手の有機野菜の生産者と購入者が有機野菜に関する情報交換を目的として立ち上げた「北京市有機農夫市集」と称する団体があり、毎週末に北京市内の百貨店や住宅地で集会を開催し、有機野菜の展示・販売を行っている。

この調査では、2013年8月25日、8月31日、9月1日にこの集会に参加した日頃から有機野菜を購入している人たち121人に協力してもらい、「有機野菜を購入する理由、購入先と購入先の選択理由、購入品目の傾向」などについてアンケート調査を行った。

2. 有機野菜購入者の属性

表4-1は調査対象者の性別を示したものである。女性が男性よりやや多い。安全な食品に対する関心を払うことは男性と女性とも同じである。

表4-1 性別

性別	人数(人)	比率(%)
男性	59	48.8
女性	62	51.2

表 4-2 は調査対象者の学歴を示す。学歴から見るとその中では大卒が最も多く 62.8%、修士が 21.5%、博士 0.8%となっており、購入者の 85%は大卒以上の学歴を持っている。北京市統計年鑑による 2011 年に北京の都市部住民の学歴に対する調査結果に基づいて算出したところ大卒以上の学歴を持っている人は 18%であったが、それに比較すると有機野菜の購入者の学歴ははるかに高い。これは学歴を高めれば、高いほど、食品に対する安全性の意識が高く、また、学歴が高い人は良い職に就くことから収入も高い。それによって金銭面において有機野菜を購入できる消費層と考えられる。

表 4-2 学歴

学歴	人数(人)	比率(%)
博士	1	0.8
修士	26	21.5
大卒	76	62.8
専門学校	8	6.6
高卒	8	6.6
小中卒	1	0.8
回答なし	1	0.8

また、年齢については表 4-3 に示すように、20-29 歳代と 30-39 歳代が最も多く、合わせて 78.5%を占めている。購入者の年齢は若い傾向にある。20 代と 30 代の若者が主要な消費者である。現在の中国では経済の発展とともに、国が教育を重視するようになったことから 20 代から 30 代までの人の多くは大学の教育を受けた世代であり、上述の表 4-2 に示した有機野菜購入者が大卒以上の学歴を持っている消費層の結果に合致する。

表 4-3 年齢

年齢	人数(人)	比率(%)
20-29 歳	33	27.3
30-39 歳	62	51.2
40-49 歳	11	9.1
50-59 歳	7	5.8
60 歳以上	8	6.6

表 4-4 に家族構成と収入のある家族の人数を示す。家族構成は夫婦と子供の 3 人家族が最も多く 33.9%、次は夫婦だけの 2 人家族の 32.2%だった。

表 4-4 家族構成

家族構成	人数(人)	比率(%)
独身	18	14.9
夫婦二人だけ、子供いない	39	32.2
夫婦二人(未成年・学生の子供がいる)	41	33.9
ご両親と同居、子供いない	6	5.0
ご両親と同居(未成年・学生の子供がいる)	3	2.5
その他	13	10.7
回答なし	1	0.8

表 4-5 は購入者の年収を示す。家族の年収では 5~10 万元、10~20 万元、20~30 万元、30~50 万元、50~100 万元、100 万元の 6 階層を設定したが、購入者は 10~20 万元、20~30 万元、30~50 万元、の 3 階層が中心となっており、それぞれの占めている比率は 24.8%、20.7%、16.5%であり、合わせて、62 %を占めている。

表 4-5 家族の年収

年収	人数(人)	比率(%)
5~10 万元	19	15.7
10~20 万元	30	24.8
20~30 万元	25	20.7
30~50 万元	20	16.5
50~100 万元	7	5.8
100 万元以上	1	0.8
回答なし	19	15.7

表 4-6 に購入者の住所を示す。回答者の上位 3 位は朝陽区、東城区、西城区に住んでおり、全体の約 3/4 を占める。

表 4-6 住所

住所	人数(人)	比率(%)
朝陽区	46	38.0
東城区	27	22.3
西城区	20	16.5
海淀区	12	9.9
石景山区	3	2.5
通州区	3	2.5
昌平区	3	2.5
豊台区	2	1.7
順義区	2	1.7
大興区	1	0.8
その他	1	0.8
回答なし	1	0.8

図 4-1 に北京市の地図を示す。この中で図の中央の黒線で囲んだ地域が北京市の中でも人口の集中しているところである。その中でも上述の朝陽区、東城区、西城区は北京市の最中心部に位置する。回答者にこの地域の住民が多いのはアンケートを実施した集会場がこれらの地域で開催されていたため近隣に住む人が参加したためと考えられる。

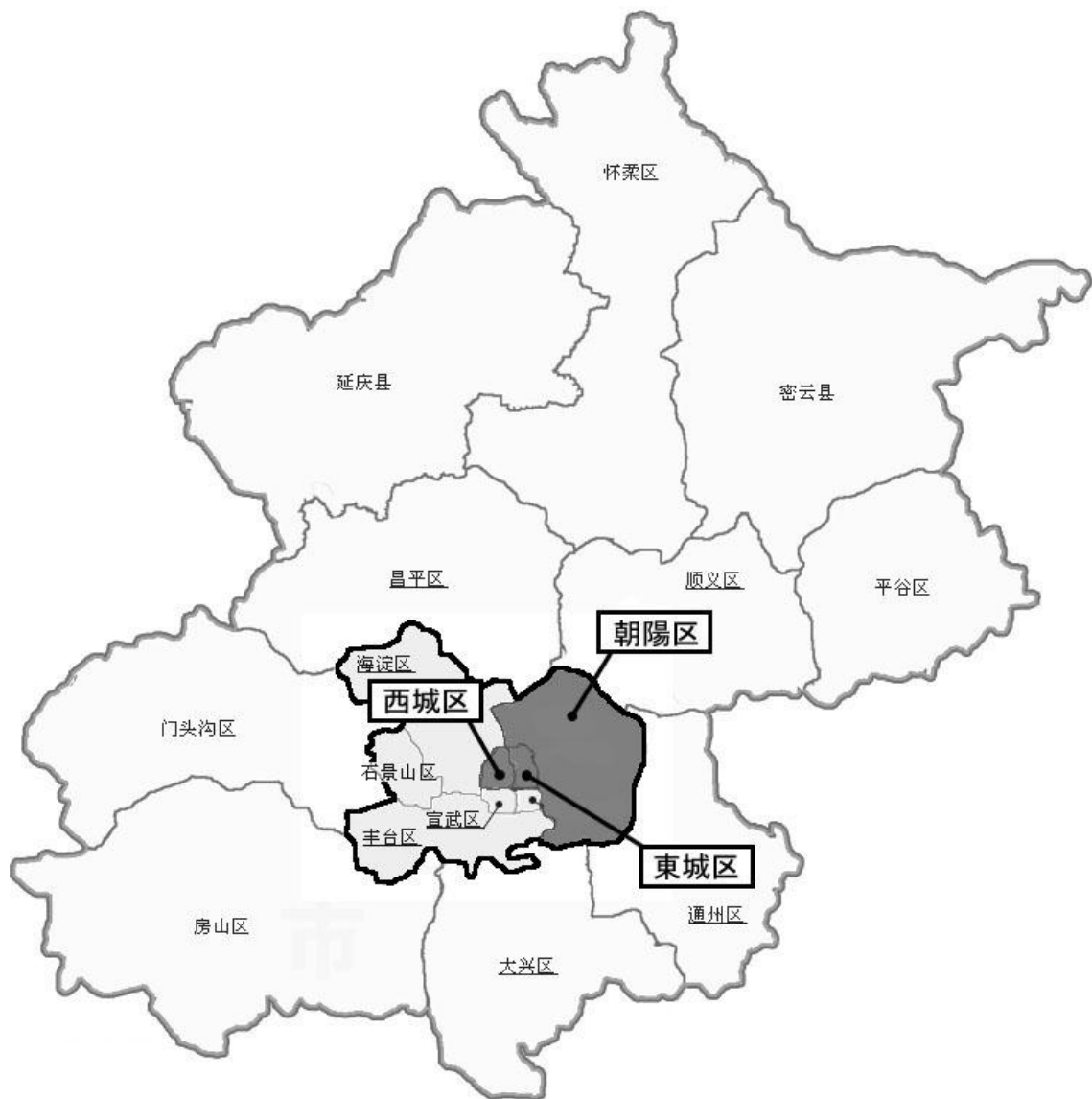


図 4-1 アンケート回答者の住所
出所：筆者アンケート調査より作成。

3. アンケート結果と考察

図 4-2 にアンケート回答者の年収の分布を示す。アンケート回答者の年収の平均値は 21 万元である。これに対して、2012 年版北京統計年鑑によれば北京市市街地居住者の平均年収は約 10 万元であり、アンケートに回答した日頃から有機野菜を購入している人たちが北京市街の平均的な人たちよりも約 2 倍の高収入者であることが分かる。

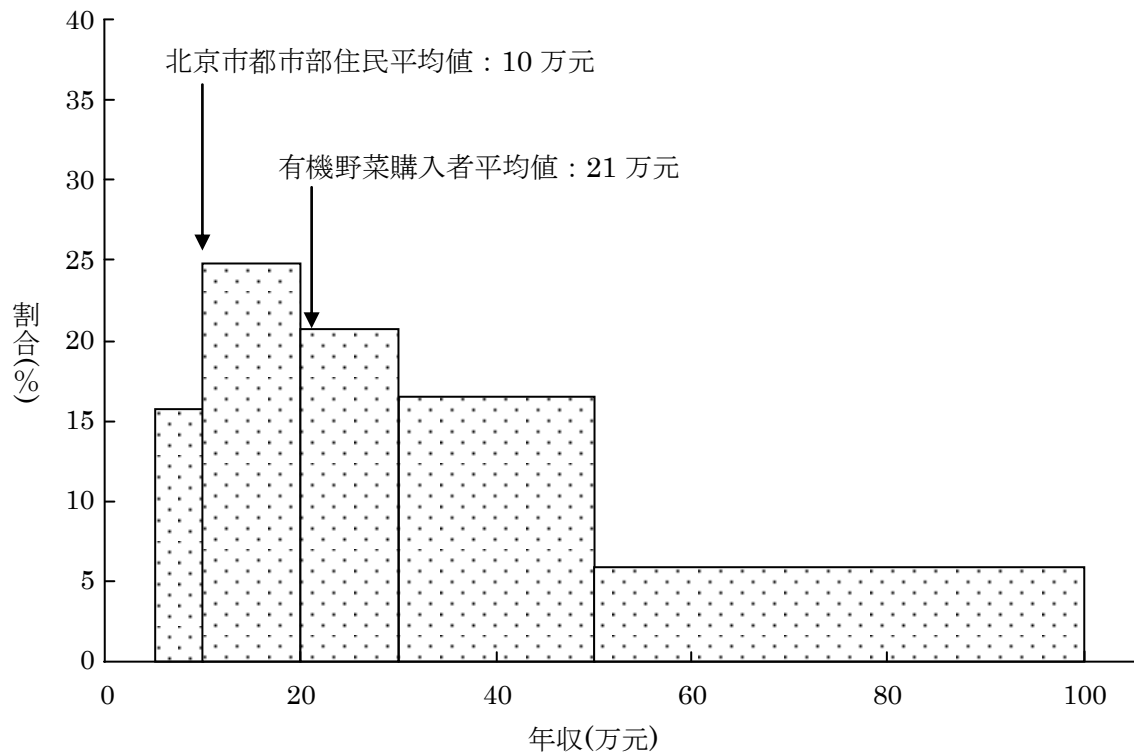


図 4-2 有機野菜購入者の年収の比較

出所：筆者アンケート調査と 2012 年版中国統計年鑑より作成。

ここで有機野菜と慣行野菜の価格を見てみると(表 4-7)、有機野菜の価格は平均で慣行野菜の 6 倍であり、有機野菜購入者の収入が高いことの原因となっていると考えられる。

表 4-7 北京市における有機野菜と慣行野菜の小売価格比較

品目名	有機野菜(元/kg)	慣行野菜(元/kg)	価格(倍)
ミニ白菜	68.8	12	6
チンゲン菜	62.9	10	6
レタス	62.8	12	5
ニラ	65	13	5
トマト	39	10	4
キュウリ	62.9	13	5
ナス	69.5	8	9
タマネギ	48.6	5	10
平均			6

出所：北京市の復興門 BHG スーパーでの調査より作成(2013 年 8 月)。

次にアンケート回答者がどこで有機野菜を購入しているかを見てみると(表 4-8)、インターネットなどの宅配を利用している人が 52 人(43%)であり、主に、スーパーで購入している人がのべ 65 人(54%)である。スーパーの利用では BHG(地元系)が一番多く 34 人であり、次いでカルフル(フランス系)の 22 人である。このようにネット販売とスーパーがよく利用されている。

表 4-8 アンケート調査回答者の有機野菜の購入先

購入先		人数(人)	比率(%)
ネット販売		52	43
スーパー		のべ 65	54
内訳	BHG	34	28.1
	カルフル	22	18.2
	有機 OG 専門店	6	5.0
	イトーヨーカドー	5	3.3
	ウォルマート	3	2.5
観光農園		17	14
その他		1	1

出所：北京市の有機野菜購入者のアンケート調査より作成(2013 年 8 月)。

第3節 スーパー経由チャネルの狭小性

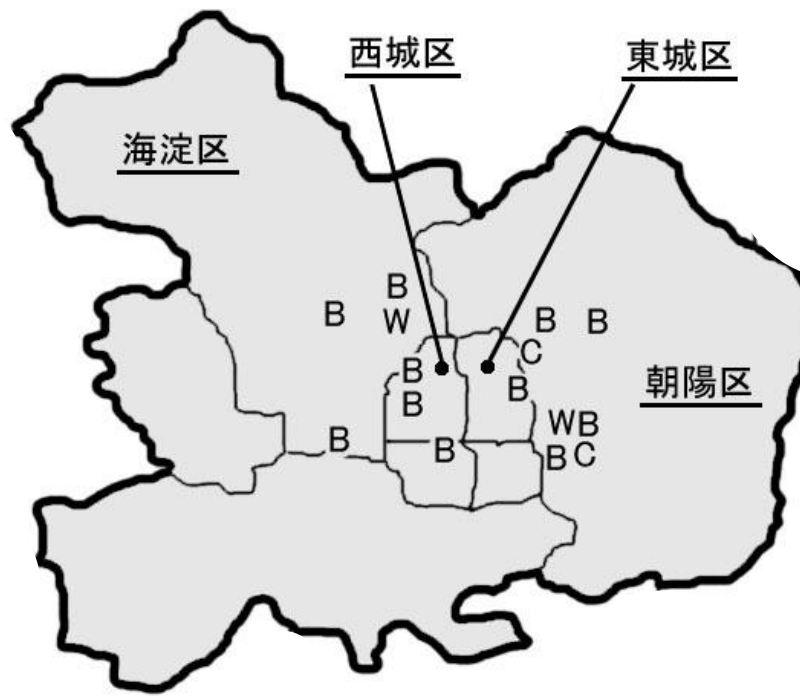
上述のアンケート調査で多くの回答者が有機野菜を購入するのに利用しているスーパーを調査した。北京の現地で調べたところ、北京市内で有機野菜を10品目以上揃えて本格的に有機野菜を販売しているのは15店舗のスーパーであり、表4-9に示す通りである。

表4-9 北京市内で有機野菜を販売しているスーパー

スーパー名	所在	品目数	仕入れ先
BHG	東直門／東城区	16	OG社
BHG	復興門／海淀区	22	OG社
BHG	太陽宮／朝陽区	14	OG社
BHG	阜成門／西城区	18	YSH社
BHG	双井／朝陽区	15	YSH社
BHG	巴沟／海淀区	30	D社
BHG	西直門／海淀区	22	YSH社
BHG	五道口／海淀区	14	YSH社
BHG	宣武門／海淀区	28	YSH社、TA社
BHG	頤堤港／朝陽区	19	OG社、YSH社
BHG	大望路／朝陽区	27	YSH社、OG社、TA社
ウォルマート	大望路／朝陽区	25	D社
ウォルマート	知春路／海淀区	28	D社
カルフル	双井／朝陽区	29	D社
カルフル	国展／朝陽区	12	D社

出所：北京市で有機野菜を販売するスーパーへの調査より作成（2013年8月）。

図 4-3 に北京市内におけるこの 15 店舗の分布を示す。図中の灰色の地域は北京市の中心に近く人口の多いところを示す。その中でも有機野菜を販売しているスーパーは東城区、西城区、海淀区、朝陽区といった北京の最も中心部に所在している。しかし、北京市中心部の限られた店舗数のスーパーだけではそこから離れた地域の満たせるとは考えられない。



B : BHG 11 店舗
W : ウォルマート 2 店舗
C : カルフール 2 店舗

図 4-3 北京市内の有機野菜を販売しているスーパーの分布

出所：北京市で有機野菜を販売しているスーパーへの調査より作成(2013年8月)。

先に示した表 4-9 には北京市内で有機野菜を販売しているスーパーで調査した各店舗の有機野菜の仕入れ先をあわせて示すが、これを見るとこれらのスーパーに有機野菜を納入しているのはすべて北京市にある有機野菜生産会社であり、あわせて、OG 社、YSH 社、D 社、TA 社の 4 社である。一方、第 3 章で述べたように北京市にある有機野菜生産会社は 64 社である。従って、北京市にある有機野菜生産会社でスーパーに出荷している会社は少数派であるといえる。そこで次に、北京市の有機野菜生産会社がスー

パーの他にどこに販売しているかを調査した。

第4節 有機野菜生産会社の販売先

北京市にある有機野菜生産会社14社に対して調査を行った。表4-10に調査を行った有機野菜生産会社の販売先の割合を示す。個人向け直接販売とは一般家庭向けに会員制による契約に基づいた販売、あるいは、通信販売である。ネット業者経由とは、他の有機野菜生産会社で自社の有機野菜の品揃えを増やしたり、品不足の補充を必要とする会社向けに販売するものや、有機野菜の生産は行わず通信販売などで有機野菜の販売のみを行っている会社向けの販売であり、最終的には一般家庭向けに届けられる。政府機関・大手企業とは贈答用としての需要であり、主にギフトカードの形式が用いられる。その他とは有機野菜生産会社が運営する有機野菜の観光農園で販売されるものや、観光農園の中のレストランで使われるものを指す。

これより、有機野菜生産会社からスーパーに卸される割合は極めて少ないことが分かる。その理由については次章の有機野菜の流通において考察する。一方、アンケート調査ではほぼ半数の回答者が有機野菜をスーパーで購入すると答えていたが、これは回答者の居住する地区を見ると、朝陽区が46人(38%)、東城区が27人(22.3%)、西城区が20人(16.5%)と回答者の約3/4が北京の最も中心の地区に居住しており、そこに有機野菜を販売しているスーパーも集中していることから、スーパーの利用者の割合が高くなったと考えられる。

表 4-10 北京市の有機野菜生産会社 14 社の販売先割合

会社名	個人向け 直接販売	政府機関 大手企業	その他	ネット業者 経由	飲食店	スーパー
A 社	90%	5%	5%			
B 社			100%			
C 社	10%	90%				
D 社	95%					5%
E 社	10%			90%		
F 社	35%	15%	41%		9%	
G 社	15%	15%		70%		
H 社	5%	40%		55%		
I 社	30%	30%	20%		20%	
J 社	90%		10%			
L 社	40%	50%		10%		
M 社			60%		40%	
N 社	60%	40%				
O 社	60%	40%				

出所：北京市の有機野菜生産会社への聞き取り調査より作成(2013年8月)。

注：その他は有機野菜生産会社が経営する観光農園や農村レストランなどを指す。

第5節 小括

本章では有機野菜消費の特徴を明らかにするために、北京市の有機野菜購入者に対するアンケート調査と有機野菜小売店の調査および有機野菜生産会社への聞き取り調査といった側面から行った。その結果は次のようになる。

まず、北京市の生鮮有機野菜購入者に対するアンケート調査から有機野菜購入者の平均収入は北京市都市部住民の約2倍であること、及び購入に当たって有機野菜生産会社によるネット販売との定期購入契約による宅配便での配送と、スーパーでの入手が主であることを明らかにした。

また、北京市内の小売店に対する聞き取り調査から、有機野菜を扱っている店舗は北京市の中心部に位置する少数に限られることを明らかにした。すなわち、生鮮有機野菜をスーパーから常時購入できる人は特定の地域に限られていることになる。

さらに、北京市の有機野菜生産会社に対する聞き取り調査から、生鮮有機野菜の販売方法として消費者個人(家庭)向けの直接販売と、贈答用として利用する政府機関・企業向けの販売が主であり、スーパー向けの納入の割合は小さいことを明らかにした。

第5章 生鮮有機野菜の取引方法と流通構造の特徴

第1節 本章の課題と方法

前章において、北京市の有機野菜生産会社の販売先として個人消費者向けの直接販売が最も多いことを示した。本章ではまず、第2節ではこの個人向け直接販売の取引方法を説明し、その特徴について考察する。また、第3節ではスーパーに生鮮有機野菜を販売している有機野菜生産会社が少ないことについて、その理由を検討する。最後に、第4節では北京市の有機野菜生産会社に対する聞き取り調査結果に基づき、北京市の生鮮有機野菜流通ルートを明らかにする。

第2節 生産者と消費者の直接取引の方法

まず、個人向け直接販売について説明する。個人向け直接販売で最も利用されているのは一定期間の購入契約を結ぶ方式である。個人向け直接販売で有機野菜を購入するには、消費者は有機野菜生産会社に会員登録し、会員カードであるプリペイドカードを購入したり、クレジットカードを作成する必要がある。その後に、有機野菜は定期的か、あるいは、随時注文することにより宅配される。定期購入の契約期間は半年や1年のものが多い。購入契約を結んだ購入者は有機野菜生産会社から配布される野菜リストから選び、1週間に1回あるいは2回の頻度で宅配される有機野菜を受け取るものである。これとあわせてインターネット経由で有機野菜を注文し宅配する方法も利用されている。この場合には代金の支払いにはクレジットカードが用いられることが主である。

次に、政府機関、ならびに大手企業向けの贈答品の販売について説明する。個人向けの直接販売が、購入代金の支払者と購入品の受領者が個人消費者で同一であるのに対して、この政府機関、大手企業向けの販売は、購入代金の支払者が政府機関、大手企業になる違いはあるものの、購入品の受領者は個人消費者である。しかも、代金の支払い方法はギフトカードの購入であり、これは個人が購入するプリペイドカードと同様のものである。また、配送方法は個人消費者向けの直接販売と同様に宅配が用いられる。従って、有機野菜生産会社から見れば、個人向け直接販売と政府機関、大手企業向けの販売は、代金の受領方法と商品の配送方法の上からは同一の流通形態であると言える。

政府機関、ならびに大手企業が利用する贈答品とは、日本における中元、歳暮の贈答に相当するものである。中国における大きな年中行事である2月の春節、5月の端午節、

9月の中秋節、10月の国慶節にあわせて、贈り物をする習慣がある。近年では有機野菜が人気商品となっている。これにはギフトカードを贈るのが主流である。なお、個人が有機野菜を購入する理由は自分や家族の健康を気遣うからであるが、贈答の場合は必ずしも受け手の健康を気遣うわけではなく、贈ること自体に意味があり、高価であることが重要である。このような需要があることが有機野菜の価格を押し上げる要因の1つとなっていると考えられる。

この個人向けの直接販売は有機野菜生産会社にとって2つの有利な点がある。その1つは受注方法である。個人向けの場合は1年間など一定の契約期間を結ぶ。また、政府機関・大手企業向けの場合は、春節、中秋節など特定の季節が主である。このことは生産会社にとっては計画が立てやすく、売れ残りロスが出にくいというメリットがある。もう1つの有利な点は代金の回収である。個人が購入する時はプリペイドカードを買うか、クレジットカードで決済する。政府機関・大手企業の場合は、ギフトカードを購入して贈答用として送る。プリペイドカードとギフトカードは商品の納入よりも先に代金を得ることができ、また、クレジットカードは代金が回収できる確実性が高い。いずれも代金回収のリスクが少ない点で生産会社にメリットがある。

反対に消費者にとっては、一定期間の購入契約が必要であることは購入機会が限定されることになるので、利用できる消費者が限られてしまうことが不利な要因として考えられる。それにも関わらず、これらの流通形態が北京市において主流となっている要因として以下のことが挙げられる。まず、第4章で示したように北京市の有機野菜の購入者は一般市民よりはるかに高所得者であり資金面で余裕があること、また、政府機関・大手企業が贈答用として使用する場合は価格や支払い方法は問題にならないか、価格は高いほど尊ばれる傾向にあることが最も大きく影響していると考えられる。また、有機野菜を購入する消費者は安全性を重視するのであり、それには生産者から直接配送される宅配方式が支持されている理由と考えられる。

以下に有機野菜の直接販売の事例として北京市の有機野菜生産会社G社、C社、CR社の例を紹介する。

G社は第3章において有機野菜の生産に関する事例を紹介した会社である。有機野菜は化学農薬などを使用しないため慣行栽培の野菜に比べ歩留りが悪くなっている。歩留りは生産会社によってばらつきであるが、G社の場合には、自社の有機野菜の競争力向上のために有機野菜の規格が厳しく設定され、生産された有機野菜の70%を有機野菜

として販売しており、規格に合致しない残りの 30%を慣行野菜として卸売市場や農貿市場へ販売している。

G 社の有機野菜を購入したい消費者は、まず G 社からプリペイドカードを兼ねた会員カードを購入する。G 社の販売システムでは、カードを購入した会員から随時注文を受けるのではなく、毎週 1 回など定期的に配達する方法を取っており、会員は G 社から配布される季節に応じて選ばれた有機野菜リストの中から選んだ野菜を受け取る。会員カードの契約期間は、1 か月、3 か月、半年、1 年の 4 種類あるが、短い期間のものは試しに購入するためのものであり、設定価格も割高であるので、ほとんどの会員は 1 年契約である。1 年契約には配達される間隔、配達される有機野菜の重量が異なる 3 つのコースがあり、それを表 5-1 に示す。

表 5-1 G 社における有機野菜販売コース (1 年間)

コース	野菜の種類	配達重量	配達回数(週/回)	価格(元)
A	5~7	2.5 kg/回	週 1 回、年 52 回	3,800
B	8~10	4.0 kg/回	週 1 回、年 52 回	6,000
C	6~8	3.0 kg/回	週 2 回、年 104 回	9,000

出所：G 社への聞き取り調査より作成(2013 年 8 月)。

G 社のホームページにはその時選択できる有機野菜のリストが掲載されており、このリストは毎週更新される。具体的に消費者はまず 3,800 元から 9,000 元までの金額の違う購入カードのいずれかを購入する必要がある。会員はそのリストの中から届けてほしい野菜を選択する。料金は有機野菜の種類と重量と選択した会員期間によって異なるが、長期間契約すれば、するほど、安くなる仕組みである。例えば、毎月 A コースの場合に、2.5 kg の野菜を週に 1 回届いてもらい、中身は 5~7 種の野菜を指定でき、一か月に 4 回配達で 360 元であり、平均価格は 18 元/500g となっている。年間 C コースの場合には、平均価格がやや安くなっており、14.6 元/500g である。カードの購入は電話あるいはインターネットのホームページから G 社サービスセンターに申し込む。野菜を購入も電話あるいはインターネットにより購入コースに応じて決められた有機野菜の中から買いたい有機野菜の種類、配達場所、時間帯を指定するだけの簡単な手続きで

ある。配達時間はいくつかの時間帯の中から選択出来るようになっており、申し込んでからおよそ 48 時間以内に会員に届けられる。

G 社によると、現在の年間契約の会員数は 53 戸であり、年間増加率は 10%ということである。この年間契約している 53 戸の会員の内訳は 3,800 元/年の A コースが 40 人、6,000 元/年の B コースが 13 人、9,000 元/年の C コースの会員はいないということである。2012 年版中国統計年鑑によれば 2011 年の北京市市街地在住の一家族が 1 年間に支出する平均の食費は 6,906 元であり、その内、野菜を購入するための支出額は 537 元である。従って、上述した G 社の年間契約の 3 コースの価格設定はかなりの富裕層を対象としたものであると言える。

次に、有機野菜生産会社 C 社の事例を紹介する。C 社も第 3 章において紹介した会社である。C 社の有機野菜を含む有機食品の販売先は北京市の個人消費者向けが 10%で、政府機関・大手企業向けが 90%となっている。C 社は個人消費者向けには会員制を採用しており、購入を希望する消費者はクレジットカードを兼ねた会員カードを作る必要がある。会員カードで購入できる有機野菜の金額は 2 万元、1 万元、5 千円の 3 種類がある。注文はインターネットで C 社のホームページ経由、あるいは電話で直接行う。注文する際には、最低でも 1 回 300 元以上注文しなければならないという制約がある。注文した有機野菜は翌日に宅配される。

政府機関・大手企業向けの販売は贈答用であり、政府機関・大手企業は C 社からギフトカードを購入し、取引先などに贈り物として配る。先に述べたように中国の大きな年中行事である春節、端午節、中秋節、国慶節において、ギフトカードはこれらの時期に合わせて贈られることが多い。このようなギフトカードを送られた人は、その季節に合わせた商品リストの中から 6 種類の商品を選んで注文するようになっている。ギフトカードにはその他に上述した個人向けの会員カードと同じような一定金額分を購入できるもの、あるいは送り手や受け手の好みに応じて商品を組み合わせたオリジナルカードもある。

最後に C 社の聞き取り調査に基づいて有機野菜の宅配コストを紹介する。第 3 章で述べたように C 社による会員制販売の主要なものとして、1 年契約の有機野菜の販売がある。その中で最も利用されているのが、1 年分が 3,800 元のコースである。これは週 1 回宅配されるので、1 年間では 52 回の配送となり、1 回当たりの商品の金額は約 73 元である。また、1 回に配送される有機野菜の量は 2.5 kg である。C 社への聞き取りに

よれば、1回の配送料は20元であり、これは会社が負担しているとのことである。この配送料はかなり高額であると考えられ、有機野菜の品質を保つためとはいえ、このような高額の配送料が採用できるのも、生産者から直接届けてもらいたいという消費者からの要望があるためであり、ひいては、それを負担できるだけの金銭的な余裕がある消費者が購入しているからといえる。

第3節 スーパーとの取引方法

1. 購入先としてのスーパーの位置づけ

1978年以前には中国の都市部における農産物の流通に関してはすべてが国家の下で管理、支配され、農産物は統一機構である「国営商店」によって都市部の住民に提供されていた。この時期には国家が農産物市場と商業活動を厳格に統制していたことから、後に政府が立ち上げた「農貿市場」のような農産物を自由に売買できる場所がなかった。北京市も例外ではなかった。

しかし、1978年の改革開放の政策を実施するきっかけに、国家による配給が緩和されるにともない、「国営商店」を中核とした流通機構が衰退し、徐々に統制流通体制から自由な市場流通体制へ転換した。北京市など都市部の農貿市場が急速に発展することにもない、農貿市場は都市部の住民の農産物の主な購入先となった。ところが、農貿市場が著しく成長を遂げたことにより、食品に対する安全性や衛生状況の管理の遅れも顕著になった。特に残留農薬による食中毒事件の食品安全性にかかわる事案が後を絶たず、北京市市民の食品安全問題への関心が急速に高まってきた。それゆえ、農産物流通機構の近代化が迫られるようになった。こうした中、1999年第の後期から、北京ではスーパーマーケットが現代的な小売流通形態として急速に展開し、外資系の大型スーパーマーケットの北京市への進出も加速化するようになった。これらの小売流通形態は国際基準に沿って、農産物の衛生管理を行い、品質、安全性の比較的高い食品を市民に提供している。このように北京市における農産物の流通は、品質と安全性を重視する方向へ移行しながら、安全な農産物を取り扱う主体としてスーパーが位置づけられている。

2. 北京市における有機野菜を取り扱うスーパーの種類

北京ではスーパーがターゲットとする客層を見る。北京ではスーパーは外資系と地場

系の2種類に分かれる。外資系の代表としては日系のイトヨーカ堂、アメリカ系のウォルマート、フランスのカルフール、ドイツの麦徳龍があげられる。地場系には代表的としてBHGが挙げられる。日系スーパーの客層は主に北京の高収入者、他の外資系スーパーの客層は中間収入者と低収入者である。地場系のBHGは高収入者向けの「精品超市」と中収入者向けの「生活超市」がある。今回、調査した時点では有機野菜を取り扱うBHGは全部で高収入者向けの「精品超市」である。

有機野菜の流通機構を明らかにするため、2013年8月7日-20日の間、北京市で現地調査を行った。北京市内にはスーパーが64店舗あるが、そのうち生鮮有機野菜を10品目以上販売しているスーパーは全部で15店舗であり、内訳は、BHGが11店舗、次にウォルマートが2店舗、その次にカルフールが2店舗であった。北京では、有機野菜を販売するスーパーの割合は地場系の高収入者向けの高級スーパーが外資系よりも圧倒的に多いことが分かる(表4-9)。

3. 有機野菜のスーパーとの取引実態

第4章で述べたように、北京市で有機野菜を販売するスーパー15店において、各店が販売している有機野菜の仕入れ先を調べたところ、OG社、YSH社、TA社、D社の4社が生産した有機野菜を販売していることが分かった。現在、北京では有機野菜生産会社数は64社あるがスーパー向けに有機野菜を納入しているのはわずか7%を占めるにすぎない。殆どの有機野菜生産会社はスーパーの流通経路を外れ、有機野菜生産会社の自らの販路を通して販売することから、スーパーの有機野菜流通に関する調査は少なく、公的な資料は殆どない。ここでは北京で行った有機野菜を取り扱うスーパーに対する現地調査結果によってスーパーにおける有機野菜取引実態を明らかにする。

スーパーにおける慣行栽培野菜の取引方式は主に契約取引である。スーパーは生産会社また納入業者と契約を結ぶ時に半年あるいは一年間の大まかな入荷数量と品目、価格を確認して取引契約を行う。納品の一週間前に生産会社また納入業者に正式な入荷数量、価格を通知する。生産会社また納入業者はスーパーの注文を受けてから、契約通り基準の青果物をスーパーに指示された時間に配送する。

それに対し、有機野菜の場合には、生産会社がスーパーと入荷数量などの契約を結ばず、スーパーから売り場を借り、有機野菜専売コーナーを設ける形である。この時、生産会社はスーパーに有機野菜専売コーナーの場所代を支払わなければならない。場所代

は生産会社がこのスーパーでは1か月の売上金額の15%~20%(契約店舗、品目によって異なる)となっている。その売上金額は最低限の金額を設定する。ただし、生産会社は1か月の売上金額に達成しない場合にも、契約を締結するに当たって、最低限の売上金額の15~20%を支払わなければならない。また、スーパーは自分の経営の安定化、収益向上を確保するため、生産会社が最低限の売上金額を超過する場合に、その超過部分の15~20%をマージンとして徴収する。

また、有機野菜は慣行野菜に比べて販売する時、専門知識を有する人材が有機野菜の生産会社の情報、栽培方法などの情報を来客に伝達する必要がある。そのため、有機野菜生産会社は有機野菜の販売促進員をスーパーに派遣しなければならない。

また、出品品目数の要求に関しては、売上金額の確保と顧客の商品に対する多様化したニーズに応じるために、毎日、最低品目数は15~20品目を陳列する必要がある。周知のように、有機野菜を生産する時、農薬や化学肥料やホルモン成長剤を使用しないため、慣行野菜の成長周期より長いことから、たくさんの品目数を確保するのは難しい。これは有機野菜生産会社がスーパーで販売する際の障害となる。

スーパーと取引しているD社へ聴取調査によれば、有機野菜生産会社はスーパーに販売する時かかる費用は、少なくとも北京市では場所代が2.7万元/月、販売促進員の給料が1人当たり1か月3,000元である。通常の場合には販売促進員が2人必要であることから、その人件費は6,000元/月、さらに電気料金などの雑費が300元/月となり、合計は33,300元/月かかる。生産会社が直接消費者に販売する時にそれらの経費がかからないのに対し、これらの出費は生産会社に対しては決して安い金額ではないと考えられる。

4. スーパーとの取引におけるデメリット

スーパーでの購入は消費者にとって利用しやすいと考えられるが、上に述べたように、北京市のスーパー経由の有機野菜の流通は極めて少ない。以下に、その理由について考察する。

それには、有機野菜生産会社がスーパーと取引する際の条件が厳しいことが挙げられる。有機野菜生産会社がスーパーで有機野菜を販売する際には、有機野菜生産会社がスーパーの売り場を借りて、生産会社から派遣した販売員が有機野菜の販売を行う。この方式では、生産会社はスーパーに有機野菜販売コーナーを設けるための場所代、販売員

に支払う人件費を支払わなければならない。大きな障害になっているものとして、スーパーでの販売自体は生産会社が行うものの、売上金は一旦スーパーに納めなければならない。それが生産会社に支払われるのは一般的には半年ごととなっている。さらに、売り上げの約 20%に当たるマージンを支払わなければならない。その他、売れ残りが発生した時のロス費用の負担、売り場で陳列に使用する冷蔵庫の電気料金、雑費の負担がある。また、販売する有機野菜の品目数に最低制限が設けられることが多く、この最低制限を確保できない時には罰金が課せられるか、場合によっては撤退を迫られる。

このように、スーパーを経由した有機野菜の販売は有機野菜生産会社にとって要求される負担が大きく、第 2 節で述べた条件の有利な個人向け直接販売や政府機関、大手企業向け販売が発展している状況下でスーパー向けに販売するメリットは少ない。

第 4 節 北京市における生鮮有機野菜流通構造の現状

国家認証認可管理監督委員会のホームページに掲載されたデータにより、北京市では有機野菜生産会社は合計が 64 社である。今回は協力してもらった有機野菜生産会社は 14 社である。この 14 社の聞き取り調査より、各社の生鮮有機野菜の販売ルートの割合を示したが、ここでは各社の生鮮有機野菜の生産量をそれぞれの販売割合で配分したものを販売ルートごとの出荷量として算出した。算出結果を表 5-2 に北京市の有機野菜生産会社 14 社の販売先ごとの出荷量として示す。表では、同じ販売ルートの出荷量を合計した値を求め、その値から 14 社の生産量の合計値を 100%とした時の各販売ルートの販売量の割合を求めた。図 5-1 に生鮮有機野菜の流通ルートとして生鮮有機野菜生産会社の販売ルートを出荷量の割合を図示した。

図 5-1 から生鮮有機野菜の出荷量、すなわち流通量の上でも個人消費者向けの直接販売が 39.6%と最も多いことが示される。政府機関・大手企業向けも 20.3%と比較的流通量が多い。個人向け直接販売におけるプリペイドカードと贈答用としての政府機関・大手企業向け販売におけるギフトカードは、有機野菜生産会社にとっては野菜を販売する前に購入代金を受け取ることができるので極めて有利な取引である。また、クレジットカード方式による個人直接販売も野菜の納品とほぼ同時に代金が回収でき、また、代金回収の確実性も高いので有機野菜生産会社にとって有利である。

これらのプリペイドカード、ギフトカード、クレジットカードを介した有機野菜の販売は、あらかじめ納入者を確保できていることから、販売量を見積もりやすく、従って、

有機野菜の生産計画を立てやすいという利点がある。また、売れ残りによるロスも少ないため効率も良い。

これらは有機野菜生産会社にとって有利な点であるが、反対に消費者側から見れば不利な要因として考えられる。それにも関わらず、これらの流通形態が北京市において主流となっている原因として以下のことが挙げられる。まず、第3章で示したように北京市の生鮮有機野菜の購入者は一般市民よりはるかに高所得者であり、資金面で余裕があり、また、政府機関・大手企業が贈答用として使用する場合は価格や支払い方法は問題にならないか、価格は高いほど尊ばれる傾向にあることが最も大きく影響していると考えられる。

また、生鮮有機野菜を購入する消費者はその品質、すなわち、安全性を重視するのであり、そのことが生産者から直接配送される宅配方式が支持されている理由と考えられる。

スーパーとの取引方法によるデメリットが多いため、スーパー向けの出荷量は0.4%と極めて少量である。これは北京市内で有機野菜を販売している小売店が北京市中心部の10数店のスーパーに限られていることと合致する。

表 5-2 北京市の有機野菜生産会社 14 社の販売先ごとの出荷量

会社名	生産量 (トン)	個人向け 直接販売 (トン)	政府機関 大手企業 (トン)	その他 (トン)	ネット業者 (トン)	飲食店 (トン)	スーパー (トン)
A 社	661	595	33	33			
B 社	499			499			
C 社	400	40	360				
D 社	280	266					14
E 社	271	27			244		
F 社	238	83	36	98		21	
G 社	225	34	34		157		
H 社	209	10	84		115		
I 社	181	54	54	36		36	
J 社	180	162		18			
L 社	162	65	81		16		
M 社	93			56		37	
N 社	32	19	13				
O 社	11	7	4				
合 計	3,440	1,362	698	739	532	95	14
割 合	100%	39.6%	20.3%	21.7%	15.5%	2.8%	0.4%

出所：北京市の有機野菜生産会社への聞き取り調査より作成(2013年8月)。

注：その他は有機野菜生産会社が経営する観光農園や農村レストランなどを指す。

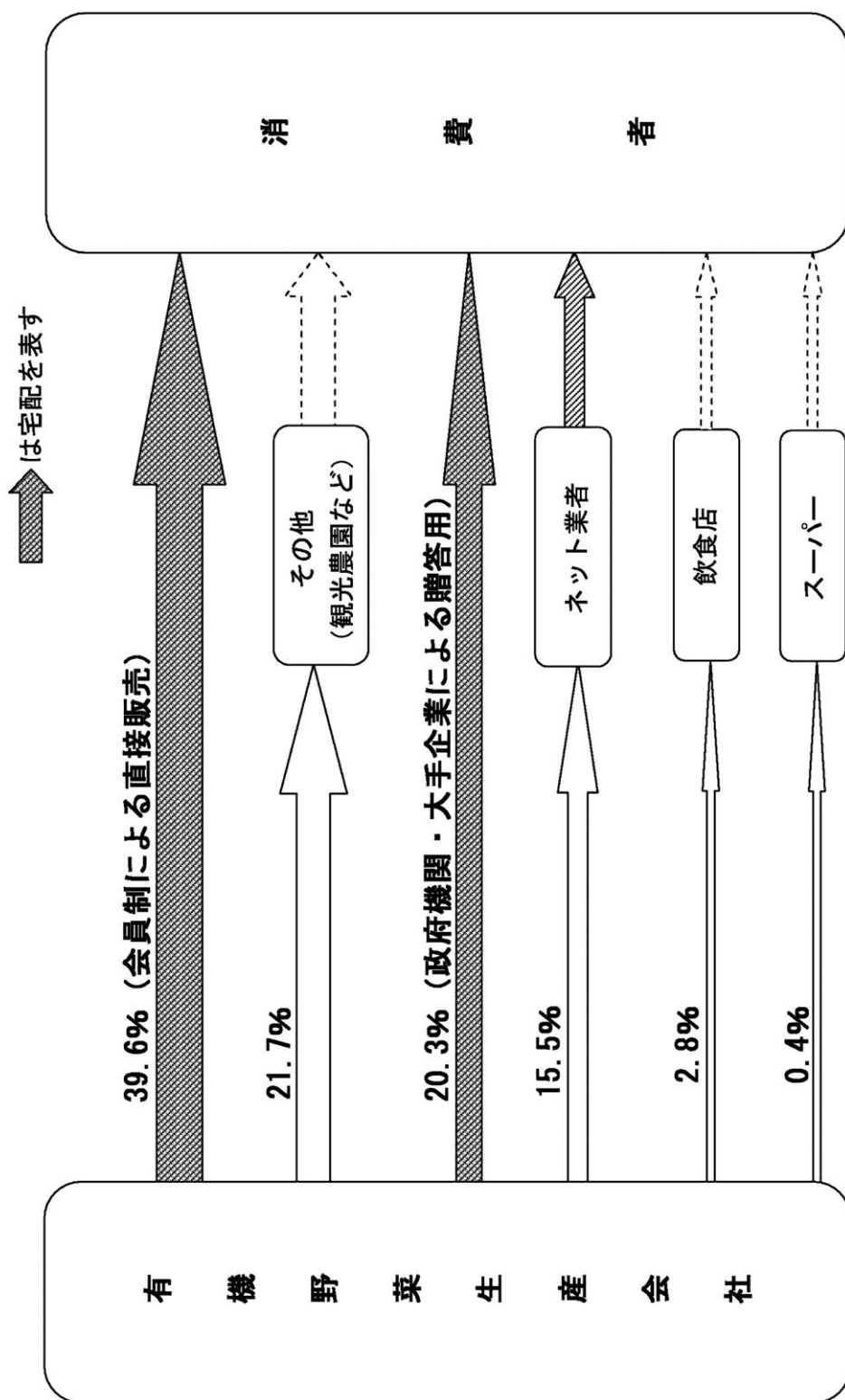


図 5-1 北京市の有機野菜生産会社 14 社の流通ルートと流通量の割合
 出所：北京市の有機野菜生産会社への聞き取り調査より作成(2013 年 8 月)。

第5節 小括

本章では、個人消費者は生鮮有機野菜を購入する際に会員制の宅配を最もよく利用していること、ならびにその理由を明らかにした。あわせて、スーパー経由の流通が少ない理由について検討した。また、北京市における生鮮有機野菜の流通ルートを明らかにした。その結果を次のようにまとめた。

①北京市の有機野菜の流通構造は個人向けの直接販売が最も多く、贈答用の政府機関・大手企業の利用も多い。一方、スーパー経由の流通は極めて少ない。

②有機野菜生産会社にとって一定期間の販売契約を結ぶ個人向けや、贈答の時期が限られる政府機関・企業向けの販売は生産計画が立てやすく、また、売れ残りロスが出にくいというメリットがある。

③有機野菜生産会社が個人向けと政府機関・企業向けに販売する理由は、代金の回収が先払いであるプリペイドカードやギフトカード、あるいは代金回収が確実なクレジットカードであり、資金回収の面からもメリットがある。

④有機野菜生産会社がスーパーと取引する際には煩雑な手続きと様々な費用が掛かるために、生産会社にとってのメリットが少ない。このことが生産会社からスーパー向けの出荷が少ない理由と考えられる。

⑤個人向けの直接販売は、一定期間の購入契約を結ぶ必要があり、消費者にとっては必要に応じた購入が難しい。スーパーは有機野菜生産会社が積極的に取引しようとしないため、北京市内で生鮮有機野菜を販売しているスーパーは市の中心部にある10数店舗のみであり、利用できるのは市の中心部の住民だけである。このように現状では生鮮有機野菜をだれでも買いたい時に買えるようになっていないことが問題である。

第6章 生鮮有機野菜流通の問題点と今後の展開方向

第1節 本章の課題と方法

これまで有機野菜の生産については、慣行野菜に比べて栽培コストが高くなる以外に、野菜の安全性を確保するための生産組織形態がもたらすコスト、有機野菜の信頼性を取り戻すために実施され有機認証制度の改正に伴う認証費用の増加、また、生鮮有機野菜を都市部近郊で生産するための土地代などの様々なコスト上昇要因があり、有機野菜の価格を押し上げていることを示した。しかし、生鮮有機野菜の価格が割高であっても主に都市部に住む高所得者によって消費されており、このことが有機野菜生産会社が会員登録した消費者に生鮮有機野菜を宅配して直接届けるという流通形態につながったことを示した。また、スーパーなどの小売店を通しての流通は極めて少ないこともあわせて示した。

その結果、現在の生鮮有機野菜の流通は固定化されており、誰もが買いたい時に買えるようにはなっておらず、これを改善する必要がある。そのために本章では生鮮有機野菜が幅広く普及して、多くの人々が購入できるような流通システムの改善策を検討することを目的とする。

第2節 生鮮有機野菜流通の問題点

第3章において有機野菜生産の特徴として以下のことを明らかにした。すなわち、①有機野菜の生産は、「会社」、「会社+農家」、「会社+合作社+農家」といった生産組織で行われる。この中で「会社」で生産するのが一番有機野菜としては信頼性が高いが、自社農場を確保するために資金・費用がかかるため生産コストも高い。②有機認証規則の改正によって、有機野菜生産のコストが大幅に上昇した。特に多品目を生産する場合にコスト上昇が大きい。③有機野菜生産の特徴としては、大都市から離れた内陸地域において少品目の有機野菜が大量に生産され、それらの多くが加工向けであること、反対に大都市近郊では、多品目の有機野菜が少量ずつ生産され、それらの多くが大都市に生鮮野菜としてそのまま供給されている。また、加工向けの少品目大量生産に比較して、生鮮流通向けの有機野菜生産は多品目少量生産であるための生産コストが高くつく。これらの要因が生鮮有機野菜の生産コストを押し上げていることを示した。

第4章では、生鮮有機野菜の価格は慣行野菜の約6倍であり、この購入者の年収は都

市部住民の平均収入の2倍であることを示した。

第5章では、①有機野菜生産会社から個人への直接販売が中心であるが、それは消費者にとって購入者コストが高く、しかも一定期間の購入契約を結ぶ必要があるため買いたい時買えるような状況ではない、②消費者にとって、利用しやすい形態であるスーパーは、現在では生鮮有機野菜を扱っている店舗が少なく、出店も市街地中心部に限られ、しかもスーパーに生鮮有機野菜を販売する生産会社にとっては高コストとなるためにメリットが少ない、ことを示した。

その結果、現状では生鮮有機野菜の価格が高く、一定期間の購入契約を必要とする個人向けの直接販売が主流であり、あわせて、スーパー経由の流通が少ないことが有機野菜流通の現状である。このように生鮮有機野菜の流通が固定化されている状況下では、消費者が生鮮有機野菜を買いたい時に買えないことが問題である。

第3節 生鮮有機野菜流通システムの今後の展開方向

この生鮮有機野菜流通における問題点を解決するには、①供給側の競争を増すことより価格の低下を可能とし、多くの人々が購入できるようにする、②事前に購入契約の必要がなく、必要な時に必要な量だけ即座に購入できるように店舗での販売を拡大する、ことが必要であると考えられる。そのための改善策として、①産地の拡大と輸送技術の向上と、②店舗販売の拡大について以下に検討する。

1. 産地の拡大と輸送技術の向上

現在、北京市で消費される有機野菜は北京市内で生産されたものが主である。聞き取り調査を実施した北京市内の有機野菜生産会社14社のうち生産組織形態については10社が会社制、4社が「会社+合作社+農家」制であり、会社制であるものが多かった。会社制の場合、生産会社は自社の農場を確保するために、賃借する必要がある。このための借地料は当然その時の地価が反映される。大都市である、北京市では借地料が高額にならざるを得ずそれが生産コストを押し上げ、ひいては野菜価格に反映されてしまう。

土地に対するコストを下げるためには借地料の安い地域、すなわち、大都市から離れた内陸地での生産が考えられる。第3章で中国の有機野菜生産には四川省や黒龍江省などの内陸地方で加工品の材料として少ない品目を大量に生産している形態があり、このような地域でも有機野菜生産が盛んに行われていることを示した。それゆえ、遠隔地で

大量生産された有機野菜を生鮮のまま供給できるようになれば、そうした地域での生産コストが安いことから有機野菜の価格の下げることが可能になり、より多くの人々が生鮮有機野菜を購入できるようになると考えられる。しかし、消費地である大都市への距離が長くなるので、現在の中国における輸送技術では、都市部で消費される生鮮野菜を遠隔地から鮮度を損なわずに輸送することは困難である。そのため、生鮮野菜の輸送技術の向上が条件であり、長距離輸送による鮮度低下を防ぐために、政府が冷蔵車の普及を推奨する必要があると考える。

しかし、現段階で冷蔵車を一気に普及させることは難しいので、対策の第一段階として、例えば北京市であれば、隣接している、あるいは近くの地域である河北省、遼寧省、山東省(図6-1)などで生産し、北京市で販売することが考えられる。例えば、山東省の農地の地代は北京市の半分である。また、距離的にも現在の輸送技術で対応可能である。このように、大都市近郊で有機野菜生産にかかる土地のコストの低い地域へ有機野菜生産を拡大することができれば、生鮮有機野菜自体の価格も下がり、従来大都市で生鮮有機野菜を生産していた生産会社との価格競争が生じて、さらなる生鮮有機野菜の価格の低減が期待できる。



図6-1 北京市近隣の3省

2. 生鮮有機野菜の店舗販売の拡大

現在主流である会員制による生鮮有機野菜の購入は、誰もが買いたい時に生鮮有機野

菜を買えず、このことが有機野菜の普及が広まらない大きな問題点と考えられる。第5章で述べたようにスーパーによる流通量は限られているにもかかわらず、第4章における有機野菜購入者を対象としたアンケート調査では生鮮有機野菜をスーパーで購入している人が半数以上いた。これは、アンケート対象者が北京市中心部の生鮮有機野菜を販売しているスーパーが集中している地区の周辺に住んでいるためと考えられる。当然のことながら、近くに購入できる店舗があれば、それを利用する人も多くなると考えられる。また、店舗での購入は事前に契約する必要はないし、必要な時に必要な量だけ即座に買うことができる。それゆえ、住んでいるところの近くに生鮮有機野菜を販売している店舗があることは消費者にとって非常に便利であり、生鮮有機野菜を拡大するためには店舗販売を拡大させることが必須と言える。

そこで挙げられるのがスーパーでの販売であるが、これについては第5章で述べたように現在の中国でのスーパーは生鮮有機野菜を買い取り仕入れしているのではなく、委託で受け、売れなければ引き取ってもらうだけでなく、売れなくても棚代を徴収し、さらに売れば販売手数料も徴収する。しかも、マネキン等プロモーション費用はすべて生産会社持ちである。このように、有機野菜生産会社にとって制約が多いこと、販売コストがかかり儲かりにくいことが原因となり、現在の取引方法のままではスーパーにおける有機野菜の販売が今後広く普及するとは考えにくい。したがって、今後はスーパーの買い取り仕入れにするか、少なくとも棚代の徴収は止める必要がある。現在のスーパーがそうした改善をできないとするならば、生産側の連携などのような販売の仕組みが必要と考えられる。また、中央政府や地方政府はそれを推進すべきである。

また、スーパー以外の店舗販売の形態として生産者による店舗販売を提案する。ただ、1つだけの生産会社はすべて多様な品目を生産することは困難である場合には、複数の生産会社が連携し、共同出荷、共同出資、共同販売の店舗を作ることが考えられる。さらにアンケート調査を行った生産者と消費者と有機野菜を含めて有機農産物の情報交換会を発展させた直売所などの有機野菜の生産者と購入者が連携して設立する販売店の仕組みが考えられる。

第4節 小括

第3章から第5章において述べた有機野菜の生産、消費、流通についての特徴をまとめるとともに、現在の生鮮有機野菜の流通における問題点を示すとともにとその改善策

を提案した。

有機野菜の生産においては、その信頼性を確保するための「会社」組織による生産、有機認証規則の改正、大都市近郊における生鮮流通向け多品目少量生産が有機野菜の生産コストを押し上げる要因となっている。その結果、有機野菜の小売価格は慣行野菜の約6倍であり、有機野菜の購入者は都市部住民の平均年収の2倍の年収を得ている高収入者である。

有機野菜の流通は、有機野菜生産会社から個人への直接販売が中心であるが、それは消費者にとって購入者コストが高く、しかも一定期間の購入契約を結ぶ必要があるため買いたい時買えるような状況ではなく、また、消費者にとって、利用しやすい形態であるスーパーは、現在では生鮮有機野菜を扱っている店舗が少ないという現状がある。このように生鮮有機野菜の流通が固定化されている状況下では、消費者が生鮮有機野菜を買いたい時に買えないという問題があることを指摘した。

問題点を解決するには、供給側の競争を増すことより価格を低下させることを可能にし、多くの人々が購入できるようにすることと、事前に購入契約の必要がなく、必要な時に必要な量だけ即座に購入できる店舗での購入を拡大する、ことが必要であると考え、そのための改善策として、①産地の拡大と輸送技術の向上と、②店舗販売の拡大に関する提案を行った。

産地の拡大については、まず、北京市近隣の3省で有機野菜を生産することが、土地代の点から有効であり、また、生鮮野菜の輸送に関しても現状で対応できることから、実現しやすいと考えられる。より遠隔地で有機野菜を生産することにより、生産量が増大すれば生産コストを下げることができ、有機野菜の価格も下がると考えられる。しかし、そのためには生鮮野菜の長距離輸送のための輸送技術の導入が必要である。

店舗販売の拡大については、現状ではスーパー経由の流通の拡大は可能性が低いので、スーパー以外の店舗販売の形態として生産者による店舗販売を提案する。ただ、1つだけの生産会社はすべて多様な品目を生産することは困難である場合には、複数の生産会社が連携し、共同出荷、共同出資、共同販売の店舗を作ることが考えられる。さらにアンケート調査を行った生産者と消費者と有機野菜を含めて有機農産物の情報交換会を発展させた直売所などの有機野菜の生産者と購入者が連携して設立する販売店の仕組みが考えられる。

引用・参考文献

- [1] 章政(1998)「中国における緑色食品(有機農産物)の生産実態と輸出実態と輸出余力に関する分析」総研レポート 9 基礎研 No.7 農林中金総合研究所
- [2] 章政(1998)「中国における有機農産物生産の制度と動向」『農林金融』第 51 巻 第 2 号
- [3] 林学貴・神田健策(2000)「中国における緑色食品生産の展開と課題」『農業市場研究』第 8 巻第 2 号[通巻 50 号] pp.33-41
- [4] 林学貴(2000)「中国における「緑色食品」の認証システムと生産の課題」岩手大学大学院連合農学研究科博士論文
- [5] 林学貴(2010)「中国に有機認証制度の展開と課題」『農業問題研究』農業問題研究会編集第 66 号
- [6] 林学貴・神田健策(1999)「中国における緑色食品の認証と生産・販売の実態」『日本農業経済学会論文集』 pp.426-431
- [7] 蔦谷栄一(2008)「中国野菜安全性確保の取組実態」『農林金融』2 月号 第 61 巻 第 2 号[通巻 774 号]
- [8] 蔦谷栄一(2002)「中国の農産物安全性確保への取組実態－残留農薬問題と日中農産物貿易－」『農林金融』5 月号
- [9] 蔦谷栄一(2003)「海外における有機農業の取組動向と実情」『暮らしのなかの食と農シリーズ』筑波書房 3 月号
- [10] 蔦谷栄一(2008)「中国の環境保全型農業への取組み現状と食品安全性問題」『農林金融』1 月 7 日号
- [11] 蔦谷栄一(2008)「中国野菜安全性確保の取組実態」『農林金融』2 月号
- [12] 蔦谷栄一(2003)『海外における有機農業の取り組み動向と実情』筑波書房
- [13] 蔦谷栄一(2008)「中国の環境保全型農業への取組み現状と食品安全性問題①日本向け野菜を中心にした安全管理体制」『農林経済』時事通信社 2008 年 1 月 7 日 pp.2-5
- [14] 蔦谷栄一(2008)「中国の環境保全型農業への取組み現状と食品安全性問題②国内向け農作物の安全管理のあり方」『農林経済』時事通信社 2008 年 1 月 17 日 pp.8-11
- [15] 蔦谷栄一(2008)「中国の環境保全型農業への取組み現状と食品安全性問題③やればできるレベルに到達した有機農業」『農林経済』時事通信社 2008 年 1 月 21 日 pp.8-11
- [16] 蔦谷栄一(2008)「中国の環境保全型農業への取組み現状と食品安全性問題④(完)食品・農産物の安全確保の現状と本質的な課題」『農林経済』時事通信社 2008 年 1 月 24 日 pp.8-11
- [17] 鄒金蘭・四方康行・今井辰也(2008)「中国における有機食品, 緑色食品の生産と流通」地域農林経済学会『農林業問題研究』第 44 巻第 170 号 pp.262-268

- [18] 鄒金蘭・四方康行・今井辰也(2008)「中国における有機食品,緑色食品,無公害食品に関する消費者行動」『日本農業経済学会論文集』 pp.447-454
- [19] 鄒金蘭・四方康行・今井辰也(2008)「中国における有機食品、有機食品の発展と認証制度」『広島県立大学紀要』広島県立大学 経営学部 生物資源学部 第19巻 第2号[通巻第34号]
- [20] 鄒金蘭・四方康行(2009)「中国農産物の輸出に関する一考察—緑色食品の輸出を中心に—」『生命環境学術誌』第1巻 2009年3月
- [21] 徐屹暉・岩元泉(2012)「中国有機食品の日本向け輸出対応と有機性保持に関する研究—山東省の事例—」『食農資源経済論集』食農資源経済学会 62(2) 1-10 2012-01-00
- [22] 徐屹暉・岩元泉(2012)「輸入有機落花生の国内流通の現状と課題—中国山東省産を事例として—」『食農資源経済論集』食農資源経済学会 63(2) 55-64 2012-01-00
- [23] 徐屹暉・岩元泉(2013)「中国有機農業の発展と有機認証システムの構築」鹿児島大学リポジトリ [鹿大農学術報告 第63号 pp.1-12 2013]
- [24] 趙鉄偉(2005)「中国の大都市部における「緑色食品」の需要動向に関する研究—北京市を事例として—」東京農工大学博士論文
- [25] 中島紀一・趙鉄偉(2003)「中国新事情—大都市中産階級の形成と緑色食品」『月刊NOSA』全国農業共済協会 6月 pp.44-50
- [26] 宮澤由彦・太田原高昭(2002)「中国における輸出向け「有機野菜」生産の背景と企業戦略—山東省の加工企業を事例として—」『北海道大学農経論叢』北海道大学農学部農業経済学教室 58集 pp.123-133
- [27] 成田拓未(2010)「中国産野菜対日輸出量減少と中国野菜輸出企業の事業再編—中国有機・緑色野菜市場における内販の現状と課題—」『農業市場研究』第18巻 第4号(通巻72号) pp.42-51
- [28] 榊瀧俊子(2009)「地産地消の展開と有機農業」『農業と経済』2009.4 臨時増刊号 第75巻 第3号 pp.151-159
- [29] 酒井徹(2009)「専門流通業者の展開と役割」『農業と経済』2009.4 臨時増刊号 第75巻 第3号 pp.160-168
- [30] 高橋太一(2009)「有機農業経営における流通チャンネル多線化の意味」『農業と経済』2009.4 臨時増刊号 第75巻 第3号 pp.140-150
- [31] 陳永福・趙宇虹・蘇群(2006)「中国有機蔬菜的生産現状和市場分析」『蔬菜』1月
- [32] 波多野豪(1998)『有機農業の経済学—産消提携のネットワーク』日本経済評論社
- [33] 南石晃明編著(2010)『東アジアにおける食のリスクと安全確保』農林統計出版
- [34] 宋丹瑛(2008)「中国における緑色食品認証制度の展開及び地域農業」『地域政策研究』高崎経済大学地域政策学会 第10巻 第3号 2008年12月 pp.65-76
- [35] 趙海燕(2009)「中国における“三品”認証制度の展開と現状—無公害食品、緑色食品および有機食品について—」『フードシステム研究』日本フードシステム研究会

第 16 卷 2 号[通巻 40 号]

- [36]藤島廣二(1991)「農産物の安全問題と地域流通」『農産物市場研究』第 32 号
- [37]宮崎宏・菅沼圭輔(1994)「山東省寿光市産地市場を中心とした青果物流通の実態」
『食品流通技術海外協力事業報告書』食品流通システム協会
- [38]菅沼圭輔(1995)「卸売市場が市場経済化に果たす役割ー中国の青果物流通システムー」
小林康平編『変貌する農産物流通システムー卸売市場の国際比較ー』農山漁村文化協会
- [39]岡部守(2001)「土地利用権の集積を中国に学ぶ」『農林金融』第 54 巻第 12 号[通巻 670 号] pp.40-41
- [40]大山利男(2003)『有機食品システムの国際的検証ー食の信頼性構築の可能性を探る』
日本経済評論社
- [41]神田健策・大島一二(2013)『中国農業の市場化と農村合作社の展開』筑波書房
- [42]野見山敏雄(1997)『産直商品の使用価値と流通機構』日本経済評論社
- [43]大島一二(2003)「中国産農産物と食品安全問題」『筑波書房ブックレット暮らしのなかの食と農⑩』筑波書房
- [44]国民生活センター編(1992)『多様化する有機農産物の流通』学陽書房
- [45]小森正彦(2008)『中国食品動乱』東洋経済新報社
- [46]独立行政法人農畜産業振興機構編(2011)『中国野菜産地の変貌』農林統計出版
- [47]坂爪浩史・朴紅・坂下明彦編著(2006)『中国野菜企業の輸出戦略ー残留農薬事件の衝撃と克服過程ー』筑波書房
- [48]藤田武弘・小野雅之・豊田八宏・坂爪浩史編集『中国大都市にみる青果物供給システムの
新展開』筑波書房
- [49]吉田博(1980)『農業生産共同組織論ーその展開・構造・運営に関する研究』農林統計協会
- [50]菅沼圭輔(2006) [2]「海外情報 残留農薬問題の対策に取り組む中国の野菜産地(1) 食の安全確保の仕組みとその問題点」『野菜情報』 pp.17-29
- [51]馬夢思・佐々木隆(2012)「中国都市部における有機農産物の購買行動ー北京市の事例からー」
『農業経営研究』日本農業経営学会 第 50 巻 第 2 号[通巻 670 号] pp.94-99
- [52]小川孔輔編著(2007)『有機農産物の流通・マーケティング研究』農文協
- [53]森路未央(2011)「食品安全行政が後押しする持続的農業への転換ー流通段階の規制に着目してー」
『アジ研ワールド・トレンド』日本貿易振興機構アジア経済研究所研究支援部 第 17 巻 第 10 号 [通巻 193 号]
- [54]山田七絵(2011)「中国におけるコミュニティ(Community Supported Agriculture)の広がりー北京小毛驢市民農園の事例ー」
『アジ研ワールド・トレンド』日本貿易振興機構アジア経済研究所研究支援部 第 17 巻 第 10 号 [通巻 193 号]

- [55] 梅木利巳(1995)「有機農産物流通における価格形成機構の解明」『平成6年度科学研究費補助金(一般研究B)研究成果報告書』東京農工大学 農学部
- [55] 石敏俊(2000)「中国における農業経営の垂直的組織化：法人経営の可能性－河北省臨漳県土地「承租反包」経営の事例を中心に－」『2000年度日本農業経済学会論文集』 pp.217-222
- [56] 安柄烈・保田茂(1998)「有機農業生産とその経済的設立条件」『神戸大学農業経済』 31 pp.41-62
- [57] 白石和良(1999)『中国の食品産業』農文協
- [58] 謝新梅・山本直之・西脇亜也・小八重祥一郎(2008)「中国における有機農業の取り組み－浙江省長興県の4つの企業を中心に－」『有機農業研究年報』 pp.163-179
- [59] 叶曦英(2011)「農産物の安全・安心に関わる中国緑色卸売市場の仕組みと関連生産流通分野の変容－福建省福州市亜峰野菜卸売市場を素材にして－」『農業市場研究』 第20巻 第1号[通巻77号]
- [60] 平山一郎(1994)『有機農産物がスーパーを変える－流通新時代を迎えて－』ダイヤモンド社
- [61] 佐藤富雄(1998)『市民が主役の有機農業』ダイヤモンド社
- [62] 滝澤昭義・甲斐諭・細川允史・早川治(2003)『食料・農産物の流通と市場』筑波書房
- [63] 保田茂(2001)「有機JAS制度の運用と今後の課題」『神戸大学農業経済』 第34号
- [64] 日本有機農業協会『有機農業－21世紀の課題と可能性』コスモス
- [65] 兪菊生(1997)『現代中国の生鮮食料品流通変革』筑波書房
- [66] 謝憲文(2000)『流通構造と流通政策－日本と中国の比較－』同文館
- [67] 陳声明・陸国権編著(2006)『有機農業と食品安全』化学工業出版社
- [68] 杜通平(2006)『緑色食品発展研究』西南財経大学出版社
- [69] 楊長崗・肖興基・周澤江(2007)「小農戸集体有機認証与中国国内市場開発」『有機食品時代』国家環境保護総局有機食品発展中心 第2号 2007年 pp.1-4
- [70] 邹曉涓(2008)「“公司＋農戸”経営模式探析」『石家庄経済学院学报』 第31巻 第6期 2008年12月
- [71] 牟大鵬・姚毓春・劉凌波(2005)「“公司＋基地＋農戸”的農業生産經營模式探析」『經濟縱横』 2005年 第9期
- [72] 張放(2008)『有機食品生産技術概論』化学工業出版社
- [73] 楊記礫(2006)『中国有機産品』中国農業科学技術出版社
- [74] 杜相革(2006)『有機農業在中国』中国農業科学技術出版社
- [75] 顧紹平・喬東(2012)『GB/T19630-2011<<有機産品>>』国家標準理解与实施』中国標準出版社
- [76] 韓沛新(2009)『中国有機食品市場与發展国際検討会論文集』中国農業大学出版社

- [77] 焦必方·方志權 (2002) 『中日鮮活農產品流通體制比較研究—從生產到消費』上海財經大學出版社
- [78] 張新民(2010) 『中國有機產品市場發展研究』中國農業出版社
- [79] 王曉霞(2005) 「我國農產品認證制度及有機認證產品的發展趨勢」『農產品加工·學刊』第9期 第10期(總第44期 第45期) pp.61-67
- [80] 方平·周保吉·劉茜·陸受義·蘇翔(2011) 「超市業態下有機農產品消費需求實證分析」『南方農業學報』2011 42(10) pp.1298-1302
- [81] 尹世久·吳海林·陳默(2008) 「基於支付意願的有機食品需求分析」『農業技術經濟』從 pp.81-88
- [82] 範武波·曾峰·朱立廷·王文壯(2009) 『生態經濟』第10期 第216期 pp.127-129
- [83] 潘怡·鄭文龍·江國虹·曹慧麗(2006) 「2005年天津市市售蔬菜水果有機磷農藥殘留狀況分析」『現代預防醫學』33(12) pp.2364-2366
- [84] 郭虹·楊玉竹·劉闖(2010) 「北京通州区2007—2008年部分蔬菜水果中農藥殘留狀況分析」『現代預防醫學』37(2) pp.335-338
- [85] 鄒衛華(2011) 「我國有機食品市場營銷策略研究」西北林業科技大學學位論文
- [86] 李頌軍(2010) 「中國有機農業與有機食品市場現狀」中綠華夏有機食品中心
- [87] 李頌軍(2005) 「我國綠色食品產業化發展研究—理論·模式與政策—」中國農業大學博士學位論文
- [88] 馬文娟(2011) 「中國與歐盟有機產品標準及認證認可制度的比較研究—以FOAM基準標準為平台—」南京農業大學學位論文
- [89] 陳玉珍(2009) 「有機與常規蔬菜農場的比較研究—以上海地區設施栽培為例—」南京農業大學學位論文
- [90] 尹世久(2010) 「基於消費者行為視角的中國有機食品市場實證研究」江南大學博士學位論文
- [91] 曹志平·喬玉輝主編(2009) 『有機農業』化學工業出版社
- [92] 劉敏(2011) 「轉換期有機農業風險控制研究」中國農業大學學位論文
- [93] 和文瀾(2011) 「有機農業和中國農村發展」『有機食品時代』國家環保總局有機食品發展中心 第1期 pp.1-5
- [94] 王兢(1996) 『華北地域的青果物市場的形成立とその改革』野菜供給安定基金會
- [95] 王志剛(2001) 『中國青果物卸売市場的構造再編』九州大學出版會
- [96] 單吉堃(2003) 「從有機認證制度看中國有機農業發展」中國社會科學院研究生院博士學位論文
- [97] 單吉堃(2008) 『有機農業發展的制度分析』中國農業大學出版社
- [98] 胡刪(2010) 『有機食品讓生活更美好』浙江科學技術出版社
- [99] 高振寧·趙克強·肖興基(2009) 『有機農業與有機食品』中國環境科學出版社
- [100] 李花粉·喬玉輝·孟凡喬(2010) 『國際有機標準滙編』中國農業大學出版社

Thesis Abstract

Distribution structure of fresh organic vegetables in China; its characteristics and future direction

In recent years, food incidents, such as pesticide residues on vegetables have occurred frequently in China. Therefore the demand for organic vegetables is growing among consumers seeking safe food. Under these circumstances, studies on certification, production, consumption and distribution of organic products, including organic vegetables are in progress. However, fresh organic vegetables for home use and organic vegetables for processed food have not been consciously classified in these studies. This study especially focuses on fresh organic vegetables for home use to clarify the characteristics and problems of their distribution structure and discusses its appropriate future direction.

The study reveals, ① In large cities such as Beijing, the production companies have grown fresh organic vegetables in multi-item small-scale production system and provide them for consumers in those cities, ② The main purchaser of fresh organic vegetables are high income people living in large cities, ③ Main trading method is direct trade between producers and consumers through the Internet, ④ Home delivery is expensive for consumers, however, consumers obtain the sense of security due to the fact vegetables are sent directly from the producers, ⑤ Retail trading via supermarkets is limited because of the higher trading cost that the producers must pay. Major issues of the distribution structure of fresh organic vegetables are ① High production cost and high price, and ② Consumers are not able to buy organic vegetables when they want to buy them. Viable plans for its appropriate future direction are ① To build a distribution system which is enable to expand the production area of fresh organic vegetables to outside of major cities, and ② To establish lower cost retail stores with cooperative system.

本研究に関する論文・発表

本論文の内容について以下の通りに論文として公表し、また学会で報告した。

・原著論文

- 1、「中国における有機野菜の生産・流通の現状と今後のあり方—大連市の K 社について—」東京農業大学大学院農学研究科農業経済学専攻『農経研究報告』2012 年 第 43 号 pp. 17-25 。
- 2、「中国における有機食品認定規則の改正と有機農産物生産企業の対応」農産物流通技術研究会会報「農流技研会報」2013 年 294 号 pp.11-14。

・共著論文

- 1、「中国有機野菜の生産・流通課題と管理監督制度」(曹斌と共著) 独立行政法人 農畜産業振興機構『野菜情報』110 巻 2013 年 pp.48-55。

・学会発表

- 1、「中国における有機野菜の流通構造の現状とその改善方策に関する研究」2010 年度農産物流通技術研究会発表会。
- 2、「中国における有機農産物生産組織形態の特徴と今後の展開方向」2011 年度農産物流通技術研究会発表会。
- 3、「中国における有機食品認証規則の改正と有機生産企業の対応」2012 年度農産物流通技術研究会発表会。
- 4、「中国における有機食品認証規則の改正と消費者への対応」2013 年度日本農業経済学会大会。
- 5、「中国における有機野菜生産の地域特性」2013 年度農産物流通技術研究会発表会。

謝 辞

本研究は、多くの方々の御力添えをいただいた賜物です。ここに、筆者は深甚なる謝意を表します。

本研究を遂行し、学位論文をまとめるに当たり、終始暖かい激励と御指導、御鞭撻をいただいた東京農業大学食料情報学部教授島廣二博士に心より感謝申し上げます。藤島廣二先生には、筆者の東京農業大学大学院農学研究科・農業経済学専攻在学中より、農産物の流通と食品マーケティングに関して御指導をいただきました。また、研究の基本構想、調査方法、論文の構成に至るまで、多くの御助言を賜りました。さらに、論文の作成においては「論文を書くのは、自分の趣味のためではなく、他人に分かってもらうこと、色々と調べて分かっているが、分かったことをすべて書くのではなく最後に1つのポイントに絞り込むこと」、要するに研究者として様々な視角から物事を分析する大切な心掛けを教えていただきました。時に応じて、厳しくご指導いただいたこと、優しく励ましてくださったことを通して、私自身の成長を実感することができたことは人生の貴重な糧になるものです。ここに改めて、恩師藤島廣二先生に心より厚くお礼申し上げます。

学位論文審査において、貴重な御指導と御助言をいただいた東京農業大学食料情報学部教授菅沼圭輔博士、同教授平尾正之博士に心より感謝申し上げます。菅沼圭輔先生には、現地調査の計画、調査方法に関わる部分を、大切な時間を割いて何度も御指導していただきました。平尾正之先生には、マーケティングリサーチと消費者行動に関して教えていただきました。特に論文の書き方や言葉の使い方から句読点に至るまで詳細に有益な御指摘をいただきました。

博士後期課程に入ったとき、論文の研究手法、学術論文投稿の注意事項および博士後期課程の各段階で必要なことについて有益なアドバイスをいただいた元東京農業大学食料情報学部教授岡部守博士に心より厚くお礼申し上げます。

本校農業経済学専攻特別総合演習の論文報告会において農業経済学専攻の諸先生方から御指摘、御指導をいただきました。先生方の御指摘より、論文の研究手法が上達し、より視野を広げて研究できるようになりました。ここに農業経済学専攻の諸先生方に心より厚くお礼申し上げます。

中国の有機農産物生産に関するデータの取得と整理、ならびに論文の日本語の校正に多大なるご協力をいただいた菊地純博士に心よりお礼申し上げます。

フィールド研究手法を重視した本論文は、業界の資料・情報や業者への聞き取り調査の積み重ねにより成り立っており、2011年から2013年にかけて、北京市をはじめ、一連の現地実態調査を実施しました。これらの調査において、貴重な助言をいただいた国際有機運動連盟(IFOAM)アジア代表周澤江博士に心よりお礼申し上げます。また、有機認証規則に関して教えていただいた中緑華夏有機食品認証中心焦翔氏、中安質環認証中心張征遠氏、北京愛科賽尔認証中心有限公司張国棟氏に厚くお礼申し上げます。

本論文を進めるに当たって、調査企業、業界関係者をご紹介いただいた日本大学文理学部教授日吉秀松博士に心より深くお礼申し上げます。

本論文を作成するに当たって、有機野菜生産会社に関する有益な情報をご提供いただきました北京純然生態科技有限公司社長張友廷氏に厚くお礼申し上げます。

福建農林大学教授許建明博士、ならびに同教授鄧衡山博士にはご多忙中にもかかわらず、福建省の現地調査にご同行いただきました。ここに心より厚くお礼申し上げます。

本論文を進めるに当たって、ドイツ大学に留学している于晨超氏より卒業論文に関する情報の提供、ならびに貴重なアドバイスをいただきました。心より感謝の意を表します。

北京市の酷暑にもかかわらず、消費者アンケート調査に協力いただいた友人孫万举氏に厚くお礼申し上げます。

調査企業をご紹介いただいた金鑫女史に心より厚くお礼申し上げます。

本論文の現地調査を実施するに当たって、北京の蒸し暑い高温天気にもかかわらず、1か月に渡り、毎日、調査企業の訪問に同行し、情報の整理に協力いただいた友人金正仙女史に厚くお礼申し上げます。

本研究を進めるに当たっては富士ゼロックス株式会社小林節太郎記念基金在日外国人留学生研究助成プログラムのご支援をいただきました。お蔭様で中国における現地調査を充実させることができました。このご支援に対し心より非常に感謝の意を表します。

このように本研究は上記の方々を始め、多くの方々の御指導、御援助、御協力なしでは、成し遂げられませんでした。ここに心より深謝申し上げます。

2014年3月