

氏名	楊 岩
学位(専攻分野の名称)	博士(農業経済学)
学位記番号	甲第674号
学位授与の日付	平成26年3月20日
学位論文題目	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
論文審査委員	主査 教授・農学博士 藤島 廣二 教授・博士(農学) 菅沼 圭輔 教授・博士(農学) 平尾 正之

## 論文内容の要旨

### I. 研究の背景と分析対象の意義

中国における有機農産物生産は1994年ころより主に日本、EU諸国、北アメリカへの輸出を目的に始まった。したがって、中国国内で生産された有機農産物が国内向けに出荷されることはほとんどなかった。しかし、2000年ころから、それまで輸出向けであった有機農産物が国内で販売されるようになった。その背景としては、2000年ころより中国において経済が著しく発展し、それにともない国民所得が増加し生活水準が向上したことが挙げられる。すなわち、所得の向上によって中国国民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変わり、食品にはより一層の安全性を求めるようになったのである。

このような情勢の変化を受けて、2001年の中央経済工作会议で江沢民総書記が演説し、「農業産業構造を調整することを重点とする」、「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」、「安全、優良な品質、健康に良い有機農産物の発展を加速させる」という農業発展方針を打ち出した。これによって有機農産物の生産は2000年ころから急増し始めた。

しかも、同じ2001年以降、農薬で汚染された野菜による食中毒事件が頻発し、消費者の間で野菜に対する不安が増大した。中国では購入する食品の中で生鮮野菜が最も多いため、生鮮野菜の残留農薬の影響を受けやすいからである。

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、生鮮有機野菜(生産者から最終消費者まで生鮮状態のまま流通する有機野菜)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。

### II. 中国の有機農産物に関わる既存研究成果の検討

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) 有機農産物認証制度に関する研究

中国における有機食品認証制度に関する研究は、これまで主に認証制度の特徴、同制度の展開過程、認証基準を対象とし、それによって①有機食品認証制度の特徴は政府管理機関が直接管理、指導した「政府主導型」であること(章政1998)、②これまでの認証制度の展開は準備段階、導入段階、発展段階の3つに分けられること(李顕軍2005)、③中国では認証制度の制定と管理監督は異なった二つの機関が行っていること(馬文絹2011)、等が明らかにされた。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。有機農産物には野菜の他に畜産品や水産品も含まれるが、これまでの生産関係のデータではそれらも一括しており、有機野菜のデータだけを整理し、十分な分析するまでにはまだ至っていないと言える。また、生産組織の解明については、韓沛新(2009)が中国の有機野菜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類型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、これまで有機野菜について①現在の有機野菜の購買層は年齢、教育レベル、収入が高い人たちであること（尹世久 2010）、②消費地是北京、上海などの大都市に集中していること（尹世久 2010）（鄒・四方・今井 2008）、等が明らかにされている。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、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。また、有機野菜あるいは有機農産物の消費を今後、より多くの人々に拡大しようという視点が欠けていたため、その拡大方法等に関する究明も行われていない。

#### 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、①中国の大規模有機農産物生産農場は国内販売や国外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、国内のスーパー、専門店等に配送することを（鄒ら 2008）、②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（成田 2010）、等を明らかにした。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（生産者から最終消費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。

### Ⅲ. 本研究の課題と方法

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とに鑑み、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。

これらの解明等を行うための本研究の基本的方法は、まず初めに有機認証制度の概要とその経済的影響可能性を把握し、その上で生鮮有機野菜の生産・供給側と購入・消費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、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、関係行政部局に対する聴取調査とその内容の分析・検討、④生鮮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。

### Ⅳ. 本論文の構成

#### 第1章 本研究の課題と論文の構成

##### 第1節 研究背景

##### 第2節 既存研究

##### 第3節 本論の課題

##### 第4節 研究方法と論文の構成

#### 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 本章の目的

##### 第2節 有機農産物制度の開始と有機農産物の定義

##### 第3節 有機農産物認証の仕組み

##### 第4節 有機農産物認証規則の改正と主な変更点

#### 第3章 生鮮有機野菜の生産・供給の特徴

##### 第1節 本章の目的

##### 第2節 有機野菜の生産組織

##### 第3節 有機認証制度改正に伴う生産コストへの影響

##### 第4節 有機野菜生産の地域的特性

##### 第5節 小括

#### 第4章 生鮮有機野菜の購入・消費の特徴

##### 第1節 本章の目的

##### 第2節 有機野菜購入者の特徴

##### 第3節 小売店経由チャネルの狭小性

##### 第4節 有機野菜生産会社の販売先は家庭または贈答用需用者

##### 第5節 小括

#### 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 本章の目的

##### 第2節 生産者と消費者の直接取引の方法

##### 第3節 スーパー経由の取引方法

##### 第4節 北京市における有機野菜流通構造の現状

##### 第5節 小括

#### 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 本章の目的

##### 第2節 生鮮有機野菜流通の問題点

##### 第3節 今後の改善点と展開方向

### Ⅴ. 各章の概要

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、有機農産物の定義と認証の仕組みを明らかにした。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。

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。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」といった生産組織で行われている。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、収穫された野菜のサンプル検査が厳密化されたため、検査費用が大幅に増加し、それにともない有機野菜生産の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図解した。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。また、加工向けの少品目大量生産に比較して、生鮮流通向け多品目少量生産のコストが著しく大きいことも明らかにした。

第4章「生鮮有機野菜の購入・消費の特徴」では、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、及び購入にあたって有機野菜生産会社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究明した。また、北京市内の小売店に対する聴取調査から、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聴取調査から、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が明らかになった。

第5章「生鮮有機野菜の取引方法と流通構造の特徴」では、主に次の5点を分析・解明した。①北京市内の有機野菜生産会社に対する聴取調査に基づいて販売ルート（流通ルート）ごとの流通割合を算出した（有機野菜の流通構造を図示した）。②有機野菜生産会社にとって、一定の契約期間がある個人向けや、贈答の時期が限られる政府・企業向けの販売は、生産計画が立てやすく、売れ残りロスが出にくいというメリットがある一方、消費者にとっては必要に応じた購入が難しいといった問題がある。③これらの販売の場合、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であるクレジットカードであることも、有機野菜生産会社にとって有利である。④現在のスーパー向けの販売は、棚代等の経費や販売手数料が高く、売上代金の回収が遅いことに加え、常時多品目を揃えなければならないので売上ロスが多くなるなど、有機野菜生産会社にとってはデメリットが多い。⑤個人向けの直接販売は宅配便のコストを購入者（消費者）が負担するため、消費者側のコストが高くなるという問題があるものの、生産者から直接届くという安心感もある。

第6章「生鮮有機野菜流通の問題点と今後の展開方向」では、まず第5章の分析より現在の流通構造の問題点を指摘した。主な問題点は、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とき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、しかも販売側の生産会社にとっては高コストとなるためメリットが少ない、である。

今後、生鮮有機野菜の消費を拡大していくためには、これらの点の解決が必要であるが、そのためには生鮮有機野菜の流通システムが以下のように展開することが望まれる。

一つは、生鮮有機野菜生産・供給地域の拡大を可能にする流通システムの構築である。現在、生鮮有機野菜の生産・供給地域は主に大都市近郊に限られているが、加工向けも含めれば有機野菜の生産・供給地域は中国全土に拡大する。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に加えて、供給側の競争が増すため、価格の低下が可能になり、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。ただし、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。

なお、現在の中国国内の全耕地面積が約 1.2 億ヘクタールに対し、有機農産物の栽培面積が 230 万ヘクタールであることを考慮すると、都市近郊で有機農産物の栽培面積を拡大できる余地も少なくないと思われる。

もうひとつは、生鮮有機野菜の店舗販売の拡大である。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、消費者にとっては非常に便利であり、有機野菜の消費を拡大するためには店舗販売の拡大が必須と言える。しかし、現在の中国内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、マネキン等のプロモーション費用はすべて生産会社持ちである。これでは店舗販売が拡大する可能性はない。したがって、今後はスーパーの買取仕入にするか、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、そうしたことを可能にする生活協同組合方式での店舗販売の普及を、中央政府や地方政府は推進すべきである。

## 審査報告概要

中国では近年、富裕層や中間層が増え、食への関心が高まると同時に、農薬汚染問題に関する認識が深まったことによって、食品の安全性に対する注目度が増している。そうした中、野菜を中心に生鮮有機農産物の流通が増加傾向にある。

本論文では中国国内のそうした変化に焦点を当て、既存データがほとんど無い中で、ヒアリング調査、アンケート調査等を駆使することによって、生鮮有機野菜の流通構造とその今後の展開方向を究明した。その結果、

中国内の商慣行に基づく生鮮有機野菜流通構造の諸特徴や、輸送手段の遅れによる生鮮有機野菜の供給不足等の実態が明らかにされた。

本研究は既存データがきわめて限られた未開拓な研究分野を対象に、精緻な実態調査を繰り返したことによって、先見性のある独創性の高い成果になっている。

よって、審査員一同は博士（農業経済学）の学位を授与する価値があると判断した。