

## 補論：中国と吉林省における農村経済組織の現状

### 1. 中国における農村経済組織の現状

農村経済組織の状況を見る前に、まず郷鎮と村レベルでの政治・行政・経済の機構について簡単にふれて見る。

#### 1.1 農村における政治・行政・経済システム

改革・開放後、人民公社が解体されて郷鎮政府や村民委員会などになり、人民公社のもっていた機能は、郷鎮政府や村民委員会などの行政部門、またはそこから派生した集団経済組織（経済合作社）や自発的に発生した集団経済組織などによって担われている。

	行政部門	経済部門（分離していない場合もある）
人民公社 →（郷鎮レベル）	郷鎮人民政府	経済合作連合社
生産大隊 →（村レベル）	村民委員会	村経済合作社
生産隊 →（小組レベル）	村民小組	組経済合作社

郷鎮レベルには、郷の共産党委員会、郷人民代表大会とその執行機関で行政府である郷人民政府、郷の経済活動を行なう郷レベルの集団経済組織（経済合作連合社）がある。郷人民政府の機能には、国家計画に基づき郷域内の経済文化、公共事業などを計画することとともに、集団経済組織の自主権を保証することが定められている（地方政府組織法）。また、郷人民政府は、村民委員会の活動に対し、指針、指示を行なうとしている。

村レベルでは村の共産党支部、村民会議とその執行機関である村民委員会、村の経済活動を行なう集団経済組織（村経済合作社など）がある。法律上は村民委員会は村民による自治組織であり（村民委員会組織法）その主任（村長）は村民会議によって直接選出される。村民委員会は村民会議に責任を負いながら、郷人民政府の業務の執行に協力することとされ、自治組織といっても実態上は行政組織に近いものとなっている。

村の集団経済組織は村の経済活動を行なうが、その一つとして「社区合作組織」がある。郷鎮または村レベルには、「社区」と呼ばれる地域コミュニティーの単位がある。これは土地の集団所有と農家による自主経営という「双層経営制度」のベースとなる単位であり、村の農地の所

有者である。農家はこの社区と土地の利用請負契約（承包合同）を結んだ上で農地請負費（土地承包費）を支払い自主経営権を得ると、自動的に「社区合作組織」のメンバーとなる。社区の農地を耕作する以上、社区からの参加・脱退の自由はない。吉林省の場合、村民委員会や共産党支部と社区合作組織とは機能や人員上で分離しにくく、「村社区組織」と呼ばれている。

このように、法律上は郷鎮レベル、村レベルにおいても党と行政は分離され、また、行政と経済の分離も保証されている（政経分離）。しかし、その分離の度合は地方によって異なり、江蘇省や上海市などの沿海地域の農村部で見られるような経済組織の分離独立性の高いものから、吉林省のように村民委員会と村経済組織の分離してない独立性の低いところまである。

図2-5-3 郷鎮の政治・行政・経済の機構

レベル	党	議会	行政	地域的な集団経済組織	集団／郷鎮企業
郷鎮	郷党委員会	郷人代表大会	郷人民政府	郷経済合作連合社	郷営郷鎮企業
村	村党支部	村民会議	村民委員会	村経済合作社	村営郷鎮企業
小組				小組経済合作社	

未分化の場合がある

### 集団経済組織の類型

郷鎮レベル、村レベルでの経済活動は、各段階の集団経済組織（農村集体経済組織）によって行なわれている。これらの集団経済組織は、改革・開放以前からの機能を引き継いだ集団経済組織と、自発的に発生した民間の専門協同組合に大別される。以前の機能を引き継いだ集団経済組織には、農業政策に組み込まれている郷や村の農業支援部局などの地域的なサービスを行なう地域的集団経済組織「社区集体（合作）経済組織」、国の金融政策に組み込まれており信用を扱う「農村信用合作社」、流通政策に組み込まれていた資材や生活物資の供給を扱う「供銷合作社」などがある。地域的な農村の集団部門には集団経営の農村企業（郷鎮企業）も含まれる。

一方、専門協同組合は自発的に発生した民間のものであり、主に、技術交流を行なう農民專業協會と信用を行なう農村合作基金会がある。これは、改革・開放後、各レベルの地域的な「社区集團經濟組織」による集團的な農業支援機能が弱体化し、80年代半ばになって農村での商品經濟の發展に伴い、個別農家で解決できない問題が多くなったことに対処するため、支援サービスが不十分な村で各種の自発的な専門協同組合が発生してきたものである。以下にこれらの概略を示す。

### 農村集團經濟組織（農村集体經濟組織）の類型

#### 1. 改革以前からのもので政策に組み込まれているもの

1) 地域的な農村集團經濟組織：郷鎮、村、村民小組の各段階の各經濟組織で具体的には、

##### ①郷や村（組）の集團經濟組織

地域的な集團經濟組織としての「社区集体（合作）經濟組織」：村（組）經濟合作社など  
政府系サービス部門：農業技術站（ステーション）、農業機械站など

②集團經營の農村企業（郷鎮企業）：郷や村の集團經濟組織が經營する郷鎮企業など。

#### 2) 全国的な系統組織

①農村信用合作社：農業銀行の指導・監督の下、県レベル以下の信用、預金を行なう。

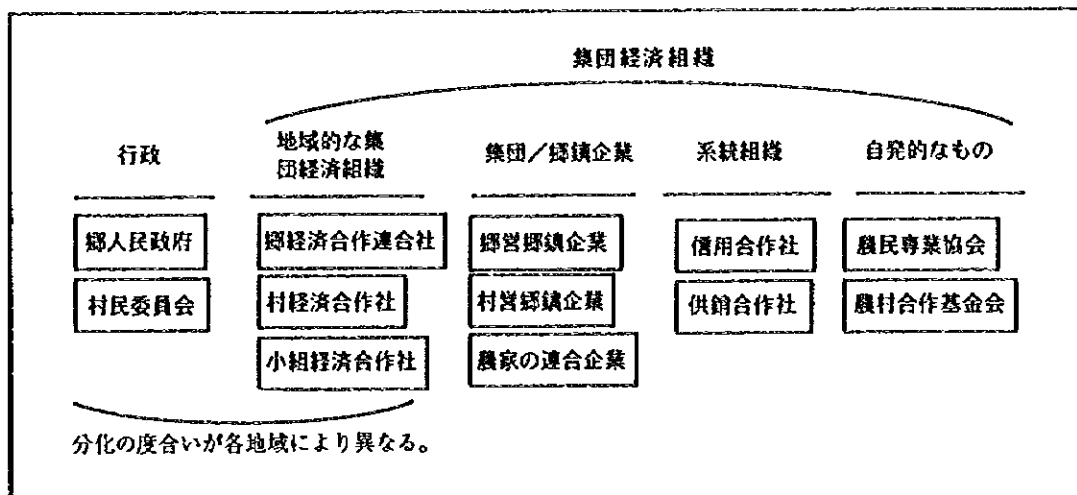
②供銷合作社：流通政策に組み込まれていた資材や生活物資の供給を扱う。

#### 2. 専門協同組合：地域的な集團經濟組織や農家が連合して自発的に組織したもの

1) 農民專業協會：専門的な生産活動、技術導入、訓練、情報提供、融資、保険、加工や農産物の輸送、販売事業を行なう。專業技術協會、農民專業合作組織、専門技術研究会などと呼ばれる。

2) 農村合作基金会：集團經營企業の資金不足を補うために、集團經濟組織が農村企業や地元農家の資金を集めるために設立されたもの。

図2-5-4 集団経済組織の類型



## 1.2 市場化と農村経済組織の支援政策

### 社会的農業サービスシステムの強化

中国農業部では、社会的農業サービスシステム（社会化服務体系）強化として、農村の集団経済組織と専門協同組合（農民專業協會と農村合作基金会）の強化をあげている。農村の集団経済組織を主体とした属地的なサービスシステムは政府の政策の一環が多く、村段階における農業生産資材の供給、機械作業、水利・灌漑、防除などのサービスは、集団経済組織自体の経費によって行なわれていた。90年以降政府の政策は、集団経営の農村企業などを発展させて利潤の一部を農業支援補助金（以工補農、以工建農）として徴収し、サービスシステムを強化することを強調するようになった。最終的には有償の営利的サービス「經營性服務」を基調とするサービスシステムの産業化により、社会的サービスシステムの採算的な自立を目指している。しかし、当面は無償で行なわれる非営利的な調整的サービス（協調性服務）を行なっている。

一方、専門協同組合は市場のニーズに応じて自らの所得を増大させるために発生し、「民間による設立、民間による運営、民間の利益を追及する」ものである。政府は、これらの専門協同組合の発展を奨励し、農民專業協會の発展の環境を整備するため「農民專業協會模範定款」を定めた。また、農村合作基金会についても、農業部が関連法規を整備し農村合作基金会の運営と発展を指導することとし、地方の農業行政機関が主管行政機関となり、中国人民銀行が業務の監督を行なうこととした。また、規範整備を行ない、地域内の資金融通組織で、出資会員に金融サービスをし、農業と農民にサービスをし営利目的の活動をしないこと、集団組織や会員の出資金を

有効に管理・運用してその資金需給のアンバランスを解消し、民間金融をリードして行くことなどを明確にした。

### 農業の産業化

また、市場化が進むに連れて、農民の市場内での競争力向上の方策として、農業の産業化をあげている。これは、かつて計画経済下において分断されていた農業の生産過程とその前後の関連部門を市場経済下に発展させ、一体化した産業システムを確立することとしている。その方針としては次のことをあげている。①農村の資源配分の効率化による生産の専門化、②農産物の生産、加工、販売の一貫経営化により農家の個別経営と大市場を結び付ける、③企業と農家、専門農業組織と農家の結合などの組織化、④農業生産過程の前後の関連分野のサービスと加工業の発展による農業余剰労働力の農外部門への移動、⑤現代農業への転換。

このモデルとして、次の4つがあげられる。

- ①「企業（公司）＋農家」：企業と農家の結合方式で企業主導の生産・加工・販売の一貫経営をすすめ、農家は企業との契約栽培を行ない、企業は農家に生産資材、技術指導、情報、生産物の加工、販売などのサービスを提供し、農家は生産物を提供する。
- ②「専門市場＋農家」：専門市場と農家の結合方式で、専門卸売市場の育成により地域の専門的生産、生産・販売の一貫経営と規模拡大をはかるものである。これにより専門市場、主産地、農家が直結して、農家は契約方式や協同経営体の設立を通じて市場に参加する。
- ③「集団経済組織＋農家」：農村合作組織と農家の結合方式で、各種の集団経済組織により生産・加工の一貫経営、生産・資材供給・販売の一貫経営、農業・工業・流通の一貫経営などを行なうものである。集団経済組織が設立した郷鎮企業による原料供給、技術指導、製品買い付け・販売などのサービスを農家に提供している。
- ④「業種の協会＋農家」：業種の協会と農家の結合方式で、山東省の蔬菜を基幹とした農産物生産・加工・販売連合会議（業種毎の協会組織）などの形で見られる。この機能は、情報交流により内外市場、原料生産、加工企業、技術、経営管理を行ない無計画生産・販売や無秩序競争、他の地域と重複する種子や設備の購入を防止し、政府機関との連絡、企業と主産地や農民、生産・加工・販売の各段階の相互調整などの相互協力を行なう。

## 郷鎮企業

農業の産業化を主導する企業の一つとして、郷鎮企業があげられる。この郷鎮企業とは「農村集団経済組織あるいは農民の投資を主として（50%超）、郷鎮（村も含む）農業義務を支援する各種の企業」であり、次の4種類に分けられている（郷鎮企業法）。これらのうち、個人経営企業以外は、農村集団経済組織とみなされている。これらの郷鎮企業に対しても国は税金特恵、優先的貸金、特恵貸金、郷鎮企業発展基金などで支援政策をとっている。

- ①郷鎮及び村の集団経営の企業と村の下の村民小組の経営企業：政府が作ったもの
- ②農家共同経営企業（聯戸経営）：農家が連合して作ったもの
- ③個人経営企業：郷鎮村の個人資本企業
- ④共同経営体（聯合体）企業：複数の個人経営企業や農家が出資しあって設立する組合的企業

## 2. 吉林省における市場化と農家経営の現状

### 2.1 農家経営の実態～農薬生産の収入と資金の蓄積

農家経営のサンプル調査によると、収入費用比率でみた収益性は、蔬菜 4.5、米 4.5、トウモロコシは 3.0 前後であるが、1 畝当たりの収入をみると、蔬菜 2,200 元/畝、米 700 元/畝、トウモロコシ 350 元/畝と、蔬菜が断然高い。

また、吉林には農村滞留資金がある。吉林省は農業省であり、農村地帯での預金は都市での預金より増加率が高い（表 2-5-4）。また、九台市での農村合作基金会の余剰資金の集金の成功例からわかるように、信用社と農業銀行への預金以外にも預金の潜在力がある。

表2-5-4 中国と吉林省の農村預金

	1991	1992	1993	1994	1995	1995/1991
中国の個人預金残高	9,242	11,759	15,204	21,519	29,662	320.96%
農村（億元）	2,317	2,867	3,576	4,816	6,196	267.43%
都市（億元）	6,925	8,892	11,627	16,703	23,467	338.87%
吉林の個人預金残高	253	315	389	536	726	286.81%
農村（億元）	38	44	54	70	86	222.92%
都市（億元）	215	271	336	466	641	298.23%
一戸当たり農村（元）	697	1,069	1,451	2,182	2,580	370.16%
一戸当たり都市（元）	1,126	1,316	1,579	2,121	2,887	256.39%

出所：中国統計年鑑

注：ここでいう農村とは農村籍のことを示す。

## 2.2 農業支援機能と農村経済組織

吉林省での農業支援機能は政府の政策の一環のものが多く（農業管理站、農業技術站、農業機械站など）、経済合作社は郷政府や村民委員会より分離していない、または、併設されていても党の指導者や政府の責任者が兼任していることが多い。反面、民間の専門協同組合（農民專業協會と農村合作基金会）が機能しているところもあり、中には、会社形式での蔬菜栽培もできた。

政府の政策はサービスシステムの強化と有償化（産業化）による採算化を目標としており、国有企業改革による種子、肥料、農薬などの農業資材会社の株式会社化も起こると思われる。このような状況の下で、農村の集団経済組織と民間の専門協同組合（農民專業協會と農村合作基金会）の強化が求められている。

### (1) 吉林省の農村における農業支援機能の状況～どの機能をどの組織が支援しているか

吉林省の農村地域で農業支援機能を行なっている組織には次のようなものがある。

#### ①国家の社会化サービス組織：

この組織は農村においては供銷合作社、食糧站、煙草公司、材木公司、種公司、信用社、農業銀行、對外貿易公司等を含めて、改革・開放の前に既に存在しているもの。その範囲は食糧、棉、油、蔬菜、煙草等の伝統的な農産品であり、経営サービスと政府の機能を兼ねていたが、改革・開放以来、その機能は次第に経済行為中心となった。

②政府の職能部門の設立したサービス組織：

農業技術普及站（ステーション）、畜牧獣医站、林業站、農業機械站、經營站、水利所などを含む。以前は政府が資金を提供し、無償サービスを供与するが、現在はサービスを提供し、収入を得て自身の存在と発展を維持する。

③社区性の村経済合作社（農村社区合作組織）：

人民公社が解体してから、もともとの生産隊が転化した。その内、集団経済が薄弱な所は重要な作用をしていないが、経済の実力の強い所は、村によっては企業を創りそれを利用して、農家のために生産と販売の方面のサービスを提供している。この発展の有無が農村の活力の差となっている。

④自発的な組織：

商品性の專業農家は、市場に進出する時に起きた自身の難題を解決するために、農家の生産請負責任制の範囲内で自発的に連合して民間の合作サービス組織を作り、サービスを実行する。

⑤個人と私営の各種類のサービス組織：

農民のために販売、運輸、加工と生産の有償サービスを提供する。

吉林省での農業支援機能とその関連を表2-5-5に示す。このうち、郷政府や村委員会の行なう機能が社区性の村経済合作社によって行なわれることもある。



表 2-5-5 農業支援機能とその関連組織

項目	支援機能	支援している組織
農家経営と計画	生産計画 栽培作物 農業の経営	農家 農家、種子站 (ステーション) 農家、村民委員会、郷農業技術站、郷農業機械站、農業経済站、水利所、牧畜站、種子站
技術関係	技術導入 病虫害予防	農家、農業技術站、農業機械站、牧畜站、水利站、種子站 農業技術站、牧畜站、種子站
市場関係 (販売)	農産物販売	農家、郷政府、村民委員会、供銷社、食糧管理所、特産品站
農業投入財の供給	農業機械 種子の提供 肥料の提供 農薬の提供 ビニールの提供 農業インフラ管理	農業機械站、村民委員会 種子站 (生産資材公司)、農業技術站 県生産資材公司、郷供銷社、農業技術站、郷政府、村民委員会 農業技術站、供銷社 市場、農業技術站 水利所、郷政府、村民委員会
信用供与、保険	農業運営資金の信用保証 設備投資資金提供 各種の保険	農業銀行、信用社、農村合作基金会、保険所 郷政府、村民委員会、農業銀行、信用社、農村合作基金会 保険所
企業活動	郷鎮企業	郷営、村営

注：站はステーション

これを国家の社会化サービス組織、政府の職能部門の設立したサービス組織、自発的な組織とサービスの種類によって整理すると次のようになる。これらの表から分かるように、食糧や棉花などに対するサービスはある。しかし、蔬菜などの農産物の販売などのサービス機能は郷や村が行なうことになっているが、一般に吉林省ではこれらのサービスが村経済合作社として郷や村から分離するほど発達していない。

表 2-5-6 農村経営と関連しているサービス部門の類別

	政府の職能部門の設立したサービス組織	国家の社会化サービス組織	自発的組織
生産服務部門	農業科学技術普及站 植物保護站 農業機械站 排水、灌溉站 (水利所) 牧畜獸医站		農民技術協會
流通服務部門	種子站 棉の買付站 特産品站	供銷社 糧食管理所 種子公司	
財政金融服務部門	農業経済站	農業銀行、信用社 保険所	農村合作基金会

## (2) 吉林省の農薬経済組織の状況～類型と現状

次に、吉林省における国家や政府系以外の農村集団経済組織をみると、農村社区合作組織を中心に、農村合作基金会、農村株式合作企業、農民專業技術協會がある。各地区別には次の組織がみられる。

### 各地域農村経済組織の代表タイプ

中部平原農業区： 農村社区合作組織、農民專業技術協會、農村合作基金会

中部中低山農林区： 農村社区合作組織、農民專業技術協會

東部山地林農区： 農村社区合作組織、農民專業技術協會

### 農村社区合作組織

前述のように吉林省の場合、農村社区合作組織が農村集団経済組織の中心である。この機能には次の3つがある。1) 政府に代わり社会的機能を行なう。2) 農村社区の特徴に応じて、本社会内の組織機能を行なう。3) 特定の経済行為に対する組織、調整を行なう。その目標は 1) 経済利益目標と社会発展目標（福祉の改善、余剰労働の配分）の達成、2) 政府末端組織の代理として政府の政策を実行することである。

### 農村合作（互助）基金会

「農村合作基金会」は郷鎮クラスの民間金融組織で、民間余剰資金を吸収し、農業生産にサービスすることを主旨として、主に農業生産用の短期小額流動資金を提供する。株式を発行し、参加、脱退も自由であり、年末には配当をだしている。預金は自由意志と相互利益を原則とし、貸付は小額短期、有償使用の方法を採用して、郷鎮の中で融資活動を行う。預金金利は銀行よりやや高く、預金の吸い寄せに有利である。貸付金利は銀行よりもやや高いが、民間の高利貸より低い。同時に、貸付方式は短期小額であるので、カバー範囲は広い。

この基金会は九台市において盛んである。九台市では他の省の経験者を招いて、1988年からこのような民間金融組織を創立し始めて、目下25の郷鎮の中で、23は農村互助基金会を創立した。融資活動をよく行った其塔木と慶陽は、1996年6月12日までの統計によると、1,360戸が融資に参加して、1,350万元の資金を吸い寄せた。この2つの郷鎮の中で、融資に参加した農家は各々農家総数の8.1%と6.5%であるが、基金会から貸付をもらった農家はそれぞれ53.9%と

35.8%である。九台市九郊郷ではメンバーは750人、株主大会が決定機関である。融資の先としては、①多種経営などの農業生産(多種経営に対しては、農業銀行や信用はあまり貸し出さない)、②村営企業、③生活困難農家(預金金利と同じ金利で資金を提供)である。最初は、種子、化学肥料、ビニールの購入が主であったが、後に経営多様化への融資が多くなった。平均1,000元借り、8ヵ月で返済している。資金の回収率は98%で保証人の担保に加え、利益の20%を特別資金として担保しており、返済不能になったものはない。

目下、農村資金不足は経済発展を制約している一要因である。農村互助基金会という融資形式は、国家銀行と信用社資金供給不足を補充して、一部の農民の資金問題を解決できる一方、有効的に民間高利貸活動を抑制できるので、民衆に歓迎されている。基金会の余剰(総収入の中から管理費用、出資金及び代理管理資金を除いた部分)について、一般的には4:6の配当方法で基金会とメンバー間で分配する。つまり40%は基金会集団に属し(公共積立金、公益金と保険金)、60%は出資メンバーの配当金に使う。

#### 農村株式合作企業

農村株式合作企業種類は多く、多角化の出資主体と財産権構造に特徴がみられる。1996年現在、吉林省には郷村株式合作企業が1,331社ある。その中で、郷鎮企業は622社、村の企業は709社である。総生産高(今の価格)は266,712万元で、その内訳は、郷鎮146,754万元、村の企業は119,958万元である。

#### 農民專業技術協會

專業協會は民營技術經濟合作組織である。主な目標は農民に生産前、生産中、生産後の各種のサービスを提供して、農民の生産コストと取り引きコストを減少する。協會の具体的な機能は、①農業用生産資料連合購買および農産物連合販売輸送を行うことによって、生産前と生産後の規模經濟を形成して、農民の購買輸送コストを減少する。②農民の生産性活動を調和することによって、生産過程に出てくる外部性問題を解決する。③生産過程技術指導と市場情報を提供する。

このモデルケースとして永吉県のケースがある。永吉県は積極的に農村各種の技術協會を扶助している。各クラスの科学技術協會を中心として、多様なルートを通じて、農民に専門技術養成を行うと同時に、定期的に技術的専門家を評価する。目下、全県の中で、各種の技術協會を

356個も設立した。口前郷果樹専業戸梁氷を始めとして、永吉県園芸協会を設立した。毎年四回の活動を行って、新技術を学んだり、経験と情報を交流したり、モデル作用を果たしたりすることによって、毎回一つか二つの技術課題を解決する。メンバーは500人まで発展して、7個の郷鎮と区まで普及した。メンバーの中で、年間収入が3万元の人は20人余である。二年来、メンバーは果樹園を70ha余新しく開拓して、果樹園面積は240haに達した。

### 専門農村市場

農村経済組織とは別に、吉林省にも専門市場と農家が一体化して発展したケースがある。農安県万金塔郷の羽毛交易市場である。万金塔郷では洪水被害の時に、何人かの農民がハルビンのある羽毛工場にガチョウの自家産の羽毛を売りにいった。この羽毛は人気を呼び、多数の農民と一緒にハルビンへガチョウの羽毛を売りにいくようになり、郷の中に商人たちが生まれた。そして、山東、河南と黒龍江省等からもガチョウの羽毛を買いに来るようになり、羽毛交易市場は自然発生的に郷の馬車宿で始まった。その後、郷党委員会や県委員会、県政府の有力な支持の下で、1991年110万元を投資して、施設健全、機能完全の国内最大の羽毛交易市場を設立した。この市場の総敷地面積は20,390平方mで、交易ホール、倉庫13箇所（羽毛貯蔵量25万キロ）、付属ホテル等の公共施設も備えている。現在18個の省、地域と繋がっており、安徽、福建、アモイと香港、台湾、日本、韓国等国内外の大きなメーカーも購買に来ている。

この市場をベースに郷に関連産業が生まれた。羽毛加工量が一日1トン以上の中型羽毛分離工場は6社あって、小型羽毛分離工場は500社、一日に分離加工羽毛量は30トンである。年中羽毛交易に従事している農家は2,800戸で、全郷総戸数の42%を占めている。全郷で羽毛交易に従事している農民は一万人余りで、総人口の30%以上を占めている。1996年、万金塔郷の羽毛業総収入は3,515万元で、一人当たり収入は1,065元、一人当たり総収入の34.8%に当たる額であった。全郷内、羽毛だけで年収10万元以上の農家は20余戸で、何十万元以上の農家もある。羽毛業の発展は土地の譲渡を促進した。数多くの農民が専門的に羽毛業を経営し始めたので、土地を譲り出した。今年、郷全体で1,500haの土地が譲渡されたが、それは総面積の13.2%に当たる。

### (3) 吉林省における発展政策：農業産業化

吉林省では専業化、商品化、社会化のすすむ中で、農業の弱点は分散経営で市場競争のリス

クに対応困難であるとして、次の2点を問題として指摘している。①分散している小農経済は規模が小さく、収益が低いため、農民収入の増長が遅くて、都市と農村の差が激しくなった。②郷鎮企業は農村労働力を就職させる能力は弱くなり、農村の余分の労働力は農業に留まらざるを得ない。これに取り組む方策として、吉林省でも農業産業化をあげている。

このコンセプトは、市場を目標にして農業産業化経営を行なうことにより、始めて小規模分散経営と大市場の問題を解決することができるというものである。農業、工業、貿易の一体化や生産、加工、販売の一体化により、農家の小生産と国内、国際大市場の間に掛け橋をつくる。このことにより農民の収入を向上、農業の比較利益を向上でき、伝統農業の現代化農業への転換を促進でき、農村の余剰労働力を利用できるとしている。吉林省での農業産業化の組織の形式としては中国全土のものとはほぼ同様に、会社（公司）＋農家、合作組織＋農家、農村專業技術協会＋農家、農業卸売市場＋農家、仲介組織＋農家の方式がある。

これらの共通点として次のことがいえる。

- ①指導的（龍頭）企業／經濟組織／專業市場などと農家の契約によって利益協同体を構成する。この利益分配システムによって積極性を導く。
- ②指導的（龍頭）企業は農家の生産と市場を結び付ける。
- ③農業産業化組織が、生産、加工、流通などを結合し、生産経営一体化のチェーンを作る。
- ④管理体制を打破する。經濟原則に即し、市場の需要に応え、現代企業方式の組織による協調とサービスを提供する。

## 5.2 畜産（肉牛）総合振興プログラム

### 5.2.1 背景、目的、基本方針

#### (1) 中国及び吉林省における畜産

中国では、急速な経済成長、所得の向上にともない、食品需要の高度化・多様化が進展し、肉類の需要が増大している。肉類の生産量も急増しており1991年から1995年間の年平均増加率は14%と、国民総生産の増加率を大きく上回っている。

表2-5-7 中国における肉生産量の推移（1991～1995年）

	(単位：万トン)										
	1991		1992		1993		1994		1995		年間増加率
肉全体	3,144.4	100%	3,430.7	100%	3,841.5	100%	4,499.3	100%	5,260.1	100%	14%
豚肉	2,452.3	78%	2,635.3	77%	2,854.4	74%	3,204.8	71%	3,648.4	69%	10%
牛肉	153.5	5%	180.3	5%	233.6	6%	327.0	7%	415.4	8%	28%
羊肉	118.0	4%	125.0	4%	137.3	4%	160.9	4%	201.5	4%	14%
鶏肉	395.0	13%	454.2	13%	573.6	15%	755.2	17%	934.7	18%	24%

出所：中国統計年鑑1996年版

こうした中、吉林省における肉類の生産も急増しており、過去5年間の年平均増加率は24%と、中国全体の伸びを大きく上回っている。中でも、牛肉と鶏肉がそれぞれ37%、43%と急速に伸びている。中国の中で吉林省は鶏肉、牛肉とも生産量が第8位となっており、トップの山東省と比較して鶏肉の生産量は約4分の1、牛肉は約5分の1となっている。

表2-5-8 吉林省における肉生産量の推移（1991～1995年）

	(単位：千トン)											
	1991		1992		1993		1994		1995		年間増加率	95年順位
肉全体	569.7	100%	640.4	100%	766.6	100%	1,009.8	100%	1,345.4	100%	24%	
豚肉	408.6	72%	428.9	67%	482.8	63%	617.5	61%	773.0	57%	17%	18位
牛肉	49.2	9%	61.5	10%	84.6	11%	116.2	12%	174.9	13%	37%	8位
羊肉	10.0	2%	10.8	2%	12.0	2%	14.0	1%	18.7	1%	17%	18位
鶏肉	n/a		n/a		176.0	23%	249.0	25%	361.0	27%	43%	8位

注：95年順位は中国全省の中での吉林省の順位。

出所：吉林統計年鑑各年版、中国農業必携

## (2) 吉林省の比較優位

このように、吉林省の生産量は急速に伸びているものの、吉林省は下記のように畜産の振興において比較優位を持っており、将来はさらに発展する可能性が十分にある。

### a. 豊富な飼料原料

畜産業の育成に当たっては、良質の飼料が安価で安定的に利用できることがたいへん重要であるが、吉林省は全国でも有数のトウモロコシの生産基地であり、その利用可能性が高い。たんばく質原料として重要な大豆は生産面積が減少しているが、政策次第で生産のポテンシャルは大きい。また、吉林省東部の延辺自治州には草地が約100万ヘクタールあり、このうち8割近くが未利用のままである。こうした草地資源を活用しうるポテンシャルがある。

### b. 安価な労働力

畜産加工（屠畜、カッティングなど）は多くの労働力を必要とするが、吉林省では安価で且つ良質な労働力を十分に確保することができる。

### c. 優良品種の存在

吉林省西部に多い草原紅牛、東部に多い延辺黄牛は中国でも有数の優良品種として知られている。

## (3) 目的

本プログラムの目的は、吉林省において肉牛を中心に畜産の振興の実現、円滑化を図るための戦略、方針を提案することである。吉林省における畜産業は順調に発展してきており、吉林省の比較優位を勘案するに、吉林省は将来、中国の主要な畜産基地になるポテンシャルを十分に持っている。吉林省においても、これまでの畜産発展の流れを持続させ「牧畜大省」となることを目指している。しかしながら、「牧畜大省」への成長を実現するには生産、流通、加工、販売の各段階において解決、整備されるべき課題を抱えている。生産から販売までの流れの中で、どこかにボトルネックがあると販売が停滞し、生産面にまで影響を与える。そこで、本プログラムでは、販売から生産までの一連の流れを重視しながら、吉林省におけるこれからの畜産の発展方針・戦略を提示し、それに向けた整備手法を提案することを試みる。

(4) 主な事業対象

吉林省における畜産物は豚、鶏、牛が中心である。このうち、肉鶏については外資企業との合弁工場が既に設立され、省内だけでなく中国国内・国外への販売がなされている。域内及び広域流通とも比較的整備されている。肉鶏の飼育は畜産物の中でも工業的性格が強く、その生産に当たっては「農家+公司」方式が確立されており、今後の増産にも大きな問題はないと考えられる。

豚肉は中国の肉類の消費の約7割を占め、吉林省においても最も生産量の多い食肉である。しかし、豚肉の需要は伸びてはいるものの、表2-5-7、表2-5-8に示したとおりその伸び率は鶏肉、牛肉に比べると低くなっている。その理由として飼料に使われている穀物が人間と競合すること、消費者の健康志向、並びに所得の向上に伴う肉需要の多様化が挙げられる。その結果、1979年には豚肉は肉需要の94%を占めていたが、1995年には69%となり、2000年に向けて漸減することが予想される。他方、吉林省においては近年、豚の加工工場が整備され、上海への冷蔵鉄道輸送が実施されている。吉林省における肉豚の増産・販売体制は軌道に乗りつつあると考えられる。

そこで、本プログラムでは肉牛を畜産振興の主たる対象として検討する。前述のとおり、吉林省には未利用の草地資源や飼料穀物が豊富に存在し、また吉林省の草原（吉林）紅牛や延辺黄牛は肉質が優れているとして全国的な評価も高い。表2-5-9に示すとおり、牛肉の一人当たり生産量も吉林省は中国全体の約2倍である。吉林省における肉牛発展のポテンシャルは大きいと考えられる。吉林省としても、黄牛プロジェクトを実施し、肉牛の振興を図っている。中国政府としても、畜産需要の増大に伴う飼料としての穀物需要の増大を緩和するために、牧草の利用可能性の高い肉牛の振興を重視している。また、牛は皮革、内臓、血液など副産物の利用度が高く、肉豚や肉鶏に比べて産業連関効果が高いことから、肉牛の振興は関連産業の発展も期待できる。

表2-5-9 中国全体と吉林省における一人当たり肉生産量の比較（1995年）

	豚肉		牛肉		鶏肉		羊肉	
	総生産量	一人当たり	総生産量	一人当たり	総生産量	一人当たり	総生産量	一人当たり
中国全体	3,648	30.1	415	3.4	935	7.7	202	1.7
吉林省	77	30.2	17	6.7	36	14.1	2	0.8

出所：中国統計年鑑1996年版



なお、本プログラムにおける検討対象は肉の一次加工までとし、牛肉の二次加工や副産物（皮革など）は取り扱わない。また、本プログラムは肉牛の振興に当たって必要な諸策を網羅的にすべて取り上げるものではない。吉林省における肉牛生産の現状、計画等を鑑み、強調すべき点に焦点を絞って検討するものである。

#### (5) 基本方針：部分肉による広域流通への参入

これまでの吉林省における肉牛の流通は生産地と消費地とがたいへん近接していた。省外への移出、輸出はあるが、それは少量の部分肉を除いて、生体による流通であり、吉林省は付加価値の低い状態で供給していたと言える。

近年の肉牛生産の増大及び近代的屠畜工場の建設により、これからは部分肉の広域流通が不可欠となってくる。部分肉流通は生体流通と比較し、輸送費用が安く且つ衛生、病気対策などの面で優れている。また、部分肉流通への転換は吉林省だけでなく、中国全体における流通の効率化にも寄与するものである。そこで、本プログラムでは部分肉による広域流通への参入を基本方針として考察を進めることとする。

部分肉の販売先としては、中国沿岸部を中心とする省外への移出と外国への輸出とが考えられる。輸出については、ロシア、香港<sup>1</sup>、東南アジア、中東などへの輸出が実施、検討されており、これは積極的に進められるべきである。しかし吉林省に近接し、牛肉輸入量の多い日本、韓国への輸出は実現していない<sup>2</sup>。日本は中国からの非加熱肉の輸入を法律で禁止している。韓国は国内産業保護のため外国からの牛肉の輸入を自由化していない。輸入自由化は2001年まで待たなくてはならない。

他方、中国沿岸部は所得が急増しており、畜産物への需要の増大及び畜産物の中での需要の多様化が今度とも進むことが予想される。沿岸部における牛肉市場の展望を図 2-5-5 に示す。上海、北京、大連などで市場の性格は異なるが、おおまかに言って、現在、沿岸部における牛肉市場はそれほど大きくはなく、市場構造も一般市場（自由市場）が大半を占めている。自由市場で販売される牛肉は役牛や粗飼料を中心に育成された牛である。

<sup>1</sup> 香港は中国領であるが、市場の性格からここでは輸出として取り扱う。

<sup>2</sup> 1994年の輸入実績は日本58万トン、韓国14万トンである。

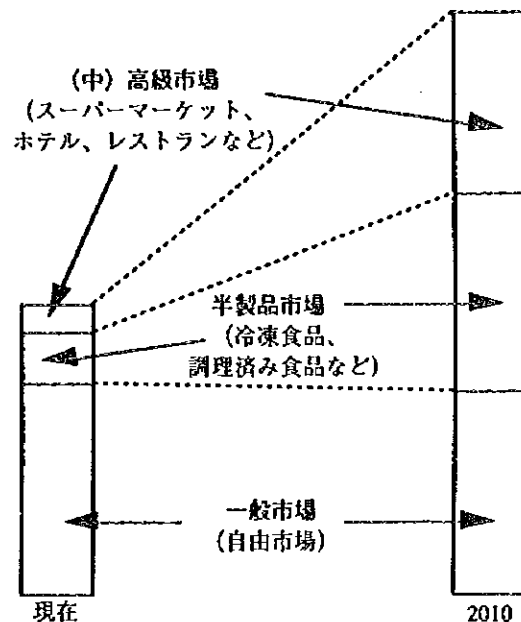


図2-5-5 中国沿岸部における牛肉市場の展望

しかしながら、2010年に向けて、自由市場は徐々にその比率を下げ、スーパーマーケット、ホテル、レストランなどにおける中高級レベルの牛肉販売、及び冷凍食品などの加工牛肉の消費が増大することが予想される。スーパーマーケットの拡張は高所得者層から中所得者層をも取り込んでいくと考えられる。既に上海では生鮮食品を取り扱うスーパーマーケットが約900店舗展開しており、一般庶民によるスーパーマーケットでの購入も増大している。スーパーマーケットやホテルでは濃厚飼料を用いて肉牛として育成された牛肉が販売されている。また、外国から牛肉を輸入しているところも多い。これらはたいへん高額であり、例えば、オーストラリアからの輸入牛肉はサーロインで180元/キロで販売されている<sup>3</sup>。スーパーマーケットやホテルが輸入牛肉を販売するのは、国内産では肉質が劣ること、並びに国内企業からは安定供給（質、量の両面で）を確保できないことによる。輸入牛肉に相当する肉質を確保することができれば、中国産を積極的に利用したいというのが、スーパーマーケット、ホテル等の一致した意見である。半製品市場は肉質の面では、中高級市場と自由市場との間に位置すると考えられる。電子レンジなどの普及で、将来、半製品市場の需

<sup>3</sup> 直接の比較は困難だが、長春市における牛肉価格は1キロ当たり約12元である（部位による価格の違いはそれほど大きくはない）。

要も増大することが予想される。

このように、現時点では沿岸部における牛肉の消費量は豚肉などに比べると少ないものの、今後、牛肉需要が増大するポテンシャルは相当高いと考えられる。吉林省としては、外国への輸出及び中国沿岸部への移出の両方を目指していくべきであろう。

なお、吉林省においては部分肉による広域流通への参入に加えて、域内流通の整備も重要な課題である。現在の域内流通は、各市県に設けられた小規模の屠畜場で牛を屠畜処理し、枝肉などにした後、常温輸送で小売市場に運ばれ販売されるというものである。こうした流通システムは、屠畜場の衛生設備が必ずしも万全でないこと、冷凍倉庫などが十分に装備されておらず特に夏季の肉の管理が困難であることなどの問題を抱えている。また、屠畜場が近くにならない山間部などでは、屠畜設備のないところで屠畜が行なわれているとも言われており、とりわけ衛生面での問題が多い。このように、吉林省においては広域流通だけでなく、域内流通の整備も重要な課題である。

#### (6) 課題

上に述べた基本方針を進めていくに当たっては吉林省はいくつかの課題を抱えている。以下に主たる課題を取りまとめる。

##### a. 肉質が十分でない

現在の牛肉に対する一般的な認識は価格が高く、おいしくないというものである。これまでの中国における牛肉は役牛の利用が中心であったために、こうした認識が形成されたものと考えられる。しかしながら、牛肉は日本などでは食肉の中でも最もおいしいという認識を得ている。品種の改良、肉牛としての育成に取り組み、品質のよい牛肉を生産し、消費者の認識を徐々に変えていく必要がある。

##### b. 産肉量が小さい

肉質の向上も重要であるが、高級肉であっても産肉量・価格面での充実を図る必要がある。大連の高級市場で最大のシェアを持つ食肉加工業者は吉林省から草原紅牛を生体で調達している。その理由は屠畜時の体重が800キロになることもあるなど1頭あたりの産肉量が多く、屠畜効率が高いからである。しかし、今次調査対象地域の東部に多い延辺黄牛は産肉量が小さく、しかも高級部位の多い後半分がとりわけ小さいという問題を抱えている。

### c. 安定供給が困難

安定的に牛肉をバイヤーの要求に応じて供給できる体制を構築する必要がある。量及び品質の両面でバイヤーの要求に応じた供給が安定的にできないと、持続的なビジネスにはつながらない。実際、上海のあるバイヤーは食肉加工業者から高品質の牛肉の供給を受けたが、品質が安定しなかったために購入を取りやめてしまった。ビジネスを継続的にやり、シェアを拡大していくには、安定供給を維持できる体制を構築する必要がある。

### d. 市場が遠い

現在、沿岸部の主要都市の高級市場に供給されている肉牛は都市部周辺で飼育・屠畜されているものが多い。北京近郊で牛の飼育から加工、納入まで行うドイツとの合弁企業は、北京・天津周辺の高級市場の大半を抑えているようであるが、ここは市内に倉庫等を構え、バイヤーから注文のあった部位をその日のうちに納入できる体制を整えている。吉林省としても、こうしたサービス面での対応が必要となるが、距離的、時間的に不利な面がある。主要な消費地においては、冷凍物流倉庫を確保するなどの措置が必要となろう。

### e. 需要が小さい

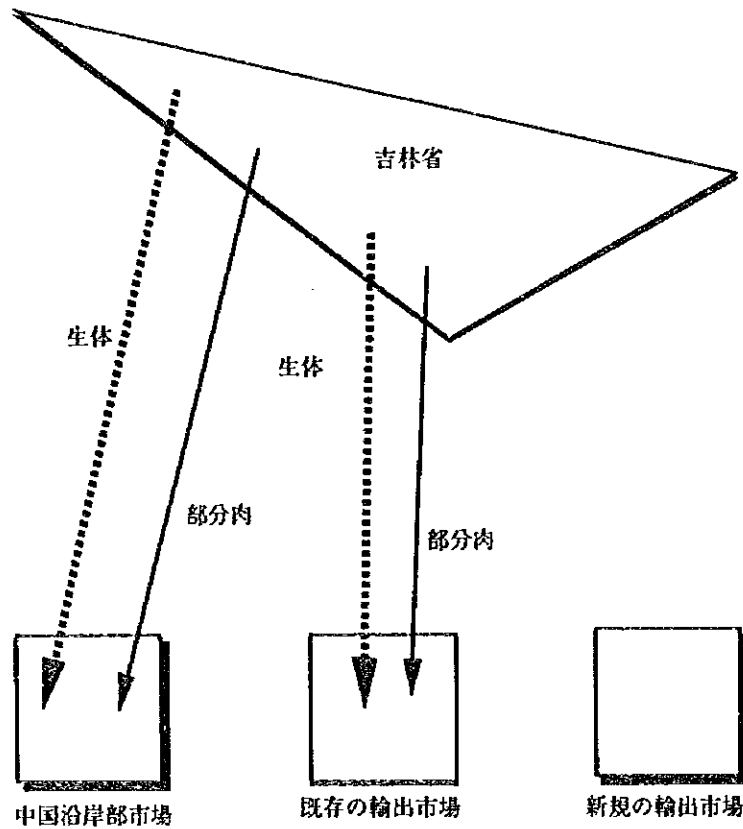
牛肉の市場規模はそれほど大きくはない。牛肉の肉質が良くないこともその一因となっている。詳しいデータは不明だが、大連の高級牛肉市場は約1,000トン/年にすぎないと考えられる。上海のスーパーマーケットにおいても、牛肉の鮮肉を取り扱っている店はわずかしかない。他の沿岸部の市場においても今後拡大が予想されているものの、現時点ではそれほど大きくはない。

しかし、おいしい牛肉を生産すれば市場を拡大することができると考えられる。上海ではスーパーマーケットが熾烈な競争を展開しており、どのスーパーマーケットも他との差別化による生き残りを目指している。差別化の一つとしてスーパーマーケットが注目しているのが牛肉である。おいしい牛肉を安定的に調達できるようになれば、消費者を教育することで需要・販売を増大することができるというスーパーマーケットもある<sup>4</sup>。

---

<sup>4</sup> 上海のあるスーパーマーケットは、牛肉の販売コーナーにおいて牛肉を使った料理メニューを紹介している。こうした活動を通じて消費者の牛肉に対する認識を変化させるとともに、牛肉の需要の増大を図っている。

吉林省における肉牛は上にまとめたような課題を抱えており、その結果、現在の広域流通は生体を中心としたものにとどまっている。現在の広域流通の状況を図2-5-6に示す。



注：線の太さは相対的なボリュームを示す。

図2-5-6 吉林省における肉牛の広域流通の現況

## 5.2.2 プログラムの主要内容

### (1) 概要

本プログラムにおいては、今後の吉林省における肉牛の発展方針を短期と中長期との2段階に分けて検討する。肉牛の振興には、生産から販売までの一貫した整備が不可欠である。一般に肉牛の流れは、繁殖（子牛の生産）、子牛の流通、肥育、生体牛の流通、加工（屠畜、カッティングなど）、加工品（部分肉など）の流通、販売に分けられるが、ここでは生産、加工、流通、販売の4段階に大きく分けて検討する。

表2-5-10はプログラムのコンポーネントをそれぞれの段階に応じて分類したものである。以下では、短期、中長期の順でそれぞれのコンポーネントについて考察する。

表2-5-10 本プログラムの主たるコンポーネント

	短期 1998～2003	中長期 2004～
目標	沿岸部市場への部分肉による参入、 既存輸出市場への輸出拡大	沿岸部市場におけるシェアの拡大、 新規輸出市場の開拓
戦略	販売力の強化とおいしい肉の生産による 市場の拡大	規格の安定
コンポーネント		
販売	牛肉の共同販売会社の設立 主要消費市場における牛肉専門店の開設	
流通		等級の作成 食肉卸売市場の整備
加工	近代的加工工場の建設	近代的加工工場の建設
生産	おいしい肉の生産に向けた体制整備	子牛価格安定化制度の導入

## (2) 短期的戦略

基本方針で示した部分肉による広域流通への参入の第一ステップとして、短期的には中国沿岸部の中高級市場及び既存の外国市場（ロシア、香港、東南アジア、中東など）が主たるターゲットとして考えられる。短期的な販売戦略を図2-5-7にまとめる。

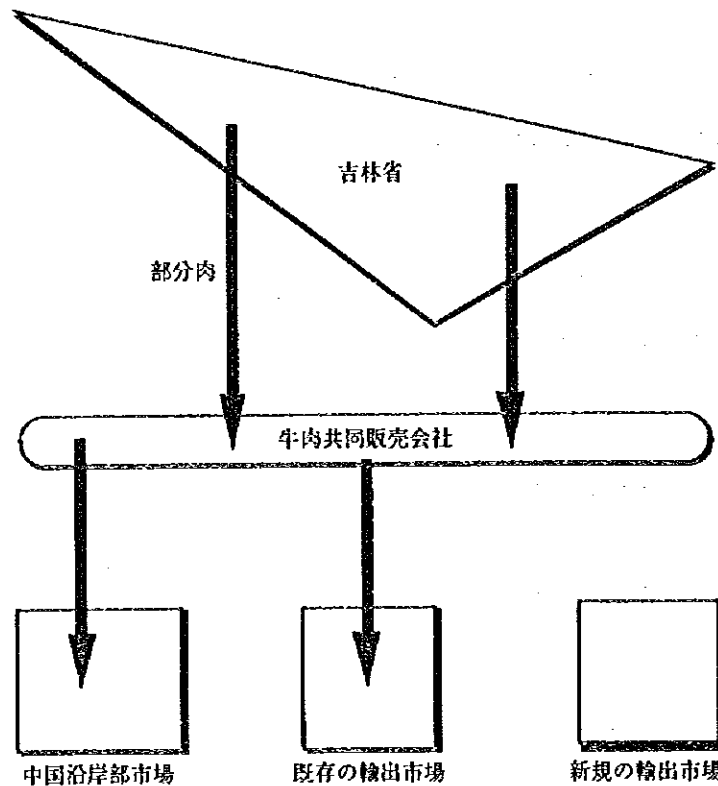


図2-5-7 吉林省における牛肉の短期的販売戦略

広域流通に参入していくにあたって、吉林省にとっての最大の課題はいかに販売先を確保するかである。そのためには吉林省として牛肉の販売力を強化する必要がある。また、販売を促進するために、「おいしい肉を生産し牛肉市場を拡大する」ことにも取り組むべきである。こうした戦略を達成するための手段として、生産面ではおいしい肉の生産に向けた体制整備、販売面では牛肉の共同販売会社による販売力の強化や消費市場における牛肉専門店の開設、加工面では加工工場の整備などを進める必要がある。以下にそれぞれについて考察する。

#### a. 牛肉の共同販売会社の設立

吉林省においては、肉牛生産の増大、加工工場の建設が進みつつあるが、生体から部分肉への流通に転換していくにあたって、その販売先をいかに確保するかが課題となっている。一般に中国では計画経済の名残りからか需要面に比較して供給面がより重視される傾向がある。吉林省においても肉牛振興を図っているものの、その中心は生産体制の強化である。吉林省は肉牛の生産地区であ

ることから生産面は重要であるが、需要動向を常に勘案しつつ進める必要がある。

現在、吉林省においては牛肉の販売活動は各工場が主体となっており、省としての販売戦略というものは確立されていない。国内貿易局や糧油食品進出口会社の管轄下にある工場では一般には販売が上位部門に委ねられているが、経営上の問題を抱えているところが多く操業度はたいへん低い。工場独自で販売活動を行っているところもあるが、工場による活動には制約が多い。そのために、販売活動が比較的弱く市場の開拓が困難である。特に輸出においては人材、コミュニケーションなどの面で困難な点が多い。牛肉の販売が滞ると、吉林省内で牛肉が余剰となり、価格が暴落し、せっかく整備されつつある肉牛の生産体制に大きな打撃を与えることになる。

そこで、吉林省として牛肉の加工工場などが参加した共同販売会社を設立することを提案したい。販売会社の主たる業務内容としては、吉林省産牛肉（部分肉）の市場の開拓、販売ルートの確立、市場情報の収集、市場情報のフィードバックなどが挙げられる。

また、同販売会社が国内の主要な消費市場に牛肉の小売り専門店を設立することも併せて提案したい<sup>5</sup>。こうした取り組みのメリットとしては、大きく以下の4点が挙げられる。

第1は販売促進活動の強化である。現在、加工工場ベースで営業活動などがなされているが、各工場レベルでは人材の面でも、情報収集面でも限界がある。とりわけ輸出に当たっては個別工場での取り組みはたいへん困難である。ニュージーランドは牛肉の輸出に当たって、販売・交渉力の強化、ブランド形成などの目的から輸出を共同会社に一本化し、成果を挙げている。共同販売会社が吉林省で生産される牛肉の販売を担当することで、現在の各工場に分散した方式ではなく、より効率的な販売促進体制を構築することができる。

第2は消費市場の拡大である。前述したように中国沿岸部における牛肉市場はそれほど大きくはないが、牛肉専門店等を通じたおいしい牛肉の提供、牛肉を使った調理方法の普及を通じて、消費市場の拡大に寄与することが期待できる。

第3は市場情報の収集である。牛肉市場が成熟していないことから、中国人がどういった牛肉を嗜好しているのかが十分にはわかっていない。専門店を通じて直接消費者に牛肉を販売することで、好まれる肉質に関する情報を消費者から直接収集することができる。

---

<sup>5</sup> 牛肉の専門店とは、例えば、1階で牛肉の小売りを行い、2階はしゃぶしゃぶ・焼き肉レストラン、3階ではステーキなどの洋食レストラン、4階で牛肉を利用した調理教室を経営するといった、牛肉をさまざまな形態で販売するタイプの店を言う。



第4は吉林省の肉牛生産へのフィードバックである。市場情報を吉林省の生産者に伝えることで、生産者は肉質改善の方向を明確に認識することができる。肉質改善にかかる取り組みをより効果的に実施できるようになる。生産者へのフィードバックを容易にするために、共同販売会社には生産者を管轄する牧業管理局も参画するべきである。

このように、吉林省においては、肉牛の生産から流通・販売にいたる関連組織が共同販売会社を設立し、省が一体となった販売活動を戦略的に進めて行くことが望ましいと考えられる。

#### b. おいしい肉の生産に向けた体制整備

先に述べたとおり、中国のとりわけ沿岸部における一般住民の牛肉にかかる認識はおいしくないというものである。需要の拡大及び販売先の確保にはおいしい肉の生産がたいへん重要である。実際、沿岸部のバイヤーの中には牛肉を調達したいものの、おいしい肉を安定的に供給できるサプライヤーが見つからず断念しているところもある。吉林省に存在する草原紅牛、延辺黄牛は優質牛との評価が高いが、延辺黄牛は基本的には役牛であり、肉質の向上には品種の改良が必要である。肉質が良くなることには、市場も拡大しない。また、競争力を向上させるために、産肉量の改善にも取り組む必要がある。吉林省の調査対象地域に主に分布する牛はそれほど大きくはなく、産肉量が小さく肥育効率がそれほど良くはない。そこで、吉林省の既存の品種をベースとして、肉質、産肉量の両面での改良に合致するよう品種の改善、飼育方法の改良を進める必要がある。あるいは外国から優良品種を積極的に移入し、肉質を一気に改善させる手法も考えられる。以下に吉林省における肉質改善の主たる課題と対策とをまとめる。

#### 生産の担い手と地域的特性

移出／輸出用に価格競争力があり且つ肉質のよい肉を生産するには、農家の副業ではなく専業農家が主体となった取り組みが必要である。そのためには、専業農家の技術力の向上並びに規模の拡大を図るべきである。総体として、移出用、輸出用の牛肉は大規模専業農家による生産、域内用牛肉は農家の副業による生産へと峻別が進んでいくであろう。

また、地域的には草地資源の豊富な延辺自治州や吉林市の山間部で繁殖を行い、肥育は长春市や吉林市の平野部で豊富な穀物（とうもろこし）資源を活用することが効率的であると考えられる。

### 種牛の改良について

優良種牛を育成するために外国から雄牛を輸入し地元の雌牛との交配が進められているが、どの外国種との交配が望ましいかが十分には検討されておらず、やみくもに交配が進められている面が見られる。外国種の導入は地元の牛の長所を活かし、短所を補足するような形で実施されないとはいけない。かえって長所を殺してしまうことのないように、交配の組み合わせなどにつき十分な調査研究を行う必要がある。

次に、改良牛の生産に当たっては改良種牛から採取された人工精液を農民が所有する雌牛に人工授精させているが、人工授精にかかるハード、ソフト面での整備が必要である。肉牛に占める改良牛（肉用牛の種牛と人工授精したもの）の割合は約60%にとどまっていると推測されるが、これは冷凍精液を運ぶ輸送車、及び冷凍精液を保管する容器が十分には整備されていないことが主たる要因となっている。また、人工授精に当たっては各村の交雑ステーションにおいて人工授精担当者が任命されているが、こうした人々の技術力が弱い面が見られる。研修活動などが実施されてはいるものの、人工授精技術が十分に普及しているとは言えない。

### 母牛の改良について

品種の改良に当たっては、種牛の改良だけでは限界があることから、母牛の改良も必要となる。雄牛は種牛として集中的に育成し冷凍精液を配給することで改良が比較的容易であるが、他方、母牛は農民が所有していることから、その改良は進みにくい。品種の改善を早急に進める手法として、外国から輸入した受精卵を地元の雌牛に移植する方法があるが、概して吉林省の雌牛は小さく、受精卵移植は難産を伴いやすいという欠点がある。そこで、農民の所有する母牛の中から選抜などの作業を通じて、徐々に優質な肉牛を増大させていく地道な努力が必要となる。吉林省ではすでにこうした取り組みを始めているが、母牛の改良には長期間を有することから、予算面からの継続的な支援が必要である。

なお、外国では良質の肉牛を生産するために、受精卵と雌牛を外国から輸入し、輸入した雌牛に受精卵移植を行い、一気に優質な肉牛の生産基地となることを目指しているところもある。吉林省においても、長春市で一部の輸入雌牛を対象にこうした試みが為されている。こうした取り組みの大規模化は資金面での制約が多いが、吉林省の牛肉のブランドイメージを確立する手段として、このような試みをさらに強化していくことも一案であろう。

### 肥育について

吉林省における肥育規模は専業農家を中心に拡大しつつあり、量的な増産の達成にはそれほど問題がないと考えられる。しかし、肥育技術が十分には確立されておらず、農家によって肥育手法がバラバラであり、結果として肉質、産肉量などの点でばらつきが多い。飼料の種類や投入量、肥育期間も農家によってまちまちである。一定水準の肉牛を生産していくには、肥育技術の確立・標準化、肥育農家の教育、資金的支援などが必要となろう。

吉林省の近代的加工工場では、既に購入する品種、飼料の配合等に関してのアドバイスを肥育農家に与えており、こうした方法を今後とも強化するべきであると考えられる。

おいしい肉の生産及び産肉量の向上に向けては、ドナーからの支援を受けることが効果的である。とりわけ、母牛の選抜、近代的肥育技術の確立・普及などの分野において専門家の派遣が検討されるべきであると考えられる。

### c. 加工工場の建設、近代化

部分肉による広域流通への参入には、吉林省における加工工場の整備が不可欠である。これまで生体での移出・輸出が主流であったのは、省内に加工工場が十分には整備されていなかったことも一因となっている。近年、吉林省においては屠畜場の整備が進められている。1997年には世界銀行の融資を受けて徳恵市に建設された近代的加工工場が操業を開始した。さらに、敦化市においても加工工場の建設が進められている。現在の吉林省における加工工場の構造をまとめたものが表 2-5-11 である。

表 2-5-11 吉林省における牛肉加工工場の構造

分類	機能	工場数	管轄	場所	概要
1	広域流通対応型 (輸出対応)	1 (1)	徳恵市 敦化市郷鎮企業局	徳恵 敦化 (建設中)	近代的な加工工場
2	広域流通対応型 (一部は輸出対応)	約10	中糧吉林糧油食品進出口 公司、国内貿易局など	長春、蛟河、柳河、白城 伊通、双遼、榆樹、四平 通榆など	設備が1のタイプよりは落ちる 国営企業で管理体制に問題も
3	域内流通対応型	約20	各市県政府	各市県	一般に冷凍設備はあるが、 屠畜施設などが十分ではない 小規模のところが多い

出所：ヒアリングによる

加工工場の整備は、広域流通への参入目的だけでなく、域内流通整備の視点からも必要である。現在、域内流通用の肉牛は各市県レベルの屠畜場で処理されているが、衛生設備が完備しているとは言いがたい。その他、屠畜場を経由しない、闇屠殺されている牛もあるようである。域内流通用の牛肉の衛生面での改善を図るために、屠畜処理の場を徐々に近代的な加工工場に移していくことが望ましい。

吉林省の九・五計画では徳恵市、敦化市、遼源市、柳河市において、近代的加工工場を整備することが優先プロジェクトとしてあげられている。しかし、域内流通の整備等も勘案すると、吉林省における近代的加工工場の数は絶対的に不足している。表2-5-12は吉林省における今後の牛肉生産の推移予想を示したものであるが、2000年以降毎年、10万頭規模の年間処理能力を持つ工場（枝肉ベースでは約2万トン）が稼働したとしても、移出・輸出に加えて域内流通をも含めた牛肉加工をカバーすることはできない。そこで、今後とも継続して整備を行うことが必要である。調査対象地域内では、肉牛の飼育頭数、既存の工場等を勘案すると長春市及び敦化市（現在建設中）における近代的加工工場の建設が必要であると考えられる。但し、消費市場の動向に十分に留意することが必要である。

表2-5-12 牛肉生産量の推移予想と近代的屠畜工場の処理能力

	1980	1985	1990	1995	(トン)		
		実績			2000	2005	2010
					予想	予想	
牛肉生産量	7,556	10,784	36,306	174,877	282,000	434,000	638,000
年平均増加率		8%	27%	37%	10%	9%	8%
近代的加工工場処理能力	0	0	0	0	100,000	200,000	300,000

注：肉及び工場処理能力は枝肉ベース

牛肉生産量の伸びは、過去5年間の中国における肉類生産量の伸びのGDPの伸びに対する弾性値（1.17）

を調査団推定の吉林省のGDP成長率に乗じて調整したもの。

2000年までに既に計画中の4工場が完成することを想定。以降は毎年1ヶ所の工場が稼働を開始することを想定。

出所：吉林統計年鑑1996年版及び調査団推定

吉林省には広域流通用の屠畜施設として吉林中糧食品進出口公司の牛肉加工工場や国内貿易局管轄の加工工場が存在している。しかし、これらの工場は構造が旧式であり、設備が十分には備わっておらず、また経営管理上の問題もあり、稼働率の低い工場がたいへん多い。今後、こうした工場から沿岸部への移出、海外への輸出を図っていくためには、近代的設備の整備に加えて、管理体

制の改善などの抜本的な対策を講じる必要がある。

屠畜場以外の活用手法として、工場に付設されている冷凍倉庫を冷凍物流倉庫として利用する手法も考えられる。フィリピンでは十分に利用されていない屠畜場付設の冷凍倉庫をその地区における物流基地として活用している事例があるようである。いずれにしても、現在十分には活用されていない比較的大規模の国営の屠畜施設については、屠畜場としての再生、あるいは冷凍倉庫としての活用などを含めて、今後の利用方法につき詳細な検討を行う必要がある。

### (3) 中長期的戦略

短期的戦略である「販売力の強化とおいしい肉の生産による市場の拡大」に次いで、吉林省の中長期的戦略として「規格の安定」を提案したい。中国沿岸部や一部輸出市場への販売はそれが継続されて始めて吉林省の肉牛の発展に結びつくことができる。継続的な販売の実現には規格の安定が不可欠である。規格の安定とはクライアントの要望に応じて、一定の品質の牛肉を安定的に供給することである。とりわけ、レストラン、ホテルなどは、多数の顧客に同じ品質・形の食肉を提供する必要があるために、規格の安定をたいへん重視する。季節によって品質が変化したり、供給能力が変動するようでは規格の安定とは言えない。

規格の安定を図るためには、価格の安定（経年、季節による変動が少ない）、品質の安定、肉牛の品種の統一、飼料の安定的確保、バイヤーの注文に即応できる体制の整備などが必要である。規格の安定の実現には、いわばサプライヤーとしての吉林省の総合力が問われると言ってよい。吉林省における生産はこれまで量的な生産が重視され、消費者の満足するものを生産するといった意識が欠けていた。規格の安定を図るには、生産から販売までのあらゆる段階で、その商品が消費されることを想定して取り組む必要がある。こうした活動を通じて中国国内における産地形成を図っていくことも可能となろう。

市場としては中国沿岸部におけるシェアの拡大に加えて、これまで輸出実績のなかった、あるいはたいへん少なかった日本、韓国などの外国市場を視野に入れた取り組みが重要となる。中長期的には韓国の輸入自由化、日本の非加熱肉の輸入禁止の解除も期待できる。前述したとおり、日本と韓国の両国を合わせると、現在の吉林省の生産量の約4倍にもあたる牛肉を輸入しており、市場としてのポテンシャルはたいへん大きい。こうした市場への参入に当たっては、これまで以上に肉質の改善を図っていく必要がある。

中長期的な販売戦略を図2-5-8に示す。

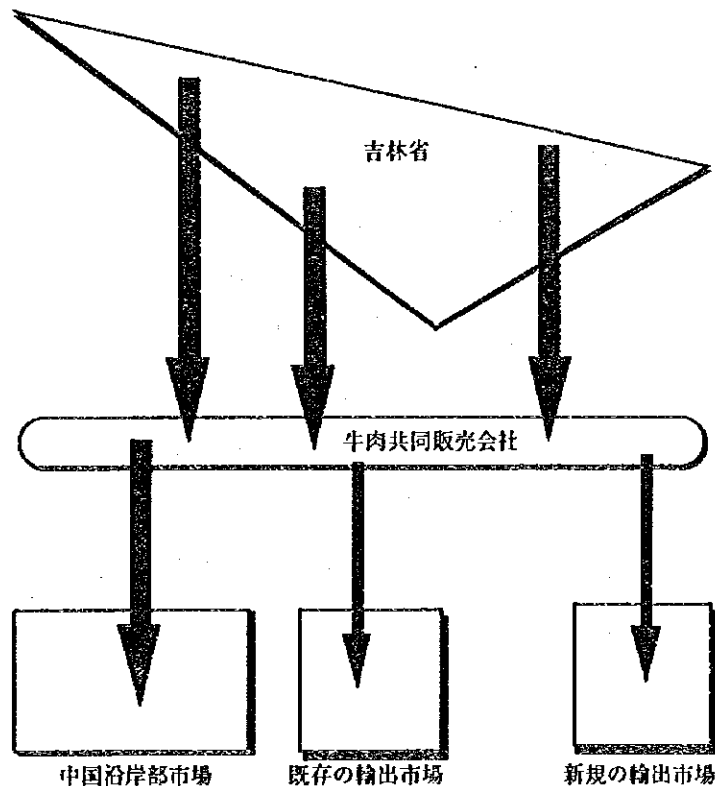


図2-5-8 吉林省における牛肉の中長期的販売戦略

以下では、規格の安定を通じた肉牛の振興に向けて、吉林省として必要と考えられる取り組みについて考察する。流通面では肉質に応じた等級の作成、食肉卸売り市場の整備、生産面では子牛価格安定化制度の導入が必要であると考えられる。加工工場の建設は中長期的にも引き続き必要であるが、短期的取り組みと重複するので、ここでは取り上げない。

a. 等級の作成

価格に影響を与える要素として部位、牛の種類（雄・雌、経産牛・未経産牛）、品種、体重、品質などが挙げられるが、広域流通においては、バイヤーは購入する肉を事前に見ることができないので、希望する品質の肉を購入することは容易ではない。そこで、肉を見なくてもその品質を判断できるような指標が必要となる。

日本では黒毛和牛を対象に、枝肉を「歩留まり（A～Cの3種類）」と「肉質（5～1の5種類）」によって15段階（A5～C1）に等級付け（格付）している<sup>6</sup>。取引に当たっては肉の部位、牛の種類などに加えて、格付けを勘案して価格が設定されている。肉が等級付けされることによって、広域流通において買い手が肉を見なくても、肉の品質をあらかじめ知ることができるのである。

中国においても、肉の等級付けは輸出用牛肉を対象に実施されているが、国内用には適用されていない。輸出用の等級も内容は十分ではないようである。そこで、広域流通の円滑化を図るために吉林省独自の等級を作成することを提案する。等級を導入すれば、常に同じ等級の牛肉を供給することで、規格（品質）の安定を図ることができる。高級市場のバイヤーは、とりわけ品質の安定供給を重視するので、等級付けは吉林省にとって有力な販売先確保の手段となりうる。なお、等級は全国共通であることが望ましいので、将来的には吉林省の等級の全国標準化を目指すべきである。

ここで、等級付けを吉林省政府が認証し、等級の権威付けを行うことが重要である。大連のスーパーマーケットでは1級と表示された冷凍肉がパックに入って高値（11.6元/250グラム）で販売されている。これは、等級付けが販売の有力な手段となることを示しているが、等級付けを実施したと示されている組織に信頼性が乏しく、等級付け自体の信頼性を損ねている。吉林省政府が等級付けに認定を与えることによって、等級、ひいては吉林省産牛肉の信頼性を高めることができる。

なお、格付け基準の選定に当たっては、日本の格付け基準にこだわる必要はなく、中国の状況、嗜好にあったものを検討することが望ましい。現在、中国では肉の衛生管理が問題となっているので、等級と衛生問題とをリンクして認証するのも一つの方法であると考えられる。

また、牛の生産者が自分の肥育した牛の等級を知ることができれば、より品質の高い牛を生産するインセンティブともなるので、肉質の改善を促進することにもつながる。

#### b. 子牛価格安定化制度の導入

規格の安定の実現には、一定レベル・量の肉牛を安定的に生産できる体制を構築することが必要である。肉牛の生産は主に繁殖と肥育とに分けられるが、肥育部門は「農家+会社」方式の導入に加えて、比較的資本力のある農家・企業が取り組んでおり、量的な面で増産を達成することは可能であると考えられる。

---

<sup>6</sup> 肉質は「脂肪交雑」、「肉の色沢」、「肉の締まり及びキメ」並びに「脂肪の色沢と質」の4項目を判定項目としている。

他方、子牛生産（繁殖部門）は将来問題となる可能性がある。牛の生産においては子牛が最も大切であり、良質の子牛を安定的に生産することが、肉牛振興の最大の前提条件であるといっても過言ではない。吉林省ではトラクターの普及が十分ではないために、おおよそ70%とも言われる農家が肥育素牛となりうる牛を所有している<sup>7</sup>。従って、現時点では肥育素牛の供給にさしたる問題はなく、肥育農家は家畜交易市场において比較的自由に素牛を購入することができる。

しかしながら、吉林省においては今後トラクターの普及が急速に進むことが予想される。大中型トラクターの台数は1990年の18.6万台から1995年には23.8万台へと増大している。農業機械による耕地面積比率も1990年の45.8%から1995年には48.4%へと増大している（吉林統計年鑑1996年版）。機械耕作面積の1995年/1980年比は全国の1.30に対し、吉林省は1.35（141万haから191万ha）となっている。トラクターの普及が進むと農民は雌牛を必要としなくなり、雌牛を手放すので、子牛は肉牛の繁殖を目的とする農民によってのみ供給されるようになる。日本でも役牛からトラクターへの転換に伴い、雌牛の放出が急速に進み肉牛市場は大きく混乱した。ここで、肥育素牛（子牛）の生産を安定的に進めていくにあたって考慮すべきポイントが3点挙げられる。

#### 繁殖農家の採算性確保

牛を役牛として利用していたときには、農家は雌牛をその経済的採算性に関わりなく保有する必要があったが、トラクターが普及すると役牛を必要としなくなる。すると、繁殖による経済的利益が確保されない限り、農家は雌牛を所有し子牛を生産するインセンティブを持たなくなる。すなわち、繁殖の採算性が悪ければ、牛が消滅してしまう。子牛の安定的確保には子牛生産の採算が確保されることが条件となる。

#### 価格の変動

一般に子牛価格は地方に行くほど価格の変動が大きく、繁殖農家の経営は安定しにくい。また、役牛が減少し子牛の生産が市場価格に応じて変動するようになると、キャトルサイクル<sup>8</sup>という現象

<sup>7</sup> 吉林省における役牛の利用率は平野部では約50%、山間部では90%以上と推定されている。

<sup>8</sup> キャトルサイクルとは以下のメカニズムに基づく価格の周期的な変動のことである。①牛肉価格が高くなると、子牛生産農家が子牛を増産するため、約3年後に牛肉の生産が増加し、それまで上昇を続けていた牛肉価格が下降を始める。②牛肉価格の低下に伴い、子牛価格も低下し始める。③値下がり率が一定水準以下になると、子牛生産農家は生産意欲を失い繁殖用雌牛まで売ってしまう。④このため牛肉の生産はますます増加し、牛肉の価格、子牛価格ともさらに下降する。⑤牛肉価格の低下により需要が増大する。⑥牛肉が当初値下がりをは



が生じることが世界的に知られている。これは6~7年を周期とする価格・生産量の大きな変動である。子牛価格の低下時には雌牛を放出してしまい、子牛の生産に深刻な影響をもたらすケースがしばしば見られる。

### 懇細な経営規模

肥育では「資本」が最も重要な経営要素であるために「農家+公司」方式が成立しやすいが、繁殖では「土地」が最も重要な経営要素であるため、「農家+公司」方式の適用は肥育に比較すると困難である。これは繁殖には夏場の放牧用の土地や冬場の粗飼料用の採草地などに十分な面積の土地を確保することが必要であるからである。舎飼型と呼ばれる購入飼料への依存度の高い繁殖方式もあるが、コスト高となること、穀物消費量が多く飼料需要を緩和しようという国の方針に合わないこと、吉林省の未利用の草地の有効利用とならないこと、などから吉林省として望ましい手法ではないと考えられる。こうしたことから吉林省では「土地」に依存した繁殖経営を進めていくべきであると考えられる。しかしながら、1戸当たりの土地所有面積が小さいために、雌牛の所有頭数は少なく、繁殖経営は小規模とならざるを得ない。現在、繁殖規模を拡大するために、1戸当たりの土地面積を増大させるような土地の請負制度が進められているものの、十分には進展していない。経営規模が小さいと経営が子牛価格などに左右されやすく、不安定なものとなりやすい。その結果、子牛の供給も不安定化してしまう。

以上から、子牛生産の安定を確保するために、子牛価格安定化制度の創設を提案したい。子牛価格安定化制度とは、繁殖農家の採算が確保されるようなレベルに子牛の保証価格を設定し、市場価格が保証価格を下回ったときには、子牛価格安定基金より繁殖農家にその差額の一部を補填することで、繁殖農家の経営を安定化させ、子牛の安定供給を確保しようとするものである。同制度の創設に当たっては、繁殖農家だけからの拠出では補填を十分に行うことが困難であるので、省政府としての積極的な資金の投入が必要となろう。

子牛価格は肥育農家の費用の50%以上を占めるために、子牛価格の安定は肥育農家の経営安定化の観点からも重要である。子牛の最低価格が保証されることで子牛供給が安定的となり、ひいては子牛価格の変動も緩和することができると考えられるので、子牛価格安定化制度は肥育農家の経営の安定にも貢献しうる。

---

じめてから3年くらいたつと、それまでの増産傾向にブレーキがかかり需要と供給のバランスが逆転して、価

また、優質肉牛のみを対象として保証価格を設けることで、優質肉牛の普及を政策的に進めることも可能となる。

### c. 食肉卸売市場の整備

近代的加工工場の増大に伴い、域内流通用の肉牛も近代的加工工場で処理することを目指すべきである。その際、域内流通を整備するために、近代的加工工場内に食肉卸売市場を創設し、枝肉あるいは部分肉の状態でセリを行い、卸売価格を形成していくことが考えられる。加工工場内に食肉卸売市場を整備するメリットとしては以下が挙げられる。

#### 生体より枝肉の方が肉牛の正確な価値を反映する

現在、吉林省の域内流通の流れは、仲買人等が農民から交易市場あるいは直接取引で牛を購入し、屠畜した後、小売市場において販売するシステムとなっている。この場合、牛の生体に基づいて価格が形成されるが、販売は部分肉ベースであるので、異なるものを対象として価格が形成されている。従って、生体と部分肉との間に乖離があるとき、価格の整合性が失われる。このために牛の体重を増やすために牛に水を飲ませるなどの行為がしばしば行なわれる。食肉卸売市場において枝肉あるいは部分肉で価格形成を行うことによって、こうした問題に対処することができる。

#### 衛生面での改善

各市県の中小規模の工場は衛生条件がそれほど整備されているとはいえない。また、各家庭で屠畜されている肉牛もあるといわれ、その衛生条件には問題がある。そこで、域内流通の流れを現在の中小加工工場経由から近代的加工工場経由へと転換し、衛生面での改善をはかるべきである。

#### 集約による価格の安定

域内流通用の価格の形成を少数の卸売市場に集約することにより、取引価格がより大きな地域における需給を反映するようになり、より公正な価格が形成されることが期待される。これは価格の安定化にも寄与しよう。こうした生産地区における価格の安定は、生産の安定につながり、広域流通面にも好影響を与えることと考えられる。

---

格が上昇に転ずる。

#### (4) 期待される便益

吉林省における畜産（肉牛）振興の便益は大きく3つに分けて考えることができる。第1は肉牛の生産増大による農村地域の貧困問題の緩和、農民所得の向上である。延辺自治州では肉牛の増産に力を入れているが、主要な肉牛生産基地は延辺自治州における貧困市・県（和龍市、安図県）と一致している。肉牛の増産は農民の貧困の緩和に直接大きく寄与することができる。また、畜産の振興は農民の所得向上に大きく貢献しうる。中国では沿岸部と内陸部との間の所得格差が拡大し問題となっているが、内陸部の吉林省における都市部と農村部との所得格差も大きい。これは一つには農村部がとうもろこし、大豆といった付加価値の低いバルク物の生産を中心としていることによる。農民は畜産の生産を増大していくことによって、付加価値の低い穀物を付加価値の高い畜産へと転換することができる。このように、肉牛生産の振興は農村地域における所得の向上に大きく寄与すると考えられる。

第2は加工部門の発展による雇用の増大、関連産業の発展効果である。これまで吉林省では牛を生体のまま省外に出していたが、省内で加工することで省内における付加価値の増大、雇用の増大（屠宰加工工場は多数の労働者を必要とする）、牛の副産物を利用した皮革産業等の関連産業の発展につながる。また、牛の排泄物・内臓等を土壌の改良に利用することもできる。吉林省の中部穀倉地帯においては土壌の有機質が減少し、大きな問題となっているので、この分野での活用はたいへん重要である。

第3は吉林省における肉牛増産の全国的な意義である。食生活の向上によって、従来の豚中心の肉生産から、飼料効率の良い鶏や草食性の牛、羊、兎への多様化が政策的にも奨励されている。吉林省は自然資源の賦存状況から、畜産の生産に比較優位を持っている。こうした比較優位を生かすことによって、中長期的には沿岸部の住民に安価な価格で良質の牛肉を提供することが可能になる。また、現在中国は子牛が不足しており、オーストラリアから子牛を輸入するという情報もある。吉林省における肉牛の増産は外貨の節約にも寄与すると考えられる。また、牛肉の輸出は外貨獲得にも貢献しうる。

図2-5-9は肉牛振興による便益をまとめたものである。

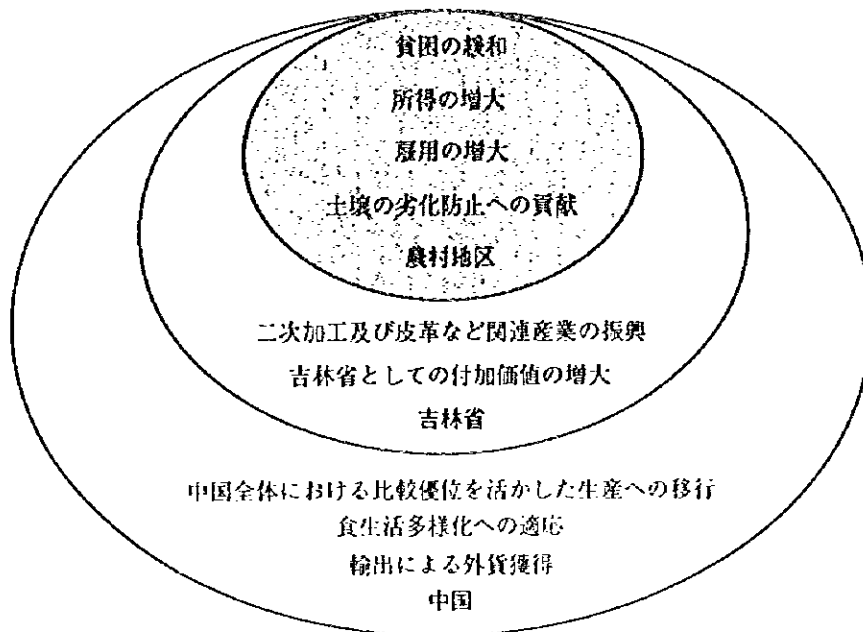


図2-5-9 吉林省における肉牛振興の便益

#### (5) 環境影響の評価

肉牛の振興に当たって特に留意すべき環境問題として、加工工場における排水・異臭と草地の利用にかかる過放牧の二点が挙げられる。第一の加工工場における排水については、畜産加工は水が多消費型産業であり、その排水は有機質含有量が多く、BOD値がたいへん高いという特性を持っている。そこで、排水処理を適切に行うことが必要である。徳恵市に建設された近代的加工工場では建設（機器）コストの3%程度を排水処理施設が占めているようであるが、こうした数値が目標となろう。既存の施設では排水処理施設が十分には整備されていないところも見受けられる。新規の工場だけでなく、既存の施設における排水処理の強化も必要である。

また、加工工場は悪臭を発生しやすいことから、住宅の密集する市内における建設は避け、郊外に建設することが望ましい。その場合でも風向きに十分に配慮すべきである。

第二の草地の利用については、吉林省として未利用の草地の有効活用は図るべきであるが、過放牧による草地の劣化は防止しなくてはならない。吉林省西部では過放牧を一因とした草地の砂漠化等が進展し、深刻な問題となっている。東部で同じような現象が起これば、山間部であるだけに表土の流出が大きく、より深刻な問題となることが予想される。既に林業局の所有する山地に、近接

した農民が放牧目的で侵入し草地在劣化したというケースが発生しているようである。草地在放牧地として利用する際には、草地在劣化を引き起こさないよう、あらかじめ放牧頭数、放牧期間等の計画をたてる必要がある。

(6) 主たる留意事項

a. 飼料の確保

現在、吉林省では約500万トンのトウモロコシが飼料として利用されている。これは省の生産量の約30%、省内消費量の約80%に当たっている。飼料需要の90%は肉豚、肉鶏、採卵鶏の飼育であり、肉牛飼育にかかる需要はそれほど大きくはない。また、飼料の中でも加工（配合）飼料として利用されているのが120万トンにすぎず、飼料の利用効率が低くなっている。

表2-5-13は今後の飼料需要の伸びを、1996年度の実績を基に推測したものである。今後はトウモロコシを主飼料とする鶏、豚の急増により、吉林省生産のトウモロコシが飼料として利用される比率は現在の約30%から2010年には60%弱へと増大すると予想される。但し、今後の配合飼料比率の高まりによる飼料の利用効率の向上などを全く考慮していないことに留意する必要がある。とうもろこし需要に占める畜産のシェアは徐々に高まるものの、当面は飼料としてのトウモロコシを省内で確保できると考えられる。

表2-5-13 トウモロコシの飼料需要の予想

	(単位：万トン)			
	実績(1996年) トウモロコシ消費量	2000年	予想 2005年	2010年
予想年平均増加率		8%	5%	3%
飼料需要合計	500	680	870	1,000
豚	200	255	310	340
牛(含む羊、魚)	50	75	110	140
鶏(肉鶏、採卵鶏)	250	350	450	520
トウモロコシ生産量	1,750	1,870	1,830	1,790
飼料の割合	29%	36%	48%	56%

出所：ヒアリング及び調査団による推定

注：トウモロコシの加工飼料率の向上・肥育技術の向上などで肉生産量は飼料需要の伸び率以上に伸びると考えられる。

飼料確保の面では高たんぱく質原料となる大豆粕などの供給が不足する可能性がある。大豆は栽培面積が年々減少していることから、政策的に栽培面積を増大させるなどの措置が必要である。

他方、トウモロコシについても長期的には飼料需要の増大を緩和していくことが必要である。そのために、肉牛の開発に当たっては未利用の草地を有効に活用していくことが望ましい。延辺自治州には80万ヘクタールに及ぶ未利用の草地があるが、その大半は林業庁の管轄下にある。一部の林業局は草地で放牧を行っているが、林業庁管轄下の林地は基本的に林業経営の視点から管理されており、放牧とは相いれない地域もある。林業局と畜産局との調整を十分に図っていくことが肉牛の振興、飼料需要の緩和、及び草地資源の持続的利用の視点からもたいへん重要である。

#### b. 関連インフラの整備

部分肉の広域流通の実現に際しては、鉄道輸送の整備がインフラ分野における最大の課題となる。最近、吉林省から上海への冷蔵豚肉の鉄道輸送が始まったようである。冷蔵は冷凍に比較し、保存期間は短いものの、高品質のまま保持できる特性を持っていることから、冷蔵輸送を今後とも発展させていくことが必要である。そのためには、温度管理の厳格化、定時運行などの整備を進めていくべきである。サービス面をも含めた鉄道インフラの整備を今後とも進めていくことが重要である。

また、改良種の普及に当たっては冷凍精液を農民に配送するシステムを構築する必要があるが、道路の未整備、輸送車の不備などが制約要因となっている。改良種の普及は品種の改良、ひいてはおいしい肉の生産に不可欠であるので、畜産の振興を図るうえでも道路の整備、冷凍輸送車の増大等が必要である。

### 5.2.3 実施行動計画

#### (1) 実施にかかる機関とその役割

##### a. 各コンポーネントの担い手

各コンポーネントの主たる担い手を表2-5-14に示す。

表 2-5-14 各コンポーネントと主たる担当機関

コンポーネント	主たる担当機関
牛肉専門販売会社の設立	省食品集团公司、国内貿易局、中糧吉林粮油進出口公司、省牧業管理局、屠殺加工企業、徳恵市、敦化市など
牛肉専門店の設立	同上
おいしい肉の開発	省農業科学院畜産畜牧科学分院、省牧業管理局など
加工工場の建設	長春市、敦化市の郷鎮企業局あるいは国営企業局など
等級の作成	省牧業管理局、省国内貿易局、省食品集团公司など
子牛価格安定化制度の導入	省牧業管理局、省工商行政管理局など
草地の有効利用	延辺自治州畜牧局、州林業局
食肉卸売り市場の整備	各加工工場の管轄機関

例えば、牛肉の共同販売会社の設立に当たっては、加工工場やそれらを管轄する機関だけでなく、肉牛の生産を管轄する牧業管理局の参加も得ることが望ましい。そうすることによって、消費地で得た情報を効果的に生産者にフィードバックし、より消費者の嗜好にあった牛肉を生産する体制を構築することができる。

なお、加工工場、食肉卸売り市場の建設は、建設サイトによって管轄機関が異なってくる。上に示した担当機関は一つの案にすぎないことに留意する必要がある。

#### b. 畜産関連機関間のコミュニケーションの強化

肉牛の発展には生産部門を管轄する牧業管理局や流通を管轄する国内貿易局、食品集团公司などが協調して取り組むことが必要であるが、そうした関連機関間の連携は十分ではない。今までは生産者は量的な達成を重視してきたが、広域流通への参入を図るには生産段階から、市場で売れるものを生産するといった取り組みが必要である。そのためには各部門間の連携がたいへん重要になってくる。四川省では、生産・加工・流通を一体化して畜産業を一つの産業として育成するため、流通・加工を管轄する食品公司、飼料生産を管轄する飼料工業弁公室、生産を管轄する農牧庁畜牧局が統合され、畜牧食品弁公室となっている。吉林省においても、関連組織を統合させるかどうかはともかく、関連機関間のコミュニケーションの強化を図る必要がある。

#### (2) スケジュール

本プログラム実施にかかるスケジュールを図 2-5-10 に示す。





の牛肉加工企業はドイツの企業と合併しているが、単なる資金の拠出だけでなく、飼育方法、販売手法などの技術も合わせて取得し、成功を収めているようである。吉林省としても、願わくば単なる資金の拠出だけでなく、牛肉生産のノウハウを持った企業との合併を図るべきである。

第2は外国のドナーとの協力である。中国では沿岸部と内陸部との所得格差が広がっているため、内陸部への協力を重視しているドナーもいる。また、セクターとしては畜産も含めた農業、環境が比較的重視されている。従って、吉林省の畜産業はドナーからの協力の対象となり易いと考えられる。

第3は受益者から拠出金を求める方式である。子牛価格安定化基金への拠出は省や市県からの拠出も期待されるが、加えて、受益者である繁殖農家が主たる資金提供者となるべきである。資本力を活かして、加工工場や大規模肥育農家から資金を調達することも考えられる。

#### 5.2.5 主要なコンポーネントの詳細

##### (1) 牛肉の共同販売会社の設立と牛肉専門店の開設

背景	部分肉による広域流通への参入にあたって、販売ルートを強化する必要があるが、現時点では各工場別の取り組みとなっており、情報収集、人的資源などの点から制約が多い。また、中国における牛肉市場はそれほど大規模ではないために、吉林省として市場の拡大に本格的に取り組む必要がある。
目的	吉林省の肉牛の販売力を強化するとともに、肉牛市場の拡大を図る。吉林ブランドの牛肉の確立を図る。
事業の概要	吉林省の広域流通を対象とする加工工場が参加して、牛肉の共同販売会社を設立する。また、同会社が主体となって主要消費市場において牛肉専門店の開設する。
会社の構成	省食品集团公司、德惠市、敦化市、中粮公司、屠殺加工企業、国内貿易局、牧業管理局など
事業内容	1) 販売ルートの確立 2) 市場の開拓 3) 市場情報の収集 4) 吉林省の生産者への市場情報のフィードバック 5) 牛肉専門店の運営

## 牛肉専門店の開設について

対象都市	天津、北京、上海
目的	1) 消費者に牛肉のおいしさを教育し、牛肉市場の拡大をはかる。 2) 消費市場の動向・嗜好を把握し、吉林省における生産の改善に役立てる。
店舗の構造	牛肉の販売、焼き肉・しゃぶしゃぶレストラン、ステーキレストラン、牛肉を使った調理教室等を組み合わせる。
費用	300 万元 x 3 店舗

### (2) おいしい肉の生産に向けた体制整備

背景	中国沿岸部における牛肉の市場規模は現時点ではそれほど大きくないが、おいしい牛肉を生産・提供することで市場の拡大をはかることができる。また、価格競争力を強化するためには牛の産肉量を高めていくことが必要である。こうしたことから、牛の品種改良を進め、肉質、産肉量の両面で改善を図っていく必要がある。
目的	おいしい肉の生産に向けた体制整備を進める
事業の概要	吉林省としてとりわけ以下の分野を中心に、良質な肉牛の生産に向けた体制整備を図る必要がある。

#### 繁殖面

- 外国種との交配の適切化
- 人工授精の実施体制の整備 (ハード及びソフト面)
- 母牛の選抜

#### 肥育面

- 標準的肥育技術の確率
- 肥育農家の教育

こうした体制整備を進める一環としてドナーから複数の肉牛飼養専門家を招聘することも検討されるべきである。肉牛飼養専門家の TOR としては以下が考えられる。

業務内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中国で嗜好される牛肉の品質についての調査（市場調査）</li> <li>2. 優良品種の開発（外国種との交配、授精卵移植技術などを含む）</li> <li>3. 繁殖、肥育にかかる技術普及</li> <li>4. 農民への普及方法の検討</li> </ol>
所属機関	農業科学院牧畜科学分院
派遣期間	2年間

### (3) 加工工場の建設・近代化

背景	<p>吉林省における牛の省外への移出・輸出は生体による形態が主流を占めている。これは費用、衛生、事故などの面から非効率的であることに加え、吉林省としても付加価値の低いまま肉牛を出荷していることとなる。また、域内流通においては各市県にある中小規模の屠畜工場が利用されているが、必ずしも衛生面での配慮が十分ではない。屠畜工場から遠い山間部では屠畜施設もないところでの闇屠殺も行なわれていると言われており、衛生面での問題が懸念される。</p>
目的	<p>加工工場を建設し、広域流通においては生体から部分肉への流通形態の転換で吉林省における付加価値の向上、輸送効率の改善などを図る。域内流通の観点からは屠畜を少数の近代的加工工場に集約することで衛生面での改善を図る。</p>
事業の概要	<p>既存の加工工場の分布、牛の飼育頭数、消費市場等を勘案し、長春市及び敦化市に新たに加工工場を建設する（敦化市は現在建設中）ことが望ましいと考えられる。加工工場の概要は以下のとおりである。</p>
建設場所	長春市及び敦化市近郊の2箇所
規模	年間屠畜能力 10万頭 / 工場（枝肉ベースでは 2万トン / 工場）
主要工場設備	<p>繫留場</p> <p>屠畜施設</p> <p>酸化プロセス（枝肉の冷蔵）</p> <p>カッティング・プロセス、真空パック機器</p>

	冷凍倉庫
	排水処理施設
費用	約1億元 x 2カ所=2億元
運営主体	長春市及び吉林市の郷鎮企業局、国営企業局などを中心となる。
建設時期	2000年
主たる留意点	輸出に備えて HACCP <sup>9</sup> 等の品質管理システムを採り入れる。
その他	吉林省には構造が旧式で、設備が十分ではないが、比較的大きな処理能力を持つ国営加工工場が10箇所ほど存在する。こうした工場の中には管理体制に問題を抱えていたり、操業度がたいへん低いものが多いが、一部は操業度も高く香港への冷凍部分肉の輸出も行っている。吉林省としては、こうした工場を有効に活用し、移出・輸出にかかる加工基地へと整備していくことが望ましい。そのための工場近代化、管理体制のあり方等につき検討する必要がある。

#### (4) 等級の作成

背景	中国ではこれまで域内流通が中心であったこと、及び牛肉消費が成熟していなかったことから牛肉の品質に応じた基準が作成されていない。今後、広域流通が進展していくにつれ、また牛肉需要が高度化していくにつれ、品質の違いに応じたきめ細かい対応が必要となる。
目的	牛肉の品質に応じた指標を作成し、円滑な広域流通の実現に資する。
事業の概要	等級の作成に向けたプロセスは以下のとおりである。 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 等級付けを行う協会の設立</li> <li>2. 中国の嗜好の調査及び同調査に基づく等級の作成</li> <li>3. 等級付け協会の吉林省による承認。</li> </ol>

---

<sup>9</sup> HACCPとは食品の安全性を確保するための手法で、HA（危害分析）とCCP（重要管理点）とから構成される。危害分析（HA）では、食品の製造・流通プロセスについて、工程ごとに食品の安全性に害を与える微生物、化学物質、異物は何があるのか、それに対してどの工程でどのような対処をするのかを解析する。その結果、危害の発生防止の上で極めて重要な管理点（CCP）について、管理が適正に行われているときに守るべき基準を定め、それをどのように監視するか、基準を外れたときに採るべき対策を分析し、対処法を定める。また、工程上の作業を標準作業手順書として文書化するとともに、モニタリング結果などをきちんと記録し、HACCP計画どおりに実行しているかどうかを確認する。

4. 吉林省の等級付けの全国的な公表。
5. 等級付け者の研修。
6. 等級付け者による各加工工場における等級付けの実施
7. 等級付け者の目を養うための定期的な研修。

管轄官庁

国内貿易部、省牧業管理局など

留意点

- 1) 協会の設立に当たっては、加工工場が共同で出資することが考えられる。
- 2) 各工場での等級付けが公平となるように、等級付け者は十分な研修を積み、担当者による違いがないように配慮しなくてはならない。

#### (5) 子牛価格安定化制度

背景

現在、吉林省においては子牛（肥育素牛）の供給は潤沢であるが、今後トラクターが普及し役牛の必要性が低下すると、雌牛が減少し子牛の供給に影響が生じる可能性がある。繁殖経営が経済的に成り立たない限り、子牛生産は行われず、肥育や加工部門に大きな影響を与える。また、子牛の売買を市場メカニズムに委ねると、子牛価格の変動が大きくなり、子牛生産農家の経営が安定しにくい。

目的

吉林省における子牛生産の安定的な拡大を図るために、子牛の保証価格を設定し、繁殖農家の経営の健全化を通じた子牛の安定供給を図る。

導入の手順

##### 1. 子牛価格安定化基金の設立

省・市県の出資による子牛価格安定化基金を設立する。農家は子牛の市場価格が保証価格を上回ったとき、上回った額の一定割合を基金に拠出することとする。

##### 2. 繁殖農家の経営状況の調査

保証価格の設定レベルを検討するために、繁殖農家の経営状況を調査し、繁殖にかかる費用等を分析する。

##### 3. 保証価格の設定

調査に基づき、吉林省として存続すべきレベルの繁殖農家の採算がとれるところに保証価格を設定する。牛の品種、年齢、体重等で複数の価格を設定する必要がある。吉林省として普及を図りたい優質肉牛には高めの価格を設定し、農民の誘導を図る。

#### 4. 保証金の支払い

取引価格が保証価格を下回ったときには、下回った分の一定割合を基金から繁殖農家に支払う。

#### 5. 対象とする市場

省内の家畜市場で取引された子牛を対象とする。

図2-5-11は子牛価格安定化制度の仕組みを示したものである。

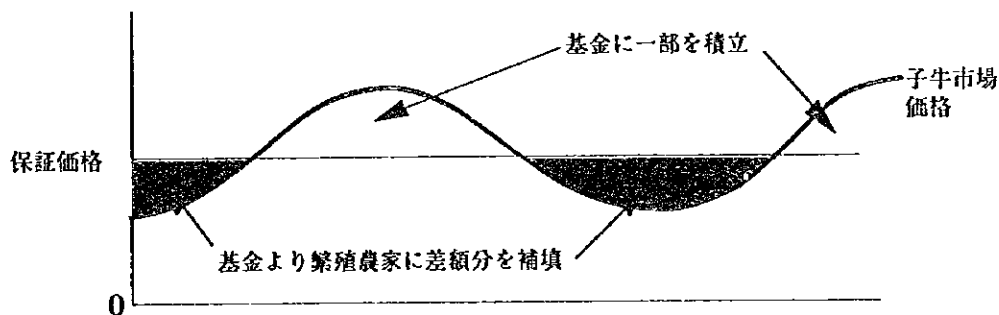


図2-5-11 子牛価格安定化制度の仕組み

本メカニズムを成功させるには安定化基金をできるだけ大きくすることが必要である。そのためには、市县政府、省政府からの基金への拠出額が大きいことが望ましい。また、保証価格は毎年見直される必要がある。

#### (6) 食肉卸売市場の整備

**背景と目的** 域内流通も近代的加工工場を経由した流通に転換していくに当たって、加工工場に卸売り市場を付設し、枝肉、あるいは部分肉による価格の形成を図る。少数の加工工場に集約することで大勢のバイヤー、サプライヤーの参加した公正な価格の形成を図ることができる。加工工場に付設させるのは、輸送、衛生面での配慮からである。

**事業の概要** 吉林省の近代的加工工場に卸売り市場を付設する。

**事業の対象** 長春市、敦化市（建設中）の2工場

**主要設備** セリ場

計量器  
精算場  
費用 2000 万元 / 工場 x 2ヶ所 = 4000 万元

## 5.3 長春野菜卸売市場改善プログラム

### 5.3.1 背景と目的

#### (1) 中国の野菜卸売市場の特性

中国の野菜卸売市場は次のような特性を持っている。第一に、消費地型と産地型に二分される。消費地型では北京の大鐘寺農副産物卸売市場（年間野菜取扱量 57 万トン、1995 年）、産地型では山東省寿光市の寿光農産物卸売市場（年間取扱量 80 万トン見込み、1994 年）が中国を代表する例である。本プログラムの対象となる長春野菜卸売市場は消費地型の一つであるが、野菜取扱量は 70 万トン（1996 年）で、消費地型卸売市場としては全国一、二の規模を誇る。ただ、この消費地型・産地型という分類は相対的なものである。大鐘寺市場でも入荷量の 30%程度は近在の生産者が直接持ち込むものであるし、逆に寿光市場でも 3%程度が地元消費者に供給される<sup>1</sup>。

第二の特性は卸売市場の設置主体がさまざまであることである（地方政府の工商部門が設立したもの、国家商業部系統の国営会社が設立したもの、農民集団が設立したもの）。これは卸売市場の建設を急ぐに際し、さまざまな主体が設立することを許可し、奨励してきたためである。この結果として、第三の特性は、消費地型卸売市場は一都市内に複数箇所設立されていることがある点である。北京市の例では主要な野菜卸売市場だけで五箇所を数え、瀋陽市でも大きなもの二箇所の他に各区に区営の市場が設けられている。長春市には一個所しかないが、この規模の都市としてはむしろ例外に属する。

#### (2) 吉林省における野菜生産と流通

##### a. 生産

吉林省における野菜生産には次のような特性が指摘できる。1978 年以降、野菜作付面積は拡大してはいるが極めて緩慢である。1978 年の 17.2 万ヘクタール（瓜類を含む）は 1990 年までほぼ一定で、その後増加に転じたものの、1995 年に 22.7 万ヘクタールに達したにとどまる。省の全作付面積に対する割合は 4.2%（1978 年）から 5.6%（1995 年）へ僅かに増した。ちなみに中国の平均は 6.3%（1995 年）である。生産量は、果用瓜約 70 万トンを含めて約 600 万トン（1995 年）を記録している<sup>2</sup>。

<sup>1</sup> 王兢「中国の野菜（1）—華北地域における青果物市場の形成とその改革」（農林統計協会、1966）、pp.69, 33。

<sup>2</sup> 「吉林統計年鑑 1996」。



省内の野菜生産は、都市と近郊の「野菜生産基地」がセットになる形で展開しており、都市自給態勢が基本である。これは計画経済体制以来、今の「買物籠プロジェクト」に至るまで貫かれている考え方である。野菜生産基地には、例えば長春市では南関区幸福郷、朝陽区城西郷など17郷鎮、吉林市では昌邑区九站郷（一個所のみ）、延吉市では興安郷（一個所のみ）が指定されている。省の野菜作付面積の約三分の一が長春とその周辺（長春市および公主嶺市）に分布していると推定され、都市自給型生産を裏書きする。これに対し、特定の作目を大規模に生産し広域的に販売するという例はまだ見られない<sup>3</sup>。

野菜生産は夏場（6月～10月）の露地栽培が主体である。ビニール・ハウスや「日光温室」<sup>4</sup>など、いわゆる「保護農地」は急速に普及しつつあるもののまだ限定される（1996年に5,300ヘクタール、ただし、これは前年の1995年に比べて33%の増である<sup>5</sup>）。この結果、省内の野菜生産は極めて季節変動が大きく、収穫は夏から秋に集中（一部は過剰気味）し、冬場はほぼ皆無となる。

## b. 流通

農村部については野菜は自給自足に近いので、主要な消費者は都市住民と見做してよい。生産者から都市消費者への流通のパターンには次の特徴が見られる。（大口購買者は除いて考える。）

まず、生産者は都市近郊生産者、省内生産者、省外生産者に大別でき、それぞれ利用する流通経路がかなり異なる。都市近郊生産者の場合、野菜出荷量の大部分は都市内に何箇所もある農貿市場（自由市場の一種、露天のことも多い）に直接持ち込まれて農民自身の手で販売される。卸売市場には農民自身が持ち込む場合と仲買人を介して入る場合とがある。長春市、吉林市でのヒアリングを総合すると、近郊生産者の出荷量のおおむね三分の二が農貿市場を、三分の一が卸売市場を経由していると推定される。

省内生産者の場合（例えば農安市産の瓜が延吉市に出荷される）、輸送距離が長くなるので仲買人による卸売市場経由の流通が増える。しかし、この場合でも農民自身がトラックを所有したり借

<sup>3</sup> 極めて例外的なケースは、延辺自治州龍井市にある延辺華龍集団（もと延辺龍井果樹農場）がロシアへの輸出も狙いの一つに本格的温室栽培（300平方メートルを20棟）を始めた例であろう。ただ、これにしても一企業農場の中の話であり、大規模産地化の動きではない。

<sup>4</sup> 「日光温室」は北側にレンガなどで高さ2メートル程の壁を造り、そこから南側にビニールを張った施設である。夜間はビニールの上に藁をかぶせて、日中蓄えた熱の放射を防ぐ。無加温が基本であるが、石炭による暖房を施す例もある。保温効果が高いかわりに、建設コストも当然高い（日光温室 15～30元/平方メートル、ビニール・ハウス 7～8元/平方メートル）。大連周辺で始まった技術といわれ、東北地方を中心に中国各地に普及が目覚ましい。

り上げたりして青果物を遠方の市場に持ち込むケースがないわけではない。これは、生産者が自ら市場に持ち込めば、「自産証明書」により市場使用料を免除されるため、相対的になお有利となるからである。省外生産者の場合はほぼすべて仲買人の手と卸売市場を経由する。

さらに、パターン別の流通量には前述したように大きな季節変動がある。省内産（近郊を含めて）は主に夏場に集中、反対に省外産は冬場の大部分を占める。以上にみた関係を図2-5-12に示す。

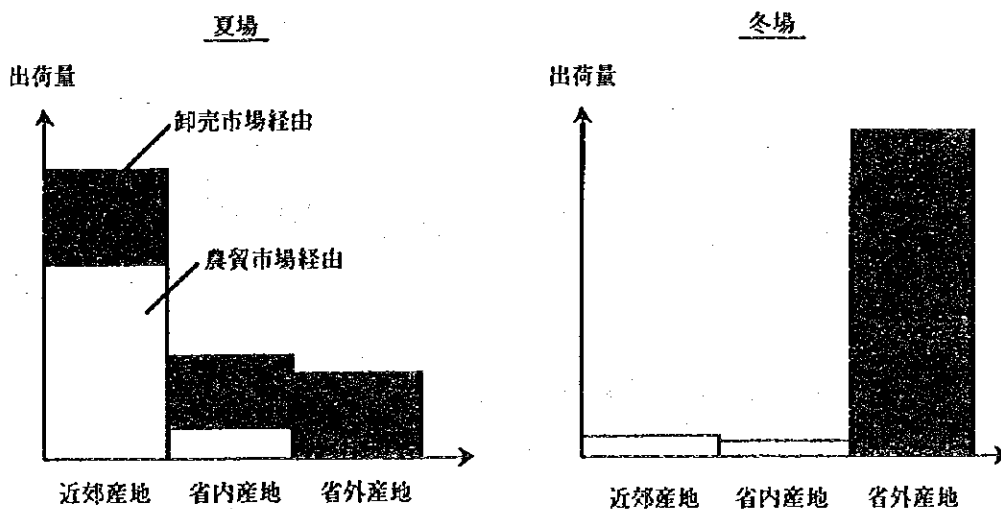


図2-5-12 野菜流通パターンと季節の関係（概念図）

調査対象地域内にある青果物卸売市場は表2-5-16にまとめる通りである。長春野菜卸売市場の相対的大きさが分かる。

表2-5-16 調査対象地域内の青果物卸売市場

型	所在地	名称	扱い品目	取扱量
消費地型	長春市	長春野菜卸売市場	野菜	年間70万トン(1996)
	吉林市	吉林果菜卸売市場(江南市場)	野菜	年間7万トン(1996)
		吉林果菜卸売市場(四川路市場)	果物	不明
	延吉市	延吉野菜卸売市場	野菜・果物	不明
		延吉新豊農副産品卸売市場	不明	不明(実際は使用されていない模様)
産地型	吉林市昌邑区(郷内二箇所) 九站郷		野菜	一日100トン

出所：ヒアリングによる。

<sup>5</sup> 吉林省国土企画研究室「吉林省農村経営実況調査最終報告書」(1997)。

### (3) 野菜生産の戦略的意義

吉林省、とりわけ調査対象地域にとって、野菜生産は次のような戦略的意義を持つと考えられる。

第一に、省内自給もまだ果されていない現状では、「移入代替」型の生産によって省内農家の収入向上を図る余地がある。省内自給そのものにこだわる理由は全くないものの、保温施設さえあればすぐに栽培、供給できるものまでが輸送コストをかけ、新鮮さを犠牲にして遠方から運ばれている現状は合理的ではない。

第二に、食糧とりわけとうもろこし生産に大きく特化した省の農業生産構造は、その大枠を堅持することは正しいとしても、農業収入の向上を目指すには将来の戦略としてその一部を多角化していく必要がある。その際、多角化の候補として有力なのは畜産、特産物に並び、野菜、果樹、そして花卉であろう。これらは単位面積当りの労働投入も大きい代りに純収益も食糧に比して格段に高い。都市近郊の「買物籠プロジェクト」による野菜生産基地を見れば、この点は極めて明白である。小面積を振り向けることで農民収入の向上が効率よく図れる道である。

第三に、中国の野菜生産と流通のありようを長期で展望すると、現在の基本的構造（都市と近郊産地の組み合わせ）はいずれ維持が難しくなろう。代って、特定作物を大規模に生産する産地が登場し、全国各地に形成が進むとみられる。（ただし、この実現には各戸生産請負制の廃止が少なくともその緩和が前提条件である。その意味で、当面その可能性は小さい。）そのような状況になったとき、吉林省の肥沃な黒土平原は特定野菜産地の優良適地となる。また、山地が多い延辺自治州であっても特定産地化は十分に可能であるばかりか、むしろ州の総合的イメージ作りの先導役になりうるものである。

### (4) 長春野菜卸売市場の位置づけ

野菜生産に以上のような戦略的意義があるとして、その実現のために欠かせないのは生産された野菜を流通させる仕組み、とりわけその要となる卸売市場の存在である。

ただ、現在の中国の場合、農貿市場の隆盛に見られる通り、野菜の流通に卸売市場は絶対不可欠とまでは言えないことに留意しておく必要がある。将来にわたっても非市場流通（例えば産地集荷組織が消費地の問屋組織と直結するもの）が卸売市場システムと共存していこうという見方もある<sup>6</sup>。この指摘は確かに吉林省でも妥当するが、相対的に野菜生産の発展が遅れ、流通も初歩的段

<sup>6</sup> 菅沼圭輔「卸売市場が市場経済化に果たす役割—中国の青果物流通システム」（小林康平他『変貌する農産物流通システム』農文協、1995、所収）、p.302。

階にあることに鑑みると、一足跳びに非市場流通の組織化へ向かうよりは既存の卸売市場システムの拡大と強化を図るほうが自然であり、理に適う想定であろう。長春野菜卸売市場の将来構想もそのような文脈の中で述べられるものである。

#### a. 設立の経緯と現況

1990年5月、国有の長春市蔬菜公司（現長春市蔬菜集团公司）が設立した市場で、長春の中心市区北東部に位置する。敷地面積は6.2ヘクタールと中規模であるが、年間取扱量は70万トン（1996年）に達し、消費地市場としては全国でも一、二を争うものである。

野菜を専門に扱う。夏季は地物が中心であるが、冬季には南部沿海省を中心に全国津々浦々からトラックや鉄道を使って入荷する。売捌き先も長春市内にとどまらず、吉林省内、さらには隣接する黒龍江省、内モンゴル自治区、ロシアにまで広がっている。取引はすべて相対で、現金決済が基本である。せり取引は行われていない<sup>7</sup>。

1994年12月に公布された「批発（卸売）市場管理弁法」に基づき、1995年には全国主要な産地、消費地、集散地に設置される「中心市場」の一つに指定された。

#### b. 野菜流通に占める位置

消費地市場としてはその商圏が省外にまで広がっていることが特徴である。これは、競争相手となるべき瀋陽、ハルビンの野菜卸売市場の規模が小さい（市内に複数個所あるため）ことによる。長春市場は入荷の種類が豊富で量も多く、価格も低めに安定しているという。スケール・メリットが非常によく効果を発揮して、広範囲から買参人を集めることに成功しているわけである。

一方、産地市場としての性格もある。長春市近郊を中心に省内の野菜生産農家が持ち込む量は取扱量の15%程度にとどまるが、産地市場としても吉林省最大である。まとまった量を捌ける場として、この市場は野菜専門の生産者にとって不可欠な存在となっている。

卸売市場の持つもう一つの機能は転送機能である。これは市場内の仲卸業者が買い付けた品をさ

---

<sup>7</sup> 中国でせり取引がまだほとんど見られないのは、計画経済下ではその必要が全くなかったことの名残がまだ続いているためであろう。野菜のせり取引は合理的ではあるが、それが自然発生しなかった所でそれを人為的に始め、制度として定着させるには非常に強力なイニシアチブが要る。特に、せりによらない伝統的な商慣行が確立した国では、あえて今せり取引を導入することは無意味ともいえる場合がある。中国は、その点、市場経済の歴史が浅い分、導入の可能性は高い。それにしても、これには野菜の価格安定と適正化が公益にかなうという認識のもと、政府の強力な介入とコミットメントが不可欠の条件である。

らに他の市場へ転送するというもので、山東省寿光など大規模産地市場が典型的に果している機能である。しかし、長春市場は現在のところこの機能をほとんど果していない。省外にまで商圏が広がっているのは、この機能によって荷が中継されているからではなく、隣接省の大口購買者が買参人として直接長春市場へ出向いて買い付けているからである。吉林市や延吉市の卸売市場でも、長春市場から転送される荷はほとんどない。遠方産地からそれぞれの卸売市場に直接入荷している。

c. 現在の問題点と将来のあり方

長春野菜卸売市場の抱える問題点と、将来のあるべき姿は以下のように整理できる。

転送機能の強化——仲卸業者の育成・専門性向上

長春市場が転送機能をほとんど果していないということは、吉林省内、さらには東北三省内にある卸売市場が、規模の大小はあっても基本的には横並びであることを意味する。それらの間にヒエラルキーは発生していない。このようなシステムは、都市と近郊生産地をワンセットにする構造が基本である間は特に支障はないが、大規模生産と広域流通が広まるとともに効率の悪さが露呈する。長春市場に転送機能を持たせ、東北部の卸売市場のヒエラルキーの頂点に位置づけていくのが長期的にみて望ましい（図2-5-13）。

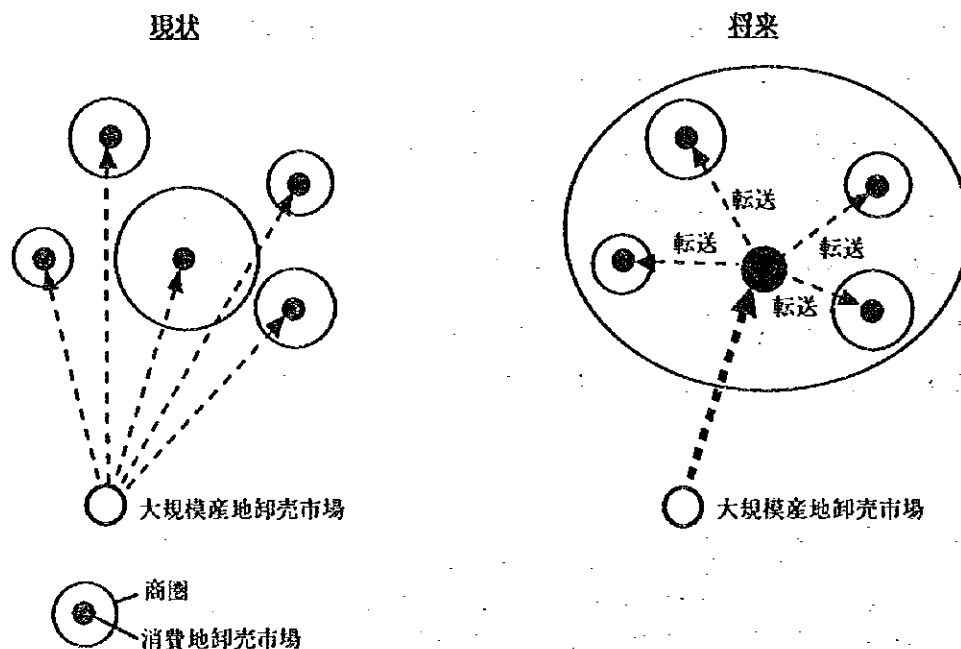


図2-5-13 転送機能による卸売市場のヒエラルキー化

そのためには長春市場の仲卸業者の専門化、レベルアップが必要である。具体的には 1) 個人経営を法人経営に改め、取引規模の拡大に対応できるようにするとともに、取引にかかるトラブルの際の責任の所在の明確にする、2) 不正な商行為（上げ底、不良品の混入など）をなくすことが目指される必要がある。

#### 農産品規格化の推進——せり取引導入への布石

現在、野菜は質や大小で選別されることの一切ないまま卸売市場に搬入され取引されている。この事情は地物、省外産の別を問わない。これには二つの大きな問題がある。一つは、生産者に野菜の品質向上を目指すインセンティブが生まれにくいということである。もう一つは、せり取引を導入しようとする際の障害になることである。

せり取引ではロットごとの品質が明確に、しかも即座に了解できなければならないが、今の玉石混交、一山いくらの取引形態ではそれができない。S、M、Lあるいは1級、2級、3級程度の大きなもので十分であるから品目別の規格を定め、それに従った選別出荷を義務づけることが必要である。将来、せり取引を導入しようとするには欠かせない準備である。

このような規格化は、そのメリットを理解した生産者組織自らが自発的に定め、実行に移し、全国に普及していくのが本筋であろう。しかし、生産者組織が極めて未発達な中国では、代って流通組織側がそのイニシアチブをとるのも止むを得ないと思われる。

#### 市場価格情報の広報

市場の需給を調整するためのシグナルが価格であるが、中国では一般に卸売市場での取引価格がよくわからない仕組みになっている。一つの理由は取引がすべて相対であることである。もう一つの理由は、サンプル調査などで相場を掴んでいてもそれを公表するメディアが不十分であることである。そして、その背景には、生産者にせよ取引業者にせよ、そのような公的価格情報を当てにしていな、あるいは全く求めていない事情がある。彼らが頼るのはいわゆる口コミ（親戚、隣人、知人、同僚など）であって、不完全な情報をもとに出荷先が決められ希望売値が決められているのである。この結果、需給量の調整がなかなかつかない、産地価格が消費地価格より高くなるなどの不合理な現象がよく起きることになる。

長春市場は国の農業部および国内貿易部の始めた国内 35 市場を結ぶ価格情報ネットワークにオンラインでつながっているが、その情報は一般の人間がアクセス可能とはなっていないし、広報も

されていない。その価格情報を外部者が利用できるようにすることはもちろん、他の大市場で試みられているように、その日の相場を随時場内放送で流す、広報板に掲示する、電話による問合せ窓口を設けるなどのサービスが強められる必要がある。

ただ、市場価格をいかに正確に把握するかの問題は残る。この点でも仲卸業者の育成は効果的である。正しい商取引を行い、しかも取引規模の大きい仲卸業者のつける価格が結局は市場をリードするから、そのような業者を対象にサンプル調査をすれば価格情報の正確さが増すからである。

### 立地と施設整備

現在の立地は必ずしも理想的ではない。手狭になった時の拡張が容易ではないし、将来重要となる高速道路とのアクセスもよくない。今の場所で施設整備をするよりも、郊外のもっと条件の良いところに移転して新たに整備をするほうがよいという考え方はあり得る。

しかし、多数の買参人（小規模小売商人など）の交通の便を考えると、市区中心に近い現在の場所は捨て難いと思われる。自家用トラックが普及していない現状では、直ちに郊外への移転を目指すのは賢明ではなからう。また、长春市蔬菜集团公司では現在地での拡張を既定方針として、南方面の隣接地の手当てをすでに一部は終えている。

以上を勘案すると、少なくとも当面十年間ぐらいは現在の場所での施設整備を進めるのがよいと思われる。その間に将来の選択として、現在地での拡張か、別の場所への移転かの両案について入念に比較検討することを勧める。本プログラムは、現在地にあることを前提に最低限必要な物的施設整備と、移転とは無関係に必要な諸事業を骨子として編成するものである。

### (5) プログラムの目的

この長春野菜卸売市場改善プログラムの目的は次の通りである。

- 緊急に必要な施設を整備し、市場としての機能性を高める。
- 価格形成の適正化のため、制度面の改善をする。
- 東北三省の中心的な野菜集散市場の一つを目指し、市場の転送機能を強化する。
- 吉林省産の野菜に確実な流通経路を確保することにより、吉林省の野菜生産拡大を支える。

### 5.3.2 プログラム

#### (1) 長春野菜卸売市場の現況

a. 設置主体

長春野菜卸売市場は、1990年5月、当時国有の長春市蔬菜会社が設立したものである。現在は集団所有の長春市蔬菜集团公司となり、ここが市場の運営と経営を行っている。

b. 位置

当市場は長春市寛城区東九条1号にある。長春市街区の北東部に当り、長春駅から東へ約2キロメートル、京哈鉄道と長図鉄道の分岐点に近く、長図鉄道の線路に沿った一画である(図2-5-14)。周辺は古い低層住宅密集地になっている。

c. 市場概要

簡単な見取り図を図2-5-15に示す。敷地面積は設立当初2ヘクタールであったが、徐々に拡張して現在は6.2ヘクタールである。そこに露天取引場(約2ヘクタール、アスファルト舗装)、屋内取引場(4,000m<sup>2</sup>、建設中)、保温倉庫(1棟、旧日本軍が用いた建物の転用)、仲卸業者用店舗兼倉庫(1棟)、事務所(1棟)などの施設が入っている。事務所と屋内取引場を除けば、施設はどれも古い。

野菜の取扱量は最大一日当り3,000トン、1996年には年間70万トンを記録した。一日に6,000~7,000台の車輛、20,000人の人の出入りがある。

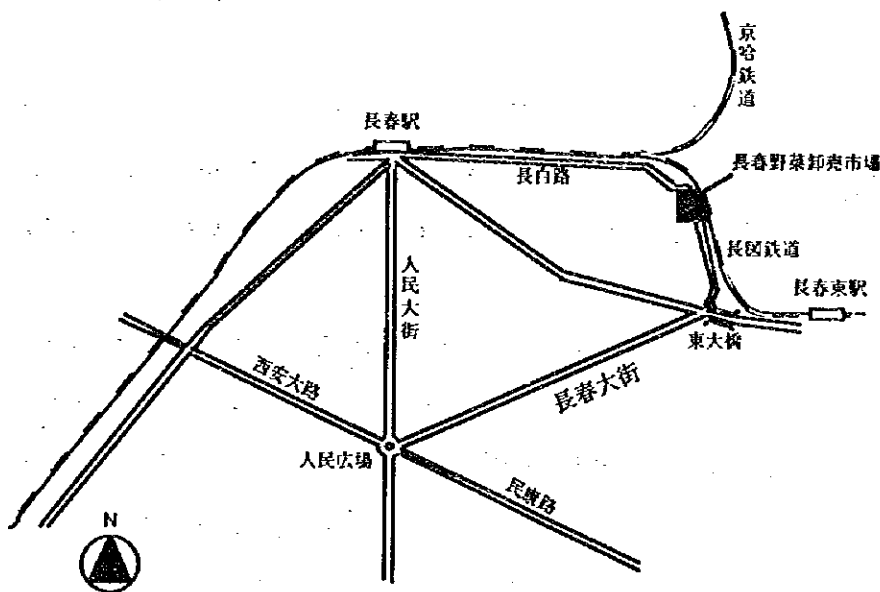


図2-5-14 長春野菜卸売市場の位置



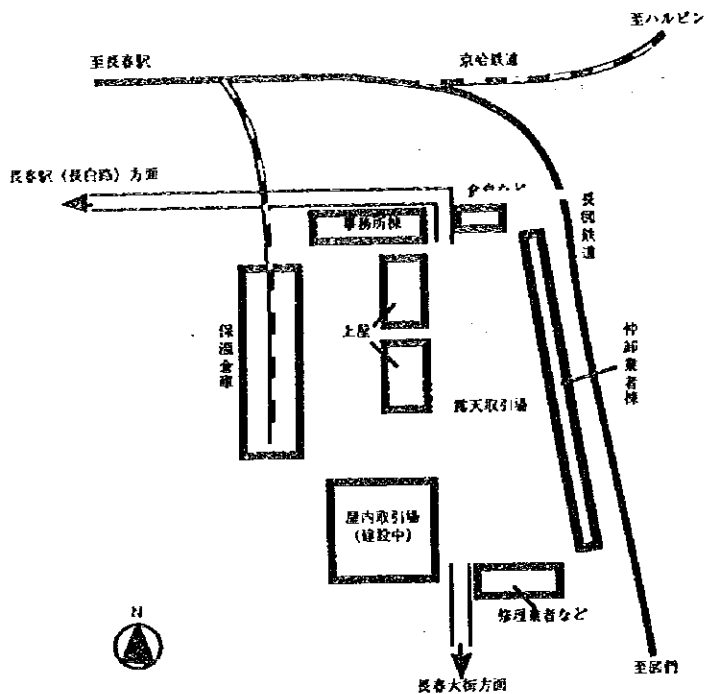


図2-5-15 長春野菜卸売市場の見取り図

d. 価格情報

長春市蔬菜集団会社の内部機関として情報センター（「信息中心」）が設置されている。その主要目的は、国内35主要市場をオンラインで結ぶ価格情報ネットワークへの価格情報供給である。

市場価格は、毎日、市場内を回って行うサンプル調査で集める。対象とする野菜は55種類である。集めたデータは端末からネットワークに打ち込まれる。

価格情報ネットワークには農業部によるものと国内貿易部によるものとの二種類があり、扱うデータやそのフォーマットが若干異なる。しかし、いずれももとのデータの正確さが疑問であるうえ、扱う品目数が少ない（農業部ネットワークで20種）、外部者にはアクセスできないなどの問題点がある。

長春市場の市況はマスコミにも流されているが、扱いは概して軽い。新聞には不定期に5~6種の最高・最低価格が載るだけであるし、テレビ番組も似たようなものである。そもそもマスコミが詳しく流しても大方の農民はその情報を利用しないだろうと言われる。農民も取引業者も一番に頼るのは口コミであって、価格に関しての実態は市場経済の原理である「完全情報」からは程遠い。

## e. 市場経営

この市場の経営主体である長春市蔬菜集団公司の主な収入源は次の通りである。

### 1) 市場使用料

取引額の1%を売手が支払うとなっているが、実際は個々の取引に市場係員が立ち会うわけではなく、入荷時にその量に応じた規定額を前払いしているようである。仲買人のヒアリングによれば、普通トラックで一台当り380元、小型トラックで310元という。野菜の平均の卸値を1kg当り1元（実際はもっと低い）としても、これは取引額の5~10%に当たる高率である。ただし、生産農家は「自産証明書」によりこの使用料の支払いを免除される。

### 2) その他の手数料

秤使用料（この市場独自の措置として、公正を保証するために市場所有の台秤の使用が義務づけられている）、衛生費、安全保証料などが売人に課せられる。

### 3) 仲卸人家賃

仲卸人が借りている店舗兼倉庫（5m x 10m程度）の家賃は年間14,000元である。この収入が年間約100万元になる。

### 4) 国家補助金

低利の融資を受けているが、詳細は不明である。

設立時から累計1億円の投資がなされている。主な資金源は銀行融資で、国の低利融資もある。民間資金導入も試みたが、まだ成功していない。

## (2) 長春野菜卸売市場の将来構想

長春市蔬菜集団公司が持っている将来構想の要点は以下の通りである。

### 1) 現金決済の廃止

現金決済は原始的な方法で、安全の見地からも問題がある。建設中の屋内取引場が完成し、その

中に決済センターが開設されるのを機に、銀行口座決済への転換を進める。

## 2) 農産物規格化の推進

農産物の規格を定め、それに従った選別出荷を生産者に義務づける。将来のせり取引導入に必須の前段と意義付けられている。

## 3) 包装近代化の推進

規格化と並行して包装の近代化を進め、荷扱いの便を向上させるとともに、規格の表示、出荷責任者の表示を可能にする。これもせり取引導入の布石と捉えられている。

## 4) 転送機能の強化

集散市場としての性格を打出す。他市場の仲卸業者からの電話注文で品物を転送できるようにする。現物を見ない取引になるので、転送する業者の信用が鍵になる。このために市場内仲卸業者の法人化、専門化を図る。

## 5) 敷地拡張

現在の敷地を南方向に拡張し、総面積を15ヘクタールにする。住民は移転させる。すでに長岡鉄道沿いの土地は手当て済みという。

## (3) プログラムの内容とコンポーネント

本プログラムは前節に述べた問題点と上述の将来構想を踏まえ、現有の長春野菜卸売市場整備計画の実現を部分的に支援することを基本方針とする。市場の現有施設がどれも古く、しかも機能的に見て極めて不十分であることを考えれば、市場の全面的な移転もしくは新築・更新を目的とするプログラムであってもおかしくはないが、本プログラムはあえてその方針をとらない。一つの理由は前述したように今の立地の有利さと将来の郊外移転の利点との比較をもっと綿密にしてからでなければ、どちらにもコミットすべきではないことである。本調査ではそこまでの立ち入った検討はできなかった。また、市場が公営ではなく、少なくとも形の上では一民間企業の私設市場であることも考慮せねばならない。物的施設の大規模かつ全面的な建設を柱とするプログラムは、民間企業の資金能力を超えるならば、実現の見込みは最初から薄いことになるからである。企業としての

経営を第一にこの市場の将来を考えた場合、必要かつ可能でしかも移転の影響を受けないものは何か。そのような観点から選んだコンポーネントが以下のものである。

- 1) 恒温倉庫建設事業
- 2) 市場価格情報広報事業
- 3) 農産品規格化事業
- 4) モデル仲卸育成事業

恒温倉庫は現在地でも緊急に必要な最低限の物的施設として選ばれた。その他にも改善や新築を要する施設は数々あるが、当面の必要度はこれに比べて低いと判断される。他の三件はいずれもいわゆる「ソフト」面に関するもので、市場の機能を高めるためには重要な役目を果たすものでありながら、物的施設はほとんど関係しない。市場の立地場所に関わらず実行すべき事業である。

これらのコンポーネントを実行することにより、次の便益が期待される。

#### 1) 恒温倉庫建設

- －野菜の鮮度が保て、ロスを減少できる。その分、価格の安定に寄与する。
- －売り急ぐ必要が減るので価格が安定し、長期的には消費者、供給者双方にとって利益となる。

#### 2) 市場価格情報広報

- －市場内外での価格平準化が図れる。
- －中間業者の利益が適正な水準に抑えられる。
- －需給量調整がスムーズになる。

#### 3) 農産品規格化

- －市場での取引の公正化、透明化が図れる。
- －品質や大小による適正な価格差によって、生産者が品質向上を目指すのを促す。

#### 4) モデル仲卸育成

- －仲卸業者による取引の公正さが向上する。

- 仲卸業者の専門性が高まり、合理的な価格形成が可能になる。
- 転送業務を始めることで長春市場の商圏が拡大し、入荷量や種類の増加、価格水準の安定が図れる。このことが翻って消費者の利益になる。

#### (4) 環境影響の評価

本プログラムにより発生すると見られる主な環境影響は1) 交通混雑による周辺への影響、2) 発生するゴミ（野菜屑など）による影響の二点である。腐った野菜や屑は現在でも大量に発生しているが、長春市のゴミ処理システムの中で埋立処理をされている。将来の取引量増加に伴ってゴミの発生量も少なくとも一時的には増すと予想され、これへの適切な対策の見極めが必要である。さらに、本プログラムでは前提としていないが、将来、現地点での敷地拡張が実施されれば、大規模な住民移転が発生する。

### 5.3.3 実施行動計画

#### (1) プログラム実施のステップ

本プログラムのコンポーネントは相互に独立しているので、それらを同時に並行して進めて差し支えない。個々のコンポーネントの中でのステップは次節5.3.4の中で述べる。

#### (2) 実施に係る機関とその役割

本プログラムは市場の経営主体である長春市蔬菜集団会社が一義的に実施する。ただ、卸売市場および本プログラムの持つ高い公益性に鑑み、その監督機関である長春市蔬菜副食局が全面的に関与することとする。コンポーネントごとの事業の計画・実施体制は以下の通りである。

##### 1) 恒温倉庫建設事業

事業主体は長春市蔬菜集団公司である。長春市政府の財政的関与が得られるのが望ましい。

##### 2) 市場価格情報広報事業

事業主体は長春市蔬菜集団公司である。公司の単独事業として実施する。

##### 3) 農産品規格化事業

事業主体は吉林省政府とし、その統括のもと、プロジェクトチームが実施に当たる。チームは吉林省農業部、長春市政府（蔬菜副食局）、長春市蔬菜集团公司、省内関連研究機関で構成する。規格化導入の試行に当たっては、長春市近郊の野菜生産基地の幾つかを選定し、その郷鎮政府の協力を得つつ進める。

#### 4) モデル仲卸育成事業

長春市政府（蔬菜副食局）を事業主体とし、長春市蔬菜集团公司が全面的に協力する。

### (3) プログラム実施のスケジュール

前述したように本プログラムのコンポーネントは同時に着手して構わない。図2-5-16のような全体スケジュールが想定される。なお、前述したように、現在地での拡張か、郊外への移転かの選択を含めて市場の将来計画を見直す必要があり、それに2001～2002年頃着手する。

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	...	2010
1 恒温倉庫建設事業	設計・準備		施工					
	実施							
2 市場価格情報広報事業	実施							
3 農産品規格化事業	研究		試行		本格導入			
	実施							
4 モデル仲卸育成事業	実施							
将来計画見直し				実施				

図2-5-16 プログラム実施のスケジュール

#### 5.3.4 コンポーネントの概要

##### (1) 恒温倉庫建設事業

###### a. 狙い

近代的な野菜卸売市場に不可欠な施設である恒温倉庫を建設し、野菜のロスの減少と価格の安定化を図る。

b. 事業内容

恒温倉庫（床面積約1,000平方メートル）を現在の敷地内に建設する。

c. 所要投入

建設費として1,600万円を見込む。

(2) 市場価格情報広報事業

a. 狙い

長春市場内の価格レベルを毎日広報し、生産者、仲買人、仲卸人、買参人の参考に供する。

b. 事業内容

場内放送——当日の取引価格を場内放送で定時に流す。

掲示板——当日の取引価格、入荷量（推定）、主な産地を掲示板に随時公示する。

他市場市況——農業部、国内貿易部の価格情報ネットワークの内容（プリントアウト）を公示する。国内貿易部のものはプリントアウト不可なので、当面は農業部の情報に限る。また、コンピューター端末を屋内取引場にも設置し、誰でも自由に操作して見られるようにする。

ホットライン開設——市況に関する電話での問い合わせに応じる。そのための専門職員を配置する。

c. 所要投入

場内放送設備、大型掲示板（電光でも可）、コンピューター端末機、専用電話回線（ネットワーク用、ホットライン用）などが主な物的投入である。

価格調査の精度向上ときめ細かい広報を保証するために、情報センターの人員強化が必要である。

(3) 農産品規格化事業

a. 狙い

2002年に農産品規格化の本格導入を目指し、手法の研究と試行を行う。

## b. 事業内容

規格化導入手法研究——吉林省では全く先例のない野菜規格化をいかに導入するのがよいか、その手法を2年間かけて綿密に研究する。重点は中国内ですでに規格化を取り入れている先進地（海南省など）の現地視察とそれに基づく分析に置く。

規格化導入試行——长春市近郊の野菜生産基地と共同し、規格に従った選別出荷をパイロット事業として2年間試行する。その結果に基づき、必要な改良を施しつつ本格導入へと移る。

規格化導入チーム——以上の事業の遂行のため、特別のチームを編成し、プロジェクトベースで実施する。そのチームに海外のエキスパートを招くことも考えられる。チームは长春市蔬菜局の管轄下に置き、メンバーは长春市蔬菜集团公司、长春市蔬菜局の職員の他、省内の適当な研究機関からも専門家を参加させる。

## c. 所要投入

研究に要する諸経費およびパイロット事業実施に係る諸経費が中心になる。海外のエキスパートの参加を得る場合にはそれも大きな経費項目になる。細かい内訳は示しがたい。予算の大枠を設定して、その中で実施するのが適切であろう。

## (4) モデル仲卸育成事業

### a. 狙い

現在は個人業者が主体の仲卸を、専門性を備えた法人格のものに育成する。これにより卸流通業自体の近代化を図るとともに、仲卸が転送業者としても機能できるようにする。

### b. 事業内容

研修——若手の意欲ある仲卸業者（あるいは志望者）を対象に、国内もしくは国外での研修を行う。中心は先進的な市場の視察と、可能であれば実地に仕事を手伝ってのOJTである。当面、3年間の時限的事業とする。

法人化支援——法人化するに際して立ち現れるさまざまな困難や障害に対して、行政からの指導や優遇措置をあたえて仲卸業者を支援する。长春市蔬菜副食局の全面的な関与のもと、长春市政府の特別事業として実施する。



c. 所要投入

研修実施にかかる費用が主である。年間3人、一人当たり国内3か月、海外1か月を想定する。

5.3.5 資金計画

(1) 必要資金概算

本プログラムの実施に必要な資金の概算を表2-5-17にまとめる。なお、この概算の中には職員の人件費は計上していない。

表2-5-17 必要資金概算

事業/内容	実施期間	必要資金(概算)		
		内貨	外貨*	計
1 恒温倉庫建設事業	1998-2000	300	1,300	1,600
2 市場価格情報広報事業	1998-	50	—	50
3 農産品規格化推進事業		60	240	300
手法研究	1998-1999	(40)	(120)	(160)
導入試行	2000-2001	(20)	(120)	(140)
4 モデル仲卸育成事業	1998-2000	20	30	50
合計		430	1,570	2,000

\* 米ドル建てで計算、元に換算したもの。1ドル=8元。

(2) 考えられる資金源

恒温倉庫建設事業は極めて公益性の高い建設投資事業ではあるが、実施主体が民間企業の長春市蔬菜集团公司とならざるを得ないため、海外の公的援助資金の導入は困難であろう。他方、民間投資資金の導入は現実味に乏しい。したがって、これまでの施設整備事業と同じく、同会社の自主事業として実施するのが妥当であるが、長春市あるいは吉林省の財政支援があつてよい。

市場価格情報広報事業については、長春市蔬菜集团公司の自己資金で十分に実行可能と思われる。

農産品規格化推進事業は調査研究色の強い事業であり、また事業主体として吉林省農業部を想定できることから、海外の公的援助資金の対象となり得る。

モデル仲卸育成事業は、同じく長春市蔬菜副食局が管轄する研修プログラムとして実行すれば、公的援助の導入が容易であろう。