

中国における中小規模食品加工企業の
原料調達と契約取引に関する研究

馬 麗坤

2024

中国における中小規模食品加工企業の 原料調達と契約取引に関する研究

生物生産科学専攻

地域・国際資源経済学連合講座

馬 麗坤

2024

目 次

図表目次	iii
序 章	1
第 1 節 研究背景と問題意識	1
第 2 節 先行研究の整理	3
第 3 節 研究課題と研究対象	8
第 4 節 研究方法と本研究の構成	11
第一章 中国における青果物食品加工企業の変遷と契約取引政策の進展	14
第 1 節 はじめに	14
第 2 節 青果物食品加工企業および加工用いちごの位置付け	15
第 3 節 青果物食品加工企業とその原料調達の変遷と現状	18
第 4 節 青果物食品加工企業に関する契約取引政策の進展	22
第 5 節 小括	24
第二章 中国果物加工企業の原料調達の変化とその影響	
—河北省満城県におけるいちごの契約取引の事例から—	25
第 1 節 はじめに	25
第 2 節 調査事例の概要	27
第 3 節 加工企業における原料いちごの調達方法	29
第 4 節 加工企業のいちご加工品製造・販売の動向	32
第 5 節 小括	36
第三章 中国における小規模食品加工企業の原料調達における契約取引の意義と衰退	
メカニズム —河北省満城県におけるいちごの加工企業の事例から— ...	37
第 1 節 はじめに	37
第 2 節 契約取引促進政策および河北省満城県におけるいちご栽培と小規模加工	
企業の概要	40
第 3 節 いちご加工品の販売の特徴と変化	43

第4節	原料調達の特徴と変化	46
第5節	小括	51
第四章	中国における加工食品原料生産者の販売先と契約の選択要因	
	－河北省満城県における加工用いちごの事例から－	53
第1節	はじめに	53
第2節	満城県におけるいちご生産の概要	56
第3節	販売先の選択要因と契約有無の選択要因	61
第4節	小括	64
終章	総括と今後の研究課題	66
要旨		71
Summary		74
引用・参考文献		76

図 表 目 次

図 目次

図 0-1	果物食品加工企業の原料種類の変化	9
図 0-2	研究地域	10
図 0-3	満城県のいちご加工率	10
図 0-4	本研究の構成	12
図 1-1	青果物食品加工企業数の推移	16
図 1-2	規模別青果食品加工企業の割合（2019 年）	17
図 1-3	市場経済への転換期原料流通の流れ	19
図 1-4	改革深化期原料流通の流れ	20
図 1-5	現在原料流通の流れ	21
図 2-1	契約前の加工用いちごのサプライチェーン	30
図 2-2	契約後の加工用いちごのサプライチェーン	30
図 3-1	満城県における 2019 年いちご加工企業の原料調達経路	46
図 4-1	販売先と契約の選択要因	64

表 目次

表 1-1	工業・食品工業・食品加工業の総生産額の推移（2010 年-2019 年）	15
表 1-2	食品加工業別生産額の伸び率	16
表 1-3	先行研究における青果物流通発展段階の分け方	18
表 2-1	加工企業の概要と契約理由	28
表 2-2	企業の契約内容	29
表 2-3	原料単価と原料調達量の変化	31
表 2-4	いちご加工品販売地域と加工品目の変化	32
表 2-5	加工品の販売単価の変化	34
表 2-6	いちご加工品販売量と販売金額の変化	35
表 3-1	調査事例の基本概要（2019 年）	42
表 3-2	いちご加工品販売先の販売額割合推移	43
表 3-3	いちご加工品販売先の選択理由	44
表 3-4	いちご加工品の販売単価と加工品目の変化	45

表 3-5	原料調達先別割合の推移	48
表 3-6	原料調達先の選択理由	49
表 3-7	移行型の契約取引解除の理由	49
表 3-8	原料単価の推移	49
表 3-9	小規模加工企業の変化のまとめ	51
表 4-1	満城県の農業構造（2022 年）	56
表 4-2	満城県のいちご生産概要（2022 年）	56
表 4-3	宋賈村，孫村，南辛庄村におけるいちご生産状況（2022 年）	57
表 4-4	いちご栽培農家の概要	58
表 4-5	栽培基地の基本概要（2022 年）	59
表 4-6	2022 年満城県の生産者におけるいちご販売先別の平均販売単価	60
表 4-7	いちご農家と栽培基地の主な販売先としての選択要因	61
表 4-8	販売先と契約取引する要因	62
表 4-9	販売先と契約しない要因	63

序 章

第1節 研究背景と問題意識

中国経済の急成長によって国民の生活水準や消費水準が向上するにつれ、加工食品の消費も増加の一途をたどっている。このような状況下で、食品加工業界は変化を遂げており、特に青果物食品加工企業の数 は2010年の129,610社から2019年には721,104社へと飛躍的に増加している¹。青果物食品加工企業の増加に伴い、原料の調達 は企業経営における最重要課題となっている²。

加工企業が原料を調達する上で、品質保証、安定供給、価格安定は重要な要素である。これらの要素を効果的に管理することは、企業が競争力を維持し、持続的な成長を実現するためには不可欠である。特に、青果物食品加工企業は、生鮮原料の特性や季節変動に対応する必要があり、独自の調達方法や調達経路を構築する必要がある。

2010年代初頭から、中国では農民の所得向上を目的に、農民と直接契約取引を行っている食品加工企業に対する政府が補助金や法人税減免等の優遇政策が実施されている³。こうした優遇政策の実施と取引件数の増加は顕著である。全国で契約を行う青果物食品加工企業の数 は、2000年の612社から2019年の21,221社に増加している⁴。

一方、2018年の第四次全国経済センサスの結果によると、中小規模青果物食品加工企業の数 は全国の青果物食品加工企業の数 の90.0%以上を占め、税収額は全国の税収額の50.0%以上を占めている。中小規模青果物食品加工企業はすでに中国の経済発展において最も活力ある経済主体となっている⁵。したがって、中小規模青果物食品加工企業の原料調達に注目することが不可欠である。

¹ 中国食品工業協会 (2019)

² 緩鹿・清水 (2016)

³ 中国国家税務総局(2015)

⁴ 中国国家統計局(2019)

⁵ 張競強, 包月陰(2019)

しかし、中国では原料を契約する青果物食品加工企業数が増加している一方で、契約する中小規模青果物食品加工企業の数には2000年の338社から2010年の3,241社に増加した後、中小規模青果物食品加工企業（青果物以外も含む）の定義が拡大されたにもかかわらず⁶、2019年には3,013社に減少している⁷。

中国政府が契約取引を促進する優遇政策を実施し、契約取引の総数が増加しているにもかかわらず、中小規模果物食品加工企業数は減少している。

⁶ 中国国家統計局（2017）によれば、2010年までの中小規模青果物食品加工企業の定義は年間売上 30,000 万元以下または固定資産 40,000 万元以下であったが、2011 年以降は年間売上 300 万元～40,000 万元かつ労働者 20～1,000 人に拡大した。

⁷ 中国国家統計局（2019）

第2節 先行研究の整理

本節では、まず中国の中小規模青果物食品加工企業における原料の調達経路に関する研究を整理し、次に食品加工企業における原料の契約取引に関する研究を整理する。

1 食品加工企業における原料調達に関する先行研究

中国における食品加工企業の原材料調達に関する先行研究は多岐にわたり、直営農場、合作社や農産物協会からの原料調達、卸売市場とのスポット取引やセリ、契約取引など多様な調達方法が挙げられている⁸。

例えば、直営農場からの原料調達に関する代表的な先行研究として、張雁(2005)は、加工企業が直営農場を設立することで、原料の品質を最も厳格に管理し、原料を最も安定的に供給することができるかと指摘している。また、唐良(2018)は、渠県の龍頭加工企業を事例に、企業が自社農場を設立することで、より効率的に原料を調達できると指摘している。。

また、合作社や農産物協会からの原料調達に関する代表的な先行研究として、李(2006)は、「小麦の産業化」の先進的地域である河南省延津県の事例を取り上げ、企業が小麦協会を仲介として原料を調達することで、原料の調達量の確保と品質向上を図っていることを指摘している。加えて、Luan(2016)は山東省龍口地域の春雨加工企業を対象に、合作社から原料を調達することで、原料の量の確保や品質の向上とともに、産地直接投資の潜在的な問題(高額投資、長い投資回収期間、農業利権をめぐる過度な紛争など)を回避できると指摘した。一方、陳祖国・于广宁(2020)によれば、龍頭企業である雪川農業發展有限公司が地元の合作社から原料を購入する目的は、地元農業を復興させ、地域経済を活性化させることにあると指摘した。これらの研究から共通して示唆されるのは、合作社や農産物協会と連携することで、龍頭企業にとっては持続可能な事業運営

⁸ 緩鹿・清水(2016)

や地域社会への積極的な影響につながるということである。しかし、中小規模加工企業については、合作社や協会から原料を調達しているかどうかは明らかではない。

さらに、卸売市場とのスポット取引に関する代表的な先行研究として、黄灝然ら(2008)は、安徽省内の食品加工企業が卸売市場から原料を調達することで、原料の品種を増やし、取引コストを削減できると指摘している。また、譚涛(2004)は、2県の食品加工企業を事例に、卸売市場から原料を調達することで、原料調達の効率が向上し、単価の透明性が高まると指摘した。しかし、どのような加工企業が卸売市場から原料を調達しているのか、卸売市場から原料を調達することで原料の安定供給や同品質が確保されているのか、は不明である。

しかし近年は、加工品の需要拡大に対応するため、原料の契約取引を導入する食品加工企業が増加している⁹。また、中国政府は契約取引を進展させており、原料の契約取引に関する研究が増加している。次からは、食品加工企業における原料の契約取引に関する研究を整理する。

2 食品加工企業における原料契約取引の選択理由に関する研究

まず、石(2000)は中国農業産業の発展過程の分析に基づき、原料の契約取引は取引の効率化、価格リスクの軽減による生産農家の所得向上、地域農業の振興を目的としていたと述べている。その後、MacDonald et al. (2004)も、食品加工企業が原料の契約取引を選択する主な理由として、「売上の向上」、「リスクの軽減または分担」を挙げている。

また、Chen et al. (2009)と申万華ら(2016)は、中国の食品加工企業における原料調達の契約取引の有無を比較することで、契約取引によって原料の品質が向上し、不良品の発生率が低下することで、加工業者による再加工や廃棄が削減することを明らかにした。しかし、寶劔(2003)によれば、契約取引の制度的基盤が未発達であり、農業技術の劣る零細生産農家が数多い中国では、龍頭企業が農家との契約を実施するためには、技

⁹ 中国食品工業協会 (2019)

術普及や契約履行、労働監視など多くのコストを負担しなければならず、その結果、売上が減少している。契約取引においては、売上の改善・減少が依然として課題である。

一方、農産物は、天候の変化等による収量リスクと販売価格・生産資材の価格変動というリスクが存在する。山田（2013）は、山東省のリンゴ果汁加工の龍頭企業を例に、農家と契約取引している企業は、天候の変化などで収穫量が不足した場合、リンゴの調達量が不足するリスクを軽減できると指摘した。その後、王光明ら（2018）と周素萍ら（2021）は、契約取引の締結方法が多様であり、リスクは龍頭企業と農家の両方が共有すると指摘している。

他方、近年の研究では、食品加工企業にとっての契約取引の効果として、原料の品質や安全性の向上、原料の安定調達などが挙げられており、これらも食品加工企業が原料の契約取引を選択する理由となっている。例えば、渡辺（2009）は中国豚肉産業に注目し、豚肉加工企業の担当者へのアンケート調査から、企業が中間業者を経由せず農家と直接契約する場合、原料の安全性が高く、品質管理も容易であると指摘した。トルソン・津谷（2009）は、新疆ウイグル自治区のトマト加工龍頭企業を事例に、販売戦略と生産農家との関係に注目し、契約取引の役割を明らかにした。龍頭企業は品質の均一化を図るために、苗、肥料、農薬などの生産資材を提供し、技術員を派遣している。龍頭企業は生産農家と価格契約を結び、実際の作業は全農家が一律に行うことで、播種時期など契約の履行を容易にしている。このため、単収が高く、生産量のばらつきが小さく、原料供給も安定している。

これまでの研究では、龍頭企業に焦点が当てられてきた。さらに、これらの研究結果は、多くの加工企業が契約取引からメリットを得ることを示唆している。しかし、中小規模加工企業が契約取引からメリットを得られるかどうかは不明である。

中国の食品加工企業における原料の契約取引の発展を理解するためには、加工企業の原料調達状況の把握に加え、農業生産者の視点から契約取引の必要性や販売経路の安定性について検討する必要がある。次からは、農業生産者による原料の契約取引に関する研究を整理する。

3 農業生産者における原料契約取引の選択理由に関する研究

まず、農業生産者が契約取引に参加する要因に関する代表的な研究として、郭(2005)、祝・王(2007)は農家を契約取引に参加させる要因を、a.世帯主の属性(教育水準、リスクへの態度など)、b.農業経営の状況(専門化の程度、商品化率)、c.農作物の種類、d.農産物市場の特性(価格変動の大きさ、販売先市場の場所)、e.農家をめぐる環境(交通状況、政府からのサポート)にまとめるが、農家が企業との契約取引に取り組む動機についてはまだ検討されていない。

また、契約農業への加入効果に関する研究では、主に野菜や果物を対象として、契約には生産農家の所得を増加させる効果があることを明らかにしている。例えば、胡ら(2006)は山東省のリンゴ農家を対象に、契約農業が栽培技術の向上を通じて農家の所得を増加させることを実証した。同じ研究対象である蔡(2011)は、青果物加工企業に加入することで、農家の取引コスト(農業生産資材購入の通信費、輸送費、労働時間コスト)が低下し、リンゴ栽培による純所得が増加することを指摘した。また、施ら(2012)はブロッコリー生産農家を調査し、契約農家は他の農家よりも栽培所得が有意に高いことを明らかにしている。

一方、韓・千年(2008)は、山東省の2つの野菜・果樹生産地域の農家経営状況を分析し、両地域とも契約取引が農家所得の向上に寄与していることを示唆した。また、菅沼(2008)は、養蚕業の先進地である江蘇省東台市の契約取引システムを取り上げ、その実態を分析した。地方政府が特定の農村地域を龍頭企業に割り当て、龍頭企業が養蚕農家に技術指導や各種補助金を提供することで、農家と龍頭企業の両方が長期的な契約関係を締結し、経営を安定させるメリットがある。

他方、中国経済産業研究院(2022)によると、中国の食品加工企業の原料量の42.1%は農家から、32.7%は栽培基地から調達している。栽培基地は食品加工企業にとって原料調達先として不可欠な地位を占めている。陳ら(2018)は、湖南省の稲栽培基地が龍頭食品加工企業と契約し、企業からの技術指導や管理支援によって稲の品質と収量が向上し、栽培基地の原料調達の安定性が確保されたことを明らかにした。

上述したように、多くの研究は契約取引のメリットのみを強調しており、龍頭企業にとっては契約取引が原料の安定供給を保証し、農家にとっては契約取引が高い収入をもたらすと言える。しかし、全国の企業総数の9割以上、税込総額の5割以上を占める中小規模加工企業を対象とした研究は行われていない。

第3節 研究課題と研究対象

1 研究課題

先行文献にける食品加工企業による原料調達の実態では、中小規模食品加工企業を除外していた。また、原料生産者による原料販売の分析では、農家と中小規模食品加工企業との関係が考慮されておらず、契約の必要性も不明確であり、この点は課題として残されている。

そこで、本論文の課題は、中小規模食品加工企業における原料調達の実態と、原料調達における契約取引の役割を明らかにすることである。この課題を解明するためには、以下の論点を検討する。

第一の論点は、中小規模食品加工企業における販売先、原料調達、契約取引には、どのような関係があるのか、その関係は龍頭・大規模加工企業との違うのか、ということである。販売先の変化が調達先の変化に影響を与える可能性があることから¹⁰、原料調達について考察する際には、調達先と販売先の両方を分析することが必要である。加えて、販売先とともに調達先が変化すれば、原料調達の経路、原料の品質、加工企業と原料調達先との契約関係の有無も変化する可能性がある。

第二の論点は、加工食品原料生産者の販売行動と中小規模加工企業の原料調達、契約取引にはどのような関係があるのか、ということである。農業生産者の販売動向は加工企業の原料調達に影響を与えるから¹¹、原料調達を考察する際には農業生産者の販売行動を分析する必要がある。

第三の論点は、原料調達の契約取引の場合、契約動機と契約取引に関する優遇政策にはどのような関係があるのか、ということである。契約取引を行う動機が異なり、契約取引から得られるメリットも異なる可能性があるため¹²、契約取引の動機によって、現在

¹⁰ 施 (1998)

¹¹ 祝・王 (2007)

¹² 王光明ら (2018)

の契約取引に関する優遇政策が本当に必要なのかを分析する必要がある。

2 研究対象

中国国内市場に販売する食品加工企業のうち、契約取引が最も多いのは果物加工企業である¹³。その中でも、いちごの加工率は2000年のわずか6.6%から、2019年には18.2%に増加しており（図0-1）、いちごは最も加工率の高い果物として急成長している¹⁴。そこで本研究では、いちご加工品を製造する中小規模加工企業を分析対象とする。

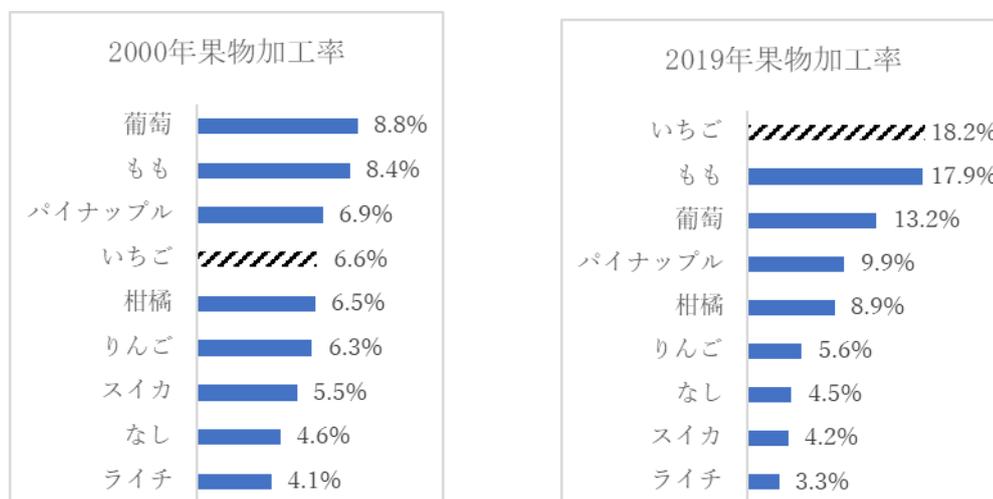


図0-1 果物食品加工企業の原料種類の変化

資料：中国国家统计局HP，中国食品工业协会HP，中国观研报告网より作成

調査地域は河北省保定市满城县（図0-2）である¹⁵。中国最大のいちご生産地のひとつは、北京大都市圏を中心とする華北地区である。河北省统计局(2021)によると、河北省

¹³ 中国報告網（2018）

¹⁴ 中国国家统计局HP：<https://www.stats.gov.cn/sj/>

中国食品工业协会HP：<https://www.cnfia.cn/>

中国观研报告网HP：<https://www.chinabaogao.com/>

¹⁵ 中国の行政区分は、上から末端まで、基本的には省級（23の省，5つの自治区，4つの直轄市，2つの特別行政区），地市級，県級，郷級という4層の行政区のピラミッド構造からなっている。郷級の下には住民自治の基層組織として，居民委員会（都市部）や村民委員会（農村部）などが設けられている。

は華北地区で最大のいちごの生産と加工を行っている。河北省中部に位置する保定市満城県は、1953年から中国を代表するいちご生産地で、「いちごの里」と称されている。また、図0-3によると、2019年に満県県のいちご収穫量の加工割合は43.1%を占め、中国におけるいちご加工品製造の主産地でもある¹⁶。



図0-2 研究地域

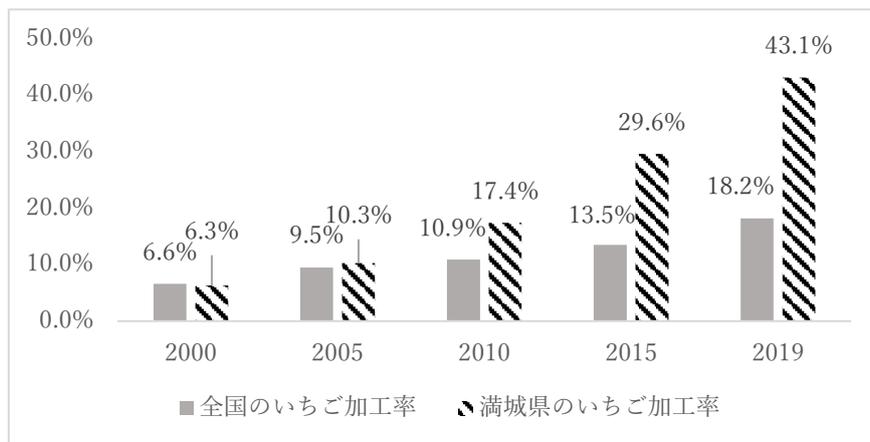


図0-3 満県県のいちご加工率

資料：中国観研報告网(2019)と満城区人民政府(2020)

¹⁶ 河北省満城区人民政府 (2020)

第4節 研究方法と本研究の構成

1 研究方法

本論文では具体的に以下の研究方法で進めた。

1つ目は、インタビュー調査である。青果物食品加工企業と農業生産者を対象に現地調査を実施した。青果物食品加工企業の担当者を訪問し、原料調達先、原料調達経路、原料調達量・単価、加工品販売先、加工品販売経路、加工品販売量・単価、取引方法の選択理由のような問題についてインタビューした。また、栽培農家や栽培基地を訪問し、原料の販売量・単価、および販売先と取引方法の選択理由についてインタビューした。

2つ目は、アンケート調査である。中規模加工企業、小規模加工企業、栽培農家、栽培基地にアンケート調査票を作成しネットで配布、回収した。調査票の中で、それぞれの原料調達経路、調達量・単価、販売経路、販売量・単価、調達先や販売先の選択理由、取引方法の選択理由などに対する問題を設けた。

2018年から2023年まで計4回の現地調査、および2021年、2022年に計4回のオンライン調査に基づいて実証分析を行う。

2 本研究の構成

本研究は序章と終章を含めて6章から構成されている。

序章 本研究の背景と目的、先行研究の整理、課題の設定

第1章 中国における食品加工企業の変遷と契約取引政策の進展

第2章 中国における中規模食品加工企業の原料調達の変化とその影響

－河北省満城県におけるいちごの契約取引の事例から－

第3章 中国における小規模食品加工企業の原料調達における契約取引の意義と衰退

メカニズム －河北省満城県におけるいちごの加工企業の事例から－

第4章 中国における加工食品原料生産者の販売先と契約の選択要因

－河北省満城県における加工用いちごの事例から－

終章 本研究の結論と今後の課題

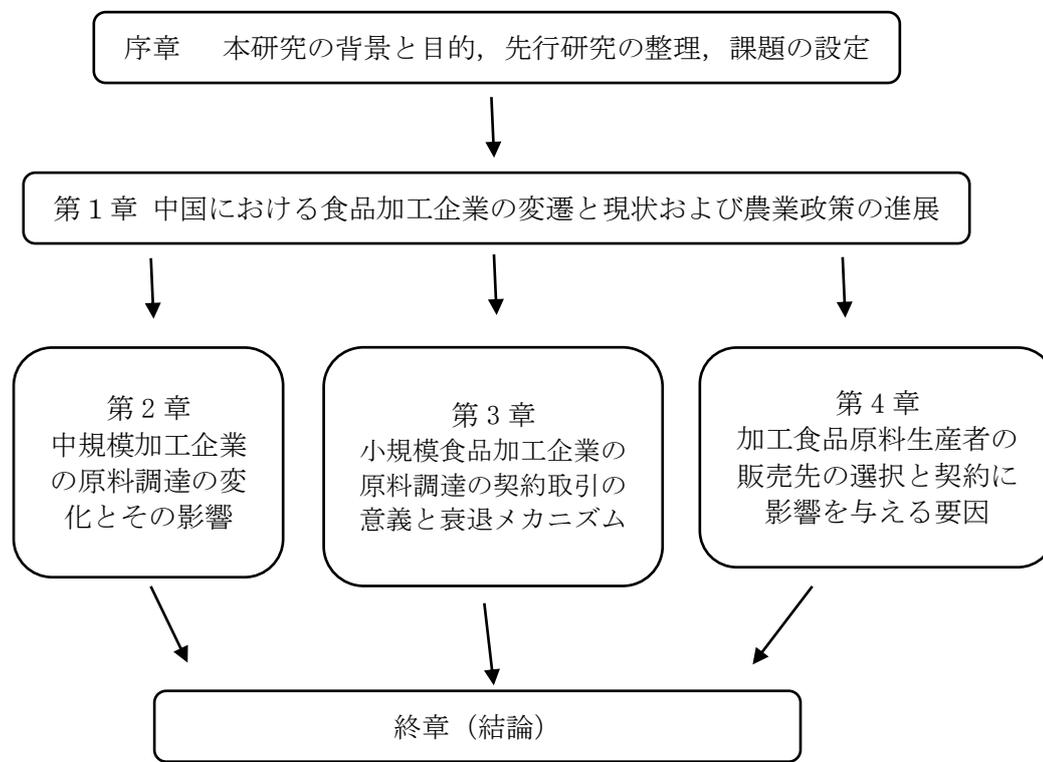


図0-4 本研究の構成

序章は研究背景を踏まえて研究課題を明らかにし、研究方法を説明した。また、先行研究を整理し、論文の構成を述べる。

第1章では、青果物を例として、中国における食品加工企業の原料調達の発展段階を明らかにし、契約農業に関する政策を整理する。中国の食品加工企業の原料調達は中国経済体制改革の歴史と関係が深い。中国経済体制改革とともに、市場経済への転換期（1985年-2000年）、改革深化期（2001年-2009年）、現在（2010年-）の3つの段階に分けられている。本章ではそれぞれの段階を詳述する。

第2章では、第一、三の論点を解明するために、中国河北省満城県の中規模加工企業の事例として取り上げ、現地調査とアンケート調査に基づいて、調査対象の契約農業の実態と経済効果を分析し、契約農業が中規模加工企業に与える影響を検討する。

第3章では、第一、三の論点を解明するために、河北省満城県の小規模食品加工企業を中心に、原料調達を経路を取り上げる。小規模加工企業における、加工品の販売、原料調達先の特徴と変化、原料調達を経路を分析する。また、小規模加工企業の原料の調達先と取引方法の選択理由を考察する。さらに、小規模加工企業にとって契約取引がどのような意義を持つのか、また優遇政策の有効性についても検討する。

第4章では、第二の論点を解明するために、河北省満県県の加工食品原料生産者（農家と栽培基地）を事例として、中小規模加工企業との取引関係を分析し、加工食品原料生産者が加工企業を選択し、契約取引を行う要因を明らかにする。

終章では、本論文の研究成果と問題点を検証し、結論を導き出す。

第一章

中国における青果物食品加工企業の変遷と 契約取引政策の進展

第1節 はじめに

中国の農業発展において、青果物食品加工企業とその原料調達は重要な位置を占めている¹⁷。

中国の経済改革と開放政策によって、青果物食品加工企業とその原料調達に変革がもたらされた。さらに、中国の急速な都市化と生活水準の向上により、青果物食品の消費は多様化し、需要も増加している¹⁸。これに対応して、青果物食品加工企業は新製品や新サービスを開発するとともに、生産技術や品質管理を向上させている¹⁹。加えて、インターネットの普及と電子商取引の急成長により、青果物食品加工産業は伝統的な市場からネット販売へと拡大しつつある²⁰。

さらに、農業政策の進展は、中国の青果物食品加工企業の原料調達に大きな影響を与えている。中国政府は、農村開発、農業近代化、農業契約化を推進するために、農業政策の改革を実施してきた²¹。

そこで本章では、中国における青果物食品加工企業の位置付けと変遷を概観し、原料調達の変遷と現状、農業政策の展開について検討する。

¹⁷ 梁憬君 (2019)

¹⁸ 胡ら (2008)

¹⁹ 中国機構編制網 HP 「1993 年国務院機構改革的情况」

²⁰ 中国報告網 HP 2018 年 11 月 12 日報告「2018 年我国生鲜电商行业发展环境, 市场交易规模及竞争格局分析」

²¹ 大島 (2010)

第2節 青果物食品加工企業の位置付け

表1-1は、中国の工業総生産額、食品工業²²総生産額、食品加工業総生産額を示している。まず、食品工業の生産額は、2010年から2017年まで工業総生産額の15%以上を占め、2018年、2019年は減少しているものの、10%以上を占めている。食品工業は国民経済において重要な役割を果たしている²³。

また、食品加工業は従来から食品工業の50%以上を占めており、食品加工業が食品工業で最も重要な役割を果たしていることを示している。

表1-2によると、中国の食品加工業は、穀物精製・加工業、青果物食品加工業、畜産食料品加工業、乳製品加工業など16種類に分類される。このうち、青果物食品加工業の生産額は順調に成長しており、2015年以降25%増を維持している。青果物食品加工業は、食品加工業の中で最も活力ある経済体である²⁴。

表1-1 工業・食品工業・食品加工業の総生産額の推移（2010年-2019年）

	工業総生産額(億元) ①	食品工業総生産額(億元) ②	工業に占める食品工業の割合(%) ②/①	食品加工業総生産額(億元) ③	食品工業に占める食品加工業の割合(%) ③/②
2010年	401,512	63,079	15.7	35,953	57.0
2011年	473,104	78,078	16.5	45,623	58.4
2012年	519,322	89,551	17.2	52,369	58.5
2013年	568,845	101,139	17.8	59,497	58.8
2014年	636,463	108,932	17.1	63,533	58.3
2015年	676,708	123,020	18.2	67,442	54.8
2016年	740,060	119,678	16.2	68,952	57.6
2017年	820,754	114,102	13.9	64,449	56.5
2018年	900,309	91,943	10.2	47,263	51.4
2019年	990,865	99,279	10.0	49,639	50.0

資料：中国食品工業協会（各年），国家データ網HP，国家統計局HPに基づき作成。

²² 食品工業には食品加工業、食品製造業、酒・飲料・茶製造業、煙草製造業が含まれる。

²³ 中国人民政府（2014）

²⁴ 中国人民政府（2014）

表1-2 食品加工業別生産額の伸び率

単位：％

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
青果物食品加工業	25	26	25	25	25
精穀・製粉	12	11	10	8	9
畜産食料品加工業	8	15	6	7	4
乳製品加工業	11	16	12	10	8
水産食料品	5	3	4	8	6
調味料	2	3	4	5	3
糖類	14	12	9	11	11
飼料加工業	16	12	12	10	9
食用油脂加工業	4	5	6	8	7
その他	3	4	1	2	3

資料：表1-1と同じ。

また、図1-1によると、近年、青果物食品加工企業の増加ペースは鈍化しているが、企業数は年々拡大している。

図1-2は2019年の規模別青果物食品加工企業の構造を示したもので、2019年には大規模青果物食品加工企業の数が0.3％、中規模青果物食品加工企業の数が2.6％、小規模青果物食品加工企業の数が97.1％を占め、中小規模青果物食品加工企業の総数は全体の99.7％を占める。したがって、中小規模青果物食品加工企業は食品加工業で重要な役割を果たしている。

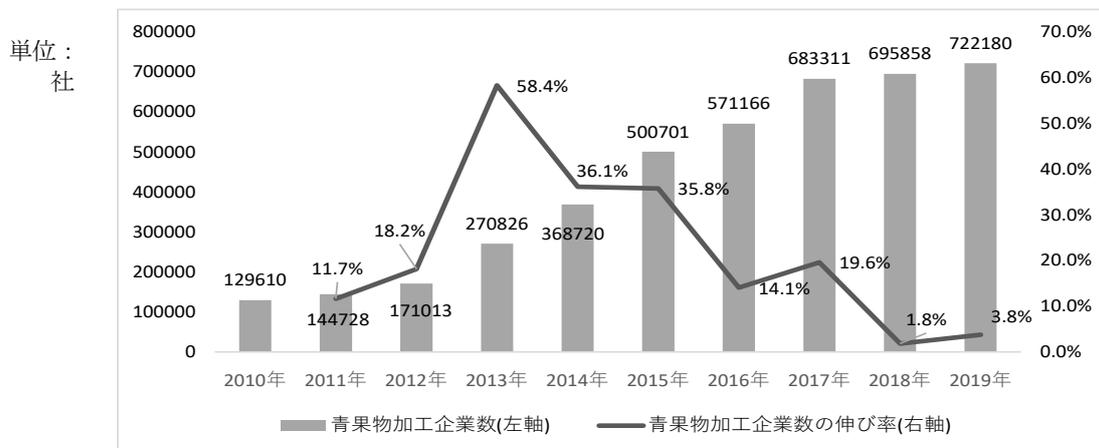


図1-1 青果物食品加工企業数の推移

資料：表1-1と同じ。

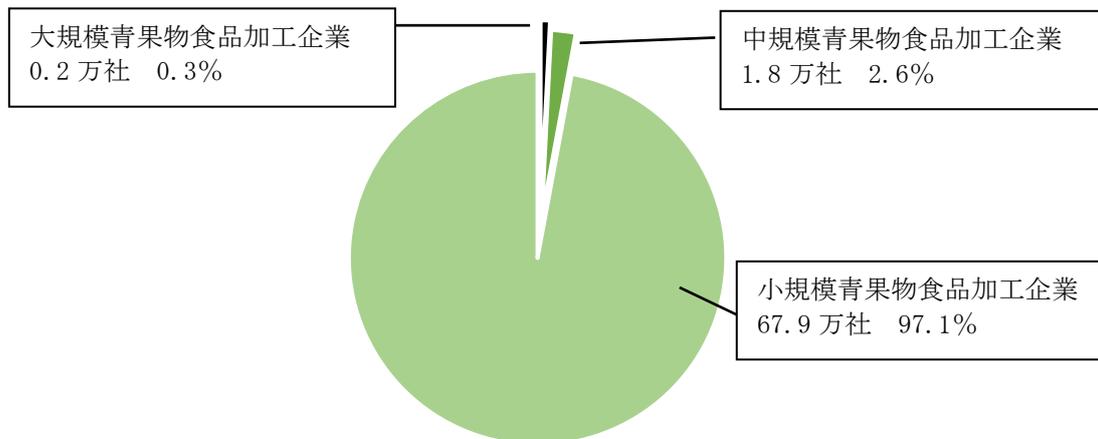


図1-2 規模別青果食品加工企業の割合 (2019年)

資料：農業農村部规划設計研究院 (2019) より作成

第3節 青果物食品加工企業の原料調達の変遷と現状

青果物を例に、中国における原料流通の発展段階を明らかにする必要がある。その段階は、1985年以降を市場経済への転換期（1985年-2000年）、改革深化期（2001年-2009年）、そして現在（2010年-）の3つに分けられる。

(1) 市場経済への転換期(1985年-2000年)：自由調達の増加，契約取引制度の導入

1984年10月、中国共産党第12期中央委員会第3回全体会議（中国共産党第12期3中全会）で「経済体制改革についての決定」が公布され、商品経済の発展が正式に提案された。この決定により、商品経済が経済と企業経営の活性化に貢献すること、社会主義経済において商品経済の発展が不可欠であることが強調された。これは市場経済の重要な発展であった。同期間、中国は青果物や水産物の価格と管理を自由化し、豚肉、卵、青果物、水産物のような商品の買い上げ制度から脱却し、ほぼ自由に販売できるようになった²⁵。

1990年代後半、中国政府は国内の青果物市場の自由化を推進し、農民が自由に農産物を市場へ出荷できるようにした。農民は自らの農産物を直接市場に出荷し、同時に卸市場も参入した²⁶。

また、この時期の食品加工企業は、より多様な原料調達方法を模索していた。青果物卸売市場を介さずに民間組織²⁷と協力して農民に直接契約することは多様な原料調達方法の一つであった²⁸。これにより、食品加工企業が農民との間で価格や品質などについての条件を自由に交渉できるようになり、原料調達方法の模索については改善された²⁹。

²⁵ 楊順江（2004）

²⁶ 俞菊生（2003）

²⁷ 官公庁や国などの行政機関，独立行政法人といった公的な機関に属さずに，営利を目的とした経済活動を行う組織である。

²⁸ 契約取引制度とは，農家との取引契約を結び，重要な農産物（米，小麦，トウモロコシ）に対しては取引数量，基準品質，価格に関する条件を協定した外，ほかの農産物は価格を自由に決めることができる。

²⁹ 大島一二（2003）

また、「改革開放」政策により、外国との貿易が拡大し、海外からの原料調達が一般的になったため、中国の食品加工企業は、海外から穀物、青果物、肉類、香辛料など原料を輸入して製品を生産することができた。特に近隣のアジア諸国やアメリカ、欧州諸国との貿易が盛んできた³⁰。それらの時期を通して、海外からの技術と知識の導入が進まれ、中国における青果物食品加工企業は急速に成長し、国内外においての需要に応える力は強化した。この時期の食品加工企業数は10,000社を超えた³¹。

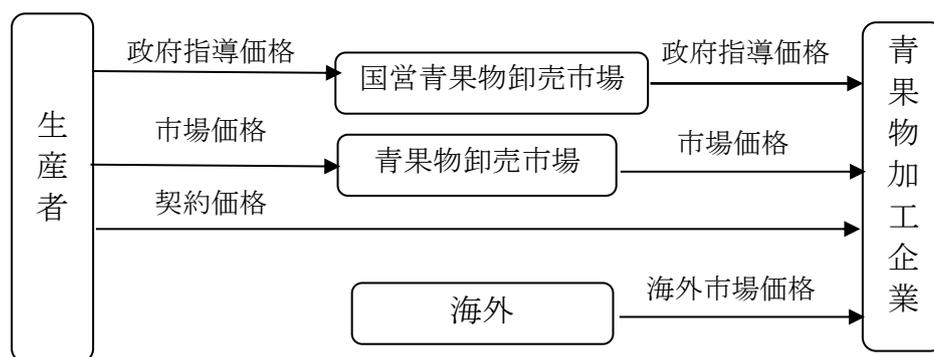


図1-3 市場経済への転換期原料流通の流れ

資料：楊順江（2004）と骆玲利（2010）より作成

(2) 改革深化期（2001年-2009年）：直営化と海外からの輸入増加

21世紀に入り、国营青果物市場が段階的に廃止された。2001年以降、青果物食品加工企業は、農場との直営化、契約制度、保護価格制度の導入により、原料調達の安定化、コストの削減と品質の確保などメリットがあった³²。特に、2001年に中国がWTOに加盟したことで、国際的な環境が変化した³³。海外企業の進出が加速し、原料の国際的な取引が一段と発展し、中国の食品加工企業は、より多くの種類の原料を海外から輸入するようになり、食品加工企業の製品も多様化していた³⁴。また、この時期の食品加工企業の

³⁰ 骆玲利（2010）

³¹ 中国食品工業協会 HP

³² 楊順江（2004）

³³ 骆玲利（2010）

³⁴ 坂下明彦ら（2002）

数は120,000社を超え、市場が大きく拡大した³⁵。

改革が深化したこの時期の変化は、中国の食品加工業全体に影響を与えた。国内市場は国際競争に開放され、企業はより効率的で競争力のある経営を追求した。これにより、中国の食品加工企業は世界市場での地位を向上させ、経済発展に貢献した³⁶。

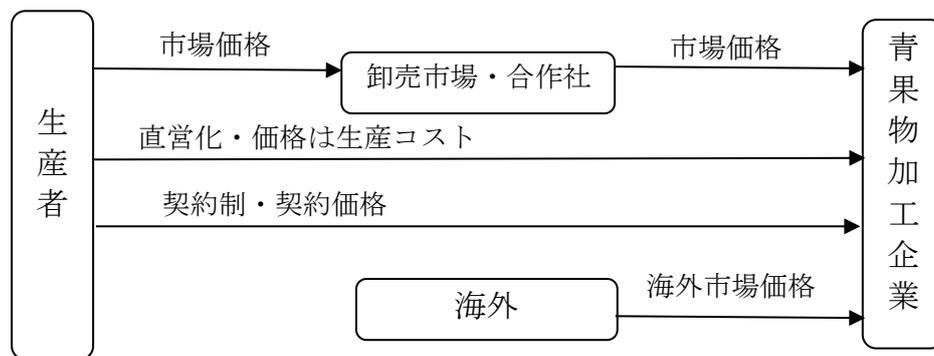


図1-4 改革深化期原料流通の流れ

資料：坂下明彦ら（2002）と骆玲利（2010）より作成

(3) 現在（2010年-）：品質管理のための契約取引の増加

2010年以降中国の青果物食品加工業は品質や安全性に関する問題に直面しており、原料の調達において品質管理の重要性が高まっている。また、農家の所得向上に貢献するため、青果物食品加工企業は、農民との契約取引をしている³⁷。

中国人の青果物食品の多様化の進展により、青果物食品加工業が大きく発展している。2019年³⁸まで、食品加工企業の本数は700,000社を超えた³⁹。

³⁵ 中国食品工業協会 HP

³⁶ 骆玲利（2010）

³⁷ 王文生（2011）

³⁸ 新型コロナウイルスにより、2020年から数年間は生産量や生産額が大幅に減少した。したがって、本研究では2019年までのデータを参考にする。

³⁹ 中国食品工業協会 HP

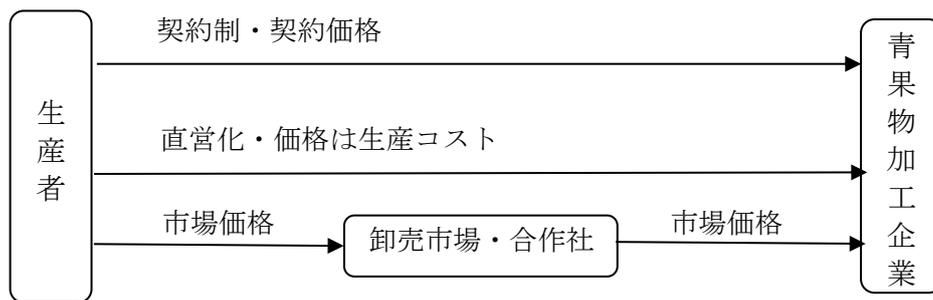


図 1-5 現在原料流通の流れ

資料：王文生（2011）と中国食品工業協会HPより作成

第4節 青果物食品加工企業に関する契約取引政策の進展

改革開放政策の実施以来、中国経済は大きく発展し、国民所得は向上するなど、生活水準は向上し、品質と安全性が高い食品へのニーズが高まっている。

2002年に、政府は「关于发展和规范订单农业的意见」を頒布し、初めて契約農業を提示し、契約農業の発展と規範化を強調した。この政策により、契約取引の締結や品質管理、納品に関する規範が確立され、流通経路の改善、企業と農業生産者の公平な契約関係の確立、農業生産者の権益保護、契約内容の明確化などを指摘した。

次に、政府は主に財政（税制を含む）政策、農業技術によって、農業生産と農産物の流通経路を支援している。2010年、政府は契約取引を推進するため、契約農業に対する優遇政策を実施し始めた。現在までのところ、中国政府の契約取引に対する優遇政策には、売上に応じた補助金、税の免除、投資額補助である。

2010年の「中央第1号文書」である『都市・農村の総合的発展の推進、農業・農村発展基盤の更なる強化に関する若干意見』では、農家と直接契約した企業や合作社に売上の5%の補助金が支給された⁴⁰。

また、2012年に中国の農業産業化（農産物が生産・加工・流通の一体化）にされ、龍頭企業⁴¹の発展を支援する方針「農業産業化トップ企業の発展支持についての意見」⁴²が頒布された。その中の一つ方針は、龍頭企業の契約取引を促進することである。龍頭企業は、農家や合作社と契約取引を平等互惠の基盤の上で締結し、合理的な取引価格を協議し、契約の最低単価を確定している。また、中国国務院（2011）は食品加工企業が農家と直接契約をする際の付加価値税の免除制度を導入し、さらに2013年には、中国国務院（2012）が法人税の免除を実施した。その後、2013年から2015年にかけて、農家と契

⁴⁰ 中国国家税務総局（2010）

⁴¹ 龍頭企業は、農家が生産する農産物の加工販売など行う企業として、国家レベル、省レベル、市レベル、それぞれの政府が独自に認証される。

⁴² 原語「关于支持农业产业化龙头企业发展的意见」

約した食品加工企業には設立費，設備費，原料調達費等の投資額の15%の補助が行われた。

その後，2015年に中国は多様な形態の適度な規模の農業経営を支援するため，また農業発展の転換を促進するための方針「财政部关于支持多种形式适度规模经营促进转变农业发展方式的意见」を頒布した。その中で，龍頭企業が農家や民間組織との「契約農業」を推進した。また，契約農業に参加する民間組織に対して，税制優遇や資金支援，技術支援などの政策が制定された。翌年，食品加工企業に対しては投資額の30%（1000万元まで），合作社などに対しては投資額の12%（300万元まで）の補助に変更された（中国国務院2015）。

2020年に，中国政府が貧困削減を目的として定めた「脱貧攻坚政策」には，農村地域における農業生産や産業振興などが含まれている（中华人民共和国国務院2020）。その政策により，貧困地域の発展が促進され，食品加工企業が貧困地域から農産物を調達することが容易になった。さらに翌年，農村地域の供給側改革を推進し，農業の持続的な発展を促進することを目的としている「关于进一步推进农业供给侧结构性改革的指导意见」は，農村地域の産業構造の調整，農業現代化の推進，農村地域の公共サービスの充実などが含まれる。そのうち契約農業は，この政策の一環として，農村地域の産業構造調整において重要な役割を果たしてきた。

第5節 小括

本章では、中国における青果物食品加工企業の原料調達の契約取引と、契約取引による原料調達の優遇政策について概説した。その中で、中国政府は、青果物食品加工企業の原料調達を支援するために、金融支援や技術支援などの政策措置を講じている。

しかしながら、中国には原料調達に関わる課題が残っている。例えば、龍頭企業以外の企業に対する政策が十分なのか、中小規模食品加工企業の原料契約取引の実態なのか、などである。残されている課題は、本研究の第2章、第3章、第4章で明らかにする。

第二章

中国果物加工企業の原料調達の変化とその影響 —河北省満城県におけるいちごの契約取引の事例から—

第1節 はじめに

中国政府は全国で農業と企業との間の契約取引を推進し、2010年代以降、契約取引を行う企業に補助金や法人税減免などの優遇政策を実施してきた⁴³。こうした契約取引のメリットは「農家所得の上昇」、「地域農業の振興」、「食品加工企業の原料調達安定」とされ⁴⁴、取引数も増加している。

しかし、中国における食品加工企業の原料調達の契約相手は、農民組織の場合と、農家の場合があり、その増加の傾向は異なっている。例えば、国内市場に販売する食品加工企業の中で契約取引が最も多い果物加工企業で見ると、農民組織と契約する企業数は2010年の923社から2018年の1,246社に増えているが、農家と直接契約する企業数は193社から210社になったにすぎず⁴⁵、両者はわけて考える必要がある。

これまでの中国の食品企業の原料の契約取引に関する先行研究としては、青果物の販売企業を対象としたマイラら(2009)、趙ら(2007)と加工品の輸出企業を対象とした菊池(2006)、石塚ら(2013)がある。しかしこれらは、いずれも龍頭企業や大規模企業が対象であるとともに、その契約先は主に広域の農民組織であった。また、品目や輸出先が既に決まった中で、契約を行っていた。

しかし、国内市場向け果物加工品販売額の72%は中規模・小規模企業であり⁴⁶、その

⁴³ 農家と直接契約する企業は、「中華人民共和国企業所得税実施例」において、法人税減免を受けられることができる(中国国家税务总局2010)。

⁴⁴ 「農家所得の上昇」は李(2006)と趙ら(2011)による。「地域農業の振興」は韓ら(2008)、「食品加工企業の原料調達安定」は楊ら(2005)による。

⁴⁵ 中国国統調査報告網(2019)より。

⁴⁶ 食品加工企業の大規模企業の定義は年間売上4億元以上で労働者1,000人以上、中規模企業は2,000万元～4億元で100人以上、小規模企業は300万元以上で20人以上である(中国国

多くは農家との直接契約である。その中で、年間売上 2,000 万元以上 4 億元未満の中規模加工企業の生産額は 63%を占めている。

そこで、本章ではいちごを加工する中規模企業を対象に、農家との直接契約による原料調達の変化を明らかにする⁴⁷。その際、原料調達の変化だけではなく、それに伴う製造・販売への影響もあると考えられることから、その点についても分析を行う。

いちごを対象にするのは、その加工割合が急速に高まっているために⁴⁸、契約による変化が観察できるからである。そのため、いちごの加工率が最も高い河北省満城県を対象に⁴⁹、2018年9月に加工企業と農業局の担当者へ聞き取り調査を行った。

家統計局 2017)。

⁴⁷ 2017 年の果物加工企業の中で、龍頭企業、中規模企業、小規模企業の輸出を含めた生産額の割合はそれぞれ 35%、41%、24%である(中国報告網 2018)。

⁴⁸ 中国のいちごの加工率は 2013 年の 6.9%から 2018 年の 23.5%に増加している(中国国統調査報告網 2019)。

⁴⁹ 2016 年の中国におけるいちご生産量上位 4 省である山東省、江蘇省、遼寧省、河北省の加工率はそれぞれ約 11%、16%、14%、29%である(中国報告網 2017)。

第2節 調査事例の概要

中国におけるいちごの産地は、北京大都市圏を中心とした華北地区である。この地域は果物加工企業の集積地であるとともに、重要な原料供給地である。その中で、河北省は華北地区におけるいちごの生産量と加工量で第一位である⁵⁰。

本研究の調査地域である河北省の中部に位置する保定市の満城県は、1953年から中国を代表するいちごの生産地として、「いちごの里」と称されてきた。満県県のいちごの生産量は2015年6万2,000tから2018年5万6,000tに減少する中で、いちごの収穫量に占める加工量の割合は2015年27%から2018年38%に増加している⁵¹。また、県内果物加工品販売金額に占めるいちご加工品の割合は2013年の41%から2018年には51%となり⁵²、その重要性は増加している。

満県県の果物加工企業28社中上位4社で、県内の果物加工品総販売金額の約80%を占めることから、この4社を分析することによって、満県県のいちご加工品の生産販売状況の大部分が説明できる。この4社は保定市佳益食品有限公司(以下A社)、保定市傑達食品有限公司(以下B社)、河北光宇果物加工食品有限公司(以下C社)、好嘉缶食品有限公司(以下D社)である。

表2-1は各加工企業の概要である。A社は2008年、B社は2003年、C社は2005年、D社は2000年に創業し、いずれも原料の契約取引を行っている。A社は設立時から、B社は2008年、C社は2006年、D社は2003年に原料の契約取引を開始した。契約農家は全て同じ県内の農家であり、いちご栽培面積は0.69haから1.15haと、河北省平均の0.49haに比べ大きい。

A、B、C社が契約取引を行う理由は、「原料調達量の安定」と「安全性確保」のためである。一方、D社が契約する主な理由は「政府補助金」である。政府は契約取引を行う果物

⁵⁰ 河北省農業局(2015)より。

⁵¹ 保定市農村農業局(2019)より。

⁵² 河北省農業局(2019)より。

加工企業に投資額の30%から1000万元までを補助する⁵³。A, B, C社も「政府補助金」は考慮したが、いずれも3位以下であった。

表 2-1 加工企業の概要と契約理由

	A社	B社	C社	D社
設立年	2008年	2003年	2005年	2000年
資本金	500万元	50万元	200万元	100万元
正社員	50人	95人	60人	50人
労働者	65人	75人	50人	55人
契約開始年	2008年	2008年	2006年	2003年
年間売上 (2017年)	3,500万元	4,000万元	3,000万元	2,500万元
いちご加工品 年間売上 (2017年)	1,500万元	1,400万元	1,000万元	980万元
いちご契約農家数	30戸	50戸	35戸	38戸
いちご総契約面積	28.1ha	40.8ha	30.4ha	34.2ha
いちご栽培品種	石莓三号	石莓一号	九九	石莓一号
いちご加工原料量/日	300kg	350kg	280kg	200kg
契約理由 (1位)	原料調達安定	原料調達安定	安全性確保	政府補助金
契約理由 (2位)	安全性確保	安全性確保	原料調達安定	単価低下

資料：「佳益食品年鑑」, 「傑達食品有限会社年鑑」, 「河北光宇果物加工食品有限会社年鑑」, 「好嘉缶食品有限会社年鑑」と聞き取りより作成。

⁵³ 中国国務院(2016)より。

第3節 加工企業における原料いちごの調達方法

1 契約農家との契約内容

表 2-2 は、加工企業と農家の契約内容を示している。加工企業はいちごの植付前の 3 月頃に、農家と書面で契約を交わす。契約書には契約面積、量、ビニールハウスなど施設数、単収、品種、土地の位置を記載する。このようにして加工企業は年間の製造原料量を把握し、加工計画を立てることができる。契約単位は、A 社は量単位の契約である。B, C, D 社は面積単位の契約であり、企業は契約した土地で生産されたいちごをすべて買い取る。また、A 社は農家に対し 0.2 元/kg を補助し、B 社と C 社は 1ha 当たり年間 1,199 元、D 社は 1,139 元を補助する。いちごの買取単価は、A, B 社は 3 ヶ月に一回、C 社は 4 ヶ月に一回、D 社は取引時に決め、単価はその時の市場単価が基準である。また、A 社は肥料を無料で、B 社は肥料と農薬を半額で、C 社は農薬を無料で提供する。加工企業は契約農家に対して無償で生産マニュアルを配布し、講習会の開催、技術員による直接指導を定期的に行う。

集荷については、A 社は社員が行い、B, C, D 社は委託した集荷業者が行う。

表 2-2 企業の契約内容

	A社	B社	C社	D社
契約単位	収穫量	栽培面積	栽培面積	栽培面積
補助金	量あたり (0.2元/kg)	面積あたり (1,199元/ha)	面積あたり (1,199元/ha)	面積あたり (1,139元/ha)
単価決定時期	3ヶ月一回	3ヶ月一回	4ヶ月一回	取引時
買取単価	市場買取価格+ α	市場買取価格+ α	市場買取価格+ α	市場販売価格
種苗 (品種)	指定、市場価格 (石苺三号)	指定、市場価格 (石苺一号)	市場価格の5割 (九九)	無料 (石苺一号)
資材	肥料無料	肥料・農薬半額	農薬無料	なし
技術指導	年1回	年2回	年1回	年1回
災害時の減収補償	企業負担5割	企業負担8割	企業負担5割	企業負担なし
契約期間	三年	三年	五年	三年
集荷方法	企業	集荷業者に委託	集荷業者に委託	集荷業者に委託
契約不履行時の懲罰	あり	あり	あり	なし

資料：聞き取り調査により作成

2 加工用いちごのサプライチェーン

図 2-1 は契約前の加工用いちごのサプライチェーンを示した。契約以前の加工企業の原料の購入元は、産地仲買人が中心であった。農家から企業までの流通日数は約 2 週間である。

図 2-2 は、契約後のサプライチェーンを示している。加工企業の調達先は全て契約農家となっている。農家はいちごを直接企業に販売するので、農家から企業までの調達日数は 1~2 日となり、新鮮な原料を確保できる。

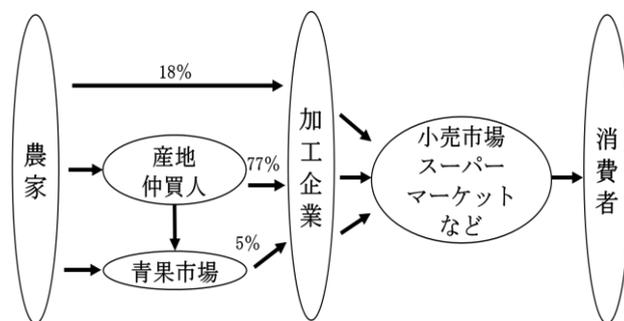


図 2-1 契約前の加工用いちごのサプライチェーン

資料：「河北省農業統計白書」(2008 年)より作成

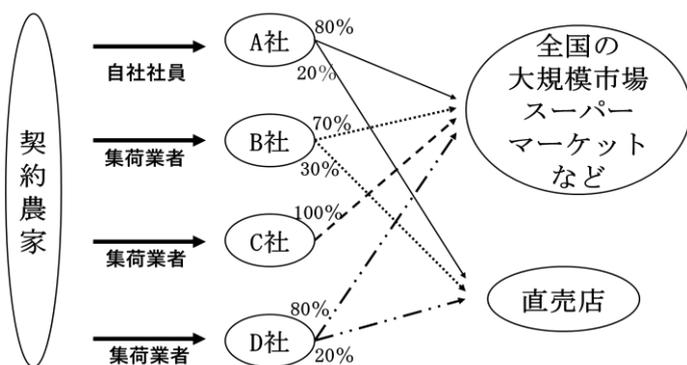


図 2-2 契約後の加工用いちごのサプライチェーン

資料：聞き取り調査により作成

3 原料調達状況の変化と過不足時の処理方法

表2-3は、2000年から2018年にかけてのいちごの原料単価と原料調達量を示している。契約後、企業は産地仲買人へ中間マージンを支払う必要がなくなり、原料単価は契約前と比べ低下した。また、契約前後と比べ原料調達量は増加している。

表 2-3 原料単価と原料調達量の変化

		2000年	2005年	2010年	2015年	2018年
原料 単価 (元/kg)	A社 [2008年]			3.4	2.5	3.1
	B社 [2008年]		5.6	3.0	2.8	3.3
	C社 [2006年]		5.3	3.2	2.8	3.6
	D社 [2003年]	11.5	5.6	3.0	2.9	3.4
原料 調達量 (t)	A社			700	1,250	1,400
	B社		950	1,300	1,500	1,600
	C社		500	950	1,100	1,000
	D社	300	350	500	900	950

資料：表2-2に同じ。

注：1) []内は企業の契約始年である。網掛は契約後の原料単価である。

2) 原料単価は生産者物価指数で実質化(2010=100)した。果物の生産者物価指数は「農産物生産価格指数」による。

実質生産額＝名目生産額／果物生産者物価指数

先述のように、B、C、D社は面積単位で契約しているため、豊作時には余剰が生じる。その場合、B社は余剰原料を全て冷凍保存し、C社は多くを冷凍保存し、ごく少量を廃棄する。D社も多くの余剰原料を冷凍保存するが、少量は周辺小売市場で販売する。一方、不作時には、その冷凍保存分を使用する。また極端に収穫量が少ない時には、他地域の青果市場からいちごを調達する場合もある。しかし、面積当たりの契約は、原料余剰となる場合が多い。

第4節 加工企業のいちご加工品製造・販売の動向

1 販売地域と加工品目の変化

先の図 2-1, 図 2-2 では, 契約取引以前に企業は加工品を周辺の小売市場とスーパーへ販売していたが, 契約後には, A 社と D 社は加工品の 80%, B 社は 70%を全国の大規模市場やスーパーへ販売し, 残りを直売店で販売する。C 社は直売店を持たないので, 全ての加工品をスーパーへ販売している。

表 2-4 いちご加工品販売地域と加工品目の変化

		主な販売地域 (%)	いちご加工品目 (%)							
			ジュース	ジャム	砂糖漬け	缶	冷凍品	酒	その他	
A社	2008年	石家庄市(50) 北京(30) 保定市(20)	30	35	10	5	10	-	10	
	2018年	上海市(40) 広東省(30) 雲南省(20)	30	20	25	20	12	-	3	
B社	2007年*	保定市(60) 唐山市(30) 北京市(10)	55	23	5	5	5	-	7	
	2018年	北京市(50) 上海市(20) 東三省(20)	20	18	17	18	10	13	4	
C社	2005年*	山西省(30) 保定市(30) 北京市(20)	35	40	-	10	10	-	5	
	2018年	北京市(50) 山西省(20) 内モンゴル(20)	10	10	15	40	18	5	2	
D社	2002年*	保定市(50) 満城県(45)	30	30	10	-	20	-	10	
	2018年	天津市(60) 東三省(20) 内モンゴル(15)	10	20	15	5	40	-	5	

資料：表2に同じ

注：1) 販売地域の%は年間販売金額ベース, 加工品の%は年間加工量ベースで算出。

2)*は企業契約前年。A社は設立年である。

表 2-4 は契約前・後の加工品の販売地域と加工品目の変化を示している。契約により全ての企業の販売地域が小都市から大都市に変化している。契約後, B, C, D 社は主に中国北部の北京市, 天津市, 内モンゴル省と東三省で販売している。他の企業より設立が遅い A 社は, 南部の上海市, 広東省と雲南省へ販売している。

加工品目をみると, 契約後は, 高い技術が必要としないジュース, ジャムの割合が減少し, 高い技術が必要である砂糖漬け, 缶の割合が増加している。特に C 社は, ブランド力を持ついちご缶の生産が大きく増加している。しかし, D 社は設備, 技術が古く,

契約後の砂糖漬けと缶の増加は小さい。また、各企業は余剰原料を冷凍保存するので、冷凍品の割合は上昇している。

担当者への聞き取りによれば、A、B社は契約により原料が安定的に調達できるようになったために商品構成を変えたが、C社はブランド缶がすでに有名であり、その原料の安全性を確保するために契約を行ったという。D社は補助金を得るために農家と契約し、原料調達量を確保した後に、加工品目が変化した。

2 いちご加工品の販売動向

表2-5は、いちご加工品の販売単価の変化と示している。最下段の原料重量当たりの販売単価を見ると、各企業とも契約前と比べて上昇傾向となっている。ただし、技術が必要としないジャムの販売単価は大きく変化してない。

高い技術が必要とする砂糖漬けの販売単価は、契約前より約2倍に上昇し、他の品目より高い。付加価値の高い缶の販売単価も概ね上っている。特に、C社のブランド缶は認知度を上げ、販売単価は他の企業の約2倍となった。

しかし、D社は設備、技術が古いままで、契約後のジャムと缶の販売単価は2005年から低下傾向にある。

なお、余剰いちごの多くは冷凍保存するので、各企業の冷凍品の販売単価は2010年から低下傾向にある。

このように、契約取引後、各企業の加工品目の販売単価は契約前と比べて概ね上昇しているが、企業や品目によっては上昇していない場合もある。

表2-6はいちご加工品の販売量と販売金額の変化である。契約後、原料調達量・販売地域が拡大することにより、企業の販売量も増加した。また、単価の上昇と販売量の増加により、企業の販売金額も大きくに増加している。

表2-5 加工品の販売単価の変化

		2000年	2005年	2010年	2015年	2018年
100%ジュース (100ml当たり) (元)	A社 [2008年]			4.4	6.1	6.9
	B社 [2008年]		3.6 (100)	5.0 (139)	7.5 (208)	7.7 (214)
	C社 [2006年]		3.9 (100)	4.8 (123)	7.3 (187)	7.5 (192)
	D社 [2003年]	3.2 (100%)	3.4 (106)	4.0 (125)	5.7 (178)	6.8 (213)
100%ジャム (100g当たり) (元)	A社			2.5	2.8	2.8
	B社		2.3 (100)	2.6 (113)	2.9 (126)	3.0 (130)
	C社		1.8 (100)	2.5 (139)	2.9 (161)	2.9 (161)
	D社	1.3 (100)	1.3 (100)	1.3 (100)	1.3 (100)	0.8 (62)
砂糖漬け (100g当たり) (元)	A社			6.9	10.1	10.8
	B社		5.2 (100)	7.5 (144)	11.4 (219)	11.6 (223)
	C社		-	7.1	10.8	12.0
	D社	3.8 (100)	5.9 (155)	6.3 (166)	6.1 (161)	8.0 (211)
缶 (100g当たり) (元)	A社			3.0	3.5	3.4
	B社		1.5 (100)	1.9 (127)	2.5 (167)	2.9 (193)
	C社		3.0 (100)	3.2 (107)	5.2 (173)	6.8 (227)
	D社	-	2.5	2.4	2.8	2.1
冷凍品 (100g当たり) (元)	A社			2.1	1.5	1.5
	B社		1.6 (100)	2.0 (125)	1.5 (94)	1.9 (119)
	C社		1.4 (100)	1.9 (136)	1.4 (100)	1.6 (114)
	D社	0.8 (100)	1.6 (200)	2.2 (275)	1.6 (200)	2.1 (263)
原料重量当たりの 販売単価 (総売上/原料重量) (万元/t)	A社 [2008年]			0.8	0.8	1.0
	B社 [2008年]		0.4 (100)	0.6 (150)	0.9 (225)	0.8 (200)
	C社 [2006年]		0.7 (100)	0.8 (115)	0.8 (115)	1.1 (157)
	D社 [2003年]	0.3 (100)	0.5 (167)	0.8 (267)	0.8 (267)	0.9 (300)

資料：表2-2に同じ。

注：1)加工品単価は中国果物卸売物価指数で実質化(2010=100)した。果物卸売物価指数は「中国物価指数百科」による。 実質生産額=名目生産額/果物卸売物価指数

2) []内は企業の契約始年である。()内は契約前後の販売単価の変化率である。

3) 網掛は契約後の販売単価である。

4) 「-」は加工品生産なし。

表2-6 いちご加工品販売量と販売金額の変化

		2000年	2005年	2010年	2015年	2018年
販売量 (t)	A社 [2008年]			680	1200	1350
	B社 [2008年]		830	1250	1430	1500
	C社 [2006年]		380	740	930	960
	D社 [2003年]	210	260	410	756	720
販売 金額 (万元)	A社			574	1046	1403
	B社		341	820	1288	1347
	C社		330	721	841	1058
	D社	79	185	405	687	846

資料：表2-2に同じ。

注：1) 売上は果物卸売物価指数で実質化(2010=100)した。果物生産物価指数は「中国物価指数百科」による。

2) []内は企業の契約始年である。

3) 網掛は契約後の売上である。

第5節 小括

本研究は中国河北省満城県における中規模果物加工企業に焦点を当て、原料調達の変化およびその影響を検討してきた。

中規模加工企業では、近隣の農家との契約取引により、原料の調達日数が短縮することで、新鮮な原料が確保でき、原料単価も低下している。さらに、加工品の販売先の拡大、加工量と販売金額の増加につながっている。ただし、面積単位で契約する企業は余剰原料を冷凍保存するので、冷凍品の生産が増え、その販売単価は低下している。

一方、企業間に相違もある。自社ブランドを持つ企業では、加工品の単価・販売量が大幅に高まり、また、拡大した販売地域は設立時期によって異なっている。さらに、補助金を目的に契約する企業では、品目構成が大きく変化しない場合もあった。

このように、中規模加工企業において農家と直接契約する形の取引は進展していた。また、品目や販売先が決まっている中で契約を行う龍頭企業や大規模企業と異なり、中規模企業では契約取引により、加工品目・販売先の拡大にも結びつき大きなメリットがあった。

しかし冒頭に述べたように、農家との直接契約する企業数が増えていないのは、数の上では多数を占める小規模企業にとって、契約のメリットがそれほど大きくないという可能性がある。この点の実証のためには、小規模加工企業の分析が必要になるが、これについては今後の課題としたい。

第三章

中国における小規模食品加工企業の原料調達における 契約取引の意義と衰退メカニズム

—河北省満城県におけるいちごの加工企業の事例から—

第1節 はじめに

中国では 2000 年代初頭から、食品加工企業と農業との契約取引を推進するために、政府や地方自治体が補助金や法人税減免等の優遇政策を実施している⁵⁴。そのため、全国で青果物の契約取引が進展し、契約を行う青果物食品加工企業数は 2011 年の 1 万 987 社から 2019 年の 2 万 1,221 社へと増加している⁵⁵。

これまでの研究では、食品加工企業（青果物以外も含む）の契約取引による原料調達の効果として、原料の品質や安全性の向上⁵⁶、原料単価の低下⁵⁷などが示されている。中国における先行研究もほぼ同様の結論が指摘されている⁵⁸。しかし、企業の規模に関する論点は見落されている。これまでの中国の食品加工企業（青果物以外も含む）の研究では、規模の違いにより販売先が異なることが指摘されている。例えば、大・中規模食品加工企業の販売先は輸出や大型小売店が多いため⁵⁹、効率的かつ安定的に原料を調達する必要がある。しかし、小規模食品加工企業ではそうした大規模な販売先は少なく⁶⁰、販売量や原料の調達量も少ない。また、小規模食品加工企業の加工技術が低いことも指

⁵⁴ 中国国家税務総局（2010）、中国国務院（2011, 2012, 2015）

⁵⁵ 2011 年に、国家統計局が企業規模の定義を変更したため、企業数のデータは 2011 年以降を示している（中国国家統計局（2017））。

⁵⁶ Glover and Kusterer（1990）、Caro et al.（2018）、Adabe et al.（2019）

⁵⁷ Mwambi et al.（2016）

⁵⁸ 王ら（2020）、潘ら（2017）、馮・郭（2022）、馮ら（2022）

⁵⁹ 林・王（2020）、周・余（2022）、馬・坂井（2021）

⁶⁰ 唐（2014）、朱（2016）

摘されている⁶¹。そのため、原料の契約取引から得られる効果も異なる可能性がある。そのためか、中国で原料の契約を行う青果物食品加工企業数は増加している中で、契約を行う小規模青果物食品加工企業数は2000年の231社から2010年の2,214社に増加した後、小規模食品加工企業（青果物以外も含む）の定義が拡大したにもかかわらず⁶²、2019年には941社へ減少している。しかし、これまでの中国の契約取引による原料調達に関する研究は、大・中規模青果物食品加工企業の分析であり、小規模青果物食品加工企業の研究は存在しない⁶³。

2019年の中国の小規模青果物食品加工企業は67.9万社、年間売上額は7.4兆元であり、これは全青果物食品加工企業数の97.1%、年間売上額の46.5%を占める⁶⁴。小規模青果物食品加工企業の原料調達量は大きく、契約取引の意義や衰退要因を解明することは中国の農業の発展においても重要であると考えられる。そこで本研究の課題は、小規模青果物食品加工企業（以下「小規模加工企業」と略す）の原料調達における契約取引の意義と衰退のメカニズムを明らかにすることである。このうち、衰退メカニズムの解明については、「小規模加工企業にとっての原料の契約取引の価格面でのメリットが小さくなった」という仮説を設定する。すなわち、小規模加工企業の原料の契約取引は、以前と比べ、原料の単価が高くなるか、あるいは、原料単価に対して加工品の販売単価が低くなっていけば、仮説は支持される。この仮説を検証するために、契約の有無と企業の原料の調達単価や加工品の販売単価、及びこれらに関する原料調達先、調達方法、

⁶¹ 中国人民政府(2013)

⁶² 中国观研报告网(2019)によれば、全国の小規模青果物食品加工企業数は2000年には4,362社、2010年には10,022社、2019年には67.9万社である。これは、2011年からの小規模食品加工企業（青果物以外も含む）の定義の変更による影響である。2010年までの小規模青果物食品加工企業の定義は年間売上50万元以下または固定資産1千万元以下であったが、2011年以降は年間売上300万元～2,000万元かつ労働者20～99人に拡大した(中国国家统计局,2017)。そのため、2010年と2019年では小規模青果物食品加工企業数が急増している。

⁶³ 中国国家统计局(2017)によれば食品加工企業（青果物以外も含む）の規模は大・中・小規模に分けられる。大規模食品加工企業は年間売上4億元以上でかつ労働者1,000人以上、中規模食品加工企業は年間売上2,000万元～4億元でかつ労働者100～999人である。大・中・小規模のすべてが、列挙された指標の下限を同時に満たす必要があり、そうでなければ、下位の類型に分類される。

⁶⁴ 中国国家统计局(2019)、中経産業研究院(2021)

販売先、販売方法について分析を行う。

対象とするのは、いちご加工品を製造する小規模加工企業である。いちごは腐敗しやすく、保存条件が厳しいという特性があり、いちごの収穫量に占める食品加工企業のいちごの購入量（以下、「加工率」とする）は果実の中で最も高いとされる⁶⁵。対象地域は、中国におけるいちごの代表的産地であり、かついちごの加工率が最も高い河北省とする⁶⁶。分析対象の小規模加工企業は、生鮮いちごを調達し加工を行う企業である（ただし二次加工企業を含まない）。2021年に県内21社の小規模加工企業の原料調達担当者や会計担当者へ、加工品の総販売額・加工量・販売先の変化、原料の単価・調達量・調達先の変化などに関する調査票を配布し、回答が得られた17社にはその後、オンラインで補足調査を実施した。

以下、第2節では中国における契約取引促進政策と調査事例の概要を述べる。加工品の販売先の変化が原料調達経路の変化に影響を与えられと考えることから（施, 1998）、第3節ではいちご加工品の販売先の特徴と変化について検討する。次に第4節では原料調達経路の特徴と調達方法の変化を分析した後、第5節をまとめとする。

⁶⁵ 中国産業調研究院（2022）

⁶⁶ 満城区人民政府（2020）

第2節 中国における契約取引促進政策および調査事例の概要

1 中国における契約取引促進政策

河北省では、2001年に原料を契約する食品加工企業に50元/ム⁻（約746元/ha）が支給され、2008年には150元/ム⁻（約2,239元/ha）に拡大された⁶⁷。しかし、2010年に中国政府による新たな契約取引優遇政策が導入され、省独自の政策は廃止された⁶⁸。

2010年からの中国政府の優遇政策は、売上に応じた補助金、税の免除、投資額補助であり、これらは現在も継続されている。具体的には、農家と契約した企業や合作社に売上の5%の補助金の支給、付加価値税と法人税の免除⁶⁹、さらに2016年には投資補助金が、設備投資等の15%から⁷⁰、30%に拡大された⁷¹。省や政府からの補助金の支給要件は、収穫前に農家と直接契約し、かつ年間契約量が全調達量の8割以上であることである。

2 満城県におけるいちご生産と加工企業の動向、および小規模加工企業の概要

中国におけるいちごの一大産地は、北京大都市圏を中心とした華北地区である。同地区は大都市圏向けの果実加工企業の集積地と原料供給地である。華北地区の中で、河北省はいちごの生産量と加工量が最も多い⁷²。

本稿の調査地域である河北省の中部に位置する保定市満城県は、いちごの加工率が2019年には43%を占め、中国のいちご加工品製造の主産地である⁷³。

満城県内のいちごの加工企業は、2011年の19社から2020年には29社に拡大した。その中で、中規模加工企業数は、2011年の6社から2020年には8社に増え、そのうち、契約を行う企業数は2011年の4社から2020年には8社に増加した。一方、小規模加工

⁶⁷ 河北省人民政府（2001，2008）

⁶⁸ 河北省農業庁（2010）

⁶⁹ 中国国務院（2012）

⁷⁰ 設備費の補助は、企業設立当初または新規設備購入時にのみ交付される。

⁷¹ 中国国務院（2015）

⁷² 河北省統計局（2021）

⁷³ 河北省統計局（2021）

企業数は、2011年の13社から2020年には21社に増加したが、契約を行う企業数は2011年の11社から2020年には6社まで減少している。反対に、契約取引を行わない小規模加工企業数は2011年の2社から2020年には15社に増えている⁷⁴。この規模別の動向は冒頭で見た全国の傾向と同様である。なお同県に大規模加工企業は存在しない。

また、2019年の満城県におけるいちごの食品加工企業のいちご総調達量は約5,253 tであり⁷⁵、そのうち、小規模加工企業のいちごの総調達量は323 tである。このうち調査対象である17社の総調達量287 tは、小規模加工企業全体の約89%を占める。故に、この17社の分析を行えば、満県県のいちご小規模加工企業の原料調達の動向を把握できると考えられる。

表3-1は調査企業17社の概要を示している。17社は「契約型」5社、「移行型」6社、「非契約型」6社に分けられる。契約型は調査時点で、原料を契約取引で調達している企業である。移行型は、過去に原料の契約取引を行っていたが、調査時には契約取引をしていない企業である。非契約型は、設立から調査時期まで、契約取引を一度も行っていない企業である。各タイプ別に、平均年間総売上をみると、契約型は1,123万元、移行型は1,033万元、非契約型は972万元であり、平均労働者数は、契約型48人、移行型46人、非契約型37人である。これらの3つのタイプの企業の規模に大きな差はないと言える。また、これらの企業はいちごだけではなく、桃やりんご等の加工も行っている。

契約開始時期は契約型5社のうち2社は2000年前後、3社は2010年前後である。また、契約型の5社はすべて満県県の農家と契約取引を行っている。契約取引をする際は、いちごの植付の3ヶ月前頃に、契約書に契約量、調達日、買取単価決定方法、品種などが記載される。買取単価は通常、契約時の市場価格である。さらにこれらの企業は農家に対して技術指導も提供している。他方、移行型の6社のうち1社は2003年、3社は2008年前後に契約取引を導入したが、農産物のネット取引が急増する2015年前後に4

⁷⁴ 満城県人民政府(2020)

⁷⁵ 河北省統計局(2021)

社とも契約を解除している⁷⁶。移行型の残り2社は2012年と2014年に契約したが、2017年に解除している。

表3-1 調査事例の基本概要（2019年）

	設立年	年間 総売上 (万円)	労働 者数 (人)	果物品類	果物売上 割合(%)	いちご 売上 割合(%)	加工品目	契約期間	
契約型	企業1	1958年	1,995	69	桃、いちご、りんごなど	90	35	缶詰、冷凍いちご	2000年～
	企業2	2008年	1,400	65	いちご、メロン、葡萄など	100	50	冷凍いちご、ジャム	2008年～
	企業3	2003年	1,000	50	いちご、桃、杏	75	38	缶詰、冷凍いちご、ジャム	2010年～
	企業4	1998年	320	23	いちご、桃	70	56	冷凍いちご	1998年～
	企業5	2007年	900	33	いちご、桃、りんごなど	55	53	冷凍いちご、ジャム	2011年～
	平均		1,123	48					
移行型	企業6	1998年	900	35	桃、柿、いちごなど	100	34	缶詰、冷凍いちご、乾燥いちご	2008年～2014年
	企業7	2004年	1,225	65	桃、いちご	56	53	缶詰、冷凍いちご、いちご果汁、乾燥いちご	2014年～2017年
	企業8	2012年	1,235	60	梨、りんご、いちごなど	64	38	缶詰、冷凍いちご、ジャム、いちご酢	2006年～2016年
	企業9	2004年	385	22	りんご、梨、バナナなど	74	45	缶詰、冷凍いちご、ジャム、乾燥いちご	2003年～2015年
	企業10	2009年	1,652	55	りんご、いちご、ももなど	100	47	缶詰、冷凍いちご、いちご果汁、砂糖漬け	2009年～2016年
	企業11	1997年	800	39	いちご、桃	100	20	冷凍いちご、ジャム	2012年～2017年
平均		1,033	46						
非契約型	企業12	2008年	1,050	25	メロン、桃、梨、いちごなど	85	35	冷凍いちご、ジャム、いちご果汁、乾燥いちご、いちご酢	—
	企業13	2004年	1,500	29	もも、杏、いちごなど	65	35	冷凍いちご、乾燥いちご、砂糖漬け	—
	企業14	2004年	950	62	ブルーベリー、いちごなど	60	33	缶詰、冷凍いちご、ジャム、いちご果汁	—
	企業15	2003年	430	23	りんご、梨、いちごなど	65	31	冷凍いちご、ジャム、乾燥いちご、砂糖漬け	—
	企業16	2011年	900	58	いちご、りんご、梨、桃など	55	39	缶詰、冷凍いちご、いちご果汁	—
	企業17	2002年	1,000	26	もも、梨、いちごなど	69	40	缶詰、冷凍いちご、ジャム、乾燥いちご	—
平均		972	37						

注：1) 企業は果実と野菜等を加工している。ここは果実のみを表示する。

2) 割合は年間販売額ベースにより。

資料：調査票より作成（2019年分）

⁷⁶ 本稿の分析データは2015年から2019年までであるが、「企業6」は2014年まで契約があったため、移行型とした。

第3節 小規模加工企業のいちご加工品の販売の特徴と変化

1 いちご加工品販売先の特徴と選択理由

表3-2は小規模加工企業の販売先別の販売額割合の推移を示している。販売先は大型小売店、小型小売店、小売市場、直売店、二次加工場⁷⁷、インターネット販売（以下「ネット販売」）である。2015年には、大部分の加工企業の販売先は二次加工場であり、全体の79.5%を占めるが、2019年には二次加工場が40.8%に大きく減少し、ネット販売が48.1%に急増している。2019年には契約型は引き続き二次加工場への販売が多いが、移行型の78.0%、非契約型の50.6%がネット販売となっている。

表3-3は小規模加工企業の販売額1位の販売先の選択理由を5段階で評価したものである。契約型は販売量が多いことを理由に、二次加工場を選択している。他方、移行型と非契約型は販売単価が高いことを理由に、ネット販売が多い。

表3-2 いちご加工品販売先の販売額割合推移

単位：%

販売先	大型小売店		小型小売店		小売市場		直売店		二次加工場		ネット販売		合計	
	2015年	2019年												
契約型	15.0	6.0	5.9	4.0	-	-	-	-	77.0	78.0	2.0	12.0	100.0	100.0
移行型	3.2	2.7	-	1.5	1.3	2.4	1.5	3.8	87.3	11.5	6.7	78.0	100.0	100.0
非契約型	12.4	13.1	-	-	2.2	-	-	-	73.2	36.3	12.2	50.6	100.0	100.0
合計	10.1	7.0	2.0	1.8	1.1	0.9	0.5	1.4	79.5	40.8	6.8	48.1	100.0	100.0

注：1) 「-」は該当内容なし

2) 割合は、タイプ別に販売先別の販売額を合計した後、タイプ別の総販売額を除した。

資料：表3-1に同じ

⁷⁷ 本稿の二次加工場とは、いちご加工品の再加工を行う企業である。例えば、ヨーグルト、ケーキ、お菓子などを製造する。

表 3-3 いちご加工品販売先の選択理由

選択理由	販売先(順位1位)	販売単価が高い	販売量が多い	販売量が安定	手続き簡単
契約型	二次加工場	2.4	4.6	4.4	3.0
移行型	ネット販売	4.9	3.1	2.9	4.7
非契約型	ネット販売	4.2	3.9	3.8	4.0

注：1) 年間総販売額ベースにより上位1位の販売先を分析対象になる。

2) 選択理由の満点は5点である。1点は全く当てはまらない、5点はとても当てはまる。

資料：表 3-1 に同じ

2 いちご加工品の販売単価・加工品銘柄の変化

そこでいちご加工品の販売単価と販売額の変化を示した表 3-4 をみると、2015 年では、移行型(当時は契約取引)の加工品は一般品質であり、同じ加工品の販売単価、原料重量当たりの販売単価のいずれも、高品質加工品を製造する契約型より安い⁷⁸。そのため、移行型の販売先は販売単価が高いネット販売へ転換することになる。

原料重量当たりの販売単価とその増減率をみると、移行型は2015年の28.1元/kgから2019年には46.7元/kgと66.2%増加しているが、契約型は2015年の44.7元/kgから2019年には49.2元/kgと10.2%の増加にとどまった。しかし、契約型の販売単価は移行型より依然として高く、契約型がネット販売に移行するまでにはなっていないと考えられる。

移行型の担当者によれば⁷⁹、二次加工場は品質基準が厳しく、高品質ないちご加工品を求めるが、移行型の加工技術力は低く、加工品の品質が二次加工場の要求を十分満たすことができないため、二次加工場に販売しても、高値で売ることができない。しかし、ネットの消費者は、二次加工場ほど高品質を求めないため、移行型は一般品質の加工品をネットで販売する方が有利ということであった。

さらに、銘柄数の変化を見ると、契約型も移行型も拡大している。銘柄は加工品の小

⁷⁸ 一般品質とは、国の基準を満たす品質であり、一般消費者にとっては一般品質であるが、二次加工場にとっては低品質である。高品質とは、国の基準を満たすだけでなく、その上で優れた特性や満足度を持つことである。

⁷⁹ 企業 8、企業 9、企業 10、企業 11 の担当者から聞き取りを行った。

分類で、冷凍いちごのカットなしやダイスカット、無農薬や無添加ジャムなどがある。2019年から二次加工場で製造する商品の種類が多様化し⁸⁰、求める加工品の銘柄数が増加することから、契約型の銘柄数も増加する。また、移行型に属する企業8は元々多様な銘柄を製造しており、ネット消費者の多様なニーズに素早く対応できる。同じ移行型の企業6や企業10のような、銘柄が元々少ない企業は、ネット販売に移行後、ネット消費者のニーズに応えるために銘柄数を増加させている。

このように、高品質を製造する契約型は単価の高い二次加工場への販売を維持し、銘柄を増加させている。一方、一般品質を製造する移行型は、販売単価の低い二次加工場から単価の高いネット販売へ転換することで、銘柄を増加させている。

表 3-4 いちご加工品の販売単価と加工品銘柄の変化

	加工品の販売単価														銘柄数の変化(品)		原料重量当たりの販売単価(元/kg)			販売額(万円)			
	缶詰(元/kg)		冷凍いちご(元/kg)		ジャム(元/kg)		いちご果汁(100%)(元/kg)		乾燥いちご(元/kg)		砂糖漬け(元/kg)		いちご酢(約100%)(元/kg)										
	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	増減率	2015年	2019年	増減率			
契約型	企業1	35.6	41.7	7.3	7.3	69.2									5	7	45.5	52.0	14.3%	198	220	11.1%	
	企業2	36.2		6.0	7.1	62.0	65.0								4	8	49.6	52.0	4.8%	141	153	8.5%	
	企業3	39.8	40.6	6.5	7.0	55.5	58.1								4	8	41.8	46.3	10.6%	55	56	0.5%	
	企業4	35.7		6.0	7.1	56.0									5	6	30.8	35.8	16.2%	20	22	6.4%	
	企業5			6.7	6.9	59.0	56.5								3	8	38.8	40.0	3.1%	32	36	10.6%	
	平均	36.8	41.2	6.5	7.1	60.3	59.9								4.2	7.4	44.7	49.2	10.2%	89	97	8.7%	
移行型	企業6	30.2	48.9	5.9	7.0					39.2		105.5			2	6	31.5	47.3	50.3%	105	124	18.1%	
	企業7		41.2	5.5	6.8			52.2	62.3	35.2	36.2			3	5	22.9	25.8	12.7%	41	48	16.7%		
	企業8	26.5	39.1	6.3	7.0	52.4	65.6							65.4	67.5	4	7	38.9	72.8	86.9%	141	169	19.8%
	企業9	28.4	40.4	5.8	6.8	48.6	62.0				35.5				3	5	31.2	61.7	98.0%	70	79	13.1%	
	企業10		37.5	5.6	6.7				56.7			105.5	115.6		2	6	38.1	64.6	69.6%	101	118	17.1%	
	企業11			5.1	6.6	52.0	55.5								2	3	6.0	7.9	31.9%	6	8	21.1%	
平均	28.4	41.4	5.7	6.8	51.0	61.0	52.2	59.5	35.2	37.0	105.5	110.6	65.4	67.5	2.7	5.3	28.1	46.7	66.2%	77	91	17.6%	
非契約型	企業12			5.6	6.7	46.5	48.0		36.1					3	3	30.0	34.6	15.3%	77	94	22.1%		
	企業13			6.0	6.8					40.0	39.2	105.0	110.5		3	3	29.6	38.8	31.2%	105	125	18.3%	
	企業14	23.5	34.4	6.5	7.8	53.7	59.1		48.5					3	4	28.8	28.1	-2.4%	64	70	10.7%		
	企業15			5.3	6.8		50.2			38.3	98.2	102.3			3	4	33.5	33.2	-1.0%	38	42	10.4%	
	企業16	20.3	41.3	4.2	10.1				41.1						4	3	59.9	65.9	10.0%	57	67	17.5%	
	企業17	28.6	41.5		6.4	53.5	49.3				38.6				2	4	41.0	41.2	0.5%	62	68	10.6%	
平均	24.1	39.1	5.5	7.4	51.2	51.7		41.9	40.0	38.7	101.6	106.4		55.8	3.0	3.5	33.8	37.7	11.7%	67	78	15.8%	

注：原料重量当たりの販売単価(元/kg) = 総販売額/原料重量

資料：表 3-1 に同じ

⁸⁰ 二次加工場はいちご饅頭、いちごピサ、いちご月餅、いちごチーズなどの新商品が開発されている。

第4節 小規模加工企業の原料調達の特徴と変化

1 原料調達経路

こうした販売先の変化に対して原料調達にどのような変化があったのだろうか。図3-1は2019年におけるいちご加工企業の原料の調達経路を示している。原料は農家、栽培基地、農業合作社、農村委員会、卸売市場、産地仲買人からの調達になる。

調達先の一つである栽培基地は、各農家の集出荷組織である。各農家は独立した経営であり、農家は自ら収穫したいちごを栽培基地の名義で共同販売する⁸¹。栽培基地は農家間の収益分配のトラブルを避けるために、買い手のニーズを考慮せずに1つの品種しか栽培しない。

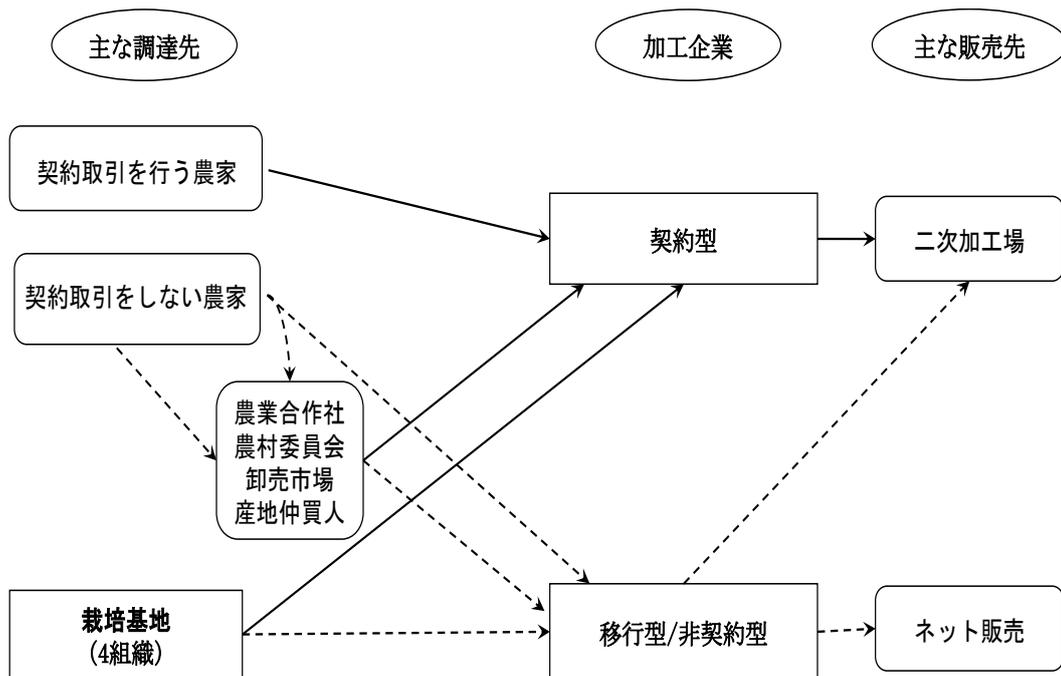


図3-1 満城県における2019年いちご加工企業の原料調達経路

注：1) 直線：契約取引，破線：スポット取引

2) 網は一部分の量や面積で契約取引を行う農家

資料：表1に同じ

⁸¹ 栽培基地の運営方針は農家一戸一票という形で議決する。また、栽培基地の運営費用は、毎年旧暦の年末に農家から徴収される同額の会費で賄われ、それが翌年度の運営費に充てられる。

2015 年当時、全ての栽培基地は主に加工企業との契約取引を行っていたが、現在はほとんどの栽培基地が契約を解除している⁸²。栽培基地は注文を受けてから、2、3日後に加工企業へ運搬する。また、栽培基地はビニールハウス等の施設を使用するため、年間を通じて同質の原料の提供が可能であるが、一般品質である。さらに、栽培基地は一般に農業合作社、農村委員会、卸売市場、産地仲買人には販売せず、直接加工企業と取引する。

一方、農家は、露地栽培が多く、収穫期間は通常 1~2 ヶ月間と短い。契約取引を行う農家は約 0.3ha 以上の面積を持つ農家である。これらの農家は、加工企業が指定した品種や栽培方法に基づいて栽培を行い、高品質な原料を生産する。他方、契約をしない農家は一般的な品種を栽培し、一般品質の原料を生産するため、市場単価に基づいて農業合作社、農村委員会、卸売市場、産地仲買人、加工企業と取引を行う。農業合作社や農村委員会は、農家から原料を購入し、それを加工企業等との契約取引やスポット取引を通じて販売しているが、その量は少ない。

2 原料調達先の割合と選択理由

表 3-5 は加工企業の原料の調達先別の割合の推移を示している。2015 年には、契約型は原料調達量の 44.8%を栽培基地から調達している。契約型の担当者によると⁸³、2015 年時点の契約型の契約取引は補助金を得るためではなく、高品質かつ安定的な原料を調達するためであり、多くの栽培面積を持っている栽培基地と契約したということである。他方、移行型は 2015 年には原料調達量の 65.0%を契約農家から調達しているが、移行型 6 社へのヒアリングによれば、全てが補助金を得ることが目的であった。非契約型は輸送コスト削減のため、調達量の 61.7%を周辺の一般農家から調達している。

⁸² 2015 年の当時、栽培基地は加工企業との契約取引を行い、加工企業から技術指導などを受け、高品質な原料を安定的に販売していた。しかし現在、契約型は原料の品種指定ができない栽培基地との契約を解除し、移行型は調達量の変更ができるように、栽培基地とスポット取引を行う。栽培基地は少数の加工企業と契約取引を行う形から、多数の加工企業とスポット取引を行う形に変化した。

⁸³ 企業 1、企業 3、企業 4、企業 5 の担当者から聞き取りを行った。

2019年には、契約型は調達量の82.3%を契約農家から、移行型の69.7%、非契約型の35.9%は栽培基地から調達している。その理由を検討するために、表3-6は2019年における調達量1位の調達先の選択理由を5段階で示している。前述の通り、契約型は取引先である二次加工場のニーズに対応するために、銘柄数を拡大させているため、異なる特徴を持つ品種を調達する必要がある⁸⁴。そのため、契約型は「品種が指定できる」という理由から農家へ調達先を転換している。栽培基地は原則として1品種のみを栽培し、農業合作社、農村委員会、卸売市場、産地仲買人は品種を指定できないため、どちらも契約型の要求を満たすことはできない。他方、移行型と非契約型の調達先の選択理由は「量の変更ができる」が最も高い。これは、調達先を農家から栽培基地に変更したことと関係している。すなわち、ネット販売で注文が急増した場合、農家は多量の原料をすぐには用意できないが、生産規模の大きい栽培基地はそれが可能であるためである。また、ネットの消費者は二次加工場ほど高品質を求めないため、銘柄数が拡大しても多品種のいちごは必要ない。

表3-7は移行型の契約取引の解除理由を示している。この表によれば、「量の変更ができない」が契約解除の最も重要な理由である。移行型はネット販売に変更することで、販売量が不安定になったため、調達量の変更が可能となるように、契約取引を解除した。

このように、販売先が異なることで、原料調達経路と調達方法に違いがあった。契約

表3-5 原料調達先別割合の推移

	農家 (%)		農業合作社 (%)		村委員会 (%)		栽培基地 (%)		卸売市場 (%)		産地仲買人 (%)		合計 (%)	
	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年
契約型	33.4	82.3	15.8	8.8	2.5	1.0	44.8	6.8	2.1	1.0	1.5	—	100.0	100.0
移行型	65.0	7.7	16.2	19.1	—	0.7	8.4	69.7	2.3	—	8.1	2.9	100.0	100.0
非契約型	61.7	28.0	21.0	24.6	1.8	0.1	8.6	35.9	0.5	0.4	6.5	10.9	100.0	100.0
合計	53.6	37.7	17.5	17.6	1.4	0.6	20.5	39.2	1.7	0.5	5.4	4.5	100.0	100.0

注：1) 「-」は該当内容なし

2) 割合は、タイプ別に調達先別の調達量を合計した後、タイプ別の総調達量で除した。

資料：表3-1に同じ

⁸⁴ 二次加工場は求める加工品の銘柄を契約型に伝えるだけで、原料の調達方法は、契約型側が自ら判断する。

表 3-6 原料調達先の選択理由

選択理由	調達先 (順位1位)	量の変更 ができる	単価の変更が できる	品種が指定 できる	品質確保	調達単価の 低減	食品安全性 確保	地域農業へ の貢献	原料調達量 安定	原料単価 安定
契約型	農家	2.4	2.4	3.9	3.8	3.4	3.2	3.4	3.2	3.2
移行型	栽培基地	4.8	4.7	3.1	3.8	4.1	3.7	3.4	3.5	2.2
非契約型	栽培基地	4.3	4.1	2.3	3.7	3.8	3.7	3.3	3.2	2.6

注：1) 年間調達量上位1位の販売先が対象（2019年）。

2) 選択理由の満点は5点である。1点は全く当てはまらない、5点はとても当てはまる。

資料：表 3-1 に同じ

表 3-7 移行型の契約取引解除の理由

	量の変更 ができない	原料単価 が高い	原料品質 が不安定	単価の変更 ができない	契約コスト が高い	統一的な 管理が困難	市場から購入 量が足りる	契約補助金 が少ない
移行型	4.5	3.9	3.6	3.6	3.5	3.3	3.2	3.2

注：選択理由の満点は5点である。1点は全く当てはまらない、5点はとても当てはまる。

資料：表 3-1 に同じ

表 3-8 原料単価の推移

		原料単価(元/kg)				
		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
契約型	企業1	7.0	7.1	7.1	7.2	7.3
	企業2	7.8	7.8	7.9	8.0	7.8
	企業3	8.4	8.3	8.4	8.6	7.1
	企業4	7.8	7.8	7.9	8.1	7.9
	企業5	7.2	7.2	7.3	7.5	7.9
	平均	7.6	7.6	7.7	7.9	7.6
移行型	企業6	6.5	6.0	5.8	6.2	6.4
	企業7	8.4	8.1	8.3	6.9	5.7
	企業8	8.5	8.2	7.4	6.0	5.9
	企業9	7.9	7.1	6.5	5.6	5.6
	企業10	7.6	7.4	6.9	6.3	6.5
	企業11	7.5	7.6	7.5	6.8	7.0
	平均	7.7	7.4	7.1	6.3	6.2
非契約型	企業12	4.2	3.9	4.1	4.3	4.2
	企業13	4.4	4.3	4.4	4.3	4.2
	企業14	5.6	5.6	5.8	5.2	5.6
	企業15	7.5	7.3	7.3	7.5	7.1
	企業16	6.7	6.5	6.7	6.5	6.6
	企業17	7.2	7.4	7.2	6.8	6.9
		平均	5.9	5.8	5.9	5.8

注：網内は移行型契約取引期間内データである。

資料：表 3-1 に同じ

型は二次加工場の商品の種類が増加したことにより、農家から調達し、移行型と非契約型はネット販売に変更し、不安定な販売に対応するために、栽培基地から調達している。

3 原料単価の変化

表 3-8 は原料単価の推移を示している。原料単価の推移は、契約型と非契約型はおおむね横ばいである。契約型は高品質原料を調達するため、契約型の平均単価は非契約型より高い。他方、移行型の契約取引時の原料単価は、契約型とほぼ同じであるが、契約取引解除後、移行型の原料調達先を高品質の契約農家から一般品質の栽培基地に変更したため、原料単価は低下傾向にある。

第5節 小括

表3-9は中国河北省満城県における、小規模加工企業のいちご加工品の販売と原料調達の特徴と変化のまとめたものである。

表3-9 小規模加工企業の変化のまとめ

	加工品						原料							
	販売先		品質		単価		調達先		品質		単価		取引方法	
	2015年	2019年	2015年	2019年										
契約型	二次加工場	二次加工場	高品質	高品質	高	高	栽培基地	農家	高品質	高品質	高	高	契約取引	契約取引
移行型	二次加工場	ネット	一般品質	一般品質	低	高	農家	栽培基地	高品質	一般品質	高	低	契約取引	スポット取引
非契約型	二次加工場	ネット	一般品質	一般品質	低	低	農家	栽培基地	一般品質	一般品質	低	低	スポット取引	スポット取引

契約型加工企業は加工技術力が高く、主に二次加工場に高品質ないちご加工品を販売するが、近年、二次加工場の商品の種類が増加するに伴い、銘柄数を拡大させ、主要な原料調達先を品種が指定できる農家へ転換する傾向にある。そして契約型加工企業が契約を行う理由は、補助金を目的としているわけではなく、品質の高い原料を安定的に調達するためである。

移行型加工企業は加工技術力が低く、主にネットを利用して一般品質のいちご加工品を販売する。ネットでの販売単価は以前の二次加工場より大幅に増加している。移行型加工企業は補助金を理由に契約を開始したが、ネットの不安定な販売に対応するために、契約取引を解除し、調達先は年間を通じて同質の原料を提供できる栽培基地となった。また、栽培基地の原料は一般品質であるため、調達単価は契約農家の単価より低い。

このように、技術力の高い加工企業では、契約取引における原料調達単価は従来と変わらず、二次加工場に販売する加工品の販売単価も大きく変わらないため、「原料の契約取引の価格面でのメリットが小さくなった」という仮説は当てはまらない。他方、技術力の低い加工企業にとって、契約取引は、元々価格面でのメリットが小さく、補助金を得るためである。しかし、これらの企業はより高い価格で販売できるが、販売量が不安定なネット販売に切り替え、原料の契約取引を解約した。

以上のように、契約取引の意義は、加工技術力が高く、高品質いちご加工品を二次加工場に高値で販売する小規模加工企業にとって依然として存在している。他方で、小規模加工企業の契約取引の衰退メカニズムは、加工技術力が低く品質の劣るいちご加工品を補助金目当てに契約していた企業が、価格面で有利なネット販売への転換により契約を解除した動きによるものである。

冒頭の先行研究において、大・中規模加工企業を対象とした原料の契約取引は、一般に原料の品質・安全性の向上や単価の低下などのメリットが指摘されたが、小規模加工企業の場合も、加工技術力の高い企業では、契約取引により高品質原料が得られるといったメリットがある。しかし、加工技術力の低い小規模加工企業にとって、契約取引は、品質・単価の高い原料に見合った加工品の販売単価を確保できず、十分なメリットが得られない。このように、中国の契約取引優遇政策は、技術力の高い小規模加工企業には必要なく、技術力の低い企業には補助金目当ての契約取引数を一時的に増加させただけである。

第四章

中国における加工食品原料生産者の販売先 と契約の選択要因

-河北省満城県における加工用いちごの事例から-

第1節 はじめに

第2章と第3章から得られた結果によれば、中小規模加工企業では原料の契約取引が増加し、小規模加工企業では2011年以降減少傾向に転換した。また、第2章と第3章では、上記のような食品加工企業の規模による契約取引の状況の違いの要因を明らかにした。しかしながら、こうした異なる状況を解明するためには、食品加工企業側の要因を分析するだけでなく、原料供給側の要因や特徴も分析する必要がある。

中国の食品加工企業の原料調達量は、農家が42.1%、栽培基地が32.7%、合作社が11.3%である⁸⁵。生産者としての農家と栽培基地の合計が全体の約8割を占めるため、本章では農家と栽培基地を分析対象とする。

これまで、生産者の販売先の選択に関する研究は、リンゴやトマト栽培農家に限定しており、他の作物については言及していない。例えば、胡・陳ら(2006)は、山東省のリンゴ栽培農家が龍頭企業を選択した主な理由として、龍頭企業から技術指導や生産資材の支援を受け、「生産量を拡大できる」ことを挙げている。また、胡・陳ら(2006)の研究に基づき、祝・王(2007)は新疆のトマト栽培農家が龍頭企業を選択した主な理由は「生産量を拡大できる」だけでなく、保管リスクを回避し流通コストを削減するために、販売先への「販売量の多さ」ことであると指摘している。一方、楊(2011)は、2省3県のトマト栽培農家を対象にした調査で、販売先を選択する理由として「代金を迅速

⁸⁵ 中经产业研究院(2022)「2022年中国食品加工行业研究报国」中经报国库。

に決済できる」を挙げている。しかし、張・王 (2009)、周・許 (2011)、施・衛ら (2012)、申・李ら (2016)、張 (2018)、周・謝ら (2021) は、これまでの研究結果を否定し、青果農家が龍頭企業を選択する際に、原料の「販売価格が高さ」が最も重要な要因であると指摘している。これらの先行研究は、農家が販売先として龍頭企業を選択したことを分析しているが、どのような農家が中小規模加工企業を選択するのかについての先行研究は存在しない。

一方、生産者の契約取引先の選択に関する研究では、Miyata et al. (2009) と蔡 (2011) は山東省のリンゴ農家を対象に、農家が龍頭企業と契約する最も重要な理由として、「企業が契約ルールを遵守できる」ことを挙げている。しかし、同じ山東省のリンゴ農家を対象とした山田 (2013) では、農家が龍頭企業と契約取引を行う最も重要な理由として、「流通費用の低下、市場価格の変動、売れ残りなどのリスクが回避できる」が挙げられている。同じ分析対象でも研究結果が異なるため、他地域の果物農家が契約取引を選択する理由を分析する必要がある。

また、序章で述べたように、陳・王ら (2018) が、湖南省の稲作基地は一般的に契約ルールを遵守できる龍頭企業との契約に基づいて取引を行っている」と指摘した。しかしながら、第3章の結果よれば、栽培基地は小規模加工企業の最も重要な調達先の一つであり、その取引は非契約である。従って、栽培基地における非契約への転換の理由を明らかにすることも重要である。これらの先行研究では、生産者が龍頭企業と契約取引する理由は明らかにされているが、農家や栽培基地が中小規模加工企業と契約取引する選択について先行研究はない。

そこで本研究の課題は、加工食品原料生産者が販売先と契約取引を行う要因を明らかにすることである。この課題を検証するためには、農家や栽培基地が、どのような要因で販売先を選択し、どのような要因で契約取引するのか、どのような要因で契約取引しないのか、を分析する。

本章の研究対象は、河北省満城県のいちご総生産量の約7割を占める宋賈村、孫村、

南辛庄村である^{86, 87}。聞き取り調査は 2023 年 2 月に行われ、対象は各農村委員会から紹介されたいちご栽培農家である。宋賈村の農家 25 戸と栽培基地 1 ヲ所、孫村の農家 26 戸と栽培基地 2 ヲ所、南辛庄村の農家 24 戸と栽培基地 1 ヲ所である。満城県では、この 3 つの村に 4 つのいちご栽培基地がある。

⁸⁶ 満城区人民政府(2020)『満城农业报告 2020』河大出版社.

⁸⁷ 満城県統計局 (2022)「満城県 2021 年の国民経済と社会発展の統計公報」.

第2節 満城県におけるいちご生産の概要

1 調査地域におけるいちご生産の概要

いちご栽培は満県県の農業において重要な役割を果たしている。表 4-1 によると、満県県では主に小麦、トウモロコシ、ほうれん草、白菜、いちご、桃などが栽培されている。満県県の全農作物の栽培面積は 36,159ha で、そのうち果物作物は 8,121ha（全体の 22%を占める）である。また、果物生産量は満県県の全農作物の 56%を占め、果物売上は満県県の全農作物の 48%を占めている。一方、表 4-2 に示すように、いちごの栽培面積と生産量はそれぞれが全体の 24%と 14%を占め、その売上は全体の 47%を占めている。

表 4-1 満県県の農業構造（2022 年）

	農産物	栽培面積 (ha)	生産量 (t)	売上 (億元)
食糧作物	トウモロコシ, 小麦など	24,236 (67%)	150,948 (19%)	4.9 (19%)
野菜作物	ほうれん草, 白菜など	3,374 (9%)	192,113 (24%)	7.8 (30%)
果物作物	いちご, ももなど	8,121 (22%)	462,403 (56%)	12.4 (48%)
油糧作物	ラッカセイ, ダイズなど	428 (1%)	1,466 (0.2%)	0.6 (2%)
合計	-	36,159	806,930	25.7

資料：保定市満城人民政府ホームページ

注：() 内%は合計に占める割合

表 4-2 満県県のいちご生産概要（2022 年）

	栽培面積 (ha)	生産量 (t)	売上 (億元)	加工率 (%)
果物作物	8,121	462,403	12.4	-
いちご	1,933 (24%)	64,021 (14%)	5.8 (47%)	43.1

資料：表 4-1 と同じ

注：() 内%は果物作物に占める割合

表 4-3 は 2022 年の宋賈村、孫村、南辛庄村のいちご生産状況を示した。宋賈村、孫村、南辛庄村の生産量は満城県の上位 3 位であり、3 村のいちご生産量の合計は満城県全体の 65.1%を占めている。原料用いちごの栽培面積の割合は、宋賈村が 58.7%、孫村が 22.8%、南辛庄村が 45.8%であり、原料用いちご売上の割合は、宋賈村が 64.5%、孫村が 28.7%、南辛庄村が 48.3%である。

表 4-3 宋賈村、孫村、南辛庄村におけるいちご生産状況（2022 年）

	いちご生産量		栽培面積			売上			農家	
	村生産量 (t)	占有率 (%)	村農産物 (ha)	原料用いちご (ha)	占有率 (%)	村農産物 (万元)	原料用いちご (万元)	占有率 (%)	村いちご栽培 (戸)	聞き取り調査 (戸)
宋賈村	17,895	28.0	140.1	82.2	58.7	760	490	64.5	185	25
孫村	14,668	22.9	263.6	60.1	22.8	1,235	355	28.7	93	26
南辛庄村	9,117	14.2	94.5	43.3	45.8	590	285	48.3	49	24
合計	41,680	65.1	498.2	185.6	-	2,585	1,130	-	327	75

資料：河北省保定市満城県人民政府ホームページ（2022 年）

2 調査対象の経営状況

2-1 農家の経営状況

加工食品原料生産者の販売先の選択と契約に影響を与える要因を明らかにするため、75 戸農家を販売先別に以下の 3 つのグループに分類した。「中企業向け農家」は主に中規模加工企業と取引する農家、「小企業向け農家」は主に小規模加工企業と取引する農家、「非加工企業向け農家」は合作社・中間業者と取引する農家である。

表 4-4 は調査農家の栽培概要である。すべての農家がいちごのみを栽培している。また、中企業向け農家は 25 戸で、栽培面積は 0.37~2.35ha、いちごの平均栽培品種数は 5.3 である。家庭所得は主にいちご栽培から得ている。小企業向け農家は 6 戸で、栽培面積は 0.23~0.34ha、いちごの平均栽培品種数は 1 品種のみである。いちご栽培所得は家庭所得の 4 割を占めている。これらの農家によると、労働力が少ないため、単一品種しか栽培していない。非加工企業向け農家は 44 戸で、栽培面積は 0.02~0.14ha である。これらの農家によると、いちご栽培所得は家庭所得の 2 割に過ぎないため、農業に

は力を入れておらず、単一品種しか栽培していない。また、農家の契約取引は、中企業向け農家がすべて契約有り、小企業向け農家の2戸が契約有り、4戸が契約無し、非加工企業向け農家はすべて契約無しである。

以上のように、中企業向け農家は栽培面積が広く、栽培品種も多く、家庭所得に占めるいちご栽培所得の割合が高く、販売先との契約取引数も多い。しかしながら、小企業向け農家は、栽培面積が小さいため、中規模加工企業に販売することができない。そこで小企業向け農家は、次善の策として小規模加工企業と取引している。

表 4-4 いちご栽培農家の概要

	戸数	栽培作物	平均年齢 (歳)	労働力 (人)	いちご栽培面積 (ha)			いちご 栽培品 種(個)	農家形態		いちご農家の栽培方法と契約有無 (戸)			
					平均面積	最大面積	最小面積		2戸 専農 21戸 第1種兼 2戸 第2種兼	第2種兼	露地栽培		施設栽培	
											契約有り	契約無し	契約有り	契約無し
中企業向け農家	25	いちご	35.6	4.8	0.86	2.35	0.37	5.3	2戸 専農 21戸 第1種兼 2戸 第2種兼	10		15		
小企業向け農家	6	いちご	46.8	2.3	0.30	0.34	0.23	1.0	6戸 第2種兼	1	4	1		
非加工企業向け農家	44	いちご	65.7	1.7	0.11	0.14	0.02	1.0	44戸 第2種兼		44			
合計 (平均)	75	-	(54.2)	(2.9)	(0.43)	-	-	-	75	-	11	48	16	-

資料：調査より作成

注：1) 専農：専業農家。第1種兼：第1種兼業農家。第2種兼：第2種兼業農家。

2) 露地栽培を実施する場合、収穫期間は1～2ヶ月間と短い。

3) 施設栽培はビニールハウス等の施設を使用するため、年間を通じて同質の原料の提供が可能である。

2-2 栽培基地の栽培概要

満城県の栽培基地は、宋賈村の満城沃土現代農業園（以下「A」と略す）、孫村の孫村草莓栽培基地（以下「B」と略す）、宝山草莓基地（以下「C」と略す）、南辛庄村の呈祥草莓基地（以下「D」と略す）である。

表 4-5 は栽培基地の基本概要を示している。B, C, D はいちごのみを栽培しており、A はいちご以外にスイカとほうれん草を栽培している。また、すべての栽培基地が単一品種のみを栽培しており、栽培面積はAが4.8ha、Bが4.0ha、Cが3.5ha、Dが2.7haである。これらの栽培基地の農家の平均栽培面積は、それぞれAが0.17ha、Bが0.08ha、

C が 0.14ha、D が 0.16ha であり、上記のように非加工企業向け農家として位置付けることができる。

一方、栽培基地はビニールハウスを利用することで、年間の収穫回数を増やすことができる。すべての栽培基地は、小規模加工企業とは契約無しで取引を行っている。

栽培基地の経営代表者によると、いちごの品種を一つに栽培したのは、構成農家間の収益分配のトラブルを回避するため、各構成農家の販売重量に応じて収益を分配するためである。

表 4-5 栽培基地の基本概要（2022 年）

設立年	栽培面積 (ha)			いちご農家数 (戸)	1戸当たりいちご面積 (ha)	いちご品種の数 (個)	いちご売上 (万円)	栽培方法	取引方法	販売先	2022年販売先個数
	総面積	いちご面積	他の作物面積								
A 2010年	16.2	4.8	スイカ(5.9ha) ほうれん草(5.5ha)	29	0.17	1	133	施設栽培	契約無し	小規模加工企業	9社
B 2012年	4.0	4.0	-	43	0.08	1	87	施設栽培	契約無し	小規模加工企業	6社
C 2008年	3.5	3.5	-	29	0.14	1	97	施設栽培	契約無し	小規模加工企業	11社
D 2013年	2.7	2.7	-	25	0.16	1	82	施設栽培	契約無し	小規模加工企業	6社

資料：調査と栽培基地年度報告書（2022 年度）より作成

3 調査対象の原料の販売価格

表 4-6 は 2022 年の満城県の生産者におけるいちご販売先別の平均販売単価を示している。中小規模加工企業と取引している生産者の販売単価は、2022 年の平均市場価格をすべて上回っている。また、中小規模加工企業と契約取引を行う生産者の方が、契約取引を行っていない生産者よりも単価が高いことがわかる。

一方、小規模加工企業（契約無し）と取引している農家や栽培基地の販売単価は 6.3 元/kg で同額であり、小規模加工企業（契約無し）が設定した価格と考えられる。

しかしながら、非加工企業向け農家の販売単価は 5.8 元/kg で、平均市場価格よりも低かった。この低単価の原因は、これらの農家が生産した原料いちごのほとんどが規格外であったためである。

表 4-6 2022 年満城県の生産者におけるいちご販売先別の平均販売単価

	販売先	販売単価 (元/kg)	単価の決め方
中企業向け農家	中規模加工企業	6.5	契約日市場価格
小企業向け農家	小規模加工企業 (契約有り)	6.4	契約日市場価格
	小規模加工企業 (契約無し)	6.3	注文受付日市場価格
非加工企業向け農家	合作社・中間業者	5.8	取引日市場価格を基準に
栽培基地	小規模加工企業 (契約無し)	6.3	注文受付日市場価格

資料：調査結果より作成

注：満城県の原料用いちごに関連する政府部門の担当者によれば、2022 年の原料用いちご平均市場単価は約 6.2 元/kg である。

第3節 販売先の選択要因と契約有無の選択要因

本節では、生産者の主な販売先の選択、あるいは販売先との契約取引の有無について、要因を3つと選択し、第1が3点、第2が2点、第3が1点の3つの要因を選択し、各項目の平均値が3点に近いほど、その要因が選択において重要であることを示している。

1 販売先の選択要因

表4-7はいちご農家と栽培基地が主な販売先を選択する要因について示したものである。中企業向け農家、小企業向け農家、栽培基地が販売先を選択する際に最も重視する要因は「販売量が多い」である。次いで、中企業向け農家では「価格が高い」、小企業向け農家と栽培基地では「代金決済が早い」が重視された。非加工企業向け農家が販売先を選択する際に最も重視したのは「規格外品の販売が可能」であり、2番目に重視したのは「相手との信頼関係」であった。

小企業向け農家の6戸と4カ所の栽培基地の担当者によると、いずれも中規模加工企業との取引に関心を持っている。しかし、中規模加工企業は、多様な加工品を生産するために、多様な原料を調達する必要がある。したがって、上記のように小企業向け農家と栽培基地は、単一品種の栽培を目的としているため、この要求に応えることができず、取引ができないのである。

表4-7 いちご農家と栽培基地の主な販売先としての選択要因

	販売先	販売量が多い	価格が高い	代金決済が早い	相手は契約取引があるから	規格外品の販売が可能	自分運搬の必要がない	相手の所在地に近い	相手との信頼関係	相手から種子・農薬・肥料が安い	相手はスポット取引があるから
中企業向け農家 (25個)	中規模加工企業	2.40	1.28	0.88	0.56	0.50	0.16	0.08	0.04	0.04	
小企業向け農家 (6個)	小規模加工企業	2.33	0.33	1.67		0.50	0.50	0.33	0.33		
非加工企業向け農家 (44個)	合作社・中間業者	0.16	0.70	0.09		2.41	0.14	0.18	1.86	0.02	0.34
栽培基地 (4個)	小規模加工企業	2.00	0.75	1.50		0.75	0.50		0.50		

資料：調査より作成

注：「規格外品」とは色や形、品質が加工企業などの定める「出荷規格」から外れてしまった原料のことである。

2 契約有無の選択要因

表 4-8 は販売先との契約取引に至る要因を示したものである。農家の中・小規模加工企業と契約取引する理由は、「販売量が安定」が最も多く、次いで「契約ルールを遵守」、「販売量が多い」となっている。上記の販売先の選択要因でも述べたように、「販売量が多い」ことが契約取引の前提条件であることは明らかである。また、重要な要因である「販売量が安定」を満たすためには、それを保証する要因として「契約ルールを遵守」が存在すると考えられる。他方、農家へのヒアリングを行ったところ、契約している小規模加工企業は、第 3 章の二次加工場に販売する契約型加工企業であることがわかった。

表 4-8 販売先と契約取引する要因

販売先	販売先	販売量が安定	契約ルールを遵守	販売量が多い	価格が安定	品種や栽培方法の指定	技術指導があり	企業側から補助金があり	企業から種子や農薬や肥料が安い	規格外品の販売が可能	労働力の提供
中企業向け農家(25戸)	中規模加工企業	1.50	1.38	1.21	0.71	0.50	0.46	0.17	0.08		
小企業向け農家(2戸)	小規模加工企業(契約)	2.50	2.00	1.00	0.40			0.10			

資料：調査より作成

注：小規模加工企業（契約）では、第三章によると、二次加工場に販売している契約型小規模加工企業である。

一方、表 4-9 は販売先と契約しない要因を示している。農家や栽培基地が販売先と契約しない主な理由は、販売先側の「契約ルールが遵守の信頼性が低い」と「契約基準が厳しい」である。

農家へのヒアリングを行ったところ、契約していない小規模加工企業は、第 3 章のネット販売を行う移行型加工企業であることがわかった。小規模加工企業（契約無し）はネット販売量が確定していないため、生産者からの調達量も確定しておらず、契約ルールの遵守が困難である。農家や栽培基地は、こうした小規模加工企業との契約取引を行っていない。また、第 3 章によれば、農家も小規模加工企業（契約無し）の調達先であるが、調達量全体に占める割合は 7.7%に過ぎず、補足的な調達先と位置付けることが

できる。

非加工企業向け農家は、家庭所得の2割を農業経営から得ているため、栽培面積や調達の面で、量、品種、品質、外観などの対応基準を満たす栽培には注力していない。そのため、非加工企業向け農家は販売先の契約基準を満たすことができず、契約取引を行っていない。

表 4-9 販売先と契約しない要因

	販売先	契約ルールが遵守の信頼性が低い	契約量の売れ残りがある	契約基準が厳しい	相手側から補助金がない	運搬が難しい	販売単価が低い	輸送コストが高い	契約量が不安定
小企業向け農家(4戸)	小規模加工企業(契約無し)	2.75	1.50	0.75	0.70	0.30			
非加工企業向け農家(44戸)	合作社・中間業者	0.11	0.71	2.80	0.33	0.41	0.88	0.27	0.49
栽培基地(4個)	小規模加工企業(契約無し)	3.00	1.00			0.25		0.25	1.50

資料：調査より作成

注：小規模加工企業（契約無し）では、第3章によると、ネット販売にしている移行型小規模加工企業である。

第4節 小括

本章は中国河北省満城県の加工食品原料の生産者が販売先選択し、契約取引を選択する要因を検討してきた。

中規模加工企業に販売している農家は、栽培面積が広く、複数の品種を栽培している。これらの農家は、販売量の安定性を確保するため、中規模加工企業と契約取引を行っている。

小規模加工企業に販売する農家・栽培基地は、実際には中規模加工企業への販売を希望しているが、単一品種栽培のため、これらの企業の要求に応えることは困難である。その結果、こうした農家・栽培基地は、小規模加工企業との取引を選択することが多い。小規模加工企業との取引に関しては、農家・栽培基地は契約有り と 契約無し の両方を行っている。少数の農家は、安定した販売量を確保するために、二次加工場に販売する小規模加工企業と契約している。多くの農家や栽培基地は、契約取引を希望しているが、契約ルールが遵守されていないネット販売の小規模加工企業とは契約取引を行っていない。

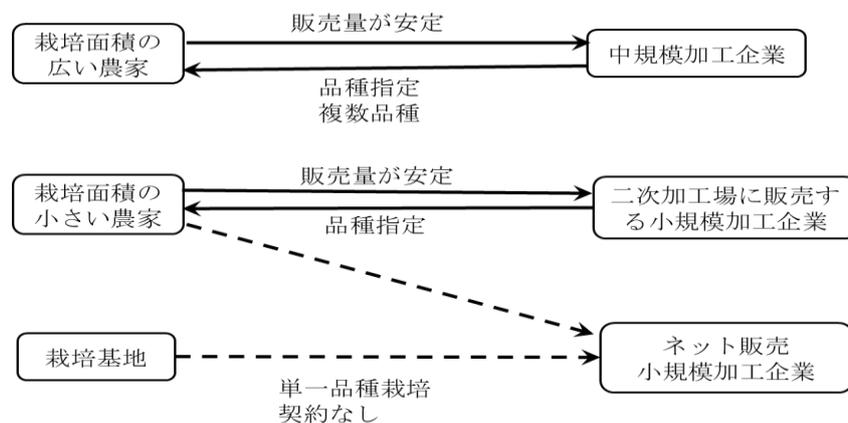


図 4-1 販売先と契約の選択要因

註：直線：契約取引，破線：スポット取引

以上のように、加工食品原料の生産者にとって、販売先と契約の選択には以下のような要因がある。栽培面積の広い農家は、販売量を確保するために中規模加工企業と契約

している。一部の栽培面積の小さい農家は、販売量を確保するために、二次加工場に販売している小規模加工企業と契約している。また、他の栽培面積の小さい農家の中には、ネットに販売する小規模加工企業と契約せず取引している。しかしながら、栽培面積が広いにもかかわらず、栽培基地は農家間の収益分配のトラブルを回避するために、単一品種の契約無しで取引を行っている。

終章 総括

本論文の各章の構成と内容は以下の通りである。

序章では、中国の急速な経済成長に伴い、青果物食品加工企業が増加し、原料調達が重要な経営課題となっていることを明らかにした。従来、食品加工企業は村の委員会や仲介業者から調達していたが、近年、食品加工企業は高品質な原料を求めて農家との直接取引を強化している。2010年代以降、政府の優遇政策により、契約取引が普及し、契約企業が増加した。しかし、中国政府は契約取引を促進するために優遇政策を実施しており、契約取引の総数が増加しているにもかかわらず、中小規模果物食品加工企業の数は減少している。

第1章では、中国における青果物食品加工業が、食品加工業の中で最も活力ある経済体として位置付けられていることを明らかにした。その上で、改革開放以降の青果物食品加工企業による原料調達の変遷を明らかにした。改革開放の初期、市場経済への転換期（1985年-2000年）には、青果物食品加工企業の原料調達が自由調達に拡大し、契約取引制度が導入された。また、改革深化期（2001年-2009年）には、青果物食品加工企業の原料調達は、直営化と海外からの輸入に拡大した。しかし現在（2010年-）、青果物食品加工企業の原料調達は、品質管理のための契約取引が増加している。

第2章では、中国河北省満城県における中規模果物加工企業に焦点を当て、契約取引の実態、契約取引の前後における加工品の原料調達ルートの変化、契約動機と意義を明らかにした。加工企業による契約取引の実施により、原料調達日数が短縮され、原料の

新鮮さが確保され、原料単価も低下したことが明らかになった。そのため、加工品の販売地域の拡大、加工量、販売金額を増加した。ただし、契約動機によって、加工品の構成も異なり、補助金を目的に契約する企業の品目構成は大きく変化していない。このように契約を動機として、加工・販売に拡大志向を持つ中規模加工企業において原料の契約取引は進展し、それには大きなメリットがあったことを解明した。

第3章では、河北省満城県における小規模食品加工企業に焦点を当て、原料調達における原料の調達先と加工品の販売先の変化、契約取引の動機と意義、契約取引に関する優遇政策の役割を明らかにした。契約補助金を得るため技術力の低い企業は、販売先が二次加工工場から、高価格品のネット販売に切り替えたことが明らかになった。これらの企業は契約を解除してスポット取引を選択し、原料の調達先を安定供給が可能な栽培基地へ転換した。他方、補助金目的ではなく、加工技術力が高く高品質いちご加工品を、二次加工場に高値で販売する小規模加工企業にとっては、依然として契約取引の意義が存在している。また、中国の契約取引優遇政策は、技術力の高い企業には必要なく、技術力の低い企業には補助金目当てに一時的に契約取引数が増加しただけであった。

第4章では、加工原料生産者の視点から、中小規模青果物食品加工企業との契約取引を行う要因を明らかにした。栽培面積の広い農家は、販売量を確保するために中規模加工企業と契約している。また、一部の栽培面積の小さい農家は、販売量を確保するために二次加工場に販売している小規模加工企業と契約しているが、他の栽培面積の小さい農家の中には、ネット販売する小規模加工企業と契約なしで取引している。一方、栽培面積が広いにもかかわらず、栽培基地は農家間の収益分配のトラブルを回避するために、

単一品種契約無しで取引を行っている。

以上の分析に基づき、本論文の3つの論点について検討すると以下のようになる。

第一の論点は、中小規模食品加工企業における販売先、原料調達、契約取引にはどのような関係があるのか、その関係は龍頭・大規模加工企業との違うのか、ということである。

まず、先行研究において、龍頭・大規模加工企業の原料調達の特徴と契約取引の意義は、販売先を変えずに、指定品種の原料調達量を安定的に確保するために契約取引を行うことが一般的であった。しかしながら、中規模加工企業は、農家と契約取引を通じて、新鮮で安価な原料を調達し、販売先を拡大した。

また、小規模加工企業では、加工技術力の高い企業は、二次加工場への販売を変えずに、品種が指定できる農家を契約し、高品質の原料を調達し、高品質の加工品を製造・販売している。しかし、加工技術力の低い企業は、ネット販売に転換し、不安定なネット販売に対応するため、契約を解除し、年間を通じて同品質の安価な原料を調達できる栽培基地から調達している。

第二の論点は、加工食品原料生産者の販売行動と中小規模加工企業の原料調達、契約取引にはどのような関係があるのか、ということである。

栽培面積の広い農家は、販売量を確保するために、中規模加工企業と契約している。また、一部の栽培面積の小さい農家は、販売量を確保するために、加工技術力の高い小規模加工企業と契約している。しかしながら、他の栽培面積の小さい農家は、加工技術力の低い小規模加工企業と契約なしで取引している。一方、栽培基地は農家間の収益分

配のトラブルを回避するために、契約無しで取引を行っている。

第三の論点は、原料調達の場合、契約動機と契約取引に関する優遇政策にどのような関係があるのか、ということである。

中規模加工企業は、補助金目的ではなく、原料調達量の安定や安全性確保のため、契約取引を実施している。また、小規模加工企業では、加工技術力の高い企業が、補助金目的ではなく、品種が指定できるために、契約取引を行う。加工技術力の低い企業は、補助金目的で契約取引を行っても十分なメリットが得られなくなったため、契約を解除した。

つまり、中国の契約取引優遇政策は、中規模加工企業および加工技術力の高い小規模加工企業には必要なく、加工技術力の低い小規模加工企業には補助金目当ての契約取引数を一時的に増加させただけである。

以上のように、中国の中小規模加工企業の原料調達の特徴と契約取引の意義について検討すると、以下のようになる。

中規模加工企業原料調達の特徴は、農家との契約取引関係を形成した後、新鮮で安価な原料を調達できることである。また、契約取引の意義は、契約取引を通じて販路を拡大していることである。また、小規模加工企業のうち、加工技術力の高い企業は、継続的に高品質いちご加工品を二次加工場に高値で販売している。これらの企業の原料調達の特徴は、調達先を品種が指定できる農家に転換していることである。また、契約取引の意義は、契約取引を通じて高品質な原料を調達し、高品質な加工品を製造・販売していることである。これに対し、加工技術力の低い小規模加工企業は、

品質の劣るいちご加工品を価格面で有利なネット販売に転換した。これらの企業は、補助金目当ての契約取引による価格面で十分なメリットが得られなくなり、契約取引の意義がなくなったため解除した。また、原料調達の特徴は、ネットの不安定な販売に対応するために、調達先は年間を通じて同品質の安価な原料を調達できる栽培基地に転換していることである。

要 旨

中国では国民所得の向上に伴い、青果物加工品の需要が高まり、青果物食品加工企業の数が増加している。一方、中国政府は契約取引の促進のための優遇政策を実施しており、契約取引総数は増加している。しかし、全国の企業総数の9割以上、税込総額の5割以上を占めている中小規模食品加工企業数は減少している。これまでの食品加工企業の原料調達と契約取引に関する先行研究は主に龍頭・大規模加工企業について分析されてきたが、中小規模の企業についての研究は行われていない。そこで、本論文の課題は、中小規模食品加工企業における原料調達の特徴と契約取引の意義を明らかにすることである。

調査地域は河北省保定市満城県である。河北省は中国で最もいちごの加工量が多い省であり、河北省の中部に位置する保定市の満城県は、中国におけるいちご加工品製造の主産地である。本論文では、満県県の中小規模青果物食品加工企業を事例として、自治体の統計資料、現地調査とオンライン調査に基づいて実証分析を行う。

中国の中小規模食品加工企業における原料調達の特徴と契約取引の意義について、結果をまとめると以下ようになる。

中規模加工企業原料調達の特徴は、農家との契約取引関係を形成した後、新鮮で安価な原料を調達できることである。また、契約取引の意義は、契約取引を通じて販路を拡大していることである。

また、小規模加工企業のうち、加工技術力の高い企業は、継続的に高品質いちご加工品を二次加工場に高値で販売している。これらの企業の原料調達の特徴は、調達先を品種が指定できる農家に転換していることである。また、契約取引の意義は、契約取引を通じて高品質な原料を調達し、高品質な加工品を製造・販売していることである。

これに対し、加工技術力の低い小規模加工企業は、品質の劣るいちご加工品を価格面で有利なネット販売に転換した。これらの企業は、契約取引による価格面で十分なメリットが得られなくなり、契約取引の意義がなくなったため解除した。また、原料調達の特徴は、ネットの不安定な販売に対応するために、調達先は年間を通じて同品質の安価な原料を調達できる栽培基地に転換していることである。

他方、原料生産者の販売行動について、結果をまとめると以下のようなになる。

栽培面積の広い農家は、販売量を確保するために、中規模加工企業と契約している。また、一部の栽培面積の小さい農家は、販売量を確保するために、加工技術力の高い小規模加工企業と契約している。しかしながら、他の栽培面積の小さい農家は、加工技術力の低い小規模加工企業と契約なしで取引している。他方、栽培基地は栽培面積が広いにもかかわらず、構成農家への収益分配のトラブルを回避するために、買い手のニーズに満たすことができず、加工技術力の低い小規模加工企業にのみ販売している。

先行研究において、龍頭・大規模加工企業の原料調達の特徴と契約取引の意義は、販売先を変えずに、指定品種の原料調達量を安定的に確保するために契約取引を行う

ことが一般的であった。また、小規模加工企業の場合も、加工技術力の高い企業では、高品質加工品の販売先を変えずに、指定品種を求めるために契約取引を行うところがある。しかし、龍頭・大規模加工企業の原料調達の特徴と契約取引の意義とは異なり、中規模加工企業は契約取引によって、販売先を拡大している。また、加工技術力の低い小規模加工企業では、より高い価格の販売先に変更した後、契約取引を解除するところもあることが明らかになった。このように、原料の契約取引は、中規模加工企業と技術力の高い小規模加工企業には重要であるが、技術力の低い小規模加工企業には重要ではない。

Summary

As national income rises in China, demand for processed fruit and vegetable products is increasing, and the number of fruit and vegetable food processing companies is growing. Meanwhile, the Chinese government has implemented preferential policies to promote contract trading, and the total number of contract transactions is increasing. However, the number of small and medium scale food processing companies, which account for more than 90% of the total number of companies and more than 50% of the total tax revenue in the country, is decreasing. Previous studies on raw material procurement and contract transactions of food processing companies have mainly analyzed leading and large-scale processing companies, but no studies have been conducted on small and medium scale companies. Therefore, the task of this paper is to clarify the characteristics of raw material procurement and the significance of contract transactions in small and medium scale food processing companies.

The study area is Mancheng County, Baoding City, Hebei Province. Hebei is the province with the largest amount of strawberries processed in China, and Mancheng County in Baoding City, located in the central part of Hebei Province, is the main producer of processed strawberry products in China. This paper takes the small and medium scale fruit and vegetable food processing companies in Mancheng County as a case study and conducts an empirical analysis based on municipal statistics, field survey and online survey.

The results on the characteristics of raw material procurement and the significance of contract transactions in small and medium scale food processing companies in China are summarized as follows.

The feature of raw material procurement for medium scale processing companies is that they can procure fresh and cheap raw materials after forming contract trading relationships with farmers. Another significance of contract transactions is the expansion of sales channels through contract transactions.

Among the small scale processing companies, those with high processing technology continuously sell high-quality processed strawberry products to secondary processing plants at high prices. A feature of the raw material procurement of these companies is that they switch their suppliers to farmers whose varieties can be specified. Also, the significance of contract transactions is that they procure high-quality raw materials and produce and sell high-quality processed products through contract transactions.

In response, small scale processing companies with low processing technology switched to online sales of processed strawberry products of inferior quality, which were more advantageous in terms of price. These companies terminated the contract transactions because they could no

longer obtain sufficient price advantages from the contract transactions and the contract transactions were no longer meaningful. Another feature of raw material procurement is that in order to cope with the unstable online sales, the suppliers have converted to growing bases that can procure cheap raw materials of the same quality throughout the year.

On the other hand, the results for the sales behavior of raw material producers can be summarized as follows.

Farmers with large acreages contract with medium sized processing companies to secure sales volume. Some farmers with small acreage contract with small scale processing companies with high processing technology to secure sales volume. However, other farmers with small acreages deal without contracts with small scale processing companies with low processing technology. On the other hand, despite the large acreage, the growing base is unable to meet the needs of buyers and sells only to small scale processing companies with low processing technology in order to avoid trouble in profit sharing to the component farmers.

In the previous study, the characteristics of raw material procurement and the significance of contract transactions in leading and large scale processing companies were that contract transactions are generally used to secure a stable amount of raw material procurement of designated varieties without changing the sales destination. Even in the case of small scale processing companies, some companies with high processing technology also engage in contract transactions in order to seek designated varieties of high-quality processed products without changing their sales outlets. However, unlike the characteristics of raw material procurement and the significance of contract transactions for leading and large-scale processing companies, medium scale processing companies are expanding their sales outlets through contract transactions. It was also revealed that some small scale processing companies with low processing technology cancel contract transactions after changing to a higher-priced vendor. Thus, contract transactions of raw materials are important for medium scale processing companies and small scale processing companies with high technology, but not for small scale processing companies with low technology.

引用・参考文献

<日本語文献>

- [1] 趙明・大原興太郎(2007)「中国における「無公害野菜」生産・販売の現状と課題—江蘇省A鎮の農企業主導による契約栽培を中心に—」『農林業問題研究』168:302-310.
- [2] 趙勇・山本直之・狩野秀之・杉本安寛・西脇亜弥(2011)「中国における契約農家の経営実態と課題」『農業経営研究』49(1):117-121.
- [3] 寶劍久俊(2003)「中国における食糧流通政策の変遷と生産農家経営への影響」高根務編『アフリカとアジアの農産物流通』アジア経済研究所出版. 27-85.
- [4] 池上彰英・寶劍久俊(2009)『中国農村改革と農業産業化』アジア経済研究所.
- [5] 石敏俊(2000)「中国における農業経営の垂直的組織化：理念と実践：山東省「農業産業化経営」の事例を中心に」『筑波大学農林社会経済研究』17:23-46.
- [6] 石塚哉史・相良百合子(2013)「中国系食品企業における対日野菜輸出の現段階と展望」『農村経済研究』31(1):108-114.
- [7] 伊藤順一, 包宗順, 蘇群(2010)「PSM法による農民專業合作組織の経済効果分析—中国江蘇省南京市スイカ合作社の事例研究—」『アジア経済』51(11):44-73.
- [8] 韓春花・千年篤(2008)「中国における契約農業の生産農家経済に与える影響—山東省煙台市・維坊市を事例にして」『農業経営研究』46(1):189-194.
- [9] 木幡伸二(2020)「中国における中小企業の位置づけに関する一考察」『中小企業季報』4:1-17.
- [10] 菊地昌弥(2006)「残留農薬問題に対する中国地方政府機関および野菜輸出企業の対応とその影響—冷凍野菜を対象に—」『フードシステム研究』13(1):14-22.
- [11] 李麗原(2006)「中国における良質小麦の契約栽培の実態」『農業経営研究』44(1):164-169.

- [12] マイラトルソン・津谷好人(2009)「農業産業化における龍頭企業と農家間の契約栽培に関する分析-新疆ウイグル自治区を事例に-」『農業経営研究』47(2):191-196.
- [13] 農林水産省『営農類型別経営統計(個別経営)の概要』.
- [14] 大島一二(2003)『考えよう! 輸入野菜と中国農業』芦書房.
- [15] 大島一二(2010)「中国の農産物貿易の拡大と中国農業の海外進出」ICCS現代中国学ジャーナル, 2(1):84-93.
- [16] 施少華(1998)「加工原料用ダイコンの調達に関する一考察: 鹿児島県漬物加工企業における契約栽培の実態」『農業経済論集』49(2):29-36.
- [17] 菅沼圭輔(2008)「農業産業化における契約取引システムの特徴と問題点-江蘇省のシルク産業の事例分析」池上彰英・寶劔久俊編『中国農村改革と農業産業化政策による農業生産構造の変容』日本貿易振興機構アジア経済研究所. 77-113.
- [18] 坂下明彦・朴紅・小野雅之・西村直樹・黒河功・太田原高昭(2002)「中国輸出野菜産地における食品企業の産地組織化-山東省青島地域の食品企業の事例分析(2)万福食品-」『農経論叢』58.
- [19] トルソンマイラ・津谷好人(2009)「農業産業化における龍頭企業と生産農家間の契約栽培に関する分析新疆ウイグル自治区を事例に」『農業経営研究』47(2):191-196.
- [20] 山田七絵(2013)「中国における契約農業の経済的特徴と組織形態の非市場的規定要因-山東省リンゴ果汁輸出企業の事例-」『アジア経済』54(3):72-100, 167.
- [21] 楊丹妮・方志権・藤田武弘(2005)「現代中国における龍頭企業と農家の契約に関する一考察」『農業市場研究』14(2):115-120.
- [22] 緩鹿泰子・清水みゆき(2016)「食品企業の原料調達の変遷」『食品経済研究』44:68-83.
- [23] 渡辺真理子(2009)「農産物市場における龍頭企業と生産農家の取引関係-豚肉産業を事例に-」池上彰英・寶劔久俊『中国農村改革と農業産業化』アジア経済研究所出

版. 175-198.

< 中国語文献 >

論文

- [24] 蔡荣(2011)「“合作社+農戶”模式：交易費用節約与農戶增收效應—基於山東省苹果種植農戶問卷調查的實証分析—」『中国農村經濟』 1 : 58-65.
- [25] 陈美球·廖彩荣·朱美英(2020)「如何构筑龙头企业与小农户命运共同体—基于江西乐安“绿能”模式的实践分析—」『中国软科学』 5:32-40.
- [26] 陈志辉·王成江·刘华·张海燕·崔亮(2018)「农产品加工企业与农业产地协同发展模式研究—以湖南省杂交稻产业为例—」『中国农村经济』 2:2-11.
- [27] 陈祖国·于广宁(2020)「张家口土豆：“山药蛋”蜕变成“金疙瘩”」『冀农精品』(7):72-73.
- [28] 馮艷穎·郭洪亞(2022)「公司+农户”型订单农业供应链的政府税收补贴机制」『运筹与管理』 31(6):211-219.
- [29] 馮林茵·王小双·翁梓敏·唐靖廷(2022)「新鲜果蔬物流配送农业产业化运营模式研究—以增城迟菜心为例」『产业与科技论坛』 21(20):23-25.
- [30] 郭紅東(2005)「我が国農戶参与訂单農業行為的影響因素分析」『中国農村經濟』 3:24-32.
- [31] 胡鞍鋼·吳群剛(2001)「農業企業化：中国農村現代化的重要途徑」『農業經濟問題』 1.
- [32] 胡定寰·陳志鋼·孫慶珍·多田稔(2006)「合同生產模式对農戶收入和食品安全的影響—以山東省苹果產業為例」『中国農村經濟』 11:15-24, 41.
- [33] 胡楠·高觀·姚戰琪著(2008)『中国食品業与食品安全研究』中国輕工業出版社.
- [34] 黃灝然·俞守華·區晶瑩(2008)「农产品批发市场核心竞争力内涵探讨」『安徽农业科学』 36(33):14780-14781.
- [35] 梁憬君(2019)「中国の食品安全管理体制の課題—地方行政の現場と消費者権利の視点を中心に」北海商科大学.

- [36] 栾晶予(2016)「推进规模农业发展的模式—以龙口为例的分析」『农家科技旬刊』(6):17.
- [37] 林海·王腾坤(2020)「中国食品加工业出口贸易结构研究」『商業研究』(9):60-70.
- [38] 林建材·趙胜亭·劉伟(2011)「探析农产品质量追溯的实现途径」农业网络信息(12):3.
- [39] 骆玲利(2010)「试论农产品流通」『湖南农业科学』(1):3.
- [40] 馬麗娟(2010)「试论供应链契约与数量弹性契约」『商業經濟研究』32:33, 12.
- [41] 潘露露·欧邦才·浦佳欢(2017)「食品企业原材料采购对策探讨」『中国市場』34:132-133, 140.
- [42] 齐文娥·彭朵芬(2009)「农户农产品销售渠道的选择与评价:以广东省荔枝种植者为例」『中国农村观察』(6):14-22.
- [43] 施晟·衛龍宝·伍駿騫(2012)「“農超对接”進程中農產品供應鏈的合作績效与剩餘分配—基於“農戶+合作社+超市”模式的分析—」『中国農村觀察』4:14-28.
- [44] 申万華·李希慈·蒋瑞平·袁鳳·王儒林(2016)「中国トウモロコシ産業における契約取引と原料の取引費用削減に関する研究」『中国農村經濟』32(2):34-44.
- [45] 唐红玉(2014)「关于小型加工企业成本控制的思考—以南宁市为例」『科技资讯』(26):140.
- [46] 汤晓丹·娜仁图雅(2008)「生鲜农产品供应链的构建及优化—以内蒙古肉类产品为例」『管理现代化』(2):39-41.
- [47] 唐良(2018)「农产品加工企业和生产基地农户合作分析」『时代农机』45(6):30.
- [48] 王光明·謝斐·袁兵·鄭華·黃建華「基于契约的农业现代化路径研究」『中国农村经济』3:80-87.
- [49] 王树人·陈丹·黄志峰·张杰(2020)「培育蔬菜龙头企业 发展订单农业—崇明蔬菜龙头企业订单农业发展模式探析」『上海农村经济』(10):25-27.
- [50] 王文生, 胡小松(2011)「十二五期间我国果蔬贮运保鲜面临的机遇与挑战」『保鲜与加工』3:1-5.
- [51] 楊順江(2002)「论农业产业化经营的经济组织制度」『中国集体經濟』(1):3.

- [52]楊青松(2011)「农产品流通模式研究」中国社会科学院研究生院(博士論文).
- [53]俞菊生(2003)「我国大陆市场蔬菜流通体制研究」『上海农业学报』19(1):5.
- [54]張競強, 包月陰主編 (2019)『中国中小企業 2019藍皮書新時代中小企業高質量發展研究』中国發展出版社
- [55]張傑・周玉キ・張鈴 (2014)「異なる垂直協約方式における生産農家のリスク認知と決断差異」『新疆農ケン経済』12:35-41.
- [56]张俐 (2018)「农产品供应链中龙头加工企业与农户合作关系研究」湖南農業大学.
- [57]張曉涛・王揚著 (2009)『大国糧食政策演变与食品安全監管』经济管理出版社。
- [58]张雁(2005)「建立“第一生产车间”保证原料质量—论农产品加工企业原料基地的建设」『中国质量』(012):45-47.
- [59]赵勤 (2006)「中国现代农业物流问题研究」东北林业大学(博士論文).
- [60]赵一夫(2008)「我国生鲜蔬果农产品流通的发展回顾与趋势判断」『时代经贸下旬』6(1):2.
- [61]周海涛 (2007)「蔬菜农户的销售方式选择及影响因素研究」南京农业大学.
- [62]周洁红・许莹 (2011)『农产品物流管理』浙江大学出版社.
- [63]周科选・余林徽(2022)「农业龙头企业认定对中国食品制造企业出口的影响—来自农业产业化国家重点龙头企业的证据」『兰州学刊』(3):131-148.
- [64]周素萍・謝華・劉振威・唐海東 (2021)「双向学习对农民与企业合作关系的影响—以某地契约农业为例」『中国农村经济』3:106-117.
- [65]祝宏輝・王秀清 (2007)「新疆番茄產業中農戶参与訂单農業的影響因素分析」『中国農村經濟』7.
- [66]朱焱(2016)「浅谈中小型加工企业原材料的成本管理」『财讯』(30):93.

政策, 年鑑, 政府文件或サイト

- [67]河北省保定市满城人民政府(2020)『满城农业报告2020』河大出版社.

- [68]河北省保定市满城人民政府(2022)「保定市满城区2021年国民经济和社会发展统计公报」
满城区统计局.
- [69]河北省保定市農村農業局(2019)『保定市農村統計白書(2013年-2018年)』河北大学出版社.
- [70]河北省農業局(2010)「关于印发《中央和省级财政农作物及扶持企业的补贴政策》具体
组织实施方案」,
<http://info.hebei.gov.cn/hbszfxgk/329975/329988/330092/3378629/index.html> (2022年3月31
日参照)
- [71]河北省農業局(2015)『河北省食品加工產業發展計畫(2016年-2020年)』中国統計出版社.
- [72]河北省農業局(2019)『河北省農業統計白書(2016年-2018年)』中国統計出版社.
- [73]河北省统计局(2021)『河北省农村统计年鉴(2020年)』中国统计出版社.
- [74]河北省農業局(2021)『河北省農業統計白書(2016年-2020年)』中国統計出版社.
- [75]河北省人民政府(2001)「关于加快乡镇企业农产品加工业发展指导性意见的通知」,
https://china.findlaw.cn/fagui/p_1/307579.html (2022年8月31日参照).
- [76]河北省人民政府(2008)「2009年河北省委省政府发布关于做好农业农村工作的意见」,
https://www.gov.cn/govweb/gzdt/2008-05/06/content_962594.htm (2022年8月31日参照).
- [77]中国報告網(2017)「2016年我が国果物鮮食量と加工量」『中国農業副食品加工業分析報
告-市場相場監視と發展戰略計畫』觀研天下.
- [78]中国報告網(2018)『中国農業副食品加工業分析報告-業界運營態勢と未来商機予測』觀
研天下.
- [79]中国報告網(2018)「2018年我国生鲜电商行业发展环境, 市场交易规模及竞争格局分析」
<http://free.chinabaogao.com/it/201811/1112305A2018.html> (2023年5月22日閱覽)
- [80]中国報告網(2019)『2019年中国农副食品加工业分析报告』觀研天下.
- [81]中国經濟產業研究院(2021)「2021-2016年中国食品饮料加工行业发展前景及投资风险预

- 测分析报告」, <https://www.chinairn.com/report/20210622/095043838.html> (2023年9月14日
閲覧)
- [82] 中国経済産業研究院 (2022) 『2022年中国食品加工行业研究报告』 中经报告库.
- [83] 中国経済産業研究院 (2022) 「2022-2027年中国草莓种植行业现状全面调研与发展趋势报告」 <https://www.chinairn.com/report/20230802/104835916.html> (2023年8月16日閲覧)
- [84] 中国国家發展和改革委員会ホームページ : <https://www.ndrc.gov.cn/> (2023年9月14日
閲覧)
- [85] 中国国家税务总局 (2010) 「会社+農家経営モデル企業所得税優遇問題に関する通知」
<https://wenku.baidu.com/view/811f4f0b76c66137ee0619f5.html> (2022年8月31日参照).
- [86] 中国国務院 (2011) 「关于加快推进农业科技创新持续增强农产品供给保障能力的若干意见」 https://www.gov.cn/gongbao/content/2012/content_2068256.htm (2022年8月31日閲覧)
- [87] 中国国務院 (2012) 「关于加快发展现代农业进一步增强农村发展活力的若干意见」
https://www.gov.cn/gongbao/content/2013/content_2332767.htm (2022年8月31日閲覧)
- [88] 中国国務院 (2020) 「关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见」 新华社.
- [89] 中国国家统计局HP : <https://www.stats.gov.cn/sj/>
- [90] 中国国家统计局 (2017) 『统计上大中小微型企业划分办法(2017)』 .
http://www.stats.gov.cn/sj/tjbz/gjtjbz/202302/t20230213_1902763.html (2022年7月4日閲覧)
- [91] 中国国家统计局 (2018) 「農産物物価指数百科」.
<http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zb=A090A&sj=2018> (2019年8月閲覧) .
- [92] 中国国家统计局 (2019) 『农副食品加工业企业单位数』
- [93] 中国国統調査報告网 (2019) 『2019-2025年中国草莓种植与深加工行业市场发展现状及投资前景预测报告』 智研咨询集团.
- [94] 中国国務院 (2011) 「关于加快推进农业科技创新持续增强农产品供给保障能力的若干意见」, https://www.gov.cn/gongbao/content/2012/content_2068256.htm (2022年8月31日参照).

- [95] 中国国务院(2012)「关于加快发展现代农业进一步增强农村发展活力的若干意见」,
https://www.gov.cn/gongbao/content/2013/content_2332767.htm (2022年8月31日参照).
- [96] 中国国务院(2015)「关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的若干意见」,
https://www.gov.cn/zhengce/2016-01/27/content_5036698.htm (2022年8月31日参照).
- [97] 中国国务院(2016)「2017-2018年中央财政支援農産物加工産業政策補助項目と標準」国家新聞出版署. http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-12/28/content_5153844.htm
- [98] 中国国务院(2018)『中華人民共和国全国人民代表大会指導方針』人民出版社.
- [99] 中国观研报告网(2019)『2019年中国加工食品市场分析报告-市场深度调研与发展趋势研究』, <https://baogao.chinabaogao.com/canyin/447076447076.html> (2022年8月31日参照).
- [100] 中国观研报告网HP : <https://www.chinabaogao.com/>
- [101] 中国農業農村部规划設計研究院(2019)『2019年中国農産品加工業經濟運行報告』国家统计局.
- [102] 中国機構編制網「1993年国务院機構改革的情況」
http://www.scopsr.gov.cn/zlzx/zlzxlsyg/201203/t20120323_35153.html(2023年5月22日閱覽)
- [103] 中国人民政府(2013)「关于强化企业技术创新主体地位全面提升企业创新能力的意见」中央政府門戶網. https://www.gov.cn/zwgk/2013-02/04/content_2326419.htm (2023年10月30日参照)
- [104] 中国人民政府(2014)「食品工业迅速增长 已成为国民经济支柱产业」
https://www.gov.cn/xinwen/2014-05/15/content_2680369.htm (2023年9月22日閱覽)
- [105] 中国人民政府(2019)「全国98%以上农业经营主体仍是小农户」经济日报.
http://www.gov.cn/xinwen/2019-03/02/content_5369853.htm
- [106] 中国食品網(2018)「中国食品工业改革开放四十年发展报告」
http://food.china.com.cn/2018-12/10/content_74259192.htm (2023年5月22日閱覽)
- [107] 中国食品工業協會(2019)『2019年中国食品工業經濟運行報告』

[108] 中国食品工業協會HP : <https://www.cnfia.cn/>

[109] 中国物流及購買連合会 (2005) 『中国物流年鉴2005』 中国财富出版社出版.

[110] 中国现代畜牧网 「2020年以来中央及各有关部门促进农产品流通扶持政策汇编」

<http://www.cvonet.com/law/detail/418426.html> (2023年9月14日閱覽)

<英語文献>

[111] Adabe K.E., Abbey A.G., Egyir I.S., Kuwornu J.K.M. and Anim-Somuah H. (2019) Impact of contract farming on product quality upgrading: the case of rice in Togo, *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies* 9(4):314-332. <https://doi.org/10.1108/JADEE-04-2018-0051>.

[112] Caro M.P., Ali M.S., Vecchio M. and Giaffreda R. (2018) Blockchain-based traceability in Agri-Food supply chain management: A practical implementation, 2018 IoT Vertical and Topical Summit on Agriculture-Tuscany (IOT Tuscany):1-4. <https://doi.org/10.1109/IOT-TUSCANY.2018.8373021>.

[113] Chen H, Zheng Y, Yang Y. (2009) “Contract Farming and its Impact on the Efficiency of Chinese Soybean Farmers” *Agricultural Economics*, 40(5):561-572.

[114] Christin Schipmann, Martin Qaim, (2011) “Supply chain differentiation, contract agriculture, and farmers’ marketing preferences: The case of sweet pepper in Thailand”, *Food Policy*, Vol.36, Issue 5, pp:667-677.

[115] D. Glover and K. Kusterer (1990) *Small Farmers, Big Business: Contract Farming and Rural Development*. New York: St. Martin's Press, St. Martin's Press, 165-168.

[116] Ito, Junichi, Zongshun Bao and Qun Su (2012) “Distributional Effects of Agricultural Cooperatives in China: Exclusion of Smallholders and Potential Gains on Participation” *Food Policy*, Vol.37, N.6, pp.700-709.

- [117]James M. MacDonald, Marca Weinberg and David W.Skully(2004)“Contracting in Agriculture”Annual Review of Resource Economics, Vol.16, pp.69-92.
- [118]Miyata, Sachiko, Nicholas Minot and Dinghuan Hu (2009)“Impact of Contract Farming on Income: Linking Small Farmers, Packers and Supermarket in China”, World Development, Vol.37, No.11, pp.1781-1790.
- [119]Mwambi M.M.,Oduol J.,Mshenga P. and Saidi M.(2016)Does contract farming improve smallholder income? The case of avocado farmers in Kenya, Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies 6(1):2-20.
- [120]Wang, Holly, Yanping Zhang and Laping Wu (2011), “Is Contract Farming a Risk Management Instrument for Chinese Farmers? Evidence from a Survey of Vegetable Farmers in Shandong” China Agricultural Economic Review, Vol. 3, No. 4, pp. 489-504.