

論 説

中国農村專業合作經濟組織に関する一考察 —その農業共同化機能と制度的課題—

河原 昌一郎

1. はじめに

農村專業合作經濟組織（以下「專業合作組織」と略称。）は、農家経営請負制度によって多数の零細農家が農業経営を担うようになる中で、新作物導入等の必要性に対応して、多様な形態で各地に形成され、発展してきた組織である。

近年、この專業合作組織が、中国農業の共同化を促進し、農民所得の向上に資するものとして、中国政府、関係者の注目を浴びるようになり、法制化の検討が進められるとともに、各種の行政的支援も行われるようになってきている。

しかしながら、こうした政府の積極的な姿勢にもかかわらず、專業合作組織の法制化は順調には進んでいない。このことは、專業合作組織の現状には法制化の障害となるような何らかの制度的課題があることを示唆するものである。

專業合作組織は、各種の形態はあるものの、一般的には何らかの農業共同化機能を有する農民の共同組織であると考えられている。そして、その法制化は協同組合制度としての整備を念頭において検討が進められている。それでは、具体的に、專業合作組織はどのような農業共同化機能を有し、それをどのような形で実現しているのだろうか。また、その中で何が協同組合法制への制度的課題となっているのだろうか。

本稿では、主としてこうした課題意識の下に研究を進めることとする。

2. 專業合作組織の現状および位置付け

初期の專業合作組織では、農家の技術等が不十分で情報収集にも困難が多かった事情を背景として、技術交流を目的とした協会の形態をとることが多かったが、近年では、供銷合作社の支援唱導によるもの、郷鎮農業部門の指導によるもの、専門大規模農家の発意によるもの、竜頭企業によって組織されたもの等、いろいろな経緯で設立され、農家に対して多様なサービスを提供するようになっている。

2004年現在、中国農業部の調査によれば、中国の專業合作組織数は約15万であり、專業合作組織への参加者数は2363万人で全国農家総数の9.8%を占めている。專業合作組織

のうち、耕種農業の生産経営に関するものが40%、畜産養殖業に関するものが27%、加工運輸業に関するものが18%、その他が15%である。

専業合作組織のほか、農家経営の共同化に関係のある農村合作経済組織としては、一般的に、農村社区合作経済組織、農村供銷（きょうしょう）合作社、農村信用合作社の3つが挙げられる。そこで、専業合作組織をこれら他の農村合作経済組織と比較してその位置付けを整理すれば第1表のとおりとなる。

同表から明らかなとおり、専業合作組織は、他の農村合作経済組織との比較の観点からすれば、農家が主体となって市場対応のために農家経営の共同化を目的として設立され、専門性が強く特定地区に限定されない機能的組織であるということができよう。また、市場化に対応して各地の事情に即しながら生じた新しいタイプの組織であるため、現在では多様な組織形式・名称のものがある。

3. 専業合作組織の分類

専業合作組織は、個々の農家経営における特定の農産物の生産販売に関して、何らかの共同化を行うために設立される組織である。したがって、専業合作組織の分析のためには、その共同化がどのような方式でどのような要因のもとに実施されているのかを見ていく必要がある。

ところで、現在中国で行われている専業合作組織の分類方法には、設立主導者による分類、業務内容による分類等があるが、これらは必ずしも共同化の内容等に関する分析に適したものではない。

そこで、本稿では、筆者が2004年および05年に実施した専業合作組織の事例調査（11事例）の結果を踏まえ、第2表に示すとおり分類を行うこととした。

この分類では、専業合作組織を大きく情報型と販売型とに分類し、その上で、販売型については、専業合作組織の販売方式には我が国にない独自のものがあり、またそれらが専業合作組織の性格を規定する大きな要因となっていると考えられることから、販売の方式に応じ、相対型、買取型および代理型の3つの類型に細分化することとした。

第1表 専業合作組織の位置付け

	専業合作組織	農村社区合作経済組織	農村供銷合作社	農村信用合作社
設立時期	新（改革開放後）	新（改革開放後）	旧（改革開放前）	旧（改革開放前）
農家主体性	強	弱	中	中
市場対応性	強	弱	中	弱
専門性	強	弱	弱	弱
共同性	強	弱	中	中
地区性	弱	強	中	中
組織形式・名称	多様	多様	単一	単一

資料：筆者作成

注. 強、中、弱の判断は、各組織の比較による相対的なものである。

第2表 專業合作組織の分類と事例

分 類		代表的事例
情報型		(專業技術協会)
販売型	相対型	D Z 野菜協会 (四川省) Y S 果業合作社 (四川省)
	買取型	H A 白菊專業合作連合社 (浙江省) Y L 綠色耕種水稻協会 (黒竜江省)
	代理型	H L 養鶏合作社 (湖南省)

資料：筆者作成

注. 代表的事例は、筆者が調査した 11 事例の中から選択した。

相対型とは、專業合作組織は農家の農産物の販売に関して経済的行為は行わず、販売業者の紹介等、相対での農産物売買の取引の場の提供を行う方式をとる類型である。

買取型は、專業合作組織または傘下企業等が、農家が生産した農産物を買取り、加工販売を行う方式をとる類型である。

代理型は、專業合作組織が農家から農産物を集荷して、農家を代理して一括して販売する方式をとる類型である。

なお、これらのタイプのうち、一般的には相対型と買取型がほとんどであり、代理型は少ない。

4. 專業合作組織の農業共同化機能

中国の專業合作組織は一般的には特定作物の流通過程の共同化に関する業務を実施するものであり、生産過程の共同化に関する機能は有していない。このため、專業合作組織の農業共同化に関する分析は、流通過程のどの分野においてどのような共同化がなされ、それがどのような機能を有しているのかを分析するということになる。

一方、農業共同化の機能に関して、和田照男「農業生産組織の企業形態論的分析方法」(1980『農業経営研究』第 17 卷 1 号)は、組織の形成要因として、規模の経済、外部効果(生産活動の外部効果を内部化すること)および市場補完(市場が不十分なため組織によって市場を代替し、または形成すること)の 3 つの経済的要因を提示している。これらの要因は、組織の形成要因であると同時に、農業共同化が現実の農家経営において果している経済的な機能を説明するものでもある。また、これらの要因を明らかにすることによって、專業合作組織を通じた農業共同化の性格や特色をより明確にすることができると考える。

以上の視点によって、第 2 表に掲げた各事例を分析し、專業合作組織の各類型ごとの農業共同化機能を整理すれば第 3 表のとおりとなる。

情報型は特に事例分析は行わなかったが、專業技術協会の主たる業務が新品種や農業技術の普及、情報交換等であることを考慮すれば、その農業共同化機能は技術情報の市場補完であることは明らかであろう。

相対型は農産物取引の補完的市場を形成するという市場補完機能を中心的な機能とす

第3表 專業合作組織の農業共同化機能

分 類	販売過程	生産・購買過程	備 考
情報型	－	市場補完（技術情報）	－
販売型	相対型	市場補完（取引の補完的市場の形成、取引情報の提供）	必要に応じて規模の経済（購買）、市場補完（技術情報）等 市場の未成熟または市場制度の未整備が要因
	買取型	市場補完（買取先確保）	必要に応じて市場補完（技術情報）、外部効果（緑色生産）等 買取主体（加工企業等）による原料確保のためのインテグレーションが大きな契機、買取主体の規模の経済
	代理型	市場補完（取引情報）、規模の経済（販売用資材）	必要に応じて市場補完（購買）等 商品の規格化、画一化が条件

資料：筆者作成

る。取引の両当事者である農家と仲買業者はそれぞれが相対で取引するが、この際には両当事者間に取引に関する情報格差が存在する。この情報格差是正のための取引情報に関する市場補完も相対型の重要な機能である。

相対型のうち、無公害農産物の生産のような特殊な技術を要する場合（Y S 果業合作社）には、專業合作組織は生産・購買過程で規模の経済（生産資材の統一購入）や技術情報の市場補完等の機能を果している。

なお、相対型は自らが経済主体となった経済的行為を行わないため、組織の経済的基盤は多くが脆弱である。また、対象とする農産物の市場が十分に成熟し、市場制度等の流通制度が整備されれば、補完的市場を形成するという機能は、その意味を失うこととなる。

買取型は、農家の販売過程では買取先の確保という市場補完の機能を果している。また、買取型においても、緑色食品の生産を目的とするような場合（Y L 緑色耕種水稻協会）には、技術情報の市場補完機能を果すとともに、外部効果を内部化するための組織としての機能を果すことがある。

ただし、買取型は、加工企業等の買取主体が原料確保のために農家のインテグレーションを図ることが重要な契機となっている。現実的には、買取型においては、農業共同化というよりも、企業による生産のインテグレーションが直接的な形成要因となっていることも少なくないものと考えられる。

代理型は專業合作組織が農家に代わって農産物の販売を行うため、農家と取引相手方との情報格差という問題は生じない。その意味で、代理型は農家に対する取引情報の市場補完機能を完全な形で果しているものということができる。これとともに、まとまった量での取引が可能となることから販売用資材等については規模の経済が実現される。ただし、代理型は、商品が規格化、画一化され、販売後の農家との代金清算が容易に行えることが条件となるものと考えられ、現在では例外的存在である。

5. 專業合作組織の制度的課題

專業合作組織の法制化については、各種の観点からの検討がなされているが、專業合作組織が農家の合作組織または共同組織であることは一定の前提とされ、協同組合法制による制度化が法制化に当たっての基本的な検討視点となっている。こうした点を踏まえ、相対型、買取型および代理型の各類型について、前述した農業共同化機能に即して、農家の協同組合としての法制化にどのような制度的課題があるのかをまとめれば第4表のとおりとなる。

相対型は、利害の反する農家と仲買業者がともに成員であるという現在の組織および機能を前提とすれば、公正で中立的な業務の実施が可能な社団の組織形態をとることが適正である。農家のための協同組合として制度化すれば、農家と仲買業者等との利害調整が困難となり、現在果しているような機能を果し得なくなる。市場がまだ十分に発達していない中国農村において、專業合作組織が市場補完のために有効に機能していることを考慮すれば、制度化のためにそうした機能を犠牲にすることは現実的ではない。

買取型は、專業合作組織が買取主体である場合（H A白菊專業合作社連合社）には、出資者が実質的に支配する公司としての運営がなされている。また、農家と買取主体（企業）とが專業合作組織の成員として含まれる場合（Y L綠色耕種水稻協會）には、相対型と同様、公正で中立的な業務実施を図るため、社団の組織形態が適当である。

なお、買取型の專業合作組織の設立は、公司（企業）による原料生産のインテグレーションを契機とすることが多いため、公司（企業）の経済的優越性をどのように扱うかが制度化に当たって大きな課題となる。公司（企業）の経済的優越性を肯定する立場からすれば專業合作組織に公司（企業）の出資を認め、出資に応じた議決権を与えるということになる。また、專業合作組織を主としてインテグレーションのための農家とりまとめ組織として位置付ければ“公司＋合作社＋農家”の形態となるが、いずれにおいても專業合作組織は公司（企業）の支配下で運営されることとなる。

農家の利益を重視する立場からすれば、專業合作組織には原則として公司（企業）の出資を認めず一人一票の協同組合原則をできるだけ貫徹させるということになるだろうが、その

第4表 專業合作組織の制度的課題

分 類	適正な組織形態	制度化の際の課題	備 考
相対型	社団	農家と仲買業者等との利害調整。	制度化のために市場補完機能を犠牲にすることは非現実的。
買取型	公司 社団	買取主体の経済的地位の優越性の扱い。 農家と買取主体との利害調整。	農家の組織化は買取主体によるインテグレーションの一環であり、組織的發展に限界。農業産業化の優先。
代理型	協同組合	特になし。	—

資料：筆者作成

場合でも当該專業合作組織が公司（企業）のインテグレーションの一環として設立されるものである限り、実質的には公司（企業）の強い影響下に置かれるため、自主的な発展は困難である。專業合作組織が自主性を強め、公司（企業）の影響下から離脱するような動きは、竜頭企業等の経済的活動を支援して農業産業化を積極的に進めようとする現在の中国農村の実情からすれば考えにくい。

このように、買取型において、專業合作組織の設立目的、運営等がインテグレーションの形成主体である公司（企業）によって左右される場合には、農家の自主的な共同組織としての実質は乏しく、協同組合としての発展には限界がある。

代理型は、すでに農家の協同組合としての実質を備えているので、制度化に当たって障害となるような課題は考えられず、法制度の整備によって適正な制度化がなされるべきであろう。

6. おわりに

以上の研究を通じて、中国の專業合作組織が、中国農村経済の実情を反映して、我が国とは全く異なる方式で各種の農業共同化機能を果たしており、また、專業合作組織を直ちに協同組合として法制化することには困難な課題が多い事情が明らかになったと考える。

観点を変えれば、現在の中国農村経済の現状では、專業合作組織を協同組合として制度化するための経済的条件が十分に整っておらず、したがって專業合作組織は協同組合としての制度化を受け入れられるような内実を備えるに至っていないとすることができる。

こうした課題は、基本的に、市場の未整備・未発達、積極的な農業産業化政策等、現在の中国農村経済をめぐる事情によってもたらされている。したがって、これらの課題の解決には、まずこうした農村経済をめぐる事情の改善が図られねばならない。このためには、協同組合に対する農家意識の改革を含め、中長期的な継続した取組が必要とされよう。

なお、販売方式による分類については、中国における農産物の販売、流通、市場制度との実態と併せ考察することによって、その存在意義、条件等をより明確にしていくことが可能になるものと考ええる。

これについては、今後の課題としたい。