

中国供銷合作社をめぐる動向

若林剛志（主任研究員）

陳 曉楠（Chen Xiaonan）〈西北農林科技大学經濟管理学院 副教授〉

余 勁（Yu Jin）〈西北農林科技大学經濟管理学院 教授〉

蔡 嘉儀（Cai Jiayi）〈西北農林科技大学經濟管理学院 博士課程〉

李 東建（Li Dongjian）〈西北農林科技大学經濟管理学院 博士課程〉

王 雷軒（Wang Leixuan）〈主任研究員〉

〔要 旨〕

供銷合作社は、農産物の販売や生産資材の購買等を主な事業とする中国最大の組合組織である。その供銷合作社の統計数値と供銷合作社と関連する政策動向を確認するとともに、利用者の直接的な窓口となる基層供銷合作社の取組み事例を紹介し、供銷合作社への政策の浸透状況や地域の状況に基層供銷合作社がどのように対応しているかを論じた。

統計によれば、基層供銷合作社の数や供銷合作社の事業にかかる売上総額等、多くの数値が増加傾向にあった。政策動向は15年に打ち出された「供銷合作社の総合改革の深化に関する決定」を踏襲し続けており、引き続き政府は供銷合作社を支援している。

事例とした基層供銷合作社は、自らが提供可能なサービスとして、肥料購買、作業受託、農民が直接販売を行う際の出荷拠点の提供等を行っていた。したがって、農民への包括的なサービスを提供できている訳ではないが、郷鎮という地域内においては、農民合作社等と役割を分担しながら一定程度の包括的サービスを提供していることが確認された。

目 次

はじめに

1 供銷合作社の概要、経営概要

(1) 供銷合作社の概要

(2) 供銷合作社の経営概況

2 最近の政策動向

3 事例にみる供銷合作社の動向

(1) 事例紹介

(2) 2つの視点からの事例小括

おわりに

はじめに

供銷合作社は、農産物の販売や生産資材および生活物資の購買を主な事業とする中国最大の組合組織であり、その全国組織である供銷合作総社（中华全国供銷合作总社）はICA（国際協同組合同盟）にも加盟している（注1）。供銷合作社は、職員総数326万人を有する大きな組織であり、かつ事業規模も大きいことから、その動きは国民の生活や国内の事業者に大きな影響を及ぼす。後述するように、近年は政策的な後押しもあり、供銷合作社は農業関連サービスの一層の充実を図ろうとしている。そして、この供銷合作社は、政府が推進する三農問題の解決、共同富裕（格差是正）の実現、農村振興といった中国が掲げる社会経済政策の推進力となることも期待されている。

その供銷合作社は、かねてより断続的な自己改革を推し進めてきており、その取り組みは国民の知るところである。中国全土における多様な取り組みは、次の2つの例のように近年においても関心の的となっている。

第1は、郷鎮を地区とする基層供銷合作社（以下、基層社）の数が増加していることである。例えば、湖北省では、基層社の数が12年から21年の10年の間に、554社から1,373社へと大幅に増加しており、同省内の郷鎮のほとんどをカバーするに至っている。この動きは、政府の政策推進の動きとどのように関係し、どのような結果を生じさせるのかという中国国民の関心事となってい

る。

第2は、株式市場での動きである。過去にもあったことだが、供銷合作社の動きは株式市場にも影響を及ぼしている。例えば、23年1月18日に福建省供銷合作社が、農業資材を供給する株式公開企業との合弁で農業サービス企業を立ち上げた。そのとき、その株式公開企業やこの合弁会社の事業展開により取引の拡大が見込まれる企業の株式が市場で投資家に購入され、株価が大きく上方に変動した。

このように、中国全土でサービスの充実に向けて多様な動きを見せる供銷合作社の全国的な動向把握は、それ自体に固有の意義がある。この意義を踏まえ、本稿では供銷合作社の最近の動向を確認する。ただし、陳ほか（2017）が16年までの供銷合作社に関連する政策の動きと供銷合作社の事業や従業員を中心とした問題点について整理しているので、本稿は16年以降の動向を中心に確認していくこととする。

さらに、本稿では、系統組織の末端に位置する基層社の事例を通じて、政府の政策がどのように浸透しているのか、あるいは各地域の特徴に応じて基層社がどのような取り組みを行っているのかを紹介する。一事例とはいえ、このことは上述した政府の政策推進と供銷合作社との関係性や、供銷合作社の現時点における方向性を確認するうえで意義のあることであろう。

本稿の構成は以下のとおりである。次節で供銷合作社の概要と統計数値の確認を行い、概説的ではあるが全国的な動向把握を

行う。第2節では供銷合作社と関係の深い政策動向を整理する。第3節で事例紹介と本稿の視点である供銷合作社への政策の浸透状況や地域の状況に応じた取組みを紹介する。終節は本稿のまとめである。

(注1) 本稿において単に供銷合作社というとき、それは供銷合作社系統を指す。

1 供銷合作社の概要、経営概要

(1) 供銷合作社の概要

供銷合作社は、1950年の全国合作社工作者第1回代表会議（中華全国合作社工作者第一屆代表会议）において中華人民共和國合作社法（草案）が可決され、その後誕生した協同組織である。その供銷合作社に関する研究成果のうち、日本語で読める比較的最近の文献として青柳（2002）、河原（2008）、李ほか（2010）、陳ほか（2017）等がある。青柳（2002）は、供銷合作社の歴史的展開、経営上の問題と改革の方向を検討し、河原（2008）は、供銷合作社が持つ機能や組織の性格について論じている。李ほか（2010）は、主に県レベルの供銷合作社の事例に基づく事業改革の諸相について論じている。陳ほか（2017）は、最近の供銷合作社に関する統計を整理し、多様な事業を行う供銷合作社の系統組織をひとつのシステムとみなし、それぞれの位置づけを明確にしながらそれぞれが機能を発揮する必要性に言及している。このように供銷合作社に関する日本語文献は少ないが、それはこの供銷合作社という組織が歴史という

時間軸でも、現在の中国国内各地域という空間軸でも極めて複雑であることに起因しているものと推察される。

このようななか、本節では供銷合作社を概説するが、以下ではその事業、組織構造および組織の性格の3つに分けて論じる。

第1に事業についてである。事業は、農産物販売、購買、加工などを中心に展開している。これら以外にも、供銷合作社によっては信用事業を試験的に実施する、農産物集出荷施設、高齢者福祉、保育施設、スポーツ施設等の機能を有する村レベルのサービスステーションを建設あるいは運営するといった農村部における生活拠点の整備にも関与する等、事業範囲は広い。こうした事業面から供銷合作社をみた場合、組合員の農産物生産と販売にかかる事業を行うという点では、農業協同組合としての側面を有していると言える。これに加えて、生活物資の購買や試験的で小規模なものにとどまっているものの、信用事業を行っている供銷合作社があるという点から、日本の総合農協との類似性も確認することができる。

第2に組織構造である。供銷合作社の組織は、5つのレベル、すなわち国、省、市、県と郷鎮の5段階にわたる組織網により構築されている。全国レベルでは全国供銷合作総社があり、省市県にはそれぞれ省供銷合作社、市供銷合作社、県供銷合作社（連合社）がある。そして、郷鎮には利用者の直接的な窓口となる基層社がある。こうした組織構造は、概ね国、県および県内市町

村にそれぞれ系統組織を持つ日本の総合農協と類似している。

以上のように、事業と組織構造の2つの側面からみると、日本の総合農協との差は少ないが、第3の側面である組織の性格は、日本の総合農協とは異なっていると言わざるを得ない。ここでは協同組合原則（7原則）のうち第4までを取り上げて供銷合作社の組織としての性格を確認しておこう。

まず、「自主的で開かれた組合員制（第1原則）」、「組合員による民主的な管理（第2原則）」および「自主・自立（第4原則）」についてである。供銷合作社は、かつては農民を中心とした組合員の組織であり、農民集団が供銷合作社を所有していたが、現在は必ずしもそうではない。利用と出資に目を向けると、例えば基層社の主な利用者は農民であり、郷鎮内に居住する農民であれば、その地域にある基層社を利用可能である。一方で、基層社への出資者が農民という例もあるが、しばしばみられるのは県供銷合作社（連合社）あるいは基層社職員が出資者となっている例である。基層社職員が農業に従事していれば農業関連事業の利用者となりうるが、農業に従事しない者もいるし、県供銷合作社（連合社）に至ってはそもそも利用者でない。すなわち、利用者と出資者が一定程度分離されている。これに加え、供銷合作社は過去に国営商業部門との3回の統合と3回の分離を経験したこともあり、出資金が誰に帰属するかが判然とせず、出資者が定まっていないという状況すらある。このように、利用者と出

資者が一致せず、かつ自主的に利用や運営に関わっていくという協同組合の基本的要素が欠如している基層社が多いようである。また、定款（章程）上は、民主的な方法により利用者である組合員のなかから役員が選ばれ、代表大会を開催することとなっているものの、基層社を実質的に運営する役員が基層社の上部組織の役職員である、あるいは地方政府の役職員となっている場合がある。したがって「自主的で開かれた組合員制」度を保持し、「組合員による民主的な管理」が行われているか否かという点には疑問が残る。同時に、上部組織の役職員や地方政府の役職員等が組織の中核において運営に関わる場合は、組合員が管理する「自主・自立」の組織と呼ぶことは困難であろう。

ただし、15年に出された「供銷合作社の総合改革の深化に関する決定（「关于深化供銷合作社综合改革的决定」）（以下、総合改革）」の第3項では、基本原則として「民主管理を実行する」といった文言が、第8項では「協同組合原則に照らして」といった文言があり、基層社の改革の方向性は協同組合原則に則すことにある。

次に「組合財政への参加（第3原則）」である。ここでも基層社を例にとると、利用者と出資者が異なる場合が多いため、設備投資等の必要性に応じて利用者である組合員が公平に出資（あるいは増資）することは限られている。基層社への出資は、基層社を集団が所有していた頃は、組合員がそれぞれ少額出資をすることもあったようだ

が、現在は、農産物の生産や販売にかかる事業を中心とした基層社であっても、その事業利用者が組合財政に参加する訳ではない。それは歴史の一面からも確認することができる。例えば、政策性欠損の解消や基層社の経営改善を進めるなかで、職員を中心とした出資構成に変化し、出資者と利用者とは必ずしも一致しない例が生じた（注2）。それゆえ、利用者の中心である農民は組合財政に関与することが少ないのである。また、基層社ごとの個別性は強いものの、利用者と出資者が異なる場合には、利用高配当および出資配当といった利益還元方法とその決定プロセスにおいて公平性が保たれているか否かは検討の余地がある。

ただし、この第3原則も総合改革の第8項で、基層社とその組合員との利益分配を規範化し、加えて利用高配当と出資配当といった組合員への還元制度のあり方を見直

すことが掲げられている。このように協同組織を運営していくうえでの仕組みにおいては、日本の総合農協とは異なる部分があると言える。

(2) 供銷合作社の経営概況

供銷合作社の経営概況については、陳ほか（2017）が16年までの数値の推移を記載しているため、本稿では主として16年以降の数値を確認する。

第1表は供銷合作社の売上総額である。20年の売上総額は5.3兆元（約102.7兆円、1元≒19.5円）であり、16年の4.8兆元と比べ増加している。ただし、19年に前年比で21.9%減少し、18年に計上した最高売上額（5.9兆元）には達していない。19年の売上総額の減少は、その要因が明示されている訳ではないが、集計対象が変更されたことが影響しているものと推察される（注3）。

第1表 供銷合作社の主要事業の推移

(単位 億元, %)

年	売上総額		農業資材購買		生活物資購買		農産品類販売		主要農産品類販売		資源リサイクル	
	金額	前年比増減率	金額	前年比増減率	金額	前年比増減率	金額	前年比増減率	金額	前年比増減率	金額	前年比増減率
2011	20,255	29.5	4,886	27.2	5,661	32.7	n/a	n/a	3,791	41.5	1,322	43.0
12	25,861	27.7	5,893	20.6	7,401	30.7	n/a	n/a	4,900	29.3	1,785	35.0
13	32,129	24.2	6,665	13.1	9,243	24.9	n/a	n/a	6,295	28.5	2,202	23.4
14	37,646	17.2	6,941	4.2	11,393	23.3	n/a	n/a	6,592	4.7	2,299	4.4
15	43,053	14.4	7,274	4.8	13,233	16.2	n/a	n/a	7,205	9.3	2,369	3.0
16	47,761	10.9	7,987	9.8	15,435	16.6	15,069	n/a	n/a	n/a	2,665	12.5
17	54,218	13.5	8,832	10.6	17,588	13.9	18,414	22.2	n/a	n/a	2,711	1.7
18	58,926	8.7	9,192	4.1	19,143	8.8	21,054	14.3	n/a	n/a	2,989	10.3
19	46,127	△21.9	7,872	△14.4	15,885	△17.0	18,581	△11.7	n/a	n/a	2,318	△22.5
20	52,677	14.2	8,667	10.1	18,235	14.8	22,205	19.5	n/a	n/a	2,824	21.8

資料 中国供銷合作社年鑑編集部「中国供銷合作社年鑑」各年版

(注) 16年の農産品類販売の金額は統計に掲載されていないが、17年の数値が16年から22.2%伸びているとされていることから数値を算出した。

第1表では、供銷合作社が行う主な事業別の売上総額を掲載している。肥料等の農業資材購買、生活物資購買および農産品類販売は、かねてからの主たる事業であり、これら事業が売上総額に占める割合は9割を超える。しかしながら、これらに加え、近年は資源リサイクル施設を整備し、例えば農業生産の過程で使用した生産資材の回収およびリサイクルにも力を入れるようになってきている。

これら主要事業のうち最も売上げが大きいのは農産品類販売であり、20年のその額は2.2兆円である。売上総額と同様に、19年に農産品類販売額が減少したものの、20年には16年以降における最高売上総額を計上しており、農産品類販売額は概ね増加傾向にあると言える。また、売上総額に占める同事業の割合も高まり続けており、20年におけるその割合は42.2%となっている。

農産品類販売額の伸びは、供銷合作社が立ち上げた農民合作社と密接な関係があると考えられる（注4）。農民合作社とは、農業者が中心となって組織された組合である。農民合作社は、農業生産だけでなく、農産物の販売や生産資材購買等を事業として行うこともできる。そのため、日本の農業協同組合に近い農民合作社もあれば、農事組合法人に近い農民合作社もある。供銷合作社と農民合作社との違いを大まかに言うと、供銷合作社は販購買等の流通を中心とした事業を行う組合組織であり、農民合作社は主として農業生産を行う組合組織だという点である。そして、この供銷合作社が立ち

上げた農民合作社の生産物が農民合作社によって直接販売されても、あるいは供銷合作社を通じて販売されても、統計上はいずれも農産品類販売額の増加につながる。供銷合作社が各地区で農民合作社の立ち上げを主導していくことは、15年に国務院から打ち出された総合改革第10項に掲げられている。後述するように、供銷合作社が立ち上げた農民合作社数は増加傾向にあり、20年には19.2万社に達している。

供銷合作社は、資源のリサイクルを通じた農民あるいは農村向けのサービスを拡充してきている。陳ほか（2017）は、資源リサイクル事業が有望視されていることに触れているが、この事業も19年に一時的に減少している。それでも、地道な取り組みにより16年以降の事業数値の推移は概ね増加傾向にあると言って良いであろう。ただし、売上総額に占める資源リサイクル事業の割合は、12年の6.9%をピークに低下しており、20年におけるその割合は5.4%となっている。

第2表は、供銷合作社の系統全体と基層社の収入と利益の関係である。既に述べたように、20年の供銷合作社の売上総額は5.3兆円であり、そのうち供銷合作社の系統企業全体の営業総収入は1.9兆円となっている。供銷合作社の系統企業全体の営業総収入は、16年から18年までは伸びていたが、19年に減少した。20年の営業総収入は前年と比べ増加したが、18年の最高営業総収入を下回っている。これに対し、系統企業全体の利益額は、19年に前年比でわずかな減少にとどまり、利益額は16年以降も引き続き

第2表 供銷合作社の収入と利益の関係

(単位 億円, %)

年	系統全体売上総額と系統企業の収益					うち基層社(県以下)				
	系統全体の売上総額(a)	系統企業全体の営業総収入(b)	系統企業全体の利益額(c)	売上総額に対する利益率(c/a)	営業総収入に対する利益率(c/b)	売上総額(A)	営業総収入(B)	利益額(C)	売上総額に対する利益率(C/A)	営業総収入に対する利益率(C/B)
2011	20,255	n/a	216	n/a	n/a	4,020	n/a	16	0.41	n/a
12	25,861	13,758	261	1.01	1.90	5,382	n/a	24	0.44	n/a
13	32,129	16,127	311	0.97	1.93	6,316	3,117	38	0.60	1.21
14	37,646	17,222	354	0.94	2.06	7,329	3,739	47	0.64	1.25
15	43,053	18,317	382	0.89	2.09	8,063	4,276	57	0.71	1.33
16	47,761	18,890	408	0.85	2.16	n/a	4,769	69	n/a	1.44
17	54,218	20,707	442	0.81	2.13	n/a	5,380	84	n/a	1.56
18	58,926	21,280	468	0.79	2.20	n/a	5,683	98	n/a	1.73
19	46,127	18,320	467	1.01	2.55	n/a	n/a	104	n/a	n/a
20	52,677	19,232	518	0.98	2.69	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

資料 第1表と同じ

増加傾向にあると言って良いであろう。そして、利益額の増加率が営業総収入の伸び率を上回っていることから、系統企業全体の利益額が営業総収入に占める割合は上昇傾向にあり、直近の20年には2.69%となっている。

系統企業の以上のような利益額の増大は、総合改革により明確な推進の方向性、すなわち農民向けのサービスの提供に注力することが示され、それぞれの系統企業が持つべき機能に集中し、物流拠点や物流網を整備するなどしながら農産品類販売を中心とした収入の増加と効率的運営に力を入れてきたことが大きい。また、一方で費用も節減してきている。費用のうち人件費については、従業員数が減少傾向にあること、従業員数が減少しているなかでも、労働実態のある従業員の割合が上昇し、その一方で退職者の割合が低下する等の改革を進めてきたことが効果として表れていると考える

ことができる(注5)。

基層社の売上総額は16年から公表されていない。営業総収入は18年まで公表されており、同年の営業総収入は5,683億円であった。利益額が営業総収入に占める割合は、18年まで計算可能であるが、その数値は上昇傾向にあり、18年は1.73%であった。18年までの傾向ではあるが、基層社の利益率も上昇傾向にあり、これも系統企業の利益額の増大と同様の改革を進めてきたことの表れであると考えられる。

第3表は、供銷合作社が行う渉農(農村・農業・農民向け)サービスとそれに関連する数値の推移をまとめたものである。

第1に、農民にとって身近にある基層社の数は16年以降も増加傾向にあり、20年におけるその数は38万社となっている。全国の郷鎮数は約4万であり、人口の少ない小さな郷鎮では近隣郷鎮とともに1つの基層社を持つことがある一方で、大きな郷鎮で

第3表 供銷合作社の涉農(農村・農業・農民向け)サービスの状況

	(供銷合作社のうち) 基層社	(供銷合作社立ち上げ) 農民合作社	(供銷合作社立ち上げ) 農民合作社の加入農家数	土地委託管理面積	農業資材購買額 (農民向け)	生産者からの農産物取扱高	村総合サービスステーション
単位	社	万社	万戸	億ム一	億元	億元	万軒
2011	20,050	6.7	1,004	n/a	4,886	3,888	23.9
12	19,082	7.7	1,063	n/a	5,893	5,182	27.5
13	21,769	9.3	1,114	n/a	6,665	6,697	31.5
14	24,950	11.4	1,238	n/a	6,941	7,897	33.7
15	27,746	14.7	1,406	0.5	7,274	9,307	36.1
16	29,016	17.0	1,483	1.0	7,987	11,700	37.4
17	30,281	18.6	1,582	n/a	8,832	14,405	39.6
18	31,792	19.4	1,596	0.9	9,192	15,997	42.2
19	32,465	18.0	1,453	1.0	7,872	13,406	42.5
20	37,652	19.2	1,516	1.4	8,667	16,133	44.8

資料 第1表と同じ

も郷鎮内に2つの基層社がある例は稀であることから、ほとんどの郷鎮に基層社が存在していると考えることができる。基層社の増加要因について、陳ほか(2017)は、「近年の数の急速な増加は、基層社が長年にわたる改革の取組み、柔軟な財産権構造の導入と良好な政策的支援によって、社会のそのほかの経済主体の加入を呼び込んだことに起因している」と論じている。16年以降の基層社の増加も、不断の改革と政策支援が継続していることが影響しているものと推察される。

第2に、供銷合作社が立ち上げに関わった農民合作社数である。農民合作社数も増加傾向にあり、20年には19.2万社となっている。農民合作社数も他の多くの統計数値と同様に19年において減少している。農民合作社数の減少について少なくとも言えることは、活動実態が不十分な組合、例えば補助金の受け皿として設立された組合が役

目を終えた等の理由から、農民合作社の整理がそれまで以上に強く推し進められたことによる。

その農民合作社の20年における加入農家数は1,516万戸となっている。20年の加入農家数は、16年の1,483万戸よりは増加している。しかしながら、中国においても農民が経営権を譲渡する等し、実質的に農業を営んでいない世帯が出現し続けていることから、今後加入農家数が大幅に増加することは想定しがたい。ちなみに、16年の農業センサスによれば、中国全体の農家数は2.3億戸であるから、全農家数に占める加入農家数の割合は約6.4%となっている。

農民合作社との関連で確認しておきたい項目は供銷合作社が受託する土地委託管理面積である。土地委託管理とはいわゆる作業受委託のことである。作業受委託は農地請負経営権のうち経営権を分離して譲渡するといった権利の変動を伴うものでなく、

中国でもしばしばみられる農地の管理手法である(注6)。この土地委託管理面積が増加することで、農地を集約的に利用する農産物の取扱量は増加することが想定される。

20年の土地委託管理面積は1.4億ムー(約933万ha)となっている。管理面積は、年初からの作業受託面積の累計値であるので、以下の数値と比べるには注意が必要であるが、19年の中国の家庭請負経営権の耕地面積が約15億ムーであり、22年の日本の耕地面積が434.9万haであることを考慮すれば、この管理面積がいかに大きいかかわかるであろう。

生産者からの農産物取扱高は、供銷合作社および農民合作社が生産者から直接買上げ、あるいは受託販売を行うことによる農産物取扱高の合計である。この数値は16年以降増加傾向にあり、20年には1.6兆元となっている。ただし、19年に一時的に販売額が減少しており、この傾向は供銷合作社の売上総額等と同じである。

農業および生活物資に関する流通と販売に従事する基層社や農業生産を行う農民合作社、そして農村生活において不可欠なサービス提供拠点となる村レベルのサービスステーション(村総合サービスステーション)は、農村社会におけるサービス提供のための主要な拠点である(注7)。その村総合サービスステーションの数は20年に44.8万軒となっており、増加傾向にある。政府は、農村部のこのような拠点を基点として、農村振興を図っていくことを進めており、これに参与する供銷合作社の取組みには政

府からの期待が寄せられている。

(注2) 政策性欠損とは、政府の政策を実施したことによって経済主体に発生する欠損のことである。一般に売価が正常原価より低い製品を生産し、または取り扱うことによって引き起こされる。例えば、生産農機具などの一部の農業支援製品の製造原価が国の定める売価より高いことによって発生する(陳ほか(2017))。

(注3) 19年に軒並み数値が減少している理由として、集計対象を一般企業に近い形にしたことがあると推察されている。具体的には定かではないが、系統企業への出資割合および供銷合作社の実質的な統制が及ぶ関係企業などを集計対象に絞る変更をしたことが考えられる。

(注4) 全国の農民合作社自体は、22年6月現在で222万社ある。農民合作社には、農民專業合作社や農業專業合作社等いくつかの呼称があるが、本稿では農民合作社で統一する。なお、農民合作社にはその根拠法として農民專業合作社法があるが、供銷合作社には固有の根拠法がない。

(注5) 供銷合作社の従業員は、従業員、退職者、労働関係のみ留保している者に区分される。中国供銷合作社年鑑によれば、15年には従業員、退職者、労働関係のみ留保している者は、それぞれ216.1万人、105.7万人、38.9万人で合計360.7万人いたが、20年にはそれぞれ208.1万人、92.7万人、25.2万人の合計326万人となっている。従業員の問題については陳ほか(2017)を参照されたい。

(注6) 経営権の譲渡は、日本における農地の貸出しに近い概念である。

(注7) 村レベルのサービスステーションは、村において資材および生活物資の購買や農産品販売、スポーツおよび文化活動の拠点、高齢者福祉等のサービスを提供する拠点である。この拠点を行政でなく供銷合作社が建設することもある。例えば、李ほか(2010)を参照。

2 最近の政策動向

供銷合作社の改革は継続的に実施されてきており、中国の重要な政策文書である中央一号文件にも供銷合作社という用語がしばしば出現する(第4表)(注8)。しかしながら、陳ほか(2017)が整理しているよ

第4表 中央一号文件で示された供銷合作社関連の政策内容(2014年以降)

2014	供銷合作社が農村における物流網の整備と農産物卸売市場の整備を強化することを支援するほか、一部の農民合作社と供銷合作社では農村協同組合金融(合作金融)の育成を行う
15	基層社改造を着実に推進し、供銷合作社連合社のカバナンスを改善するほか、供銷合作社条例を速やかに策定する
16	供銷合作社が行う農村、とくに県・郷鎮における物流網や施設の整備強化、農民合作社の新設等を支援する
17	一部の農民合作社で生産・販売・信用の三位一体の総合事業を積極的に展開すること、供銷合作社が村から郷鎮までの物流網の整備を強化することを推進する
18	供銷合作社自身の拠点を村へ設置することを支援する
19	供銷合作社が農業技術の普及や土地委託管理等のサービス提供を支援するほか、供銷合作社条例を制定する
20	供銷合作社が行う選別包装、冷蔵予冷、倉庫および輸送、加工などの関連施設の整備、郷村までの物流網の整備を支援する
21	供銷合作社が農民の農業生産・生活へのサービス提供の拠点として生産・販売・信用の三位一体の総合事業を試行する
22	基層社が、土地委託管理サービスの提供、契約農業、農産物の加工や流通、販路開拓への取組みを行うことや、供銷合作社が県域内の集配センターを建設する等の物流網整備を促進することを支援する
23	農業農村関連サービスの提供を行い、供銷合作社が行う行政機能もしくは行政下請け的な機能の発揮と供銷合作社所属の学校や団体等の事業単位の運営管理との分離、また供銷合作社自身の運営管理と供銷合作社所属企業の経営管理との分離によって、総合改革を継続的に推進する

資料 各年の中央一号文件をもとに筆者作成

うに、15年に国務院から総合改革が打ち出されて以後、国レベルでの供銷合作社に関する重要な通達は発信されていない。したがって、この通達に基づく改革が引き続き進められていると言って良い。

こうしたなかで特筆すべき点は、20年9月の供銷合作社第7次代表大会において、習総書記から農業と農村の近代化を一層推進するために、そして三農問題の解決に向け、供銷合作社が農民に奉仕し、農民の生産活動および生活における総合的なサービス拠点となり、農村振興に貢献していくことを求められたことである(注9)。その考えは20年12月の中央農村工作会議に反映され、これを受けて21年の中央一号文件で「総合改革を進め、供銷合作社が農民の農業生産・生活活動へのサービス提供の拠点として生産・供銷・信用の三位一体の総合事業を試行する」ことが打ち出された(注10)。

中央一号文件発出後には、省レベルでもこれを具体的に進めるための通達を発出している(注11)。

さらに、22年の中央一号文件では、「国は基層供銷合作社が、土地委託管理のサービス提供、契約農業、農産物の加工流通、販路開拓などへの取組みを行うほか、供銷合作社が県域内の集配センターを建設するなどの物流網整備を促進することを支援する」ことが示され、政府が農業サービスを提供する農民合作社や供銷合作社等を支援して、小規模農家が多様なネットワークを利用可能な環境を創出し、農業者が生産から加工および販売にかかる全ての工程で利益を向上させることを目指している。王・若林(2021)が述べているように、こうした支援は、21年の中央一号文件で明示された県を主たる舞台とした農村振興の一環であり、供銷合作社も県域での農村振興に寄

与することが求められている。

23年の中央一号文件においても、農業農村関連サービスの継続的な提供を行い、供銷合作社が行う行政機能もしくは行政下請け的な機能の発揮と供銷合作社所属の学校や団体等の事業単位の運営管理との分離、また供銷合作社自身の運営管理と供銷合作社所属企業の経営管理との分離によって、総合改革を継続的に推進することに言及されている。

(注8) 習近平総書記は、13年には中央農村工作会議で農業近代化へ向けて供銷合作社が機能することの重要性、供銷合作総社が設立60年を迎えた14年にも、農業近代化や農村におけるサービスの拠点となること等、農民に利用される供銷合作社の改革に向けた指示を出してきている。

(注9) 『中国供銷合作社年鑑(2020)』に掲載された習近平総書記の供銷合作社の活動に関する重要講話による。なお、全国供銷合作社代表大会は、5年ごとに開催される供銷合作社の最も重要な大会であり、その後の供銷合作社系統の方針等が話し合われる。

(注10) 生産、供銷および信用の三位一体として取り組まれてきた総合的事業の試行について、中国人民銀行および金融規制当局が村鎮銀行などの農村中小金融機関のリスク統制を強化してきているため、供銷合作社の信用事業も、現状はそれほど推進されていない。

(注11) 例えば、後述の事例基層社のある陝西省では、中央一号文件が提示された約半年後の21年8月20日に、供銷合作社の質の高い発展を加速していくことに関する意見(「关于加快推进供銷合作社高质量发展的实施意见」)を発信し、同省内での供銷合作社の改革や推進の方向性を打ち出している。

3 事例にみる供銷合作社の動向

(1) 事例紹介

これまで主として16年以降の供銷合作社

全体の事業の推移と、供銷合作社と密接に関係する政策について確認してきた。本節では個別の基層社の事例を紹介する。事例を紹介するのは、農民への奉仕の最前線で彼らと接触するのは基層社であり、そこを確認することが極めて重要だからである。加えて、①県レベルにおいて施設整備を行うという文言が中央一号文件に含まれている状況下で、こうした全国的な通達がどのように基層社に浸透しているのか、あるいはどのような形で基層社に取り組まれているのか、②総合改革第3項において、地域の状況を考慮しつつ(「堅持因地制宜、分類指導」)、着実な取組みを求める(不追求一步到位)としているなか、地域の状況に即した取組みとしてどのような特徴を持っているかといった2つの視点から事例を確認することとしたい。

事例としてあげる金渠供銷合作社は郷鎮レベルの基層社であり、陝西省宝鸡市眉県にある。まず、省都西安から西へ約80kmの位置にある眉県と眉県の農業を中心に簡潔に紹介しておこう。眉県は7つの郷鎮と1つの街から構成される人口約32万人の県である。21年の県内総生産は約199.8億元で、そのうち第1次産業は31.6億元となっている。農業では小麦やトウモロコシが伝統的に生産されているが、近年はキウイ(猕猴桃)の生産が盛んであり、眉県キウイ(眉县猕猴桃)は地理的表示(GI)登録がなされている。

この基層社の現在の職員数は12人であり、出資金を含む資本金は74.4万元である。利

用者は主として金渠鎮内に居住し、キウイを生産する500人の農民であるが、彼らは同基層社に出資しておらず、主な出資者は眉県供銷合作社となっている。

この基層社は1981年に創設されて以降、赤字経営が続いていた。国営商業部門との統合分離を経験したこともあり、2000年頃には、組合員と基層社との関係が希薄となっていた。それでも15年まで、基層社は集団所有であり、その下で管理されていた。

しかし、同基層社は、15年3月に打ち出された総合改革を契機として、15年から16年にかけて体制の内実を大きく変更した。まず、15年に不採算事業や政策性欠損を含む損失の処理を行った。その過程で、基層社は職員を中心とする管理に変化した。このとき、農民による経営上の管理は行われなくなり、農民は利用者にとどまることとなった。その後、16年からこの基層社ではキウイ生産の資材である肥料の供給を中心に据え、16年に農業資材倉庫を、17年には配送センターを整備してきており、18年には供銷合作總社からモデル基層社の認定を受けている。関連企業は保有しておらず、基層社の利益水準は非公表ながら、肥料取り扱いからの利益を中心に、少なくとも22年は黒字であったようである。

この基層社の現在の主たる事業は利用者への肥料の供給であり、その取扱量は2,100トンを超える。そのほか、生産物の梱包資材供給、生産者の技術訓練や農作業受託事業を行い、直接販売用農産物の出荷場としての機能も担っている。技術訓練では、樹

木の剪定技術で大学と協力し、生産者に技術普及を行っている。事業拡大傾向にある農作業受託は、パイプラインを通じた散水と肥料散布作業である。一方で、供銷合作社の売上総額に占める割合が第2位であった生活物資購買は行っておらず、それを含む生活を支援するサービスの提供はほとんど行っていない。

生産資材の供給において肥料供給に集中し、農産品類販売にほとんど関わっていない理由は、役職員数が不十分なことによる。販売に手を伸ばせないなか、基層社は農家数が多い郷鎮内の一部の村に村レベルの基層社をつくる取組みを進めている。そして、この村単位で創設された基層社と郷鎮内にある農民合作社とが提携し、キウイの生産を行っている。郷鎮内にはキウイの生産と販売に従事する経営規模の大きい農民合作社が2社あり、村単位の基層社はそれらのうちの1つと提携している。この農民合作社は、農村で農業や農業関連産業を行うことで、農村の経済発展に資する活動を行う企業組織とされるいわゆる龍頭企業であり、農民合作社の法人格を有しているとはいえ、企業的に組織運営されている。キウイを生産する農民は、この組織から中核となる生産技術の指導を受け、この組織に収穫物を販売することとなっている。

事業の選択につきこの基層社役員への聞き取りを行ったところ、「現在は、新たな事業に取り組むだけの人員が確保されていないため、肥料供給に事業を集中している。例えば、同じ生産資材である農薬供給も考

えられるが、それには地方政府への登録が必要であり、肥料と比べれば農薬の知識は専門性を伴うものであるため取り扱っていない」とのことであった。また、農産品類販売については「農民合作社（龍頭企業）が行っていること、かつ生産者の庭先価格には、時々市場価格に一定額が農民合作社によって上乘せされていることから、取り組む優位性がなく農産品類販売は行っていない。ただし、組合員には複数の販売先と取引する場合の価格情報を提供する等して、組合員の利便性を図っている」とのことであった。

一方、作業受託は、キウイ生産の拡大や経営体の規模拡大、経営体による作業の外部委託が進んでいる結果として増加傾向にあり、22年は6,500ムー（約406ha）を受託した。受託しているのは、散水等の定期的な作業であるが、職員数が限られていることから、その作業の一部を約200人にのぼる近隣農家に再委託する等しながら対応しているとのことであった。

22年1月の中央一号文件で、供銷合作社が県レベルの物流網を整備する支援を行う旨が掲げられているが、眉県においても21年度の県供銷合作社の総会で、キウイを中心に据えた低温物流拠点を整備する見込みであることが掲げられている。また、この基層社ではキウイの加工施設の整備を検討している。基層社が施設整備を行う時、財政資金を使うことが多いが、同基層社でも財政資金を活用した整備を検討している。

(2) 2つの視点からの事例小括

取り上げた事例を先に示した2つの視点から確認した場合に指摘できることは何であろうか。第1の視点である全国的な通達がどのように基層社の取組みに反映されているかという点については次のとおりである。

この事例の状況は、全国的な通達等の資料が示す状況に合致している。21年中央一号文件で「総合改革を進め、供銷合作社が農民の農業生産・生活活動へのサービス提供の拠点」となること、22年中央一号文件では「小規模農家に焦点を当て、農業社会化サービスの発展を加速し、基層社等の団体を支援して、多様な結節点を開発し、…中略…（生産から販売にかけての）総合的な利益を向上させる」ことがあげられている。事例では、農民合作社と基層社が役割を分担して生産者を支援していた。しかしその一方で、生活物資購買を含む生活に資するサービスをほとんど提供していないという特徴があった。

第2の視点である地域の状況に即した取組みについて、事例とした基層社は販売事業にほとんど関与していないし、第1の視点で取り上げたとおり、生活に資するサービスをほとんど提供していない等、総合改革第10項に記された農民への包括的なサービスの提供、農民合作社の創設および指導から大きくかけ離れている。しかしながら、総合改革第3項では、地域の状況を考慮するという多様性も認めている。事例としてあげた地域では、供銷合作社をはじめとし

て、農民合作社等の複数の主体がそれぞれの役割を發揮し、農民に包括的なサービスを提供している。したがって、基層社単体でみれば、人員の問題もあり業務はかなり絞られているものの、郷鎮としてみた場合にはそれぞれの組織が補完しあい、農民に包括的なサービスを提供しようとしている姿がみえてくる。農産品類販売を例にとれば、生産と販売に強みを持つ農民合作社がその事業を担い、基層社は肥料供給を中心に事業を行うという役割分担がなされている。この一環として基層社は作業受託も実施しているし、基層社の利用者が行う直接販売用農産物発送のためのプラットフォームとしての機能も担っている。

おわりに

中国では三農問題に継続的に対処してきており、近年では共同富裕や農村振興に力を入れている。これらの背景にある基礎的課題の一例として、都市と農村の経済格差の是正がある。政府が供銷合作社に期待しているのもこうした基礎的課題に対処し、問題を解決していくことにある。

総合改革の冒頭で、供銷合作社は「農民にサービスを提供する協同経済組織であり、共産党と政府が三農問題にうまく対処していくために不可欠な担い手である（供銷合作社是为农服务的合作经济组织，是党和政府做好“三农”工作的重要载体）」と論じられている。すなわち、ここに供銷合作社の存在意義の一端が見いだされている。

本稿の前半部分では、全国的な供銷合作社の動向を確認した。基層社の数だけでなく、事業にかかる売上総額など、多くの数値が増加傾向にあった。もちろん、売上総額等の金額は名目値ではあるものの、供銷合作社の地道な取組みは徐々に拡大傾向にあると言って良いように思われる。日本の総合農協とは大きく異なる特徴である組織の性格について、総合改革で民主的管理等の協同組合原則に照らすことが方向性として示されているなか、本稿では全国的な動向を確認できていない。ただし、一事例にとどまるものの、本稿の後半で事例として紹介した基層社では、利用と出資が分離されており、利用者である農民が経営に関与するような状況はみられなかった。

その事例とした基層社では職員数が限られており、自らが提供可能なサービスとして、肥料購買、作業受託、農民が直接販売を行う際の出荷拠点の提供等を行っていた。したがって、農民への包括的なサービスを提供できている訳ではないが、郷鎮という地域内においては、農民合作社等と役割を分担しながら一定程度の包括的サービスを提供する姿が垣間見えた。

冒頭で述べたように、供銷合作社の動向は中国国民の関心の的となっている。その関心は肯定的な関心だけでなく否定的な関心も含まれている。その一例として、供銷合作社は過去に国営商業部門との3回の統合と3回の分離を経験しており、供銷合作社の組織や事業拡大は計画経済への復帰を想起させ、時代に合わないという意見があ

る。こうした意見がありつつも、真に農民に奉仕する組織自体の必要性は引き続き存在するであろう。総合改革には「農民」への「奉仕」という用語が含まれている。都市と農村の経済格差の是正が求められるなか、供銷合作社が総合改革をどこまで進められるかが問われている。

<参考文献>

- 陕西省人民政府办公厅（2021）「关于加快推进供銷合作社高质量发展的实施意见」
http://www.shaanxi.gov.cn/zfxxgk/fdzdgknr/zcwj/nszfbgtwj/szbf/202208/t20220808_2235757_wap.html（23年4月22日参照）
- 中共中央・国务院（2015）「关于深化供銷合作社综合改革的决定」
http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/02/content_2842180.htm（23年4月22日参照）
- 中共中央・国务院（2021）「关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见（中央一号文件）」
<http://www.cirs.tsinghua.edu.cn/document/20210224/3298.html>（23年4月22日清華大学中国農村研究院のウェブサイトにて参照）
- 中共中央・国务院（2022）「关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见（中央一号文件）」
<http://www.cirs.tsinghua.edu.cn/document/20220223/3476.html>（23年4月22日清華大学中国農村研究院のウェブサイトにて参照）
- 中共中央・国务院（2023）「关于做好2023年全面推

进乡村振兴重点工作的意见（中央一号文件）」

<http://www.cirs.tsinghua.edu.cn/document/20230214/3605.html>（23年4月22日清華大学中国農村研究院のウェブサイトにて参照）

- 青柳齊（2002）『中国農村合作社の改革——供銷社の展開過程——』日本経済評論社
- 王雷軒・若林剛志（2021）「中国の2021年中央一号文件のポイント」『農林金融』第74巻第8号、29～39頁
- 河原昌一郎（2008）『中国農村合作社制度の分析』農林水産政策研究所
- 陳曉楠ほか（2017）「中国供銷合作社の総合改革に関する考察」『農林金融』第70巻第4号、37～53頁
- 李強・福田晋・森高正博（2010）「中国供銷合作社の事業改革による合作機能の回復に関する研究——山東省J県供銷合作社の改革事例——」『九大農学芸誌』第65巻第2号、121～129頁

執筆分担

<はじめに、第1節、おわりに>

若林剛志（わかばやし たかし）

<第2節>

王 雷軒（オウ ライケン）

<第3節>

陳 曉楠（チェン シャオナン）

余 勁（ユー ジン）

蔡 嘉儀（サイ ジャイ）

李 東建（リ ドンジャン）