

中国の農業支援サービスをめぐる最近の動向

主任研究員 王 雷軒

中国では、農村部から都市部への出稼ぎによる労働力の流出や高齢化の進行により、零細農家が単独で農業生産を継続することは難しくなつつある。こうした制約を克服するため、零細農家などが自力で担えない生産工程の一部または全部を、「農業社会化サービス」（以下、農業支援サービス）の提供者が代行する取組みを政策的に推進してきた。本稿では、統計資料『中国農村合作経済統計年報（2024年）』を用いて、農業支援サービス提供者をめぐる最近の動向を解説する。

1 多様なサービス提供者の現状

中国の農業支援サービスの担い手は、農民專業合作社（農業協同組合や農事組合法人など）、農村集団経済組織、農業サービス会社、農業支援サービス專業者（家庭農場を含む）など多岐にわたる（注1）。24年末時点のサービス提供者の数は111.1万に達した（第1表）。

まず、農業支援サービス專業者は60.3万戸と最も多い主体である。そのサービス利用者数は2,600万戸、うち零細農家は2,292万戸と全体の88.2%を占め、地域密着型のサービス提供者として重要な役割を果たしている。

また、農民專業合作社は35.0万社にとどまるものの、サービス利用者数は4,711万戸と最

も多く、うち4,051万戸が零細農家であり、その比率は86.0%に達する。組合員の共同出資により広域的な会員基盤を有することが、利用者数の多さにつながっているとみられる。零細農家利用者数は、全国の農業支援サービス利用零細農家数の43.6%を占めており、サービス提供において中心的役割を果たしている。

さらに、農業サービス会社は4.5万社と比較的少ないものの、うち專業型は5,230社（11.6%）を占める。売上高は558億元（約1.3兆円）、1社当たりの平均売上高は123万元（約0.3億円）、サービス利用者数は平均438戸といずれも他の提供者を大きく上回り、機械化投資を伴う資本集約的な経営により少数精鋭で高収益を上げているとみられる（第2表）。

これらのほか、農村集団経済組織は7.9万組織に達する。そのうち仲介サービスを行う組織が1.3万組織に達し、農家と農業支援サービス会社等のサービスをつなぐ「橋渡し役」も担う。その他には、供銷合作社（注2）、サービス協会、サービス共同体があり、特に供銷合作社は参入を拡大しており、平均売上高・平均利用者数ともに農業サービス会社に次ぐ規模となっている（第2表）。

以上を踏まえると、農業支援サービス專業者は零細農家向けの地域密着型サービスの主要な担い手であり、農民專業合作社は利用者ベースで最大規模の担い手として中心的役割を果たす。農業サービス会社は機械化・高度化を背景に高い収益性を示す一方、農村集団経済組織は仲介サービスも担い、供銷合作社も参入を広げつつある。

第1表 中国の農業支援サービス提供者の概況（2024年末）

サービス提供者	サービス提供者数 (万社/戸/個)	提供者数の前年 増減率(%)	従業者数 (万人)	売上高 (億元)	うち： 零細農家 (億元)	サービス利用者数 (万戸/個)	うち： 零細農家 (万戸)
農業支援サービス專業者（家庭農場を含む）	60.3	5.0	154	346	233	2,600	2,292
農民專業合作社	35.0	2.3	412	800	509	4,711	4,051
農業サービス会社	4.5	3.1	70	558	266	1,983	1,636
農村集団経済組織	7.9	0.8	120	94	57	1,145	948
その他	3.5	△ 37.2	7	50	27	417	366
合計	111.1	1.6	763	1,849	1,093	10,854	9,294

資料 『中国農村合作経済統計年報（2024年）』をもとに筆者作成

（注） その他は供銷合作社、サービス協会、サービス共同体を含む。

第2表 サービス提供者の平均規模と零細農家向けサービスの状況

サービス提供者	1者あたりの従業者数(人)	1者あたりの売上高(万元)	1者あたりのサービス利用者数(戸)	各利用者数に占める零細農家の比率(%)	各売上高に占める零細農家からの売上高の比率(%)
農業支援サービス事業者(家庭農場を含む)	3	6	43	88.2	67.3
農民專業合作社	12	23	135	86.0	63.6
農業サービス会社	16	123	438	82.5	47.7
農村集團經濟組織	15	12	145	82.8	60.4
その他： 供銷合作社	6	44	369	87.9	54.5

資料 第1表と同じ

2 農業支援サービスの内容と最近の潮流

提供される農業支援サービスには、耕起、播種、防除、収穫のほか、育苗や乾燥なども含まれる。24年のサービス提供延べ面積は22.93億ムー（畝、1ムー≒6.67アール）に達し、うち耕起は6.12億ムー（延べ食料作付面積の34.2%）、播種は5.11億ムー（同28.5%）、防除は5.53億ムー（同30.9%）、収穫は6.17億ムー（同34.5%）であった。品質維持・向上を目的とした乾燥サービスの需要も増加しており、乾燥量は3,386万トンとなった。

近年では量的拡大から質的向上への転換が求められ、デジタル化、標準化、プラットフォーム化が政策の中心となっている。具体的には、零細農家が必要とする各生産工程に対応したサービスが拡大し、林業、果樹、畜産、水産など専門サービスも広がり、中山間地域においてもサービス提供者の育成が進められている。

（注1）中国の農村には多くの種類の組織が存在する。農村集團經濟組織（農村集体經濟組織）には、農民專業合作社や供銷合作社のほかに、農家が出資した株式形式の不動産関連企業やスーパーマーケット、建築資材メーカーや飼料メーカーなど、様々な業態の組織が含まれる。また、家庭農場とは、大規模家族経営体のことである。

（注2）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。詳細は若林剛志ほか（2023）「中国供銷合作社をめぐる動向」『農林金融』6月号を参照されたい。

（注3）詳細は、芦千文（2024）を参照。

また、サービスの標準化が進展している。標準契約書式が導入され、水稻・小麦・トウモロコシについての標準サービス規定が策定されたほか、地域特性に応じた利用規約の整備も進む。さらに、県域（中国の行政区分は省・市・県・郷鎮）でサービス情報を集約し、提供者と利用者をマッチングする総合サービスプラットフォームの構築が各地で進んでいる。例えば、山東省聊城市では31の地域プラットフォームが整備され、農業支援サービスの提供が効率化しているという（注3）。

これらのほか、農村集團經濟組織によるサービス機能の充実が進められている。仲介機能の発揮にとどまらず、零細農家とサービス提供者の間で手続き代行、作業監督、契約履行への支援なども行っている。

3 サービスの質的向上に向けて

このように、中国では農業支援サービス事業者など多様な主体がサービスを行っている。一方で、中山間地域では、農地の分散や作業効率の低さから採算性が確保しにくく、サービス提供者が定着しにくいという構造的な課題があり、サービス提供エリアの偏在をもたらしめている。こうした地域では、財政的な支援や人材育成、標準化・プラットフォーム化を通じたコスト低減など、政策面での後押しが一段と重要になる。さらに、デジタル化やスマート農機の導入により、サービスの質を高度化していく必要もある。こうした取組みを通じて、個々の零細農家であっても、規模化・標準化・デジタル化された高度な生産サービスを利用できる環境が広がりつつある。農業支援サービスは、中国の農村振興戦略を支える中核的な取組みとして、今後その役割を一層強めていくと考えられる。

<参考文献>

- ・中国農業農村部（農村合作經濟指導司編）（2025）『中国農村合作經濟統計年報（2024年）』中国農業出版社
- ・芦千文（2024）「推動農業社會化服務高質量發展」『光明日報』9月25日付

（オウ ライケン）