

農家増収の過程における農民專業合作社の取り組み及び問題点
～中国河南省の農民專業合作社を事例に～

令和 2 年度

三重大学大学院 地域イノベーション学研究科
博士前期課程 地域イノベーション学専攻

ZHANG ZHENGWEI

目次

第1章 課題と方法.....	3
第1節 研究背景.....	3
第2節 先行研究.....	6
第3節 研究課題.....	10
第2章 中国における農民專業合作社の現状.....	11
第1節 農民專業合作社發展の経緯.....	11
第2節 中国における合作社發展現状.....	12
第3章 河南省における合作社概況.....	15
第1節 河南省概況.....	15
第2節 河南省における合作社の概要.....	18
第3節 まとめ.....	20
第4章 河南省における農民專業合作社事例.....	20
第1節 商丘市H果物种植專業合作社.....	21
第2節 永城市C种植專業合作社.....	27
第3節 信陽市獅河区Q茶葉專業合作社.....	32
第4節 まとめ.....	38
第5章 おわりに.....	39
参考文献：.....	40
謝辞.....	42

The role and problems of farmers' professional cooperatives in increasing farmer's income

- A Case Study of farmers' professional cooperatives in Henan province -

Zhang Zhengwei

March 2021

1. Introduction

With the establishment of a socialist market economy, the increasing development of rural productivity, especially after China's accession to WTO, agriculture faces growing domestic and international markets. Family-run competition in the market is often at a disadvantage position in the form of decentralized management. Therefore, taking effective measures to improve the level of agricultural development has become an urgent need for the further development of agriculture. Since China promulgated the "Farmer Cooperatives Law" in 2006, the state has proposed clearly to improve the degree of organization of agricultural production. Based on this background, it is extremely urgent that how to actively guide the development of farmer cooperatives and how to transform traditional agriculture development model to achieve development model of modern agriculture to meet the needs of the market.

In this study, farmer's professional cooperatives in Henan province has been investigated. The present situation of farmer's professional cooperatives has been explained while clarifying the state of implementation of farmer's professional cooperatives in Henan province. The method of Contrast analysis has been utilized in farmer's professional cooperatives development. The purpose is to consider the role and problems of farmer's professional cooperatives in increasing farmer's income

2. Discussions

At present, there are a lot of studies on the system and management of farmers' professional cooperatives, but few people study the role of farmers' professional cooperatives in the process of increasing farmers' income. At the same time, the first research also put forward that although cooperatives are developing rapidly, there are some problems.

Through the investigation of cooperatives in Henan Province, this paper will explore what role cooperatives can play in the process of increasing farmers' income.

3. Conclusions

Based on the investigation, exploration and analysis in the past few months, some insightful findings have been made. First, before planting crops, cooperatives buy production materials at a slightly lower price than the market price, and then sell them to farmers. Moreover, the funds for these production materials can be delayed. Second, in the process of crop growth, the cooperative society employs experts and technical personnel to give free technical guidance to the cooperative members to increase the yield per unit area. Third, after the crops are harvested, they are sold to the sales companies at a slightly higher price than the market price through cooperatives.

In short, cooperatives protect farmers' interests by reducing farmers' expenses, increasing production and ensuring sales prices.

Acknowledgments

I would like to express my sincere appreciation to everyone for their cooperation in the field surveys in this paper who helps me in your busy schedule.

References

- [1] Dang guoying, Exploration and Research on new rural construction mode, Countryside, agriculture and farmers, 2007
- [2] Kong xiangzhi, Financial support and the development of farmers' cooperatives, Rural credit cooperation in China, 2007
- [3] Cao yang, Thoughts on modernization of agricultural production organization in contemporary China, Xianghu Forum on agriculture, rural areas and farmers, 2009

第1章 課題と方法

第1節 研究背景

農民專業合作社は農民の協同組合のことで、新中国が建国してから多くの地域で組織化されてきた。地域によって様々なバリエーションがあり、農業技術や農業経営に関する農民組織は「農民專業合作組織」（経済組織、技術組織を含む）と総称されてきた。2007年の「農民專業合作社法」（以下、合作社法）の施行以降、その名称は「農民專業合作社」（以下、合作社）に統一されてきている。合作社法により、合作社は「農家生産請負経営を基礎にして、同類の農産物生産経営者、あるいは同類の農業生産経営サービスの提供者と利用者が自発的に連合し、民主的に運営する互助的な経済組織である。」と定義されている。

21世紀に入り、中国の農家は国内市場と国際市場の2つの競争圧力に直面し、農業収入の伸びが鈍り、三農問題の中でも中心的な課題となっている。農家の市場での競争環境を改善し、農民の収入を増やすために、中国政府は農業政策を、「多く与え、少なく取り、自由化・活性化させる」との方向に転じている。また、農民が連携して専門協同経済組織を発展させることを積極的に支援している。

2004年から、中国共産党中央委員会と国務院が毎年初めに発表している「中央第1号文書」では、17年間連続で「三農（農業、農村、農民）」問題が取り上げられ、政策・制度の面において、農民の所得増加促進のため、各種具体的な措置を公表されている。その三農問題を最初に提起した温鉄軍（中国農業経済学会副会長、中国人民大学・農業・農村発展学院院長）は、「三農問題を解決するために、農家収入を守り、農村社会・農村文化・郷土文明の復興を目指していきたい」と表明した。このように、三農問題は、農家増収に代表される農業問題であり、農民の所得確保が一つの指標であるが、農民の集団化生産を強めることもその解決策の一つと考えられている。

2006年10月に全人代常務委員会を通過し、2007年7月に施行された農民專業合作社法は合作社の法律基礎である。この合作社法では、他国の協同組合法と同様に、加入・脱退の自由、民主的管理、利用高配当の原則、一人一票の原則等が規定され、政府は合

作社の発展のために指導を行うとされている。

農民專業合作社は農民の協同組合のことで、1980年代から多くの地域で組織化されてきた。地域によって様々なバリエーションがあり、農業技術や農業経営に関する農民組織は「農民專業合作組織」と総称されていたが、2007年の「農民專業合作社法」の施行以降、その名称は「農民專業合作社」に統一されている。合作社法により、合作社は「農家生産請負経営を基礎にして、同類の農産物生産経営者、あるいは同類の農業生産経営サービスの提供者と利用者が自発的に連合し、民主的に運営する互助的な経済組織である」と定義されている。

1.1 三農問題

中国では、1990年代に「三農問題」（農民、農村、農業問題の略称）が提示され、その後、この問題の解決は、中国政府にとって重要な課題のひとつになる。同時に、中国東南沿岸部で実際に起きた農業産業化経営は、三農問題の解決策の一つとして認識されている。農業産業化の進展に伴い、それを実現させる方式である産業化経営も変化しつつある。政府は三農問題の中核である農家の利益を守り、農業産業化における農家の主体性を反映させるとしている。

中国の農業に関して頻繁に取り上げられる「三農問題」とは、「農業問題」、「農村問題」、「農民問題」の総称である。中国の「農業問題」とは、基本的に農業部門の低生産性であり、次の「農村問題」は、都市地域と比較するとインフラ整備水準・教育水準・医療水準等が著しく低いことである。最後の「農民問題」とは、前述の2つの基

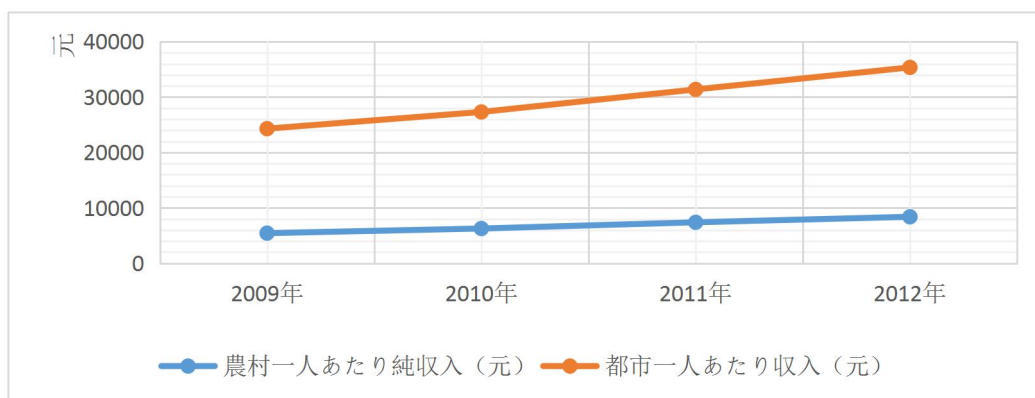


図1 都市と農村住民の所得の推移 出典：中国国家统计局全年データにより作

本的な問題によって、農民の就業や生活が困難に直面し、権利が不当に保障されない

状況に置かれている問題を指している。

そこで、中国政府は農民所得増加を農村政策の主要任務とするようになった。政府は三農問題の解決のため、農業税を廃止するとともに、農家に各種の補助を実施し、農業・農村のインフラ整備などに進めてきたが、図 1 に示されるように、都市住民と農村住民との所得格差は3倍以上に拡大している。

1.2 農産物最低買付価格政策

農産物最低買付価格政策は、中国の農業生産者の所得増加促進政策のひとつである。農民の所得増加への期待を高め、食糧生産意欲を上げるために、『食糧流通体制改革の更なる強化に関する意見』（国務院、2004年5月）を踏まえて、2004年7月に国家発展改革委委員会、財政部、農業部、国家食糧局、農業発展銀行、中備糧会社は『2004年糶最低買付価格実施予備案の印刷・配布に関する通知』を公布した。また2006年5月に、国家発改委、財政部など6政府部門・機関は共同で『2006年小麦最低買付価格実施予備案の印刷・配布に関する通知』を公布している。こうした結果、2008年以降、最低買付価格政策を実施する省・自治区が拡大されている。

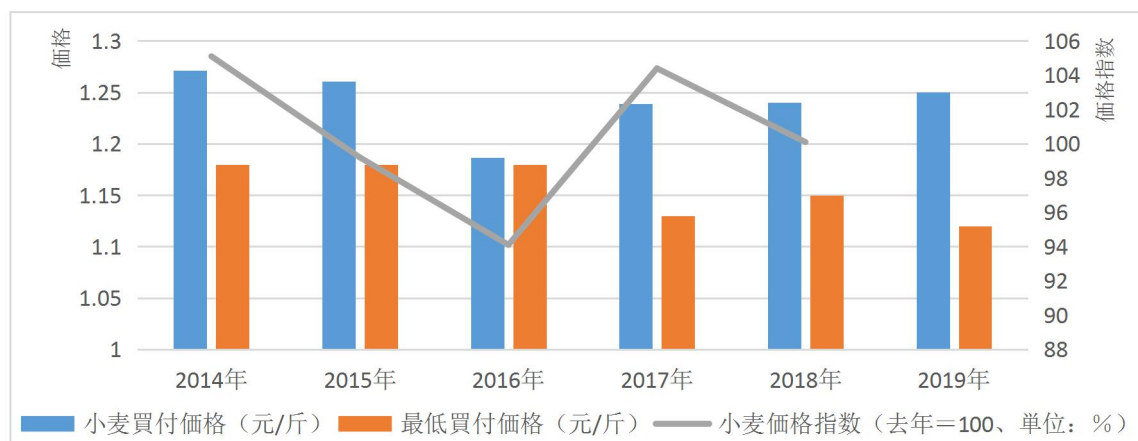
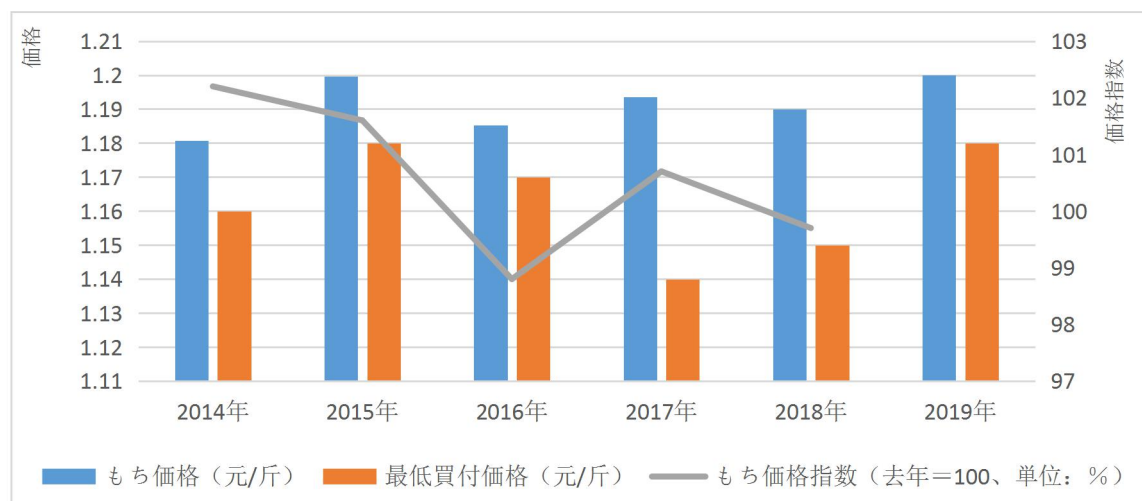


図2 小麦買付価格推移 出典：『最低買付価格実施予備案』（各年版）及び中国統計年鑑を基に作成

具体的な政策内容は、以下のとおりである。市場価格が最低買付価格より高い時には政府は関与しないが、市場価格が最低買付価格を下回った場合、市場供給を確保し、農民の利益を保護するために、地方政府は食糧最低買付価格の実施を決定する。その場合、食糧買取企業の買付価格は政府が規定した最低買付価格以上とされている。また、国務院が指定した国有食糧企業だけが最低買付価格で買い付けることができるとされている。

このため、国有企業以外の企業においては、最低買付価格以上での買付を行う意欲が著しく低下している（図2、3）。すなわち、最低買付価格政策は農産物市場の安定と合理的な価格水準を維持できたが、農家増収の面において効力は低いことが理解できると考えられる。



農産物生産者指数=今年価格/去年価格 X 100 1斤=0.5kg

図3 もち買付価格推移 『最低買付価格実施予備案』（各年版）及び中国統計年鑑を基に作成

以上の経緯から、中間買収者と直接に繋がる農民專業合作社の介入による、情報の非対称性問題と低生産意欲問題の解消が期待されるようになった。

第2節 先行研究

協同組合の定義については、1995年の国際協同組合同盟(International Co-operative Alliance、ICA) 第31回大会の「協同組合のアイデンティティに関するICA声明」で明確にされ、「協同組合は、人びとの自治的な組織であり、自発的に手を結んだ人びとが、共同で所有し民主的に管理する事業体を通じて、共通の経済的、社会的、文化的なニーズと願いをかなえることを目的とする」と表明された。Robert Owen (1817) は『貧困の原因と対策に関する報告書』で、合作社を通じて、失業問題を解決することを主張するとともに、アメリカで“ニュー・ハーモニー”公社を創建している。当該公社では生産資料共有、権利平等、民主管理等が規定された。

農民專業合作社と農村合作經濟組織の関係については、中国農業農村部のデータによると、農村專業合作經濟組織は、「生産經營合作」「生産服務合作」「專業協會」の3つに分類されている。第1の「生産經營合作」は「農業生産合作社」と「農村商工業等合作社」に分けられる。また、第2の「生産服務合作」には「農業サービス事業合作社」に相応する。そして、第3の「專業協會」には、「農民專業協會」と「農民專業合作社」「株式合作制企業」が含まれる。したがって、農民專業合作社は農村專業經濟組織の一部と位置付けられる。中国国内では、単純な農民專業合作社に注目した研究が少なかったが、農村合作經濟組織での必然性や特徴・發展方向・組織形式・組織制度・運営方式などについての研究は蓄積されてきた。

2.1 農村合作經濟組織の地位と機能に関する研究

合作組織の地位及ぶ定義については、Nourse (1927) が論究している。「農業合作社の法的地位」において、合作社が農業における大規模組織を作り出す手段であるとしている。Richard Phillips (1953) は合作社について、「企業あるいは家計の集団であり」、それは経済的団体であり、経済的活動を行うと定義している。このほか、經濟組織成長の過程の分析を通じて、ALLan と Scott (1986) は外部の競争圧力と組織内部の改革は組織成長に影響することを明らかにしている。

中国国内では、農村合作社組織の地位と機能については、黄祖輝(2002)、林堅・王寧(2002)、池澤新(2003)、国魯来(2003)らの研究がある。そこでは、農村合作社における市場經濟化への具体的対応の整理から、組織化による取引コスト低減、生産調整のほか技術普及などの機能が明らかにされている。

2.2 農村合作經濟組織發展の必要性に関する研究

農村合作經濟組織發展の必要性については、農民專業合作社が政策的に推進される以前から中国国内でも研究が蓄積されており、その代表的なものが繆建平(1999)、山東省社会科学院(2000)、李炳坤(2000)、張曉山(2000)、苑鵬(2003)などである。これら研究に共通するのは、中国における急速な經濟成長において中小零細農家が取り残されていることへの問題意識と、その克服の方策として農民の組織化＝農民專業合作社が要請されることである。WTOへの加盟(2001年)を契機してその問題意識はより強くなり、大規模・企業的農業經營や輸入農産物との競争が現実となってからは、農業産

業化経営をも視野に入れた研究が蓄積され、苑鵬の研究では農民專業合作社が農業企業化において不可欠であると位置付けられている。また、林堅・王寧(2002)や池澤新(2003)は農村合作經濟組織が一般的な取引より取引コストが低く、企業より管理コストが低位であることを示している。

2.3 その他の農村合作經濟組織に関する研究

農村合作經濟組織の制度構造の不足を明らかにするために、曹陽(2009)は現行制度を分析して、農村合作經濟組織の制度構造は政府主導の制度構造と民間の自発的制度構造に分けられるとした。当面の農村合作經濟組織を見てみると、主に流通の協同・生産の協同と技術の協同があるが、それと同様に信用の協同は必要であるにもかかわらず、未だにあまり見られていないと述べている。

曹利群(2009)は、現行の合作組織形式の資金問題に注目し、農村合作經濟組織の発展における最大の問題が資金不足にあること、その克服のためには、協同組合原則を厳守した上で、資本を導入しなければならないことを明らかにし、それにより農村合作經濟組織の經濟効果が最大限發揮されると結論づけている。

2.4 農民專業合作社の機能と意義に関する研究

黃祖輝(2002)は、事例調査に基づき、農民專業合作社には、①組織化により農家の市場地位を改善する、②市場・公共機関が提供しないサービスを提供する、③農業生産を市場經濟により良く適応させ、リスクを回避する能力を強める、という3つの機能があることを示し、地域での雇用増大と所得向上に資すると結論づけている。

趙泉民・李怡(2007)は、農民專業合作社が設立される契機が地縁・血縁を基礎とした「特殊な信頼」関係にあること、換言すれば協同の対象及び範囲に限界があることから、最終的には協同組合組織としての発展が制約されることを明らかにしている。

河原昌一郎(2007)は、農業共同化機能及び組織・企業形態の分析・解明という観点から、中国農村合作社制度の独自性と特色の解明を目的にその通史的研究を行った。ここでは農家の水平的な結合を基盤とした農民專業合作組織が行う販売・購買・指導事業が、規模的な經濟をもたらすことを指摘している。同じく、農民專業合作社における協同組合的性格の析出を試みた青柳齊(1998)は、事例調査から以下の2つの結論を導き出している。ひとつは、農業および関連産業の内発的な地域振興という經濟的意義であ

る。もうひとつは、政府の政策を現場レベルで実現しつつ、農家の集团的自治機能の形成や貧富の格差を是正する互助社会の主体的形成という社会・政治的意義である。

大島一二（2011）は、農民專業合作社の發展状況を解明することを目的に、合作社の効果と組織としての目的に注目して事例調査を行なっている。そこでは、農家所得の向上と農業生産効率、流通効率の向上を目標に改革に取り組んでおり、それによる効果もあがりつつあることが確認されたほか、事例調査結果から、企業の傘下から自立し、自らのブランドを形成し、農民の利益を守ることが農民專業合作社の重要な目的の一つであると結論づけている。

2.5 農民專業合作社の發展状況に関する研究

寶劔久俊（2015）は、中国の農業調整問題と農業産業化に注目して、中国における農業経営の変容の把握を試みている。農業労働者の高齢化・女性化という「三ちゃん農業化」が進行し、新しい農業技術・品種導入や農業経営の大規模化を阻害する要因となる可能性が高く、農業所得の相対的な低さが農村世帯間の所得格差拡大をもたらし、潜在的に能力のある農業生産者の農業部門への参入を妨げる可能性があることを明らかにしている。

農民專業合作社と企業との関係に注目した研究に、北倉公彦（2008）、成田拓末（2011）、浅見淳之（2013）がある。北倉は、農業産業化政策により流通・加工企業の農業分野への参入を促進することで、企業が持つ資金、技術、情報などを活用することができる一方、参加する農家群が企業に依存せざるを得なくなる危険性を指摘したうえで、農民專業合作社法がその危険性を解消して農家の企業への対応力を強化し、企業の發展と農家所得の増加という二つのメリットを両立させる軌道を設定していると評価している。これに対して浅見は、農民專業合作社が購買・販売・指導を統一して行う点で日本の農協と同様であるが、農業産業化による産地形成の動きの中で、企業、大規模農家、商人が出資の面で主導する組織が主流になっていることを明らかにしている。協同組合と資本という相反する性格を有する存在が一つの組織に存在することの整合性に注目した成田拓末（2011）は、事例調査結果から、農民專業合作社が、商人（資本）による小農支配の排除を目的とした農産物販売組織であるものの、協同組合的運営は必ずしもすべての合作社で發揮されているわけではないことを明らかにしている。

2.6 農民專業合作社に対する政府の役割に関する研究

中国における農村金融制度の不備や農民の資金調達能力の低さに起因する、農業生産基盤の不備や農民間での生産規模格差の拡大、市場メカニズムの農村及び農産物市場への急速な浸透という、農民や農村合作社組織のみでは対応が困難な問題については、孔祥智（2007）、趙曉峰（2007）、姜裕富（2007）らの研究において、政策・制度による強力な介入のみならず、資金支援を含めた対応が不可欠であることが明らかにしている。これに対して政府による介入は、他方で農家間での協同の障壁となることを党国英（2007）は指摘している。

第3節 研究課題

上記で整理した既存研究においては、農村合作經濟組織について広範な視点による検討・分析が図られ、農村合作經濟組織の定義、農村合作經濟組織と政府の関係のほか、農村合作經濟組織に関係する政策目的と課題、農家の農村合作經濟組織への参画における意識・能力などが明らかにされてきた。しかしながら、以下の点において課題が残されている。

中国では2007年末の農民專業合作社数は、わずか2.6万社であったが、2017年9月末には196.9万社に達しており、中国における農民專業合作社は急速に中国農村に普及したことを理解できる。しかしながら、合作社には内部資料の非公開、コミュニケーション不足などの問題が残されている。さらに、これに起因して合作社が農家の利益を守ることができるのかという疑問も生じている。

本研究では、河南省の農民專業合作社へのヒアリング調査に基づき、農民專業合作社が農民の利益を代表して事業するうえでの課題について、具体的な取り組み内容の整理から析出することを研究課題とする。

第2章 中国における農民專業合作社の現状

第1節 農民專業合作社發展の経緯

中国政府は中華人民共和国建国以来、中国農村の發展に重心を置き、農村經濟合作組織についても、様々な改革をしている。

時期	政策
1951年12日	中央政府は「農業生産互助合作に関する決議（草案）」を公布し、自願互助・民主管理原則に基づき、農家集団で単独經營の基礎の上に共同労働を組織する農業生産互助組を設立することを提唱した。
1953年12月 16日	中央政府は「農業生産合作組織の發展に関する決議」を発表し、互助組を基礎にして、土地の出資と統一經營をする初級農業生産合作社の設立を提唱した。
1955年10月 11日	共産党の第七期六中全会で「農業合作化問題に関する決議」が公表され、初級社を基に、土地および主要生産手段を集団化した社会主義的高級農業生産合作社の設立が加速されるようになった。
1958年3月	「小型農業合作社を適切に大社（大型合作社）に合併するに関する意見」が可決され、全国各省は高級社を大社に合併するよう進めていた。
1958年8月	「中共中央が農村で人民公社を設立するに関する決議」を公布した。
1960年11月	人民公社などの体制を調整する「整風整社」運動を展開した。
1962年9月	本採算單位が生産隊に修正された「農村人民公社工作条例（修正 草案）」が採択され、人民公社の制度に関する調整は終了した。
1978年	中共第十一期三中全会以降、經營体制の變化が管理体制の變化をもたらし、「政社合一」が「政社分離」に代わり、人民公社は解体するようになった。
1982年1月1日	農家經營請負制（家庭聯產承包責任制）が実施された。この制度は再

日	び農家が農業生産における役割を確立し、また農村合作経済が協同組合原則に沿って発展する条件と環境を整った。
2004年2月8日	「農民の収入増加を促進するためのいくつかの政策に関する党中央委員会・国务院の意見」が「一号文件」として公表された。
2006年10月31日	「中国農民專業合作社法（以下、合作社法）」が決定して、2007年7月1日に実施された。

このような改革を経て、2006年に開催された中国第10期全国人民代表大会第24回会議では、「合作社法」に基づき農民專業合作社（以下、合作社）の企業法人としての地位が明確にされ、合作社の組織形式と行為について明確な規制が定められた。

第2節 中国における合作社発展現状

2.2.1 合作社の展開

中国農業発展報告によると（図4）、2007年末の合作社数は、わずか2.6万社であったが、2019年10月には220.3万社に達した。2007年末時点の登録資本は1.26兆円だったが、2015年末には登録資本は47.6兆円に達した。2007年末時点の農家組合員は1,000万戸だったが、2017年9月末には、1.4億戸余りに達し、中国の全農家戸数の半分以上を占める。このように、農民專業合作社は急速に中国農村に普及したことがわかる。

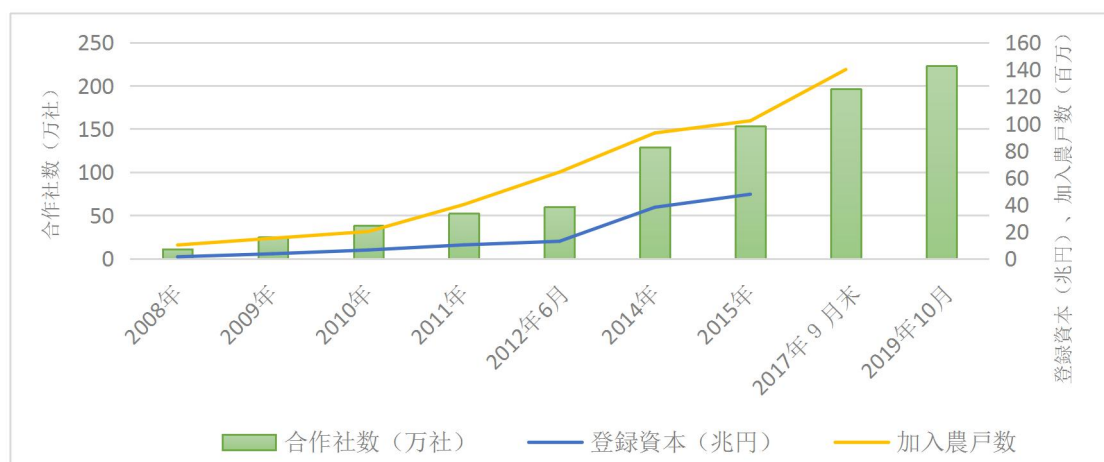


図4 中国における合作社成立概況 出典：中国農業発展報告

	省別	データの時間	合作社数
1	山東省	2020. 02	210, 336
2	河南省	2018. 12	184, 464
3	河北省	2016. 12	108, 981
4	江蘇省	2018. 12	105, 000
5	四川省	2019. 12	103, 605
6	安徽省	2019. 07	103, 446
7	甘肅省	2017. 12	83, 600
8	内モンゴル自治区	2016. 12	77, 710
9	吉林省	2016. 12	75, 760
10	湖北省	2016. 12	70, 245
11	遼寧省	2019. 06	68, 184
12	浙江省	2016. 12	65, 000
13	湖南省	2016. 12	64, 459
14	江西省	2017. 06	53, 965
15	山西省	2012. 12	49, 711
16	黒龍江省	2016. 12	49, 098
17	貴州省	2016. 12	46, 786
18	広東省	2017. 12	45, 000
19	広西自治区	2017. 08	43, 889
20	雲南省	2016. 12	42, 258
21	福建省	2016. 12	34, 200
22	新疆自治区	2019. 12	26, 424
23	重慶市	2014. 12	22, 260
24	陝西省	2012. 01	15, 438
25	海南省	2016. 12	15, 147
26	北京市	2016. 12	7, 168
27	青海省	2012. 12	3, 820
28	上海市	2010. 09	3, 454
29	天津市	2012. 01	2, 949
30	寧夏自治区	2010. 11	2, 333
31	チベット自治区	2012. 12	980
32	台湾省	—	—
33	香港行政区	—	—
34	マカオ行政区	—	—

表1 省別合作社数 出典：各省統計局及び中国第3次農業状況調査報告

省別に見ると（表1）、合作社数が最も多いのは山東省で約21万社、次いで河南省、河北省の順になっている。北京市・上海市などの面積が小さい直轄市を除いて、経済発展が遅れている地域や伝統的な農業地域が多い、中国東部に、专业合作社の数が多く存在していると理解される。経済発展が遅れる西部地域においては、专业合作社の資金調達が困難であることは容易に推察されることから、政府の支援が不可欠であると判断される。

2.2.2 合作社の種類

業種別構成比の観点から見ると（図5）、2017年における合作社の割合は、耕作業が842,951社、全社数の53.97%を占め、その内訳は食糧生産業が38.47%、野菜生産業が17.44%である。畜産業が370,616社、全社数の23.73%を占め、その内訳は養豚32.57%、乳業が4.33%、養牛業が23.32%である。林業が91,820社、全社数の5.88%を占め、サービス業が123,240社、全社数の3.27%を占め、その他が7.89%となり、耕作業と畜産業の2業種のみで70%以上を占めており、広義の農業生産部門が主であると理解できる。

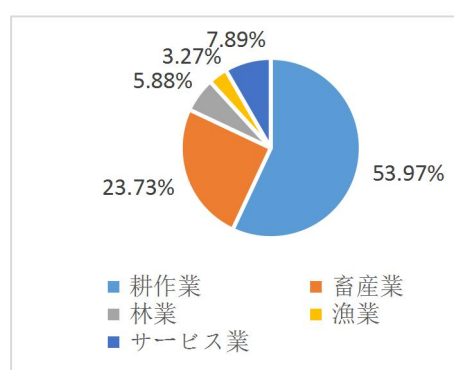


図5 各業種合作社の割合 出典：中国農業統計資料 2017

発起人身分	比率	社数 (社)
農家	85.33%	1,332,841
村幹部	12.25%	191,305
企業	2.45%	38,201
農業技術組織	1.55%	24,154
その他	4.83%	75,463

表2 発起人身分により、合作社の割合 出典：中国農業統計資料 2017

発起人身分から見ると（表2）、農家から発起したのは133,2841社、総数の85.33%を占め、村幹部が発起したのは191,305社、総数の12.25%を占め、全体の95%以上を占めている。資料によると、合作社は以下の2タイプに区分することができる。農産物の生産者と利用者が結成する合作社、及び農産物生産者と非農産物生産者が共同で結成する合作社である。そこに共通することは、規模の経済性を追求した

規模拡大と農産物の高付加価値化を図るための資金調達や技術獲得・蓄積において、個々の生産者では限界があることである。企業や農業技術を主体とする合作社はまだ少なく、企業と農業技術組織は合作社に参入する意欲も低いであると推断できる。

事業内容	比率	社数(社)
生産	28.67%	447,844
加工	1.96%	30,645
販売	5.87%	91,724
生産+加工+販売	53.12%	829,764
貯蔵	0.88%	13,787
その他	9.49%	148,200

表3 合作社事業内容比率 出典：中国農業統計資料2017

表3からも明らかなように、生産から販売まで、全過程に参入するのは全社数の半分以上を占め、単一事業をしている合作社は総数の半分にも満たないことから、農産物の流通を全面的に把握する意欲が高い傾向にあると判断される。

2.2.3 まとめ

中国政府は、三農問題克服を目的に合作社を中心とした共同組織の設立を促進してきた。そこでは、企業と農家や、大規模農家と中小規模農家による協力・協業による農家収入向上が期待されているが、都市部の産業化や農村の非農業部門の発展によって、非農業部門就業者が増加する一方、大規模生産農家や高付加価値農産品を生産する農家が増加するなど、合作社に求められる機能も多様化しつつある。同時に、その地域も伝統的な農業地域から全国へ広がりつつある。

こうした経緯を反映して、合作社は単なる生産活動の協業化のみならず、その活動範囲を講習会等の開催による技術普及（知見獲得・蓄積のための活動）、生産資材の共同購入や加工・流通まで広げるようになり、全体の半数以上がその機能を担うに至っている。

他方で、合作社の多くは農民が中心となった組織であり、企業や農業技術者を主体とする組織はわずかで、急速な拡大は見込めない状況となっている。

第3章 河南省における合作社概況

第1節 河南省概況

河南省は中国の34省の一つであり、全体には広大な平野があり、北部は黄河の下流に位置し、南部は淮河流域に位置する。中国において代表的な畑作農業地域であり、中国の食糧庫とも称されている。2018年の人口



調査では、河南省全省1億906万人の内、農業戸籍は約全省人口の半分を占めていることが分かった。全国の平均59%をはるかに上回る純農業地域であり、主な栽培作物は小麦、トウモロコシ、綿花、タバコなどである。河南省は、木綿、小麦、ゴマ、タバコなどの農産物の生産量が国内1位であり、牧畜業も発達していて、酪農や養豚・養鶏など畜産業でも国内で大きな割合を占めている。黄牛、山綿羊、豚などの飼育頭数は、全国の上位を占めている。省内の各地にはブランド農業産品が豊富である。信陽の“毛尖”茶、豫北の“四大漢方薬”（懷山薬、懷生地、懷牛膝、懷菊花）、靈寶のリンゴ、開封の西瓜（スイカ）、民権のブドウ、新鄭の鶏心棗（とうしんなつめ）、滎陽の柿などが有名である。

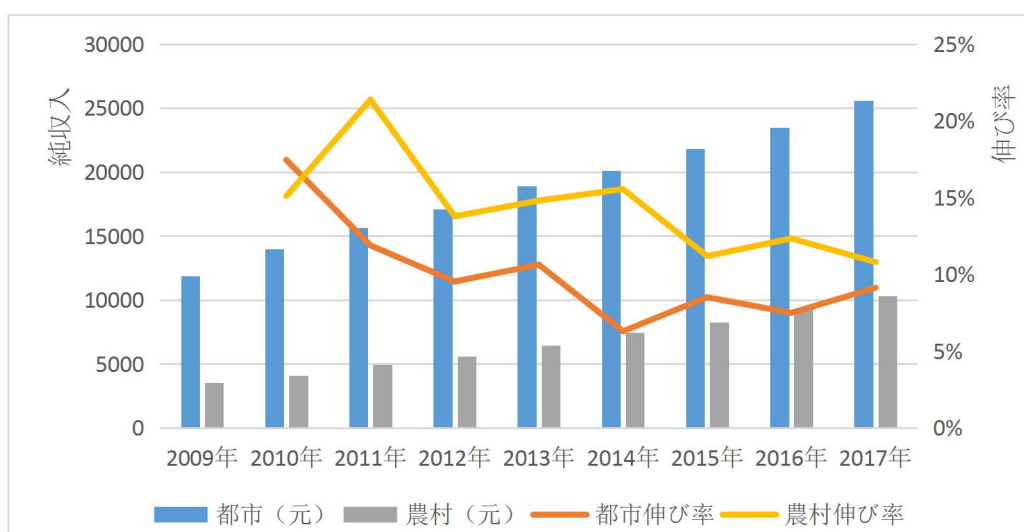


図6 河南省都市と農村純収入及び伸び率

出典：中国国家统计局

図6に示されるように、2009年以降の河南省住民の純収入は平均で最低でも年10%以上増加している。2014年には都市住民の純収入が20,000元に達した。また、2017年には農村住民の純収入も10,000元に達している。

都市と農村の収入格差は依然として解消していないが、農家の収入を引き上げることによって、都市との間の格差を縮小させることが河南省政府の重要な課題の一つである。河南省のある中国中部地域経済発展のため、中国中央政府が計画した12次5ヵ年計画（2011年-2015年）において、河南省が主体として進めている中原経済圏を推進させる



ことが明記されている。これは河南省全域、河北省、山東省、山西省、安徽省の一部を加えた経済圏のことである。総面積が28.9万平方キロメートルであるこの経済圏の域内人口数（17年末）は1億6529万人であり、全国の12%を占める。中原経済圏を設立

図7河南省“十三五”鉄道規画図 出典：中国鉄道総会社
創設し、豊富な鉱物資源を利用した産業の育成、物流機能、産業の育成と発展などを目指すことにある。

する目的は食糧生産モデル地域の

河南省における発達した交通網（図7）は高効率な農産物流通チェーンの基礎である。河南省は中国の中部地域の重要な鉄道交通の中核である。京広線（北京－広州）、隴海（連雲－蘭州）、京九線（北京－香港九竜）などの鉄道が縦横に交錯するほか省を東から西へと横断し、江蘇省の連雲港からオランダのロッテルダムに至るユーラシア横断鉄道もある。省会鄭州は京広線と隴海線の交差点にあり、ユーラシア横断鉄道の東部区間の最大の旅客・貨物輸送の中継地である。鄭州北駅にはアジア最大の操車場があり、貨物取扱能力が高く、機械化水準も世界の先進水準に達している。河南省の省会鄭州市にある鄭州駅は全国唯一の各省省会に直達できる駅である。

四方八方に通じる高速道路網が形成され、9本の国道幹線（縦5本、横4本）が東西南北に向かって整備されている。省全域で自動車道路が6万4453キロ開通している。高速道路の開通距離は1,000キロを超えている。

第2節 河南省における合作社の概要

2.1 合作社の社数と類型

2010年の河南省における農民專業合作社数は僅か1.9万社であった（図8）。2010年以降、合作社の増加率は一貫して減少傾向にあり、2018年には10.28%まで低下した。

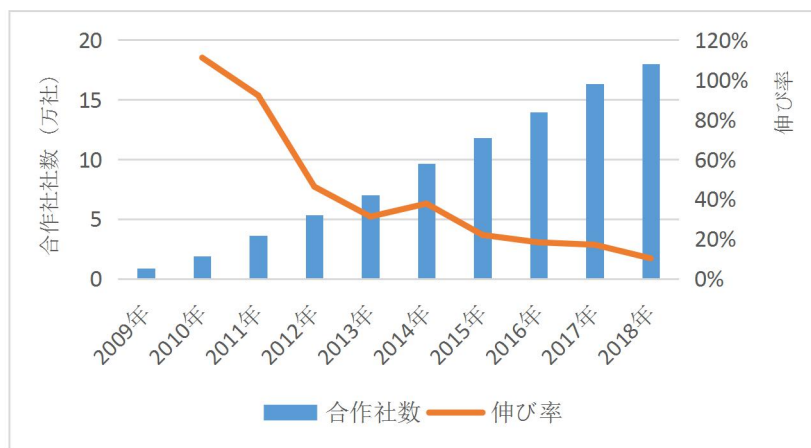


図8 河南省合作社社数及び伸び率
出典：河南省統計局

一方、合作社の総数が右上がり、2018時点で全省の合作社総数

は18万社

に上回った。

2010年における農民專業合作社の割合（図9）は、耕作業が49.6%、畜産業が33.7%、林業が4.5%、農業機械及びサービス業が5.1%、その他が6.7%となっており、耕作業と畜産業の2業種のみで80%以上

を占めていることが明らかになった。

2013年（図10）には、耕作業が37.20%、畜産業が27.6%、林業が19.10%、農業機械及びサー

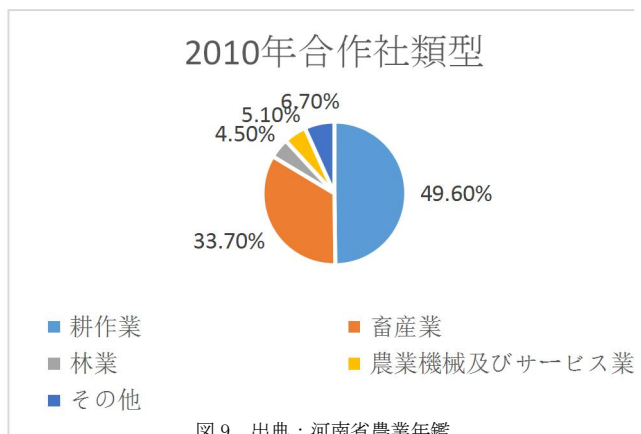


図9 出典：河南省農業年鑑

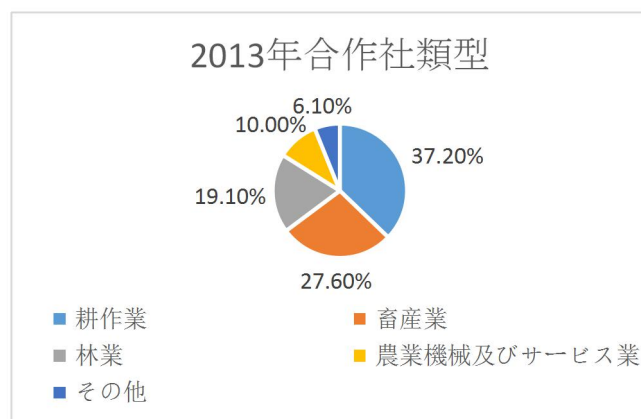


図10 河南省2013年合作社類型
出典：河南省農業年鑑

ビス業が10%、その他が6.10%を占めた。

2.2 示範合作社の現状

2020年10月に河南省S市農業農村局に働いているC氏に斡旋を依頼し、詳しい合作社名を伏せた上で、省級示範社の811社の基本資料を調査した。

	項目	数量	比率
設立年限	1年以下	39	4.82%
	1-3年	234	28.82%
	3-5年	409	50.47%
	5年以上	129	15.88%
合作社規模	20戸以下	341	42.03%
	21-60戸	253	31.20%
	61-100戸	167	20.59%
	100戸以上	50	6.18%
指導組織	あり	332	40.88%
	なし	479	59.12%

表4 河南省示範社基本状況 聞き取り調査より筆者作成

聞き取り調査の結果(表4、5)から、以下のことがまとめられる。

(1) 示範社の設立年限について：大半以上の示範社は1-5年である。ただし、設立直後に示範社になる合作社もある。

(2) 合作社の規模について：加入戸数から見ると、60戸以上の合作社は全体の3分の1未満である。70%以上は依然として小規模な状況にある。

(3) 指導組織がある合作社と指導組

織がない合作社の割合はほぼ同じである。

(4) 全体の4分の1の合作社

では中長期の発展計画があるが、その他の合作社ではこれが確認されない。中小規模などでは中長期計画を作ることが難しいと推察される。

(5) 資料の内部公開及び適時なコミュニケーションは、民主管理の前提条件である。調査段階では、資料の内部公開の比率は70%近くに達しており、1年あたりコミュニケーション回

項目		数量	比率
中長期計画	あり	196	24.14%
	分からない	406	50.01%
	なし	209	25.85%
管理方式	民主管理	518	63.82%
	リーダー管理	293	36.18%
資料内部公開	はい	565	69.71%
	いいえ	246	30.29%
コミュニケーション回数 (1年あたり)	2次以下	376	46.28%
	3-5次	369	45.49%
	6次以上	66	8.13%

表5 河南省示範社基本状況 聞き取り調査より筆者作成

数が3回以上のある合作社の比率も半分以上となっている。とはいえ、内部資料非公開の組織が30%以上あり、コミュニケーション回数が年2回以下の総会が開催される程度となっている組織も46%もあるなど、（公開される資料の内容・水準やコミュニケーションの質も問われるが、コロナ禍での制約から調査不可能であったため、ここでは割愛する）民主的管理の観点から十分とは言えない組織も少なくない。

第3節 まとめ

河南省は広大な平野を持ち、豊かな農業資源に恵まれている。全省1億906万人の内、農業戸籍は約全省人口の半分を占めていることから、河南省の農家が富裕になることが、河南省全体が富裕になると言っても過言ではないと考えられる。一方で、河南省は中国でも有数の交通網が整備されている。別の省よりも固く農業発展の基盤を持っていると思われる。

河南省の合作社は、単純な大規模農業生産から多業種連携や産業化経営モデルへと変化していることが推察される。しかし、中長期の発展計画を有していない組織が4分の3程度存在するばかりでなく、民主管理の前提条件である資料共有や相互のコミュニケーションが不足するなどの組織も少なくなく、河南省の農業発展において、合作社が克服しなければならない課題は多い。

第4章 河南省における農民專業合作社事例

本章では、河南省における農民專業合作社のH、C及びQを事例として、聞き取り調査と農家のアンケート調査に基づき、その展開過程と事業内容、合作社員の生活水準の変化を明らかにする。H社は大規模農家による設立ながら、調査時の社員数は30人と比較的小規模であった。これに対してC社は、H社と同じく大規模農家による設立であり、設立当初の社員数は26人と比較的小規模であったものの、調査時には150人にまで拡大して大規模な合作社となっていた。Q社は、農村經紀人(jing ji ren)といわれる仲介商人により設立された合作社で、C社と同様に設立以降に急速に合作社員数を増大させて、

大規模な合作社となっている。ただし、生産者以外が設立した点と、設立の中心となったH氏の出資割合が出資額全体の3分の1以上を占める点で、HやCとは異なっている。なお、中小規模の農家によって設立された合作社は、コロナ禍による調査の制約によって本章での考察の対象外とせざるを得ないが、いずれの事例も河南省に立地する合作社としては、合作社の事業内容と発展水準から優良事例と位置付けられている。

第1節 商丘市H果物种植专业合作社

4.1.1 H合作社の概況

商丘市は中国における有数なスイカ生産地であり、“スイカの郷”と呼ばれており、河南省におけるスイカの最大産地として注目されている。その中のX県は、スイカの栽培がとりわけ進んでおり、スイカの栽培規模が比較的に大きいと言われる。過去のスイカの販売価格が低く、農民の所得水準は低い状況にあったが、2014年には利益のより大きいスイカ品種を導入して、新たな栽培方法も進んでいる。そこで、中国農業部は“夏

H 合作社概況	
類型	大規模農家型
設立主体	大規模農家
リーダー身分	大規模農家
所在地	河南省商丘市
成立時間	2014. 06. 23
出資金（元）	150 万
合作社員数	15 人から 30 人になる
栽培規模	100 ム
理事会	3 人から 6 人になる
合作社員総会	年 2 回
選挙	一人一票
経営種類	農産物、果物など
事業内容	①スイカの販売 ②生産資材供給 ③スイカ生産技術の普及と指導

邑スイカ”のブランド化を行った後、地元省政府もスイカ農家とスイカ專業合作社に財政支援などの優遇政策を打ち出している。

それらを契機に、15人の大規模スイカ農家によって、商丘市H合作社が設立された。その内、独自の販売ルートを持つ農家経営者4人と、大規模農家6人の、合わせて10人は、2015年から活動が始まったX県スイカ協会に所属していた。スイカ協会はX県政府の下部組織であり、その協会の目的は新品種のスイカの宣伝、栽培技術の習得、ほかの産地への見学と交流など

の促進である。残りの参加者5人は地元の大規模スイカ農家である。

この15人は当時のスイカ品種では十分な収益を得られないという共通認識から新品種を導入し、栽培技術を勉強する目的でH合作社を立ち上げた。彼らは1人あたり10万円を出資し、合作社の出資金の合計は150万円であった。調査時では、合作社員は30名まで増加しているが、後に参加した15名は現金出資をしていない。その代わりに合作社に土地を提供している。理事3名は、合作社員による一人一票での選挙で選ばれており、大規模農家であるW氏が理事長に就任している。

4. 1. 2 H合作社の事業内容

H合作社の業務内容は、スイカ栽培技術の普及と指導、スイカの若芽・肥料・農薬・機械などの生産資材の供給、スイカの販売などである。

① スイカ若芽・肥料・農薬・機械などの生産資材供給事業

H社設立段階では、スイカの若芽・肥料・農薬・機械などの生産資材はすべてスイカ協会を通じて購入され、合作社員に供給されていた。当時、肥料・農薬・機械を大量購入していたために、市場価格より10%–15%安く提供されていたが、スイカの若芽は1個あたり1元とH社社員（生産者）からすれば比較的高価で、スイカ協会を通じた大量購入のメリットは享受されない状況にあった。しかも、このスイカの若芽は商丘市市場であまり流通してなかったため、簡単に手に入れることができない状況にあったことから、H合作社員たちは不満をもちながらも、スイカ協会から購入し続けていた。

このような状況に不満を抱いていた合作社の社員Z氏は、2015年9月にスイカ栽培をやめ、地元の農業企業で働いた友達と一緒に種・若芽販売会社（以下、T社）を創立し、省外からスイカの若芽を購入して、合作社に販売することになった。これより、スイカの若芽の価格は1個あたり1元から0.6元に下がった。また、2018年6月に、T社は若芽栽培ハウスへの投資を行い、スイカの若芽を育成できることになった。普通の市場価格が1.2元であるところに、H合作社は5,000株以上購入のため0.4元で購入できることから、H合作社は1株あたり0.1元の手数料を取り、スイカの若芽を合作社員に0.5円で提供している。ただし、農薬・肥料など生産資材については、H合作社は手数料を取っていない。なお、これらの生産資材購入代金の精算は、一般的に四半期ごとに行われるが、資金を回せない合作社員に対しては、最大半年への返済延長が認められて

いる。

② スイカ栽培技術の普及と指導

合作社員に対する技術指導については、H合作社では河南省鄭州市から高給で雇った3人の技術者が、2016年から無料で合作社員に病虫害防除等の栽培技術指導を行っている。その指導形式は、H合作社のオフィスでの勉強会と、栽培現場指導である。勉強会は、毎月2回、45分の講座、1時間の技術講習会、30分の交流会に分けられて実施されている。講座では、商丘市農業局の専門家あるいはX県の農業部門の幹部が、中国の最新のスイカ産業に関するニュースやスイカ市場の動き、及びその政策などについて講義する。技術講習会では前述した技術者が、8848の栽培・収穫における注意点、病虫害の予防と対策などを

H合作社農家設立した販売会社		
	設立時間	経営内容
A氏	2010年	地元商丘市向け スイカ販売
B氏	2010年	北京、天津向けス イカ販売
C氏	2010年	上海向けスイカ 販売
D氏	2010年	広州向けスイカ 販売
E氏	2011年	四川向けスイカ 販売

合作社員に教えている。現場指導については、技術者は月曜日・木曜日に合作社員の要求に応じて随時対応し、火・水・金に事前に決められた区域にて営農指導をしている。技術者の指導により合作社員が栽培技術の熟練度を高めているため、スイカの1ムあたりの産量は2015年の3,000kgの産出量から2016年に3,700kgに増産し、23%アップした。また交流会では、合作社員たちあるいは技術者との間でスイカの栽培に関することのみならず、生活全般の交流を行っている。

③スイカの販売

H合作社の販売事業は、スイカ協会に所属していた独自の販売ルートを持つ4人の合作社員と深く関係がある。4人はそれぞれに会社を立ち上げたのである。

H合作社の設立前に、A氏（理事）・B氏・C氏が2010年に同時に販売会社A・販売会社B・販売会社C、2010年末にD氏が販売会社D、また、2011年2月にE氏が販売会

社Eを設立した。当時はまだ合作社が設立されていなかったことから、現在、社員としてH合作社に参画する各農家は、各自で販路を開拓して販売する必要があった。しかしながら、H合作社が設立された2014年以降、この5つ販売会社がH合作社の販路として活用されることになる。

合作社員が生産したスイカはH合作社の斡旋により、市場価格より10%高い価格でその5つの販売会社に販売される。これらの販売会社は、~~が~~H合作社の年間生産量を把握した上でH合作社と全量購入の契約をしている。それに基づき、販売先の卸売市場やスーパーと契約をしている。

スイカは6月から9月に収穫される。銘柄を示すための包装は1個あたり0.1元であり、その中の0.02元はH合作社の手数料とされている。これがH合作社の収入の一部となるが、このほかスイカ販売においても手数料を徴収している。2019年の場合、スイカの平均販売単価は1.5元/kgであったが、このうちの0.05元が販売手数料としてH合作社へ支払われている。

なお、合作社員が設立した販売会社に優先的にスイカを販売することは、H合作社設立時に合作社員全員の合意を得ている。スイカ生産量が5社の販売能力を超える場合、合作社の社員となっている生産者は、スイカをほかの会社に販売することができるようになっている。

4. 1. 3 H 合作社員のアンケート調査

2020 年 11 月に、河南省商丘市農業農村局に勤務する C 氏に斡旋を依頼し、理事の 3 人を除いた上で、合作社員 10 戸に対して書面でのアンケート調査を実施した。

H 合作社員アンケート調査結果										
社員番号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
土地面積 (ムー)	15	9	16	8	5	6	12	8	5	7
スイカ栽培面積 (ムー)	10	6	13	5	5	6	10	4	5	3
家族状況 (農業をしている成員)	夫 40 代 妻 40 代 娘 20 代 息子 20 代	夫 40 代 妻 30 代 父 60 代	夫 30 代 妻 20 代 弟 20 代	夫 50 代 妻 50 代 息子 20 代 嫁 20 代	妻 60 代 息子 40 代 嫁 40 代	夫 60 代 妻 60 代 息子 40 代 嫁 30 代	夫 60 代 妻 60 代 息子 40 代 嫁 40 代	夫 70 代 妻 70 代 娘 30 代 婿 40 代	夫 60 代 妻 60 代 息子 30 代 嫁 30 代	夫 70 代 息子 40 代 嫁 40 代
学歴	中学	高校	中学	中学	なし	小学	なし	なし	小学	なし
スイカ生産コスト (1 ムーあたり、元)	580	600	680	570	580	570	590	560	570	580
スイカからの収入 (1 ムーあたり、元)	5,000	7,000	5,000	5,000	4,500	5,000	5,000	4,500	6,000	4,500
合作社に参加前の農業総収入 (元)	48,000	40,000	60,000	25,000	23,000	25,000	47,000	16,000	26,000	15,000
農家農業の総収入 (元)	54,000	45,000	67,000	28,500	25,000	30,000	52,000	20,000	30,000	17,500
増収率 (%)	12.50	12.50	11.67	14.00	8.70	20.00	10.64	25.00	15.38	16.67
スイカ収入が農業の年収に占める割合 (%)	92.59	93.33	97.01	87.72	90.00	100	96.15	90.00	100.00	77.14
聞き取り調査により筆者作成										

アンケート調査の結果は上記の表に整理されるが、その概要については以下のように要約することができる。

- ① 合作社員の年齢とスイカの栽培面積はほぼ負の相関となっている。合作社員の年齢は若ければ、スイカの栽培面積は広くなり、合作社員の年齢が高ければ、スイカの栽培面積は狭くなっていた。
- ② 農業に従事している合作社員の年齢と単位面積の収入もほぼ負の相関となっている。合作社員の年齢が低いほど1ムーあたりの収入が高くなり、年齢が高いほど1ムーあたり収入が低くなっていた。
- ③ 農業に従事している労働力の人数と収入については正の相関が観察される。農家の労働力の人数が多ければ、1ムーあたり収入が高くなる、人数は少ないほど、1ムーあたりの収入が低くなっていた。
- ④ H合作社員のスイカからの収入が総年収に占める割合は高かった。回答のあった10戸のうち、スイカからの収入が総年収の100%を占める農家が2戸、90%以上

を占める農家が6戸、70%以上を占める農家が2戸で、最低でも77.14%に達していた。

- ⑤ 学歴と収入については、正の相関が確認される。学歴が高いほど1ムーあたりの収入が高くなっていた。

- ⑥ 合作社に参画する以前と比較して、平均で15%程度の収入向上が確認された。

H合作社に対する社員の評価及び意見については、表のとおりである。本表からも理解されるように、合作社員は、合作社への参画以降における収入向上のほか、優良種や機械類の提供、知見・技術獲得、販路確保、民主的な管理（一人一票制度）とコ

H合作社に対する評価及び意見	
優良種が提供できる	全員
農業機械が調達できる	全員
栽培技術を勉強できる	全員
販路が拡大した	全員
合作社に加入する前より増収した	全員
合作社がローンを貸してほしい	全員
財務情報を社内で公開しない、公開した情報を信用できない	2, 3, 4
技術情報公開やコミュニケーションが足りない	なし

コミュニケーションにおいて高い評価をしている。ただし、本表から確認される資金融資以外に、新品種の導入や販路開拓について、一部の合作社員が要望している。

この結果、H 合作社へ社員として参画するスイカ生産者にとって、スイカ生産は主たる収入源であると同時に、H 合作社が果たしている機能（優良種や機械類の提供、知見・技術獲得機会の提供、販路確保）と民主的な管理とコミュニケーションが、当該地域での営農と発展において不可欠であると理解できた。

第2節 永城市C 种植專業合作社

4.2.1 C 合作社の概況

C 合作社の所在地は永城市演集鎮にある。永城市演集鎮の農業人口は4.1 万人、農地面積は35,000 ムーである。また、永城市は河南省東部にあり、2020 年に“全国百強県”の称号を獲得している。一方で、一次産業より、二次産業・三次産業が発達している地域となっている。農業収入より農業以外の収入が高いことから、若年労働者の90%が都市部へ流出している。彼らは農作業の繁忙期（栽培時と収穫時）にのみ帰省して作業を

C 合作社概況	
類型	大規模農家型
設立主体	大規模農家
リーダー身分	元村幹部
所在地	河南省商丘市
成立时间	2011. 10
集まった土地	300 ムーから800 ムーになる
合作社員数	26 人から150 人になる
栽培規模	800 ムー
監事会	3 人（鎮政府幹部）
理事会	6 人
合作社員総会	年1 回
経営種類	農産物、野菜など
事業内容	①農地経営 ②生産資材供給 ③生産技術の普及と指導 ④契約販売

手伝うことから、耕作放棄地が増加している。

耕作放棄地解消を目的に、元村長であるL氏は2007年に600元/1ムーで出稼ぎ農家の農地50ムーを借り、野菜の栽培を試みている。1年間の経営で1ムーあたり1,000元の利潤を得ることができたことから、2009年以降、本格的な耕作放棄地解消を目的とした農業生産に取り組むことになる。L氏は、まず永城S食品会社（以下、S会社）との契約を締結することで販路確保を図り、これに併せて村長時代の人

的ネットワークを活用して25戸の農家（計300ムー）と共同で野菜生産を行った。1ムーあたり1,500円の利潤を得ることができたことが演集鎮政府から高く評価され、演集鎮政府より合作社設立が要請された。これが現在のC合作社の礎となっている。

2011年10月、鎮政府の支援を受け、L氏を中心にC合作社が設立され、L氏は、合作社員による選挙でその理事長に選出されている。C合作社は6人で構成される理事会と3人で構成される監事会を設置し、合作社員代表大会を年2回、合作社員総会を年1回開催している。C合作社設立を支援した鎮政府は、その運営に際しても制度面からの支援を行なっている。一つは、生産効率向上を図るための規模拡大（農地集約）に関わる諸制度の整備である。二つは、鎮政府の幹部がC合作社の監事に就任することで、業務の執行状況と財産のチェックする役割を担うことである。なお、組織としての腐敗を防止するため、C合作社の規定において、鎮政府の幹部が理事に就任することが禁止されるとともに、監事には鎮政府の幹部だけが就任するとされている。

2020年11月の調査時、合作社員は150人にまで拡大していた。出資は土地株のみで、農地1ムーが1株とされている。C合作社への土地株による出資の合計は800株で、800ムーの農地がC合作社へ集約されている。そのほか、C合作社は田植え機4台、コンバイン収穫機2台、小型トラクター5台、野菜冷蔵庫2つ、オフィス1棟を固定資産として所有している。

4.2.2 C合作社の事業内容

C合作社の事業内容は（1）農地経営（2）栽培技術の普及と指導（3）生産資材供給（4）契約販売となっている。

（1）農地経営事業

農地経営事業はさらに三つに分けられる。

① 農業経営

2020年11月調査時に、C合作社が直接経営している農地は2,000ムーに達しており、土地株で出資された800ムー以外の1,200ムーは、出稼ぎ農家からの借与である。C合作社が経営しているのは当村の農地の約70%を占めている。技術指導の統一・種子の供給の統一・肥料や農薬の使用の統一・契約販売の統一という四つの統一管理方針の基で農業経営が行われている。

② 合作社員との契約生産

C 合作社は、農地を直接経営するだけでなく、合作社員との契約生産も行なっている。合作社員は、C 合作社と以下に説明される契約を締結して生産に従事する。C 合作社は合作社員に種子・肥料・農薬などの生産資材を提供し、ビニールハウスを建て、栽培技術を指導し、収穫量を規定する。契約した合作社員は、そのビニールハウスでの生産・管理に従事する。給料はビニールハウス 1 棟あたり 500 元/月である。収穫された農産物は C 合作社が販売するが、契約時の収穫量を超えた部分の利益の 80% は契約合作社員の収入となる。一方、栽培する前に決められた収穫量が不足する場合は、契約合作社員と C 合作社が半々で損失を負担する。

③ 合作社員へのビニールハウスの賃貸

C 合作社では、②に説明される合作社員との契約生産以外に、合作社員とのビニールハウスの賃貸契約を締結する方法も、選択肢として提供されている。C 合作社は同一な規格で建ったビニールハウスを合作社員に賃貸する。ビニールハウス 1 棟あたりの賃借料は年間 1,000 元である。ただし、賃借する合作社員は生産資材を全部 C 合作社から購買しなければならない。

(2) 技術の普及と指導事業

商丘市農業科学院と永城市の農林サービスステーションは営農指導に当たり、野菜の栽培・病虫害の防除などを月に 1 回のペースで指導している。これらは、C 合作社からの依頼によるもので、鎮政府が斡旋している。また、L 氏を始め農業技術に優れた農家たちは農業技術の資料を作り、ほかの合作社員に配っている。この他、ビニールハウスでの生産・管理についても、鎮政府が不定期に勉強会を開催している。

(3) 生産資材供給事業

鎮政府の斡旋により、市内の種子会社と演集鎮の供銷合作社（肥料・農薬・ビニールハウス資材など）から、C 合作社は生産資材の供給を受けている。C 合作社が合作社員に生産資材を供給する場合は、原則として即時の精算となる。ただし、経済上困難な農家は年末での精算延期が認められている。

(4) 契約販売事業

販売会社との契約において、販売品目と数量を明確に書くことが定められている。販売価格については、納品時の永城野菜卸売市場の価格で販売する。野菜の販売代金は即精算であり、C合作社は5%の手数料を取る。

4.2.3 C合作社員に関するアンケート調査

2020年11月に永城市裁判所に働いているH氏に斡旋を依頼し、理事の6人を除外した上で、合作社10戸に対して書面でのアンケート調査を実施した。その際、比較検討を

C合作社社員アンケート調査結果										
社員番号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
土地面積 (ムー)	1-5	1-5	1-5	1-5	5-10	5-10	5-10	10以上	10以上	10以上
加入時期	2017.3	2012.1	2016.5	2018.4	2017.3	2015.4	2016.9	2015.10	2015.4	2011.11
家族状況 (出稼ぎの人の下に線を引いている)	夫 70 代 息子 40 代 嫁 40 代	夫 30 代 妻 20 代 弟 20 代	夫 60 代 妻 50 代 長女 30代 長女婿 30代	夫 90 代 妻 80 代	夫 60 代 妻 60 代 息子 40 代 嫁 40 代	夫 40 代 妻 30 代 長女 10代	妻 60 代 息子 40 代 嫁 40 代	夫 40 代 妻 40 代 長男 10 代	夫 50 代 妻 50 代 息子 20 代 嫁 20 代	夫 40 代 40 代 娘 20 代 息子 20 代
学歴	中学	中学	小学	なし	小学	中学	小学	高校	中学	高校
合作社に雇用	息子	—	夫、妻	—	妻	—	—	妻	—	夫、妻
出資した農地の年 収 (1 ムーあたり、 元)	600	650	650	500	600	600	650	700	750	750
合作社の給料 (元)	5,000	—	7,000	—	7,500	—	—	6,000	—	6,000
合作社に参加前の 農業の総収入 (元)	10,000	15,000	17,000	8,000	24,000	25,000	27,000	38,000	35,000	40,000
農家の農業の総収入 (元)	15,000	20,000	23,000	10,000	30,000	35,000	35,000	42,000	44,000	57,000
農業収入が総収入 に占める割合 (%)	10	30	20	100	35	40	50	40	80	70
増収率 (%)	50.00	33.33	35.29	25.00	25.00	40.00	29.63	10.53	25.71	42.50
聞き取り調査により筆者作成										

容易にするため、耕作する土地面積毎に各1戸を抽出している。

アンケート調査の結果は上記の表に整理されるが、その概要については以下のようにまとめることができる。

① 合作社への加入時期については、合作社員の年齢が低ければ早くなり、合作社員の年齢が高ければ遅くなる傾向が見られている。

② 合作社員の年齢と単位面積の収入は、ほぼ負の相関となっている。合作社員の年齢が低いほど1ムーあたりの収入が高くなり、一方、年齢が高ければ、1ムーあたりの収入が低くなる。

③ 出稼ぎ労働力を保有しない農家では、農業年収が総収入に占める割合が高く、出稼ぎの人のいる農家は農外収入が高く、農業年収が総収入に占める割合が小さくなる。

④ 学歴と収入ではほぼ正の相関が確認される。学歴が高いほど1ムーあたりの収入は高く、学歴が低いほど、1ムーあたり収入が低くなる傾向が看取される。

C 合作社に対する評価及び意見	
優良種が提供できる	全員
農業機械が調達できる	全員
栽培技術を勉強できる	全員
役員たちの報酬が高すぎる	4, 6
合作社に加入する前より増収した	全員
出稼ぎにいても農地収入があるから合作社に感謝する	2, 3, 5
財務情報を社内で公開しない、公開した情報を信用できない	2, 3, 6, 8, 10
技術資料公開やコミュニケーションが足りない	なし

⑤ 合作社に参画する以前と比較して、平均で32%程度の収入向上が確認される。

C 合作社に対する社員の評価及び意見については、表のとおりである。本表からも理解されるように、H 社での調査結果と同様に、合作社員は、合作社への参画以降における収入向上のほか、優良種や機械類の提供、知見・技術獲得において高い評価をしている。ここで特徴的なことは、比較的農地面積が小さいことから農業での収入が低く、出稼ぎ労働者を抱えている合作社員であっても、合作社からの収入があることを評価していることである。今回のアンケート調査では、これが当該地域での営農継続にどのような影響を及ぼすかまでは把握できないが、合作社の存在が営農を継続する要因として作用していると推察

される。

他方で、技術資料公開やコミュニケーションについての不満は確認されないものの、財務情報の開示そのものや、信頼性について疑義をもつ合作社員の割合が、調査した10戸のうちの5戸と半数に達している。C合作社では、合作社員の監事就任を禁ずるとともに鎮政府幹部が理事に就任することを禁じるなどの腐敗防止策が取られているが、合作社員からの信用は得られていないと推察される。また、理事・監事の給料の高さに対しての不満も一部で見受けられるなど、組織としての信頼性に課題が残されていることが看取された。

第3節 信陽市獅河区Q茶葉專業合作社

4.3.1 Q合作社の概況

Q合作社概況	
類型	大規模農家型
設立主体	農村經紀人農家
リーダー身分	農村經紀人
所在地	河南省信陽市
成立时间	2009.05.14
出資金(元)	30万から550万になる
合作社員数	15人から300人になる
栽培規模	2020ムー
理事会	7人
監事会	10人
合作社員総会	年1回
経営種類	お茶、農産物など
事業内容	①技術普及と指導 ②生産資材供給 ③若芽の買付け及び加工 ④茶葉と果実の販売

信陽市獅河区Q專業合作社（以下、Q合作社）は「農村經紀人(jing ji ren)」といわれる仲介商人が主体となる組織である。当該專業合作社は、中国を代表する銘茶の一つである信陽毛尖の主産地、河南省信陽市にある。Q合作社設立にあたっては、「農村經紀人」Y氏が中核的な役割を果たした。

信陽毛尖は、中国の緑茶であり、中国十大銘茶の一つと言われる。産地は、河南省の南部大別山区の信陽市であり、車雲山、集雲山、天雲山などの山々が重なり合う海拔300～800mの谷間である。

Y氏はもともと信陽市に住んでいたお茶農家であり、90年代から屋台で茶葉を路上販売していた。ただし、有名なお茶で

も、低い価格で販売するしかないことに対して、Y氏は納得できなかった。そのため、Y氏は積極的に周辺地域の売れる特産物の売り方を学び、新たな販売形式に転換した。90年代後期末からを50g単位の小袋に茶葉を包装して、また簡易な看板を立て販売した。当時茶葉の価格は250g/1.6元であったが、包装した50gを0.5円で販売したところ、売上高と利益が著しく向上した。この評判を聞きつけた知人のお茶農家が、売上高の10%を販売手数料でY氏に茶葉の販売を委託するようになったことから、Y氏は農村經紀人として斡旋販売に専念することになる。その際、茶葉の鮮度と香りを保持するための冷蔵庫も導入している。これが、Q合作社設立の契機として作用することになった。

2009年5月14日、Y氏を中心にQ合作社が設立される。設立には、Q氏以外の「農村經紀人」1人、大規模お茶農家4人、一般のお茶農家10人の合計15人が参加している。設立に際して、販売手腕で人気を集めていたY氏は、合作社員により推薦され理事長となっている。調査時点では合作社員は300人となり、その内、「農村經紀人」10人、大規模お茶農家20人、一般のお茶農家270人であった。

設立当初の出資金の合計は30万元であり、そのうち、理事長であるY氏の出資金は15万元、その他の合作社員は一人あたり1万元程度出資した。2015年には、出資金の合計は550万元に達している。200万元を出資したY氏をはじめ、50人の合作社員が合計330万元を出資している。残り合作社員全員は土地株を出資し、2,020ムーの土地が集まった。

2020年調査時点では、Q合作社は若芽専用冷蔵庫1つ、茶葉専用冷蔵庫1つ、茶葉生産室6棟、包装室3棟、2階建てオフィス1棟、茶館1つを固定資産として所有している。Q合作社は7人の理事会と10人の監事会を設置し、合作社員代表大会を年2回、合作社員総会を年1回開催している。

4.3.2 Q合作社の事業内容

Q合作社の主要な事業内容は（1）栽培技術の普及と指導（2）種子・肥料・農薬・機械などの生産資材供給（3）若芽の買付け（4）茶葉の販売である。

1）栽培技術の普及と指導

河南省鄭州市果樹研究所と信陽市農業農村局は、Q 合作社に依頼されて営農指導に当たり、茶樹の栽培・病虫害の防除などの指導を月に 1 回のペースで行っている。通常は技術勉強会という形で、農繁期には茶園現場で病虫害や茶樹の状況について具体的に指導している。また、Q 合作社は合作社員のために、年 2, 3 回に茶葉の消費地から茶葉商人を招き、マーケティングや茶葉と果実市場の動向などについての研修会を開催している。

2) 生産資材供給

Q 合作社では生産資材の一括購入をすることで、市場価格より低廉で調達している。また、合作社員には生産資材購入にあたって補助金を提供するほか、購入代金の精算を茶葉販売後にするなどの便宜を図っている。具体的には、以下の通りである。

お茶の苗木は地元の苗木販売会社から購入している。購入時、Q 合作社が販売会社に一括払いを行い、その後は合作社員と別々に精算する。Q 合作社の茶樹用の肥料は、普通の無機肥料より価格の高い有機肥料のみ使っている。この肥料の市場価格は 1 トンあたり 700 元であるが、Q 合作社の供給価格は 650 元となっている。さらに合作社が 150 元の補助金を提供することで、合作社員は 500 元で購入することができる。農薬についても、Q 合作社は市場価格より約 15% 安く供給している。費用については、Q 合作社が肥料と農薬の代金を先払いし、農閑期に合作社員と精算を行っている。

農用機械は主に噴霧器が使われている。噴霧器の市場価格は 720 元であるが、Q 合作社の供給価格は 600 元で、さらに河南省農業農村庁からの助成茶樹補助金 100 元と合作社から補助金 50 元が出るため、合作社員は 450 元で購入できる。その代金は購入する際に支払っている。

3) 若芽の買付け及び加工

Q 合作社は、合作社員によって手で摘みとった若芽を 5 ランクに分けて買い付ける。ランクの基準となるのは、主に採取する時期である。

二十四節気の春分（3 月 20 日左右）の前に摘み取った若芽は極上品となる。清明（4 月 5 日左右）の前に採取した若芽は特 1 級である。また清明から穀雨（4 月 20 日前後）までが 1 級とする。以上のランクはいずれも上級品である。穀雨から一週間以内に採取

した若芽は2級となり、立夏（5月5日前後）まで採取した若芽は3級となる。立夏以降は若芽を採取しない。代金は買付ける際に即金精算となっている。

Q合作社は、若芽を採取する時期に毎日9時と12時の二回若芽の買付けをし、その後直ちに茶葉加工の作業に入る。この作業は機械を使わず、中国一流の職人により行われている。若芽量、揉捻の際の手間などで味の差別が出てきて、それぞれの価値も分かるようになる。また、茶葉を1kg加工するのに約6kgの若芽が必要となる。

4) 茶葉と果実の販売

出来た茶葉を10g単位で真空パックに入れ、包装して販売する。また、農家は茶樹の果樹間作栽培を行うこともあるので、合作社はその果実を斡旋販売する。近年、信陽毛尖は中国でも有数のブランドとして認知されるようになったことから、農村經紀人などの仲介商人による買い付けが頻繁に行われるようになった。この結果、茶葉の販売価格は上昇傾向にあり、所謂「売り手市場」となっている。Q合作社ではこの条件を活かし、茶葉の販売に際しては、合作社員が生産した果実を市場価格で購買する条件を付け加えた。Q合作社は果実の販売額から10%の手数料を得ている。

4.3.3 Q合作社員に対するアンケート調査

2020年12月に中原工学院のZ先生に斡旋を依頼し、合作社の役員を除いた上で、Q合作社員の中からQ合作社に出資した農地面積別でランダムに選択した10人に対して、アンケート調査を行った。

Q 合作社社員アンケート調査結果										
社員番号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
出資土地面積 (ムー)	10 以上	10 以上	6-10	6-10	6-10	6-10	1-5	1-5	1-5	1-5
現金出資 (元)	30,000	40,000	30,000	—	—	—	—	—	—	—
加入時期	2010.3	2012.4	2014.5	2014.4	2015.6	2015.4	2017.9	2016.10	2018.8	2015.11
家族状況 (農業している家族成員状況)	夫 72 代 妻 60 代 次男 40 代	夫 50 代 妻 50 代	夫 50 代	夫 50 代 妻 50 代	夫 60 代 妻 60 代	夫 90 代 三女 60 代 三女婿 60 代	夫 80 代 妻 80 代 長男 60 代	夫 70 代 妻 60 代	夫 50 代 妻 50 代	夫 40 代 妻 40 代
学歴	なし	小学	なし	小学	小学	中学	なし	なし	小学	中学
栽培品目	茶樹 びわ	茶樹 銀杏	茶樹 びわ	茶樹 栗	茶樹 栗	茶樹 銀杏	茶樹 ヤマモモ	茶樹 銀杏	茶樹 栗	茶樹 栗
出資した農地の年収 (1 ムーあたり、元)	10,000	13,000	9,000	11,000	12,000	13,000	9,000	7,000	10,000	12,000
合作社に参加前の農業総収入 (元)	85,000	76,000	60,000	55,000	54,000	45,000	25,000	25,000	30,000	35,000
現在の農家農業の総収入 (元)	120,000	104,000	81,000	77,000	84,000	78,000	45,000	35,000	40,000	48,000
農業収入が総収入に占める割合 (%)	100	100	80	75	80	80	70	90	80	70
増収率 (%)	41.18	36.84	35.00	40.00	55.56	73.33	80.00	40.00	33.33	37.14

アンケート調査の結果は上記の表に整理されるが、その概要については以下のように要約することができる。

① 土地だけ出資した農家よりも、現金も出資した合作社員の出資農地面積の方が大きくなっていた。

Q 合作社に対する評価及び意見	
優良種が提供できる	全員
農業機械が調達できる	全員
栽培技術を勉強できる	全員
合作社に加入する前より増収しているが、利益の大部分は理事長に取られているため、不満である。	3, 9, 10
合作社に加入する前より増収した	全員
一人一票で理事長を選出したい。	4, 9, 10
財務情報を社内で公開しない、公開した情報を信用できない	2, 3, 4, 5, 9, 10
技術資料公開やコミュニケーションが足りない	4, 5

② 合作社員の年齢と1ムーあたりの収入には負の相関関係が確認された。年齢が低いほど、1ムーあたりの収入が高くなり、年齢が高いほど、1ムーあたりの収入が低くなった。

③ 農業に従事している農家の労働力数と収入では、正の相関関係が確認された。農家の労働力が多いほど、1ムーあたりの収入が高くなり、労働力数が少ないほど、1ムーあたりの収入が低くなった。

④ 学歴と収入には、弱い正の相関関係が確認される。学歴が高ければ、1ムーあたりの収入が高くなる傾向があった。

⑤ 合作社に参画する以前と比較すると、平均で32%程度の収入向上が確認された。

Q 合作社に対する社員の評価及び意見については、表のとおりである。本表からも理解されるように、合作社員は、合作社への参画以降における収入向上のほか、優良種や機械類の提供、知見・技術獲得、販路確保において高い評価をしている。これらは、事例CとHで確認されたものと同様である。しかしながら、理事長給与の高さへの不満のみならず、理事長選出方法と財務情報開示及びその信頼性、換言すれば民主的な組織運営についての不満を持つ合作社員が少なからず存在する点で異なっている。合作社の成り立ちや出資比率の差がこれに大きな影響をもたらしていると推察される。

第4節 まとめ

本章では、河南省で展開する農民專業合作社のうちの優良事例と位置付けられる3社へのアンケート調査に基づき、取り組み内容（生産資材一括購入、販路確保、技術普及など）、組織としての運営形態、合作社員の合作社への評価の観点から解析をしてきた。

そこに共通するのは、それぞれの合作社への参画以降における収入向上のほか、優良種や機械類の提供、知見・技術獲得、販路確保など、個々の農民では経営諸資源（労働力、知識・経験、資金など）の制約による取り組みが困難な課題の克服が図られており、協同組合的な性格を有する合作社としての機能が確認され、それらについての合作社員の評価も高いことが共通点として挙げられる。上記のいずれも農民の農業所得向上に不可欠なものであり、合作社が地域農業の振興と農民所得向上に果たす役割は大きく、三農問題の克服の一助になることが期待される。

他方で、事例CやQで確認されるように、民主的な組織運営に対する不満は少なくなく、とりわけ事例Qにおいてそれが顕著となっていることも確認された。事例Qが直接生産に携わる農民ではない農村經紀人Y氏によって設立された商業資本的性格の強い合作社であるほか、Y氏の出資比率が著しく高いことに起因していると推察される。市場環境の変化などにより所得向上に陰りが見られるようになれば、合作社の維持そのものが危ぶまれる可能性を内包していると考えられよう。また、そのほかの可能性として、事例Qのような農業生産に直接従事しない農村經紀人などによる合作社の場合は、合作社員と比較して大きい資金力や販売力から、農業インテグレーションへ変容する可能性を有していることも指摘しておかなければならない。農業インテグレーションは先進国・途上国を問わず世界レベルで確認される展開であり、農外資本による農業の包摂がもたらす帰結を勘案すれば、決して望ましい方向ではないことは明確であると思われる。

第5章 おわりに

本稿では、中国の三農問題克服における要諦の一つとして位置付けられる農民專業合作社が、そこに参画する合作社員（農民）の利益を代表しうるかについて、河南省に立地する3つの農民專業合作社を事例に、合作社の具体的な取り組み内容と、それに対する合作社員へのアンケート調査から明らかにした。

3つの調査事例に共通する合作社の重要な機能は、優良種や機械類の提供、知見・技術獲得、販路確保など、合作社員の所得向上に直結する活動であった。具体的には、生産資材の共同購入、研修会・勉強会の開催、スーパーマーケットや卸売業者との販売契約の締結などである。また、生産資材購入代金の精算が収穫後になされるほか、生産資材購入代金の一部を助成するなど、資金面で脆弱な合作社員への対応も図られている。いずれについても、個々の農家での対応には限界があることから、これらに対する合作社員における評価は高く、中国において重要な政策課題とされる三農問題の克服において、合作社が重要な役割を果たすことが確認された。

他方で、民主的な組織運営に対する不満は少なくないことも確認された。商業資本的性格が強い農民專業合作社（事例Q）においてそれが顕著である。現在のところ、合作社員の合作社への評価の高さから、組織としての存続を脅かすほどの問題としては認識されていない。しかしながら、交易条件の変化などの外部要因で収益向上が望めないなどの事態が発現すれば、民主的な組織運営に対する不満が、合作社の存続を危ぶませる要因となる可能性を孕んでいる。民主的な組織運営に関して、農業インテグレーションへと変容する可能性も内包しているといえよう。

農民專業合作社が三農問題克服の一つの重要な役割を果たし続けるためには、民主的な組織運営が不可欠となる。事例Cでは理事と監事の就任についての規定が定められ、腐敗防止策も定められてはいるが、それをもってしても十分とは言えない結果となっている。本稿での調査結果では、これ以上の分析が不可能であることから、今後の課題としたい。

参考文献：

- Nourse 「The Legal Status of Agricultural Co-operation」 N. Y. Macmillian, 1927
- Ivan V. Emelianoff 「Economic Theory of Cooperation」 Ann Arbor, Edwards Brothers Jnc. 1942. Washington D. C. 1948
- Richard Phillips 「Economic Nature of Cooperative Association」 Journal of Farm Economics 1953
- 河原昌一郎「中国農村專業合作經濟組織に関する考察—その農業共同化機能と制度的課題—」『農林水産政策研究』第13号 2007年
- 青柳斉「中国農村專業協會の展開形態と協同組合的性格」『農林業問題研究』1998年
- 北倉公彦「中国における農民專業合作社制度の検討—農民的酪農の展開に向けて」『開発論集』第81号 2008年
- 浅見淳之「中国の農民專業合作社の組織デザイン」『フードシステム研究』2013年
- 成田拓未「協同組合的性格をめぐる 中国農民專業合作社の制度と実態」『農村經濟研究』2011年および成田拓未「中国における農民專業合作社法の制定と農産物産地商人の合作社化：山東省・青島 D 果菜專業合作社の事例」『農業市場研究』2011年
- 繆建平「高度重視農民合作組織的作用」『農村合作經濟經營管理』1999年第3期。
- 山東省社会科学院『山東省農村合作經濟發展研究』2000年
- 李炳坤「努力提高我国農民的組織化程度」『上海農村經濟』2000年第10期。
- 張曉山「中国加入 WTO 与中国農民的組織化」『農村合作經濟經營管理』2000年第1期。
- 黃祖輝、張昱、蔣文華「競爭力理論与農業競爭力」『中国農村經濟』2000年第3期。
- 苑鵬「農民專業合作經濟組織：農業企業化的有效载体」『農村經營管理』2003年第5期。
- 曹利群「農產品流通組織体系的重建」『學術月刊』2001年第8期。
- 黃祖輝「農民合作：必然性、变革態勢与啓示」『中国農村經濟』2002年第8期
- 林堅、王寧「公平与效率：合作社組織的思想宗旨及其制度安排」『農業經濟問題』2002年第9期
- 池澤新「經濟組織的多樣性与市場經濟体制的細化」『当代財經』2003年第10期

国魯来「農業技術創新誘致的組織制度創新——農民專業協會在農業公共技術創新體系建設中的作用」『中国農村觀察』2003年第9期

馮開文「村民自治、合作社和農業產業化經營制度的協調演進——來自山東煙台的調查報告」『中国農村經濟』2003年第2期

孔祥智「金融支持与農民專業合作社發展」『中国農村信用合作』2007年第3期

趙曉峰「農民合作：客觀必要性、主觀選擇性与国家介入」『調研世界』2007年第2期

姜裕富「農民合作能力与新農村建設——以浙江省常山縣ZF村為個案」『調研世界』2007年第1期

党国英「新農村建設模式的探索及研究」『農村·農業·農民』2007年第12期

趙泉民、李怡「現代農業視野下的新型農民培育研究」『理論導刊』2007年第12期

肖贊軍、柳思維「中国非正規勞働合作的演進——基于一個貧困县的經驗研究」『經濟學家』2007年第1期

曹陽「關於当代中国農業生產組織現代化若干問題的思考」『湘湖三農論壇』2009年第10期

謝辞

本論文の作成に当たり、多くの方々からのご支援とご教授をいただきましたことを、ここに記し、心より感謝申し上げます。

指導教員の森教授、PM教員の西村教授には、ご指導をいただきましたことを、お礼申し上げます。

そして、本論文の調査における、ご協力をいただきました、河南省商丘市農業農村局に勤務するC様、永城市裁判所に働いているH様、中原工学院のZ先生などをはじめ皆様に厚くお礼申し上げます。