

海外果樹農業情報 No.119
2013-2

中国におけるモモの生産・流通・消費 調査報告書

2013年3月

公益財団法人 中央果実協会
[JAPAN FRUIT ASSOCIATION]

はしがき

輸入自由化等の進展により、外国産果実およびその加工品等が我が国果樹産業に大きな影響を与えています。このような我が国の果樹産業を取り巻く環境の変化に対応して、当協会では関係機関・団体等からの海外果樹関係の情報ニーズを踏まえ、海外における果実およびその加工品等の生産・流通事情等に関する情報の収集・提供を行うことにより、我が国果樹産業の活性化・振興、果実の需給・価格の安定のほか輸出の振興にも資することとしております。

中国においては経済成長と一定の富裕層の形成を背景に、日本産果実に対する需要増加が見込まれていますが、現在輸入を解禁されている品目はリンゴとナシのみとなっております。それに対して、我が国政府は攻めの農政のもと、中国政府に対し複数の果実の輸入解禁を要請しており、中でもモモは優先度が高く、解禁を見据えた輸出戦略の構築が求められています。しかしながら、中国におけるモモの生産・流通・消費の現状について体系的な調査は実施されていないことから、不明瞭な点も多くなっています。このため、中国におけるモモの生産・流通・消費の実態解明を行い。もって、攻めの農政に対応した果樹農業の活性化、及び輸出振興に資することとしました。

この調査は、東京農工大学農学研究院共生持続社会学部門農業市場学研究室（研究代表成田拓未助教）に委託して行ったものであり、本調査に御尽力いただきました方々に、深く感謝申し上げます。

本調査結果が、様々な場面で活用され、今後我が国果樹産業の国際化対策の推進等において少しでもお役に立てれば幸いと考えます。

平成25年3月

公益財団法人 中央果実協会
理事長 吉國 隆

無断転載を禁じます

本書の内容等について、ご質問やお気づきの点がありましたら、
下記あてにご連絡下さるようお願いいたします。

公益財団法人 中央果実協会 情報部

〒107-0052 東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル内
【電話】03-3586-1381
【FAX】03-5570-1852

目 次

第1章 世界の中の中国モモ農業	
第1節 原産地中国からのモモの伝播と品種の多様性～対象品種の設定～	1
第2節 世界における中国モモ農業の位置	2
第2章 中国モモ農業の概況	
第1節 中国におけるモモ生産地域	5
第2節 中国におけるモモ生産の一般的な現状と課題	7
第3章 中国モモ生産・流通の事例調査	
第1節 大消費地・上海市内のモモ産地	10
第2節 首都・北京市内のモモ産地	13
第3節 中国における主力果実産地・山東省のモモ産地	15
補 論 安徽省のモモ産地	25
第4章 中国におけるモモ販売状況	
第1節 モモ産地・遼寧省におけるモモ小売状況	29
第2節 モモ産地・大消費地北京市におけるモモ小売状況	36
第3節 中国南部大消費地・広州市におけるモモ小売状況	39
第5章 要約及び考察	44
参考文献一覧	46

大連市・瀋陽市・広州市・北京市のモモの販売状況

<大連市・瀋陽市・広州市>



写真 4-1：大連空港における果実売場



写真 4-5：スーパーX（瀋陽）でのモモ販売



写真 4-8：スーパーC（大連）2P詰め水蜜桃

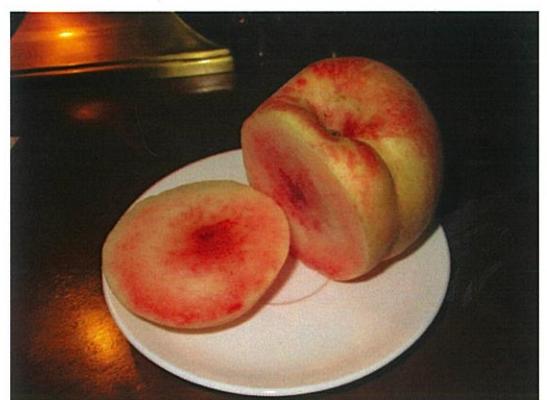


写真 4-11：スーパーM（大連）の「久保桃」



写真 4-22：露天商（広州）

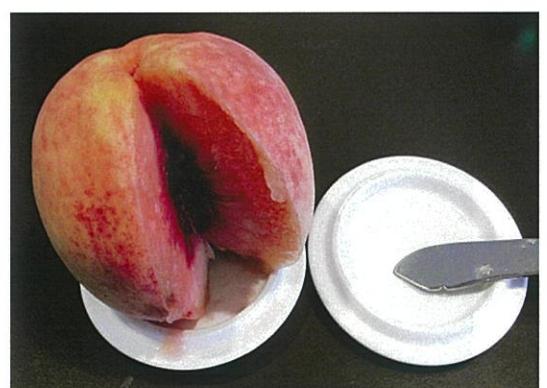


写真 4-25：露天商（広州）九宝桃



写真 4-26：果実専門チェーン店 B（広州）



写真 4-28：日系スーパーIの水蜜桃

<北京市>

第1章 世界の中の中国モモ農業



写真 4-16: スーパーB (北京) 「平谷大桃」



写真 4-17: スーパーB (北京) 「平谷艶紅桃」



写真 4-18: スーパーB (北京) の「平谷大桃」



写真 4-19: スーパーB (北京) 「龍泉水蜜桃」

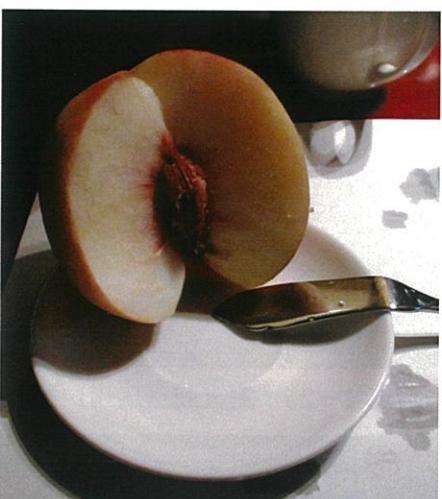


写真 4-20: スーパーB (北京) の龍泉水蜜桃



写真 4-21: スーパーO (北京) の平谷大桃

第1節 原産地中国からのモモの伝播と品種の多様性～対象品種の設定～

一口に「モモ」といっても、その品種数は極めて多い¹。

果実の生態的分類でいえば、モモの原産地である中国陝西省および甘肃省の高原地帯を起点に、南、或いは西へと伝播する中で形成されていったいくつかの品種群に分けることができる。

第1に、華北系品種群であり、夏の乾燥に適応し、全体的に著しく晩熟のものが多く、果径は大きく、果肉はゴム質に近く、貯蔵性が良く、越年販売にも耐えうるとされている。日本の気象条件では花芽、葉芽が著しく少なく、生産力は低い。

第2に、華中系品種群である。これは大きく2つに分けられ、1つは上海系であり、上海市近郊、江蘇省杭州、寧波を中心に分布し、「肉質が柔軟で多汁、剥皮性容易で果実軟化が早く貯蔵に耐えにくい」とされる。温暖湿润気候に適応し、当該品種群に類する「上海水密」が明治初期に我が国に導入されて以降、日本の風土でも花芽をよくつけ、品質の優れた果実を生産している。もう一つは、蟠桃系であり、亜熱帶気候に適した扁平なモモである。

第3に、ヨーロッパ系品種群であり、ペルシャ、小アジア、トルキスタン経由で、イタリア、フランスまで伝播したものである。乾燥条件に適応し、白肉種、黄肉種、軟肉からゴム質、ネクタリンまで幅広く変異している。日本では、明治時代に導入が試みられたものの、花芽が少ないと、炭疽病に弱いことにより、生産力が低く、定着することはなかった。

第4に、アメリカ合衆国東部系品種群である。上海系の花粉のない「チャイニーズクリング」と、花粉親としてのヨーロッパ系品種群により、多くの偶発実勢品種が育成され、形成されたものである。軟肉で多汁、黄肉で酸が比較的強い等の特徴を持つ。

第5に、日本の品種群であり、明治以降上記上海水密をもとに、ヨーロッパ系品種群との交雑により形成されたものである。現在の主要な品種の元になっている。現在の主要品種の特徴は、白肉種が多く、軟肉で多汁、酸が極めて少ないという「世界に類を見ない日本の品種群」となっている。

第6に、日本の気候には適応しないが、この二十数年の間に選抜された亜熱帶適応品種群である。このことによって、モモの産地は、メキシコ、ブラジル、台湾にまで拡大してきている。

以上の中で、本稿が特に対象とするのは、我が国におけるモモの対中輸出を念頭に置けば、第5の日本的品種群となり、また、ターゲット市場たる中国において出回っている品種という意味では、日本の品種群の元になっている華中系品種群ということになるだろう。

しかしながら、第4章で見るように、中国の小売店においては、モモの品種名は厳密には表示されて

¹ 以下、本節における品種の分類については、農文協 [2] を参照した。

いない例が多い。最もよく見られるのは「水蜜桃」であり、わが国でいうところの大久保を意味する「久保桃（九宝桃）²」が多少見られる程度で、単にモモを意味する「桃」ないし「桃子」といった表記のみの場合も少なくない。また、店頭で販売員に尋ねても、商品知識を欠いているケースが多く、正確な品種名を聞き出すことは殆ど不可能である。

そこで、果実の形質による分類でいえば、毛茸の有無によって有毛であればいわゆる「モモ」、無毛であればいわゆる「ネクタリン」に分類でき、更にモモは果肉色によって白肉のいわゆる「白桃」、黄肉のいわゆる「黄桃」に分類できる。また、白肉、黄肉それぞれについて果実の溶質・不溶質によって更に分類することができる。本稿で主として対象とするのは、我が国において主に生産されており、かつ輸出の主たる対象になると考えられる有毛、白肉、溶質のモモ、いわゆる「白桃」とする。

次節では、FAO の資料に基づき、世界における中国のモモ生産の位置を確認するが、その中にはいわゆる白桃の他に、ネクタリンが含まれていることを予めお断りする。

第2章以降では、主として白桃を扱うこととする。

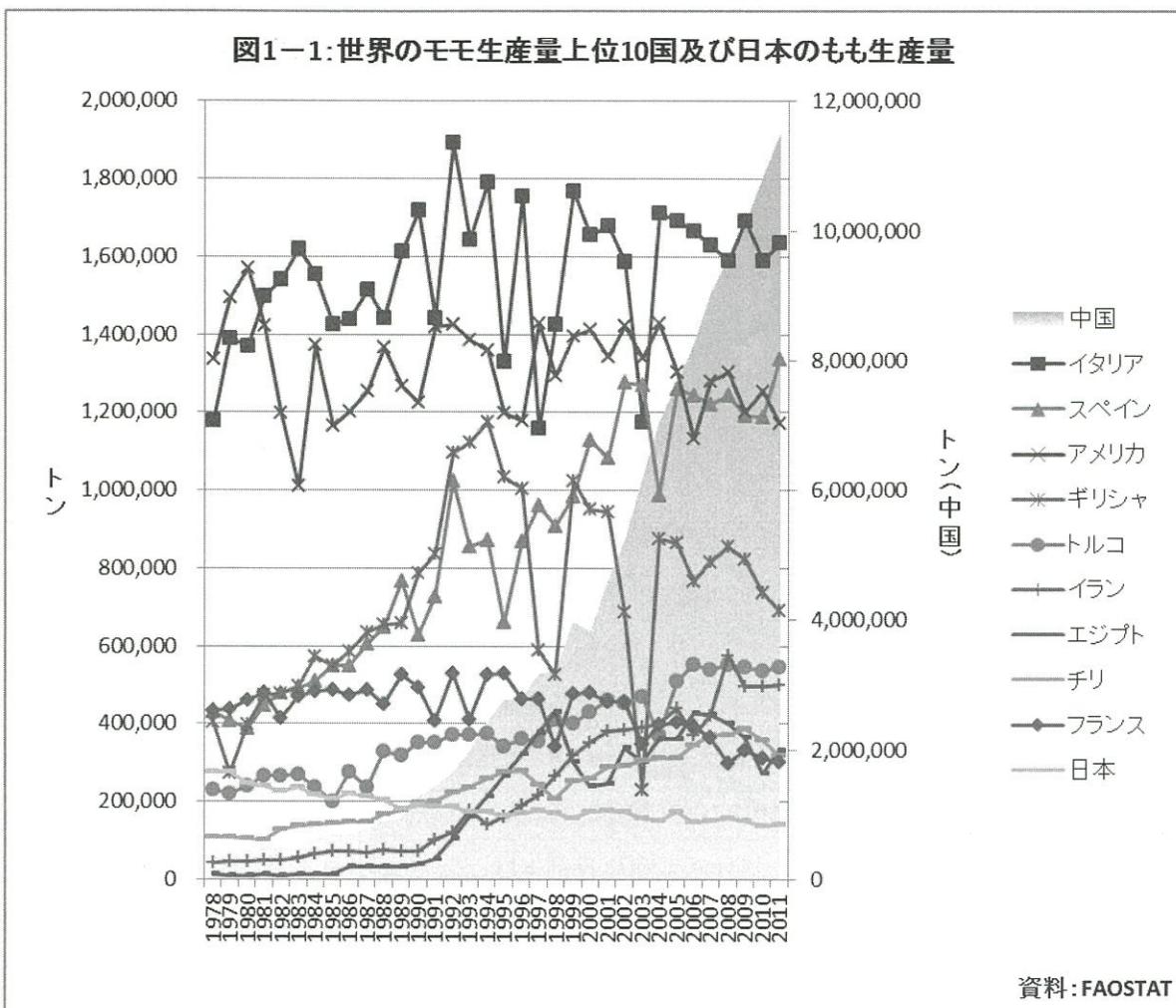
また、第3章では、中国で伝統的にも銘柄産地が形成されている華北系品種群の「肥城桃」、近年、生食用として次第に需要を広げつつある有毛、黄肉のモモについても、若干の情報収集を試みた。

第2節 世界における中国モモ農業の位置

世界のモモ生産動向は、図1-1に示すとおり、イタリア、アメリカ、フランス、日本といった先進国において減少傾向にある一方、エジプト、トルコ、チリ、といった新興国において増加傾向にある。とりわけ、中国では、80年代及び2000年代前半に急激なモモの新植が行われ、今や世界（157万562ヘクタール・2011年）のおよそ半分、76万7,346ヘクタール（同年）を占めるに至った。

しかしながら、单収においては、最初の急激な新植（図1-2）が行われた80年代台は低下傾向を示し、一時は世界平均の5分の1程度の水準となつたが、90年代に入つて右肩上がりの伸びを見せている。2007年には世界平均の水準を、2010年には日本の水準を越え、世界の主要なモモ生産国であるアメリカ、イタリア、スペイン、ギリシャ等に肉薄する勢いを見せている。

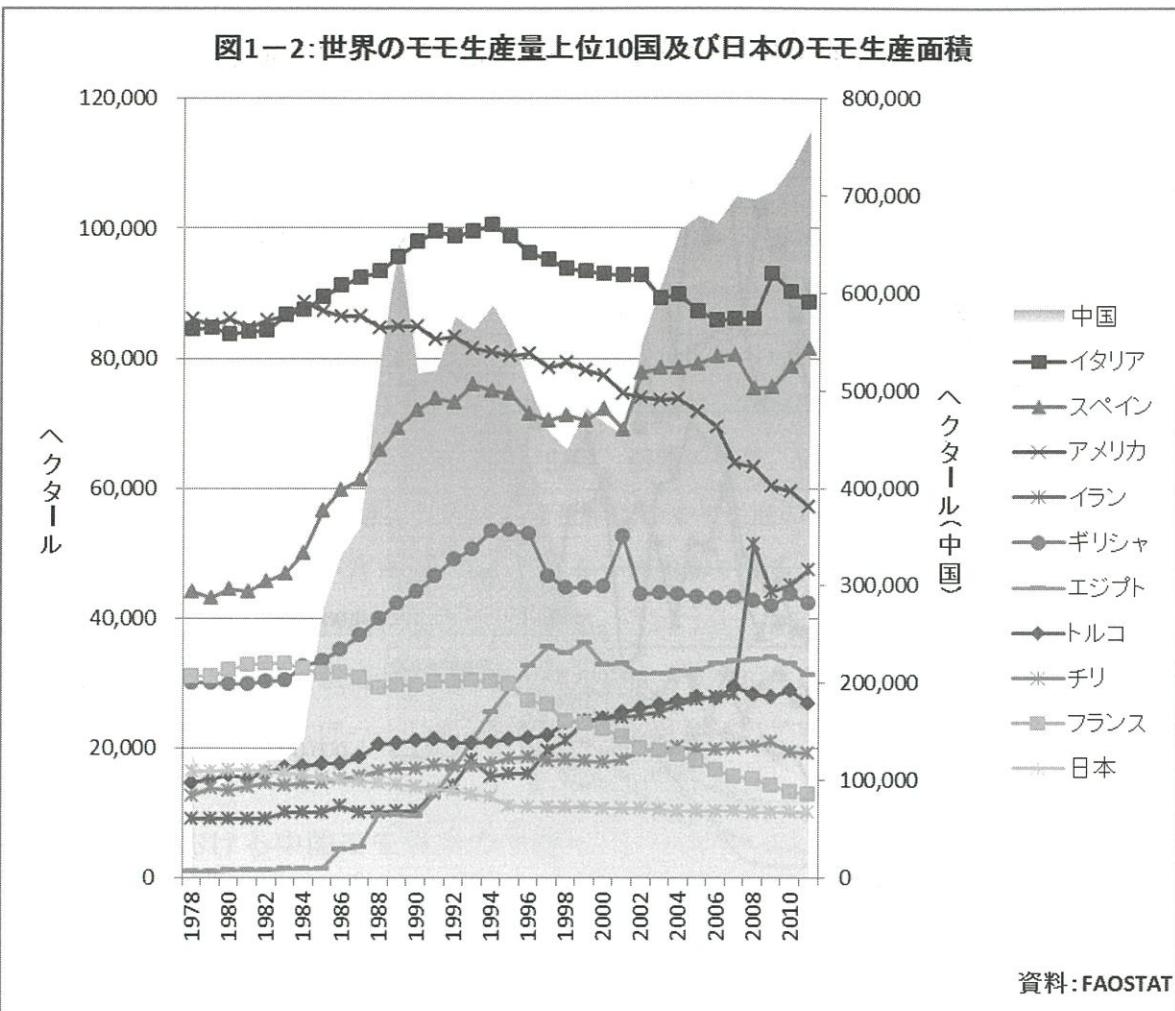
このことを反映して、中国におけるモモ生産量は、特に90年代以降急速な伸びを示しており、現在生産量においても世界（2,152万8,690トン・2011年）の約半分、1,152万8,801トンを占めている（図1-3）。



資料:FAOSTAT

² 久保桃は中国語で「jiu-bao-tao」と発音するが、「九宝桃」も発音が同じであることから、当て字されているものと考えられる。

第2章 中国モモ農業の概況



第1節 中国におけるモモ生産地域

改革開放以降、生産責任制の導入と、段階的な流通統制の撤廃を受けて、中国農民は自由に作付け品目を選択することができるようになった。このことから、収益性の高い品目への転換が各地で進み、果実の生産量は飛躍的に増大した。

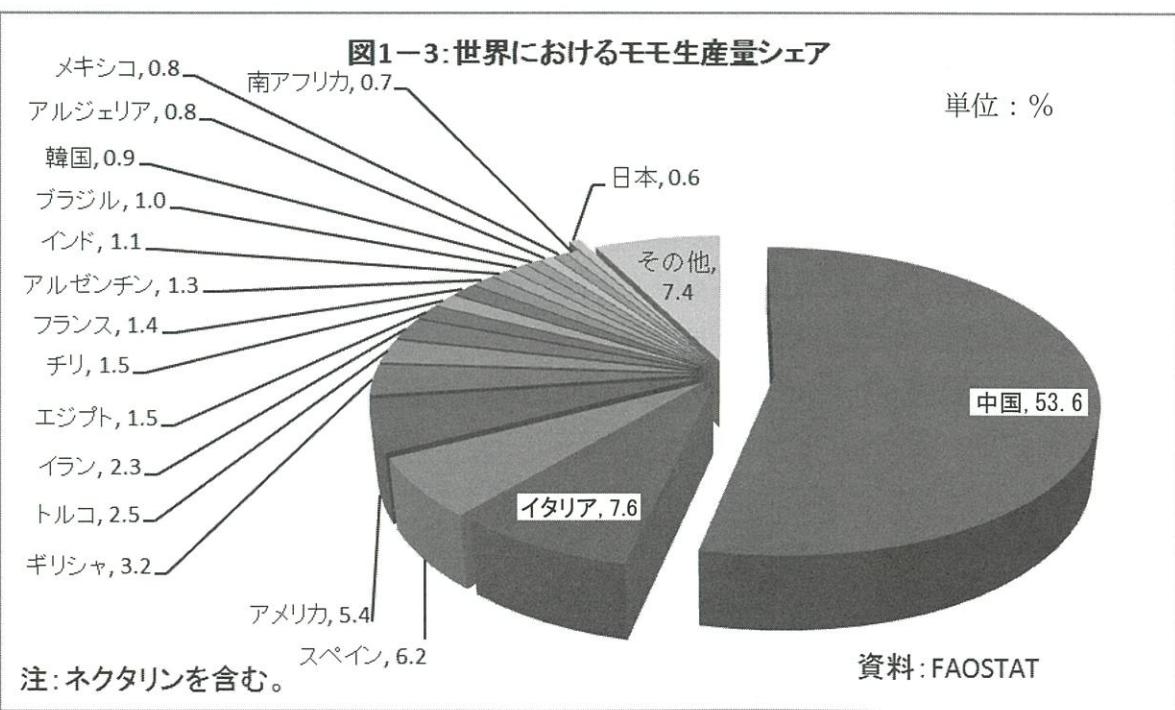
しかし、必ずしも計画的に増産が進められてきたわけではなかったため、果樹農業の構造的な問題が現れ、その解決が1つの大きな政策課題となった。

そうした中、2003年1月に策定された「優勢農產品地域配置計画（2003～2007）」（以下、2003年計画）は、優先的に国内自給を確保し、あるいは国際競争力を育成する農産物として計11品目を指定し、そのうち2品目をリンゴとカンキツが占めた³。その上で、各品目について、生産適地を定めて比較優位の原則と適地適作を徹底し、政策課題と目標を掲げた。またこれら品目と適地に対し、優先的に政策的支援を与えるとした。

続く2007年7月には「特色農產品地域配置計画（2006～2015）」が策定され、2003年計画とほぼ同様の趣旨で、同計画には盛り込まれなかった114品目が指定された。そのなかで果実は、モモを含む25品目が指定された。モモについては、①北京平谷（北京市平谷区）、②魯西平原東部（山東省）③河北平原西部（河北省）、④陝甘中部（陝西省、甘粛省）、⑤蘇浙沪区（江蘇省、浙江省、上海市）の5地域が生産適地として指定された（図2-1及び表2-1）。

この他、モモの生産地域は、黒竜江省、内モンゴル自治区、海南省を除く全国に広がっており、主な産地としては、山東省、河北省、河南省、湖北省、江蘇省、四川省、福建省、浙江省、陝西省等とされている⁴。

やや古いデータだが、2003年の中国におけるモモ⁵の生産面積は60万7,200ヘクタール、生産量は、614万8,000トンとなっており、1996年比で前者が1.2倍、後者が1.6倍の伸びとなり、落葉果樹の中では、リンゴ、ナシに次ぐ第3位の品目となっている。地域別には、山東省が面積12万6,000ヘクタール、生産量155万7,000トンで首位となっている他、河北省が9万8,500ヘクタール、113万4,000トンで第2位、河南省が、4万7,400ヘクタール、42万5,000トンで第3位、湖北省が3万8,300ヘクタール、40万4,000トンで第4位などとなっている（表2-2）⁶。



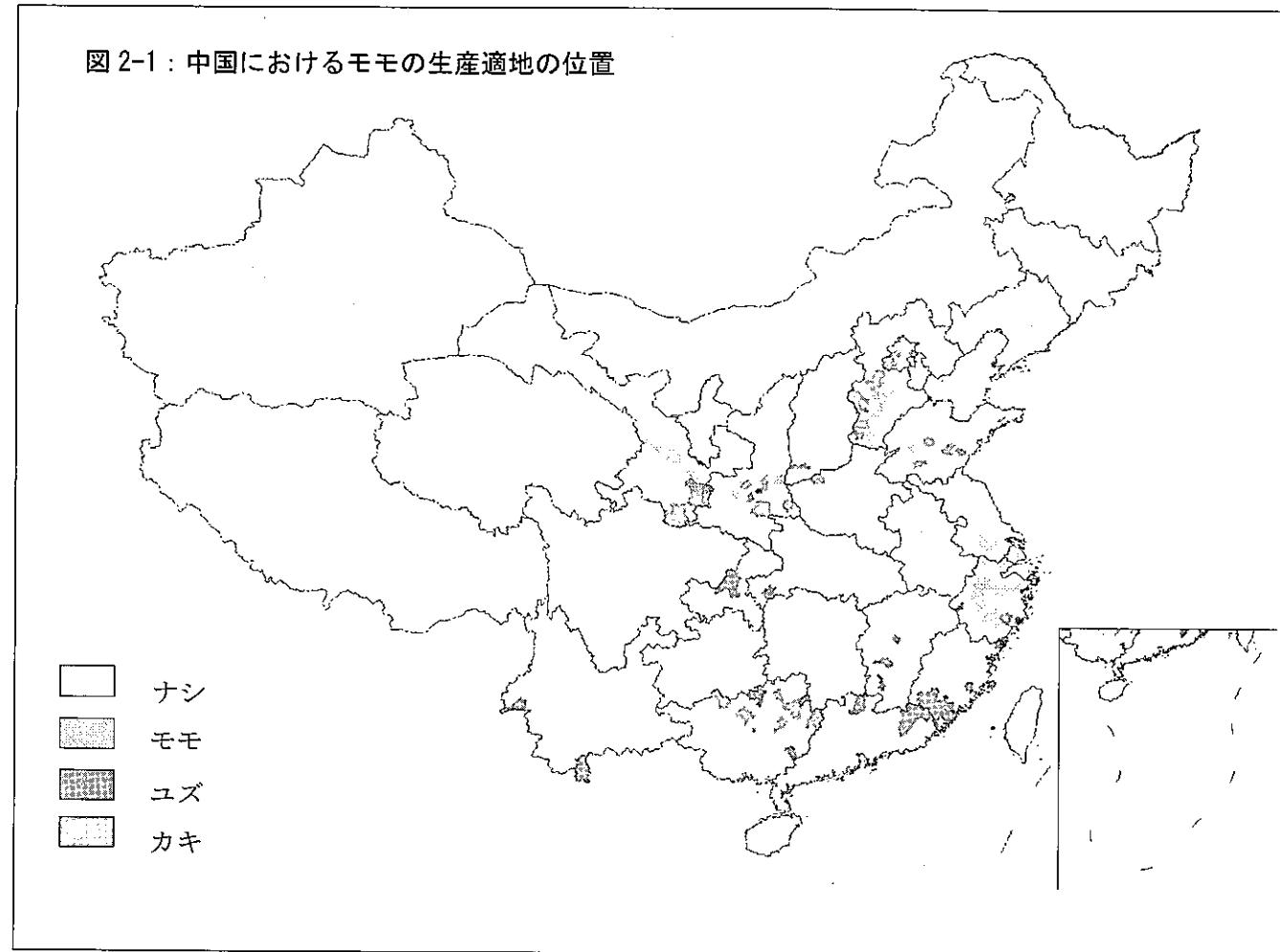
³ 成田〔3〕、〔4〕は、中国の果樹農業政策の全般的な状況、並びにリンゴ、カンキツの政策についてまとめている。

⁴ 熊〔5〕。

⁵ ネクタリンを含む。

⁶ 以上の数値データは、いずれも王ほか〔1〕を参照。

図 2-1：中国におけるモモの生産適地の位置



資料：特色農產品区域布局計画（2006-2015年）

表 2-1：中国におけるモモ生産適地一覧

北京市	平谷
山東省	肥城、新泰、單縣、環翠区、鋼城区、汶上、齊河、臨邑、沂南、枣庄市中区
河北省	深州（深州蜜桃）、臨漳（蟠桃）、辛集、永年、邯鄲、高陽、博野、定州、邢台、寧晉
陝西省	未央区、大荔、眉縣
甘肅省	秦安、安寧区、秦州区、麦積区
江蘇省	惠山区、濱湖区、武進区
浙江省	南湖、縉云、青田、奉化、富陽市、金東区、蓮都区、嘉善、諸暨、新昌、縉云、嵊州、桐廬、長興、建德市、
上海市	奉賢区、金山区、南匯区

資料：特色農產品区域布局計画（2006-2015年）

表 2-2：中国におけるモモの主な生産指標

省	生産面積 (ヘクタール)	生産量 (トン)	単収 (kg/10a)
全国	607,200	6,148,000	1012.5
山東省	126,000	1,557,000	1235.7
河北省	98,500	1,134,000	1151.3
河南省	47,400	425,000	896.6
湖北省	38,300	404,000	1054.8

資料：王ほか（2011）

第2節 中国におけるモモ生産の一般的な現状と課題

本節では、王ほか（2011）をもとに、中国におけるモモ生産、流通問題の概況を把握する。

当該文献は、2011年の出版となっているが、利用されている統計データは、最新ものでも2003年時点のものとなっており、また文脈からしておよそ2000年前後のモモ生産・流通事情に基づいた内容になっているものと考えられる。

よって、以下の内容はいわゆる一昔前のモモ生産・流通の現状を示すにとどまるものと考えられるが、その後のモモ生産指標は中国モモ生産技術の発展を示唆するものとなっている。

よって、この間の中国におけるモモ生産の発展が、いかなる問題点の認識とそれに対する克服によってなってきたのか、以下にその端緒部分を垣間見ることができるだろう。

（1）市場化の中における小規模生産者の市場対応

中国における伝統的なモモ生産は、主として小規模農家によって担われている。小規模農家が自ら生産、販売することから、改革開放以降著しく進展する市場化の中で、その地位は極めて不安定である。

近年、物流の発展と並行して、モモ農業の近代化、すなわち経営規模の拡大等が図られようとしている。中でも、北京市平谷区における晚生種「水蜜桃」、上海市南匯（浦東新区）における中生種「水蜜桃」の生産では、産地形成と産地卸売市場における集散地機能の構築、ブランド化が進んでいる。個々の農家は、産地卸売市場において組織的に販売対応をしており、市場化の中での自らの地位の確立に一定の成果を残している。

(2) 生産上の課題と対策

1) 課題

2003年頃の中国も生産上の課題として指摘されていることは、第1に、農家レベルで最低限度の知識として欠けていることとして、

- ①無花粉品種を主として栽培していること
- ②受粉樹の配置が不適当であること
- ③園地の管理が粗放であること
- ④病虫害の発生が激しいこと

が挙げられている。

第2に生産量を追求するあまり発生している問題点として、

- ①著しい密植となっていること
- ②品質が低いこと（優品率は30%以下）
- ③販売に困難をきたし、収益性が低いこと

が挙げられている。

第3に、品種構成と産地の立地の問題が指摘されている。すなわち、早生、中生種への偏重、白肉・溶質の水蜜桃への生産の集中である。このことから、一時期に、モモの収穫と出荷が集中し、供給過剰、価格の低下等の問題へと帰結している。一方、早生の蟠桃、硬肉モモ、生食黄肉モモの生産量が比較的小なく、優良な晩生種の供給量が不足している。一方、華南（広東省、福建省、広西チワン族自治区）地域では、気象条件への適応を十分に考慮することなく、盲目的に晩生、極晩生種の生産に取り組み、失敗している。

第4に、苗木市場の混乱である。中国の法制度によれば、果樹種苗の生産に携わる法人・個人は、相応の技術と生産条件を具备し、県級以上の農業行政部門の審査を受け、「果樹種苗生産許可証」の発行を受けなければならない。しかしながら、実際は苗木の生産、販売、広告宣伝に至るまで、放任、無監督状態となっている。気象条件への適応を考慮することなく、栽培試験も経ず、思い思いに普及した結果、挽回できないほどの損失をもたらしている。あるいは、苗木商人が国内外から取り寄せた品種を「新品種」と騙り、本来同じ品種であるにもかかわらず品種名が複数ある「一物多名」、本来異なる品種であるにもかかわらず品種名が同一である「同名異物」といった現象も引き起こされている。このことによって、モモの多年生作物という特性も相まって果樹農家は3年以上に渡って収益を得られないこともある、また、品質の低い苗木の氾濫が、病虫害の拡大の要因ともなっている。

2) 対策

以上の課題に対して考えられる対策としては、適地適作と品種構成の見直しが提起されている。

- ①西方、北方の高所乾燥モモ生産地域、及び華北平原モモ生産地域においては、日照量が十分にあり、昼夜の温度差が大きく中国で最も重要な産地であって、優良で、果径が大きく、貯蔵性運搬性に優

れる晩生種を重点的に発展させる。

②長江流域は、雨量が十分で、日照量は大きく、気温も高いことから、水蜜桃の生産にとって、また中国にとって重要かつ著名な産地となっている。当地では、優良な早生水蜜桃を主とし、適切に中生品種を発展させる。

③華北の寒冷地モモ生産地域では、施設栽培を主とし、また、華南亞熱帶モモ生産地域では、低温要求量の小さい品種を導入する。

加えて、発展の著しい施設栽培については、

④西北、華北、東北、東北地域では、冬期の日照は十分にあり、早々に低温となるため、窓、或いは保温皮膜を用いてハウスを覆い、或いは人工的に加温し、促成栽培を進め、全国の早生品種の市場でのシェアを得る。

⑤華北南部は、冬期の低温の到来が遅く、春が早く訪れるため、簡易ハウスの栽培モデルを採用し、12月下旬から翌年1月までハウスを覆い、15日前後成熟を早めて、5月上旬の市場においてシェアを得る。

⑥淮河以南の産地では、保温と雨除けの栽培モデルを導入する。

第3章 中国モモ生産・流通の事例調査

第1節 大消費地・上海市内のモモ产地

(1) 上海Z桃業專業合作社

①合作社の概況

上海市 Z 桃業專業合作社は 2004 年、上海市松江区⁷余山鎮江秋村に設立された。設立当初の社員数は 24 人であったが、調査時点（2012 年 12 月）には 32 名に増加している。うち出資社員 5 名、1 人 100,000 元を出資し、出資金は総額で 50 万元である。社員は、江秋村の他、余山県内の周辺 4 か村、計 5 か村に居住している。社員のモモの生産面積は、1,250 ムー⁸に及び、1 社員 39 ムーという、中国では大規模な農家となっている。

社員の平均的な農業所得は、6,000 元／ムーとなっており、当地非社員の平均農業所得 4,000～5,000 に比べ 20～50% 程度大きくなっている。上記の 1 社員あたり生産面積に基づけば、一社員あたりの年間農業所得は 23 万 4,000 元となり、中国における一般的な一農家あたりの農業所得に比べ、著しく大きな値である。

役職員の構成は、理事 5 人、監事 3 人、最高経営責任者 1 名はいずれも無給で、マネジメント職 1 名は 900 元／月で、経理職 1 名を 600 元／月で、技術職 5 名は 1 人あたり 1,000 元／月でそれぞれ業務にあたっている。

生産品種は、塔橋、玉露蟠桃、錦繡黄桃、日本水蜜桃となっている。

②合作社の事業

合作社の業務内容は、農業資材の供給、農産物の共同販売、輸送、保管、技術指導、資金融資である。

農業資材の供給は、具体的には、2009 年以降、化学肥料について行なっている。その供給量は、2009 年 30 トン、2010 年 100 トン、2011 年 140 トン、2012 年 160 トンというように、年々実績を伸ばしている。一般的には窒素：リン酸：カリの割合は 15：15：15 だが、同合作社では当地の生産条件に適合するよう独自の割合 19：5：21 としている。仕入価格は、3,755 元／トンである。それに対して、社員への販売価格は、150 元／50kg、すなわち 3,000 元／トンと逆ざやとなっている。更に、社員が資金的に困難を抱えていた場合には、支払いを猶予しており、未収金（実質的な融資）は 5,000 元に上る。このように肥料販売における逆ざやを厭わない対応は、モモの集荷量を向上させるための方策として位置づけられている。また、社員の 95% は、同社を通じて化学肥料を購入している。

⁷ 松江区に於いては、食糧 17 万ムー、野菜 2.1 万ムー、果物 1.5 万ムーの生産面積となっている（調査時点）。各種の農民專業合作社は 311 社設立されている。

⁸ 1 ムーは 15 分の 1 ヘクタールである。

モモの共同販売については、2012 年の実績は、240 トン、価格は 11.9 元／kg であった。うち、230 トンは 12 元／kg で贈答用に販売された。仕向け先は、第 1 に松江区政府等当地行政機関、第 2 に上海市内の企業である。残る 10 トンは、10 元／kg で卸売市場で販売された。これらは、社員のモモ生産量のうちの 25% を占めている。現状では、共同販売に適合する規格、サイズ、糖度等の条件を厳しく設定し、贈答用のモモに販売チャネルを絞り込んでいるため、共同販売の比率は必ずしも高くない。しかしながら、同社はこうした取り組みを通じて、合作社のブランド化を図って行くことを企図している。現状では、品質は良好で糖度も高く、チャネルを贈答品向けに絞り込んでいることから、競争上は対抗相手がない状況である。

政策的な援助については、国家レベル支援研修プロジェクトとして 20 万元、市政府設備建設支援等で 50 万元、区政府設備施設支援等で 20 万元等を受けている。また、各級政府が開催する各種研修も活用している。

③合作社への評価

上海市の瓜果行業協会、園芸学会、農業技術推進服務センター、林業ステーションが共催して実施する「2012 年上海市優質桃評価」活動においては、65 の桃生産企業（合作社含む）によって 75 件の出品があった中で、同合作社の水蜜桃が最高位の金賞を獲得している。同評価活動は、モモそのものの品質のみならず、園地の管理状況、栽培履歴の記帳状況、各種の認証や商標の取得状況等を総合して評価するものである。2007 年より評価活動が始まって以来、同合作社はモモの品質と管理において首位を維持し続けている。秋の施肥、冬期の剪定、袋かけ、病虫害の防除等について、合作社社員は統一した規範に基づいて実施し、モモの品質確保に努めている。糖度の計測では、2012 年産の同合作社のモモの糖度は、14 度以上、最高では 19 度を記録している⁹。

(2) 上海南匯 M 桃業專業合作社

①合作社の概況

上海南匯 M 桃業專業合作社は、2012 年 12 月、上海市南匯区惠南鎮に設立された。取り扱い品目は、モモ（販売額ベースで 40%）を中心に、スイカ（30%）、メロン（15%）、ブドウ（15%）、ナシ（5%）と、幅広く（表 3-1）、年間の販売額は各品目を合わせて 3,500 万元に達する。

この内、モモの生産面積は、品種別に玉露水蜜桃 600 ムー、玉露桃 420 ムー、すいか・メロン 800 ムーなどとなっている。

社員は設立当初とほぼ変わらず 125 名、うち出資社員は、設立時の 5 名から 15 名へと増加している。

⁹ 「上海市優質桃評価」活動に関しては、余山鎮人民政府ホームページを参照した。
(<http://ssz.songjiang.gov.cn/index.aspx>)

出資金総額は設立時の 100 万元から調査時点（2012 年 12 月）までに 500 万元まで増加している。単純平均では、1 人あたり出資金は 33.3 万元となるが、最大の出資者は 100 万元／人（理事長）、最小の出資者は 2 万元／人と出資額の格差は大きくなっている。

役職員は、理事 3 名、監事 1 名の他、職員は 67 名（うち最高経営責任者 2 名、マネジメント職 3 名、経理職 1 名、技術職 4 名）と、中国における合作社としては異例の大規模な構成となっている。役員の報酬は理事・幹事とも 1 人あたり 2,500 元／月、職員の給与は最高経営責任者 3,500～4,000／月、マネジメント職は 2,000 元／月、経理職 2,500 元／月、技術職 2,000～2,500 元／月となっている。

②合作社の事業

業務内容は、種苗販売、農業資材供給、共同販売、輸送、保管、技術指導、融資である。

農業資材の供給については、化学肥料の場合、窒素：リン酸：カリの割合は 15：15：15 であり、3,350 元／トンで仕入れ、3,500 元／トンで販売し、利ざやは、150 元／トンとなっている。年間販売額は、200 万元、販売量は 571 トンにのぼり、社員の 100% が同社を通じて化学肥料を購入している。

M 社の特徴は、共同販売において、品質と販路を適切に組み合わせて行われているマーケティングミックスにある。年間のモモ販売額は 800 トン、1,400 万元以上に上る。うち、贈答用に 60% を 15～20 元／kg で、スーパー向けに 20% を 7～8 元／kg で、宅配産直向けに 10% を 5～6 元／kg でそれぞれ販売している。

贈答用のモモは、サイズが 350～500g／個と大きく、450～500g／個のものは、1 パック 10 個入 120 元で、450g 以下のものは市況によって包装の方法を適宜変更して販売している。

スーパー向けには、150～200g の比較的小さめのモモを、上海市内のスーパー 6 社に販売している。配達先は、200 店舗に及び、5,000 m² の農産品配送センターを設置してこれに対応している。

宅配向けには、200～400g の中間のサイズのモモを、インターネットを通じて注文のあった顧客へ直接配達している。

社員の農業所得は 11,000 元／ムーであり、当地非社員の 9,000 元／ムーを 20% 以上上回る水準となっている。

政策的支援については、2009 年に「上海市農民專業合作社モデル社」の称号を受けた上で、2011 年に栽培基地の建設に区政府より 210 万元の援助を得ている。その上で同社としては、①政府の援助策はまだまだ小さく、今後ますます増大するその需要に答えていくこと、②公募援助に対する申請・審査の透明性を確保し、監督を強化すること、③人材育成に関わる援助を強化し、合作社の力量を高めていく

表 3-1：M 社の取り扱い品目

品目	販売額（元）	比率（%）
モモ	1,400	40
スイカ	1,050	30
メロン	525	15
ブドウ	350	10
ナシ	175	5
計	3,500	100

資料：M 社への聞き取りによる。

こと、等を要望している。

第 2 節 首都・北京市内のモモ产地

（1）北京 Y 果蔬産銷專業合作社

①合作社の概況

北京 Y 果蔬産銷專業合作社は、2008 年 10 月北京市平谷区夏各庄鎮魏村に設立された。社員の生産面積は、モモが 500 ムー、野菜（キュウリ、ミニトマト、サツマイモ、いちご）が 110 ムーとなっている。業務内容は、農業資材の供給、農産物の共同販売、輸送、保管、技術指導、融資である。

設立初期の社員は 103 名であったが、調査当時（2013 年 1 月）の社員は 152 名まで増加している。これら社員は全て出資しており、出資法人 1 社も含んでいる。設立当初の出資金は総額 100 万元で、調査当時までに 110 万元に増加している。最大の出資者は理事長で 16 万 5,000 元、最小の出資者は 1 人あたり 100 元となっており、出資金額の格差が大きくなっている。

役員は、理事 6 人、監事 2 人となっており、いずれも 1 人あたり 3,000 元／月の報酬を得ている。職員は計 4 名、うち 1 名は最高経営責任者で 3,000 元／月、2 名はマネジメント職で 1 人あたり 3,000 元／月、1 名は技術職で 2,000 元／月でそれぞれ雇用されている。

②合作社の事業

農業資材の供給は、主としてモモ用防虫袋、化学肥料について実施している。いずれも社員と非社員で価格が異なり、モモ用防除袋は社員が 4.5 元／袋、非社員が 5 元／袋で、化学肥料は社員が 2,700 元／トン、非社員が 3,000 元／トンとなっている。社員の 70～80% は Y 社を通じてこれら農業資材を購入している（表 3-2）。

表 3-2：農業資材の供給規模

品目	2011 年		2012 年	
	供給額	供給量	供給額	供給量
モモ用防虫袋	20 万元	約 42,100 袋	25 万元	約 52,600 袋
化学肥料	38 万元	約 133 トン	40 万元	約 140 トン

資料：Y 社に対する聞き取りによる。

共同販売の実績は、2012 年に 960 トン、うち卸売市場が 800 トン（83%）、スーパーが 112 トン（11.7%）、小商人が 32 トン（3.3%）、贈答用が 16 トン（1.7%）であった（表 3-3）。販路毎に価格が異なり、卸売市場へは 4～5 元／kg、スーパーへは 5～7 元／kg、小商人へは 6～8 元、贈答用へは 14 元／kg となっている。それぞれの規格の詳細は不明だが、販路に応じた規格・価格設定となっているものと考え

られる。

社員の平均的な年間農業所得は、8,000 元／ムーで、当地の非社員の年間農業所得 6,000～7,000 元／ムーと比較して 10～30% 程度高い水準となっている。

Y 社、北京市、及び平谷区のモデル合作社となっていることから、その報奨金として前者から 50 万元、後者から 20 万元を得ている。その他、農業機械購入費用の一部補助を設けている。

表 3-3：Y 社におけるモモ販売チャネル

チャネル	販売額	販売数量		価格
		比率	比率	
卸売市場	360 万元	76.2%	800 トン	4～5 元／kg
スーパー	67.2 万元	14.2%	112 トン	5～7 元／kg
小商人	22.4 万元	4.7%	32 トン	6～8 元／kg
贈答用	22.4 万元	4.7%	16 トン	14 元／kg
計	472 万元	100%	960 トン	100%

資料：Y 社への聞き取りによる。

(2) 北京 J 大桃産銷專業合作社

①合作社の概況

北京 J 大桃産銷專業合作社は、2007 年 9 月、北京市平谷区金海湖鎮郭家屯村に設立された。村民委員会の主導により設立されており、同委員会による無償の技術指導、農地の集約、肥料の無償支給、モモ生産への参入補助金の支給が並行して実施されている。設立時の社員は 34 人であったが、その後大幅に増え、調査当時（2003 年 1 月）の社員は 151 人である。いずれも、同村居住者であり、また出資社員になっている。出資金の総額は、設立時は 7 万 1,600 元であったが、その後若干増加し、調査当時で 7 万 6,000 元となっている。1 人あたりの出資金額は、平均して 503 元となっている。

役員は、理事 8 人、監事 3 人で、いずれも報酬はない。また職員は、最高経営責任者 1 名、経理 1 名で、同じく無給である。

②合作社の事業

業務内容は、育苗及び種苗の販売、農業資材の供給、共同販売、輸送、保管、技術指導である。社員の 100% が J 社をつうじて防虫袋や肥料の購入を行なっている。特に肥料は、村民委員会による支援を得て、毎年 1 ムーあたり 400 元の有機肥料を社員に無償で提供している。

社員のモモの栽培面積は 600 ムーである。Y 社では、多様なモモ品種の生産が行われている。早生種では、早桃王、早黄蜜、早鳳王（太平頂）、神州紅、中生種では紅不軟、晩生種では離核脆、華王、紹

化 9 号、晚 9 号、北京 24 号、中華寿桃、蟠桃（アメリカ紅蟠）である。

これら生産量の約 90% は、J 社を通じて共同販売されている。販路は、卸売市場 60%、贈答用 30%、スーパー 10% となっている。

卸売市場を経由したモモは、主として東北各省、広東省、深センへ、およそ 3～4 元／kg で販売されている。

贈答向けは、特に高品質なものを、100 元／個、或いは 12 個・3.5kg 入りの箱に包装した 50 元／箱の荷姿・価格で販売している。

スーパー向けは、中国資本で全国的に店舗展開する大手のスーパー H に対し、5～10 月に販売されている。価格は、J 社側が決定することができ、およそ 7 元／kg で販売されている。また、スーパー側が 15～22% のマージンを取得する。

同社社員の平均的な農業所得は、8,000 元／ムー、中には 4 万 4,000 元／ムーのものもいて、当地の非社員の平均的な農業所得 2,000 元／ムーを大きく上回っている。

第 3 節 中国における主力果実産地・山東省のモモ産地

(1) 蒙陰県 Z 果品專業合作社

①地域概況と合作社の設立

臨沂市蒙陰県は 100 万ムーの果実生産面積を有し、著名な果実産地となっている。100 万ムーのうち、桃が 60 万ムー、リンゴが 30 万ムー、クリが 10 万ムーとなっている。近年では、クリの収量が小さいため、モモ・リンゴへの移行が進んできている。

中でも野店鎮は果実の主産地であり、モモが 4 割、リンゴが 6 割を占めている。蒙陰県 Z 果品專業合作社は同鎮に所在している。

同県では、1960 年代からりんごの栽培が始まっている。1980 年代まで主な品種は小玉で酸味の強い国光であったが、収益性は必ずしもがよくなかった。その中で、合作社理事長の R 氏は、1990 年に軍を退役し、中国南部をターゲットにリンゴの販売を始め、一定の成績を上げたことから、本格的に果実の販売事業に取り組み、次第に周辺の農家から「能人¹⁰」と認識されるに至った¹¹。

2002 年からは周辺農民の組織化の基礎を作り始め、政府の提唱もあって域外の中間商人と提携して果物の販売仲介業を分担する目的で果業協会を設立し、その上で 2008 年に Z 合作社を設立した。

¹⁰ 農村において、農産物の販売や農業経営において才覚を持つ人物のことを、「農村能人」、「能人」などと呼ばれている。

¹¹ こうした、果実販売商人としての手腕が評価されたこともあって、1998 年の村民委員会選挙において村の主任に選出され、今日まで継続して担当している。

②合作社の概要

設立当時の社員は6戸であったが、その後急速に増加して1,800戸になり、出資金も3万元（5千元／戸）から現在の500万元に増大した¹²。合作社の所在する村の他、隣接する村の村民もほとんどが社員となっている。

理事は5名、監事は3名、職員は20名以上である。職員のうち、技術員¹³4名、販売担当者4名、運転手6名、冷蔵庫管理人4名等となっている。

その他、収穫・出荷期におけるパート従業員が多く、最盛期には500名を数える。主な仕事は選別、ネット付け、計量、荷造である。

合作社の主な事業は果実の品種改良、新品種の導入、技術指導、農業資材¹⁴の提供、果物の集荷、貯蔵、販売である。栽培技術についてはほとんどの農家が熟知した段階にあるとされ、その意味では指導する必要性は大きくないという。

③合作社の事業

貯蔵については、最新のものではCA貯蔵庫も利用できるようになってきており、商品の品質の向上に役立っている。CA貯蔵庫は1棟あたり貯蔵能力が400～500トンのものが28棟あり、年間1万トンの貯蔵量となっている。

合作社は15tのトラック3台所有しているほか、一部は第三者の物流企業に委託し輸送を行なっている。モモの輸送には低温車が利用されているといふ。

また、加工工場を2箇所所有している。

2011年の果実集荷量は4万tで、うちリンゴが5割、モモが5割、クリが若干という比率となっている。組合員から集荷するモモは市場の相場より0.4元/kg高い価格設定しており、社員はその生産物である果実の全てを合作社を経由して販売している。販路は、国内向けが70～80%、輸出向けが20～30%¹⁵を占めている。

国内販売では、中国全土を販路としているが、比較的中国南部への販売量が多い。リンゴについては南京、上海、安徽、武漢、浙江、福建へ出来秋から翌年の5月まで、モモについては昆明、南京、広州、珠海へ5月から10月までの販売が主となっている。一時は欧米系資本のスーパーC社との直接取引に取り組んだこともあるが、決済までの期間が長いことがネックとなり、現在では行われていない。

一方、輸出先は、シンガポール、インドネシアなどの南アジア、東南アジアとなっている。

近年の販売量は安定して推移しており、貯蔵量も大体1.5万tを維持している。

2009年、商標を登録申請し、翌2010年に取得することが出来た。2010年には顧客のニーズにこたえ、GAPの申請を行い、2012年に認証を取得し、生産基地として3,000ムーが認定された。更に、2011年にはモモ、リンゴ、クリ、サクランボ、ブドウなど8種類の果実について緑色食品¹⁶の認証を、リンゴ、モモ、サクランボ、クリの4種類については有機食品¹⁷の認証をそれぞれ取得した。モモとリンゴについては国家地理標示保護も取得している。

地元政府からは補助金という形での支援はないが、もともと工場であった施設を政府の斡旋で安く譲り受け、改装して利用している（写真3-1～3-6）。

また、同政府は山東農業大学からの新品種の導入、道路に近く、灌漑の行き届いた農地はモモ、標高の高い部分にクリ、両者の中間にリンゴというように果樹園を統一的に整備するなど、果実の产地形成に積極的に関与している（写真3-7）。



写真3-1：広大な敷地と巨大な冷蔵施設

¹² うち、R理事長の出資金が一番多く、497万元となっている。同氏のリーダーシップによるところの大きい合作社であると考えられる。

¹³ 果樹の管理を主に担当している。

¹⁴ 理事長によれば、低廉で、統一した資材の利用により品質の保証ができるとしている。

¹⁵ 調査当時、臨沂市での唯一の果物輸出資格を取得している合作社である。

¹⁶ 減農薬減化学肥料によって栽培された農産物であることを証する認証である。

¹⁷ 基本的には、無農薬無化学肥料によって栽培された農産物であることを証する認証である。



写真3-2：荷さばき場と冷蔵庫入り口。側面が青と白となっているのは、リンゴのコンテナである。



写真3-3：コンテナ内のリンゴはビニール袋に収められている。



写真3-4：フォークリフトによる運搬

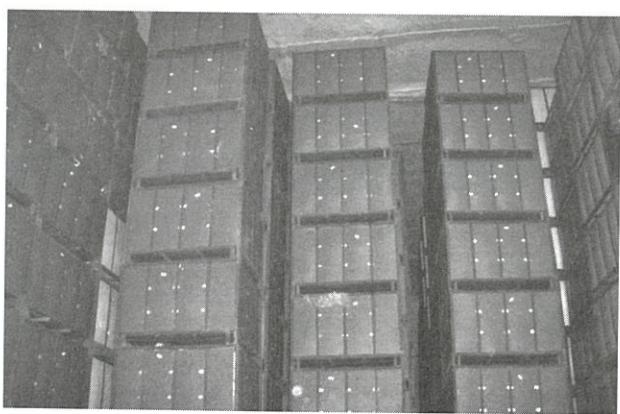


写真3-5：庫内ではコンテナがうずたかく積み上げられている。



写真3-6：一部は、出荷箱の状態で冷蔵される。

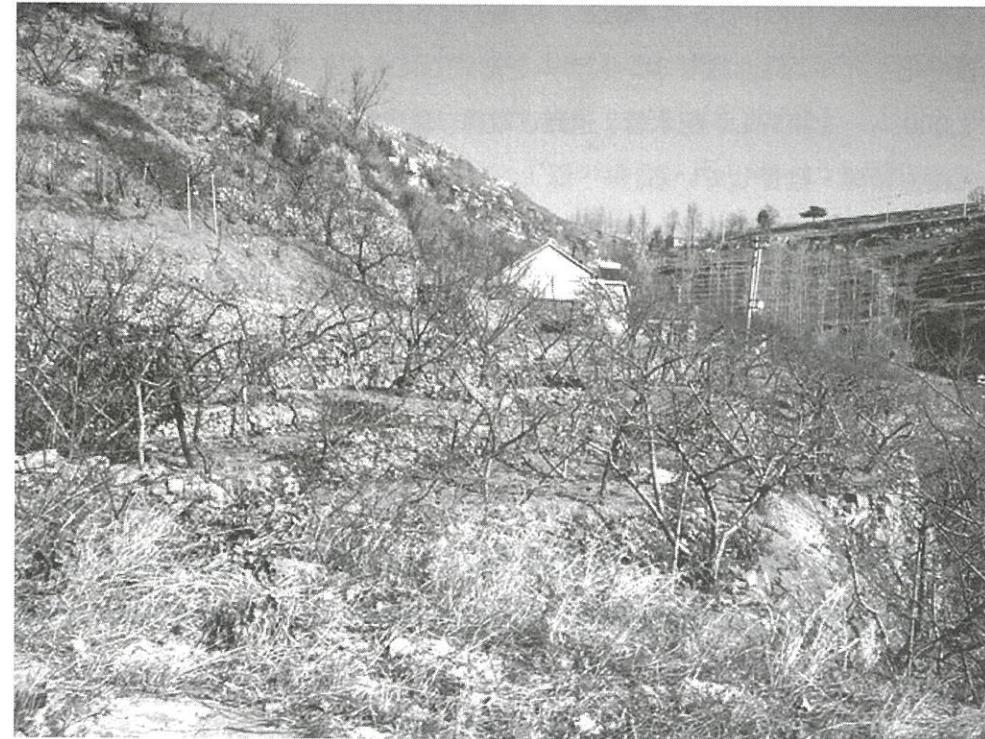


写真3-7：臨沂市蒙陰県野店鎮の斜面に広がるモモ園。

(2) 蒙陰県W果品專業合作社

①地域概況

岱崮鎮は果物の主産地で、その栽培面積は10万ムーとなっている。中でも井旺庄村は人口2,000人、農地面積1万5,000ムー¹⁸、1人あたり耕地面積は3~4ムー、農家戸数687戸、一人当たり年間農業所得2万元、1ムーあたりでは年間8,000元の農業所得となっている。村内では食糧の生産は行われておらず、野菜についても自給用のみとなっており、果実の生産を主とする地域となっている。

改革開放以前、計画経済の次代には、専ら食糧生産が行われていたが、表土が薄く、水も十分ではないことから、収量は大きいとはいえない。

改革開放以降、市場経済に転換してからは果実の生産に順次移行していった。特に1990年代に発展し、90年代中盤に各農家が土地を請け負って多数の零細経営農家が形成された。

当時のモモの販売価格は0.6元/kgであり、食糧より高かったことから、地元政府による農地の流動化も進められ、2000年ごろには、借地、契約などによるモモの大規模経営が見られるようになった。2002年、農産物の共同販売を目的に、約10戸の農家によって果業協会が設立され、共同で市場出荷にあたった。一方で、技術の重要性が意識されるようになり、2003年、隣村で50ムーの農地を借りうけ、試験地としての利用を開始した。00年代中盤には、品種改良、商品のブランド化、生産の基地化を進めた。

¹⁸ 傾斜地が多い地域であるため、荒地を農民自身が開拓してきている。

②合作社の概要

合作社としての登記は、2007年5月である。以降、合作社を中心農業資材、技術指導、管理を統一して実施し、標準化された基地生産管理システムを形成してきている。2009年、合作社は農家が請け負っている農地1,000ムーを集約し、配水管、道路、電線、殺虫灯などのインフラ整備を統一的に実施し、個々の農家の生産も指導・監督している。

理事長は、元々供銷合作社の職員であり、W合作社の設立と運営にあたっては、供銷社の人脈や支援を得ることが出来た。

合作社の出資金は、設立時には4万元¹⁹であったが、現在では100万元²⁰に増大している。1人あたり一番出資金額が最も多い例では1人10万元、最も少ない例では1万元となっている²¹。設立当初の社員は60、70戸であったが、その後大きく増え、現在700戸を超えている。

理事会の構成員数は6人となっており、うち2人が毎日事務所に詰めて業務についている。監事會は構成員数が5人、職員が18人となっている。役職員はすべて報酬・給与を得ており、平均2,000元／月である。合作社による農家指導を徹底するため、農薬肥料服務チームがある²²。また、農芸師²³を5～6人招聘している。

合作社の所有する施設等は、事務所1、冷蔵庫2棟²⁴、トラック6台となっている。その他、10万元以上を投資して、トラクター、三輪車、農薬噴霧器などを購入したうえ共同利用し、出稼ぎ者による労働力の不足問題への対応や、高齢農家における農薬散布や施肥の支援に取り組んでいる。その際の支援にあたった作業者への賃金は、支援を受けた農家側が負担している。

③合作社の指導事業

指導事業としては、各種の研修会が実施されている。冬期の剪定（1回／年）、果物の生長状況の判定（1回／年）、肥料の散布（1回／年）、土壌の検査（春、秋に各1回／年）等、年間約6回の研修会を開催している。必要に応じて大学や公的な研究機関等外部から講師を招聘している。

④合作社の購買事業

合作社はメーカーから一括して農業資材を購入し、比較的安く農家に供給している。有機肥料、生物発酵菌肥料、鉱物肥料、Ca肥料などである。農家の需要に応じて契約数量をその都度取り決めている。市場価格に比べて一袋あたり5～10元程度安く供給できている。

¹⁹ 現金のみによる出資である。

²⁰ 現金及び土地による出資である。

²¹ 1株1万元であるので、最低1万元からの出資となる。

²² メンバーは約30名である。

²³ 農業の生産技術や経営について専門的な知識を持つものが取得できる資格である。

²⁴ その収容能力は2,000トン1棟、8,000トン1棟、計1万トンである。CA貯蔵庫となっており、フォークリフトを利用している。写真3-1～3-6と同様である。

⑤合作社の販売事業

合作社の販売事業は基本的に安定して推移しているという。2011年のモモの販売量は1万5,000～1万6,000トン、リンゴとクリも合わせると全部で2万トンである。また、2012年には、貯蔵庫の能力が拡大してきたことから、販売量は3万tに増大し、うち桃が2万トンを占めた。

モモの販路は、等級ごとに明確に区別されている。1級の場合、スーパーに全量販売され、販売量全体の20%となる。2級の場合、広州、深圳、昆明、浙江など南方の果実卸売市場に販売され、販売量全体の70%を占める。3級の場合、加工企業に販売され、販売量全体の10%を占める。

このうちスーパー向けの出荷は、直接の取引となっている。地元政府によって開催された商談会等に参加することを通じて、南京のSスーパー・チェーン、深圳のT広場²⁵と契約を結び、直接果実を販売するようになった。南京のSスーパー・チェーンはさらに果実生産基地の建設にも参画し、同スーパーへの直接供給基地が形成された。収穫期には、毎週月曜日に見積書を合作社側から各社に提供し、先方が同意すれば契約成立となり、果実が輸送される。高品質のモモについてはスーパーに全量納入するようしている。納入価格は市場の相場より0.6元/kg程度高く設定されている（4.4～7元/kg）。但し、スーパーへの販売は安定して販路を確保できる反面、価格の変動が激しいというデメリットもあるという。

卸売市場へ販売は、域外から訪れる中間商人を通じて行われている。10以上の商人が毎年収穫期に当地に常駐している。合作社は農家の利益を守るため、商人と価格交渉をしている。

販売期間は6月から10月末まで続き、毎日トラック3～4台、1台あたり30tのモモを積み込み、輸送する。販売の最盛期には一日に10台のトラックに積み込み、輸送することもあるという。これら輸送業務は、すべて物流会社に委託している。

これら果実の販売において、できるだけ有利な販売に結びつけるため、認証や商標の取得も進められている。2008年には、緑色食品の認証を取得した。また、2009年にはMSという商標を登録したが、さらなるリンゴ、クリ、モモについて合作社経営の拡大を念頭に置き、2012年には新たにYC果品という商標も申請している。

一方、ももの集荷において、その購入価格は2009年、2010年と同じく2.6～2.8元/kg、2011年3～4元/kg、2012年5～6.8元/kgであった²⁶。合作社の利益は、モモの販売価格と購入価格による売買差益となっている。

⑥金融事業

合作社内部には現金の貸出と、農業資材の購入代金の後払いという形での実質的な融資が実施されている。現金の貸出利率は、0.004元/月となっている。

²⁵ 中国で「～広場」といった場合、わが国でいうところのショッピングモールを指すことがある。

²⁶ 2012年は、合作社としては販売量が大きく増えたが、一般的には春の寒気、その後の旱魃によって2～3割の減産となったことから、市場価格が上昇し、購入価格が高騰した。

⑦合作社における総会の実施と剰余処分

社員総会が年1回、毎年11月に開催されることになっている。理事に加え、社員代表が参加し、剰余金の分配方法、次年度の予算、運営計画などについて議論する。そのうえで、これまでの実績では、出資金の12%相当額を配当としてきている。たとえば1万元の出資金に対しては、配当金は1,200元となる。

⑧政府の支援状況

合作社の設立と運営に対する地元政府の支持は得ているが、これまでのところ資金面での支援は受けられていない。2009年農業部の農業総合開発プロジェクトに採択され、全額が110万元、生産基地のインフラ整備を目的に、110万元の支援を受けたことがある。2011年には、商務部からコールドチェーン物流プロジェクトが採択され、150万元の支援を受けて、収容能力8,000tの新しいCA貯蔵庫を建設した。

⑨今後の課題

W合作社が経営しているモモの生産基地1万ムーについては、段々畑の形に整備し、1ムーあたり収量が6,000kg／ムー²⁷と高い。しかしながら、品質を高くするためには、1ムーあたりの収量を3,000kg程度に抑えたほうがよい。今後、収量と品質のバランスをどのように取っていくかの検討が求められている。

また、現状のモモの樹は多くが高齢化してきているため、今後リンゴに転換していく可能性が高い。理事長によれば、ある意味での「輪作」的な体系で一定期間を経た後作目を変えることによって、生産性を高く保ったほうが良いとのことであった。

（3）泰安肥城市におけるモモ生産の盛衰

1) 地域概況

山東省泰安市の県レベル市肥城市産のモモは「肥桃」と呼ばれ、1100年の栽培歴史を持ち、全国的な知名度を持っている。1995年、農業部に「中国の仏桃の郷」と命名された。1996年「仙樂」というブランドで登録し、以降様々な表彰を受けている。肥城市的モモの栽培面積は6万ムー超え、2000年ギネスブックに記載されるなど、「世界最大のモモ園」となっている。2002年、肥桃の花祭りが始まり、現在に至るまで毎年開催されている。

肥桃は、果実の大きさがひとつ特徴となっており、平均的には約350g／個、最大で900g以上もある。栄養も豊富で、第11回アジア大会の専用モモとなったこともある。

肥桃として生産されている品種には、紅果、白里、晚桃、柳葉、大尖、香桃、酸桃と七つある。白里、

紅果は生産量が多く、品質もよい。成熟期が8月末～9月初めとなっている。肥桃の生産条件としては土壤深くまで肥沃し、排水が良い場所が好ましい。結実まで2年を要し、3年目から生産量が増加し、5年目からピークを迎える。寿命はおよそ30年である。

調査地の桃園鎮は肥城市的西南部にあり、行政村42村、人口6万3,000人、耕地面積7万6,000ムー、内肥桃の栽培面積は3.2万ムーとなっている。肥桃の主産地かつ伝統産地とされている。しかしながら今日、桃園鎮の主な農産物はジャガイモ、トウモロコシ、白菜となっている。この三つの作物を輪作で年間三回収穫するのが一般的となっており、収益性も良いため、生産面積が拡大してきた。現在4万ムーになっている。これらの農産物を販売するため、域内に東伏蔬菜卸売市場を作り、中間商人を誘致している。また、野菜生産基地をベースに、加工企業や冷蔵企業、食品企業なども誘致し、これらの農産物の生産が一層増加してきた。逆に、肥桃の栽培面積が縮小しつつある（镇政府における資料及び聞き取りによる）。それは近年、上記輪作に比べモモの収益性が低く、市場のリスクが大きくなっていることが要因となっている。



肥城市に広がるモモ園

2) 肥城市桃園鎮張里村におけるモモ生産・流通の現状

①張里村におけるモモ生産の展開

張里村は約700世帯、人口2,700人、農地の面積は2.5ムー／人の村である。当地は、近隣の東里村に続いてモモ生産を発展させてきた。域内には、周恩来元総理が命名した「世上桃園」の文字も掲げられている。伝説によれば、当地は昔からモモの主産地で、肥桃・仏桃が主な生産品種である。また、こ

²⁷ (60株／ムー) × (100kg／株)。

の近くに空軍が駐在したことから、中央政府の幹部もよく訪問してきたため、招待の果物として桃が注目された。こうしたことを通じて、肥城のモモは知名度を高めてきた。

70年代、政府の提唱でこの周辺は食糧産地からモモ産地へ転換することとなり、モモ生産面積が一層拡大したが、現在ではモモ農家が減少しつつある。その理由は、トウモロコシ10元／ムー等食糧への生産補助金による後押しもあって上記野菜の輪作の収益性が高いことが知られるにつれて、多くの農家がモモ園を廃園して野菜に転換したことである。他方で、多くのモモの樹が高齢で、収益性が低下していることも要因となっている。さらに、開花期の寒気の影響で、作柄が悪化することがしばしばあることである。

②張里村におけるモモ生産の現状

一般的には一年生のモモに肥桃・仏桃を接木し、3年目結実、5年目産量が一番多い期間に入る。14～15年後高齢となり生産量が減少していく。1ムー当たり35株が植えられ、収量は最も多い時期で70～100kg／株である。

生産品種は、肥桃、水蜜桃が最も多い。果径の大小により、80mmは1.5元／個、85mmは2.5元／個、90mmは4.0元／個、規格外品が1.4～1.6元/kgと価格差が大きくなっている。この他、大紅袍、城陽紅、朝輝、京艶等の品種もよく栽培されている。更に、当地モモ生産の篤農家が自ら選抜した品種、肥城桃研究所が選抜した品種も政府の提唱で普及しつつある。

③張里村におけるモモ収穫期と流通

水蜜桃は早ければ6・7月から収穫・出荷することができ、10月中旬まで収穫・出荷が続く。この品種の特徴は色がよく、長期間保存できることである。

肥桃は8月から収穫・出荷できる。この桃の特徴は、糖度が高く、保存期間が短いことである。施設栽培なら、収穫・出荷期間が3月中旬から10月まで長期に渡る。施設栽培の肥桃の面積は1,000ムー弱あり、全体的に比較的実が小さく、販売価格は8～12元/kgとなっている。むしろ、露地栽培のほうが大きいサイズのモモを収穫することができる。

農家におけるモモの販売は、一般的には村内の産地市場、やや遠方の村外卸売市場で行われる。当地モモの知名度が高まってからは、域外の中間商人が集荷しにくるようになってきた。主に北京、青島、济南、浙江、福建の中間商人である。モモを選別したうえ、等級を決めたのち、1個1個にネットを掛け、箱に詰める。更に冷蔵庫で予冷し、布団を掛けてトラックで運送する。一般的に中間商人は、地元の仲介人、或いは集荷対象となっている大規模農家の家に宿泊しながら集荷・移出を行なっている。

一方スーパー等に直接販売される例は多くない。

果径が55mm～60mmとなった場合には、加工用の基準に該当し、缶詰加工工場に販売される。1996年ごろ、当地政府と条件付きで投資し、中国飲料大手の「匯源果汁」の肥城加工工場が設立されて以降、外地の商人による加工用モモの集荷が禁止となった。付近には他の加工工場がないことから、匯源

果汁によってモモ加工原料価格は低く押さえられ、農家は大きな不満を持っている。最終的には紛争に発展し、多くの農家がモモ園を廃園にし、加工工場は移転を余儀なくされた。

補論 安徽省のモモ産地

(1) 地域概況

砀山県は安徽省の最北部にあり、386の自然村で構成され、総人口が96万人、耕地面積が127万ムー²⁸、その内、果樹栽培面積が70万ムー余り、耕地面積の55%を占め、果実の主産地となっている。以前は、野菜産地として有名な地域であり、1980年代には全国上位10位の生産基地に入っていた。しかし、その後、高価格高収益の果実の生産へ転換してきて今日に至っている。

砀山県は果実の資源が豊富で、数多くの品目が生産されているが、中でも酥梨が名産品となっており、50万ムーの栽培面積が、「梨の都」と呼ばれ、輸出も行われている。2002年「砀山酥梨」が国家地理誌保護を取得した。砀山県は中国の上位十位に入る果実産地で、果実加工量も最も多い。ナシの他に、モモ、リンゴ、ナツメ、カキ、ブドウ、キュウイ、サクランボの生産も多い。

(2) 砀山県におけるモモ生産

砀山県におけるモモ栽培面積は20万ムーとなっている。その品種は黄桃、白桃と油桃の三つに分けられる。

黄桃の生産面積は10万ムーであり、全国の30万ムーの3分の1を占める。従来は加工原料として利用されることが専らであったが、現在は一部生食用にシフトしている。その収量は2,500kg／ムーである。黄桃の販売期間は5月上旬から10月までとなっており、山東省産モモより販売期間がやや遅い。当地での平均的な販売価格（農家庭先価格）は2.1元/kgである。近年、浙江、福建、山東、河北省の商人も黄桃を買い付けに来るようになっている。黄桃を取り扱っている合作社は70社以上設立されており、生産に参入している農家は1,560戸以上に上っている。

白桃の生産面積は5万ムーあり、主に生食用として生産されている。5月末から10月までが販売期間となっている。一般に黄桃より白桃が生食用として適しており、一般消費者による購入に供されることが多いという。

この黄桃と白桃はいずれも露地栽培である。

一方、油桃の生産面積は5万ムーあり、ほとんどが施設栽培であり（1500kg/ムー）、白桃や黄桃より早い4月中旬から販売できるため、価格がより高い。

²⁸ 野菜の栽培面積は46万ムーである。

(3) 砀山県における加工企業の立地

砀山県には多くの果実の加工企業が立地されている。現在、省市レベルの龍頭企業が 50 社以上立地しており、加工能力は 120 万トンに達している。

大手加工企業の例を上げれば、蘇州科技、汇源果汁²⁹、中糧集團、米国熙可、海昇集團³⁰等 100 ムー以上の果樹園を持っている企業が 100 社以上立地している。土地の流動化によって果樹園を集約し、最大で 1,520 ムーの原料調達基地も形成されている。

加工企業は主に「企業+基地+農家」又は「企業+合作社+農家」の経営体制を利用している。

(4) 砀山県における合作社設立の現状

砀山県では、県政府が合作社の設立に積極的であり、省内および省外の各種研修プロジェクトへの参加も積極的に行われている。砀山県の農民專業合作社については、2011 年末までに工商局に 1,485 社が登記され、社員は 9 万 8,710 人に上り、農業総人口の 12.8% を占めるまでになっている。

そのうち、果実專業合作社が最も多い 726 社で、48.9% を占めている³¹。また、一部の合作社は、省級モデル合作社として認定されている（5 社）。

2011 年までに、砀山県における緑色食品認証を取得した果実生産基地面積は 5 万ムー、無公害農產品認証を取得した果実生産基地が 20 万ムーあるが、そのうち合作社单では、有機認証を取得した合作社が 1 社、無公害農產品と緑色食品認証受けた合作社が 49 社に上っている。

また、一部の合作社は商品のブランド化も進めており、大型スーパー 10 社以上と契約販売が成立している。

(5) 砀山県における果実專業合作社の例

1) Y 農民專業合作社～砀山県砀城鎮蒋營村～

① 地域概況

砀山県砀城鎮蒋營村には果園場（改革開放前の計画経済体制下のもとで、集中的に果実を栽培している一帯）があったが、管理の利便性を図るために各農家に分配した。約 300 ムーの果樹園の内、リンゴが 200 ムー、モモが 120 ムーという内訳となっている。当初は主に生食用白桃を栽培していたが、1986 年に浙江省奉化県から黄桃を導入して以降、白桃の生産が徐々に減少してきている。

黄桃の導入後、当地域において缶詰加工企業約 800 社が原料調達に取り組んだが、原料は常に不足気

味であった。そのため、企業は黄桃の買い付けに際して、農家に肥料を無償提供するなどの優遇策をとっている。

ところが、人体への影響が懸念される添加物問題が発生したことを機に、缶詰市場は縮小を余儀なくされ、原料に対する需要は減退し、モモの販売が著しく困難になった。

政府指導による企業再編整理が進められ、現在では、国際市場を開拓しつつあり、収穫量の 9 割の黄桃が加工して輸出されている。主な市場は日本、アメリカ、韓国、ロシアとなっている。

当地でのモモの生産は、一般的には 1 ムーあたり 30~33 株、4 メートル×6 メートルの間隔で樹が配置されており、収量は 3,000kg／ムー、価格は平均して 3.4~4 元／kg 程度（農家庭先販売価格）となっている。

黄桃の販売期間は 7 月 5 日から 8 月 20 日まで約 45 日間。品種は 83、金童 5 号、19 となっている。83 が 2 週間程度早く収穫でき、また 19 の収穫は比較的遅い。早生、中生、晚生種を組み合わせた品種の導入が図られている。

② 合作社の取り組み

Y 農民專業合作社は、2006 年に成立された前身の組織・協会を母体とし、2008 年 6 月に設立された。設立当時の出資が 200 万元³²、うち理事長が 30 万元、その他の多くの社員は 5 万元程度出資した³³。設立当初の社員は約 20 戸であったが、現在では近隣の村も含む 320 戸に増加してきている。彼らの果実生産面積を合わせると 3,000 ムー以上に達している。生産品目は主に黄桃であり、多くの農家では 1 世帯あたり 10 ムー超を経営している。主に自分で管理し、収穫する。一人当たり平均年間農業所得は 1 万元余りである。

事業内容は技術指導、農業資材³⁴の購買、モモの販売である。

技術指導について農家の要求に応じて提供するが、多くは農家同士の交流で足りており、研修会などは頻繁に開催されているわけではない。

販売事業については構想通りには展開できていない。生産量は多いものの販路が少なく、合作社を通じたモモの販売量は 1,000 トン程度にとどまっている。

販路は大きく二つに分けられる。一つは加工企業であり、輸送は、企業或いは農家自身が実施している。価格は市場価格と同じ水準となっている。取引先加工企業は山東省の通化、曹県の他、地元の加工企業である。加工企業向けだけで、販売量の 30~40% を占めている。もう一つは社員が個々に販売する形態である。販売先は、企業や中間商人³⁵であるが、この場合、個々の零細な農家単位で対応するため、価格交渉が十分に行われていない。選別や包装もなく、サイズ、色、病虫害のチェックが行われるのみ

²⁹ 原料調達のための果樹園 1,000 ムーを経営している。

³⁰ 原料調達のための果樹園 500 ムーを経営している。

³¹ その他、養殖專業合作社が 397 社（26.7%）、野菜專業合作社が 73 社（4.9%）、食糧生産專業合作社が 53 社、その他 192 社設立されている。果実專業合作社も合わせると、同県では、1 行政村あたり 10 社の農民專業合作社が設立されていることになる。合作社の設立件数でいえば、高密度である。

³² 果樹、農機具、土地等の形で現物出資も多く含まれている。

³³ 最低出資額は特に定められていない。

³⁴ 主として農薬、肥料である。苗も取り扱っているが、需要は、20~30 年に 1 回の更新時に限られる。

³⁵ 組織化は不十分だが、产地としては知名度が高く規模化されていることから、青田買いを目的に多くの商人が訪れる。

である。

(6) T 農民専業合作社～砀山県良梨鎮單庄村～

T 農民専業合作社の理事長・Z 氏は、元々缶詰工場の社員であったが、山東省の友人がモモを買い付けに来る際に誘われて、モモの販売事業を始めた。

合作社は 2008 年 9 月設立し、当時の社員は 30 戸で、286 万元の出資金であったが、現在周辺の村の農家も含む 310 戸に増加してきた。品目はすべて黄桃で、その生産面積は 2,700 ムー以上に達している。最大規模の農家では、30 ムー超を経営している。

合作社の事業内容は技術指導、農業資材の購買、モモの販売である。

技術指導については特に決まった技術員はおらず、電話等を利用して、適宜県の技術指導員を招聘して指導にあたっている。

販売先は主に加工企業だったが、2011 年から大学と連携して特殊肥料の施用試験に取り組んでいる。目的はセレンに富むモモを生産することである。この肥料の価格は一般的な肥料に比べて 200 元／ムー程度高くなるが、モモの販売価格も 0.6 元／kg 程度高くなるため、農家から一定の評価を得ている。当初は 15 戸、170 ムーの規模で試験栽培を実施したが、2012 年は 1,200 ムーに拡大する予定である。すなわち、同年の冬から当該肥料を供給し、翌 2013 年の収穫と販売に成果が上がる期待していることである。

セレンに富む黄桃（富セレン黄桃と呼ばれる）は主に上海、合肥の卸売市場に販売した。販売量は約 4 万トン、販売価格は約 10~14 元／kg であった。富セレン黄桃は酸味がなく、甘く、食味に優れているという。

当地では、農業総合開発局による富セレン黄桃プロジェクトも実施されている。省が 3,700 万元を投資して、道路、電線、水路等のインフラ整備をし、果樹園を核とした観光エリアを形成している。

第 4 章 中国におけるモモ販売状況

本章では、中国におけるモモの販売状況について、特に荷姿、品質、価格等に着目し報告する。我が国からのモモ輸出を念頭に置いた場合、外観品質や荷姿の点で、中国における販売状況を把握することが求められる。また、メルクマークとして、中国で最も生産量の多い果実であるリンゴについてもできるだけ情報収集を行った。調査は 8 月下旬から 9 月にかけて実施したことから、モモについてはシーズン終盤、リンゴについてはシーズン序盤の時点となっている。

以下、できるだけ写真を用いながら、その実態を明らかにしていくこととする。

第 1 節 モモ产地・遼寧省におけるモモ小売状況

遼寧省は、東北 3 省の一つで、寒冷な気候であるが、南北に長く、大連市及びその近郊はりんご、モモの産地となっている。本節では、モモの主産地である大連市と、遼寧省の省都瀋陽市の小売店におけるモモの販売状況を紹介していく。

大連市では、大連空港の土産物売場、同市の地元資本で中国全土に店舗展開するスーパー D、旧日系資本で現在は中国資本によるスーパー M 及びスーパー J、欧米系スーパー C、農貿市場で、瀋陽市では、遼寧省の地元資本・スーパー X、欧米系スーパー C、地元の個人営業の果物専門店で情報を収集した。

(1) 大連空港土産物売場におけるモモの販売状況

大連空港の土産物売場には、写真 4-1 のような果物コーナーが設けられている。モモを含む主要な果実産地の 1 つとなっている大連市では、果物が重要な土産物となっている。こうしたことから、空港においても果物が土産物として販売されている。

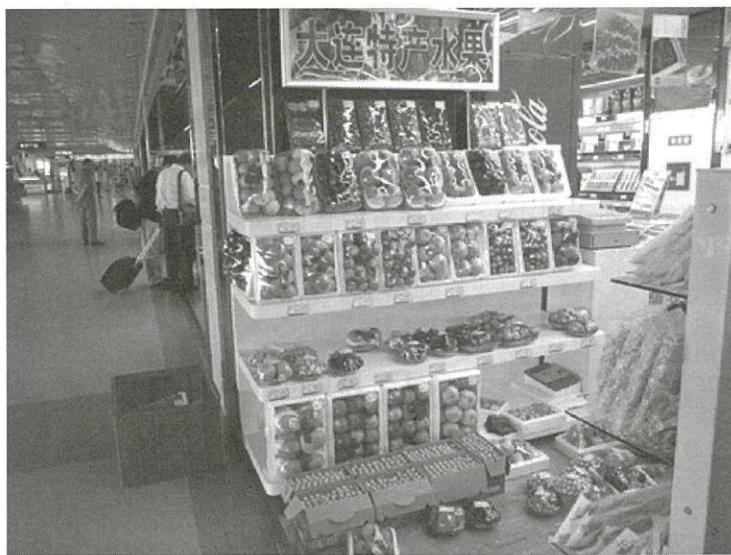
写真 4-2 は、その中のモモである。産地は地元・大連であり、1 個ずつネットをかけ、カゴに詰め、隙間に葉をあしらえたうえ更に全体をラップで包んでいる。1 カゴ 6 個入で重量は 1.5kg、価格は 160 元である。1kgあたりでは 107 元、1 個あたりの重量は 250g である。着色は良好であるが、果皮に若干の褐変が見られる。表示には「桃」とあるのみで、正確な品種名は不明であるが、水蜜桃、或いはその系統の品種ではないかと考えられる。撮影は、2012 年 8 月 30 日である。

また、写真 4-3、4-4 は同じく大連空港の土産物売場で販売されていた、2P、アイスボックス 12 個入りのモモである。この他、アイスボックス 6 個入りのモモも販売されていた。2P は価格が 80 元／パック (500g)、アイスボックス 6 個入りが 160 元／箱 (1,500g) となっている。同じアイスボックス入でも、12 個入りの場合は、280 元／箱 (4,000g) となり、一定の割安感を出している。

表：大連空港におけるモモの販売状況

品名	産地	サイズ (1個あたり)	価格	備考
桃	大連	250g	107元/kg	1カゴ6個入り1.5kg
桃	大連	250g	80元/kg	2P
桃	大連	250g	107元/kg	アイスピックス6個入り1.5kgで160元
桃	大連	250g	70元/kg	アイスピックス12個入4kgで280元

資料：筆者作成。



↑写真4-1: 大連空港における果実売場

→写真4-2: 大連空港における果物売場。中段中央と右の2点がモモ

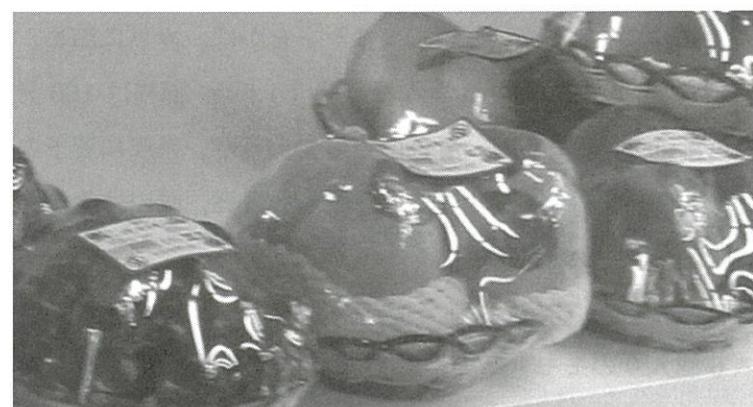


写真4-3: 2Pモモ（大連空港）↑

写真4-4: アイスボックス12個入モモ（大連空港）→



（2）瀋陽市・大連市内小売店におけるモモの販売状況

1) 瀋陽市

一方、スーパーにおいては、写真4-5（スーパーXにて撮影）のように、山積みで販売されていることが多いようである。写真4-6から分かる通り、サイズは100g程度で、やや小振りである。価格は、7.96元/kgであり、上記の空港で販売されている土産物用のモモが、際立って高価格であることがわかる。表示には「桃」とあるのみで、正確な品種名は不明であるが、空港で販売されていたものと比べ、果皮の赤みが強く、また枝、葉によるものと思われる色ムラが目立っている。撮影日は2012年8月31日である。

2) 大連市

写真4-7はスーパーCにおけるバラ売りのモモである。出荷箱であるダンボールをそのまま使っている。価格は7.76元/kgである。写真4-8は同スーパーにおける水蜜桃のパック売りである。基本的に量り売りとなっていることから、1パック2個入りであるが、パックによって価格は異なる。価格は19.8元/kgであり、撮影当時販売されていたものは概ね1パック500～600g前後であったことから、1個あたりの重量は250～300g程度と考えられる。着色にはムラがあるものの、痛みは少なかった。撮影日は2012年8月31日である。

写真4-9は、スーパーDにて36元/kgで販売されていたモモである。今回大連市内でみた中では、最も高価格であったが、重量は270g/個前後（推定）、写真で分かる通り、着色にムラが多く、雑然と山積みされていた。

一方、写真4-10にあるJスーパーで買い求めたモモ（水蜜桃）は、重量320g/個前後、果径は8～9cm、価格32元/kgで、写真からわかるとおり、着色も比較的良好である。果肉は赤みを帯び、水分は一定あり鮮度の著しい低下は認められなかったが、糖度は高いとはいえない、香りも少なく、食味としては極めて淡白であった。

写真4-11のスーパーMで買い求めた久保桃は、大連産、重量370g程度、31.6元/kgで、果肉はやや赤みを帯び、水分、甘みともに少なく酸味があり、シャキシャキとした食感でかなりの硬さであった。

写真4-12・13は、大連市内の農貿市場で買い求めた菠蘿蜜桃である。〈A〉は果皮の黒点、ツル元の裂果が見られ（写真4-14）、〈B〉はツル元に葉がついたままとなっており、着色も比較的良好であった。食味については、〈A〉が香り、果汁ともに少なく、糖度も低く、果肉はシャキシャキとした硬さであったのに対して、〈B〉は香り、果汁とも十分あり、糖度は高いとはいえないものの一定有り、日本のスーパーで通常買い求められるモモに匹敵するものであった（写真4-15）。いずれも、同じ店で買い求めたものであるが、外観、食味とも大きな幅があるといえよう。

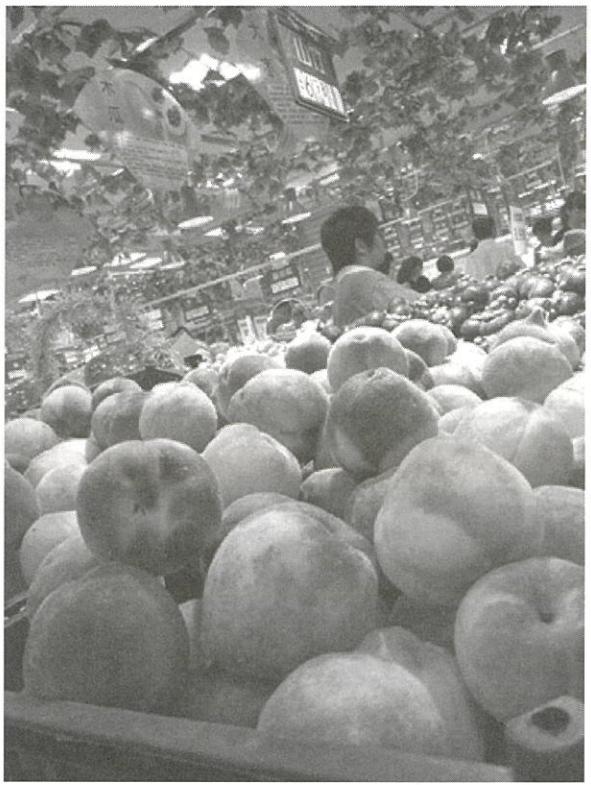


写真 4-5: スーパーX (瀋陽) のモモ販売

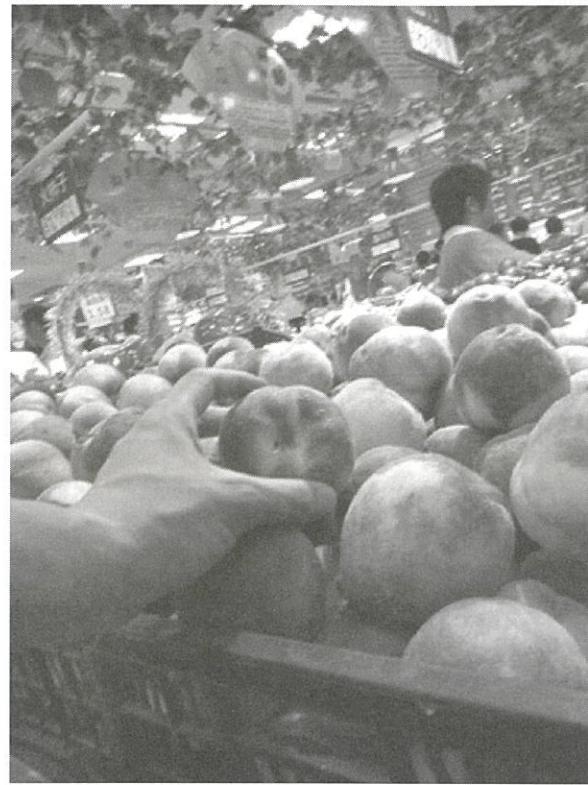


写真 4-6: 同左 (サイズは1個 100g 程度)

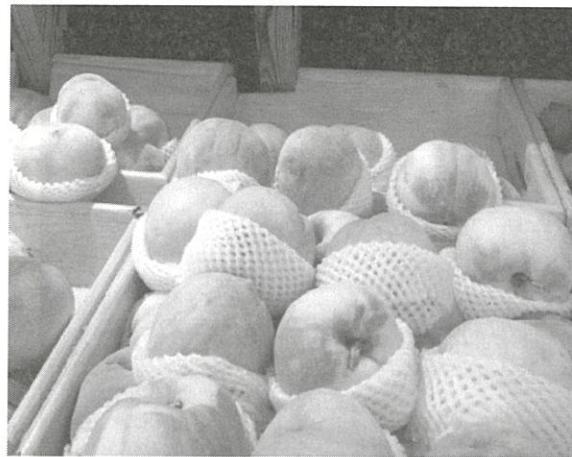


写真 4-9: Dスーパー (大連)

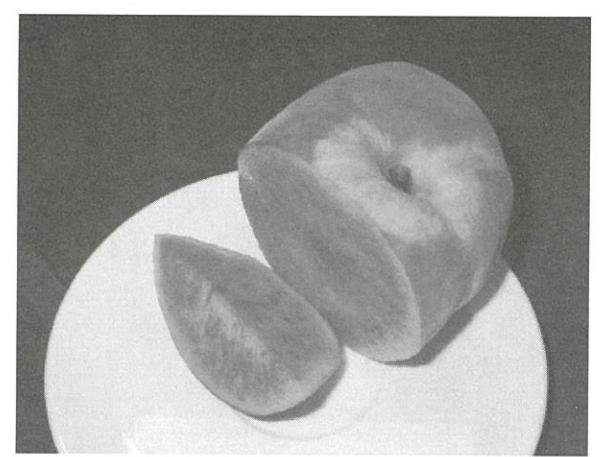


写真 4-10: Jスーパー (大連) で買い求めたモモ

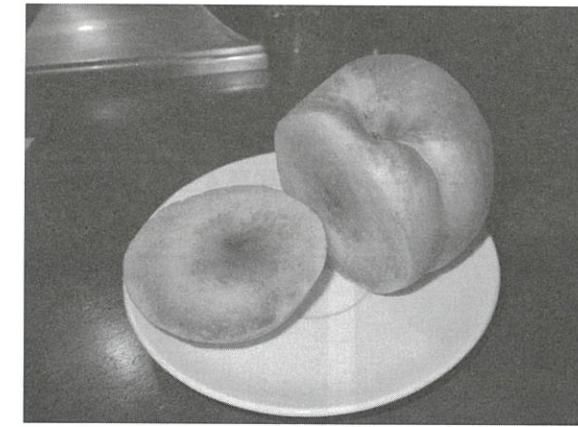


写真 4-11: スーパーM (大連) の「久保桃」

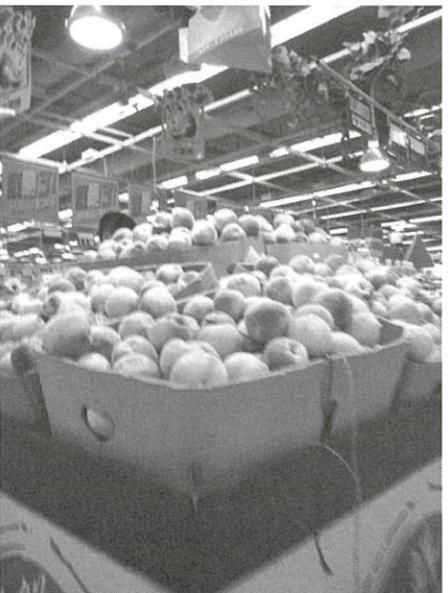


写真 4-7: Cスーパー (大連) のバラ売りモモ



写真 4-8: Cスーパー (大連) の2P詰め水蜜桃

3) 遼寧省におけるモモの販売状況の特徴

表 4-1、4-2 に、遼寧省における小売店でのモモ及びリンゴの品揃え、サイズ、価格等について示した。

産地を見ると、モモ及びリンゴ主産地を形成している大連産のもので占められていることがひとつの特徴である。省外産のモモは、河北省産が一部あるのみとなっている。

サイズについては、300g 台のものも珍しくなく、写真から明らかなように、着色や輸送中及び店頭での痛み等に問題も見られるものの、生産段階では一定の大玉、良好な着色はできているように見える。品質を高いレベルで統一していくことが課題となるっているものとみられる。

価格帯は概ね 8 元/kg 程度のものが一般的のようである。しかしながら、銘柄が確立しているもの (ST 水蜜桃) や、減農薬減化学肥料栽培を示す「緑色」という文言が品名にある場合、価格が 3~4 倍程度に跳ね上がっている。

但し、食味については、大勢としては日本の品質には遠く及ばないと印象を得た。一部には、日本産のモモに匹敵すると考えられるものもあったが (写真 4-15 の〈B〉)、その水準で安定した量を生産することが出来ないというのが、大連産のモモの生産技術水準の現状ということができよう。

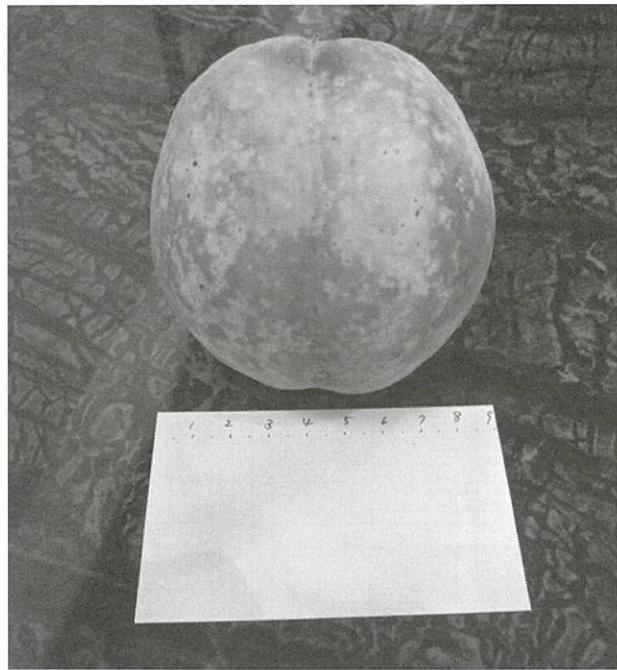


写真 4-12：菠蘿蜜桃〈A〉（大連農貿市場）

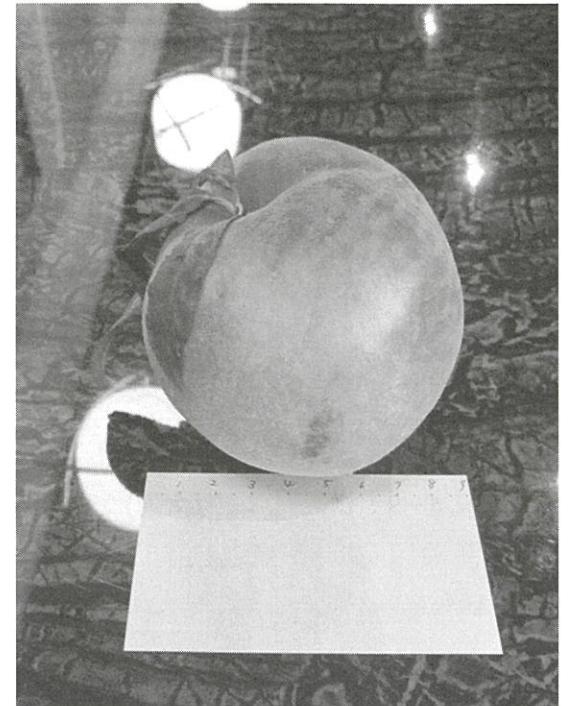


写真 4-13：菠蘿蜜桃〈B〉（大連農貿市場）

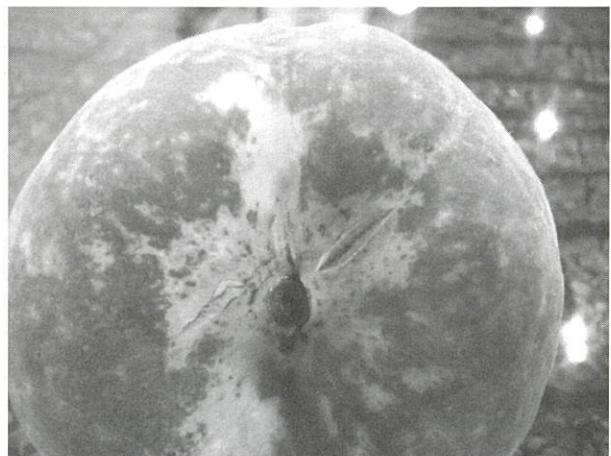


写真 4-14：菠蘿蜜桃〈A〉の障害

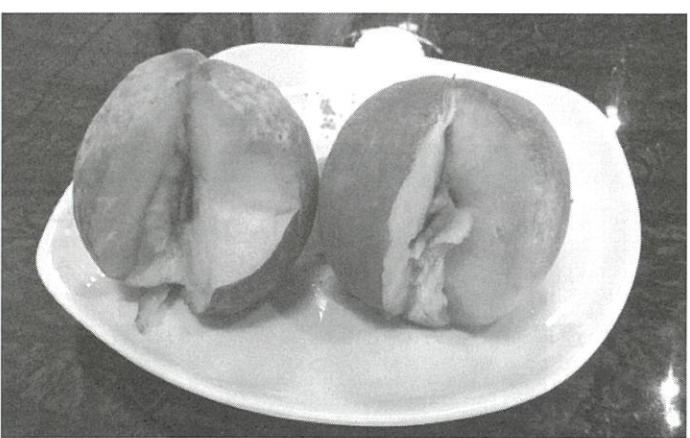


写真 4-15：菠蘿蜜桃〈A〉(左)と同〈B〉(右)

価格帯については、モモはシーズン終盤に差し掛かっているのに対して、リンゴがシーズン序盤で、早もぎのふじが大量にかつ高価格で出回っていることから、両者拮抗する水準であった。

表 4-1：瀋陽市内小売店におけるモモの販売状況

店名	品目	品名	産地	サイズ (1個あたり)	価格	備考
スーパーX	モモ	水蜜桃	大連	250g 前後	7.96 元/kg	
		桃	— (中国産)	100g 前後	7.96 元/kg	バラ売り
	リンゴ	レッドテリシャス	アメリカ産	250g 前後	31.96 元/kg	バラ売り
		パシフィックローズ	NZ 産	250g 前後	31.96 元/kg	
		富士	大連	250g 前後	15.96 元/kg	バラ売り
	ゴーリーテンテリシャス	富士	大連	250g 前後	7.96 元/kg	バラ売り
		ガラ	大連	200g 前後	4.36 元/kg	バラ売り
スーパーC	モモ	ST 水蜜桃	— (中国産)	270g 前後	19.8 元/kg	2P
		ST 水蜜桃	— (中国産)	270g 前後	19.8 元/kg	2P
果物専門店	モモ	水蜜桃	河北	100~350g 前後	8 元/kg	
		ガラ	山東	—	7 元/kg	
	リンゴ					

資料：筆者作成。

表 4-2：大連市内小売店におけるモモの販売状況

店名	品目	品名	産地	サイズ (1個あたり)	価格	備考
スーパーD	モモ	桃子	大連	270g 前後	36 元/kg	バラ売り、ネットあり
		富士苹果	大連	200g 前後	19.6 元/kg	バラ売り
スーパーM	モモ	久保桃	大連	370g 前後	31.6 元/kg	バラ売り、写真 4-11 参照
		富士苹果	大連	150g 前後	23.6 元/kg	バラ売り
	リンゴ	ガラ	大連	150g 前後	19.6 元/kg	バラ売り

スーパーJ	モモ	森森水蜜桃	大連	300g 以上	32 元/kg	1P、写真 4-10 参照
		森森苹果	大連	210~410g	25 元/kg	1P
スーパーC	モモ	富士	大連	200g 前後	9.8 元/kg	
		緑色毛桃	—(中国産)	230g 前後	25.6 元/kg	2P
リソング	モモ	寿桃	大連	250~300g	15 元/kg	バラ売り
		桃子	大連	250g 前後	7.76 元/kg	バラ売り
		緑色紅富士	大連	130g 前後	19.6 元/kg	
	リソング	緑色富士苹果	大連	200g 前後	19 元/パック	4P
		精品紅富士	大連	200g 前後	15 元/kg	バラ売り、ネット有り
		ジヨナゴールド	大連	200g 前後	11.6 元/kg	バラ売り、ネット有り
		緑色果光苹果	大連	130g 前後	7.6 元/kg	6P、4P
農貿市場	モモ	菠蘿蜜桃	—(中国産)	300g 前後	10.2 元/kg	バラ売り
		菠蘿蜜桃	—(中国産)	250~300g	6 元/kg	バラ売り、4-12 写真

資料：筆者作成。

第2節 モモ産地・大消費地北京市におけるモモ小売状況

北京市は、前節で触れた平谷区が、モモの主産地となっており、当地で生産されたモモが多くでまわっている。同市では、中国資本の高級スーパーB 及びスーパーO におけるモモの販売状況について紹介しよう。

(1) 店頭の様子と試食の結果

写真 4-16 はスーパーB で販売されている「平谷大桃」である。特売とあってか、200g 超程度の重量のモモが 11.6 元/kg で販売されていた。写真 4-17 にある「平谷艶紅桃」の 33.6 元/kg との価格差が際立っている。いずれも、北京市平谷区産である。この内前者を買い求め、試食した（写真 4-18）。写真に見えるように、果肉は白く、香り、甘みともややあり、果汁は少なくない。果径は 7cm 程度、果皮表面の凹凸の目立つものであった。撮影日は 9 月 8 日である。

写真 4-19 は、スーパーB で買い求めた成都産の「龍泉水蜜桃」である。それをカットした図が写真 4-20 である。荷姿は 4P で 1.1kg、果実一つひとつが丁寧に緩衝材で包まれ、1 パック 47.9 元、1kg あたりでは 43.6 元と比較的高価格である。甘み。果汁、香りとも少なく、酸味があり、シャキシャキとした食感で、果肉は硬く、食味に優れるとはいがたいものであった。撮影日は 9 月 8 日である。

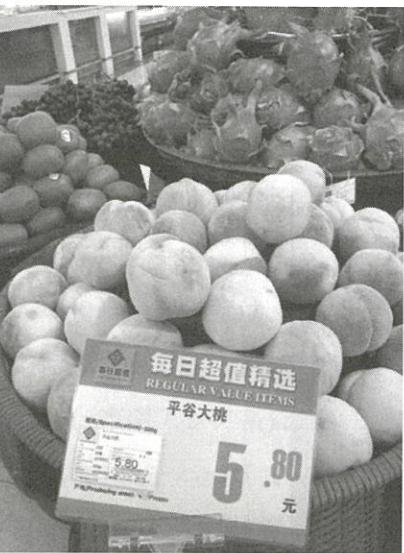


写真 4-16：スーパーB の「平谷大桃」

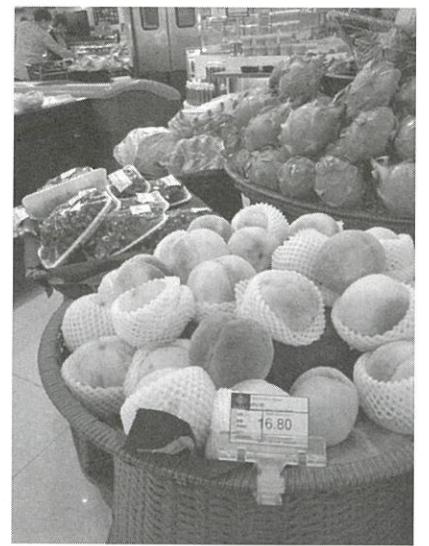


写真 4-17：スーパーB の「平谷艶紅桃」

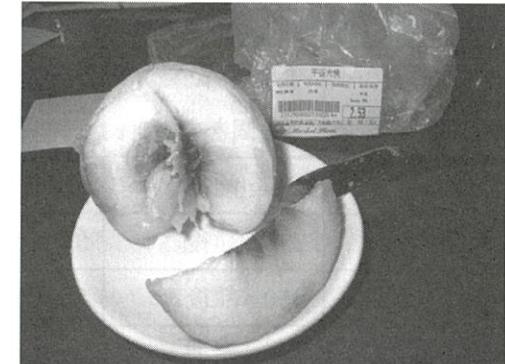


写真 4-18：スーパーB の「平谷大桃」



写真 4-19：スーパーB の龍泉水蜜桃

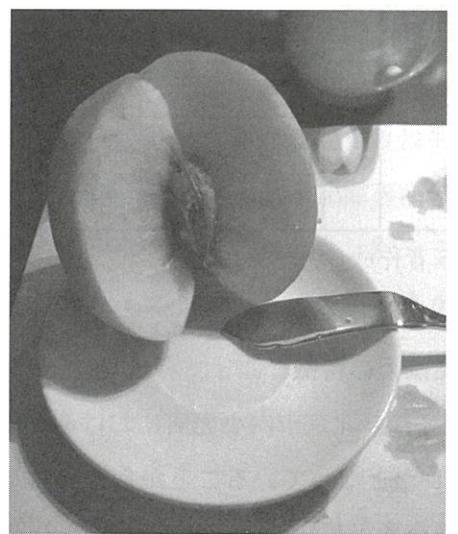


写真 4-20：スーパーB の龍泉水蜜桃

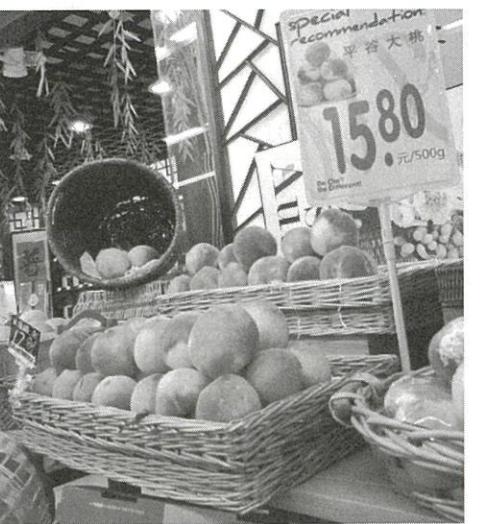


写真 4-21：スーパーOの平谷大桃

表 4-3：北京市内の小売店におけるモモの販売状況

店名	品目	品名	産地	サイズ (1 個あたり)	価格	備考
スーパーB	モ	平谷艶紅桃	北京	300g 前後	33.6 元/kg	バラ売り
		平谷大桃	北京	250g 前後	33.6 元/kg	4P
	モ	龍泉水蜜桃	成都	250g 前後	21.6 元/kg	4P
	リ ン ゴ	平谷大桃	北京	200g 超	11.6 元/kg	バラ売り
		紅富士	陝西	250g 前後	25.2 元/kg	4P
		精品富士	山東	250g 前後	17.6 元/kg	バラ売り
	モ	ガラ	陝西	200g 前後	5.8 元/kg	バラ売り
スーパーO	モ モ	龍泉水蜜桃	成都	250g 前後	43.6 元/kg	4P、1.1kg
		平谷大桃	北京	300g 前後	31.6 元/個	バラ売り
		久保桃	北京	250g 超	25.6 元/kg	バラ売り

資料：筆者作成。

(2) 品揃えの特徴

表 4-3 に、北京市内小売店におけるモモの品揃え、価格帯、サイズ等を示した。北京市は、モモの主産地の 1 つとなっていることから、ほとんどは同市産のモモで占められている。域外産のモモは、わずかに成都市産が見られるのみであった。

調査対象とした 2 件のスーパーは、いずれも中国国内では高級スーパーとして展開している。そのため、前節でみた遼寧省における価格帯に比べ、本節北京市内小売店での価格帯のほうが高くなっている。

外観では、スーパーO における平谷大桃のように（写真 4-21）、大玉で着色の比較的良いものが揃えられているように見えるが、食味については必ずしも良いとはいえないものであった。

第 3 節 中国南部大消費地・広州市におけるモモ小売状況

広州市でのモモ小売調査は、9月 13~15 日に実施した。この時期は、モモのシーズンが終盤に差し掛かっている時期である。同市では、中国資本のスーパーH、露天商、農貿市場、果物専門チェーン店 B、日系スーパーI、東南アジア系資本のスーパーL、香港系資本のスーパーT に於いて、情報収集を行った。

最初に訪れた、スーパーH では、すでにモモの販売は終了していた。モモ産地が遠方となる広州では、9 月の中旬は品揃えの中に位置づけられない場合もあるようである。

次に、露天商では、北京産の九宝桃が販売されていた（写真 4-22）³⁶。モモのシーズン終盤である上に、広州から北京は遠方であるだけに、北京の産地としての存在感をうかがい知ることができる。価格は、20 元/kg で、筆者が買い求めたものは 6.3 元/個であったから、重量は 315g/個である。荷姿は、ダンボールに二段詰め、上段と下段の間には細く裁断された紙片が敷き詰められて緩衝材位の役割を為し、一つひとつのモモが緩衝材に包まれた上に、ダンボールの格子状の仕切によって各果実が直接触れ合うことのないよう工夫されている（写真 4-23、4-24）。果肉は赤みを帯び、固めであったが、丸 2 日、常温で保管したのち食したところ、程よい柔らかさとなり、甘さ、香りも十分あり、酸味はなく、日本で食するモモに匹敵する食味の良いモモであった（写真 4-25）。撮影日は 9 月 13 日である。

写真 4-26 は、果実専門チェーン店 B であり、近年店舗網を全国的に拡大し、急成長している店舗面積は、コンビニエンスストアより若干小さめであるが、既存の果物専門店に比べ店内は比較的清潔に保たれており、また「美味しい場合は、無条件で返金」、50 元以上の購入の場合 1km 圏内に 2 時間以内に宅配するサービスを用意する等、独自のサービスを特徴としている。そこで販売されていた水蜜桃は、価格 17.6 元/kg、筆者が買い求めたものが 3.6 元/個であったので、1 個あたりの重量は 204g である。果肉は白、丸 2 日常温で保管したもの、試食時にまだ固さを残しており、香りはあるものの甘さは少なく、酸味と渋みがややあった（写真 4-27）。なお、当該スーパーは、上記露天商の対面に立地しており、当該露天商によれば、ライバル関係にあるという。少なくとも今回試食したモモに関していえば、露天商で買い求めたもののほうが、スーパーB で買い求めたものよりも若干価格は高かったが、食味も良いものであった。

³⁶ 写真にあるような露天商は、「掃除代」の名目で、店を構える地域の社区（日本でいう自治会に相当する住民組織）に 50~100 元/月を支払い、営業の許可を得ている。今回ヒアリングした露天商は、3,000 元/月の所得を得ているとのことであった。

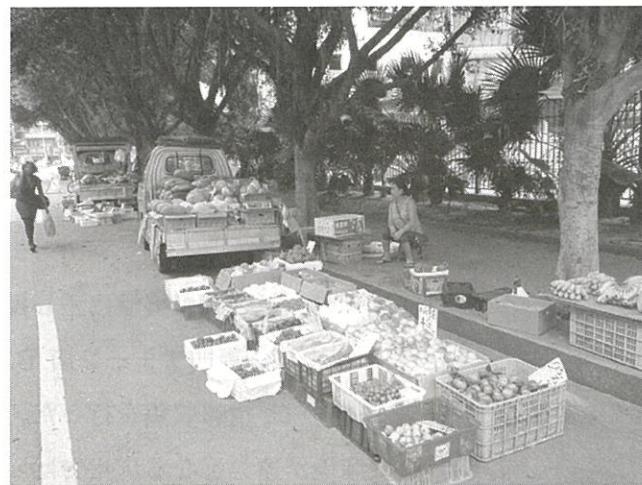


写真 4-22：露天商



写真 4-23：露天商が販売するモモの荷姿（1）

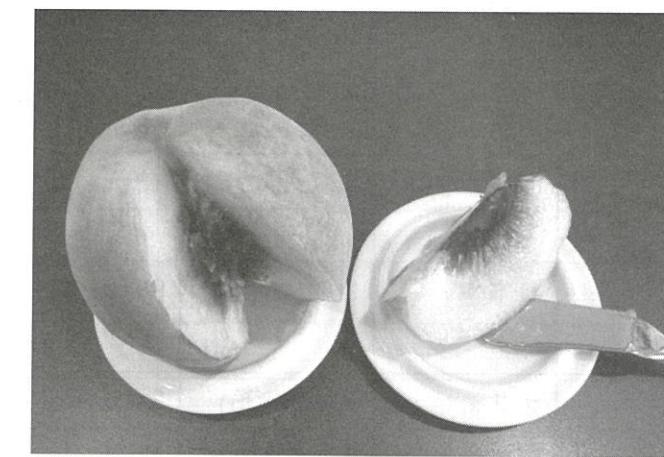


写真 4-28：日系スーパーI の水蜜桃



写真 4-24：露天商が販売するモモの荷姿（2）

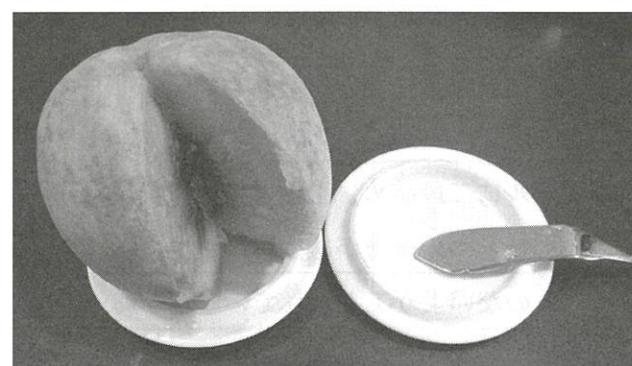


写真 4-25：露天商で買い求めた九宝桃



写真 4-26：果実専門チェーン店B

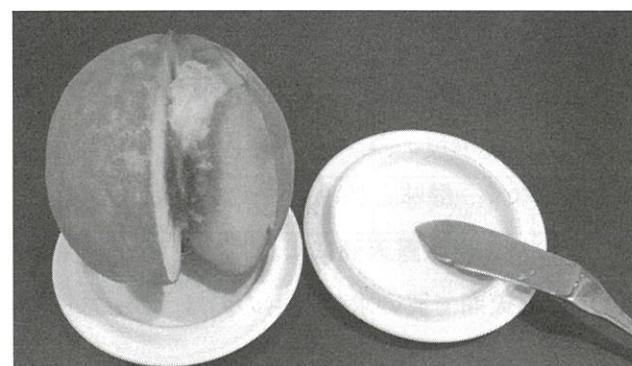


写真 4-27：果実専門チェーン店 B で買い求めた水蜜桃

写真 4-28 は、日系スーパーI で買い求めた河北省唐山産の水蜜桃である。18 元/kg、筆者が買い求めたものが 4.5 元/個だったので、重量は 252g/個であった。果肉は白く、購入後丸 2 日間保管した後食したところ、やや軟かくなつており、香りはあるが甘さは少なく、種の近傍に渋みがあつた。

その他、スーパーL、スーパーT 等を見るとモモはシーズン終盤とあって、品揃えが少なくなっているようであった（表 4-4、4-5）。一方、リンゴについては、輸入物も含めて品揃えの厚みが増してきているようであった。

桃の产地について見ると、広州においては、少なくとも調査当時についていえば、北京産が最も多いように見える。但し、農貿市場においては表 4-5 にあるような江西省産のモモも見られた。

また、江南卸売市場においては、シーズン最終盤で品薄状態を反映してか、小売価格を上回る卸売価格で販売されていた。一方のリンゴについて見ると、今後ますます出荷量が増えていくという段階にあって、小売価格に比して卸売価格が半値程度となっている。

表 4-4：広州市内小売店におけるモモの販売状況

店名	品目	品名	産地	サイズ (1 個あたり)	価格	備考
露天商	モモ	九宝桃	北京	320g 前後	20 元/kg	バラ売り
果実専門チ ェーン店 B	モ モ	水蜜桃	北京	200g 前後	17.6 元/kg	バラ売り
		水蜜桃	北京	200g 前後	13.8 元/kg	4 P
	リン ゴ	富士	— (中国産)	200g 前後	17 元/kg	バラ売り、ネットあり

		富士	— (中国産)	200g 前後	13.96 元/kg	バラ売り、ネットあり
		ガラ	山東	150g 前後	13.96 元/kg	
スーパーI	モモ	水蜜桃	河北	250g 前後	18 元/kg	バラ売り
		ふじ	日本	300g 前後	95 元/個	バラ売り、ネットあり、ラップあり
	リンゴ	グランースミス	チリ	200g 以下	34 元/kg	バラ売り
		デリシャス	アメリカ	250g 前後	31 元/kg	バラ売り
		ガラ	チリ	200g 前後	20 元/kg	バラ売り
		ゴールデンデリシャス	中国産	200g 前後	21.6 元/kg	バラ売り
		水晶富士	山東	200g 前後	15.6 元/kg	バラ売り
		ガラ	中国産	200g 以下	11.6 元/kg	バラ売り
スーパーL	モモ	水蜜桃	— (中国産)	300~400g	23.96 元/kg	バラ売り
		レッドデリシャス	アメリカ	250g 前後	27.6 元/kg	バラ売り、ネットあり
	リンゴ	グランースミス	アメリカ	200g 前後	25.6 元/kg	バラ売り、ネットあり
		ゴールデンデリシャス	山東	200g 前後	17 元/kg	
		二級水晶富士	山東	200g 前後	11.96 元/kg	バラ売り
スーパーT	モモ	水蜜桃	— (中国産)	250g 前後	18 元/パック	2P
		ガラ	輸入	200g 前後	37.6 元/kg	バラ売り
	リンゴ	グランースミス	チリ	200g 前後	33.6 元/kg	バラ売り
		ピンクレディー	NZ	250g 前後	33.6 元/kg	バラ売り
		レッドデリシャス	アメリカ	250g 前後	33.6 元/kg	バラ売り
		陝西特級苹果	陝西	250g 前後	27.6 元/kg	バラ売り、ネットあり
		デリシャス	— (中国産)	250g 前後	21.6 元/kg	
		陝西普通富士	陝西	200g 前後	19.6 元/kg	バラ売り、ネットあり

資料：筆者作成。

表 4-5：広州市内農貿市場におけるモモの販売状況

品目	品名	産地	サイズ (1個あたり)	価格	備考
モモ	水蜜桃	北京	300g/個以上	30 元/kg	
	水蜜桃	北京	250g/個前後	26 元/kg	
	水蜜桃	— (中国産)	—	24 元/kg	ネット入・葉付き
	江西桃	江西	—	12 元/kg	青い未熟果
リンゴ	蛇果	— (中国産)	250g 前後	12 元/kg	バラ売り
	水晶紅富士	— (中国産)	200g 前後	8 元/kg	バラ売り
	水晶紅富士	— (中国産)	200g 前後	7 元/kg	バラ売り
	青苹果	— (中国産)	150g 前後	4 元/kg	バラ売り
	小苹果	— (中国産)	100g 前後	3 元/kg	バラ売り

資料：筆者作成。

表 4-6：江南卸売市場

店名	品名	産地	サイズ (1個あたり)	価格	備考
A 社	水蜜桃	北京	300g 前後	8 元/kg	
B 社	水蜜桃	北京	350g 前後	12 元/kg	
	デリシャス	陝西	250g 前後	10 元/kg	
C 社	水蜜桃	北京	—	8 元/kg	
D 社	新世紀	—	—	6.5 元/kg	果肉固く果皮に青みが残る

資料：筆者作成。

第5章 要約及び考察

以上、中国におけるモモの生産・流通・消費の各段階の実態について見てきた。

モモの生産・流通段階では、様々な問題を抱えながらも、農民の組織化は着実に進んできている。一般的に中国においては、改革開放以降、作目選択を農家自身の手に委ねられたことから、収益性の高い品目への転換が急速に進むと同時に、技術の導入や共有については、農民の自主的な組織が様々な形態で形成されてきた。一方で、販売の面では、農協のような形で経済事業体を設立する法的根拠が用意されていなかったことから、農村は商人が跋扈する状況おかれてきた。すなわち、この段階において農村の喫緊の課題は、自ら商人に対抗しうるようなマーケティング的な技量を獲得することであった。その意味で、農民専業合作社という形で、組織化が進んできていること、更には本稿で明らかにしてきたように、いわゆるマーケティングにおいて一般的にとられている各種の手法については、ひと通り取り組まれつつあるものといえよう。もちろん、一つひとつの取り組みが十分な成果をあげているのか、と問われれば、詰めの甘さ、不完全さを残していることは否めないが、確実に農民的利益の獲得に向かって進みつつあるものと考える。

モモの品質の面では、サイズや着色といった、外観品質についていえば、村もあるものの着実にレベルを上げてきているものと見える。見た目だけでいえば、日本産のものと遜色ないものは、珍しいものではない。但し、食味の点では、日本産に匹敵するものも稀にあるものの、食味の良い物だけで一定のまとまったロットを作るところまでは進んでいないようである。

仮に今後、日本産モモの対中国輸出を構想し、制度的にも可能となつたとすれば、食味の部分での製品差別化を徹底し、プロモーションしていくことが求められよう。非破壊選果機を完備した日本の物流面での優位性を発揮することが必要である。

そこで、もう一步踏み込んで考察するためにリンゴの例を引き合いに出せば、中国産のリンゴの生産技術は依然として日進月歩で進んでいるように見える。特に、日本産リンゴが高価格で販売されるようになって以降は、300gを超えるような大玉のリンゴが、着色も比較的良好く、一見して日本産の世界一かと見紛うほどの状態で販売され始めている。価格は、例えば日本産の世界一が1個100元で販売されているとすれば、中国産の当該大玉リンゴは30~50元/個という半値から3分の1程度でしかないが、それでも従来の廉価な中国産リンゴに比して文字通り桁違いの価格で、贈答向けに販売されている。世界一に対抗しうるような、中国の気候に適応した品種の選抜も進められているとの情報もあり、日本産リンゴの技術的、品質的な優位性は安泰とはいえない状況となりつつある。

そこで改めてモモに話を戻せば、仮に日本産の外観、食味とも品質の高いモモが、リンゴと同様に中国産のモモの10倍というような高価格で販売されたとすればどうなるであろうか。中国の農村の対応として考えられることは、非破壊選果機の導入による高水準の食味のモモに絞ったロットの作成であろう。外観品質では、すでに高いレベルに達しつつあり、食味も良いモモが生産される確率も低いながらある。

中国農業が、モモの生産において日本に追いつくスピードは早まるものと考えられる。

こうしたことを念頭に置き、わが国における果実の輸出戦略の構築が求められる。本稿が多少なりとも、今後の輸出戦略構築のための基礎資料として役立てば幸いである。

海外果樹農業情報 刊行物一覧

参考文献一覧

- [1] 王志強主編『桃精細管理十二ヶ月』中国農業出版社
- [2] 農文協編『果樹園芸大百科5 モモ』農山漁村文化協会、2000年
- [3] 成田拓未「中国の果樹政策と農民専業合作社～農民による協同組合の萌芽～」『果実日本』第65卷第2号、2010年2月、pp.26-31
- [4] 成田拓未「中国におけるカンキツ農業政策～進む農民の組織化～」『果実日本』第65卷第4号、2010年4月、pp.104-108
- [5] 熊彩珍主編『桃安全優質高効栽培技術』中国農業出版社、2011年

No.	調査報告書名	発行年月
69	海外果樹関係データ集	02. 7
70	韓国における落葉果樹の生産・流通事情調査報告書	02. 9
71	ブラジルにおけるリンゴの生産及び流通事情調査報告書	03. 1
72	米国における果実の消費拡大に向けた取り組み状況調査報告書	03. 2
73	ブラジルにおけるマンゴーの生産・流通事情調査報告書	03. 4
74	フィリピンにおける熱帯果実の生産・流通事情調査報告書	03. 7
75	台湾における果樹産業事情調査報告書	03. 8
76	中国福建省におけるカンキツ類の生産・流通事情調査報告書	03. 11
77	海外果樹関係データ集 2003年版	03. 12
78	ポーランド共和国におけるリンゴ及びリンゴ果汁の生産・流通事情調査報告書	04. 3
79	西欧のくだもの消費事情調査報告書	04. 6
80	中国山東省におけるオウトウの生産・流通事情調査報告書	04. 7
81	米国における果実消費動向及び生食用果実流通実態調査報告書	04. 8
82	欧米のくだもの消費事情調査報告書	04. 9
83	オーストラリアにおけるリンゴ及びオウトウの生産・流通事情調査報告書	05. 3
84	中国におけるリンゴの生産・流通事情調査報告書	05. 6
85	タイにおける果実の流通・販売の実態に関する調査報告書	05. 6
86	日米におけるフードガイドの新たな動きについて(くだもの編)	05. 7
87	インドネシアにおける熱帯果実の生産・流通事情調査報告書	06. 1
88	海外の果実生産・貿易状況 2006年版	06. 4
89	台湾における果実の生産・流通・消費事情等に関する調査報告書	06. 6
90	スペインにおけるカンキツ類の生産・流通事情調査報告書	06. 10
91	ベトナム・韓国・インドネシア・台湾における果実の生産・流通事情調査報告書(補遺版)	06. 10
92	チリにおける落葉果実等の生産・流通事情調査報告書	07. 2
93	台湾における果実の輸入関連制度に係る調査報告書(付 果実の生産・流通状況)	07. 5
94	アラブ首長国連邦・インド・タイにおける果実の生産・流通・消費事情調査報告書	07. 7
95	ニュージーランドにおける果実の生産・流通・消費事情等調査報告書	08. 3
96	台湾における日本産果実の流通・消費実態調査報告書	08. 6
97	韓国における主要果実の生産及び輸出入等に関する実態調査報告書	08. 7
98	ドイツ・オランダにおける果実・果実加工品の生産・流通状況調査報告書	09. 2
99	台湾における日本産果実の生産・流通・消費実態調査報告書	09. 6
100	世界の主要果実の生産・貿易概況 2009年版	09. 11
101	中国におけるポンカンの生産流通実態調査報告書－福建省および浙江省を中心として－	09. 11
102	米国におけるリンゴの加工品等実態調査報告書	10. 2
103	ロシアにおける日本産果実の販売可能性および同国の果樹農業・政策基礎調査報告書	10. 7
104	米国連邦行政組織による果実消費拡大に向けた取組みに係る調査報告書	10. 8
105	台湾における日本産果実の流通消費実態調査報告書	10. 8
106	グローバリゼーション下の米国の果汁産業及び新たな生産流通システム実態調査報告書	10. 8
107	インドにおける日本産果実の販売可能性および印度産ブドウの対日輸出可能性調査報告書	10. 10
108	カナダの果樹農業・政策実態調査報告書	11. 3
109	米国カリフォルニア州におけるオウトウの生産・流通事情調査報告書	11. 6
110	台湾における果実の生産・流通・消費等実態調査報告書	11. 6
111	中東における日本産果実の販売可能性調査報告書	11. 8
112	ブラジルにおけるオレンジ及びオレンジ果汁を中心とした生産・流通事情調査報告書	11. 9
113	中国の主要都市における日本産果実の販売可能性及び同国のオウトウ産地調査報告書	11. 10
114	世界の主要果実の生産・貿易概況 2012年版	12. 3
115	台湾における日本産果実の流通状況等実態調査報告書	12. 6
116	中国におけるブドウの生産・流通・消費調査報告書	12. 10
117	韓国の対米国FTA締結による韓国果樹産業への影響等調査報告書	12. 11
118	台湾における東日本大震災後の日本産果実等流通状況実態調査報告書	13. 3
119	中国におけるモモの生産・流通・消費調査報告書	13. 3