HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	台湾の青果物産地における産銷班の性格変化 ： 雲林県西螺鎮を対象として
Author(s)	朴, 紅
Citation	北海道農業経済研究, 11(1), 1-15
Issue Date	2003-03-05
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/63505
Type	journal article
File Information	KJ00006912193.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

［北海道農業経済研究　第11巻第1号　2003.3］

［論　文］

台湾の青果物産地における産銷班の性格変化

－雲林県西螺鎮を対象として－

朴　　紅*

はじめに

1970年代から台湾政府は、都市部への青果物供給の安定化のために農会などの農業団体による共同運銷事業（卸売市場向けの団体出荷）とその受け皿としての産銷班の育成に力を入れてきた。

産銷班は後に詳しく述べるように、農家による技術習得を伴った共同出荷組織のことである。青田買いを含む「中盤商人」（集出荷商人）による買付と消費地への供給という伝統的な青果物流通体系を近代化するために、台北卸売市場の近代化と対になって農会などの農業団体による共同運銷が実施され（セリ取引の成立）、その産地組織として増加を示してきた。

産銷班に関する研究は日本では全く行われていないが、台湾においても規範論的、ないしは実務的な研究に限られており、その実態は必ずしも明らかではない。また、農業団体サイドからの評価は極めて低く、それは産銷班の形成が補助金目的であるとか、農業団体との契約不履行が目に付くなどの現実があるからである。しかしながら、産銷班はすでに産地に根をはった存在であり、なおかつ台北市場の過剰化と価格低迷、大規模量販店や大口需要者の台頭という青果物流通構造の変化のなかで、産銷班の性格自体も変化を見せつつある。

そこで、本論文では台湾最大の産地市場が存在する雲林県西螺鎮を対象として、市場外流通に依拠した産銷班の新たな動向を実態調査に基づき明らかにすることを課題とする。まず台湾における共同運銷事業の概要と産銷班政策の流れに触れたうえで、組織統計により産銷班の特徴を概括し、その上で西螺鎮における3つの産銷班の事例を考察して、新たな出荷組織の機能を明らかにすることとする。

Ⅰ．共同運銷事業と産銷班政策

1．共同運銷事業と産銷班の位置づけ

台湾における農産物の共同運銷は1950年から開始されたが、品目は豚の生体のみであり、また取扱実績も振るわず（10数万頭）、市場も台北市場に限定されていた。1970年代に入り「農村建設の加速のための計画」が制定され、それに基づき家畜（肉類）市場が多数設置されるようになった。これにより、台湾省農会による豚の共同運銷の実績は急速に増加し、1990年時点では養豚を行う農民組織の全てが共同運銷を実施しており、取扱頭数は584万頭（うち農会系統が370万頭、

＊北海道大学大学院農学研究科

合作社系統が214万頭）に達している。これは市場取引総頭数（911万頭）の64%であり、豚の販売においては共同運銷が主流となっている。

青果物においては、戦前からバナナの共同運銷が行われていたが、輸出バナナに限られていた（青果社の前身）。青果物の国内市場向けの共同運銷は、1973年の「農会における野菜の共同運銷の実行計画」によりスタートされた。そもそも共同運銷の目的は、農家が生産した野菜を直接に消費地に出荷することによって中間コストを削減し、農家負担を軽減することである。それ以前にも、台北市役所により台北華江市場が設立されていたが、旧来存立していたいちばの仲卸商人の圧力を受けて実績は上がらなかった。しかし、1974年の台北卸売市場（「台湾区青果物運銷公司」）の設立を境にして、農業団体はこの公司を共同運銷の拠点と位置づけ、共同運銷による出荷量が大幅に増加した。と同時に、規格および包装の水準の改善もみられた。共同運銷の実績をみると1980年代後半から増加を示し、台北市場でのその割合は1985年の27.4%から1995年には52.0%と過半を超えるまでになっている。ただし、それ以降は頭打ちとなっている。

産銷班は、後にみるようにその所轄団体別に農会系、農業合作社連合社系（略称「農連社」）、青果物運銷合作社系（略称「青果社」）の３つの系統を有するが[1]、何れにおいても農業団体は販売斡旋機能に特化しており、産銷班が実際の出荷組織として位置づいているのである。

２．産銷班政策の展開

台湾の農業団体は農会、農業合作社、合作農場、青果社等のように、法律の規定によって設立されたものと、農事研究班、共同経営班のように法人ではなく政府の行政措置によって設立されたものに大別できる。このような研究班、経営班は時期によって政策目標に即した名称変更が行われている。産銷班の前身は、集落を単位とする農事研究班であり、農会の指導による技術習得組織、協業組織、集団的土地利用組織として育成されてきた。しかし、米価の下落から水田利用の高度化がはかられるようになり、青果物の導入がそれら組織を産地・販売組織へと変化させていくのである。したがって、まず水田利用に関わる組織化の流れを押さえておこう。

１）水田利用に関する組織化

最初の末端の農民組織は、1956年に農会の農事小組（日本の農事組合に相当する）を通じて組織された農事研究班であり、その主要な役割は新しい栽培技術の普及にあった。1963年からは水稲と雑穀の共同栽培が奨励されるようになり、それによって共同栽培班が組織化された。1969年には農家の土地利用に対応した周年作物の共同栽培が推進され、農場共同経営班が組織された。その後、水稲の総合栽培事業が推進され、従来の水稲共同栽培班と農場共同経営班が水稲共同作業班に名称変更された。

1973年には前述の共同運銷事業が開始され、共同経営班と農業専業区の生産班が産銷班に再編成されて、台北市場向けの出荷組織として機能することになるのである。しかしながら、この時期の農民組織化の中心は稲作経営の構造政策にあり、農業委員会（農業省）は1980年からの中核農家による共同・委託経営ならびに水田経営規模の拡大をねらいとする５ヶ年計画で８万の農業建設部隊の設立構想を打ち出し、中核農家による共同経営班の組織化がめざされるようになる。1991年までの６ヶ年計画でも同様であり、1987年からは「農地利用における総合区画」ごとに共同経営班が設立されている。これは、米過剰のもとでの土地利用再編政策であり、青果物などの導入により土地利用率の高度化がめざされている。稲作部門においては、米価の下落もあり個別ないしは集

団的な規模拡大は進展せず、育苗、田植え、収穫作業について個々に作業受託を行う大規模農家（サービス事業体）が形成され、一般農家は兼業に傾斜するか青果物などの集約部門に特化するかしている。この結果、1991年には共同経営班は産銷経営班（略称「産銷班」）に改称され、稲作ベースから産地形成・販売組織へと大きく転換してきたのである。

2）野菜、花卉、果樹などの産銷班の育成

こうした中で、政府の農民組織化の重点は、稲作以外の野菜、花卉、果樹などに移り、しかも「共同経営」の一環として販売機能を強化する方向に転換している。1993年の「農業生産、販売組織に対する統合実施要点」では、従来の産銷班の組織統合を行い、新たな組織基準と登録制度を設けている。新しい基準は以下のとおりである。(1)産銷班の経営面積は、野菜産銷班は10ha以上、花卉産銷班は1ha以上、果樹産銷班は10～20haとすること、さらに野菜と花卉の産銷班は圃場を1団地化すること、(2)産銷班の所在地は交通の利便性があり、灌漑・排水条件が整備されていること、(3)農業団体が産銷班の生産指導を行い、農産物販売に協力すること、(4)班員は団結し、協同の精神を高め、定期的に産銷班の会議に出席し、班の運営に協力し、専門知識の習得に力を入れること、である。

産銷班の業務内容は、生産面においては教育を通じて生産技術の向上、生産拡大、品質向上をはかることであり、野菜・花卉産銷班では生産施設と環境改善を、果樹産銷班では果樹園の区画整備と機械化を特に重視することとされている。販売面については、野菜産銷班を例にとると、規格・包装の統一、銘柄の確立、出荷量の大規模化、販売の集中化をはかり、産銷班の市場での価格交渉力を向上させることが強調されている。

産銷班の役員は、班長、副班長、書記、会計から構成され、班員によって選出される。班長は対外的に班を代表し、対内的には班の業務管理、会議の責任者である。書記は会議記録、文書および行政業務に責任を持ち、会計は班の共同資金、資材、設備を管理することとなっている。運営資金は、「班費」（会員費）、生産資材供給による手数料収入、共同運銷に対する補助金等である。また、業務内容に応じて産銷班内部に幾つかの「組」、例えば、包装組、購買組、販売組、規格検定組等を設け、業務の円滑化をはかるとしている。どのような「組」を設置するかは班員の協議で決定し、またメンバー全員が何れかの「組」を担当することで班の業務に積極的に参加することが目指されている。

産銷班の育成に当たって、政府は1992年に「共同、委託および合作経営のための専案資金の貸付要点」を公布し、制度資金による資金面での支援に積極的に取り組んでいる。原資は中国農民銀行あるいは農会信用部であるが、農業発展基金が利子補給を行って低利資金供給を行うことになっている。中国農民銀行の原資は財政予算から割り当てられ、農会信用部のそれは普及事業費（剰余金の最低62%）から賄われている。貸付の最高金額は、産銷班の1組織当たり9万元、産銷班メンバー1人当たり2万元である。

注1）農会は日本の総合農協に類似する組織であり、郷鎮（末端）－市・県－省の3段階制をとっているが、上部組織は連合会ではなく、各農会は経営上独立して存在している。農業合作社連合社は農業合作社と合作農場の連合組織であり、三つの農民組織系統のなかで最も早くから直販のかたちで軍隊に副食として野菜・果実の供給を行うようになっている。青果物運銷合作社は1924年に日本人商人によって設立された青果物の輸出専門合作社である。組織的には、本・支社制（宜蘭、台北、新竹、台中、嘉南、高雄、

屏東、台東の８つの支社）を導入しており、農業合作社組織の中で最も規模の大きいものである。

Ⅱ．統計からみた産銷班の特徴

以下では、『台湾省の産銷班統計資料』によって、産銷班の特徴を統計的に明らかにしておこう。

産銷班の種類は、品目別では野菜、花卉、果樹、豚、ブロイラー、採卵鶏、水産養殖などに分類されている。近年の産銷班数をみると、1995年では総数が4,292組織、班員が86,533名であったが（ただし７大品目）、1998年には6,400組織、122,971名と増加傾向を示している。**表１**は、品目別の現況を示したものである

表１　品目別の産銷班の類型と組織構成(1998年)

単位：班、人、ha、千頭、%

品　目	班数	人数	経営規模	班数	人数
野菜	2,134	40,263	42,901	33.3	32.7
花卉	532	6,667	5,353	8.3	5.4
果樹	2,281	48,037	94,646	35.6	39.1
生鮮小計	4,947	94,967	142,900	77.3	77.2
稲作	141	3,135	4,902	2.2	2.5
雑穀	45	1,555	1,452	0.7	1.3
特用作物	268	4,995	5,854	4.2	4.1
水産養殖	164	2,092	3,337	2.6	1.7
ﾌﾞﾛｲﾗｰ	180	2,520	38,534	2.8	2.0
採卵鶏	62	839	12,302	1.0	0.7
家禽	35	539	2,784	0.5	0.4
豚	381	9,842	8,313	6.0	8.0
酪農	58	678	81	0.9	0.6
羊	75	1,243	192	1.2	1.0
養蜂	35	335	208	0.5	0.3
その他	9	231	－	0.1	0.2
合計	6,400	122,971	－	100.0	100.0

注)『台湾省農業産銷班統計資料』1998年より作成。

が、組織的にも、班員数でも圧倒的に多いのは野菜と果樹の産銷班である。野菜班は、1995年には1,595組織、30,966名であったが、98年には2,134組織、40,263名にまで拡大している。また、果樹班についても、同じく1,725組織、37,154名から2,281組織、48,037名に増加している。これらに花卉を加えると、班数、班員数ともに全体の

表２　産銷班の県別組織状況(1998年)

単位：班、戸、ha

県名	野菜			花卉			果樹		
	班数	班員数	面積	班数	班員数	面積	班数	班員数	面積
台北県	70	1,699	1,278	10	167	148	21	582	953
宜蘭県	110	2,090	1,591	25	245	228	89	1,916	2,198
桃園県	91	1,434	1,492	28	258	200	7	172	171
新竹県	58	892	903	12	105	114	94	1,736	2,755
苗栗県	99	1,994	1,879	29	355	240	167	3,540	4,641
台中県	101	1,794	1,927	47	665	681	234	4,792	7,159
南投県	183	4,477	3,517	63	995	933	163	3,950	2,558
彰化県	159	3,331	3,637	102	1,244	747	183	5,224	6,080
雲林県	388	6,319	7,868	29	310	262	87	2,143	2,305
嘉義県	247	4,618	5,526	46	657	400	162	3,370	6,052
台南県	270	4,776	5,406	36	453	247	260	5,039	41,737
高雄県	105	2,649	2,073	24	295	103	224	4,821	5,153
屏東県	110	1,737	2,135	44	432	528	356	6,416	5,560
花蓮県	9	125	220	9	115	139	156	2,708	5,016
台東県	70	1,160	2,223	14	144	211	68	1,340	1,904
合　計	2,134	40,263	42,901	532	6,667	5,353	2,281	48,037	94,646

注1)『台湾省農業産銷班統計資料』1998年より作成。
2)澎湖県および市部は合計に含まれる。

77%を占めており、近年の増加の中心である。産銷班の作付面積は、野菜が42,901haで全体の24%を占め、果樹についても94,646haと42%に及んでいる。１つの班の平均規模は、野菜で19名、20ha、果樹で21名、41haとなっている。

産銷班の地理的分布をみると（**表２**）、野菜については、雲林県が最も多く388組織（18.2%）、6,319名（15.7%）であり、台南県、嘉義県と続き、果樹については屏東県が356組織（15.6%）、6,416人（13.4%）で最も多く、台南県、台中県と続いている。これら諸県は各品目の作付面積が上位にある県であり（後掲**表５**）、当然ながら主産地での設立が進んでいることが確認できる[2)]。

産銷班の設立とその指導に関しては、**表３**から次のような特徴を指摘できる。第１に、農業団体、特に農会による指導が不可欠であるが[3)]、農会系統の指導による産銷班は4,927組織（省、県農会275組織、単位農会4,652組織）で、全体の77.2%を占めており、特に単位農会の産銷班が圧倒的に多く、全体の72.9%を占めている。さらに、単位農会の産銷班は野菜（1,730組織）と果樹（1,838組織）に特化しており、両者を合わせると単位農会のそれの76.7%を占めている。他方、省、県農会による産銷班のうち青果物産銷班はわずか

表3 指導機関別の産銷班の組織状況　　単位:組織、人、ha

指導機関	産銷班合計		野菜			花卉			果樹		
	班数	班員数	班数	班員数	経営面積	班数	班員数	経営面積	班数	班員数	経営面積
省・県農会	275	6,713	12	174	122	6	52	58	0	0	0
単位農会	4,652	90,547	1,730	33,879	35,416	462	5,936	4,751	1,838	38,687	83,731
合作社	284	5,082	89	1,141	1,904	22	220	230	43	448	836
合作農場	296	4,274	194	2,764	3,622	14	184	160	84	1,290	2,477
町村	34	786	17	384	533	1	20	17	4	87	242
青果社	227	6,449	31	860	604	1	7	4	195	5,582	6,118
その他	617	8,853	56	952	608	23	224	125	114	1,888	1,217
合計	6,385	122,704	2,129	40,154	42,810	529	6,643	5,345	2,278	47,982	94,621

注)『台湾省農業産銷班統計資料』1998年より作成。

表4 作物別の産銷班指導機関の分布　　単位:組織

		合計	うち 台中	彰化	雲林	嘉義	台南	高雄	屏東
野菜	省・県農会	0	0	0	0	0	0	0	0
	末端農会	150	21	24	15	23	34	18	15
	合作社	26	3	1	11	7	3	0	1
	合作農場	42	3	4	21	9	3	2	0
	町村	5	0	0	0	4	0	1	0
	青果社	6	1	1	0	1	1	2	0
	その他	5	0	1	0	2	0	1	1
花卉	省・県農会	0	0	0	0	0	0	0	0
	末端農会	117	19	17	12	17	25	10	17
	合作社	2	0	1	1	0	0	0	0
	合作農場	6	4	0	1	0	1	0	0
	町村	1	0	0	0	1	0	0	0
	青果社	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	4	0	1	0	0	1	1	1
果樹	省・県農会	0	0	0	0	0	0	0	0
	末端農会	110	15	17	5	15	21	14	23
	合作社	7	2	0	1	1	2	0	1
	合作農場	14	4	0	2	2	5	1	0
	町村	1	0	0	0	0	0	1	0
	青果社	15	3	1	1	1	3	1	5
	その他	2	0	1	0	0	0	0	1
野菜小計		234	28	31	47	46	41	24	17
花卉小計		130	23	19	14	18	27	11	18
果樹小計		149	24	19	9	19	31	17	30

注)同表1。

18組織（野菜12組織、花卉6組織、6.5%）に過ぎず、養豚産銷班が247組織と圧倒的である。これはすでに述べたように歴史的に養豚の共同運銷が省農会のもとで開始されたからであり、経済事業をほとんど行っていない省農会のメイン事業となっている。第2に、合作社（各種の生産合作社、運銷合作社）や合作農場の青果物産銷班は野菜に特化する傾向が強く、青果社は果樹専門的ではあるが、野菜にも若干進出している。第3に、「その他」産銷班については、数的には617組織も存在するが、青果物産銷班は193組織で、31.2%に過ぎない。これは、水産、養鶏、養蜂、養羊等の各種の専門協会が多いためである。

このように、産銷班の形成においては農会系統、特に単位農会の関与が最も大きい。さらに、指導機関数を地域別にみると（**表4**）、野菜については台南県で最も多く、34の単位農会が産銷班を組織しており、果樹については、屏東県で最も多く、23組織である。単位農会数が多いこともあるが、主産地として農会が活発に活動していることによっている。本論文で取り上げる雲林県は、台湾の最大の野菜産地であり、野菜産銷班の育成に力を入れており、その指導機関は単位農会、合作社、合作農場を合わせて47機関が存在しており、その数は最大である。

注2）**表5**によると、台湾全体の野菜、花卉、果樹の面積はそれぞれ178,581ha、5,152ha、226,610haであるが、果樹と野菜は水稲に次ぐ第2位と第3位である。台湾における青果物生産の特徴は、規模が小さく、種類が多様である点である。野菜産地は中南部に集中しており、雲林、台南、彰化、嘉義、屏東、高雄、南投等7県の野菜栽培面積の合計137,265haは全島の76.9%を占めている。花卉については彰化県、果樹については屏東県、南投県等の8県に産地形成がされている。

注3）現段階の台湾農会の組織数は290組織であり、そのうち省農会が1組織、県（市）が21組織、郷鎮農会が268組織となっている。

Ⅲ．西螺鎮における産銷班の事例分析

1．西螺鎮農業の特徴

雲林県は台湾中南部の西海岸に位置する最大の野菜産地であり、北は彰化県、南は嘉義県というともに野菜産地に隣接している。**表5**に示したように、1998年の雲林県の野菜作付面積は44,682haであり、台湾全体の25%を占めている。

表5 県・市別の青果物の作付面積(1998年)

単位:ha

野菜		花卉		果樹	
雲林県	44,682	彰化県	2,134	屏東県	41,355
台南県	19,781	南投県	853	南投県	33,307
彰化県	18,868	台中県	443	台南県	27,492
嘉義県	18,694	屏東県	388	台中県	23,030
屏東県	15,199	嘉義県	201	嘉義県	20,367
高雄県	10,904	嘉義市	179	高雄県	20,189
南投県	9,137	台南県	156	台東県	15,085
台北県	7,522	高雄県	152	花蓮県	10,211
台中県	6,005	宜蘭県	145	苗栗県	9,043
花蓮県	5,615	雲林県	142	彰化県	6,936
苗栗県	5,411	台北県	123	新竹県	5,464
宜蘭県	3,891	苗栗県	60	雲林県	4,761
桃園県	3,234	台中市	56	宜蘭県	3,769
新竹県	2,983	花蓮県	53	台北県	3,289
台東県	2,358	台東県	22	桃園県	858
台南県	2,185	台南市	19	台中市	453
台中市	856	桃園県	19	新竹市	375
澎湖県	485	新竹県	6	嘉義市	332
基隆市	328	新竹市	1	台南市	165
嘉義市	234	基隆市	0	基隆市	117
新竹市	209	澎湖県	0	澎湖県	12
合計	178,581	合計	5,152	合計	226,610

注)『台湾省農牧業主要生産地調査報告 1998年』による。

また、年間830,673tを生産しており、全体の27.7%を占めている（**表6**）。そのうち、全国のシェアーが高いのはニンニクの芽であり、面積、生産量ともに83%を占めている。また、葉菜類の作付が中心であり、15,635ha、338,302tを生産しており、それぞれ42.2%、43.3%を占めている。このように雲林県が台湾最大の野菜産地となっているのは、台湾最大の平原地帯である嘉南平原の北部に位置し、年間の降雨量が1,400mmと豊富であり、また冬季の季節風による被害が中央山脈の存在によって少ないという自然条件に恵まれているからである。

対象地である西螺鎮は、台湾最大の河川である濁水渓（西螺渓）の沖積平野に位置し、灌漑も可能であるため、水稲や野菜栽培に最も適している。稲作については、品質の良さで台湾有数のブランド米である「西螺濁水渓米」が有名であるが、米過剰に対応して一部の水田では2期作から1期作への減反が行われ、代わって野菜栽培に力が入れられている。鎮内には野菜専業区が設立され、ネット栽培方式が導入されており、台湾の4大産地となっている。

西螺鎮は27の里（大字に相当する）からなっており、総人口は49,910人、12,299戸で、そのうち農家人口は24,085人、4,854戸である[4]。耕地面積は3,574haであり、そのうち水田面積が2,520ha（70.5%）で、畑面積が1,054ha（29.5%）である。年間平均気温が23度前後であるため、土地利用は通年であり、田畑輪換も行っている[5]。そのため、**表7**に示したように、野菜の作付面積は5,381haで、耕地面積の1.5倍となっている。野菜の全てが葉菜類であり、最も多いのは白菜である。

上述のように、西螺鎮は野菜の大産地として、数多くの産銷班が存在している。総班数72班のうち野菜班が最も多く、55班も存在しており、班員数は733名で、経営面積が637.2haである。1班当たりの規模については**表8**に示したように、班員数が11～15名の班が29、面積が10.1～15haの班が21と最も多い。班の平均規模は班員13名余り、面積11.8haである。耕地面積のうち、産銷班に属するものは18%であり、農家のうちの班員割合は15%である。また、雲林県の専業農家率13%から西螺鎮のそれを推計した647戸と比較すると専業農家のほとんどをカバーしているということができる。ただし、**表8**の数字にはかなりの休眠班も含まれているとみられ、割引が必要である。

表9は西螺鎮農会による共同運銷の実績の推移

表6　野菜の生産状況(1998年)　　単位:ha、kg/ha、t

品目	台湾(A)			雲林県(B)			収穫面積 B／A	生産量 B／A
	収穫面積	単収	生産量	収穫面積	単収	生産量		
大根	4,825	31,220	150,598	782	29,778	23,282	16.2	15.5
ニンジン	2,984	42,806	127,694	1,002	29,337	29,373	33.6	23.0
その他根菜類	1,328		24,480	115		2,768	8.7	11.3
根菜類小計	9,137		302,772	1,899		55,423	20.8	18.3
生姜	1,596	20,074	32,070	21	15,000	315	1.3	1.0
サトイモ	2,710	14,021	37,993	16	19,792	309	0.6	0.8
ねぎ	5,256	20,079	105,540	2,358	24,347	57,405	44.9	54.4
ねぎ坊主	1,087	9,016	9,811	190	7,517	1,431	17.5	14.6
タマネギ	868	46,465	40,302	5	7,500	37	0.6	0.1
ニンニク	1,930	19,285	37,182	585	21,101	12,336	30.3	33.2
ニンニクの芽	7,050	7,536	53,125	5,819	7,598	44,216	82.5	83.2
タケノコ	28,671	12,036	345,101	5,402	20,109	108,630	18.8	31.5
アスパラ	1,564	4,672	7,308	91	5,773	525	5.8	7.2
その他茎菜類	5,277		125,205	1,297		33,454	24.6	26.7
茎菜類小計	56,009		793,637	15,784		258,658	28.2	32.6
カラシナ	2,021	24,017	48,549	941	26,684	25,100	46.6	51.7
エンサイ	2,172	20,386	44,298	416	17,481	7,273	19.2	16.4
セロリ	1,591	19,319	30,734	894	20,906	18,697	56.2	60.8
キャベツ	8,625	28,968	249,787	1,808	34,170	61,768	21.0	24.7
結球白菜	4,789	25,909	124,149	2,076	29,394	61,043	43.3	49.2
白菜	4,800	16,195	77,732	2,265	18,414	41,709	47.2	53.7
その他葉菜類	13,019		205,699	7,235		122,712	55.6	59.7
葉菜類小計	37,017		780,948	15,635		338,302	42.2	43.3
ブロッコリ	3,344	21,397	71,493	148	20,395	3,015	4.4	4.2
金針菜	794	889	705	23	1,097	25	2.9	3.5
ナス	1,390	18,361	25,519	55	19,050	1,047	4.0	4.1
トマト	4,046	29,289	118,531	484	28,619	13,863	12.0	11.7
ピーマン	3,158	10,468	33,065	438	15,656	6,854	13.9	20.7
ササゲ	2,179	12,938	28,169	81	17,428	1,417	3.7	5.0
エンドウ	1,582	9,884	15,616	72	9,885	709	4.6	4.5
枝豆	10,068	8,225	82,798	2,421	9,241	22,376	24.0	27.0
越瓜	473	23,491	11,064	49	24,460	1,198	10.4	10.8
キュウリ	3,258	19,144	62,360	242	23,523	5,688	7.4	9.1
冬瓜	1,127	23,694	26,677	216	23,218	5,016	19.2	18.8
苦瓜	2,722	17,731	48,262	35	25,964	913	1.3	1.9
スイカ	18,735	16,010	300,004	4,015	20,670	83,011	21.4	27.7
アジウリ	3,181	14,647	46,551	767	16,717	12,824	24.1	27.5
メロン	7,912	15,352	121,466	494	19,245	9,506	6.2	7.8
その他果菜類	7,987		115,687	504		10,802	6.3	9.3
果菜類小計	67,818		1,035,769	9,873		175,224	14.6	16.9
その他野菜	970		11,666	3		26	0.3	0.2
合計	175,089		2,996,990	43,365		830,673	24.8	27.7

注)台湾省政府農林庁『台湾農業年報　1998年』による。

表7 西螺鎮における農作物の作付面積(1998年)

単位:ha

耕地面積	3,574
うち 水田	2,520
畑	1,054
水稲	3,892
野菜	5,381
うち 白菜	1,668
レタス	531
ホウレンソウ	501
ヒュナ	414
エンサイ	409
カラシナ	369
特用作物	191
果樹	6

注)『台湾省農牧業主要生産地調査報告 1998年』、西螺鎮『西螺鎮志(上)』による。

表8 西螺鎮における野菜産銷班の概要(1998年) 単位:名、ha

	班員数	5～10	11～15	16～20	21～25	26～	小計
面積	～5.0	2	2	0	0	0	4
	5.1～10.0	5	8	5	0	0	18
	10.1～15.0	3	12	3	3	0	21
	15.1～20.0	2	7	0	0	0	9
	20.1～25.0	0	0	0	0	0	0
	25.1～30.0	0	0	1	0	0	1
	30.1～35.0	0	0	0	0	0	0
	35.1～40.0	0	0	0	1	1	2
小計		12	29	9	4	1	

注)西螺鎮農会の資料による。

表9 西螺鎮農会における共同運銷の実績

単位:t、万元

年次	野菜 出荷量	野菜 金額	果樹 出荷量	果樹 金額
1990	2,796	3,276	41	70
1992	2,631	3,082	9	9
1996	4,055	5,437	—	—
1997	3,333	4,030	—	—
1998	3,323	4,955	—	—

注)台北農産運銷股分有限公司編『果菜運銷統計年報』1990～1998年版より作成。

を示したものであるが、1996年をピークに出荷量と金額ともに減少傾向にある。これは、つぎの事例にみるように産銷班が独自の販売ルートを確立し、共同運銷から独立化していることを反映しているといえる。以下では、こうした農会系統による共同運銷から自立した産銷班の事例を紹介し、産銷班の展開方向を見いだしていく。

2．スーパー・軍隊への販売ー葉菜類の産銷班(第16班)

1）班の概要

第16班が位置している詔安里は、農家戸数300戸のうち兼業農家が60%（そのうち工場等の被雇用が50%、他の農家への被雇用50%）を占めている地域である。耕地面積は100haであり、すべて水田である。作付面積は水稲の第2期作のみ70haであり、第1期作のうちの野菜作付面積が14haである。野菜は30haで、すべてが固定されたネットハウス栽培であり、作付農家はおよそ70戸である。ネットハウスは1976年に鎮で最初に導入されており、その後台南改良所（日本の農業改良普及センターに相当する）の指導を受け、1995年から現在の形状になっている[6]。1区画は12.5aであり、1農家平均3～4区画（50a）であり、多い農家は7～8区画（1ha）となっている。

詔安里の産銷班は、第16班のほかに、31班(20数名）と32班（30数名）が存在しているが、この3つの産銷班で野菜農家の80%を網羅している。第31班と32班が農会の共同運銷に参加し、西螺市場と台北市場に出荷しているのに対し、第16班はスーパーや軍隊への直販を主体に販売に取り組んでいる。

1994年6月に詔安里の農家16名が農会の指導に応じて第3産銷班を設立した。同年7月にさらに6名の農家が第3班に加入する予定であったが、人数が多すぎたため、別に「和心野菜産銷班」を設立し、後に第16班として編成された。1997年には第3班を吸収合併し、班員数は22名となっている。第16班が第3班を吸収合併したのは、販売先に大口需要者（工場食堂）を持っており、第3班より優れた販売実績を上げていたからであ

表10 第16班概要　　単位:才、人、a

氏名	役職	年齢	学歴	労働力	経営地	所有地	借地
A1		70	小学校	2	57	57	0
A2		67	小学校	2	65	15	50
A3		40	専門学校	4	50	50	0
A4	副班長	43	中学校	4	148	73	75
A5		56	小学校	2	45	45	0
A6	会計	44	小学校	2	48	48	0
A7	班長	44	高校	4	87	50	37
A8		65	小学校	2	65	65	0
A9		57	小学校	2	57	57	0
A10		62	小学校	2	93	53	40
A11		51	小学校	2	56	56	0
A12		65	小学校	2	44	32	12
A13		67	小学校	2	80	80	0
A14		62	小学校	2	95	95	0
A15		62	小学校	2	40	10	30
A16		60	小学校	2	58	38	20
A17		49	小学校	2	76	36	40
A18		67	小学校	3	100	100	0
A19		73	小学校	2	65	25	40
A20		42	専門学校	3	30	5	25
A21	書記	58	中学校	2	36	6	30
A22		51	小学校	2	46	46	0
A23		73	小学校	2	10	10	0
A24		59	小学校	2	31	31	0
A25		50	中学校	2	21	6	15

注)第16班資料による。

る。1999年10月に3名が新規加入し、現在は25名となっている。構成員の平均年齢は57歳であり、60歳以上の班員が10名おり、高齢化が進行している。経営規模は1戸当たり平均60aであり、そのうち12人が借地をしている（**表10**）。

産銷班の組織は、資材組（生産資材の購入）、行銷組（市場・販路の開拓）、生産組（作付調整・作物選定・数量調整・出荷調整）、理貨組（出荷先別の荷物の整理）、物料組（出荷用のビニール・ミニコンテナ等の包装資材の管理）、採購組（出荷人数・数量・順序（量の多い方から順）の調整）からなっており、組員の割り振りは班員の希望を聞きながら班長の権限で決めている[7]。

1999年の野菜の販売実績はおよそ3,000tであり、売り上げはおよそ4,800万元である。産銷班の入会金は1人当たり10,000元で、これまで2年間1株1,000元の配当を行っている。1998、99年の2年連続して「台湾10大優良産銷班」の表彰を受けている。

2）販売体制

この産銷班の販売の特徴は、卸売市場対応を一切行っていない点である。第1は、スーパー向けであり、全体の50%を占めている。その内、台北県農会の直営スーパーチェーン向けが20%、その他農会を経由するものが5%、「策略連盟」[8]を通じて販売するものが40%、直接スーパーに販売しているものが35%である。第2は、軍隊向けであるが[9]、1999年7月から開始しており、全体の40%を占めている。第3が、工場の食堂向けであり、全体の10%を占めている。軍隊と工場向けはすべてが台北県農会を経由しており、スーパー向けのうち直営スーパー向けの10%を合わせると、出荷量の60%が台北県農会を経由して販売されている[10]。この他に、班員が個別に農会を通じて卸売市場に出荷するケースがある[11]。

台北県農会への出荷については、直営スーパー向けは買取りであるが、軍隊・工場の食堂向けは取り次ぎである。出荷先は台北県農会の集荷場（樹林鎮）であり、トラックをチャーターして運搬している。買い手からの注文は台北県農会を経由して来るが、注文する品数が多い時には、台北県農会で一度注文をまとめてから関連品目が発注される形である。

出荷情報は、行銷組→生産組・採購組→各農家という流れになるが、出荷量が不足する場合は、「衛星農場」と呼ばれる第31と32班に依頼し、第16班の銘柄である「和心蔬菜」で出荷する。「衛星農場」への依存率はおよそ20%である。これに加え、生産組が市場から調達する場合もある。

出荷価格はスーパーが最も高いため、班員はスーパーへの出荷を望み、そのため出荷先毎に農家を固定することができず、行銷組は受注後に各圃場の生産状況等を確認し、出荷者を決定することに

なる。ただし、公平に決定することは困難である。

選別については、圃場で個別に初級選別（腐った葉を取り除く程度）を行った後、集荷場で共同作業で選別を行うようになっている。集荷場は1997年に完成しているが、事務所と併せ1,000万元の建設費を投じている（補助金は250万元）。選荷における雇用は35名であるが、そのうち班員の家族が33%を占めている。荷姿については、スーパー向けはフィルム包装（250g、300g、500g）であり、軍隊・工場向けは1kg～20kgで、固定されていない。

価格は、スーパーの場合には、一定期間の価格を16班が台北市場価格を参考にして決定するが、卸売市場の価格が変動するため、非常に不安定である。軍隊向けについては、5日単位で軍隊側が一方的に決定するが、軍と農業委員会の間で一定の算定式にしたがって決定しているため、市場価格の10%上乗せが基準である[12]。最後に、工場の食堂については、当日朝の台北市場価格に基づいて価格交渉を行う。

精算は、7日間決済で、支払サイトは平均およそ10日間である。班員の売り上げの精算は、プール計算ではなく、個別精算である。産銷班の販売は形式上農会を経由しているため、2000年1月から売上の0.5%を農会手数料として支払っている[13]。

3．仲卸業者・パッカーへの販売ー食用甘藷葉の産銷班（第72班）

1）班の概要

第72班は食用サツマイモの葉の産銷班である。農会推広股（普及課）の勧めで、1998年に設立されている。それ以前は水稲経営であった。設立時の8戸が現在の構成員である。**表11**に示したように、班員の経営面積は18.4haで、1戸平均2.3haであり、事例の産銷班のなかでは最も大きい。メンバー8戸のうち6戸が借地をしており、借地料は1ha当たり9万元で、借地の契約は1～2年ごとに更新している。

産銷班の設立以前はサツマイモの葉は自家用として栽培しており、市場に出荷することはなかった。サツマイモの葉の栽培には施設は必要ないが、品質の向上のためにネットハウスもしくは防風壁が必要である。防風壁には黒いネットを使用しており、栽培技術については農業試験場嘉義分場と鎮農会が合同で指導している。

サツマイモの葉の収穫は、夏は2週間に1回、冬は1ヶ月に1回であり、1株につき2年間続けて収穫することができる。苗の定植時期は自由であるが、春と秋が適期である。播種・育苗・定植などの作業は個別で行っている。

収穫については、改良場から機械化を勧められているが、収量と品質が著しく低下するため使用していない。機械収穫では10a当たり500kgの収量であるが、人手で行うと1200～1500kg収穫できる。スーパーも人手で収穫するよう要求している。そのため、収穫には雇用労働が必要であるが、1人が4時間でおよそ150kgの収穫ができる。収穫の時間は、夏は午前5時から9時まで、冬は午前6時から10時まで行っている。労賃は1日4時間労働でおよそ450元である（1時間100元と1日50元程度のお菓子代）。

1999年の産銷班の実績では、単収は10a当たり15トンであり、年間生産量は1,950トンである。販売価格は1kg当たりおよそ15元で、生産

表11　第72産銷班員の経営規模　　単位：a

氏名	役職	経営地	所有地	借地	サツマイモ葉	その他	集荷場
B1	班長	100	50	50	100		60
B2	副班長	550	100	450	450		20
B3		200	0	200	200		20
B4		725	25	700	325	九層塔400	90
B5		50	50	0	50		
B6	書記	85	45	40	45	紅菜40	
B7		30	30	0	30		
B8	会計	100	0	100	100		

注）聞き取り調査による。

費は1kg当たりおよそ8元である。売上総額、コスト総額と純利益はそれぞれ2,925万元、1,560万元、1,365万元となっている。

2）販売体制

出荷先は、卸売市場[14]とスーパー向けの地元パッカー[15]であるが、出荷割合はそれぞれ80%と20%である。市場への出荷量の割合をみると、北部の市場が80%（うち三重市場30%）であるが、特産物であるため95%は市場の仲卸業者との相対取引であり、したがって産銷班独自の販売となっており、農会経由の割合はわずか5%に過ぎない。

選別は個選であるが、規格（特優、優、良の3段階）に基づいて選別されている。包装は市場向けとパッカーは異なり、市場には1ケース20kgの段ボール出荷であり、班員の番号や名前は明記しない。パッカー向けはフィルム包装で、1袋当たり250～300gであり、フィルムには1袋の単価とパッカーの名前が印刷されている。

集出荷時間は、パッカー向けの集荷は午前9時～10時に個別に集荷場に搬入し、雇用労働で包装を行い、午後2時～3時に出荷する[16]。卸売市場向けは、夕方5～7時に出荷する。卸売市場向けは畑で選別し、集荷場の冷蔵庫に搬入して出荷まで保冷する[17]。

冷蔵庫は設立当初は、合計で4.5坪に過ぎなかったが、現在は35坪にまで拡大している。また、集荷・包装場も20坪から190坪に拡大されているが、4ヶ所に分散しており（班員2名で1ヶ所）、すべてが冷蔵庫付きである。

出荷する際に、段ボールに班員の番号や名前を明記しないが、運搬業者の伝票には記入する。市場への運搬は、各市場に対応したそれぞれの運搬業者によって行われ、複数の班員の荷が一緒に運ばれても、班員ごとに取り引きする仲卸が固定しているため、出荷した班員は特定でき、クレームの対応などにも問題はない。なお、運送用のトラックについては、産銷班から4つの運送業者に委託しており、運搬費用は1箱（20kg）当たり30元である。

4．軍隊への納入業者化ー葉菜類の産銷班（第73班）

1）班の概要

第73班の最大の特徴は、独自に軍隊用の供応站（供給所）を持ち、第73班の作物に加え、他の産銷班や市場から品揃えしたものを軍隊へ販売している点である。

産銷班の設立は1998年であり、その契機は農会の総幹事が若年層を中心に農会施設を利用した産銷班の設立を呼びかけたことによる。そのため、班員の年齢構成が30～40歳代中心となっており、また班員の住所も分散していることが特徴である（**表12**）。班員数は設立時の10名から現在12名となっている。

表12　第73班の概要(2000年)　　単位:a、t

氏名	役職	住所	経営地	生産量
C1	班長	中興里	52	55
C2		二崙郷	39	43
C3		安定里	78	85
C4		安定里	100	110
C5	副班長	河南里	45	43
C6	書記	大同路	45	45
C7	(班長の父親)	中興里	10	10
C8	会計(班長の妻)	中興里	10	10
C9		中興里	60	68
C10		安定里	20	20
C11			50	
C12		中興里	230	

注1）第73班資料によう。
2）C11とC12は2000年10月に加入したばかりのため、項目が欠けている。

集荷施設は農会が1997年に建設したものを借入して利用し、冷凍庫は日本植民地時代のものを改装して利用している。

事務所は農会の出荷施設の2階を利用しており、賃料は1,500元（月額）である。職員は13名で、うち班員は2名のみである。役割分担は班長1名、会計および入荷点検3名、包装および仕入9名と

なっている。仕入に関しては、職員は市場に駐在しておらず、権限は班長が持っている。仕入担当９名のうち６名は軍隊用の供給所に駐在している。供給所の場所、職員数をみると、虎尾ステーション（雲林県、１名)、中庄ステーション（嘉義県、３名)、田中ステーション（彰化県、２名）となっている。

班員の作付は、夏作に小白菜、チンゲン菜、冬作にホーレンソウ、春菊と葉菜類中心であるが、産銷班の取扱品目としてはこのほかに馬鈴薯、ゴボウなどの根菜類とナス、瓜、ピーマンなどの果菜類および漬け物などがある。

２）販売体制

つぎに、軍隊向けの出荷についてみてみよう。軍隊向けの出荷は1999年12月より開始された。軍隊へ出荷するには、各産銷班が申請し、国防省からの指名を受けることが必要である。軍隊向けは、出荷量や代金精算の面で安定性が高いため、希望する産銷班が多い。73班は当初、台北市場を通じて販売していたが、2000年始め頃から供給所を通じた販売に変えている。

すでにみたように、班員の野菜作付は葉菜類に特化しているが、量的には少ない。そのため、1999年の売上高600万元のうち、班員外（他班ならびに西螺市場）からの仕入が500万元にまでなっている。このことから、73班は班員による出荷販売組織ではなく、軍隊を主要な取引相手とした生鮮食料品の集出荷業者としての性格を強めていることがわかる。

このうち産銷班については、軍隊に出荷する以前から農会集荷場を利用していたものが多く、仕入価格は西螺市場の価格である。ちなみに、班員からも西螺市場価格で買付けており、価格面で班員が優遇されることはない。以下に連携している産銷班（「策略連盟」）の番号を上げると、８、15、16、45、49、54、55、60、67、68、74班となっている。このうち、独自に施設を保有している産銷班は８、16、45、72、74班であり、それ以外は農会の施設を利用しているところが多い。

軍隊向け出荷の場合、価格は10日前に国防省が５日単位で決定する。数量に関しては、産銷班が受注すると、コンピュータで各農家への出荷量の割り振りを行い、当日夜までに各農家へ通知する。さらに班員からの買付量を決定し、受注票を各供給所へ送る。班員は翌日の午前中に収穫を行い、午後３時までに産銷班へ出荷する。産銷班は買付を行い、さらにその翌日午前６時までに納品する。

販売代金の振り込みは出荷日の45日後に行われている。例えば、12月１日から10日の間に販売したものが１月15日から20日の間に振り込まれる。

販売額に対する手数料は、軍隊の福利総省が3.3%、省農会が1.1%、鎮農会が４％となっている。鎮農会の手数料には施設の利用料も含まれている。

軍隊向けの価格は市場の１割増しとなっており、これと農家からの買入れ価格の差額（つまり市場価格の１割）をもって運賃や職員給与を賄っている。

産銷班の資金は、当初は６万元の出資金が基本となっていたが、現在は持株制度も導入している。班員は２万元／株を出資金の20%を上限に購入することができる。現在（調査時）の運営資金は90万元であるが、12月には500万元まで増資する計画である。現在中庄の供給所の売り上げが10万元／日と非常に高いため、計画は可能であると判断されている。

今後の売上目標は1,300～1,500万元／年であり、そのうち班員の生産量は最高でも500万元になる見通しである。

このように今後ますます、生鮮食料品の集出荷業者としての性格を強めていくことが予想される。

注４）うち自作農家4,172戸、自小作農家（自作地50％以上所有）234戸、小作農家448戸である。

注５）最も多い作型は、７～11月に第２期作の水稲を栽培し、11～３月に特用作物あるいは野菜、緑肥を栽培し、４～６月野菜、緑肥あるいは特用作物を栽培するというものである。

注６）形状としては、長さ100m×幅12.5m（0.125ha）が一区画であり、その区画を縦長の４小区画に分けて、台風の雨を流すためにそれぞれに長さ100mの排水溝を備えている。

注７）各組長のうち行銷組と理貨組は元第16班、その他は元第３班の班員が担当することになっている

注８）市場対応のため、産銷班間の連携を指す言葉であり、新しい造語である。第16班は1997年に彰化県の産銷班（１つ）との間で「策略連盟」を開始しており、販売のみの提携である。彰化県は根菜類が主体であるため、葉菜類が必要なときは出荷の要請が来る。販売方式は彰化県の産銷班による買取りであり、マークは彰化県のもので「生産者名」は16班の名称を使用している。

注９）軍隊向けの正式名称は「国軍副食供給ステーション」であるが、これらのステーションを通じて青果物、魚類、肉類等の副食が農業団体より直接供給されている。全島に32ヶ所のステーションが設置されているが、1998年現在、農業団体より供給されている副食は、野菜が41,666t（5.6億元）、果物が22,666t（10.5億元）、水産物7,200t（3.5億元）、鶏卵8,400tである。

注10）台北県農会を通じた販売が最も多いが、その契機は1994年10月に台北県農会供銷部主任がスーパーに販売する米の生産地を視察するために西螺に来ていたが、西螺は野菜も豊富であるため、野菜の契約もしたいと希望し、16班が提携に応じたことである。

注11）基本的には、産銷班への出荷を優先し、残りがあれば農会に持っていくスタンスである。その場合は、個別に農会の集荷場に持っていき、農会側が用意してくれる段ボール（段ボール代は売り上げから差し引きされる）に入れて出荷するが、段ボールには大番号（農会番号）のほか、小番号（農家番号）の明記も義務づけられている。

注12）この産銷班では、後に述べる第73班とは異なり、委託販売が基本であるが、臨時の調達の際には市場価格での買取りを実施している。

注13）ただし、16班は自ら集荷場を所有しているため手数料は安いが、農会の集荷場を使っている73班は４％を支払っている。

注14）市場は基隆･板橋･三重･力行･士林（台北）･樹林（台北）･新荘･桃園･中歴･台中･台北（第一・第二）･西螺･環南である。

注15）パッカーは鎮内に７ヶ所（漢光、中青、太陽、288、鮮美、興農、青崧）、台南県に１ヶ所ある。規模は不明であるが、最も大きく、最も古いパッカーは15年前から操業している漢光である。漢光は８カ所のパッキングセンターを持っており、それぞれ沢山のスーパーに出荷している。パッカーの仕入先は産銷班のほかに西螺市場と合作社がある。

注16）発注の順序としては、スーパー（朝９時）→パッキングセンター→産銷班という流れであるが、産銷班には数量のみを伝え、価格は台北市場の価格を参考にして産銷班側から申し出る。

注17）市場向けの箱詰めには雇用を入れる班員もいるが、１時間100元の労賃である。

Ⅳ．おわりに―産銷班の新たな展開

以上、野菜産地における産銷班の集出荷事業を中心として共同運銷の実態とそれに関わる産銷班・農会間の関係を考察してきた（**表13**）。本来の共同運銷事業は農会の主導のもとで、産銷班の形で

表13 調査対象産銷班の概要

産銷班名	第16班	第72班	第73班
設立年次	1994年	1998年	1998年
設立契機	農会の唱導	農会の唱導	農会の唱導
設立目的	葉菜類野菜の共同運銷	ｻﾂﾏｲﾓ葉の共同運銷	葉菜類野菜、漬物の共同運銷(軍納)
所在地	詔安里	振興里	農会の集荷場
作付面積	15ha	13ha	5.4ha
班員の住所	詔安里	振興里	鎮内の各里に分散している
班員数	25名	8名	12名
施設と設備	集荷所1ヶ所 ﾊﾟｯｷﾝｸﾞ機数台	集荷所4ヶ所(190坪) 冷蔵庫(35坪)	事務所・集荷場・冷凍庫(農会所有)
補助金有無	①集荷場建設費の一部(250万元) ②ﾈｯﾄﾊｳｽ建設費(1万元/1,000㎡)	調査未了	なし(農会から施設の借入のため)
野菜の仕入先	班員のほか、第31班、32班と「策略連盟」、西螺市場	班員のみ	班員のほか、11の産銷班と「策略連盟」西螺市場
出荷先	スーパー(50%) 軍隊(40%) 工場(10%)	卸売市場(80%、13ヶ所) ﾊﾟｯｷﾝｸﾞｾﾝﾀｰ (20%、8ヶ所)	軍隊の供給所のみ
共同運銷有無	○ 農会には班員個別で出荷する	○ 農会経由せず	○ 農会経由
販売実績	3,000t、4,800万元	1,950t、2,925万元	600万元

注)聞き取り調査による。

農家を組織し、まとめた農産物を指定された卸売市場に出荷することを目的としている。台南県官田郷農会と産銷班のケースがまさにこれの典型である。産銷班が班員の野菜を集荷し、農会に搬入し、農会は各産銷班の搬入した野菜をまとめ、台北卸売市場に出荷するという流れである。しかし、このようなシステムは1990年代半ば以降から弱体化する傾向にある。その要因は様々であるが、最も重要な変化は大規模量販店や大口需要者が従来の流通構造に割り込んだことにある。これらの出現によって、従来の農会の卸売市場のみに出荷するシステムが一変され、農会から離れ、自らの力で新しい販売ルートを開拓する産銷班が生まれつつある。事例の販売先なかで、大規模量販店は大型スーパーあるいはスーパー向けパッカーの形で現れており、また、第16班の取引相手である台北県農会も都市部においてスーパー展開を行い、自らパッキングセンターを有している。他方、大口需要者は軍隊の副食ステーションであり、1990年初頭までは農連社のみがその供給に応じていたが、1990年代半ばからは農会系統も参入するようになっている。前者への販売の事例は第16班と第72産銷班に、後者への販売については第16班と第73班に現れている。

このように、共同運銷の内容は流通構造の変化に伴って変わりつつある。台湾政府が唱導した従来の共同運銷は、台北卸売市場を介して台北への青果物の安定供給を図るものであった。しかし、台北市場への出荷誘導が市場における青果物の過剰をもたらし、そのことが価格下落を招いてしまった。その打撃のために、解散に追われた産銷班も数少なくない。この苦境を乗り切るために、政府は各地域での卸売市場(産地市場)の建設を奨励したが、かならずしも順調に進んでいない。

他方で、日本と同様に、大型スーパーや外食産業のような大口需要者の台頭が現れてきており、そうした新たな需要に対して事例で紹介したような産銷班の動きが現れてきているのである。産銷班そのものは規模が小さく、大規模取引にはなじまないが、台北県農会が行っているような仲介機能や産地パッカーの族生などの動きが本格化すれば、産銷班がそれら組織に対し集荷組織として機能する可能性は十分に考えられる。ただし、その方向性を明らかにするためには、中国大陸からの輸入を含めた青果物流通構造の変化の解明を待たなければならない。

【付記】

本研究は、科学研究費補助金「WTO体制下の

東アジア農業の動向と農村協同組合の再編」（1997～99年、研究代表太田原高昭）の研究成果の一部である。調査は、2000年1月ならびに11月の二回にわたって実施された。朴紅のほか、坂下明彦（北海道大学）、小野雅之（山形大学）、坂爪浩史（鹿児島大学）、西村直樹（北海道立の試験場）、菅沼弘生、小山良太、小林国之、林芙俊（北大大学院生）が参加した。調査に際しては、西螺鎮農会ならびに産銷班の皆様に多大な協力を得た。記して感謝申しあげる。

【参考文献】

［1］ 坂下明彦・朴紅・太田原高昭「台湾における郷村型農会の事業構造－中埔郷農会を対象として－」『農経論叢』56集、2000年

［2］ 行政院農業委員会『行政院農業委員会業務専題報告集』1996、pp.89～90

［3］ 西螺鎮公所編『西螺鎮志（上、下）』2000年、pp.5-5～15

［4］ 行政院農業委員会『行政院農業委員会1998年年報』1999年、p.143

（2002年2月18日　受理）