

特別研修

月例研究会 議事録 (1 月)

2010 年度第 13 回

報告題名 中国における地理的表示が付く農産品の経営モデルに関する研究	
報告者 王 毓度	日時 1月20日 午後3時～
(所属分野) フィールド社会技術学	場所 第2講義室
座長 北村	議事録担当者 堀、滝田、山口
出席者 長谷部、木谷、安江、小山田、米澤、米倉、冬木、高篠、伊藤、石井、阿部(美)、菅井、韓、スチン、八木、宮本、福田、宮里、渡邊、易思、威廉、王、北村、金(詰)、滝田、覃、中村、堀、山口、林、泉井、Intan、Sudirman、Lies、金(銀)、黄、小原、片山、佐々木(彩)、澤田、柴田、渋谷、千葉、藤、八鍬	
報告要旨 2001年に中国はWTOに加入してから、農産品国際貿易の大国となりつつある。2002-2008年の間で、貿易総額は304.3億ドルから985.6億ドルまで増加し、年平均の貿易の増加速度が18.3%だが、2004年から長期的な貿易黒字から赤字の状態になり、さらに差額はだんだん拡大していく状況が現れる。激しい競争の国際貿易に高付加価値の農産品はほとんどないという問題が中国に深刻な問題と気付かれた。 1994年から中国において地理的表示に注目が集まり、それをめぐる法律や政策などが次々と誕生した。中国の農業問題を解決する一環として期待される地理的表示の数が急速に増加する一方、地理的表示は中国農業にとっての新たなコンセプトとして、現有の中国の農産品経営モデルに効果ははっきり発揮できるかという懸念がある。 本報告は、中国において三つの主な農産品経営モデルを分析している上に、地理的表示に対して農家+合作社+企業型モデルを選ぶ原因と問題などを明らかにする。さらに、今の段階に同業協会が加入する農産品経営モデルを試行することについて、中国の現状を参考しながら将来に出会う問題を検討する。	

質疑・応答

(石井) 地理的表示の申告はどのようにして行うか。

(王) 地理的表示についてふさわしいかどうか審査をして、地理的表示が正式に認められる。

(石井) 地理的表示にはどのようなものがあるか。

(王) 紹興酒、仙台牛など。

(木谷) フランスにおいて、同業協会とはどのようなケースを考えているか。

(王) 例えばワインの場合では、経営している企業も大きな農場も含めて同業協会に入っている。民主的な仕組みでリーダーを選んでいる。

(木谷) 合作社の上に同業協会を作ろうとしているのか。

(王) はい、同業協会は地理的表示の使用を監督をする。

(木谷) フランスの例が良くて、中国の例が良くない。という言い方はおかしいのであって、中国とフランスでは労働条件、文化の背景が違うため、フランスのモデルをどのようにして中国に適用させるかが課題になるのではないか。

(王) 政府が監督することが一番早い対策だと思う。民主制度は時間がかかってしまう。

(石井) 企業領弁合作社の農家に対しての配分の問題は、地理的表示に限らず一般的にあるのか、それとも地理的表示の問題をかぶせた時に酷使した問題として現れるのか。

(王) 2つの問題を合わせて、新しい問題が起こると思います。元々、企業領弁合作社は多く中国に存在していて、一応うまくいっている。農家が反対しない理由は、企業が農家の利益を損なう場合には、農家は市場を選ぶことが出来る。地理的表示の場合は、合作社が所有権と使用権を持っているため、農家は、脱退した後に地理的表示を使用することは出来ない。

(米倉) 農家、合作社、企業というテーマでそこに地理的なブランドのような付加価値問題を追加的に考える。組織の経済論としては、非常におもしろい応用問題と思う。地理的ブランドを認証するシステムは日本で行っているか。

(王) 団体商標として、仙台牛、松坂牛などあります。日本は役所で行っています。

(米倉) 中国でのブランドの効果はどうか。

(王) 紹興酒などでは十分にブランド効果が発揮されている。

(米倉) 農産物については、紹興酒のような例はあるか。

(王) 漢方薬が多いです。企業はどれくらい利益を上げたか農家に知らせていない。民主的な組織が出来れば、現在の企業と農家の利益分配の関係は変化すると思う。

(長谷部) 中国において同業協会を作った場合、所有権はどうか。

(王) 中国で試行しているモデルは、使用権と所有権を分離している。