

報告 3 : 朴 敬玉 (日本学術振興会外国人特別研究員)

有機米のブランド化と専業農場—吉林省延辺地域を中心に

現在、中国東北地域はジャポニカ米の主産地となり、「東北大米」は全国的にも有名である。今日の東北地域の稲作単収は日本、韓国に劣らぬ水準になっている。このような標準化された稲作技術を背景に、大規模経営を指向する新しい農業経営体—専業農場が出現している。

特に、延辺地域では他地域に比べて早い時期から農業の比較優位性が低下し、国内大都市および韓国への出稼ぎが多くみられるようになった。延辺は朝鮮族の割合が高く、農地を手放して出稼ぎに行くことが多く、出稼ぎから戻ってきても農業に就かず、一定期間の休養を取って再び出稼ぎに行く場合が多い。このような状況から、全国的にもいち早く 2008 年から専業農場が政策的に推進され、農業経営の新たな担い手となった。

近年、人々の健康への関心が高まり、緑色食品への需要が高まってきた。食糧流通規制緩和政策の中で登場した民間の精米加工企業は、2000 年代初めの米価下落のもとで、高単価で売れる有機米の販路を省外へ積極的に拡大し、そのブランドを全国各地に広めていった。さらには、高価格商品として有機米のブランド化に取り組み、高級贈答品としての販売対応も見られるようになった。そして、ブランド化への経営展開は、新しい栽培技術や生産資材、優良品種等の導入を契機に、価格保証や各種助成措置によって農民組織化を促進させている。

本報告では、延辺地域における有機米のブランド形成過程における専業農場と加工流通企業、農民組織との関係を分析する。特に、有機米の栽培で有名な和龍市東城鎮と図們市月晴鎮を事例として、有機米ブランド化の形成過程と農民合作社、稲作専業農場との関係を明らかにする。