

1 中国（中華人民共和国）

視察先 ① 上海銅川水産市場 ② 上海市副食品交易市場
 目的 中国・上海における食品の市場流通・小売事情と、本県農水産物の中国展開への可能性について、及び上海市民の食に対する安全安心意識についての調査
 行程 上海銅川水産市場では、同市場情報部門主管の戴 鴻根（タイ・ホンケン）氏から市場概要の説明を受けた後、本県農水産物の中国展開について意見交換を行なった。
 上海市副食品交易市場では、同市場卸部門のそれぞれの関係者及び複数の市場利用者から、市場の流通システムや市民生活の状況等について聴取し、意見交換を行なった。

(1) 上海市の概況

| | | |
|------|---|---|
| 面積 | 6,340.5Km ² (中国全土の 0.06%) | 面積は、群馬県 6,363.2Km ² とほぼ同じ。 岩手県の約 42.5% |
| 行政区画 | 18区1県 | 人民政府：市長1名、副市長8名 共産党市委員会：書記1名、副書記5名 |
| 人口 | 戸籍人口 1,360.26万人 (常住人口 1,778万人) | 1世帯当たり人数 2.8人 出生率 6.08% 死亡率 7.54% 自然増加率 -1.46% |

(出所：2005年上海市国民経済と社会発展統計公報、上海市統計局ホームページ)

① 沿革

上海市は、1843年アヘン戦争後に締結された南京条約により対外貿易港として開港し発展する。また、欧米列強国の公使館が設置され、1845年には英国が上海市に租界を設け、以後列強諸国がこれにならう。(租界は1943年まで続いた) また上海市は、列強諸国の中国進出の拠点としての役割を担う反面、東アジアの金融・貿易の中心としての地位を確立し、中国最大の商工業都市となる。中華人民共和国の成立後は、一時期対外的機能を喪失するが中国最大の都市、最大の海港としての地位は維持される。その後、文化、商工業、科学技術の中心地として一定の役割を果たすが、1950年代以降その地位地盤の低下が顕在化していった。しかし、1990年から浦東地区開発が国家プロジェクトとして開始されてからは往年の地位が復活し、現在に至っている。

② 人口

2005年の上海市の戸籍人口は 1,360.26万人で、1980年以降年 0.8%の割合で増加し続けている。1980年は 1,146.52万人、1990年は 1,283.35万人、2000年は 1,321.63万人)。上海市に戸籍を持たない人口を含めると 2005年の常住人口は 1,778 万人となっている。これは他地域から上海市への流入が増加しているもので、1980年に 702.43万人だった非農業人口が 2004年には 1,097.65万人まで連続で増加しており、産業構造的には都市化が進んでいることがうかがえる。

③ 経済

2005年の中国全体のGDP（国内総生産）は182,321億元であるが、このうち、上海市の域内GDPは 9,143.9億元（円換算 12兆8,000億円）で、1人当たり 67,417元（円換算 943,838円）となっている。ちなみに、1980年の域内GDPは 311.8億元であり、約 30倍に増加した。その主な要因は、第二次産業及び第三次産業の急速な発展によるものである。(1元 = 14円)

GDPの推移では、中国全体、上海市ともにアジア金融危機の影響を受け、上海市の経済成長率は1997年の12.7%から1998年には10%台まで低下したものの、14年連続の2桁成長を維持しており、中国全体の成長率を上回っている。

(2) 市民生活

2005年の消費物価水準は2004年より1.0%上昇した。そのうち食品類は4.5%上昇、住宅関係も2.9%上昇した。逆に低下したのは衣類-7.9%、交通通信類-2.5%、娯楽教育文化用品及びサービス類は-1.7%などとなっている。

① 主な物価

(単位：人民元)

| | | | | | |
|-------------|--------|---------------|----------|-------------|--------|
| 米 (Kg) | 3.56 | セーター (着) | 386.17 | 新聞 (部) | 0.70 |
| 牛肉 (Kg) | 27.01 | 女性用革靴 (1足) | 254.71 | 住宅賃貸料 (㎡) | 1.83 |
| 鶏肉 (Kg) | 11.15 | 石鹸 (個) | 2.47 | 上水道 (㎡) | 1.84 |
| 卵 (Kg) | 5.58 | シャンプー (400ml) | 24.30 | 電力 (Kwh) | 0.61 |
| 海老 (Kg) | 41.08 | オーディオCD (台) | 2,221.75 | ガス (㎡) | 1.05 |
| ビール (650ml) | 2.74 | カラーテレビ (台) | 3,990.33 | 市内通話料金 (3分) | 0.20 |
| 緑茶 (Kg) | 69.52 | エアコン (台) | 3,621.57 | バス乗車料金 (市区) | 1.00 |
| りんご (Kg) | 6.37 | 自転車 (台) | 554.67 | 理髪料 (男性) | 63.67 |
| シャツ (着) | 409.20 | 電話機 (台) | 135.43 | 高校授業料 (1学期) | 900.00 |

(出所：上海経済最新動態)

② 平均的な都市住民1人当たりの収支及び内訳 (2005年の月平均額) (単位：人民元、%)

| 可処分所得 | 支出合計 | 食費 | 衣類 | 家庭設備 | 医療保険 | 交通通信 | 娯楽・教育・文化 | 住居 | 雑商品サービス |
|--------|-------|------|-----|------|------|------|----------|------|---------|
| 1,544 | 1,148 | 412 | 78 | 67 | 66 | 165 | 189 | 118 | 52 |
| (対所得比) | 73.9 | 35.9 | 6.8 | 5.8 | 5.7 | 14.4 | 16.5 | 10.3 | 4.5 |

(出所：中国経済景気月報2006年2月) 注) 端数処理のため、合計は一致しない。

カラーテレビ、エアコンは100世帯当たり160台を越えており1世帯に複数台を所有することが一般的になりつつある。また、携帯電話についても1998年には僅か100世帯当たり6台であったものが2005年には180.9台と急激に増加している。これは固定電話に比べて利便性が高いことや、メーカー間の価格競争で価格が下がっていることが要因の一つと考えられる。

(3) 視察内容

① 上海銅川水産市場

説明者：上海銅川水産市場情報部門主管 戴 鴻根(タイ・ホンケン)氏

上海銅川水産市場は、上海市内の普陀区銅川路、曹楊路、真如古鎮の東に位置し、北は上海駅の西口に、また南は内環線都市高速道路にアクセスしており、虹橋国際空港までは車で30分程度の位置にある。

この市場は、1996年10月に新長征集団晋園実業有限公司の投資により建設されたもので、市場面積は6.3万㎡、950個のブースがあり、現在の従事者は3.5千人、利用者は1日当たり平均1万人となっている。市場内には浴場、駐車場などの設備が完備されており、上海では最大の海鮮、水産品の卸問屋となっている。

2002年の年間市場取引量は9.1万トン、取引金額は30.1億元であったが、2005年には15万トン取引金額も36.3億元となり3年間で取引量で26.4%、取引金額では20.6%の伸びを示している。その要因は、この市場を介して海鮮や水産品を中国国内に流通するとともに海外へも輸

出しているためである。その輸出先は、主にアメリカ、日本、ノールウェー、タイ、ベトナムと台湾、香港など17ヵ国となっており、現在、銅川水産市場は中国国内のみならず海外の水産分野においても有名な市場となっている。

また、この市場の輸入量は、市場全取引量の約 20%、3万トンで、その主な輸入先は全輸入量の60%をオーストラリアから、その他カナダ、アメリカ（アラスカ）、東南アジアからとなっている。日本からも主にサンマやイカが輸入されているが、全輸入量の僅か10%以下となっている状況で、タイのエビよりも下回っている。

市場の特徴としては、24時間営業で、管理方法も 950個のブースを1ブース年額15万元で賃貸するブース・レンタル方式を採用して効率的に行なわれており、市場の秩序も良く上海市にとって経済効果も大きいことから四年連続、文明市場として高く評価されている。

市場利用者の中で、高額買入先は中国国内のホテル関係が70%、小売店20%、他レストラン等となっており、近年、利用者は特に鮮度と安全安心な食品を求める傾向が強くなってきている。

② 上海副食品交易市场

説明者：上海副食品交易市场有限公司卸部門の関係者、同市場利用者

上海副食品交易市场有限公司は、上海銅川水産市場に隣接しており、上海市において最も早い時期に設立された国営専門企業の市場である。この市場は、上海市人民政府による「野菜かご（食材の安全と確保の推進）」政策の重要プロジェクトとして位置付けられている。

市場の面積は 3.3万㎡、年間商品取引量 25万トン、取引額 14億元、利用者数は1日平均（主に小売業者）6千人～7千人で、全国でも最も知名度の高い大型副食品市場である。

市場内には、野菜卸問屋、果物卸問屋、水産物卸問屋、緑苑副食品卸問屋、商品交易庁、配送センターや旅館、配送車（物流）グループがある。

○ 野菜卸問屋は 8.5千㎡の面積を要し、全国各地域の新鮮野菜を販売している。野菜の年間取引量は 7.5万トン、取引金額は 1.8億元である。また、秋・冬の栗、夏の葉膳である「百合根（食用乾燥百合）」の二つが特徴的な商品となっている。

○ 果物卸問屋は商品種類が多く、中国国内のみならず海外の有名な果物が数多く販売されている。その中では、特に梨、桃、梅、メロンの販売量が多くなっている。

○ 水産物卸問屋は 5千㎡の面積があり、海鮮品、河産品、干物、漬物など、市民の日常の食材を数多く取り扱っており種類も豊富である。

○ 緑苑副食品卸問屋の面積は 1万 650㎡で、この中には南北干物交易センターやビジネスセンターなどが入っており、日常品を取り扱う総合的な商品市場である。

○ 商品交易庁は、緑苑副食品市場の二階にあり、面積は 5千㎡である。交通の便利性もよく、情報も豊富で、伝統的な市場を基礎にしながら現代の通信手段を利用し、中国全国及び世界各地に電子ビジネスを展開している。交易庁内には、インターネット室、商談室、展示室も整備されている。年間成交额は 10億元で、台湾とチベット地域以外は全てにブースをレンタルしている。

○ 配送センターには、配送車の物流グループがあり、企業、学校、病院、工場などに荷物の配送サービスを行なっている。

○ 付属設備として、緊急時における食財確保のための大型倉庫、大型冷凍倉庫も完備している。

(4) 視察結果の概略（感想）

今回の視察は、成長著しい上海市において、上海銅川水産市場及び上海市副食品交易市場の実態を視察することによって、本県の農水産物の有望な輸出先としての上海市場の可能性を探ること、上海市民の食に対する安全・安心意識についての調査を目的に実施したところであるが、この調査で強く感じたことは、まず上海市の凄まじい発展と食欲ともいえる市民のバイタリティーである。聞くと見るとでは大違いで、まさに『百聞は一見に如かず』であった。

以下、調査結果の概略を列記する。

- 中国全体の人口はおおよそ 13億756万人であるが、そのうち上海市の常住人口は 1,778万人となっている。1人当たりのGDPは、中国全体が 13,937元であるのに対し、上海市は 67,417元となっており、中国平均の 4.8倍で、中国では最も豊かな地域である。

上海市の戸籍人口のうち、非農業人口 1,097.65万人の 5% (上海市統計年鑑によれば、上海市住民の調査対象 500戸のうち、1人当たり年間可処分所得が 35,000元以上の家庭は 5.6%) を「富裕層」ととらえた場合、その数は約55万人となり、高級食材を購入する層やレストランを利用することのできる層として考えることができる。加えて、約30万人とも50万人ともいわれる台湾人、それに 3~4万人ともいわれる日本人、他香港、韓国その他の外国人を考慮すると 100万人程度の高所得者市場が上海市内には存在するものと推測できる。

- 聞くとところによると、上海はすでに国内最大の農水産物の集散地の1つになっているとのことである。関連部門の統計によると、現在上海市内で消費される食材の量は1日当たり肉類は 1,000トン、野菜は 10,000トン、卵は 800トン、水産物は 800トン、果物は 3,500トン、生花は 120万本の消費があるとされている。また、毎年市内各地で農水産物の特別興行の展示即売会は少なくとも40回は開催されている。さらに、注文書による食材購入額は約 200億元にも達している。

- 視察した両市場は、上海市内では比較的大型市場であるが、セリは全く行なわれておらず、卸商の店先でそれぞれが個別に交渉を行なっている。また、衛生的であるとは言えない。

食材流通の主流は、市内の集荷業者が直接大手量販店へ販売し、一部を市場にも販売している。また、集荷業者から中間業者を経て小売店へ販売するという流れである。輸入品も主に輸入業者から直接大手量販店や小売店へ販売されている。したがって、市場を経由して販売されるものはほんの一部である。

- 上海市民の食生活は、近年、収入の増加に加え家族構成も核家族化するなど変化しており、共働きも多いため、外食もしくは中食(なかしょく…加工食品)に頼ることが増えている。ある食品会社の調査によると、家庭で料理に従事する時間は1日平均2時間以内の家庭が全体の約8割に達しているということで、この結果からもうかがえる。

食材は、先進国の食品消費の8割が加工食品であるのに対し、中国はわずかに4割程度であるが、上海市では電子レンジ、冷蔵庫の普及率が高いため、ほぼ全ての家庭が冷蔵食品などの加工食品を買い置くことができる状態になっている。

また、食材を含め、中国人にとってブランドとは、高品質、安全・安心を意味し、名前の知られた製品には信頼を置いて購入する傾向がある。特に、中国人の富裕層、香港人、台湾人には、日本産の食材が安全・高品質というブランドイメージで買い求められている。

- 食に対する安全・安心意識は、購買力のある中間層(アッパーミドル)、富裕層ほど関心が高くなっており、今後は、生活水準の向上とともに食に対する安全・安心への関心は一層強まるものと思われる。

中国における食品の販売形態は、約6割が農貿市場(自由市場)であり、2割がスーパーマーケットや大型店、1割が露天小売商となっている。上海市においては、スーパーマーケットや大型店の比率は高いが、自由市場も 800カ所以上あるという。そこで上海市政府は、食

の安全と物量確保を推し進める「新菜籃子(野菜かご)プロジェクト」の一環で、自由市場を整理し、衛生的で設備の整ったスーパーマーケットを増やし、農水産品の流通の再編を進めようと計画しているところである。

- 日本からの生鮮品(農産品)の輸出は、「入管植物および植物製品リスク分析管理規程」により、リンゴ、ナシ以外は検疫上輸出できないことになっている。いずれは、国家間の交渉で解禁される農産品も増えてくることは予想される。輸出が解禁されたとしても、中国現地の同種製品との激しい競争になることは必至であろう。勿論、価格面では太刀打ちできないので、高所得者が増え、高額商品を買う購買層が存在する以上は、安全で高品質な農産品(ブランド品)を提供することが必要であろう。これは魚介類、加工食品についてもいえることである。魚介類の輸出は、輸出入や販売を規制する法令により、冷凍品以外は禁じられているが、加工食品については、通常の手続きを経れば輸出は可能である。
- 関税と増値税は、中国のWTO加盟後引き下げられる傾向にあるものの、やはり輸入品にとって価格を引き上げる要因となり、市場参入へのネックとなっている。また、輸入品は直接量販店へ納品する形態が多く、卸売市場を通ず流通網は整備されておらず、そのために要する諸経費やリスクが小売価格に反映されるため、輸入品は高価なものになる。

(5) まとめ

中国は、沿岸部を中心に外国直接投資が浸透し、政府や中央銀行のマクロ経済コントロールによって1990年代に高度経済成長を遂げた。

上海市などの都市住民の年間可処分所得は18,500元に達しており、沿岸部を中心に中高所得者層は厚みを増している。農業政策や人口政策によって都市部に限らず農村部でも核家族化は徐々に進んでおり、これらを背景とした家族構成の変化から食生活も大きく変わってきている。

このような視点をもとに、本県の農水産物など食品の有望な輸出先として、上海市内の水産及び副食品市場から今後の可能性を探ったところである。

今後、日本からの生鮮食品の輸出は、現在の各種法令による規制が、両国間の交渉によって、いずれは輸出が解禁されるものと予想されるが、中国産や他国からの輸入品との競争にさらされる上、関税等のコストが加わり価格も高くなるため、参入の可能性はあるものの極めて厳しい状況であろうと思慮される。そこで、参入の可能性としては、日本・岩手でしか作れないもの、あるいは、ブランド価値のある高級品に限られてくるのではないだろうか。そうした場合、中でも、加工食品部門は今後大きな発展が見込まれる分野であると考えられる。