

中国における農村空間の商品化とその課題

——改革開放以来を中心に——

(社会科教育専修) 張 貴民

Commodification of rural space and its future issues in China

Gui-min ZHANG

(平成 26 年 6 月 16 日受理)

抄録：農村空間の商品化に関して、都市—農村関係の中で考察することが有効である。都市が農村空間から農産物の提供を受け、都市化に必要な土地の転用および農業労働力の農外産業への雇用の 3 つの面において農村と結びつき、影響しあっている。本稿は中国の農村空間の特徴やその機能の変容を概観したうえ、農村空間商品化のプロセスと特徴を分析した。また、農産物より付加価値の高い農家レストランである農家楽の発展と現状を紹介した。最後に中国における農村空間商品化の促進要因とその課題を指摘した。

キーワード：農村空間、農村景観、土地利用、都市化、工業化、農産物提供、農村労働力の移動

1. はじめに

中国は 135,404 万人（2012 年末）を有する世界の人口大国であり、その総人口の約 7 割は農民である。中国の農村地域の面積が約 920 万 k m^2 で、国土総面積の 95.9 % を占めている。1970 年代末からの改革開放に伴い、都市化が急速に進んできたが、今日においても都市地域は国土面積の数パーセントにすぎず、国土の殆どは農村地域と言って過言ではない。しかし、急速な工業化と都市化によって広い農村地域が置き去りにされ、三農問題¹に象徴されるように貧困・高齢化・過疎化など多くの問題が農村空間に山積している。農村空間の広さと農村人口の規模から見れば、中国はまだ発展途上の農業国といえよう。

中国では、農村に関する地理学的研究は、1980 年代までは食料作物の栽培に関する地形・土壌・植生・気候・水・自然災害などの自然条件の分析と評価、自然条件に関する地域的区分とその農業的土地利用の適性評価、作物栽培地域の区分、農業的土地利用の地域区分など、食料の生産にめぐる調査研究がほとんどであった（全国農業区劃委員会、1991）。

しかし、農村地域における生産請負制の導入、さらに沿海部の経済特区の設置や都市部における改革政策の導入によって、農村地域でも大きな変化が見られた。農村に関する研究内容も農村観光などの新しい分野へのアプローチが目立つようになった。中国旅游研究院²によると、1984 年～ 2007 年、中国国内の学会誌・大学の紀

1 三農問題とは農村、農民と農業の問題である。

2 中国旅游研究院は 2006 年 6 月に設立された、中国国家旅游局が直属の観光専門の研究機関である。<http://www.ctaweb.org/index.html>、最終閲覧日：2014 年 4 月 3 日。

要・商業誌などに発表された観光関係の研究論文などは約 16,780 本があった。そのうち、タイトルに農村関係のキーワードのある論文を調べると、「郷村」は 370 本、「農業」は 277 本、「農村」は 108 本、「農民」は 23 本、「城郷」は 16 本、「山村」は 4 本、「漁村」は 2 本であった。更に「エコ・ツーリズム」は 1,022 本、「農家楽（農家レストラン）」は 37 本、「グリーン・ツーリズム」は 14 本、であった。因みに、「農村空間」というキーワードがなかったものの、「空間」というキーワードが入っている文献は 241 本あり、空間的な視点から観光現象を捉えようとするのが伺える。

中国における農村空間の新しい商品として、余暇や観光による農村空間の消費に関する研究が注目されている（郭・任、2007）。農村社会学では、グローバル化によって様々な社会集団に新しい複雑な関係がもたらされ、農村空間も、また農村人口や農業生産も例外ではない。ルーラルティイーにも新たな変化がもたらされ、例えば農村空間と農業空間の分化、農業環境に対する自然価値の重要性などの面において現れている（Norman・呉、2007）。

また、林業が木材を生産する産業から環境保全型産業へのシフトに伴い、林山村空間でのレジャー産業は新しい成長点として注目されるようになった（陶、2006）。一方、漁村における農村空間の消費に関しては、柴（2008）は観光漁業を従来の漁業の延長として、農業資源が枯渇しているなか、余暇やレジャーによる動きを理論的に分析し、その実践例を考察している。林山村も漁村も人口密度の低い農村空間であり、人口が減少している所もある。交流人口の増加によって、観光業が発展し、地元での雇用の機会も増える。

したがって、農村地域に対する分析は今後の中国の変化を理解する上で極めて重要な作業である。本稿ではこういった農村地域を中国の農村空間と称し、従来の研究を検討しながら、中国の農村空間の特徴や商品化のプロセスおよびその促進要因を分析し、その課題を指摘する。

2. 中国の農村空間

1) 農村空間の地域区分

農業生産活動が自然的再生産と経済的再生産と有機的つながりをもって行われるものであるため、農村空間

の地域区分は本質的に自然と経済の地域区分である。中国における農村空間の研究は従来の土地利用区分に関する研究まで遡ることができる（呉・郭、1994）。地理書『禹貢』に記された九州制とは、各地の自然条件を反映して、中国を冀州、兗州、青州、徐州、揚州、荊州、豫州、梁州、雍州の九州に分けた。現在の農村空間の地域区分は、それぞれの地域における農業発展の条件や特徴、そして農業発展の方向性や方法を反映してのものであり、農業経済活動の地域的配置を考える際に指導的役割を果たしている。

農村空間の地域区分の研究に関しては、農学分野では中国農業科学院農業資源と農業区劃研究所は権威の高い機関である。全国農業区劃委員会が組織した『中国農業自然資源和農業区劃』編集委員会は 1991 年に『中国農業自然資源和農業区劃』を出版し、高い評価を受けている。この解説付きの地図集は、地形・気候・土壌・植生等の農業の自然条件から作物別の地域区分（計 40 数項目）、そして各地方の総合農業区劃まで、農業空間の諸要素に及んでいる（全国農業区劃委員会、1991）。

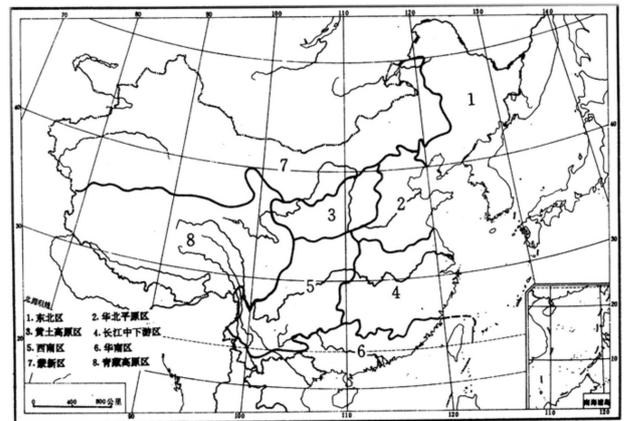


図1 中国における農業空間の区分
中国科学院地理学研究所(1980)より

また、地理学の分野でもいくつかの専門家グループによって農業空間の地域区分に関する研究を行ってきた（呉、1998、pp267-269）。そのうち、高く評価されたのは中国科学院地理学研究所(1980)が提案されたものである（図 1）。この地域区分は各地域の農業自然条件と経済条件の類似性に基づき、中国全土を 8 つの農業区に区分している。すなわち、1. 東北区、2. 華北平野区、3. 黄土高原区、4. 長江中下流区、5. 西南区、6. 華南区、7.

蒙新区、8.西蔵高原区の8地域である。この地域区分は後の農業地域研究の基準となった。その特徴としては一定レベルの行政区を分割せずに、丸ごと1つの農業区に区分したことにある。地方自治体にとってこの区分案は更に詳細な地域区分をする際に操作しやすいものになっている。

2) 農村空間の特徴

ここでは、まず農村空間の概念を説明しておきたい。農村空間が様々な要素によって構成されている。ハート(1992)は農村景観の重要な構成要素として地形・植生および人間が景観に付け加えてきた建造物を挙げて、狭義的に捉えられている。農村空間には、自然的要素(地質地形、気候、土壌、植生、生物、水文など)、歴史的要素、経済的要素、人文社会的要素などがある。これらの要素は今までに主に農産物の産出に関連して捉えられてきた。しかし、商品社会においては、生産の目的が使用価値から交換価値にシフトされたとき、商品化は発生する。農村空間の交換価値が認められたとき、農村空間がもはや農産物だけを生産する場所でなく、商品化する対象そのものになる。

また、最近の研究としては、田林(2013)は、農村空間の商品化に関する定義を従来の研究から詳細に整理・分析している。この研究は更に多数の実証研究により商品化する日本の農村空間の地域的特徴を明らかにしている。

ここでは中国における農村空間の商品化とは、農村空間が農業・林業・牧畜業および漁業などの生産活動の土台だけでなく、農村空間の諸要素を用いて、従来の農業生産活動の延長線に物質的あるいは非物質的な商品価値をつくり出し、農村空間またはその構成要素³の一部が商品となり、商業活動の対象となることである。

さらに補足すると、農村空間には様々な資源があるが、農村空間にとって、農業生産活動に関する農業資源が最も重要な構成要素である。農村空間の商品化はこれらの構成要素の商品化だと言ってもよい。農業資源とは農業経済活動に必要な資源であり、農業自然資源と農業社会資源の2種類に分けることができる。さらに農業自然資

源は農業生産および関連領域において利用可能な自然要素、つまり地形・大気・土壌・生物・水域・地下資源などである。一方、農業社会資源とは、長い間に農業生産と生活の中で蓄積してきた社会経済文化と関連した資源のことであり、それに農業労働力・科学技術・労働成果および民俗風習などが含まれる。

また、農村空間における農業資源の持続的可能性は農業自然資源の再生可能性と農業社会資源の継承可能性によって決定される。つまり、農村空間における農業資源は持続可能なものであり、商品化の過程においてもこの特徴が維持されるべきものである。

中国は国土が広くて、自然条件も多様性に富んでいる。それに加えて長い歴史によって形成されてきた農業社会資源も豊かであるため、農村空間の特徴はそれぞれの地域の独特な様相を呈している。以下でその特徴を簡潔に述べていく。

①地域的差異

農業空間の地域的差異は中国の複雑多様な自然環境に起因する。各地の緯度・海洋との位置関係・海拔・地形などの違いによって、気候・土壌・水文・生物資源などの農業資源の量と質およびその組み合わせは強い地域性が表れており、空間分布には似た地域が存在するが、同じ地域は存在しない。

上述した中国科学院地理学研究所(1980)による地域区分は各地域の農業自然条件と経済条件の類似性に基づき、中国全土を大きく分けけたものである。更に、これらの地域的差異は、都市との位置関係や経済関係とともに中国における農村空間の商品化の地域的特徴を決定づける基本的要因になっている。

②多様性

農村空間の多様な自然条件は農業・林業・牧畜業・漁業などの発展を可能にしている。農業資源の多様性は突出している。例えば、高度植物が2.7万種、うち主要食糧作物が数十種類、茶の種類だけでも500種を超えている。野菜が37科140種余りある。脊髄動物が2,100種類、魚類が2,500種に達している。これと同時に、数千年前から蓄積してきた農業社会資源も豊富である。上述したような農耕・牧畜業と漁業の3大地域に、更に各

³ 中国では、土地は所有権と使用権に分離され、商品化されるのが土地の使用権のみである。

地の少数民族の多彩な文化を融合して影響しあった結果、多様性の富んだ農村空間が形成してきた。

3) 農村空間の機能の変容

中国は世界最大の人口大国であり、農産物の消費大国である。そのため、安定的に大量な食料を生産し供給することは、中国の農村空間の最も重要な役割とされてきた。歴代の為政者は農業、とりわけ食料生産の重要性をよく理解してきた。漢書にある孟子の言葉として「国以民為本、民以食為天」⁴ があまり有名である。安定した政権を長く維持するために国民に腹一杯に食べさせ、蜂起しないようにすることが為政者にとって何よりも最優先の政治課題である。

中華人民共和国建国後、農業は「以糧為綱」⁵ との政策のもとで、農村空間はその主な役割は食料産出の場所であった。農村戸籍の農民が厳格な戸籍制度という見えない城壁によって、その居住地も農村空間の中に制限され（季、2010、p19）、食料生産の仕事に従事させられていた。それは人口が多いこと、農業が立ち遅れていたこと、土地生産性と労働生産ともに低かったことに起因していた。

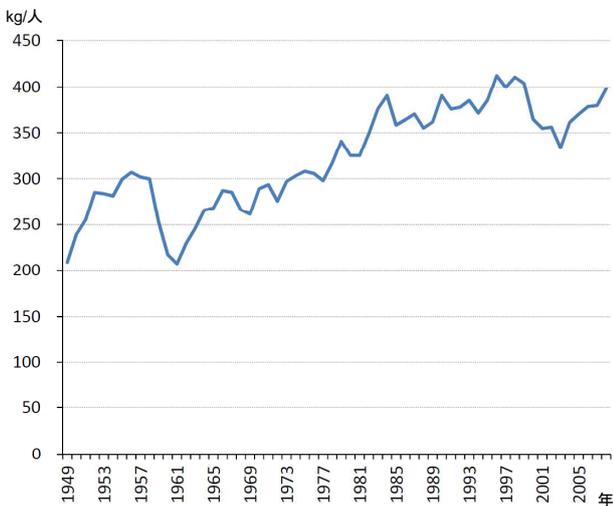


図2 国民1人当たりの穀物占有量の推移

(2000年までのデータは三農数拠網、

2001年以降のデータは『中国統計年鑑2009』⁶により作成)

1950年代後期から、国家の近代化を図るための第一歩として農業国から工業国へと脱皮し、工業化が強く推し進められた。食料の産出に加えて、中国の農村空間の役割には、紡績工業の原材料としての綿花や羊毛等、食品加工業の原材料としての肉類、魚介類、卵、サトウキビ等、そして天然ゴム等が工場へと提供を加えられた。図2は1949年から2008年にかけての国民1人当たりの穀物占有量の推移を示したものである。1958年からの大躍進運動⁷によって農業に大きな打撃を持たされ、1961年の国民1人当たりの穀物占有量は建国当時の1949年のそれよりも少なく、餓死者が続出し、農村経済は破綻寸前の状態であった。1970年代末までに幾度もの政治運動の影響も受けて、食料問題を解決できず、食料を生産する場という農村空間の性格も基本的に変化してこなかった。

しかし、1978年以降、中国の農村部では、人民公社という農村組織が廃止され、農家の個人請負制（生産責任制）が導入された。農家は農地の使用权を手に入れ、農家個人の裁量で自由に農業経営ができるようになった。農家の請負制の導入と拡大につれて、労働生産性も土地生産性も大幅に向上し、市場に農産物が溢れるようになった。国民一人当たりの穀物占有量は大抵300kg/人から400kg/人までの間に推移している。波があるものの、概ね増加傾向にある（図2参照）。農産物市場が徐々に農民にも開放された。国家の穀物買付価格も調整され、農家の農業経営のモチベーションが向上し、穀物の生産量は増え続け、1996年に国民1人当たりの穀物占有量が412kg/人に達した。穀物の供給は決して安定していると言えない状況であるが、農村空間からの農産物は13億人の胃袋を満たしているのも周知の事実である（肖・王、1999）。

同時に、人民公社時代のような国の命令や計画で作物を栽培していたこととは異なり、農家は国家の買い付けの穀物を栽培しておけば、自分の判断で他の作物を自由

⁴ 「国は民をもって本となし、民は食をもって天となす。」という意味である。

⁵ 食料生産が農業の第一の目的である。

⁶ <http://www.sannong.gov.cn/tjsj/lssj/1/200207190394.htm> と <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2009/indexch.htm>、最終閲覧日：2010年6月25日。

⁷ 大躍進運動とは、毛沢東が数年間で経済的に米英を追い越すことを目的に1958年から1960年にかけて中国で実施した農業と工業の大増産運動であった。この政策は当時の中国農村の現状を把握せずに、農村地域の自然条件の多様性も無視した農業政策であった。3年間の自然災害も重なり、運動は失敗に終わった。

に栽培し、そしてその農産物を直接に市場に持ち込み販売できるようになった。

このような農産物市場は初期段階では小規模なものであったが、農産物の値段は政府の干渉を受けず、市場で売り手の農民と買い手の市民によって決められる。農民は直接に現金収入を得ることだけでなく、市場でどんな農産物が高値で売れるかを学習して、市場の動向に意識した経営戦略を能動的に考えるようになった。野菜などの換金作物の栽培が広がり、農民の現金収入が増え続けてきた。農村空間は商業的野菜生産などを介して、商品価値を生み出す空間として農民に広く認知されるようになった。

また、大都市の近郊地域では、都市が農村空間から農産物の提供を受け、都市化に必要な土地の転用および農業労働力の農外産業への雇用の3つの面において、農村空間に影響を及ぼしている（Kellerman, 1978）。そのため、都市近郊では地の利を生かし、都市向けの商品作物の栽培が盛んになり、都市への出稼ぎ労働者の送付、そして土地使用権の譲渡の形で工業用地や住宅用地などの都市的土地利用へ転換が見られ、近郊の農村空間は多面的に商品化していく流れができた。いうまでもな

く、アーバンフリンジや工業地帯付近の農村空間では農業的土地利用から都市的土地利用への転換は量的な蓄積により質的な変化を引き起こし、景観上では、農村空間の特徴が徐々に消失し、新しい市街地が形成され、新しい都市空間となる。

一方、図3に示したように、国民1人当たりの主要な農産物の占有量の推移からも農村空間の役割の変化が見られる。伝統的な商品作物である綿花を除けば、1978年から油料作物、肉類(豚肉・牛肉・羊肉)、水産品と牛乳は軒並みに大幅に増加してきた。2008年において、国民1人当たりの油料作物、肉類(豚肉・牛肉・羊肉)、水産品のそれぞれの占有量は1978年のその4.1倍、4.5倍と7.5倍である。そして牛乳は1980年の22.4倍である。

この事実は、農村空間が価格の低い穀物生産の場から付加価値の高い商品作物の生産空間へとシフトしつつあることを物語っており、中国における農村空間の商品化への理解に大変重要な意味を持っている。

もう一つの視点を指摘しておきたい。地域的にみると、従来の穀物生産一辺倒が改められ、牧畜業地域、林業地域と漁業地域の変化が見られた。そして農村空間の自然条件に適した農業政策を実施されるようになったといえよう。

人口密度が低く粗放的で自給自足的な牧畜業が行われてきた中国北部や西部の牧畜地域は、商業的な肉牛の飼育や牛乳の生産を導入して商品化を図っている。例えば、内蒙古自治区の牛乳生産量は中国全体の半分以上を占めるようになった。その代表的な乳業「蒙牛」の本社は呼和浩特市の郊外のホリンゴル県にある。中国最大な乳業グループである蒙牛乳業の進出をきっかけに、県下全農民の1/3が乳業に従事するようになった。2000年ごろ砂漠化の脅威にさらされていたホリンゴル県は、商業的酪農へと産業構造をシフトし経済が急速に発展してきた。緑化活動も功を奏して自然環境が改善され、牧民の暮らしも豊かになった地域になった⁸。

一方、農村は農民の生活空間として重要な役割を果たしている。都市化や工業化に伴い、農村人口（中国語では郷村人口という）が減り、都市人口（中国語では城鎮

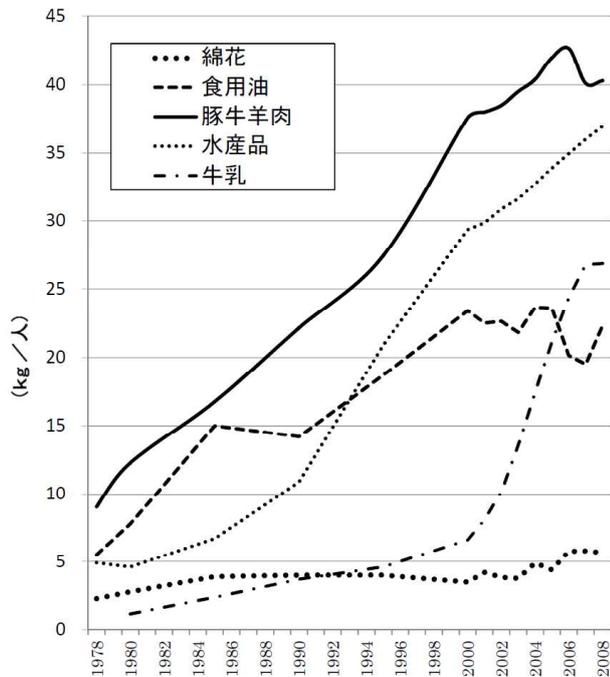


図3 1人当たりの主な農産物の占有量の推移
(国家統計局『中国統計年鑑2009』により)

⁸ 「光明日報」2010年2月21日付。

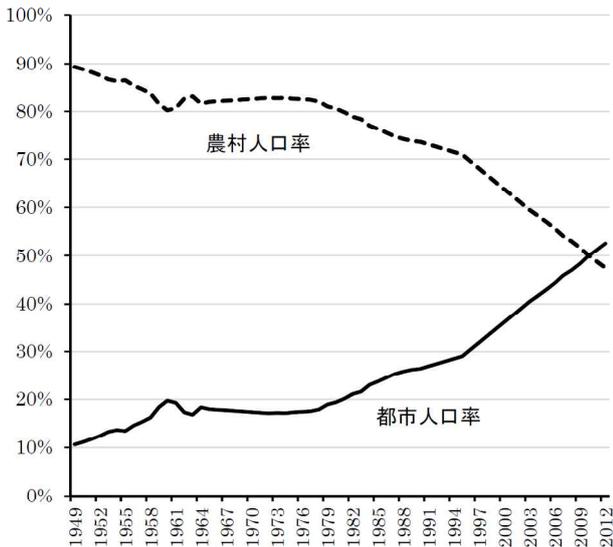


図4 中国における都市人口率と農村人口率の推移
(国家統計局資料⁹より)

人口という)が増えてきた(図4)。この図によれば、2011年に都市人口は初めて農村人口を超えて、半数以上の国民は都市に住む時代になったことが分かる。

ただし、ここで指摘しておきたいことがある。このグラフから多くの農民が都市に移り住むようになったことが読み取れる。国家統計局の資料によると、都市人口とは、都市に住む全部の常住人口のことである。では、常住人口とは何かというと、都市に6ヶ月以上居住している人のことである。「国家新型城镇化計画(2014~2020年)」¹⁰は、現在の集計方法では、都市人口のデータには市民権を得ずに農村戸籍のままの農民工およびその家族が2.34億人含まれ、都市人口とカウントされたこれらの農民工が教育・就職・医療・年金などの面において都市人口と同様な公共サービスを受けられないと指摘している。

それでも大量な農村余剰労働力を吸収・雇用する意味では、農民工という形態の労働者の存在意義は大きい。農村空間においては農村労働力も重要な構成要素である。農村余剰労働力は農民工として都市部に一定期間に移動し、建設工事などの労働に従事し、賃金を受け取っている。つまり農村労働力の商品化である。

3. 中国における農村空間の商品化

1) 農村空間商品化の過程

上述したように、商品化過程において、地域の特徴に応じて農業構造の調整が行われた。例えば、政府の農業補助金の導入もあり、経営規模の大きい地域では粗放的食糧生産から集約的商業的食糧生産への転換が図られている。半農半牧地域は農業よりも自然条件が牧畜業に適しているため牧畜業への移行が進められ、また半農半漁地域では小規模な農業をやめて商業的漁業や付加価値の高い養殖業にシフトされ、半農半林地域では商業的林業や林産品の生産に力を入れて、いずれも商品価値の高い部門への転換が図られている。

このように、中国の農村空間の役割は物(食糧・肉類・乳製品・魚介類・林産品など)の生産から非物質的価値の創造へ(農村空間の商品化)と変化してきた。農村空間の全方位的な利用により、限られた農業資源を有効に利用できて、農民の収入も増加し、さらに農村空間の自然環境も改善され土地生産も労働生産も向上してきた。

ただし、農村空間の持続的発展を阻害する要因としては、過疎化と農村労働力の流失、耕作放棄地の増加、土地転用による良質な農地の大量減少とそれに伴う土地を失った農民の増加などがあげられる。将来的に、今のような集団所有という土地制度が変更されれば、中国の農村空間では間違いなく大きな構造転換が生じ、農村における社会的変革の可能性も孕んでいる。

2) 農村空間商品化の地域的特徴

中国は国土面積が広く、各地の自然条件や社会経済歴史的条件も異なるため、農村空間商品化の時期は時空間的なズレが見られる。主な傾向としては、沿海地域から内陸部へと徐々に移動している。さらに都市の影響も大きいため、農村空間の商品化は大都市周辺から始まり、徐々に中小都市郊外でも見られるようになった。また、少数民族地域より漢民族地域は時期的に早かった。

もちろん、このような農村空間の変化は、中国全土で行われてきた地域政策とも密接に関連している。いち早く改革開放政策が導入された沿海地域(特に経済特区お

⁹ <http://data.stats.gov.cn/workspace/index?m=hgnd>、最終閲覧日：2014年5月30日。

¹⁰ http://news.xinhuanet.com/politics/2014-03/16/c_119791251_2.htm、最終閲覧日：2014年4月3日。

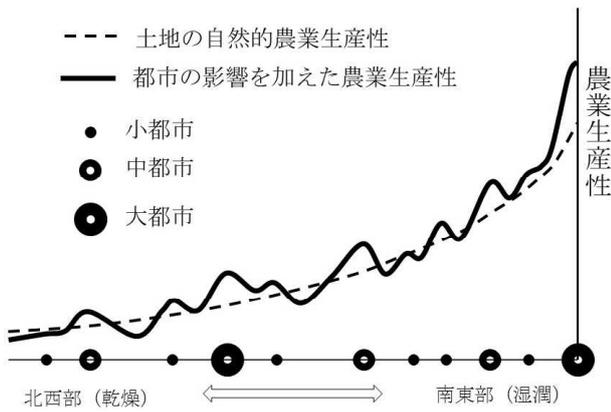


図5 中国における農業空間の模式図
(張、2007)より修正

よびその周辺地域)では中部や西部よりその農村空間の商品化の速度や規模は著しいものである。そして大都市、中都市、小都市でもその差異がみられる(図5)。

3) 農家楽

国家統計局の統計によると、2005年に中国国内の観光客入込数は12.12億人で、その内、都市住民は4.96億人、農村住民は7.16億人であった。国内観光収入は5,286億元に達した。更に、国内旅行に使う費用の平均は436.13元で、そのうち、都市住民は737.12元を、農村住民は227.62元を使った。つまり、従来、大勢の国際観光客を受け入れていた中国の観光業は、中国人特に豊かになった都市市民に目を向ける必要になった。このニーズを満たしたのは、地域の特色のある農家レストランの農家楽であった。

中国における農家楽の始まりは四川省成都市の農村村とされている。1987年、花卉栽培の農民の徐紀元が買付人の便宜のため、自家の部屋、庭などを利用して、買付人に宿泊、食事を提供し始めた。以降、この田舎町は新鮮な空気、花に囲まれた美しい自然環境、美味しい田舎料理が人気を集め、観光サービス理念、簡単な設備を取り入れることによって、成都市民をターゲットに、農家民宿と農家レストランを兼ねた「徐家大院」を始めた。「徐家大院」は農家楽の原形となり、その後、徐々に全国各地に広まっていった。

1990年代、都市近郊で農家の家庭料理をはじめ、農業観光・娯楽・休暇などを提供していた。初期段階は農

家経営のものを中心、1990年代後期から企業経営のものが現れる。農家の資本蓄積や企業の介入によって経営範囲も拡大、その内容も変化してきた。2000年以降、農家料理のほかに宿泊機能のものも登場している。また、分布範囲も大都市近郊から中小都市周辺へと広がる傾向。最近、交通条件の悪いところでも、その地方にしかない特色のある料理があれば農家レストランが成り立つようになった。

中国外食産業大手のインターネットサイト「中国喫網」¹¹によると、2011年現在、中国には150万軒の農家楽があり、年間4億人以上の来客があり、年間収入が1200億元以上、約1500万の農民がその恩恵を受けているという。

筆者が実際訪れた農家楽を紹介すると、水田に魚を養殖することで世界重要農業文化遺産に指定された中国東南部の浙江省青田県の農家レストラン「魚家楽」では魚料理と青田の地方料理を提供している(写真1)。中国西部の陝西省宝鶏市郊外の集落に位置する農家楽は黄土高原の麺食が特色である(写真2)。



写真1 古い民家を使用した魚家楽(浙江省青田県、2010年8月)



写真2 集落に位置する農家楽(陝西省宝鶏市郊外、2005年8月)

¹¹ <http://www.6eat.com/Info/201108/292349.htm>、最終閲覧日：2014年4月3日。



写真3 納西族の農家楽（雲南省麗江市郊外、2008年9月）



写真4 草原に建設された牧家楽
（内蒙古自治区呼和浩特市郊外、2012年8月）

中国南西部の雲南省麗江市郊外にある農家楽は少数民族の納西族の料理が看板メニューである（写真 3）。また中国北部の内蒙古自治区の都市郊外の牧家楽では、蒙古族の伝統的住居であるゲル（蒙古包）で美味しい羊料理を賞味したり、広大な草原を馬に乗って観光したりすることができる（写真 4）。

4) 農村空間商品化の促進要因

中国における農村空間の商品化の発展の背景には、農村問題、農業問題と農民問題いわゆる「三農問題」（張、2007）の解決の必要性という農村側の事情がある。農村人口の多い中国では、既存都市への人口受入によって

都市化を達成することは不可能である。農民を農村に留めるために農業を近代化し、農村工業など農業以外の産業を興し、余剰農業労働力の受け皿を用意する必要がある。さらに多様な農村資源を生かして農村空間を複合的に利用し、より多くの余剰労働力を吸収できる。一方、急速な経済成長と都市化による過集積による歪みとして、豊かな都市住民は農村の安らぎと豊かな自然、健康な田舎料理と素朴な農村文化へのニーズが高まってきたことも一因である。

4. 農村空間商品化の課題

今後、中国における農村空間商品化の中においても、Kellerman(1978) が指摘したように、農産物の提供、都市化に必要な土地の転用および農業労働力の農外産業への移動の 3 つの面において、都市空間と農村空間との関係が強まると考えられる。

中国の農村空間は今後においても食料供給の機能が重要である。レスター・ブラウン（1995）は『だれが中国を養うのか?』と問いかけて、人口大国の農業政策に警鐘を鳴らしている。13.6 億人¹²を抱える中国の食料供給は中国と世界にとっても依然として重要な課題である。

中国の耕地面積の変化とその要因を分析した李（1999）は、食料を生産する基本農田を厳しく保護する重要性を強調している。しかし、ここ数年の耕地面積に関する統計の在り方にかなり問題がある。各レベルの『統計年鑑』から耕地面積という項目が消えた例もある。農村空間の最も大切な構成要素である耕地面積ですら正確に把握することができていない¹³。

急速な都市化と工業化による良質な農地の転用は、食料供給の不安定要因になっている（図 6）。しかし耕地面積 18 億畝¹⁴を死守し食料の安定供給を保障するという農村空間の基本機能は緩めてはいけぬ。また、穀物の価格が低くて安定しないために食料作物から換金作物

¹² 人口数は中国国家统计局が 2014 年 4 月 24 日に公表した「2013 年国民経済と社会発展統計公報」http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201402/t20140224_514970.html による、最終閲覧日：2014 年 6 月 10 日。

¹³ 中国国家统计局の『中国統計年鑑 2005』によれば、中国全国の耕地面積は 13,004 万 ha とあるが、その注釈から「耕地面積（総資源）は 1996 年 10 月 31 日現在のもの」と分かる。さらに国家统计局の初歩的な計算によれば、「2001 年において、耕地総資源は 12,708 万 ha である。そのうち、常用耕地面積 10,583 万 ha で、臨時性耕地面積は 2,126 万 ha である」とある（いずれも四捨五入で引用）。

¹⁴ 土地面積の単位で、15 畝は 1ha である。

への経営転換による食料作物栽培面積の減少や、出稼ぎのための農業労働者の農外流失による耕作放棄地の増加、あるいは農業経営の粗放化は無視できない要素である。天候に左右されやすい脆弱な農業インフラの整備の遅れも指摘されている。さらに、農村空間に存在する多様な資源を調査して再評価し、より総合的に多面的に開発利用することは必要になってきた。

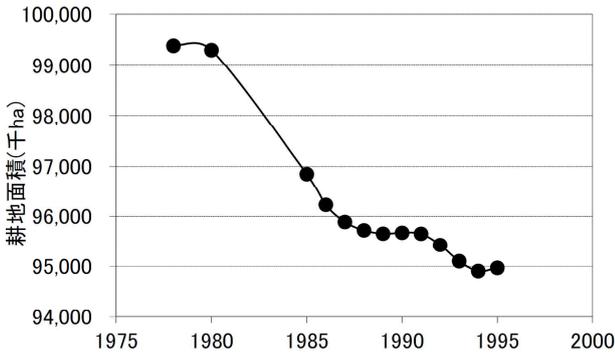


図6 中国における耕地面積の推移
(各年度の『中国統計年鑑』により作成)

5. おわりに

以上で中国の農村商品化の特徴やその過程を述べてきたが、中国における農村空間商品化の研究は他の先進国と異なるところがある。農村問題、農業問題と農民問題はその出発点であった。政府の役割(游・楊、2009)や、農村の貧困を克服するための農村観光(王、2006;高寺、2004)が重要な要素である。また、中国の国土が広いこと、それぞれの農村ではその空間の特徴を生かした観光が強調されている。発展途上国である中国は、農業発展の段階や諸事情は先進国とはかなり状況が異なる。ポスト生産主義との関連からの考察や、戸籍制度や農民工などについての検討を今後の課題としたい。

参考文献

郭煥成・任国柱(2007): 我国休閒農業發展現狀与对策研究、北京第二外国語学院学報(旅游版)、1、66-71。
 季増民(2010): 『中国近郊農村の地域再編』 芦書房。
 吳傳鈞・郭煥成(1994): 『中国的土地利用』 科学出版社(北京)。
 吳伝鈞編(1998): 『中国人文地理叢書 中国經濟地理』

科学出版社(北京)。

全国農業区劃委員会(1991): 『中国農業自然資源和農業区劃』 農業出版社(北京)。

肖平・王勤学(1999): 中国における1949年以降の食糧生産の変化とその要因、地理学評論、72A、589-599。

高寺奎一郎(2004): 『貧困克服のためのツーリズム』 古今書院。

田林明編(2013): 『商品化する日本の農村空間』 農林統計出版、397p。

中華人民共和国国家統計局(2010): 『中国統計年鑑2009』 中国統計出版社(北京)。

中国科学院地理学研究所編(1980): 『中国農業地理総論』 科学出版社(北京)。

張貴民(2007): 中国の三農問題。漆原和子・藤塚吉浩・松山洋・大西宏治編『世界の地域問題』ナカニシヤ出版、130-131。

陶萍(2006): 我国林業休閒産業發展問題研究、東北林業大学博士論文(未刊)。

ハート J. F. 著、山本正三・桜井明久・菊地俊夫訳(1992): 『農村空間を読む』 大明堂。

李秀斌(1999): 中国における最近20年以内の耕地面積の変化とその政策的示唆、自然資源学報、14(4)、330-333。

レスター・R・ブラウン著、今村奈良臣訳(1995): 『それが中国を養うのか?』 ダイヤモンド社。

游海魚・楊桂紅(2009): 旅游空間商品化過程中的政府職能研究——以雲南省為例。雲南財經大學学報(社会科学版)、2。

Kellerman, A. (1978): Determinants of rent from Agricultural land around metropolitan areas. *Geogr. Analysis*, 10, 1-12.

Norman Long・吳惠芳(2007): 21世紀鄉村研究的新挑戰: 一個社会学的視角。中国農業大學学報(社会科学版)、1、33-37。

[付記] 本研究は科学研究費補助金基盤研究(A)「商品化する日本の農村空間に関する人文地理学的研究(平成19年度~平成22年度、課題番号:19202027)」(研究代表者:田林明)の成果の一部である。

