

# 中国・農民專業合作社への参加要因の実証の試み —— 中国的特徴の視点から ——

浅見 淳之

Atsuyuki ASAMI: Motivations of Member Participation in Farmer Professional Cooperatives in Rural China : A Focusing on Chinese Characteristics

Farmer professional cooperatives play a leading role in the development of rural China. However, Chinese cooperatives are founded according to peculiar interpretation of cooperative rule rather than the principle that International Cooperative Alliance (ICA) presented. For example, the owners of food processing firms mainly invest share capital, organize farmer professional cooperatives, and become directors of that cooperative. The motivations for farmer member participation differs from the motivation for member participation in general cooperative cases, reflecting this unique situation. Participation motivations are characterized by vertical integration, shift in entrepreneur function, and human relationships. These characteristics can be analyzed using the following concepts related to transaction cost: relationship specificity, shifts in competencies, and Chinese human relationships or "guanxi". The multivariate analysis of marketing research is appropriate to quantitatively analyze the participation motivations based on these concepts.

We interviewed farmer members of Hunan Province farmer professional cooperatives in 2003 by using originally developed items, measures, and constructs. We first tested the validity and reliability of constructs based on confirmatory factor analysis and then derived the reliable independent and dependent variables. We tested and proved the following hypotheses by multiple regression, simple slope analysis, and covariance structure analysis for the derived variables: (1) Although farmers and cooperatives are related specifically, the extent of participation is not influenced by this relationship, (2) The level of competence in the cooperative determines the extent of participation, (3) The stronger the "guanxi" effect, the greater the extent of participation, (4) "Guanxi" is required to support cooperative competency.

## 1. 農民專業合作社の中国的特徴

中国農政の指針を表す中央1号文書において、2014年度もそうであるが、21世紀に入ってから農業の近代化が最重要課題であることが謳われ続けている。そのための方策として、2004年以降いずれも協同組合にあたる「農民專業合作社」（以下合作社）の重要性が指摘されている。実際現場においても、2007年の合作社法施行後、全国的に数多くの合作社が設立されていった。農業協同組合が農業経営にとって重要な役割を果たすことは間違いない。日本でも、抜本的な改革が求められているものの、JA農協が農家経済あるいは農業経営に対し主要な役割を演じてきたことは事実である。

農業協同組合は、国際協同組合連盟（ICA）の基本原則に基づく、農家による農家のための組織である。日本や欧州の農協はその原則に基づいて組織が形成されている。ところが中国農村で設立された合作社は、農協型の合作社もあるが、その主流は原則を中国独自に解釈して形成された中国型の協同組合となっている。具体的には、非農業の農産物加工企業、流通企業、農業資材企業の経営者が出資金を出して理事長となり、地域の有力者の人的関係を生かして農民を組織化し、農産物や資材の流通を一手に担うといった形態である。大規模農家や村書記が商人的役割を担って、周辺農家や村民を組織化してその農産物を集積する場合もある。協同組合というよりも、農民を雇用社員、非農の理事を有限責任社員とする株式会社の企業形態に近い。どうしてこのような形態になるのか。企業の経営者が補助金や税制優遇措置のため、あるいは政治的立場のために、合作社を形成している側面は否定できない。しかし中国的に組織化することには、それなりの合理性がある。ほとんどの中国の農民は、資金的余裕がなくて出資金を負担しようとしないうえ、そして企業者機能に乏しく個別経営としては近代化することができず、有能な非農の企業者機能に牽引してもらって所得を伸ばすしかない状況にある。このような状況であれば合作社が、協同組合原則にそぐわなくとも、現状に合わせて独自に形成された組織となることは現実的対応であったともいえる。

こういった現状を整理すると、合作社は協同組合でありながら、農民の参加においては以下のような中国的特徴をもっているといえる。

#### ① 垂直的統合としての合作社への参加

農協で見られるのは、農家が組合員として水平的に結合して、規模の経済、大量取引の利益、発言力の拡大といった便益を追求することである。確かに中国の合作社法でもこの種の結合の利益が謳われている。しかし、現実には農民は非農業の企業との売買取引の関係において、企業が主導して農家に備わっている財産や経営機能を管理する形で組織化されているといえる。農家が単独で農業生産をして販売するのではなく、企業の管理のもとに農家が生産を行い、生産した農産物を企業が買取って加工や卸売を行う形で、農家を合作社に参加させている。いわば企業が、農家の財産や経営機能を垂直的に統合する属性をもって、農家の合作社への参加がなされているととらえることができる。

#### ② 有能な企業への企業者機能の委譲による参加

日本の農業経営で重視されるのは企業者機能であり、これが動態的な経営発展の基礎となる。しかし中国の大多数の農民は、十分な企業者機能を担える状況にはない。だからこそ中国政府は21世紀に入ってから「農業産業化」政策として（註1）、龍頭企業など非農資本を農村に導入させて、この企業者機能をもって農家を牽引して農村の所得水準が向上することを期待したのである。非農企業が中心になって設立する合作社にも同じことが期待されている。合作社への参加の仕方が、農民が水平的に結合して共同利益を最大化させていくというよりも、有能な非農企業に農民の企業者機能を委譲させて、農家の財産と経営機能を管理する形、つまり有能な企業が農家の財産や経営機能を垂直的に統合する形態

であることに、参加の特徴がある。

その最たる状況は、農民が請負農地をすべて合作社の形態で企業に預けてしまって合作社直営農場を設立し、農民は雇用労働者としてその直営農場で働く場合である。この形態の事例は多く見受けられる。そこまで財産と経営機能の管理を企業に統合しなくても、自分で請負農地を保持しながら一部の農産物を企業に販売して、そこから加工や卸売してもらう形での合作社への参加も多い。いわば経営機能を部分的に管理されている形態といえる。あるいは、経営の意思決定を完全に企業に委ね、請負農地は保持しながらも企業の雇用労働者のように活動し、企業の売上から一定額を賃金のように受け取っている場合もある。有能な企業による統合の程度は状況により異なるので、いわば様々な「参加程度」によって合作社に参加している状況にある。企業による垂直的統合の程度に応じて、合作社への参加程度が決まっているといえる。

### ③ 人間関係を基礎とした参加

合作社を設立するのは非農企業であり、具体的には企業の経営者が合作社の理事長となる場合が多い。企業の経営者は同時にその地域の政治的な有力者である。あるいは企業の経営者が、地域の村民委員会の書記、村長など有力な共産党員を理事に引き入れて、地域の農民を政治的に組織化して参加を促している。つまり、金銭的な参加条件だけでなく、有力者による政治的、社会的な人間関係を基礎として合作社への参加が決められている。一方で、理事長を中心に理事のみが出資金を負担して、農民は出資金を出さずに合作社との売買に参加していることが多い。それでも、つまり出資金に基づく公式の売買契約がなくても、売買取引は機会主義的な行動をとられることなく執行されている。それは、この人間関係が売買取引を支持しているからであるといえる。この人間関係は中国農村では「guanxi（関係）」といわれている。

以上の、①「垂直的に統合される形での参加」、②「企業者機能の委譲による様々な参加程度での参加」、③「人間関係による参加」という中国的特徴において、農民は合作社への参加を決定していると考えられるが、これまでの研究はここまで考慮しているとはいえない。たとえば、神田・大島（2013）、小林・劉・秦（2007）などでは事例として社員参加による組織形成が紹介され、Ito, Bao, Su（2012）、張・馮・黄（2012）などでは数量的に参加による便益が検討されている。しかしいずれも、(1) 水平的結合による参加によって得られる便益を考慮しており垂直的に統合される形での参加は対象とされていない、(2) 参加を、参加するか否かという二進法的な意思決定としてとらえており連続的な参加程度としてとらえていない、(3) 人間関係を積極的な参加の要因としてはとらえていない、といえる。いわばこれまでは、農民專業合作社を中国的に特異な組織としてはとらえていないのである。合作社の真の姿をとらえるためには、それが中国的な組織であるととらえ、中国的な参加要因によって形成された組織であることを実証する必要がある。本稿ではその実証を試みることにしたい。

## 2. 分析の枠組み

中国的特徴をとらえるためにはいかなる分析の枠組みを用いればよいのか。

①「垂直的に統合される形での参加」における統合への要因は、一般に原料部門と加工部門の間の川上川下の業務構造を扱う「組織の経済学」の枠組みで検討される。この垂直的統合に対する「組織の経済学」による接近として、浅見（2014）で、取引費用アプローチと所有権アプローチがあることを説明した。両者での主要な鍵概念は、O. Williamson が提唱した「関係特殊性」である（註2）。取引される財が売手・買手の間の関係で特殊化していない場合には、買手は容易に他の供給者から買うことができ、売手は容易に他の需要者に売ることができる。しかし関係が特殊化している場合は、取引される財はその買手にのみ価値を持ち、容易に他の需要者に売ることはできず、買手も他の供給者から自分が望んでいる財を容易に買うことはできない。関係特殊化が進んでいる場合には、取引相手が容易に自分との取引を変えられないことを機会主義的に利用するために、取引費用が高くなる。特に、買手から価格の引き下げを要求される脅しが発生する（ホールドアップ問題といわれる）ため、この脅しを取引前に警戒して投資が過少になることが指摘されている。こういった非効率を避けるために垂直的統合がなされると説明される。つまり関係特殊性の高さが垂直的統合の主要因であるとされている。

ところがここで説明されるのは、売手（原料部門）による買手（加工部門）の垂直的な統合である。一方合作社への参加は、買手（企業）による売手（農家）の垂直的な統合であり、方向が反対である。組織の経済学では、関係特殊性を利用した脅しや機会主義をとられる売手側が、それを防ぐために買手を統合すると説明される。売手である一戸一戸の農家が関係特殊性を利用した脅しをするとは考えられず、買手である合作社へ垂直的に統合される形での売手の農家の参加には、関係特殊性は寄与しないことになる。これを検討する必要がある。

②「企業者機能の委譲による様々な参加程度での参加」については浅見（2013）で、「ケイパビリティ論」による接近が有効であると論じている。ケイパビリティとは、企業がもつ競争優位の源泉としての経営資源である。垂直的統合の説明において、組織の経済学による説明はあくまでも非効率の回避である。しかし現実の企業は、正の創造として取引先企業のケイパビリティ獲得のためにも垂直的統合を行っている。Langlois and Robertson（1995）によると、加工企業と原料企業の場合、原料企業のケイパビリティを加工企業に移動したほうが、ケイパビリティを原料企業に残したまま原料を買付けるよりも、同じ活動に対しても生産性が高まる場合に垂直的に統合がなされるとされる。これはその活動に対し、加工企業のほうが「有能性」が高いがゆえにとられる戦略である。ただしケイパビリティは「暗黙知」度に制御されており、ケイパビリティの移転は暗黙知度が高いほど困難となり、統合には費用（動的取引費用といわれる）が発生するとされる。

これは、買手（企業）が有能である場合は、売手（農家）にその財産、経営機能などのケ

イパビリティを農家の企業者機能のもとに残しておくよりも、企業に垂直的に移転させて企業の企業者機能のもとにおく方が有利な状況を説明する。まさに、有能な企業が農家の財産や経営機能を垂直的に統合する形での、合作社への農家参加の要因である。企業の有能性は参加を促すのであろうか。これを検討する必要がある。

ところが、組織の経済学とケイパビリティ論で論じられている取引費用、関係特殊性、有能性、垂直的統合については、取引費用自体が測定できないこともあって計量経済学的な実証方法は確立されていない。それに対し、これらを直接数量的に扱っているのはマーケティング・リサーチ（以下 MR）での多変量解析である。その基礎となっているのは Bagozzi (1994) であり、Klein, Frazier, and Roth (1990) ではチャネル統合と取引費用、Majumdar and Ramaswamy (1995) では企業による市場への統合、John and Weitz (1998) では取引費用と企業の前方統合の関係、久保 (2002、2011) では関係特殊性、有能性、暗黙知と垂直的統合が、いずれも MR の方法を用いて数量的に実証がなされている。組織の経済学とケイパビリティ論に基づいて、中国の合作社への参加要因を数量的に実証するにあたっては、有効な方法だと思われる。中国農村を対象にしてこれらの方法論を応用した業績はないため、模範とすべき質問項目の設計などがなく試行錯誤的になるが、本稿においてこの実証を試みることにする。

③「人間関係による参加」については、浅見 (2010) で中国農村においては社会的な「関係 (guanxi)」に埋め込まれて経済取引が成立していることを指摘した。「guanxi」は、Kipnis (1997)、Chang (2010) など文化人類学、社会学において、綿密な事例調査が行われてきたが、数量的な実証として Lu, Feng, Trienekens, and Omta (2008) が MR の方法を用いて、市場での野菜取引は商人同士の「guanxi」に支えられていることを実証していることに注目したい。したがって、(1) 組織の経済学と (2) ケイパビリティ論の枠組みで用いる MR の方法論に、さらに (3) 「guanxi」に関連した要因を組み込むことによって、3つの視点からの中国の合作社への参加要因を分析することができる。(1) と (2) では企業の販売マネージャー、(3) では市場商人が調査の対象となるが、合作社においては参加農民に面接調査を行って参加への動機を探ることになる。

### 3. 仮説と構成概念

#### 3.1 仮説

中国的特徴に基づく参加要因によると、農民は次のような仕組みによって合作社に参加することになる。①「垂直的に統合される形での参加」においては、組織の経済学に基づく関係特殊性が高いほど売手による垂直的統合の程度が高まることになるが、買手による統合には関係がない。すなわち合作社への参加程度には関係特殊性は関わりがないことになる。



②「企業者機能の委譲による様々な参加程度での参加」においては、ケイパビリティ論に基づくと企業が有能であるほど農家は機能を委譲して統合され、委譲の程度すなわち参加程度は高まることになる。また③「人間関係による参加」においては、「guanxi」が高いほど参加程度が高められることになる。なお、合作社への農家の参加は企業による垂直的統合の属性を持つが、企業も農家も社員となって合作社がつくられ、農家は合作社と取引する形で参加する。したがって農家にとっては、実態は企業であっても取引相手は合作社であり、合作社による垂直的統合としてとらえられることになる。この点も考慮して、以下の作業仮説を立てることとする。

- (1) 合作社と農民の関係が特殊であっても、参加程度には関わり合いがない。
- (2) 合作社が有能であると、より参加程度を強める。
- (3) 「guanxi」が強いほど、参加程度が高まる。
- (4) 合作社の有能性を求めて参加するためには、「guanxi」に支えられる必要がある。

この仮説を実証するための構成概念を以下検討しよう。

### 3.2 従属変数

参加への要因を明らかにするのであるから、従属変数は垂直的統合の程度としての参加程度である。一般企業を対象としたMRにおいては、垂直的統合の程度は連続変数としてとらえられ、直接的、間接的なチャネル利用の販売割合、あるいは自社、他社、関連会社のチャネル利用のセマンティック尺度などが用いられている(John and Weitz(1988)など)。しかし、中国の参加農民の合作社に統合されている程度に関しては、これまで参考とすべき尺度がないため、本稿において独自に「受動的依存性」と「能動的依存性」の2種類を考案した。

垂直的統合とは、取引において一方が他方の資産を所有して支配することをいい、経済学的には残余コントロール権の設定である(中林・石黒(2010):154頁)。その統合の程度は残余コントロール権の設定の程度によって決まる。合作社が農家を垂直的に統合する形での参加程度は、したがって合作社の残余コントロール権が農家にどの程度強く設定されているかで判断できる。この程度は、合作社に農家がどれだけ管理されているか、あるいは農家が合作社にどれだけ依存しているかによって、観察することができる。依存の程度は、取引が中止になった時に農家が容易には他者に取引相手をスイッチできない程度と、合作社の命令にどれだけ積極的に従うかという協力の程度によって測ることができる。前者は受動的に依存している程度を表し、後者は能動的に依存している程度を表すので、「受動的依存性」Pと「能動的依存性」Aとして垂直的統合としての参加の程度を観察することとする。項目は、Heid(1994)、久保(2011)を参考にしながら、表1のように策定した。すなわち受動的依存性を潜在変数とする観測変数は4項目P1～P4、能動的依存性については4項目A1～A4としている。項目の評価に関してはすべて4分位リッカート尺度を用いている。

表 1 確認的因子分析

a 従属変数			第 1 項との 相関係数	最尤法 因子負荷量	
受動的依存性	P1	今の合作社との取引をやめても、代わりになる売り先を簡単に見つけることができる	1.000	0.940	
	P2	今の合作社との取引をやめても、自分の経営に悪影響は受けない	0.733	0.865	
	P3	今の合作社との取引をやめて、代わりになる売り先と取引をはじめても、手間やコストはかからない	0.812	0.861	
	P4	今の合作社との取引をやめて、代わりになる売り先と取引をはじめても、いままでと同じやり方で販売することができる	0.507	0.612	
		$\alpha$	0.894		
能動的依存性	A1	価格は、合作社があらかじめ決め、それに積極的に従う	1.000	0.856	
	A2	品質は、合作社があらかじめ決め、それに積極的に従う	0.591	0.573	
	A3	取引量は、合作社があらかじめ決め、それに積極的に従う	0.082	0.545	
	A4	納入時期、場所は、合作社があらかじめ決め、それに積極的に従う	0.367	0.519	
		$\alpha$	0.730		
		KMO	0.725	自由度	p 値
		球面性	282.100	28	0.000
		カイ二乗	22.725	13	0.045
b 独立変数			第 1 項との 相関係数	最尤法 因子負荷量	
「guanxi」	G1	「guanxi」は合作社との信頼を高める			
	G2	「guanxi」があるので合作社に売りやすくなる	1.000	0.378	
	G3	「guanxi」があったから合作社との取引をした	0.310	0.739	
	G4	「guanxi」は新技術を手に入れるのに役立つ	-0.201	0.991	
		$\alpha$	0.764		
合作社の有能性	C1	合作社は、その品種について専門的なノウハウをもっている	1.000	0.401	
	C2	合作社が、提供するサービスは満足のいくもの	0.237	0.573	
	C3	合作社は、自分では実現できないサービスを提供してくれる	0.361	0.824	
	C4	自分も、販売について専門的なノウハウをもっている	-0.201	-0.652	
	C5	合作社に出荷しなくても、自分でもうまく売ることができる			
		$\alpha$	0.134		
合作社との関係 特殊性	S1	売っている生産物を作るのには、専用の土づくりが必要である			
	S2	売っている生産物を作るのには、知識を長い時間をかけて習得する必要がある			
	S3	今の合作社との取引が取りやめになったら、それまでにその売り先に振り向けてきた努力が無駄になる	1.000	0.998	
	S4	今の合作社との取引が取りやめになったら、それまでにその売り先のためにした土づくり、技術取得などの投資が無駄になる	0.655	0.607	
		$\alpha$	0.791		
		KMO	0.710	自由度	p 値
		球面性	225.953	36	0.000
		カイ二乗	7.371	12	0.832

### 3.3 独立変数

垂直的統合としての参加の程度を説明する要因は、仮説1では「関係特殊性」、仮説2では合作社の「有能性」、仮説3では「guanxi」、仮説4では「guanxi」と「有能性」であり、構成概念におけるそれぞれの含意を以下説明する。

「関係特殊性」Sは、取引が当該の取引相手にのみ価値を持つ程度であり、特殊性が強いほど取引費用が増加しホールドアップ問題が顕在化するため、それを回避するために垂直的統合が進められる。つまり特殊性が強いほど垂直的統合としての参加程度が増加する。John and Weitz (1998) などにに基づき、これを潜在変数とする観測変数の4項目S1～S4(表1)を策定した。S1、S2は投資した資産の特殊性の強さを表し、S3、S4は取引停止に対しその資産が価値をなくす程度を表している。

「有能性」Cは、合作社の主幹となっている企業が有能である程度である。有能なほど企業の企業者機能のもとに農家の財産や経営機能をおく方が有利であるので、垂直的統合としての参加程度が進むことになる。久保(2003)などを参考に、これを潜在変数とする観測変数の4項目C1～C5(表1)を策定した。C4、C5は反転項目である。

「guanxi」Gは、中国的人間関係が取引を支える程度である。取引の需要者は自らの面子がおよぶ範囲で供給者とわたりをつけ、供給者は自らの面子が守られる範囲で需要者に供給を行うとされる。その程度が強いほど取引は安定的となりうるため、参加程度が強まることになる。これを潜在変数とする観測変数として、4項目G1～G4(表1)を考案した。さらに、有能でない合作社に対しては参加は望まず、その場合は「guanxi」は要らないが、有能な合作社に参加してその企業者機能のもとに農家の財産や経営機能を管理してもらうためには特に「guanxi」が必要とされる。これを説明するためには、「guanxi」の「有能性」との交差項の検討が必要となる。

さらに、仮説に関連した独立変数以外にも、従属変数をコントロールすると思われる変数があり、それを検討したい。ケイパビリティ論においては、ケイパビリティの移転は暗黙知度が高いほど困難になるとされており、「有能性」の従属変数への正負の効果は「暗黙知度」に応じて決まることになる。また「関係特殊性」、「有能性」といった要因は、久保(2011)によると、さらに取引相手への「評価」ないし「脅威」を通して、従属変数への正負の効果が決まるとされている。本稿ではこれらを、内生変数としてとらえる前に、そもそも合作社への参加要因となる変数となりうるのかを検討することにする。加えて、合作社が自分を必要としているならば合作社の自分への依存度が高まり、自分も合作社に依存してもらうようにすると考え、「必要性」が垂直的に統合される農家の参加程度を高めると想定した。また、合作社と農家が相互に相手に満足しているならば、相互に依存度が高まり、「相互満足度」によっても統合度が高まることも想定した。これらについても、まず変数となりうるのかを検討することとした。これらの潜在変数への観測変数として、表2で示すような各項目を考案した。なお以上の独立変数の項目は、すべて4分位リッカート尺度を用いている。



表2 その他の潜在変数

暗黙知	T1	自分がもっている農業のコツを、文章でまとめることはできる
	T2	自分がもっている農業のコツを、他人におしえることができる
脅威	M1	合作社との取引がとりやめになることが脅威である
	M2	合作社との取引で、取扱量が減ることに脅威を感じる
評価	R1	合作社は自分の農業経営にとって欠かすことができない
	R2	合作社は自分の経営活動にとって重要である
必要性	D1	自分の出荷する品質が、合作社に必要とされている
	D2	自分が連続的に出荷し続けることが、合作社に必要とされている
	D3	期日にきちんと自分が出荷することが、合作社に必要とされている
相互満足度	E1	合作社は自分の出荷する品質に満足している
	E2	合作社が示す価格に、満足している

## 4. 実証への試み

### 4.1 確認的因子分析

以上の項目を中国語に翻訳した質問票に基づき、2013年11月に、湖南省・長沙市周辺のブドウ、落葉果実、野菜、水稻を扱う農民專業合作社5社、計73戸の社員農家を対象に面接調査を行い、回答を得た。

回答をもとに、参加要因の構成概念を検討していく。まず第1に、各潜在因子が各項目によって従属変数また独立変数として構成されているかを、確認的因子分析によって検証していく。すなわち各項目が各潜在変数に有意に負荷しているかを、最尤法、プロマックス回転を用いた因子分析によって確認した(表1)。

従属変数である、受動的依存性、能動的依存性については、すべて0.400以上の有意な負荷量が計算された。内的一貫性を表す $\alpha$ は前者は0.894、後者は0.730であり高い信頼性を示している。第1項との相関係数は、A3は低いもののおおむね高い値であり、収束的妥当性は満たしている。KMOは0.725、球面性検定のp値は0.000であり、因子分析を行う妥当性が示されたが、カイ二乗検定のp値は0.045と帰無仮説を採択できず適合性には問題を残した。

独立変数については、いくつかの項目が因子として形成されず、項目を整理する必要に迫られた。「guanxi」はG1、「有能性」ではC5、「関係特殊性」ではS1、S2が負荷されず、因子を形成しなかった。また「暗黙知度」、「評価」、「脅威」、「必要性」、「相互満足度」についてはいずれも因子として形成されず、本稿で用いた項目では変数として形成されないことが確認された。したがって、負荷されなかった項目をすべて取り除いて、独立変数が形成されるとする。「guanxi」、「有能性」、「関係特殊性」についてそれぞれ、内的一貫性を表す $\alpha$ は、0.764、0.134、0.791となっており、「有能性」についてのみ信頼性に問題がある。第1項との相関係数は、それぞれ相関が認められ収束的妥当性はあると判断する。C3は反転項目なので負となっている。KMOは0.710、球面性検定のp値は0.000であり、因子分析を

行う妥当性があり、カイ二乗検定の  $p$  値は 0.832 と帰無仮説を採択でき適合していると判断できる。以上の確認的因子分析で因子を形成した項目に基づく潜在変数が、従属変数、独立変数として分析に利用できることになる。

## 4.2 仮説の実証

### 4.2.1 重回帰分析

因子の数値化によって、仮説を検証していくことにする。数値化として、素点合計としての尺度値と因子得点を用いた。まず仮説 1、2、3 に対し、OLS による重回帰分析を行った。従属変数は「受動的依存性」P もしくは「能動的依存性」A であり、独立変数は「関係特殊性」S、「有能性」C、「guanxi」G である。

$$P, A = a_0 + a_1 G + a_2 C + a_3 S + u \quad (1)$$

$a_0$  を定数、 $a_i$  ( $i = 0 \sim 3$ ) を推定するパラメータ、 $u$  を攪乱項としている。従属変数として「受動的依存性」を用いた場合は独立変数がほとんど説明力を持っていなかったが、「能動的依存性」を用いた場合は有意な結果が得られた (表 3 を参照)。すなわち、垂直的統合としての参加程度には、「guanxi」と「有能性」が正で有意であるのに対し、「関係特殊性」は有意ではなかった。「関係特殊性」は組織の経済学では垂直的統合の主要要因として扱われている。しかし、合作社への参加は、買手 (企業) による売手 (農家) の垂直的な統合であり、脅しや機会主義を防ぐ売手による買手の垂直的統合を説明する関係特殊性は、参加を促す要因としては寄与していないことが確認できた (仮説 1 の検証)。それに対し、合作社の「有能性」と「guanxi」は確かに垂直的統合としての参加程度を促すことになり、この二つが主要な参加要因であることが確認された (仮説 2、3 の検証)。

表 3 能動的依存性の重回帰

	素点合計		因子得点	
	係数	t 値	係数	t 値
定数	5.887	3.560		
guanxi	0.254	1.692	0.277	2.546
有能性	0.314	1.997	0.397	3.532
関係特殊性	0.191	1.509	0.008	0.007
$R^2$	0.198		0.274	

### 4.2.2 単純傾斜分析

仮説 4 に対しては、「guanxi」G を調整項とした調整効果 (moderating effect) を、単純傾斜分析によって検証していく。主効果項と交差項の多重共線性を防ぐために、あらかじめ変数の平均中心化処理をしておく。その上で (1) 式で有意でなかった S を除き、C と G の交差項を加えて

$$A = b_0 + b_1 C + b_2 G + b_3 C \cdot G + u \quad (2)$$

を計測する。 $b_0$  は定数、 $b_i$  ( $i = 0 \sim 3$ ) は推定すべきパラメータ、 $u$  は攪乱項である。(2)式での交互作用効果を下位検定するために、平均に対して標準偏差 (SD) 1 の上下の単純傾斜を比較することにした (単純傾斜分析)。

結果は表 4 に示した。- 1SD では主効果である有能性は有意ではなかったが、平均では有意になった。その一方で +1SD では、再び有意ではなくなった。これは、*guanxi* が小さい (- 1SD) と、*guanxi* が働かず有能さを求めて参加したくとも参加できない状況であるのに対し、*guanxi* が大きくなって平均的になると *guanxi* が有意に働いて、有能さを求めて参加することを支持するようになることを表している。したがって、仮説 4 が検証されている。ただし、さらに *guanxi* が大きくなると (+ 1SD)、再び *guanxi* が有意に働かず、有能性を求めて参加することに寄与しないことになっている。これは、*guanxi* がある程度大きくなると、もはや有能性の追求を支えるにはそれ以上の *guanxi* が不必要になると解釈できるが、そもそも項目の設計や農民の回答が不確かであった可能性もある。

表 4 単純傾斜分析

		係数	t 値
平均	定数項	9.643	5.223
	有能性	0.293	1.830
	<i>guanxi</i>	0.464	0.579
	交差項	-0.012	-0.160
	R <sup>2</sup>	0.172	
+ 1SD	定数項	10.619	3.777
	有能性	0.269	1.151
- 1SD	定数項	8.674	4.062
	有能性	0.317	1.523

#### 4. 2. 3 共分散構造分析

以上得られた因子分析と回帰分析の結果を、さらに共分散構造分析を用いてその頑強性を確認する。測定モデルによって関係特殊性、*guanxi*、有能性、ならびに能動的依存性を規定し、前三者と能動的有能性の因果関係を構造モデルとして計算した (多重指標モデル)。しかしながら、関係特殊性、*guanxi* を含めたモデルでは識別することができなかったため、有能性と能動的依存性の因果だけを確認することにした (図 1 を参照)。ただし識別を可能とするため A2 は除いている。その結果 (表 5 を参照)、パス係数は 1%水準で正に有意で、カイ二乗値は p 値で 0.846 でありモデルは採択でき、その他の適合性基準も当てはまりのよさを示していた。有能性が能動的な依存性に現れる垂直的統合としての参加を促していることが、確認できる。両要因に関連した項目、尺度は適切であったといえよう。

図1 共分散構造分析でのパス図

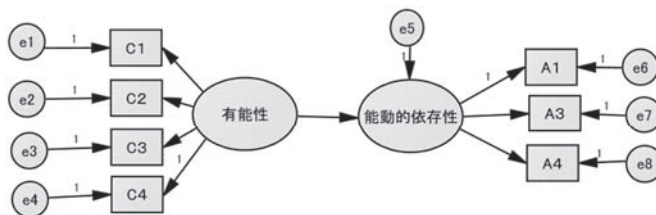


表5 能動的依存性への共分散構造分析

観測変数	潜在変数	パス係数	t 値
C 4	有能性	1.000	
C 3	有能性	1.452	4.239
C 2	有能性	1.427	4.101
C 1	有能性	0.840	2.712
A 1	能動的依存性	1.000	
A 3	能動的依存性	1.399	3.965
A 4	能動的依存性	0.763	3.866

潜在変数	潜在変数	パス係数	t 値
能動的依存性	有能性	0.659	2.673

CMIN	自由度	p 値
7.961	13.000	0.846

GFI	AGFI	RMR	CFI	TLI	RMSEA
0.970	0.936	0.030	1.000	1.072	0.000

## 5. おわりに

中国の農村発展のために、農協にあたる農民專業合作社がその基幹的な役割を期待されている。しかし中国では協同組合原則に基づく農民による組織というよりも、非農企業の経営者が出資金を負担して理事長となる特異な組織として合作社が形成されている。それを反映して農民の参加の仕方を検討してみると、①垂直的に統合される形での参加、②企業者機能の委譲による程度の異なる参加程度での参加、③人間関係を基礎とした参加、といった一般の協同組合への参加とは異なる中国的な特徴が認められる。これらを分析する枠組みとしては、取引費用、関係特殊性、有能性、垂直的統合、「guanxi」の視点が有効であるが、これらを数量的にとらえるためには一般にはマーケティング・リサーチでの多変量解析が用いられている。しかし、中国農業を対象にした同種の分析は行われたことがないため、本稿で新

たに項目、尺度、構成概念を設計し、合作社への参加要因の実証を試みることにした。

中国・湖南省の合作社社員を対象に試験的に作成した項目、尺度を用いて面接調査を行い、その回答から、作成した尺度の妥当性と信頼性を、そして構成概念の妥当性を確認的因子分析をもとに検討した。さらに確認された独立変数と従属変数をもとに、重回帰分析、単純傾斜分析、共分散構造分析を用いて、(1) 合作社と農民の関係が特殊であっても、参加程度には関わり合いがない、(2) 合作社が有能であると、より参加程度を強める。(3) 「guanxi」が強いほど、参加程度が高まる、(4) 合作社の有能性を求めて参加するためには、「guanxi」に支えられる必要がある、という参加要因に関する仮説の検証を行った。ほぼ仮説は実証され、設計した尺度、項目、構成概念の妥当性もおおむね確認された。

## 註

- 1) 中国の農業産業化については、浅見（2004）を参照。
- 2) Williamson（1985）を参照。もともとは資産特殊性として取引相手に特殊化して投資された資産を説明していたが、取引関係全般にわたる相手との特殊性を説明するようになっている。
- 3) ホールドアップ問題については、中林・石黒（2010）の第6章の説明がわかりやすい。

## 引用文献

- Aiken, L.S. and S.G. West (1991). *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*. SAGE.
- 浅見淳之（2004）「中国農業における産地形成－農業産業化経営」『農業と経済』第70巻第14号、30-38頁。
- 浅見淳之（2009）「中国農村のインフォーマルな社会制度に埋め込まれた経済取引」『農業経済研究』第80巻第4号、174-184頁。
- 浅見淳之（2013）「中国の農民專業合作社の組織デザイン」『フードシステム研究』第20巻第2号、174-187頁。
- 浅見淳之（2014）「フードシステムへの新制度経済学からの接近」斎藤修編『フードチェーンと地域再生』、農林統計出版。
- Bagozzi, R.P. (ed.) (1994). *Principles of Marketing Research*. Blackwell
- Chang, X. (2010). *Guanxi or Li shang wanlai? Reciprocity, Social Support Networks, and Social Creativity in a Chinese Village*. Airiti Press Inc.
- Heide, J. B. (1994). "Interorganizational Governance in Marketing Channels," *Journal of Marketing*. 58 (1) : 71-85
- Ito, J., Bao, Z., and Su, Q. (2012). "Distributional Effects of Agricultural Cooperatives in China: Exclusion of Smallholders and Potential Gains on Participation," *Food Policy* 37 (6) : 700-709.
- John, G. and B. Weitz (1988). "Forward integration into distribution: empirical tests of transaction cost analysis," *Journal of Law, Economics, and Organization* 4 (Fall) : 121-139
- 神田健策・大島一二編（2013）『中国農業の市場化と農村合作社の展開』筑波書房。
- Kipnis, A.B. (1997). *Producing Guanxi Sentiment, Self, and Subculture in a North China Village*. Duke University Press.
- Klein, S., G. Frazier, and V. Roth (1990). "A transaction cost analysis model of channel integration in international markets," *Journal of Marketing Research*, 27 (May) : 196-208
- 小林一穂・劉文静・秦慶武（2007）『中国農村の共同組織』御茶の水書房。
- 張晋華・馮開文・黄英偉（2012）「農民專業合作社对農戶增收績效的実証研究」『中国農村経済』9, 6-14.



- 久保知一 (2003) 「流通チャネルと取引関係 一動的取引費用モデルによる卸売統合の実証分析一」、『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会)、第 46 卷第 2 号、111-132
- 久保知一 (2011) 「卸売業者の買手への依存度」渡辺達朗・久保知一・原頼利編「流通チャネル論 新制度派アプローチによる新展開」、有斐閣
- Langlois, R. and P. Robertson (1995). *Firms, Markets and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions*. Routledge.
- Lu, H., S. Feng, J.H. Trienekens, and S.W.F Omta (2008). "Performance in Vegetable Supply Chains: the Role of Guanxi Networks and Buyer-Seller Relationships," *Agribusiness*, 24 (2) : 253-274.
- Majumdar S.K. and V. Ramaswamy (1995). "Going direct to market: the influence of exchange condition," *Strategic Management Journal*, 16 (5) : 353-372
- 中林真幸・石黒真吾編 (2010) 『比較制度分析・入門』有斐閣.
- Williamson, O.E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. The Free Press.