2012.12.18 **成果報告会**

EU加盟国における地理的表示保護制度の運用と活用

—ドイツ・バイエルン州とスペイン・バレンシア州の事例—

松田 裕子（農林水産政策研究所）

本報告の内容

1. はじめに：量から質へ
2. EUの地理的表示保護制度の枠組み

加盟国における実施運用の事例

3. GI産品の推進・販促活動と行政支援【ドイツ・バイエルン州】
4. バイエルンビーフ PGI【ドイツ・バイエルン州】
5. バレンシア米 PDO【スペイン・バレンシア州】
6. むすび：GI産品を核とした地域振興

1. 量から質へ

地域生産物に対するニーズの増大と地域ブランド振興

多様なロゴ

ブランド

食品小売業者

EUの地理的表示保護制度

ドイツ農業協会DLG e.V.

バイエルン州農林省

地域のイニシアティブ

地理的表示保護

登録名称＋EUロゴ

ロゴの背景には，制度がある。

地域生産物の要求水準

1. 加工

要求水準

適合した方法 → 伝統的方法

2. 原料生産

要求水準

部分的 → 排他的

広域 → 狭域

生産条件なし → 追加的な生産要件

3. 販売地域

要求水準

全国 → 地域内

広域 → 狭域

地場産品とGI産品の違い

- 地場産品
  - **地産地消**
    - **－ 近場でのマーケティング**
  - **原料指向：「特異性」は重要ではない**

ここでとれた

Aus der Region für die Region

- 地理的表示保護産品（PDO/PGI）（EC規則510/2006）
  - **特産品**
  - **品質における特異性（レシピ含む）**
  - **高い評判**
  - **地域外の業者による偽造品**
  - **地域外へのマーケティング**
  - **単一産品**

ここでしか作れない品質

2. EU制度の枠組み

量から質へ

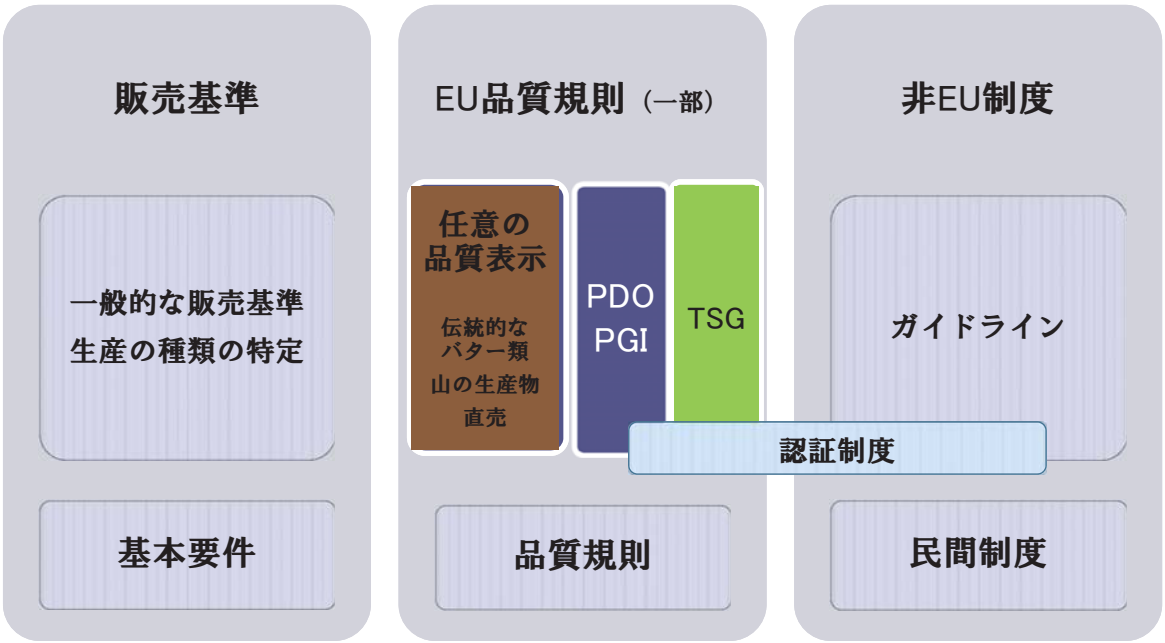
- **共通農業政策（CAP）における重点のシフト**
- **量から質，消費者ニーズに合わせた財の供給へ**

規則
2081/92
510/06

- EU共通の原産地呼称・地理的表示の保護制度を導入
- 特産品振興による農業者・農村の利益向上
- 消費者選択への寄与
- 明細書に基づく品質基準の保証

EUの品質規則

品質制度



GIの品質管理の特徴

登録時の品質保証

明細書の作成
（品質，生産方法，地域とのリンク，管理体制等）

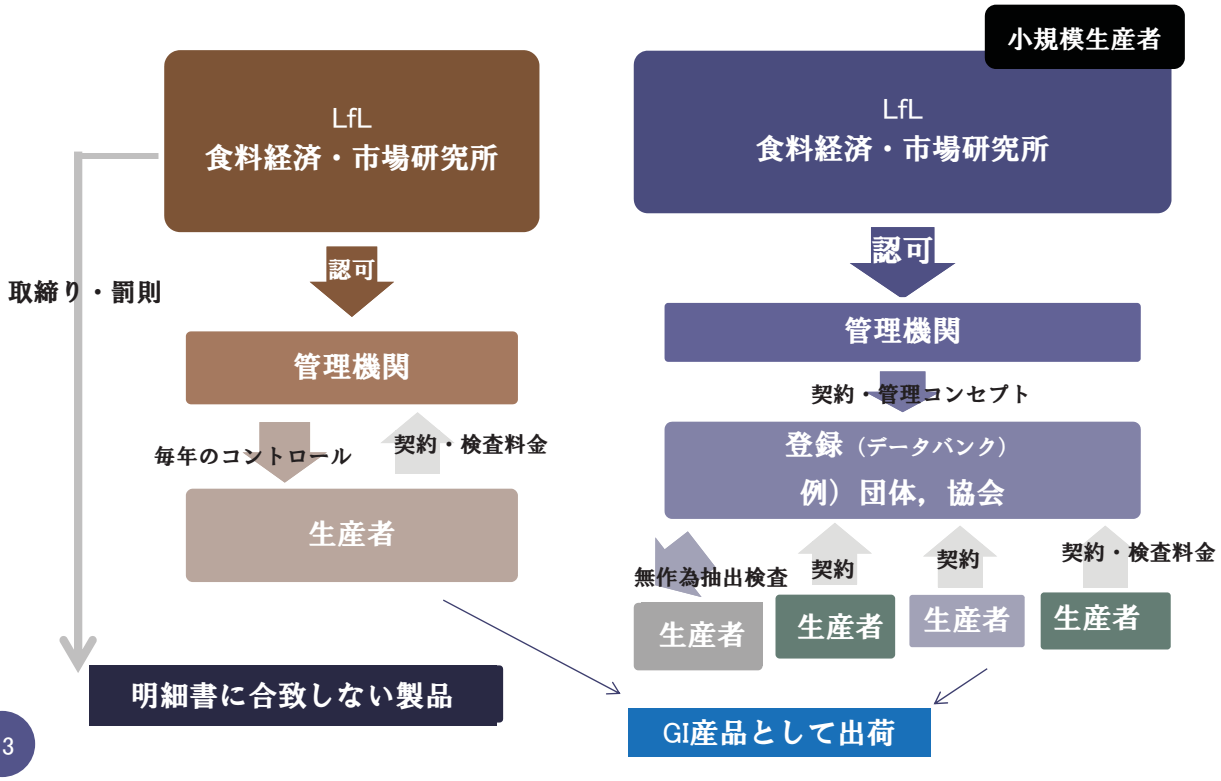
明細書の内容の審査・公示

登録後の品質管理

明細書との適合性の検査
（第三者機関）

違反の取締り
（公的機関）

事例）バイエルン州の管理体制



生産者団体のタスク

プロダクトポリシー

- PGI/PDOの決定
- 明細書の作成
- 品質基準の規定
- 管理体制の規定

コミュニケーション・ポリシー

- 宣伝・販売促進活動
- コーポレート・アイデンティティ
- 助成金の申請

EU農産品プロモーション支援

A） **水平的プロモーションスキーム**（規則3/2008）

- “欧州の味（tastes of Europa）”を推進し，付加価値の向上を図る
- よりインパクトの大きい魅力的なプログラムの実施
- 加盟国政府の農産品キャンペーンを支援：5,500万 €（2012年）

B） **農村振興政策**（規則1698/2005）

- 農業経営に対する金銭的支援
  - 環境保護等の新しい基準の遵守（131）：最大1万 €
  - 品質制度への農業者の参加（132）：最大5年間で上限3,000 €
- 生産者団体に対する金銭的補助
  - 情報提供・販売促進（133）
    - 品質制度対象産品の販促活動に掛かる費用の70%を支援
- 地域のパートナーシップに対する活動助成
  - LEADER事業：地域振興戦略に応じたプロジェクト助成

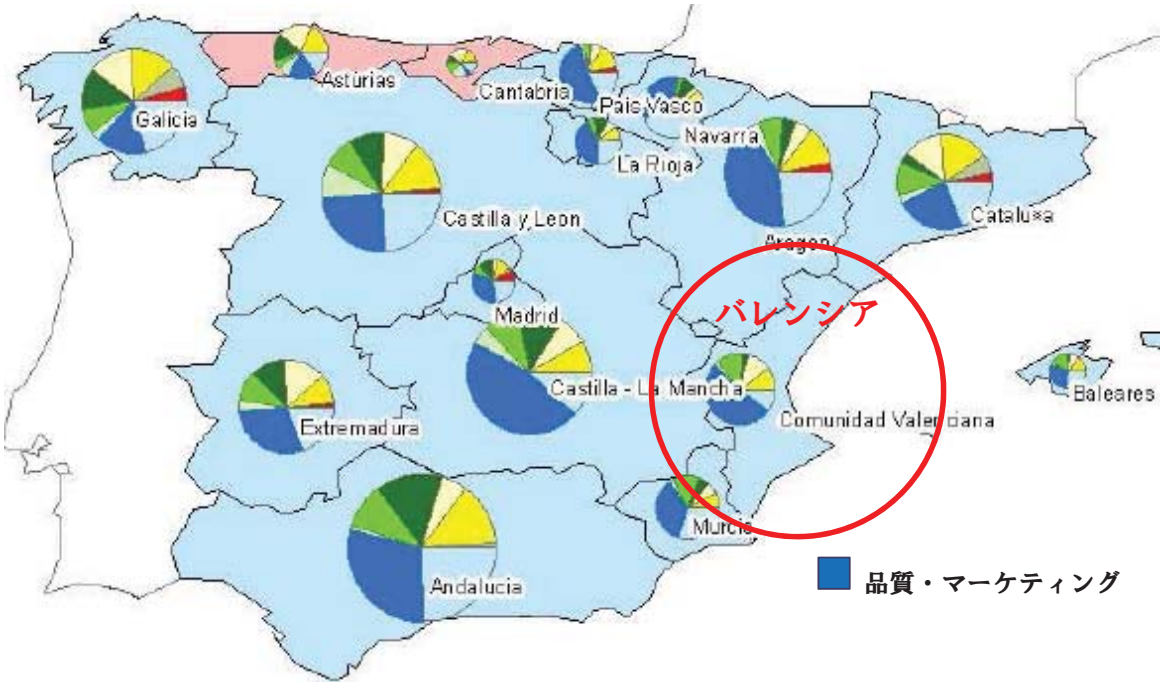
品質関連の支出金額と割合

（百万€）

農産物の品質	EAFRD	他の公的資金	私的資金	計
131	85.7	49.1	30.3	165.1
132	326.2	243.3	139.7	709.2
133	209.4	176	228.3	613.7
小計 (A)	621.3	468.4	398.3	1,488.0
農村振興総額 (B)	91,008.7	56,981.6	64,024.5	212,014.8
A/B	0.68%	0.82%	0.62%	0.70%

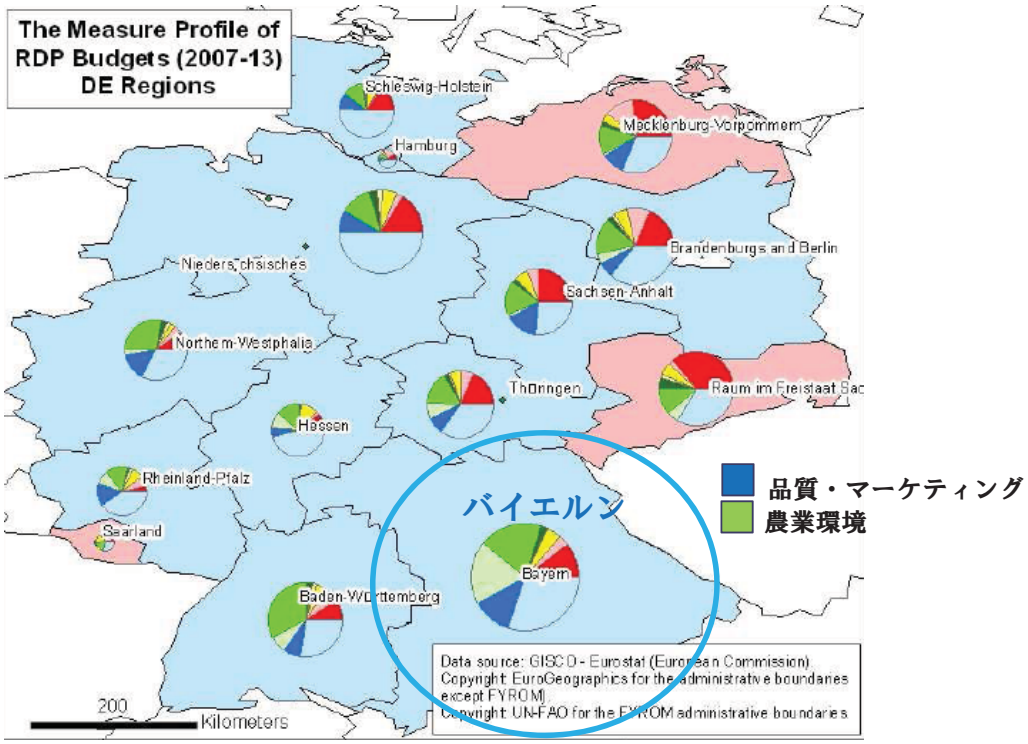
資料：Rural Development in the European Union 2009を基に計算・作成

スペイン



資料：A Review of Planned and Actual Rural Development Expenditure in the EU 2007–2013

ドイツ



資料：A Review of Planned and Actual Rural Development Expenditure in the EU 2007–2013

3. GI産品の推進・販促活動

ドイツ・バイエルン州の事例

地理的表示保護産品

- **地域の典型的な特産物：g.g.A. / g.U.**
  - **24の登録産品，14は申請中**
  - **バイエルン州は連邦州で最多**
  - **同州の食品売上高の約10%がGI産品**
    （バイエルン州農林省でのヒアリングによる）

ニュルンベルガー・ブラートヴルスト（g.g.A.）

バイエルン・ビール
（g.g.A.）

アルゴイの山のチーズ
（g.U.）

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

規則510/2006で保護された産品

1. Abensberger Spargel
2. Allgäuer Bergkäse (g.U.)
3. Allgäuer Emmentaler (g.U.)
4. Bayerischer Meerrettich
5. Bayerisches Bier
6. Bayerisches Rindfleisch
7. Bissinger Auerquelle (g.U.)
8. Fränkischer Karpfen
9. Hofer Bier
10. Hofer Rindfleischwurst
11. Hopfen aus der Hallertau
12. Kulmbacher Bier
13. Mainfranken Bier
14. Münchener Bier
15. Nürnberger Rostbratwürste
16. Nürnberger Lebkuchen
17. Oberpfälzer Karpfen
18. Reuther Bier
19. Schrobenhausener Spargel
20. Schwäbische Maultaschen
21. Schwäbische Spätzle
22. Schwäbisch Hällisches Qualitätsschweinefleisch
23. Siegsdorfer Petrusquelle (g.U.)
24. Spalter Hopfen

- ミネラルウォーターやビールが多い

州政府による推進・販促

立ち上げ期における行政支援

A) **インターネットプラットフォーム**
   - **特産品データベース**

B) **バイエルン牛肉PGIのロゴデザイン**
   - **ブランディング**

C) **情報提供：リーフレット，ディスプレイ等**

D) **イベント・広報**

E) **見本市・展示会**

F) **食品貿易におけるアクション**

G) **バイエルンのEUプロジェクト：**
   - **“世界グルメ遺産バイエルン**（Weltgenusserbe Bayern）”

A) 特産品データバンク

www.spezialitätenland-bayern.de

- **バイエルン州の特産物を紹介するデータベース**
  - **240の特産物，写真・物語・歴史，背景・起源**
  - **伝統的な普及地域，伝統的な利用**

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

B) パンフレット

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

C) ロゴ：ブランディング

- **バイエルンビーフPGI**

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

D) イベント・宣伝

- **バイエルンホール（2012年1月グリーンウィーク，ベルリン）**
- Cibus（2012年5月，パルマ）
- **中央農業フェスティバル（2012年9月，ミュンヘン）等**

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

E) 見本市・展示会

- **バイエルン・オクトーバーフェスト（ブリュッセル）**
- **バイエルン州農家連盟とBBQ（Ndby.）**
- **美食の国バイエルン・キャンペーン**

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

F) バイエルンのEUプロジェクト “世界グルメ遺産バイエルン（Weltgenusserbe Bayern）”

- **130万€/3年間（2010 – 2013年）**
- **資金：50 %（EU）；30 %（バイエルン州）；20%（生産者）**
- Allgäuer Emmentaler, Allgäuer Bergkäse, Bayerisches Bier, Bayerischer Meerrettich, Nürnberger Rostbratwürste
- **キックオフイベントをブリュッセルで開催（2010年9月）**

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

G）特産品アプリ

- 私は～～へ行きます。この地域にはどのような特産品がありますか？
- レストランのインターフェース：
  「極上のバイエルンの台所（Ausgezeichnet Bayerische Küche）」コンテストで金賞をとったレストランのナビゲーション
- 2012年4月～，Appstoreで利用可

出所：Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.

示唆される点

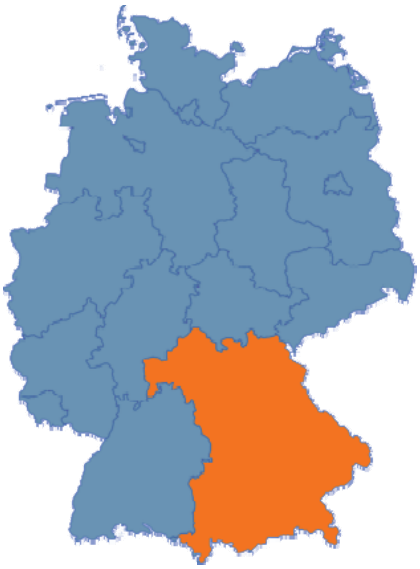
- GIの新興国では，地理的表示保護・原産地呼称の概念が定着するには時間がかかる。
- 制度の立ち上げ期には，ラベルを利用する生産者，流通業界，消費者に対する情報提供や推進等が不可欠で，行政支援の必要性が指摘される。
- 単一産品のプロモーションだけでなく，他のGI産品と組み合わせた販促や，バイエルン州全体を宣伝。ここから，GIを核とした地域振興の在り方が示唆される。

4. Bayerisches Rindfleisch g.g.A.

バイエルンビーフPGI

バイエルンビーフPGI

- **生産地域**
  - **バイエルン州**
- **同州では，数百年前から牛肉生産が行われており，その伝統と，地域の食文化等における重要性が高く評価されている。**
- **州の原産地・品質表示マーク（GQマーク）と両立；**
  - **GIは輸出，GQは州内**



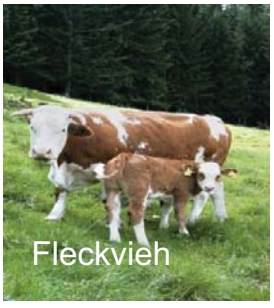
参考）GQマーク

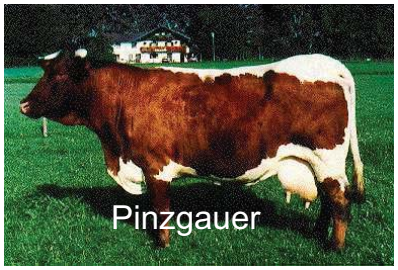
品質と原産地表示の結合 „Geprüfte Qualität – Bayern“

- Geprüfte Qualität – Bayern
  - 品質および原産地保護制度
  - 全参加者に対し独立した証明
  - 19の生産物領域（雌牛，豚肉，牛乳，ジャガイモ，パン，果実・野菜）
  - 2万の農業者，150の登録商標企業
  - 63%のバイエルン州の消費者が本表示を認識
  - 食品小売業者（Edeka, Lidl, Aldi）が広く導入
- Öko – Qualität garantiert – Bayern
  - 100の有機食品産業が表示を利用

牛の品種

- **バイエルンの品種：** Fleckvieh, Braunvieh, Gelbvieh, Pinzgauer, Murnau-Werdenfelser Rind





明細書

- **原産地：誕生，飼育，肥育の全てが州内で行われなければならない**
- **最寄りのと殺場までの最大輸送時間：3時間**
- **pH-24値：と殺体で6.0未満，およびDFD肉の兆候なし**
- **定義された分類要件（E，U，R）および脂肪クラス（2-4）**
- **年齢および体重に関する要件；**
  - **子牛：と殺年齢8ヶ月未満，最小体重120キロ**
  - **若牛：と殺年齢8～12ヶ月，体重150～300キロ**
  - **雌牛：と殺年齢> 12ヶ月，体重>220キロ**
  - **雄牛：と殺年齢<24ヶ月，体重<430キロ**
  - **乳牛：と殺年齢<7歳，体重<450キロ**

郷土料理に関連付けた差別化

- **バイエルンの伝統的食文化との統合：**
  Tellerfleisch, Kronfleisch等

- **全ドイツを対象とした消費者調査でも，65%の消費者が品質の高さを認識。**

GIによる価値創造

- **大手チェーンALDIの参入で需要が拡大し品薄に**
- **一頭当たり約20ユーロの付加価値**

GI ＝ 新しい地域化

5. Arroz de Valencia D.O.

バレンシア米PDOの事例

登録の背景

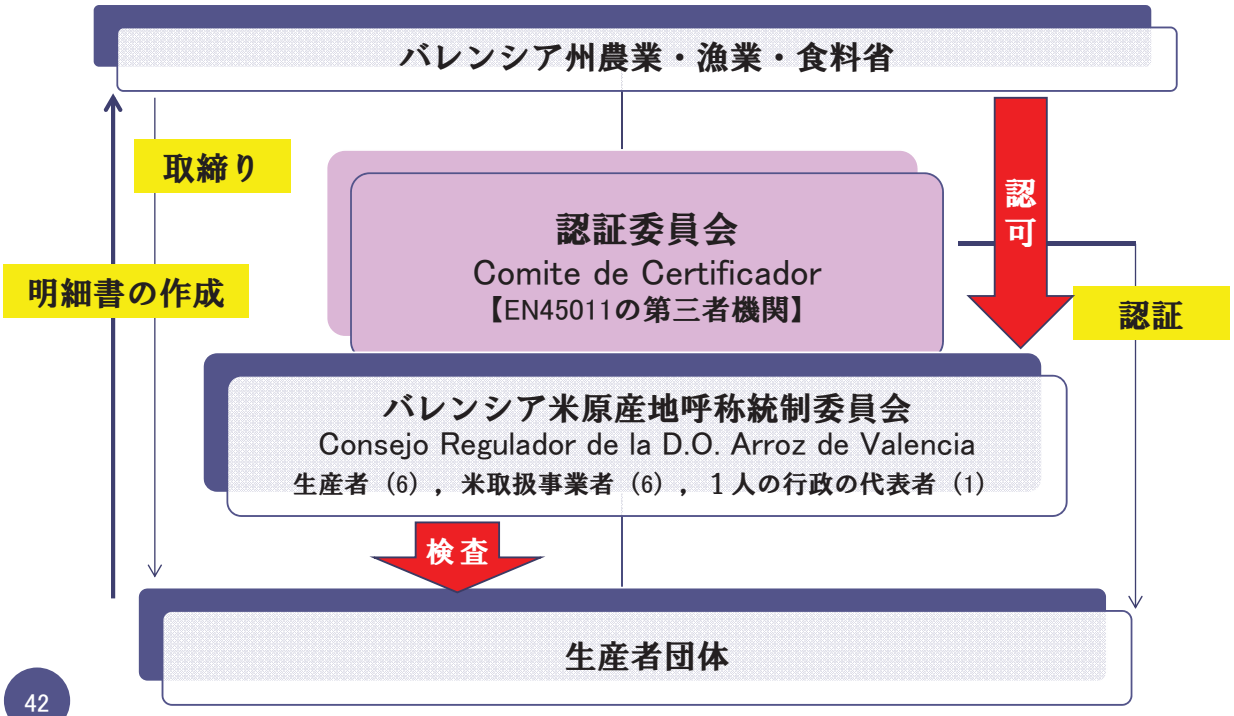
- **生産量・生産面積の減少に伴うバレンシア米の重要性低下を危惧し，地域文化の一部としてのバレンシア米の重要性と，農業環境に寄与する稲作の維持を目的として，PDOに登録；**
  - **圃場の零細性に起因した高い生産費**
  - **自由貿易による競争の激化**
  - **CAPにおける価格引下げ**

地理的地域との結び付き

- **アルブフェラ自然公園周辺の34の自治体**
- **稲作に最適な土壌（氾濫原）・気候条件**
- **パエリャ発祥の地**
  - **米料理＝バレンシア**
- **地域の伝統的米料理とリンクしたローカル品種**
  - Senia, Bahía, Bomba等
  - **水（風味）の吸収力が高い**
  - **炊いてもベトつかず，パラパラした質感**
  - **ジャポニカ種の一種**

伝統的米料理に最適な品質

バレンシア米の管理体制



登録手続き

- 生産者・事業者の団体が明細書を添えて自ら生産ないし購入する米について登録出願。
- 統制委員会（検査官と秘書の二人）が要件適合の検査を行う。
  - 立地審査：グーグルアースで地理的地域内か，オレンジの木ではないか等を確認。
  - 書類審査：購入した種子の請求書。明細書に適合した品種かどうか，種子の量，圃場の大きさ。
- 現場確認：レポートを作成し，認証委員会に提出。
  - 明細書要件に合致しない部分があれば，出願者に改善を要求。
- 認証委員会が認証するか否かを決定。
  - 統制委員会はその判断に関与することはできない。
- 出願が受理されると，認証書を発行し，その名称を公表。
  - 出願が却下された場合，出願者は異議申立を行うことができる。

数量管理

コメ種子生産者協同組合（Sueca）

- 毎年の米の数量
  - 登録農地における収穫量
  - 前期の在庫量
- 種子
  - 公式に認可された種子の購入証明（請求書）
- 保護された米の動き
  - 農業者は，販売量（いつ誰に）・在庫量を報告。
  - 米取扱事業者は，購入量（いつ誰から）・販売先を報告。
- 自然災害後（洪水，嵐）
  - 統制委員会が，倒伏・損害を受けた量をチェック。

米取扱事業者の検査

- 事業者の立地（保護された地域内かどうか）
- 明細書遵守を検査するための設備の有無
- 精米設備の有無
- 袋詰めされたコメのサンプル検査（明細書のパラメータに適合しているかどうか）
- トレーサビリティ：毎月，米の供給元，使用したラベルのナンバー等の報告を義務付け
- 年3回検査：原産地，数量，品質（サンプル検査），GI米が他の米から隔離されているか。

統制委員会による数量管理

- 統制委員会は，生産者（米の供給元）と米取扱事業者（米の供給先）の双方に報告を義務付け，両者の対応関係をチェック。
- 米の数量および動きを管理
- バレンシア米として市場に出せると判断された米の数量に見合った数だけのラベルを事業者に付与。
  - 識別番号の管理

●原産地と管理組織を示す識別番号

参考）バレンシア米のデータ

- **登録農家数：** 338
  登録圃場数： 2,043
  事業者数： 9
  登録農地面積： 2,219.17 ha

- **籾米の生産量**

Sénia/Bahia	14,430.21 トン
Bomba	2,097.76 トン
計	16,527.97 トン

- **精米の生産量**

Sénia/Bahía	5,482.12 トン
Bomba	517.19 トン
計	5,999.31 トン

- **生産目標：**

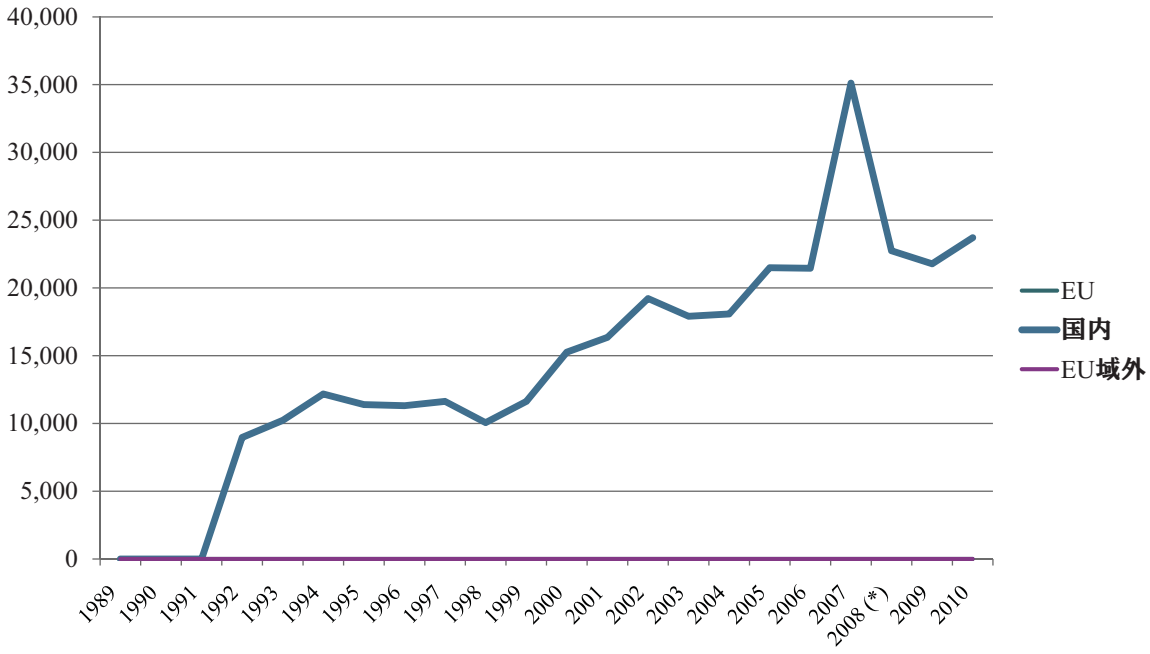
国内市場	5,870.26 トン
域内市場	0 トン
域外市場	128.42 トン

- **ラベル番号：**

Sénia/Bahia	5,007,039
Bomba	413,962
計	5,421,001

資料：Consejo Regulador de D.O. Arroz de Valencia

参考）GI米の市場出荷量の推移（1997-2010）



資料：Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) e Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) de Productos Agroalimentarios AÑO 2010

費用および利益率

生産者団体からのヒアリング

- **認可された種子の平均価格**
  - **一般的な種子の2倍，** 1.90 €/kg
  - **他のGI米の種子よりも高価**
- **検査費用**
  - **農業者：　玄米価格の**0.75%
    0.30 €/kg（2012年10月）
  - **米取扱事業者：　玄米価格の**1.5%
- **利益率**
  - **農家：　4%高い利益率**

美食に関連付けたマーケティング戦略

●調理しないと食べられない米の特性を考慮
●有名米料理店で「プロの料理人が使う米」というイメージをアピール

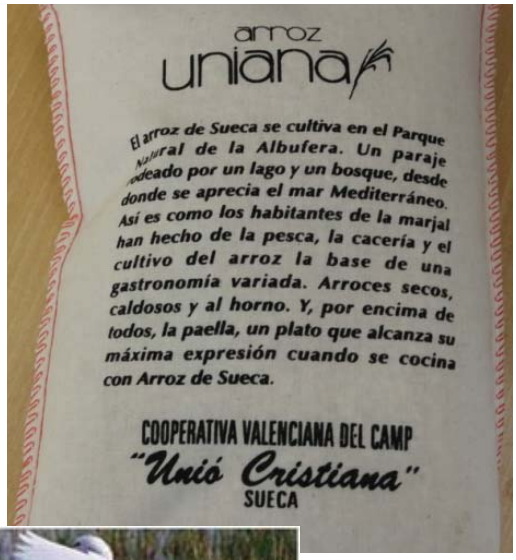
●レストランに焦点を当てたプロモーション

調理法に関連付けた販促

- スーパー等の販売促進
  - “パエリャに最適な米”
  - レシピとセット

環境保全への寄与を付加価値に

- テレビCM
- 米袋のパッケージ
  - 稲作が自然保護・野鳥保護に寄与している点をアピールし，高付加価値化を図る
  - 生物多様性・文化・社会的価値の保全にも寄与



出所：Agrícola. No. 21,2008.

グルメ観光

ずらりと立ち並ぶ米料理店

アルブフェラ自然公園

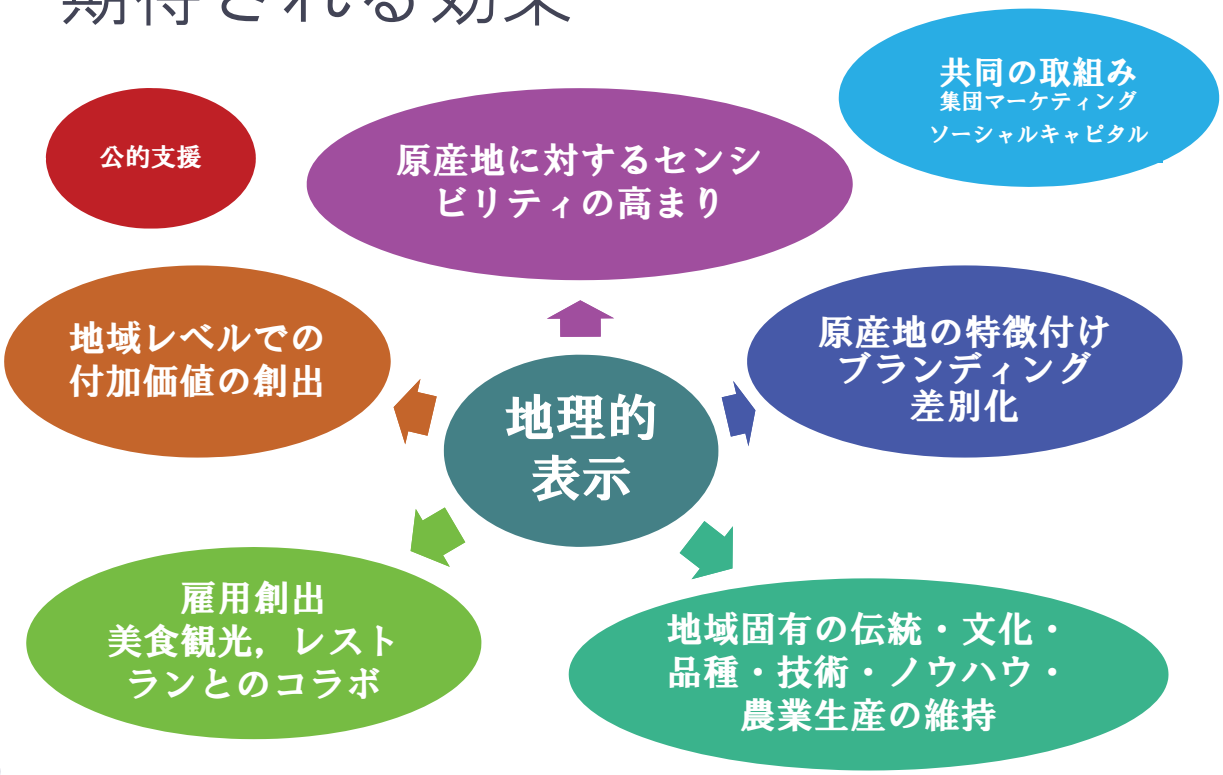
●米料理店が立ち並ぶEl Palmar（エル・パルマル）村には，観光バスや車で多くの観光客が訪れる
●観光客の増加によるサービス業の雇用創出

7. むすび

GI産品を核とした地域振興

- 原産地に対するセンシビリティの高まり
  - GIはグローバル化に対抗する流れ；
  - オリジナルな個々の製品に息を吹きかける。
- 原産地の特徴付け
  - 立地・農業生産・農耕景観・食文化・人間の結合
  - 方言を用いたラベリング（差別化）
- GI産品を核とした地域振興
  - 美食と結び付けた観光客の呼び込み【相乗効果】
    - ワインツーリズム，オイルツーリズム，パエリャ祭 etc.
    - レストラン，観光地とのコラボ

期待される効果



ご静聴ありがとうございました。

Email: youtan19@affrc.go.jp