

GI製品の付加価値向上にはどのような取組が必要か

—GI産地の取組状況の分析—

食料領域 上席主任研究官 内藤 恵久

1. はじめに

地理的表示（GI）は、特色ある製品の品質と生産方法を保証することを通じて、製品の付加価値向上に資することが期待されていますが、産地側からは、必ずしも十分な効果を上げていないとの声も聞かれます。これに関し、アンケート調査結果から、品質管理の強化、プロモーション活動といったGIを活用した取組を行っている産地で、価格上昇や販売拡大等の経済的効果が表れていることが指摘されています（内藤ら、2020）。本研究では、具体的な事例に即して、産地のどのような活動が、どのように効果につながっているかを把握するため、GI製品の取組事例の調査を行い、その内容の分析を行いました。

ここで、事業体の行う様々な活動と競争上の優位性との関係を分析する手法として、購買物流、製造、出荷物流、販売・マーケティング、サービスなどの一連の活動により、差別化が行われ、優位性が確保されるという価値連鎖の考え方が示されています（ポーター、1985）。これを踏まえ、本研究では、活動を支える全般管理の体制と各段階の価値につながる具体的活動に着目して事例の分析を行っています。

2. 事例ごとの取組の概要

調査は、2022年7月～12月に10製品の生産者団体から聞き取りを行う形で実施しました。各事例をすべて紹介するには紙幅が足りませんので、ここでは、みやぎサーモン、山形セルリー、つるたスチューベン^(注)の取組の内容を紹介します。

(1) みやぎサーモン

鮮度保持処理（活締、低温流通）により生で食べられる高品質な鮭で、2017年5月にGI登録されました。登録生産者団体は「みやぎ銀ざけ振興協議会」で、構成員は漁協、飼料メーカー、商社、産地市場、自治体等幅広い関係者となっており、餌等の生産資材の供給から、生産管理、販売・プロモーションまで、一連の活動を協力して行う体制がとられています。協議会の実務は宮城県漁協が行っており、取組の中心的役割を果たしています。

付加価値向上に向けた具体的な活動として、GI登録を機に生産基準の強化や基準遵守の徹底が行われ、また、全地方紙での広告やプロ野球球団とのタイアップなど様々な媒体を通じ積極的なプロモーション活動が行われています。この結果、登録前後で、kg当たり単価は400円から6～700円に上昇し、販路が拡大し、販売額も増加しています。

(2) 山形セルリー

シャキシャキして柔らかく、えぐみが少なく甘みを感じられる風味のあるセロリで、2018年4月にGI登録されました。登録生産者団体はJA山形市であり、JAが生産から管理までを一元的に管理しています。

JAが積極的な取組を行っており、生産面では、JAが生産団地を整備し、就農希望者に貸付けを行い、ベテラン農家による指導体制も整えて、生産体制を確立しています。販売面では、GIを活用した様々なPR活動を行っており、特に小型の「ひめセルリー」については、GIマーク入りの個包装で出荷して評価を高めるとともに、品質・生産行程が保証されるGIの特徴を生かして、生産プロセスに関心の深い生協への販路を拡大しています。この結果、特に「ひめセルリー」について、価格が上昇し、販売量も増加しています。

(3) つるたスチューベン

冬季に出荷される糖度の高いぶどうで、2019年3月にGI登録されました。登録生産者団体は「つるたスチューベン日本一推進協議会」で、構成員は、青森県鶴田町、農協、生産者の協会、法人生産者、産地市場卸売業者等幅広い関係者となっています。この協議会の下、生産面の管理は3つの生産者団体が行い、プロモーションについては、生産者団体、産地卸売業者、自治体が協力して行う体制がとられています。協議会の事務局は鶴田町であり、町が主導的役割を果たしています。

具体的な取組として、生産面では、GI登録を機に糖度基準を統一的に導入し、各生産者団体が基準適合を確認し、販売面では、協議会支援で作成された統一的な出荷袋での出荷を行うとともに、協議会で決定された方向に基づき、生産流通関係者と自治

体が協力してプロモーション活動を強化しています。この結果、kg当たり単価は、GI登録前5年平均と登録後3年平均の比較で12%増加し、GIに取り組む生産者が増加しています。



GIマーク入りの袋で販売される「つるたスチューベン」

3. 結果のまとめ

2で示した事例を含め、各事例の調査結果から明らかになった点は、次のとおりです。

1点目として、GI登録を活用して、積極的なマーケティング活動や品質管理の強化を行っている産品で、価格上昇や販路拡大等の経済的効果が認められました。例えば、品質管理の徹底とともにGIを生かした積極的なPR活動が行っている「みやぎサーモン」や、町が主導する協議会の下、関係者が連携して消費地での積極的なプロモーション活動を行っている「つるたスチューベン」で、価格上昇や販路の拡大が見られました。一方、「十三湖産大和しじみ」では、2漁協でのGI取得後も、統一的なプロモーション活動などが行われず、目立った効果が見られませんでした。

2点目として、取組の全体を統括し、管理する体制が機能している場合、円滑な取組が進められていました。この点は、特に、ブランドに複数の団体がかわる場合で顕著でした。例えば、「つるたスチューベン」では、多数の関係者（3つの生産関係団体、産地市場・消費地市場の卸売業者などの流通業者等）を連携・統括する機能を、町が事務局を務める協議会が担い、関係者が連携した取組により効果が表れていました。「みやぎサーモン」では、幅広い関係者をメンバーとする協議会が設置され、事務局を漁協が行いつつ、品質向上対策、販売プロモーション等の取組が行われ、効果を上げていました。一方、2漁協が関係する「十三湖産大和しじみ」については、取組全体を管理する体制がとられておらず、プロモーション活動等を共同して行う形

にはなっていませんでした。

3点目として、生産量の減少などにより需要に応じることができず、ブランド価値を高めていく上で、販売・プロモーション面より、むしろ生産面に課題のある産地が複数見られました。例えば、「能登志賀ころ柿」では加工処理能力の不足等から、「加賀丸いも」、「桜島小みかん」、「岩出山凍り豆腐」では生産者数の減少等から、「辺塚だいたい」では元々の生産規模の小ささから、需要に対応できる生産ができず、新たな需要先があっても、これを付加価値増大につなげられていませんでした。一方で、農協が主導した担い手育成の取組により、生産者数や生産量が回復し、販売面の取組と相まって、付加価値を大きく増大させている「山形セルリー」の例もありました。

4. おわりに

調査結果から、①登録後の積極的な取組を促すことの重要性、②取組全体を調整、統括するガバナンス体制の重要性、③生産面の対策の重要性等が示唆されました。これまで政府は、登録数の増加を重点に施策を進めてきましたが、GI登録のみでは十分な効果は望めず、登録を生かしたプロモーション等の諸活動が重要なことから、これら活動の促進・支援策を充実することが求められます。また、ガバナンス体制の整備に向けた取組も進める必要があります。調査事例では、関係者を包摂した体制確立に自治体が大きな役割を果たしている例が見られましたが、どのような体制構築が望ましいのか、さらに分析を深める必要があります。

現在、GIの登録産品は140を超えるまで増加していますが、このような課題に対応しつつ、登録をいかに付加価値につなげていくかが重要と考えられます。

(注) 調査対象品目は、ここで取り上げた3産品のほか、能登志賀ころ柿、加賀丸いも、十三湖産大和しじみ、桜島小みかん、辺塚だいたい、岩出山凍り豆腐、焼畑あつみかぶの10産品です。詳細な内容は、農林水産政策研究所ウェブサイトをご参照ください。

<https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/R05syokuryo01.html>

【参考文献】

内藤恵久・大橋めぐみ・飯田恭子・八木浩平・菊島良介（2020）「地理的表示保護制度への登録の効果及び今後の課題—登録産品のアンケート調査による分析—」農林水産政策研究所『需要拡大プロジェクト【高付加価値化】研究資料第1号』。
M.E. ポーター（1985）土岐坤・中辻萬治・小野寺武夫訳『競争優位の戦略』ダイヤモンド社。