

# 地理的表示を通じた地域振興 —フランスにおける「味の景勝地」制度を事例に—

農林水産政策研究所 国際領域

上席主任研究官 須田文明

## 本日の報告

- 地理的表示産品を核とした地域振興への取組の状況について、フランスの事例を紹介

➡ フランス「味の景勝地」制度：地理的表示と景観など地域に存在する他の財がもたらすシナジー（相乗効果）

ポイントは

地理的表示産品が主導する地域複合財（財バスケット）の形成

# フランスにおける地理的表示の位置付け

	登録数	取組経営体数	フランス全体での取組割合
AOC/PDO	84	23,400	4.8%
PGI	107	8,200	1.7%
フランスの農家経営体数		490,000	
フランス国内で公的品質保証制度 (下表参照)に取組む経営体数 ※重複を除く(ワインと有機農業含まず)		106,500	

<参考>

	取組経営体数
ラベルルージュ	22,200
製品適合認証	22,100
有機農業	18,000
その他(地鶏団体商標等)	52,100

出典: Agreste Primeur, no.294, 2012

注: 経営体数は2010年センサスデータ、登録数は2012年3月現在のPDO及びPGIの登録数

3

## 地理的表示の二つの活用方法

### 1 モノAOCアプローチ

“ボージョレヌーボー”のように、一つの産品に特化し、生産・販売。地理的表示により、地域外で高価で販売  
(パスポート効果)

### 2 財バスケットアプローチ

一つのリーダー的な地理的表示産品を中心に、その他の地域特産品やサービス(民宿、レストラン、ツーリズム)が結合され、お互いに高付加価値化し合い、それぞれが一般産品とは代替しがたいような地位を獲得(地域的品質のレント効果)

# 味の景勝地制度 (Site Remarquable du Gout : SRG)

- ✓1994年 創設(全国料理技芸委員会:CNACにより100のSRGを認定)
- ✓1996年 いくつかのSRGが集い、全国SRG協会設立
- ✓2001年 全国SRG協会が引き続き、認定活動
- ✓2010年 全国SRG協会を全国SRG連合会に組織替:代表F. Kornprobst氏

## SRGの目的

- 産地イメージの向上
- 生産者と消費者の関係を身近にし、食文化の推進
- 地域全体のプロモーション

全国SRG連合会のメンバーのSRGは75カ所(2004年時点)

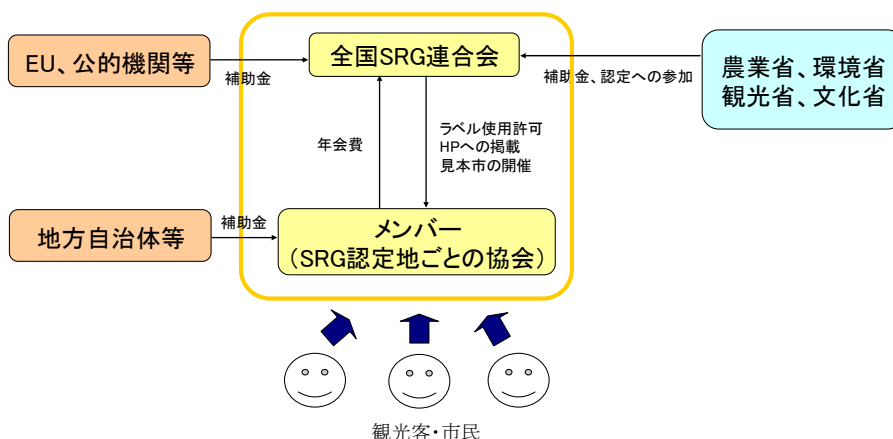


出典: E.Jary,(2004) Les Chemins du gout,Aubanel

5

## SRGの運営

- 全国SRG連合会が制度運営の中心
- 農業省、環境省、観光省、文化省の4省が協力し、味の景勝地の認定
- 認定された「味の景勝地」は、全国SRG連合会のメンバーとなる。ラベルの使用やHPへの掲載が可能となる
- メンバーの分担金:500ユーロ/年、4省庁からの補助:それぞれ1万ユーロ  
その他EUからの補助等を含め、年間12万ユーロの収入で上記活動を実施



6

## SRGの認定

- 以下の4要件の基準をみたす景勝地
- 認定は随時
- 申請書を基に、全国SRG連合会の承認委員会、および4省庁からなる専門委員会による書面審査、現地視察
- 地域の範囲は、集落単位から広域行政圏まで多様

1. 伝統的、かつ特徴的地域農産品の存在
2. 建物、景観等、産品と関連した特徴的「ヘリテイジ(自然や文化遺産)」の存在
3. 滞在施設、遊歩道等の旅行客の受入体制が整備されていること
4. 上記の要素のシナジー(相乗効果)を保証するため、地域の関係者が組織化されていること

## SRGの地域ごとの活動内容

- ①ヘリテイジ: 美食散歩、生産者訪問 ②美食: 試飲(食)会 ③地域振興: セミナー、食育 ④ツーリズム: 滞在促進

7

## SRGの事例

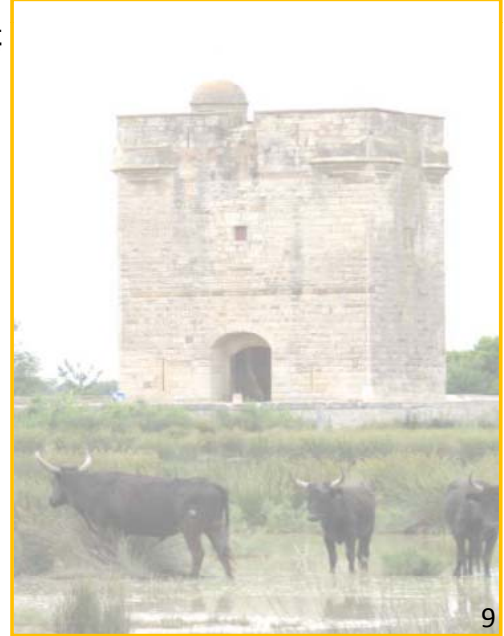
# 事例1:カマルグ闘牛肉

## <SRGの特徴>

- ◆SRGの地域:ラ・トゥール・カルボニエールの草地及び湿地
- ◆核となる地理的表示産品:カマルグ闘牛品種の牛肉(PDO)
- ◆カマルグ闘牛種を飼養する草地及び湿地、カルボニエールの塔が存在し、これらにより特徴的な景観を形成
- ◆闘牛に関連する畜産関連産業、農家滞在施設等のツーリズムが発展
- ◆「カマルグの闘牛肉PDO保護組合」、地方公共団体(市町村連合、県観光委員会、県農業会議所など)が協力し、地域振興



出典: Viidourle Camargueホームページ



9

## SRG申請の経緯:背景と目的、取り組み内容

### 背景

2011年、ガール県観光委員会と、広域行政圏Pays Vidourle Camargue(LEADER事業の担い手)との発意

### 目的

- 地域のエンブレムの産品、「カマルグの闘牛肉PDO」とその自然文化遺産のイメージの振興
- 地域のアグリツーリズム経済の様々なアクターを連携させることで、この目的と関連したあらゆる活動を促進

### カマルグSRGへの加盟条件と取り組み内容

加盟するためには、グッドプラクティス憲章への署名を条件付ける。

憲章は、以下を規定(加盟レストランの場合):

- メニューに、1品以上、当該PDO牛肉を活用した料理を提供
- 提供される料理は、その他の地域特産品(カマルグのコメ、オリーブオイルなど)を使用
- SRGにより作成されるレシピ集の配布

## カマルグSRGに関連する活動と財政支援

### <カマルグSRGの活動内容>

1. カマルグ闘牛肉へのアクセスを改善し、消費者と生産者を近づける
2. SRG「ラ・トゥール・カルボニエール」のツーリズム振興
3. カマルグ闘牛肉のサプライチェーンの構築
4. 10月を「カマルグ闘牛肉PDO」製品の「味覚月間」と制定

これらの活動には、EU共通農業政策におけるLEADER事業を活用

47のプロジェクトにつき総額(2008～2012年)155万2,000ユーロ

うち、EU:71万2,000ユーロ、

地方公共団体(州、県、市町村):84万ユーロ

### <助成の例>

1. ある農場において、観光客を受け入れるホールの設置 3万6,666ユーロ
2. 馬具製造企業の起業 10,700ユーロ
3. 「カマルグの闘牛の伝統」についての調査 7,920ユーロ(+県3,200ユーロ)
4. 15の農家民宿に15万3,000ユーロ、(+県12万5,000ユーロ)

11

## 事例2:ニヨンのオリーブ

### <SRGの特徴>

- ◆核となる地理的表示産品:オリーブ(Tanche品種、AOC)
- ◆SRGの地域:2000年以上のオリーブ栽培の歴史を持ち、関連する搾油場やオリーブの道(遊歩道)が存在
- ◆オリーブを中心とし、景観や環境(公的資金を活用したオリーブの段々畑の整備)、ツーリズム、アロマセラピー等の地域資源にまとまり
- ◆オリーブ生産者組合





## ニヨンSRGの効果

フランスやEUには多くのオリーブオイルのPDOが存在。PDOの中での差別化、競争力も必要。

オリーブオイルの価格（一般及びAOCオイルとの比較）

(ユーロ/リットル)

標準品	Haute Provence	Baux de Provence	Nyons
5.8	17.0	19.0	20.4

ニヨン地域の農家民宿の平均料金が県内の同クラスのなかで最高  
(週334ユーロ)

観光施設での旅行者はニヨンのオリーブオイルのほか、多くの産品を購入

産品	購入した人の割合(%)
ニヨンのオリーブオイル	63.7
ヤギチーズ(ピコドンAOC)	48.1
アプリコット	45.1
蜂蜜	42.1
AOCワイン	41.2
ラベンダー製品	28.5
地ワイン	25.5

出典:Pecqueur, 2011

13

## 事例3:オーブラックのチーズ

### <SRGの特徴>

- ◆SRGの名称:オーブラックのチーズ小屋Burons d'Aubrac
- ◆核となる地理的表示産品:ラヨールチーズ(AOC)、伝統料理Aligot(アリゴ)(PGI)
- ◆オーブラック高原での夏期放牧、巡礼の道、ラヨールのナイフ(伝統産業)
- ◆チーズ協同組合(Jeune Mongagne、Maison d'Aubrac、NPO「オーブラックの伝統」)

(オーブラック牛の夏期放牧の祭り)



出典: Maison d'Aubracホームページ

14

# 夏期放牧の祭り(1982年～)の経済効果

2011年5月22日

- ・1万5,000人の観光客(800台のキャンピングカー、50台のバス)
- ・メゾン・ド・オーブラックは、8,000人の入場者
- ・チーズ協同組合は6,000皿のアリゴを販売
- ・PGI及びラベルルージュのオーブラック牛肉の料理



15

## オーブラックSRGのイメージの構成要素＝地域的複合財

スクリーンとしてのオーブラック地方の景観

- ・メゾン・ド・オーブラックを地域特産品のショーウィンドーとして活用
- ・3月17日に開催されるチーズの道
- ・夏期放牧の祭り(5/20前後の日曜)

地域食材のまとまりに醸成される  
高品質の農業のイメージ

地域の果樹(Rugie地方)  
野菜(Lot溪谷地方)  
ハーブ、花  
オーブラック牛肉、ラヨールチーズ  
アリゴ(IGP)  
ジビエ(Truques森の鹿肉)  
ガヤックAOCワイン



ミシュラン三つ星  
レストラン  
"Michel Bras"での  
地域の食材の活用

その他の地域特産品

ラヨール  
のナイフ

16



## 事例4：ガティネ自然公園内のSRG

### <ミントとクレソンを中心とした二つのSRG>

#### ① ミリ・ラ・フォーレのペパーミント

◆かつてはミントの生産地帯であったが、現在は縮小。SRGとして地域で保存。

◆この地域一帯の特産品には、統一的な自然公園のマークを貼付

ペパーミント、地鶏、クレソン、ヤギのチーズ等

◆生産者、自然公園、ツーリズムオフィス



(ミントの店)



17

#### ② メレヴィーユのクレソン

産品：19世紀以来のクレソン生産。フランス第一位の生産量

景観：ジュワヌ渓谷の景観

関連団体：生産者団体、自然公園、ツーリズムオフィス、地方公共団体



出典：Conseil General Essone



出典：www.europeidf.fr

18

## LEADERによる支援事業

### ＜助成の例＞

- 農業及び食品従事者の研修：  
例：作物の多角化のために麻の栽培についての研修
- 農業経営近代化、農場での加工支援  
例：薬用香料作物およびクレソン、野菜、果樹、畜産の農場での加工支援
- 農業経営の多角化：消費者受け入れ、直売、販売促進  
例：地鶏（ガティネ鶏）の加工施設設置
- ツーリズム活動の振興：  
例：「薬草香料の道」ハイキング
- 農村自然文化遺産の保全と管理

19

## ガティネ自然公園における農業支援

### 欧州及び地方公共団体による支援 (2007-2013)

（単位：ユーロ）

	欧州農村 振興基金	イルドフラ ンス州	Essonne 県	Seine-et- Marne県	市町村	国
農林業の競争力向上	99,000	75,600	2,700	2,700	-	-
生活の質改善、農村地域での経済活動多角化	566,390	307,530	62,940	62,940	30,000	-
国内、国際的協力	85,555					70,000
振興、運営	187,555	92,070	30,690	30,690	-	-
合計	938,495	475,200	96,330	96,330	30,000	70,000

出典：www.europeidf.fr

20

## まとめ1 : SRGの効果

### 地域的複合財(財バスケット)の形成とそのメリット

- 高品質で、補完的な財・サービスが地域市場で補強しあう。
- 私的財及びサービスと地方公共財との結合により、地域の品質イメージと評判を確立
- 地域的品質の準レートを内部化するための、SRG地域内のメンバー間での調整が容易に(例えば、ニヨンでは、オリーブのイメージに合わせるだけでよく、調整コストを節約)

21

## まとめ2 : 財バスケット拡大への行政支援

- 特定の地理的表示産品(例:ニヨンのオリーブ、オーブラックのチーズ)を核に、地域的品質のレートを高める・・・味の景勝地などの取組
- LEADERやクラスター育成関係事業等を活用したプロジェクト
  - ・地域産品販売施設整備(例:ニヨン協同組合店舗、メゾン・ド・オーブラック)
  - ・全体イメージの強化(例:ニヨンのオリーブの道)
  - ・生産・加工等農村における拠点の整備(例:ノルマンディにおけるチーズやリンゴ酒の製造関連拠点等の整備)
- 財バスケットの拡大を図るため、民間主体や公共機関の連携が必要

22