


# フランスにおける 地理的表示保護制度を活用した取組 —「味の景勝地制度」を中心に—

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

# 食品公共政策における地理的表示産品

- フランスにおいては、農業近代化法no.2010-874第1条で、食品公共政策の制定を基礎づけ。食品における公共活動の調整を配慮して、全国食品プログラムPNAが制定された。
- 政府は、農事法典に基づき3年ごとに、PNAにかかる活動について国会に報告することとされた。
- 2013年7月に国会に報告書を提出

# 全国食品プログラムPNA

第1軸：すべての人に高品質の食品へアクセス促進

第2軸：食品供給の改善

第3軸：食品に関する知識と情報の改善

第4軸：フランスの食品及び料理文化遺産の促進

第5-1軸（横断的）：持続的、高品質な食品モデルを  
制定するための手法を開発すること

第5-2軸（横断的）：コミュニケーション活動の運営

# 第4軸フランスの食品及び料理文化遺産にかかる取組

## 軸4: フランスの食品及び料理に関する文化遺産を促進すること

全国食品料理文化遺産に登録された産品料理の総覧	22の各州が、それぞれのエンブレムとなるような15の産品を選定。現在13の州で、173の産品が採用
公的品質表示	AOC(450), PGI (109), ラベルルージュ (470)、
公的品質表示産品の国内市場、輸出市場シェア	国内市場シェア: ワインの88%、鶏肉11%など
Maître Restaurateurの称号	県知事により、2,000の伝統的料理のレストランが認定
登録されたSTG	伝統的な生産・加工方法により作られた農産品・食品(STG)を登録 登録はMoules de Bouchotのみ
ワインツーリズム	Vignobles & Decouvertes認定24
認定された味の景勝地	71ヶ所が認定

# 地理的表示とテロワール

PDO (保護原産地呼称)  
(protected designation of origin)



## ◆要件

- 特定の場所、地域又は例外的に国を原産地としている
- 品質又は特性が、自然的、人的要因を備えた特定の地理的環境に専ら又は本質的に起因(品質等と地理的環境との強いつながり)
- 生産行程の全てがその地域で行われる(原料もその地域産)

◆ 仏AOCがベース

◆ 登録数 565(2013末)

PDOのベースとなっているのはフランスのAOC



AOCは、特色ある農産品や食品を生み出す自然的、人的環境を備えた地域(地理的空間)を意味する「テロワール」という概念を基盤にしている。



テロワール産品を地理的表示で保護

# テロワールと特異性

「**テロワール**とは、人間共同体が歴史を通じて、生産に関する集団的な知的ノウハウを作り上げてきた、**限定された地理的空間**である。この地理的空間は物理的、生物学的な環境と、人間的要素との間の相互作用システムに基づいている。**この地理的空間**では、作用している社会的、技術的な軌跡が、この**テロワールの産品**に対して**オリジナリティ**と**特異性typicité**を付与し、評判を生み出しているのである。」(INRA-INA0, 2005)。

ある産品の特徴が特異的**typique**であるのは、この特徴が地域に根付いた生産条件(自然的、人間的——ノウハウや伝統——)に由来している場合、すなわちテロワールとの結合を有している場合である。

# 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	フランス全体の経営体に占める取組割合
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	

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



# 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 Goût : 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

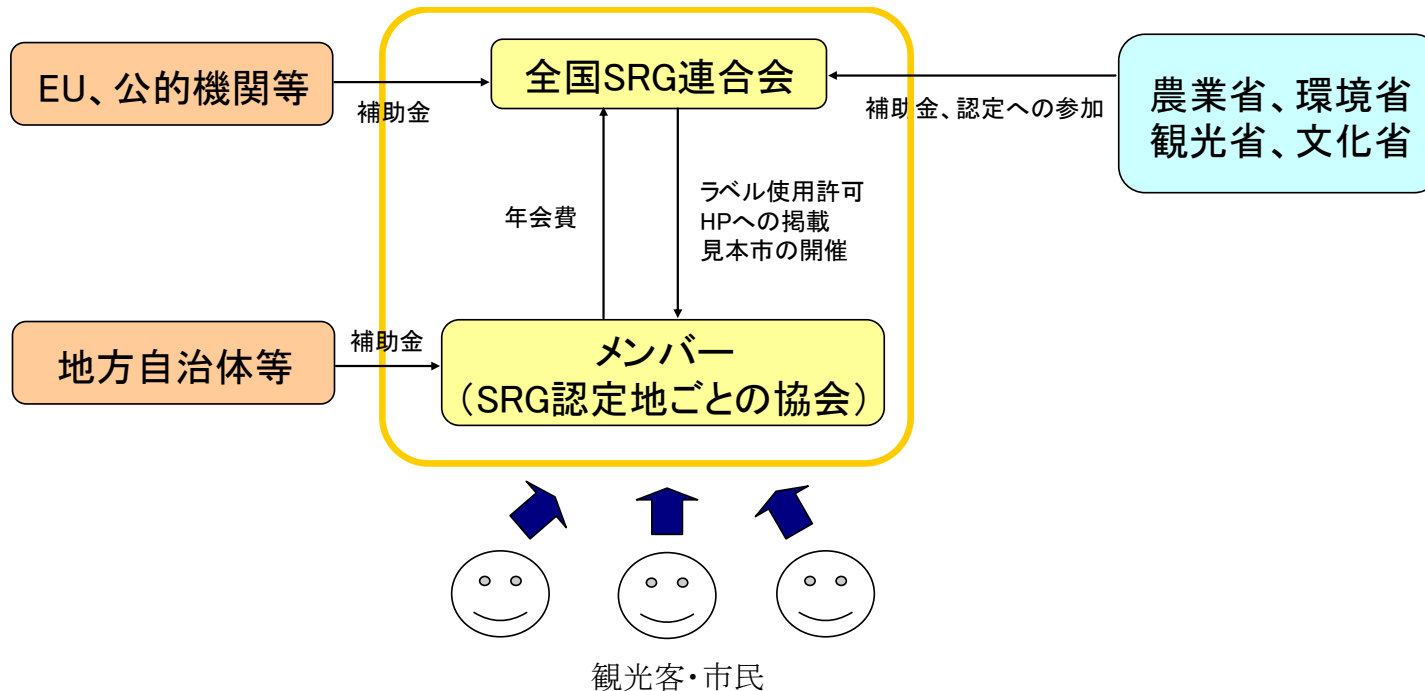
全国SRG連合会のメンバーの  
SRGは71カ所(2013年時点)



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

# 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



## 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「ヘリテイッジ(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ヘリテイッジ: 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

# SRGの事例

# 事例1: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



# 事例2:オーブランクのチーズ

## ＜SRGの特徴＞

- ◆SRGの名称:オーブランクのチーズ小屋Burons d'Aubrac
- ◆核となる地理的表示産品:ラヨールチーズ(AOC)
- ◆オーブランクの未經産牛Genisse Fleur d'Aubrac (PGI)
- ◆地域の特徴:オーブラン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「オーブランクの伝統」

(オーブランク牛の夏期放牧の祭り)

## La vache Aubrac en Transhumance

Dimanche 27 Mai 2012 Village d'Aubrac de 10h à 19h



TRADITIONS EN AUBRAC Office de Tourisme Cantonal 12470 St Chély d'Aubrac Tél. 05 65 44 21 15 [www.traditionsenaubrac.com](http://www.traditionsenaubrac.com)

Fête de l'élevage du Territoire Aubrac - aux confins de trois départements, Aveyron, Cantal et Lot, et trois régions, Auvergne, Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées



# フランスの牛の品種構成

品種	頭数(千頭)	シェア%
ホルスタイン	2,456	31.7
シャロレ	1,589	20.5
リムジン	1,063	13.7
モンベリアルド	655	8.4
ブロンダキテーヌ	532	6.9
ノルマンディ	397	5.1
クロス	395	5.1
サレール	202	2.6
オーブラック	160	2.1
その他	307	4.0
合計(44品種)	7,754	100.0

# 夏季放牧の祭り





# 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(農産品直売所兼展示場)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



**Le Laguiole**  
Fromage AOC/AOP  
de l'Aubrac

APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE

**Le produit**

Le Laguiole (prononcer « Layole ») est un fromage à pâte pressée non cuite fabriqué exclusivement avec du lait de vache entier et cru provenant de troupeaux qui, depuis le 1er janvier 2004, doit être uniquement de race Aubrac ou Simmental française.

L'alimentation des vaches est à base d'herbe (tout ensilage est interdit). Le pâturage est obligatoire nuit et jour au moins 4 mois par an. La production laitière annuelle par vache ne doit pas dépasser 5 000 litres et la distribution de concentrés est limitée à 6 kg par vache et par jour.

La « Fourme de Laguiole » se présente sous forme d'un gros cylindre de 20 à 50 kg, dont la hauteur est légèrement supérieure au diamètre qui varie de 30 à 40 cm. Sa croûte épaisse et sèche est d'une couleur blanchâtre et orangé clair qui vire au brun ambré au fur et à mesure de la poursuite de l'affinage, tandis que sa pâte, lisse et jeune pâille, d'une consistance souple mais ferme, est onctueuse et fondante sous la langue.

Présenté sur chaque fromage est obligatoirement marqué, sur une de ses faces planes, d'un taureau, symbole du village de Laguiole, moulé à même la croûte et du mot « Laguiole ». Pour satisfaire à la réglementation générale des fromages, il porte également une plaque d'identification.

Régulation Appellation d'Origine Contrôlée par le décret du 21 décembre 1961, le Laguiole est approuvé en 1983 par le décret du 28 juillet 2004 qui définit ses caractéristiques géographiques de production et les règles à respecter pour avoir droit à l'Appellation.

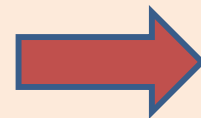
# オーブラックSRGのイメージの構成要素＝地域的複合財

## 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PGI  
ラヨールチーズAOC  
アリゴ(チーズとジャガイモの伝統料理)  
ジビエ(Truques森の鹿肉)  
ギャック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

## 事例3: アルデシュの栗園

### ＜SRGの特徴＞

- ◆核となる地理的表示産品: 在来種の栗 (AOC, PDO)
- ◆地域の特徴: 栗園の景観  
(段々畑、起伏のある景観)
- ◆栗祭りを中心とした、栗生産者、自然公園、レストラン業者、そのほかのテロワール産品との間の連携

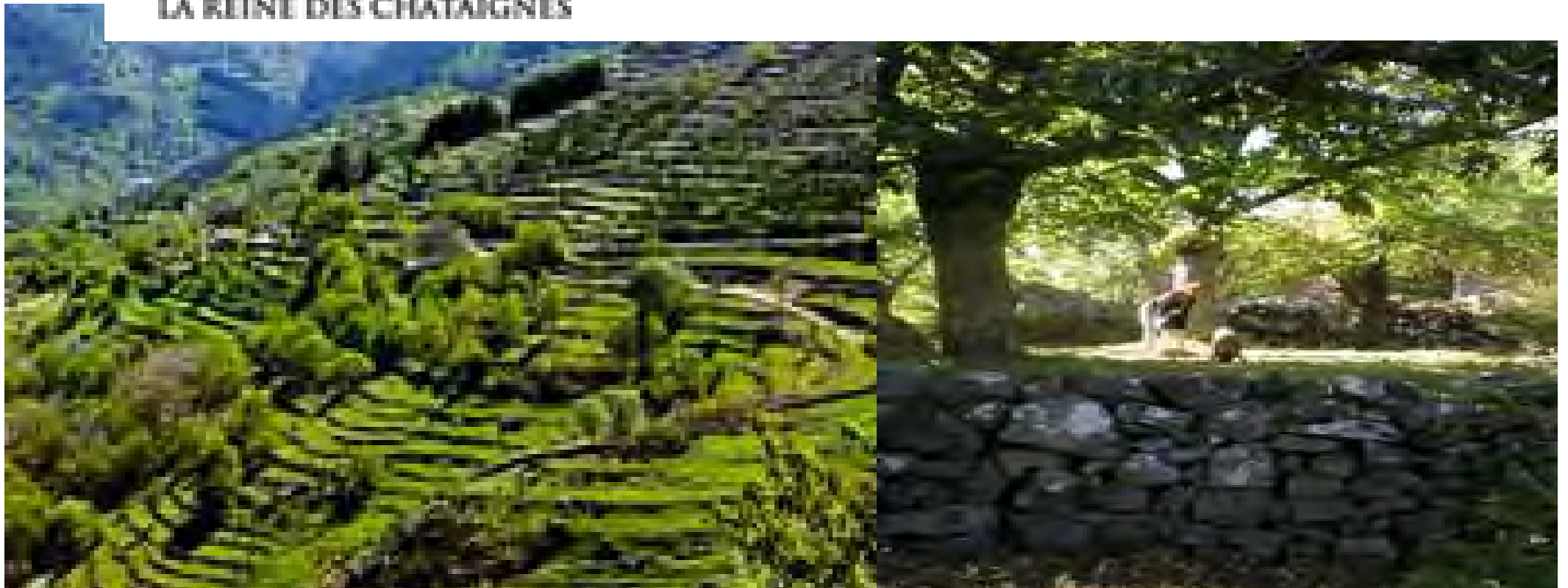


# アルデシュの栗園





# アルデシュの栗



# アルデシュを味わってください



- 1.アルデシュの栗を使った料理
- 2.AOCワイン、Côtes du Rhône, Côtes du Vivarais, IGPワイン Ardèche
- 3.山羊チーズAOC Picodon(地名でない。アルパイン種とザーネン種)
- 4.AOC牛肉、Fin Gras du Mézenc、Mézenc山(アルデシュ県とオート・ロワール県)で放牧される、オーブラック、サレール、リムジン、シャロレー品種(Mézine品種は1960年代に絶滅)



# テロワール産品を中心とした 部門横断的連携による地域振興

- ・州アルデシュ山自然公園：リーダー事業の受け皿
  - 栗生産組合、ピコドン生産組合、農業者、レストラン業者、ホテル業者などを連携させて、ツーリズム、栗祭りの組織化
  - 触媒役（この場合、自然公園のアニメーター）の必要性、人材育成

注：リーダー事業は、欧州農村振興規則の軸の一つ

# まとめ：SRGの効果と地理的表示

## 地域的複合財(財バスケット)の形成とそのメリット

- ・フランスの味の景勝地制度(SRG)では、地理的表示を活用したテロワール産品(伝統的な地域産品)を中心としたツーリズムなど、部門横断的な取組みにより地域全体の品質イメージと評判を確立して人を呼び込み、地域振興を実現。
- ・我が国においても、2013年に世界農業遺産に登録された阿蘇地域では特産品の赤牛と地域の景観、伝統行事などを組み合わせた地域全体の効果を高める地域活性化の取組を推進。
- ・地理的表示農産品や食品と郷土料理、景観など地域に存在する多様な財を活用し、地域全体にシナジー(相乗効果)をもたらす取組みが重要。