

多様なアクターによる地域遺伝資源の管理と活用

－フランスの地理的表示産品を事例に－

中央農業総合研究センター 須田文明

1. はじめに

我々は、フォーディズム以降の資本蓄積段階を、非物質的投資（商標やマーケティング、消費者コミュニケーション等）が蓄積を牽引する非物質的蓄積体制と位置づけ、農業・食品部門もまた多様な価値（機能的品質や嗜好、環境保全、食品安全、フェアトレードなど）を体現した産品による、差別化された多様な消費者集団への訴求が競争力の源泉となるような「品質の経済」（G. Allaire）下にあると考えている[1]。そこでは、国と支配的農業団体により中央集権的に共同管理されたジェネリック品質が危機に陥り、量販店や食品企業が、環境や食品安全、動物愛護、「ホンモノ」らしさといった消費者の新しい需要を再フォーマット化(M. Callon)するべく、規格や格付けのイニシアチブを増殖させているのである。地域的品質もまさにこうした新しい需要の中心にある。本報告は、フランスにおける地理的表示産品を事例に、農産品の製品特性の「地域」（テロワール）への結合に着目し、農業団体や研究機関、加工企業、流通等の多様なアクターによる地域遺伝資源の管理と活用がいかんにして地域的品質を構築するかを解明する。

2. 地域的品質を通じた農産品の高付加価値化

地理的表示産品についての先行研究は、当該産品と一般類似品との流通ごとの価格差に示されるような、「逆説」の存在を指摘している。例えば Lot 県を中心とした山羊乳チーズ Rocamadour（1996 年 AOC）農場産品と同一カテゴリの一般製品 cabecou との一個あたりの農場出荷価格は以下の表に示される[2]。

表 1 Rocamadour AOCとcabecouの価格

	農場直売	野外市場	卸	量販店
AOC	0.49	0.55	0.43	0.43
Cabecou	0.47	0.57	0.4	0.36

出典：Frayssignes (2007)より筆者加工。

上の表に見られるように、生産者直売では、AOC 取得による製品の高付加価値化は顕著ではなく、野外市場などではジェネリック製品の価格の方が高い場合すらある。しかしそれでも AOC の利点があるのは、量販店を通じて、より遠くまで販路を拡張できることであり、いわば、地理的表示はその技術的仕様とトレーサビリティを通じて本来の地域的環境を脱却するための「旅券」のような役割を果たすことができる。Boutonnet らもまた、山羊乳チーズ Pelardon（2000 年 AOC 取得）について、同様の「逆説」を指摘し[3]、このチーズと同一カテゴリのジェネリック製品の農場と製造企業の出荷価格を比較している。

表 2 山羊チーズの平均出荷価格(ユーロ/個)

	農家	企業
Pelardonタイプ	0.8	0.8
AOC Pelardon	0.9	1.05

出典：Boutonnet et al. (2005)

こうした事例研究から示唆されるように、小規模な農場産品生産者による直売が AOC 産品の「ホンモノ」らしさのイメージの基礎にある一方で、彼らは地方市場においてはこうしたイメージを通じた高付加価値化を達成できていない。地元の市場では AOC 産品はそれほど差別化されておらず、小規模農場産品生産者は AOC を取得するよりも、消費者との「近しさ」を高付加価値化の源泉としており、比較的規模の大きい農場産品生産者は AOC 産品を地元の量販店に出荷し、他方、地元のチーズ製造企業は、これを全国レベルの量

販店に出荷するという棲み分けがなされているのである。

本報告が対象とするのは消費者と生産者の「近接性」に由来する品質ではなく、AOCに見られるような「評判」と客観的仕様を通じた品質特性なのであり、品質特性の地域への結合、ないしこうした結合のイメージなのである。

3. 品質特性のテロワールへの結合

1) AOCにおける品種指定と遺伝資源管理

農産品の品質特性を地域に結合させている要素には、自然環境や伝統的製造ノウハウ等の他、作物や家畜の品種も、こうした要素として重要な位置を占めるようになってきている。例えばチーズや精肉といった家畜産品 AOC のうち、品種を指定している産品が今や半数を占めているのである(表3)。AOC 内での競争激化をふまえ、それぞれの AOC はその仕様書を見直す際に、そのテロワールへの結合のイメージを向上させるべく、ますます品種を指定するようになってきている[4]。

表3 家畜産品 AOC と品種指定

	~1980	81-1990	91-2000	2001-05
AOC 数	29	37	45	50
品種指定有(%)	2 (6.9)	6 (16.2)	18 (40)	25 (50)

出典：Lambert-Derkimba et al. (2006)

2) 遺伝資源管理方法の多様性

以下の表4に見られるように、フランスの作物の地理的表示産品について、その仕様書中の種苗にかかる規定は、それぞれの産品に応じて多様であり、品種とテロワールとの結合も強弱は様々である[5]。種苗の育成についても、AOC のリンゴがゴールデン・デリシャス品種で、地域外で育成されているものがある一方、国立農学研究所により育成され、品種登録された品種の使用を義務づけられているインゲン豆もあり、さらには栗のハ

イブリッド品種を拒否して在来種を採用する事例もある。

表4 地理的表示産品における種苗品種の指定

仕様書の種苗条件	地理的表示産品の事例
品種 地域外で選	Limousin 地方のリンゴ (ゴールデン・
登録 抜、増殖	デリシャス) (AOC)、カマルグの米(IGP)
在来種選抜、	タルブ地方インゲン豆(IGP)(Alaric 品
地域増殖	種)
品種登録なし、在来	Espelette 地方のトウガラシ(AOC) (品
種、自家採種	種集団 Gorria)、アルデシュ地方の栗
	(AOC)

出典：Bonneuil et al.(2009)より筆者加工

4. 結論

製品の「ホンモノ」らしさを消費者に訴求する際に、その品種に体现された遺伝的なオリジナリティが重要な要素をなしている。我々は、本報告では、農業者による栽培実践を通じた生物多様性の保全と経済的活用という観点から、いくつかの事例を取り上げて、地域作物遺伝資源のテロワールへの結合を通じた高付加価値産品の開発とサプライチェーンマネジメントの特徴を明らかにする。

参考文献

- [1] 須田文明「フランスにおける作物育種研究の展開」、『総合政策』、10(2)、2009、pp. 183-203.
- [2] Frayssignes, J. *L'Impact économique et territorial des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine*, Rapport d'étude, 2007
- [3] Boutonnet, J.P. et al., "AOC Pelardon, filiere en emergence" Symposium PSDR, Lyon, 2005.
- [4] Lambert-Derkimba et al., "L'inscription du type genetique", *INRA Prod. Anim.*, 19(5) 2006
- [5] Bonneuil, Ch, et al. *Genes, Pouvoirs et Profits*, Quae, 2009