

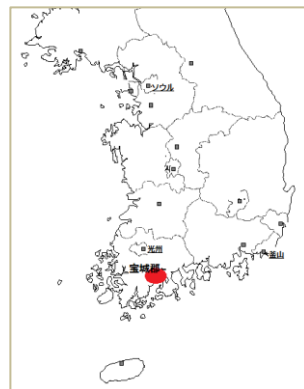
海外調査事例（中間報告）

地元の産品を光らせることによる集客効果

韓国 宝城（ボソン）郡：緑茶

1. 地域概要

大韓民国全羅南道中南部に位置する宝城郡（ボソン群）は、山、海、湖などの自然環境に恵まれた地域で、海洋性と大陸性の気候が出会う地点にあり、一日の気温差が大きく、また土壌は麦飯石成分を含むため、お茶の生育に非常に適した条件を備えている。宝城誌によると 1600 年以上前から茶葉栽培が行われていたとされ、2010 年現在、全国栽培面積の 35% を占め、見渡す限りの茶畑が続く風光明媚な地域である。また緑茶の他に、米どころとしても知られている。



2. 取組内容

1) 実施主体

・宝城郡

地方自治体の単位として、緑茶に関する取組を主管している。

・宝城緑茶連合会

営農組合法人として、2002 年宝城緑茶が地理的表示制 1 号を獲得した後、名声にふさわしい宝城緑茶の品質向上とブランドイメージの確保のために結成された組織。

・宝城茶生産者組合

2007 年に、宝城茶生産者協会から組合に改編。緑茶産業の生産性を高め農産物の出荷・加工・流通及び輸出を通じて組合員の所得増大を図る。緑茶大祝祭を主催主管している。

2) 取組内容、経緯等

●地域食文化への気づき

1939 年全国で初めて大規模な茶園を造成、1970 年後半からお茶（紅茶）の需要減少と冷害によって生産が縮小するが、1980 年代、茶葉販売店である「雀舌園」を発端に結成された組織を中心に宝城のお茶復興運動が始まった。また、茶葉生産農民も「茶農会」を結成、農民が直接加工を手掛けられるよう政府への要請運動を行い、栽培したお茶を直接販売できるようになった。

●地域食文化に ひと手間・ひと工夫

全羅の特産として知られる「米」に緑茶発酵エキスを与えることでカテキン成分含有の機能性米の生産に成功、2012 年に特許を取得している。『緑茶美人宝城米』と呼ばれるこの米は優秀農産物認証獲得（2007 年）、全国米品質評価大会で大統領賞受賞（2007）している。

また、宝城緑茶営農組合法人が緑茶を食べさせた『緑茶豚』を開発。臭みを取り除き、低脂肪・低コレステロールの豚肉開発に成功、1998 年より商品として流通し、2003 年に特許庁に登録された。

この他にも、緑茶清酒（特許取得）、緑茶牛、緑茶味噌、緑茶そうめん、緑茶菓子等も開発されており、地元のレストランとも連携して提供されている。

●地域の祭りや行事との関わり

毎年 5 月、茶葉の収穫期なると、お茶文化の普及・発展の意味を込めて、『宝城茶香祭(タヒャンジェ)・緑茶大祝祭』が開催され、茶摘みやお茶を用いた料理の試食会、茶器の販売、お茶に関する様々な体験イベントが開催される。この祭りは 1985 年から始まり、2013 年には来場者数約 60 万人、経済効果 214 億ウォンの大きなイベントに成長した。

同じく 5 月に国民の健康増進・和合を目的とした『緑茶マラソン』が開催(2005 年～)。フルマラソン、10 km、5 km があり、2013 年第 9 回大会では約 4000 人参加し、地域のイメージアップと活性化にも繋がっている。

年末年始になると、宝城郡主催による『宝城茶畑光祝祭(ボソンチャパッ ピチュチュクチュ)』が開催され、茶畑の大型ツリーをはじめ、段々畑の光の空間を楽しむことができる(1999 年～)。

●国内外への情報発信

国内外の販促活動のため、広報ブース・販売所などを運営。博覧会及び学術大会などへ広報ブース設置運営している。また、消費拡大のため、ソウル及び広域市(6 か所)へのアピール、TV などの媒体を通じた広報・販促活動や、百貨店との直売強化を図っている。

客観的評価を行うため、品質管理基準を設置。郡首品質認証制(*1)を導入・実施している(2008 年～)。

●地域食文化の共有と継承

- ・宝城地域外への学校給食用緑茶支援と拡大
- ・緑茶を通した伝統茶文化と生活礼儀教育の実施支援(幼・小・中・高校時)

3)取組の成果・実績

- ・世界緑茶品評会銀賞受賞(静岡)(2007 年)
- ・FDA(米国食品医薬局)認証 (2007 年)
- ・ロシアの生物化学研究所の品質検査を通過、韓国最初の宇宙飛行士が搭乗したロシア宇宙船の宇宙食として公式認定(2008 年)
- ・The Seventh International Tea Appraisal in Korea 金賞受賞(2008 年)
- ・国際有機認証獲得(米国農務省USDA、ヨーロッパEU、日本JAS) (2009 年～)
- ・大韓航空機内飲料として採用(2008 年～)
- ・2012 年韓国知識経済部 優秀地域産業特区として表彰(2007 年より地域産業特区指定)
- ・米国CNN「世界の驚くべき風景 31 選」の一つに選ばれる(2013 年)
- ・海水緑茶風呂、宝城郡設立・運営、2013 年補修工事により総合ウォーターパークとして再開場(1998 年)
- ・韓国茶音文化公園&韓国茶博物館開館(2010 年)

【経済効果】

- ・毎年緑茶関連の収益 1000 億ウォン規模
- ・2004 年現在、緑茶関連収入 1184 億ウォン、年間茶葉による収入 131 億ウォン、緑茶加工品 528 億ウォン、緑茶産業雇用効果 1932 千人
- ・観光収入の急増により、宝城郡の財政の 11%を充当

消滅危機からの復活

フランス

フランスでは、「高質な食、食の生産」「産品等に結びつく景観や文化的遺産建造物」「食・景観・生産者の可視化」「これらを守る人の組織」が備わった地域を『SRG (Site Remarquable du Gout: (味の景勝地))』として認証し、高品質型農業とサービス型農業の振興を一体的に図り、地域資源を複合的に活用して取組むことにより、地域全体のイメージアップ、地域産品の付加価値向上、現地訪問への動機喚起を促し、国内外の観光客の増大により、地域の活性化に繋げている。

実施主体は全国SRG協会で、ガイドブックや全国的なイベントの開催等により、産地イメージ向上、食文化の推進、各SRG地区のプロモーションを行っている。運営体制としては、全国SRG協会に各SRG地区が正会員として登録されているほか、4省(農業省、観光省、環境省、文化省)、SRGの考え方に賛同する企業等が準会員という形で、その運営に協力している。

事例) 味の景勝地 ボーフォール:AOC (原産地呼称管理) 制度による地域のブランディング

1. 地域概要

ボーフォールはイタリア国境近く山岳地域サヴォワ地方に位置し、急峻なアルプスの峰々に囲まれた標高1500～2000mある典型的な中山間農村で、人口約2000人の村である。

アルプスの雪が解けた後、牧草が青々と育つ春から夏になると、牛13,000頭を放牧し、黄色やピンクなど色とりどりの高山植物を食べさせる。その間、山小屋でミネラルたっぷりの良質なチーズづくりが行われる。



出典:ウィキペディア

2. 取組内容

●地域食文化への気づき

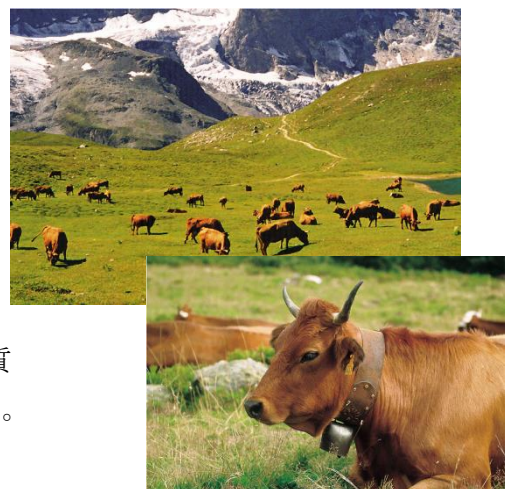
一年の半分が雪に閉ざされたボーフォールの冬は非常に厳しく、高地にある多くの村を孤立させる。それ故、チーズはタンパク質の濃縮物で保存がきくため、何世紀もの間、冬を乗り切る必需食品として大きなチーズ作って自給していた。

牛を高地に上げるのは手間がかかるため、1960年代、この作業をやめる動きがあり、昔ながらの高地放牧が消滅の危機に直面していた。しかし、何人かの農業者が再生を試み、組合を作り、高地放牧の牛乳のみでチーズを作った。

●地域の自然や景観の価値

夏には青々とした牧草や花々、冬にはスキー場となる高地牧場の美しい景観が人々の心を掴み、SRGの認証を受けた。またAOC(*1)制度の認証を受け、チーズの知名度が上がるとともに、現在では観光客向けのマルシェが開かれる等、賑わいを見せている。

観光保護の観点から放牧地が荒廃しないシステムやチーズ品質保持(AOP(*2))が行われ、アルプス山間地の農業が守られている。



出典:SYNDICAT DE DÉFENSE DU FROMAGE

*1・・AOC : Appellation d'Origine Contrôlée : 原産地呼称統制 (フランス独自の制度)

*2・・AOP : Appellation d'Origine Protégée : 原産地呼称保護

●販売ルートと高付加価値の実現

AOC 制度による原産地呼称の保護は、生産の地域独占を可能にし、供給のいわば構造的な不足状態を生み出し付加価値をつけた。また、大規模流通企業の取扱量よりも伝統的な専門店組織と直接販売の取扱量が多い。大規模流通企業に対しても、その要求に譲歩するよりも販売を拒否することが可能であり、販売価格の3%を超える割引をしない。ボーフォール・チーズは、通常、スーパーマーケットで買うことはできず、チーズ専門店か直接購入となるため、高価格での販売が可能となった。

3) 取組の成果・実績

1968年に獲得されたAOPは、この生産を保持していく助けとなり、20世紀はじめには500トンだった生産も、今では4000トンに増えている。

1986年 1970t

1990年 2905t

1995年 3638t 年変化率 7.1%



出典: Paris-Bistro.com