

付論 4 地理的表示を通じた六次産業化の推進：フランスのバロニエ 地方の場合

須田 文明

地理的表示を通じた農産物の高付加価値化の方法は多様である⁽¹⁾。例えばワインのボージョレのように、単一の AOC 製品の輸出振興によって地域経済を活性化させることができる。この場合、ボージョレという地理的表示がいわば、「パスポート」の役目を果たして、世界各国にこのワインを輸出することを可能とするのである。ところがその「ヌーヴォー」の成功から、ボージョレ地帯は、ブドウ・ワイン生産のモノカルチャー化が進み、その反省もふまえて、2007 年以降、ワインツーリズム振興が試みられるようになってい

る。他方で、ニヨン地方は全く異なった地域経済振興戦略がとられている。その中心的な産品はニヨンのオリーブ(AOC=PDO)である。これは 1994 年に初めて AOC を取得したが、その後、多くの AOC ないし PDO 産品がフランスのみならず欧州で誕生し、2007 年時点で、フランス国内で 8 つの AOC、欧州全体では地理的表示 PDO のオリーブオイルは 90 を数えるようになっている。このように地理的表示産品内部での競争が激化している中で、なおニヨンのオリーブオイルはその高価格を維持している。

第 1 表：オリーブオイルの価格（ユーロ/リットル）

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

出典：Pecqueur, 2011

こうしたニヨンのオリーブオイルがなお高価格を維持している背景には、この産品が「味の景勝地 SRG」産品として認定されていることに示されるように、産品だけでなく、その景観の観点から高く評価され、多くの旅行者を呼び込むことに成功していることがある。またこのオリーブ産品を中心に、地域のヤギチーズ（ピコドン AOC）やラベンダーオイル、AOC ワイン、地ワインなどの地方の特産品とならんで、いわば「バスケット」を形成していると考えられる。これらの産品がお互いを高付加価値化し合っているのである。そこでは地域的品質の「準レント」が形成されていると考えられるのである。このような地域的品質は、バロニエ地方の農家民宿の高い宿泊料金にも示されている。2003 年に 400 人のバロニエ地方の農家民宿宿泊者を対象に行われたアンケートによれば、ニヨン地域の農家民宿の平均料金は、ドローーム県の同クラスのその中でも、最も高いのであった（1 週間 334 ユーロ）。また農家民宿の三つの属性（快適さ、レジャーへのアクセス、自然環境）のうち、自然環境に最も高い評価を与えている宿泊客ほど、地域特産品を購入する傾

向があることが明らかになった (Moalla, Mollard, 2011)。

さらにこうした地方的品質の「準レント」の構築には、地域公共財を構成している地域的景観のなかでのツーリスト的消費という、消費者による積極的な関与が不可欠である。またこうした地域的公共財を構成するにさいして民間と公共団体とのパートナーシップが重要な役割を演じている。例えばニヨンのオリーブ生産者組合は 1994 年に「オリーブの道」という、段々畑と風車などの景観を取り入れて景観整備を行っており、またワインとオリーブ、果物、ハム、ヤギチーズの生産者からなる NPO は、欧州農村振興基金のリーダープログラムを活用して、生産者直売所及び農家レストラン、民宿との連携を図っている。こうしたツーリズムサービスが、財・サービスからなるバスケットの構築において決定的な役割を演じ、地域産品という物質的資源のみならず、イメージという非物質的資源からなる地域資源の高付加価値化を可能としているのである。

フランスのバロニエ地方で明らかにされた地理的表示産品とツーリズムとの連携は、我が国における地理的表示による 6 次産業化の振興に示唆を与えてくれよう。

注 1 本稿は須田 (2012) の要約である。

[参考文献等]

Moalla, M., Mollard, A. (2011) "Le rôle des cognitions environnementales dans la valorisation économique des produits et services touristiques", *Géographie, économie, société*, vol.13, pp.165-188

Pecqueur, H. (2011) Valorisation de l'offre territoriale des Baronnies Provençales: Approche par le modèle du panier de biens et de services.

須田文明 (2012) 「地理的表示と 6 次産業化：フランスのバロニエ地方の事例から」『Techno Innovation』第 81 号、pp.40-42、(社) 農林水産先端技術産業振興センター