

序章 はじめに

内藤 恵久

1. 本研究の問題意識

現在、我が国の農林水産政策においては、農林漁業の成長産業化による地域経済の活性化に向け、様々な政策が進められている。この方策の一つとして、高品質な農産物・食品作りとそのブランド化等により、生産・加工・流通過程を通じた新たな価値を創出していくことが重要であるが、これを進めること等を目的として、2014年に「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」が制定され、品質等の特性が地域と結びついている商品の名称を保護する「地理的表示保護制度」が2015年にスタートしている。この地理的表示保護制度は、地域に根ざした特性を持つ商品について、その差別化ポイントを明示しつつ品質の保証を行うことによって、消費者の選択を通じて高い付加価値を実現させようとする仕組みであり、大規模化・生産コストの低減の方向とは異なる、農林水産業振興の方策といえる。

この地理的表示保護制度の活用を通じた価値創出については、2015年策定の食料・農業・農村基本計画等においても重要な施策の一つとされている。ここでは、制度の活用に向けて、認知度の向上や地域への定着が課題としてあげられているが、2016年末現在での登録数は24にとどまり、現時点では必ずしも制度が十分に定着している状態とはなっていない。この理由として、制度の効果への理解が進んでいないことやそれぞれの産地が制度活用に当たって解決すべき課題を抱えていることが想定される。

本研究は、新たな価値創出の手法として期待されている地理的表示保護制度の活用に向けて、制度推進上の課題・対応方向を把握するとともに、制度の効果を示すことを目的として実施したものである。このため、全国の多くの商品を対象としたアンケート調査により、ブランド化の実態や地理的表示保護制度活用の意向や期待、取り組む上での課題等を整理・分析するとともに、特徴的ないくつかのブランド商品についてより詳細な実態調査を行い、具体的な事例ごとの課題とその対応策等に関する分析を行った。また、地理的表示保護制度の効果を支え付けるため、アンケート調査結果に基づき品質等の基準の設定と価格差の関係を分析するとともに、コンジョイント分析を用いて基準の設定や基準遵守の体制整備による支払意思額の変化について分析を行った。さらに、ブランド化を図る上で重視すべき点を明らかにするため、食肉の地域ブランドに関し、ブランドに対する知識などの購買行動に結びつく要素を分析した。

以上のような分析を通じて、地理的表示保護制度の活用等を通じた農産物・食品のブランド化の取組の課題・方策等を整理し、今後の施策推進への示唆を示すこととする。

2. 報告書の構成

本報告書では、第 1 章で、全体を理解する前提として、地理的表示保護を巡る国内外の状況について、概括的に整理している。この中で、地理的表示に関する国際ルールや我が国の地理的表示保護制度の概要のほか、環太平洋パートナーシップ協定（TPP）における地理的表示保護の内容など最近の動きについても触れることとする。

第 2 章では、全国の地域ブランド産品を対象とした地理的表示活用の意向等に関するアンケート調査から、品質等の基準の設定や品質管理と価格との関係を示すとともに、地理的表示保護制度の活用の意向や期待、制度に取り組む上での課題等を概括的に示している。

第 3 章では、これまでの地理的表示登録等の現況とその特徴を整理している。さらに、第 2 章で概括的に示した課題や期待の内容も踏まえて、地理的表示に取り組む先進的な産地や取組に課題を抱えている産地の現地調査の結果を示している。また、調査結果を踏まえ、制度に取り組む上の課題等を具体的事例に即して分析し、その対応策を検討している。

第 4 章では、地理的表示保護制度の効果をモデル的に分析するため、コンジョイント分析により、基準の設定や基準遵守の体制整備が消費者の支払意思額をどのように変化させるかを分析している。

第 5 章では、効果的なブランド戦略の構築に資するため、食肉の地域ブランドを対象に、ブランドの知識や評価が産品の再購入にどのように結びつくかの分析結果を示している。

以上のような調査・分析の結果を踏まえて、第 6 章では、まとめとして、制度を活用して行く上での課題・方策等本研究で得られた成果を整理し、今後の施策推進への示唆を示した。