

『テロワールの流行と食品』

Claire Delfosse

国際領域 上席主任研究官 須田 文明



Delfosse, C.(ed) La Mode du Terroir et les produits alimentaires, La Boutique de l'histoire, 2011, p.358

本書は、地理学者や社会学者、人類学者、経済学者といった人文社会科学の多様なアプローチからなる専門家によって執筆されています。ここでは、我が国のとりわけ行政実務者の参考になりそうなトピックを中心に紹介することとしましょう。

第1章では、編者でもあるDelfosseらは、両大戦間期以降、どのようにテロワールという語句が地理学者によって理解されてきたかをたどっています。元来、テロワールへの情熱は、多様性に富んだ地方と中央集権的国家との間でのフランスに特有な緊張関係によって醸成されてきたそうです。ところが1990年前後になると、農産物過剰と欧州統合市場、欧州の地理的表示規則制定（1992年）を背景にこの語句が隆盛を見せ、またグローバル化の進展の下で、——WTOでの地理的表示をめぐるパネル裁定というエピソードを挟んで——テロワールによる農産品の高付加価値化というフランスモデルが国際レベルで普及するようになっていきます。それは2010年のフランスの美食の料理のユネスコ無形文化遺産登録で頂点に達したといえます。

今後、テロワールはとりわけ地域マーケティングの観点から国際的に隆盛を見ることになりましょうが、そもそもフランスの当局や専門家はどのようにこれを定義しているのでしょうか。国立農業研究所INRAの研究者と全国原産地呼称機関INAOの担当官の共著になる第4章「テロワールと特異性：地理的表示についての定義」は、次のように定義しています。「テロワールとは、物理的・生物学的環境と、人間的要素全体との間での相互作用システムに基づいた生産の集合的知識が歴史を通じて形成されているような限定的空間である。こうした相互作用システムの中で、社会的、技術的な軌跡が、この地理的空間に固有な財について、そのオリジナリティを示

し、またこれに特異性を付与し、評判を生み出している」とあります。

ところで興味深いのは、当事者たちがどのようにテロワールとその産品を捉えているか、ということではないでしょうか。第3章ではAOCなどの地理的表示産品の登録を管轄するINAOの担当者たちが、AOCの実務の中で、どのようにテロワールを扱っているかについて言及しています。彼らは、2006年まで、AOCの監視と検査を担当していたのですが（現在は第三者機関が実施）、ブドウ・ワインで採用されてきたアプローチをその他の部門に適用させるのにしばしば困難を感じていたそうです。また生産者たちから送付される申請書を職員たちはどのように処理しているのでしょうか。そこでは二つの段階が区別されます。まずそもそも当該の産品がAOCに値するのかどうかを判断する基準として、地方的慣行、伝統、ノウハウ、原産地、先祖伝来、テロワール、特異性、種別性、特性、アイデンティティ、評判、イメージといった観念を頭に思い描いて、担当者たちは判断します。第二の段階は、フィージビリティないしコード化の段階であります。そこで担当者が参照するフレームは、製造条件、区画限定、空間、均質性、農場産、職人的か工業的か、承認、AOC、保護、集合的財産、特異性、品質、特性、アイデンティティ、監視チェック、官能分析、トレーサビリティなどです。

学術的水準もさることながら、地域ブランドや6次産業化の施策の推進にも本書は多くのヒントを提供してくれていますので、評者も、論文などを通じて本書の内容を詳しく紹介したいと思っております。