

地理的表示登録の効果と今後の課題 —登録産品の産地に対するアンケート調査結果から—

食料領域 上席主任研究官 内藤 恵久

1. はじめに

地理的表示（以下「GI」）とは、神戸牛、夕張メロンなど地域の特色ある産品を示す名称です。日本ではGIを登録し保護する仕組みが2015年に創設され、これまで100を超える産品の名称が登録されています。このGIについては、産品の付加価値向上や農山漁村の活性化に効果を上げることが期待されており、「食料・農業・農村基本計画」等においても、その積極的な活用方向が示されています。一方で、生産者等関係者からは、GI制度やGIマークに対する一般的な認知度が低く、必ずしも十分な効果をしていないとの声も聞かれるところです。このような中で、GI制度をより効果的に活用していくためには、登録の効果や効果を上げるため行われている取組とともに、産地が認識している課題等を把握して、今後の展開に生かしていくことが重要と考えられます。

このため、農林水産政策研究所では、2019年9月末時点で登録されていた全ての登録産品（86産品）を対象にアンケート調査を行い、75産品の78の生産者団体から御回答をいただき、その内容の分析を行いました⁽¹⁾。

2. 登録時の困難事項とその対応

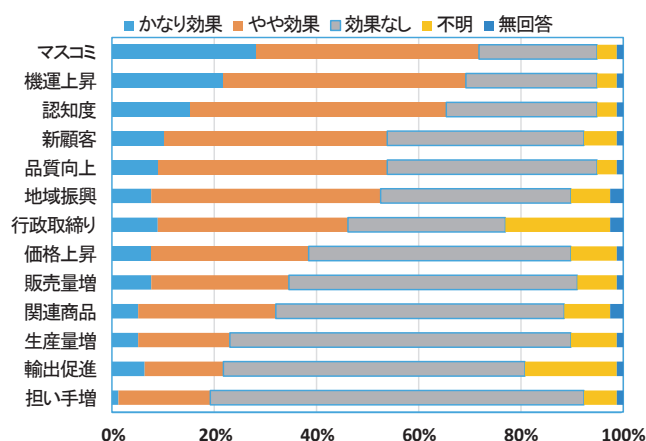
まず、アンケート調査では、登録時に困難だった事項とその解決方法について確認しました。登録に当たって対応が困難と感じた点としては、申請文書の作成や申請から登録までの手続きが非常に多く（92.3%）、次いで、基準遵守業務の実施体制の整備（47.4%）、登録する産品の特性についての意見相違（41.0%）となりました。

この登録時の困難を克服するため役立ったこととしては、関係者間の協議が最も多く（79.5%）、次いで、都道府県・市町村からのアドバイス（46.2%）や、（一社）食品需給研究センターに設置されているGIサポートデスクのアドバイス（35.9%）が多くあげられました。今後、登録を円滑に進めていくためには、生産者など関係者間での十分な協議を促進することが重要なのはもちろんですが、申請手続事務や品質管理体制の確立など、産地が困難と考えている事項に関し丁寧にサポートしていくことが必要であり、自治体等による支援体制の整備が重要であると考えられます。

3. 登録の効果と登録後の産地の取組の影響

登録の効果については、効果が感じられた割合が

比較的高いのは、マスコミに取り上げられること（かなり効果、やや効果を合わせて71.8%）で、次いで、生産者の機運上昇（同69.2%）、認知度の向上（同65.4%）、新たな顧客の獲得（同53.8%）、品質向上（同53.8%）等となっています（第1図）。一方、価格上昇の効果が感じられた割合は、38.5%にとどまりました。なお、品質向上、マスコミに取り上げられることなどについては、登録前に期待していた割合に近い割合で効果が感じられていたものの、担い手の増加や生産量の増加については、事前に期待していた割合と効果が感じられた割合の落差が大きくなっていました。



第1図 登録の効果

注. 「マスコミ」は「テレビ、新聞等に取り上げられること」を、「機運上昇」は「生産者の機運が高まること」を、「認知度」は「認知度の向上」を、「関連商品」は「加工品など関連商品の開発」を指します。

産地による品質管理強化の取組と価格上昇の関係については、品質基準・品質管理体制双方を強化した産地では69.2%で価格上昇が感じられている一方、品質基準・品質管理体制のいずれかを強化した場合では33.3%、いずれも変更しなかった産地では40.0%の産地しか価格上昇が感じられておらず、品質管理を基準・体制両面で強化した産地で、価格上昇効果が感じられている傾向が見られました（第1表）。

第1表 品質管理と価格上昇の関係

	(件数)	効果あり	効果なし
基準、体制双方強化	(13件)	69.2%	30.8%
基準、体制いずれか強化	(27件)	33.3%	66.7%
変更なし	(30件)	40.0%	60.0%
合計	(70件)	42.9%	57.1%

また、品質管理に加えて、PRの実施や生産額規模と価格や販売量などの経済的な効果との関係についてロジスティック回帰分析をしたところ、品質基準・品質管理体制双方を強化した場合に価格上昇が見られたほか、PRの取組に関し、流通業者への説明を行っている場合に販売量増加が、テレビ・新聞・雑誌での広告、流通業者への説明、SNSによるPRを行っている場合に新たな顧客獲得が強く感じられていました。また、生産額規模が小さいほど、GI登録による販売量増加や新たな顧客獲得が強く感じられていました（第2表）。

このような結果から、GI登録を契機に品質管理やPR活動に積極的に取り組んでいる団体ほど、経済的な効果を得られていることがうかがえます。特に、新たな顧客の獲得については、SNSといったダイレクトなPR手法も効果につながっていると考えられます。

4. GI活用上の課題と対応

GI制度活用上の課題について、最も認識されているのは、制度に対する消費者の認知度の向上で（92.3%）、次いで制度に対する流通業者の認知度の向上でした（61.5%）。産品自体の認知度の向上も多くあげられましたが、GI制度及びGIマークの消費者認知度向上が一番の課題と認識されています。このほか、一定の生産を確保できる生産者数の維持や業務負担（生産行程管理業務及び報告・検査対応業務）に関する負担も、課題として多くあげられました。

国や自治体に対する意見としては、GI制度の認知度向上を求める回答が非常に多く見られました。この手法として、テレビ等を様々なメディアを通じたPRの充実、ブロックごとのフェア開催などを期待する意見が多くあげられました。また、GI制度自体の内容に関しては、認知度が十分でない中でGIマークの使用が任意化されたことに対する疑問が複数寄せられました。

5. おわりに

GI制度については、国内市場での付加価値向上だけでなく、優れた品質を持つ日本の特産品であることを示す仕組みとして、輸出促進等海外市場での付加価値向上に貢献することも期待されています。

これまで見たとおり、登録産品の価格上昇等の経済的な効果を得るためには、品質管理の強化やPR活動など、産地としての取組とともに、行政としては、GI登録までのサポートに加えて、GI登録後の産地の積極的な活動を促すような働きかけ、支援が重要と考えられます。また、産地からは、GI制度の消費者への認知度向上が最も重要な課題としてあげられており、今後、GI登録を価格上昇等の目に見える効果につなげていくため、行政として、PR活動の充実、地域ブロックごとの登録産品を対象としたイベント開催など、様々な手法で、GI制度の認知度を向上させる取組が必要と考えられます。

農林水産・食品分野での知的財産の活用等の方向を定めた「農林水産省知的財産戦略2025」においては、GI制度について、認知度向上、2029年度までの200件のGI登録、生産者団体による品質・ブランド価値の向上や販売拡大等の取組促進など、GI制度の持続的発展に向けた取組を推進することとされています。このような取組が積極的に進められ、GI制度が我が国農業・農村の活性化に大きく貢献することが期待されており、当研究所でもこれに資する研究を継続していくこととしています。

（1）本研究の詳細については、次を参照してください。

内藤 恵久・大橋 めぐみ・飯田 恭子・八木 浩平・菊島良介（2020）「地理的表示保護制度への登録の効果及び今後の課題 ―登録産品のアンケート調査による分析―」農林水産政策研究所『需要拡大プロジェクト【高付加価値化】研究資料 第1号】：3-17

https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/200831_R02brand1_02.pdf

第2表 産地による取組や生産規模と効果との関係

	取組実施割合	価格上昇効果		販売量増効果		新顧客増効果			
		係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差		
品質管理									
品質基準・体制双方を強化	19.2%	1.897	0.996	+	−0.032	0.857	1.201	1.348	
PR活動									
パンフレット等の作成	85.9%	0.519	1.642		0.312	1.631	−19.288	14,671.9	
イベントでのPR	73.1%	0.099	1.294		−0.019	1.446	1.857	1.753	
ウェブサイトによるPR	47.4%	−1.540	1.410		0.399	1.496	1.728	1.776	
テレビ、新聞、雑誌での広告	42.3%	−0.763	1.270		1.843	1.380	3.542	1.643 *	
流通業者への特別の説明	38.5%	0.503	1.126		2.321	1.289	+	3.265	1.463 *
特別の包装資材の作成	35.9%	−0.049	1.331		1.271	1.475		1.594	1.642
小売店での消費者への説明	33.3%	−0.564	1.392		0.910	1.503		2.584	1.579
SNSによるPR	26.9%	−1.637	1.479		0.723	1.564		3.460	1.983 +
取り組んだPR手法の数	-	0.730	1.111		−0.794	1.273		−2.243	1.468
規模（生産額対数）	-	−0.111	0.144		−0.362	0.152	*	−0.333	0.172 +
定数	-	−1.135	1.762		3.219	1.696		24.737	14,671.9

注. *は5%水準で有意なことを、+は10%水準で有意なことを示します。