

ドイツにおける馬鈴薯の地域ブランド化とその効果

森嶋 輝也（農研機構 九州沖縄農業研究センター）

1. はじめに

農産物市場が国際化する中で、特定の産地と結び付くことでブランド化した産品は、単純な価格競争に巻き込まれずに高価格で取引されることがある。ただし、そのためには、①一般的な商品と差別化できるだけの品質や特性を持った産品を安定的に供給する生産技術、ならびに②そのような技術を用いて生産された産品であることを保証する制度が必要となる。これらの点に関して先進地であるEUでは、一定の品質基準の登録とそれに従った管理を生産者に求めるPDO(原産地名称保護)やPGI(地理的表示保護)などの制度が広く浸透している。その結果、多くの産品に価格プレミアムの存在が認められるようになったが、その水準に格差をもたらす要因は明らかになっていない。

一方、我が国では地理的表示保護制度の登録が平成27年6月に始まったばかりであるため、この制度に関してはまだ効果を検証できるような事例は存在しない。類似の制度として地域団体商標制度があるが、これは当該産品の品質基準・品質保証がないので、この制度を用いた地域ブランド化による市場競争力向上効果は限定的なものと想定される。そこで、我が国における地域団体商標制度の適用事例を調査し、用いられている技術の特徴と制度の効果を把握するとともに、欧州での調査結果との比較による検証を行うことにより、価格プレミアムの形成要因(技術的・文化的・心理的要因)を解析する。

具体的な研究方法としては、EUのPGIを適用している事例(ドイツのPGI: Bamberger Hörnla)を対象に調査を行い、その制度の運用状況や生産方法について情報を得る。また、市場調査から事例農産物の市場シェアや取引価格、小売価格の水準などを把握し、一般農産物のそれと比較することで、適用事例の価格プレミアムの程度を明らかにする。一方、我が国において地域団体商標制度を適用している事例(北海道の大正マークイン)を対象に調査を行うとともに、その市場での評価から、適用事例の価格プレミアムの程度を明らかにする。さらに、その結果を欧州での調査結果と比較し、農産物の地域ブランド化による市場競争力向上効果の検証を行う。

2. 方法

1) EUにおける地理的表示保護制度の適用事例分析

2016年10月4日から10日にかけてドイツ・バイエルン州とニーダーザクセン州で現地調査を行った。調査対象機関であるFörderverein Bamberger Hörnchen in Franken e.V.の代表からPGIブランド馬鈴薯の生産・流通状況について情報を得ると共に、PGI取得の効果について聴き取りを行った。また、ヴェルツブルク(15店・50アイテム)とハノーファー(15店・62アイテム)における馬鈴薯販売価格について市場調査を行った。

2) 北海道における地域団体商標適用事例分析

2016年8月31日から9月2日にかけてホクレンと帯広大正農協で調査を行った。前者からは道産馬鈴薯の生産・販売に関する全体的な状況を、後者からは商標取得による具体的な効果について情報を得た。

3. 結果

1) EUの地理的表示保護制度

EUでは農林水産物と食品の原産地呼称ならびに地理的表示の保護に関する仕組みが1992年に導入された。その後、2006年に「農産物及び食品に係る地理的表示保護及び原産地呼称の保護に関する2006年3月20日の理事会規則」(R(EC) 510/2006)が定められ、制度の根拠となっている。この制度は特徴のある農産物の生産を振興することにより農業者と農村の利益を向上させるとともに、特別な印を付けて消費者の選択に資することを目的としている(内藤, 2012)。

名称に関する保護には、原産地呼称保護(PDO; Protected Designation of Origin)及び地理的表示保護(PGI; Protected Geographical Indication)の2種類があり、対象産品は各種の生鮮農林水産物およびその一次加工品である。ただし、ぶどう酒と蒸留酒に関しては、別のルールがあるためこの規則は適用外となっている。2018年8月現在でPDOの登録済み件数は635件で、それ以外に出願されているものが70件ある(うち7件は出願公開済み)。一方、PGIについては登録済み件数が738件で、その他に出願件数が113件ある(うち出願公開済みは22件)。これらの登録済み産品を品目別に見ると、生鮮もしくは加工品の果物・野菜・穀物(Class 1.6. Fruit, vegetables and cereals fresh or processed)が384件と最も多く、次いでチーズの235件となる(第1表)。また国別

第1表 品目別 PDO, PGI 登録件数

	PDO	PGI	計
チーズ	189	46	235
F&V	155	229	384
油	115	18	133
生肉	42	121	163
肉製品	36	140	176
卵・蜂蜜等	34	12	46
鮮魚	14	34	48
パン類	4	74	78
香油	3	1	4
樹脂	2	0	2
色素	1	0	1
羊毛	1	0	1
干し草	1	0	1
ビール	0	20	20
パスタ	0	10	10
花	0	3	3
からし	0	2	2
リスト外	38	28	66
	635	738	1,373

第2表 国別 PDO, PGI 登録件数

	PDO	PGI	計
イタリア	167	127	294
フランス	104	142	246
スペイン	102	89	191
ギリシア	76	30	106
ポルトガル	64	74	138
イギリス	26	41	67
ドイツ	12	78	90
オーストリア	10	6	16
クロアチア	10	9	19
スロベニア	8	13	21
ポーランド	8	22	30
チェコ	6	23	29
オランダ	6	5	11
ハンガリー	6	8	14
フィンランド	5	2	7
中国	4	6	10
その他	21	63	84
	635	738	1,373

資料：欧州委員会、Database Of Origin & Registration、2018.8

を見ると、PDO と PGI の合計で 294 件あるイタリアが最も多く、次いでフランスの 246 件となっている(第 2 表)。

2) ドイツの地理的表示保護馬鈴薯

EU において地理的表示保護制度の登録を受けている青果物の内、馬鈴薯に関しては、フランスの「レ島馬鈴薯(Pomme de terre de l'Île de Ré)」、イタリアの「ガラティーナ新じゃが(Patata novella di Galatina)」、「ボローニャ馬鈴薯(Patata di Bologna)」の三点が PDO として認定されている。一方、PGI に関しては、イタリアでは四点、ドイツとスペインで各二点、そしてフランスとデンマークで各一点の計 10 点の認定品目がある。

これらの中でドイツ・ニーダーザクセン州の PGI 認定馬鈴薯、リュネブルガーハイデ馬鈴薯(Lüneburger Heidekartoffeln)は、リュネブルク近郊のリュネブルガーハイデと呼ばれる地域で生産された馬鈴薯のことを指す。この地域では古くから馬鈴薯の生産が行われており、現在でもドイツ有数の馬鈴薯産地でもある。栽培方法はニーダーザクセン州農業会議所のガイドラインに基づき、品種は特に定められていないが、生食用で料理のタイプが固形(festkochend；フライドポテトなど)もしくは主に固形(vorwiegend festkochend；煮物など)のものとされるため、ベラーナ種やガラ種などがよく作られている。

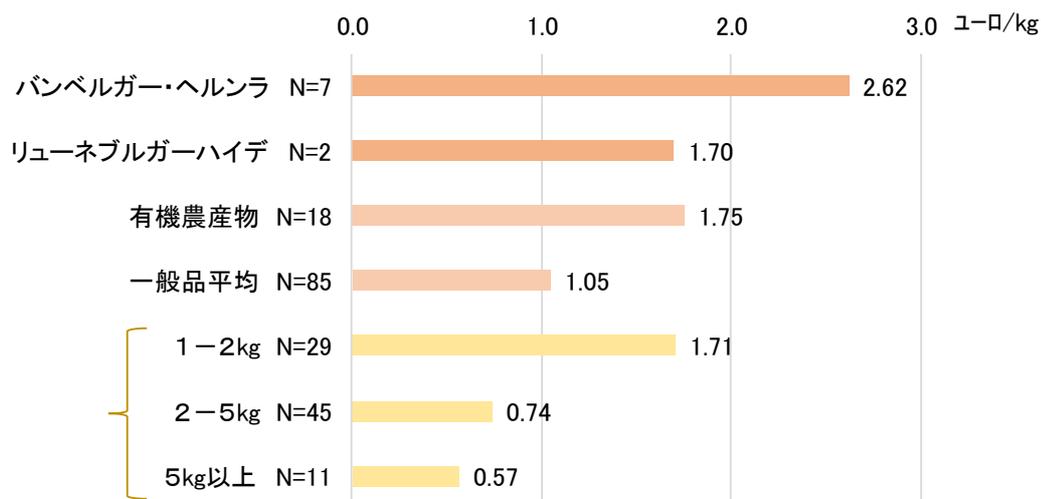
PGI の認定を受けたを取得したもう一つの地域ブランド馬鈴薯である「バンベルガー・ヘルンラ」は、ドイツ・バイエルン州の北部、フランケン地方に固有の在来種の名前であり、その特異な形状(小型で細長く、表面に突起を持つ。第 1 図参照)から、生産においては汎用機での機械作業に適合せず、また流通面でもパッケージングが困難という特徴を持つ。そのため、他品種に押され、一時は消滅の危機にあったが、地域伝統料理の材料として欠かせないという点にドイツ・スローフード協会が着目し、2008 年にはドイツ・ポテト・オブ・ザ・イヤーにも選ばれた。そこで地元でもこの品種の生産回復を目指す気運が高まり、同年にフランケン地域バンベルガー・ヘルンラ推進協議会が設立され、PGI の取得を目指すこととなった。



第 1 図 バンベルガー・ヘルンラ

注：2016 年 10 月筆者撮影

2013 年 10 月 5 日に認定を受けた後も、徐々に生産を拡大させ、現在では 25 戸で 20ha が作付けされている。もっとも栽培技術が未だ確立しておらず、平均単収もおよそ 1.5t と少ない。生産物については、仲買人を通じての販売が多いが、量販店との直接取引やマルクトでの直売もある。この「バンベルガー・ヘルンラ」は、生産量は少なくとも、単価は高く、産地近郊のヴェルツブルクやハノーファーでの小売価格は、一般的商品の平均が 1.05 ユーロ/kg なのに比べて 2.5 倍の 2.62 ユーロ/kg であった。ただし一般品はパッケージのサイズによって価格が大きく異なり、「バンベルガー・ヘルンラ」に多い 1 ~ 2kg 帯の場合は 1.71 ユーロ/kg であったため、それとの比較では 1.5 倍程度の開きとなる(第 2 図)。なお、リュネブルガーハイデ馬鈴薯の方は、大産地の品種を指定しない馬鈴薯であり、プレミアム・ブランドという位置付けでは無いので、価格帯は小パッケージの平均と変わらない。



第2図 ドイツ馬鈴薯小売価格の比較

注：小売市場調査に基づき作成

ドイツでは消費者は生鮮馬鈴薯を伝統的にはマルクトや八百屋で入手していたが、近年は食品スーパーやディスカウンターで購入することが増えている。ヴェルツブルクとハノーファーで店舗調査した結果では、マルクトや専門店では1～3種類のアイテムが販売されており、アルディやリドルなどのディスカウンターでは3～5種類、エデカやレーヴェなどの食品スーパーで4～7種類、そしてリアルのような百貨店形式の店では8～13種類のアイテムが用意されていた。

これらの業態ごとに平均単価は異なり、ディスカウンターでは0.96ユーロ/kgで、百貨店やスーパーでは1.16ユーロ/kg、そしてマルクトを含む専門店では1.79ユーロ/kgとなっていた(第3表)。その中でバンベルガー・ヘルンラはマルクトと百貨店のチャンネルでのみ販売され、それらの平均単価を押し上げていた。

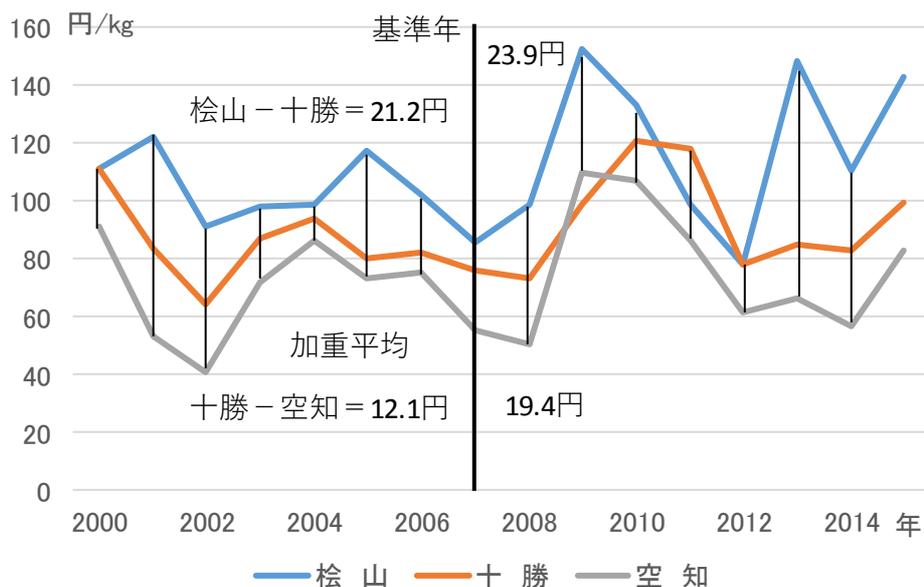
第3表 業態別馬鈴薯平均単価の違い

業態	平均kg単価	件数
ディスカウンター	0.96	32
百貨店	1.16	23
食品スーパー	1.16	27
専門店	1.79	30
バンベルガー・ヘルンラ	2.62	7

注：小売市場調査に基づき作成

3) 地域団体商標取得馬鈴薯「大正メークイン」の事例

地域団体商標を取得した「大正メークイン」は、北海道帯広市の大正地域で戦後間もなくから生産されている地域ブランド馬鈴薯である。1960年代から全国的販路を広げ、現在では302戸の農家が1,341ha(2015年)を作付けており、そのシェアは道産メークインの27%にも上る。安全・安心を求める契約先からの要望に応じて2003年からは収穫前の葉茎処理を薬剤を使用せずにリーフチョッパーを用いて機械的に処理するようになっている。しかし、この差別化戦略については、製品を直接販売している一部の量販店には伝わっているが、消費者にまで情報が伝達されることは少ない。収穫物の8割は生食用としてホクレンを経由して市場出荷され、トレーラーに



第3図 道産メイクインの産地別価格比較

注：札幌市中央卸売市場データに基づき作成

より多くは関西地域へ送られる。量販店へ直接輸送する場合もホクレンを通しており、ライフ、万代、イトーヨーカ堂、イオンなどが大口顧客である。残りの2割はコロッケやサラダなどの加工食品メーカーへ直売している。

古くから付き合いのある小売店では時期によって「大正メイクイン」の名入りポップなどを出すこともあるが、基本的に「北海道産」の馬鈴薯として販売されるため、そのブランドは小売価格には反映していない。一方、卸売市場価格では、産地は「十勝産」・「網走産」などの総合振興局単位で、品種は「メイクイン」・「男爵」・「キタアカリ」・その他の水準で把握できる。そこで「十勝産・メイクイン」の価格を2000年～2015年の間で他と比較したところ、比較可能な産地で最低値を示す「空知産」との間では平均して17円高い90円/kgとなった。しかし、同じ道内で他のブランド産地である「桜山産」と比較すると、こちらは22円安くなっていた(第3図)。「大正メイクイン」が地域団体商標を取得した2007年を基準として前後7年間でこれらの価格プレミアムの変化を調べたところ、「桜山産」との差は-21.2円から-23.9円へと広がっていたが、「空知産」との差が12.1円から19.4円へとより大きく拡大していた。これらのことから、地域団体商標取得の効果は、大きくはないものの一応は認められた。

4. 考察

地域団体商標取得の価格プレミアム効果は、大きなものではなかった。これはそもそも「大正メイクイン」がプレミアム・ブランド市場を狙ったものではなく、コモデティ・ブランド商品であることが理由の一つであるが、それに加えて販売が基本的にホクレンを通しての市場流通であることから、ブランド・マネジメントとしてのチャンネル管理が不十分であり、最終消費者にまで

第4表 馬鈴薯地域ブランドの戦略に関する比較

対象事例	バンベルガー・ヘルンラ	大正メークイン
ブランド戦略	プレミアム・ブランド	コモデティ・ブランド
コンセプト	特徴のある伝統的な品種の保護	大ロットの安定供給
コミュニケーション プロモーション パブリシティ	フルーツ・ロジスティカ他、各種メッセに参加 州の関連団体がパンフレットを作成 「今年のイモ」選出時にはマスメディアに露出	「メークインまつり」を40年前から開催 キャラクター「さつきちゃん」を作成 新製品開発に係わり地元でニュース報道
マネジメント 生産管理 品質管理 販路管理 知財管理	特定の栽培基準はなく、最適な栽培法を模索中 基本的にGlobalGapの認証を受けている 各農家が複数の販売先に自由に販売しているので、管理はしていない。 PGI登録	土壌診断と栽培履歴 一部についてはYesグリーンで第三者認証 ホクレンに任せている部分が多いが、そこでは独自ブランド化はできていない。 地域団体商標取得

注：聴き取り調査に基づき作成

そのブランド名と商標の情報が伝達されていないことに由来するものと考えられる(第4表)。さらに地域団体商標の制度自体が一定の原材料や製法など対象品の品質を保証するものではないので、取得しただけでは製品差別化には繋がらない。「大正メークイン」の場合、生産・品質管理について GAP や北海道の安全認証制度に則り保証されている部分もあるが、「市田柿」の事例のように、地域団体商標を取得する際、商標管理と合わせてイノベーションを導入するようなより高度な生産・品質管理を行う仕組み作りが重要であると言える(森嶋, 2016)。

これに対して地理的表示保護制度の場合は、地域に特徴付けられた製法も合わせて登録する必要があるため、他との違いを示す根拠となり得る。EU の PGI に登録されている「バンベルガー・ヘルンラ」は確かに他の製品と比べて高い価格プレミアムを有していた。ただし、過去のデータが入手できなかったため検証はしていないが、聴き取り調査の結果では、「バンベルガー・ヘルンラ」は PGI 登録以前から高単価であったため、登録による追加的効果は少ないとのことであった。聴き取りによるとそれ以外の登録効果としては、登録によりマスメディアの話題となることでパブリシティが得られる効果大きい。特に「バンベルガー・ヘルンラ」は高齢者と若者の間で認知度に大きな差があったということなので、この効果は大きかった。ただし、この効果は時間が経つと薄れるため、継続的なブランド・コミュニケーションが必要となる。そのため、ベルリンで毎年行われるフルーツ・ロジスティカなど各種メッセに参加して、プロモーションに努めている。

ただし、この地理的表示保護制度は、特定地域に固有の資源に基づくブランドを保護することを目的とした制度であることから、新たに開発した品種や栽培技術を核としたブランド戦略を採る際には、その品種が地域に根付くための時間がかかる、また栽培技術が狭い範囲のみを対象としたものとなるといった問題点がある。従って、他の方策と組み合わせる必要があり、そのための有効な手段を解明することが今後の課題である。

引用・参考文献

- 1) 内藤恵久（2013）地理的表示の保護について－ EU の地理的表示の保護制度と我が国への制度の導入－, 農林水産政策研究 20, PP.37-73
- 2) 森嶋輝也（2016）地域ブランドを核とした食料産業クラスターの形成-長野県「市田柿」のネットワークを事例に-, 齊藤修・佐藤和憲編著「フードシステム革新のニューウェーブ」日本経済評論社, PP.301-315

参考表 地域ブランド馬鈴薯の取り組みに関する日独比較

対象事例	バンベルガー・ヘルンラ	大正マークイン
特徴	地域在来種である同名の馬鈴薯品種を核とする地域ブランド	戦後まもなく同地域内で作付が始まった馬鈴薯品種を核とするブランド
生産(2015年)		
生産者数と作付面積	25戸/20ha	302戸/1,341ha
単収/製品化率	1.5t/50%	3.3t/80%
地域内面積シェア	(バイエルン州)	(北海道)
同品種/同品目	100%/0.04%	27%/2.7%
価格プレミアム	小売レベルで一般品の1.6~2.5倍	なし(同ブランドでの販売がない)
流通・販売		
チャネル	ヴェルツブルクやフランクフルトのマルクトまでトラックで自家輸送	関連子会社(マークイン産業)を通じた産地直送あり。顧客は道内が多い。
直売		
仲買人	ベルギーを経由してからメンヘングラドバッハの業者(ベーマー)へ。25kg~10tまで。取りに来る場合と自ら運ぶ場合の両方ある	8割はホクレンを経由して市場出荷。基本はトレーラー出荷で、一部コンテナ輸送
量販店	500g~2kgの袋詰めをした後、量販店の配送センターへ専門業者を通じて送る。アルデイ、リドル、レーヴェ、エデカなど	(直接輸送する場合もホクレンを通して)
メーカー	生食のみで、加工用はない	イトヨーカ堂、イオン、ライフ、万代など
生産者販売価格	0.9ユーロ/kg	100円/kg
規格外品の用途	飼料用	でん粉用もしくは廃棄
技術的要因		
特徴のある品種	バンベルガー・ヘルンラ 歴史と特徴のある品種を種子から地域内で囲い込み	マークイン 全国的に普及している品種
種子	協会員(3名)が生産	農協内で生産(150ha)
種子価格	2.3ユーロ/kg(うち0.3ユーロは協議会活動費に充てる)	88円/kg
栽培	施肥は窒素が少なめだが、他品種とそれ程変わらない。農薬も同じ。	Yesクリーン生産集団に登録
収穫	専用機が一般的でないため、手作業部分が多い	葉茎処理剤不使用(2003年~)
認証	Global GAPは販売のため必須	十勝型GAPを義務付け
貯蔵	生産者が各自で倉庫を所有し、適宜販売する。低温倉庫の場合はあるが、CA倉庫ではない。	農協の低温倉庫で貯蔵。一部はホクレンのCA倉庫を経て「よくねたいも」として販売
歴史・文化的要因		
経緯	1854年の文献によると、フランス発祥の「バンベルガー・ヘルンラ」の原種は司教の庭園からバンベルクの庭師マイスターの手を経て当地の家庭菜園や畑に広まった。 2008年のドイツ・ポテト・オブ・ザ・イヤーに選ばれ、推進協議会が設立。EUのPGI登録を目指すこととなる。	1948年に当時の農協専務が道採種組合の役員より釧路産の種を譲り受けたことに始まる。 1959年に高島屋が各支店を通じて全国に販路を拡大することで、大正マークインの名が広まった。
特別な使用法	伝統的フランケン料理「祝祭日の馬鈴薯サラダ」の材料として、バイエルン州の公式データベースに登録されている。	煮物を中心に生食用として広く全国的に用いられている。
制度的要因		
地域特性を保証	地理的表示保護(略称PGI) 地域との関連性を含めて登録	地域団体商標 地名使用の許可のみ
登録生産者団体	フランケン地域バンベルガー・ヘルンラ推進協議会	帯広大正農業協同組合
所在地	バイエルン州ガウケーニヒスホーフエン	北海道帯広市
地理的範囲	フランケンの3行政区(上フランケン、中フランケン、下フランケン)の何れかに由来する種苗を用い、かつ上記の何れかの地域で生産されたバンベルガー・ヘルンラ種の馬鈴薯	北海道帯広市大正本町・大正町・愛国町・昭和町・幸福町・桜木町・以平町・泉町・中島町並びに中川郡幕別町字古舞・栄・美川の区域内にて営農する組合員により生産されたマークイン種の馬鈴薯
登録番号	EC番号:DE-PGI-0005-0802	第5051631号
登録日	2013/10/5	2007/6/1
公開日	2012/9/19	2006/7/13
出願日	2010/3/17	2006/6/20
類似群コード	クラス1.6:果物、野菜、穀物、生鮮又は加工	第31類 野菜(「茶の葉」を除く。)(32D01)