

〈論文〉

農産物・食品の山地ラベル認証制度の国際的展開と課題
—国連食糧農業機関と欧州連合の取り組みを事例として—

International Development of Mountain Labeling
Systems for Agri-Food Products and Their Challenges:
Cases of FAO and EU

関根 佳恵¹⁾

SEKINE, Kae

Abstract:

International communities are urged to improve the sustainability of agriculture, forestry, and fisheries in mountainous areas to maintain the ecosystems and natural resources as well as the livelihoods of people living in these areas. In recent years, the mountain labeling certification systems, employed by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) and the European Union (EU), have been considered promising tools to meet these challenges. These systems are used to differentiate agri-food products in mountainous areas in the market, which increase value, thus supporting people from these communities in raising their income, and in maintaining or developing agriculture, forestry, and fisheries. This study elucidates the development and challenges of the mountain labeling certification systems employed by FAO, the EU, and its member country Italy and obtain suggestions for Japan, where hilly and mountainous areas account for most of the national territory. The findings reveal that while the certification systems are beneficial for mountainous people to sustain or develop their production and pass their operations to the next generation, stakeholders need to appropriately support smallholders and retain its transparency and accountability.

Keywords:

Mountain labeling certification systems, Agri-food products, FAO, EU, Italy

1) 愛知学院大学経済学部

要旨 山地で暮らす人びとが、生態系や天然資源を保全しつつ生計を営み続けられるように、農林漁業の持続可能性を高めることが、国際社会の課題となっている。この課題に応えるために注目されているのが、山地ラベル認証制度である。国連食糧農業機関（FAO）と欧州連合（EU）は、それぞれ山地ラベル認証制度を導入し、山地で生産された農産物・食品を市場で差別化し、付加価値を高めることで、山地で暮らす人びとの所得の向上や農林漁業の維持・発展を目指している。本稿は、FAOとEU、および加盟国のイタリアにおける山地ラベル認証制度の展開と課題を明らかにし、中山間地域が国土の大部分を占める日本への示唆を得ることを課題とする。結論として、山地ラベル認証制度が山地産品の生産の維持・拡大や経営継承に有益であることを示し、日本における同制度の導入においては、小規模生産者への支援や制度の透明性に配慮すべきであることを指摘する。

キーワード 山地ラベル認証制度、農産物・食品、国連食糧農業機関、欧州連合、イタリア

1. はじめに

2021年12月に開催された第76回国連総会は、2022年を「持続可能な山と人の営みの国際年」(International Year of Sustainable Mountain Development) とする決議案を採択した（FAO 2022a）。キルギス共和国が、ほかの94ヵ国とともに、この国際年の設置を国連総会に提案した。その設置目的は、持続可能な山地の発展、および山地の生態系の保全と持続可能な利用の重要性について、国際社会の関心を高めることである。国連は、2002年の「国際山岳年」から20年の節目に合わせて、世界の山地・山岳地帯での人の営みを見直して、持続可能なものにするための制度等について議論したいとしている。

この国際年の設置に象徴されるように、近年、山地における農業、牧畜、林業、鉱業、および観光等の人間の経済活動や開発のあり方が、山地の生態系や天然資源の保全において問題視されるケースが増加している。過度な開発だけではなく、過疎化や経済活動の停滞・撤退による生態系サービスの低下や景観の喪失、山地で暮らす人びとの貧困等も社会問題化している。

こうした課題への新たなアプローチとして近年注目されているのが、山地で生産された農産物・食品を認証する山地ラベル認証制度である。国連食糧農業機関（FAO）や欧州連合（EU）が2010年代に相次いで制度化しており、中山間地域が国土の7割を占める日本にとっても有益な制度である可能性がある。そのため本稿では、FAOとEUにおける山地ラベル認証制度の展開と課題を明らかにし、日本への示唆を得ることを課題とする。

この課題に接近するために、筆者は2018年8月にFAOローマ本部の山地ラベル認証制度の担

当者に、同年11月には山地ラベル認証制度を採用する産地の事例として、イタリア北東部のエミリア・ロマーニャ州とロンバルディア州で生産されるパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの複数の生産者団体等に対してインタビュー調査を実施した。

以下では、第2節で世界の山地をめぐる状況と課題、および既存の山地保護制度の概要を整理し、先行研究における本稿の位置づけを示す。第3節でFAOとEUの山地ラベル認証制度が導入された経緯と制度の内容を明らかにする。第4節では、イタリアのパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズを事例として取り上げ、山地産品ラベル認証制度と地理的表示制度、およびスローフード協会のプレシディオ認証制度を比較しながら、産地の戦略と活用の成果に迫る。最後に、先行する二つの制度の意義と課題を整理し、今後の日本への示唆をまとめる。

2. 世界の山地をめぐる状況と保護制度

2.1. 世界の山地をめぐる状況と課題

国連によると、地球の陸地の22%が山地であり、そこでは全人口の13%が暮らしている（FAO 2016）。山地には人類が利用する淡水の60～80%の供給源があり、陸地の生物多様性の25%、自然保護区の60%、世界遺産の30%が存在する。山地を覆う森林には温室効果ガスを吸収し、清浄な空気を供給する機能がある。しかし、近年は世界各地の山地で様々な問題が起きている。例えば、気候変動による環境の悪化、森林の過剰な伐採、大規模な火災、行き過ぎた観光、適切な管理がなされていない鉱山、持続可能ではない農業・牧畜の営み、および過疎化による管理不足等である。こうした問題を放置すると、洪水や土砂崩れ等の大規模な災害につながり、川の下流域の都市部に暮らす人びとの暮らしにも大きな影響をおよぼす危険性がある。

また、山地では、独自の言語や文化、宗教をもつ少数民族も数多く暮らしている（FAO 2016）。山地に住む人は、国土や自然環境の保全、伝統文化や景観の維持、食料生産、地方の雇用創出²⁾等で、重要な公共的役割を果たしているが、各国・地域の政策では、その役割に見合う十分な支援ができていないことが少なくない。世界的にみると、山地で暮らす人びとのなかには所得が低く、食料不足に直面している人もいる。南の国、いわゆる発展途上国では、山地に暮らす人の3人に1人が食料不足に陥っている。山地の農業生産者は、1ha未満から10haほどの経営規模の小規模・家族農業を営むことが多く、その労働力の多くを家族労働力に依存している（FAO 2014）。

2.2. 既存の山地保護制度

山地の自然資源や生態系を保全するためには、そこに暮らす人びとが営む農業や牧畜、林業、観光業等を持続可能なかたちで営むことが重要である。そのため、社会全体で山地の暮らしや環

2) ここで言う雇用とは所得獲得機会を意味し、狭義の賃労働をともなう雇用のみを意味しない。この広義の雇用には、自営業としての農林漁業も含まれる。EU農政における雇用とは、この広義の雇用を指す。

境について考え、行動する必要がある。山地で暮らす人びとが、生態系を維持しつつ生計も営めるようにするために、国連はさまざまな啓発活動をしたり、EUや日本等では政府による所得保障制度を導入したりしている。

例えば、日本はEUの制度に倣って、農林水産省が山地や離島等の条件不利地域で農業を営む経営やその組織に対して中山間地域等直接支払制度を設けて、農業経営の所得安定化を図っている（農林水産省 2016）。さらに、環境保全型の生態系に配慮した農法を実施する経営やその組織に対する環境保全型農業直接支払制度、および農業の多面的機能維持に対する多面的機能直接支払制度も設けている。これら三つの直接支払制度は総称して日本型直接支払制度と呼ばれ、「農業・農村の多面的機能の維持・発揮を図るため、地域の共同活動、中山間地域等における農業生産活動、自然環境の保全に資する農業生産活動を支援」することを目的として、「農業の有する多面的機能の発揮の促進に関する法律」（2015年4月1日施行）に基づいて実施されている。

EUの加盟国等では、山地の貴重な生態系や景観を維持するために国立自然公園、地方公園、および自然保護区等に指定して保護しつつ、一定の条件の下で住民の居住や農業・牧畜等の経済活動を認めることで、持続可能な山と人の営みを両立する道を模索している（第1表）。国連教育科学文化機関（ユネスコ）によって世界自然遺産³⁾や世界ジオパーク⁴⁾に認定されている山地もあり、環境保全と観光業による住民所得の向上の両立が目指されている（UNESCO 2022b）。また、FAOは、世界農業遺産（GIAHS）⁵⁾の登録制度によって、山地を含む地域で営まれる小規模で伝統的な農業や牧畜、漁業等を保護している（FAO 2022b）。確かに、一部の山地では持続可能な山と人の営みを保護するためにこれらの認証制度を活用できるが、これらの認証制度は、特定の地理的エリアやそこで営まれる農業等の産業を登録するものであり、認証地域で生産された産品自体を認証したり、認証ラベルを付して市場で差別化したりすることはできない（Fernandez et al. 2020, Parasecoli 2017, Sekine 2021, 2022）。

他方で特定の地域で生産された農産物・食品の名称と生産・製造方法を保護する地理的表示（GI）制度がTRIPS協定の下で認められており、EU諸国や日本を含む世界各国が導入している（Bonanno et al. 2019）。また、イタリア発祥のNGO国際スローフード協会も小規模生産者が伝統的な生産方法で栽培・飼育・加工する農産物・食品を「味の箱舟」や「プレシディオ認証」に登録している（Fernandez et al. 2020, Parasecoli 2017, Sekine 2021, 関根 2021, 関根2020）。地理的表示制度やプレシディオ認証に登録されている山地で生産された農産物・食品は多数存

3) ユネスコの世界遺産登録制度は、世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約に基づいて1960年に始まり、2022年現在、167ヵ国・地域の1154件が登録されている（UNESCO 2022a）。世界遺産には、自然遺産、文化遺産、および複合遺産がある。

4) ユネスコの世界ジオパークの認証制度は2001年に始まり、2022年現在、46ヵ国の177の地域が登録されている（UNESCO 2022b）。このうち、日本では9地域（洞爺湖有珠山、糸魚川、島原半島、山陰海岸、室戸、隠岐、阿蘇、アポイ岳、伊豆半島）が登録されている（文部科学省 2021）。

5) FAOの世界農業遺産の登録制度は、2002年に始まり、2022年現在、23ヵ国の72地域を登録している（FAO 2022b）。

在するが、山地の産品やその生産者を限定して保護する制度ではなく、すべての山地の産品が地理的表示制度によって保護されているわけではない。

第1表 山地における経済活動に関わる既存の制度

制度	認証の主体	認証・支援の対象
国立自然公園・地方公園 自然保護区等	中央政府・地方政府	特定の地域(山地を含む場合あり)
世界遺産(自然遺産・複合遺産)・ 世界ジオパーク	国連教育科学文化機関(ユネスコ)	特定の地域(山地を含む場合あり)
世界農業遺産(GIAHS)	国連食糧農業機関(FAO)	特定の地域の農林漁業の営み(山地を 含む場合あり)
条件不利地域等直接支払	中央政府・地方政府	山地を含む条件不利地域の農業経営
地理的表示(GI)	中央政府・地方政府	特定の農産物・食品・酒類(山地産品 を含む場合あり)
味の箱舟 プレシディオ認証	国際スローフード協会	特定の農産物・食品・酒類(山地産品 を含む場合あり)

資料：FAO (2022b), Fernandez et al. (2020), 農林水産省(2016), Parasecoli (2017), UNESCO (2022a, 2022b)より筆者作成。

3. 農産物・食品の山地ラベル認証制度の展開

そこで、近年注目されているのが、山地で生産された農産物・食品に山地ラベルと呼ばれる認証ラベルを付して、消費者が識別できるようにする支援制度である。どの商品が山地で生産された産品なのかを消費者が見分けられるようにすることで、消費者が購買行動を通じて山地に住む人たちの生計や暮らしを応援できると期待されている。

山地で生産される農産物・食品の生産費は、平地のそれよりも4割ほど高いため、販売価格が高くなりがちだが、山地ラベルがないと消費者はその農産物・食品がなぜ割高なのか分からず、より安価な産品を求める傾向がある(Euromontana 2022a)。あるいは、山地の生産者に十分な価格交渉力が備わっていない場合は、生産費をカバーすることができず、後継者不足や高齢化に直面する可能性がある。山地ラベルをつけることによって、なぜ割高なのかを消費者が理解し、応援消費につなげることで、生産費をカバーできるようにするねらいがある。

3.1. 国連食糧農業機関による山地パートナーシップ産品認証制度⁶⁾

FAOに設置されている組織「山地パートナーシップ」(Mountain Partnership)は、1992年にブラジルのリオデジャネイロで開催された国連環境開発会議(地球サミット)で採択されたアジェンダ21(環境分野における国際的取組の行動計画)を実施するために、2002年の持続可能な開発サミット(World Summit on Sustainable Development: WSSD)の具体的成果として設立

6) 本項の記述は、特に断らない限り2018年8月に実施した山地パートナーシップに対するインタビュー調査による。

された (Mountain Partnership 2022a)。山地パートナーシップは、山地の生態系システムの持続可能性、山地住民のコミュニティの社会経済的福利・生計の向上、および政策決定過程に参加するための支援等を行う政府、国連機関、市民社会団体等によって構成される任意加盟の統括組織である (Mountain Partnership 2022b)。山地パートナーシップが採用する山地の定義は、第2表の通りである。2021年末現在、世界各地の442の政府および団体から構成され、イタリア、スイス、アンドラ公国、およびFAOがドナーとして活動に必要な予算を提供している (FAO 2022a)。


第2表 国連食糧農業機関 (FAO) の山地パートナーシップが採用する山地の定義

山地分類	標高	傾斜 / 局所起伏幅
クラス 1	4500m 超	—
クラス 2	3500~4500m	—
クラス 3	2500~3500m	—
クラス 4	1500~2500m	傾斜 \geq 2 度
クラス 5	1000~1500m	傾斜 \geq 5 度 または 局所起伏幅 (LER) $>$ 300m
クラス 6	300~1000m	局所起伏幅 (LER) $>$ 300m

資料：Mountain Partnership (2022c) より筆者作成。原資料：Kapos et al. (2000)。

山地パートナーシップは、2016年からイタリアの国際スローフード協会と共同で、南の国の山地の小規模な農業生産者や加工業者が生産した品質の高い農産物・食品、および工芸品を「山地パートナーシップ産品」(Mountain Partnership Products)として認証し、ラベルを付している (第3表)。この山地ラベル認証制度を通じて、山地パートナーシップは、山地で暮らす人びととその経済活動、および生態系システムのレジリエンスを強化することを目指している (Mountain Partnership 2022d)。認証される商品には、山地の農的生物多様性、伝統的な品種、農法、製造方法、文化と結びついていること、一次生産者の公正な所得につながること、生産者と消費者の間の透明性と信頼に基づいていること、地域市場または国内市場における地産地消を推進することが求められる。山地パートナーシップは、南の国の小規模生産者に対して起業、マーケティング技術、生計の向上のための技術的および資金的支援を実施している。

第3表 国連食糧農業機関（FAO）の山地パートナーシップ製品の認証制度

区分	内容
認証団体	FAO 山地パートナーシップ / 国際スローフード協会(二者認証, PGS)
開始年	2016年
認証の対象	農産物, 加工食品, 工芸品
認証産品数(品目)	20産品(ハチミツ, 米, 豆, ドライフルーツ, コーヒー, 茶, ハーブティ, ジャム, 絹, 糸, フェルト等)
認証産品の生産国	8カ国(ボリビア, インド, キルギス, モンゴル, ネパール, パナマ, ペルー, フィリピン) *
認証取得の生産団体数	13団体
生産者数(うち女性)	約10,000人(約6,000人)
団体ラベル(左)と 認証ラベル(右)	

資料：Mountain Partnership (2022c) より筆者作成。

注*：近々、新たにグアテマラ、レソト王国、パプアニューギニア、ルワンダが加わる予定である。

2022年現在までに、ペルーやネパール等8カ国の13団体、約1万人の生産者が生産する20産品が、山地パートナーシップ産品として登録された（第3表）。山地では若い男性が現金収入を得るために低地で出稼ぎをすることが多いため、生産者の約6割が女性であり、山地の女性の所得および地位の向上に貢献している。山地パートナーシップ産品のラベル認証制度の導入によって、登録産品の価格は平均25%上昇し、生産量は40%増加し、売上は49%増加した（Mountain Partnership 2022d）。

山地パートナーシップ産品の認証制度は、第三者認証制度ではなく二者認証制度に該当する。二者認証制度とは、第三者認証機関を介せず、基準を策定する主体が申請団体やその産品等を認証する制度である（Loconto 2017）。すなわち、山地パートナーシップと国際スローフード協会が共同で認証基準を作成し、生産者およびその団体が山地パートナーシップに産品の生産情報を記述した申請書類を提出して、山地パートナーシップの審査を受け、基準を満たした場合に認証を受けて産品にラベルを付すことが認められる。そこにはEcocertのような第三者認証機関は介在しないため、小規模な生産者にとって大きな負担となる高額な認証費用や膨大な書類作成に必要な時間や労力も発生しない。山地パートナーシップは、山地パートナーシップ産品ラベルを国際スローフード協会が採用している「ナラティヴ・ラベル」（物語ラベル）の一種と位置づけており、消費者が店頭で産品の産地や来歴、栽培・加工・保存方法、栄養価、地域の伝統文化における役割等に関する情報に基づいて購買行動をとれるようにすることを目指している（Mountain Partnership 2022d）。

さらに、山地パートナーシップは2019年4月に国際有機農業運動連盟（IFOAM）と連携して、

世界で初めて山地の有機農産物・食品に参加型認証制度 (Participatory Guarantee Systems: PGS) を導入する「世界山地 PGS ネットワークに関するラニケト宣言」を行った (Mountain Partnership 2022d)。PGS は、第三者認証に代わる有機農産物・食品の認証制度であり、近年、有機農産物・食品の表示の根拠として公的に認める国・地域が増加している。IFOAM は PGS の国際基準を策定しているが、PGS によって認証された産品を有機食品として表示できるのは、それが認められている国・地域内の市場に限られる。PGS は、第三者認証に必要な認証費用や書類作成の時間および労力を必要とせず、生産者および消費者、その団体がお互いに協力して生産方法や品質を確かめ合うことで信頼性を確保している。そのため、小規模な家族経営の農家や中小零細規模の食品加工業者の間で、第三者認証ではなく PGS に取り組むケースが増えている。山地パートナーシップは、IFOAM による PGS の手法を導入し、山地で小規模な家族経営の生産者が生産した有機農産物・食品の国内市場における流通を促進し、山地で生計を営む人びとが公正価格を受け取れる環境を整備することを目指している。

3. 2. 欧州連合による山地産品認証制度

山地ラベル認証制度は、北の国、いわゆる先進国でも導入されている。フランスを拠点としている国際非営利組織ユーロモンタナ (Euromontana) は、EU⁷⁾ における山地ラベル認証制度の導入を提案した団体である (Euromontana 2022b)。ユーロモンタナの起源は、1954年から FAO が隔年開催している山地農業に関する国際会議にある (Euromontana 2022c)。1974年に欧州農業連合 (Confederation of European Agriculture: CEA) が、アルプス山脈やピレネー山脈を国土に持つ国々の農業団体の代表者とともに、山間地域の社会経済問題を取り扱う常設ワーキンググループ「ユーロモンタナ」を設立し、その後の同会議の定期開催を支えた。ユーロモンタナは、1994年には加盟組織が中東欧諸国の農業団体、農村開発団体、および環境保護団体に拡大し、1995年にポーランドで開催された会議において、法人化が決定された。

同年3月4日にローマで、欧州14カ国・地域 (アルバニア、ブルガリア、スコットランド、スペイン・バスク自治州、フランス、ギリシャ、イタリア、マケドニア、ポーランド、ルーマニア、スロヴァキア、スロヴェニア、スイス、チェコ共和国) の代表によって、ユーロモンタナを法人格を持つ協会として設立することが宣言された (Euromontana 2022c)。翌1996年に、宗教・政治的に中立で非営利の研究を目的とする組織として正式に発足し、それ以降、欧州の山地で暮らす人びとの生活向上と山地の持続可能な発展を目的として啓発活動やイベント開催、調査研究、研修、国際協力等を行っている。2022年現在、欧州20カ国 (上記14カ国のほかに、アンドラ公国、オーストリア、クロアチア、ノルウェー、ポルトガル、英国) の75団体が加盟している。

ユーロモンタナは、山地で生産された高品質な食品の保護と販売促進によって、持続可能な

7) EU27カ国の国土のうち28.7%が山地であり、全人口の16.9%が暮らしている (Euromontana 2022a)。

山間地域の発展を図るために、2000年から欧州議会等に山地産品の認証制度の導入を働きかけてきた（Euromontana 2022b）その結果、欧州議会は2012年に新たな法律（EU規則1151/2012）（2012年12月施行）を整備して、山地で生産された農産物、およびそれを原料として山地で加工された食品に対してのみ「山地産品」という名称の使用を認めることとした。さらに、「山地産品」を名乗る産品の品質に関わる任意の条件を定めた委任法令（Delegation act）665/2014が、2014年7月に欧州議会で追加承認された。これにより、EU加盟国は任意で「山地産品」を公的に認証できるようになったのである。

EUの山地ラベル認証制度もまた、山地で生産された農産物、およびそれを原料として山地で加工された食品に対して加盟各国が定める山地ラベルを付すことで、消費者が積極的に選んで購入することを後押ししている。2022年現在、EU加盟国では、オーストリアやフランス、ドイツ、イタリア等の9カ国が、乳製品、食肉・食肉加工品、果物、オリーブオイル、菓子、ミネラルウォーター、薬草等を公的に山地産品として認証している（第4表）。山地産品の認証基準はEUの根拠法によって定められており、第三者認証機関が品質や生産地域、製造方法等の監査を行った産品を、加盟国政府や政府が定める公的機関が認証する。したがって、認証制度の設計としては、EUの山地産品の認証制度は、EUのオーガニック認証や地理的表示保護制度と同様の制度である。

第4表 欧州連合の山地産品認証制度

区分	内容
認証団体	欧州加盟各国の政府および公的機関 (第三者認証機関による監査を必要とする)
開始年	2012年
認証の対象	農産物、加工食品、水、薬草等
認証産品の種類	チーズ、食肉・食肉加工品、果物、オリーブオイル、菓子、 ミネラルウォーター、薬草等
認証産品の生産国	9カ国(オーストリア、フランス、ドイツ、イタリア等)
根拠法	EU規則1151/2012 EU委任法令665/2014
フランスの山地産品ラベル(左)と イタリアの山地産品ラベル(右)	 

資料：Euromontana（2022a）より筆者作成。

山地特有の環境や自然資源、伝統的な技術で生産された山地産品は、味や香り、色や歯ざわり等で特徴的な品質があると考えられている（Euromontana 2022b）。ただし、近年は、農産物・

食品の品質は、味や香り等の五感で知覚できるものだけではなく、環境保全や山地で暮らす人びとの生活の持続可能性といった五感で知覚できないものも含むと考えられている（関根2021）。欧州市場における EuroMARC プロジェクトの調査結果によると、EU では86%の消費者が山地ラベルのついた商品に対して好意的な印象を持っている（Euromontana 2022a）。消費者は、山地産品に対して、清浄さ、伝統、環境に優しい、地域経済と文化、景観保全につながるというイメージを抱いている。この「新しい品質」を理解して商品を選ぶ消費者を社会全体で育てることが、山地の持続可能性にとって鍵となる。

4. イタリアのパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ産地における山地産品ラベル認証の活用事例⁸⁾

イタリアは、EU の山地産品ラベル認証を導入している国であり、イタリアの産地のなかには同認証制度を活用している生産者団体がある。本節では、イタリアで「チーズの王様」と呼ばれるパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ⁹⁾の産地を事例として、EU の山地産品ラベル認証の活用実態とその効果を明らかにする。

4.1. パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズと産地の概況

パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズは、世界的に有名なイタリアの歴史あるチーズであり、イタリア北東部のエミリア・ロマーニャ州とロンバルディア州の一部で生産されている。イタリアとフランスの地理的表示制度は、1992年に制度化されたEU の地理的表示制度の基礎となったが、特にパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズは、地理的表示（PDO）で保護されているイタリアの産品の代表格として、国内外の美食家に親しまれている。

2018年現在、パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズを製造するチーズ工房・製造所は約320か所あり、約3000戸の酪農家がパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ用の生乳を生産している。パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズは、パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会（Consorzio del Fromaggio Parmigiano Reggiano）が定める地域で特定の生産基準に基づいて生乳生産とチーズの製造・熟成が行われているが、広大な産地には平地だけでなくアペニン山脈に属する山地が含まれる。山地に立地するチーズ工房・製造所は約110か所、酪農家は1200戸以上と全体の3分の1以上を占めている（Consorzio del Fromaggio Parmigiano Reggiano 2022）。原乳の生産に使われる牛の品種は、オランダから1950年代に導入されたホルスタイン種（英名：

8) 本節の記述は、特に断らない限り、2018年11月のパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの3つの生産者団体（ホワイト・モデネーゼ種協会、レッド種協会、パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会）、3戸の酪農家、および2つのチーズ加工業者に対するインタビュー調査にもとづく。

9) パルメザンチーズはイタリア語のフロマッジオ・パルミジャーノ・レッジャーノの英訳であるが、米国のクラフト社等が製造するパルメザンチーズは、イタリアのパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズとは産地も製法も異なる別物である。本稿では、パルメザンチーズと区別するために、EU の地理的表示制度で認証されたものを指して「パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ」と表記する。

Italian Friesian or Holstein, 伊名: Frisona Italiana), 地域の伝統的な在来種であるホワイト・モデネーゼ種 (英名: White Modenese, 伊名: Vacca Bianca Modenese), レッド種 (英名: Red Cows, 伊名: Vacche Rosse), ブルネット種 (英名: Brunette, 伊名: Bruna) の4品種がいる。ホワイト・モデネーゼ種の生乳から作られるパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズは, 国際スローフード協会のプレシディオ認証を取得しており, 15戸の酪農家と2件のチーズ工房が製造している。

4.2. 多様なラベル認証制度と山地ラベル認証制度

1928年に設立されたパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会は, もともとイタリア政府の地理的表示を取得していたが, EUの地理的表示が誕生すると1996年にこれを取得し, 地理的表示の統一ロゴの下で輸出を含む販売促進を行ってきた。そのため, パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会の会員の一部が, 在来品種のレッド種の牛の生乳を用いて製造したパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズを差別化するために, 国際スローフード協会の認証を取得しようとした際に, パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会はこれに反対した。

しかし, 消費者のニーズが多様化し, 有機栽培による生物多様性の保護や食品安全, 在来種の保護, 動物福祉等に関心を持つ層が確実に増えてきたことから, 市場のセグメント化に対応するために, パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会は方針を変更し, 会員によるサブ認証の取得を容認した (第5表)。これにより, ホワイト・モデネーゼ種協会は, 2005年に国際スローフード協会のプレシディオ認証を取得した。レッド種協会は, 1990年代初頭に一度は認証を取得したものの, 経営上の優位性に乏しいと判断して2018年現在は認証を返上しており, レッド種協会のロゴを使用し, 市場での差別化を図っている。これにより, 在来種の牛の生乳, およびそのパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの価格は, 導入種であるホルスタイン種のそれよりも高い水準で推移している (第5表)。その結果, ホルスタイン種よりも泌乳量が少ないホワイト・モデネーゼ種やレッド種の飼養頭数は, 減少から増加に転じている。

2012年にEUの山地産品ラベル認証制度が誕生し, 山地産品を差別化する機運が高まると, パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会は2014年からEUの基準に適合するパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズに山地産品ラベルを付して販売し始めている (第5表)。2000年から2010年の間に, パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの産地内の山地には約60か所のチーズ工房・製造所が立地していたが, 生産量は10年間で約10%減少していた (Alleva 2022)。そこで, パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会は, (1) 山地で生産された生乳を100%使用すること, (2) 飼料の60%以上を山地で生産すること, (3) 山地または山地の自治体の境界から30km以内で製造され, 12か月以上熟成すること, (4) 熟成期間が20か月に達した段階で同協会の専門家による品質検査 (ハンマーで叩いて音を確認する) と選別を受けること, (5) 味覚検査官のグループによる熟成度合の検査と化学成分分析を受けること, (6) チーズ工房・製造所の名称を記載することを条件として, 協会が独自に作成する「山地産品パルミジャーノ・レッジャー

ノ・チーズ」のロゴまたはイタリア政府公認の山地産品ラベルを付して販売することを、山地の会員に対して推奨している（Consorzio del Fromaggio Parmigiano Reggiano 2022, Parmigiano Terra Alte 2022）。

山地産品ラベル認証の導入によって差別化を図ることにより、2014年と比較して、2016年から2021年には山地の生乳生産量は15%増加し、山地のパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの生産量も12%増加した（Alleva 2022）。さらに、チーズ工房・製造所の経営継承が進み、経営者の平均年齢は57歳から30-40歳代に若返った。パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの産地は、地理的表示（PDO）、プレシディオ認証、品種ラベル、有機に加えて、新たにEUの山地産品ラベルを導入することで市場のセグメント化と消費者ニーズの多様化に対応するとともに、生産コストが高く生産条件が不利な山地における酪農経営とチーズ工房・製造所の維持と継承につなげ、山地の自然環境保全や地域経済、コミュニティの活性化、および食文化の継承に成功している。

第5表 パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会が活用する多様な認証制度

認証制度 (導入年)	認証ラベル 協会ロゴ	生乳価格(1L当たり)	チーズ価格 (1kg当たり) 熟成期間24か月
地理的表示(PDO) (1996年)		0.60 ユーロ	12.30 ユーロ
レッド種 (1990年)		0.90 ユーロ	17.00ユーロ
プレシディオ認証 (ホワイト・モデナーゼ種) (2005年)		1.00 ユーロ	20.00ユーロ
山地産品 (2014年)		-	17.20 ユーロ

資料：筆者による調査(2018年11月) および Parmigiano Terra Alte (2022) より筆者作成。

5. おわりに

本稿では、山地ラベル認証制度として、FAOの山地パートナーシップ産品認証制度とEUの山地産品認証制度の展開を整理し、後者の活用事例としてイタリアのパルミジャーノ・レッジャーノ・チーズの取り組みと成果を、インタビュー調査をもとに明らかにした。いずれの制度においても、条件不利地域である山地の農林漁業を維持し発展させることで、山地で暮らす人びとの生計を支え、山地の環境や生物多様性を保全し、伝統的農法や食品製造方法、食文化を継承し、地域経済・社会の活性化を目指している。また、山地で一定の条件の下で生産された農産物・食品をラベル認証することで市場での差別化を図り、山地の環境的・社会的・経済的持続可能性に対して配慮する消費者による商品選択を促すことで、農産物・食品および原料の販売価格の上昇、生産量の増加、生産者の増加や経営継承による世代交代が図られていることが、調査結果から明らかになった。これは、地理的表示制度のように特定の地域固有の伝統的な産品や特徴的な生産・製造方法が保護の対象になるだけではなく、山地という地理的条件を備えた地域の農林漁業が共通して保護の対象となるべきだという共通認識を、FAOやEUが確立したことを意味し、また消費者がその認識を共有して、自らの購買行動を変えていることを示している。こうした点で、山地ラベル認証制度は既存の食農ラベリング制度とは異なる新たな概念を制度化していると評価できる。

他方で、山地ラベル認証制度には課題もある。二者認証・参加型認証制度であるFAOの山地パートナーシップ産品認証制度は、第三者認証機関を介在する制度に比べて認証費用や書類作成の負担が少なく、小規模な家族経営の生産者にとって取得しやすい利点がある。しかし、消費者にとって信頼できる品質保証制度であり続けるためには、認証団体が制度の透明性を維持・向上し、説明責任を果たし続ける必要がある。EUの山地産品ラベル認証制度は、第三者認証であるため客観性が担保されているという利点があるが、有機認証や地理的表示制度と同様に認証費用の高さや書類作成の負担が大きい。そのため、小規模な家族経営の生産者を排除しないように、政府や公的機関が適切な支援措置を講じる必要がある。Pagliacci et al. (2022) は、EUの山地産品ラベル認証制度は基準の厳格さに欠けるところがあり、また認証過程が官僚主義的であると指摘している。山地産品ラベルを付した農産物・食品が実際に消費者の信頼を得て、その生産が維持・拡大するには、パルミジャーノ・レッジャーノ・チーズ協会のように、独自の基準や品質検査を実施し、消費者に対して積極的に情報公開を行っていくことが重要であると考えられる。

日本は、EUに倣って2015年に地理的表示制度を導入しているが、2022年現在、山地ラベル認証は制度化していない。FAOおよびEUが導入している山地ラベル認証制度を、今後、日本でも導入する可能性はあるだろうか。日本では国土の7割が中山間地域で、農地の4割、農家の4割がそこに位置しているが、近年は高齢化や過疎化、鳥獣害、豪雨による土砂崩れ等の災害に直面しており、耕作放棄地が目立つようになっている。日本の農業就業人口の高齢化率は

2019年に70%を超えており、今後、急速に中山間地域における農業生産基盤の脆弱化が進むと予測されている。中山間地域の農業は経営規模を拡大することが地理的に困難であり、平場と比較して生産コストも高くなりがちであるが、そのコストを販売価格に転嫁することは容易ではない。日本でも、山地ラベル認証制度を国レベルまたは自治体レベルで導入して、中山間地域の農家や事業者を応援する機運を形成していくことが必要ではないだろうか。

謝辞

本稿は、日本学術振興会の科学研究費助成事業の若手研究「食農ラベリング制度の国際比較：地理的表示制度、世界農業遺産、食の世界無形文化遺産」(18K14542)と愛知学院大学在外研究制度による支援を受けて、2018年度に国連食糧農業機関（FAO）の客員研究員として滞在したイタリアで実施したインタビュー調査および資料調査に基づいている。本稿はインタビュー調査への協力者、FAO 栄養・食料システム局の所属チーム、特にマルチェッロ・ヴィコヴァロ氏とアレッサンドロ・ファルヴォ氏の支援なくしては実現できなかった。ここに記して感謝申し上げます。

参考文献

- Alleva (2022) The Consortium relaunches the project to enhance Mountain Parmigiano Reggiano (<https://allevaweb.it/il-consorzio-rilancia-il-progetto-di-valorizzazione-del-parmigiano-reggiano-di-montagna/>) (2022年10月30日参照)。
- Bonanno, A., K., Sekine, H. N., Feuer (2019) *Geographical Indications and Global Agri-Food: Development and Democratization*. London: Routledge (Earthscan Food and Agriculture).
- Consorzio del Parmigiano Reggiano (2022) La Biodiversità (<https://www.parmigianoreggiano.com/it/prodotto-biodiversita>) (2022年10月30日参照)。
- Euromontana (2022a) Agriculture and Rural Development (<https://www.euromontana.org/en/working-themes/agriculture-and-rural-development/>) (2022年10月30日参照)。
- Euromontana (2022b) Mountain products (<https://www.euromontana.org/en/working-themes/mountain-products/>) (2022年10月30日参照)。
- Euromontana (2022c) History (<https://www.euromontana.org/en/about-us/history/>) (2022年10月30日参照)。
- FAO (2022a) Mountain Partnership Secretariat – Annual Report 2021. Rome: FAO.
- FAO (2022b) GIAHS: Globally Important Agricultural Heritage Systems (<https://www.fao.org/giahs/en/>) (2022年10月30日参照)。
- FAO (2016) Working together for mountain peoples and environments. Rome: FAO.
- FAO (2014) Smallholders and Family Farmers. Rome: FAO.
- Fernandez, A.; Liu, B.; Pologante, A.; Slattery, S.; Sekine, K.; Ponzio, R.; Palandri, C.; Pantzer, Y.; Barletta, M.T.; Martin, G. (2020) Globally Important Agricultural Heritage Systems, Geographical Indications and Slow Food Presidia, *Technical Note*, Rome: FAO.
- Kapos, V., J. Rhind, M. Edwards, M.F. Price and C. Ravilious (2000) Developing a map of the world's mountain forests. In M.F. Price and N. Butt (eds.) *Forests in Sustainable Mountain Development: A State-of-Knowledge Report for 2000*, Wallingford: CAB International, Pp.4-9.
- Loconto, A. (2017). Models of Assurance: Diversity and Standardization of Modes of Intermediation. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 670(1), Pp. 112-132.

- 文部科学省 (2021) 「ユネスコ世界ジオパーク」 (<https://www.mext.go.jp/unesco/005/004.htm>) (2022年10月30日参照)。
- Mountain Partnership (2022a) Frequently Asked Questions (<https://www.fao.org/mountain-partnership/about/faq/en/>) (2022年10月30日参照)。
- Mountain Partnership (2022b) The Mountain Partnership Vision and Mission (<https://www.fao.org/mountain-partnership/about/our-vision-and-mission/en/>) (2022年10月30日参照)。
- Mountain Partnership (2022c) Definitions (<https://www.fao.org/mountain-partnership/about/definitions/en/>) (2022年10月30日参照)。
- Mountain Partnership (2022d) Mountain Partnership Products Initiative (<https://www.fao.org/mountain-partnership/our-work/regionalcooperation/climate-change-and-mountain-forests/mountain-partnership-products-initiative/es/>) (2022年10月30日参照)。
- 農林水産省 (2016) 「日本型直接支払について」農林水産省。
- Pagliacci, F., L., Cei., E., Defrancesco, P., Gatto (2022) The EU Mountain Product Voluntary Quality Term as a Valorization Tool for Livestock Farms: Challenges and Opportunities in an Alpine Context. *Sustainability*, 14: 3292. DOI: 10.3390/su14063292.
- Parasecoli, F. (2017) *Knowing Where It Comes from: Labeling Traditional Food to Compete in a Global Market*, Ames: Iowa State University Press: Ames.
- Parmigiano Terra Alte (2022) Prodotto di Montagna (<https://parmigiano-terrealte.com/glossario/prodotto-di-montagna/>) (2022年10月30日参照)。
- Sekine, K. (2022) Challenges to conserve world agricultural heritages in a market economy: Experiences in Nishi-Awa, Japan, *International Sociology*, DOI: 10.1177/0268580922.
- Sekine, K. (2021) The Potential and Contradictions of Geographical Indication and Patrimonization for the Sustainability of Indigenous Communities: A Case of Cordillera Heirloom Rice in the Philippines, *Sustainability*, 13(8): 4366, DOI: 10.3390/su13084366.
- 関根佳恵 (2021) 「持続可能な社会の構築における食農ラベリング制度の役割と課題 —伊トスカーナ地方のソラナ豆を事例として—」『立命館食科学研究』3巻, 89-104頁。
- 関根佳恵 (2020) 「食農ラベリング制度を活用したイタリア産トマトの新たな挑戦—SDGs 時代への対応—」『野菜情報』190号, 61-70頁。
- UNESCO (2022a) UNESCO World Heritage List (<https://whc.unesco.org/en/list/>) (2022年10月30日参照)。
- UNESCO (2022b) UNESCO Global Geoparks (UGGp) (<https://en.unesco.org/global-geoparks>) (2022年10月30日参照)。