

評価高い公的品質表示

植村 悌明

品質ラベルを重視して食品を購入

1999年に起こった鶏肉のダイオキシン汚染騒動、2000年の第2次BSE（狂牛病）危機、散発するリステリア菌による食中毒など、食品の安全性に対する不信感が高まる中、フランスの消費者はどのような食品表示に信頼感を見いだしているのだろうか。

2000年に消費者団体のユー・エフ・シー・クショワジール（U.F.C. Que choisir）が行った調査によると、フランスの消費者が食品を購入する際に最も重要な要素としたものは、「品質ラベルの存在」が34.0%で1位、「生産方法」が2位（17.8%）、「原産地表示」が3位（14.2%）であった。約3人に1人の消費者が「品質ラベルの存在」を確認して食品を購入していることとなる。EUの中でも特に品質・原産地に関する公的ラベルの普及が進んでいるフランスでは、品質ラベルの存在が消費者の食品購入の重要な要素となっている。

五つの公的品質・原産地ラベル

フランスには、法令などに基づき認可手続き、認可条件、検査手続きなどが規定されている「品質・原産地に関する公的ラベル」が五つある。「原産地統制呼称（AOC）」「ラベルルージュ（LR）」「品質適合証明（CC）」

（CC）」「有機農産物証（AB）」「山岳地産品証」である。このうち「山岳地産品証」は、山岳地で生産・加工などがなされたことを証明するラベルだが、そのほかに比べ普及が遅れており、実質的には四つが一般的である。

1935年に創設され最も歴史の古いAOCは主にワインで有名であり、その製品の品質や特徴が本質的にその製品の生み出される地理的特質から生じるものに与えられる。19世紀後半にブドウの病気がまん延し、ワインの収穫量が激減したことから、不正表示が横行したため、生産者の利益を守り消費者の欲求に応えることを目的に1905年に不正表示防止法が成立、1919年に原産地呼称に関する法律制定、1935年に生産者団体による登録申請、審査機関による認可という仕組みが制定された。

LRは、製品の優れた品質を保証するもので、60年の農業基本法で農産物の「量的な拡大」から「質の向上」に方向転換がなされた折、質の向上を促進するために創設さ

れた。特に鶏肉ではその売上高の半分以上を同ラベル適合品が占める。CCは、製造、加工または包装に関する規格に適合している食品などに対し90年から与えられており、主に牛肉に多い。LRのように通常の食品と比べ結果的に高品質なことは要件ではなく、

原産地統制呼称（AOC）



ラベルルージュ（LR）



品質適合証明（CC）



有機農産物証（AB）



表1 公的ラベル適合品と
通常食品の価格比較(丸鶏)

	キロ当たりの価格 (ユーロ/kg)	普及品を1とした 場合の価格比
普及品	2.39	1
CC適合商品	3.39	1.42
LR適合商品 (4種類の平均価格)	5.46	2.28
AB適合商品	10.35	4.33

注：1ユーロ=約115円
資料：カルフルー・オートイユ店頭調査（2002年4月30日）
から作成

特定品種で草だけで飼育された牛など、生産、加工過程の一部が規則に従っていることを証明するものが多いため、その内容はさまざまである。ABは80年以来、無農薬、無化学肥料の生産方式により作られた農畜産物に与えられるものである。

高くても買う、生産額も急増

これらの公的ラベルに対する消費者の認知度、評価はどうであろう。前述の調査によると、AOC、LR、ABの三つはよく認知されており、7割以上の消費者が知っていると言っている。一方、CCは5割強にとどまっている。また、これら四つの表示は、広告のためか、それとも品質に関するものか、という質問には、回答の約8割が品質に関するものであると高い評価を与えている。

公的ラベル適合品と通常食品の価格を比較したものが表1である。一例に鶏を取り上げたが、売上高ベースでLR適合品は鶏肉市場全体の約6割を占めるまでになるなど、市場で最も受け入れられている。価格調査を行った店舗でも、丸鶏は全部で7種類売られていたが、そのうちの4種類がLR適合品であった。価格が通常食品の倍以上であっても市場の支持を得ていることが分かる。

一方、その普及状況を生産額ベースでみたのが表2である。近年これら公的ラベル適合品の生産額は急増している。97～2000

表2 公的ラベル適合品別生産額の推移
(単位：100万フラン)

	1994年	1997年	2000年
AOC	n.a.	85,400	120,200
LR	5,036	6,010	8,092
CC	2,300	8,800	12,800
AB ^{注1}	2,500	4,000	6,400
農産物・食料 品生産額 ^{注2}	942,600	1,022,200	1,173,700

注：1) 販売額。2000年はハイパー（大型スーパー）マーケット、スーパーマーケットでの販売額から推計

2) 食料品生産額は雇用者10人以上の企業の総計

3) 1フラン=約22円

出所：原産地呼称全国機関（INAO）、農産物・食料品品質認証開発センター（CERQUA）、農産物認証システム普及認証組織協会（CEPRAL）、フランス農水省中央調査・統計部（AGRESTE）、国立統計経済研究所（INSEE）、リネアール（流通専門誌）

年の3年間で農産物・食料品生産額の伸びが約15%であるのに対して、公的ラベル適合品は4割以上増加、2000年には農産物・食料品生産額の約13%を占めるまでになっている。有機農産物が市場に浸透してきていること、CC適合品の生産額が伝統あるLR適合品を凌駕（りょうが）している点が注目される。

求められる表示認可手続きの簡素化

普及が進む品質ラベルだが、公的ラベルは認可までに要する時間が長く、また手続きが複雑であるという生産者からの意見もある。LRは、流通業者から「鶏肉では通常の食品に比べ品質の違いが明らかだが牛肉はそこまでいかない」「野菜・果物に対する取り組みが少ない」など、AOCは、消費者団体から「品質のばらつきがある」などの問題点が指摘されている。

今後は、これらの課題を克服するとともに、それぞれのラベルの特質を適切に消費者に伝え、環境・動物福祉への配慮、品質向上などに取り組むことで、消費者の要求に応える必要がある。

(うえむら ともあき/パリ・センター)