

農産物マーケティングに関する序論的考察：分析概念としてのテリトリオ

著者	木村 純子
出版者	法政大学イノベーション・マネジメント研究センター
雑誌名	法政大学イノベーション・マネジメント研究センター ワーキングペーパーシリーズ
巻	153
ページ	1-28
発行年	2014-05-15
URL	http://hdl.handle.net/10114/11353

木村 純子

農産物マーケティングに関する序論的考察
ー分析概念としてのテリトリオー

2014/05/15

No. 153

Junko Kimura

Preliminary Inquiry into Agri-Food Marketing:
TERRITORIO as Analytical Concept

May 15, 2014

No. **1 5 3**

1. はじめに

2014年4月25日、農林水産省より「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案」が国会に提出された。特定農林水産物等の生産者利益の保護を図ること、農林水産業およびその関連産業の発展に寄与すること、需要者の利益を保護することがこの法律案の提出理由である¹。特定の場所、地域、あるいは国を生産地とし、品質や社会的評価等の特性が生産地と結びついている特定農林水産物等について、名称における地理的表示の保護を行うのである。

本研究は、地理的表示保護産品(Geographical Indications Products,以下「GI産品」と記す)に注目し、それが農産物および農産加工品の競争優位性の向上にいかなる役割を演じるのかについて、豊富な事例を用いて探索的に明らかにすることを目的としている。具体的には、イタリアという文化的・法的に日本とは異なる国での農産物および農産加工品の生産と消費に焦点を当て、インタビューやフィールドワークといった手法を用いたアプローチにより収集されたデータの分析・解釈を通じて、その特異性が、1)どのように競争優位性を創出できるのかを明らかにし、2)どのような生産者価値と消費者価値を提供しうるのかを説明した上で、本研究が提示する分析概念の精緻化を試みる。

2. 地理的表示研究

2.1. 地理的表示

地理的表示は、TRIPS協定第22条第1項で、「ある商品について、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において、当該商品が加盟国の領域又は領域内の地域若しくは地方を原産地とすることを特定する表示」と定義されている²。また、世界知的所有権機関は、地理的表示を「特定の地理的原産地を持ち、その原産地に基本的に起因する品質、評判又は特性を持つ商品に使用される表示」と定義している³。このことから、地理的表示は産品に品質等の特性があり、産品の特性とその地理的原産地が結びついている場合、その原産地を特定することとなる表示であると言える(内藤 2013)。

原産地呼称は、地理的表示の一種とみなされている⁴。EUは1992年から農林水産物およ

¹ 内閣法制局 HP より。

http://www.clb.go.jp/contents/diet_186/reason/186_law_081.html (2014年5月12日参照。)

² TRIPS協定とは「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」(Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights)の略である。GI産品の定義は原文では“identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin”(Article 22)と定義されている。

³ 世界知的所有権機関“About Geographical Indications,”
http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html(2014年5月4日参照)

⁴ 世界知的所有権機関“About Geographical Indications,”

び食品の DOP(Denominazione di Origine Protetta:保護指定原産地表示)および IGP(Indicazione Geografica Protetta:保護指定地域表示)の保護に関する EU 全体に適用される仕組みを導入した。この制度は一定の特徴を有する産物の生産振興による農業者と農村の利益向上および消費者選択に資することを目的としている。DOP の要件は、1)ある地方、特定の場所または国を原産地としている、2)品質または特徴が自然的・人的要因を備えた特定の地理的環境に基本的または排他的に起因している、3)生産・加工および調整(生産工程のすべて)がその地域で行われるという 3 点である。IGP の要件は、1)ある地方、特定の場所または国を原産地としている、2)その地理的原産地に起因する固有の品質・評判その他の特徴を有している、3)生産・加工または調整(生産工程のいずれか)がその地域で行われるという 3 点である(内藤 2013)。

2.2. 地理的表示研究

実務的には、日本においても GI 産品を利用した農産物マーケティングによる生産者所得の増加、輸出市場での有利性確保、および 6 次産業化の推進といった効果が期待されているが(農林水産政策研究所 2012)、理論的にも農産物・農産加工品を通じた経済発展の研究において、GI 産品がさまざまな生産および消費現象を説明するキー概念として多くの学術的関心を集めている。上述のとおり、EU はフランスの AOC(Appellation d'Origine Contrôlée)に倣い 1992 年から原産地呼称としての DOP および地理的表示としての IGP の保護に関する EU 全体に適用される仕組みを導入した。特に 1994 年に TRIPS 協定が作成されて以降、知的所有権に焦点を当てた研究がヨーロッパ諸国、および GI 産品を農産物の国際競争における脅威とみなす北米やオーストラリア等の新大陸において蓄積されてきた。

第 1 に、農産物・農産加工品マーケティング研究における地理的表示に関する研究はいずれも地理的表示の機能と役割を明らかにするものであるが、1)6 次産業等の地域産業の活性化のメカニズムを考察するもの、2)地域団体商標等の類似の法律との比較を目指すもの、3)特に第三諸国の国際競争における競争優位性を分析するものの 3 つに大別できる。本研究が注目する地域活性化メカニズムでは、農業の多機能性に関する研究や(Belletti, et als. 2003; Afrini, et als. 2002)、製品差別化となりえることを強調する研究(Teuber 2007)、生産者価値の創造に関する一連の研究蓄積(Marescotti 2003; Arfini et als.2013)がある。

第 2 に、消費者行動論の枠組みを用いて GI 産品に対する消費者の認知や付加価値を明らかにする研究もある。イタリアの消費者は GI 産品に対する知識が高ければ GI 産品を選択するが、知識が低いと価格や原産国を基準に購買意思決定する(Vecchio, et al. 2011)。消費者調査でも DOP を認知しているイタリア人は 36%にすぎないことから(European Commissions 2012 p29)、GI 産品提供者側の期待や戦略と消費者の実際の消費行動との間にはギャップがあると思われる。

第 3 に、GI 産品によって持続可能な地域社会の実現を可能にすることが主張されている

http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html(2014 年 5 月 4 日参照)

とおりの (Van der Ploeg 2002)、GI 産品は単にその産品の生産者のみならず生産地域全体に大きな影響を及ぼすと予想される。GI 産品による価値創造をとらえる視座として重要なのが、Porter(1998)によって提起された産業クラスターである。ここでは、クラスターにおけるイノベーションの発生は各主体のつながりや交流が有効に機能しているネットワーク効果によって促進されると考えられている。ネットワークという視点からは、重要な役割を果たすのが連携推進機関であり(石倉他 2003)、特に主体間の協調的価値創造は重要である (Jaime 2010)。

以上のように、GI 産品に対するさまざまなアプローチによる研究があるものの、その機能と役割の解明が未だ発展途上なのは、体系的な理論枠組みが不在であることが原因と考えられる。

2.3. 本研究の課題設定

そこで、本研究はこの潮流のさらなる発展を目指し、GI 産品が多様な生産および消費コンテキストの中でいかなる役割を演じるのかについて考える。具体的には、GI 産品は価値連鎖と深く結びついているという主張にならない (Vandecandelaera et als. 2009)、特定の GI 産品を展開する地域のマーケティング活動が、結果としていかなる消費者価値と生産者価値をもたらすのかについて、特に主体間の関係や連携等のインタラクションの中で考察する。

EU の地理的表示保護制度を手がかりにして農林水産省が日本における地理的表示の導入に取り組み始めている。その動機は地域特産物としての農産物や農産加工品の高付加価値化およびブランド化を推進し、地域活性化を図るために地域に由来する品質や特徴を適切に評価するための仕組み作りである。日本のコンテキストにおける地理的表示の効果として地域活性化が期待されているものの理論的枠組みはまだ構築されていない。東日本大震災の後、国内外の消費者が抱く日本の食に対するブランドイメージを回復させるためにも GI 産品の効果に関する理論構築は急務である。よって本研究は、特にイタリアの豊富な事例を用いて研究枠組みの提唱を目指す。

以上から、本研究の理論的な位置づけは次のとおりである。GI 産品が生産活動と消費行動にいかなる影響を与えるのかという研究潮流の発展を促進し、同時に、地理的表示に適合する新たな分析視角を導入することで、農産物マーケティング、消費者行動研究、およびクラスター研究の架橋を試みる。

3. 分析視角としてのテリトリオ

3.1. テリトリオ概念

本研究が農産物マーケティングの重要な分析概念となりうると考えるのがテリトリオ (territorio) である。テリトリオは「領域・地域」を意味するイタリア語である。フランス語でテリトリオを意味するテロワール (terroir) は歴史的には農産物の独特な品質の形成に影響

響を与えるような小地域の土壌や微気候といった特性を指すが(Barham 2003, p131)、単に自然環境のみならず地域で代々受け継がれてきた製法も含んでいることが指摘されている(高柳他 2011)。

北ヨーロッパ諸国とイタリアとの違いは、前者が食の標準化による合理化が社会の進化だとしてとらえているのに対して、後者は食の独自性を豊かさの指標にするところにあると指摘されている(八木 2011)。「北欧諸国は“食”を“消費財”と位置づけて、製造工程の衛生管理や食の安全性を国民に補償して、大量生産によるスタンダード化された食品を安定的に安く提供し、“全国民が平等に同じ食品を安く食べられるようにすることこそ、最も合理的で進化した社会である”という価値観に基づいて食の政策を展開している(八木 2011,p13)」。他方、イタリアは「“食”を“独自の文化”と位置づけて、その土地その土地の土壌、その土地の自然条件のなかでしか育たない葡萄を使って、昔ながらの醸造法のワイン作りに徹底的に拘り、また、地元の高原にだけしか生えない草を食んで育つ牛の、微妙に味や香りの違う牛乳を原料として、何世紀にもわたって守り続けてきた伝統のチーズの製法にこだわり、“食の独自性を守るからこそ本当の豊かさだ”と考え、たとえ技術的に可能であっても、決して食の量産は考えない(八木 2011,p13-14)」と言われる。イタリアでは生産量や売上高の拡大が必ずしも成功を意味しないことから、独自の分析視角が必要なのである。

Vendecadelaere, et als.(2009)は GI 産品が、1)気候や風土、地勢、地域農産物の多様性や品種といった天然資源等のテリトリオ、2)地域のローカル化した技術と歴史的・文化的実践によって創出される産品、および 3)産品を生産し処理する伝統的知識を持つヒトの相互作用によって生まれると主張する。GI 産品は地理的境界や生態学的環境からのみ成り立っているのではなく、歴史、伝統、および人的要素によっても構成されているのである。Vendecadelaere, et als.(2009)にならい、本研究も GI 産品は動的な実践から生み出されるものという視点に立つ。

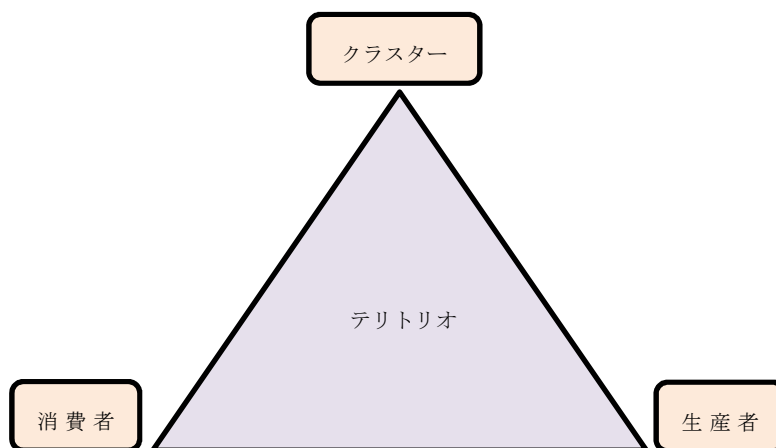
3.2. テリトリオに関わる3つの主体

GI 産品を取り巻く主体は3つあると考えられる。第1の主体は消費者である。食に関わる消費を行う。食に関わる消費とは、食材・食品の購買行動、食材・食料の調理、料理の飲食のみならず、食について語る言説行動であったり、食に関連するアクティビティの体験行動といった行為も含まれる。消費者は食に関わる消費を通じて、消費者価値を手に入れる。

第2の主体は生産者である。本研究が対象とする生産者は工業製品を製造する大規模な企業ではなく、零細の経営体あるいは個人の起業家である。イタリアのアルティジャーノ(artigiano: 職人)としての愚直な GI 産品生産者が毎日ひたむきに仕事をしている。彼らが持つ仕事への情熱はどこから生まれるのであろうか。何が彼らを駆りたてているのであろうか。彼らはいかにして生産者価値を手に入れることができるのであろうか。

第 3 の主体はクラスターである。クラスターは相互に関連した企業と機関から成る地理的に隣接した集団であり (Porter 1998)、生産者価値と消費者価値を創造することを目標にしてクラスターの競争優位性を高めるための活動を行っている。

図 1 農産物・農産加工品を取り巻く主体



出所：筆者作成

4. 方法論

4.1. 調査対象となる地域と産品

調査のために 2012 年 9 月から 2014 年 5 月までの 21 ヶ月間に訪れた州は、ヴェネト、エミリア＝ロマーニャ、ロンバルディア、トスカーナ、ピエモンテ、ウンブリア、アブルツォ、カンパーニャ、フリウリ＝ヴェネチア＝ジュリアの 9 州である⁵。イタリア国外ではスイスとフランスにおいて調査を実施した。調査対象となった地域は【表 1】のとおりである。

表 1 調査対象地

	調査地 ⁶	州	調査の主なテーマ/対象	実施日
1	ヴェネチア	ヴェネト	家族の食	2012 年 9 月 20 日
2	フェッラーラ	エミリア＝ロマーニャ	家族の食	2012 年 9 月 29 日～30 日
3	トロンケット	ヴェネト	水産卸売のサプライチェーン	2012 年 10 月 17 日
4	トリノ	ピエモンテ	食の祭典サローネ・デル・グスト	2012 年 10 月 25 日～27 日
5	デゼンツァーノ・デル・ガルダ	ロンバルディア	DOC ルガーナワインの生産	2012 年 11 月 28 日

⁵ 食品について中部イタリア地域が多いのは DOP 産品の登録数がトスカーナ州とエミリア＝ロマーニャ州が多いからであり、ワインについてヴェネト州、トスカーナ州、およびピエモンテ州産が多いのはこれらがイタリアの三大産地であり DOC/DOCG 登録数が多いからである。

⁶ 市(citta)とコムーネ(comune: 基礎自治体)を混在させて書いているのは、イタリア人の感覚でより一般的な方を選んだからである。

6	スヴェレート	トスカーナ	DOC スヴェレートワインの生産	2012年12月20日～22日
7	サンレオ	エミリア=ロマーニャ	チーズの生産	2013年1月9日
8	パルマ	エミリア=ロマーニャ	地理的表示産品	2013年1月10日～11日
9	デゼンツァーノ・デル・ガルダ	ロンバルディア	DOC ルガーナワインの生産と戦略	2013年2月8日
10	モンテカティーニ・テルメ	トスカーナ	食の消費価値	2013年3月1日～3日
11	ヴァルドッピアーデネ	ヴェネト	DOCG プロセッコの生産	2013年3月16日
12	スポレート	ウンブリア	教育牧場とペコリーノチーズ	2013年3月21日～22日
13	ノルチャ	ウンブリア	羊酪農とペコリーノ	2013年3月22日～23日
14	ヴェローナ	ヴェネト	ワインの祭典ヴィニタリー	2013年4月7日
15	カゼルタ	カンパーニャ	DOP モッツアレッタの生産と戦略	2013年4月11日
16	サレルノ	カンパーニャ	教育農場、水牛肉マーケティング	2013年4月12日～13日
17	ナポリ	カンパーニャ	教育農場	2013年4月15日
18	パルマ	エミリア=ロマーニャ	食育活動	2013年4月29日～30日
19	パルマ	エミリア=ロマーニャ	食育活動	2013年6月3日～5日
20	ソアーヴェ	ヴェネト	DOC ソアーヴェのブドウ栽培	2013年6月24日
21	ヴォルテッラ	トスカーナ	ペコリーノチーズ DOP 申請公会議	2013年7月3日
22	スポレート	ウンブリア	食育活動、地理的表示産品	2013年7月4日
23	フィレンツェ	トスカーナ	地理的表示産品	2013年7月18日
24	フィレンツェ	トスカーナ	第25回ヨーロッパ地域社会学学会	2013年7月30日～ 8月1日
25	デゼンツァーノ・デル・ガルダ	ロンバルディア	DOC ルガーナワインの生産	2013年9月5日～6日
26	クストーザ	ロンバルディア	モッツアレッタ DOP のプロモーション	2013年9月5日
27	フィレンツェ	トスカーナ	トスカーナ農業博覧会 2013	2013年9月14日
28	ブラ	ピエモンテ	チーズの祭典 2013	2013年9月21日
29	ラ・モッタ	ピエモンテ	DOCG バローロワインの生産	2013年9月21日
30	ボルゴタロ	エミリア=ロマーニャ	IGP ボルチーニ祭	2013年9月22日
31	ヴェネチア	ヴェネト	ブラーノ島漁協組合	2013年10月23日
32	アルバ	ピエモンテ	アルバ白トリュフ国際博覧会	2013年10月25日
33	ラ・モッタ	ピエモンテ	DOCG バローロ博物館	2013年10月26日
34	ヴェネチア	ヴェネト	ビエンナーレ・デル・グスト	2013年10月28日
35	ジュネーヴ	スイス	地理的表示産品国際フォーラム	2013年11月19日～20日

36	オートサヴォワ	フランス	AOC アボンダンスチーズの酪農と生産	2013年11月19日～22日
37	ソアーヴェ	ヴェネト	オリーブオイルフラントイオ	2013年11月23日～24日
38	チェーチナ	トスカーナ	オリーブオイルフラントイオ	2013年11月25日～28日
39	ボルゲリ	トスカーナ	DOC ボルゲリロツソの戦略	2013年11月27日
40	カスタニエート・カ ルドウッチ	トスカーナ	オーガニック食品加工会社	2013年11月27日
41	トロンケット	ヴェネト	水産卸売市場	2013年12月4日
42	ヴェネチア	ヴェネト	フードセキュリティフォーラム	2013年12月12日～13日
43	パルマ	エミリア=ロマーニャ	パルミジャーノ&パスタ製造業者	2013年12月18日～19日
44	レッジョ・エミリア	エミリア=ロマーニャ	食実践	2013年12月20日～21日
45	ベスカーラ	アブルッツォ	食実践	2013年12月24日～27日
46	モンテカティー ニ・テルメ	トスカーナ	食実践	2013年12月27日～2014 年1月10日
47	ランポレッキオ	トスカーナ	菓子製造業者	2013年12月30日
48	コロナータ	トスカーナ	ラルド・ディ・コロナータの生産	2014年1月5日
49	デゼンツァーノ・デ ル・ガルダ	ロンバルディア	DOC ルガーナの戦略	2014年1月21日～24日
50	パドヴァ	ヴェネト	GI 産品	2014年1月24日
51	コロナータ	トスカーナ	ラルド・ディ・コロナータの生産	2014年1月31日
52	コネリアーノ	ヴェネト	ERASMUS 集中プログラム	2014年2月3日～7日
53	コネリアーノ	ヴェネト	DOC プロセッコの生産と戦略	2014年2月8日
54	パドヴァ	ヴェネト	GI 産品	2014年2月14日
55	コネリアーノ	ヴェネト	山羊乳チーズの生産と戦略	2014年2月15日
56	ヴェネチア	ヴェネト	伊ソムリエ連盟イベント GAR2014	2014年2月16日
57	パルマ	エミリア=ロマーニャ	パルミジャーノの戦略	2014年2月21日
58	ヴォルテッラ	トスカーナ	ペコリーノチーズの生産と戦略	2014年2月24日～27日
59	コロナータ	トスカーナ	ラルド・ディ・コロナータの戦略	2014年3月1日
60	トリエステ	フリウリ=ヴェネチア =ジュリア	オリーブオイル博覧会	2014年3月7日
61	ヴァルドッピアー デネ	ヴェネト	DOCG プロセッコの生産	2014年3月16日
62	ヴェネチア	ヴェネト	食イベント「ゲスト・イン・シェーナ」	2014年3月18日
63	パルマ	エミリア=ロマーニャ	パルミジャーノ生産と戦略	2014年3月24日～25日
64	ベルガモ	ロンバルディア	DOP タレッジョの生産	2014年3月26日
65	レッコ	ロンバルディア	チーズ熟成業者	2014年3月26日

66	ノヴァーラ	ロンバルディア	DOP ゴルゴンゾラの生産と戦略	2014年3月27日
67	ヴェネチア	ヴェネト	スローフード協会会長・講演会	2014年4月2日
68	コネリアーノ	ヴェネト	山羊乳チーズの戦略	2014年4月4日
69	ヴィットリオ・ヴェネト	ヴェネト	DOC プロセッコのブドウ栽培	2014年4月4日
70	カルティツェ	ヴェネト	DOCG プロセッコの生産と戦略	2014年4月4日
71	ヴェローナ	ヴェネト	ワインの祭典ヴィニタリー	2014年4月6日～8日
72	デゼンツァーノ・デル・ガルダ	ロンバルディア	DOC ルガーナワインの戦略	2014年4月6日～8日
73	ヴィットリオ・ヴェネト	ヴェネト	DOC プロセッコのブドウ栽培	2014年4月12日
74	ソアーヴェ	ヴェネト	DOC ソアーヴェのブドウ栽培	2014年4月18日～19日
75	コネリアーノ	ヴェネト	DOC プロセッコのブドウ栽培	2014年4月20日
76	ラ・モッタ	ピエモンテ	DOCG バローロの生産と戦略	2014年4月22日～23日
77	パルマ	エミリア=ロマーニャ	教育農場	2014年4月28日&30日
78	パルマ	エミリア=ロマーニャ	パルマ国際食品展示会(CIBUS)	2014年5月6日

調査対象となった農産加工品は多岐にわたるが、主な産品は DOP のパルミジャーノ・レッジャーノ(Parmigiano Reggiano)、モッツァレッタ・ディ・ブーフアラ・カンパーニャ DOP(Mozzarella di Bufala Campana DOP)、ペコリーノ・デッレ・バルツェ・ヴォルテッラーネ(Pecorino delle Balze Volterrane)、タレッジオ(Taleggio)、ゴルゴンゾラ(Gorgonzola)、バルサミコ酢(Aceto Balsamico)、プロシュット・ディ・パルマ(Prosciutto di Parma)、IGP のラルド・ディ・コロンナータ(Lardo di Colonnata)、および DOC と DOCG(Denominazione di Origine Controllata : 統制原産地呼称と Denominazione di Origine Controllata e Garantita : 統制保証付原産地呼称)のルガーナ(Lugana)、プロセッコ(Prosecco)、ソアーヴェ(Soave)、クストーザ(Custoza)、ボルゲリロッソ(Bolgheri Rosso)、バローロ(Barolo)、コッリ・ディ・パルマ(Colli di Parma)、およびランブルスッコ(Lambrusco)である。

4.2. 調査手法

主要な調査手法は、インタビューと参与観察である。消費者へのインタビューを除いて、農産加工品の生産に直接関わる人々、および行政・自治体・団体・企業・研究機関といった組織に属している人に対するインタビュー対象者はのべ 158 名におよぶ。対象者は、筆者自身が直接コンタクトを取り訪ねていった場合もあれば、組織や現地コーディネーターや知人から紹介してもらった場合もある。インタビューは通訳を介してイタリア語で行われたが、英語を話せる人には英語で、日本人には日本語で行った。インタビュー対象者の氏名、所属、担当、および調査実施日は【付属資料】のとおりである。質問は事前に準備

したがインフォーマントの回答によって臨機応変に質問を増やしたり変更したりしたので補完的に用いるにとどまった場合もある。

参与観察については、生産工程を詳細に観察することで GI 産品に対する理解を深めた。GI 産品を用いた生産者と消費者とのアクティビティにも参加した。消費者に対しては実際に自宅に滞在し彼らの生活の参与観察を行った。

イタリア各地では 1 年を通して食のイベントが頻繁に開催される。大きなイベントとしてはスローフード協会が 2 年に 1 度開催し入場者数 18 万人を記録するサローネ・デル・グストや 10 万人が訪れる CIBUS(パルマ国際食品展示会)を訪れたのみならず、中小規模のイベントや地方の地元の収穫祭等も訪れ、出展者の生産者との会話を通じて情報を得ながらイタリアの食と GI 産品に関する知識を深めたり、新たに生産者と知り合いリサーチサイト開拓のためのネットワークを構築していった。

フィールドワーク調査と並行して、イタリアの大学で GI 産品や地域活性化を専門とする研究者と積極的に議論を展開し情報を収集した。なかでも、パルマ大学経済学科准教授 Filippo Arfini 氏、フィレンツェ大学経済学科教授 Andrea Marescotti 氏、パドヴァ大学テリトリオ&農林水産システム学科・教授 Edi DeFrancesco 氏とは、国際学会や ERASMUS のインテンシヴ・プログラムにおける議論のみならずメールで頻繁なやりとりを行う中で、研究の潮流や最新の成果のデータを得た。

4.3. 研究の構成

本研究は 4 つのパートに分かれている。パート 1 は、テリトリオ概念を検討する。第 1 に、農産物を通じた地域活性化研究のための分析視角としてのテリトリオがどのようなコンテクストにおいてどのように用いられているのかを説明する。第 2 に、テリトリオの構成要素を明らかにする。第 3 に、地理的表示保護産品の品質の特性とテリトリオの特性にはどのようなつながり(link)があるのかを明らかにする。これらの議論を通じて、テリトリオ概念は単なる土壌、気候、地域特性といった本質的要素のみならず、歴史、伝統・文化、およびそれを創り出す人の手によって構成されていることが明らかにされる。

パート 2 は、消費者行動論の枠組みを用いて、イタリアの消費者の特性を検討する。第 1 に、消費者が食の消費を通じて得る消費価値には複数のタイプがあるが、消費者の郷土(パエーゼ)と食に求める消費価値には特異な関係があることが指摘される⁷。第 2 に、イタリアの消費者が食実践を通じてどのような社会関係を形成しそれをどのように語るのかを観察することで、食実践に埋め込まれた社会関係の特性を明らかにする。彼らが形成する社会関係は郷土と密接に関連していることが明らかにされる。

パート 3 は、起業家としての農産加工品生産者の特性を明らかにする。第 1 に、たとえ同じ地理的表示産品であっても生産者によって品質に差があることに注目し、より高品質

⁷ パート 2 においてあえてテリトリオではなく郷土(パエーゼ)という言葉を用いるのは、郷土が消費者によってより一般的に使われている言葉だからである。

な産品を作る生産者がどのような特性を有しているのか、どのような志を持って目標を達成しようとしているのかを議論する。第 2 に、テリトリオ価値を上げることを通じて生産者価値の自己創出が可能となることを明らかにする。テリトリオが競争優位性となることを確信している生産者がテリトリオ価値を上げることで自立した内発的経済発展を実現しようとする姿を描く。

パート 4 は、クラスターによる消費者価値と生産者価値創造の実践を明らかにする。第 1 に、GI 産品クラスターの主要な主体である品質保護協会がどのように生産者をサポートしつつ消費者に対する消費者価値を提供しようとしているのかを明らかにする。第 2 に、GI 産品の生産者価値を上げることを目的とした品質保護協会の機能を議論する。生産者価値は産品のプロモーションのみならず保護を通じて実現されることが指摘される。第 3 に、クラスター内の連携による消費者教育が消費者価値創造を可能にすることに着目し、GI 産品クラスターがどのような連携体制を構築し価値創造を実践しているのかを明らかにする。第 4 に、GI 産品クラスターの連携推進機関によるオープン・ネットワークの構築と集団的アイデンティティの形成によってテリトリオおよび産品の価値を上げる内発的価値創造のメカニズムを明らかにする。

5. 農産物マーケティングのテリトリオ・リレーションシップ

5.1. 価値の発生論理

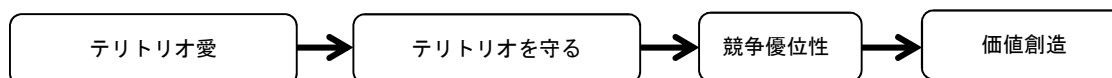
価値創造はテリトリオ内の生産者、消費者、およびクラスター各主体間のインタラクションを通じて実現されていることが明らかにされる。第 1 に、生産者と消費者はテリトリオに対する愛を持っている。消費者はテリトリオに対する愛情が深い。彼らにとってはテリトリオよりも郷土という言葉の方になじみがあるかもしれないが、自身の郷土にことさら愛着を持っている(木村 2012; 木村 2013c; 木村 2014b)。生産者の中にはそのテリトリオで生まれ育ち、2代3代前から世代間継承しながらそのテリトリオの GI 産品を作っていたという者が多く、テリトリオに対する愛が深い(木村 2014c)。彼らにとって自分の手で作り上げる GI 産品は自身の一部、すなわち拡張自己(Belk 1988)である。GI 産品クラスターについても、GI 産品の特徴はテリトリオあつてのものであり、それが競争優位性になると理解しているのでテリトリオを発展させる戦略を持っている(木村 2014d)。

第 2 に、テリトリオに対する愛はテリトリオを守ろうという行動に主体を導く。テリトリオを守る具体的な行動としてのリレーションシップの形成については項をあらためて説明する。

第 3 に、テリトリオは唯一無二のものである。そこにしかない土壌、そこにしかない気候・風土・地勢、そこにしかない伝統と文化。それらを創りあげつつそれらに創りあげられたヒトの手。以上のようなテリトリオの構成要素から生み出されるユニークな GI 産品(木村 2013f; 木村 2013g)。テリトリオを守ることによってテリトリオ外の農産物・農産加工品と差別化することができ、競争優位性になりうる(木村 2014d)。

このように、テリトリオ内の主体がテリトリオを守り競争優位性を高めることで内発的に価値を創造することができる。農産物を通じた価値創造の論理は図2のとおり示される。

図2 農産物を通じた価値創造



出所：筆者作成

5.2. テリトリオ・リレーションシップ

価値の発生論理における「テリトリオを守る」とは具体的にどのような行動なのであるか。クラスターと消費者との関係、生産者と消費者との関係、およびクラスターと生産者との関係におけるインタラクションを通じたリレーションシップの形成がテリトリオを守る行為となっている。すなわち、主体間のインタラクションと結果としての関係強化によってテリトリオは守られる。

第1に、クラスターと消費者の間では、消費者教育が行われている。クラスターは連携体制を構築し(木村 2013d)、消費者に価値を提供しようとしている(木村 2013a)。テリトリオを守ることは、テリトリオとはどういうものなのかを消費者が理解することから始まる。クラスターにとって、正しい食の知識と実践を教える消費者教育では、テリトリオ製品の消費促進がその目的の1つである(木村 2013e)。一般的な製品ではなくテリトリオ製品を用いた消費者教育を受けると、その背後には自身のテリトリオの歴史、伝統、文化、人のストーリーがあることから、消費者は生産的、経済的、社会的、心理的、人類学的、文化的なインサイトを学びながら購買と消費の適切な選択をするようになる(木村 2013e; 木村 2013f)。

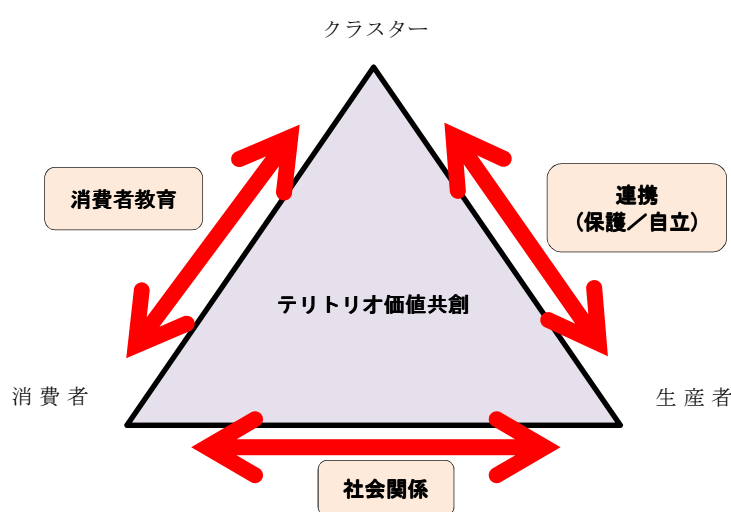
第2に、消費者と生産者の間では、社会関係を形成し強化する実践が行われている。まず、消費者が形成する社会関係は郷土と密接に関連している。テリトリオ産品を積極的に購買し消費することで、流通経路の各段階におけるテリトリオ内の生産者や流通関連主体との社会関係を形成している。消費者にとってテリトリオ産品を購買することを通じてテリトリオを守ることは自身の社会関係を強化する手段となる(木村 2014b)。次に、テリトリオ産品を手で作るアルティジャーノとしての生産者の仕事は孤独であり仕事中は産品作りに没頭しているが、ひとたび作り上げると自己の拡張としてのテリトリオ産品を通じた消費者との社会的インタラクションを求める。消費者からの評価を得ることで自己実現の達成に近づくことができる(木村 2014c)。

第3に、クラスターと生産者の間では、連携によってテリトリオを守ろうとしている。クラスターは生産者を保護し支援する(木村 2013b; 木村 2013d)。単なる経済的支援ではなく、法律にもとづくテリトリオ産品の保護や(木村 近刊)、集団的アイデンティティの形成のためのネットワーク作り等の支援である(木村 2014a)。クラスターの支援を受けるとい

ことは、生産者がクラスターに依存するということを意味するわけではない。むしろ、自立した生産者が多く、自身の力でイノベーションを起こしテリトリオを守ろうとしている(木村 2014d)。

消費者、生産者、およびクラスターの主体間インタラクションは図 3 のとおり示される。テリトリオは主体間のインタラクションによって形成されるリレーションシップに支えられていることから、リレーションシップはテリトリオの重要な構成要素の 1 つと言えるであろう。

図 3 農産物マーケティングのテリトリオ・リレーションシップ



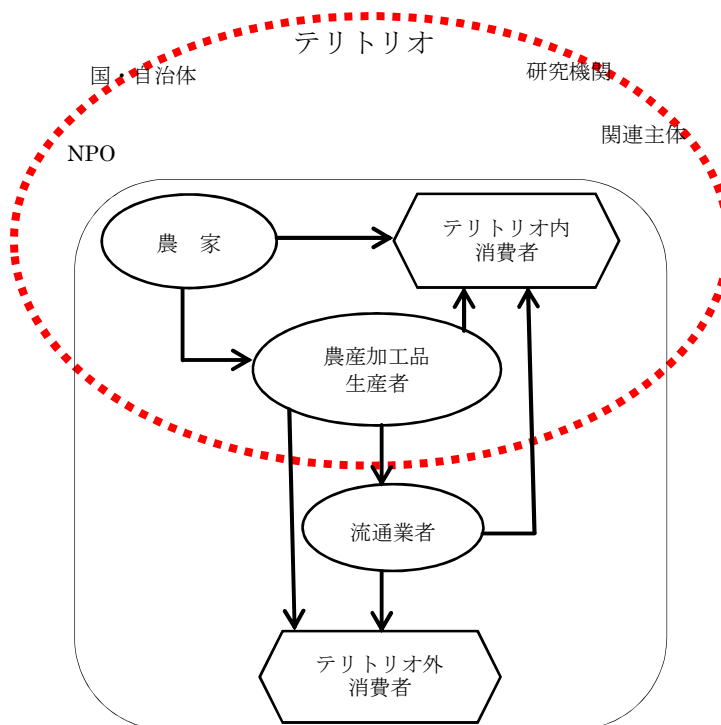
出所：調査を元に筆者作成

5.3. 本研究の限界

本研究が扱う研究範囲は限られている。明らかにできない主な限界として次の 2 点が挙げられる。第 1 に、農産物マーケティングを通じた価値創造の論理をイタリアという特定の国の事例から一般化することは難しい。調査対象としてイタリア国内のみならず世界でも広く知られ市場も大きい GI 産品を扱っているとはいえ、地理的表示は国によって異なる法律があることから本研究の発見を他国に適用可能かどうかの検証が必要である。特に、未だ地理的表示保護制度が法的に確立されておらず、2014 年 4 月 25 日に農林水産省より「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案」が国会に提出されたばかりの日本に本調査の理論枠組みを適用できるかどうかについては慎重な検討が求められる。むしろ、本調査はテリトリオ内に生きる主体の農産物・農産加工品に関わる動的な実践に注目し、彼らの実践とインタラクションを詳細にヴィヴィッドに記述することをこころがけることによって、消費者行動論や起業家精神というミクロの視点とクラスター論というマクロの視点を架橋しながら、テリトリオを活かした農産物マーケティングを体系的に描きあげることを試みる。

第 2 に、農産物マーケティングを通じた価値創造の論理を構築するものの、国際競争力を獲得できたかどうかの確認までは議論を進めることができない。国際競争力ということは海外市場におけるテリトリア外消費者に対する価値創造が必須であるが、本研究はテリトリア外のアクティビティを調査範囲としていないからである。

図 4 テリトリア内外の消費者への価値提供⁸



出所：Vandecandelaere, et als. 2009, p39 を加筆修正

本研究の調査の範囲は図 4 の点線で記した楕円内のテリトリア内に限られていることから、次の課題としてテリトリア外の主体とのインタラクションを見ていく必要がある。むしろ、本調査はテリトリア内の主体のアクティビティおよび主体間のインタラクションが内発的に価値を創造し経済発展を実現させるプロセスを明らかにすることを試みる。

本調査は、JMILK 平成 25 年度「食と教育」学術研究(研究課題名「乳を取り込んだ食に関わる教育活動の実態と効果：イタリアの事例」)、日本学術振興会平成 26 年度科学研究費補助金(課題番号 2638076「農産物を通じた地域活性化の発生論理—地理的表示産品の影響に関する国際比較研究—)、法政大学イノベーション・マネジメント研究センター平成 26 年度研究プロジェクト「地域活性化研究会」、および JMILK 平成 26 年度「食と教育」学術

⁸ 点線の楕円がテリトリアの範疇であり、枠内が本調査の研究範囲である。

研究(研究課題名「乳」を取り込んだ食に関わる教育活動の実態と効果:ヨーロッパと日本の国際比較)の研究成果の一部である。

【参考文献】

Arfini, Filippo., Bertoli, Elisa., Donati, Michele., Mancini, Maria Cecilia. (2002) “The Wine Routes: Analysis of a Rural Development Tool,” paper presented at SYAL “Système Agroalimentaire Localisés”, October, 2002, Montpellier.

Arfini, Filippo., Capelli, Maria Giacinta. (2009) “The Resilient Character of PDO/PGI Products in Dynamic Food Markets,” paper presented at the 113th EAAE Seminar “A Resilient European Food Industry and Food Chain in a Challenging World”, Chania, Crete, Greece, 3-6 September, 2009.

Arfini, Filippo., Mancini, Maria Cecilia. (2013) “Local Institutions and Territorial Competitiveness in the Case of Parmigiano Reggiano Localised Production System,” paper prepared for presentation at the 2nd AIEAA Conference “Between Crisis and Development: which Role for the Bio-Economy,” 6-7 June, 2013, Parma, Italy.

Barham, Elizabeth. (2003) “Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling,” *Journal of Rural Studies*, 19, 127-138.

Belk, Russell W. (1988) “Possessions and the Extended Self,” *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168.

Belletti, Giovanni., Marescotti Andrea., Rossi, Adanella. (2003) “Multifunctionality and Rural Development: a multilevel approach”, Van Huylenbroek, G. & Durand, G. (eds.), *Multifunctional Agriculture: A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development*. Ashgate, Aldershot, 143-166.

European Commissions. (2012) “Europeans’ Attitudes towards Food Security, Food Quality and the Countryside,” Special Eurobarometer 389.
http://ec.europa.eu/agriculture/survey/2012/389_en.pdf

石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗(2003)『日本の産業クラスター戦略ー地域における競争優位の確立』有斐閣.

伊藤毅(2011)「都市インフラ調査研究・ヨーロッパA」『cSUR Annual Report』東京大学グローバルCOE プログラム都市空間の持続再生学の展開, 都市空間文化再生(S3)部会.

Jaime, E. (2010) “Wine Cluster Strategic Resources, Firm Value Creation and Competitive Advantage,” paper presented at 5th International Academy of Wine Business Research Conference, February 2010.

木村純子(2012)「家族消費論：アイデンティティ形成と消費者行動に関する序論的考察(1)」『経営志林』49 巻 3 号, 105-114.

木村純子(2013a)「酪農加工品の価値創造:パルミジャーノ・レッジャーノチーズの事例」『経営志林』第 50 巻第 1 号, 65-82.

木村純子(2013b)「食料産業クラスターの協調的価値創造:パルマワインの事例」『経営志林』50 巻 1 号, 129-142.

木村純子(2013c)「イタリアにおける食の消費価値」『経営志林』第50巻2号,35-49.

木村純子(2013d)「食育のための連携体制の構築:パルミジャーノ・レッジャーノチーズの事例」『経営志林』第50巻第2号, 71-92.

木村純子(2013e)「食育活動とテリトリオ:イタリア・カンパーニャ州の教育農場の事例」『ワーキングペーパー』No.147, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2013f)「テリトリオ農産品の構成要素:イタリアの食育活動における言説を手がかりに」『ワーキングペーパー』No.148, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2013g)「地理的表示保護産品の特徴と地理的原産地とのつながり:イタリアのGI産品を手がかりに」『経営志林』50巻第3号, 79-106.

木村純子(2014a)「ワイン・クラスターの競争優位:イタリアDOCルガーナの自立した戦略」『イノベーション・マネジメント』Vol.11, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター, 55-76.

木村純子(2014b)「イタリア人の食実践の参与観察フィールドノート」『ワーキングペーパー』No.150, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2014c)「起業家の自己実現:イタリアの農産加工生産者の事例」『ワーキングペーパー』No.151, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2014d)「生産者価値の自己創出:競争優位性としてのテリトリオ」『ワーキングペーパー』No.152, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(近刊)「地理的表示産品のマネジメント: DOP 品質保護協会の機能」『経営志林』51巻第1号.

Marescotti, Andrea. (2003) "Typical Products and Rural Development: Who Benefits from PDO/PGI Recognition?," Food Quality Products in the Advent of the 21st Century: Production, Demand and Public Policy, 83rd EAAE Seminar, Chania, Greece, September 4-7, 2003.

内藤恵久(2013)「地理的表示の保護制度について—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』第20号, 37-73.

農林水産政策研究所(2012)「地理的表示の保護制度について—EUの地理的表示保護制度と我が国への制度の導入—研究報告書」『行政対応特別研究[地理的表示] 研究資料』
<http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/project/gi.html>

Porter, Michael. (1998) On Competition, Harvard Business School Press. (竹内弘高訳(1999)『経営戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社.)

Stefani, Gianluca., Romano, Donato., Cavicchi, Alessio. (2006) "Consumer Expectations, Liking and Willingness to Pay for Specialty Foods: Do Sensory Characteristics Tell the Whole Story?" Food Quality and Preference, 17, 53-62.

高柳長直・宮地忠幸・両角政彦・今野絵奈(2011)「北イタリア・トレヴィーゾにおける地理的表示制度による野菜産地の形成」『農村研究』第113号, 66-79.

Teuber, Ramona. (2009) "Producers' and Consumers' Expectations towards Geographical Indications - Empirical Evidence for Hessian Apple Wine," paper presented at the 113th EAAE Seminar "A resilient European Food Industry and Food Chain in a Challenging World", Chania, Crete, Greece, September 3 - 6, 2009.

Teuber, Ramona. (2012) "Consumers' and Producers' Expectations towards Geographical Indications Empirical Evidence for a German Case Study," *British Food Journal*, 113(7), 900-918.

Van der Ploeg, Jan Douwe. (2002) High Quality Products and Regional Specialties: A Promising Trajectory for Endogenous and Sustainable Development," Paper presented at the International Conference "The Future of Rural Policy", OECD, Siena, Italy, 10-12 July 2002.

Vandecandelaere E., Arfini F., Belletti G., MarescottiA. (eds.) (2009), *Linking People, Places and Products: A Guide for Promoting Quality Linked to Geographical Origin and Sustainable Geographical Indications*, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) and SINER-GI, Rome.

<http://www.fao.org/docrep/013/i1760e/i1760e.pdf>

Vecchio, Riccardo. & Annunziata, Azzurra. (2011) "The Role of PDO/PGI Labelling in Italian Consumers' Food Choices," *Agricultural Economics Review*, 12(2), 80-98.

八木宏美(2011)『しがらみ社会の人間力：現代イタリアからの提言』新曜社.

付属資料 インフォーマント・データ⁹

	氏名	所属 (イタリア語表記)	所属 (日本語表記)	担当 ¹⁰	調査実施日
1	Nicola 氏 ¹¹	VERITAS (Veneziana Energia Risorse Idriche Territorio Ambiente Servizi S.p.A)	ヴェリタス	ヴェネチア水産物卸売市場 担当者	2012年10月17日
2	Roberto Ramon	VERITAS (Veneziana Energia Risorse Idriche Territorio Ambiente Servizi S.p.A)	ヴェリタス	ヴェネチア水産物卸売市場 担当者	2012年10月17日
3	Sonia Brunello	Brunello Az. Agr. di Brunello Moirà	ブルネッロ・モイラ農園	DOC ルガーナ生産者・2代 目オーナー	2012年10月25日
4	Sonia Brunello	Brunello Az. Agr. di Brunello Moirà	ブルネッロ・モイラ農園	DOC ルガーナ生産者・2代 目オーナー	2012年11月28 日
5	宮川 秀之	Società Agricola Bulichella s.r.l	ブリケッラ農園	DOCG スヴェレート生産 者・オーナー	2012年12月20日 ～22日
6	Silvia Ricci	Azienda Agricola la Valle del Vento	ヴェント谷農場	牧場兼チーズ工房・オーナ ー夫人	2013年1月9日
7	Marco Piccirilli	L'Acetaia Picci	ピッチ・バルサミコ工房	DOP パルサミコ酢工房・オ ーナー	2013年1月10日
8	Paolo 氏 ¹²	Tosini Pio Spa	トジニ・ピオ株式会社	DOP プロシュット・ディ・ パルマ加工会社・担当者	2013年1月10日
9	Bonfiglio Carra	Azienda Viticola Carra di Casatico	カッラディカザティコ・ ワイン農園	DOC ランブルスッコ・ブド ウ栽培&ワイン生産者・オ ーナー	2013年1月10日
10	Umberto Zizza	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ・カザーロ (チーズ職人&熟成家)	2013年1月11日
11	Christiana Clerici	Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano, Sezione Provinciale di Parma	パルミジャーノ・レジ ジャーノ協会・パルマ支部	プロモーション&生産者見 学調整担当	2013年1月11日
12	Alessandro Ceci	Cantine Ceci S.p.A.	カンティネ・チェチ株式 会社	DOC ランブルスッコ生産 者・エノログ&マーケティ ング責任者	2013年1月11日

⁹ 消費者調査の対象者は含んでいない。

¹⁰ 調査当時の担当である。

¹¹ 名字を尋ねたが教えてもらえなかった。

¹² 名字は不明である。

13	Elisa Maghenzani	Cantine Ceci S.p.A.	カンティネ・チェチ株式 会社	DOC ランブルスッコ生産 者・品質管理責任者	2013年1月11日
14	Maurizio Dodi	Consorzio Volontario per la Tutela dei Vini dei Colli di Parma	コッリ・ディ・パルマワ イン協会	DOC コッリ・ディ・パルマ ワイン協会・会長	2013年1月11日
15	Luca Formentini	Selva Capuzza s.s. Az. Agr. di Tonolini & Formentini	セルヴァ・カプツァ農 園	DOC ルガーナ生産者・4代 目オーナー&DOC ルガー ナ協会・次期会長	2013年2月8日
16	Carlo Veronese	Consorzio per la Tutela del Lugana	DOC ルガーナ品質保護 協会	ディレクター	2013年2月8日
17	Guistino Guizza	Ca dei Fiori	カ・ディ・フィオーリ	DOCG プロセッコ生産者・ 初代オーナー	2013年3月16日
18	Antonio Lattanzi	AgriLeisureTime	アグリレジャータイム	アグリツーリズム・オーナ ー	2013年3月21日
19	Nicola Dominici	Az. di Dominici Nicola	ドミニチ・ニコラ農場	ペコリーノチーズ生産者・ 羊酪農家&チーズ職人	2013年3月21日
20	Massimo Sisti	veterinario	獣医	獣医	2013年3月21日
21	Valerio Metelli	Tenuta San Felice	サン・フェリーチェ	酪農家&チーズ職人&アグ リツーリズム・オーナー	2013年3月22日
22	Stefanos Pasqua	Aziende Agricole Pasqua	パスクア農園	ペコリーノチーズ生産者・ 羊酪農家&チーズ職人	2013年3月22日 ~23日
23	Lidia Pasqua	Aziende Agricole Pasqua	パスクア農園	ペコリーノチーズ生産者・ チーズ職人	2013年3月22日 ~23日
24	Sonia Brunello	Brunello Az. Agr. di Brunello Moirà	ブルネッロ・モイラ農園	DOC ルガーナ生産者・2代 目オーナー	2013年4月6日
25	Luca Formentini	Selva Capuzza s.s. Az. Agr. di Tonolini & Formentini	セルヴァ・カプツァ農 園	DOC ルガーナ生産者・4代 目オーナー&DOC ルガー ナ協会・会長	2013年4月6日
26	Carlo Veronese	Consorzio per la Tutela del Lugana	DOC ルガーナ品質保護 協会	DOC ルガーナ協会・ディレ クター	2013年4月6日
27	Maria Patrizia Niero	Azienda agricola Corte Moschina	コルテ・モスキーナ農園	DOC ソアーヴェ生産者・3 代目オーナー夫人	2013年4月6日
28	Giacomo Danese	Azienda agricola Corte Moschina	コルテ・モスキーナ農園	DOC ソアーヴェ生産者・4 代目	2013年4月6日
29	Stefano Posenato	Azienda agricola Le Albare	アルバーレ農園	DOC ソアーヴェ生産者・オ ーナー	2013年4月6日

30	Alfredo Iemma	Agricola Casearia Lupara	ルパーラ農場	DOP モッツァレラの水牛牧場&チーズ工場・社長	2013年4月11日
31	Bernardino De Vita	Agricola Casearia Lupara	ルパーラ農場	DOP モッツァレラの水牛牧場&チーズ工場・マーケティング担当	2013年4月11日
32	Antonio Lucisano	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP 水牛モッツァレラチーズ協会	会長	2013年4月11日
33	Gennaro Testa	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP 水牛モッツァレラチーズ協会	プロモーション担当	2013年4月11日
34	Rita Liberti	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP 水牛モッツァレラチーズ協会	プロモーション担当	2013年4月11日
35	Mario Codanti	Agriturismo Fattoria Didattica Masseria Sparano	マッセリア・スパラーノ農園	アグリツーリズム&教育牧場・経営者	2013年4月12日
36	Caterina Aitoro	Agriturismo Fattoria Didattica Masseria Sparano	マッセリア・スパラーノ農園	アグリツーリズム&教育牧場・運営責任者	2013年4月12日
37	Luigi Aldo Baj	Consorzio AL.B.A	水牛食肉協会	会長	2013年4月13日
38	Antonio Tallarico	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・教育牧場部門	責任者	2013年4月15日
39	Maria Passari	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場	部長	2013年4月15日
40	Vivien Buonocore	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場	秘書	2013年4月15日
41	Giuseppe Orefice	AgriGiochiAmo	アグリジョーキアーモ	教育牧場インストラクター	2013年4月15日
42	Alessandro Pasca di Magliano	Masseria Gio Sole	ジオソーレ農園	教育牧場・経営者	2013年4月15日
43	Valentina Maestri	Museo del Parmigiano Reggiano	パルミジャーノ・レッジャーノ博物館	館員	2013年4月30日
44	Luigi Botti	Scuola Media in Piacenza	ピアチェンツァの中学校	教諭	2013年4月30日
45	Christiana Clerici	Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano, Sezione Provinciale di Parma	パルミジャーノ・レッジャーノ協会・パルマ支部	プロモーション&生産者見学調整担当	2013年4月30日
46	Stephano Gonizzi	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ牧場&チーズ工房・経営者兼酪農家	2013年4月30日

47	Umberto Zizza	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ工房・カザ ーロ(チーズ職人&熟成家)	2013年4月30日
48	Monica Azzoni	Azienda Agricola Cotti	コッティ農場	教育農場責任者	2013年6月3日
49	Raffaella Bocchi	Scuola dell'Infanzia Comunale Soleluna	ソレルナ幼稚園	教諭	2013年6月3日
50	Daniela Fornaciari	Referente Educazione alimentare ed Orientamento ai 20onsume, Servizio Agricoltura e Sviluppo Economico, Provincia di Parma	パルマ県役場・農業サー ビスおよび経済発展部 門・食育指導と消費オリ エンテーションセクショ ン	教育農場責任者	2013年6月4日
51	Christiana Clerici	Sezione Provinciale di Parma, Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano	パルミジャーノ・レッジ ヤーノ協会・パルマ支部	プロモーション&生産者見 学調整担当	2013年6月4日
52	Remo Valli	Gi&Vi Comunicazione	ジー・アンド・ヴィ・コ ムニカツィオーネ	コミュニケーションエー ジェンシー・クリエイティブ 担当	2013年6月5日
53	Alessandro Tessari	Cantina di Soave	カンティナ・ディ・ソア ーヴェ	DOC ソアーヴェのブドウ 農家	2013年6月24日
54	Maria Patrizia Niero	Azienda agricola Corte Moschina	コルテ・モスキーナ農園	DOC ソアーヴェ生産者・3 代目オーナー夫人	2013年6月24日
55	Giacomo Danese	Azienda agricola Corte Moschina	コルテ・モスキーナ農園	DOC ソアーヴェ生産者・4 代目	2013年6月24日
56	L.M.氏 ¹³	Funzionari, alimentari e forestali incaricati di presentare in forma pubblica il disciplinare, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali	農林政策省・農林水産物 法律申請指示課	行政官	2013年7月3日
57	B.C.氏 ¹⁴	Funzionari, alimentari e forestali incaricati di presentare in forma pubblica il disciplinare, Ministero delle	農林政策省・農林水産物 法律申請指示課	行政官	2013年7月3日

¹³ 仮名にすることを条件にインタビューに回答してもらえた。

¹⁴ 仮名にすることを条件にインタビューに回答してもらえた。

		Politiche Agricole Alimentari e Forestali			
58	Angela Crescenzi	P.O. Qualita' e Tipicita' dei Prodotti Agroalimentari, D.G. Competitività del Sistema Regionale e Sviluppo delle Competenze, Settore Produzioni Agricole Vegetali, Regione Toscana	トスカーナ州役場・農政経済開発省	行政官	2013年7月3日
59	Orazio Olivieri	DINTEC (Dintec Consorzio per l'innovazione Tecnologica)	ディンテック	地理的表示産品・研究員	2013年7月3日
60	Giovanni 氏 ¹⁵	Allevatore	酪農家(個人)	羊の酪農家	2013年7月3日
61	Federica Pibiri	Alighieri Scuola Primaria (San Martino in Trignano)	アリギエーリ小学校	教諭	2013年7月4日
62	Angela Crescenzi	P.O. Qualita' e Tipicita' dei Prodotti Agroalimentari, D.G. Competitività del Sistema Regionale e Sviluppo delle Competenze, Settore Produzioni Agricole Vegetali, Regione Toscana	トスカーナ州役場・農政経済開発省	行政官	2013年7月18日
63	Giovanni Belletti	Dipartimento di Scienze per l'economia e l'impresa, Università di Firenze	フィレンツェ大学・経済学科	教授	2013年7月18日
64	Andrea Marescotti	Dipartimento di Scienze per l'economia e l'impresa, Università di Firenze	フィレンツェ大学・経済学科	教授	2013年7月18日
65	Gennaro Testa	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP水牛モッツアレラチーズ協会	プロモーション担当	2013年9月5日
66	Luca Formentini	Selva Capuzza s.s. Az. Agr. di Tonolini & Formentini	セルヴァ・カプツァ農園	DOCルガーナ生産者・4代目オーナー&DOCルガーナ協会・会長	2013年9月6日
67	Angela Crescenzi	P.O. Qualita' e Tipicita' dei Prodotti Agroalimentari, D.G.	トスカーナ州役場・農政経済開発省	行政官	2013年9月14日

¹⁵ 名字は不明である。

		Competitività del Sistema Regionale e Sviluppo delle Competenze, Settore Produzioni Agricole Vegetali, Regione Toscana			
68	鈴木 暢彦	Enoteca Italiana Siena	エノテカ・イタリアーナ・シエナ	JSA 認定ワインエキスパート	2013年9月14日
69	Rita Liberti	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP 水牛モッツアレラチーズ協会	プロモーション担当	2013年9月21日
70	Lorenzo Accomasso	Accomasso	アッコマッソ	DOCG バローロ生産者・オーナー	2013年9月21日
71	Dellapina Roberto	Consorzio Per la Tutela Della Indicazione Geografica Protetta Fungo di Borgotaro	ボルゴタロ・ポルチーニ品質協会	会長	2013年9月22日
72	Igor Coccato	Cooperativa San Marco, Pescatori di Burano	ブルーノ島漁業協同組合	マーケティング担当	2013年10月23日
73	Francois-Joseph Novel	G.A.E.C. le Chalet	シャレー・GAEC	AOC アボンダンスチーズ酪農家&チーズ生産者・3代目オーナー	2013年11月19日 ~22日
74	Leonildo Pieropan	Societa Agricola Pieropan	ピエロパン農園	DOC ソアーヴェ生産者・3代目オーナー	2013年11月23日
75	Giorgio Ballarini	Frantoio Ballarini	フラントイオ・パッラリーニ	オリーブオイル圧搾業者・オーナー	2013年11月23日
76	Alessandro Tessari	Cantina di Soave	カンティナ・ディ・ソアーヴェ	DOC ソアーヴェのブドウ農家	2013年11月23日 ~24日
77	Cinzia Geri Bartolini	Michele Satta	ミケーレ・サッタ	DOC ボルゲリロッソ生産者・マーケティング担当	2013年11月27日
78	Sophia Joly	La Dispensa di Campagna	ディスペンサ・ディ・カンパーナ	オーガニック農産加工業者・輸出部門	2013年11月27日
79	Luca Riscocchi	La Dispensa di Campagna	ディスペンサ・ディ・カンパーナ	オーガニック農産加工業者・品質管理&製品開発	2013年11月27日
80	Roberto Ramon	VERITAS (Veneziana Energia Risorse Idriche Territorio Ambiente Servizi S.p.A)	ヴェリタス	ヴェネチア水産物卸売市場・担当者	2013年12月4日

81	Nicola 氏 ¹⁶	VERITAS (Veneziana Energia Risorse Idriche Territorio Ambiente Servizi S.p.A)	ヴェリタス	ヴェネチア水産物卸売市場・担当者	2013年12月4日
82	Filippo Arfini	Dipartimento di Economia, Universita degli Studi di Parma	パルマ大学・経済学科	准教授	2013年12月18日
83	Umberto Zizza	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ工房・カザーロ(チーズ職人&熟成家)	2013年12月19日
84	Cristiana Clerici	Sezione Provinciale di Parma, Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano	パルミジャーノ・レッジヤーン協会・パルマ支部	プロモーション&生産者見学調整担当	2013年12月19日
85	Leonardo Mirone	Group Supply Chain Purchasing, Barilla G. e R. FRATELLI	バリッラ株式会社・原料調達部門	パスタメーカー・原料調達部門ディレクター	2013年12月19日
86	Osvaldo Rinati	Rinati	リナーティ	菓子製造卸売会社・3代目オーナー	2013年12月30日
87	Bruna Guadagni	Lardo la Stazione	ラルド・ディ・スタツィオーネ	IGP ラルド・ディ・コロナータ生産者・オーナー&ラルド職人	2014年1月5日
88	Fausto Guadagni	Lardereria Fausto Guadagni	ラルデリア・ファウス ト・グアダーニ	IGP ラルド・ディ・コロナータ生産者・オーナー&ラルド職人	2014年1月5日
89	Luca Formentini	Selva Capuzza s.s. Az. Agr. di Tonolini & Formentini	セルヴァ・カプツァ農園	DOC ルガーナ生産者・4代目責任者&DOC ルガーナ協会・次期会長	2014年1月21日 ~23日
90	Edi Defrancesco	Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-Forestali, Università di Padova	パドヴァ大学・テリトリオ&農林水産システム学科	教授	2014年1月24日
91	Bruna Guadagni	Lardo la Stazione	ラルド・ディ・スタツィオーネ	IGP ラルド・ディ・コロナータ生産者・オーナー&ラルド職人	2014年1月31日
92	Edi Defrancesco	Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-Forestali, Università di Padova	パドヴァ大学・テリトリオ&農林水産システム学科	教授	2014年2月3日~ 8日

¹⁶ 名字を尋ねたが教えてもらえなかった

93	Edi Defrancesco	Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-Forestali, Università di Padova	パドヴァ大学・テリトリオ&農林水産システム学科・	教授	2014年2月14日
94	Emanuela Perenzin	Latteria Perenzin	ラッテリア・ペレンツィン	山羊チーズ製造小売業・4代目オーナー	2014年2月15日
95	Tanja Barattin	Interdepartmental Centre for Research in Viticulture and Oenology, University of Padova	パドヴァ大学・ブドウ栽培学&ワイン醸造学研究センター	リサーチ&コミュニケーション担当	2014年2月16日
96	Stefano Cava	Villa Sandi	ヴィッラ・サンディ	DOCG プロセッコ生産者・エノロゴ(ワイン醸造家)	2014年2月16日
97	Bruna Zolin	Dipartimento di Economia, Università Ca' Foscari Venezia	ヴェネチア大学・経済学科	教授	2014年2月19日
98	Umberto Zizza	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ生産者・カザーロ(チーズ職人&熟成家)	2014年2月21日
99	Jeniffer Johnson	Fattoria Lischeto	リスケット農園	ペコリーノデッレパルツェヴォルテッラーネ生産者・広報担当	2014年2月25~2月26日
100	Rosaria Velardi	Fattoria Lischeto	リスケット農園	ペコリーノデッレパルツェヴォルテッラーネ生産者・品質管理&アグリツーリズム担当	2014年2月25日
101	Rosita Cannas	Fattoria Lischeto	リスケット農園	ペコリーノデッレパルツェヴォルテッラーネ生産者・共同経営者	2014年2月25日
102	Giovanni Cannas	Fattoria Lischeto	リスケット農園	ペコリーノデッレパルツェヴォルテッラーネ生産者・経営者	2014年2月26日
103	Carlo Bigazzi	Caffe del Fornelli	カフェ・デル・フォルネッリ	オステリア・オーナーシェフ	2014年2月26日
104	Bruna Guadagni	Lardo la Stazione	ラルド・ディ・スタツィオーネ	IGP ラルド・ディ・コロナータ生産者・オーナー&ラルド職人	2014年3月1日
105	Dino Calzia	Organizzazione Nazionale Assaggiatori Olio di Oliva	オリーブオイルテイスティング協会	オリーブオイルソムリエ	2014年3月7日
106	Giovanna	Fattoria della Campana	カンパーニャ農園	カンパーニャ州オリーブオ	2014年3月7日

	Campana			イル生産者・オーナー	
107	Tanja Barattin	Interdepartmental Centre for Research in Viticulture and Oenology, University of Padova	パドヴァ大学・ブドウ栽培学&ワイン醸造学研究センター	リサーチ&コミュニケーション	2014年3月15日
108	Guistino Guizza	Ca dei Fiori	カ・デイ・フィオーリ	DOCG プロセッコ生産者・初代オーナー	2014年3月16日
109	Luca Guizza	Ca dei Fiori	カ・デイ・フィオーリ	DOCG プロセッコ生産者・2代目	2014年3月16日
110	Umberto Zizza	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ工房・カザーロ(チーズ職人&熟成家)	2014年3月24日
111	Valentina Maestri	Museo di Parmigiano Reggiano	パルミジャーノ・レッジャーノ博物館	館員	2014年3月24日
112	Glicerio Dugoni	Consorzio Vacche Rosse Parmigiano (元 Institute Agrarian Zanelli)	赤牛パルミジャーノ協会	研究員 (ザネッリ農業高校・元副学長)	2014年3月25日
113	Mario Zannoni	Organismo Controllo Qualita Produzioni Rregolamentate	パルミジャーノ・レッジャーノ協会・品質管理本部	官能分析官	2014年3月25日
114	Franco Invernizzi	Caseificio Giovanni Invernizzi	ジョヴァンニ・インヴェルニッツィ・チーズ工房	DOP タレッジョ生産者・4代目オーナー	2014年3月26日
115	Vittore Invernizzi	Ganassa di Invernizzi Giovanni Carlo & F.s.n.c.	ガナッサ・ディ・インヴェルニッツィ・ジョヴァンニ・カルロ	チーズ熟成業者・3代目	2014年3月26日
116	Gianpiero Melloni	Latteria Sociale di Cameri Soc. Coop	ラッテリア・ソチャーレ・ディ・カメリ	DOP ゴルゴンゾラ生産者組合・代表	2014年3月27日
117	Angelo Belletti	Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola	ゴルゴンゾラ・チーズ品質保護協会	コミュニケーション担当	2014年3月27日
118	Emanuela Perenzin	Latteria Perenzin	ラッテリア・ペレンツィン	山羊チーズ製造小売業・4代目オーナー夫人	2014年4月4日
119	Carlo Picolli	Latteria Perenzin	ラッテリア・ペレンツィン	山羊チーズ製造小売業・4代目オーナー	2014年4月4日
120	Sara Azzalini	Latteria Perenzin	ラッテリア・ペレンツィン	山羊チーズ製造小売業・コミュニケーション担当	2014年4月4日
121	Sonia Brunello	Brunello Az. Agr. di Brunello Moira	ブルネッロ・モイラ農園	DOC ルガーナ生産者・3代目	2014年4月6日
122	Luca	Selva Capuzza s.s. Az. Agr. di	セルヴァ・カプツァ農	DOC ルガーナ生産者・4代	2014年4月6日

	Formentini	Tonolini & Formentini	園	目オーナー&DOC ルガー ナ協会・会長	
123	Fabio Formentini	Selva Capuzza s.s. Az. Agr. di Tonolini & Formentini	セルヴァ・カプツァ農 園	DOC ルガーナ生産者・アグ リツーリズム担当	2014年4月6日
124	Daniela Veglio	Az. Agr Mauro Veglio	マウロ・ヴェリオ農園	DOCG バローロ生産者・オ ナー夫人	2014年4月7日
125	Tesu Cyo	Az. Agr Cascina Nuova Elio Altare	エリオ・アルターレ農園	DOCG バローロ生産者・エ ノテクニコ	2014年4月7日
126	林 基就	Vino Hayashi	ヴィーノ・ハヤシ	ワイン輸入業者・取締役会 長	2014年4月8日
127	林 茂	Eataly Japan	イーターリー・ジャパン	代表取締役	2014年4月8日
128	Carlo Picolli	Latteria Perenzin	ラテッリア・ペレンツイ ン	山羊チーズ製造小売業・4 代目オーナー	2014年4月8日
129	Alessandro Tessari	Cantina di Soave	カンティナ・ディ・ソア ーヴェ	DOC ソアーヴェのブドウ 農家	2014年4月18日 ~2014年4月19 日
130	Stafano Cava	Villa Sandi	ヴィッラ・サンディ	DOCG プロセッコ生産者・ エノロゴ	2014年4月20日
131	Tanja Barattin	Interdepartmental Centre for Research in Viticulture and Oenology, University of Padova	パドヴァ大学・ブドウ栽 培学&ワイン醸造学研究 センター	リサーチ&コミュニケーション	2014年4月20日
132	Daniela Veglio	Az. Agr Mauro Veglio	マウロ・ヴェリオ農園	DOCG バローロ生産者・オ ナー夫人	2014年4月22日
133	Mauro Veglio	Az. Agr Mauro Veglio	マウロ・ヴェリオ農園	DOCG バローロ生産者・オ ナー	2014年4月22日
134	Paolo Grasso	Az. Agr Silvio Grass	シルヴィオ・グラス農園	DOCG バローロ生産者・4 代目	2014年4月22日
135	Paola Revello	Az. Agr Fratelli Revello	フラテッリ・レヴェッロ 農園	DOCG バローロ生産者・オ ナー夫人	2014年4月22日
136	Tesu Cyo	Az. Agr Cascina Nuova Elio Altare	エリオ・アルターレ農園	DOCG バローロ生産者・エ ノテクニコ	2014年4月22日
137	Elio Altare	Az. Agr Cascina Nuova Elio Altare	エリオ・アルターレ農園	DOCG バローロ生産者・2 代目オーナー	2014年4月23日
138	Silvial Altare	Az. Agr Cascina Nuova Elio Altare	エリオ・アルターレ農園	DOCG バローロ生産者・3 代目	2014年4月23日
139	Vittoria	Az. Agr Gianfranco Alessandria	ジャンフランコ・アレツ	DOCG バローロ生産者・3	2014年4月23日

	Alessandria		サンドリア農園	代目	
140	Stefania Corino	Az. Agr Giovanni Corino	ジョヴァンニ・コリノ農園	DOCG バローロ生産者・オーナー夫人	2014年4月23日
141	Paolo Morando	Paolo and Giulio Morando	ジュリオ・モランド農園	DOC モスカート生産者・オーナー	2014年4月23日
142	Gianni Canonica	Giovanni Canonica	ジョヴァンニ・カノニカ	DOCG バローロ生産者・オーナー	2014年4月23日
143	Monica Azzoni	Azienda Agricola Cotti	コッティ農場	教育農場責任者	2014年4月28日
144	Margherita Mascellino	Scuola Elementare Don Milani	ドンミラーニ小学校	教諭(1年生担当)	2014年4月28日
145	Umberto Zizza	Nuovo Caseificio San Bartolomeo in Cozzano	サン・バルトロメオ工房	パルミジャーノ工房・カザーロ(チーズ職人&熟成家)	2014年4月29日
146	Alessandra Cotti	Azienda Agricola Cotti	コッティ農場	教育農場担当	2014年4月30日
147	Cristina Ponzi	Azienda Agricola Cotti	コッティ農場	教育農場担当	2014年4月30日
148	Mariangela Amadei	Scuola Elementare di Torrechiera	トッレキアーラ小学校	教諭(イタリア語担当)	2014年4月30日
149	Monica Azzoni	Azienda Agricola Cotti	コッティ農場	教育農場責任者	2014年4月30日
150	Antonio Lucisano	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP 水牛モッツァレラチーズ協会	会長	2014年5月6日
151	Gennaro Testa	Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP	DOP 水牛モッツァレラチーズ協会	プロモーション担当	2014年5月6日
152	Angelo Belletti	Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola	ゴルゴンゾラ・チーズ品質保護協会	コミュニケーション担当	2014年5月6日
153	Giovanni Cannas	Fattoria Lischeto	リスケット農園	ペコリーノデッレバルツェヴォルテッラーネ生産者・経営者	2014年5月6日
154	Elisa Lunardi	Assaggiatrice di formaggi ONAF	ONAF チーズ鑑定士協会	チーズ鑑定士	2014年5月6日
155	Gianpiero Melloni	Latteria Sociale di Cameri Soc. Coop	ラッテリア・ソチャーレ・ディ・カメリ	DOP ゴルゴンゾラ生産者組合・代表	2014年5月6日
156	Elke Fernandez	Consorzio del Prosciutto di Parma	プロシュット・ディ・パルマ協会	国際マーケティング担当	2014年5月6日

157	Pilippo Arfini	Dipartimento di Economia, Universita degli Studi di Parma	パルマ大学・経済学科	准教授	2014年5月6日
158	Tanja Barattin	Interdepartmental Centre for Research in Viticulture and Oenology, University of Padova	パドヴァ大学・ブドウ栽 培学&ワイン醸造学研究 センター	リサーチ&コミュニケーシ ョン担当	2014年5月10日



本ワーキングペーパーの掲載内容については、著編者が責任を負うものとします。

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター
The Research Institute for Innovation Management, HOSEI UNIVERSITY

〒102-8160 東京都千代田区富士見 2-17-1
TEL: 03(3264)9420 FAX: 03(3264)4690
URL: <http://www.hosei.ac.jp/fujimi/riim/>
E-mail: cbir@adm.hosei.ac.jp

(非売品)

禁無断転載