

米価低迷下におけるブランド産地の展開

— 新潟県魚沼地域を事例に —

両角 政彦*・宮地 忠幸**・水嶋 一雄*

Development of the Strategies by the Branded Rice Production Areas at Time of Low Rice Price
— A Case Study of Uonuma Region, Niigata Prefecture —

Masahiko MOROZUMI*, Tadayuki MIYACHI** and Kazuo MIZUSHIMA*

(Received October 31, 2008)

The purpose of this study is to clarify the actual situation of branded rice production areas at a time when the rice price is in decline, and also the strategies that these areas need to take in the future. The price of rice in Japan has been going down since the middle of the 1980s. The market valuation of Koshihikari, a major rice variety, is different depending on the region it is produced. Niigata Koshihikari receives high valuation, but that of Uonuma Koshihikari is valued the highest. Though the price of rice has generally been sluggish, Uonuma Koshihikari has maintained a relatively high price. The value of Uonuma area has changed due to a merger of the cities, towns and villages. In addition, an organization to control Uonuma Koshihikari has not been sufficiently established yet. In order to maintain a competitive predominance, Uonuma area has to present its new brand added values to consumers. For this purpose, it will be particularly effective to build strategies in which consumers can experience various rice production environments.

Keywords: branded rice, production area, Uonuma Koshihikari, Uonuma Region

1 はじめに

一般にブランド化とは、製品やサービスの差別化を通じて特異性を創造し、競争優位を確保する戦略の1つであり (Porter, 1980, 1985), ある一定の地域内で構成主体が産業連関を構築するクラスター戦略としても注目されている (斎藤, 2007)。

ブランド化に関する研究は、1980年代以降にブランドの資産的価値を究明する研究 (Aaker, 1991) から広く展開しはじめ、1990年代にはブランド構築の枠組みや戦略課題、ブランドの維持・管理と組織に関するより実践的で具体的な研究 (Aaker, 1996) へと移ってきた (青木ほか編, 1997)。さらに、これまでブランド化は製品戦略のサブ的な要素として認識されてきたが、現在はマーケ

ティングの中心的な課題となっており (青木・恩蔵編, 2004), ブランド・エクイティの構築, 測定, 管理による有益なブランド戦略の立案が試みられている (Keller, 1998)。

農水産物と食品に関する研究では、高橋 (1990) が地域ブランド化をマーケティング4Pの中で整理し、平岡 (1990) は産地のブランド化の実態把握を行った。また、青柳 (1998) は米を事例に農協管内で統一したブランドにこだわらない地域に適合したブランドとその産地づくりの必要性を指摘し、小島 (2002) がブランド確立に関する理論研究を整理したうえで、産地側の成立条件を青果物の市場入荷量から推定している。さらに、斎藤 (2005) および斎藤・山室 (2005) は、農産物や食品の地域ブランド化の可能性をブランド管理や食料産業クラス

* 日本大学文理学部地理学科:
〒156-8550 東京都世田谷区桜上水3-25-40
** 国士舘大学文学部地理・環境専攻:
〒154-8515 東京都世田谷区世田谷4-28-1

* Department of Geography, College of Humanities and Sciences, Nihon University: 3-25-40 Sakurajosui Setagaya-ku, Tokyo, 156-8550 Japan
** Department of Geography and Environmental Studies, Faculty of Letters, Kokushikan University: 4-28-1 Setagaya Setagaya-ku, Tokyo, 154-8515 Japan

ターに着目して展望している。とくに波積（2002, 2003）の研究は包括的であり、主として第二次産品に適用されてきたブランド戦略の理論的枠組みを第一次産品の水産物に適用し、理論的・実証的研究を行っている。波積は「一次産品のブランド化には、工業製品にはない、産地をブランドの源泉とする地域を基盤としたブランドがある」と指摘し、一次産品のブランド化の可能性を総括している。

ただ、波積が指摘する「地域の基盤」をどのように定義し、それが農産物や地域のブランドにいかにつ加され、またそれが逆にブランドをどのように規定するのかについては、研究事例の蓄積も含めて十分に解明されていない。そのため、「地域の基盤」を他の地域や産地にどの程度適用できるのかについても十分に実証されているとはいえない。たとえば、EU諸国の中でもフランスやイタリアにみられる地域ブランドは、食文化や食生活と密接に結びつき、これらの伝統を守ろうとする消費者との関係性を構築するブランド化であるのに対して、日本ではその主な目的が利潤追求にあり、必ずしも「地域の基盤」を消費者に認知してもらうようなブランド化につながっていない側面がある。したがって、事例研究によって明らかになったブランド化が、他の事例へ容易には適用できない可能性があり（高柳, 2005a）、地域ごとに独自の方法を構築する必要があると推察される。

こうした点を踏まえ、近年、地理学においても農水産物のブランド化が研究対象として注目されている。篠原（2005）は全国における「地域ブランド水産物」を網羅し、その種類と地域性を明らかにし、淡野（2007）は銘柄豚事業を取り上げ、ブランド化が養豚業の存続にもたらす有効性と課題を明らかにしている。また、高柳（2004, 2005b, 2007）は、農産物のブランド化の中で地理的表示の側面に着目し、ローカルブランドの形成と地域振興に寄与する可能性を提示している。そこでは多様なローカルブランドの価値を認める社会システムの構築も意図されている。

日本における農産物ブランドに関しては、「地域名＋商品名」による文字商標の登録が例外的に認められた「夕張メロン」や「前沢牛」などを除くと¹⁾、一般には識別可能な図形を付していない商標の登録は認められてこなかった²⁾。これは、商標には「出所表示」、「品質保証」、「宣伝広告」の3つの役割があり（小川, 1994）、「地域名＋商品名」からなる文字商標の使用を多くの事業者が望むため、一事業者の独占に馴染まないという理由があったからである（特許庁総務部総務課制度改正審議室編, 2005）。その一方で、地域ブランドを制度のうえで保護

する必要が生じてきたため、2005年からは地域団体商標の登録制度が始まっている。

本稿で着目する米と米産地の近年の動向を確認すると、1999年以降、米の輸入が当初の予定を前倒しして関税化へ移行し、2008年現在、高関税率の引き下げが焦点となっている。米の輸入枠の拡大は国内米産地に新たな対応を迫ることになり、それはこれまで消費者から高い評価を受けてきたブランド米産地も例外ではない。安価な米の輸入拡大の可能性に加えて、国内における米需要の減退と価格の低迷のもとでは、ブランド米であっても影響を受ける可能性が高いためである。産地はブランド化を通じて、消費者に対して新たな価値や意味を提供することがますます重要になってくる。

米や米産地に関してはこれまでに膨大な研究が蓄積されてきた。日本の稲作の変容に関する実証研究の例として、稲作地域の再編成を明らかにした研究（鈴木, 1994）や、全国における水田農業の地域的な再編成について明らかにした研究（元木, 1997）、さらに水稻うるち米品種の空間的拡散の実態を分析した研究（林, 1998）などが挙げられる。米産地の問題に関わる研究では、水稻作の大規模経営体の形成要因をとらえた研究（前田, 2003）と、農業基盤整備事業や米の生産調整政策が地域にもたらした矛盾を解明した研究（松村, 1996, 2002）などがある。また筆者らは、営農条件の不利な地域における産業づくりと地域づくりのあり方を検討する中で、水田農業の高付加価値化やコスト削減の実態をとらえ（水嶋ほか, 2003；水嶋編, 2008）、ブランド米の「魚沼コシヒカリ」を生産する魚沼地域を事例に、さらなる高付加価値化に向けた突破口として導入された、環境保全型農業の有効性と課題を明らかにした（水嶋, 2004）。

このように従来の研究では、農産物のブランド化に関わる農業経営や産地組織の対応などが主な分析対象となってきた。その中では、ブランド化の背景にある当該農産物の全国の生産状況や都道府県単位の地域性、さらにブランドを構成する地域の生産状況とその地域内の特性などの関係について十分に明らかにされてこなかった。すなわち、当該農産物の全国的な生産状況や都道府県および市町村といった地域単位と地域スケールを重視して、農産物の地域ブランド化をとらえる研究が少なかった。また、地域ブランドや産地に対する消費者のイメージがどのように形成されてくるのか、EU諸国等に見られるブランド化を日本にどの程度適用できるのか、日本特有のブランド化があり得るのか否か、さらに今後の日本における食料・農業・農村の存立にとってブランド化がどのような意味をもってくるのかなど、多くの研

究課題が残されている。

研究対象地域とした新潟県魚沼地域は、国内で最も高い市場評価を受けてきた魚沼コシヒカリの産地であり、10年以上にわたって米の「高価格」販売を実現してきた。魚沼コシヒカリは、これに関連する商標が農業団体や企業組織等によって出願され登録が一部認められている一方で、米の流通・販売の規制緩和を背景として、生産量に比較し過大な流通が半ば公然と化している（高柳，2004）。魚沼コシヒカリの収穫量と実際の流通量の差は定かではないが、魚沼コシヒカリは他産地のコシヒカリと比較し品種そのものに特異性があるわけではないため、ブランド管理に多くの課題を抱えていると考えられる。こうしたブランド米産地の展開の実態を明らかにすることは、今後、日本の食料・農業・農村の存立に対して多くの示唆を与えてくれるといえよう。

本研究では、米価低迷下において産地がどのようにブランド化を展開し、今後いかなる対応を求められるのかを明らかにするために、まずブランド化の背景となる全国および都道府県の地域単位における米生産の展開を大局的に把握する。そのうえでブランド米産地における米生産の展開と今後の課題を検討する。その際にブランドのもたらす価値として、「機能的便益」、「情緒的便益」、「自己表現的便益」（Aaker, 1996）に注目し、当該ブランドがどのような状態にあるのかについても触れたい。

2 日本における米生産の展開と市場評価

2-1 日本の米生産の展開と地域性

日本における米の生産状況を確認すると（図1）、収穫

量は1960年代後半をピークに、これ以降、増減しながら推移してきた。とくに1961年からおよそ10年おきに生じる収穫量減と、1993年における冷夏の影響による米の不作、翌年の米の増産などが顕著な変化として注目されるが、米の収穫量は全体に減少傾向を示している。さらに作付面積は収穫量よりも高い割合で減少している。米の生産調整が本格的に開始される1970年以降に作付面積は急減し、1990年代後半以降には1960年代と比較しておよそ半減している。

米の輸入については、1993年の米の不作も契機に開始されて以降、輸入量が増減しつつ継続的に行われてきた。ミニマム・アクセス米の契約数量は、1995年度に43万tであったが、その後徐々に増加し、2000年度から2006年度までは76～77万tで推移してきた³⁾。輸入米は、1995年4月から2008年3月までに総計で865万tが政府によって買入れられ、このうち主食用に10.5%のみが供給された。その他は、加工用36.9%、援助用25.7%、飼料用12.0%、在庫14.9%であり、在庫のうち27.1%が飼料用備蓄米となっている⁴⁾。

図2によると、米の政府買入価格は、1970年代半ばに物価の高騰を背景として急激に上昇しているが、1980年代半ばをピークにこれ以降は低迷している。一方、自主流通米の落札銘柄価格は、1990年以降、政府買入価格よりも高値を維持してきたものの、収穫量が落ち込んだ1993年や2003年を除くと下落傾向にある。

都道府県別で生産状況を見ると（図3）、2006年現在、稲の作付は全ての都道府県で行われているが、新潟県や北海道をはじめとする東日本の諸県で多く、地域差が明

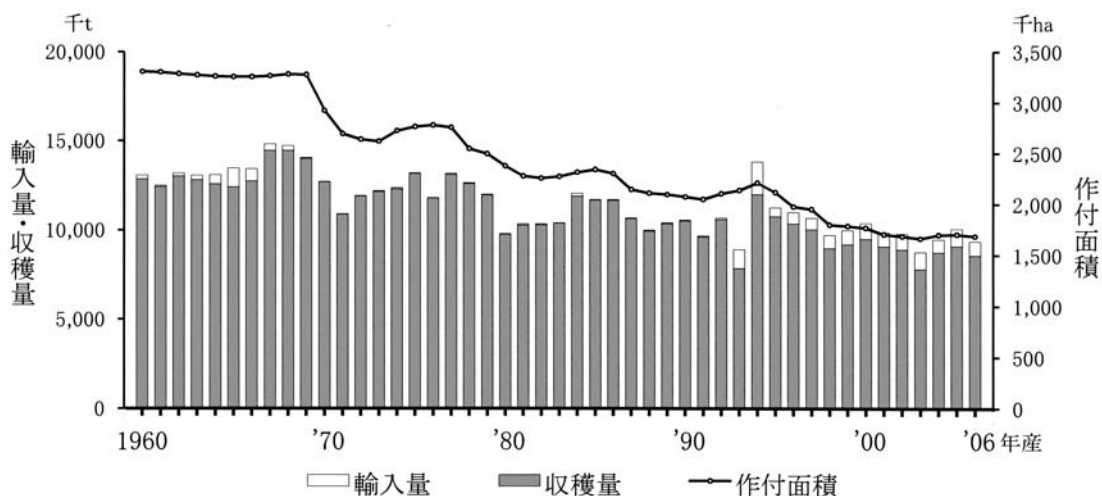


図1 日本における米の輸入量、収穫量、作付面積の推移

注) 米の収穫量と作付面積は水稲と陸稲の合計を表す。
資料) 農林水産省『作物統計』、同『食料需給表』。

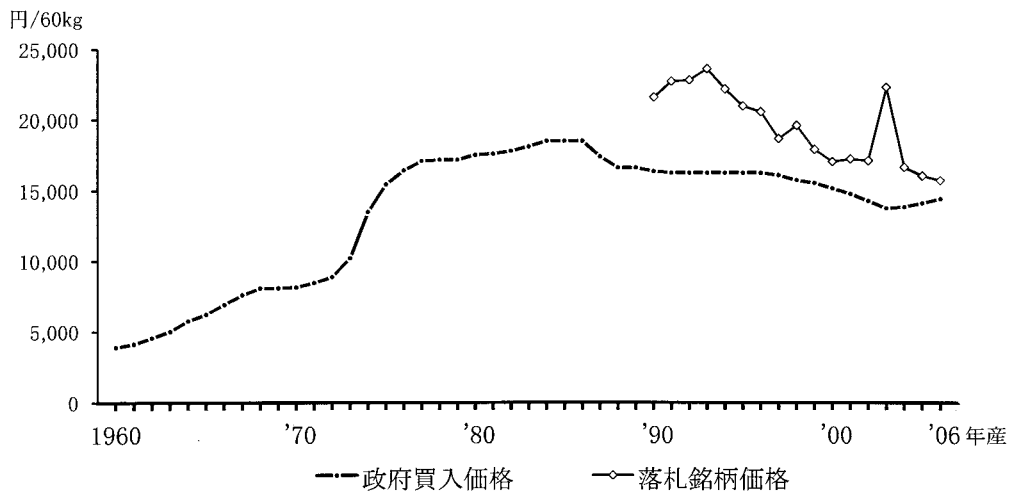


図2 日本における米の価格変動

注) 政府買入価格は『食糧統計年報』の各年の基準に準じる。
 政府買入価格の2004年産以降は入札等の結果価格による。
 落札銘柄価格は価格形成センターの入札取引結果による。
 資料) 農林水産省『食糧統計年報』, 財団法人全国米穀取引・価格形成センター資料。

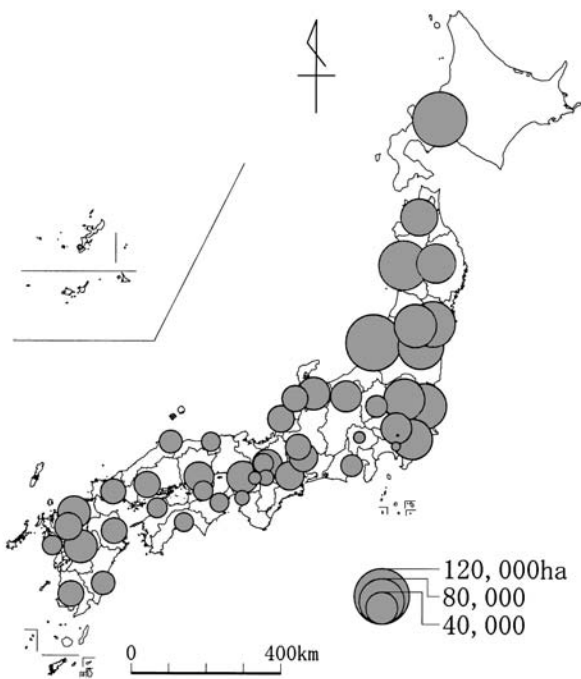


図3 都道府県別における稲の作付面積 (2006年産)

注) 水稲と陸稲の合計を表す。
 資料) 農林水産省『作物統計』。

付面積比率が急上昇し、近年、「ヒノヒカリ」や「ひとめぼれ」などの新品種の比率が高まっている。上位10位までの作付面積比率の合計は、1970年の45.4%から2006年の82.5%へと拡大しており、品種の転換が進行しつつ、コシヒカリを主とする少数の品種に生産が集中してきている。

都道府県別におけるコシヒカリの作付面積をみると(図4)、北陸地方や関東地方が多く、米全体の作付面積(図3)と比較して生産地がより限定されている。さらに、図5のコシヒカリの作付面積率では、関東地方の一部、東山や北陸地方以西の日本海側の諸県などで高い比率を示している。その一方で、冷涼地や低暖地の諸県ではコシヒカリの生産比率が低く、都道府県ごとに地域差が明瞭となっている。

これらの点に関連して、元木(1999)は、1970年から1995年までにおける東北日本の主要品種の変化をとらえ、東北日本の米生産のより高い可能性を予測している。ただ、2006年時点までの実態によると、東北日本の米の収穫量の相対的な高さは認められるが、市場評価の高いコシヒカリの生産に関しては生産が大幅に拡大している状況にはない。次節でみるように、価格面でも東北日本が優位になっているとはいえ、北陸地方の中でも新潟県を中心に市場が展開している。

2-2 米の産地銘柄と市場評価

近年における米産地銘柄別の通年平均価格の動向を確

瞭となっている。さらに、表1によると、水稲の生産品種は1960年以降にめまぐるしく変化してきた。とくに1970年から1990年に上位10位以内にあった「ササニシキ」は、2000年には上位から姿を消し、コシヒカリの作

表 1 日本における水稲うるち米の品種別作付面積比率の変化

順位	1960年産		1970年産		1980年産		1990年産		2000年産		2006年産	
	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率
1	金南風	5.1	日本晴	8.3	コシヒカリ	14.3	コシヒカリ	28.1	コシヒカリ	35.5	コシヒカリ	37.4
2	農林18号	3.6	ホウネンワセ	6.5	日本晴	12.9	ササニシキ	11.3	ひとめぼれ	9.7	ヒノヒカリ	10.5
3	トワダ	3.5	コシヒカリ	5.9	ササニシキ	8.4	日本晴	6.6	ヒノヒカリ	9.0	ひとめぼれ	10.5
4	ササシグレ	3.2	レイメイ	5.4	アキヒカリ	5.4	あきたこまち	4.4	あきたこまち	8.5	あきたこまち	9.0
5	農林29号	2.8	ササニシキ	5.1	キヨニシキ	4.7	ゆきひかり	3.4	きらら397	4.8	キヌヒカリ	3.3
6	農林22号	2.4	フジミノリ	4.5	トヨニシキ	4.6	初星	2.8	キヌヒカリ	3.6	はえぬき	3.1
7	ホウネンワセ	2.4	レイホウ	3.6	イシカリ	2.7	むつほまれ	2.5	はえぬき	2.7	きらら397	3.1
8	農林17号	2.4	金南風	2.2	越後早生	2.6	きらら397	2.5	ほしのゆめ	2.6	ほしのゆめ	2.2
9	越後早生	2.1	中生新千本	2.1	トドロキワセ	2.4	黄金晴	1.8	日本晴	1.3	つがるロマン	1.8
10	ギンマサリ	1.9	しおかり	1.8	ニシホマレ	2.0	中生新千本	1.8	つがるロマン	1.3	ななつぼし	1.5
計		29.4		45.4		59.9		65.0		78.9		82.5

注) 単位：%，上位10位以内を示す。ラウンドの関係で計と内訳が一致しない場合がある。
資料) 農林水産省『米穀の品種別作付状況』。

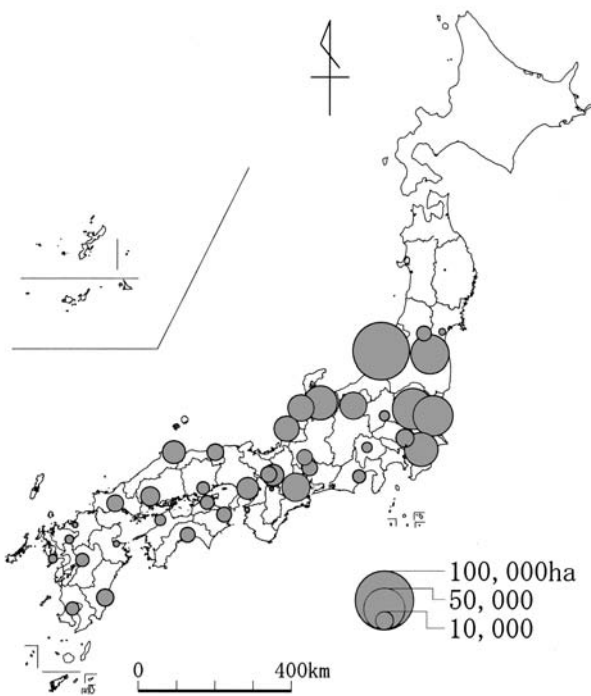


図 4 都道府県別におけるコシヒカリの作付面積 (2005年産)
資料) 農林水産省『米麦の出荷等に関する基本調査結果』。

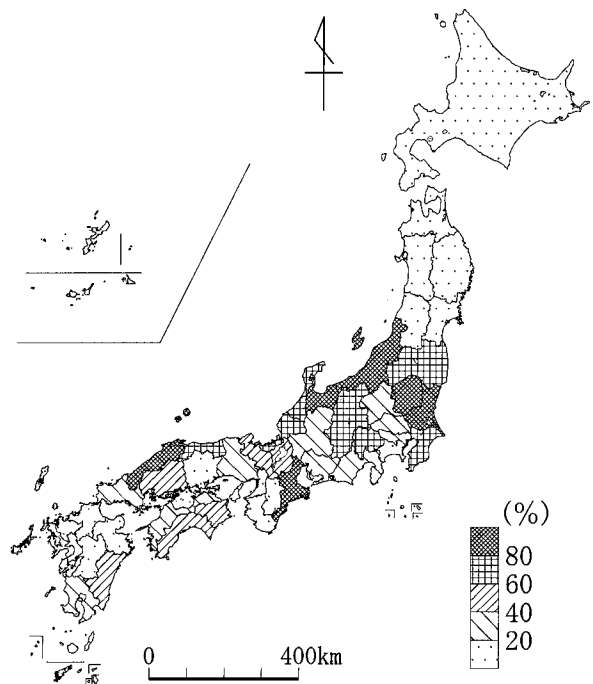


図 5 都道府県別におけるコシヒカリの作付面積率 (2005年産)
資料) 農林水産省『米麦の出荷等に関する基本調査結果』。

認したい。表2は、全国米穀取引・価格形成センターによる入札取引結果公表のうち、2002年産から2006年産までの5年における主要な産地銘柄の一部を抜粋して示したものである。米の収穫量の減少による価格の上昇がみられた2003年産を含めて、コシヒカリは他の品種と比較し、全体に高い価格で取引されている。例外として、秋田県産「あきたこまち」、宮城県産「ひとめぼれ」、

山形県産「はえぬき」などは、中国・九州地方のコシヒカリを上回る価格で取引されている年もみられる。さらに、コシヒカリのみで産地銘柄を比較すると、いずれの年も新潟県内の産地銘柄が高値となっている。中でも魚沼コシヒカリは突出した高値で取引され、2006年産では最も価格の低い産地銘柄の倍近い価格を実現しており、ブランドとしての高い地位を認めることができる。

表2 米産地銘柄別における通年平均価格の動向

品種	産地銘柄	2002年産	2003年産	2004年産	2005年産	2006年産	
コシヒカリ	山形	17,200	22,097	16,405	16,190	15,709	
	福島(中通り)	16,792	21,336	15,577	15,173	15,027	
	福島(会津)	17,450	22,534	16,699	16,224	15,831	
	福島(浜通り)	16,172	20,443	15,201	14,877	14,829	
	茨城	16,301	20,967	15,723	14,925	14,819	
	栃木	16,176	20,892	15,553	15,001	14,801	
	千葉	16,208	21,927	15,774	15,058	14,802	
	新潟(一般)	19,716	24,295	19,138	18,303	17,714	
	新潟(魚沼)	27,384	34,724	25,608	24,579	28,216	
	新潟(岩船)	20,007	24,760	19,517	18,764	17,923	
	新潟(佐渡)	20,192	24,609	…	18,924	18,243	
	富山	17,179	22,199	16,894	16,202	15,500	
	石川	16,614	21,828	16,249	15,835	15,204	
	福井	16,840	21,578	16,286	15,784	15,268	
	長野	16,547	20,955	16,069	15,509	15,019	
	岐阜	15,851	20,910	15,566	15,048	14,770	
	愛知	15,651	20,924	15,301	14,898	14,601	
	三重(一般)	16,172	22,363	15,560	15,073	14,780	
	三重(伊賀)	16,589	22,262	16,030	15,432	15,160	
	滋賀	16,416	21,615	15,816	15,112	14,800	
	鳥取	15,959	20,477	15,368	14,586	14,400	
	島根	16,214	20,980	15,785	15,089	14,561	
	岡山	16,640	20,777	15,741	14,804	14,501	
	山口	15,810	20,067	15,295	14,769	14,500	
	熊本	16,374	20,235	16,085	15,473	15,120	
	きらら397	北海道	13,279	18,571	12,888	12,802	13,297
	ひとめぼれ	宮城	15,694	20,798	15,470	14,900	14,612
あきたこまち	秋田	16,248	20,788	15,646	14,942	14,584	
はえぬき	山形	15,596	20,965	15,314	14,914	14,503	
キヌヒカリ	滋賀	14,439	18,766	14,547	13,851	13,320	
ヒノヒカリ	岡山	14,608	19,158	14,568	13,817	13,749	
	福岡	14,588	19,334	14,889	14,055	—	
	熊本	14,678	18,525	…	14,417	14,429	
	大分	14,579	19,374	14,646	14,228	14,201	

注) 単位: 円/60kg, …: 上場なし, —: 落札なし

通年平均価格には, 包装代, 抛出金, 消費税を含まない。

2006年産は, 通年・期別取引, 定期注文取引の落札加重平均価格である。

資料) 財団法人全国米穀取引・価格形成センター資料, 社団法人米穀安定供給確保支援機構資料。

こうした同一品種の価格差は, 1969年にはじまる自主流通米制度のもとで1970年代に建値としてすでに表れており, たとえば1975年における茨城コシヒカリは16,406円/60kgであったのに対して, 新潟コシヒカリは17,048円/60kgで取引された⁵⁾。新潟コシヒカリが顕著な高値を示すようになったのは, 自主流通米価格形成機構⁶⁾が設立され, 市場メカニズムが導入された1990

年産以降である。この年に茨城コシヒカリと新潟コシヒカリの価格差は, それまでの1,000円前後/60kgから, 一挙に3,000円台/60kgへ急上昇している。このように同一品種のコシヒカリであっても, 産地銘柄に対する市場評価には大きな差が生じてきた。

その理由の1つとして米の品質格差を挙げることができる。表3に示した米の等級付け基準は, 農産物検査法⁷⁾

表3 水稲うるち玄米の等級付け基準

等級	最低限度		最高限度								
	整粒	形質	水分	被害粒, 死米, 着色粒, 異種穀粒及び異物							
				計	死米	着色粒	異種穀粒			異物	
							もみ	麦	他		
1等	70	1等標準品	15	15	7	0.1	0.3	0.1	0.3	0.2	
2等	60	2等標準品	15	20	10	0.3	0.5	0.3	0.5	0.4	
3等	45	3等標準品	15	30	20	0.7	1.0	0.7	1.0	0.6	
規格外	1等から3等までのそれぞれの品位に適合しない玄米であって、異種穀粒及び異物を50%以上混入していないもの。										

注) 単位：%

資料) 財団法人全国瑞穂国食糧検査協会『農産物検査手帳』。

に基づき農産物検査規格で規定されているものである。この等級付けでは、見た目や水分量、異物の混入率などが主な検査対象になっており、食味や栄養価などは検査対象となっていない。そのため、1等米比率が高ければ必ず消費者の評価が高くなるとはいえないが、同一品種の「機能的便益」を評価するうえで、1つの判断材料にはなり得る。

図6は、表2に示したコシヒカリの産地銘柄の一部について、1等米比率のみの推移を示している。これによると、コシヒカリの品質には、年度ごとにまたは産地ごとにばらつきがあることがわかる。例として、最も高い市場評価を受けている新潟県産は品質が際立って良いとはいえず、長野県産の方が常に90%を超える高い比率を維持している。また、熊本県産のように1等米比率の高い年があるものの、市場評価は高くない産地もみられる(表2)。

さらに、米の食味等に基づく産地に対する評価としては、日本穀物検定協会の試験によるものがあり、外観、香り、味、粘り、硬さなどが評価項目となっている⁸⁾。表4によると、2007年産で最高の評価を受けた「特A」ランクには、新潟県の4つの産地(中越、魚沼、岩船、佐渡)

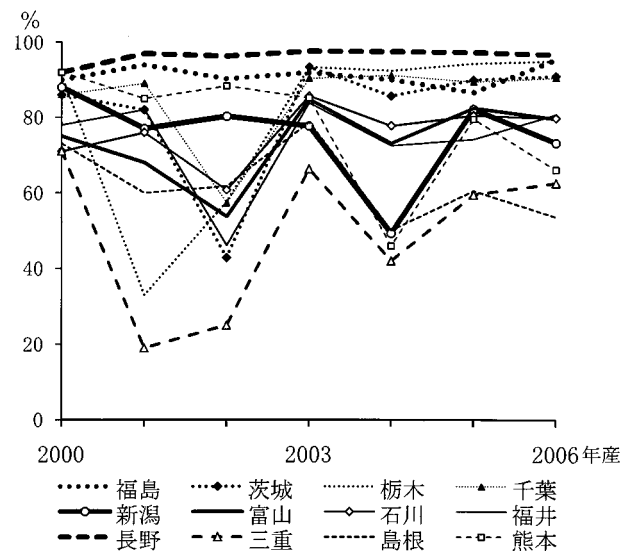


図6 コシヒカリの産地銘柄別における1等米比率の推移
注) 最終検査数量(翌年の10月末日)を表す。
資料) 農林水産省資料, 財団法人米穀安定供給確保支援機構資料。

表4 コシヒカリの食味ランク別の産地(2007年産)

食味ランク	産地
特A	山形(内陸), 福島(会津, 中通), 新潟(中越, 魚沼, 岩船, 佐渡), 山梨(峡北), 長野(東信), 京都(丹後)
A	茨城(県北), 栃木(県北), 群馬(北毛), 千葉(県南), 新潟(上越, 下越), 富山(県東), 石川(県南), 長野(北信), 岐阜(飛騨), 三重(中勢, 伊賀), 京都(丹波), 鳥取(県西), 島根(県東), 高知(県中), 鹿児島(県南)
A'	山形(庄内), 福島(浜通), 埼玉(県東), 福井(嶺北), 静岡(西部), 愛知(三河), 滋賀(湖北), 兵庫(県北), 広島(北部), 山口(県中), 徳島(県南), 香川(中讃), 愛媛(東予・中予), 佐賀(北部), 長崎(県北), 熊本(城東), 宮崎(沿岸)

注) 食味ランクは、基準米と同等のものを「A'」とし、特に良好なものを「特A」、良好なものを「A」、やや劣るものを「B」、劣るものを「B'」としている。「B」「B'」は省略している。

資料) 財団法人日本穀物検定協会資料。

をはじめとして、山形（内陸）から京都（丹波）までの10の産地が入っている。また、「特A」に次ぐ「A」ランクには茨城（県北）から鹿児島（県南）までの17の産地が入り、「A」に次ぐ「A'」ランクには山形（庄内）から宮崎（沿岸）までの17の産地が入っている。

全体として、「特A」の評価を受けたのは京都（丹波）を除くと東日本の諸県であり、気候条件の差を反映した地域性のある程度認めることができる。しかし、「A」と「A'」とは同様の地域性を明確には認められず、産地ごとの地域性や生産者の差などをより強く反映しているものと推察される。また、近年、コシヒカリを含め米全体で「特A」の評価を受ける産地が増加しており、「特A」の割合は、2000～2003年産が8～11%であったが、2004～2007年産では13～15%へ拡大している⁹⁾。これらの点は、従来まで市場で高い評価を受けてきたブランド米産地が新たな対応を求められていることも示している。

以上を踏まえ、とくに新潟県について福島県と比較してみると、新潟県は1等米比率では常に福島県よりも低く（図6）、食味のランクは同等であるにもかかわらず（表4）、取引価格はいずれの産地も福島県を大きく上回っている（表2）。ここに米のブランドを「機能的便益」のみでは説明できない「情緒的便益」や「自己表現的便益」が内在していると考えられる。

3 新潟県における米生産の展開と品種転換

3-1 新潟県の米生産の展開と地域性

新潟県における米の生産は、1960年以降、収穫量と作付面積が増減しながら、全体としては減少傾向にあり（図7）、全国的な傾向とほぼ同様となっている。図8によると、市町村合併後の2006年における新潟縣市町村

別の水稲作は、下越地域から上越地域にかけて広く分布している。とくに信濃川沿いの沖積地に位置する新潟市等で水稲作が最も盛んであり、他方、米の市場評価の高い魚沼地域は水稲の収穫量が必ずしも多いとはいえ、県内で地域差がみられる。

水稲の品種別作付面積比率の変化をみると（表5）、1960年にすでにコシヒカリが上位にあるものの、1970年でもまだ3位に位置していた。作付面積比率でコシヒカリが1位になるのは1979年以降であり、全国的な傾向と一致している。コシヒカリの作付面積比率は、1980年の

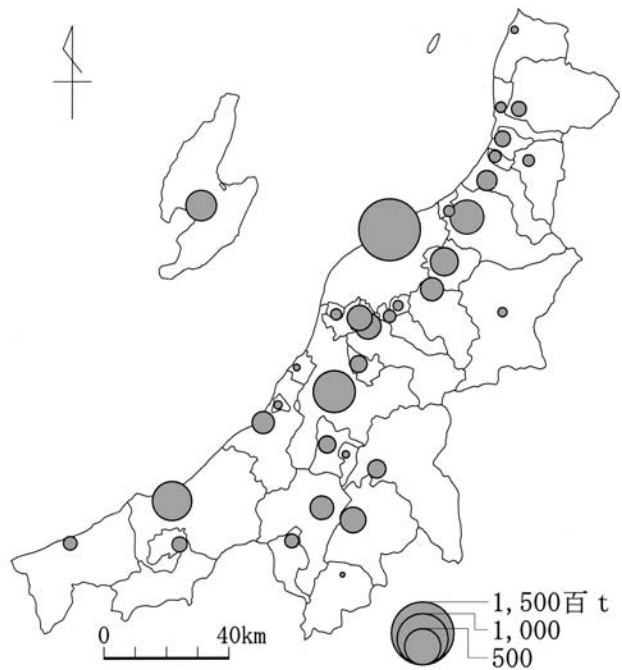


図8 新潟縣市町村別における水稲の収穫量（2006年産）
資料）北陸農政局新潟農政事務所『新潟作物統計』。

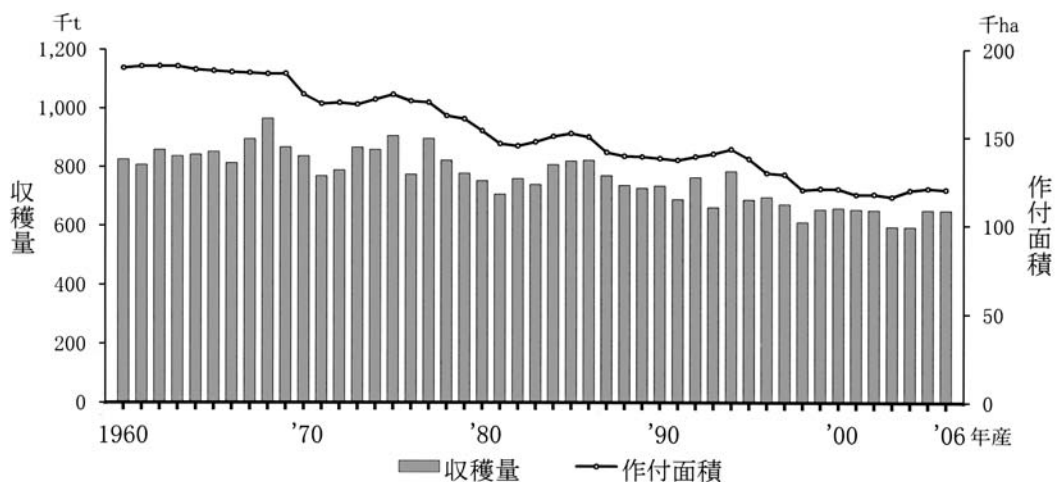


図7 新潟県における水稲の収穫量と作付面積の推移
資料）北陸農政局新潟農政事務所『新潟作物統計』（各年版）。

表5 新潟県における水稻の品種別作付面積比率の変化

順位	1960年産		1970年産		1980年産		1990年産		2000年産		2006年産	
	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率
1	越後早生	18.3	越後早生	14.3	コシヒカリ	33.9	コシヒカリ	61.9	コシヒカリ	81.1	コシヒカリ	77.3
2	日本海	11.1	レイメイ	10.0	越後早生	18.7	新潟早生	8.3	ゆきの精	5.3	こしいぶき	10.4
3	越 栄	8.4	コシヒカリ	9.0	トドロキワセ	16.0	越後早生	7.9	こがねもち	2.3	もち計	4.5
4	コシヒカリ	6.9	フジミノリ	7.1	アキヒカリ	10.3	トドロキワセ	7.7	ひとめぼれ	2.2	五百万石	1.9
5	新 7 号	5.4	ハウネンワセ	5.7	新潟早生	5.3	アキヒカリ	3.2	五百万石	2.1	ゆきの精	1.0
計		50.1		46.1		84.3		88.9		93.1		95.1

注) 単位：%，上位5位以内を示す。ラウンドの関係で計と内訳が一致しない場合がある。

資料) 北陸農政局新潟農政事務所『米穀の品種別作物状況調査』，同『米穀の作付見込調査(2006年産)』。

33.9%から1990年の61.9%へ急上昇し、2000年には81.1%に達している。この間にも新品種が導入されてきたが、コシヒカリほどの優良品種にはならず、品種の選別が急速に進行してきた。また、主要品種の上位5位までの合計作付面積比率をみると、1960年に50.1%であったが、以後、品種の選別が進み、2006年には95.1%に達しており、新潟県全体では少品種化の傾向が一層強まってきた。

新潟県におけるコシヒカリの生産拡大の背景には、新潟県経済連(現JA全農にいがた)による積極的な販売促進活動があった。新潟県経済連は、首都圏の小売店で建値を形成し、他方、西日本の卸売業者との連携を強化して、新潟コシヒカリの市場評価を高めてきた¹⁰⁾。また近年では、JA全農にいがたと新潟県種子産米改良協会が県内に向けて、高品質コシヒカリの生産を推進しており、以下にみるように、コシヒカリBLによって地域間差や個人差を解消することを重要な目標としている。

さらに新潟県では、2007年度に「にいがた「米・園芸」の故郷づくり運動」のもとで、「新潟米」の地位を維持・向上することを目標とする基本計画を策定している。その中では、①販売力・ブランド力の強化、②売れる農産物づくりに向けた体制強化、③地域農業の構造改革の加速、などが推進方策として示され、数値目標も設定されている。同県では政府による米の生産目標数量の都道府県配分にとまなない、市町村間の生産調整も必要になることが予想されており¹¹⁾、一県としての米のブランド化と地域ごとのブランド化との調整がこれまで以上に課題になりつつある。

3-2 新潟県の米の品種転換とブランド化

新潟県では2005年度以降にコシヒカリをコシヒカリBLへ品種転換している。コシヒカリBLは、いもち病の回避による生産安定と農業の削減、さらにDNA鑑定に

よる新潟コシヒカリの適正流通などを目的に開発された品種である¹²⁾。コシヒカリBLは、種苗法に基づく品種登録ではコシヒカリと別の品種となり、主要農作物種子法のうえでも種子の表示はコシヒカリBL等で行われている。一方、コシヒカリBLは農産物検査法に基づく銘柄設定の要件を満たしたため、玄米の表示は産地品種銘柄が「新潟県産コシヒカリ」となり、JAS法のうえでも精米の表示は「コシヒカリ」となっている¹³⁾。

新潟県では、2000年度にコシヒカリ新潟BL1, 2, 3号を品種登録して以降、同4, 5, 6, 9, 10号を品種登録し、引き続き品種登録を出願している。同県では、2001年度に「水田農業経営確立運動委員会」を発足し、消費者団体、生産者団体、農業関係機関、米流通業者、行政機関と協議や調査を重ねて、2005年から県全域でコシヒカリ新潟BLを一斉に導入した。2007年現在、新潟コシヒカリの大部分がコシヒカリ新潟BLに転換していると推計されており¹⁴⁾、その導入から普及まではきわめて短期間であった。

その一方で、新潟県では単一品種としてのコシヒカリへの依存が強まってきたことから、産地の持続的な発展に危機感をもち、新品種の導入による新たなブランド化も模索してきた。この主な目的は、コシヒカリと同等の品質と食味をもつ早生種の開発にあった。中でも期待をかけられてきた品種は、新潟県農業試験場(現新潟県農業総合研究所)が1988年に「ひとめぼれ」と「どまんなか」を交配して育成し、2003年に品種登録された「こしいぶき」であった。「こしいぶき」は、母親系統にコシヒカリをもつため外観や粘りがコシヒカリに近く、コシヒカリと比較して稈長が短く倒伏に耐えられる特性があり、病害虫被害も少ないうえに、早生種で収穫時期が早く、収穫期の労力分散を図りやすいなど、農業経営上の利点があった。

新潟県では2001年以降に新聞広告、テレビCM、ラジ

オCMなどで、「こしいぶき」の販売促進活動を積極的に展開してきた¹⁵⁾。東京都内では米穀卸売業者等を招いてイベントを開催し、小売業者向けにポスターを作成したり、消費者向けにはリーフレットを作成したりしてきた。新潟県における2006年の「こしいぶき」の作付面積比率は10.4%を占めるまでにいたっており、他方、コシヒカリは2000年の81.1%から2006年の77.3%へ減少している(表5)。しかし、2006年産の「こしいぶき」の入札取引価格は、新潟県平均で14,557円/60kgであり、新潟コシヒカリの17,714円/60kgを下回っている¹⁶⁾。農業経営上、「こしいぶき」を導入する動機にはなったとしても、価格面ではブランド化が困難な状況を示している。

4 魚沼地域における米生産の展開と課題

4-1 魚沼地域の米生産の展開と魚沼コシヒカリの市場評価

魚沼地域は、これまで魚沼丘陵とその周辺に位置する16の市町村で構成されていた。平成の市町村合併において、合併を行わなかった小千谷市、川口町、湯沢町、津南町を含めて、魚沼地域は7つの市町村に編成された¹⁷⁾(図9)。この中で十日町市は、中魚沼郡の川西町と中里村に加えて、東頸城郡の松代町と松之山町とも合併したため、魚沼地域は西側へ空間的に拡大し、地理的な意味が変化した。

図10によると、魚沼地域における水稲の収穫量と作

付面積は、全国または新潟県と比較して異なる推移を示している。魚沼地域では水稲の作付面積が減少傾向にあるものの、その減少度合は小さく、一方の収穫量は増減を繰り返しながらもほぼ横ばいを保っている。2004年以降は、市町村合併の影響もあり、作付面積の増加がみられる点も特筆される。

さらに、魚沼地域における水稲の品種別作付面積比率(表6)の特徴として、新潟県全体(表5)と比較すると、コシヒカリの導入が早く進んできた点を指摘できる。1970年産から1980年産にかけて作付面積比率が急上昇し、2005年産では96.0%に達している¹⁸⁾。ただ、水稲の作付面積は減少していることから、水稲作の生産性が低い傾斜地等の営農条件の不利な地域でコシヒカリ以外の品種の作付面積が減少し、魚沼地域全体で相対的にコシヒカリの作付面積比率は上昇した可能性がある。

こうした魚沼地域で生産される魚沼コシヒカリが市場で高い評価を受けていることを、全国の消費者が広く認知するようになったのは、主として1995年の自主流通米の入札取引を通じて「別建て上場」されてからであるが¹⁹⁾、これ以前にすでに魚沼コシヒカリと一般コシヒカリには相当の価格差があったとみられる²⁰⁾。

1995年の新食糧法施行による米市場への市場原理の導入を背景として、魚沼コシヒカリは1995年に29,218円/60kgの高値を付け、全銘柄平均の20,204円/60kgを大きく上回った²¹⁾。1998年には全銘柄平均が18,785

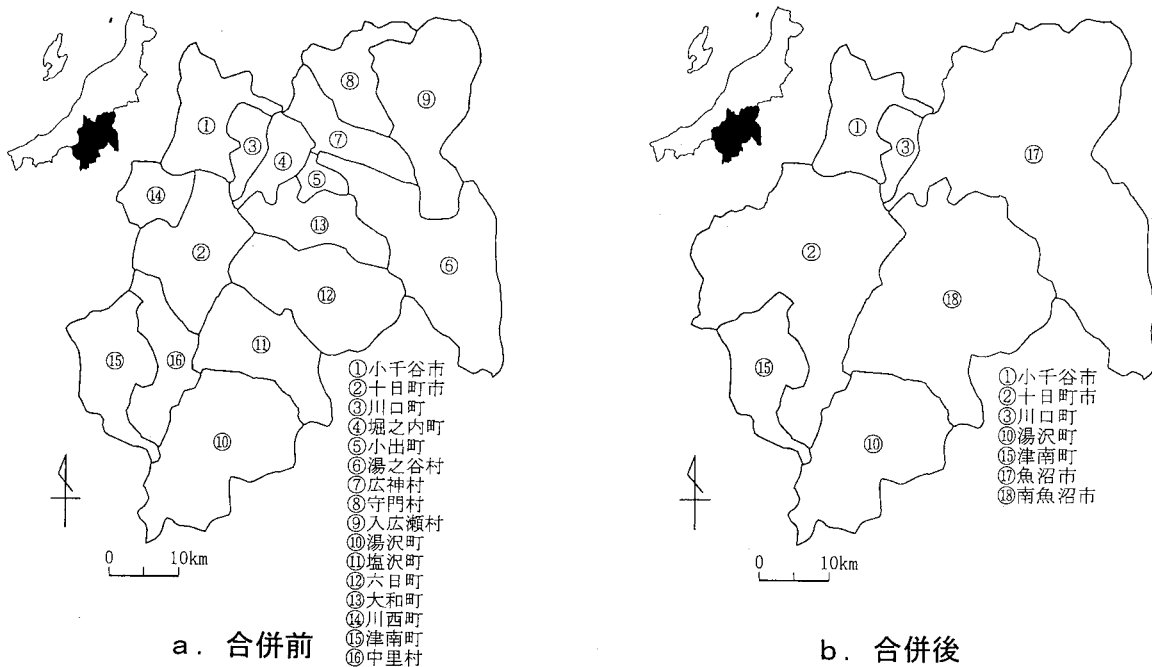


図9 平成の市町村合併前後における魚沼地域の編成

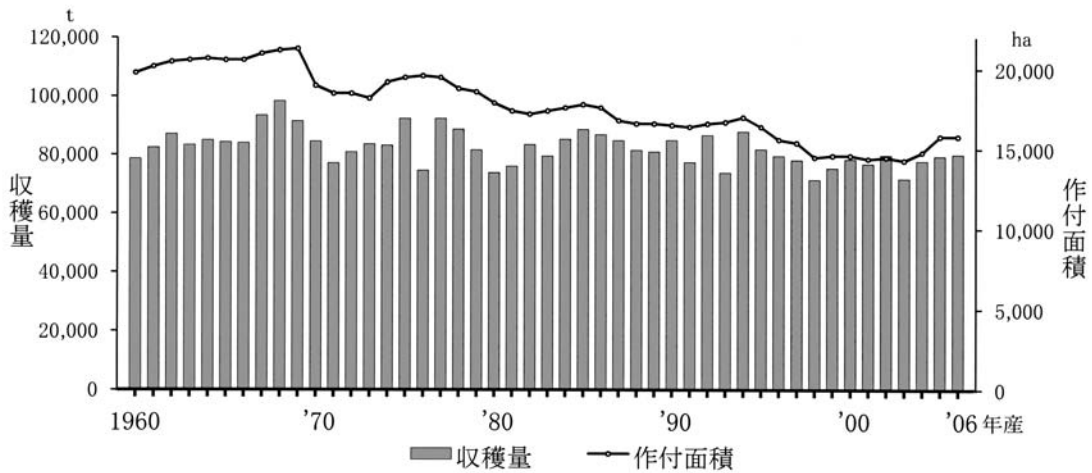


図10 魚沼地域における水稻の収穫量と作付面積の推移
資料) 北陸農政局新潟農政事務所『新潟作物統計』(各年版)。

表6 魚沼地域における水稻の品種別作付面積比率の変化

順位	1960年産		1970年産		1980年産		1990年産		2000年産		2005年産	
	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率	品種名	比率
1	越路早生	18.5	コシヒカリ	22.1	コシヒカリ	59.1	コシヒカリ	85.2	コシヒカリ	95.2	コシヒカリ	96.0
2	コシヒカリ	11.8	ホウネンワセ	17.5	トドロキワセ	20.1	トドロキワセ	4.8	こがねもち	1.6	こがねもち	1.9
3	新7号	11.3	こがねもち	10.7	こがねもち	6.4	こがねもち	3.2	五百万石	0.9	五百万石	0.6
4	越栄	7.7	フジミノリ	8.4	越路早生	4.5	新潟早生	2.1	ゆきの精	0.8	ゆきの精	0.5
5	日本海	6.9	越路早生	6.4	五百万石	2.4	五百万石	1.1	トドロキワセ	0.4	こしいぶき	0.3
計		56.2		65.1		92.5		96.4		98.9		99.3

注) 単位: %, 上位5位以内を示す。ラウンドの関係で計と内訳が一致しない場合がある。

うるち米ともち米の水稻合計比率。2005年産は市町村合併後の魚沼地域。

資料) 北陸農政局新潟統計情報事務所『魚沼地域の農林水産統計』。

円/60kgへ下落する一方で、魚沼コシヒカリは32,422円/60kgへ上昇しており、価格差が一層拡大した。

2003年には政府が食糧法を改正し、米の計画流通制度を変更したため、2004年以降、政府による米の買入れが備蓄米を除いて廃止され、入札や直接売買を基本とした取引形態に変更された。しかし、その前後でも、前述のように魚沼コシヒカリに対する市場評価は他のどの産地銘柄よりも高く(表2)、2006年における魚沼コシヒカリは、価格の低い産地銘柄のおよそ倍の価格を実現しており、依然としてブランドを維持している。

4-2 魚沼地域の米生産の地域性と魚沼コシヒカリの特質

これまで魚沼地域内におけるコシヒカリの生産は、市町村ごとに異なる展開をしてきた。図11の市町村合併前におけるコシヒカリの作付面積率によれば、1990年に

は魚沼地域の東側で90%を超える高い作付面積率の市町村がみられる一方で、北西側の市町村は80%に満たない状況であった。2000年には十日町市を除く15の市町村の作付面積率が95%を超えており、市町村ごとの差が縮小している。こうした変化は、前述した魚沼コシヒカリに対する市場評価が確固たるものとなってきた時期と一致している。

魚沼コシヒカリの高い市場評価の獲得は、JA等を中心とした販売促進活動によるところが大きかった。魚沼地域にある6JA、7市町村、JA全農にいがたは魚沼米改良協会を構成しており、他方、6JAが魚沼米対策協議会を構成して、「魚沼米」の広告宣伝活動を行ってきた。ここでは、JA管内ごとの水、気候、土壌、地形といった自然環境の特徴を重視し、それぞれの地域で良食味米を生産していることを強調している。これには日本穀物検定協会による食味官能試験の結果(表4)も有効に作用し

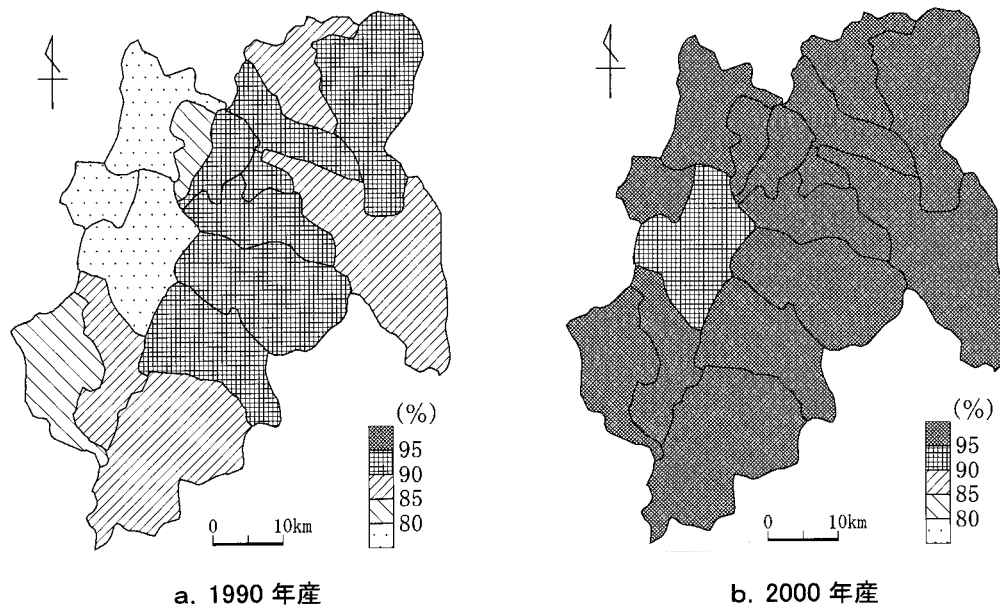


図 11 魚沼地域市町村別におけるコシヒカリの作付面積率の変化
資料) 北陸農政局新潟統計情報事務所『魚沼地域の農林水産統計』。

ている。魚沼コシヒカリの良食味の要因として、土壌（弱アルカリ性）、気候（気温日較差）、水量（積雪）、水質（清浄）などの自然条件と生産者の栽培管理の徹底が挙げられる²²⁾。したがって、魚沼コシヒカリは、魚沼地域で生産された米＝良食味米、という単純なイメージのみによってつくられたブランドではないといえる。

魚沼地域では表3に示した国の等級付け基準に加えて、独自の基準として、最低限度の整粒率を80%または85%に設定し、コシヒカリの高品質化を目指してきた。ここでは国が継続的に行ってきた品質検査をもとに、魚沼コ



写真 1 傾斜地における水稲作（十日町市，2004年8月筆者撮影）

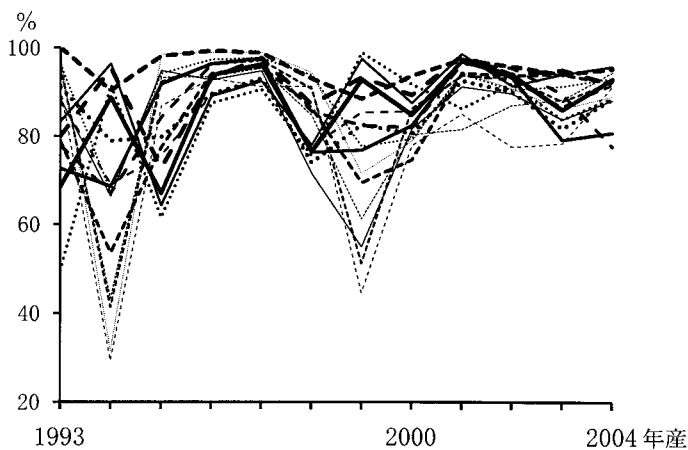


図 12 魚沼地域16市町村におけるコシヒカリの1等米比率の推移

注) 市町村名は秘匿扱い。
資料) 北陸農政局新潟農政事務所資料。



写真 2 平坦地における水稲作（魚沼市，2007年9月筆者撮影）

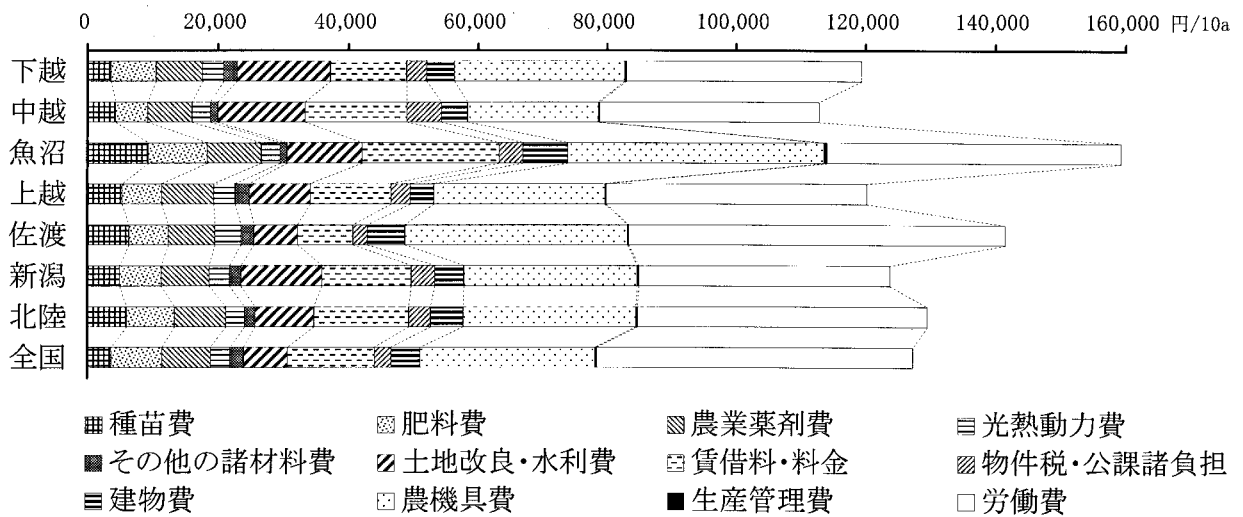


図13 地域別における米の10a当たり生産費
 注) 2001, 2002, 2003年産の3カ年平均。
 生産費から副産物価額を差し引いていない。
 資料) 北陸農政局新潟農政事務所『新潟農林水産統計年報』。

シヒカリの地域的な特質を明らかにしたい。表3の等級付け基準に基づいた検査結果をみると(図12), コシヒカリの1等米比率は、年度ごとまたは市町村ごとに相当のばらつきがある。とくに1997年産では市町村の差が10%以内であった一方で、1994年産や1999年産では市町村の差が最大で50%を超えていた。つまり、魚沼地域内で生産されたコシヒカリとはいえ、その品質は地域ごとに一様とはいえない面があった。

また、魚沼コシヒカリが生産されている魚沼地域の自然環境は多様である。地形条件に着目すると、魚沼地域には斜面地で小区画の水田に展開する米生産(写真1)と、魚野川などの河川沿いの沖積低地で大圃場の水田に展開する米生産(写真2)とがある。そのため、米の品質ばかりでなく生産費にも大きな差があると考えられる。これら生産環境の地域的な差異が米の品質差と市場評価に実際にどのように表れているのか、そのメカニズムは明らかになっていない。

ここでは魚沼地域における米の生産費を新潟県の他の地域や県平均等と比較すると(図13), 魚沼地域は生産費が最も高く、その中でも種苗費、賃借料、農機具費が高くなっている²³⁾。魚沼地域ではより高品質な稲苗を調達するため、JAの育苗施設での生産や、JAによる播種・発芽作業後の委託生産、さらに法人経営による自社育苗のほか、購入苗の利用など多様な形態がみられる。また、米価の高さを反映して農地の賃借料が高く、傾斜地で小区画の水田という営農条件によって農機具費も高くなっ

ている。魚沼コシヒカリは他産地のコシヒカリよりも高い市場評価を受けているが(表2, 表4), 生産費からみても価格の優位を維持する必要がある。

以上のように、魚沼地域は市町村合併にともない空間的に拡大し、魚沼コシヒカリは異なる生産環境のもとで生産されており、地域内における品質差もみられる。魚沼地域全体では、全国や県内の他産地と比較して、米価の優位を獲得している一方で、生産費の相対的な高さも顕著になっている。

4-3 魚沼コシヒカリの地域ブランド化と魚沼地域の米生産の課題

これまで市場で高い評価を受けてきた魚沼コシヒカリではあったが、品種の世代進行の差を除くとそれ自体に特異性がなく、またブランドの管理主体は明確になっていなかった。魚沼コシヒカリは、魚沼地域内の特定の組織や個人によって生産・販売されてきたわけではなかった。このことは、「魚沼」「コシヒカリ」に関連する数種類の商標が、識別可能な図形を付して登録されてきたことにも表れている。2008年10月現在、「魚沼」「コシヒカリ」に関連する商標で存続期間をもつものは5種類であった(表7)。最も登録の古い商標は、1995年3月にT農協が出願し、1998年4月に登録を認められた「本物の味新潟 魚沼 かわにし コシヒカリ」であった。T農協は、2006年3月にも商標登録の出願を行い、2007年9月に「魚沼産 かわにし コシヒカリ」が登録されている。このほ

表7 「魚沼」「コシヒカリ」に関連した商標登録の例

商標	登録日	権利者	所在地	商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務
本物の味 新潟 魚沼 かわにし コシヒカリ	1998年4月10日	T農協	新潟県	こしひかり米, こしひかり米の加工品
新潟 魚沼米 コシヒカリ Enjoy our rich and healthy taste.	2000年9月1日	U社	新潟県	新潟県産のこしひかり米
魚沼産 コシヒカリ	2006年9月29日	M社	大阪府	ビニール製の包装用袋, プラスチック製の包装用袋, 魚沼産のこしひかり米
魚沼産 かわにし コシヒカリ	2007年9月14日	T農協	新潟県	※魚沼(川西地域)産のこしひかり米を用いた菓子, パン, みそ, 米酢, すし, べんとう, 魚沼産のこしひかり米の穀物の加工品, 魚沼産のこしひかり米, 魚沼産のこしひかり米の米粉
魚沼コシヒカリ かまくら貯蔵米	2008年6月20日	N氏	新潟県	新潟県魚沼産コシヒカリ米

注) ※は一部省略して表記した。

資料) 特許庁特許電子図書館の検索結果(2008年10月27日)。

かに、U社による「新潟 魚沼米 コシヒカリ Enjoy our rich and healthy taste.」や、M社による「魚沼産 コシヒカリ」、N氏による「魚沼コシヒカリ かまくら貯蔵米」などがある。いずれの商標もコシヒカリやその加工品などの販売を目的としたものであるが、これらの商標は農業団体、企業組織、個人等によって登録されているうえに、魚沼地域の外部に所在地のある企業組織も登録している。

一般に地域ブランドに用いられる「地域名+商品名」からなる文字商標については、商標法での保護が限定的であるとして、地域ブランドの保護に向けた制度の整備の必要性が指摘されてきた²⁴⁾。商標法第3条第1項では、「自己の義務に係る商品又は役務について使用をする商標については、次に掲げる商標を除き、商標登録を受けることができる。」として、「一 その商品又は役務の普通名称を普通に用いられる方法で表示する表彰のみからなる商標」、**「二 その商品又は役務について慣用されている商標」**等を規定している。そのため、識別可能な図形が付された商標は登録を受けることができる一方で、「地域名+商品名」のみからなる文字商標の登録は出願人による全国的な知名度の獲得が前提となるため困難であった。「魚沼」「コシヒカリ」に関連した商標が特徴のある図形とともに複数登録され、魚沼コシヒカリが多様な主体によって販売され流通している理由の一端もここにある。

こうした状況に対し、2008年現在、全国農業協同組合連合会(全農)が申請主体となり、「魚沼産コシヒカリ」

を地域団体商標とする出願を行い、ブランドの管理主体を明確にしたうえで、地域ブランドとしての地位を名実ともに確固たるものとしようとしている²⁵⁾。

また、魚沼地域の内部における地域差に対しては、JA北魚沼、JA魚沼みなみ、JA十日町の3JAが、2007年3月に協同で「魚沼米憲章」を策定し、魚沼コシヒカリのブランドとしての地位の維持向上を目指している。具体的には、「高品質・良食味米」の維持向上として、①目標収量の設定(510kg/10a)、②稲わら等の堆肥の施用、③県産の種籾の使用と更新、④田植え時期の設定(5月中旬以降)、⑤中干し、溝切り、穂肥の施用、⑥倒伏の回避(9月初旬)、⑦水管理(出穂後25日間の水の維持)、⑧整粒歩合の向上(1.85mm以上の篩い目の使用)、⑨全量1等米の格付け、⑩玄米タンパク含有率の設定(6.0%)、などを行っている。さらに、「安全・安心の米づくり」に向けて、①農業環境規範の遵守、②化学合成農薬、化学肥料の使用量削減(慣行基準の3割以上)、③農道、畦畔の草刈り、④生産履歴の記帳と履歴情報の公開、⑤エコファーマー、などを目標として、地域差の解消を目指している。

魚沼地域内では他県産コシヒカリや新潟コシヒカリとの差別化を図るとともに、魚沼コシヒカリの地域ブランドとしての価値を高めるために、独自の地域ブランド化を模索する動きがある。たとえば、JA魚沼みなみは「南魚沼産コシヒカリ」を地域団体商標に登録しようと試みている。地域ブランドとしての魚沼コシヒカリをめぐることは、地域内外の多様な主体のさまざまな思惑が交錯し

ており、今後、ブランドの展開が新たな段階を迎えていくことが予想される。

さらに、魚沼地域では新潟県で取り組まれてきた新品種の「こしいぶき」への転換も模索している。魚沼地域における米の収穫時期は、酒米・もち米が9月8、9日前後であり、コシヒカリが9月22～24日前後となっている。一方、「こしいぶき」の収穫時期は9月15～17日前後のため、酒米・もち米とコシヒカリの収穫時期の労力を分散する早生品種として「こしいぶき」が注目されている。ただ、新潟県における「こしいぶき」の作付比率はコシヒカリに次いで10.4%（2006年産）に達しているものの（表5）、魚沼地域では0.3%（2005年産）でしかない（表6）。また、2006年産の「こしいぶき」の入札取引価格は、新潟県平均で14,557円/60kgであり、魚沼コシヒカリの28,216円/60kgと比較すると²⁶⁾、およそ半分強の価格にとどまり、ブランド化には程遠い状況にある。現時点では魚沼コシヒカリは圧倒的な価格の優位にあり、産地が他の品種へ転換し新たなブランド化を行う状況にはない。しかし、今後、価格の下落が進めば、ブランドの維持に向けた組織の再編成や新たな高付加価値化と、個別農業経営内における品種選択や多品種生産、コスト削減などの対応も求められてくる。

5 おわりに

本研究では、米のブランドとして著名な「魚沼コシヒカリ」を生産する新潟県魚沼地域を事例に、米価低迷下におけるブランド産地の展開と、今後求められる対応を明らかにすることを目的とした。結論として、以下の点を指摘できる。

①日本における米の生産は、1970年代以降、減少傾向にあり、米価も1980年代半ば以降に低迷してきている。主要品種の中では、1970年代以降、コシヒカリの生産が拡大するなど、少数の品種に生産が集中している。都道府県別にみると、主要品種であるコシヒカリの生産は北陸地方や関東地方でその割合が高いが、ブランドとしての市場評価には地域差があり、中でも新潟県産が突出した高い市場評価を受けている。

②新潟県における米の生産は、全国的な傾向と同様に1970年代以降、減少傾向にあり、その生産規模には地域差がある。主要品種のコシヒカリの生産は、1980年代以降に拡大し、品種転換を図りながらも少品種化が顕著になってきている。その一方で、コシヒカリ以外の品種のブランド化を試みているが、価格面からみてブランド化は困難な状況にある。

③新潟コシヒカリは、農産物検査による等級付けでは

最も高品質とはいえず、また食味官能試験の結果では最も高い評価を受けているものの、同等の評価を受けている産地との取引価格の差が大きい。新潟コシヒカリの中でも、魚沼コシヒカリは最上位の取引価格を実現しており、1980年代半ば以降に米の取引価格が低迷してもなお相対的に高値を維持してきた。

④魚沼地域における米の生産は、全国または新潟県と比較して、減少度合が小さく、コシヒカリの導入は相対的に早く進んできた。魚沼コシヒカリを地域ブランドとしてみると、その空間的範囲は広範に及んでおり、生産環境は傾斜地から平坦地にいたるまで多様である。しかも平成の市町村合併で魚沼地域は空間的に拡大し、地域ブランドとしての意味が変化したため、ブランド化を進めるうえでは課題となった。

⑤魚沼コシヒカリは他産地のコシヒカリと比較し品種そのものに特異性がなく、ブランドの管理主体も明確に規定されないまま今日にいたっており、農業団体、企業組織、個人等の多様な主体によってブランドが使用されている。魚沼コシヒカリの市場評価は、「機能的便益」のみでは計れない「情緒的便益」や「自己表現的便益」の側面があると考えられ、消費者による魚沼地域に対するイメージによっても成立している。

⑥魚沼コシヒカリの価格が他の産地銘柄と同様に下落傾向にある点を考慮すると、これまでの「機能的便益」をさらに高めるために、たとえば多様な生産環境に基づき育まれた良食味米であることや栄養価に特徴がある点を実証し、ブランドの新たな価値を消費者に向けて指し示していく必要がある。

⑦今後、魚沼地域内における生産環境の地域的差異にも配慮し、魚沼コシヒカリを地域ごとのブランドとして新たに構築していくのか、現状を維持しながら地域ごとに新品種への転換を図るのか、産地は新たな対応を求められてくる。その際に消費者に生産現場をイメージしてもらうことに加えて、たとえば直接認識してもらう「ブランド経験の場」をデザインする（青木・恩蔵、2004）ことによって、「情緒的便益」や「自己表現的便益」を高められる可能性が残っている。

謝辞

本研究を行うにあたり、北陸農政局新潟統計情報事務所、北陸農政局新潟農政事務所、新潟県魚沼地域振興局農業振興部、魚沼市役所農林課と関係諸氏にご協力をいただきました。本研究では、平成19年度日本大学文理学部自然科学研究所共同研究費（代表：水嶋一雄）および平成20年度日本大学文理学部個人研究費を使用しました。以上、記して感謝の意を表します。

注

- 1) 商標法第3条第2項の例外規定の適用による。
- 2) 農林水産省総合食料局「我が国の農林水産物・食品に係る地理的表示をめぐる現状と課題」(2004年9月)による。
- 3) 社団法人米穀安定供給確保支援機構の資料による。
- 4) 農林水産省「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針」(2008年7月)による。
- 5) 農林水産省「米価に関する資料」による。
- 6) 財団法人自主流通米価格形成機構は、1995年に財団法人自主流通米価格形成センターへ、2004年には財団法人全国米穀取引・価格形成センターへ名称変更されている。
- 7) 農産物検査法は、食糧法の改正にともない2000年と2003年に大幅に改定され、それまでの計画流通米の義務検査が任意検査へ変更されている。
- 8) 財団法人日本穀物検定協会は、1971年から毎年全国規模で米の食味官能試験と理化学試験を行っている。米の食味に関しては、さまざまな官能検査や化学成分分析が行われており、日本作物学会北陸支部・北陸育種談話会編(1995)が詳しい。
- 9) 財団法人日本穀物検定協会資料による。
- 10) 新潟県経済連によるコシヒカリの販売促進活動の経緯については、酒井(1997)が詳しい。
- 11) 青柳(2007)は、2006年産の米の販売において、新潟コシヒカリが低調だった一方で、魚沼コシヒカリが順調に販売された点を重くみて、今後、地域間の「需要実績」格差が顕著になる可能性を指摘している。
- 12) コシヒカリBLは、従来のコシヒカリを母親に、いもち病抵抗品種を父親として一度交配し、その子を母親に従来のコシヒカリを父親として、これを繰り返し交配して育成されたものである(新潟県農林水産部資料による)。
- 13) 新潟県「[新潟米]ブランドの強化に関する検討会(第3回)」(2008年3月)資料による。
- 14) 新潟県「[新潟米]ブランドの強化に関する検討会(第2回)」(2008年2月)資料による。
- 15) 新潟県農林水産部農業総務課『平成13年度新潟県農業の動き』(2002年3月)による。
- 16) 財団法人全国米穀取引・価格形成センターの入札取引価格による。
- 17) 魚沼地域における市町村合併の経過は、以下の通りである。2004年11月1日に堀之内町、小出町、湯之谷村、広神村、守門村、入広瀬村が合併し魚沼市を発足している。2004年11月1日に六日町、大和町が合併し南魚沼市を発足し、2005年10月1日に塩沢町が南魚沼市と合併している。2005年4月1日に川西町、中里村、松代町、松之山町が、十日町市と合併している。
- 18) 2006年産以降は、生産者の申出による品種別作付調査が廃止されている。
- 19) 魚沼コシヒカリの「別建て上場」までの経緯については、板垣ほか(2008)が詳しい。
- 20) 酒井(1997)によると、自主流通米市場では1995年以前から魚沼コシヒカリは新潟コシヒカリよりも数千円/60kg高く取引されていた。
- 21) 農林統計協会編『農業白書附属統計表(平成10年度版)』の食糧庁調べによる。
- 22) 北陸農政局新潟統計情報事務所小出出張所『魚沼地域の農林水産統計』(1993年3月)による。
- 23) 農畜産物生産費統計は、2004年産以降に調査が簡略化され被調査者が大幅に減り、データの客観性が低下したため、2005年産から公表が中止されている(聞き取り調査による)。
- 24) 地域ブランドの商標法における保護の必要性や地域団体商標の登録制度の経過については、特許庁総務部総務課制度改正審議室編(2005)が詳しい。
- 25) 特許庁審査業務商標課地域団体商標・小売等役務商標推進室資料によると、全国農業協同組合連合会(全農)は、新潟県内の米に関わる地域団体商標として、「魚沼産コシヒカリ」のほかに、「新潟県産コシヒカリ」「岩船産コシヒカリ」「佐渡産コシヒカリ」「新潟米」「魚沼米」「岩船米」「佐渡米」を出願している。2008年10月6日現在ではいずれも登録査定が行われていない。
- 26) 財団法人全国米穀取引・価格形成センターの入札取引価格による。

参考文献

- 青木幸弘・小川孔輔・亀井昭宏・田中 洋編(1997):『最新ブランド・マネジメント体系—理論から広告戦略まで—』日経広告研究所。
- 青木幸弘・恩蔵直人編(2004):『製品・ブランド戦略』有斐閣。
- 青柳 斉(1998):米の地域ブランド化をめぐる村と農協の対応—新潟県上越農協の場合—、『農業と経済』64(10), 37-43。
- 青柳 斉(2007):米産地間競争の変化と産地マーケティングの展開、『農業と経済』73(3), 123-133。
- 板垣啓四郎・尹 在彦・應和邦昭・白石正彦(2008):米政策改革下における産地の対応—新潟県十日町市を事例として—、『農村研究』106, 44-56。
- 小川孔輔(1994):『ブランド戦略の実際』日本経済新聞社。
- 小島 豪(2002):青果物のブランド確立に関する実証的研究への一試論—市場サイドからの分析を中心として—、『南九州大学園芸学部研究報告(人文社会科学編)』32, 13-26。
- 斎藤 修(2005):地域に密着した食料産業クラスターの形成と地域ブランドの確立、『自然と人間を結ぶ』31, 4-10。
- 斎藤 修(2007):『食料産業クラスターと地域ブランド—食農連携と新しいフードビジネス—』農山漁村文化協会。
- 斎藤 修・山室英恵(2005):地域ブランド化をめぐる課題と展開方向、『明日の食品産業』357, 3-9。
- 酒井義昭(1997):『コシヒカリ物語』中央公論社。
- 篠原秀一(2005):地域ブランド水産物と地域に根ざした水産物、『地理』50(5), 48-58。
- 鈴木康夫(1994):『稲作農村の再編成』大明堂。
- 高橋正郎(1990):農産品の地域ブランド化、全国農業構造改善協会編『農産品の地域ブランド化戦略』ぎょうせい, 7-27。
- 高柳長直(2004):産地ブランド農産物と地理的表示、東京農業大学農業経済学会編『農と食の現段階と展望—エコノミカルアプローチ—』東京農業大学出版会, 179-193。
- 高柳長直(2005a):グローバル経済下におけるフードシステムの空間構造論の展開(2),『農村研究』100, 79-91。
- 高柳長直(2005b):食べ物と地名の味な関係—産地ブランド・商標・地理的表示—、『地理』50(5), 18-25。
- 高柳長直(2007):食品ローカル性と産地振興—虚構としての牛肉の地域ブランド—、『経済地理学年報』53, 61-77。
- 淡野寧彦(2007):茨城県旭村における養豚業の展開と銘柄

- 豚事業, 『地理学評論』 **80** (6), 382-394.
- 特許庁総務部総務課制度改正審議室編 (2005): 『平成17年商標法の一部改正 産業財産権法の解説』 発明協会.
- 日本作物学会北陸支部・北陸育種談話会編 (1995): 『コシヒカリ』 農山漁村文化協会.
- 服部信司 (1999): コメ関税化と次期交渉の課題, 『農業と経済』 **65** (5), 61-70.
- 波積真理 (2002): 『一次産品におけるブランド理論の本質—成立条件の理論的検討と実証的考察—』 白桃書房.
- 波積真理 (2003): 水産物のブランド化戦略とその展望, 『水産振興』 **430**, 1-44.
- 林 秀司 (1998): 日本における水稲うるち米品種の普及—近年の良食味米の事例—, 『季刊地理学』 **50** (2), 126-138.
- 平岡 豊 (1990): 『農産物ブランド化作戦』 東洋経済新報社.
- 前田健一郎 (2003): 水稲作における大規模経営体の形成要因—新潟県頸城村を事例として—, 『地理誌叢』 **45** (1), 31-48.
- 松村祝男 (1996): 農業基盤整備事業の効果予測にみられる地域的矛盾, 『地理誌叢』 **37** (2), 51-70.
- 松村祝男 (2002): 米生産調整における政策内容の変遷と長期化要因に関する若干の分析, 『地理誌叢』 **43** (1・2), 1-21.
- 水嶋一雄 (2004): 環境保全型農業の導入とこの地域的拡大の諸要因—新潟県魚沼地域の水稲作を事例として—, 『黒部川扇状地』 **29**, 1-9.
- 水嶋一雄・落合康浩・宮地忠幸・両角政彦 (2003): 中山間地域における地域資源を活用した産業づくりの展開—新潟県魚沼地域を事例として—, 『地理誌叢』 **45** (1), 1-16.
- 水嶋一雄編 (2008): 『農業地域情報のアーカイブと地域づくり』 成文堂.
- 元木 靖 (1997): 日本における水田農業地域再編成の現段階, 『経済地理学年報』 **43** (4), 1-17.
- 元木 靖 (1999): 東北日本における水稲主力品種の交替, 『季刊地理学』 **51** (3), 161-178.
- Aaker, D.A. (1991): *Managing Brand Equity*. Free Press, New York. (アーカー著, 陶山計介・中田善啓・尾崎久仁博・小林 哲訳 (1994): 『ブランド・エクイティ戦略—競争優位をつくりだす名前, シンボル, スローガン—』 ダイヤモンド社).
- Aaker, D.A. (1996): *Building Strong Brands*. Free Press, New York. (アーカー著, 陶山計介・小林 哲・梅本春夫・石垣智徳訳 (1997): 『ブランド優位の戦略—顧客を創造するBIの開発と実践—』 ダイヤモンド社).
- Keller, K.L. (1998): *Strategic Brand Management*. Prentice Hall. (ケラー著, 恩蔵直人・亀井昭宏訳 (2000): 『戦略的ブランド・マネジメント』 東急エージェンシー).
- Porter, M.E. (1980): *Competitive Strategy*. Free Press, New York. (ポーター著, 土岐 坤・中辻萬治・服部照夫訳 (1995): 『新訂 競争の戦略』 ダイヤモンド社).
- Porter, M.E. (1985): *Competitive Advantage*. Free Press, New York. (ポーター著, 土岐 坤・中辻萬治・小野寺武夫訳 (1985): 『競争優位の戦略—いかに高業績を持続させるか—』 ダイヤモンド社).

