

ドイツ連邦食料・農業省プレス公告
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
NO 40

NO 40

2016・10・8

1 新しい共通農業政策（GAP）は山岳農業を配慮すべき

ーヨーロッパ山岳農業会議の開催ー

「山岳農業ー将来のための責任と伝統から」のモットーのもとに、ドイツアルプス山脈の麓、ガールミッシュパーテン・キルヒェンで、連邦農業省が、国際山岳農業会議を開催した。そこで連邦農業大臣シュミットが説明した：”山岳農業は、長い伝統をもっている。これから山岳農業の将来のための責任が、生ずる。我々の山岳地域の背骨であるアルプス高原酪農と、活発な山岳農業のみが山岳地域の豊かさを維持できる。

人の手によってつくられた、そして比類なき景観を護ることが、我々の課題である。私は、2020年以降の新しい共通農業政策（GAP）の中で、山岳農業の利益を守ることに努力を傾注する。山岳農業はエコロジーと自然保護のために、重要な貢献を果たしている。気象保護のための農業の貢献に際して、農業のあらゆる部分が配慮されなければならない。アルプス地域における土壌保全と高度な生物多様性の保持は、山岳地域の将来と山岳農業のより強い活動のための、重要な要因である。”

背 景：

山岳農業のために連邦大臣シュミットは、政治、職能団体そして科学の高位の代表者を招いた。この会議は、ドイツの議長職のもとに、2015/16年のアルプス会議のプログラム構成部分である。この会議には、オーストリア、スロベニア、イタリア、フランス、リヒテンシュタイン、スイスそしてドイツが参加した。連邦大臣シュミットは、”山岳地域の将来のために、強い山岳農業をテーマに”という、スピーチでこの会議を開会した。

スロベニアの食料・農業・林業大臣 Dejan と共同で、シュミットはアルプス地域の山岳農業の特別な意義を強調した。山岳農業者は、高価値な食料の生産と並んで、アルプス地域全体の活動によって、重要な社会的成果をもたらしている。

事例としてここでは、自然景観の維持、土壌浸食からの保護そしてアルプス地域における高度な生物多様性が挙げられる。この視点は山岳農業において、特に困難な労働条件の背景を前にして、十分高く評価されねばならない。

この挑戦と並んで山岳農業の展望もまた、この会議分野において明確に示される。農産物の直売、観光そして経営の多角化の形態は、山岳農業者が自らの成果ある将来戦略を策定する重要な要素である。消費者は、山岳地域での休暇または山岳産物について、高い価値評価を示している。この可能性は、山岳農業によって可能な限り最善に活用されるべきである。

2 ドイツ連邦閣議にりんご女王が訪れる

連邦農業大臣シュミット：りんごは、地域の多様性と高品質性を保証している。りんご収穫盛期にりんご一花の女王が、ドイツの様々なりんご栽培地域から、内閣官房に伝統的な「りんご内閣」のゲストとなった。りんご女王は、連邦首相と内閣のメンバーに、りんご籠を連邦大臣シュミットとともに、手渡した。

これについてシュミットが説明した：我々は、りんご閣議でもってドイツで最も重要な果物の種を、正当に評価する。

りんごは、国内の栽培地域から品種の多様性と、高品質性を含んでいる。これは、国内産りんごの新鮮—高品質性の長所を、社会的に気づかせるためである。この催しの発起人は、法人：連邦果物—野菜生産者連盟 (BEVU) である。

各大臣への収穫籠は、エルスター (Elstar)、ジョナゴールド、ジョナーゴールドレッド、ホルシュタイン—コックス、そしてローテム・ボースコープの品種で埋められていた。りんごの女王・ヒルケレーズイングが、連邦首相アンゲラメルケル首相に、りんごの籠を手渡した。

栽培、収穫そして市場状況

りんごは1人当たり 21kg の消費で、国内の重要な果物種である。りんごは、非常に異なった味の好みをもった、多くの品種の多様性が存在している。りんごは、健康だけでなく美味しく長く貯蔵でき、そして短い輸送距離で入手できる。りんごに次ぐこのような産物はない。りんごは、地域の多様性と高品質産物である。なぜならば、消費者にとって地域性と高品質性は、常に人気を誇っている。このことから果樹栽培者も、利益を得ている。我々は、2016 年の豊作について、益々喜んでいる。

背景：

1976 年以来、定期的にいわゆる「りんご閣議」を、開催している。その際、連邦農業大臣がりんご女王とともに、ドイツの主要な栽培地域から、国内産りんご籠を閣議の仲間に手渡した。8 月から最初のりんごが、収穫できるシーズンとなった。りんご収穫は 10 月末まで続く。りんごは、翌年までずっと貯蔵される。ドイツ生産のりんごは、殆ど年間を通じて販売される。りんごの栽培面積は、この 10 年間相対的にコンスタントに維持されている。その面積は約 32,000ha で、これはドイツの果樹栽培面積の 2/3 以上である。

ドイツにおけるりんごの重要な栽培地域は、バーデン・ヴュルテンベルグ（バーデン湖畔地域）とニーダーザクセン州並びにザクセン州である。ドイツで栽培されている主要なりんご品種は、栽培面積でエルスター 19%、ジョナーゴールド品種グループ 18%(最も重要なのはジョナーゴールド)である。それに次ぐのがブラエブルムが 8%、ガラが 6%、そしてイダレード、ゴールンデンデリシャスそしてボスコープがそれぞれ 3%で、栽培品種トップ 8 品種に含まれている。

収穫量は 2016 年の市場用果物栽培も、散在果樹のりんご、草地に植生しているリンゴも前年の結果以上である。全体的に今年のリんごの天候条件は良好で、そしてシーズンは通常通りにスタートした。ドイツの市場用りんごの収穫量は、約 975,000 t（前年 973,500 t）と見込まれる。

3 「農家での休暇」に関する現状と傾向

かつての連邦食料・農業・消費者保護省（BMELV）から、ヨーロッパ観光研究所に委託した専門報告「農家／農村での休暇（UaB）」（2008年）は、将来的な市場条件と展望について分析した。

「農家／農村での休暇（UaB）」－現状

休暇経営は、主に典型的な農家経営である。農家／農村での休暇の連邦研究会（BAG）に組織されている約43%の経営は、観光部門でもって自らの経営収入の25%以上を手に入れている。この協会一加盟員の休暇の家（訳注・アパート形式）の82%、1戸建て形式の休暇の家の84%が、ドイツ観光連盟の規準によって3－4星のカテゴリーに等級づけられている。これら経営の約2/3が朝食と夕食を提供し、50%が朝食のみをサービスしている。休暇の家の約1/3が、食事のサービスをしていない。

同時に多くの経営が、休暇客の要望に良いサービスで応えている。農家での休暇の家の専門化の度合いは、全体的に低いと考察されている。特別なテーマをもって専門化されている経営の事例（干し草ホテル、ウエルネス健康、又はクナイプ式水浴療法）。特定の目的をもったグループに対応したサービス提供（例えばサイクリスト農家、乗馬農家、高齢者向け農家）は、1%から8%の間である。休暇の家経営の半分は、特定の目的グループまたは特別なテーマでの専門化はない。

休暇の家の目的グループへの対応：

農家での休暇に対する需要は、サイクル的に強く変動している。なぜならば、農家での休暇に関心をもつ人の数は、依然として実際の休暇客以上に多いからである。農家での休暇は、他の観光市場部門との競争が一層強まっている（特にキャンプと休暇公園／センター または東ヨーロッパにおける旅行目的）。

専門化されている休暇の家の割合

テ ー マ	割 合
	%
家族一子供づれに適した家	3 2
キャンプキャラバン	8
障害者向けの家	6
馬一ポニー乗馬の家	6
クナイプ式健康の家	3
ビオ農家の家	2
干し草の家	2
ウェルネス健康の家	1
専門化していない	5 0
その他	1 5

※訳注：ドイツには修学旅行が無いので、一般成人一子供が対象となる。

観光上の全般的な傾向が農家での休暇に影響を及ぼしている

休暇者は基礎的なサービスに関して、特定の品質水準を期待している（宿泊、食堂そして好感を与えるもてなし体験といったような）。活動的でそして本物の体験に対する休暇客の増大する要望は、良好な地域条件による農村観光を、特に適切なサービス提供による特別な方法で対応する。観光全般において短期休暇への傾向が、はっきりと認められそしてさらに強まるだろう。予約の短期化も増加している。だがしかし、この進展は農家での休暇提供者に、まだ殆ど生じていない。ここでは週末のサービス提供のような、農業体験と食事も含めた一括したサービスが必要となる。

短期休暇旅行の直線的な傾向の強まりの進展（1970~2006年まで）

休暇客の自らの消費行動において、変化する関心事の中で優先順位そして活動が際立っている。つまり”予測できない複合的な消費者”は、休暇行動にも示される。この変化する休暇への期待は、農家での休暇でもまた、競争に打ち勝つために配慮しなければならない。休暇者の要望は、高品質なサービス、付加的利益（例えばふんいき、体験価値といったような）そして料金関係が増加している。そのため、サービスの質水準は農家での休暇でも、重要性が高まっている。

新しい対象グループに新しい展望を

人口変動、経済的そして社会的進展そして”生活スタイルの分析”を背景に、農家での休暇について、特定の目的をもったグループについて、新しい可能性が明確になってきている。これまで子供づれの家族は、農家での休暇にとって将来的にも、重要な対象グループである。勿論、人口変動に伴い人数的に条件づけられて、お客が減少するだろう。これに対して、これまで対象グループとして全く視野に入れてなかったところの、高齢者（50歳以上）の重要性が特に増加する。

さらにシングルマザー・ファザー、または子供づれでないペアーのような副次的なグループが、農村観光にとって役割を演ずるだろう。多様な要望の特徴、必要なサービス提供—産物の形成、マーケティング戦略そして潜在的な対象グループの掘り起し（50歳以上の高齢者、障害者、シングルマザー・ファザー）について、専門報告書は記述している。

農村観光の競争力強化の戦略

研究の報告書作成者は、新しいお客の可能性を専門化（テーマによる）の度合いの強化によってのみ、切り開かれることを指摘している。その際、各休暇経営は自らの競争上のメリットを、特定の専門化から見出しそして一貫してPRしなければならない。その際、強い競争力に基づいてサービスの高水準確保が、中心的な成果要因となる。

市場指向したサービス提供の具体化は、適切な資格を必要とする。新しい対象グループの開拓は、共同を通じたサービス提供の多様性を、創り出すことによって成功する。様々なサービス提供者との間での、効果的な地域ネットワークの形成は、”将来の休暇者の求めるサービスの多様性を、農業が提供できる可能性を生み出す。”

大枠条件の改善を通じた農村観光の強化
最後に研究の成果において、以下の政策的な大枠条件が改善されるべきである：

- ◎ 地域でのアドバイザー資格付与組織の財政的、人的資源の形成ないし維持
- ◎ 地域の共同ネットワーク形成を支援するためにより多くの地方自治体の参画
- ◎ EU、連邦そして州レベルでの奨励プログラムのより多くの透明性
- ◎ 市場調査の導入、観察、マーケティング戦略の発展に際してサービス提供者の支援

2016・10・11 訳 青森中央学院大学 中川 一徹
