

環境変化とフランスの農業・農政 ——オーガニックとテロワールとテリトワール——

常務取締役 内田多喜生

フランス農業の特色として、豊富な農地資源と地域特性をいかした強じんバラエティに富む農業を展開していることがあげられる。しかし、EU内外諸国との競争が激しくなり、さらに、消費者ニーズの変化や環境対応等新たな課題を踏まえ、筆者は内田(2018)、(2019b)で、フランス農業・農政に様々な変化があることを指摘した。

本稿では、構造変化が進んでいるフランスの農業および食品加工・小売業、農協等の概況をみるとともに、国内農産品の差別化・付加価値化を図ると同時に、消費者ニーズ、環境への配慮等へもつながる地理的認証や有機農業の動向をみていく。そして、農政に関しては、環境・社会の持続性を重視し、幅広いフード・チェーン関係者が参

加して取り組まれている「地域食料プロジェクト(Projets Alimentaires Territoriaux)」を紹介することとする。

1 フランス農業と食品小売加工業

(1) フランス農業生産の概況

——EU最大の農業国——

まずフランスの農業概況をみていく。フランスはEUで最大の農業国である。農林水産業の名目国内総生産額は485億USドルで、GDPに占める比率は1.6%(2021年)と日本の1.0%を大きく上回る(第1表)。

また、フランスの国土面積は54万9千km²と日本の1.5倍であるが、フランスの農用地

第1表 農林水産業の地位と農地の状況(2021年)

		単位	フランス		ドイツ		日本	
			実数	比率	実数	比率	実数	比率
農林水産業の地位	国内総生産(GDP)	億USドル	29,579	100.0	42,599	100.0	49,409	100.0
	うち農林水産業	億USドル	485	1.6	362	0.8	514	1.0
	一人当たりGDP	USドル	44,229		51,073		39,650	
農地の状況	国土全体	万ha	5,491	100.0	3,576	100.0	3,780	100.0
	農用地	万ha	2,855	52.0	1,659	46.4	466	12.3
	耕地(除く永年作物)	万ha	1,796	32.7	1,166	32.6	409	10.8
	永年作物地	万ha	101	1.8	20	0.6	26	0.7
	永年採草・放牧地	万ha	958	17.5	473	13.2	31	0.8

出典 農林水産省「フランスの農林水産業概況」「ドイツの農林水産業概況」
原資料 国連統計、FAOSTAT

面積は28万6千km²と国土の52%を占め、日本の農用地面積の6倍以上ある。そして、フランスの農用地のうち6割が耕地、3割が牧草地で、その他は果樹等の永年作物地である。EUで第3位の農業国であるドイツとの比較でも農林水産業のGDPは1.3倍、農用地面積は1.7倍となっている。フランスの主要農産品は、広大な耕地を利用した穀物およびそれらを飼料とした食肉、生乳・乳製品、ぶどう（ほとんどがワイン用）等で、その生産量は鶏肉を除き、日本を大きく上回る（第2表）。

（2）家族経営を基礎とする生産構造も変容

フランスの農業生産を支える農業経営体をみると、その数は10年の49万1千経営体から20年に38万9千経営体へと大幅に減少している（第3表）。この減少は小規模経営中心で、減少経営体の3分の2を畜産専業

第2表 主要農畜産物の生産状況

	(単位 万トン)				
	2021年	22	23	日本 23	フランス/ 日本(倍)
小麦	3,656	3,463	3,600	109.4	32.9
大麦	1,132	1,129	1,214	23.2	52.3
とうもろこし	1,536	1,088	1,283	0.02	76,629.1
てん菜	3,437	3,150	3,058	340.3	9.0
ばれいしょ	899	807	861	218.0	3.9
菜種	331	452	428	0.3	1,162.2
ぶどう	507	620	621	16.7	37.2
生乳(牛)	2,476	2,461	2,388	729.7	3.3
牛肉	142	136	130	50.1	2.6
豚肉	220	215	206	129.3	1.6
鶏肉	114	111	113	238.4	0.5

資料 FAOSTATから農中総研作成

第3表 フランスの農業経営体

	(単位 百経営体、%)				
	1988年	00	10	13	20
合計①	10,168	6,638	4,900	4,516	3,898
個人経営②	9,487	5,380	3,415	2,959	2,227
法人経営合計	681	1,258	1,485	1,538	1,621
EARL③	16	559	786	844	749
GAEC④	377	415	372	382	429
②/①	93	81	70	66	57
(②+③+④)/①	97	96	93	93	87

資料 GRAPH'AGRI 2024から農中総研作成

経営が占める。規模拡大も進んでおり、農地を利用する経営体の経営規模は10年の56haが20年には69haに拡大している（20年農業センサスで日本は3.1ha）。

ただし、構造変化が進みつつも、フランス農業の特徴として家族経営を基盤とする経営体が多数を占めていることがあげられる。例えば、第3表をみるとGAEC（農業経営共同集団）とEARL（有限責任農業経営）を合わせ、法人経営体の7割を占める。しかし、これらの形態の法人構成員は自然人に限られ、基本的に多くが家族経営の延長線上で設立されている。そして、個人経営体にGAEC、EARLを加えた経営体数はフランス全体で9割を占める。フランスで家族経営を基盤とする農業経営体シェアが高い背景の一つとして、農政が青年就農を強く支援するとともに、地域農業の多様性を損なうような無制限な農地流動化や規模拡大を制限する施策をとってきたことがあげられる（内田（2018）参照）。

(3) フランスの農産品輸出入状況

——激しくなる国際競争——

フランスの23年の加工品を含む農産品の輸出額は841億USドルに達する（第4表）。輸出額で最も大きいのは「飲料、アルコール、酢」であるが、そのなかで「ワイン」が半分以上を占め、とくに単価の高い瓶詰ワインは国際市場で大きなシェアを持つ。以下、「酪農品、鶏卵等」、「穀物」と国内生産が大きい農畜産物が続く。その一方でフランスは農産品輸入大国でもあり、23年に輸出額の9割近い716億USドルの農産品を輸入している。食肉にみられるように、輸入額が輸出額を上回る品目もある。EU内外からの低価格農産品の輸入圧力は、近年大きくなっており、それらに対抗していくことは、フランスの農業・農政、さらに農協でも重要な課題となっている。

(4) フランスの食品小売流通業の現状

——寡占化進むなか存在感増す協同組織企業——

EU内でフランス農業の存在は非常に大きいですが、その一方で、他国と同様に、食品関連企業も大規模化・寡占化が進んでいる。

フランスの食品小売業の事業規模は、USDAによると24年3,940億USドルに上り、売上高の65%はハイパースーパーマーケットとディスカウントストアの形態が占める。上位企業への集中が進んでいることも

第4表 フランスの農産品輸出入額

(単位 百万USドル、%)

	2021年	22	23	構成比	輸入 (2023)
合計	79,705	85,187	84,080	100.0	71,640
飲料、アルコール、酢	22,616	22,494	21,794	25.9	6,593
ワイン	13,102	12,936	12,789	15.2	1,054
酪農品、鶏卵等	8,041	8,230	8,416	10.0	6,292
穀物	8,339	11,876	8,186	9.7	1,207
穀物等の調整品	5,575	5,854	6,755	8.0	5,567
食肉	4,185	4,174	4,315	5.1	7,160
その他	30,950	32,559	34,614	41.2	44,821

資料 UN Comtrade Databaseから農中総研作成
(注) 合計はHS01～24のうちHS3、HS6、HS16を除く計。

特徴的で、第5表にみられるようにシェア5位までで7割を超える。ただし、ドイツでシェアの高い、リドルグループ、アルディグループのシェアは合わせても1割程度である。

森脇（2024）によれば、フランスの大手食品小売業には大きくわけて2つの経営方式がある。カルフルやオーシャンなどの「本部統合型（intégré）」（本部の方針にしたがい各店舗が運営）とルクレール、ムスクテル、Coopérative Uなどの「加盟者参加

第5表 フランスの食料品市場シェア

(単位 %)

企業名	
ルクレールグループ	24.1
カルフルグループ	22.0
ムスクテルグループ	17.3
Coopérative U	12.5
オーシャン	9.0
リドルグループ	8.1
カジノグループ	2.9
アルディグループ	2.8

資料 KANTAR Grocery Market Share(12weeks ending) (2025.3.23)から農中総研作成
(注) 網掛けは小売業協同組合グループ。

型（groupement）」である。うちルクレール、Coopérative Uは小売業協同組合で、フランスの2023年協同組合売上高ランクで1位と3位を占める（coopFR（2024））。「加盟者参加型（groupement）」組織の強みは地域の顧客の要望に沿った品ぞろえを店舗経営者の独自判断でおこなえることとされる。フランスの食品小売業では小売業協同組合も含め、「加盟者参加型（groupement）」のシェアが5割を超えていることが特徴といえる。

このように他国と同様フランスでも大手小売流通資本のシェアが高まっているが、一方でそれに対抗するかたちでの加工部門の規模拡大も進んでいる。そして、川中・川下の規模拡大が進むなか、それらに対抗するために生産者側である農協も加工部門へ進出する動きが強まっている。

第6表は22年のフランスの主要食品加工業11社である。同表にみられるように、上

第6表 フランスの主要食品加工企業(2024年)

(単位 10億USドル)	
企業名	売上
ダノン	30.0
ラクタリス	30.7
Pernod Ricard	11.6
Groupe Avril	10.8
アグリアル	7.8
モエ・ヘネシー	7.2
Savencia Fromage & Dairy	7.1
テレオス	7.1
Bigard	5.9
LDC	5.5
テレナ	5.4

資料 USDA Food Processing Ingredients Annual
April 02, 2025より農中総研作成
(注) 網掛けは農協グループ。

位のダノン・ラクタリスの売上高は300億USドルに上る。その一方で、売上高上位の企業グループのなかに農協グループもアグリアル、テレオス、テレナの3グループが入っている。

以上みたように、フランスはEU最大の農業国であるが、外部環境は厳しさを増しており、輸入品との競争や食品関連企業における大手グローバル資本の存在感が強まっている。その一方で小売部門、加工部門ともに、協同組合形態のプレイヤーが一定の存在感を有している。農業・食品産業がグローバルな大手の加工・流通小売資本一色となるのではなく、地域との結びつきの強さ等を背景に多様な展開をしていることもフランスの特徴といえよう。

そして、地域と農業・食品産業の結びつきを見るうえで重要な存在が農協とみられる。次にフランスの農協の概況と近年の経営戦略における特徴等をみていくこととする。

2 フランス農協の概況

(1) 農協の規模

22年時点でフランス国内には2,100の農協（ユニオン（連合会）を含む）と11,500のCUMA（農業機械共同利用組合）がある。農業者の4分の3はいずれかの農協の組合員になるとともに、農協は20万人もの職員を雇用している。農協グループの売上高は合計1,040億ユーロ、フランス国内の関連産業の40%を占める。そして、フランスの食

品ブランドの3分の1を農協グループが保有し、穀物、酪農、肉畜、ワインといった分野で大きな国内シェアを持つ（いずれもLa Coopération agricole（フランスの農協の全国組織）の2023ビジネスレポートによる）。

また、有機農業にも力を入れており、La Coopération agricoleによれば、21年に有機認証を保有する農協（ユニオン含む）は全農協の3分の1の750（うちワイン40%、食肉8%、野菜・果物15%、乳製品15%、穀物13%）に上る。取組みは、23年にさらに800農協に増加している。

（2）近年の農協の経営戦略

前述のとおり、小売・加工部門で進む大規模化・寡占化、EU内外での価格競争等フランスでは農業環境が厳しさをましている。こうした変化に対抗するために、フランスの農協では、大規模化・広域化に積極的に取り組んできた（内田（2018）参照）。具体的には合併（連合会設立含む）・統合（union・fusion）による規模拡大・広域化、子会社の買収・設立（acquisition）によるグループ化と国際化等の動きである。それに伴い多品目・多目的化（polyvalent）も進行している。

規模拡大は、市場での一定の競争力を持つためのクリティカルサイズの確保と表現される。それは単なるスケールメリットによる川中・川下に対する対抗力の強化だけでなく、マーケティングの高度化や安定的な財務基盤のための資金調達の多様化にも

つながる。さらに、近年重要性が高まっている環境に配慮した持続可能な農業、ICT等を活用した精密農業およびスマート農業の展開等様々な方策に取り組むうえでも重要とされる。

22年フランスでは売上高が10億ユーロを超える農協グループが23あるが、これは17年の18から5グループ増加している。うち売上高上位5グループを第7表に示した。なお、売上高にはグループ会社も含まれている。売上高が75.56億ユーロと最も大きいインヴィヴォ農協は、フランス国内の穀物農協が出資し設立した連合会の性格も持ち、穀物の海外輸出を担っている。ここで同農協を内田（2018）で紹介したときには穀物、生産資材中心の農協としたが、今回引用した資料では多目的（polyvalent）に区分されていた。同農協はワイン分野に活動範囲を広げており、例えば内田（2019b）で紹介したフランス南部のワイン農協グループVinadeisの経営権を20年に取得、23年にはオランダのワイングループを買収するなど積極的な展開を図っている。2番目に大きいのがフランス北西部の広域を管内とするアグリアル農協で、加工も含め畜産物、野菜、果樹等幅広い品目を取り扱っており、海外にも広く展開している。4番目に大きいテレナ農協も同様の性格を持つ。

同表にみられるように、フランスの農協は規模拡大や多目的化への展開のなかで、川中・川下の企業を統合・買収等するケースが多く、食品関連ブランドを多く持っている。また、フランスの農協は有機農業や

第7表 売上高上位5農協グループ(2022年)

(単位 人、百万ユーロ、%)

順位	農協名	主な活動分野	従業員数	主要ブランド	売上高	売上高 増加率 (2022/16)
1	インヴィヴォ (InVivo)	多品目・多目的 (Polyvalent)	14,500	Gamm Vert, Jardiland, Delbard, Semences de France, Frais d'ici, Cordier, Bio&Co , Boulangeries Louise	7,556	18.0
2	アグリアル (Agrial)	多品目・多目的 (Polyvalent)	22,000	Florette, Manon, Priméale, Prim' Co, Crudi, Créaline, Loic Raison, Danao, Vicomte, Kerissac, Ecusson, Bakkavor, Soignon, Grand Fermage, 300 & Bio , Bio d'Armor , Pavé d'affinois	7,200	39.5
3	ソディアール (Sodiaal)	牛乳・乳製品	9,008	Yoplait, Candia, RichesMonts, Nactalia, Entremont, Jura Gruyère, Capitoul, Boncolac	5,500	15.3
4	テレナ (Terrena)	多品目・多目的 (Polyvalent)	12,366	Gastronome, Douce France, Paysan Breton, Tendre et plus, La Nouvelle Agriculture	5,402	4.0
5	テレオス (Tereos)	砂糖、でんぷん、 アルコール	15,800	Béghin Say, L'Antillaise, La Perruche, Origny	5,086	21.1

資料 Coop FR 'Les 100 plus grandes entreprises coopératives françaises 2024édition' から農中総研作成

環境に配慮した農業に積極的に取り組んでおり、第7表のなかの太字は有機もしくは環境に配慮したブランドである。

こうしたフランスの農協の構造変化について、内田（2018）、内田（2019b）と同様に活動分野と活動範囲の視点でプロットしたものが第1図である。左上、右上にプロットされるのが、県域を越えて全国域さらにグローバルに活動する大規模な農協群である。これらの農協は、県域以下で活動する農協群のなかから一部の農協（もしくはそれらの農協により設立された連合会）が活動範囲を広げたものである。今回は特定品目・特定分野で全国・海外に展開する農協が多品目・多目的化する動きもみられたため、左上から右上への矢印を追加した。

ただし、同図の左下から左上に向かう動きは数としては限られている。実際には、左下の相対的に小規模で限定されたエリアで活動し、フランス語でテロワール（風土）

を活かした付加価値の高い農産品を提供している農協が数として多数に上ることも指摘しておきたい。

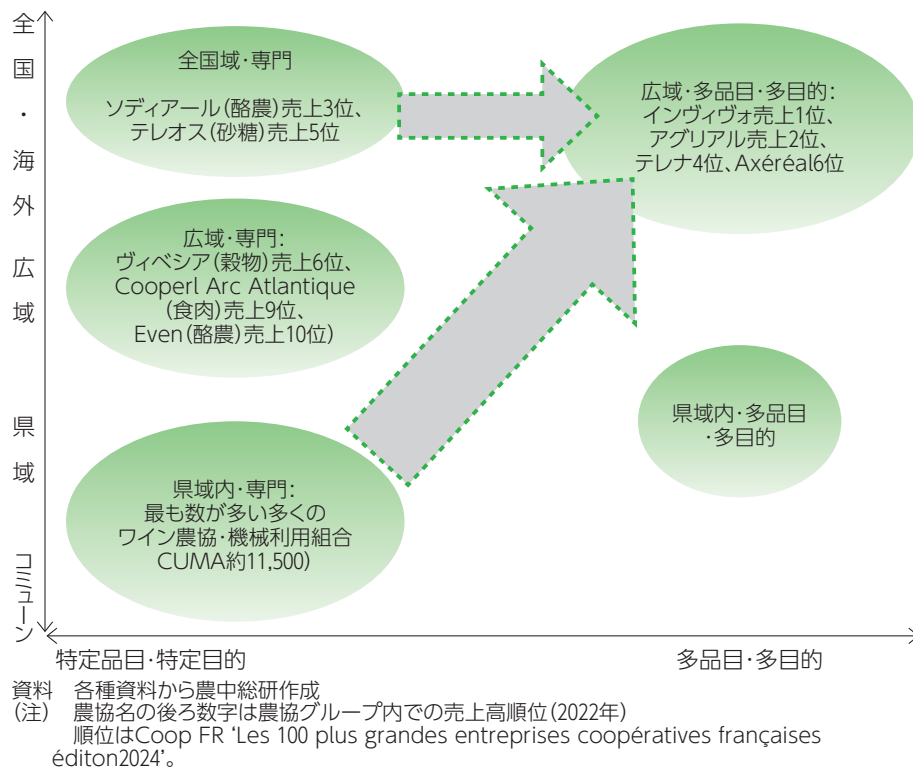
3 伝統や地域に根差した農産品や環境・持続性に配慮した農業の認証

前述のとおり、小売・加工などの食品産業の大規模化・寡占化が進む一方で、付加価値向上（あるいは差別化）のため地域のテロワールに根差した、また環境や地域の持続可能性に配慮した農業の展開もフランス農業の特徴である。その一つの表れとして、PDO、PGIなどの地理的認証取得や有機農業への取り組みがある。

(1) 地域のテロワールを活かした農産品生産を支える地理的認証制度

ワインに代表される小規模で特徴のある

第1図 フランスの農協のポジショニング(農協名は例示)



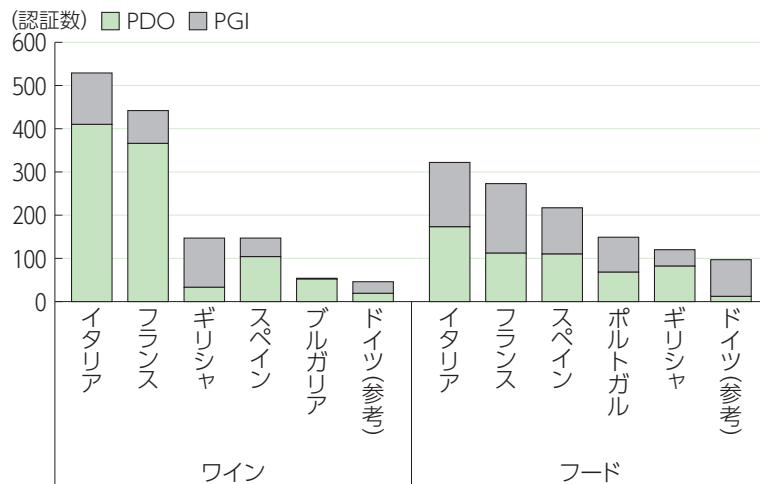
農産物生産にとって、重要な役割を果たしているものの一つが、テロワールの考えに基づくフランスの地理的認証制度である。フランスでは、原産地名称を保護・管理するための公的機関INAO (Institut National des Appellations d'Origine、国立原産地品質研究所) による地理的認証制度が、EU共通の制度が導入される前から整備されていた。その代表が、地域との結びつきが非常に強い地理的表示であるA.O.C. (Appellation d'Origine Contrôlée: 原産地統制呼称) である。A.O.C.はもともと高級ワインの品質を保証する目的だったが、現在はワイン以外の産品にも適用されている。

そして、このフランスのA.O.C.の概念にならって08年にEUで導入されたのが、

A.O.P (Appellation d'Origine Protégée、EUの表記ではPDO) また、A.O.Pよりも緩やかな制度として、I.G.P (Indication géographique protégée: 地理的表示保護、EUの表記ではPGI) がある。これは生産地域に着目してEUで規定された規格でA.O.Pに準ずる位置づけとされる。

第2図はEUのワインおよび食品(フーズ)におけるPDO・PGI合計登録数上位国を示したものである。フランスはいずれの認証数も2番目に多い。フランスの農畜産物生産では、PDO等の認証取得により、EU内外との農畜産物との差別化を図ることが可能となり、国内生産者に有利に働いているとみられる。

第2図 地理的認証数



資料 eAmbrosiaから農中総研作成(2025/1/31時点)

次ぐ2番目の121億ユーロである。また、GRAH'AGRI2024によれば家庭消費での有機食品の国内産割合も畜産物中心に高く83%に上る。ここで、フランスの有機食品の販路を第8表に示した。量販店からの購入が最も多いが、農場や生産者から直接購入する割合も高いことがうかがえる。ここでは、単に有機ということではなく、地元の農場や直売

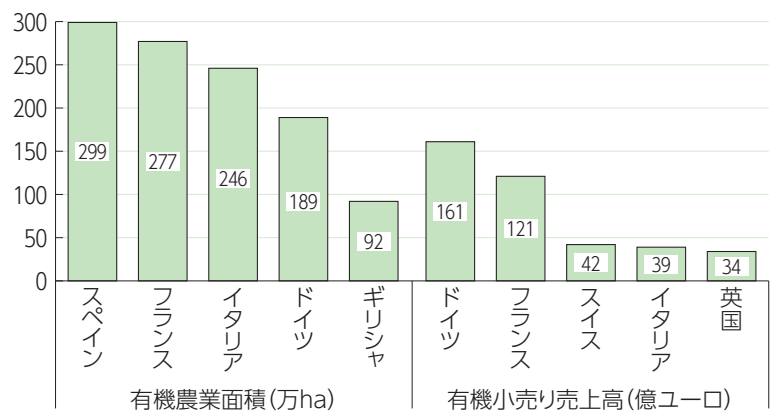
(2) 環境・生態系に配慮し消費者ニーズに対応するための有機農業への取組み

所での食材供給や生産情報の消費者への提供など消費者と生産者の距離が近い「短

フランスの農産品生産では、先のPDO・PGIといった地理的認証だけでなく、その生産プロセスに関する認証、例えばAB (Agriculture Biologique) などの有機認証、持続的な農業に関する民間認証などを積極的に取得する動きも強まっている。政策的に生態系の維持を重視した農業(アグロエコロジー)の推進が進められてきたこともあり、フランスは欧州でも有数の有機農業大国となった。

第3図にみられるように、有機農業面積は欧州でスペインに次ぐ2番目の277万ha、有機食品の売上高もドイツに

第3図 欧州の有機農業面積・有機小売り売上高上位国(2023年)



資料 FiBL&IFOAM, "THE WORLD OF ORGANIC AGRICULTURE"から農中総研作成

第8表 フランスにおける有機食品の販売経路

(単位 100万ユーロ、%)

	2023年		前年比増減率	
		シェア	2023/22	22/21
合計	12,081	100.0	0.0	△4.6
量販店	6,118	50.6	△3.8	△4.6
有機専門店	3,317	27.5	2.2	△8.6
商店(パン屋、酒屋、肉屋等)	974	8.1	4.3	△2.6
直接販売(農場、市場(マルシェ)等)	1,672	13.8	8.7	3.9

資料 Agence BIO, "Les chiffres du BIO Panorama 2023" から農中総研作成

い流通経路」(ショートサプライチェーン(フランス語でcircuits-courts))を消費者が重視していることも示唆される。22年、23年の食品価格高騰のなか、有機食品の売上高も全体として停滞したが直接購入の伸びは堅調であったことも特徴的である。

これらの地理的認証や有機認証への政策的な後押しもある。例えば、18年のEGalim法(「安全で持続的な農業と食品分野における取引関係の均衡のための法」内田(2019a)参照)では、22年1月1日までに団体食堂における食事の50%以上に高品質で持続可能な製品(PDO・PGI等の認証を含む)を使用し、20%以上に有機認証製品を使用するよう義務付けられた。

4 地域食料プロジェクト(PAT)

フランスの農業・食品産業分野では上記のように大規模化・寡占化・グローバル化がみられる一方で、地域や環境・生態系に配慮した農産物生産も盛んである。とくに、後者についてフランスでは消費サイドとの連携も含めて強く後押しするための政策が近年とられている。ここではそうした政策の一つである「地域食料プロジェクト(Projets Alimentaires Territoriaux、以下PAT)」の取組みをみていくこととする。

内田(2018)でも指摘したように、フランス農政では、EUのCAP改革や消費者ニーズにそった安全で環境や動物福祉に配慮した農畜産物生産、また、気候変動などの地球環境問題等への対応といった課題が表面

化してきた。そして、それら課題に対応するうえで、大規模流通・大規模消費に対応した農業の在り方を見直す必要があるという機運がとくに10年代から高まってきた。

12年には経済と環境、さらに地域社会にも成果をもたらす農業生産モデルへの転換をめざしアグロエコロジープロジェクトが打ち出される。そのうえで、14年には「農業、食料および森林の未来のための法律」(以下 未来法)が制定される。未来法の提案理由には「1960年以降の農業近代化として進めてきた規模拡大は、生産手段の移譲の困難さ、農業生産体系の過度の単純化、世代交代のむずかしさ、農業と地域社会の分離」(筆者訳、以下同じ)といった問題を招いたとある。

そして、未来法からPATによる「地域化されたフードシステム(以下SAT)」形成の取組みが開始された。ここでPATには、10年に先立って策定された全国食料プログラム(以下PNA)を支える基盤としての位置づけもある。PNAの目標には①社会的公正、②食品廃棄物削減、③食育の3本のテーマ軸が設定されており、多くのPATでこの目標を踏まえた活動が盛り込まれている。

未来法では、PATに関して「地域内のすべての利害関係者と協調して開発され、農業経済の構造化およびSATの実施という目的を達成する」としている。さらに「これらのプロジェクトは、地域の各セクターの統合と、特に有機生産による短い流通経路からの消費促進に寄与する」とし、有機農

業および先の「短い流通経路」の重視がうたわれている。また、すべての利害関係者としては、「国とその公的機関、地方自治体、協会、経済および環境利益団体、農家、およびその他の地域利害関係者」を挙げる。具体的には、第9表にみられるように、フード・チェーンを担う生産、加工流通、消費すべての段階から関係者が広く参画し、行政も複数の局が横断的に関与する。さらに、資金面については同法では「公的資金と民間資金を動員することができます。」とあり、公的資金が多くのプロジェクトで利用されている。

14年の導入以来、PATの取組みは順調に拡大し、25年4月5日時点で467のPATがある。第10表にみられるように、25年2月時点でPATはフランス国内の農用地の63%、人口では69%（4,600万人）をカバーするエリアにまでに広がっている。ここでPATは基本的には自治体・公的組織が運用主体となっており、そのうち数コミューン（市町村）が所属するコミューン間広域行政組織（EPCI）が62%を占める。なお、コ

ミューンは中世の教会区を起源とする基礎的自治体でフランス全土に約36,000ある。

ここで代表的なPATの取組みとして度々引用されるトゥルーズ・メトロポルのPAT（以下トゥルーズPAT）を紹介する。トゥルーズPATはトゥルーズ市を中心に周辺の農村部を合わせ37の自治体が含まれ、圏域人口は82万人に上る。

トゥルーズPATの目的と行動には以下の5つが掲げられている。①強じんな食料システムを構築することで、トゥルーズ・メトロポルの農業と食料の転換（transition）を支援し、誰もが地元の健康的で持続可能な食料にアクセスできるようにすること、②地元（locale）における生産と農業の確立を支援すること、③団体食堂の支援（食品廃棄物の削減、オーガニックおよび地元産の供給増加）、④セクターの構造化：生産地域を補完するように、地元での食料の供給、物流、加工部門を開発すること、⑤健康的で持続可能な食品への意識を高め、すべての人にアクセスしやすくすること、である。

第9表 PATに関連する可能性があるアクターの例

計画立案者	地方自治体	レジオン(地域)、県、コミューン、コミューン共同体、大都市圏共同体、都市圏共同体
バリューチェーン	生産者と加工業者	協同組合、生産者グループ、「経済・環境利益集団」(GIEE)、農場加工業と農産加工業
	流通組織とマーケティング	専用購買プラットフォーム(卸売市場・卸売業者等)、流通業者(大手・中堅小売店、CVS、生産者ショップなど)、団体食堂・外食産業(料理人、エージェント)、民間レストラン、マルシェ・直売所・AMAP(小規模農業支援システム)
ファシリテーター	研究及び開発機関	CIVAM(農業及び農村環境価値付けのためのイニシアチブ・センター)・会議所(農業会議所、商工会議所など)、研究機関、アソシエーション
	国・公的支援機関	DREAL(地方環境・開発・住居局)、DRAAF(食品・農業・林業地方局)、ARS(レジオン健康局)、DDT(県農林部)、PNR(地域自然公園)
消費者	市民社会	市民、共同体、消費者団体、食料支援団体

資料 DRAAF Auvergne “Repères et outils pour construire votre Projet Alimentaire Territorial Edition 2015” から農中総研作成

第10表 PATの現状(2025年2月)

概況	PATの承認数	450
	農場数	264,000
	フランスの農用地に占める割合	63%
	PATがカバーする地域に住む国内人口	69%(4,600万人)
	1PAT当たり平均自治体(コミューン)数	52
	1PAT当たり人口数	約10万人
	1PAT当たり有機農場	265
運営主体(%)	コミューン間広域行政組織(EPCI)	62
	計画地域	23
	県	8
	コミューン	5
	アソシエーション・農業会議	3

資料 Baromètre des Projets Alimentaires Territoriaux (2025/2)から
農中総研作成

11表に示した。まずは地域内の持続可能な農業の維持と発展が掲げられているが、家族や若年層への食育、環境に配慮した食生活（食品ロスの削減、リサイクル、食習慣の変化誘導）、団体食堂での食品ロス削減、EGalim法の遵守につながる有機食品や地元産食材の供給、さらに、都市計画における農地保全も含まれている。なお、トゥルーズPATには社会的公正（social justice）の項目が明示的にはみられないが、例えば

さらに、トゥルーズPATの活動内容を第 | パリ市のPATをみると、社会的弱者のため

第11表 トゥルーズ・メトロポールPATの活動等

	活動の種類	主な活動等
食料経済	地域圏内の持続可能な農業の維持と発展	コミューン主導の農業プロジェクトの支援 食料生産地域と地元農業雇用の保全の促進
	注力部門:豆類産業の発展	地元の豆類産業の発展
食育	幼児期の食育活動:小学校・幼稚園への食育キット提供	食料と生態系の移行に関する課題の意識向上(小学校・幼稚園への食育キット提供等)
	家族向けの食育活動(一般向け・全消費者)	家庭の食習慣の変化を支援する「ポジティブフード家庭チャレンジ」(ワークショップの開始等)
		都市再生全国機関(ANRU)の提案募集で優勝した「肥沃な近隣地域」プロジェクト実施(都市農業プロジェクト)
環境	自然資源(水や生物多様性を含む)を保護するための取り組み	食料生産と水資源の保護を組み合わせたアグロエコロジーの構築
	より環境に優しい食品消費習慣の変化(廃棄や無駄を除く)	家庭における関連する食の課題の解決促進(450人をサポート)
	食品廃棄物の削減、廃棄物の削減とリサイクル、バイオ廃棄物の分別収集	食品廃棄物の削減のために団体食堂を支援し、住民に廃棄物の削減とリサイクルの解決策を提供
団体食堂	メニューにおけるタンパク質源の多様化	食品廃棄物の削減と有機および地元産食材の供給増加のための団体食堂支援(意識向上)
	団体食堂における食品廃棄物削減	食品廃棄物の削減と有機および地元産食材の増加を目的とした団体食堂支援(環境コンサル・有機農業生産協会との連携)
	EGalim法の遵守:「持続可能」で高品質な食品供給を増やす	食品廃棄物削減と有機および地元産の供給の増加のための団体食堂支援(同上)
	プラスチック容器および食器の廃止	自治体の団体給食を担当する公務員と技術職員のネットワークの活発化(ディスカッショングループ、ウェビナー開催等)
都市計画	農業地域の保護と開発	PLUIH(地域都市計画)枠組み内でのSAU(農用地面積)保全、より保護的な都市計画ツール(ZAP、SIP)実施
ガバナンス	テーマ別協議グループの常設化	地域農業と食料に関する首都圏会議

資料 PATポータルWEBサイト(<https://france-pat.fr/>)から農中総研作成

の食料品店を増やすことや、高齢者が質の高い旬の食材を食べる機会を増やすための近隣レストラン利用の促進、(加工食品より安価な)生鮮食材を調理するための共有キッチン設置等の活動が行われている。このように、食料システムをこえて社会的包摂を含む社会システムの変容につながる活動にとりくんでいるPATも多い。

トゥルーズPATでは、生産者、加工業者、流通業者、消費者、地方自治体など食料問題に関する地域内の多様な利害関係者が参加することで、その地域の社会的、環境的、経済的、健康的側面を改善することを目的とした活動が行われている。特に都市部と農村部の関係構築を支援することについては地域の食料システムの転換(transition)のうえで重要な役割を果たすことになると思われる。

おわりに

今回みたように、一定の地域を意識した生産・加工・販売・流通・消費の各主体の連携による環境に配慮した新たな食料システムの構築や地元のテロワールを活かし、エコロジカルな農産物をできるだけ「短い流通経路」から供給する政策等は、EU内外諸国との市場競争の激化と国内消費者のニーズに対応し、フランス農業の持続性に重要な役割を果たしていると思われる。

ここで、日本の農政にも食料システムの観点からの施策を重視しようとする動きがみられる。25年4月11日に閣議決定された

改正基本法に基づく初の食料・農業・農村基本計画のなかには、「食料システム」という文言が75か所(「みどりの食料システム」以外にも59か所)もみられる。これは20年3月に決定された前回の食料・農業・農村基本計画で「食料システム」という文言がゼロだったのと比べ大きな違いがある。

その表現も「生産のみならず、加工・流通・小売・消費を含めた食料システム」「生産から消費に至る食料システム」「消費者だけでなく、生産者、食品事業者など食料システムの全ての関係者・関係団体や行政」「生産者から消費者までの食料システム」など、PATと同様に、行政も含め、フード・チェーン全体で包括的に施策を展開する意図がうかがえる。さらに「第5章「食料、農業および農村に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項」では、「…食料の生産から消費までの関係者が連携して取り組むべき課題が顕在化しており、これまでの同業者による水平的な組織が行う取組だけでなく、食料システムの観点から、団体間の相互連携による業種を超えた垂直的な取組が不可欠」とある。この問題意識は前掲第9表のようにフード・チェーンの各団体のアクターが連携し取り組むPATとも共通するものである。

日本とフランスとは自治体の役割やフード・チェーンにおける各種団体の組織化の違い等があり、PATと同様の取組みがそのまま進む状況にはないとみられるが、新たな基本計画で示唆されているような日本にあったフード・チェーン全体を巻き込む形

での施策の展開も期待される。

<参考文献>

- ・明田作ほか（2018）「フランス、ドイツ、オランダの農業協同組合、協同組合銀行の制度と実情」『総研レポート』30調一No. 4
- ・内田多喜生（2018）「フランスにおける農協の新たな展開」『農林金融』6月号
- ・内田多喜生（2019a）「フランスの食料全体会議にみる国民的議論の必要性」『農林金融』2月号
- ・内田多喜生（2019b）「フランスのワイン農協における付加価値向上のための取組み」『農林金融』6月号
- ・内田多喜生（2024）「踊り場のフランス有機農業——オーガニックとテロワール——」『調査と情報』web誌、9月号
- ・須田文明（2021）「フランスの「全国食料計画（PNA）」とPATの背景と思想」『季刊農業と経済』2021秋号
- ・須田文明（2023）「フランス農政が直面する課題：有機農業と畜産を例に」『Primaff Review』No.115（2023. 9）
- ・須田文明（2025）「フランスにおける地域食料プロジェクト（PAT）の研究動向」『Primaff Review』

No.124（2025. 3）

- ・新山陽子・大住あづさ・上田遥（2021）「フランスにおける地域圏食料プロジェクトと地域圏フードシステム——トゥルーズ・メトロポリの事例を踏まえて——」『フードシステム研究』第28巻1号
- ・新山陽子ほか責任編集（2021）『地域圏フードシステム 季刊農業と経済』2021秋号
- ・ベイマン, J.,C. イリオボウロス and K.J. ポッペ編著（2015）『EUの農協——役割と支援策——』（農林中金総合研究所海外協同組合研究会訳）農林統計出版
- ・三菱UFJリサーチ&コンサルティング（2024）「農林水産省委託事業令和5年度食育活動の全国展開委託事業（諸外国における食育推進施策調査）報告書」（2024年3月）
- ・森脇丈子（2024）「2000年代以降のフランス食品小売業の動向——スーパー登場から65年の競争環境の変化——」『マーケティング史研究』第3巻第1号
- ・Coop FR（2024）, *Les 100 plus grandes entreprises coopératives françaises*, 2024édition.

（うちだ たきお）

