欧州議会、EU販促策で食肉・アルコール飲料の対象継続を支持

欧州議会は、欧州委員会の次期作業計画策定を前に、食肉とアルコール飲料をEU販促策の対象に維持することを支持した。

2026年11月14日（土）



欧州議会議員は11月12日木曜日、欧州連合（EU）の農産物・食品販促政策において、食肉とアルコール飲料を引き続き支援対象とすることを支持した。また、規則の簡素化、資金へのアクセス改善、今後のキャンペーンに向けた安定的な財源確保も求めた。

ブリュッセルで開かれた会合で、欧州議会議員はこの政策に関する独自報告書を大差で可決した。賛成476票、反対83票、棄権42票だった。報告書は中道右派の欧州人民党に所属するイタリア選出議員Salvatore De Meoが起草したもので、欧州委員会が次期作業計画を準備するなか、議会の立場を示すことを目的としている。

この決議によってEUの販促プログラムが直ちに改定されるわけではない。しかし、政策の対象範囲、とりわけ一部の製品カテゴリーの扱いが議会内で議論されているなか、欧州委員会に対する明確な政治的シグナルとなる。

11月12日に採択された文書で、議員らは全般的な制度の簡素化を求めた。EUの販促支援を申請する企業や生産者団体が、より複雑さの少ない規則の適用を受けられるようにすべきだとし、資金へのアクセスにも柔軟性を高めるよう促した。また、輸出市場などの対象地域で政策の効果を維持するには十分な資金が必要だとの懸念を反映し、政策に「適切な財源」を確保するよう求めた。

決議が具体的に取り上げた点の一つは、海外で販売される製品のブランディングだ。議員らは、海外市場向けの包装に、産地国を示す表示と並べて「Enjoy, it's from Europe」のスローガンを記載するよう求めた。EU共通の販促イメージを、食品・飲料生産者にとって商業的価値を持つことの多い各国・地域の産地と、より強く結び付ける狙いがある。

議論で最も政治的に敏感だったのは、食肉とアルコール飲料を引き続き支援対象とするかどうかだった。議会は対象に含めるべきだとの立場を示した。審議内容の説明によると、この問題をめぐって起草過程で会派の意見が分かれており、最終採決はこの案件を注視してきた業界にとって注目すべき勝利となった。

De Meoは結果を歓迎し、こうした製品は欧州の農産物・食品の伝統とアイデンティティーの一部だと述べた。同氏の主張は最終文書に反映され、販促政策の対象資格を維持することが明記された。

これはワインをはじめとするアルコール飲料の生産者にとって重要だ。EUの支援を受けた販促キャンペーンを引き続き利用できるかどうかは、域外で製品を売り込み、国際市場で競争する力に影響し得る。飲料企業や生産者団体にとって、これは単なる象徴的な問題ではない。このプログラムは、輸出市場での販促活動に向けて、ワイン、ビール、蒸留酒などの業界が公的支援をどれだけ容易に申請できるかを左右し得る。生産者が利益率を守り、海外での市場シェアを維持しようとする局面では、特に重要となる。

議会の採決は、こうしたカテゴリーを除外する形でEUの販促制度の対象範囲を狭めることを望まない議員が多数を占めることも示唆している。議員らはむしろ、行政負担、資金へのアクセス、海外市場における欧州製品の認知度向上に重点を置いた、より実務的な見直しを欧州委員会に促しているようだ。

この決議は、ブリュッセルが次期政策課題を本格的に準備するなかで採択されたため、法的拘束力はないものの、採決の重みは増している。議会は、欧州委員会が正式な提案を行ったり、販促プログラムの将来の優先事項を定めたりする前に、この案件を通じて早い段階で立場を示している。

生産者団体、輸出業者、各国当局にとって、11月12日のメッセージは、議会がこの政策を対象製品を狭く限定する形に再設計するのではなく、農産物・食品分野全体を支える幅広い手段として維持したいということだ。この立場は、ワインやその他のアルコール飲料が農家の収入、農村部の雇用、輸出実績と密接に結び付いている国々で、とりわけ重要となる可能性がある。