

日時：平成25年8月7日（水）14:00～16:00

場所：北海道庁7階 農政部第1中会議室

○開会（忠津主幹）

定刻となりましたので、ただ今から平成25年度第1回道産食品独自認証制度運営委員会を開催いたします。開会に当たりまして、清水委員長からご挨拶をお願いいたします。

○挨拶（清水委員長）

委員の皆様、暑い中ご苦勞様です。認証機関等の皆様におかれましても、お忙しい中、委員会にご出席いただき、厚くお礼を申し上げます。

さて、道産食品独自認証制度につきましては、10年目を迎え、現在の認証基準は21品目、認証品は60品となっております。認証数の伸び悩みなどの課題も多少はあるものの、今のところは順調にきているのではないかと考えておりますが、先の2月の本委員会におきまして、制度の点検を行うこととなったところであります。

本日は、事務局から、これまでに実施した認証事業者や消費者へのアンケート調査の結果について報告いただいた上で、委員の皆様から、今後の取組の方向等につきましてのご意見をお伺いすることとしておりますので、よろしくお願いいたします。

また、道内は、暑い日が続いており、食に関するトラブルの発生なども多少危惧されるところですが、「きらりっぷ」制度については、原材料や美味しさにもこだわったものであり、特に安全・安心を徹底した仕組みですので、更なる気候に注意した認証品の製造を事業者の皆様にも希望しているところです。

こうした考えの中で、安全・安心な食品がますます道内・道外に普及するよう、皆様のご意見をいただきながら、本制度の普及拡大を願っていますし、そのように図ってまいりたいと考えておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○委員会の成立（忠津主幹）

次に、委員の皆様の出席状況についてご報告いたします。本日は、当運営委員会委員8名のうち6名出席であり、運営委員会設置要領第5の2の規定にあります基準、委員の2分の1を超えていますことから、本委員会が成立していることをご報告いたします。

続きまして、委員の皆様をご紹介します。(独)中小企業基盤整備機構北海道本部の清水委員長です。酪農学園大学の樋元委員です。(株)北海道百科の勝浦委員です。石川尚美チーズサロンの石川委員です。生活協同組合コープさっぽろの浜舘委員です。ホクレン農業協同組合連合会の大西委員です。また、本委員会には認証機関や研究機関の方々もオブザーバとして出席いただいておりますので、お手元の配席図でご確認願います。

また、4月に道の組織の改正が行われ、本制度の担当課長が食品政策課6次化・連携担当課長に変更となりましたが、担当課長の笹井です。

○笹井課長

6次化・連携担当課長の笹井です。食品政策課は2年目ですが、4月から6次化・連携担当課長を担当しています。先ほどの清水委員長のご挨拶にもありましたが、本制度は、創設後10年となり、本日は、その点検として行ったアンケート調査結果等をご報告し、制度に関する論点についてご意見をお伺いすることとしておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○（忠津主幹）

次に、会議資料の確認をさせていただきます。お手元に資料1、2、3、4、参考資料をお配りしていますが、資料の不足等がありましたら、お知らせ願います。

それでは、議事に入りたいと思います。進行につきましては、清水委員長をお願いいたします。

○議事進行（清水委員長）

それでは、次第に従いまして、議事を進めてまいります。最初に、報告事項です。本日は報告事項が3項目あります。まず、①の「道産食品独自認証制度の推進状況について」を事務局から説明してください。

（忠津主幹）

資料1により、ご説明申し上げます。本制度は平成16年度に創設しており、10年目を迎えたことから、本年度は制度の点検等を実施しています。そのような意味合いも含め、この資料は、10年の経過がわかるように整理しています。

1の制度の趣旨等についてですが、北海道の豊かな自然環境や高い生産技術を活かして生産される、安全で優れた道産食品の認証制度を実施し、消費者の信頼確保と北海道ブランドの向上を図る目的の制度であり、原材料や生産工程、衛生管理、官能検査など、独自に設定した基準をクリアした選り抜きの食品を認証しています。

2の認証の状況についてですが、これまで21品目について認証基準を設定しており、3つの認証機関がこの基準の適合状況について審査の上、認証しています。

また、これまで17品目、103品を認証してきていますが、認証廃止品が8品目、43品あり、平成25年3月末現在では認証品は15品目、60品となっています。

3の認証品の販売状況についてですが、認証マーク使用枚数の推移を見ますと、平成20年度までは順調に増加していますが、その後は年度により増減があります。平成24年度は、23年度に比べて認証マークの使用枚数が30万枚以上減っていますが、これは鮭の不漁により、原料確保が難しかったという状況で、熟成塩蔵さけが減ったためです。

4の認知度についてですが、平成21年度に実施した道民意識調査では「きらりっぷ」の認知度は4.9%と低い状況でした。一方で、本年5月に実施した、こだわりの消費者ともいべき消費者協会会員の方々へのアンケート調査では、「きらりっぷマーク」は知っているという消費者が44.6%、さらに認証品の購入経験がある人は14.3%であり、一定のレベルにあることがわかりました。詳細につきましては、後ほどアンケート結果のところでご説明いたします。

なお、今年度は消費者への意識調査ということで、既の実施しました消費者協会へのアンケート調査のほかに、一般道民への郵送によるアンケート、さらに9月には、さっぽろオータムフェストにブース出展しますが、そこへの来場者へ面接による調査を実施していきたいと考えています。

5の制度に対する意見・要望等についてですが、認証事業者に対するアンケートはこれまで3回実施しており、認証取得による商品の信頼度の向上や商品提案のしやすさなど、販売面での効果があったとする回答の割合が徐々に増加しています。しかし、一方では、認証品を製造・販売する上で、原材料や認証取得費用などのコスト負担、衛生管理面での北海道HACCP評価の取得が負担、あるいは販売促進なども課題になっているとの回答もありました。

また、数は少ないのですが、認証品が少ない品目などの関連組合にお聞きしたところ、日配品関係が多かったせいもありますが、認証取得費用などの負担等が問題であるとの意見がありました。

また、本年5月に実施した消費者協会会員へのアンケート調査では、認証マークがあまり知られていないのもっとPRをすべきとの意見が多数あったところです。

以上、「きらりっぷ」制度の推進状況についてご説明いたしました。

（清水委員長）

ただ今、事務局から、認証制度の推進状況について色々な角度からの報告がありました。販売状況については、平成20年度以降横ばいで、昨年の24年度は鮭の山漬けが少なくなったという説明でした。また、消費者協会の会員の認知度については50%近くあったことや、購入経験のある人もいたということですし、また、認証事業者からは制度に関して効果があったとの回答の企業も増えたようですので、少しずつですが良くなってきているとの報告でした。

これらについて何か意見がありませんか。

(勝浦委員)

事業者からは、販売面での効果があったとの回答がありました。どのような効果があったのか教えていただきたい。金額が伸びたのでしょうか？

(忠津主幹)

そのことにつきましては、後ほどアンケート結果のところの説明しますが、販売量が増えたという回答は認証事業者26社中4社と、あまり多くはなく、商品の価値や信頼度が高くなったことや、商品提案がしやすくなったなどの効果があったとの回答が多かったところです。

(勝浦委員)

事業者は、「きらりっぴ」商品であるということバイヤーへのアピールポイントにしているということですか。

(忠津主幹)

そういうことだと考えています。

(清水委員長)

他に意見が無ければ、続きまして②の「認証事業者に対するアンケート結果」、③の「消費者協会会員に対するアンケート結果」について、事務局から説明してください。

(忠津主幹)

まず、資料2の「認証事業者に対するアンケート結果」について、ご説明いたします。アンケートは、今年5月に31社へ郵送し、26社から回答がありました。回答率は84%です。

設問1では、「認証取得後における認証商品の販売面の変化」についてお聞きしています。ここでは、「認証取得により販売面の変化があった」とする回答が20社あり、その割合が徐々に高くなっています。どのような面での変化があったのかということですが、dの「商品価値や信頼度が高くなった」が14社あり、回答者の7割でした。次に、eの「商品提案がしやすくなった」が9社で、半分弱程度ありました。逆に、aの「販売量、販売金額が増加した」、bの「取引先が拡大した」などはそれぞれ4社と少ない状況にあります。

設問2では、「制度活用の費用対効果」についてお聞きしています。回答した26社のうち、アの「費用に見合う効果が得られている」が7社、27%となっているなど、前回調査とほぼ同様の結果となっています。特徴的なこととして、畜産品が5社のうち3社が効果があったという回答でした。

設問3では、「製造・販売上の苦労点」ということをお聞きしています。アの製造・販売に当たって苦労している点が「特にない」という回答は4社、15%で、残る22社、85%が、ア以外の苦労している項目を選択しています。

次に、どういうことで苦労しているかについてお聞きしていますが、イの「道産原料の安定的な確保」、ウの「高いレベルの品質の維持」、エの「コスト負担への対応」、オの「HACCP評価の取得」、カの「販売促進」という項目を示して、回答していただきました。イからカまで大きな差はありませんでしたが、その中でもエとオが最も多くなっていました。

設問4では、「認証制度についてどのように活用しているか」ということをお聞きしています。回答では、アの「パンフレットやホームページによるPR」及びイの「営業活動における説明」が最も多くなっています。ただ、オの「活用できていない」という事業者も7社あり、その多くが水産品関係からの回答となっています。

設問5では、「今後の認証商品」についてお聞きしています。アの「現在の認証商品の維持」が20社で8割近くの回答でした。イの「現在の認証品目で新商品の取得」と、ウの「他の認証品目の商品で取得」という回答が合わせて8社ありました。一方で「認証商品を減らす見通し」が2社ありました。

また、認証品を増やす意向の8社のうち6社が農産品であり、認証品の減少を考えているところは水産品でした。

設問6では、「今後の認証商品の販売先」などについてお聞きしています。この設問は、現在の状況として該当するものには○印を、今後の希望として該当するものには●印を付けていただいておりますが、少し回答に混乱したところも見られました。

アは、どこで販売するかという「販売地域」をお聞きしています。現在、既に首都圏や全国に進出している事業者が多く、今後は、全国や海外への進出希望もあるといった回答となっています。

続いてイの「販売店」についてです。直営店、百貨店、スーパー、道産食品専門店、通信販売などでの販売についてお聞きしています。現在の販売店は、スーパーが13社で半分を超えており、次が直営店で10社、通信販売が8社、百貨店が7社、道産食品専門店が6社と続いています。今後の希望販売店は、百貨店が6社、専門店が4社などとなっています。

また、飲食店への納入や販売時期につきましては、資料のとおりとなっています。

次に、設問7から設問9までは、制度や認証機関等に対するご意見、ご要望について、お聞きしています。

設問7については、「認証制度に対する意見、要望」についてです。認証事業者16社から、制度、認証品目、認証基準、道が実施するPR活動、販売支援活動という項目についての意見、要望が、合計48件ありました。

どのような意見があったかということをお聞きすると、制度については「他の認証制度等との差別化、すみ分けが必要」という意見が最も多く5件、また、「レベルの高い制度であり、特に問題なし」という意見も4件ありました。また、「認証の自動更新が必要」という意見もありました。

次に、認証品目についてですが、「品目の増加に賛成」という意見と、「現在の品目で十分」という双方の意見がありました。

次に、認証基準についてですが、「原材料が道産であることには苦労している」という意見が3件ありました。また、「乳製品の原料乳の基準を厳しくすべき」という意見がありました。具体的には、この事業者は自社農場の生乳を使用していますが、認証基準では複数農場の生乳の使用を認めているので、自社農場のものに限定してはどうかという意見です。

また、「きらりっぷ」は北海道HACCPの取得を前提としているので、「安心に関する基準をPRし、他の認証制度との違いを明確にすべき」という意見や、「今後更に厳格な基準で推進すべき」といった意見がありました。また、「官能検査は主観が入りやすく、客観的な基準が必要」という意見もありました。

次に、道のPR活動についてですが、「首都圏、道外等へのPR活動の拡大」という意見が一番多かったところです。現在、道の取り組んでいる活動については、「今一つの感」と「積極的に実施」という双方の意見がありました。また、「PR活動時に試食の機会を増加」という意見もありました。

次に道の販売支援活動についてです。回答では、「わからない」という意見がありましたが、「流通と一体となった取組ができないか」といった意見もありました。

設問8では、「認証機関に対する意見、要望」を記載していただいております。3社から更新手続等について3件の意見、要望がありました。「きらりっぷ」実施要綱では、毎年、更新が必要である旨を規定していますが、「更新は、特に変更等がなければ毎年でなくても良いのではないか」という意見がありました。また、ハム事業者からの「更新時期を多くしてほしい」という

意見や、更新料については1品5万円、追加1品につき2万円ですが、「更新料の負担が大きい」という意見もありました。

設問9では、「その他の意見、要望」として、9社から10件の意見、要望がありました。内容はこれまでの設問での意見等と共通しており、「PR活動を強化すべき」、「認証制度の差別化が必要」という意見がありました。また、「認証品数の伸び悩み対策であれば、基準を緩和するか」という意見もありました。

以上の設問7から設問9で出されました意見、要望については、当制度の点検という観点から少し議論した方がよいというものについては、後ほど、資料4で委員の皆様のご意見をお伺いしたいと考えています。

(忠津主幹)

続きまして、資料3により、「消費者協会会員に対するアンケート結果」について、ご報告いたします。

この調査は、今回初めて実施したものです。実施のきっかけは、札幌消費者協会が地産地消セミナーを毎年開催し、「きらりっぷ」制度のPRや認証品の紹介を実施しており、そのセミナーで「きらりっぷ」の認知度についての調査を実施していたことです。調査では、当初は50%程度の認知度であったのが、徐々に上がっているという傾向がありましたので、こだわりの消費者の認知度を全道的に調査した方がよいのではないかと考えたところです。

設問1にありますように、全道の73消費者協会に対し、それぞれ5～10人の会員を対象とするアンケートの実施を依頼しました。その結果、55消費者協会から453人の回答があったところです。回答者数を圏域別に見ますと、道央圏、道北圏が多くなっており、その圏域内に消費者協会数が多いということが反映されています。一方で、道南圏は回答者数が少なくなっていますが、これは消費者協会が2つしかないためです。そういう意味では、地域的な偏りがある調査となっています。

設問2の「性別、年齢」についてですが、回答者の性別を見ますと女性が9割となっています。また、年齢別では60歳代、70歳以上が多くなっており、性別と年齢をクロスして見ますと、60歳以上の女性が回答者の6割以上を占めています。このような偏りのある方々に対する調査ですが、その回答内容について設問3以降で分析しています。

設問3では、「地産地消の意識」についてお聞きしています。日頃の買い物における地産地消をどの程度意識しているかということですが、「意識している人」は7割を超えており、「時々意識している人」との2つを合わせますと92%となり、消費者協会の会員は地産地消の意識が極めて高いという数字が出ています。

2頁をご覧ください。設問4では、「きらりっぷの認知度」についてお聞きしています。具体的には、「きらりっぷ」制度の内容や「きらりっぷマーク」を知っていますかという聞き方をしていますが、その結果、「制度の内容とマークの両方を知っている人」は63人、13.9%、「マークは知っているという人」は139人、30.7%であり、この2つを合計した「きらりっぷ」の認知度は44.6%となっています。また、道央圏での認知度が特に高くなっています。

そこで、設問5では、設問4で「きらりっぷ」の制度やマークを知っていると回答した202人に対し、「きらりっぷマーク」の付いた商品の購入経験をお聞きしています。その結果、202人のうち、「マークの付いた商品を購入したことがある人」は65人、32.2%であり、制度やマークは知っている人のうち、実際には1/3程度の人しか認証品を購入したことがないという状況となっています。また、全回答者は453名ですが、その中で認証品を購入したことがある人の

割合は14.3%であり、7人に1人となっています。圏域別に見ますと、購入者の割合が最も高かったのは釧路・根室圏であり、次が道央圏となっています。

また、購入したことがある認証品についてもお聞きしていますが、全体では13品目の61品となっており、圏域別では道央圏が11品目、釧路・根室圏が7品目となっています。3頁には、購入した認証品を圏域ごとにまとめています。釧路・根室圏は、熟成塩蔵さけ、いくらなど地域で製造販売されている認証品を購入している方が多いため、購入者数が多くなっているようです。

設問6では、設問5で認証品を「購入したことがある」と回答した方に、その購入理由を選んでいただきました。最も多かったのが「北海道産だったから」という回答で、56.9%の方がこの理由を選んでいました。一方で、「きらりっぴマークが付いていたから」という回答は13.8%と、それほど高くないところです。

設問7では、設問5で認証品を「購入したことがない」と回答した方に、その理由をお尋ねしましたが、「欲しい商品にきらりっぴマーク付きがなかったから」や「購入店がわからなかったから」という回答が多かったところです。

設問8では、道では、もう一つ、道産食品登録制度も運営していますので、この登録制度の内容や登録マークの認知度についてお聞きしています。その結果、「制度の内容とマークの両方を知っている人」は85人、18.7%、4頁に移りまして、「登録マークは知っている人」は152人、33.6%であり、この2つを合わせた登録マークの認知度は52.3%となり、「きらりっぴマーク」の認知度より8ポイント高くなっています。また、登録マークの認知度は、圏域別では「道央圏」が高くなっています。

設問9では、「道産食品振興施策への意見、要望等」についてお聞きしましたところ、103件の記載があり、最も多かったのが「マークが知られていないので、もっとPRをすべき」で34件でした。また、「スーパーなどで見かけなく、手に入らない」、「通常食べる食品としてはやや高く購入しにくい」といった意見もありました。

これらの意見、要望の中で、検討が必要な項目につきましては、資料4で委員の皆様のご意見をお伺いしたいと思います。以上で、アンケート結果の説明を終わります。

(清水委員長)

認証事業者へのアンケート調査は2年ぶり、前回の調査とほぼ同様の回答内容であったということです。また、消費者協会会員へのアンケートが非常におもしろい結果になっています。今回の調査では、「きらりっぴマーク」の認知度が全体を通して4割以上であったことや、認証商品の購入者が14%にも上っているということです。これは、道産食品独自認証制度を推進しながら、何とか消費をのばして、北海道の恵まれた海の幸、山の幸といったものを消費者に提供していくというところに近付きつつあるアンケート結果であったと思います。なお、内容によっては、皆様のご意見をお聞きしながら誘導しなくてはならないところもあるかなと考えています。

資料2、資料3に関して、ご質問、ご意見等はありませんか。

それでは、資料4では、審議事項として、これまでの報告内容を踏まえた「きらりっぴ」の論点について審議することとしています。事務局から資料4により主な論点を説明していただき、その後、審議に入りたいと思います。

(忠津主幹)

資料4により、「きらりっぴ」の主な論点について、ご説明いたします。この資料は、先にご説明しましたアンケート結果などを踏まえ、今後の方向性について検討を要する論点について抽出したものです。検討項目別に、現状の取組内容、意見・要望等、論点として考えられるこ

とを記載しています。

初めは、「制度」全体についてです。本制度は、高いレベルの安全・安心等を基本とした制度であり、消費者の信頼を確保し、北海道ブランドの向上を図ることを目的としていますが、制度自体は「問題ない」という意見や、「認証品数対策なら基準緩和も」、「地域ブランド等との差別化を図るべき」といった意見もありました。そういう意味では、現行制度は妥当なのか、地域ブランド等との差別化をどう図るかということを検討する必要があると考えています。

2番目は「認証品目」についてです。現在は、食品製造組合等から対象品目の提案を受け、運営委員会において意見聴取して認証品目を決定していますが、ここ4年間ほどは新たな品目は設定していません。そのような中で、「品目増に賛成」の意見、あるいは「現状で十分」という意見もありますし、また、「認証品目のある商品しか認証されない」という仕組みはどうかという意見もありました。そこで、現行の取扱いが妥当かどうかについて、ご意見をお伺いしたいと考えています。

3番目は「認証基準」についてです。本制度では、認証品目ごとに、原材料、生産情報の提供、安心、商品特性の評価、官能検査の方法に関する認証基準を設定していますが、「副原料で道産で調達できない品目の道産緩和」、「乳製品原料乳の基準を厳しくすべき」、「安心に関する基準は更に厳格な基準で推進すべき」といった意見があり、また、官能検査に関して今の方法では「主観が入りやすく、客観的な基準が必要」という意見がありました。現在の認証基準では、5項目の基準を設定していますが、その内容が妥当かどうかということが検討項目になると考えています。

4番目は「認証の更新」についてです。本制度の実施要綱の中で、毎年、認証機関に更新申請して承認を受けることを規定しています。これを受けまして、それぞれの認証機関では規程を定め、更新時に手数料5万円、追加1品につき2万円と、その他に現地検査旅費相当額を徴収しています。この認証の更新については、「自動更新」の話や「毎年の更新が必要か」、「更新の時期の増加」、「更新手数料の負担が大きい」という意見もあり、現在の更新手続きや手数料等が妥当かどうかということが検討項目になると考えています。これは認証機関にも直接関係するところですので、認証機関からもご意見等をいただければと考えています。

5番目は、「制度の普及啓発」についてです。道では、認証制度の普及拡大に向けて、制度と認証品のPRを実施しています。その主なものとしては、道内外のイベント等でのPRや試食提供、百貨店などへの冬ギフトカタログでの特集頁掲載の働きかけなども行っていきますし、本州の企業と包括連携協定等を結び、色々なキャンペーンの中で「きらりっぷ」制度を紹介していただいたり、景品として認証品を使っていただくといった働きかけを行っています。そのような中で、「首都圏等道外でのPR強化」、「道内消費者へPR強化」、「試食機会を増やすべき」という意見、要望や、「メディアを活用したPR」などの意見がありました。このため、本制度の普及啓発をどのように進めるかということについて、ご意見をお伺いしたいと考えています。

6番目は「販売支援」についてです。ここは、本来的にはそれぞれの事業者が実施する部分ですが、その支援が少しでもできればということで、道では、商談会等の情報提供や冬ギフト商品の取扱い拡大、飲食店等に対する認証品活用の働きかけを実施しているところです。それに対しまして、地域でいえば「道外」、店舗では「百貨店や道産食品専門店等」への販売先を拡大したいという希望が多かったですし、「流通と一緒の取組」、「業者が積極的に参加できる条件・場所の設定」といった意見や要望がありました。このため、道として販売支援をどのように進めるべきかについて、ご意見をお伺いしたいと考えています。どうぞよろしくお願いいたします。

(清水委員長)

事務局から、今後の取組等に関して、6項目について論点整理していただきました。このうち、最初の3項目につきましてはまとめて審議し、その後の項目については、1項目ずつ検討を進めていきたいと思えます。

その前に、事務局にお聞きしたいことがあるのですが、先ほどの認証事業者に対するアンケート結果に関して、保健所のHACCP評価の取得に苦労している事業者が10社ありましたが、この内容について把握していることがありましたら説明していただけますか。また、農産加工品では認証品を増やす意向があり、水産加工品では認証品を減らす意向があるということですが、その具体的な内容はどのようなことかわかりますか。

(忠津主幹)

アンケートでのHACCPに関する質問についてですが、この質問は選択肢を示して選んでいただいたものなので、具体的な苦労の内容については、記載されてはいません。

(清水委員長)

HACCPの取得が難しいから事業者が増えていかないのかとも思いましたので、今後、事業者にとってどのような点が問題なのかということをお聞きし、考えておいていただければと思います。例えば、全道に保健所がありますが、実際には何回も札幌に来なくてはいけないなどのバリアーのようなものがあるのではないかと感じたのですが。

(忠津主幹)

私の聞いているところでは、基本的にはそれぞれの保健所管内でHACCP評価取得の対応は終わっています。ただ、事業者によっては、保健所が2日も3日もかけて調査し、色々な資料を求められることや、HACCPを取得すると毎日の日報作成などの業務もあるため、それが非常に負担になっているということをお聞きしたことがあります。先ほども申しましたが、認証事業者はHACCP取得には苦労はしていますが、今後も認証品を続けていこうという意向がありますので、苦労はしているが何とかクリアしているのではないかと考えています。

また、農産品と水産品の増減の意向についてですが、農産品は調味料や日本酒で新たに増やしたいという回答が多かったです。水産品で減らしたいとの回答があったところは、熟成塩蔵さけであり、鮭の漁獲不振が影響していることによるかもしれません。

(清水委員長)

それでは、資料4の主な論点である制度、認証品目、認証基準について、委員の皆様からご意見をお伺いしたいと思います。

(石川委員)

現行制度は妥当かということですが、妥当だと思いますし、今の状況を維持した方がよいと思います。地域ブランドと同一であれば、地域ブランドとの差が無くなってしまいます。地域ブランドとの差別化という点からも、あくまでもレベルが高い現行制度を維持した方がよいと思います。

認証品目に関しては、今は業界団体などからの要望で検討を行っていますが、北海道の人はわりとおとなしい方が多く要望が出てこないのではないのでしょうか。逆に、こちら主導で北海道らしいものを見つけて、検討を行っていく方がよいのではないかと思います。

認証基準に関しては、乳製品の場合で、原料乳が自分のところで生産したものでなければダメというような意見については、自分の農場のミルクはレベルが高いということと、近隣の農家から集めたミルクだからレベルが高くなれないということとは議論としてはリンクしないと思います。原料乳は道産であることが大前提ですが、どこから来ているのかわかるのであれば、自社農場製のミルクにこだわらなくてもよいと思います。

官能検査についてですが、私も官能検査の委員を務めています。主観が入りやすく客観的な基準が必要との意見については、官能検査は人が美味しい、美味しくないと感じるもので、客観性が見え難いと思います。ただ、現在関わっている官能検査の場合は、自分の好みとは別に製品の完成度というものを客観的に見ることが出来る人が委員をやっています。自信を持って言えることです。もっと客観性を高めたいのであれば、検査員を増やせばよいのかということにもなるのではと思います。

(清水委員長)

今のところは、客観性のある官能検査が行われているのではないかとのことですね。また、認証制度を運営する側がこういう品目を増やそうという提案をしてはという意見もありました。業界等との情報のキャッチボールをすることも重要かと思えます。

(樋元委員)

おおむね石川委員の意見に賛成です。やはり、待っていてもなかなか認証数が増えないと思います。

アンケートについてお聞きしたいのですが、品目数についてはわかりましたが、事業者数は増減しているのでしょうか。一度認証を取得した事業者ですと、2品目、3品目も取りやすいと思うのですが、そのあたりはどうなのでしょう。

(忠津主幹)

事業者数は、2年前に比べると3社ほど減っています。減っているところは水産関係、ハム関係です。また、直近では平成21年度に魚醤油の認証基準を作成しましたが、その時には、既に認証事業者になっている4社が認証を取得しています。既存の認証品目で新たに事業者が変わるということは、今のところほとんど無い状況です。

(大西委員)

石川委員の意見はもっともなことと思います。また、官能検査は難しいとも考えています。認証品はもともと道産にこだわっていて、価格が高くなるのは当たり前で、その中でどうしたら買ってもらえるかということになりますが、消費者は、食べてみて美味しいかどうか、安心して食べられるかという判断で購入しているので、その意味からも官能検査は重要だと思います。人により味覚は違っており、自分が食べて美味しいと思ったものでなければ購入しないし、その中で何か自分のこだわったものでなければ、継続して購入してもらえないと思います。

(清水委員長)

以前、官能検査である商品が不合格になったことがあります。その時には委員全員の一致した意見でしたので間違いはなかったのではないかと考えていますが、そのことを含めた意見であったかもしれませんね。

(勝浦委員)

現行制度も10年経過したので、この制度を信じて来た人に応えるべきだと思います。増やすという考えではなく、今の商品をPRし、いかに消費者に喜んでもらえるかということに力を入れる時期ではないかと思えます。そのためにも今の制度の継続は必要だと思います。

(浜舘委員)

この制度は差別化を図っているので、今までどおりでよいと思います。今の認証品目はギフト的なものが多いので、なかなか道民が食べられないものが多いと思います。道民に愛される「きらりっぷ」であった方がよいと思いますので、制度を維持しながらも、北海道らしいもので、ハレの日でも私たちが買えるような手頃な商品があればよいと思います。

また、官能検査については、コープさっぽろも官能検査には参加していますが、一つの団体などで実施すると同じような意見になってしまいますので、生産者や消費者など様々な立場の人が集まっての検査であればよいと思います。

(清水委員長)

続きまして認証の更新につきまして、何かご意見はありませんか。自動更新のような意見も出ていますが、そのようなことも含めて何かご意見はありませんか。

(石川委員)

自動更新とはどういうことでしょうか。更新の検査もまったくしないで、そのまま継続するということでしょうか。どういうことをイメージした自動更新なのでしょう。

(忠津主幹)

詳細はよくわかりませんが、この事業者は、認証品を特定のところに納品しています。一般の方に幅広く販売するのではなく、特定のルートのみでの流通のため、手続きが煩わしいと思つての意見ではないかと思われます。

(清水委員長)

この制度は、一件一件細かな会社の事情に対応する制度ではないので、色々考えたが自動更新は本制度にはそぐわないということで対応していただければと思います。

その他に、更新手数料の負担が大きいという意見があります。品目も増えると負担も大きくなりますが、事務局ではこのことについてどのように考えていますか。

(忠津主幹)

手数料の額については、実際の審査や官能検査などの手続きにどの程度の費用が必要かということをお案して決められたものであると思います。その意味では、認証機関の方々がおられますので、実態としてどのように考えておられるのか、事務局よりも認証機関へお伺いの方がよろしいのではないかと思います。

(清水委員長)

それでは、認証機関の方々にお聞きすることといたします。

(温井オブザーバー)

手数料についてですが、当初、手数料を定めるにあたっては、当制度の全ての運営経費を担保する場合には、人件費も含め15万円ぐらい必要という記録がありますが、それでは実際には難しいということで、7万円という金額になったようです。現状としましては、1回の官能検査でたくさんの認証品を扱うことができれば、会場費も1回で済みますし、検査員の方々に来ていただくのも1回で済むのでコストダウンも可能となりますが、実際は少数の商品を数回に分けて開催するので、どうしてもホテル等で実施しなければいけないような商品につきましては、認証機関の負担になっているというのが現状です。

私どもの取り扱っている認証品の中では、麺類、アイスクリームはホテルを使用していますが、日本酒、ハム類や日配品などのそれ以外の商品は事務所の会議室を使用しているので会場費用もかからず、何とかペイしているというところではあります。

今回の意見は事業者から見て負担が大きいということですが、事業者はほとんどが1社で1品です。認証品に関しては、同じ原料を使用した同じ様な製品もありますし、手間もあまり変わりませんので増やすことは可能な場合もありますが、費用負担等が増えることになるため、認証品を増やせないということも何度か耳にしています。そのようなことを考えた場合、手数料の額については、議論の余地はあるかとは思いますが、実際には認証機関の業務規程の中で料金を定めそれが道に認められれば良いので、認証機関として検討をしたいと考えています。

また、更新時期につきましては、年2回と定めていますが、認証機関は本来業務との兼ね合いもあり、比較的隙間のある時期に決めた経緯があります。このため、ご要望等によっては変更は可能かと思えます。

(川村オブザーバー)

水産関係は数品目の認証品を持っている事業者が多いので、複数の商品を同時に更新すると更新料が安くなりますというような働きかけをして、負担を減らすようにしています。

また、官能検査につきましても、鮭の山漬は13品あり、しょっぱいので大変ですが、会場費の関係もあるのでかなり集約して2回で実施しています。会場も、普段、当社が別の業務で使用している会場を割安でお願いしています。更新にあたっては、専従の職員がいないので人件費も見えていない状況です。それでも費用はプラスにはなっていませんので、更新料については下げることは可能ですが、赤字となった場合、当組織は、現在は一般社団法人なので、経理的にも問題になる可能性もあります。

また、更新時期につきましては、水産関係は製造時期が限られるので、現状どおりで問題ないと思えますし、これ以上増やしてほしいという要望も出てこないと思えます。

(竹本オブザーバー)

ナチュラルチーズの官能検査につきましては、会議室で実施していますが、現地の審査につきましても、私が年に1回現場に行き確認行為をしますので、旅費はかかっています。当組織は公益社団法人ですので、多少は手数料の料金を下げてマイナスになったとしても、大丈夫ではないかと思えます。なお、更新時期につきましては、新規申請などの特別なことがない限りは、5月の1回でお願いしています。

(清水委員長)

各認証機関はそのような状況であり、今後、更新手数料等については、認証機関との話し合いを深めていただき、引き続き検討をお願いいたします。

(清水委員長)

続きまして、制度の普及啓発をどのように進めるかということにつきまして、ご意見をお伺いしたいと思います。これは、食品によりやり方も違ってくる可能性もありますし、普及啓発は極めて難しいところもありますが、何かご意見はありませんか。

(浜舘委員)

周知には繰り返しが必要だと思います。道外を目指すよりも、みんなが食べていないと口コミでも広まっていけないと思いますので、道内の消費者や若い人に食べてもらう方がこれから広まるのではないかと思います。

(清水委員長)

若い消費者の方々が多く含まれているような消費者協会のアンケート結果というのは、今回は特にならないのですか。

(忠津主幹)

消費者協会には、ある程度年齢の高い方々が入っているのではないかと思います。ただ、アンケートを実施して思うことは、今まではどちらかというと消費者は皆同じ消費者と考えていましたが、消費者の中には消費者協会会員のように食にこだわっている人もいますし、食のイベントに関心を持っている人もいますし、特に関心があるわけではなくPR資材を受け取るだけという人もいますので、もう少し対象の消費者を分けて考える必要があるのではないのかと考えています。特に、そういう意味では、今までは、食にこだわっている人へのアプローチは実

施しておらず、こだわりの消費者へどのようなPR活動ができるのかということについて悩んでいるところですので、何かご意見があればお伺いしたいと思います。

(勝浦委員)

北海道が保証する商品に関心を持っているお客様は、商店やシニア層になると思います。今後は、益々シニア層が増えてくると思いますし、プライスを目的にするお店とそうでない店とを使い分けていますので、北海道は安全食品を買うシニア層をターゲットにした商品を目指すべきではないかと思います。シニア層は、少し高くても少量で自分の好みに合った商品しか購入しませんので、その場合は作り手の努力になると思います。また、そのような商品について反応が早く関心度も高いのはやはり首都圏になりますので、そちらから発信してもらうのが効果的かと思います。

(大西委員)

現在の認証品は、一律の位置づけではないと思いますので、ギフトと日配品、それぞれ売り方についてもターゲットを絞って色分けして実施した方がよいのではないかと思います。

(清水委員長)

道のPRとしては、そのような分け方により実施してきているのでしょうか。これまでも首都圏や道内で取り組んできていますが、PRの取組状況についてはいかがですか。

(忠津主幹)

道内では、オータムフェストや愛食フェアでの試食提供の実施、あるいは各種商談会の場でPRを実施してきています。首都圏でのPRについては、JR東日本やJCBとの包括連携協定等を利用した制度紹介などを実施していますが、あらかじめどのような人を対象にPRを実施しようということではなく、その時その時に可能な手段をうまく活用してきたというのが実態です。

今回の消費者協会のアンケートでも、認知度は高いものの、認証品の購入割合は1/3程度との結果です。これはどこで売っているのかわからない、もしくは地域で売っていないなどの理由によるものなので、認証品の種類や販売店の情報などを本当に必要な人に対して提供していなかったのではないかと思います。今後は、的確な情報提供により少しでも購入につながり、それにより制度や認証品の普及の輪が広がっていくようなことを目標にして、その中でどのようなことができるのかということを検討したいと考えています。

(清水委員長)

資料では料理教室等の活用というのがありますが、「きらりっぴ」の中では調味料があてはまるのではという気がします。魚醤油のように食品加工研究センターが火をつけて指導しているものもあります。会議の初めにも認証品目の検討を主導的に実施してはどうかとの意見もありましたので、食品加工研究センターの中で新しいタマのようなものがあるかどうかお聞きしたいのですが。

(榎オブザーバー)

乳酸菌の発酵食品やジュース関係などについてはどうでしょうか。また、特徴のあるヨーグルト系などは良いのではないかと思います。

(清水委員長)

榎オブザーバーには、次回の会議の中で資料をお持ちいただき、新しいタマになるようなものを説明していただければと思いますので、よろしくをお願いします。

続きまして、販売支援を今後どのように進めるかということに関しまして、何かご意見はありませんか。

(勝浦委員)

事業者が直接販売等のできる場所として、北海道どさんこプラザなどがありますが、事業者は作ることが専門の方なので、販売場所にはいても販売はあまり得意ではありません。このため、サブとして「きらりっぴい応援隊」のような販売のプロが専任でいるとよいと思います。売り方にもコツがあるので、販売のプロがサポートして試食なども実施すると売上げも圧倒的に違い、倍以上の金額になります。

(清水委員長)

当事業では、販売のプロの賃金を支払いできるような制度というものは、組み込んでいませんよね。

(忠津主幹)

現在、そのような制度はありません。強いていえば、今回、オータムフェストでのPR活動を業者に委託していますが、今回の事業では2人の臨時職員を3カ月間雇用し、「きらりっぴい」ブースに来た人にPRを行う予定です。しかし、この事業につきましても来年はどうなるかわかりませんし、継続して「きらりっぴい」専任の人を雇用するというようなことは難しいと思います。

(清水委員長)

しかし、今回の事業は継続して3カ月間雇用するというので、PRにはよいことではないかと思います。

(勝浦委員)

ギフトの前の時期でのPRは、効果的だと思います。

(石川委員)

「きらりっぴい」専任の販売員がいれば、今週は水産ギフトの販売、来週は別の「きらりっぴい」商品の販売などといった、「きらりっぴい」月間などが可能となります。また、きたキッチンの前などは人も多いので販売も期待できますし、生産者が思いを伝えて、販売のプロが「きらりっぴい」のPRができるようになることよいと思いますし、長期的に雇用できることが好ましいと思います。

(勝浦委員)

そのような場所は、札幌では、きたキッチンのほかに、北海道どさんこプラザやハグマートなどもありますので、利用するとよいと思います。

(浜舘委員)

PRにあたっては、「きらりっぴい」をきちんと説明できるような人でなければ次につながらないと思いますし、販売にあたっては、「きらりっぴい」商品ごとに継続して販売することが効果的だと思います。

(清水委員長)

樋元委員には、これまでの全般を通じて何か意見がありませんか。

(樋元委員)

認証品はギフト品から日配品まで様々な種類があり、それぞれに戦略も変わって来ると思います。ギフト的なものや量販店での販売をメインにした商品とを分けて、それぞれに戦略を立てて対応する必要があると思います。例えば、鮭の山漬は、1本のままではなかなか手が出ません。つくる側の売り方への工夫が必要だと思います。

(清水委員長)

消費者サイドに立った商品の作り方が必要ということですね。原料提供者側からの意見として何かありませんか。

(大西委員)

当制度は北海道産の原材料にこだわった制度なので、道産食品登録制度とともにうまく育てていけばよいのではと思っています。

この制度も、ある場面では非常に評価されているということ、以前、本州の商談会で感じたことがあります。商談会の名称は忘れましたが、会場のセミナーブースで千葉大学の教授が地域ブランドの振興に関するセミナーを行っており、その際に良い参考例として「きらりっぷ」制度を説明していたことがありました。知られているところでは、きちんと評価されていると感じました。

(清水委員長)

どうもありがとうございました。最後に全体を通して何かご意見等がございませんか。

今日は委員の皆さんのご意見を十分お伺いしましたので、第2回目の委員会では、今日の意見が反映できるようなシステムなどについて期待したいと思います。

以上をもちまして審議を終わります。

(忠津主幹)

清水委員長、議事進行、誠にありがとうございました。また、委員の皆様におかれましても、ご意見、ご提言をいただき、どうもありがとうございました。本日いただきました皆様からのご意見等を踏まえ、本制度の今後の取組方向を整理させていただきたいと考えています。また、今後、一般道民へのアンケート調査、さっぽろオータムフェストの「きらりっぷ」ブースへの来場者への面接調査を取りまとめた上で、10月頃に第2回の委員会を開催したいと考えていますので、どうぞよろしくお願いいたします。本日は、大変ご苦労様でした。