

## 道産食品独自認証制度（きらりっぷ）の現状について

## 1 制度の趣旨等

- 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、道産食品に対する消費者の信頼確保と北海道ブランドの向上を図る目的で、平成16年度から実施。
- 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。

## 2 きらりっぷの認証状況

- これまで21品目について認証基準を設定しており、認証機関がこの基準の適合状況について審査の上認証。【平成24年8月末現在の認証数は16品目で62品】

図表 1 認証基準の作成品目

H 1 6	H 1 7	H 1 8	H 1 9	H 2 0	H 2 1
<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本酒</li> <li>・ハム類</li> <li>・ベーコン類</li> <li>☆ソーセージ類</li> <li>・ナチュラルチーズ</li> <li>・熟成塩蔵さけ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・そば</li> <li>・みそ</li> <li>・ワイン</li> <li>・アイスクリーム</li> <li>・いくら</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・納豆</li> <li>☆豆腐</li> <li>☆しょうちゅう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・しょうゆ</li> <li>・醤油いくら</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生中華麺</li> <li>・熟成塩蔵からふとます</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ビール</li> <li>☆非加熱食肉製品</li> <li>・魚醤油</li> </ul>

図表 2 品目別認証数の推移（A：事業者数 B：認証数）

		H 1 6	H 1 7	H 1 8	H 1 9	H 2 0	H 2 1	H 2 2	H 2 3	H24.8
日 本 酒	A	0	4	5	5	4	4	4	4	4
	B	0	6	7	5	5	6	6	6	4
ハ ム 類	A	6	7	8	8	6	7	6	2	2
	B	12	14	16	16	11	11	8	5	5
ベーコン類	A	0	4	5	5	4	4	3	1	1
	B	0	4	6	6	5	5	3	1	1
ソーセージ類	A	0	2	4	4	3	2	0	0	0
	B	0	2	6	6	5	4	0	0	0
ナチュラルチーズ	A	0	2	3	3	3	3	3	3	3
	B	0	3	6	6	6	6	6	6	6
熟成塩蔵さけ	A	0	13	16	16	14	15	14	13	13
	B	0	13	17	17	15	16	15	13	13
そ ば	A		0	1	2	2	2	1	1	1
	B		0	1	2	2	2	1	2	2
み そ	A		0	2	2	2	2	2	2	2
	B		0	2	2	2	2	2	2	2
ワ イ ン	A		0	1	1	1	1	1	1	1
	B		0	1	2	2	2	2	1	1
アイスクリーム	A		0	1	1	1	1	1	1	1
	B		0	5	5	5	5	5	5	5
い くら	A		0	7	7	6	7	7	7	7
	B		0	7	7	6	7	7	7	7
納 豆	A			0	1	1	1	1	1	1
	B			0	1	1	1	1	1	1
しょうゆ	A				0	1	2	2	2	2
	B				0	1	3	3	3	3
醤油いくら	A				0	2	2	2	2	2
	B				0	2	2	2	2	2
生中華麺	A					0	1	1	1	1
	B					0	1	1	1	1
熟成塩蔵からふとます	A					0	2	2	2	2
	B					0	2	2	2	2
魚 醤 油	A						0	4	4	4
	B						0	7	7	7

### 3 きらりっぷ®制度の現状等

#### (1) 認証基準

- ・ 認証品を製造・販売する事業者が苦勞している点として、基準を満たす品質の維持、安定した原材料の確保、HACCP取得の難しさなどの意見。

**図表3** 事業者が苦勞している点 (24社が回答)

品質の安定的維持	12社
安定的原材料の確保	8社
HACCPの取得	8社

#### (2) 認証数の伸び悩み

- ・ 認証商品数は、平成19年度、21年度の75商品をピークに伸び悩んでおり、近年はハム・ベーコン・ソーセージ類の生産・販売方針の見直しなどにより、認証制度から登録制度への移行が増加。

**図表4** 認証数の推移 (単位：件)

	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
認証数	12	42	74	75	68	75	71	64

#### (3) 低い知名度

- ・ 道民意識調査においては、平成21年度のきらりっぷ®制度認知度は4.9%と低く、19年度調査における認知度13.3%よりも低下。
- ・ 札幌消費者協会会員に対する調査においては、認証マークの認知度は徐々に上昇し、平成23年度は80%。

**図表5** 認知度の推移 (単位：%)

	H19	H20	H21	H22	H23
道民意識調査	13.3		4.9		
札幌消費者協会	37.5	52.1	56.8	58.8	80.2

- ・ 認証商品の製造事業者からは、消費者や流通・販売業者へのPR強化など商品販売面の支援策を求める意見。

**図表6** 認知度向上に向けた取組 (16社が回答)

消費者へのPR	9社
商談会、イベントでのPR	3社
商品の魅力アップ	2社

#### (4) 認証品の販売状況

- ・ 認証商品の販売状況を認証マークの使用枚数で見ると、平成23年度には約165万枚(1品当たり2.5万枚)となり、過去最高を記録。

**図表7** 認証マーク使用枚数の推移 (単位：枚)

	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
使用枚数	16,614	339,626	839,415	1,331,440	1,546,883	1,399,219	1,196,286	1,652,909
平均	1,384	8,086	11,343	17,752	22,748	18,656	16,849	25,826

## 平成24年度の主な取組について

平成24年度は、きらりっぷ制度の現状・課題や事業者の意向等を踏まえ、本制度の一層の普及推進に向けて、認証基準の維持、認証数の拡大、認証制度の普及拡大や認証品の販売支援などの取組を重点的に実施する。

## 認証基準の維持

- 認証事業者、認証機関等との意見交換会の継続実施
- 認証基準の高い品質維持や衛生管理などの課題解決に向け、「アドバイザー」派遣制度の検討

## 認証数の拡大

- 既存の認証品目のうち、北海道の優位性の高い品目についての認証取得支援マニュアルの作成及び製造事業者への働きかけ  
【対象品目】 日本酒、ナチュラルチーズ、魚醤油など
- エゾシカ肉加工品について認証の可能性について検討

## 認証制度の普及拡大

- 「道産食品プロモーション事業」の実施（委託事業）
  - ・ PR資材の作成  
「道産食品独自認証制度オフィシャルブック2013」の作成
  - ・ プロモーション活動の実施
    - ・ 札幌駅前通地下広場  
8月4、5日及び11、12日に、きらりっぷ認証品の展示によるPRを実施
    - ・ さっぽろオータムフェスト  
9月14日～30日に、大通り公園8丁目会場に設置する「食の王国！北海道」ブースにおいて、きらりっぷ認証品の展示等によるPR、試食・販売を実施
- イベント等におけるPRの実施
  - ・ 包括連携協定を締結した企業等のイベントで、認証制度及び認証品のPRを実施

## 認証品の販売支援

- 贈答品としての商品活用に向けた取組
  - ・ 道内百貨店のギフトカタログへの「きらりっぷ特集」の継続掲載
  - ・ 道内量販店のギフトカタログへの「きらりっぷ特集」の継続掲載（包括連携協定事業）
  - ・ 北海道倶楽部など首都圏の北海道応援団に対する活用の働きかけ

○ きらりっぷ販売コーナーの設置

- ・首都圏の飲食店チェーン店の「きらりっぷフェア」において、認証品の提供及び販売の継続実施（タイアップ事業）
- ・道内量販店の催事等において、認証品販売の実施（包括連携協定事業）
- ・道外ホテルの北海道物産展において、認証品販売の実施（タイアップ事業）



○ 飲食店での商品活用に向けた取組

- ・道が推進する「愛食運動」と連携して、道内の「北のめぐみ愛食レストラン」(337店)、「北海道愛食大使」(234店)に対する周知の継続実施

○ 観光分野での商品活用に向けた取組

- ・首都圏を中心とする駅内コンビニ等での北海道観光キャンペーンにおいて、パンフレット等での制度PR及び懸賞賞品への認証品の採用（タイアップ事業）
- ・首都圏等全国各地からの北海道旅行商品において、認証品製造工場の見学も組み込んだモデルコースの設定及び参加者への認証品プレゼントの実施（タイアップ事業）

○ 認証事業者等に対する情報発信

- ・首都圏等の北海道アンテナショップにおけるテスト販売制度等の周知
- ・国内外における商談会、物産展等の日程等の情報提供

○ きらりっぷ情報の発信

- ・きらりっぷ制度や上記の様々な取組について、道のホームページやメールマガジンなどにより消費者や認証事業者等に周知

## 「きらりっぷ」戦略品目の支援強化について

## 基本的考え方

「道産食品独自認証制度」の普及拡大を図るためには、認証数を増やすことが効果的な方法の一つであることから、既存認証品目のうち、北海道の優位性が高い食品から「戦略品目」を選定し、認証機関や関係団体等と連携して認証取得への支援を進め、認証数の拡大を図る。

## 戦略品目の選定

既存認証品目のうち、生産・加工量が多いなど本道の優位性が高く、関係団体等との連携により認証品数の増加が期待される食品を選定する。

## ① 日本酒

米の生産量が我が国でも有数の本道では、酒造米も多く生産されており、13の酒蔵で道産米による日本酒を製造しているとともに、北海道酒造組合が道や農業団体と連携して「酒チェーン運動」を実施している。

## ② ナチュラルチーズ

国内のナチュラルチーズ生産量の92%を占めており、60以上の中小工房で製造されているナチュラルチーズはそれぞれ特徴を持っており、また、地域ブランドでの取組も進められている。

## ③ 魚醤油

生産量が全国一の魚醤油は、道内20か所以上の工場で多種類の魚介類を原料として製造されており、北海道魚醤油生産組合が道内外でのPRを実施している。

## 今後の進め方

- 「戦略品目」関連団体・組合等との連携推進
- 認証取得支援マニュアル等による製造事業者に対する働きかけ
- 認証基準クリアに向けた「アドバイザー」派遣指導制度の検討
- 認証基準に関する資料作成等の事前指導の検討