

第3回熊本県産アサリブランド再生協議会(議事録)

1 日時

令和4年(2022年)3月25日(金) 15:00~16:15

2 場所

ホテル熊本テルサ テルサホール

3 出席者

(委員) ※五十音順

熊本県鮮魚販売組合連合会 会長 岩崎 英敏

大海水産株式会社 鮮魚取締役部長 上野 信浩

特定非営利活動法人熊本消費者協会 上間 哲

株式会社鶴屋百貨店 理事(食料品部部长) 佐村 栄治

熊本大学くまもと水循環・減災研究教育センター 教授 逸見 泰久

熊本県漁業協同組合連合会 業務部長 舩元 恵

渡辺綜合法律事務所 弁護士 渡辺 絵美

(オブザーバー)

農林水産省九州農政局 米穀流通・食品表示監視課 課長 浦橋 正嘉

熊本市文化市民局 市民生活部 生活安全課 課長 高取 直樹

農水局 水産振興センター 所長 東郷 雅

(熊本県)

蒲島 郁夫 知事、木村 敬 副知事、小牧 裕明 知事公室長

農林水産部

竹内 信義 部長、阪本 清貴 政策審議監、山田 雅章 水産局長

県庁関係各課 ※事務局：水産振興課

4 内容

(司会)

定刻になりましたので、第3回熊本県産アサリブランド再生協議会を開催します。本日の司会を務めます、熊本県水産研究センターの清田と申します。よろしくお願いたします。初めに、開会にあたり蒲島知事から御挨拶を申し上げます。

(蒲島知事)

皆さんこんにちは。委員の皆様におかれましては、御多忙の中、「第3回熊本県産アサリブランド再生協議会」に御出席くださり、誠にありがとうございます。

また、今回の産地偽装問題への対応の3原則、第一に「産地偽装アサリの一掃」、第二に「徹底的な調査・取締り」、第三に「純粋な県産アサリの流通戦略」に沿って全面的に御協力をいただいていることに、重ねて感謝申し上げます。

先日、農林水産省が、2月に全国の広域小売店で実施した、アサリの産地表示の現状確認調査結果を発表しました。「熊本県産」と表示されたアサリの販売は確認されなかった一方、「中国産」と表示されたアサリの割合が全体の7割に達したということでした。

県産活きアサリの緊急出荷停止という「荒療治」により、産地偽装アサリが市場から一掃されたものと受け止めています。

御協力をいただいている漁業者をはじめ関係者の皆様に感謝を申し上げます。

また、消費者庁から、いわゆる「長いところルール」の適用の厳格化として、偽装の温床となっている「蓄養」を除外することなどが示されました。引き続き、偽装表示を許さない食品表示ルールとなるよう、更なる厳格化を国に求めています。

このように、産地偽装の根絶に向けて、一步ずつ着実に前進しています。

そして、本日は、前回の会議で頂戴した御意見を踏まえた「熊本モデル」の流通・販売の仕組みや、ブランド力向上の取組みについて、御説明させていただきます。

来月の「熊本生まれ熊本育ちの純粋な県産アサリ」の出荷再開に向け、時間的緊迫性をもって、全力で取り組んでいます。

本日も委員の皆様には、忌憚のない御意見をいただきますよう、よろしくお願いいたします。

(司会)

本日の協議会は、委員7名全員の御出席をいただいておりますので、協議会規約第6条第1項に定める会議開催要件である過半数の出席を満たしていることを御報告申し上げます。それでは、2、議事に入ります。会長、よろしくお願いいたします。

(逸見会長)

はい。それではよろしくお願いいたします。第3回協議会になります。早速ですが、2、議題に入りたいと思います。議題①から②(イ)について、事務局から説明をお願いします。

(事務局)

本日の事務局を務めております水産振興課的那須と申します。着座にて失礼いたします。それでは、お手元に配付しております、第3回熊本県産アサリブランド再生協議会の資料に基づき、御説明いたします。表紙の写真は、川口漁協から提供いただいたものですが、本県でアサリが6万トン以上漁獲されていた昭和53年に撮影されました緑川河口域の船着場で、アサリの選別を行っている写真です。船に乗っている砂利のように見えるものはすべてアサリで、当時はこのような作業を1日2回行っていたということを知っております。次のページを

お願いいたします。

本日は4つの項目について御説明いたします。初めに、第2回協議会の振り返りとして、各委員の皆様からいただきました御意見について、御説明させていただきます。2番目に、協議事項として、いただいた御意見に対するお答え、熊本モデル販売協力店の認証、ブランド力向上の取組みについての方針をお諮りしたいと思います。3番目の報告事項としまして、モデル販売協力店との協定の進捗状況、アサリ産地表示適正化のための対策として、3月18日に消費者庁及び農林水産省が公表しました、アサリに係る長いところルールの運用の見直しについて御報告いたします。そして最後に、今後のスケジュールについて御説明を行います。次のページをお願いいたします。

まずは、前回、第2回協議会の振り返りとして、委員の皆様からいただきました主な御意見を御紹介いたします。1番目としまして、「共販外の流通への熊本モデルの対応はどのようにするのか」という御意見をいただいております。2番目としまして、販売協力店に関する二つの御質問をいただきました。具体的には、「バックヤードを持たない店舗はどこで小分けができるのか。」「外国産など、一緒に販売する販売店での混入対策はどうか」との御質問です。3番目として、ブランド力向上に関する二つの御質問をいただきました。具体的には、「販売促進フェアの具体的な内容はどうか。」「地域団体商標などを活用したブランド化の取組みはどうか」という御質問をいただいております。次のページをお願いいたします。

ここでは、熊本モデルにおける共販以外の流通への対応について御説明いたします。共販以外の多様な流通体系に対応するため、表の赤字の部分について変更しました。まず第1ステージですが、産地証明書は、共販による流通では、「県漁連、漁協の連名で発行されますが、共販以外では、漁協、生産者の連名で発行することとします。2番目、販売協力店の対象は、共販では販売店を認証しますが、共販以外では、直接販売、EC販売を行う場合は、漁業者を販売協力店として認証することといたします。3番目、砂抜き・選別の管理は、共販では県漁連と県で監視を行いますが、共販以外では、漁協が監理し、県に報告を行います。4番目、流通規格の統一作業につきましては、共販では県漁連が認定しました認定工場で行いますが、共販以外では、漁協及び漁業者で行います。最後に、ネット詰め確認場所は、共販では県漁連認定工場ですが、共販以外では漁協ということになります。第2ステージでは、第1ステージの内容に加え、QRコードの発行手続きについては、共販では漁協が集荷データを入力して発行するのに対し、共販以外では、漁協が漁業者個人の出荷状況を入力することになります。次のページをお願いいたします。

こちらは、現状での共販以外の流通の流れを示した図になります。大きく分け

て五つの流通形態がございます。一つ目が、浜売りと呼ばれる相対取引。二つ目が、市場出荷・セリ。三つ目が、道の駅などの直売所での委託販売。四つ目が、漁業者自らが直接消費者に販売する直接販売。五つ目が、漁業者によるインターネットを活用した EC 販売です。このように、一概に共販外流通といっても、多種多様な流通形態が存在しています。次のページをお願いいたします。

こちらが、3 ページで御説明しました変更点を共販以外の流通に対応させた熊本モデルの図になります。共販以外の流通で一番重要なポイントは、どの流通方法でも漁協が、漁業者個人をしっかりと監理して行う点です。漁協は、流通規格の統一に用いる資材の提供を行う他、その荷姿の監視を行います。また、漁業者から販売量の報告を受け、県漁連に報告を行います。もう一つのポイントとして、表の③から⑤にあたる、直売所などの委託販売、消費者への個人販売、EC 等で通信販売を行う漁業者については、漁業者を販売店として位置付け、販売協力店としての認証を行います。そうすることで、漁業者に販売協力店としての責任が発生するとともに、第 1 ステージでは、漁協名と漁業者名を併記した産地証明書を発行することといたします。なお、第 2 ステージでは、漁業者の QR コード発行手続きを各漁協が代行し、産地証明データベースを活用して、アサリを流通させていくこととなります。次のページをお願いいたします。

こちらでは、バックヤードを持たない店舗はどこで小分けを行うか、への対応になります。熊本モデルでは、熊本県産アサリは統一された荷姿で、販売協力店まで流通しますが、販売協力店として認証を受けることで、消費者のニーズに対応した小分けパックなどにして販売することが可能となります。ところが、販売店によってはバックヤードを持たず、パック業者などが小分け作業を行ったりする販売店もあるとお聞きしています。この場合、小分け作業を行う場所、図のオレンジの点線で囲んだパック業者等について販売協力店の関連・系列会社や販売協力店が委託等を行っている場合に限定しまして、販売協力店の応募を行う際に明示することで、販売協力店の一部として認証することで対応したいと考えております。次のページをお願いいたします。

続きましては、外国産などを一緒に販売する販売店での混入対策についての対応になります。まず、販売協力店の認証要件ですが、一つ目としまして、熊本モデルに参加し、産地証明書を店頭に掲示すること。二つ目としまして、熊本県産アサリが認定工場から出荷されて販売協力店に届くまでの一連の調達ルートを事前に登録すること。三つ目として、県が行う DNA 検査に使用するアサリサンプリングに協力すること。四つ目として、熊本県産アサリの調達量と販売量について報告をすること。五つ目としまして、販売記録等の帳簿関係書類の整備保管を行うこととしております。これらの 5 番目までの要件に加えて、さらに二つの内容を追加いたします。まず一つ目が、販売協力店については、ホーム

ページに掲載を行います。何らかの理由で認証を取り消しとなった際には、その販売店の店名とその理由をホームページ上に公表することを承諾いただきます。もう一つが、販売協力店応募の際に、販売店が行う、熊本県産アサリに別のアサリを混入させない対策を明示いただき、実際に行うこととお約束いただきます。例えば、熊本県産アサリを扱う場合は、他産地アサリを取り扱わないなどのお約束をしていただきます。このように追加した要件も含めて対策に取り組んでいただくことで、混入防止が図られると考えております。次のページをお願いいたします。

ここで委員の皆様からいただきました御意見への対応を反映した熊本モデルについて、改めて御説明いたします。第1ステージですが、1番目としまして、これまで行われていなかった入札情報や漁獲情報の公開を、県漁連のホームページで行うようにいたします。2番目、他産地のアサリが混入する危険を排除するために、県漁連の認定工場による1回限りの開封とし、同一規格の荷姿のまま販売協力店へ流通させます。3番目、これまで落札業者に出されていた産地証明書販売協力店に直接発行することで、消費者の皆様安心して購入いただける体制を作ります。その他、入口にあたる出荷量と出口の調達量の比較や各段階でのDNA検査を行うことで、産地偽装を防ぐ仕組みを構築して参ります。また、様々な認証要件に承諾いただいた上で、販売協力店を認証し、熊本県産アサリの販売促進活動などの支援を県と県漁連で行って参ります。以上が第1ステージになります。次のページをお願いいたします。

6月以降の実施を予定している第2ステージについて御説明いたします。統一された荷姿やDNA検査体制は、第一ステージ同様ですが、大きなポイントは、産地証明データベースを活用して、流通をトレースする点です。各流通段階で、QRコードから産地証明データベースにアクセスをし、情報を管理することで、最終的に販売協力店で産地証明書の発行が可能となり、熊本県産アサリの流通について漁協から販売協力店に至るまでのトレースができるようになります。消費者の皆様も、販売協力店に掲示された産地証明書から出荷情報などが安易に入手することが可能となり、より安心して、熊本県産アサリが購入できるようになります。なお、共販外の流通につきましても、先ほど御説明しましたとおり、漁業者のQRコード発行手続きを各漁協が代行して行うことで、産地証明データベースを活用した流通がトレースできるようになります。以上が第2ステージになります。ここで一旦説明を終わります。

(逸見会長)

ありがとうございました。それでは質疑応答に入りたいと思います。議題1と2(1)(2)に、ページで行くと2ページから9ページになりますが、委員の皆様から御意見、御質問を伺いたいと思います。どなたからでも構いませんので、挙

手にて御発言をお願いします。どうぞ上間委員。

(上間委員)

まず 7 ページの一番下の方なんですけども、要件の追加ということで、二つ目の販売店が行う混入させない対策の明示の例として、県産アサリを扱うときには他産地のアサリは扱わない。などということですから、それ以外の対策のイメージってというのが考えられるのか。ちょっとお聞きしたい。他産地は扱わないといったときに、確かに潤沢にですね県産が確保できれば、一番いいわけですけども。そうでない場合に、他産地、中国産であるとか、国内の他のところ、或いは長いところのルールを遵守して、養殖として、熊本産として出荷されるアサリ、こういうのは一切扱わないというところに対して、認証するということなのか。結局、そうすると、そこのお店ではアサリが確保できない。消費者が手に入らないという状況がつけられないかなということをお慮しています。

(逸見会長)

はい。事務局からお願いします。

(事務局)

事務局の方からお答えします。すいません。ここは一例として、お示ししたわけなんですけど、もちろん販売店におかれましては、同時に例えば輸入アサリも扱うという場合もあると思います。そういった場合は、例えば、それぞれ別の担当でこうするですとか、場所を変えてパック詰めを行うとか、そういったものを具体的に示していただければというふうなことを考えております。ここはいろいろ、私どもが考えているよりも、実際に、そちらでパック詰めされる方々が一番御承知の部分もあるかと思しますのでこちらは、その都度、いろいろ御意見をいただきながら対応して参りたいと思っています。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。追加の部分は、任意であって必須ではないということ。1 番から 5 番を満たせば認証される。追加に書いてある場合は例であって、任意でそれぞれの販売店で、こういうことを追加で書いてもらったらそれでありがたい。という理解でよいですかね。他にありますか。どうぞよろしく。

(岩崎委員)

すいません。今の御意見で、あくまでもモデル店が他産地を売らないでくださいという意味で。違いますか。

モデル店なのに、他産地は売らないでくださいという意味でしょうか。

(事務局)

ここは例として、記入していますので、売らないでくださいというわけではございません。

(岩崎委員)

モデル店も中国産を売っていいということですね。

(事務局)

そうです。

(岩崎委員)

それは。私の解釈が悪かったかもしれませんが。

(事務局)

そこは、こういう対策を行って、やっていただきたいということになります。

(岩崎委員)

これ、ついでに、今の自店の現況がですね、消費者がですよ。向こう一か月以上ですかね。全然消費者の方が、「アサリを販売しますか」という声がほとんどない。ほとんどないです。それとともにですね。一つ、消費者の方がちょっとなんていいですか、とらえ方がですね。あくまでも偽装が悪じゃないですか。それイコール中国産が悪という、とらえ方がちょっと消費者の方から何人の方から聞いたことがあるんです。中国産が悪い。本来は偽装が悪いんですよ。それはちょっとね、消費者の方が勘違いされているような節がありますから。今後或いは中国産が、あくまでも悪いんじゃないなくて、偽装が悪いというのを、もうちょっとよかったなら、そういう報道もしてもらわないと。今後結局、熊本産だけでは、需要が足りないと思います。いずれ中国産も売っていかないといけない時期が来ると思いますので、そこらへんですね、消費者の誤解がちょっと、若干、何か計画がありますから、中国産イコール悪いというイメージがついていますから、そこら辺もよかったら今から検討をお願いしたいと思います。よろしく願いします。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。一つはその要件の追加っていう表現がちょっとあんまりよくないんで誤解が生じたのかもしれませんが。中国産の販売に対して、事務局含めて何かありますか。

(事務局)

まさにおっしゃる通りだと思います。

(逸見会長)

よろしく願いします。はいどうぞ。

(農林水産部長)

すいません先ほど要件の追加については任意というふうにおっしゃいましたが、ここはですね、要件としては追加したいと考えています。ただ、この混入させない対策につきまして、ここは販売店の方から御提案をいただくということで、やっていきたいというふうに考えております。極力、熊本産に、他のものが混ざらない対策をとっていただく、それを販売店の方で考えていただけれ

ばと、それは実情に応じた形で御検討いただければということで記載させていただきたいと思います。

(逸見会長)

はい、わかりました。ただ今問題になった他産地のアサリを使わないと、アサリが売れないという漁獲量なんでということとは間違いないと思いますので、できるだけそういう追加をして欲しいという要望だと考えればいいのかなど。よろしいですか。ほかにありますか。どうぞ。上野委員よろしくお願ひします。

(上野委員)

第2ステージからの件ですが、熊本モデルの仕組みとしては、理解もできますし、本当この通りだと思っております。ただ、いろいろな流通がある中においてですね、例えばその市場においては、分化や仲卸等を含めた多段階流通を考えた場合、朝の限られた時間の中において、どうやって運用していくのか、非常に不安といいますか。懸念が残るところがあります。もう少し、時間的にも効率化を図るような仕組みができないものかなと思っております。それともう一つ、共販外の個人出荷の漁業者は、各漁協で現物確認のQRコードを発行してもらおうということですが、年配の漁業者の方が多と思うんですね。そういう中において、きちっとこういうことができるのか、またそういう説明があっているのか。その辺はどうなのかなと思っております。もし、このQRコードがついてないアサリが市場に出回ってきた場合、熊本県産としては、もちろん本来販売できないのだと思うんですけどそのあたりはどうなのかなと思っております。

(逸見会長)

じゃ、事務局。特に第2ステージ以降だと思っております。

(事務局)

1番目の、朝の限られた市場流通の限られた時間の中でという点につきましてはですね、私どももめいっぱい、考えていきたいと思っております。確かに限られた時間という中で、いかに効率よくやるかっていうのはですね、第1ステージの中でいろいろ検証しながら、またそれを第2ステージの方に反映させていく。いう形で行えればと思っております。あと共販外につきましてはの対応なんですけれども、おっしゃる通り、非常に御年配の方が多い漁協もございます。そういった漁協につきましても、私どもとしましては一生懸命御説明をしながら、可能な限りこの熊本モデルに御参加いただけるよう、努力をして参りたいと思っております。以上になります。

(逸見会長)

はい。よろしいですか。やってみないとわからない部分がありそうですけれども。

(上野委員)

いや、もし、仮に、ですね。QR コードがついてないアサリが出てきたらどう対処するのでしょうか。

(逸見会長)

どうぞ。QR コードがついてなくて、例えば熊本県産で売っていた場合には問題ではないか。

(事務局)

これもどこまで、私どももこのモデルに御参加できるのかというのが鍵になってくるかと思えます。これも運用していかないと、どういう形で出てくるかわからないんですが、仮にそういう方が、そういう場合が出てきた場合には、私どもとしてそちらの方々にきちんと御説明をして、可能な限りモデルに参加していただけるよう、努力を続けていきたいと思えます。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。とりあえず第1ステージで試行錯誤しながら、他にありますか。どうぞ。

(渡辺委員)

最初に、先ほどの要件のところのもう一度確認なんですけれども。何か追加要件のところ任意なのか、いや追加だ、とおっしゃったと思うんですけども。最終的に結論として5個あって、あと2つ今日出てきた要件の追加、6個目7個目、7個の要件があって、販売店が行う混入させない対策というのがあって、その中身はそれぞれで考えてくださってことで、あくまで例示としては、他産地のアサリは扱わないで下さいとしていて、そこは別にそこまで明示することを求めているんじゃないけれども、こことしてはこういうふう混入させない対策をしていますってことを明示してください、これは要件ですよという理解で間違いはないでしょうか。

(農林水産部長)

委員のおっしゃるとおりです。

(逸見会長)

よろしいですか。

(渡辺委員)

はい。それから、第1ステージにしても第2ステージにしても、DNA 検査というものが出てきますが、これはどのぐらいの件数する予定があるのか、ということと、方法としてどうやってやるのか、例えばですけど、販売協力店の認証の中で、DNA 検査用サンプリングに協力というのがありますが、出してくださいと言って出てきたものを検査するのだと、あまり実効性がない気がするので、そのあたりどういうふうにお考えなのか、お聞かせください。

(逸見会長)

どうぞ。

(農林水産部長)

検査の方法につきましては、FAMIC という国の機関が実施する方法で行うこととしております。こちらにつきましては、2月8日に技術移転の要望をしたところ、既に水産研究センターの職員ができるようになっております。御指摘の販売協力店でのサンプリングでございますけれども、当然サンプリングもでございますけれども、買い上げ等ですね、抜き打ちというところで、やっていくところではございます。あと、数量や頻度につきましては、逆に抑止の関係からあまりオープンにさせて頂かないことで考えております。以上です。

(逸見会長)

はい、ありがとうございます。他にありますか。それでは、次の議題、資料の10ページからお願いします。

(事務局)

それでは資料の10ページからになります。ブランド力向上の取り組みにつきまして、御説明をいたします。第2回協議会で県内のアサリ流通について、御質問がありましたので、県内のアサリの消費量がどの程度あるのか、という統計データから試算を行いました。左の表は、総務省統計局のホームページで公表されている、二人以上の世帯の家計調査のうち、県庁所在地及び政令指定都市の2018年から2020年の3ヵ年平均の結果をランキング形式でまとめたものです。熊本市のアサリ消費金額が全国21位で795円、消費量は全国12位で874グラムとなっています。このデータをもとに、県内の二人以上の世帯におけるアサリ消費量を推計すると、年間387.8トンが消費されていることとなります。この数値は、あくまで二人以上の世帯の数値で、単身世帯は含まれていないほか、飲食店における消費も含まれていないため、実際の県内のアサリ消費量はもっと多いことが推測されます。令和4年のアサリ出荷想定量である200トンは、県内でも十分消費できる量である一方、県外での県産アサリのニーズがあります。熊本モデルでは、県内にも、熊本県産アサリが流通するよう進めていきたいと考えております。次のページをお願いいたします。

続きまして、ブランド力向上の取組みとして行うフェア・イベントの開催について御説明いたします。第1ステージのフェア・イベントでは、熊本モデルの認証制度を消費者の皆様へPRするとともに、アサリを含む県産水産物の販売促進キャンペーンを実施いたします。開催時期は4月中旬から約1ヶ月を予定しており、モデル販売協力店での実施となります。具体的には、熊本県産アサリ及び県産の鮮魚や切り身など、水産物に貼ってあるシールを専用台紙に貼り付けて応募すると、抽選で県産水産物をプレゼントするキャンペーンを検討中です。次のページをお願いいたします。

続きまして、地域団体商標などを活用したブランド化の取組みについて御説明いたします。この表は、地域団体商標と地理的表示 GI の特徴を比較した表になります。保護対象となるのは、地域団体商標では、地域名プラス商品名等のすべての商品・サービスで、GI は農林水産物のうち名称から産地が特定でき、品質等の特性が産地と結びついていることが特定できるものとなります。事例につきましても、お示ししている通りです。一番重要な点である、主な登録要件につきましても、地域団体商標では、地域の名称と商品に関連性があること。そして、商標が事業者によく認識されていることとなっております。また、GI では、名称を使用する商品に生産地と結びついた品質等の特性があること、そして、その特性を維持した状態で、概ね 25 年の生産実績が必要とされています。仮に、熊本アサリで地域団体商標を出願する場合、県漁連によるその名称の使用実績や他社による使用実績の有無などが課題となると思われます。地域団体商標などの活用につきましても、県漁連や国の関係機関とも連携して検討して参りたいと思っております。ここまでがブランド力向上の取組みについてとなります。

(逸見会長)

ありがとうございました。それでは質疑応答に入りたいと思います。ページですと、10 から 12 ページになります。その部分で、委員から意見、質問がありましたらお願いします。

(逸見会長)

私から 1 点、ブランド力向上といった場合に、例えば熊本に行かないと熊本アサリは食べられないということも一つの方法だと思いますが、逆に、東京などに出荷してブランド力を上げる方法もある。ただ、今の漁獲量ですと、県内で消費するだけで全部無くなってしまう量ですよ。だから、方向性として、どちらを目指すのか。どんどん東京方面に出荷して熊本アサリもアピールをするのか、むしろ地元で消費を促して、熊本のアサリが食べたかったら、熊本に来て下さいとするのか、二本立てだと思っております。どうでしょうか。

(木村副知事)

目指すべき方向は、やはりアサリ採貝の漁業者の方が一番喜ぶこと、すなわち 1 円でも高く売れていくことだと思っておりますので、引く手が数多く高値がつけば、東京でも、県外でもどんどんやっていきたいと思っております。ただ、まず、今は熊本県産アサリというのは、偽装がないんだというところを徹底したいと思っておりますので、まず地に足のついた県内でしっかり支えていこうと。そして、その増産、漁業者の方と一緒にですね、県産アサリの更なる生産拡大に励みまして、売っていききたい。それで、やはり県外で高い値段で売れるのであれば、どんどん県外にも取り組んでいきたいと思っております。

(逸見会長)

はい、ありがとうございます。他に事務局から何かありませんか。

(上間委員)

12 ページのブランド力向上の取組みについてですが、ブランドの構築の仕方があると思いますが、例えば、有明産品で、何ととっても強いブランドってというのは有明産ノリだと思う。ノリというのは全国的にもブランド力の評価をされていると思いますが、今回このアサリのブランド力を高めるといった場合に、どのように差別化していくのか。ここが今ひとつちょっとわからなくて。例えば県産アサリであれば、他所にないこういう特徴がある、味だとか、或いは栄養価だとか、ここで地理的表示の場合に品質等の特性というふうに書かれていますけど、この特性が何なのか、今一つ私自身わからないところがあって、ブランド力を高めるということは、何と一致しているのか、希少価値だけなのか、そこを少しははっきりして欲しい。

(事務局)

熊本アサリの特徴というところですが。

(農林水産部長)

まずは、熊本で生まれて熊本で育ったアサリというところで、しっかり売っていきたいと思っています。委員がおっしゃるように、味の特徴とかですね。或いは見た目の特性とか、そのあたりについては、また今後しっかりどういうアピールポイントがあるのか、そこも考えながらやっていきたいと思っていますが、まずは、熊本で立ったアサリで、熊本で育って大きくなったものをきっちり売っていきたいというふうに考えているところです。

(木村副知事)

補足になりますが、まさにそこが悩みのところでございます。この12ページの資料でも、あえて地域団体商標の方からというのは、やはりそのGIになるようなですね、その品質の特性っていうのがまだまだ出にくいのかなど。ただこれからですね、先ほど部長が申し上げましたとおり、DNA検査の手法を国の機関でしか出来なかったものを県の機関の水産研究センターで出来るようになりましたし、ここまで地に落ちたブランドを、復元していく中で、どういうものが県産アサリの特徴かというのを業界の皆さん、そして、消費者の皆さんと一緒に調べていきたい。そうした中で、地域団体商標などを是非取りに行きましょう、という意気込みを書かせて頂いたところです。

(逸見会長)

ありがとうございます。他にありませんか。もし良かったら佐村委員から御意見を頂きたいのですが。地元の美味しい物を買いたかったらデパートの食品売り場ってよくありますよね。私ハマグリを専門で研究をしているんですが、ハマグリもデパートの地下に行けば、確実に、地元熊本産とかそれから加布里産とか、

確実に地元の物が手に入るんですよ。そういう意味で、ブランドとデパートというのは結構結び付くと思うのですが。

(佐村委員)

当社は熊本だけの百貨店でございますので、当然県産品を主に扱っております。実際、アサリについてもですね、北海道産のアサリを扱っております。結構値段は高いんですが、やはり消費者の声としては、熊本県産アサリを楽しみにしているというような声もいただいております。4月中旬出荷予定ということでありますので、それに合わせてこういうキャンペーンができれば、当社としても、販売促進に繋がられるのではないかと思います。

(逸見会長)

ありがとうございます。何か事務局から補足はございますか。よろしいでしょうか。たぶんこの辺は、数ヶ月だけじゃなくて、ブランド化に関しては長い時間をかけないと、信用回復もありますし、新たなブランド力の開発は難しいと思うので、特に地域団体商標登録は簡単にはいかないと思いますので、よろしく願います。他になれば、③(ア)及び(イ)について願います。

(事務局)

それでは資料の13ページからになりますが、報告事項について御説明をいたします。まずはモデル販売協力店と協定の進捗状況になります。第1ステージのモデル販売協力店につきましては、協定の締結を行います。4月中旬に知事、県漁連、モデル販売協力店の3者による協定締結式を予定しております。現在、協定先として、イオン九州株式会社、株式会社イズミ、熊本県鮮魚販売組合連合会と協議を行っております。具体的な販売店舗等について調整中でございます。今後も、県内企業を中心に、モデル販売協力店の商談を実施していく予定としております。次のページをお願いいたします。ここでは、3月18日に消費者庁と農林水産省が発表しましたアサリの産地表示適正化のための対策のうち、アサリに係る長いところルール¹の運用見直しに関してご紹介いたします。水産物の原産地表示のルールとしましては、1.国産品にあつては水域名又は地域名とし、2.輸入品にあつては原産国を表示することとなっております。また、2ヶ所以上の養殖場で養殖した場合、主たる養殖場が属する都道府県名となっており、これがいわゆる「長いところ」ルール²となっていました。今回の見直しでは、食品表示基準Q&Aを改正して、原産地表示ルールが厳格化されました。具体的には、貝類の蓄養については、いわゆる「長いところルール」の育成期間には含まれないとされました。したがって、輸入後、出荷調整や砂抜きのため国内で一時的に蓄養した貝類の原産地は輸出国となります。また、輸入アサリについては、稚貝を輸入・放流して、その成貝を採捕している実態がないことから、原則として、原産地は輸出国を表示すること。ただし、国内の区画漁業権において1年半以上の

育成を行い、育成に関する根拠書類を保存している場合には、育成した産地を原産地として表示することになりました。一方、国産アサリについての変更点は、他産地の稚貝アサリを導入した場合、成員の輸入アサリを導入したものと区別するため、輸入元が国内産であることを証明する書類の保存が必要となります。ここまでが報告事項となります。以上です。

(逸見会長)

はい。ありがとうございました。それでは議題3の(1)(2)にあたる、資料の13ページから14ページについて委員の皆様から意見をお願いします。

(舛元委員)

情報が入っていればお願いしたいと思います。14ページの長いところルールの運用の見直しの件につきまして、18日に公表されましたけども、いつから適用されて、いつ施行されるのかっていう情報があれば教えていただければと思います。

(事務局)

それでは、くらしの安全推進課の方から回答させていただきたいと思います。年度内にですね、Q&Aの改正をするということで聞いておりますので、それ以外のところは、情報として入ってきておりません。ということで回答よろしいでしょうか。

(逸見会長)

年度内。

(事務局)

年度内。

(逸見会長)

今月中ということですか。

(事務局)

今月中です。すいません。以上です。

(逸見会長)

よろしいですか。他にありますか。どうぞ。

(上間委員)

この長いところルールの厳格化ということが、消費者庁と農林水産省から、今回ここでいくと、運用の見直しと書いていますけども、消費者庁と農林水産省の文章をみると、運用の見直しという言葉は出てきません。結局、長いところのルール、今ある長いところルールをきちっと運用をしますよ、というのが、消費者庁と農林水産省の考え方だと私は理解している。だから、別に長いところルールを見直しているというわけじゃない。で、その厳格化の中で、線引きをしたのが、1.5年以上の育成、養殖ということで。ここが今回の発表の最大のポイント。こ

の1.5年というのをしっかり守った。長いところルールに従ったアサリというのは、しっかり確保できるようにしなければならない。今回のブランド再生協議会のテーマではないかもしれませんが。アサリの消費がここまで落ち込んだ中で、すぐ建て直すというのは、単にその熊本生まれ熊本育ち、だけの話じゃない。アサリそのものの食文化を守っていくという。県民に食材を提供するという責任においてですね。多分必要なことだと思う。この、ブランド化についてはしっかりきちっとやっていくと同時に、アサリそのものの供給を高めていくということです。少し、県の考え方がちょっと前のめり過ぎないかなと、ここで運用の見直しという言葉を使っていることもその現れだろうかなと感じています。

これは、運用の見直しではありません。

(逸見会長)

はい、ありがとうございます。では事務局になりますか。

(農林水産部長)

2月8日に長いところルールそのものはやめていただくように国に要望いたしました。今回、委員御指摘のようにこの1年半以上の稚貝からの育成というのも出てきていますけど、1点目で一番大きいのはその蓄養自体が長いところルールにそもそも参入されませんよ、ということが出てきております。その点からいくと、我々としては厳格化されたというふうに考えていると。もともと、やはり産地偽装そのものがやはり悪であって、中国産を中国産と売る。或いはルールに則って表示をするというのは悪いところではないと考えております。あと今回、冒頭の知事の御挨拶で申し上げましたように、蓄養を除外するというを示されていますけれども、偽装表示を許さないような食品表示のルールというふうなところでは、書類等を付備するようというのを義務づけておりますけれども、そこがまだ通知の段階になっている。そういったところを含めて、また、今回、区画漁業権での養殖というものも、1年半以上あれば長いところルールに持ってくる話になっていますので、我々としてはその漁業権という、区画漁業権という中でですね、きちんとそこの管理はやっていけないかというふうに考えています。アサリの食文化につきましてはおっしゃる通りのところあったと思いますけれども、やはり適切な食品表示で、適切にアサリを購入していただくというのが必要だと思いますので、今回のルールの運用見直しを含めてですね、県として、偽装の防止にどれだけ取り組めるかというのを今、検討しているところでございます。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。よろしいですか。はい。

(岩崎委員)

今回1年半以上の育成ですか。これが、また、抜け道にならないかという心配とともにですね。1年半、アサリがいる可能性が。私がちょっと知り合いの方にお聞きしたところ、現時点の気候では約3割死ぬでしょうね。夏場は5割が死ぬでしょうねと。長いところルールは改定したけど、なんか一緒のような感じがするわけですね。もう私たちの小売店はですね、もうこれから私たちはもう中国産は中国産。国内産は国内産と売って行って、あとは消費者が決めると思いますよ。はい。何かまたややこしくなってきた感じがしますんで。これはもう1回見直して、強い方がおられれば、1年半以上追跡した時、どのくらい生きられるか、わかっている方がおられればお願いします。

(逸見会長)

はい、ありがとうございます。事務局。

(農林水産部長)

熊本の海で1年半以上生きているかどうかというそういうちょっとすいません、現段階ではエビデンスというのは我々も持っておりません。ただ、委員がおっしゃるように、熊本の気候で中国のアサリはですね、どれぐらいもつのかと。経済的に成り立つのか、養殖としてですね。そこもはっきりしたところというのはまだ判断ができておりません。今回、この資料の方にも書いておりますけれども、稚貝を輸入し、購入してその成貝を採捕している実態はないと、農林水産省によると、そういった養殖の仕方は今のところないというような言い方をしております。この場合は原産地としては、輸出国を表示すべきということですので、食品表示上は中国産なら中国産ということを出ていくことが想定されていると。あとは、この1年半以上の育成を当然、区画漁業権という漁業法の枠組みの中でやっていただくようになりますので、そこは漁業権を付与する県としてですね、間々での調査等をしっかりやっていく形になっていくかなというふうに今考えているところでございます。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。よろしいですか。はい、どうぞ。

(上間委員)

放流してその成貝を採捕している実態はないということ。先ほどいわれました区画漁業権に基づいて、県が区画漁業権を漁協に与えて、その漁協の組合員である法人が、ここでその区画で区切ったところで養殖をしているという実態があります。ただ、確かにその蓄養のように浜ばらまいて、何ヶ月も生育できるかとなるとそれは難しいでしょうけども、ちゃんと沖合のところで、区画漁業権をもって、きちっとやっているという実態はですね、やっぱり県もわかっているんじゃないかなと思いますから、きちっと調査をしてご報告いただければと思います。

(農林水産部長)

区画漁業権を付与しているところはございます。いわゆる養殖が違法とかいうそういう話ではなくて、そこで養殖したものがこのルールに則って、国産アサリと表示できるかどうか、中国産アサリと表示しないといけないかどうかの境目が稚貝からの1年半ということで明確化している形になっています。1年半以上の養殖実績が確認できない場合は、長いところルール上は、「国産」とは表示できないというのが今回の運用の見直しという形になっているかと思えます。正式にはまた今月中にですね、文書が出されると思いますので、そこをつまびらかに見たところで確認はして参りますけれども、養殖実態がないということではなくて、養殖したアサリがどう表示できるかというのが今回のこの改定でございます。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。他によろしいでしょうか。

(岩崎委員)

その件に関して、1年半以内のアサリの場合ですね。養殖した場合に、これの食品表示はやはり原産地「中国」としますね。「どこどこ養殖」といられるわけですか。あくまでも中国産だけですか。

(事務局)

原産地というか、輸入したところの国の表示になりますので、「中国」という表記しかできません。

(岩崎委員)

あくまでも中国産だけですね。どこどこ養殖という地名は入れられないということですね。あくまでも中国産だけでしょ。

(農林水産部長)

食品表示のルール上はですね、養殖というのは餌をやって大きくするという規定になっていまして。

(岩崎委員)

私がテレビを見たとき、原産地中国産、養殖天草産ってパッケージを見たものだから、そこらへんができるかなあというところについて、それは駄目なわけですね。

(事務局)

駄目です。

(岩崎委員)

わかりました。

(逸見会長)

はいどうぞ。

(渡辺委員)

今、輸入アサリのところなんですけれども新しく出てくるものだと、結局、1年半以上、例えば熊本で養殖されたら、もう「原産地 熊本」としか出ないってことですよね。

(事務局)

はい。熊本で表示できます。

(渡辺委員)

ちゃんとなんか原産地どこ、養殖地どこっていう表示をされる方が実態に合っているし、何か、なぜそうしないんだろうなという率直な疑問です。

(農林水産部長)

これが国内産と国外産を同一ルールのもとで表示する必要があるということで、例えば、アサリではないんですけれども、カキ類とか稚貝を例えば東北の方から持ってきて、熊本でも大きくしたりすることがございます。その場合やはり長いところルールで熊本で大きくなっていくので、熊本産という表示ができますけれども、それと同じ考え方で、日本での期間が長い場合は、外国産であっても、その長いところを表示するというのがこのルールになっています。同一制度で、国内分と国外分を運用するというのが大前提であるものですから、こういう形になっております。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。カキなんて普通に宮城県産とかを熊本に持ってきて養殖していますから、それが実際に現実的にあっております。他にありますか。どうぞ。

(木村副知事)

そういうふうにも今、渡辺委員の意見に基づけばですね、だからこそ今回その「熊本モデル」ですね、アサリの流通システムを作りますので、県産アサリについてはこのいわゆる QR コードを含めたところで、このいわゆる管理されたデータで確認できるということです。それは熊本生まれ熊本育ちなのか、熊本養殖のものなのかというのは、明確にこれで区別できると、それしかやりようがないというところで私どももこういう形でのモデルを提案させていただいております。それによって県産アサリを守っていくということで御理解いただきたい。

(逸見会長)

はいどうぞ。

(佐村委員)

ちょっとすみません。今の件、表示自体は例えば「熊本県産（養殖）」という表示になるのでしょうか。例えば小売で販売する場合。

(事務局)

くらしの安全推進課の方から御回答させていただきますが、アサリの海域に

については、養殖しても養殖っていうのは言うてはならないので、あくまでも「中国産」。

(逸見会長)

1年半以上たてば当然「熊本県産」と書ける。

(事務局)

はい。おっしゃるとおりでございます。

(逸見会長)

よろしいですかね。ちょっと私これに関して熊日にも出たものですから、何人かの研究者と話をしたんですけど、危険性が2つあって、1つは多分熊本県ではなかなか1年半以上は生育できないだろうと、ナルトビエイの捕食もあるし、大雨の淡水化もあり、高温もあるということでなかなか1年半以上まあ少なくとも業者さんが、そんな危険を冒してでも、1年半以上養殖しないだろう。そうすると、違反が出る温床になるんじゃないかなっていうのが1点、もう1点は、1年半も熊本県の干潟で養殖してその間に産卵するだろう。そうすると、熊本県のアサリと雑種ができたり、或いは場合によっては熊本県のアサリにとって代わる2つの危険性があるねって話をしました。だからそれはあまり好ましいことではないと思うのですが。よろしいですか。

(木村副知事)

今会長がおっしゃられました、やはりその蓄養とかですね、また、養殖行為によります交雑等の可能性について私どももやはり憂慮するところがあるかと思っておりますので、なるべくそういう形のものでですね、先ほど養殖の育成につきましては、区画漁業権の中でしっかり漁業法に基づいて監視していくとともにですね、やはりそのいわゆる蓄養につきましてもですね、なるべくそういうのから本来の漁業、採貝業に、積極的に戻っていくようなですね、施策の展開を県としてしっかりサポートしていきたいと思っております。

(逸見会長)

はい、ありがとうございます。他にどうぞ。

(渡辺委員)

やっぱり熊本生まれ熊本育ちのアサリがたくさん採れるっていうことが一番大事なのかなと思えました。そしたら輸入アサリを養殖せずとも、熊本県産アサリを育てていて、それで、ちゃんと収入が入るようになってくる。だから、そういうきちんと育つ環境を守っていくっていう施策もしっかりやっていただきながら、ブランドを守っていくっていう、そこが大事なのかなというふうに思いました。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。他にありますか。すいません。今後のスケジュー

ールで確認したいんですが、もうすぐ第1ステージが始まりますが、例えば8ページ見るとですね、やっぱり漁連の仕事がすごく多いんですよ。ホームページで公表したり、QRコードだったり、その辺の調整は。13ページには協定締結予定企業の(2)に漁連があるんですが、漁連の対応は大丈夫なんでしょうか。第1ステージに対して。

(舛元委員)

第1ステージの完了に向けて、事務的な手続きをしているところで、一応ですね、4月12日から共販を予定しているところです。入礼会はまたその前なんですけども、12日から採貝が始まるという予定です。今のところホームページとQRコードは作成が済んでいるというところで、あと1番のポイントとなります認定工場、こちらの方についての要綱・基準こちらの方も今作成しております、出来次第ですね、指定商社7社ございますけども、こちらの方と協定を結ぶという形を今やっているところでございます。それから資材類に関しましても、こちらが指定する赤色の1kgのネットっていうのも作っておりますし、封印の色も指定して作っており、もう終わっております。あとそうですね。こちら方には載っていませんけども、この1kgの赤ネットの中にですね、QRコードを付した「認定マーク」というのも、今作成してもうデザインまで決まっているところです。こちらの方も一応1kgごとに入れてですね、最終的に販売協力店に流すという手続きを今やっているところで、何とかですね、4月12日まではすべて完了するという手続きをやっているところでございます。

(逸見会長)

はい。ありがとうございます。事務局から補足がありますか。よろしいですか。それでは他になければですね、次の議題4にいきたいと思えます。議題4は今後のスケジュールですね。

(事務局)

それでは資料15ページになります。今後のスケジュールについて御説明いたします。先ほども御説明しましたが、モデル販売協力店との協定締結を4月の中旬に予定しております。また、「熊本県産アサリ」の出荷再開に合わせて、モデル販売協力店での実証販売の開始と、知事によるPRを予定しています。さらに、フェア・イベントを開催していきたいと考えております。

そして、第1ステージを開始して、約1ヶ月を経過した5月上旬には、第1ステージの中間検証を行う第4回の協議会の開催を予定しております。その後、第4回協議会で検証した結果を踏まえて「熊本モデル」の改良を行った上で、6月からはデジタル技術を活用した「熊本モデル」による本格出荷を開始する予定としております。以上が資料の御説明になります。

(逸見会長)

はい。ありがとうございました。それでは4 今後のスケジュールに関して委員の皆様から御意見・御質問をお願いします。はいどうぞ。

(上間委員)

大雑把でいいんですけど、第1ステージで流通ルートに乗るボリューム、第2ステージ以降で確保できるボリュームといったもの。大雑把でお聞かせいただければと思います。出荷量ですね。第1ステージでモデル店舗に出せるような量、それから第2ステージ以降では、どのくらいの確保なのかといったところですか。

(逸見会長)

どれぐらいの出荷量かということ。第1ステージ、第2ステージの。

(事務局)

はい。事務局の方からお答えいたします。第1ステージでは、1日当たり1トン前後の出荷を予定しております。その経過を踏まえたところで、第2ステージの方で出荷量については調整していきたいというふうに思っているところです。まずは第1ステージで1トン程度を考えているところです。

(逸見会長)

よろしいですか。はい。他にありますか。

(岩崎委員)

すいません。価格面はどのぐらいの出荷になる予定でしょうか。わかんないですか。

(事務局)

価格についてはわかりません。

(岩崎委員)

わかりました。

(事務局)

できるだけ高く買っていただきたいと思っております。

(逸見会長)

ちょっと確認なんですが、すいません。はい。第1ステージの段階で、当然、漁連を通して認定したアサリは出ます。それ以外の県産アサリは出さない。

(農林水産部長)

県産アサリとして出てくるのは、このモデルに乗ったものしか出てこないと考えています。

(逸見会長)

はい。第1ステージに関してはこれしか出てこない。1トンぐらいしか出てこない。

(事務局)

1日1トン。

(逸見会長)

はい。よろしいですか。はいどうぞ。

(上野委員)

その説明というのは、漁業者の皆さんにはあっているんですかね。1トン前後の出荷ということですが、それ以外は出てないということですが、その説明というのはもう行われているんですか。

(農林水産部)

お答えいたします。1日1トンというのは、関係漁協さんの方に聞き取りをいたしまして、実際に出荷できる見込みのものをお聞き取りをしておるところで、こちらから1トン出さないという形ではなくて、漁業者さんとの調整をしながら、1日に1トンぐらい出せるんじゃないかというふうに考えております。

(上野委員)

いや、普通の一般の漁業者、共販以外の漁業者の方は結局漁には出られないということですよ。そうなってきますと。

(農林水産部長)

資源状況等を見ましてですね、各漁協で採貝をされるとかっていう方を御判断をされておまして、実際に4月、5月、採貝をしたいという漁協さんの方から御意見をお受けして、こういう形で計画を立てております。

(上野委員)

一般の方、共販以外の方6月からということになりますよね。そういうことですよね。

(事務局)

出荷をされる予定の組合につきまして、今全部聞き取り調査をしております。もちろんその中には、共販に参加できないような量が少ないところもあります。そういった組合にも今、お声かけをして、いわゆる共販以外の「熊本モデル」に参加いただくということで、今お話をしているところです。

(逸見会長)

よろしいですか。

(木村副知事)

ですからできないってことでは全くなくて、当然漁協に皆さん所属をされておられますので、私どもがその4つの地区の漁協に聞き取ったところで、この2ヶ月間で大体25トンぐらい。それで1日1トンというのは、1潮で大体6トンぐらいで、4回、2ヶ月間で4回ありますので、25トンぐらいかなというところですがけれども、その中で当然、共販外ですね、直売所とか、4ページにあるような形の方も当然含まれておりますので、その漁ができないとか、そういうことで

はないということです。

(逸見会長)

よろしいですか。他にありますか。私も勘違いしたのですが、共販外も第1ステージ可能。少し時間がありますが、もしオブザーバーの方で何かありましたらどうぞ。熊本市の方、よろしいですか。はい。それではですね、大体時間になりました。

本日様々な御意見を頂きましたが、事務局から説明があった熊本モデルの取組み及びブランド力向上の取組みの方針について委員の承認が必要です。承認ということではいかがでしょうか。よろしいですか。ありがとうございました。それでは、もう正直、4月中旬ですから、出荷再開までの時間が限られていますので、本日議論したところに基づいてですね、着実に取組みを実施できるように進めていただきたいと思います。

最後に議題2番その他になりますが、何か他に事務局或いは委員の方から何かありませんか。よろしいですか。無いようでしたら、本日の議題はすべて終了になります。事務局にお返しします。

(司会)

逸見会長には、ここまでの議事進行いただきありがとうございました。ここで本日の協議会の閉会に当たり、蒲島知事から御挨拶申し上げます。

(蒲島知事)

本日は、多岐にわたる御意見、御提言をいただき、誠にありがとうございました。

委員の皆様には、約1ヶ月間という非常に短い時間で、集中的に御議論いただきました。そして、「熊本生まれ熊本育ちの純粋な県産アサリ」を確実に消費者の皆様にお届けするための流通・販売の仕組みや、ブランド向上の取組みについて、様々な視点から御意見をいただきました。

委員の皆様のご尽力により素晴らしい流通の仕組みが構築できると考えております。本当にありがとうございます。

しかし、熊本ブランドの信頼回復に向けてはこれからが勝負です。

まずは、第1ステージとして、来月から県産アサリの出荷を再開し、「熊本モデル」の実証を行います。

6月から第2ステージに向けては、第1ステージの取組みをしっかりと検証した上で、より実効性の高い仕組みを確立しなければなりません。

引き続き委員の皆様のお協力を賜りますよう、よろしく願いいたします。本日は誠にありがとうございました。

(司会)

それでは、これもちまして、第3回熊本県産アサリブランド再生協議会を

閉会させていただきます。ありがとうございました。