

「第3回熊本県産アサリブランド再生協議会」次第

日時：令和4年（2022年）3月25日（金）15：00～
場所：ホテル熊本テルサ 1階 テルサホール

1 開会

（1）知事挨拶

2 議事

（1）議題

第2回協議会の振り返り

協議事項

- （ア） 熊本モデルについて
- （イ） 販売協力店の認証について
- （ウ） ブランド力向上の取組みについて

報告事項

- （ア） モデル販売協力店との協定の進捗状況
- （イ） アサリに係る「長いところルール」の運用見直し
今後のスケジュール

（2）その他

3 閉会

第3回熊本県産アサリブランド再生協議会 出席者名簿

○委員（五十音順）

氏名	所属及び役職
いわさき ひでとし 岩崎 英敏	熊本県鮮魚販売組合連合会 会長
うえの のぶひろ 上野 信浩	大海水産株式会社 鮮魚部取締役部長
うえま さとし 上間 哲	特定非営利活動法人熊本消費者協会 会長
さむら えいじ 佐村 栄治	株式会社鶴屋百貨店 理事（食料品部部長）
へんみ やすひさ 逸見 泰久	熊本大学くまもと水循環・減災研究教育センター 教授
ますもと めぐみ 舩元 恵	熊本県漁業協同組合連合会 業務部長
わたなべ えみ 渡辺 絵美	渡辺綜合法律事務所 弁護士

○オブザーバー

氏名	所属及び役職
うらはし まさよし 浦橋 正嘉	農林水産省九州農政局 消費・安全部 米穀流通・食品表示監視課 課長
たかとり なおき 高取 直樹	熊本市文化市民局 市民生活部 生活安全課 課長
とうごう ただし 東郷 雅	熊本市農水局 水産振興センター 所長

○関係市町

所属及び役職	氏名
荒尾市農林水産課 耕地水産係 係長	井手尾 健一
荒尾市農林水産課 耕地水産係 主事	林田 昌吾
長洲町農林水産課 課長補佐	大賀 留美
玉名市農林水産政策課 課長補佐	中川 雅彦
玉名市農林水産政策課 林務水産係 技術主任	森川 敬太
宇土市農林水産課 林務水産係 係長	平野 史郎
宇土市農林水産課 林務水産係 技師	末吉 莉久
氷川町農業振興課 課長補佐	坂本 哲也
八代市水産林務課 課長	小原 聖児

○熊本県

所 属 及 び 役 職	氏 名	備 考
知事	蒲島 郁夫	
副知事	木村 敬	
知事公室長	小牧 裕明	
農林水産部 部長	竹内 信義	
農林水産部 政策審議監	阪本 清貴	
農林水産部 水産局長	山田 雅章	
農林水産部農林水産政策課 首席審議員兼課長	深川 元樹	
農林水産部団体支援課 課長	加藤 英一	
農林水産部団体支援課 課長補佐	山下 武志	
農林水産部流通アグリビジネス課 課長	中島 豪	
農林水産部流通アグリビジネス課 課長補佐	本岡 圭	
農林水産部流通アグリビジネス課 主幹	上村 浩憲	
水産研究センター 所長	中原 康智	
環境生活部くらしの安全推進課 課長	東田 智裕	
環境生活部くらしの安全推進課 主幹	若杉 美穂	
農林水産部水産振興課 課長	堀田 英一	事務局
農林水産部水産振興課 課長補佐	那須 博史	事務局
農林水産部水産振興課 課長補佐	山下 博和	事務局

第3回 熊本県産アサリブランド再生協議会 資料



昭和53年（1978年）2月9日 緑川河口でのアサリ選別風景（川口漁協提供）

令和4年（2022年）3月25日（金）

第3回 熊本県産アサリブランド再生協議会

< 内容 >

- 1 第2回協議会の振り返り
- 2 協議事項
 - (1) 熊本モデルについて
 - (2) 販売協力店の認証について
 - (3) ブランド力向上の取組みについて
- 3 報告事項
 - (1) モデル販売協力店と協定の進捗状況
 - (2) アサリに係る「長いところルール」の運用見直し
- 4 今後のスケジュール



漁業者によるアサリ選別作業（JF荒尾）
（平成25年〔2013年〕5月9日）

1 第2回協議会の振り返り

【主なご意見】

(1) 共販外の流通への熊本モデルの対応について

(2) 販売協力店に関すること

- ・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
- ・外国産などを一緒に販売する販売店での混入対策について

(3) ブランド力の向上に関すること

- ・販売促進フェアの具体的な内容について
- ・地域団体商標などの活用について

2 (1) 熊本モデルについて

共販以外の多様な流通体系に対応するための変更点

第1ステージ（4～5月）：『熊本モデル』の実証（モデル販売協力店との協定）

内容	共販による流通	共販以外の流通
産地証明書の発行	県漁連、漁協の連名で発行	漁協、生産者の連名で発行
販売協力店の対象	販売店を認証	直販、ECは漁業者を認証
砂抜き選別の管理	県漁連及び県が監視	漁協が管理し、県に報告
流通規格の統一作業	県漁連認定工場が実施	漁協、漁業者が実施
ネット詰め確認場所	県漁連認定工場	漁協

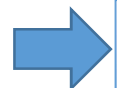
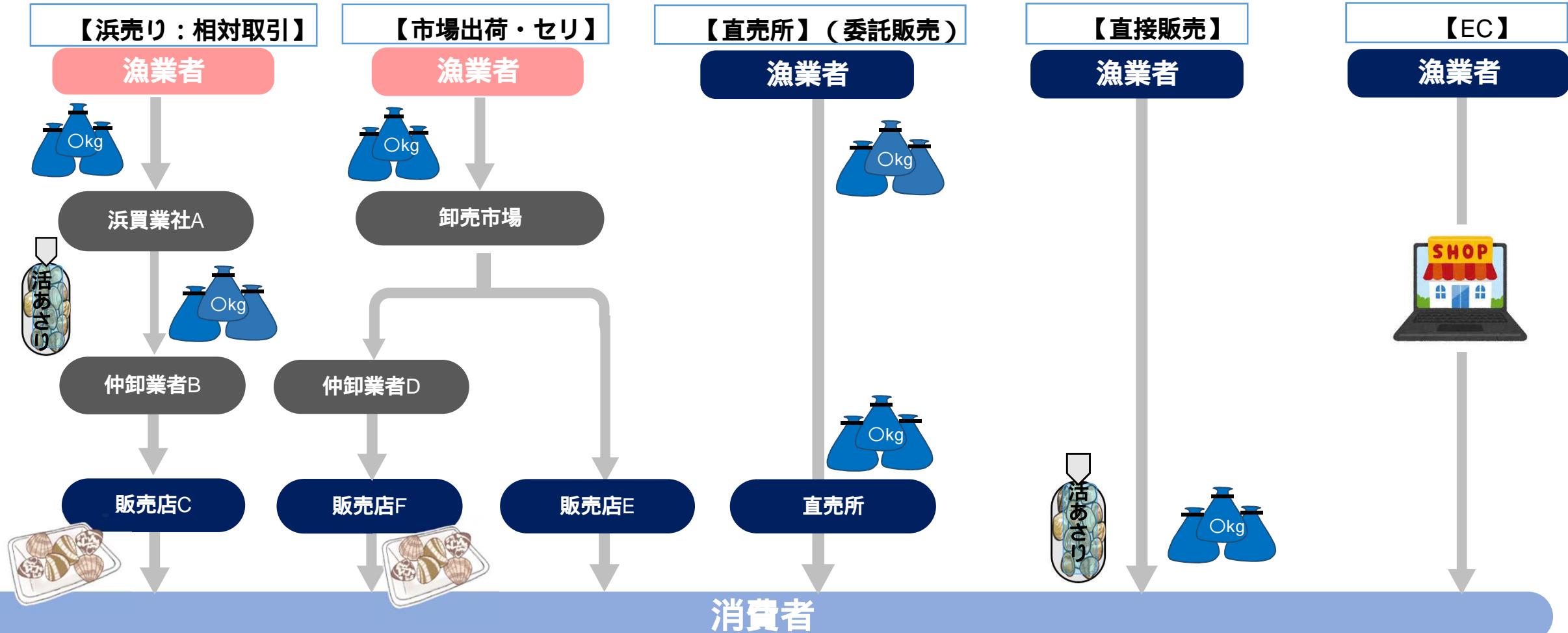
第2ステージ（6月以降）：デジタル技術を活用した体制へ移行

内容	共販による流通	共販以外の流通
QRコード発行手続き	漁協が集荷データを入力	漁協が漁業者の出荷状況を入力

2 (1) 熊本モデルについて

➤ 共販外の流通への熊本モデルの対応（現状での共販外流通）

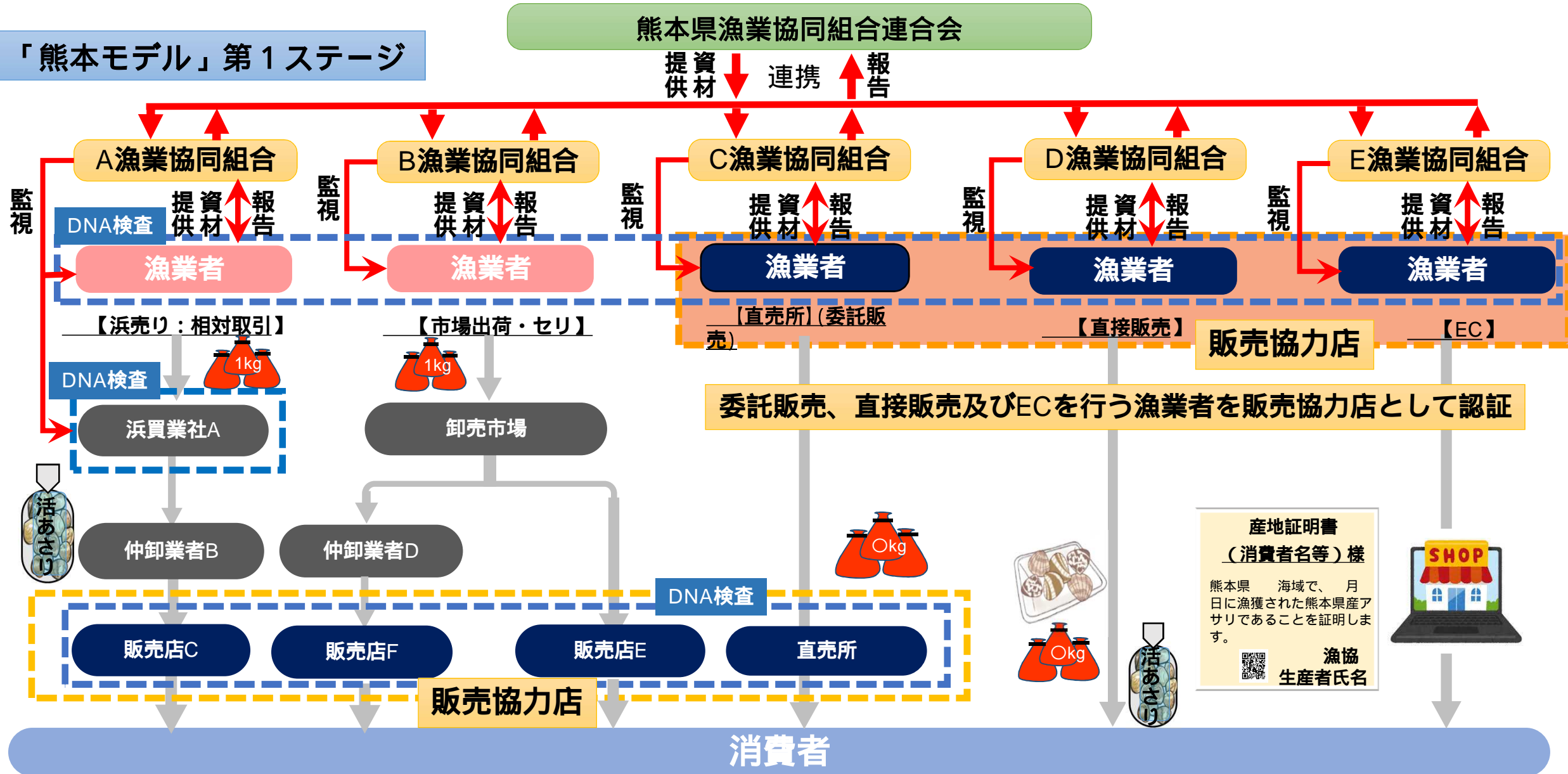
漁業協同組合



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

共販外の流通への熊本モデルの対応

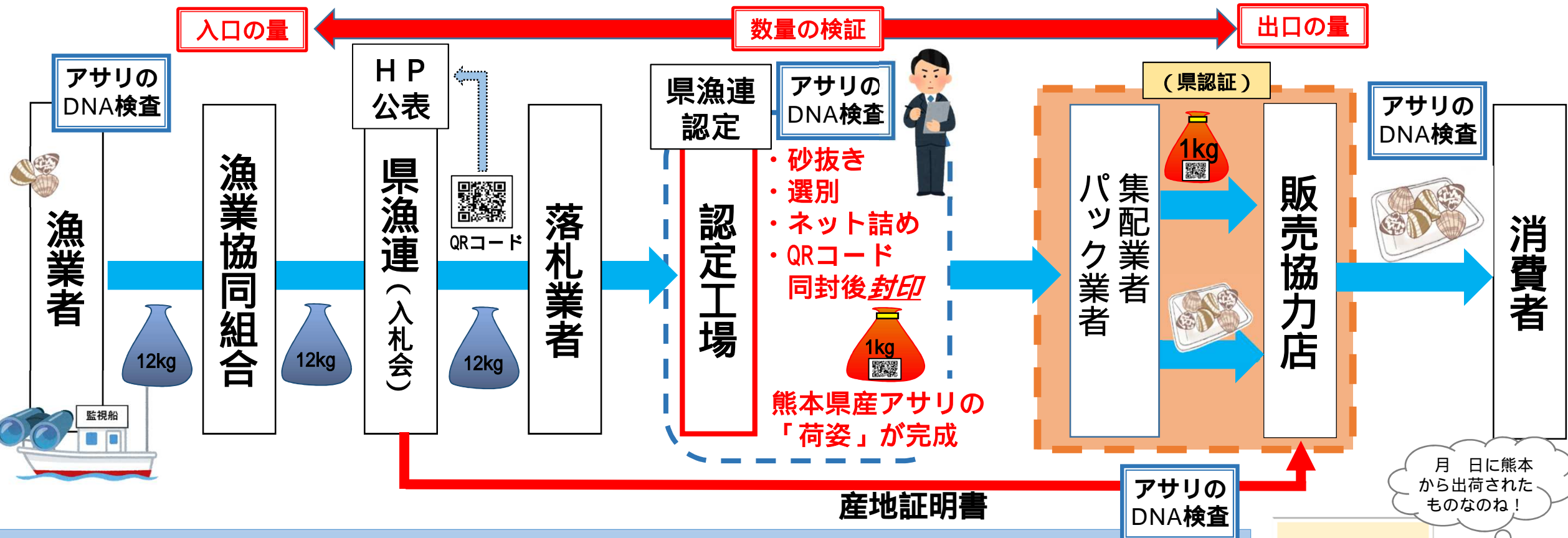
「熊本モデル」第1ステージ



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流通

2(2) 販売協力店の認証について

➤ バックヤードを持たない店舗での小分け場所



同一規格の「荷姿」を開封、小分けできるポイント

県から認証された販売協力店では、小分け作業可能
 バックヤードがない場合、小分けは、販売協力店の関連会社や委託業者
 でのみ可能とし、その場所の詳細を応募時に明示し、併せて認証を実施

月 日に熊本
 から出荷された
 ものなのね!

産地証明書
 ○○スーパー様
 熊本県 漁協から、
 月 日に出荷された
 熊本県産アサリである
 ことを証明します

**熊本県漁連
 漁協**

2 (2) 販売協力店の認証について

➤ 外国産などを一緒に販売する販売店での混入対策

< 販売協力店の認証要件 >

熊本モデルに参加し、産地証明書を店頭に掲示
調達ルートを事前登録
DNA検査へのサンプリングに協力
調達量・販売量の報告

要件の追加

- 販売記録等の帳簿等関係書類の整理保管が必須
- 認証取消時における店名及び事由のホームページ公表
- 販売店が行う「混入させない対策」の明示
(例) 熊本県産を取扱う際は、他産地アサリを扱わない など

熊本県産アサリ
販売協力店認証証

〇〇スーパー様

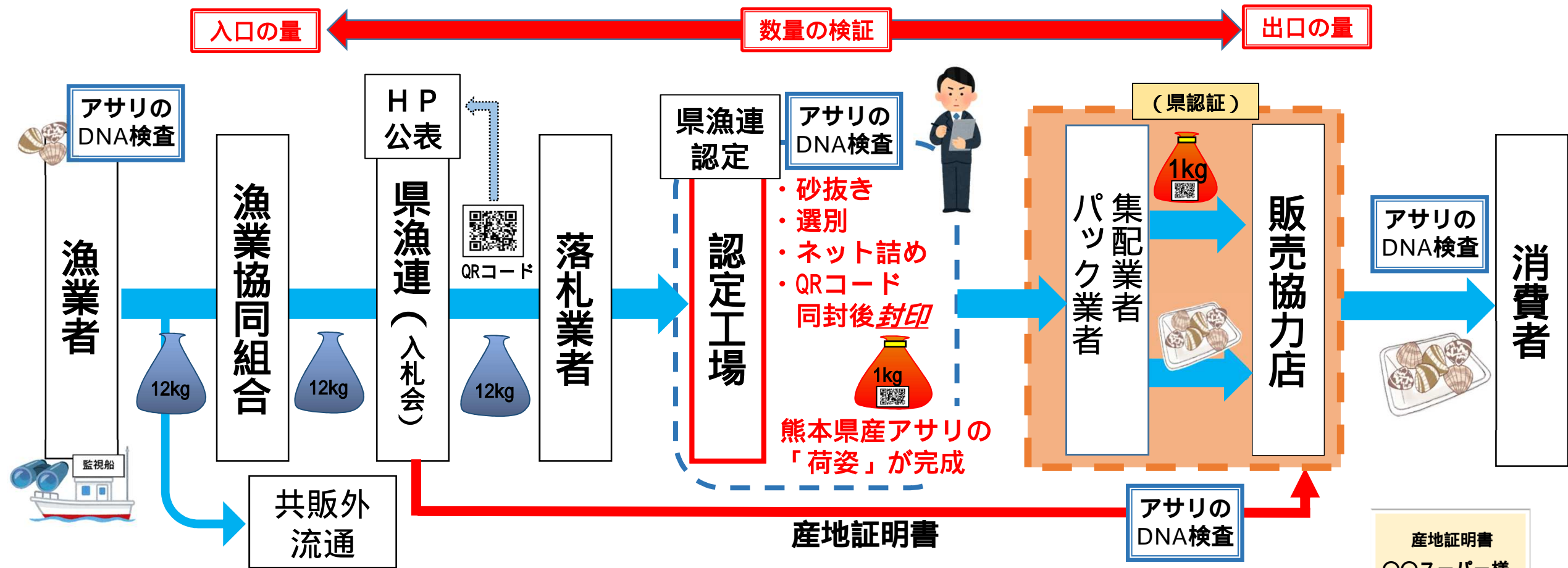
熊本県産アサリ販売協
力店として認証します

有効期限 月 日まで

熊本県知事



熊本モデル 第1ステージ



HPで入札情報や漁獲情報の公表
 認定工場による1回限りの開封、同一規格で販売協力店へ
 県漁連による販売協力店への直接の産地証明書発行

産地証明書
 ○○スーパー様
 熊本県 漁協から、
 月 日に出荷された
 熊本県産アサリである
 ことを証明します
 熊本県漁連 漁協

熊本モデル 第2ステージ

データベース上での数量検証

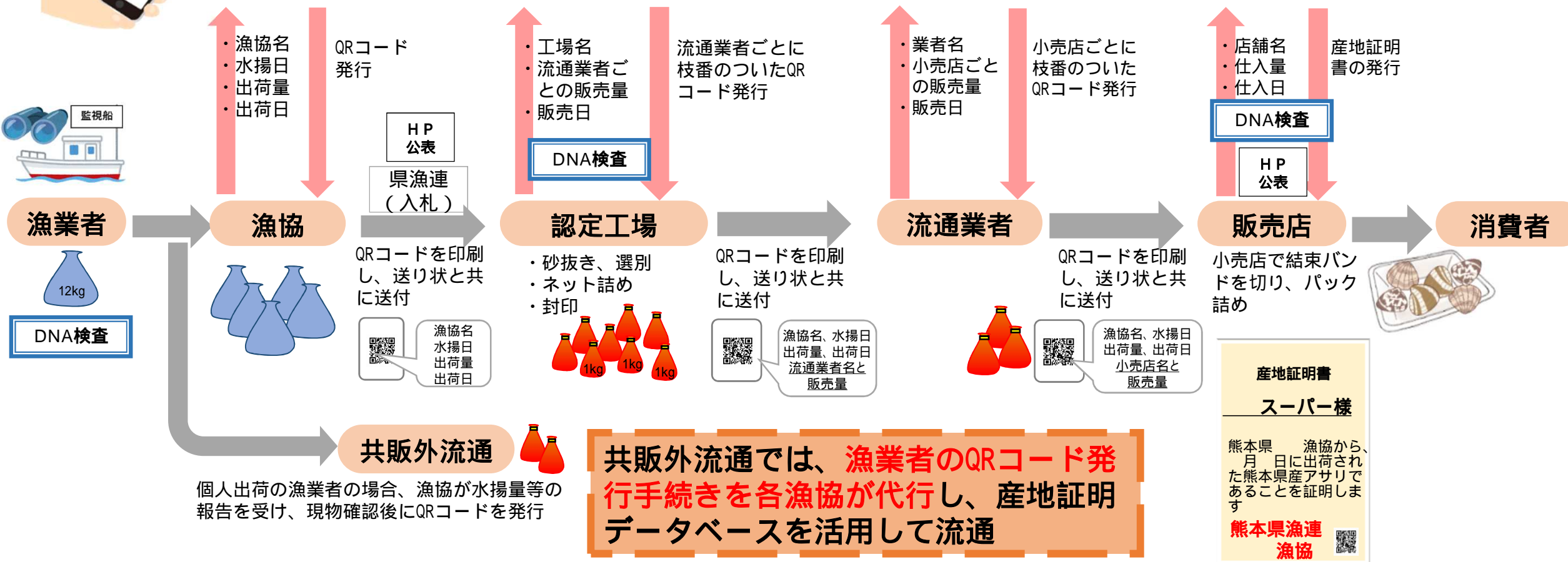
入口の数量

出口の数量

スマホでQRコードを読み取って操作するだけ

産地証明データベース（クラウド上のデータ）【県漁連と県が監視】

不審な取引があった場合、入力されたデータを元に、どのようなルートで販売されたのか追跡可能



2 (3) ブランド力向上の取組みについて

【参考試算】 アサリの県内消費量は

家計調査（二人以上の世帯）から
品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市
2018年（平成30年）～2020年（令和2年）平均

あさり				
順位	<金額：円>		<数量：g>	
	全国	756	全国	724
1	静岡市	1,114	長崎市	1,067
2	長崎市	1,016	静岡市	1,025
3	津市	998	大分市	1,022
：	：	：	：	：
：	：	：	：	：
12	横浜市	864	熊本市	874
：	：	：	：	：
：	：	：	：	：
21	熊本市	795	山口市	768

熊本市の総世帯に占める二人以上の世帯の割合（平成30年）
総世帯数：322,804世帯　　二人以上の世帯数：199,183世帯
割合：199,183世帯/322,804世帯 = **62%**

熊本県総世帯数（平成30年）：719,092世帯
熊本県内の二人以上の世帯数（推計）
 $719,092 \text{世帯} \times 62\% = \mathbf{443,709 \text{世帯}}$

県内の二人以上の世帯におけるアサリ消費量（推計）
 $443,709 \text{世帯} \times 874\text{g} = \mathbf{387.8 \text{トン}}$

- ・ 令和4年の出荷想定：200トンは県内でも十分消費できる量
- ・ 一方で、県外にも熊本県産アサリのニーズ有り
- ・ 「熊本モデル」では、熊本県内にも県産アサリが流通するよう進めていく

2 (3) ブランド力向上の取組みについて

フェアイベントの開催

- 熊本モデルの認証制度をPR
- 「モデル販売協力店」でのトップセールスと販売促進フェア等の開催

第1ステージ

目的 熊本モデルによる県産アサリの流通再開を消費者に周知するとともに、県産水産物（魚など）の販売促進キャンペーンを実施

開催時期 4月中旬から約1か月間

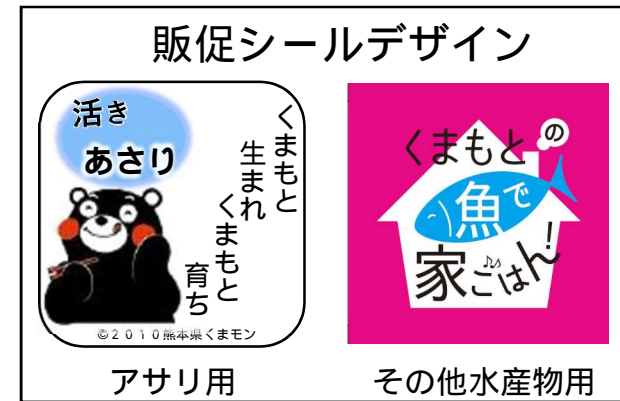
対象店舗 モデル販売協力店

キャンペーンの実施

内容：アサリ、水産物に貼ってあるシールを専用台紙に各1枚貼付けて応募すると、抽選で県産水産物をプレゼント。

対象シール：県産アサリに貼付け（生きあさりシール）
県産活魚・切り身に貼付け（くまもとの魚で家ごはんシール）

フェア内容については販売協力店と連携して行う



ミニのぼりの設置

2 (3) ブランド力向上の取組みについて

➤ 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

	地域団体商標	地理的表示 (GI)
保護対象	全ての商品・サービス 「地域名」+「商品名」等	農林水産物 名称から産地特定ができ、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
事例	天草ぶり、八代青のり、佐賀のり	田浦銀太刀、くまもとあか牛、大野あさり
主な登録要件	<u>地域の名称と商品の関連性があること</u> <u>商標が必要者に広く認識されていること</u>	<u>生産地と結びついた品質等の特性がある</u> <u>特性を維持した状態での概ね25年の生産実績</u>
品質基準	商標の品質等は商標権者の自主管理	生産地と結びついた品質基準の策定・登録等 生産者が品質基準を守るよう団体が管理し、それを国がチェック
規制手段	商標権者による差止請求、損害賠償請求	国による不正使用の取締り
申請・出願先	特許庁長官 (特許庁)	農林水産大臣 (農林水産省)

例えば「熊本あさり」で地域団体商標を出願登録する場合、県漁連による名称の使用実績や、他者による使用実績の有無などが課題となると思われる

➡ 地域団体商標などの活用については県漁連や国の関係機関とも連携して検討

3 (1) モデル販売協力店と協定の進捗状況

モデル販売協力店協定締結式

- (1) 協定時期 令和4年4月中旬
- (2) 参加者 知事、県漁連、モデル販売協力店
- (3) 協定締結予定企業
 - ◆ 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

販売店舗等は現在調整中

県内企業を中心に、引き続きモデル販売協力店の商談を実施予定



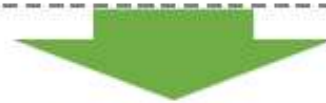
(写真はイメージ)

3 (2) アサリに係る「長いところルール」の運用見直し

消費者庁・農林水産省の公表資料から

水産物の原産地表示のルール

- ①国産品にあつては水域名又は地域名（主たる養殖場が属する都道府県名をいう。）
- ②輸入品にあつては原産国名
- ③2箇所以上の養殖場で養殖した場合、主たる養殖場（最も養殖期間の長い場所）が属する都道府県名→いわゆる「長いところ」ルール



食品表示基準Q&Aを改正して、具体的な原産地表示ルールを厳格化

- 貝類の蓄養については、いわゆる「長いところルール」の育成期間に含まれない。
→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、輸出国となる。

輸入アサリ

国産アサリ

- 稚貝を輸入し、放流して、その成貝を採捕している実態はないことから、原則として、**原産地は輸出国を表示。**
- 国内において、**1年半以上の育成（養殖）**を行い、育成に関する**根拠書類を保存**している場合には、**国内の育成した産地を原産地として表示。**

（輸入アサリの成育期間の確認が困難なため、アサリの採捕までの一般的な所要年数が3年程度であることを踏まえた整理）

- 水域名又は地域名を表示。
- 2箇所以上の養殖場で養殖した場合、主たる養殖場（最も養殖期間の長い場所）が属する都道府県名を表示。
- **他の地域の稚貝アサリを導入した場合、成貝の輸入アサリを導入したことと区別するため、導入元が国内産であることを証明する書類の保存が必要。**

4 今後のスケジュール

- モデル販売協力店との協定締結
日程：4月中旬（予定）
- 出荷再開及び「熊本モデル」第1ステージの開始とフェアの開催
日程：4月中旬（予定）
- 第4回協議会
日程：5月上旬（予定）
内容：第1ステージの中間検証と改良の検討

