

第5回熊本県産あさりブランド再生協議会（議事録）

1 日時

令和4年（2022年）8月26日（金） 15：55～17：10

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(食料品部部長) 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 森 信夫

熊本市文化市民局 市民生活部 生活安全課 消費者センター所長 坂本

正恵

熊本市農水局 水産振興センター 所長 吉留 健士

（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、渡辺 裕倫 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5回熊本県産あさり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、水産振興課の浦津と申します。よろしく申し上げます。

それでは、はじめに、開会に当たり、蒲島知事から御挨拶申し上げます。

（蒲島知事）

委員の皆様におかれましては、御多忙の中、「第5回熊本県産あさりブランド再生協議会」に御出席いただき、誠にありがとうございます。

前回5月に開催しました第4回協議会から、3か月が過ぎました。その中で、前回の協議会でも御説明しましたとおり、6月11日から「熊本モデル」の第2ステージがスタートし、デジタル技術を活用したトレサビリティシステムにより、消費者の皆様へQRコードによる最新の産地情報を提供できるようになりました。

第2ステージの開始から、8月11日までの2か月で、このシステムを活用し、約37トンの熊本県産のあさがりが流通しています。

販売協力店も、これまでに748店まで増加し、そのエリアは関西まで広がっていますが、これまでに大きな問題もなく順調に運用されているようです。

システムの構築、運用に当たり、様々な御意見・御助言をいただきました再生協議会の委員の皆様、販売協力店の関係者の皆様に、深く感謝申し上げます。

また、県産あさを、適正に流通・販売することを目的とした「熊本県産あさを守り育てる条例」が、7月1日から一部施行となり、県産あさりの販売に関する書面の備付けが厳格化されています。

このように、あさり産地偽装問題を根絶するための3原則である「産地偽装あさりの一掃」、「徹底的な調査・取締り」、「純粋な県産あさりの流通戦略」に沿った取組みが、しっかりとした形になってきています。

引き続き、漁業者をはじめ、流通・販売業者や県民の皆様方と一丸となって、「熊本モデル」の取組みを充実させ、あさりの産地偽装を根絶してまいります。

本日は、これまで取り組んできた「熊本モデル」の検証と、「熊本モデル」を持続的に継続していくための課題やその対応策についても御説明させていただきます。

委員の皆様には、忌憚のない御意見をいただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

(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。ここからは、会長、よろしくお願いいたします。

(逸見会長)

皆様、円滑な進行に御協力のほどよろしくお願いいたします。さて、「2 議事」に入りたいと思います。

(1) 議題のうち、①これまでの振り返りから②協議事項(ア)熊本県産あさを取り巻く現状について事務局から説明をお願いします。

(事務局)

事務局の水産振興課の森野と申します。よろしくお願いいたします。それでは、お手元に配付しております第5回熊本県産あさり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「熊本モデル」第2ステージの実施状況です。左側が漁協でのスマホを使った出荷登録の状況です。中央が田崎市場において印字されたQRコードがアサリと配送される状況です。右側が職員による販売協力店での確認状況になります。次のページをお願いいたします。

本日は、3つの項目について御説明いたします。初めに、「熊本県産あさり」に関する、これまでの経緯について振り返ります。2の協議事項では、「熊本県産あさり」を取り巻く現状、「熊本モデル」の検証、あさり「産地偽装110番」の状況について、条例の施行状況及び販路拡大の取組みについて事務局から説明させていただき、皆様から御意見をいただきたいと思います。その後、3の今

後のスケジュールについて御説明いたします。写真は、鮮度維持を目的に、試験導入しました熊本県産あさり専用の海水パックでの販売状況です。次のページをお願いします。

ここでは、これまでの「あさり産地偽装への対応状況」について振り返りたいと思います。まず、2月1日に「熊本県産あさり緊急出荷停止」を宣言し、約2ヶ月間あさりの出荷が停止しました。その2ヶ月の間に、2月22日、3月10日、3月25日の計3回、熊本県産あさりブランド再生協議会を開催し、委員の皆様にご議論いただきながら、「熊本モデル」の構築に取り組んでいます。5月30日の第4回の再生協議会では、「熊本モデル」第1ステージを検証し、6月11日からデジタル技術を活用した第2ステージを開始しております。6月24日には、純粋な県産あさりを守り育て、適正に流通・販売することを目的に「熊本県産あさりを守り育てる条例」を公布し、7月1日に一部が施行されています。また、農林水産省や消費者庁へ要望しながら対応してきたところです。次のページをお願いします。

熊本県産あさりを取り巻く現状として、あさり輸入量の推移について御説明します。あさりの蓄養は、海岸に近い浅場で行われており、また、あさは、梅雨時期の低塩分や夏場の高水温に弱いことから、この時期を除いた10月から5月に行われています。そのため、左上に示しますように、熊本県内を所管する三池税関支署、熊本出張所、三角出張所を通関するあさは、10月から5月がほとんどとなっています。しかし、本県が出荷停止を宣言した後の今年2月から6月までの輸入量は、右上の表で示しますように、全国が3,511トン、県内が853トンで、それぞれ前年同期比で全国が21%、県内が14%と激減していることが確認できました。今後とも、これらの動向を注視し、「熊本モデル」の検証に活用していきたいと考えています。次のページをお願いします。

これは、農林水産省が全国の広域小売店で行いましたあさりの販売状況調査の概要です。昨年10月から12月までに実施した第1回調査結果では、熊本県産と表示されたあさを販売していた店舗数は661店舗でした。その後、熊本県産あさりの出荷停止宣言を行った後の、第2回目の今年2月に実施した調査では、熊本県産あさりとして表示して販売していた店舗は0店舗で、6月に実施した第3回調査では20店舗となっています。一方、外国産あさは、第1回調査の9店舗から、第2回目では459店舗、第3回目は332店舗と増加しています。農林水産省は、第3回調査と第2回調査の結果を比較し、国産あさりの販売店舗数が増加した要因として次の2点をあげております。一つ目は、外国産あさりの輸入数量が減少したこと及び国産あさりの漁獲があさりの旬の時期であったこと、二つ目は、熊本県での産地表示適正化に向けた取組みがあったことです。出荷停止宣言以降、この協議会で議論してきました「熊本モデル」による取組みの効果が表れた形であると考えられます。説明は以上です。

(逸見会長)

ありがとうございました。

それでは、質疑応答を行いたいと思います。資料の2ページから4ページについて、委員の皆様から御意見、御質問を伺いたいと思います。どなたからでも結構ですので、挙手にて御発言をお願いしたいと思います。

特に無いようですので、次に進みたいと思います。

続きまして、資料の5ページから11ページ、(イ)熊本モデルの検証について、事務局から説明をお願いします。

(事務局)

ここからは、「熊本モデル」の検証になります。「熊本モデル」では、4月12日からモデル販売協力店での出荷再開した第一ステージを開始し、6月11日から、デジタル技術を活用しながら、漁場、認定工場、販売協力店の3つのポイントで、漁獲・入札状況の見える化、出荷するあさりの荷姿の統一、販売協力店の認証など、産地偽装を防止するための取組みを行っています。また、漁場、認定工場、販売協力店での、すべての工程でDNA検査を実施し、外国産あさりの混入がないことを確認するとともに、QRコードの産地証明書をはじめとしたデジタル技術を活用した数量把握を行っているところです。次のページをお願いします。

数字でみる「熊本モデル」の検証ですが、まず、ポイント1の漁場では、漁獲量は、一潮目の4月12日から増加し、四潮目の6月9日までの第一ステージでは、約46トンが漁獲されています。6月11日以降の第二ステージでは、8月11日までに約37トン漁獲され、合計82.9トンが漁獲されています。次に、ポイント2の認定工場については、現在、熊本及び山口県に5つの工場が認定され、稼働しています。ポイント3の販売協力店は、潮ごとに認証店舗が増加し、8月11日までに748店舗を認証しています。また、これまで「熊本モデル」で出荷したあさりのDNA検査の全ての過程で外国産の混入は確認されておられません。次のページをお願いします。

ここでは、4月から7月の4か月間での、出荷単価、年間出荷量、推定出荷額について、昨年と比較しています。出荷単価は、「熊本モデル」での流通による純粋な熊本県産あさりへの期待や信頼、販売量に見合った漁獲により、昨年の1.4倍となっています。出荷量は、今年4月から7月末までのわずか4か月間で78.7トン出荷されており、昨年の年間出荷量34.5トンの2.3倍となっています。これらの値から試算した推定出荷額は、昨年の1,550万円の3.2倍の約4900万円と推定されました。出荷量が増加した要因としては、過去2年間の資源管理の取組みによりあさり資源が増加したこと、左下のグラフで示しましたとおり、今年6月時点で、漁獲サイズが、出荷規格である13mmより大型のものが多く、二か月間の出荷停止により、あさがり成長して重量が増加したことも、出荷量の増加に影響したのではないかと考えられます。今後も、出荷単価及び出荷量を増加させるためには、純粋な熊本県産あさりの資源を確保し、出荷サイズの大型化や資源管理により、これらの取組みを継続する意識の醸成が必要と考えています。次のページをお願いします。

これは、潮ごとの販売協力店の店舗数と、一店舗当たりの推定出荷量の推移になります。推定出荷量は、潮ごとの漁獲量を販売協力店の店舗数で割った数値です。これをみますと、一店舗当たりの出荷量は潮ごとに減少し、7月以降約10kg程度で推移しています。また、販売協力店、1店舗当たりの出荷量は、あさりの旬の期間には多く、旬を過ぎた夏場には減少していることから、販売量の変化に対応した、柔軟な出荷体制の構築が必要と考えています。次のページをお願いします。

します。

これは、現在の販売量と出荷量の決定、入札後の漁獲までのプロセスを示します。まず、漁業者は試験操業等の結果をもとに、販売の約8日前に出荷予定量を入札が行われる県漁連に報告し、その約2日後に入札が行われ、価格が決定します。また、販売協力店は、日々の売り上げ状況など消費者の消費動向を踏まえ、最終的な販売量を販売日の約2日前に決定し、流通業者に注文することになります。漁獲は月に2潮、月に約12日間行われますが、販売協力店では、認定工場での出荷調整が行われ、月に約15日から20日間販売されています。ただし、あさりの品質や天候の状況次第では、認定工場での出荷調整能力以上に漁獲量変動すると、需給バランスが崩れることとなります。そのため、安定的に漁獲や販売を行っていくためには、需要と供給のバランスに見合った漁獲・出荷体制を構築し、持続可能な「熊本モデル」にしていくことが必要と考えています。次のページをお願いします。

ここでは、第2ステージで導入した「熊本県産あさり産地証明支援システム」の活用状況について報告します。6月からシステムを使った出荷が始まりましたが、漁協から出荷されたあさりの、ほとんど、99.5%が今回のシステムを活用して流通されました。また、システムに記録された入荷量と出荷量の値は、ほぼ整合性がとれており、不正な取引は確認されませんでした。ただし、一部の事業者において、入力忘れが確認されたことから、情報をきちんと伝達するよう対応を依頼しています。以上のように、システムは順調に稼働していますが、入出荷処理の円滑化など、システムの更なる利便性向上につきましては、国の補助事業申請で立ち上げたバリューチェーン改善協議会において対応しています。次に、直売などの共販外流通への対応ですが、出荷量に占める割合が0.5%程度と、ごくわずかであることから、費用対効果を考え、第1ステージに準じた対応、具体的には各漁協で個別に産地証明書を発行することで対応していきたいと考えています。次のページをお願いします。

ここでは、「熊本モデル」の運用コストについて試算しています。4月から6月までの3か月間、「熊本モデル」を運用するために要した、あさり1kgあたりのコストは、漁獲から販売までの監視経費が83円、専用シールやネット資材などの荷姿の統一のために要した経費が83円、DNA検査に要した経費が13円で、キロあたり合計180円となっています。なお、これには、「熊本モデル」の構築にかかった初期経費や監視での人件費は含めていません。これによると、4月から6月までの平均の出荷単価は、1kgあたり634円で、この運用コスト180円を差し引いた額は、1kgあたり454円となり、前年、令和3年の平均単価とほぼ同額となっています。熊本県産あさりのブランドの信頼回復のため、「熊本モデル」を維持していくためには、漁獲量や出荷単価にかかわらず、一定額の運用コストが必要であることから、このコストをどのように確保していくかが、今後の課題であると考えています。今後、関係機関の役割分担や安定出荷といった「熊本モデル」の運用を合理化していくことにより、継続的に運用可能なシステムづくりを図っていききたいと考えております。説明は以上です。

(逸見会長)

ありがとうございました。

それでは、質疑応答を行いたいと思います。資料の5ページから11ページ、「熊本モデル」の検証について、委員の皆様から御意見、御質問を伺いたいと思います。

(岩崎委員)

あさりの小売店における販売状況をお知らせします。当社（株式会社イワサキ）、熊本県鮮魚販売組合連合会の順で説明いたします。当社（株式会社イワサキ）では、前年4月は22回、今年は11回あさりを販売し、前年比の販売量は57.9%、売上金額は111.3%。前年5月は20回、今年は18回あさりを販売し、前年比の販売量は56.2%、売上金額は108%。前年6月は14回、今年も14回あさりを販売し、前年比の販売量は61.7%、売上金額は111.8%。7月になるとがくっと落ちます。7月の前年比の販売量は48%、販売金額は92%。8月については、今年は2回しか販売していない。前年比の販売量は13.9%、売上金額は26.7%。夏場はあさりの日持ちがしないため、売り上げが落ちてきています。

次に熊本県鮮魚販売組合連合会の状況について説明します。月別の販売量は5月を100%とすれば、6月は54%であり、組合員26名のうち25名が販売。7月は34.6%、23名の販売。8月は13日までに販売し、26名のうち半数の13名が販売しています。

(上間委員)

11ページの180円のコスト計算について、流通段階でコストを負担しているのでしょうか。今後、コストの負担について、県から事業者、消費者へと切り替わっていくと思いますが、流通段階でコストをペイする、収益がきちんと上がっていくような見込みはあるのでしょうか。

(事務局)

これから詰めていくところになりますが、あさりを増やしていく取組みを進めながら、監視方法の見直しも含め、コストを下げていく取組みを進めています。現在、コストについては、流通段階の方々に御負担していただいているものはありません。私どもが「熊本モデル」を運営していくために計上したコストであり、可能な限り減らしていきたいと考えています。

(渡辺委員)

11ページの出荷単価と7ページの出荷単価を比較すると、4月から6月と4月から7月では、4月から7月の出荷単価が安いため、単価が徐々に落ちてきていると思いますが、月ごとの出荷単価があれば教えてください。

(事務局)

申し訳ありません。手元に資料はありませんが、確かに4月の出荷単価が一番高く、毎月、少しずつ下がってきている状況です。

(渡辺委員)

今後、出荷単価が下がってくると、コストを抑える、ブランド化を進めて出荷単価を上げるような取組みを進めていくことが必要ですね。

(事務局)

必要な取組みだと思えます。県では、あさりを増やす取組みも進めているので、バランスを取りながら進めていきたいと考えています。

(上野委員)

4月から5カ月間、県産あさりを販売してきました。システム的にまだまだ磨き上げていく必要があると思えますが、本当に素晴らしいシステムが出来上がっておりつつあると感じています。

ただ、8ページにもありますが、6潮目ぐらい、6月の終わりごろになるとあさりの品質に問題が出てきて、販売協力店が増加したものの販売量は落ちていきました。

信頼回復や産地偽装をなくすために、素早くシステムを構築させていくことは大事なことです。商品が良くなければどうにもならないと思えます。消費者は、システムを買うわけではありませんし、お店もシステムを売るわけでもありませんから、やはり物がいいことが一番だと思います。

ただし、夏場は人間も熱中症になるくらいですから、夏の貝はもともと弱いのは当たり前です。個人的には、販売量に合わせた漁獲調整や、むき身あさりなどの加工商品が作れると一番いいかと思えます。それが難しいのであれば、来期の6月から9月も禁漁期を設けるなどの検討が必要だと思います。

(逸見会長)

今の品質が低下したという話は、今年に限ったものではなく例年の話ですか。システム上、何か問題があったということですか。

(上野委員)

システムの問題ではありません。我々も夏場の貝を初めて取り扱ったので、やはり、夏場の貝はそれなりに弱かったということを感じました。

(事務局)

夏場はどうしてもあさりが弱くなる時期となり、消費者の皆様にお買い求めいただく量が減ってきます。我々としみしても、今後、夏場の貝の品質を維持する努力をしつつ、どのように販売していくかが大きな課題だと思っています。一方で販売協力店における夏場の貝の需要もあったとお聞きしています。そのような需要にどのように対応していくのか、漁連、漁業者の皆様と話をしながら、来季に向かって進めていきたいと考えています。

(上間委員)

夏場に海水パックで販売されていますが、認定工場でパックしてそのまま店頭と並んでいるのか、パック販売よりも価格が高くなるのかどうか教えてください。

(事務局)

認定工場で海水パックの荷姿となり、店頭へと並びます。海水パックで販売される商品の方が高くなっているとお聞きしています。

(岩崎委員)

小売りの立場として意見を言いたいと思えます。どうしてもあさりの単価が上がったため、いつとき食卓には上がらないという声や、以前は月10回食べていたものが2~3回に減らしたなどの声も聞いています。消費量を増やしてい

くためには、価格設定も大事だと思います。

それと水産会社の方から、夏場は入札後に水槽に入れておくにあさりが弱くなるという話を聞いています。我々小売りにあさりが届いても、夏場は小売りで1日しか売れない。朝にパックしたものが夕方には口が空いている。

あと、蓄養についての意見ですが、水産会社の方が言うには、入札制度の場合、どうしても入札した全ての貝を仕入れなければならず、生け簀で5日、6日出荷調整した貝は当然弱くなり、販売協力店では死んだ貝を販売する可能性もでてきます。入札の流れはわかりませんが、入札後、入札したあさり全てを生け簀に入れることについて、どう考えているかお聞きしたい。地区によっては、蓄養はダメなわけでしょう。詳しくわかりませんので、教えてください。

(竹内農林水産部長)

今の販売の流れについては、9ページに記載しています。我々も課題として考えているところがございます。まず、予定出荷量報告ですが、漁協は販売する約8日前までにこれだけ獲れますよという量を県漁連に申請します。これに基づいて入札量が決まりますが、販売協力店からは、これだけの量が必要という注文は販売の約2日前に入ります。漁獲後のあさがどこに行くかといいますと、認定工場の方に入っていきます。この段階で認定工場の出荷調整能力以上に漁獲がありますと需給バランスが崩れ、量がダブついてあさりの品質が落ちるということになります。品質が悪いものを出荷するといけませんので、この場合は漁場の方で漁獲量を調整しています。

一方で、貝が暑さで弱るといふ御意見を様々なところから伺っています。海水パックで販売していくのか、或いは上野委員から御意見いただいた夏場の一時期は禁漁してその期間は販売しないとするのか、協議会でも御意見をいただきながら検討させていただいているところです。

今までがどうだったのか、夏場にあさりの販売が止まっていたのか、純県産あさが弱いのかどうかもわかっていない状況です。消費者の皆様にはいいものを届けていかなければ、熊本ブランド自体何なのかということになりますので、皆様からの御意見をいただきながら、生物としてのあさをどうすれば鮮度を保っていけるのかについても協議させていただければと考えています。

(岩崎委員)

夏場のあさりの取扱いは難しいと思っています。先ほど、海水パックの話がありましたが、海水パックにも欠点があり、1個のあさがダメになると全てがダメになります。夏場以外は、海水パックは非常に手間がかからず販売しやすい商品だと思います。当社と取引がある水産会社の方は、海水パックの設備を持っていないため、県の方から何か補助してもらおうと助かると思います。あくまでも小売りの立場からの意見として述べさせていただきます。

(佐村委員)

小売りの立場から話をさせていただきますと、当社におきましては、6月、7月のあさりの販売は非常に厳しかったということと、海水パックを実際に販売したところ想定よりも売れたという状況です。8月の2潮目の入札がなかったこと、お客様のニーズがあったことから、他県からあさを仕入れて販売しました。6月、7月のあさりの販売は厳しいですが、一方で県民のお客様のニーズがある

と思います。夏場のあさをどう売っていくかが今後の課題だと考えています。熊本のあさは期待されていますので、今後、販売の方法を考えてきたいと思います。

(逸見会長)

7ページに関して、夏場に貝が弱くなることは、実験で飼育していてもわかります。今後、秋にどのくらい漁獲量が回復するのか、それは稚貝がどのくらい漁場にいるのかどうか、漁獲時のサイズの推移を把握することが大事になると思います。4月、5月、6月、7月の漁獲時のサイズの状況などの分析はできていますか。

(事務局)

7ページに現在出荷されているあさりの殻幅について記しています。毎月調査していますが、殻幅組成はあまり変わっていません。現在、漁場で漁獲圧が高くなっている状況ではないと思っています。また、稚貝についてですが、今年は緑川河口域の漁場に多くの稚貝が発生しており、この夏を乗り切れば、来年度の漁獲に繋がるのではないかと見守っているところです。

(逸見会長)

8月も下旬ですから、あと半月ほど頑張ってもらえれば、秋の漁獲が期待できるということですね。他にありませんか。

(岩崎委員)

QRコードは非常にいいシステムだと思いますが、残念ながら消費者の興味は低いと思っています。売場の担当者に確認したところ、消費者がQRコードを確認する姿はあんまりないそうです。しかし、安心感はある。消費者の方に分かりやすく、QRコードを読み込んでもらう仕掛けが必要だと思います。いいシステムができたので、消費者の方がわかるような説明を進めていくことで、いい結果が出てくると思います。

(藤由流通アグリビジネス課長)

QRコードを消費者の皆様が必ず確認している状況ではないと把握しています。どう評価するかという視点で考えますと、必ず店頭には産地証明書が掲示されておりますので、それが安心の証になっていると思います。それ以上に情報が欲しいという方がQRコードを御覧になられる状況です。QRコード自体が安心感の1つになっていると思っています。手前みそで恐縮ですが、デンソーさんと一緒になって取り組んできたことで、良いシステムができたと思っています。この後の説明になりますが、今後、QRコードは活用していきたいと考えています。10月頃からフェアの開催を計画しており、QRコードを読み込むことで特典があるようなものを考えておまして、しっかりと周知していきたいと考えています。

(逸見会長)

ありがとうございました。続きまして、資料の12ページから17ページ、(ウ)あさり「産地偽装110番」の件数等から(カ)販路拡大の取組みについて、事務局から説明をお願いします。

(事務局)

今年2月1日に開設したあさり産地偽装対応ダイヤル「産地偽装110番」に

ついて現状報告いたします。開設当初より多くの情報や御意見などをいただき、8月24日時点で情報提供が161件、御意見が233件、合計394件となっています。また、県内630店舗において、5月9日から31日までにあさりの販売状況調査を実施した結果、あさが販売されていた店舗は249店舗ありましたが、いずれも「産地偽装の疑いが無いこと」を確認しました。引き続き、産地偽装110番に、いただいた情報を基に適切に対応してまいります。次のページをお願いします。

ここでは、「熊本県産あさりを守り育てる条例」の施行状況を御報告したいと思います。純粋な県産あさりを守り育て、適正に流通・販売することを目的とした条例及び施行規則を6月24日に公布しました。この条例のうち、あさりの販売に係る書面の備え付け等の義務化に関する規定を7月1日に施行しています。県では、この条例の周知を図るため、この施行に併せて、6月24日に県内の小売店等に対して文書により周知を行っています。また、7月1日には市町村向けに7月14日には漁協向けに説明会を行いました。説明に用いた資料については、県庁HPでも公開し、広く周知しているところです。9月1日には、販売協力店の認証、あさり資源回復に係る区域指定等に関する規定が施行され、条例の全ての規定が施行されることとなります。次のページをお願いします。

ここでは、条例に規定する、あさりの資源回復に向けた取組みへの支援について御説明します。この条例では、熊本県産あさりの資源の保全及び回復の推進を図るため、輸入あさりの蓄養から安心して漁業に転換できるよう、県があさりの特別回復区域を指定し、新たな生産体制の構築へ向けた漁協の取組みを支援することとしています。また、県産あさりの生産性向上を目的に、県があさりの育成促進区域を指定し、あさりの増殖へ向けた漁協の取組みを支援することとしています。具体的には、特別回復区域においては、県が積極的に関与し、関係機関と連携し、漁場特性に応じた稚貝の採苗や育成に係る技術の移転を行うとともに、技術移転した漁協の取組みを支援することとしています。また、育成促進区域においては、各漁協の漁業者の取組みを後押しし、これまでに一定の成果が見られた被覆網、網袋など、あさり増殖に係る取組みへの支援を行うこととしています。なお、これらの取組みへの支援については、「熊本県産あさりを守り育てる条例」の施行に伴い、9月県議会へ提案することとしています。次のページをお願いします。

販売協力店の認証状況についてです。8月8日現在、関西地方までの2府15県の748店舗を認証しています。内訳としては、4月11日から5月25日までの第一ステージで、熊本県内の店舗をはじめ、福岡県内の店舗を含めてモデル販売協力店として374店舗認証しました。5月25日から第二ステージに向けて、第一次募集を開始し、6月30日までに九州から関西地方の329店舗を認証しています。現在、7月12日から第二次募集を行っているところです。販売協力店の認証について、お問合せいただいた店舗からは、県産あさりへの信頼性、取扱うメリットがあるのか、作業負担があるなどの御意見をいただいています。引き続き、問合せいただいた小売店の皆様に対して、「熊本モデル」の説明を丁寧に行い、しっかり御理解いただいた上で、販売協力店を増やしていきたいと考えています。次のページをお願いします。

ここでは、前回の再生協議会において検討いただいた鮮度維持に係る取組みの状況です。夏場の高水温時の鮮度低下の対策として、販売協力店の皆様から御意見のあった海水パックの試験導入をしております。写真のように、海水パックは、表面フィルム上の記載を必要最小限にとどめ、販売協力店において、県産あさりの識別表示である「くまモンシール」を貼付する場所をあらかじめ定め、熊本県産あさり専用のパッケージとしています。海水パックの出荷については、6月25日から開始し、潮ごとに取扱い数量が増え、9潮目では出荷割合が漁獲量の42%となっています。また、販売協力店の中には、海水パックだけを扱う店舗もあることから、県産あさりを販売する店舗の拡大にもつながったと考えています。引き続き、良質の県産あさりを安定供給するため、現在の荷姿を基本としながら、消費者等のニーズに応じた、レトルトパックや冷凍出荷などの販売形態を検討していきたいと思っております。次のページをお願いします。

ここでは、熊本県産あさりのブランド力向上の取組みとして、販路拡大を目的としたフェアイベントの開催について御説明いたします。このフェアでは、全国の消費者に対して、「熊本モデル」をPRするとともに、県産あさりを中心とした県産水産物の販売促進キャンペーンを実施することとしています。あさりの秋の採貝シーズンに合わせて、10月上旬から約1か月間を予定しており、販売協力店での実施となります。具体的には、4月に行いました春のフェアと同様に、県産あさりを中心とした県産水産物を購入した方に、抽選で県産農林水産物をプレゼントするキャンペーンと、「産地証明書」のQRコードにアクセスすると、もれなくくまモン等のオリジナル壁紙をプレゼントするなどの企画を検討しているところです。説明は以上です。

(逸見会長)

ありがとうございました。

それでは、資料の12ページから17ページについて委員の皆様から御意見、御質問を伺いたいと思っております。

どなたからでも結構ですので、挙手にて御発言をお願いしたいと思います。

(渡辺委員)

熊本県産あさりを守るための各取組みについて、関係者の皆様の対応は大変だったと思います。12ページにあるとおり、産地偽装は確認されていないということですが、これから先、産地偽装が発覚した場合、今まで指示公表に留まって刑事罰まで進んでいないことが気になっています。他県産の食品では、食品表示法上で告発している事例もありますので、今後、熊本県でこのような事例があった場合、県としても積極的に告発して食品表示法上の刑罰を検討していただきたいと思っております。それが、これだけみんなで取り組んできていることを守るためでもあるし、もともと産地偽装は消費者を欺く犯罪なので、その点を御検討ください。よろしく申し上げます。

(東田くらしの安全推進課長)

県警に情報提供しながら、罰則の適用もさせていただければと考えています。頑張ります。

(岩崎委員)

15ページになりますが、販売協力店の第2次募集は7月12日から8月3

1日までとなっていますが、その後の募集は考えていますか。

(事務局)

現在も販売協力店へのお問い合わせをいただいている状況にありますので、改めて募集していきたいと考えています。

(上野委員)

販売協力店について、今後増えていった際に、あさり自体は確保できそうな状況なのか教えていただきたい。

(事務局)

現在、あさりの資源は確認されている状況です。そのような中で、来年、再来年、あさりが増えるような取組みを一生懸命進めております。あさりを売っていくためには、まだまだ販売協力店が必要だと思っています。今後どのようにあさり売っていくかも含め、慎重に進めていきたいと考えています。信頼回復が一番の目的ですので、熊本モデルに興味を持っていただいている小売店の方々に丁寧に説明しながら、少しずつ増やしていきたいと思っています。

(上間委員)

13ページの条例部分について、稚貝を輸入して1年半以上育成したあさは県産あさりの表示ができると認識していますが、現実には、このような方法で出荷できている事業者はいませんし、事業者も苦しんでいると思います。3ページでは、あさりの輸入量が減ってきていますが、輸入された外国産のあさが中国産や韓国産として販売されていけば問題ないと思います。実際、区画漁業権の中で育成されている現状はないのか教えていただきたい。また、このあさが産卵していると、DNA検査において、違う結果が出てくるということは考えられないのか教えて欲しい。

(事務局)

交雑が起こる可能性があるかという御質問ですが、DNA検査を行っていますが、交雑は確認されていない状況です。

(逸見会長)

中国から輸入されたあさが漁場で蓄養されていることはないのでしょうか。

(事務局)

853トンのあさが県内の保税地域に入っている可能性があります。その全てが出荷されているかどうかまでは確認できていません。

(上間委員)

区画漁業権の中で育成されている状態ではないのですか。

(事務局)

県内に853トンのあさが輸入されていますが、その状況を確認したところ、熊本出張所の保税地域には入っていません。三池税関支署や三角出張所の保税地域に保管されたのち、外国産として出荷されていると考えています。

(岩崎委員)

県漁連の舩元委員が参加されているのでお聞きしたいが、外国産のあさを1年半育成することは現実的にできるのでしょうか。

(舩元委員)

今のところ、1年半以上育つということは確認していませんし、聞いたことが

ありません。

(岩崎委員)

飼育したことがないということでしょう。1年半以上すると国産となると言われているが、現実に生き残るのかどうか教えて欲しい。

(竹内部長)

生物学的に生き残るかどうかということについて、全て死んでしまうことはないと考えています。水産庁との話の中では、経済として回すには相当ハードルが高いのではないかと、ただ、環境によっては地場の貝も生きていますので、生き残らせる道というものはあるかもしれません。輸入あさを漁場に入れた時の書類の保存の手間、区画ごとにきちんと管理をした上でそれを報告ができるようにしていく、その上で生残率がどうなのかということになります。今現在、純熊本県産あさりについては、漁場でのDNA検査、認定工場でのDNA検査を行い中国産が入らないように監視をしている状況です。輸入したあさを中国産として出荷する場合は、食品表示法上の問題はないので、純熊本県産あさりについて、徹底的に監視を行い、流通ルートを透明化しているところです。

(逸見会長)

16ページに旬のあさりを使ったレトルトパックや冷凍出荷とあります。しじみやハマぐりのレトルトパックや冷凍商品は聞いたことはありますが、旬のあさりを使ったものは県外含め、事例はありますか。

(事務局)

あさりのレトルトパックを販売している事例はあります。

(逸見会長)

それでは、③今後スケジュールについて、事務局から説明をお願いします。

(事務局)

最後に、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ように、10月から、あさりの秋の旬に向けてフェアイベントを開催する予定です。そして、12月頃に、秋の以降の「熊本モデル」の検証、並びに今後の展望について検討するため、第6回再生協議会を開催したいと考えています。説明は、以上です。

(逸見会長)

ありがとうございました。

それでは委員の皆様から御意見、御質問を伺いたいと思います。どなたからでも結構ですので、挙手にて御発言をお願いしたいと思います。質問はないようですので、本日、事務局から説明があった「熊本モデル」の今後の対応について、委員の皆様の意見を反映させる形で、了承するというところで、委員の皆様、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。

事務局においては、本日は了承した取組みが、着実に実施できるよう進めてください。最後になりますが、議題の(2)その他になります。委員又は事務局から、何かございますでしょうか。特に無いようでしたら、本日の議題は全て終了となります。それでは事務局へお返しします。

(司会)

逸見会長には、ここまでの議事進行をいただき、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をいただき、ありがとうございました。

今回、委員の皆様から頂きました御意見を活かし、「熊本モデル」をより良いものにするためにしっかりと取り組んで参ります。

県産あさりの信頼を完全に取り戻すまでには、まだまだ長い道のりが続くものと思います。

産地偽装を根絶するための3原則に沿って、今後も全庁を挙げて対応して参ります。

引き続き、委員の皆様には、御協力賜りますようお願いいたします。

本日は、ありがとうございました。

(司会)

それでは、これをもちまして第5回熊本県産あさり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。