

## 第6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5年（2023年）2月20日（月）15：25～16：30

### 2 場所

熊本県庁本館地下大会議室

### 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 主幹兼主査 西 武志

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

農林水産部 竹内 信義 部長、阪本 清貴 政策審議監

県庁関係各課 ※事務局：水産振興課

### 4 内容

（司会）

若干定刻より早いですが、皆様おそろいですので、第6回熊本県産あさりブランド再生協議会を開催します。

本日の協議会につきましては、お手元に配付しております資料の次第に沿いまして進めさせていただきます。それでは、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、お忙しい中「第6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。

昨年2月22日に「熊本県産あさりブランド」の再生に向けて、第1回協議会を開催してから、1年となります。

この間、委員の皆様から様々な御意見をいただきながら、デジタル技術によるトレーサビリティシステムを活用した「熊本モデル」を構築し、純粋な県産あさりを消費者の皆様にお届けすることができるようになりました。

さらに、「熊本モデル」による取組みを進めたことで、あさりの価格も上がり、

漁業者の所得向上にもつながっています。

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委員の皆様、県漁連や販売協力店をはじめとした関係者の皆様に、深く感謝申し上げます。

今期のあさり漁獲が、一昨日から八代海の漁場で始まりました。県内の漁場には昨年より多くのあさり稚貝が確認されており、今期の漁獲量は期待できると聞いております。

また、漁獲量が増えることで、関東まで販売協力店が広がることが期待されており、今月2日から販売協力店の第4次募集を開始するなど、4月から6月の漁獲のピークに向けて、準備を進めています。

販売を希望される皆様には、「熊本モデル」についてしっかり御理解いただきながら、販売協力店を増やしていきたいと思っております。

本日は事務局から、これまで1年間の取組みの成果と、今後の取組みについて御説明させていただき、最後の再生協議会としてまとめたいと考えています。

委員の皆様には、「熊本モデル」がさらに発展し、持続可能なモデルとして運用していけるよう、忌憚ない御意見をいただきますよう、よろしく願いいたします。

(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、早速、議事に入らせていただきます。会長、よろしく願いいたします。

(逸見会長)

皆様、円滑な進行に御協力のほどよろしく願いします。さて、「議事」に入りたいと思っております。

議題のうち、(1) これまでの振り返りから(2) -1「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)

事務局の水産振興課の森野と申します。よろしく願いします。

それでは、お手元に配付しております第6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、春の漁獲に向け、漁業者のあさりを保護する取組みの状況です。左側は、あさりの稚貝を保護するために、干潟の上に網袋を設置している状況で、右側は、あさりの成長状況・生息数を調査している状況になります。

本日は、4つの項目についてご説明いたします。

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、「熊本モデル」の検証と、今後の取組みについて、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っております。その後、(3)の報告事項と、(4)の取組みの総括について御説明いたします。

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っております。

まず、昨年2月1日に「熊本県産あさり緊急出荷停止」を宣言し、約2か月間、あさりの出荷が停止しました。

その後、2月22日から8月26日まで、合計5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。

第5回の協議会以降、9月1日に、「熊本県産あさりを守り育てる条例」が全面施行し、9月30日には、条例に基づき、あさり特別回復区域、育成促進区域を指定しています。

10月8日から約1か月間、秋のキャンペーンを開催し、12月28日には、これまでの取組みについて、知事と熊本県漁連会長との、意見交換を行っております。

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出荷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、デジタル技術を活用したトレーサビリティを行っています。

まず、「熊本モデル」での出荷量の推移についてですが、出荷量は、漁獲が開始された4月12日から6月9日までの第一ステージで、約46トンが出荷されています。

6月11日以降の、第二ステージでは、あさりの漁獲が終了した11月4日までに約42トン出荷され、合計で約88トンが出荷されています。

令和4年の出荷単価、年間出荷量から、推定出荷額は、5,270万円となっています。

令和3年と比較すると、出荷量が2.5倍、推定出荷額が3.4倍に拡大しています。

次に、販売協力店の認証状況についてです。

出荷を再開した昨年4月12日時点の販売協力店は、県内だけの93店舗でしたが、6月11日の第2ステージ開始までに、九州、中国地方を中心に関西圏まで販売協力店が広がり、589店舗に拡大しました。

現在、春のあさりの旬に向けて、2月2日から6月30日まで、販売協力店を募集しており、2月17日時点で、963店舗に増えています。

今後、あさりの出荷量の増加が見込まれることから、流通業者に対して、「熊本モデル」を丁寧に説明しながら、全国に販売協力店を拡大していきたいと考えています。

次に、第2ステージから導入したトレーサビリティシステム「熊本県産あさり産地証明支援システム」の活用実績についてです。

6月からシステムを使った出荷が始まりましたが、漁協が出荷した99%が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。

なお、運用を通して現場での諸課題が明らかとなり、これらに丁寧に対応するため、改修を行っています。

主な改修内容の1つめは、システムへの入力を忘れた際に、通知が届く機能を追加し、入力漏れを防ぐようにしています。

2つめは、作業負担の軽減のため、出荷先ごとに必要だった入力・印刷の作業を、まとめて処理できるようにしました。

3つめは、販売協力店からの取扱量の報告について、システムを使って報告できる機能を追加しています。

このように、トレーサビリティシステムについては、適正な運用と利便性の向上が図られるよう、システムの完成度を高めています。

次に、これまでの協議会で議論しました取組み方針について、その実績と今後の課題についてです。

販売店の見える化については、段階的に販売地域を広げながら、適正に流通した県産あさが購入できる販売協力店を県と県漁連のホームページで公表しており、今後も出荷量に応じた販売協力店の認証を行っていきたいと考えています。

県産あさを偽装から守る取組みについては、第一ステージから、漁獲情報の発信、産地証明書の発行、認定工場での統一した荷姿で出荷を開始し、その後、デジタル技術を活用したトレーサビリティシステムや、新たな荷姿として海水パックを導入するなど、改善を図ってきました。

今後の課題としては、「熊本モデル」の周知、出荷量の増加に伴う作業の効率化、あさりの品質・価格の向上、継続的に取り組む体制づくりが必要と考えています。

以上で、これまでの取組みの検証について、説明を終わります。

(逸見会長)

はい、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7ページの「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。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ます。はい、どうぞ。

(上間委員)

4ページの出荷量について、見込みが年間200トンに対して実績は88トン。ただし、今年は相当量が見込まれていて、期待できると聞いている。

昨年の夏以降、県産あさを購入できなかつたし、近くの大きなお店に並んでいるのを見ていない。今、産地証明書も撤去されている状況で、他の店も回るが見かけない。海水パックも話題になったが、現物を確認できなかつた。供給面で偏りがあったのか。今年はそういうことが無いとは思いますが、去年は行き渡っていなかつたというのが、県内の現状なのかと気になっておりました。

(逸見会長)

はい、ありがとうございます。事務局から御願います。

(事務局)

昨年4月から11月まで出荷しております。見込みとして年度当初において、

各漁場に稚貝が多く発生しており、保護して漁獲を見込んでおりましたが、夏以降に台風の影響等もあり、台風であさがりが散逸し、散逸したことで漁獲効率が低下したため、資源を増やすために資源管理に取り組みました。また、八代海においては、被覆網で保護していますが、チヌなどによる食害もあり、全体的に漁獲量が少なくなりました。そのあと、昨年末に漁場の調査をしておりますが、調査結果としては、令和3年に比べて、より多くの稚貝が発生しております。今年漁獲サイズになる稚貝をしっかりと保護ながら、漁獲につなげていきたいと考えています。

(逸見会長)

よろしいですか。他にありませんか。はい、岩崎委員。

(岩崎委員)

昨年のあさり販売の現状について進捗状況を報告します。鮮魚販売組合の組合員の意見を吸い上げたところ、良いところ悪いところの意見が出ています。悪いところとして「夏場の鮮度が悪い。」「型がバラバラである。」「商品の単価が高い。1年通して価格の上下があるのではないか」という意見です。例えば、「大きいのは高くて、小さいのは安いといった風にできないのか。」「鮮魚販売組合でトレーサビリティシステムを完了してはどうか?」といった意見もありました。それと、「QRコードを導入したのに、最終的に紙で記録、保存しないとダメなのか」という意見もありました。良いところの意見としては「消費者の方々が安心して購入できるようになった。販売する側も安心して提供できる。」「値段が適正である。」「中国産と比べて差別化ができる。」「スマホなどで簡単に登録ができるシステムは便利。」という意見がありました。以上です。

(事務局)

いろいろな御意見をいただきました。昨年4月以降、出荷していますが、様々なところで御意見を伺って、現地調査をしています。その中で、鮮度、大量出荷、簡素化それ以外の点もありますけども検討しております。QRコードや安全安心な流通、販売についても、しっかり「熊本モデル」として出荷し、安全安心な適正な純県産あさりの流通販売で対応していきたいと思っております。併せて、簡素化も進めていく必要があると思っております。

また良い点につきましても、消費者の信頼を裏切ることなく、安全安心な県産あさりの信頼回復が増える取り組みを進めていきたいと考えています。

(逸見会長)

はい。それでは、さっきもありましたけど総括の時間を確保したいので、先へ進めさせていただきます。続きまして資料8ページから13ページ、(2)-2、今後の取り組みについて事務局から説明をお願いします。

(事務局)

「熊本モデル」の周知についてです。

まず、令和4年度の取り組みですが、4月17日～5月8日にかけて、「くまもと春の海まつり」キャンペーンを行い、初日には、鶴屋百貨店において、知事によるトップセールスを行っています。

また、10月8日～11月7日にかけて、「くまもと海の幸 秋の感謝祭」キャンペーンを行いました。

秋のキャンペーンでは、消費者の方々に「産地証明書」にアクセスを促す取り組みも実施し、キャンペーン中のQRコード閲覧割合が、キャンペーン前の約3倍に上昇しています。

令和5年度においても、「熊本モデル」や、県産あさりの周知に取り組んでいくこととしています。

今後の取り組みについてですが、まず、効率的な出荷のための「荷姿」についてです。

現在、認定工場からの出荷時には、1kg ネット、もしくは海水パックで出荷しています。

しかし、量販店では、店舗毎に、3kg、5kg、10kg といった決まった規格で出荷されることが確認されました。

そのため、これらの規格で封印した荷姿で出荷することで、認定工場での作業時間を短縮し、漁獲量の多い時期でも鮮度を落とすことなく大量出荷が可能になります。

また、販売協力店においても、開封時間を短縮することが可能となり、ゴミの減量化にもつながると考えています。

引き続き、混入防止を図りながら、効率的な荷姿を導入していきたいと考えています。

次に、ブランド化のための「出荷サイズ」についてです。

昨年6月から9月まで、緑川河口域でのサンプルを調査し、漁獲されたあさりのサイズを調べています。

その結果、8月に大型のあさりが最も多く漁獲されることがわかり、出荷期間を通して、現在の出荷規格である殻幅13mmの漁獲物のうち、約90%が、殻幅13.5mmの規格でした。

平成30年度の出荷単価を見ると、殻幅13mmと、13.5mmとでは、1kgあたり約60円単価が高くなっており、令和4年の出荷量で試算すると、出荷規格を殻幅13.5mmとすることで、3%の出荷額の増加が見込まれます。

また、漁獲サイズを大きくすることで、あさりの産卵数が2倍になることも報告されています。

今後、出荷サイズの大型化に取り組み、県産あさりの単価の向上や、資源回復にも繋げていきたいと考えています。

次に、ブランド力向上のための「出荷時期」についてです。

緑川河口域での調査では、あさりの身入りの指標となる肥満度は、6月までが高い傾向にありました。

この身入りが良いあさりを、消費者へ安定して届けるためには、このあさりを販売できる期間を長くする取り組みが必要です。

そこで、この身入りの良い、この時期のあさりを安定して販売できるよう、レトルトや冷凍加工することで、夏以降の出荷を検討するとともに、身入りや漁獲見込み量を確認しながら出荷するなど、品質を確保していきたいと考えています。

次に、「鮮度管理」についてです。

県産あさりは、夏場にも漁獲・流通することから、昨年夏場に流通するあさり

の鮮度を維持するための基礎データを収集しています。

漁獲した後、船の上で保管されるあさを対照区と、寒冷紗を被せたもの、濡れた布を被せたものを準備し、温度とあさりの活力の指標として口開け率を計測しています。

その結果、寒冷紗だけでは、何も対策をしない対照区とほぼ同じでしたが、濡れた布を被せた試験区では、あさりの活力を維持させることができました。

そのため、漁獲直後のあさりの鮮度を、保持するためには、濡れ布に加えクーラーボックスを用いて温度管理する必要があると考えられます。

このほか、流通での鮮度維持の取組みとして、他産地で実績のある海水を入れた発泡箱での流通など、混入対策を施した方法での出荷を検討していきたいと考えています。

次に、持続的な「熊本モデル」の運用体制についてです。

昨年2月以降、あさりブランド再生協議会での議論を踏まえ、県漁連と連携し、「熊本モデル」をスタートさせ、これまで「熊本モデル」を運用する中で確認された課題に対しては、協議会での議論を踏まえながら、持続的な運用が出来るよう取り組んできました。

今後は、「熊本モデル」が自走できるよう、市町村や漁協などの関係機関と、役割分担、連携することで、安定的な運用が続けられるような体制づくりが必要と考えています。

以上で、今後の取組みについて、説明を終わります。

(逸見会長)

はい。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8ページから13ページ。(2)-2、今後の取組みについて、委員の皆さんから御意見・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。はい、どうぞ。

(渡辺委員)

9ページのところです。荷姿を統一するということが、偽装したあさりが入らないための対策の一つだったと思います。今後について、鮮度を保ったり、それから資源との関係でも大きい容量のものは3kg、5kg、10kgにしていくというのは良いと思うのですが、荷姿を統一することで、偽装したものが混入しないようにという観点からいくと、この荷姿について定期的に色を変えたりとか、さらに偽装されないような、そういう仕組みづくりも今後検討していただきたいなと思います。

(事務局)

今まさに御指摘いただきましたとおり、荷姿につきましては、基本的にネットで封印という形で取り組んでいます。今後、この形をベースとしながら、まさに色を変えたりとか、実際、現場の方で、昨年、漁業者が獲られる12kgネットが、実は去年途中で色を変えています。熊本色をそういったところに出しながら、見ただけで、これが熊本産とわかるように、流通業者、消費者の方々と実施していきたいと思っています。

(逸見会長)

他にありますか。どうぞ。

(上間委員)

10ページです。大型化で出荷すると言うことですが、これは様々なメリットがあり非常に良いことです。サンプリングが緑川河口域ということですが、どこの河口域でも、この傾向ということで理解してよいのでしょうか。

(事務局)

緑川河口域が昨年度一番獲れた漁場ということもありまして、ここでのサイズ組成を示させていただきました。基本的に、例えば八代海であれば殻幅5分、15mmで出荷されたこともありました。漁場別に状況が異なります。ただ、いずれにしましても、どの漁場でも、サイズを大型化するというのは、今後ブランド化に向けて、より有効な手段ですし、資源管理においても、重要なことだと思っています。そのため、現状を見ながら、より大きなものを出荷するという形で、今後取り組んでいきたいと思っています。

(逸見会長)

他にありますか。どうぞ。

(佐村委員)

11ページ。今後の取組みということで、レトルト食品や加工品を考えているようですが、具体的に、いつ頃から取り組むのか、もしくはその製造方法とかもあるかと思うのですが、参考にしたいので教えてください。

(事務局)

例として、ボイルのレトルトの資料を示させていただいていますが、こういったパッケージを含めて、県漁連と議論をさせていただいているところです。そのため、できれば今シーズン中にこういったものが開発できればと思っています。

(佐村委員)

期待しています。

(逸見会長)

他にありますか。どうぞ。

(岩崎委員)

加工はあくまでレトルトで、むき身はダメなののでしょうか。むき身にして冷凍にするのは。

(事務局)

様々な加工形態があると思います。そこも含めて、議論をして、いろんなことに取り組んでいきたいと思っています。まずはレトルト、或いは、冷凍という形態できちんとしたものを加工することを考えています。

(岩崎委員)

いずれはむき身もできるというあるわけですか。まだですか。

(事務局)

活あさりとして出荷している状況で、この6月以降、一番身が肥えた時期のあさをより長い期間出していくのが、今回の取組みです。その中で、レトルトパックや冷凍と言っていますが、ボイルしたむき身等の取組みも、そういった形を取り組める状況かどうかも含めながら検討を進めていきたいと考えています。

(逸見会長)

よろしいですか。他にありますか。いろいろあると思うのですが、それでは



先に進めさせていただきます。続きまして資料の14ページ(3)―1資源回復の取り組みから17ページの4総括について事務局から説明をお願いします。

(事務局)

14ページをお願いします。資源回復の取り組みについてです。

昨年9月に「熊本県産あさりを守り育てる条例」が全面施行し、輸入あさりの蓄養から漁業に転換した漁場を、あさり資源「特別回復区域」、県産あさりの生産性向上に取り組む漁場を「育成促進区域」に指定し、その取り組みを支援しています。

特別回復区域に指定した1漁協に対しては、県が主体的に、新たな生産体制の構築ができるよう、稚貝の保護育成を目的に、網袋や垂下カゴの試験区を設け、そこで得られた成果を、漁業者に技術移転することとしています。

また、ここでは、これまでの被覆網の設置など、漁業者のあさり保護の取り組みにより、3月上旬からあさりの漁獲が予定されています。

今回漁獲を予定されている漁場は、旧蓄養場とも区別でき、外国産あさりの蓄養も行われておらず、DNA検査においても混入は確認されておりません。

監視をしっかりと行いながら、「熊本モデル」において販売していくこととしています。

「育成促進区域」については、あさり漁場を有する20漁協を指定しており、そのうち、現在、12漁協に対して、あさりの稚貝を確保・保護するための網袋や被覆網の設置などの取り組みを支援しています。

現在、これらの漁場では、例年になく多くの稚貝が生育しており、今年度漁獲対象となる、2分以上のあさりも多く見られています。

今期の漁獲は、八代海では2月18日から、有明海では3月上旬から始まり、4月から6月に最盛期となる見込みです。

引き続き、漁場のあさを被覆網で保護し、食害対策や耕うんなど漁場環境を改善するなどし、より多くのあさが漁獲できるよう取り組みを進めていくこととしています。

次に、調査取締りについてです。

まず、あさり産地偽装対応ダイヤル「産地偽装110番」については、昨年2月1日の開設当初から、多くの情報や御意見などをいただき、今年2月16日時点で、情報提供が163件、御意見が237件、合計400件となっています。

次に、緊急出荷停止宣言後の、食品表示法に基づく指示については、県内9業者に対して、指示・公表しています。

また、昨年11月、県内100店舗を対象に、あさりの点検調査を実施しましたが、熊本県産あさが販売されていた店舗は確認されませんでした。

引き続き、産地偽装110番にいただいた情報を基に、適切に対応して参ります。

今後の取り組みとしては、この協議会で御議論いただいた取り組みを継承していきたいと考えています。

協議会の目的である「産地偽装を抑止する仕組みづくり」「熊本県産あさりのブランド力を高めること」については、これまでに、「熊本モデル」の構築や出荷金額の上昇として成果を出すことができました。

今後とも、信頼回復に向け、関係機関と連携し、持続的な「熊本モデル」の運用体制を構築していくとともに、需給バランスをとりながら、熊本県産あさりのブランド確立に向け取り組んで参ります。

以上で、説明を終わります。

(逸見会長)

はい、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。資料の14ページから17ページ総括までについて、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ます。

(岩崎委員)

鮮魚販売組合で扱ったあさりの量は2022年、5,170kgです。そして、当社でいうと対前年比で仕入れ量が56.7%。ところが売り上げが、前年比109%。結局は単価が高くなっているということです。それと、協議会の前半で質問があったと思いますが、「熊本県産あさりが果たして量がそろるか」という御意見があったと思います。今年はその状況がどうなるか。それとともに、入札に参加する指定商社の買い付け等によって熊本県民が熊本県産あさりを食べられるのかという危惧があるわけです。そのことについてどうお考えか、説明をお願いします。

(事務局)

資料の15ページの左下になりますけども、県内の各漁場におけるあさりの生育状況ということで、昨年秋に調査して、まとめた数字になります。有明海・八代海ともに、昨年秋の調査だと、令和3年の1㎡当たりの個数を大きく上回っているという状況です。その中で、2分貝未満はまだ小さいですが、2分貝以上になると、今年の漁獲の4分貝以上になる成長が見込めますので、漁獲に繋がっていくのではないかと考えています。

現在各漁場において、この稚貝をしっかりと被覆網設置、食害対策を行いながら、漁獲につなげていきたいと考えていることです。

(岩崎委員)

この生育状況はもちろんわかりますが、1月24日・25日の寒波の風が吹いてあさりが多く流されたと聞いています。この数値はいつの資料なのでしょう。この資料の通りあさは増えるのか、ということが一つの疑問です。

あとは商社の問題ですが、入札によって、熊本県に流通しないで、関東に流通してしまわないかと考えています。その部分は自由競争だからできないというのはわかっておりますけど。そこら辺が規制をかけられないかなあという感じがあるわけです。せっかく熊本県産としてブランド化しても、関東に流通してしまえば、熊本県の人には口にするのが少なくならないかなという心配があるが、そこら辺はどういう考えかおたずねしたい。

(事務局)

1点目の、先月末の暴風に対しての状況ですけども、県北部の一部の漁場であさを保護している被覆網がめくられたり、流されたり、その中のあさも流されたと言う話も聞いておりますけども、基本的に元に戻す作業を進められて、しっかり稚貝の保護に取り組んでいる状況でございます。

2点目の、全体的な流通の内容でありますけども、全体、皆さんに行き渡るように資源を増やしながらか、それを販売していくということが必要になっていると考えております。漁獲量に応じた中での供給先への供給というところでの販売協力店の認証、そういった取組みも併せて進めていく必要があると考えています。今回、これまで認証していただいた販売協力店の皆さんに、行き渡るように、当然資源を生かしながらか、より多くの出荷できるように取組みを進めていきたいというふうに考えております。

(舛元委員)

県漁連で入札を行っておりますけども、共販に参加する7指定商社は県内に4社、県外に3社ありますが、先の意見交換会の中で、「まずは昨年一緒に協力した熊本県内に流通させたい。」ということで話をしております。先ほど200トンっていう話もありましたけども、一定の漁獲以上が出た場合は、少しずつ増やしていくという話を伺っておりますので、まず県内を第一に考えているというところで、よろしくお願ひしたいと思ひます。

(逸見会長)

他にありますか。どうぞ。

(上間委員)

私も県内の消費者のところ、しっかり届くようになるのか気になります。先日発表された家計調査の結果では、全国的にはあさりの消費が激減しており、九州外でも落ちています、これをどのように回復させるか、県産あさりだけの問題ではなく、食文化の問題としてとらえて、しっかり対応が必要だろうという認識しています。

また、入出荷の状況も見える化していただいて、状況が把握できるようになっているわけですが、県漁連HPでの情報は漁獲が無いから止まっている。6月以降のデータが見えない。近くのお店で手に入らないのはなぜなのか？と確認したかったが、見れない状況がありました。せつかく良いシステムを作っていますので、誰でも確認できるようにして欲しいと思ひます。

この資料での漁獲見込みからすると期待できるのですが、自然災害もあれば上流河川の汚染など含めていろんな問題が発生する可能性があると思ひます。メガソーラーの問題で土砂が流入するということもありましたので、環境保全というのはしっかりやらないと、中々厳しくなってくるのではないかと考えている。

(事務局)

消費者に「熊本モデル」見える化する中で、昨年キャンペーンを行い、消費者に産地証明書を見ていただいて、漁場から販売協力店への監視のもと「熊本モデル」で流通していく取組みをキャンペーンなどで周知し、見える化していくことを考えているところです。また、自然災害の点については、あさりの漁場環境をどう保っていくかが必要と考えていますので、災害が発生することがあるかもしれないませんが、日頃から漁場環境を把握しながら、その改善についての取組みを進めていきたいということで考えています。

(逸見会長)

私からも一言言わせてください。やっぱり去年から今年みたいに資源が多い

時はいいんですけど、それが続くわけではなく、悪いときがある。そのときにどうするかということが一番大切だと思います。例えば、今年に関しても、春はいいんですけど、秋以降の獲れない時期はどうするかっていう。その時考えると、やはり県がリーダーシップとして、例えば「今漁場にこれぐらいいますよ。」とか、例えばさっきも言いましたけど、「何ミリ以上13ミリ以上出荷すると、収入が増えますよ。」みたいなことを、県がリーダーシップをとって漁協や漁業者に、なかなか命令はできないでしょうけど、アピールする。そのためにどれぐらい指導できるか情報交換できるかが、今後の課題だと思うのですが、その辺は現在どうなっているのですか。

(事務局)

会長がおっしゃったように、あさりの資源管理をより進めていくことが必要だと考えております。採捕するあさりの大型化が必要になってきています。今現在、県内の各漁場について調査した結果を地元漁協と共有しながら、どうやってその資源を確保して、どれだけ採捕したらいいのかを、それぞれの各漁場で、漁場管理計画を作ってきておりますので、しっかり各漁協の中で管理できる体制を作っていきたいと考えていますし、県としても、そういった全体的な方向性として、大型化を進めていきたいと考えています。

(逸見会長)

ハマグリでも、どうしてもいろんな取組みを行っても、不漁のときになるともう全部なし崩しになってしまう。少ないのにさらに頑張って漁獲するので、さらに小型貝がいなくなることが今ずっと続いています。その辺を何とかしてもらわないと、良い時はいいけど悪いときはもっと悪くなるっていうことが、今まで続いているので。しっかり取組みを進めていきたいということで考えております。

(蒲島知事)

今日の話聞いて私からも一言。偽装を止めることによって熊本産が成功するかもしれないけれども、それにプラスマーケティングが必要だと考えています。例えば、どういうふうな選別をすれば、価格が高くできるのか、例えば13.5mm以上だったらそうじゃなくなるのかとか。或いは、出荷量をどのぐらいにするとか。そういうマーケティングの部分の研究をすべきじゃないかなと思います。それをずっとやっていたら、こんな偽装あさがたくさん出ていることがわからないはずない。そういうふうな担当部局が継続的な研究をいかに漁業者に利益を与えるかという観点から、「偽装を止めた」ということだけではなくて、これからさらに経営に役立つような、そのような観点から見て欲しいなと思います。協議会の後でわかったことたくさんありますよね。私はやっぱりマーケットの部分が必要だなというふうに思います。よろしくお願いします。

(渡辺委員)

やっぱり一旦出荷を止めたことの影響が大きかったのだと思います。熊本県産っていうものが名乗れなくなり、それによって、今まで熊本県産として偽装されていたんだというのがわかり、この1年間はこうやってトレーサビリティシステムを作っていたので、今偽装がなくなっている。けれども、今後時間が経っていく中で、また他県への流通が増えていった時に、他県でも、このQRコード

がついているものが熊本のものですよということがきちんと周知されていないと、他県だとまた熊本県産と書いて売れるってなって、それが流通し始めてはいけないなと思っています。今実際、刑事事件としても動いている動きもあるようですけど、やっぱりこの産地偽装っていうのは消費者を欺く犯罪行為であって、それを絶対許しちゃいけないという気持ちのもとで、行政としての指示公表も大事ですけど、犯罪行為はきちんと許さずにやっていく。正直者が馬鹿を見ないシステムっていうのをこれからも、継続的に作っていただき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。よろしいですかね。他にありますか。そろそろ閉めたいと思いますが、どうぞ。

(上間委員)

16ページの指示・公表された事業者のところの数字がkgでものすごく大きい数字ですが、例えば、熊水が7,219,615kg。これだけの偽装があったということですか？この短い期間でこの数字ですか？

(事務局)

トン数で言えば7,219トンを一業者が偽装したということで公表された数字です。

(逸見会長)

よろしいですか。すごい数量の偽装された熊本県産あさりだと思いますけど。

(岩崎委員)

デンソーさんのトレーサビリティシステムですが、見える化でき、本当によいシステムだと思います。残念ながら、もう少し消費者の方に知って欲しい。もう少し認知度を上げると、ますます消費者の方が産地証明書を見られると思う。私が店頭を回りましたが、QRコードを確認される方はまだ少ない。もう少しアピールすれば、益々消費者が安心して購入される。このシステムは非常に必要だと思います。

(事務局)

今おっしゃったようにQRコード、トレーサビリティシステムということで、春、秋のあさりの旬に出荷していきますので、そういったタイミングを見ながら、熊本モデルを消費者の皆さんに知っていただく取組みを進めていきたいと考えています。

(木村副知事)

本当にありがとうございます。まずは、ちょっと見ていただく。消費者の方に試してやってもらうことが必要です。一方で玄人では大変評判がよく、魚介類のみならず、それ以外のものにも何か広げられないかってことを実は御相談いただいている業界団体がありますので、そこをつないでいって、あさり以外のものにも広がるようになれば、より皆さんが日頃から使えるようになりますので、そういう努力を県としても取り組んでいきます。ありがとうございました。

(逸見会長)

ありがとうございました。

本日、最後ですので、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、委員の皆様のご意見を反映させる形で、了承するという事で、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まして、蒲島知事から御挨拶申し上げます。

(蒲島知事)

昨年2月1日に、「県産あさり出荷停止宣言」を行ってから約1年、本日、最後となる第6回の協議会を無事に終えることができました。

その間、委員の皆様からは多岐にわたる御意見をいただき、そのおかげで「熊本モデル」を構築し、運用を開始することができました。改めて深く感謝申し上げます。

今後、販売協力店もさらに広がり、全国に県産あさが流通していくことが期待されます。県産あさりの信頼を完全に取り戻せるよう、「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」、この3原則に沿って、今後も全庁を挙げて対応して参ります。

終りになりますが、委員の皆様のご益々の御健勝と御活躍を祈念いたしまして挨拶いたします。

本日は、ありがとうございました。

(司会)

それでは、これを持ちまして第6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。皆様ありがとうございました。