

「道産食品独自認証制度」の点検結果（案）

1 道産食品独自認証制度の点検に当たって

- ・ 北海道は、本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5月に道産食品独自認証制度（きらりっぷ）を創設。
- ・ 本制度では、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満たす食品を認証することとし、これまで農畜水産加工品21品目の認証基準を設定し、事業者から申請された食品の認証を実施。
- ・ こうした中、平成25年度には制度創設後10年目を迎えるとともに、近年、認証数の伸び悩みなどの課題に直面していることから、これまでの認証状況の整理や、認証制度に関する食品事業者や消費者に対する調査等を実施し、道産食品独自認証制度運営委員会の意見を聴取しながら、本制度の点検を実施。

2 道産食品独自認証制度の創設経過について

- ・ 食は人の生命の基本であるが、本道においても、BSEの発生や食品の表示の偽装など食の安全に関する事件等の発生により、食品に対する消費者の信頼が大きく揺らぐ状況が発生。
- ・ こうした中、平成14年度に消費者の多様な価値観に対応した新たな認証制度の確立に向けて、「道産食品独自認証制度検討委員会」（委員10人）を設置。検討委員会は、14年5月から5回開催され、新たな認証制度の基本的枠組みをとりまとめ。

【基本的枠組みの主なもの】

視 点	・ 法令に定める基準よりも高いレベルの「安全・安心」を前提に、品質特性の優れたものを認証 ・ 消費者の高い信頼確保と生産者の努力が経済的に評価され、目標となる制度を目指すこと
対 象	・ 生産者を元気づけ、一次産業と製造加工業の結びつきを強める観点から、道産食材にこだわり、道内で生産、製造に限定
認証基準	・ 高いレベルのものを認証することとし、個々の基準は、消費者の選択や生産者への波及性、制度運営コストなどを勘案し、評価方法や基準を設定

- ・ 平成15年度には、制度検討委員会での検討を踏まえ、「ロースハム」を対象とするモデル事業を実施し、基本的枠組みについての検証を実施。
- ・ 平成16年4月28日に、「道産食品独自認証制度運営委員会」（委員8人）を設置し、5月に最初の委員会を開催して、制度実施要綱等の諸規程に関する意見聴取を実施。
- ・ 平成16年6月4日付けで、道産食品独自認証制度実施要綱、同認証手続要領を作成し、本制度の運営を開始。

【認証制度の主なポイント】

趣 旨	・ 北海道の豊かな自然環境や高い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て、消費者の信頼を確保し、北海道ブランドの向上を図ることを目的とする制度。
制度運営	・ 学識経験者、流通・サービス関係者、消費者、生産者で構成する制度運営委員会を設置し、認証基準の検討や制度の適切な運営を実施。
認証基準	・ 主な原材料に道産原材料を使用し、道内で製造加工された食品であって、生産工程、衛生管理、商品特性、食味など道産食品の種類ごとに独自の基準を設定。
認証機関	・ 北海道が登録した認証機関が、認証基準の適合状況を審査して認証。
認証マーク	・ 認証を受けた事業者は、北海道から使用許諾を受けて、認証マークを認証品に貼付又は印刷表示。

3 道産食品独自認証制度による認証の状況について

(1) 認証基準の設定について

- ・ 認証基準の設定に当たっては、制度運営委員会の意見を聴取しながら、まず認証品目を決定し、次にその品目の認証基準を設定する仕組み。
- ・ このため、平成15年12月に、モデル事業による認証食品（ロースハム）を試食した消費者に対するアンケートで、「今後、認証してほしい品目」についての調査を実施し、調査で要望の多かった加工食品などの認証基準を設定。
平成19年度からは、食品製造事業者等の要望・要請を踏まえた品目についての認証基準を設定する方式に変更。
- ・ これまでに設定した認証基準は、農産加工品10品目、畜産加工品6品目、水産加工品5品目の合計21品目であるが、平成22年度以降は認証基準を設定した品目はなし。

	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	計
農産加工品	・日本酒	・そば ・みそ ・ワイン	・納豆 ・豆腐 ・しょうちゅう	・しょうゆ	・生中華麺	・ビール	10
畜産加工品	・ハム類 ・ソーセージ類 ・ベーコン類 ・ナチュラルチーズ	・アイスクリーム				・非加熱食肉製品	6
水産加工品	・熟成塩蔵さけ	・いくら		・醤油いくら	・熟成塩蔵からふとます	・魚醤油	5
計	6	5	3	2	2	3	21

- ・ 道産食品の種類ごとに設定する原材料、生産情報、安心、商品特性、官能検査の5項目の認証基準の概要は、次のとおり。

項目	認証基準の概要
原材料に関する基準	・主たる原材料に北海道産を使用していること ・北海道内で製造・加工された食品であること ・北海道産の生鮮食品
生産情報の提供基準	・原材料の産地が明らかであること ・製造方法が明示されていること
安心に関する基準	・北海道HACCPの基準に基づいた高い衛生管理が実施されていること ・農薬や食品添加物などの使用が控えられていること ・遺伝子組換え食品でないこと
商品特性の基準	・特別な原材料や伝統的な生産方法など、優れた商品特性が認められること
官能検査基準	・上の基準の適合状況を審査後に、消費者と専門家による官能(食味)検査を実施

- ・ 認証品目ごとの認証基準については、平成16年度から3年間は、認証品目についての知識・技術等を有する団体等に委託して、平成19年度からは、道が設置した「基準検討委員会」において認証基準（原案）を作成。
その後、制度運営委員会において認証基準（原案）についての意見を聴取した上で、認証基準を決定し、公表。

(2) 商品の認証について

- 道が登録した3認証機関が、認証を受けようとする事業者からの申請を受けて、認証基準の適合状況について審査を行い、基準を満たす商品の認証を決定。
また、毎年、認証事業者から認証基準の適合状況等の更新申請を受けて検査を行い、基準を満たす商品の更新を決定。

【認証機関別の認証品目】

一般財団法人 日本穀物検定協会北海道支部（認証品目：15品目）

日本酒、ハム類、ソーセージ類、ベーコン類、そば、みそ、ワイン、納豆、豆腐、しょうちゅう、アイスクリーム、しょうゆ、生中華麺、ビール、非加熱食肉製品

公益社団法人 北海道酪農検定検査協会（認証品目：1品目）

ナチュラルチーズ

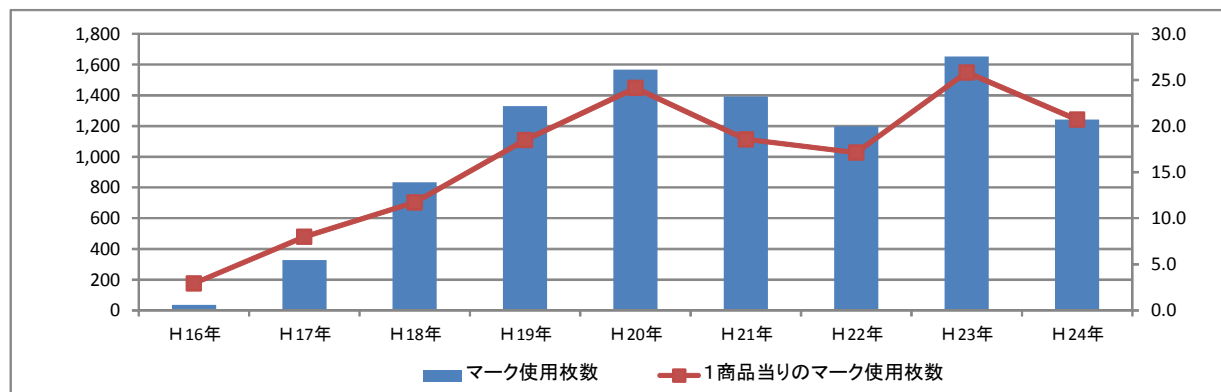
一般社団法人 北海道水産物検査協会（認証品目：5品目）

熟成塩蔵さけ、いくら、醤油いくら、熟成塩蔵からふとます、魚醤油

- 認証品数の年度別推移を見ると、制度創設当初は認証基準の設定品目が多く、認証品数が増加しているが、平成19年度以降は、新規認証品が減少し、認証品の廃止も続いており、認証品数は平成21年度の75品をピークに減少傾向。
- これまでの認証品の累計は、認証基準を設定した21品目のうち、18品目の110品であるが、ハム類、ベーコン類、ソーセージ類、日本酒、熟成塩蔵さけ、ワインの認証品に廃止品が多く、平成25年度末現在の認証品は、16品目の62品。
認証廃止品の多くは、道産食品登録制度への移行、費用対効果問題による販売方針の変更、官能検査の不合格、原材料の不足などが理由。

	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25
新規認証品	12	29	31	5	5	13	7	1	0	7
累計	12	41	72	77	82	95	102	103	103	110
認証廃止品			1	4	10	5	11	8	4	5
累計			1	5	15	20	31	39	43	48
認証品数	12	41	71	72	67	75	71	64	60	62
農産加工品	0	6	11	12	12	17	16	16	12	19
畜産加工品	12	23	39	39	32	31	22	17	17	17
水産加工品	0	12	21	21	23	27	33	31	31	26

- 認証事業者から報告された「きらりっぷマーク」の使用枚数を見ると、平成20年度までは順調に増加しているが、その後は年度により増減。



4 道産食品独自認証制度のPRについて

- ・ 「道産食品独自認証制度」の普及を図り、消費者に安全で優れた品質の道産食品の購入を促すため、これまで制度の紹介、イベントや商談会等でのPR、包括連携協定等を活用したPRなどの活動を実施。

【制度の紹介】

- ・ 制度内容や認証品を紹介したオフィシャルブックの作成・配布
- ・ ポスターやパンフレット、のぼり、法被等のPR資材の作成
- ・ 道庁内に「きらりっぷ」コーナーを設置し、認証品を展示
- ・ 消費者協会主催の「地産地消応援セミナー」等で、制度や認証品を紹介

【イベントや商談会等でのPR】

- ・ 「北のめぐみ愛食フェア」、「さっぽろオータムフェスト」などのイベントで、制度の紹介、認証品の展示・試食提供等を実施
- ・ 道が設置した「北海道どさんこプラザ」札幌店、有楽町店等で、制度や認証品の情報を発信
- ・ 道内外の商談会で、制度や認証品の情報を発信

【包括連携協定等を活用したPR】

- ・ 民間企業との包括連携協定による協働事業で、量販店のギフトカタログへの特集頁の掲載、北海道キャンペーンでの制度紹介、通販サイトでの認証品の販売等を実施
- ・ 民間企業とのタイアップ事業で、首都圏の飲食店での認証品の取扱い、北海道キャンペーンや道内旅行モデルコース商品での制度紹介等を実施
- ・ 百貨店との連携によるギフトカタログへの特集頁の掲載

5 道産食品独自認証制度の認知度について

- ・ 「道産食品独自認証制度」の認知度は道民意識調査で実施してきており、平成19年度は13.3%、21年度は4.9%であったが、直近の数値を把握するため、平成25年度に単独で、一般道民、さっぽろオータムフェスト来場者、消費者協会会員を対象とするアンケート調査を実施。
- ・ 平成25年度調査では、「道産食品独自認証制度」の認証マークについては一定の消費者に知られているが、制度の内容について知っているのは、消費者協会会員が13.9%で最も高く、さっぽろオータムフェスト来場者は8.6%、一般道民は4.5%。
多数の消費者から、制度PRの一層の強化や安全・安心な食品を望む意見。

	道民アンケート	オータムフェスト面接調査	消費者協会会員アンケート
実施時期	平成25年9月～10月	平成25年9月	平成25年5月
回答数	201人(対象500人)	500人	453人
性別	男性 82.6%、女性 17.4%	男性 28.4%、女性 69.4%	男性 10.6%、女性 89.4%
年齢層	70以上 41.3%、60台 31.8%	40台 19.6%、30未満 18.4%	60台 38.4%、70以上 32.2%
圏域別	道央圏 131人(65.2%) 道北圏 26人(12.9%) 他圏域は 10人前後	道央圏 466人(93.2%) 他圏域は 15人未満	道央圏 171人(37.7%) 道北圏 104人(23.0%) 他圏域は 11人～63人
きらりっぷ認知度	制度+マーク 9人(4.5%) マークのみ 64人(31.8%) *マーク認知者 73人(36.3%)	制度+マーク 43人(8.6%) マークのみ 77人(15.4%) *マーク認知者 120人(24.0%)	制度+マーク 63人(13.9%) マークのみ 139人(30.7%) *マーク認知者 202人(44.6%)
意見・要望	・もっとPRすべき 36件 ・今後、意識して購入 15件 ・安全・安心な食品を 7件		・もっとPRすべき 34件 ・近くで手に入らない 9件 ・安全・安心な食品を 9件

6 認証事業者の意見・要望等について

- 平成25年5月に、「道産食品独自認証制度」の認証事業者31社を対象に、認証品の販売状況や制度等に対する意見・要望等の調査を実施し、26社から回答。認証事業者からの主な回答や意見等は、次のとおり。
 - 認証取得により、商品の信頼度が高まり、商品提案がしやすくなった事業者は多いが、販売量が増加したり、費用に見合う効果があった事業者は少数。
 - 認証品を製造・販売する上で、原材料や認証取得費用などのコスト負担、保健所の北海道HACCP評価の取得、販売促進などに苦勞しているが、現在の認証商品を維持したいとする事業者が多数。
 - 今後の販売促進に向けて、他の認証制度等との差別化や首都圏等でのPR活動の強化を求める意見が多数。

項目	認証事業者の回答
認証取得による変化	信頼度向上 14社、商品提案のしやすさ 9社、販売量増加 4社
費用対効果	効果あり 7社、効果なし 13社
製造・販売面の苦勞	原材料や認証取得費用などのコスト負担 10社 保健所北海道HACCP評価の取得 10社
今後の認証証品	現在の商品の維持 20社、新規商品の取得 8社、商品の削減 2社
意見・要望等	他の認証制度等との差別化、すみ分けが必要 7件 首都圏、道外等へのPR活動の強化 6件 レベルの高い制度であり、特に問題なし 4件

7 制度運営委員会での意見について

- 平成25年度第1回制度運営委員会において、認証制度の推進状況、消費者や認証事業者の意見・要望等を報告し、制度のあり方、基準、普及啓発等の主な論点についての意見聴取を実施。運営委員からの意見等は、次のとおり。

項目	運営委員会での意見
制度のあり方	<ul style="list-style-type: none"> 現行制度は妥当。地域ブランドとの差別化という点からも、レベルが高い現行制度を維持すべき。 今の商品をPRし、いかに消費者に喜んでもらえるかということに力を入れる時期。そのためにも今の制度の継続は必要。 認証品目の検討は、こちら主導で北海道らしいものを見つけて検討すべき。 ギフト的なものが多いので、北海道らしいもので、ハレの日でも私たちが買えるような手頃な商品を。
認証基準	<ul style="list-style-type: none"> 乳製品の原料乳はどこから来ているのかわかるのであれば、自社農場製のミルクにこだわる必要なし。 官能検査は客観性が見え難い。ただ、現在は、自分の好みとは別に製品の完成度を客観的に見ることができる人が委員に就任。 消費者は、美味しいか、安心して食べられるかという判断で購入しているので、官能検査は重要。 官能検査は、一団体では同じような意見になるので、生産者や消費者など様々な人が集まって検査を。
認証の更新	<ul style="list-style-type: none"> 認証の自動更新は、本制度にはそぐわないということで対応すべき。 更新手数料等については、認証機関と引き続き検討を。
制度の普及啓発	<ul style="list-style-type: none"> 周知には繰り返しが必要。道外よりも、道内の消費者や若い人に食べてもらう方が広まるのでは。 安全食品を買うシニア層をターゲットにした商品を目指すべき。商品への反応が早く関心度も高い首都圏から発信してもらうのが効果的。 ギフトと日配品、それぞれ売り方のターゲットを絞って実施した方がよいのでは。

項目	運営委員会での意見
販売支援	<ul style="list-style-type: none"> ・「北海道どさんこプラザ」などでは、事業者は販売はあまり得意ではないので、「きらりっぶ」応援隊のような販売のプロが専任でいる必要。 ・「きらりっぶ」専任の販売員がいれば、「きらりっぶ月間」などが可能となる。「きたキッチン」などで、販売のプロがPRをできるようにすべき。 ・ギフト前の時期のPRは効果的。札幌では「きたキッチン」のほかに、「北海道どさんこプラザ」や「ハグマート」などもあるので、利用すべき。 ・PRは「きらりっぶ」をきちんと説明できる人が行い、「きらりっぶ」商品ごとに継続して販売することが効果的。 ・認証品は様々な種類があり、ギフトと量販店での販売商品とを分けて、それぞれに戦略を立てて対応する必要。 ・北海道産の原材料にこだわった制度なので、道産食品登録制度とともにうまく育てるべき。

8 今後の制度運営について

- ・ 食の安全・安心を揺るがす事件・事故の発生により、高いレベルの安全・安心を基本に高品質の食品のブランド化を進め、消費者の期待に応える重要性は益々高まっており、道産食品独自認証制度を引き続き推進する必要。
- ・ 一般消費者等への浸透がまだ十分でなく、制度の内容や認証商品を分かりやすく紹介するパンフレット等の作成・配布やイベント・商談会等での認証品の展示・試食提供、包括連携協定等を活用した制度紹介など効果的なPRを促進する必要。
特に、対象地域や対象者に応じたPR方法、販売店でのPR・販売方法等の工夫や道産食品登録制度等との共同PR等が重要。
- ・ 認証事業者や消費者等へのPR効果の高いものなど、販売面にも配慮した認証対象品目の設定を図るとともに、認証機関などと連携して、事業者に対する直接的なPRを強化するなど、認証数の一層の拡大に向けた取組が必要。