

道産食品独自認証制度の認知度向上に向けた取組について（メモ）

	認証対象品目数の拡大	認証品（生産事業者）の拡大	認証制度認証品のPR
現 状	<p><u>16年度6品目 20年度18品目</u> （目標21年度25品目）</p> <p><u>H20：生中華麺、熟成塩蔵からふとます</u> これまでの状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 全て加工品で生鮮品の基準は無い ・ 事業者から新たな基準設定の申し出が少ない 	<p><u>47社67品（H21.6現在）</u> 事業者が取り組む際の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 原料確保（生産証明書等） ・ 新たな製造ライン等設備投資 ・ HACCPへの対応 ・ 採算性等のメリット 	<p>制度の認知度13.3% （19年度道民意識調査） <u>（H21年度道民意識再調査）</u></p> <p>これまでの状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 愛食フェア等のイベントでのオフィシャルブック等の配布 ・ <u>量販店等でのきらりっぷコーナー設置やオフィシャルブック等の配布</u> ・ 消費者協会主催のセミナーでの制度説明や資料の配布等
取組方向 （例）	<p>消費者や生産事業者等のニーズの的確な把握</p> <p><u>H21：生ハム、魚醤油、ビール</u> （例示：パン、バター、たらこなど） 生鮮品の認証基準設定に向けた検討</p>	<p>道（本庁、支庁）による事業者等への積極的な働きかけ （関係団体との連携、機関誌の活用）</p> <p>原料の安定確保に向けた生産サイドとの連携強化</p> <p>認証に係る助言、相談の対応の充実</p> <p>低利、長期の融資制度等のPR</p>	<p>製品の特徴や販売店等を掲載したオフィシャルブックなど魅力あるPR資料の作成（<u>新たなポスターの作成</u>）</p> <p>生協、スーパー、デパートなどの販売店等と連携した消費者への積極的なPR</p> <p><u>民間ポータルサイトによるPR</u></p> <p><u>マスコミ等の活用によるPR</u></p> <p><u>製品特性、賞味期限、価格、生産体制、生産動向等の情報整理</u></p> <p>生産事業者、認証機関、道等による新たな推進体制整備の検討</p>