

平成23年度 道産食品独自認証制度 アンケート結果について

・実施時期	平成23年3月～4月
・調査対象	認証事業者 36社
・調査内容	認証品の販売状況や効果、制度等に対する意見
・回答社数	27社（回答率 75%）

1. 認証マークを取得してからの販売状況

(1) 認証の取得により販売面で何か変わったことはありませんか。

- ・ 回答した24社のうち、「ア 何も変わらない」が6社(25%)、「イ 変わった」が18社(75%)となっており、前回調査と同様に、認証取得により販売状況が変わったとする回答が多い。

平 23	ア 25%	イ 75%
平 20	ア 33%	イ 67%

- ・ 「イ 変わった」内容としては、「商品価値や信頼度が高くなった」が14社、「商品提案がしやすくなった」が11社、「商品に対する問い合わせが多くなった」が7社などとなっている。(複数回答)

(2) 年間を通して、販売量、販売額が何%くらい増え(減り)ましたか。

- ・ 回答した20社のうち、「ア 増加した」が9社(45%)、「イ ほとんど変わらない」が11社(55%)となっており、前回調査に比べて、販売量、販売額が増加したとする回答が減少している。

平 23	ア 45%	イ 55%
平 20	ア 71%	イ 29%

- ・ 「ア 増加した」と回答した9社のうち、販売量、販売額が増加した割合が「0～50%」が8社、「50～100%」が1社となっている。

(3) 認証商品の販売店は増え(減り)ましたか。

- ・ 回答した21社のうち、「ア 増えた」が3社(14%)、「イ 変わらない」が17社(81%)、「ウ 減った」が1社(5%)となっており、前回調査に比べて、認証商品の販売店が増加したとする回答が減少している。

平 23	ア 14%	イ 81%	ウ 5%
平 20	ア 70%	イ 25%	ウ 5%

2 制度活用の費用対効果について、どのようにお考えですか。

- ・ 回答した24社のうち、「ア 費用に見合う効果が得られている」が7社(29%)、「イ 費用に見合う効果は現れていない」が14社(58%)、「ウ その他」が3社(13%)となっている。

3 認証商品を製造・販売するに当たって苦勞されている点はどんなことですか。

- ・ 回答した27社のうち、「ア 特にない」が3社(11%)であり、残る24社(89%)が製造・販売に当たって何らかの苦勞があると回答しており、前回調査と同様の結果となっている。
- ・ 具体的に苦勞している点としては、「ウ 高レベルの品質維持」、「エ コスト負担への対応」、「カ 認証商品の販売促進」が多くなっている。(複数回答)

イ	原材料の安定確保	8	社
ウ	高レベルの品質維持	12	社
エ	コスト負担への対応	10	社
オ	HACCPの取得	8	社
カ	認証商品の販売促進	10	社
キ	その他	1	社

4 認証商品の効果的なPRや情報交換に向け、認証事業者の組織化等を進めることについて、どうお考えですか。

- ・ 回答した26社のうち、「ア 必要である」が13社(50%)、「イ 必要でない」が8社(31%)、「ウ どちらとも言えない」が5社(19%)となっており、認証事業者の組織化等を進めることについての意見は分かれている。
- ・ 「ア 必要である」理由では「共同でPRや販売を行うことができる」ことが最も多く、「イ 必要でない」理由では「活動に必要な経費や労力の負担が難しい」ことが最も多くなっている。

5 認証マークについてお伺いします。

(1) マークのデザインについて、どうお考えですか。

- ・ 回答した27社のうち、「ア 現在のマークを引き続き使用すべき」が18社(67%)、「イ 変更すべき」が7社(26%)、「ウ その他」が2社(7%)となっており、現在の「きりっぴマーク」を支持する事業者が多くなっている。

(2) マークの使用基準について、どうお考えですか。

- ・ 回答した26社のうち、認証商品にマークを貼付することについて、「ア 必ず貼付すべき」が20社(77%)と最も多く、「イ 認証事業者の任意とすべき」、「ウ 文字で表現すべき」、「エ その他」がそれぞれ2社(8%)となっている。

6 認証基準は、現在、21品目で設定していますが、新たな認証基準品目についてご意見、ご要望がありましたら、記載してください。(自由記載)

- ・ 1社から、次のとおり要望があった。
野菜を作る段階での新しい農法や技術を活かしたもの。
酪農についても、新しい育成方法で質の高い肉など。
海については、養殖など北海道の新技术で美味しい食べ物。

7 御社において、認証制度をどのように活用していますか。

- 回答した27社のうち、「イ 営業活動における説明」が20社(74%)、「ア パンフレットやホームページによるPR」が16社(59%)と多くなっており、逆に、「ウ 他社との共同販売」はどれも実施していない状況にある。(複数回答)

ア	パンフ、HPでのPR	16	社
イ	営業活動における説明	20	社
ウ	他社との共同販売	0	社
エ	従業員の意識の啓発	10	社
オ	活用できていない	6	社
カ	その他	2	社

8 今後、御社において認証商品数はどのようにお考えですか。

- 回答した26社のうち、「ア できれば増やしたい」が8社(31%)、「イ 現状を維持したい」が17社(65%)、「ウ 減らす見通しである」が1社(4%)となっている。
- 「ア できれば増やしたい」理由としては、道産ニーズの高まり、北海道企業らしさのPR、自社商品レベル向上、商品の差別化など、「イ 現状を維持したい」理由としては、現在の商品の販路拡大、認証品を増やすことの管理上の負担が大きいなどの回答があった。

9 本制度については、認証数が現在70品程度と伸び悩んでおり、また、制度自体の認知度も上がらないなどの課題がありますが、これらへの対応についてご意見がありましたら、記載してください。(自由記載)

- 16社から次のような回答があった。

消費者の認知度向上に向けたPRを実施すべき	9社	
商談会、イベントなどでのPRを実施すべき	3社	
各社が商品の魅力アップ等の取組を実施すべき	2社	など

10 認証機関に対するご意見、ご要望がありましたら記載してください。(自由記載)

- 5社から次のような回答があった。

認証費用が高い	2件
更新手続きを数年に一度にし、その間は簡単な検査にすべき	1件
認証規定の見直しに生産者の意見を反映すべき	1件
認証機関の対応は大変よく、必要なアドバイスをもらっている	1件

11 その他、道産食品独自認証制度全般について、ご意見、ご要望がありましたら記載してください。(自由記載)

- 10社から次のような回答があった。

消費者への周知やアジア圏へのPRなどの強化が必要	2件
商品宣伝や販売面での支援策が必要	1件
毎年の手数料や交通費が負担	1件
認証商品の原料の優先供給の仕組みが必要	1件
北海道が認証すればもっとアピールできるはず	1件
AOC等の世界基準に適するものは可能だと思うが、そこを進める必要	1件

 など