

第2回「みやぎ食の安全安心県民総参加運動」あり方検討会議事録

日時：平成22年6月9日（水）

午後1時30分から3時30分まで

場所：県庁行政庁舎13階 環境生活部会議室

1 開会

2 挨拶（佐藤 敏悦 座長）

3 議事

【佐藤座長（以下座長）】まず論点整理をお願いいたします。

【菅原】（資料1「論点整理」について説明）

【座長】ありがとうございます。本会議の対象としていますのは、取組宣言、マークを含めてですけれども、それから消費者モニター制度のあり方という2点を中心の論点なのですが、前回は大変議論が活発だったので、モニターについては積み残したような形になっております。今回整理していただいたものも実は宣言に関する部分なものですから、これは後にして、まずモニターについて現状と具体的にモニターに関する議論を先にやらせていただいて、その上で取組宣言について、前回の議論を踏まえて、皆さんそれぞれいろいろ考えてらっしゃると思いますので、その部分をまた改めてご議論いただければと思います。

ということで、モニター制度の、現状、課題、様々な事例をご説明いただくのが先かと思っておりますので、お願いしたいと思います。

【菅原】（資料2～4・別冊2「消費者モニター」について説明）

【座長】ありがとうございます。

モニターにつきましては、前回挨拶の中で、現在モニターは934名で、目標1,000名にあとわずかということで、人数は足りているだろうという風に思うのですが、ではモニターを実際問題有効に、県から見れば活用されているのか、モニターの方々自身も、現状において満足に、自分が何をしているのかということ把握されているのか、その二つの間がすれ違っていると、モニターとして何をやっているのかという話になるかと思うんです。せっかくですので、まず植松さんから、現状をご報告といいますか、逆にいうと、こういう点が不満ですというので結構なのですが、お話しいただけませんか。

【植松】私がモニターになったのは去年なので、1回しかアンケート協力していないのですね。アンケート協力だけで終わっていたので、モニターはアンケートだけなのかなという不満は確かにありました。いろいろ消費者教育的な部分があるのですが、モニターというのはモニタリングだと勝手に思っていたので、本当に表示のチェックとか、不正表記とか、そういうことに対しても意見を言えるということだと、自分が発した意見が今度どのように改善されているのか楽しみな部分があったのですが、とにかくアンケートを受けるだけで終わってしまっていた部分があったのですね。消費者モニターの方のいろいろな意見を読ませていただいたのですが、やはり、消費者教育というのと、モニターというのが、ごちゃごちゃというか、混在してしまっていて、はっきりいうと、Plan Do Seeの、生産者が作って、工場生産者も含めてなのですが、作ったものに対して、例えば私たち消費者というのは、ものを言いたいわけですよ。一般的にもの言う場

所というのは、事業者に対しては消費者相談室とかフリーダイヤルとかがあるので、商品の欠陥というか、欠陥といたらあれなのですけれども、商品の問題点とかについてはそこに電話すれば良かったわけですよ。だから、その商品自体としては、事業者に対して直接言う場があったのですけれども、県政というか、大きな仕組みとして、行政ではじゃあどういう風にやっていて、行政に自分が意見を言う場というのは具体的に何なのかと思って、実はこのモニター制度に応募したのですけれども、客観的なアンケートだけで、ちょっとがっかりした面が、本当にあるというのが現状なのです。なので、本当に、表示ウォッチャーとか、公取モニターとか、表示のウォッチャーについては仕事ではないみたいなことを一度言われたようなことがあったので、それについてはちょっと本末転倒かなと思って、モニターなのだからそういうものをさせてくれと思っている次第なのです。あと、公取のモニターとかというの、やはり、表示をチェックしていけば、当然出てくる問題なのです。そういったものは常日頃から買い物をしている消費者にとって、表示というのは意外に割とよく見ている訳ですよ、表も裏も。表示の場所の問題とか、表現の内容とか、いろいろ問題があった場合、確かにこんなこといちいち事業者に対して言っても仕方ないということについては、本当は行政とかに言える場が欲しかったわけですよ。それで、言ったことに対して何らかの、行政が今度事業者なりに改善を求めてくれて、直ったことを今度また消費者が確認してという、そういうサイクルみたいなものができ上がっているのが本当は理想かなと思っていたのですけれど。

【座長】分かりました。モニタリングをやらないモニターって何だという。

【植松】私は何なのということで、ちょっと違和感を覚えたのが現状でしたね。

【座長】桔梗さんはいかがですか。

【桔梗】もし間違っていたら教えて欲しいのですが、去年私は食品ウォッチャーというのをさせていただいて、それは農水省系ですよ、県の食品ウォッチャーと農水の食品ウォッチャーというの是一緒ですか。

【赤尾】いえ、国でやっているものもありますね。

【桔梗】ですよ。たぶん私は国の食品ウォッチャーをやったのだと思います。三菱総研経由で来ていた。赤尾さんが最終的にいらっしゃった懇談会。

【赤尾】去年ですよ。おそらく。

【桔梗】農水省ですよ。

【赤尾】国の方ですね。

【桔梗】国の方の農水の食品ウォッチャーになっていると、県の方の食品ウォッチャーにはなれないとか、そういうものがあつたみたいで、私全然分からないで、本当に、当たるものには受けてみようという気持ちでここ3年4年食品行政というものには全部殴り打ちみたいな感じで。後で見ると残念でしたということ。何でかなという、そこに規約があつて、食品行政は、県でやっている人は、市はだめだとか、市でやっていたら国はだめだとかいうものがあつて、全部やらなければ分からないじゃないというのが、私の一つの流れなのです。だから、今回のこのモニターにもたぶんあると思うのですけれども、同じ県の中のモニターなのか、協議会なのか、審議会なのかをやっていたらできないということも、すごく微妙だし、逆に言ったらそういうものはどんどん促進させていった方が、失礼な言い方ですけども、ここに審議会があつて協議会が仮にあつたとしても、審議会の人にはモニターをやったことがないかも知れないし、協議会の人にもモニターをやっていないからそれを分からなければ、そこでどんなに協議をやっても、ものすごく残念な時間のような気がするのです。だから、規定の中に、食品モニターをやった経験者が消費者モニターの私達のように、その中から一人登用されるのではなく、できれば協議会、審議会があるならば、各行政の審議会協議会の委員さんは必ずモニターをやるとかぐらいの意気込みじゃないといけないのではないかと一つ感じていました。では私のやったのは何だったのか分かっていないのですけれども、県もやっています。というのは、それが県の何のモニターなのか分

からないのですけれども、それも食品の表示だとか、食品のところかというと、名取の県の試験センターみたいなところがあって……。

【赤尾】農業センター。

【桔梗】はい。そこに行って、地産地消の食品の、今から私がやったのは2、3年前だから、Aの食品開発で、春野菜の開発をすると。味見だとか食べ方だとか、何とかというモニターの中のグループインタビューの中にも出ているし、あと個人的にはそういうものが仙台各所とか県内の人達にがーっと行って、こういうものを出しますけれども、値段はいくらだったら買いますかとか、そういう商品表示とか購買力とかみたいなアンケートがきたのですね。それはすごく活気的でおもしろいと思ったのだけれども、何が何のモニターなのか分からないので、ごちゃ混ぜな言い方をしてしまうと、率直にいうと、その効果がまずどれも分からない。私達がモニターに行って意見をするとか、やったとか、こういうものが出たというので家に帰って近所の奥さん達にも話してあげようと、口コミというのは大事だから、使われているのは分かるのだけれども、その効果が分からない。何でもそうだったのです。それは去年やった農水省のJAS法に応じた食品表示ウォッチャーも、やってみたらすごく大変だというのが正直なところで、国の食品ウォッチャーと表示ウォッチャーと、県の食品表示ウォッチャーのスキルというのがどのくらいの差があるのか分からないですけれど。ちなみに農水省の食品ウォッチャーというのはBが全部牛耳っていて、インターネットでトレーニングがくるわけですよ。イーランニングが来て、イーランニングで、今回はJAS法に関して加工品練り物、蒲鉾と来て、蒲鉾をテーマにと来たら、蒲鉾を徹底的にイートレされるんです。その後で、C店に行つてとかD店に行つて皆お買い物をしますけれど、表示違反だつていうのはなんですかとか、このブースにあるはずなのですけれど、どこにありましたかとかいうことが、徹底的にあつて、C店の何々店にあつた何とかかんとかの蒲鉾がおかしいとか言つて、全部注視してやるような、本当にモニターと言うよりはGメンみたいな活動をしたんです。すごく徹底されていて、モニターといつてもそこまで普通消費者はあまり分からないけれど、やらせていただいたことによって、やはり覚えなないと見に行けないし、お店の中で、写真を撮つてくることができるわけではないので、頭の中に入れて、あまりそういうことはやりたくはないけれど、これつてどうなのだろう、おかしいな、違うのかな、これで良かったのかなと思うことの繰り返しで、約十ヶ月間経つて、勉強にもなつたし、人にも教えられるくらい知識が増えたし、取り締まりという意味ではいいかどうかは分からないけれど、皆で取り締まることによって、意識と知識のレベルが向上したという意味ではすごく有効だったモニターだと感じております。謝金ももちろんありますけれど。そういうことが、もう少し県レベルでもできれば、数はもちろん県レベルだから小さいし、いいのかなど。赤尾さんも出られた会議の前に、私は仙台市の会議に応募しそびれてしまつて、そのため岩手で会議もあつたので、岩手の会議に出たら、地域性に全然馴染めなくて、場違いだと思つたのですけれど、逆に仙台に住んでいる私が、岩手の地域の課題を見た時に、全然違うんだと思つたところが、食品表示みたいなもので言うと、Bの方が一人ナレーションにいらつちゃつていたので、東北というのは非常に食品表示の周知徹底というのがなされていなくて、生産者さんも流通業者もその徹底がなされていなくて、ものすごくお粗末な地域なんだということがまず分かつて、特に岩手はもっと酷いというのが分かつて、であれば、仙台はまだましなんだというのがあつただけけれど、そこには結局、生産者だけじゃなく消費者も見る目が全然低いということで、お互いに育つてないというのが分かつて、仙台はまだもう少し上なんだと私は見ることができたんですけれど、それも、他を見ていたから見ることはできた、モニターをしていて良かった点なんです。ただ最終的にやはり言えば、その効果が分からないというところでは、農水省のものを取つて言わせてもらえれば、結果的に私達が半分Gメンみたいな形でいますよね。それが農政局であつたり、三セクの安全技術センター……。

【赤尾】農林水産消費安全技術センター。

【桔梗】あそこに行って、その後、自分が違反だと思ったものがどう処理されたのかとか、全体に自分がモニタリングした時の、仙台に何人いるか分からないけれど、50人いるとしたら50人いる中での摘発件数、指導件数がどのくらいだとか、摘発がどのくらいだとか、どうなったというのを教えて下さいと言ったんですけど、それは一切教えられないと言われて、そんなモニターはないだろうと思って。効果測定のないモニターというのは、非常に目的が、ただのしっばなしみたいな。だからモニターを使うのであれば、モニターの心理とか行動をもっと向上させるような仕組み作りというのが、いずれにしても大事ではないかと感じたところでした。

【座長】実際に審議会で、私もよく申し上げているものの一つが、フィードバック。確かに物事の中には、フィードバックしにくい、特定の業者であったり、何かの事例があって出しにくいというものがあるのですが、例えば食品ウォッチャー110番なんかでも、何件ありましたというのはあったけれども、それによってどういうものが改善されて、それがどうなったのですかというのは、実は審議会の席上でも、何件改善しましたというのは出てくるのですが、具体的にどうなのですかと言うと出てこないんです。そこは常々、ABC(評価)で言うとCをつけ続けているのですが、まったく同じ事が言えると思うのですよ。もう一つは、モニターの方がモニターをやるという行為が、例えば実際の生産の現場などにどういう形で反映されているのかよく分からない部分があるのですけれど。すみません、佐々木さん、例えばモニターからこういう指摘がありましたみたいな形で、指導とか指摘とか注意とかいうのはあったためしというものはあるのですか。

【佐々木】モニターさんから直接はないです。あったとしてもそれは隠されて情報として来ますけれど。モニターとは関係ないですけど、新聞の投書があって、それが県の食品関係者の目に止まって、それから追跡調査されて私のところに来たという経験はあります。モニターさんではないですね。消費者が新聞に投書したのですね。だから、他に持っていったわけではなくて、いわゆる公。XXという形の名前で出たのですけれども。

【全員】きついですね。

【佐々木】きついです。やんわり真綿で首を絞められているような。

【植松】でも、事業者というのは、結局そういった消費者、お客様からのいろいろなご意見とか、それによって商品の改善になったりとか、そういったことに結びついていくことは多いですよ。

【佐々木】それはもちろんあります。ただ、クレームではなくて、たまたま買った方が間違っただけをしてしまって、変な物になってしまって、食べてしまったということだったのですね。いろいろ事情を説明して、食べてないのだということを行いましたけれど。

【植松】そういったことが公になって初めて、消費者のこういったことが意外に使い方を分かっていないのだとか、保管方法についても知識がないのだとかいったことが、事業者さんもその場、その時に分かりますよね。じゃあ今度はどうしたらいいかというアクションを取られますよね、必ず。

【佐々木】うちの商品は直接売ったのではなくて、ある卸屋さんから売った物ですから、そちらさんに話をして、販売する時はうちにということ、申し伝えた。

【植松】割と、事業者さんというのはこうやって、Plan Do Seeのサイクルがきちっと回って、消費者からの声もアクションになって、改善に結びつくのですけれども。行政側の消費者モニターというのは具体的にどうなのかというのは見えてこないですね。

【座長】「クレームは宝」ということは確かある。我が社の場合は、クレームはあまり宝ではないですけども。ただ、今お話にありましたけれど、確かにモニターからこういう話が出たからこういうことになったというのは恐らく直接的にはいかならないと思うんですけども、それと似たような形で、例えば自分が作っている物、売っている物に対して、そういうリアクションがあったという経験というのは、相原さんは何かおありですか。

【相原】アクションですか。

【座長】 行政を通してとか、そういう形で。

【相原】 そういうのはないのですけれど。聞いた話ですけれど。市場とかに出しますよね。そうすると、抜き打ち検査をされたということを聞いたことはあります。ポジティブリストをちゃんとやっているかということで、市場では必ずやるみたいです。それで一回、誰だかが、チンゲンサイか何かで引っかかったという情報を聞いたのですよ。そしたらそれが、期間は決まっているのですよ。例えば農薬は十日間とか、二週間すぎてから売るといのが決まっています、それが、一週間くらい前にやってしまって、それを売ったというのが明確化されて、それで停止になったというお話は聞いています。うちでは直接そういうのはないですけど、そういうこともあったということ、私も普及所の方々のお話を聞くと、そういうのがあって、一人のために、例えばその地域全部がだめになるから、絶えず生産者も敏感に、そういうことはしているみたいです。

【桔梗】 産直とか、道の駅とかが今すごくあって、そこで売り上げが上がってきて、農協を通さないで、農協でやっているそういうところもちろんあるけれども、そういうところで自然農法を売りにしているとか、慣行農法を売りにしているとか置いていったところに、やはり抜き打ちが、消費者の抜き打ちかも知れませんが、民間団体の抜き打ちかも知れませんが、入っていったところ、無農薬と売っていたのに、商品テストからは全然そうではなくて、やはり化学肥料だとか、残留農薬等が出てきて、全然無農薬ではなかったというものができて、ここは無農薬野菜を売っていると言っているけれどそうではなかった。逆に、全国的な規模の産直で言うと、そういうもので売っている、有機だと言って売っているのにも関わらず、JAにも卸せないくらいの高濃度のものを、捨てるのがもったいないからといって、悪質な業者が置いていたというので、ただそれで売り上げを上げればいいのかというのは、意図的にやっていた団体がいたのは聞いたことがありますけど。

【植松】 そういう話を聞くと、逆に、一次生産品というか、農産物のチェックというのは、消費者モニターではなかなか、表示とか難しいですね。逆に安心して買ってしまって。その根拠は何かというのが全くなくて、無農薬と言われたらそうだし、安心安全だって書かれたらもうそうだなと思って買ってしまおうし。じゃあそれを消費者モニターになった立場として、どうやって摘発というか、これはおかしいのではないかというのは、分析を待たないと分からないところがありますよね。そういうところは、モニターでも難しいのかな。

【座長】 実際問題、できることとできないことがはっきりあるわけですからね。ちょっと県にお尋ねしたいのですけども。今日資料を持ってこなかったのですけども、協議会には報告があると思うのですけど、モニターから寄せられた件数で、それが改善に結びついたケースとかというのは、確か実績報告書に出ていますよね。あれは現状ではどうなっていましたか。

【桔梗】 私は、農水のところからは、皆のいた会議の時には、数字は出せませんと言われて、モニターが皆おかしいと言っただけけれども、コンサルの私が別の勉強会に出たら数字がちゃんと出ていたのですね。何だ、出せるのではないかと思っていたところがあって、立場が変わると見られるってどういうこと、モニターが見られていないのになと思って。

【赤尾】 食品表示 110 番の件数ですよ。

【桔梗】 モニターで、どここの会社がという具体的な文句はいらないのですよ、はっきり言って。ただ、行ったところがどういうところの業界の会社なのかとか、それがどういう風に指導されたのかとか、それでその会社も応じて改善になったとか、言っただけでもまだ改善に至っていないとか、そういう現場を知りたいのですね。どここの会社とか、具体的にそこまで知りたくはないし。

【入間田】 ここで言っている、新たに消費者モニター制度の中の食品表示ウォッチャーというのは、宮城県の食品表示ウォッチャーですよ。

【赤尾】 はい。県のです。

【入間田】そのことを、さらっとでいいのですけれど、例えば、今現在食品表示ウォッチャーは 50 人で、どういう取組みをしているのか。

【赤尾】前年度、21 年度ですけれども、食品表示 110 番には疑義情報件数として、JAS 関係が 74 件、食衛法関係が 11 件、合計 85 件が挙がってきています。食品表示ウォッチャーですけれども、61 件疑義情報として挙がってきています。ただこれがですね、JAS 法関係ですと、事業所の所在地によって市町村が調査・指導するケース、県が指導するケース、国が指導するケースという風に分かれるのですね。例えば、大河原町だけということになりますと、大河原町の役場がいろいろ調べるのですけれども、本社が大河原で、大河原と角田とか複数にまたがると、今度は県の仕事になるんです。それがさらに本店が東京にあってあと支店、E 店さんみたいに郡山にあって、お店はこっちという風になると、今度は国という風になってくるんですね。それで、JAS 法関係、食品表示 110 番ですけれども、74 件中県関係が 17 件、国関係が 4 件、市町村関係が 53 件という形になっています。

【植松】県とか市町村関係の内容はこのように改善されましたというのは、県には当然報告は来るのですよね。

【赤尾】改善の指示をする前に、入って直ったりするのですね。

【植松】直りましたというのは、74 件中、例えば確認できるわけですよね。

【赤尾】そうですね。一応いろいろ入りますけれども、その後というのは直接……。

【植松】言ったら、県で、市町村だったにしろ、言った人に戻ってくるというか。

【赤尾】JAS の場合はしないのですね。食衛の場合は行うのです。表示違反でという形になりますと、食品衛生法の危害の未然防止ということですので、いわゆる情報提供者の方には必ずお返しする。JAS の場合ですと、どちらかという立場が微妙なのですね。それでパーフェクトに苦情主さんにいろいろ報告とかそういう形は行っていません。

【座長】確かに食品衛生法で言うと、あれ食べるとおなか痛くなったと、その結果が帰ってくるから、それはその通りなのですけれど、例えば相原さんのところを出していますよね。それに対してお客さんから直接何らかの形でリアクションがあることはあるのですか。

【相原】私は個人的に配達していますよね。そうすると、それはまた別なのですよ。個人的にホテルさんなんかには野菜を持って行きますよね。その場合に虫食っているわけですよ。夏場は虫食うのですよ。そうすると、その受け入れ方もホテルによって違うのですが、こちらの料理長は、「その虫が食っているのは、これこれこういうわけで、夏場はどうしても穴が開きます」みたいに言ってもらうと、「分かります、これを料理して、ちゃんと食べにくる人に説明しますから」と言ってもらえたんです。そういうのは、生産者はありがたいので、その時は、ホテルも少しずつ勉強してきて、地産地消でやってくれているのだなと思いましたが、別のホテルにいったら、やはり、結婚式場とか、虫が食われているのはだめだと言われて、クレームが来たことがありました。その時は、ホテルによって違うのだなと思いつつながら。そういうクレームはありましたけれど、ほとんど味で勝負しているので、今のところ自分としては大丈夫なのですけれども。

【座長】確か太白区のどこかのお店にコーナー持ってらっしゃいますよね。

【相原】太白区？

【植松】E 店。

【座長】あそこは生産者名を出して、出してらっしゃる。それ関係では特に何かリアクションというのはありますか？

【相原】いやないですね。そこには JA が入っているのです。何か来た場合は JA を通して個人に来るようになっていきます。

【座長】そういうのも事例はないですか。

【相原】今のところはないですね。ただ、やはり、ものがB級製品は値段を安く売るということを心がけています。そんなに問題は今のところ来ていないです。

【入間田】どこのE店ですか。

【相原】遠見塚です。そこだけではないです。4件出してくれているのです。

【赤尾】実際そういう苦情が来たら、保健所の方に来るケースが多いのですね。白菜を買って切ったら虫が出てきたとか、そういうのも苦情としては来るんです。一番大変なのは、肉を食べたら異物混入だということで、調べてみると、肉の血管とかですね。魚の寄生虫とか。昔だったら、変な話ですけれども、取り除いて食べていたような物も一応製品として、完成した物、キャベツもそういう風な捉え方なのですね。野菜も店で売られてラップがかかっている以上はもうきちんとした製品ということで、そこに虫がいるのはおかしいという形。なかなか、消費者の方もそれこそいろいろな方がおられますから、そういうものを異物だと感じる人もいれば、逆に虫なんていうのは、農薬を使っていないからだと来る人もいます。そこら辺が難しいです。

【桔梗】生産者の現場もあれだけれど、仕事をさせてもらっていて、最近事業者さんから悩みが来る。蒲鉾屋さんがいるので、蒲鉾蒲鉾言っては悪いのですけれど、加工品の代名詞になっているので。蒲鉾とかパンとか、和菓子なんかもそうなのですけれど、大手何とかという会社で、一般に全国に流通している会社がありますよね。加工品は特に。パンとか練り物とか和菓子みたいな。和菓子もパンも同じ会社がやったりしますけど、そういうところで食べ慣れた消費者が、F店のデパ地下に行っている物を食べたいと。それで和菓子を買った、練り物も買って帰った。それで、それに対して、いつも買っている蒲鉾は食べる前に一時間くらい台所に置いて、そのまま切って食べても普通に大丈夫だから、そうだと思ってどここの蒲鉾を切って食べたら何かぬらりとしたというのが苦情になって、F店に電話をかけて、F店の人とその店頭の店長さんが一緒に謝りに来ていて。それは食べ方の分からない消費者に問題があるのであって、商品に意図がないということが分からなくて消費者のクレームになってしまうと、どうしようかという、さっきの Plan Do See ではないですけど、企業としては、そうなってしまって風評被害をもらってお客さん離れをしてしまうと、売り上げが下がるしどうするかという、添加物を多く入れなければいけないという風になってしまって、それが果たして消費者にとっていいかという、消費者は決してそれを望んでいないけれど、知識がないがゆえに空回りするという世の中が、いろいろな食品業界に今あって、そこで今私も経営者さんと一緒に悩んでいるところなのですね。いい物をあげたいし、地産地消を促進したいし、添加物を少なくしたいと思っているわけですよ。でも、食べた感じがぼさぼさするといって、2、3回入れないといけないとか、ちょっとしたらぬらりとしたと。冷蔵庫から出して、蒲鉾だって魚なのだから、普通に刺身のように切って食べてよというけれど、蒲鉾なのだから腐らないでしょうと。いや、奥さんそれは違いますよと。経営者さんの悩み、作り手側の悩みは本当に可哀想だなと思うのですね。

【植松】消費者教育というか、消費者啓発というのが重要になってくると思うのですがね。こうやって、例えば表示ウォッチャーとか、いろいろなお客様からのご意見とかがあった時に、例えばさっきの、魚についている虫のテナクラリアとか、季節的にサバとかカツオとか出やすい時期がありますよね。そういった時にじゃあどうするのかということね。例えば、表示で対応できるわけですよ。事業の場合だったら表示で対応して、その時期については、虫がついていることがあります、品質的な問題はありませぬみたいなことを書くことによって、そういったご意見というのはかなり減っていくものなのですね。そういったものが、行政レベルといたらあれなのですけれど、アクションとしてお客さんからあがってきたことに対して、行政が、例えばその時期になったらこういった表記をするというですよみたいな情報発信をする。そういったことをやっていけば、消費者の知識力というか基礎力も上がってくるし、サイクルみたいなシステムを作っていけば、要するに一人ひとりのお客様は全員モニターということを宮城県では掲げていましたよね。私たちみたいに応募してな

った人だけがモニターではなくて、いろいろ業者さんとか生産者とかに直接意見を言ってくれる方も、はっきり言ってモニターなわけですよ。そういったモニターの方達のご意見に対して、あがってきた意見を、例えば県とかが集約できるのであれば、難しいと思うのですが、していただいて、季節ごとに対応できることであれば、季節ごとの情報発信を、例えばモニターだよりというのが本当にいいかどうかはちょっと難しいとは思いますが、モニターだよりとか県の広報紙とか、先がけて分かりますよね、季節的に。そういったものに掲載していったり、宮城県の広報紙に、特別そういった食育とか食と暮らしの安全推進のページを持っていただいて、情報発信をしていくとか、そういったことでアクションしていただきたいと思うのです。

【座長】これは平成 20 年度の施策の実施状況で、食の安全安心推進会議で審議するのですが、この中にこういう表現があるのですよ。食品表示ウォッチャーを委嘱し、小売店のモニタリングを実施した。ウォッチャー50名、モニタリング調査数 1,288 店舗。結果として、食品表示ウォッチャーにより 1,288 店舗のモニタリングを実施し、93 店舗について不適当な報告がなされた。これも基づき、継続調査中の店舗を除く 86 店舗について、国および市町村に対して疑義情報の提供を行うとともに、県において、確認調査、改善指導。結果どうなったかは書いてあるのです。結果はどうかと聞いたら、実は改善指導に行った段階で、大体の情報が入っているから、ほとんどが改善されていると。だったらそこまで書いてよ。また、同じように、食品表示 110 番に、消費者等から寄せられた食品表示に関する法令違反、疑義情報に基づき、確認調査を実施し、不適正表示のあった事業者に対しては所用の指導等を実施した。事業者からの表示相談に対しても、関係法令に基づき、食品表示について適切な助言を行った。疑義件数は 111 件。一応こういう数字の公表はあるのですよ。ただ、これはあくまでも施策の実施状況に報告されて、それが県の審議会に報告されて、審議会としてはこれを了承するという形になっているわけですが、私は了承するだけではなくて、やっていること自体はいいわけですから、これをどういう形でフィードバックできるかということをもう少し考えてほしい。今植松さんからおっしゃられたのですが、モニターだよりを出すのだったら、モニターだよりで何らかの意見の反映の場があってもいいだろうというのはあるだろうと思うのです。モニターが、モニタリングをやらないモニターではなくて、その中から、せっかく、ウォッチャーがちゃんと出るのであれば、それは十分にいいことですし、せっかく 1,000 人もいるわけですから、その方達を活用しない手はないだろうと思うのですよ。例えばですけどね、一つの例として、今口蹄疫が問題になっていますよね。1,000 人のモニターの方は名前から何から全部把握されているのだから、宮城県の口蹄疫対策は、現状においてどう思うかとか、何を今やらなければいけないかとかというのを、緊急アンケートをやったらどうなのですかと。

【植松】タイムリーさが必要ですよ。

【座長】口蹄疫のアンケートをやるために、下からあげていって知事決裁までないとだめだというのだと全然遅れてしまうけれど、その程度だったらすぐできるでしょう。せっかく食品のモニターなのだから、そういうタイムリーな企画でやれば、逆にモニターの方達もそれでなおさら意識するし、年に一回アンケートをやっであとお終いでしたという欲求不満は解消されるだろうし。もう一つ言えば、アンケート調査というのは必ずマスコミ等を通して発表したり、モニターだよりを通して戻すという。やはりそういうことをやらないと、モニターは 1,000 人になりましたけれど、正直な話、烏合の衆と言っては悪いですが、1,000 人いてもしょうがない。

【桔梗】質問なのですが、食品ウォッチャー、モニターというのは、有償ボランティアなんですか。

【座長】6,000 円かな。

【赤尾】ウォッチャーさんの方は払いますが、モニターさんはボランティアという位置づけで。

【座長】モニターから、こういうことに気づいた、これはおかしいという情報は、モニターから吸い上げる場はないのですよね。

【植松】そうですね。

【赤尾】ないですね。

【植松】定期的に、気づいたらその場でできるように、例えば、の裏側でも、何かご意見下さいとか、何でもいいのですよ。

【座長】食品表示 110 番にモニターが通報するということはあるかもしれませんが。

【植松】宮城県に消費者安全の課ってありますよね。オレオレ詐欺とか。一階の。ああいったところで食品のものを受けても別にいいのかなど。

【赤尾】そうですね。苦情とかはあと保健所とか。

【植松】何でもいからご意見を承りますと窓口を広めてもらおうと、私達としてはいろいろ言いやすいかなど。

【赤尾】ただそこで答えられる内容と、どうしても他のところで……。だから、ご意見の欄は何を書いてもらってもいいのです。あとは、その内容によって、こちらで答える内容、あともしくは他のセクションなり、保健所なりでないと対応できないケースとか、いろいろ出てきますので。

【座長】入間田さんは、消費者の立場から流通を含めての立場で、今までの議論をどういう風に。

【入間田】今すごく重要な議論を、食品ウォッチャーとか、表示ウォッチャーとか、これだけ、1,000 人もいて、私はアンケートの回収率も、どう見るかは分からないけれど、高いと思うのですよ。60%近く、57.4%。そしてもう一つ特徴的なのが、男性も結構いると。簡単に言うと4分の1が男性で、60代が一番多いのですね。現役を引退した人の次の活躍の場なのだと拝見させていただいたのですね。やはりそれを活用しない手はないのではないかと一つは思いました。それは、皆さんの今言われたような意見に集約されるようなことだと思うのです。それから、私、前にも意見を出したし、常々思っているのですけれども、消費者 110 番とか消費者表示ウォッチャーで出てきた問題はある程度分析できていると思うのですよ。それで、今事業者は指導する前に改善しているというのは、ある意味では知識が正確でなかったりとか、誤解していたりとかして、表示は今すごく難しい複雑なので、いろいろな問題がたくさん出てくると、ある程度分析すると、ポイントが絞られてくるのかなど思ったりしているのですね。そういうのを単にウォッチャーに返すだけではなくて、事業者向けにも何らかの形で返してやれるというようなシステムを、安全安心宣言絡みで作れると、事業者としてはメリットですね。今問題になっている事例とか表示についての情報が、それこそメールでアドレス登録を皆にしてもらって、一斉に、農業で言ったらこういう農業について今問題が来ているとか、そういうのを、メールだと安いコストで一斉に配信しやすいので、そういうシステムを作れば、事業者側も安全安心宣言をしておけば、最新の情報が分析されて来ると。それは別に個別の事業所だったり地域だったり、そんなことは必要なくて、注意を喚起するように情報を確保していただければいいので、そういうことができないかと、これを見ながら思っています。

【座長】今、取組宣言にかかるお話が出たので、ちょうどいいなと思ったのですが、確かに、モニターにはモニターの使命感があってモニターになるわけですから、やはりその使命感をある程度満たすような結果のフィードバックは絶対必要だと思うのですよ。もう一つ言えば、同じように、取組宣言をするということは取組宣言をするというだけの一定の自分達に対するアドバンテージがあるわけですから、それに対する何らかのメリットも必要だということになれば、今の入間田さんのお話というのは二つを結びつけるいい材料の一つになり得るのではないかなど。つまり、モニターは、モニターとして自分の得た情報を県にちゃんとあげるような、何らかの入り口というものを県側である程度お考えいただいて、それはウォッチャーみたいに必ずやらなければいけないとか、食品衛生法上の義務だとか、110 番だとか、そこまで厳密に考えなくてもいいわけですから、そういった情報を集約できるような形のものを作っておく。そこで出てきた結果というのは、分析も含めてちゃんとモニターに返す。それはモニターだより等を活用して返すということが一点。それからもう一つ

は、取組宣言をしている業者に対しては、定期的に、例えば、消費者モニターのクレームの情報だとか、こういう表示違反の情報だとか、業者は気にはしているはずなのです。チェックはしているはずなのだけれども、県から取組宣言をしている業者に対しては、お宅のところかというのではなく、そういった情報が来ていますと。入間田さんがおっしゃったように、分析をした結果としては、こういう分布になっていますよとか、こういう部分で今消費者が非常に敏感になっていますよというのを、取組宣言の業者に返すというのは、一種の差別待遇かも知れないのだけれども、そういうあり方というのも一つあっていいのかなと感じますね。

【植松】 そうだと、逆に、県のほうが事業者さんに対してどのような情報を発信しているのかも、モニターとしても知りたいですよ。モニターだよりと言われると、県とモニターというラインになってしまっていて、今の話だと県と事業者というラインになってしまおうと思うのですけれど、三角関係というか、相互に同じ情報を共有したいという欲張りなところが、やはり消費者としてもあるのですね。県は事業者に対して何を今の時期指導しているのかとか、教育しているのかとか、消費者に対しては何を教育してくれるのかと。だから、全部が見える形でのモニターだよりという限定ではなく、取組宣言をやられている事業者さんを含めてのものの方が、別に隠すことはないわけですよ。

【赤尾】 逆に、行政から事業者さんへという形ですと、今一番定期的に行っているのは、保健所で、今の時期ですと、6月15日から食中毒の予防月間が始まりますから、その時講習会を各地区地区で行ったりするので、いわゆる許可の更新の時の食品衛生者の責任者の衛生講習会とか、新規の衛生責任者になる時の養成講習会とか、食品衛生協会で委嘱している食品衛生指導員を集めて、年度当初に毎回各保健所単位で講習会を行っているのです。今年のいろいろな目標とか。その時に、いろいろモニターさんからいただいているアンケートの分析をして、今消費者さんがこういう風なことに一番興味を持っているとか、こういうものに一番不安を抱いているとかというものをお伝えしていく。同時に、今、佐藤委員さんからもお話ありましたけれども、取組宣言を行っている業者さんに、そういう形で今直接食品を消費をしている方々がどういう風な考えを持っているとか、何に不安を持っているとか、いろいろな意見欄をざっとまとめたもの、そういうものを返していけるような三角形を構築していけば、いわゆる取組宣言者としてのメリット……。と同時に、消費者モニターさんもいろいろ意見を出したものを、県並びに事業者さんに伝わっているということで、そこら辺うまく動くような形にできればいいです。

【佐々木】 ウォッチャーの項目というのは、オープンにしないのですか。どういうものが？

【赤尾】 ウォッチャーさんが実際に見に行って……。

【佐々木】 項目は具体的には。

【座長】 表示の見るところ。

【赤尾】 結果とか。

【植松】 見る内容ですよ。

【赤尾】 見る内容は……。

【佐々木】 この表示は何がだめだとか、いいとか。そういうのがあれば、我々は参考になるのですけれど。

【赤尾】 いわゆる、原産地表示が欠けていたとか、期限表示が抜けていたとか、違反の内容です。いわゆる、不適、仮に欠落があった中で、期限表示を打っていないのが何件、原産地表示が欠けているのが何件、そもそも表示がないのが何件とか、そういう……。

【佐々木】 具体的には？

【菅原】 あることはありますけれど、ただ非常に分類が難しいものもありまして、非常に細かいのです。簡単にお話ししますと、表示そのものがないという表示の欠落というのが一つ、もう一つが表示の方法が間違っている、表示はあるのだけれども、順番が間違っていると、書き方が間違っていると、その二つが非常に

多いです。

【桔梗】何か、おこがましいのですけれど、仕事柄ね、消費者モニターをやって、私も農水省のものをさせてもらって、消費者が勉強しようと思うと、そのスキルに対して勉強する機会は、割とモニターになることであるのですよ。だけど、企業さんに入ってみると、企業さんは分からないのです。何が分からないかという、確かに、役所に行って、農政局に行って、表示規格課に行って、どうしたらいいですか、うちの表示はこれで間違っていないですかと行って、商品化は大丈夫だねと行って出すのですけれど、生み出した後で言われて、言われたとおりにやったのにと変わっていたりすることが、やはり業者さんとしては怖いし、やはりそういうことがないように勉強しているのだけれど、私がすごく感じるのは、その勉強の場がないのですね。生産者さんもしくは流通業者さんの方にはないのですよ。だからたぶん今社長さんがおっしゃったのは、どんなものを見に行くのかということだと思えるのですね。皆さんそれをよくおっしゃって、そういうことをやっている、どんなところを見に行くのだと言うから、当たり前前に書いているとおりにやればいいと、その当たり前が分からないよねと。

【佐々木】表示に関しては、いわゆる県の基準があるんですけど、国の基準もありますけれど、今度は量販店さんの基準が別にある、生協さんは生協さんで基準があつて、そこに合わせた表示の仕方をするのですけれど、逆にそちらさんの方から教えられて、それに合わせる。

【桔梗】そういう団体に入るとなると、そこで教えられることの方で……。

【佐々木】ただ、今いろいろな表示で混乱している部分が、この度の部分で、結局、無用の混乱を起こすから書くなと言っているけれども、消費者庁の方では全部書けと。だから、どうしたらいいのかと。

【桔梗】この間技術安全センターの職員さんと話をした時に全く同じ話になりました。消費者庁の立場、消費者の立場だと、やはり表示して欲しいのですよ。開示して欲しいのですよ。書ききれないのだったらインターネットで調べても見られればいいんです。ただ、見たい人もいるし、見たくない人もいるし、そこまで見られるということが安心になるから、見たければ見られるというのが安心になんですけど、技術センターの職員の考えだと、そんなものをやったって混乱するだけだからいらんんだという、真っ向から違うことを……。

【赤尾】結局、アレルギー表示の場合というのは、非常にリスクが大きい部分と同時に、中小のところだと、同じラインで、蒲鉾を作っている時も、単なる笹かまを作った後に、エビの練りを入れたり。そうすると、そこで「コンタミ」が起きる可能性がある。それを表示に書こうとすると、同じラインでエビ、カニの蒲鉾も作っていますよという風な文言を入れたりとか。そうなってくると、あの包装の中に書ききれなくなったりとか。

【桔梗】書けないのだったら書けないで、ここの会社に関してはインターネットを見るとその全部表示があるんだみたいなものがあると、もしかすると満足度があるのかもしれない、そういうニーズがあるかもしれない。でも見ない人は徹底的に見ないし、表示されているものすら見ない、日付だって見ない消費者はたくさんいるわけで。ただその、行政ではないかも知れないけれど、そういう役人さんの中で、そんなものは始めからいらんんだ、安全にやっているんだと言われてしまうと、それは違うだろうと言いたくなるのが消費者の立場だよというところで、ずいぶん見方が違うのだなと。

【赤尾】それは感じますね。厚労省、消費者庁、農水省、それぞれの立場で微妙に回答が違ってくるというのは。

【桔梗】そうすると、製造、生産をされている側というのは、どこをとってという、でもここに入るためにはこうだと言われるから、言われているところはちゃんとやろうという形になってということなのですよ。

【佐々木】結局向き向きに作るわけですよ。

【赤尾】そうなのですよ。さらには向き向きに作った製品が別の向きのところに入って、そこでまた……。

【佐々木】そこで交錯しないように……。でも蒲鉾はそんなに添加物は入っていませんから。

【座長】さて、大体ですね、方向性というか基本的なラインは出たかなと思うのですが、ちょっと整理させていただくと、県の消費者モニターの活動のイメージ図からベースとして考えますと、これまで年一回のアンケート調査しかなかったモニターさんに対しては、食品表示ウォッチャーに積極的にまず参加していただくというか登用していただくというのがまず一点。それから、公正取引協議会のモニターにも現在のモニターの中から参加していただけるような誘導、県の方でやっていただくというのが一点、もう一つ、アンケートについても、できれば時宜を見た臨時のアンケート、緊急アンケートを取り入れて、その時々状況に応じた対応をできるようにしていただくということがまず一つ重要なこと。県としては行政の仕事が増えるわけですから、大変は大変になるかも知れませんが、別の言い方からすれば1,000人いらっしゃるモニターがもったいないし、この間のお話だと、県政モニターがなくなって、事実上何もないという状況だとすると、宮城県が直接まとまった形で県民の意見を聞くという意味では、大変有効な手段たり得ると思いますので、そこはもう少し積極的に、食品のセクションだけでなく、例えば統計課であったりとか、県の広報であったりとか、そういったところも活用できるような、縦割り行政では難しいと言えば難しいのかも知れませんが、そこをちょっと積極的に取り上げていただきたい。何よりも、一番のお話は、やはりモニターさんは、自分が出した情報がどういう風な形で活用されたのか、されなかったのかも含めて、それをフィードバックして欲しいのですよ。そうすることによって、自分がモニターとして一生懸命いろいろなものを見たり考えたりするということの励みになるし、県としてもそれを出すことによって、県自身がちゃんとやっていますよということを示すいい材料になると。同じように、取組宣言をしている業者にもそういった内容を返すことによって、それこそ、消費者モニター、県、取組宣言業者が、トライアングルの形でいろいろなものを結びつけていけるのであれば、それは非常に大きな今後の方向性になるだろうと。大体その辺が一つの方向性かなという感じを受けます。ここは後、次回までもう一回まとめていただいて、改めてモニター制度のあり方という形で検討していただければと思います。ちょっと一方的に進めさせていただきましたので、後でまたまとめて。

それで、先ほどちょっと入間田さんから、取組宣言のメリットの話に……。取組宣言の今後の方向性という資料をいただいているはずですので、そちらへ話を移させていただきます、取組宣言の、県としての考え方、ベースをまずお聞かせいただきたいと思いますが。

【菅原】（資料5～6「取組宣言」について説明）

【座長】ありがとうございます。これ（資料6）で見ると、やはり取組宣言のマークは何か非常にへっこんで見える、目立たないのがよく分かるのだけれども。前回等の議論の中で、今回の、結果ということで整理していただいた中にあるのですが、やはり大きく分けると、取組宣言をしていただくにしても、メリットがやはり少ないのではないかと、やることによって、また課せられる義務との間で、メリット、デメリット、リスク、リスクとは言いませんけれども、そっちの方がかなり大きいんじゃないかと。それから、もう一つは、これは相原さんからも出たのですが、生産者としては、取組宣言ということに対する意識がやはりきちんと伝わっていないということがあって、もう一つは、マークのことも含めて、もう少しインパクトがあるようなものを打ち出したらどうか。あとは、これは課題としてあるのですが、10,000業者、70,000生産者というのは、あまりにも目標が最初の設定の段階で高かったのではないかと。ただ、これを引き下げる意味というのあまりないような気がしている。その辺が基本的な考え方かなと思うのです。それで、まず一つ、私が、皆さんお感じになっていらっしゃるように、このマークは何かもう少し変えた方がいいなあというのが、まず印象としては強く出ます。それからもう一つ、皆さんから前回出たように、自分の得意分野、もしくは自分の取り組んでいる分野を出せるように、それぞれの店なり、やっておられる方のアピール性をもう少しきちんと盛り込んだらどうだろうかという話が出ました。それで、実はですね、この取組宣言マークというのを出示していただいたのは、

県も実はこれだけのことをやっているわけですから、これは県がお墨付きを与えているわけですから、これをどこかに組み入れてもおかしくはないのですよね。だからその辺で、片方はどこの課、片方はどこの局、部とかという形の割り方ではなくて、県が認証しているのだったら、それは取組宣言なり何なりの中にきちんと表示できるようにしましょうよというのがですね、メリットを感じていただく一つの要件かなというのが、一つあります。だから、環境保全米から特別栽培米から、ある意味ではISOだってエコファーマーだって、それから3Eマークだって、たくさんあるわけですから、これはやはりもう少し、組み合わせるなり、アピールの中で出していけるようなやり方をご検討いただけないかなというのが、最初の印象です。改めて、今後の方向性を含めて、いろいろ県からお出しいただいたので、今度は逆順に入間田さんから、ご意見ありましたら。

【入間田】ちょっと分からなかったことが、今、佐藤さんがおっしゃった、当店は何々に取り組みんでいますとか、何々認証店ですという例が書いてあったんですけど、例えばどういうことをイメージしているのでしょうかね。例えば何。

【赤尾】例えば生産者の方ですと、このマークの部分とかですね。あと、店の場合ですと、いわゆる宮城県産のものを主に提供していますとか、地産地消に関連してですね。それとか、飲食店の場合ですと、有機米を提供していますとか。そういう風な形とか。それこそお店によっていろいろ特徴があると思うんですね。お魚屋さんにしても、近海物を得意とする店もあれば。あとは、いろいろ地区地区で、個人商店さんですと、地区とのつながりも深いので、そこら辺いろいろ独自に皆さんに訴えるものが出てくるとは思うんです。ただまだ具体的に完璧にイメージしてはいないのですけれど、そういう感じで考えてはいます。

【入間田】分かりました。一つ、漠として、うまく言い表せないのですけれど、この取組宣言をした事業者と、モニターさんとを、もう少し緊密に、結びつけるような何かができないかなと思っています。そして、今取組宣言でもいろいろな事業者さんがいるかと思うので、例えば、研修とか見学なんかも、単に県が企画するだけではなくて、自主的に取組宣言しているところで企画したものを、県はただつなぐだけとか。あとは、県の職員が講師にとか行ってもらうのはとてもありがたいんですが、県庁の職員の講師は、正しいことはおっしゃるけれども、何か眠くなるかなみたいな、そんな感じなので、そこら辺を何かうまく、事業者さんとを結んで、事業者さんだけではなくて、生産者の方でもいろいろな方がいらっしゃると思うし。それこそ三つをうまくつないでいける。情報はこうだったけれど、反対に事業者さんから聞きたいことがある場合にはモニターさんに行ってもらおうとかね。何とはうまく言えないのですけれど、そんなことができないかなと思っています。

【座長】相原さんはいかがですか。

【相原】私も今思うのですけれど、例えば、モニターさんと事業者さんと生産者みたいな、何か一回やった方がいいのではないかな。例えば、モニターさんが疑問に思っていることを、生産者の代表に聞くとか、事業者さんの代表に聞くとか、そういう大きい会合を設けて、思っていることを、今までのアンケートをとったものに対しての質問とか、1年でいろいろな事がありましたとか、そういう大きい企画で。

【桔梗】集いみたいな。

【相原】そういう感じで、一回やってみた方がいいのではないですかね。モニターさんの役割、生産者の役割、事業者さんの役割みたいなものを勉強し合うことによって、さらに皆はこういうものを要求しているのだということを、代表者がいろいろな農家さんに声がけするとかね。そういう三者というか、行政も入れて、そういう会合をするというのも一つの手ではないかと思えますけれど。そして、マークですけれども、私も上は知っています。下の方は、ほとんど、地産地消推進店は知っています、私はホテルに卸していますから。そういうのとかは知っていますけれど、あとは全然分からないので、これを一般消費者に伝えるには、県政だよりも何でもいいのですけれど。農協でもそんなに大きく出しませんから。農協に出してもらえればいいのでしょうかね。

【入間田】また色も薄いものね。

【相原】こんなに県が実施しているマークがあるんだよというような、そういうアピールももっと必要なんじゃないでしょうか。農家のマークは分かります。生産をするマークは知っていますけれど、下の方になると分かりづらいし。紙面を通してでもいいですし、そんなこともやって欲しい。

【座長】佐々木さんはいかがですか。

【佐々木】ここの数字にあるとおりですね。事業者が10,000目論んだのが、3,320という。ちょっと、やはり熱い思いの人もいるのですけれども、冷めている方もいらっしゃるんだということが数字によって表れていますし、生産者の方は大体ほぼ9割達成しているので、数的にはほぼ十分だろうと。食品製造業者、たぶん今一番つらい時期だと思うのですけれども、やはりもうちょっとPRしてですね、我々も頑張らないといけないと思っています。ただし、この取組宣言に関して、業界内でも、ほとんど話し合いをしたことがありません。だから、ここをもう少し、我々の一番の、食品衛生協会内でもっと検討されるべき問題だとは思っています。たぶん推進会議で食品衛生協会の会長が発言したんですかね。発言議事録にはあまり載っていないですね。一応探したんですけどないのです。その辺も一つ、影響があるのかなと考えています。私もなお反省するばかりであります。

【座長】桔梗さんはいかがですか。

【桔梗】はい。今いろいろな人の話を聞いていて、そうそうと思って。実はここに公募した時にも熱く語ったことがその一つだったのですけれども、施策の中の一つとして、コンサルの職業をやっている、家庭を持っている主婦として、そのジレンマの狭間の中で、何で安全安心じゃないのだろうというのが私のテーマだったから、これほど思って公募した時の、自己アピールの中にあつたのですけれども、「市民団体結ねつ」という団体を私は持っていて、それで食の安全安心、暮らしの安全安心というのをテーマにやっているのですけれども、どうやったら自分が安全になれるかなと考えたのがまず、そもそも、生協のグループ6人ぐらいで立ち上げたのですけどね。どうしようかといったら、どうも生産者さんが気づいてないよね、消費者の私達も意見がばらばらだよねというところで、じゃあうちの団体はこういう方針で行こうといって、それをやっているのが、簡単に言うと、生産者と消費者の交流会なのです。だから、生産者さんで、例えば卵を作っている鶏卵の方、養豚をやられている方、いろいろな方がいらっしゃいます。けれども、その人達の苦勞が分からないし、その人達が何でつまづいているのか分からないし、その人の良さが分からないというところを、消費者の私達、会員も含めて、いろいろな人達を公募して呼んで来て、呼んだところに、いいものではないけれど、いいものかも知れないものが近くにある、もしくは、いいものだと思っていなかったけれど、呼んでみて聞いてみたらすごくいいものだったというものも知る機会の創造というものも、これをしなければ分からないということが、主催している私が一番肌で感じたことなのです。だから、皆さんがおっしゃったように、対話をつなぐための集会、集いというのはすごく大事なことで、それが全部の大会だと、たぶんこれは難しいと思うのです。今までの経験値で考えると。例えば1,000人大会をどこかのホールでやったら、個人で意見を答申する場所はなく、だったら、30人ぐらいの大会を、各地域でやるとか。何月何日一斉に開催しますよと言ったら、登米、石巻、塩釜といって、各々で定員を小規模にして、その地域で出てくる課題と、地域の生産者と消費者の大会ということでやる方がいいと思ったのは、何故かという、参加している消費者は思いがあるから行くわけで、モニターをやっている私達もそうですけど、しゃべってフィードバックがないとつまらないのですよ。そうすると、例えば2時間座学ですつと聞いているのだったら、1時間聞いて、1時間Q&Aではないけれど、対話があつたりとかいうようなことも、実は団体の中で工夫が必要だと思って、そういう風に改善してやってきていることで、これはうちの団体としてはすごく、私がコンサルの仕事をやっているので、思いつきでやったことだけでいい風に回っているなど、コンサルはやはりマーケティング主義なので、すごく良かったなと思って

いることの一つです。なので、これはやはり、何らかの形での集いの会なのか、何かの仕組みというのは、作っていくべきですし、あと、勉強のためにいろいろなGに実は買いに行くように近年なっているのですけれど、非常に、Gというものがいいかどうかは分かりません。そういうものの組織体がいいかは分かりませんが、Gというのはあくまで組合組織で成り立っている事業主体ですので、お互いに、生産者と消費者が、買う人、売る人、作る人というところで、信頼関係を持たなければいけないというのがまず一つです。そこからすると、それが、大きな箱が宮城県というだけで、地産地消だとか健康だとか安全だとかと言っているのは、まさにその、Gの団体がやってきた歴史が、今大きくなってしまっていると考えれば、箱としては宮城県なんじゃないかなというイメージを私は持っていて、だったらその中でGがやってきたことは何なのと言うと、それを全部真似ればいだけじゃないのという感じなのです。簡単に言うと。そのためには、生産者と消費者の大会があり、生産者のところに行って実地体験をする集いを年に何回かやっていって、会報誌の中で、この生産者さんとかいって顔写真をつけて、この生産者はこんなことをやっていますよとかいってに載せるというような、その三本仕立てを徹底してやるだけで、宮城県が大好きになって、宮城県の物を食べて、宮城県のいい物も悪い物も食べ方を知るといふ風になるのではないかなと。Gに学べという感じがしているんですけど。違う話になって、資料の中に書いてあったところに、この間もそうだったのですけれど、当初の目標と目的の10,000事業者、70,000生産者というところの、この間相原さんと、今おっしゃられたように、事業者単位で入っていて、なんだか知らないけれど自分も入っていたから来いと言われたというのはやはり良くないのではないかなと思って。やはり、参加するなら事業者主体で入ってもいいけれど、その中に会員として入っている生産者も、意思表示があつて入らないと意味がないのではないかなというのが一つとしてあるので、それはチェック体制を作るべきだと思います。それから、その隣にある実績報告書の提出というのが、廃止するとあるのですけれど、これは先ほど誰かがおっしゃったように、普通の経済の仕組みと、何かを開発してそれをやってその形を考えるにしても、実績報告書はやはり廃止すべきではないと思うんですね。ただ、今現状ある実績報告書がどういうものなのか、私は見ていないので何とも言えないのですけれど、その実績報告書の中身の改善なのか、精査なのか、それは必要であつて、廃止は必要ではないと考えます。

【座長】では、植松さん。

【植松】はい。まずマークの件なのですけれども、私は、マークは基本的にいらないと思うのです。はっきり言って、消費者の立場からすると、このマークを当てにしてはまず買わない。いろいろな国が定めるマークがあるので、マークは基本的にはそのマークだけで充分ですし、みやぎの食の取組宣言というマークがあつたらどうなのという。そのマーク自体は絶対分らないと思うのです。例えば店舗に掲げるにしても、店舗のどこにあるかが統一されていない限り、そのマークは見ないです。衛生管理何とかという、保健所が認めるマークがありますけれど、あれだつてどこにあるか知らない消費者がほとんどなので、私はこういったシンボルマークはいやにマスターベーション的なところがあつて、自分達はこのマークでやっているんだよというのにすぎないので、基本的にはいらないと思うのです。あと、事業者さんの取組宣言というのは、基本的なHACCPつて、前回もあつたと思うのですけれど、それに取り組むということは、生産者としては当たり前のことと認識していただかないと困ることなのですね。保健所の方で毎月例えばいろいろな指導とか、先ほどおっしゃつた、定期的にいろいろな講習とかやられる機会があるのです。そういったところで、常にそれをアピールしていても、HACCPをある程度取り込んでいかないと、要するに、営業許可を与えませんかということじゃないと、安全ということについては、やはり、私は本当に安全だという認識は持てないと思うのです。だから、そのぐらいの覚悟を持って、HACCP的な考えを、一事業者でもいいですから、少しずつ少しずつやっていただいて、そのメリットというものを各事業者さんに理解していただかなければいけないと思うのです。取組宣言という言い方を変えていただいて、もうちょっと、衛生管理を今まで以上に強化して一生懸命や

っていかないと、人の命を支える取組みをしているのが自分達なのだという自覚がないと、事業というのはいきなりはきかないはずなのですね。そういった責任を持って仕事をしている人達なので、取り組まないということ自体がまず、消費者としては理解できません。それと、先ほどモニターの中でもあったと思うのですが、消費者と事業者を結ぶ何か、やはり、お互いに、宮城県民総参加なので、モニターに応募しているとか、取組宣言に参加しているとか、そういうことなく、やはりいろいろ、宮城県の食のレベルとか、安心安全のレベルをアップしていかなければいけないので、例えば消費者の啓発で、先ほどおっしゃったと思うのですが、体験型とか、受身型とか、地域コミュニティ型とかいろいろ掲げられていたと思うのですが、例えば生産者との交流会とか、こういうことだったら、例えばやはり流通のチャンネルというのは使った方がいいと思うのです。私達消費者というのはどうしてもスーパーに行って買い物したりとか、そういうことがほとんどなので、各流通さんというのは必ず消費者モニターというのを割と店舗で募集していたりするので、人を集めることについては長けていると思うのです。そういったところに、例えば、私だったらC店に行って、地産地消のコーナーに行って、確かに野菜とか買うわけですよ。店出ししている人もいますので、この人が作ってくれている人なのだと漠然とは思うのですが、その人と会話をするかということ、やはりなかなか勇気がないのでできないのです。そういった場合は、流通の店舗の方で交流の場を持っていただければ、店として集客力のアップになるし、生産者としたら自分達が取り組んでいることをアピールできると思うのですよ。アピールができれば、よりリピーターとして買っていくという。お互いがwin-winみたいな感じで、どっちともメリットがあるような形にできるのではないかなと思うのです。あと、食品工場の見学会というのがあったのですが、これもメーカーさん、事業者さんが主導となって取り組んでいていただきたいと思うのです。確かに、県としては提案とかつなぎとかという形でいいかも知れないのですが、やはり宮城県で食に携わる工場を構えているという自負があるわけですから、自分の工場を見てもらいたいというのは各事業者さんあると思うのですよ。規模の大小を問わず。例えばH店なら、名取にあると思うのですが、H店の工場見学会というのは割と定期的に、小学生とか、希望すれば誰でも、例えば夫婦二人でも行けるくらいにオープンになっていて、当たり前のように工場見学できますし、Iも、多賀城が何かにありますよね、工場のラインがオープンになっていて、見られるようになってますし、こういうのはあえて構えてやるのではなく、各事業者さんが主体的に消費者に自分の工場を見てもらうという見学会みたいなのをやるという方が主体だと思うのですよ。例えば大河原の方にJ店があると思うのですが、食ではないですが、ペットフードとか扱っていたと思うのですが、ああいったところはああいったところで自分のところを見て下さいというアピールをしていますし、例えば、K店とか、L店が今度来ますよね。ああいったところもたぶん工場はオープンになるのではないかなと思うのですよ。そういったところの、必ずオープンになるんですよみたいなことが当たり前な、宮城県に誘致した企業については、食品については、いつでも、例えばふらっと寄って行けるみたいな。例えばビール会社は必ず、夏に近くなると、工場をフリーにして、ビールフェアじゃないですけど、ありますよね。そういったことで工場を見て下さいということで、対話をはかったりということがあろうと思うのです。こういった消費者教育というのは、事業者側の責任でもあるわけですよ。自分の商品を理解してもらうための。ということで、この辺については、プレゼンテーションという形で、例えば県がどここの企業さんをお願いするか、いつお願いするかという形で関わるのはいいと思うのですが、あまり宮城県が主体となってこういったことをやる意味は、ないとは言わないのですが、これはあくまでも事業者さんが主体となって、そういったものを例えば宮城県政だよりとか、そういったものでオープンに、こういった見学会を募集しますとか。よく見ていると、お酒とかもあると思うのですよ。Mとか、大学だとか。あと例えば、各道の駅だったら、道の駅の人か、こういうようにいついつ、村田町だったら村田町の、今からそら豆の時期なので、そら豆の販売会をいついつしますみたいなアピールはいろいろなところでやられていますよね。そこがもう交流の場ですよ

ね。そこで、交流の場だけで終わらせてないで、例えばそこでアンケートをとってもらおうとか、そういった努力をして、声を拾ってもらおう。私は、表示ウォッチャーとかでモニターになりますというモニターだけではなくて、宮城県民総参加としてのモニターのあり方ではないかなと思うのですね。今県庁の一階でも確か塩釜の物産の販売をやっていますよね。蒲鉾とか。あそこにアンケートがちらっと見えたのですけれど、ああいう形でやっていくということが生産者と消費者モニターとの交流ということになると思うのですよ。モニターと大上段構えて言葉を書いてしまうから、なかなか1,000人の人が対象ということになってしまうのですけども、本当は宮城県で消費活動している人全員が消費者なわけなので、その辺のところを、各道の駅なら道の駅のところにもモニター等の意見を書けるものがあるとか。あと、一番町のところにも、志津川かどこかの県産品フェアみたいなものがあつたと思うのですけれど、ああいうところでも、買ってもらうだけではなくて、例えばアンケートをちょっと書いてもらって、書いてもらった人には何かちょっとしたものをプレゼントするくらいにすれば、たくさん書いてくれると思うのですね。そういった声の拾い方の提案をするというのが行政の仕事ではないかなと。そういったものも、何か取り組んでいって欲しいと思うのです。

【座長】今5人の方からお話を伺ったのですけれども、やはり方向性としては、先ほどの議論でもありましたとおり、モニターと行政と取組宣言の方達というのをもう少しやはり有機的に結びつけて、お互いがお互いにメリットを感じあえる形で、モニターはモニター、取組宣言は取組宣言とするのではなくて、その辺を結びつけた形で何らかの方向性を持って行くのがいいのではないかとということですね。それから、生産者と消費者の交流会とか、そういったものを積極的に開いていく、ただしそれをどこが管理をするとか責任を持って開くとかかなと、かなり難しい側面もあるわけですが、逆に業者に対して、特に取組宣言をしているのであれば、そこをもう少しアピールして下さいという形で誘導していく。そこへ例えばモニターの人達を紹介するから、その人達に見てもらって下さいというようなアピールで、開示させていくような取組みとか、逆に業者さんも自分のところの売りをもっとアピールできるような場を積極的に作っていくような体系を作った方がいいという。大体そういうところが、取組宣言そのものを活性化させていくというかメリットにしていく材料になるんだらうなという感じは受けるのです。もう一つ、実はこのマークの中で、先ほど相原さんから、これは一番上が県の減農薬とか無農薬とかのマーク、その次にJAの環境保全米のマークなのですけれども、こういったマークというのも、実は取組宣言なんだと、これ自体がすでに取組宣言なんですよという、そういうアピールがどこかでないと、取組宣言という表現をやめるといふ植松さんのお話があるんですが、むしろ逆に、私は、このマークのものを作ることによって、実は取組宣言をしているんだというような、取組宣言がこっちとこっちと別にあるのではなくて、もっと包括的なものなんだという認識を持ってもらうことが、やはり一番重要なのかなという感じを受けますよ。そうすると、単にこの10,000業者というのが、佐々木さんがおっしゃったように、この数字が、こんなもの取らなくても思っている人が多いという、冷めて見ている人が多いということという一つの証左かも知れないんですが、逆に取組宣言をやっているということの意味をもう少し幅広く捉え返してもらおうと、この数字というのがもうちょっと別の意味で意味が出てくるのかなという感じを受けますね。私が「へえ」と思ったのは、先ほど、農家の方達が、農協、JAという形でぼんと入っているから、あまり意識していないというのであれば、このマークそのものがどの程度の意味があるかというのは確かにあるのですが、全農家に、それこそ環境保全米を作っている全農家に、このマークを送りつけてやればいいのですよ。玄関にでも貼ってください。神棚に上げてもいいです。仏壇に上げてもいいです。そういう形で、県から何か送ってきたぞ、見たら取組宣言と、え、俺は取組宣言していたのかと思うようなイメージを、ここでつけさせて、つけてもらう、持ってもらおうというのが第一歩なのかなという感じを受けますよ。確かに目立たないし、どちらかというあまりぱっとしないマークかも知れないですけども、ただこれはやはり数が出ないからぱっとしないのです。農家が皆家に貼ったら相当なインパクトが逆に出るかなという気もす

るのですね。少なくとも 65,000 農家が貼ったら相当なものの気がするのですけどね。

【入間田】農家の人達は軽トラックみたいなものを皆持っていますよね。

【座長】あれに貼ったらいい。

【入間田】一ついいですか。その数の問題なのですけれど、生産者は一人が一人、一人で 65,720、世帯だと思うんですけど、この事業者の 3,320 は、例えば宮城生協は、カウントは 1 だと思うのですよね。

【赤尾】店舗でカウントしているのです。

【入間田】店舗カウントしているんですか。そうすると、ちょっと分からないのですけれど、元になる基礎数の、最初に 10,000 と考えた時の基礎数の考え方って……。

【赤尾】要するに、食品事業者が大体県内で 10,000 あってということで、分母に持っていったのですね。

【入間田】そうですね。今の基礎数というのは大体……。

【赤尾】少し減っていると思いますね。

【入間田】基礎数が 10,000 弱なのですか。

【座長】いや、20,000。

【赤尾】20,000 かな。

【入間田】そうすると、最初の 10,000 という目標が正しかったのかどうか。正しい正しくないではないのだけれども。あと、今の基礎数で言うと、3,000 だから、簡単に言うと、6分の1くらいですよ。大ききだっただけ、小規模な店舗まで含めての。

【赤尾】一部上場の企業から、それこそおじいちゃんおばあちゃんがやっているような個人店舗まで、出口は広いです。

【入間田】それを全部ひとくくりで考えていいのかどうかというのもちょっとあるのですよね。そうすると、絶対少なくなっているような気が、少なくというか、少なく見えるけれど、本当はそうではないのではないかと私はちょっと思ったりしているのです。それから、マークについても、やめるやめないというのは、マークをリニューアルするときとお金がかかるのだらうなど内心、心の片隅で思っているのですけど。その事業者の中でも確認していくためには、やはりそれなりの表に出るものがないと、例えば ISO みたいなものを取っていたとしても、その職員が全部 ISO を取っていると理解するためには、やはりそれなりの内部での働きかけも必要で、常に目に付くようなものがないとついつい忘れ去られてしまうようなものがあるので、お金がかかるマークがいいのか、何がいいのかは分からないけれど、使い道によってはやはりマークというのは有効だと思うのですよ。そして、送りつけたらいいのではないかという話もあったので、送りつけることについてももうちょっと、例えばはがきにきれいに印刷した物でもいいかとは思っているのですけど、確認する作業としてはマークというのは有効だと思うので、そこら辺はもうちょっと慎重に検討していった方がいいと思います。あと、最後に、集会みたいな集いみたいな、G に学ぶと言っていたいて、とても嬉しかったのですが、一つは、取組宣言はこれだけ集まってもまず知らなかったから始まって結構熱っぽく、二日間に渡って語れると言うことは、結構これって大きな議論する課題だと思うのですね。だから、まず集会とかいうようなことは考えないで、それこそ、例えば JA のトップの人ならこのことについて知っているのか、あとは、食品衛生協会の会長とおっしゃっていたのですけど、そういう人達に意識を持ってもらうような、集いって結構大変で、人を集めるのも大変で、消費者が簡単に来るかという結構来なかつたりして、大変だと思うので、そうなる第一歩として、円卓会議みたいな、関係者一同が介して、食の安全について、どういう目線で、例えばウォッチャーさんが見に行くのかというのは大変気がかりなことだと思うし、反対に、農協とかそういう生産者団体とか、食品衛生協会の方達がどういう思いで検査しているかということ、まずはあまり大きな規模を考えないで、やってみて、それを広める、それぞれの思いを伝えるような取っ掛かりから始めていったらいいのではないかなと思っ

ています。まずはこの食の安全安心県民総参加運動の、すごい強みは、行政も入っていれば、いろいろなすべての組織が入って、マスコミも入って、消費者も入ってというのがあるので、まずはそこら辺の強みを引き出すような取っ掛かりの何かが……。

【植松】マークのことで、仙台市の、この間いただいた評価基準というのがあったと思うのですよ。ステージ1、2、3というのが、HACCP ので。事業者というのは必ず、先ほど言ったように、保健所の更新を受けるわけですよね。それと絡めて、このステージの1、2、3ってできないのかなと。だから、必ず講習に出るじゃないですか。更新して、営業許可みたいなものを……。

【赤尾】ただ、食品衛生法の場合だと、管理運営基準を決めて、それを守るか守らないかだけの話になってしまうのです。

【植松】その基本があって、HACCP の、例えば取り組みますというところから、この1、2、3は取り組んでいますから始まっちゃっているんですけど、取り組みますから始めて、最高ランクの3みたいに、もう行っていますみたいな、このランク付けがあると、例えば何か起きた時に、この会社はこういうレベルの会社で、こういったことをやっていて、こういう事故を起こしてしまったとか。検証しやすかったり。

【赤尾】それで一番言えるのが、平成12年の雪印乳業。マル総を取っていても、というので。その辺が難しいところなのですよ。

【植松】取っても起こしたら、例えば取消しという方法がある。その時点では取っていたわけですよね。

【座長】みやぎ生協は、一時的に自主返納しました。

【植松】そういう風なことで、もっと分かりやすく簡単に。

【座長】すみません。だいぶ時間がおして参りましたので。今日はどちらかというとモニターの話を中心にさせていただきましたけれども、でも必然的にやはりモニターと取組宣言というのが全然別個の話ではなくて、それらを結びつけながら、全体像を見ていく必要があるだろうということは共通した意見だと思いますので、次回までには、それらある程度組み合わせる形で、県としての、次のステップへ向けての案を出していただいて、議論をしていただければと思います。

では、事務局から、議事録等のことについてご説明があります。

【菅原】（議事録について説明）

【座長】これ（議事録）は持ち帰って確認をして下さい。

【入間田】この議事録はどこまで公にするのですか。

【座長】それは議論が必要なのです。要するに、この会は、県の情報公開条例に定めた規定の審議会等ではないのですよ。もうちょっと、いわばレベルの低い専門機関のような扱いで、公開しうるかどうかというのは、この場で決めるしかないのですね。それで、私は、マスコミの立場ということも含めて考えると、できるだけ公開して欲しいというのが私の持論ではあるのですが、その辺は皆さんのご意見をお伺いして、議事録の公表、例えばインターネット上での公表とか、その場合は名前を伏せるとかですね、そういうことまで含めて意見をいただければと思うのですが。まずは、基本的に、例えばこの検討会を傍聴したいという方がいた場合に、それをまず認めるかどうかということから議論が必要になるのですけれども。ここは座長ということで意見を述べさせていただきますと、私は別に問題はないと。特定の業者の名前はぼんぼん出るけれども、それはここだけの話なので、私としては、傍聴者を入れたりとか、議事録を公開すること自体については、あまり問題はないと。ただ発言については、座長というのは座長なのではないですけど、個別のお名前はある程度伏せながら、こういう意見がとにかく一つと出ていましたという形で出していただくと。最終的にこの結論は、安全安心推進会議に諮りますので、そこまでは、こういうメンバーで審議をして、議論をして、こういう結論で上書しますというような形になると思いますので、その時には名前が出るわけですが、

そういう形で出していかなというの私なりの意見です。

【入間田】HPにアップするということですか。

【菅原】そうですね。皆さんのご了解をいただければ、すぐにではないんですけども、ちょっとタイムラグが出ますが、資料とこの議事録を、県のHPの方に、推進会議と同様にアップをしていければよろしいのかなと。支障があるのであれば、特にあげなくても問題は余りないのですけれども、基本的には開かれた県政ということになっていますので。

【桔梗】意見を言わせていただければ、逆に食品行政ってすごくクローズされているものが多いので、私は個人的に公募したこともあって、この議事録は、私は個人的に名前もメンバー構成も全部アップした上で、誰が何をしゃべったかというのも普通に議事録をアップするということに私は賛成です。

【座長】いかがですか。

【佐々木】異議ありません。反対に、分からなくしているといらいらするので、全部出た方がいいです。

【座長】分かりました。それでは皆さんのご意見多数という形になるかと思いますが、では、傍聴についてもOK、議事録のインターネットへの公開についてもOKということでございますので、そのように計らっていただきたいと思います。

【菅原】（日程調整）

【座長】他に事務局から何かございますか。ございませんか。すみません。10分ほど時間が過ぎてしまいました。これで、第2回検討会を終了させていただきます。