

第1回つながる会議

「女性の視点を活かした食品の安全と消費者の信頼確保の取組、課題解決」の概要

開催日 平成26年7月18日（金）

本会議の趣旨

つながる会議とは、1回ごとの完結編として、消費者からの信頼確保や食品企業の取組・課題等について考え、情報共有・意見交換し「顔の見える」交流・つながりを深め、お互い気付きを得、ひいては社内での活動をしやすくするための場として、立ち上げました。

今回は、昨今の情勢を踏まえ「グローバル化対応について」というテーマを設け、参加者を女性に限定し、活発な議論をしていただきました。

グループディスカッションまとめ

○課題1. グローバル化時代を迎えた日本の食品の強み、弱みは何だろう？また、それを克服するために、困っていることや問題は何か？「協働の着眼点」を基に整理していきます。

今回は、議論の拡散を防ぐため以下の8項目で整理しました。

1. お客様を基点とする企業姿勢の明確化（お客様基点に関する事項）
2. コンプライアンスの徹底（法律遵守に関する事項）
3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備（体制に関する事項）
4. 調達における取組（調達に関する事項）
5. 製造・保管、流通、調理・加工における取組（製造・保管、流通・調理・加工に関する事項）
6. 販売における取組（販売に関する事項）
8. その他（上記に入らない事項）

*今回については、議論の拡散を防ぐため、その他を含む8項目で整理。

1. お客様を基点とする企業姿勢の明確化（お客様基点に関する事項）

強み	お客様が求める、食材・品質を提供。 ・日本は四季があるため、季節の食材を多く提供している。 ・山の幸、海の幸がバランス良く食材を使用。 ・日本の伝統食、伝統野菜を使用している。 ・品質が安定している。（ヘルシー・高品質・出汁等の繊細な味）
弱み	生鮮品の表示が不足している。（消費者への特徴アピール不足）
問題点	強みをお客様に対してアピールできていない。 ・日本特有の食材の楽しみ方 ・食べ方 ・技術料金（技術・手間等） 日本人消費者の目が厳しい。 ・要求が高すぎる。（包装容器は漏れないことがあたりまえ、漏れたらクレーム） 日本の旬とか食育を高める。

2. コンプライアンスの徹底（法令遵守に関する事項）

強み	お客様対応がしっかりしている。 ・小さな問い合わせにも親切に対応。 販売時に、表示のルールができています。 ・法規制を遵守した安全・安心な食品
弱み	法令が厳しくなってきたので、商品化ができない。
問題点	守るべきルールが多すぎると思う。 ・消費者の興味、消費者の意識の幅があり理解を得るのが難しい。

3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備（体制に関する事項）

強み	品質管理体制が整っている。 ・安定した品質・安全性 ・賞味期限を厳しく設定しているので、安心できる。（自主的に短く設定） 生産管理技術が素晴らしい。
弱み	基準が高すぎて、正品率が悪い。 ・賞味期限切れによる撤去、廃棄 高品質維持に時間とお金をかけすぎ。 ・コストが上がり、価格が高くなってしまう。
問題点	海外と同じ尺度が必要 ・グローバル基準 バックグラウンドデータの提示をする場が必要。（お客様に伝え方）

4. 調達における取組（調達に関する事項）

強み	原料の規格がしっかりしている。 現材料のトレースが追える。
弱み	大量生産が難しい。（量が少ない） 物流コストが高い。
問題点	配送の工夫が必要。 ・新鮮さを届ける為の物流。空輸が必須 日本の食品自給率の低さ ・資源の減少、一次産業の担い手不足問題。

5. 製造・保管、流通、調理・加工における取組（製造・保管、流通・調理・加工に関する事項）

強み	包装がしっかりしている。 コールドチェーンが発達しており、素材が新鮮（新鮮に保てる）
弱み	管理が複雑、大変。（バリエーションが多い） 作れる人が限られてしまう。（職人技）
問題点	働く従業員もグローバル化になっていくため、言葉の壁を無くす指導方法が必要 生産と製造の一体型によるコストダウンが必要。

6. 販売における取組 (販売に関する事項)

強み	日本の四季、季節感の演出がある。 日本固有の発酵食品（味噌・醤油）があり、いろいろな味がある。
弱み	使い方、食べ方がわかりにくいものがある。（知られていない） 微妙な感覚が伝えづらい。 生で食べる食習慣がない国から見ると、生食はアピールしづらい。
問題点	価格の高い背景を理解してもらうためのアピール不足。 日本の文化的背景を伝えることが難しい。

8. その他

弱み	見た目だけ理解できない部分が多い。 ハラール等の宗教上の対応ができていない。
問題点	英語ができない。

○課題2 グローバル化に対応するための取組や課題提起、解決アイデアは？

今回のテーマに対して、わからないことや疑問に感じることを。

<ul style="list-style-type: none"> ・ 海外の製造工場でのフードディフェンス。どう管理するのか？ ・ 認証機関が多いので良くわからない ・ 日本の農産物生産現場で「GLOBAL GAP」を普及させることはできるのか？ ・ グローバルスタンダードの工場監査 どうやって適合させていいの？ ・ 自治体がすべき事や義務はあるのか？ ・ HACCP 対応ができないと十分な評価ができないという具体的にイメージできない。 ・ HACCP の義務化→適用範囲→現実的にはどのような運用？特に CCP のモニタリング SSOP の管理方法（洗浄等） ・ HACCP は認定受けるまでおよそどれくらいの時間がかかりますか？ ・ なぜ、HACCP の普及が遅れているのか？ ・ 海外企業はなぜ HACCP がとれているのか？ ・ HACCP 導入は、何が難しくしているか、アメリカヨーロッパは何ですんなりできるの？ ・ 取得しないとどうなるのか？取得にはいくらかかるのか？（費用・時間） ・ リスクベースでランク分けして管理できていないのか？ ・ 中小企業がついていけるか？（ソフト面、人材面） ・ 中小企業と大企業の格差が広まるのでは？ ・ これからは大手食品メーカー又は家庭食（手作り）の二極化食生活になるのか？ ・ 食品認証を取ったところで効果あるか、売れるかという食品企業の不安をどう解消するか。 ・ 食品事業者が想定する緊急時の見通しの必要性→まだ性善説を信じている企業が多いのでは ・ 様々な取組が文書化されていない？→記録が必要 ・ ハザード分析がなぜできないのか？
--

課題提起

- ・ いろんな認証があり過ぎる。
- ・ GLOBALMARKET を視野に入ればそちらの水準に合わせなければ、日本企業は負ける。「おいしい」はポイントとしては低い。
- ・ HACCP 導入にあたる企業サポートがないとなかなか中小企業には難しいのではないか。
- ・ リスクマネジメントへの投資
- ・ HACCP の基準と消費者の意識（より高い要求）とのギャップ
- ・ HACCP が義務化されれば食品安全は保たれるが網を潜る人はどこにでもいてそれでいいのか。
- ・ HACCP が認定されたら、大きな食品不正、日々の食品偽装はどれくらいに減るのか？
- ・ HACCP と言いつつ、検査保証しないと安心して出荷判断できない。検査＝検証（モニタリング）と割り切れない。
- ・ HACCP を普及させる一助を担う保健所の方の教育は大丈夫？現在、条例に差が大きい。
- ・ 用語が難しく、とっつきにくい。（やる気になれない）
- ・ グローバルスタンダードを日本語訳が難しい。ちょっと外れている。
- ・ 食品営業施設の店舗検査をしている保健所職員の力量ばらつき。
- ・ 情報発信提供、サプライヤーの管理、HACCP の社内認知
- ・ 標準化、グローバル化を無関係と考え方へいかにその価値と必要性をわかりやすく伝えるか。
- ・ 担当者の異動の多さ→HACCP の正しい知識が伝えられていない。
- ・ 経営者の意識、作業者の意識を変えるには？
- ・ 6次産業化と GAP の連携が薄い？生産者の理解度不足による拒絶
- ・ 文書だけが（日本人の性格なのか）完璧でそれで納得している。
- ・ 中小には例えハードじゃなくてもソフト面でも負担が大きい。（資金的に）
- ・ HACCP の普及のハードル高い。
- ・ HACCP/TACCP/VACCP に使うエネルギーの比率はどうあるべきか。
- ・ 品質管理が何故伝わらない。（国際標準？）
- ・ 評価基準の「見える化」と「実施」→「トレンド」作り
- ・ 海外で何を求められているか何をしなければいけないかをわかっていない。義務ではないので、会社はわからないからやらない。情報も伝わらない。グローバルについていけない。
- ・ 世界基準とは何か。日本は安全と思っていたのに・・・誰がどの時点で認承するのか。
- ・ フードチェーン全体での取組むことが必要ではないか。
- ・ 普及活動の際に行政に対しアプローチするのが難しい。
- ・ 標準化、グローバル化を無関係と考えている方へその価値と必要性をわかりやすく伝えるか。
- ・ 感情→理性へ 文化の異なる人には「わかるでしょ？」「以心伝心」は通じない。
- ・ 「安全性」は必ずしも高品質には繋がらず、日本の「高品質」に国際基準の「安全性」が合わされば強くなる。「価格」は問題か？
- ・ 監査のための仕事が増えてしまう。
- ・ 自社だけでは食の安全は確保できない。

解決アイデア（こうなれば良いと思うこと）

- ・ 無料でのコーディネーターが欲しい（中小向け）
- ・ 地方銀行、産業支援センター、都道府県 共同してできたらいい。
- ・ 業態に合わせたモデル（HACCP 等）を行政から提示があると良い。
- ・ HACCP は難しいという思い込み→理解すれば工夫して対応できる。
- ・ 業種や規模によってある程度のフォーマットの種類（モデル）が必要
- ・ 監査員の標準化をしてからスタートしてほしい。（地域で見解が違う）
- ・ 日本人は書類はきちんと書く。やっている（習慣として）ことを記録すれば良い
- ・ 一般の人がわかりやすい表現で周知させてほしい。
- ・ 日本の検査法（公定法）が ISO 等国际標準とリンクしていない。（標準試験法への移行）
- ・ 海外の基準との比較一覧があったら状況がわかりやすい。
- ・ ハザードからリスクベースへ（行政も企業も）→リスク評価、ハザード分析の能力を高め、何が「管理すべき危害」なのか明らかにする。
- ・ 日本と海外での共通認識の違い。（安全管理、法令→基準を合わせる）
- ・ 認証→本質を理解して取得。（取得していれば OK 的な考えは多い）

○本日の議論を経ての感想

品質、安全性について

- ・ フードチェーンの中で包材も食品の安全に関わるもの。
- ・ 工場とカフェ両方で同じチェックリストではなく、それぞれに応じたものが必要
- ・ 農家の人を作った物は安全性に疑問がある。地域で取り組んでいくべき課題と思う。
- ・ 高品質の物を少量出すことをやっていかないといけない。
- ・ ブラジルからの輸入品（日本の会社が製造）についても管理強化求められる？

人材育成・教育

- ・ お客様に対して共同で取り組む体制と伝える能力を磨く。
- ・ 出来ていない部分をどこまで開示することが出来るかが課題。何が出来ないか目標に対してどのレベルなのかを説明するべきだと思う。
- ・ 青果物の輸出→表示の規制を勉強しよう。
- ・ なぜ大事なのか？社内教育で知識を広めていかななくてはならないと感じた。
- ・ 英語力をつけて国際コミュニケーション力を向上させる。
- ・ 教育の大切さ→新しい情報を盛り込んでいく知識、知識の活性化をしていく上で難しいことが多い。ハードルが高い。人のメンタルケアが必要。
- ・ やりすぎないことが大事。簡素化してスタンダードをつくり、負担を減らす。残った時間は市場調査にかけたら良い。
- ・ 中小に向けたわかりやすい標準化の解説をしたい。
- ・ 工場が実現できるようなコンサルも有効活用できる。

HACCP

- ・ HACCP の義務化を早く進めて欲しい。株主が英国人。海のものでも安全であることを共通言語で伝えたい。

- ・ HACCP の要求がきた時、本当にできているのか心配。栄養成分表示の義務化も困っている企業が多い。
- ・ 6次産業化促進の仕事「簡単にできることなんだ」ということをメーカーに伝えていきたい。
- ・ HACCP は流行ではない。
- ・ 小さい工場へは無理ない HACCP 対策が必要と感じた。
- ・ ハードルが高いと考えている中小だが、1つの成功事例を示していけば徐々に展開の可能性があるとと思う。

コミュニケーション

- ・ 国際規格策定の場に出る際、今回のようなコミュニケーションは大切。生真面目な国民性。日本は引きこもり。
- ・ 家庭品でグローバル展開をしているが現地の文化を知ること、現地の消費者を知ることが大切。食品は家庭品と違う。ガラパゴスにならないように世界を知って早く対応するのが大事。
- ・ コミュニケーション不足だけで、やり方を変えれば HACCP 等も取り組んでいけると感じた。
- ・ 都市型農業、ビルの中で農をやること。情報の共有化の大切さを改めて感じた。
- ・ 日本で美味しいと思っているものが、海外では受け入れられるとは限らない。コミュニケーションが必要。
- ・ コンサル側の立場だからこそいろんな業界の方とコミュニケーションをとらなくてはいけない
- ・ 6次産業への取組を考えていなくてはならない。
- ・ 縦割り業務でなく広く知る。社内にも広める

認証

- ・ 中小向けにも ISO 認証が身近になるような取組が欲しい。
- ・ 生産者側目線ばかりでこれまで見ていたが ISO のコンサル・認証機関の意見が聞けてよかった。

その他（気付き等）

- ・ 輸出先の要求に合わせたものを効率よく作る。
- ・ 「日本人だけのわかるでしょ」は世界では通用しない
- ・ グローバル化、国際標準・基準をクリアすること。（美味しいだけでは難しい）
- ・ 思い切って打って出るチャレンジ精神が必要
- ・ 国民性がある。
 - ・ 情報の無さ
 - ・ 諸外国と日本のあたりまえの違い
- ・ 農産物の輸出 オーバースペック、海外のマーケットを見極める。
- ・ 企業のお客様センターにハラル関係の問い合わせがきている。海外対応の必要性
- ・ MADE IN JAPAN はレベルが高いと思っていたがまだ対応しなくてはならないものがある
- ・ 今後国内の外国の人や海外の方に法令での要求に対応できるのか？海外の要求をどれくらい理解し出来るか。商品の輸出等難しい。
- ・ 国として動かないと変わらないが、それをチャンスとしていきたい。
- ・ 会社としてもグローバル化している。海外とのレベル感を見ていきたい。
- ・ 海外との取引きで言語の不安がある。共通言語の英語は必須。
- ・ 日本の強みと思っていた「安全」等が世界の中では必ずしも対応していないことに気付き有意義だった。
- ・ フードディフェンス 最後は心の問題