

第 19 回 豆腐公正競争規約設定委員会

議 事 録

開催日時 平成 29 年 10 月 24 日（火） 午後 2 時 0 0 分～5 時 0 0 分
開催場所 台東区上野区民館 4 階 401 集会室
出席者数 委員 5 名、オブザーバー 13 名
出席した委員の氏名 村尾 誠、梅内 壱、宮井輝幸、青山 隆、廣部里栄
議長の氏名 村尾 誠
議事録作成者 西尾 俊治
議事の経過概要 定刻に至り、村尾議長より開会を宣し、式次第に基づき協議に入った。

（議事）

村尾議長 開始させていただきます。第 19 回目の委員会ということになります。本日は、ちょっとご出席者が少ないですね。ご欠席が、棚橋、山森、織田委員、それから高木委員。あと、佐藤委員もちょっと会議で遅れるというふうなご連絡を受けていますので、本日は 6 名の委員の方で進めたいと思います。今日初めてお越しいただいております森永乳業食品総合研究所の宮井マネジャー、一言ご挨拶いただきます。

宮井委員 森永乳業の宮井と申します。本日は井出の代理でまいりました。普段は、研究所のほうで豆腐製品の開発を行っております。よろしく願いいたします。

村尾議長 はい、ありがとうございます。それではさっそくなんですが、始めたいと思います。まず資料の確認ですが、お手元に、まず公正マークの使用に関する規則というものです。それから、公正マークのデザイン案が 2 点ございます。それから、公正マークの運用に伴う課題ということで、一枚物があります。それから、C 班の発表のほうで、C 班木綿豆腐の破断強度についての報告というものが 1 部、それから、グラフが描いてある資料が 1 部、とじたものがございます。資料、以上でございます。不足はありますでしょうか。はい、大丈夫ですか。それではさっそくですが、議題の 1 番目、公正マークに関してということで、私のほうから申し上げます。まず、お手元の資料、公正マークの使用に関する規則のほうでお話をしていきます。この規則の案を作成するにあたっては、乳業のほうの飲用乳公正取引協議会ですとか、あと、生麺の公正取引協議会、それから食用塩の公正取引協議会のほうでいろいろご教示をいただきまして、そういったものを基に、豆腐の公正のマークの使用についてということで案を作らせていただいております。順を追って見ていきます。まず、第 1 条の目的ですが、この規則は、豆腐類の表示に関する公正競争規約施行規則、以下、施行規則という、括弧閉じ。第 37 条に定める公正マークに関する手続き規則を定めることにより、公正マークの適正な使用を確保し、もって一般消費者の豆腐類に対する高い信頼を得ることを目的とするということ。ここについては、問題はないかと思います。第 2 条、使用資格でございます。仮称ですが、日本豆腐公正取引協議会、これ、公正競争規約ができますと、公正取引協議会というものがその規約の運営、運用していくということなんですが。この協議会の会員であることはまず一つの条件です。であって、かつ、豆腐類の表示に関する公正競争規約、

括弧、以下、規約という、括弧閉じ、に従い、適切な表示をしている事業者に対し、容器包装された豆腐についてはそのように。規約第2条3。これは何かというと、小規模製造小売事業者の特例というのが規約にありますので、この特例に定める小規模製造小売事業者については、店頭で公正マークを表示させるものとするということでございます。2通りあるということですね。パッケージに表示するものと店頭に表示するもの、2通り公正マークはあるということです。3番目、第3条、使用条件。公正マークは、公正マークを使用する包装等の表示、または店頭等の表示について、協議会の承認を受けたあとでなければ使用することができないということで。当然なことですが、協議会で承認を得て、初めて公正マークをパッケージにつけたり、店頭に表示したりすることができるということになります。それから、4番目、承認申請ですね。第2条に規定された要件を満たす会員で、公正マークの使用を予定する者、以下、申請者というは、公正マーク使用に関する統一申請書、第1号様式、今日はちょっと作成が間に合わなかったんですが、この申請書によって、当該商品の包装等の表示見本2点を添えて協議会に申請するものとするということで。申請書に添えて、パッケージの見本、パッケージデザインを2点添えて協議会に申請するということです。それから、2。小規模製造小売事業者は、申請書に店頭等における表示方法を示す書面または画像等を添えて、協議会に申請するものとするということで。これ、性格が異なるのは、パッケージの場合は商品ごとに申請するということになりすね。それから、店頭表示の場合は、町店さんの場合は、商品が日によって違ったりとか、そういう細かい変更があるということを中心に、店頭でどのような表示をするかと、そのお店に店頭表示をする方法を示していただいて、それについて、店頭に対して、その公正マークというのを掲示していただくということになるんで、これは商品ごとではなくて、お店として申請するというかたちになりますので。申請方法については一緒なんですけど、申請する内容物が違うということですね、商品とお店というふうに異なってるということでございます。それから、第5条、審査事項です。協議会は、前条の規定による申請があったときは、次の事項に適合しているものであるかを審査するものとする。1番目、(1)ですね。規約第3条から第6条まで規定する事項。第3条というのは、これ、必要表示事項になります。それから第4条も、措置が必要表示事項。で、第5条が特定表示になります。それから、第6条が禁止表示になりますので、これ、規約の中で表示に係る事柄ですね。この4条に規定する事項、まずは満たしているかという審査をいたします。それから、(2)は、豆腐類の表示に関する公正競争規約施行規則第2条から第36条までに規定する事項。これは、公正競争規約の第3条から第6条に対応する施行規則というものが第2条から第36条になりますので、これも併せて、きちっと要件を満たしているかどうかいうことを審査します。それから、第2項ですね。協議会は必要に応じ、申請者に対し、原材料の使用状況、成分含有量、製造工程等の確認ができる資料等の提出及び小規模製造小売店への立ち入り調査を求めることができるということで。基本的には、公正マークの審査というのは、提出された書類での審査を行うんですが、この書類だけを見ていると、どうもわからないとか、疑念が生じるとか、そういった場合は、協議会のほうで、必要に応じて追加資料を出していただく。あるいは、お店の場合は立ち入りをさせていただくということで、確認作業をしたうえで審査を行うという内容になっております。そ

れから、第3項ですね。次のページのところです。協議会は審査の経過を正確に記録した資料を、申請書及び表示見本等の関係資料とともに2年間保管し、その間、当該判断の妥当性について検証可能な状態を維持しなければならない。商品の製造を中止した場合であっても同様とするということで。一応、申請書類と審査の記録、これについては2年間保管をします。もし、あとで違反が起こった場合ですとか、あるいは、申請者から何か申告があった場合、そういう場合に備えて、2年間は書類を保管するという事です。それから、次が審査結果の通知で、第6条ですね。協議会は、前条第1項に掲げる事項を審査し、公正マークの使用の承認についての可否を決定し、公正マーク使用に関する統一通知書、第2号様式、以下、通知書という、をもって申請書に通知するものとするということで。これは審査が終わったら通知しますよということです。協議会は、前条第2項の規定により追加資料の提供を求めた場合を除き、原則として承認申請を受理した日から30日以内に申請者に対し、審査結果を通知するものとするということで。一応、1カ月という審査期間をおいています。これ、実際には、非常に審査、込み合うと思うんですね。大体、棚替え、いわゆるスーパーでの棚替えの時期っていうのが1月と6月ぐらいにもう展示会。で、7月ぐらいまでというこの間に大体、1カ月間集中するので、なかなか協議会のほうもすぐには対応できない。ただあんまり遅くなると、これは商品の発売に間に合わないということになるので、この辺を30日以内とするというのが妥当かどうかというのはちょっと検討事項かなというふうに思います。その次、申請者の責務。第7条、申請者は、公正マークの使用承認を受けた包装等の表示または店頭等の表示について、実質的な変更を行った場合は、第4条の規定に基づき、新たに申請をしなければならない。実質的な変更というのは、もう必要表示事項の内容が変わるとか、特定事項それから禁止事項の内容が変わる、デザインが大きく変わるというような場合、こういった場合は変更申請を出すということです。第2項、申請者は、公正マークの使用承認を受けた商品の製造を中止したときは、速やかに申請書により報告しなければならない。これは使用中止についても報告をしてくださいねということです。それから第8条、公正マークの交付。協議会は、公正マークの使用承認を受けた商品または小規模製造小売事業者の店舗について、第6条の審査結果の通知と併せて、速やかに公正マークを交付するものとするということで。これはもう審査がとおったら、速やかに公正マークを交付して差し上げるということです。それから第9条、公正マークの使用状況調査ということで。協議会は、公正マークの付された商品について、随時、市販品買い入れ調査を、小規模小売事業者の店舗にあつては店舗立ち入り調査を実施するものとするということで。これは、特に頻度というのは定めてないんですが、この調査をしていかないと、実際に提出されたものと市販で売っているものが同一なものかどうかという確認ができませんので、これは公正取引協議会の重要な事業の一環として進めるということになります。第2項、協議会は、前項の規定による調査の記録、括弧、包装等の表示物、買い入れ場所、買い入れ年月日及び調査結果、店舗における表示の有無、表示方法、調査年月日及び調査結果、について2年間保管し、その間、調査の適正性について検証可能な状態を維持しなければならないということで。調査の記録をしっかりと、これも2年間残すということを明記しております。続いて、第10条、公正マークの使用停止についてです。協議会は、会員が次のいずれかに該当するときは、

公正マークの使用を停止することができる。(1) 規約第3条から第6条までの規定に違反するとして警告を行うとき。これは表示違反ですね、いわゆる。(2) 申請者が法令違反により処分を受けたとき。これは商品ではなくて、申請者自身がコンプライアンスに問題があったということで何らかの処分を受けたときですね。この場合は停止することができるということです。(3) 申請者が協会の会則等に従わず、会員資格を失ったときということで。これは、協会の会則というのはまだちょっと、してないんですが、協会の会則にふれるというようなことがあったときは、これに該当するということです。(4) その他、申請者が豆腐業界に対する一般消費者の信頼を著しく毀損するような行為を行ったと認められるときとあります。そして第2項ですね。協会は、公正マークの使用停止処分を行う場合は、通知書によって申請者に通知しなければならないということです。必ずこれは書面で通知を行うという内容です。続いて、承認の有効期間。第11条、公正マーク承認の有効期間は、承認の日から2年間とするということです。2年ごとに更新するというのが、他の業界では一般的でございます。これも公正協会によって事情が異なると思うんで、何年がいいかというのは議論するべきところですけども、一応、今、2年間としております。第2項、会員は、承認を受けた商品または事業所に継続して公正マークを使用する場合には、有効期限が経過する日の2カ月前までに、第4条の規定により申請書を提出し、再度承認を受けるものとする。これ、事業者のほうから2カ月前までに申請書を提出するというにはなっていますが、実際の運用は、協会のほうからお声かけをして申請書を出してもらわなければならないと、なかなか事業者の方も気づかないなんてこともあるかもしれませんので、この辺は運用によって遅滞のないように進めていくということになると思います。承認の失効、第12条。公正マークの承認は、次のいずれかに該当したときはその効力を失うものとする。(1) 承認の有効期間が経過したとき。(2) 包装等に実質的な変更があったにもかかわらず、新たに申請を行わなかったとき。これは申請漏れというやつですね。それから(3) 店頭表示を適正に行っていないにもかかわらず、公正マークの掲示を継続している事実が明らかになったとき。これ、実際、先ほどの第10条のところの中で、立ち入り検査をしたら全く表示を行っていないのに、ステッカーとか、そういう会員証みたいな貼ってあるっていうのは、これは事実と反するので、当然、失効要件になるということです。それから(4) 申請者に虚偽の記載があったとき。これも同様でございます。それから、次、不服申し立てですね。第13条、会員は、公正マークの使用に関する申請が却下されたとき、または公正マークの使用停止処分を受けたときは、当該処分を受けた日から10日以内に協会に不服申し立てをすることができる。第2項、協会は、前項の不服申し立てがあったときは、当該不服の申し立てがあった日から10日以内に、当該会員に追加の主張及び立証の機会を与え、これらに基づき、さらに審理を行ったうえで措置の決定を行う。第3項、第1項の規定により公正マークの使用停止処分に関する不服申し立てがあったときは、前項の規定により措置を決定するまで使用停止処分の効力は生じないということです。これは不服の申し立てがあれば、使用停止をその間、しばらく留め置きということになる。で、この10日以内というのが非常に短いかもしれませんので、これについては議論のしどころかなど。営業日としてとか、そういうふうに入れるのが妥当なのか、もう少し延ばすのが妥当なのかについては皆さんの

ご意見を伺いたいと思ってます。続いて、不正使用に対する措置。第14条、協議会は公正マークを不正に使用している会員、または第10条の規定による使用停止処分に従わない会員に対しては、規約に基づき警告、除名等の措置を取るものとなっております。それから第15条、その他ですね。会員は、雑誌広告、ポスター、自社のホームページ等の電子媒体等に公正マークまたは協議会の会員である旨を表示しようとする場合には、あらかじめ協議会の承認を受けなければならないということで。公正マークを宣伝道具として勝手に使ってはいけませんよということですね。一応、公正取引協議会の承認を受けてくださいねということです。それから、付則として、この規則の変更については、公正取引委員会及び消費者庁長官の承認があった日から施行するということ。これも規約とセットで、消費者庁公正取引委員会に提出する内容のものでありますから、変更があったときは当然、報告するということになっております。以上、駆け足で読み上げましたけれども、中身について皆様のご意見ですとか、こういうものが足りないんじゃないかとか、ここはもう少しこうしたらいいんじゃないかといったようなご意見ございましたら、ぜひよろしくお願ひします。じゃあ、青山さん。

青山委員 使用できる期間っていうのを、これ、項目として入れなくていいんですか。

村尾議長 使用できる期間？一応、有効期間は2年間。

青山委員 2年間だけで。でも、この中には入れないってこと？

村尾議長 そうですね。有効期間、別途、定めてるので、この間は使用できるので。実際には継続して使っていたらいいんですけど。

(間)

村尾議長 ほかに、

川西 OB すみません。

村尾議長 はい、どうぞ、川西さん。

川西 OB 牛乳の公正競争規約だとかに準じてるぐらい、こういう厳しくやってらっしゃるんですね。

村尾議長 そうですね。牛乳とか、食用塩とか、大体こういう内容でほぼいってます。牛乳の場合はもう少し厳しいですね。牛乳はご存じのように乳等省令とも絡んでくるので、規約違反イコール法令違反みたいなところがあって、やっぱり非常に運用は正確にやられているというふうに思います。

川西 OB 例えば、さとの雪さんが公正競争規約の認定を受けていて、そこで作られる商品については、個々の商品について、見なくてもいいとかっていうことをやらないと、現実的にその商品が変わるたびに、各社、全部やるとかっていうことについては、やればいいでしょうけれども、牛乳のほうはまだ変わらないんじゃないかっていう気がするぐらい、お豆腐屋さんってシーズンとかで変わるじゃないですか。で、何かこう、会社として認められてるところの商品については自主的にやって、時々、査察なり、検査なり受けるみたいなかたちにでもされないで、そのお店さんがそうであるようにやっていくような略式的なこと考えないと、現実的にできるんでしょうかねえ。

村尾議長 実際に、現状でも新しい商品を出す場合には、事前に保健所にそのフィルムですとかを持って行って、事前相談というかたちでやってるんですね。これは、弊社も全商品についてやってますので、それと同じことを公正取引協議会に提出するというので、作業的にはそんなに今と変わらないの

かなと。メーカーの場合はそうだと思いますけど。どうですか、梅内、太子さん、その辺は？

梅内委員 そうですね、受けるほうが大変だと思います。

村尾議長 ああ、受けるほうがね（笑）。そうですね。

梅内委員 受け皿のほうもね。

村尾議長 実際、牛乳業界ですと、年間で8000点でしたか、の商品を大体チェックするそうです、公正取引協議会で。だから、ものすごく、さっき申し上げたように、1月と6月が集中するので、その間は本当に忙しいというふうにおっしゃってましたけど。塩なんかの場合はそんなに正直、ころころ入れ替わらないのでそこまでではないですけど、それでも年間何百点か出るとは言っていましたね。

川西 OB いや、老婆心というか、受けるほうは大変だなみたいな。

村尾議長 恐らくスーパーさんに納めてるメーカーさんの多くは、地域の保健所さんにパッケージデザインができあがった時点で、これでいいですかというふうに確認作業は行っているというのは通例だと思いますので。で、逆に、町店さんの場合は、これ、商品ごとではなくて事業所ごとに行う、承認を受けるといいますから、町店さんにとってもそんな煩雑にはならないのかなというふうには考えておりますけども。廣部さん、その辺はいかがですか、実際の作業的に。

（間）

廣部委員 実際の作業的にといますか、この基準でいった場合に、ちょっと質問なんですけれども。協議会の会員になってる企業の中で、例えば、公正マークを表示した商品としない商品が混在するということはあり得るのでしょうか。

村尾議長 この商品はメーカー側で申請しなくてもいいやと、自主的に判断するってということですかね。どうなんだろう。

廣部委員 先ほどもお話があったように、シーズン商品だから、申請してる間に販売期間は終わっちゃうような場合があったりですとか、スポット商品だったりとかそういう場合に。

村尾議長 ああ、なるほど。そうですね。そういった場合でも可能な限りは出していただくのがいいと思うんですけどね。

廣部委員 それが明確になるものなのか、そこは曖昧にしておくかによっても。

村尾議長 これは協議会の在り方にもよってくると思うんですね。で、乳業界の場合は、もう皆参加というか、すべての事業者さんが、まあ400社ぐらいが参加してるものですから。この飲用乳に相当するものは季節商品であろうが、例えばコーヒー牛乳のようなものもそうですし、フルーツ牛乳のようなものもそうですし、最近だと季節ごとにフルーツフレーバーを入れたものを、乳業メーカーさんはお出しになってると思うんですけど、そういったものもすべて公正競争規約に当てはまるものについては申請をされて、それで公正マークの承認を得たうえでつけてると思うんですけどね。恐らく宮井さんのほうがお詳しいと思うんですけど。

宮井委員 そうですね。弊社の場合はすべての製品、例えば1カ月しか販売しないような製品であっても、すべて申請して、公正マークをつけて販売というかたちを取っております。なので、本当に膨大な数を年間でいくと、申請しております。

村尾議長 ですから、メーカーさんも販売期間に間に合うように申請していただくということが大事になってくると思うんですけど。当然、協議会としても、メーカーさんの発売に間に合うように結果をお返すするという、この運用の仕方がポイントになってくると思うので。で、牛乳業界さんは、それをたった5人の職員さんでこなしているというのが、取引協議会の現状ではあるんですけども。

青山委員 今のご質問、廣部さんの質問は、混在させてもいいのかどうかというところもあると思うんですけど、それはだめだということなのか、いいのかどうか。

村尾議長 基本的に会員になったらすべて出していただかないといけないと思う。そうしないと、取引協議会の意味もないですし、規約を作る意味もないので、これは協議会に入る、入らないは、任意とはいっても、実際の運用としてはすべての方に提出いただくということは原則ですね。それと、これ、塩の協議会に行ったときに興味深いお話を伺ったんですけど。塩の協議会のほうでは、その規約に入っていない業者さんもいらっしゃるし、取引協議会に入っていない業者さんもいらっしゃる。でも、協議会としては公正を期するために、協議会に入ってるメーカーさん、入っていないメーカーさんの商品を両方を調査をするんですね。で、表示違反が、協議会に入っていない方で表示違反があった場合、これはきちんと通知をするらしいです。で、通知をしたうえで、消費者庁にも報告をしますよということをやっているそうです。そうしないと、公平性が保てないということなんですね。協議会に入らない人が得をするというようなことになってくるので、これは公正性のために、公平性のためにやっているということですね。ほかに何かございますでしょうか。先ほど申請期間が30日だとか、あと、不服申し立てが10日以内とか、この辺がどうなのかなってというようなことを申し上げたんですけど。実際やってみないとわかんないところあるんですけどね（笑）、これに関しては。だから、もし、円滑に運用しようとする、大体、協議会のほうから、発売のどれぐらい前にはデザインを出してくださいねということはアナウンスしておかないと、直前に出されてもってということは出てくると思うので、この辺は運用、必要ですね。上田さん、塩の業界なんかはその辺、協議会とはどういうやり取りをされるんでしょう？

（間）

上田 OB 塩の商品、一応、私どもは、商品の種類にかかわらず、いわゆる市場に出す塩はすべて一応、審査をいただいております。中にはイベントなんかで本当にそれ、その場でしか販売してない商品についても、前もってイベントの日にはわかっておりますので、事前に、もしかすると承認をいただけないという場合も想定をして、その期間も含めて、かなり事前に申請をするようなかたちにしております。ですが、それは規約というよりも運用上、各企業さんが、塩の場合は審査日が大体決まっております、月に1回ぐらいです。もしそこで何か不備があるということであれば、内容を聞いて、さらに申請ということであれば、2、3カ月ぐらいはかかるということになってしまいますので、その場合は、その場合を見込んでやるというようなかたちをしております。ただ、規約の内容を十分理解をしておけば、そうは、はずれたようなことにはならないと思いますので、その辺は、規約の運用が進んでいけば、各企業の方がいろいろと防衛策といいますか、準備ができるんじゃないかというふうに思っています。ただ、やっぱり希望の、実際、企業の方に

は協議会のほうからいろいろ事前な配慮とか、最初の規約の浸透についてはかなり時間があるかもわかりませんが、実際はそのようなかたちで、企業のほうが自己防衛をしながら、事前にある程度、期間をもって申請をやっているというのが現状です。あと、サンプルで、商品は販売する場合はあるんですけども、いわゆる無償で配布するサンプルの商品もあるんですけど、そのものについてもすべて一応やるということでやっております。当初、塩の業界もいろいろその辺については意見があったというふうに聞いておるんですけども、やはり公平、公正という観点からすべてというかたちでやっぱり浸透するのは一番、豆腐のこの表示についてもいいのではないかと、そのように考えております。

村尾議長 ありがとうございます。宮井さん、ご参考までに、乳業界で運用の点でこう、何ていうんですかね、円滑に運用するために、各メーカー、こういうふうに協力してるとか、公正取引協議会からどういうアナウンスがあるかとか、その辺は、もしご存じの方があれば。

宮井委員 すみません、ちょっと私のほうがそういう担当していない研究所なのでそこまで、ちょっと詳細のほうは申し訳ございません、把握しておりません。井出のほうは以前そういう仕事をしてましたので、また、井出のほうからさせていただけると思います。

村尾議長 ありがとうございます。非常に乳業界とか、あと塩の業界って模範的にやってる業界だというふうに思うんです。公正競争規約自体は現在 64 ぐらいかな、あるんですけど、中には有名無実でほとんど機能してないという取引協議会も中にはあって、その中で今回例に出してる協議会さんは非常にアグレッシブというか、正確性を期してやられてるといようなことですね。そのほか、何か皆さんからございますか。

橋本 OB ちょっといいですか。

村尾議長 はい、どうぞ。

橋本 OB 橋本です。このいわゆる公正マークの使用にあたって、各メーカーさんが、ちょっと小規模なところは除いて、そのメーカーさんにとってはどれぐらいの業務量っていうんですか、あるのかっていうのは、もちろん取り扱ってる商品の数とか、種類とかによっても違うんでしょうけども。いわゆる、既にある担当者がいて、その方が言うなれば片手間でできるのか、あるいは、いわゆる例えば、1人は少なくとも専従者を置いてやらないとできない量なのか、その辺は、大体で結構なんですけども、どうなんかなというふうに思ったんですが。

村尾議長 これは各メーカーさんお伺いしたほうがいいですね？太子さん、どうですか。

梅内委員 仕事量ですか。

村尾議長 仕事量。

梅内委員 専任がいますんで、そこは全く問題はないんですけども、中身によると思うんで、申請書類、まだ、できあがってないと思うんですけども。それをどういうふうに、簡単にするっておかしいですけども、わかりやすくするかっていうとこだと思うんですよね。

村尾議長 はい、ありがとうございます。廣部さん、どうですか。

(間)

廣部委員 弊社の場合は、運用が軌道に乗ってしまって、新商品のときに申請していくっていう流れであれ

ば、通常の商品開発をするのと、さほど業務量としては変わらないと思うんですけども。これが発足して最初の移行期間、全アイテムの表示を変えなければいけないというのは、今、現状やっている食品表示法の対応をするのと同量ぐらいの業務量になってくるかなと思いますね。

村尾議長 はい、ありがとうございます。森永さんはいかがでしょう？

宮井委員 弊社のほうでは、ちょっとアイテム数もそれほど多くありませんので、弊社としてはそれほど負担にはならないと思いますが。

村尾議長 牛乳なんかの場合は、乳製品とか専従の方がいらっしゃる？

宮井委員 そのあたりは、弊社の場合は、表示を起案する者がいて、いろいろ確認する者がいて、またそれを公取のほうに申請する担当がいてというかたちで、セクションごとに各担当を分けてやっております。で、もうそれで体制ができてるので、今はもうそれが当たり前という状態なので、すごく問題なく運営はしております。

村尾議長 はい、ありがとうございます。弊社の場合も、現状で、商品企画管理を行うセクションに1名、それから品質保証部に1名。これ、品質保証部の場合は専従というわけではなくて、ほかの業務もしながら表示のチェックをするという担当者がいるので、社内では2名が対応してるということ。これは、今の食品表示法への対応でやっていることですから、規約が入ってきても人数は増えないというのが基本的な考え方かなと思います。で、これ、社内で、これ、チェックしたものを、現在は保健所に提出して、そこでもチェックしてもらうので、合計、トリプルチェックしてるということなんですけども、非常に非効率だなと思ってまして。これは消費者庁にもちょっと相談しようかなと思ってんですけど、こういうチェックをするだけみたいな、適正な表示がされてるかチェックをするだけっていうようなことはわざわざ人間が行わなくても、将来 AI みたいなものにちょっと予算をつけていただいて、国ぐるみでちゃんと正しい表示をしてもらう、するような仕組みっていうのができないかなというふうには考えてるんですけど。そうすると、社内でもチェックする必要はなくて、その AI がチェックしたものがそのまま消費者庁にデータベースで共有化されれば、表示違反みたいなものはなくなるんじゃないかなというのは、何となく考えてるんですけどね。

川西 OB はい。

村尾議長 はい、どうぞ、川西さん。

川西 OB ちなみに太子さんとか、さとの雪さんって何アイテムぐらい、アバウトでいいんですけど、今、現在の感覚として。

村尾議長 多分アイテム数で多いのはいしかわさんだと思います（笑）。太子さん、何アイテムですか。

川西 OB 大体、

村尾議長 200 ぐらいですか。

梅内委員 200 ぐらいです。

村尾議長 うちは豆腐だけですので、大体 140 ぐらいですかね。

川西 OB いしかわさんが一番多かったのですか。

廣部委員 うちも豆腐類だけだと、多分 200 ぐらい。

村尾議長 200 ぐらいですね。まあ大体、そうですね。だから、新商品を出す時期が一番忙しいですもんね。

川西 OB はい。

村尾議長 はい、どうぞ。

川西 OB この公正マーク運用に伴う課題のほうの。

村尾議長 ああ、そっちいっちゃいます？（笑）。

川西 OB 課題のほうが、いっていいんだったら。

村尾議長 そっち、じゃあ、引き続き。ほかに、この規則について何かございますか。

町田 OB ちょっといいですか。

村尾議長 はい、どうぞ、町田さん。

町田 OB 運用のほうの関連になるかと思うんですけども。例えば、公正マークをつけた商品の、いわゆるチェックを取引協議会のほうでやる場合に、実際に専門のチェックとかいうのをやるのはどこがやるんですかね。これは運用の問題に、今後の問題だと思うんですけどね。

村尾議長 そうですね。これは豆腐に関しては、今後、検討課題だと思うんですけど、塩の業界さんだと、専門の成分分析機関に出されてる。それから、乳業の場合も、これは全国に乳業は 129 カ所あるっていいましたかね、そこで認定検査機関っていうのがあって、牛乳の場合はすごく細かくやって、各メーカーさんも年に 3 回自主的に、これは自分で費用をかけて成分分析を出して、その結果を公正取引協議会に報告すると。それから、公正取引協議会も抜き打ちで、今、年間 800 アイテムを購入して、これは乳業検査協会という協会さんがあるので、そこに検査を出してるということで、ダブルチェックをしてるということですね。

町田 OB 豆腐の場合は、今、その公の検査機関っていうのはないですよね？今。

村尾議長 豆腐専門はないですね。

町田 OB ないですよ。日本豆腐協会の場合も、今まではアサヒコさんにずっとお願いしてきたんですけど、やっぱり相当時間とコストがかかるものですからね、その辺がどうなるのかなと思ってるんですけど。

村尾議長 そうですね。第三者機関で言えば、日本食品分析センターみたいなところに、年間契約である程度お金を払っておいてやるというような方法は考えられます。あと、各県にある工業技術センター、こういったところでも、ちょっと高いんですけど、一点当たり 3 万か 5 万ぐらい払えばやってくださるので、これもどっかの支部みたいなものがあるんでしたら、工業技術センターと年間契約をしておいてもらうとか、そういった方法を取らないと、各メーカーさんにご負担をお願いするっていうのはちょっと難しいなと思います。

町田 OB そうですね。今の、これ、お豆腐じゃないんですけど、大豆が、ある種の大豆があった場合に、これが豆腐に適してるかどうかという検査を、今まで日本豆腐協会なんかでも、アサヒコさんをお願いしたりしてやってたんですけども。先ほど言いましたように、手間とコストがかかりすぎるものですから、その判定のやり方は穀物検定協会さんにお教えして、今、そちらのほうでやっていただいているんですけども。そういった機関をお願いするようなことになるんでしょうね。

村尾議長 そうですね。理想を言えば、豆腐業界がそういう協会みたいなものを作れば、ご存じのように、

乳業会館に行くと、その乳業会館の中に乳業協会があって、チーズの協会があつたりとか、それから検査機器協会みたいなものがあつて。要は、豆腐業界で言う賛助会員さんの協会もすべて一つのビルに入ってるっていうのが乳業協会ですから、そこまではなかなかいかないでしょうけど、豆腐業界もそういったかたちで組織整備がしていければ理想だと思いますね。

青山委員 検定協会は、神戸で1カ所しかやってないです。

村尾議長 ああ、そうですか。それはお豆腐もですか。

青山委員 いや、大豆だけです。

村尾議長 大豆の検定協会ですね。それでは、規則についてはまた何かあればよろしくお願ひします。で、公正マークなんですけど、今回、ちょっと私の知人の、豆腐マイスターもしていらっしゃる方で、デザイナーさんがいらっしゃったんで、ちょっとお願いして案を作ってくださいました。当然、これ、のちほど、本決まりになったら、きちっとデザイン料を支払うということでお話ししてるので、皆さん、その点は了承いただきたいんですが。まず、パッケージに表示するほうですね。パッケージ「10×10」ということで、大体、大きさとしては、「1センチ×1センチ」ぐらいが限度だろうということ。これ以上大きくなると、ちょっとパッケージ表示のじゃまになってしまうとか、面積取りすぎるので、で、こういったデザインをしていただきました。一つは大豆をモチーフにしたものですね。公正豆腐、FAIR TOFU。そういったものと、あと、型箱をイメージしたもの。これはちょっとマニアックなんです。これも、青抜きと白抜き、デザインしてもらったんです。非常にシンプルでわかりやすいデザインかなと思いますけど。それで色なんですけど、今は紺色というんですか、豆腐屋さんが前かけにするような藍色といいますか、そういったものを色にしてますけど、これは基本的には、どんなデザインにも使っていただけるように、色はもう任意にしようと思ってます。じゃないと、ここで色を決めてしまうと、一色、別に発注してもらわなきゃいけないんで、コストがかかるんですね、メーカーさんにとっても。ですから単色で、例えば白黒でしかやってないというようなところだと、黒でやっていただくとか、白でやっていただくということでもいいです。赤を使いたいという方がいらっしゃったら、もう赤でやっていただくとか、その辺はもう各メーカーさんにお任せしようということで、このデザインだけを、協議会としては提供しようということにしています。これがパッケージデザインのほうですね。それから、店頭に掲示してもらおうデザインですね。ちょっとこれ、フェア豆腐というのはあまり妥当じゃない。豆腐が公平っていうのはちょっとおかしな話なんで、これ。英語の文言としてはおかしいですけど。正しい表示推奨店というような、ちょっと賞状みたいなかたちですね。それで、ここには全日本豆腐公正取引協議会ということであるんですけど、こういったちょっと認定証書チックなものをお店に掲示していただこうかなということ考えてます。で、可能であれば、お店に掲示するほうは2年で更新しますので、不動産屋さんなんかがよくやってるんですけど、ここの認定マーク番号というのを括弧書きでつけ足しますね、不動産屋さん場合は2年で更新すると2になるんで、4年目で更新すると3になるということで、ここの数字が大きければ大きいほど、信頼の取引を長く続けている不動産屋さんですよというのがわかるようにしてるので、町店さんのほうもそういうものをつけてあげると、より皆さんが掲示する意味が出てくるのかな

と。「うちは長いこと信頼の表示をしていますよ」というようなお店側のアピールになるので、このフェア豆腐っていうのがちょっとあったんで、正しい英語っていうのではないですけど。それについては、公正競争規約というのをそのまま英語にすると、**fair competition rule** とか、**fair competition code** になるということなので。ちょっと英語にすると長ったらしいのかなということ。これ、英語をつけたら、国際的にも通用するルールにしていきたいという思いで、英語もちょっと考えてねという話なんですけど。どういう英語をつけるのがいいか、英語にしないほうがいいのかとか（笑）、いろいろ議論はあるんですけども。一応、正しくは、**fair competition rule** というのが公正競争規約と思うんですね。たたき台のデザインなんですけども、皆さん、いかがですか。何か、これ、いいねとか、そういうのはありますか。大豆のかたちなんかはわかりやすいと思うんですけど、どうですかね。

川西 OB 納豆屋さんのデザインみたい。

村尾議長 （笑）、納豆屋さん。

川西 OB 反対向きにしたほうがいいんじゃないかっていう気もするんですけど。

村尾議長 なるほどね。

川西 OB 多分こっち向きだったような。

村尾議長 納豆も豆乳もそうですもんね、大豆には変わらないんで。ただ、幸いなことに、豆乳は、公正競争規約はあるんだけど、公正マークはないんですよ。納豆もまだ規約がないんですね。で、大豆関係であるのは高野豆腐とか、凍り豆腐だけなんですけど、これも公正マークはないんですね。だから、豆腐がつけちゃったもん勝ちみたいなのところがあってですね。

川西 OB 基本的にはこういうことで、消費者にその信頼を得るために、そのお豆腐っていう食品をここまですべてやっていくためにこの委員会をずっとやってると思うんですよ。ですから、その財源の問題だとかも含めて、きちっとやれる方向さえ考えてればいい話になる。牛乳なんかみんな公正マークってついてますものね。で、それがあつたもので当たり前っていうか、その一つの免罪符というか、なつてると思うんで。徹底させることができれば、やはりその豆腐の事業者さんも、町店っていうのは小規模なところを上手にやれば、大手さんっていてもそんなに多くはないと思うんですよ、具体的な対象としては。だから、そこに徹底させることによって、その業界ということの、下に書いてありますけれども、そういったことにも貢献できればいいことだと思います。

村尾議長 そうですね。公正マーク、いろいろあるんですけど、有名なのはやっぱり牛乳が一番ポピュラーだと思うんで、できるだけ牛乳に匹敵するぐらい豆腐の公正マークもポピュラーになっていただくということを目指して、そのためには全員がつけるということにならないといけないと思うんですけどね。あと、公正マークの運用に伴う課題ということで、デザインのほうは、また皆さん、何かございましたら、デザイナーさんに要望も出せますので、忌憚のないご意見をお願いします。公正マークの運用に伴う課題ということで、ちょっとまとめてみました。1番、運用主体としては、これは豆腐公正取引協議会と、協議会組織が、名目上は業界団体から独立してるという状態でやるということが重要だということです。実際は、ただ業界団体から非常に支援をいただかないといけないので、これ、麵の業界も私、いろいろ話を伺ってきたんですけど。麵の業界

さんの場合は、ほぼ一体でやられてると。それで、公正マークの使用料というのを麺の場合は取ってるんですけど、一回当たり 3000 円だったかな。で、会員の場合は 1000 円とか、何かそういうので取ってたと思うんですけど。と、それで、協議会に入るときの会費はゼロなんですね、麺業界は。そうすると、要は、麺の業界団体に入れば、もうそれで協議会に入ったものと同時に資格が得られるみたいなかたちにして。ちょっとこれ、独立性保たれるのかという気はするんですけど、一応そういう仕組みを取ってらっしゃる業界でいらっちゃって。で、塩とか牛乳の場合は別途、入会されているということですね。で、2 番目の望まれる組織体制ということで。これ、一番進んでいるというか、しっかりやられてるのが乳業界の事例ですので。ここで見ていくと、正会員数としては牛乳業界、これは乳飲料ですけど、乳飲料の場合は 440 です。この 440 というのは企業数ではなくて、各地域の工場、事業所ごとに加盟してるということがポイントですね。ですから、大手メーカーさんですと、全国に 20 カ所とか、そういう工場があった場合は、その工場がある都道府県の支部から加盟してるという状態になります。それから、あと準会員数ということで、これは容器メーカーさん等が加盟されてるんですけども、43 人いらっちゃると。年間予算としては 5700 万円ということで、かなりの予算で運用をされている。これ、昔は 1 億円超えてたらしいですけど、メーカー数がやっぱり時代の変化とともに集約なんかもされて減ってきて、今、5700 万円でやられてるっていうこと。これ、会費の内訳を聞くと、基本額というのは、一事業所 5000 円でやってらっしゃる。ただ、牛乳の生産量に応じて傾斜をつけてるということで、当然、大手の場合は何百万円っていう額になってくるといふふうにおっしゃってましたけども、そういったやり方をされているという話。それから、乳業界の公正取引協議会は支部とブロックというふうに分かれてまして、支部は 43 あるそうです。ほぼ都道府県に配置されています。それと、あと、地方ブロック、これは北海道ブロックとか、東北ブロックとか、そういったかたちで 8 地方ブロックに分かれてます、ということですね。それで、委員会としては 50 名で、43 支部長と全国メーカー、森永さんですとか、明治さん、雪メグさん、グリコさん、こういったところが、全国メーカーさんのトップの方が。これはもう企業のトップです。ですから、社長さん、代表取締役の方が委員会ということで 50 名、年 1 回会合をされているということですね。それから、この委員会自体は比較的、形式的なものらしいですが、常任委員会というのがあって、これは年 3 回やられてて、16 名の方。常任委員というのは 4 名で、これは先ほどの委員会の中から会長、副会長と、あとブロック長、あと監事長、こういった方、そのほか学識経験者の方もいらっしゃるんですが、16 名いらっちゃって、この方々が年 3 回会合をされていると。それで、あと専門部会というのがありまして。これも常任委員会と併せて行われるらしいんですが、その常任委員に報告をする専門担当者ですね、各社の表示担当されてる方なんか常任委員会に併せて参加されてまして、そこで専門的な見地からいろいろ審査をやられたり、課題があったら、課題について審議を行ったりというので、これも年 3 回やられてると。そのほかにブロック会議というのがあって、協議会の活動状況、行政の動き、会員にフィードバックするというので。これはブロックごとに集まっていたいて、今、行政でこんな動きがありますよとか、こういう違反事例がありましたよという報告会のようなものをやられてるそうです。で、事務局としては 5 名体制で、事

務局長さんは、これは公正取引委員会におられた方がこられてると。それから、事務局次長というのが3名おりまして、現状は、森永さん、明治さん、雪メグさんから各1名、出向というかたちでこられてる。で、専従の事務局職員1名ということでしたけども、私がお伺いした際は、女性の職員3名いたので、ほかにパートの方が2名いらっしゃったなということで、合計7名でやられていたようです。で、適正運用のための業務ということですが。最低限やらないといけないのは、この容器表示案の点検指導ということで。やはり公正取引協議会としては、このフィルム表示ですね、こういうものをしっかりと点検をしていかないといけないだろうと。それで適正でない場合は適正化してもらうという。これは欠くべからざる業務なのかなと思います。それから定期成分検査ということで、これも豆乳の固形分濃度というのを定義の中に入れてる以上は、こういったことも進めていく必要があるだろうということで、認定検査機関というものができればいいんですけど、こういうことも検討に入れていこうかなと。それから、あと市販品買入れ調査ですね。これも定期的に行う必要があるでしょう。あと、町店さんの場合は訪問をしたりとか、適正表示指導ということも必要になってくると思います。あと、公正マークの使用承認更新ということで、これは2年に1回やっていくということが業務になってるっていうことで。かなり公正取引協議会としてはしっかりやらないといけないのかなということです。で、想定される予算規模としては、やっぱり豆腐業界においても、年間3000万~4000万ぐらいはコストとして必要になってくるんじゃないかなと。これだけの業務にしますと、恐らくは検査費用と、あとは人件費ですね。で、これぐらいはかかる、最低でもかかってくるだろうということは考えられます。で、まとめとしては、公正取引協議会にて公正競争規約を適正に運用していくためには、やっぱり業界団体の組織率を上げていかないといけないということが、まず、どうしても必要になってくる。それと、地方組織基盤ですね。やはり全部、東京でコントロールするっていうのは、これ、日本は広いですから難しいので、各地方地方に核となるような支部がないと、なかなか行き渡らないのかなということもありますので、この業界団体の組織率を上げるとともに、地方組織基盤というのを整備していく必要があるだろうということで、公正取引協議会の活動っていうのは、業界団体と切っても切り離せないというところはどうしても行き着いてしまうんですが、こういったところで業界団体に、人、もの、金を集約するということが最重要課題になってきますというのが、今の、目下の課題であります。で、こんな話をすると非常に気が遠くなるんですけど。何か皆様のほうからございますでしょうか。こういうふうに進めていったほうがいいんじゃないかとか、ぜひ、これをやっていくためにこういうふうにしようよというような、前向きな話がいただけるとありがたいんですけど。

(問)

村尾議長 齊藤会長、こういうことですので、ぜひ(笑)、業界団体の組織率を上げていただかないと。お願いしたいと思います。

齊藤OB 確かに、委員長、言われるとおりでございまして。一つ一つ、これ、やっていかないと、やはり日本の豆腐業界の資質が問われておる状態でございますので、できるだけ、みんなでこれ、力を合わせて頑張るしかないがでないかなというふうに思っております。何しろ皆さんと一緒になっ

て頑張りたいというふうに思っております。以上です。

村尾議長 ありがとうございます。実際は規約だけ作って、業界団体、事務員の方が1人しかいなくて、規約を守ってるかどうかという、メーカー任せという団体がいないわけではないです。実際にあります。ただ、豆腐業界に、豆腐のようなポピュラーな商品、一般消費者に親しみ深くて使用頻度も高い商品を、果たしてそういう有名無実の状況に置いていいものかどうかということだと思っんですよね。そこは、やはり業界各メーカーもそうですけど、業界団体に携わる方々も襟を正して真摯に受け止めないと、この規約を作っても絵に描いた餅になっちゃうのかなっていうところに非常に懸念されることなので、ここは一緒になって考えていただきたいなというふうに思います。

川西 OB はい。

村尾議長 はい、川西さん。

川西 OB すみません。この牛乳業界の、例えば、年商規模とかが100だったとするじゃないですか。で、お豆腐の業界の規模が、例えば50だったとして、そのかけられる予算的に言うと、その売れている数というか、金額とかになってくるリンクする部分も出てくるのかなと思うんですけれども。牛乳業界って、やっぱり豆腐の業界よりも、まあ件数も少ないけれども、何となく売り上げは多いんじゃないかっていう気はする中で、5700万って書いてあるんですけど。で、お豆腐の業界で、その売り上げ規模的にいったらどのぐらいの割合になるのかなと。

村尾議長 宮井さん、今、飲用乳に関して言えば、市場規模ってどれぐらいなんですか。

宮井委員 すみません、把握してないです。

川西 OB 今、ネットで調べようと思ったんだけど。お豆腐の業界よりは大きいですよ。どうなんでしょう。

村尾議長 どうなんでしょうね、飲用乳だけでしょ。

川西 OB でも、三十何円っていうのが出てたから、あつ、三十何グラムか。だから、お豆腐のほうが多いかもしれない。

村尾議長 牛乳っていうか、乳業メーカーというくくりでいくと、ヨーグルトもあれば、それからチーズ。

川西 OB 乳製品。

村尾議長 マーガリンとか、あと、バターとか、そういったものもありますし、デザート市場も含めて乳業界っていうことなんで。それでいくと、市場規模は何兆円ということになると思いますけど。今、明治さんで1兆円を超えてるんですかね。

宮井委員 超えてますが、あちらは製菓も一緒になってる。

村尾議長 あつ、製菓も一緒ですもんね。

宮井委員 ただ、乳業部門としては1兆いかななくても5000億は超えて、まあ、うちもそうですけど、そういう規模。

村尾議長 ヨーグルトの市場規模は、今、5000億とか、それぐらい、大体。だから、豆腐の市場規模よりちょっと大きいぐらいですよ、ヨーグルトといってもね。多分、飲用乳もそれぐらいじゃないかなと思うんですけれども。

川西 OB 委員長が、この 3000~4000 万円ですよっていうのを出されたのは。

村尾議長 これは積み上げ式にいくと、これだけの事業をしてくとやっぱりかかるだろうなど。正確に予算をはじいたわけじゃないですけど、アイテムも多いですしね、豆腐の場合は。そうすると、最低限の調査活動とか。

川西 OB いや、後ろ向きな話がしたいわけじゃないですけど、やっぱり豆腐の業界で、こういうことをやって、公正競争規約の委員会にも入って、ちゃんとやっていこうよっていう人が、町田さんにお聞きしたいんですけど、僕も日本豆腐協会にまた返り咲いてるんであれなんですけど。やっぱり日本の大手さんのお豆腐屋さんの中で、こういうことをどんどんやっていこうよっていうのが欲しいですよ、やはり。

村尾議長 そうですね。そりゃ、もちろんですね。大手、中小にかかわらずですね。

川西 OB いや、影響力としては、森永さんみたいな。

村尾議長 ただやっぱり乳業界のすごいところは、大手 3 社さんがしっかりと人も出して、お金も出してるっていう、ここがすばらしいですね、当然、乳等省令がありますから、農水省からの強力な要請もあつたんだと思うんですけど、そういうの、きちっとできてるんですよ。

川西 OB いや、さっきこのマークの話で、大豆、あるメーカーのロゴのマークによく似てるんで。

村尾議長 なるほど（笑）。

川西 OB 顔向きを反対にしたほうがいいんじゃないですかって言おうと思ったんですけど、正直、その T 社とか、S 社とかってところが積極的に参加してもらえるようなことにしないと、かなり、豆腐の業界で言えば、明治さんとか、森永さんみたいな話になるようになってきてるじゃないですか。で、こないだの齊藤会長と一緒に議員会館に行ったときにも、前橋の豆腐メーカーさんを、ぜひ、われわれに、仲間に入れてくださいっていうのをおっしゃられてたけど。やっぱり加わってもらわないと絶対いけないような気がしますけどね。

村尾議長 それももう絶対、絶対ですね。

川西 OB ちょっとここで話す話じゃないかもしれないけど。

村尾議長 でも、それをやらないといけないと思います。やっぱり消費者のためを考えてもそうですね。その事業者間がどうのこうのというよりは、消費者の方が、かたやマークがついてる商品があつて、かたやマークがついてない商品があるっていうのは非常にわかりにくい状況ですから、それは作っちゃいけないと思うんですよ。

川西 OB この伴う課題の一番上に書いてあるように、業界団体から独立した協議会っていうことでなびいてくれるのであれば、それも一つだとは思いますが。だから、やっぱりこういうことを真摯に、誠実に真摯にやってるっていうことを伝えたいですよ。

（間）

村尾議長 だから、この委員会もどういふふうに進めていくかだと思わうんですね。こういうところで議論をするというのも委員会の在り方だと思いますし。例えば、公開討論型っていうんですか、そういうところに全国の豆腐組合さんとか、あとは大手メーカーさんとか参加していただいて、一緒に議論するっていう場を設けていくとか、そういう工夫をしていかないと、なかなかこの中で議

論をしてるだけだと、広がりがないのかなというふうに思いますね。どうですか、町田専務、その辺は。日豆協さんとしては。もう日豆協さんの役割はこれからどんどん伸ばしていくと思う。大きいと思います。

町田 OB いや、昨日、日本ビーンズの三原社長がお越しになって、そのときに大手の S 社のほうにも公正競争規約の委員会のメンバーになってもらえませんかねっていう話を、昨日申し上げたんですけども。三原社長のほうも、社長にはそういう話は以前されたいいんですけども、嫌だということで、なかなか首を縦に振ってくださらないということで、再度、お願いをしてくださいねって、昨日もまたお願いしたんですけども。なかなか Y 社さんにしても、なかなかこれに参加されようというふうな意志が見られないんですね。少しずつでも周りから、少しずつでもこう。私も S 社さんのほうには、M 社さんも通じたりしてお願いをしてるんですけども。そういったかたちで少しずつやってくしかないのかなと思ってるんですけどね。それと、やはり S 社さんとか、あと、M 社さんなんかがおっしゃってるのは、この前も石川社長もちょっとおっしゃってたんですけども。やはり調製豆腐というようなネーミングはちょっとおかしいんじゃないかと。一つは、豆乳と同じような分類の名前のつけ方だろうけれども、豆腐の歴史は 1000 年以上あるよと。ところが、豆乳はここ 50 年ぐらいじゃないのと。そういうのと豆腐を一緒にするのもいかなんかなってというようなことをおっしゃってたっていうことを聞いています。だから、例えば、以前ちょっと青山委員もおっしゃってましたように、今のこの 10%、大豆固形分 10%以上の豆腐と称せられてるものを、例えば伝統豆腐にして、今の調製豆腐を豆腐にして、加工豆腐は加工豆腐のままでいいというようなネーミングだけでも、だいぶ参加率が増えるんじゃないの？っていうような話をちょっと聞いたことがございます。

村尾議長 なるほどね。そういうのも一案ですよ。ですから、この委員会の性格としてどんどん入ってきてくださる方を歓迎をしてるという状況ですので、ぜひ、出てきていただいて、そういった今までとは違う議論というんですか、も、加えていただくと、また活性化をされるんじゃないかと思えますね。こういった課題があるということで、公正取引協議会のお話はまた、後日の委員会でも予定されてますので、そのときにでもさらに詳しくして。あと、今後どういうふうにこの委員会への参加、ひいてはこの公正競争規約への参加を増やしていくかというのは、さらに議論を深めていきたいというふうに思ってます。それでは、休憩をここでちょっと入れさせていただいて、今、18 分ですから、3 時半まで休憩をして、そのあとの議論にいきたいと思います。

(後半)

村尾議長 それでは 2 番目の議題に移って。木綿豆腐、ソフト木綿豆腐の堅さの目安についてということで C 班のほうから、じゃあ青山さんよろしくお願ひします。

青山委員 C 班の検討した事項についてご報告を申し上げます。委員の各社のご協力をいただきまして資料ができあがって、さらに、豆腐屋さん、町店の、今後、協力をいただいてさらに検証していこうと思っております。経過について最初にお話しさせていただきますと、委員のアサヒコさんにて

当初、資料のグラフの表の1というのがあるんですけども、全国のお豆腐屋さんのお豆腐を買い取っていただき検査をしたのと。委員何社かの豆腐の堅さを測らせていただきまして、この資料の半分の数字データがこのときの検討資料だったんですけども、8ミリのアダプターでの検査を行って、そのままのデータで検討して、昨日になってあれは間違っていましたということなんで、急遽資料差し替えたんですけども。数値的には当初検討した堅さの基準については私自身はこのくらいの柔らかいのが普通で100か200、堅めが200、300、ごく堅めが300以上。これが適正かなと自分の経験的に判断して、これでいいんじゃないかなと思っていました。ということで第1回の打ち合わせをしました。さらにより幅広い数値化が、必要だということで。それとどこを測るか、断面と布面ということがあったものですから、どちらが正しく測定できて評価できるかというようなことで、会員各社に測定をお願いいたしまして、それが別紙のグラフの裏側に2ページ目の色のついた部分で、豆腐の布面でも断面でもばらつきが相当出るということが確認できました。赤いところの変動係数、一応ばらつきを見てみましたら、断面のほうは17.4%で、布面のほうは10%ということで、布面のほうがばらつきが少ないということで、次のページの(5)がそのことが書いてあるんですけども。断面と布面どちらを測るかということで、結論的には布面を測ったほうがいいんじゃないかというようなことになりました。それと2ページ目の(3)のところ、同一ロットの充填豆腐を各社に送付して測定をしてもらったんですけども、その数字が、表の3というので入ってます。その結果、ばらつきが結構あるという、これは統計処理についてはしてないんですけども、全社の平均の数字が81.4で、アサヒコさんが既に自分のとこで測っているお豆腐大体80くらいだっというか、84.2という数字が出てるんですね。平均的な数字は同じで、あと、いしかわさんのフォースゲージ、この機械が大体80ぐらいで、これも同じ数字が出たかなというところで、いしかわさんが使っていた機械をメーカーさんから提供いただきまして、実際の堅さと数値と食感、官能での差がどうかというようなところを、この機械を使って、全豆連で委員の方に集まっていただいて測定をいたしました。いろいろそこでの評価をして最終的なところに決まったんですけども。さらに町店のデータも必要だろうということで9月中旬に依頼して調査をかけようと思ったんですけども、結果的には豆腐サミットだとかがあって、なかなか仕事が進まないで、今現在になって少しそれを進めているところが、町店のデータがここにあるんですけども、(4)のウです。資料の一番最後のページに依頼した内容と書いてもらった紙を出してあるんですけども。お豆腐の堅さ決めるのに地方だとか地域によって相当差があるというようなことがあって、今回、東京都内のお豆腐屋さんについては比較的柔らかいお豆腐が多いんじゃないかと思っていたんですけども、結果的にこの数字を見ると比較的堅く、相当堅いお豆腐が今回の調査した中では見られてるということですね。ですから今後、堅さを決めるうえにおいても地域ごとの感覚、例えば会員の会社の方でも名古屋のほうでは非常に堅いものが普通のお豆腐だという判断されて、東京ですと非常に柔らかいものが普通のお豆腐ってことで判断するというので、そこら辺がちょっと難しい部分があるかと思うんですけども、そこら辺も考慮して最終的な判断になったとは思うんですけども。将来的には検討する事項があります。それと単位について、今現在、 g/cm^3 ということで進めてきたんですけども、最近の新しい単位としてニュートンを使わ

なくちゃいけないというようなことで、実際の測定機器そのものも単位が全部ニュートンに表示がされてるもんですから、途中からニュートンで表示をしようというようなところに切り替えました。それが一番最後の表の結論的なところがですね、最後になるんですけども。この黄色い部分は、布面による破断の基準ですね。ニュートンの単位で出したのが、1未満のところは柔らかい、1から4のところが大体普通、4から6が堅め、6がごく堅めというところの判断で、これは委員の方が試食してそういう判断をしていただいて、この範囲を決めていただきました。あと表示の方法につきましては、横の棒みたいなグラフの中に言葉で表現したほうがいいんじゃないかというようなことで、このスプーンですくう堅さですとか、はしでつかめる堅さとか、調理しても崩れない、崩れにくいとか、水切りしなくても調理可能とかですね。こういうような表現もしたほうがいいんじゃないかというような意見がありまして、載せてあります。あとは機械、選定機械についてちょっと戻ることになりますけども、この中に入っているイマダさんの機械というのが、取り扱いが非常に簡単で、安くて簡単な機械ということで、実際に今、私のところにもあって、テストをしておるんですけども、非常にほかの機械と比べて、簡単に安定的に測定ができるということで、推奨対象としては、こういう機械がいいんじゃないかなというようなことで考えております。簡単ですけど、以上。

村尾議長 はい。ありがとうございます。皆さんのほうから何かご質問ございますか。

川西 OB すみません。

村尾議長 はい。

川西 OB 石川さん、イマダさんの型番、これ、いしかわさんの2種類出てるじゃないですか。この表で。

廣部委員 はい。

川西 OB この安いほうというか、簡単なほうでは、左でしたっけ。

青山委員 DS2の50。

廣部委員 DS2のほうです。

川西 OB DS2の右側の、手動ってほうですね。

村尾議長 あ、これ手動でやる？

廣部委員 はい、そうです。手動でやるものと電動タイプと2種類使ってまして、手動のほうが明らかに安い。

川西 OB だけど、平均値にちょうど収まっているというか（笑）。

青山委員 試食はそうです。

川西 OB たまたま（笑）。

青山委員 全豆連で測定と試食するときに、アサヒコさんのサンプルを持ってきていただきまして、来る前に社内でも測ってもらって、そのお豆腐を測ったら、ほぼ同じ数字が出たということで、そんなに差がない機械かなという。

村尾議長 それがこの表の3ですよ。

青山委員 はい。

村尾議長 まあ、ほぼ。

(間)

村尾議長 各社、ニュートンの表示機能はあるんですか。

青山委員 メーカーによっては、表示が切り替えられるものもあるようなんですけども、古いものだとないかもわからないですね。これからも、いろいろ進めていくうえで、公的なものは全部ニュートンになってくるんで、そのほうがいいのかなと。ただ頭の中でニュートンっていうと、どの程度の数字かと認識がちょっと難しいですけども(笑)。10倍ぐらいしていただければ。10倍、100倍か。うん?一応入ってますけど、1ニュートンが大体100グラムっていうぐらいの感じなんですけどね。学校、小学校、中学校では100グラムで簡単にやっていますけど。

村尾議長 1ニュートンは100グラム。それは、あれですか。ニュートン使うというJIS規格か何かで。

青山委員 いや、国際的な規格(笑)。

村尾議長 国際規格ですか。

青山委員 圧力もメガパスカル。

村尾議長 そうですね。

青山委員 パスカルに変わったりして。

村尾議長 はい。体積もそうですよね。今はccとか使わないんですもんね。

青山委員 この重量に、常に加速度がかかってるよ。重力加速度を入れなさいよっていうこと。

(間)

青山委員 今後については、今のやった範囲で、さらに各地方ですとか、各メーカーさんで数値合わせてもらって、それが堅いのかな、柔らかいに入るのかってことで、検証していただければいいかなと思っております。

村尾議長 あくまでも目安なものですから、この任意表示ですよ、この堅さ表示。ただ消費者の方が木綿豆腐を買うときに、調理に適してるか、適してないかとか、何の食に適してるかっていうのを、簡単に判別してもらうために、アイコンをつけましょう。実際、パッケージに書くのは、柔らかめとか、堅めとか、普通とか、その程度しか書かないんですけど、事業者の方が柔らかめなのか、堅めなのかっていう判断をするときの内部基準を今回作成するために、測定をしていただいたという理解をしていただければと思います。実際に町店さんなんかの場合は、測定器をお持ちじゃないところが多いじゃないですか。どういう方法で運用していくのがいいんでしょうかね。

青山委員 昔、そういう測定器がないときには、100グラムとか50グラムの分銅を、お豆腐の上に乗せて、沈んでいく時間を見たりとか、そういうようなことをやったことありますけど(笑)。

村尾議長 時間かかっちゃう(笑)。

青山委員 ですから各組合で、これ20万もしない機械なんですけども、実際にはもっとお安く、台数買うと言えば交渉できるかと思えますけども、そういうものを各組合単位で置いておいてもらって測ってもらおうとか、そういうようなことができればと思っておりますけど。実際は各地方ごとだけでなく、東京都内のお豆腐屋さん見ても、商品設計は3社全部普通の堅さですね。ところが、平均で3.22。Sさんは1.47。倍ぐらい堅さがニュートンの単位で違うんですね。今回は自分ではどういような商品設計でやって、結果できたのはどうかということを見てもらってますけど、

ちゃんと商品設計どおりできあがってるって言うんですね。ですから、相当自分たちが作ろうと思ってる豆腐が、皆さん違うということだと思います。

川西 OB 委員長よろしいですか。

村尾議長 はい、どうぞ。

川西 OB そもそも、石川さん、今日おみえになってますけれども、大豆固形分よりも、消費者としては、堅さみたいなもののほうが知りたいとか、わかりやすいとかってというような話が分科会であったんですね。絹ごしは測りやすいんだけど、木綿豆腐っていうのは非常に測りにくいっていうのもあったりもするし、前回、全豆連でやったときも、青山委員さんからの、よく表示で堅い豆腐とか、堅めとか、柔らかめとかって売ってらっしゃるのがあったら買ってこいということだったんですけど、あんまりあるようで、なかったんですけども、何か豆腐に区別をするのであれば、固形分で、さっきの調製豆腐っていう名前の問題にもなるんですけども、消費者としては、そういうことを、知りたがるんじゃないかってというような話はしてたんですけども。

村尾議長 そうですね。両方あるとは思いますがね。濃さを知りたいという方もいらっしゃるし、調理する方なんかは堅さを知りたいっていう。これは全く別個のものだと。

川西 OB そうです。

村尾議長 それで、固形分が高いから、堅いかというと、必ずしもそうではなくて、固形分が高くて炊き方を変えれば柔らかいお豆腐ができるというものなので、これは分けて考えないといけないのかなというふうに思いますけどね。

川西 OB 全くそのとおり。逆に絹ごしとか充填豆腐は、ある程度、固形分とリンクしてくるようなところもないわけじゃないんですけど、今、委員長おっしゃるように、固形分が高いから堅いかっていうことではないんですけどね。

村尾議長 そうですね。

(間)

川西 OB ついでに、もう一ついいですか。

村尾議長 はい。

川西 OB 青山さんのところにアタゴさんが、濃度計をやっぱり貸してくれて、いろいろとテストしてもらってるんですけども、何か僕が途中経過なんだけど、機種によってはすごく数字がばらつくっていうか、暴れる状態だったのをアタゴさんに言ったら、別のもっといいやつを送りますからって言って、よくなったっていう話のさわりぐらい聞いたんですけど、その後どうなったんですか。

青山委員 やっぱり暴れてます。

一同 (笑)

村尾議長 アタゴさんは、あれですよ。濃度計っていうか、

川西 OB 濃度計です。

村尾議長 糖度計ですよ。

青山委員 Brix で。

村尾議長 Brix でしたっけ。

青山委員 Brix で固形分が測れるという、今、電気伝導度と Brix と両方で固形分の測定をしてるんですね。そして実際のイコールの数字じゃないんですけども、電気伝導度についてはほぼ相対的に同じような平行。ただ Brix 計で測ると測定のために数値が違ってしまいます。価格の高いいい機械を持ってきてもらって今、測定しているんで、それでも当初は非常に安定してたんですけど、ずっとやってくるうちにやっぱりばらついてるなという状況になります。

村尾議長 ちょっと堅さの問題とは違います。屈折計の場合はどうしても、単に濃度じゃなくて、濃度分布によっても変わってくるんで。

青山委員 サンプル置いて、すぐ離水が出ちゃう。

村尾議長 そうするともう分布が違ってくるんで、それだけで屈折率変わりますよね。森永さんが、これ morinu さんのほうだと思うんですけど、海外でファーム、エクストラファームというふうにされているじゃないですか。あれは基準みたいなものってのはあるんでしょうか。

宮井委員 確か、特に何か規格があつてということじゃなくて、社内で規定していたと記録しています。

青山委員 製法は明らかに違うんですか。

村尾議長 凝固剤が違う？

宮井委員 そうですね。凝固剤の量等で調整をしています。もともとファームがあつて、それに対してもっと堅いのということで明らかに堅くなる程度に堅くしているというふうに私どもでは認識してますけども。

村尾議長 私どもも商品開発でよくそういう堅めのものなんか作るときにやるのは、遠心分離で脂肪分を脱脂、要は豆乳を脱脂加工してやって、それを凝固剤で堅めると堅い方向にはなるんですよ。脂肪分があるとだんだん、どうしても柔らかくなるんですけど、脂肪分抜いてやると堅い方向になるというのもあるので、その場合は濃度としてはどうなのかなというのがあるんですけどね(笑)。

一同 (笑)

村尾議長 皆さん、ほかにありますか。それと実際には、ニュートンで 1 未満と 1 以上、4 未満で全くセパレートになってますけど、実際はかぶってくる(値の境目が重なるという意)もんになるんじゃないですかね。弊社もそうなんですよ。堅豆腐の基準なんかも社内で決めているんですけど、普通の豆腐とかぶってくるんですよ。普通の豆腐が例えば破断強度 200 から 400 だとしたら、堅豆腐は 350 から 600 とか、300 から 600 というように、100 ぐらいかぶってくるので。なかなかすぱっと基準が分かれるというもんじゃないのかなと。これの性格上、柔らかさっていうのは。そういうふうには思ってるんですけど。はい。

川西 OB さっき委員長が言われたようにこれを何かの基準にして、みんなですらうとかではなくて、業界としてとか、こういうものを持つてると。それからそれはこういう機器で測りますとかっていうのが、ないのもおかしいと思うんですよ。今までみたいに何もないと。で、堅いとか柔らかいとか、地方色だとかいろいろとあるでしょうけれども。やはり、例えば全豆連としてはこういう基準を持つてるみたいなことでは、いいテストがやれてるのかなと。で、こういうかたちでサンプルを取って測ったらこういう数値がありましたとかっていうのはあってもいいと思うんですけど

も。だからどう使うとかってということについては、各社に委ねられてもいいような気もしますけれども。

村尾議長 そういう意味で今回、廣部さんが示していただいた表現方法ってのはいい方法なのかなっていうことですね。

川西 OB なんか青山さんが言っていたのは扇形のグラフで、アメリカなんかやってるっていうんですけど、この豆腐がここの位置にありますみたいな表現もあるよねってとかって話もされてましたけど。もうちょっと幅を持たせて。

村尾議長 そうですね。廣部さん、いしかわさんでは実際豆腐の堅さみたいなものは、消費者向けに何か、こう目安を提示したりとかってやられているんですか。

廣部委員 数字での提示はないですね。

青山委員 商品設計上はあるんですよね？

廣部委員 商品設計上は社内で品質を担保するための測定というのはしてますけれども。それをお客さんに向けて堅さはこんだけですっていうことはやってないです。

(間)

村尾議長 今回、でもいい案が示されましたよね、これね。一つ。数値についてはもう少しちょっと議論、各メーカーで突き合わせての基準値とか目安値とか、それはもう少し議論必要だと思うんですけど、この表現方法という意味では、例えば商品にはアイコンしか出てませんと。だけどアイコンの中身、消費者の方がわかりやすくするためにはこの表現方法というところで理解してもらおうというほうが、より消費者、消費者にニュートンがどうのこうのって言ったって、

一同 (笑)

村尾議長 なかなか伝わらない部分が多いと思うので、もうこのはしでつかめるとかスプーンですくうとかって非常にいい方法かなと思いますよね。

青山委員 普通の中の1から4っていうと、1だと東京の木綿の普通に近いもんですね。で3とか4っていうと相当堅いんですね。ですからこれは地方に行っても普通の堅さに入るかなって感じです。

村尾議長 1っていうと大体グラムパー平方センチで言うと100。相当柔らかいですね。

青山委員 柔らかいですね。でも充填豆腐の基準は80以上ですからね。はしでってのがね、今。割りばしでいうとかね。

一同 (笑)

青山委員 竹ばしとか塗りばしとかってそういうのがあるから。私の判断で一番おいしいお豆腐っていうのは、奴に切ったときですね、湯豆腐で角から角、一番対角線に割りばしで取って取れるぐらいの豆腐っていうのは非常においしい、塗りばしや竹ばしで取れるようなやつはちょっと堅いって感じですね。

川西 OB いずれにしてもアサヒコの佐藤さんには随分協力してもらってるし、青山さんところも毎日のようにやってるんですけどね。何か方向性みたいなものが欲しいなとは思っています。ある程度見えてきたら。

村尾議長 ある程度見えてきましたら。ここまで出てきたんで、あとは各メーカーで内部基準があると思う

ので、それを突き合わせながら、整理していったらほぼいい目安ができるんじゃないかなと思いますね。非常にいいご提案だったと思います、今回。

川西 OB アタゴさんも現場でよく使われている機器なんで、あれなんですケットさんともう一つの硬度計の会社も非常に協力してくださって、今後も参画したいと協力したいと言ってくれています。

村尾議長 ありがとうございます。じゃあC班の皆さんありがとうございます。それでは3番以降は今後のお話なんです。前回お配りしたスケジュール、皆さんお手元にはないかもしれませんが、この委員会、次回は11月になっております。それから12月は委員会の予定がございまして、1月に次の委員で、次々回ということになります。次回11月の28日は、これ同じくC班の方なのですが（笑）。

青山委員 今、私のほうでケットの機械を3台買いましていろいろ測定をしております、アタゴのものに対応してんですけど、なかなか難しい状況なんです、そこら辺までは詰めてます。

村尾議長 何かお手伝いできることがあれば、私もぜひ協力はさせていただきます。あとB班のほうで豆腐用凝固剤・消泡剤の表示ガイドライン作成とあるんですけども、担当、どなたでしたっけ。

梅内委員 織田さんです。

村尾議長 ああそうか、織田さんか。どうしようかな。織田さんがちょっと長期でお休みいただきたいとお話をいただいて。皆さんご事情はよくご存じだと思うんですけど。それで、ちょっと班が、そうなるとB班が非常に少なくなってしまう。実質、お豆腐屋さんは梅内さん、今日も山森さんご欠席なので、梅内さんだけになるので。どうしようかな。C班は今、青山さんと佐藤さん、棚橋さん、川西さんで、廣部さん入ってくれたんですよ。そうすると廣部さんB班にコンバートというか（笑）。

川西 OB 棚橋さんあげます。うちのエースですから（笑）。

村尾議長 佐藤さんもお忙しいことはお忙しいですけど、多分、今日で来年の事業計画を決定すると言っていたので、若干、余裕が出てくるかもしれない。

川西 OB 廣部さん、凝固剤とかもあれでしょうから。トレードに応じます。残念ですけど。

村尾議長 廣部さんすいません。B班の梅内さんの班のほうで、今後ご協力いただければと思いますので。すいませんがよろしくお願ひします。固形分測定については以前からお話ししているとおり、固形分計を使用して、その標準機器の選定、それから公定法に基づく測定法の作成と、前回は委員会でもちょっとやられたところもあるんですけど。それから一番ポイントになるのが、町店さんのための基準なんですけど、Brixと固形分の値を算定する際の換算表。これがあると町店さんも非常に簡易的に測定ができるのかなというところで対応できると思うんで。測定方法さえ決まれば、あとは基準どおり進めていけばいいというところなんで、ここしっかりやっていきたいと思います。それから、豆腐用凝固剤・消泡剤に関する表示ガイドラインというのは、過去委員会で示させていただいたとおりですね、品評会に上がってくる安全データシート、あれの表示が非常にまちまちなんです。例えば食品素材、原材料のところ、食品素材と書いて、何だかよくわからないというような成分表を添付されている凝固剤メーカーさんが非常に多く散見されて、やはりその辺は豆腐メーカーに納入していただく際にできるだけ正確に書いてい

ただくほうがいいんじゃないかというような。これを公表するかどうかは別問題として、少なくとも豆腐メーカーに対してはきちっと示してほしいというような考え方のもとに、どういう表示方法がいいのかというところを、凝固剤メーカーさんにもご協力いただきながら進めたいと思います。ので、その案のところ、今までちょっと織田さんが進められていた部分もあるので、織田さんなかなか委員会には出てこれないと思いますけど、水面下では（笑）。水面下っていうのはおかしいですけど。引継ぎという点でご協力をいただけると思うんで、ぜひそこはよろしく願います。それと、1月以降の委員会のところで表示マニュアル等の作成、これ非常に大きな課題なんですけど、実際には事業者さんがこの表示マニュアルというのを見ながら規約をどうやって守っていくかと。あと Q&A の作成。それと表示例ということで、以前の委員会で弊社と太子食品さんとアサヒコさんと3社で素案は作ってありますので、それをブラッシュアップしながら進めていくということでございます。ただこれについての分科会というのをまだ1回もやったことがありませんので、ここについてはちょっと今日人数少ないので打ち合わせできないので、ぜひ次回までにA班とC班で分科会の日程を決めていただけて進めていただきたいというふうに思いますので、発表は1月となっておりますので、それまでによろしく願います。それから同様に豆腐公正取引協議会の設置ということについても、これはたたき台がまだ全然できてないので、私のほうである程度作りたと思うんですけども、今日は乳業会の取り組みを一旦ご紹介しましたが、なかなか乳業会と同じようにできない部分もあるので、ほかにも参考になるところがあれば、協議会の実際の運用はどうなっているかという、今日は上田さんと吉川さんも来られてますけど、塩業界は非常に少ない人員でうまく運用されているように思いますので、そういったところ参考にしながら公正取引協議会をどういうふうに設置してどういう規則で運用していくかというところをまとめたいと思います。で、今、分科会でやっていたこれらのものがまとまって、それで今までまとめてきた規約、施行規則ですね。こういうものがセットになって初めて消費者庁に提出するものがそろうということになります。あと課題は何度も申し上げているんですが、どれだけ多くの業界の方が参加するかということなんで、今日まだちょっとお時間、4時半に終わるとして、20分ぐらいありますので、皆さんからざっくばらんにちょっとご意見をいただきたいんですが、どういうことをやれば、これから豆腐業界に広く知れ渡っていくんだろうとか、そういったところで皆さんぜひ、業界団体の方も含めてアイデアをいただけたらと思うんですが、どうでしょうか。青山さんいかがですか。

青山委員 やはり先ほど、町田さんのおっしゃったような調製豆腐というのをうまく切り替えできれば、相当集まるかなという感じはします。先週、農水省のダイズの研究学会会議があつて、そこにS社の社長さんがいらして、うちで作っている豆腐は青山さんに言わせればお豆腐じゃないんだってそういう言い方してましたんで、ですからそこら辺の部分が非常に強い状態で残っているかなという気がします。

村尾議長 誤解がある。オブザーバーの方でも構いません。委員会の外ではこんな話があるんだよとかそんなことを含めてご批判でも結構ですし、ぜひご意見伺えればと思うんですけど。

(間)

村尾議長 フードジャーナルさんどうですか。

西尾 OB 一つは先ほど言われたようにやはり今まで各社さん作っておられた、特に大手さん作ってられた自分のところの豆腐っていうものが調製豆腐に変わるっていうか、要はその消費者に違うものとして認識されるっていうところの抵抗感は非常に大きいと思うんですね。そういうお話は少しお聞きすることが多いです。それと消泡剤。

村尾議長 誤解の部分も含めてですよ。

西尾 OB ああ、もちろん、そうですね。

村尾議長 ほとんどは豆腐に収まるような。

西尾 OB そうです。それは議事録も含めて読んでいただいているようなんですけども、一番最初の入り口のところで特に乳化にがりが問題ですよ。乳化にがり使用イコール調製豆腐ということで、大手さん特に乳化にがり使っておられるところ多いですから。その誤解っていうか、その部分やはり大きいんだと思います。それと若干、かたくなさっていうか、今さらこういうものを本当に作らないといけないのかっていう、すごく根本的な部分なんですけれども、この会議に出られてる皆さんは当然それが必要だと思って出られてるわけなんですけれども、一方ではそういうことが本当に必要なのかどうかっていうことをもう少し丁寧にやはり説明をしていって賛同をいただくっていうか、一番根本的な部分ですけども、その部分で今でもそういうお声を聞くことが、まあ、たまにですけど、それしよっちゅうあるわけではないんですけども、そういうところをお聞きしますんで。それがかなり市場に影響力を持っておられるメーカーさんの中からそういうお話が出ることも多々ありますので、その部分、正直言って早く直接いろいろお話をしていくべきだと思います。乗り遅れていくっていうか、その差が出れば出るほどより態度がかたくなになっていって、今さらあれに協力できるかみたいな、ちょっと言い方悪いですけども、そういうお話になったらとんでもないことになるっていうことあると思いますんで、できるだけ早く、何ていうかなあ、外堀埋めていく方法もあると思うんですけども、やはり内側から対話を求めていくっていうか、この委員会としてはそういう態度を最初から持ってられたと思うんですけども、そこをより理解していただくような、フードジャーナルも活用していただいて、そういうことをしていくのがまず大事なかなと思います。

村尾議長 はい、ありがとうございます。おっしゃるようにやっぱりコミュニケーションが必要な部分もあって、この委員会としても2回、過去、東京と京都で説明会を開いたんですけど、そこにもお越しいただけなかった方もいらっしゃったので、私もこの委員会の議長として、直接メーカーさんにご説明に伺ったことが二度ほどありますし、それから各地のグループっていうんですかね。九州と、来年は北海道も行く予定なんですけど、そういったところで説明をさせていただいて、その説明の内容っていうのは、今、西尾さんがおっしゃったようななぜ規約が必要なのかというところの根本的な考え方ですね。それを中心に説明をさせていただいたんですけど、感触から言うと、そういう総論の部分は比較的考え方としてはわかるという。ただ調製豆腐にするのが気に入らないとか、そういう各論のところでは反対をされてる方が多く見受けられるのかなという感触はあるので、そうであればもう一回、一から議論をし直す機会を設けるというのをどこかでは必要なの

かなというふうには考えています。ですから次にこれからやるときには、例えば説明会というかたちではなくて、パネリストの方を何組か呼んで、ディスカッションを公開でやるというような場も一つは必要かなというふうに今、考えて、いろんなイベントをそういうふうに仕掛けていくってのは大事な事かなと思います。今日、凝固剤メーカーさん来られてますけど、塩の業界は5年ぐらいかな、かかったというふうに聞いてますけど、皆さんの理解をまとめるためにどういうことを取られたっていうのご存じですかね。どんな取り組みをしてまとめていかれたのでしょうか。

谷川 OB 取り組みというか、公取から何社か指摘を受けた中で、みんな危機感を持ってまとまって、最初からもうほとんど大手のメーカーが参集したというところで、塩の場合は基本的には施行規則の中では細かいことは決めてません。ただ強調表示ですね。例えばこの※印された特級茶葉って書いた場合、特級茶葉って書くにはこういうルールにしましょう。さっきの堅さで言うと、堅い豆腐っていうふうを書く場合だけその硬度を測りなさいよと。柔らかい豆腐って書く場合だけ硬度を測りなさいよと、そういう決め方ですね。強調表示とかするときだけのルールを基本的に決めるっていうのがみんなが集まりやすかった理由かなと思います。

村尾議長 ほかの皆さんどうですか。吉川さんとは塩は（笑）、作ってないものね。

吉川 OB 作ってません、買ってます。

上田 OB そうですね、いろいろやったかと思うのですが、塩の会社もいろいろ立場がありまして、議論もいろんなとこに及んだんですけど、塩をいかに特徴を出すかという意味で言いますと、やはり原材料の基本的には塩を取っている海水の産地の表示の問題と、それと作り方ですね。それで塩協議会のほうが、結果的によかったと思うのは、いろんな製法を表示するような平釜、立釜ですね。真空蒸発缶でいっちゃうとあれなんですけど、それを立釜と呼んだり、それと昔の小規模の塩の業界の方がやってるような平釜の製法ですね。それらもすべて認めるようなかたちでこの塩がどういう製法で作ってるのかなっていうのが非常にイメージしやすくなったということは一つよかったかなというふうに思います。それで一方、原料塩ですね。いろんな各社いわゆる国内の海水を使ってるメーカーとそれと海外の輸入塩を使ってるメーカーがありまして、そこのすべて表示をしているというところですね。それで、当然最近国産というか、海外産というようなところで、価値を見分けるような消費者の方の意見もありまして、海外産の塩を使っているメーカーではいろいろ抵抗の部分あったんですけども、そこもすべて、痛いところもいろいろ受け入れたというようなところがありました。全体的にはいろんな議論が進んでよかったなというふうには思っています。ただやっぱりその前提は、先ほど谷川さんも言われたとおり、スタートラインから多くの企業が入ったというようなところベースがありまして、結果的にもそれがよかったかなというふうに思っています。それでこの豆腐の表示の件ですけども、私もいろいろ勉強させていただいて、私は4回目から参加させてもらっているのですが、あるとき社長のほうから、おまえこんなんやってるからちょっとちゃんと監視をしてこいというようなこと言われまして、やはり、そういう調製豆乳と豆腐の議論がいろいろあります。われわれも豆腐も作っているのですが、立場としては凝固剤のメーカーでございますので、お客様にきちっと説明する必要があるので、豆

腐と調製豆腐、加工豆腐についてはきちっとよく、会議に参加をして、それでよく見極めるようにということで、私が、参加をさせていただいております。その背景にやはり調製という言葉がつくと少し、うまい言葉が見つからないんですけど、自分たちの思いの豆腐とはちょっと違う部分がつくのかなというところがあるのかなという気がしています。ただ今回、非常に全成分表示をするというところで決断をされて、それは本当にすべての消費者の方が納得できるし、恐らくどの企業でも公平な部分だと思うのでそれはすごくいいのかなと思います。ただ全体を進めるうえではいくつか課題を先送りをして、多くの方が参加できるようなちょっと土俵作りも多少これからは必要かなと、そういうような思いを持っております。

村尾議長 ありがとうございます。あと、この委員会自体は業界団体の事業の一環としても位置づけられるわけで業界団体の皆さん、ご協力をいろいろいただきながら、周知徹底を図っていくということは必要だと思うんですけど、今後、日豆協さんですとか全豆連さんで、公正取引、公正競争規約への取り組みについて、この委員会以外に何かこういった取り組みで皆さんに周知図ったらどうかとか、そういった事業計画なり案なりっていうのは何かございますでしょうか。

(間)

町田 OB 日本豆腐協会のほうでは、来年の1月には新年研修会ってのがございますので、そのときと、それから6月の総会がございまして、そのときにこの公正競争規約については説明をして、いろんな会員の方から意見をいただくというようなことをやっております。そのほかに年5回、理事会がございまして、そのときにも理事の方にご説明をしてご理解をいただくというような、また意見もいただくというようなことをやっております。先ほどちょっといろいろ調製豆腐の件についてお話ししましたが、先ほどの意見も理事会の中で出てきた意見でございます。

橋本 OB 全豆連でございますけども、全豆連の場合は今、法人組織が一般財団法人ということで総会っていうのがないものですから、あっても機関というのは理事会と評議委員会しかございませんし、こういった方々についてはもう十分何度もこの規約については議会の説明会も含めて周知はされていると思うんですが、したがって何か新たな会合を設けてとかいうのは今のところ、まだ計画は立ててはいないんですが、ただ、いずれにしても全国各地ということになるとやっぱ組織のあるところ、あるいはそういう任意の団体であっても、何かやはりそこに核になる方がいるところ、そういうところを見つけながら、やはりそういう方にお話を申し上げてできるだけ皆さんが集まる機会、それに合わせてこういった説明をできればいいなというふうに考えているんですが、いかんせん組織も長い間、時がたちまして本当に事務局がきちっとあるような組織がもうほとんどないものですから、なかなかそういう会合をするにも難しいんですけども、そう言ってたんじゃ一歩も進まないものですから、可能な限りそういった県別ぐらいな単位で、そういう組織なり、あるいは任意団体の責任者みたいなものを探し出しながら、そういった方たちが一堂に集まるそういう機会を、お聞きをして、そこに行って、説明をするということかなというふうに思っています。非常にそれをやれる人がなかなか事務局としても能力が十分じゃないものですから、議長さんはじめ、委員の方々にその辺はまた手分けをお願いしなければならないなというふうには考えております。以上です。

村尾議長 ありがとうございます。これ私の全く私案なんですけど、今、全豆連さんが、全国豆腐品評会っていうのを開いてますけど、これゆくゆくは豆腐公正取引協議会も主催団体の一つになって、きちっと表示をしているという豆腐じゃないと品評会に出品できないというようなことも考えていいのかなど。そうすることで事業者さんの底上げっていうのをするっていう方法も一つはあるんじゃないかなというふうには考えたりしてますけどね。いずれにしてもこの委員会、もう少し人数も増やしていかないといけないですし、こうしてもう3年目に入って、業界も刻々と状況が変わってるという、その業界の変わるスピードにこの委員会も追いついていかないといけないというところで、先ほど町田専務からもご意見あったように、この委員会には出てこないけれども声なき声の部分っていうのもしっかり受け止めながら柔軟に対応していくべきかなど。今まで議論したからもういいじゃないかではなくて、さらに議論を深めていこうよという姿勢で今後もやっていきたいと思しますので、委員の皆様も一層のご協力をお願いしたいと思います。ありがとうございます。それではあとは次回ですかね。次回はもう日程決まっております。11月28日14時からこの場所、この1階ですね。この建物の1階で行います。また事務局のほうから出欠等よろしく願いいたします。では本日30分ほど早いですが、これにて閉会といたします。どうもありがとうございました。

一同 ありがとうございました。

以上