

令和6年度第2回埼玉県食の安全推進委員会 議事録

日 時：令和6年11月15日（金）10時～11時30分

場 所：埼玉会館 6C会議室

出席者：委員長	野澤 裕子	食品衛生安全局長
副委員長	坂梨 栄二	保健医療部食品安全課長
委 員	梶野 涼子	十文字学園女子大学 准教授
委 員	斉藤 守弘	女子栄養大学 教授
委 員	石井 里枝	明治薬科大学 教授
委 員	森田 満樹	(一社)FOOD COMMUNICATION COMPASS 代表
委 員	市川 秋行	JA 埼玉県中央会 JA 支援部農政対策担当 部長
委 員	丸山 盛司	(一社)埼玉県畜産会 専務理事
委 員	新 武司	(株)ヤオコー 営業統括本部 食品安全担当部長
委 員	橋本 勝弘	(一社)埼玉県食品衛生協会 食品衛生アドバイザー
委 員	堀井 菜摘子	(一社)埼玉県乳業協会 事務局長
委 員	大坪 晏子	合同会社フードプラス 代表
委 員	内田 典子	埼玉母親大会連絡会 事務局長
委 員	廣田 美子	さいたま市消費者団体連絡会 代表

(敬称略、順不同)

概 要：

1 開会

2 委員長挨拶

3 議事

(1) 埼玉県が開発したオリジナル鶏の販売対策について

【事務局説明（畜産安全課）】（資料1）

埼玉県オリジナル卵肉兼用鶏の販売対策について、現在進めている「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」について説明させていただく。

○埼玉県の畜産について

農業生産額に占める畜産の割合は16.9%となっており、埼玉県内では野菜、米に次いで県内第3位となっている。全国では畜産が1位である。

埼玉県の畜産産出額は261億円で、そのうち採卵鶏は87億円である。

家畜の飼養戸数と頭羽数は、採卵鶏が63戸、約204万羽で、全国順位は第23位となっている。

○埼玉県の養鶏の特徴

採卵用の養鶏場が多いことが特徴である。肉用の養鶏場は埼玉県のオリジナルブランド地鶏であるタマシャモなどごく一部で、95%以上が採卵用の養鶏場である。

また、このうち8割が中小規模の農場であり、庭先販売などにより卵を直接消費者に販売している。

○スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業について

埼玉県では令和3年から「スタートアップ！卵肉いいとこどり開発事業」を開始した。事業の立ち上げの背景として、県内養鶏農家の8割が中小規模のため庭先販売を主に行っており、飼料等による独自性はあるものの、それ以上の付加価値化は困難であることから、収益向上のためには、新たな戦略が必要であること、鶏卵の価格が全国的に低迷していたこと、また他県の例などを見ると、特徴がある卵は高価格で取引されるということが挙げられる。

こういったことを背景とし、県の技術・種鶏を活用したブランド採卵鶏の開発及び高付加価値化を目指し、他との差別化が可能な卵の開発により県の養鶏業を振興するため、開発事業を開始した。

○開発のポイント

一つ目は、県オリジナルブランド地鶏である彩の国地鶏タマシャモを活用することである。

二つ目は、特殊卵として直売の目玉商品になるようなものとする。開発中の卵肉兼用鶏の卵はシャモの血統を引くため黄身が大きくコクがある。

三つ目は、採卵後の親鳥も鶏肉として活用し、収益に繋げる。開発中の卵肉兼用鶏の肉はタマシャモの旨味をしっかりと受け継いでいる。

○廃鶏について

廃鶏とは、採卵期間を終えて、鶏舎から出される雌鶏のことをいう。廃鶏は親鳥や成鶏と表記されることもある。

肉用のブロイラーや地鶏は採肉が目的であるため、廃鶏とは呼ばない。

廃鶏肉は肉用鶏に比べると肉質が固いため、主にミンチにされて加工肉や冷凍肉、レトルト食品として利用されることが多く、一般的に肉用鶏のような値段がつくことはない。

○採卵用の鶏が廃鶏になるまで

孵化してから120日ほど雛として育成されて生後約150日から産卵を始め、1年から2年の産卵期間を終えて廃鶏となる。

廃鶏になっても産卵は可能であるが、歳を取るにつれて、殻に異常のある卵が増えるなど、卵の商品価値や生産性が低下する。

こういった理由から、飼育コスト削減のために廃鶏となる。

廃鶏となった鶏は採卵養鶏農家から廃鶏処理業者に引き取られるが、一羽あたり数十円の処理費用がかかる。廃鶏の市場価値はとても低く、鶏自身の値段より処理費用の方が高くなって

しまうことがある。

○肉用鶏との違いと利用方法について

国内の店舗で販売されている鶏肉は、一般的には食肉用に飼育されたブロイラーや地鶏である。

1年以上採卵を続けた廃鶏の肉は、肉の旨味が強いものの、肉用鶏に比べると肉質がどうしても固くなってしまう。

現在廃鶏肉は小売りでの流通が少なく、一般消費者がその肉を手にする機会はあまりない。

一方、親鳥の旨味や歯ごたえ等を売りにした焼き鳥店の出店や廃鶏肉の美味しい食べ方や味わい深さを紹介するレシピ本などが発行されている。

○埼玉県ブランド鶏交配様式について

開発中の鶏の交配様式は今年の春に決定している。

タマシャモ原種に岡崎ロードアイランドレッドの原種をかけて作った種鶏にさらに岡崎ロードアイランドレッドを掛け合わせ、採卵性を上げて小型化し、多くの農家へ広く普及させるために飼いやすい卵肉兼用鶏を作出している。

○令和8年度の供給に向けたスケジュールについて

試験研究は農業技術研究センターにおける飼育試験とモニター農家における実証飼育を継続するとともに、肉質の検査を実施、また雛の配布に向けたマニュアルを作成する予定となっている。

販売については、鶏肉販売のための食肉処理加工ルートを構築する。また、鶏の名称を決定し、消費者へ向けてPRを行う予定である。

供給体制については、食肉専用のタマシャモと異なり雛の育成が必要なことから、委託についても検討し調整を図っていく。

○現在の取組状況について

今年度はモニター農家を募り、モニター鶏の育成を実証中である。

実際に養鶏農家に飼っていただき、農場における産卵率や飼いやすさ、飼料効率等について調査する。

また、採卵養鶏場は基本的には採卵鶏のみの取り扱いであり、食鳥処理場や鶏肉の販売ルートの情報が乏しい状況であるため、食肉販売ルートを構築している。開発鶏の販路を確保した上で流通させることを目的とし、県内の食鳥処理場と鶏肉の販売先について開拓しているところである。

また、試験部門の農業技術研究センターでは、肉質等についての検査を実施している。

○課題について

一つ目は、販売コンセプトについてである。

卵は、飼料等の生産方法が異なる農場において、統一した付加価値をつけて高価格で販売するため、肉は廃鶏肉の価値を高めて消費者に受入れていただくため、どのような戦略を展開すればよいかというところである。

親鳥の認知度が低いこと、また埼玉県に親鳥を食べるという食文化がないこと、利用方法が限定的であることが課題となっている。

一方、親鳥にはコクの深さと旨味の強さ、歯ごたえのある食感があり、開発鶏はシャモの魅力を引き継ぎ、深い旨味を持っている。

そのほか、親鳥の肉の付加価値向上としてフードロスを解消し、SDGsに貢献することも魅力となっている。

二つ目は、開発中の鶏のネーミングである。彩の国地鶏タマシャモに続く、県オリジナルブランド鶏としてインパクトのある名称としたいと考えている。

三つ目は、供給体制の整備である。

需要に合った供給が十分にできるような体制を準備していきたいと考えている。

本日は、県の新たなブランド鶏、特に鶏肉に付加価値をつけて効果的に販売する販売する方法について御助言いただきたい。

(委員長)

昨年も地鶏の開発について、この会議の中でお知らせしたところであるが、具体的な話がかなり進んできた。

卵の販売については、特に問題がないと考えているということでしょうか。

(事務局)

多くの採卵農家では、肉の販売ルートを把握していないため、まずは鶏肉の販売について御相談したい。

(委員長)

今までは、産み終わった廃鶏は鳥ガラをとるぐらいしか用途がなく、食べるために出回ることはあまりなかったが、一部は親鳥として特別に扱い、販売されたり飲食店で食べられたりすることがある。

今回の鶏は卵を産み、そのあとさらに肉として使えるというところが特徴である。

この点を売り込みたいという思いがあるが、どう広げていったらよいのかというところが悩みどころである。どのように売り込んでいったらよいか、また消費者としてはどのように売られていれば買いたいと思うか、そのようなことを伺いたいということでしょうか。

(事務局)

今日この場には専門の委員の方がいらっしゃるの、消費者としての視点、また販売戦略からの視点として御意見をいただければ、ぜひ参考にしたいと思う。

(委員)

私は関西で育ったので親鳥はよく食べていて、百貨店の地下とかスーパーでも親鳥として販

売されていた。昔は安く購入できたが、最近は需要が高いせいか値段が上がってしまった。

肉質は固いがコクや旨味があるので、おそらく売り出すと消費者にはうけると思う。

また、沖縄の国頭村では廃鶏がおもてなし料理とされていて、廃鶏を調理するマイスターがいて調理してくれる。また、店頭でキロ単位の冷凍の肉の塊が売っているので、おそらく売り出して試食販売をすると結構うけるのではないかなと思う。

(委員長)

関西では普通に食べるとのことだが、関東ではあまり食べないように思う。

(委員)

四国でも食べる。

(委員)

私はブロイラーより親鳥が好きである。

売っていれば親鳥を買うが、売っているところがないのでぜひ販売して欲しい。

(委員)

県内のある牧場では、タマシャモを販売していることがある。

親鳥ではないがそれでもすぐ完売してしまうため、人気があるのだと思う。

ひと味プラスして販売すると、次に繋がるのではないかな。

(委員)

四国だと焼き鳥でも親鳥が出る。東京都多摩地区では、親鳥だけ扱っている飲食店もある。

最近タマシャモの肉質が柔らかいかなと思う。

(委員)

食べ比べしてみたい。

(委員長)

他に何か御意見はあるか。

(委員)

販売ルートや処理場がどうなっていくのかわからないと、流通にはなかなかのらないのかなと思う。

確実に味が違うはずなので、食べ比べで出すのも面白いかなと思う。

具体的に販路にいつのるのか、あとは名前をどうするのかというところがポイントとなる。

さらに県もタイアップしていることを周知してくれるのであれば、なおさら後押しをしやすい。

ただ、数量が限られてしまうので、全店で販売することは難しい。店舗を絞れば可能性はあるかなと思う。実際に担当のバイヤーたちが試食して、味や価格を確認できればと思う。来年度名前が決まり、サンプルが出せるようなタイミングで案内をいただきたいと思う。

あと、需要量調査よりも飼育がどこまでできるかが重要ではないか。

(委員長)

タマシャモのときもそうであったが、需要と供給のバランスが難しい。

(事務局)

需要調査は供給のための準備であり、養鶏場でどれだけ受け入れていただけるかの調査になる。

供給開始が令和8年になるので、廃鶏となる親鳥の出荷はおそらくそこから1～2年後となるが、それを待っていると間に合わないため、試験鶏などのサンプルを使って、試食等を行えるとよい。

(委員)

そもそも十分に流通していないから、仕入れていないというのが本音である。

(委員)

関西では売られているが、飲食店が購入しているのか数が減ったように感じる。

(委員長)

情報をいただきありがとうございます。

具体的な道筋が見えたところであるが、他に何か御意見はあるか。

(委員)

質問なのだが、価格の想定はしているのか。

廃鶏は普通の鶏肉と比べて、どのあたりの位置付けになるのか。

一応地鶏の血を引いているので価格転嫁するのか。

(事務局)

その点も販売戦略の中の課題の一つである。普通であれば、廃鶏はその価値がないということに、血統で旨味をのせて付加価値を上げたいと考えている。

採卵養鶏の養鶏場に、経済効果をフィードバックできるような形を考えているため、処理費に付加価値を上乗せしたいのだが、どの程度とするか消費者の反応が難しいところだと思う。一般のブランドの肉用鶏より高くはできないとは思っている。

価格は安めだが、美味しさを堪能できる鶏を目指しているが、いくらくらいなら買っていたのだろうか。

(委員)

鶏肉は基本的に安価であるため難しい。

(委員長)

廃鶏であるため少し安価に設定し、ブロイラーや輸入肉よりはやや高めといったところか。

(委員)

タマシャモより安価でブロイラーより高価という価格帯であると買いやすいのではないか。

(委員)

廃鶏という表現はあまり好ましくないのではないか。

(委員)

国頭村では、High-K という名称で販売している。

(事務局)

親鳥という表現を使うようにはしているが、説明のために廃鶏という言葉を用いている。

(委員長)

何か他に御意見や御質問はあるか。

(委員)

卵を生み終わった後そのまま出荷しないと思うが、農家によって飼育方法に差があると味にばらつきが出る。飼育方法の統一性を図る予定はあるか。

(事務局)

スケジュールの中に飼育マニュアルの作成も入っていた。卵を産み終わった鶏をそのまま出荷することは出来ないと考えており、期間も内容もこれから検討するところではあるが、餌を与えて肉を付けてから販売するということは、構想として考えている。

(委員)

出荷できる体重を決められるとよいと思う。

また、食鳥の処理場をどのように確保するかが気になるところである。

試験的に行ってみれば、どこかの処理場が手を挙げてくれるのではないか。

(委員)

現在県内に処理場は何ヶ所ぐらいあるのか。

(事務局)

5ヶ所ほどあるが、すべてが親鳥を扱ってくれるとは限らない。

(委員)

タマシャモという名前を知っている県民がどのくらいいるのか。

知事がラジオ番組で埼玉県のよいところを紹介しているが、タマシャモのPRをしてもらってはどうか。メディアを使うのも一つの戦略なのではないかと思う。

(委員長)

タマシャモ開発当時にも、なかなか統一を図ることができず、結局バラバラな飼育方法が確立されてしまってから、県が後からマニュアルを作成したことがあった。

やはり、開発の段階から均一なものができるような体制を作っていきたいと思う。

(委員)

ターゲットはどこの世代に設定しているのか。

こどもたちから埼玉県のタマシャモという名前は出てこないと思う。

(委員)

若い人向けのおしゃれな売り方を考えないと。やはり売り方は大きい。

昔はとても安価であったが、今はブロイラーの倍の値段になってしまった。

おそらく、需要と供給のバランスなのだと思う。

(委員)

昔は農家で鶏を飼っていて廃鶏を食べていたが、そのイメージだと、昔の人はおそらく美味しいが固いイメージしかないのだと思う。

今だとSDGsも含めて考えていく時代なので、そういう部分をアピールすればよいのではないか。

(事務局)

レシピ本が日本養鶏協会から発行されているが、親鳥をやわらかく食べる方法なども載っているので、販売のときに調理方法を案内したらよいのだろうか。

(委員長)

ありがとうございます。何か他にあるか。

(委員)

旨味成分の比較は行っているか。数値として出てくるとよいのではないか。

(事務局)

親鳥ではなく雄鶏にはなるが試験鶏とブロイラーの比較を進めているところである。

今後親鳥についても、旨味成分の比較を実施していく予定である。

(委員長)

皆さんからいただいた非常に有益な御意見を参考にさせていただきたいと思う。

(2) 食の安全・安心推進事業の効果的な進め方について

【事務局説明（食品安全課）】（資料2）

本日は当課の食の安全・安心推進事業を効果的に進めていくために、委員の皆様の御意見をいただきたいと思う。

本日議論していただきたい内容は3点である。1点目は効果的な情報発信の方法、2点目はリスクコミュニケーションを推進するための人財育成、3点目は官民連携や教育現場との連携についてである。

○本事業の概要について

事業の目的は、県民のうち特に未来を担うこどもや若い世代、子育て世代を中心とした食の安全・安心の確保である。

目指す姿は、リスクコミュニケーションの機会が県民の身近な場所に存在する環境を整備することである。

具体的には、食の安全についていつでも正しい情報を受け取ることができ、また、あふれかえる情報や新しい技術などに不安や疑問を抱いた際に、身近な場所ですぐに誰かに相談できるということである。

しかしながら担当職員の配置は2名であり、職員の力だけでは県内全域を対象にリスクコミュニケーションの機会を設けることは事実上困難である。

そこで普及啓発を効率的に行って正しい情報を届けること、そして職員の代わりに県民のそばでリスクコミュニケーターとして活躍していただける人財を育成していくことが必要だと考えている。

○普及啓発事業について

まず、講習会は、市町村や社会福祉協議会などの主催者から依頼を受けて、当課職員を講師として無料で派遣する事業である。

対象者や内容によって講座名が分かれるが、いずれも依頼をいただいて伺うという形式になっている。

課題は、開催日程や参加人数がコントロールできないため、1回当たりの参加者数が少なかったり、毎年依頼のある団体が固定化していたりするなど、事業効果が上がりにくいことである。

全県でDX化が推進されているが、やはり体験や対面でしか得られない深い理解や納得が行動変容に繋がるため、単純にオンラインで行えばよいということではない。

○情報発信について

毎月、食の安全にまつわる情報をまとめたポスターを作成し、ホームページやSNSに掲載したり、県内のスーパーや給食施設にデータを渡して利用者向けにポスターとして提示、または職員間の情報共有に使っていただいたりしている。

課題は、ターゲットとする若い世代に、そもそも行政機関のホームページやSNSの存在自体が知られていないため、そこにいくら正しい情報を掲載しても届かない、つまりそもそもどこに行けば正しい情報を受け取ることができるのかということが浸透しておらず、現在の方法では、情報発信の効果が薄いということである。

○リスクコミュニケーター育成事業について

食品の安全性に不安のある保護者等からの相談や要望が寄せられる学校や保育所において食の安全に携わる栄養士や調理師等を対象に、食の安全に関する知識を深めるとともに、リスクコミュニケーションに必要な能力を習得することを目的とした「食のリスクコミュニケーター研修」を当課主催で開催している。

研修を通じて食の安全に関する正しい知識の普及啓発や疑問・不安の解消を担うことができる人財を育成することにより、こどもや子育て世代が学校や保育所といった身近な場所でリスクコミュニケーションに参加できる環境を整備し、食の安全・安心を確保していくものである。

この事業の課題は2点ある。

1点目は参加者にこの研修の意図が伝わりにくいことである。

研修後のアンケート結果を見ると、リスクコミュニケーターとして活動するためではなく、自身のスキルアップ研修として、参加する方がいる。

2点目は、リスクコミュニケーターの役割等について理解していただけたととしても、職場に戻ってから情報発信をする環境が整っていないことである。

もともとは、給食だよりの作成や栄養相談の際に、施設の利用者やその家族に情報を発信していただくことを期待していたが、研修後のアンケートにおいて一部の参加者から「そういった機会がない」との回答があった。

このため、毎年当該研修を実施しているが、リスクコミュニケーターを実際に育成できているのか、そして育成した後に活躍していただけているのかといった事業の効果検証に苦慮している。

○御意見・御提言をいただきたいこと

普及啓発事業という特性上、数値的な効果が見えにくく、また人員や予算に大きな制約があるという中ではあるが、この重要な事業を効率的に進めていきたいと考えている。

本日皆様に伺いたいことは、冒頭でお伝えしたとおり3点ある。

1点目は、情報発信の方法についてである。消費者にとって、どこに、どんなときに、どのような情報があれば受け取りやすいのか。

2点目は、こども・若い世代・子育て世代の食の安全・安心を守るために、どのような場所にリスクコミュニケーターがいることが望ましいか。また、どのような方にリスクコミュニケーターになっていただければ、効果的にリスクコミュニケーションを図れるか。

そして3点目は、より効果的にリスクコミュニケーションを推進していくために、民間企業や教育関係機関の力を借りたいと考えており、どのような分野や手法で連携をしていけばよいのか。

また、皆様の所属において御協力いただけることがあればひ御教示いただきたい。

(委員長)

冒頭の挨拶でも申し上げたが、食の安全・安心は維持することが非常に難しく、このような地味な活動の積み上げが大事であると考えている。リスクコミュニケーションはまだ浸透していない部分がある。

それでも、こどもの居場所や学校などを中心にこれまでずっとやってきたわけであるが、もう少し裾野を広げていきたいと考えている。

まず情報発信の方法とのことであるが、リスクコミュニケーションにおけるこの情報というのはどのようなものを指すか。

(事務局)

現在、食の安全に関する情報発信として、ホームページやSNSを活用しているが、おそらく県民に届いていない、情報があること自体が浸透していないという状況は肌で感じているところである。消費者にとって、どういうところに情報があったらよいのか、またどういう情報だったら興味を持ってくれるのか伺いたい。

(委員長)

消費者に向けた情報発信の方法について、何か御意見はあるか。

(委員)

普段小売りとして働いていて感じることは、一般の方は食の安全について普段はあまり興味を持っていないということである。

従業員も安全なものを作りたいというよりも、美味しいものを作りたいと思って働いている。

よって、興味がない人を対象にどう発信するかという話になるので、ただ単に情報があるだけでは全く見ないと思う。

先ほど他の委員の発言にもあったが、ラジオなどを活用し、強制的に情報を出していかないと何も伝わらないだろうなというのが本音である。ホームページに情報があるということだったが、そもそも埼玉県のホームページを閲覧する人が限られている中で、さらに食の安全に関するページを閲覧する人は、ほぼいないということをお前提として考えないと難しい。

メディアを使ってどんどん情報を出していき、100人見たら1人ぐらい興味を持ってくれる人がいるかもしれない。その人たちに向けて二次元コードやホームページの検索方法などを案内することにより、さらに情報を提供するというような流れを作らないとコミュニケーション

ンは広がっていかないだろうと思う。

さらに県としては、信用度の高い情報を出さないと話にならない。SNSでは根拠が不明確な情報がたくさん流れている中で、正しい情報であるということをきちんと伝えるようにしていかないと、結局何も変わらないだろうと思う。

よって、単純に情報をどこに置く、どういう働きかけ方をしていくということではなく、いかに宣伝していくかをもっと食欲に考えていかないと難しいだろう。

今の世の中、SNS上でインパクトのある表現で人を寄せ集めている人たちがいるため、そこに対抗できる興味を引く何かを考えないと県からの情報は広がらないというのが現実である。

(委員)

わざわざホームページを閲覧することはないと思う。興味のある人は閲覧すると思うが、本当にごく一部の人である。

(委員)

先ほど話に出たように、ラジオから情報が入ってくるのは、確かによいと思う。

(委員長)

自分が興味のあることは情報を取りに行くが、これだけ情報があふれていても全く興味のないことは見ようとしないし見に行く必要もないということか。

食の安全に関しては、何か事件や事故が起きると反応するが、そのようなことがない限りは注目されない。

(委員)

食の安全に関しては、マイナスの時しか興味を持ってくれない。プラスのときは誰も興味を持ってくれないと感じる。BSE問題の時もそうであったが、マイナスの時、つまり手遅れになると興味を持つようになる。

他の自治体も素晴らしいホームページを作成しているが、一般の人が読むかと言ったら読まないだろう。

(委員)

宣伝するということも必要かと思うが、やはり戦略的に打って出ないと駄目だと思う。

打って出るとはどういうことかということ、どういう時に社会の中でそのものについて注目するかという時期を見極めることだと思う。

先ほど他の委員から話があったが、日本の場合、食の安全・安心は不敗神話である。日本のものは安全だと信用しきっているのである。

よって、別に食の安全に関する情報を見ようが見まいが、食べても健康に害がないだろうというぐらいしか感覚がないのだと思う。

私が前の職場にいた時、県政出前講座で橋本委員から指導していただいたことがあるが、概ね3万人ぐらいが受講した。この講座の戦略としては、県の教育委員会に働きかけて、小学校・中学校の児童・生徒と保護者向けに、夏における食中毒予防講座を終業式において行った。

子育て世代は、こどもの健康に興味があるので、そこからネットワークが広がってくと、自治会などへ波及し、講座を立ち上げるきっかけになる。

もう一つ、子育てが終わりいよいよ自分の時間を持てるようになった50代～60代が勉強することのできる埼玉未来大学があるが、例えば、その講座の一部に食中毒の話など食の安全・安心に関する内容を組入れて少しずつ裾野を広げていくしか方法がないのではないかなと思う。

県職員のマンパワーが少ないということなので、出前講座は申込専用のURLなどを作成し、アクセスすれば誰か講師が行くといったシステムを作ったらどうか。例えば食中毒関係だったら、私に話を振ってくれてもかまわないし、他の大学の先生も講師を引き受けてくれるのではないかな。

最近の食中毒絡みだとアニサキスの食中毒がものすごく多い。実際に鯖をさばいてアニサキスがいることを見せてあげると、興味を持ってもらえる。

あとは先ほども言ったが、知事がラジオ等で宣伝をすると割と身近なものだということがわかるのでよいのではないかな。

教育機関等としてできることがあれば協力可能である。協力して県全体がよくなればよいと思う。

(委員)

講習会は、参加者がインプットした情報をどのようにアウトプットしているのか、本当に情報を普及できているのか効果が見えにくい。参加しっぱなしになっていないかどうかが見えてくるとよい。

そこが見えてくると不足部分が明確となり、単発でやりっ放しの講習会より幅が広くなり、色々なところに普及していく可能性もあるのではないかなと思う。

(委員)

県内では生協さんも様々な事業を行っているので、連携しながらやってみてはどうか。

(委員)

生協では、健康の取組などをテーマとして集まる機会があるので、その場で食中毒に関するお話があると伝わるのではないかと。集まりは単発ではなく、定期的に開催しているところもあるので、周りにアウトプットしてくれているか確認することができるのではないかと思います。地道に広げる以外になかなか難しいかなと思う。

また、小学校や中学校の給食の献立表に毎月コラムを載せてもらうのはどうか。教育委員会と連携するとよいのではないかと思います。

(委員)

学校長の集まりでお話する機会があれば、夏休みに学校の養護教諭や栄養教諭に話をするなどして地道に広げてくしかないのではないかと。

(委員)

単発のチラシを配るより、毎月配布される献立表にコラムを載せるほうが保護者は見ると思う。

(委員)

子育て世代と子育てが終わった世代をターゲットとして戦略を考えていけばよいのではないかと。

(委員)

小学生や中学生の保護者は食の安全・安心に興味があると思う。
そこから攻めていくのがよいかなと思う。

(委員)

幼稚園や保育園に通っている小さいお子さんを持つ保護者は、食には結構気を使っているのではないかと思います。

(委員)

埼玉県には美味しいタマシャモがあることも絡めて伝えていけたらよい。

(委員)

リスクコミュニケーターを育ててもらわないと、県全体をカバーすることができない。

リスクコミュニケーターとしての人財を育成するために、その土台を作らないと駄目だと思う。それさえ作っていけば、何らかの形で広がると思う。

(委員)

リスクコミュニケーター研修で教えるべきことは、衛生の基礎知識ではなく、コミュニケーション技術や文章の書き方、言葉の選び方や話し方、パワーポイントの作り方なのではないか。

せっかく興味を持ってくれたり、時間を取ってくれたりしたにも関わらず、つまらない研修をしてしまったら二度と時間を割いてくれなくなる。

(委員)

県にはリスクコミュニケーターの人財育成の土台を作っていただきたいと思っている。

少し話が逸れるが、栃木県では脳卒中の罹患率を改善するために健康推進員を育成している。

そのように計画を立てて、総出でやれたらよいと思う。

(委員長)

研修を受講した人を登録しているのか。

(事務局)

そこが難しいところで、今とても中途半端な状態になってしまっている。他自治体を見ると、大学と連携して講座を受講した人を登録する制度を設けているところもあるが、そこまで人員や時間を割くことが難しい。様々な事業をやらなければならない中で、今できる取組として研修を行っているというのが実際のところである。

今後、この事業は大きく育てていかないといけないと考えている。

(委員)

さいたま市ではファシリテーター養成講座を市と民間のNPOで開催し、中学生や高校生にファシリテーターの技術を身に付けてもらっている。そのような人財育成を進めていくのもよいのではないかな。

(委員長)

高校生や大学生などこれからの未来を担っていく若者をターゲットにするのもよいのではないかなと思う。

(委員)

高校生はパワーポイントで資料を作成するのが上手い。

確かに高校生くらいの年代から始めるというのもひとつの手かもしれない。

高校生が大人向けに話すことは難しいが、小学生や中学生に話すことで、自身の身にもつく。

(委員長)

連携については、先ほど大学などと連携したらどうかという御意見があったが、教育委員会なども含めて連携は大事だと思う。

(委員)

コバトン食の安心情報をいつも大学に送っていただき、印刷して学内の掲示板に貼り出している。写真やイラストが多く、文字が大きいので、学生にもわかりやすくとても品質がよいと思っている。せっかくなので、様々なところに配布してほしい。小学校や放課後児童クラブは1日中過ごす場所なので、こどもたちにもこのポスターなら見やすいと思う。

また、クイズ形式になっていると嬉しいという意見もあった。意外と小学生・中学生はこのようなポスターを学校で見ているので、そういったところにもっと広めていくとよいと思う。

(委員長)

様々な御意見をいただきありがとうございます。

最後になるが、以前にもこの会議で取り上げたことのあるGAPがさらに進化したということで、事務局から御報告させていただく。

(3) その他報告事項 S-GAPの改定について(資料3)

【事務局(農産物安全課)】

S-GAPの改定については、過去の委員会で何度か議論していただき、今年の4月に新しく改定することができた。御協力いただき感謝する。

本日は、現在の状況について御報告させていただき、S-GAPの特徴について改めて紹介したいと思う。

GAPとはGood Agricultural Practicesの頭文字をとった言葉で、直訳すると「よい農業のやり方」という意味であり、S-GAPは埼玉県版のGAPである。

本日は新作のガイドブックを配布した。そちらに記載されている各農業生産における工程や作業において、農家が危険性や問題点を把握し、リスクがあった場合は改善していけるような行動をとれるように、県では安全生産を支援していく活動を続けている。

○S-GAPの改定について

国のGAPについて動きがあった関係で、S-GAPの改定を行った。

埼玉県では2003年にGAPのガイドラインを策定し、農産物の安全性に視点を置いて、GAP手法を導入した取組を進めてきた。

国でも2010年にガイドラインを作成し、それに準拠したものを本県でも作ろうということで策定したのがこのS-GAPで、2015年から進めている。

当初は、食品安全・環境保全・労働安全ということで、3分野を中心に約50項目を設定した。

それと同時に、自分たちだけで確認しているだけでは、うまくできているかどうか分からないとの声が農家からあり、農場評価制度を2016年に創設し、今も引き続き取り組んでいる。

2022年に国で新しい動きがあり、国際水準GAPが策定されたが、何が違うかということ、先ほどの3分野に人権保護、農場経営管理の2分野を追加したことである。

県のS-GAPについても、その国際水準に準拠するという方向性を決め、今年の4月にS-GAPを国際水準に合わせた形で改定し、現在約62項目となっている。

S-GAPの特徴は何かというと、一つ目は、国のガイドラインに準拠ということで、単純に県で項目を決めるわけではなく、国への確認や、やり取りを何度も繰り返し、準拠確認を行った。

二つ目は、取組のしやすさである。国のガイドラインをベースに、S-GAPではできる限り生産者にわかりやすく、生産者がすぐに行動に移せるような表現にすることを重視して作成した。

三つ目は、自己チェック方式である。県の職員による評価制度もあるが、やはり最初は自己チェックして欲しいと考えている。

また、県職員が指導と農場評価を両方行う。民間の認証制度とは異なり、無料で評価するというのも特徴となっている。

特徴的な部分をピックアップしたが、S-GAPは取組のしやすさを重視している。

具体的にどのように取組しやすくしているのかというと、例えば国のガイドラインをぱっと見ただけでは理解が難しい部分をS-GAPでは具体的に問いかける形で記載し、農家がイメージしやすくしている。

また、なぜ確認しなくてはいけないのかという背景や理由についてもこちらに記載してい

る。

達成水準は評価の際に確認する項目になるが、その基準について明確に示している。

さらに取組例ということで、農家が具体的にどんな行動を起こせばよいのか明確に示している。

自己チェックは問診票のようなもので、一つ一つチェックできるような形にしている。

5分野のうち「人権保護」と「農場経営管理」は今回国際水準に準拠したということで加わったが、外国人技能実習生へ配慮した環境整備であるとか、S-GAPに準拠した農場の方針ができているか、また農場の従業員がそれを理解しているか、などについて新たに明示した。

ここで、食品安全に関する事例を紹介したいと思う。

食品安全というと科学的な汚染や生物的な汚染、物理的な汚染ということで、農薬が残留したり、病原性微生物がついたり、異物が混入してしまったりなどのリスクがある。

そういった際に、例えばほ場や作業場の衛生管理をしっかりと行っているか、水の安全性は確認しているか、生鮮野菜に最後にかける水の安全性について注意を払っているか、など一つ一つ確認できるようになっている。

そのほかにも、農薬、肥料、燃料といった資材をしっかりと整理整頓しているかどうか確認ができる項目もある。

農産物に農薬が接触してしまったり、また環境中に流出してしまったりすると、食品安全と環境保全の意味で問題がある。また、在庫をきちんと管理すると農場経営の上でも余分な経費を抑えることができる。S-GAPでは、写真も交えながら、分かりやすく整理している。

異物混入防止対策としては、注意書きを表示したり、電灯が割れて落ちたりしないようにする、など具体的に記載されている。

リスクを見つけ、事故が起きないように改善する行動を続けていくことで、安全性が向上するだけでなく、無駄が減り効率的に農業経営を行うことができる。

S-GAPに取り組んだからと言って取引するうえですぐさま有益となるわけではないが、安全性の向上により信頼度が上がり、収益向上の手段になる。

○農場評価制度の流れについて

まずは農家がガイドブックを読んで、自ら農場を点検し、自己点検だけでは分からない部分を県の職員が助言する、というようなやり取りをしている。そういったやりとりを行った後に、県が評価している。全ての項目が満点になるか、一定の項目が満点になるかのいずれかに該当する場合にS-GAP実践農場ということで評価書を交付している。

農家からはS-GAPについて好評価を得ている。米農家からは、無駄な肥料の在庫がなくなり、また信用が増したという声をいただいた。茶農家からは、家族だけでなく従業員もいるので、農場経営について話し合うよいきっかけになった、野菜農家からは、労働環境に関する

問題点に気付き、広い休憩場を設けるきっかけになったなど、好意的な御意見をいただいている。

項目数を多いと捉え、それで取組をしたくないと思われてしまうともったいないと考え、基礎的で重要な8項目を県でピックアップし、まずここからやってみませんかという働きかけとして「S-GAPスタート宣言」を今年度から始めている。

消費者にも知っていただくため、イベントでもPRを行っている。さらに、ロゴマークを作成し、イベントでの啓発品、などに使ったり、ゆくゆくは農場ののぼり旗、ホームページや名刺、看板などにも使ってもらえるよう準備をしているところである。

また、消費者へのPRということで、実際にS-GAPに取り組んでいる方の事例集をホームページで公開しているところである。

以上、S-GAPの現状についての御報告とさせていただきます。

(委員長)

消費者へのPRについては、この委員会でも御意見をいただいたところであるが、今回このようなガイドブックができたので、何か機会があったらPRしていただけるとありがたいと思っている。何か御質問や御意見があるか。

(副委員長)

国際水準のGAPガイドライン自体には、62項目あるのか。

(事務局)

62項目ではない。

S-GAPでは様々な項目を分かりやすくするために、いくつかの項目をつけたり、離したりしている。

(副委員長)

国際水準GAPガイドラインに該当するかどうかは記載されているが、逆にGAPのガイドラインに該当しない項目もあるのか。

(事務局)

国際水準GAPに明示されていなくても、従来のS-GAPの項目で、当然必要であり、分かりやすいものは引き続き使っている。

(委員)

補足すると、以前の委員会では国際水準のものより、よいものを作ろうという話が出ていた。

追加してあったり、まとめたりしていて分かりやすいのではないかな。

(委員)

農家が個別に相談に来ることがあるが、このガイドブックはどこで手に入るのか。

ガイドブックがあると、口頭よりも伝えやすい。

(事務局)

紙ベースのものは農産物安全課及び各地域の農林振興センターにある。

(委員長)

S－GAPの御報告は以上で終わらせていただく。これで予定していた議題がすべて終了した。

長時間にわたって御審議いただきありがとうございました。

これをもって議長の座をおろさせていただく。ありがとうございました。