

平成18年6月28日

於：水産庁中央会議室

水産政策審議会企画部会

第6回加工流通消費小委員会

水産庁

水産政策審議会企画部会第6回加工流通消費小委員会概要

1. 開会、閉会の年月日・時刻

開会 平成18年6月28日(金) 午後2時00分

閉会 平成18年6月28日(金) 午後4時05分

2. 出席した委員の氏名

増井委員長、西橋委員、森川委員、伊藤特別委員、石田特別委員、沢田特別委員

3. 水産庁等出席者

小林水産庁長官、中前水産庁次長、五十嵐資源管理部長、影山漁港漁場整備部長、末永審議官、坂井企画課長、三浦水産経営課長、浅川加工流通課長、重研究指導課長、長谷川国際課長、長尾栽培養殖課長、小關防災漁村課長、國府資源管理推進室長

開 会

増井委員長 それでは、皆様、お暑い中を御参集いただきましてありがとうございました。

ただいまから水産政策審議会企画部会第6回加工流通消費小委員会を開催させていただきますと思います。

本日は3名の委員と3名の特別委員の皆様にご出席いただいております。

本小委員会は公開されておまして、傍聴者の方もたくさんお見えになっておられます。また、議事録につきましてもすべて公表することとなっておりますので、御了解いただきたいと思います。

なお、本日の会議は論点整理の御審議のみですので、多少時間が早く終わるかもわかりません。午後4時までを一応確保しておりますので、議事進行によるしく御協力をお願いいたします。

また、現在政府は地球温暖化防止の観点から軽装の励行を今月から実施しております。つきましては、室内の冷房の設定温度を若干高目にしておりますので、もしお暑い場合にはノーネクタイ、ノー上着という形をお願いしたいと思います。

加工流通消費小委員会における論点整理（案）

増井委員長 それでは、早速議事に入りたいと思います。

最初に、事務局より加工流通消費小委員会におけるこれまでの論点につきまして整理したのについて資料の説明をお願いいたしたいと思います。よろしくをお願いいたします。

浅川加工流通課長 加工流通課長です。よろしく申し上げます。

第4回目の小委員会で、1回目から3回目の議論の概要ペーパーというものをお配りした上で、第4回目の小委員会で行われた議論を踏まえて論点整理を取りまとめて、そして第5回目の小委員会であらかじめお配りしたところでございます。それが資料4になります。その概要をまず簡単に御説明させていただいた後、本日御欠席の委員からも意見を提出していただいておりますので、その内容を紹介させていただきたいと思います。

まず論点整理でございます。国産水産物の競争力の強化ということで、1番として水産物の安定供給の確保でございますけれども、消費者が魚を量販店とか、中食、外食経由で食べているという、そういう変化、安全・安心へのこだわりといった志向に応じて生産者は販売に取り組むべきではないか。

また、市場流通については、統廃合などを通じて市場が産地と消費地の双方向の橋渡しを果たせるように機能を強化すべきではないかという観点から論点をまとめております。

また、イの水産物の価格の安定ですが、調整保管事業につきまして、需給変動の調整ですとか、需要者と産地との連携といった、そういうようなものに今後活用すべきではないかという観点で論点をまとめております。

また、次のページにいきますけれども、2番の多様な流通経路の確保でございますけれども、産直ですとか、スーパーですとか、小売店とかいろいろなルートで魚が流れておりますので、このような多様な経路での販売を今後とも行っていくために、うまく情報伝達を行う必要がある、また、地場消費というものももう1度考え直して進めていくべきではないかということでまとめております。

また、次の3番ですが、水産加工でございますが、消費者が調理時間をとらないという実態にあわせて商品開発を行ったり、また供給方法の工夫をするべきである。また、産地との連携も必要であるという観点で論点をまとめております。

次に、4番でございますが、輸出でございます。水産物の輸出を振興するに当たっては、まずしっかりとした戦略に基づくことが必要ですし、また、外国から求められる衛生管理基準への適合というものも考えて行うべきだということでまとめております。

次に、消費者との信頼のネットワークの構築ということでまとめました。1番ですが、産地から消費地への適切な情報伝達ということで、まずアの表示でございますが、広域流通のためには魚の名前について全国的な名称を表示することは必要ですし、また地域の独自性のためには地方名も表示する必要があるのではないかとというのが1点目です。

それから、表示に当たっては産地の情報、旬などの情報といったようなものもあわせてPRしたらどうかということでまとめております。

次に、トレーサビリティですが、これは社会的なシステムとして関係者を挙げて今後取り組む必要があるという論点でまとめております。

2番の水産物の安全性の確保ですが、こちらにつきましては消費者の安全志向への対応ですとか、生産者にとってもリスクが減る、そういう観点を踏まえまして安全性の確保対策に産地は取り組む必要があるというまとめをしております。

3番、次のページにいけますが、食育・魚食普及ということでございます。まず、食育ですが、食育については地域ぐるみで推進することが必要ではないか、また、魚になじみのない消費者像というものを念頭に食育を進めるべきだという内容でまとめております。

次に、イの魚食普及ですが、鮮度の良いおいしい魚を消費者に届ける必要がある。それに際しては、旬ですとか、調理法の情報提供をいろいろな方法を用いて継続して伝え続けることが必要であるということです。

簡単な説明ですが、このような内容で論点整理をさせていただきました。

また、席上に配付させていただいておりますけれども、御欠席の委員から意見が出されておりますので、紹介させていただきたいと思っております。

まず、崎浦委員からは、ノルウエーとかチリからの輸入サーモンに人気があるという実態もあるので、消費者に国産志向が強いとは言い切れないのではないかと御意見をいただいております。

それから、増田委員からは、消費者に軸足を置いた行政という方向を色濃く反映する必要があるということで、何カ所か問題があるという場所をいただいておりますが、例えば1番の水産物の安定供給の確保のところ、「産地の価格を上げる」とか、「国内価格を上げる」とか、2番の流通経路の確保で「スーパーは低価格志向だ」とか、こういうような表現がまさに産地の立場に立った表現であって、消費者に軸足を置いた表現ではないのかという問題意識を示されております。

また、そのほか、消費者を受け手として弱者扱いしてはならないという観点から幾つかごらんのような表現の修正をいただいております。

また、このほかに今日御欠席ではありませんけれども、西橋委員からもトレーサビリティの消費者負担について何を負担するのか明記する必要があるのではないかと御意見、また魚食普及のためには海との関係を身近にすることが大切ではないかと御意見をいただきましたので、あわせて御紹介させていただきたいと思っております。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

ただいま事務局の方からこのたびの論点、これまで審議してまいりました本小委員会の御意見につきましてまとめたものの論点につきましては説明をいただいたわけでございます。この論点整理に基づきまして本日は最終的な御議論をしていただきたいと思います。

どなたでも結構ですので、活発に御意見をいただきたいと思います。御意見をいただく場合には挙手をお願いいたします。

大きく分けまして、確認いたしますと、一番大きな最初に出てくる柱が国産水産物の競争力の強化ということでございます。四角で困っているものですね。それが1つと、2番目が消費者との信頼のネットワークの構築でございます。これが2番目でございます。この2つが大枠でございます。国産水産物の競争力強化というところのサブといたしまして、水産物の安定供給の確保、多様な流通経路の確保、水産加工による水産物の付加価値向上、これが3点でございます。それから、消費者との信頼のネットワークの構築のところでは、

産地から消費地への適切な情報伝達が1つ、水産物の安全性の確保が2つ目でございます。それから、食育・魚食普及の推進、以上3点でございます。これらが大きな柱でございます。さらに細かく幾つかのことが提示されております。そういったようなこと一つ一つにつきまして細かい部分でもよろしいのですが、全体でもよろしいのですけれども、字句修正も含めまして、あるいは足りなかった部分で付け加える部分がありましたら遠慮なく御意見をちょうだいしたいと思っておりますが、いかがでしょうか。

それから、欠席委員の方から御意見をいただいているのが御紹介がありましたけれども、例えば崎浦委員から消費者は国産志向ということを書いているけれども、必ずしも国産志向に限らず、海外産のものでも人気が高いものがあるのではないかと、こういう御指摘がありますので、こういったところを御議論していきますか。

消費者の方でどなたか、崎浦委員のこの御意見に対していかがでしょうか。そのとおりという御意見と、いや、違うという御意見と、中間的な御意見と、いっぱいあるかと思いますが、現実的にどんなふうに……。

西橋委員、いかがお感じですか。御指名して申しわけありませんが。

西橋委員 いえ、私もそう思っておりました。輸入の面からも一応考えなくてはいけないのではないかなと思いましたが、かっちりした論点整理ができていますものですから、言っているいいやら悪いやらということで黙っておりましたけれど、やはり消費者、特に高額なものに対して輸入品というのはとても多いのではないかなと思うんですね。その点も一応入れた方が消費者にとってわかりやすいのではないかなと思っております。

増井委員長 実はこの議論は、例えば自給率53%というところから議論が入って行って、自給率を高めるとというのが1つの政策として出てきているところにも関係してくるわけなんですね。しかし、自給率を高めるために全部国産というわけにもまいりませんでしょうし、その辺のバランス問題だろうと思うんですね。

西橋委員 現実的には輸入している魚、それは全体のどのくらいになっているのでしょうか。この前、ほんのちょっとだったかなとも思っているのですけれども、それでもやはり日本の魚食生活にとっては大きなウエートを占めているのではないかなと思います。

増井委員長 自給率が53%ということは、47が輸入物ということになるのではないのでしょうかね。

西橋委員 そうですね。

増井委員長 一応計算上はそうですね。もちろん魚種別に相当国産で賄っているものもありますし、パーセンテージは魚種によって大分違うと思いますね。ほとんど外国産に依存しているものもあれば、国産で賄っているものもありますし、平均してそういう関係になっているのだということだと思います。それを65にしようというのがこの基本的スタンスなんです。

西橋委員 その場合は食品としてではなくて、飼料的なものも入っているのではないですか、四十何%の輸入の中には。それは取るに足りないわけですか。

増井委員長 トータルですね。食品としてはどうかということですね。

西橋委員 はい。

増井委員長 それはどうでしょうか。

坂井企画課長 今座長が言われた53%という数字は、今直近では55%なんですけど、それ

は食用魚介類の自給率目標でございます。それから、自給率目標は食用魚介類とえさや肥料も含めた全体の両方を設定しているところでございます。今お話しいただいた65%は食用魚介類としての目標でございます。

増井委員長 では、森川委員、お願いいたします。

森川委員 国産志向が強いとは言い切れないというところなんですけれども、また見方を変えまして、田舎というのはいろんな意味で大切だと思うんです。国土保全とか、魚を取るというだけではなくて、日本の国は海に囲まれていまして、漁業とか浜を守っていく大切な役割があるので、こういうふうに表現されているのですけれども、ちょっと見方を変えていただいて、大切にしたいものだということがあるんです。

増井委員長 国産を大事にしていこうということを今強調されたわけですか。そういうことですね。そういうふうに理解してよろしいですね。

森川委員 国産を大事にするというのではなくて、高齢化しているとかということもありますが、日本の国というのは海に囲まれていますし、とても大切だと思うんです。魚がどうとれるとか、そういう見方とかではなくて、とても大切な役割をしているので、守ってほしい。浜を大事にしたいということをお願いいたします。

増井委員長 わかりました。要するに食の魚だけではなくて、漁業全体のことですね。

森川委員 そうですね。

増井委員長 そういったようなもので漁業は大事だと。

森川委員 そうですね。浜にいろんなものが流れてきたりするのもちゃんときれいにしてきたりとか、そういうことの役割も果たしていますので、漁業者が少なくなっていったら、日本の国の国土がどうかと、そこら辺のことを私は思います。

増井委員長 同じようなことを言っているのではないかと思います。

森川委員 そうですね。

増井委員長 当然の話です。

森川委員 うまく言えなくて済みません。

増井委員長 水産業は大事であるというのは基本的なスタンスです。私なんかもそう思っております。それは賛成します。

ほかにいかがでしょうか。

ちょっと口火をここから始めたのですが、どこからでも構いませんので、どうぞ意見を遠慮なく言っていただきたいと思います。

西橋委員 今の問題ですけれども、55%が国産のものであるとするならば、45%は海外に依存というのでしょうか、輸入されているということですね。それであればやっぱり半数に近いのではないかと思いますと、ここの中ではなくても、どこかで輸入ということも取り上げた方がひょっとしたら皆さんびっくりなさると思うんです。私は数字に弱いものですから、55%ね、半数以上ねと思っていましたら、今おっしゃられて、本当に残りの分、半数近いのが輸出に頼るというのでしょうか、なっているということをお考えますと、何らかの形ででもここでやはり取り上げていただいた方がいいのではないかと思います。

増井委員長 45%海外に依存しているという構造になっているわけですからね。漁業を大切にしようとして、こういうことであれば、国産を少しでもふやしていこうと、こういう姿勢であります。それは後でまた輸出の問題も出てまいりますね、後ろの方に。少しでも

漁業者の所得ということを考えたら、輸出 それは消費者と意見がちょっと違うところがあつたわけでありましたが、余り輸出を拡大すると、国内で食べるものがなくなるというような心配も少しあつたわけですが、そういうような意味で、ただし漁業を守るためには国内の漁業者の立場もありますから、そういったものをにらんでいただかないと、全体像を見ていかなければいけないわけでありまして、そういう点をいろいろ考えていただきたいということでございます。

私がちょっと心配しているのは、この間、秋谷先生の日本人は魚を食べているかという報告がございまして、説明があつて、日本人は魚を食べる人と食べない人がいると。年齢層とか、もちろん家計調査年報で所得階層別とか地域的にも全部とらえることができるわけで、私はそれは大変興味を持って見ているわけなのですが、そんな細かいことはできないのですけれど、毎年、私はデータブック・オブ・ザ・ワールドというところを非常に興味を持って見ているのですが、総食料供給で日本は70%、大ざっぱに言って。六十何kgなんですね。ところが、これを5年単位の時系列が見ますと、過去の古いものを持ってきて見て、新しい最新の資料を見ると供給量は減っているんですよ。たしか66ぐらいまで下がってきていまして、3kgぐらい下がってきている。最近のデータでね。そうすると、トータルで、要するに日本人が魚食 これは食べている量ではありませんから、供給量という形で大ざっぱに出ているものですから、供給量が減ってきているわけですよ。そうすると、日本の漁業が少しずつ下がってきているというふうにとらえられるので、その辺のことを心配している。

ただし、外国の主な国と比較すると相当の差があります。イギリスとかヨーロッパと比較すると相当の差があります。まだまだです。日本は多いです。魚の供給量は多いです。その辺を私は注目しているんですけど、海外では少し上がってきております。乳製品と水産というのを比較すると、圧倒的に魚食構造は違います、日本は。僕はそれがもともと地理的条件に見合っている日本の魚食だと思っておりますので、これは21世紀の環境問題をにらんでいったら絶対に水産を大事にしなければいけないというのが僕の主張点です。私はそういうふうには思っています。資源論から見ても完全にそういう意味でございまして、私が言いたいのは。その辺を注意して見ていかなければいけないだろうと思ひます。やはり再生産資源を大事に持って行って、持続的に水産を継続するというのが絶対日本は地理的条件に見合っていると思ひます。その辺を私は注目して見ているんですけどね。ちょっと下がってきているのは事実ですね。年々じわりじわりという感じですからね。それはもちろん全体図だから、飼料とか何かの問題で、直魚食にはつながらないかもしれませんが、大部分食べている魚なんですから、その辺を時系列で見ておく必要があると思ひております。

では、沢田委員、お願いいたします。

沢田特別委員 前にも言ったと思うんですけど、国産の水産物と海外の水産物は根本的に違うんですね。何が違うかということ、海外のは大体日本に持ってくるまでに2、3カ月前から予約をせんといかん。コンテナを持ってやらんといかんんですね。ですから、海外の中国加工であつたり、ウナギであっても、エビであっても、サケであっても、アジであっても、すべては1年間通して同じ品質、同じ価格、単品で大量ですから、当然季節なんていうのはないんですね。これはオランダでとれたアジ、いつとれたアジかわからない

けれど、売るときはスーパーはずうっと1年中売れるわけですね。アジフライの総菜。じゃ、国産は何ですかというと、北は北海道、沖縄まで、近海とか季節があり、旬があり、そして隣におられる築地で昨日とれた魚を我々が翌日売る、当日売るといふ、春夏秋冬がある。外国の魚に春夏秋冬というのは非常に打ち出しにくいんです。

そういう大きな違いを我々スーパーがなぜそれができなくなってきたのかというと、私は消費者の方によくスーパーで今でも言うんですけれども、魚を販売しているスーパーの従業員の方たちは、あなたは何を仕事にしているのですかと言うと、私は魚を売っていますと言う人たちはもうだめなんですね。魚を売っているなんていう発想をしていたら、中国のウナギも国産のウナギも長崎でとれるアジも中国で加工されたら一緒なんですね。お客さんにも一緒なんです。

そうすると、何が起こってきたかということ、私はいつも個人的に各スーパーで働いている従業員の方たちに話すのは、今、家族とか、家庭の問題とか、本当に親子の会話とか、旦那さんと奥さんの会話なんていうのが少なくなっているから、いろんな問題が出ている。その原因は実はスーパーの魚売り場とスーパーの総菜だと。共稼ぎで、お母さんが自分で直でつくりたい。本当はつくりたい。でも、子供を学校に行かせるためには働かないといけない。そのときに毎晩スーパーの総菜やスーパーの魚では、あるいは外国の魚を使われる。おなかをいっぱいにするための夕食ならいいですよ。でも、そのときに国産の水産物というのは、アジなら今だとか、秋にとれた秋サケ、サンマだとか、そういったものを使いながら、本当に国産の魚を使った季節の旬の、そして子供とのちょっとした会話の中に、国産だからこそ会話ができますよと。それをアウトでやってもいいじゃないですか、外でつくって。そこには季節がある。今、スーパーの総菜を見てください。すべて外国の魚ですよ、ほとんどがね。国産の魚を使わないんですね。そういうのを変えていかないといかん。

だから、私はマーケットというのは、前も言ったと思うんですけれども、競争力の強化なんていうのはやれば何ほでも競争力は強化し、物すごい武器があるんですけれど、ただ、残念ながらそれを いろんな問題があるのでしょうかね。それを行ったスーパーにも、我々にもあるし、消費者の人は絶対に待っていますよ。

だから、スーパーは低価格競争と書いていますけれども、低価格競争に入っているスーパーというのはやり方が基本的にわからないから、だから最後は価格だけで何とか勝ち組になろう、生きていこうというのはスーパーの責任でもないのですね。スーパーの人たちも事情がわからない。今日は来られていませんけれども、デパートのRF1、ロック・フィールドさんで、関のアジを使ったアジフライをデパートの地下で売ったら物すごく売れますねと言われていましたけれども、デパートだけではなくて、スーパーでもやればいけると言うんです。これが私は国産水産物の競争力の強化。これを売らない限りは、日本に本当に会話のある食卓とか、本当に健康な食事とか、子供とお母さんとの会話とかというのは、国産の水産物 話がちょっとあれですけど、それぐらい、おなかを満腹にするなら海外の魚でもいいですよといったら海外の人に怒られますけれど、でもそれが競争力の強化の原点ではないかと。そうすれば、私はもっと日本の国産の水産物は、値段というのは価値さえ上がれば、消費者の方にそれさえわかってもらえば、価格は絶対上がってきますね。価値を上げる。

増井委員長 どうもありがとうございました。

ただいまの沢田委員の御意見は、本日欠席されております増田委員の御指摘された価格問題ですね。消費者スタンスで少し見てくれというような御要望がありまして、アンダーラインを引いてありますが、産地全体の価格を上げることとか、国内価格を上昇とか、スーパーの低価格志向とかというところに、今、沢田委員の場合は、要するに国産と海外とといった場合に売り方といたしますか、売る人の姿勢といたしますか、国産のよさ、そういったものをもっとPRして販売戦略とする。そういうようなことによって消費者に対する訴えもあるわけでしょう。いいものはいいもの。安くてあれするものは、いいとか悪いとかというのはちょっと問題があるのですけれども、選択の自由といたしますか、そういうのがあるのだけれども、やはり国産のよさというものは販売者がもう少しPRしていくべきであろうと。販売戦略といたしますか、戦略ではないですね。いいものはいいということですよ。そういうような御意見ではないかと思ったのですが、いかがでしょう。

沢田特別委員 国産の魚の特徴というのは、北海道でとれます、みちのく、東北でとれます、日本海、房総半島でとれます、瀬戸内海、九州、沖縄でとれます、その地域地域でとれる一番その魚のおいしく、いろんなサイズ、小さなものから大きなサイズまで、本当においしく食べられている方はやっぱり地元の人なんですね。ということは地域で一番たくさん消化が多いんです。

ですから、申しわけないですけれども、今の旬、季節をきちっとグラフにしてあらわせるのは、産地のとれているところで一番その季節があらわれている。都会にすればくるほど、何とか1年じゅう、シジミを、アサリをずうっと売り続けようと。縦のグラフがだんだん少なくなるんです。我々の売り場も同じように動いてしまうんです、POSデータを見ると。でも、本当にその地域、地域でとれると、7月にシジミの山がぼーんと上がってくるのは、本当に青森の十三湖でとれる、弘前の市場のPOSデータ、出荷実績を見ると、7月が上がる。でも、残念ながら 残念ではなんですけれどもね。いろんな魚がある。でも、築地の市場の出荷高を見ると、3月から4月、7月にというのをずうっと同じように、あんまり山が出てこない。これもスーパーの売り場もそういう責任がある。ですから、都会に行けば行くほど、いろんな食文化、いろんなメニューが出るので、季節がだんだん薄れてきているんですね。でも、この国産の魚にはまだまだ旬がある。だったら、魚を、シジミを持ってこようと思ったらだめですよ、東京のスーパーに。魚種を持ってこようとしてもお客さんがだめです。でも、シジミのおいしい弘前や青森で食べられている、テレビで芸能人が最近田舎へ行って、温泉へ行ったり、産地に行ったり、うまいっ、このシジミはうまいっと言って驚いて、感動するわけですよ。それをなぜ都会の東京や大阪のスーパーの人たちは伝えることができなにかということ、十三湖のシジミを売ろう、魚種名を売ろうとするんですね。そうじゃなくて、料理を売ろう、メニューを持ってこよう。だから、当然食べ方や、作り方や、料理の仕方や、何ならたれ、ソースから、そしてもしかしたら完成した、あっためればいい総菜とか、そういういろいろ幅が広がるじゃないですかと。私はそういうメニューを売ろう。だから、沢田さん、魚の産直って、これからもどんどん広がるんですかということ、メニューを持ってくるんだったらやっぱり産直ですよと。魚を安く買うんだったら、築地に行けば日本じゅうの、世界中の魚が築地にはいっぱい毎日入っているから。値段だけでバイヤーが行くんだったら、別に産地に行くことないぞって。

築地にはいろんな魚が全国、世界から集まっている。でも、その地域のおいしいメニューを、食べ方をおれらは産直するんだと。だったら浜へ行こう、産地へ行ってそういう勉強をしてこいと。情報を持ってきて、それを東京の都会のお客さんに、消費者の方にそのメニューを伝える。それが私は産直だと。

だから、国産の水産物は本気で日本じゅうの食卓へやろうと思えば、やっぱりそういった魚を、サンマの価値を倍に上げようと思ったら、北海道でサンマを食べられているメニュー、いっぱいありますよ。それをそのまま東京のお客さんに全部伝えれば、サンマの価値というのはあるから、中国の方が値段を高く出すとか、よそが値段を高く評価するから出荷しろとかというのではなくて、価値をまだまだ我々を含めてみんながお客さんに本当のおいしい食べ方、料理を日本中に広げていくんだというのを我々もスーパーの皆さんもやっていけば、国産はまだまだマーケットは奥が深い。

そして、私は、スーパーで魚屋で勝ち組に本当に残りたかったら、エビ、ウナギ、サケ、そういったもので勝ち組になろうと思っても絶対になれませんよと。それは言うたら、必須条件かもしれないけれども、十分条件にはならない。そういうのは、例えばボランティアチェーンをやったり、消費者と一緒にやられたり、大資本のスーパーが勝ち組になるけれど、そうにはならない。サケ、輸入物。やっぱり勝ち組に本当になっていくためには、国産水産物の競争に勝った魚屋こそが私はスーパーにおける小さな勝ち組になれるのではないか。それには資本力の大きさは関係ないのではないですかということを書いて、みんなと話しているところです。私はそう思います。

以上です。

増井委員長 では、伊藤委員、お願いいたします。

伊藤特別委員 今の沢田委員のお話ですと、私、築地なんですけど、何か築地は量的に売っていて、そして値段が安く、というふうに聞こえたんですけども、市場というのは、今、日本の本当に全国から、各浜から、それから海外から、いろんなお魚が集中的に入っている。そして、それはそれぞれが多様な品種の中で、多様な旬の中で、それぞれに比較吟味されて、そして価格の評価もそこで行われている。こういうことですから、私たちはまだまだ小さい動きですけども、それぞれの産地と組んで、そしてそのお魚の旬の良さを強調して、そしてそれを差別化して、そして消費者のところへお届けするという試みをやっておりまして、それが年々リピートが増えてきている。そういう差別化、特徴を強調していくということは大事なことだと今思っています。

したがって、今沢田さんがおっしゃった、もちろん輸入物の中にもいいもの、おいしいもの、たくさんあるわけです。マーケットというのは、今国際化していますから、それぞれにいいもの、おいしいもの、あるいは安いもの、そういうものをそれぞれの特徴をとらえて消化していけばいいんだと思うんです。

その中で、国産の魚というのはどうあるべきかということを考えますと、それはやっぱり日本のマーケット、日本の人たちの好み、それからいろんな要求ですね。そういうものを十分に理解した上でどういう魚をとるか、どういう処理をするか、どういう鮮度状態で、あるいはどういう形態で消費地へ届けたらいいのか、あるいはどういう加工をしたらいいのか、そういうことを総合的に、とる人も、流通業者も、加工業者も、小売業の方々、あるいは外食の方々、そういう方々がみんなそれぞれが総合力で水産という仕事をみんな

いい形で賄っていくといえますか、それが僕一番大事だと思うんですよ。

今日このまとめを読ませていただいて、何かちょっと話が細切れになって、小さくなってしまっているなという感じがするんですね。私はやはり今水産の問題というのは、漁業は漁業、加工は加工、流通は流通、それぞれまた小さい浜は浜、組合は組合というふうにちょん切れてしまっている。全体を見た政策というか、そういう施策が完全に、十分に行われていない。みんながばらばらだというところで僕は問題があるんだと思うんですね。ですから、もっとお互いにそれらを理解し合って、そして大きな視野でこの水産というものを考えていかないと、例えば今ここでは小委員会が2つになってしまって、漁業の方はちょん切れてしまっていますから、私ども今そこについては話す機会ないのですけれども、今の場合、漁業というのは大変な危機だと私は感じておりますが、これらをどうやって生かしていくのだと。そして、みんながそれを好んでどんどん食べさせてもらう。あるいは中には輸出するものもあるでしょう。しかし、そういうことで、漁業も栄えさせていかなければ、胸を張ってできるような産業にならなければ私はだめだと思うんですよ。それをどうやっていくかということをお考えなのが、この小委員会全体の企画部会ですか、その僕はテーマだったと思うんですね。

ところが、細切れになっていて、もう1つは、この会議の進め方もあるのですが、大体水産庁のおやりになっている施策ごとに、例えばこういうふうに漁港はどうだとか、あるいは組合はどうだとか、こういうふうに細切れになってきたせいもあるのだと思うんですけれども、何か小さく細切れになってしまっている。もっと全体を見た検討が行われるべきではなかったのかなと思っております。

増井委員長 ただいま伊藤委員から御意見がありましたけれども、後ほど話が出るかと思っておりますが、一応小委員会ということで細切れにやっているわけなんです、これは企画部会の小委員会ですから、ここで話し合ったこと、ダブリが結構あります。漁業、資源管理とか、そういったもの全部トータル的にまとめて1つの案として、流れとして最後にまとめる。こういう流れで企画部会は設定しているようですね。だから、ちょっと細切れに感じるかもしれませんが、これを最終的にトータルしなければいけないという案として、最終的に審議会に出ていくということになるかと思っております。いずれもう1回今日の後半のところそのまとめをやりたいと思うんですけれども、そういうような考え方なんです。全部重なってまいりますね。だから、価格だけが独立して出ているとか、それだったら動きがとれませんのでね。全部重なってまいります。つながっております。そういうようなスタンスでございます。

今伊藤委員の方から話があったのですけれども、今日の最初の国産水産物の競争力の強化のところ、「水産物流通の主流は市場流通であり、市場は消費地と産地の双方向の橋渡しをする重要な役割を有している」と。それから、「市場の統廃合」というのが次に書いてありますが、「市場の統廃合や買参権の開放を行うことで市場の価格形成機能を強化する必要」、これは浜の方の産地市場のことですよ。だから、この辺の御理解を、市場流通というのを、今、沢田委員の方は産直といいますか、市場外流通のことを話されているわけですが、そのウエートからいったら、当然市場流通が主流であるのは間違いないんですよ。そういう意味で伊藤委員は発言されたのではないかと思うんですけれどもね。

伊藤特別委員 このまとめの1ページのポツの3つ目ですね。今おっしゃった「水産物

流通の主流は市場流通であり、市場は消費地と産地の双方向の橋渡しをする重要な役割を有している」と。このまとめは、今の現実を、当たり前のことをきっちりここに書いていただいたということで、私は非常にこれはいいまとめだと思っております。ともすると、市場は古臭いとか、あるいは何か偏っているとか、いろんな欠点をあげつらう方が多いのですけれども、まさに市場の現在担っている役割と本質はここに凝縮されていると思うんですよね。まさにこのとおりであると思うし、私たち市場の人間としては、まさにこのことを十分に考えて、しっかりやっていかなければいけないと今、日々思っております。

増井委員長 今日午前中大学でゼミをやってきたのですけれども、青果物の市場経由率、何年前かな、学生が報告していたのですけれども、89%が現在79%と10%下がっている。79%が市場経由ですよね。だから、21がいわゆる市場外、産直だとか、直売だとかというのを合わせましてね。だから、ほとんど市場流通はメインであるというのは間違いないんですね。だから、水産物の比率がどれぐらいになっているかということですね。市場経由率がね。そういう意味ではまだまだウエートは高いですよ。だけど、産直というのをも拡大していること事実でありましてね。それが例えば直売とか、いわゆる漁協が市場を通さないで産直するケースもありますし、そういったようなものもあるのですが、単に比率だけで評価することは問題かもしれませんけれども、一応ウエートからいったらそういうことなんですよ。だから、やっぱり市場流通は施策として重要であるという位置づけになるのではないかと思います。産直ももちろん無視するわけではないということだと思いたしますがね。

では、沢田委員、お願いいたします。

沢田特別委員 産直というのは、私はこの2ページ目に「スーパーの鮮魚部門に専門家がないことが魚が適正な価格で流通しない原因の一つ」。つまり、スーパーにおいて魚のプロとかというのはいないんです。いないというよりは、実はつくれないんですね。つまり、スーパーマーケットにおいて、前にも言ったとおり、我々が就職したときに、魚屋になろうと思って入った人は1人もいないんですね。魚屋だけはなりたくないなと思ってみんな入っているんですよ。そして、入ったら、肉屋か魚屋か八百屋かとなるわけですね。給料をたくさんもらおうと思ったら、早く卒業しないといかんのですね。魚屋をやった、魚屋の親分というのは、鮮魚部長が1人しかいないですよ。もうちょっと上にいこうと思ったら、本部長といったら、肉も八百屋もやらなければいけない。店に行って、早く店長になろう。スーパーマーケットというのはそうやって人をたくさん使える。100人使える、200人使える、ゼネラリストみたいな、ずうっと狭い中の狭い組織で深く入っていく人間が、1000万、2000万とあって、野球の選手みたいにプロというのは実はいない。だから、40過ぎたら、もうそろそろ年だからと言うて、早く次の若いバイヤーを育てようとなるわけですね。

ですから、私はそういう意味で、今伊藤社長が言ったように、外にこそ魚のプロがおられるわけですね。入社以来、おれは一生魚屋だと。私なんかスーパー出身ですけど、最後は人生魚屋で終わらせようとして心に決めた。そういう人がスーパーにいたら迷惑かけるわけですね。若い人が育っていかない。ですから、鮮魚部長までいったら、次は本部長、取締役になろうと思ったら、人事とか、営業本部長になるわけですね。それがスーパーマーケットですから。外部に、魚のことを本当に、一生、魚を勉強して、さっき言ったのは、国産の魚をいろんな食べ方、料理までセットにして、スーパーマーケットにやっていく。

私は産直というのは、スーパーが直接産地から物を引くことが産直ではなくて、そういう情報を、やっぱりどうやってスーパーが、だれとチームを組んで、だれとやっていくかいうときに、プロの集団が外部にずらっとおられるので、それを今までの情報にプラスしてスーパーに持っていかないと、スーパーというのは勝ち組になれないのではないですかと。私は、だから単純にこの流通経路というのはスーパーマーケットで、電卓バイヤーって言われるんですよ、今スーパーのバイヤーは。すぐ電卓を出して、値段ばかり言う。電卓バイヤー。これは私から言わせたら、かわいそうな部分あるんですよ、電卓バイヤーというのは。競争が激しくなって、魚の仕事よりも、ほかの出店ができると応援に行ったりする。そういう意味で、最後は、プロじゃないから電卓に頼らざるを得ないという、素人だったらそうになってしまうという現状がありますので、そういう面では専門集団である、魚を一生の仕事にされているプロの集団が、スーパーの、または末端のお客さん、消費者の悩みやそれをこうやっていくというのが私は魚屋、水産業界だけではないと思うんですけど、スーパーとの関係はそういうことではないかなと思います。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

そうしたら、魚の専門集団というのをつくるということですね。スーパーの中にはなくて。

沢田特別委員 いや、例えば伊藤社長のところとか、ニッスイさんに入ったら、ニッスイさんにはいろいろな部門があるのでしょうかけれど、加工とか。築地の市場、荷受けさん、仲買さん、ニッスイさん、ニチレイさんとかいったら魚、水産のプロの集団がずうっとおられますよと。でも、消費者の人は意外にスーパーと一緒に、水産部門をやって、後は上にどんどん上がっていく。でも、一生、魚という、魚のプロの集団、マグロをやらせたら日本一、世界一という人たちが、野球で言えばイチロー選手みたいな人がいっぱい築地にはおられるじゃないですか。そういう人と、私が言ったような、国産のいろんな、日本中の、いろんな料理屋、メニューや、食べ方を今伊藤社長のところもやられていますよと、それをもってアジ、どうですか、イワシ、どうですかじゃなくて、いろんなフェアはどうですか、こんな食べ方をしたり、こういう売り方をしたら、よそで売られていますよとかいう情報を我々は今築地からもらっている、伊藤社長のところからもらっていますよというものをもっともっと広げることが私は国産の魚が本当に末端のお客さんにまでいく。ただ、魚種名だけでいくと値段ばかりで、五キロで35尾で2000円とか3000円とかいう価格だけではもう今の専門家が少なくなったスーパーマーケットではやっぱりお客さんに伝えることができないから、そういうことをプロの人に、産地の人に、そして浜の人に、市場の人たちがセットになって、そういうことを末端のスーパーと一緒にやってやるということが、私は国産の水産物の産直というのは物の産直ではなくて情報の産直をしたり、メニューを産直したりすることが今国産には一番必要な仕事であり、またそれが大きなマーケットが私はまだあるのではないですかと。まだまだマーケットがあるのではないですかねというふうに話したんです。

以上です。

増井委員長 わかりました。

では、伊藤委員、先にお願いいたします。

伊藤特別委員 今との関連するのですが、私たち市場も魚のことはよく知っていながら、もう1つ、何ていいますかね、PRといえますか、魚の宣伝というんでしょうか、情報を上手に消費者の方々のところまでお届けが十分できていない。それは私たちだけではなくて、マスコミの方も、あるいは小売の方々、あるいは外食の方々、それぞれみんながそういうことを考えてやっていく。そして、それぞれの魚のおいしさ、あるいは今この魚は大したことないよ、だけど、もうちょっと先へいけばすごくおいしいよとか、いろんなそういう魚の特徴を訴えていく、魅力を引き出していく。そして、それを消費者の方も喜んで、楽しんでそれを食べていただく。そういうことが大事なんだろうと思うんですね。そのためにやることがまだまだいっぱいある。もう本当に不完全で、まことに歯ぎしりかむような思いでありますけれどもね。もっとこれを広くお知らせして、今の沢田さんのような角度から実際に魚を扱っていらっしゃる、そういうお立場から見ると、私たちはまだまだ生ぬるいんですよ、市場の人間というのは。もっとこの魚をこうやればおいしい、こういうふうに料理すればもっとおいしいんだと。あるいはこの浜ではこんな食べ方をしているよと。そういうことをもっと総合的にお知らせし、お届けすることができたらいいなと。魚と一緒に情報が消費者のところまで届いていけばいいなと、そういうふうに思っています。

増井委員長 要するに流通業者もきめ細かい情報を産地から仕入れ、そしてまた消費者に流して……。

伊藤特別委員 情報はかなり集まっているんですよ。出し方が下手なんですよ。

増井委員長 その辺は今後の課題ですね。

伊藤特別委員 ええ。

増井委員長 お願いしたいと思います。

それでは、西橋委員、お願いいたします。

西橋委員 2番目のところなんですけれども、「スーパーは低価格志向なので」と最初に書かれると、やっぱりスーパーは安かろう悪かろうなのかなと思ってしまいます。私はお店の魚売り場に行きますと、まず深呼吸してみるんです。いいにおいがするところはやっぱりお魚が新鮮だなと思って買う気も起こるんですけれども、あ、ちょっとここのお魚はと思うようなにおいがするときは多いです。消費者というのは、目で、価格的なものもそうですけれども、嗅覚でもって選ぶということもあるのではないかなと思ひまして、スーパーには魚のプロはいないとおっしゃっていましたがけれども、改めてそう言われると、ああ、そうなのか、やっぱりスーパーは魚がおいしくなくて、安いだけで我慢しなければいけないんだと改めて思ってしまった。個人のお店とかデパートは本当に姿勢が違うと言ったらスーパーさんにしかられるかもしれませんが、やはりこの魚はこのようにして売ろう、多少高いのかもしれないけれども、この人にとってはこの魚は最良のものであるから、最良の方法のつくり方を教えてあげようという意欲がすごく見えるんですね。一方、スーパーさんの今のお話も伺うと、やっぱりスーパーは仕方がないのかなという思いでこのページを見てしまったのですけれども、やっぱり低価格志向のために切るところは切ってしまうんでしょうか。ちょっとお尋ねしたいと思います。

増井委員長 いかがですか。

では、沢田委員、お願いいたします。

沢田特別委員 つまり、伊藤社長さんとか築地の荷受けさんですね。荷受けの仕事を、

仲買の仕事がスーパーがバーチャルインテグレーション、つまり、メーカーの仕事まで全部奪ってしまっただけというプロは、魚について、マグロを海外に行って商談して、そして、チリや地中海からインド、オーストラリアからの、そういうプロはスーパーにつくろうと思っても無理ですよ。それはちゃんとそういうプロの人たちとチームを組んでやったらいいんじゃないですか。ただし、スーパーは売ることについてはプロですから、つまり、スーパーの専門家というのは誤解をして、何か産地へ行って、直接持ってきてという、それは朝から晩まで魚だけの仕事をしている人たちだったらいいんですけども、やっぱり1時間、2時間は産地と情報がとれるでしょう。でも、後は店で切ったり、お客さんと会話しながら売るプロにならなくてはならない。だから、それを勘違いして、本当はマグロだけの仕入れをして、マグロで業界を動かして、築地に行って、築地の競りや相対にまで入って行って、どんどんやっていくプロというのは、50になっても60になってもそれはマグロで2000万でも3000万の年俵をもらえるように専門家をスーパーというのは育てられないので、私はそういうのは外にちゃんとプロの集団がおられるから、それとチームを組む。それを求めたらだめなんですけれども、誤解をして、そういうのをずっとスーパーがやろうとしたりして失敗をしたりいろいろしているの、そういうのは育ちませんよと言ったんですね。

ですから、売ることに関しては、食べ方や料理、お客さんにこういうおいしいものとかという専門家というのスーパーの中で育てていかないといけないし、育つと思います。そういうプロを、私は鮮魚の専門家がいないというのは、仕入れというか、マーチャンダイジングをどんどんしていくプロというのは育たないですねと言ったつもりなんです。

増井委員長 他に何か御意見……。今の件についてもよろしいですが……。

では、石田委員、お願いいたします。

石田特別委員 消費者の立場、消費者というものの状況を考えると、やはり先ほどの崎浦委員のところに戻るんですけども、国内志向を集中させてはというところのお話で、ノルウエー、チリなど輸入サーモンのお話が出ましたけれども、結局スーパーに行って、スーパーというか、小売店に行って、結局あるものを買うことしか消費者はつまるところできないことを考えると、今ここの議論でも出ていたように、とても最後の小売の方の役割というのは私はやっぱりすごく重要だと思うんですね。この点を語ろうと思うと、各企業の経営方針とか、そんなことになってくるので、強制的なところは難しいと思うんですけども、全体の議事録としては全部そういったことも実は織り込まれているんですけども、もう少し項目を別にして、際立たせて、もっと国の食文化を守るとか、そういう観点からそういう企業努力を願いたいという形で、もう少し各流れのところにも埋めるのではなくて、ピックアップして、少し強調した形でした方が私はいいように思うんですね。というのは、この内容全体とすると、どちらかというところ、産地とあともう1つ、本当の一番最終の消費者、この2つしかないような印象が私はありまして、ただ、本当に全体を盛り上げていこうと思うと、その出どころと最後、産地と消費者とがちゃんと結びついて、消費者のニーズに合っただけのそれがイコールになっていくのがここで論じられていることの私は目的だと思っていますので、そうすると、最後、消費者が買わないと、それがもり立たないということを考えると、そういった一番最後の小売店の方とか、きょうは残念ながら出席者がいらっしやらないんですけども、外食だとか小売の方とかのそういった努力

ですね。例えば産地の方とか流通の途中の方のいろんな窓口として、例えばプロ養成なんていうのを派遣する。どこかの企業で派遣のところでそういうのを始められているところもあるみたいなんですけれども、そういったところを仲介するとか、整えるとか、そういったことを考えるというか、そういうふうに、とりとめがなくなってきたのですけれども、少しそういった一番最終の消費者と本当に密につながったところをもう少し盛り上げる形で少し強調してまとめられる方がいいように思いました。

増井委員長 ありがとうございます。ただいまの御意見は後ろの方に食育とか、魚食普及とかいうようなことが書いてあるのですけれども、要するに生産と流通をつなぐ流通業者の役割というようなものが、ただ売らんかなと、あるいは安いものを売るというような姿勢だけではなくて、国内の魚を大事にしましょうという精神的なものを持った販売の仕方というようなことをやってもらえれば、消費者としてはとにかく今のところスーパーへ行って買うしかないのだけれども、理解して買える。こういうようなスタンスの御意見でしょうかね。やっぱり生産者も流通業者も消費者も国産といたしますか、国内の水産でとった魚を大事にしましょうと。こういう御意見かなとお伺いして聞いていたんですけれども、そういうことでよろしいですか。それを文章でもっときちんとききなさいというように聞いていたのですけれど。

石田特別委員 これは全部出ているとは思いますが、少しその部分が強調されていないような印象があって、ですから、おっしゃったように、各部門でここだけ、ここだけという、各部門から出たことをただ書いただけみたいな印象が私は持ったもので、今お話を聞いていると、その流れということを見ると、やはり真ん中のというか、もう少し消費者に近いところの小売の方の部分をもっと少し際立てた方がいいと思ったので、今のことを申し上げました。

増井委員長 今日お出ししているのはメモ書きみたいな形で、今までの論点を項目的に整理して出しているからそういうふうなイメージが出てくるかもわかりませんが、多分最終的には流しの文章というか、そういう形でまとめていきますから、今出てきた御意見は考慮して、またもう1回チェックいたしますから、そういう形になるのではないかとと思いますが、考慮してということだと思えます。御意見を斟酌してということだと思えます。

では、沢田委員、お願いいたします

沢田特別委員 2番目の多様な流通経路の確保というので、「スーパーは低下価格志向なので、スーパーに流れない魚は産直などの形で生産者自ら販売することが必要」というのは、これはちょっとわからないですね。スーパーは低価格志向でもないと思うんですけれども、「スーパーは低価格志向なので、スーパーに流れない魚は産直などの形で生産者自ら販売することが必要」というのは、意味がちょっと私にはわからないですね。

それから、「スーパーの鮮魚部門に専門家がいなことが魚が適正な価格で流通しない原因の一つ。また、消費者に産地の情報も伝わらない。スーパーの鮮魚部門の担当者を育成することが重要」というのは、私が言っているのはスーパーの鮮魚部の担当者という、つまり、販売の責任者という、もうちょっと販売に対する魚の知識、お客様に食べ方や旬を説明できるように、そして調理がきつとできるような技術、販売技術を身につけた者をつくる必要がある。

ただ、魚においては、下にも書いてありますが、生産者、加工者、これは流通者がいないのですけれど、やっぱり、生産、加工、流通、販売者という、それぞれの部門がいかにもっとチームを組んできちっと生産者から販売者、そして最後消費者のところまでつくのを1社ではできないですよ。それを魚のスーパーの専門家をつくって、産地まで行き、加工メーカーまで行き、魚業界ではスーパーではそういう人材の育成は難しいですよ。だから、生産者、産地の人、漁師の方、それから加工する人、それから築地であったり、流通の責任の方、そして販売するスーパー、これが本当に一体になってやらないと、国産の魚というのはお客さんの末端まで食べ方、料理を伝えていかないと、そういう専門家というのだったら、私はスーパーはいますけれど、それを勘違いして、仕入れの産地へ行ってやったりというのは今はどこのスーパーもできなくなっているんで、それは難しいのではないですかねということを行っているんですけど、私はそういうふうに言ったつもりです。

以上です。

この辺、ちょっと文章考えていただいて……。

増井委員長 そうすると、今の御意見は一番最後のところですか。「生産、流通、加工、販売を地元で行い、地場消費を増やすことが必要」、ちょっと今のあれとは違いますよね、この文章は。

どなたがおっしゃったんですか。これはスーパーの方は上の方ですよ。スーパーは専門家でないから、それを育成してやらなければいけない。しかし、今の沢田委員の御意見は、要するにルーチンワークみたいなことをスーパーでは全部できないから、要するにルーチンワークにしろということですね。ルーチンワークがないんですね、今。

沢田特別委員 この議題が「多様な流通経路の確保」という、それがどういう多様な流通経路の確保になっているのかというのがどこから出てきたのかちょっとわからないんですけど、情報が、伊藤社長が言われたように、情報戦争、情報が魚を通していろんな情報をやっていくことが我々の仕事だろうと思うんですね。だから、その情報がいろんな家計消費であったり、市場出荷であったり、産地情報であったり、情報はいろんな流通経路を持っている。でも、魚の流れというのは、太いパイプの中で流れているけれど、その情報をもっと確保して、末端におられるお客さんまでにぴしーっと流れるようにしていくそう言ったものが今の水産物はちょっとおくらしているのではないですかということで、それを勘違いして、スーパーの人が北海道へ行って魚を産直したら、何とかそれで売り上げが上がるし、お客さんが喜ぶなんて大体長続きしないですね、私の経験上。そうじゃなくて、いろんな情報がありますので、それをいかに情報の経路を確保していくものを水産業界は今つくっていく。そして、それぞれのポジションの専門の人たちがそれをお客さんに伝えていくのだということがこの文章の中につくられたら私はいいんじゃないかなという気がいたします。

以上です。

増井委員長 情報伝達ということは非常に重要なことだと思いますので、例えばこれは国の施策としてサポートしていく立場で考えた場合に、商売やっている人たちは自助努力でやらなければいけない部分がありますよね。それに対してのサポート、施策としての位置づけとして、こういったものをどのように政策としてサポートしていくかというような

ことを考えていかなければいけないのではないかは思いますがね。そういうような立場でございませぬ、こちらの方は。商売ですからね。商売でやっているわけですから、その辺のところはある程度自助努力も必要でしょう。そういう意味ではです。そういうような産地の情報を仕入れて、それは国とか施策としてどれくらい平等にサポートできるかということだろうと思いますがね。

それから、もう時間も大分あれしてきたのですが、1の部分だけではなくて、2番目の部分でございませぬ。2番の部分にも議論の方は入っているかと思いますがけれども、消費者との信頼のネットワークの構築ということで、産地表示の問題であるとか、トレーサビリティの問題とか、水産物の安全性の確保でございませぬが、食育もございませぬけれども、西橋委員でしたか、トレーサビリティについてのメモがありました。その辺、ちょっとお願いいたします。

西橋委員 まずトレーサビリティ、イのところ。イの2つ目のポツのところなんてずか、「トレーサビリティは付加価値向上のためでなく、社会システムとして消費者も負担しつつ整備することが必要」と。「消費者も負担しつつ」というところにとっても私はこだわってしましまして、何を負担したらいいのかなと。こちらの別の用紙に書いて送らせていただいたのですけれども、何を負担するか。生産過程を透明にするための経費の負担か、精神的な負担か、労力的な負担なのか、やっぱりこれは明記していただいた方がいいのではないかなと思ひまして、消費者も応分のコスト負担と一生懸命考えたのですけれども、いかがなものでしょうか。これは違うんですか。コストの方ではないのでしょうか。

増井委員長 これはどうなんでしょう。

トレーサビリティについて前に議論したときに石田委員から意見が出まして、消費者がコスト負担するならトレーサビリティは要らないよという話をされたように僕は頭の中に残っているのですが、そういう意味を言われたのかな。要するに国として、例えばやる場合には、国がコスト負担、BSEの問題があって、国の方でやっているわけですが、それ以外に魚の方でトレーサビリティをやる。今、自主的にトレーサビリティやっているものがありますよ。いろいろと。自主的に入れている。それについて、トレーサビリティを実施して行く場合に、価格が上がるということについての危惧をされのではなかったかなと思ひたのですが、いかがですか。

石田特別委員 つまるところ、今言っていたとおりのことなんですけれども、そういう意味で、西橋委員のおっしゃった、別に決して一銭も出したくないという意味ではないのですけれども、現在のトレーサビリティというのは、消費者としてのとらえ方は、要するにたくさん表示が、産地から農産物の方なんですけれども、途中に使った農薬とか、そんなものまでずらずらずらと書いてあるのですけれども、正直なところ、まず見るのもすごく大変だし、見ても一体これが体に悪いものなのか、別にとっても大丈夫なものなのか、全くその知識もないうちからだーっと情報がたくさんきて、つまるところ、それならこれは安全ですと一言書いてあるだけでいいんで、消費者としたら。結局だれのためのトレーサビリティのそういう表示かなというのを考えたときに、途中いろんなことが発生したときのためにという、そんなものもあるのかなと私は理解しているのですけれども、もしそうだったら、こんなに消費者としたら要はないし、そのせいでもし値段がかかってくるならば、いつかこれも、済みません、農産物のことなんですけれども、1案にチップ

を埋め込んでどうのこうのと、1本100円の大根にそのチップが100円もかかったら200円にもなるのかと考えたときに、そんなトレーサビリティだったら要らないなというのが私の意見で、たまたまこういうコストというのはまず何のためにやっているのかということ考えたときに、どこが負担をするものなのかということ疑問に思ったので、言わせていただきました。

増井委員長 難しい話ですが、この辺はどのように考えたらよろしいか、御意見を少し……。

伊藤さん、御意見ありますか。市場の関係者としてトレーサビリティをどう考えているか、ちょっと教えていただけますか。

伊藤特別委員 これはお2人のおっしゃること、本当にそのとおりなんですね。西橋さんのおっしゃることはも、石田さんのおっしゃることも本当にそのとおりなんでございましてね。確かに安心・安全のことも含めてトレーサビリティ、要するにこの生まれがどうかという、あるいは経路がどうかということを表示がある程度義務づけられていますけれども、それをやるのにはやっぱりかなりコストがかかるんですね。ですから、それは消費者の方にも御負担願わなければこれが続いていかないんですよ。

ただ、現実には事細かに、今、例えば駅で駅弁買ったって物すごいいっぱい書いてありますよね。薬が何とかかんとかで、原料がどうとかがって、あれを見たら頭が痛くなってしまいますよね。しっかり読もうと思ったら。本当にあんなに要るんだろうかと思えますよね。実際に食べる立場から申しますとね。だけど、私たちは、取り扱いのときには、生まれから、処理から、例えば冷凍か生か、養殖か天然か、そういうことまで全部含めてきちんと表示しなければいけないということ、これは消費者団体の方からもいろんな審議会などで強く言われますしね。だましちゃいけないということが基本なんですからね。だましちゃいけないから、ごまかしちゃいけないからきちんとやりなさいということてなんですけれども、確かにそれが少し必要以上に要求されていることが細か過ぎるという面はございますね。ですから、本当に必要なものを表示するようにしたらいいのではないかとか思うんですけれどもね。

増井委員長 トレーサビリティは、表示だけではなくて、生産のバックまでいって、全部、だれが生産したかわかる。追跡できる。履歴追跡なんですね、逆に言えばね。そのトレースなんですね。表示はまた表示であれなんですからね。トレースのやり方で、やっぱり記録を残しておかなければ追跡できないから、その費用はやっぱりかかりますね。確かに値段が安いのにトレースしていたら、100円のものにトレースしていたら、えらいかかるな、値段が。安全ということ。

西橋委員 それでも今までだまされたり、ごまかされたりしてきた苦い思いをしてきた消費者にとっては、やはりこの制度というのは絶対に必要なものだと思うんですね。100円のものに100円かかるとおっしゃいましたけれども、これもやってみなければわからないことでして、本当にそうなのかどうなのか。それでもなおかつ消費者が安心を買って、それが妥当だと思って購入する人たちがいるのか。多分私は半数以上が安全・安心を買うと思っております。今まで余りにもひど過ぎました。農産物に関しても言えますし、今からどんどん養殖物が増えてくるのではないかと思っておりますので、それを考えますと、やはり飼料の問題とか、薬品の問題とか出てきますので、これはやはり応分のコストを負

担してしかるべきではないかなと思っております。

以上です。

増井委員長 産地によっては、私が行っているところでは、農産物で農家の人が全部手帳をつけてといいますか、物すごく自主的にやっていますね。農薬をいつやったのかと。いわゆる五人組制度みたいなものをつくっているんですよ。1人でも違反者が出た場合には出荷停止。だから、今のところ発動したことは1度もないんです。もう5年ぐらいやっていますけれど、発動したら、そのシーズンは終わりなんですよ。所得はゼロですよ。だから、そんなことはできないですよ。それぐらい厳しい産地では自主規制しています、これは経済連の命令でやっているわけですがけれども、生産者もたまったものじゃないかと僕は思っているんですね。たまったものじゃないというのは誤解があるのですが、全部自己負担でやっているんですよ。自分たちでやっているわけですが、それをやるのが産地で出荷を受け付けてもらえるステータスになっているわけですから、生産者側もやっていることは事実です。そういうようなことも水産でやっている事実もある産地ではあるだろうと思います。自主努力でやっているのがありますね。そういうケースがだんだん出てくる。消費者が厳しいことを安全・安心は前提条件ですからね。当然それはあれなんでしょうけれどもね。そういう産地もございますね。

西橋委員 そうですね。私がかかわっている農産物ですか、彼らも本当に実入りは少ないと嘆いていましたけれども、それでもやっぱり安心・安全のためならばそれはしなければいけないことだというふうに彼らも認識してやっていますところですよ。お魚でもできないことはないと思います。

増井委員長 それをやらないと引き取ってもらえないんですからね。売れないんですよ。

この件について御意見ほかに何かございますか。

そうしましたら、もう1度、1番と2番に戻りまして、きょうの御議論、ちょっと分散してしまいましたけれども、非常に重要な御意見を出していただいたと思うんですけども、もう少し全体像を見て、御発言できなかったところとか、言い足りなかったところとか、この点はもう少し補充すべきだというような御意見ございますか。

では、西橋委員、お願いいたします。

西橋委員 一番最後の魚食普及のところになるのかなと思いつつ発言させていただきましたけれども、食育という意味がわかっていない消費者が余りにも多過ぎるので、びっくりしました。食育ってどういうことですかという設問に対して、食育とは親子で料理をつくる、料理教室に参加することだという回答が、何%になるか知りませんが、設問の中でかなりのウエートを占めていたということがあったものですから、ええっ、食育ってと、私も改めてびっくりしたことなんですけれども、やはり食育という言葉自体まだまだ浸透していないのではないかなと思っております。

それから、もう1つ、食育普及のところでも書かせていただきましたんですけども、やっぱり海との関係を身近にすることが大切ではないかなと思っております。昔、本当に遠い存在であった、先ほど出ていました農産物が今は私たちの身近なものになって、田植え、稲刈りというのは消費者にとってもほとんど当たり前のことになって、山に入ったり、田んぼに入ったりするということで農業がとても親しみやすい、だれに聞いてもわかりやすいことになっているのではないかなと思っています。

漁業においても海が消費者にとって身近な存在になれば、例えば昔の人々が浜に行って貝をとったり、小魚や海藻など食材として調達していたということを考え合わせますと、魚の新鮮さおいしさを再認識するのではないかなと思っています。

でも、先ほど下の「消費者の部屋」でもやっていたのですけれど、いろんな波消しブロックが出ておりました。私は本当にこの波消しブロックというのは何とかならないものか。あの波消しブロックがあるので、すごく海から拒否されている。また、こっちも危ないところだという認識を持ってしまいます。これは直接この水産庁の関係ではないかもしれませんが、やはり波消しブロックは絶対やめていただきたいものだなと、もっと何かほかの方法を考えていただきたいと思ってここに書かせていただきました。

以上です。

増井委員長 食育については、今の御意見ですと、食育そのものはやるべきだという御意見ですね。ただし、消費者が認識していないからもう少しPRということでしょうかね。

それから、魚食普及のためには消費者にもっと海に親しませる機会をつくれと、そういうサポートをした方がいいということですね。

私、これは鳥取県で聞いた話ですけれど、小学校から運動会というか、民宿なんかに来るんだそうですよ。バーベキューを海岸でやるんだそうですよ。そのとき、先生は海に入るなよと言うんですね。海に入ったら危険だから絶対海に入ってはいけませんよと。足を海に入れるのもいけない。先生の責任になりますから、当然だと思いますが、その辺の問題を、海に入って事故でも起こしたら大変だということがありましてね。私もそのときどっちがいいのかなと思いましたが、それを民宿の方々は、子供を海に入れないのだから、海に親しくならぬだろうと。魚を食べにきて、バーベキューのときは物すごい喜んで、喜々としてやるんだそうですが、絶対海に入らないで帰るそうですよ。それは海に入れると。事故に遭ったらどうするだということになるから、そのバランスをどうしたらいいのか、やっぱり厳しいところがあるんですね。小学校の責任がありますからね。親しめといっても、これはも自己責任なんですけれどね。

西橋委員 熊本県の話なんですけれども、農政局の事業の中で海を扱ったところがあったのですけれども、遠浅にして、海水浴場をつくったという事例があるんですね。海のシーズンでないときにも子供たちが来て、何、拾っているのと聞いたら、貝、拾っているんだと。それから、ごみも拾えるんだよという言葉がありまして、そばに、海岸のブロック塀というんですか、そこに中学生たちが絵を描いてあって、とても海と親しみやすいような環境ができておりました。

以上、報告します。

増井委員長 そうですね。私の子供のころは浜行きというのがあって、みんなでピクニックやっていたね。集落でね。浜行き。ごちそう食べて、みんなで懇親会やるんです。浜でやるんですよ。子供たちはか勝手に海に泳ぎに行きまして、海で泳いだら潮出しというのがあるんですね。潮出しというのは、海で泳いだら、帰りに川で泳ぐんですよ。それで潮を洗うんです。そういうふうには1日に2回入るんです。ちゃんとある家で寝泊りしまして、昼寝もさせてくれる家があって、集団的な 私は漁村地帯で育ちましたから、そういうことをやっていて、今は懐かしいですが、今はそんなことやっていないです。完全に。灯ろう流しもやりましたしね。みんなで集団生活をやっているわけですね。そういう

機会がなくなりましたね。子供たちはたくましいですよ。ある人が上から飛び降りたら、私もやらなきゃいけないと思って、けがをしながら飛び込みますよ。だからみんな泳ぎを覚えるわけですよ。大人もちゃんと見張っていますけれど、地引き網やるときにはね。弱いやつは投げるぞというんで、投げられまして、結構アップアップしながら覚えちゃう。ちゃんと助けに見張っていますよ。そういう教育機関が今はないですね。それは非常に僕は残念だと思うけど、それは見張りながら教育していかねばいけないのではないかと。そういう浜の教育といいますか、それはリスクもあるんですけども、6年生とか中学生、上級生が見張っています。今、そういうようなシステムがないですね。それは非常に重要なことかと思えます。それが魚食にもかかわってきますのでね。小さいうちから魚を食べていれば、大きくなっても魚を食べますよ。そういうようなことを僕は考えていますがね。何か若衆宿みたいなのが昔はあって、そういう漁民集団ができていたんですね。それが切れてしまったんですね、あるところでね。そういうような問題をもう1回考えてみる必要があるかと思えますね。

たまたま今日あそこで、西橋さんも見られたみたいですけど、地下で、消費者の何とかがって、私は本をもらってきました。そういうようなことで、親しむことでしょうか。国民が海に親しんで、漁業に親しみ、魚に親しむことだと僕は思っています。その辺の御意見をお願いいたします。

沢田特別委員 魚食普及というので、スーパーもやっているのですけれども、例えば私は余り知らないのですけれども、私らの子供というのは骨なんか当たり前で、3時のおやつにどんぶりにイリコを出しておけば、子供はかじりついていたというのがうちの子供たちのあれだったのですけれども、そういう中で、今、学校給食で骨のある魚は出せない。でも、小さな魚、例えば小アジだったら2度から揚げして、上にあんかけでもつくれば、頭からかじっても食べられるじゃないですかというような、学校給食というのは公的なあれでしょうから、もうちょっといろんな政府の方やいろんなメニューとか、食育を子供のころからカルシウムというのは本当に大切な栄養素で、カルシウムをいっぱい食べてこそ、私みたいに途中で切れたり、けんかしない大人になっていくわけですから、やっぱり子供のころから食文化で、それはのどに詰まるような食べ方は無理でしょうけれど、から揚げで骨までガリガリ食べられますよというような、そういったもっと国内の魚を使った体系的なメニューを開発して、全国の小学校や中学校、それが家庭に帰ったときに、お母さんにもそういうのを食べておいしかったからという、お母さんもコアジの南蛮漬けつくってあげるわとか、そういったものが生まれてくる。アユなんかでも6月になったら昔はアユ解禁というのが、今はアユが全然売れなくて、聞いたら、あんな小骨のいっぱいある魚はだれも食べないんだよと言われるから、あ、そうなのというんですけれども、そういった意味ではやっぱり国内の魚をもっともっと振興させるはそういった学校給食あたりのあれももっとみんなが入って行って、メニューを開発して、国内の魚のメニューを開発して、安心して子供たちが食べる。それが今度は一般家庭の食事にも波及していく。ぜひそういうことを取り入れられたらいいのではないかと思います。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

ほかに御意見ございますか。

では、森川委員、お願いいたします。

森川委員 食育のことなんですけれども、全体というか、農業のことも入りましてお話しさせてほしいんです。

植物園に行きますと、本当に美しい花があります。でも、野菜の花も美しい。ピーナツの花ってどんな花かなとか、カボチャの花はどんなのだろうか、そんなことを知っているのかなと。そういう美しさも見てもらいたい。そして、その花から実になっていく。そして、魚ですとか、タナゴの赤ちゃん、おなかにいっぱいタナゴの形をした、魚の形をした赤ちゃんがいっぱい入っているんです。そういうのを知ることが近くで、本当にそばで知るということが命の大切さにつながっていくのではないかなと思いますので、そういう体験をいっぱいしてもらいたいなと思います。

この間の話の中に、本当の白いおいしい御飯のことが出ていました。私、すごく興味がありまして、本当に今はおいしい白い御飯を食べているのかなと。核家族になって、たく量も少なくなりました。やはりたくさんたいて、みんなでおいしく食べるのがいいのではないかなと思います。何かすごくいい話を聞かせてもらったなと思います。

増井委員長 御飯の消費量は本当に物すごい減り方ですね。大きな釜でたくさんたいて、黒焦げになるくらいたいて食べたらおいしいですよ。それを食べないと魚も食べてくれないからね。米と魚というのはやっぱり日本食としては一番大事なことだろうと思いますけれどね。なかなか若い人たちがスナック菓子で生活している時代になってしまいましたのでね。もう1回魚食普及といいますが、そういったようなことは考え直さなければいけないのではないかと思いますけれどね。日本人としてはね。

よろしいでしょうか。

ほかに御意見ございますか。

大体時間も3時半になりましたので、きょうの御議論は以上でよろしいでしょうか。

それでは、本日は活発な御議論をいただきましてありがとうございました。

この2月より皆様から御議論いただきました本委員会は本日で予定では最終ということになりまして、論点整理をもって最終となります。これで本日配付いたしました加工流通消費小委員会論点整理(案)、まだ案でございますが、本日出されました御意見を加えまして、企画部会長の方に御報告するというにいたしたいと思います。

これを受けまして、皆様のところに既に予定が配付されているかと思っておりますけれども、配付といえますか、御通知されているかと思っておりますけれども、7月6日に次の企画部会がございます。企画部会でやっている論点整理と、本小委員会でやってまいりました論点整理、それからもう1つ、漁業経営・資源管理小委員会で議論してきた論点整理、この3つを、先ほど伊藤委員の方からも御指摘がございましたけれども、小刻みにやりました。それをまとめて政策として体系的に整理したものをお出しして、総合的な中間論点整理という素案をつくりまして、7月6日の企画部会で議論するという、こういう予定になっております。そこでまた必要な御意見をいただいた上で、さらにそれを中間論点としてまとめることになっております。そして、その点に関しまして、事務局より補足がありましたら、今このところで少しお願いしたいと思いますが、事務局の方で補足ございますでしょうか。

坂井企画課長 今、委員長からお話がありましたように、両小委員会で議論されている

ことをきょうの御意見も踏まえましてまとめさせていただきまして、来週木曜日でございますので、ちょっと時間が短いのですが、できる限り速やかに事務局として取りまとめを行って送付させていただきたいと思っておりますので、事前にごらんいただきたいと思っております。

また、6日の日に欠席の方がいらっしゃいましたら、御意見がある場合にはまた書面でお伝えいただければ大変ありがたいと思っております。

その企画部会は6日でございますが、法曹会館、2回ほど前に使った場所でございますが、また改めて御案内いたしますが、10時30分からということになっておりますので、よろしく願いいたします。

以上です。

伊藤特別委員 それはドラフトを事前にいただけるんですか。

坂井企画課長 ええ、できれば今週中に送付をさせていただきたいと思っております。できるだけ早くということで作業をこれからさせていただきたいと思っております。

増井委員長 ちょっと日程が詰まっておりますけれども、急いでやっていただくことにいたします。

次の7月6日の会議の法曹会館は皇居の桜田門の前でしたか、あそこの会館でございます。そこでやることになっておりますのでよろしく願いいたします。

水産庁長官挨拶

増井委員長 水産庁長官から一言お話がございますので、よろしく願いいたします。

小林長官 それでは、皆さん、今日小委員会の最後という形になりますので一言御挨拶させていただきたいと思っております。

本当に2月以降、委員長はじめ委員の皆様方にはお忙しい中、何回かにわたって御議論いただきましてありがとうございました。

加工流通消費というのは非常に幅が広いし、奥深いものですから、我々一応テーマを設定しながら御議論いただいたわけですがけれども、これはいろいろな見方がありますし、そもそも経済行為、経済活動、我々を含めて消費者の立場でそれぞれのいろいろな歴史と好みの中で食事をしているわけですし、そういったものを政策としてどういうふうに位置づけていくか。これはそもそも非常に難しい話であります。

したがって、今までいただいた議論を踏まえて体系化していきますけれども、むしろ秋以降、我々の中間取りまとめ、さらに具体的な対策を含めた基本計画となりますので、そちらの作業の中でもうちょっと我々の方でよく整理して、政策としてやっていく方法だとか具体的な支援策、むしろ経済活動に携わっている皆さん方にいろいろ進めていただく事柄、消費者の皆さんに理解してやってもらう事柄、そんなようことを多分縦、横でわかりやすくしていく作業になると思っておりますので、そういう意味でまた引き続きいろいろなところで我々の作業をよくウオッチしていただいて、いろいろな御意見等があれば引き続きいただくとありがたいし、それから、この夏の概算要求の段階では予算の方とかいろいろところでできるだけ早目に対応できるものはしていきたいと考えておりますので、私どものそういった作業の方もよく見ていただければと思っております。

そんなことで、時間は長いようで、また非常に幅広いことをやっていただきまして、特

に委員長にはありがとうございました。引く続きよろしく願いいたします。

どうもありがとうございました。

増井委員長 水産庁長官、どうもありがとうございました。

閉 会

増井委員長 それでは、皆様、以上で本日の審議会を終わりにしたい思います。つたない進行にもかかわらず、御協力いただきましてありがとうございました。

以上で終わりにしたい思います。