

第 18 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 9 月 6 日 (水) 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 7 名、オブザーバー 10 名

出席した委員の氏名 村尾 誠、村上 俊一郎、井出 総一郎、
石川 伸、川田 学、青山 隆、織田 浩司

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 お集まりいただきまして、ありがとうございます。まずは、本日のご出席ですけれども、棚橋委員、佐藤委員、山森委員がご欠席ということです。それから川田委員は遅れて来られるということです。冒頭なんですけど、本日で 18 回の委員会ということになります。一昨年の 11 月にこの委員会は立ち上がりまして、かれこれ 1 年と 10 カ月ということに一応なりますんで、2 年近く審議をしているわけですけれども、まだまだ中身を充実させていかなきゃいけないなど。それから、業界内の議論もしっかり尽くしていかなければなりません。18 回の審議を迎えるわけですが、いろいろまだまだ議論を尽くさなければいけないこと、それから細かいところを詰めていかなければならないことは引き続きやっていきたいと思えます。一方で、皆さんご存じのとおり、9 月 1 日に原料原産地表示を主体とする食品表示基準の一部改正というのが内閣府令によって公布をされました。こちらのほうはわずか 10 回の審議で 11 カ月の間という短い期間の議論ですべての加工食品の原料原産地表示というのを義務化するということが大変スピーディーに進められたわけなんですけども。いろいろ課題はあるようなんですけども、この公正競争規約を進めていくうえでも、やはりスピード感というのもこれから大事なのかなということも感じた次第です。まず、しっかり決めたいうで積み残しの議論をやっていくというのも一つの手法であるかなというふうに、この原料原産地表示の議論なんかを見ていて感じる部分もありましたので、一応、今、いろんなマスコミ等々に私がお話ししてるのは、2019 年 3 月ですから来年度の末には何とか決めてもらいたいということで、実はこれ、消費者庁のほうからもっとかかりますよというふうには言われてるんですけども、私どもとしてはそういう目標を持ってスピーディーにやりつつ、詰めるところは詰める。それから業界内の議論をしっかり審議を尽くすというところはしっかり尽くすというところで今後も進めていきたいと思えますので、委員の皆様のご協力を引き続きよろしく願いする次第でございます。それでは審議に移りたいと思えます。議事次第にございますように、まず 1 番目は規約、施行規則における数値基準の根拠検討ということで、B 班のほうよりご発表いただきまして、その内容に基づいて審議を進めてまいりたいと思えます。それでは B 班。これは織田さんの

ほうで進めていただきます。

織田

日本ビーンズの織田でございます。おつかれさまでございます。Bチームのリーダーは、太子食品、梅内さんなんですけれども、議事録を作成した関係上、今日の議定のアウトラインをご説明したいと思います。お手元に分科会B議事録というものが1枚ございます。大きく2点。太子食品様を中心にサンプリングを行っていただきまして、大豆固形分量の測定を行い、その結果をもって討議をいたしました。この中で論点としては三つ。まず、これまで想定してきた大豆固形分量の数値を10というスコアで動いておりましたけれども、今回のサンプリングの結果からすると9.5。これが適当ではないかというのがBチームの考えでございます。ただし、今回もサンプリングとしてきたものを、細かくはのちほど太子さんからご説明いただくとしても、西日本を中心としたエリア。こちらのほうのサンプリングがまだ未了でございます。というか、これからやる必要があるであろうというところがポイントでございます。それから、濃い表示、それから改めて粗製海水塩化マグネシウムの塩分の塩味の添加等、通常の塩マグ分に対しての食塩の添加。これによる表示の違いっていうものを改めて確認のために議論させていただきたいと思っております。要するに粗製海水を使えば豆腐、それから食塩添加すれば調味という意味合いから調製豆腐ということになるということもありますので、こちらのところは改めて確認していただきたいと思います。それから、凝固剤、消泡剤の表示、二つ目でございます。こちらのほうに関しましては、まずこれまで凝固剤、消泡剤の詳細な表示はホームページというかたちでまずは考えておりますが、改めて世の中の凝固剤、消泡剤等を見てきますと、その場、その状態、豆のコンディションによって使い分けることを想定されるのと、零細な企業あるいはホームページ自体をそれほどまめに更新しないところに対して、この表示の仕方でのいいのかがありました。それから、業者さんに対しての表示のお願い。つまり一括表示についての部分については、乳化にがりなど組み合わせてきてるもの。こちらの表示方法について議論となりました。分解すべきだとか、それとも凝固剤なんかで一括でいけるのかというところが日本ビーンズのほうで確認取れまして、のちほどご説明したいと思っております。また、消泡剤については、かなりわかりにくい表記がありますので、食品素材ですとか食用油脂とか、そういったポイントに関してどういったあるべき表示がよいかというところをのちほど議論させていただけたらと思います。などの内容ですが、Bチームとしての議定内容は以上でございます。

村尾議長

ありがとうございます。じゃ、引き続き梅内委員のほうからお願いいたします。

梅内

太子食品の梅内です。先ほど織田委員様から説明ありましたが、今回、B班の私のところは、豆腐の種類根拠というふうなことでいろいろ検討しました。10%っていうところで、この委員会では異論のないところで進んできたとは思んですけども、実際には市場の商品を調査して、それからだというふうなことで今、進めております。資料ですけども、この委員会に出席のメーカーさんの商品名入りのも後ろについていますが、ちょっと扱いは注意していただければと思いますけども、吉川OB様のほうからサンプルいただいて弊社の日光工場に調査したぶんの、いわゆる街のお豆腐屋さんのぶんはメーカー名はA、B、Cというふうなことで書いています。この二つの資料を元にして説明をしたいというふうなふうに思います。結論から言いますと、固形10%と

いうふうなことで委員会では進めてきたんですが、少しのサンプルではありますけども、10%を切る商品があるというふうなことがわかりました。資料の中程にあるんですけども、25品目中3品目、固形が、足りてないっていう表現はよくないんですけども、10%に満たないだろうと。これももちろん凝固剤も入っての固形なんで、足りてない。今回は時間の関係もありまして25品目、弊社の工場で調べました。結果がこのとおりなんですけど、先ほど申し上げたちょっと足りないっていうのは一番下、25番と13番と、10%っていうのも切ってるだろうというふうな予想のもとに今話をしてるんですけども、こういった結果です。にがりの種類も、これも統計には関係ないんですけど、先ほど、会議の前にもお話があったんですけども、塩化マグネシウム含有物、マグネシウム以外の硫酸カルシウムでお豆腐を作ってるところが大半、いうふうなことです。一方で、大手とは言わないんですけども、マグネシウムで作ってるのがメーカーっていわゆる豆腐屋がほとんどというふうな結果です。にがりについていい悪いっていう議論はここではないんですけども、こういった事情で固形分の高い低いも発生してるのかなあというふうに推察しています。これ今の市場っていうふうなことで進めてるんですが、あまりにも25品目ではちょっと足りないなというふうなことを思っております。特に東日本以外ですね。一番下のほうに西日本、近畿、中国、四国、九州っていうふうに書いたんですけども、これらについても協力していただけたところがあれば、調査を進めていきたいなというふうに思います。今ここで、予想でこれ以下、これ以上っていうお話はできないんですけども、今の段階でお豆腐の10%っていうところには9.5%でもいいんじゃないかなというふうな提案です。2番の調製豆腐、加工豆腐の根拠については、これまでの議論どおりでいいのかなというふうに思いますが、今まで何十年も作り続けてきたお豆腐屋さんの商品が豆腐に入らないっていうのが、この公正規約自体の賛同をいただけなくなるようなことにもつながるのかなというふうに分科会では考えてまして、今回、この9.5%がどうなのかっていうところを議論をお願いしたいなというふうに思います。

村尾議長 ありがとうございます。それでは順に審議を進めたいと思います。まず最初にご提案のあった大豆固形分量9.5%とするという提言に対して、皆様のほうからそれぞれご意見をいただければと思いますので、何かご意見のおありになる方いらっしゃいますか。

高木 これは豆腐についてというお考えですか。

梅内 はい。

高木 加工豆腐、調製豆腐について従来どおり。

梅内 従来どおりでいいのかなと。

高木 ああ。

梅内 お豆腐の基準と、加工豆腐ってのは大豆固形が半分も入ってなければ、それはっていうお話がありましたんで、そこのところはいいいのかなと。ただ、お豆腐に定めるところの固形分の基準をちょっと下げてはどうかなということです。

高木 それは、この今の3ページの25社って、大体この関東の地場のお豆腐屋さん？

梅内 お豆腐屋さんです。

高木 お豆腐屋さんの豆腐ということですね。あるんだね、やっぱり10%以下が。

梅内 ありましたね。

村尾議長 いや、これ、データを拝見するとマル「2」番の町店さんのデータなんですけど、硫酸カルシウムで固めていても13.5とか13.1というところも多くて、それぞれ木綿と絹ごしで1軒ずつだけ10%未満というところが出ているということですね。これをもって9.5という結論にするには、ややデータが少ないのかなっていう印象も、

梅内 少ないですね。

村尾議長 私としてはするんですが、いかがでしょうかね。

高木 これ、どうなんだろう。いいですか。

村尾議長 どうぞ。

高木 これ、東京なんですね、これ。

梅内 東京です。

高木 名古屋とか大阪とか九州とか、これは調べてみなわからんですけど、どうなんでしょうね。こんなもんすかね。

青山 東京都内は比較的、柔らかいお豆腐が昔から好まれていて、硬い豆腐は嫌われる傾向なんですね。ですから、例えば神奈川県で作ったときに、神奈川で同じ豆腐を売って東京で同じ豆腐を売ると、東京では硬すぎる、神奈川では柔らかすぎるといわれたってということで、うちあたりでも一番作ってるのは、やっぱり10%ぎりぎりの、Brixで10%ぐらいのたくさん作ってるんですけども、そのぐらいの豆腐で作ること自体も豆腐屋さんは濃いという感覚が都内の豆腐屋さんにはあるんですね。それで今回、東京都の組合のほうにも、理事会のときも、この資料全部提示させていただいて説明をちょっとさせていただいたんですけども、自分たちの豆腐のほうが大手の豆腐屋さんよりも濃くないかと、そういう点で差別化ができるという彼らは認識持ってたんですけど、現実的には逆になったということでショックを受けてたという状況です。

梅内 逆でもないですけどね。濃いことは濃いんですけど。

青山 明らかに自分たちのほうが優位性があるというような認識を頭の中では持ってたようなんですね。そこら辺からすると、私自身は9.5ぐらいのもので、最近の絹ごし豆腐というのはちょっと硬すぎる傾向があるんで、やはり多少濃度薄くても食感のいいなめらかな絹ごし豆腐ということであれば9.5という数字はいいんじゃないかなという感じはいたします。

高木 今日は棚橋さんみえてないけど、京都あたりも薄いかもしれんね、意外と。

村尾議長 ですから、私どもも関西と関東の工場があって、最近では都市部であんまり味覚の差っていうのがなくなったんですけど、10年以上前であると、やはり関西と関東で随分味の好みが違ったので、関西なんかは割と豆乳を若干希釈してあっさりめの味つけにしたほうが関西に合うというのは、10年ぐらい前の状況ではあったと思いますね。

高木 石川さん、どうですか。名古屋、9.5なんてないかね、あるかね。どうやね。

石川 名古屋地区は固形分についてはそんな低いのはないっていうのは認識してるんですけど、新参者なんで根本的な議論のところの入る前に一つだけ申し上げてよろしいでしょうか。私が感ずるところの中での固形分の表示の意味というところについて、非常に違和感を感じておりまして、私ど

も愛知県の豆腐組合の中でもこの辺のところというのは非常に議論があつて、濃かったらいい豆腐、薄かったらだめな豆腐という発想というのは多様化する食生活の中で求められてないのではないか。であれば、例えば固形分というのはこういったところの中で、例えば加工豆腐、調製豆腐、豆腐といった分類の中にひもづけせずに、例えば自分たちの自主判断でそのパーセンテージ、固形分表示をするのを推奨するだとか、もしくはテクスチャーという面で言えば、硬さの表現のところを統一化して硬さで表現する。濃くて柔らかい豆腐も当然あります。薄くて硬いというのはちょっとないんですけど、そういったようなところというのは論点として考えていただければ非常にありがたいなというふうに思います。以上です。

村尾議長 今の石川さんのご指摘はもっともな部分がありまして、この委員会の中でも何度も議論になった部分であります。それで、どうしても今、報道等でこの10%、8%、6%という数字が独り歩きしてしまって、マスコミのほうも、これと豆腐の安売りを結びつけるという傾向があるので、この固形分ありきのような話になってしまつてるとするのは、私としても残念な部分があつて、そもそもこの豆腐の分類っていうのを何でしようとしたかということ、根本的には味とか食感の調製を加えてるかどうかというところが豆腐と調製豆腐の分かれ目なんです。ただ、それだけでは非常に曖昧模糊としてわかりにくいので、当然、味とか食感を調製するとなると、ほかの原材料を使う場合が出てくるでしょう。そうすると、おのずと大豆固形分は下がる傾向にあるでしょう。だから、これ、今は全固形で測ってますけど、厳密に言うとやっぱり大豆固形というのを導き出して測らないと、この中の商品にも実は難消化性デキストリンが入ってる当社の豆腐なんかもあつて、それなんか大豆固形とは全く別の固形分が入ってる。ですから、当初の考え方としては、固形分というのは、そういう味、食感を調製した結果として出てくるものであつて、それありきではないというような考え方からスタートしてるものですから、そのうえでこの数値っていうのは妥当かどうかというのはもう一度議論したかったものですから、今回のこの分科会の動きになつたということになります。

高木 もう少し地域広げて、調査件数を増やされたらどうですか。

村尾議長 そうですね。ですから、次は関西のほうで。関西で調査されるときは私どもの阿南工場とかでお手伝いもできますので、ぜひちょっと、その調査の設計のところはB班で引き続きお願いしたいんですけども、作業のところはご協力させていただきますのでよろしくお願いします。

梅内 それでは関西のほうの調査ということで、実態を明らかにしてもう一度議論、いうふうなことで進めていきます。それと、食塩の議論が続いてきたんですけども、これについても、まだ基準をどうするかとか、その辺のかたちは見えてないのかなというふうに考えています。ただ今回、食塩相当量っていうふうなことで、表示が義務化されるというふうな流れですから。義務化される？

村尾議長 されました。

梅内 されたということで、塩について表示しますから、相当量って。表示したらもういいのかなというふうな意見です、簡単に申し上げて申し訳ないんですけども。食塩を添加とか使っている大手の豆腐屋さんが食塩っていうふうに書いてますし、書いて、かつ食塩相当量が表示されるというふうな中で、これをもって調製豆腐どうのこうのというふうなことを議論しても、どうも決

まりそうもないなというふうに考えまして、これの議論を今回、委員会でぜひお願いしたいなというふうに思います。意見としては表示してればいいのかというふうに考えております。ぜひご意見をお願いします。

村尾議長 今のお話だと、一括表示のところに原材料として食塩というのを表示していればと。どういうことですかね。そもそもあれですよ。豆腐と調製豆腐の区別の一つとして、食塩相当量というもので数値を決めてということだったですね。

村尾議長 コンマ 16 ですね。コンマ 16 で決めたんだけど、それにもかかわらず原材料のところに食塩と書いてあれば調製豆腐で。

梅内 そうですね。それ以上の塩が入ってる商品があるってということなんですよ。

村尾議長 というご提案なんですけど、この点については皆様、何かご意見ございますでしょうか。

青山 粗製海水であっても添加しても同じ表示ってということで、粗製海水の食塩ははずすってことですか。

梅内 はい。一つはここにも書いたんですけども、0.2 とか 0.3 とかいう商品ももう市場に流通している。それと、今まで数多く議論をしてきた中で、にがりの成分の中には塩分の多いもの少ないもの、いろいろあるんですけども、これをこの委員会でどうにかできるもんかっていうのが一つですね。そういった観点から今、書けばいいのかというお話をしました。

高木 今回、ずうっと今までの議論の中に、食塩はやっぱり難しいですよ。何回も議論した中に、じゃあ、凝固剤の中に塩入れて凝固剤というふうにされたら、もうそれっきりだと。だから、食塩の添加量を明記すべきだったのが、ずうっとそういう意見が出てたわけです。その辺の区切りとか線切りをどうするかってことは残りますよ。

梅内 残りますね。

村尾議長 これ、そもそもの議論はどうなったかという、説明会で私がお話しさせていただいたんですけど、かたや塩マグ、で、これに原材料として食塩を加える。これ、豆腐メーカーの中でこういう調製が行われれば、これは一括表記に食塩と。原材料ですね、原材料のところに食塩と表示をしたうえで、それで今後の規約ではこれが調製の豆腐になりますよということなる。かたや、メーカーのほうでは粗製海水塩化マグネシウムとか、粗製海水。これでいくと、仮に食塩相当量がおんなじ 0.07 だったとしましょう。あ、0.07 じゃない、0.16 以上か。0.2 だったとしましょう。この場合は一括表示は書かなくていいわけですよ。で、これがこれまでの議論では調製豆腐でいきましょうという。要はここに 0.16 以上というものをもって、どっちであっても調製豆腐でいきましょうという話だったんですけど、今、B 班からの提案は、これは豆腐でいいじゃないか。こういう話ですよ。メーカーとしては調製はしてないんだけど、こういう数値として同じ数値が出て、これが違うものとして購入されている。ここが問題があるかどうかですね。これまでの議論の中では、やっぱ、結果としてこうなんだ。消費者は、要は感じるしょっぱさというのはおんなじですよ。だから、これはやっぱり調製豆腐にするなら調製豆腐ということにしましょうという。仮に、性善説でメーカーは知らずにこういうふうになるということもあるんですけど。

梅内 それはないでしょう。

村尾議長 凝固剤メーカーさんがいて。

高木 性悪説（笑）。

梅内 そっちのほうが多いと思う。

村尾議長 凝固剤メーカーさんがいて、メーカーのほうからこっちにちょっと塩分濃度調製してくれないかっていう依頼があって、それをここに使うというふうになった場合、これ、どうなるって話なんですよね。これ、消費者にとってどっちが親切な表示になるのかということだと思うんですが。

高木 それはB班の検討の中で、もともとは今、村尾さんが、議長が説明されたので大体この会の案として決まったんですけど、どうしてこういうふうに、がいいということが議題としてはなってきたわけですか。B班の検討議題としては。

梅内 0.16っていう基準を今、議論してきました。もう一つは、さっき村尾さんが説明したように、性悪説、性善説ではないんですけども、凝固剤のメーカーさんが塩辛いような凝固剤を提供しましたといった結果がこういうふうになる。これについて、この公正競争規約の中でこれから議論して1.8とか1.9とか、1.4でもいいんですけども、そういった議論をしていってどういうふうに着地するのかなっていうところをB班はいろいろ検討したんですが、着地しないんじゃないかなと。となれば、にがりメーカーさんがいわゆる成分を明らかにして、それが見えるようになればいいのかもしれないですけども、今の段階ではそうもいかないというふうなことを考えました。

織田 高木さん、ご質問のところで、この案を、議論を上程したのは、言い方が悪かったかもしれませんが、B班の総意ではありません。ただ、議論、分科会議事進行する中でこの意見が出てきたとき、これは議事の中でも発言させていただいたんですが、その根底は、今回、公正競争規約の草案が仮発表された段階で、豆腐と表示してあるものが本物の豆腐で、調製豆腐って書かれるものは偽物の豆腐であるっていう、

梅内 かのような。

織田 かのような誤解が市場関係者に流布してるっていう現実を見たときに、改めて議論したほうがいいんじゃないかと。この議論を固めたときには豆腐を全体的に普及させるために、お客様にとって親切な表示をしていこうと。豆腐として表示されているものであるとか、調製豆腐、お客様が食べやすいように調製したもの。これは豆乳とか牛乳の世界とおんなじですけども、そのところについて表示するにあたっては、食塩が入ってるもの、入ってないもので食塩相当量を表示することいいんじゃないかという議論で、数カ月前にコンプライトしたはずですけども、その後の発表の中でいろんな意見で、本物豆腐対偽物豆腐のような誤解がある状況の中で、改めてこの議論をしたほうがいいんじゃないかということでBチームとしての議事として上程させていただいたわけです。

高木 委員長いいですか。織田さんの言われるとおりで、調製豆腐と普通の豆腐の違いってのもあるんですけど、ただ、この食塩に関しては、これ、なかなか結構微妙な問題で、一般的には食塩ってのはどちらかっていうと嫌うほうの傾向にあるんですね。過去の議論の中でも、私も意見言いましたけれど、やはり正義的に食塩と表記して食塩入れてるメーカーと、凝固剤屋に食塩を入れさせて、あたかも凝固剤という。これは消費者に見分けがつかないんですよ。消費者目線からいけ

ば、消費者にとって豆腐か、食塩ってのはどういうかってわかりやすい表記ということから言えば、もともとのプランが消費者から見れば一番わかりやすい表記ですね。ただ、0.16が妥当かどうかかわかりませんよ。それは議論すべき要素がありますけれど、一番そうせないかんところは、食塩として堂々と入れて、食塩とうたうというメーカーと、凝固剤メーカーに食塩を大量に入れさせて甘さを出して凝固剤と。これはちょっと不公平的な要素がどうしても残りますから、その辺はもともとのプランでいくべきじゃなかろうかなというふうに私、思いますね。ただ、0.16っていうのは実際、これどういう数字で決まった経過ありましたかね。

村尾議長 これはここの議論の中で、いろいろ凝固剤メーカーさんからの、お話をいただいて。

高木 濃縮したときのね。それが数値が妥当であればそれでいいと思いますけれど、というふうに私、思いますけどね。

村尾議長 ほかに食塩相当量と、この調製豆腐、豆腐の分類についてご意見ありますか。

(間)

青山 表示する義務っていう範囲っていうのは何か決めるんですか。その食塩の量の。入ってるものはすべて表示するという意味ですかね。

梅内 表示はあとで出てきますけども。

村上 粗製海水のように、初めからそういうふうに製造工程上入ってくる場合については表示はしない。ただ、凝固剤メーカーさんのほうでプラスアルファで入れたり、あるいはメーカーで製造段階でプラスで入れたり。そうした場合は、要するに入れたものはきちっと書くべきじゃないかっていう考え方で、その場合は食塩って表示するべきじゃないでしょうかっていうことです。

青山 そうすると、今のお話は、0.16っていう基準をなくすっていう。単純なそういう意味なんですね。

梅内 そういうわけではないです。

青山 だって、粗製海水では表示しなくていいと。

村上 その0.16っていう部分についても当然、もう一度議論という部分では考えておりますけども。

織田 食塩相当量は栄養成分値のほうには表示は義務化されてますので。

村尾議長 それは義務化ですね。

織田 それは数字として出てきます。ただ、一括表示のほうに記載するかどうかっていうこと、記載義務はありませんのでそういうことなのか。

梅内 そういうことですね。

村尾議長 これまでの議論もそうですし、粗製海水塩化マグネシウムを作る過程において、たまたま粗製海水で豆腐を作ったときに食塩相当量が0.16グラム以上になってしまうと。これは考えられることとして一応0.16というふうにしたんですけども、ただ、その場合は一括表示はあくまでも粗製海水塩化マグネシウムですよ。そこに食塩という表記はしない。じゃあ何で判断するかというと、この食塩相当量で消費者は判断するということになるんですね。じゃあ、おんなじ食塩相当量なのに何で原材料表記が違うんだというところはどうしても出てくるんですけど、それはもう、粗製海水の場合は食塩を外に出して書きようがないことです。であれば、これはやっぱり粗製海水自体の塩分濃度、若干高めで作ってあるというふうに解釈をして、そして、しからば味の調

製をしてるといふふうに見なして調製豆腐とすべきではないかというところが従来の議論なんで。

梅内 これまでの議論でしたね。

村尾議長 ちょっとその議論をもう一回やり直すかどうかっていう話なんですよ。

(間)

村尾議長 さっきの梅内さんの説明で、私がどうしても払拭しなきゃいけないんだらうなって思ってるのは、調製豆腐がさも、こないだちょっとお盆のときはやった偽装豆腐。そういうものを感じられてしまうという議論はちょっと払拭しなければいけないのかなと。豆腐、調製豆腐、加工豆腐というのは、あくまでも豆腐の中の分類で、すべて豆腐類に入ってくるわけです。アイスクリームがそれぞれアイスクリーム、ラクトアイス、アイスマルクという中でそれぞれのカテゴリで発展してるということで、豆腐もそういうふうにかテゴリ化することで、カテゴリの中でまた市場が発展していった多様化が進んで、ひいては豆腐の市場がもっと拡大するんじゃないかというところを目指して公正競争規約を作ってるというところも一部分ではありますので、消費者にとってわかりやすい表示にするということと同時に、これはあくまでも豆腐の仕分けをしてるんじゃないんだということですね。そこはこの委員会として強い信念を持って進めないと、そこがぶれてしまうと、恐らくこれからいろんなメーカーさん、事業者さんに説明するときに、豆腐の仕分けをするんじゃないかというような被害妄想的な捉え方をされることは多々あると思うんですけど、そこで委員会がぶれてしまって、じゃあ、結局仕分けができないんでってということで緩和というか妥協したような案になってしまうと、この公正競争規約自体が意味をなさないものになりかねないのかなという気が私はしてるんですけども。もちろん、議論は尽くすべきなんですけども。いかがですかね、その辺。

高木 そのとおりですよ。

(間)

梅内 調べようがないんだよね。

織田 議長のおっしゃる通りだと思います。ただ、先ほど申し上げましたように、業界の関係者の方々のほうにそういった意識が先行してしまってることに対して、例えば区分名を配慮するとかっていうことはこれから考えていかないと、私は加工食品メーカー出身ですので、混ぜ物も全然平気の平左なんですけど、やはり豆腐なるものは大豆と水とにがりからできてるものだというところの根本に立ってる、当然、豆腐屋さん意識があるので、そうすると、そうでないものであるってことに対して、やはり恐怖心は想定以上に業界関係者の方に大きいのかなと。やはりそれに対してのケアをしていかないと、この公正競争規約の普及といいますか、定着には至らないのかなっていうのは個人的に思う次第です。

村尾議長 あと、せっかくこれ、データを取っていただいたんで、冷静にデータを見てると 0.16 を超えてるものという三つぐらいしかなさそうですよね。4 ページ目に初めて出てくるんですけど、82 番。これは弊社の商品なんですけど、だしを加えたもんです。これは魚から取っただしを加えてるので、当然、塩分もだしの中に含まれてるということで、塩分添加した商品ですね。それから 96 番。これはどちら。

織田 これは弊社の商品で、枝豆を入れた加工豆腐に分類されるもの。味つけも食塩でしております。

村尾議長 そうですよ。ですから、これも食塩を加えてるものですね。それから、107番。

織田 これもうちですね。同様です。

村尾議長 そうですね。ですから、0.16を超えるというふうになると、相当食塩を添加しないと、超えてこないという。

高木 そうでしょう。

村尾議長 これから見ると見えてくるので、多少、凝固剤のところでも調製しても、なかなか0.16超えてこないんじゃないかなあというところが。

梅内 この資料ではそうですね。

村尾議長 そうですね。

青山 0.16は全量中に残ってるって前提で計算してますからね。外へ出てないっていう前提。

高木 でも、こないだも社内でちょっとやらしただけど、凝固剤に食塩ちょっと入れて作らせると、簡単に0.16超す。やらしてみた、テスト。ちょっと入れてみろっつって。どのくらいで食塩相当になるか、計算上と実数をみろつたら、簡単に出てきますよ。だから、そんなにえぐいような味じゃない。凝固剤に食塩入れて0.2とか0.25ぐらいのものは全然平気で、濃く食べられますよ。

青山 0.16は影響がないという？

高木 影響は意外と、

青山 そんなに出てない。

高木 0.18だろうが0.2だろうがうわあっちゅう感じの豆腐じゃない。

村尾議長 あと、ちなみにこの7番8番、木綿のところの、8番、9番か。これ、弊社の商品なんですけど、これは原材料名のところに食塩と書かれてます。ちょっと製法上の秘密を明かしてしまいますが。

一同 (笑)

村尾議長 これは大体25キロの塩化マグネシウムを水に溶かしたときに、それに対して10キロぐらいの食塩を入れて凝固剤を調合してると。それを豆腐に通常どおり添加するんですけど、木綿ですから当然絞りますよね。それで結果として0.11ぐらいになってるんで、そういうふうには調製してもこれぐらいにはなるってこと。ただ、この場合はメーカーで調製してますから分類上は調製豆腐というふうになつてるとるんですけど、多少、食塩を入れてもこの程度だということですね。

(間)

村尾議長 ですから、0.16というのが妥当かどうかというのは、ちょっと今日の議論の中でわからない部分もあるんですけど。

一同 (笑)

梅内 そうですね。

村尾議長 食塩を加える加えないで調製か調製じゃないかということはどうなんでしょうね。私としては若干、消費者にとっては不親切なのかな、という気はしてるんですけど。どうですか。今日、凝固剤メーカーさんも来られてますけど。

(間)

吉川 OB ちょうど B 班の吉川です。この凝固剤の中の塩分については、以前に私が計算した資料をお出ししたのですが、それによると、2 通りあります。粗製海水塩化マグネシウムの中に既に塩が入っています。これから出るであろう第 9 版の公定書によると、ナトリウムが 4%、食塩に換算すると約 10% となります。仮に粗製海水塩化マグネシウムの中で 10% の食塩が入っていて、これ使っても計算によると 0.16% 以下です。ただし、規格をはずしてもっと初期段階の粗製海水塩化マグネシウムだとナトリウムリッチで塩化マグネシウムの量が少ない粗製海水塩化マグネシウムができます。現状では規格がないので、そういうものは小企業のメーカーさんの製品から出ている可能性があります。その様な塩分の多い粗製海水塩化マグネシウムを想定して計算しても、0.16% までいきません。その計算がこの前お出しした中に書いてあります。それからもう一つは、塩化マグネシウムに粗製海水塩化マグネシウムと同じ相当量の食塩を添加して、例えば 85 対 15、あるいは 90 対 10、あるいは 75 対 25 の割合のものを計算しても、0.16% までいきません。ということなので、これは最終的には故意に塩味を出してお豆腐の味に深みを持たせるというようなことの目的以外に食塩を添加する目的は、凝固剤としての塩化マグネシウムの緩衝材剤として使われています。塩分が濃くなってくれば緩衝剤としての機能を超えて味のほうに効果が出てくるようなかたちになると思います。そういう議論の中で数値を決められたら良いのではないかなと思います。

村尾議長 緩衝材っていうのは、凝固を緩くさせるという。

吉川 OB そうです。遅らせることです。非常に塩マグ自体の**反応が早いです**。豆乳中にナトリウム分子が入ってくると、先にタンパクと**結合して**じゃまするわけです。そういう緩衝効果があると言われている。

(間)

上田 OB 赤穂化成の上田です。この議論ですね。0.16 グラムの食塩相当量を決めるときに、いろいろ市場の豆腐を調べていただきまして、そのプロセスについてはすごく納得するところなんですけれども、私個人と会社のほうでいろいろ議論すると、豆腐と調製豆腐の違いに食塩相当量があるというのは、消費者にとっては凝固剤の使用実態というのがなかなか見えないんで、ちょっとなかなか伝わらないのかなという意見がたくさんありました。ただ、一つは粗製海水塩化マグネシウムの規格自体がまだはっきり決まってないということですね。ですから、規格寸前なんですけれども、実際、規格化指定添加物になっておりませんので、これまでもにがりメーカーさんも自由に成分は出していいという状況です。それと、いろんな豆腐の成分で、品評会なんかで非常に食塩を使っている実態は見せていただいて、やはりそのような実態のうえで 0.16 を設定するのは私的にはやむなしかなというふうに思っています。ただ、規約についてはこれからも永遠に続くべきものでありますし、定期的に見直されるものということであれば、もっともっと多くの豆腐メーカー様、それと凝固剤のメーカー様ですね。いろんな凝固剤メーカーのそういう原材料の表示のガイドラインを作成していただいてありますし、もっともっと塩自体がまた見えてくると、いろんな書き方が今後あるかなと思いますので、0.16 についてはいろいろ将来も検討していただくということで、現状についてはより市場調査をしていただいて、より納得できる数字のほうで決め

ていただきたいと、そういう気持ちであります。以上です。

村尾議長 ありがとうございます。石川さん、何かございますか、この点。

石川 何でもかんでもということじゃないんですけど（笑）、私が感じるところで言えば、大事なところというのは、完全に栄養表記が新法によって定義づけられているので、そのところに数字は載ってくるので、今回のご提案があったのでよいのかと思います。大事なところというのは、公正競争規約を作ったときに消費者にこの数字の根拠は何だということをちゃんと説明するためのそういった根拠であったり、なぜ塩を使ってるかっていったところ、先ほど吉川 OB さんおっしゃったように、緩衝効果っていうのは知ってるメーカーは知ってます。でも、知らなくて使ってる人もいっぱいいるんですね。そういったようなことも、業界発展のためであるんだっただらば、塩の塩味をつける、うまみを出すための効果であったり緩衝的な効果があるというところを知ったうえで業界全体の技術レベルを上げるためのツールとしてあるんだっただらば、こういったものというのはいいんじゃないかなというふうに思います。

青山 今の技術レベルという話になると、むしろ豆腐がまずくなってるんですね。食塩の緩衝効果を使うためにみんな、先ほど私、ミクロだけでやってるって話しました。そうするとぷりっと張りのある非常にすっきりした豆腐になるんですけど、にがりに緩衝効果、塩カルだとか KCl だとか食塩入れたりすると、どうしても緩衝効果が強すぎて本来の豆腐らしくない食感の豆腐になってしまうんで、技術レベルというんじゃないくてにがりを使うための食塩だけなんですね、今現在やってんのは。

石川 まあ、そうですね。

村尾議長 これ、ここの表にある食塩相当量っていうのは、各メーカーの表示から計算されたものですか、ナトリウム量から。

村上 それは外部の検査機関の分析データを各メーカーさんからいただきまして、「ナトリウム」×「2.54」でやってるということです。

村尾議長 わかりました。ちなみにですけど、61 番の絹ごし豆腐というのは食塩相当量 0.1 っていうふうになってますけど、これは何もメーカーさんのほうでは加えてない？

織田 加えてないと思います。

村尾議長 そうすると、粗製海水塩化マグネシウムだけを使っても、これぐらいの数値にはいく可能性があるという一つの事例にはなるわけですね。

織田 そうですね。

青山 これ変なほうじゃないですか、粗製海水。

織田 変なほうじゃない。

一同 （笑）

織田 失敬な（笑）。

一同 （笑）

青山 どうでしょうかね。

村尾議長 どうでしょうかね。この調製豆腐と豆腐の仕分けというか分類については従来どおりの議論に持つ

ていいような気が私はするんですが、むしろ0.16というのは妥当かどうかという。これでいくと結構、塩分を加えたものじゃないと0.16にはならないということもあるので。

梅内 どうしても残るのは、同じ相当量で調製豆腐になるっていうことは、必ず業者から説明求められることになると思うんです。

村尾議長 そうですね。本来は豆腐製造者が使ってる粗製海水塩化マグネシウムはどういう中身なのかというのをわからずに使って、結果としてこうなってしまったっていうのは、僕はあり得ないんじゃないかなと思うんです（笑）。やはりプロが作るもんですから、プロとして消費者にこういうものを使ってるからこういうふうになるんですよというところは説明できないといけないと思うんです。そういうことを促すためにも、要は豆腐製造者のプロ意識というのをしっかり醸成するためにも粗製海水塩化マグネシウムの中身はどうなっているのかというのを知って使っただけという、一つの一助にはなるのかなという気はしてる。ちょっと逆説的な言い方になって申し訳ないんですが。

(間)

村尾議長 こういう基準を作ることによって、数値基準をしっかりと守ることによって製造者の意識も高まるのかなというところを期待したいんですが。それで、0.16については関西のほうのデータもこれから取るということですので、そのデータを取ったうえで。

梅内 どっか協力していただかないと調べられない。

村尾議長 ですから、今度また日程決めて、関西の調査するときには例えば京都の豆腐組合ですとか大阪の豆腐組合、町店さんについてはそういう大きいところもありますし、それから関西のメーカーもありますんで、そういうところにちょっとご協力仰いで進めたいと思います。

青山 今、粗製海水の、最終確定してないんですけど、やっぱり8%ぐらいというマグネシウムの量で大体決まりそうなんですかね。

(間)

吉川 OB まだ決定されてないんですけども、われわれが知る限りでは、前にお配りいただいた第9版の案、ございましたよね。そのまま提出されているっていうふうに聞いておりますけれども。

上田 OB そうですね。今のも原案どおり、MgCl₂で8から12でしたっけ。もう、それでほぼ決まると考えております。

青山 そうすると、一番食塩が濃くなるというのは、その8%のところが一番食塩の量が多くなるわけですかね。

上田 OB そうですね。にがりの製法にもよるところがあるかもわかりませんが、主成分のマグネシウム、にがりが低いほどナトリウムが濃く溶ける可能性があるということですね。***。

青山 参考にちょっとそこも0.16の比較にするのに8%のときの食塩の量でその最低限を基準にしてもいいかなっていう感じもするんですけどね。

村尾議長 第9版ですよ。

吉川 OB 第9版ですね。第9版は8%案が出ていましたが、12に戻っていると思います。

村尾議長 戻ってます。私の手元の資料だと、これ、最近インターネットからダウンロードしたものです。

吉川 OB そうです。最近のものが正解だと思います。

村尾議長 そうですね。塩化マグネシウム、 $MgCl_2$ 、95.2、率として12%から30%。

吉川 OB そうですね。

青山 そうすれば、その12%でのすごく食塩の相当量、普通の濃縮してった、膜だとかそれで違うんでしょうけども、普通に濃縮していったときの食塩量を基準値に持ってくとかっていうんだったら、にがりメーカーさんと豆腐屋さんとの整合性が取れるっていう基準かなと思いますけど。

上田 OB そうですね。いろんな市場の調査も進んで、凝固剤の成分もどんどん明らかになれば、おのずとその辺ははっきり見えてくると思います。

青山 まだ時間がかかる感じですね。引き続きでいいですか。

村尾議長 ですから、12%から30%っていうと相当幅が広がって、ナトリウム量としては4%以下というふうの規定されてても添加量が変わってくるということですよ、使う凝固剤によってね。添加量が変わってくれば、当然、添加が多ければ食塩相当量も増えてくるという。実際には豆腐メーカーさんに卸してるものってのは何%ぐらいのものを使ってるんですか。

(間)

吉川 OB 前の会議のときに申し上げたと思うのですが、大体15が平均じゃないかと思うのですよね。15から18っていうのもございますけれども。比較的、大手さんのは大体そんなものだと思うのですが、離島だとかそういうところを出しているようなものは少し低めだと思います。

(間)

上田 OB 私どものにがりはいろいろ豆腐メーカー様のニーズあるいはコスト、それと輸送上のメリットとか使用量を鑑みて、大体、弊社では $MgCl_2$ で17%から19%ぐらいのものがほとんどになります。昔はもっと濃いものをお出ししてた時期もあるんですけども、そうなるとほとんど $MgCl_2$ だけでナトリウムとかカリウムとかカルシウムは0.何%ということになると、非常に豆腐としては面白くないものになるとのことで、 $MgCl_2$ を多少下げてコントロールすることで、ナトリウムの多いものとか、あと、その他いろいろ濃縮工程で成分の調整も可能でございますので、一番17%から19%ぐらいが製法上いろいろ取り扱いがしやすいというような背景がございます。

(間)

村尾議長 この会議は凝固剤の話になると随分議論が長くなるという傾向が。

一同 (笑)

村尾議長 引き続きB班の提案で2番のところ、凝固剤及び消泡剤の表示についての議論というのがありますので、ここについて、また梅内さんのほうからお話しいただいて、それに基づいて議論を進めたい。

梅内 凝固剤は、その前に、3番に。先ほど濃いついていう表現の根拠ということで。先ほど、10%を9.5で提案したいっていうふうなお話をしたんですが、9.5で、これはわれわれというかこっちで考えたんですが、9.5であれば2%程度上乗せして11.5と。それについて何でかっていう話なんです、濃縮するとか何とかっていう大手のメーカーは置いて、街の豆腐屋さんにはBrixで13、14なんていう豆乳がないとこういった表現ができないっていうふうに言わしていいものかなというふ

うなことで、2%程度足して 11.5 ぐらいで濃いっていう表現していいのかなというふうなご提案です。

村尾議長 今、11.5%、当初の案が妥当ではないかというようなお話でしたけども、どうなんでしょう、実際、この表を見ていただいて。これ、これまでの議論で木綿については濃いだとか薄いだとかっていう表現、使わないという議論でしたよね。木綿の場合は絞ってしまうので濃い表記はしないというようなことでしたけども、絹ごし、充填、おぼろについては濃いというような表現をするっていうことでしたので。

(間)

梅内 ほとんど濃い豆腐になる。

村尾議長 そうなんです。これも私見て一番思ったのがそこで、ほとんどメーカー系の商品もそうですし、町店さんの豆腐もそうなんですけど、11.5 だったらほぼ濃い豆腐になってしまうんですよ (笑)。これはちょっと任意表示としては基準が低すぎるのかなっていう気が。

一同 (笑)

村尾議長 濃いという表現がしたい人がする表示ですから。

高木 もともとこんな 11.5 やったかね。

青山 最初濃いですよ。

高木 いやいや、これを決めたとき。

村尾議長 固形分で、皆様のご意見を伺って、御社ではどういうふうに、どれぐらいの固形分で作ってますかというような話を聞いたときに、大体 11.5 以上ということ。多分、各メーカーさん、範囲はあると思うんですよ。でも、最低限のところが多分、11.5 とかって決めてられるのでそうしたんじゃないかなというところなんですけど、このデータ見ると (笑)。

高木 あかんわ。

村尾議長 全然普通のスペックの豆腐でも 11.9 とかありますからね。

梅内 これ、データ見ていただいて。

高木 再検討やね、これは。

梅内 どうなんですかっていう。西日本のほうも調べますんで、これから。その中で。

村尾議長 この中で濃いという表現をしてる豆腐はどれなんですか。

村上 4 ページ、あ、充填豆腐、

村尾議長 60 番。

村上 64 番もそうですね。

村尾議長 64 番ですね。

村上 それから 4 ページ目の 81、82、86、それから 93 ですね。

高木 すごいね、16.3 なんてのがありますね。

村尾議長 95 もそうですね。

一同 (笑)

村尾議長 95。

村上 96。

村尾議長 それから、後ろのほうの 105 番か。それから町店さんのほうは商品名が書いてないですね。

梅内 今回いただいたサンプルの中でもそういう表示のものはなかったです。

村尾議長 見ると、固形分としては一番低いのも 12.1 ぐらいですか。12 はいってますね、大体ね。濃いものだと 16 とかありますもんね。

村上 16 はちょっと。

青山 やっぱ、12 とかなった場合は作れるのかな。

(間)

川田 東京都川田です。遅れて申し訳ないです。正直、作れるは作れますね。町店、基本的に連続して作らないですし、地方のところ以外、基本的に関東圏内ないし関西も大阪、京都は充填が少しあるのかな。ぐらいで、あまり、そうですね、Brix で申し訳ないですけども、13、4 は基本的に皆さん超えてると思うんですよ。結局、町店のお豆腐屋さんのデータも固形分っていう表示になると、基本的にやはり 11.5 前後は確実に超えてらっしゃる。あと、恐らく舌ざわり、基本的に重点的に置いているので、恐らく固形分 11.5 ないし 11 前後はそこまで濃くしないで舌ざわり重視に置いているお豆腐屋さんなので、あんまり町店としては濃厚っていうのは、そこまでは気にはしないと思う。基本的に、恐らく絹ごしに関しては、町店の方は舌ざわりを気にする方がほとんどだと思いますので、あまり濃度という点に関しては、そこまでは興味持たないと思うんですよ。

梅内 やらなくてよくないですか(笑)。それならそれで。

村尾議長 ほかに皆さん、濃い表示について。この調査結果を見たらうへでご意見等がありますか。

石川 調査結果見れば、じゃあ、濃いという表現って要らないんじゃないの？逆に規定してしまうとまずいよねって話。豆腐業界の中の慣例的に言えば、かつては Brix で言うと 12。13 あると濃いよねっていうのが当たり前としていわれた時代から、絞り機の進歩もあって、13 で出すのが大体当たり前。凝固剤の種類もにがりのほうに移行してる中であるんだっただらば、13 で言えば 11.5 ですね、固形分で言えば。それが当たり前になってきたときに、濃いということで差別をするっていうことが逆に言うとメリットにならないんだっただらば、ここで言うところ規定をしないほうがいいのかなど。またさっきの話になるんですけど、逆に言うと固形分を書いて数字で表現して消費者の人に判断してもらえるような客観的データのほうが優れた方式じゃないのかなというふうに感じます。

村尾議長 今の石川さんの意見に対して皆さん、どうですか。

高木 これ、村尾さん、もともとちょっと 11.5 できてる？この濃いうんぬんは。

青山 今、彼が言ったようなことなんですよ。

高木 それで、やっぱ、これ、濃い絶対必要です。というのは、この豆腐協会以外でもいろいろ問題点出てる中、濃いつてのは出てるんですよ、食品の中では。やはり、固形分表示でいいんですけど、消費者を惑わす意味で A 社が濃い絹ごしを出した。隣のライバルの併売 B 社が薄いのも濃いつて出した。じゃあ、消費者、どちらがどうだという判断がこれ、迷いますから、ある程度の区別は当初決めましたように要ると思います。その辺のルールを数字的にどうするかっていうのは、

これ、当然、今、数値見たら 11.5 ぐらいじゃあ、どこも 11.5 に引っかかりますから、いくつ以上かということはこれ、ルール決めないかんですけれど、濃いという表示の明解性は要と思います。

村尾議長 ほかに皆さん、いかがですか。どうぞ。

織田 11.5 のお話、高木さんのほうからいただき、記憶を思い起こしますと、さとの雪さんのほうが東西、濃い表示関係のサンプリングを一度していただいて、その中で一部のメーカーさんで 10 そこそこで濃い表示っていう商品があるよと。こちらのほうがあるから確か 11.5、決めなきゃねっていう話になって、じゃあ、みんな濃い表示の商品ってどのぐらいで作ってんの。で、濃縮かけてる大手さんとかうちのように普通に絞り機で濃く出してるところとかっていうのを見たときに、11.5 ぐらいが足切りラインとしていいんじゃないかっていうふうに決まったというふうに思い出しました。確か 1 社さんか 2 社さん、ものすごく低かったようなことがあります。

村尾議長 うちで調べました。

一同 (笑)

青山 濃いつてのは固形だけじゃないけどね (笑)。

村尾議長 ほかにございますか。これはもともと公正競争規約の趣旨としては消費者の優良誤認をどうやって防ごうかというところはしっかり決めていかなきゃいけないというところで、これ、豆腐に限らずいろんな食品で濃いというような表現が消費者にとってはそれが価値の一つになるというようなことに使われてますので。豆腐も濃ければいいってもんじゃないという議論は当然あるんですけども、一般的な理解としては、やっぱり濃いものもいいんじゃないかという理解もあるだろうということで、じゃあ、濃いという表現をする以上はきちんと数値的な根拠というのを示して、それをもって消費者に判断してもらおうということで、先ほど、石川さんのほうから濃いということ書かなければいいんじゃないかというような話が出てきましたけども、これ、メーカーのほうでどうしても濃いか濃厚とかっていうのを書きたがるという傾向にあって、これを、じゃあ規約の中で禁止用語にするっていうのは、ちょっとこれはいきすぎなのかなと。

一同 (笑)

村尾議長 濃いと書くなというの。じゃあ、書いてもいいけど書く場合はこういう基準でもって書いてねという任意表示ですね。だから、これ、義務表示と違うので、あくまでも任意表示ですから、ちょっとハードルは高めに置いといたほうがいいんじゃないかな。そうじゃないと差別化する意味がありませんので。この 11.5 だと若干ハードル低すぎるんじゃないかなと。消費者が食べてもあんまり違いがわからないんじゃないかなというところもあるので、これは思い切ってハードルを上げてもいいんじゃないのかと私は思うんですけども。

高木 この数値でいくと 13 ぐらいか。 (笑)、ざっくりが。12.5 とか 13 とか。

村尾議長 13 はかなり濃いと思う。

一同 (笑)

高木 13 は濃いか。

村尾議長 というのは、もう一点お話ししようと思ったんですが、今、全固形で調べてますよね。これ、最

終的には凝固剤ですとか消泡剤のぶんを計算値で引いた大豆固形分というところで確立はしたいとは思ってるんですけども、

青山 0.2 ぐらい。

高木 この調査、固形分表示は全固形ですか。

村尾議長 全固形です。全固形しか測定ではわからないので。だから、やり方としてはあらかじめ一般的に使う凝固剤だとか消泡剤の量で 100 グラム当たりどれぐらい使うかという、この固形分計で測っておいて、それを計算式で引いてくださいねというようなやり方になると思うんですよ、メーカーさんには。だから、メーカーさんで全固形測ってください。で、全固形から凝固剤だけを使ってる場合はこの数値を引いてください。消泡剤も使ってる場合はその数値を引いてくださいとして求めたものが大豆固形分ということになると思うんですけども。

村上 凝固剤の乾燥重量から。

村尾議長 そうですね。

高木 昨日これ、村上さんどこで出されたわけでしょう。

村上 これはうちで出したのじゃなくて、各メーカーさんが外部の分析データをうちのほうでいただいて集計させていただいたと。

村尾議長 じゃ、これ、データだけ集めたんですか。わかりました。そうでしたね。

村上 マル「2」の町店さんのデータは直接豆腐で固形分の測定をさせていただいたと。

村尾議長 じゃ、わかりました。B 班の方って大変作業が多くて恐縮なんですけど、次のステップとして凝固剤とか消泡剤ですね。これを一般的に使う適量というのはどれぐらいか今、わからないんですけど、これの固形分をそれぞれ。

村上 それ、大豆固形分を出す計算式みたいなものですね。

村尾議長 そうですね。それをある程度オーソライズしたうえで関西のほうも引き続き調査をしていただいて、それで関東のデータと合わせてそこから凝固剤、消泡剤等の固形分を引いたときに大体何%ぐらいになるのかということですね。

梅内 わかりました。

村上 その中で、木綿豆腐とそれ以外の充填とか絹ごしの場合と、ちょっと絞って逃げる部分をどう見るかっていう部分があると思いますので、充填豆腐とか絹ごし、寄せ豆腐ぐらいはそのまんま逃げるものはないというふうにして考えればある程度できると思いますけど、木綿はどのくらい脱水するかという、その脱水率をどう見るかという話になりますから。

村尾議長 各社によってばらつきありますもんね。

村上 ですから、木綿豆腐の場合は、例えば 0.2 とか、そのぐらいの数値に見なしていくしかないのかなという気はするんですけど。それも B 班としての案を出します。木綿、こういうふうな考え方でこういう計算でいかがでしょうかという。それぞれによって、ちょっと木綿のほうは非常に難しいと思うんです。

村尾議長 そうですね。おっしゃるとおりだと思います。

青山 凝固剤の種類の方が影響、いろんなものが。

村上 そうですね。

青山 流出するのは大豆成分。

村上 ええ。

(間)

村尾議長 やっぱり青山さん、これ、凝固剤の種類によって木綿なんかで絞ったときに、その保水性の高さの違いによって流出量が違ってきます？

青山 カルシウムだとかは残り率高いと思うんですけど、塩化マグネシウムの場合は逆に流出しやすい。

村上 1丁当たり、どのくらいどうですか。そういう話。

村尾議長 相当細かい作業になって恐縮ではあるんですけど、ここをきっちり作業しておく、何でこの数値に決めたんだというときもしっかり説明ができると思いますので。それと、将来、基準の見直しっていうことになったときにも、こういうデータっていうのは生きてきますので、ちょっとお手数をおかけしますが、引き続きお願いをしたいと思います。それで、事務局のほうにお願いなんですけど、これらのデータ、インターネット上での公表は控えていただきたいんですが、非常に大切な資料ですので、ナンバリングをして保管のほうをよろしくお願いします。元のデータがあれば紙ベースじゃなくてデータで事務局のほうにもお渡しいただいていると思うので。では、引き続き凝固剤の議論ですか。

一同 (笑)

村尾議長 手短に。

織田 お手元のほうに細かい凝固剤、消泡剤のリスト。これ、いただいたものです。それから、「●」のついているこの食添、添加物メーカーに対する表示要望案。この二つ、お手元に置いてください。この一覧を見ていただければわかりますように、私、豆腐業界、素人でございますので、非常に種類が多い。それから細分化しますと開示される成分というのは凝固剤、消泡剤ともに多いもんだなというふうに思いました。その段階でふと思いましたのが、公正競争規約の施行規則のその他食品添加物以外の原材料、3番、豆腐用凝固剤、4番、豆腐用消泡剤の規定のところ、包装にすべての物質名を記載しきれない場合には別途表示基準に定める方法等により自社のホームページ等で情報を公開すべきものとするというふうに記載がされてるんですが、さてさて総論はよくても各論で見たときに、これをホームページ上で製品ごとに使用アイテムごとにこれを書ききれかどうか。立ち上げは楽しいので誰でもやるんですが、じゃあ、更新をする、あるいは豆のコンディションに応じて切り替えるっていったときに、ホームページの更新が追いつくかどうかというところが、今日この場で議論すべき内容ではないかと思うんですが、ちょっと各論へ入ったときに難しいんじゃないかというところを上程したいと思います。実は知り合いの2、3の豆腐メーカーさん、そこそこの大きさの豆腐メーカーからヒアリングしたところでも、ホームページの更新すらもうここ数年行ってないというような。

一同 (笑)

織田 ところもありまして、石川さんのようにまめにやられてるところは。

石川 いえいえ。

一同 (笑)

織田 この商品いいですねと言ったら、もう10年前に廃番にしましたというような。この状態ですとちょっとここの。とはいえ、方法論としてあるとしても、ここで書きちゃうとこれを守らないといけないということになりますので、ちょっとここは見直しが必要かなというふうに思ったしだいです。これ、継続して吟味いただけたらと思っております。

高木 ホームページ一生懸命なるよ。

一同 (笑)

織田 最近ではホームページも業者に頼まなくても打ち込み修正できるオプションがありますけど。

村尾議長 昔に比べれば楽になりましたよね。

織田 古いホームページはそのままビルダーに頼まないといけないところもあるんで、そういったところを考えますにちょっと工夫が必要かなと思います。それから、表示の部分で、これはご提議いただいたんですが、素案の中では凝固剤、それから油脂等を記入していく。あるいは消泡剤については第1代表の部分を入れておけばいんじゃないかっていうようなところで立てたんですが、本来これは添加物であると。食品素材等は別記の表示ではなかろうかというご提議いただきました。実際、トップバリュさんのプライベートブランドのほうでは分解して一括表示の中に表示順位、原材料、食品添加物等々に区分して書かれているケースがあります。これは恐縮ですが親会社のほうの表示専任のほうに確認しましたところ、特に規定はないと。当然もともとキャリーオーバーうんぬんというお話でございますので、その書き方について規定はないというところで、これは業界のほうで決めればいいのではないかと。つまりは凝固剤、括弧、塩化マグネシウム、グリセリン脂肪酸エステルというような書き方でもこの業界で決めたということであれば問題はなかろうかということでございますので、ここでご報告申し上げたいと思います。最後に、論点として言っとくところは、消費者さん等にご意見を伺いたんですが、この細かいリストの消泡剤のところをご覧いただきたい。多少大きいので見えるかと思うんですが、各製造メーカーさんのほうで割と物質名もはっきり書いていただいて、それから外装等に構成比も書いてあるものが大半でございました。これ、業界の基準かなと思ったんですが、その中で食品素材という言葉で大きくくりされているものが結構ありまして、このところは何うと油脂系のものであろう、あるいは、であるというようなご意見が多かったんですが、そのところが配合特許があるのかどうかはちょっと存じ上げないんですが、現在、弊社が手に入ったそういったものの中ではこの表示のものも結構ありまして、消泡剤、括弧、食品素材って書くにもいかないもんですから、どうしたものかというところが前回の分科会での議論でございます。以上でございます。

村尾議長 ありがとうございます。ですから議論するべき点としては3点。まずはインターネット上の表記というのが十分行えるかどうかという点ですよね。それと2点目が何でしたっけ？

織田 一括表示のほうの確認。

村尾議長 一括表示にとれぐらい書くかってとこですか。

織田 いや、この書き方でいいよってことのご報告です。

村尾議長 それと消泡剤の中身の表記の仕方として食品素材とか食用油脂、これがよいかどうかと。ところ

ですね。これも過去、議論したこともありますが、結論が出ないまま本日まで進んできてるものだと思います。まず、じゃあ1点目の一括表示に書ききれない部分についてはインターネット等、ホームページで情報開示するというこのことについてなんですけども、これについて皆さんのご意見、いかがでしょうか。何かございますか。

(間)

村尾議長 ないですか。

(間)

村尾議長 自社のホームページ等で情報開示するというこのことについては、食品表示法でも今回の平成28年の新食品基準からできたことであって、これは何に対して適用になったかという、製造所固有記号ですね。製造所固有記号を用いる場合に複数の工場で同一の製品を作ってる場合にそれがすべての工場名を書ききれないということで、固有記号で表すことも可というふうにはなったんですが、ただ、冷凍餃子事件等であったように、それが消費者にどこの工場で作ってるかというのが伝わらないと。じゃ、これについてはQRコードを用いて消費者に情報開示をしていくという方法も一つあるんで、それも併用するというこのこと新食品基準には明記をされたわけですね。そういう方法を豆腐の公正競争規約でも導入しようというこのこと、今回、施行規則の中に書かせていただいたんですが、おっしゃるとおり、ホームページの更新すらままならないという事業者さんもたくさんいるわけですから、これ以外の方法が何かあれば。ちなみに、製造所固有記号についても自社のホームページで開示する以外にお客様相談室等の電話番号を書いて、そちらに知りたい方は問い合わせをしていただく。要は消費者の能動的なアクションによって何らかのかたちで情報開示ができればいいということだと思うんで、規約を書き直して自社の問い合わせ電話番号等を記入して、そちらで問い合わせがあった場合には回答するというのも加えれば、今のは問題は一つ解決に向かうんじゃないかなという気はするんですが。

高木 そうですか。その固有記号、そういうふうになりました？電話番号でもOK？

村尾議長 必ずどちらかは書かないといけないというふうになってるんですよ。

青山 グリセリン脂肪酸エステルといった、このモノとポリについて、これはこの文章の中では両方書く必要がないって意味？書いたほうがいいという意味なんですか。2種類、消泡剤と凝固剤に入ってるという意味ですよ、二つ。

織田 言葉足らずで申し訳ありません。モノとポリの違いがあつてというようなご意見があつたというふう聞いております。ただ、分科会の中の議論ではモノ、ポリうんぬんを書き込むというよりも、そもそも凝固剤の成分、それから消泡剤の成分、あるいは消泡剤の有無すら書いてあるかどうかというところが疑問視される状況の中で、まず書くということが重要ではなからうかという結論。そこに至るまでの前文として書いたようなことでございます。ちょっとわかりにくくて申し訳ありません。

青山 消泡効果としては、大体もうグリセリン脂肪酸エステルでいいと思う。このポリグリでっていうのは乳化剤として、目的ですよ。用途が違う。

村尾議長 そうですね。

男性？ それをどうするかっていうご質問があった***。

村尾議長 モノグリセリドのほうはかつて健康オイルみたいなんで使われてた油脂の種類ですよ、モノグリ。あと、剥離剤なんかでも使われますよね、モノグリ系はね。

(間)

村尾議長 確かに消費者はどこまで知りたいかということだと思うんですけど。

青山 片方だけで済ましちゃうのかどうかっていうね(笑)。

織田 すいません、よろしいですか。表示の原則としては、例えば同じ物質が二つの箇所に使われたとしても、使われている目的、用途が違うのであれば併記してそのポジションに書くというのが基本でございますので、デザインする立場としてはつらいですけども(笑)、それぞれに応じてその書き方をする必要があるのではなかろうかと思います。

青山 書いたほうがいいですよという意味ですね。

村尾議長 用途、目的が違った場合にとのことですね。

織田 そうです。

(間)

村尾議長 じゃあ、1点目は先ほど私のほうから申し上げたような電話での問い合わせとか、お答えをできるようにするというふうに施行規則の文案を変えるということでもいいですかね。はい。じゃあ、2点目の一括表示に記載する内容、

(間)

村尾議長 例えば合剤の場合は合剤というふうに書くということですか、これは。それとも合剤の中身を書く？

織田 すいません。ミッションとしては、Bチームとしては原材料メーカーさんへの推奨表示方法というところだったんですが、これの裏に一括表示。メーカーが一括表示を書くときはこんなイメージだろうと。それにはこの表にある原材料メーカーさんの表示の書き方を推奨すべきではなかろうかというところで。

村尾議長 その表示例が実際の書き方ですね。

(間)

青山 凝固剤として、この3番の乳化にがり製品というのは、これは例えば完全に乳化してないもの、分散してるものも含めてということで、そういう製品ってなったんですかね。

村尾議長 これは表示は便宜上、ここは乳化にがり製品って書いてあるだけですよ。

青山 表示のときに乳化にがり製品として書いて、括弧で書くわけじゃなくて、表示するところは右側の欄ということですね。

村尾議長 そうです。にがり、塩化カルシウム、脂肪酸グリセリンエステル、植物油脂って書いてあるのが3番ですよ。

織田 はい。

(間)

村尾議長 以前、この凝固剤の議論をしたときに、確か吉川OBさんのほうからあったんですけど、凝固剤

と凝固剤製剤というのがあって、それは明確に区別したほうがいいんじゃないかなっていうお話もあったように思うんですけども。ですから、乳化にがりのようにいろいろなものを調合して製剤としたものは、凝固剤製剤というような書き方をするという案も一つあるんじゃないかなという。

(間)

村尾議長 どういう書き方がいいかですが。

高木 いいですか。消費者から見れば凝固剤は凝固剤なんですよ。で、その凝固剤の成分が何かということがわかればいいわけですよ。それは凝固剤だろうが凝固剤製剤であろうが、そんなことを言われても消費者はわかりませんから。一番ポイントは何回も言ってますけど、この乳化にがり、ほかのものの凝固剤はそのままの凝固剤が何%あったり何%入ってるか入ってないかだけですけれど、将来的に見ましても、乳化にがりはまだまだどんどん変遷する予想に基づいたほうがいいんですよ。今まではこうでしたけど、これからはまだまだここは変わり得る要素はたくさんありますから。だから、この部分は明解に順番、3位まででしたか、そういう書き方するというふうに決めたわけですけど、これは明解にしといたほうがいいと思います。あくまでも凝固剤は凝固剤でいいです。凝固剤で何が使用されておるかということでもいいと思いますね。以上です。

村尾議長 確か、これまでの議論の中では上位3位かつ10%以上で書くということですね。

高木 そうです。

村尾議長 それでいくといろんなそのあとについでる表なんかで見ると、大体二つの物質、多くて三つの物質を書けば十分足りるということになったかと記憶してます。

青山 いいですか。凝固剤のこの乳化にがり製品のところなんですけども、脂肪酸グリセリンエステル、なん%って書いてあるんですけど、それ、A社さんのやつは、グリセリン脂肪酸エステルったら当然、乳化剤ですよ。でも、A社さんのに入ってるリシノール酸エステルみたいのはこれじゃないという言い方してるんですけども、そういうのはどういう。

村尾議長 いろんなタイプがあるんです。

(間)

村尾議長 その後ろについでる細かい表の中にどっかあるんじゃないか。

高木 あんまり細かすぎて見えない。

一同 (笑)

村尾議長 B社さんの商品なんかそうですね。プロピレングリコール脂肪酸エステルが26%、27%あって、グリセリン脂肪酸エステルが7.7%ですね。

(間)

村尾議長 あと、A社さんのは18番ですか、植物性油脂が頭にきてますよね。一番多いのが植物性油脂で36.9。から、塩化マグネシウムが36.60。グリセリン脂肪酸エステルが2%ということで、これ、先ほどの規定でいくと植物性油脂と塩化マグネシウムを書くということですけど、凝固作用があるのは塩化マグネシウムですから、凝固剤、括弧、塩化マグネシウムというふうに書いて、そのあとに食塩水。

青山 これは実際の商品から転記している？

村尾議長 これは品評会に出されてる商品安全データ資料。

青山 A社さんはリシノール酸エステルについてグリセリン脂肪酸エステルじゃないという言い方してるんですけど。

村尾議長 でも、これ、A社さんの仕様書から出してるので。

織田 弊社へのデータはグリセリン脂肪酸エステルで提出されてます。

 (間)

村尾議長 あと、思うのは、基本的には凝固剤というあとに書く物質っていうのは、凝固作用のある物質が一番にくるといえるのはいいんですけど、グリセリン脂肪酸エステルは当然凝固作用があるものではないので、こういうふうに併記していいものなのか、それとも括弧書きでグリセリン脂肪酸エステルを含むとか、植物油脂を含むとかという書き方がいいのか。

織田 先ほどご説明しました、最終的にもう一度確認しておきたいと思いますが、表示の担当の者に確認しましたところ、凝固剤の中のキャリアオーバー成分でございまして、その中に含まれて書くことについては問題なからうと。続けて書くか、トップバリュのように分解して書くかは今の段階ではメーカーさんのコンセプトといたしますか、表記の方針に沿うかたちというふうに聞いております。

井出 すいません。ちょっと話になかなかついていけなくて変な質問かもしれないんですが、織田さんに確認したいんですけど、この資料の見方なんですけど、表の原材料メーカー表示、商品名があって、物質名と割合書いてあります。その裏の商品への表示例と書いてあるんですけど、この違いをちょっともう一度教えていただきたいんですけど。

織田 すいません。Bチームへのミッションとしましては、原材料メーカーさんに製品あるいは仕様書への表示方法を考えなさいよっていうミッションだったものですから、今現在の表示の状況は品評会に提出いただいたこの一覧表から確認をしていきました。それで、それを何種類かの一例を凝固剤という名前でも何例かこの一番左端に書きました。それに相当する原材料メーカーの表示とわれわれユーザーの商品への表示を兼ね合わせて考えたときに、商品の表示はこういう書き方はいかがかなと。それに応じて原材料メーカーさんのパッケージあるいは仕様書への表示はこのところではどうかなというような書き方でございます。

村尾議長 ここは凝固剤製品についての表示。

織田 そうです。

村尾議長 それで、この裏面は豆腐にしたときに、

織田 こんな感じでしょうと。

村尾議長 一括表示のところに書くときの書き方。

織田 はい。

井出 わかりました。そうすると、裏面は要するに豆腐の表示ですね。

織田 はい。

井出 そうすると、ちょっと細かいことですが、凝固剤スラッシュにがり何々とか、スラッシュつ

てちょっとややこしいと思うんですが、今、その食品表示法で食品と添加物を分けるときにこういうスラッシュを使うというのが多分あるので、

織田 すいません、これは以前にいただいた資料でスラッシュが入ってたもんですから、スラッシュを例に使っただけで、括弧であろうと二重括弧であろうと構わんと思います。

井出 そういう意味ですね。わかりました。

村尾議長 今の食品表示法にのっとれば、凝固剤、括弧でしょうね。塩化カルシウム、脂肪酸グリセリンエステル、植物油脂。

井出 すいません。それでしつこいようですけども、3行目の例えば凝固剤、括弧にがり、括弧塩化カルシウムが何々の一番後ろにある植物油脂については、ここに書いてもいいし、食品なので分解して前に書いてもいいということで、現時点では理解してるということでもよろしいでしょうか。

織田 現状では実際、告知がない状況ですので、食品表示法にのっとったかたちで、書き方自体は各メーカーの表示方針に沿ってるっていうふうに聞いております。凝固剤は塩化マグネシウムだけでなければならないという考え方であれば、食用油脂等は原材料としての表示のほうに繰り上がってくるということになります。

梅内 そうですね。

(間)

村尾議長 具体的な表記の仕方についてはのちほど表示マニュアル等のところでもふれてくると思うので、今回の議論を元に原則としての表示方法を決めて、それをマニュアルに幾つかのパターンで明記するということになります。それから、あともう一点。食品素材とか食用油脂という書き方がどうかという議論がありましたが、これについては同じくB班のミッション、豆腐用凝固剤、消泡剤の表示ガイドラインということで、これは豆腐業界として凝固剤業界に対してこういう表示をしてくださいというようなガイドラインを作りましょうというような発案のもとで作るものでございます。それで、これ、凝固剤メーカーさんに業界で決めてくださいと言ってもなかなか決められない現状も、塩業界ですとか凝固剤業界ではあるようなので、そうであれば、われわれユーザ側がある程度、こういうふうな表示の仕方をしてくださいという申し入れをしっかりと、それをガイドラインとして凝固剤業界さんにご利用いただくということのほうがいいんじゃないかということで、これについては後日、のちの委員会でもまた議論をすることになってますので、そこで時間を取って議論したいと思いますので、今日はこの議論はしないということでいきたい。では、今、15時50分でございますので、16時まで休憩ということで。

(休憩後、後半)

村尾議長 それでは、お時間ですので再開したいと思います。先ほど、10月と11月の日程ということで会場のほうを確認しましたら両方とも月曜日が空いてないということでしたので、翌10月24日、それから11月28日、いずれも火曜日なんですけど、皆様ご都合いかがですか。じゃあ、これできりあえず決めてよろしいですか。じゃあ、10月24日と11月28日とします。それから、先ほ

ど B 班の議論のところをやった公正競争規約の施行規則の共有すべき情報が多い場合ですね、容器包装に記載しきれない場合、よくよく見ると、別途、表示基準に定める方法等により、自社のホームページ等で情報公開すべきものとするというのがあるので。

織田 微妙ですけどね（笑）。

村尾議長 これは別途、表示基準の中でお客様相談室の番号を表記するとか、いくつかの方法っていうのを提示すればいいのかなど。施行規則の情報はこのままでも大丈夫かなと思います、そういう対応でお願いしたいと思います。それでは続きまして、今度は小規模製造小売事業者における店頭表示の特例というところで、A 班のほうから発表したいと思います。で、お手元の資料ですね。

（間）

村尾議長 まず、豆腐公正競争規約設定委員会委員長報告、小規模製造小売事業者における店頭表示の特例についてということで、レジュメが 2 枚あると思います。これに沿って。現行の食品表示基準で、加工食品の販売形態ごとの適用基準というのがございます。これがどうなっているかというところをまず確認させていただきますと、この表にあるとおり、まず、容器包装され、製造場所以外で販売包装される場合は、これ、食品表示基準にのっとってさまざまな表示をしなければ、パッケージに表示をしなければいけないということなんですね。それで、次にマル「2」番。容器包装され、製造場所で直接販売される場合。これは町店さんに多い形態だと思いますが、この場合は「●」が書いてありますけど、「●」の場合は表示義務適用対象だが、義務表示とする表示事項を限定するものと。ものによっては書かなくてもいいよということがあるということです。それから、あらかじめ容器包装されず、販売される場合。これは容器に入っていないわけですから表示義務がないということで「×」になってます。注 1 は無視していただいてもいいです。それからもう一つ。設備を設けてその場で飲食させる場合。これは飲食店の場合ですから、これも表示義務はないということで、こういうことが前提とあります。それでは、先ほどのマル「2」番にありましたけれども、表示義務適用対象を細かく見ていくとどうなのかというのが表の 2 番でございます。これちょっと間違っております、この原料原産地のところですね。これ、容器包装され、製造場所でのみ販売されるものも「●」になってますが、これは表示義務はありません。新食品表示基準においても、原料原産地については容器包装された場所で製造直売される場合には表示義務はありませんので、これは空欄というか「×」にしといただければと思います。で、栄養成分表示については、どちらについても一応表示義務があるということで、こういう前提があるんですね。ところが、今、この目的というのは何かというと、次のページにいくんですけども、いわゆる街のお豆腐屋さん、町店さんですね。豆腐を客の注文に応じてその場で切り分け、その場で簡易包装するような販売形態でない限りは、たとえ製造場所で販売する場合であっても、ほとんど表示はしなきゃいけないというのが現状なんですね。現行法でもそうなるということなんですけど、実際なかなか難しい場合があるでしょうと。っていうのは、町店さんの場合は、その日の豆の状況だとか天候の状況なんかで豆を変えたりとかそういうこともあるでしょうし、細かく今月はこういういい豆が入ったからこういう商品でいくなんていうことで、シール対応できる場合もあるでしょうけれども、なかなかシール作りもコストがかかりすぎるだとか、そうい

う問題もあるので、この公正競争規約においては、これちょっと消費者庁と調整できるかどうかはわからないですけど、法律を緩和するような基準になる可能性もあるので。ただ、現状の町店さんの状況を鑑みて、一つは、わが国に多く存在する家族経営に近い小規模製造小売事業者の現状に鑑み、2番目として、小規模製造小売豆腐事業者の事務負担、コスト負担等を可能な限り低減するというのと、もう一つは、対面販売においても消費者の合理的な商品選択に資する表示方法を確立するというので、その三つの目的のもとに、小規模製造小売事業者の店頭表示の特例というものを定めていっていいんじゃないかと。これ、かなりチャレンジングな内容なんですけど、ちょっと法律でこう決めてるのにそれより緩い基準とは何事だということなんですけど、日本の豆腐文化を守るという大きな目的のもとに、ちょっとチャレンジしてみようかなあということでございます。で、この小規模製造小売事業者という概念は、実は法律にはございません。小規模事業者とかいう概念はあるんですけど、製造小売というのがつくのはないので、新たに定義を作ろうじゃないかということで、この定義を作ったのが2番でございます。この規約で小規模製造小売事業者とは、前項に掲げる事業者であって、かつ以下の要件すべてに該当する事業者をいうことで、常時使用する従業員の数がおおむね10名以下である。それから、自社の所有する製造所に隣接または近接して販売所を有すること。3番は他者の小売店舗等への販売を行っていないことという、この3点をすべて満たす場合は小規模製造小売事業者というふうな、今回作成しました。まだ、これ、皆さんにお配りした規約には反映してないですけども、今日の議論で、もし皆さんのほうでご賛同いただければ今後反映していきたいと思います。ちなみに、中小企業基本法、これで小規模企業者という定義があるんですが、小規模企業者というのはおおむね常時使用する従業員の数が20人以下、サービス業等々の場合は5名以下ですけども、の事業者をいうというのがあります。それからもう一つは、消費税法における免税業者ということで、これは売上高で決められてまして、1000万円以下の事業者ということになるんですけども、どちらも、街のお豆腐屋さんですね、製造小売というモデルのお豆腐屋さん当てはめるには、帯に短したすきに長しというところがあるのかなあということで、今回、小規模製造小売事業者という新たな定義を設けようかなあと思った次第です。で、じゃあ何で10名なのかという話なんですけど、これは東京都なんかでは、今、最低賃金引き上げられましたけど、932円ということ、今度からなるわけですけども。これで、例えば1日8時間働いて、255日、年間働くとする、この賃金の部分だけで約190万円ぐらいなんです。これに諸手当等、社会保険等を含めると、大体300万円ぐらいというのが一人当たりの賃金になってくるのかなと。で、これを10人雇用したとすると、10人で3000万円ですね、年間。で、大体街のお豆腐さんの人件費の原価率というのは、売上高の約半分というふうにいわれてます。川田さん、大体そんなもんであってます？

川田 そうですね。

村尾議長 これ、東京都の組合の方にも何人か聞いたら、大体そんなもんだという話だったんですけど。とすると、人件費が3000万だとすると売上高が6000万っていうことですね。これ、そこそこの街の豆腐屋さん、（笑）、かなり大規模ですね。

川田 大きいですよ。

村尾議長 で、さっきの中小企業基本法の20人とかになると、これ、1億2000万っていう、これ（笑）、ちょっと町店さんじゃ、もうないのかなという話になってくるので、せいぜいこの10人以下が妥当じゃないかなあというところで10人にしてます。それから、2番目の自社の所有する製造所に隣接または近接という、なぜ、これ、隣接だけにしなかったかという、よく商店街の1本裏筋に製造所があって、ただ、そこは人通りが少ないので、表側の商店街に、歩いて運べるぐらいのところにお店を借りて、そこにその工場から持って行って売るなんていうケースはよくあることだと思います。そういうケースを想定してます。ですから、隣接だけではなくて、隣接または近接という、じゃあ近接の範囲が何メートルなのか、何キロなのか（笑）、なんていうのはちょっと細かくは書いてないんですけど、これは常識の範囲内で判断すればいいのかなということで、あくまでも自社の製造直売であるというところですね。にしてございます。それから3番が、他者の小売店舗での販売を行う。これは当然ですけども、他者に卸すということはもうこれで表示が一人歩きするということなので、表示してなければ商品がどうい商品であるかわからないとことで、もうこれは、卸した場合は規模に関係なく表示はしていただくという要件にしております。これが小規模小売事業者の定義であります。じゃあ、この小規模製造小売業者に該当した場合どのような特例になるかというのが3番でございます。これは規約3条の2に加えさせていただきますが、第2条3の要件を満たす小規模製造小売事業者は店頭への掲示等、顧客へ正しく情報を提供する方法により、容器または包装への表示に代えることができる。容器包装のほうには何にも書かなくても、店頭で掲示したり、詳しいほうはのちほど川田さんのほうからお話いただくんですが、そういう方法で表示に代えることができますよということです。それから、公正マークについてですね。規約第2条3に定める小規模製造小売事業者は店頭公正マークを表示することができるということで、これ、容器包装には書かずに、店頭のほうに公正マークを書くという。以上が小規模小売製造事業者の特例ということで、じゃあ実際の表示がどうなるのかについては川田さんのほうからご説明いただきます。

川田 公正マーク表示ですけども、現状、ごめんなさい、東京都だけのお話になってしまうんですけども、大体、一つ、先ほど言われましたとおり、ほかに販売所があるようなお豆腐屋さん、もう一つは、もうその事業所に、製造所にショーケースないしワゴンなどを置いて販売してるお豆腐屋さん。または、そこで包装してないけども切り売りなどして販売してるお豆腐屋さん。また、昔ながらで、もう全くショーケースとかも導入してない、もうお店の冷蔵庫から出すようなところも実際あるというのが実情でございます。2枚目のほうに、あくまでも例というか参考程度でございますが、こういう感じで、公正取引に準ずるお豆腐を販売しています、製造していますというアピール、これ、あくまでA4サイズではございまして、ごめんなさい、ちょっと僕がデータを渡すのを忘れてしまいました、ちょっと回していただくと助かるんですけども、今から回します。あと、予定というか考えておりますのが、A5サイズ。回覧で、ごめんなさい。A5サイズ、はがきポストカードサイズ、名刺サイズが大きさとして妥当ではないかと。ちなみに、さすがにA4サイズだともう大きすぎて貼れないよっていうのも、多分、出てくると思います。最低限、一番最後に言いました、お店でお水張ってそこから取り出して出すようなお豆腐屋さん

でしたら、ポストカードぐらいのサイズでしたらお客様の目に届きやすい、見やすいと思います。また名刺サイズですと、ちょうどプライスカードの大きさが大体名刺サイズですので、プライスカードの横に置いていただければお客様の目について確認できるのではないかと思います、各サイズご用意させていただきました。実際うちのほうでショーケースありますので、一応サンプルで横に置いたんですけれども、一応ほかのお客さんですと、これぐらいでしたら目につくので、あくまでショーケースがあつて、そのプライスカードがあつて、横に今みたいに名刺サイズのやつを置かしていただいて、ちょっとサンプルで置かしていただいたんですけども、それぐらいでしたらやはり目について確認が取れるということでしたので、いかんせん名刺ですので、ちょっと文字の大きさ、フォントサイズは限られてしまいますけども、対応は十分にできるものかと思われれます。以上です。

村尾議長 ありがとうございます。いろんな形態を作っていたというのはお店のタイプによって、例えば、もう工場の前にちょこっと小窓があつて、そこで販売だけしてるよというようなお店もあれば、中に十分なスペースがあつて店内に掲示することができるというようなお店もさまざまありますので、お店の状況によってカードサイズのを配ったほうが都合がいいだとか、掲示板にA4の紙を貼ったほうが都合がいいだとか、いろいろあると思いますので、こういう対応を取ったということです。以上のような定義、それから、方法に基づいて、小規模製造小売事業者は特例というのを設けていきたいというふうに考えているんですが、皆様からご意見いただければ幸いです。

川田 ごめんなさい。一点忘れてました。名刺サイズのほうなんですけども、これ、一応、例えば、小規模ではないですけども、街のお店か何かで、スーパーに卸す際にもプライスカードの横に添えてくださいとかできますので、そういうことも念頭に置いて、このサイズがやはり一番、売り場的にもじゃまにならないのと、また見やすくなるというのを考えました。

村尾議長 あくまでもポップの一部としてということですか。

川田 ポップの一部というか、お客様の参考の一部です。

村尾議長 何かございますでしょうか。はい、青山さん。

青山 これはお店のところに表示しておく、お客さんに渡すわけじゃない、

村尾議長 お客さんに渡す場合もあります。

青山 場合もある。

村尾議長 両方あります。

青山 認証の番号みたいなやつは、この公正マークの番号みたいなものは何かあるんですかね。認可番号とかそういうような、

村尾議長 いや、そういうのは特にまだ検討してないですからね。

青山 そういうのがあつたほうが迫力あるかなって感じです。

一同 (笑)

梅内 1番とか2番とか。

川田 一応、公正マークが貼れる、できると想定して、公正のマーク、シールができることを想定して、

一応、公正マークか図柄ですね、図柄入るところにはそこそこ大きくスペースは取ってますので、もしあれでしたら、公正マークの下か何かには第何号なんかは全然入れられるスペースは確保はできておりますので、もし、そういう番号ないし認可番号をつけるのであれば全然、加工は簡単にできると思います。

村尾議長 今、認可番号っていう話があったんですけど、これもちよっと A 班で話をしたとき議論には出てきて、まだちょっと組み入れてはないですけど、よく不動産のチラシとか広告をご覧になったときに、不動産事業者の名前のあとに (3) とか (5) とかって書いてあるのご記憶にある方いらっしゃるでしょうか。あれは不動産事業者の間で、もちろん公正競争規約もあるんですけど、同時に宅建業法というのがあって、宅建業法って 2 年に 1 回免許を更新しないといけない。それで、これ 2 年間の間に宅建業法違反があると免許が 1 回取り消しになるんですね。そうすると、その業者名のあとの括弧書きが 1 に戻っちゃうわけです。これが、数が大きいほど、例えば 10 って書いてあった場合は、20 年間この不動産事業者は宅建業法違反がない業者さんですよという証明になるわけで。豆腐の公正競争規約についても、この規約を 2 年に 1 回更新するようなことにして、それで、更新を重ねていけばその数字が増えるというような仕組みを作ってはどうかみたいなことがあります。ただ、これ課題もあってですね。じゃあ、更新するごとにフィルムの版変えなきゃいけないのかっていう話が出てくると (笑)。町店さんについてはステッカー等を店頭で貼っていただければいいので、これは 2 年に 1 回ぐらいステッカーを更新していただくのは全然構わないんですけど、商品が多いメーカーさんにとっては非常に負担になったりもするのかなというところがあって、まだちょっと議論としては時期尚早かなというのもあったので出さなかったということなんですけど。

(間)

村尾議長 何かこの特例について皆様のご意見とか。もっとこうしたいほうがいいんじゃないかというアイデアもあればですね。

青山 結構大きいですね、規模がね。

村尾議長 (笑)、そうですね。

(間)

村尾議長 スーパー等に、スーパーだけじゃないですけど、ほかの小売店に卸す規模、卸し始める規模としては、この辺が限界なのかなあという気はしてるんですけどね。大店を持てれば、これぐらいは何とかいくんじゃないかなという頃合いですけど。

青山 東京都の豆腐組合で。

川田 一応、これも、ごめんなさい、東京都ないし近隣の都府県の話になるんですけども、基本的に俗に言う街のお豆腐屋さんで言うと、パートさん含め、あんまり正直 10 名以上っていうのもないのと、A 班でちょっとお話したんですけども、さすがに小売店ないしスーパーマーケットに卸すところは、しっかりとフィルムないし包装されてるであろうという話ですので、あくまでも、ここでもう本当に店頭販売に念頭を置いた規則というカルールということを前提に話しましたので、恐らく、この規模を超えるようなところは、それなりの設備ないし、人数は別に小規模、恐ら

く10人以上は基本的にもう、あと、ちょっとした工場ないしだと、そういう規模になると思うんですよ。で、外に卸してるところとかですと、先ほど言いましたが、最低限の包装設備、冷蔵設備ないし印刷設備などもしっかりそろってるはずですので、これはもう本当に外向きではなく、あくまでも、その製造所ないし、お豆腐屋さんで販売をするというのを対象にしてるということだけよろしく願いいたします。

村尾議長 川田さん。東京都の場合って、いわゆる裸でお豆腐をその場で切り分けて販売するスタイルのお店って結構あるんですか。

川田 恐らく現状、多くて3分の2なので、現在。現状、組合非加入含めて、恐らく400店舗ぐらいあるといわれてるんですね。今、組合だけで250ぐらいで、未加入含めると400分の、恐らく250以上、半分以上は確実に未包装で売っている。もしくは、卸してるところでしたら、そこだけ包装して、シールないしステッカーを貼ってるっていう可能性もありますけども、恐らく、裸で未包装のまま、昔ながらのスタイルで売ってるというところは、東京だけでの話ですけど、そこそこあると考えてます。むしろ、地方のほうが包装とかしっかりしてます。

村尾議長 運ばないといけないですからね（笑）。

川田 そうですね。関東のお豆腐店の話なんですけども、基本的にやはり北関東、千葉、神奈川、東京以外ですね。基本的にやはり包装されてるっていうのはほとんどですね。逆に一番都心である東京のほうがそういう包装はしてないっていう傾向にあります。

村尾議長 仮に、公正競争規約が決まった場合って、そういう裸で売ってる方って対象外じゃないですか、この規約の。そうなった場合でも、いや、俺のそこは対象外であっても積極的にお客さんにちゃんと情報を伝えたいから公正競争規約守るよっていうような事業者さんって出てくるんですか（笑）、どうなんでしょう。

川田 どうでしょうかね。物珍しさに欲しがってる人がいるぐらいかもしれないです。

一同 （笑）

川田 正直、どうなんでしょうね。言い方悪いですけど、ベテラン組になればなるほど、正直、この公正規約は興味ないので、若手しか今のところ興味ないんですよ、恥ずかしい話。若手で精力的にやってお豆腐屋さんぐらいしか、正直、こういう公正規約決まったときにそういう意見を求めていただける人もそうですし、積極的に取り組んでいただける（笑）、覚悟ある方ってやはり若手が中心になってしまうので、その辺がちょっとまだ意思の疎通ができてないかなという、恥ずかしながら思っております。

高木 いいじゃないの、若い人が関心ありゃあ結構なことだよ。

村尾議長 そうすると、例えば、お店に貼るステッカーがすごくかっこよくて、それで、あのステッカー貼ってる店は結構、消費者にも信頼されてもうかってきてるぞみたいな話が（笑）。

川田 そうですね。口コミで広がればいいんですけどね。

村尾議長 かっこいいんだって。

川田 事実、東京都の組合のステッカー、実はそこそこ派手で目立ってるんですよ。ただ、ステッカーだけっていう話のあれですので。でも、恐らくそうですね。やはりその外身を大事にするという

のは、正直な話、やはり今言いました若手組ですね、そっちのほうが、恐らく興味があるのではないかと。ベテランになればなるほどちょっと興味が薄れてくかなあという感じですね。正直、今のところ、これもごめんなさい、東京都の話になって恐縮なんですけども、恐らく、ちょっとネガティブな話になりますけども、2020年東京五輪のときには、もう恐らくほとんどのベテランさんが引退してるんじゃないかっていう話もありますので。

一同 (笑)

川田 そういう、結構しゃれになんないぐらい、実は衰退化してますので。正直なとこ。

高木 ほんなら大丈夫だわ。

一同 (笑)

川田 それもちょっと危惧はしてるんですけども、やはり、でも、こういう規則ないし規約は、若手のほうがやはりもう意見もいただいていますし、やるんだったら徹底的にやってくれということで僕もお達しいただいていますので。取り組むんでしたら若手をうまく取り込んでから徐々に広がっていけばいいかなとは思っています。

村尾議長 実は先日、東京都の理事のヒラタさんからも、そろそろ東京都の組合ではこの公正競争規約の話もう一回聞きたいというような機運が出てきてるよというようなお話もいただいています。で、この小規模小売事業者の特例についてはまだ全然お話したことがないので、もしこれが、今日、皆さんのご賛同得られるんでしたら、ぜひ規約にも組み込んで、それで説明を行いたいなというふうに思っています。何かこの点、いいですかね、これについては。

高木 よろしいんじゃないですかね。

村尾議長 ただ、可能性としては、これ法律より緩くなっちゃうんでということで、消費者庁に、だめだよって言われる可能性はあるんですけど。ただ、やっぱり日本の豆腐文化を守るという点では、ちょっと議連のほうにもご協力いただいて、こういうのも検討してもらいたいなと思います。今日はまだたたき台ですので、公正マークなんかも、のちのちカッコいいものを考えて、もっとイメージができるようにしたいと思っています。では、この点については以上でいいですかね。

(間)

村尾議長 それでは、最後に私のほうからです。まず、今日、ちょっと直前になっていろいろ議題を変えて申し訳ございませんでした。その関係で、今後の議論について、このA3横のスケジュール表を変えましたので、ご覧いただきたいと思います。まず、今日はこの規約施行規則における数値基準の根拠検討というのが、引き続き課題はあるんですが、まず一回発表終わりましたので、これについては、本来10月に予定してましたが今日やったということです。それから、C班が担当されてます固形分の測定基準。これはBrix計と固形分計を使ったときにどういった基準を設けるかというところなんですけど、これについては本日の予定だったんですが、これは11月にさせていただきます。それから、豆腐用凝固剤、消泡剤の表示ガイドラインは、これは予定変更なし、11月ですね。それから、小規模小売事業者は今日やりました。それから、木綿豆腐、ソフト木綿豆腐の硬さの目安については、これも予定どおり次回10月にC班のほうから発表していただくということです。青山さん、これ大丈夫ですか、C班。

青山 頑張ります。

村尾議長 よろしくお願ひします。いろいろレオメーターのデータなんかも取っていただひてる。それから、公正マークに関することということで、これも10月、来月ですね、A班ですね、これできるのかな、ちょっと頑張ります。あと、豆腐公正取引協議会の設置に関してということで、これはA、B。それから、その前の表示マニュアル等作成ですね。これが年明けになってますけど、このA、C班とA、B班の担当についてはちょっと重いので、中身がですね。ですから、ちょっとどこかで議論を別途していただく機会を設けるべきかなあというふうに思ってます。ちょっとこれまたA、C班、A、B班で日程調整して議論する機会設けたいと。全豆連さんとか日豆協さんなんかもお借りしながら、ちょっとミーティングの機会を設けたいと思ってます。一応こういうような議論を重ねて、年度内いっぱいちょっと議論になるかと思うんですが、それで、消費者庁等に事前相談に、これらの議論の結果を取りそろえて、年明けぐらいから動きたいなというところが今のところのスケジュールなんです。先が長いですね、まだいろいろやらなきゃいけない(笑)。で、私もこの夏の間、いろいろ、塩業界ですとか、生麺というか、製麺業界さんの公正取引協議会なんかにおじゃまして、いろいろ話を聞いてきました。そうすると、やはり規約とか施行規則だけじゃなくて、実際のマニュアルですね、表示マニュアル、それからQ&A。こういったものは最低限取りそろえて消費者庁に申請をするというようなことをされてるようなので。それからもう一つ大事なのは、豆腐公正取引協議会をどうやって運営していくのかという、この運営の仕組みみたいなものですね。これも、これがないと規約だけ作っても運用されないということになってしまうんで。これぐらいの五点セットはしっかり整備したうえで、消費者庁と事前相談が初めて可能になるのかなあというところがどうやら見えてきましたので、今年度はそれを目指してしっかり進めたいと思います。それから一番下のところに、その他食品表示基準対応審議というので、原料原産地等ということで、2月のところに便宜上ちょっと「○」つけさせていただいたんですが、今日ちょっとタイムリーですので、その内容についてご紹介をさせていただきたいと思ひます。お手元の資料にもあるとおり、消費者庁からのニュースリリースということで、加工食品の原料原産地表示制度の変更に関する食品表示基準の一部を改正する内閣府令の公布についてということで、9月1日にこれが公布、施行されまして、そして、それに伴って、いろいろ資料が消費者庁のホームページにて開示をされております。詳しくはそちらのほうをご覧いただきたいんですが、非常に短期間に手はずがいいなあという(笑)。例えば、消費者向けパンフレット、こんなものですね、があります。それから、これを小さくしたリーフレットのようなものが用意されてたりとか、それから、こういった食品表示基準一部改正のポイントとか、あと、Q&Aもすべてダウンロードができるようになってます。で、ただ、これ皆さんご存じのように、原料原産地表示の義務化についてはまだまだ議論が続いているところがありまして、正直、消費者団体だとか、生活協同組合なんかは、いまだにこの、または表示であるとか、それから、大きくり表示、これについてもっと丁寧な議論をすべきじゃないかというところでありまして、消費者庁もそれに配慮してか、消費者庁長官のコメントとして説明責任を今後も引き続き尽くしていきたいという、ただ、見直しとは一切書いてないですけど、(笑)。

一同 (笑)

村尾議長 丁寧に説明をしていきますというようなコメントが入ってました。じゃあ、何が問題かということなんですから、まず一つは、この、または表示、大きく表示というところですが、豆腐の場合はこの国産を表記する場合、ガイドラインとの齟齬というところですね。で、ガイドラインの場合は、一括表示のところには国産 50%、カナダ産 50%というような書き方をして、で、一括表示以外の部分に国産大豆を使用することを強調する場合は、これは 100%国産大豆を使った場合しか強調してはいけませんよというようなガイドラインがあるんですけども、ここの部分については今回の改正ではふれてないですね。ですから、見ようによってはガイドラインをそのまま踏襲してもいいですよというような見方もあるんですけども、明記されていないので、これについてはこの公正競争規約で補完をすべきかなあということも考えてます。ですから、ガイドラインはあくまでガイドラインですので、ガイドラインではなくて規約として、そういったことを消費者の優良誤認を招かないように明記するということですね。それが一点。それから2点目としては、これもガイドラインにあるんですけども、同一地域での表示というのが今までは認められてたわけですね。例えばアメリカ産とカナダ産の大豆を使ってる場合は、北米産という表記が今までは認められてました。同じく、パラグアイとかアルゼンチンとかブラジルの大豆を混合で使ってる場合は南米産という、ある程度、同一地域ということを常識的に判断できる場合はそういう表記をしてもいいよというのがガイドラインだったんですが、今度の基準では国別重量順表示というのが原則になりますので、じゃあ、この同一地域の書き方してはいけないかということ、これも消費者庁のほうでは3カ国以上ある場合には同一地域で表示してもいいよ。じゃあ、北米大陸どうなるんだっていう話が(笑)。

一同 (笑)

村尾議長 2カ国しかないんですけど。こういうことがありますんで、ちょっとこれについても消費者庁と調整すべき問題なのかな。で、できれば規約のほうにもこういうことは細かくガイドラインに沿って書いていくべき。それからもう一つは、北米産と南米産を両方使ってる場合に、北米産または南米産みたいな書き方ができるのかどうかなんていう(笑)、のも解釈によっては出てくるので、これ限りなくアウトだとは思いますが、やはりアウトはアウトでしっかり書くべきかなというところがあるので、こういうことも決めていかなきゃいけないなというのがあります。それから、もう一つは、要件、過去の実績に基づいて、複数の国を使っていた場合のまたは表示をする場合というのがあって、3年前まで遡ってということで要件があって、でも3年前と1年前のデータが違ったときに、1年前のほうで書きなさいよというのは当初の言い方だったんですが、これについては1年前のデータじゃなくて3年前のデータを使ってもいいよという、要は、フィルムを毎年変更しなきゃいけないのかっていう話になってくるんで、1年前のデータだと。だから、3年前の実績、そのときはアメリカ産 100%でした。だったら、アメリカ産と書いてた。で、去年はアメリカ産とカナダ産が「7・3」の割合で混じってました。本来だったらアメリカ産 70%、カナダ産 30%と書かなきゃいけないんですけど、可能性表示においてはもう3年前のデータ、アメリカ産で書いてもいいということで、これもちょっと変な話だな(笑)、っていうのはあるんで

すが、実際に使ってる大豆の原料原産地と表示が違うということになってしまうので、いいのかなっていう気もするんですが、事業者の負担を考えると、次の年には変えるからいいのかなみたいな感じ（笑）、になってくるんで、

青山 国産の場合はもうどうしようもないよね。

村尾議長 国産の場合はどうしようもない。

青山 3年前に国産使って今は使ってなくても書いていっつうんだったらもう大きな問題だね。

村尾議長 そこに、または国産とかっていうのが入ってくるとまたちょっとややこしくなるんですけど。そういう、非常に義務化を優先させるためにこういう消費者にとってはよりわかりにくい表示っていうのが出てきます。それが4点目か。それからもう一つ、中間加工原材料を使う場合というのがあります。これは豆腐でも最近は、特に今後も多くなってくると思うんですね。加工豆腐ですとか調製豆腐がもっとカテゴリーが増えてくると、大豆粉末、どっかで加工された大豆粉末を使ったりだとか、それから今でもあるのは豆腐クリームみたいな原材料ですね。あと、脱脂大豆みたいなもの、こういった中間加工原材料を使うときに、原産地表示をどうするかという話になったときに、今度の規定では、その中間加工原材料が製造された製造地で書けばいいよということなんです。ということは、パラグアイ産の大豆を買ってきました。それで、それを日本に持ち込んで、日本で脱脂加工大豆を製造しました。それで、それを使ってお豆腐を作りましたっていう場合に、表記するのは、脱脂加工大豆、括弧、日本ということなんですね。原料豆はパラグアイ産。だけど、原料原産地表示は日本っていうのが、これが果たしていいのかなっていう（笑）、のもあるので、この辺のところを、中間加工原材料について、特に大豆に関することを、この公正競争規約でより消費者に正しい情報を伝えるために、もう少しアレンジしていくべきなのかなというの私の印象では思ってる。これも今後の議論にしたいと思いますので、以上のような、ほかに細かいところを入れればたくさん、（笑）、課題もあるんですけど、議論をする機会を設けて、ぜひこの原料原産地表示というものについて、公正競争規約で、より消費者の消費生活に資するとかたちにしていきたいと思ってますので、皆様のご意見を伺いたいと思います。ですから、よく消費者庁のホームページも、委員の方はご覧いただければなというふうに思っております。私からの報告は以上です。

青山 ごめんなさい。

村尾議長 今日は以上ですが、何かございましたら。

青山 先ほど、西日本の分析をするという話でしたけども、その折に一緒に豆腐の硬さを測っていただけないかなあというお願いなんですけども、可能でしょうか。私のほうにきて、出てるデータはもう、今のこの委員の方の会社のデータがほとんどで、街のやつを調べようということもちょっとやってるんですが、私のとこの機械がもう発売されてない機械で。この間、充填豆腐を皆さんにお配りして調べたら、うちの部分だけが非常に極端に低いんですね。ですから、自分のとこの機械ではちょっとこれデータになんないなということで。

村尾議長 青山さん。硬さの前に、各社いろいろ測定器が違うので、測り方を統一するためにというご検討をされてたと思うんですが。

青山 まだ整理はできてないんですけども、自分のところは非常に極端に違う数値が出てるんで。

村尾議長 機械がね。

青山 既にもう発売中止になってる機械なもんですから。昔は豆腐屋さんでよく使われた簡単な機械だったんですけど、石川さんのほうで非常に値段の安いものを使われてたということで、それを参考に。いろんな機械が、機種が多いもんで、どういうものを推奨品にするかって、やっぱり安いものがないかなということで検討はしてるんですけども、なかなかまだ詰めきってないということなんです。ですから、やはり加圧面の大きさと、機種によってだいぶ数字が違ってきているというのが現実のとなんです。

村尾議長 弊社の場合は、絹ごしだとか充填は 10 ミリパイですか、その、レオメーターなんですけど、木綿の場合は破断強度だけじゃなくて弾性値も取らないといけないので、これは 30 パイぐらいでして、測ってるんですけどね。

青山 それでいいでしょう。

村尾議長 そういう測定法でよろしければ。ちょっと関西については、数にもよるので、ご相談いただいて、いつ頃の時期にどれぐらいの数が。うちも新商品出す時期とかが重なってくると難しい（笑）。

青山 それと、あと、実際の数字が出たものと、食べたときの硬さの感覚、それを調べたいんですが、なかなかどこでどうするかっていうと、ちょっとまだ計画が立てられてないという状況なんで。

梅内 難しいですね。食べる感覚。

青山 ちょっと時間かかると思います。

梅内 これ、実はこっちに、食べたのもあるんですけど、今日ここで（笑）、評価はできないんで。

村尾議長 これ実際にすべて商品集められたんですか。それともデータだけ。

梅内 商品です。

村尾議長 全部商品。

梅内 全商品をいただいて、食べて、こっちで工場で評価をしますけど、ない、今日は（笑）。

村上 やっぱりうちのメーカーの場合ですと、塩マグの豆腐に慣れてるもんですから、硫カルの豆腐を食べるとすべて評価が落ちることが現実です。そういうかたちも、ちょっと特殊になる。

村尾議長 ほかに、皆さんのほうから何かございますでしょうか。

青山 もう一点いいですか。

村尾議長 はい。

青山 NHK で、E テレで今月 4 日の放送開始してる、江戸グルメ本に学べ、豆腐活用術っていうのが、これが NHK のテキストとして出まして、『豆腐百珍』を現代風に直したやつでして、非常に内容が充実しておりますので、ぜひ参考に。

村尾議長 それ青山さん監修して。

青山 監修、全部。

一同 （笑）

青山 『豆腐読本』『豆腐入門』を参考にさせていただいてってことで（笑）。本屋さんに売ってます。

高木 監修、青山なにがしですか。

青山 ちょっと名前は。

高木 すごいな（笑）

青山 全部任せてしまったので（笑）。

村尾議長 あと、この規約の中身を詰めていくということと併せて業界内に周知を図っていくと、それから、議論をする機会を設けるということで、私のほうも呼ばれれば行くというスタンスで色々準備をしていますが、実は9月3日もべに白会さんから以前お話があつて予定空けてたんですけど、直前になって行かなかつたんですが。今、長野県の組合さんとかからお話ありまして、さっき東京都のお話もあつたんで、引き続きそういった懇談の機会の情報あれば、皆さんからどんどんいただきたいと思いますので、ぜひ中部のほうでも機会を作っていたいただければいつでもまいります。

高木 前回、もうやりましたよ、1回。集まって。説明会で何か意見ないか、いろんな意見が出ましたけどね。

村尾議長 さっきの原料原産地表示についても、消費者庁なんかでも、決まるまでの間に一般説明会もやっていますし、今度、決まってからも9月22日ですか、に、また説明会をするというような、やっぱりそういう直接コミュニケーションを取る機会も必要かなというふうに思います。じゃあ、よろしいですか。では、次回は10月の24日ですね。ということで、皆さん、出席よろしくお願ひします。今日は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