

## 第 29 回 豆腐公正競争規約設定委員会

### 議 事 録

開催日時 平成 30 年 10 月 5 日（金） 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 6 名、オブザーバー 11 名  
出席した委員の氏名 村尾誠、梅内壱、井出総一郎、川田学、青山隆、廣部里栄  
議長の氏名 村尾 誠  
議事録作成者 西尾 俊治  
議事の経過概要 定刻に至り、村尾議長より開会を宣し、式次第に基づき協議に入った。

#### （議事）

村尾議長 今日は第 29 回の委員会でございます。今日、初めてお越しになった方がいらっしゃいますのでご紹介します。富山県農林水産総合技術センター食品研究所の中川所長です。

中川 OB よろしくお願ひいたします。

村尾議長 では、今日はちょっと人数少ないですけども、進めてまいります。よろしくお願ひします。議長報告ということでは今日は特にないんですけども、前回に引き続いて進めていきたいと思ひます。前回、お手元の資料があります。

#### （問）

村尾議長 アンケートを皆様に一回ご覧いただいたんですけども、前回の私の中では、このアンケートだけを見てもなかなかその事業者の方が現行の法律に対してどこがどう上乗せになってるのかとか、どういうふうに変わるのかというところがわかりづらいというご指摘がありまして、なかなかアンケートにお答えしづらいのではないかなというご意見がありましたので、そういったことを、まず、よりわかりやすくするために対照表というのを作りました。それから、アンケートの前座のところにも、このアンケートの目的というのをもう少し詳しく書かせていただきましたので、そこについて今日は見ていきたいと思ひます。まず、対照表のほうなんですけれども、A3 横の表があると思ひます、3 枚のものですね。それで、どういうふうな作りになってるかと言ひますと、まず、大項目というので 1 ページ目は豆腐の定義ということ、それから、2 ページ目は必要表示事項と特定事項のこの規約の肝となる部分ですね。法律とあまり変わらない部分については割愛しております。それから、3 ページ目が不当表示に関するところとその他というところでございます。じゃあ、順を追って見ていってもいいですかね。少しずつ聞止めていきますので、これ、もう少しこういうことも書き加えたほうがいいんじゃないかとか、この表現は変えたほうがいいんじゃないかというところがあれば、皆様からご指摘いただきたいと。まず、豆腐の定義の一番上ですね、定義のところです。規約では大豆に水を加えた液体からたんぱく質その他の可溶成分を抽出した液体に凝固剤を加えて固めた食品、ただし、凍り豆腐、油揚げ等、大豆を主成分としない豆腐状食品を含まないというふうに書いてあります。これに関しては食品表示法等では特に個別の定義というのはございません。まずは定義を明らかにする目的、理由、背景という

ところなんですけれども、昨今、和食文化の広がりというのが世界中にございまして、それに伴って豆腐が世界中で食べられるようになる中、日本の質の高い豆腐が世界標準となるよう定義や規格基準を明確にしておく必要があるというのを書かせていただきました。ほかにもいろいろ目的があるとは思いますが、まず、日本の豆腐の定義を皆さんにわかりやすく効果的に示していくというのは、この世界標準というところを一番重要なポイントとして書かせていただくのがいいのではないかなというふうに思います。メリットとしては国際的にも豆腐の定義を明確に示すことが可能になるということで、デメリットについてはあまり定義を定めたからといって、そんなにデメリットはないのかなと思うんですけども、これがまず定義のところになります。続いていいですか。

梅内 はい。

村尾議長 次が豆腐の定義の中で原材料等による分類ということで、ここは大きな争点にはなると思うんですけども、豆腐、調整豆腐、加工豆腐というふうに三つに分かれております。豆腐については、まず、大豆が成分調整加工したものを含まないということ、それから、おからを分離後の豆乳を使用するということですね。豆腐の場合はおからと豆乳をしっかり分離するというのが要件になります。それから、大豆、凝固剤、水以外を使用しないと。それから、大豆固形分が10%以上であると。それから、食塩相当量が100グラム当たり16ミリグラム以下であるということですね。それから、調整豆腐については成分調整加工したのものも含んで大豆を使っていると、大豆が主原料であるということですね。それから、豆乳とおからを分離していないということ。それから、分離していないものも可ということですね。これ、分離していないだけではちょっと言葉不足ですから、豆乳とおからとを分離していないものも含むということですね。それから、大豆、凝固剤、水以外の原材料や添加物を加えて、味、食感等を調整しているということですね。それから、大豆固形分8%以上、食塩相当量16ミリグラム超であると。あと、豆腐の定義に該当しないということで、豆腐の場合は先ほど申し上げた要件すべてに該当しないと豆腐ということにならないんですけども、調整豆腐の場合は、これらの要件一つでも該当してれば調整豆腐になるということです。それから、加工豆腐も同じですね。どれか一つでも該当してれば加工豆腐という分類になるということで、大豆は同じく成分調整加工したものを含んでもよいということ、それから、豆腐以外の固形原材料を加えたものと、それから、表面を焼成加工したもの、あと、調味液等に漬け込んで味つけをしたもの、木材等で燻煙したもの、大豆固形分6%以上、豆腐、調整豆腐の定義に該当しないということです。これが公正競争規約の中身でございまして、もちろん、食品表示法には個別の豆腐の分類というのをございませぬので、なしということになってます。目的、理由、背景としては、使用している原材料や大豆固形分の違いによる豆腐の違いを消費者にわかりやすく分類して示すということが一つと、それから、消費者は目的や用途に応じて豆腐を選びやすくなるということで、大豆固形分の違いですとか豆腐の種類の違いということで、消費者がより好意的な選択ができるというようなことが一番の目的であります。メリットとしては分類の明確化により消費者に豆腐の違いが伝わりやすくなると。あと、日本の基準が世界標準にという、これは豆腐に関してはそうですね。あと、調整豆腐、加工豆腐に関しては、カテゴリーが増える

ことで豆腐商材のバラエティ化を促進して豆腐市場の拡大につながるのではないかと、そういうところも書いてます。これは、例えばビール市場に第3のビールがあったりとか発泡酒があったりとか、あるいは、アイスクリーム市場にラクトアイスがあったりだとかアイスマルクがあったりとか、そういうふうにかテゴリーが分かると、そのニーズや目的に応じて商品もバラエティ化するということで、豆腐市場の拡大につながるのではないかというようなことを想定しております。デメリットについては、まず、豆腐のところは一部の商品では大豆固形分が10%を下回ることもあり、豆腐に分類されないこともあるという。伝統的に使われてる豆腐でも、この委員会でも調査しましたが、中には10%を下回るものがあると。特にすまし粉ですとかグルコノデルタラクトンという凝固剤を使った場合は、豆乳モードが薄くなる傾向にありますので、そういった傾向が顕著に現れてくるというところが、またメリットかなと。ですから、従来は豆腐とっていたのに豆腐というふうにいえないものの中には出てくるのではないかなというところがデメリットです。それから、調整豆腐、加工豆腐のところではこれが一番皆さんの懸念されるところなんですけども、豆腐というものが本物で調整とか加工とかついたものはちょっと偽物みたいな感覚で受け止められがちなんじゃないかなと。そういうことによって価値とか価格の違いとかというものができてくるのではないかなというところをご懸念される方は多々いらっしゃるのではないかないうふうに思います。ここまでで何かありますか。

川田委員 よろしいですか。

村尾議長 川田さんどうぞ。

川田委員 東京都、川田です。ちょっと細かいような話なんです。ちょっと地元のほうの委員会並びに会合でちょっとこの話題が出まして、豆乳濃度に関して、やはり、いろいろと意見が出てまして、いっそのことちょっと結構、話の話題に上ったのは、声が多かったのは、いっそのこと、もう豆乳濃度は最低ラインだけ引いてしまって、豆腐と調整豆腐、区切るんであれば、もう凝固剤で縛ってみてはいかがかどうかという意見も出てはいるというようなことですね。で、凝固剤どうするかという話になりましたが、俗に言う乳化にがりに相当するもの以外、通常の粗製海水塩化マグネシウム並びに塩化マグネシウム、すまし粉、硫酸カルシウムとグルコノデルタラクトン、その三つに絞ったものを豆腐で俗に言う乳化にがりに対照するものを調整豆腐にしてみるという案をちょっと投げかけてほしいという意見がいただきましたので、ちょっとご報告だけさせていただきます。

村尾議長 これはあくまで対照表の中に加える話ですので、今のはご意見ということですよ、東京都のほうのね。

川田委員 はい。

村尾議長 ですから、ご意見に関しては今後これからこの委員会が発展解消して準備協議会になった時点でご意見をいただければいいのかなというふうに思いますので、この比較対照表は今までの議論で作った公正競争規約の案と、それから、現行の法律を比べてどこが上乘せされてるのかということを示す資料でございますので、今のご意見は貴重な意見として今後の協議会のほうに持ち越しということで進めたいと思います。ほかにございますでしょうか。いいですか。じゃあ、進めさせていただきます。続いて、製法や物性による分類というところで、豆腐のカテゴリーを六つに

分類しております。木綿豆腐、ソフト木綿豆腐、絹ごし豆腐、充填絹ごし豆腐、寄せ、おぼろ、冷凍ということで、木綿の場合は木綿と調整木綿があるということですね。ソフト木綿についても同じくソフト木綿と調整ソフト木綿がある。それから、絹ごしについては絹ごしと調整絹ごし、充填絹ごしについては充填絹ごし豆腐と調整充填絹ごし豆腐と、それから寄せ、おぼろについては寄せ豆腐または調整寄せ豆腐、おぼろ豆腐または調整おぼろ豆腐と。それから、冷凍豆腐については豆腐という分類はなくて調整か加工ということになっております。もちろん、これ食品表示法のほうにはこういった細かい分類はございません。この分類を明確にしたということについては目的としては、これまで明確な基準がなかった豆腐の分類を明確に規定しているということです。ちょうど先週、北海道で豆腐品評会があったんですけれども、全国から送られてきた豆腐を四つの部門に分類して審査をするわけですね。そうすると、私、横で見てて非常によくあったのは、品名のところに絹ごし豆腐って書いてあるんですね。でも、実際には充填豆腐で係の人が右往左往してるっていうのが多々ありました。やっぱり、そういうところはより明確にして製法による違いというのが消費者に伝わったほうがいいと思うので、こういった分類を厳密にしておくというのがいいんじゃないかなというふうに思った次第です。こうしたことのメリットとしては、消費者に豆腐の種類というのをわかりやすく伝えることができるということですね。それから、デメリットのほうは分類が多くなって、最初は戸惑いや混乱が生じるかもしれないということで、先ほどの3分類に加えてこの6分類があるので、全部で15種類ぐらいの分類になるので、ちょっと消費者も最初、混乱するし、表示をするほうとしても最初どの分類に属するのかなというのは慣れてしまえば、そんな難しくはないんでしょうけども、ちょっと戸惑う点もあるんじゃないかなというところがデメリットだと思います。それから、あと添加物です。添加物について、まず凝固剤なんですけども、以下の物質またはこれらに副剤等を加えた製剤ということで規定をしております。ここはポイントは、この副剤等を加えたということがポイントでして、今まではこれ、なかった規定なんです。先ほど川田さんのほうから乳化にがりみたいなものは豆腐分類しないほうがいいんじゃないかという話もありましたけど、その話とは全く逆で、乳化にがりを使ったものを、豆腐の分類の中にきちんとカテゴリーの中に入れるということが今回のポイントでございます。ですから、今まではグレーゾーンだったものを副剤を使った凝固剤でもいいんですよというふうにしてるといのが大きく変わる点です。凝固剤の種類についてはこの6種類ですね、それと合剤ということで、塩カル、塩マグ、GDL、それから、いわゆるにがりですね。それから、硫酸カルシウムに硫酸マグネシウムいうところです。じゃあ、食品表示法等ではどうなってるかという、もちろん、この凝固剤の種類というのは明記されてるんですけれども、食品表示法のほう、あと、厚生労働省との添加物公定書とか、そういったものにはこの副剤との規定というのが全くないもんですから、副剤等を加えた製剤については明記してないというのが現行法律です。ですから、この7種類というは変わらないんですけど、乳化にがり入ってるものっていうのはグレーゾーンっていうことですね。それから、4番、粗製海水塩化マグネシウムについては二つの呼び名を用いてました。塩化マグネシウム含有物という呼び名も現行OKなんですけど、これもちょっと紛らわしいので、もう、粗製海水塩化マグネシウムに統一してはどうかとう

というのが、この委員会での議論の中でありましたので、これは統一した名称で記載するというようにしたいと思います。それから、この目的としては使用実態に即して、いわゆる乳化にがり等副剤を加えた凝固剤製剤も凝固剤として明確に規定するんだということですね。これは、より今の市場の実態というのを反映してるということです。それから、メリットとしてはこれまでグレーゾーンであった、いわゆる乳化にがり等を凝固剤の範疇に加えたことで、事業者にとっても消費者にとっても豆腐用凝固剤とはどういうものかが明確になるということがメリットかなと思います。デメリット書いてないんですけど、先ほど、東京都の青年部からあったような意見をお持ちの方は、乳化にがりのものは豆腐に入ってくるというのはデメリットに感じられるかもしれませんが、ちょっとどういうふうに書けばいいのかというのが、今、思い浮かばないですけど、備考欄には書いてございます。凝固剤に関しては、成分規格や製造、品質基準については最新の食品添加物公定書に記載されている内容から逸脱しないことということで、添加物公定書の成分規格というのを基本的には守ってくださいねということです。これについては第9版の添加物公定書がまだ正式承認されていないとか、あと、粗製海水塩化マグネシウムについては記載はあるんだけど、この公定書、要は指定添加物ではないということですね。既存添加物の範疇なので、この公定書に書かれているということが効力を発しないという、お話もあるんですけども、一応、記載があるのでその記載の範疇からははずれない範囲で、目安として運用するというようにどうかなというふうに考えております。以上が豆腐の定義の部分で大きく現行の法律と、それから、規約の違いの部分、ここが多分、一番皆さんの関心が高いところかなと思うんですけども、何かここまでで、もうちょっとこういうことも書いといたほうがいいんじゃないかとか、これは言葉足らずだねとかいうのはございますか。

(間)

中川 OB ちょっといいですか。

村尾議長 中川さんどうぞ。

中川 OB 初めて参加させていただいて、そもそもの話になりますけれど。

村尾議長 結構です。

中川 OB 豆腐の表示に関する公正規約で、豆腐の定義のところ、これ、豆腐、漢字を使っておられるのと、そのあとの小項目に入ったときの分類がひらがなになっているっていうのは、何か意図はあるんでしょうか。

村尾議長 ありがとうございます。これは豆腐という書き方がいろいろあるんで基本的にはひらがなに統一しようということで、規約案のほうはひらがなに統一してるんですけども、この資料についてはちょっと、これ、漢字になっちゃってるんですけどね。それで明確な意図はないんですけど、ちゃんと統一しようかなということもあり、ひらがなが一番誰でも読みやすいので、それに統一しといたらどうかな。それで、あとで規約案、今日はおつけしてないんですけども、あれは特定表示事項かな、特定表示事項の中に豆腐っていうのをこの書き方でっていういくつかの漢字のパターンとひらがなとかカタカナとか、あと、アルファベットのパターンだとか、そういうものもすべて豆腐という商品名として使っていていいですよというようなものが規約の中では規定してるん

ですね。ですから、その範疇の中であればどれでもいいんですけど、規約案の中で豆腐って使う場合はひらがなというふうに統一しようかなというところで、ちょっとここ、私、タイトルのところを漢字にしちゃって持ってきたんですけど、一応そういうこととさせていただきます。

中川 OB ありがとうございます。何となく漢字の部分とひらがなを使い分けると、小項目のほうでこの豆腐って出てきたのが何か本物っぽいイメージが出てくるなと思ったもので、何か意図があるのかお聞きしました。どうもありがとうございます。

村尾議長 ありがとうございます。ほかにございますか。よろしいですか。それでは次のページにまいります。次のページは必要表示事項と特定事項です。まず、必要な表示事項ということで、ここはいわゆる一括表示欄等へ表示することなんですけれども、食品表示法と大きく変わるのは、まず、大豆固形分の記載ということですね。これは実測値をもって重量百分率で表示するというのは大原則なんですけれども、ただし、先ほどの定義のところがありました、豆腐にあつては10%以上、調整豆腐にあつては8%以上、加工豆腐にあつては6%以上と表示することが可能です。ですから、それぞれのカテゴリーに即していけば、そういった何%以上という基準にしたがって書くと。実測値で書いても結構ですね。青山さん今、この比較対照表の1ページ目ありますよね。よろしくお願ひします。で、食品表示法等では当然これの大豆固形分の表示というのは義務づけられておりませんので、なしということ。じゃあ、何で大豆固形分表示をするのかという理由については、豆腐にどれくらいの大豆が使われているのかということが消費者には一目でわかりやすくなるように表示するということですね。当然、メリットとしては消費者が豆腐を選ぶ際の目安になります。それから、デメリットとしては大豆固形分イコール価値というふうに捉えられて、濃いものもいいみたいな、そういう風潮を助長するということもあるんじゃないかということで、それがデメリットかなというところですね。次に原材料、添加物の中で、大豆の表示に関してですが、まず、大豆、丸大豆というのは成分調整加工をしていない大豆のことです。それから、脱脂加工大豆、粉末大豆たん白、大豆クリーム等、成分調整加工した大豆については、こういった書き方をしますよということで、今も書いていらっしゃるメーカーさん、もちろんいらっしゃる。大豆クリームを使ったときは大豆クリームと書いたり、脱脂加工大豆使ったときは脱脂加工大豆というものを書いていらっしゃるメーカーさんはいるんですけども、明確な規定というのがないものですから、これもきちんと規約の中に規定をして加工した大豆使ってる場合は、きちんと加工したものですよというのがわかるようにということがいいんじゃないかということですね。目的としては原料の状態をより明確にして表示するというので、消費者が豆腐を選ぶ際の目安になるということ。あんまりこれ、書くことでのデメリットっていうのはないんじゃないかなというふうに思ってます。続いて凝固剤です。凝固剤については、ここは法律と大きく変わる所ですね。まず、現在は凝固剤とだけ書けば、それで足りるんですけども、凝固剤(物質名)というものを表示するというのが、まず、義務化にしてはどうかというような規約が一つのポイントです。それから、これも副剤については今までキャリーオーバーという扱いで表示しなくてもよかったんですけども、これも重量比で第3位、これは凝固剤も含んで第3位ということだと思っんですけども、までの物質名を重量順に表示するというので、この委員会では結論づ

けております。それから、あと、これは従来どおりなんですけど、塩化マグネシウムについては塩化マグネシウム（にがり）と表示できると。それから、粗製海水塩化マグネシウムについても、粗製海水塩化マグネシウム（にがり）と表示することができると。それから、次は新しく決めたことですね。硫酸カルシウム、これは物質名だけしか書けなかったんですが、硫酸カルシウム（すまし粉）と表示することが可能になるということで、これは豆腐というのはいちよと今、塩マグ、にがり、一辺倒なんでしているということで、豆腐の多様性をこれからも確保するために、いわゆる、すまし粉のお豆腐ですね、すまし粉豆腐文化というのをしっかり残していくためにも、こういった親しみのある名前でご記載していただくということは必要なんじゃないかなということご配慮してあります。じゃあ、法律のほうはどうかということ、現行は凝固剤とだけ表示すればいいと。物質名については、現状は任意の表示ですね。それから、副剤の表示義務は一切、今、ありません、キャリアオーバーですので。あと、硫酸カルシウムについてはすまし粉との記載だけをするのはできないということになってます。この目的としては、使用添加物をできるだけ正確に物質名まで記載して、消費者にわかりやすく正直に表示するということが目的でございます。メリットはどのような凝固剤で固めた豆腐なのかがわかりやすくなるということですね。それから、消費者により正確な情報を提示することで業界全体の信頼が高まるという、これは特に副剤なんかをしっかりと書いていくというのは、そういったメリットがあるのかなと思います。あと、デメリットとしてはカタカナの物質名がたくさん並ぶということで、豆腐には多くの添加物が使用されているとの誤解を生みやすいということがあるかと思っております。それから、表示スペースの確保もちょっと難しくなってくるのではないかなというところがデメリットとして挙げております。同じく次の消泡剤ですね、消泡剤に関しても法律では表示義務はありません、キャリアオーバーです。これを消泡剤と表示して重量比で第2位までの物質名を重量順に表示していこうというような規約はございます。これを書く目的というのは、当然、消泡剤というのは豆腐製造の中で広く使われているもので、この委員会の中でも出ました、豆腐の味や食感にも影響を与えているんじゃないかというご意見が多数ありまして、実際に食感も違うよとおっしゃる方もいらっしゃいます。そういったことも考慮に入れて、やはり、味や食感に影響を与えるのであれば積極的に書いていこうということですね。それから、常に使っているものですから、これはやっぱり正直に書こうよということですね。ここは国の規定よりもちょっと一歩進んだというか、そういったかたちで提案をしているということなんです。じゃあ、この食材が入っているということを書くメリットなんですけど、これも消費者が豆腐を選ぶ際の目安になるということが一つ、それから、消費者により正確な情報を提示することで業界全体への信頼が高まるということですね。デメリットは同じですね、添加物、凝固剤と同じでカタカナがじゃらじゃらと並んでしまうことへの不快というか、そういうことが生まれやすいということです。必要表示事項の対照表については以上ですけれども、何か言葉足らずだとか、こういうことも書いておいたほうがいいんじゃないかというのは。

青山委員 今の凝固剤のところで、キャリアオーバーではない加工助剤ってないんですかね。

村尾議長 加工助剤はキャリアオーバーですね。

青山委員 イコールでいいんですか。凝固剤のところはキャリーオーバーになってるけど。

村尾議長 この副剤のどこですか。

青山委員 そうです、表示義務なし、括弧、キャリーオーバー。

村尾議長 加工助剤です。副剤というのも加工助剤の中になるんですか。

廣部委員 キャリーオーバーです、凝固剤の場合は。

青山委員 入っていったら？

廣部委員 入っていったらからキャリーオーバー。

青山委員 入ったら、途中で。

廣部委員 消泡剤が加工助剤。

村尾議長 消泡剤は加工助剤ですよ。

青山委員 消泡剤はキャリーオーバーじゃないの？

廣部委員 加工助剤。

村尾議長 いや、消泡剤は加工助剤、現行はキャリーオーバーですであってますよね？

青山委員 消泡剤はキャリーオーバー。

廣部委員 加工助剤のほうが除去される前提のものが加工助剤で、

村尾議長 前提ですよ。

廣部委員 キャリーオーバーは入っていったらけど効果を示さないっていう前提のものですね。

村尾議長 そうですね。

青山委員 両方ともキャリーオーバーっていうこと。

村尾議長 厳密に言うと違いますけど。

中川 OB 加工助剤はキャリーオーバーしないんです。除いてしまうから影響は出ませんよということ。もし、入っても効果がないですよというものをキャリーオーバーという考え方です。

村尾議長 残留はあるけど効果がないということね。

中川 OB 最終的には入るか入らないかの言葉の違いで、どっちもキャリーオーバーっていう考え方の中には入ってると。

村尾議長 消泡剤も場合によっては添加物になる、キャリーオーバーではないんですよ、その中に残る。

廣部委員 厳密に言えば本当は残ってるんですけど（笑）。

村尾議長 残ってますよね。

中川 OB 残ってるけど。

村尾議長 だから、キャリーオーバーという用語は間違いっていうことですね。キャリーオーバーで合ってるのか。

青山委員 両方ともキャリーオーバーっていう。

村尾議長 キャリーオーバーで合ってる。副剤に関しても一緒でしょ？要は消泡剤とおんなじあれですからね、加工助剤ではない。

青山委員 今まで両方使ってたでしょ？加工助剤っていうのとキャリーオーバーとね。

村尾議長 あんまり厳密に。



青山委員 厳密に認識してない。

廣部委員 これなら消泡剤のほうは加工助剤になる。

村尾議長 加工助剤？

廣部委員 はい。

井出委員 多分、定義のあるところに、よく見れば。

村尾議長 そうですね。

井出委員 今ので合ってるんですね。

廣部委員 よく見ればのくらいので（笑）。

村尾議長 ほかにございますか。いいですか、必要表示に継いで、これぐらいで。

青山委員 定義。

村尾議長 定義に関すること。

青山委員 豆腐の定義のところで大豆、凝固剤、それ以外の使用説明というときに、消泡剤については説明があったけど、これ、なくて。

村尾議長 豆腐っていうのは分類のところでですか。

青山委員 いや、2段目のところの、

村尾議長 2段目の。

青山委員 分類と2段目のところの大豆、凝固剤、水以外は使用せずっていうことでしたけど、消泡剤っていうことが。

村尾議長 規約のほうには詳しく書いてあるんですけど、一応、これ、対照表ですのでわかりやすく書いて。当然、そういう質問は出てくるんだろうなと思うんですけど、消泡剤は使ってもOKですね、豆腐というのはね。もし、書き足すとすれば、消泡剤を除くっていうところですね、括弧、消泡剤は。

（間）

村尾議長 いいですか、これ。次は特定事項の表示、任意表示、強調表示についてです。まず、原材料のところ三つございます。濃度と新穀、新大豆と特色ある原材料、原料原産地ということで。まず、濃度に関しては濃厚、特濃、濃い等、濃度を強調する表示を行う場合は、大豆固形分11.5%以上にしなければならないというふうに、現行の規約はこういうふうに書いてあります。11.5が妥当かどうかというのは、普通にまた議論すべきところではあるんですけども、それで当然、皆さんの自主基準、あるいは自社比較で書いているものなので、当然、法律にも基準というのはありません。今回、目的としては基準を明確にしようということが目的です。それによって消費者が豆腐を選ぶ際の目安になるということですね。今までは濃厚とか濃いと書いてあるけど本当に濃いかしらっていう半信半疑で買ってたのを、まあ、12%あるから大丈夫だわとか、13%もあるんだねとか、そういった観点で買っていただくことはできるということですね。特にちょっとデメリットのほうは私は思い浮かばなかったんですが、また、あればご指摘ください。それから、新穀、新大豆ということで、大体、新穀ですとか新大豆が出る時期に、中にはシールを貼られたりとか店頭へのぼりを揚げて販促をされるとかいうことはあると思うんですけども、これについても明確な規定がありませんでしたので、収穫されてからおおむね4カ月以内ということで、

今回、規定をさせていただいてます。これも基準の明確化というのとはできなくて、新穀とか新大豆の季節はもうそろそろ終わりかけなのに、まだ、それを銘打って販売してるとか、そういった優良誤認ってものを防止しているというのが目的ですね。それから、その次は特色のある原材料、原料原産地ということで、国産ですとか何々県産ですとか北海道産とか、特定銘柄ですね。フクユタカとかとよまさりという、みずくぐりだとか、いろんなものがあると思うんですけど、そういったもの。あと品種ですね、あと、契約栽培大豆にしようとか、こういったことをいろいろ強調する場合があると思うんですけど、こういった特色ある原材料を使うときには、当該原材料を100%使用する場合のみ表示可ということで、この規約に明記しようかなというのが今の案です。2022年から原料原産地表示制度というのが義務化になりますので、その中に一括表示への書き方としてはあるんですけども、強調表示の規定というのをごさいます。今のままいくと、多分、国産50%、外国産50%の場合でも国産という強調表示が可能になってしまうかもしれないですね、新しい表示基準でいくと。今までは納豆、豆腐のガイドラインの中で100%使用した場合じゃないと強調表示しちゃだめですよっていうのあったんですけど、豆腐業界としてはこれをそのまま踏襲しようかということで100%使用というところを一つポイントにしてるといってごさいます。そこが法律との違いですね。これも優良誤認の防止というのが目的でありメリットなってるのかなということです。原材料については以上ですね。あと、製法等ということで、厳密に言うとな製法等じゃない部分もあるのかもわかんないんですけど、まず一つはGIとか地域ブランドということですね。地域の特色ある豆腐である旨を強調表示する場合の基準を明確化ということで、この基準としては農水省が推奨するGI制度ですとか、あと、特許庁のほうで地域ブランド認定を取るんだとか、あるいは、組合で何か認定基準を作ってそれを運用してるとか、そういった実績がしっかり明確にあって、それを運用する母体もしっかりしているということであれば、その地域ブランドでもって豆腐の名称というのを積極的にうたっていくことができますよということで、目的としては地域振興。豆腐もいろいろ地域性というものがありますから、そういった地域の多様な豆腐というのをどんどん振興していこうということが目的になってます。当然、メリットとしては地域振興図れると、それから、もう一方ではあんまり地域ブランドとして認定されていないのに優良誤認であると、優良誤認になっちゃうと。例えば、京都にないのに京都府とかですね（笑）、そういうのが関西系ではよく見られる現象なんですけど、そういったものはきちんとやっぱり規制していかないといけないなということですね。それから、2番目が手作りということでもあります。手作りという規定も、これ、当然、法律にはないんですけども、手作りを強調表示する場合の要件をきちんと明確化したということと、どういうところで温豆乳を使用するか、凝固剤を手技で混合する、凝固剤は合剤、副剤を使用しないということですね。こういったことを手作りの基準にしています。これも要件を明確化にして、消費者が豆腐を選ぶ際の目安というのをひとつ明確にしよう。それから、特に小規模零細事業者が大手メーカーとの差別化をしやすいかなというのがメリットじゃないかなということですね。デメリットについては何か皆さんお気づきの点があればご指摘いただきたいと思います。それから、その次は生豆腐ということですね。生豆腐を強調表示する場合の要件ということで、豆腐が成型されたあと、または容

器包装に密閉されたあとに加熱処理を行わないと。いわゆるこういうボイルを行わないということとは要件です。これも要件を明確化して消費者が消費期限と賞味期限の違いというのをしっかり理解するためにも一つ目安になるんじゃないかということですね。それから、多くの町店さんの場合は、ボイルクールをしない場合が多いので、町店さんが差別化を図るといって、生豆腐という規定も使っていただけないかなというところですね。一つデメリットとしては、消費期限のものはイコール生豆腐というような誤解が生じるかもしれないんですけど、厳密に言うと、消費期限だから生豆腐ということはないですよ。ボイルしてあっても、食べる期限が短ければ、これは消費期限になっちゃいますので、これはイコールではないということですね。それから、あと、独自製法なんかを名称として出す場合、例えば、まるやか製法とか、もちもち製法とかいろいろそういう名前を強調して、それがあたかも自社の独自の技術でやっているというようなことで商品をよく見せるという場合があると思うんですけど、それを強調表示する場合は、きちっとその製法の根拠というのを明記しなさいと、これはパッケージに書けるものは書いていただいて、書き切れない部分は、QRコード等でホームページに飛んでもいいんですけども、きちんと根拠を示すということは何らかしなければいけないということになります。これについても優良誤認の防止ということが目的でありメリットになるということですね。あとは賞だとか推奨だとか、全国豆腐品評会、金賞とか銀賞とかそういうものを書いたりだとか、あと、大山阿夫利神社ご推薦みたいなことからそういうこともあるかもしれないんですけど、そういったことを書くとか、そういった場合はきちっとこれも基準を明確化していきましょうというところですね。これについても優良誤認の防止ということですね。以上が特定事項に関して、特に法律上乗せする部分になるんですけども、

青山委員 手作りのところ合剤っていうのはこれOKなんじゃないですか、凝固剤、合剤。

村尾議長 凝固剤、合剤はOKなんでしたっけ。

青山委員 6種類の凝固剤全部使っていいわけですか。

梅内委員 6種類の合剤。

村尾議長 凝固剤OKなんでしたっけ？

梅内委員 6種類の合剤。6種類、こんなに凝固剤、6種類の合剤は。

村尾議長 合剤はOKですかね。ちょっと、

梅内委員 はい。

村尾議長 確認します。OKかもわかりませんね。

青山委員 宿題のほうも、

村尾議長 はい。

青山委員 海洋成分の問題がちょっと残ってるけど。

橋本OB 細かいことですけど、今のところのメリットで、小規模零細事業者っていう言い方なんですか。

橋本OB 零細豆腐業者が、うちは零細だっていうのは結構なんですけども、こういう文字にしたときには、できれば零細は取っていただいたほうがいいのかな、

村尾議長 これは、ちょっとどういうふうにかこうかなと思ってたんですが、あとで、小規模製造小売事業

者っていう規定もあるんで、そっちで、

橋本 OB 結構気にする人出てくるから、

村尾議長 これは小規模製造小売事業者っていうことにしときましょう。

(間)

村尾議長 はい、どうぞ。

中川 OB この件の特定事項の表示、任意表示、強調表示のほうなんですけれども、基本的には濃度とかの場合、濃いとか普通に、例えば、今、自社製品での規格で、何倍以上という法的な規格があると思うんですけれども、これはある程度、共通の規格を組合とか、共通の何%以上は濃いですよっていうのを、数字を決めるという方向でいくのかなということなんですけど、そうすると、大豆固形分っていうのはいったいどういうもんなのか、測定法から含めてかなり数字を一つルール決めると、測定法とか何かかなり細かいものが出てくるけども、そこまでも意識しつつやられるということですか。

村尾議長 いろいろ作業はしています。まだ確立はしてないですけれども。

中川 OB ただ、規格的なところで数字っていうのは、前にも大豆固形分とか出てきたので、数字を決めるっていうことになると、バックボーンの測定法がかなり細かいところまで決めなきゃいけなくなってくると思います。それと、次に、新穀、新大豆っていうところで、新米とかはあると思うんですけれども、ただ、豆腐の場合は、豆腐をその豆で作りましたよって期間を決めた場合、消費期限との関係をどういうふうに設定していくのかを、またちょっと、製造時点で新だけでも、3カ月おいたら消費期限内を新で維持できるのか、そういうことをちょっと考え、も考慮して、検討してってくださいということです。それで、あと、特色ある原産地表示については、有機とか無農薬とかそういうようなものも当然単語として出てくるので、今後、それらについても検討いただきたいなと思います。それと、GI、地域ブランドについては、県の方に申請して、国の方に上げて、国の認可っていうかたちになるものなので、ここについては組合として認可みたいなものを設定するのか、ただ、地域ブランドにならなくても、組合として全国的にこの地域にはこういうものがありますよっていうものを、組合の基準で決めてった場合、県とか何だって地域ブランドとして挙げてく場合でも、「組合でこういうふうに決まっていますよ」っていうような状況だと認定されやすくなるということがあります。だから、そういうのをバックアップするという方向なのか、その辺、主旨的には非常にいいことだと思うので、今後引き続き、細かいところもまた明確にしていっていただきと思います。手作りとかも実際にこの工程っていうのは、かなり、手作り風とか、かなり細かい設定必要になってきますので、それは協議いただいていいものを作っていただきたいということと、あと、普通に生豆腐っていうと、生っていうのは、今、非常に問題になっている言い方で、もともと加熱した時点で生はおかしいだろうって、多分、昔はオミットしていたと思うんですけれども、最近、生醤油とか、加工食品にも鮮度があるよっていうので、国のほうでも、生醤油とかいろんなものが出てきているので、これの設定あたりも、うまくその辺、ほかの業種とも連携し、いいポジションで利用していただけたらと思います。全体として、お願いばかりですけど、以上です。

村尾議長 今日、規約案をちょっと添付しながらなんで、その点はわかりにくかったかなと思うんですけども、ただ、規約ばかりが先行規則等で細かく書いてる部分もあるので、そちらをご覧いただければと思います。それから、確かにその基準作りで、数字を設定してしまうと難しいというところはあるんですけど、逆に、その数字を設定するところがこの規約を作る肝なのかなという部分では感じてまして、やっぱりそこをしっかりと整備して、より消費者に対して、明確に基準を示すというところは努力をすべきところなのかなというのが、この委員会の基本的な考えではあるんですけどね。なかなかハードルが高いというのは、皆さんもわかっている。

青山委員 中川先生が大豆固形分の測定って、どんなことが考えられるんですか。

中川 OB 大豆固形分、とりあえずブリックス(屈折系示度)でしかできないだろうなと思います。ただ、実験データ的に出す場合は、乾燥重量の固形分です。その場合、たんぱく分と大豆固形分は大きく違ってくるので、この大豆固形分を示すには、ブリックスしかないのかなとは思いますが、最終的には。ただ、これ固形分出てきたら、多分、豆乳の考え方の部分が。

村尾議長 基本的には固形分系で水分系ですよ、水分系で。

中川 OB いいかなと思いますけど。だから、それを引き継いでいくんではないかなというふうに。

村尾議長 そうですね。ただ、豆腐の場合は、先ほどから出てきてる凝固剤とか消泡剤が、多少はやっぱりこれも固形分に影響を与えるんで。

中川 OB 豆乳も、炊く段階で。

村尾議長 豆乳、炊く段階から入れちゃうんですよ。豆乳炊く段階で、もう消泡剤とか入れるもんですから。

中川 OB プラスにしていくのはむしろいいと思います。

村尾議長 そうですね。ですから、そこは、もし換算式なんかを用いて、かけるのであれば換算式。必ずしも、厳密にその数字でぴしりというよりは、当然、誤差の範囲っていうのはプラスマイナスいくつかっていうのも設定するでしょうし。

中川 OB あと、木綿豆腐とか。

村尾議長 木綿豆腐はちょっと難しいですね。

中川 OB どう考えるのかなって、そこがもう、脱水水分率も測定できないし。だから、難しいなと思いますけど。

村尾議長 だから、基本的には、その製品の総固形というのをしっかりと測っていただいて、そこから実際にやっぱり添加をしているものっていうのは、豆腐の場合は限られてくるので、それを計算式で引いていくとか。

中川 OB 逆に言うと、マイナス水分の考え方で、全量から水分量をマイナスして固形分、そして凝固剤、消泡剤をマイナスして、大豆固形分という考え方になるかなと思います。

村尾議長 ありがとうございます。あと、GIのところについては、これはもう、あくまでも、この規約で後押しをしていくという、サポートをしていくということですね。だから、決める主体は当該地の組合であったりとか、そういったところが申請をして決めていくので、われわれがそれを許可認定するということではないですね。もう既に、許可認定されたもの、もしくは、組合として、もう県に認定申請をしてるというようなものを、この規約の中で後押しするというような考えで

す。

中川 OB 実を言うと、組合のほうで、何か緩いかたちでも何かそういうので、地域で頑張ってるものに組合以外でもいいんですけど、こういう名前ですらどれだけぐらい作ってますよって、組合のほうでも作ってますよっていう事実があると、商品を地域ブランドにするときも、やりやすいという、その辺かちかちではなくて、ちょっとうまく弾力性のあるような何かいい制度があればいいかなというふうに思っているんですけど。

村尾議長 私のイメージでは、別にこれ公正取引協議会が当然運用するんですけど、公正取引協議会は、組合等から申請があって、初めてじゃあ、豆腐の表示の中にそれを入れていいですよってという話をするだけで、特に、こちらから働きかけて基準を細かく見てるということではないと。

中川 OB わかってます。

村尾議長 ちゃんと申請書類の中に不備がなくって出ていけば、これは国でも認めてるから表示上問題ないですよっていうその程度に。

中川 OB わかりました。

村尾議長 ほかによろしいですか。

廣部委員 はい。

村尾議長 廣部さん。

廣部委員 まず、1点なんですけども、濃度のところのデメリットが今のところちょっと記載されていないんですが、現行の暫定で決めている大豆固形分 11.5%という基準でいくと、木綿豆腐が大体濃いになってしまうというふうな、ある意味デメリットなのではないかなと感じるんですが。いかがかなというところと、あと特色のある原材料のところの現行の法律ですね。強調表示の規定がなしということで書いてあるんですけども、何%以上使わないと表示できないっていう規定はないんですが、表示する際のルールはありますので、パーセント、100%でなければパーセントを表示するというようなルールはあるので、ちょっと規定なしと書いてしまうと語弊があるんじゃないかなと思います。以上です。

村尾議長 何%というかたちで書いてもよってことですね。

廣部委員 はい。

(間)

村尾議長 相原さん、何かありますか。

相原 OB この比較対照表は、アンケートと一緒にやる事業者さんにお配りするというお考えですよ？

村尾議長 そうです。

相原 OB であれば、今後、手作りとか生豆腐っていうのは、要件を明確化することによって表示することができる大きなポイントだと思うので、事業者さんが見たときに、要件の明確化により表示することができるというふうにちゃんと書いてあげたほうが理解がしやすいのではないかなというふう。

村尾議長 なるほど、われわれはわかってるけど、これを禁止するとかできるようになるかどうかわかんないってことですね。

相原 OB そうそう。

村尾議長 ありがとうございます。

佐藤 OB すいません。

村尾議長 佐藤さん。

佐藤 OB 先ほど、廣部さんのほうから濃度の規定のところでは木綿豆腐はすべて濃くなってしまいうんじやないかということあったんですけど、確か、木綿豆腐は除外されてたかと思います。

村尾議長 でしたね、確かに。

佐藤 OB はい、木綿は除外になってます。

村尾議長 木綿は、濃いって書かない、確かに。

廣部委員 確かに（笑）。

佐藤 OB やはり、備考欄で木綿は除外とか書いておいたほうがわかりやすいかもしれないですね。

村尾議長 そうですね、はい。

佐藤 OB それ以外で、手作りに関しても充填豆腐、読んでいけばわかるんですけど、充填豆腐等が除外されますし、調整加工豆腐も除外になるというところですかね。あと、生豆腐についても充填豆腐は除外されるというところで、そうふうに書いたほうがわかりやすいんじゃないかと思います。

村尾議長 ありがとうございます。

（間）

村尾議長 せっかく備考欄があるんだけど、うまく使ってなかったですね。ありがとうございます。ほかにもございますでしょうか。井出さん、どうぞ。

井出委員 先ほどの相原さんに近いといえますか、つながると思うんですけども、この比較対照表を見た方が、まずは自分にとってどうなのか、そのメリット、デメリットについては、事業者に対してのメリットなのかデメリットなのか、消費者に対するメリットかデメリットかが分かると良いと思います。それが本来は一致するのが一番良くて相反したらまずいと思うんですけども。例えば、消費者に伝わりやすいと、逆に事業者については、文字数が多くなってしまえば表示スペースが狭くなるとか、大豆固形分についても、事業者にとっては、それを担保しなくちゃいけないので、もしかしたら、今やっていない検査ですとか測定とかそういった手間がかかるとか、そういった部分もあると思うんですけども。なので、1 ページ目とか見ると、消費者にとってとか、事業者にとってとか書いてある部分もありますので、その辺も主語といえますか、そういった部分も書けるところについては、書いてあげたほうが見た人がわかりやすいかなというふうに思います。

村尾議長 そうですね。事業者にとってと、消費者と事業者と分けて書いたほうがいいですね。

（間）

青山委員 あと各ページにタイトル行も入れたほうが。

村尾議長 わかりました、すいません、ちょっとヘッダーをうまく使ってませんでした。ありがとうございます。ほかございますか。よろしいですか。じゃ、最後のページいきまして、不当表示の禁止というところでは、まず、不当表示の禁止のところでは、定義に関してなんですけども、豆腐の定

義や分類と異なる、または紛らわしい表示の禁止ということで、調整、加工等がわかりにくい、これは分類がわかりにくい表示ですね、あと、成分の調整とか無調整ということのこれは調整豆腐であるとか、加工豆腐であるにもかかわらずこういうものを使うということを禁止しています。これすべて、これもちょっとわかりにくいんですけど、すべて禁止されている表現ですね。それから、充填、ソフト、冷凍等の文字を、充填豆腐であるにもかかわらず充填というのを省略するとか、ソフト木綿であるにもかかわらず、ソフトを省略するとか、冷凍豆腐であるにもかかわらず冷凍を省略するといった例ですね。ちょっとそうやって言わないとわかりにくいんですけども。あと、充填豆腐でよくあるのは、寄せだとか、おぼろとかっていうふうに書いている充填豆腐もあるので、この辺についても禁止ですよということで、要は、豆腐のカテゴリーと違うような表現をするというのは、基本的にはだめですよということなんです。これについても優良誤認の防止ということで、現在、表示してる事業者さんにとっては自由な表現が抑制されるだとか、そういった印象を持たれるかもしれないということですね。あと、名称については、これは類似誤認というふうに呼んでるんですけども、本格豆腐とか、本豆腐とか、あんまり根拠がないんですけども、何か本格的なものじゃないよみたいなそういうことを想像させるような名称であるとか、あと、〇〇風というのですね、京風だとか、手作り風とか、そういうものがあると思うんですけども、こういった言葉も、例えば、京風に関して言えば、もうこれは地域ブランドがしっかり認定して、規約の中で後押しをしていくということにしているわけですから、紛らわしい何々風というのは、やはり好ましくないというふうにしてますね。それから、手作りについても手作りという規定を設けているので、手作り風というのは、これは類似誤認に当たるということですね。こういう商品も実際には現状はたくさんあるので、やはり、この自由な表現が抑制されると思われる方は、デメリットとして感じる部分はあるかもしれないんですけども、一応、規約ではそういうものは規定していくということです。それから、次に、不当表示の禁止のところ、原材料、添加物についてですけども、添加物等不使用をことさらに強調する表示の禁止というふうにあります。これは、よくありますね、保存料不使用ですとか、合成保存料不使用だとか、着色料不使用とか、合成着色料不使用、あと乳化剤不使用、消泡剤不使用とかがあります。これを周囲より大きな文字、太字、色字、囲み文字、反転文字、特別な字体やフォント、下線、傍点等でことさらに強調することを禁止するというのが規約の内容です。この規定の性格的には二つの性格がございまして、一つは通常豆腐に使わないようなもの、合成保存料とか合成着色料なんかは、まず使わないですよ。まず使わないにもかかわらず、そういうものをことさらに使っていないよということを強調するっていうのは、これは明らかに優良誤認に当たるんじゃないかというのが、この規約、委員会での今までの議論での考え方です。これが一つと、もう一つは、安全なものを使用しているにもかかわらず、その使用していない人が、使っているものが、さも、否定的じゃないかみたいな感じで受け取られるような書き方、消泡剤やなんかは、これはもう最後のものだと思いますけども、消泡剤などは、一応、国が認めた安全基準に基づいて皆さん使ってるわけですけども、消泡剤不使用というのを大きく豆腐に書くっていうのは、これはやはり消泡剤を使っている人に対して、著しく有利な印象を与えるということですね。これもアンフェアなことにな



るので、これはやめようっていうことです。ただ、消費者の中には、知りたいということもあって、消泡剤を使っているのか使っていないのかはっきりしてほしいと、使ってれば今回は、消泡剤を書くということにはなってるんですけども、それでも使っていないことをしっかり示してほしいっていう消費者もいたりしますので、情報として書く程度はいいでしょうと、ただ、ことさらに強調するのはやめてねっていうのが、この規定の中で決めている、ちょっと苦しい部分ではあるんですけど、そういうふうになっているところでもあります。できればこういう不使用、何々不使用っていうのはあんまり書かないふうに持っていきたいというのが委員会の基本的な考え方ではあるんですけど。それから、あと以下の用語の使用禁止。これは、よくほかの食品でもある話で、天然、自然、ナチュラル、純、純粋、純正、ピュア、新鮮、フレッシュ、作りたてと、こういうのは、一般的には公正競争規約の中でも使わないということになってますので、これも使わない方向でいくということですね。そういうふうになってても、消費者の中には天然信仰みたいなのがあって、なかなか払拭できない部分もあるんですけど、それはさておき、規約の中では使わないということですね。あと、その他ということで、不当な競争優位表示の禁止ということで、最高級とか、最上級とか、根拠のないこういった書き方ですね、あと、他社商品と比較しての優位表示みたいなものも景品表示法の観点から言うと、これも比較広告みたいなことになりますので禁止していくと。ただ、これは有利誤認の防止ということで、それから不当競争の防止ということにつながるのでもいいんじゃないかということです。以上が不当表示の禁止のところなんですけども。

青山委員 今、議長が説明した通常、豆腐に使用されてないっていうそういう文言を備考のところにも入れといたほうがいいんじゃないですか。

村尾議長 備考のところですか、はい。

青山委員 安全性が認められてるものについては、ここに書いてあるんだけど。

(間)

村尾議長 ありがとうございます。ほかに何かございますか。

(間)

村尾議長 よろしいですかね。それでは最後です。その他のところで、まず、一つは特例として、小規模製造小売事業者の特例というのをこの契約の中では設けています。これは、ほかの法律ではあまりないんですけど、豆腐業界ならではのところではあるんですが、小規模製造小売事業者とはということで、従業員数がおおむね10名以下、複数の工場や支店を持たないと、それから他社の小売店へ商品を卸していないという、これはすべてを満たす人があるんですけども、こういうのをすべて満たせば小規模製造小売事業者として認定して、このような人たちは、多くがお客様と対面販売をしているということに鑑み、あんまりこのパッケージへの表示という義務は課さない。その代わりに、店頭にお客様にある程度、商品の情報が伝わるような何らかの表示というのを積極的にしていただいて、それをもって規約を守っているというふうに見なすという特例でございます。こういったことで、町店さんでもこの規約にあまり過大な負担なく参加していただけるというようなことに配慮してるということですね。店頭表示する際には、ちょっと多少の

手間はかかるんですけど、ただ、できるだけコストはかけないような配慮というのはしたいところなんです。それから、もう一つ、公正マーク、店頭ステッカー、これは当然、公正競争規約ですから、こういうものを設定して、商品には公正マーク、それから店頭には適正表示推奨店みたいなかたちのステッカーが掲示されると。それによって、消費者の信頼の証を端的に伝えることができるというのが一番の目的でありメリットですね。ただ、豆腐の場合は、印刷面とか小さいもんですから、一つマークを増やすとか、また印刷面が煩雑になるとかそういうデメリットもございますし。以上が比較対照表なんですけど、何か抜けてるところとか、これなかったんじゃないみたいな、あと全体的にご覧になってこれではわかりにくいとかいうご意見でもいいんですけど（笑）、これ事業者向けに配るものなので、あんまり消費者向けというものではないですけど、事業者アンケートを行う際に、これを見ていただいて、大体、この規約というものが法律に何を上乗せしてるかというのが、どうですかね、おわかりいただけますか。ここにいらっしゃる方は、ほとんどおわかりいただいてそうですが。

（間）

中川 OB いいですか。

村尾議長 どうぞ。

中川 OB これアンケートとの関係にもなると思いますが、豆腐を作っている事業者さんが、今までこういう流れを知っていれば、このアンケートと一緒に、こういうものが出てきた、これをかなり読み込んで、真剣にかなりアンケートにレベルの高い回答をしてくれなようなアンケートに向かっていくと思いますね。これで、今のところ、基本的にはお豆腐屋さん、いわゆるお豆腐屋さんって言われるところすべてが、対象にアンケートを出さなさいいけないわけですよ。そういう場合、いきなり、今まで、この経緯を知っておられるお豆腐さんがおられるし、この関係のとはわかると思いますけど、そうじゃないところにこれをポンと出して、アンケートの内容のことについて、まず、こういうのを作ったけど、こういういいことがあるよ、こういう悪いことがあるよ、だから賛成ですか、反対ですかみたいな切り口は、ちょっとキツすぎるんじゃないかなという気がします。だから、まず、アンケート自体をもうちょっとすべての業者さんに出すのであれば、ここまで細かい決まったことっていうのは、事務局さんのほうでも、かなり煮詰まってる場所はあると思いますが、その細かい内容まで興味を維持させるというよりは、まずは、こういう公正取引委員会で、今、こういう取り決めが必要じゃないですかって、賛成ですかっていう、質問で、必要とされれば、この定義の不法表示の禁止とか、その他とかの、頭の部分のところをこういうようなことを決めることにしていきたいですよというような、その案件をまず引っ張り出すようなアンケートにして、アンケートの細かい部分は、手持ちとしては非常に十分な内容になっていると思いますが、今後、そういう方向で、初回は、まず必要ですよ、じゃあ、こういうようなものを作って検討していきますよ、賛成していただけますかって、ああ、わかりましたよ、賛成しますよっていう気楽なアンケート結果を得るために、まず、1回、レベルを落としたかたちで進めたらどうですか。情報の開示のほうも、最初はいきなり、こんなハードルの高いものを挙げずに、いずれネットで公開とかいろんな細かいことを決めていくような方

法で、でステップアップして、最初、簡単なアンケートで賛成を取ってしまったほうが、最初から細かいところに入っていくと、だんだん誰も見なくなって、アンケートが進まなくなってくると思います。だから、もうちょっと最初は、取っかかり易い形の方が、アンケートの後半に、今後、正式な委員会を作って進めていきますよというかたちになっているので、最終的にその委員会で細かい内容について、決めますよというような2ステップぐらいの考え方で、最初のアンケートを作られた方が、回収率が良くなるのではないかと思います。そういう意味では、いいかげんなものでアンケートを出すというよりは、ここまでバックデータの資料、これより今いただいた資料よりもっと細かい決められた結果が、多分出てきていると思います。ですから、それを1回きっちり頭で踏まえたうえで、聞く内容はもうちょっと簡単なものにして、まず取りかかるところで、賛同について賛成の票数を集めるというようなレベルのものが最初のアンケートとしては良いと思います。

村尾議長 ありがとうございます。もう既に、この委員会っていうのを3年ぐらいやってるんですね。それで、業界に対する説明会なんかも何回か開催はしてまして、ご存じの方は、だいたいご存じです。そういうご存じの方にとっては、いつ決まるんですかとか、そういう方向になってるんですけど、逆に、全く興味がない方だとか、もちろんご存じのない方というのもいらっしゃるんで、今回は、ご興味のない方も含めて、どれぐらいの方にこの次にステップで参加していただけるかというところがポイントなんです。だから、その参加をしていくうえで、先ほど2ステップという話がありましたけど、アンケートの中身は3ステップぐらいになってまして、一つは規約自体に皆さん賛成なのかどうなのかというところを、まずは、ご意見を伺うというのが、まず1ステップ目で、じゃ、その規約に反対の方なんていうのは、どういったところ、細かい点ですけども、どういったところに引っかかりがあるのかいうところですね。そこをちょっとあぶり出しをしないと、次の議論に進めないっていうのがあるんですね。当然、これ、あとにも出てきますけど、消費者の方にもアンケートを取って、消費者とそれから、消費者の知りたいという感覚と、事業者の、これはもう書きたくないみたいな感覚、ひょっとしたらギャップがあるかもしれない。そういうところのギャップについてもきっちりアンケートで把握したうえで、次の議論に進みたいなというところで、3ステップぐらいとしては、じゃ、次の議論に参加いただけますかという仕組みには、一応、アンケートにしてるんですけどね。

中川OB そういう仕組みはわかります。ただ、入りのところで本当にわからない人っていうのは、まず、公正競争規約のところ、何で要るのっていうところを、まず、こういうのありますよっていうところなんだけど、そこは一步引いて、世の中こういう状況になって、こういうものが必要です、必要ですかっていう答え、それ必要です、必要でないっていうふうにした場合、別に現状のままでもいいよっていう人もいっぱい出てくると思うんですよ。ですから、その部分については、まず、全くフラットな人を対象にしていく場合、今、本当に必要性を感じてるという人は、フラットに広めた場合、率どれぐらい出てくるかっていうことを考えていくと、最初でアンケート対象者を引っかけるときに、こういうものが必要なかどうか、今は必要ないけど将来必要になるというふうに考えているという、将来必要になるって考えてるっていうところで、相当の率を

取ってしまえば、あと進めやすいのかなということで、最初の入りの部分を、今、3ステップのつながりなので、引っかけり、取りかかりの部分をもうちょっと低いところにステップの台を設定したほうが良いのでは、ないでしょうか。

村尾議長 いきなりイエスかどうかじゃなくてってことですか。

中川 OB そう言うことですね。で、こういう、いや、豆腐の分類が全く野放しになっているみたいだけど、ちゃんと消費者のほうも含めて分類をやったほうがいいと思いませんか？と言ったら、いいんじゃないっていうのを、まず、取るというステップでアンケートの回収率を稼ぐというのがいいという考えです。

村尾議長 ありがとうございます。ほかに何かございますか。

(間)

橋本 OB これアンケートは、またあとでやりますか、今日。

村尾議長 やりますよ、はい。

(間)

村尾議長 いいですか。じゃ、比較対照表はこんなかたちでいいですか。どんな意見でもいいんですけど、もうちょっとわかりやすく色をつけたほうがいいのか、字体をかわいくしたほうがいいのか(笑)。

一同 (笑)

梅内委員 字体をかわいくしたほうがいいですね。

橋本 OB この中で、優良誤認とか、類似誤認とか有利誤認ってあるじゃないですか。小売りでは、何か、どっか簡単に注意書きでも何かつけてもらって、多分、ちょっと私なんかでも、よく、うまく説明できない。

村尾議長 法律用語わかりにくいですね。

橋本 OB だから、これをあえて出すのであれば、今、おっしゃったように頭の部分だけぐらいに留めとけばともかく、ここまで出すとなると、やっぱりそういうふうなところをちょっと、注意書きで書いてあげないとどうなのかなとことを思いました。

村尾議長 優良誤認とは？とか、有利誤認とは、類似誤認とはみたいなことを書くか、もしくは、もうちょっと砕けた表現にしてあげるかっていう感じですね。ありがとうございます。では、今、3時25分ですので15分間休憩を取ります。40分からすぐ開始します。ありがとうございます。

(休憩)

村尾議長 では、先ほどの比較対照表に基づいて、アンケートが二つございます。その前に比較対照表にちょっと添付したものがあって、この1枚目の公正競争規約導入後の表示の違いって、まあ、こういうものを参考にして、これも一緒に見てもらおうと思ってます。まず上が現行の表示例になります。これは充填豆腐になりますけど、名称充填豆腐、原材料が大豆(遺伝子組み換えでない)、括弧、あと凝固剤、内容量、それから消費期限が記載、保存方法10℃以下で保存。販売者、公正取引株式会社東京都何々区16の10みたいなんですね。欄外に使用上の注意、開封後はお早めにお召し

上がりくださいということで。実際にはこれにプラマークがついたりするんですけど、それで栄養成分表示については、現時点ではまだ義務化されてないので、義務化はされてるんですけど、移行措置機関ということで、ここには記載をしてないということでご理解ください。規約導入後の表示例としてはどうなるかということで、まず名称調整木綿豆腐というのを書いてあります。大豆固形分8%以上ということで、ここに大豆固形分入ってくるんですね。それから原材料名ということで、この場合は脱脂加工大豆を使ってるという想定で、まあ、原料原産地が入るまで、（アメリカ、カナダ）と。それから添加物のほうが凝固剤（塩化マグネシウム）、（にがり）。それからプロピレングリコール、脂肪酸エステル、グリセリン脂肪酸エステル等を含む。これはいわゆる乳化にがりですよということですね。具材の名前も書いてある。それからあと消泡剤、グリセリン脂肪酸エステルというふうに書いてあります。内容量、消費期限のところは一緒、要冷蔵一緒。あとは大体一緒ですね。それから右の欄にいくと、栄養成分表示が書いてあって、公正マークがあって、その他、書ききれない部分の情報はできるだけ積極開示ということでQRコードあります。それからリサイクルマークがあって、堅さの目安表示なんかも、これは任意表示なんですけどつけてあります。それからお客様相談室っていうのをするという。一応、こんな感じで表示は変わりますよ。まあ、大きく変わるの大豆固形分のところと原材料名というところが規約によって変わる部分ではあるんですけど、というふうに記載してると。

青山委員 これ消費期限、充填が消費期限で、木綿が賞味期限っていうのは何か意味があるんですか。

村尾議長 そうですね、意味ないですけど。ちょっと違和感ありますね。おんなじ木綿豆腐にしとけばいいんですよ、これね、充填じゃなくて。

中川OB いいですか。

村尾議長 はい。

中川OB 現行でこれ、公正競争規約導入後の表示の違いっていうふうな書き方をすると、基本的には栄養成分表示が義務化になった場合、原産表示とかありますよね。それらに対応した時点での表示と、この公正競争規約を導入したあとにこう変わりますよっていう規格のほうが。

村尾議長 わかりやすいですか。

中川OB わかりやすいと思います。ただ過渡期ですから、厳密なことを言うと、現行の表示例との比較より、改正後の表示と比較して、この規約のある、なしでここが違いますよということをも具体的に示した方が、良いと思います。対象としては一緒のものを想定する方が分かりやすい。今回は、調製木綿豆腐を想定とした場合、この導入後の表示っていうのはどういうふうに変わっているのか、普通に何で調製木綿豆腐になったかっていうところがはっきり分かるようにした方が、わかりやすいと思います。要は乳化にがりということになってるということですか。

村尾議長 違います。大豆固形分です。

中川OB 大豆固形分が8%以上って、

村尾議長 はい。

中川OB それで調整木綿豆腐になってるということですね。それとあと表示の書き方で、この名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、この欄の中に大豆固形分というのを表示の法律的に、そこ

に入れていいものなのかどうなのかということが、

村尾議長 わかりません。それは消費者庁との調整になってくるので。

中川 OB 多分、今の法律ではだめだと思います。だから多分欄外に必要なになってくるというふうに思います。これについてはそういうところが直したほうがいいかなという気がします。

(間)

村尾議長 欄外ね。

(間)

中川 OB この場合、固形分8%以上ということで書いてあるから、調製ということになると、要はこれかもし10%以上だったら調製はなくなるという、

村尾議長 この商品についてはそうですね。

中川 OB ただ、これで保証してる表示内容っていうのは、8%以上ですよっていうことで、10%以下っていう記載はないわけですよ。

村尾議長 ないですね。

中川 OB そうすると、この表記としての互換性と整合性に問題が出てくるんじゃないかなという。

村尾議長 それはどういったことですか。

中川 OB 8%以上っていうのをこの商品で、固形分で保証してるから調製豆腐っていう、8%って書いてあるから調製豆腐だっていうことですよ。だから10%の商品も8%以上ですよ。

村尾議長 いや、その場合は10%って書くでしょ。

中川 OB それは意図であって、商品の規格として保証した場合、もしこれで、こういう表示であれば、これで10%以上の商品の場合に、8%とか書いたらどうなんですか、表示違反になるんですか。本来、調製豆腐じゃないものを8%以上でも、10%でも11%でも8%以上ですよ。

村尾議長 もちろん。

中川 OB でもそれを判断する基準としての根拠の数字があって、それが調製豆腐になってるっていうことは。

青山委員 原材料もそうです。原材料、

中川 OB だからその、逆に言うと8%以上でOKですよというのでかぶる場合は、逆に言うと8から10%っていう表示をしてかないといけないんじゃないかなと思って。

村尾議長 いや、そんな必要ないんじゃないですか。例えば牛乳なんか加工乳とか、牛乳で何%以上っていう書き方しかしてないですよ。乳固形分とか乳脂肪分って何%から何%っていう書き方はしてないですよ。

中川 OB 何%以上を最低コストにしてるわけですよ。だからそれ以上は保証してて、ほかの要因が、この要因だけで決定要因になってるかどうかっていうことなんですよ。

村尾議長 これだけではないです。この場合はこれが決定要因になってるんですよ。

中川 OB ほかの要因があった場合、この要因が決定に、決定要因を義務づける場合で、これで8%だからっていう、どっちかというそういう規格基準でいったら、何%以下ですよっていう、濃度によりけりになってきているんですよ。だから8%以上っていうのを限定要因になってるとすれ

ば、8%じゃなく10%でも調製って書いてもいいふうにならないですかっていう。それは選択でやってるからいいですよっていう、ただの考え方なんでしょうけども、

村尾議長 通常は書かないとは思うんですけどね。

中川 OB ただ逆に言うと、規約っていうか、ルール作っていく場合だと、通常はしないよっていうところどうなのっていうところまで決めとかなきゃいけないことになってくるんですよ。そこが数字を扱うところの非常に難しいところだと思うんですけども。

村尾議長 いや、それはないんじゃないかな。

中川 OB ただ豆乳の場合は、濃さイコール品質になってくるんで、ほかの要因が出てこないですよ。

村尾議長 もちろん。

中川 OB だから10%までいけば濃いですよっていう、そういう単純に上から優先順位のくくりだけど、こういういろんなほかの要素が絡んでくる場合には、ダブった要素っていうのが出てくるんですよ。

村尾議長 当然出てきますね。

中川 OB その部分については消費者の選択の余地を残すのがいいのか、残すっていうのは法的なところからいくと非常に曖昧な部分になってくるっていう気がするんですね。

村尾議長 ただ10%以上、今、ちょっと規約の中身うんぬん議論するつもりあんまりないんですけど、それは次の協議会に譲っていいとは思うんですけど、10%以上っていうふうな書き方できるのは豆腐の場合だけなんです。調製、加工の場合は書けないですから、10%以上っていうのは、基本的には、実測値で書かないといけません。

中川 OB なるほど。実測値で書かなきゃいけない。

村尾議長 そうです。だから10%以上って書けるのは豆腐だけですし、8%以上って書けるのは調製豆腐だけですし、6%以上って書けるのは加工豆腐だけなんです。あくまでもそういうふうに書いてもいいですよと。

中川 OB 書いてもいい、

村尾議長 原則は実測値で書く。

中川 OB 書いてもいいですよっていうことですね。

村尾議長 そうです。

中川 OB だから書いてもいいですよっていうことになると、この場所ではおかしくなってきます。

村尾議長 だから欄外に表示したほうがいい。

中川 OB 商標的な要素のところでの規約があるということ、そこら辺をちょっと書く場所あたりを、はい、そういうことで。(中川 OB コメント：表示場所については、必要表示事項として一括表示内に記載することで、後日、村尾議長と意見調整済み)

(間)

青山委員 これ欄外に10%以上って書いても、脱脂大豆って書いてあるから木綿豆腐。

村尾議長 そうですね。これ脱脂大豆は調製ですね。

川田委員 よろしいですか。これってちなみに一緒にアンケート出すときと、添付するやつですか、この公正競争取引。

村尾議長 そうです。この比較表と合わせて。

川田委員 これもう一層のこと、例えばちゃんと脱脂加工大豆を使用して、使用した木綿豆腐の場合っていう感じで、それで前提にしちゃって、例えば今やってるこのお豆腐、今回はこの表示大丈夫ですけど、2020年に目標にしてる公正取引設定委員会で決まりますと、表示でこうなりますよっていう、商品をもう一本化しちゃって。

村尾議長 そうですね。それ今、中川先生がおっしゃったとおり、比較対照ってなるなら全くおなじものにしたほうが良いという。

川田委員 もう最初に、豆乳何%も含めるんですけど、脱脂加工大豆使った、脱脂加工大豆を使用した調製豆腐の表記方法っていうふうにはしつと決めちゃって、やったほうが多分。

村尾議長 まあ、例としては、

川田委員 例としてこうなりますよっていうだけで強調すれば、多分みんなわかると思いますので。

村尾議長 だから栄養成分表示についても既に法律で導入することが決まっているので、それも書いたりだとか、あと原料原産地表示も既に決まったことなのでここに書くと。それで恐らく遺伝子組み換えでないっていうのは書くなっていることなので、これも削除するというので、できるだけ条件一緒にして、それで規約によって変更される部分だけを書いたほうがわかりやすいですね。

川田委員 か、もしくは重要な部分を点ないし米印かなんかで、

村尾議長 色つけたりとか。

川田委員 色つけてやったほうが、多分優しいんじゃないかなと。

中川 OB なくなる部分と追加される部分というのを確かに、今、結構簡単に色つきますから、その辺なんかマニュアル的にわかるようなかたちが非常にいいと思います。

村尾議長 そうですね、はい。表示例はちょっと直しておきます。で、こういう表示例と比較対照表を見ながらアンケートに答えていただくわけですけど、一つは、アンケート二つあるんですけど、豆腐の表示に関する公正競争規約についてのアンケートってあるのが事業者向けです。まず前段のところ公正競争規約についての説明を入れております。公正競争規約は景品表示法に基づき、個々の商品やサービスごとに設定される、業界の自主ルールです。公正競争規約が設定されている業界では、公正取引協議会等を通じて、規約に参加する事業者が規約を遵守して適正な表示を行うことで消費者が安心して商品、サービスを選択できる環境が整備されます。また事業者は、公正競争規約を遵守することでコンプライアンスの強化を図ることができ、社会的信頼の向上が期待できますという、こういう意図を端的に書いてあります。一般財団法人全国豆腐連合会並びに日本豆腐協会では消費者の利益の保護を目的とする、景品表示法にのっとり、業界の自主ルールである豆腐の商品に関する公正競争規約を設定するために、2015年11月に、ここちょっとくどいですが、ここら辺。ここはもっと簡単にしましょうね。2015年11月に豆腐公正競争規約設定委員会を設置し、約3年間にわたり議論を重ね、規約案を作成いたしました。今後は消費者庁並びに公正取引委員会に提出を行うにあたり、これまでの規約認定に向けた取り組みを真摯に振り返



り、広く事業者の皆様よりご意見を伺うことで、より多くの皆様のご支持いただける規約とするため、アンケートを実施することといたしました。で、設問に対する回答はほとんどが選択肢となっております。回答は記入式とし、法人1社あたり1通としていただきますようお願い申し上げます。括弧、資本系列を同一とする企業におかれましては1ブロックで1通としてください。ご記入いただきました個人情報等につきましては、本アンケートの集計のみに利用し、その他の目的には使用いたしませんので、どうぞご安心くださいと。ことで、回答に際しましては、同封しました規約と法令の比較表並びに表示例をご参考としていただけますよう、よろしくお願いいたします。ということで、記名式ですので、企業名、代表者名、記入者の情報を書いております。先ほどちょっと中川先生ご指摘あったところなんですけど、いきなり賛成、反対わからないっていうのがある。もうちょっとこれが必要であるかなっていう質問入れたほうがいいんじゃないかというところがございますけれども、設問1としては導入に賛成か反対か、まあ、わからないという答えもありますけど、一応3択にしております。それから設問1の1で賛成と回答した方は、その理由は何ですかということで、導入の目的に賛成だからメリットがあると思う。周囲の人や知り合いが賛成してる。何となくその他五つにしています。それから設問2の反対についても同様です。それから、ごめんなさい、これ設問1ですね。ちょっと番号が変わった。設問1で回答。設問2、公正競争規約導入に関する以下の質問に対し、双方どちらとも言えない、思わない、わからない。どちらかを回答する場合も括弧に記入してくださいということで、商品の定義や分類がわかりやすくなると。それから商品を得るための情報がわかりやすく承認されるようになる。優良誤認と不当表示はなくなる。業界全体の安全安心や、信頼性を考慮する。商品や店舗に対し、お客様から信頼されるようになる。表示に関して公正取引協議会に相談できるように、公平で公正な競争価格が守られる。事業者ごとのすみ分けを考えられ、日本の豆腐基準を世界基準として主張できるという。主にメリットとして挙げられるところを挙げて、それ実際に皆さんメリットと感じられるかどうかというのをこれは調べるための設問です。それから、設問3からが内容に関してで、ここで比較表をご覧いただいて、こんなことは法律に上乗せしなくていいんじゃないかっていうご意見もあるかと思うし、これはぜひ上乗せすべきだという意見もあると思うので、そこを言っています。豆腐の定義だとか分類、まあ、調製、加工なんかもそうですね。それから木綿、ソフト木綿、絹ごしなのか、豆腐の種類の種類ですね。それから大豆固形分表示。食塩相当量の基準。凝固剤の物質名表示。凝固剤に含まれる物質名表示。消泡剤の表示及び物質名。濃度を強調する表示及び基準。手作りである旨の基準ですね。それから生豆腐、新穀または新大豆。あと地域の特色ある豆腐、特色ある原材料ですね。それから独自製法等を強調する表示。それから不当表示として紛らわしい表示、添加物等を使用していない旨をことさらに強調する表示。類似誤認を与える表示、類似性を強調する表示。天然、自然、ナチュラル等の用語、純粋性を示す用語、不当な競争優位表示と。アからキまで。そしてあと公正マーク。適正表示ステッカーですね。それから小規模製造小売事業者の特例というふうに書いてあります。大体比較表に対応するようになっているのかな。ここで事業者の方がそれぞれの規定が必要か必要でないかということ、どれぐらいお書きになっているかというのを調べるためのアンケートです。

それから設問4からが、こういうことになりまして、公正競争規約の認定申請に向けて、来年には公正取引準備協議会というのを設置して、業界内での議論を進める予定ですと。準備協議会を設置された場合は貴社の対応についてお聞かせくださいということで、積極的に議論に参加する、議論には参加しないが準備協議会には加盟する、準備協議会に加盟しない、準備協議会の設置に反対するという四つにしています。それから設問のほうは、規約が認定された場合ですね。その場合はどういう対応しますかということで、規約を積極的に遵守する。取引先から遵守するように言われましたら、他の事業者の対応見て、遵守するつもりはない、この四つです。あとは自由に意見を書いていただくというふうに思いますが、これぐらいの分量であれば皆さんお答えいただけるのかなってような内容になってます。以上が事業者向けアンケートで、もう一つは消費者ですね。これは割と豆腐業界に近い、豆腐マイスターさんですとか、そういった方に、豆腐マイスター協会のご協力も得ながらお配りして答えていただくことを想定してるわけですね。前段のところはだいぶ少ない内容になってますけれども、設問の1番はまずこれ所属ですね。これ無記名、廣部さん、無記名にしていますか。

廣部委員 無記名にしました。

村尾議長 無記名にしましたね。

廣部委員 消費者の方のほうで。

村尾議長 日本豆腐マイスター協会認定の豆腐マイスターですとか、食品表示検定の資格を持つる豆腐消費者団体。実質的な設問、1番に当たると思いますが、設問2ですね。食品全般を購入する際、どの点を重視して商品を選択しますかというところで、一般的な質問になってますね、味、内容量、パッケージの見た目、原材料に何が使われてるか、添加物に何が使われてるか、栄養成分表示、保存方法、製造者、その他。それとこれは優先度の高い点から五つランダムに選ぶというようなことになっています。それから設問の3、豆腐を購入する際、どの点を重視して商品を選択しますかと。これもランダムに五つ、優先度の高い点から五つですね、選ぶ。豆腐の種類、価格、内容量、パッケージの見た目、大豆の産地、商品名称、凝固剤の種類、消泡剤の使用の有無、栄養成分、保存方法、製造者、その他となっています。それから設問の4番が、設問2及び3でお答えいただいた、商品を選択するための情報はどこでどうやっていきますかというところで、これは三つランダムで選ぶということで、商品パッケージの表示を見て決める、それからメーカーホームページから、カタログ、チラシの記載等から、それから販売してるところに電話で問い合わせをします。それから設問5番については豆腐について知りたい情報はどれですか、優先度の高い点から三つ回答ください。食べ方、調理方法、堅さ、食感、大豆固形分、大豆の濃さ、それから原材料の産地、凝固剤の種類、消泡剤使用の有無、その他となっています。それから設問6が設問5で回答いただいた、情報を知るタイミングとして最も近いものをお選びいただき、その後の解答欄に内容を記入ください。すべて購入時に知りたいのか、あとから調べてわかればよい情報の中にはありますという、その情報を書いていただくということですね。それからすべてあとから調べてわかればよいと。そして設問7が、豆腐の表示で増えた点がありますかと。これも三つランダム回答です。字が小さくて見にくい、原材料産地がわかりづらい、使われてる原材料が何か

わからない、使われてる添加物が何かわからない、食べ方がわからない、どんな味や食感がわかりづらい、その他ということですね。あと設問8が豆腐のパッケージに表示がなくても困らないと思うものがあればすべて回答くださいということで、これも食べ方、堅さ、大豆固形分、製法、原材料、産地、凝固剤の種類、消泡剤、栄養成分の機能性、その他。9番が凝固剤ですね。豆腐の凝固剤としてご存じの物質すべてを。これは知ってるか、知らないかっていうことですね。それから豆腐の原材料として表示されていたら、購入をためらうものがあればすべてお選びくださいということ、これは先ほどの凝固剤に加えて、シリコンですとか、レシチンだとか、消泡剤の主成分であるグリセリン脂肪酸エステルですとか植物油脂。あと食塩とか砂糖と。まあ、調味料系ですね。こういったものが入ってくる。設問11は豆腐に表示されていると、積極的に購入したくなる情報があればすべてお選びくださいということで、手作りだとか、消泡剤不使用、保存料不使用、遺伝子組み換えじゃないか、その他ということで、先ほどの特定表示だとか、というところに絡む表示内容はここに書かれているということですね。こういう事業者と消費者、両方のアンケートと言いながら、規約の中身として今まで議論はしてきたんですけども、どういうところに皆さん関心あるか、どういうところが必要かというところについて議論するための、資料を作成するためにこういうアンケートを取りたいということですけども、ちょっと走り走りで説明したんですが、このアンケートの内容について。

青山委員 これ一般消費者っていうのはどの程度の、その他とか、資格や所属団体が無いっていうのは、先ほどのマイスターなどっていう、アンケートを取る対象としてマイスターなどということであったんですけども、その他とか資格、所属団体が無いというような人たちはどういうようなかたちで、アンケートを取るんでしょうか。

村尾議長 どうしようかな。

青山委員 駅前でやるとか、

一同 (笑)

青山委員 どっかスーパーの店頭でやるとか、そういうようなことを何か検討する。というのは、非常にこの関心の強い方ばかりが集まってしまうと、そういうデータが非常に興味の高いものだけにしか集まんないような感じになってしまうんじゃないかなというふうに思います。

廣部委員 例えば弊社でしたら、期間をいただければ、直営店に来るお客様にアンケートをお願いするようなことは可能かと思います。

中川OB 消費者のアンケートを、要は何枚集めるつもりかなっていうのがまず、何万名、一応いろんなところに、どれだけの枚数が必要かなっていうことと、一般的な人に対象にしたアンケートなのか、偏った印象を与えてはいけないのか、消費者っていうのをどういうふうに定義をして母体にするのかという、まずぼんやりした狙いのところがどの辺なのかなっていうことを考えて、それから次、じゃあ、何を使おうかなと、お金を含めて、どういうルートを使おうかなっていう、消費者団体とかいろんなところに頼むとか、各県とかそれぞれの事情はあるとは思いますが、この辺、最終的にどういうような人たちから何枚アンケートを取りたいか、というところが、ぼんやりとでもプランがどうなのかなっていうのをちょっと教えていただきたい。

村尾議長 どうしましょう。ノープランです。

一同 (笑)

中川 OB ノープランだとすると、要はこれ表示作ってくときに、消費者からどういうアンケートを取りましたよっていうのを、消費者からの要望を受けてやりましたよという、

村尾議長 いや、そういうもんじゃない。

中川 OB そういうものではなかったら、なしでもいいわけではないのでしょ？そのアンケートをやったよっていう事実が必要なのですか、

村尾議長 当然アンケートの結果はまとめて、それで次の協議会への参考資料としてしますので、一般の消費者にどれぐらいバイアスがかかってるかどうかっていうのは、ちょっと考えないといけないんですけど、その消費者に取ったアンケートと、事業者にとったアンケートでどれぐらい意見の相違があるかということを見るというのも一つの目的なので。それを今後の協議、参考資料として反映していく。例えば、規約の議論をまた新しいメンバーで詰めていきますよね。そうすると、消費者の方は大豆固形分の表示があったほうがいいっていうふうにお答えになってますが、事業者の方は、まあ、半分ぐらいの方しか。

村尾議長 このギャップについて。

中川 OB 消費者サイドのアンケートではないんですね。アンケート結果を情報として、基本的に協議委員会にしていくための情報収集という。

村尾議長 そうです、情報収集。

中川 OB ことで考えていくということですね。そうした場合、母体的には豆腐屋さんがより公平に売りたいために、どういう情報が知りたいかっていうことであれば、当然母体というか、それは消費者になっていくから、多分お店でアンケートするとかそういうのも別にいいわけですよ、母体としてはね。だから消費者団体もいいたろうし、マイスター協会さん系統とかであれば、組合としてどういうふうにすれば、消費者の人により広く出せるかなというようなことにもなってくるのかな。そうなってくると、逆に消費者何人、どれだけの地域から何人のアンケートですよっていう、その何人のアンケートなら何となく委員会のそういう話として辻褄が合ってくかなというところの考え方ね。

村尾議長 ですよ。それをこれから決めていくんですけど。

一同 (笑)

村尾議長 方法論としては日本豆腐マイスター協会の会員の方にはメール配信できるので、そういったところを通じてメール配信していただくとか、あとはちょっとネットの仕組みをうまく活用すれば、ネット上でアンケートを取ることも可能なので、全豆連さんのとか日豆協さんのホームページからアクセスして答えていただくとか、もしくはそこからダウンロードしていただいて答えていただくとか、何か方法論としてはちょっと考えなきゃいけないです(?)。

中川 OB 積極的に使えるものは使って、できるだけ集めようっていう流れですよ。わかりました。

(間)

中川 OB そういう流れで一応アンケートを見ていくと、頭の部分としてはちょっと堅いかなという気はし

ますね。何か単純に今まで、だから頭の部分はもうちょっと柔らかいところでもいいのかなということと、設問の前に頭で所属団体とか何かがあれば教えてくださいというよりは、まずは不特定多数を対象にしましたよというようなアンケートで入ったほうがいいのか。後ろのほうに自分の所属みたいなものがきたほうが書きやすいというふうに思います。それとあと設問1は所属のほうで、設問2で食品全般を購入する前にどの点を重視して商品を選択しますかっていう、1問目にしてはちょっときついなという気がします、いきなり食品全般でどういうことを考えるかっていうと非常に難しくなってくるので、まずはアンケートの流れとして、豆腐組合から出しているということもあるので、一般の人を考える場合、あなたはお豆腐を週にどれだけ食べますかとかいうぐらいの簡単などころから入って、で、お豆腐は食べる人ですよ。逆に言うと、どういうところで買いますかっていうのは、みんな大体スーパーマーケットが近くのお店とか、みんな答えることができるし、わかりきっている話みたいのを1問、2問、つなげてといて、そこから知りたいところに入っていく、お豆腐を購入する際にどの点を重視しますかっていうと、豆腐の種類っていうふうを書いてあって、多分、消費者的には厳密に言うと、充填豆腐と絹ごし豆腐の違いというのはわかっているのかなっていうと、わかってないわけですよ。だから豆腐の種類っていても、どうなのかな。何か種類って何と何の種類なのかな。まあ、木綿と絹の違いは多分わかるだろうと思いますけれど、揚げと豆腐の違いとかもわからないような気がするので、もうちょっとこら辺を丁寧な質問にした方が良くと思います。次に、豆腐の種類と価格ってというのが並列して入ってくるとおかしいですよ。豆腐を購入する、だからここで内容量、小包装のものとか、パッケージの見た目とか、大豆の産地、賞味期限、消費期限、とかいうような細かい、こういうふうに聞きたい部分と製造者とか保存方法、これは細かい選択肢がここに入っていますが、ここをもうちょっと頭の豆腐の種類とか、値段とかのところを豆腐の本質的な部分の要素と、中の知りたい成分とかカロリーとか、そういうのが知りたい人もいますけど、この間3はちょっと2段階に、もうちょっとわかりやすい言葉に分けたほうがいいのかというふうに思います。そこから入っていけば、そのあと聞きたい内容とかそういうのはいろいろ出てきているので、この辺は言葉をもうちょっとわかりやすい、消費者向けの言葉にしていけば、いろんな情報が得られてくると思います。そして、最終的にはパッケージに何を書いてほしい、何が書いてほしい、どういう言葉が好きだ、どういう言葉が嫌いだっていうふうなことにつながっていくので、これは直結して、と、どういう点がわかりにくいかっていうようなこととかね。そういうような点をうまく引き出すようなアンケートを一つ、何のこともわからないという結論が出てくれば、それはそれでいいと思います。何かもう少し全体的に簡単な言葉にしたほうがいいのかと思います。まず対処法としては一般の人誰でも答えられるように、逆に言うと、豆腐でさまざまな種類があって、いろんな特徴がある豆腐があるけど知っていますかっていう、皆さんが適正なものを適正に買われるために、こういう規約について考えているので協力してくださいって、割と軽く答えやすそうなどころから入って、最終的に表示の設定にはこうなりますよとかいうようなところにたどり着く、現在の案は、ちょっと堅くて、頭(導入部分)が重いような気がします。頭を簡単に書いて、最後のほうにあなたは所属団体があれば教えてくださいとか、豆腐の商品表示なんか

について検討している調査です。ご協力ありがとうございましたって、すいませんというような、割とサラッといけそうな内容がいいのかなと。回答方法をすべて優先順位とかじゃなくて、三つチェックしてくださいというようなチェック形式になっており、非常に答えやすい形式にはなっていると思います。で、あと言葉尻をもうちょっと平易な言葉に、消費者目線に落としてあげればいいのかなと。入り口、頭を食品で入ると入りにくいと思います、で、いきなり一般的にお豆腐の話をしてしまうよってというような入りにすればいいのかなというふうに思います。

村尾議長 廣部さん、直せます？今、おっしゃった。まあ、所属のところは一番後ろに持ってくればいい。設問2は特に要らないかな？

廣部委員 豆腐とそうでないものを購入されるときに見る視点が、どう違うのかというところがもしわかればなと思って書いたのではあるんですけども。おっしゃるように頭の文章は確かに、ちょっと私も重たいなとは思ってたので、最後のほうにこういった説明を、

村尾議長 そうだね。このアンケートはこういうふうに役立てますみたいなかたちで最後のところ、

廣部委員 載せて、最初はもうちょっと簡単な文章にするのはできると思いますので。豆腐の種類とかってところをどう消費者に問いかけるかというのは、ちょっと、要は豆腐の分類をする、定義を決めて豆腐の分類をするっていうことが今回の公正競争規約のポイントではあるので、そういったことが消費者の方が必要としてるか、してないかというところをどっかで聞けたらいいなと思ったんですけども。

村尾議長 代表的なところで木綿か絹かとかっていう、ちゃんと買い分けているかっていうのはわかればいいと思う\*\*\*。

中川OB 多分、これ木綿、ソフト木綿、絹ごし、絹ごし充填豆腐、寄せ、おぼろ豆腐、冷凍豆腐っていう、ここに書いてありますよね。これについて知ってますか、っていうぐらい、豆腐にこのような種類がありますけど、どのように知ってますかというようなぐらいの、簡単なものにしないと、種類を。

村尾議長 種類は種類で出しちゃってね。

中川OB 種類でどのように、種類を重視して買いますよっていう、でもここで言ってる種類と、消費者の人が思う種類っていうのは、どう一致するのかなっていうのは非常に、この種類についてだけ非常に何か書きようがないなというふうに思ったんですよ。

廣部委員 ただ一般の主婦であれば、絹、木綿は必ず区別して買ってらっしゃると思います。で、絹と充填を判別してるかどうかは人によるかもしれないですけども。

村尾議長 ただ、やっぱり判断材料としてはちょっとレベルが違いますよね。その種類っていうのは、今日は木綿豆腐買っていこう、気分的にこっちのほう買っていこうっていうのは、最初にそこで買うっていうことが決まってる話じゃないですか。だけど、それ以外のところっていうのは価格いくらものにしてしようか、内容量どれぐらいのものにしてしようか、添加物何が入ってるか、判断材料としては次の判断材料になってくるので。

中川OB それで、今ので、あれの、豆腐の種類の下に価格があったもんだから、今日は料理で木綿豆腐買いに来たんだけど、絹豆腐が安かったから絹を買うという、何かそういう選択肢みたいな並びに

なってるんで、その並びを整理したほうがいいかなという意見です。

村尾議長 確かに性格的にちょっと違うのはある。

橋本 OB 議長よろしいですか。

村尾議長 はい。

橋本 OB 消費者向けのアンケート、事業者向けのアンケートなんですが、どれぐらいの、いわゆる調査先数ですけども、まだそういう数字は出てませんが、ちょっといずれにしても協議会の予算から捻出するということですけども、なかなか非常にタイトなものですから、その辺ある程度、最低これぐらいのアンケート先数っていうのをを出していただかないと、そりゃ多ければ多いに越したことはないですが、ちょっとその辺がね、すいません、こんなこと、水差すようなこと言って恐縮なんですけど、

村尾議長 いやいや、逆にどれぐらいまでだったら可能なのか。

一同 (笑)

橋本 OB いやいや、そういう切り返しはあると思ったんですけども、本当に必要最小限でということで、できるだけいわゆる有効回答が多いような、そういうルートで調査をいただければというふうには思うんですけどね。それと期間もどうするか。

村尾議長 前回の話は、ちょっと期間が短すぎるっていう話だったんで、もう少し長く取らなきゃいけないかなと。

(間)

橋本 OB それでね、事業者向けのほうなんですけど、先ほどいわゆる規模 10 人以下とか、小規模あったじゃないですか。そのところっていうのは非常に多分、こういうアンケート出しても相当回答率が悪いと思うんですよ。だから、少なくとも 10 人ということなんで、10 人以上のいわゆるメーカーに近いような、それ以上のところじゃないと、ほとんど出しても無駄になると、そんな気がするんですけども、その辺もぜひ配慮いただきたいと思うんですけどね。

村尾議長 すいません、私が全部配慮するんじゃなくて、皆さんで議論していただきたいわけなんです。もう重たくて、重たくて、全部決めなきゃいけないんだと思うと。だからこういうやり方が業界であった方がいいとは思いますが、こういう案でどうか出していただけると非常に助かるんですけど、私の立場として。

橋本 OB それがなかなかないんだと。

一同 (笑)

橋本 OB かつては、だからそういう小規模のところは、組合がきちっとどの県にもあって、ちゃんと専従の事務所員がいて、そっから内側に送っても、そっから先、組合さんにこういうアンケートがいる、もうそういうことが期待できないんですよ。ほとんど不可能なんです。そうするともう直接、例えばうちのほうにある調査先のデータは持ってますけども、そこへ直接送るというぐらいしかないですね。それはそれで数的にはあるんですが、ただ今そこでやってるかどうかともわからないし、返事が宛先不明で返ってくるのはこれは廃業したということではわかるんですけど、ちょっと私どものほうもその辺で、これぐらいだったらこういうことで、こういうルートでやれ

ばっていうのがなかなか言えないんですよ。

中川 OB 一般のほうは、数等もとにかく頑張って安く、ネットなり何なり皆さんそれぞれのところできただけやってみて、偏りがあるうが何しようがいいので、何かそれぞれ皆さん、ここは、皆さんそれぞれで、得意な分野を活用するのはどうですか。富山県のように割と県単位で組合が、しっかりしているところは、組合単位にアンケートをほうり込めば、そこで県単位の消費者団体とかに協力要請ができます。各それぞれ皆さん持ち寄って、アンケート先がダブるといこともないとは思いますが、各大きな会社でも最寄りのどこか機関(流通、広告部門等)に協力していただくとか、ネットをうまく活用していただく方法で、例えば、元を豆腐協会とか全豆連のホームページにして、どんどん枝葉をつけていかないと広がってかないと思うので、なかなか難しいところではあると思いますが、また、消費者組合とかでも使えそうなものは使って、とにかく数を集めるというふうに考えていく考え方だと思います。あと事業者向けのほうについては、斎藤理事長から聞いているのですが、消費者庁からどれだけ以上、ある程度合意がないと動けないよという分母が決められていると思います。そこで分母が決められているから何度か送るしかないのではないかと。逆に中小のところは、はずしますよって書いてあるからはずましたよってというような、偏ったアンケートは通用してかないと思います。逆にそこはとにかく頑張って予算と時期もあると思いますが、率を稼がなきゃいけないと思います。そういう意味で事業者さん向けのアンケートの内容を見てみると、結局、成分表ありましたよね。公正取引委員会の成分表に対するそれぞれについて重要度はどの程度ありますかっていうのは、アンケートのほうに書いてあるので、逆にこの成分表を一回作ったので、これを送らないかたちで、ここに書いてある内容をうまく読み取るというかたちのほうがいいかなと、アンケート、さっきいろいろ細かすぎるなと思っていたところもあったのですが、逆にアンケートがうまくできているので、これと、読んで、これに結論出せて言うともものすごいハードルになってくるのでは無いかなと。全く知らない人にボンと送ることもやっていかなきゃいけない。そう思うと、特に、こういう規約を作るのだけれども、こういうことは決めたほうがいいかな、ダメかなっていうのを一回すっとぼけて、アンケートで集めてみるのもいいかなと、そのほうが書き易いのではないかなと思います。送り先、本当に数集めるっていう前提で、だから本当大変だと思います。住所のリストアップあるのですか？

相原 OB いや、あります。

中川 OB ありますか。

相原 OB 4500 軒ですから。

中川 OB 逆に言うと、何らかしてそこには送らなきゃいけないわけですね。かなり義務的な話だと、まあ答えてもらえなくてもね。

川西 OB 80 円の、往復みたいな話になるわけでしょ？

中川 OB そうですね。

相原 OB いや、だから返りはファクスにしても 80 円かける 4000 件。

村尾議長 ファクスで送って、

中川 OB いや、ファクスで遅れる場合はファクスで送れるということもあるし、ネットで送れる場合はネッ



トで送れるという場合もあるし、

川西 OB でも、

中川 OB 最悪にしても、

川西 OB いずれにしても、委員長、申し訳ないですけどね、例えば一般の方が 1000 人、業者は、さっきの消費者庁の意向みたいなのも含めて、こんだけはやんなきゃいけないみたいなものはあると思うしかし、それを集めるしかないわけです、

村尾議長 そうです。

川西 OB やるからにはね。

村尾議長 で、絶対はずしちゃいけないっていうところありますしね。例えば員外事業者でも、大手さん、ここは絶対押さえとかなきゃいけない\*\*\*ね。

川西 OB だから、それをやっぱり目標に掲げてどうするかみたいにしとかなないと、一般の方っていうのは、さっきの話じゃないけど、参考意見で、500 軒でもいいのかなっちゅう気もしますけどもね。

相原 OB まあ多いほうが（笑）。

川西 OB 多いに越したことはないですから、お金の問題もあるし。

村尾議長 そうそう、だからお金の問題もあるんですけど。

青山委員 はい。

村尾議長 はい、青山さん。

青山委員 ネットでやる場合にダウンロードしてっていう、先ほどありましたけども、直接入力っていう方式っていうのもありなんですか。

村尾議長 僕あんま詳しくないですけど、方法論としてはありますよね。

青山委員 そうすると、このアンケートに、最近のアンケートっていうと手書きで書く部分とインターネットで、

村尾議長 直接ね。

青山委員 ラインでそのままできますよっていうのと両方説明書きしてあるから、そういうの入れて、そういうかたちできればいいんじゃないか。

男性？ そうですね。

青山委員 そうすれば、発送する必要、一般の方のぶん、

村尾議長 そうそう。だから、もし全豆連さんとか日豆協さんのホームページでそういう仕組みが作れるのであれば、もうネット上で回答するやつであるじゃないですか。それが作れて、それがもし安価なのであれば、もうそれでやってしまうっていう。で、集計も自動的に多分できると思うので。

相原 OB もうそれは事業所さんは多分無理だと思います。これに対応できない

村尾議長 そうですね。だから事業者さんが、

村尾議長 事業者さんがネットに慣れてる事業者さんかって、

相原 OB 消費者の方だったら、その、

村尾議長 事業者さんもできる場所はあると思うんですけど、できないところもあるでしょうね。

相原 OB だから、それだったらアンケート二つ作るのになっちゃうから。

村尾議長 そうなんですよね。

相原 OB ちょっとアンケート、最終的な到達点がそれぞれ違うという。やるのであれば郵送で送ってファクスで返してもらう。

村尾議長 そうですね。

相原 OB もう今おっしゃってるとおり、やはり大勢の事業者の皆さんのところにまず投げかけることは確かにね、全く知らない方も多い。

川西 OB 逆に住所がわかるわけですか。

相原 OB 住所わかります。

川西 OB ファクス番号とかは、

相原 OB わからない。

川西 OB わからない。住所しかわかんない。

相原 OB 住所しか。それはほとんどの事業者さん網羅してるんですね。ただ問題もあるんです。廃事業所も入ってる。それから新規事業者が全部網羅されてない。この二つの問題。

中川 OB 数的に言って、まずトライする段階でやっぱ廃業されてるところはもう母数から減ってくとこだと思うし、かといって新規事業者さんがあるとしたところで、4500 の名簿があった場合、9 割方は生き残ってるというふうに考えれば、そこら辺のロスはロスで考えてもいいと思うんですよね。全力でアプローチして 9 割ぐらいにはアプローチできたと、そのあと、その中で回収率が 6 割ぐらいあるとすれば、それ、9 割のうちの 6 割で、まあ 7 割欲しいところではありますけども、そういうような結論が出てくればというふうには思うんですけども、最終的には 3 割やりました、3 割のうちの 8 割でしたっていうよりは、やっぱりトライはしなきゃいけないかなという気はするんですけどね。

村尾議長 郵送費だけでも 4500 軒送ろうとすると 37 万円ぐらいかかるわけじゃないですか。ほんで、それに今度集計する手間だとか、そういったこともあるんで、それはちょっと今ここで結論出ないと思いますけど、業界団体の皆さんとご相談させていただきながら進めるしかないのかなと。

男性 B そうですね。

大石 OB 期間的にゃあどう？期間をどういうふうに。

村尾議長 だから、期間についても 1 カ月やそこらでできるものではないと思うので、3 カ月やったら 3 カ月ね、ぐらい取ってやるとか。

川西 OB 仮に 4000 軒あって、2000 軒ぐらいは入ってももらわなきゃいけないわけじゃないですか、

村尾議長 そうです。

川西 OB 最終的に。

村尾議長 そう、加盟してもらわないといけない。

川西 OB だから、それができなかつ、まあこのアンケートも一つの予告編であって、このくらいは頑張ろうみたいなことでやるしかないですよ？

村尾議長 そうですね。

川西 OB その状況を見ながら進めていくしかないんで、やっぱり一番いい方法でトライはしたいと思うん

ですけどね。

村尾議長 そうですね。まあこれ、アンケート配るということはもう話は着実に進んでるんですよということを知らせるといことにもなるし。

川西 OB そう、そういうことですし。

村尾議長 で、アンケート取られたけど、そのあとどうなるんだろうって皆さん興味持っていただくという意味でもやっぱり取らないと。

川西 OB やっぱり私歩いてても、これでこうやってやってるっていうのはかなり皆さん知ってるんですね、基本的に。で、どうなってくるだろうって、賛否両論あるんだけど、やはりそういう方向でやっていこうとかやんなきゃいけないとかっていうのは、やっぱり3年間も\*\*\*なかったってというような方向にはなってるかと思うんですよ。

村尾議長 私、北海道でも油揚げの規格はいつ決めるんですか。

一同 (笑)

村尾議長 随分先の話が聞かれたりして。(笑)。

川西 OB 函館でも乳化凝固剤はどうなんですとかいう話出ますからね、やっぱり。だから、ある程度目鼻をつけて、進めるんだったらどんどん進めていかないといけないのかなと。

村尾議長 そうですね。だから、発送してから返信いただくまでの期間と、それから集計に時間かかると思うので、それをちょっと、そこはまた改めて相談をさしていただいて、

大石 OB ちょっといいですか。

村尾議長 はい。

大石 OB やることはやるということで決まりでいいですね？それはね。

村尾議長 もちろん。

大石 OB 言ってるように、半数以上は、ただ、経費をどこで持ってくるかという話なんで、別に日豆協と全豆連で全部っていうあれでもないんでしょうから、賛助会員にいろいろ機械関係とかもみんな参加していただいて、やっぱり川西さんいいこと言うなあと思った。金出すやつは違うなと思って。

一同 (笑)

大石 OB それも含めてしっかり、言ってるように4000軒のうち、4000軒送ないと、2000件が賛成してくれないと公正競争規約は進まないんで、今まで29回、30回、多分無駄になるんで、ここはアンケートを、ちょっと橋本さん、いろいろ頑張って、あっちこっちからお金集めてください。やってください。

相原 OB 一番いいのはこの設問4ですよ。事業所向けの。事業所向けの中に積極的に事業に参加する、協議会に加盟する、こういったことは事業者さんから規約にできるわけですよ？

村尾議長 そうですね、はい。

相原 OB そこが一番ポイントだと思う。

村尾議長 協議会には金もかかるとかいうことは一切書いてないですから。

一同 (笑)

村尾議長 それ書いた途端に加盟しないと。

川西 OB それにしても、アンケートだけではないわけで、例えば 30 万だったら 30 社だったら 1 万円出せばいいじゃないっていう話で割と見やすいとは思うんですね、そのアンケートに関してだけ言えば。けども、やっぱりこういうことをやることによって、みんなの関心が高くなってきて、そもそも業界に対するっていうか、組合に対する求心力だとか上げるためにこれやろうとしてるわけじゃないですか。だからやっぱり、理想的なことを言うようだけど、このくらいのことでめげるんだったら、最初からやらないほうがいいですよ。みんなの認識として、とにかく 1 万円出してやろうよぐらいの気持ちがないといけないと思うんですね。で、それ機械屋の組合に持たせようとかそういう感じだったら、

一同 (笑)

川西 OB あまりよくないと思ってるんで、大豆屋さんの組合だったらいいかもしれないですが。

中川 OB ちょっとお金関係なしで部外者的に言わせてもらおうと、やっぱ、最悪、郵送するのであれば、なるだけ、本当、中にも書いてあるので、添付資料はないほうが運賃安いよっていう。で、逆に言うと、とりあえず、本当に何も知らせたい人たちもいるのだけど、とにかく住所に届いて、その住所に、逆に言うとファクス番号だけでも知りたい人たちもいるわけですよ、極端なことを言えば。だから、なるだけ、もうお金の軽いようなことにして、とにかくタイトな名簿みたいなものを作ればというレベルに 1 回落として、1 回どうしても越えなきゃいけないハードルかなっていうところをクリアしてみるっていう考え方を部外者的に気楽に言わせていただきます。

川西 OB だめです。

一同 (笑)

村尾議長 アンケート 1 枚や、アンケートだけだと、例えば、その比較対照表と、この紙を一緒に。値段は変わらないですよ。

相原 OB メール便でね。

村尾議長 うん、もっと言えば、八十何円で。それ開いて、記入して、ファクスで書いて送ってもらうっていうね。

大石 OB 最後いいですか。

村尾議長 はい。

大石 OB 誰かがお金がどれだけかかるかを調べて、それのかかる委員会作ってくれないと進まないよ。そらだっという話だけで終わっちゃうよ。

川西 OB そもそも、でも、この前やったんですよ、それ。試算みたいな、必要なお金とかっていうのを 1 回計算したこともある。これはアンケートじゃなくて、要は、実際、その公正競争規約の委員会っていうか、これやったときにどういう収支になるとかっていうシミュレーションもしたんですよ。それで、みんなが思ってるよりお金はそんなに要らないんじゃないとかっていう話もあった、忘れちゃったけど。だから、これをやるために経費がどれだけぐらいかかるのかっていうのは、橋本さんは、だから全豆連のほうで出るんですかね、全部。4000 件ぐらい送って。それをどこで引き出すかっていう話し合いもしなきゃいけないでしょ。

村尾議長 磯貝さんのほうが全豆連ホームページやられてるんですよ。だから磯貝さんなんかちょっと協力してもらって、例えば、消費者アンケートはネット上でやってもらうんだったら、そのネットの作り替えでどれぐらいかかるかとか。

相原 OB それはでも、

橋本 OB 事業者でどのぐらいかかるか。

村尾議長 だから事業者向けのところは、手作業でやるんだったら、郵送費どれぐらいかかるんだ、郵送はすぐ出るんで、あとは集計作業ですよ。もちろん、われわれも手伝うんですけど。委員会の皆さんも、もし、集計作業手伝っていただけるとしたら。

橋本 OB でも一番最初にこれをやろうということで強くご提案いただいたのは川西さんなの。

川西 OB ちょっと待って（笑）。

橋本 OB いや、本当そうなの。そういうことで、だから、みんなそれぞれかわるところが。

川西 OB この委員会のメンバーでかかったんでね、こうやって議論を3年間やってきて、こういうものが、公正競争規約なり、この表示なり、今やることが必要だと思うか思わないかって、まず、われわれに聞きたいと思うんですよ。僕、外国人とつき合って、昨日もアメリカ人と話してたんだけど、大豆以外の豆腐、豆で、ヒヨコ豆だとか、ブラックビーンズで豆腐を作りたいっていう人がいたの。で、一番最初に言いましたよ。今、一生懸命やってるんだけど、大豆以外の豆で作った豆腐は、本当の意味での豆腐ではないですよって言ったら、その人もすごいよく知ってる人で、何かマレーシアだかインドネシアでは、何ちゃら豆腐何とかっていうのがあって、大豆じゃない豆で作った豆腐っていう、豆腐何とかっていうのがあるんだとあって、かなり詳しいこと言っていましたけど、やっぱり中国行っても、こういったものが日本にないっていうのは非常に情けないと。だけど、今みたいに細かなくてもいいから、メイドインジャポンを先に出したっていうのは、ものすごい私は持ってるんですよ。木綿豆腐がこういうもんだとあってあるにしても、もっと整理して出したいわけですよ、がつんと。だから、そういうことって日本人たちは特に、賛同できると思うんですよ。そのくらいのことだったら。またなきやいけないと思うので、それでずっとやってきたつもりなんですけど。だから、この前村尾さんが消費者庁かなんかに言われたっていうけど、今まであるものを整理するだけでも、僕は立派なもんだと思うんですよ、知らないとか、不徹底だとかって。だって、本当に地方に行くと表現だとかも、かなり曖昧だっていうのもあるわけですよ。実際、昨日だって、函館の何とか豆腐さんなんかだつて、何々不使用とか、何々書いてありましたからね。いや、それも悪いとも言えないわけだから、今だったら。

村尾議長 そうですね。品評会出てる豆腐は、表示してない豆腐いっぱいありますからね。

川西 OB いっぱいありますね（笑）。

村尾議長 ほとんど表示がない。

川西 OB だから、そういうことやっぱり組合でやっていくのが組合の仕事だと思うし、それ、いろんな意味での求心力にもなっていくことだと思うので、すごく大変なことだと思うんだけど、もうやっていくしかない。

村尾議長 本当おっしゃるとおりで。だから今日来てませんけども、宇佐見さんなんかもよく組合で言うと、法律の中身すら、皆さんご理解されてない人もいるということで、それは当然、そういう方もいらっしゃると思うんで、まず法律も含めて、しっかり表示っていうのはどういうものかっていうのを理解していただくきっかけにはしたいと思います。じゃ、ちょっと、やり方については、また全豆連さんと日豆協さんと詳しく説明させていただいて、廣部さん、ちょっと消費者向けのアンケートとか内容、またご修正を。

廣部委員 はい。

村尾議長 私のほうも、今日ご指摘があった部分だとか、それから表示例、これについては早急に修正をして、アンケートは事業者さん向けに郵送するにしても、例えば、こういった添付資料は全豆連さんとか日豆協のホームページで見ただきながら回答していただくとか、そんな仕掛けも含めて、ちょっといろいろ相談をさせてください。あともう1点、ちょっと時間もないんですけど、こういうチラシを今まで作ってたんですけど、これの、こちらのほう、お豆腐の表記が変わりまして、あたかも規約がもう決まっちゃってるような書き方をしましたので、このチラシを今日、添付資料で。その部分をちょっとこういうふうに、皆様の手元にあると思うんですけど、これは、どちらかという、このチラシは流通業界ですとか、消費者団体ですかそういうところに向かって配るチラシです。それで、これから公正競争規約を、流通業界なんかは当然、関連するわけですから、そういう方にもやってるよということを知っていただくために、お豆腐の表示がわかりやすいですかというような内容で、消費者の目線から見たときにどんな表示があるかと、どういうことが書いてあるかわかりますかっていうのをちょっと盛り込む内容で、こちらの今、使ってるチラシより、ちょっと中身を変更して、こういうふうに変えたいと思ってます。

男性B はい、わかりやすくしたってことですね。

村尾議長 わかりやすくしたというよりは、ちょっと疑問を投げかける感じで。

(間)

村尾議長 以上ですが何かございますか。次回の委員会は、11月の28日だったんですけど、それを待たずに今日の議論を基に、業界団体さんと打ち合わせをさせていただいてアンケートの実施に進みたいと思いますので、またアンケートする前段になりましたら、委員の皆さんにはお知らせをしたいと思いますので、よろしくお願いします。これで終わります。次回は11月28日、場所はここです。

以上