

講演「小売業がGAPに期待すること」

〔パワーポイントによる説明。以下、画面ごとにP〕と表記〕

○武田（司会） お待たせいたしました。それでは、続きまして、「小売業がGAPに期待すること」という題目で、株式会社イトーヨーカ堂青果部チーフバイヤーの恵本様より御講演いただきたいと思います。

それでは、よろしくお願いいたします。

○恵本（株式会社イトーヨーカ堂青果部C B Y） 今御紹介をいただきましたイトーヨーカ堂の恵本と申します。

今から、「小売業がGAPに期待すること」ということで簡単にお話をさせていただきたいと思います。

P） 皆さん御存じのとおり、食の安全にかかわる社会情勢の変化ということで、近年特にいろいろな食の安全・安心に対する問題が発生しております。特に今年1月の中国のぎょうざの問題で本当に消費者の方々の信頼を失うというような結果になってしまいました。今までいろいろな問題が出てきた中で、行政もいろいろな法律を含めて改正していただきまして、日々対応してきているわけですが、それでもいろいろな問題が起きてきてしまうということで、やはり安全・安心に対して新たな取り組みが必要であろうと我々も認識している次第でございます。

P） 実際に消費者の方々がどのように考えていらっしゃるかというと、いろいろなアンケートを含めて、店頭でお客様からモニター調査をしたりしますと、やはり9割以上の方が食の安全に対して不安を感じているという状況です。昔は、国産の食品は絶対安全・安心というのが消費者の方々の意見だったのです。我々の店頭でも、輸入品に関しては非常に不安だという声は昔からあったのですが、国内のものに関しては安全・安心、安心して買えるのだと思っていた消費者の方々がほとんどだったのです。それが、矢継ぎ早にいろいろな問題が起きたために、国産のものまで信用できないという考え方になってしまったようです。ですから、そういう消費者の心理の変化をきちんと把握して、それにどうやって対応していくかという部分を、生産者の方を含め、我々小売業もきちんと認識して考えていかなければいけないと思っています。

特に、消費者の方は、何をもって安全か、何をもって安心か、この基準がよくわからないと言われております。その辺が、あいまいな基準のもとに今まで我々も取り組みをしてきたという部分で非常に反省しなければいけない、今の非常に厳しい目で見られている消費者のニーズに対応していかなければいけないと考えております。

P） 私どもの店頭でも、プライベートブランドの食品ということで、「顔が見える食品。」というものを販売しております。2002年の5月、約6年ほど前から取り組みを開始いたしまして、現在、約2,650名の生産者の方々に日本全国で商品の供給をしていただいております。最初のころは、6年前ですから、安全・安心に関して消費者の方々も生産者の方々もそんなに強く意識されていなかったものですから、売り上げを含めて、生産者を集めるのに非常に苦労したのですが、年を追うごとに数字が非常に伸びてきました。特にここ1～2年は、いろいろな問題が起こるたびにそういう意味での販売が伸びてくるという状況になってしまいました。

P) 去年の例で言いますと、売り上げ規模で1.4倍ということで、4割の伸びをしているという形になっております。週ごとのグラフを見ていただいてもおわかりのとおり、特にぎょうざの問題が出てから急激に売り上げが伸びたりしております。

私どもの商品には一つ一つに携帯電話のQRコードというアクセスコードがついておりまして、商品を持ってQRコードにアクセスすると生産者の情報が取れるという形になっております。これは例のぎょうざの事件以降急激なアクセス数の増加をしているということで、今までなかなかそういう部分で意識されていなかったお客様もそういう部分に意識をされて、情報を取って確認してから買い物をするという形に変化したというのが店頭での状況でした。

P) 私どもの「顔が見える野菜。果物。食品。」という仕組みは、生産者の方々に生産履歴を出していただきまして、それをITを使って消費者の方々に情報公開して、安全・安心、どういうつくり方をしているのか、どういう人柄の人がおつくりになっているのか伝えていこうという取り組みをさせていただきました。そして、それが信頼性のある情報なのかどうかを第三者の認証機関を使ってチェックしていただくということで、二重三重のチェックをしていただくことによって消費者の方々に安全・安心の意味をきちんと理解していただいた情報を届けるという形にして取り組みをしていました。

P) それで、このGAPの取り組みが産地の方に広がりを見せてきている中で、我々もGAPの取り組みを有効活用した中で消費者の方々にまた新たな情報をきちんと提供できるような仕組みをつくらうということで、今、取り組みを始めております。当然、我々が今お取引させていただいている生産者の方々の中にも取り組みをされている方がたくさん出てきております。そういう中で、我々も、生産者の方々がやられている努力を消費者の方々にいかに伝えていくか、この辺を十分検討しながら、生産者の方々のレベルがこういう取り組みをすることによって上がっていくことによって我々の商品の信頼性もアップしますし、継続して販売していくことが可能になるということで、消費者の期待にこたえることができるようになりますと認識しております。

P) GAPの導入に対して、これまでやってきた内容ですと、生産者の意識レベルによって、商品の管理の仕方が非常にばらつくということで、でき上がった商品に関してもいろいろなリスクを持たなければいけない、このような問題が今まであったのですが、GAPを導入することによって、一つ一つの工程においてリスクをきちんと管理してチェックするというので、平準化した情報をお客様に伝えるようなことができるのではないかなと考えております。

ただし、こういう仕組みですから、スタンダードな、だれでも理解できるような仕組み、そしてそれをステップアップしていくような仕組みにしなければいけないと思っていますので、まず生産者の方がだれでも取り組める基礎GAPからスタートしまして、きちんとステップアップしていった品質のいいものに持っていけるような取り組みをしたいと思っています。

もう1つ、反対側にある消費者ですね。生産者の方々がいろいろな取り組みの中で努力されていることがきちんと消費者の方に伝わるような仕組みを我々もつくらなければいけないと思っていますので、先ほどお話ししました顔が見える商品、ITを使って情報を公開するわけですけども、ここの部分に工程管理の仕組み等々を反映させて、消費者の方にもきちんと理解していただけるよ

うな情報をつくっていきたいと考えております。

きょうも朝、長崎の方で偽装の問題が出ていましたけれども、毎日必ず何かそういう問題が起きます。昔では考えられなかったような。前は1年に1件か2件、そういう問題が起きると非常に大騒ぎをして大変だったのですが、今は日々そういうことが起こりますので、消費者の方もなれてしまって、もう何を食べても安全じゃないというような認識になってきてしまっていますよね。ですから、そういう気持ちにこれからさせないように、皆さんとともに努力をして、日々、安全・安心な食材を提供していけるように、我々も陰ながら努力しながら、生産者の方と消費者の方を結んでいけるような取り組みを拡大していきたいと思っていますので、よろしくお願いしたいと思います。

私の方は以上です。どうもありがとうございました。(拍手)

○武田(司会) ありがとうございました。

消費者に最も近いところで御活躍いただいています恵本様から、農業生産現場に何が求められているのか、そういったところがお話しいただけたかと思います。非常に興味深い内容でした。