［農林水産省］

令和２年度
企業間取引の活性化に寄与するJASの活用
調査委託事業

【 報 告 書 】

令和３年３月

株式会社 リベルタス・コンサルティング

LIBERTAS

― 目 次 ―

第１章　事業概要 1
　１－１．　調査の背景・目的 1
　１－２．　調査内容 3

第２章　効果的な調査実施のためのプレヒアリング 5
　２－１．　プレヒアリングから得られた示唆・助言 5

第３章　ＪＡＳの認知や新たな活用ニーズ等に関するアンケート調査 8
　３－１．　アンケート実施概要 8
　３－２．　アンケート結果 18

第４章　事業者等へのヒアリング 22
　４－１．　【第１段階】アンケート結果から抽出された事業者等へのヒアリング 22
　４－２．　【第２段階】第１段階の結果から抽出された事業者等へのヒアリング 26
　４－３．　事業者等ヒアリングの結果 29

第５章　ＪＡＳの活用促進のための戦略的課題 35
　５－１．　大局的観点からの戦略的課題の検討 35
　５－２．　実践的観点からの戦略的課題の検討 39

第1章　事業概要

１－１．調査の背景･目的

（1）背 景

現在、食品に係る「日本農林規格」（以下「ＪＡＳ」と記す）は、最終製品を製造する企業が消費者に良好な品質の物資を供給すること（すなわち B to C）を主眼に置いて展開されている。一方、食品製造する企業による原材料や半製品の購入、卸事業者の仕入れといった企業間取引（すなわち B to B）においては、これまで JAS は必ずしも広範・十分に機能してきたとは言えない。

近年、この企業間取引において、海外を含む遠隔地間の取引量の増加や、取扱品目、輸送方法の多様化、提供されるサービスの高度化が進みつつあるほか、特定の企業間で独自の取引条件や仕様を課すことも増加しているなど、複雑化・煩雑化の様相を呈している。この動きは、食品取引のグローバル化、取引に関与するプレーヤー（企業・団体）の多様化に伴い一層進んでいくと予想される。また、企業間取引を基礎とするバリューチェーンにおける品質・安全性の向上や効率化に向けたきめ細かな企業努力は、最終的に消費者・取引先のメリットになることから、企業・産業競争力の強化という点でもこうした動きに拍車が掛かっていくものとみられる。

しかし同時に、企業間取引の複雑化・煩雑化への対応が、当事者企業が新規顧客・販路の開拓等を行う上で負担・障壁となっている面もある。特に中小企業にとっては、取引環境の変化が自己責任に帰せられないほどに急速・複雑であれば適応することが困難となり、食品産業の基盤・裾野に好ましくない影響や停滞が生じる可能性もあることから、正確な実態・課題の把握とそれへの的確な政策的対応が必要である。

複雑化・煩雑化が進む中でも企業間取引を円滑化・活性化させるためには、食品産業における「標準化・規格化」の一層の推進が望まれる。また、最終製品の製造企業や販売サイド（卸売・小売企業）が商品を有利に販売するに当たっては、多様化・高度化する消費者ニーズに応える付加価値を生み出すようなサービスに係る規格の拡充も必要である。

（2）目 的

この「令和２年度企業間取引の活性化に寄与するＪＡＳの活用調査委託事業」（以下「本事業」と記す）は、上記の背景を踏まえ、企業間取引ツール（B to B 向け）や販売ツール（B to C 向け）として機能する「モノの規格（品質、名称等）」や「コトの規格（サービス［役務］、プロセス、経営管理［マネジメントシステム］等）」の立案・策定につながる、食品業界の供給側と需要側のニーズやフィージビリティ（ツール実現の蓋然性や条件）を調査し、企業間取引の活性化に寄与する標準化・規格化の可能性や形態、テーマの洗い出しを行うことを目的とする。

図表１　ＪＡＳ（日本農林規格）の概要

ＪＡＳとは

○ JAS（日本農林規格：Japanese Agricultural Standards）は、食品・農林水産品について**農林水産大臣が定める国家規格。**
産品の品質、産品の生産方法、事業者の取組（取扱方法等）、試験方法などを対象。

○ 国が認めた**第三者機関（認証機関）の審査・認証を受ける**ことで、産品や広告に、規格に適合している証として**JASマークを表示可能。**

○ **産品の品質に関する規格例**

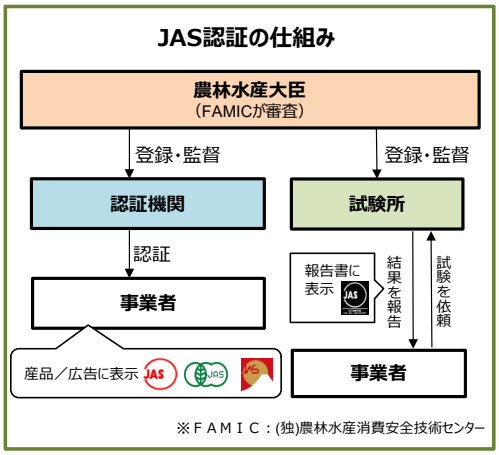
●即席めん
水分、酸価　など

●集成材
曲がり・反り・ねじれ、含水率　など

○ **産品の生産方法に関する規格例**

●有機農産物
化学肥料・農薬を使用しない　など

●障害者が携わった食品
主要な生産行程に障害者が携わっている　など



ＪＡＳ制度において定められる規格

○ JAS法改正により、制定可能な規格の対象を拡大するとともに、産地や事業者から提案をしやすい手続を整備。

○ JASは、①産品の品質・仕様だけでなく、②産品の生産・流通方法、③事業者による産品の取扱方法、④事業者の経営管理の方法、⑤産品の試験方法、⑥これらに関する用語など、多様な規格を制定可能。

対象		内容（例）	JASマーク
産品	①品質・仕様	特定の原材料、成分等の農林水産品・食品の規格	産品に表示可
	② 生産方法 流通方法	特定の栽培法・製法で生産された農林水産品・食品の規格　など	
事業者	③ 産品の取扱方法	事業者による特定の栽培管理や飼養管理、品質・衛生管理、保管・輸送管理、販売管理、料理の調理や提供方法の規格　など 官能評価員など、技量・力量に関する規格　など	事業者の広告に表示可
	④ 経営管理方法	事業者による労務管理、社会貢献に関する規格　など	
⑤試験方法		成分の測定方法・DNA分析方法の規格 など	試験証明書に表示可
⑥用語		①～⑤に関する用語の定義	―

制度改正を通じて拡充された部分

１－２．調査内容

以下の手順・項目に沿って調査を実施した。

（１）作業項目

① 効果的な調査実施のためのプレヒアリングの実施

調査開始に当たり、ＪＡＳに詳しい専門家らへのプレヒアリングを実施し、調査全体の方向性や方法に関する示唆・助言を得た。

② JASの認知や新たな活用ニーズ等に関するアンケート調査の実施

ＪＡＳに対する認知状況や、ＪＡＳを活用に関するニーズ等を把握することを目的に、食品関連事業者等を対象としたアンケート調査を実施した。

③ 事業者等へのヒアリング

上記①・②の内容・結果も踏まえて、下記の概要で事業者や研究者らを対象に、具体的なＪＡＳの活用の仕方や、その実践に伴う課題等に関するヒアリングを実施した。

【第１段階】アンケート結果から抽出された事業者等へのヒアリング

【第２段階】第１段階の結果から抽出された事業者等へのヒアリング

【補足】国際業務を手掛ける事業者等へのヒアリング

④ JASの活用促進のための戦略的課題と新規格制定に向けたテーマ・主体の検討

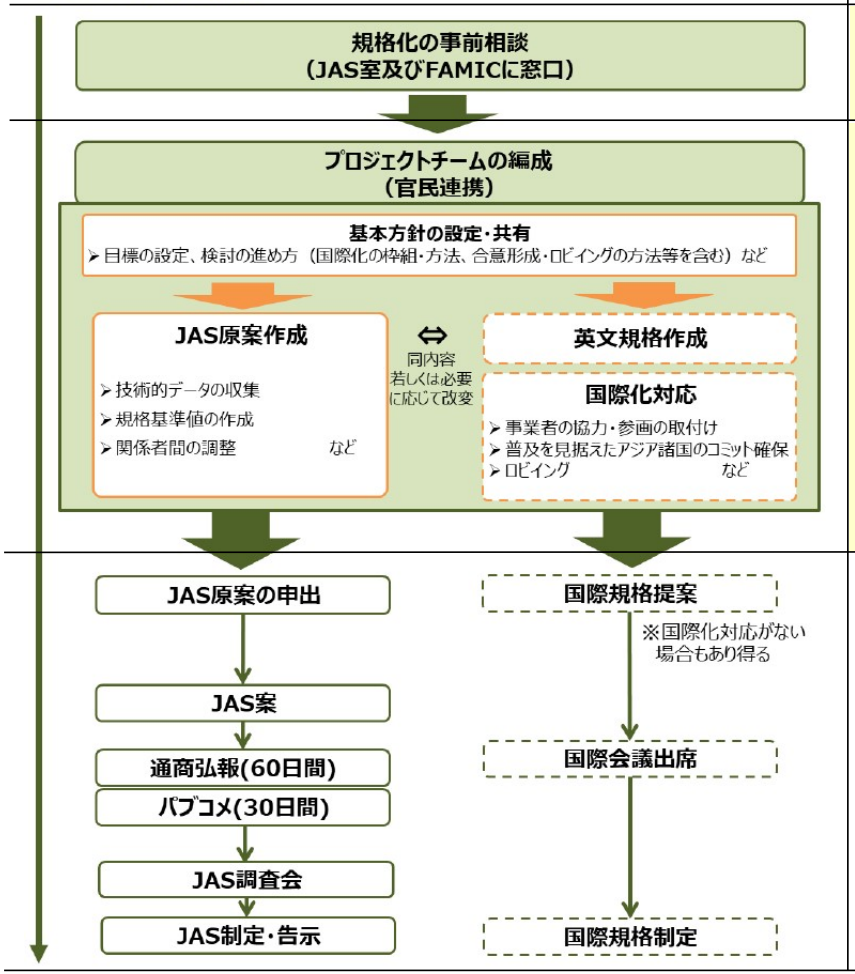
上記の作業結果を踏まえて、ＪＡＳの一層の浸透・利用を図っていく上での戦略的な課題と、新規格制定に繋がる可能性を有するテーマ・主体の検討を、マーケティング分析のフレームワークも活用しながら行った。

（２）現行JAS制度の運用と本調査の関係

ＪＡＳ制度は、後掲の**図表 2** に示しているように、規格化の事前相談に始まり、プロジェクトチームの編成、原案策定、パブリックコメント実施、調査会の開催、正式制定といった流れで進んでいく。これらのプロセスは大きく分ければ「入口」、「仕込み」、「出口」といったフェーズに区分できる。

本調査は、図の右側にあるとおり、「入口」部分における情報収集を、特に新規格に結実し得るアイデア・主体を中心に行うことを通じて、その後のフェーズの円滑かつ効果的な実施につなげていこうというものである。

図表２　現行ＪＡＳ制度の運用と本調査の関係



段 階	戦略（想定）	アンケート	ヒアリング
入 口	JAS制定・見直しについての ---		
	● 制度の認知度向上	●	
	● 心理的ハードル引き下げ	●	
	● 要対応課題の明確化	●	
仕込み	● 規格化の基本アイデア整理	●	●
	● 規格化に向けた意欲喚起	●	●
	● ソリューションとしての価値（特に公益性）の具体化		●
	● 推進上の問題・課題の特定とそれへの対応		●
	● 大同団結（オープン）と競争（クローズ）		●
	● 国際ルール作りへのコミット		●
出 口	● GI・商標等との相乗効果 ● 普及・定着・標準化の推進（国内・国際） ● 経済効果の実現と関係者間での生産的分配	―――	

※ アンケート、ヒアリングともに、JASの規格制定の担い手または構想者となり得ると想定される主体を対象に実施。
※ ヒアリングは、アンケート結果から、規格化の意欲を持ち得る可能性があると目される企業・団体等を中心に実施。

第２章　効果的な調査実施のためのプレヒアリング

調査に先立ち、国立研究機関、「知」の集積と活用の場産官学連携協議会関係者、食品業界コンサルタント等から、3 回にわたり調査の方向性等についてプレヒアリングを行った。

２－１．プレヒアリングから得られた示唆・助言

① 第１回プレヒアリング

(1) 調査全体の方向性等について

- そもそも、現行のＪＡＳ制度に対する一般の認知度・理解度がさほど高くないのではないか。そうした中で、具体的なアイデアや有力な担い手をどこまで掘り起こせるか、やや疑問。
- ある主体がＪＡＳの新しい規格を制定しようとするときに、どれくらいの労力・エフォートやコストがかかるものなのか。それと実際のメリットとの見合いで、取り組むかどうかの判断がなされる。また、規格制定後も毎年の更新費用などランニングコストが生じるのではないか。そうした労力・コストに関する情報も発信されるべき。
- ＪＡＳについては、国民や一般消費者が何となくは知っていて、安心安全に繋がっていると認知してはいるものの、食品に表示があるかどうかを必ず確かめるといった状況にはない。そうした基礎的な認知・理解の増進（例えば学校教育を通じた啓発なども含め）が必要・先決ではないか。
- ＪＡＳは市場におけるいわば“最大公約数”的なルールとなり、その土俵の上で個別事業者が個性を競い合うという図式が望ましい。「一般的」であることは、取引・流通等を円滑化する反面、機器導入や人員配置などのコストが伴う場合、中小零細企業にとっては厳しい面があることに注意が必要。
- 例えば、海外に“なんちゃって和食”等がはびこることを防ぎ、正しい「made in 海外の和食」を広める（それが日本からの食材の輸出増にもつながるはず）ためには、ＪＡＳの規格内容に「定義と文化」を内包させることがカギ。

(2) ヒアリング対象・項目について

- ＪＡＳにおける“破壊的イノベーション”と、一定数の新規格を追求することは、分けて考えた上で、どちらに重点を置いた情報収集をするのかを検討することが肝要である。
- ＪＩＳ（日本産業規格）では、例えば、水酸化カリウムと水酸化ナトリウムの規格は別々である。そういった細分化により規格数の追求は可能。ＪＡＳでいえば、食品中の機能性成分に関する新規格の制定を進めることが１つの戦略になるので、そこを調査の重点に置くのも一案。

- 規格を定めることによって最終的に標準化に到達することを視野に入れてほしい。日本は国土が狭いので 1 食品＝1 産地という形で機能性食品の大量生産をすることに限界があり、海外の安価で大量生産される食品に対抗しづらいが、国内で一定の規格基づき“ジャパンブランド”の標準化がなされれば対抗力になり得る。そうした観点からの調査を行うことが望ましい。

② 第2回プレヒアリング

(1) 調査全体の方向性等について

- 誤解に基づくダイエットの流行などを防ぐため、正しいレシピ、正しい食生活、正しい食べ合わせなどが一般消費者に理解されることが重要。その際、ＪＡＳの規格がそれらの「正しい○○」を具体的に示してくれることが期待される。
- 「食材・商品（モノ）の安全」という従来のＪＡＳの役割に加えて、「調理の仕方」「機能性成分の摂取の仕方」「食材の組み合わせの仕方」など、「食べ方（コト）の安全」の面でも役割発揮することが、現代におけるＪＡＳの価値となる。
- ただし、ＪＡＳにより「食べ方（コト）の安全」の規格化が進む過程で、これまで苦労して機能性表示食品等を開発してきた個別事業者が割を食うような展開は極力、避けられるべき。
- ＪＡＳが素晴らしい現代的価値を持っている（秘めている）ことが消費者に認知・理解されなければ広がりも定着も期待できない。質量ともに充実した JAS 制度の PR が不可欠。
- 例えば個々の業界などの単位で、あるべき将来像（出口戦略）からバックキャストしたロードマップを作るべき。出口戦略とは、“こういう新しいビジネスルール・慣行を創り出さないことには、業界としての将来はおぼつかい（生き残れない）”という根本的課題を指す。

(2) ＪＡＳの規格制定につながる可能性を持つ業界・団体等について

- 基本的にＪＡＳの新規格制定においては業界等をリードできる大手企業が牽引役となるべきであろう。
- テーマ・課題としては Ethical、環境、食品ロス、健康、文化、植物工場、陸上養殖、ゲノム、介護食品などが想定され、バイヤー目線や消費者目線から、取引・購買基準をＪＡＳで規格化してはどうか。
- 主体としては、日本施設園芸協会（植物工場）、水研機構（陸上養殖）、日本介護協議会（介護食品）などが想起される。

③ 第3回プレヒアリング

(1) 調査全体の方向性等について

- 現行ＪＡＳでは、「有機ＪＡＳ」がとりわけ有効に機能していると認識している。その理由はシンプルであり、要するに制度的に義務化されているからであり、国際相互認証の対象になっていることも作用している。それがないと消費者が買ってくれないとなれば、大半の事業者が取り組むはず。逆に言えば、義務でない場合の制度活用促進のやり方をどうするかが、調査上の１つのカギであろう。
- 知的財産権のように独占的に使用できるのでもなく、（有機ＪＡＳを除けば）義務化されているわけでもない現行ＪＡＳは、経済的な合理性（要するにコスト・ベネフィットが良好か）の観点からすれば、うま味があまり大きくない制度と受け止められてしまうのではないか。
- そこを克服していくには、最終的な購買者である消費者の目線からバックキャストする（消費者が喜んで買い求める価値に直結する規格を創出する）ことが不可欠であろう。そうしたスタンスで事業に取り組んでいる主体を見つけることができれば、新規格の有力アイデアを把握できるのではないか。
- ただし、そうは言っても、“消費者が喜んで買い求める価値”を生み出す生産・販売プロセスとは何か、あるいは、そのプロセスの妥当性をどうやって評価して規格として認証するかというのは、なかなか難しい問題である。そのイメージが湧くような情報提供（例えば好事例・先進事例の紹介など）が必要であろう。

(2) ＪＡＳの規格制定につながる可能性を持つ業界・団体等について

- テーマについては、現行ＪＡＳの趣旨・目的からして、新規格制定プロセスは生産プロセスやサプライチェーンといった“売り手”側だけから入るのではなく、より川下寄りで、消費者（“買い手”）の目線に近いところからもバックキャストすることが望ましいのではないか。例えば、高付加価値化、環境保護、担い手（雇用）確保などが想定される。
- 主体としては、「知」の集積と活用の場のスマートフードチェーンプラットフォーム（農研機構等）や、製・配・販連携協議会、スーパーマーケット業界団体、農業法人協会などが想起される。

第３章　JASの認知や新たな活用ニーズ等に関するアンケート調査

３－１．アンケート実施概要

名　称：『ＪＡＳの認知や新たな活用ニーズ等に関するアンケート調査』

調査期間：［回答依頼］令和２年８月 18 日（火）

［回答期限］令和２年９月８日（火）

対　象：農林水産省「知」の集積と活用の場 産学官連携協議会会員（3,500 者程度）及び研究開発プラットフォーム（同 172 件）

方　法：Web アンケート方式

※「知」の集積と活用の場 産学官連携協議会の会員向けメールマガジンで回答依頼を行い、専用 Web サイトでご回答いただいた。

調査内容：次ページ以降に掲載している「『ＪＡＳの認知や新たな活用ニーズ等に関するアンケート調査』回答要領、設問一覧等に係るご説明資料」を参照。

回答数：42 件

令和２年９月８日

関 係 各 位

農林水産省基準認証室実施（調査事務局：㈱リベルタス・コンサルティング）

『JASの認知や新たな活用ニーズ等に関するアンケート調査』

回答要領、設問一覧等に係るご説明資料

このアンケート調査は、ＪＡＳ（日本農林規格）を国内外の企業間取引の円滑化や事業者による農林物資の取扱いの高度化等に活用する戦略的な取組を検討するため、ＪＡＳに対する主要なニーズの特定等に資する情報を収集することを目的として、農林水産省（基準認証室）が実施するものです。何とぞご協力ください。

◎ ご回答は専用 Web サイトから行っていただくことができます。

◎ 本資料の後段に全アンケート項目を記載しています。これをご覧の上、事前に回答をご用意いただければ、所要時間 10 分程度で回答の入力を終えることができます。

◎ 個別のご回答内容を第三者に開示することは決してございません。

◎ 調査事務局は、農水省から委託を受けた株式会社リベルタス・コンサルティング（東京都千代田区、プライバシーマーク取得企業）が担当しています。

【 実施概要・問合せ先等 】

調査対象：

調査対象は、農林水産・食品分野で各種商品の生産・加工・輸送・流通（卸・小売）や、新しい商品・サービス・技術の開発・事業化、ないしは新しい経営管理手法や社会貢献活動の創出等に関与する可能性を有する個人・組織（※１）です。

※１　主な調査対象は、農林水産省が主宰する「知」の集積と活用の場 産学官連携協議会の会員、公益社団法人農林水産・食品産業技術振興協会（JATAFF）の会員等です（必要に応じて上記以外の個人・組織に回答を依頼する可能性があります）。

回答期限：

令和２年９月１８日（金曜）までにご回答ください。

問合せ先・調査事務局：

株式会社リベルタス・コンサルティング（プライバシーマーク取得企業）
時 間：平日 10：00～17：00
担 当：五十嵐（いがらし）、富永（とみなが）
住 所：東京都千代田区六番町 2-14 東越六番町ビル２階
電 話：0120－575－332　／　専用メール：jas@libertas.co.jp
個人情報保護方針：https://www.libertas.co.jp/privacy.html

調査実施者：
農林水産省 食料産業局 食品製造課 基準認証室（JAS 室）
担 当：佐々木（ささき）、是枝（これえだ）／ 電 話：03－6744－2098
JAS に関する詳細情報：
農林水産省ホームページ「JAS（Japanese Agricultural Standards、日本農林規格）」
https://www.maff.go.jp/j/jas/index.html

■ アンケート回答要領

- 右記 URL にあるインターネット上の回答用 Web サイトからご回答ください（SurveyMonkey という Web アンケートサービスを使用しています）。また、右記の QR コードを通じて、スマートフォンやタブレット端末からご回答いただくことも可能です。

［回答用 Web サイトのＵＲＬ］
https://jp.surveymonkey.com/r/jas_maff

- １つの企業・団体において複数セクション（部署や学部等）が別々に農水省「知」の集積と活用の場 産学官連携協議会の会員になっている場合、会員単位（セクション別）にご回答いただいて結構です。
- 個人事業主を除くご回答者様におかれましては、出来る限り、組織の代表・リーダーの方（※２）がご回答ください。

  ※２ 「知」の集積と活用の場 産学官連携協議会の研究開発プラットフォームにおかれましては、原則としてプロデューサーの方がご回答ください。

- 組織内に、商品・サービスの品質や商品開発等に関わる規格・認証の実務を担当する方がおられる場合は、当該担当者様がご回答くださって結構です。
- Web サイト上での回答に入る前に、本資料の末尾に記載されている各アンケート設問項目にひととおり目をお通しください。回答用サイトでは、設問ごとに画面が切り替わります。ご回答を円滑・正確に行うため、事前に各設問への回答内容をご用意いただいた上で入力されることをお勧めします。
- 途中で、一度入力を終えた設問画面に戻ることは可能です。回答を中断されても、そこまでの入力内容はサイト上に保管されます（システム環境によっては保管されない場合があります）。重複回答や“なりすまし”などを防止するため、1 つの PC（IP アドレス）から回答（送信）できる回数は１回に限らせていただきます。（一度完了した回答を事後的に訂正したい場合は、お手数ですが調査事務局までご連絡ください。）

（次ページ以降にアンケートの全設問項目を記載しています。）

■ アンケートの全設問項目一覧

1. 「ＪＡＳ（日本農林規格)」についてどの程度ご存じでしたか。(回答必須、単一回答)

○ ＪＡＳマークを付した商品等を取り扱ったことがある
○ 新たなＪＡＳの規格の制定を検討したことがある
○ 先の法改正で民間提案による規格制定が可能になったことを知っている
○ 品質に限らず試験方法やサービス等のＪＡＳがあることを知っている
○ 名称だけは知っている
○ 全く知らなかった

2. 農林水産省基準認証室と（独）農林水産消費安全技術センター（FAMIC）が、ＪＡＳの規格の制定・見直し等に関する相談を随時受け付けていることをご存じでしたか。(回答必須、単一回答)

○ 知っており相談したことがある
○ 知っているが相談したことはない
○ 知らなかった

3. 農林水産省基準認証室または（独）農林水産消費安全技術センター（FAMIC）にＪＡＳの規格の制定・見直し等に関する相談を行うご意向はありますか。(回答必須、単一回答)

○ 相談したい
○ ＪＡＳの基礎知識を得る機会がほしい
○ 相談の必要性を感じない ⇒ 理由を簡潔に（自由記述）

(次のページに続きます)

4. 下記の 3 つの項目の中で、貴方の事業活動が長期的に成長・発展していく上で重要な条件と考えられるものを選択してください。（複数回答可）

□ ア. 自らの事業領域において、商品自体の品質とは別に、取り扱い方法（商品の生産・栽培・飼養・加工・保管・輸送・販売・調理・衛生管理等）の合理化や高度化が進むこと

（例）・ 植物工場における栽培環境の管理方法の高度化
・ 輸出において生魚の鮮度を保持するための低コスト技術の開発
・ 高齢者向けの、野菜類が持つ機能性を損なわない調理法　　など

□ イ. 企業・団体同士の国内外取引において、商品自体の品質とは別に、商品の生産・栽培・飼養・加工・保管・輸送・販売・調理・衛生管理等に関するルールや仕様、商慣行の共通化・標準化が進むこと

（例）・ イスラム圏の商慣行に適した日本産食材の円滑な輸出のための企業間取引の共通仕様
・ 食品加工工場における衛生管理基準の業界内での標準化
・ 観賞用高級魚の模様等の形質に関する名称の統一化　　など

□ ウ. 商品・サービスを購入する消費者にとっての安心安全や満足の増進に向け、適切な選択のための情報や機会を提供するサービスや方法が創出されること

（例）・「有機認証食材 80%以上使用」を解りやすく伝えるメニュー表示
・ 身体障がい者が生産・加工に携わった事実や貢献内容を伝える表示方法
・ 持続可能な生産・保管・流通方法を適用していることを証明する表示方法　など

（次のページに続きます）

5.【前段の問 4 で、「ア．自らの事業領域において、商品自体の品質とは別に、取り扱い方法（商品の生産・栽培・飼養・加工・保管・輸送・販売・調理・衛生管理等）の合理化や高度化が進むこと」を選択した場合は、本設問にご回答ください（選択していない場合は次の設問に進んでください）。】

貴方自身が事業を行っている業界において、どういった合理化・高度化が進むことを期待していますか。できるだけ簡潔にお書きください。（自由記述、400 文字まで記入可）

※ご回答内容がＪＡＳの規格に関連・適合するかどうかを気にされる必要はありません。

6.【前段の問 4 で、「イ．企業・団体同士の国内外取引において、商品自体の品質とは別に、商品の生産・栽培・飼養・加工・保管・輸送・販売・調理・衛生管理等に関するルールや仕様、商慣行の共通化・標準化が進むこと」を選択した場合は、本設問にご回答ください（選択していない場合は次の設問に進んでください）。】

貴方自身が事業を行っている業界において、企業間取引やサプライチェーン上のどの点について、どういった共通化・標準化が進むことを期待していますか。できるだけ簡潔にお書きください。（自由記述、400 文字まで記入可）

※ご回答内容がＪＡＳの規格に関連・適合するかどうかを気にされる必要はありません。

7.【前段の問 4 で、「ウ．商品・サービスを購入する消費者にとっての安心安全や満足の増進に向け、適切な選択のための情報や機会を提供するサービスや方法が創出されること」を選択した場合は、本設問にご回答ください（選択していない場合は次の設問に進んでください）。】

貴方自身が事業を行っている業界において、消費者にどういう満足を提供するため、またはどういう新たなビジネスを展開するため、どういう情報や機会が提供されることを期待していますか。できるだけ簡潔にお書きください。（自由記述、400 文字まで記入可）

※ご回答内容がＪＡＳの規格に関連・適合するかどうかを気にされる必要はありません。

8.【前段の問 4 で貴方が選択した「成長・発展のために重要な条件」（最大３項目）を実現するために、業界内や取引企業間で規格（ビジネス上の標準的なやり方や共通ルール）を整備することになった場合を想定して、下記の質問にお答えください。問 4 で 1 つも選択しなかった方は、この質問をスキップしてください。】

関係者を代表して、規格の制定に必要な作業（データ収集、規格基準値作成、関係者間調整など）や、制定後の規格の管理を担える企業・団体に心当たりはありますか。あれば、参考までに、その名称をご記入ください。（記入された企業・団体に当調査事務局から無断で直接連絡を差し上げることはありません。）（自由記述、最大５件まで記入可）

（次のページに続きます）

9.【貴方が属する業界内で、あるいは取引先企業等との間で、既に規格（ビジネス上の標準的なやり方や共通ルール）の整備の必要性や中身に関する検討や意見交換が行われている場合は、下記の質問にお答えください。】

その検討や意見交換の内容について、回答可能な範囲で結構ですので、下記の各項目に、できるだけ簡潔にご記入ください。（いずれも自由記述）

(1) 中心的な論点・課題
(2) 直面している問題とその原因
(3) 規格化の必要性を示す取引先や消費者からの要望
(4) 参考にしている先行・類似事例

10.【前段の問 9 と同様に、貴方が属する業界内で、あるいは取引先企業等との間で、既に規格（ビジネス上の標準的なやり方や共通ルール）の整備の必要性や中身に関する検討や意見交換が行われている場合は、下記の質問にお答えください。】

検討・意見交換におけるオピニオンリーダー的な企業・団体や、関係者の意見や利害に詳しい事情通の個人について、心当たりはありますか。あれば、参考までに当該企業・団体の名称または当該個人の氏名・所属をご記入ください。（記入された企業・団体・個人に当調査事務局から無断で直接連絡を差し上げることはありません。）（自由記述、最大５件まで記入可）

（次のページに続きます）

ここからは、貴殿・貴社・貴団体・貴研究開発プラットフォームの基本属性について伺います。

11. 所属業種（単一回答、ドロップダウンメニューから選択）
※複数に該当する場合は、最も売上高または取扱量が多いものを１つ選んでください。
※研究開発プラットフォームの場合は、「研究開発プラットフォーム」を選んでください。

○ 農林水産業（個人事業主）
○ 農業法人
○ 農 業
○ 林 業
○ 水産業
○ 畜産業
○ 食品産業
○ 種苗産業
○ 農業用機械製造業
○ 食品加工用機械製造業
○ 電機・精密機械製造業
○ 化学・医薬品製造業
○ その他の製造業
○ 建設業
○ 卸売・小売業
○ 金融業
○ 運輸サービス
○ 飲食サービス
○ 情報・通信サービス
○ 大学・研究機関
○ 専門・技術サービス
○ 産学連携支援・ＴＬＯ
○ 農林水産関連の組合・業界団体
○ その他の民間団体
○ 地方自治体
○ 研究開発プラットフォーム
○ その他

（次のページに続きます）

12. 業態（複数回答可）

※貴方が業界団体や研究開発プラットフォームの場合、主な会員・構成メンバーが該当する選択肢を全て選んでください。

☐ 最終製品のための原材料や半製品を製造または販売する事業者
☐ 最終製品を製造している事業者
☐ 原材料や半製品、最終製品の輸送配達を行う物流事業者
☐ 最終製品の卸売・小売等の流通事業者
☐ 上記の事業者に機械・物資やサービスを提供する事業者
☐ その他 ⇒ 具体的に（自由記述）

13. 取り扱っている主な商品・サービス（自由記述）

※研究開発プラットフォームの場合、現在の研究開発テーマを簡潔にご記入ください。
※商品の輸出も行っている場合は「※輸出あり」と付記してください。

14. 輸出を行っている場合、主な輸出先の国・地域（複数回答可）

☐ 中国・韓国・台湾
☐ 東南アジア
☐ その他のアジア
☐ 大洋州
☐ 北米
☐ 中南米
☐ ＥＵ・英国
☐ ロシア・東欧
☐ 中東
☐ アフリカ
☐ その他の国・地域

（次のページに続きます）

最後に、ご回答者様ご自身について伺います。

15. 下記の各項目にご記入ください。（いずれも自由記述）

※個人事業主の方は、(1)には「個人」と入力してください。

※研究開発プラットフォームを代表して回答された方は、(1)にはプラットフォーム名ではなくご自身の所属（勤務）先の名称を入力し、プラットフォーム名は(8)にご記入ください。

※(8)には、研究開発プラットフォームを代表して回答された方だけがご入力ください。

(1) 所属先企業・団体の名称

(2) 所属先の住所：

(3) ご氏名（漢字フルネーム）：

(4) ご氏名（ふりがな）：

(5) 所属先でのご役職：

(6) 所属先の電話番号：

(7) メールアドレス：

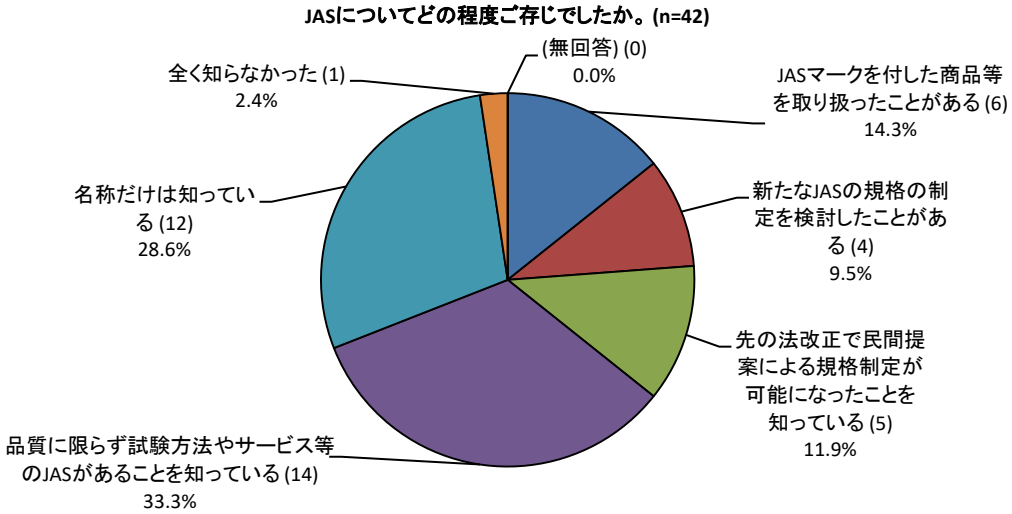
(8) プラットフォーム名：

３－２．アンケート結果

（１）JASへの認知度

「先の法改正で民間提案による規格制定が可能になったことを知っている」への回答率は 11.9%であった。

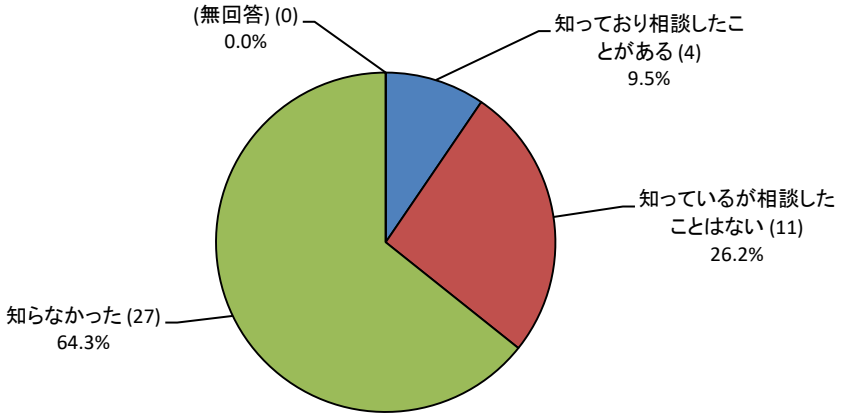
図表 3　ＪＡＳへの認知度



（２）随時相談受付への認知度

随時相談受付サービスの存在を知っているのは全体の 3 分の 1 強であった。中でも、「知っており相談したことがある」は 1 割程度となっている。

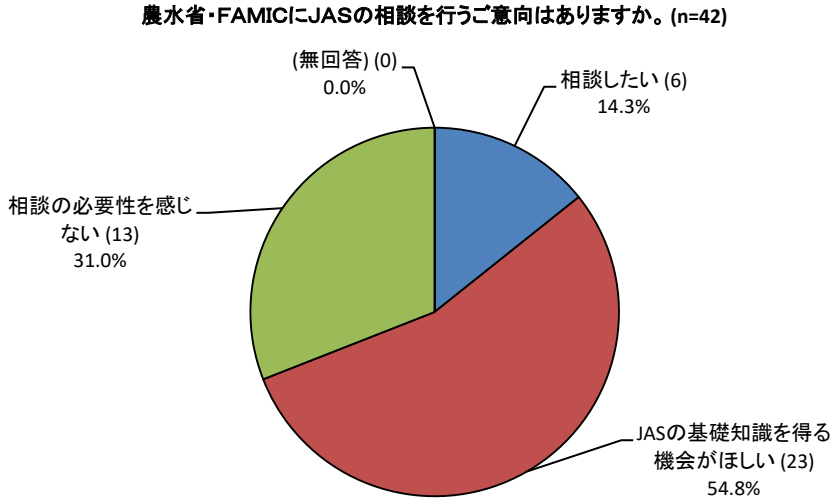
図表 4　随時相談受付への認知度



（３）随時相談受付サービスの利用意向

「相談したい」は 14.3%であり、まずは「ＪＡＳの基礎知識を得る機会がほしい」との回答が全体の半数強を占めた。

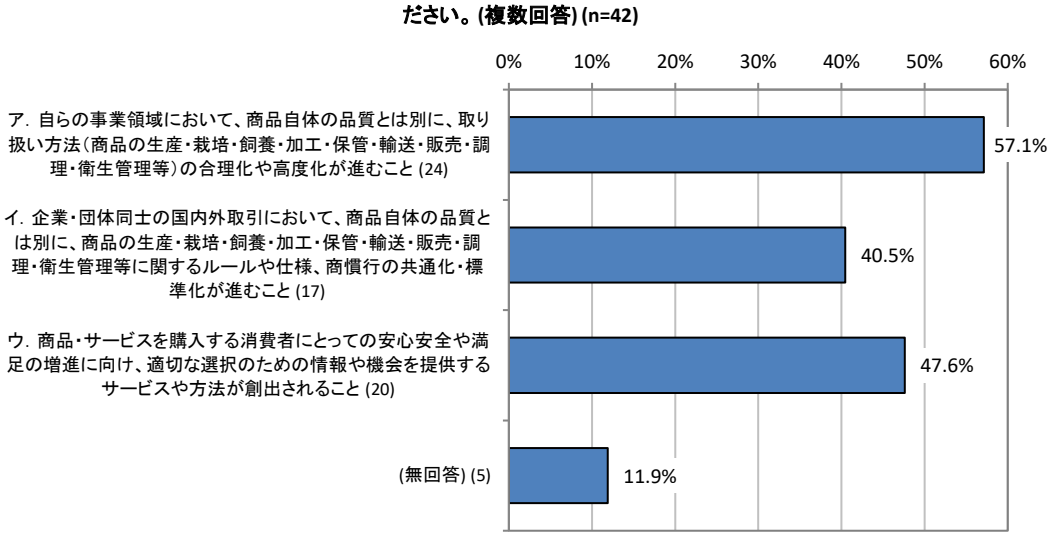
図表 5　随時相談受付サービスの利用意向



（４）事業活動の長期的成長・発展の重要条件

下図のとおり、ア、イ、ウともに 4～6 割程度の回答があり、現行ＪＡＳ制度の機能に合致する要素を成長・発展上の重要条件に挙げる事業者の割合は必ずしも低くない。

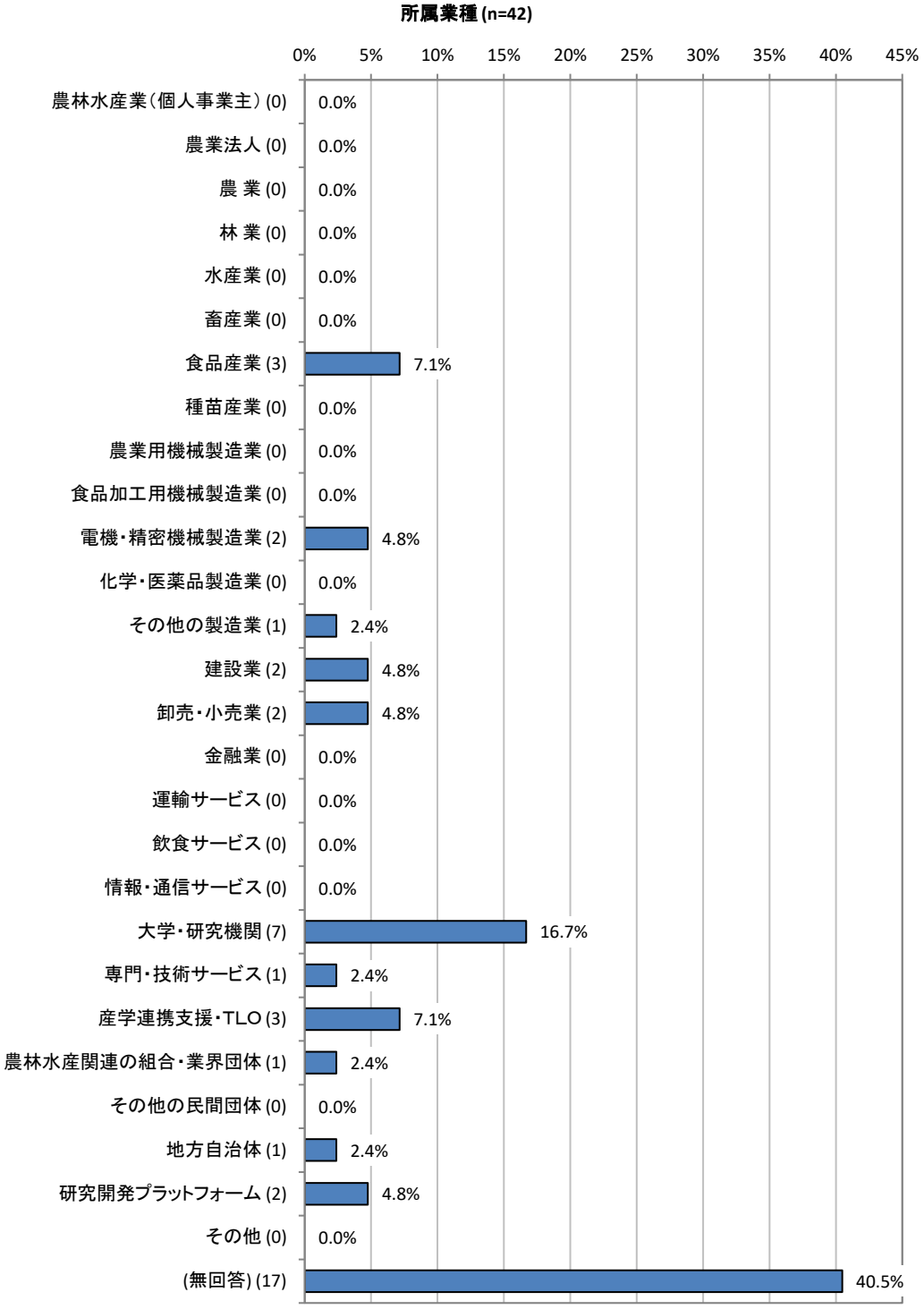
図表 6　事業活動の長期的成長・発展の重要条件



（5）回答者の所属業種

下図のとおりであった。

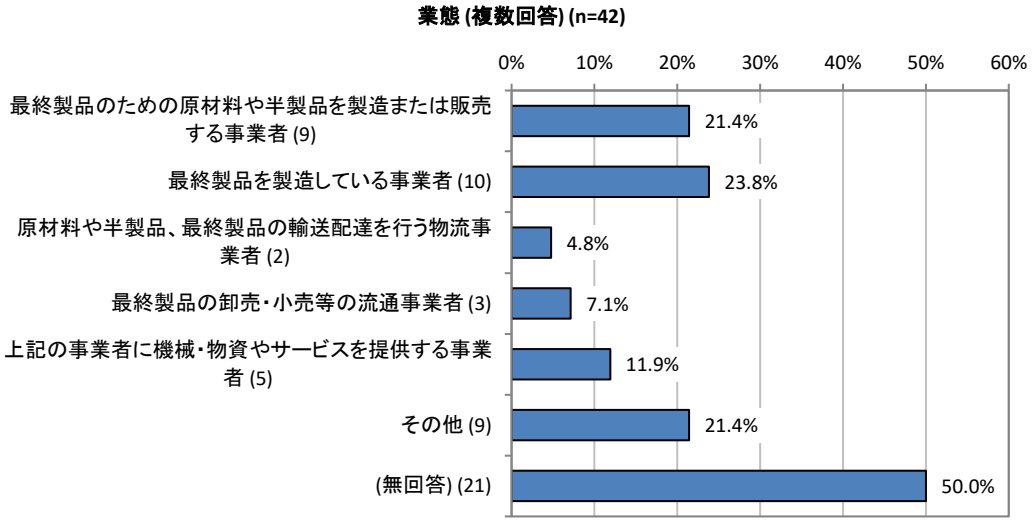
図表 7　回答者の所属業種



（６）回答者の業態

下図のとおりであった。

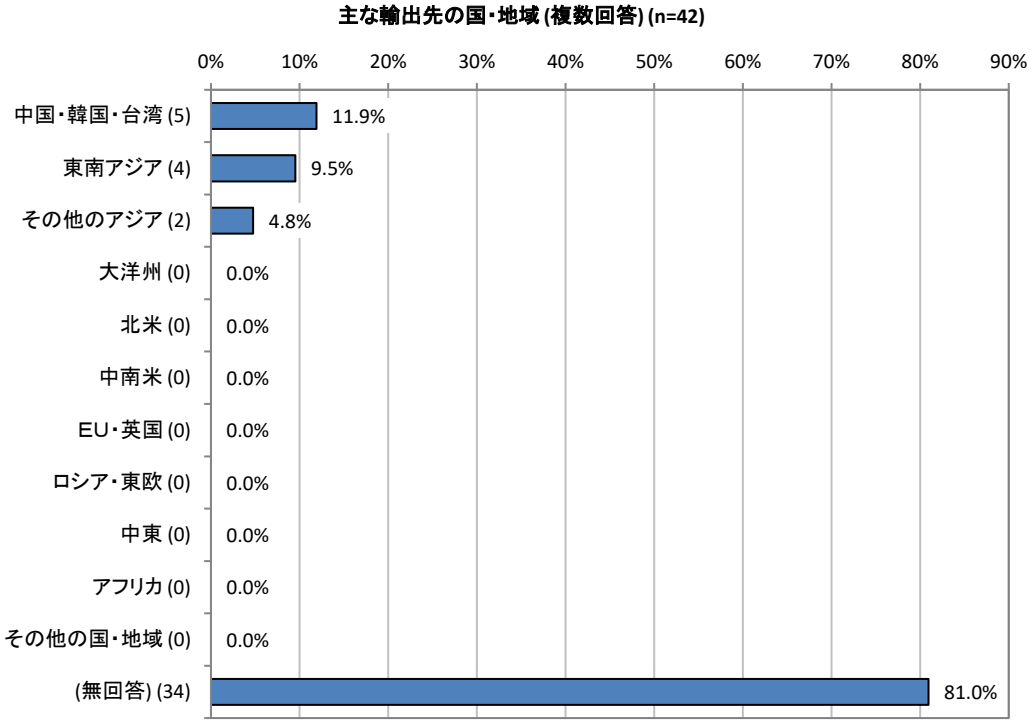
図表 8　回答者の業態



（７）主な輸出先の国・地域

下図のとおりであった。

図表 9　主な輸出先の国・地域



第4章　事業者等へのヒアリング

4－1．【第1段階】アンケート結果から抽出された事業者等へのヒアリング

（1）実施概要

事業者等を対象としたヒアリングの第1段階として、前段のアンケート調査を通じて抽出した対象へのヒアリングを11件実施した。

図表10　第1段階ヒアリングの実施概要

	実施日時	対 象
1	令和2年10月20日（火） 13：00～（面会）	公的農林水産系食品産業技術団体　技術系幹部
2	令和2年10月23日（金） 10：30～（リモート）	大学TLO　シニアマネージャー
3	令和2年10月26日（月） 13：30～（面会）	建設コンサルタント　代表
4	令和2年10月26日（月） 16：30～（リモート）	製菓原料事業者　技術部長
5	令和2年10月30日（金） 14：00～（面会）	建築設計事務所　代表
6	令和2年11月2日（月） 10：00～（リモート）	食用油脂会社　営業部、品質保証部
7	令和2年11月9日（月） 15：30～（リモート）	国立大学 農学部　准教授
8	令和2年11月11日（水） 15：30～（リモート）	製材事業者　代表
9	令和2年11月16日（月） 10：30～（面会）	システム開発会社　代表
10	令和2年11月25日（水） 10：30～（リモート）	県農林業総合試験場　研究員
11	令和2年12月11日（金） 13：30～（リモート）	大手食品卸会社　物流部門

（2）ヒアリング結果

以下に第1段階ヒアリングの結果概要を示す。

図表11　第1段階ヒアリングの実施概要

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
公的農林水産系食品産業技術団体 技術系幹部	● ハラールのJASへの反映 ● ファインバブルの効果検査方法	● 窒素ガス利用のファインバブルによるマグロの鮮度保持 ● ファインバブルによるトイレ洗浄 ● 高齢者、人造肉、ジビエ、等	● ファインバブル発生装置メーカー（YBM、アイデック） ● ファインバブル鮮度保持実施業者（ナノックス） ● NEXCO西日本（トイレ洗浄）

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
大学 TLO シニアマネージャー	● イチゴの品質保持や通年生産方法などで共通ベースが必要だが、地域ごとにバラバラ。JAS を共通化ツールとして活用できるとよい。 ● 輸出での入管検査や企業間取引の簡素化の手段として JAS を活用できるとよい。	● 入管検査にせよ企業間取引にせよ、連携や取引の相手の“要求仕様”（ニーズ）を把握することが先決。そこから JAS の新規格の具体像が見えてくる。	● 地域の JA の連携体など ● 食品卸売業者（九州農産物通商、九州農産物直販） ● 食品輸送業者（NPI） ● 農業生産法人
建設コンサルタント 代表	● 地方の中山間地で生産される木材を、地元のこだわりある工務店に使ってもらい、地域貢献意識のある住宅購入者らに販売する。 ⇒ 中山間地経済の振興も視野に、こうしたサプライチェーンを規格化できないか。	● 3 層の木製パネル“J パネル”（見た目・美観に優れ、造作だけでなく構造材としても使える。） ● 木質製品関連の既存 JAS は輸出振興に繋がっていないのでは？製品情報を公的な認証の下で海外に向けて発信する仕組みが必要。	-----
製菓原料事業者　技術部長	● 少量多品種生産と製造ライン効率化（洗浄まで含めて）の両立技術の規格化 ● 3 分の 1 ルールや欠品ペナルティといった、現状の川下流通優位の取引慣行の適正化のための規格 ● ゲノム編集食材の販売規格 ● 出荷等で用いるパレットや段ボールの規格の統一化	● 生産現場の効率化のため、多品種少量生産とライン運用の効率化を両立する技術・ノウハウが必要。 ● 川下優位の取引慣行は結果的に食品ロスといった問題を生んでいる面がある。SDGs 等に対応する意味でも改革が必要。	● 特にこれといった担い手は思いつかないが、製造機械やパレット・段ボール等は各々のメーカーが独自技術に特化し、仕様を定めている。このバラバラの状態をサプライチェーンを通じて統一化する旗振り役がほしい。
建築設計事務所 代表	● 木造・省エネルギー住宅を含む住環境パッケージ商品の規格化と、それに基づく海外（ベトナム）へのパッケージ輸出 ● 木製サッシ	● ベトナムでは木造住宅や住環境に関する公的な規格がまだ十分には整備されておらず、日本からの支援への期待感がある。 ● 木製サッシは木製文化復活に貢献し得る。	● 駐日ベトナム大使館 ● ベトナム駐在の日本人住宅コンサルタント（JETRO 相談員兼務） ● 日本木製サッシ工業会
食用油脂会社　営業部、品質保証部	● 輸入商品・原料（一部は安かろう悪かろうであったり、ethical 面で問題があったりする）の品質区別と差別化のための規格導入 ● 食品のトレーサビリティ（川下企業にニーズあり）と商品物性情報（硬さ、粘度等）をセットにした情報共有の規格化	● 例えばパーム油については、欧州生まれの NGO「RSPO」が ethical な面も含めた生産・流通ウォッチをしており、影響力を増している。 ⇒ 無原則に山を焼いてはダメ、オランウータンなどの希少野生生物を駆逐してはダメ、児童労働はダメ、トレーサビリティ徹底、等 ⇒ こうした取組を参考にして、JAS で日本独自の規格化をしてはどうか。 ● JAS 適合により、検査が省略されるとか、売上が伸びるといった具体的メリットを生み出すことが必要（FSSC2200 にはそれがある）。	● RSPO ● 規格化を進めると、ルールが明確化・厳格化される面があるので、中小・零細企業などの中にはついていけないものが出てくる可能性がある。 ● 物流業界では人手不足などもあり、孫請けにまで業務が発注されている。そうした構造の中でどこまで規格を実効的に運用できるか、不透明な面がある。

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
国立大学 農学部　准教授	● ナスの機能性食品（サプリメント）製造のための安価な乾燥技術の JAS 規格化 ⇒ 廃棄ナスを活用し、技術も安価なので SDGs に貢献できる。いずれも現代的価値でありバイヤーに訴求できるはず。 ● 現行 JAS でルテインの検査方法が規格化されているように、本プロジェクトもアセチルコリンの検査（定量）方法を併せて規格化し、世界標準にしたい。	● 農研機構と連携して自らが取り組んでいる、ナスの機能性食品（サプリメント）。（※既に原料の安定調達のめどが立っている。） ● 上記食品に関連した、アセチルコリンの検査（定量）技術（※年間 300 検体くらいは定量可能。）	● 左記プロジェクトには信州大学発ベンチャーである（株）ウェルナス（代表取締役＝小山正浩様）が主導的に関わっており、同社が中心的な担い手になると想定される。
製材事業者 代表	● ストーリー（物語性＝木材の産地、誰がどのように生産・加工したか、等）を重視する現代消費者にニーズに対応したブランディング内容の規格化 ● 特に情報提供が重要。商品（製材）について、持続可能性（低炭素）や合法性を担保していることを、品質と併せて購買者に知らせること。 ⇒ 価値の証明手段としての JAS	● SDGs に対する消費者（住宅購入者）の認知度や関心は高まってきているが、何となく漠然として理解に留まっている。JAS の規格を具体性付与（価値証明）の手段とすることにより、消費者に価値のモノサシを提供するべき。 ● そうしたモノサシに適った商品を取引先企業（ハウスビルダー、工務店）に供給することで、サプライチェーン全体の価値増進や、地域産業の底上げを図る。	● 伊佐ホーム ● 県の認証協議会 ● 木材組合連合会 ● 日本木材青壮年団体連合会 ● 日本工務店協会（国産材部会）
システム開発会社　代表	● 川上から川下までの木材流通の利益が“山に還（かえ）る仕組み”の構築（林業を育む意識醸成、地方山林の保護・創生） ● QR コードと IC タグにより、木材 1 本 1 本に関する詳細な情報管理とトレーサビリティの確保を一体的に行う仕組みの規格化	● 左記の仕組みを運用する当社はいわば“情報産業事業者”。サプライチェーンの必要な所に必要な情報をピンポイントで提供し、顧客価値を生み、その対価を得ることをビジネスとする。この仕組みが JAS の規格対象とならないか。	● 東京農業大学（木材工学・大林先生）＝JAS の規格制定に向けた共同研究での連携予定先 ● ウッドステーション（※千葉県のパネル会社。CAD 情報のヨコ展開を目指して取り組み中。）
県農林業総合試験場研究員	● 農産物の栽培管理や流通状況（在庫や出荷予測など）及び購買判断情報（糖度や栄養成分、環境配慮等）の情報を一元的に管理・提供する仕組みの規格化	● 例えば、果物の選果は本当に消費者のニーズや嗜好に合った条件で行われているのか。 ⇒ 消費者が求める価値や生産者のこだわりの見える化をデジタル情報で管理発信できるとよい。	● JA 宗像（みかん） ● JA 朝倉（梨）
大手食品卸会社　物流部門	● 当社は物流事業者との付き合いが多いが、物流側から「当社は JAS で品質管理しています」と言われたことはない。サプライチェーンの中でも川下側での JAS の機能発揮が手薄だとしたら改善すべき。 ● 令和 3 年 6 月から HACCP に則った輸送方式が義務付けられる（温度、輸送車両、点検など）。これをより詳細化、細分化、具体化	● 流通プロセスにおける食品の品質管理のあり方は 100 社 100 様。JAS を“共通言語”とすることで取引の円滑化・効率化が図られることが望ましい。 ● 他方で、JAS は手段であり、その普及によって実現されるべき将来像や KPI は別途、国や然るべき組織によって示されるべき。 ● 3 分の 1 ルールも食品ロスもそうだが、現在の多様な商慣行は既得	● 製・配・販連携協議会 ● 味の素（堀尾様） ● イオン、セブン&アイ ● スーパーマーケット業界団体 ● フランチャイズ協会（大手コンビニエンスストア加盟）

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
	してJASの規格にしてはどうか。	権益と関係している面があるので、その改変や最適化には利害調整の困難が伴う。 ⇒ それを進めるには、SDGs フェアトレードのようなあるべき将来像を踏まえ、それに対応しなければ業界全体の将来はないといった危機感を醸成し、その解決には JAS の規格が必要といったロジックで関係者を説得するしかないのではないか。	

４－２．【第２段階】第１段階の結果から抽出された事業者等へのヒアリング

（１）実施概要

事業者等を対象としたヒアリングの第２段階として、前段の第１段階ヒアリングを通じて抽出した対象へのヒアリングを 10 件実施した。

図表 12　第２段階ヒアリングの実施概要

	実施日時	対 象
1	令和３年１月８日（木） 10：30～（リモート）	サプライチェーン連携団体　専務理事
2	令和３年１月 21 日（木） 10：00～（リモート）	物流資材団体　事務局長
3	令和３年１月 22 日（金） 10：30～（面会）	林産物流通システム開発会社　代表
4	令和３年１月 28 日（木） 10：00～（リモート）	スーパーマーケット団体　専務理事
5	令和３年２月５日（金） 10：30～（リモート）	ＪＡ　経営企画
6	令和３年２月８日（月） 9：30～（リモート）	ＪＡ　畜産
7	令和３年２月 10 日（水） 10：30～（対面）	ＪＡ　品質管理
8	令和３年２月 19 日（金） 10：30～（リモート）	外食産業関係食品流通団体　専務理事
9	令和３年２月 18 日（木） 17：00～（リモート）	野菜系ベンチャー企業　代表
10	令和２年３月９日（火） 18：00～（リモート）	冷凍機メーカー　営業部

（２）ヒアリング結果

以下に第２段階ヒアリングの結果概要を示す。

図表 13　第２段階ヒアリングの実施概要

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
サプライチェーン連携団体　専務理事	● 消費財分野におけるメーカー（製）、中間流通・卸（配）、小売（販）の連携により、サプライチェーンマネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図る。	● ①情報連携強化によるサプライチェーン全体の最適化の実現、②透明で合理的な取引の推進、③環境対応の推進、④新しい消費者ニーズへの対応。	● FINET 株式会社
物流資材団体　事務局長	● 「農産物の一貫パレチゼーションによる循環利用モデルを構築し、農産物サプライチェーンにおける“物流効率化とトラック運送	● 農産物用パレットの統一化と、そのレンタル事業の活用促進。	● 協議会加盟のパレットレンタル事業者等

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
	事業の働き方改革の実現”に資すること。		
林産物流通システム開発会社	● 全国的な原木トレーサビリティ ● 遠隔地の原木市場間での流通 ● シイタケ等キノコ市場での ICT 導入	● 情・物分離を進めることで、近隣の原木市場では値が低くても、高い値がつく遠隔地の市場に出せるようになる。 ● 原木トレーサビリティと現在の商習慣との間で齟齬が大きく普及が難しい。	● 一般社団法人森の鑑定団
スーパーマーケット団体　専務理事	●　環境に配慮した流通の JAS ●　エシカルを訴求する JAS	● 現状ではエシカルの意味が広すぎて、顧客ニーズが不十分で、売り場を作れない。 ● 流通 BMS による情報化対応、標準クレートの 2 つの標準化事業がすでに実施。	● 流通 BMS 協議会 ● 物流クレート標準化協議会
ＪＡ　経営企画	● エシカル対応商品は、高い価値観を持つことを見える化する手段であり、JAS 表示もその 1 つの手段。 ● 国産材料を使った和食、フードマイレージのような規準。	● 商品の本質で判断するバイヤーや、組織としての方針でエシカルを重視・推奨するところならば扱える。 ● 高級ホテルのレストラン、高級でバーとのデパ地下から入るのがいい。	● JA 全農
ＪＡ　畜産	● エシカル、アニマルウェルフェアに対応した畜産品 ● 飼料の国産化を示す JAS	● 意識の高い人が利用する一部高級スーパーや生協なら成立するだろう（JA グループ全体ではこれから）。 ● 飼料は通常輸入なので、国産飼料のみで育てた畜産物は付加価値があると見られる。	● JA 全農（特色 JAS 等の場合のみ）
ＪＡ　品質管理	● エコ流通、エシカル流通 ● 冷蔵輸送での温度管理 ● カット野菜機向けサイズ規格	● 意識の高い層はエシカルや農福連携は響きやすい想定（JA 全農では未着手の領域）。 ● 加工品に国産野菜導入しやすくするため、加工機械に対応した規格の検討はあり得る。	● JA 全農
外食産業関係食品流通団体　専務理事	● 学校給食の安全・安心の確保のために標準化の導入 ● PITS でのアレルギー対策の内部チェック体制	● 学校給食だけが安全・安心に高い関心を示す可能性がある。 ● アレルギー対策のチェックはまだ十分なレベルではないので、やり方次第で民間認証もありではないか。	-----
野菜系ベンチャー企業代表	● 信頼性があり、かつ安価に実施できる食品乾燥技術の規格化。 ● 上記技術を廃棄ナスに適用した機能性食品の事業化を通じた、資源の有効活用（食品ロス抑制）と SDGs に代表される持続的経済活動への貢献。	● ①食品乾燥技術、②機能性成分の検査・定量方法、③これらの事業化方法・ビジネスモデル（スマホ活用等）	● 自社 ● JA 高知
冷凍機メーカー　営業	● 高付加価値の冷凍食品市場の拡	● 自社の食材凍結技術（「プロトン	● 自社と取引関係がある水産会

ヒアリング対象	基本アイデア	ターゲット課題・商品	想定される主な担い手
部	大。 ● 自社技術・機械を使って加工した食品の食味や歯ごたえといった品質について、客観的な数値で捉えて他社との違いを示すこと。 ● “チーム日本”としての海外向けサプライチェーンの整備。	凍結」）を施した加工（冷凍）食品。 ● 加工（冷凍）食品の中でも海外市場で受け入れられる輸出向け食品。	社、畜産会社、食品加工企業、飲食店など ● 冷凍専用容器・包材メーカーや物流事業者など

４－３．事業者等ヒアリングの結果

（１）結果概要の整理

ここまでに実施した事業者等ヒアリングの結果概要を後掲の**図表 14** に整理する。

整理の観点（表頭項目区分）は下記のとおり。

- ヒアリング対象：どうった事業者等から、新規格につながるアイデア等に係る話を伺ったか。
  - 組織の名称
  - 種 別

- 新規格につながりそうなアイデア：ヒアリングにおいて、ＪＡＳの新規格の案に相当するものとして話題に上がったアイデアはどういったものか。
  - 内 容
  - アイデアの背景・理由
  - 想定される連携主体（規格制定に際して、応援してくれる可能性がある主体）

- 案件の属性：上記以外の属性はどうなっているか。
  - タイプ（規格化案件としてみたとき、どういったタイプに仕分けできるか）
  - 具体性（案件としてどの程度、具体化されているか）
  - ＪＡＳ適合（ＪＡＳでないと対応できない事案であるか）

図表 14　事業者等ヒアリングの結果概要整理

ヒアリング対象		新規格につながりそうなアイデア			案件の属性		
名 称	種 別	内 容	アイデアの背景・理由	想定される連携主体	タイプ	具体性	JAS 適合
公的農林水産系食品産業技術団体 技術系幹部	民間企業等を会員とする公益社団法人	● ファインバブルの効果検査方法 ● 窒素ガス利用のファインバブルによるマグロの鮮度保持、ファインバブルによるトイレ洗浄）	● 最新技術であり、水産物（魚）への適用事例（九州の事業者）があるとのこと	● ファインバブル発生装置メーカー	新技術導入	中	中
大学 TLO シニアマネージャー	大学の TLO	● イチゴの品質保持や通年生産方法などに関する地域の共通ルールとして JAS の規格を活用	● 地域産品の競争力向、販売増進をベースとしたアイデア	● 地域 JA、農業生産法人 ● 食品卸、食品輸送業者	流通構造改革（地域ブランディング）	低	高
建設コンサルタント代表	民間企業（建設コンサルティング）	● 3 層の木製パネル（地方圏の中山間地で生産される木材を、地元のこだわりある工務店に使ってもらい、地域貢献意識のある住宅購入者らに販売）	● 中山間地経済振興を目指したアイデア ● 国産木製品の輸出増進も視野に入れたアイデア	---	林業改革	高	高
製菓原料事業者技術部長	食品メーカー･卸売	● 少量多品種生産と製造ライン効率化の両立技術の規格化 ● 3 分の 1 ルールや欠品ペナルティといった、現状の川下流通優位の取引慣行の適正化のための規格 ● 出荷等で用いるパレットや段ボールの規格の統一化	● 生産現場の効率化のため、多品種少量生産とライン運用の効率化を両立する技術・ノウハウが必要 ● 川下優位の取引慣行は結果的に食品ロスといった問題を生んでいる面あり。SDGs 等に対応する意味でも改革が必要	● 製造機械やパレット・段ボールのメーカー	業界構造（サプライチェーン）改革	中	高
建築設計事務所 代表	建築設計事業者	● 木造・省エネルギー住宅を含む住環境パッケージ商品の規格化と、それに基づく海外（ベトナム）へのパッケージ輸出 ● 木製サッシの規格化	● ベトナムでは木造住宅や住環境に関する公的な規格がまだ十分には整備されておらず、日本からの支援への期待感があり ● 木製サッシは木製文化復活に貢献	● 駐日外国大使館 ● 海外駐在の JETRO 相談員 ● 日本木製サッシ工業会	林業改革	中	中
食用油脂会社　営業部、品質保証部	食品メーカー･卸売	● 輸入食品・原材料（一部、“安かろう悪かろう”であったり ethical 面の問題があったりする）との品質差別化のための規格化 ● 食品のトレーサビリティと商品物性情報をセットにした情報共有方法の規格化	● 例えばパーム油については ethical な面から国際機関等が各国の生産・流通ウォッチを強めている ● JAS 適合により、検査が省略されるとか、売上が伸びるといった具体的メリットを生み出すことが必要	● RSPO（国際 NGO）	業界構造（サプライチェーン）改革	中	高

ヒアリング対象		新規格につながりそうなアイデア			案件の属性		
名 称	種 別	内 容	アイデアの背景・理由	想定される連携主体	タイプ	具体性	JAS 適合
野菜系ベンチャー企業　代表	大学発ベンチャー及び大学研究室（※両者はビジネスモデルパートナーの関係）	● 廃棄ナスを活用した機能性食品（サプリメント）製造のための安価で信頼性の高い乾燥技術の JAS 規格化 ● 現行 JAS でルテインの検査方法が規格化されているように、本プロジェクトもアセチルコリンの定量方法を併せて規格化 ● 資源の有効活用（食品ロス抑制）と SDGs に代表される持続的経済活動への貢献	● 技術の確立と原料（ナス）の安定調達にメドが立っている。アセチルコリン定量では年間 300 検体程度確保可能 ● 消費者庁への機能性表示申請を並行して実施予定 ● スマホを活用したビジネスモデル構想中	● 乾燥機械メーカー ● JA 高知	新技術導入、 新検査方法確立	高	高
製材事業者　代表	木材加工・卸売	● ストーリー（物語性＝木材の産地、誰がどのように生産・加工したか、等）を重視する現代消費者にニーズに対応したブランディング内容の規格化	● 商材に関する情報提供が重要。製材について持続可能性（低炭素）や合法性を担保していることを品質と併せて購買者に知らせる（価値の証明手段としての JAS）	● 県の認証協議会 ● 木材組合連合会 ● 日本木材青壮年団体連合会 ● 日本工務店協会	林業改革	中	高
システム開発会社代表	木材市場プラットフォーマー（商品情報提供者）	● 川上～川下の木材流通の利益が“山に還る仕組み”の構築（林業を育む意識醸成、地方山林の保護・創生） ● QR コードと IC タグにより木材毎の詳細情報の管理とトレーサビリティの確保を一体的に行う仕組みの規格化	● 左記の仕組みを運用するには情報産業事業者すなわちプラットフォーマーが必要であり、そのビジネスの仕組み自体を JAS で規格化	● 東京農業大学（木材工学・大林研究室） ● ウッドステーション（CAD 情報のヨコ展開システムの確立に取り組んでいる）	林業改革 （デジタル化、ICT）	高	高
県農林業総合試験場　研究員	公設試験研究機関	● 農産物の栽培管理や流通状況（在庫や出荷予測など）及び購買判断情報（糖度や栄養成分、環境配慮等）の情報を一元的に管理・提供する仕組みの規格化	● 消費者が求める価値や生産者のこだわりをデジタル情報の収集・分析を通じ見える化し、需給調整やブランディングに活用 ● それを地域産品の強みの基盤とする	● 地域ブロックあるいは県の JA	流通構造改革（消費価値・満足増進）	低	高
大手食品卸会社物流部門	食品メーカー･卸売	● 令和 3 年 6 月から HACCP に則った食品の輸送方式が日本でも義務付けられる（温度、輸送車両、点検など） ● これをより詳細化、細分化、具体化して JAS の規格とする	● JAS を“共通言語”とすることで取引の円滑化・効率化を図る ● 3 分の 1 ルールやそれに伴う食品ロスなどの現行商慣行の改変や最適化に JAS を活用。併せて関係者間の利害調整も実施	● 製・配・販連携協議会 ● スーパーマーケット業界団体 ● フランチャイズ業界団体（大手コンビニエンスストア加盟）	業界構造（サプライチェーン）改革	高	高

ヒアリング対象		新規格につながりそうなアイデア			案件の属性		
名 称	種 別	内 容	アイデアの背景・理由	想定される連携主体	タイプ	具体性	JAS 適合
サプライチェーン連携団体　専務理事	サプライチェーン横断型の事業者団体	● 情報連携強化によるサプライチェーン全体の最適化、透明で合理的な取引の推進、環境対応の推進に向けたJAS 規格の導入	● 現代の消費者ニーズに対応するにはメーカー（製）、中間流通・卸（配）、小売（販）の連携により、サプライチェーンマネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図る必要があり、そのテコに JAS を活用	● FINET 株式会社	業界構造（サプライチェーン）改革	高	高
物流資材団体　事務局長	食品流通事業者等からなる事業者団体	● 「農産物の一貫パレチゼーションによる循環利用モデルを構築し、農産物サプライチェーンにおける“物流効率化とトラック運送事業の働き方改革の実現”に資すること。	● 農産物用パレットの統一化と、そのレンタル事業の活用促進 ● トラックへの荷物の積み下ろしの効率化を通じてトラック運送業界の働き方改革を推進	● 協議会加盟のパレットレンタル事業者 ● 協議会加盟企業 ● トラック運送業界	流通構造改革（パレット規格統一、レンタル市場確立）、働き方改革	高	高
林産物流通システム開発会社	木材市場プラットフォーマー（商品情報提供者）	● 全国的な原木トレーサビリティによる遠隔地の原木市場間での流通 ● シイタケ等キノコ市場での ICT 導入	● 情・物分離を進めることで、近隣の原木市場では値が低くても、高い値がつく遠隔地の市場に出せるようになる	● 原木市場 ● 森林組合、連合会	林業改革 （デジタル化、ICT）	高	高
スーパーマーケット団体　専務理事	業界団体	● SDGs・エシカル認証商品 ● 果物等の糖度の数値化	● 関心が高まっているものの、現状では SDGs、エシカルについては顧客ニーズがまだ不十分であり、一般のスーパーマーケットでは難しいかもしれない ● 糖度の数値化でバイヤーが買いやすくなるなら可能性があるが、売場で糖度計を使うことでも効果あり	● CGC グループや日流グループ等スーパー向け PB 開発団体	流通構造改革（環境配慮、エシカル、数値化）	低	中
ＪＡ　経営企画	食品等商社	● 国産材料を使って作られた和食規準	● 高級ホテルのレストラン、高級でバーとのデパ地下での意識高い人への ● 輸入食材でも和食は作れるが、よりプレミアな和食を打ち出すには国産がよく、国産食材を PR したい	● 高級レストラン ● 高級デパート ● 高級デパートのデパ地下テナント企業	流通構造改革 （国産拡大）	低	中
ＪＡ　畜産	食品等商社	● 国産飼料で飼育した畜産物の認証	● 飼料は通常輸入なので、国産飼料のみで育てた畜産物は付加価値があるとみられる	● 生産者 ● 高級スーパーマーケット ● 生協	流通構造改革 （国産拡大）	低	中

ヒアリング対象		新規格につながりそうなアイデア			案件の属性		
名 称	種 別	内 容	アイデアの背景・理由	想定される連携主体	タイプ	具体性	JAS 適合
ＪＡ　品質管理	食品等商社	● カット野菜機向けサイズ規格	● 加工品での国産野菜を使う機会の拡大を図りたい ● 加工機械に対応したサイズ規格ができれば、加工が容易になる	● カット野菜製造企業 ● 機械メーカー	流通構造改革（国産拡大）	低	中
外食産業関係食品流通団体　専務理事	業界団体	● 学校給食の安全・安心の確保のために標準化の導入	● 学校給食だけが安全・安心に高い関心を示す可能性がある ● アレルギー対策のチェックはまだ十分なレベルではないので、やり方次第で民間認証もあり	● 商品情報授受標準化会議（PITS）	業界構造（サプライチェーン）改革	低	中
冷凍機メーカー営業部	食品関連機械メーカー（冷凍保存用機械など）	● 自社技術・機械を使って加工した食品の食味や歯ごたえといった品質について、客観的な数値で捉えて他社との違いを示すこと。 ● “チーム日本”としての海外向けサプライチェーン（コールドチェーン）の整備。	● 世界的に見て高い機能・品質の凍結機械を製造・販売しているが、それを使って加工（凍結）された食品の食味や歯ごたえなどについて、客観的データに基づく優位性の訴求ができていない。 ● 企業単体としては輸出を伸ばしているが、日本から海外へのコールドチェーンの整備が十分でなく、冷凍（低温）食品自体の輸出需要が十分には顕在化されていない。	● 取引先の水産会社、畜産会社、食品加工企業、飲食店など ● 冷凍専用容器・包材メーカーや物流事業者など	業界構造（サプライチェーン）改革	中	高

（２）新規格につながりそうなアイデアのタイプ

ヒアリングにおいて JAS の新規格の案に相当するものとして話題に上がったアイデアのタイプとしては、下記のものが比較的多かった。

- <u>流通構造改革</u>

例えば、“地域で生産されるイチゴを通年で美味しい状態で供給したい”といった観点からのアイデアで、地域ブランディング、消費の価値・満足増進、環境配慮、エシカル、国産市場拡大といった文脈で提示されることが多かった。

また、パレット規格統一や働き方改革（トラックドライバーの負担軽減）といった具体的なアイデアも浮上した。

- <u>業界構造改革</u>

例えば、“食品の 3 分の 1 ルールや欠品ペナルティといった慣行を変え、フードロスの削減・解消を図りたい”といった観点からのアイデアで、サプライチェーン（B to B）効率化を模索する文脈で提示されることが多かった。

- <u>林業改革</u>

“市場規模が小さい林業の効率性・成長性を高めるには散在する木材市場に共通の情報プラットフォームが必要”との考え方から、その実現のために JAS を活用できると良いとの意見が多かった。

木材市場は地域経済とつながっていることから、物理的に統合することは困難であるが、インターネット上にサイバー市場を形成し、情報管理を一元化した形で取引を行うことができ、それが実質的な市場統合効果を発揮する可能性があることから、既に幾つかの取組が試行されている。

実質的な市場統合は、必然的に B to B の円滑化という課題につながることから、こうした林業市場の改革を支える制度インフラとして JAS への期待感は決して小さくないと感じられた。

第5章　JASの活用促進のための戦略的課題

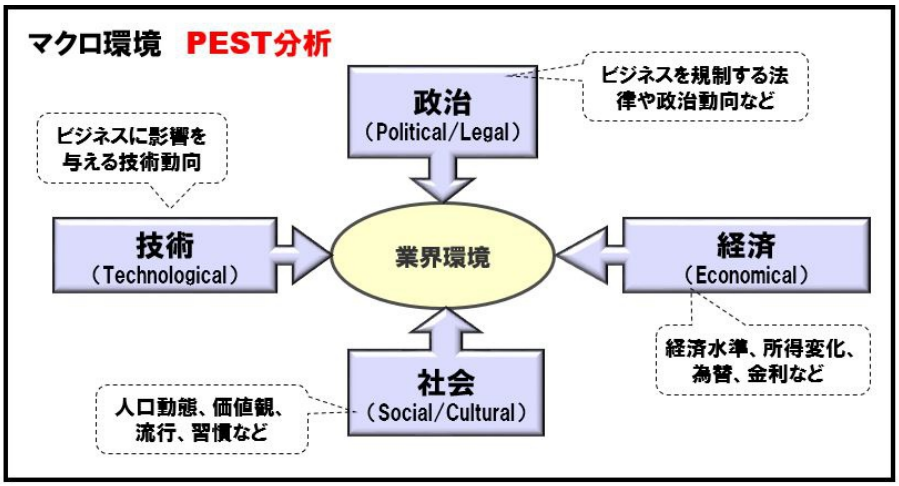
本調査を通じて、現行ＪＡＳ制度の趣旨・目的をより多くの食品等の事業者に認知・理解してもらい、実際の利用を加速化していくためには、新規格の素材として有望なアイデア・課題や主体の抽出と並行して、認知度向上といった点にも戦略的に取り組んでいく必要性があるという課題が確認された。以下、その課題にどう取り組むかについて述べる。

５－１．大局的観点からの戦略的課題の検討

ＪＡＳは現存する制度であり、本調査は基本的に、「JAS は存在するがゆえに使用される（はずである）」という前提に立って実施されたが、必ずしもそうとは言い切れない面がある。この点について、マーケティングの分析手法を用いて考察する。

（１）JASを取り巻く環境の分析 ―― PEST分析に基づいて

図表 15　ＰＥＳＴ分析の概念図



出所：https://cyber-synapse.com/dictionary/en-all/pest-analysis.html

上図の PEST 分析のフレームワークに基づくと、ＪＡＳを取り巻く環境は下記のように整理される。

- **社会の動き**：SDGs、働き方改革、フードロス問題、コト（物語性）志向、ブランド価値重視、健康（食品の機能性）志向、ethical 重視、フェアトレード、など
- **経済の動き**：サプライチェーンの拡大・多様化・複雑化、取引上の障壁や購買上の不確実要素の顕在化、旧来の取引慣行（1/3 ルール等）の温存、農業・食品分野への情報サービス企業の新規参入、など
- **技術の動き**：ICT 進展、AI・IoT 浸透、スマート農業の活性化、ネット取引の普及、IC タグ・QR コード等の個別技術の進化、など

- **<u>政治（制度）の動き</u>**：規格・知財・認証・業界標準の個別的整備の進展（併存・乱立）、農業・食品分野での先進技術導入促進、国際競争・輸出増進への対応、国際ルール作りでのイニシアティブ追求、など

⇒ “社会”の動きが、新たな価値観の浸透や社会的課題の解決を通じて潜在的な市場を生み出す素地を形成している。“技術”の動きが、その潜在的市場の実現の可能性を高めている。

⇒ そうした中、“経済”では、新たな価値観に応える商品・サービスの実現や、それを支えるビジネスモデルや取引ルールの創出を、先進技術等を駆使して事業化しようという意欲的主体（ベンチャー企業等）が登場しているが、全体としては混とんとした状況にあり、一部に非効率性や旧態依然たる部分を抱えている。

⇒ これに対して“政治（制度）”は、国際化への対応も含め、規格・知財・認証・業界標準の整備を進めているが、ユーザー（企業、消費者）にとって 5W1H に基づくそれらの使い分けが分かりにくい、制度自体があまり認知されていない、新規格の制定やより良い規格への改善に取り組む余裕がない（主体がいない）といった状況がある。そのため、全体として十分合理的に機能しているとは言えず、JAS もその中でやや埋没気味であり、存在感を発揮し切れていない。

⇒ 早急に、多くの事業者の間に「農業・食品分野で新しい規格作りとそれを基礎とした標準化の促進を図るならば、まずは JAS から」や、一般消費者の間に「農業・食品関連の商品・サービスを買うなら JAS 認定かどうかの確認から」という認識を浸透・定着させるための戦略を策定すべきである。その戦略の実践と並行して JAS の新規格制定を進めなければ、新規格の制定を加速化することはおぼつかない可能性がある。

（２）戦略的方向性の検討 ―― AIDMAモデルとSWOT分析に基づいて

①“入口（AID）戦略”の必要性

まず、多くの事業者に現行ＪＡＳの意義と機能を認知・理解し、自らの問題・課題の解決に資するものとして関心を持った上で、その活用意思を持ってもらうことが必要である。

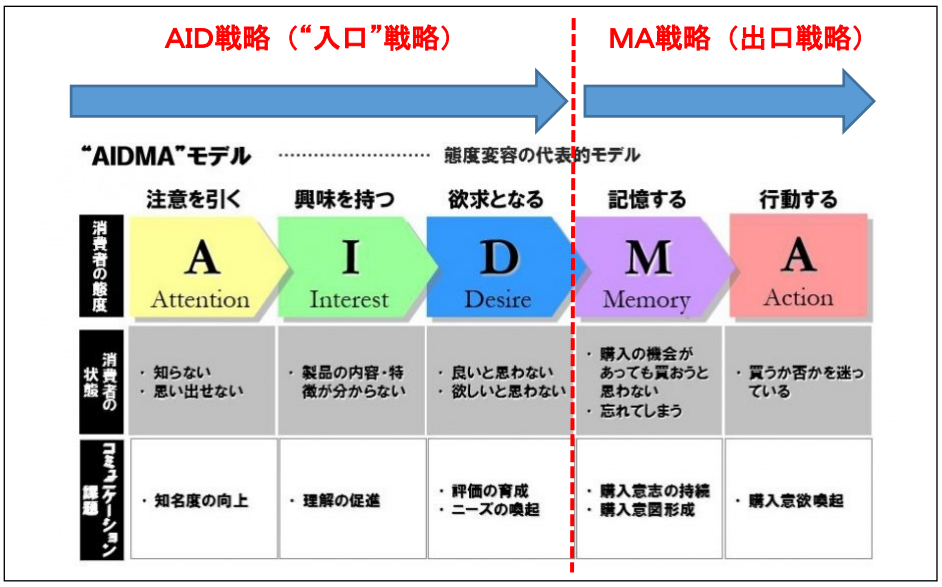
そのためには、後掲**図表 16** に示す AIDMA モデルの初めの「AID」の部分に関する戦略が必要と思料される。

つまり、現行ＪＡＳは AIDMA モデルにおける入口部分（Attention, Interest, Desire＝AID）において事業者や消費者の間での認知・理解が必ずしも十分ではない。そのため、本調査事業が目的とする“新規格につながるアイデア・課題”は、潜在的には確認されるものの、それを実際に規格化することに意欲や使命感を有する主体を伴った形で現れてこない傾向が否めない。換言すれば、AIDMA モデルにおける出口部分（Memory, Action＝MA）で規格化に向けた計画づくりを行ったり、関係者間の利害調整を図ったり、関係機関（農水省、FAMIC 等）に相談したりする主体がまださほど多くない状況である。

よって、出口の MA を十全にな形で行うためには、新規格のアイデア・主体の掘り起こ

しと並行して、入口の AID 部分への政策的対応も必要だと思料される。

図表 16　ＡＩＤＭＡモデルにおける入口部分と出口部分



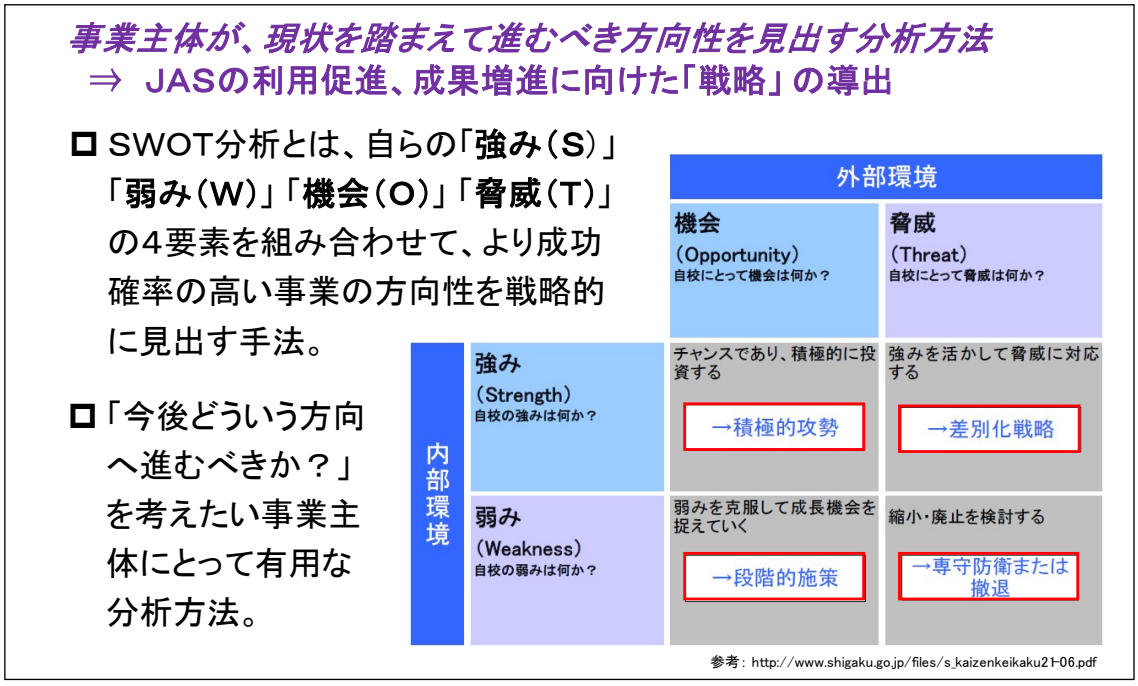
出所：https://cyber-synapse.com/dictionary/en-all/aidma.html

② SWOT分析による“入口（AID）戦略”の方向性導出

ここで、SWOT 分析のフレームワークを用いて、上述の AID 戦略の方向性について試行的に検討してみる。

まず、SWOT 分析の全体像は下図のとおりである。

図表 17　ＳＷＯＴ分析の全体像



次に、SWOT 分析に基づく戦略的方向性は下図のように整理されると考えられる。

図表 18　ＳＷＯＴ分析の全体像

（強み、弱み、機会、脅威の整理）

強み（S）	機会（O）
□ 伝統的な“マルJAS”が強固な知名度を有している。 □ 国の制度である。	□ サプライチェーンの複雑化や取引の国際化を背景に、共通ルールや規格に対する潜在ニーズが高まっている。
弱み（W）	**脅威（T）**
□ 知名度が低い。 □ 使える制度であることが十分には理解されていない。	□ JASとは異なるが、共通性を有する公・民の制度や慣例的ルールがあり、存在が埋没しがちである。

（上記整理に基づく戦略の方向性）

	機 会（O）	脅 威（T）
強 み（S）	□ JASにより顕著な経済効果を生んだ事例の情報を詳細に、かつ多方面に宣伝する。 攻　め	□ JASでなければ解決できない成果事例を精選して、PRする。 差異化
弱 み（W）	段階対応 □ JASのPRのためのイベント（アイデアコンテスト、セミナー、ワークショップ、ポスターセッションなど）の開催。	守　り □ HACCPやISOなどに自力対応できない中小・零細事業者の組合などを対象に、政府から啓発と活用の働きかけを行う。

５－２．実践的観点からの戦略的課題の検討

前節ではＪＡＳの戦略的課題について大局的な観点から検討したが、それだけでは今後の具体的な対策のあり方が判然としない。また、AIDMA モデルの後段の“MA”すなわち“出口”部分に関する戦略をどうすべきかという課題がまだ残っている。

そこで、ここでは、“多くの業界・事業者が、現行ＪＡＳ制度に基づく規格制定を、課題解決のための身近で有為なツールと捉え、日常活動において当然のように活用するためにはどうすればよいか？”という実践的観点から、戦略的な対応のあり方を検討する。

（１）“出口（MA）戦略”に具体性を与える“切り口”

ここでいう“出口戦略”は AIDMA モデルにおける終わりの“MA（Memory と Action）”である。すなわち、現行のＪＡＳ制度の有為性を確かなものとして理解し（Memory）、その上で具体的な行動（Action＝新規格の制定に向けて取組の実践）を取ることである。

潜在的なＪＡＳユーザーがこうした動きを顕在化させるためには、自らが直面する課題が、ＪＡＳの活用を通じて効果的な解決されるという見通しを与えることが必要である。本調査の事業者等ヒアリングを通じて、潜在的ＪＡＳユーザーの多くはＪＡＳの社会的意義を理解しつつも、それが自らの業界にとって具体的にどういったメリットを及ぼしてくれるのかに関心を有していた。要するに、出口戦略に取り組む上での有効なきっかけを与えてくれる“切り口”が求められているということである。

この“切り口”について検討し、整理したものが後掲の**図表 19** である。今回、事業者等ヒアリングを通じて多様な潜在的ユーザーと意見交換を行う中で、法制度の定義とは別に、ユーザーが実感するＪＡＳの“使い勝手”を表現するものとして、下記のキーワードが挙げられると考えられた。

- 差別化
- 明文化
- 透明化
- 適正化
- 包括化
- 効率化
- 多肢化
- 権威化

これら８つのキーワード（切り口）はそれぞれ、潜在的なＪＡＳユーザーが、自らが抱える課題の解決に規格という手段を使って取り組もうとする際の具体的な接点を示すものである。その具体的な内容については、**図表 19** の「潜在的なＪＡＳユーザーが直面している課題」欄及び「ＪＡＳの効用」欄に記載しているとおりである。

図表 19　出口戦略に関する“切り口”－ 直面課題 － 戦略的キーワード

切り口	潜在的なJASユーザーが直面している課題	JASの効用	戦略的キーワード
差別化	私達の農林水産品・加工食品の取扱方法や事業の経営管理方法において、他社のそれと明確に違う点を際立たせたい。	取扱方法や経営管理方法の特長や独自性を規格化することにより、当該規格に適合しない事業者との差別化を図ることができる。	**訴求性**
明文化	私達の農林水産品・加工食品の取扱方法や事業の経営管理方法の要諦を勘や経験に依存せず、誰でも理解・実践できるようにしたい。	従来、勘や経験に頼ってきた部分を客観的に検証して規格化することにより、明文化されたノウハウとして確立することができる。	
透明化	私達のサプライチェーンに関する様々な情報を取引先や消費者に適時適切に開示し、確かな信頼を獲得したい。	特定産品の名称・原産地・検査方法等に係る規格化を図ることで、正しい情報を消費者らに提供し、信頼獲得に繋げることができる。	
適正化	私達が日頃順守している取扱方法や経営管理方法は極端または時代遅れであり、合理的・現代的なものへと是正したい。	従来の取引慣行等に代わり得る方法を規格化することで、より合理的な慣行の定着（標準化）に向けた景気を作ることができる。	**合理性**
包括化	私達は産品の品質・仕様や生産方法の高度化に努力してきたが、競争力・販売力の向上には取扱や経営管理に係る対応も不可欠。	品質に優れた産品を最良状態で消費者等に提供するシステムやマネジメントを規格化することで、産品価値の包括的増進が図られる。	
効率化	私達の産品のサプライチェーンは多様化・複雑化していることから、事業者間の取引・協業をより円滑かつ効率的なものとしたい。	サプライチェーンの要所における企業間取引・協業について通貫的な仕様・ルールを規格化することで、全体最適化が図られる。	
多肢化	私達の農林水産品・加工食品の取扱方法や事業の経営管理方法により、取引先や消費者に購買上の新しい選択肢を提供したい。	多少高価でも地球環境に優しい産品やethicalな産品等の規格化により、消費者らの価値観に応じた多様な選択肢を提供できる。	**価値創出**
権威化	私達の取扱方法や経営管理方法は、新しいがゆえに懐疑的な見方をされやすいので、有効性等に対する“お墨付き”が必要である。	取扱方法や経営管理方法をJASという知名度の高い国の規格に認定された事実をもって、市場でのオーソライズが担保される。	

ここで強調したいことは、ＪＡＳという国が運用する有為な制度の活用を具体的に促進していく際には、法律の定義等とは別に、上掲の８つのキーワードを駆使し、卑近で実感し易い形で、「これは自分にとって使い勝手の高い制度だ」と実感してもらうことが重要だということである。

さらに、これら８キーワードは、**図表 19** の右側に示しているように、差別化・明文化・透明化を束ねる上位レイヤーである「訴求性」、適正化・包括化・効率化を束ねる上位レイヤーである「合理性」、および多肢化・権威化を束ねる上位レイヤーである「価値創出」という、３つの戦略的キーワードにまとめることができると考えられる。

ここで、訴求性とは、商品の購買者に対するビジネス的な意味でのアピール力である。まら、合理性とは、サプライチェーンにおける B to B 取引の円滑化や旧来の商慣行に基づくビジネス上の非効率や社会的損失の削減・緩和である。さらに、価値創出とは、市場や消費生活において確かなメリットを生み出すものでありながら一般的認知度の低さから受け容れられていない商材・技術・購買上の選択肢等に対して、公的制度としての“お墨付き”を与えることにより、新たな価値（市場）を顕在化させることである。

今後、ＪＡＳと潜在的ユーザーとの接点である、農林水産省基準認証室及びＦＡＭＩＣによる相談活動を展開する際には、上述のキーワードと切り口を意識した応対を行うことで、マーケティング的なアプローチ（AIDMA モデル）に基づくＪＡＳの活用増進効果が生まれるのではないか。

（２）3つの戦略的キーワードに即した成功要素の導出 ―― 3C分析に基づいて

最後に、上記の 3 つの戦略的キーワードに即して、マーケティング分野で多く活用される 3C 分析のフレームワークに基づき、ＪＡＳの活用を促進する上での成功要素を導出する。これに関する検討結果は下図のとおりである。

図表 20　３つの戦略的キーワードに即した３Ｃ分析結果

	3C			JAS 利用面での成果増進ポイント	ターゲット業界・業態（想定）
	潜在的JAS利用者（Customer）	競合的制度（Competitor）	JAS運用主体（Company）		
訴求性（差別化、明文化、透明化）	● 訴求性を向上させたいというニーズは業界を問わず強い。 ● 他方、訴求すべき点を客観的に証明する手立てが不足している。	● HACCP、ISO など、競合のポジションにある制度は存在する。 ● SDGs や ESG など、現代的価値に立脚する新たな社会規範が存在感を増し、経済活動にも無視できない影響を及ぼし始めている。 ● 事業者等ヒアリングで得られた感触としては、上記の競合的制度と JAS を択一的にとらえているケース（例えば「HACCP に取り組んでいるから JAS は必要ない」など）は少ない。 ⇒ むしろ、JAS 自体の認知度向上の戦略が重要ではないか。 ● 国の機能性表示	● JAS は「試験方法」の規格化が可能だが、十分活用されていない。 ● 食味など個人の嗜好に関わる要素まで規格化するのは難しい。	● 訴求性を定量化できる事案の徹底的な発掘 ⇒ 機能性食品、安全性、物性	●【業界・業態】訴求性が効果を発揮しやすい BtoC 業界や、新たな商材を探しているバイヤー（商社）など。 ⇒ 産学官連携した研究機関、スーパーマーケット等流通団体、外食関係の流通団体、など
合理性（適正化、包括化、効率化）	● 事業活動の効率性（生産性）を高めることは、どの業界でも生き残りを左右する重要課題と認識されている。 ● 効率化の取組は個別企業内では積極的に取り組まれているが、サプライチェーン横断型の効率化は道半ば。 ● 業界によっては旧態依然とした商慣行が根強くあり、効率阻害やフードロスなどの社会問題の一因となっている。		● サプライチェーン横断型の規格制定に向けた JAS の制度的拡充は周到に進んでいる。 ● 他方、実際の規格制定に向けて業界内や異業種間での利害調整等の泥臭い業務に取り組む主体が続々と出てくる状況にない。	● 社会的課題解決からのバックキャストアプローチ ⇒ 物流に関わるトラックドライバーの長時間勤務からの解放など ● スタートアップベンチャーなどによる先進的な取組への重点的支援 ⇒ コールドチェーンシステムの確立など	●【業界・業態】旧態依然とした商慣行の改善や、ICT 等の先進技術を活用した市場取引の抜本的効率化が課題となっている事業者層。 ⇒森林パートナーズ、食品卸企業、生産流通横断団体、物流団体、全農、建築家団体、木材市場関係など

価値創出（多肢化、権威化）	●イノベーションの創出を通じて消費活動上の選択肢を広げたり、新たな技術を開発したりしても、それが社会認知されず、収益に十分には結実していないケースがある。	関連制度や知的財産制度との関係・違い・使い分けの仕方が判りにくい面がある。	●JAS 制度は新技術等が生み出す市場的価値の経済化に多大な貢献をし得る。 ●ただし、知財のように価値の保護（独占権保障）をするものではないので、自社ノウハウ等を秘匿したい主体には活用してもらいにくい。	●JAS の社会的意義のPRと同時に、JASを用いた収益増進実現の好事例情報を発信する ●JAS マークをもっと一般の耳目に触れるようにする	●【業界・業態】イノベーティブな研究開発に取り組んでいながら、市場での認知向上や需要の顕在化に苦労し、有効な対処ツールを求めている事業者層。 ⇒ 大学、ベンチャー、農産系技術振興機関など

今後、ＪＡＳの認知度向上・利用促進と、ＪＡＳユーザーが享受するメリットを相乗的に増進していくためには、次のような“成功要素”を意識した対応が求められるものと考えられる。

- 訴求性に関連して
  - 訴求性を定量化できる事案の徹底的な発掘
    ⇒ 機能性食品、安全性、物性

- 合理性に関連して
  - 社会的課題解決からのバックキャストアプローチ
    ⇒ 物流に関わるトラックドライバーの長時間勤務からの解放など
  - スタートアップベンチャーなどによる先進的な取組への重点的支援
    ⇒ コールドチェーンシステムの確立など

- 価値創出に関連して
  - JAS の社会的意義を PR すると同時に、JAS を活用した収益増進実現の好事例の情報を発信する。
  - JAS マークをもっと目立つようにする。

（以上）