

今後の検討に向けて

農林水産省 消費・安全局
食品安全政策課

(検討課題 1) 自主取組宣言の対象について

- 自主取組宣言の対象について、自主取組宣言という手法は現時点で、カンピロバクター食中毒の低減対策として有用とするものの、①消費者頼みの食中毒予防ではなく、フードチェーンの各段階において低減対策を進めるべき、②小売業・飲食業にも広げフードチェーン全体で取組む仕組みとすべきなど、当面の対象を生産者及び食鳥処理事業者とするものの、**今後、フードチェーンに携わる食品関連事業者も対象にしてはどうか**という意見。
- 他方、カンピロバクターの低減対策とした場合、鶏肉の加熱は法的に担保されており、**飲食店を対象とするには、さらなる要件の検討が必要**ではないかとの意見。

今後、卸売業、小売業、飲食店などフードチェーンに携わる全ての食品関連事業者を含めるにあたり、どのような要件とすることが適当なのか。

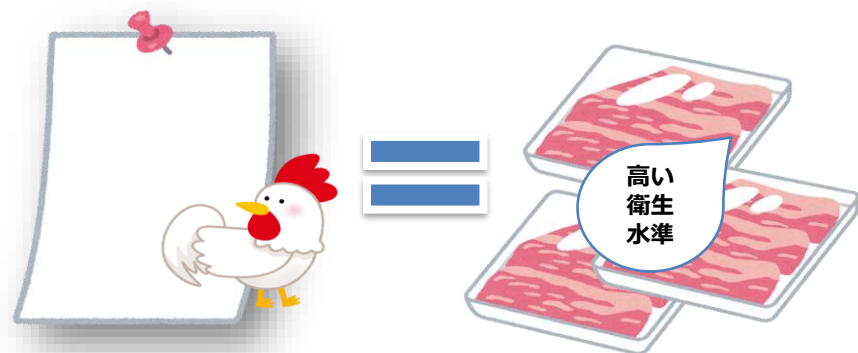
- フードチェーン全体の衛生水準を高めるのであれば、必ずしも肉用鶏に限ったことではなく、**将来的には、その他の畜種など幅広く含めてはどうか**との意見。

今後、肉用鶏以外の畜種も含めるとした場合、どのような考え方で整理することが適当なのか。

(検討課題 2) 自主取組宣言と製品との対応について

- 自主取組宣言の目的は、生産段階・食鳥処理段階における衛生水準の向上であるが、自主取組宣言が「ブランド化につながる」あるいは「ブランド力を高められる」ものとするのが重要との意見。
- 取組の持続性を確保するためには、上述の意見を踏まえることも重要ではないか。
- 鶏肉の流通から、現時点での自主取組宣言と製品との対応関係について、企業間取引（BtoB）の誘因の観点から、申請の類型別に荷受業者の認識として整理。
- なお、企業対消費者取引（BtoC）は、鶏肉の流通実態を見る限り、限定的であることから、今回は考慮しない。

※ 自主取組宣言が他の製品との差別化、あるいは、認識度向上の手段として有効なのかどうか。



自主取組宣言が、いわゆるブランド力「△△△鶏」の強化につながるのか。

→ 「△△△鶏」が自主取組宣言にある高い水準の衛生管理に取り組んだ製品と、荷受業者が認知するのか。

自主取組宣言の申請について

自主取組宣言については、科学的根拠に基づいた取組を記したガイドラインに即して、生産者、生産者団体、法人などが申請。申請は、個別（法人を含む）あるいは共同でできる。現時点の想定は次のとおり。

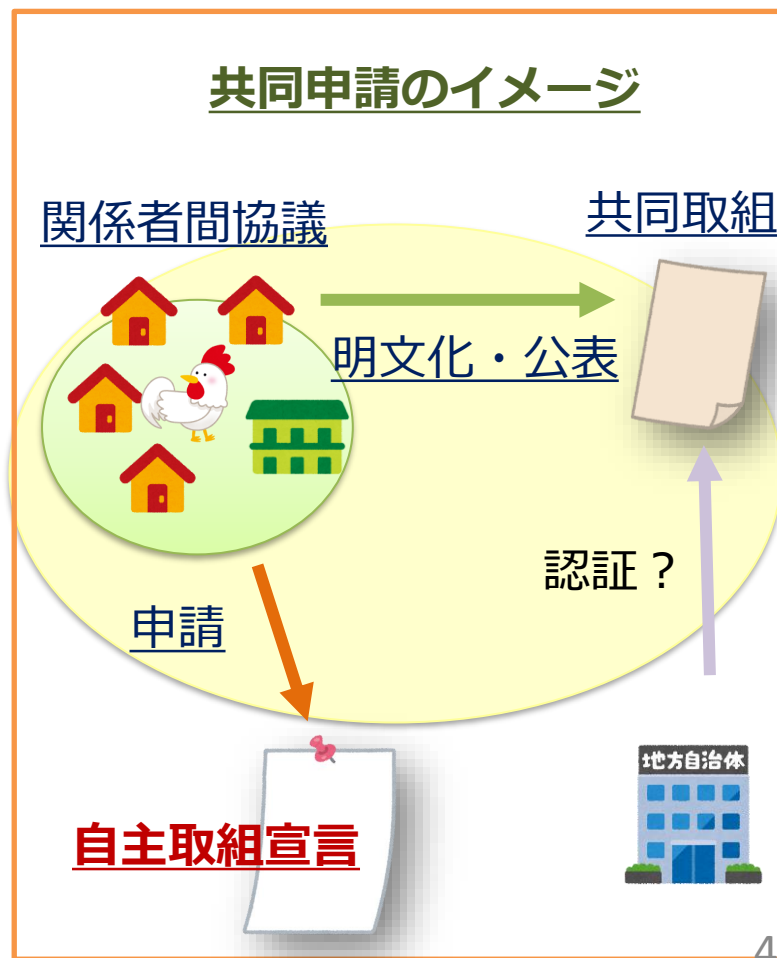
個別申請

- 個々の生産者・食鳥処理事業者が申請。

共同申請

（現時点で、団体、協議会からの申請は、便宜上共同申請と整理。）

- 生産者団体等が共同した取組を実践するため、連名（団体名）で申請。
 - ー ○○○生産販売組合（団体名）
 - ー ○○○チキン、△△△処理場（連名）
- 生産者団体の規約・会則等において、共同した取組をあらかじめ明文化・公表とすることが望ましい。
- 自治体が同規約等を基にした認証基準設定につなげることも有用。



類型別申請と製品に期待される効果について（イメージ）

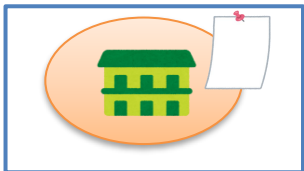
申請の例

1 生産者・食鳥処理事業者が個々に宣言を申請



想定される申請パターン

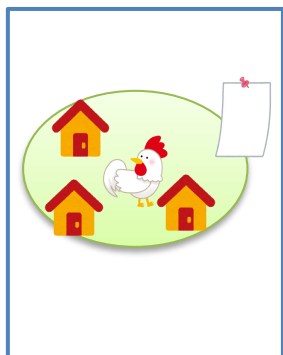
- ・ 地域の処理場に出荷する生産者が申請。



期待される効果

- ☆ 複数の生産者から食鳥を受け入れる場合、自主取組宣言を製品のブランド力の強化や認知度の向上につなげるには、**荷受業者に対し、その特性を認識させることが重要。**

2 複数の生産者が共同してひとつの宣言を申請



想定される申請パターン

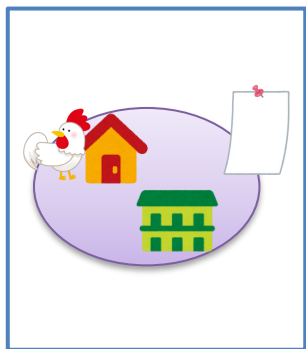
- ・ 生産者組合が、共同した取組を実践するものとして申請。

期待される効果

- ☆ 一般に、特定の処理場で処理・加工されることから、**自主取組宣言が付加価値として製品のブランド力の強化や認知度の向上につながるのではないか。**

類型別申請と製品に期待される効果について（イメージ）（続き）

3 生産者と食鳥処理事業者が共同してひとつの宣言を申請



想定される申請パターン

- ・ 生産から処理までを一貫した生産者が申請。

期待される効果

☆ 自社の一貫した取組の場合、**自主取組宣言が製品のブランド力の強化や認知度の向上につながるのではないか。**

4 複数の生産者が食鳥処理場と共同してひとつの宣言を申請



想定される申請パターン

- ・ 生産者組合と食鳥処理事業者が、共同で申請。
- ・ インテグレーターが企業の取組として、あるいは、事業所別に申請。

期待される効果

☆ 一般に、生産・処理が一体的になされていることから、**自主取組宣言が付加価値として製品のブランド力の強化や認知度の向上につながるのではないか。**

☆ インテグレーターの場合、荷受業者も自社であることから、より認知度向上の効果が期待。

(検討課題 2) 自主取組宣言と製品との対応について

- 自主取組宣言は、製品のブランド力の強化を保証するものではないが、
①生産量が9割超がインテグレーターによるものであること、②地鶏・銘柄鶏は一般に、生産者組合あるいは企業体が、自社あるいは特定の処理場に出荷することなどから、企業間取引の誘因に、現時点でも一定の効果が期待されるものと考えられる。
- 今後、消費者や実需者のニーズの高まりなどを踏まえ、自主取組宣言がさらにブランド力の強化につながる方法について、検討していくことが望ましい。

個々の生産者による申請の場合、宣言が製品のブランド力の強化につながる効果が限定的になる可能性がある。どのように荷受業者の認識の向上を確保するか。

共同申請の場合、生産者間で高水準の衛生管理意識が統一され、組合員による衛生管理の強化に期待。ただし、実行性の確保が課題ではないか。

インテグレーターの場合、一般に、生産部門は①売買契約生産者、②委託契約生産者、③直営農場等で構成。申請するには、生産部門での飼養管理の統一化が必要ではないか。

(検討課題3) 自主取組宣言のさらなる活用に向けて

- 今回の検討の目的は、カンピロバクターを中心とした食中毒の発生による健康被害や経済的影響を減らせるよう、生産から消費に至るまでの必要な段階において、科学的根拠に基づき、より一層衛生管理を向上させるためのものである。
- 検討会における委員や参考人の意見などをみると、自主取組宣言は、上述の目的以外にも、**食品衛生に係る社会の意識向上や消費者・飲食店の意識の変化など、高次の目的達成も期待**されている。
- ただし、自主取組宣言が、社会の意識向上などにつなげるには、さらなる発展が必要との意見。

※ 中間取りまとめ（案）の結び

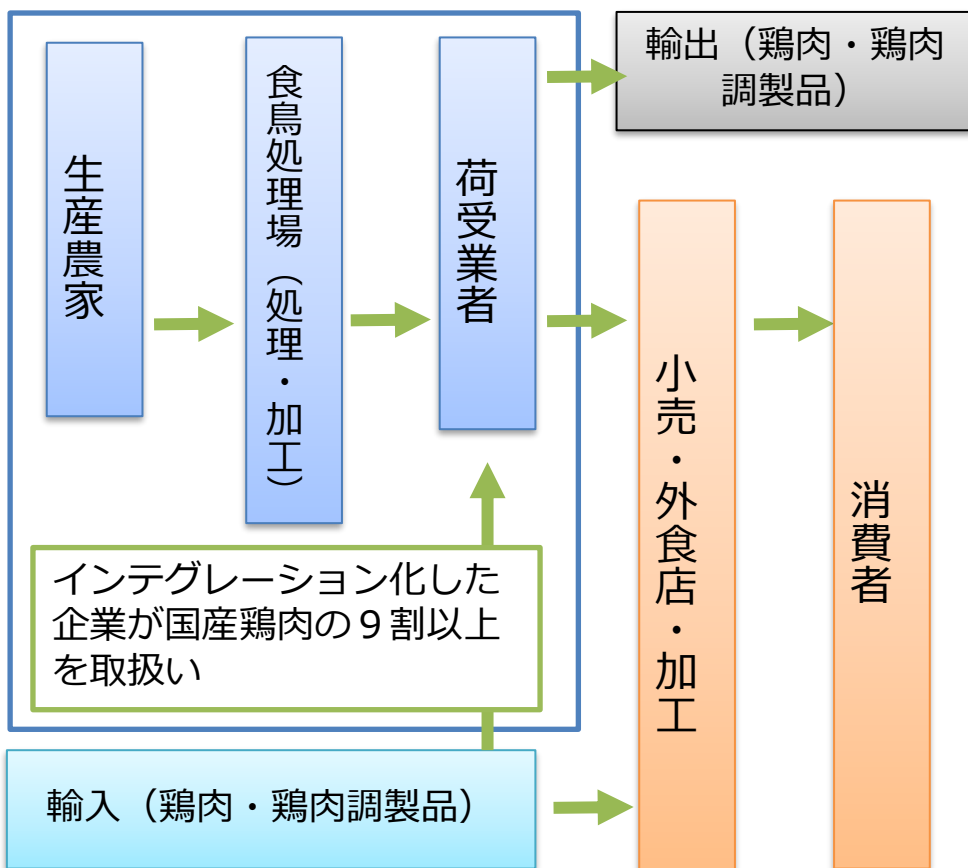
- ・ 社会全体の食品安全意識の向上
- ・ 食品関連業界全体の食品安全文化の醸成
- ・ 消費者による食品関連事業者からの能動的な情報収集
- ・ 消費者と食品関連事業者の認識共有

今後、自主取組宣言をどのように展開させることが望ましいのか。

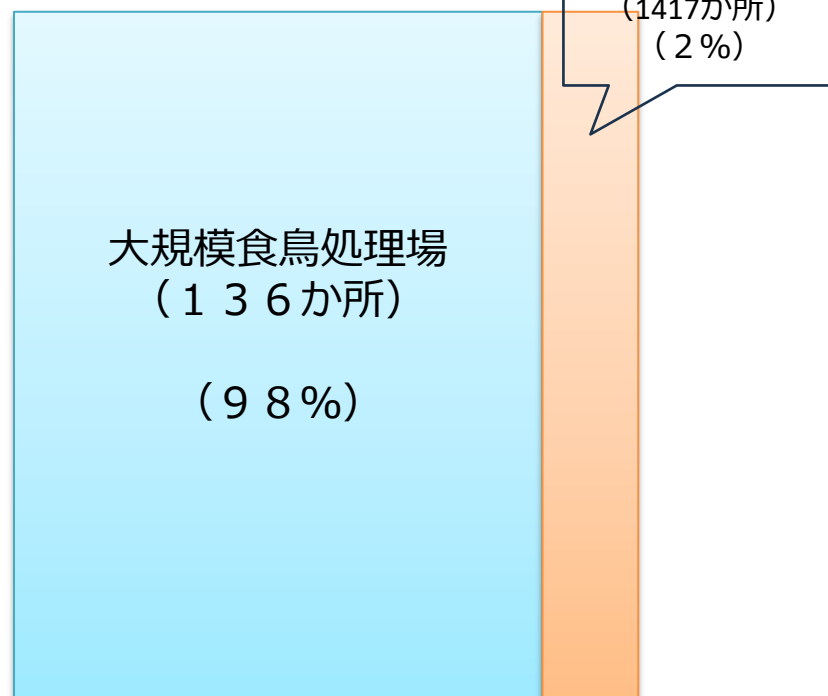
(参考) 鶏肉の流通について

鶏肉生産では、生産から販売までを一貫して行う業態化が進んでおり、ほとんどがインテグレーション（9割超）され、国内需要（消費量）に対応した効率的な生産が行われている。令和6年推計値で、国内生産量は1717千トン、輸入量は986千トン。

インテグレーションの仕組み



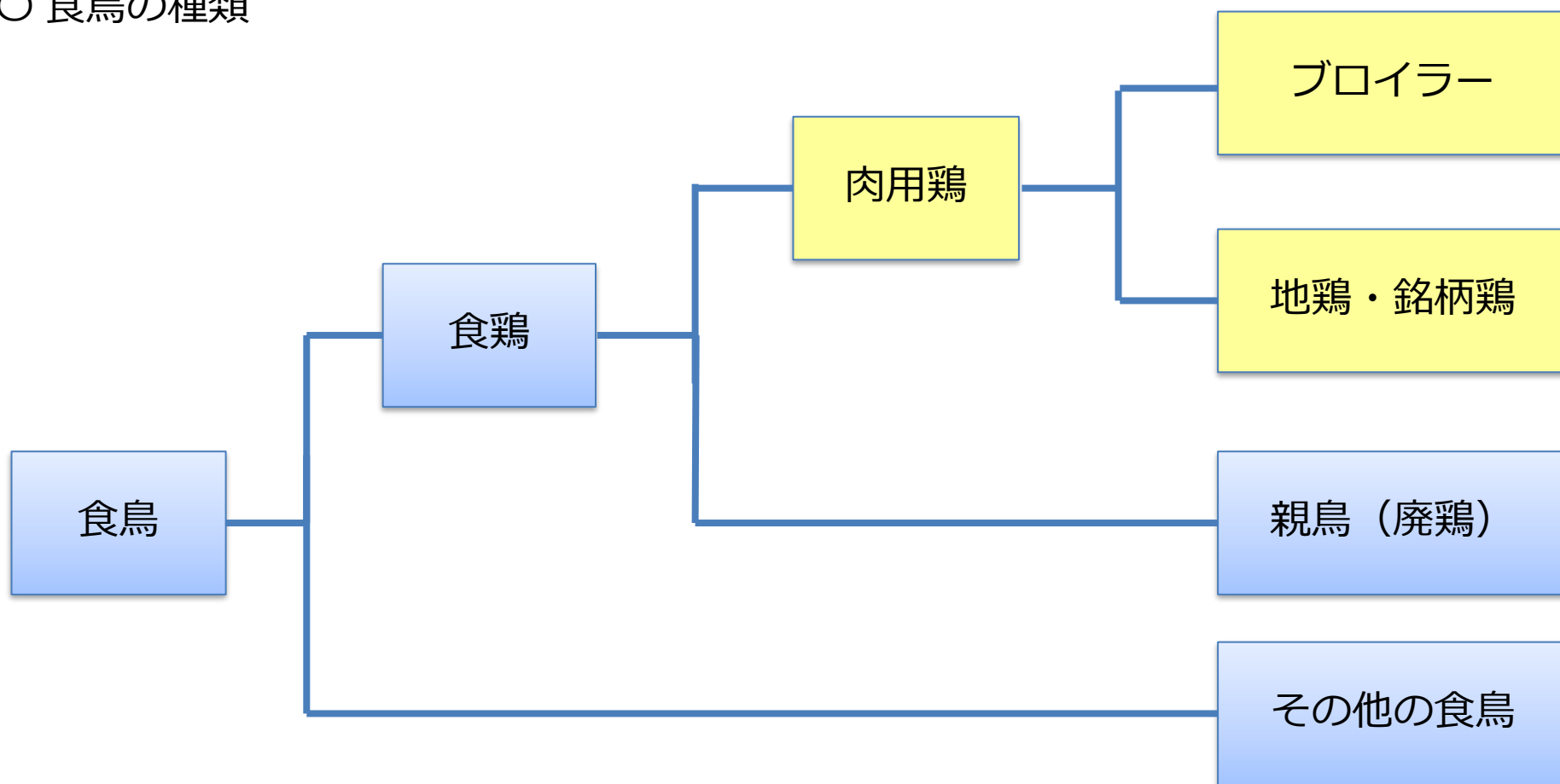
食鳥処理の状況



※（ ）内は全体の食鳥処理羽数に占める割合

(参考) 食鳥の種類について

○ 食鳥の種類



- ・ 親鳥（廃鶏）：採卵鶏又は種鶏を廃用した鶏
- ・ その他の食鳥：食鶏以外のもの（あいがも、うずら等）