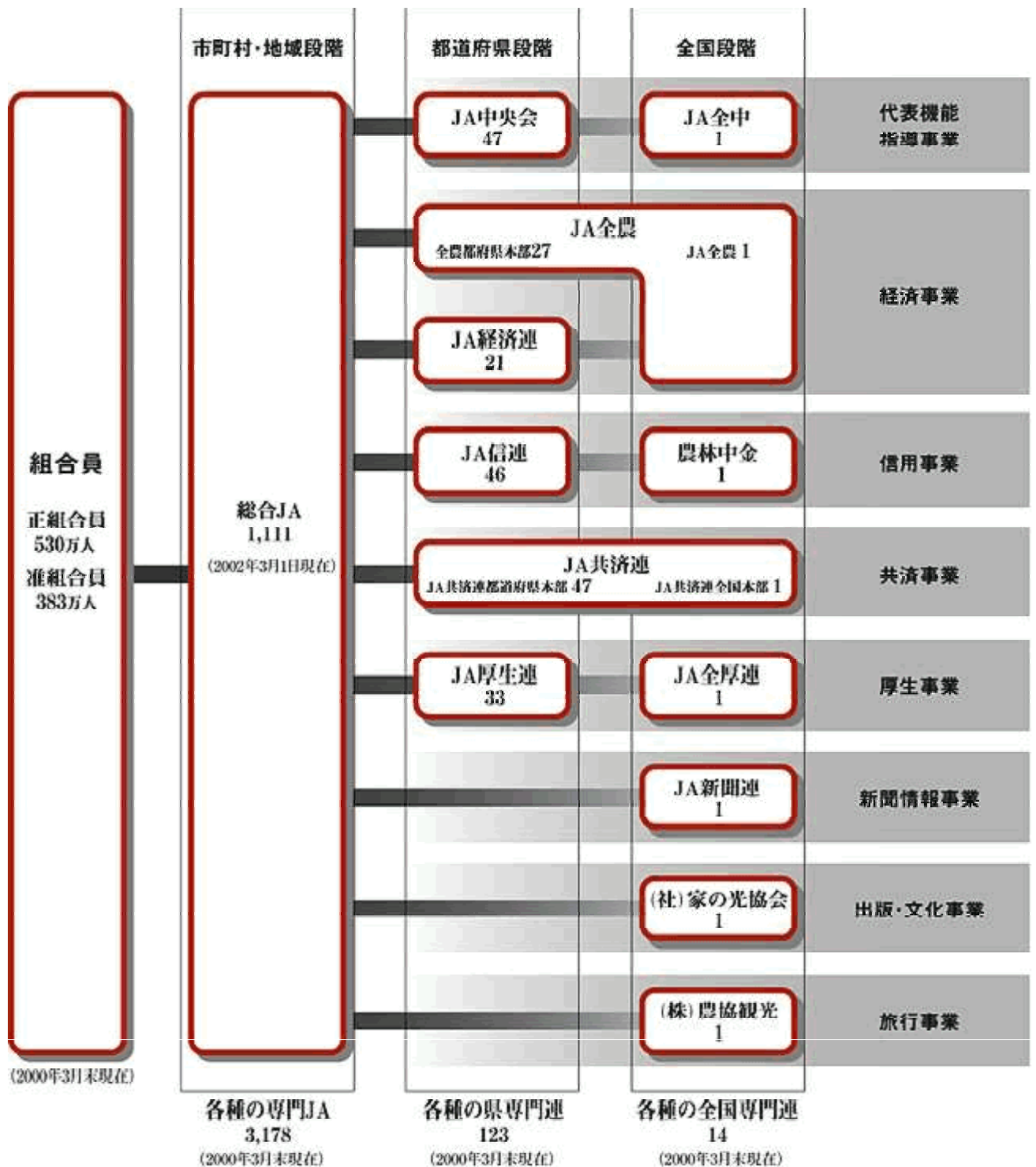


## 消費者の信頼回復に向けたＪＡグループの取組み

平成 14 年 6 月 28 日  
全国農業協同組合中央会  
ＪＡ改革推進課 甲斐野新一郎

1. ＪＡグループと中央会について
  
2. 食品の偽装表示とＪＡグループの取組み
  
3. 食品表示についての自主点検の実施について
  
4. 経済事業刷新委員会の検討と中間とりまとめについて
  
5. 中間とりまとめを受けた今後の取組みについて
  - (1) ＪＡグループの取組み具体策について
  
  - (2) ＪＡグループとしての基準の設定
  
  - (3) 食品業界や小売業界との関係

# 【JAグループについて】



資料:農林水産省「平成12年度  
農業協同組合等現在数統計」  
農林水産省「総合農協統計表」  
注) 総合JA数は、JA全中調べ  
注) (○年○月現在)の表示以外は  
2001年3月末現在

## 【中央会について】

### 【目的】

第 73 条の 15 農業協同組合中央会（以下「中央会」という。）は、組合の健全な発達を図ることを目的とする。

### 【事業】

第 73 条の 22 中央会は、その目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。

- 1 組合の組織、事業及び経営の指導
- 2 組合の監査
- 3 組合に関する教育及び情報の提供
- 4 組合の連絡及び組合に関する紛争の調停
- 5 組合に関する調査及び研究

- 6 前各号の事業のほか、中央会の目的を達成するために必要な事業

中央会は、組合に関する事項について、行政庁に建議することができる。

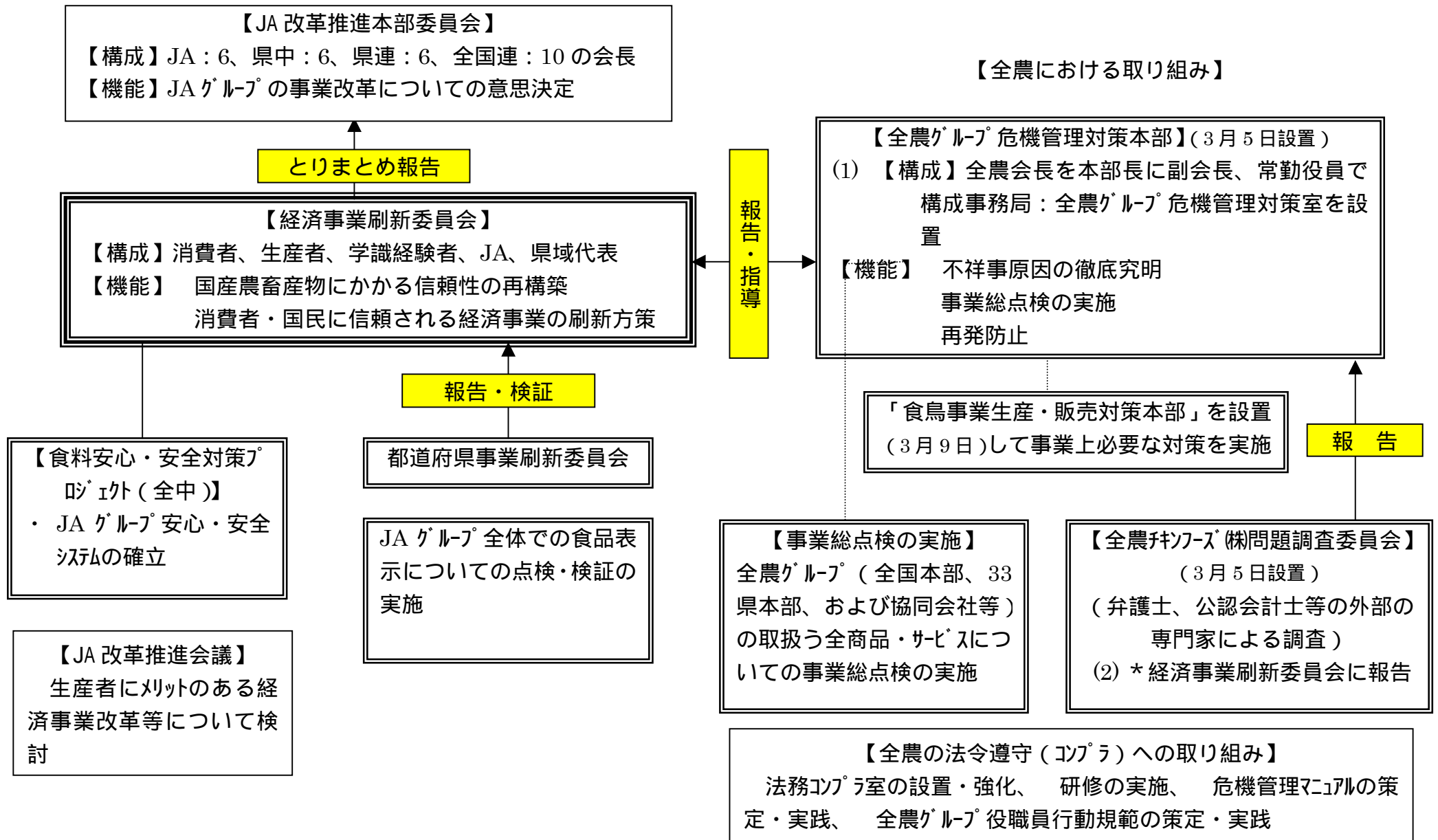
中央会は、組合の定款について、模範定款例を定めることができる。

### 【組合からの報告等の徴求】

第 73 条の 25 中央会は、第 73 条の 22 第 1 項第 1 号の事業を行うために必要があると認めるときは、定款の定めるところにより、組合に対し、その組織、事業又は経営の状況に関し報告又は資料の提出を求めることができる。

第 73 条の 22 第 1 項第 1 号の指導を受けた組合の理事は、当該指導の内容を、農林水産省令で定めるところにより、総会に報告しなければならない。

【消費者から信頼され、生産者の負託に応える経済事業刷新のための取組み】



## 【経済事業刷新委員会について】

### 経済事業刷新委員会委員名簿

#### 【消費者】

【氏名】	【団体名】	【役職名】
藤岡 武義	日本生活協同組合連合会	常務理事
日和佐 信子	全国消費者団体連絡会	渉外担当
高橋 公	日本労働組合総連合会	社会政策局 局長

#### 【学識経験者】

【氏名】	【団体名】	【役職名】
野村 一正	時事通信社	解説委員
足立 則夫	日本経済新聞社	編集委員
原 剛	早稲田大学大学院	教授
高橋 博	イワ株式会社	農産商品開発部長
小島 正興	国民経済研究協会	監事

#### 【生産者】

【氏名】	【団体名】	【役職名】
大松 秀雄	(農)旭愛農生産組合	代表理事
谷 則男	JA 全青協	参与
伊藤 さなゑ	JA 女性協	顧問

#### 【JA 組合長】

【氏名】	【団体名】	【役職名】
木村 春雄	JA みどりの(宮城)	代表理事組合長
坂口 逸男	JA ちくま(長野)	代表理事組合長
上野 松年	JA 菊池(熊本)	代表理事組合長

#### 【都道府県域】

【氏名】	【団体名】	【役職名】
佐藤 晴登	JA 山形中央会	会長
今井 和男	JA 兵庫中央会	会長
吉岡 亀太郎	JA 島根中央会	会長

JA全中ホームページ - Microsoft Internet Explorer

ファイル(F) 編集(E) 表示(V) お気に入り(A) ツール(T) ヘルプ(H)

戻る 進む 中止 更新 ホーム 検索 お気に入り メディア 履歴 メール サイズ 印刷

アドレス(D) http://www.zenchu-ja.org/

検索

新規(N) 検索の履歴 カスタム

検索のためのカテゴリを選択する :

Web ページの検索(W)

以前の検索条件(U)

次の文字列を含む Web の検索 :

提供 : MSN Web Search 検索

©2002 Microsoft Corporation. All rights reserved. [使用条件](#)

English テレビ番組 イベント 出版物 食料 農業データ集 新着情報

JAグループの概要 JA改革アクションプラン WTO農業交渉 JAごはん家族 サイトマップ

JA改革(行動計画) JA改革推進会議 経済事業刷新委員会 取組事例(農水省作成)

経済事業刷新委員会の設置とは

経済事業刷新委員会委員名簿

第1回 経済事業刷新委員会

第2回 経済事業刷新委員会

第3回 経済事業刷新委員会

**第4回 経済事業刷新に向けた中間取りまとめについて**  
(消費者から信頼され、生産者の負託に応える経済事業の刷新に関する委員会)

平成14年6月21日  
全国農業協同組合中央会

本日、第4回「消費者から信頼され、生産者の負託に応える経済事業の刷新に関する委員会(経済事業刷新委員会)」を開催し、JAグループの経済事業刷新に向けた中間とりまとめを行いました。

この委員会は、JAグループ内での食品偽装表示問題を契機に、JAグループに対する消費者・生産者の信頼を再構築するための経済事業の刷新方策を検討する委員会として、消費者、学識経験者、生産者、JA組合長により構成され、これまで4回にわたって検討をして参りました。

本日の経済事業刷新委員会では、これまでの検討内容を踏まえて、経済事業刷新委員会中間とりまとめを行いました。

【消費者に信頼される経済事業システムの刷新方策について】

- 産地偽装や優良誤認について
- 表示制度について 消費者相談窓口について
- 加工・流通段階における安全・安心の確保について
- 消費者と連携した地域での営農・販売の取り組みについて

http://www.zenchu-ja.org/tv.html

JA 般

## 【食品表示に関する自主点検について】

### 食品表示に関する自主点検の実施結果（最終報告）

平成 14 年 6 月 21 日

全国農業協同組合中央会

#### 1. 食品表示に関する自主点検の実施の経過

- ・ JA グループを含めた食品表示偽装問題が深刻化する中で、JA グループとして「消費者から信頼され、生産者の負託に応える」経済事業の刷新をはかるため、消費者、学識経験者、農業者等からなる「経済事業刷新委員会」を設置・検討することとしました。
- ・ この中で、JA グループとして 食品の適正表示、食品表示にかかる内部チェック体制とその実行状況について検証し、必要な対策を講じるため「食品表示に関する自主点検」を実施しました。
- ・ 全農グループ(全国本部、33 県本部ならびにそれらの子会社等)については、既に自主点検をとりまとめ、その内容については 5 月 23 日の第 2 回経済事業刷新委員会に報告するとともに、公表しました。
- ・ また、全農グループを除く JA グループ (JA、経済連等、以下 JA グループ) の点検結果については、6 月 12 日の第 3 回経済事業刷新委員会で中間的な集約ができましたので報告いたしました。
- ・ 今回、JA グループの自主点検について 6 月 12 日以降報告のあったものを加え、最終報告として取りまとめを行いましたので報告いたします。
- ・ なお、自主点検の基準日は、決算等にあわせ平成 14 年 3 月末日としています。このため、これ以前に表示偽装等が報道された JA 等についても点検結果が報告されていますが、既に改善がなされており現在は問題がないとしています。

#### 2. 自主点検結果の概要

##### (1) 対象 JA 数等の概要

- ・ 自主点検を実施した JA (経済連を含む) の内、全中に報告があったものは 671JA で JA 全体の 65.8% にあたります。加工や産直等に取り組んでいない JA もあるため、ほとんどの JA をカバーしているものと考えられます。
- ・ 対象施設は 1,964 施設で施設の形態別には以下のようになっています。

加工施設	集出荷施設	営農センター	購買部門等
449	308	63	477
直売所	子会社	その他	【合計】
430	62	175	1,964

- ・ 対象品目は 23,778 品目で、商品群単位では以下のようになっています。

野菜	果実	米	肉
10,313	2,509	1,748	1,751
卵	加工食品	その他	【合計】
572	6,845	40	23,778

## (2) 食品表示の適正性について

- ・ 調査対象品目（23,778 品目）の中で、JAS 法等に照らして、表示が適切に行われているかどうかについては 19,864 品目については適切に行われていましたが、表示もれ等の問題があるもの等が 3,768 品目（15.8%）となっています。問題の内容については以下のようになっています。
- ・ 問題点は、JAS 法等で定められた記載事項が記載されていないか、それが不十分であったりするものが多くなっています。
- ・ 名称等に優良誤認を招きかねない表示があるものについては、減農薬や減化学肥料といった表示についてガイドラインに沿った生産を明確に立証できない、地場産を誤認させるような表示が含まれている、健康食品であるようなキャッチコピーの記載等となっています。

問題点	品目数
名称が記載されていない	1,070 (4.5%)
原材料名が記載されていないもしくは不十分	575 (2.4%)
生鮮品等の原産地表示がされていない	1,846 (7.8%)
内容量が記載されていない	734 (3.1%)
消費期限（賞味期限）が記載されていない	665 (2.8%)
製造（加工）年月日が記載されていない	484 (2.0%)
保存方法が記載されていない	659 (2.8%)
販売者（製造者）名が記載されていないもしくは記載内容の不備	433 (1.8%)
名称等に優良誤認をまねきかねない表示がある	31 (0.1%)
その他	333 (1.4%)
検証できず問題があるかどうか判断できない	146 (0.6%)
【合計（のべ）】	6,976

\* 1つの品目に複数の問題があるものがあり、【合計】と品目数が一致しない

(3) 食品表示にかかる内部チェック体制とその実行状況について

・ 食品表示にかかる内部チェック体制とその実行状況については、ISO9000 シリーズを基礎に、食品供給にかかる規定・規準・手続き・記録帳票の有無やその周知徹底について自己点検（適切、概ね適切、実施していない、の評価）を実施しました。

・ それぞれの項目に対する、評価は別紙のようになっています。全般的に小規模な施設においては十分なチェック体制がとられていない状況にあります。

（単位：％）

項目	点検事項	評価		
		適切	概ね適切	実施なし
法的事項	責任者の明確化	66.8	22.2	11.0
	内部牽制	60.4	22.4	17.1
	関係法令との整合性の点検	53.3	31.8	14.9
	行政指導	91.1	6.9	2.0
	教育・研修	41.5	35.9	22.6
品質方針の明示		40.8	32.3	26.9
品質管理体制	品質管理の専門部署	56.4	26.3	17.3
	品質管理責任者	61.1	26.5	12.4
	指示にない変更	73.3	17.4	9.3
表示	表示を管理する部署	53.3	31.1	15.6
	表示変更時の手続き	44.9	33.5	21.5
教育・訓練	教育・訓練の計画	36.4	39.1	24.5
	指導者	42.8	28.2	28.9
取引先との確認	取引先との商品規格内容	60.1	26.7	13.2
	取引先への周知徹底	82.8	12.0	5.2
仕入管理	原料の仕入管理	69.4	23.4	7.2
	委託品の仕入管理	84.6	10.6	4.8
	仕入商品の管理	79.1	15.2	5.7
工程管理	工程のマニュアル化	47.0	32.1	20.8
	工程記録	43.2	34.0	22.8
原料・商品の選別・仕分け		41.9	39.9	18.2
検査・試験	工程ごとの検査・試験	47.1	32.2	20.7
	検査・試験責任者	51.3	26.2	22.4
	記録管理	46.9	24.8	28.4
不適合品の管理	権限の明確化	48.2	31.1	20.6
	不適合品に関する手続き	43.0	29.7	27.4
	記録管理	38.9	28.8	32.3

項目	点検事項	評価		
		適切	概ね適切	実施なし
苦情処理	苦情処理の手順の明確化	51.9	35.4	12.7
	その後の指示・対応	56.9	32.5	10.6
	記録管理	41.8	29.5	28.7
欠品対応	欠品に関する責任体制	50.5	33.6	15.8
	欠品に関する契約	44.4	31.1	24.5
	異常な変動の有無	81.2	12.7	6.1
	記録管理	40.2	31.5	28.3
返品対応	返品に関する責任体制	53.6	29.8	16.6
	返品に関する契約	51.9	29.8	18.3
	異常な変動の有無	64.4	25.9	9.7
	記録管理	40.4	30.9	28.7
余剰在庫	適正在庫水準の設定	42.6	33.2	24.2
	余剰在庫の処理	38.5	33.5	27.9
	記録管理	44.2	29.0	26.8

\* 点検事項ごとに有効回答の中の割合

### 3. 点検結果を踏まえたJAグループの対応について

#### (1) 食品の適正表示の徹底

- 食品表示についてJAS法等に準拠した適正表示が徹底されていなかったことから、JAグループとして以下の取り組みを実施します。  
食品表示についてその内容を周知徹底するためのマニュアル・ビデオ等の作成  
食品表示に関する研修会の実施（6月13日開催）
- また、優良誤認を招きかねない表示を防止するため、JAグループとしてガイドラインの設定など指導徹底をはかります。
- 全農グループについては「食品安全・適正表示管理体制準備室」のもと適正表示の徹底ならびに恒常的な牽制機能を発揮する体制を構築します。

#### (2) 食品表示にかかる内部チェック体制等について

- 食品表示にかかる内部チェック体制については、施設等の規模に応じて体制の整備状況に格差があります。このため、JAグループとしては以下の取り組みをはかることとします。  
広域流通を前提とした大規模な食品加工施設（精米工場、食肉加工センター、生乳・乳製品施設等）については、総合衛生管理製造過程(HACCP)やISO 9001（品質ISO）の認証取得を促進します。

広域流通せず、消費者と生産者の距離が近い直売所（ファームズマーケット）や伝統的な手法で行う加工施設（みそ、漬物等）などについては、一般的に小規模でISO等の取得が難しくなっています。このため、「JA地域特産加工・直売所全国連絡協議会」を中心に、品質管理の向上に向けた教育・研修を実施します。また、適時、監査において内部統制の状況を点検します。

- ・ 全農グループについては、食品を取扱う所場、事業所、子会社についてはISO9001の認証取得に取り組むとともに、それ以外の職場についても業務実施要領やマニュアル等をISOの手法によって見直し、業務執行の手順を明確にします。

### (3) 消費者相談窓口の設置

- ・ 消費者からの信頼を得、開かれたJAグループとするためにも「消費者相談窓口」機能は重要である。このため、JA、連合会それぞれに「消費者相談窓口」を設置するとともに、全国センターを設立しそのネットワーク化をすすめます。
- ・ 全農グループについては、現在部門ごとに設置されている「消費者相談窓口」を充実するとともに漸次集約化していきます。

以上

## 【経済事業刷新委員会中間とりまとめ】

平成 14 年 6 月 21 日  
経済事業刷新委員会

はじめに

本委員会は、消費者から信頼され、生産者の負託に応える経済事業の刷新をはかるため、JAグループにおける食品表示に関する自主点検・検証の実施、経済事業システムの刷新方策、国産農産物の安心・安全システムの展開について、検討を付託され、これまで4回にわたって委員会を開催してきた。

今回の問題は単なる偽装表示の問題ではなく、日本農業の信頼性を損なう問題であるとの認識が必要である。失われた信頼を回復するには、改善に向けた諸対策に取り組むとともに、情報の公開、消費者と直結した事業運営および役職員の意識改革の徹底などの経済事業構造や組織・ガバナンスの刷新が不可欠である。

委員会では経済事業の刷新に向けた具体策として、消費者に信頼される経済事業システムの刷新方策、経済事業の構造や組織・ガバナンスについて、10項目の課題について検討し、その方向性を整理した。JAグループとして本とりまとめに基づき、早急に経済事業の刷新に向けた実践に取り組まれない。

JAグループは危機を風化させず、危機をバネにした取り組みが必要である。

付託事項にある「経済事業の構造や組織・ガバナンス」については十分な検討ができていないが、今回は「消費者に信頼される経済事業システムの刷新方策」を中心に中間とりまとめを行い、残された課題については引き続き検討する必要がある。

なお、JAグループが実施した食品表示等に関する自主点検については、一定評価できるものとなっているが、公表方法等については課題の残るものとなっている。

### 【消費者に信頼される経済事業システムの刷新方策について】

産地偽装や優良誤認について

表示制度について

消費者相談窓口について

加工・流通段階における安全・安心の確保について

消費者と連携した地域での営農・販売の取り組みについて

トレーサビリティを中心とした安全・安心システムの展開について

食品の安全・安心についての考え方について

【経済事業の構造や組織・ガバナンスについて】

経済事業の意識構造の変革について

経済事業におけるガバナンスのあり方について

経済事業における危機管理・法令遵守について

【消費者に信頼される経済事業システムの刷新方策について】

1. 産地偽装や優良誤認について

・ 現在の食品表示については、消費者の立場に立った基準がなく、売らんがための表示となっており、原産国（地）の偽装や、優良誤認を招くような表示が多くなされている。

・ 原産国（地）については、消費者の関心も高くなっており、JAグループとして虚偽表示については自主的にペナルティを課す等の取り組みが必要である。

・ また、産地の確認については、現在、外箱、包装、伝票等のそれぞれが工夫して対応しているが、統一基準を作るなど第三者がチェックできるシステムを早急に構築する必要がある

・ 優良誤認を引き起こすような商品表示については、JAグループとしても独自の基準が必要である。

2. 表示制度について

・ 表示制度については、消費者や受け入れ側がどのような情報を必要としているかという視点から考えるべきである。

・ 現在の表示制度は複雑になっており、現場のJA等で対応できない場合もある。このため、JAグループとして表示に関する自主的な相談機関等の設置をはかるべきである。

・ 表示制度の見直しにあたっては、現場での対応可能性等について提言機能を発揮すべきである。

・ 品質表示については欧米並みの検証システムを検討する必要がある。一方で検証システムについては、大規模な広域流通と地場流通を分けて考える必要がある。

・ 生産者と消費者の信頼構築のためには、消費者モニターによる検証等が必要であり、これを具体化するため生産者・消費者による「食と農の安全・安心委員会」

を全JAに設置する等の取り組みが必要である。

### 3. 消費者相談窓口について

- ・ JAグループが消費者重視となっていない要因として、消費者等からのクレームを事業に活かしていく仕組みが不十分であることがあげられる。
- ・ このため、「消費者相談窓口」充実等の取り組みが必要であるが、単に窓口を作るだけでなく、それをJAグループの実践的な取り組みとしていくことが必要である。
- ・ また、消費者は要望・苦情を言う権利を有しており、これを吸い上げ事業として反映することは必要不可欠なものであるとの認識を持つべきである。
- ・ あわせて、農業理解のための消費者への情報提供や子どもたちへの食農教育等に取り組む必要がある。

### 4. 加工・流通段階における安全・安心の確保について

- ・ 今回の一連の問題は加工・流通段階で生じており、加工・流通段階において産地偽装等は生産者・消費者へのとり返しのつかない裏切り行為である。
- ・ 加工・流通段階の品質管理のため HACCP（危険度分析による衛生管理）や ISO9001（品質管理の国際規格）の取得をする必要があるが、これらの取得が困難な小規模施設等についても、品質管理の向上に向けた教育・研修をはかることが必要である。
- ・ 加工・流通を担うJAグループとして、その使命や「安全」について、役職員が十分認識する必要がある

### 5. 消費者と連携した地域での営農・販売の取り組みについて

- ・ 地域農業が自立・連携する中で消費者と共生していくことが重要である。
- ・ 小ロットの流通については、地域と消費者の関係が重要でありそれを通じて地域農業がどう変わるかが重要である。
- ・ 地域が変わっていくためには、営農指導員の意識の転換が必要である。
- ・ 特に消費者の関心の高い残留農薬問題については、JAグループとして農薬の散布基準の設定とその遵守等により安全の徹底に取り組む必要がある。

- ・ また、地域ごとの農薬散布基準等の設定・公表や、海外の情報を含めて収集・蓄積をすすめるべきである。

#### 6. トレーサビリティ（生産・加工・流過程の遡及可能性）を中心とした安全・安心システムの展開について

- ・ トレーサビリティについては、消費者における「安心」の保証、流通・生産者における危機管理の観点からも導入が必要である。
- ・ トレーサビリティシステムの導入については、相当の投資と運用コストが必要となり、危険度の高い部分から選択的に取り入れていくべきである。
- ・ JAグループとして信頼されるシステム作りを進める観点から、生産過程の遡及が容易な流通（ファーマーズマーケット等）をすすめるとともに、農業生産工程の記録・データ化をすすめるべきである。
- ・ トレーサビリティシステムは手段・手法であり、それが安全を担保するものでもない。安全を担保する生産・流通のあり方を日本農業全体の取り組みとして考える必要がある。

#### 7. 食品の安全・安心についての考え方について

- ・ 「安全」は食品については基本事項である。一方、「安全」は相対的なものでありそれに伴うコストをどのようにするかが課題である。
- ・ 「安全」とりわけ基準内での農薬散布や環境負荷の少ない農薬への転換等については、生産者と消費者に認識のギャップがあり、信頼関係を構築する中でこれらの解消をはかる必要がある。
- ・ 安全・安心については、単に表示やトレーサビリティの問題ではなく、農薬・化学肥料の投入抑制や地域循環といった日本農業全体のあり方の問題として考えるべきである。
- ・ その上で、国内農業の役割や農産物が工業製品の様に一律的な仕様とならないことについて、JAグループとして消費者にPR する必要がある。

#### 【経済事業の構造や組織・ガバナンスについて】

#### 8. 経済事業における意識構造の変革について

- ・ JAグループ 経済事業の本質的な役割は、生産者の協同化を通じて流通の効率化をはかるとともに、消費者ニーズを把握しそれを生産につなぐことである。

- ・ しかし、現実には中間流通の位置付けが強く、消費者の方向を見る視点や生産現場主義が欠如しており、両者を隔てるような体質となっている。

- ・ このような体質を刷新するためには、経済事業における事業構造や組織のあり方を抜本的に見直す必要があり、特に a.情報の公開、b.第三者による評価制度、c.消費者と直結した運営をすすめる必要がある。

- ・ どこかのJAが問題を起こした場合、全てのJA・生産者が消費者から疑われることとなる。このような認識のもと、全てのJAが危機意識を持ってこの問題に取り組むべきである。

#### 9. 経済事業における経営管理のあり方について

- ・ 経済事業で多様な子会社を営んでいるが、どのような意味を持つか再考し、管理の方法を見直す必要がある。

#### 10. 経済事業における危機管理・法令遵守について

- ・ 役職員の法令遵守は、調査報告・自主点検の中で認識の欠如等が問題となっている。

- ・ 実践的な教育・研修を通じて法令遵守の態勢をつくる必要がある。

- ・ 農産物の偽装表示の場合、消費者には見分けがつかない。このため、消費者保護の観点からは、JAグループが健全な情報開示の姿勢を持ち、そのような職場風土や文化を創設することが重要である。

- ・ コンプライアンス(法令遵守)の徹底の中で、取引先との契約、とりわけ特定農産物の需給不均衡に伴う欠品問題についても適切に対応すべきである。

以上