

平成28年9月29日

No. 16-227

株式会社いよぎん地域経済研究センター

GAPを取り巻く現状と今後の方向性

～GAPは希望ある農業への“道しるべ”！！～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称 IRC、社長 重松 栄治）では、GAP を取り巻く現状と今後の方向性について取りまとめましたので、下記のとおりお知らせいたします。

なお、詳細は2016年10月1日発行の「IRC Monthly」2016年10月号に掲載いたします。

記

【調査要旨】

- ・ 農業は、地方創生を担う基幹産業として大きな役割を担っている。しかし、現状をみると、農業産出額や農業就業人口は減り続け、地盤沈下が止まらない。
- ・ そうしたなか、農業復活の頼みの綱として、国が普及・拡大に力を入れているのが GAP（農業生産工程管理）であり、アベノミクスの成長戦略（日本再興戦略）などにもその推進が盛り込まれている。
- ・ 世界で最も普及する GAP 規格「GLOBALG.A.P.」の認証数は、ここ数年、毎年7~8%程度のペースで増加しており、2016年1月末で124カ国・約16万件にも及んでいる。日本でも認証数は増加しているが、全体の0.3%程度しかない。
- ・ 国内発の代表的な GAP 規格「JGAP」の認証農場数は、「GLOBALG.A.P.」と同じく年々増加し、16年3月末で3,954農場となっている。都道府県別で最も多いのは静岡で、次いで、鹿児島、愛媛となっている。
- ・ GAP は日本の農業が抱える問題解決の“道しるべ”となりうるもので、GAP 認証の取得によって、「有望市場（国内外）への進出」「ICTの併用による生産性向上」「人材育成・定着」が期待できる。
- ・ GAP 認証の取得に際しての問題点は、「審査・更新費用の負担」「記録やマニュアル作成などの手間と労力」「見えにくい改善効果」「GAP 認証の取得をサポートできる外部人材および現場で実践できる内部人材の不足」などが挙げられる。
- ・ GAP 認証の普及に向けて、「行政による明確な普及目標の設定」「小売業者による消費者への積極的な提案」「地域金融機関の関与」「オール愛媛での推進体制の構築」が求められる。

以上

はじめに

将来に向けて、農業を希望ある産業にしていくにはどうすべきか。

農業は、食料の安定供給にとどまらず、地方創生を担う基幹産業として大きな役割を担っている。しかし、現状をみると、農業産出額や農業就業人口¹は減り続け、農業の地盤沈下が止まらない。そうしたなか、農業復活の頼みの綱として、国が普及・拡大に力を入れているものがある。GAP（農業生産工程管理）である。

すでに、先進的な農業者を中心に、GAP 認証を取得する動きは広がっており、事業拡大に欠かせないツールとなりつつある。

そこで、代表的な GAP 規格である「GLOBALG.A.P.」や「JGAP」をベースに、希望ある農業に向けて、GAP 認証を取得する意義や効果などを取りまとめた。

1. GAPとは

GAP（Good Agricultural Practice）とは、「良い農業の実践」を意味し、適切に管理された生産工程を構築することで、持続性の高い農業を実現しようとする取り組みである。

GAP は、「食品安全」「環境保全」「労働安全」に継続的に取り組み、農業経営をスパイラルアップさせていくことで、結果として、農産物の品質向上や経営の効率化、競争力の強化などにつながると期待されている。

国連食糧農業機関（FAO）も、GAP の有用性について言及しており、GAP は世界のすう勢となっている。

2. GAP を農業の成長産業化のツールとして活用

農業政策の基本方針を定める「食料・農業・農村基本計画」や、アベノミクスの成長戦略である「日本再興戦略（改訂 2014）」で、食品の安全確保と輸出促進、技術革新などを推進するために GAP を活用としている。また、最新の「日本再興戦略（改訂 2016）」では、東京オリンピックに向けて日本の食文化と国産食材をアピールするため、GAP を推進していくことが盛り込まれた。

¹ 15 歳以上の農家世帯員のうち、1 年間に農業のみに従事した者または兼業のうち農業の従事日数の方が多い者。

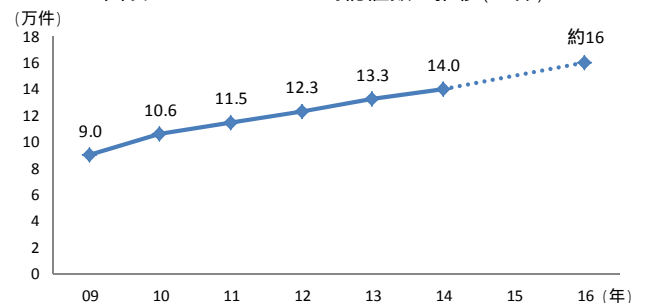
3. GAP の普及状況

（1）世界での広がり（GLOBALG.A.P.）

世界で最も普及する GAP 規格「GLOBALG.A.P.」の認証数をみると、右肩上がり増加しており、2016 年 1 月末で 124 カ国・約 16 万件（農林水産省調べ）にも及んでいる（図表-1）。世界の幅広い地域で普及が進み、ここ数年の認証数は毎年 7~8% 程度のペースで増加している。

日本でも認証数は増加しているが、世界に占める割合は 0.3% 程度（413 件、16 年 7 月末）しかなく、現時点で日本は「GLOBALG.A.P.」後進国と言える。愛媛での認証数もわずか 2 件と少ない。

図表-1 「GLOBALG.A.P.」認証数の推移（世界）



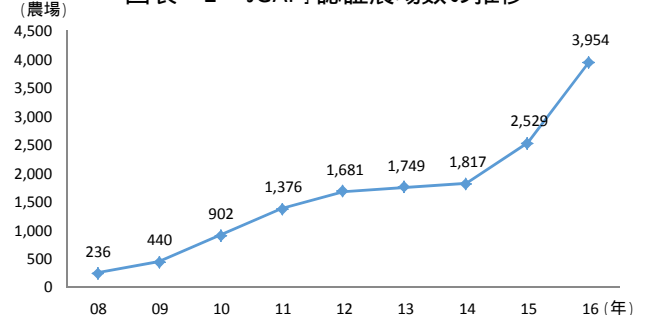
資料：GLOBAL GAP ANNUAL REPORT 2013-2014（～14年）、農林水産省（16年）
注：各年6月末（16年のみ1月末）。
15年の認証数は不明。

（2）国内での広がり（JGAP）

国内発の代表的な GAP 規格「JGAP」の認証農場数をみると、年々増加しており、2016 年 3 月末で 3,954 農場となっている（図表-2）。

都道府県別に「JGAP」認証農場数をみると、静岡県（2,011 農場）が突出して多く、約半数を占め、次いで、鹿児島（648 農場）、愛媛（328 農場）となっている。

図表-2 「JGAP」認証農場数の推移



資料：日本GAP協会
注：各年3月末時点。

4 . GAP は農業が抱える問題解決の“道しるべ”

日本の農業は、「国内需要の縮小」と「低い生産性」などによって、「儲からない産業」に陥り、それにより「農業就業人口の減少と高齢化」が進んでいる。

そのような現状から脱却し、農業復活への“道しるべ”になりうるのが GAP である。

(1) 有望市場への進出

A . 中食産業・コンビニ業界への取引アプローチ

人口減少と高齢化などの進行で、国内全体の食料需要は縮小しているが、中食産業やコンビニ業界は堅調に推移している。

これらの業界が求めることは、「安全」かつ「高品質」な農産物を「安定して調達」することである。GAP は、予防を前提とした衛生管理、適切な農薬・肥料の使用、生産工程の高度化などを通して、「安全」で「高品質」な農作物の生産を可能とするものである。

B . 輸出への通行手形

農産物の主要な輸出先はアジアだが、現時点では GAP 認証が取引条件となるケースは少ないようだ。しかし、アジアは、ヨーロッパの大手小売業者らが進出を強化している地域であり、GAP 認証の必要性は顕在化しつつある。また、ASEAN 諸国では、ASEAN 自由貿易協定のもと、農産物の域内貿易で「ASEAN GAP」に基づく統一的なルールを設けようとしている。

さらに、アメリカでは 2011 年 1 月に食品安全近代化法 (FASM) が成立し、安全基準の追加など食の安全性が大幅に強化された。

食の安全性の強化は、世界の潮流となっており、消費者の関心も極めて高い。輸出相手が求めないから GAP 認証が不要というわけではなく、日本産ブランドの維持・向上を図り、輸出拡大を推進していくのであれば、GAP 認証の取得は前提条件になってくるだろう。

(2) ICT の併用による生産性向上

農業は、経験やノウハウなど暗黙知かつ属人的な世界で、ルール化やマニュアル化が一般に難しいと言われている。それが、生産性の低さにつながっているのではないだろうか。

生産性向上の糸口になるのが GAP である。GAP 認証に必要な栽培、収穫、出荷など各工程での記録に加

えて、土壌や気象条件など周辺データも収集し、それらを連動させ、分析していけば、データに基づく科学的な生産・経営に転換していくことが可能となってくる。

GAP 認証の取得にあたって、ICT をセットで導入すれば、生産の“見える化”に、より大きな効果をもたらし、収穫量や品質において精度の高いコントロールが期待できる。

(3) 人材育成・定着

GAP 認証の取得は、経営者や責任者だけの取り組みではなく、農場で働くすべての人が意識し、実践すべきものである。農場全体に GAP への理解が浸透するにつれ、働く人の意識と行動が変わり、働きがいの創出につながっているようだ。

また、GAP では、より良い労働環境を追求していくことも求めている。使用者が労働者と定期的に意見交換などを行い、有給休暇やメンタルヘルスなどに配慮し、働きやすい環境を整えていくことで、人材、特に若い働き手の定着につながっている事例もある。

5 . GAP 認証の取得に際しての問題点

(1) 審査・更新費用の負担

GAP 認証を取得するにあたって、特別な機器などを導入する必要はないが、審査費用などが必要となる場合が多い。

「GLOBALG.A.P.」は、一般的に 20~50 万円程度の審査費用がかかり、さらに更新費用も必要である。これらは、小規模な農業者にとっては大きな負担であり、GAP 認証を取得する際の高いハードルとなっている。

(2) 記録やマニュアル作成などの手間と労力

農産物の一連の生産工程において正確な記録をしたり、マニュアルやルールを策定・文書化したりすることは、GAP 認証を取得する上で必須だが、慣れない農業者が多く、それらに多大な手間と労力を要している。

(3) 見えにくい改善効果

取材したなかでは、GAP 認証をもって販売価格に反映されたという農業者はいなかった。そのため、日本で大多数を占める家族経営の農業者は、手間と労力を

かけてまで、GAP 認証を取得する必要性をあまり感じられないようだ。

(4) GAP 認証の取得をサポートできる外部人材および現場で実践できる内部人材の不足

GAP 認証の取得において、取材した多くの農業者がリスク評価・分析やマニュアルの策定などのサポートや、それを現場で実践できる人材の育成・確保を課題として挙げた。

GAP 規格を体系的に理解し、「専門的な知識」と「現場での判断力」を兼ね備えた人材によるサポートが必要になるが、そうした人材の不足が普及のボトルネックとなっている。また、特に、農場が広範囲にまたがるような農業者では、各農場において GAP 規格で求められる内容を正しく理解し、実践できる内部人材の育成・確保に苦心している。

6 . GAP 認証の普及に向けて

(1) 行政による明確な普及目標の設定

「GLOBALG.A.P.」の国内認証数は、国際的に見てかなり低い水準であり、認証数が 1~2 件の都道府県が半数以上を占めている。この状況では、輸出の量的展開を進めるには無理がある。国や地方自治体は、もっと危機感を持って、「GLOBALG.A.P.」の普及・拡大に取り組む必要がある。

そのためには、まず各都道府県は実状に応じて、「GLOBALG.A.P.」の普及目標を明確に設けるべきである。そして、国は、予算的にも、人的にも、地方自治体をフォローする体制を構築すべきである。

(2) 小売業者による消費者への積極的な提案

消費者に正しい知識や情報を提供し、さまざまな選択肢を提案していくことは、消費者にとって最も身近な存在である小売業者の社会的使命である。小売業者は、自らが GAP に対する認識を深化させていくと同時に、消費者の選択肢の 1 つとして、GAP 認証を取得した農産物を積極的に提案していくべきである。

消費者の GAP に対する理解が進んでいけば、小売業者にとっても、GAP 認証の農産物が差別化の 1 つとなり得る可能性は十分ありうる。また、GAP 認証のある農産物の評価が高まることは、農業者にとってのインセンティブとなり、農業経営のスパイラルアップ

への後押しとなっていこう。

(3) 地域金融機関の関与

今年 6 月、伊予銀行は株式会社ファーム・アライアンス・マネジメントと提携し、「GLOBALG.A.P.」の取得に向けたサポートを開始した。こうした地域金融機関による GAP 認証の取得を後押しする動きは、徐々に広がりを見せている。

農業は地方創生を担う基幹産業であり、その盛衰によって地域全体の活力が大きく左右される。地域と運命共同体である地域金融機関は、農業者が抱える経営課題の解決を図ることを通して、地域に好循環をもたらす潤滑油としての役割を發揮することが求められる。

(4) オール愛媛での推進体制の構築

GAP 認証の普及に向けて、行政、小売業者、地域金融機関などが、それぞれの立場で後押ししていくことは重要だが、バラバラに取り組んでいては限界がある。

“点”から“面”へと効果的に広げるためにも、JA とも連携した“農産官学金”によって、GAP 推進プロジェクトを立ち上げ、オール愛媛で取り組む体制の構築が急がれる。

おわりに

日本の農業は、このまま衰退していくのか、復活するのか、大きな転換期にある。今、動き出さなければ、10 年後、20 年後の農業が希望ある産業とはならないだろう。その“道しるべ”の 1 つが GAP であることを、輸出を含め事業拡大を目指す農業者は、強く意識すべきであろう。

将来にわたって持続可能な農業を確立していくことは、農業者だけでなく、小売業者ひいては消費者にまで恩恵をもたらすものである。そのことを社会全体で正しく理解することを通して、GAP の普及が進み、農業が希望に満ちた産業となっていくことに期待がかかる。

(土岐 博史)