

GAP 普及ニュース

発行：GAP 普及センター

《日本が取り組む GAP の意義》 『連載第 1 回』

欧州小売業組合の GAP (EUREPGAP) と日本の生産者が行う GAP の大きな違い

(1) 審査基準としての GAP

GAP 普及センターを運営する(株)AGIC (エイジック) では、現在使われている JGAP 青果物版を 2004 年に作成しました。日本で最初に EUREPGAP (ユーレップギャップ) を取得した青森県の「片山りんご有限会社」の協力の下に、千葉県「さかき小見川農場 (和郷園所属)」を対象農場として、「日本の農業生産に相応しく、一般的な農場で実践が可能で、国際的に証明できる適正農業管理規準」としての日本版 GAP (JGAP) を作りました。

この時、モデルにした GAP 規準は、「EUREPGAP: 欧州小売業組合の適正農業規範」 審査項目と合格基準 果実と野菜 2004 年 1 月版」です。この規準文書の冒頭では EUREPGAP 規準がどのような性質のものかについて次のように説明しています。

『この文書は、世界の先頭に立つ小売業者に受け入れられる農作物 (果物や野菜など) を生産するために、生産者に必要な農作業のあり方と改善に不可欠な条件を列挙したものであり、生産者に対する適正農業規範 (GAP) の枠組みである。しかし、個々の小売業者や一部の生産者の中には、ここに書かれた条件を超えた規範を持つところもある。したがって、この文書は、農作業の方法一つ一つに規範的な指針を定めるものではない。』

また、『この文書は、生産者が EUREPGAP に認証されることを希望しているという前提の下で、生産者が EUREPGAP 基準を満たしているかどうかを確認するために使われるべきものです (一般規定 10.6 を参照)。全ての内容は、EUREPGAP の一般規定に記された「認証の際の原則」にのっとっています』と、この文書の使用法を規定しています。

このことから、『EUREPGAP は欧州小売業組合が生産者に要求する GAP であること、その規準文書の一つである「審査項目と合格基準」は、GAP の審査官が生産者を評価するためのチェックリストであること』が分かります。GAP の審査官は、このリストを基に、審査対象の農場が、ヨーロッパの小売業者に受け入れられる農作物を生産するために必要な農作業を実施しているかどうかについて、証拠を挙げて判定することになります。つまり、「審査項目と合格基準」は審査官のために書かれているのです。そのことを示すように、審査項目は、「審査対象農場は・・・になっていますか?」となっており、合格基準は、「・・・であることが証明できる。・・・の文書がある。・・・の記録がある。聞き取りで確認できる。」などとなっています。

(2) 対立の GAP と調和の GAP

規準文書は、ヨーロッパの個人主義や社会の基礎になっている思想・文化や商慣習などに基いて書かれていますので、日本人にとっては違和感の多い内容と書き方になっています。規準文書の冒頭にありますように、「生産者が EUREPGAP に認証されることを希望しているという前提の下で」書かれてはいますが、その書き方と内容が問題です。

EUREPGAP が生まれたドイツやイギリスは個人主義の国であり、社会構造が自立した固

人対個人の中での民主主義ですから、何においても契約をベースにしています。思想の背景となっているキリスト教も、神と人の契約を記した聖書（テスタメント：契約）にあります。したがって、GAP 規準は、農産物の取引を前提とした小売業と生産者の一種の「契約」なのです。これを GAP 規準では「GAP の商業利用」と表現しています。

これに対して、日本の民主主義は、「対立」よりは「調和」を大切に考える考え方であり、特に農村においては「和をもって尊しとなす」という精神で社会が成り立っています。ですから、「対立」する意思表示の「合意」である「契約」という法律行為は馴染みにくいのです。そのため、農産物を販売するために生産者やその農場が見も知らぬ人に審査されて評価を受けること自体に大いに反発がありますが、百歩譲って、「これからは農業もビジネスなんだ」と受け入れるとしても、実際の審査の内容は辛辣です。

例えば、審査項目で「肥料の量と種類を判断する責任者は技術的能力があるか？」と尋ねていて、それに対して合格基準では「技術能力があることを、証拠を示して証明」しなければならないのです。農薬も同じです。また、収穫や調製などの過程で「衛生的な手順が実行されていますか？」と尋ねていて、それは、①衛生リスクの査定をし、②査定の結果に基づいて手順を作成し、③全ての作業者が学習していなければならないのです。そして①②③は、いずれも文書で証拠を示さなければならないのです。

日本人は「証拠を示せ」という対立関係に慣れていません。農産物の取引そのものも相手の事情を察しながらの「緩やかな約束」の下に行われるのが一般的ですから、いきなり GAP が取引条件として持ち出されでもしたら大問題になるかもしれません。まして、相手が流通業者であれ行政担当者であれ、「生産者個々の主体的な判断に基づいて自己管理し、適正農業管理を実施し、その内容を報告せよ」とでも言おうものなら、取引は破綻し、GAP の普及も中止か完全な形骸化になりかねません。

日本の生産者は、要求する側とそれに応える側とが「力の論理」で成り立つことを好みません。それより、関係する人間同士が同じ気持ちになって、あたかも家族の様な関係性の中で役割を分担し、一体となって目標に向かうことを好むようです。日本の企業が従業員と一体になって行う QC 運動（品質向上運動）などにもその特徴がみられます。先駆けて JGAP 認証を取得した生産者が、所属する生産組合の他のメンバーに親身になって指導している産地が GAP の先進地になっています。また、卸売業と言われる業態でも、取引している産地に GAP を強制するのではなく、産地の生産者一人一人の事情を考慮して辛抱強く説得し、具体的な支援をしながら一緒に推進している企業が、いち早く団体認証に近づいています。（次号に続く）

（田上隆一）

《日本 JGAP 総会の新聞記事から》

- 6月24日に開催された日本 GAP 協会臨時総会に関連した新聞記事がいくつか出た。26日に出された農業協同組合新聞は「理事長に高橋政行元農水省事務次官を選出 生産者理事と農産物の買手理事を同数に」という見出しで、「前回の総会同様、生産者のためのシステムづくりを目指す協会の理念に沿わない、大手流通企業のバイイングパワーに巻き込まれるのではないか、という意見が出された」と述べ、「買手が理事になることで、本当に『価値が高まり』『正当に評価される』ことになるのだろうか。疑問は残る」と結んでいる。
- また、7月28日に関連の記事が日本農業新聞に出た。見出しに「理事 流通に傾き、

揺れる新体制」とある。記事には「流通業者の割合が高まり、『GAPが農家主導ではなく流通主導になる』『GAPがスーパーとの取引基準になる』など、今後のあり方を不安視する声が出ている」と述べている。また、生産者の声として「中立的な立場として選任された理事5人のうち、3人は商社や仲卸業者出身で、流通主導の協会運営になる」と危惧していることを指摘している。実際に、上杉氏の所属する三菱商事アグリサービス(株)は2000年頃より米と青果物の販売を始めていることがホームページにあり、社長自らもレタスの販売などを手掛けていることを述べている。ケーアイフレッシュアクセスの松丸会長は青果物の買い手であり、事務局長の武田氏は、(株)農業支援の取締役であり、総会で指摘があってその後辞任しているが、自らJGAP認証農場の青果物を専門に扱うバイヤーとなって活動している。

総会の時に、生産者の真剣な質問に対して、理事及び理事候補は誰もまともに答えず、この組織が本当に日本の農業を考え、農産物の安全性向上に真剣に取り組もうとしているのか大いに疑った。

総会の議題として、理事の増員と作り手・買い手の比率の変更の他に、日本GAP協会の名称変更、技術委員会の廃止、常任理事会の設置、理事の責任・義務・解任の具体化についても明快な説明なしに議論を打ち切り、記名投票で採決した。これらは何のための変更なのか、本当にGAPの発展を考えての提案なのか、疑問の残ったまま、全て押し切られた感じである。何故、日本GAP協会の名称を「GAP標準化委員会」などと変えるのか、GLOBALGAPとの同等性をどう担保するのかなど、疑問のままである。

○総会の席で、執行部案の対案として、新しいGAP協会の運営モデルが「みずほ農業経営者会」の高橋広樹氏より提示されたが、議題にすることさえも否決された。協会の発展にとって非常に重要な提案なので、その概要をこの紙面を借りて説明する。

1. 協会執行部案の問題点

- (1) 消費者を巻き込んだ形をとって生産者の理事を1/3とするのは、生産者の権利を小さくするための誤魔化しに過ぎません。消費者が積極的に関わる範囲はGDP以降で考えるべき問題です。
- (2) EUREPGAP VER 3.0の当時、役員会はわずか8人で構成されていました。協会の新組織(案)は、生産者以外の勢力を増やすために理事の人数を増やしたとしか思えません。この案は、決して協会の健全な発展のためにはなりません。
- (3) 大所帯の理事会では、意思決定のスピードが遅くなり、かつ参加者同士が利害の対立関係にある場合、議事が紛糾することが考えられ、最終的には声と資本の大きな買い手の主張に引きずられることとなります。
- (4) 理事会が大所帯になれば、協会の運営コストが大きくなり、増加したコストは生産者と消費者の負担増につながります。収入の多くを必要性の低い「GAP指導者研修」で得ている不健全な財政を、さらに圧迫することとなります。
- (5) 元農水省事務次官を理事に据えることで「利権・利益誘導」のリスクが発生します。利権は自由な競争を阻害し、無用のコストを発生させ、このツケを払うのは結局生産者と消費者になります。
- (6) 下部の組織を廃止するため、理事会の権力が強くなり過ぎます。都合の良い人間だ

けを下部組織に選任し、その諮問で全体をコントロール出来ることになり、理事会が私物化されることが懸念されます。

(7) 協会の理念を変更することは許されません。理念まで変更する場合には、別組織を作るべきです。従って協会の名称変更も必要ありません。

(8) 日本 GAP 協会の組織運営上に問題が起こった場合は、JGAP 運動そのものの崩壊につながります。

2. EUREPGAP (現 GLOBALGAP) の組織 (下図)

(1) セクター委員会の上部組織として EUREPGAP 委員会が存在する。

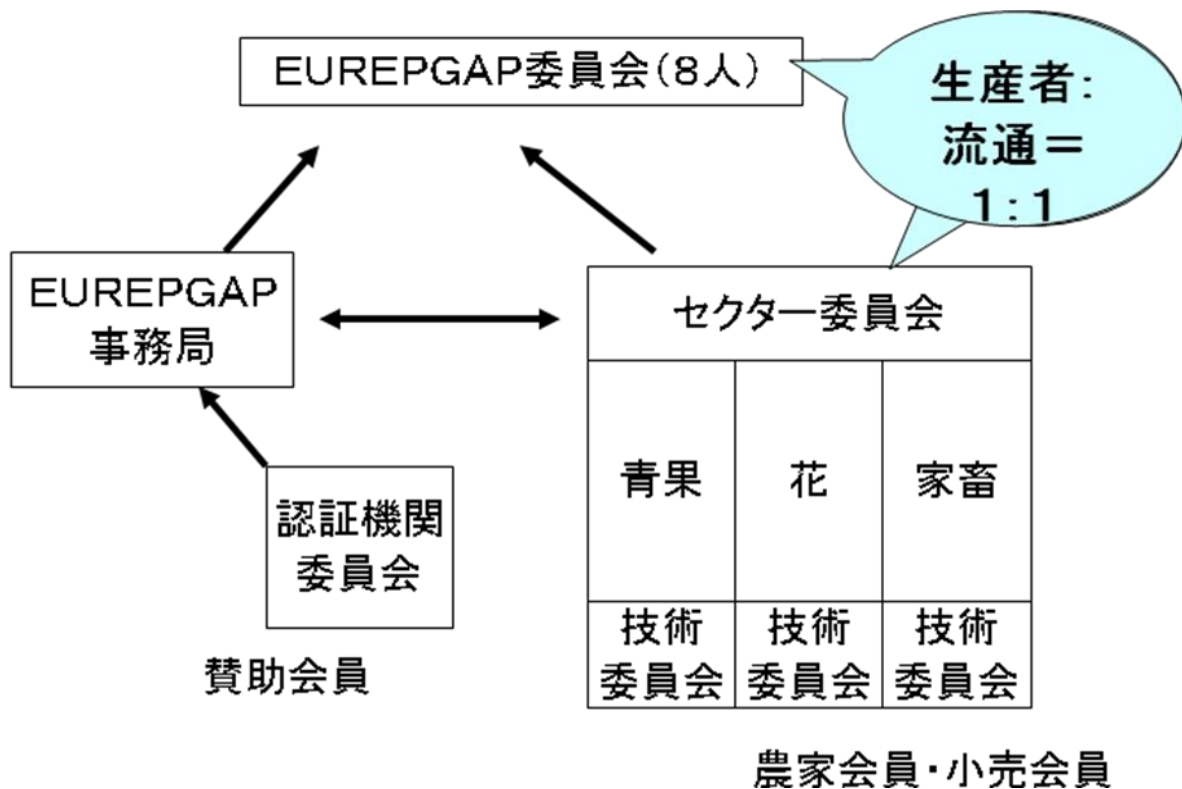
(2) セクター委員会は、生産者会員、小売会員の中から選ばれる。

(3) 認証機関委員会は、賛助会員の中から選ばれる。

その結果として

(1) セクター委員会の段階で充分議論し、EUREPGAP 委員会で議論するので、2回の民主的な意思決定の機会が与えられる。

(2) 委員会において、農家と流通の構成比は1 : 1であり、対等である。



3. 現状の日本 GAP 協会の留意すべき事項

(1) JGAP には青果物・穀物はあるが畜産・花卉がない。また、認証農場数がまだまだ足りず、農産品の品種毎の委員会、技術委員会を設けるまでには至っていない。

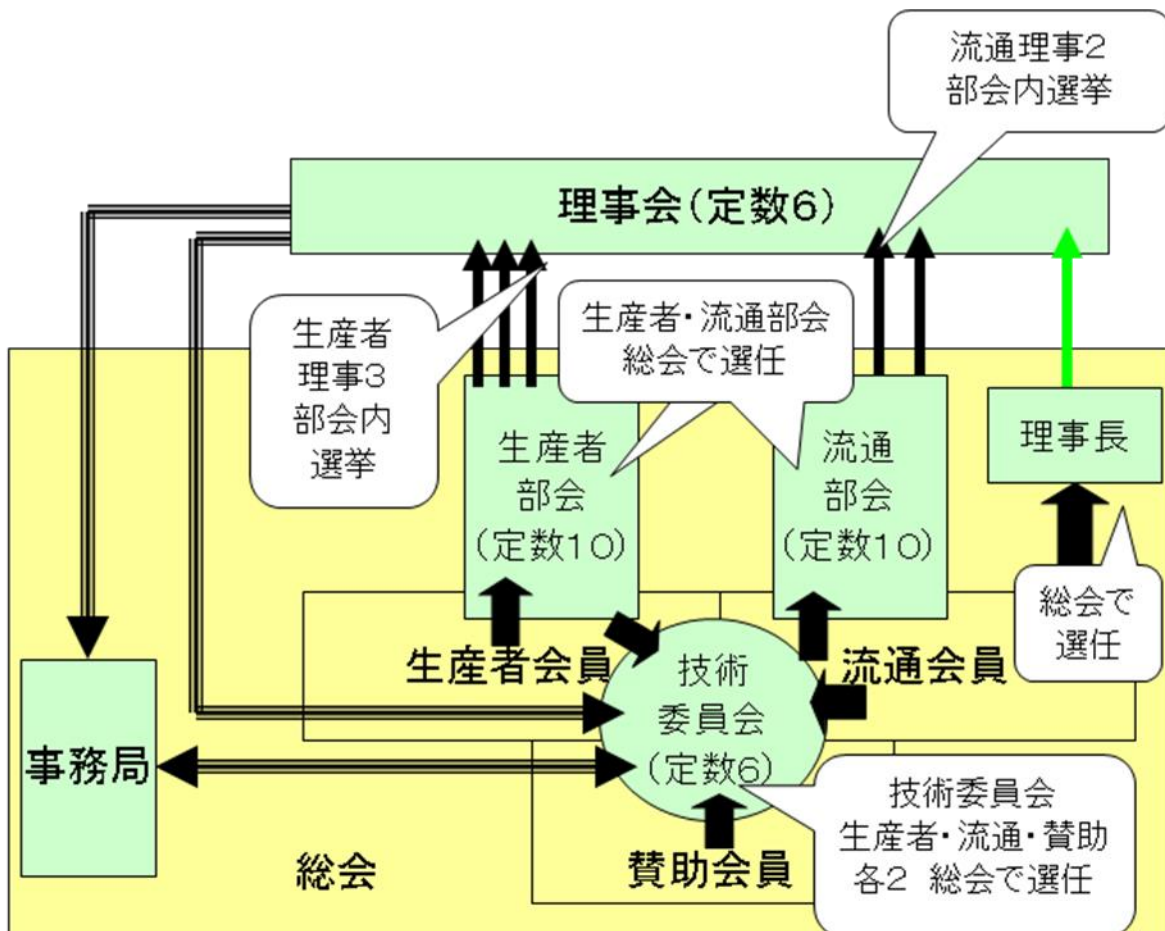
(2) 流通においてセクターを設けるほど余り JGAP 認証品が扱われていない。

(3) 今後、認証農場の対象を拡大し、最終的には GLOBALGAP 同様の組織を志すべきであるが、現状は過渡期であり、中間的な形態で良いと考えられる。

- (4) 日本独自の GAP を作っても、GLOBALGAP との同等性を担保し、認定、認証の第3者認証制度を確立する必要がある。
- (5) 消費者代表は、GAP の中枢には不要である。流通の代表が的確に消費者の利益を代弁すれば充分であり、GAP の詳細の決定に参画する必然性はない。

4. 日本 GAP 協会の組織はどうすべきか

- (1) 経済的な立場を考えると、生産者と流通には厳然たる格差があり、代表権力の補正法として、①日本 GAP 協会創設の理念に基づき、「理事の過半数を生産者にする」ことが必要である。
- (2) GAP への行政の介入を防ぐため、民間から理事長を選出すべきである。
- (3) 民主的な意思決定を担保するため、生産者部会と流通部会のメンバーを総会で選任し、生産者部会と流通部会で各々選挙を行って理事を選出すれば良い。
- (4) 事務局は粛々と総会・理事会の決議事項を実行するのが任務であり、事務局に理事のポストは不要である。
- (5) 現状で組織を急いで変更する必要はない。今回は組織の大枠と理事定数を決定し、次回の総会で理事長、各部会・委員会メンバーの選任を行う。その後、部会に分かれて理事の選挙を行えば良い。



(編集部)

JGAP 認証を取得した生産者《連載1》

1. みどりちゃん委員会

島根県雲南市にある JA 雲南と水耕栽培の 16 農場からなる委員会全員で団体認証を取得しました（2007 年 9 月）。みどりちゃん委員会では、細ネギやサラダ水菜、サラダホウレン草などを統一ブランド「みどりちゃん」として販売しています。水耕栽培を開始した 2003 年から独自の管理マニュアルを作成して安全管理に取り組んできましたが、消費者や取引先に信頼される産地の形成が必要と感じ、2007 年から本格的に JGAP 認証を取り組み始めました。生産者自ら「リスクを認識する」ことに重点を置き GAP 基礎研修や現地指導を重ね、生産者、県の専門普及員、JA で構成する「みどりちゃん推進委員会」を設立し、生産者自らが互いに農場管理や栽培管理を評価・指導し合う制度を設けました。

『組織運営側や GAP 指導員が「このようにすると良いですよ」「この場合はこうしましょう」と助言しても、受け手側のマインドは「やらされている」としか感じません。同じ立場、同じ目線で現場に携わっている生産者が生産者を指導していくという姿が、強い産地を形成する近道ではないでしょうか』と指摘しています。組織運営の事務局は、その手助けをするだけで充分と、みどりちゃんは考えているようです。

2. みずほ農業経営者会

茨城県つくば市にある農産物直売所「みずほの村市場」に出荷する生産者と直売所を運営する株みずほからなる団体で、38 農場の構成員による団体認証を取得しました（2008 年 3 月）。米や麦から野菜・果物まで、直売所に出荷するあらゆる品目が対象となっています。みずほ農業経営者会では、生産者のことを、単に農産物を生産する「生産者」ではなく、農場を経営する「経営者」と呼び、自立した経営者集団を目指しています。JGAP 認証の導入は、品質の向上や安全性の確保など、一つ一つの要素をばらばらに取り組むのではなく、農場経営全体として改善するための仕組みを構築するために始まりました。そして、2006 年度に GAP 研修を開始し、2007 年度に個別農場指導と団体管理システムを構築し、認証審査を迎えました。

経営者会は「JGAP は農場の安全管理の基準であり、農産物の品質基準ではない。実際の生産現場では品質の良し悪しが経営上の重要な問題となる。勿論、いくら品質が良くても、JGAP の管理点で挙げられているようなことが守られていなければ、いずれは問題を起こし、消費者からの信頼は得られなくなるであろう」と指摘しています。経営者会では、この点を肝に銘じて、JGAP の管理基準とともに栽培管理技術の向上を図っています。



3. 有限会社サンワアグリビジネス

茨城県古河市にある農産物の仕入・販売会社で、レタスやキャベツ、ハクサイなどを取り扱っています。サンワアグリビジネスに出荷する生産者のうちの 4 名を構成員として、団体認証を取得しました（2008 年 4 月）。

サンワアグリビジネスでは、作付け前に受注する契約栽培がほとんどで、各農場の管理

基準を統一する必要がありました。生産者が行う栽培から出荷までの手順やルール、荷受から販売までの担当者の手順やルールが明確になっていなかったものは、全て文書化して整理しました。今後は、サンワアグリビジネスに出荷する他の生産者にも JGAP 認証の導入を広げていく予定です。 (次号に続く) (田上隆多)

《編集後記》 先日、7年前に始まった WTO のドーハラウンドが決裂し、先進国代表のアメリカと、途上国代表の中国・インド等との農業問題を巡る溝の深さが改めて浮き彫りになった。153 カ国が加盟する WTO は「貿易をできるだけ自由にして、お互いに豊かになろう」というメリットを共有するはずであったが、途上国の農産物が思いのほか売れないばかりでなく、補助金により価格を下げて競争力を増したアメリカの農産物が、途上国の貧しい農業に打撃を与えていることが指摘されている。途上国は、輸入農産物が急増した場合にセーフガードを発動して自国の零細な農業を守ることになるが、セーフガードを発動する「急速な輸入の増加」の判断レベルを下げたいと考え、「障壁を高くすべきではない」とするアメリカの考え方とのギャップが、最終的に今回の決裂をもたらしたといえる。

世界の趨勢は、今後も貿易障壁を低くする自由貿易の方向に進むとみられるが、農産物の自由貿易は、日本や途上国の零細な農業にとっては大きな問題であり、また、世界的に穀物価格が高騰している中で、自由貿易故の食糧生産の停滞や偏在は許されない。

日本は、自由貿易がさらに進んでいく世界の中で、命にかかわる食料をどのように確保していけば良いのであろうか。また日本は、高関税と補助金で守る農業をいつまで続けられるのであろうか。生産者が再生産できる収入を得て高品質で安全な農産物を国内で確保するにも、海外に輸出するにも、GAP は欠かせないツールになっている。(食讚人)

【目指す GAP の理念】日本の GAP は、農業生産者が自主的に取り組むものであり、審査・認証制度によって得られた信頼性を通して広く国内・国際社会に認知され、公の基準として機能させるべきものである。GAP は、農産物の安全性を確保して消費者を守り、持続的農業生産により自然環境を保全し、併せて生産者自身を守るものである。

新版『GAP 入門』—食品安全と持続的農業のために— 好評発売中 定価 1995 円 (税込)

GAP の取組みにご活用下さい

購入ご希望の方は、下記の GAP 普及センターまでお申し込みください

GAP 普及ニュースは隔月発行です (1月 3月 5月 7月 9月 11月)

「ユーザーの会」会員募集

年会費 個人会員：1万円／団体会員：2万円・・・GAP 普及ニュース購読＋GAP 相談

購読会員：3千円・・・GAP 普及ニュース購読のみ

投稿を歓迎します。皆様の疑問にお答えします

発行・申込先：GAP 普及センター

〒305-0035 茨城県つくば市松代 4-9-26-203 ☎ : 029-856-1201

E-mail : info@gapcenter.jp URL : http://gapcenter.jp/ Fax : 029-856-0024