

日本生産者 GAP 協会 2013 年度 GAP セミナー

－直売所生産者の GAP 教育とリスク管理－

概要報告

2014 年 3 月 19 日と 20 日、つくばの文部科学省研究交流センターで GAP セミナーを開催しました。この GAP セミナーは、例年の GAP シンポジウムに当たるものです。全国から農業普及指導員、JA 営農指導員、農業者、産直事務局、その他の流通・小売業者ら 115 名が集まって活発な勉強会となりました。

ラオス計画投資省副大臣の挨拶

セミナーの開会式冒頭、ラオスから GAP 関連の調査のために日本を訪れていた「計画投資省」のボンタビ副大臣 (Dr. Bounthavy SISOUPHANTHONG) からセミナー参加者にご挨拶がありました。

一般社団法人日本生産者 GAP 協会 (FGAP 協会) では、独立行政法人国際協力機構 (JICA) の派遣事業で 2011 年 6 月よりラオス人民民主共和国で GAP の指導と教育プログラムの策定とその実施教育を行っていますが、今回は、国家の計画と予算を決める「計画投資省」と日本との外交を担当する外務省 ASEAN 局の要人が来日されました。

『皆様こんにちわ。今回の直売所 GAP セミナーで挨拶することを非常に光栄に思います。まず初めに申しあげたいのは、ラオス人民民主共和国に対する日本の皆様のご支援・ご協力に対してお礼を申し上げます。これまでの様々なサポートに大変感謝しております。有難うございます。また、本日は、有名な直売所である「みずほの村市場」の GAP 農場にも行くことができ大変光栄に思っています。



ボンタビ副大臣 (写真の左端)

ラオス人民民主共和国では、JICA と ASEAN のプロジェクトを実施中で、持続的農業を普及するための GAP の基礎とスキルを導入して、これを全国に広げていくという計画を実施しているところです。これに関しては、一般社団法人日本生産者 GAP 協会の皆さまに非常にご協力をいただいております。現在のところ 480 名の農家の方々が、様々なトレーニングに参加しています。そこでは日本生産者 GAP 協会のみなさんに専門家として来ていただいて、セミナーや実習などの指導をしていただいております。このような GAP のプロジェクトを通じて、二国間の関係を強化して、あるいは友好関係をさらに促進していきたいと思っております。』

このご挨拶の後、みずほの生産者の農場を 2 か所訪問し、いろいろ学習されていかれました。

記念講演「これからの農業経営者」長谷川久雄 株式会社みずほ 代表取締役社長

『戦後 70 年近く経とうとしていますが、農業の近代化と規模拡大を進めてきた「農業基本法」から「食料・農業・農村基本法」に変わり、今、日本の農業には、TPP の問題やその背景としてのグローバル化の問題など、様々な問題が差し迫ってきています。しかし、70 年近く経った今でも“農

業は産業になっていない”と思います。それはどういうことかといえば、「産業」というのはあくまでも商品の製造現場が販売価格の決定権を持つものだと思います。そしてその商品は、社会的に責任を負うということが必要です。そして職場は、当然、ルールのある競争をして働ける場になるというのが産業の定義だと思います。

そういう点からみると、今の農産物は、販売価格の決定権が農業者側になく、農産物の価格は、売り場である販売者側で決めているのが現状です。農業者が、生産原価すらカバーできない農産物を販売していたのでは、“農業は経営にならない”と思います。

米について考えてみると、今、国民は1年間に約60キロの米しか食べないといわれています。米の代金が1日100円で1年間に36,500円ですが、消費者側は60キロ36,500円、つまり1日100円の米代が高いという意識になっているのです。また、生産者側も、そもそも自分の作る農産物の生産原価をつかんでないから、相手に値段を決められても、生産物を相手にただ渡しているだけ。これでは昔の「供出」と変わらないという



長谷川久夫社長

また、先ほど言いましたように、「農業が産業になっていない」（農産物が商品になっていない）ということは、その農産物に社会的責任を負っていないということです。そこで、商品としての社会的責任を負うためには、農業者は生産した農産物をどのように販売するかということが問われるのです。今、大部分の農産物は、消費者の購入価格の30%程度が農家の手取りだと思います。消費者の買い値が100円だとすれば、農業者の手取りは30円しかないというのが実態です。どうしてそうになってしまうのかといえば、それは、農業者が自己主張して自己責任が取れる販売の“舞台”がないからです。

今、日本中に数多くの農産物の販売所があると思います。これは、食品スーパーであったり、直売所であったり、あるいはその他の販売所もあると思います。しかし、その販売所の全てが、“農業者は経営者である”という視点で農産物の販売が行われているかといえば、全くそうではないと思います。売り場は、販売者側の利益追及の場所であり、そこでは販売会社だけの経営としてとらえているのが現状です。

そのために、“消費者は商品を買っても、農産物は買っていない”ということになると思います。農業者側が販売価格の決定権を持たないで、「販売者が値段をつけて消費者が買う」という構造は、極端な言い方をすると、今の消費者は配給品を分け与えられているだけだということになります。商品は、基本的に値段と量と品質で選ぶべきだと思います。しかし、残念なことに、今の大部分の農産物は、値段と量だけで選ばれているように思います。農産物に品質が伴わず、値段と量だけで選ぶようになってきている状況では、農産物の正当な価値が評価できません。こういう状況を脱して、値段と量と品質で農産物を選ぶ形にしなければ、消費者は、本当に国民の誰もが求める健康になれないかもしれないのです。

農業者側に農産物の販売価格を決定する権限がないこともその原因のひとつですから、それを解消するためには、農業者は、きっちりと自分で自己主張ができ、かつ、自己責任のとれる舞台をもつことが必要だと思います。品質を正しく評価して貰える、自己表現ができるステージが必要なので

す。そのステージの一つとして、農産物直売所が生まれてきているのかなと思います。

戦後の農政が目指した企業的農業だけではなく、農業はいつまでも適地適作、適材適所であり、商品というのは「値段」だけではなく、食を通した信頼関係の中で、農産物の品質を理解して貰ったうえで農産物を流通させるべきだという視点で始まったのが直売所なのです。

今、全国に1万7千カ所の農産物直売所ができているということです。ただ、その1万7千の直売所は、農業者がきちっとした農業経営をしないで、ただ単に農産物を並べて販売しているのが現状です。売ることだけが目的であり、そのため、「農産物としての品質は問わない」、「きちっとした社会的責任を負おうとしない」ために、農業者が自己表現する舞台としてのルールができていないのだと思います。その舞台にルールがないがために、農業だけで生活している人、あるいは農業を始めようとする帰農者、あるいは小規模な兼業農家と言われる方々などの間になんらのルールもありません。このような志の違った人が同じ舞台で戦おうとしているところに大きな問題があるのです。消費者は、どこを信頼してその商品を選んで良いのか、全く物差しがない状態であり、これが今の農産物直売所の大きな問題だと思います。

農業者は、きちっとした商品を生産し、その商品を「品質」で消費者に選んでもらうという、そういう手立てを農業者自らがやる必要があります。それには、1つの要件として GAP も当然必要になってきます。GAP は、農産物を販売するための仕組みではなく、農業者が社会的責任を負うための仕組みであるべきだと思います。



GAP によって誰かの利益が出る、誰かがうまくいくという話ではなく、あくまでも農業者自らが自己主張して、自己責任のとれる商品を消費者に販売するというための一つの要件であると私は考えています。ですから、農業者自身が、単なる農産物の生産者というのではなく、農業の経営者として「自身の暮らしが成り立つ」という形にもっていかなければなりません。この点で、いくら生産量が増えても、あるいは高度な技術が発達しても、消費者に対してきちっと責任がとれていないというのが現状なのです。

そういう視点から、いろいろな各方面の方々と協力しながら、商品として流通させることは、「作る現場と食べる現場の信頼関係の中で流通させているのだ」ということを、もう一度原点から問い直すべきではないかなと考えています。農業経営というのは、売上高でもなければ、生産量を競うものでもなく、生産と消費の全体の中から、「無理と無駄とムラ」を省いて、お互いにきちっとした暮らしができる、その手段として農業というものを捉えるべきなのかなというふうに私は考えています。

どうか、今日お集まりの皆さまも、「農業の現場は決して豊かではない」、あるいは「農産物そのものが必ずしも高品質にはなっていない」と感じておられるかもしれませんが、農産物が単なる「生産物」で終わっているという現実を考えていただきたいと思います。今後、日本の農産物はどうあるべきなのか、そして農業者の進むべき方向はどうか、規模拡大が良いのか、それとも、きちっとした信頼関係が築ける、それぞれの地域に合った、あるいはその人に合った農業経営体が良いの

か、を考えることが必要だと思います。端的に言えば、日本型の望ましい農業経営体を作り上げていくべきであると私は考えています。

各セミナー講演の内容紹介

基調講演「GAPで甦る農産物直売所」田上隆一、(一社)日本生産者GAP協会理事長

進みつつある日本のグローバル化の中で、新たな販売形態として生まれた農産物直売所だからこそ必要な「GAPの意味」とその効果について、2つの先進事例(みずほの村市場、スーパーいすみ)を基に紹介していただきました。また、GAPの意義と国際的な農場認証について、アジアと世界のグローバルな動きを解説していただきました。

講義「GAPは農業経営の基本」田上隆多、(一社)日本生産者GAP協会理事

「コンプライアンス、社会的責任、リスク管理、環境持続性、採算性、社会的受容性、安全性と品質」という農業経営の7つの基本要素について、生産と販売が統合された農産物直売所(経営体)独特の課題として、GAPとの親和性について解説していただきました。

講演「なぜ直売所がGAPを推進するのか」高橋広樹、株式会社みずほ 生産研究部長

みずほの村市場の経営理念と経営を取り巻くリスクとリスク管理を紹介するとともに、本物の農産物を生産するため、農業のリスク管理をマクロレベルで捉えた上で取り組んでいるGAP実践の実績と今後の方向性について紹介していただきました。

講演「GAP農場評価による農場クリニック」山田正美、(一社)日本生産者GAP協会常務理事

日本GAP規範に基づく農場評価制度(グリーンハーベスター(GH)評価制度)について、評価の方法と評価員の資質などから、GAP教育システムとしての優れた特徴について説明していただきました。

講演「農産物の品質を支えるGAPとみずほモデル」石谷孝佑、日本生産者GAP協会常務理事

日本農業の諸課題から説き起こし、農産物の品質とは何か、みずほの「本物の農産物」とはどのようなものなのかなどについて説明し、GAPの実践を含めた「みずほモデル」について解説していただきました。

事例「組織で行う品質管理とリスク管理」高橋広樹、株式会社みずほ 生産研究部長

農業の生産組織で行う品質管理とリスク管理について、作物分析と土壌分析の技術、放射能分析と残留農薬分析の技術を各論的に解説し、改善のための営農指導として行う組織対応について紹介していただきました。

事例「みずほにおける新しいGAP(GH評価制度)の取組み」白川洋輔、(株)みずほ 生産研究部

これまでみずほの村市場の生産者（経営者）メンバー全員が取り組んできた JGAP 認証は、本来の農業から逸脱しているという認識から、昨年度より日本生産者 GAP 協会の GH 評価制度に移行し、良い効果をあげている様子を紹介していただきました。

事例「直売所出荷に聞く GAP 実践 1」宮本貴夫、みずほ経営者会

私達の生命と健康を維持する産業としての農業に取り組んでいる使命感から、日本 GAP 規範を農業管理の道しるべと考えて行う日常業務と、組織として取り組む農場評価について、積極的な意見としての報告がなされました。

事例「直売所出荷に聞く GAP 実践 2」岩崎 勤、みずほ経営者会

人力ではコントロールが不可能で毎年の再現性が低い農業生産を、自然との共生（天 5 割、土 4 割、人 1 割）と考えて取り組む適正農業行為（GAP）が基本と考え、消費者にも理解を求めて行く実践が報告されました。

総合討論「直売所型農業と GAP」

司会：田上隆一 パネリスト：講師全員

日本の最先端に行く「みずほの村市場」の直売所管理のポイントと、それを実現して行く農業者の取組みとその取りまとめとしての GAP マネジメントについて、会場からの質問に答えるとともに、発表者相互の議論をしていただきました。



セミナーの資料や講演内容および討論会の結果得られた多くの情報と様々な知識については、後日、とりまとめて冊子として発行する予定です。