―ＧＡＰが世界的に重視されている背景は。

渡辺氏　ＧＡＰは農薬散布や施肥といった農作業の工程ごとにチェック項目を定める。農畜産物の多くは人間が摂取するので、人体への悪影響を防ぐことを目的とした体系的なルールと考えていい。

欧州などでは環境保護の観点からも、ＧＡＰを重要視している。

また、農畜産物を加工する食品会社などでは食品衛生管理基準「ＨＡＣＣＰ（ハサップ）」の認証を取得する動きが出ている。政府は食品会社などに対し、ＨＡＣＣＰ取得を近く義務化する方針だ。こうした流れを考えると、原料となる農畜産物も安全を担保してほしいと食品会社が要請するのは自然だ。生産者が農畜産物の安全・安心を保証する手段として、ＧＡＰが注目されている面がある。

従業員の意欲も向上
大野氏

―大野ファームは昨年10月、畜産分野で日本版ＧＡＰ認証を取得した。

大野氏　以前から生産工程の見直しが経営課題と考えていた。現場リーダーやコンサルタントらと一緒に課題を洗い出し、昨年３月にまず飼養衛生の管理規格である「農場ＨＡＣＣＰ」を取得した。その後、日本版ＧＡＰを取得すると、2020年の東京五輪の食材供給基準を満たせると農林水産省の担当者から聞いた。従業員の士気を高めるためにもメリットがあると考え、ＧＡＰも取得した。

生産工程を見直す上で、これらの認証取得はメリットがあった。社内の管理体制はレベルアップしたと考えている。一方、流通業者が認証取得を価値として認め、自社の畜産物を高値で買い取ってくれることは今のところ期待しづらい。ある取引先にＧＡＰ取得を伝えたところ「そのことだけで価格を上げることはできません」と即答された。

―ＪＡではＧＡＰにどう取り組んでいるか。

井川氏　管内24ＪＡで構成するＪＡネットワーク十勝は18年度、独自基準の「十勝型ＧＡＰ」を農水省のガイドラインに準拠する形で見直した。グローバルＧＡＰなどの国際認証ほど厳しい基準ではないが、農作業全般に関わるチェック項目を用意している。まずは十勝型ＧＡＰを活用して生産者に安全・安心への意識を高めてもらいたい。

小麦やビートのように、管内の基幹作物はそのまま食べるのではなく、原料として加工するものが多い。だから、ＧＡＰ取得が必要との認識が広まるのに時間がかかるかもしれない。だが、ＪＡグループとして専任スタッフを配置して各ＪＡに出向き、生産者だけでなくＪＡ職員の理解も深めるよう取り組んでいる。

◇　　◇

―国内でＧＡＰの認知度はまだまだ低い。

渡辺氏　あるアンケート調査では、ＧＡＰを知らない消費者が約７割に達したという。また流通業界を対象とした別の調査では、ＧＡＰ認証を農畜産物の取引条件としているところは２％程度にすぎなかった。

現状では、消費者にとって「食べて安全」なのは当たり前。当たり前の品質にカネを余分に払う消費者はいない。生産者として付加価値を高めるなら、おいしいとか健康的だとか安全とは別の側面を追求せざるを得ない。このことに気付いていない生産者は多い。

幸い、十勝は地域としてのブランド力が高い。ＧＡＰについて、認証の取得ありきで考えるのでなく、ＧＡＰに準じた生産管理を地域全体で取り組みながら、付加価値につながる品質に磨きを掛ければどうか。

流通業の動向を注視
渡辺氏

―とはいえ、イオンのようにＧＡＰを取引条件にする動きも出てきた。

渡辺氏　イオンの動向は注視している。まずはプライベートブランド（自主企画商品＝ＰＢ）について、ＧＡＰで管理された農畜産物を100％使用するとの目標を掲げた。仮に対象商品が将来的に広がれば、生産者にも影響が大きい。

大野氏　話が少しずれるが、米国の流通業界を視察