
【全国GAP推進シンポジウム】

JAグループのGAP対応について

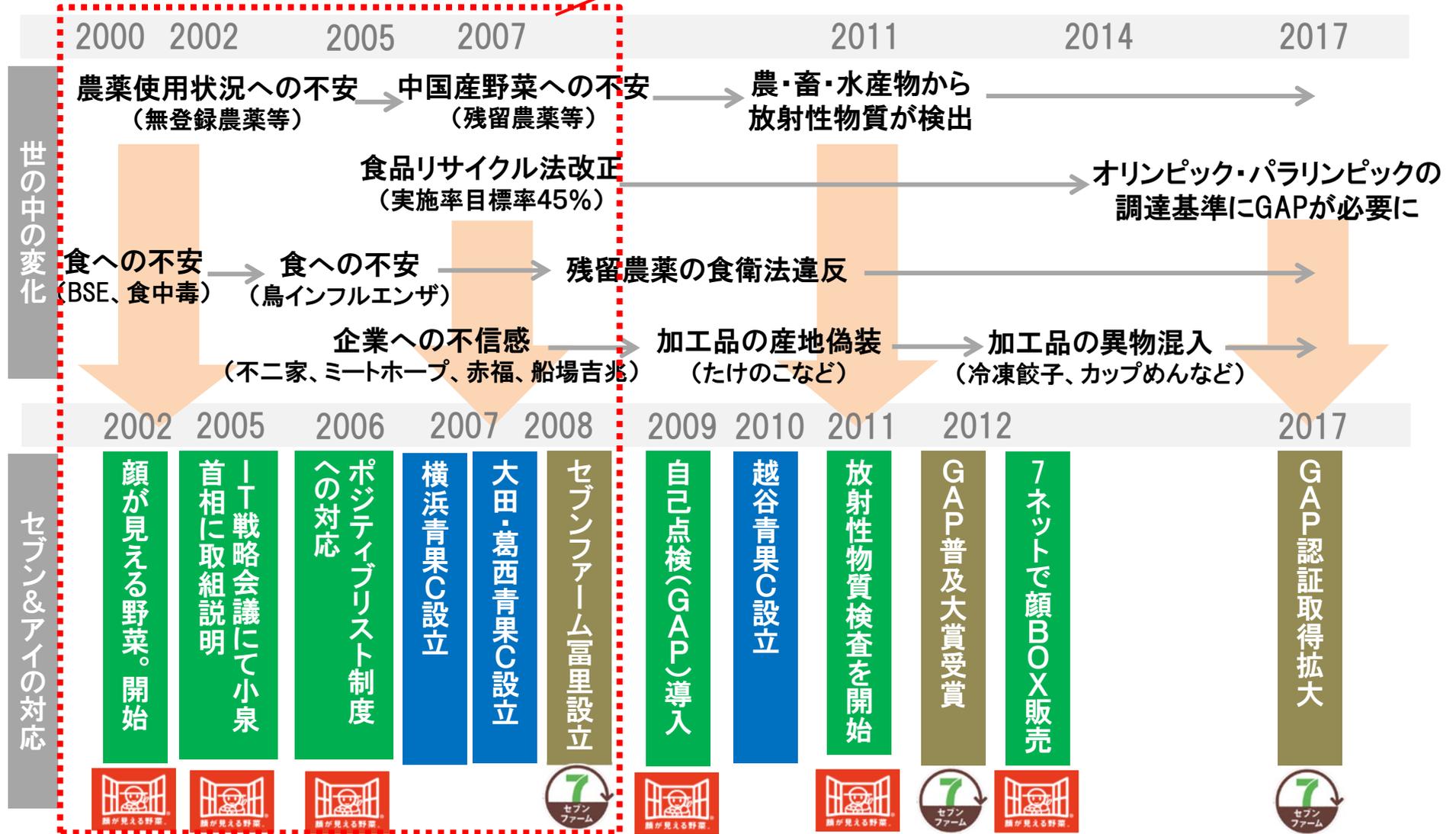
2019年7月

全国農業協同組合連合会
チーフオフィサー 戸井和久



1. イトーヨーカ堂時代の取り組み

青果部長時代の8年半



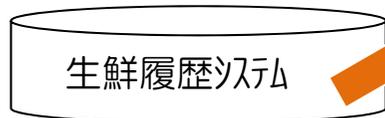
取り巻く環境の変化に合わせて、取り組み方を変化・進化させてきた。

2. 顔が見える食品。概要

〈顔が見える野菜。〉

生産者数：6,700名
産地数：840産地
品目数：約140

※19年3月時点



個別の生産者の名前と似顔絵を商品に表示。ITを活用し、生産者の情報をお客様に伝達。

3. 顔が見える野菜。果物におけるGAPの取り組み

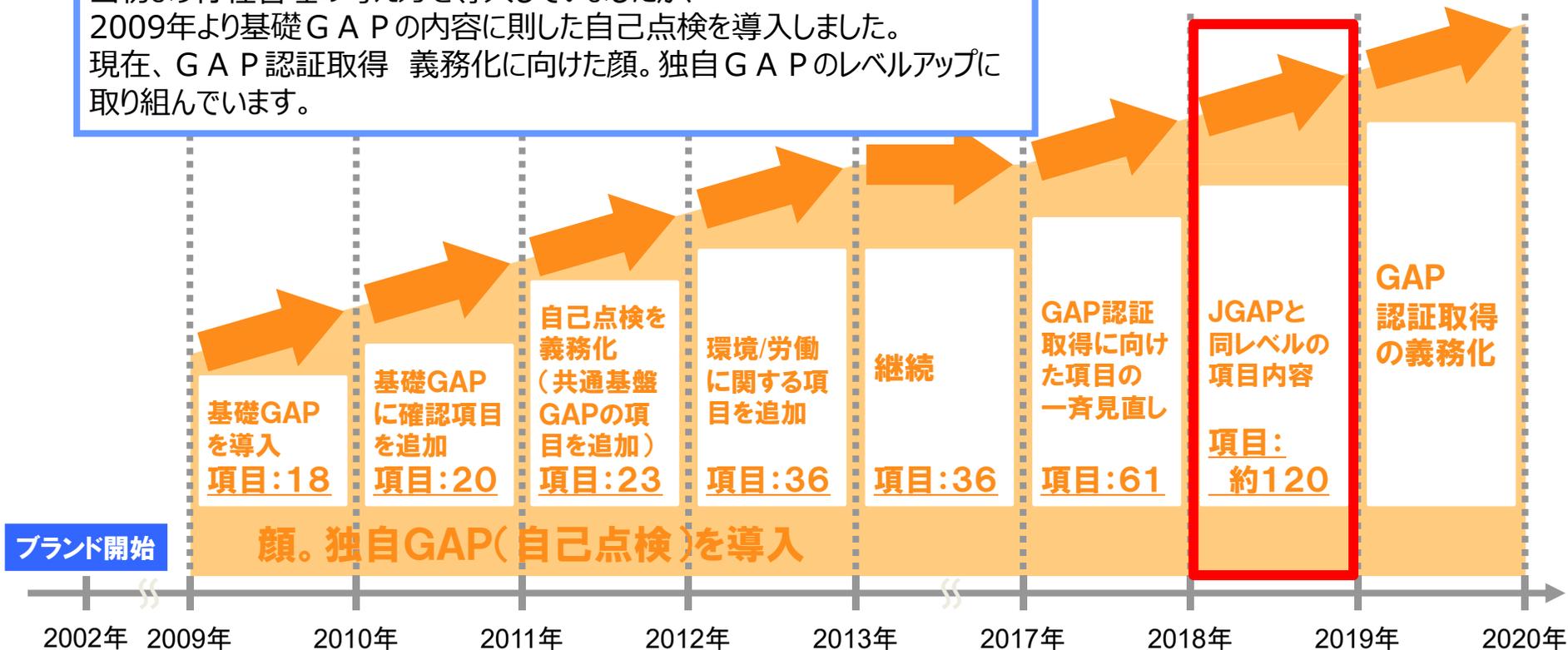


2017年
GAP認証
取得の推奨

取り組み
レベルの強化

【目標】
2020年
GAP認証
取得の義務化

当初より行程管理の考え方を導入していましたが、2009年より基礎GAPの内容に則した自己点検を導入しました。現在、GAP認証取得 義務化に向けた顔。独自GAPのレベルアップに取り組んでいます。



GAP認証取得を、取り組みのレベルアップのために積極的に推奨しています。

4. 顔が見える食品。におけるGAPの取得状況

項目	認証 農場数	品目等	備考
顔が見える野菜。果物。	240Gr 1,137人	-	18年～19年で出荷実績より
JGAP	46Gr 121人	ミニトマト・レタス類・キャベツ・長ねぎ 人参・さつまいも・枝豆 等	多品目にわたり認証取得
AsiaGAP (国際基準認証)	8Gr 10人	小松菜・サンチュ・なめこ・まいたけ 等	-
GGAP (国際基準認証)	9Gr 12人	ミニトマト・パプリカ・サラダ菜 等	一部産地にて認証取得済み
顔が見えるお肉。たまご。	200農場	-	-
JGAP	3農場	(株)トマル・(株)パートナーズ・ おおやファーム	2020年 主要産地認証取得目標 (取扱量5割相当) 2030年 全産地認証取得目標

顔が見える野菜。果物。では全体の3割程度が認証を取得しており、顔が見えるお肉。たまご。でも認証取得が進んでいます。



5. セブンファーム概要

農業のお手伝いをしたい！

“農業に参入するのではなく、日本の農業を元気にするお手伝いをしたい。”
生産者と一緒に効率的かつ生産性の高い農業の仕組みを作っていく。



循環型農業に取り組み、CO₂削減等の環境保全を推進する仕組みを構築。

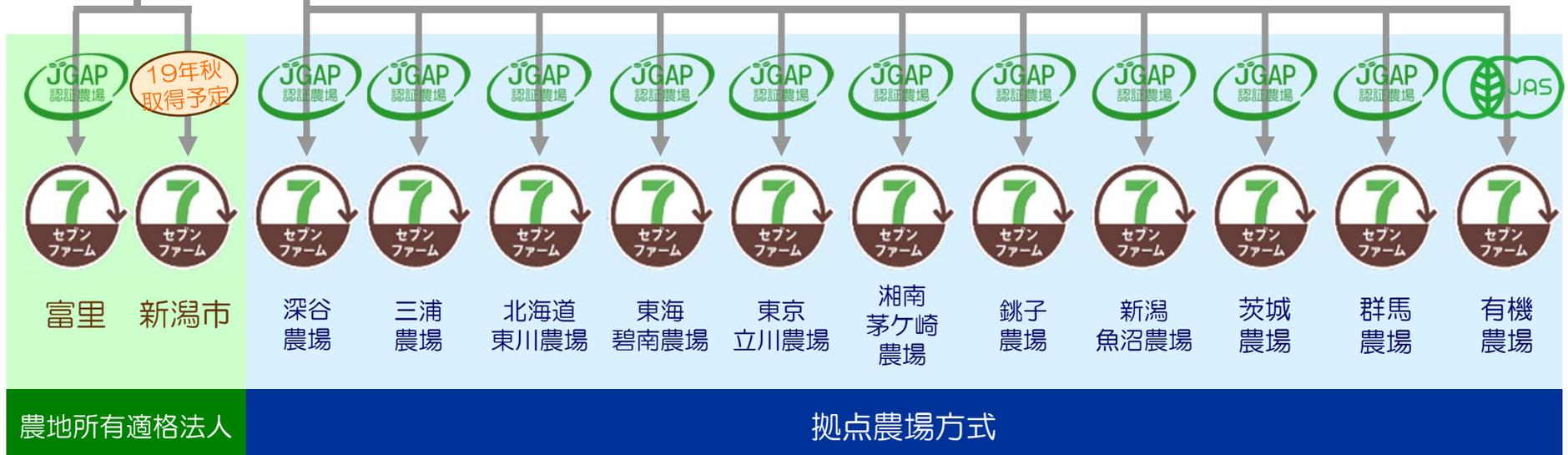
5. セブンファームにおけるGAPの取り組み



株式会社セブンファーム

- セブンファームは現在13拠点に拡大。
栽培面積は合計約200ヘクタール。

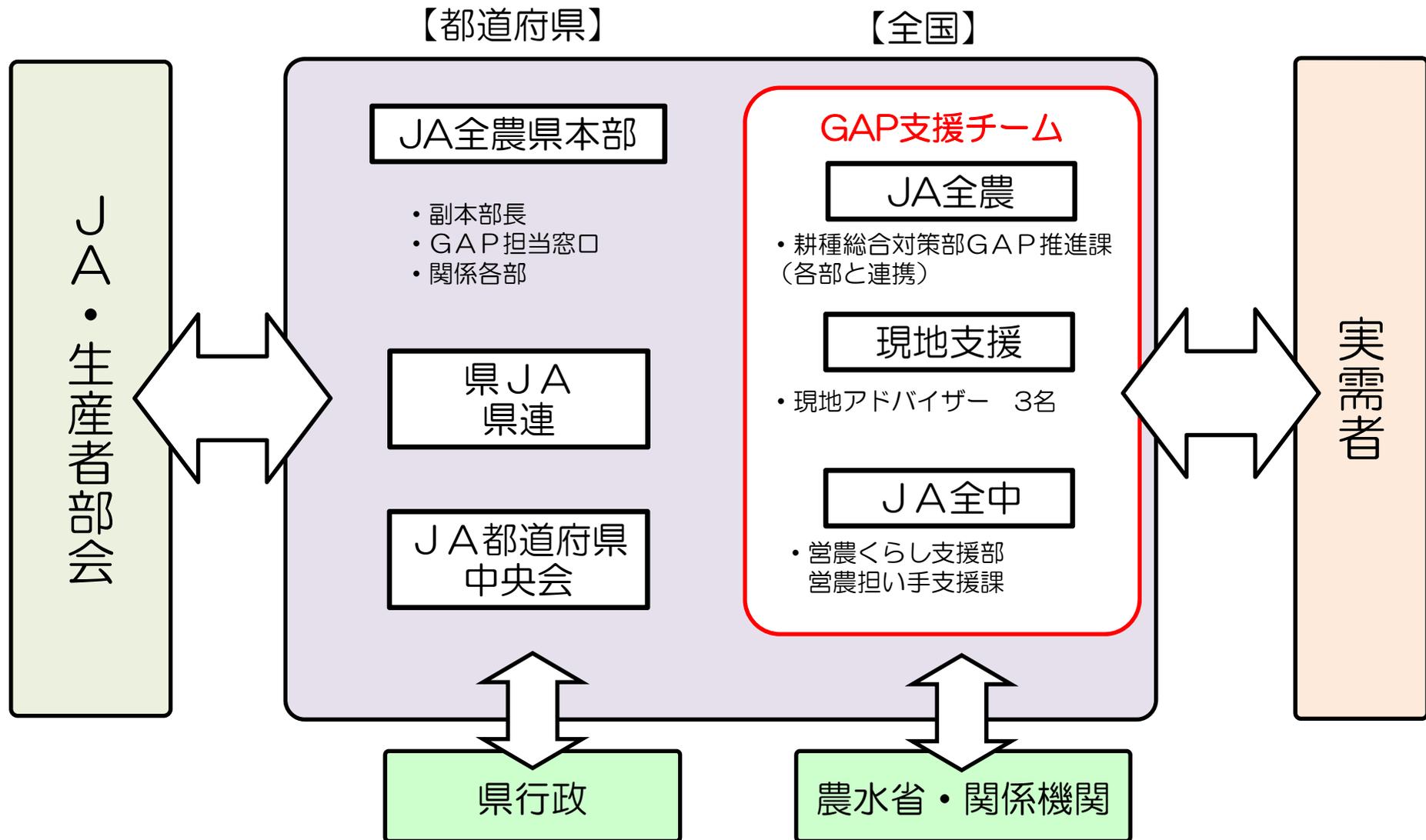
2008年、
千葉県富里市に第1号拠点を設立。
以降計13拠点に拡大。
安心・安全の指標となるJGAP認証の
取得を進めている。(現在11拠点取得)



現在、13のうち11の拠点にてJGAP認証を取得しています。

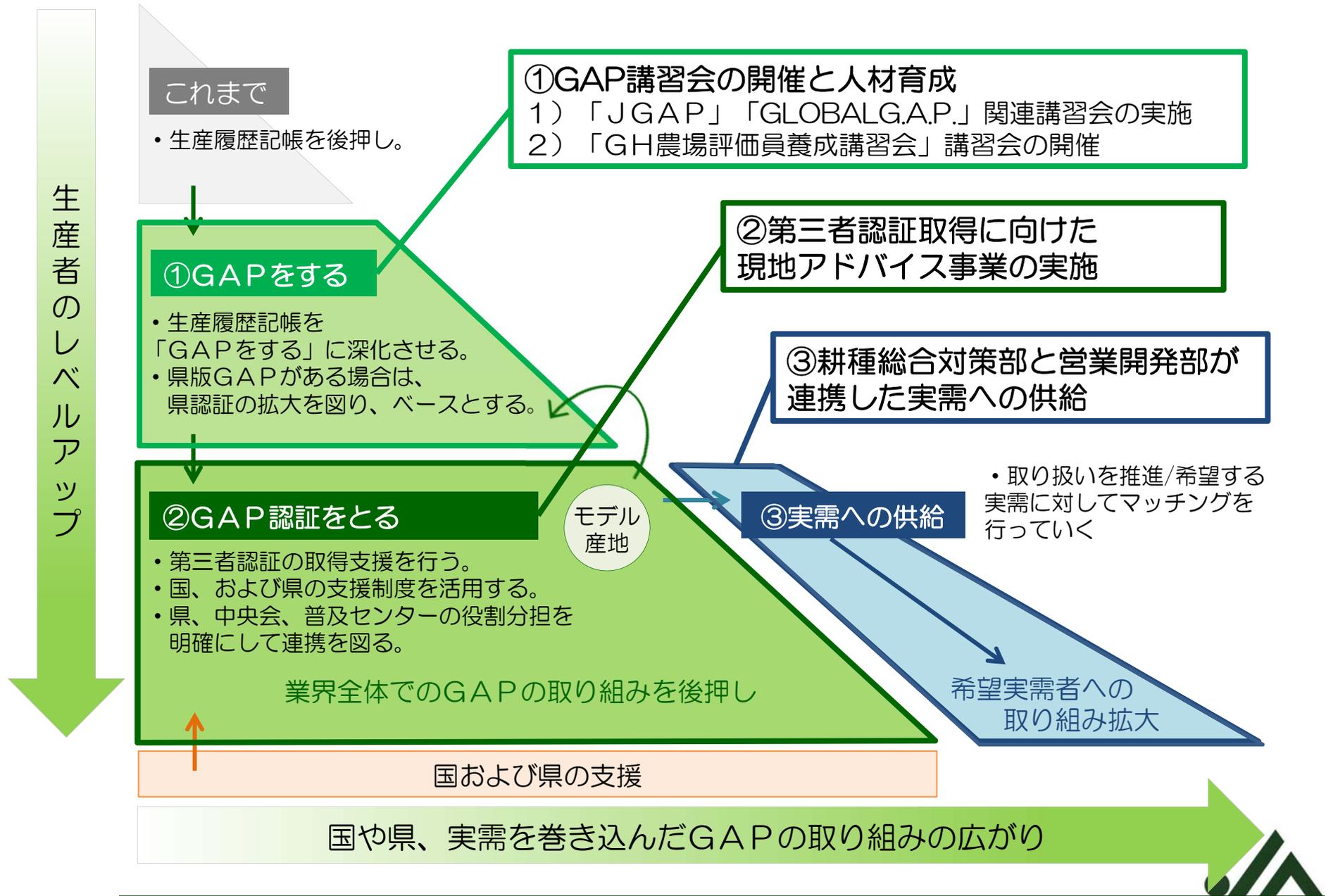


6. JAグループGAP推進体制



全国4連で協力し、JAグループ全体で連携して推進しています。

7. JAグループのGAPの方針と取り組み概要



①. GAP講習会の開催と人材育成

(1) 「JGAP」「GLOBALG.A.P.」関連講習会

- 平成30年度上期は、計4回開催し、66名を養成した。
- 平成29年度からの累計は235名の養成実績になっている。

講習会名	概要	H29年度		H30年度		R元年6月時点	
		回数	人数	回数	人数	回数	人数
JGAP指導員基礎研修	JGAPに関する知識習得(資格取得講習)	3回	65名	2回	38名	1回	17名
JGAP内部監査員研修	JGAP団体認証に関する知識習得(資格認定講習)	2回	46名	2回	37名	1回	30名
GLOBALG.A.P.基礎講習	GLOBALG.A.P.に関する知識習得	3回	57名	3回	59名	2回	17名

(2) GH農場評価員養成講習会（新規講習会）について

- 平成30年度より新規講習会として開始。昨年8月に第1回を実施。

<ポイント>

- 「GAPをする」手法として農場評価の仕組みや生産者農場での評価技術を活用。
- 生産者における問題点を抽出し生産者と問題解決に向け農場の改善を実践できる。
- 実需者の要望等によりGAP認証取得が必要となった際、認証取得に円滑に移行できる。

実施内容	H30年度		R元年6月時点	
	回数	人数	回数	人数
	2回	22名	2回	33名

※GH=Green Harvesterの略
 自然環境との調和の中で農業を営み農産物を収穫する人をイメージしたもの



生産者からの聞き取りの様子



圃場確認の様子

②. 第三者認証取得に向けた現地アドバイス事業の実施

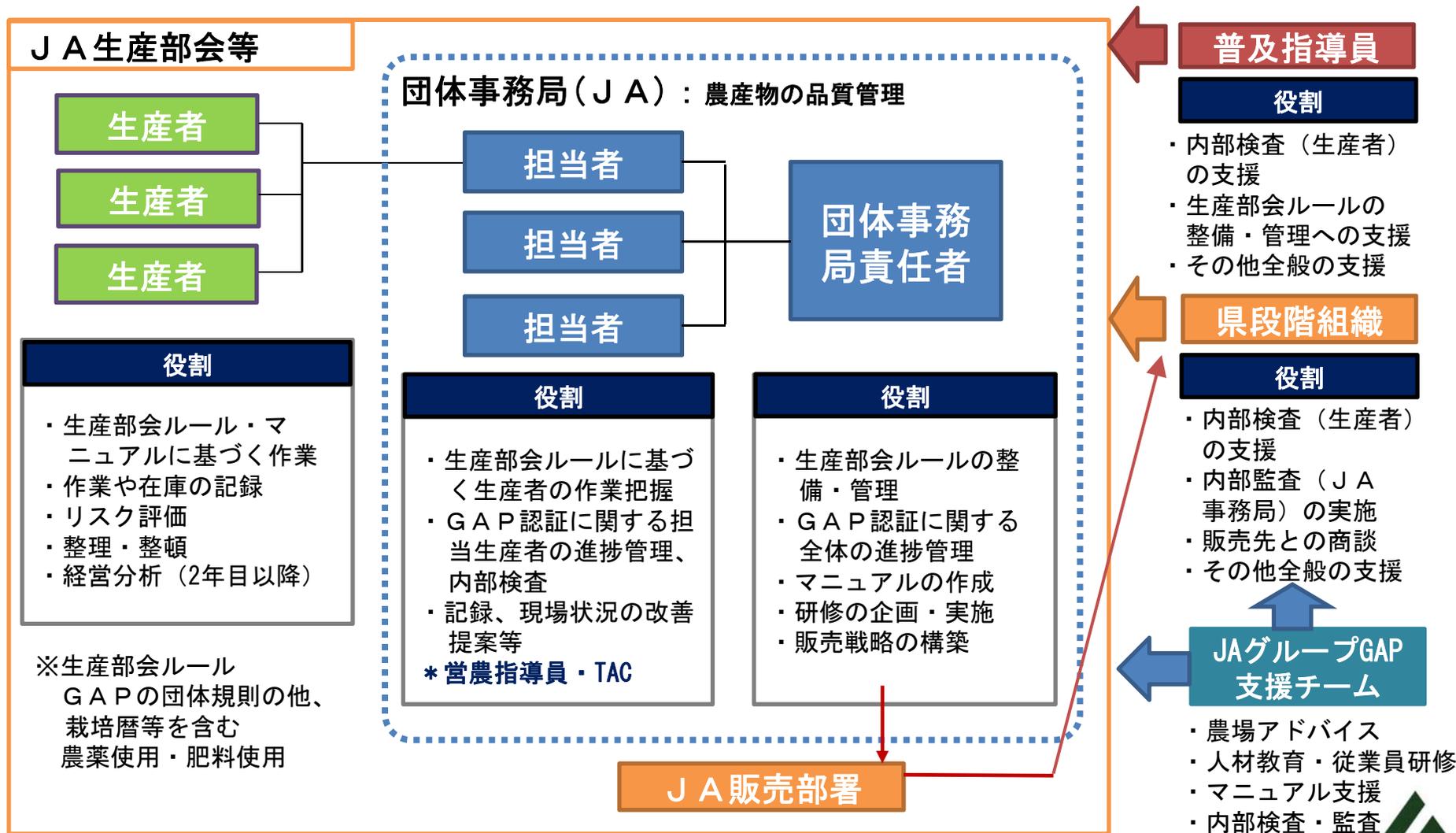
- 現地アドバイス事業での認証取得に向けた支援活動を積極的に実施。
- 支援産地の状況[実施：15県22部会14品目（平成29年度～令和元年度6月時点計）]

支援産地一覧

No	県名	JA名・県域	品目	取得GAPの種類	認証予定時期
①	北海道	JAようてい	ばれいしょ	JGAP	R元冬
②		JA新しのつ	米	GLOBALG.A.P.	R2冬
③	青森	JA十和田おいらせ	ごぼう	GLOBALG.A.P.	H31.2取得済
④		JA津軽みらい	りんご	GLOBALG.A.P.	H31.2取得済
⑤			米	GLOBALG.A.P.	H31.2取得済
⑥	岩手	JAいわて平泉	米	ASIAGAP	H30.10取得済
⑦		JA新しいわて	レタス	GLOBALG.A.P.	R元冬
⑧			ブロッコリー	GLOBALG.A.P.	R元冬
⑨	宮城	全農宮城県本部	トマト	GLOBALG.A.P.	H30.3取得済
⑩	秋田	JAあきた白神	白ねぎ	JGAP	R2春
⑪	福島	JA会津よつば	トマト	JGAP	R元秋
⑫	群馬	JAにったみどり	レタス	GLOBALG.A.P.	R2夏
⑬	新潟	JA十日町	えのき他	GLOBALG.A.P.	R元.6所得済
⑭		JAみなみ魚沼	しいたけ	GLOBALG.A.P.	R2冬
⑮	富山	JAいみず野	えだまめ	JGAP	H30.9取得済
⑯	石川	JA金沢市	きゅうり	JGAP	R2春
⑰	静岡	JAなんすん	荒茶	JGAP	R2夏
⑱	滋賀	JA草津市	米	JGAP	R元冬
⑲		JA滋賀蒲生町	米	JGAP	R2冬
⑳	兵庫	JAあわじ島	たまねぎ	GLOBALG.A.P.	R2夏
㉑	岡山	全農岡山県本部	キャベツ	GLOBALG.A.P.	R2夏
㉒	広島	JA広島北部	白ねぎ	JGAP	R2夏

②. 第三者認証取得に向けた現地アドバイス事業の実施

- ・ 団体認証については、団体事務局、生産者、支援部隊のそれぞれの役割分担が重要になる。
- ・ JAグループでは以下のようにGAP団体認証取得に関する役割分担と体制を構築している。



②. 第三者認証取得に向けた現地アドバイス事業の実施

- ASIAGAP、JGAPの団体認証として、JAいわて平泉とJAいずみ野がそれぞれ認証を取得。
- 団体での取り組みにより「関係者の団結力ができた」「全体のレベルが底上げされた」などの声も。
- 現在JA全体では23県53団体が団体認証を取得している。

団体認証取得事例



岩手県JAいわて平泉ブランド米部会9人は、10月16日付で県内初のASIAGAP団体認証を取得しました。

今回の認証取得にあたっては、米の新品種が数多くデビューする中、食の安全・安心により一層意識した管理を実施し、ひいてはラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピックへの食料提供などを通じて、地域農業の振興とブランド力向上を目指し取り組みが始まりました。

今回認証を取得した「金色の風」は岩手県産米のフラッグシップであり、JAいわて平泉ブランド部会小野部会長からは「良い品質の米を作り、ブランド力向上に努めていきたい」と今後を見据えた決意表明がありました。JAでは地産地消を基本に地元での認知度向上を図りつつ、輸出も視野に入れて国内外へPRしていきたい、と今後の販売に意欲を示していました。

JAグループは平成29年にGAPの取り組み方針を決定し、JA全中、JA全農、JA共済連、農林中央金庫で取り組む「JAグループGAP第三者認証取得支援事業」によりGAPの団体認証取得に向けた現地アドバイスをを行っています。



富山県JAいみず野管内のえだまめ生産者23経営体は、9月21日付で県内初のJGAP団体認証を取得しました。

JAグループは平成29年にGAPの取り組み方針を決定し、JA全中、JA全農、JA共済連、農林中央金庫で取り組む「JAグループGAP第三者認証取得支援事業」によりGAPの団体認証取得に向けた現地アドバイスをしています。

JAいみず野では、黒大豆えだまめで販売額1億円を目指して生産振興しており、選ばれる産地として栽培技術向上だけでなく、GAPの取り組みが不可欠であると考え、えだまめ部会として認証を目指し、今回の認証取得に至りました。

部会員の多くが集落営農法人であり、構成員同志は気心が知れており運営しやすい反面、作業者が多く管理や記帳が難しい面もありました。

認証はあくまでも通過点、今後も継続してより良い農場運営を目指します。

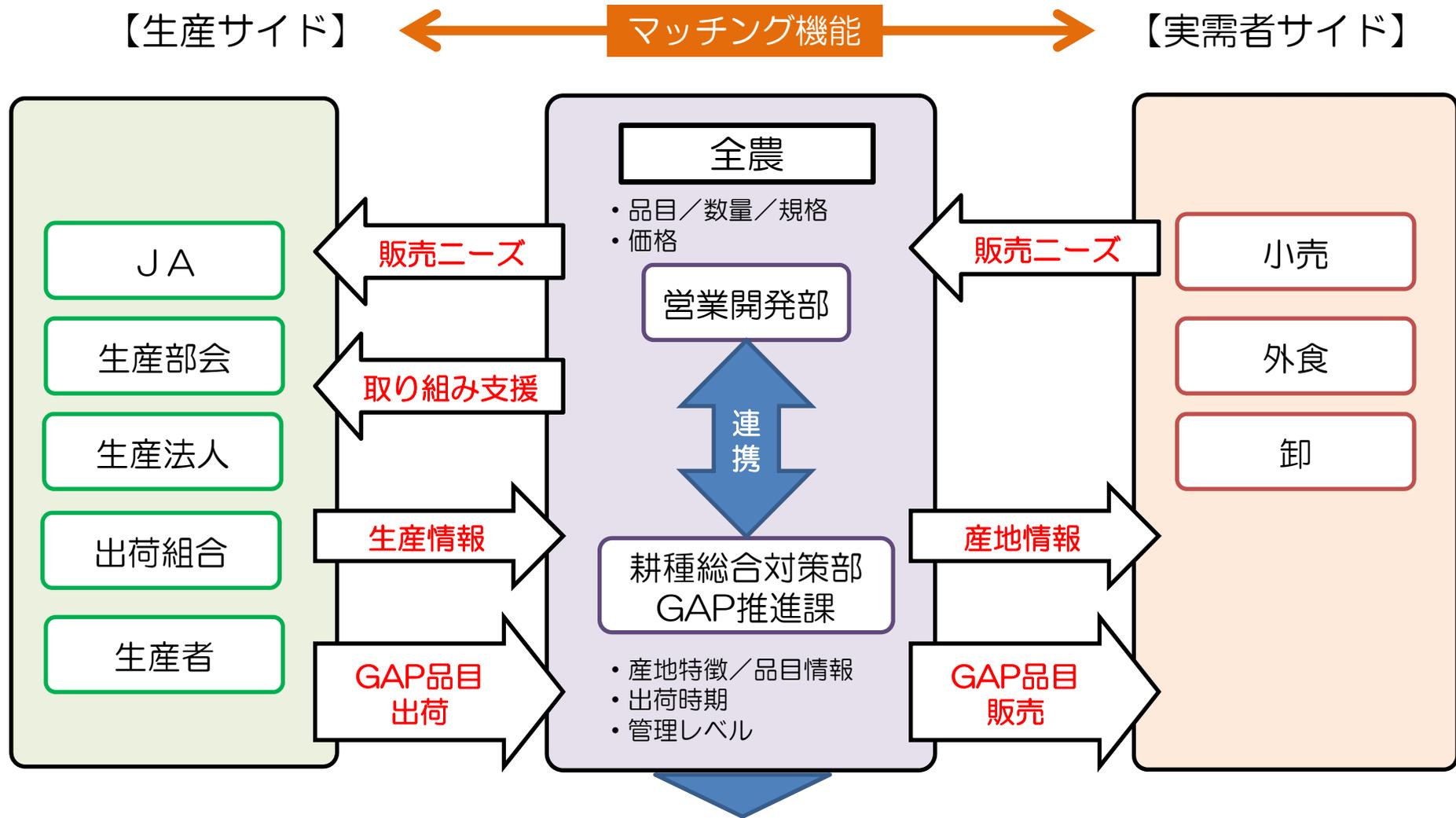
JGAP団体認証を受けたえだまめ部会の皆さん

特産のJAいみず野の黒大豆えだまめ「富山ブラック」



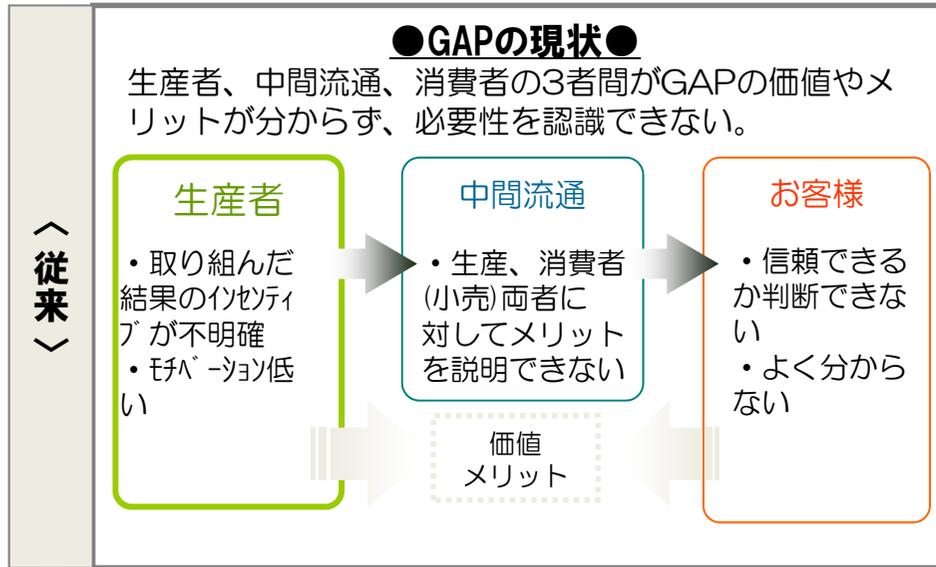
選ばれる産地として栽培技術向上だけでなく、GAPの取り組みが不可欠。

③. 実需者への供給（営業開発部の取り組み）



- 「信頼できる産地づくり」、「産地提案」による関係性を構築
- 情報活用（生産情報・実需者ニーズ）による魅力ある売り場づくり
- 成功事例を実需者・産地・全農で共有、生産振興・商品展開へ応用

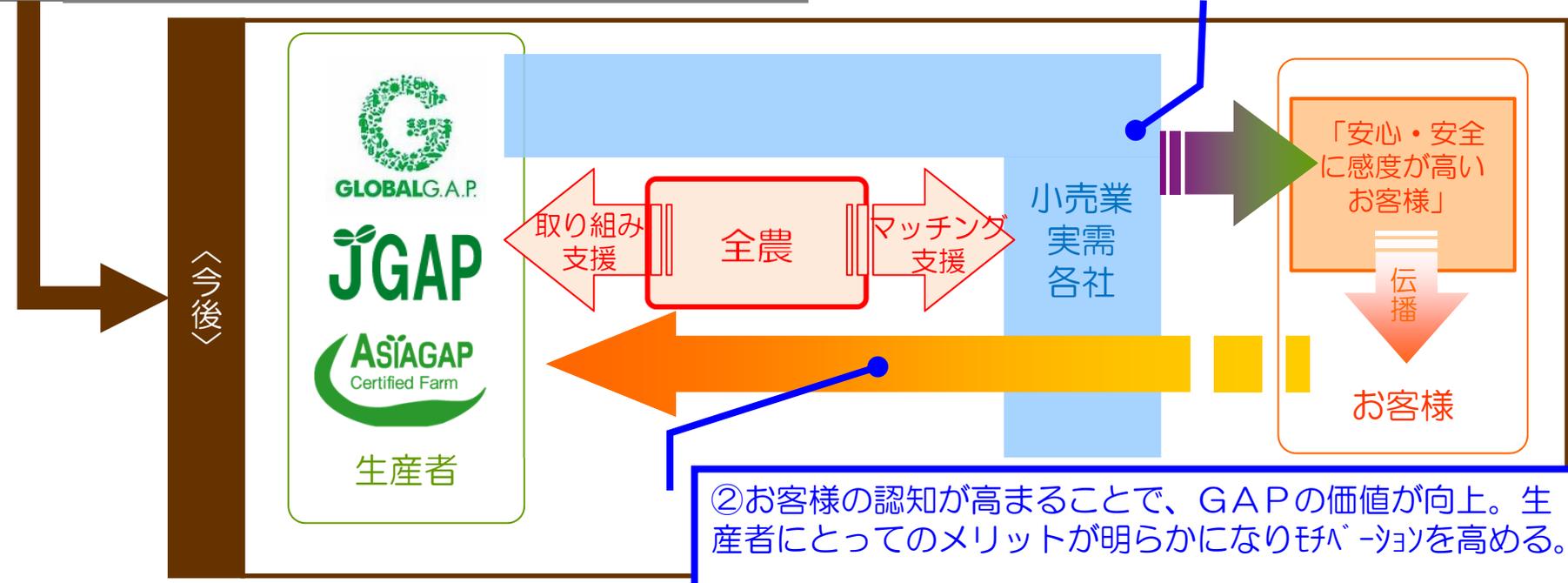
8. これからのGAP



“GAP ≠ 売れる商品”
“GAP = 信頼できる産地”

現状は上記の認識でまず広まっていくと思われるが、今後は販売の鍵になる可能性がある。

①小売り各社がリードしながら、調達基準としてGAP認証を利用していくことで、生産側に広まっていく。



②お客様の認知が高まることで、GAPの価値が向上。生産者にとってのメリットが明らかになりモチベーションを高める。