



Title	北海道青果物産地におけるGLOBALGAP導入に関する一考察：北ひびき農協蔬菜特別栽培部会を事例に
Author(s)	橋本, 直史
Citation	北海道大学農経論叢, 68, 63-70
Issue Date	2013-04-01
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/53661
Type	bulletin (article)
File Information	63-70.pdf



[Instructions for use](#)

北海道青果物産地におけるGLOBALGAP導入に関する一考察

- 北ひびき農協蔬菜特別栽培部会を事例に -

橋本直史

A Study of the Introduction of GLOBALGAP in the Agricultural Marketing of Vegetables : The Case of the Kitahibiki Agricultural Cooperative, Hokkaido, Japan

Naoshi HASHIMOTO

Summary

GLOBALGAP has been spreading worldwide since the beginning of the 2000s with the aim of ensuring the safety of agri-food systems for the benefit of all, from producers through to consumers, by large retailers. In Japan, GLOBALGAP was introduced in the late-2000s by the adoption of "Private brands" by a few large retailers.

The purpose of this paper is to examine the introduction of GLOBALGAP in the agricultural marketing of Vegetables by studying the case of the Kitahibiki Agricultural Cooperative in Hokkaido, Japan. This cooperative achieved GLOBALGAP certification in 2009 with the aim of improving sales of vegetables to large retailers. This study shows that the introduction of GLOBALGAP has resulting in an increase in the amounts of vegetables labeled Tokubetsu-saibai by large retailers; however, whether this has resulted in increased prices is not clear. On the other hand, it is known that the cost of the introduction of GLOBALGAP was high.

1. はじめに

食の不安・不信の解消が一向に進まない中で、農業生産段階における食品安全性確保の有力な方策としてGAP（: Good Agricultural Practice）への関心は高まっている。農水省は2010年にGAPのガイドラインを公表しGAP普及を政策的に推進しているが、実態は、大規模小売業（: 量販店）が独自に策定したGAP（: 量販店GAP）や、諸団体が策定したGAPの普及が事実上の標準として先行している。本稿で注目するGLOBALGAPは、発祥の地である欧州より世界中に拡大し、近年、日本の複数の量販店においても、差別化商品であるプライベート・ブランド（: PB）基準として採用され、取引産地にその導入が要請されている。

産地段階においては、減肥料・減農薬等の安全・安心型の農業生産による有利販売を指向する産地

において、量販店との取引の際に量販店GAPやGLOBALGAPの導入が進む可能性が高いと考えられる。そして、価格水準が低迷を続ける市場条件下で、農家の高齢化・農家労働力の減少が進む国内産地におけるGLOBALGAP導入はいかなる影響を及ぼすのか。

産地段階におけるGAP導入に関する先行研究は、農家のGAP導入の自己評価、リスク意識を対象とした研究（南石 [7], 福田 [12]）や、GAP導入の阻害要因に関する研究（河野・南石 [1], 田上他 [5]）が中心となっている。そして、産地の市場対応の視点からの分析は、拙稿 [9] が北海道とうや湖農協を対象にして量販店GAP、GLOBALGAP導入が産地に与えた影響を具体的に検討したのみであり、更なる検討が必要と考える。

本稿の課題は、青果物産地である北海道北ひびき農協蔬菜特別栽培部会（以下：特栽培部会）を事

例に、GLOBALGAP導入が取引面および費用・負担面に及ぼした変化を検討し、GLOBALGAP導入が産地に与えた影響について考察することである。当事例においては、2007年に北ひびき農協蔬菜特別栽培部会の設立以降、国のガイドラインに基づいた特別栽培の青果物生産を開始した。そしてその有利販売を模索する中で量販店との直接的な取引の拡大を指向し、2009年にGLOBALGAP認証を取得したのである。以下では、まず、GLOBALGAPの概要および国内産地におけるGLOBALGAP導入状況について整理する。続いて、北ひびき農協における特別栽培の取り組みとGLOBALGAP導入の経緯について示す。そして、GLOBALGAP導入による取引、費用・負担の変化、GLOBALGAP導入体制の実態を検討することで、上記の課題に接近する。

2. GLOBALGAPの概要および国内における導入動向

1) GLOBALGAPの概要

GLOBALGAPとは、欧州小売業組合（EUREP）が、食品安全確保の観点から1997年より作成を開始し、EUREPGAPの名称で2001年より運用が開始された農産物調達の基準である。以降、欧州を中心に世界中で広範に普及し、2007年にGLOBALGAPに改名された。対象品目は、青果物より始まり、穀物類、コーヒー、茶、花卉や畜産、水産物にまで拡大している。

以下では、本論との関連で可能な限りGLOBALGAPの特徴を整理する（註1）。一つに、食品安全のみならず、環境保全、労働安全、動物福祉をも包含している点である。二つに、ISO9000のように生産者の肥料・農薬等の使用や管理といった生産プロセス・行動を対象とした基準である点が挙げられる。三つに、第三者認証を採用し、また、他の主体が策定したGAPとの同等性認証制度を設定している点である（註2）。認証形態は、農家が個別的に認証を受ける個人認証と、農家のグループで認証を受ける団体認証の2形態が存在し、農協の場合は後者に該当する。四つに、数年毎に内容が更新される点が挙げられる。2007年にVer.3に更新され、以降、若干の改定が行われ、2012年度よりVer.4に移行した（註3）。

続いて、日本の量販店におけるGLOBALGAPの利用に関する特徴であるが、一つに、2000年代前半より、イオンおよび日本生活協同組合連合会が、PB等の調達基準として量販店GAPを策定する際に、GLOBALGAPをベースに用いた点である。だが、二つに、2009年頃よりイオンおよびウォルマート傘下の西友が、GLOBALGAPもしくは第三者認証のGAP取得をPBの要件に設定した点である（註4）。つまり、GLOBALGAPは、適用の対象は農家等の食品安全や環境保全等に関連した生産工程であり、国内においては一部の量販店がPBの取引要件としてGLOBALGAPを採用し、取引先の産地に導入を要請しているのである。

2) 国内産地におけるGLOBALGAP導入の推移

それでは、国内産地におけるGLOBALGAP導入の推移はどうであったか。GLOBALGAP「Annual Report」各年次によれば、日本の取得農家数は、2008年：6件、2009年：66件、2010年：88件と増加して推移した。2009年度の伸びは団体認証での取得増加によって農家数のカウントが増加した影響が考えられる。実際、北海道の青果物産地においては、本稿で対象とする北ひびき農協、とうや湖農協、丸富青果が2009年に団体認証を取得している。2010年以降は、青果物の日本向け主要輸出国である中国、韓国等でGLOBALGAP認証件数が同等性認証を含めて伸長しているのに対し、国内の取得件数は停滞状況にある（註5）。しかし、後述する有機専門業者A社によれば、近年、減肥料・減農薬等の安全・安心型の青果物生産による有利販売あるいは量販店との取引の維持を志向する産地において、GLOBALGAPへの関心が高まっており、今後、GLOBALGAP導入が増加する可能性がある。

3. 北ひびき農協における特別栽培の取り組みとGLOBALGAP導入の経緯

1) 北ひびき農協の概要

北ひびき農協は、北海道上川振興局管内北部（士別市、和寒町、剣淵町）に所在し、近隣の5農協（士別市農協、和寒町農協、剣淵農協、多寄農協、天塩朝日農協）が2004年に合併して設立された農協である。「農業センサス」各年次によれば、農家戸数は2000年の1,946戸から2010年には1,264戸

へと減少し、農業従事者に占める60歳以上の占める割合は65%に達しており、農家戸数の減少とその高齢化が進展している。

農協の総販売高は約140億から170億円台の水準で推移しており、そのうち青果物は40億円台後半、総販売高の25%から30%の割合で推移してきた(表1)。2011年度の品目別の内訳は、青果物売上33億円で、南瓜が12億円と最も多く、次いで玉ねぎ：4億円、キャベツ：4億円、馬鈴薯2.6億円の順で続き、その他の品目が10億円となっている。青果物の販売は、2004年の農協合併以後に一部の部会再編が進められているものの依然として農協合併以前の旧農協単位での販売が基調となっている。

表1 北ひびき農協における品目別販売実績の推移 (単位：億円)

	米	穀農産物	青果物	畜産物	合計	青果物 / 合計
2006	45	30	40	48	163	25%
07	41	23	40	47	151	26%
08	45	36	43	48	172	25%
09	34	23	46	49	152	30%
2010	33	18	41	46	138	30%
11	41	18	33	49	142	23%

資料：北ひびき農協資料。

2) 特裁部会の設立と動向

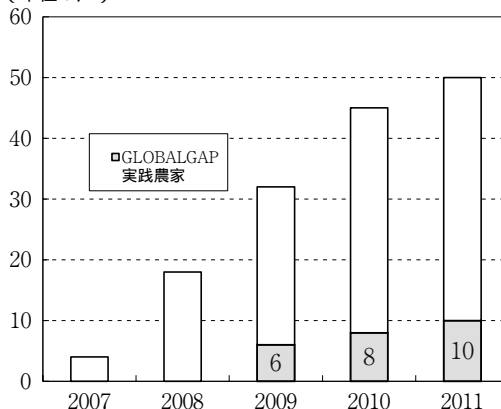
北ひびき農協野菜特別栽培部会は2007年に設立された。その経緯は、士別市の有志の農家4名がアスパラにおいて、減化学肥料、減農薬型の栽培の導入による安全・安心型の青果物生産による有利販売を模索したことである。その際、有機JAS認証も検討したがリスクの高さが障害となり、国のガイドラインである肥料、農薬を地域の慣行品の5割減で栽培を行う特別栽培を選択した。また、以前より北海道の独自基準である「YES! clean」が、JA北ひびきこだわり南瓜部会(士別市川西地区)とJA士別市生食馬鈴薯部会クリーン研究会の2部会において取り組まれていたものの、販売上のメリットを見出せない状況であった。そのため、翌2008年に「YES! clean」を中止し、これら2部会を特裁部会に吸収・合併したのである。

2007年の設立以降、部会員は増加して推移し、2011年には50名に至っている(図1)。農協によれば、部会員の地区別の内訳は2011年時点で士別：45名、剣淵：2名、多寄・朝日：3名と大半を士別市の農家が占めている。また、部会員増加の要因は、一つに、慣行品の販売が低迷する中で特別栽培品の販売が堅調に見えたことによって特別裁

培の取り組みが増加した点、二つに、2009年からの農水省の補助事業である「農地・水・環境保全向上対策」の先進的営農支援交付金の利用による南瓜(1.8万円/10a)の作付増加が挙げられた。なお、特裁部会の規約において、部会員が他の農家を特裁部会に勧誘することが禁じられており、部会への加入の際は農家自らの意思で加入する必要がある点を付記しておく。

特裁部会の取り扱い品目としては、アスパラ、南瓜、馬鈴薯、玉ねぎ、ブロッコリ、ピーマン、メロン、ニラ、ズッキーニ、ニンニクの10品目となっており、そのうちブロッコリ、メロン、ニラの3品目においては大手量販店C社のPBの栽培基準が導入されている。2011年時点での作付面積は栽培前の計画時点で合計250haに至っている。

(単位：戸)



資料：農協への聞き取り調査より作成。

図1 特裁部会農家数の推移

3) 特別栽培青果物の流通の特徴

図2に特別栽培青果物の流通経路を示した。有機専門業者A社(以下A社)および専門商社B社(以下B社)を通じた、卸売市場を介さない特定販売先の量販店との直接的な流通であることが特徴である。なお、特定販売先とは、産地の取引先であり、PB等の独自の商品差別化・販売戦略においてGAPを導入・策定している小売業を指す。A社はGAP普及に関する講習会の開催に始まり、産地への量販店GAP、GLOBALGAP導入を支援している。B社は農協・農家との価格や栽培基準等の取引条件の交渉や、かつ、特定販売先のC、D社以外の販路開拓も行っている。

産地とA社、B社との関係は次の通りである。

B社との取引は、旧士別市農協時代より20年来にわたり行われており、B社を通じたD社との取引が存在していた。そして、上述のJA北ひびきこだわり南瓜部会において、若干ながら存在した量販店C社との取引をPBとして本格化することを2007年頃に模索し始め、その際にPB要件を満たすかどうか監査に訪れたA社との関係が形成されたのである。

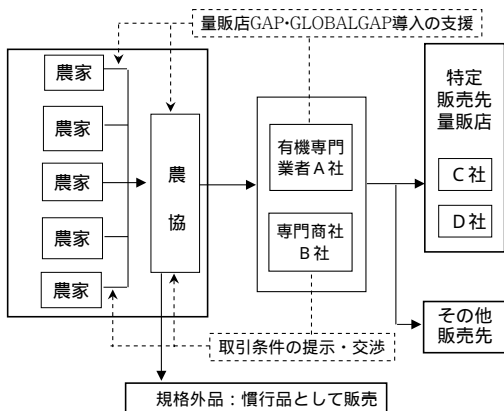


図2 北ひびき農協における特裁青果物の流通経路と中間業者の役割

4) GLOBALGAP導入の経緯

2009年のGLOBALGAP取得に至る経緯は、GLOBALGAP等の第三者認証のGAP取得が量販店C社のPB要件に掲げられる事をB社より知らされ、特裁部会の農家を中心となってGLOBALGAP取得を決定したことである。その目的は、一つに、特裁品の有利販売実現を目的とした量販店C社との取引の本格化であり、二つに、国内では殆ど取得例がないGLOBALGAP取得によって産地の知名度の向上を目指した点である。C社、D社が個々に要求する量販店GAPへの対応が煩わしい点も関係している。前掲図1の通り、GLOBALGAP実践農家数は2009年の6戸に始まり、2011年には10戸に至った(註6)。特裁部会におけるGLOBALGAP実践農家以外の40戸は量販店GAPを実践している。

4. GLOBALGAP導入が産地の取引および費用負担に及ぼした影響

1) 特裁品の取引の動向

(1) 取引量の動向

表2に2011年度の主要な特別栽培青果物の集荷・

販売状況を示した。特裁部会員50名中、南瓜の作付が31名、次いで馬鈴薯：21名、ブロッコリ：20名の順で作付が多い。最終販売先は、特定販売先のC社、D社が玉ねぎを除く全て品目となっており、アスパラではC社、D社以外の大手通販E社、百貨店D社、関東圏量販店とも取引が行われている。

農協担当者によると、GLOBALGAP取得以降、1社当たりの取引量が増加傾向にあり、C社の取引要求数量はGLOBALGAP取得以前の5倍程度にまで増加し、集荷量の確保が課題となっている(註7)。そして、特裁品の販売額は合計で約5億円に達している。

以下は、特定販売先以外への取引の動向についてである。B社によれば、一つに、A社と協力して他の販路確保を行っている点、二つに特定販売先以外の小売業のバイヤーはGAP・GLOBALGAPを理解していないと思われるが、トレーサビリティ機能の充実、クレーム対応が万全であり、かつ安全・安心型の商品であることから取引が成立しやすく、販売先が拡大している点、三つに、夏にB社の取引先を産地へ連れてきて販売促進を行っていることが挙げられた。以上の通り、GLOBALGAP導入以降、特裁品の販売が拡大しているのである(註8)。

表2 特裁青果物主要品目の集出荷と販売先の概要(2011年度)

	集出荷形態	人数	面積 (ha)	出荷量 (t)	最終販売先
アスパラ		12	2.8	34	C社・D社・大手通販E・百貨店G・関東圏量販店
南瓜		31	52.0	520	C社・D社
玉ねぎ		3	9.5	285	D社
馬鈴薯		21	38.7	1,045	C社・D社
(ブロッコリ)		20	51.0	357	C社・D社

資料：農協への聞き取りより作成。

註1)：数値は全て実績値。

註2)：集出荷形態は、 共選共販、 個選共販

(2) 取引価格の変化

次に、B社と産地間の取引価格の変化について検討する。表3は、2008年および2011年度の特裁青果物の取引価格について示したものである。2008年度に比べ、2011年度は全ての品目において若干の上昇が見られるものの、両年の卸売市場価格を基準とした価格の指数からは大幅な変化は読み取れない。

産地とB社の価格交渉は、毎年春にB社と農協

表3 特裁青果物各品目の平均単価の変化および卸売市場価格との比較

(単位:円/kg,%)

	実数					指数				
	札幌中央卸売市場		北ひびき農協			札幌中央卸売市場		北ひびき農協		
			慣行品	特別栽培				慣行品	特別栽培	
	2008年 (A)	2011年 (B)	2011年 (C)	2008年 (D)	2011年 (E)	2008年 (A/A)	2011年 (B/B)	2011年 (C/B)	2008年 (D/A)	2011年 (E/B)
アスパラ	938	1,117	700	1,200	1,400	100	100	63	128	125
南瓜	94	117	100	100	135	100	100	86	107	116
玉ねぎ	61	81	75	75	93	100	100	92	123	114
馬鈴薯	70	82	80	80	100	100	100	98	115	122
ブロッコリ	309	335	367	-	373	100	100	110	-	111

資料:農家・農協へのヒアリングおよび札幌中央卸売市場HPより作成。

註1):卸売市場価格は、各品目の出荷期間中の札幌卸売市場の価格(加重平均値)である。

註2):特別栽培価格は精品のみの値であり、年間平均の概算値。

担当者、農家の間で行われ、出荷期間中に市況が大きく変動した際は、若干の変更が行われる。B社の提示する取引条件の特徴として、一つに、全品目において出荷規格毎の価格差を解消する方向で価格の提示が行われている点が挙げられる。例えば、南瓜においては3玉から10玉の規格のうち中心規格である4~8玉の規格の価格を同一に設定しており、規格間の価格差を無くすことで、農家の出荷へのインセンティブを高めることを図っている。しかし、二つに、B社によると、GAP導入によって農家の経営コストが削減されたと見ており、また、小売段階における店頭価格の引き下げ競争が常態化している下で販路の更なる拡大を見込むには、産地との取引価格引き下げの必要性を認識している。

そして、GLOBALGAP実践農家によれば、B社との取引は価格の安定性と慣行品の卸売市場出荷と比べて手数料が1割程度低いことがメリットであり、価格水準は卸売市場の相場が高い場合の価格帯であるが、他方、GLOBALGAP導入に伴う追加費用分は考慮されておらず、単収・精品率向上の必要性を認識している(註9)。つまり、GLOBALGAP導入は、取引価格面では価格水準の維持に留まっており、また、その大幅な上昇の可能性は少ないと言える。

2) 農協を中心としたGLOBALGAP対応体制

農協のGLOBALGAPへの対応は、特別栽培およびGAPを専門に担当する青果2課が担当している。特別栽培の販売が増加する中で農家からの専門部署の設立の要望を受けて2010年に設立され、職員数は30代2名、20代1名の3名体制となっている。農協職員によれば、GLOBALGAP導入に伴い業務量は以前の3倍程度に増加したが、2011年時点では、導入当初に比べて業務の遂行が可能になった

点、他方で、GLOBALGAP導入農家が現在の10名から20名へと倍増した場合、業務量が飛躍的に増えるため現行の職員3名体制での業務遂行が困難となる可能性も挙げられた。

GLOBALGAPの認証は団体認証の形態で臨んでいる。農

協と農家で一つのグループを形成する必要があり、農家の費用、労力面での負担は若干軽減されるが農協の負担が増加する。そして、一つの組織体として人員配置を行う必要があり、当グループではグループマネージャー、内部検査員、内部監査員、農家指導員の4名を配置している(註10)。このうち、は農協の青果2課の係長が担当しているが、およびはA社の職員、は上川農業改良普及センター土別支所の農業改良普及員、となっており、人員の資格要件の問題もあって外部の関係機関に依存せざるを得ない状況である。また、A社の職員は、産地へのGAPの周知・普及に始まり、認証審査に際して認証機関との審査に関わる条件・水準の交渉も行ってきた。すなわち、A社抜きでは認証取得は不可能であったと考えられる程、GLOBALGAP認証取得に重要な役割を果たしたのである。

今後、農協のGLOBALGAP対応に際して想定される問題点を挙げておく。一つに、2013年以降、A社は他の全国の諸産地へのGLOBALGAP導入の支援の強化を予定しており、A社の支援が従来ほどは望めそうになく、農協独自で問題に対処する必要性が増加する点である。二つに、IPM(総合的病害虫管理)等の農家段階における要求事項・水準の変更の如何によっては、農協の負担が強まる点である。すなわち、現在、農家への技術指導・支援を担う上川農業改良普及センターはJ-GAPを軸に据えており、当センターの指導内容とGLOBALGAPの要求の間で齟齬が生じた際は、農協独自で対応を迫られる可能性がある。

3) GLOBALGAP認証に伴う費用負担の変化と特裁部会員の意向

(1) 費用負担の変化

表4に、GLOBALGAP認証に要する費用を示し

た。土壌検査は55万円、残留農薬は50万円、水質検査は3万円であり、これらの合計108万円は農協が負担している。審査・認定費用は、認証機関へ支払う審査料、交通費、認定料等の合計で約150万円であり、GLOBALGAP実践農家のみが負担していることが特徴である。上記の費用以外には、2010年度に、選果場のリスク管理向上を目的とした選果施設における異物混入防止、衛生管理、労働安全等の向上のための飛散防止の蛍光灯、防虫ネットの導入、トイレの改修等への多額の費用の負担が行われた。

認証審査は認証機関であるSGS-JAPANが実施している。認証審査は毎年受ける必要があり、当産地では11月に2日間にわたって行われている。また、本審査とは別に、審査の48時間前まで産地に通知が行われない抜き打ち審査が8月に実施されており、実質的には年に2回の審査となっている。GLOBALGAP実践農家が増加すれば、審査日数が増加し、審査・認定に関する費用が増加する。そして、認証審査の問題点として、審査員により審査のポイントが若干異なっており、審査への対応に苦慮する点を指摘しておきたい。このように、GLOBALGAP導入によって費用負担が強まっている（註11）。

表4 GLOBALGAP認証に要する諸費用および内訳（2011年）

内容	検査機関	金額	内訳
土壌検査	・エアウォーター株式会社 ・ホクレン農業総合研究所	55	・南瓜：ヘブタクローラ検査 ・馬鈴薯：線虫検査（無料） ・圃場の土質分析
農薬検査	・ホクレン農業総合研究所 ・㈱日本エコテック	50	・出荷前に実施
水質検査	・北海道薬剤協会 ・エアウォーター株式会社	3	・5 検体程度
審査・認定料	・SGS-JAPAN	150	・審査・認定料、旅費等 ・GLOBALGAP実践農家のみが負担
合計		258	

資料：農協への聞き取り調査より作成。
 註）：土壌検査の金額は、国の補助事業である「消費安全対策事業」による助成を考慮した値。

(2) 特裁部会員の意向

最後に、GLOBALGAP実践農家5名へのヒアリングより、GLOBALGAP導入の成果に対する評価および特裁部会の今後の展望について若干述べておく（註12）。まず、特裁部会設立以来の主要メンバー2名（部会長・副会長）は、GLOBALGAP導入による販路の確保、価格の維持等の販売面における成果を認識しており、認証費用の追加費用を補填する意味でも特裁部会員の単収の向上に結

実する技術交流の必要性を部会の課題として挙げている。他方、2011年にGLOBALGAPを開始した2名は、両名とも既存のGLOBALGAP実践農家の取り組みレベルが高いことから実践の開始を1年延期しており、また、GLOBALGAP実践、認証費用の負担による販売面のメリットは認識していなかった。メンバー間でGLOBALGAPの成果に対する認識の差がある可能性を指摘しておきたい。

特裁部会の今後の展望についてである。GLOBALGAP実践農家以外の40戸の特裁部会員においては、新たに自らGLOBALGAPに挑戦する雰囲気は見られないことが聞かれた。他方で、農協職員によると、農協管内の士別市以外の地区においてもGLOBALGAPに関心を示す農家が増えている。仮に、それらの農家が特裁部会に入りGLOBALGAPを実践するならば、農協の広域合併によって支所機能が低下・消失する中で、情報提供、支援面で困難が生じる可能性が高いことが挙げられた。

5. おわりに

以上、北海道北ひびき農協蔬菜特別栽培部会を対象に、GLOBALGAP導入が産地に与えた影響について、取引面、費用負担面の変化を中心に検討してきた。まず、GLOBALGAPの概要および国内産地における導入動向を整理した。国内の一部の量販店がGLOBALGAPを2009年にPBの取引要件に掲げた。産地サイドではその導入が進んでいない現状であるが、GLOBALGAPへの関心が高まっている点を指摘した。北ひびき農協におけるGLOBALGAP導入の経緯は、旧士別市農協管内の農家を中心に設立された特裁部会において、特別栽培青果物の有利販売の実現を模索する中で、量販店とのPBとしての取引の本格化を目指した対応であった。そして、取引面、費用負担面の変化を検討した結果、特定販売先の量販店を中心とした販路形成・拡大には結びついたが、販売価格の上昇には反映されない中で、産地における費用負担が増加した点が明らかとなった。

そして本稿から示唆されるのは、一つに、GLOBALGAP導入に際して、GAPの理解より認証審査に至るまでA社の支援が不可欠であったと考えられる点である。しかし、二つに今後は農協、農家が自力でGLOBALGAPに対応する必要が高ま

り、その際、農業改良普及センター等の関係機関との連携強化が必要と考えられる点である。事実、2012年度にGLOBALGAPのVer.4への更新や、量販店の要請によってGLOBALGAP実践農家以外の審査の強化等、共販体制の負担の増加は留まるところを知らない。そして、三つに、GLOBALGAP認証の継続を可能としている理由として、販売面のメリットのみならず農協職員とGLOBALGAP実践農家との信頼関係が大きいと考えられる点を挙げておきたい。

今後、安全・安心型の商品差別化を行い量販店との取引を志向する産地でGLOBALGAPが導入されていくことが想定される。そして、世界的にもGLOBALGAPが伸長し、また、安全・安心に関する諸規格の策定・普及が急速に進む中で、国内産地においても当然のように導入を迫られていく可能性もある。現状のGAP普及のあり方を、産地への費用負担を軽減しつつ諸種の支援を充実する方向で再考する必要がある。

註)

- (註1) GLOBALGAPの概要は、田上[4]、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社[13]、上川農業改良普及センター[2]や、橋本[9]を参照されたい。
- (註2) GLOBALGAPも量販店が策定を行った点では量販店GAPと言えるが、量販店GAPは第三者認証を採っていないため、本稿では区別する。
- (註3) Ver.4の変更点は多岐にわたるが、対象事例の農協職員によると、水質検査の強化、検査員資格要件(学歴)、農薬庫の耐火性の向上、圃場周辺の生態系保全、選果場の整備、段ボールへのGLOBALGAPの表示が認可、が主要な変更点として挙げられた。
- (註4) 西友はGLOBALGAPの認証取得の要求は明言していないが、GLOBALGAP基準に基づいた監査を行っている。なお、イトーヨーカ堂はJ-GAPを推進しており、量販店の戦略の違いが背景にあると考えられる。西友に関しては以下のURLを参照されたい。
URL:<http://www.seiyu.co.jp/company/sustainability/activity/customersupplier.php>
- (註5) 認証機関の審査員への聞き取りによる。取得の大半が青果物である。
- (註6) 2011年度のGLOBALGAPメンバー10戸中、4戸が温根別地区、3戸が川西地区と、両地区で

メンバーの大半を占め、残り3戸も士別市内の農家である。2011年度より自発的に農家が加入し、2012年度は士別市以外の剣淵町の農家1戸が新たに加入した。

- (註7) 増加する需要への対応として、専門商社B社が2012年度より南瓜の栽培要件を親づる一本仕立てのみから子づる可へと緩和し、数量の確保に努めている。
- (註8) C社は以前は産地への訪問がなかったが、近年は年間20~30回ほど視察に訪れ、D社も年1回から年間5、6回に増加している。
- (註9) 上川農業改良普及センター士別支所へのヒアリングによると、特別栽培取り組み農家の単収水準は慣行品より高く、GLOBALGAP実践農家はトップレベルに達している。
- (註10) 橋本[9]も参照されたい。
- (註11) 認証取得以降も、量販店C社はGLOBALGAP実践農家以外の特裁部会員40名への監査を強化している。
- (註12) 5名とも旧士別市農協管内の農家であり、GLOBALGAPは2名(：部会長、副会長)が2009年より、1名(：品目代表者)が2010年、2名(：30代の若手)が2011年より開始している。

引用・参考文献

- [1] 河野靖・南石晃明(2011)「GAPの動向と課題(11) 愛媛県におけるGAPに対する関係者の認識と導入阻害要因」、『農業および園芸』86(11), pp.1107~1112.
- [2] 上川農業改良普及センター(2011)『JGAP導入の手引き 新たな時代の農場マネジメント手法』, 北海道上川総合振興局産業振興部.
- [3] 木立真直(2009)「小売主導型食品流通の進化とサプライチェーンの現段階」日本フードシステム学会『フードシステム研究』第16巻第2号, pp.31~44.
- [4] 田上隆一(2008)『新版GAP入門 - 食品安全と持続的農業生産のために -』, GAP普及センター.
- [5] 田上隆一・日野赤彦・田上隆多・南石晃明(2009)「日本におけるGAP実施の実態と今後の問題点 - 栃木県における実態調査の分析 -」農業情報学会『農業情報研究』18(4), pp.199~208.
- [6] 中嶋康博(2010)「GAPの機能と国際的要素」日本フードシステム学会『フードシステム研究』第17巻第2号, pp.76~83.
- [7] 南石晃明(2012)「食料リスクと次世代農業経営 - 課題と展望 -」, 日本農業経済学会『農業経済

- 研究』第84巻第2号, pp.95~111.
- [8] 新山陽子(2010)「食品安全のためのGAPとは何か」『農業と経済』第76巻第7号, 昭和堂, pp.5~15.
- [9] 橋本直史(2012)「国内青果物産地における量販店GAP導入・進展の影響に関する考察 - 北海道とや湖農協を事例として - 」,『農業市場研究』, 第21巻第2号, pp.9~19.
- [10] 原距彦(2005)「産地における量販店とのGAPの取り組みと課題」 斉藤修編『青果物フードシステムの革新を考える』農林統計協会, pp.39~52.
- [11] 久野秀二(2008)「多国籍アグリビジネスの事業展開と農業・食料包摂の今日的構造」農業問題研究会編『グローバル資本主義と農業』筑波書房, pp.81~127.
- [12] 福田晋(2011)「GAPに対する農家意識と支援システム - 青果物を対象として - 」, 南石晃明編『食料・農業・環境とリスク』, 農林統計出版, pp.239~251.
- [13] 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社(2009)「適正農業規範の普及と農産物輸出促進に関わる可能性と影響調査」(農林水産省補助事業 農林水産物等輸出課題解決対策 2009年度)
URL: <http://www.murc.jp/gap/index.html>