HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	北海道野菜産地におけるGLOBALGAPの取り組み ： 2農協における取引への影響と問題点を中心に
Author(s)	橋本, 直史
Citation	フロンティア農業経済研究, 18(1), 19-34
Issue Date	2015-02-28
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/66047
Type	journal article
File Information	18-1-5_hashimoto.pdf



Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

〔フロンティア農業経済研究　第18巻第1号　2015.2〕

［論文］

北海道野菜産地におけるGLOBALGAP の取り組み
－2農協における取引への影響と問題点を中心に－

北海道大学大学院農学研究院 **橋 本 直 史***

The Introduction and Impact of GLOBALGAP on Vegetable Marketing: A Case Study of Two Hokkaido Agricultural Cooperatives

Naoshi Hashimoto*
Research Faculty of Agriculture, Hokkaido University

Summary

The purpose of this paper is to discuss the introduction of and to clarify the impact of GLOBALGAP (good agricultural practice) standards on the marketing of vegetables. Two Hokkaido agricultural cooperatives, Toya Agricultural Cooperative and Kitahibiki Agricultural Cooperative, are taken up as case studies.

An emphasis on food-safety standards has become common in Japan, as it has in other countries. Although there are only a small number of farmers in Japan who have secured GLOBALGAP certification, it may become necessary for more of them to do so in the near future. On the other hand, due to the falling prices of many crops, increased competition from imports, and changes in the distribution system, the overall number of farmers in Japan has been decreasing.

This study offers a general introduction to GLOBALGAP, including its historical development, its objectives as well as the circumstances and goals of the various GAP measures being introduced in Japan. As the results of the case studies of the two Hokkaido agricultural cooperatives indicate, although large-scale retailers have increasingly demanded GLOBALGAP standards for vegetables, the impact of GLOBALGAP practices on prices is not yet clear, even though the costs that accompany the introduction of GLOBALGAP measures have increased. As for the introduction of GLOBALGAP in Japan, the need for more support from the public sector was borne out.

Ⅰ　はじめに

食品流通の高度化・複雑化およびグローバル化が進展する下で、食中毒や残留農薬の問題等の事件・事故が頻発し、食品の安全性の確保が先進諸国の喫緊の課題となり、農業生産段階の安全性を確保する有力な手段としてGAP（Good Agricultural Practice）が注目され、日本においては2000年代中葉以降、産地への普及が進んできた。

しかし同時に、GAPとは「農業生産者が適切な農業活動を行う手法」であることは理解されているものの、その目的が食品安全・環境保全・労働安全・動物福祉の多面性を有し、かつ策定主体も行政である農水省・自治体や、民間の大規模小売業（：量販店）など様々であり、GAPの目的・認識を巡る混乱も存在すると見受けられる(注1)。

本稿においてはGLOBALGAPに注目する(注

*Corresponding author : hashimoto.naosi@tokushima-u.ac.jp（現：徳島大学）

[2]。その理由は、世界的に普及がみられ、かつ日本においても一部の量販店がプライベート・ブランド（：PB）の調達基準として採用しており、北海道の安全・安心型の野菜流通の今後を展望する上でも、経済的に大きな問題を孕んでいると考えられるからである。すなわち、野菜価格が低迷し産地の衰退が進行する下で、安全・安心型の生産による有利販売を目指す産地におけるGLOBALGAP導入は取引や共販体制に如何なる影響を及ぼすのか、である。

GAP、GLOBALGAPに関連した研究は国内外問わず活発化している。小売段階における量販店の寡占化が進みGLOBALGAP導入の実態が先行した欧米では、近年、欧米の農村社会学において、量販店を中心とした民間セクターによるGLOBALGAPを含めたプライベート・スタンダードの導入の功罪についての議論が活発化しており、量販店による食料・農業セクターの統治（ガバナンス）の妥当性、途上国の先進国市場への参入障壁の問題、小規模生産者への影響、環境保全等の農業の持続可能性、への評価に焦点が当てられている(注3)。

日本においては、一つに、産地段階におけるGAP導入の方策・課題に関する研究が行われている。農家の意識・行動の変化をもとに、食品安全のリスク管理の観点から検討した南石[25]、福田[7]や、産地におけるGAP導入の阻害要因を分析した河野・南石[25]、田上他[9]がある。

二つに、流通論的には、小売主導型流通をサプライチェーンとして捉えた木立[19]があり、製品政策におけるPB導入を小売業者による生産関与、GAP含むGP（Good Practice）導入を品質概念の拡張と捉え、付加価値型サプライチェーンへの転換と評している。

これらの成果より学ぶところは大きいが、取引や産地への影響について実態に基づいて検討する研究が不足している。拙稿[9]、[10]が、とうや湖農協および北ひびき農協を事例に、GLOBALGAP導入への過程、量販店と産地の関係性等について実態調査より分析してきたところであるが、産地の実態に基づいた研究は今後も必要と考える。

本稿の課題は、北海道の野菜産地におけるGLOBALGAP導入が及ぼした影響について、販売の成果や取り組み体制・費用負担の変化より明らかにすることである。GAPを食品安全、環境保全、労働者の安全・福祉等を目的とした「農場保証制度」と規定しておく。以下では、まず、GLOBALGAPの概要および近年の世界的な展開状況とその背景を概観する。続いて、農水省と量販店によるGAP導入の経緯・目的を踏まえ、北海道におけるGAP導入の動向を示す。そして、GLOBALGAP認証を取得したとうや湖農協および北ひびき農協における販売面・費用負担等についての実態を検討することで、上記の課題に迫ることとする。

（注1）田上［31］は日本におけるGAPの理解の混乱は、食品安全として認識された点、翻訳に際し、"Code of"を省略した点にあることを指摘している。新山［26］も混乱状況を指摘している。

（注2）GLOBALGAPは2007年にEUREPGAPから名称変更した。本稿においてはGLOBALGAPで統一する。GLOBALGAPは量販店作成の量販店GAPであるが、第三者認証を採るため区別した。

（注3）欧米の農村社会学においては、プライベート・スタンダードへの注目が高まっていると考えられる。また、ハリエット・フリードマン[13]や、研究動向を詳細に整理している久野[16]も参照されたい。

Ⅱ GLOBALGAPの概要と近年の展開

1.GLOBALGAP の概要

1) 欧州におけるGLOBALGAP 策定の経緯

まず、欧州におけるGLOBALGAP策定に至る経緯について確認する(注4)。一つに、GAPが悪化する農業の環境問題への規制として導入され、農家に普及した点が挙げられる。1990年以降、行政により農家に対する土壌・水・農薬使用等に対するGAPが順次作成された。以降、欧州の共通農業政策（CAP）における環境保全型農業に関する規制として機能し、GAPに関する営農指導の充実化とともに、2005年には農家への直接支払いのクロスコンプライアンス要件として義務化された。二つに、食品安全問題に対する対策としてGAPの認証制度が各国の政府や関係機関等により策定された点である。例えば、1990年にはSwiss GAP、1991年には、イギリス：Assured Produce、ドイツ： QS-GAP、オーストリア：AMAGAPが策定された。しかし、三つに、各国の基準がバラバラであり、量販店にとっては円滑な取引や品質管理の障害となった点が挙げられる。そのため1997年に、取引の合理化を目的に主要な量販店が欧州小売業組合（：EUREP）を結成し、共通の取引基準としてGLOBALGAPの策定を開始した。つまり、農業段階では環境保全型農業におけるGAPの位置付けが確立しつつ、その上でGLOBALGAPは小売業界による商品調達の基準として作成されたのである。

2) GLOBALGAP の構成と認証の特徴

GLOBALGAPは、1997年より策定が行われ2001年に認証が始まった。対象品目は青果物に始まり、穀物、花卉、コーヒー、畜産、水産（養殖）と順次拡大してきた。その内容は、農場認証の規準文書IFA（：Intergrated Farm Assurance）が規定し、認証制度の運営規則、関係者の資格要件、様々な契約ごとを定めた①総合一般規則:GR（：General Regulation）と、②管理点および適合規準（CPCC：Control Point & Compliance Criteria）で構成されている。CPCCには、HACCP的な概念が導入されている。すなわち自然を対象とする農業生産においては、工場のように閉鎖的な環境においては管理点を定めて管理を行うことは不可能であり、CP（：管理点）を定め、危害要因に対する予防方法をCC(：適合基準)として定めている。なお、IFAにはバージョンがあり、2011年にVer.4 が公開された。これらを基にチェックリストが作られる。この中に、肥料・農薬の使用・保管や選果工程、トレサビリティ、衛生管理、作業者の安全・健康管理等が含まれる。項目は総数で374項目あるが、実質的にはQMSで約100項目、AFからFVで100項目、合計で200項目程度である。各モジュールのうち、上位項目は100%クリアー、下位項目においても95%を満たす必要がある。

認証形態は、個人認証とグループ認証の2 種類がある。特に後者においては組織管理のための品質マネジメントシステム（QMS：Quality Management System）の構築が必須となる。ISO9001と同様に、認証機関が組織の運営・管理体制を審査する。

認証の特徴は、民間ベースの第三者認証を採用している点である。なお、認証とは、"製品、プロセス、サービスが規格、特定の要求事項（基準・標準・規定）に適合していることを第三者によって文書で保証する手続き"のことを示し、認証機関はGLOBALGAPからの認定と、ISOガイド65の要件を満たす必要がある（注5）。有機JAS制度の2005年の改正で認証機関の要件にISOガイド65が課せられたのと同様に、欧州の市場統合を受けた円滑な流通の促進を目的とした「ニューアプローチ指令」、「適合性評価」の導入や、各国の貿易障害の撤廃、世界的な貿易自由

化の推進をテーゼとする1995年のWTO／TBT協定の方針に沿ったシステムであることが関係している。

2. GLOBALGAP取得数の増加とその背景

GLOBALGAPの取得数は2001年の認証開始より増加し、2011年12月時点で世界合計で11.2万件に達している（表1）。また、GLOBALGAP「Annual Report2011」によると、認証の地域的分布は地域的にはヨーロッパ：74%、南北アメリカ：11%、アジア：9%となっており、団体認証が7割、個人認証が3割となっている。

日本においてはGLOBALGAP取得数が停滞している一方で、日本向けの野菜輸出国である中国、韓国においてGLOBALGAPの取得が伸長しており、内訳は青果物が過半を占めていると考えられる。

GLOBALGAP認証数増加の背景としては、一つに、ベンチマークすなわち同等性認証制度の存在がある。2011年にはベンチマーク数がトータルで23うち16が青果物となっている。アジアではCHINAGAP（中国）、aT-GAP（韓国）、THAI-GAP（タイ）が取得しており、特に前者2者は、国を挙げたプロジェクトで取り組まれている(注6)。

二つに、各国に設けられるNTWG（National Technical Working Group）によって、国毎に異なる慣習等とGLOBALGAPの要求事項との間の調整作業が行われ、各国におけるGLOBALGAP導入を促進している点も見落とせない。

三つに、食品小売業や食品製造業を中心とした食品関連業界フォーラムによる自主標準（：プライベート・スタンダード）の策定とその影響力の増大、具体的には、GFSI（：Global Food Safety

表1　主要国におけるGLOBALGAP認証数の推移（欧州・オセアニア・アジア）

（単位：件数、%）

	2007年12月 (A)	2009年7月 (B)	2010年10月 (C)	2011年12月 (D)	変化率 2007年：100 (D/A)	青果物のみ 2012年8月 (参考)
世界合計	81,163	94,480	102,586	112,576	139	97,361
スペイン	9,113	16,498	20,883	25,923	284	15,919
イタリア	12,875	16,922	18,353	15,892	123	19,508
フランス	2,278	2,673	3,009	3,737	164	3,893
イギリス	79	1,795	50	55	70	4
ドイツ	5,464	8,271	8,571	8,997	165	3,465
ギリシャ	13,967	12,110	11,193	12,414	89	10,952
オランダ	4,774	5,581	5,510	5,288	111	5,125
アメリカ	279	348	360	470	168	900
カナダ	24	21	43	40	167	19
オーストラリア	205	113	108	143	70	152
ニュージーランド	1,653	1,691	1,661	1,639	99	1,506
日本	6	66	88	20	333	16
中国	271	272	254	280	103	177
韓国	-	1	46	169	-	282
タイ	1,084	923	595	263	24	396
ベトナム	5	66	305	258	5,160	185
フィリピン	-	1	5	5	-	8
台湾	93	54	65	3	3	0

資料：GLOBALGAP「ANNUAL REPORT」各年次およびGLOBALGAP資料より作成。
注1）：（A)から（D）の値は青果物、花卉、畜産等を含めたトータルの値。
注2）：ベンチマーク込みの値である。
注3）：日本の2011年12月時点の"20"は集計ミスの可能性がある。認証機関の担当者によれば、取得数は前年と殆ど変化がないとのことである。

Initiative）による2009年のGLOBALGAPの承認スキーム化が挙げられる(注7)。GFSIは、国際食品小売業団体（：CIES）の食品安全に関するワーキンググループであり2000年に設立された。2009年にCIESはTCGF（：The Consumer Goods Forum）に発展し、そのプレゼンスがより一層高まったと考えられる。

2012年現在、TCGFには世界計650社、日本からは大手の小売業、食品製造業、総合商社等、計73社が加盟している。GFSIの目的は、食品業界における食品の安全性確保の向上と安全性確保に関わるコストの削減による効率的な商品流通の実現にある。2012年9月時点でGFSIは、食品製造段階を対象にした6スキーム（：BRC、IFS、GRMS、FSSC22000、BAP、SQF2000）および、一次生産段階（農場段階）を対象にしたGLOBALGAP、SQF1000、CanadaGAP、PrimusGFSの4スキームを承認している。なお、スキームとは規格＋マネジメントシステムをさす。

GLOBALGAPは2009年にGFSIに認定された。その背景には、2007年のテスコ（英）のアメリカ進出など小売業の多国籍な展開、2008年のウォルマート（米）のPB調達におけるGFSI承認スキームの採用の宣言など、企業によるGFSIスキームの採用増加がある。GLOBALGAPは、普及地域・認証件数からみて一次産品４スキームの中でも特に中心的なポジションを占めていると考えられ、また、SQFと間においてスキーム間の整合化、認証の共通化が模索されている点も見落とせない。

以上のように、GLOBALGAP広くはプライベート・スタンダードが世界的に浸透しつつある下で、今後、日本の食品関連企業が取引の前提として取引先にGLOBALGAPを要請していけば、主要な日本向け野菜輸出国において規格取得が進む中で、国内野菜産地においてもGLOBALGAP認証取得が要請されていくことが想定される。

（注4）以下の記述は、田上[31]、[33]を参照した。

（注5）中嶋［23］に詳しい。なお、GAPとは管理点と適合基準を基に認証を行い認証機関の認定にはISOガイド65が用いられている点では製品認証だが、GAPの目的が食品安全のみならず、製品品質では対応できない環境保全、労働安全確保を有していることから、プロセス品質の枠組みで対応しており、製品規格とマネジメントシステムのミックスではないか、と指摘している。

（注6）武田［34］や陳・横川［4］に詳しい。

（注7）中嶋［21］、久野［16］、藤本［6］を参照。なお、これらのプライベート・スタンダードの影響力が増大したことにより、WTOのSPS委員会で先進国と輸出国である途上国の間で、貿易の障壁としても争点となっており、その矛盾も顕在化している。以下の農林水産省のHPを参照されたい。
（URL：http://www.maff.go.jp/j/syouan/kijun/wto-sps/ps.html）

Ⅲ　日本におけるGAP策定主体の目的と北海道におけるGAP取り組み動向

以下では、農水省によるGAP推進の変遷と量販店のGAP導入の目的を整理し、北海道の野菜産地におけるGAP取り組み状況を把握する。

1.各GAP導入主体の目的

1）農林水産省によるGAP推進の変遷

農水省によるGAP普及・推進は、2004年に消費安全局による「生鮮農産物安全性確保対策事業」を皮切りにスタートした。農水省GAP推進の特徴の一つに、食品安全を主眼として開始され

た点である。その際、米国農務省（：USDA）が定めた食品衛生を主眼としたGAPも参考にした。二つに、GAPの名称が頻繁に変化していった点である。2003年にはGAPの呼称を「農業適正規範」、2007年には「農業生産工程管理手法」と変更した。そしてGAPの周知を図るため、2005年には「食品安全のためのGAP策定・普及マニュアル」、2006年には「入門GAP」、2007年には簡単なチェックリストの「基礎GAP」を作成し、2010年の「農業生産工程管理ガイドライン」の策定に至った。

三つに、GAP策定に際し、小売業者による量販店GAP、GLOBALGAP等を参考にしたと考えられる点である(注8)。2010年の「農業生産工程管理ガイドライン」においては、GLOBALGAPのように食品安全、環境保全、労働安全、競争力の強化、経営改善、など幅広い目的となっている。

四つに、食品安全とは別に環境保全型農業の推進の観点より、2005年に農水省の生産局によって「環境と調和のとれた農業生産活動規範」（：農業環境規範）が策定された点が挙げられる。2011年度から開始された「環境保全型農業直接支援対策」の支援対象者の要件に用いられている。以上のように、農林水産省によるGAP推進は、複雑あるいは難解というべき変遷を辿ったのである。

2）量販店のGAP導入動向

2000年代中葉以降、大手の量販店がPBの取引条件として量販店GAPを策定・導入してきた。イオンは2002年に「イオン農産物取引先様品質管理基準」（：イオンA-Q）を策定し、PBの取引基準とした。日本生活協同組合連合会（：日生協）は、『青果物品質保証システム』において農業適正規範GAPの策定を2004年に開始し、以降、生協産直事業において活用がなされている(注9)。

量販店GAPの策定の目的は、2000年代に農薬問題、産地偽装、食中毒等々、食の安全・安心を揺るがす事件・事故の頻発と一連の食品安全政策の改正を受けて、従前のトレサビリティでは追従不可能であった農業生産段階での危険要因・リスクを効率的に管理することで、消費者の店に対する信用を維持しつつ、安全・安心をコンセプトとした差別化商品であるPB商品の販売を行うことであった。

2000年代末葉になると、量販店はPB要件に第三者認証のGLOBALGAPやJGAPを掲げるようになった。ウォルマート傘下の西友は、2008年にGLOBALGAPをPBの要件に掲げ、同年、イオンは2011年度までのGLOBALGAP取得を取引産地に課した。イトーヨーカ堂はPB要件としてJ-GAPを推奨している(注10)。量販店以外には、大手ハンバーガーチェーンのマクドナルドが調達基準として独自のGAPを作成している。安全・安心確保策のアウトソーシング化と考えられる。

3）PB導入の目的

それでは、量販店によるPB導入の目的はどのようなものであろうか。社団法人食品需給研究センター「食品企業財務動向報告書―食品企業におけるPB取組の現状と課題―」によると、PB開発で重視していること（表2－①）として、"価格を上回る価値"がトップに挙げられており、次いで安全・安心対策が続いている。取引の選定条件（表2－②）は安全・安心対策が最も重要視され、特に1000億円以上のスーパーマーケットにおいては100％となっている。PB取り組みの効果・メリット（表2－③）としては、"競合他社との競争力の向上"がトップに挙げられ、"企業ブランドの価値の向上"、"製造・流通コストの削減"が続いている。PB取り組みの重要な課題（表2－④）は、安全・安心対策がもっとも重視されてい

表2 スーパーマーケットにおけるPB導入の目的・効果・課題

① スーパーマーケットにおけるPBの企画開発で重視していること（＝PBの目的）　(単位：%)

	回答数(件)	製造コストの削減	流通コストの削減	価格を上回る価値	安全・安心対策	消費者への価値の提案
計	32	21.9	15.6	59.4	53.1	40.6
500億円未満	19	10.5	15.8	57.9	57.9	52.6
50～1000億円	6	50.0	0.0	50.0	50.0	33.3
1000億円以上	7	28.6	28.6	71.4	42.9	14.3

② スーパーマーケットにおけるPBの製造委託先・仕入先の選定条件　(単位：%)

	回答数(件)	商品提案力	コスト競争力	安定供給力	品質の安定性	安全・安心対策	工場と小売店舗の距離の近さ
計	32	18.8	37.5	37.5	50.0	53.1	3.1
500億円未満	19	26.3	36.8	36.8	57.9	36.8	5.3
50～1000億円	6	0.0	33.3	66.7	50.0	50.0	0.0
1000億円以上	7	14.3	42.9	14.3	28.6	100.0	0.0

③ スーパーマーケットにおけるPB取組の効果・メリット　(単位：%)

	回答数(件)	消費者の支持の拡大	製造・流通コストの削減	企業ブランド価値の向上	商品の安全・安心	原材料・製法コスト等情報の入手	PB製造委託先との連携強化	競合他社との競争力の向上
計	32	23.5	32.4	44.1	26.5	8.8	8.8	52.9
500億円未満	19	20.0	20.0	55.0	25.0	5.0	15.0	55.0
50～1000億円	6	28.6	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	85.7
1000億円以上	7	28.6	71.4	28.6	42.9	14.3	0.0	14.3

④ スーパーマーケットにおけるPB取組の重要な課題　(単位：%)

	回答数(件)	PB商品の市場規模拡大によるコスト競争力	価格を上回る価値	安全・安心対策	消費者への価値の提案
計	32	50.0	52.9	58.8	35.3
500億円未満	19	45.0	55.0	60.0	35.0
50～1000億円	6	42.9	57.1	57.1	42.9
1000億円以上	7	71.4	42.9	57.1	28.6

資料：社団法人食品需給研究センター「食品企業財務動向報告書　食品企業におけるPB取組の現状と課題」、2010年より引用・作成。
注1）：全国のスーパーマーケットの売上高の上位企業269社へのアンケートによる。
注2）：安全・安心対策は、トレーサビリティ・衛生管理等を示す。

る。つまり、PB導入の目的は、価格競争が強まる中でコスト削減を行いつつ企業間の競争を勝ち抜くための商品差別化戦略であり、PB導入の際は安全・安心対策は必須の条件になっている。また、同報告書によると、今後のPB取り組みはスーパーマーケットの半数以上が"増加"を挙げており、今後、取引先産地への量販店GAP導入の要請が高まっていくことが考えられる。

2. 北海道におけるGAP取り組み数の推移と特徴

北海道の野菜産地においては量販店GAPを中心に産地数が増加して推移してきた（表3）。GLOBALGAP&JGAPはそれほど進んでいない。北海道農政部によれば、GLOBALGAP&JGAPは、実際、とうや湖農協、北ひびき農協の2農協、JGAPは南幌農協であり、しかもこれらの産地がイオン・生協系GAPもある程度カバーしている。現状のGAP取り組みを阻害している要因としては、①GAPの基本的な理解不足、②農家の労力負担、③メリットの不明瞭さ、の3点が挙げられた。そして、農水省による「ガイドライン」の策定を受けてモデル産地の育成を図るために補助事業を行っているが、その際の取り組みのレベルは、GLOBALGAP並みの水準が産地に求められること、また、2008年にホクレン・中央

表3　北海道の野菜産地におけるGAP別導入産地数の推移（GAP別）

（単位：件）

	産地数合計（A）	GAP導入産地							
		農林水産省GAP	JAグループGAP	イオン・日生協	フードプラン等	GLOBALGAP&JGAP	合意済み	合計（B）	導入産地の割合（B/A）
2008年7月	265	3	4	16	6		3	32	12%
2010年3月	307	7	12	30	35	18	12	103	34%
2011年3月	317	12	36	35	65	15	—	148	47%

資料）：北海道農政部資料および農政部への聞き取り調査より作成。
注1）：産地とは「野菜の産地強化計画の策定について」産地強化計画を策定している産地。
注2）：産地の単位は概して部会単位。複数のGAPを導入している産地があり合計とは一致しない。
注3）：フードプランはコープこうべが定めたGAPである。
注4）：－は不明を表す。

会・北海道農政事務所、北海道で設立された「GAP導入推進会議」が2013、14年頃の公表を目指し、「GAP導入高度化マニュアル」を作成している。

その他の動向としては十勝農協連による地域ブランド化を目指した「十勝型GAP」の取り組みや、同表には示されていないJGAP導入の拡大が挙げられる(注11)。JGAPは農業生産法人を中心に導入が増加しており、また、上川農業改良普及センターは2010年より独自に「GAP普及推進事業」を開始し、JGAPの推進を行っている。このように、様々な主体が多様な目的でGAPを導入・推進し、量販店GAPを中心に北海道の野菜産地におけるGAP導入が進行している。

（注8）農水省のGAPに関する検討会の議事録を参照した。
（注9）内山[37]を参照。
（注10）2012年7月にはイトーヨーカ堂が「顔が見える野菜」において「JGAP普及大賞」を受賞している。
（注11）北海道の野菜産地における2012年5月時点でのJGAP導入数は、個別認証：28件、団体認証：2件であり、個別認証は農業生産法人が大半を占め、団体認証は、ひがしかわ農協（東川町蔬菜園芸研究会軟白みつば部会）、南幌農協（南幌町蔬菜園芸組合ピーマン会JGAPグループ）の2団体であった。

Ⅳ 対象事例におけるGLOBALGAP導入が取引に及ぼした成果と問題点

以下では、現在、GLOBALGAP認証を取得しているとうや湖農協、北ひびき農協を事例に、GLOBALGAP導入の取引の成果と問題点について、共通点に注目しつつ検討していく(注12)。

1. 対象事例におけるGLOBALGAP導入の経緯

1）とうや湖農協

とうや湖農協は、1987年に5農協（洞爺・虻田・豊浦・壮瞥・大滝）が合併して出来た農協である。2011年で正組合員数が396戸、総販売高計49億円のうち青果物が21億円となっている。安全・安心型の栽培は、平成初頭の馬鈴薯の減農薬栽培を嚆矢に、「クリーン農業」の取り組みが拡大した。農協は2002年に営農販売部に「クリーン農業推進課」を設置し、青果事業の柱として位置づけた。その後、販売価格が慣行品より比較的高い価格で推移し、「YES!clean」の取り組みが拡大し、従来からの量販店のPBとしての直接的な取引が増加した。その際、PBの取引先の

量販店（：特定販売先）のA社には2004年、B社には2005年に、量販店GAP導入を要請され、既に確立していた販路を維持するために量販店GAPに対応した。

だが、2007、08年になると、量販店GAPの取り組みよりもPB品の取引価格の取引価格引き下げを産地に要求してきた。量販店間のPB品の小売価格の引き下げ競争の激化が背景にあった。そして、GLOBALGAP取得がA社のPB要件として提示され、販路維持を目的にGLOBALGAP取り組みに至った。

2）北ひびき農協

北ひびき農協は、2004年に5農協（士別市・剣淵・多寄・朝日・和寒）が合併して出来た農協である。2011年で正組合員数が1547戸、総販売高計138億円のうち青果物が36億円となっている。

現在も、支所毎の販売が主流であり、GLOBALGAPは旧士別市農協管内の農家により行われている。安全・安心型の生産・販売の経緯は、2006年頃に士別市の4名の農家が安全・安心型の栽培を模索し、国のガイドラインの特別栽培を選択したことによる。その理由として、以前より「YES!clean」には取り組んでいたが価格上のメリットを見いだせず中止し、有機ではリスクが高いと判断したことが背景にある。

2007年に北ひびき農協蔬菜特別栽培部会（：特栽部会）を設立し、以降、士別市（音根別・川西地区）の農家を中心に、2011年には計50名、計200haの規模に達した。特栽取り組み農家の販売が堅調に見えたことと、R グループのこだわり栽培への取り組み経験や、また、環境保全型農業への補助（「農地・水」の先進的営農支援交付金）による特に南瓜を中心とした作付の増加も背

表4　対象事例の概要（とうや湖農協・北ひびき農協）

	とうや湖農協	北ひびき農協
設立（合併）年次	1987年	2004年
（旧農協）	洞爺・虻田・豊浦・壮瞥・大滝	士別市・剣淵・和寒・多寄・朝日
正組合員戸数	386戸	1,547戸
総販売取扱高 うち青果物	49億円 21億円	138億円 36億円
共販体制	統一的	支所毎（※和寒支所は独自の販売）
青果物主要品目	馬鈴薯、長いも、人参、トマト類、スィートコーン・セルリー、レタス等、約30品目	馬鈴薯、南瓜、キャベツ、アスパラ、玉ねぎ、人参、ブロッコリー等、約20品目
安全・安心型栽培の取り組み	・減農薬栽培（1990年代～） ・YES!clean（2003年～）	・YES!clean：価格メリット出ずに中止 ・特別栽培：士別市近郊の農家が模索
部会	YES!clean取り組み部会（16部会）	蔬菜特別栽培部会（士別市農家：2007年～）
取り組み農家数	100名程度	50名
品目	馬鈴薯、人参、レタス、南瓜、ピーマン大根、トマト類、キャベツ、セルリー、ごぼう	南瓜・馬鈴薯・アスパラ・玉ねぎ ピーマン、ズッキーニ （メロン・ブロッコリ、ニラ：A社のPB基準）
面積計（計画値）	316ha	250ha
販売金額	8.8億円	約5億円
特定販売先	A社・B社等の量販店	A社・B社等の量販店
中間業者	有機専門業者C社、その他数社	有機専門業者C社、専門商社D社
流通経路の特徴	卸売市場を経由しない	卸売市場を経由しない
量販店GAP開始年度	A社：2004年　B社：2005年	A社：2008年　B社：2007年

資料：両農協への聞き取り調査より作成。
注1）：数値は2011年度の値。

景にある。そして、以前より取引のあった専門商社D社を介した、A社との直接的なPB取引の本格化を志向し、GLOBALGAP導入に至った。

2. GLOBALGAP導入体制と取引の動向

1) GLOBALGAP導入体制

両産地でGLOBALGAPに取り組んだ経緯は、販路維持と販路開拓の違いはあれ、量販店との取引の本格化を志向し、また、複数の量販店GAPへの対応が煩雑であったことが共通点として挙げられる（表5）。両農協とも、農協と農家によるグループ認証の形態を採っており、その際、農家の負担は若干減るが事務局である農協の仕事量が増加する。取り組みに当たり、とうや湖農協の場合は、既存のクリーン農業推進課が担当し、北ひびき農協はGAP専門部署の青果2課を新設した。農家のメンバーは部会員全員ではなく、一部のメンバーとなっている。

人員配置については、両農協とも内部監査員、内部検査員において有機専門業者C社の社員がメンバーとなっている。技術指導員の違いは、農業改良普及員および農薬指導士の資格が必要なことが理由であり、士別農業改良普及センター職員が協力している。

C社は、取り組み当初に農家へのGAP講習会を開催し、また、農協職員、農家への助言を行った。そして、認証機関の審査に際しては、産地のサイドに立って認証機関との条件交渉・説得を行っていた。両産地において、GLOBALGAP導入に際し、C社の支援が不可欠であったと考えられる。

2) 取引の動向

GLOBALGAP認証取得の成果としては、特定販売先の量販店との取引が増加したことが挙げられる（表6）。とうや湖農協においては、2011年度は「YES!clean」の総販売額8.8億円中、6.8億円（77%）が特定販売先への販売になっている（図1）。北ひびき農協も同様に、特定販売先への販売額が5億円に達している。

取引の価格面については、GLOBALGAPに要する諸費用の上乗せにはならず、GLOBALGAPはあくまでPB品の取引条件として作用していると言える。とうや湖農協の場合、GLOBALGAP取得前後の取引価格水準は、量販店GAPに取り組み始めた2000年中葉の価格水準に比べて低位

表5　GLOBALGAP取り組み理由および体制

	とうや湖農協	北ひびき農協
取得年度	2009年	2009年
GLOBALGAP取得理由	・取引先の量販店の要請（＝販路維持） ・複数の量販店GAPへの対応が煩雑	・量販店との取引の本格化・有利販売 ・複数の量販店GAPへの対応が煩雑
農協の対応体制	クリーン農業推進課（既存）	青果2課を新設
取り組み農家数	16／100名（各部会の部会長が中心）	10／50名（特栽部会の品目代表⇒有志）
①グループマネジャー	クリーン農業推進課　課長	青果2課　課長
②QMS管理員	農協職員	農協職員
③内部監査員	有機専門業者C社　職員	有機専門業者C社　職員
④内部検査員	有機専門業者C社　職員	有機専門業者C社　職員
⑤技術指導員	クリーン農業推進課　課長	農業改良普及員

資料：両農協への聞き取り調査より作成。
注）：人員配置の人員の役割は、①グループマネジャー：組織の取りまとめ役、②QMS管理員：グループマネジャーの③内部監査員：農協のQMSと監査、③内部検査員：農家の検査、技術指導員：農家への技術指導、である。

表6　GLOBALGAP認証取得後による取引の変化

	とうや湖農協	北ひびき農協
販売量	・特定販売先への販売量が増加	・特定販売先への販売量が増加 ・特定販売先以外への販路拡大 （専門商社D社が販路拡大：アスパラ）
取引価格	・価格の水準自体は変化なし	・価格の水準自体は変化なし

資料：両農協への聞き取り調査より作成。

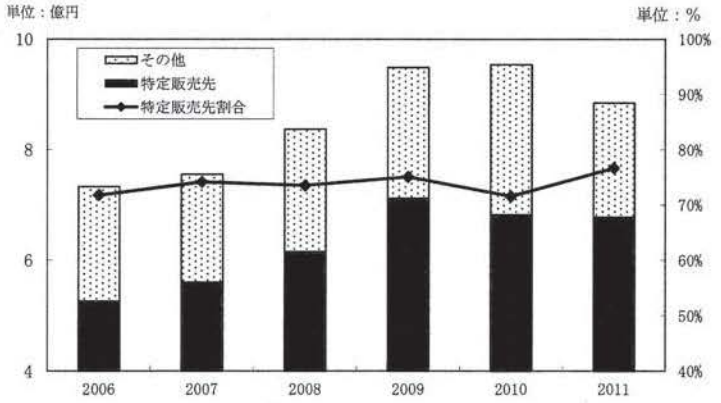


図1 とうや湖農協におけるYES!clean販売額の推移および内訳

資料：とうや湖農協資料。
注）：一部YES!clean以外が含まれている。

で推移している。2008年頃より各量販店においてPB品の店頭での販売価格引き下げが行われ、その結果、産地には量販店GAP取り組みよりも取引価格引き下げの要請が高まった。その際、取引規格の変更すなわち精品に準じたB品の取引が増加した。

北ひびき農協の場合、量販店との取引において専門商社D社の介在する割合（＝影響力）が高く、D社は産地と取引条件の交渉に際し、①出荷規格毎の価格差の解消および②栽培基準の緩和を農協・農家に提示することで、商品の数量確保に努めている。

特定販売先以外の反応であるが、とうや湖農協においては他の大手量販店が取引への関心を示したが、量販店A社との関係上取引は成立しなかった。また、大手ハンバーガーチェーンM社からGAPの認証書が送られてきた。しかし、本格的に取引を行うならば、大腸菌に関する水質検査を１年で10回以上行う必要が生じることと、相手の要求する品質・ロットが揃わないため、本格的な取引には至っていない。

北ひびき農協の場合、専門商社D社が主に販路を拡大している。同社への聞き取りによると、迅速なクレーム対応すなわちトレサビリティ機能が充実し、バイヤーが商品に責任を持たなくてよく、また安全・安心型の商品であることから、ネット通販業者や関東圏の中小量販店との取引が増加している点、充分なロットを確保するために2012年度より南瓜の栽培要件を変更・緩和し、生産量の増加を促している点が挙げられた。

GLOBALGAPメンバーと他の量販店GAPメンバーを区別しての販売は行われていないが、A社は昨年度より、両産地においてGLOBALGAPメンバー以外の量販店ＧＡＰ取り組みに対する

表7　GLOBALGAPの認証に要する諸費用の概要と今後の対応･意向

	とうや湖農協	北ひびき農協
認証機関	TUV SUD JAPAN	SGS JAPAN
審査・認証費用（※1）	190万円	150万円
各種検査費用（※2）	90万円	110万円
費用増加への対応	営農賦課金の増額 （全農家：1万円⇒5万円）	GLOBALGAPメンバーのみ （認証費用：約20万円／人） （※初年度メンバー：10万円／人）
今後の意向・対応	・現状の規模を維持 ・メンバーはローテーション	・取り組み農家数が増える可能性は低い ・20名規模は現状の体制では不可能

資料：両農協への聞き取り調査より作成。
注1）：数値は2011年度の値である。
注2）：（※1）は、抜き打ち審査、旅費等を含めたトータルの値。
注3）：（※2）は、土壌検査・農薬検査・水質検査の合計値。

チェックを再び強めてきている。

3) 認証･費用増加への対応

認証・増加諸費用について表７に示した。認証機関は、それぞれTUV SUD JAPAN、SGS JAPAN　となっており、QMSの審査、農家の審査が行われる。メンバー農家数が多いと審査日数が延び、審査・認証費用が増加する。認証・審査費用は表の通りである。また、両農協の担当者によると、初年度はノウハウ・経験がないため、書類整備、農家のチェックなど、特に審査前には相当な重労働となり、とうや湖農協の場合は新たな人員1名を補充した。

とうや湖農協は農協の収支内で費用増加を賄うのが不可能と判断し、営農賦課金を5万円に増額し、その一部でGLOBALGAPに要する費用に充てる対応を行った。

北ひびき農協においては、GLOBALGAPメンバー農家が認証費用を負担している。農家への聞き取りによると、量販店との取引価格の水準は卸売市場の相場が比較的高い時の水準と認識し、直接的な取引による手数料率の軽減を考慮すると、自ら費用を負担してでも量販店との取引の維持が重要であり、大幅な価格上昇が見込めない市場環境では、高い単収水準・精品率を実現することで手取り価格の向上の実現が必要と考えている。

3. その他の諸問題

1) GLOBALGAPバージョンの更新等に伴う問題

GLOBALGAPのバージョンがVer.4へ変更した。変更点は多岐に渡るが、ここでは、北ひびき農協におけるVer.4への変更に伴って発生する問題点を述べておきたい。一つに、IPMの取り組みの必須化（上位の義務化）への対応である。IPM取り組みには農業改良普及センターの協力が不可欠となるが、改良普及センターの職員数が少なく、JGAPを推進していることもあり、足並みが揃うかどうかである。二つに、GRにおける人員の学歴要件の高度化の影響である。すなわち、グループの核である農協職員がGLOBALGAP取り組みを3年経験し、内部検査員を行うレベルに達したが、学歴要件の高度化によって従来通り外部に依存せざるを得ない状況になった[注13]。加えて、これまではC社の職員が内部検査員の役割を担ってきたが、同社は他の全国諸産地へのGLOBALGAP支援も予定しており、いつまで手厚い支援を受けられるかは不透明な状況であり、外部への委託によるコストアップに繋がりかねない。

2) 環境保全型農業推進政策との齟齬

環境保全型農業の推進を目的とし、2007年度より「農地・水・環境保全対策」の先進的営農支援交付金、2011年度より「環境保全型農業支援直接支払対策」による支援が行われている(注14)。

とうや湖農協管内においては、量販店GAP取り組み農家は「農地・水・環境保全対策」を活用しておらず、また、11年からの「環境保全型農業支援直接支払対策」においては、「YES!clean」の規準が要件の栽培基準とマッチしないことから支援を受けていない状況であった。北ひびき農協管内では、「農地・水・環境保全対策」の支援を受けていたが、一部の地区では情報が伝わっておらず、一年遅れてからの補助となった。「環境保全型農業支援直接支払対策」については来年度への申請に向けて行政と交渉中であり、農家からは栽培要件は満たせるが「農業環境規範」の支援要件の再考を望む声が聞かれた。このように、両産地とも「農業環境規範」より要求水準が高く、行政が目指す最高レベルのGLOBALGAPに取り組んでいるものの、民間の規格・基準であるためか、環境保全型農業の支援と齟齬が生じている。

3) 認証機関の動向

最後に、GLOBALGAPやJGAPの認証を行う認証機関の動向について触れたい。現在、国内においてGLOBALGAPの認証を行う体制を整えているのは、先に挙げたSGS、TUV SUDやMoody Inter-National、DNV、コントロールユニオン、ビューロベリタスなど外資系大手の認証機関である(注15)。国内機関においては生産情報公表JAS認定機関の(株)農水産ID（東京）と、有機登録認定機関の（株）北海道有機認証センターにおいて、JGAPの認証が行われているのみである。

経済産業省資料によれば、認証市場の規模は1000億円規模（：2006～07年）と推定されるが、近年、ISO9000やISO14000のマネジメント認証取得数が伸び悩む中で、認証機関の再編が起きつつある。そして、外資系大手認証機関を中心に食品安全マネジメント規格・GFSI規格の審査体制が構築されつつある。このような状況下では、北海道広くは全国の野菜産地に負担の少ない認証諸費用の設定は望めそうにない。

(注12) 両事例の詳細は、拙稿[9][10]を参照されたい。

(注13) C社が中心となって、GLOBALGAPの本部と交渉し、学歴要件は従来通りで実務経験を重視する代替案が認められた。

(注14) 「環境保全型農業支援直接支払対策」の要件は以下の通りである。支援対象者：①エコファーマーの認定、②環境活動規範の点検：①と②の両方を満たす必要支援の対象となる取り組み：①化学肥料、化学合成農薬の５割低減の取組＋カバークロップ、②化学肥料、化学合成農薬の５割低減の取組＋リビングマルチ又は草生栽培、③化学肥料、化学合成農薬の５割低減の取組＋冬期湛水管理、③有機農業の取組、で①―③のいずれかで可。

(注15) 筆者調べ。なお、農水省資料「有機JASの海外登録認定機関（H23）」において、GLOBALGAPの認証が可能な機関が20機関中の約半数程度存在した点が注目される。

V おわりに

以上、とうや湖農協および北ひびき農協を事例に、GLOBALGAP導入が取引に与えた成果と問題点について検討してきた。産地側のGLOBALGAP導入の経緯は、「YES!clean」や

特別栽培による安全・安心型野菜の販売において、量販店のPB要件に対応し、販路を維持・拡大することが目的であった。

GLOBALGAPの認証を取得することで、量販店との取引の継続あるいは本格化することが可能となった点が成果といえるが、現状では、GLOBALGAP取り組みに要する増加費用は販売価格には反映されず、GLOBALGAP取り組みに要する費用が産地に転嫁され、共販体制への負荷が増加すると言える。また、有機専門業者C社の支援がなければ、両産地におけるGLOBALGAP取り組みはより厳しいものであったに違いない。

日本の今日の市場・流通条件を前提とすれば、アジアを中心とした日本向けの野菜輸出国においてGLOBALGAPの認証取得が進む中で、北海道は勿論のこと国内の野菜産地においても、海外産地との規格取得競争の面からGLOBALGAPが求められていく可能性もある。その際、行政、農業関係機関が一体となった産地への支援が不可欠と言えるが、両産地において環境保全型農業推進施策とのミスマッチがみられた通り、GAP普及のあり方にも問題があり、GLOBALGAP導入は野菜産地に経済的にマイナスに作用していくと考えられる。民間主導による安全・安心に関わる規格の影響力の高さが、国の政策にも影響を与えた証左とも考えられる。

最後に、いくら万全な安全対策が確立されたとしても、安心は別である。GLOBALGAPは欧州由来のものであり、日本の価値規範とのズレも生じる。今日の市場条件では難しいが、例えば、1970年代に日本で起こった「産消提携」運動が輸出され、世界の有機農業運動で"TEIKEI"として高く評価されたように、解決策は、欧米由来の規格・認証ではなく、むしろ、かつては日本では当然とされた規範・価値観に隠れていると思われる。

【参考文献】

[1] Burch, D., and G. Lawrence. 2005. Supermarket own brands, supply chains and the transformation of the agri-food system. International Journal of Sociology of Agriculture and Food 13(1): 1-18.

[2] Busch, L, and Carmen B. 2004. New! Improved? The transformation of the global agrifood system. Rural Sociology 69(3): 321-346.

[3] Busch, L.2011. The private governance of food: Equitable exchange or bizarre bazaar? Agricultue and Human Values28: 345.352.

[4] 陳延貴・横川洋「中国におけるGAP導入の取り組みに関する一考察」九州大学農学部『九大農学部芸雑誌』第1号、2007年、pp.133-141。

[5] Fuchs, D., A. Kalfagianni, and T. Havinga.2011. Actors in private food governance: the legitimacy of retail standards and multistakeholder initiatives with civil society. Agriculture and Human Values28: 353-367.

[6] 藤本誠「「GFSIの現状と考察」第6回～「食の安全」における新潮流～」(財)食品産業センター『明日の食品産業』、2012年7月、pp.28-34。

[7] 福田晋「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、2011年、pp.239-251。

[8] Fulponi, Linda. 2006. Private voluntary standards in the food system :The perspective of major food retailers in OECD countries. Food Policy 31: 1-13.

[9] 橋本直史「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—北海道とうや湖農協を事例として—」，日本農業市場学会『農業市場研究』第21巻第2号，2012年9月、pp.9-19.

[10] 橋本直史「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—」『農経論叢』第68集、2013年, pp.63-70.

[11] Hatanaka, M., C. Bain, and L. Busch. 2005. Third party certification in the global agrifood system. Food Policy 30: 354-369.

[12] 原距彦「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、2005年11月、pp.39-52。

[13] ハリエット・フリードマン著・渡辺雅男・記田路子訳『フード・レジーム-食料の政治経済学-』,こぶし書房,2006年.

[14] Havinga, Tetty. 2006. Private regulation of food safety by supermarkets. Law and policy 28(4): 515-533.

[15] Henson, Spencer, and Thomas Reardon. 2005. Private agri-food standards: implications for food policy and the agri-food system. Food Policy 30 (3): 241.253.

[16] 久野秀二「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、2008年、pp.81-127。

[17] 飯澤理一郎・矢野泉「食品の安全・安心性」日本農業市場学会編集『食料・農産物の流通と市場Ⅱ』筑波書房、2008年、pp.236-251。

[18] 河野靖・南石晃明「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)、2011年、pp.1107-1112。

[19] 木立真直「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、2009年、pp.31-44。

[20] 宮村光重「農業問題をめぐる食糧問題」日本農業市場学会編集『農業市場の国際的展開』、筑波書房、1997年、pp.29-53。

[21] 中嶋康博『食品安全問題の経済分析』日本経済評論社、2004年。

[22] 中嶋康博「食の安全・安心システムの構造と機能—適正農業規範構築の現状と課題—」,『北海道農業経済研究』,第13巻第1号, 2006年、pp.3-13.

[23] 中嶋康博「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、2010年、pp.76-83。

[24] 中條武志『ISO9000の知識』、日経文庫884、日本経済新聞社、1998年。

[25] 南石晃明「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、2012年, pp.95-111.

[26] 新山陽子「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、2010年、pp.5-15。

[27] 大山利男「環境保全型農業の新展開—国際的な比較から—」日本フードシステム学会『フードシステム研究』第13巻2号、2006年、pp.10-21。

[28] 斎藤修「青果物流通システムの変化とサプライチェーンの構築」日本フードシステム学会編『フードシステム研究』第16巻第2号、2009年、pp.45-58。

[29] 坂爪浩史「スーパーの仕入れ・販売戦略は今」『農業と経済』昭和堂、2004年5月、pp69-77。

[30] 椎名武夫「適正農業規範（GAP）の最新動向」日本食品科学工学会『食品と技術』440

号、2008年、pp.1-9。
[31] 田上隆一『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、2008年。
[32] 田上隆一・日野赤彦・田上隆多・南石晃明「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）、2009年、pp.199 -208。
[33] 田上隆一「環境にやさしい施設園芸をめざして—GAPの意味と実践—」、社団法人大日本農会『農業』、2010年４月号、pp.6-30.
[34] 武田泰明「東アジア諸国のGAP制度の現状と課題」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、2010年、pp.84-89。
[35] Tallontire, A., M. Opondo, V. Nelson, and A. Martin. 2011. Beyond the vertical-Using value chains and governance as a framework to analyse private standards initiatives in agri-food chains. Agriculture and human values28:427-441.
[36] 特定非営利活動法人日本GAP協会「海外のGAP導入事例、審査・認証システムの調査」2008年。（URL:jgap.jp/LIB/h19kai-gaigap.pdf）
[37] 内山和夫「GAPの動向と課題(2)—生協産直における『農産物品質保証システム』—」、『農業および園芸』、85巻第10号、養賢堂、2010年10月、pp.1135-1141。

（2013年5月14日受理）