

講演「GAPと産地の販売戦略 信頼される生産者グループを目指して」

〔パワーポイントによる説明。以下、画面ごとにP〕と表記〕

武田（司会） 続きまして2つ目の講演ということで、「GAPと産地の販売戦略 信頼される生産者グループを目指して」ということで、いばらき農産物流通研究会事務局長の玉造様より御講演をいただきたいと思います。

よろしく願いいたします。

玉造（いばらき農産物流通研究会事務局長） 皆さん、こんにちは。茨城県から参りました、いばらき農産物流通研究会という生産者団体の事務局をやっております玉造と申します。短い時間ですが、我々の取り組みの御説明をさせていただきたいと思います。よろしく願いします。

P) 早速ですが、ここに「信頼される生産者グループを目指して」ということで、我々のグループは2006年1月に発足した、まだ新しい生産者団体です。

P) 時間が限られますので簡単に自己紹介をさせていただきますが、茨城県内の8つの市町村の生産者、農業生産法人が集まりまして、およそ2年前に発足した生産者団体です。「いばらき農産物流通研究会」という非常に長い名前です、我々も、お取引いただいている方々も、今は「農流研」という略称で呼んでいただいております。

現に47名の生産者が正会員という形で所属しております。このほかに、我々の農業の関連会社、資材ですとか種苗、農薬、肥料といった関係企業の賛助会員という形で10社、協賛をいただいております。

我々の取り組みの主たるところは農産物の販売というところになるわけですが、ほかにも幾つか、ここにあるような取り組みがされております。本日はGAPというテーマですので、このGAPでの取り組みの部分と、それを販売という局面にどのように活用してきているかということを中心に御報告させていただきたいと思います。

P) 我々、2年前にできたときに、新しい団体ですから、今満足し切れていない方々に新しい価値の提供をしていかなければいけないということで幾つか考えさせていただきました。つくり手の考え方ではなくて、やはりお客様、流通業者の方々、消費者の方々、皆さんが現状に納得がいない部分、不満をお持ちの部分、この辺を解決させていただこうかなと、そういう団体になりたいということできております。

ここで、農産物の安全という1つの大きなテーマ、ここ最近はたくさんの事故が起きて、今でもまだ収拾がついていないような大きな問題になっている部分もありますが、この農産物の安全というものはどういうものなのか我々も理解しなければいけないということで、いろいろ調べさせていただいたところです。我々のグループの生産者は皆さんが、文句なく農産物は安全でなければいけない、これは我々つくる側だけではなくて、受け取る側、流通する側、皆さんが共通して求めるニーズだろう、これは文句なしだなというところでもまず1つの整理ができました。ではこれをどうやって我々は確保していくのかという次のステップに至るわけですが、安全性といっても上から下までさまざまな程度があるわけです。それをどこのレベルまで高めていけるのかなと。実際にそれをやる上ではどのようにすればいいのか、やる方もそれを受け取っていただく方もわかりやすい形で

ないといけないなということで、その表現できる方法というものを模索しました。これがちょうど2005年の秋ぐらいのところになっております。

P) その後いろいろ議論を重ねていくうちに、やはりわかりやすさというものが1つのポイントだなど。例えばほかにも、野菜は新鮮でなければいけないし、おいしくなければいけないわけですが、ほかの産地の方々、ほかの競合商品もある農産物の業界ですから、わかりやすい形、デジタルが一番わかりやすい形ですが、農産物の安全についてもわかりやすい表現方法をやっていきたいという中で偶然出会うことができたのがこのGAPです。その前にも幾つか、現在行われている安全の取り組みを見させていただきました。その中の1つは、このほかにもたくさんあると思いますけれども、有機JASですとか特別栽培、生産履歴の記録ですとか、商品に生産者の写真を載せるですとか、いろいろな取り組みがされていました。一部で抜き打ちの残留農薬検査といったものが行われてきたわけです。いろいろな目的でやっている取り組みなのですけれども、ざっと見てみますと、入り口の部分、投入資材という側面が強いかと思います。有機JASですとか特裁というのはそういう観点なのかなと思いますが、入り口のところの管理された仕組みというのは、ここは特に化学物質という部分に偏っているかもしれませんが、されているなど。最後の部分、抜き打ち検査というのは、作り終わった後の商品を管理する1つの取り組みだと思いますが、入り口と出口についてはある程度安全の取り組みがされているなど。その間の部分、農産物をつくるプロセスの部分で管理する方法が何かないかなと。記録をとるという方法も、これは極めて重要なことですし、必ず必要なことで、提供する相手先に関しては安心材料にはなるかもしれませんが、ただ、記録をとることによって農産物が安全になるかと言われてみると、必ずしもそうではないのではないかなと我々は考えておりました。この中で偶然出会ったのが、現在我々が取り組んでいるJGAPでした。ちょうど我々が考えていた穴があいた部分、そこにすぽとはまったのがこのJGAPでしたので、これはすぐにでも取り組もうということで即決することができました。

P) 早速2006年の春から、当時45名の生産者がおりましたが、すべての生産者でJGAPの導入を始めて、認証を取得しようということで2006年がスタートしております。その2006年の春から導入指導が行われたわけですが、地域のJGAP指導員という方が何人おりましたので、その方々の協力を得て、およそ半年、大体秋ぐらいにすべて、実際に取り組んだのは40名だったのですが、40名が認証を取得したというところに至りました。これをやっていく中で大きな課題も新たに見つかったわけですが、こういった形で農場の再点検をすべての農場でやり、最後にこれを客観的に評価する、先ほどのわかりやすさという部分につながるのですが、自前の基準ではなくて、外の人に一度評価してもらおう、我々の取り組みが正しいかどうか、考えた仕組みが正しく動いているかどうか、これで果たして農産物が安全になっているかどうかの仕組みを点検しようということで、すべての生産者で審査を受けております。

P) その中で我々もJGAPの本質的な部分ですとか農場管理のポイントを一通り学ぶことができましたので、それをベースにマニュアルづくりを進めていきました。これはその中の一部ですが、これは農場管理に関しての我々のグループのルールの一つになっております。

P) 今度は生産工程管理ということで、我々は農場と生産工程を分けて管理しておりますが、農

場というのは、畑やさまざまな施設全体の総称ですけれども、そのほかに目に見えない部分で生産工程という農産物をつくる流れが動いているわけで、そこを管理するルールをもう1つつくっていききました。

P) これを進めていく上で1つやらなければいけないと感じたのが、我々は生産者団体ですので、事務局というものがございます。その事務局と会員である生産者の中の役割分担、お互いに得意分野、不得意分野がありますので、役割分担でこれをもっとやりやすい形にできるのではないかなということで、事務局で、生産者の情報を集めて管理するような仕組みをつくることを、2年目、2007年から始めていきました。

P) これも使う資材に関しての情報の集め方の1つです。

P) こういった形で何段階かに分けていこうということで、まず第1フェーズということで、第1年目、2006年の春から秋にかけて、個別の農場が個別にJGAPの認証を取得しましょうということです。それで一定の成果は得られたと我々は考えております。次の段階で、認証はそれぞれの農場が取ったわけですが、それぞれの農場に程度の差といいますか温度差も当然、人間ですので、それを団体ということである一定の基準に高めていかなければいけないということで、農場管理の均一化という目的で、先ほどの基準づくりですとか、あとは内部で審査を行う仕組みを制度化していきました。去年の夏、2007年の8月に、そういう取り組みを、これも客観的に評価していただくということから、これもJGAPの審査・認証制度の1つですが、団体認証というものがあまして、その審査を受けております。

これが農場管理の統一化、最低限である安全という品質の均一化の取り組みですが、ここでつくられた野菜が今度は販売という局面になります。農場ですので、当然、つくるという1つのサイクルと、それを販売するという2つの歯車で成り立っている事業ですけれども、その販売のところでのように活用されていくか。使い方はさまざまで、いろいろな使い方ができると考えておりますが、我々のとらえ方は、大きく分けてこの2つです。

先ほどお話しさせていただいたように、たくさんの事故が起き得る環境にあるというのが現在の農業の状況なのかなと思っています。一番わかりやすいのが残留農薬の基準値違反ということで、海外の方が多いようですけれども、国内でも現に起きております。我々としましても、納品させていただいているお客様皆様に御迷惑をかけることになりましますし、我々自身の存在を脅かす大きな事故になりますので、これを減らすことができる、安全という最低限の品質管理の道具になるということで活用させていただいています。

もう1つ、さらにそれをマーケティングの道具として使っていこうと。これを相手側に対して提案していくことで、我々はこういう取り組みをやっていますよということを表示させていただく方法をとっております。その中で、この後具体的な説明をさせていただきますが、お互いの取引相手、さらにそのお客様が販売される方々との信頼関係を保つために有効な道具であると。

この2つがGAPの役割ではないかなと考えております。

P) 2006年の7月、これは認証取得を見込んで販売の準備を進めておりますが、とあるスーパーマーケットのプライベートブランドに採用されることになりました。

P) その約1年後ですが、2007年の10月に、これは別な量販店のお客様ですが、「ニッポンの野菜」というブランドで我々の商品が採用されることになりました。これは両者とも、安全な農産物を取り扱いたい、お客様に提供したいと。この取り組みの中には中間流通の方も共同で参加しておりまして、我々だけではなくて、その間に入っております中間流通の方、その先の量販店の方共通の認識、やはり安全なものを次の自分たちのお客様に供給したいということで共通認識が生まれ、実現したものなのかなと考えております。

P) 一方で、農産物は必ずしも量販店の店頭で主婦の方が今晚の料理の材料として買うばかりではなくて、それを料理として提案している業者の方々もいらっしゃいます。外食、中食と言われるところですが、こちらにも2006年の11月から納入を始めさせていただきました。ホール野菜、加工されない丸野菜という状態で、ここに書かれているような品目が現在も納入されてきて、徐々に量をふやしているという経過を追っております。一方でカット野菜、最近ちまたをにぎわしているかもしれませんが、加工した食材ですね、これがハウレンソウとニンジンということで、同じくここも我々と共通認識を持たた中間流通の食品卸の方が間に入ることで実現した取り組みということで、大きく分けてこの2つが我々の販売上の取り組みです。

P) 我々がGAPというものを御提案させていただく上で、それだけではなかなかお客様のニーズを満たすには至っておりません。当然我々もGAPだけですということで提案しているわけではないので、我々の考え方といいますか、GAPの位置づけというものを整理させていただきましたが、この黒い枠一つ一つが1つの野菜だとお考えいただきたいと思います。今、国内の各産地もいろいろな取り組みをされていると思います。そこにはいろいろな価値が既に乗っているのかなと思います。例えば、うちの野菜は使いやすいですよ。ゴボウは長いのですけれども、短く持ち帰りやすいように使いやすくなっていますと。トマトなんかでも、大きいものではなくて、一口で食べられる中玉もしくはミニトマトですよ、さまざまな使いやすさが価値として提案されております。ほかにも、おいしさ、新鮮さ、形、また一方で文化ですとか、そういった目に見えないものまで付加価値として提案されている農産物がたくさんあります。

我々も同じように、我々のはこういう部分でおいしいんですよということを、GAPだけではなくて提案させていただいておりますが、これは積み木と考えていただくとわかりやすいのですが、すべての価値の一番下に入っているのはやはり安全というもののなのですね。仮にめちゃくちゃおいしい野菜、すごく新鮮な野菜、デザインもいいというものでも、安全でなければその農産物の価値は高くなっていかないわけです。この安全というものを確保する1つの道具がこのGAPなのかなという位置づけをしております。当然商品ごとに価値というものは変わってくるわけです。例えばハウレンソウ、ニンジン、ゴボウ、それぞれ違う価値を持っています。我々、GAPが使いやすいなと思ったのは、いろいろな野菜ですべてのベースと安全を確保するための道具になるということで、非常に便利だという判断をさせていただきました。ですので、ここをいかに押さえるかというのが、今のところはGAPが一番有効なのかなという判断をさせていただいております。

これができ上がった上でも十分ではなくて、今度、販売するとなると、さまざまな条件をつくり上げていかなければいけない。相手が納得していただけるような価格で提供できるのか。相手が納

得するような規格なのか。例えば量販店のエンジンであればMサイズというのが中心かもしれませんが、一部、これが業務用と変わりますと、もっと大きなもの、ビール瓶サイズのエンジンが欲しいというように、さまざまな規格があります。その時期も、例えば4月まで出してほしいと。我々は、もっと長くできますよ、短くできますよと、さまざまなニーズがここにもあります。当然量もあるわけで、仮に品質がよくても、お客様が欲しいだけの数を納められなければ、いい条件で販売することは難しいでしょうし、納品することもやはり難しくなってくる。さまざまなことを判断させていただくわけですが、販売上はやはり、農産物の販売をやられている方、買っている方もそのようなのですが、さまざまな価値が現実にはあって、農産物の安全というのはそのごく一部なのかな、それを解決する道具がGAPなのかなと考えております。

P) 我々は、ほかにも幾つか、先ほどの価値という部分について、さまざまな商品の開発もしておりますが、今後の2つ大きな課題は、このGAPをベースにした農産物の安全の仕組みというものの精度を上げていかなければいけないと。そして生産者、それをやる側もなるべく負担の少ない、コストの少ない形でやっていきたいなというようなことを考えております。また一方で、農産物の安全が確保されて、その上に積み上げていく価値というものを我々は継続的に開発し、追求していきたいなと。この2つが現状我々が取り組んでいる大きな課題になっているのかなというふうな御報告をさせていただきます。

内容は以上になります。御清聴ありがとうございました。(拍手)

武田(司会) どうもありがとうございました。

GAPは農業生産者が手に入れた新しい道具であると、私なんかはそう思っているわけですがけれども、そのGAPを道具としてどう使っていくか、農場管理をよりよくしていくために、また同時に販売戦略の中でどのようにこのGAPという道具を使っていくのか、そういった部分、非常に興味深い内容だったかと思えます。