第2部 パネルディスカッション

「日本の農業経営とGAP」

武田（司会） それでは、ここからパネルディスカッションに移りたいと思います。

進行役、モデレーターといたしまして千葉大学大学院園芸学研究科教授の斎藤先生をお願いしたいと思います。

斎藤（千葉大学大学院園芸学研究科教授） よろしくお願ひします。（拍手）

武田（司会） このパネルディスカッションから2名新しく参加していただいております。それぞれ5分程度でGAPに関するお考えをお話しいただきたいのですが、全国農業協同組合中央会の安全・安心対策室長の前田様、よろしくお願ひいたします。

前田 食の安全・安心対策室の前田です。JAグループの食の安全・安心対策は、もともと農業の安全防除活動に昔から取り組んできました。農薬の安全使用について意識は持っていましたが、それについて特に取組を本格化したのは平成14年でありました。そのときに何があったかという、御案内のようにBSEが13年の9月に発生して、その後、偽装の問題が14年の1月から続発しました。グループの中からも偽装問題というのが3月に出ました。そういう中で、食の安全・安心対策ということをきちんとグループ全体で取り組もうということでした。

ちなみに、全国農協中央会という団体がどういうところかということ、農協というのが各市町村段階に、今、大体800ぐらいあります。数市町村を単位とした農業協同組合、各県に県の中央会があり、あとは各県の連合会、経済的に農協を束ねる連合会というのがあります。連合会には幾つか種類がありまして、経済連合会というのがある、それは農薬を売ったり農産物を販売したりという経済事業に関する連合会です。信用事業に関する連合会、それから共済事業に関する連合会というものもあって、農協ではJA共済も取り扱っているものですから、それに関する連合会が県段階にあります。實際上、県段階はかなり全国段階と合併しているケースもあるのですが、大まかに言うと、県段階に連合組織があって、全国段階に連合組織があるということになっています。中央会という組織は何をするかということ、農協に関する監査とか、基本的には指導団体というふうに呼ばれるのですが、職員の教育をしたり、いろいろな企画を立ててグループ全体でこういうことに取り組もうという方針を出したり、各県の行政や国の行政に対して、グループとしてこういうことを考えている、こういうことをぜひ政策としてお願ひしたいということをやったりという仕事をしております。それが中央会という県段階、全国段階にある連合組織のやっていることなのですが、そのうちの全国の中央会というところに私はおります。ですから、グループ全体でこういうことをやっいてこうという方針を出したりするのが仕事の1つなのです。

その中で、JAグループ全体として食の安全・安心対策に取り組もうという方針を出したのが14年の7月でありました。その少し前に安全・安心対策のプロジェクトというのを14年の4月につくりまして、検討し、7月に方針を出したわけです。そのときに何が起こっていたかということ、4月ごろに中国産の野菜の残留農薬問題がありまして、その後、7月、ちょうど方針を出したころに、今度は国内で無登録農薬が出たというような時代の情勢でありました。

何を提起したかという、生産履歴記帳運動というものです。最初はどのような名前だったかという、生産工程管理記帳運動と言っていて、何を言ったかという、きちんとした生産基準をつくって、それに基づいて生産して、記録をきちんととろうじゃないかということをグループ全体に提起したわけです。その後、いろいろなマニュアルをつくったり研修会をやったりして、途中で名前が生産履歴記帳運動と変わったのですが、それは別に記録だけをする運動ではなくて、基本的には農薬の使用基準というものがあって、農薬だけではなくて肥料のことなんかを含めるケースも多いのですが、それに基づいて生産して、記録をきちんととろうという運動をずっとしてまいりました。

それ自体の取組は危機意識もあって非常に急速に広がって、先ほど農林水産省の龍澤さんからお話もしていただいたのですが、約9割強の農協が取り組むようになっております。ただ、その中身を見るとまだまだ不十分かなというところもあって、というのも、生産者のどれぐらいが記帳に取り組んでいますかというJAに対する調査をすると、品目にもよりますが、ほとんどの生産者が取り組んでいると答えていただけるJAが5割ないし6割ぐらいの感じです。販売する農産物のどのぐらいに記帳がありますかと聞いたときの答えもやはり4割ないし6割ぐらいなので、各JAとしては皆さん取り組んでいるのだけれども、その内容についてはまだ少し不十分な面があるかなと思っています。

JAグループでは3年に1度JA全国大会というのをやりまして、3年ごとに方針を出しております。18年の10月に一番直近の大会をやりまして、その中で、生産履歴記帳については、JAが販売する農産物にも全部記帳があるようにしようと。もちろん、その前提には、工程管理もきちんとやって、記録もきちんととるということがあるわけですが、そういうことで100パーセントの記帳をやろうということを決議して、それを目指している。

もう一つ、それに加えてGAPについては、生産履歴記帳運動というのは農薬のリスクに対応することを主眼に置いておりまして、生産履歴記帳がしっかりできたところ、農薬リスクに対してきちんと対応できたところについては、今度はGAPにも取り組んでいこうということで、今、グループで取り組んでいるところです。全中としても、この間、GAPの導入マニュアルというのを作成中でありまして、この3月にできるはずなのですが、これから取組を進めていこうというところがあります。

ちょっと長くなりましたが、以上であります。よろしく申し上げます。

武田（司会） ありがとうございます。

もう一方、主婦連合会参与、和田様に御参加をいただいております。消費者の視点からGAPについてどう考えるか、そういった形で御参加をいただいております。

では、5分程度でお願いいたします。

和田（主婦連合会参与） 御紹介いただきました主婦連合会の和田でございます。

正直なところ、消費者がGAPについてどのように認識しているか、知っているかと言われても、恐らく知らない人がほとんどと言っても間違いはないと思います。冗談で言うのは申し訳ありませんけれども、GAPといったら、これから夏に向かって、「GAP」と入っているシャツを着ている人

はたくさん見かけますけれど、GAPというところがすぐぴんとくる人の方がはるかに多いのではないかなということで、まだ知っている人、内容はもちろんのこと、GAPという言葉そのものを聞いたこともないという人がほとんどだろうということ、残念ながら今の時点ではそういう状況だと思えます。

ただ、先ほどからずっとお話が出ていますように、今、前田さんから、農薬の問題から、BSEの問題から、食品偽装の問題から、いろいろな問題があって、安全・安心についての事例をずっと並べて説明がありましたけれども、本当に消費者としてはいろいろな意味で信頼関係が失われてしまっているということが言えると思えます。正直なところ、輸入のものの方がたどりにくいという点がありますけれども、国産ならば心配ないかということ、決してそうではない。国産なら問題なしに信頼しているか。今までもそうです。最近になって急にそうなったわけではなしに、過去においても、国産のものの方が何かあったときにトレースしやすいという点はあるけれども、国産だから問題がないというわけではない。農薬に関して言えば、外国に比べても、気候の問題もありますし、使用の量から言えば非常に多いということは消費者の間でも知れ渡っています。それは使用量であって、残っているとかがそういうことを申し上げているわけではないですけれども、決して国産だから安全・安心とは思ってはおりませんでした。

そういうわけで、既にお話の出ました生産履歴の記録とか、有機のJASとか、特裁の問題とか、環境保全型農業とか、エコファーマーとか、いろいろあるわけですね。そうすると、消費者の方は、それを一つ一つ理解して自分なりに選択のときの1つの基準にしようというのがとても難しくなっていて、GAPの話をしますと、「その上にさらにGAPなの」という答えが返ってくるのです。その辺のところ、やはり消費者に着実に、本当にこれが適正な農業規範であって工程を管理するのだという、その辺のところを正しく理解して選択の1つの基準にしていくというのは、難しくはあるけれども、やはりそのところを正しく着実に理解を得ていくことが必要なのではないかなと考えております。

今の段階でその程度のことを申し上げておきます。

武田（司会） どうもありがとうございました。

最後にもう一人、私もここからはパネラーとして参加させていただきたいと思いますが、短く一言。

日本GAP協会は、御存じのとおり、JGAPというGAPを1つ開発して、運営しております。GAPとは何なのかというような議論はいろいろされておりますけれども、我々の中では、GAPは農業経営を改善する道具である、また同時に生産側と消費側が信頼関係を構築する仕組みでもあると、こういった2つの側面を持ったものであると定義した上で、日本の農業生産者が商業的に実行可能であり、かつ国産農産物の競争力の向上・維持に役立つようなGAPでなくてはならない、そういった理念を掲げて2005年4月より運営しております。我々の理念等は、詳しくは会場の外でお配りしている会報等でも触れておりますので、後ほど御参考いただければと思います。

それでは、斎藤先生、ここからはよろしくお願いたします。

斎藤 それでは討論に入っていきます。聞きましたら、実は、会場の定員300人のところに、

400人以上の応募があって入れなかった方が随分多かったようでございます。今回、相当期待があって皆さん来ていらっしゃると思いますので、できるだけ意向に沿った議論を闘わせたいと思いますが、私、立場上司会進行という立場にありまして、コーディネーターでしたら私自身もかなり意見を申し上げますけれども、それは最後の段階になりまして余裕がありましたら、そういうお話に切りかえたいと思っています。

今回は大会ということで、それぞれの方から報告をいただきました。質問も随分いただいております。我々学会でもこんなに多くの質問はありません。かなりの量でございます。先ほど分類しまして、見ております。大方は、これからの方向にかかわる部分、あるいはメリットについてのところ、この辺に非常に興味があるようでございますが、せっかく今日は行政サイドからも来ておりますし、また基礎GAPの普及についても非常に急速に進行中でございます。そこで、最初に、報告者との関係で申し上げると、栃木県の取組等で、これは地方の行政的な組織としてどういう形の取組をするのか、目的は何なのか、この辺をわかりやすく御説明いただけないかということの質問があります。これはその後、恐らく品目も拡大していきましようし、普及員の負担も大変ではないかと、こういう内容の質問がございます。まずこの辺からいきたいと思いますが、どうでしょうか。

鈴木 栃木県でGAPに取り組む目的ということになりますが、一番最初に取り組んだのはJA足利のトマト部会でございます。このトマト部会では、私もそうだったのですが、その当時はGAPについてほとんど知識がなくて取り組んだというのが実態でありまして、それは何かといいますと、農林水産省の施設の補助金を受けるために、GAPに取り組まないとポイントが上がらない、ポイントが上がらないならばあなたの施設はできませんよというふうなお話を申し上げたところ、ではやってみましよう。でも、だれもわからなかった。ただ、そういった中で進めて取り組んだ結果、農家の人々が、このように工程管理すること、このようにチェックすることは私どもにとっても非常にいいことだ、こういうことをみんなで取り組まなければいいものはできないのだということで、この生産部会の人々、会長さんなどが非常に熱心に取組まして、今、このJA足利のトマト部会は施設もGAP対応でございますが、51戸の農家が全員それに取り組んでいます。そういったところで、私どもはそこで啓発を受けまして、今まで品質向上とかいろいろなこと、パンフレットとか、技術とか、いろいろ申し上げてきた結果が必ずしも全員の農家に行き渡っていない、なぜなのだろうと。GAPとか、基準とか、工程管理とか、こういう手法を取り入れた方がはるかにそういった点からは効果があるだろうということにあるときに気づいたといいますか、そういうことが1つの大きな手法であろうということで、では私ども栃木県の農産物の基本的な生産振興の方向としてはGAPに取組ながら販売していくことを目的として対応しようということになります。

ただ、普及指導員の仕事が大変になるということについては、はっきり言えば行政の大きな仕事の1つでありますので、普及指導員が足りない中ではあります。JAとか、あるいは現場の農家の人々にもGAPの指導員の資格を取っていただきながらやっというふうなことを今は考えております。

斎藤 どうもありがとうございます。

次に、いばらき農産物流通研究会でございますが、こちらの場合は基礎的なものは相当早い段階

で学習されて、ほかの認証も取っておられるわけですね。それでGAPも取っているという形でしょうか。これだけでやってきたわけではなくて。その辺はどうでしょうか。要するに、産地サイドがいろいろな意味でレベルアップするときに、そういう工程管理の認証があった上で、いろいろな学習の中でいろいろな資格を取る、認証も取るというステップの中に入っているのかどうかということですね。

玉造 2006年の1月にできたわけですが、その以前にはそれぞれの生産者が、私が今現在代表を務めております農場も有機JASを認証取得しております。ほかの生産者方も、エコファーマーですとか特裁といったさまざまな取組を、別な生産者団体ですとか個人レベルでやっていたというのがあります。ただ、今回のGAPについては、先ほどの話のとおり、全くわからない状態。ただ、それぞれの取組をしている人たちがこのGAPの重要性を理解したというのは1つ大きなきっかけになったかと思います。

斎藤 ほかの例えば県認証特別栽培とか有機JASもございますけれども、そこではないものがGAPの中に機能としてあるのだという御説明をいただきました。実は私はある有機JASなどの認証団体の理事長をやっておりますけれども、よく見ていくと確かにそうですね。HACCP管理はまた別でございます。そういう意味だと、非常に広い意味でのカバーできる、そういう機能があるという理解もできるのですけれども、これはどうでしょうか。

玉造 おっしゃるとおりだと思います。実際に有機JASの管理をしていても、農産物の安全という1つのテーマに沿っていても十分ではないということは、やっている本人たちが、我々の農場に関しては自覚したところです。

斎藤 もう1つ、栃木県の方でございますが、これを底上げしていくとき、その底上げの先に、県の認証とか、県の独自のいろいろなものがございますけれども、それとのリンクはあり得るのでしょうか。

鈴木 底上げといったときに、やはり何らかの基準でその人々あるいはその地域のグループを評価していくということが必要だと思います。そのことについては2年間ぐらい議論を積み重ねておりますが、なかなか県サイドで、あるいは地域サイドでというような言い方の中では困難があると思います。そうしますと、今の日本GAP協会のJGAPの取得をどのように目指すかということはこの何カ年かの間にとっていくのかなというのが私の個人的な考えでございます。

斎藤 先ほどの1部のお話ですと、全部の生産者を対象にしておりますね。しかし、今度のJGAP等のことになると、限られた生産者、それも地域的にかなり限定されていくかもしれません。とって個別生産者というわけにはいかないかもしれません。この辺はどのようにお考えでしょうか。

鈴木 個別生産者というよりも、さっきの団体認証、組織認証というやり方をとろうとは考えているのですが、生産部会の支所とか、そういうスタンスを考えていきたいと。

斎藤 先ほどからも議論がありますが、組織認証、団体認証、これはJGAPだけではなくて、イオンのGLOBALGAPでもほぼ同じことがあります。私がかかわっている認証団体につきましても、ある農協で100人が有機JASを取ってやっているのですけれども、そこですと、普通、

認証コストが6万か5万ぐらい、それが1万5千円まで下がるのです。これはそれなりにそこに人が必要でございますし、それなりに情報を管理していかなければいけないのでございますが、その辺のことがこれから大きな問題になってくるかと思えます。

認証コストは後から議論させていただくとして、メリット論との関係でいくと、販売先との関係、先ほど和田さんから話しいただきましたけれども、その前に国際的なお話をいただきました。つまり、GAPを取ったからといって表示にはなかなかつながらない。あえてやっている国がございました。中国、韓国。この場合ですと同等性になるかどうかという懸念がございました。中国は国際的に輸出していきますので、限りなくその必要性が高いわけでございます。韓国は中国からの輸入と、日本への輸出等もあると思えますが、この辺をどう見るか。これは武田さんから解説いただけますか。

武田 日本GAP協会がやっておりますJGAPでは、御存じの方がいるかもしれませんが、以前は個別の商品にも認証マークをつけて販売していた時期もありました。ただ、2007年の8月、GLOBALGAPとの同等性認証取得の際に、向こうのGLOBALGAPの本部とのさまざまな議論の経緯から、我々も表示ルールについて合わせてほしいということで、向こうと同じように個別商品の表示をやめた。向こうの言い方は、GAPというのは農場管理がしっかりできているかどうかという話なのです。それを審査・認証しているわけです。一個一個の個別の商品を検査して、それが何らかの基準を満たしていることをチェックしているわけではない。そうなってくると、一個一個の商品を検査して認証を出しているような誤解を生む個別包装への表示はやめるべきだと。これがヨーロッパの考え方ですね。ヨーロッパではそれでも普及していった。日本の場合はそれで普及していくのか、非常に大きな疑問を私自身も感じていますし、社会全体でも当時大きな議論になりました。日本GAP協会としても既に個別商品の包装に表示をしていましたから、どうするかと。ルールを変更するのかどうか、非常に苦渋の決断だったのです。どちらを取るかと。最終的な結論としては、今は表示していないということになります。ChinaGAP、韓国GAP、タイGAPは表示しております。どれも今、同等性認証は取っていません。今後、この部分については大きな問題になってくるかと思えます。1つ課題として今でも抱えているということですね。

斎藤 どうもありがとうございました。

それで、取引先との関係で少しお話しいただきますのは、イトーヨーカ堂、今回は余り突っ込んだお話をいただくのはちょっときついかないと思ひながら、小売サイドではきょうはイトーヨーカ堂しか来ておりませんので。本来でしたら、イオンがいればもっと突っ込んだお話をしてもらってもいいのでございますが、そういうことで。

1つは、表示ができない中でどのようにして産地と連携しながら販売を仕組むか。先ほどのいばらき農流研のお話にございましたが、そこはあるスーパーとのプライベートブランドという形をとりました。あるいはそれ以外にも販売チャンネルを広げました。私の理解からいくと、どうもPBという対応が十分中心に展開してきたようでございますが、イトーヨーカ堂として先ほど申し上げたようなブランドの中でどう位置づけるかということと。イトーヨーカ堂はもともと果物関係でも別のブランドをお持ちですね。「陽だまり育ち」でございますが、そちらの方がPB比率は高いです

ね。ミカンなんか、かなり高くなりましたね。そちらでも扱わないのか。あるいはどのように価値として位置づけたいのか。実はヨーロッパの量販店等ではGAPを使っているところも結構あります。この辺はどうでしょうか。

恵本 私どものPBは、先ほどお話しした「顔が見える野菜。果物。」とは別に「陽だまり育ち」というのがございますが、「陽だまり育ち」というのは果物に限定されておりまして、どちらかという味の基準を重点に置いている商品群。「顔が見える野菜。」というの生産者個人一人一人が特定できる形になっておりますが、「陽だまり育ち」に関しては、生産者グループ、農協さんという大きい単位で、個人の指定はできませんけれども、味の基準をきちんと決めて、そこから安全・安心を含めて担保するというような商品群と、分けて展開しております。

「顔が見える野菜。果物。」に関して、今回こういう取組に関して前向きになったのは、やはり生産者サイドから取組が拡大しているという部分と、最初に和田様からお話があったとおり、まだ消費者の方の理解度というのが非常に少ないですね。ほとんど知らないというのが現状だと思います。この知らない今だからこそ取り組んで、我々を媒体として、今度は消費者の方々にこういう取組の内容を正確に理解していただいて、その中に、我々の商品、生産者、そういう部分が取組み合っているというのを告知することによってまた生産者の方々の取組も多くなるでしょうし、双方からメリットが出るような形になると考えて今回から参加させていただくような形になっております。

そういう意味では我々もまだ取組を始めたばかりで、これから産地に対して、生産者に対していろいろなヒアリングをして、協会と一緒に取組を強化していった中でJGAPの取得まで持っていく、そういう流れを構築できたらいいなと思っているという段階で、表示したからどうか、今のところは余りそのメリットは考えていませんで、参加する、そしてそういう取組をしているということがこれから先の日本の農業のためになると考えております。

斎藤 本来、ヨーロッパのGAPは小売サイドから始まってきました。その中で信頼性をつくっていくということであったわけでございます。それぐらいプライベートブランド等でのウエートが高かった。また、小売業者の寡占化がかなり進んできたわけでございます。その中で一貫した品質管理も必要になってまいります。これは1つのサプライチェーンをつくらざるを得ない。その中で消費者との信頼性を確実にするというところだろうと思います。ただ、これまで日本の場合、PBは少しありました。産直とかいろいろシステムはありましたが、小売サイドとの連携がちゃんとした形であったかといいますと、私は、残念ながら余りなかったのではないかと。ただ、これからそれをつくろうとすると、情報の共有化とか、あるいは契約概念とか、こういうことも考えていかないと、なかなか産地のメリットを引き出せない。小売をして情報がただあればいいというわけではなくて、情報はもちろんでございますが、その先の関係性をもっと深められないかということでございますが、その辺はどうでしょうか。ちょっときつい質問かもしれませんが。

恵本 お客様から見たときに、最終的な価格価値、その辺の部分というのは、JGAPをやっているから高く買ってもいいと思われる方は余りいらっしゃらないと思うのです。そういう意味では契約というの違った意味の契約で、価格を契約するのではなくて、安全・安心を担保、それから工程管理をすることによって安定的な供給を担保する。我々が契約することによって、シーズンを

通して、サイズ、味を含めてきちんと基準に合ったものは安定的に契約して数量を動かすことができる、そういう取組をすることが将来的に生産者の方々のためにもなるし、消費者の方々のためにもなると理解しております。当然、有利販売というような形で高く売れるのが理想的だとは思いますが、そういう商品もあるでしょうし、そうならない商品もあるでしょうし、商品特性によっていろいろな部分で違いは出てくるとは思いますけれども、やることで、例えば暴落したり価格が非常に低迷したりというときでもある程度採算ベースに合うような形の中で商売ができるようなことは理想としてできるとは思っていますし、今まで我々が取り組んでいる産地の方々にもそのように理解していただいてやっているつもりであります。

斎藤 小売段階での競争が相当激しくなっています。恐らくあと数年間続くかもしれません。その中で比較的安定しているのがプライベートブランドですね。これは契約概念があることで多少価格のメリットも多分ある。そこをリンクすることで全体的な産地のメリットをつなごうというような1つの仕組みの提案もきょうありました。

またいばらき農産物流通研究会でございますが、ある量販店、これは名前は出ましたっけ、出なかったですかね、どうでもいいですけども、これは新しく販路開拓という形なのでしょうか。向こうからそれなりにどうだという……。つまり、提案型でいったのでしょうか。それとも向こうからお話があった状態でしょうか。

玉造 この進め方に関しては、2006年のときに我々は販売先を1社も持っておりませんでしたので、流通の方も含めて満たされないニーズを満たす産地になっていこうというところで、我々産地と小売への提案をしている中間流通の方の協力によって実現した取組なのかなと理解しています。

斎藤 JGAP、それとGLOBAL GAPは、ちょっと今日はイオンの関係者はいらっしやらないと思いますが、基本的に、プライベートブランドの中での関係ということになりますと、ほかのチャネル開発がなかなか難しいのですね。ところが、もしオープンにできれば、それはほかの販売先との関連も強まる。つまり、産地サイドがある程度販売先も選択できるという意味合いが1つと、もう1つは、量販店は皆仕様書が違います。いろいろな仕組みが違う。それを最小限共有化していただけないか、同じテーブルに座って最小限同じ基準で考えられないかということも、実は両方とも共通した問題を持っております。産地サイドは余りプライベートブランドの議論をしていくと系列化になってしまうという議論も一方ではございますので、お互いにそこは透明性を生かしてベーシックなものをつくれないうというニーズも随分あるし、産地サイドもそれぞれに取引するのだったら共通なものがあつた方がいいのではないかと、こういう議論も多分あるのだらうと思いますが、これについてはどうでしょうか。お二人から。

恵本 おっしゃるとおりだと思います。ということで今回から我々も参加させていただいていますし、やはり一般的に標準化されたもので、プライベートブランドになったときにそれにプラスアルファ何かをくっつけていくのか、特徴をつけていくのか、そういうことで差別化するのであれば、それはそれで構わないと思うのですけれども、ベースの部分はきちんと公開して、全国の生産者の方が標準的にできるような形はとるべきだと思います。それを差別化の材料に使うべきではないと

思います。

齋藤 どうもありがとうございます。

では、生産者を代表して、いばらき農流研の方でお願いいたします。

玉造 代表となるかはわかりませんが、私どもが考えているGAPの位置づけというのは、GAPの認証を取得した段階で、高く売れるかどうか、我々も売ればそれにこしたことはないわけですが、片方で私自身も消費者の一人なわけですし、安全なものを買うために高いお金を払っていいかどうか。現実には払いたくないわけですね。そうあるべきだと思うことですし。ですので、我々の中では、よくグループの中で使う言葉ですけれども、安全という品質はもうゼロ品質、特に高い価値ではなくて、ゼロの価値だと。ただ、このゼロなくして1はないわけです。そういう取組でGAPには取り組んでいます。

先ほどお話がありましたように、価値というものを食べていただく方に届けるためには、そのほかのもの、飛び切りおいしいですとか、めちゃくちゃ希少価値があるとかというようなところですね。有機JASもそういう上に乗ってくるようなものなのかもしれませんが、そういう取組方、やり方が正しいのではないかなという解釈をしております。

齋藤 本来、GAPにかかわる取組としましては、生産者と買い手側が同じテーブルについて対等に物を言う、こういうパートナーシップ的な精神がないと、その先なかなかまともな議論がしにくいと私は感じております。イトーヨーカ堂の方からテーブルにつきたいという要望がありましたが、ほかの量販店もそういう希望が結構あるのではないかと思います。それに伴って、できれば生産者サイドも、いろいろな事情の違いがございますが、そろそろつく段階に来たかなという感じもいたします。どちらかという特定の取引先との関係で関係が決まってしまうというケースがございました。そういうものを少し脱却して、広くGAPのあり方、なぜ必要かという議論に加わっていただければという思いがいたします。

メリット論を少しお話ししました。それで大分質問があるわけですが、フロアの方でこのメリット論をめくりまして追加的に質問したいという方がいましたら、時間的にまだ30分ちょっとありますね、ございますか。何人かの方からどんなメリットがあるのだろうというお話があって、それでこちらでお話を少しつけ加えさせていただきました。何かございますか。要するに、量販店との連携の中でやっていくのだということですので、情報の共有化等の必要性、あるいは最終的にプライベートブランド等を通して消費者まで認知度が行くという取組が今後広がっていくだろうということですが、基本的には、産地サイドとしても、例えば特別栽培あるいは県認証等、こういう取組とこれをリンクできないかということも1つの方法だろうと思います。ただ、それがすぐブランドとなるとなると、ちょっと話が違います。安易にブランドという言葉を使うのはよくないと私は思っています。基本的にはもっと品質管理的なちゃんとしたものがないと、安全だけでもブランドというのは少し行き過ぎな考え方だろうとも思っております。これについて少し加えさせていただきます。

これは武田さんからはどう思われますか。今までの議論と、これからのかわりの仕方ですね。

武田 JGAPの認証を取ると10円高く売れますかという質問はもう何十回も何百回も私は受

けております。お答えとしては、高く売れるかもしれないし、そうはならないかもしれないと。なぜならば、JGAPの認証云々は関係なく、何かやったら10円高く売れる、ビジネスの現場ではそんなことはあり得ないですね。やはり需要と供給で価格は決まるわけで、GAPを導入しているようなしっかり農場を管理できている農場で生産された農産物を優先的に欲しいという方がふえてくれば、自然と農産物の価格はGAPとともに上がっていくのかもしれないと、そんなふうには思います。

もう1つ、我々日本GAP協会の考え方ですけれども、今、斎藤先生がおっしゃったのと全く同じでして、GAPというのはだれが作り、だれが運営するものなのか。我々日本GAP協会としては設立当初より、農産物をつくる人、売る人、買う人、みんなで同じテーブルについて、しっかり農場管理できているというのはどういうことなのかということを経験してつくっていきましょうよと。どちらか片方だけ、例えば農産物をつくる人だけでつくると自己満足になるし、農産物を買う人だけでつくると非現実的な内容が入ってきたり、農業生産者として商業的に不可能な内容が入ってきたり、そういった問題が起きるわけです。やはり両者がそろってつくっていくべきものであり、日本GAP協会はそういうテーブルになろうと、そのような考えでここまで活動してきたという次第です。

斎藤 どうもありがとうございます。

それと、GAPにはかなりいろいろなGAPがございます。これは皆さんのアンケート、質問には、統一をどうするかという議論が入っています。実はこの話は最初からしないように言われたのですけれども、皆さんの希望が非常に高ければ、ある程度お話ししなければいけない問題でもあるかなと思います。

まずGAPそのものが、普及させていくためのGAPと、先ほど外国のお話にありましたけれども、国際競争力をつけていく、あるいは輸入品と対抗する、あるいは輸出する、そういうGAPと2つ、それぞれの国が結構持っております。日本の場合も、GAP協会も2つあって、1つは同等性を取っておりますけれども、それをまだ取る段階には至っていないと。ただ、イオン関係ですと、私の知っているところでは10近くあると思います。こういうGAPと、一方、基礎GAP、これは農水省が進めております。これもあります。県段階でいろいろな独自取組もございます。この4つぐらいの関係をどう見ていくのか。広い目で見ますと、GAPが普及する段階ではいろいろなGAPがあっていいというような理解もできます。その辺からいくと、例えば県の特別栽培等の認証と、先ほどの県独自のGAPがくつつくということもあり得るかもしれません。今後、農水省の普及との関係でどのようにここら辺を考えるか。農水省サイドと、県も栃木県が来ていますので、この辺をお二人からそれぞれ意見を伺いたいと思います。

龍澤 GAPにつきましては、国が基礎GAP、県においても県版のGAP、先ほど話がありましたとおり実需者が求めるGAP、そしてJGAPなどさまざまなGAPがあるという状況にございます。

この件に関しましてはいろいろな御意見がございますが、そもそもGAPというのは、危害（ハザード）に対してどのように注意して、対応していくかというものです。例えば、HACCPの場

合でも、製造工場において対象食品が違えば重要管理点が変わってくるわけでございます。例えば、カドミウムという重金属がありますが、地域によってそれを重点的に取り組むということがあるかもしれませんし、衛生管理にしっかり取組たいといった場合もあるかと思えます。このように地域によって取り組む目的が異なるのも事実でございます。先ほど和田さんからお話がありましたとおり、消費者から見ていろいろあってわかりにくい。また、生産者から見てわかりにくいといったご意見があることも承知しております。

このため、農林水産省としてもGAP手法導入・推進会議を設け、意見交換等を通じて関係者の相互理解を深めておりますし、産地とか実需者等関係者がまずは情報共有、意見交換を行う場を設けていきたいと考えているところです。

斎藤 どうもありがとうございます。

いろいろと質問に、もっと中国や韓国みたいに農水省のをパワーアップしろというのがよく出るのですけれども、ここまでは議論するつもりはありませんが、ヨーロッパモデルの方が将来的には効果的だろうと私も思っております。そういう意味では、民間のあり方にかかわる問題の方が重要かとも思いますが、公的セクターがいかに支援体制を組むかということにつきまして、栃木県との関係でございますが、先ほどの基礎的なものと独自性との関係なのですけれども、これは県独自にかなりのところをやるのか、国が基礎GAPの普及としてやるのか、この辺はどうでしょうか。先ほどの、JGAPまで取るとなったらこれはまた話が違ってきます。3つの関係ですね。

鈴木 先ほどどなたかがおっしゃってありましたように、農業生産工程管理をもって何をするかというと、品質の維持あるいは向上、そしてもとより安全・安心というのは当然のことであるというようなことを何らかの方法で担保したい、あるいはその精度を高めていきたいという基本的な考えで今GAPを進めているというのが私どもの考え方なのですが、そういった点からすれば、基礎的なGAPという手法、取組の仕方を広く生産者の人に理解してもらい、さらにその手法の精度をどれだけ高めていくかということがゆくゆくはJGAPにつながるだろうし、GLOBALGAPとの同等性にも向かっていくのだろうというのが1つ考えられます。したがって、そういった仕組み、やり方について、地域が、あるいは生産者がそういったことがわかる、できることとなるような体制、対応をとっていくというのが私どもに今求められている中身だと思えますし、その点からは、何度も申していますように、私ども県サイドの指導者あるいは技術者が極めて少ないというのが今痛感しているところです。

もう1点いいですか。メリット論から言います。メリットは、私どもの産地の農産物が市場に回るというか、安心して買っていただける、品質が一定しているということを生産地としてどう考えるかということ、それが産地戦略の最大のものだとも思うのです。そういった意味からすれば、昨年のイチゴの問題からしますとマイナスというか、ゼロになっていない。ゼロにしてから初めて1、2、3といくのだろうと、お隣の御発言どおりだと私も思います。

斎藤 実は、私が繰り返して質問したのは、栃木県のを最近拝見させていただいて、チェック項目が少な過ぎないかなと。よほど記録データをちゃんと整理して、人を育成していかないと、効果的な管理になり得るのだろうかという気がしたからでございます。これはどうお考えですか。

鈴木 おっしゃるとおりです。チェック項目の多い少ないはそれぞれの地域でもっと考えていただきたい。栃木県は29のチェック項目をトマトで策定いたしました。そのマニュアルがたくさんございますが、例えば先ほどのJA足利では、今、80数項目のチェック項目に、農家みずからが再度見直して、多分これは圃場ごと、農家ごとに全部違うと思うのです。それぞれ違うところで、それぞれが新たなところを入れ込む。私どもの地域はこうだというようなことを入れ込む。そういうことがこの工程管理、GAPの1つの考え方で、さらにJGAPに行くのにも、そういった点からは行かろうと思います。ただ、制度とか基礎とかという段階を踏みながら行くしか今のところないのかなと私は思っているのですが。

斎藤 基礎的なものからだんだん段階を踏むための1つのトレーニングをしていくということですね。

農協中央会にまたお願いしたいのですが、今回急に御参加いただいて申しわけないと思っておりますが、農協でも先進的な農協はいろいろな取組をしております。ただ、部会とかそういう画一的な組織の中でこの問題をやるのはなかなか難しい部分もあります。どの程度のレベルまで、先ほど言った記帳の延長である程度の工程管理的発想を入れる、HACCP的な手法を入れるというレベルでとどまるのか、地域内でGAPを取るような話まで持っていくのか。これはどうでしょうか。

前田 農薬リスクに対する管理ということで、生産履歴記帳をベースに、それができたところからGAPに取り組んでいこうということを提起して、実際上は、今既に、先進的な産地、それは部会も含めて、GAPに行こうという動きはかなりあると思います。何を言いたいかということ、私どもは今度GAPマニュアルというのをつくるのですけれども、考え方は、今、鈴木さんがおっしゃったことと同じで、やはり段階的に進んでいくのだからと思うのです。今回の導入マニュアルで強調したかったのは、自分たちで考えるGAPにしたいと思って、そのようにしたのです。つまり、鈴木さんが手法を広めたいとおっしゃったことと符合すると思うのですけれども、何か外からやってきたものということで、やらされているということではなくて、自分たちがリスクの評価をして、こういうことが大事なのだということを知覚して取り組んでいく、そういうGAPを広めたい。いずれそのこと自体が、既存のいろいろなGAPに対して対応していくに際しても、その意味をきちんと理解してそれを取り込んでいくことにつながっていくのだからなと思っています。お答えになっていますか。

斎藤 はい。

さて、次の論点でございますが、1つはコスト問題と少しつなげて議論したいと思っております。つまり、JGAP、あるいはGLOBALGAPもそうでございますが、私の聞くところ、双方の情報の共有化が余りないようございまして、私は両方ともその辺を知っているつもりでおりますけれども、聞く段階でかなり差があるようございまして、普通、もうちょっと情報の共有化をしていった方がいいと思いますのは、今、有機の認証団体が私のところで数十あるのです。みんなばらばらでございます。最近やっと連絡協議会ができて、少し共有化されてきたかなという感じがするのですけれども、取引先との関係が非常に強くありまして、情報がなかなか流れないということが

あるわけでございます。

コストについては、先ほど中国サイドの情報がございまして、日本円で30万とか40万とか、かなり高いですね。これはいろいろな理由があって、要するに外国から人に来ていただく旅費まで含めれば高いというのと、本来の認証はそんなものではないだろうというの也有ります。日本ではまだまだ取組が少ないので、当然規模の経済性がないというの也有ります。それと、それぞれの地域で団体がやっていく場合はかなり下げられるのですが、その団体を引っ張ることのできるようなマネジャーといったらいいか、そういう人が非常に少ないということもござります。GAPの普及ということを考えていくと、当然コストを下げていかざるを得ません。その辺のマネジメントをどうしていくかということではござりまするが、これは武田さんに説明していただくしかないですね。

武田 GAPにかかるコストということになると、大きく分けて2つ考えた方がいいと思うのです。

GAPにもいろいろ種類がありますが、JGAPに関して言えば、まずJGAPに書かれている内容、農場の基準ですね、それを満たすために自分の農場を改善していくときにかかる費用。担当者の人件費だとか農薬の保管庫だとか、そういったものも全部入ってくると思います。今回、世界のGAP調査でアフリカの事例が出ていましたけれども、そこをいかに安くするかというさまざまな工夫がされており、いろいろ詳細を聞くと、感動に値する部分が本当にたくさんあるなと思います。

もう1つは審査・認証のコストです。そもそも審査・認証は必要かという議論自体がまだ存在しているわけではすけれども、日本GAP協会は必要だと思っています。なぜかという、GAPの道具としてのメリットを考えた場合に、日本GAP協会では、JGAPのメリットは何ですかと、いつも2つお答えしています。1つ目は、農場管理をよりよくする道具であると。例えば残留農薬の事故を出したい農場はどこにもないわけではす。では出さないためにあなたはどうかやってやるのかと。GAPを使って農場管理をしっかりとやっていく、押さえるべきポイントをしっかりと押さえていくのだと。これが1つ目のメリットだと思ふのです。農場経営がよくなる。2つ目のメリットは、農産物の流通現場で信頼のあかしとして使われていく。既にヨーロッパではそういう位置づけで使われているわけではすけれども、そのときに必ず審査・認証が必要なのです。自分で自分の農場をいいと言ってもなかなか信頼関係にはつながらない。うちはしっかりと農場管理できていませんけれども買いませんかなんてだれも言わないわけではす。みんながみんな、自分ではしっかりとできていると思ふているわけではす、そういう意味で第三者の目を入れるための審査・認証が必要になってくる。

では、大きく分けると今の2つのコストがある中で、それぞれどれくらいかかるのか。実は前半の方は農場によって大きく違ふます。今現在農場管理が全然できていない、しっかりとできていないところはたくさんかかります。非常に意識が高くて既に農場管理がしっかりとできているところはほとんど追加コストがかからない。JGAPの場合はですね。そういった報告をよく聞いております。非常に幅が広いではす。

審査・認証コストについては、これは個別の審査ではすけれども、現在1農場6万円 - 審査員の交通費は別に出ていますが - で今の審査会社はやってます。JGAPの場合は審査会社になり

たいところはその要件を満たせばなれるようになっていきますので、今後、審査会社同士の競争の中で値段は変わっていくと思いますけれども、現状は6万円。団体での取組の場合は、1農場当たりで割り算すると1万5,000~2万円の間、これが年間の審査・認証コストになります。これが高いのか安いのかという議論はありますけれども、現状、商業的に実行可能であるぎりぎりのところまで落としこめてきたかなと、そんなふうには我々としては考えている次第です。

斎藤 大分具体的な数字が挙がってきました。

それで、団体認証の仕組み、これはちゃんとした仕組みをどうつくっていくか。場合によると外部にアウトソーシングしてもというのがさっきありましたね。そういう方がいればそれなりにマネジャーになっていく可能性もございますが、その辺の可能性はどうでしょうか。今のままだとなかなか産地サイドにいらっしゃらないという状態ですね。これはどうやって改善すべきでしょうか。

武田 団体で取り組む事例がやっと2007年からふえてきたというふうに考えます。JGAPの認証を出している団体は現在全国で6団体ございますけれども、それも2007年に一つ一つふえていって、団体でGAPに取組、団体として審査・認証を受ける、このノウハウがやっと日本で確立されてきたのかなと考えているところです。

今、日本GAP協会としては、指導現場を厚くするという意味で、全部で3種類の研修を設けておりますが、1つはJGAP指導員の基礎研修、これは個別の農場一戸一戸の取組を支援して審査・認証まで持っていける、そういった研修ですね。2つ目の研修として、これは2007年にノウハウがたまったということもあって始めたばかりですが、JGAP指導員団体認証講座というのを始めました。ここで社会全般にGAPを団体で取り組む場合のノウハウをお伝えできる場になってくるのではないかと思います。3つ目は現地研修ということで、JGAPの審査風景や認証農場の見学というのがあります。そういう意味で、この団体の審査・認証の取組についてはやっとノウハウがたまったところだと。今後はそちらが中心になってふえていくのではないかと思います。

一言だけ、団体で取り組むメリットですけれども、これは取組自体、各生産者の負担が低くて済みます。具体例まで申し上げると時間が無いと思いますが、さっきコストを2つに分けてと言いましたけれども、取組部分でのコストも安く済むし、審査・認証のコストも安く済むのです。これは非常に有効な手段であると我々も今感じており、この団体認証講座についてはより回数をふやして、社会全体にこのノウハウを提供していければと考えています。

斎藤 どうもありがとうございます。

私どもが昔よく議論しましたのは、大体どの程度までの負担が限界かなというので、売り上げの1%で議論があったり、0.5%で議論があったり、そういう議論をしました。ただ、もう1つは審査員をちゃんと育てられるかというのがありまして、日本のこういうところは市場規模が非常に小さいことがありまして、例えば年間収入500万ぐらいを前提にして、どういう検査とかいけるような仕事をしてそういう人たちに生活保障できるかという問題まで実はこれは絡んでおります。日本ではなかなかこういう恵まれない状態にありまして、NPOの組織もございますけれども、自主的にやっていただく、ボランティアだという意識も非常に強いわけです。その辺がヨーロッパと日本で大分違いがあるような気がしますが、この辺はどうでしょうか。

武田 確かにおっしゃるとおりで、審査コストを下げるためには審査件数がふえなければいけないのですね。審査件数をふやすためには審査コストが安くなければいけないということで、鳥が先が卵が先かという課題を抱えながらここまで2年3年JGAPをやってきたというのが実態です。ただ、現在、既に年間100~200は審査・認証が出ておりまして、審査員1人の教育コストを割り算できるようになってきました。ということで、先ほど申し上げたような審査・認証コストの費用になってきている、あと一步だと私は思っていますので、審査・認証に取り組む生産者、農場がふえることを願っているということです。

斎藤 どうもありがとうございます。

大変重要なことを相当スピードを上げてお話ししている状態でございます。

フロアから質問票をいただいていますので、生協の壽原さん、いらっしゃいますね。今までの議論を踏まえて少し御意見をいただけないかということです。

壽原 質問票に書いたポイントはこの間の議論でされていたと思うのですけれども、きょう御参加の方々に生協関係の取組を御承知の方もいらっしゃると思いますけれども、御承知ではない方もいらっしゃると思いますので、生協関係の取組の概要を紹介させていただきます。先ほど全中の前田さんの発言のなかでも全国の系統農協での取組の経過の中で偽装事件の問題等というのが出ましたけれども、生協産直の現場でも同様の問題が起きました。生協関係の「青果物品質保証システム」という言い方でそのうちの生産過程部分をGAP・適正農業規範を道具として使っているということですから、その部分はいわば「生協版GAP」ということだと思います。それを取組だしたきっかけというのが、丁度6年前の偽装事件を背景として「青果物品質保証システム」確立の議論を開始しました。生協はそれぞれが独立の法人になっていて全国チェーンで1本で動いているわけではありません。そして、生協陣営の中だけですら仕様書もばらばらだったりという実態もあって、生産現場でも、あるいは中間流通のところにも負担がかかっています。そういうもろもろの問題の中で、偽装事件の問題につながっているだろうということで、実は5年前からそういう検討・議論をして、農業生産部分のGAPの勉強をして、生協でもそれぞれの生協のプライベートブランドの産直農産物に当たる部分だけでもせめてコントロールしようということで始まった取組です。

そして、この間、他のチェーンストアでのGAPの取組もありましたし、JGAPも本格的に動き出し、さらに、議論の中で出ていましたけれども、国・各都道府県でも、恐らく今年度末で、基礎GAPに依拠した取組が半分ぐらいと、独自の県版GAPというのが半分ぐらいという動きが出てくると思います。あるいは、先週も農水省の「GAP手法導入・推進会議」で紹介されましたが、全中・全農でも昨年の秋から本格的に全国の系統農協にGAP取組を発信をするということです。以上のようにやっとGAPの議論が始まったかなという段階だと思います。そういう意味で、いろいろな情報交流、実践交流をもっとやっていかなければいけないだろうと思います。もちろん、その先に、きょう斎藤先生が幾つかのポイントで整理された課題を、これから実践的に討議していかなければいけないのではないかと思います。目標としては、少なくとも生産現場に混乱を与えないように将来的には「日本におけるGAP一本化」をするのがよいのか、あるいは共通のフォーマットを示してそれにプラスアルファなり足し算引き算をするという方式がいいのか、そういう議論な

ども実践的にこれからやっていく必要があるのではないかと思います。

齋藤 どうも建設的なお話をありがとうございます。

生協は3年も前からやっておりますので。ただ、実践的には、特別な認証システムはとらないということが前提ですよね。

壽原 済みません、時間がなかったものですからはしょってしまったのですが、信頼、第三者性ということを考慮にいれば、かつ時間、コスト、手間ということも条件の中に入れられれば、第三者認証を取り込むことも考えられます。ただ、現状では生協の「青果物品質保証システム」で産直プライベートブランドの管理をするために、「顔の見える関係」「提携の関係」でそれぞれ自己チェックと相互チェックつまり「二者認証」でやって行きましょうということで目下取り組んでいます。それらをクリアしたところで、近い将来、第三者認証というのを、あるいは「日本におけるGAPの一本化」の検討とか色々な議論があり得ると思います。

齋藤 ということは、生協サイドも量販店等と同じテーブルについてやってもいいということですね。

壽原 はい。ですから、それぞれの実践を持ち寄ってそういう検討のテーブルというのは近い将来あってもいいのではないかと考えています。ただ、現状ではまだまだ基礎的な取組内容の共有化、実践の交流ということが求められていると思います。

齋藤 ありがとうございます。大変力強い御発言でした。

もう1つ、これはイトーヨーカ堂と生協サイドに質問なのですが、農水省もこの間、中小企業にもHACCPを適用するというのでほぼ決まりました。恐らくこの流れでいきますと、それぞれの流通段階から始まって、要するにサプライチェーンができる形なのですが、その中にHACCPの対応がかなり入ってくる上に、さらにCSRで社会的責任論が出てきて、そのためのサプライチェーンをつくらないと消費者には説得的でないという段階に来ております。そのサプライチェーンも、単なる効率性だけではなくて、労働力等も含む、さらに環境も含むようなかなり包括的なものが出てくる可能性が高いと思いますが、この辺、まず壽原さんはどうでしょうか。生協は産直から入ってきて一般品目まで広げていくというのを戦略にしているようでございますが、その辺との関係。

壽原 最後の点、戦略とまではまだ全然言い切れず、いわば将来目標としての行きつく先ということで掲げているレベルで、本当に産直の場面で一つ一つ積み上げてまずやるべきだと思います。かつ、先ほど申し上げるのを忘れていましたが、今の齋藤先生からの問題提起にかかわるのですが、もちろん、「青果物品質保証システム」の取組は生産段階のGAPによるコントロールだけでは当然済まないと思います。発想は、先ほど御紹介しましたように、偽装事件の背景を受けて、「たしかに産直農産物」を作っていただいて、最終消費者、生協の組合員によりよいものを届けるということで、そのためには、生産は生産、中間流通は中間流通、そして最終の生協販売のところは生協販売のところ、さらに「農場から食卓まで」の食卓つまり個々の家庭・消費者における台所の管理まで求められます。本来は、生産過程のところできっかくGAPでコントロールされて確かな農産物が産み出されても、それが末端のところできっかく活用されていなければ何も意味がないということで、そ

れらを取り組んでいきたいということで、実は今年度から中間流通のところをコントロールする「適正流通規範」を提起し、その実証・実験にチャレンジすることにしております。

斎藤 ありがとうございます。

イトーヨーカ堂の方はどうでしょうか。流れとしては、イトーヨーカ堂は環境関係やCSRの取組は比較的早いですね。これとサプライチェーンやGAPとのつながりまでどのようにシステムをつくる構想があるかですが、この辺はどうでしょうか。

恵本 CSRに関しては、やはり社会的責任を果たさなければ企業としてはいけませんので、取組は積極的にやっておりますが、特に近年は環境問題の部分で社会的な貢献をきちんとしないと企業として認められないという部分があります。農作物を含めてGAP関連の工程管理の中でより効率的なそういう取組ができることによって - 製造業では比較的合理化が進んでいるのですが、まだまだ一次産業はそういう部分で合理化が進んでいない部分がありますので、そういう部分で環境配慮を含めて取り組むことによって最終的にそういう社会的な責任が果たせるような状況になると思っていますので、ぜひその辺は積極的に取り組んでつなげていきたいなと思っています。

斎藤 どうもありがとうございます。

大分時間が迫りました。もう最後になりましたが、消費者サイドから和田さんに少しコメントをいただきたいことなのですが、もう1つは、我々多くの経済主体は社会的責任論を議論しているのですが、消費者サイドももうその段階に来たかなと。消費者も何らかの社会的責任が出てきて、例えば食育も含めて、環境問題の取組もそうでございますし、買うだけの立場ではなくて、もっと積極的にアクションプログラムを持つべきだという感じもします。消費者の社会参加及び企業への参加、こういう形での参加ですね、この辺はどうお考えでしょうか。

和田 いろいろお話を伺いながら、大きな量販店の問題は、これはまたそれなりのあれがあるとします。それと、同じ消費者といいましても、私たちのような消費者が直接に買うものと、外食産業であるとかそういうところの方がむしろ金額的に多いということも言われておりますので、消費者サイドと言われてもなかなか難しいと思います。

もう1点は、ちょっとお尋ねから外れるかもしれませんが、つい最近、地方へ行きました、典型的な日本の、非常に耕作面積が狭くて、高齢者で夫婦だけでやっているという生産者の方のところに行きましたときに、「農薬についてこのごろすごくやかましくなってきたんだよ。いろいろ書かなければならないようになってきたんだ」と言って、その80歳の生産者の方が一生懸命メモをとっている。それから、「農薬を置くところも今までいい加減なところに置いてあったけれども、こういうところへ置くようにした」と言って見せてくれたのです。そういう意味で、別にGAPも聞いたこともないだろうと思いますが、そういうところにも、生産履歴をメモするとか、農薬についてはちゃんとしたところへ保存しておこうとか、そのような機運だけでも徹底し始めているということはやはり非常に大きなことだと感じて、こういうところへGAPが、どこが先というのではなくて、少しずついいから着実に定着していったほしいということを感じました。そして、中国の例のぎょうざが事故なのか事件なのかすらまだはっきりしていないときですけども、そういうときであるだけに、国産の野菜、果物に非常に関心あるいは期待が集まっていると思います。

もっと広く言えば、日本の農業、それから自給率というものに普段全然関心のない方が関心を持ち始めているということがあって、そして地産地消でもっと使えるものがあるのではないかというようなことまで広がってきておりますので、その1つの基本的な柱としてGAPというものがこの機会に少しずつでも広がって定着していったらいいなと。そして消費者は消費者として、自分たちの食生活を考え直すとか、日本の農業を考えると、いろいろなことをやる1つの柱としてGAPがあるのではないかというようなことを感じております。

斎藤 大変心温まる発言をいただきまして、ありがとうございます。

時間的にもう既にオーバーしております、最初は基本的にはGAP協会なのですが、実質的にどうも農水省サイドが非常に強かったようでございますので、最後というわけではございませんが、龍澤さん、全体的なコメントも含めてお話しいただければ。

龍澤 何か締めのような感じになるのですが、本日の議論を伺っておりましたが、ようやくここまで議論できるようになってきたのかなと感じました。実は、つい1年前ぐらいまではまだ、GAPって何というところで終始していて、このような議論はできなかったように思います。そういう意味ではかなり広がりが出てきたと感じております。

しかしながら、課題はいろいろございます。このような新しい取組ですので、普及、定着していくのにも少し時間がかかるかもしれません。いずれにしても、課題に的確に対処しながら、そして関係者はたくさんいらっしゃいます。様々な方が情報共有、意見交換を行えるような場を作ってまいりたいと思います。GAP手法導入・推進会議の下に、実務の方とか、産地の方とか関係者の方に集まっていたら、情報共有、意見交換する場を設け、こうした取組を通じて、議論を深めていきたいと考えております。

本日の議論を参考にしながら今後とも進めていきたいと思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

斎藤 どうもありがとうございます。

今回、こういう形で、議論も少し進められたと思っておりますけれども、まだ幾つかの課題の整理はもっと進めなければいけない問題だろうと思っております。GAPの統一化にかかわるところの議論が、多分、皆さん、もっとやりたいという方が多いと思いますが、これは何か別の機会をつくりたいと私も思っております。ただ、これは少し生々しい話、いろいろな実践事例をもっと突っ込んで議論していく必要もあるかと思っておりますが、今の産地段階で申し上げますと、HACCP的な手法を導入してマネジメントするのだという認識が強まってきておまして、いろいろな勉強の場、知識の集約が進んでいくだろうと思っておりますので、今後、深みのある議論が進展するだろうと思っております。

私、きょうは余り無理して取りまとめをするつもりはございません。別の機会等をできるだけつくって、その後少し議論を深めたいと思います。

以上でございます。どうも皆さん、積極的な御参加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。議論はまだまだ尽きないというか、時間も参りましたので、ここまでとさせていただきます。

今回の大会をきっかけに、今後もさまざまな場でGAPに関する意見交換が行われて、社会全体の理解が深まればと考えております。

以上をもちましてGAP全国大会を終了といたします。どうもありがとうございました。（拍手）