

# **農業生産工程管理（GAP）の現状と これからに向けて**

平成25年7月26日

生産局農産部技術普及課

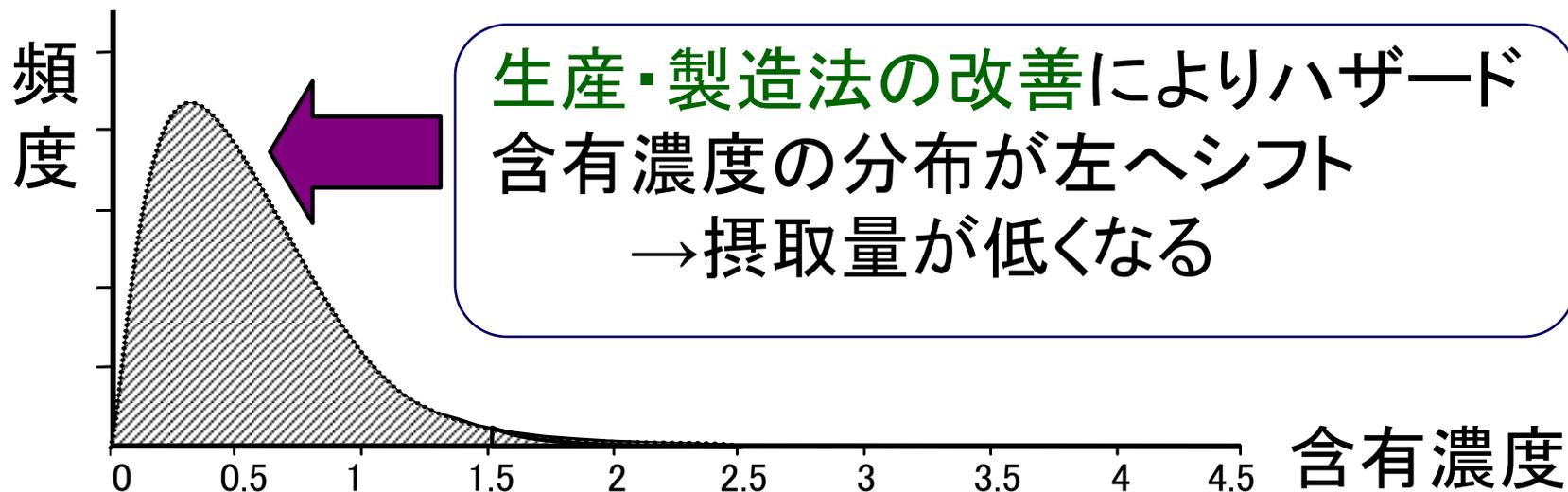
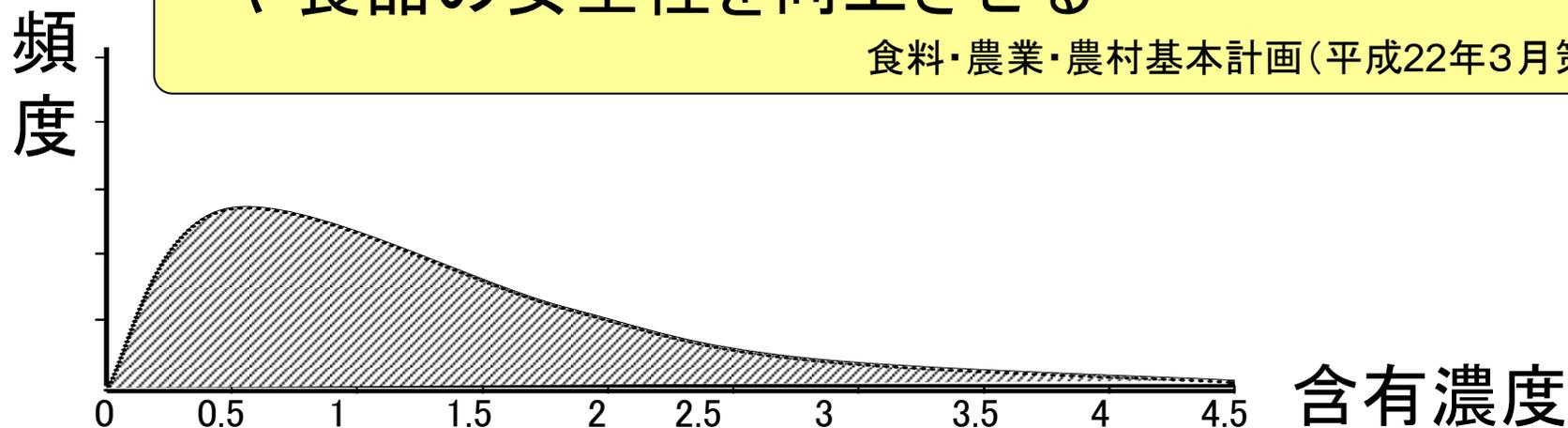
**農林水産省**

# 1. 農業生産工程管理 (GAP) への取組は今…

# 後始末より未然防止

●「後始末より未然防止」を基本に国産農林水産物や食品の安全性を向上させる

食料・農業・農村基本計画(平成22年3月策定)



# GAPの共通基盤作りと取組内容の高度化

- ・ 農業生産工程管理（GAP）については、生産者の主体的な取組が進んだが、いまだ産地の導入は限定的な状況。
- ・ 国内に様々なGAPが存在するとともに、科学的知見や消費者・実需者ニーズを踏まえた取組への対応も十分に進んでいない。
- ・ 食品安全に加え、環境保全、労働安全のように幅広い分野を対象とする高度な取組内容を含むGAPの推進は、消費者・生産者双方にメリット



- **GAPの共通基盤づくりを進めるとともに、産地における更なる取組の拡大と取組内容の高度化を推進。**

食料・農業・農村基本計画（平成22年3月策定）

第3 食料、農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. 食料の安定供給に関する施策

(1) 食の安全と消費者の信頼確保

② フードチェーンにおける取組の拡大

ア 生産段階における取組

# 国内で推進されている様々なGAP

	項目数	食品安全				環境保全					労働安全		その他
		農薬・肥料	重金属・病原微生物・化学物質	異物	その他	水・土壌の保全	廃棄物処理・利用	エネルギーの節減	生物の多様性	その他	作業者の安全	従業員の福祉	
基礎GAP	20	8	3	-	7	1	1	3	-	-	1	-	1
A県	50	38	5	-	23	2	2	1	-	-	6	-	4
団体B	130	52	26	10	17	10	3	1	3	4	12	7	13

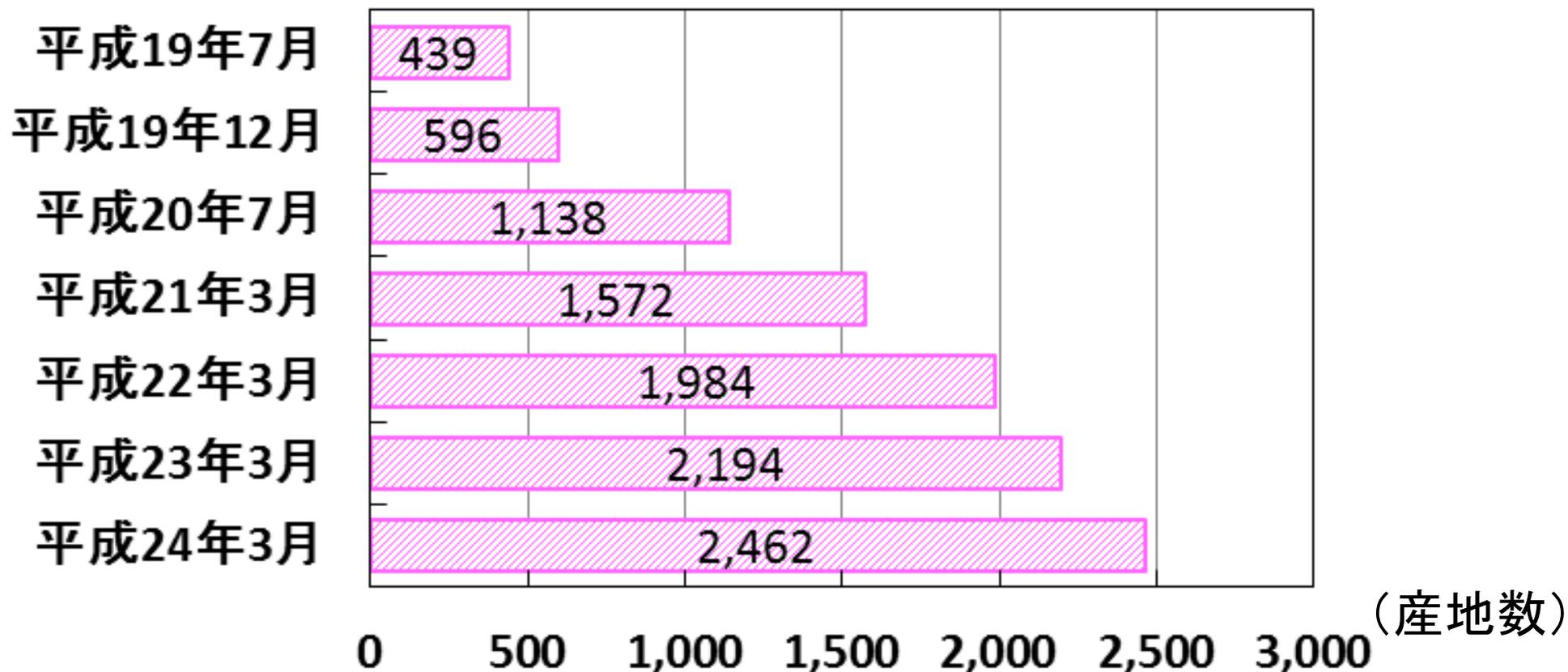
(注) 1つの項目に2つ以上の内容が含まれているものについては、それぞれの内容毎に数を積み上げている。

(※項目数(概算)と内訳の合計は一致しない。)

農林水産省調べ、平成20年7月時点

# 産地での導入状況

## 導入産地数の推移

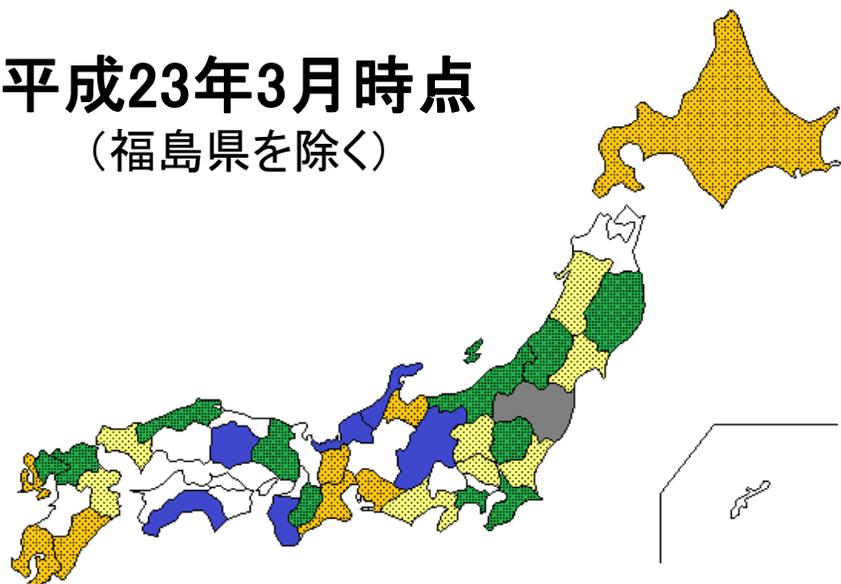


農林水産省調べ(平成24年3月末現在)

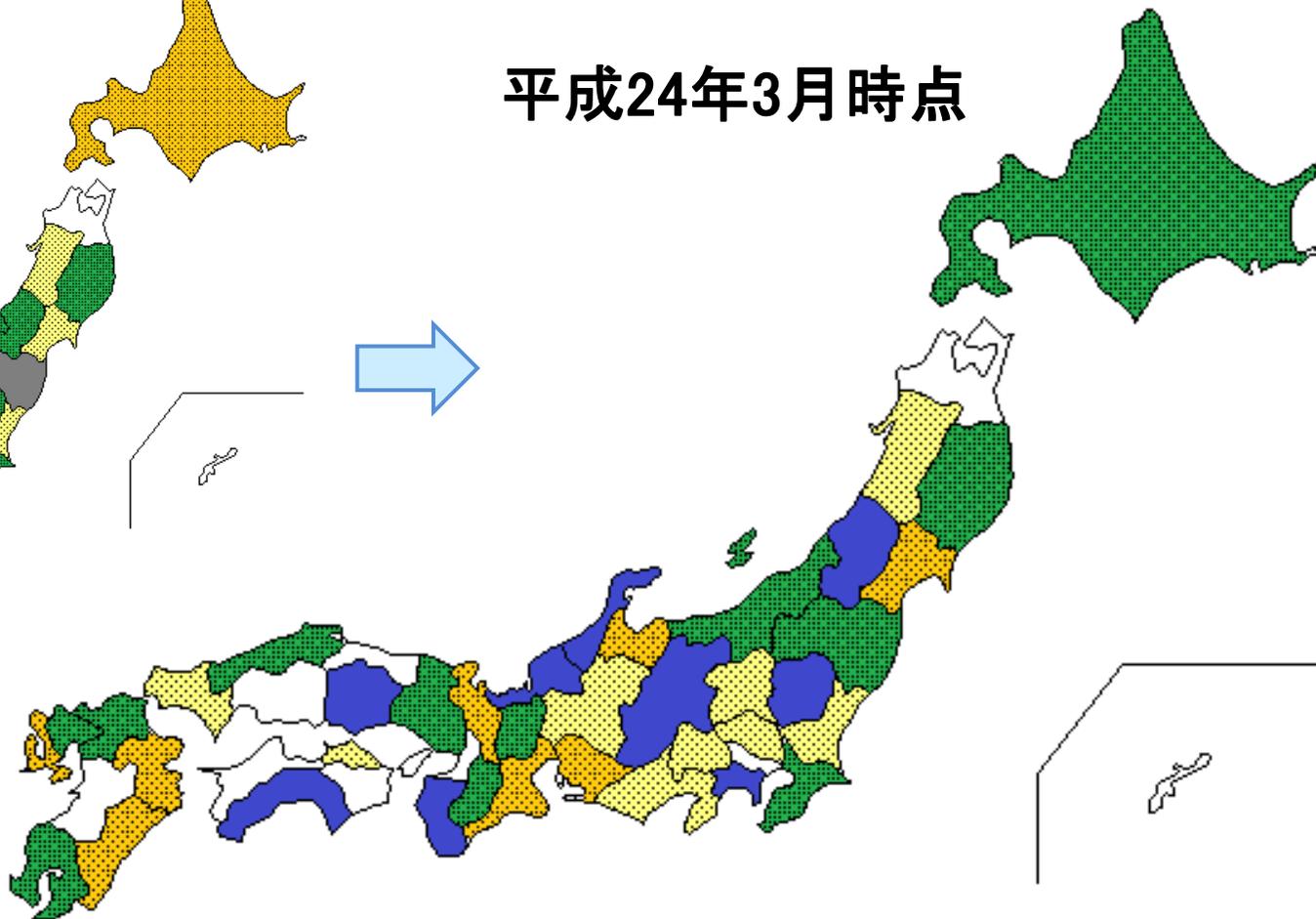
調査対象は野菜、米、麦、果樹、大豆の産地強化計画等を作成している産地等。平成23年3月の結果は福島県を除く。

# 都道府県におけるGAPの導入状況

平成23年3月時点  
(福島県を除く)



平成24年3月時点



【凡例】導入割合 ※

- 20%未満
- 20%～ 40%未満
- 40%～ 60%未満
- 60%～ 80%未満
- 80%以上

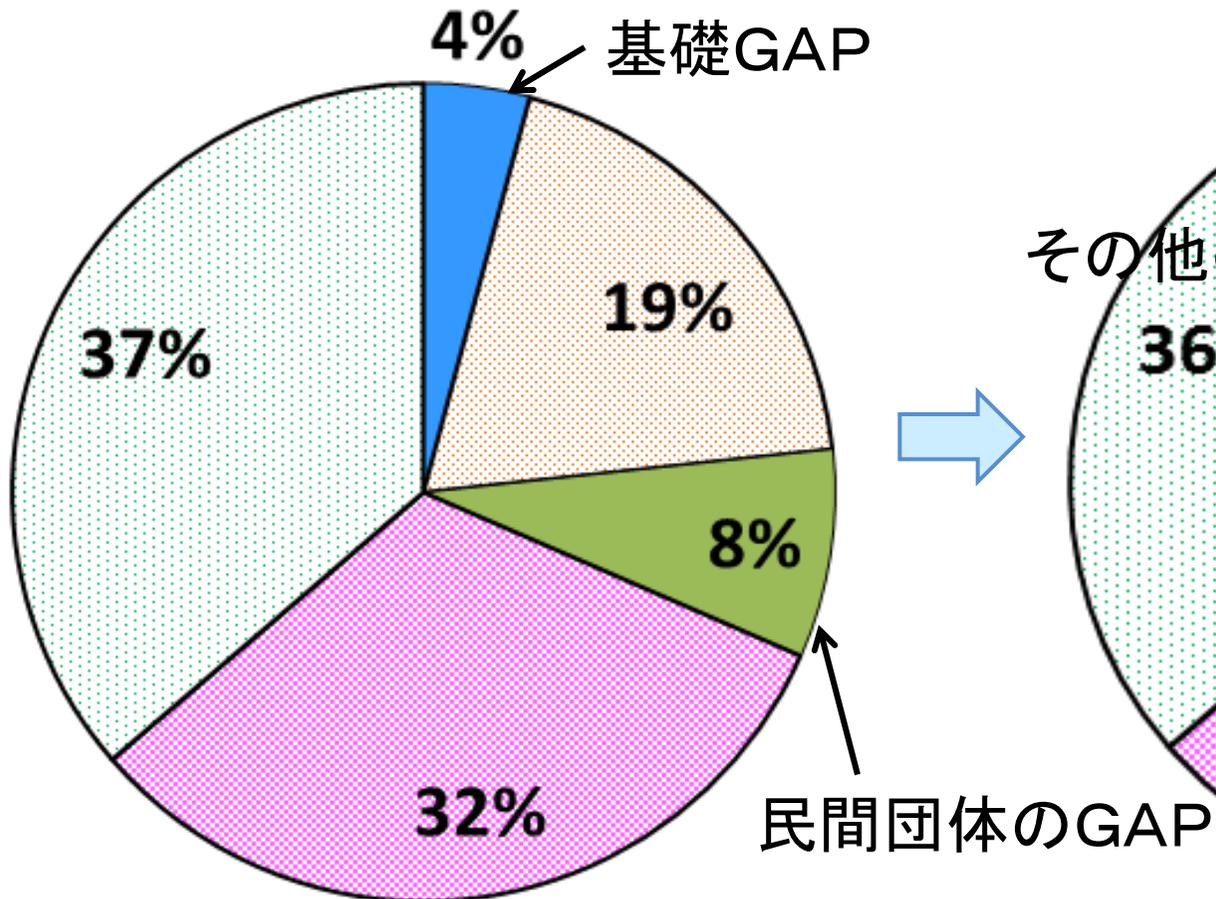
※調査対象産地数のうち  
GAPを導入済みの産地の割合

農林水産省調べ(平成24年3月末現在)

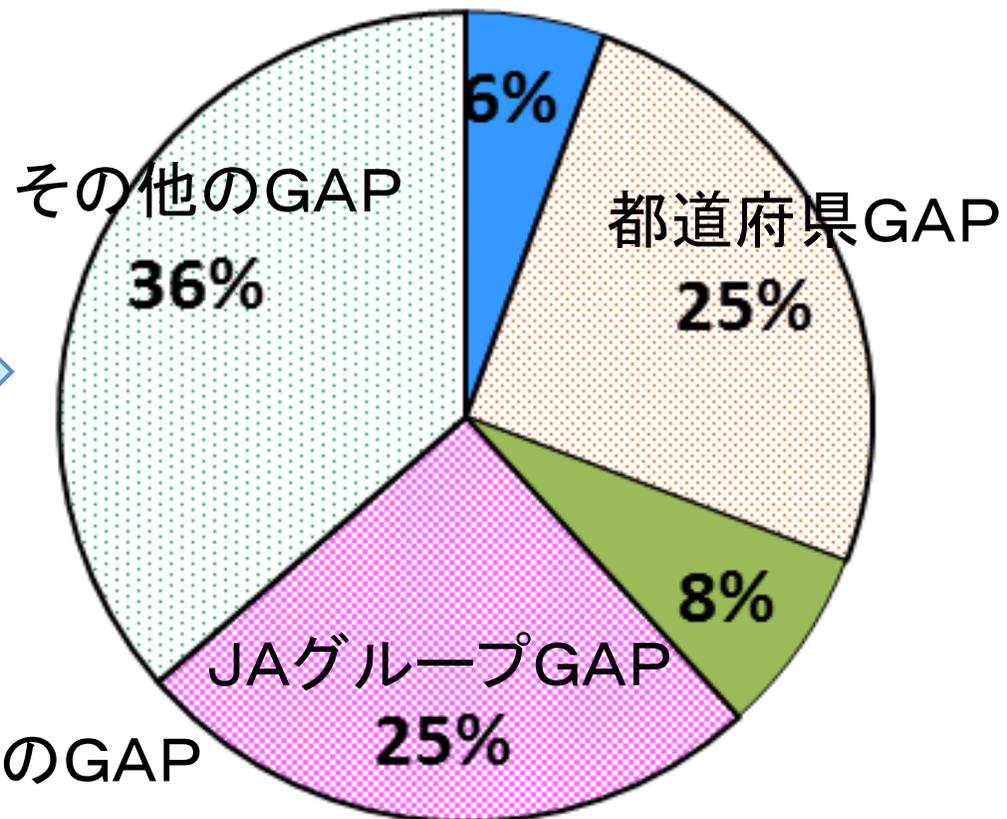
# 取り組まれているGAPの種類

平成23年3月時点

(福島県を除く)



平成24年3月時点



農林水産省調べ(平成24年3月末現在)

# ガイドラインに則したGAPの導入産地

平成24年3月時点

	ガイドライン <sup>※1</sup> に則した GAPの導入産地数	GAP導入産地数 に占める割合
野菜	468	32%
米	74	28%
麦	78	35%
3品目計	620	32%

(※1) 農業生産工程管理(GAP)の共通基盤に関するガイドライン。

(※2) 調査対象は、野菜、米、麦のGAP導入産地。

農林水産省調べ(平成24年3月末現在)

## **2. G A Pは何のために、誰のために？**

# 農業生産工程管理(GAP)に関する 意識・意向調査

調査時期：平成24年8月中旬～下旬

対象：農林水産情報交流ネットワーク事業モニター

回答者数：2,414名

- ・農業者モニター(畜産農家を除く)980名
- ・流通加工業者モニター(木材関係業を除く)542名
- ・消費者モニター892名

実施者：農林水産省大臣官房統計部

# GAPの認知度と農業者の取組状況

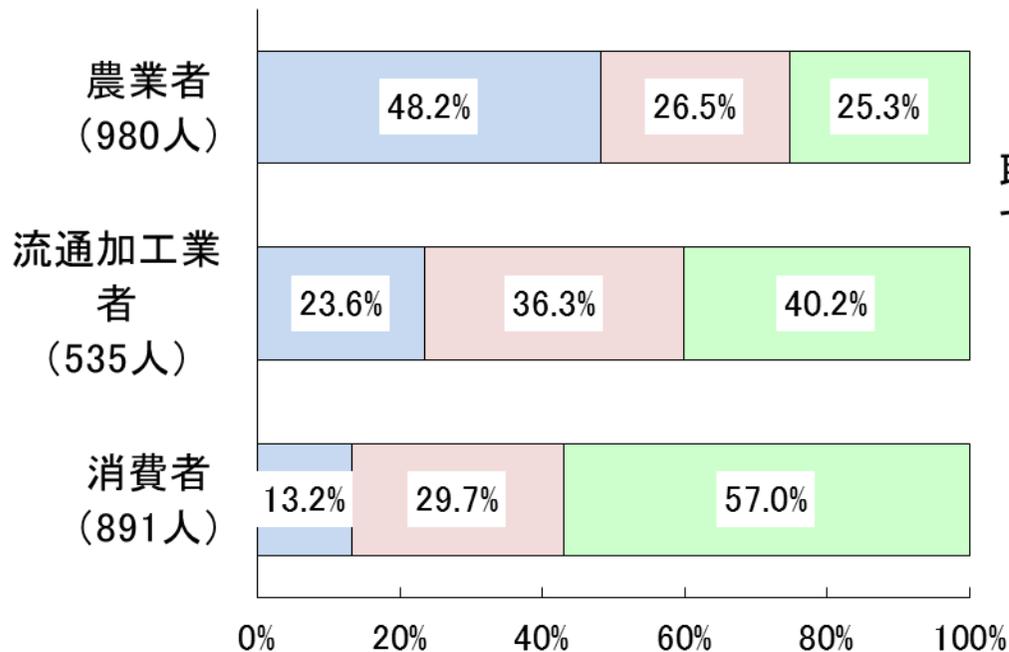
## ○ 農業生産工程管理(GAP)の認知度

「知っていた」と回答した割合は農業者では48.2%、流通加工業者では23.6%、消費者では13.2%となっている。  
一方、「知らなかった」と回答した割合は、農業者では25.3%、流通加工業者では40.2%、消費者では57.0%となっている。

## ○ GAPの取組状況(農業者)

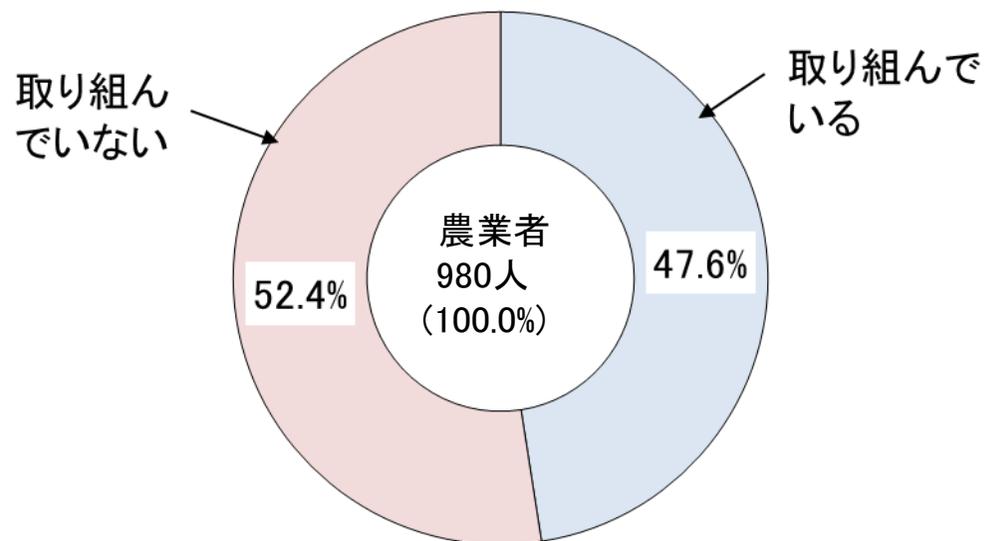
「取り組んでいる」と回答した農業者の割合は、47.6%となっている。

GAPの認知度(農業者、流通加工業者、消費者)



- 知っていた
- 聞いたことはあるが、内容は知らなかった
- 知らなかった

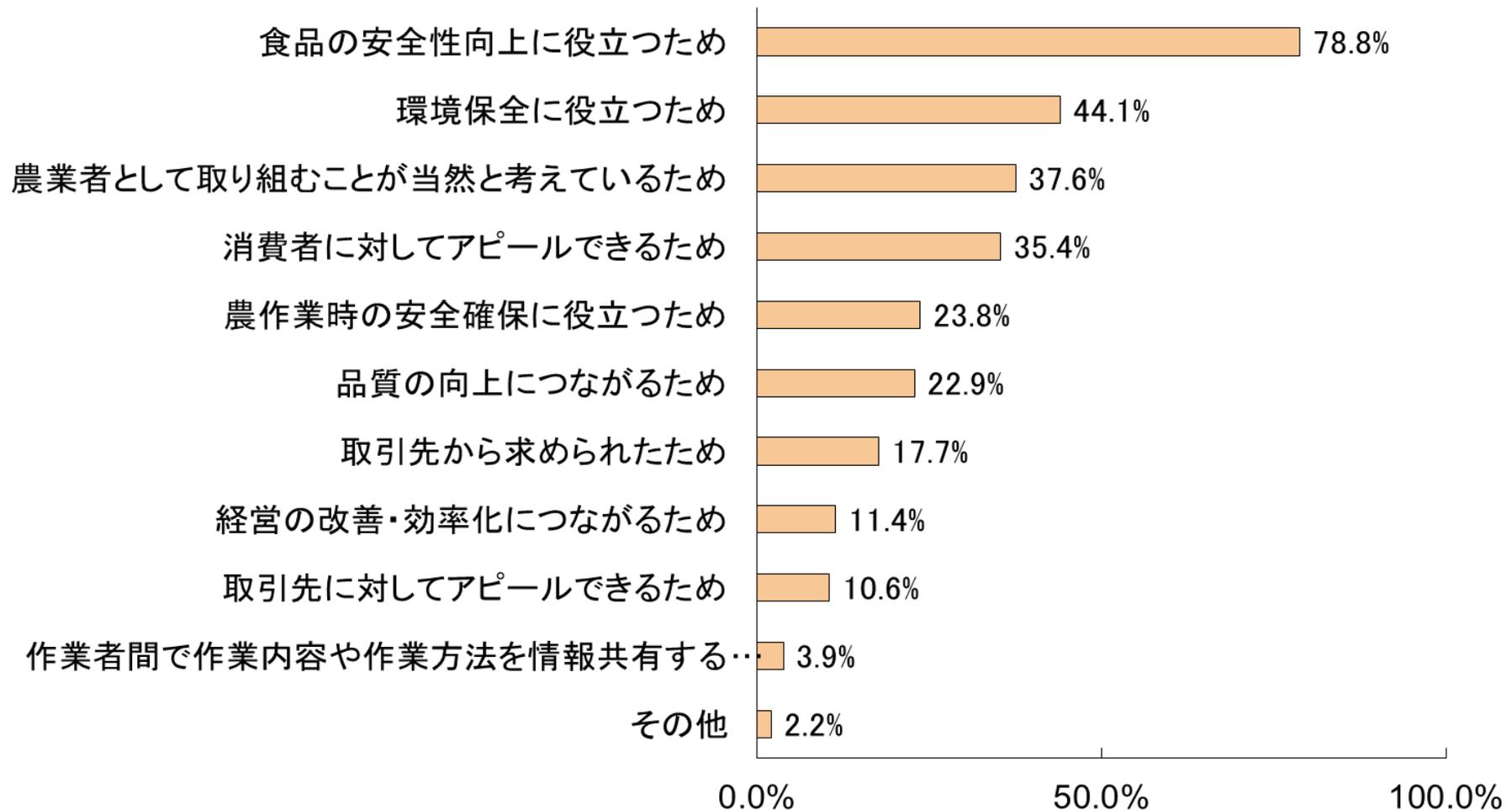
GAPの取組状況(農業者)



# 農業者はなぜGAPに取り組むのか

## ○ GAPに取り組んでいる理由(複数回答(3つまで))

「食品の安全性向上に役立つため」と回答した割合が78.8%と最も高く、次いで「環境保全に役立つため」(44.1%)、「農業者として取り組むことが当然と考えているため」(37.6%)、「消費者に対してアピールできるため」(35.4%)の順となっている。



# 消費者は...

## ○ 農業者がGAPに取り組む必要性(消費者)

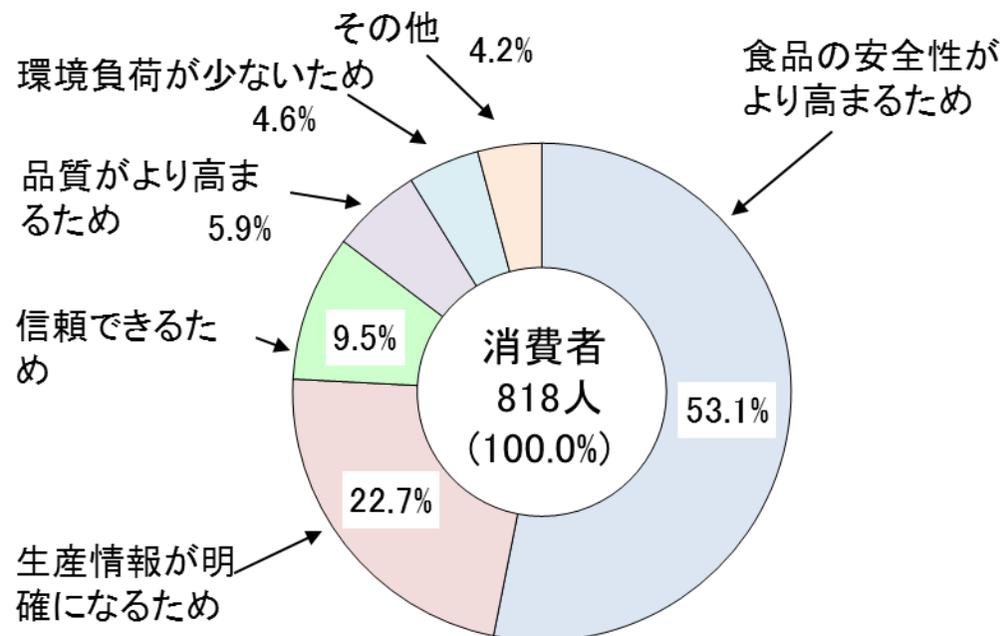
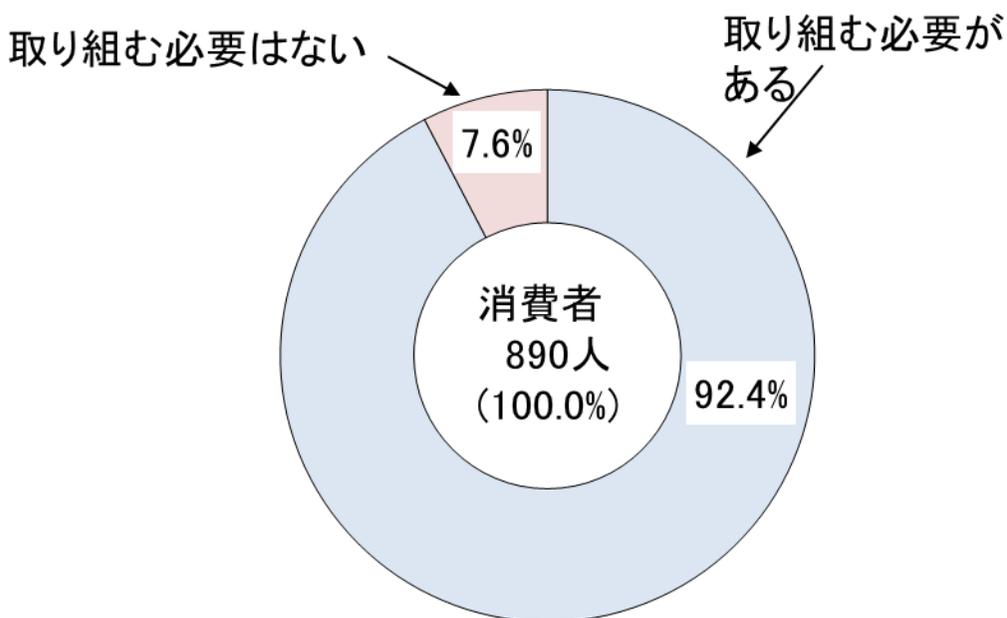
「取り組む必要がある」と回答した消費者の割合は92.4%となっている。

## ○ 農業者がGAPに取り組むことが必要な理由(消費者)

「食品の安全性がより高まるため」と回答した割合が53.1%と最も高く、次いで「生産情報が明確になるため」(22.7%)、「信頼できるため」(9.5%)の順となっている。

農業者がGAPに取り組む必要性(消費者)

農業者がGAPに取り組むことが必要な理由(消費者)



# 流通加工業者は...

## ○ GAPの取組についての取引上の参考としての活用意向（流通加工業者）

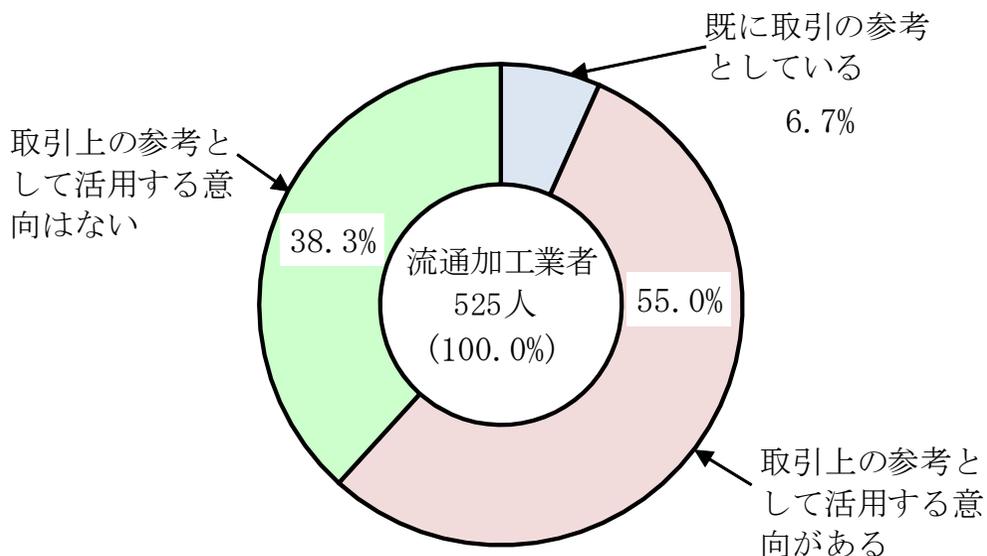
GAPの取組の有無の取引上の参考としての活用意向について、「既に取りの参考としている」と回答した流通加工業者の割合は6.7%、「取引上の参考として活用する意向がある」は55.0%となっており、これらを合わせると約6割が取引上の参考として活用する意向を持っている。

一方、「取引上の参考として活用する意向はない」と回答した割合は38.3%となっている。

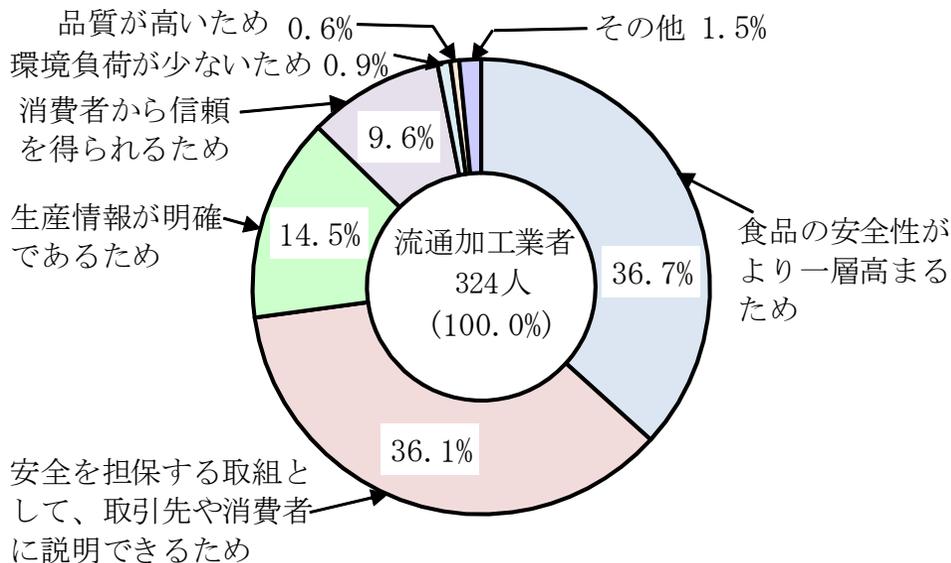
## ○ GAPの取組について取引の参考としているまたは活用意向の理由（流通加工業者）

「既に取りの参考としている」または「取引上の参考として活用する意向がある」と回答した流通加工業者において、その理由をみると、「食品の安全性がより一層高まるため」と回答した割合が36.7%と最も高く、次いで「安全を担保する取組として、取引先や消費者に説明できるため」(36.1%)との順となっており、食品の安全性が重視されている。

GAPの取組についての取引上の参考としての活用意向  
(流通加工業者)



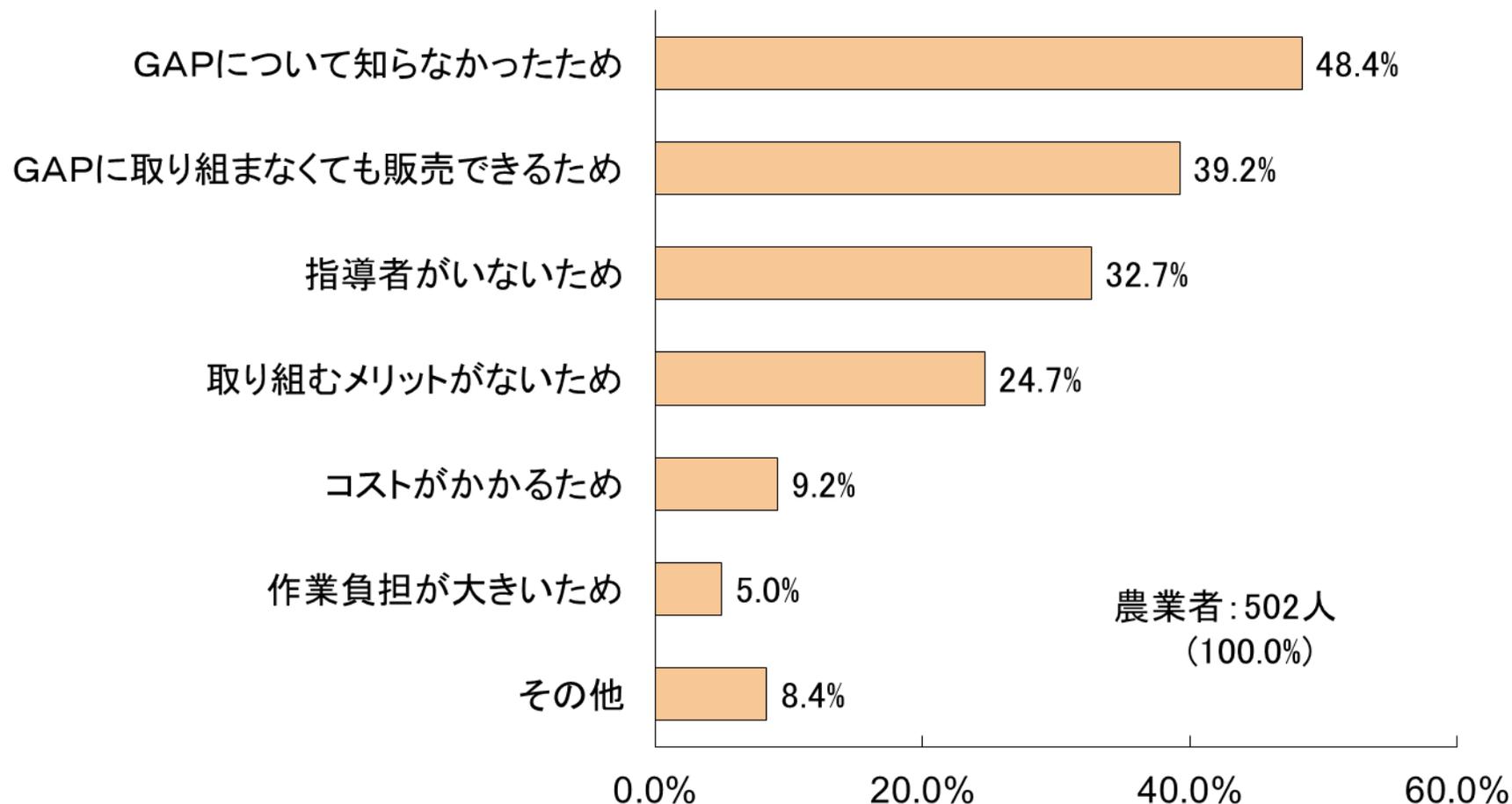
GAPの取組について取引の参考としているまたは活用意向の理由  
(流通加工業者)



# なぜ農業者はGAPに取り組まないのか

## ○ GAPに取り組んでいない理由（複数回答（2つまで））

「GAPについて知らなかったため」と回答した割合が48.4%と最も高く、次いで「GAPに取り組まなくても販売できるため」（39.2%）、「指導者がいないため」（32.7%）、「取り組むメリットがないため」（24.7%）の順となっている。



# GAP導入のメリット

食品の安全性向上

(例) 農産物の病原微生物等  
による汚染の低減

環境の保全

(例) 農薬や肥料による環境  
負荷の低減

労働安全の確保

(例) 農作業中の事故の回避

品質の向上

農業経営の改善や効率化

競争力の強化

消費者や実需者の信頼確保

(例) 関係者との情報・意見  
の交換に活用

# GAPとはチェックすること？

① 合意形成・体制作り



② (Plan) 農場利用計画・点検項目の作成



③ (Do) 実践・記録



④ (Check) 点検・評価

チェック完了、  
OK?

# GAPとはルーティンワークを正しくすること？

① 合意形成・体制作り



② (Plan) 農場利用計画・点検項目の作成



③ (Do) 実践・記録



④ (Check) 点検・評価

# GAP導入のメリットを得るには...

① 合意形成・体制作り



② (Plan) 農場利用計画・点検項目の作成



③ (Do) 実践・記録



④ (Check) 点検・評価



⑤ (Action) 改善



## 3. これからに向けて...

# GAPの今後の展開方向

## GAPの導入

### 【基本理念】

- 農業の持続的発展
- 食品の安全確保
- 環境の保全

食品の安全等の内容に則して定められる点検項目に沿って、各工程の正確な実施、記録、点検及び評価による持続的な改善活動である農業生産工程管理(GAP)を推進。

### 推進策

- 基礎的な事項について汎用性の高いモデルやマニュアルを作成・普及。
- 基礎GAP(平成19年3月)
  - GAP手法導入マニュアル(平成20年1月)

取組の拡大

## GAPの取組の高度化(現状)

### 「食料・農業・農村基本計画」(平成22年3月)

国内に様々なGAPが存在するとともに、科学的知見や消費者・実需者ニーズを踏まえた取組への対応も十分に進んでいない状況。

### 高度な取組内容を含むGAPの共通基盤ガイドラインを策定(平成22年4月)

食品安全、環境保全や労働安全に関し、特に実践を奨励すべき取組を明確化

高度化

### 推進策(平成25年度)

- ◆GAPの高度化を推進するため、都道府県や産地における食品安全や産地収益性の向上を図る取組を支援。
  - 消費・安全対策交付金(2,096百万円の内数)
  - 産地活性化総合対策事業(2,271百万円の内数)
- ◆輸出を志向する生産者・産地に対し、海外の取引先の要請に対応したグローバルGAPの取得を支援。
  - 日本の食を広げるプロジェクト(4,000百万円の内数)

## 今後の展開方向

- 基本理念の実現に向け、生産者・産地が自主的に取り組むGAPの更なる拡大・レベルアップを図る取組を引き続き推進。
- 併せて、我が国農林水産物の輸出拡大を図る観点から、欧州を中心に流通・小売の大手企業が求める高度なGAP(グローバルGAP)を取得可能なレベルに達した生産者・産地に対し、その取得を支援。

※我が国におけるグローバルGAP取得数(2011年末現在) 20農場

# 「攻めの農林水産業」の展開

今後、世界の食市場の規模が急速に拡大することや、国内のライフスタイルが大きく変化することを我が国農林水産業の好機ととらえ、農山漁村に受け継がれた豊かな資源を活用。

「攻めの農林水産業」を展開し、農林水産業を産業として強くしていく取組と、多面的機能の発揮を図る取組の両者を車の両輪として、一体的に進める必要。

## 農林水産業・農山漁村の潜在力

- (1) 丹精込めた食べものづくりの技術と装置（水田）
- (2) 世界に評価される日本食とおもてなしの心、のどかな農村風景
- (3) 世界有数の森林・海洋資源  
〔森林率：世界3位  
EEZ面積：世界6位〕
- (4) 農山漁村にある再生可能エネルギーのポテンシャル  
〔エネルギー総供給の43%に相当〕

## 農山漁村にフォローの風

- (1) 世界の**食市場規模が大幅に拡大**  
〔21年 340兆円 → **2倍** → 32年 680兆円〕
- (2) 世界の食料・エネルギー価格高騰（トウモロコシ、大豆：24年に過去最高値）
- (3) **平成の農地改革**により、関連産業をはじめ多様な主体が農業に参入  
〔農地法改正前の約5倍のペースで一般法人が参入（1,071社）  
NPO、建設業、医療・福祉等の異業種、多様な主体が参入〕
- (4) 新たなライフスタイル（いやし、健康等）を求める人々が増加

## 攻めの農林水産業推進本部

（1月29日立ち上げ）

### 3つの戦略の方向

- ① 需要のフロンティアの拡大
- ② 生産から消費までのバリューチェーンの構築
- ③ 生産現場（担い手、農地等）の強化

**農業界と経済界が連携して  
農業の成長産業化を実現**

今がまさに分岐点

この機会を失えば  
農村漁村はさらに衰退  
国土経営コストが増加

# これまでの「攻めの農林水産業」の検討状況

これまで、①需要サイド、②供給サイド、③需要と供給をつなぐ、という3つの観点から、農林水産省内の「攻めの農林水産業推進本部」で把握した先進事例（現場の宝）を全国展開するための施策の具体化を進めてきたところ。

## 「攻めの農林水産業」3つの戦略の方向

（2月18日第2回産業競争力会議で提示）

需要の  
フロンティア  
の拡大

生産から  
消費までの  
バリュー  
チェーン  
の構築

生産現場  
(担い手、農地等)  
の強化

「184の先進事例（現場の宝）」を踏まえ、

（4月23日第7回産業競争力会議で提示）

## 【日本再興戦略 -JAPAN is BACK-】(6月14日)

### 【需要サイドの取組】

輸出促進等による需要の拡大

- ・日本の食の海外展開に向けた「F・B・I」戦略
- ・機能性の活用等の新たなニーズへの対応

### 【需要と供給をつなぐバリューチェーンの構築】

6次産業化による農林水産物・食品の高付加価値化等

- ・農林漁業成長産業化ファンドの本格展開
- ・医食農連携等、多様な業種との連携
- ・強みのある農林水産物づくり
- ・科学技術イノベーションの活用

### 【供給サイドの取組】

農地を最大限効率的に活用するなど、生産現場を強化

- ・担い手への農地集積・集約化
- ・耕作放棄地の発生防止・解消

### 【林業】

- ・新たな木材需要の創出と国産材の安定供給体制の構築

### 【水産業】

- ・水産物の消費・輸出拡大、持続可能な養殖の推進

## 官邸に「農林水産業・地域の活力創造本部」を設置し、 具体策の検討を開始

（5月21日）

### 【総理指示】

農林水産業を  
若者に魅力  
ある産業に

日本の農山漁  
村、ふるさとを  
守る

- ・医食農連携、ICTの活用といった新たな視点

- ・現場や地域の声にしっかり耳を傾ける

# 需要フロンティアの拡大

## 【現状等】

○ 日本の農林水産物・食品の輸出額は、現在、約4,500億円(2012年)。

## 日本の食の海外展開「F・B・I」戦略

**Made From Japan** : 日本食材が世界を席巻

※ 世界中のシェフが日本のゆずをメニュー化、中華料理の高級食材として輸出されるホタテ

連携

**Made By Japan** : 日本の「食文化・食産業」の海外展開

**Made In Japan** : 国別・品目別輸出戦略を策定し、日本食を特徴づけるコンテンツの輸出拡大

## 国別・品目別戦略(案)のイメージ(輸出上位品目抜粋)

2012年	特徴的戦略	重点品目	重点国・地域	2020年
水産物 1,700億円	ブランディング、品質管理体制の確立、迅速な衛生証明書発給体制の構築	ブリ、サバ、ファストフィッシュ、ホタテ、サケ 等	東南アジア、EU、アフリカ 等	3,500億円
加工食品 1,300億円	Made Byの取組に伴う日本からの原料調達が増加、「出せる市場に出す」から「出したい市場に出す」へ	みそ・しょうゆ等の調味料、菓子類、清涼飲料水、健康食品、レトルト食品	EU、ロシア、シンガポール、タイ、ベトナム、インド 等	5,000億円
コメ・コメ加工品 130億円	現地での精米や炊飯ロボットと組み合わせた外食販売、日本酒等コメ加工品の重点化	米、米菓、パックご飯、日本酒	香港、シンガポール、豪州、EU、米国、インド、ブラジル 等	600億円
青果物 80億円	台湾に加え、東南アジア等新規市場の戦略的な開拓、市場の活用等周年供給の確立	りんご、柑橘類、いちご、なかしも、かんしょ	台湾、東南アジア	250億円
牛肉 50億円	マーケットの大きい欧米における重点的なプロモーション、多様な部位の販売促進、焼肉等の日本の食文化と一体的なプロモーション	牛肉	米国、EU、香港、シンガポール	250億円

※ この戦略案は、今後、地域ブロックごとの意見交換等の場で、現場からの意見を吸い上げた上で、ブラッシュアップを行う。

## 成果目標

2020年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円とする。

## 国内需要の拡大

- 国産農林水産物の利用拡大に向けたモデル地域づくりと新たな仕組みの検討
- 学校給食等における消費拡大、食育の推進(学校教育との連携、企業との連携等)

# バリューチェーンの構築 (6次産業化による農林水産物・食品の高付加価値化等)

## 【現状等】

- 農業と食料関連産業の生産額は約95兆円(2009年度)にのぼり、全産業の11%。
- 6次産業の市場規模は、現在、1兆円。

## 6次産業化

- 農林漁業成長産業化ファンドの本格展開(いわば「儲かる農業開拓ファンド」)

※ 現在までに20のサブファンドへの出資を決定

## 医食農連携など多様な業種との連携強化

- 健康に着目した農林水産物・食品の市場拡大による**健康長寿社会の実現**

・ 食の科学的知見の体系化に向けた産学官の体制整備、都市別の食習慣と健康の関連性の調査、介護食品等機能性の高い食品の市場環境整備、薬用作物の国内振興と国産化のニーズに応えた産地形成、社会福祉法人等の農地を活用した研修・授産の促進

- 福祉、教育、観光等との連携を通じた**地域の活力の創造**(都市と農村の交流等)

- 地域の木質バイオマス、ICT等の利用等による**次世代施設園芸(植物工場)の検討**

・ 施設園芸の化石エネルギー依存体質からの脱却、施設園芸の団地化と植物工場等の導入による大規模化・省エネ化

## 「強み」のある農林水産物づくり

- 我が国の農業の強みを活かすための**新品種・新技術の開発・保護・普及方針の策定等**に取り組む

・ 育成者権による保護と商標権による保護の組み合わせ等

福岡県 ラー麦  
(ラーメン用小麦)



山形県 つや姫  
(コメ)



## 再生可能エネルギーの活用

- 再生可能エネルギーを活用した農林漁業の発展を図る取組を推進するための枠組みの構築

- バイオマスを活用した産業化とエネルギーの導入を推進

## 成果目標

2020年に6次産業の市場規模を10兆円とする。

# ラーメン用小麦の育成・普及・知財の活用と異業種との連携（福岡県）

【日本食文化の普及】【地域農業の革新等のための新品種の導入・普及体制の強化】

## 1 概要

### ① ≪概要・データ≫

- ・ ラーメン食文化が発達した福岡県においても、原料小麦のほぼ全量が外国産であったことから、H16年に県試験場でラーメン用小麦の育種を開始。
- ・ 製粉企業が品種開発協議会に参加し需要サイドのニーズを反映した品種を選抜。
- ・ H22年「ちくしW2号」を品種登録。公募により決定した名称「ラー麦」を商標登録。
- ・ 関係者が一体となってラー麦普及に取り組む目的で、県は、JA、製粉企業、ラーメン店等による「ラーメン用小麦普及促進戦略会議」を立ち上げ。
- ・ ラー麦の作付面積は880ha、生産量は2,600トンにまで増加。
- ・ 今後、県内2,500ラーメン店の過半への普及を目指す他、県外海外への進出も検討。

### ② ≪特徴的な取組≫

- ・ 県が名称・ロゴマークを商標登録し、ラー麦を使ったラーメンにのみ使用許可。
- ・ 観光資源である「屋台」と連携するため、サンプル麺を無償提供し普及促進。
- ・ ラーメン適性(タンパク含量12%)のある小麦を生産するには肥培管理が重要。全農県本部では製粉企業から分析データの提供を受け、JAでは生産者全員のデータを部会内で公表し全体のレベルアップを図るなど、生産サイドが実需のニーズに応じて品質向上に取り組む。



「ちくしW2号(ラー麦)」生産ほ場																	
【福岡県内限定生産】「ラー麦」が福岡のラーメンをもっと美味しくする!!																	
生産者名: 小金丸 演	JA名: 糸 高																
1 播種日	平成24年11月12日																
2 播種量	6.0 kg/10a																
3 施肥	<table border="1"> <tr> <td>基肥</td> <td>11月12日</td> <td>化成</td> <td>50 kg/10a</td> </tr> <tr> <td>第1回追肥</td> <td>1月 日</td> <td>化成</td> <td>20 kg/10a</td> </tr> <tr> <td>第2回追肥</td> <td>2月 日</td> <td>化成</td> <td>10 kg/10a</td> </tr> <tr> <td>種前追肥</td> <td>月 日</td> <td>化成</td> <td>kg/10a</td> </tr> </table>	基肥	11月12日	化成	50 kg/10a	第1回追肥	1月 日	化成	20 kg/10a	第2回追肥	2月 日	化成	10 kg/10a	種前追肥	月 日	化成	kg/10a
基肥	11月12日	化成	50 kg/10a														
第1回追肥	1月 日	化成	20 kg/10a														
第2回追肥	2月 日	化成	10 kg/10a														
種前追肥	月 日	化成	kg/10a														
4 管理	<table border="1"> <tr> <td>実蒔</td> <td>月 日</td> <td>土入れ</td> <td>月 日</td> </tr> <tr> <td>1月 日</td> <td>1月 日</td> <td>1月 日</td> <td>1月 日</td> </tr> <tr> <td>2月 日</td> <td>2月 日</td> <td>2月 日</td> <td>2月 日</td> </tr> <tr> <td>3月 日</td> <td>3月 日</td> <td>3月 日</td> <td>3月 日</td> </tr> </table>	実蒔	月 日	土入れ	月 日	1月 日	1月 日	1月 日	1月 日	2月 日	2月 日	2月 日	2月 日	3月 日	3月 日	3月 日	3月 日
実蒔	月 日	土入れ	月 日														
1月 日	1月 日	1月 日	1月 日														
2月 日	2月 日	2月 日	2月 日														
3月 日	3月 日	3月 日	3月 日														



## 2 発見した現場の宝

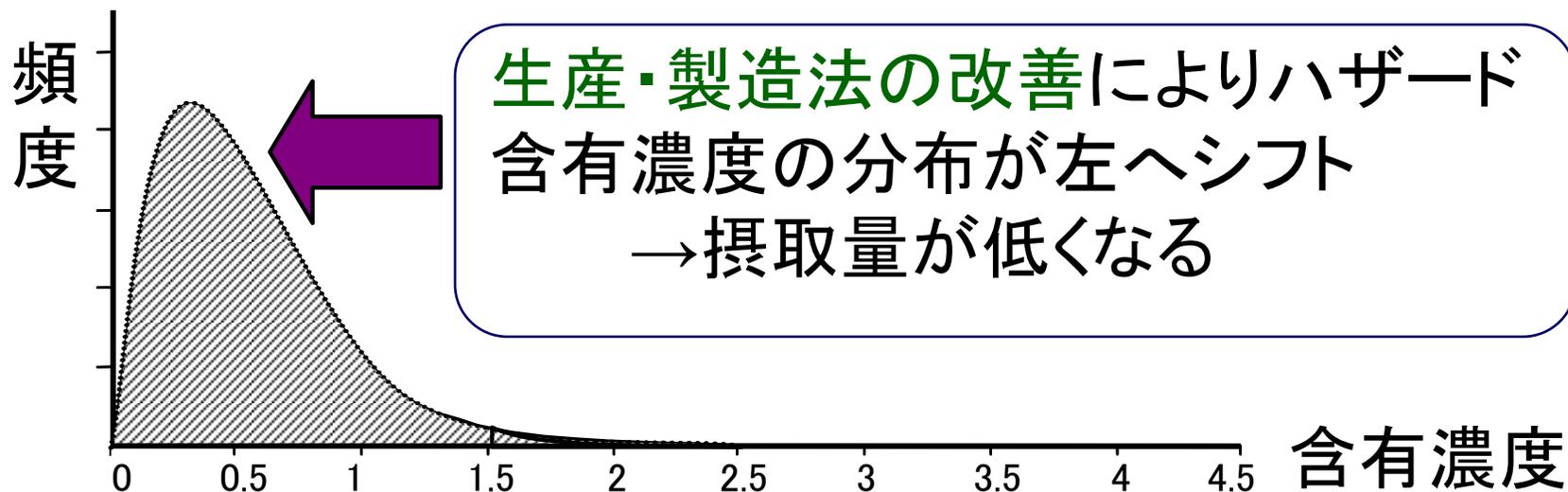
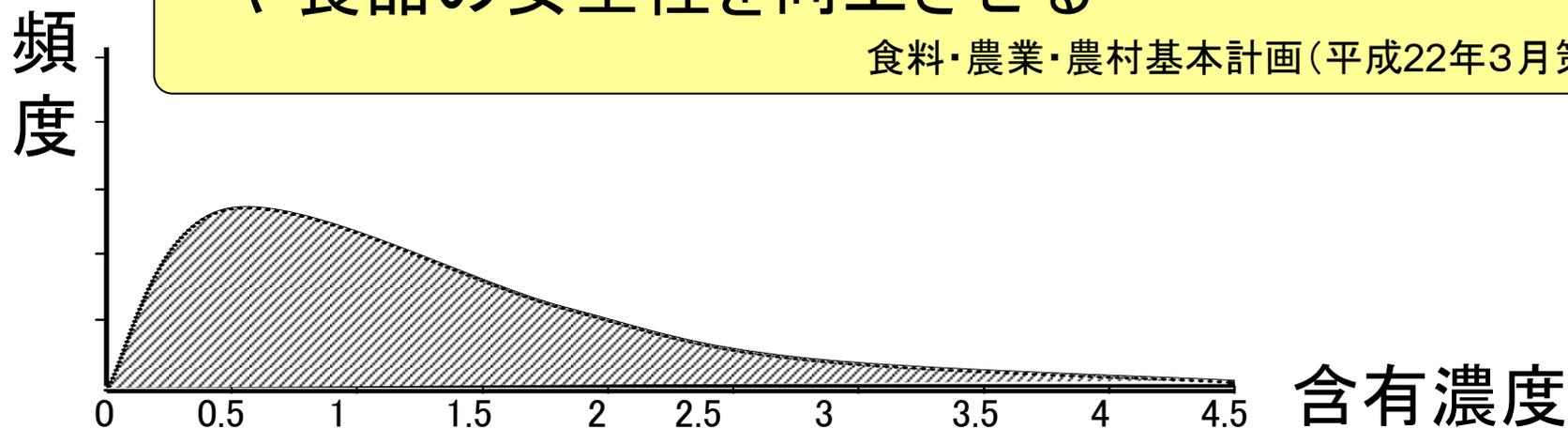
【新品種の開発と商標権によるブランド価値の向上】

- ・ 福岡の食文化に合う新品種の開発、普及組織やJAや実需者が一体となった品質向上のための技術指導、県による商標登録など、県独自の取組による、ブランド価値の向上。

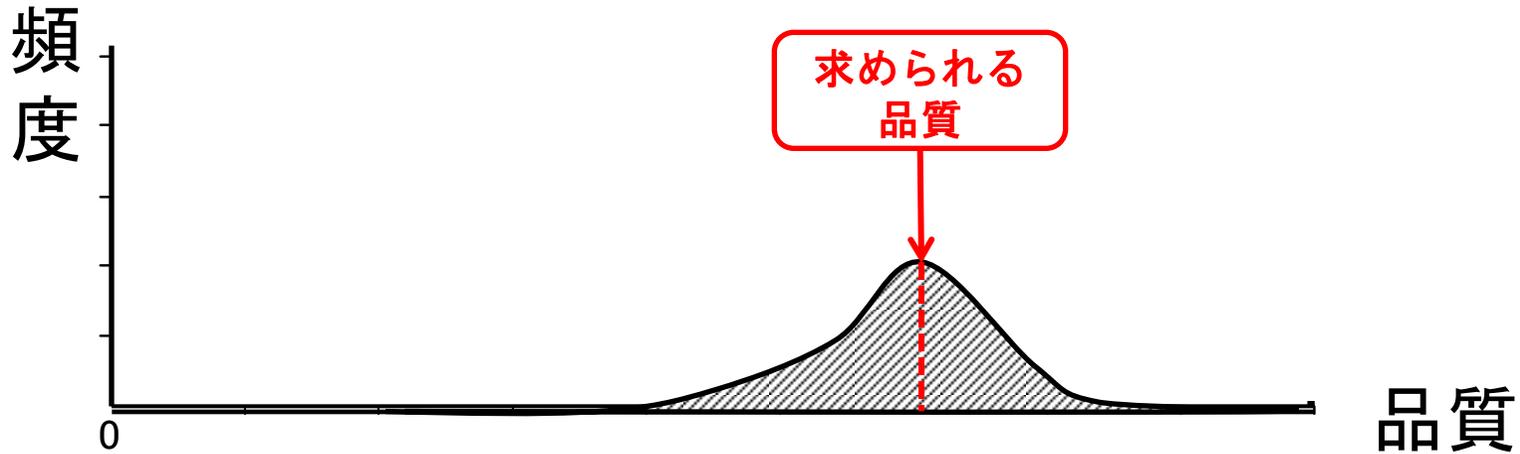
# 後始末より未然防止

●「後始末より未然防止」を基本に国産農林水産物や食品の安全性を向上させる

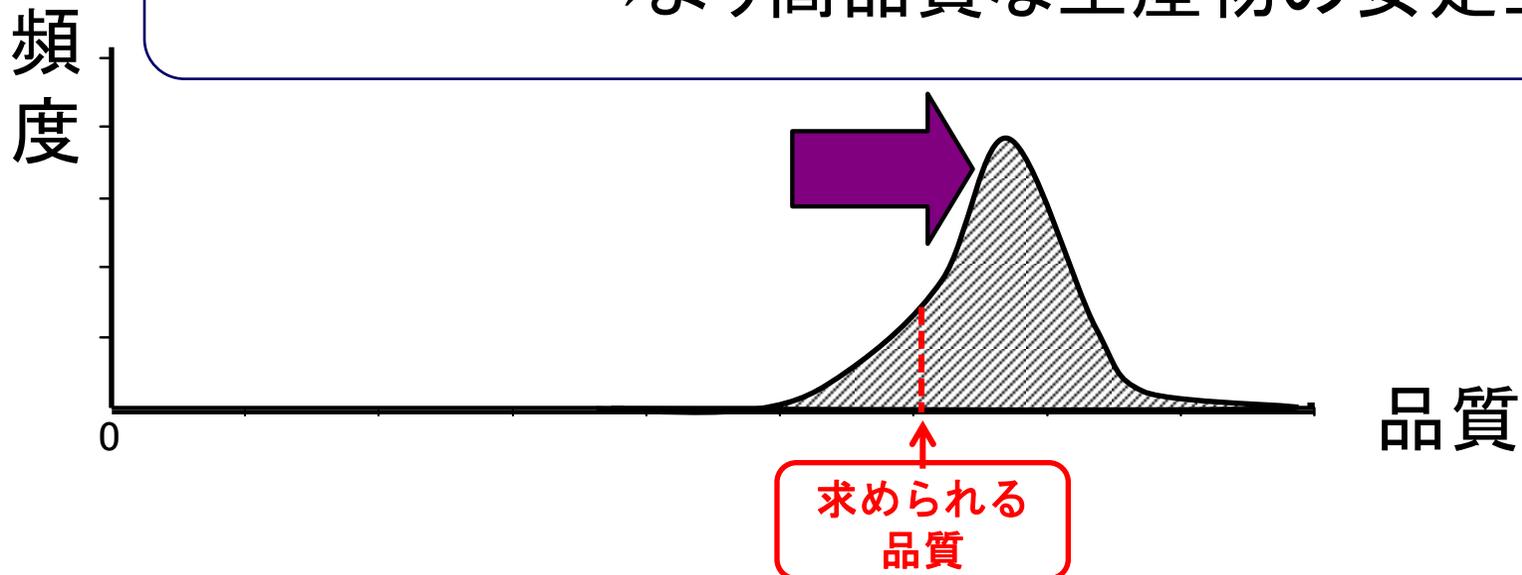
食料・農業・農村基本計画(平成22年3月策定)



# カイゼンによる品質の向上



生産・製造法の改善により品質分布が右へシフト  
→より高品質な生産物の安定生産へ



**ご静聴ありがとうございました**