

1. 総論

(1) 基本姿勢

昨今、気候変動や人口・食料など地球規模の課題への対応の必要性、世界的な人権問題への関心の高まり、人としての多様性を尊重するインクルージョンの流れの浸透など、21世紀の新しい社会秩序を形成する動きが活発になってきている。そのような動きの中、経済活動を行う主体にとっては、環境配慮と脱炭素への転換、人口・食料問題への貢献、人権の重視、多様性の尊重などの事項に率先して対応することが、持続可能な経営を行うために不可欠な要素となってきている。これらの事項は、社会貢献の領域から社会規範の領域に変化しつつあるといっても過言ではない状況となっている。

自然の中で営まれる農業生産を起点とし、流通、加工、販売など様々な主体を経由して消費者までのリレーが行われる「フードチェーン」は、このような流れの影響を真っ先に受ける分野である。これからのフードチェーンの担い手は、食品安全問題は当然のこととし、新しい社会秩序に即した事項に対応しているかどうか問われていくことになる。

GAP認証は、フードチェーンの起点である農場がこれらの事項に対応しているかどうかを社会的に認知された統一基準を以て認証する唯一の仕組みであり、フードチェーン全体の信頼性を担保し、食品関連事業の安定性、持続可能性を確保する上で、極めて重要な使命を担っている。

日本GAP協会(以下「協会」という。)は、このような使命を踏まえて21世紀の新しい社会秩序を先取りするという基本姿勢に立ち、JGAP、ASIAGAPの開発・運営を通じて、農業生産段階における取り組みだけでなく、フードチェーンすべてに関わる食品関連事業者、消費者とのパートナーシップを構築していくことを目指し、「日本GAP協会中期計画」(以下「本計画」という。)を定める。

① ビジョン、ミッション、行動規範

本計画は、役職員全体の共通認識として定めるビジョン、ミッション、行動規範に基づいて実施する。

- ✓ ビジョン…食の安全、安心、持続可能な農業の実現により、広く社会に貢献する
- ✓ ミッション…GAP認証を農業界のスタンダードにする

- ✓ 行動規範
 - 持続可能な農業とGAP認証の価値を意識した活動
 - 認証を取得する生産者および認証農産物を購入する食品事業者への貢献
 - 信頼、尊重、透明性、説明責任およびステークホルダーとの協働

② 認証制度運営および本計画の基本的考え方

JGAPおよびASIAGAPを適切に運営し、発展させる。認証制度の基盤となる基準書の策定は協会が成り立つ必須条件であり基本となる事業である。また、認証制度の発展は普及・広報活動なくしては実現できないものであり、これも必須の事業として推進する。本計画については、5年後の目指すべき姿に向けた実現可能性、KPI目標の実現を重視して優先順位をつけ、計画的かつ戦略的に遂行する。

③ JGAP、ASIAGAPの価値

協会は、JGAP、ASIAGAPを、農場運営、食品安全、家畜衛生、環境保全、労働安全、人権の尊重およびアニマルウェルフェアに取り組み、適切な農場管理を実現するための手法として開発している。

認証農場・団体は、これに基づき、認証を得るために多くの工夫や努力を行い、また費用をかけて認証を取得し継続的な農場運営の向上を図っている。審査、認証を行う認証機関・審査員は、この取り組みに応えるべく品質向上に努力している。また、研修機関、指導員をはじめ多数の関係者もそれぞれの立場に応じ、自らの判断に基づいて真摯に取り組んでいる。

これらの活動によって形作られたものがJGAP、ASIAGAP認証の価値である。この価値は、民間の力により、全国一律の第三者認証を通じて提供されている。JGAP、ASIAGAP認証農場はこれにより持続可能な農業の実践を証明し、食品事業者、消費者との信頼関係を構築している。

協会は、そのような認証の価値を高め、認証農場および認証農産物を支持する食品事業者が、JGAP、ASIAGAPの価値に自信と誇りを持てるよう、認証制度を運営する。

④ ステークホルダーとの協働

認証制度の発展には、生産者、食品事業者、消費者等のステークホルダーからの支持が欠かせない。審査、指導の関係者、農林水産省、自治体なども含め幅広い関係者を協会の元に結集し、協働して、JGAPおよびASIAGAPへの理解と支持を得るための活動を展開する。

(2) 5年後の目指すべき姿(GAPの在り方、協会組織)

① 今後5年間のGAPおよび協会運営の在り方

JGAPが、日本農業界のGAPのスタンダードとして広く認められることを目指す。ASIAGAPは海外市場を目指す農場に向け、また、東アジア、東南アジアへの普及を目指す。また、本計画においては農業のSDGsイコールGAPという認識が共有されるべく取り組む。

② GAPに関する現状

2017年以降、GAP普及の大きな推進力であった東京2020オリンピック、パラリンピック競技大会が終了したこと等により、現下の状況は認証農場数、研修受講者数が一時的に停滞傾向にある。一方で、SDGsを代表とする持続可能性への注目が高まっており、大きな企業を中心にSDGsに対する取り組みを強める動きが高まっていることは今後のGAPの支持拡大に向けた重要な要素としてあげられる。また、大阪・関西万博の調達基準が検討されており、その決定内容はGAP普及に影響を及ぼすものとして注目される。

③ 協会組織の在り方

協会自らが行う普及への取り組みを強化するための協会の体制強化を進める。

⑤ KPI

認証農場数を30,000とすることを目標とし、5年間の取り組みを集中する。

(3) 本計画の運営方針

本計画は、5年後の目標と、それに基づく2年の計画から成る。対象期間は2023年1月から2027年12月までの5年間とする。また、理事任期が2年間であることを踏まえ、本計画は2年ごとに更新するものとする。

2. 認証制度の充実

(1) 基準書の計画的開発と運用

(5年目標) 中期的な視点での基準書の計画的開発と運用を行い、十分な期間を投入した開発を進める。

(2年計画) 2027年末までの基準書および普及・解説ツールの開発計画を作成し、それに基づいた開発と運用を行う。

(2) 研修の充実・活性化

(5年目標)研修の充実・活性化に向けた研修プログラムおよびコンテンツの見直しを行う。また、研修機関制度は、より質の高い研修が行われるよう承認基準の改定を行う。

(2年計画)研修プログラムは、基礎研修・団体研修の内容充実を図るとともに、資格継続に必要な研修に、よりタイムリーで魅力的なコンテンツを整備する。あわせて現地研修の充実を図るため、現地研修を強化する研修制度を検討する。

(3) 審査・認証体制に関する監視・指導の強化

(5年目標)信頼される審査・認証体制に向け引き続き取り組む。

(2年計画)インテグリティプログラムによる認証機関への監査および指導を強化する。また、認定機関との定期的な意見交換、認定審査への立ち会い等を通じて認定機関との連携を深め、認定制度、JGAP/ASIAGAP認証制度に関する相互理解を深化させる。

(4) GFSI等国际団体への対応

(5年目標)GFSIへの対応の在り方を整理する。SAI-FSAへの対応を検討する。

(2年計画)承認CPOとしてのGFSIへの対応を継続する。持続可能性に着目した認証制度であるSAI-FSAに関する調査を進める。

(5) 審査・認証情報のデジタル化

(5年目標)審査・認証情報のデジタル化の検討・実施結果を踏まえた取り組みを進める。

(2年計画)農場におけるGAPの導入と運用をサポートすることを目的としたPC・スマートフォンなどを利用したシステム(農場システム)を通じた審査情報等のデジタル化、審査の効率化等について検討を進め、取り組みに着手する。

3. 国内への普及

(1) 農場

① 指導員の育成と情報提供の強化

(5年目標)農場の認証取得への指導を行うJGAPおよびASIAGAP指導員の育成に尽力するとともに、指導員に対する情報提供の強化を図る。

(2年計画)公認研修のコンテンツの充実により、引き続きJGAPおよびASIAGAP指導員の育成を進める。GAP認証取得、運営等の優良事例を収集し、農場への情報共有を進める。

② 都道府県等との連携

(5年目標) 農林水産省、都道府県、JA等との連携を通じたGAPの普及を進める。

(2年計画) 農林水産省との連携を通じ、都道府県における国際水準GAPガイドラインへの対応等を支援する。

③ GAP認証取得のインセンティブの明確化

(5年目標) GAP認証取得のインセンティブを明確にし、活用する。

(2年計画) 研修や普及コンテンツにおいて、食品安全や経営管理に加え、継続的改善が持続的な経営の発展につながることを、販路の拡大およびSDGsへの貢献などGAP認証取得のメリットをわかりやすく標榜する。また、認証農場の認証農産物の生産量や輸出状況など、基礎データの調査を行う。

(2) 食品事業者

食品事業者との協働

(5年目標) 食品事業者との協働によるGAPサプライチェーンの構築を目指す。

(2年計画)

ア. 食品事業者のJGAPおよびASIAGAP認証農場へのアクセスを容易にする仕組みを開発し、普及活動に活用する。

イ. 食品事業者との協働に向けた普及計画を策定し、それに基づく活動を実施する。この取り組みは事務局横断的なプロジェクトチームを組成して推進する。

ウ. 食品事業者によるJGAPおよびASIAGAPの活用事例を収集し、普及活動に用いる。

エ. GAP普及の支持者である協会の会員と協働してGAPの普及を進める。

(3) 消費者、その他

① GAP認証農産物購入のインセンティブの明確化

(5年目標) ロゴマークのついた商品を購入することのインセンティブが、安心・安全、持続可能性、エシカル消費などのキーワードとともに理解されるようにする。

(2年計画) 食品事業者向けの普及とも共通する持続可能性、エシカル消費等のPR活動を進める。また、ロゴマークの運用を改定し使いやすいものとともに、新たな親しみやすいロゴマークを決定し、生産者、流通業者の活用を促進する。

② マスメディア、Webの戦略的活用

(5年目標) マスメディア、Web、イベントの場を戦略的に活用する。

(2年計画) マスメディア、Webサイトの戦略的活用方策を検討する。主催シンポジウムGAP Japanなどのイベントも活用し、生産者の認証取得への意欲向上、製造・流

通・小売業者の取扱いの増加、関係機関・団体および指導者の活動の活性化、消費者の理解促進等を目指す。

4. 農場から食卓までのバリューチェーンの構築

共通基盤の構築と関連サービスの提供

(5年目標) 共通基盤の構築と関連サービスの提供の検討結果を踏まえた取り組みを進める。

(2年計画) 文字情報として掲載している協会Webサイトにおける既存のJGAP認証農場検索について、ダウンロード等可能な情報のデジタル化により、共通基盤となるシステムへの改修に関する検討を進め、取り組みに着手する。

5. 海外への展開

(1) 認証農産物の輸出促進

(5年目標) 海外食品事業者が仕入れ条件とするための要件を把握する調査を行う。

(2年計画) 輸出促進に向けたGAPの活用方策に関する検討を行う。

(2) ASIAGAPの国際普及、ASIAGAPを活用した東アジア・東南アジア諸国のローカルGAPのレベル向上

(5年目標) ASIAGAPの国際普及に向けた戦略を策定する。

(2年計画) 農林水産省の実施するアセアン拠出金事業等との連携などを通じ、ASIAGAPの国際普及に取り組む。

(3) 国別展開戦略

(5年目標) アセアン、国別対応の状況を踏まえ、②のASIAGAPの国際普及に向けた戦略策定に反映させる。

(2年計画) 中国、ベトナム、韓国、台湾、タイを中心に普及に向けた取り組みを進める。

以上