

**担い手農業者のGAP認証取得が進む見通し
～GAP認知者の3割が「今後GAP認証を取得」の意向～**

<平成29年度下半期農業景況調査関連>

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業は、平成30年1月に実施した「平成29年度下半期農業景況調査」において、担い手農業者^(注1)のGAP^(注2)の取り組みについて調査しました。

(注1) スーパーL資金又は農業改良資金のご融資先

(注2) 農業における、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組み。GAPを農業者や産地が取り入れることにより、結果として持続可能性の確保、競争力の強化、品質の向上、農業経営の改善や効率化に資するとともに、消費者や実需者の信頼の確保が期待されます。

<調査結果のポイント>

○ 担い手農業者の2割強がGAPに取り組み、大規模ほどGAP認証取得の傾向（図1、2）

GAPの取組状況について聞いたところ、「GAP認証を取得している（4.1%）」と「都道府県やJA等が策定したGAP（以下、自治体等GAP）に取り組んでいる（19.8%）」を合わせた2割強の経営体がGAPに取り組んでいることがわかりました。

売上規模別でみると、経営規模が大きくなるほどGAP認証の取得割合が高くなる傾向にあることがわかりました。

○ GAPのメリットは「食品事故の予防」が最多（表1）

GAPの取組みによって感じた効果、メリットを調査したところ「食品事故の予防（49.7%）」が最多となり、次いで「環境保全への貢献（45.1%）」、「農作業事故の予防（44.6%）」の順になりました。「販路の維持・拡大（40.6%）」と「売上の向上（22.1%）」も一定の回答割合となっており、収益への直接的な効果を実感している経営体もあることが窺えます。

農業者からは「GAP認証を取得したところ、大手小売業者との取引において、新たな品目について取引をしたいとの申し出があり、大幅な売上拡大につながった」との声も聞かれました。

また、「GAP認証を取得している経営体」と「自治体等GAPに取り組んでいる経営体」を比較すると、「GAP認証を取得している経営体」の方が、特に、「労働環境の改善」や「従業員の自主性向上」といった組織運営の改善や、「農作業事故の予防」による経営リスクの低減においてメリットをより強く感じていることがわかります。

○ GAP認知者の3割強が今後GAP認証を取得する意向（図3、4）

GAP認証を取得していない経営体（GAP非認知者除く）^(注3)を対象に、今後のGAP認証の取得予定を聞いたところ、「GLOBALG.A.P.を今後取得する（13.3%）」、「ASIAGAP/JGAPを今後取得する（18.8%）」を合わせた3割強が今後GAP認証を取得する意向を示しました。一方で、半数近い経営体が「今後も取得するつもりはない」と回答しています。

(注3) 「自治体等GAPに取り組んでいる」または「GAPは知っているが取組はない」と回答した経営体

また、GAP認知者のうち「自治体等GAPに取り組んでいる経営体」と、「取り組んでいない経営体」を比較したところ、「自治体等GAPに取り組んでいる経営体」は「GLOBALG. A. P. (18.8%)」、「ASIAGAP/JGAP (25.4%)」ともに取得意向が強くなっています。

そこで、「自治体等GAPに取り組んでいる経営体」に着目して、どの項目にメリットを感じている経営体がGAP認証の取得意向が強いかを分析しました。その結果、「売上の向上」や「販路の維持・拡大」にメリットを感じている経営体は「GLOBALG. A. P.」取得意向が強く、「労働環境の改善」や「従業員の自主性向上」にメリットを感じている経営体は「ASIAGAP/JGAP」取得意向が強いことが分かりました。

○ 取得しない理由は「必要を感じない」「情報がない」との声も (図5)

「GAP認証を今後も取得するつもりはない」と回答した経営体にその理由をたずねたところ、「認証取得の必要を感じない(59.1%)」が最多となり、次いで「コストがかかる(51.7%)」、「売上につながらない(45.6%)」となりました。

農業者への聞き取りでは「認証申請などに人手をかけられない」「設備が認証基準に至らない」「関心はあるが情報がない」といった声も聞かれ、今後の普及にあたっては設備投資への支援や丁寧な情報提供が必要と考えられます。

○ 食品関連業者はGAP農産物の取扱いに意欲。消費者の認知状況に課題あり。(図6～8、表2)

日本公庫が実施した「平成29年度下半期食品産業動向調査」において、食品関連企業に対しGAP関連農産物の取扱い状況を聞いたところ、2割強の企業がGAP関連農産物を取扱う意向を示しています。また、GAP関連農産物を「取扱う予定はない」と回答した食品関連業者に対して、GAP関連農産物を取扱う上での課題を聞いたところ、「GAP認証を取得した生産者が少ない」との回答が35.2%あり、これらの結果から、今後、生産者に対するGAPへの取組要請が強まることが見込まれます。

また、「平成29年度下半期消費者動向調査」において、消費者に対しGAPの認知度を調査したところ、「知っている(4.2%)」、「名称を聞いたことがあるが内容は知らない(17.2%)」、「知らない(78.7%)」となり、消費者に対してGAPの情報が浸透していないという実態が浮き彫りとなりました。

さらに、GAP認知者のGAP関連農産物のイメージ調査では、「鮮度が良い(36.1%)」、「おいしい(24.1%)」といった回答もあり、GAPの普及には、消費者に対する認知度を高めると同時に、正しい情報の提供が課題といえそうです。

調査時期	平成30年1月
調査方法	往復はがきによる郵送アンケート調査
調査対象	スーパーL資金又は農業改良資金のご融資先のうち21,336先
有効回答数	6,711先(回収率:31.5%)

※ 食品産業動向調査と消費者動向調査の要領は別紙資料に掲載

図1 GAPの取組について (データ数=6,187)

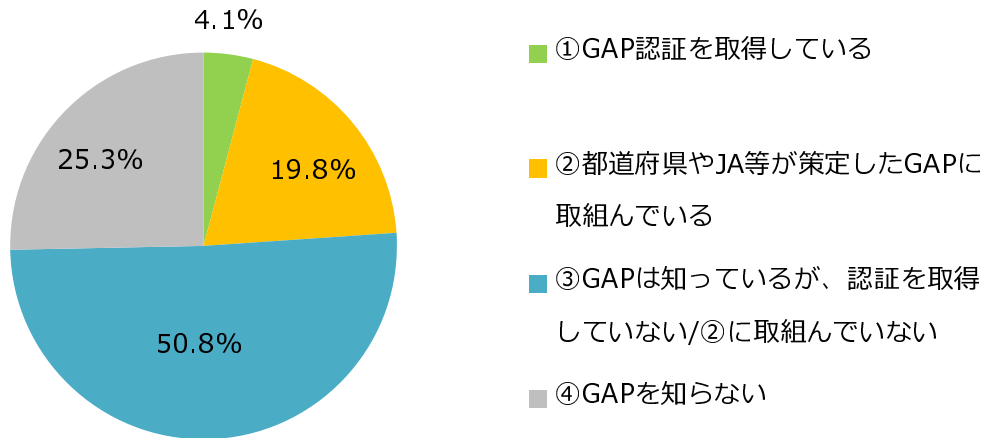
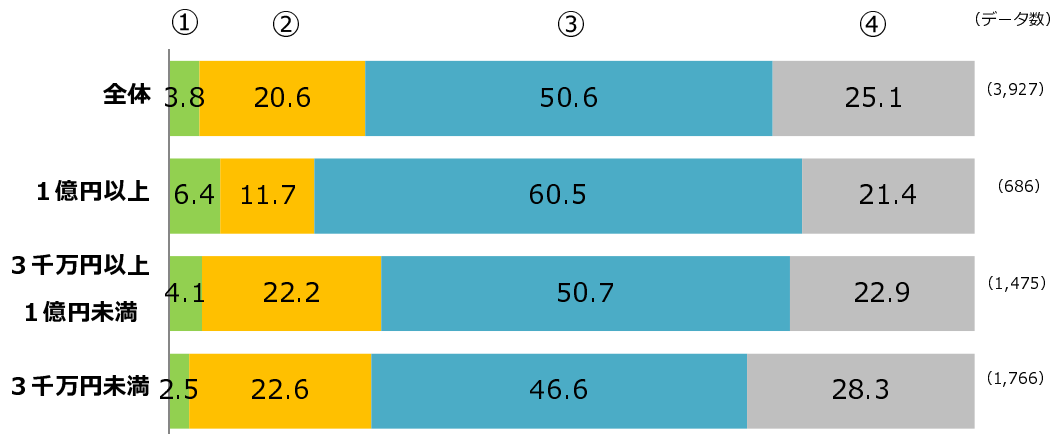


図2 GAPの取組について (売上規模別) (%)



(注) 売上データ把握先に限るため、図1とは対象者数が異なる

凡例	
①	GAP認証 (GLOBALG.A.P.、ASIAGAP、JGAP) を取得している
②	都道府県やJA等が策定したGAPに取組んでいる
③	GAPは知っているが、認証を取得していない/②に取組んでいない
④	GAPを知らない

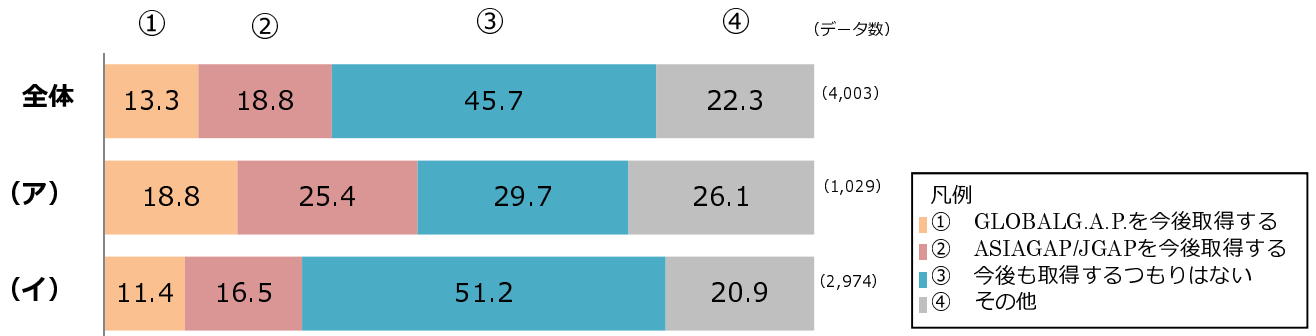
表1 GAPの取組によって感じた効果、メリット (GAPの取組別) (%)

カテゴリ	売上の向上	販路の維持・拡大	不良在庫の削減	食品事故の予防	農作業事故の予防	労働環境の改善	従業員の自主性向上	環境保全への貢献	その他	データ数
全体	22.1	40.6	11.4	49.7	44.6	25.9	17.2	45.1	8.3	1,300
①	25.8	46.4	15.9	55.8	57.5	46.8	38.2	43.8	10.7	233
②	21.3	39.4	10.4	48.4	41.8	21.4	12.7	45.4	7.8	1,067

① GAP認証を取得している

② 都道府県やJA等が策定したGAPに取組んでいる

図3 GAP認証の取得について（取組別）（%）



(ア) 都道府県やJA等が策定したGAPに取組んでいる
 (イ) GAPは知っているが、認証を取得していない/ (ア) に取組んでいない

図4 GAP認証の取得について（%）

（都道府県等GAPに取組んでいる経営体を感じているメリットと、
 GAP認証取得意向のクロス集計）

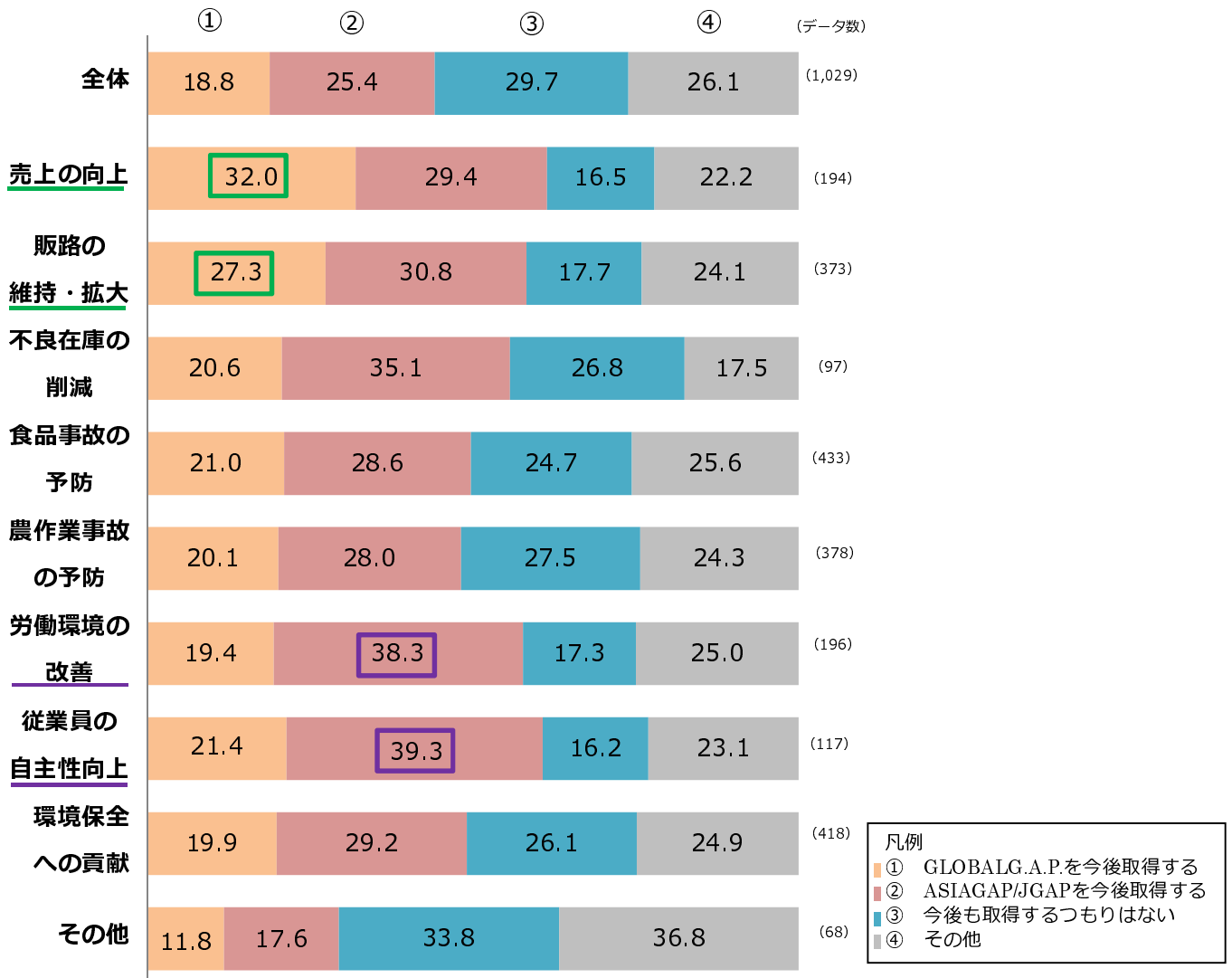


図5 G A P 認証を今後も取得するつもりはないとした理由 (%)

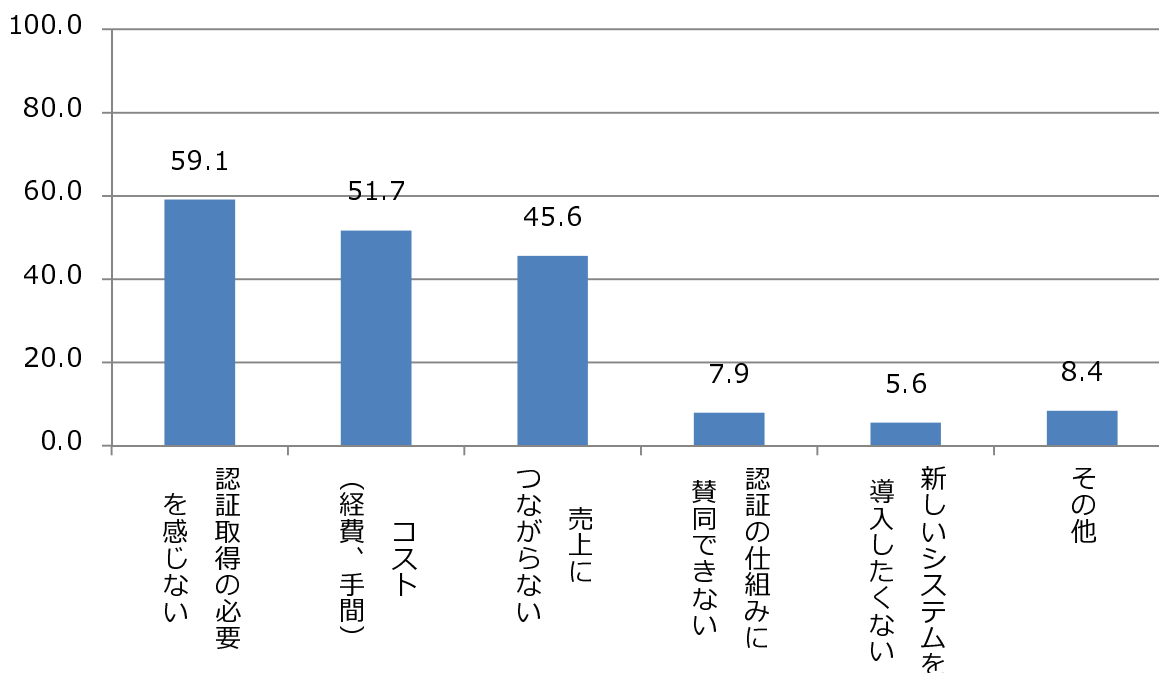


図6 G A P 関連農産物の取扱いについて (%) 「平成29年度下半期食品産業動向調査」より

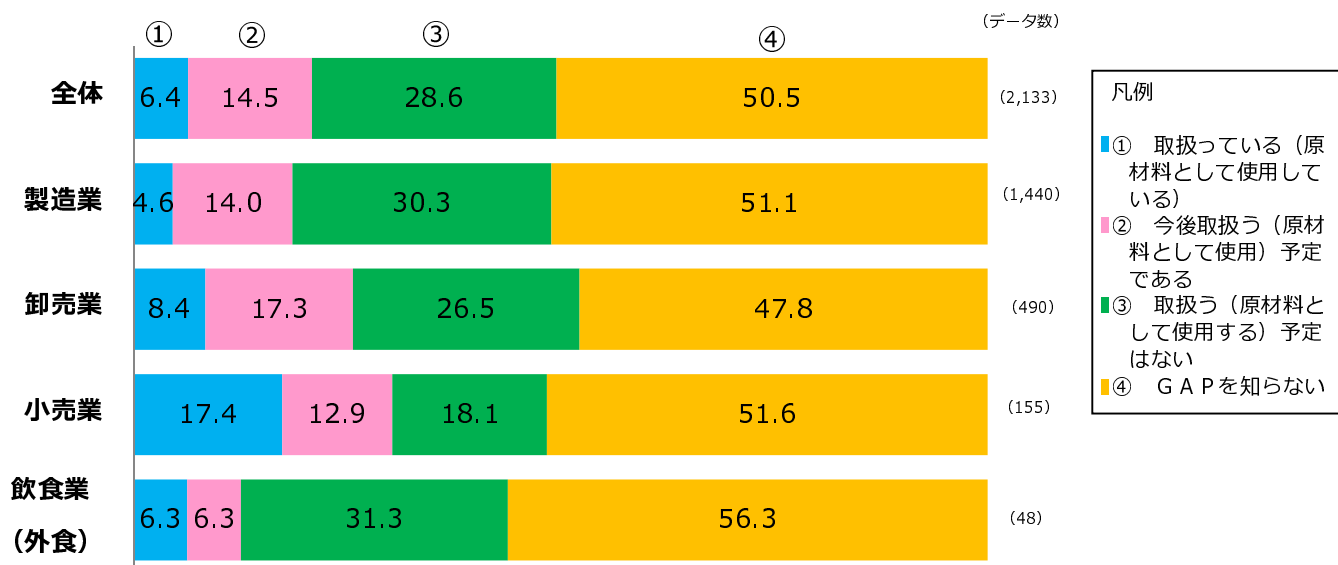


表2 G A P 関連農産物を取扱う課題 (%) 「平成29年度下半期食品産業動向調査」より ※ 回答数30未満は掲載せず

	コスト (経費・手間) の増加が見込まれる	売上の向上につながらない	現在の流通において、必要性を感じない	G A P 認証を取得した生産者が少ない	G A P の概念が消費者に浸透していない	G A P 認証の仕組みに賛同できない	その他	データ数
全体	41.1	28.3	42.3	35.2	37.8	0.7	7.9	593
製造業	42.2	28.5	42.9	35.4	38.0	0.9	8.3	424
卸売業	40.2	31.5	40.9	36.2	35.4	0.0	7.1	127

「平成29年度下半期食品産業動向調査」
 調査時点：平成 30年 1月
 調査方法：郵送により調査票を配布し郵送により回収
 調査対象：全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業）7,007社
 有効回収数：全体で2,357社（回収率33.6%）《内訳》 製造業：1,577社、卸売業：560社、小売業：170社、飲食業：50社

図7 GAPの消費者認知度 (データ数=2,000) 「平成29年度下半期消費者動向調査」より

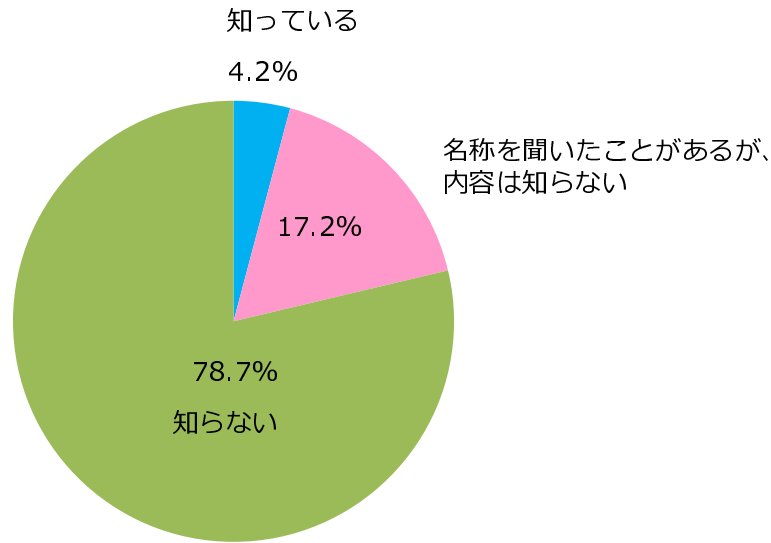
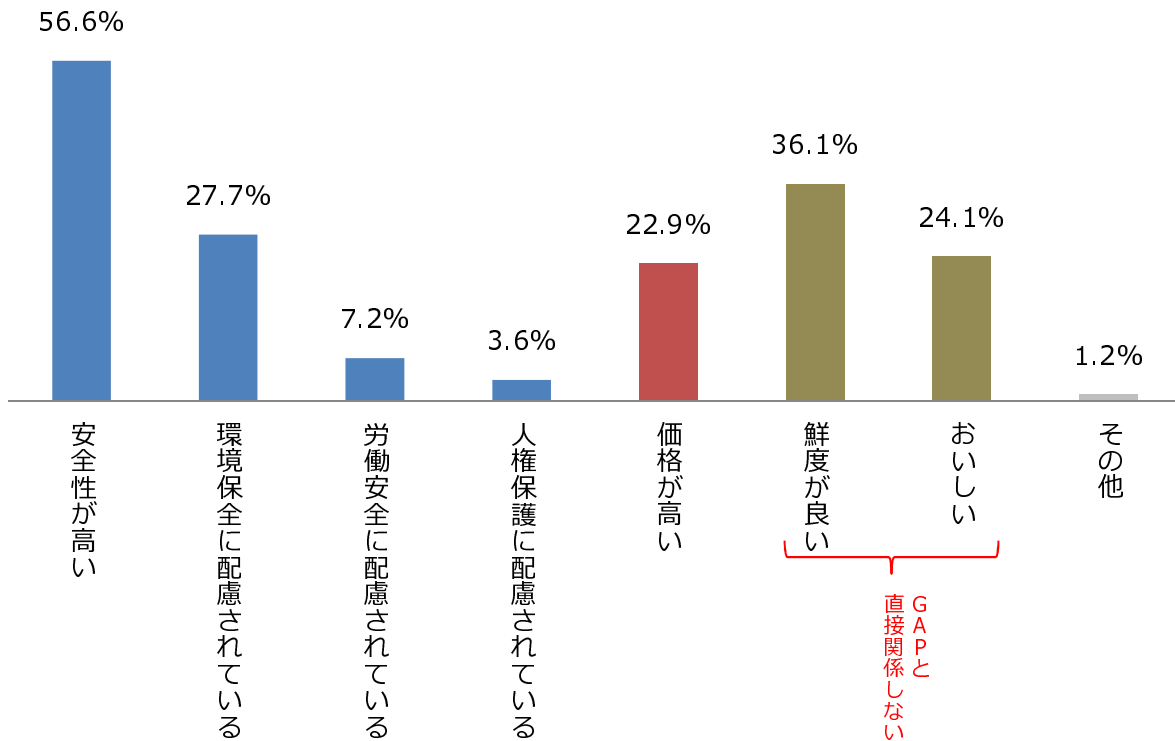


図8 GAPにより生産された農畜産物のイメージ (複数回答可) (データ数=83) 「平成29年度下半期消費者動向調査」より



「平成29年度下半期消費者動向調査」
 調査時点：平成30年1月
 調査方法：インターネットによるアンケート調査
 調査対象：全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

G A P の取組に関する調査報告

2018/03/28

日本政策金融公庫

農林水産事業本部

目次

調査要領	2
設問一覧	3
概要	6
イントロダクション	7
調査結果①（GAPの取組の現状）	8
調査結果②（GAPの効果、メリット）	12
調査結果③（今後のGAP認証の取得について）	15
調査結果④（GAP認証を取得しない理由）	20
参考①（食品事業者に対するGAP意識調査）	21
参考②（消費者に対するGAP意識調査）	23
まとめ、考察	25

調査要領

1. 調査目的

消費者の食品安全や環境保全への意識の向上や、農業・食品市場のグローバル化の進展を背景に、GAP（Good Agricultural Practice、農業生産工程管理）認証取得の機運が高まっている。本調査では、日本政策金融公庫（日本公庫）が平成30年1月に実施した「平成29年度下半期農業景況調査」で、担い手農業者のGAPの取組についてはがき郵送によるアンケート調査を行うとともに、農業者の売上高等の財務分析を行った。また、関連して、食品事業者等や消費者を対象とした「平成29年度下半期食品産業動向調査」「平成29年度下半期消費者動向調査」のGAP関連項目についても取り上げた。本報告書は、その結果について、広くお客さまや関係機関への情報提供等を行うことを目的とする。

2. 調査方法（以下、農業景況調査について。）

郵送アンケート及び財務分析（郵送アンケートは平成29年度下半期農業景況調査に併せて実施）。財務分析の集計は、分析対象の平均値を用いた。

（用語注釈） ※「GAPをめぐる情勢」（農林水産省、平成30年）を参考に作成

GAP	農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組。
GAPに取組む	農業者がGAP（活動又は取組）を自ら実施すること。認証を取得しているかどうかは関係ない。
GAP認証	第三者機関の審査により、GAPが正しく実施されていることが確認された証明。 ASIAGAP/JGAP：一般財団法人日本GAP協会が策定した日本発のGAP認証。平成29年8月よりASIAGAP（旧JGAP Advance）、JGAP（旧JGAP Basic）の運用を開始。 GLOBALG.A.P.：ドイツのFoodPLUS GmbHが策定したGAP認証。主に欧州で普及している。青果物に関してGFSI認証を受けている。
GAP認証をとる	GAP認証を受けること。これにより、GAPを実施していることが客観的に証明される。

3. 調査時期

平成30年1月

4. 調査対象

スーパーL 資金または農業改良資金ご融資先 21,336先

5. 有効回答数

6,711先（回収率：31.5%） うち、財務分析 3,927先

財務分析や対象者の年齢、売上規模は、アンケート回答のうち分析可能なデータのある融資先を対象に行った。また、項目ごとに集計可能なデータが異なるため、回答数は異なる。

設問一覧

【農業景況調査】

GAP (Good Agricultural Practice) について伺います。

※ ここでの GAP 認証とは、GLOBALG. A. P.、ASIAGAP、JGAP を指します。

質問 1 GAP の取組について

- 回答 ① GAP 認証 (GLOBALG. A. P.、ASIAGAP、JGAP) を取得している
② 都道府県や JA 等が策定した GAP に取組んでいる
③ GAP は知っているが、認証を取得していない/② に取組んでいない
④ GAP を知らない

質問 2 は、質問 1 で①、②を回答した方に伺います。

質問 2 GAP の取組によって感じた効果、メリットは (複数回答可)

- 回答 ① 売上の向上 ② 販路の維持・拡大 ③ 不良在庫の削減
④ 食品事故の予防 ⑤ 農作業事故の予防 ⑥ 労働環境の改善
⑦ 従業員の自主性向上 ⑧ 環境保全への貢献 ⑨ その他

質問 3 は、質問 1 で②、③を回答した方に伺います。

質問 3 GAP 認証の取得について

- 回答 ① GLOBALG. A. P. を今後取得する ② ASIAGAP/JGAP を今後取得する
③ 今後も取得するつもりはない ④ その他

質問 4 は、質問 3 で「③取得するつもりはない」と回答した方に伺います。

質問 4 取得するつもりはないとした理由を教えてください (複数回答可)

- 回答 ① コスト (経費、手間) ② 売上につながらない
③ 認証取得の必要を感じない ④ 新しいシステムを導入したくない
⑤ 認証の仕組に賛同できない ⑦ その他

(参考)【食品産業動向調査】

(1) G A P 認証を受けたまたはG A Pに取り組んでいる農場で生産された農産物の取扱いまたは原材料としての使用についてお聞きします。あてはまる番号1つに○をつけてください。

- 回答 ① 取扱っている(原材料として使用している) → (2)・(3)へ
② 今後取扱う(原材料として使用)予定である → (2)・(3)へ
③ 取扱う(原材料として使用する)予定はない → (4)へ
④ G A Pを知らない → 設問終了

(2) (1)で「① 取扱っている(原材料として使用している)」または「② 今後取扱う(原材料として使用)予定である」と回答した方にお聞きします。いずれのG A Pの基準を満たしたものを取扱っている(取扱う予定)ですか。あてはまる番号すべてに○をつけてください。

- 回答 ① GLOBAL G. A. P. の認証を取得し、生産した農産物
② ASIAGAP の認証を取得し、生産した農産物
③ JGAP の認証を取得し、生産した農産物
④ 都道府県が策定したG A Pに取り組み、生産した農産物
⑤ 生協、J A等の団体が策定したG A Pに取り組み、生産した農産物
⑥ G A Pの種類まで検討していない

(3) (1)で「① 取扱っている(原材料として使用している)」または「② 今後取扱う(原材料として使用)予定である」と回答した方にお聞きします。G A Pの基準を満たした農産物の今後の取扱いについてメリットとして感じていることは何ですか。あてはまる番号すべてに○をつけてください。

- 回答 ① 売上の向上につながる ② 生産工程の明確さを消費者や販売先にPRできる
③ 海外販路の維持・拡大につながる ④ 国内販路の維持・拡大につながる
⑤ 食品事故の発生リスク低減につながる ⑥ 生産者の持続的な農業経営につながる
⑦ 生産地の環境保全につながる ⑧ その他

(4) (1)で「③ 取扱う(原材料として使用する)予定はない」と回答した方にお聞きします。G A Pの基準を満たした農産物の取扱いについてどのような課題があると感じますか。あてはまる番号すべてに○をつけてください。

- 回答 ① コスト(経費・手間)の増加が見込まれる ② 売上の向上につながらない
③ 現在の流通において、必要性を感じない ④ G A P認証を取得した生産者が少ない
⑤ G A Pの概念が消費者に浸透していない ⑥ G A P認証の仕組みに賛同できない
⑦ その他

調査時点：平成30年1月
調査方法：郵送により調査票を配布し郵送により回収
調査対象：全国の食品関係企業(製造業、卸売業、小売業、飲食業)7,007社
有効回収数：全体で2,357社(回収率33.6%)
《内訳》製造業：1,577社、卸売業：560社、小売業：170社、飲食業：50社

(参考)【消費者動向調査】

質問1 GAPを知っていますか。

- 回答
- ① 知っている
 - ② 名称を聞いたことがあるが、内容は知らない
 - ③ 知らない

質問2 知っているとは回答した方にお伺いします。

ご存知のGAPの種類をお選び下さい(複数回答可)。

- 回答
- ① ASIAGAP
 - ② JGAP
 - ③ GLOBAL G. A. P.
 - ④ 都道府県が策定したGAP
 - ⑤ 生協、JA等の団体が策定したGAP
 - ⑥ 種類までは知らない・覚えていない
 - ⑦ その他

質問3 知っているとは回答した方にお伺いします。

GAPによって生産された農畜産物のイメージをお選び下さい(複数回答可)。

- 回答
- ① 安全性が高い
 - ② おいしい
 - ③ 鮮度がよい
 - ④ 価格が高い
 - ⑤ 環境保全に配慮されている
 - ⑥ 労働安全に配慮されている
 - ⑦ 人権保護に配慮されている
 - ⑧ その他

調査時点：平成30年1月 調査方法：インターネットによるアンケート調査 調査対象：全国の20歳代～70歳代の男女2,000人(男女各1,000人)

概要

- GAPについて、有効回答数のうち4.1%が認証を取得し、都道府県やJA等が策定したGAP（自治体等GAP）に取り組んでいる経営体が19.8%と、合わせて2割強がGAPに取り組んでいる結果。一方、50.8%が「知っているが、認証を取得していない/自治体等GAPに取り組んでいない」、25.3%が「GAPを知らない」と回答。売上の規模別では、規模の大きいほど認証取得の割合が高くなる傾向。
- GAPに取り組んでいる経営体に対してGAPの取組によって感じた効果、メリットは、「食品事故の予防」が49.7%と最多となり、次いで「環境保全への貢献」（45.1%）、「農作業事故の予防」（44.6%）の順。「販路の維持・拡大」も40.6%と多くの回答を集め、「売上の向上」（22.1%）とともに経営への直接的な効果を実感する経営体も多い。さらに、GAPの取組別に見ると、GAP認証を取得している経営体は「環境保全への貢献」を除く全ての項目で自治体等GAPに取り組んでいる経営体のポイントを上回り、経営リスクの低減や組織運営の改善といった点でメリット感。
- GAPは知っているが認証取得には至っていない経営体で、今後のGAP認証の取得については、「GLOBALG.A.P.を今後取得する」が13.3%、「ASIAGAP/JGAPを今後取得する」が18.8%と、合わせて3割強が認証を取得する意向。一方で、45.7%と半数近い経営体が「今後も取得するつもりはない」と回答。
- また、自治体等GAPに取り組んでいる経営体と、GAPを知っているが取り組んでいない経営体を比較したところ、自治体等GAPに取り組んでいる経営体は「GLOBALG.A.P.」（18.8%）、「ASIAGAP/JGAP」（25.4%）ともに取得意向が強く、自治体等GAPがGAP認証取得の入口になっている可能性。さらに、自治体等GAPに取り組んでいる経営体が感じているメリット別にGAPの取得意向を整理したところ、「売上の向上」や「販路の維持・拡大」にメリットを感じている経営体は「GLOBALG.A.P.」取得意向が強く、「労働環境の改善」や「従業員の自主性向上」にメリットを感じている経営体は「ASIAGAP/JGAP」取得意向が強いという結果。
- GAP認証を今後も取得するつもりはないとした経営体にその理由をたずねたところ、「認証取得の必要を感じない」が59.1%と最多。次いで、「コスト」（51.7%）、「売上につながらない」（45.6%）。
- 平成29年度下半期食品産業動向調査において、食品関連企業に対しGAP関連農産物の取扱いについて聞いたところ、現在「取り扱っている」のは6.4%で、「今後取扱う予定である」14.5%と合わせると、2割強の企業がGAP関連農産物を取扱う意向。一方で28.6%が「取り扱う予定はない」とし、50.5%と約半数が「GAPを知らない」と回答。小売業では「取り扱っている」が17.4%、「今後取扱う予定である」が12.9%と3割強がGAP関連農産物を取扱う意向を示しており、今後、生産者への要請が強まる見込み。
- 平成29年度下半期消費者動向調査において、消費者に対しGAPへの意識調査を行ったところ、GAPを知っていますかとの問いに対し、「知っている」が4.2%、「名称を聞いたことがあるが内容は知らない」が17.2%、「知らない」が78.7%。
- 他方で、GAPにより生産された農畜産物のイメージは、「安全性が高い」が56.6%と最多。一方、「鮮度が良い」（36.1%）、「おいしい」（24.1%）といった回答もあり、消費者の認知度向上とともに、正しい情報提供が課題。

イントロダクション

- 消費者の食品安全や環境保全への意識の向上や、農業・食品市場のグローバル化の進展を背景に、GAP（Good Agricultural Practice、農業生産工程管理）認証取得の機運が高まっている。
- 我が国におけるGAPは、食品事故を背景として農産物の安全性の向上を求める声が高まったこと等から、平成22年に「農業生産工程管理（GAP）の共通基盤に関するガイドライン」（農林水産省）が策定され、GAPの普及にあたって必要な取組が明確化された。GAPを直訳すると「良い農業の実践」「適正農業規範」となるが、その実践にあたっては工程管理的手法が用いられることから、農林水産省はその日本語訳を「農業生産工程管理」と統一している。なお、「ガイドライン」でGAPは「農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の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」と定義された。
- 「ガイドライン」が策定される前から国内では様々な主体がGAPの導入を推進してきた経緯があり、現在、都道府県等自治体、JAグループ、日本生活協同組合連合会等が独自に策定したものや、日本GAP協会が開発した「JGAP」など、様々なGAPが運用されている。
- 国際的には、国連食糧農業機関（FAO）が、GAPは農業生産の環境的、経済的、社会的な持続性に向けた取組であり、結果として安全で品質の良い食用及び非食用の農産物をもたらす取組であるとしており、各国等で様々な取組が行われている（「ガイドライン」より）。中でもFoodPLUS GmbH（ドイツに本部を置く団体）が運営する「GLOBALG.A.P.」は、グローバルに展開する小売業者・食品製造業者等が集まった団体であるGFSI（Global Food Safety Initiative）の承認スキームとして国際的に運用され、グローバル企業の食品調達基準として採用されている。
- 国内で運用され、民間団体による第三者認証を備えたGAP（GAP認証）にはGLOBALG.A.P.とJGAP及びJGAPにHACCPベースのリスク管理基準等が上乘せされた「ASIAGAP」がある。ただ、GAP認証の国内取得は、GLOBALG.A.P.が約480経営体（平成29年12月現在、GAP普及推進機構）、JGAP/ASIAGAPが4,101農場（平成29年3月現在、日本GAP協会）と、販売農家120万戸（「農業構造動態調査」平成29年、農林水産省）に対し極めて少ない。また、認証取得している経営体のうち、聞き取り可能な約580経営体から出荷された農産物は、穀類1万6千トン、青果物8万5千トン程度であり（「GAP認証取得農産物の年間出荷状況について」平成29年、農林水産省）、国内生産量全体（穀類：954万トン、青果物1,455万トン（「平成28年度食料需給表」平成29年、農林水産省））に対して1%に満たない状況で、GAP認証が普及しているとは言い難い。
- しかし、冒頭述べたように農業・食品市場のグローバル化が進展し、輸出促進が図られる中、国内消費者の農産物生産工程の「見える化」を求める声が強まっていることもあり、その有効な手段であるGAPの普及は今後進むと考えられる。
- 一方でGAP認証の取得には費用が求められることもあり、生産者は認証取得のメリットが見いだせず、二の足を踏んでいるとの声も聞かれる。関係機関は生産者に適切な情報の提供を行い、経営判断の支援をすることが必要だ。
- 今回調査では、そのようなニーズに資するべく、担い手農業者のGAPの取組に関する現況を把握し、取組経営体の感じるメリットや外部環境について調査を行った。

調査結果①（GAPの取組の現状）

- GAPについて、有効回答数のうち4.1%が認証を取得し、都道府県やJA等が策定したGAP(自治体等GAP)に取り組んでいる経営体が19.8%と、合わせて2割強がGAPに取り組んでいる。(図1)
- 一方、「知っているが、認証を取得していない/自治体等GAPに取り組んでいない」との回答が50.8%となり、半数を占めた。また、25.3%が「GAPを知らない」と回答した。
- 個人、法人別に見ると、個人経営体は自治体等GAPに取り組んでいる割合が21.7%と高く、法人経営体はGAP認証取得の割合が高い一方で、「知っているが取り組んでいない」とする回答が61.7%と個人経営体よりも15.5ポイント上回った。
- 売上の規模別では、規模の大きいほど認証取得の割合が高くなる傾向となった(売上1億円以上:6.4%、3千万円未満:2.5%)。(図2)
- 回答別の売上高や農業所得(経常利益)の平均値を見ると、認証を取得している経営体は売上高平均約3億円で、他の経営体よりも売上規模が大きい。(表1)
- 業種別では、取組が先行している耕種で認証を取得している、取り組んでいるとする回答が多くなった。特に、取引先からの要求が強い茶では34.5%が認証を取得し、25.0%が自治体等GAPに取り組むと回答し、合せて半数以上がGAPに取り組んでいる。また、「知らない」とする割合は2.0%と低くなっている。他方、主に食品以外の生産物を扱う施設花きは、認証取得が1.1%、自治体等GAPに取り組む経営体が9.4%と他の耕種に比べて少ない。(図3)
- 地域別では、「GAPを知らない」を除いた認知度が北陸で最高の83.8%となり、九州が67.4%と一番低く、16.4ポイントの開きがあった。(図4)

図1 GAPの取組について（個人・法人別）（%）



- 凡例
- ① GAP認証（GLOBALG.A.P.、ASIAGAP、JGAP）を取得している
 - ② 都道府県やJA等が策定したGAPに取り組んでいる
 - ③ GAPは知っているが、認証を取得していない/②に取り組んでいない
 - ④ GAPを知らない

図2 GAPの取組について（売上規模別）（%）

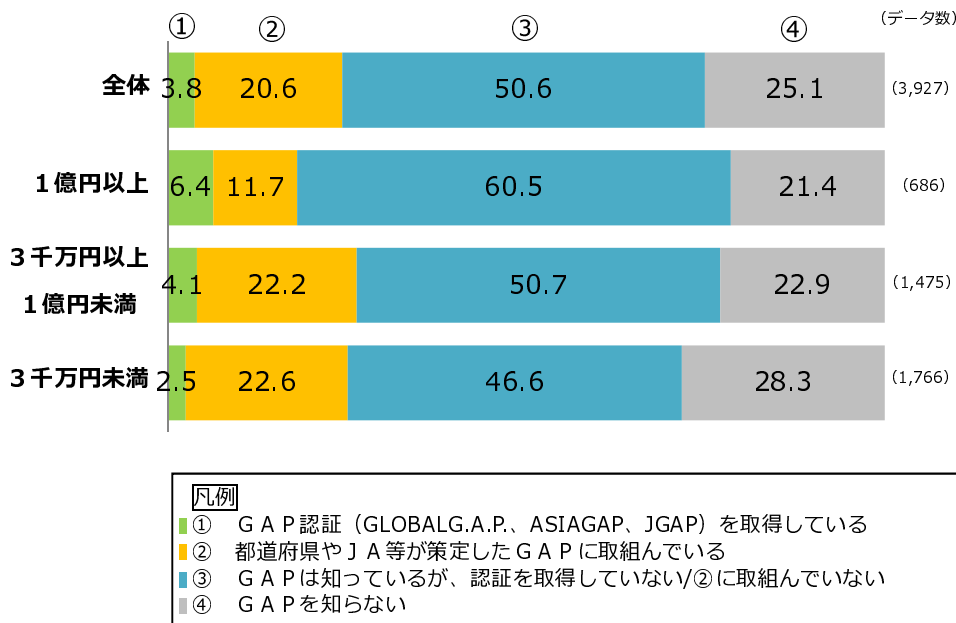


表1 GAPの取組状況と売上高、農業所得（経常利益）の平均値、増加率（百万円）

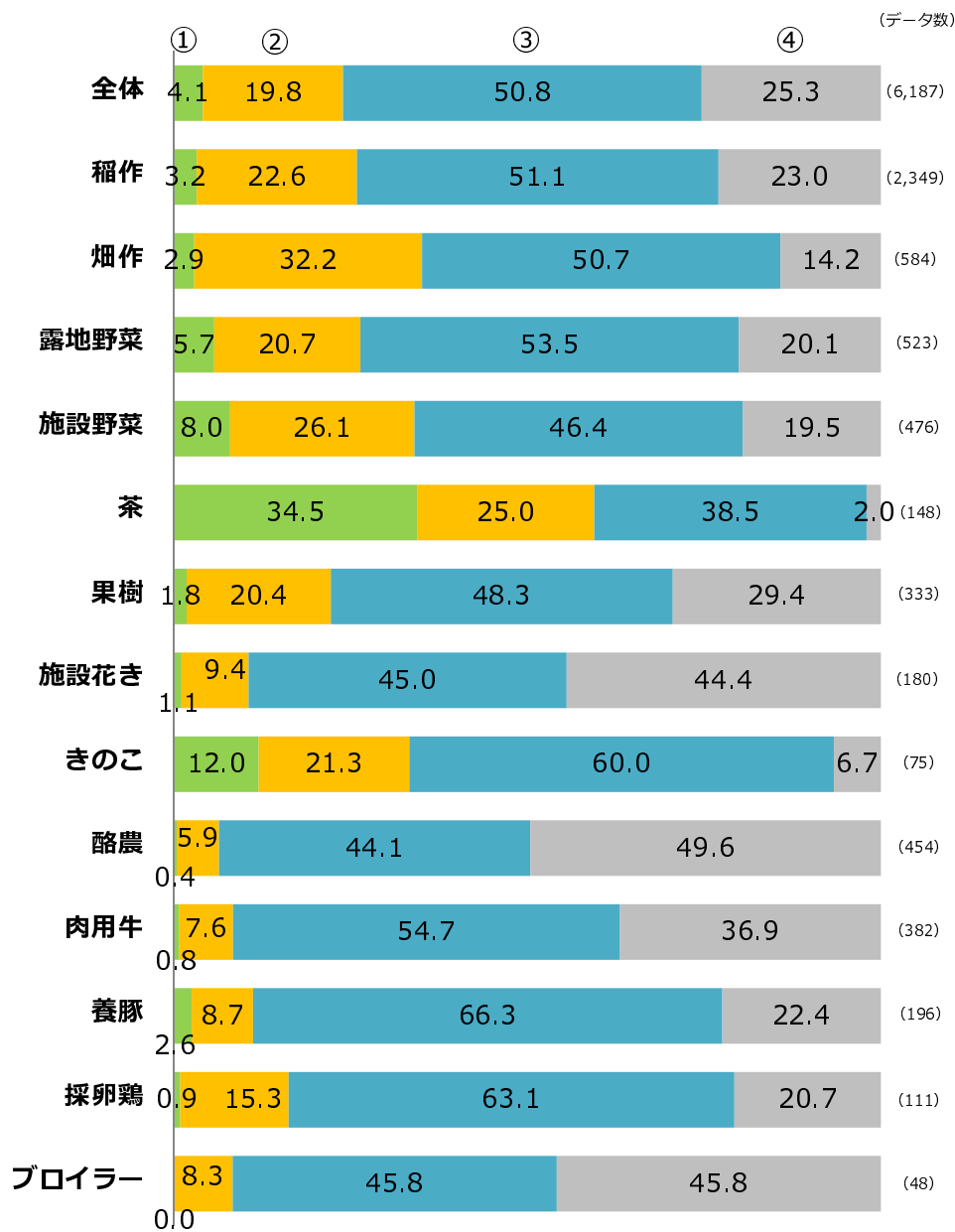
	売上高	3年前 売上高	売上高 増加率	農業所得	3年前 農業所得	農業所得 増加率	データ数
全体	110	92	19%	13	8	69%	3,927
① GAP認証を取得している	299	252	19%	15	8	92%	150
② 都道府県やJA等が策定したGAP に取り組んでいる	75	65	15%	11	9	31%	807
③ GAPは知っているが、認証 を取得していない/②に取り組んでいない	131	109	20%	15	8	90%	1,986
④ GAPを知らない	68	56	21%	11	7	57%	984

(注1) 売上高増加率 = (売上高の合計 - 3年前売上高の合計) / 3年前売上高の合計

農業所得(経常利益)増加率 = (農業所得の合計 - 3年前農業所得の合計) / 3年前農業所得の合計

(注2) 個人経営体の場合は農業所得を、法人経営体の場合は経常利益を用いた

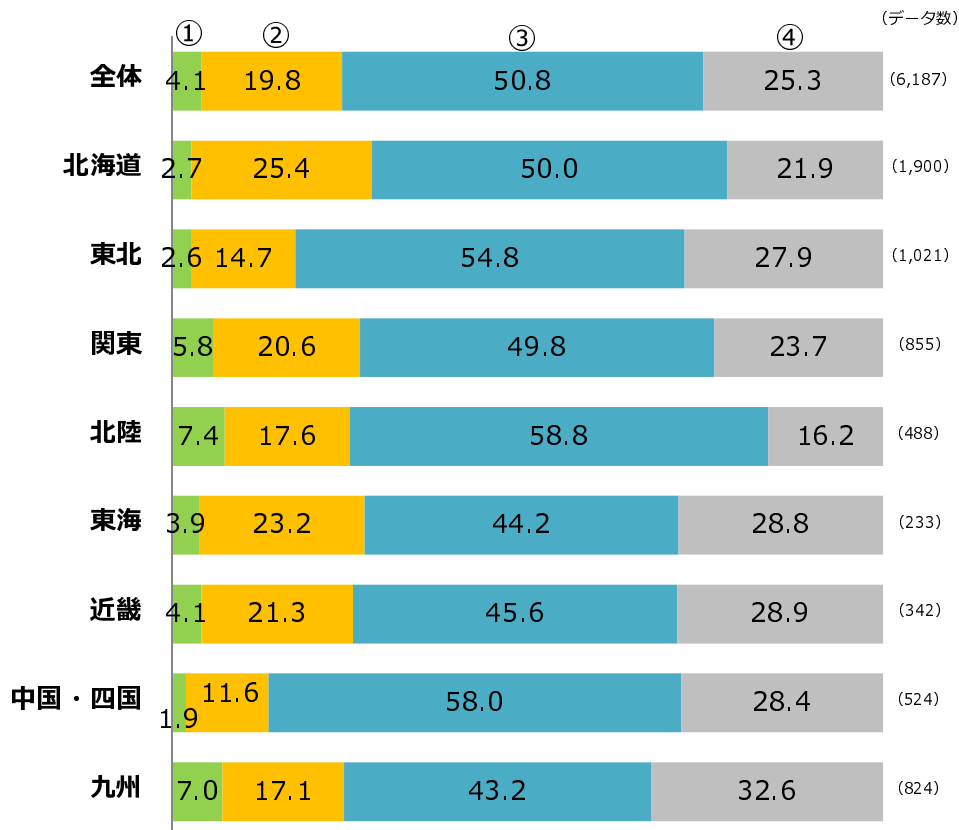
図3 GAPの取組について（業種別）（%）



凡例

- ① GAP認証（GLOBALG.A.P.、ASIAGAP、JGAP）を取得している
- ② 都道府県やJA等が策定したGAPに取組んでいる
- ③ GAPは知っているが、認証を取得していない/②に取組んでいない
- ④ GAPを知らない

図4 G A Pの取組について（地域別）（%）



凡例

- ① G A P 認証（GLOBALG.A.P.、ASIAGAP、JGAP）を取得している
- ② 都道府県やJ A 等が策定したG A P に取組んでいる
- ③ G A P は知っているが、認証を取得していない/②に取組んでいない
- ④ G A P を知らない

調査結果②（GAPの効果、メリット）

- GAP認証を取得している、または自治体等GAPに取り組んでいる経営体に対してGAPの取組によって感じた効果、メリットを聞いたところ、「食品事故の予防」が49.7%と最多となり、次いで「環境保全への貢献」(45.1%)、「農作業事故の予防」(44.6%)の順となった。(表2)
- 「販路の維持・拡大」も40.6%と多くの回答を集め、「売上の向上」(22.1%)とともに経営への直接的な効果を実感する経営体も多い。その他、「労働環境の改善」(25.9%)、「従業員の自主性向上」(17.2%)、「不良在庫の削減」(11.4%)となった。
- 個人、法人別に見ると、法人経営体では「労働環境の改善」(41.3%)や「従業員の自主性向上」(40.7%)といった組織運営の改善に関する項目が個人経営体と比べて多くなっている特徴が表れた。(図5)
- さらに、GAPの取組別に見ると、GAP認証を取得している経営体は「環境保全への貢献」を除く全ての項目で自治体等GAPに取り組んでいる経営体のポイントを上回り、経営リスクの低減や組織運営の改善といった点でメリットを強く感じていることが分かった。(表3、図6)

表2 GAPの取組によって感じた効果、メリット（組織形態、業種、地域別）(%)

カテゴリ	売上の向上	販路の維持・拡大	不良在庫の削減	食品事故の予防	農作業事故の予防	労働環境の改善	従業員の自主性向上	環境保全への貢献	その他	データ数
全体	22.1	40.6	11.4	49.7	44.6	25.9	17.2	45.1	8.3	1,300
個人	23.8	40.6	12.2	51.7	43.0	19.9	8.0	47.5	7.4	934
法人	17.8	40.7	9.3	44.5	48.6	41.3	40.7	38.8	10.7	366
稲作	21.1	36.2	13.3	46.1	47.8	23.1	14.4	50.7	8.0	527
畑作	19.2	42.4	11.3	50.3	35.0	13.0	5.6	48.0	9.0	177
露地野菜	25.4	47.6	8.7	51.6	44.4	31.0	16.7	46.0	9.5	126
施設野菜	22.6	32.9	10.3	58.2	43.2	38.4	21.2	30.8	6.8	146
茶	17.3	43.2	16.0	67.9	59.3	39.5	25.9	48.1	6.2	81
果樹	27.7	44.6	12.3	53.8	53.8	23.1	12.3	50.8	4.6	65
畜産	25.3	49.5	1.1	42.1	34.7	28.4	31.6	27.4	9.5	95
北海道	18.8	39.7	9.7	49.0	41.5	17.3	5.8	48.2	9.5	463
東北	25.7	44.1	13.8	41.4	44.1	27.6	17.8	46.7	7.9	152
関東	29.0	42.5	8.2	58.5	48.8	29.5	22.2	42.5	5.3	207
北陸	17.4	30.3	15.6	40.4	55.0	34.9	31.2	46.8	11.0	109
東海	17.5	38.6	14.0	50.9	31.6	22.8	17.5	28.1	10.5	57
近畿	20.3	29.7	9.5	40.5	41.9	16.2	17.6	55.4	10.8	74
中国・四国	21.3	39.3	8.2	49.2	50.8	39.3	36.1	34.4	6.6	61
九州	24.9	49.7	15.8	57.6	45.2	37.9	25.4	42.4	6.2	177

※ 回答数 30 未満は掲載せず

図5 G A Pの取組によって感じた効果、メリット（組織形態別）（%）

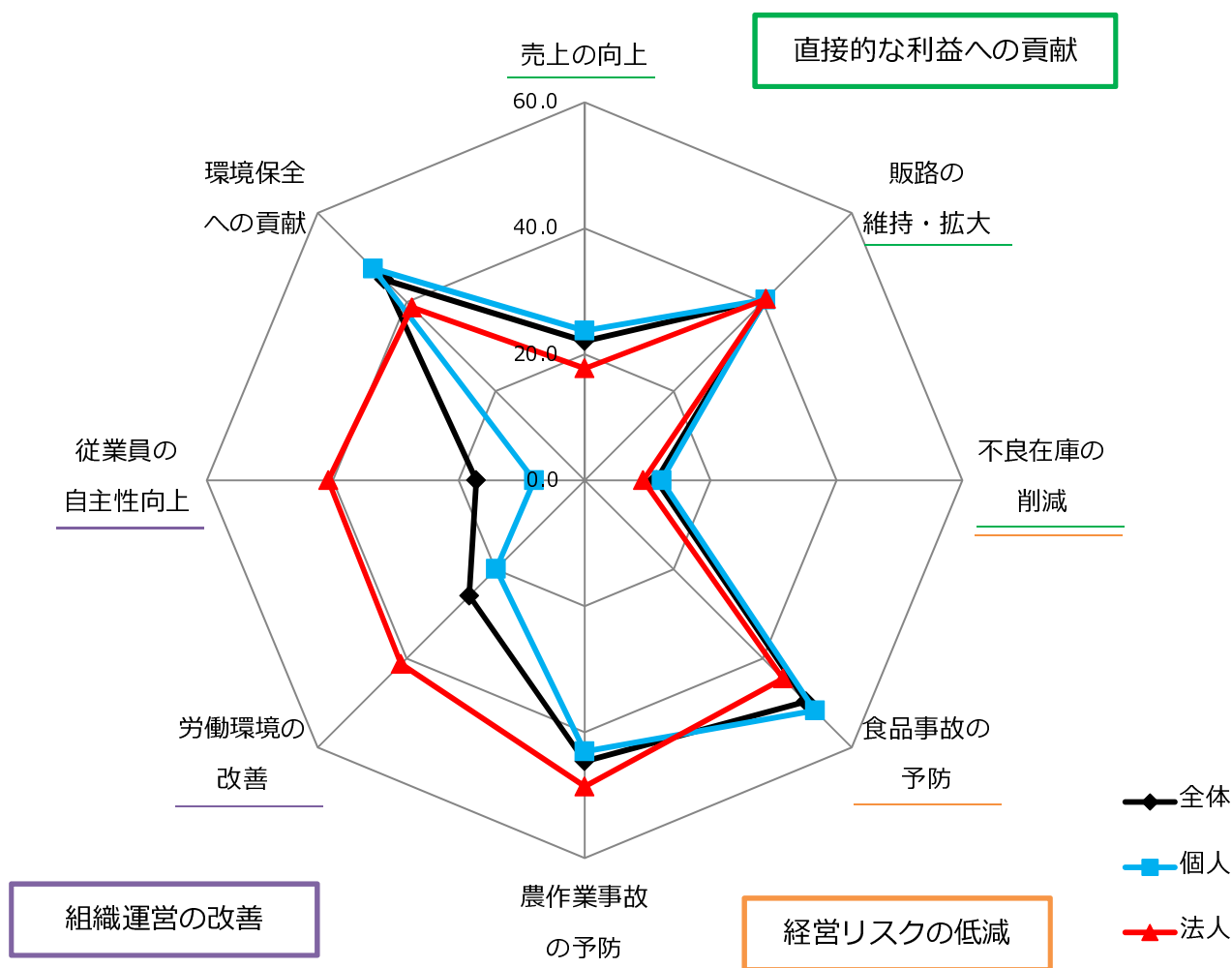


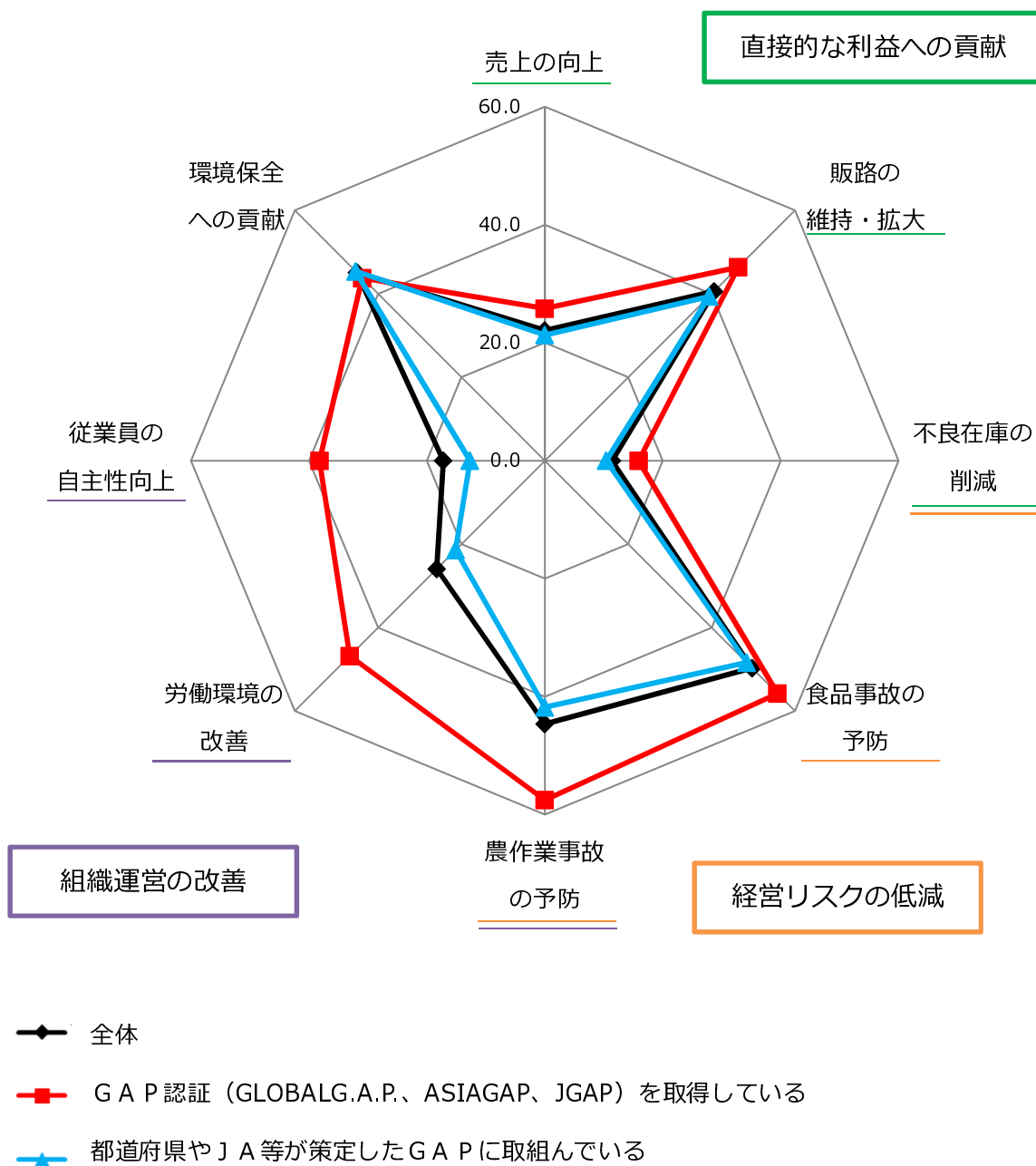
表3 G A Pの取組によって感じた効果、メリット（G A Pの取組別）（%）

カテゴリ	売上の上 向	販路の 維持・拡大	不良在庫の 削減	食品事故の 予防	農作業事故 の予防	労働環境の 改善	従業員の 自主性向上	環境保全 への貢献	その他	データ数
全体	22.1	40.6	11.4	49.7	44.6	25.9	17.2	45.1	8.3	1,300
①	25.8	46.4	15.9	55.8	57.5	46.8	38.2	43.8	10.7	233
②	21.3	39.4	10.4	48.4	41.8	21.4	12.7	45.4	7.8	1,067

① G A P 認証を取得している

② 都道府県やJ A等が策定したG A Pに取組んでいる

図6 G A Pの取組によって感じた効果、メリット（G A Pの取組別）（%）



調査結果③（今後のGAP認証の取得について）

- 自治体等GAPに取り組んでいる、またはGAPは知っているが取り組まない経営体に対し、今後のGAP認証の取得について聞いたところ、「GLOBALG.A.P.を今後取得する」が13.3%、「ASIAGAP/JGAPを今後取得する」が18.8%と、合わせて3割強が認証を取得する意向を示した。一方で、45.7%と半数近い経営体が「今後も取得するつもりはない」と回答した。（図7）
- 個人、法人別に見ると、法人経営体では「ASIAGAP/JGAPを今後取得する」とした回答が24.8%と多くなり、「GLOBALG.A.P.」と合わせて約4割が認証取得意向を示した。
- 売上規模別に見ると、売上が大きいほど取得意向の傾向が強く、1億円以上の規模では約4割が取得意向を示している。ただし、「GLOBALG.A.P.」を取得するとした経営体は売上規模別に大きな違いは見られなかった。（図8）
- また、自治体等GAPに取り組んでいる経営体と、GAPを知っているが取り組んでいない経営体を比較したところ、自治体等GAPに取り組んでいる経営体は「GLOBALG.A.P.」（18.8%）、「ASIAGAP/JGAP」（25.4%）ともに取得意向が強く、自治体等GAPがGAP認証取得の入口になっている可能性が示唆された。（図9）
- さらに、自治体等GAPに取り組んでいる経営体が感じているメリット別にGAPの取得意向を整理したところ、「売上の向上」や「販路の維持・拡大」にメリットを感じている経営体は「GLOBALG.A.P.」取得意向が強く、「労働環境の改善」や「従業員の自主性向上」にメリットを感じている経営体は「ASIAGAP/JGAP」取得意向が強いという結果になった。（図10）

図7 GAP認証の取得について(個人・法人別) (%)



凡例	
①	GLOBALG.A.P.を今後取得する
②	ASIAGAP/JGAPを今後取得する
③	今後も取得するつもりはない
④	その他

図8 G A P 認証の取得について（売上規模別）（%）

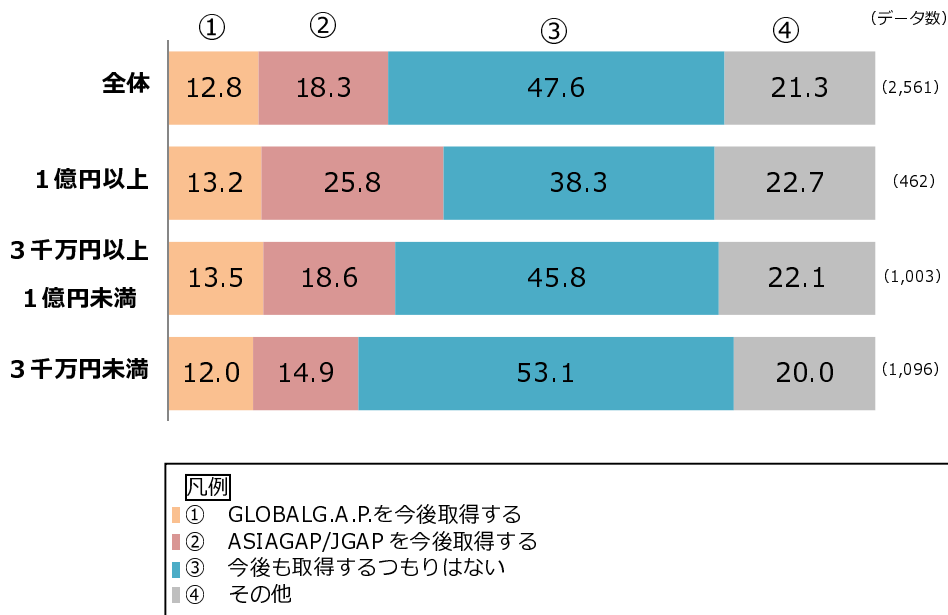


図9 G A P 認証の取得について（取組別）（%）



(ア) 都道府県やJ A 等が策定したG A P に取組んでいる

(イ) G A P は知っているが、認証を取得していない/ (ア) に取組んでいない

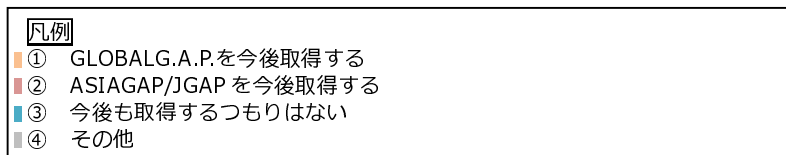
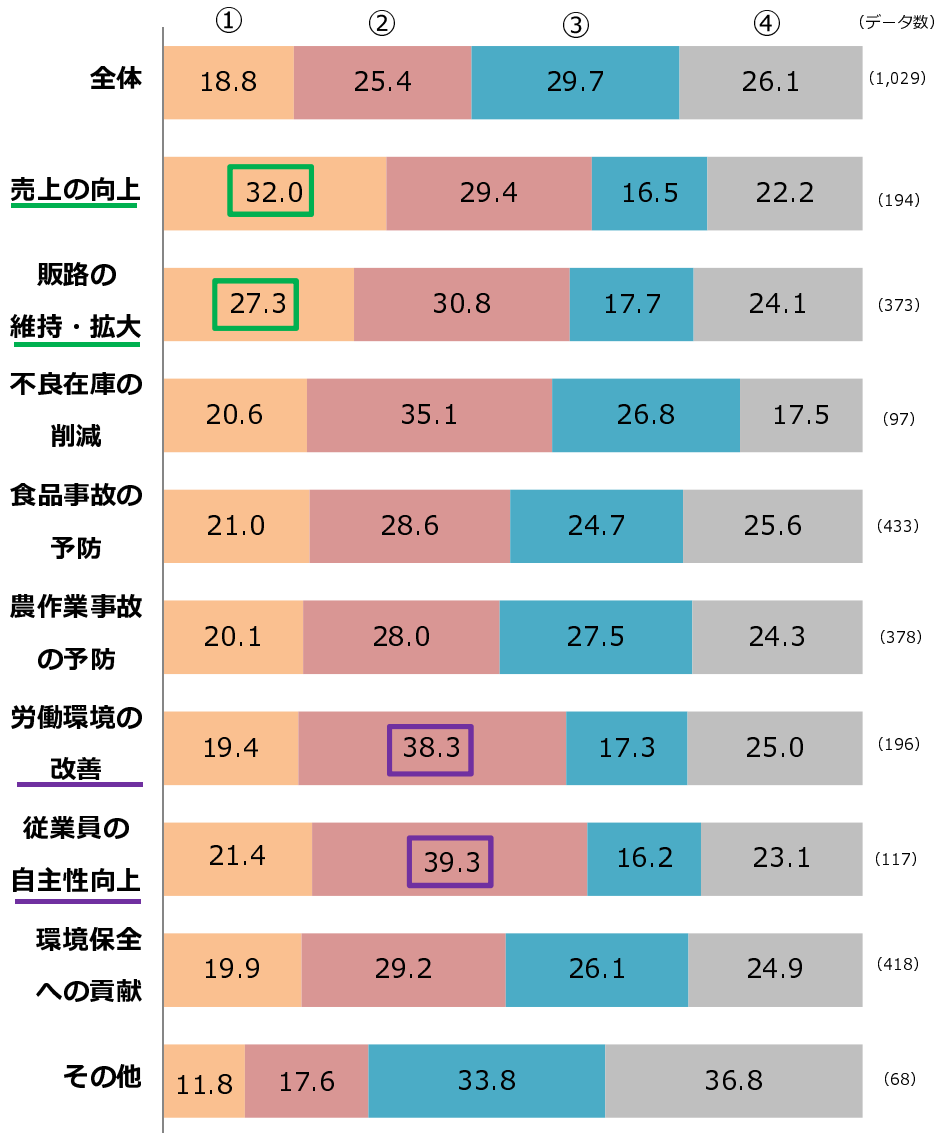


図10 GAP 認証の取得について (%)

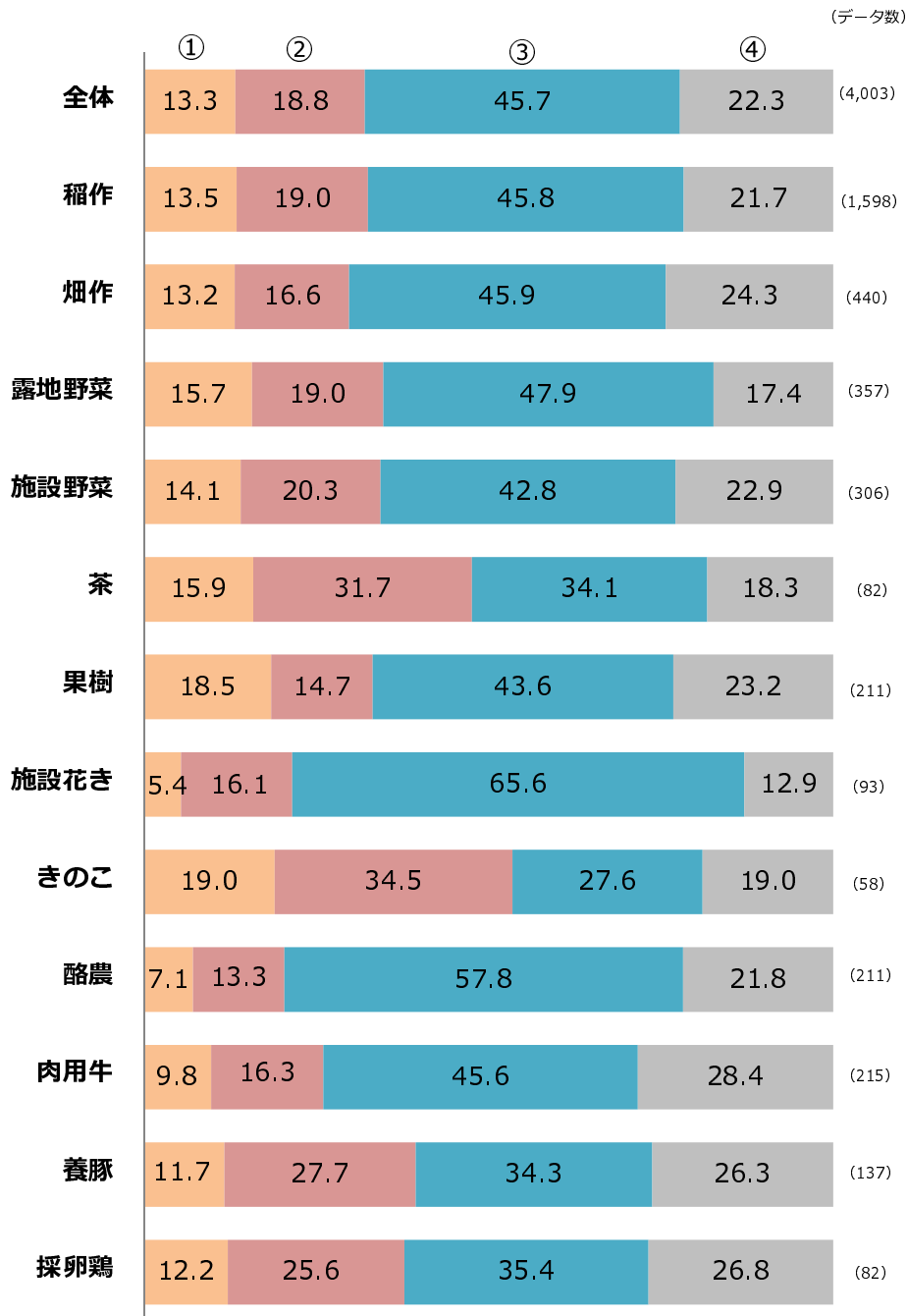
(都道府県等 GAP に取組んでいる経営体を感じているメリットと、
GAP 認証取得意向のクロス集計)



凡例

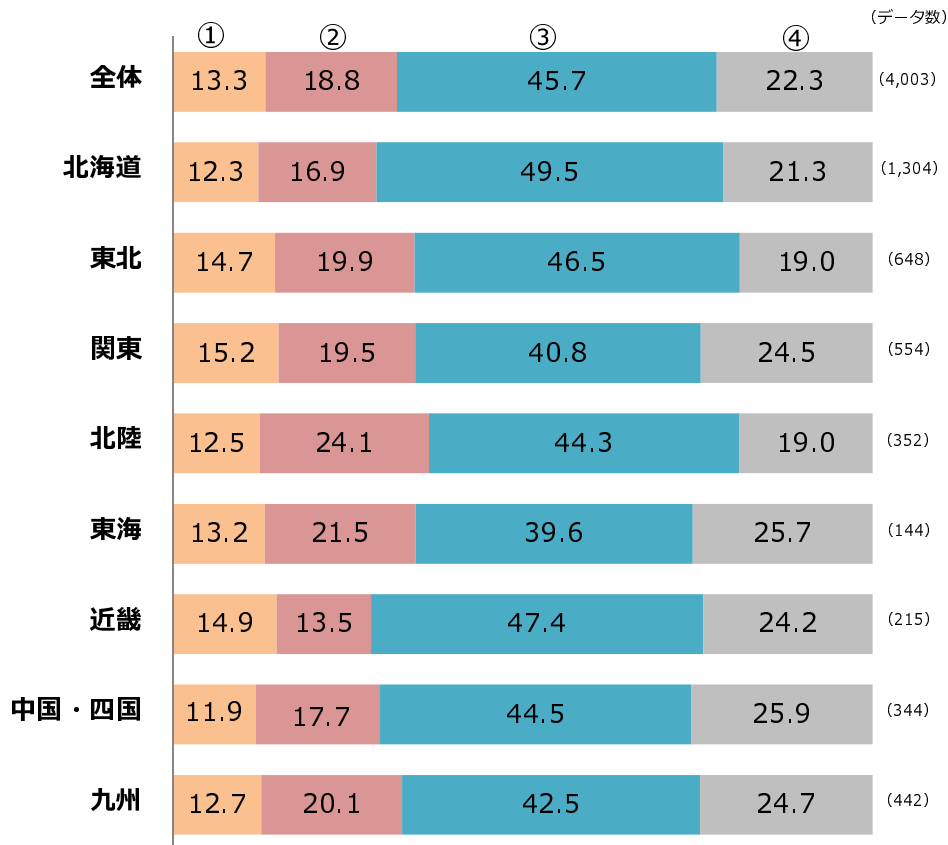
- ① GLOBALG.A.P.を今後取得する
- ② ASIAGAP/JGAPを今後取得する
- ③ 今後も取得するつもりはない
- ④ その他

参考 G A P 認証の取得について（業種別）（%）



凡例	
①	GLOBALG.A.P.を今後取得する
②	ASIAGAP/JGAPを今後取得する
③	今後取得するつもりはない
④	その他

参考 GAP 認証の取得について（地域別）（%）



凡例

- ① GLOBALG.A.P.を今後取得する
- ② ASIAGAP/JGAPを今後取得する
- ③ 今後も取得するつもりはない
- ④ その他

調査結果④（GAP認証を取得しない理由）

- GAP認証を今後も取得するつもりはないとした経営体にその理由をたずねたところ、「認証取得の必要を感じない」が59.1%と最も多かった。特に施設花きは70.4%と回答割合が高かった。（表4）
- 次いで、「コスト」(51.7%)、「売上につながらない」(45.6%)となり、「認証の仕組みに賛同できない」とする回答も7.9%と一定数見受けられた。「賛同できない」とする割合は東海(14.0%)や九州(11.0%)、北陸(10.5%)で特に高く表れた。

表4 GAP認証を今後も取得するつもりはないとした理由（組織形態、業種、地域別）(%)

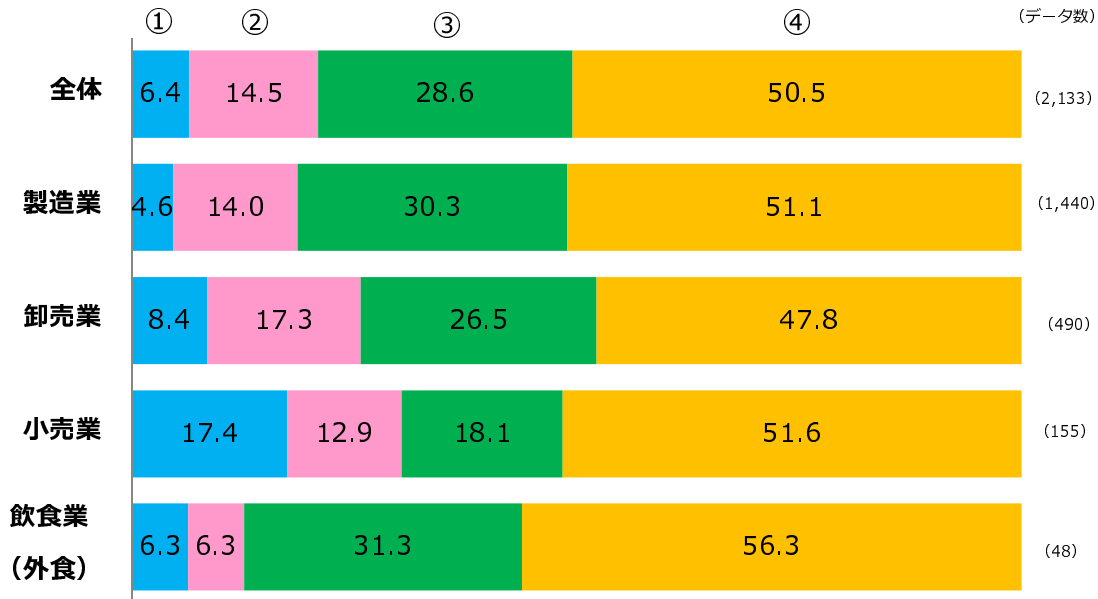
	コスト (経費、手間)	売上に つながらない	認証取得の必要 を感じない	新しいシステムを 導入したくない	認証の仕組みに 賛同できない	その他	データ数
全体	51.7	45.6	59.1	5.6	7.9	8.4	1,592
個人	51.8	47.2	58.9	6.4	8.3	7.7	1,165
法人	51.5	41.2	59.7	3.5	6.8	10.3	427
稲作	55.1	42.4	58.2	8.0	8.6	7.2	641
畑作	51.6	53.3	56.0	3.3	7.1	6.6	182
露地野菜	56.7	55.3	60.0	5.3	6.7	8.7	150
施設野菜	52.5	53.4	63.6	4.2	5.1	7.6	118
果樹	48.7	35.9	64.1	2.6	7.7	9.0	78
施設花き	42.6	50.0	70.4	1.9	3.7	11.1	54
酪農	48.1	44.2	64.4	5.8	8.7	2.9	104
肉用牛	41.7	33.3	57.1	7.1	6.0	13.1	84
養豚	57.1	42.9	57.1	0.0	7.1	7.1	42
北海道	53.9	45.6	57.3	7.4	8.3	7.7	557
東北	54.8	43.7	58.6	6.5	6.5	8.0	263
関東	50.2	51.7	61.5	2.4	7.3	6.3	205
北陸	49.7	46.9	56.6	6.3	10.5	7.7	143
東海	56.0	46.0	60.0	2.0	14.0	12.0	50
近畿	48.3	36.0	58.4	4.5	5.6	5.6	89
中国・四国	53.1	45.4	61.5	5.4	3.1	13.1	130
九州	41.9	45.2	63.9	3.2	11.0	11.6	155

※ 回答数 30 以下は未掲載

参考①（食品関連企業に対するGAP意識調査）

- 平成29年度下半期食品産業動向調査(日本公庫)において、食品関連企業に対しGAPへの意識調査を行った。
- GAP認証を受けた、またはGAPに取り組んでいる農場で生産された農産物または原材料(GAP関連農産物)の取扱いについて聞いたところ、現在「取り扱っている」のは6.4%で、「今後取扱う予定である」14.5%と合わせると、2割強の企業がGAP関連農産物を取扱う意向を示した。一方で28.6%が「取り扱う予定はない」とし、50.5%と約半数が「GAPを知らない」と回答した。(図11)
- 小売業では「取り扱っている」が17.4%、「今後取扱う予定である」が12.9%と3割強がGAP関連農産物を取扱う意向を示しており、今後、生産者への要請が強まると見込まれる。
- 「取り扱っている」または「今後取扱う予定」の農産物の基準となるGAPの種類について聞いたところ、「GAPの種類まで検討していない」が32.6%と最も回答が多くなり、次いで「JGAP」(30.6%)、「都道府県が策定したGAP」(28.7%)、「生協、JA等の団体が策定したGAP」(28.2%)、「GLOBALG.A.P.」(18.5%)、「ASIAGAP」(6.7%)の順となった。(表5)
- 「取扱っている(取扱う予定である)」先に、GAP関連農産物を取扱うメリットを聞いたところ、「生産工程の明確さを消費者や販売先にPRできる」が68.3%と最多となった。次に「食品事故の発生リスク低減につながる」(47.0%)や「生産者の持続的な農業経営につながる」(38.8%)が続いた。小売業者では特に「PR」の回答が多く(75.0%)、「生産者の持続的な農業経営」(52.3%)、「生産地の環境保全」(40.9%)といった持続可能な生産に関する項目で高い割合となる特徴が表れた。(表6)
- 「取り扱う予定がない」とした先に、GAP関連農産物を取扱う課題について聞いたところ、「必要性を感じない」(42.3%)に回答が多く集まり、「コスト」(41.1%)がそれに続いた。「GAPの概念が消費者に浸透していない」(37.8%)や「GAP認証を取得した生産者が少ない」(35.2%)といった流通上の懸念に対しても回答が多く集まった。なお、「GAP認証の仕組みに賛同できない」とする回答は0.7%で、農業者(7.9%)と比べて低くなった。(表7)

図11 G A P 関連農産物の取扱いについて (%)



凡例
 ① 取扱っている（原材料として使用している）
 ② 今後取扱う（原材料として使用）予定である
 ③ 取扱う（原材料として使用する）予定はない
 ④ G A Pを知らない

表5 取扱う（予定の）農産物の基準となるG A Pの種類 (%)

	GLOBAL GAP 認証を取得し、生産した農産物	ASIAGAP 認証を取得し、生産した農産物	JGAP 認証を取得し、生産した農産物	都道府県が策定したGAP に取組み、生産した農産物	生協、J A 等の団体が策定したGAP に取組み、生産した農産物	G A Pの種類まで検討していない	データ数
全体	18.5	6.7	30.6	28.7	28.2	32.6	432
製造業	17.8	6.9	27.8	28.2	24.7	35.5	259
卸売業	19.8	6.6	37.2	30.6	28.1	28.9	121
小売業	19.1	4.3	29.8	29.8	46.8	25.5	47

※ 回答数 30 未満は掲載せず

表6 G A P 関連農産物を取扱うメリット (%)

	売上の向上につながる	生産工程の明確さを消費者や販売先にPRできる	海外販路の維持・拡大につながる	国内販路の維持・拡大につながる	食品事故の発生リスク低減につながる	生産者の持続的な農業経営につながる	生産地の環境保全につながる	その他	データ数
全体	22.2	68.3	15.6	33.8	47.0	38.8	23.6	3.1	423
製造業	19.4	70.8	19.8	31.6	47.0	35.6	19.8	3.2	253
卸売業	28.9	61.2	12.4	46.3	46.3	40.5	26.4	4.1	121
小売業	20.5	75.0	2.3	15.9	50.0	52.3	40.9	0.0	44

※ 回答数 30 未満は掲載せず

表7 G A P 関連農産物を取扱う課題 (%)

	コスト（経費・手間）の増加が見込まれる	売上の向上につながらない	現在の流通において、必要性を感じない	G A P 認証を取得した生産者が少ない	G A P の概念が消費者に浸透していない	G A P 認証の仕組みに賛同できない	その他	データ数
全体	41.1	28.3	42.3	35.2	37.8	0.7	7.9	593
製造業	42.2	28.5	42.9	35.4	38.0	0.9	8.3	424
卸売業	40.2	31.5	40.9	36.2	35.4	0.0	7.1	127

※ 回答数 30 未満は掲載せず

参考②（消費者に対するGAP意識調査）

- 平成29年度下半期消費者動向調査(日本公庫)において、インターネットによるアンケート調査で全国の20歳代～70歳代の男女2,000人に対しGAPへの意識調査を行った。
- GAPを知っていますかとの問いに対し、「知っている」が4.2%、「名称を聞いたことがあるが内容は知らない」が17.2%、「知らない」が78.7%となり、消費者の認知度が低い実態が浮き彫りとなった。(図12)
- 知っているGAPの種類については、「JGAP」が48.2%と最も多くの回答を集め、「都道府県が策定したGAP」(31.3%)、「GLOBALG.A.P.」(24.1%)と続いた。(図13)
- GAPにより生産された農畜産物のイメージは、「安全性が高い」が56.6%と最多になった。一方、「鮮度が良い」(36.1%)、「おいしい」(24.1%)といったイメージも多く集めており、消費者の認知度向上とともに、正しい情報提供を行うことの必要性が課題として示めされた。

図12 GAPの消費者認知度 (データ数=2,000)

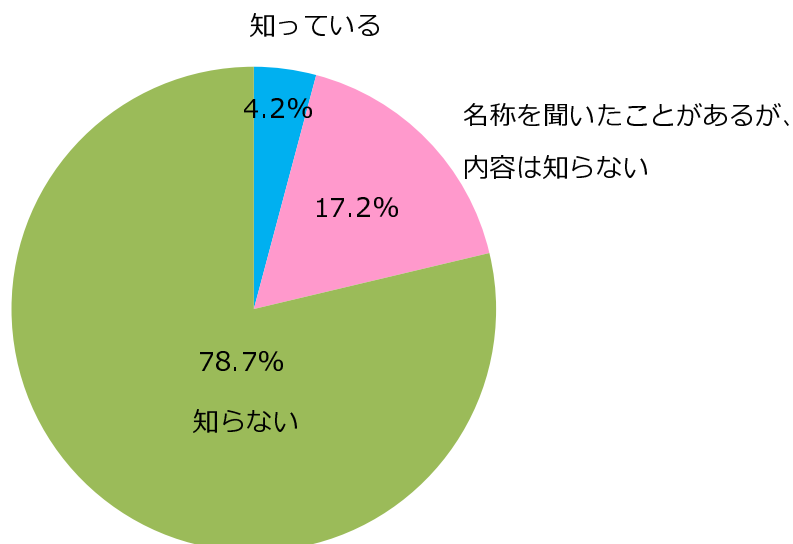


図13 消費者が知っているGAPの種類 (複数回答可) (データ数=83)

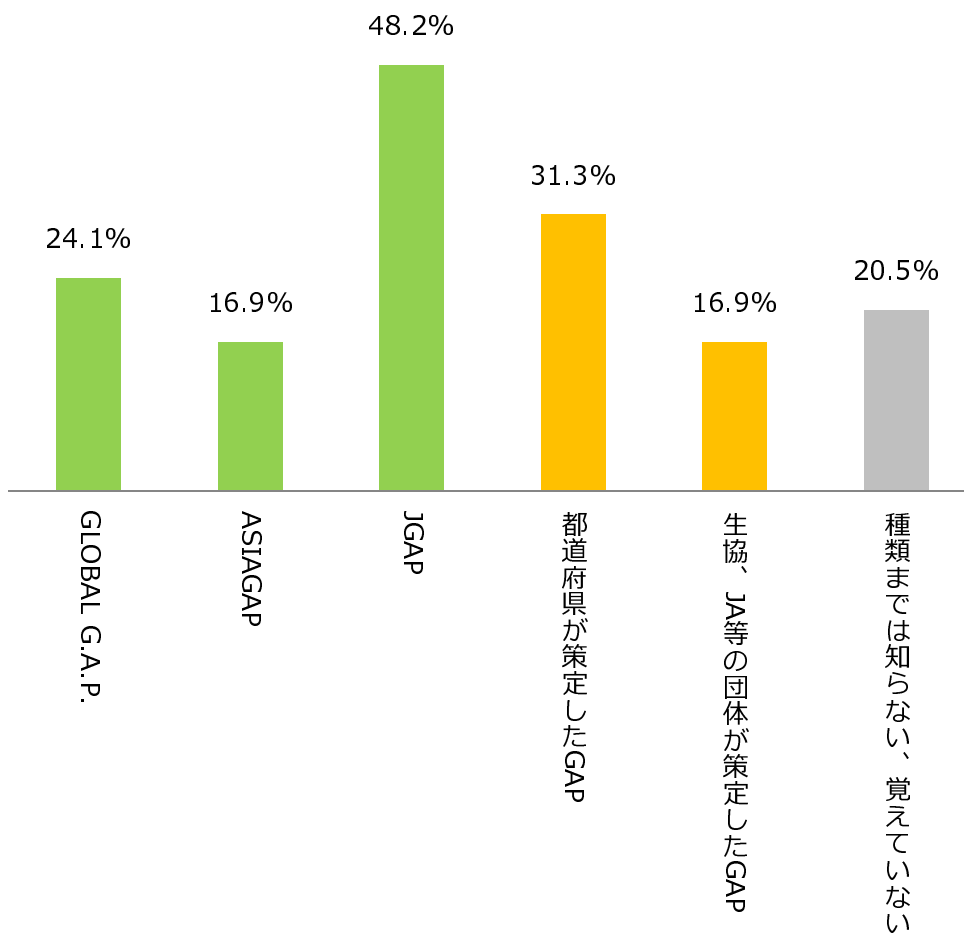
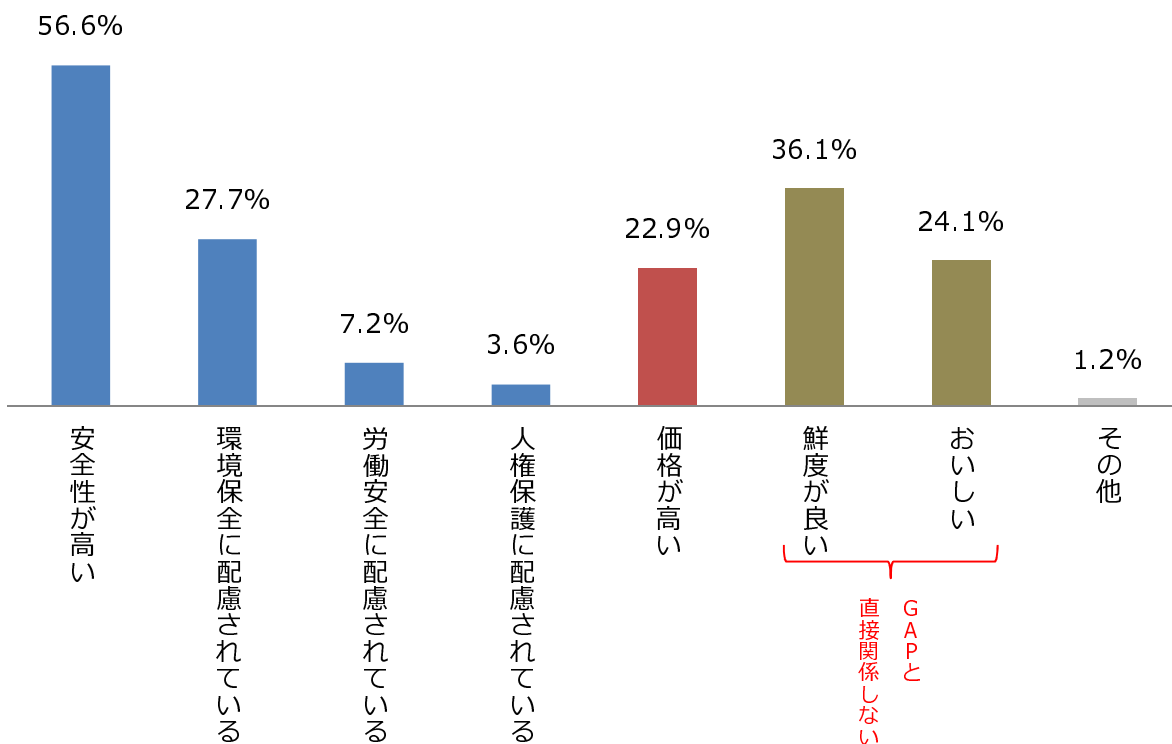


図14 GAPにより生産された農畜産物のイメージ (複数回答可) (データ数=83)



まとめ、考察

- 今回調査では、有効回答数のうち4.1%が「GAP認証を取得」し、19.8%が「自治体等GAPに取り組んでいる」という結果になった。公表されている認証取得数と比較すると4.1%（255先）は大きい数字であり、担い手農業者が積極的に取り組んでいることがうかがえる。
- また、「GAPは知っているが取組はない」経営体は50.8%で、認証は取得していないが取り組んでいる先を合わせると、GAP認証は取得していないが認知している経営体は7割を超える。このうち、3割強が今後GAP認証を取得すると回答しており、GAP認証の普及は進むと考えられる。
- GAPの取組によって感じた効果、メリットとして、「食品事故の予防」（49.7%）や「環境保全への貢献」（45.1%）、「農作業事故の予防」（44.6%）といったGAP本来の趣旨、つまり「経営の持続性」に向けたものが多く挙げられた。他方で、「販路の維持・拡大」も40.6%と多くの回答を集め、「売上の向上」（22.1%）とともに経営への直接的な効果を実感する経営体も多い。
- 生産者に対して対面で聞き取りを行ったところ、
 - 「大手小売業者との取引においてGAP認証を取得したところ、新たな品目について取引をしたいと先方から申し出があり、大きな規模の売上拡大につながった。GAP認証取得に手間は掛かるものの、営業戦略として必要」（加工・業務用野菜を扱う法人経営体）
 - 「農業に馴染みのない従業員を多く抱える中でGAP認証を取得したところ、GAPの点検項目を伝えることで必要な作業を従業員に説明しやすくなった」（植物工場を経営する法人経営体）
 - 「生産グループに参加している農家の奥さんから、GAP取組後は農場が片付いたと喜ばれた。米の売上には結びついていないものの、農場管理に役立っている」（自治体GAPに取り組む地域の米生産者をまとめる法人経営体）といった効果、メリットが挙げられた。
- 一方、GAPを認知している経営体のうち半数近い経営体が「今後もGAP認証を取得するつもりはない」と回答した。これについても聞き取りを行ったところ、多くの経営体から
 - 「人手をかけられない」
 - 「コストに売上が見合うか分からない」
 - 「設備が基準に間に合わない」
 - 「関心はあるが問い合わせるところが分からず、情報がない」といった声が聞かれた。アンケート調査においても「取得しない理由」としてコスト（51.7%）、「売上につながらない」（45.6%）といった回答が多く、また、聞き取りから情報へのアクセスが困難な経営体も多くいることが予想される。
- 食品事業者に対する調査からは、小売業者の3割強がGAP関連農産物を取扱う意向を示していることが分かった。消費者の認知度は未だ低いものの、GAP市場は今後拡大するものと見込まれる。
- 今後のGAP認証普及にあたっては、生産者、消費者双方への認知度向上や情報提供が必要と思われる。また、今回調査で自治体等GAPに取り組んでいる経営体にGAP認証取得意向が強く表れていたことから、認証はハードルが高いと感じる生産者に、実需者の要請に応じていつでも認証が取得できる水準まで、取組のレベルを上げていただくことが有効と思料する。

Memo