

○ 論点1 国際水準GAPに取り組む農業者のメリットの明確化

・SDGsは以前から注目しており、良い取組。努力して取得した認証なのだから、うまく自分の経営に活かして欲しいが、認証を継続するためには新しい動機付けが必要。(佐藤委員)

・SDGsを旗印とすることに関しては、GAPに取り組んでいたが目標を見失ってしまった農業者に対して、もう一度、目標とプライドを持ってもらうという意味で、とても効果があるのではないか。(藤井委員)

・スマート農業について、データ管理等による経営改善の効果を農業者が実感できれば、農業者のやる気につながり、GAPの普及にもつながると思う。(武田委員)

・データ管理ができるようになったとして、そのアウトプットをどのように流通業者等に示していけるかが重要。今後、GAPの取組をデータ化する方向で技術開発が進んでいけば、スマート農業の取組も農業者のメリットとなっていく。(藤井委員)

・国際水準GAPガイドライン(案)の内容は非常に素晴らしいが、関係者が正しく理解できるものとなるようマニュアル等を工夫してほしい。輸出する場合には、海外の取引先とうまくコミュニケーションをとり、相手先が求める規格をきちんと示せるかが重要。(中嶋委員)

○ 論点2 国際水準GAPの取組拡大に向けた指導体制の構築

- ・GAP指導員には、農業者にGAPの必要性をわかりやすく説明し理解してもらう能力、農場の取組段階に応じて適切な指導ができる能力が必要。(前原委員)
- ・一部の方だけでも良いのでハイレベルな研修を実施し、団体の指導ができる者を増強してほしい。
(武田委員)
- ・団体認証には、団体のスケールメリットによる農業者の認証費用の減額や、事務局・JAの業務負担の軽減化といった効果がある。(前原委員)
- ・自治体の普及体制がなければ、GAPの普及は相当に難しい。(藤井委員)
- ・国際水準GAPガイドラインを県段階に落とし込むためには、地域の実態に合わせた普及を図るという意味もからも、都道府県GAPは残す意味があると思っている。(武田委員)
- ・農林水産省が国際水準GAPガイドラインを策定する中で、都道府県GAPをそのまま残すのではなく、ガイドラインに合わせて国際水準に引き上げていかなければならない。(藤井委員)
- ・みどりの食料システム戦略、スマート農業など、農林水産省が現在、進めている各種施策を連携させながら、GAPだけでなく全体として生産現場に伝えていくことが効果的ではないか。
(澁澤座長)

○ 論点3 実需者、消費者への働きかけ

- ・GAP農産物であることをどうやってお客様にPRして、いかに認知していただくかが重要。
(久留原委員)
- ・フードチェーン全体でSDGsが重要になってきているが、まだ全国民には十分に認知が広がっていないと感じるので、GAPの理解促進と併せてSDGsの理解促進も必要。(中嶋委員)
- ・「GAPの農場はSDGsに貢献している農場だから、そこから農産物を仕入れる会社もSDGsに貢献していることになる。」というような、実需者へのアピールは絶対に欠かせない。(藤井委員)
- ・農業者へのSDGsの周知と併せて、実需者に対してもGAPがSDGsの活動と結びつくことをPRしていけば良いのではないか。消費者への働きかけについては、実需者を通じたSDGsの貢献といった間接的な関係で良いのではないか。(武田委員)

○ 論点1 国際水準GAPに取り組む農業者のメリットの明確化

- ・GAPに取り組む農業者のメリットには経済的なメリットと社会的なメリットがあり、具体的な推進方策を作っていくことが必要。(澁澤座長)
- ・GAPの魅力はSDGsの達成。世の中に貢献できることが取組の動機づけになる。(佐藤委員)
- ・SDGsの推進を図るためにGAPをプラットフォームに位置づけることは、現時点では農業者に裨益するかわかりにくく、手応えが感じにくいと思うが、長い目で取り組むことが重要。(中嶋委員)
- ・GAPはSDGsの目標に即した取組であることを広く周知し、SDGsに準拠した農場であることを標榜できるようにすると、GAPのステータスが向上し、GAP認証を取得している農場のモチベーション向上につながる。(藤井委員)
- ・SDGsとGAPの親和性は高い。SDGsの切り口でGAPを知ってもらうことが重要。(前原委員)
- ・GAPに取り組むことは、例えば、農薬を安全に使用することにつながるなど、農業者にメリットがあることを発信していくことが重要。(澁澤座長、佐藤委員)
- ・スマート農業の推進に向けて、2025年までに農業の担い手のほぼ全てがデータを活用した農業を実施することとしているが、そのためには、国際水準GAPに取り組み、農場管理データなどを把握することが必要。(澁澤座長)
- ・GAPをスマート農業推進のための基礎となるプラットフォームとして位置づけていくことが必要。
(中嶋委員)

○ 論点2 国際水準GAPの取組拡大に向けた指導体制の構築

- ・都道府県によってGAPの取組に差がある。国が主導して、どの程度の水準のGAPが必要か示しながら、都道府県の取組を進めてもらいたい。(武田委員)
- ・農業者への指導に当たっては農業者がわかりやすいように、GAPの各項目毎に農業者が理解できる解説の作成に取り組む必要。(佐藤委員)
- ・規模の大小を問わず、GAPの取組を推進していくためには、GAPに取り組む意義を感じにくい中小の農業者に対して、まずは、自らの経営を見直すためのツールとして活用してもらうことが大事ではないか。(佐藤委員)
- ・GAPの取組は多岐にわたるので、関連法規や制度、取組事例等の情報提供や相談が受けられる窓口を開設するとよい。(藤井委員)
- ・GAP指導員が、GAPの意義、目的を農業者にうまく伝えられていない。GAP指導員に対して、座学の研修で基準の解釈を指導するだけでなく、実際の生産現場におけるコーチング技術などを習得するための研修を実施する必要。(藤井委員、武田委員)
- ・GAPの取組拡大のためには、農家集団、団体の取組を増やしていくことが重要であり、そのためには、JAの部会の組織化なども含めて指導ができるGAP指導員を育成していくことが必要。(武田委員)
- ・都道府県GAPは、国際水準GAPガイドラインに盛り込まれる5分野を満たすよう見直していくことが必要であるが、その際、都道府県GAPの仕組みを廃止させるのではなく、新たなガイドラインに則した都道府県GAPとして、普及、指導、確認体制を維持するべき。(藤井委員)

○ 論点3 実需者、消費者への働きかけ

・実需者の事業活動や消費者の購買活動において、GAPの取組とSDGsへの貢献がイコールであること、GAP農産物の購買がSDGsに直結するという認識をもってもらえるようアピールすることが重要。

(藤井委員)

・SDGsと結びつけて消費者に対してGAPをPRする一方で、ベンダーや小売にもSDGsに取り組んでもらい、その一環でGAPを進めることができれば良いのではないか。(武田委員)

・卸売市場ではGAP農産物が他の農産物と差別化されていないことが多い。流通業者、市場関係者も含めて、GAPの取組を推進していくことが重要。(藤井委員)

・小売が自社の調達基準にGAPを位置付ければ直ちに消費者の購買につながるというものではなく、さらに、SDGsとの関係性を見える化するなど消費者にわかりやすく販売していく必要。(久留原委員)

・実需者からGAPを求めるニーズが強いと農業者のモチベーションにつながることから、幅広い実需者にGAPを優先した調達を行ってもらうなどの働きかけが必要。(前原委員)