

- 長野県では農産物の安全確保や環境に配慮し持続的な農業生産につながるGAPの推進を図っている。しかし、直売所においては高齢の小規模生産者が多いこともありGAPに対する理解が進んでいない。
- そこで、普及センターではモデルとなる直売所のリーダーの意識を変えることから始まり、重点生産者を設定し、個々の課題を支援した。
- その結果、「直売所が目指すよりよい農業の実践」を策定しGAPが直売所の共通目標となり、生産者個々の意識も向上した。

具体的な成果

普及指導員の活動

1 GAP導入推進体制の構築

- モデル直売所との打合せを定例化し、リーダーのGAPの理解を深め、関係機関による支援体制を整備した。
- モデル直売所の取組みを紹介する各種研修会・意見交換会を開催し、GAPの取組を地域内へ波及。GAP取組み直売所 平成25年度 0件 →H27年度末 7件

2 適正な農業活動の実践

- 直売所全体として取り組む「より良い農業の実践(GAP)項目」を策定し、共通目標として取り組むようになった。
また、月に3回「GAP推進の日」を設定し、啓発と意識の向上を図っている。
- 重点農業者9名にPDCAサイクルによる活動を支援し、農業者自らが改善点に気づき、実践できるようになった。
 - ①改善計画の樹立と実践 0人 → 7人(うち次課題へ取組み5人)
 - ②発生予察への取組み 5人(55%)
 - ③減化学肥料への取組み 5人(55%)
 - ④出荷量の増加 9人(100%)

3 消費者等へのPR

- 消費者や旅館関係者へ研修会を通して取組みを紹介した。
- 直売所では、店舗前で取組みをPR。



平成25年

- 直売所役員、JA、市等による推進班を整備。
- GAPの必要性を意識づけるため、講習会、アンケート調査、チェックシートを活用した農薬保管管理状況を全戸対象に巡回点検を実施。

平成26年

- 減化学肥料・減農薬栽培のモデル生産者を選定し、実証ほとして動機づけに活用した。
- 動画や体験等、わかりやすい伝え方を意識して動機づけ
- 重点生産者9名の個別課題の明確化、PDCAサイクルによる活動支援した。
- 直売所全体として取り組むGAP実践目標の策定を支援。

平成27年

- 研修会等でモデル直売所の事例を紹介し、他の直売所への波及と消費者等へのPRに努めた。

普及指導員だからできたこと

- ・日頃の支援等で直売所リーダーとの協力・信頼関係があったこと、また関係機関と連携することで、より効果的に推進できた。
- ・調査や指導会等あらゆる方法を駆使して普及活動として計画的に対象者の意識を変化させることができた。

直売所におけるGAP導入支援

活動期間：平成 25～27 年度

1. 取組の背景

上小農業改良普及センター管内には常設農産物直売所は 13 ヶ所あり、そのうち売上額が 1 億以上の直売所は 5 ヶ所ある。農産物直売所は農家経営を支え、地域振興の上でも重要な役割を果たしており、今後、消費者の「食の安全・安心」や「環境に負荷のない農産物の提供」に応え、農業者自身の「労働安全」も考慮し持続的な農業生産を行うために、『よりよい農業の実践（GAP）』が求められている。一方、直売所でも組合員に対し講習会等により取り組んできたが、組合員自らの主体的なGAPの取り組みにはなかなか至らなかった。

そこで、地域農業の拠点でもある直売所が今後も継続していくために、組合員が生産工程・生産環境を意識して、直売所に常に安全安心な農産物提供がされることが不可欠であるため、モデル直売所を設定してGAPへの継続した支援を行うこととした。

2. 活動内容（詳細）

（1）GAP推進体制の構築

①モデル直売所における推進体制・支援体制の構築

モデルとして選定した直売所は、農業者の運営組合が設置・運営しており、組合員数 212 名、年間売上高 3 億円（H26）で、管内では 1 位の売上となっている。リーダーである直売所組合長及び役員との頻繁な打合せを実施、GAPの意識の必要性を説き、誘導を図った。なお、普及センターは重点課題として位置づけ、月 1 回のチーム員による進捗管理を行うとともに、農業革新専門員にアドバイザーとして参画、活動内容の助言等依頼した。また、JA・市等関係機関を含めた推進班を設置、活動の協力、意識の共有化を図り、関係機関が一体となった推進体制の整備を行った。

②実態調査の実施と問題点の把握

モデル直売所組合員を対象に、平成 25 年に「よりよい農業の実践（GAP）」に関する調査」と「農薬の取り扱いについての調査」のアンケート調査を実施した。また、農薬の使用保管状況巡回点検を、全組合員を対象に、第 1 期（平成 26 年 1～2 月）と第 2 期（平成 26 年 10～12 月）に分けて実施して、直売所組合員の意識及び問題点を把握した。



（2）適正な農業活動の推進

①『よりよい農業の実践（GAP）』への理解を深めるための啓発

組合員をモデルにした「GOOD事例」、「BAD事例」をビデオ撮影して、講習会では動画等での説明などわかりやすい伝え方を意識して啓発を行った。また、高齢生産者も多いため、馴染みにくい「GAP」という言葉から「（今までも良かったが）よりよい農業の実践」と使う言葉を変えて、啓発を行った。

②直売所として取り組むテーマ別講習会の開催

モデル直売所組合員の自主的な実践を進めるため、「食の安全安心」「環境」「労働安全」等に関する各種の研修会やテーマ別講習会を開催、組合員自らの農業生産工程との違いについて意識する場を設定した。

③直売所として取り組むよりよい農業の実践目標の設定（26年度）

モデル直売所が平成18年に定めた「安心安全宣言」は、『よりよい農業の実践（GAP）』が目指すものであったので、必要なことを加えて直売所全体としての実践目標とすることを提案し、役員会等で合意形成を図った。

④直売所としての取組みを消費者へPR（27年度）

モデル直売所の取組みを消費者へ発信するための方策を検討。

（3）生産者個人の実践支援

①重点対象組合員の選定と課題の明確化・実践計画作成及び実践支援

重点対象者を選定、成果を示すことで、組合全体の『よりよい農業の実践（GAP）』に結びつけることとした。方法は、課題を明確にし、PDCAサイクルによる活動支援（Plan(計画)→Do(実施)→Check(点検・評価)→Action(改善))を基本として行った。

平成25年度は、キーマンである組合長に理解を深めてもらうねらいで、組合長の圃場でトマト栽培減肥試験を実施。平成26年度は改善に取り組む重点対象者9名を選定し、チーム員による巡回、課題設定及び改善への助言、情報提供等の支援を行った。月1回のチーム会議で、対象者の状況を検討し、支援内容に反映させ、27年度も継続実施した。

②実施結果の確認と評価

年に1回、対象者が互いの実施経過や成果の検討会を開催し、意識向上を図った。また、各自の実践事例は、直売所が月に一度発行する情報紙に掲載し、他組合員へ周知を図った。

（4）他直売所への波及

①管内直売所の意見交換会の開催

平成27年度に、JA・市町村の担当者と常設直売所代表者による「直売所よりよい農業の実践（GAP）意見交換会」を開催した。

②管内直売所を対象としたGAP研修会の実施

平成26年4月に13常設直売所のGAP実施状況を調査し、6月に安全安心研修会を開催し、管内の直売所が一堂に会した。8月の研修会では施設GAPについて説明し周知を図った。

平成 27 年 7 月の研修会では、参集範囲を消費者まで広げ、具体的な取り組みとして、重点対象組合員の事例を中心に、他直売所の事例も含めて紹介した。

3. 具体的な成果（詳細）

（1）GAP 導入推進体制の構築

①モデル直売所における推進体制・支援体制の構築（25～26 年度）

平成 25 年度より、組合長と直売所スタッフとの月 1～2 回の打合せを定例化することができた。しかし、当所は組合長は、「（GAP は）農業のやり方を管理する＝規則で縛る」という認識で、あまり積極的ではなかった。そこで「直売所が必要とすることを実践する中で、よりよい農業（GAP）の理解につなげていく」という方針で、組合長に対し辛抱強く働きかけを行った結果、普及センターの提案・企画を具体化できる体制へと徐々に変化、関係機関を含めた支援体制が整備された。

②実態調査の実施と問題点の把握（25～26 年度）

よりよい農業（GAP）に対する意識調査の結果は、GAP を「知っている・聞いたことはある」は 63%、「今後取り組んでいくべき」31%、「（取り組むべきか）何とも言えない」38%等となり、個々の組合員に対する意識付けが必要ながことが明らかになった。2 回目の調査は、農薬の安全使用管理に設問をしぼって実施し、88 名が回答し実態を把握できた。

農薬の使用保管巡回点検では、組合員自身が改善点や自らの実践のよい点を認識し、意欲向上につながった。また第 2 期の巡回では、出荷調整や農業機械についても聞き取ることができた。

これらにより、以後の働きかけの方向やどのような講習会を開催すればよいかが把握でき、組合員への動機づけが進んだ。

（2）適正な農業活動の推進

①よりよい農業の実践（GAP）への理解を深めるための啓発

組合長や役員は、自身が教材のモデルになることで GAP を体感し、ビデオをみた組合員は、身近な取り組みとして実感することができた。

平成 26 年 11 月に組合員 37 名に対し「GAP に対して意識して取り組むようになったか？」と聞いたところ、9 割の組合員が、以前と比べて意識するようになったと回答があった。

②直売所として取り組むテーマ別講習会の開催

農薬の飛散を防ぐ散布体験や虫の発生を予測するための観察を交えた講習会は参加者の反響が大きく、その後のテーマ別講習会の実施につながった。また回を重ねるごとに参加者が増



え、農薬・病虫害防除講座では毎回 80 人以上の出席があり、農薬に対する適正な知識と適期防除の重要性について認識が高まった。

③直売所として取り組むよりよい農業の実践目標の設定

役員会で、「よりよい農業の実践（GAP）」についての説明を重ねる中で、役員から「意識をかえることがねらい」との発言がでるようになった。そこで「直売所が目指すよりよい農業の実践（GAP）」の策定を提案し、組合の総会で承認された。その後の研修会や事例の紹介の際は、常に「直売所が目指すよりよい農業の実践（GAP）」が確認され、直売所の目標として、組合員への浸透が図られた。

平成 27 年 4 月からは、直売所が独自に農産物の残留農薬検査を実施し、組合としての安全安心の取り組みを始めた。これにより組合が自信を持って生産し、消費者へ提供することで、消費者の信頼を得るための活動が一步前進した。

④安全安心の取組みを消費者へPR

直売所感謝祭のイベントで、GAP への取組みを消費者へPRした。

(3) 生産者個人の実践支援

①重点対象組合員の選定と課題の明確化・実践計画樹立

組合長の減肥試験は、環境の負荷軽減と経費削減につながり、経営に反映することができた。

また、この組合長の実践事例は、他の組合員に波及させる上で、大きな役割を果たした。

9 名の重点対象者には巡回を実施し、個々の課題を明らかにし、改善を支援した結果、各自が課題解決に取り組み、次の課題解決にステップアップする組合員もでてきた。

重点対象者への支援H26年8月～28年3月までの支援経過及び成果				
H26年8月～28年3月までの支援経過及び成果				
対象者	課題	達成状況	2課題実施	
Aさん	・保管庫内分別 ・保管している場所での選果の改善	120	○	
Bさん	・農薬保管庫内の整理 ・発生害虫の予察や農業に関する意識向上	100	○	
Cさん	・農薬保管庫の改善 ・自宅内の出荷調整作業からの改善（作業場の環境改善）	50		
Dさん	・栽培内容の記録 ・害虫の適期防除	90		
Eさん	・病虫害の適期防除	90		
Fさん	適正施肥による環境負荷低減及びコスト削減	100	○	
Gさん	・農薬保管庫の移動 ・病虫害の適期防除 ・栽培内容の記録	100	○	
Hさん	・農薬の保管の棚の設定 ・農薬を定めた容器に収納する	100	○	
Iさん	・農薬保管庫の倉庫への移動 ・とうもろこし栽培畑の土壌診断結果に即した適正施肥	30		

②実施結果の確認と評価

平成 27 年 1 月の重点対象者による検討会では、各自の状況を報告し、意見交換することで、さらに意欲的な取り組みを促す結果となった。各自の実践事例は、直売所が月に一度組合員向けに発行する情報紙に掲載され、個々の評価を高めるだけでなく、他の組合員の目標づくりにつながった。また、組合員の関心を農薬関係だけでなく、栽培の適正施肥や農作業安全等へ広げることができた。

(4) 他直売所への波及

①管内直売所の意見交換会の開催

平成 27 年度に実施した「直売所よりよい農業の実践（GAP）」意見交換会では、常設の直売所の組合長、市町村、JA 担当者が一堂に会し、

参加者全員から自らのことばでGAPに対する意見や感想を発言してもらい、理解を深めることができた。

②管内直売所を対象としたGAP研修会の実施

平成26年6月開催の安全安心研修会では、直売所、J-GAP取組み生産者の事例発表等、独自の研修内容で実施し、管内直売所がGAPへの理解を深めた。

平成27年7月の研修会では、出荷環境の整備や、取組む姿勢なども発表され、参加者からは「身近なことで必要なこと」との感想も出た。また、消費者から「直売所がこんなに真摯に取り組んでいることに驚いた。」、「この取り組みをもっとPRすべきだ。」との発言もあった。この研修会の様子は新聞で紹介され、直売所の取組みをPRすることができた。

4. 農家等からの評価・コメント

(上田市A直売所組合長)

当初はGAPの必要性をなかなか理解できなかったが、普及センターからねばり強く説明され、直売所としてのGAPに取り組んだ。結果として直売所の信用を高め、組合員の確保と出荷量の増加につながった。

5. 普及指導員のコメント

(上小農業改良普及センター・地域係長)

よりよい農業の実践(GAP)は、農業経営の一環ですが、直売所での取り組みは、具体的に価格に反映される等のメリットがみえにくいことや、日本語ではない「GAP」という言葉が受け入れられなかったり、規則でチェック・管理され縛られるとの反応があったり、理解してもらうことは容易ではありませんでした。

モデル直売所での取り組みは、話し合いや講習会、個別巡回を重ねる中で、次第に理解が深まり、組合長の積極的な姿勢に支えられて活動が加速しました。

6. 現状・今後の展開等

モデル直売所では、3の付く日をGAP推進の日と設定(再三注意しましょうから)し、さらなる意識啓発を図っている。

また、管内でGAPに取り組む直売所が7直売所となり、今後、各直売所単位に段階に応じた支援を行っていく。