

GLOBALG.A.P.の取得と活用について



代表 坂上農園
坂上 隆也

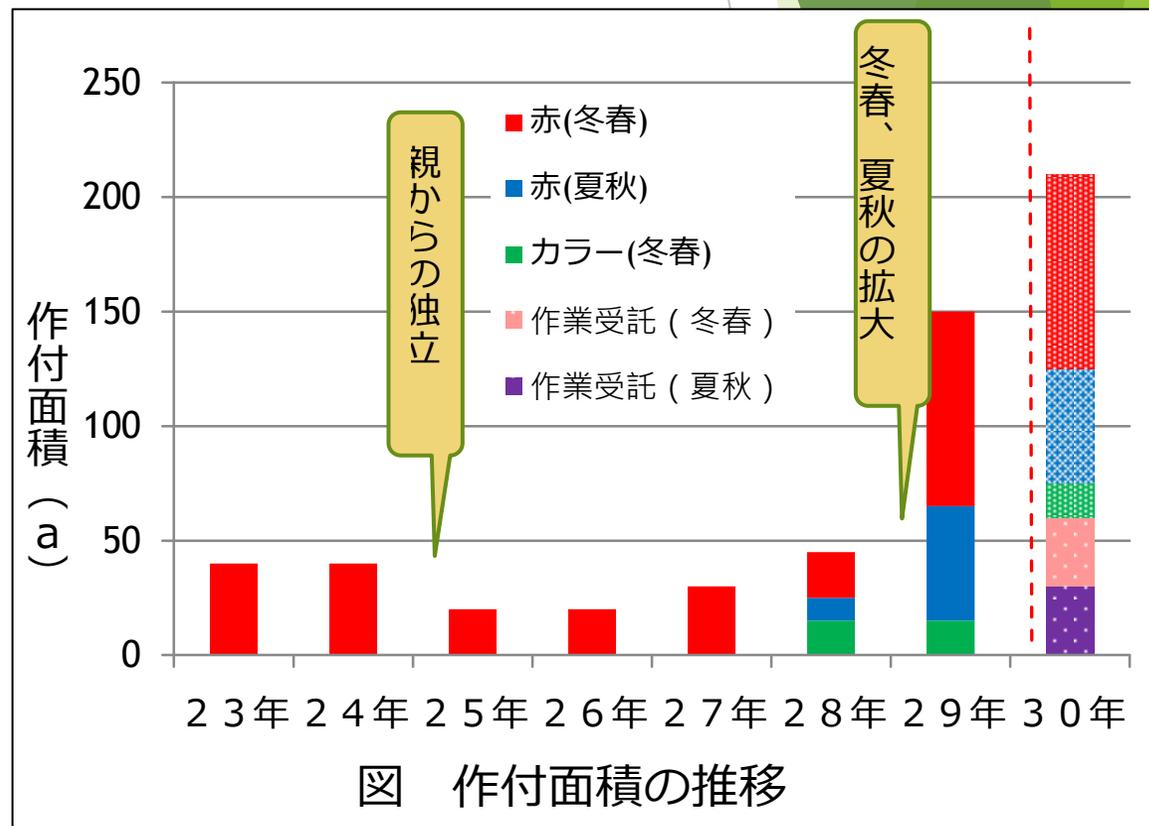
経営の概要 (H30.6月現在)

作付面積

冬春ミニトマト (赤)	85a
冬春ミニトマト (カラー)	15a
夏秋ミニトマト (赤)	60a

労働力

家族従事者 (本人、妻)	2名
平坦地	
常時雇用 (栽培管理者)	1名
常時雇用 (パート従業員・全員女性)	12名
高冷地	
臨時雇用	6名



GLOBALG.A.P.の取得

- ・ G-GAPは経営見直し・経営改善のツール
- ・ 生産管理アプリ「ファームレコーズ」を使用し、効率的に記録
- ・ 「リスクマネジメント」「労務管理」についての意識向上

2017年11月01日(Wed) 坂上農園 坂上 隆也 様

計画管理 作付け 履歴管理 見回り・指示 実績 コスト管理 情報公開 マスタ管理

データ 画像 ダッシュボード 設定 ログアウト

圃場 種苗 農薬 肥料 機材 資材 数量 作業者 作業 コメント

▼ 農薬一覧 新規作成

50音順で探す あ か さ た な は ま や ら わ その他 全

フリガナで探す

ページ表示 一括表示 再表示

写真	農薬名	フリガナ	適用作物	購入金額	単価	MSDS	リンク	編集
	アキ乳剤	アキニューザイ	+ トマト	0	0			
	ファーム乳剤	ファームニューザイ	+ トマト	0	0			
	アフェットフロアブル	アフェットフロアブル	+ トマト	0	0			
	カスケード乳剤	カスケードニューザイ	+ トマト	0	0			

GLOBALG.A.P.取得の経緯

商談会での出会い・・・

- ・ファームアライアンスマネジメント社員
- ・松本代表、熊本在中の社員が来園、GLOBALG.A.P.について説明

くまもと農業経営塾・・・

- ・塾生期間中であり、自社の強みを磨いて競合他社との差別化

熊本県産ミニトマト・周年栽培・GLOBALG.A.P.

この3本柱で販路拡大を目指す

GLOBALG.A.P.の現実

当時の現実は・・・（H.28.3）

- ・ 商談会でも、無反応
- ・ GLOBALG.A.P.の存在を商社、バイヤーさん知らない！

現在は・・・（H.28.11以降）

- ・ 商談会のブースにGAPが乱立
- ・ 県版GAP、J-GAP、生協GAP、GLOBALG.A.P.
- ・ 販売先を限定して取引
- ・ GLOBALG.A.P.認証商品が全く足りていない



GLOBALG.A.P.のメリット

販売面・・・

- ・大消費地のデパートで、GLOBALG.A.P.コーナー販売
- ・栽培履歴を求めるバイヤーさんが激増
- ・大手レストラン、外食流通もトレーサビリティが求められる
(食品事故の防止施策)

費用対効果・・・

- ・現在は十分効果は感じている
- ・今は先駆者利益を取れる

GLOBALG.A.P.は経営改善ツール

ミーティング・・・

- ・ 毎月 1 回の定例ミーティングが必須項目
- ・ 教育訓練実施結果表の記録が必要
- ・ パートさんを含めた全員参加のお茶会

5S活動・・・

- ・ 5S活動を含め、リスク軽減策の提案、改善

危険予測・未然防止策・・・

- ・ リスクを見つけるではなく、感じる力

GLOBALG.A.P.が高額と感じる訳

1. 販売価格に変動はあるのか？

→費用対効果の概念を全て捨てる

2. 市場価格が低迷期はコスト高ではないか？

→固定費と考える

施設栽培→重油代

路地栽培→マルチ代

3. この先も、ずっとこの費用がかかると思うと…

→認証取得件数が増加すれば、コンサル料も減少する

→生産者が当然取得しなければならないツールになる

GLOBALG.A.P.は自ら取り組むべき

他力本願では続かない・・・

- ・ 1年目、2年目と更新審査を受ける度に、GLOBALG.A.P.の本質が見えてくる

補助金があるから取り組むではなく、

取り組むべきものだからこそ補助金を有効活用すべき

行政の仕事ではない！

- ・ 農業経営者が自ら取り組み、時代最適な農業経営を実践するツール

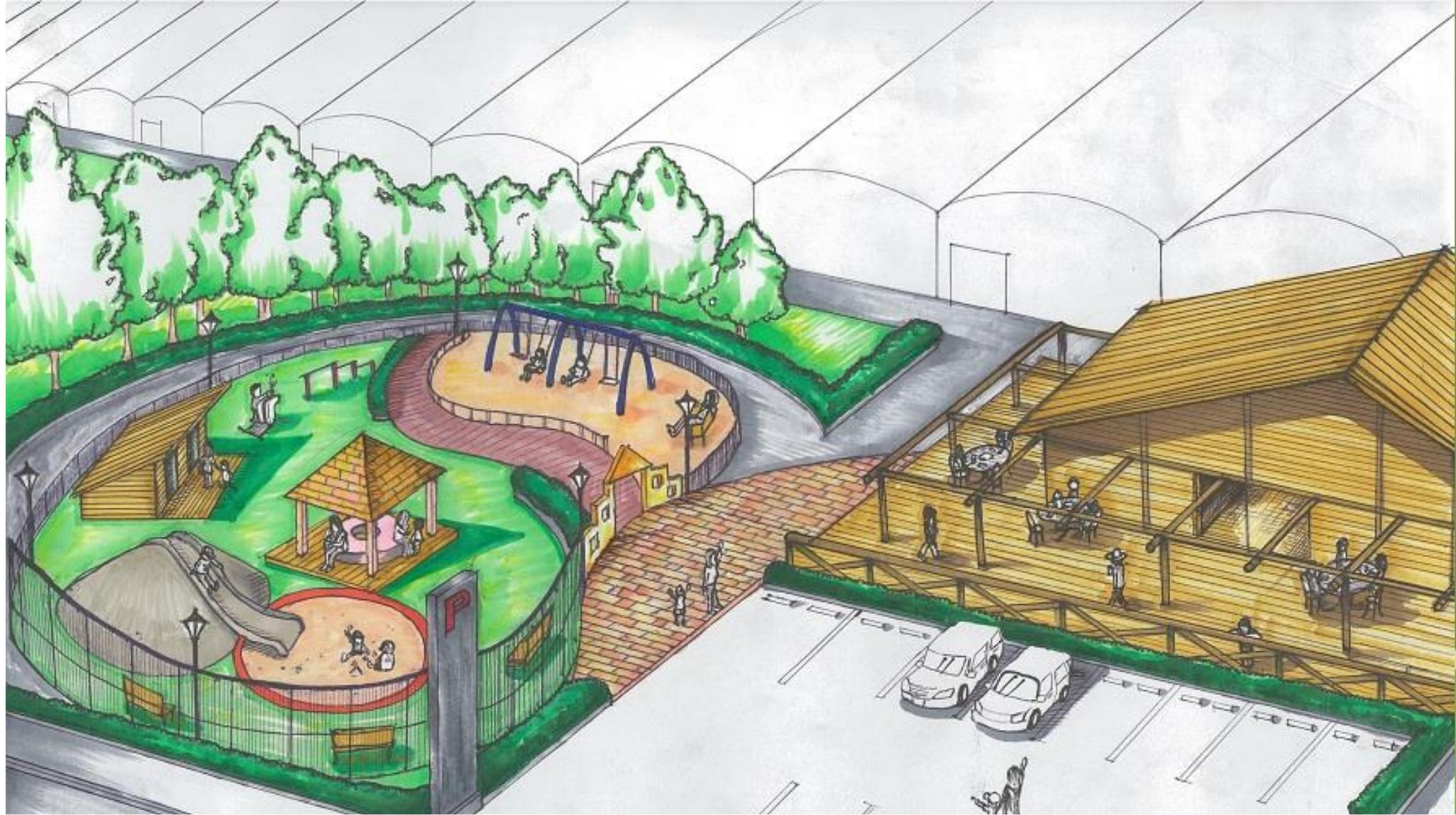
GLOBALG.A.P.とnicomamaのコラボ

NPO団体マザーズライフサポーター・・・

- ・ ママたちがつくる、ママたちのための野菜コーナー
- ・ 生産者・流通・ママがコラボした新しい地域のカタチ

GLOBALG.A.P.の秘めたる力

- ・ 消費者に対して、アピールすることは出来ない、企業間取引の基準
- ・ 消費者にアピールすることのない生産工程管理を徹底している
 - 何のためにしてるの??
 - コストもかかっているのに、常識では考えられない
 - まさに、プロ中のプロ
 - 生産者が消費者にアピール出来ないなら、消費者が消費者にアピール



～ライフスタイルの一部に農業を～