

認証GAP取得者に対する効果聞き取り調査結果【概要版】

令和2年6月15日
環境保全農業課

1 聞き取り調査の概要

令和2年3月10日から4月24日にかけてGAP認証取得者を対象に調査を実施し、173名から回答を得た。回答者の認証GAPの種類別、認証取得後年数別の内訳はそれぞれ表1、表2のとおり。

2 結果

- (1) 認証GAPの導入目的については、「生産物の安全・安心の確保」が50%、「売上・販路の維持・拡大」が16%であった(図1)。また、第三者認証GAP取得者では、「取引先からの要請」との回答が、FGAPと比べ多かった(図2)。
- (2) 認証GAPの導入による改善効果について、収入・販売面で効果があるとの回答は全体では10~20%であった(図3)が、認証取得後の経験年数が長くなるほど効果があるとの回答が増加した。経験年数2年以上の生産者の30%以上が「販路の拡大」と「商談、取引拡大に関する問い合わせ等の増加」の効果を認めた(図4)。
- (3) 単収・コスト面での効果があるとの回答は16~28%で、その中でも、「品質の向上」、「農薬費の削減」、「作業時間の短縮」が20%以上の生産者が改善効果を認めた(図5)。
- (4) 作業・従業員面では、生産者の50~80%が改善効果を認めており、その割合は認証取得後の経験年数に関わらず高かった(図6)。
- (5) 取得した認証GAPの種類別の改善効果を比較すると、GGAP・AGAP取得者は収入・販売、単収・コスト面で他と比べて効果を実感していた(図7)。
- (6) 認証GAPに取り組む上での課題については、第三者認証GAP取得者の90%以上が「認証の取得・維持・更新費用」と回答した。また、認証GAPの種類に関わらず、80%以上が「消費者の理解が不十分」と回答した(図8)。

3 考察

- (1) GAP導入によるメリットは、作業の効率化や生産性の向上など無駄のない農業経営の実現、農作業における責任感や安全意識の向上、従業員の育成等であった。また、GAPの経験年数が長い生産者では、売上額の増加、販路の拡大など所得向上が認められており、継続的なGAPの取組が有効である。
- (2) 一方、課題については、取得費用の負担と消費者・流通業者の認知度向上があげられた。前者については、経営感覚の醸成、収益力のある生産技術や新品種の導入、高品質で付加価値のある農産物の生産に向けた支援が必要である。後者については、県HPや各種イベント等でPRするとともに、食品事業者等に対する認証農産物の情報提供や生産者とのマッチング、生産者の販路開拓に向けた取組等を支援する必要がある。

《データ等》

表1 回答者の内訳（認証GAP別）

認証GAPの種類	件数(件)
GGAP	18
AGAP	4
JGAP	104
FGAP	47
合計	173

※GGAP:GLOBAL G.A.P.、AGAP:ASIAGAP、FGAP:ふくしま県GAP

※複数取得者については、GGAP>AGAP>JGAP>FGAPの順でより上位の認証GAPで整理。

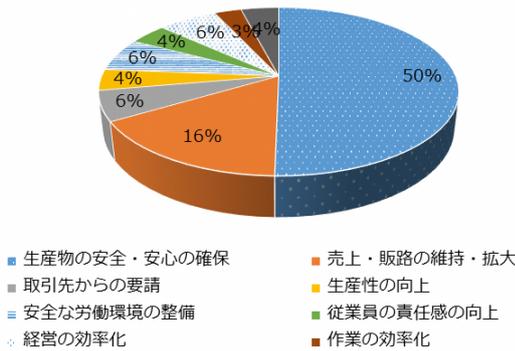


図1 導入目的 (全体)

表2 回答者の内訳（取得後年数別）

取得後年数	件数(件)
1年未満	63
1年以上2年未満	60
2年以上	50
2年	39
3年	9
4年	1
6年	1
合計	173

※基準日：令和2年4月1日

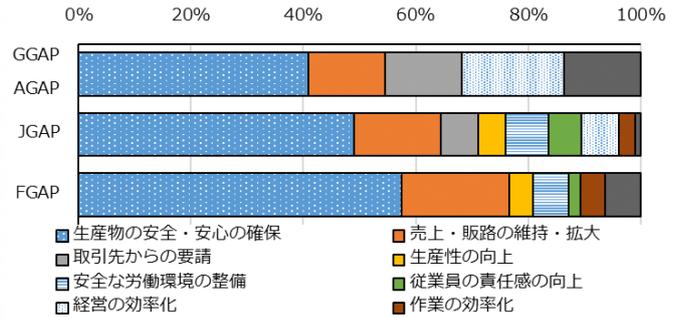


図2 導入目的 (認証GAP別)

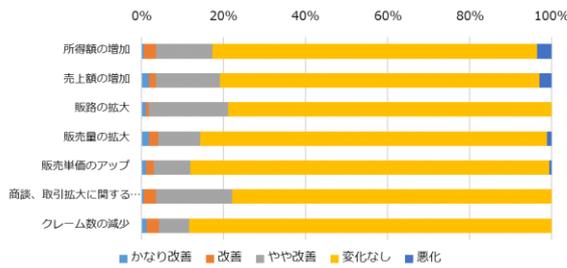


図3 収入・販売面での改善効果

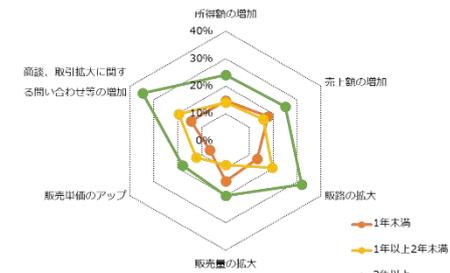


図4 認証取得後年数別の収入・販売面での改善効果

※各項目で「かなり改善」、「改善」、「やや改善」と回答した件数の割合。

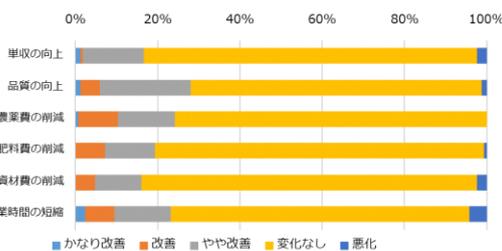


図5 単収・コスト面での改善効果

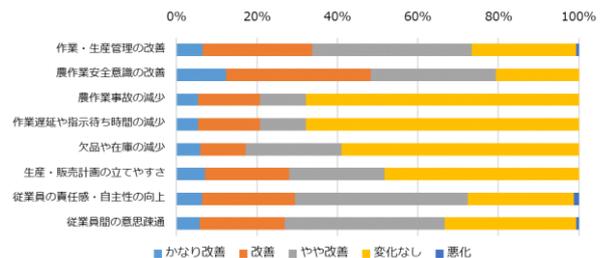


図6 作業・従業員面での改善効果

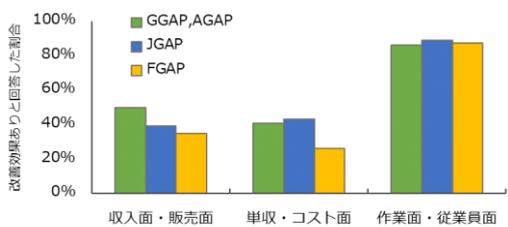


図7 認証GAPの種類による改善効果

※各カテゴリ内の項目で「かなり改善」、「改善」、「やや改善」と回答があった割合。

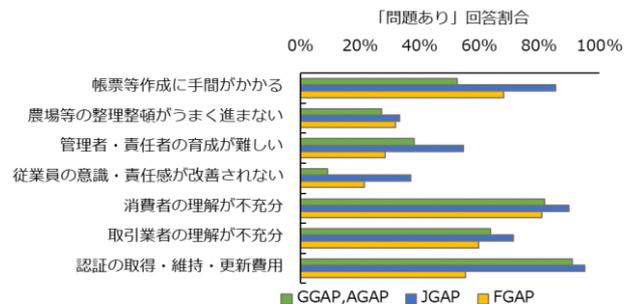


図8 認証GAPに取り組む上での課題 (認証GAP別)

※各項目で「かなり問題」、「問題」、「やや問題」と回答があった割合。