GAP フードチェーンで推進

安全確保に向け 市場はHACCP必須に

農水省は19日、「GAPの価値を共有するフードチェーン連携パートナー会」を開催した。3回目となる今回は、青果卸会社、飲料メーカー、スーパーなどの食品関係事業者、岩手県、福島県の担当者がそれぞれGAPへの取組みや考え方を説明した。スーパーでは「GAP＝売れる商品ではない」ものの、生産者の経営安定も含めた安全・安心の確保につながるとして、PBの契約生産者や自社農場で推進していくことを表明した。一方、卸会社は「生産者はGAPが求められ、卸会社を含む卸売市場はHACCPが求められている。安全安心をつなげるためにも（HACCPは）最優先事項」（東京青果）とした。

同会は、フードチェーン全体でGAPの価値を共有し、GAP農畜産物のマーケット拡大を図るとともに農畜産物の安全性の確保や持続的な生産者の経営安定、自然環境の維持などにつなげていくことを目的に開催している。この日は生産者、市場、スーパー、メーカーなどの関係者200人以上が参加した。

東京青果では営業管理部の職員複数人がJGAP指導員の資格を取得。取引先からの問い合わせへの対応などを目的とし、「産地に指導やGAP導入を要望するものではない」「GAP認証の取得は生産者の意思に任せている」とした。市場では公正な取引が求められることから、GAP認証の有無を区別することなく販売しているが、「情報の収集、取引先との意見交換を進めて今後の方針を決めていきたい」と述べた。一方、「HACCPの義務化に直面している」といい、「対応が急がれている」と明かした。

業務用にカットやホール野菜を供給するデリカフーズは日本GAP協会のアドバイザリーボードを務めており、契約生産者にGAP取組みを推奨している。一方、独自の指標で安全性や機能性などを評価する「デリカスコア」の普及も推進し、25道県・53産地が導入していることを説明した。

イトーヨーカ堂は「GAPは『売れる商品』ではなく、『信頼できる産地』と認識している」との見解を示した。PBの「顔が見える野菜。果物。」の生産者に対し、GAP認証の取得を推奨、2020年には取得を義務化する考えだ。一方、セブンファームでは、17年度までに8か所がJGAP認証を取得。今年度は新たに4か所が取得を予定している。生産者のGAP取組みのメリットとして、農業経営の改善やコスト削減などを挙げた。

イオンでは、21の直営農場すべてでグローバルGAP認証を取得。GAPについては、「差別化のツールでなく、安全安心の裏付けとなる要素のひとつ」と位置づけている。取得にはコストの問題があるが、「将来の（農業の）あるべき姿を基点に取組むことが必要」とした。