

GAP 認証取得が経営に与える改善効果

鈴木正春・松崎 俊・作田善紀・岡本和夫・芳賀三千代*

(福島県農業総合センター・*福島県中農林事務所須賀川農業普及所)

Positive impact of GAP Certification on Farm Management

Masaharu SUZUKI, Suguru MATSUZAKI, Yoshiki SAKUTA, Kazuo OKAMOTO and Michiyo HAGA*

(Fukushima Agricultural Technology Centre・*Fukushima Prefectural Kenchu Agriculture and Forestry Office
Sukagawa Agricultural Promotion Sector)

1 はじめに

福島県では、農産物の安全確保と持続可能な農業の実現のためGAP認証取得を推進している。しかし、GAPへの取組には新たな作業や経費負担が発生する一方で、販売価格上昇などの直接的なメリットが見えにくいという声がよく聞かれる。そこで、GAP認証取得が経営にもたらす改善効果と認証継続率向上における課題点を明らかにするため、県内の認証取得経営体への調査を実施した。

2 試験方法

(1) アンケート調査

福島県内のGAP認証を取得している経営体を対象に実施した。認証作物は穀類、野菜類、果実類、畜産物を含む。2022年は送付数709件、回答数447件(回収率63%)、2024年は送付数367件、回答数は179件(回収率49%)であった。

(2) 聴取調査

アンケート調査において積極的にGAPに取り組んでおり、高い改善効果があったと回答した経営体を対象に2022年9件、2024年12件を調査対象とした。

3 試験結果及び考察

(1) アンケート調査

GAP認証取得の目的は、「生産物の安全・安心確保」、「売上・販路の維持・拡大」、「県や市町村、JA等からの勧め」が高い得点を得た(表1)。

経営改善効果については「衛生管理意識の改善」、「農作業安全意識の改善」等の項目において改善効果を実感した割合が高く、「販売単価の安定・向上」、「販路の拡大」等の項目については割合が低い結果となった(図1)。改善効果を実感できた割合が高い項目は、GAP認証を取得するうえで満たさなくてはならない基準点との関連が強いため、実感しやすい傾向にあると推察できる。

次に、2022年に実施したアンケートから、GAP認証の継続年数で比較を行うと5年以上継続の経営体では「クレーム数の減少」、「単収の向上」、「販売単価の安定・向上」の項目において改善効果を実感している経営体が多かった(図2)。販売面での改善効果を

実感している経営体において継続率が高いと考えられる。

経営形態別で比較をすると法人経営の場合「クレーム数の減少」、「エネルギーコストの削減」などの改善効果を感じた割合が個人経営より2倍以上高かった。出荷方法別では、個別出荷において共同出荷よりも、「販路の拡大」や「単収の向上」などのメリットを感じる割合が1.5倍以上高い結果となった(表2)。クレーム対応、販路の選択については法人経営や個別出荷において発生しやすい内容であるため、改善効果の実感に差が生じたと考えられる。

次に、GAP認証を継続する意向の経営体と継続しない意向の経営体の調査結果を比較し、GAP認証継続の課題について考察した。まず、継続の意向としては179件中124件(約70%)が継続意向、38件(約21%)が未定、17件(約9%)が継続しない意向であった。継続しない理由については「帳票作成などの負担が大きい」や「売上・販路の拡大に役立たない」、「取引先から求められていない」が高い割合を占めた(図3)。

継続する意向の経営体と取得目的を比較すると、継続しない経営体では「生産物の安全・安心確保」が3分の2程度であるのに対して、「県やJA等の勧め」、「オリパラ、万博への出荷」で2倍以上高い結果にあり(表1)、GAP認証による改善効果の実感は継続する経営体と比較して全項目低い傾向にあった(図1)。

他者からのほたらきかけでGAP認証を取得した経営体は自主的にGAPに取り組めていない可能性があり、メリットと比較して、事務処理作業の増加や負担を強く感じ継続意欲の低下につながっていると推察される。

また、継続しない経営体においては「共同出荷」の割合が高く、販売面での改善効果を実感しがたいことが示唆される(表3)。

(2) 聴取調査

聴取調査を実施した結果、「農作業安全」や「従業員の意識改善」に加え、アンケート調査では全体的に改善効果実感の割合が低い結果であった「販路の拡大」にも効果があったと回答した経営体が多かった(表4)。

これらの改善効果を感じている経営体では、認証取得に必要な基準を満たすだけでなく、GAPを経営改善に活用していることが聴き取りからわかった。具体的には「GAP認証取得のために蓄積したデータを経営分析に活用している」「GAPを従業員の教育に

活用している」という取り組みを行っている経営体が見られた(表4)。

これらの結果から、多くの項目で改善効果を実感するためにはGAPの項目を満たすだけでなく、GAPを経営に活用することが必要であると考えられる。

4 まとめ

GAP認証取得による改善効果と認証継続における課題点を調査した結果、経営形態と出荷方法により「販路の拡大」「売上の安定・向上」等の項目の改善効果の実感に差があること、改善効果を実感できている経

営体はGAPを経営分析、従業員教育等に有効活用していることが分かった。

認証継続における課題としては、GAP認証取得だけでは販売面の改善効果をすぐには実感しがたく、費用、時間等の負担の方が大きく感じ取られやすいことが、継続意欲の減退要因であると推察された。

そのため、行政やJAが主体となり、高い改善効果を実感している経営体をモデルに、GAPの活用方法を経営者に周知するとともに、消費者や販売者への認知の拡大に取り組み、「販路の拡大」や「売上の安定・向上」に繋がりやすい機運を醸成することが有効であると考えられた。

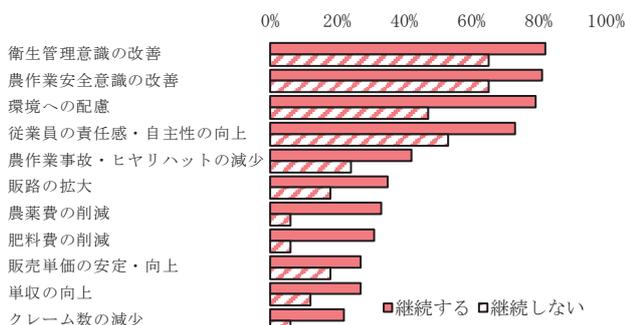


図1 GAP認証による改善効果(2024年179件)
※「改善」「やや改善」と回答した経営体の割合

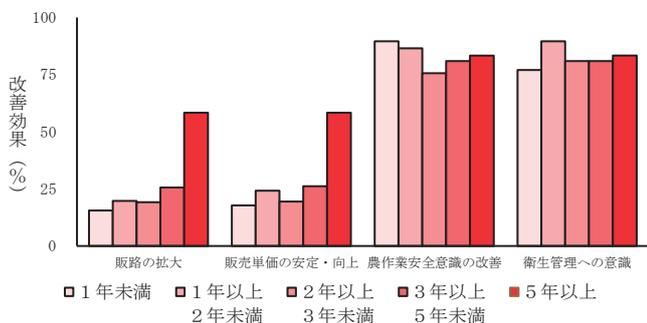


図2 GAP認証による改善効果 継続年数別(2022年447件)
※「改善」「やや改善」と回答した経営体の割合

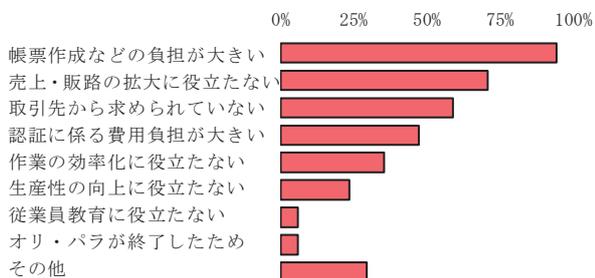


図3 GAP認証を継続しない理由(2024年17件)

表1 GAP認証取得時の目的(2024年179件)

改善項目	継続する経営体(点)	継続しない経営体(点)
生産物の安全・安心確保	1.8	1.2
売上・販路の維持・拡大	1.0	0.8
県や市町村、JA等からの勧め	0.5	1.1
安全な労働環境の整備	0.5	0.5
オリ・バラ、万博等への農産物提供	0.3	0.5
JAや取引先からの要請	0.3	0.6
経営の効率化	0.4	0.2
作業の効率化	0.2	0.0
従業員の責任感の向上	0.3	0.3

※1位~3位(3点~1点)を順位付けする回答様式における平均点
※太字の項目は「継続しない経営体」が2倍以上高得点である項目。

表2 GAP認証による改善効果(形態・出荷別)(2024年179件)

主な項目	改善効果(%)				
	全体	経営形態		出荷方法	
		個人経営	法人経営	共同出荷	個別出荷
販路の拡大	32	31	33	25	40
クレーム数の減少	19	13	27	17	22
単収の向上	24	22	25	19	32
エネルギーコストの削減	20	13	27	16	25
作業の効率化・作業遅延の減少	40	34	45	35	46
環境への配慮	75	75	75	71	82
農作業安全意識の改善	79	74	83	74	87
農作業事故・ヒヤリハットの減少	70	71	68	66	78
従業員の責任感・自主性の向上	73	61	78	76	74
従業員の人権に対する配慮	56	45	58	51	60
従業員の定着率	28	17	32	18	40

※太字は1.5倍以上高い割合となった項目

表3 経営形態・出荷方法の割合比較(継続意向別)(2024年179件)

継続の意向	経営形態(%)		出荷方法(%)		
	個人経営	法人経営	共同出荷	個別出荷	その他
継続する	49	51	48	46	6
継続しない	41	59	77	23	0

表4 聴取調査の概要(2024年12件)

主な項目	効果あり(12件中)	主な意見
農作業安全	9件	取得してから、農作業安全を意識するようになった
販路の拡大	8件	大手スーパーへの出荷が可能になった
記録の蓄積	5件	記録により「見える化」が可能になり経営改善に役立った
従業員教育	4件	従業員の教育としてGAPを活用できている
販売単価向上	3件	販路は増えたが単価は向上していない
輸出	2件	GLOBAL G.A.P.を取得する予定はない、単価次第

※上部は肯定的意見。下部は否定的意見。