

令和元年度GAP拡大推進加速化事業
(日本発GAPの国際化推進)

事業実施報告書

令和4年3月

特定非営利活動法人GAP総合研究所

令和3年度GAP拡大推進加速化事業
(日本産GAPの国際化推進) 事業実施報告書

目次

1	事業の概要	3
1.1	背景と目的	3
1.2	事業内容	3
2	事業実績の報告	4
2.1	検討会の開催	4
2.2	海外実需専門家招聘	5
	(1) ASIAGAP 研修及び意見交換	6
	(2) オンライン農場視察・商談	7
2.3	ASIAGAP 認証取得農産物に関する商談会等の開催	7
	(1) 商談会概要	7
	(2) 商談会報告	10
	(3) 商談会成果	15
3.	今後に向けた課題の整理	16
3.1	日本産農産物輸出上の課題	16
3.2	ASIAGAP 普及に向けた課題	17

1 事業の概要

1. 1 背景と目的

ASIAGAP は GFSI 承認を 2018 年に取得し、国際規格として認知をされた一方で、農業現場における認証取得は日本国内に偏っており、またバイヤーサイドの ASIAGAP 認知度は海外ではまだ低い状況である。

そのため、まだ輸出促進につながっておらず、輸出を目指す国内農家の利用拡大が進んでいない。日本産農産物の主要な輸出先である東アジア・東南アジア地域における ASIAGAP の認知度向上が必要であり、同地域のバイヤーを日本に招聘し ASIAGAP 認証農場の視察や研修を通じて理解を深め、また商談会の開催により具体的な輸出促進につなげることを目指す。

1. 2 事業内容

本事業においては、以下の(1)から(3)に掲げる内容を実施した。

(1) 検討会の開催

学識経験者、輸出専門家、東南アジア専門家、輸出業者等の構成員からなる検討会を設け、ASIAGAP のアジアにおける利用拡大に向けた推進方策等につき調査・検討を 2 回開催。

(2) 海外実需専門家の招聘

台湾から、輸入業者やバイヤー等の海外実需専門家を日本に招聘するとともに、ASIAGAP への理解を深めるため、海外実需専門家に対して ASIAGAP 認証制度等の研修や ASIAGAP 認証取得農場の現地視察等を行う予定であったが、新型コロナウイルスまん延による渡航が難しいため、オンラインにより上記を実施。

(3) ASIAGAP 認証取得農産物に関する商談会等の開催

ASIAGAP 専門家や ASIAGAP 認証取得農業者を日本から台湾に派遣し、台湾の主要な流通企業バイヤーに対して、ASIAGAP に関する普及活動の実施、及び ASIAGAP 認証取得農産物の輸出のための商談会等を開催予定であったが、新型コロナウイルスまん延に伴い、オンラインにより上記、商談会を実施。

2 事業実績の報告

2. 1 検討会の開催

非公開

2. 2 海外実需専門家招聘

台湾より海外実需専門家2社をオンラインにて招聘。下記、スケジュールにて、ASIAGAPに関する研修を開催するとともに、ASIAGAP認証生産者をオンライン視察・商談。対象となる生産者については第1回目の検討会内容を基に、海外実需専門家に対してヒアリングを行い、要望の高かった品目を中心に選定。

また海外実需専門家招聘前に、研修資料及び、生産者の紹介資料を台湾語版にて作成した。

図表・3 海外実需専門家参加者

所属団体名	所在国	氏名	役職
楓康超市 台中を中心に40店舗以上を展開するスーパーマーケットチェーン	台湾	非公開	青果部部长
裕源(日本産農産物を多く扱う台湾のスーパーマーケットチェーン 裕毛屋 調達子会社)	日本	非公開	副社長
		非公開	裕毛屋購買担当

(1) ASIAGAP 研修及び意見交換

2021年10月27日に招聘した楓康超市・王氏に対して、ASIAGAPについて理解を促すため、研修を実施(研修講師:NPO 法人 GAP 総合研究所、武田泰明)。下記内容についてプレゼンテーションを実施後、意見交換。

①研修内容

- 1) GAPの基礎と、その必要性 バイヤーの視点から
- 2) GAP 認証とは
- 3) ASIAGAPの特徴と利点
- 4) GAP バイヤー企業の採用状況と、消費者向け普及の現状

②意見交換

- ・日本及び台湾での GAP(特に ASIAGAP)普及状況
- ・ASIAGAP 認証農産物のニーズ
- ・日本産農産物の希望品目
- ・輸出出荷時の残留農薬検査体制 など

図表・ 5 ASIAGAP 研修・意見交換風景

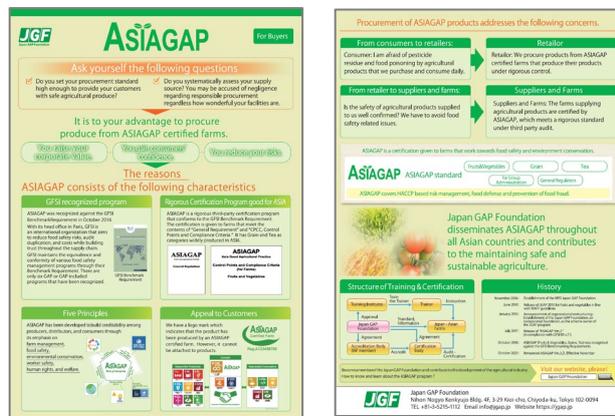


楓康超市



裕源（裕毛屋）

図表・ 6 ASIAGAP 流通バイヤー向けブローチャー



(2) オンライン農場視察・商談

同日、台湾流通両社に対して、メロン ASIAGAP 認証生産者ファームランド牧および、柑橘類 ASIAGAP 認証生産者味咲と、オンラインによる農場視察・紹介、商品紹介を実施した。栽培管理方法や商品の出荷規格、ASIAGAP 認証による品質管理体制、輸出への過去の取り組みなど相互に意見交換しながら確認。

図表・ 7 農場視察風景

[楓康超市]



[裕源]

2020年10月22日 ASIAGAP・JGAP取得



2. 3 ASIAGAP 認証取得農産物に関する商談会等の開催

東・東南アジア地域の中でも、日本産農産物輸出において市場性が高い台湾に ASIAGAP 専門家や ASIAGAP 認証取得農業者を日本から台湾に派遣し、主要な流通企業バイヤーに対して、ASIAGAP に関する普及活動の実施、及び ASIAGAP 認証取得農産物の輸出のための商談会等を開催する予定であったが、新型コロナウイルスまん延により、リアルに参集した台湾現地の商談会場と、日本の生産者をオンラインで繋ぐ、ハイブリッド方式にて開催した。

(1) 商談会概要

台湾現地において流通コンサルティング会社を活用し、2022年3月14日に現地商談会を実施した。台湾の農産物を取り扱う主要な流通業者にアプローチし、商談会への参加を募った。

1) 日時: 2022年03月14日(月) 15:00-17:00(日本時間)

14:00-16:00(台湾時間)

2) 場所: 華南銀行總行大樓會議中心 203 會議室(台北市信義區松仁路 123 號)



3) プログラム

時間	内容	単位/姓名
14:00-14:05 (5min)	開始の挨拶	GAP総合研究所
14:05-14:10 (5min)	挨拶	農林水産省
14:10-14:40 (30min)	ASIAGAPの説明	GAP総合研究所
14:40-15:00 (20min)	農家さんの紹介 1 (鹿児島 メロン)	ファームランド牧 (Farm land 牧)
15:00-15:20 (20min)	農家さんの紹介 2 (熊本 ミカン)	ローソンファーム熊本 (Lawson Farm 熊本)
15:20-15:35 (15min)	バイヤーの紹介	共價鍵技術服務股份有 限公司
15:35-15:50 (15min)	質問応答	-
15:50-15:55 (5min)	集合写真撮影	-
15:55-16:00 (5min)	アンケート回収	-

4) 商談会キービジュアル



5) 参加 台湾バイヤー企業

編號	公司名稱
1	高登豪斯有限公司
2	鑫聚富國際有限公司
3	商田實業有限公司
4	川太農產有限公司
5	勝程實業有限公司
6	傑農合作農場
7	麻豆5012文旦
8	奇塔全球有限公司
9	星宇南方股份有限公司
10	哈德客國際事業有限公司
11	承果有限公司
12	共價鏈技術服務股份有限公司
13	固德郝企業有限公司

高登豪斯有限公司

果物 輸出入

鑫聚富貿易有限公司

日本の食品を輸入

台湾や東南アジアの百貨店に搬入

商田實業有限公司

野菜や果物の輸入。主に百貨店へ卸している

川太鮮果有限公司

果物を輸入。主に量販店へ卸している

自店舗でも販売

勝程實業有限公司

世界各国の果物を輸入

傑農合作農場

果物流通大手

自社のオンラインショップを所有

日本の果物も輸入販売している

麻豆 5012 文旦

農業生産団体、輸出入

固徳郝企業有限公司
高級フルーツブランド「富山」を経営
日本の果物も輸入

(2) 商談会報告

1) 商談会風景



2) メディア掲載

事前にメディアに対してリリースをしていたこともあり、各種メディアの商談会への取材参加があり、多くのメディアにて商談会の様子が取り上げられた。

◎経済日報 https://money.udn.com/money/story/5635/6163879?from=edn_search_result



09:50 阿里巴巴擴大回購250億美元 創中概股紀錄

經濟日報 > 商情 > 熱門亮點

ASIAGAP來台推廣農產品驗證 國產品轉外銷商機



「ASIAGAP推廣說明會」活動邀請到眾多國內知名貿易商、通路商、合作社等企業，在防疫期間，線上與日本方ASIAGAP講師，及取得ASIAGAP驗證的農場互動交流，讓台灣農產業界更認識這項國際認可的驗證制度。共價鏈/提供

食力 <https://www.foodnext.net/news/newstrack/paper/5098683929>



NEWS TV

食力 foodNEXT

HOME / 農新聞 / 農事追蹤 / 農事追蹤內文

台灣農產想在日本LAWSON、好市多、家樂福上架？通過「ASIAGAP」才能拓展外銷通路

2022/03/14

64 讚 0 不讚

10452 分享



你應該要知道的農事

台灣自2021年3月至今，原本主力銷售中國的高梨、鳳梨釋迦、蓮霧紛紛遭中國以輸出害蟲為由而無法出口。為了成功銷售農產，打進其他國際市場為當務之急，在這樣的情況下，與「GLOBALGAP」同樣為國際農產驗證的「ASIAGAP」或許能成為擴大台灣農產上架日本通路的關鍵。

台灣農產想在日本LAWSON、好市多、家樂福上

▲台灣農產想在日本LAWSON、好市多、家樂福上賣？請向「ASIAGAP」申請國際外銷認證

採訪 撰文 - 楊承榮

在2021年3月起，台灣的鳳梨、鳳梨釋迦、葡萄陸續因中國以檢出農藥殘留為由而暫停進口，其中鳳梨釋迦在往年外銷中國比例佔外銷總額9成，影響甚大。對此，雖然行政院農業委員會（簡稱農委會）於2021年11月23日提出以5000公噸為限額，將鳳梨釋迦銷往香港、日本、馬來西亞、新加坡等地。不過在競爭激烈的全球農產品貿易市場，尤其是台灣希望發力美國的市場，台灣農產品如何脫穎而出呢？

以國際認證驗證提升台灣農產知名度，作為強化外銷第一步

「ASIAGAP」為日本政府為了因應2020東京奧運的食材供應與安全，並對付食料的安全與可溯性，所制訂的國際農產品檢驗標準，以提升亞洲農產品之認證與流通性，避免因各國在地農業規範之差異，而行至農產品面臨風險與貿易障礙。

ASIAGAP來台推廣農產品驗證 國產品轉外銷商機

03/14 17:42

讚 0 分享 傳好友 59

由日本國農林水產省指導、日本NPO法人GAP綜合研究所主辦，共價鍵技術服務股份有限公司執行的「ASIAGAP推廣說明會」今(14)日登場，活動邀請到眾多國內知名貿易商、通路商、合作社等企業，在防疫期間，線上與日本方ASIAGAP講師，及取得ASIAGAP驗證的農場互動交流，讓台灣農產業界更認識這項國際認可的驗證制度。

[閱讀更多](#)

LINE TODAY <https://today.line.me/tw/v2/article/nX9pN7K>

LINE HUB | 生活 TODAY TV 購物

生活 登入

台灣農產想在日本LAWSON、好市多、家樂福上架？通過「ASIAGAP」才能拓展外銷通路

食力 foodNEXT
發布於 03月14日00:00 · 食力FoodNEXT



採訪·撰文 = 謝承學

在2021年3月起，台灣的鳳梨、鳳梨釋迦、蒲霧陸績因中國以檢出農業害蟲為由而暫停進口，其中鳳梨釋迦在往年外銷中國比例佔外銷超過9成，影響重大。對此，雖然行政院農業委員會（簡稱農委會）於2021年11月23日提出以5000公噸為目標，將鳳梨釋迦銷往香港、日本、馬來西亞、新加坡等地。不過在競爭激烈的全球農產貿易環境，尤其是台灣希望強力進軍的日本市場，台灣農產品如何脫穎而出呢？

コバレントボンドテクニカルサービス社 Facebook <https://www.facebook.com/cbxcovalentbond/>

CB 共價鍵
3月15日 09:30 · 9

昨天(3/14) CB共價鍵非常榮幸承辦一場國際盛會，由日本農林水產省指導，日本NPO法人GAP綜合研究所主辦的「ASIAGAP推廣說明會」👍👍👍

現場邀請到國內知名貿易商、通路商、合作社等企業共襄盛舉，線上與日本官方及協會專業講師交流，並且別開生面地與鹿兒島哈密瓜農戶現場直播，展示以熱水澆灌完全無農藥的溫室「秘藏少女」哈密瓜的生長狀態，及Lawson關係企業直營農場種植的熊本蜜柑，讓現場貴賓體驗日本農戶的職人精神👍

「ASIAGAP」為日本GAP協會依據全球食品安全倡議的標準制定，與GlobalGAP具有同等性，及GFSI組織認可的國際農產品驗證標準，確保農產品的安全性，並符合聯合國之永續發展目標(SDGs)。目標成為亞洲地區共通的新農業標準，促進亞洲國家的農產品貿易流通。

加入國際認可的農產品驗證是台灣農業出口的加值選項，ASIAGAP是提升精緻農產品外銷日本與東南亞國協的新契機👍

🔥🔥CB共價鍵有台灣首位通過日本GAP協會認可的ASIAGAP輔導員，可提供農企業最專業的國際驗證導入服務，增加更多外銷的機會👍

👉快加入line，由ASIAGAP專業青農陪伴師為您服務囉！<https://lin.ee/z6JnvRc>

#CB共價鍵 #ASIAGAP #JGAP #國際驗證 #產銷履歷 #SDGs #永續發展目標



92 わけわけ2件

3) 当日参加したバイヤーからの反応

当日、参加したバイヤーから予定時間を大幅に超える多くの質疑がなされ、関心の高さが伺えた。GLOBALG.A.P との違い、店頭での ASIAGAP の表示方法など実際に販売するにあたりどのように消費者に対してアピールするべきなのか、といった質問が多く寄せられた。

またメロンと柑橘の商談についても、品質管理方法や GAP による残留農薬基準への対応など商品輸出に関する具体的な質疑が多く交わされた。

(バイヤーからの質問・反応)

- ・いちご、ブドウなど他の果物や山芋などにも興味があり、もし次回があればそれらの商品を紹介してほしい
- ・ASIAGAP の基準によって輸出国(台湾)の農薬基準をクリアしてくれるのはとても助かる
- ・説明会の時に直接農薬基準の証明を見せていただけると素早く輸出の準備ができる
- ・商品の規格(味、糖度、品質管理方法、大きさ、箱の種類、出荷できる量、値段)をもっと詳しく教えてほしい
- ・販売する際にマーケティングの費用があればさらに効果がある(試食活動、DM、生産者の台湾訪問など)
- ・今回限りではなく説明会を続けて開催して、ASIAGAP の生産者を紹介してもらえれば 1 年中 ASIAGAP の商品を販売でき、台湾の消費者認知度が高まる
- ・台湾だけではなくインドネシアやベトナムなどでも需要があると思う
- ・農家から直接輸入をするときに品質管理が問題となる、管理が徹底できれば更に輸入の意欲が高まる

(今回、商談以外のニーズの高いとされた品目)

いちご	ながいも	やまといも
かんしょ	にんじん	ゆりね
こねぎ	ねぎ	いちじく
ごぼう	はくさい	かき
さといも	ピーマン	かんきつ
スイートコーン	みょうが	くり
だいこん	芽キャベツ	さくらんぼ
たまねぎ	メロン	日本梨
びわ	ぶどう	みかん
もも	りんご	米
そば	とうもろこし	

4) その他

メディア掲載を見た生産者(パイナップル、ピーナッツ農家)より、ASIAGAP 認証取得に関する問合せがあり、日本に向けた輸出を想定している台湾生産者にとっても ASIAGAP 認証取得への意欲が高まっている。

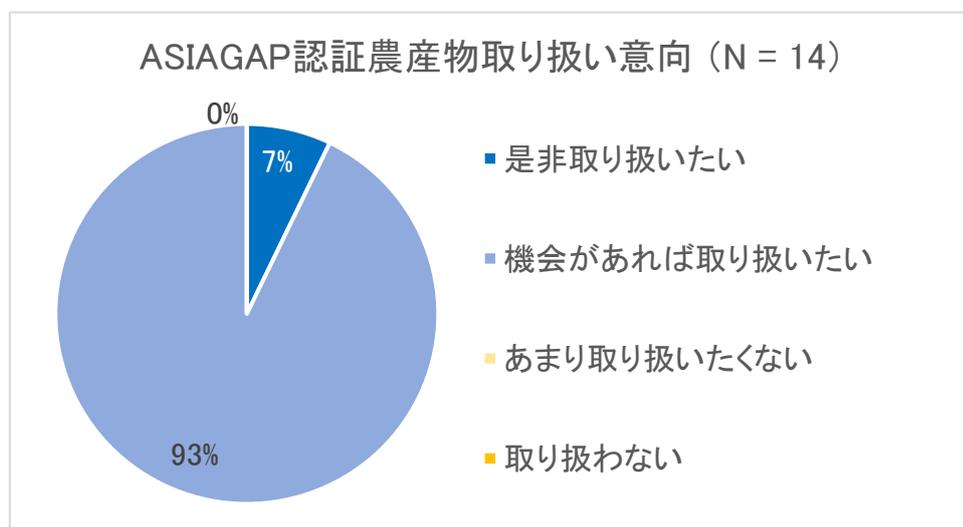
(3) 商談会成果

今回商談した相手に対して、ASIAGAP 認証農産物の魅力と今後の取り扱い意向を図るため、商談会終了後、アンケート調査を実施し、11 社 14 件の有効回答を得ることができた。

アンケートの結果、ASIAGAP 認証農産物取り扱い意向は、「是非取り扱いたい」「機会があれば取り扱いたい」まで含めると、参加した全バイヤー100%が取り扱い意向を持っている結果となった。本事業の成果目標として掲げている商談を行った全バイヤーに占める「今後の商取引において、ASIAGAP を活用したい」との意向を示したバイヤーの割合 30%以上を達成した。

今回、商談機会を有するまで ASIAGAP について名前程度の認識しかされていないことが多く、プレゼンテーションを通じて、GFSI に承認された国際規格である点も含めて ASIAGAP の信頼性が評価されて取り扱い意向が高まったものと考えられる。

図表・21 アンケート集計結果



(回答項目)

1. 是非取り扱いたい(現在も取り扱っている)
2. 機会があれば取り扱いたい
3. あまり取り扱いたくない
4. 取り扱わない
5. その他

図表・22 アンケート票

【ASIAGAPに関するアンケート】

【日本産農産物取扱い状況】

Q1. 本種の農産物について、貴社の取り扱い意向をお聞かせください。該当するものに[○]をつけてください。

1. 現在取り扱っており、今後は取り扱いを希望しない
2. 現在取り扱っており、取扱いは現状と同様で継続していきたい
3. 現在取り扱っており、取扱いは現状より強化していきたい
4. 現在取扱いはないが、今後は取扱いをしていきたい
5. 現在取扱いはないが、今後も取扱う予定はない

【ASIAGAP 認知状況】

Q2. 本日、ご説明する意味から ASIAGAP についてご存知でしたか？該当するものに[○]をつけてください。

1. 内容までよく知っていた
2. 内容までは知らなかったが、聞いたことはあった
3. 知らなかった

【ASIAGAP 理解状況】

Q3. 本日、ご説明を受けて、ASIAGAP についてどのような印象を持たれましたか？該当するものに[○]をつけてください。

1. 非常に魅力的である
2. 魅力的である
3. あまり魅力的ではない
4. 全く魅力的ではない

【ASIAGAP への興味・関心】

Q4. ASIAGAP の説明の中で、魅力的に感じられた点をいくつか[○]をつけてください。そのうち最も興味・関心があるものについて[○]をつけてください。

1. 食中毒予防
2. 食の安全
3. 残留農薬
4. 労働安全
5. 大衆・革新
6. 第三者認証を受けた GAP
7. GFSI (Global Food Safety Initiative) から承認を受けた GAP
8. 日本産の GAP
9. アジア地域で実施している GAP
10. その他 ()

【ASIAGAP 取扱い意向】

Q5. 本日、ご説明を受けて、ASIAGAP 認証品について、貴社での取り扱い意向をお聞かせください。該当するものに[○]をつけてください。

1. 是非取り扱いたい。(生産も取り扱っている)
2. 機会があれば取り扱いたい
3. あまり取扱いたくない
4. 取扱いがない

【ASIAGAP 取扱い意向理由】

Q6. Q5 でお答えいただいた理由を教えてください。

()

【取扱い意向品目】

Q7. Q5 で「1. 是非取り扱いたい (現在も取り扱っている)」/「2. 機会があれば取り扱いたい」とお答えの方に伺います。以下のうち、取扱いたい ASIAGAP 認証品目をお答えください。

1. 米 (品種:)	2. 米以外の穀物 ()
3. 野菜 ()	4. 果 ()
5. 畜産 ()	6. 魚介 ()
7. 果樹 ()	8. ASIAGAP 認証品を原料とした加工品 ()

【ASIAGAP への自由意見】

Q8. ASIAGAP についてご意見やご要望等ございましたら、自由にお書きください。

()

【回答者情報】

Q9. 回答者情報をお知らせください。

貴社	氏名	役職

ご回答ありがとうございました。

3 今後に向けた課題の整理

3. 1 日本産農産物輸出上の課題

ASIAGAP を東アジア、東南アジア地域において普及していくためには、ASIAGAP 自体の認知を高めていくことが当然求められていくが、そのためには ASIAGAP 認証品自体の流通量を多くし、プレゼンスを高めていくことが重要であると考えられる。しかし、一方で ASIAGAP 認証品である以前に、日本産農産物輸出・取扱い上の課題が多くみられた。特に輸出対象国の残留農薬基準や植物防疫体制を理解し、相手国の基準を満たす防除体系を整えていくことが重要である。ASIAGAP の基準書にも輸出をする際の防除計画への対応が盛り込まれており、輸出検討段階で対応が必要となってくる。生産者や輸出事業者、更には輸出を支援する行政や団体においても、このあたりの知識、経験が不足していると考えられ、基本的な知識の周知や強化が必要である。

また日本産農産物は品質が評価されている面もあるが、その品質が長期間輸送により劣化してしまい、価格に見合った価値が提供できていない状況も発生している、国内輸送とは異なる輸出における輸送時の品質保持・管理についてもまだまだ知識・経験が不足しており、品質管理のための輸送時の梱包形態、温度帯コントロールなど、サプライチェーン全体を通して、専門家や行政等のサポートが必要であると思われる。

〔輸出上の課題ポイント〕

- 輸出相手国の植物防疫、残留農薬基準への対応
- サプライチェーン全体における品質管理

3. 2 ASIAGAP 普及に向けた課題

本事業を通して、アジア初の GFSI 承認となる国際規格 ASIAGAP について、流通からは一定程度理解が得られ、取り扱いに対しても積極的な意向が示された。ただし、日本発の国際的に認められている GAP のひとつであり、他 GAP 認証と比較して ASIAGAP としての差別性が理解されているわけではなく、まだまだ今後アピールが必要である。台湾では大手流通は取引基準として TAP(台湾 GAP)を要求していることが多く、一定程度、GAP 認証についての知識や経験を持ち合わせている。そのこともあり、先行している GLOBALG.A.P との違い、差別性に関しては、多くの関心事となっている。

また店頭でいかに消費者にアピールすることができるかも、実需者としては非常に関心が高く、この点において、JGAP との併用が可能な ASIAGAP の利点として理解されている模様。また台湾はアジア・東南アジア市場に向けた情報発信源になっており、今回参加した流通企業もインドネシアやベトナムへの輸出を手掛ける企業も数社おり、重要な拠点となっている。本事業で以前、対象としたタイ、シンガポールなど大手流通においては取引基準として GAP 認証が使用される環境が整いつつあり、アジアにおけるデファクトスタンダードを獲得する上では、急速な普及・浸透が求められる。

さらに ASIAGAP の普及において、アジア現地の主要な生産者による認証取得を促進していく環境づくりも重要であると考えられる。ASIAGAP を普及する上で、指導、審査など運用に関するローカルに対応した体制づくりが急務である。現地において ASIAGAP 認証生産者が増え、流通取引量の増加することで、もともと品質、味への評価の高い日本産のうち ASIAGAP 認証農産物は結果的にプレゼンスが高まっていくものと考えられる。

[ASIAGAP 普及に向けた課題ポイント]

- GLOBALG.A.P.との差別性
- 消費者へのアピール・コミュニケーション
- 消費者向けコミュニケーション
- 対象国での指導・普及体制づくり