

リレーコラム

産学連携による酪農理解醸成活動の試み

2005年に制定された「食育基本法」の前文で、「栄養の偏り、不規則な食事、肥満や生活習慣病の増加、過度の痩そう身志向などの問題に加え、新たな『食』の安全上の問題や、『食』の海外への依存の問題が生じており、『食』に関する情報が社会に氾はん濫する中で、人々は、食生活の改善の面からも、『食』の安全の確保の面からも、自ら『食』のあり方を学ぶことが求められている」と同法の制定経緯が説明され、次いで同法第2条以降で7つの基本理念が示される。紙幅の都合から酪農理解醸成と強く関係するものを抜粋すれば、「食育推進運動の展開（第4条）」「子どもの食育における保護者、教育関係者等の役割（第5条）」「食に関する体験活動と食育推進活動の実践（第6条）」「伝統的な食文化、環境と調和した生産等への配慮及び農山漁村の活性化と食料自給率の向上への貢献（第8条）」になる。

同法に基づき、個々の家庭・学校及び地域等にて「食育」への取り組みが図られてきたのであるが、残念ながら十分とは言える状況にはない。個々の経済状況や保護者の認識などの制約を勘案すれば家庭での取り組みに濃淡があることは自明であるが、幼稚園・保育園から小中学校及び高等学校での取り組みにおいても授業時間、栄養教諭などの人的資源や予算制約から、市町村単位で取り組みに濃淡が存在している¹⁾。学校卒業後に「食育」に触れる機会は更に僅少となることは自明であり、農業生産への理解醸成が困難であることは想像に難くない。

他方で、昨今における経済諸指標はコロナ禍からの回復傾向を示すが、「ステルス値上げ」「シュリンクフレーション」という言葉がニュースを賑わせるほどの幾度もの農産物及び食品価格の引き上げもあって、バブル経済崩壊以降、一貫して消費者における低価格志向が強い状況にある。最近の調査²⁾によれば、年齢別調査で20代の食に対する経済性志向（いわゆる「コスト志向」）は46.5%で、他の年代よりも8ポイント程度高位にあるだけでなく、食の簡便化志向も50.2%と30代・40代と比較して6ポイント以上高位にある。このような環境において、相対的に高価となる国内産農産物に対する理解醸成と消費促進が求められ、次世代を担う若者がその主たる対象となるのである。ここに従来における取り組み以上の難しさがある。

小職のゼミナールに所属する学生は資源循環型農業及び地産地消の制約要因と社会経済的意義について、食品循環資源の養鶏飼料利用に組み込む四日市農芸高校の生徒と合同で学習・研究すると同時に、その理解醸成に向けた取り組みを行ってきた。具体的には、(1) 生徒・学生の学習・研究内容を整理した消費者向け広報資料の作成と、(2) そこで生産された鶏卵を利用した食品の販売である。前者の学習・研究成果の整理と資料作成は普段の取り組み・研究活動の一環であり、同世代をはじめとする消費者における理解が容易となるよう文章やイラストに工夫が施されている。活動における問題は後者となる。高校生が実習で生産する鶏卵だけでは、理解醸成と消費拡大における制約要因の一つである「簡便化」を克服することは容易ではない。鶏卵単体では、鶏卵そのものまたは「ゆで卵」としての販売にならざるを得ず、それ以上の広がりを見込めないのである。「低価格・簡便化」志向とはいえ、食品の消費は組み合わせで行われることから、鶏卵と組み合わせ可能な地元農水産物を活用した商品開発が不可欠となる。

2023年度の取り組みでは、実験的取り組みとして大学祭での出店を計画し、同世代での消費が期待できるとともに比較的low価格で提供できる商品について、生徒・学生による話し合いと試作を重ねながら決定した。調理工程の制約もあって、地元産小麦、バター、ベーコンや小豆などを使った2種類のホットサンドとなり、必要な食材の調達については、農業生産者やメーカーに対して取り組みの意義と期待される成果のプレゼンテーションを行い、生徒・学生による取り組みということで安価に提供をいただいている。近隣のコンビニ（CVS）で販売されるサンドイッチ類とほぼ同水準となる売価350円に設定することで、価格面での可能性についても検証できるようにした。実際には、200食/1日を想定して合計400食を用意したが、実際には1日目ではほぼ完売状態となり、来場者の胃袋を掴むことに成功した。

大学祭という限定的な条件ではあったが、購入に訪れた人に対するの対面式のアンケート調査で消費者の理解度を知ることができた（回収数は290。うち生徒・学生と想定される10代と20代の回答は140）。比較的最近の事象だったこともあって、バター不足問題やコロナ禍での生乳過剰問題について全体の80%程度で認識はあった。

しかし、その発生要因については、ニュース報道に基づく断片的な要因を指摘する程度の理解が中心であった（自由回答方式）。バター不足が生産者における後継者不足と生産資材価格高騰、乳製品輸入自由化と国内生乳需要減少という長期的・構造的な要因にあり、2014年頃のバター不足を契機に飼養頭数増加が促進されてきた段階でのコロナ禍による需要急減にあり、生産量調整のための乳牛淘汰は余剰飼養・搾乳設備問題もあって容易ではないこと、飲用から加



三重大学大学院 教授 森 久綱

工用途への転用にも限界があることなど、不足と過剰という現象が同じ中長期的・構造的要因に起因することまでの理解はほとんど至っていなかった。当然ながら、用途別乳価や指定団体制度についてはほぼ全員が「知らない」という回答であり、知っているとは回答した2名のうちの1名の自由記述欄には「競争をさせない保護的な制度に問題がある」と規制緩和・撤廃による市場メカニズムの徹底が唯一の解決策と主張する新自由主義的理解があった。

地産地消や資源循環についての質問もあったことから、酪農に関してはこれ以上の調査はできず、準備不足もあって生徒・学生が作成した広報資料でもこれらにはほとんど触れることができなかった。次年度以降の取り組み課題とならざるを得ないが、酪農をめぐる理解醸成についてかなり丁寧な説明が必要で、単純なイメージや消費拡大運動では理解醸成が難しいことも明らかとなった。

大学祭での理解醸成の取り組みには多くの課題が残されたが、幸いなことにそこでの取り組みを知ったフレンチレストランのオーナーシェフからお声をいただき、25年度から商品開発と販売の支援をいただくこととなった。産学連携による環境整備と、「低価格・簡便化」と「組み合わせ可能な地元農水産物を活用した商品開発」を鍵に、より実践的な場での理解醸成を目的とした広報活動が行えることが期待される。

【注】

- 1) 「食育」の地域格差や課題を報道する記事に以下のものがある。「食育担う栄養教諭、首都圏で徐々に浸透 担い手不足問題」日本経済新聞、2022年7月4日。「栄養教諭の地域差17倍の開きに 配置は自治体判断、広がる食育格差」中日新聞、2023年4月22日。
- 2) 日本政策金融公庫・農林水産事業「消費者動向調査」(2020年1月調査)。



写真1：企業（大内山酪農）でのプレゼン



写真2：当日掲示した食材提供元ポスター



写真3：生徒・学生による販売・広報活動①



写真4：生徒・学生による販売・広報活動②

RELAY COLUMN