



すくりーむプロジェクト

～「お米」からつくるアイスクリームで、生産者と消費者の架け橋に。～

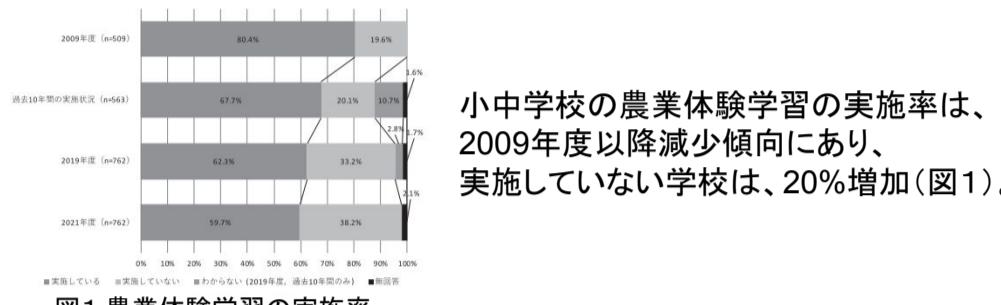
岡山操山高校 焰硝岩 千裕

1. みどり戦略との関係性

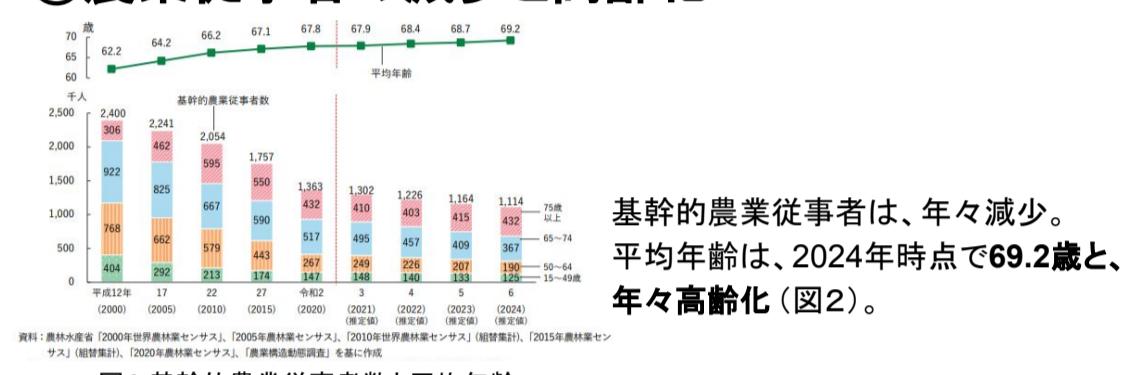
米すくりーむプロジェクトは、みどりの食料システム戦略が掲げる「**消費者と生産者の交流を通じた相互理解の促進**」に関連する取り組みだ。私たちは、子どもの農業体験機会の減少、および農業従事者の減少・高齢化が進む現状を課題と捉えている。これにより、多くの人にとって「農」は遠い存在になりつつある。この課題に対し、朝市での米すくりーむ販売や、体験型の米すくりーむ講座内での米農家との直接対話 を実施した。これにより、消費者は農を「遠いもの」ではなく「食は農によって支えられているもの」として、より身近に捉え直す機会を得た。同時に、生産者である米農家にとっても、消費者の声や反応に触れることで、日々の営農に対する誇りを再認識する場となっている。このように、**交流と体験を重ねるプロセス**を通じて、**生産者と消費者の距離は縮まり、相互理解が深まる**。この相互理解を促進する活動こそが、私たちの活動がみどり戦略と重なる核心である。

2. 目的

①農業体験経験のある子どもの割合が減少

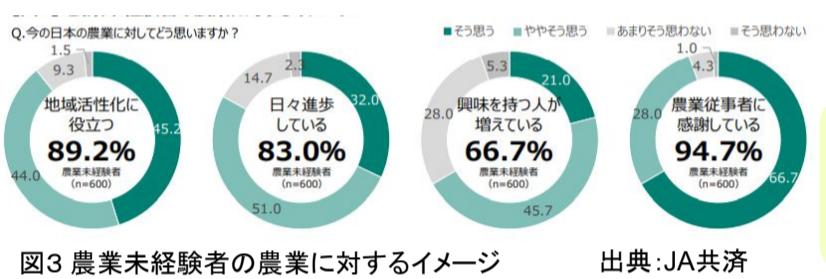


②農業従事者の減少と高齢化



**多くの若者にとって
“農”が遠い存在に**

→一方で、「農業に興味がある」人は多い（図3）



**多くの若者は農に背を向けているのではなく、
「触れるきっかけ」が減少している。**

本取組では、朝市での米すくりーむ販売や、体験型の米すくりーむ講座、米農家との直接の対話を通じて、消費者が農を「遠いもの」ではなく「農は食を支えている」と捉え直す機会をつくった。同時に、生産者にとっても、消費者の声や反応に触れることで、日々の営農の価値を再確認できる場となった。

こうした双方向の関わりによって、生産者と消費者をつなぐ“架け橋”としての役割を果しながら、農業をより身近で、生活に根ざしたものとして感じられる環境づくりを目指している。

何故、「米」を軸にアプローチするのか？

①米は日本の食文化の中心

米は日本の食文化の中心であり、日常に最も溶け込んでいる農産物。日本人の生活に身近な米を軸にすることで、農業を「遠いもの」ではなく「農業が食、生活を支えていること」を実感する機会を自然に作ることができる。

②食料安全保障と自給率の向上への貢献

米は国内で自給可能な穀物であり(米の自給率はほぼ100%)、生産・流通・消費のサイクルが国内で完結するため、国際情勢や為替変動に左右されにくい「安心・安全な食料」。農林水産省によると、国民一人ひとりが一口でも多く米を食べることが**食料自給率を1%押し上げる**試算があると示されており、消費行動が直接的に課題解決に結びつく。

③食生活の変化による、米の消費量の減少

米の年間の1人あたりの消費量:

ピークの半分以下→昭和37年度: 118kg → 令和3年度: 51.5kg (図4)

食生活の変化により、お米に触れる・食べる機会が減少し、米離れが進んでいる。

④令和の米騒動

近年の米価格下落や需給の混乱は、生産者の想いや背景、米の適正価格などの、米の価値が十分に消費者へ伝わっていない現状を浮き彫りにした。お米の価値を支える生産の裏側が見えにくいまでは、「安ければよい」という消費行動が強まり、農業の持続性が危機にさらされる。単に米の価格が高くなっただけではなく、なぜ、そうなったのか、その背景には何があるのか、それらを今こそ考える・知るチャンスである。

以上の背景から、

日本人に最も身近な“米”を、より親しみやすく、新しい形で届けるために、お米を主原料としたアイスクリーム「米すくりーむ」を開発した。

アイスクリームという誰にとっても身近な食品を入口にすることで、

- ・米の新たな可能性に気づくこと
- ・生産者の背景や想いに触れること
- ・農を「遠いもの」ではなく「食を支えているもの」として感じること

を自然に促すことができる。

【参考文献】

農研機構(2006)、「環境保全型農業の推進と研究の役割」『農業経営通信』https://www.istage.ist.go.jp/article/nomonken/55/1/55_47/pdf/-/char/ja
農林水産省、「米をぐる現状と課題について」食料安全保障に関する政策懇談会 資料<https://www.maff.go.jp/syouan/keikaku/soukatsu/okome/majime/content/attach/pdf/food-1.pdf>
JA共済総合研究所(2024)、「食と農を取り巻く情勢とJAグループへの期待」調査と情報 <https://www.ja-kyosai.or.jp/pdf/2024/202402-chousha.pdf>
農林水産省(2024)、「第1章 食料安全保障の強化に向けた取組 第2節 ウクライナ侵略等により顕在化した課題への対応 3 食料消費の動向と米をめぐる情勢」食料・農業・農村白書 令和6年度(令和5年度実績)https://www.maff.go.jp/i/wpaper/w_maff/r6/pdf/1-2-03.pdf
農林水産省、「食料安全保障に関する政策懇談会 米をぐる現状と課題について」食料安全保障に関する政策懇談会 <https://www.maff.go.jp/syouan/keikaku/soukatsu/okome/majime/content/food.html>

3. 取組内容

本取組では、

①米すくりーむ開発、②朝市の対話的販売、③体験型講座、④収穫体験プログラム の4つの活動を通して、「農が食を支えている」ことを知る機会づくりに取り組んだ。

01 地産地消を目的とした「米すくりーむ」の開発

お米を主原料としたアイスクリーム「米すくりーむ」を開発した。
やわらかく、もろもろした食感とお米らしさにこだわり。
お米の新たな可能性を体験できる食品として位置づけている。

地域の米を活用することで地産地消に繋げ、「食べる」ことを入口に生産者をより身近に感じられる商品となるよう改良を重ねた。



02 朝市の継続的な対話型販売

毎月朝市に出店し、一般消費者と直接コミュニケーションできる場を継続的に確保した。
商品説明にとどまらず、米農家の背景や農の価値を伝える
「ストーリーのある対話型販売」を行っている。

試食や会話を通じて「生産者を感じた」という声も増え、リピーターの増加や、生産者との新たな関係形成にもつながっている。

03 親子を対象に体験型の米すくりーむ講座を開催

お米の魅力や課題を、クイズやゲームを通じて楽しく学べる体験講座を実施した。「こんなお米は嫌だゲーム」「畑になりきるワーク」など、身体を使う活動により、参加者が「食が農の一部」として感じられるよう工夫した。

また、米農家を招き、生産者の想いや米づくりの背景を直接伝える場を設けた。
参加者の疑問にその場で答えてもらいながら、生産者と消費者が互いを理解し合う交流が自然に生まれた。

米すくりーむづくりと一緒に、作業・学び・味わいを分かち合うプロセスを通じて、自然と生産者と消費者の心の距離が縮まる体験プログラムとなった。

04 冬野菜収穫体験 × 米すくりーむ講座(新規取組)

冬野菜収穫 → 米すくりーむづくりという流れを通して、「知識」ではなく「体験」として農を感じられる内容に設計した。

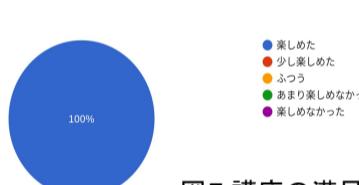
4. 結果

2025年8月、米すくりーむ講座を3回開催し、延べ90名が参加。

朝市の販売は4回行い、計200個を提供。

以下は、講座参加者を対象に、講座実施後3ヶ月経過した時点で実施したアンケートの結果である。(n=90)

1. 講座参加者満足度



「参加者全員が『楽しめた』と回答した(図5)。」

『小さい子どもでも簡単に作れるレシピでいいと思った!』『お米からアイスクリームが作れることが驚きだった! 工夫によっていろんな味で楽しめるところがいいなと思った!』『たくさんの工夫をして、お米の素晴らしさを届けようとしている姿に終始感動していました。みんなでお米の絵を作るところとか特に◎』といった声が寄せられた。

3. 家庭での米すくりーむづくり実践状況

参加者のうち約20%が実際に家庭で作った。約80%が作ってみたいと回答した(図6)。『時間のある時に作って冷凍しておくことができ、夏場の食感がない時や発熱時に、おかゆは食べたくない子どもでも、米すくりーむだと喜んで食べててくれて、とても助かりました。もっと子どもが小さい時から知りたかった!』と思いました。』といった声が寄せられた。



2. 農業・地域農産物への関心の変化

講座の参加を通して、参加者全員が『生産者や地域の農産物への関心が高まった』と回答した(図7)。

講座後3ヶ月経過時点でも、80%以上の参加者が関心を継続していると回答(図7)。



5. 朝市の販売実績・影響

出店を重ねごとにリピーターが増加傾向にあり、「地元の食材を活かしたトッピングがあったら面白い!」「国産のものを応援するため、これからも購入します」といった声も寄せられた。このように、米すくりーむの出店販売は、生産者と消費者の距離が自然に縮まる場となっている。

これらの結果から、本取組は「農業を身近にする」「消費者と生産者の距離を縮める」という目的の達成に寄与していることが明らかとなった。

5. 考察

一今回の取組を通して分かったこと

消費者と生産者の総合理解は

情報だけではなく、体験と対話を通してこそ深まる

米すくりーむづくりや米農家との交流の場

・**消費者と生産者の距離**が確かに近づいた

・参加者の表情や言葉から

「農が食を支えているんだ」という実感が生まれていた

このよう

・**生産者と消費者の相互理解が深まる** 活動はみどりの食料システム戦略が掲げる「消費者と生産者の交流を通じた相互関係の促進」

とも一致している

一活動を通して気づいた課題点一

・単発のイベントでは、農への関心が長期的に続くにくい可能性があること

・生産者との協力体制を継続する仕組みが必要なこと

・米すくりーむの品質向上に、取り組む余地がまだあること

・講座参加者だけでなく、より多くの消費者と生産者の相互理解を促進できる可能性があること

これらを踏まえ、今後は、

・収穫体験を含む継続プログラムの確立

・生産者・消費者・学生がつながる地域連携の拡大

・米すくりーむの改良と規格外農産物の活用拡大

に取り組み、活動をさらに深めていきたい。

私たちが描く未来は、

“農が特別なものではなく、日常の中にある”世界である。

家庭で、自分で採ったり、地域で採れたりした、新鮮で旬な野菜や果物を、

当たり前のように、食卓に並べられるような暮らし。

消費者と生産者の相互理解が深まり、

地域の食と農が持続可能な形で次の世代へと受け継がれていくことを願っている。