

# 大学生が取組む「maxiみどり戦略」

東海学院大学医療栄養学科『規格外野菜caféプロジェクトチーム』 代表 佐藤 亜美



## みどり戦略との関連性

(4) 環境にやさしい持続可能な消費の拡大や食育の推進(①食品ロス削減など持続可能な消費の拡大 ②消費者と生産者の交流を通じた相互理解の促進)

## 目的・背景

農林水産省が2050年に向けて「みどりの食料システム戦略」を策定し、調達、生産、加工、流通、消費の各段階における環境負荷低減の取組みを推進している。私たちは2024年度に大学生の視点で「みどりの食料システム戦略」について考え、自分たちの取組める範囲で「miniみどり戦略」を実践した。

今回は、「maxiみどり戦略」と題して、産学官(岐阜県・郡上市・JAぎふ・ラサマンダ・北野エース・生活協同組合コープぎふ・岐阜県産品アンテナショップTHE GIFTS SHOP、郡上市内の道の駅 等)多様な主体と連携し、サプライチェーン全体で環境負荷低減に取組み、持続可能な食料システムについて、サプライチェーンに関わる全ての関係者間で相互理解を推進すること、また、その取組みを消費者に可視化し、環境に配慮した持続可能な食と農について広く理解の促進を図ることを目的とした。

## 取組内容

サプライチェーンで連携し、以下の「maxiみどり戦略」(図1)を実践し、相互理解の促進に加え、取組み状況や結果を可視化し、広く情報発信することで、持続可能な食と農について啓発することを目指す。

【調達】学内の食品残渣・落葉を堆肥化し脱炭素化・環境負荷軽減を推進する。また、鳥獣害対策として中山間地域でジビエを調達するために狩猟免許取得も目指す。【生産】堆肥を用い有機栽培にて野菜を栽培し(「にんじん」「トマト(露地)」)、農林水産省温室効果ガス削減見える化にて「みえるらべる」取得を目指す。さらにジビエの利活用に取組む。【加工】規格外野菜やジビエ(鹿肉)を用い、1日の野菜摂取量の1/3以上を含む、防災備蓄食にも活用できる栄養バランスの良いレトルトパウチ食品『郡上鹿ジビエカレー』を商品化する。【流通】食品卸売業者・小売業者との商談会を通じ、環境負荷低減について理解の促進を図る。【消費】「みえるらべる」レトルトパウチ食品『郡上鹿ジビエカレー』を用い、栄養バランスの良い食生活の推進や食品ロス削減、フードサプライチェーン全体での取組みの動画による可視化等、消費者と交流し相互理解の促進および健康寿命の延伸に向けた食生活の推進を図る。これら活動の評価は、【調達】【生産】については「温室効果ガス削減見える化」の評価を活用し、【加工】【流通】【消費】については啓発イベントでの調査や商品記載QRコードによるアンケート結果を指標とした。

## 結果

学内の食品残渣や落葉から堆肥を作り『にんじん』『トマト(露地)』の有機栽培に取組み、農林水産省「温室効果ガス削減見える化」にて削減率95.51%(にんじん)、98.13%(トマト)で3つ星評価を得ることができた。しかし『トマト(露地)』の栽培は難しく商品化に必要な収穫量を得ることができなかつたため商品化へは利用を断念した。商品化した『郡上鹿ジビエカレー』は、「みえるらべる」3つ星の『にんじん』および規格外の県産野菜と鹿肉を使い、1日に必要な野菜摂取量の1/3以上を含むレトルトパウチ食品『郡上鹿ジビエカレー』(FOOD SHIFTセレクション入賞商品)として、北野エース、生活協同組合コープぎふ、THE GIFTS SHOP等、県内外で取組を動画・パネル等で可視化しながら販売している。実施したアンケートによれば、これらの消費を通じた啓発活動によって、食品ロス削減等、持続可能性を重視した消費についても98%の方が環境に配慮した商品を購入したいと回答した(図2)。



図1 実施した「maxiみどり戦略」

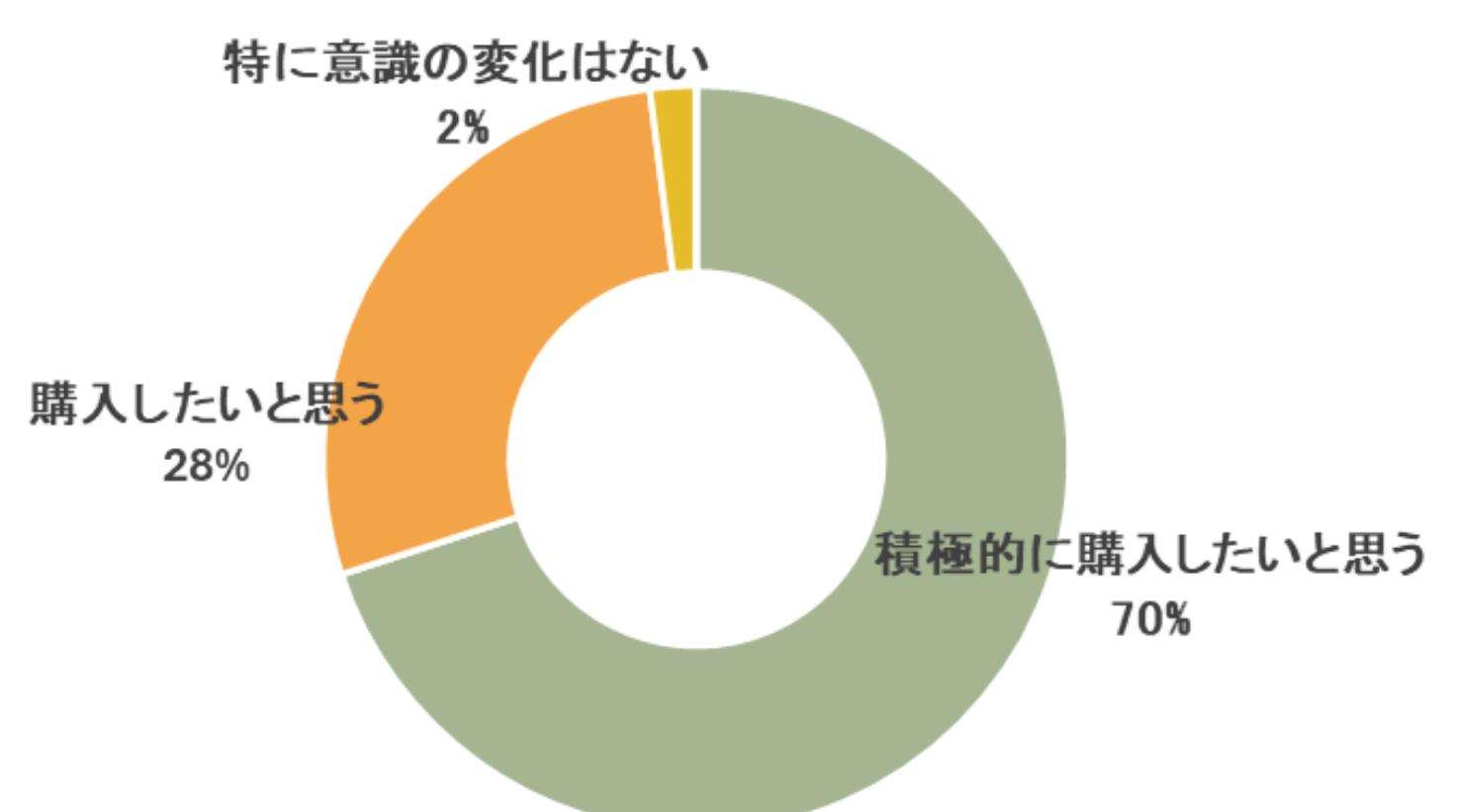


図2 持続性を重視した消費に関する意識変化(n=637)  
2025年6月～2025年11月28日現在(調査期間)

## 考察・まとめ

今回「maxiみどり戦略」に取組むことで、環境負荷低減についてサプライチェーン全体で相互に理解を深めることができた。【加工】【流通】【消費】に関わる企業へ実施したアンケート結果によれば、92%が『環境負荷低減や「みえるらべる」について理解を図ることができた』と回答している。また取組を消費者に可視化し啓発したことで、多くの消費者の意識変化に繋がったことは、大きな成果であると考えている。さらに栄養バランスの良い食生活の推進や食品ロス削減、ジビエ利活用の促進、開発レトルトパウチ商品を活用したローリングストックの提案など、消費者との交流を通して環境に配慮した持続可能な食と農について広く理解の促進を図ることができた。しかし生産や流通に係るコストが上昇する中で、消費者の持続可能性を重視した消費行動へ繋げていくためには、消費者にコストの実態への理解の促進を図ることが不可欠だと考えるため、今後もサプライチェーンで相互理解を深めながら検討していきたい。