

飼料に対する意識の向上に有効な情報とは： 食・農に対する消費者理解の醸成に向けて

東京農業大学 国際食料情報学部 准教授 菊島 良介

農業・農村の持続的発展や食料安全保障の確立に向けて、食・農に対する消費者理解の醸成が重要となる。

日本のカロリー（供給熱量）ベースの総合自給率が40%を下回る水準にあることは周知の事実であるが、飼料自給率はさらに低い水準にある。具体的には、2021年度の飼料自給率は25%であり、その内訳は粗飼料（乾草、サイレージ、稲わら等）自給率が76%、濃厚飼料（国内産飼料用トウモロコシ、大豆油かす、こうりゃん、大麦等）自給率が13%となっている（農林水産省、2022）。低水準な飼料自給率の要因は、濃厚飼料自給率の低さにあると言って良い。

このような状況を改善すべく、日本において、国産飼料の供給・利用拡大に向けて様々な方策がとられており、飼料用米や食物廃棄物由来の飼料（以下、エコフィード）を用いることで、低迷する飼料自給率の向上が期待されている。さらなる生産基盤の強化には持続的な支援が求められるが、そのためには消費者からの理解を得ることが不可欠であろう。特に、現在の消費者の関心は味・外観・鮮度といった品質要件だけでなく、安全・栄養といった健康要件、そして環境・人権・地域社会といった倫理要件にまで広がっている。現在、このような「賢い消費者」に対応した国産飼料のあり方が問われている（中嶋、2012）。

飼料に対する意識を高めるために有効な情報が重要となるが、農林水産政策研究所の連携研究スキームによる研究に携わり、調査を実施する機会に恵まれた。対象品目は牛肉とし、実際に牛肉を購入する際重視する項目として、先行研究を参考に設定した13項目の中に「給餌されている飼料」を含めた。分析の結果、「給餌されている飼料」の位置づけは13項目のうち3番目に低かったことから、牛肉の購買において「給餌されている飼料」への関心は現時点では高いといえないことを指摘できる。

飼料への意識を高める情報に関して、家畜の飼料（えさ）は国内でほとんど自給できていないこと、及び、輸入飼料の代わりに国産飼料の利用が期待されていることを伝えた上で、「エコフィードの利用は、食品ロス削減につながります」とエコフィードと食品ロス削減の関係を強調したメッセージを提示した群が、何も情報提供しなかった対照群より飼料への意識が高くなった。

エコフィードに関する認証において食品ロス削減の側面をより強調することで、認証や国産飼料への

評価が高まることも予想される。ただ、このことばかりを強調しても、子実トウモロコシや飼料用米など他の国産飼料の取り組みに対して、消費者から本質的な理解が得られない。こうした情報について義務教育をはじめとする教育現場で積極的に取り入れるなど、消費者の理解を得る方策の徹底が必要となってくるであろう。

しかしながら、言うは易く行うは難しである。どうすればよいのであろうか。これに関して、農林水産省主催の「食から日本を考える。NIPPON FOOD SHIFT」に携わることでヒントが得られた。昨年9月と今年1月の2度「東京農業大学×京都芸術大学コラボトークセッション」が設けられ、京都芸術大学の学生の「食料自給率向上につながるアイデア」に関する研究成果・作品に対して、本学の学生と共にコメントを述べディスカッションを行った。改めてイベントを振り返ると（ニッポンフードシフト事務局、2024）、どのアイデアも魅力的であったが、消費者に浸透させるという点において、食の問題を楽しく学べ、義務教育でも実践可能なカルタ「ちしきパクパクカルタ」や、SNSを通じて食の問題の認知度を高めるキャラクター「もぐもぐ！芸大生ちゃん」の実践など「食を楽しく知る」というコンセプトが大変印象に残った。これは研究者がどんなに時間を費やしても出てこないものである。食や農について大学で専門的に学ばなくても、自発的に考えられる機会を拡げていくことがより多くの消費者に関心をもってもらうための第一歩となるのであろう。私達にはない発想に触れる機会を大切に、共に考え今後の研究に活かしていきたい。

中嶋康博（2012）「新しい時代の食と農を考える：ネオポストモダン型食料消費とオルタナティブフードシステム」『JC総研レポート』21：2-8。

農林水産省（2022）「飼料をめぐる情勢」農林水産省畜産局飼料課。ニッポンフードシフト事務局（2024）「食から日本を考える。NIPPON FOOD SHIFT FES. 大阪」URL：
<https://nippon-food-shift.maff.go.jp/fes/osaka20240113/>
（最終アクセス日：2024年7月29日）。

