

「発信する酪農」へ 今こそ酪農教育ファームを

—その役割と期待—

帯広畜産大学畜産学部畜産科学科 助手

瀬尾 哲也

1 酪農教育ファームが 始まった背景

近年、農業の有する多面的機能が注目されつつある。平成11年7月に成立した「食料・農業・農村基本法」では、人材の育成および確保の観点から国民が農業に対する理解と関心を深めるよう農業に関する教育を振興する—としている。また「農政改革大綱」（10年12月）でも、小中学校における農業体験学習への取り組みを推進することが示されている。

一方、14年4月から実施された「総合的な学習の時間」によって農業体験に取り組む小中学校は増加している。さらに、17年には「食育基本法」が施行され、食育への関心が高まる中で学校や家庭を中心に食育が注目され始めている。

この食育基本法に基づき内閣府に「食育推進会議」が設置され、18年3月に開催された同会議で食育推進基本計画を定めた。そこには18年度から22年度までに、教育ファームの取り組みをしている市町村の割合を42%から60%へ増やすことが記されている。このように今後、教育ファームの発展はますます期待されているところである。

現在、日本では牛乳消費が低迷している。計画生産も減産型である。これまで生産者は多くの牛乳を経済的にかつ効率的に生産するように求められ、酪農家から消費者に向けて情報を発信する余裕もなかった。その結果、生産現場と消費者の距離は乖離（かいり）し続け、農畜産物に対する無知や誤解を招いてしまった。さらに、乳業メーカーの食中毒事件や牛海綿状脳症（BSE）、鳥インフルエンザの発生などにより、食品の安全性・安心感が大きく揺

らいでしまった。

他方では、これまでの高泌乳・多頭化追求のみを目指してきた酪農に対して、疑問を感じる酪農家も現れてきた。酪農家自身の誇りや楽しみ、これまでの酪農が忘れてきたものは何かを自らに問い掛けた結果、消費者に「酪農の持つ多面的機能を理解してもらいたい」「生産現場や乳製品の情報や価値を発信したい」と考える酪農家が現れ始めた。自分で乳製品を加工販売したり、教育ファームやファームインを運営したりしながらの消費者との交流活動を先駆的に始めていった。

そのような人たちは全国の酪農家数の割合から見ればほんの少数であったが、全国各地に点在した。こうした酪農家たちは中央酪農会議の支援の下、同様な思いを持つメンバーたちで集まり、今後「酪農現場で消費者との積極的な交流する」ために組織化することを決め、9年7月に「地域交流牧場全国連絡会」を設立した。また、10年7月には中央酪農会議の提唱によって、教育関係者と酪農関係者による「酪農教育ファーム推進委員会」が発足した。

地域交流牧場全国連絡会の会員は、酪農教育ファーム推進委員会と連携して酪農教育ファーム活動の質的向上を目指している。全国・地域で定期的集まり、講演会や研修会の実施、会員相互の交流、イベントなどでの乳製品のPR活動を行っている。一方、酪農教育ファーム推進委員会は、牧場や学校での教育に必要な教材や資料を作成したり、教員や牧場のための研修会を実施したりしてきた。さらに、安全や衛生管理、教育能力など一定の水準に達した牧場に対して「教育を行うのに適正な牧場である」という認証制度を設立し、全国で200の牧場を認証

している（18年3月現在）。

特に北海道は最も多くの牧場が認証されており、17年度に「酪農教育ファーム北海道推進委員会」も設立され、北海道という単位で酪農教育ファームにかかわる問題解決や推進を目指している。

2 酪農教育ファームは 何を指しているのか

酪農教育ファームは目的とする活動として、次の3点を挙げている。

1) 牧場や農場を教育の場として開放し、酪農や農業の持つ多面的機能や公益的役割、環境保全や循環型農業生産について理解してもらえるように働き掛ける

2) 生命産業である酪農の特性を生かし、地域や学校と連携しながら、子供たちの「心の教育」や「いのちの教育」「食の教育」を支援する

3) 生乳を生産する酪農家の努力や工夫、自然との共存や家畜・動物の生態、わが国の食生活における牛乳や乳製品の優れた役割など、確かな情報や知識を広めていく

食育基本法における食育とは、①生きる上での基本であって、知育、徳育および体育の基礎となるべきもの②さまざまな経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることと定義されている。酪農教育ファームは、まさに国が定義した②を目指しているのである。

小、中、高等学校で14年度から導入された新しい科目に「総合的な学習」がある。従来の詰め込み式教育を見直し、想像力や観察力、自己判断能力などを養い、心や生きる力をはぐくもうというものである。子供たちを牧場へ引率し、酪農体験学習を通じて生きる力をはぐくむ教育現場として酪農教育ファームを活用する教師も増加している。

3 酪農体験学習の 教育的効果

牧場で酪農体験学習をすることで、子供たちにどのような効果が得られるのであろうか。子供の時に実体験した経験が将来の食生活、考え方、生き方に大きく影響を与えることは経験的に分かるであろう。しかし、酪農体験学習の効果を体験学習直後の調査



広瀬牧場（帯広市）における酪農体験の様子。偶然、分娩を見学することができた

で検証するのは大変難しい。酪農体験学習は、小さな種を子供たちの心にまくもので、それがどのように育っていくのかは现阶段では予測不可能だからである。

筆者は酪農体験の前後での調査であるが、あえて小学生を対象にその効果を検証してみた（瀬尾、2004）。その結果、酪農体験学習によって牧場に対する「汚れる」「力を使う」といったマイナスのイメージは減少し、「やりがいがある」「楽しい」といったプラスのイメージが増加することが分かった。酪農体験学習は、児童に農業への興味を持たせるよいきっかけづくりになると考えられる。また、体験の前後に「牛乳が好きかどうか」という質問をしたところ、体験学習後にわずかであるが「好き」と答えた児童が増加していた。

学校給食でも「栄養があるので牛乳を飲みなさい」と指導するのではなくて、牛乳がどのように生産されて手元まで届けられているのかを、こうした体験学習から学んだ児童は積極的に牛乳を口にするのではなかろうか。

4 今後の酪農教育ファーム への期待

1) 受け身の酪農から発信する酪農へ

農業・酪農に関する情報を体験学習から正確に伝え、農業を理解してくれる応援団を増やす。知識では農業や命の大切さは伝わらない、自らの体験を通じて理解する。これまでの生産効率重視の時代では、消費者のことを考える必要はなく、ただ牛乳を搾ればよかった。これからは「消費者のための牛乳を生産している」という意識を持つ必要がある。これま

では、消費者としか認識できなかった人を、自分の牧場を訪問してくれるお客さま、さらにはリピーターへと発展させるビジネスチャンスでもある。

2) 環境保全や家畜福祉への積極的な取り組み

「牧場が環境を汚しているのではないか」「牛乳はこんな汚い所で搾られているのか」「牛はこんなかわいそうな所で飼われているのか」と消費者に思わせないような環境整備や飼育方法を検討すべきであろう。牧場の訪問者に、ここで生産された牛乳を飲みたいと思ってもらうことが必要な時代ある。たとえ、まだその準備段階にある牧場の状況だとしても、それらの取り組みに対する生産者の考え方や思いをしっかりと伝えていく必要がある。

3) 乳製品の消費拡大に対する取り組み

今、全国各地でさまざまな牛乳消費拡大キャンペーンが行われている。店頭や街頭での牛乳無料配布、テレビ宣伝、イベント会場でのPRなどである。しかし、最も効果的な方法は何であろうか。酪農家自らが牧場を消費者に開放し、体験を通じて牛乳や農業の大切さ、必要性を実感してもらうことではないだろうか。これは酪農教育ファームの目指す目的の大きな柱である。

4) 衛生面での取り組み

過去に酪農体験において、腸管出血性大腸菌感染症(O157)の患者が発生したという事例が報告されている。体験した子供に、牛や牛乳に対して恐怖感や嫌悪感を抱かせてしまうのは最も悲しいことである。また、今後の酪農教育ファームの活動を抑制してしまうことにもなりかねない。酪農体験後の手洗いの励行や消毒を徹底する必要がある。

5) 教育ファームからグリーンツーリズムへ

今後、教育ファームに取り組む農家数を増加させることが強く望まれている。現在は、各地域にあるかないかくらいの数である「点」の状態であるが、今後「面」へ発展していくことが大切であろう。酪農教育ファーム1農場を訪問して終わりではなく、周辺の観光施設や別の農業体験施設も訪問できるような体制づくりも必要であろう。そうすることで、一つの教育ファームに体験者が集中した場合にも、時間をずらしてその間、別の体験学習や観光を勧めることも可能になるであろう。

農村での楽しみ方・遊び方を体験者に伝え、農村で余暇を過ごしてもらおう。何もない所で何もしない

という遊び方も最高のぜいたくではないだろうか。その地域でしかできないグリーンツーリズムを提案することも必要である。また、酪農だけではなく、今後は肉牛農家や畑作農家も教育ファームに取り組む農家が増加し、組織化され、支援体制が確立されることが望まれる。

6) 国や地方自治体の支援

農業国フランスは、教育ファームが多く存在する国である。1974(昭和49)年に教育ファーム第1号が誕生し、現在では国内に1,400戸もの教育ファームがある。また、パリには市営の教育ファームもある。政府や地方議会は積極的に教育ファーム活動を推進、指導し、財政的援助も行っている。国内最大の教育ファーム組織であるサボアベール協会では、体験料金の約45%(40ユーロ)が地方議会から補助される。

一方、日本では食育や教育ファームの重要性は叫ばれているが、そのような支援制度はまだ確立されていない。今後、体験料金に対する行政側のサポートも検討する必要があるだろう。

5 日本農業の 応援団づくりのために

食料や農業の大切さは、誰が国民に訴えていく必要があるのだろうか。生産効率、大規模化を目指してきた日本農業が、今まで置き忘れてきたものは何だろうか。消費者は農業のことを知らない、知る機会がないで済まされるのだろうか。将来の日本の食料は十分に確保できるのだろうか。1円でも安い牛乳を求める消費者ばかり増やしてもいいのだろうか。

将来、乳製品の輸入も増加するであろう。国産よりも輸入品の方が安全・安心だという誤解を与えてしまうことは、絶対に避けるべきである。農業は生産者だけでなく、消費者も一緒に考えていく必要がある。教育ファームを通じて日本の農業の応援団を1人でも増やしていくことが、これからの酪農に求められるべきことであると考えます。

<参考文献>

- ・ 伍代正樹「酪農教育ファーム」酪農総合研究所、2000
- ・ 瀬尾哲也「畜産の情報 酪農体験学習により小学生の牧場や牛に対するイメージ・知識はどのように変わるのか?～酪農教育ファームにおける調査報告～」独立行政法人農畜産業振興機構、2004.6

牛乳・乳製品の取り方を具体的に紹介

—第4回酪農学園大学連続公開シンポジウム—

酪農学園大学・酪農学園ミルク産業活性化推進会議主催の連続公開シンポジウムが11月2日、札幌市のエルプラザで開かれ、消費者など約100人が参加した。

4回目（札幌では2回目）の今回は「ミルクと酪農の真実と未来・牛乳をおいしく食べよう！」をテーマに、酪農学園大学の細川允史教授が「飲料品消費の移り変わり」と牛乳、同大学の菊地和美助教授が「日本型食生活と牛乳・乳製品」、同大学短期大学部の筒井静子助教授が「牛乳をおいしく食べるコツ」と題してそれぞれ講演した。

流通学が専門の細川教授は、米国での調査などから「米国でも牛

乳の消費は低迷しているが、健康志向が強まっており、有機牛乳は一般の牛乳より値段が2倍でも売れている」と説明した。また、「社員に無料で各種飲料を提供している東京のある企業では、牛乳が最も飲まれている。牛乳を気軽に入手でき、飲用できる機会を増やすこと、また牛乳とほかの飲料や食物とのブレンド飲用などの工夫が消費回復の鍵」と述べた。

一方、給食管理学を担当している菊地助教授は「健康な生活リズムは朝食から」とした上で「牛乳・乳製品が盛り込まれた農水省・厚労省が示す“食事バランスガイド”を参考に、食生活を見直すことが大切」と強調した。



当日は筒井助教授の牛乳料理などを試食するコーナーも設けられた

食物利用学の筒井助教授は料理になめらかさや風味を与え、癖のあるにおいを吸着するなど「調理における牛乳の役割」を解説した上で、牛乳料理のレシピを数点紹介した。そして「慢性的なカルシウム不足を補うためにも、もっと牛乳を活用してほしい」と呼び掛けた。

このシンポジウムは、同じ内容でテーマを「いまどきの牛乳事情」として、11月9日に東京都消費者生活総合センターでも行われた。

乳質改善・良質乳生産・経費削減

(((私たちがお手伝いします)))

Q. 搾乳後のラインの衛生管理はうまくいっていますか？

Q. 効果的な乳房炎防除対策をとっていますか？

搾乳機器の洗浄/殺菌に……

塩素化アルカリ性洗剤
スーパークリーナーAL

液体酸性洗剤
スーパークリーナーSN

液体速効殺菌剤
スーパークリーナーSK



- 多様な規模・用途に応えた洗剤容量
- 環境・経済性を考えた容器回収

搾乳後の乳頭衛生/乳頭保護に……

動物用医薬品
ヨウ素系 乳頭殺菌消毒剤

ダイヤモンドクリスタル
ザラモカ

Diamond Crystal ZALAMOKA



- 有効ヨウ素 0.5%
- 保湿剤(グリセリン・ソルビトール) 5%

お問い合わせは……

株式会社 **丹波屋**

<http://www.kk-tanbaya.co.jp/>

札幌アグロ営業本部 旭川支店 帯広支店 北見支店 苫小牧支店 函館支店 豊富支店 中標津支店
011(380)2125 0166(48)3883 0155(37)3711 0157(23)7525 0144(33)7823 0138(42)5411 0162(82)1414 0153(72)1474