

ミニシンポジウム「どれだけ食べれば満足するのかー北海道型酪農畜産のあるべき姿を探る」

ー 討論内容 ー

前田：残された時間、1時間くらいですね、お二方から話題提供頂いた内容について皆さんと意見を交換していきたいと思えます。筒井先生からは、最近の消費動向についてお話がありました。特に、若年層の食に対する意識ということで、若い方々は自分たちが、食生活が乱れていると感じていながらも、一方ではそれなりに食へのこだわりを持っているという点が特徴だったと思えます。また、先程のグラフの中でも、男性と女性とで若干傾向が違いましたし、年齢層でも異なっていますが、年々肥満の傾向、若い方では逆に「痩せ型」傾向と、これも一種の食の乱れなのかなと思えます。食生活を分析して頂くと食べすぎ、あるいはエネルギーの摂取量が多いということよりは、むしろ生活様式の変化が肥満の方に影響しているようなご指摘がありました。一方で、日本の伝統的な米を中心とした食生活を見直すと、非常にタンパク、脂質、炭水化物のバランスがとれていると思われまます。現代の食生活をいわゆる日本型の食生活をベースに考えた時に、畜産物、乳製品あるいは肉生産の供給量というのは、ほぼ現状で間に合っているというような提案だったと思えます。一方、永峰さんの方からは、現在の消費動向いわゆる二極化という表現をして頂きましたけども、筒井先生がご指摘した若年層における食の乱れと同様な分析かと思えます。一方で二極化が進んでいながら、食へのこだわりから、安全、安心あるいはオーガニックという食へのこだわりがあるということです。また、外食産業からの課題となってくるのは、そういった食に対するこだわりはどう食材を供給していくのか、また、産業として成り立っていくためには環境対策も必要であるということです。お二人のお話の中で共通しているのは、やはり「食へのこだわり」あるいは「安心」という辺りがキーワードになってくるのだらうと思えます。非常にこれまで草地研究会のメンバーではこういった話題を議論した経験がないですから、どのように進めていくか非常に難しいです。幾つか議論点を絞りたいと思えます。1つは「今の食生活をどう考え、それに対して畜産、酪農がどういうように生産物を供給していくのか」。これはほぼ供給と需要の関係ではバランスがとれているような筒井先生のお話でしたけども、これについての皆さんのご意見を少しお伺いしたいと思えます。もう1つは永峰さんの方からお話がありましたけども、「環境対策あるいは消費者と生産者を結ぶところで外食産業などがどのように取り組んでいくのか、それに私たち研究に携わる者がそれにどう連携していくのか」という点。この辺の2つがポイントになるかと思えます。最初に食に対する考え方とそれに対して畜産物をどう供給していくのか、それを支える生産をどうしていくのか、という辺りについていろいろ

ご意見頂きたいと思えます。

佐藤(根釧農業試験場)：筒井先生のお話を聞いて思ったことは、食に対する意識が低いことと食に対するこだわりがイコールになっていました。私が思っていたのは、若い人たちには食に対するこだわりが知識としていっぱいあって、特に情報が周りに溢れているので知識として理解している。もしくは、自分たちの選択肢の範囲でメニューがいっぱいある中で選択肢がある。このような形でこだわりが出てきているのじゃないかなというふうに感じました。それは最近で言う、養老何とか先生の「バカの壁」という本がありますが、本当に理解しているということではなくて、言葉として知識として認識はしているが、体感として本当に分かってないのじゃないかと思えます。私らのように、段々体調が悪くなってくると本当に食の大切さっていうのは本当に理解してくる、というような感じがします。その中で、どんなことが大事なのかを考えたのです。我々は情報をばんばん発信する側にいるわけだが、情報を発信するということと、同時に教育的な面で体感的に本当に理解させるということが生産技術サイドで何か出来ないものかと今考えています。このことに対してどうお考えですか。

筒井：確かに仰るとおりだと私も感じております。今回アンケートを取りました若者たちの親の年台は、ちょうど40、50歳に当たるかと思えます。表現方法が悪いですが、もうこの年台から、あまり過不足なく育ってきて、食べる物に困ったという経験のない親に育てられた子供ということになりますので、確かに仰るとおりです。頭でっかちに情報だけが先行しているように思えます。それをどのように実務的な方に向けていくかというのは難しいです。農業関係で言うと、例えば体験学習的なものとか、酪農で言えば教育ファームのようなもので地道にそれぞれのところで取り組む方法が1つあるのではないかと思えます。昔のように親が子供に教育するだけではなくて、社会として食べることに對する思いを考える場を提供していくことが必要と思えます。それと私が動物の肉を食べるといふ講義をする時に、あるビデオ、例えば屠殺から解体して加工するまでのビデオを利用したりすることもあります。ショッキングな部分もあります。しかし、改めて他のものの命を頂いて私たちは食生活を営んでいるという認識することでは役立っているようにも思えます。以上でよろしいでしょうか。

前田：今の点については、永峰さんにもちょっとお伺いした

いのですが。実際にお客さんの商品の動向などを眺めた時に今のことについてはどのような印象をお持ちですか。

**永峰:** 消費者を見てということでしょうか?。先程の二極分化ということで話した中にありましたが、「食べられれば良い」という感覚の者はちょっと失礼ですけども、ファーストフードの方に進まれています。どこに行ってもぱっと買える。また、和食ファーストフードというのも確かにゆっくりくつろぎながら食べるものじゃないですね。食、命を維持するための食ということで考えれば速いスピードを要求されている食事ってことです。最近ではグルメとか、マスコミで特に言われているのですが、そういう部分から見ますと、こういう高級店とかいろいろTVでの食べ物番組が多いですね。そういう番組の中でも、やっぱり見ると耳から美味しいって言うのですかね、見て目から美味しいって言うのでしょうかね。そういう視覚と聴覚で聞いた中で「行ってみたいな」というのが、食を求めていく人たちがいますよね。そういう所は極めて先程も話した通り値段が高いです。高コストです。2~3万円を平気で出します。一方、命をつなぐための食事はファーストフード。使い分けがはっきりされているのかな、と思います。ファミリーレストランは家庭で作るのが面倒だからみんな家族で行きましょう、と。それは1つのイベントという考え方からすれば、命を維持するために食べに行くのじゃなくて、ちょっと外に出て雰囲気、みんなで会話をしたい、とかそのような軽い気持ちの中での延長上なのです。食べることで要するに完結しないような、まあとにかく行ってみよう、というような感じなのでしょう。食べる、命を維持するための食事っていうのは極めて安く抑えて、本当に視覚聴覚で聞いた中で相手に自慢できるような食っていうのはまた別にするというように、両極端を選んでいると思われる。そのちょうど中間に位置しているレストランや個人経営のお店などは、逆に廃れていくのかなっていう感じがあります。何もお客様にアピールできない部分というところは、お客様には支持されないように感じられます。

**前田:** ありがとうございます。今のことについてでも結構ですし、また、何かご意見を頂ければと思うのですが。

**出口:** 道立畜試の出口といいます。先程ちょっと質問の時間に質問しようとしたのですが、時間が無かったという事で、この討論の時にも関連するかと思ったので質問させて下さい。筒井先生、最後のスライドの方で、牛乳乳製品からカルシウムを摂ろうで、そこの下に括弧して「飲むから食べるへ」と書いてあったのは、これはおそらくチーズ等の栄養濃度の高いものを摂取することと思ったのが一点。今日のお話の中では無いのですが、以前、昭和から平成にかけてチーズの家庭内消費量が直線的に伸びている、というデータを見たことがあります。これのチーズの中身はその時分からなかったの

ですが、チーズそのもの、ナチュラルチーズを食べているのか、それとも料理の一環としてチーズを使う量が増えているのか、その辺がもし分かれば教えて頂きたいと思いました。永峰さんの方には、外食産業の方ではチーズの消費量、利用量はどうなんだろうか、ということですね。もし分かれば教えて下さい。それからもう1つ。話は変わるのですが、永峰さんのお話の中で、オーガニックというのがキーワードとして導入されているということだったのですが、私の個人的な見解として、オーガニック=美味しいものではない時があるだろうと思います。もちろん価格面で折り合いをつけるのが第1だと思いますが、オーガニックでしかも美味しいものをとり入れる、という点でご苦労されたことなどは無いのでしょうか。その2点です、長くなりましたけど。

**前田:** 筒井先生お願いします。

**筒井:** 乳製品のところで「飲むから食べる」ということですが、牛乳という形とチーズ・ヨーグルトとを考えてそこに示させて頂きました。牛乳の場合ですと、チーズもヨーグルトもそうですけど、調理するという意味で、ただ学校給食のようにビン牛乳があって1本飲むという形だけの消費だけではなくて、調理にどんどん利用して欲しいという思いからそのように表現させて頂きました。その中で、ご飯を主食にしている場合、牛乳を使ったものがおかずとして合うのか、という疑問が出てくると思いますが、それを少し若干検討しております。意外に合うということを確認して頂きたいです。例えば、高野豆腐のような大豆製品、おからのような物を煮る時に、牛乳を使いますとだし汁を用いなくても旨みとコクが加わり、乳製品を使っているという感覚が無く、お年寄り、高齢者の方でも摂取することが出来るということがあります。調理の工夫によっては「飲むから食べる」ということで消費量を増やして頂ける可能性があるのではないかと思います。また、毎年、牛乳普及協会とかホクレンが主催している牛乳乳製品の料理コンクールというのがあります。そこには高校生から一般の主婦まで応募があり、いろんな斬新なアイデアが出てきます。私たちでは発想しなかったような取り入れ方、そして食べると美味しいというようなことがあるので、これはどんどん普及して頂ければ消費拡大に結びつくのではないのでしょうか。家庭内消費でチーズ消費量が増えているというお話ですが、今ちょっと資料を持っておりませんのではっきりしたことが言えません。多分、年々ナチュラルチーズの割合が増えているかと思います。スーパー等にもそのコーナーが増えておりますし、そういう関係で増えているのではないかな、というふうに考えております。

**永峰:** 外食産業のチーズの利用について、私も資料を持っておりませんのでお答えできないのですが、我々の企業を前提としてお話をすることは可能なので、そのお話をさせて頂きま

す。まず先程、筒井先生から調査結果が出ておりましたが、私どものファミリーレストランのターゲットしている年齢層は18~24歳です。この年齢層の中で、ハンバーグについては、何にもトッピングが無いものが1番出ているのですが、その次にチーズが多いです。その圧倒的な支持層は18~24歳の方で、絶大です。チーズがトッピングで乗ればメニューの単価も上がりますが、その価格に対して、お客様のお値打ち感というのが非常にあると思います。要するに美味しい、食べて、またリピートで食べて頂ける状況にあります。また、ナチュラルチーズかプロセスチーズかということですけども、基本的にはチーズブレンドです。1つの銘柄で出してないのです。ブレンドなのです。ミックスしながら、メルティング、溶け方が良いとか、いろいろそういう部分を研究した上でお客様に提供しているのです。そのような取り組みをしているので、「チーズ自体は何ですか」と言われたら「ミックスです」と言うしかないのです。デリバリー関係でよく使われているピザとか、そのような上に乗っているチーズはナチュラルチーズですけど、ナチュラルチーズだけじゃないのです。要するにナチュラルじゃないものの中にブレンドされているものです。ですから100%ナチュラルチーズが使われている所もあるのですが、やはり味を作り出すために、チーズ以外の混ぜ物はしていませんが、そのようなチーズを使っているいろいろな手を加えているのです。「これはナチュラルチーズですか」と言われた、ちょっとお答えの出来ない場合も中には出てくる商品というのがあると思います。あと、先程のオーガニックの件ですが、我々の企業がオーガニックを目指しているわけではなく、皆様がご存知のような大手のファーストフード店とか、レストランとかたくさんありますが、そういう企業ではそういう目指し方しているみたいですね。オーガニックという表現で、是非そういうものをやりたいと思っているのです。ただ私からしますと、基本的に化学肥料とか農薬を使った上で栽培できるような品種に改良してきているものに、あえてオーガニック、つまり化学肥料や農薬を使わない栽培ということでは可能ではないですよ。そういう品種改良して作られてきている在来種とは違う品種なわけですから。ですから私的な意見として言わせて頂きますと、在来品種というのはその地場地場、地域地域で目指されたものですから、在来品種を逆に見直してそういう形の昔ながらの栽培方法とかそのようなもと適合した品種を使うような方法をとられると味はまた違ってくると思います。また、「オーガニックが素晴らしい」とは一概に言えませんが、ヨーロッパと土壤が基本的に違うのです。やはり昔から品種改良されない品種、例を挙げますとハウレン草は、今の現在栽培されているハウレン草に比べ生産性(歩留まり・収量など)は低いが、味が格別に美味しかったです。食べて甘みがあり、柔らかく、そして香りも良いので、是非使いたいと思ったことがありました。しかし、やはり我々もお店で使うとなれば、それなりのお店の数が在りますので、使い切れない

のです。使い切れないと言うか、要するに量が足りないのです。このことで断念した経緯がございます。「本物ってどういう物かな」と思ったら、やっぱりその地域に根ざして、昔ながらしてあったもの、本来持っているその地力って言うのか、土地の力って言うものをこの相乗効果で良い味が出来てくるのだらうと思います。特別な名前だけではなく、そういう商品が逆に作られて昔から作られていた物を私は大物だというふうに見ているのです。これは私なりの考えですので、もし何かあればまたご質問頂ければと思います。以上です。

前田: ありがとうございます。出口さん、よろしいですか。今の最後のオーガニックと美味しさの関係、必ずしも・・・もうちょっと総合的な判断、イコール美味しさということではなくて、別の見方でいろいろオーガニックのことは考えなくては行けないのかなと思うのですが。先程、出口さんの方からチーズの消費動向のお話で、確かに今道内のチーズの生産量は伸びていますが、特に伸びているのがナチュラルチーズ、その中でも最も伸びているのがカマンベールチーズで、ここ数年で十数倍だったかと思うのですが、詳しい数字は・・・、チーズの生産は伸びています。特に伸びているのがナチュラルチーズ、そのうちカマンベールチーズが最も多く伸びています。ちょっと数値は手元に無いので。今のオーガニックのお話が出ましたけど、最近、有機農業、有機畜産ということがよく話題になっています。北海道の状況を見ますと、まだ有機農業での生産量は非常に少なく、まだコマ何%レベルというのですが、もちろん酪農、畜産に至ってはもっと低いです。今後の方向として、話題として、いろいろな方々から発言されていますが、畜産分野、特に酪農分野での有機酪農あるいは有機畜産というのも今後のテーマとなってきたと思います。この辺について皆さん、今の食の動向と合わせてお考えをちょっと頂ければと思います。また食の方に戻っても結構です。

泉(酪農学園大学): 僕、外食や乳製品を購入する時にいつも戸惑いを覚えるのが、パッケージに写真がある場合は大体放牧です。また、お歳暮コーナーなどを歩いていると、鹿児島県の黒豚も何故か草地にいたりします。そういう屋外とか野外、草地、青い空の下というイメージが前面に消費者に押し出されています。我々畜産屋からしますと、そういうのは限られた本当のごく少数であり、実際は、舎飼いでの繋ぎ飼いやフリーストールです。でも、そういう現状と消費者に与えるイメージがどこかでずれていると思います。それは商売の上で仕方が無い事なのか、あるいは我々教育する方からしたらそういう・・・その他、事実と言うのかな、「本当はこういう方が多いのだよ」ということを何処かで教えていかなければならないのか、常に迷っているのです。抽象的で質問になってないかもしれませんが、その辺何かお考えありましたらお願い致します。

前田：これは永峰さんにお聞きするのも難しい話かと思うのですが、よく牛乳のパッケージなんかを見ると、確かに北海道のパッケージは草地の上に放牧風景が殆どがのっていますね。それで、ひょっとしたらこれは偽造表示じゃないか、というようなことを極端に仰る方も多いのですが、今、泉さんのお話の通り、舎飼いで飼われるのが非常に多いですね。生産の場とはかなり乖離されたようなパッケージになっている、あるいはパンフレットになっているということ。今のご質問は、消費者の方々はそれをイメージして北海道の食材なり、あるいは食べる際もですね。そうすると、先程の情報じゃないですが、あっちの情報と絡むのですが、そのウェイトは大きいのでしょうか。永峰さん、その辺をちょっと何か。

永峰：外食産業では、パッケージそのものを出すことは極めて少ないのです。パッケージは簡素ですよ、殆ど印刷が無い。主に流通業、スーパーとかそういうところが多いのですが、生産メーカーですかね、実際に作る製造メーカーはパッケージを作りますけど、どうなのでしょうね、消費者自体、牧場が出ているからといってお客様がフィールド、現場の事を考えてイメージするかどうかです。例えば、コマーシャルなんかもそうなのですが、大自然の中でアイスを出したりしているのですが、イメージ作りだけだと思います。確かに広告宣伝の方々の提案の仕方というものもあるのですが、皆さんは専門家ですので、多分それ見て「こんな嘘偽りだよ」と思われると同じように、一般の消費者も嘘だと思っていますよ。多分、そんなパッケージを見て、「牧場で搾ってそんなことやっていないでしょ」と。ただ、子供たちは分かりません。子供たちは「そういうところで牛がいて、牛はどうやってミルク搾るの」というのが分からないと思います。ですから、そういったことを逆に教えてあげなければならぬでしょう。パッケージデザインだ、と思わないとダメだと思います。要するに広告を作る人たちの固定概念なのでしょう。ですから、別にそういうパッケージでないものもありますよ。作られているところもありますけど、ただのブルーに白って感じのところもあれば、赤に白という牛乳パッケージがあるじゃないですか。かえってその方がお客様には受けが良いのじゃないかなと思います。あと、見ているのはやはり価格でしょうね。要するに2本でいくらか、先程の二極分化みたいな感じで、「これはジャージの牛乳です」というような特徴のあるものであれば、それは1000円でも買います。また、同じようなパッケージのもので揃ってれば2本で200円とか300円とかです。例えば、エビアンとか自然のお水、海外から輸入されているものです。牛乳の方があの水よりも安いのです。また、ある程度説明不足というものもあるでしょうね。これだけお金が掛かっているというの、コスト意識をしっかりとお客様にも教育していかなくちゃ逆にダメだと思います。ですから牛乳の

方が値段に安いはずなのに、水の方が高いという逆転現象になるわけです。ですから、牛乳のパッケージもよく考えていけば、もっと簡素化して、もっとお洒落で、という考え方をすると牛乳も飲まれるかもしれません。エビアンとか、すいません海外のブランド名を直接言って申し訳ないですが、そういう飲料水、海外から来ているのはお洒落なボトルに入っていて、持ち歩いてもそれ程違和感無いですよ。やっぱりブームというか、逆に牛乳を飲むことがブームというのですか、そのようなイメージ、パッケージデザインを含めた部分で、進めていけばもっと良い一般の消費者に受け入れられるようなものが出来るんじゃないでしょうか。牧場だけイメージさせて逆に買うのかな、と。その白々しさとか、嘘偽りというのは、消費者は気付いているのではないのでしょうか。はい、私的な意見でした。

近藤(北大農学部)：今の泉さんのご質問と、それとお答えでこれは1つコメントですけども、そのあとで1つ質問がございます。仰ると通りに、パッケージを見た場合には、大抵の人は「こんなものじゃないだろう」と思います。「食と農を結ぶ」というシンポジウムやフォーラムが多いのですが、非常に危機感を持ったことがございます。それは、食の場合に、例えば筒井先生みたいな立場の方々がものすごく一生懸命食のことをやられている、消費者代表でやられている。ものすごく勉強されているのです。食はこんなものがとか、これは非常に危険で、ということをお勉強されている。じゃ、現場に行ってみようということ。農場などを見る。その時に、放牧を主体にしている農家に行っちゃうと、ものすごく無防備なのです。これですよ、これが本物ですよ。って言ったきりでおしまいなのです。それが、泉さんの危惧とも一致しますが、私も、逆にこれは私どもに対する意見、注意しなければならぬ点だと思うのですが、簡単に騙されちゃう消費者は、1番一生懸命勉強している人たちが農業生産の現場に行くと、ある一部に行くと簡単に騙されちゃうのです。僕ら例えば、その農場に行くと牛舎見たら「これやばいぜ」と思ったり、「こんなことして良いのか」と思ったりする農家も多いのです。けれども放牧地に牛がいるのを見たらものすごく安心しちゃう。そうじゃないだろう、それは実はさっき永峰さんが仰ったオーガニック、有機、それから減農薬という問題ですね。これをそのレベルで、一生懸命勉強している人たちがそこ行って、ばつと「これ良いのです」なんて言っちゃったレベルで決められたら大変で、それはもうEUとか来た時に全然基準が違ってきちゃう。我々、本当にこれから食というものを考えていくのなら、我々自身がきちりそんな偽者に騙され・・・偽者なんて言っちゃいけません、皆さん一生懸命やっているのですけども、トータルできちりしたとをやっていかないと、きちりとした食は提供できないだろうと思います。それから、これはさっき泉さんが仰ったことに対して僕もそう思ったのですが、

もう1点これはお二方にご質問です。1番目の前田先生が仰った2つのポイントで食生活としてどう見るか、2つ目は環境としてどう見るか、ということです。お二方とも有機とか安全性という問題が出てきましたけども、今私ども飼料作物なり畜産の立場からいくと、自給というのは非常に大きな問題です、食糧自給ですね。これは、多分価格と引っ掛かって大変難しい問題になるものだと思うのですが、例えば筒井先生のアンケートの中には、「安全」とかそういうのがあったとしても「自給」という言葉は出てこないし、それは浮かび上がってこないだろうと、けれど実はものすごく環境と関係している。それから永峰さんのお話の方でも、まあこれは価格競争になるのですが、安全なものを何処から入れても良いのか、という問題にも関わってくると思うのです。この辺、その食料自給または飼料作物自給という問題と、この食というのをどう考えていったら良いのだろうかと思うのですが、その辺もご意見があれば。

筒井：すごく大きな問題ですね。今、エネルギーベースで自給率が40%ということです。今日は表には出さなかったのですが、学生にこれについて「自給率40%ということを知っていますか」という問いも問いかけてみました。そうしましたら、8割くらいが「知っている」、まあ当然なのです、その前に講義していますから。でも言ったはずなのに2割は知らないのかという、ちょっとそこで伝わらないのだという思いがあったのです。つまりいくら言っても知識としてしか受け止めてもらえない、現在自分が食べている目の前にある食材がどうなのか、というところまで思いを馳せてくれないのです。農業に関する大学ですよ、それでそのくらいの意識か私の説明が悪いのかというところなのですが、でも・・・だと思えます。それで、私たちとしてどうして言ったらよいのか、というものの答えにはならないですけども、例えば食文化を大切にしているフランスやイタリアですと、国と協力して若者に、先程永峰さんが仰った「在来のもの」食材を大事にして、シェフがきちんと作ったものをフードウィークで、安い価格で提供している、というような活動が行われているのです。例えば、1万円するものがそのときは3000円なり2000円で提供しています。それは何処からか補助が出るのですが、いつもいつもとは言いませんが、そういう機会を与えてあげるということを日本でもやっても良いのではと思います。一応、私のゼミにいる学生は少なからず食べることに興味を持っていますので、そういう話題になります。ただ、今度こういうところで話題性のあるものを提供しているところがあるようです。例えば、札幌では卒業生の関係でレストランを開いている方が、大樹町とクラスターの関係で食材を利用しています。大樹町ではチーズから出るホエーを利用してホエー豚というのを作っているのです。その食材を利用し、提供しているレストランなどに行ってみようかという話をすると、やっぱり価格がすごくネッ

クになるわけですね。じゃあ、アルバイトしたお金を貯めて頑張って行こうかということで、行ってみてシェフの話の聞いたりするなどを何かの機会にやってみる。だから、食は二極化で良いと思いますね。普通はやはり、いつもいつもそんなこと出来ませんから、行政とか我々研究者が安全、安心で価格帯の安い食材で大量に作られたものを通常は食して良いわけですけども、そういう機会を何らかの形で今後考えていく、だから一つをやれば解決するのじゃなくて、いろんな面で検討していく必要があるのではないかな、というふうに考えます。

前田：永峰さん、ご意見がありますでしょうか。

永峰：自給率の問題は非常にありますよね。ただ、先程も外食産業の市場についてちょっと簡単にご説明したのですが、二極分化という言い方では今度は捉えられないなと思って、個店経営が厳しくなったというのは先程お話をさせて頂いたのですが、ある程度の支援化されたレストランとか外食企業は微増ですけども伸びています。既に生産者個人では難しいということなのです。一生懸命やられている農家の方は、それはもうそれなりにパイプを、手足を伸ばして繋げておられると思うのですが、今後、国でもいろいろと検討されると思うのですが、株式会社が農業部門に進出できるような体制を早く整えて頂きたいと思っています。既に生産する人たちが減ってきているのです。現に、土地は荒廃し、荒れ果てて、どんどんどんどん・・・要するに使われない農地が増えているのです。ですから、「これどうするのか」と言った時に、ただ黙って見ているだけじゃ済まされないと思うのです。やはり、株式会社がやるとその土地を逆に何かに変えて、工業団地を作ったり、住宅地にする。逆にそんなことできるでしょうか。過疎の所に工業団地作って、またそのような何かを作って、集客できるのでしょうか。出来ないと思いますよ、多分。だから目的ははっきりしているのです。農業生産をある程度企業に任せて欲しいのです。これは、外食の中でもそちらの方に目を向けている企業の方がいます。いろいろな話の中で、早く株式会社持にもたせて欲しいという思いが結構あるのですが、なかなか政府の方も動いてくれません。是非やらせてもらいたいという思いはあります。逆にそういう部分で、競争すれば良いのですよ、生産者と企業が。企業がダメであれば撤退するしかないわけですし、「多分やれなくなると思って益々荒地が多くなるのじゃないですか」と言われるかもしれません。でも、企業というのは必ずそこに活路を見出した時には、必ずそこで成長させます。目的がないとやれませんし、当初から甘い見込みではやらないので、ある程度計算ずくでいきますので、企業にも任せてもらいたいと思います。そういう部分の体制が早く取れるように、皆様も是非何か機会で、お話しして頂いたら助かります。ちょっと方向がずれましたけども私の意見に代えさせて頂きます。

前田：食の話からそれを支える生産の場の方に話に移ってきたのですが、確かに今、近藤先生が仰ったように自給率が非常に問題になると思います。よくお話に出てくるのが、北海道は自給率が180%という言い方をされるんですが、その内、例えば酪農を見ますと、ここ20年間で飼養頭数は横這いか、ちょっと10%くらい上がっていますかね。ただ、生乳生産を見るとこの20年間で1.7~1.8倍、個体乳量も1.7~1.8倍に上がっているわけです。一見効率よく上がって、これはそれなりにこれまでの研究成果なりを評価して良い面だと思いののですが、逆の見方をしますとこの20年間で濃厚飼料の給与量が多分1.7~1.8倍くらいに上がっているわけです。そうすると、これは殆どが輸入ということで、一見、その北海道の酪農は非常に安定してきて、非常に生産性が高まって年間360万トンの牛乳を出荷しているわけですが、それを支えているのはある意味外国から入ってきている穀類がこれを支えているという面も非常に大きいと思います。この辺の考え方を、近藤先生のご指摘はこういう状況で酪農を続けていって良いのかというご指摘だと思っておすけども、この辺についてのご意見ございましたらお願いします。今、永峰さんから非常に農地がうまく利用されていない、というようなご指摘もありました。確かにここ20年間を見ますと、飼養頭数がそれ程変わっていないにも関わらず、一戸辺りの飼養頭数が3倍くらいに増えているわけですね。そうすると、農家戸数が減っている中で、大規模化という方向に進んでいく中で、先程環境問題もチラッと出ましたけども、その辺の話になるかと思うのですが、

松中：酪農学園大学の松中です。今の問題を、実はテーマで考えてみたかったところだと思います。例えば、牛にしてもチーズにしても、それからびっくりドンキーのハンバーグにしても、お肉やチーズや牛乳という食べ物自体がそこにあれば、どうやって摂取するか、どうやってみんなで楽しく食べられるかということは、今日仰った通りだと思うのです。問題はそれをどうやって生産していくかという時に、すごく難しい問題があって、今、前田さんが仰ったように、北海道で作られている卵にしても、豚肉にしても、鶏にしても、ものすごく良い物がたくさん作られているのですが、実はよそから来た物で作られている。そういうことで北海道の畜産良いのか、というのが我々の問題提起の1つなのです。仮に北海道で採れている物で、鶏も養い、豚も飼って、卵も作って、それから牛乳もやっていくとなったら、おそらく、やっぱり食べなきゃダメなので、北海道でよその穀物を使って作るよりは、チーズや牛乳や肉を輸入してきて、それを素晴らしいシェフの人に作ってもらった方が良いのじゃないか、というふうにも考えても考えられなくはない。結局、北海道の酪農や畜産の生産というものを、何を基盤にしてやっていくかということ、このお二方のお話からもう1回考える必要があるのじゃないかな、というふうに思いました。

前田：ありがとうございました。今、松中先生のご指摘は、ここに私ども草地研究会のメンバー全員に対する、ある1つの問いかけかなというような気がするのですが、皆さんの他のご意見ございませんでしょうか。

武田：根釧農試の武田と言います。生産現場に近いということで、私たちの試験場は従来、低コスト高収益と言いますか、そういう生産技術を主体に仕事をやってきまし、最近では環境保全とか環境循環とかにだいぶ傾斜しています。現在は、今日の話題になっているような安全・安心にどう立ち向かうか、というようなことで非常に悩んでいるわけです。今日のお話の中で、消費者の方々が望んでおられる安全・安心の中身というのはどういうことなのか、まだまだ理解しきれていないというところがあります。例えば、トレーサビリティで生産利益を消費者の方にいつでも見せられるような状況を作り出すのもひとつの方法だろうとも思います。それから生産方法を変えるということですね。例えば、有機とかオーガニックになりますと、例えばコーデックスのガイドラインなどで本当にやろうとすると、容易ではない。いろいろと高いハードルがあって生産コストも掛かりますし、それから生産量も当然落ちるでしょう。そういう状況は当然あります。場合によっては、近藤先生のお話にもありましたように、有機飼料を輸入すれば果たしてそのコーデックスのガイドラインをクリアできるのか、そういうことも出てきます。もう1つは、消費者の方に生産現場を見せる、あるいは消費者との交流を深めて農家の生産者の顔が見える、そういう環境作りをしていくということも、ひょっとしたら安心・安全に結びつくのかも知れません。今年の秋に、私ども根釧農試で東京の消費者の方々、共同で北海道の牛乳をこだわりで買っておられる方々がおられまして、中標津に来て頂いていろいろお話を聞く機会がありました。その方々にお聞きすると、生産方法、例えばオーガニックのように極端にすることばかりではないのです。もっと生産現場を見せて頂きたいとも言われていました。永峰先生の発言と他の人のもと関係すると思いますけど、その消費者の方、あるいは外食産業の方が求めておられる安全・安心の中身がある程度ははっきりしますと、1つの目標が立てられるということに繋がると思います。その辺について何かお考えがあればお聞きしたいと思します。よろしくお願い致します。

永峰：安全・安心、偽装とかいろいろありました。本来入ってはいけない物が入っていたとか、使っちゃいけない添加物があったとか、そのようなものがありました。結局、自分自身も消費者ですから、自分自身で考えた時に、「これって子供たちに食べさせて大丈夫かな」とか結構不安になったりとかしませんか。私は常にそれがあつたのです。ですから、自分が食べて納得できる、要するに知って教えられるものは教えたいという気持ちもあります。外食業に限らず流通業も全て

そうなのです。生産者も全てそうなのですが、包み隠さず全部教えることだと思うのです。聞かれたら「何を使っています?」「これを使っています」ってね。多分相手が聞いても分からないことかも知れませんが、お見せすれば良いじゃないかなと思っています。我々も企業としてはお客様に聞かれると、嘘偽り無く隠し立てしなくて教えられるようにありたいとは思っているのです。公表というカーフレットですとかそういうような形で出してはいるのですがね。お客様全てが安全・安心に関心があるのか。先程の若い若年層のアンケート結果を見て分かるように、安全・安心よりも安いとかそっちの方を見ていましたね。あれはあの通りだと思います。だから、若い方は逆に求めていないです。逆に年配である程度お金の使い方を分かっている人たちは、「これ大丈夫なのかな」って体の健康に気を使います。若い方は気を使わないですよ、全然。夜更かししたって別に良いのだ、ってね。ご飯を食べないで何かいい物買った方が良いとか。いざれ変わってくるとは思いますが、自分たちが、今まで食べることに苦労しなかったが、実社会に出ると多少なりとも苦労をするし、やっぱりそれだけではやっていけないので。どの年台の方々が言うのかな、「安心・安全」というのは、やはり我々くらいの年台ですかね。健康に長生きしたいとか、そういう考えの方が頭で食べるのです。知識として理解してから食べたいというのは、全ての人に支持されるわけではなく、ごく一部の方です。安全・安心ということで、企業の理念とかポリシーとかを、逆に認めてくれて来られる方の中にはおられるだろうし、「私どもはご説明頂いたものでしか食べられません」というお客様もいると思います。ただブームとしての、聞こえが良いので安産・安心ということを前面に打ち出している所が多いと思います。我々に限ったことですが、企業として嘘偽りのない商品を出したいということもあって、安全・安心ということを謳っているわけです。それが先程お話しした通り、我々はびっくりドンキーという店舗で18~24歳の方々をターゲットにしています。でもそういう方々の中にも、やっぱり注目されている人がいるのです。特に健康に留意、注意される方はカロリーを気にします、太りすぎが嫌だとか。それも1つのこだわりですよ、太りたくない。だから食べる量を減らすとか、できればアレルギーとか、ジンマシン、ブツブツとかが出るのが嫌なので、「アレルギーはどうなっているのですか」というような問い合わせもあります。そういう時に、「我々はこれに関してはこういう物を使っています」、逆にお客様に聞かれる前にこちらからカーフレットなどでご提供できれば良いのですけどね。それは今、徐々にやり始めています。逆にどんどん知識として欲しい方には、知識として分け隔てなく出させて頂くというノウハウの部分もありますけどもそれにこだわらないで、出せる部分に関しては出していく、という形で我々の企業、アレフとしてはそういう形でやっています。ちょっと説明にならなかったかもしれませんが。

前田：筒井先生、何かご意見ございますか。

筒井：消費者は、我がままかなというふうに思います。やはり情報で食べる物を選択しているというようなことと、見た感じ、見た目ですね。そういうところがあると思いますが、先程仰ったように、生産現場に消費者の代表者が尋ねて行って、その確認をしたり、一緒に作業をしたり。畜産の場合だと難しい部分もあるかもしれないが、例えば、大豆トラストとかというもので一緒に栽培に関わって、そこで生産された物を持ち帰って自分たちで利用するということがあります。やはり生産現場に行って包み隠さず見て頂くというのは1つの方法かなと思います。それによって現場のサイドでも、緊張して取り組むと思います。消費者に支持されるように牛舎内の環境を良くしたり、例えば、「これだけの基準で農薬を使用しています」という取り組みにも発展していくのではないのでしょうか。生産者と消費者の通りを良くすると言うか、交流を少しずつ深めていくのも方法かなと思います。

前田：ありがとうございます。お約束の時間になってしまいました。今回のシンポジウム、その食を通して、北海道の畜産なり酪農を見るというのは初めての議論だと思います。この研究会としては、そういう意味では非常に、まだ生産の場と消費者・・・と言って良いのでしょうか、その間にはいろんな考え方、安全・安心の話もありましたけども、非常に間がまだ埋まってない。一方で筒井先生の方からは、日本の食生活を見た時に畜産物はほぼ今の生産量で十分すぎかな、という御指摘がありました。最後に松中先生からは、生産を考えた時に、もし生産量が十分であれば今の生産方式をより自給率を高めるという意味で、生産をもうちょっと考えていく必要があるのだろう、という御指摘だと思います。今までは生産の拡大、効率ということを重点的に研究も進めてきたと思うのですが、この中で生産の量から質、ましてその生産のシステム自体をもう少し外国の飼料に依存しないような畜産のあり方、これは昨年からの我々のシンポジウムの中で一貫して流れてきた考え方と思います。しかし、まだ十分論議尽くされない点があると思います。残された課題はまだたくさんありますので、今日のシンポジウムが最後ではなく、近藤先生からも御指摘があったように、自給率をどう高めていくかということをおども草地の研究に携わる者の役割かな、というような思いをしました。非常に、初めてのテーマということもあって、どのように議論を進めて良いか、非常に分からないまま、皆さんにご意見を出して頂きました。今日のお話があったことが、次の機会にこういったテーマで議論を進める中で、北海道の酪農なり畜産のあり方を考えていく材料になっていくと思います。まとめとしては出来ませんが、今日の議論、この後の研究にまた役立てていただけることを期待して、シンポジウムを終わらせて頂きたいと思えます。どうもありがとうございました。