

地域畜産ふれあい体験交流推進事業に係る 牧場見学等の取り組みについてのアンケート集計結果

三重畜産ふれあい体験交流推進協議会
社団法人 三重県畜産協会

本事業では、一般消費者等が畜産の現場で体験し習得した知識を元に畜産や畜産生産物への理解を深め、生産と消費との距離を縮めることにより、畜産物の消費拡大を進め、畜産の振興につなげるために消費者等の皆さんを畜産現場へ誘っている。

日常生活の中で家畜にふれあう機会のない方にとって、畜産現場で見聞きすることのほとんどは、新しい発見であり驚きでもある。こういった体験の場を提供いただくために、畜産農家等の協力をいただいていることは言うまでもない。今後もこういった機会を増やし、一人でも多くの方に畜産の理解を深めていただきたいが、見学等を受け入れる側の農家の実態を把握した上で推進していく必要がある。

このため、今回のアンケートでは、畜産経営者に対し、最近の牧場見学の実態を聞き取ると共に今後の推進に向けてどのような課題があるのか等について回答をいただいた。

アンケートは、県内の畜産農家の内 210 戸に対しアンケート用紙を郵送し、回答は郵送もしくはファックスを利用する形で行った。

対象とした畜種ごとの農家戸数と回答があった農家戸数等については、次表のとおりで、全体の回答率は 40.0%と高い回収率であった。

区 分	酪農	肉用牛	養豚	採卵鶏	合計、平均
アンケート依頼数	41 戸	84 戸	35 戸	50 戸	210 戸
アンケート回答数	13 戸	37 戸	15 戸	19 戸	84 戸
回答率	31.7%	44.0%	42.9%	38.0%	40.0%
平均飼養規模	経産牛 134.2	肥育牛 203.5 繁殖牛 64.1	種雌豚 186.5	成鶏 70,500	

* 複数種類の家畜を飼育している経営は、集計上簡略化するために、主となる畜種に区分した。

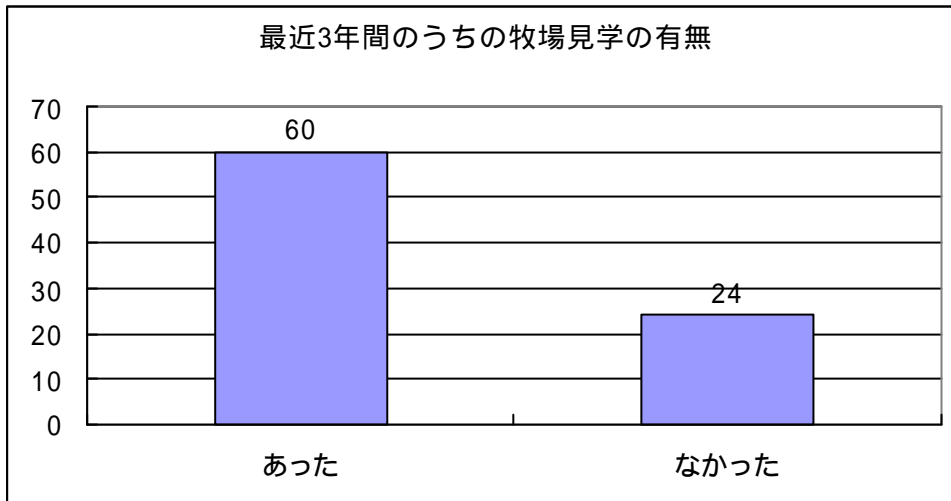
以降の取りまとめコメントは各畜種を総合した内容とし、アンケートの設問にあわせてその概要を記載する。

これまでに経験した牧場見学等の実態についてお尋ねします。

Q1 最近3年間の内にあなたの牧場へ、消費者、児童・生徒等の牧場見学等がありましたか？
一部に「3年間」の内には、該当する見学はなく4~5年を見据えた回答もあったが、集計に含めた。

その結果は、71.4%（60戸）の農家が牧場見学が、「あった」という高い数値となった。受入の内容あるいは受入回数等密度に差はあるものの高い率である。

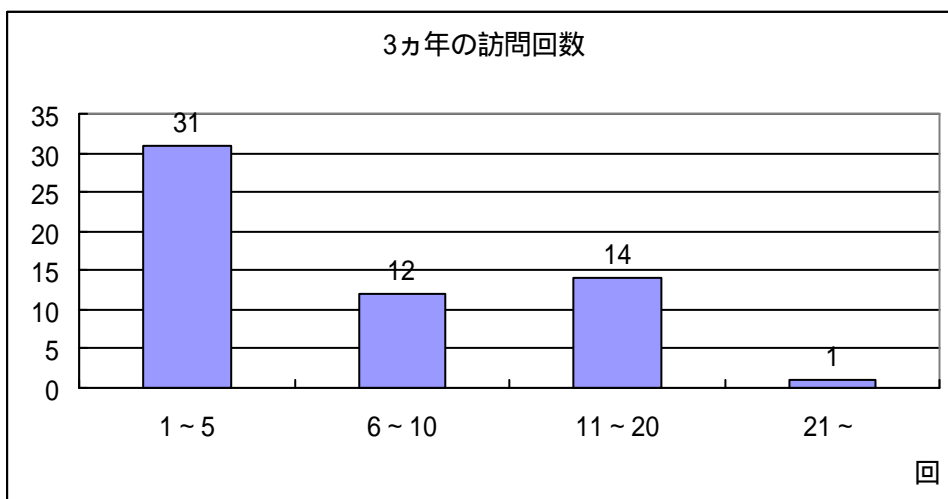
他方からの見方によれば、アンケートに対応いただいた農家は、牧場見学等の取り組みに積極的な農家であったとも受け取れる。



Q2 見学等の参加人数、回数等は？

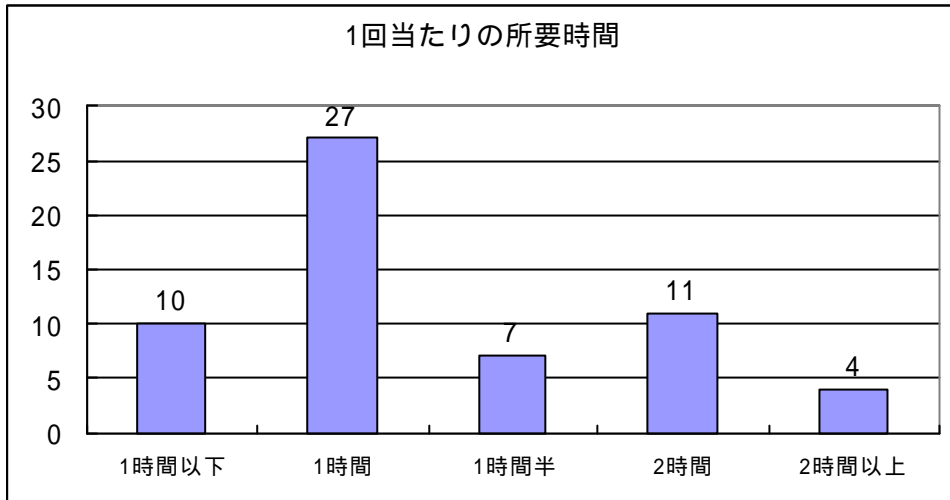
「1回当たりの見学者数」は、平均で18.9人となった。酪農経営の平均が27.5人と他の畜種に比較すると多い傾向が見られたが、全畜種の1回当たりの見学者数は20人以下の場合が71.6%であった。「1回当たり少ない場合の平均見学者数」は10.7人、同じく「多い場合の平均」は46.5人であった。

対象としている見学等には、中学校生徒を対象とした職場体験等1回当たりの対象人数の少ないものから、小学校等学年単位の牧場への訪問等1回当たりの対象がクラス単位のものまでさまざまなようすが伺える。ただし、訪問した対象者の区分と本項目の調査はリンクしていないため正確な区分はできない。



この「3年間の見学等受入回数」は、9.0回となり単純に1年に換算すると3回となる。この内、日常的な訪問を同データにカウントしたとみられる事例があることから、前者の数値はこれを除くと7.4回となる。3年間で1回と回答したものが12事例でもっとも多いが、10回以上と回答したのも20事例ある。

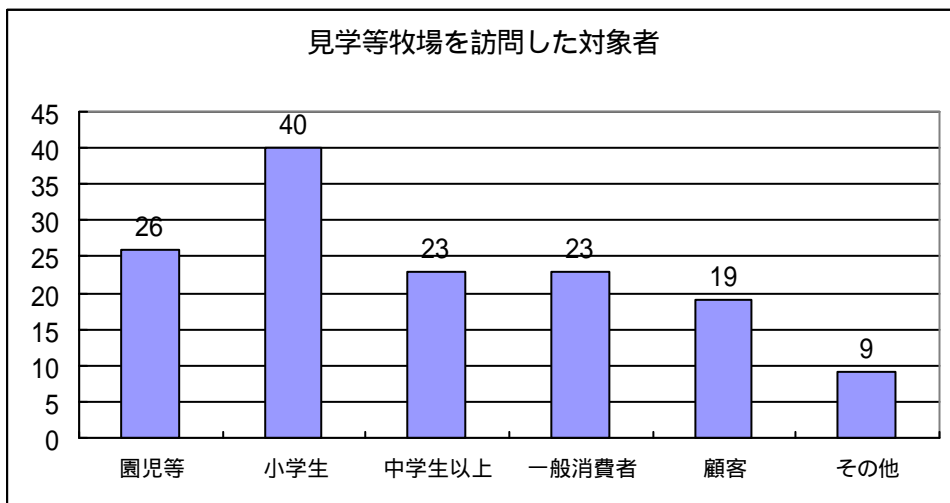
この訪問に要する1回当たりの平均的な所要時間は1.4時間であった。1時間までの対応が37件で全体の62%を占めている。



Q3 見学等牧場を訪問した対象者は？（複数回答有）

回答総数140件の内、「保育園・幼稚園」「小学生」「中学生以上の学生」が対象となったものは、89件であり63.6%という高い割合を示した。中でも「小学生」が対象となったと回答のあったのは40件であり、いずれかの訪問があったうちの66.7%に当たる。

少し見方を変えて、対象者ごとに要した所要時間を比較してみると、園児や小学生を対象とした場合の牧場滞在時間は、それぞれ1.1時間、1.2時間と平均より短く、中学生以上の学生を対象とした場合は1.6時間となり、平均より長くなっていることが分かる。顧客やその他業界関係者の視察等を対象とした場合、1.6時間となり最も長い時間を要している。



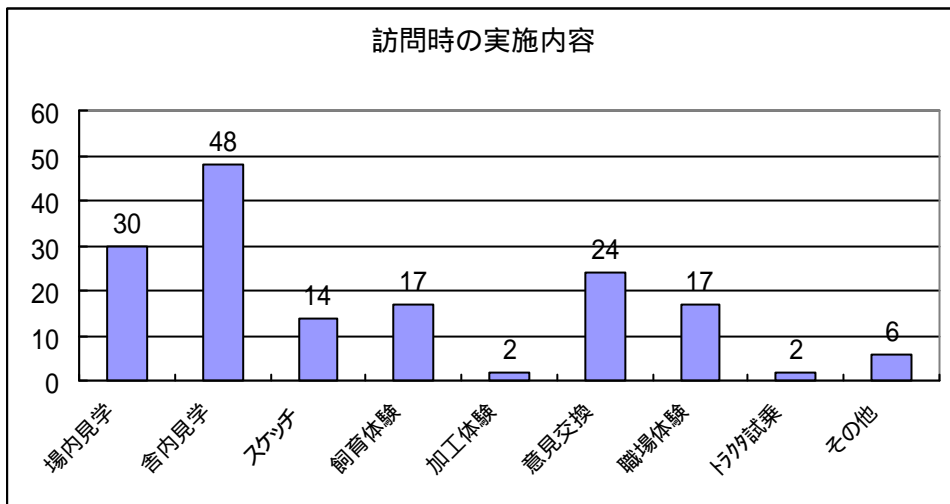
Q4 牧場を訪問して実施した内容は？（複数回答有）

「場内見学」が30件、「畜舎内見学」が48件と回答のあった内容が48.8%を占めた。

「エサやりなど飼育体験」は17件で10.6%であり、その内、肉用牛が9件で52.9%を占めている。

他の設問との関係を推察すると、訪問者が家畜と直接接触する機会は、防疫上の問題であり、訪問者の事故や家畜へのストレスが心配であるとする内容とリンクしていることも考えられる。

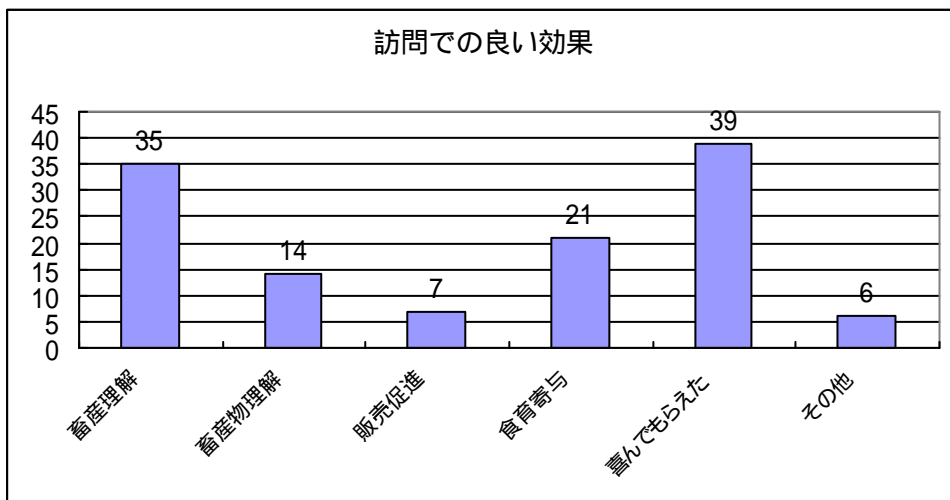
数値上は、畜産現場に訪問があっても、「見学」という範疇にとどまり、「家畜とふれあう」という場面を実現しづらい現状が伺える。



Q5 牧場訪問を受けて、よい効果が生まれましたか？（複数回答有）

「畜産の理解」「畜産物の理解」により効果が生まれたとするものが、49件で40.2%に上った。「訪問者に喜んでもらえた」とするものも39件で32.0%に達する。これらの判断は、訪問者を招いた畜産側からの判断であり、効果を判断する基準はないが、現場での反応や小学校等の見学では、後日、手紙や感想文が届けられることも多いようで、この当たりから判断されたものであると推測される。

「食育の一環に寄与できた」と回答があったのは21件であり、17.2%にとどまった。販売促進につながったと回答があったのは7件のみであり、畜種も肉用牛が6件を占めていることから、ブランド等の販売促進活動の一環として農場見学があったとも受け取れる。

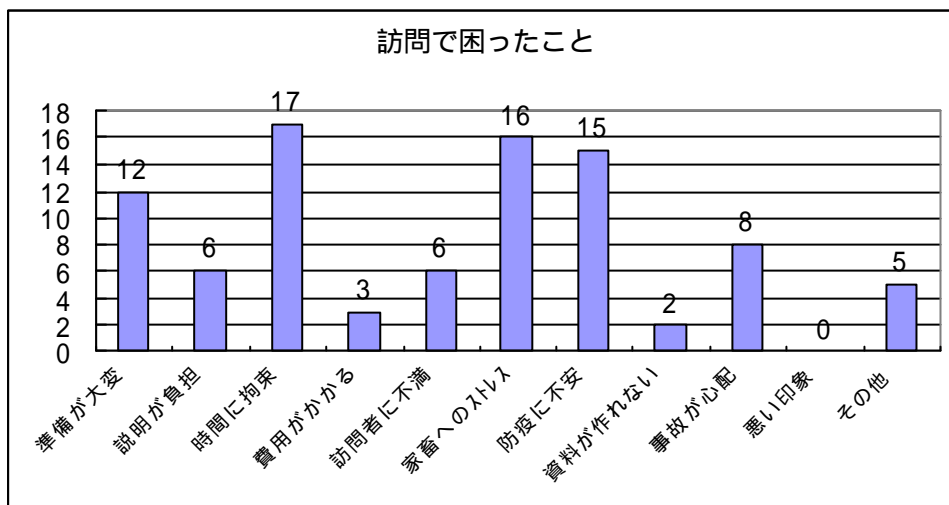


Q6 牧場訪問を受けて、困ったことはありますか？（複数回答有）

回答が一番多かった項目は、「時間に拘束される」で、17件であった。回答のあった内、18.9%に当たる。先の設問で1回当たりの対応時間は、1.4時間平均ではあったが、日常の作業時間の中で「拘束」されることには、戸惑いがあるのかもしれない。

その他の項目では、「家畜へのストレス等の影響が心配」が16件、「防疫について不安」が15件あった。特に防疫面の不安は、養鶏農家に顕著な傾向であり、後掲の今後の牧場見学の受入の可否等についての質問と連動した回答が寄せられている。

また、回答件数は1件のみであったが、訪問者のトイレについて困るという意見も寄せられた。見学用施設が整備された牧場は一般的ではなく、現場で対応した者のみが感じた現実的な課題であると判断できる。

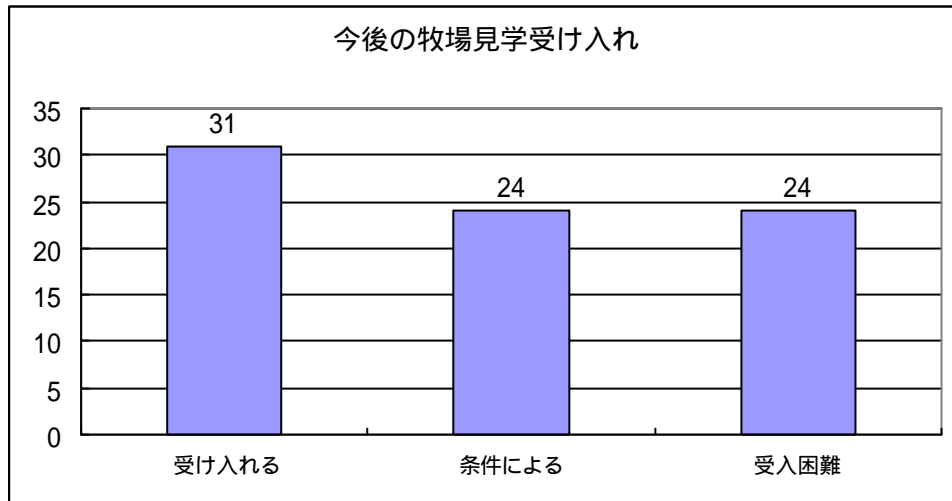


今後の牧場見学等についてお尋ねします。

Q1 今後も牧場見学等を受け入れますか？

「受け入れる」「条件により受け入れる」を合わせると 55 件となり、回答のあった 69.6%の高い割合を示した。この 55 件の内 9 戸は、先の設問ではこの 3 ヶ年間では牧場見学がなかった農家であるが、今後は、受け入れていくと回答している。

一方、受入が困難だという意志を示したものは、24 件で防疫上の問題が一番クローズアップされている養鶏においてその傾向が強かった。また、この 24 件中 9 戸は、現状では牧場見学を受け入れた経験を持つが、今後の対応となると困難と回答があった。



Q2 牧場見学等を受け入れる場合、必要と思われること何ですか？（複数回答有）

設問が「必要と思われること」と表記したことから、回答の幅が広がってしまっただけがあるが、複数回答で 78 件があった内「地域との共存意識」の選択数が 23 件と全体の 29.5%を占めた。畜産経営を継続するには、地域からの理解や信頼が重要なポイントであると捉える経営が多い結果である。

次に多く選択されたのは、「事故対策(保険も含めて)」であり、現状で「訪問者の事故が心配」と回答した 8 戸の内 7 戸がこの項目を選択した。

現状の牧場見学の課題で「費用がかかる」と回答したのは、3 戸のみであったが、今後の受け入れ時についても「訪問者等からの費用負担」を選択したのは、1 戸のみにとどまった。

また、見学を受け入れるには、「防疫上の問題解決」が必要条件であるという意見が散見された。さらに、牧場見学等により消費者等と交流を持ち畜産を理解してもらいたいのは、当然のことであるが、現実の防疫体制から判断すると逆行する対応になってしまっている矛盾を感じると記載した者もあった。

牧場見学の受け入れの必要事項

