

令和2年2月10日

## 令和元年度 地域貢献活動支援報告書

地域イノベーション推進機構長 殿

所 属 生物資源学研究科  
氏 名 中島 亨

活動テーマ	生産者と学生が協働で作る新しい稲作経営のかたち
実施期間	令和元年4月1日 ～ 令和2年1月31日
活動内容	<p>(1) 具体的な活動実施内容</p> <p>本活動は、生物資源学部授業「社会調査演習」の一環で実施され、農作業体験、稲作生産者からの聞き取り調査およびディスカッション、収量調査、食味調査、消費者需要調査、研究成果報告会等を実施した。農作業体験では、共同実施者が経営する圃場において、学生が水稻の育苗および移植作業を体験するとともに、機械による移植作業を見学した。また、定期的に圃場を見学し、稲の生育状況を把握したり、有機栽培圃場において除草作業を体験した。生産者からの聞き取り調査およびディスカッションでは、主として生産技術や経営戦略に関する聞き取り調査を行い、技術採用の背景や生産における工夫や課題、価格設定や顧客獲得といった販売上の工夫や課題等について、生産者と学生が積極的に意見をぶつけ合った。収量調査では、収穫した有機米の収量を計測するとともに、タンパク含量や土壌成分の計測を行った。得られたデータを利用し、有機米の収量や食味がどのような要因によって変化するかを統計分析した。食味調査では、慣行米と有機米の食味の違いや、パッケージや生産者情報の有無が食味に与える影響について明らかにするため、本学の事務職員を対象として試食・アンケート調査を実施した。得られたデータを統計分析することで、上記の課題について一定のエビデンスを提示した。消費者需要調査では、共同実施者が実際に行っている米のインターネット通販を想定し、消費者がインターネットで米を購入する際、どのような米に対し、どれくらいの金銭評価をしているかを明らかにした。データは三重大学祭の来場者約200名に対するアンケート調査および消費者選択実験により入手し、有機米や米の等級、ロコミ等に対する消費者の支払意思額を導出した。以上の活動について、研究成果報告会を実施し、生産者に分析結果を提示して、生産・販売における改善方法について提言を行った。生産者からは、結果および提言を踏まえ、新たな研究視点を提示してもらった。</p> <p>(2) 地域への貢献（地域の発展・活性化への寄与、広がり）</p> <p>科学的手法で分析することで得られた研究成果を生産者に提示することにより、生産者がこれまで経験的に実施してきたことに一定のエビデンスを与えることになったほか、これまで生産者が十分把握していなか</p>

った情報が明らかになり、地域の稲作経営を改善する上で有益な知見を提供できたと考えられる。また、1年を通して生産者と学生・教員がともに活動を行ったことで、生産者には研究・教育を通じた大学の意義・役割を（再）確認していただくことができた。さらに、学生が地域の活動に深くコミットしたことで、生産者をはじめとする地域の人々に良い意味での刺激を与えることができただけでなく、学生自身の地域に対する理解や共感が深まった。

### （3）共同実施者との連携状況

前期の授業では、ほぼすべて共同実施者の圃場を訪問し、農業体験や聞き取り調査、ディスカッションを実施した。また、上記各調査に当たって助言を得た。さらに、報告会では共同実施者に研究成果を発表し、共同実施者とのディスカッションを行った。報告会等に参加できなかった共同実施者には、分析結果をまとめた報告書を送付し、内容の共有を図った。

### （4）大学の教育・研究成果のかかわり

上述の通り、本活動は授業と連動しており、学生は農業体験や各種調査・分析、研究成果の発表に取り組む中で、卒業論文研究等に必要な知識や技術を習得した。また、本活動では各種調査・分析を行っており、それらの成果は生産者にフィードバックされている。学生は、単に分析手法を学んだり生産現場を見学するだけでなく、現実社会の問題を解決するために適切な方法を学び、適切なデータを収集し、適切な分析を行った上で、分析結果を社会に還元し、そこからの反応をみることができるよう、教育効果は高いと思われる。さらに、分析は統計学等の科学的手法に則ったものであり、客観的で生産者にとって有益なエビデンスが提示されていることから、大学の存在意義を地域が改めて確認することにつながっていると考えられる。

### （5）イベント等開催実績（名称，実施場所，参加人数等）

消費者需要事前調査：JR 四日市駅前、約 100 名

消費者需要本調査：三重大学生物資源学部、約 200 名

食味調査：三重大学生物資源学部、約 200 名

研究成果報告会：三重大学生物資源学部、約 50 名

### （6）これまでの取組みによって得られた具体的な成果について

初年度である今年度の取り組みでは、第一に、有機米の収量を増大させる要因について検討し、土壌成分が収量に影響を与えることが明らかになった。第二に、消費者に対する慣行米や有機米の食味調査から、有機米であることの記載の有無により、食味評価が変わる可能性があることや、パッケージに含まれる情報により、同一の米でも購買意欲が異なることが示された。第三に、消費者に対するアンケート調査および経済実験により、米のインターネット販売において、生産者や等級、他の消費者の評判といった情報に対する消費者の金銭評価を明らかにし、それ

	<p>が消費者の特徴によってどのように変化するかについても示した。これらの研究成果は生産者にフィードバックし、生産者の生産・販売行動の変化を促すことにつながっている。</p>
--	---