

# 大学生および短期大学生の地域農産物に関する意識調査

## An Investigation of the Awareness of Local Agricultural Products among University and Junior College Students

(2013年3月31日受理)

加賀田江里 Eri Kagata	笠間 基寛 Motohiro Kasama	多田 幹郎 Mikiro Tada
嶋田 義弘 Yoshihiro Shimada	北島 葉子 Youko Kitajima	村上 淳 Jun Murakami

Key words : 大学生, 短期大学生, 地域農産物の認知度, 既視体験, 黄ニラ

### 要 約

野菜の摂取は健康を維持するために重要であることはよく知られているが、平成23年度国民健康・栄養調査によるとその摂取量は減少傾向にある。岡山県の特産野菜のひとつである黄ニラは、ガン予防や老化、生活習慣病の予防に効果を示す有効成分を多く含むニンニクと同じネギ属であり、健康効果が期待できるが、その認知度や活用状況などについては明らかではない。昨今の各地域の主要生産農産物の宣伝・利用が高まる中、食生活のバリエーションを高め、また健康増進に繋がる野菜摂取量の増加にも少なからず寄与すると考えられるため、その状況を知ることは意味があると思われる。

地域農産物に関する知識や意識、認知度などについての調査は、散見される程度で、とくに岡山県など近隣県における地域農産物に関する調査は見られない。そこで今回は高等教育機関（大学、短大）に在籍する若い世代に対して黄ニラを含めた地域生産農産物に関する知識・意識や食生活への活用状況などについてのアンケート調査票を作成し、その結果を検討した。

対象は管理栄養士養成大学の1年生20名、2年生37名、生活科学系短期大学の1年生42名、2年生42名である。アンケートの結果から、①調理への関心はあるものの、食材への関心は薄い、②岡山県在住者が多いが、岡山県産特産品に関する認知度は高いとは言えない、③日常生活の中で食材にあまり意識が向いていない、④地域生産農産物関連の用語については聞いたことがある者も多くみられたが、それが実際の食行動に反映されていない様子が窺えた。

食材への意識を高めることや得た知識を行動や食材の選択に活用できるようになるためには大学や短大での授業だけでなく日常から食への興味・関心を高めることが必要であり、学生の興味を引き出すために効果的な教育方法の検討も重要であるように思われた。

### 1. はじめに

1950年代以降、我が国の食の水準は向上し、現在では好きなものを好きなときに手に入れることが可能となった。その結果、肥満、栄養バランスの偏り、不規則な食事など食生活が問題となってきている<sup>1)</sup>。

なかでも、ビタミンやミネラルの供給源として重要で

ある野菜の摂取量は、平成23年の国民健康・栄養調査によると、成人で緑黄色野菜・その他の野菜両方とも減少している<sup>2)</sup>。また、野菜には糖尿病や高血圧症などの生活習慣病を予防する効果のあることが、多くの研究から明らかにされており、若い世代の野菜摂取量を増加させることは重要であるといえる<sup>3)</sup>。加えて、1990年代の輸入食品の安全性の問題や食品表示偽装問題などの食に関

する事件・事故が相次ぎ、食への信頼が低下した。食料自給率の低迷の改善、国産の農業生産物の信頼を回復させるため行われたのが、地産・地消運動である。消費者の食への信頼の回復、国内の農業の安定を目的として行われ、その動きは全国に拡大している<sup>4)</sup>。

岡山県にも農業特産品が多くあるが、その中でも全国の生産量の第1位の黄ニラは、明治時代から生産が始まり、長く岡山県で栽培されてきた野菜である<sup>5)</sup>。黄ニラはネギ属に属する野菜で、同じネギ属のニンニクにはガンや老化、生活習慣病の予防に効果を示す有効成分が多く含まれ、「機能性食品」とも言われている<sup>6) 7)</sup>。ニラにも機能性成分が含まれているとされており、黄ニラにも機能性成分が含まれている可能性が考えられる。黄ニラはその機能性が期待できる野菜であり、岡山県生産量が全国1位であるが、県内外においてその認知度や活用状況などについては明らかではなく、昨今の各地域の主要生産農産物の宣伝利用が高まる中、食生活のバリエーションを高め、また健康増進に繋がる野菜摂取量の増加にも少なからず寄与すると考えられるため、その状況を知ることは意味があると思われる。

地域農産物に関する知識や意識、認知度などについての調査は、散見される程度で、とくに岡山県など近隣県における、地域農産物に関する調査は見られない。そこで今回は高等教育機関（大学、短大）に在籍する若い世代に対して黄ニラも含めた地域生産農産物に関する知識・意識や食生活への活用状況などについてアンケート調査票を作成し、その内容を検討したので報告する。

## 2. 対象と方法

調査はマークシート形式のアンケート調査票を用い、対象者属性、食材の購入の頻度、岡山県特産品に関する認知度、特産品に関する知識などについて、対象者を集め一斉に自記式にて行った。対象者にはA3用紙を二つ折りにした4ページの調査票と回答用のマークシートおよび回答記入例を配布し、回答の方法を説明後、まず調査票の質問項目を見ながら回答を直接調査票へ記入してもらい、同時にその内容をマークシート用紙にも転記してもらった上で、マークシート及び調査票を回収した。回答されたマークシートをスキャンして、データの入力・

集計を行い、その後記入漏れやマークの間違いないか確認を行い今回の分析用データファイルとした。これらの一連の調査は平成24年12月に行った。調査対象は管理栄養士養成大学の1年生20名、2年生37名と、生活科学系短期大学の1年生42名、2年生42名であった。アンケートの概要を図1に示す。

全体の傾向について観察するために、全ての項目については単純集計を行った。

地域生産農産物に関するアンケート記入例

**回答例1. 番号と( )がある質問の場合**

当てはまる番号に○をする。      カッコがある選択肢を選ぶ場合は( )の中も記入する。

①所属学科	1. 人間栄養学科 ( ) 年	2. 総合生活学科 ( ) 年
②性別	1. 男性      ? 女性	
③主な調理担当者	1. 母親   2. 父親   3. 祖父母   4. 本人   5. その他 ( )	

**Q11. あなたが食べた料理の中で実際に黄ニラが入っていたのはどれですか。次に挙げた料理の中で食べたことがあるものに○をしてください。7の場合は( )の中に料理名も記入してください。(複数回答可)。**

1. 食べたことはない	2. ばら寿司	3. 握り寿司
4. 卵とじ	5. 吸い物	6. そば
7. その他( )		

当てはまる番号に○をする。      カッコがある選択肢を選ぶ場合は( )の中も記入する。

**回答例2. 次のような質問の答え方**

「1. わからない」を選ぶ場合      「2. はい」を選ぶ場合

**Q3. 次の野菜や果物は岡山の特産品だと思いますか。それぞれ当てはまるものに○をしてください。**

A. きゅうり	1. わからない	2. はい	3. いいえ
B. もやし			

1. 知らない   2. 聞いたことがある   3. 意味が分かる   4. 関心がある   5. 情報や物を活用している。

地産地消   有機JAS   身土不二

「3. 意味が分かる」を選ぶ場合      「4. 関心がある」を選ぶ場合      「5. 情報や物を活用している」を選ぶ場合

アンケート内容

図1. アンケート項目例

## 3. 結果および考察

### 1) 調査対象者の基本的属性

調査対象者の所属学科および学年については管理栄養士養成大学の1年生20名、2年生37名、生活科学系短期大学の1年生42名、2年生が42名であった。性別は男子が4.3% (6名)、女子が95.7% (135名) で、ほとんどが女子であった。年代も10代が57.4% (81名)、20代が41.8% (59名)、30代以上が0.8% (1名) で、その多くは10代であった。

調査対象者の出身県は、岡山県75.2% (106名)、その他中国地方16.3% (23名)、香川県4.3% (6名)、その他4.3% (6名) の割合であった。中国地方出身者合計は

91.5%と全体の9割以上を占め、中国地方以外の出身者は少数であった。また、居住形態は調査した学生141名のうち自宅生は83.7% (118名)、下宿生は9.9% (14名)、その他6.4% (9名)であった。

主な調理担当者は母親71.6% (101名)、父親2.1% (3名)、祖父母6.4% (9名)、本人11.3% (16名)、その他8.5% (12名)で、その多くは母親が調理担当者となっており、本人が食事を作る機会が少ないことが窺えた。

2) 普段の生活での料理頻度と購買行動頻度について  
まず「食材の購買行動頻度」に関しては、日常的に買い物に行っている学生は多いとは言えなかった。買い物の頻度は、食材への関心を示す指標とも考えられるが、調理担当者のほとんどが母親であるためか、「全く行かない」者が12.1% (17名)、「1週間に1回よりも少ない」者が22.7% (32名)で、全体の3分の1がほとんど自分では食材の買い物に行かないという結果であった。母親が調理担当者であっても一緒に食材の買い物に行くことがないことが窺え、これは食材と一緒に選ぶ機会が少ないことを示し、親子の間での食材に関する情報交換の機会が少ないことを意味していると思われた。また、「普段の料理頻度」については、買い物頻度とは対照的な結果であった。「ほぼ毎日」、「1週間に4～5日程度」、「1週間に2～3日程度」の頻度で料理を行う者は30.5% (43名)であり、これは、比較的料理に親しんでいると推察され、調査対象者全体のおよそ3分の1が何らかの形で料理をしていることが分かった (表1)。

### 3) 野菜や果物の地域農産物 (農業特産品) としての認識の程度について

岡山県の農業特産品や一般に生産される野菜や果物を交えて、岡山県の地域農産物の認知度を測定した。取り上げた農産物は、「きゅうり」、「もやし」、「なす」、「きぬさや」、「なばな」、「黄ニラ」、「モロヘイヤ」、「すいか」、「白桃」、「ピオーネ」、「梨」、「みかん」、「柿」の13食材である。このうち、どの地域でもある程度作られて、岡山県内外で一般的な農産物としてとらえられる物は、「なす」、「もやし」、「きぬさや」、「モロヘイヤ」などであり、「なばな」は香川県や徳島県、「黄ニラ」、「白桃」、「ピオーネ」は岡山県、「すいか」は鳥取県、「梨」は鳥取県や岡山県、「柿」は、広島県、「みかん」は、愛媛県や香川県と考えることができる。「なす」、「きゅうり」、は近年岡山県南地域においてよく産生され、県下でも流通に力を入れている産物であるが、一般的産物としても捉えることとした。

図2において、「地域農産物だと思う」の割合が高い物から順番に並べた。これによると「白桃」92.2%、「ピオーネ」85.8%、「黄ニラ」71.6%、「なす」24.8%、「梨」16.3%、「きゅうり」3.5%の順になっており、生産量の高さや広告宣伝頻度の高さなどが目立つ「白桃」や「ピオーネ」は、他の農産物に比べて岡山県特産品としての認知度が高かったが、「黄ニラ」は私たちが予測していたよりも高い認知度であった。「なす」に関しては、全国的に見た生産量として岡山県は上位に入らないが、近年の地産地消の施策普及によって岡山県南地域での地域農産物としてPRされることも多く、また本学においてはJAとの共催でイベントが開催されることも多いため

表1. 買い物頻度と料理頻度について

買い物頻度		料理頻度	
全く行かない	12.1 (17)	料理はほとんどしない	29.1 (41)
毎日	6.4 (9)	ほぼ毎日	9.9 (14)
2日に1回	11.3 (16)	1週間に4～5日程度	6.4 (9)
1週間に2～3回	29.8 (42)	1週間に2～3日程度	14.2 (20)
1週間に1回	17.7 (25)	1週間に1日程度	23.4 (33)
1週間に1回よりも少ない	22.7 (32)	1ヶ月に1日程度	17.0 (24)
合計	100.0 (141)	合計	100.0 (141)

% (n)

か、地域農産物（農業特産品）としての認知度が他の野菜類に比べてやや高かったと考えられた。「梨」については、岡山県でも「新高梨」、「あたご梨」、「鴨梨」などの品種が栽培されている。あたご梨は全国の生産量の約40%が岡山県で生産されているにも関わらず、あまり岡山県特産品として認知されていなかった。「きゅうり」は、インターネットなどでPRされているものの、上記の通り一般的な農産物であるので、岡山県の地域農産物であるという認識はあまりされていないと考えられた（図2）。

#### 4) ニラ及び黄ニラの既視体験について

ニラ及び黄ニラの既視体験とその場所について聞いたところ、「見たことがない」がニラ1.8%（4名）、黄ニラ15.6%（27名）、「覚えていない」がニラ2.3%（5名）、黄ニラ8.7%（15名）であった。「見たことない」、「覚えていない」を併せると「ニラや黄ニラについて既視体験のない者」は、それぞれニラ4.1%（9名）、黄ニラ24.3%（42名）となり、ニラに関しては、ほとんどの者が既視体験を持ち、ニラについての認識は高い状態であることが分かった。黄ニラに関しては、およそ4人に一人は、既視体験がない、黄ニラについての認識が低い状態であることが分かった。また、調査票において複数回答されたものを、データ入力時単一回答に直して各カテゴリーについて統計処理したが、既視体験数がニラ211件に対して、黄ニラが131件とニラに比べ黄ニラの方が80件程度低かった。また既視体験をした場所としては、ニラでは「スーパーやデパート」が最も高く53.7%、次

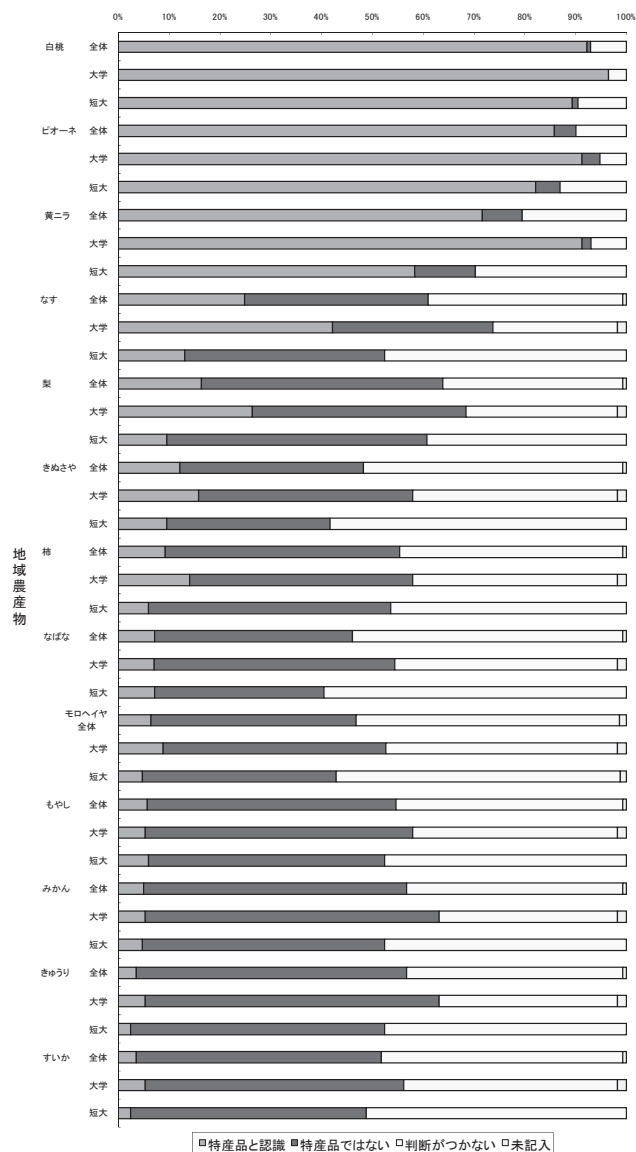


図2. 地域農産物（野菜・果物）認識の割合

表2. ニラおよび黄ニラの既視体験について

	ニラの既視体験	黄ニラの既視体験
「ない」	1.8 (4)	15.6 (27)
「覚えていない」	2.3 (5)	8.7 (15)
既視体験をした場所等		
「スーパーやデパート」	57.3 (126)	38.7 (67)
「雑誌・車内広告」	8.6 (19)	6.9 (12)
「畑」	14.5 (32)	5.2 (9)
「ふれあい市場・朝市」	12.7 (28)	9.2 (16)
「その他」	2.7 (6)	15.6 (27)
合計	100 (220)	100 (173)

% (n) (複数回答されたものを、単一回答処理をして算出)

いで「畑」が14.5%、「ふれあい市場・朝市」が12.7%であった。一方黄ニラは、既視体験をした場所としては、ニラと同様「スーパーやデパート」が最も高く、38.7%、次いで「その他」が15.6%、「ふれあい市場・朝市」が9.2%であった（表2）。

一般にニラはスーパーや小売店においてよく見かけるが、黄ニラはあまり見かけることがなく、販売されていたとしても占有面積が小さいことや、店舗によっては販売していない所も多いため、このような差が生じたものと考えられた。

#### 5) ニラ及び黄ニラの実物認知の程度について

一般に見かける野菜と共にニラ及び黄ニラの画像を交え、ニラ及び黄ニラの実物認知の程度を調べた。ニラは71.6% (101名)の人が正しい画像を選び、黄ニラは97.2% (137名)の人が正しい画像を選んでいった（表3）。黄ニラの既視体験数が少なかったにもかかわらず、正しい画像を選ぶ割合が高かった。このような結果となったのは、黄ニラという言葉からの色や形状のイメージのしやすさが影響しているのではないかと考えられる。

表3. ニラと黄ニラの実物認知の程度について

	ニラの実物認知	黄ニラの実物認知
正しい画像認識	71.6 (101)	97.2 (137)
間違った画像認識	27.7 (39)	2.8 (4)
未記入	0.7 (1)	—
合計	100 (141)	100 (141)

% (n)

#### 6) ニラと黄ニラの相違性の認識

ニラと黄ニラの違いについて聞いたところ、「作り方(栽培方法)」が51.8% (73名)、「知らない」が27.0% (38名)であった（図3）。全体の約半数の学生が、ニラと黄ニラの違いを正しく認識していることが窺えたが、その一方で学生の約3人に1人が「知らない」と回答していた。この「知らない」と回答した割合も低いとは言えず、やはりこれは食への興味の低さを表しているように考え

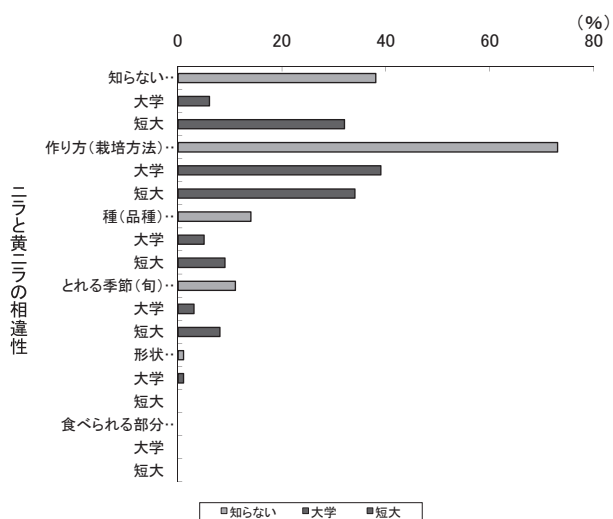


図3. ニラと黄ニラの相違性について

られた。

#### 7) 黄ニラの食体験

黄ニラの食体験について聞いたところ、「ない」が34.2% (55名)、「覚えていない」が14.3% (23名)であった。「ない」、「覚えていない」を合わせると、黄ニラの食体験のないものは48.5% (78名)となり、約半数が黄ニラの食体験をしていない、あるいは黄ニラとして認識をして食べていないことが明らかとなった。

食体験がある回答のうち、その場所や調理状況で多かったものが「自宅・自分で調理」15.5% (25名)、「自宅・家族が調理」12.4% (20名)であり、自宅で食べたという回答が多かった。

また、「外食」と「惣菜・弁当」および「自宅」での食体験の割合を比較すると外食が11.2% (18名)、「惣菜・弁当」が4.3% (7名)、「自宅・自分で調理」、「自宅・家族が調理」が27.9% (45名)となり、自宅での食体験が多いことが明らかとなった。また、大学の回答の中で「その他」の記述の中に「実習」という回答がいくつか見られた。大学の授業で用いたことがあるためか、短大生と比較して大学生は「知らない」、「覚えていない」と答え

た者の割合が少なかった。その一方、短大生の回答において、「ない」、「覚えていない」の数が多かったことは、黄ニラのイメージの残りにくさや、メインの食材としてではなく、その他の食材と混合されることが多い黄ニラの利用のされ方を反映していると考えられた。それと同様に、「外食」においても黄ニラが利用されていてそれが目立たないため認識されていない可能性があるのではないかと考えられた（図4）。

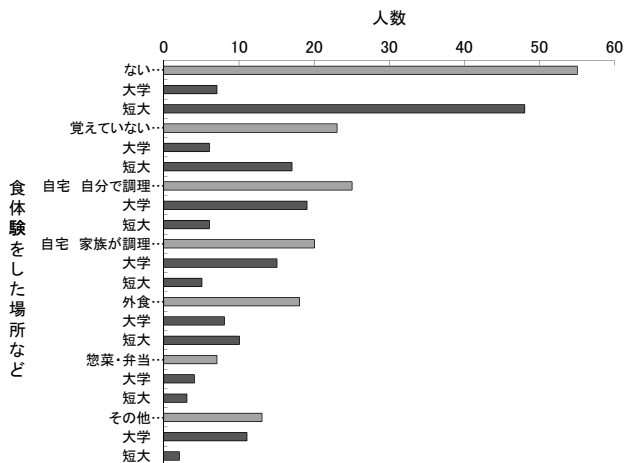


図4. 黄ニラの食体験

#### 8) 地域農産物に関連する用語の知識

「身土不二」、「慣行農法」など地域農産物に関連する用語14項目の理解活用状況について「知らない」、「聞いたことがある」、「意味がわかる」、「関心がある」、「情報や物を活用している」の5段階でその程度について質問した。

14項目中8項目については「聞いたことがある」、「意味がわかる」、「関心がある」、「情報や物を活用している」が50%以上をしめており、大学生・短大生を合わせるとその半数以上は何かの形で耳にしたことがあることが窺えた。

しかし「関心がある」、「情報や物を活用している」というレベルの回答は14項目全てのうちで10%を超えた項目は5項目であり、「情報や物を活用している」は、10%を超えた項目はなかった。以上のことから今回取り上げた用語については、聞いたことがあるものの、その内容に関心を持ち、実際に活用するレベルまでには至っていないことが確認できた。

また、大学生と短大生とを比較すると「有機JAS」を除

く全ての項目について、大学生が「知らない」と回答した割合が少なかった（図5）。

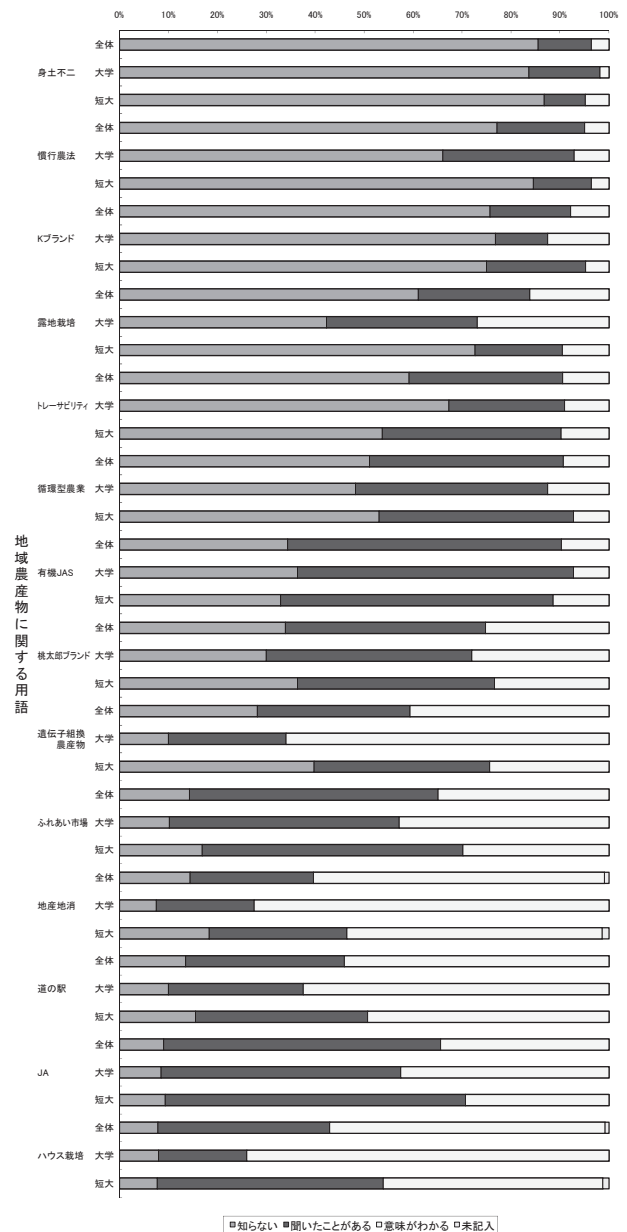


図5. 地域農産物に関する用語の知識

## 4. ま と め

今回は岡山県の地域生産農産物に関する若年層の意識調査を行った。食材への関心度、特産農産物としての黄ニラの既視体験、食体験、ニラとの相違性、地域農産物関連用語の理解・活用状況などについて質問項目を設定した。

対象学生の岡山県の地域農産物に対する認知度は、当初は低いと予想していたが、結果は予想していたよりも高かった。さらに地域農産物の黄ニラに焦点をあてて項目を設定した。ほとんどの学生が野菜として認知はしているものの、食体験については印象に残っていないようであった。認知度と実際の食行動とは今のところ結びついていないのではないかと考えられた。

地域農産物に関連する用語の理解・活用状況については、「聞いたことがある」というレベルの用語が14項目中8項目あったが、関心があり、実際に利用しているというレベルに達している項目は少なかった。興味や知識があっても行動に反映されていないことが窺えた。

今回は各質問項目の単純集計結果を中心に報告考察したが、今後は買い物や調理などの行動と地域農産物との関連等を分析することで、さらに地域農産物と食行動の状況を明らかにしていきたいと考えている。

## 謝 辞

本研究を行うにあたって、調査にご協力いただきました太田義雄先生、福森護先生をはじめ、諸先生方および学生の皆様に深く感謝いたします。

## 参 考 文 献

- 1) 尾崎麻衣, 高山智子, 吉良尚平:「女子大学生の食生活状況および体型・体重調節志向と疲労自覚症状との関連」, 日本公衆衛生雑誌, 52(5) (2005) p. 387-398
- 2) 平成23年度国民健康・栄養調査報告, 厚生労働省ホームページ, <http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyoudl/h23-houkoku-07.pdf>
- 3) 池上 幸江, 梅垣 敬三, 篠塚 和正, 江頭 祐嘉合:「野菜と野菜成分の疾病予防及び生理機能への関与」, 栄養学雑誌, 61(5) (2003) p. 275-288
- 4) 平成24年度 厚生労働省食育白書: [http://www8.cao.go.jp/syokuiku/data/whitepaper/2012/book/html/sh01\\_01\\_02.html](http://www8.cao.go.jp/syokuiku/data/whitepaper/2012/book/html/sh01_01_02.html)
- 5) 岡山県ホームページ: <http://www.pref.okayama.jp/uploaded/attachment/135298.pdf>
- 6) 藤田哲:「ニンニクと健康」. New Food Industry, 36(1994) p. 1-10
- 7) 齋藤容徳, 大島一則, 矢吹友二, 向田佳孝, 宇田靖:「栽培管理がニラの機能性成分含有量に及ぼす影響」, 栃木農試研報, 66 (2011) p. 19-25

