

農芸から伝える鴨産業 ～農芸鴨で伝統の復活～

資源動物科 3年 田中愛子 河辺布由
武田唯 西野友月
2年 木田琉斗 宮本優花
佐藤真琴

動機・目的

かつては鴨の畜産業が有名であった。昭和40年代には大阪産の鴨肉が国内シェアの約80%を占めていた程に鴨産業が栄えていたが、都市化による農地減少や海外からの安価な輸入肉の増加などから現在約9%と大幅に減少している。そこで私たちの研究開発した『農芸鴨』を使用し、大阪の鴨産業を復活させることを目的とした。

実施

事前調査の結果、一般の方々は鴨肉を食べる機会が少ない人、鴨について知らない人が多いことがわかった。そこで、今年度の取り組みでは、より鴨肉を身近に感じてもらうために「まなぶ・つくる・たべる」をコンセプトに、企業や行政と連携し、セミナーや試食・販売に取り組んだ。

取り組み1

ラーメン店と連携し、セミナーと鴨難波ラーメンを提供し、『農芸鴨』の更なる認知度向上をめざした(図1)。

取り組み2

鶏料理専門店「一日高校生レストラン」を開き、自ら調理・接客を行い、『農芸鴨』を使用した10種のコースメニューを約20名の地域の方に提供した(図2)。

取り組み3

製パン店と連携し、一般層をターゲットに『農芸鴨』のフランスパンの試食・販売、説明を行った。さらに約15名の方にセミナーと『農芸鴨』のフランスパン作り体験を行った。鴨とフランスパンのコラボは日本で初めての商品化となり、一般層にも馴染みやすい新たな市場を開拓することができたと考える(図3)。



図1. セミナー



図2. 高校生レストラン



図3. パンの調理体験

結果・考察

アンケート調査の結果、取り組み1、2では『農芸鴨』の認知度が約55%となったが、取り組み3では約16%とほとんどの方が知らないことがわかった。今後の課題として、校区から離れた場所への情報発信の強化が挙げられる。しかし、セミナーや試食・販売、体験などを行ったため、鴨についての知識や興味、関心が深まり、好印象を持ってもらうことができた。そして、私たちの活動はメディアにも取り上げられ、鴨産業の復活に近づいたと感じられる。

今後の課題

- ・ 認知度の向上のために「鴨おにぎり」の商品化やフランス料理店との連携に取り組む。
- ・ 私たちの活動は近隣の米農家の方に興味を持ってもらえたことから、知識や技術を伝え、普及センターとしての役割を担っていくことで、鴨の伝統を広め、鴨産業の復活に繋げる。