

「旬菜マルシェ」の今後の発展に向けた検討 ——大学生の農産物購入と消費の実態に関する分析——

藤原なつみ*・小沢 道紀**・吉川 直樹***・楠奥 繁則****・海崎 彩*****

要旨

立命館大学びわこ・くさつキャンパス（以下、BKC）では、地産地消の実現をめざして、2014年より大学キャンパス内で地元産農産物を販売する「旬菜マルシェ」を開催しており、新鮮な旬の野菜を最寄りで購入できる場として、教職員を中心に高い支持を集めてきた。一方で、学生は「旬菜マルシェ」への関心は示すものの、実際に購入する割合は低くなっていた。その理由としては、学生に自炊の習慣がないこと、大学キャンパス内での野菜の持ち運びを負担に感じていることなどが考えられる。今後、さらに「旬菜マルシェ」を発展させるとともに、地産地消を推進していくためには、主な顧客となりうる学生の野菜購入や消費の実態を把握したうえで、新たな方策を講じる必要がある。

そこで、本研究では、学生が自炊のために野菜を購入する頻度や実際に購入している野菜の種類などについて尋ねるアンケート調査を行った。さらに、特に自炊の頻度が高いと考えられる国際寮の学生に対しては、旬菜マルシェの利用実態や今後のニーズなどを尋ねるアンケート調査を行った。

その結果、一人暮らしや寮で暮らしている学生は、一定の頻度で自炊のために野菜を購入していること、但し、その種類は安価なもの、保存しやすいもの、調理しやすいものなどに偏っている傾向があることが明らかとなった。また、旬菜マルシェへのニーズについては、「国際寮内で販売されるのであれば」購入したいとい

-
- * 執筆者：藤原なつみ
所属/職位：立命館大学総合科学技術研究機構/補助研究員
機関住所：〒525-8577 滋賀県草津市野路東1-1-1
E-mail：fuji-n@fc.ritsumeai.ac.jp
- ** 執筆者：小沢道紀
所属/職位：立命館大学スポーツ健康科学部/准教授
機関住所：〒525-8577 滋賀県草津市野路東1-1-1
E-mail：mozawa@ba.ritsumeai.ac.jp
- *** 執筆者：吉川直樹
所属/職位：立命館大学理工学部環境システム工学科/講師
機関住所：〒525-8577 滋賀県草津市野路東1-1-1
E-mail：n-yoshik@fc.ritsumeai.ac.jp
- **** 執筆者：楠奥繁則
所属/職位：名古屋産業大学現代ビジネス学部/准教授
機関住所：〒488-8711 愛知県尾張旭市新居町山の田3255-5
E-mail：s-kusuoku@nagoya-su.ac.jp
- ***** 執筆者：海崎彩
所属/職位：立命館大学総合科学技術研究機構/客員研究員
機関住所：〒525-8577 滋賀県草津市野路東1-1-1
E-mail：kaizaki@fc.ritsumeai.ac.jp

う声が多かった。一人暮らしの学生にとっても購入しやすいよう、簡単な保存方法やレシピを紹介することとともに、販売場所や時間帯を改善することで、今後、旬菜マルシェにおいて学生の購入を拡大していく余地は十分にあるといえるだろう。

キーワード

地産地消・旬産旬消・野菜・大学生・消費者の購買行動

I 緒言

1. 旬菜マルシェの発展に向けた課題

立命館グローバル・イノベーション研究機構と立命館生活協同組合（以下、立命館生協）は、地元のJA（JA草津市・JAおうみ富士）の協力を得て、地産地消の推進と学生の地元産野菜の認知度向上、意識啓発をめざして、2014年夏より「地元産！旬菜マルシェ@BKC（旬菜マルシェ）」という名称で、年に二回、大学キャンパス内においてJA職員や教員が売り手となり、農産物の販売会を実施してきた。2016年夏からは、立命館生協が主催者となり、継続して「旬菜マルシェ」を開催している。「旬菜マルシェ」の開催によって、従来は直売所に行かないと購入しづらかった地元産野菜を、学生や教職員が手軽に購入できるようになった。また、JA職員や教員が販売に携わることで、購入時のコミュニケーションを通して、地元農産物の理解を深めるきっかけを作ることができた¹。

しかし、現状の限られた開催頻度では、開催期間中の一時的な購入にとどまってしまい、最寄品である農産物の日常的な購入には結びつきにくい、また継続的な地産地消につながりにくいという課題があった。今後、さらに日常消費へとつながる取り組みを進めていくためには、例えば、大学キャンパス内における旬菜マルシェの開催頻度を増やすこと、旬菜マルシェのような小規模販売モデルを他地域へ拡大させること、などの新たな方策が考えられる。しかし、これらの方策を検討する前提として、そもそも旬菜マルシェの主要顧客となりうる学生が、日常的にどのくらいの頻度でどのような野菜を購入しているのか、実態を把握しておく必要がある。

立命館生協が平成25年度にBKCの学生176名²を対象に実施した調査³によれば、1週間のうち自分で料理をする頻度について、「毎日自炊をする」と回答した学生はわずか4.5%、「1週間に5～6日自炊する」と回答した学生も8.5%であり、学生の自炊率は高いとは言えなかった（図1）。

また、外食の頻度についても、約半数の学生が週3日以上外食すると回答しており、このことからみても野菜を購入する習慣は低くなっている可能性が高い（図2）。

学生の多くがそもそも野菜の購入への意識が低く、また購入頻度が低いのであれば、旬菜マルシェで単純に学生の購入を促すための方策を講じたとしても、十分な効果は期待できない。

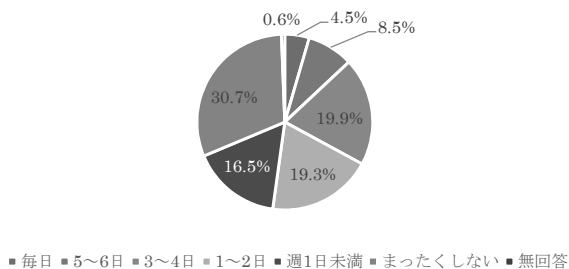


図1 1週間のうち自分で料理をする頻度 (n=176)

出所：立命館生協 平成25年度食材提供の場を活用した食育実践活動事業報告書

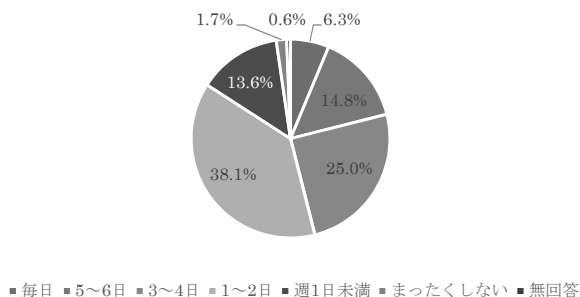


図2 1週間のうち外食をする日数 (n=176)

出所：立命館生協 平成25年度食材提供の場を活用した食育実践活動事業報告書

その場合には、学生に対する意識啓発および行動変容をもたらす取り組みは継続しつつ、学生以外を主な対象としつつ旬菜マルシェを発展させていくための方策を講じていく必要があるだろう。しかし、学生に野菜を購入したいと考える意識および習慣があれば、今後さらなる意識啓発および行動変容をもたらすような様々な工夫を重ねることで、学生の購入を拡大できる可能性がある。

そこで、本研究では、第一に、立命館大学びわこ・くさつキャンパス（以下、BKC）における大学生を対象としてアンケート調査を行い、野菜の購入に関する現状を明らかにした。第二に、特に野菜の購入率や自炊率が高いと考えられる国際寮「BKC International House (BKC インターナショナルハウス)」の寮生を対象としたアンケート調査を行い、寮生の旬菜マルシェへのニーズに関する実態を明らかにした。最後に、これらのアンケート調査結果を元に地産地消を促す旬菜マルシェの発展をめざした考察を行った。

II 立命館大学 BKC における大学生を対象としたアンケート調査

1. 調査の概要

立命館大学 BKC に在籍する学生の野菜購入の実態を把握するため、2014年度に「野菜の購入に関するアンケート調査」と題したアンケート調査を行った。調査対象は「栄養教育論」(2014

年12月18日実施)、「教育相談の研究」(2014年12月19日実施)、「環境デザイン実習」(2014年12月25日)の各授業の受講者、のべ242名(表1)である。いずれの授業もBKCにて実施されており、受講している学生の所属学部が異なる。調査方法は、印刷したアンケート用紙を学生に配布し、記入後に回収した。アンケートは無記名とし、調査結果は成績に影響しないことを説明した。

表1 回答者の属性

属性	内訳	
性別 (n=242)	男性	166名 (68.6%)
	女性	76名 (31.4%)
居住形態 (n=242)	一人暮らし	148名 (61.2%)
	家族との同居	90名 (37.2%)
	寮	4名 (1.7%)
所属学部 (n=240名) ※未回答2名	スポーツ健康科学部	142名 (59.2%)
	理工学部	77名 (32.1%)
	情報理工学部	7名 (2.9%)
	経済学部	7名 (2.9%)
	生命科学部	4名 (1.7%)
	経営学部	3名 (1.3%)
学年 (n=238) ※未回答4名	1回生	57名 (23.9%)
	2回生	57名 (23.9%)
	3回生	108名 (45.4%)
	4回生	13名 (5.5%)
	5回生以上	3名 (1.3%)

2. 調査内容

アンケート調査では、野菜の購入の実態を明らかにするため、まず、最近一ヶ月間で自炊のために野菜を購入したかどうかについてを尋ね、さらに、一ヶ月間に限定せず、自炊のために野菜を購入する頻度についても尋ねた。そして、属性のうち購入や自炊の頻度に関連が深いと思われる項目である「性別」、「居住形態」とのクロス分析を行った。なお、居住形態のうち「寮生」については回答者が4名と少なかったため、分析の際には「一人暮らし」に含めることとした。分析には、IBM SPSS Statistics23を用いた。また、過去一ヶ月間に野菜を「購入した」と回答した回答者を対象に、実際に購入した野菜の種類についても尋ねた。

なお、「自炊」には、「自宅生や寮生が自分自身で調理をするために野菜を購入した場合」「鍋料理などを友人や先輩・後輩と行う際に購入した場合」を含めることとし、家族に頼まれて購入した場合などは除くこととした。また、「野菜」については、葉茎菜類、根菜類、果菜類、きのこ類、芋類、その他に分類して、過去一ヶ月間に購入したものをすべて選択させる方式とした。

3. 結果

(1) 過去一ヶ月間の野菜の購入経験

最近一ヶ月間で自炊のために野菜を購入したかどうかについて、「購入した」と回答したのは142人（58.7%）、「購入していない」と回答したのは99人（40.9%）、未回答1人（0.4%）であり、半数以上の学生が一ヶ月間の間に一度は野菜を購入していることが明らかとなった（図3）。さらに、未回答者を除いて性別、居住形態別でクロス分析を行った。

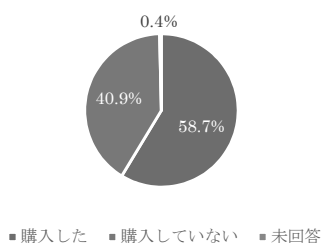


図3 過去一ヶ月間の野菜購入経験 (n=242)

男女別でみると、男性は「購入した」が88人（53.3%）、「購入していない」が77人（46.7%）、女性は「購入した」が54人（71.1%）、「購入していない」が22人（28.9%）となっており、男女別では、女性のほうが過去一ヶ月間に野菜購入経験がある回答者の割合が高い傾向にある。カイ二乗検定の結果、有意確率が0.01以下であるため、1%水準で有意であるといえる（表2）。

表2 過去一ヶ月間の野菜購入経験（男女別・n=241）

		性別		合計	
		男	女		
直近一ヶ月の購入	購入した	度数	88	54	142
		性別の%	53.3%	71.1%	58.9%
	購入していない	度数	77	22	99
		性別の%	46.7%	28.9%	41.1%
合 計		度数	165	76	241
		性別の%	100.0%	100.0%	100.0%

$$\chi^2=6.750, df=1, p<0.01$$

居住形態別でみると、一人暮らし（寮生4人を含む）では「購入した」が119人（78.8%）、「購入していない」が32人（21.2%）となっており、家族との同居では「購入した」が23人（25.6%）、「購入していない」が67人（74.4%）となっており、居住形態別では、一人暮らしのほうが過去一ヶ月間に野菜購入経験がある回答者の割合が高い傾向にある。カイ二乗検定の結果、有意確率が0.001以下であるため、0.1%水準で有意であるといえる（表3）。

分析結果より、過去一ヶ月間の野菜の購入経験の有無には、性別による差異も見られるものの、居住形態による影響がより大きいといえる。

表3 過去一ヶ月間の野菜購入経験(居住形態別・n=241)

		居住形態		合計
		一人暮らし	家族との同居	
直近一ヶ月の購入	購入した	度数 119 78.8%	23 25.6%	142 58.9%
	購入していない	度数 32 21.2%	67 74.4%	99 41.1%
合計		度数 151 100.0%	90 100.0%	241 100.0%

$$\chi^2=66.068, df=1, p<0.001$$

※一人暮らしには寮生(4人)を含む

(2) 自炊のために野菜を購入する頻度

過去一ヶ月間に限定せず、日常において自炊のために野菜を購入する頻度について尋ねたところ、「週2回以上」と回答したのは24人(9.9%)、「週1回程度」と回答したのは65人(26.9%)、「月2～3回程度」と回答したのは43人(17.8%)、「月1回以下」と回答したのは101人(41.7%)、未回答9人(3.7%)であり、回答者全体のうち3割以上の学生が週に1回は自炊のために野菜を購入していることがわかった(図4)。さらに、未回答者を除いて性別、居住形態別でクロス分析を行った。

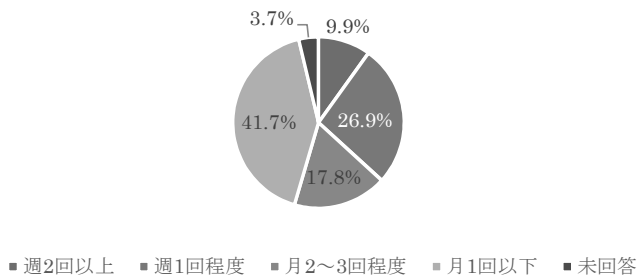


図4 自炊のために野菜を購入する頻度 (n=242)

自炊のために野菜を購入する頻度を男女別で見ると、男性では「週2回以上」が10人(6.3%)、「週1回程度」が44人(27.8%)、「月2～3回程度」が27人(17.1%)、「月1回以下」が77人(48.7%)、女性では「週2回以上」が14人(18.7%)、「週1回程度」が21人(28.0%)、「月2～3回程度」が16人(21.3%)、「月1回以下」が24人(32.0%)となっている。以上の結果より、過去一ヶ月間の結果に限らず、自炊のために野菜を購入する頻度は女性のほうが高い傾向にある。有意確率が0.05以下であるため、5%水準で有意であるといえる(表4)。

自炊のために野菜を購入する頻度を居住形態別で見ると、一人暮らし(寮生4人を含む)では「週2回以上」が22人(14.7%)、「週1回程度」が59人(39.3%)、「月2～3回程度」が32人(21.3%)、「月1回以下」が37人(24.7%)となっており、家族との同居では「週2回以上」が2人(2.4%)、「週1回程度」が6人(7.2%)、「月2～3回程度」が11人(13.3%)、「月1回

表4 自炊のための野菜の購入頻度（男女別・n=233）

		性別		合計	
		男	女		
自炊のための購入頻度	週2回以上	度数	10	14	24
		性別の%	6.3%	18.7%	10.3%
	週1回程度	度数	44	21	65
		性別の%	27.8%	28.0%	27.9%
	月2～3回程度	度数	27	16	43
		性別の%	17.1%	21.3%	18.5%
	月1回以下	度数	77	24	101
		性別の%	48.7%	32.0%	43.3%
合計	度数	158	75	233	
	性別の%	100.0%	100.0%	100.0%	

$$\chi^2=11.298, df=3, p<0.05$$

以下」が64人（77.1%）となっており、一人暮らしにおいて自炊のために野菜を購入する頻度が高い傾向にあり、半数以上が週に1回以上は野菜を購入していることが明らかとなった。カイ二乗検定の結果、有意確率が0.001以下であるため、0.1%水準で有意であるといえる（表5）。

カイ二乗検定の結果より、自炊のために野菜を購入する頻度においても、性別による影響もあるものの、居住形態による影響がより大きいといえる。

（3）購入した野菜の種類

過去一ヶ月間に購入したと回答した者（n=142）に、実際に購入した野菜の種類を尋ねたところ、50%以上の回答を集めたのは、葉茎葉類では「玉ねぎ（59.2%）」「白菜（56.3%）」「キャベツ（51.4%）」、根菜類では「にんじん（53.5%）」、その他では「もやし（62.7%）」であった。これらの野菜が多く購入されている理由として、玉ねぎやにんじんは長期間保存しやすく多様

表5 自炊のための野菜の購入頻度（居住形態別・n=233）

		居住形態		合計	
		一人暮らし	家族との同居		
自炊のための購入頻度	週2回以上	度数	22	2	24
		居住形態の%	14.7%	2.4%	10.3%
	週1回程度	度数	59	6	65
		居住形態の%	39.3%	7.2%	27.9%
	月2～3回程度	度数	32	11	43
		居住形態の%	21.3%	13.3%	18.5%
	月1回以下	度数	37	64	101
		居住形態の%	24.7%	77.1%	43.3%
合計	度数	150	83	233	
	居住形態の%	100.0%	100.0%	100.0%	

$$\chi^2=63.326, df=3, p<0.001$$

※一人暮らしには寮生（4人）を含む

な料理に使えること、白菜は鍋料理に使いやすいこと、キャベツは皮をむくなどの手間が少なく生でも食用が可能であること、もやしは洗うだけで調理しやすく安価であること、などが考えられる。

一方、アンケート調査を実施した12月が旬であるにも関わらず、ごぼう(4.2%)、さといも(3.5%)、レンコン(2.8%)、かぶ(0.7%)などは購入が少ない(表6・表7)。その理由としては、これらの野菜はそもそもの出荷量が比較的少ないことに加えて⁴、いずれも他の野菜に比べ、皮がむきづらいなど調理しにくいためであると考えられる。

また、クロス分析を行ったところ、男女別では、ほとんどの野菜において男性よりも女性のほうが高い割合で購入しており、女性のほうがさまざまな野菜を購入している傾向が伺える。居住形態別では、家族との同居の回答者よりも一人暮らしの回答者のほうがさまざまな野菜を購入している傾向が伺えるが、白菜、水菜などの一部の項目では結果が逆転しており、その理由としては「鍋料理などを友人や先輩・後輩と行う際に購入した場合」の回答が含まれていると考えられる。

表6 過去一ヶ月間で購入した野菜(男女別・n=142)

野菜の種類	男		女		総計	
	N	%	N	%	N	%
	(n=88)		(n=54)		(n=142)	
葉茎菜類						
玉ねぎ	49	55.7%	35	64.8%	84	59.2%
白菜	49	55.7%	31	57.4%	80	56.3%
キャベツ	36	40.9%	37	68.5%	73	51.4%
ねぎ	38	43.2%	17	31.5%	55	38.7%
レタス	17	19.3%	19	35.2%	36	25.4%
ほうれん草	10	11.4%	13	24.1%	23	16.2%
水菜	10	11.4%	12	22.2%	22	15.5%
ブロッコリー	7	8.0%	13	24.1%	20	14.1%
小松菜	6	6.8%	3	5.6%	9	6.3%

野菜の種類	男		女		総計	
	N	%	N	%	N	%
	(n=88)		(n=54)		(n=142)	
根菜類						
にんじん	45	51.1%	31	57.4%	76	53.5%
大根	22	25.0%	20	37.0%	42	29.6%
ごぼう	2	2.3%	4	7.4%	6	4.2%
レンコン	1	1.1%	3	5.6%	4	2.8%
かぶ	0	0.0%	1	1.9%	1	0.7%
果菜類						
トマト	10	11.4%	21	38.9%	31	21.8%
ピーマン	16	18.2%	7	13.0%	23	16.2%
ナス	9	10.2%	7	13.0%	16	11.3%
キュウリ	8	9.1%	5	9.3%	13	9.2%
カボチャ	2	2.3%	11	20.4%	13	9.2%
きのこ類						
えのき	31	35.2%	26	48.1%	57	40.1%
しめじ	21	23.9%	23	42.6%	44	31.0%
エリンギ	19	21.6%	9	16.7%	28	19.7%
しいたけ	13	14.8%	6	11.1%	19	13.4%
まいたけ	12	13.6%	5	9.3%	17	12.0%
芋類						
じゃがいも	40	45.5%	28	51.9%	68	47.9%
さつまいも	5	5.7%	13	24.1%	18	12.7%
さといも	1	1.1%	4	7.4%	5	3.5%
その他						
もやし	52	59.1%	37	68.5%	89	62.7%
カット野菜	13	14.8%	9	16.7%	22	15.5%
豆類	9	10.2%	9	16.7%	18	12.7%
冷凍野菜	5	5.7%	3	5.6%	8	5.6%

表7 過去一ヶ月間で購入した野菜（居住形態別・n=142）

野菜の種類	一人暮らし		家族との同居		寮生		総計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
	(n=117)		(n=23)		(n=2)		(n=142)	
葉茎菜類								
玉ねぎ	76	65.0%	7	30.4%	1	50.0%	84	59.2%
白菜	64	54.7%	14	60.9%	2	100.0%	80	56.3%
キャベツ	60	51.3%	11	47.8%	2	100.0%	73	51.4%
ねぎ	47	40.2%	7	30.4%	1	50.0%	55	38.7%
レタス	34	29.1%	1	4.3%	1	50.0%	36	25.4%
ほうれん草	18	15.4%	4	17.4%	1	50.0%	23	16.2%
水菜	15	12.8%	7	30.4%	0	0.0%	22	15.5%
ブロッコリー	16	13.7%	3	13.0%	1	50.0%	20	14.1%
小松菜	8	6.8%	1	4.3%	0	0.0%	9	6.3%

野菜の種類	一人暮らし		家族との同居		寮生		総計	
	N	%	N	%	N	%	N	%
	(n=117)		(n=23)		(n=2)		(n=142)	
根菜類								
にんじん	68	58.1%	6	26.1%	2	100.0%	76	53.5%
大根	38	32.5%	3	13.0%	1	50.0%	42	29.6%
ごぼう	4	3.4%	1	4.3%	1	50.0%	6	4.2%
レンコン	4	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	4	2.8%
かぶ	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%
果菜類								
トマト	29	24.8%	1	4.3%	1	50.0%	31	21.8%
ピーマン	22	18.8%	1	4.3%	0	0.0%	23	16.2%
ナス	13	11.1%	2	8.7%	1	50.0%	16	11.3%
キュウリ	13	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	13	9.2%
カボチャ	11	9.4%	1	4.3%	1	50.0%	13	9.2%
きのこ類								
えのき	51	43.6%	5	21.7%	1	50.0%	57	40.1%
しめじ	35	29.9%	7	30.4%	2	100.0%	44	31.0%
エリンギ	22	18.8%	5	21.7%	1	50.0%	28	19.7%
しいたけ	17	14.5%	2	8.7%	0	0.0%	19	13.4%
まいたけ	15	12.8%	1	4.3%	1	50.0%	17	12.0%
芋類								
じゃがいも	62	53.0%	5	21.7%	1	50.0%	68	47.9%
さつまいも	15	12.8%	2	8.7%	1	50.0%	18	12.7%
さといも	5	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	5	3.5%
その他								
もやし	75	64.1%	12	52.2%	2	100.0%	89	62.7%
カット野菜	18	15.4%	2	8.7%	2	100.0%	22	15.5%
豆類	15	12.8%	3	13.0%	0	0.0%	18	12.7%
冷凍野菜	7	6.0%	1	4.3%	0	0.0%	8	5.6%

4. 考察

アンケート調査結果より、野菜購入の頻度は、性別の影響もあるものの、居住形態による影響がより大きく、一人暮らしをしている学生の半数以上が週に一回以上野菜を購入していることが明らかとなった。過去に開催した旬菜マルシェでは、教職員の購入が中心であり、学生の購入は少ないという結果であったものの⁵、一人暮らしの学生の野菜購入実態に目を向けると、今後、旬菜マルシェでの学生の行動変容をもたらすことで、購入を拡大する余地は十分にあるといえる。

なお、本アンケート調査では、「寮生」は回答者242名中4名のみであり、十分な分析を行うことができなかった。食事が提供されない寮であれば、自炊もしくは外食や中食で食事をする必要があるため、「一人暮らし」である回答者と同じく野菜の購入頻度は高い可能性がある。

特に、BKC 国際課担当者によれば、海外からの留学生は、宗教や文化的背景を理由に自炊を中心とした生活をしている傾向があるという。

BKC の留学生の多くは、国際寮「BKC International House (BKC インターナショナルハウス)」で生活している。国際寮は、大学から徒歩5分の閑静な住宅街に立地しており、最寄りのスーパーマーケットまでは徒歩で20分ほどの時間を要する。日常の買いものの利便性が高いとは言いがたく、大学キャンパス内で野菜を購入できる旬菜マルシェに対するニーズが高いと考えられる。そのため、国際課の協力を得て、国際寮の寮生を対象としたアンケート調査を別途行い、寮生（留学生）の旬菜マルシェにおける野菜購入の実態やニーズについても把握することとした。

Ⅲ 国際寮寮生の旬菜マルシェの利用実態とニーズに関する調査

1. 調査の概要

BKC の国際寮「BKC International House (BKC インターナショナルハウス)」は、立命館大学 BKC から連絡通路を使用して徒歩5分に立地する BKC の留学生専用の寮である。各寮室には小型の冷蔵庫が備えられているものの調理設備はなく、共用設備として、全寮生が使用可能なキッチンラウンジがあり、多くの留学生がキッチンラウンジを利用して自炊している(図5)。

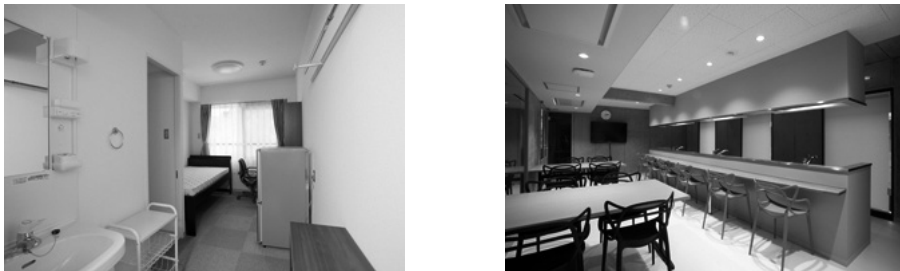


図5 国際寮の寮室(左)とキッチンラウンジ(右)

出典：立命館大学 WEB サイト

先述した「立命館大学 BKC における大学生を対象としたアンケート調査」の結果からも明らかとなり、一人暮らしをしている学生は家族と同居している学生に比べて自炊のために野菜を購入する頻度が高くなっている。寮で自炊をしている学生も同様に野菜購入の頻度が高い可能性があり、またスーパーマーケットまで距離があることから、旬菜マルシェへのニーズが期待できる。また、実際に旬菜マルシェで野菜を購入する学生の中には、留学生の姿も見られたことから、あらためて利用実態とニーズ把握のためのアンケート調査を行うこととした。

アンケート調査は BKC 国際教育センターを通して、2015年12月14日に国際寮の寮生約120

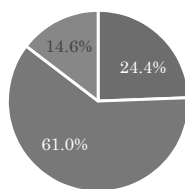
名に配布し、管理人室に提出するよう依頼した(提出メ切:2016年1月6日)。うち41名から回答を得ることができた。なお、アンケート調査は英文にて実施した。

2. 調査内容

アンケート調査では、第一に、BKCで開催される「旬菜マルシェ」で野菜を買ったことがあるかどうか、第二に、今後国際寮で定期的に「旬菜マルシェ」が開催されたら野菜を購入したいかについて尋ねた。国際寮はBKCから徒歩5分の近距離であるものの、途中に長い階段を上る必要があり、重い野菜を持ち歩くのは負担であると感じる学生もいると考えたことから、開催場所をBKCから国際寮に移した場合のニーズについても尋ねることとした。

3. 結果と考察

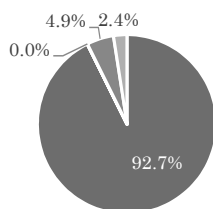
BKCで開催される「旬菜マルシェ」で野菜を買ったことがあるかどうかという質問に対しては、「買ったことがある」が10名(24.4%)、「買ったことがない」が25名(61.0%)、「開催を知らない」が6名(14.6%)という結果であった(図6)。



■買ったことがある ■買ったことがない ■開催を知らない

図6 BKCで開催されている「旬菜マルシェ」で野菜を購入したことがあるか (n=41)

次に、今後国際寮で定期的に「旬菜マルシェ」が開催されたら野菜を購入したいかについて尋ねたところ、「購入したい」という回答が38人(92.7%)、「購入したくない」という回答が0人(0.0%)、「その他」が2人(4.9%)、未回答が1人(2.4%)であった。「その他」の自由記述では、「購入したいが、定期的でなくてもよい」「調理をしないので必要ない」という回答



■はい ■いいえ ■その他 ■未回答

図7 今後、寮で定期的に「旬菜マルシェ」が開催されたら購入したいか (n=41)

が得られた（図7）。

現状ではBKCで購入されている旬菜マルシェで購入したことがないという回答が最も多かったものの、9割以上の寮生が国際寮で旬菜マルシェが開催されたら購入したいという回答しており、野菜購入のニーズが十分に高いことが明らかとなった。

IV 旬菜マルシェの今後の展開

二つのアンケート結果より、一人暮らしの学生は一定の頻度で自炊のために野菜を購入しており、寮生は旬菜マルシェの定期開催を希望しているなど、教職員だけでなく、学生にも野菜を購入ニーズがあることが明らかになった。今後、旬菜マルシェにおいて学生の行動変容をもたらし、購入を拡大する余地は十分にあるといえるだろう。

一方、改善すべき課題も残されている。第一に、購入した野菜の持ち運びの負担である。過去の旬菜マルシェで実施したインタビュー調査⁶では「購入したいが授業があると大きな野菜は持ち歩きにくい」といった声があり、今回国際寮で実施したアンケート調査では「国際寮で定期的に開催されるのであれば」という条件つきで「購入したい」という声が多かった。終日オフィス内で過ごしており、自動車通勤が多い教職員と異なり、授業ごとに教室を移動しており、公共交通機関や自転車での通学が多い学生にとっては、野菜を持ち歩く負担が大きい。地元産野菜の購入を促すためには販売場所や時間帯などに改善の余地があるだろう。第二に、旬の野菜や地元産の野菜の購入を促す意識啓発である。学生が実際に購入している野菜をみると、地元産や旬といった要素よりも保存しやすさや調理しやすさを重視して野菜を選んでいる傾向がある。旬菜マルシェでは、旬の地元産農産物の販売を促進するねらいがあることから、一人暮らしの学生にとっても購入しやすいよう、簡単な保存方法やレシピを紹介するなど、工夫する必要があるだろう。旬菜マルシェで販売されている野菜を手にとるだけでなく、実際に農作業を体験できる場を提供したり、学生が育てた野菜を販売したりするなど、地元産農産物をより身近に感じ、行動変容につながるような取り組みも進めていきたい。

自炊のための野菜を購入しようとする学生が「旬菜マルシェ」を通して、地産地消や旬菜旬消といった意識をはぐくみ、さらには他の学生にもそうした意識を広げられるよう、今後も地域連携による「旬菜マルシェ」の試みをさらに発展させていきたい。

注

- 1 藤原なつみ・小沢道紀・吉川直樹・楠奥繁則：「地域連携による『旬菜マルシェ』の試み—大学キャンパス内における農産物販売会の展開—」，社会システム研究，No33，pp173-190（2016年）
- 2 回答者（n=176）の家族構成は、一人暮らし59.7%，両親と同居30.1%，三世帯同居4.5%，そ

の他5.7%, 無回答0.0%となっている.

- 3 立命館生活協同組合：農林水産省補助事業「平成25年度食材提供の場を活用した食育実践活動事業」採択 平成25年度食材提供の場を活用した食育実践活動事業報告書（2014年）

http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/25coop_ritumei1.pdf

http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/25coop_ritumei2.pdf

- 4 農林水産省：平成27年産野菜生産出荷統計

5 藤原ら：前掲注1

6 藤原ら：前掲注1

The study for the increasing market of “SYUNSAI Marché (Seasonal Vegetable Market)”:
Analysis of the trends on vegetable purchasing and consumption among college students

FUJIWARA Natsumi^{*}, OZAWA Michinori^{**}, YOSHIKAWA Naoki^{***},
KUSUOKU Shigenori^{****}, KAIZAKI Aya^{*****}

Abstract

Aiming to realize local production and local consumption, from 2014, We have held the “Seasonal Vegetables Market” to sell local agricultural products on Biwako Kusatsu Campus (BKC). As the nearest venue from which to purchase fresh, in-season vegetables, the market has gained much support mainly among faculty and staff. On the other hand, while students express interest in the Seasonal Vegetables Market, few make purchases. Reasons for this are that students do not have the habit of cooking their own food and feel it is a burden to carry vegetables around campus. In the future, to further develop the Seasonal Vegetables Market and promote both local production and consumption, it is necessary to ascertain the conditions of vegetable purchasing and consumption among students, who may become the main customers, and undertake a new strategy.

In this regard, this research conducted a survey of the frequency at which students purchase vegetables to cook for themselves and the types of vegetables they buy. In

-
- * Correspondence to: FUJIWARA Natsumi
Assistant Researcher, Research Organization of Science and Technology, Ritsumeikan University
1-1-1 Noji-Higashi, Kusatsu, Shiga 525-8577 Japan
E-mail: fuji-n@fc.ritsumeai.ac.jp
- ** Correspondence to: OZAWA Michinori
Associate Professor, College of Sport and Health Science, Ritsumeikan University
1-1-1 Noji-Higashi, Kusatsu, Shiga 525-8577 Japan
E-mail: mozawa@ba.ritsumeai.ac.jp
- *** Correspondence to: YOSHIKAWA Naoki
Lecturer, College of Science and Engineering, Ritsumeikan University
1-1-1 Noji-Higashi, Kusatsu, Shiga 525-8577 Japan
E-mail: n-yoshik@fc.ritsumeai.ac.jp
- **** Correspondence to: KUSUOKU Shigenori
Associate Professor, Faculty of Current Business, Nagoya Sangyo University
3255-5 Araicho Ymanoda Owariasahi, Aichi 488-8711 Japan
E-mail: s-kusuoku@nagoya-su.ac.jp
- ***** Correspondence to: KAIZAKI Aya
Visiting Researcher, Research Organization of Science and Technology, Ritsumeikan University
1-1-1 Noji-Higashi, Kusatsu, Shiga 525-8577 Japan
E-mail: kaizaki@fc.ritsumeai.ac.jp

particular, we conducted a survey of students in the international dormitory, who are considered to frequently cook for themselves, to determine their use of the Seasonal Vegetables Market and future needs.

As a result, while it became clear that students living alone or living in dormitories purchase vegetables to cook for themselves at a certain frequency, they tended to purchase inexpensive types of vegetables that were easy to preserve and cook. Furthermore, in terms of needs for the Seasonal Vegetables Market, many said they wanted to make purchases “if they were sold in the international dormitory.” To facilitate purchases for students living alone alongside introducing easy preservation methods and recipes, improving sales locations and times of business will likely increase student purchases at the Seasonal Vegetables Market.

Keywords

Local production for local consumption, consumption of seasonal goods, vegetables, college students, consumers' purchasing behavior