

木村 純子

食育活動とテリトリオ

ーイタリア・カンパーニャ州の教育農場の事例ー

2013/08/06

No. 147

Junko Kimura

Food Education and TERRITORIO:
Case of Educational Farm
in Campania, Italy

August 6, 2013

No. 147

食育活動とテリトリオ:イタリア・カンパーニャ州の教育農場の事例

Food Education and TERRITORIO: Case of Educational Farm in Campania, Italy

木村純子

1.はじめに

本研究は、イタリアの事例を手がかりに日本の農業を通じた地域活性化のための実践的取組みのあり方を検討するという全体の目的を持っている。多様な機能を有する農業を利用した地域を活性化させる手立ての 1 つとして、正しい食の知識と実践を子どもたちに教える食育の意義が認められている。

本資料が目指すのは、イタリアにおける食育活動である。イタリアを取り上げる理由は、イタリアは EU 諸国で最も農業経営体数が多いからであり(石井 2010)、また食に関わる子どもたちへの教育活動に積極的に取り組んでいると言われているからである(内閣府 2007;内閣府 2008a;内閣府 2008b)。

食育活動の 1 つに教育農場(Fattoria Didattica)がある。教育農場は、農場、農業観光業、農産加工業者、農業文化の博物館などにおいて学校に対するサービスを提供することである。具体的には、子どもたちが 1)生産活動や農業の多様な機能を理解する、2)農業の生産プロセスを見る、3)テリトリオ(territorio)内の天然資源の保護と農業生産を関連づける、4)地元特産品を大切にする、5)農家の仕事を見るといった行為を通じて農家が行っている環境保全活動を知ることとする活動である(Regione Campania 2010)。

本資料は、教育農場における実際の教育内容と食育活動を促進する主体の取組みを明らかにすることで食育活動に関わる主要な概念を抽出することを目的とする。

調査対象地域としてカンパーニャ州を取り上げる。カンパーニャ州は州の国土のうち農地が占める割合は 52%で、年間農業生産額は 660 億ユーロである。農業生産高が州の GNP に占める割合は約 3%である。カンパーニャ州を取り上げる理由は、イタリアに 20 ある州のうちおよそ半分が州の活動として教育農場に取り組んでいるが、カンパーニャ州はエミリア=ロマーニャ州に続く 2 番目の州として教育農場を開始し、認証農場数が 2007 年から 2011 年の 5 年間で 127 経営から 208 経営へと 61%増加しているとおり活発な活動を行っていると考えられるからである。

本資料の構成は次のとおりである。第 2 節は調査の概要を説明する。第 3 節は教育農場の教育プログラムを概観する。第 4 節は食育に対するカンパーニャ州役場の取組みを説明する。第 5 節は調査の発見物、抽出された概念、および今後の課題を述べる。

2.調査概要

2013 年 4 月 10 日から 15 日まで南イタリアのカンパーニャ州において農畜産加工品および教育農場に関するインタビュー調査と参与観察調査を実施した。中でも本調査に関連するインタビュー対象者は【表 1】のとおりである。州役場に対する質問は付属資料 A、教育牧場に対する質問は付属資料 B のとおりである。インタビューは Buonocore 氏の通訳を介

して質問は英語で回答はイタリア語で行われた。教育牧場における子どもたちに対する教育の参与観察も行った。

表 1 インタビュー対象者

対象者	所属	役職	調査実施日
Antonio Tallarico	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・農業部門・ 教育牧場課責任者	2013年4月15日
Maria Passari	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・農業部門・ 部長	2013年4月15日
Vivien Buonocore	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・ 農業部門・秘書	2013年4月15日
Alessandro Pasca di Magliano	Masseria Gio Sole	教育牧場・経営者	2013年4月15日
Giuseppe Orefice	AgriGiochiAmo	教育牧場インストラクター	2013年4月15日

3.教育農場の食育プログラム

3.1.農場の概要

2013年4月15日の午前9時半に州役場の車でナポリ市内からカゼルタ県カプアにある教育牧場ジオソーレ農園(Masseria Gio Sole)に向かった。ジオソーレ農園は敷地面積が60ヘクタールの大規模農場である。主に果物、野菜、ワイン用ブドウを生産している。経営者のAlessandro Pasca di Magliano氏は1939年生まれで貴族(男爵)である。娘の1人が農場経営を手伝っている。

大規模農園の管理と維持は膨大なコストがかかるので、収益を上げるために多様な取り組みを行っている。たとえば、2000年からアグリツーリズムを始めた。B&Bおよびレストランも経営している。教育農場は州役場にサポートしてもらいながら取り組み始めた。教育農場には学校がコンタクトしてきて子どもたちが訪れる。すると子どもたちが今度は家族と共に農園を訪れレストランで食事をしたりアグリツーリズムに泊まったりする。

農場敷地内には農産品の加工工場もある。工場内に「安全性の高い果実を用いた2次製品」と書かれたボードが掲示されているが、これは農場の加工製品がEUとカンパーニャ州によって登録され管理されていることを証明するものである。フルーツジュースやトマトジュースといったジュース類、果物から作るジャム、ブルスケッタ(bruschetta)に使う野菜のクリームも製造している。クリームに用いる野菜はカルチョーフィ(carciofi:アーティチョーク)、ナス、ラパ奈(cima di rapa)などである。パスタに使うトマトソース(sugo di pomodoro)も作っている。

農産加工品の製品開発はカンパーニャ州やモリーゼ州の大学の農学部と共同開発で行っている。製品の販売経路は直販、ホテルやレストランなどの外食産業、デリカテッセンなどの食料品専門店である。直販が50%を占めている。高価格帯の商品であることからファ

スーパーマーケットでは販売しないし量販店にも卸していない。オリーブの実からオリーブオイル、ブドウからワインも作っているがいずれも農園内のレストランですべて使い切っている。

農場の主な収入源はレストランである。新鮮な農産物も加工製品もレストランで使うことができる。近年、新鮮な農産物を市場に卸す比率が減ってきた。なぜならば、農産物は保存できないが加工品は保存することができるからである。

3.2.教育農場活動

1ヶ月に訪れる子どもの数はおよそ1,000人である。1回あたり最大200人を受け入れることができる。農園は2ヶ所あるのでその時は100人ずつそれぞれの農園に分かれる。来訪者が多いのは学校の学期中の4月から5月までと9月から11月初めまでである。学校の課外活動として教育農場に来た子どもが日曜日に親を連れてくることもある。夏は家族用のプログラムを用意し子どもたちは親と一緒に学習する。

筆者が観察したのはカゼルタ県の学校からやってきた子どもたちであった¹。カゼルタから農園までは車で45分程度なのでさほど遠くない。子どもたちの年齢は7歳であった。

筆者らが農園に到着した時には、子どもたちはすでに2つのグループに分かれて活動を行っていた。1グループあたり約15名であった。1つのグループでは、インストラクターがあらかじめ教えた講義内容に関する質問をクイズ形式で出すことによって子どもたちが理解できたかどうかを確認していた。ゲームは果樹園で行われていた。【写真1】

写真1 果樹園でクイズゲーム



2013年4月15日筆者撮影

もう1つのグループの子どもたちは屋外のひさしの下でタルトを作っているところであった。農園のオーブンで焼いてできあがり自宅に持って帰ることができる。【写真2】いずれも楽しみながら学ぶというのが農場における教育のポイントである。

¹ 通常はナポリの学校から訪れることが多い。

写真2 タルト作り



2013年4月15日筆者撮影

ツールも活用されている。レクチャーやクイズに使うボードなどのツールはナポリの AgriGiochiAmo という団体が制作した。【写真3】この団体は3、4年前から農場教育用コミュニケーションツールの制作を始めた。

写真3 教育農場で利用するツール



2013年4月15日筆者撮影

教育農場のインストラクターOrefice氏はナポリ出身でフードテクノロジーの専門家である。Orefice氏は何年もこの仕事に携わっている。農園から車で20分ほどのカゼルタ地区に住んでいるがカンパーニャ州のみならず、ローマ(ラツィオ州)、トスカーナ州、シチリア州でも教えている。ジオソーレ農園がOrefice氏を雇っているのではなく、上記のAgriGiochiAmoにOrefice氏は所属し各農園に派遣されている。ジオソーレ農園は教育農場の開催の都度、講師代を支払う。

教育農場におけるいずれの活動も実際に始める前の事前学習が重要であるとOrefice氏は言う。子どもたちは正しい食品とはどういう食品のことなのか、それぞれの食品にはどのような栄養素が含まれているのかといったことをインストラクターから学ぶ。

農園は複数のアクティビティを用意しているが、子どもたちがどのアクティビティを行

うかは学校教諭が決める。学校教諭は学校における食育活動と連動させられるアクティビティを選択する。農園での活動内容は季節ごとに変えている。春と夏では収穫できる野菜や果物が異なるのでそれぞれその季節の産品を用いた異なるプログラムになる。秋はオリーブやブドウなどをはじめ農産物の収穫の季節となるのでまた異なるプログラム内容になる。農園で作業を行うプログラムもある。用いる農具は子ども用のサイズになっている。子どもたちは春にはプラントを移植したり、収穫シーズンには収穫を手伝ったりする。

所要時間も学校側が選択する。半日コースと1日コースがあるが、半日コースは午前中のみの活動で子どもたちは昼食を食べずに帰る。1日コースは午前中の活動を終えると昼食を食べ、午後は自由時間になる。

屋外での子どもの活動なので予期しないハプニングはしょっちゅう発生する。たとえば、子どもは虫が出てくると大騒ぎする。インストラクターにとってはそれが教育のチャンスとなる。教育に連動させながら子どもたちを落ち着かせたりハプニングを解決したりする。インストラクターがハプニングを適切にマネジできるかどうか重要であることからインストラクターに対するトレーニングは重要である。子どもたちに対する授業は2時間程度であるが、インストラクターは長時間の講習とトレーニングを受け経験も積んでいる。

ジオソーレ農園では子どもたちが作業を手伝う際はインストラクターと共に活動し、農夫と話す機会はない。なぜならば、農夫たちは専門の訓練を受けていないので子どもたちに教育できないからである。彼らは使用する言語も異なり、使う単語も異なる。農夫らを教育し子どもたちと直接コミュニケーションを取らせることは難しいと Orefice 氏は考えている²。

3.3.食の正しい選択

教育活動の中で最も重要な目的の1つは食品の正しい選択の仕方を教えることである。Orefice 氏にジュースの選択の仕方を子どもたちに実際に教えるときの様子を再現してもらった。インストラクターから子どもたちへの最初の質問として、買い物に行ったときにどういう基準で商品を選んでいるのかを子どもたちに尋ねる。多くの子どもはなじみのあるブランド名を挙げる。親しみのあるブランドがいいと言うのでなぜいいのかと聞く。何が入っているといいのか、色はどうあるべきか、茶色いジュースとオレンジ色のジュースがあるがなぜ色が違うのかといった質問を重ねていく。

² ジオソーレ農園では農夫が直接話す機会はないが、家族経営型小規模農場の教育農場では農夫が子どもたちと直接話すこともある。

写真4 インストラクターによるレクチャー「食の正しい選択」



2013年4月15日筆者撮影

子どもたちへの2つ目の質問として、ジュースのテクスチャー(質感)を比べてもらうために、2つの異なるジュースの瓶を使いながら、瓶を振って中のジュースはどのように動くのかを聞く。瓶の中の沈殿物の違いも見ってもらう。どちらが早く動いてどちらがゆっくり動くのか、それはなぜかを考えさせる。

ラベルの見方も教える。酸度とは何か。2つのジュースのうち1つの原材料は果物となっていてもう1つは果物クリームと書いてある。それぞれどういう意味なのかを教える。

写真5 「食の正しい選択」ホームメイドと工業製品



2013年4月15日筆者撮影

ここでようやくジュースが入ったカップを手にもってもらおう。まずカップがコンポスト可能な素材で作られていることから環境サステナブル(持続可能)であることを教える³。カップを手のひらに乗せてしばらく待つ。オリーブオイルのソムリエがするようにカップを

³ 棚やテーブルは地元カンパニー州のリサイクルペーパーを使った段ボールであることから子どもたちにリサイクルについて教えることもできる。環境と経済の両方を教えているのである。

手で温める。そうすれば、ジュースに香りが出てくる。鼻に到達した香りを嗅いでみる。子どもたちにどちらの香りが好きかを尋ねる。ほとんどの子どもは工業製品ジュースの香りの方が好きだと言う。なぜならば、なじみのある香りだからである。工業製品の香りはジャムと新鮮な果物のどちらの香りがするかを尋ねてみると、子どもたちはジャムの香りがすると答える。工業製品ジュースに使う果物は鮮度が低いために長時間煮詰められているからジャムのような香りがすることを教える。一方のホームメイドジュースは工業製品と比べると香りは少ないが新鮮な果物の香りがする。果物は調理(加熱)すればするほど香りが強くなるので、調理されていないホームメイドジュースは香りが少ないことを教える。

色も比較してもらおう。工業製品ジュースは調理時間が長いために色が茶色っぽくなっている。工業製品には着色料と保存料が入っていることから新鮮ではないことを教える。

引き続き味見をしてもらおう。苦いかどうか。酸味はどうか。甘いかどうか。ホームメイドジュースと工業製品の味が一緒かどうかを尋ねる。工業製品をより甘いと感じるのは砂糖をたくさん使っているため、糖質で酸度がカバーされているからであることを教える。ホームメイドジュースは新鮮な果物の味がするが、工業製品と比べると味が薄い。甘味があるがそれは果実の甘味であること、ビタミンやミネラルも入っていることを教える。一般的に子どもは酸味が強いものを嫌がるが、ホームメイドと工業製品の2種類のジュースを飲み比べて、ホームメイドは生の果物と同じで工業製品はジャムのようなものだと説明すれば子どもたちも正しい食品がどういうものかを理解してくれる。

価格についても教える。ホームメイドジュースは工業製品よりも高価である。高い理由はよりたくさん果物を使っているからだを説明する。高いと感じるならば、ジュースに水を入れて薄め量を増やして飲んでもいいことを教える。このようにして子どもたちはまず自分で理由や内容を理解し納得してはじめてホームメイドジュースと工業製品ジュースの区別ができるようになる。正しい食の選択基準の説明を丁寧に行うことが重要なのである。

次に Orefice 氏は農産物加工スペースに筆者らを連れて行った。途中で食育のためのボードが1枚置かれていた。【写真6】は五感の中でも視覚が食の判断に与える影響を説明するためのツールである。リンゴを例にとると、大きいか小さいかというサイズ、赤いか茶色かという色、およびしわがあるかツルツルしているかといった質感など、我々は視覚からの情報でリンゴの正しさを判断する。嗅覚や味覚でも判断するが、多くの場合視覚からの情報で食品を選ぶことができるということを子どもたちに教える。

写真 6 食育に用いるツール「五感が食の判断に与える影響」



2013年4月15日筆者撮影

子どもたちは農産物の加工工程も見学する。収穫された果物は加工工場に運ばれ、まず選別される。切って鍋に入れて砂糖とレモンジュースを加えて煮る。できたジュースをボトリングするといった工程を見学した後、インストラクターは子どもたちが正しいシーケンス(一連の流れ)を理解したかどうかを確認するためにゲーム形式のクイズを出題する。

4.カンパーニャ州役場の食育への取組み

4.1.子どもたちの食を取り巻く問題

保健省の調査でも明らかになっているとおり、子どもたちが野菜と果物を食べなくなったという現象はイタリア全体の問題である。北イタリアと比較するとプーリア州を除く南イタリアの子どもたちはことさら野菜と果物を食べない。プーリア州に肥満児が少ないのは伝統食を食べているからである。プーリアの子どもたちはおやつ(merenda)にパンとトマトを食べるが、カンパーニャ州の子どもたちはコココーラを飲みながらパンとヌテッラ(Nutella:ヘーゼルナッツペースト、砂糖、ココア、脱脂粉乳などを練った甘いスプレッド)を食べている。十分なスポーツもしないことから子どもたちの肥満が問題になっている。

子どもたちは農場で収穫された野菜や果物を格好よいと思わず、工業化されたパッケージ商品や色の鮮やかな食品が格好いい食べ物だと思っている。ソーセージが子どもたちの好物なのは色がいいからである。彼らの目にはソーセージの赤色が美味しそうに見える。農場で提供される食事は食育活動の一環であるが、子どもたちは緑色をした食品を嫌がる傾向がある。緑色をしているからといってピスタチオのジェラートすら嫌がるくらいである。ソーセージが緑色だったら食べたがらないはずだと Tallarico 氏は言う。

学校から寄せられるニーズの1つは消費者と農業との関係を教えることであるが、子どもたちは食べ物はどこから来るのかを分かっていない。カンパーニャの都心部から教育農場にやってくる子どもたちは田舎の生活を知らない。牛がどこから来るのかも知らないし、ヤギは卵から生まれると思っている子どももいる。牛乳は搾乳された牛の乳であることを

知らず、工場で作られた工業製品だと思っている子どもすらいる。

子どもたちのそのような食習慣や知識に対して多くの親は何も言わない。親自身が農場に来て初めて正しい食生活の重要性に気づくこともしばしばである。根底には社会階層と格差の問題がある。戦時中は上流階級の人々が太っていて、食糧が手に入らない下流階級はやせ細っていた。近年はこの現象が逆転し、正しい食べ物の知識を持つ上流階級の人々の体型はスリムで、食に関する正しい教育を受ける機会がない下流階級は肥満になりやすい。下流階級は貧しい時代の記憶から脂肪を摂取することが大切だと思っているからである。

4.2.取組みの概要

2004年、カンパーニャ州役場は教育農場に取り組み始めた。教育農場の目的は農場と子どもたちをつなぐことであるが、州役場の目的は季節のものを食べると美味しいということをお教え、州内の野菜と果物をもっとたくさん食べてもらうことであった。

イタリアには20の州があるが、教育農場に最初に取り組んだのはエミリア＝ロマーニャ州で、カンパーニャ州は2番目であった。ヴェネト州、リグーリア州、フリウリ＝ヴェネチア＝ジューリア州、シチリア州、プーリア州、ウンブリア州が続いた。2013年4月現在、教育農場を持っているのはおよそ10州だけである。他州の役場の教育農場担当者たちとは2年前まではローマに定期的に集まって話し合っていたが、最近は個人的に電話で連絡を取り合っている。教育農場の質をどう上げればよいのか、学校をどうやって招けばよいのか、オーガナイズする際に発生する問題をどう解決すればよいのかといった課題を話し合っている。PACの予算縮減についても議論している。教育農場の予算を学校にただばらまくだけでは後は学校側に任せ、予算がどのように使われているのかを把握していない州もあるが、カンパーニャ州では州役場がバス会社や農場に対してかかった費用を直接支払うようにしている。外国からもカンパーニャ州役場の取組みを視察しにやってくるが、どちらかというベンチマークしてくるのはイタリアの他州である。

カンパーニャ州役場で教育農場を担当しているのは農業部門の教育農場課である。州にはナポリ県(Napoli)、カゼルタ県(Caserta)、ベネヴェント県(Benevento)、アヴェッリーノ県(Avellino)、サレルノ県(Salerno)の5つの県があるが、ナポリ県の専従者は2名で、他の4つの県の専従者は10名いるのでカンパーニャ州役場全体の教育農場課専従者は12名である。

教育農場をスタートした2004年当初は、州役場側もまだプロではなかった。子どもたちを農場に招き自由時間を与えただけ遊ばせているだけという感じだった。10年経った現在は子どもたちへの教育に力を入れている。学校との連携も強化することで、学校の授業時間内に学校教諭が農業に関する知識と情報を教えるようになった。

教育農場には4つのタイプある。1つ目は小さい農園で、農業主や農夫が子どもたちと直接話すタイプである。2つ目は農業の仕事子どもたちに見せるだけのタイプである。3つ

目は農業の仕事を子どもたちに説明するタイプである。4つ目はジオソーレ農園のような大規模農場で農園自体はまるで博物館のようで、プログラムのオペレーションも精確に実行しているタイプである。いずれのタイプも大切である。なぜならば、それぞれの教育農場タイプが子どもたちに与えられることは違うからである。学校や子どもたちからの多様なニーズに応えるためには農場タイプにバリエーションがあった方がよいと Tallarico 氏は考えている。

教育農場で子どもたちを指導する外部インストラクターはトレーニングを受け訓練されている。ジオソーレ農園に来ていたインストラクター Orefice 氏は AgriGiochiAmo というプライベートの団体に所属する農業専門家である。教育農場における子どもたちへの食育を専門にする組織であり、農場ごとに規模、生産物、および環境が異なることからインストラクターに対して多様なトレーニングを施している。インストラクターを各学校に派遣し子どもたちに地元の農産物に触れてもらうこともある。具体的には専門家は農産物のオリジンを子どもたちに教えたり、児童劇を上演したり、DVD で食育のアニメを上映したりする。ここで言うオリジンとは農産物や農産加工品のサプライチェーンと栄養学的特性を指す。

カンパーニャ州の小学校数は約 1,100 校である。小学生人口は約 35 万人で、1 年間に教育農場を訪れる子どもは約 2 万 5 千人である。各学校は教育年間計画を策定するが、約 30% の学校は食育活動を教育計画に組み込んでいる。食育を行うと決めた学校が教育農場を訪れることになる。

教育農場が 1 回あたり 40 名から 50 名の子どもを招くとするとかかる費用は約 500 ユーロである。子どもが負担する費用は昼食を食べない場合は 5 ユーロから 6 ユーロである。昼食付なら 10 ユーロから 12 ユーロになる。バス代が別途 2 ユーロから 3 ユーロかかる。子どもたちは両親からお金をもらって払っている。

ジオソーレ農園の敷地は 60 ヘクタールで大規模農場であった。通常、教育農場は 2 ヘクタールから 3 ヘクタールであることからジオソーレ農園は代表的規模とは言えないが、敷地面積はさほど問題ではない。なぜならば、教育牧場プログラムで子どもたちが実際に活動するのは敷地のほんの一部だからである。

子どもたちが教育農場に来る回数は 1 年に 1 回程度で十分である。教育農場の役割は食に関するトピックや話題を子どもたちに与え食に対する興味や好奇心を持ってもらうことである。学校では年間を通じて子どもたちに食に関する知識と情報を教えているので、教育農場は学校の食育の全体計画の一部として位置づけられるべきだと Tallarico 氏は考える⁴。

⁴ 現状では、教育農場における食育と学校における食育とは必ずしも連携させられているわけではない。たとえば、食育の 1 つの機会となる給食を取り上げると、7 割の学校の授業は 8 時から 13 時までで、学校は基本的には給食を提供しないので、子どもたちは自宅に帰っ

4.3. 阻害要因

教育農場の効果を上げることを阻害する要因が 3 つある。子どもたちの親、学校教諭、ファーマーズマーケットである。

第 1 の阻害要因は子どもたちの親である。子どもたちの好物の代表例はフライドポテト、揚げ物、およびコココーラである。農場に来てもそういったものを求めてくる。子どもたちの親も同様である。親の食習慣が子どもにそのまま世代間伝承されているのである⁵。このことから、教育農場の障害物は親であると言える。彼らの年齢はだいたい 40 歳前後である。親たちは「忙しい」「お金がない」と言って子どもたちにレトルト食品やインスタント食品を食べさせている。子どもではなく親たちが誤った食を選択し子どもに強要しているのである。教育農場に併設されたレストランに来た家族にメニューを見せると親がそれを気に入らずフライドポテトや揚げ物を要求してくることもある。カンパーニャ州役場は農場と消費者をつなぐことによって世代間伝承される食習慣を変えようとしている。

第 2 の阻害要因は学校教諭である。教育農場は子どもたちに昼食を提供するがその際に問題が発生する。子どもたちは農場で収穫された農産物や加工された農産加工品を使った料理を食べたがらない場合が多いため、農場とは関係のないメニューを出す場合がある。農場が勝手にそうしているわけではなく、学校教諭から「コココーラを出してくれ」「パイナップルを出してくれ」とリクエストされるのである。州役場がそれを見つけたときは教育農場へのペナルティとして登録を 4 ヶ月間抹消する。

EU、州、農場、教育農場インストラクター、および学校は同じ目的を持ち同じ方向に向かわなければいけないが、教育農場を子どもたちの遊戯場としかとらえていない学校がある。教育としてではなく、遊びのつもりで農場にやってくる子どもたちに 1 日を過ごさせる。学校教諭の熱心さに温度差があるというのも解決すべき課題である。州役場の担当者が学校を訪ね学校教諭と話す機会を作ったり、教育農場のプロモーションを積極的に行ったりしている。

第 3 の阻害要因はファーマーズマーケットである。教育農場はあくまでも教育を提供する場であることから商業活動ではないが、ファーマーズマーケットは商業活動である。教育農場は自園での直販だけで農産物等を販売しファーマーズマーケットで出店することはない。教育農場はカンパーニャ州が開催するセミナーを受講しトレーニングされていることから消費者に正しい知識を与えることができる。他方、ファーマーズマーケットは教育農場の機能を担うことはできない。伝えるべき正しい知識を持っているとは限らないから

て食事をとり午後は家で勉強する。約 3 割の小学校は給食を提供しているものの、給食メニューの考案・開発にカンパーニャ州役場は関与せず、国の保健省が考案しそれぞれのコムーネ(comune:自治体の最小単位)がオペレーションを担っている。保健省が考案しているといっても「食材にその季節のものを取り入れるように」と指示している程度である。

⁵ イタリアの食習慣の世代間伝承については木村(2012)を参照のこと。

である。このように教育農場とファーマーズマーケットは目的が異なる 2 つの違うものである。とはいえファーマーズマーケットは消費者にとって正しい食べ物を食べる動機づけにはなり、消費者が生産者と直接コミュニケーションする貴重な機会にもなることから、カンパーニャ州はファーマーズマーケットのための予算を取って農家を支援している。具体的には、農家からの出店を募集し Mercato del Contadino a Napoli(ナポリのファーマーズマーケット)を開催している。農家を支援する代わりにルールに従ってもらうことで州役場はマーケットをコントロールしている。

4.4.州役場の働きかけ

食育活動普及のためのコミュニケーション予算は年間 200,000 ユーロである。州の予算が使われる。予算は食育活動の認知、質、および効果を高めるために農場と学校に対して使われる。主な用途は 1)農場に対する教育、および 2)学校に対する教育である。

(1)農場に対する教育

カンパーニャ州の教育農場は認証制である。認証制にする理由は、州役場がオーガナイザーとなって教育農場の質を管理・向上し、子どもたちのガイド(案内)や安全性の確保を確実なものにするためである。2004 年の開始当初は 50 経営の農場のみの登録であったが、2013 年 4 月現在、認証された教育農場は 222 経営ある。毎年検査を行い約 30 経営ほどが脱落していく。検査するのは州役場の教育農場課専従の 12 名である。判断基準は農場の品質である。具体的には、男女別のトイレや雨天時のためのキャノピー(屋根状のテント)といった物理的施設の有無、提供する教育のレベル、食の安全性など実用的(pragmatic)な基準である。検査に合格した農場は毎年登録を更新し州が実施する講座に出席し新しいルールを学ぶ。検査に関して改善すべき点の 1 つは、教育農場を 1 年に 1 度検査する州の検査員の質の向上と統一である。検査員は訓練を受けているものの、各農場を厳しく採点する者もいればそうではない者もいるというように評価の仕方にムラがある。

近年、わずか 1 ヘクタールほどの小規模農場であっても教育農場として認証されたがっている。なぜならば、農家は農産物の生産だけでは差別化することができないので、教育農場によって収入を増やしたいからである⁶。2013 年 4 月現在登録されている教育農場の中でも高い教育効果を上げている教育農場の特性として教えることに興味を持っているという点が挙げられ、単に認証が欲しいと思っている農場は教育農場として適切ではない。

州役場は農場に対してどのように来訪者との接点を持たせよいかを教える講座を開講している。農場ごとにその規模や生産物が異なることから教育農場プログラムはカスタマイズしていかなければならないが、州役場が開講する講座は農場の規模や生産物ごとにグループ化し講座内容を変えている。他の州が行う講座は有料であるが、カンパーニャ州は無料で提供している。

⁶ アグリツーリズムは法律によって全収入の 50%を超えてはいけないと決められているが、教育農場についてはそういった規制はない。

年に 1 回ベンチマーキングのために農場主を他州の農場に連れて行く。昨年はナポリ県から 30 農家がリグーリア州を訪問した。逆に、ナポリ県も他州の農場主を招待する。先方のニーズと地理的利便性を考慮して訪問先などを州役場がオーガナイズする。

州役場には教育農場のための予算をすべての登録農場にまんべんなく平等に分配する役目がある。教育農場の中には教育牧場(酪農)もある。比率としては 10%程度が牧場である。ナポリ県では 20 経営の牧場が登録され、カゼルタ県では 2 経営か 3 経営登録されている。野菜や果物は動かないが動物は動くことから子どもたちは農場よりも牧場を好むかという点必ずしもそうではない。農場も牧場もそれぞれ成果を上げている。I.M.A.(Industrie Meridionali Alimentari)という牛乳とヨーグルトの工場も認証を受けていて子どもたちは生産工程を見学することができる。子どもは食品加工工場の見学が好きである。学校は農場、牧場、工場、博物館というジャンルを選ぶだけで、具体的な訪問先は州役場がオーガナイズしている。

(2)学校に対する教育

学校に対する主なコミュニケーション活動には、Citta della Scienza(科学博物館)で毎年 3 日間開催される展示会、および学校向けの食と栄養に関する情報提供がある。第 1 に、科学博物館で GNAM という名称の展示会を開く。GNAM は G(Genuine and Guaranteed)、N(Nutrition and Nature)、A(Alikentare and Ambiente)、および M(Mangia Meglio)という食に関する単語をつなげた造語であり「美味しい(yummy)」という意味も兼ねている。EU の指針にしたがった「よいものを食べよう」というキャンペーンである。

第 2 に、学校向けの情報提供はコンテスト、冊子やリーフレット、コマーシャル、DVD といった異なるメディアを用いて行われる⁷。たとえば、州役場は毎年、子どもたちに主体的に食育に関わってもらうことを目的としたコンテストを開催している。対象は学校の子どもたちである。学校ごとに農産物に関する理想的なスローガンや栄養の大切さを謳うために文章を作成したりポスターを制作したりする。州役場から 2 名、コミュニケーションの専門家、学校代表、科学博物館からそれぞれ 1 名の合計 5 名が審査する。2012 年は 200 校以上の学校から応募があり、ファイナリスト(最終選考進出者)は 11 校であった。

⁷ ここで言う学校とは小学校、中学校、および高校であるが、教育農場の主なターゲットは小学校の 6 歳から 10 歳の子どもたちである。大学レベルの若者も興味を示すが調理師専門学校や農学など限られた分野の若者たちである。

写真7 コンテスト応募作品「農業は地球の生命線」



出所:カンパーニャ州ホームページ⁸

写真8 コンテスト応募作品「習慣を変えて!地元農産物を幸せに食べよう!」



出所:カンパーニャ州ホームページ

州役場が制作する冊子類は多様である。いくつか例を挙げると、1つ目に登録教育農場をリストアップしたガイドブック「Fattorie Didattiche della Campania Guida」がある。教育農場のタイプを農場(牧場を含む)、食品加工工場、博物館の3つのタイプに分け、県ごとにリストアップしている。毎年アップデートし、展示会やセミナーで学校、親、および農場に対して配布する。2つ目にカンパーニャ州の農産物・農産加工品を紹介する小冊子がある。産品はたとえばオリーブオイル、野菜と果物、ワイン、チーズである。オリーブオイルであれば Olio Cilento、野菜であれば Cipollotto Nocerino(白タマネギ)や Pomodorino del Piennolo del Vesuvio(トマト)、果物であれば Fico Bianco del Cilento(白イチヂク)、ワインであれば Aglianico、チーズであれば Mozzarella di Bufala (水牛のモッツァレラ)といったようにカンパーニャには35のDOP(Denominazione di Origine Protetta:原産地名称保護制度)があるので、消費者が地域特有の農産物や農産加工品を選択し消費することを促進する

⁸ http://www.agricoltura.regione.campania.it/comunicati/comunicato_21_05_13.html
(2013年6月20日参照)

ためのツールである⁹。3つ目に「Atlante dei Prodotti Tradizionali della Campania」がある。カンパーニャ州の伝統的な農産物や農産加工品の事典である。以上の雑誌や冊子類は毎年制作するものもあるし単年度のみ制作するものもある。

簡単なリーフレットも制作している。子ども向けとしては、「Produttori di Futuro(未来の生産者)」および「Nutrirsi di Sapere(知って食べる)」がある。学校と親向けとしては「Fattoria Aperte(オープンファーム)」がある。毎年4月の特定の日には教育農場を無料で開放するイベントの案内である。新学期になると各学校に冊子やパンフレットを配布する。科学博物館にも置いてもらう。

州役場はテレビ広告とラジオ広告も制作している。テレビとラジオともにスポット広告である。広告のコンテンツはたとえば「Agricoltura Campana Gusto e Cultura」というタイトルでDOPとSTG(Specialita Tradizionale Garantita:伝統的特産品保証)の購買を促す内容である。

DVDも制作している。「La Famiglia Rigatoni: Nella Nuova Fattoria Ia-Ia-O!」という15分のオリジナルアニメで、教育農場を訪れた子どもたちが先生と農夫から教育農場、PAC、DOP、テリトリオ、ゼロキロメートル(chilometro zero:農家直販)、有機農産物、農薬など多様なトピックについて分かりやすく説明してもらうというコンテンツである。

4.5.テリトリオ意識の醸成

食育活動を促進するために州役場が力を入れる 1)農家に対する教育、および 2)学校に対する教育の効果の1つとして農家と消費者のテリトリオ意識の醸成を挙げることができると Tallarico 氏は述べる。

第1に、農家が変化した。農業従事者の高齢化問題はイタリアにおいても見受けられるが、ここ数年は失業率の高まりから農業に参入してくる若者が増加した。それまでの農業従事者は子どもを大学までやらせて、他の仕事に就けさせたがっていた。2008年の金融危機で若者が就職先を見つけられず実家に戻って親の農業を継いでいる。さらに、2012年からEUがPSR(Programma di Sviluppo Rurale:農村振興政策)という農場政策を打ち出した。農家間の競争を促すことと農家の環境保護意識を醸成させることを目的としている。予算はEU、州、および県から出る。州役場はPSRを促進している。農家に農業の仕事を改善

⁹ DOPはEU法が規定する食料品の原産地名認定・保護のための制度である。Tallarico氏によると「正しい食品」「良い食品」はDOPやSTGであるかどうかは1つの指標となる。カンパーニャ州には35品目のDOPがある。そのうち19品目がDOC(Denominazione di Origine Controllata)ワインである。州役場は子どもたちがテリトリオのものを選んで食べることが大切であると考えている。有機だからといって必ずしも「正しい食品」「良い食品」というわけではない。有機食品を選択することが環境問題に敏感になることにつながるといふ点は良いが、フィロソフィー(哲学)の1つにすぎないと述べる。

する機会を与えられるからである。「La Capitalizzazione dell'Esperienza della Misura」は、教育活動の質を向上させ設備を改善することで教育農場に参加することを促すための農家向け冊子である。テレビとラジオのスポット広告も制作した。州役場の働きかけによって若者の就農に拍車がかかったのみならず、農業従事者は自身が生産する農産物のテリトリオや環境を意識するようになったと Tallarico 氏は述べる。

第 2 に、子どもたちが変化した。農場にアンケート用紙を用意し、子どもたちが教育農場を体験した後、学校教諭に記入してもらっている。セミナーを開催した時も学校教諭に対するアンケート調査を実施している。教育農場に対する学校教諭の反応は好意的で、異なる季節に子どもたちを連れて再訪することを望んでいる。教諭からのフィードバックによると教育農場を経験した子どもたちには 2 つの変化が見受けられることが指摘されている。その 1 つとして子どもたちがテリトリオを意識するようになり地元の農産物や農産加工品を守ろうとするようになった¹⁰。

5.まとめ

5.1.発見物

本研究の発見物は以下の 2 点である。第 1 に、カンパーニャ州では州役場が食育活動のオーガナイズ機能を担っていた。食育活動には多様な主体が参加することから、計画と運営を統括する組織あるいは人物が必要であるが(木村,近刊)、カンパーニャでは州役場が農場、教育農場インストラクター、および学校を取りまとめ、質の高い食育を子どもたちに提供していた。

第 2 に、食育活動の効果の 1 つであるテリトリオ意識の醸成が注目に値する。州役場が食育活動をオーガナイズすることで地元農業従事者(生産者)と子どもたち(消費者)の双方にテリトリオ意識を持ってもらうことができていた。Tallarico 氏は子どもたちが地元の農産物や農産加工品を守ろうとするようになったと述べていたが、その言葉には農業関連主体と子どもたちとの関わり(link)を増やすことで子どもたちが農業と農村地域の大切さを知り、テリトリオ内の農産物および農産加工品の消費が拡大することへの期待がこめられていた。

5.2.テリトリオ概念

本研究が食に関するテリトリオに注目するのは、それが農業を通じた地域活性化の一役を担っていると思われるにもかかわらず、日本ではテリトリオ概念がさほど浸透しているようには見えないからである¹¹。

¹⁰ 子どもたちの変化のもう 1 つは、将来的に大学で農学を専攻する可能性が高まるという変化である。

¹¹ テリトリオ内の農産物および農産加工品を日本語にあえて訳せば「地場産品」となるかもしれないが、地場産品は英語では local products となり、イタリア語では prodotti locali となってしまう。

そもそもテリトリオとは「領域・地域」を意味するイタリア語であり、1960年代以後のイタリアで、建築、都市、修景を扱う学問領域において対象化されてきた概念である。急速にその姿をかえつつあった地方の風景を保存し修復整備するための地域計画の範囲設定という必要性から登場した(伊藤 2011)。

コンテキストをイタリアの食に移すと、テリトリオには独自性という特性が備わっている。八木(2011)は北欧諸国とイタリアの違いは、前者が食の標準化による合理化が社会の進化だととらえているのに対して、後者は食の独自性を豊かさの指標にするところにあると指摘する。「北欧諸国は“食”を“消費財”と位置づけて、製造工程の衛生管理や食の安全性を国民に補償して、大量生産によるスタンダード化された食品を安定的に安く提供し、“全国民が平等に同じ食品を安く食べられるようにすることこそ、最も合理的で進化した社会である”という価値観に基づいて食の政策を展開している(八木 2011, p13)」。他方、イタリアは「“食”を“独自の文化”と位置づけて、その土地その土地の土壌、その土地の自然条件のなかでしか育たない葡萄を使って、昔ながらの醸造法のワイン作りに徹底的に拘り、また、地元の高原にだけしか生えない草を食んで育つ牛の、微妙に味や香りの違う牛乳を原料として、何世紀にもわたって守り続けてきた伝統のチーズの製法にこだわり、“食の独自性を守ることこそ本当の豊かさだ”と考え、たとえ技術的に可能であっても、決して食の量産は考えない(八木 2011, p13-14)」と言われる。

5.3.今後の課題

本研究に残された課題として、消費者行動の視点と農業を通じた地域活性化の視点からのテリトリオ概念の再検討が挙げられる。いずれもグローバル化した社会に関わる現代的課題である。消費者行動の視点からは、南ヨーロッパ諸国ではワインをはじめ地域ごとに生産された産品を保護する伝統が形成され生産者のみならず消費者も地域に対して強い愛着や誇りを持ち(高柳他 2011)、テリトリオの産品を料理レシピのなかに取り入れることによって遠く離れて暮らす家族の資産とその豊かな伝統を伝えることができると言われるとおり(Capatti, et al1999)、テリトリオは単なる政治的・行政的単位としてではなく、人と人とのつながりを通じた自己アイデンティティの形成に作用する概念としてとらえられるべきであろう。次稿では特定のテリトリオの産品がどのようにテリトリオ内の人々のアイデンティティ形成に作用するのかを明らかにする必要がある。

地域活性化においてもテリトリオは重要な概念である。テリトリオは歴史的には農産物の独特な品質の形成に影響を与えるような小地域の土壌や微気候といった特性を指すが(Barham 2003, p131)、単に自然環境のみならず地域で代々受け継がれてきた製法も含んでいることが指摘されている(高柳他 2011)。カンパーニャ州役場の Tallarico 氏も地域の物理的範囲、その環境、地域活動、および教育を通して生産能力を高めた人的資本(human capital)の総体としてテリトリオをとらえていた。Belletti, et al(2001)はテリトリオ戦略(territorial strategy)が各範囲の産品の価値を創造し地域活性化を実現しようと主張する。

食のグローバル化が進む中、農産物や食品のローカル性があらためて注目されるようになってきている現代社会において(Lorenzini 2010; 高柳他 2011)、テリトリア戦略が地域の競争優位性をどのように創出するのかを明らかにする必要がある。

【参考文献】

Barham, Elizabeth. (2003) “Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling,” *Journal of Rural Studies*, 19, 127-138.

Belletti, Giovanni., Marescotti, Andorea., & Scaramuzzi, Silvia. (2001) “Paths of Rural Development Based on Typical Products: A Comparison between Alternative Strategies,” Fifth IFSA European Symposium Farming and Rural Systems. Research and Extension. Local Identities and Globalization, Florence, Italy, April 8-11.

Capatti, Alberto. & Montannari, Massimo. (1999) *La Cucina Italiana: Storia di una Clutura*, Gius. Laterza & Figli S.p.a. (柴野均訳(2011)『食のイタリア文化史』岩波書店.)

石井圭一(2010)「共通農業政策の改革下における農業構造の変貌」『平成 21 年度海外農業情報調査分析事業欧州事業実施報告書』国際農林業協働協会, 23-49.

伊藤毅(2011)「都市インフラ調査研究・ヨーロッパ A」『cSUR Annual Report』東京大学グローバル COE プログラム都市空間の持続再生学の展開,都市空間文化再生(S3)部会。

木村純子(2012)「家族消費論:アイデンティティ形成と消費者行動に関する序論的考察(1)」『経営志林』第 49 号第 3 巻, 105-114.

木村純子(近刊)「食育のための連携体制の構築:パルミジャーノ・レッジャーノチーズの事例」『経営志林』第 50 巻第 2 号.

Lorenzini, Eleonora. (2010) “Origin Labelled Products, Territorial Marks and Their Contribution to Rural Development: Evidence from Italy and France,” Working Paper No.649, *Societa Italiana di Economia Pubblica*, Universita di Pavia.

内閣府(2007)「第 6 章イタリア」『内閣府委嘱調査:諸外国における食育推進政策に関する調査報告書』WIP ジャパン株式会社.

内閣府(2008a)「第 5 章イタリア」『平成 19 年度内閣府委嘱調査:諸外国における食育実践プログラムに関する調査報告書』WIP ジャパン株式会社.

内閣府(2008b)「第5章イタリア」『平成20年度内閣府委嘱調査:諸外国における民間活力を生かした食育実践プログラムに関する調査報告書』WIP ジャパン株式会社.

Regione Campania Assessorato Agricoltura (2010) Fattorie Didattiche della Campania Guida 2011-2012.

高柳長直・宮地忠幸・両角政彦・今野絵奈(2011)「北イタリア・トレヴィーゾにおける地理的表示制度による野菜産地の形成」『農村研究』第113号, 66-79.

八木宏美(2011)『しがらみ社会の人間力:現代イタリアからの提言』新曜社.

本研究は「平成25年度「食と教育」学術研究」の研究成果の一部である。

付属資料 A カンパーニャ州役場へのインタビューリスト

1	教育農場部門はいつできましたか。When was the section founded?
2	専従者は何名ですか。How many full time workers are there?
3	事業の背景を教えてください。How did you get to start the present business?
4	あなたの事業を取り巻く農場、生産者、流通業者(卸売と小売)、商社、自治体の主体間のネットワーク構造はどのようなものですか。 What is the networking structure of other farmers, manufactures, wholesalers, retail stores, importers, or the Chamber of Commerce?
5	教育農場のプロモーションを行っていますか。最近の3つの例と成果を教えてください。 What are your promotion activities? Tell me three recent examples and results.
6	あなたの理念と目標を教えてください。What are your philosophy and objectives?
7	教育農場が子どもたちのために果たしている役割は何ですか。3つ教えてください。 What are ED roles and contributions for children? Tell me three of them.
8	教育農場での経験は子どもたちの将来にどのような幸せを与えますか。 What kind of happiness does ED give to children for their future?
9	教育農場での経験を必要としているのはどのような子どもですか。 Who types of children are they who need to visit and experience ED?
10	教育農場は学校からどのような評価を受けていますか。 What reputation do ED receive from schools?
11	教育農場が抱える課題は何ですか。What are the issues ED need to solve?
12	子どもたちが抱える課題は何ですか。 課題を解決するために教育農場は何をしていますか。

	What are the issues or problems do children have? Does ED support anything to solve the problems?
13	こどもたちは生産者との接触で何を知ることができますか。 What can children learn by communicating with farmers in ED?
14	食品が工業製品化したために、生産者と消費者が分断された世の中になりました。 どのような弊害が生まれていると思いますか。 What troubles were created because most of the foods are industrialized and manufactured in factories?
15	イタリア人の最近の食の嗜好の傾向やトレンドを教えてください。(例:最近はカロリーの食品が好まれる、冷凍食品の売上げが増加している) What is the recent trend of foods consumption in Italy? (ex: The Italian prefer low calories foods, frozen foods consumption are increasing.)
16	食に関わる正しい知識をこどもたちにどのように伝えていますか。 How do you educate children the proper and right knowledge about foods?
17	食の適切な選択能力をこどもたちにどのように教えていますか。 How do you teach children the proper and correct way of selecting foods?
18	食はどのようなコミュニケーション機能を持っていますか。 What kind of communicating function do foods have?
19	食の持つコミュニケーション機能をこどもたちにどのように教えていますか。 How do you teach children the function of foods as communicating tools?
20	食を通じた「感性の醸成」をこどもたちにどのように教えていますか。 How do you teach children to develop sensitivity?
21	小学校において、食に関わる学習活動は行われていますか。どのような学習活動ですか。 Does school spend time for children to teach food education? What are they?
22	こどもたちの食に関わる体験学習の内容を教えてください。 What experiential learning do children do which is related to foods?
23	牛乳や乳製品や牧場は食に関わる教育活動に活用されていますか。どのように? Are milk, daily products and daily farms used for children's food education? How?
24	こどもたちに食と農業の関係をどのように伝えていますか。 How do you teach children the relationship between foods and agriculture?

付属資料 B 教育農場へのインタビューリスト

1	創業年を教えてください。When was your farm founded?
2	専従者は何名ですか。How many full time workers are there?
3	事業の背景を教えてください。How did you get to start the present business?
4	牧場では何を生産していますか。What do you produce in your farm?

5	年間生産高を教えてください。How much do you produce in your farm a year?
6	年間売上高を教えてください。 How much is the annual sales of your farm?
7	1 キロあたりの卸売価格はおいくらですか。How much is the wholesale price a kilo?
8	農産物の 1 キロあたりの卸売価格は満足のいくものですか。 Are you satisfied with the wholesale price of your harvests?
9	何人の卸売業者と取引がありますか。How many wholesales do you deal with?
10	小売価格帯を教えてください。How much is the retail price a kilo?
11	販売経路比率(直販、卸売業者、飲食店、量販店、輸出)を教えてください。 What is the ratio of distribution channel? (Direct sales, wholesalers, restaurants, general merchandising store, exports)
12	販売の地理的範囲を教えてください。 Where do your consumers live? Just around the paese? Any other provinces?
13	量販店のバイイングパワーによって、PB 生産を求められたり値引きを交渉されることはあります。Due to bargaining power of retail stores, do cheese producers need to manufacture Private Brand cheese or reduce prices?
14	あなたの事業を取り巻く同業者、流通業者(卸売と小売)、商社、自治体の主体間のネットワーク構造はどのようなものですか。 What is the networking structure of other farmers, wholesalers, retail stores, importers, Regione Campania or the Chamber of Commerce?
15	同業者間の競争はありますか。どのような競争でしょうか。 Are there any competitions among farmers? What do they compete over?
16	貴社はプロモーションを行っていますか。最近の 3 つの例と成果を教えてください。 What are your sales promotion activities? Tell me three recent examples and results.
17	貴社の理念と目標を教えてください。What are your philosophy and objectives?
18	ここからは【教育農場】についてです。 貴社が子どもたちのために果たしている役割は何ですか。3 つ教えてください。 What are your roles and contributions for children? Tell me three of them.
19	あなたの牧場での経験は子どもたちの将来にどのような幸せを与えますか。 What kind of happiness does your farm give to children for their future?
20	あなたの牧場での経験を必要としているのはどのような子どもですか。 Who types of children are they who need to visit and experience in your farm?
21	あなたの牧場は学校からどのような評価を受けていますか。 What reputation do you receive from schools?
22	子どもたちが抱える課題は何ですか。 課題を解決するためにあなたの牧場は何をしていますか。

	<p>What are the issues or problems do children have? Do you support anything to solve the problems?</p>
23	<p>子どもたちは生産者との接触で何を知ることができますか。 What can children learn by communicating with you in your farm?</p>
24	<p>食品が工業製品化したために、生産者と消費者が分断された世の中になりました。 どのような弊害が生まれていると思いますか。 What troubles were created because most of the foods are industrialized and manufactured in factories?</p>
25	<p>イタリア人の最近の食の嗜好の傾向やトレンドを教えてください。(例:最近はカロリーの食品が好まれる、冷凍食品の売上げが増加している) What is the recent trend of foods consumption in Italy? (ex: The Italian prefer low calories foods, frozen foods consumption are increasing.)</p>
26	<p>食に関わる正しい知識を子どもたちにどのように伝えていますか。 How do you educate children the proper and right knowledge about foods?</p>
27	<p>食の適切な選択能力を子どもたちにどのように教えていますか。 How do you teach children the proper and correct way of selecting foods?</p>
28	<p>食はどのようなコミュニケーション機能を持っていますか。 What kind of communicating function do foods have?</p>
29	<p>食の持つコミュニケーション機能を子どもたちにどのように教えていますか。 How do you teach children the function of foods as communicating tools?</p>
30	<p>食を通じた「感性の醸成」を子どもたちにどのように教えていますか。 How do you teach children to develop sensitivity?</p>
31	<p>小学校において、食に関わる学習活動は行われていますか。どのような学習活動ですか。 Does school spend time for children to teach food education? What are they?</p>
32	<p>子どもたちの食に関わる体験学習の内容を教えてください。 What experiential learning do children do which is related to foods?</p>
33	<p>牛乳や乳製品や牧場は食に関わる教育活動に活用されていますか。どのように? Are milk, daily products or daily farms used for children's food education? How?</p>
34	<p>子どもたちに食と農業の関係をどのように伝えていますか。 How do you teach children the relationship between foods and agriculture?</p>



本ワーキングペーパーの掲載内容については、著編者が責任を負うものとします。

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター
The Research Institute for Innovation Management, HOSEI UNIVERSITY

〒102-8160 東京都千代田区富士見 2-17-1
TEL: 03(3264)9420 FAX: 03(3264)4690
URL: <http://www.hosei.ac.jp/fujimi/riim/>
E-mail: cbir@adm.hosei.ac.jp

(非売品)

禁無断転載