

一般社団法人JC総研「フードチェーン食育モデル事業
(農林水産省補助事業)」

農産物直売所を活動の拠点とした食育の企画提案 ～大学の管理栄養士養成課程での栄養教育実習を通して～


酒井 治子, 佐々木 晶子
東京家政学院大学

目的

健康や食生活に関心が薄く、食・栄養情報を積極的に入手したいと思わない無関心層に向けて、日常的な食物購入や外食の場における食環境づくりが重要。
 ▶そうした場での管理栄養士の活躍が期待される。
 ▶管理栄養士の養成の段階において、食物の生産・加工・流通・消費といったフードシステム全体を視野に入れた教育を重視

授業(科目「栄養教育実習Ⅱ」)において、農産物直売所を題材にした栄養教育を学生が提案し、それに対する相互評価から教育効果を検証することである。

本研究は一般社団法人JC総研「フードチェーン食育モデル事業(農林水産省補助事業)」の一環として実施。



農産物直売所に注目した背景

直売所が立地する周辺の農家あるいは農業協同組合(農協、JA)などが設置した、地元の農産物を販売する施設

- 生産者 ▶ 利用者とのコミュニケーションにより、責任感やモチベーションを高め、能動的な農業への導くことができる
- 利用者 ▶ 安全でおいしい、地産の商品を通して、農家と、また、販売員と、また、利用者どうしのコミュニケーションがとれる

【授業目標(栄養教育実習)】
 栄養教育論の理論、今までに修得してきた食品・その調理、そして、人体の成り立ちや疾病構造、地域社会を理解する公衆衛生等の知識や技術の統合化を行い、栄養教育の計画・実践・評価の総合的・実践的な展開力を養う

▶学生にとって、地域のフードシステムを理解し、地域にわたした食育の計画・実施・評価を展開しやすい。食育⇄食を通したまちづくりとなる、食料・農業・農村のつながりを認識しやすい

方法

- 科目:「栄養教育実習Ⅱ」3年 後期(必修 1単位 1コマ135分 3クラス121名)
- 教育形態:講義+4~5名単位のグループワーク
- 教育内容
 - > 食育の場と対象:JA農産物直売所3店舗
 JA伊達みらい「んめーべ」 幼児・高齢者
 JA千葉みらい「しよいか〜ご智志野店」 親子
 「しよいか〜ご千葉店」 親子
 - > 食育の行動目標:(①~③の事業目標を基に、各班で具体的な目標(下位項目)を設定
 ①食や農林水産業への理解が深める
 ②和食や地域の食文化に関する理解が深める
 ③栄養バランスに配慮した食生活を送る

授業目標と内容

回	項目	内容
第1回	オリエンテーション	実習の目的、進め方の確認。食育のための栄養・食生活の枠組みの捉え方。ライフステージの選択。
第2回	食育の展開の方法	JC総研の講師による農産物直売所の趣旨・食育の事例の講義。
第3回	食育の場の把握	JA3店舗の店長による店舗の概要及び既存の食育活動の説明、今後に試みたい食育の内容についての説明(各店舗20分程度)と、学生からの質疑応答(10分程度)。
第4回	食育の計画方法1	食育の計画の作成方法、ppモデルを活用したアセスメント項目の抽出。実態把握の内容の方法の確認。
第5回	食育の計画方法2	食育目標、方法等の設定、評価方法の復習。
第6回	食育計画の作成 1	食育計画書の作成。目的・目標の階層化・明確化、評価項目の設定。
第7回	食育計画の作成 2	食育計画書の作成。学習案、予算案などの立案。実物提示の決定。
第8回	食育計画の作成 3	提示物・教材のための試作。
第9回	食育計画の作成 4	教材作成の完成
第10回	食育計画の作成 5	食育計画書の完成とプレゼンテーションの内容及び練習。
第11回	プレゼンテーション	店舗の店長に向けた企画のプレゼンテーション(各班15分) 店長からの質疑と講評
第12回		
第13回	ロールプレイ実習	2~3班(45分/班)で実践と学生の相互評価
第14回		
第15回	本授業と管理栄養士国家試験との関連	授業内容の確認と試験対策

▶店舗での実施(各クラス2班)

食育計画書の内容とプレゼンテーション

- 1 地域 店舗
- 2 店舗の設置場所・既存の食育の特徴
- 3 食育の対象
- 4 学習者の栄養・食生活等アセスメント枠組み
- 5 食育の目標の設定の背景
- 6 テーマ
- 7 今回の食育によって期待する学習目標(短期目標)
- 8 行動・環境目標(中期目標)
- 9 成果目標(長期目標)
- 10 講習会型食育の内容(応募方法, 食育の担当者, 学習の場, 学習の展開等)
- 11 予算
- 12 評価計画(経過評価, 影響評価, 結果評価)



プレゼンの様子



ベジコムプレーブ



あんぼ柿の製造工程



人参・ほうれん草団子

食育計画書のプレゼンテーションと審査



学生の相互評価

評価項目	良い	やや良い	どちらでもない	やや悪い	悪い
①教育の場の特徴や対象の実態を把握し、農産物直売所の特性を十分に活かした内容であったか	20.0%	51.5%	26.8%	1.6%	0.1%
②長期目標、中期目標との関係で、今回の学習目標が適切に設定されていたか	14.8%	52.9%	29.6%	2.7%	0.0%
③対象者の人数、場所、時間、周知方法、予算が適正で、実現可能な取り組みになっていたか	12.6%	48.2%	35.4%	3.8%	0.0%
④提供情報の選定は妥当であったか	16.5%	49.4%	29.6%	4.1%	0.4%
④動機づけが導入部でできたか、学習目標に沿って学ぶことができるように、展開、まとめがスムーズにできたか	21.5%	47.9%	29.1%	5.2%	0.1%
⑤教材が目標に応じた内容であったか、実物を有効に使うことができていたか	11.2%	40.6%	40.5%	7.4%	0.4%
⑥一方方向の情報ではなく、双方向性の情報交換、学習者参加型になっていたか、学習者どおしが意見交換・発言をする機会があったか	9.6%	48.0%	38.2%	4.1%	0.1%
⑦経過評価(学習評価)、影響評価、結果評価が適正にされていたか	13.8%	49.3%	32.8%	4.1%	0.1%
⑧行動目標1)旬の食材、地域固有の食材の活用を増やす、2)副産物の無駄を増やすことにつながり、学習者の行動のセルフエフィカシーが高まる計画であったか	27.6%	39.2%	27.3%	5.9%	0.3%
⑨聞き取りやすい、見やすい、理解しやすいかったか	14.8%	57.2%	26.1%	1.8%	0.1%
⑩学習者は今回の内容で満足できそうか					

授業前後の学生の農産物直売に関する関心度の変化

調査項目	関心度	
	授業前	授業後
1. 農産物直売所への関心度	3.9±0.8	4.5±0.6 **
2. 地場産物の利用度	2.2±1.2	2.4±1.2
3. 流通の仕組みへの理解度	2.5±0.7	4.0±0.7 **
4. 食物生産への関心	4.0±0.8	4.1±0.7
5. 食品購入時の生産地情報の活用	4.1±0.9	4.4±0.7 **
6. 食品購入時の生産者情報の活用への意欲	3.5±1.0	4.3±0.8 **
7. 食品購入時の生産履歴の活用への意欲	2.8±1.0	3.6±0.7 **
8. 農業(従事者の高齢化、TPP等)への関心	3.3±1.0	4.2±0.7 **
9. ファーマーズマーケットでの食育活動への興味	3.9±0.8	4.4±0.6 **
10. 農産物等の生産・流通への関心と意欲	3.4±0.8	3.7±0.8 **

平均値±標準偏差, n=83 **p<0.01 Wilcoxonの符号順位検定

農産物直売所の店舗からの評価

- ◆各店舗とともに、生産者、消費者に学生が心を寄せて考えた食育の内容に対して、大変評価が高かった。
- ◆食育計画書の枠組みについても、活動の特徴を把握する上で有効であると高い評価を頂いたが、そのためには食育の人材育成が必要なることも指摘された。
- ◆本授業後、学生が提案した掲示物、レシピ、POPが店内で実際に掲示・展示されたり、食育活動が実践され、評価アンケート等も活用された。

店舗に展示された学生の掲示物



あんぼちゃんになるまで
こんな食べ方があったんだ！
～あんぼ柿が〇〇に～

JA伊達みらい
「んめーべ」



そうだ、お団子を 巡ろう



JA千葉みらい
「しよいか〜ご習志野店」



人参・ほうれん草団子



学生の学び

今回の福島での食育講座では企画段階から考え、最終的な発表に辿り着くまでのプロセスの全てを経験させていただきました。その中で実際に福島での講座に携わらせていただき、食育を行うにあたり学習者のニーズに応えられる内容を提案することの難しさを実感しました。私たち教育者が結果目標となる大きな軸を確立し、内容の展開できたらさらに良かったかなと思います。また、教育者側である私たちの方が学習者より知識が薄い部分もあり、学習者のみなさんから学ぶことがたくさんありました。食育を行うために教育者が十分な学習をする必要性に気付くことができ良かったです。拙い内容で学習者の方に満足していただける内容であったかは分かりませんが、自分たちが知って欲しい情報や講義内容についても分かりやすいように精一杯考えたので、ひとつでも学習者の方に身につけてもらえたら良いと思います。

食育講座を企画するところから、実際に店頭にて講演させていただくまでの全ての過程を学生が中心となって行うことで、思い通りに進まず苦労した事も多くありましたが、その分、とてもやりがいがあり、楽しんで取り組めたと思います。人前でパペット劇をやるのは初めての経験であり、直前まで四苦八苦しながら練習してました。お客さんが来てくれるのか、喜んで帰ってもらえるかも不安でしたが、終わった後は大きな達成感を得ました。福島での食育講座を実施でき、とても良い経験でした。

学生の学び

福島の方達とお話したりして交流を持って楽しかったです。反省点は準備不足で本番にバタバタしてしまったこと。事前準備の大切さを痛感しました。子供を対象とした食育だったのに、高齢者の方もたくさん参加していただけて楽しんでもらえたと思うのでよかったです。自分たちが考え出したあんぼがきの料理は、福島の方たちに受け入れられるか不安でしたが、とても好評だったので嬉しかったです。美味しい福島の特産物についても知ることができたのでよかったです。また福島行きたいです。

半年間かけて食育計画を立ててみて、指導の難しさを学びました。また、わかりやすく説明するためには、見ただけで理解できるような媒体と、試食などの実物を効果的に使用するのが効果的だと感じました。

今回地元の特産物として大きく取り上げたあんぼ柿は、高齢の方は知っている方も多く、いかに若い世代へ伝えてもらうかというところが難しかったと思います。来場してくれた子供たちには、楽しみながら理解してもらえたらいいと思い、劇や試食を使ってよかったですと思います。司会進行は、全体の流れの把握と試食の準備(おまんじゅうの蒸しあげなど)に応じて時間調整を行わなければならなかったため、苦戦しました。

学生の学び

対象者の目線に立ち物事を運ぶことについて学ぶことができました。実施してみると寒い外での実施だったためなかなか人が集まらず、試食を受け取っていただけないこともあり正直くじけそうになったこともありましたが、しかし試食を配る際に年代に合わせた声掛けをすることで食べて頂けました。このことを通して、対象者の目線に立って接する大切さを実感することができました。このような企画から自分たちの手で行う経験は今までなかったため、非常に勉強になりました。実施してみても気付いたこともあったため、次回以降機会があれば生かしていきたいと思えます。

食育講座を実際におこない、限られた時間を有効利用するためには、分かりやすい言葉で簡潔に内容をまとめることが重要だと思った。また、発表する場所の特徴を把握し、おこなうことで理解を深められると思った。

外での講座は、季節や天候で足を止めてくれる人の人数に大きく影響があるため計画は難しいと感じた。試食の内容、ポイントを伝えるだけでなく、たわいもない話をするのも大切であり、お客様との距離を縮めることでよりピーターを増やすことができるのではないかと考えた。内容の考案・計画から、実際にしよいか〜ご習志野店で発表することができとても良い経験になった。今回の反省点を踏まえ、今後の実習、勉強に活用していこうと思う。

学生の学び

当日は風が強くて寒かったこともあり、思っていたより人が集まらず早く終わってしまったが、その分、来店する人々に声をかけて試食を勧め、たくさんの人に食べてもらえて良かった。人参とほうれん草を使ったベジ団子は見た目からお客さんの興味を引き、おいしいと言ってくれる方も多く嬉しかった。中にはなかなか試食に手を伸ばせない方もいて、こちらからの積極的なアプローチが必要だと感じた。今までの準備は決して楽ではなかったが、こんな機会はなかなかないので、良い経験になったと思う。今回だけの一度に限らず、今後も継続的に食育講座を進めていくことで、学生と農産物直売所の双方にとって良い成果が得られるのではないかと考えた。

食育講座では思っていたよりも多くのお客様に参加いただき、うれしく思いましたが、講座の企画内容の内人員配置や、作業時間等の見通しが甘く、企画書通りにはうまくいかなかったことが残念に思います。また、緊張してしまい人前でうまく話せなかったこともあったのも反省点でした。しかし、今まで地方や農業に興味を持つことができなかったのが、実際の店舗で食育講座をすることで地方・農業に関心を持つことができたのは大きな収穫だったと思います。本当に反省点の多い講座でしたが参加できてよかったです。

H27. 3.13
JC総研 飯田視レインボービル

みらい百彩館「んめ〜べ」 における食育活動報告




指導販売課 次長兼課長 高橋 弘

1

JA伊達みらい 直売所「んめ〜べ」の位置



位置

福島県中通り北部

- ・JA伊達みらいは東京駅から北に280km、新幹線で福島駅まで90分の距離に位置しています。
- ・福島県の県北地方、福島盆地の北部に位置し、北隣りが宮城県白石市です。

交通は東北新幹線、東北本線、東北自動車道、国道4号線が南北に伸びる交通上の要所となっています。

北西部には海拔863mの半田山、東部には相馬市との境に海拔825mの壺山を最高峰に阿武隈山系の山々が連なる盆地であります。

水系は伊達地域域の中央を流れる阿武隈水系に属し、これら中小河川の流域に沿って平地が形作られ農産物の作りやすい耕地となっております。

2

みらい百彩館「んめ〜べ」の概要

敷地面積	1,684㎡	平成21年7月2日開設
売場面積	987㎡	駐車場150台
事業費	250,000千円	(補助事業なし)
従業員	正職員4名 准・パート21名	
定休日	毎月第一水曜日	年始1月1日～5日のみ休み
営業時間	午前9時～午後5時	
登録会員	680名	(H27. 2末現在)
販売実績	H25	6億6千万 (前年比129%)
	H26	5億1千万
来客者数	H25	28万人 (前年比110%)
	H26	25万人



3

JA伊達みらいの地域づくり(ブランド農産物 ～もも～)



販売取扱高NO. 1 桃30億円

「桃」は、伊達みらいを代表する基幹作物です。

7月の早生種から始まり9月の晩生種まで、福島の夏を代表する果物として、その味わいは多くの消費者から高い支持を得ています。(平成20年8月7日福島県ブランド認証取得)

農家が収穫した桃は、管内5ヶ所ある共選場で、光センサー選果により糖度・色・形状を測定。「おいしさの粒ぞろい」として、安定した品質での出荷を行っています。



皇室への献上桃として

管内の桃は、献上桃としてもその名を知られています。県知事が皇室に献上する「献上桃」として、毎年選ばれています。

4

JA伊達みらいの地域づくり(ブランド農産物～あんぼ柿～)

冬に出逢える伝統の味 あんぼ柿19億円

「蜂屋柿」や「平核無柿」を原料に、伝統ある独特の製法で仕上げられた冬の味覚『あんぼ柿』。あんぼ柿の加工に適した風土と農家の技が生み出す伝統の味わい。天日に干す自然の中での乾燥が、じゅわんと柿本来の甘さを引き出しながら、表面は乾燥し、中はトロリとした口当たり仕上げられています。食物繊維たっぷりの自然派健康食品として注目されています。

(平成22年2月25日福島県ブランド認証取得)




皇室献上のあんぼ柿

管内のあんぼ柿は、献上あんぼ柿として天皇、皇后両陛下はじめ皇室に毎年献上されています。

5

農産加工品(オリジナル商品)



桃の恵み、伊達の蜜桃、林檎の想い、とまとジュース、お米類、伊達の恵みゼリー、えごまたれ・ドレッシング、せんべい自慢、おからかりんとう …

6

食育活動 ～店内外での活動～



- ◎食育講座
- ◎ソムリエによる料理講習会
- ◎生産者による料理講習会
- ◎JA女性部による料理講習会
- ◎料理講習会
- ◎レシピ提案・試食の提供
- ◎食育ソムリエ企画 等

※食育講座・料理教室・学校行事なども積極的に受け入れる。

7

地域との交流活動



- ・地域密着型と観光型
- ・地域の高齢者層
- ・地域の若い世帯層
- ・地域文化や伝統

8

昔ながらの郷土料理を学ぶ 女性部による伝承料理教室



9

地場産大豆で味噌作り



10

収穫体験と料理試食(トマト)



11

店内休憩スペース利用してイベント



※直売所カフェ+休憩スペースを利用して各種イベントの実施
食育講座、食べ比べ企画・伝統料理講習会・レシピ紹介……

12

「農業」と「医療」との連携



「食」「農」「医療」は、切り離せないもの



病院、福祉施設など各団体と連携。
消費者の健康を考え、守ることも
直売所の大切な役割

13

JA直売所間の連系(周年祭)
食育イベントの開催



全国の提携JA直売所
連携による販売

食育イベントの開催

14

東京家政学院大学生と直売所んめ〜べ
の食育プログラム活動について



15

東京家政学院大学生と直売所んめ〜べ
の食育プログラム活動について



16

東京家政学院大学生と直売所んめ〜べ
の食育プログラム活動について



17

3年ぶりの出荷再開祝い
直売所店内で「あんぽ柿復活祭」開催



18

ワークショップ旬の果物食べ比べ会



19

情報発信・各種取組み・PRについて



情報伝達・イベント・その他の取組み

- ・会員へ売上状況をメールで発信 現在420名登録(680名中)
- ・「んめ〜べ」ブログ、ツイッター等
- ・ポイントカード、メール会員制実施(リピーターの確保と還元)
- ・食育ソムリエによる食育イベント(消費者との交流)
- ・店内来客者へ次回のイベントチラシ配布
- ・毎日何らかの特典とお楽しみ企画(月・火・水・木・金・土・日)
雨の日、雪の日ポイント3倍・・・
- ・JA広報誌による生産者の紹介やイベント情報を掲載・・・

20

みらい百彩館「んめ〜べ」が目指すもの

- 「地産地消」の拠点として
- 生産者と消費者の架け橋として
- 新鮮で安全・安心な農産物を供給
- 地域との交流を行い、地域を「守る」存在へ



21

ご清聴ありがとうございました。



22