



# 畜産分野を中心とした農村地域に対する 理解醸成手法に関する調査研究 最終報告書

平成20年2月

(財) 農林水産奨励会  
農林水産政策情報センター

## はじめに

海外における調査は当センターの調査研究の要であるが、調査員が海外においていつもうらやましく感じていることは、非農家国民が、農業や農村、農家をよく理解し、必要であれば支援を惜しまないことである。

これは、農業が、食べ物を供給してくれる産業であるというばかりでなく、上流下流を含めて大きな雇用の場を提供していること、環境保全に資するものであること、先祖から受け継がれてきた伝統や文化を継承していく機能を果たしていること、レクリエーションの場として欠かせないこと、等といった多面的な役割を果たしていることを、非農家国民であってもよく理解しているからに他ならない。

しかしながら、こうした理解は、一朝一夕で築き上げられたものではなく、旧来から、そして幼児の頃から、きめ細かく、そして根気よく続けられてきた理解醸成のための努力の結果であるように思われる。

一方、わが国では、特に近年、非農家国民の農業や農村、農家に対する関心が低くなり、農畜林水産業に携わる者にとって、いかにそうした人々の農業や農村、農家に対する理解を深めていくかは、従来からもそうであったが、現在でも大きな課題となっている。

そこで当センターでは、以上のような課題認識のもと、平成 18、19 年度において、「畜産分野を中心とした農村地域に対する理解醸成手法に関する調査研究」に取り組み、課題解決に資することとした。

こうした調査研究は昔から行われてきているが、当センターの調査は実際に行政を担当した者によるものであるところに大きな特徴があり、行政の実際に即したものとなることを心がけている。

当センターの調査にご協力をいただいた各国政府の担当の方々、在外公館の方々、通訳の方々、そして当センターで資料の検索や翻訳に取り組み、調査研究をサポートしてくれた方々に、改めて心から感謝の意を表するとともに、この報告書が多くの方々の参考になることを祈念する次第である。

農林水産政策情報センター

## 目 次

第1部 調査の概要	1
第1節 調査テーマの選定理由	1
第2節 調査の実施	3
第3節 調査結果概要	4
第2部 海外調査結果	7
第1章 ドイツの理解醸成策	7
第1節 バイエルン州における子供達の農業への理解醸成	7
第2節 学びの場としての農場	14
第3節 ドイツにおける農業に対する消費者の理解	24
第4節 農業に対する一般消費者の興味についてのアンケート結果	28
第2章 アメリカの理解醸成策	39
第1節 牛肉理事会及びチェックオフプログラムの概要	39
第2節 牛肉理事会へのインタビュー結果	40
(参考資料)「牛肉生産：作り話と真実」	
(“Beef Production : Myth vs. Truth”)	43
第3章 英国の理解醸成策	57
第1節 DEFRAにおける消費者とのコミュニケーション	57
第2節 Natural Englandにおける消費者等への農業教育	59
第4章 ヴィクトリア州政府の農業教育プログラム	61
第1節 ヴィクトリア州の農業教育	61
第2節 農業教育プログラムの実例	63
第5章 フランスにおける教育ファームの推進	67
第3部 国内調査	71
第1章 推進体制アンケート調査結果	71
第2章 理解醸成ワークショップ概要	75

第3章	フォーカスグループ調査	79
第4章	出張調査結果	81
第1節	高知県におけるグリーンツーリズムの推進	81
第2節	群馬県の食育の取組み	82

## 第1部 調査の概要

### 第1節 調査テーマの選定理由

「畜産分野を中心とした農村地域に対する理解醸成手法に関する調査研究」に取り組む理由は、次のとおりである。

近年、非農家都市住民の農林水産業の意義や果たす役割、農山漁村の維持の必要性などに対する理解は、希薄化してきていると言われている（残念ながら、そうした事実を示すアンケート調査結果のようなデータは、現在のところ見あたらない。）。

一方、農山漁村においては、若い世代は都会に出、残った世代では高齢化が進んで、村や集落の維持が困難になり、崩壊寸前に陥っているものが少なくないと思われるが、これも、多くの非農家都市住民の理解が得られず、その支援もないことが大きな原因の一つと言われている。

したがって、国、都道府県、市町村、そして関係団体は、なにはともあれ、非農家都市住民に農山漁村の維持や農林水産業の意義などについて理解を深めてもらうことが必要である。

ヨーロッパ、特に EU の国々においては、農山村や農林水産業の果たす役割に対して理解を示す人達が多く、このため、農山漁村への支援策に対する都市住民のアレルギーが少ない、と言われている。その陰には、国をはじめとする公的団体による各種の農山漁村や農林水産業についてのキャンペーン活動やコンペの実施、学校教育における理解の醸成など、常日頃から様々な工夫が行われていることがあるものと考えられる。

このため、特にヨーロッパの国々のやり方に学びながら、非農家都市住民の農山村や農林水産業の果たす役割に対する理解を醸成する手法について、調査研究を行う。

(参考) ヨーロッパにおける

「農村保全に対する農業者の役割」に関する世論調査結果

設問： 農業者は、土地を利用することによって農村を保全することに役立っているか

消費者の回答	EC 平均	イギリス	フランス	旧西ドイツ
全くそのとおり				
ある程度役立っている	77	75	88	66
それほど役に立ってはいない	11	14	7	19
全く役立っていない	6	6	3	11
わからない／無回答	7	6	3	5

(単位；%)

資料：EC委員会（1988年）

## 第2節 調査の実施

### 1 行った調査

当センターでは、調査専門委員会においてこのテーマについての検討をいただくとともに、次のような調査を行った。

#### ① 海外調査

18年度 米国 フランス オーストラリア

19年度 英国 ドイツ

なお、当センターでは、調査員が訪問した全ての国において、当センターが平成18、19年度に取り組むこととした調査テーマ全てについて調査を行うこととしており、この調査においても、そうした姿勢で取り組んだ。

#### ② 国内調査

ア アンケート調査

イ ワークショップ・フォーカスグループ調査

ウ 県への出張調査

### 2 基本的な調査事項

- ① 非農家都市住民の農山村や農林水産業の果たす役割に対する理解を醸成する手法には、どのようなものがあるか。
- ② 国、都道府県、市町村の職員の役割如何
- ③ わが国において理解の醸成を行うためには、どのような手法がふさわしいか。
- ④ 農林水産業への理解の醸成は、子供達に対して働きかけるのが有効だが、諸外国ではどのように農業教育を行っているか。
- ⑤ 子供達に農林水産業への理解を深めてもらうためには、学校の先生に正しい知識を持ってもらわなければならないが、諸外国ではどのようにしているのか。

### 第3節 調査結果概要

#### (理解醸成)

海外調査では、農業や農村に対する非農家国民の理解が深いことによりうらやましさを感ずることが少なくない。当然のことながら、こうした理解の醸成は、諸外国と言えども一朝一夕でなしえたものではなく、長期間にわたって弛みない努力を重ねてきた結果である。

わが国においても、引き続き、農業や農村の国民生活に対する重要性、等について、国民の理解を得る努力を傾注して行くことが求められる。

#### (消費者教育の担当)

(1) 消費者に対する農業、ないし食料に対する理解醸成の担当は、諸外国では、中央政府ではなく、州政府、ないし農業関係団体が対応しているようである。

(2) 大人の一般消費者向けに行われているのは、各種のイベント、ホームページ上の解説等で、特段の事業のようなものはなかなか見当たらないが、子供向けには、いろいろな事業が試みられている。

#### (子供向けの事業)

(1) 子供は、将来の大事な消費者であり、早い段階で農業に対する理解を深めてもらうことが大事であるというコンセプトの下で、子供を農場に連れて行き、実際に農作業を経験したり、動物に触ったり、臭いをかいだりしてもらう事業は、各国で力が入られている。

わが国でも、例えば宮崎県では、2泊3日で養豚場に泊り込んで豚の世話を体験してもらう事業をやっており、また、酪農ファーム事業が各地で展開されているが、畜産関係だけでなく、様々な分野でこうした事業の広がりが期待される。

(2) わが国では「食べ物がどこから来るのか」を知らない子供達が多いと言われてきて久しいが、オーストラリアでは、子供が最初に持つ疑問は「食べ物はどこから来たのだろう」ということであり、大人はその疑問に答えてあげる義務がある、という認識のもとで、子供達を農場につれていく様々なプロジェクトが設けられて入る。

(3) またドイツでは、農場で誕生日パーティを行う事業が人気を得ており、子供達に遊びながら農業を体験させている。

(4) 諸外国で対象としている子供達は、幼稚園児から日本の中学生位までが通常で、年代に応じてそれぞれターゲットを明確にして農業への理解醸成が推進されている。

(農家の受け入れ態勢)

(1) ドイツでは、休暇を農村で過ごしたり、農場で誕生日パーティを開いたりする場合の受け入れ農家の主婦に対し、最高レベルではマイスターの資格をも取得できるセミナーを準備している。こうしたセミナーでは、経営的な知識や衛生面の知識、関係法令、農場や農家で過ごすためのプランの作り方や来てもらう宣伝のためのホームページの作り方まで、きめ細かな講座が用意され、これを受講した主婦には資格も与えられている。

わが国においてこうしたシステムを取り入れることは一朝一夕ではできないだろうが、農家が農場に都市住民や子供達を受け入れるための用意周到性は、学ぶべきではなかろうか。

(2) 受け入れ農家で一番恐れるのは子供達の予期しない怪我であるが、受け入れを行うにあたっては、

- ① 農場は、学校の生徒を受け入れる安全体制の前に、農作業をすることに対して安全でなければならない。
- ② 生徒に対して「こういうことをしてはいけない」「こういうことは許される」という指示を最初に与える。

といったことが必要であり、海外では農業関係機関がそうしたアドバイスをする役割も担っているようである。

わが国でも、アドバイスする機関を設ける等により、怪我や事故を恐れる前に、怪我や事故が起きないように、農家が周到に準備できるシステムを構築することが必要ではないだろうか。

なお、諸外国では、周到な準備の上に立って、それでも起きる怪我や事故については、生徒達の自己責任とされているようであり、そういう対処が出来ない場合については保険制度も充実しているようである。

(3) 受け入れる農場が、受け入れ料を取ることは、賛否両論あるようである。農場側の負担を考えれば有料もやむをえないとする意見がある一方、料金をとるなら、それはビジネスになってしまい、サーカスや動物園と同じで、食べ物の生産という本来の姿が見えなくなり、教育ではなくなってしまう恐れがある、という意見もあった。

農家の中には、生産している姿を一般の人達や子供達に見てもらうのも大事な役目と受け止めて前向きに対処しようとする者も少なくないようなので、今後、受け入れできるシステムを研究し、構築していく必要があるのではないだろうか。

いずれにせよ、他人を教育することは生半可ではできない、ということを念頭においておかなければならない。

(先生への対応)

(1) 農場で学ぶプログラムの需要は、諸外国で高い需要があるが、これはわが国でも同様と思われる。しかし、都会育ち、農業未経験の先生がどうしたらいいのか判らないのは、内外を問わず、事情は同じで、先生達へのきめ細かな支援、アドバイスが必要である。日本の場合は、所管行政の壁があるが、工夫してもらいたいところである。

(2) 子供に正しい農業理解をしてもらうための教材について、海外では、先生達の信頼の上に立って農業関係団体が作成し、先生に提供している。わが国でも、誤った情報で子供達を教育しないよう、農業関係の行政機関ないし農業団体が、教育委員会とも連携の基に、教材の準備にも力を入れて欲しいものである。

(3) わが国でも、畜産団体により、先生達が酪農家を訪問し子供達に教えるための研修を行っているが、畜産関係に限らず、こうした動きが全国的に展開されて欲しいものである。

(学校給食における地産地消)

学校給食に地元農家の生産物を供給することについては、納入業者に既得権があって地元農家がなかなか供給できないといった壁もあるが、北陸地域、中国地域で開催した意見交換会では、「調理師が面倒がってその気になってくれない」、あるいは「生産者に、品揃えや衛生管理に真剣に取り組む覚悟がない」といった難点が指摘された。

最近では、食べ物の価格の高騰に伴い、新鮮さだけでなく、安価に調達できる地元農家の生産物に関心が高まっており、学校給食における地産地消を推進するチャンスでもあるので、調理師への働きかけ、地元農家の取り組み姿勢の意識改革等、上記のハードルを越える努力が期待される。

## 第2部 海外調査結果

### 第1章 ドイツの理解醸成策

#### 第1節 バイエルン州における子供達の農業への理解醸成

ドイツにおける農業への理解醸成の取組みは、連邦政府ではなく、主として州政府、関連団体の役割である。

そこで、平成19年9月、バイエルン州農林省を訪問し、調査を行った。

バイエルン州では、子供たちは「将来の大事な消費者」であるとして、子供たちの農業に対する理解の醸成に力を入れている。また、そうした子供たちにきちんとした対応ができるように、農家の主婦の教育や資格の取得に対し、出先機関である農林局を通じて、きめ細かな支援を行っており、受講した農家の主婦のうち最高レベルの人は、マイスターの資格をとっている。

##### 1 子供たちの農業への理解を深める事業

(子供向け事業)

(1) 子供たちの農業への理解を深める事業としては、

- ① 子供の農村体験事業
- ② 子供連れの家族をターゲットにしている「農家で休暇を」という民宿事業
- ③ 農家での誕生日パーティ
- ④ 学びの場としての農場

などの事業がある。

バイエルン州では、農家がこれらの事業をやろうとするとき、施設整備やノウハウの取得の面で、様々な支援を行っている。

(農村体験事業と「農家で休暇を」事業)

(2) 子供の農村体験事業や「農家で休暇を」事業は、子供たちが農村ないし農家に滞在している間、一緒に納屋に入って仕事をしてみたり、農家にいるウサギなどの動物に餌をあげたりして、農業を実際に体験させたり、動植物に実際に触らせたりするもので、都会に住んでいる農業に全く関係のない人たちでも、両親も子供たちも両方とも、農業はどういうものなのかを現場で学ぶことができる。

例えば、乳牛というのは毎朝毎晩乳を搾らなければならないということも、そこで体験して初めて分かるわけである。

(農家で誕生日パーティー)

(3) 今、非常に人気があるのは、農家で子供の誕生日パーティーを開くことである。ドイツでは、子供の誕生日というと、子供たちをたくさん呼んでパーティーを必ず開くが、それを農家で開くようにする。

誕生日を迎える子供とその友達がまとまって農家を訪れ、それに対してそれを受け入れる農家は、いろいろなプログラムを用意する。例えば、誕生日の子供にみんなで歌を歌って、その後、農家の中をいろいろ回ったり、納屋に行ってみたり、動物に餌をあげてみたりというプログラムを全部受け入れ農家の方で準備して、子供たちに遊びながら農業を体験させている。

(学びの場としての農場)

(4) 比較的新しい、やはり子供を対象にした農林省のプログラムとして、「学びの場としての農場」事業がある。

「学びの場としての農場」は、幼稚園や小学校、それよりも上の学年も含めて、学級単位で農家に来て、何時間か農家で時間を過ごして、いろいろなことを学ぶ、あるいは何日間か滞在する可能性もあるものである。これは学校のカリキュラムの中にちゃんと組み込まれて、授業として学級単位で行くものであり、農家側としてはそれを一つのサービスとして提供するものである。(なお、第2節参照)

## 2 都市住民受け入れのための資格

(家政士)

(1) 農家の女性たちは、1で述べたような子供達の受け入れを含む、農業と組み合わせた形で新しい収入源を得ようとする活動を始めるときは、州が設置している47の農業学校において学び、一番高いレベルでは「家政士マイスター」の資格をとる。一つの事業を行うためには、やはり経営的な知識、ノウハウ等が必要になるので、その知識・能力を女性たちに身に付けさせるということで、農家にいる女性たちが学ぶことのできる公式な職種、訓練をされた資格としての職種がいろいろある。

「家政士」やそのマイスターの資格を取るためには、公式の試験があつて、それを受けて受かれば、その職種の資格がもらえる。その試験を受けない場合には農業学校の卒業証書がもらえるだけであるが、それはそれで、この公式な農林局のやっている農業学校の家政講座を卒業したという資格である。

そういった職種を学んだ人たちが、その職種で実際に、しかも自分の住んでいる農家

で収入を上げることができるといふ可能性があるのであれば、それが理想的なわけで、それがまた女性の自信にもつながるし、女性の位置付けを高めることにもつながることとなる。

(2) ドイツでも、基本的には兼業農家と専業農家があって、かなりの部分が兼業農家である。男性の方は、家ではもちろん農業をやっているが、外でも仕事を持っているので、外の仕事で時間を使っている。一方女性たちは、独立した形で、自分の住んでいる農家で、別の自分なりの収入を上げる道を見いだしていくわけである。

もちろん独立しているからといって、何でも勝手にできるわけではなく、当然のことながら、夫や姑にも納得してもらわなければならない。

また、農家の息子と結婚した若い女性たちは、主婦をしているだけ、ないし農家の奥さんというだけでは満足してはいない。皆、何か自分の役割、自分の仕事が欲しいという願望を持っている。

(3) そこでバイエルン州では、農業学校において、いろいろなセミナーを行い、証書を交付してそれなりの資格を付与し、農家の女性たちを支援している。特に子供達の受け入れに関しては、特別のセミナーを開いている。

これは、子供たちを受け入れるとなると、保険の問題など、いろいろな法的な問題もきちんと知らなければならないし、お金をもらってやるわけであるから、営業行為としてやる場合に必要な知識を全部そこで覚えなければならない、というようなことがあるからで、女性たちは、それを全部農業学校のセミナーで学ぶ。セミナーを終了し、証書を受領した後は、独立して、商品としてそれを売ることができるようになる。子供達の希望を聞いて、すべて準備してあげることができるようになるわけである。

(4) 例えば、子供のパーティーを農家でやろうと考えたとき、親は、個々の農家の女性が自分で作ったホームページによって、どこでそういったサービスを受けることができるかを知ることとなるが、セミナーの講座の中では、どのように宣伝すればいいのかについても、講座の内容として教えている。全部自分で商品を作って宣伝して、お客さんをちゃんととってくるまで完全に自立して出来るようになるよう、その講座で教えている。

バイエルン州農林省としては、個々の農家の人たちに、自分達の力によって新しい収入を得させたい、ということが政策の目標となっている。

なお、今はもうEUからの助成がなくなってしまったが、過去においては、こうした講座を受ける受講料の一部についても補助が行われていた。

(5) 今行っているのは普通の小学校などであるが、バイエルン州としては、将来的には、省が行うセミナーに参加してそういったことを覚えた農家の女性たちが、そのようなものを商品化して、それを各学校や教育機関に売り込んで、それをいいと思った教育機関がカリキュラムの中に組み込んでやっていく、というところまでもっていきたい、とのことであった。

子供たちに力を入れ始めているのは、子供たちは将来の消費者になるわけであるから、牛乳がどこから来て、どのようにできているのかということ、現場でじかに体験させる必要があると考えられているためである。

### 3 学校の先生との関係

(先生たちとのコンタクト)

(1) 具体的な学校への働きかけという点での農林省と文部省の間の連携はまだ始まったばかりで、具体的にはほとんど行われていないが、このような学級を受け入れて、学習農家としてやろうとしている農家たちが集まったグループがあって、そういった人たちが具体的に学校の団体などにアプローチをしている。

バイエルン州の農業省と文部省の間では、基本的に同じ目標設定なのであるから、比較的そういったところにオープンである。

(先生達の取り組み)

(2) 具体的な数字は分からないが、先生達にも比較的高い理解は得られている。

例えば、こうした農場で学ぶプログラムは受け入れ度が非常に高くなっており、そういった希望者が多いということは、一方で、学校側からもそういった需要があるということである。学校の先生たちも農業をただ教えるということだけではなく、一緒に農場に行って、子供たちと一緒に何かを体験することによって、子供のソーシャル・アビリティも高めることもできるし、子供と教師の間のきずなも強めることができるので、そういったところも評価されている。

学校の先生たちは、財団法人・情報・メディア・農業 (Information.medien.agrar e.V ; i.m.a) やドイツ農業中央マーケティング協会 (Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH : CMA) などの農業団体が作っている優れた教材がたくさん手に入るの、それらをうまく使って、いろいろな科目に農業というテーマを組み込むことができている。それは生物の授業でもいいし、技術的なものにも組み込むことができるし、そしてまた一般的な意識の中に農業というものが非常にはっきりと意識されている。今の農林大臣も非常によくメディアに出る人であるから、そういうこともより広い受け入れにつながっている。

## (参考1) 農業学校で学んで得られる資格

- \* Hauswirtschafter/in : 家政婦/夫  
事業所や家庭での家事手伝い
- \* Umschulung zur Bäuerin : 農婦としての再教育 (家政科以外の教育を受けた人用)  
農業関係事業所の家政を担当
- \* Hauswirtschaftstechnische/r Helfer/in : 家政ヘルパー (障害者用プログラム)  
レストランやクリーニング業などでの手伝い
- \* Staatlich geprüfte/r Wirtschafter/in : 国家試験を受けた家政士  
農業関連事業所、宿泊施設、家政関連事業所の自営
- \* Meister/in der Hauswirtschaft : 家政のマイスター  
農業関連事業所や家政関連事業所で家政関連の指導員  
成人教育やメディアに専門知識を提供  
家政専門サービス提供により自営
- \* Staatlich geprüfte/r Dorfhelfer/in : 国家試験により認定された村のヘルパー  
農婦の代理、一般家庭や事業所にて
- \* Geprüfte/r Fachhauswirtschafter/in : 国家認定を受けた専門家政士  
老人介護施設、養護施設、自営
- \* Staatlich geprüfte/r Techniker/in : 国家試験により認定された家政・栄養技術者  
大企業、中企業、宿泊施設等の自営、家政教育指導員
- \* Staatlich geprüfte/r hauswirtschaftliche/r Betriebsleiter/in :  
国家試験により認定された家政事業経営者  
大企業、家政関連分野の幹部、組織等の相談役、教育機関の教官

◎ 家政のマイスターになるための条件

マイスター試験を受験するために必要な条件は

家政婦/夫としての職業専門訓練を終了後、

家政関係の職業に 2 年以上従事した人

又は

マイスターレベルの決められた仕事に 5 年以上従事した人

マイスター試験を受験するために必要な準備

ローゼンハイム (Rosenheim) 農業学校・家政科を 3 学期間 (二期制) 就学

又は

マイスター準備講座 (約 750 時限、実習を含む) を受講

## (参考2) 農場体験の一例；アルヒェ農場 (Archehof) の場合

### (1) 農場見学

- ・ 5月から10月の第一日曜日に開催。
- ・ 10:00～12:00
- ・ 一人3ユーロ (6歳まで無料)
  
- ・ 農場での様々な作業を見学することができる。
- ・ 農場で飼育している動物とふれあうことができる。
- ・ 農場見学を申し込む際、予約は必要ない。

### (2) 子供の誕生会

- ・ 6歳までの子供は、農場で誕生会を開くことができる。
- ・ 子供たちは、お友達や、自分の招待客を連れて来ることができる。
- ・ 両親は、その間リラックスしてもらおう。
- ・ 農場側で子供たちにとって忘れがたい体験となる一日を提供する。
  
- ・ 期間は4月から10月まで、お楽しみは3時間で、基本的には15:00～18:00。
- ・ 内容的には、まず動物とのふれあい  
えさやりと動物の世話の手伝いで、その際、動物の行動パターンやそれぞれの習性などを学ぶ。
  
- ・ 食事は、「農場バーガー」レストランで、農場手作りのスペシャルバーガーを自分で調理して食べる。
- ・ 飲み物は、ミネラルウォーターとリンゴジュースを用意
  
- ・ 子供誕生会の費用は、10人までで140ユーロ。一人増えるごとに10ユーロ追加。

## 第2節 学びの場としての農場

ドイツにおいては、農業に対する一般都市住民の理解や、子供たちに対する啓蒙といった業務は、連邦や州の機関ではなく、農業団体が担当している。そこで、財団法人・「情報・メディア・農業（Information.medien.agrar e.V； i.m.a）」を訪問し、i.m.a が連邦・食料農業消費者保護省（Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz； BMELV）の補助を受けて実施したプログラム「学びの場としての農場」を始めとする子供の農業への理解を醸成する取り組みについて調査した。

（注）i.m.a は、40年前に、農業団体の支援を基に設立された「農業の知識を伝達し、農家と消費者の対話を促進させる」ことを使命とする財団法人である。設立以来、農業に対する知識は早い時期、すなわち子供のうちからその良い側面を知ってもらうことが重要である、という認識に立って、農業とは縁のない子供たちや教師に近代的農業を紹介する活動に力を入れてきている。主たる業務は、次の2つである。

ア 子供たちへの授業で農業を取り扱うときの教材の提供

イ 子供に農業や農家を実際に体験し理解してもらう機会を与えることへの支援

### 1 ima の役割

（i.m.a の子供教育における役割）

（1）i.m.a は、まず子供たちへの授業で農業を取り扱うときの教材を提供するという役割を担っている。例えば、一番初期の段階である4～6歳児向けの教材から、年齢が高くなるにつれて詳しい情報を、授業の内容に沿って提供している。

i.m.a が新しい教材を準備する際に最初に着目するのは、学校のカリキュラムでどのような教材を使っているかということである。その教材の中で欠けているのはどういうことかということ把握した上で、新しい教材を準備している。新しい教材を準備することは、学校の先生にとっては結構高くつくことになるので、それをi.m.aのホームページから無料でダウンロードできるということで、コストの面からも歓迎されている。

（2）農業は、教師にとっても様々な教科のあらゆるカリキュラムに登場する。素材としては、例えば「私たちの穀類」「（穀物の）粒からパンへ」「植物はどうやって育つの？」「我々にとって有用な動物」などである。これらのテーマは、義務教育課程に含まれており、教師が授業で取り上げなくてはならない教育材料となっている。

(3) 農業が授業で取り上げられるのは、主に以下の年齢で、以下の教科においてである。

一般社会（小学校） 8～10 歳

生物学（中学校） 11～15 歳

地理学（中学校） 11～17 歳

(農業や農家の体験支援事業)

(4) i.m.a の業務はもう一つあって、子供たちや青少年たちは絵本や教科書の中の農業しか知らず、実際の農業との距離が離れすぎているので、農業や農家を実際に体験し理解してもらう機会を与えることを支援することである。現在は、そちらの方が重要になっている。

確かに子供向けの本の中には農家の絵や写真が見られるが、往々にして古い農家が示されたりしているので、実際の農家・農場は、現在どのようになっているかということを実際に体験してもらうのが、i.m.a の目標である。その場合に重要なのは、単に子供たちが目で見たり、耳で聞いたりするだけではなくて、実際に触ってみる、農場のにおいを鼻でかいでみるということで、特に家畜などに触ってもらうことを重点にしている。

(5) 農場訪問を行うのは、4歳位の幼稚園のときから始まって、主に8歳から10歳の子供たちである。ドイツの教育制度では、小学校（6歳から10歳）時代の方が教師にとっても農場訪問実習の時間を取りやすいからである。この年齢より上になると、農場訪問の件数は顕著に減少する。授業時間が長時間へと増加していくからと思われる。

農場での滞在時間は様々で、2時間から12日間で、大部分は、半日訪問（2時間から4時間）である。最近は宿泊可能な農場も増え、子供たちが月曜日から金曜日まで農場で共に働くというケースもある。週末だけ滞在できる農場もあり、子供たちは、自己責任において動物の世話をするケースもある。これらの長期滞在は、農業で生計をたてている農場が提供するというよりは、教育施設が実施する場合は主である。

## 2 学びの場としての農場

(農家の受入れと「学びの場としての農場」)

(1) 近年、子供たちを受け入れてくれる農家がだんだん少なくなってきており、また、子供たちを農家に連れていく先生の数も少なくなってきている。

こうした認識を持ったので、i.m.a では BMELV に働きかけ、2001年11月から2003年11月までの2年間、BMELV の補助（2年間で総事業費 750,000 ユーロ弱、90%を BMELV、10%を ima 他が負担）を受けて、プログラム「学びの場としての農場」を実施することとし、農場や教師の理解を深めるための広報活動その他のいろいろなプロジェクトに取り組んでいくことになった。

(2) プログラムの具体的な内容は、次のとおりである。

- ① 「学びの場としての農場」プログラムをドイツ全体で展開し、(1)で述べた状況を改善してより多くの学校の生徒が農場を訪問できるようにするためには、農場と教師はどの程度の援助が必要か、教師が農場に出向くためには学校内でどのような障害を取り除くべきか、などについて、調査、研究する。
- ② モデルプランを作成する。
- ③ 「学びの場としての農場」プログラムによって子供を受け入れる農家向け、及び教師向けのガイドラインを作成する。

(3) それまでも、やはり農家の数自体が少なくなりつつあったし、また小規模農家の代わりに大規模農家が増えてきたことによって、いわゆるボランティアという形で無償で子供たちを受け入れることに対して、農家の協力が得られない状況になってきていたので、2001年、BMELVにそのことを訴えたわけである。

(BSEの影響)

(4) 2000年にドイツでBSEが発生したことも、プロジェクトの必要性を高めた。

子供たちにとってはあまり関係がないことであったが、メディアが農家の状況について非常に否定的な報道を続けた、ということがあって、i.m.aの立場からすれば「農家のよい側面を一般消費者に分かってもらうためには、やはりこのようなプロジェクトを行うべきである」という主張の説得材料になった。

(農場経営者に対する支援)

(5) i.m.aに関連がある、学校の生徒を受け入れてくれる農家は、全国で約2000軒あり、これらの農場には年間約50万人の生徒が訪れている。

そうした農家に対する支援としてi.m.aでは、学校の生徒を受け入れる際に、生徒用の背景資料を渡しているほか、月に一度、Eメール形式でニュースレターを出し、年に4回、パンフレットで「学びの場としての農場」についてニュースを出している。

(6) 特に情報の中でも、学校の生徒を受け入れる農場というのは、「来てもらうのはいいのだが、どういったことを提供すればいいのだろうか」ということがよく分からない場合がある。そうした場合、例えば、実際に生徒を受け入れた他の農家の実例や、こういったことをしてはどうだろうかといったアイデアを渡してあげる、といったような仲介者の役割もi.m.aはやっている。

(けがなどへの対応)

(7) これまで、学校の生徒が農場でけがをした、といった事故が起きたことはない。

まず第一に農場は、学校の生徒を受け入れる安全体制の前に、農作業をすることに対して安全でなければならない。学校の生徒を受け入れる、受け入れないにかかわらず、しっかり檻が作ってあったりして、農作業をする際の安全に関して特定の検査機関で検査された安全なところでなければならない。

2番目としては、農家の人たちは学校の生徒を受け入れるとき、生徒に対して「こういふことをしてはいけない」「こういうことは許される」という指示を最初に与える。

3番目に、農家の人たちは、責任保険を締結している。何か起こったら保険会社の方で払ってもらふことになる。

これらに加えて、訪問する生徒の中に動物アレルギーの生徒がいないかどうかといった情報を、学校の生徒を受け入れる前に、事前にキャッチすることが必要になる。

(8) ドイツの場合、例えば、農場に行つて、牛に噛まれたとか、泥だらけの所で転んでけがをしたというようなことで親からクレームが来るようなことは、全くない。

もし農場のぬかるみで転んでも、農場だけではなくて一般の道路でもぬかるみで転ぶということはあるわけで、それは個人の責任である。牛に噛まれるということは、一般の道路上で犬に触つて噛まれるのと同じで、それも個人の責任であるから、それに対して農家の人たちが特に責任を負ふということは、ドイツの法律上では考えられない。

(子供たちへのインパクト)

(9) 「学びの場としての農場」の実施が子供たちに与えているインパクトは、それぞれの年代により、またプロジェクトによって違う。

幼稚園児に関しては、何かを学ぶということではなくて、単に農家に行つて非常に良い、ポジティブな経験をしてもらふ、ということがまず第一義的な目的である。したがつて、普段の生活ではできないこと、例えば、子牛に触つたり、アヒルを檻に入れたりしてもらえば、それだけでも十分意味はあるし、もし、牛乳や卵がどこから来るのか、牛乳はテトラパック社が作ってくれるわけではなく、実際には乳牛から出てくるものだというようなことを学んでもらえれば、それで成功したということができる。

(10) テーマを決めて行うプロジェクトもある。例えば「農薬」というテーマの場合には、春から秋にかけての半年間にわたつて、てん菜(ビート)農家に行き、除草剤を使わないために生えた雑草を生徒達に自分達でとらせ、その後で、農家の人たちが生徒に対して「除草剤を使うと雑草がなくなって、雑草を抜かなくて済むが、それよりも、このように労力を使つて雑草を取つた方がいいか、君たちはどちらを選ぶか?」というような聞き方をして考えさせるというプロジェクトもある。

(11) また、自分たちが実際に口にするものの元の姿はどのようなものかということを知らない子供たちが多いため、例えばポップコーンは、その状態で生えているのではなく、トウモロコシから出来るのだということ、実際に見て子供たちに初めて分かってもらうとか、ココアが実際にはカカオ豆からできるのだということも知らない子供たちに、そういったことを教えてあげる、というプロジェクトもある。

### 3 農業関係者との交流

(教育関係者と農業関係者の交流)

(1) 教育関係の人たちと農業関係の人たちの交流は、やはりドイツでも、うまくいっているとは決して言えない。これはあくまでも各先生方が農業に対してどういった感じを持っているか、あるいは、農家の人たちが学校の生徒を受け入れて、それを非常に楽しいと思っているかどうか、にもよるので、ケースごとに違っている。

例えば、単に農場に生徒を連れていけば、生徒は農業について非常に多くのことを学ぶのではないかという大きな期待を持ちすぎて、結局あまり収穫がなかった、と言って不満を言う先生もいるし、あるいは、単に自分が授業をしたくないので、生徒を農場に連れて行って自由にさせるといふ先生もいる。以前には、農家の人、小学校3年生(8~9歳)の子供たちに対して、ドイツの農業問題を延々と論じたこともある。要は、先生によって、あるいは農家の人によって、コンタクトがうまくいくかどうかは違ってくる、ということである。

(農場紹介)

(2) i.m.a.は、教師に対して、農場の住所を提供したり、授業コンセプトや作業冊子、ポスターなどで協力している。

i.m.a.では、どこの農場にどのようなテーマでいけばいいか、などについて、学校側の相談を受けるコンサルテーションを「紹介所(注:直訳すると調整所)」で行っている。教師がi.m.a.に電話を入れると、その地域にあるi.m.a.の会員組合を紹介する。地域に密着した現場の会員が一番よく該当するテーマに沿った農場を把握しているからである。

よく討議されるのが、ドイツ全土に渡る農場リストをインターネットで掲載してはどうか、という案であるが、手間暇がかかるわりには情報がすぐ古くなり、(的確な最新情報ではなくなるため、)現在はそのようなリストをインターネットに掲載していない。

(農場とのコンタクト)

(3) 長年同じような農場を訪問している先生にとっては全然問題なく、毎年同じところに電話をする。新しく農場に連れていきたいという先生の場合には、一番いいのは郡単位の各支部、すなわち、農業連盟、農協の郡支部に連絡し、農場に子供たちを連れてい

ってどういうことをしたいのかという先生の希望を話せば、その地区の農場を一番知っているのは農業連盟の郡支部なので、それだったらこの地区にあるこの農場がいいだろうという選択をし、アレンジをする。農場を訪問する、農場を探索するというパンフレットには、農業連盟の郡支部の電話番号が記されている。

(新たに先生になる人たちについて)

(4) ドイツの場合、新たに先生になる人たちは、大学卒業後の教育実習が2年間ある。その期間に、こういうものがちゃんと用意されているということを学校の先生のそれまでの経験から学ぶ人もいるし、2年の間にはセミナーにも参加するので、そのセミナーに対してはi.m.a.でそのような情報を提供している。また、各学校の先生たちが自分たちの教材はどのようなものか、インターネット上で意見交換する場があり、そこにもi.m.a.の教材を出している。

#### 4 i.m.a.の広報活動とメッセ

(i.m.a.の広報活動)

(1) i.m.a.は、40年ほど前にドイツの農民により創設された当初より教師や学校とは緊密な関係にある。約8万5千人の教師は、i.m.a.から定期的に教材を購入する。ドイツで一般社会、生物、地理を教えている大部分の教師がi.m.a.を認知している。また、教師養成の課程ですでにi.m.a.の教材を紹介している。

(2) 「学びの場としての農場」に関する広報活動はi.m.a.独自のメディア(小冊子、Eメールニュースレター、インターネットなど)を使ってドイツ全土で行っている。教育学関係のメッセに出席したり、教育関連の雑誌などに公告を出したり、折込公告を入れたりしている。

また、会員になっている組合組織を通して、ドイツの各地域でi.m.a.の活動が宣伝されている。

(教育学関係のメッセとの関連)

(3) i.m.a.では、2つの「教育学関係のメッセ(Messe)」にも参加している。

一つ目は、毎年1月上旬にベルリンで行われる「国際みどりの週間(Internationale Grüne Woche Berlin)」である。このメッセは、消費者向けの、一般的な農業関係のものである。

(注)「国際みどりの週間」について

国際みどりの週間は、ベルリンで毎年開催される農業の国際見本市で、農業を体験できる大々的な設備が設置される。「グリーンメッセ」とも言われる。

主催者は、以下の4団体が中心となっており、それぞれ、農業を体験できるように、プログラムの企画や出版物の推薦を行っている。

① ドイツ農民連盟；Deutscher Bauernverband (DBV)

\* 農業関連のドイツ最大の組織。農業に従事する38万事業体の約90%がドイツ農民連盟のメンバーである。

② 持続的農業促進連合；Förderungsgemeinschaft Nachhaltige Landwirtschaft (FNL)

\* 有力な農業組織、農業企業の組織、農業関連の組織が加盟する団体。代表は、ドイツ農民連盟の代表となっている。

③ ドイツ農業中央マーケティング協会；Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA)

\* 農業製品の宣伝を行い、食品の製造過程や使用法に関する情報を伝達する団体

④ i.m.a.

(4) 2番目が教育関係のメッセで、これは、教科書とか、授業で使ういろいろな教材を展示して、新しい傾向は何かを出すものである。教習 (Didact) という感じのもので、年に一度、ケルン、シュトゥットガルト、ハノーバーの3つの都市で交代で行われる。そこにi.m.aが準備している資料、すなわち学校で使う授業用に用意しているものや、穀類の種子を展示し、またそれを大きなジュートの袋に入れておいて、学校の先生が来たら渡したりしている。前回は、特に学校の昼食のときに飲む牛乳の自動販売機を農家の人たちが作って、牛乳を新鮮に飲める機械を出したこともある。

(5) 教育学関係のメッセでも、i.m.aのような団体の参加を快く引き受けてくれており、i.m.aが出展することに関しては全く異議はない。

スペースを借りて、とにかく参加して、常時コンタクトのある8万5000人位の学校の先生たちに、「今度Didactに出展する。スタンドに来てくれれば、いろいろなことが学べる」というような宣伝をする。例えば前回のDidactでは、パンフレットだけで6万冊ぐらい配り、ポスターだけで3万5000枚作成した。ポスターは、先生1人につき1枚しか渡していなかったもので、3万5000人の人たちがこれを持っていったことになる。

学校の先生にとっては、自分たちで資料を用意する必要がないので非常に助かるわけで、それを学校の先生たちは非常に有益に思っているようであるし、i.m.aにとっては先生がそれを使用してくれるということは、自分たちが意図している情報を子供たちに伝えてくれるというメリットがある。

## 5 今後の展望

2年間にわたって、BMELVのプロジェクトとして「学びの場としての農場」を行ってから、この分野に関して非常に一般的なインパクトが強くなった。特に教育・研究省(Bundesministerium für Bildung und Forschung : BMBF)や、あるいは一般農家の人たちの中にも、自分たちもやってみたいという人が増えてきたのは確かである。BMBFも興味を示したということで、i.m.aでは、将来的には学校の生徒が少なくとも一度は農場を訪れるということを義務化できれば、という目標を立てて、いろいろ働きかけている。

もう一つは、農家の人たちに対しての教育である。トレーニングを徹底して、農家の人たちが農場に来た学校の生徒に対して、非常に良い学びの場を提供するような、そういった教育学習の場を、農家の人たちに提供していければと思っている。

## (参考) 農場体験の例；農場での一日体験

対象：小学生（ドイツでは6歳から4年間の基礎課程）全学年

目的：農場での日常を体験

場所：農場

### (1) 学校での予習

- ① 授業中に生徒の期待感をチェックし、生徒からの質問を収集  
農場で体験できるアクティビティについて先生が説明  
保護者宛に農場見学の通知を発送
- ② 「農場」に関する絵本や資料を参考に勉強  
農場訪問した際の一日の予定を説明  
作業のグループ分けも決定

### (2) 農場での一日

10:25	到着、挨拶
10:30~11:30	農場や畑を散策 栽培されている果物を学習 生垣の大切さを学ぶ（侵食防止、品種の多様性） 動物とふれあう
11:30~12:30	グループ別；台所で食事の準備 雌牛に草を与える、品種を学習 子牛に水を飲ます、バケツを洗う 鶏にえさをやり、バケツを拾い集める グリルの準備をし、火をおこす
12:30~13:30	全員で昼食：ソーセージをグリルする 食器洗い、バーベキューの片付け
13:30~15:00	小さな生垣の手入れをする 若草にスペースを与える (生い茂る草を踏みつぶしたり、草むしりする)
15:00~15:30	おやつ、遊び 農場主のインタビュー
15:30~16:30	ジャガイモ畑の雑草ぬき コロラドかぶと虫（ジャガイモの害虫）をさがす
16:30~17:00	グループ別：幼い家畜に寝わらを敷き、餌をやる

雌牛に干草をやる

家畜小屋の掃除を見守る

17:00

お別れ、帰宅

(3) 学校での復習

- ① 農場から持ち帰ったクリーム（乳脂；6リットルの牛乳から手や機械を使ってすくい取ったもの）を学校で授業中にバターへと加工  
みんなで一緒に朝食の時間に味わう。
- ② 農場の絵を描きながら、生徒から湧き上がる質問に返答する。  
農場で農場主にした質問やその返答を復習し、議論する。  
農場での仕事を撮影した一般ビデオを見ながら、生徒は自分の体験と比較する。

(4) 備考

- ① 農場体験のプログラムの内容は、例えばバターを作ったり、手で乳搾りをしたりなどの農家で日常的に行われている作業だけで、日常行っていない項目をこのために用意するようなことはしない。
- ② 生徒は、安全性が確保された、知識として理解できる範囲のことを学ぶ。  
なるべく、多くの作業を体験させると同時に農場主からその作業について必要な説明を受ける。
- ③ 先生の意見では、生徒たちに前日の体験をより印象深くするために、本やビデオが有意義であったようである。

### 第3節 ドイツにおける農業に対する消費者の理解

#### 1 連邦・食料農業消費者保護省

連邦・食料農業消費者保護省（Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ; BMELV）では、農業に対する消費者の理解をどう受け止めているかについて、平成19年9月、BMELVの農業振興のための戦略を担当する第511課課長・Ulrich Neubauer博士を訪問し、調査した。

（消費者の反応）

問1 日本でドイツのように手厚く農業に助成すると、消費者が「農業にだけ手厚くするのはけしからん」と言ってくるが、ドイツではどうか。

答 ドイツにもそれはある。そこで現在は、田舎の地域における農業ということに焦点をあてて助成している。

現在、ドイツGDPに占める農業の割合は2%位であるが、農業に対する支援が減っている反面、農業地域の支援や消費者の支援などが台頭してきて相殺のような形になっている。

農業団体のロビーストは非常に活躍しており、農業地域の支援をもっともっと増やすべきだと考えている。例えば、現在は農業と環境との間にいろいろな葛藤、問題がある。ドイツの環境保護のレベルは非常に高いが、環境サイドはそのレベルをさらに高めていこうとしており、農業従事者としては、例えばこれをフランスと比較すると、競争が非常に不利であり、同じ競争条件にするべきである、と訴えている。

問2 ドイツでは、なぜそのように田舎における農業を大事にするということを国全体で支援できるようになったのか。

答 2000年に発生したBSEは、ドイツ国民に大きな衝撃を与えた。

農業省では、これを一つのチャンスと見て、この省を完全に再編成し、連邦・農業省だったのを、健康や消費者の生活等も守るべきだということで、連邦・食料農業消費者保護省（BMELV）にし、そういう意味では、BMELVは、地域の農村に対してだけでなく、都市の消費者に対する経済的な面での言わば弁護士になったわけである。

（注）2001年の再編成の際には、連邦・消費者保護食料農業省（BMVEL）であったが、2005年の政権交代の際、現在の名称（BMELV）になった。

## 2 バイエルン州 農林省

バイエルン州農林省では、農業に対する消費者の理解をどう受け止めているかについて、平成 19 年 9 月、同省の条件不利地域政策の担当者・Anton Feil 氏を訪問し、調査した。

(条件不利地域の農業・農村政策に対する一般都市住民の受け止め方)

問1 バイエルン州では、条件不利地域の農業や農村に対して、かなり手厚く支援しているが、そういうことに対して、農業や農村と関係のない一般の非農家・都市住民に、不満はないのか。

答(1) 最近では、バイエルン州といえども農業の産業としてのウエートがかなり下がっているため、手厚く農業に対する支援をすることに対して、ほかの産業の人や、一般の都市住民の人から、農業にそんなにお金を使うべきではないのではないかという声もない訳ではない。

(2) しかしながら、農業は極めて大量の雇用口を確保する業種である、ということが、バイエルン州の基本的なスタンスになっている。

これは純粋に農業に従事している農業従事者だけではなく、その上流産業や下流産業にも多くの雇用口がある、ということである。例えば上流産業というと、新しい家畜小屋を造る場合、そこに設置するいろいろな機械や設備を造っている業界もあるし、民宿プログラムをやるとなれば、人が泊まれるように改築などいろいろなことをする供給業者もいる。下流では、乳製品加工工場などもある。それらを全部合わせて農業に関連している就業者として数字でとらえると、バイエルン州の中では自動車産業、技術系の機械製造に次いで、3位に来ている。したがって、政治的にも十分な理由付けになる。

(3) もう一つの観点としては、農家が農業を営んでくれることによって、農業景観が維持されている、ということがある。これはバイエルン州の観光業にとっても非常に重要である。

(4) また文化的にも、このバイエルン州という土地の伝統を守っていく上でも、農業が維持されていることによって初めて、それぞれの地区の伝統芸能なども維持することができている、ということが広く理解されている。

バイエルン州には、地域のいろいろなお祭りや行事があるが、バイエルン州だからといってどこでも一緒というわけではなく、バイエルン州の中でもそれぞれの地方独特の行事など、いろいろなものがある。今週の日曜日(2007年9月23日)にオクトーバーフェストの最初の行進があるが、日曜日の行進は民族衣装の行進で、今でもバイエルン

中からそれぞれの地区の民族衣装を着たグループの人たちが集まってきて行進するので、どのくらい多様なものかということを見ることができる。こういったものも、農業があることによって維持されているのである。

(5) バイエルン州ということで考えると、バイエルン州の人たちは、ドイツ北部の大規模農場には非常に悪い印象を持っているが、バイエルン州の農家に対しては、規模の小さい家族経営の昔ながらのものだという意識があって、農業を支援することについての抵抗はほとんどない。しかしそれは、バイエルン州の人たちの感覚である。

(6) 現在、このような農業の補助金には、必ずEUの資金が入ったコーファイナンスになっていて、EUの資金、連邦政府の資金と、その地方例えばバイエルン州の資金が一緒になって補助金になっている。

2005年の10月に農業政策の予算についてのEUレベルでの話し合いがあったが、その時点で、農業にそれほどお金を使うのではなく、ほかのところにその資金を回すべきである、といった議論が既に始まっている。そのときに既に26%のカットが行われているし、実際にそういう方向に動き始めている。

しかしながらバイエルン州の州内だけを考えると、バイエルン州の人たちの感覚としては、そういったところに批判をする動きはあまりない。

問2 バイエルン州の人たちに批判をする動きはあまりないのは、昔からそうなのか、それとも、そういう批判が出ないように努力されてこられたのか。

答(1) やはり歴史的な背景の中で、だんだんと育ってきた意識である。

特に第二次大戦中や大戦後の食糧難のとき、やはり農業がなければ国が成り立っていかないという意識が国民の中にしっかり植え付けられた。したがって、食料の自給、ある程度の自立性が大事であるということが基本的に国民の頭の中に入っている。

(2) その一方で、農村部は基本的に犯罪率が低いとか、都市部との共同の社会的なバランスがうまくとれるとか、また都市に住んでいる人がレジャーや余暇を過ごすさまざまな可能性が農村部に用意されているとか、農村部が近くにあることによって、都市に住んでいる人間にとっても非常に有利な点はたくさんあるわけである。

バイエルン州の農家の人たちも非常に活動的で、都市の人たちが利用できるいろいろなサービスなどを提供してきており、そういったことが都市の住民たちにもしっかり意識されているので、農業に資金をそんなに投入しないで、ほかに投入しようというような意味での競合的な考えは、ここではあまりない。

(3) 農家連盟なども含めて、農家の人たちも非常に積極的に自分たちの伝統を守っている。その地方の伝統芸能や民族衣装などを大事にしている。農業の中で行われる年中行事みたいなものがある、そういったものをただ自分たちで守っているのではなく、それをまた人々に伝えようという意識があるので、いろいろな催し物をやったり、春先に牛を山の草原に上げるときに人をたくさん呼ぶようなイベントのような形にしたり、お祭りのような形にしたり、そのような一般の人たちが実際にそういったところで直接体験できる場を、農家側が積極的に設けている。そしてまた、都市の人たちもそれに参加することによって、身近なものになるわけである。そういう意識ができてきている。

(4) また、最近ドイツで行った調査で、いろいろな職種の社会的な位置付け、評価はどういうものか、というものがあるが、調査の結果では、農家は結構上の方で、医師と教師に次いで第3位に入ったそうである。ドイツ国民の社会的な意識の中で、農業を営む人は、下の方ではなくて、非常に高い位置にある。(第4節参照)

(5) そういった形で、一般の非農家の人たちと農家の人たちの接点がたくさん用意され、それが長年にわたって続いてきており、また政治的にも外に対して非常にポジティブな形で常に表現されてきているので、なぜ農業にこんなに予算を使うのかという議論自体がまだ始まっていない。そういった意識が生じてきていないのである。

## 第4節 農業に対する一般消費者の興味についてのアンケート結果

第2節で紹介した財団法人・「情報・メディア・農業（Information.medien.agrar e.V ; i.m.a）では、5年に一度、一般国民、非農家・都市住民が農業をどのように受け止めているか、に関してアンケート調査をしている。アンケート調査は2007年4月に行われ、8月に最終報告書が出された。

（注）以下のi.m.aのホームページでこの結果を見ることができる。

<http://www.ima-agrar.de/images/DasImagederdeutschenLandwirtschaft-2007.pdf>

<http://www.ima-agrar.de/Dateien/IMAGE2007Praesentation-Folien.pdf>

（アンケート調査実施方法）

（1）アンケート調査は、地域や年齢などを平均して選んだ1080人を対象に、電話によるアンケートで行った。質問をi.m.aの方で準備し、実施は「エムニット（Emnid）」という、ドイツで最大のアンケート会社に委託した。

アンケート項目は、これまでの経過が分かるような大体同じような質問の部分と、新しい質問の部分があって、新しい質問の部分は、今回は特にバイオフェューエル、農業と環境、気候変動といった点にポイントが置かれていた。

（農家に対する国民の受け止め方）

（2）調査結果の抜粋を次ページ以下に載せるが、次の事例が示すように、ドイツの一般的な国民は、農家に関しては非常に好意的な考え方を持っている。

- ① 最近、食料品のスキャンダルがよく出ているが、国民は、そういうスキャンダルの原因は、あくまでも卸の人たちが招いているのであって、農家の人たちはそれには関係がない、と受け止めている。
- ② 最近になって食料品の値段が上がり、メディアで非常にセンセーショナルに伝えられた。食料品の値段が上がることについては、国民からは一般的な理解が得られているが、国民は、その上がった分の価値、利益は、農家に還元してほしい、いわゆる悪徳卸業者の方にその利益が回るようなことがあってはならない、と考えている。

（アンケートテーマの変遷）

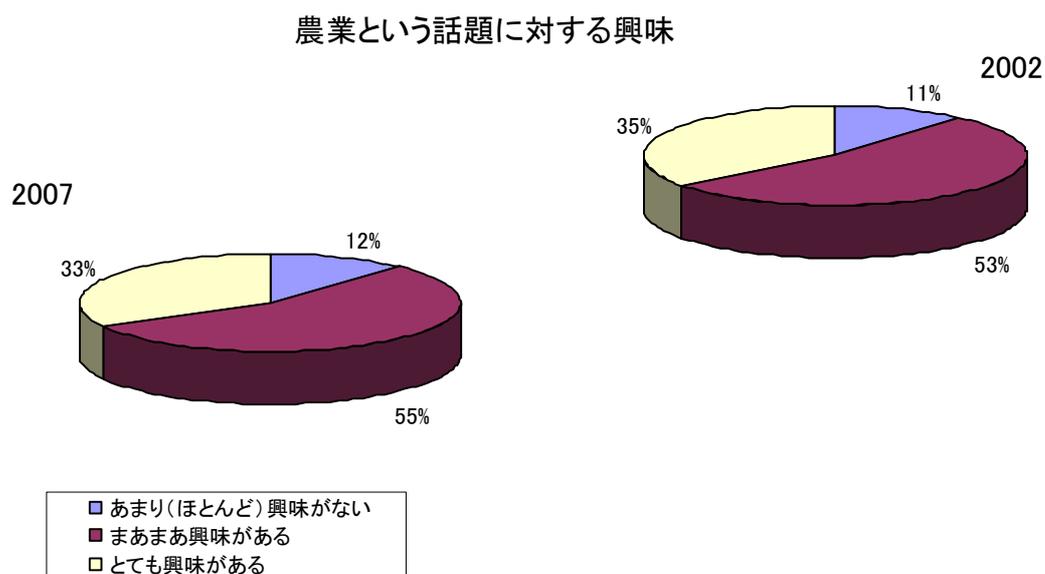
（3）長年にわたってこういった調査を行っている関係で、国民が意識していることがこの何十年間で変わってきていることが把握できるようになっている。

例えば80年代、国民が農業に関して関心を持つ分野は、農薬や肥料、あるいは水質保全であったが、現在そういったテーマは、非常に多くの広報活動、啓蒙活動、それから農薬の製造技術等が改善された関係で、問題にはならなくなっている。

◎ アンケート結果抜粋

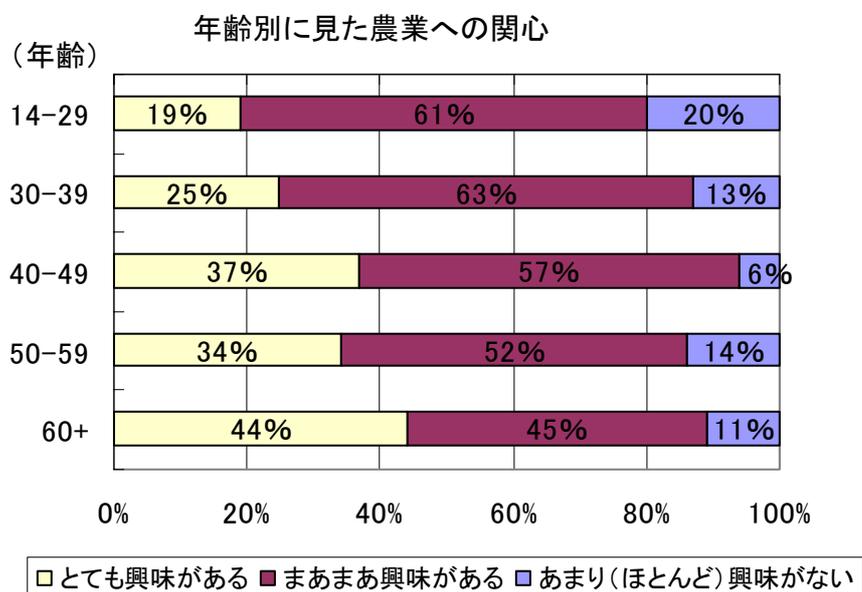
1 農業という話題に対する興味

質問 農業関連のテーマに興味はありますか？



\* 「とても興味がある」、「まあまあ興味がある」、「あまり(ほとんど)興味がない」、の三つの選択から回答してもらったところ、まあまあが半数ちょっとで、2002年とあまり変化がなかった。

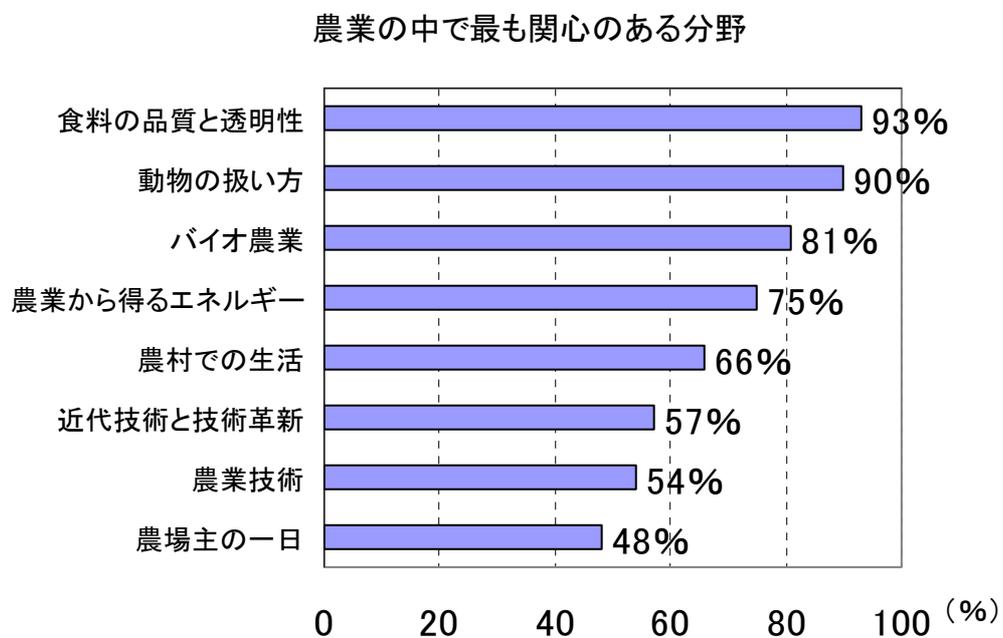
## 1-2 年齢別に見た農業への関心



\* 年齢別に回答を分けてみると、年齢の高い人ほど興味があり、若い人ほど興味がなく、また、都市部の人間ほど興味がなく、地方の人ほど興味が高い、という結果になった。

## 2-1 農業の中で最も関心のある分野

質問 農業の中で、一番興味のある分野は何ですか？

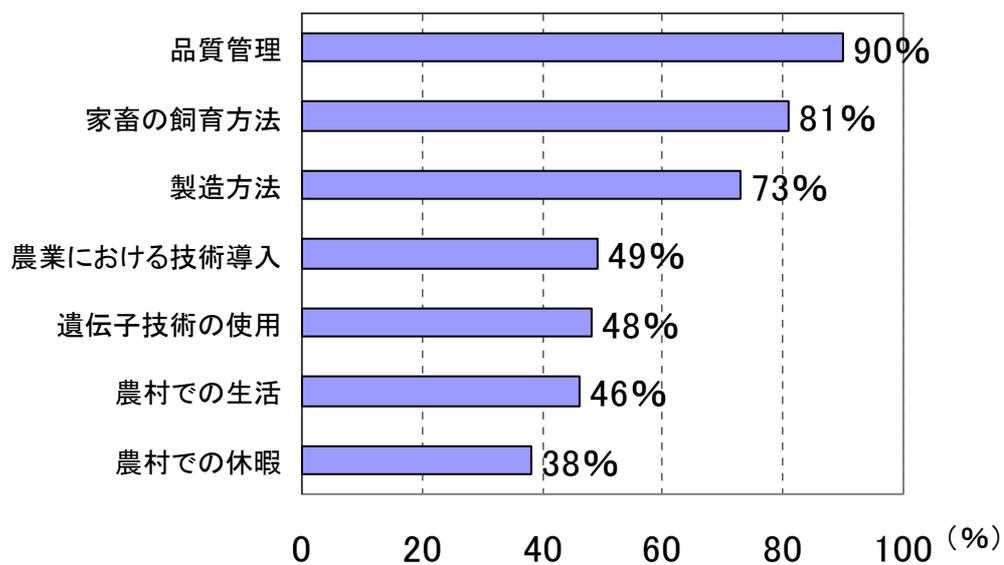


\* 「農業からエネルギーを獲得する」という最新のテーマに関しては国民の4分の3が興味を持っている。より高い関心があったのは食料品の質や透明性、動物の扱い方、環境問題に関してなどのテーマである。農場主の一日などには、あまり関心がなかった。

## 2-2 もっと知りたい農業分野

質問 農業のどの分野についてもっと知りたいですか？

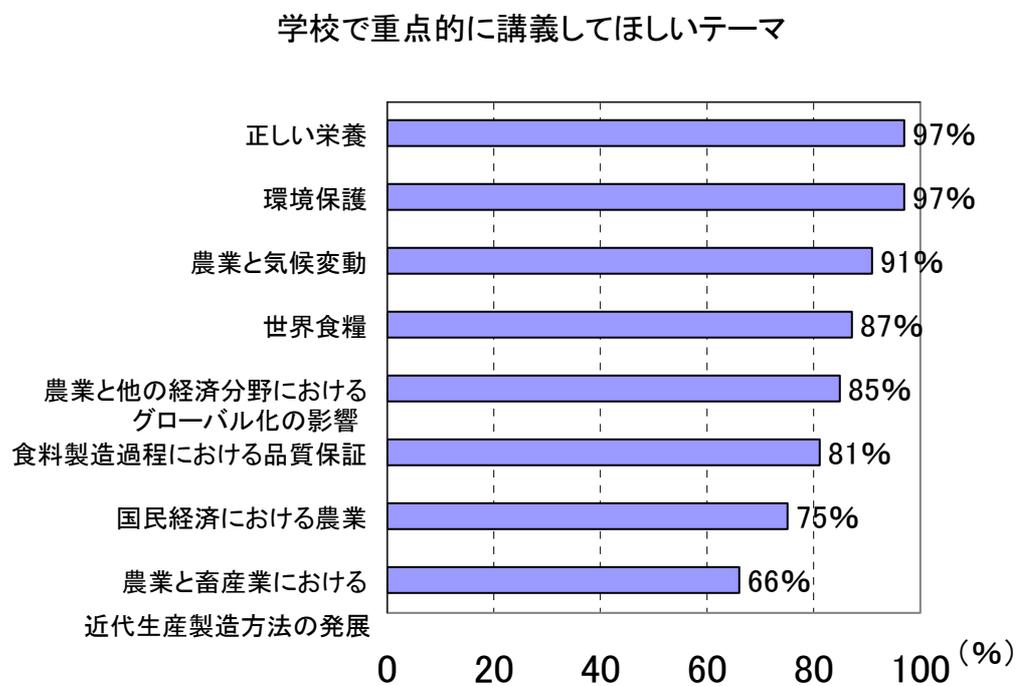
農業関連でより詳しく知りたい分野



\* 品質管理、家畜の飼育法、食品の製造方法といった、いわば食品の安全・安心につながる分野についてより詳しく知りたい、という結果になっている。

## 2-3 学校で重視して欲しいテーマ

質問 学校ではどのテーマに関してもっと重点的に講義してほしいですか？



\* おしなべて強化して欲しいという意向が高いが、特に食育や環境関係のテーマについての授業を学校で強化してほしい、という結果になった。

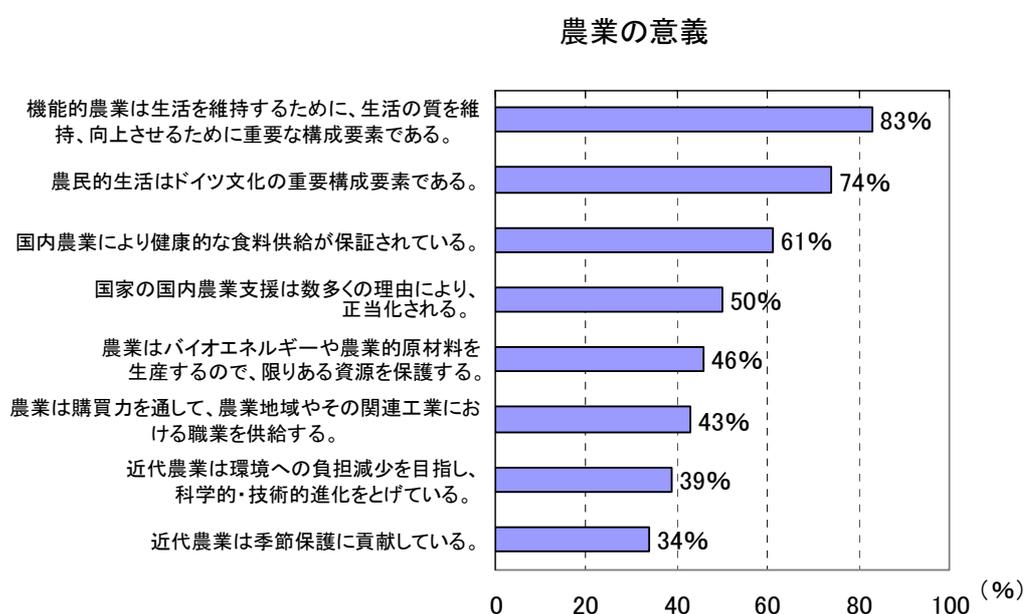
### 3 国家や社会にとっての農業の意義

質問 農民や農民団体は、国家や社会にとってどう必要か、以下の質問に、

- ◎ 全くその通り
- どちらかという、その通り
- △ まあ当たっている
- × あてはまらない

で教えてください。

(グラフに表示されているものは、◎、○で答えたものの集計である。)

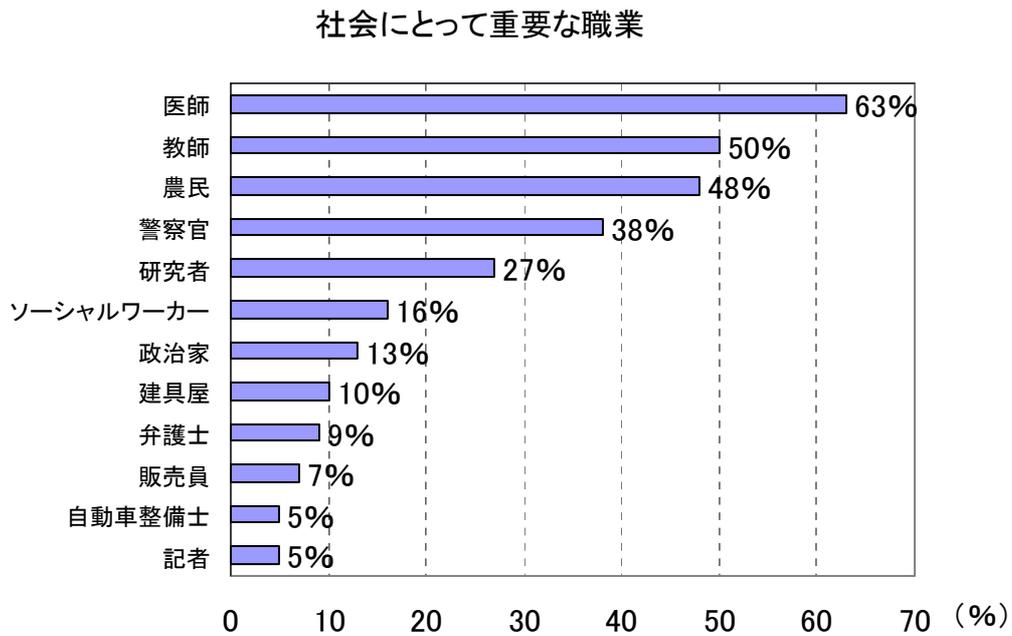


\* 大多数のドイツ人にとって農業は生活の質の維持・向上のために重要であり、ドイツ文化にとって主要な要素である、と受け止めている。

補助金は必要である、というのが、ドイツ国民2人に1人の意見である。

#### 4 ドイツ農民に対するイメージ

質問 職業をいくつか読み上げますので、あなたにとって社会的にとっても必要だと思われる職業を述べてください。

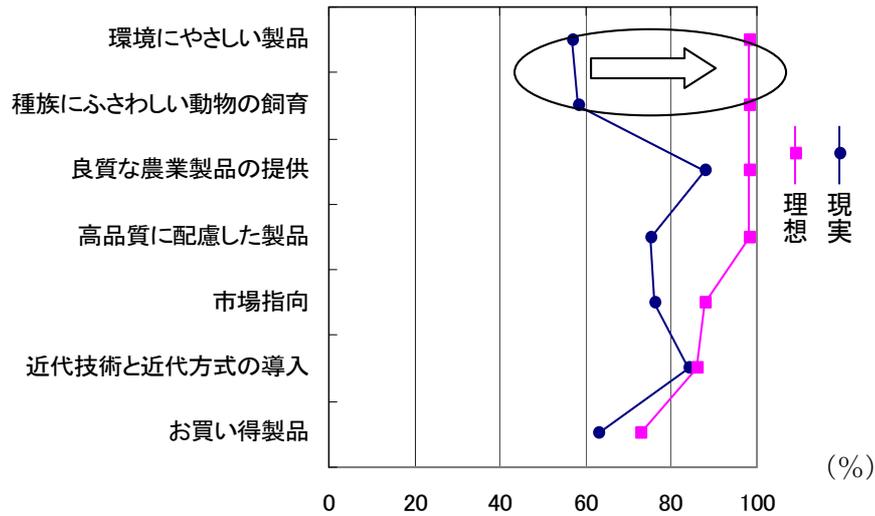


\* 農民は、社会に必要な職業のトップ3に入っている。

## 5 農民のイメージ：理想と現実を比較

質問 供述に対して農民に望む度合い、実際の度合いを選んでください。

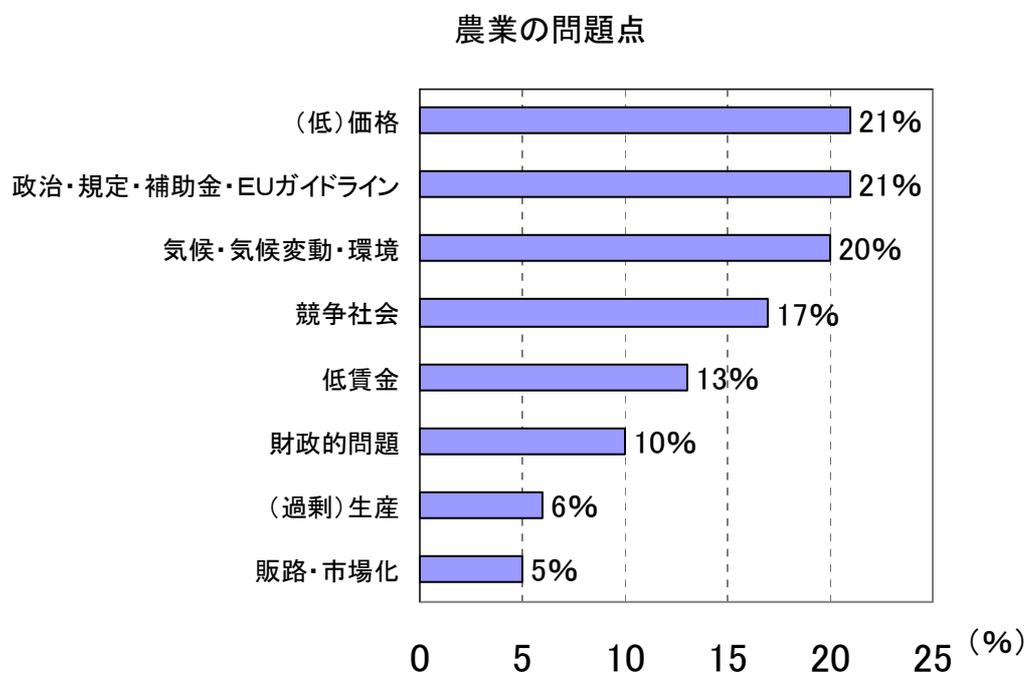
農民の職業としての特性、その理想と現実



\* 農民は、全般的に自分たちに向けられた期待を満たしている。しかし、動物倫理と環境という観点から見ると理想とかけはなれている。

## 6 農業の問題点を把握

質問 農民の最大の問題は何でしょう？



\* 国民から見た農業の最も大きな問題点は、経済的な点である。しかし、政治的理由による障害もある。

## 第2章 アメリカの理解醸成策

アメリカにおける畜産業の一般消費者に対する理解醸成策の実例として、平成18年9月、米国牧畜業者牛肉振興及び調査理事会（Cattlemen's Beef Promotion and Research Board; : CBPRB。以下、「牛肉理事会」という。）を訪問して、牛肉理事会によるチェックオフプログラムを調査した。

### 第1節 牛肉理事会及びチェックオフプログラムの概要

(1) 牛肉理事会は、牛肉振興及び調査研究法（Beef Promotion and Research Act of 1985）に基づき設立された、全米の牛肉及び酪農品の生産者並びに牛肉の輸入業者から構成される団体であり、牛肉理事会のメンバーは、農務長官によって任命される。

同法に基づく1988年の生産者及び輸入業者による国民投票で、その79パーセントの賛成により、州牛肉協議会（State Beef Councils）が牛肉の生産者及び輸入業者から1頭当たり1ドルの課徴金（Checkoff）を徴収する権限を与えられ、その半分が州牛肉協議会に、残りの半分が牛肉理事会に集められ、その資金によりチェックオフプログラムが実施されている。

(2) チェックオフプログラムの対象は、牛肉の販売促進に役立つ活動であり、プロモーション、調査研究、消費者情報、業界情報、海外市場開発及び生産者コミュニケーションのプログラムが実施されている。

同プログラムでは、非農業者の一般国民に対して、畜産業の理解を促進することを目的とした事業を行っており、好意的に受け止められ、効果が上がっている。

具体的な理解醸成のための事例として、その1つである「牛肉生産：作り話と真実」（“Beef Production: Myth vs. Truth”）を資料として掲載したので、参照されたい。

## 第2節 牛肉理事会へのインタビュー結果

(1) チェックオフプログラムにおいては、非農業者に、農畜産業を理解させるための活動をこの1年の間に始めており、これから先ももっと多くのことをやろうと考えている。これは、推進 (promote) というよりも、むしろ教育 (educate) という言葉で表わすことができるようなことで、基本的には、現代の牛肉の生産にまつわる農場から消費者の食卓までの物語を教えるということである。牛肉理事会では、消費者の間にこの過程についての知識が本当に欠けていることを知り、牛肉産業について好ましくないような表現をする批評家もいるため、もっと話をしなければならないことに気がつき、さらに力を入れることにした。

好ましくない表現とは、例えば、牛が育てられる環境、安全性、加工工場 (packing plant) の衛生、動物保護などに関する事柄である。

(2) その資金 (fund) はチェックオフプログラムからきており、これには若者の教育も含まれている。中学や高校などにおける畜産業及び農業に関する教育を助けるものである。これらの原動力となっているのは、食品がどこからどのようにしてやってくるのかについて消費者たちがより多くの質問をするようになったことである。

これは牛肉だけに限ったことではなく、消費者たちは、アメリカ国内の農産物についても、それがどのように生産され、どのように加工され、どこから運ばれてきたのか、ということについてより多くの質問をするようになっている。アメリカ国内を通して、これが今、ひとつの社会的な傾向だと言うことができる。

(3) 私たちの社会は、明らかに農耕社会から都市社会へと変わった。以前よりも多くの人々が都市に住み、アメリカの農村と接点を持たなくなってしまった。これが現在のアメリカにおける一般の社会的傾向である。

人々が疑問や質問を多く持つようになった理由のひとつとして、社会の情報化もあげられる。インターネットのおかげで、どんな情報でもすぐに手に入れることができる時代になり、今は膨大な量の情報を入手することができるようになったが、中には誤った情報もある。それが訂正されて情報の量はさらに増えてしまう。

(4) また、農業や畜産業を営んでいる家族が暮らす小さな農村から都会へと人々が移り住むようになった。このため、両親、あるいは祖父母たちの代はそうではなかったが、今の子どもたちにとって農業や畜産などはあまり身近なものではなくなってしまった。牛やその他の家畜を育てたり、作物を育てたり、という直接的な知識が今の子どもたちにはない。

(5) もうひとつの理由は、アメリカの社会が豊かになったということである。社会が豊かになり、人々はお金を持っている。第三世界では、食卓に食べ物を並べることが問題であり、食べ物がどのようにして作られたかということは問題ではない。社会が豊かになったからこそ、そのようなことを心配する贅沢が始まった。第三世界ではそんなことを心配する余裕がない。

(6) しかしながら、非農業者 (**non-agricultural population**) のほとんどの人は、チェックオフプログラムについて何も知らない。

デンバーの平均的な消費者は、もちろん広告やプロモーションを見たことはあるものの、ビーフ・チェックオフについては何も知らないだろう。あるいは "**Beef- It's what's for dinner**" というタグを見たことはあるだろうが、その資金が生産者たちによって支えられていることやその他チェックオフ・プログラムの背景については何も知らないだろう。非常に初歩的なことではあるが、ほとんどの消費者は何も知らないので、現在、栄養士、医師、フードライター及びいくつかのメディアなど、チェックオフについての理解を持ち、影響力を持つと思われる人々と共に、この知識を広めようということが取り組まれている。

(7) 活動の内容は、栄養士に対するものでは、牛肉を食べることの利点を教えている。彼らは幅広い層の人々に向けて栄養に関するアドバイスをし、どのようなものを食べれば良いかを教える立場にあるので、彼らに牛肉の栄養価やその他の利点についての情報を提供している。

それをチェックオフプログラムの一環として行っているので、**Beef.org** というウェブサイトの中で見ることができる。あるいは、**BeefNutrition.org** というウェブサイトを見れば栄養についてのいろいろな情報を得ることができる。子ども向けに栄養についての情報を提供している **TeachFree.org** というサイトも役に立つかもしれないし、**Beef it's what's for dinner.com** からも栄養に関するいろいろな情報を得ることができる。

**Beef.org** ウェブサイトからは、他のいろいろなサイトに入ることもできる。これは牛肉の宣伝という意味で提供されている情報である。しかしながら、法律においてチェックオフプログラム自体のプロモーションを行うことは禁止されている。

(8) このような牛肉のプロモーションに対する非農業者たちからの反応は、非常に肯定的である。

消費者の反応を測定することができるので、広告はおそらく最も簡単にプログラムを評価することのできるものである。"**Beef - It's what's for dinner**" の追跡調査 (**tracking studies**) により、全国の消費者を対象にテストを行ったところ、86%の人々が "**Beef - It's what's for dinner**" のタグを知っていると答えている。非常に多くの人に認識されている

ということである。

またこの追跡調査で、栄養価について紹介した広告を見た人々の 70～75%が、この広告を見た後は牛肉を食べることに対して気が楽になった、とのことであった。

(9) チェックオフに対するメンバーの反応については、1年に2回、生産者の意識調査を行っている。許容誤差が2.8%ほどあるが、この質問の中に、チェックオフプログラムを支持するかという非常にストレートな問があり、この数年間の結果を見ると、このプログラムに賛同した人の割合は70～73%の間を行き来している。低くても60%を下回ったことはなく、常に、生産者の2/3ほどの人々がこのプログラムに賛同すると答えている。何か問題があると指摘した人も、プログラムそのものに対する指摘ではない。生産者たちは、このプログラムはとてもためになる (beneficial) と受け止めている。

## (参考資料)

### 「牛肉生産：作り話と真実」 (“Beef Production : Myth vs. Truth”)

アメリカ合衆国には、約 80 万人の畜牛生産者が存在することを知っていましたか？

彼らは、国内及び世界中の消費者のために安全で健康でおいしい牛肉を生産するために、家畜の健康と福祉<sup>1</sup>、環境<sup>2</sup>、及び食品安全<sup>3</sup>などのような問題に取り組みながら毎日一所懸命に働いています。

彼らの多くが何代も前から続いた農場/牧場を運営しており、次の世代にもその伝統を引き継いでほしいと考えています。これらの事実に関して、並びに牧畜業及び牛肉生産についてあまり知られていない事柄によって、牛肉生産チェーン<sup>4</sup>及び消費者に求められる優良な牛肉の生産に対する情熱によって結ばれる人々—who we are (畜産業について)<sup>5</sup>—が形成されているのです。

#### 私の物語：ジム・ウォレン

##### 生産者、家畜市場経営者 - カリフォルニア州アロマス

今日の牛肉生産者は、私が 10 歳の時に始めてアイオワ州で 4 H プロジェクトに参加した時の記憶として覚えていることと同じようなものです。1951 年に 10 歳だった私は、54 年たった今でも牛肉業界で仕事をし、当時は祖父が持っていたアイオワ州の農場の経営を今でも続けています。

#### 私たちの物語： ジョージ & パディー・アーウィン

##### ルイス - アーウィン農場 - ワシントン州エナムクロー

私たちはこれまでの生涯をこの業界で過ごしてきましたが、ルイス - アーウィン農場は私達の監督のもとに 1984 年に始められました。私たちはこの牧場の二代目です。私たちの牧場と家のある土地は妻（パディー）の父が 1937 年に開墾したもので、パディーが幼い頃からヘレフォード牛の飼育が始められました。しかし、歴史は 1880 年代後半にこの土地に作られた初代の農場までさかのぼるのです。

---

<sup>1</sup> ファクトシート: 「牛の生産における動物福祉」 (Animal Welfare in Cattle Production)

<sup>2</sup> ファクトシート: 「環境と畜牛生産」 (The Environment and Cattle Production)

<sup>3</sup> ファクトシート: 「大腸菌 O157:H7」 (E.coli O157:H7)(割愛)

<sup>4</sup> ファクトシート: 「農場から食卓まで」 (Beef from Farm to Fork)

<sup>5</sup> ファクトシート: 「牧畜業について」 (The Cattle Industry, Who We Are)

知っていましたか？

牛肉生産に関する事実を正しい情報源 (source) から得よう！

知っていましたか？

典型的な肉牛生産業のサイズは平均 40 頭である。

(畜産業について<sup>6</sup>のより詳しい事実及び畜産業の経済的な事実<sup>7</sup>は、こちらへ)

知っていましたか？

牛肉製品が消費者に届けられるまでには、最低 5 つの生産段階 (時にはそれ以上) が必要とされる。

(牛肉がどのような過程を経てあなたの食卓にやってくるかについての詳しい情報<sup>8</sup>は、こちらへ)

知っていましたか？

牛肉業界には、牛の生産における動物福祉の基準をくわしく説明する「牛の世話に関する生産者の規約」 (Producer Code for Cattle Care) がある。

(生産者がどのように家畜の世話をしているか<sup>9</sup>についての詳しい内容はこちらへ)

知っていましたか？

生産者の多くは毎日、飼育牛の健康状態をチェックしている。獣医と相談した上で、注意深く管理された抗生物質による治療が必要になる場合も時々ある。

(家畜の健康を保つために生産者がどれだけ安全に抗生物質を使用しているか<sup>10</sup>についての詳しい内容はこちらへ)

知っていましたか？

国内の自然資源を大切にすることは、生産者たちが次の世代に残そうとしている遺産の一部である。環境を保護しなければ、業務を続けていくことができなくなるからである。

(牛の生産者がどのように環境保護に取り組んでいるか<sup>11</sup>についての詳しい内容はこちらへ)

---

<sup>6</sup> ファクトシート: 「牧畜業について」 (The Cattle Industry, Who We Are)

<sup>7</sup> 「一目でわかる牛肉業界」 (Beef Industry At a Glance)

<sup>8</sup> ファクトシート: 「牛肉の農場から食卓まで」 (Beef from Farm to Fork)

<sup>9</sup> ファクトシート: 「牛の生産における動物福祉」 (Animal Welfare in Cattle Production)

<sup>10</sup> ファクトシート: 「牛の生産における抗生物質の使用」 (Antibiotic Use in Cattle Production) (割愛)

<sup>11</sup> ファクトシート: 「環境と牛の生産」 (The Environment and Cattle Production)

知っていましたか？

食料品店で売られている牛肉のほとんどは穀物肥育牛である。しかし、消費者に向けて数々の牛肉の選択もある。

(グレインフェッド牛肉 (grain-fed beef)<sup>12</sup>について、グレインフェッド牛肉生産のためのツール<sup>13</sup>について、及び牛肉の選択肢<sup>14</sup>についての詳しい内容はこちらへ)

知っていましたか？

牛肉業界についての作り話は活動家たちが最も好むツールである。

(活動家たちによって作られた話及びよく知られていない事実<sup>15</sup>についての情報はこちらへ)

---

<sup>12</sup>ファクトシート:「フィードロット・フィニッシュ牛」(Feedlot Finishing Cattle)(割愛)

<sup>13</sup>ファクトシート:「牛の生産における成長促進剤の使用」(Growth Promotant Use in Cattle Production)(割愛)

<sup>14</sup>ファクトシート: 「牛肉の選択」(Beef Choices)(割愛)

<sup>15</sup> 牛肉業界の作り話と真実 (Beef Industry Myths & Facts)(割愛)

<b>ファクトシート： 牛の生産における動物福祉</b> <b>(Animal Welfare in Cattle Production)</b>	
動物福祉	<p>全国の約 80 万人の家畜生産業者は、家畜のケア及び安全で健康的な牛肉を世界の消費者に向けて生産することに最大の努力を払っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全体的な行動及び健康とともに、飼料、水、骨と筋肉の力、疾病に対する免疫を含む複数の要素が動物福祉の一因となる。</li> <li>● 牧畜業者たちは、以前から家畜に対する適切なケアが必要であることを認識していた。研究及び長年にわたる実際的経験に基づいた健全な牧畜業の慣行は、家畜の福祉、個々の家畜の健康及び全体の生産性に影響を与える。</li> </ul>
牛肉品質保証プログラム (Beef Quality Assurance: BQA)	<p>BQA プログラムは、消費者に安全で質の高い製品を保証するとともに、家畜生産業者に家畜の健康と福祉を保証するためのツール及びトレーニングを提供するために、1987 年に始められた。これらのツールは、長年にわたる研究及び経験の成果であり、最新の家畜管理情報及び技術を生産者に提供するために常に更新されている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● BQA には、政府の食品安全義務を超えるよう意図された家畜の健康用品や優良事例を適切に取り入れるためのガイドライン及び家畜の扱い方の提案などが含まれている。</li> <li>● BQA は、生産された牛の 90%以上の飼育慣行に影響を与える。</li> </ul>
牛の世話に関する生産者規約 (Producer Code for Cattle Care)	<p>1996 年に開発された「牛の世話に関する生産者規約」は、次の提案を含む、一連の包括的な生産業における慣行を示すものである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 家畜の健康と福祉を守るために適切な飼料、水及びケアを提供すること</li> <li>● 群れの健康を守るために疾病予防慣行を提供すること</li> <li>● 安全で人道的な移動及び/又は家畜の拘束を可能にする設備を提供すること</li> <li>● 適切な家畜の扱いとケアができるよう人材の教育を提供すること</li> <li>● 基本的なニーズが確実に満たされるよう適宜観察すること</li> </ul>
動物福祉に関する科学的ガイドランス	<p>動物福祉ガイドライン、基準及び監査は獣医、畜産学者、農業工学者及び動物福祉専門家による科学的なガイダンスと共に開発されている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 適切な取り扱い慣行の優良事例を開発するため、コロラド州立大学畜産学部のテンプル・グレイディン教授が牛肉加工工場と緊密に作業にあたった。</li> <li>● グレイディン教授はまた、定期的に内部監査を行う方法を施設のマネージャーに教えた。加工工場を代表する米国食肉協会 (American Meat Institute) は、メンバーの 90%以上がこの自己監査を実施していると報告している。</li> <li>● 農業調査研究局 (Agricultural Research Service) は 1994 年に始められた動物福祉及びストレス管理システム (Animal Well-Being and Stress Control</li> </ul>

	<p>System) の中で科学的調査を行っている。  <a href="http://www.ars.usda.gov/research/programs/programs.htm?NP_CODE=105">http://www.ars.usda.gov/research/programs/programs.htm?NP_CODE=105</a>).</p>
人道的な 食肉処理 過程	<p>最新の科学的調査に基づいて家畜の人道的な取扱いと食品安全の両方を確実にするため、食肉加工過程は長年にわたって発展を続けてきた。人道的屠畜法 (The Humane Slaughter Act) は処理工場に向けた家畜の取扱い及び屠畜の厳しい基準を指示している。これらの基準は、全国で何千人もの連邦食肉検査官によって監視され、以下の事項が含まれている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● シュート及び囲いを通した家畜の取り扱いにおいて、家畜にストレスを生じさせてはならない。</li> <li>● 家畜は、屠畜前に、痛みを感じなくなるように処置をされなければならない。</li> <li>● 全ての家畜に飲み水へのアクセスが確保され、囲いの中に一晩置かれる場合は横になることができる十分なスペース、24 時間以上置かれる場合は飼料へのアクセスが確保されなければならない。</li> </ul>
動物福祉 典拠	<p>生産者が、動物の健康について説明をよく受けた上での選択を助ける典拠 (resource) は多く存在する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全国家畜衛生監視システム (National Animal Health Monitoring System: NAHMS) は、業界の傾向を追跡し、改善の機会を特定し、問題の発生を検出する。  <a href="http://www.aphis.usda.gov/vs/ceah/ncahs/nahms/index.htm">http://www.aphis.usda.gov/vs/ceah/ncahs/nahms/index.htm</a>).</li> <li>● NAHMS からの家畜の健康、福祉及び生産に関する科学に基づいた情報は、家畜衛生監視センター (Center for Animal Health Monitoring) を通して牛肉生産者に伝えられる。  <a href="http://www.aphis.usda.gov/vs/ceah/ncahs/index.htm">http://www.aphis.usda.gov/vs/ceah/ncahs/index.htm</a>).</li> <li>● 運輸省 (Department of Transportation: DOT) は、家畜が輸送される際には適切なケアが行われるよう取り組んでいる。DOT の規則では、動物が継続して 28 時間以上閉じ込められてはならないことが定められている。28 時間が経過した時点で動物は人道的な方法で積荷から降ろされて飼料及び水とともに、継続して最低 5 時間の休養が与えられなければならない。</li> </ul>

ファクトシート：環境と牛の生産 (The Environment and Cattle Production)

<p>牛の放牧と土地</p>	<p>米国の農業及び牧場経営者は、国家の環境資源の保護に最大の努力を払っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 牧畜業は、大きな空間、森、草、木、林、平地、山、谷、低地が含まれることもある放牧地を維持している。</li> <li>● 国内の放牧地の約 85%は、農作物の生育に適していない。</li> <li>● 牛は、人間が摂取することのできない牧草を食肉及び牛乳などの栄養素の高い食物に転換させることによって、生態系において貴重な役割を果たしている。</li> <li>● 放牧地帯となっている農作物の生育に適さない土地は、食物の生産に使われる土地面積の 2 倍以上にあたる。</li> <li>● 牛の放牧は、外来植物種の侵入を最小限に抑え、又燃えやすいものが減少されるために野火の危険を最小限に抑えることに利用することができる。</li> <li>● 全国牧畜業者牛肉協会 (National Cattlemen's Beef Association: NCBA) は、効果的な放牧管理のための資料やその他の支援を提供している。例えば、「放牧地管理計画」を作ることによって牛肉生産者たちは特定の場所における植物の成長と牧草の消費との度合いに配慮しながら、牛を新しい放牧地に移動させる方法を考える。</li> </ul>
<p>野生生物への肯定的な影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 放牧地における家畜と野生生物管理の組合せは、この2つが別々に管理された時に比べてより良い種の生存につながる。</li> <li>● アメリカ合衆国の東部及び中央部では、野生生物はほとんど完全に牧場、農場及びその他の私有地に依存している。これらの土地は個人の土地所有者の責任下にあるため、牧場主は在来種の生存に重要な役割を持つ。</li> <li>● カリフォルニアをベースに行われた調査 (Conservation Biology ジャーナル, 2005 年夏) によると、牛の放牧は、湿地帯に生息する絶滅の危機にある数種類の野生生物の維持に重要な役割を果たしている。</li> </ul>
<p>環境の管理</p>	<p>牧場主たちはその生活を健康的で自然な資源に依存しているため、土地の管理に大きな価値を置いている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 良い環境的な慣行は、自然資源の保護・改善だけでなく、土地の生産性をも促進させる。</li> <li>● 肉牛生産者の多くは、土壌テスト、低木と雑草管理プログラム、放牧管理計画、最小限又は保護的な耕作システム、放牧地の質と牧草利用の監視などを含む自然資源管理活動を行っている。</li> <li>● 1991 年に農務省の自然資源保護局 (Natural Resources Conservation Services) との協力の下に NCBA の環境管理賞プログラムが始められ、環</li> </ul>

	<p>境の管理と事業を効果的に両立させている牧畜業が評価されている。  (<a href="http://www.nrcs.usda.gov/programs/farmbill/2002/anniversary/beef.html">http://www.nrcs.usda.gov/programs/farmbill/2002/anniversary/beef.html</a>).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● このプログラムは、進歩的な農場及び牧場での環境管理と事業の両立を紹介する機会を牛肉業界に提供するものである。</li> <li>● NCBA のメンバーは、次の項目を含む環境管理の信念の誓いを立てた。 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 天候、土壌、地形、動植物を含む全体としての環境を管理する効果的な慣行を監視・記録する。</li> <li>② 資源管理の人文科学を改善させるため、さまざまな情報源から情報を求める。</li> <li>③ 現在の知識集団を強化するために公及び民間のリサーチプロジェクトの開発を助ける。</li> <li>④ 永久的な被害を承知の上で公有地又は私有地の不正使用又は使用許可をしない。</li> </ol> </li> </ul>
水質	<p>牛肉生産者は、1972 年に設定された環境保護庁 (Environmental Protection Agency) の水質浄化法 (Clean Water Act) に従うため、牛肉生産過程のそれぞれの段階において適切な慣行が取り入れられていることを確実にしている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全国環境汚染排出物除去システムプログラム (National Pollutant Discharge Elimination System program) は高密度畜産経営体 (Concentrated Animal Feeding Operations: CAFOs) からの汚染物質の排出を規制している。  (<a href="http://cfpub1.epa.gov/npdes/home.cfm?program_id=7">http://cfpub1.epa.gov/npdes/home.cfm?program_id=7</a>).</li> <li>● 2003 年に成立した最終規則は、国家の水質を保護するために CAFOs は家畜の糞尿管理に適切な措置を講じることを確実にし、適切な土地の利用に向けて期待される事柄の骨子がまとめられている。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ この規則の下では、全ての大規模 CAFOs (1,000 頭以上の家畜) は許可の申請をし、年次報告を提出し、糞尿及び廃水の取り扱い計画を作成し、それに従うことが義務づけられている。</li> </ul> </li> </ul>

ファクトシート：牛肉の農場から食卓まで (Beef from Farm to Fork)	
背景	<p>牛肉業界は、全 50 州にさまざまな種類の生産者を持つ複雑な業界である。各区分はそれぞれに異なるが、品質が高く、安全で、健康的、栄養価の高い美味しい商品を世界中の食卓に届けるため、全員が協力して作業にあたらなければならない。</p> <p>農務省によると、国内には約 80 万人の牛肉生産者がいる。このほとんどが個人又は家族経営者である。その規模は、地域及びその他の収入源によって数頭から数千頭までとさまざまである。農務省の 2002 年の農業調査によると、その平均は 40 頭である。</p>
繁殖農家 (Cows and Calves Operator)	<p>牛肉業界の過程は、おいしい牛肉を生産するための仔牛の繁殖をする繁殖農家から始まる。生産者は、望ましい繁殖の特性及び仔牛が飼育される環境に適切であるかなどを含む他の要素も考慮する。例えば、暑い地域ではその気候に耐えられる力を持つブラーマン種又はブラーマン交配種が選ばれる。生産者は最高 1 年まで牧場又は放牧地で牛を飼育し、その後、多くの牛が牧畜業者 (cattle operation) に売られる。生産者の中には最後まで牧草で飼育された牛肉 (grass-finished beef) を生産するため牛を牧場に維持しておく者もいる。</p>
家畜市場取引	<p>牛が取引可能な状態になると、その多くはその所有権が次の段階へと移る家畜オークション市場を通して取引される。国内の農業地域全てに置かれているこの市場は牛に対する最大限の価値を獲得しようとし、多くのバイヤーたちが集まってくる。農務省の食肉流通局 (Packers and Stockyards Administration) によると、国内には 815 の常設のオークション施設がある。</p> <p>バイヤーの中には、1 歳牛を買って肥育場 (feedlot) に入れるまでの間、放牧地に放つ放牧業者 (stocker) も含まれる。地域及び成長シーズンによっても異なるが、これらの牛は通常5ヵ月ほど放牧地に放たれる。</p>
牛の飼育	<p>肥育農家 (feedlot operator) の規模は 100 頭から 10 万頭までさまざまである。そのほとんどはコーンベルトと呼ばれる中西部及び南西部、北西部に位置し、柔らかくて味のある牛肉製品を作る穀物 (通常はトウモロコシ) や粗飼料を家畜に与えている。通常、月齢 12~18 ヶ月の牛がここに置かれ、およそ3~6ヶ月を過ごす。</p> <p>肥育農家は、牛を買い取るか、又は肥育期間中も放牧業者若しくは繁殖農家はその所有権を維持する契約肥育農家の運営形式を取るかもしれない。牧場経営者 (rancher) 及び放牧業者の中には自分で肥育施設を運営する者もいる。農務省によると、2002 年に存在する 1,000 頭以上の牛を収容することのできる肥育農場の数は約 2200 であった。</p>

<p>食肉加工過程</p>	<p>肥育農場は、月齢が 18～22 ヶ月又は重量が 1,000～1,250 ポンドに達した牛を買い取る食肉加工工場 (packing plants) と取引をしている。これらの施設は、その運営に関して政府のガイドラインに従わなければならない。</p> <p>連邦政府によって検査された (federally inspected: FI) 加工工場の全てに農務省の検査官が置かれ、運営における安全、質、工場に家畜が運ばれた時から食肉が工場を出るまでの間の動物福祉基準などを監督している。2004 年にアメリカ国内には 689 の牛肉・仔牛肉加工工場があった。州外に肉を販売しない工場には農務省の検査官を置くことが義務づけられていないが、農務省の検査義務と同等又はそれ以上の州検査制度を持つことが義務づけられている。</p> <p>ほとんどの加工工場では、第一次的 (primal) カット(チャック, ラウンド, リブ, ロイン) を小売店及び食品サービス業者向けに販売される二次的 (subprimal) カットに加工している。レストランに向けて個々のステーキやローストの切り分けやマリネや調理済み製品の加工を行う処理業者 (processor) に販売を行う工場もいくつかある。</p>
<p>食肉販売と消費者</p>	<p>最後に、小売業者と食品サービス業者がこれらの牛肉製品をスーパーマーケット又はレストランで消費者に販売する。これらの店舗では、商品の最終的な安全性と質を保証しなければならない。</p> <p>農場から食卓へとつながる牛肉の生産チェーンにおいて最後に影響力を持つのは、どのような牛肉をどれくらいの値段で買いたいかを判定する消費者である。マーケットシグナルは消費者から始まり、生産チェーンを逆方向に戻ってゆく。牛肉生産者たちは、この生産チェーンを通して消費者からの需要シグナルを読みながら消費者のニーズを満たすのである。その一例として、脂肪の少ない商品の需要が高まったために、最近の牛は 10 年前に比べてずいぶん引き締まっている。この結果、政府のガイドラインの「赤身」に当てはまるカットは今では 29 種類になっている。</p>

ファクトシート： 牧畜業について (The Cattle Industry, Who We Are)	
家族経営	<p>牛及び牛肉の生産は、米国の農業の中で最も大きな単一区分である。実際に農務省は、他の種類の農場よりも食肉牛生産 (beef cattle operation) (35%) として分類される農場の方が多いと発表している。</p> <p>国内には、およそ1億頭の食肉牛を担う約80万人の生産者がいる。これらの家畜は小売販売によって約800億ドルの牛肉の売り上げにつながっている。牛の牧場を含む米国の農場及び牧場のほとんどが家族経営である。賃貸による農場の経営を行っている者は5%以下で、58%以上が農場の全面的な所有者 (full owner) によって運営されている。また、37%の人々が農場の共同所有者であると答えている。</p> <p>牛の生産に関して言えば、その規模はほとんど小さい。農務省によると、典型的な農家の牛の数の平均は40頭である。しかし、牛肉のほとんどがこのような小規模農家によって生産されているというわけではない。食肉牛の51%は100頭以上の群れを飼育する農家によって生産されている。家畜の数が40頭以下の生産者はたいてい、複数の農場収入又は農場以外の職業を持っている。</p>
牧畜収入	<p>2004年には、全ての牛の約28%が総売上25万ドル以下の農家で生産されたものであった。農務省による他の統計によると、繁殖農家 (cow-calf operation) は複数の収入源を持ち、一般的に規模が小さい。実際に、農務省によって記録された年間収入1万ドル以下の最も小規模な農場は、しばしば繁殖農家であった。</p> <p>2002年の農業調査によると、国内の農場における家畜からの年間収入の平均は38,438ドルであった。2004年の食肉牛生産による総収入の平均は74,200ドルで、他のどの種類の農場よりも低いものであった。最も規模の小さい農場の収入の2/3は、牛とまぐさの2つの生産から成っている。対照的に、大規模な家族農場 (50万ドル以上) では、家畜生産からの収入はわずか10%にすぎなかった。</p> <p>実際に、食肉牛飼育者 (beef farmer) の46%が農場以外の収入源があると言っているが、その2/3が農場で年間1,000時間以上の労働をしている。農業を職業としていると答えた人の割合は、牧畜業者の1/3以下にすぎず、23%は退職者だと答えている。全体的に見ると、2004年には農業従事者の収入の47%は農業以外の賃金又は給料から発生するものであった。2004年の農務省による農業資源管理調査 (Agricultural Resource Management Survey) によると、農業経営者の収入の中で農業による収入が占める割合はわずか17%であった。</p>

人口統計	<p>2002年の農業調査によると、農業従事者の平均年齢は53歳であった。平均年齢は1974年の農業調査以来、50歳以上であり、調査が重ねられるにつれて年齢は上がっている。アイオワ州牛肉センター（Iowa Beef Center）によって行われた最近の調査（2005）では、アイオワ州の牛肉生産者の平均年齢は52歳であり、その53%が45～65歳であることがわかった。</p> <p>牧畜業は長年にわたって、代々引き継がれてゆく職業と考えられてきた。アイオワ州で行われた調査では、牛肉生産者の60%がその運営を次の世代に受け継いでほしいと考えていることがわかった。</p> <p>農務省による2002年の農業調査で、牛の生産者の大半が高度教育を受けていることもわかった。5人に1人が大学の卒業生であり、4人に1人が大学在籍経験を持っている。85%の人が高校を卒業している。</p>
社会への影響	<p>農場の牛肉生産者は、社会に直接的な影響を持っている。第一に、彼らは需要が大きく、人口の大半が消費する栄養価が高く、安全で健康的な牛肉を生産する家畜を飼育している。米国産牛肉の質と一貫性は、世界各国でもよく知られている。</p> <p>牛肉の生産は、米国経済にも影響を与える。農務省によると、国民産出量への寄与から測定した2005年の食肉家畜生産者による米国経済への付加価値は640億ドル以上であった。</p>

## 一目でわかる牛肉業界 (Beef Industry At a Glance)

### アメリカ合衆国の牛肉生産

- アメリカ合衆国の牛肉産業は、全 50 州で経営されている 100 万以上の事業、農場、牧場から成り立っている。<sup>1</sup>
- アメリカ合衆国には約 80 万人の牧場経営者(rancher) 及び牧畜業者 (cattlemen) がいる。<sup>1</sup>
- 2006 年 1 月現在、アメリカ合衆国には 9710 万頭の牛がいた。<sup>1</sup>
- 群れの規模は平均 43 頭である。<sup>2</sup>
- 2005 年に繁殖された牛の数は 3280 万頭であった。<sup>1</sup>
- 2005 年に牛及び仔牛に対して受け取られた現金は 496 億ドルと推定され、2006 年の予想は 491 億ドルである。<sup>1</sup>
- 牛は全 50 州で生産され、その経済的影響は国内のほとんど全てのカウンティに寄与し、農村地域の経済を支える重要な要因となっている。<sup>1</sup>
- 2005 年の牛肉の合計生産量は 247 億ポンドであった。<sup>1</sup>

### 牛肉の消費需要、支出、消費

- 牛肉の需要は 1998 年に比べ 20%増加した。<sup>3</sup>
- 2005 年の消費者による支出は 712 億ドルで、1999 年に比べ 200 億ドル増加した。<sup>1</sup>
- 2005 年の小売及び食品サービスにおける牛肉へ一人あたりの支出は 241ドルに増え、2001 年に比べ約 42ドル増加した。<sup>1</sup>
- 農務省の消費データによると、牛肉は第1のタンパク質源である。2005 年の一人あたりの牛肉消費量は 65.9 ポンドであった。<sup>1</sup>
- 2005 年の牛肉の年間平均小売価格は 1 ポンドあたり 3.65ドルであった。<sup>1</sup>

### 牛肉の輸出と輸入

- アメリカ合衆国は世界の牛の 10%未満を有するにすぎないが、世界で供給される牛肉の 25% 近くを生産している。<sup>1</sup>
- アメリカ合衆国が輸入する牛肉量は世界で最も高く、その量は 2005 年には 160 万メートルトンであった。アメリカ合衆国は、古くからブラジル及びオーストラリアと並ぶ三大牛肉輸出国のひとつである。<sup>1</sup>
- 牛肉及び牛の臓物の輸出高は 2003 年には 36 億ドルに値したが、2005 年にはわずか 13.7 億ドルであった。<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 2006 年 1 月 Cattle-Fax

<sup>2</sup> 2006 年 1 月 USDA

<sup>3</sup> 2006 年 Cattlemen's Beef Board

- 2003年12月以来、貿易の崩壊によって国内の食肉牛生産者に一頭あたり175ドル以上の損失が生じ、収入損失の累積は45億ドル以上となった。<sup>4</sup>
- 2003年にBSEが発見される前に米国が牛肉を輸出していた119の国のうち、73カ国が現在取引を再開している。今年の内から、韓国、台湾、シンガポール、コスタリカ、タイ、マレーシアの6カ国が市場を再開した。現在コロンビアとペルーが米国と自由貿易協定交渉を行っており、数ヶ月以内に市場を再開すると発表している。<sup>2</sup>

#### 今日の消費者

- 家庭で食べる最も人気のある牛肉の単品料理はステーキで、平均して1ヶ月に1回以上食べられている。家庭で食べる牛肉メニューで2番目に人気があるのはハンバーガーである。<sup>5</sup>
- 米国の消費者の10人に9人ちかく(88%)がこれから2週間以内に牛肉を食べる。これは2億6200万人にあたる。<sup>5</sup>
- 家庭で出される生鮮牛肉の60%が挽肉で、残りの大半がステーキ及びローストである。<sup>5</sup>
- 2005年にレストランで出された牛肉は118億食、鳥肉は101億食であった。<sup>6</sup>
- 全国のレストランで消費されるサンドイッチの約半分はバーガー類である。<sup>6</sup>

#### 栄養

- 赤身の牛肉3オンス(約85グラム)のカロリーは1日2,000カロリーの食生活の10%にも満たないが、9つの必須栄養素の一日量の10%以上の栄養価がある。<sup>7 8</sup>
- 牛肉はタンパク質、ビタミンB12及び亜鉛の第一の食料源であり、強化されたシリアル及び穀物に続く第三の鉄分源である。<sup>9</sup>
- 皮なし鳥もも肉より脂肪分が少なく、USDAガイドラインの「赤身」の指定に合った牛肉のカットは29種類ある。<sup>10</sup>
- 3オンスの牛肉と同量の亜鉛を摂取するためには3オンスの鮭を15人分食べなければならない。3オンスの牛肉と同量のビタミンB12を摂取するためには3オンスの皮なし鳥胸肉を7人分食べなければならない。<sup>11</sup>

<sup>4</sup> 2005年3月 National Cattlemen's Beef Association

<sup>5</sup> 2005年 The NPD Group, National Eating Trends (NET) Research

<sup>6</sup> 2005年12月 NPD Foodworld CREST Research

<sup>7</sup> 2004年 USDA, Agricultural Research Service. USDA Nutrient Database for Standard Reference, Release 17 ● 3oz.beef, composite of trimmed retail cuts, separable lean only, trimmed to 0" fat, all grades, cooked. (NDB No: 13012)

<sup>8</sup> Code of Federal Regulations and Drugs, Title 21, Part 101.9, Nutrition labeling on food

<sup>9</sup> American Dietetic Association

<sup>10</sup> 2005年 USDA, Agricultural Research Service

<sup>11</sup> 2004年 USDA, Agricultural Research Service

## 第3章 英国の理解醸成策

### 第1節 DEFRAにおける消費者とのコミュニケーション

(1) 消費者とのコミュニケーションについては、あまりやっていない。もともと英国・環境食料農村地域省（Department for Environment, Food and Rural Affairs : DEFRA）は、農漁林業省（MAFF）の時代から、基本的に農業者たちとのコミュニケーションを重視しており、いかに動植物の病気を防止するかなどの情報を農業者に伝えるかということが重要と考えていたので、農業に関する事柄を消費者に伝えるということはあまりやってこなかった。

(2) 農業者以外の人たちとのコミュニケーションについて、行っていることは次のとおりである。

最近、特に裕福な家庭に多いぜいたくな流行として、豚や鶏をペットとして飼うことがトレンドになってきている。英国の著名なシェフであるゴードン・ラムジーとかジェイミー・オリバーがやっているというので、そのライフスタイルを真似る人が出てきた。その人たちは一般消費者で、田舎の別荘で飼っている人もいれば、ロンドンの中心地で飼っている人もいる。こういう人たちの多くはインターネットでペットを買っており、取扱店に申し込めば2日後には玄関口に鶏が届くようである。しかし、特に鳥などの場合には鳥インフルエンザの問題があるので、そういった消費者グループの人たちに、どのように飼ったらいいかなどの情報を流す必要がある。そういう人たちへのコミュニケーションが新しいターゲットになっている。

そこで、そのような人たちに合ったプレス・プログラムを組んでいろいろなことを行っており、例えば、高級生活雑誌である“Country Living”や“Home and Gardens”、ファッション誌の“Elle”が出しているインテリア雑誌などにいろいろな情報を掲載したり、ラジオショーを利用したりしている。残念ながらラジオで広告を流すことはできなかったが、インタビューという形で DEFRA の幹部職員がラジオ番組に出演して、鳥インフルエンザについての情報や鳥の扱い方などについて話をした。ここで対象になったのは、ホビイストと呼ばれる、趣味として家畜を飼う、いわば一風変わった趣味を持つ人たちである。

(3) もう1つのターゲットは観光客である。

例えば、都会の人間が田舎に行く場合、町の中心にビレッジセンターがあって、そのすぐ隣に家畜市場が位置していることもあり、観光客が見に来る。この観光客たちはビ

一チサンダルのようなものを履いてやって来る。ブーツを消毒するためのマットも当然置かれているが、彼らはそこをよけて通っているのである。つまり、完全にバイオセキュリティを無視している。

こういう人たちに対して、例えば、“Enjoy England” とか “Tourist Board” といった、地域単位の観光局を使って、「旅行に来てもいいよ、遊びに来てもいい、農家を訪問してもいいし、家畜市場に来てもいいけれども、お願いだからルールは守ってくださいね、なぜならばこれはあくまでもビジネスなのだから」というメッセージを伝えてもらう。これがもう1つのグループである。

(4) 農業が何であるかを教育するというような形ではこちらでは何も行っていない。食品がどこから来ているかというような教育は、この10月から始められるものが1つある。子供たちは、例えば、ビーフは牛の肉であるという結び付けができないので、そういったことを教育していこうというものは行っている。

食べ物がどこから、どういう形でできているかという教育、そういう形で知識を与えていくということができるが、EUに所属している以上、残念ながら英国産のものだけを食べろというようなことを表だっては言えない。

英国の農業、カントリーサイドの状態について宣伝するようなことは、実施するとすれば全国農業者連盟 (National Farmers' Union : NFU) といった農業者団体である。DEFRA では、食物教育 (food education) はできるが、そのようなことはできない。

## 第2節 Natural Englandにおける消費者等への農業教育

(1) EUからの助成を受けていた Natural England の前身団体では、一般的な教育というか、農業や環境に対する教育はよいが、商品の宣伝につながるメッセージを送ることは EU の法律によって禁止されていたので、今までは研究結果を民間部門に提供してその情報を使っていろいろな宣伝活動をしてもらうというやり方をしていた。

新しく Natural England になった後、幹部役員は、もっと自分たちが直接的に係わることのできる宣伝活動、例えば、一般消費者に対してどのようなメッセージをどういうふうに伝えていくか、どのようなメッセージをまず伝えればいいのか、どのような形で伝えるか、方法は何か、などを行うことができるかどうか思案中である。

もう1つは、同じような活動をしている一般の団体もあるので、その人たちと競争したり、競合するような形だと問題になるので、そういうふうにならないようにどのようにメッセージを伝えるか、について、今検討中である。

(2) Local Action Group・Chalk and Cheese は、全国的な団体である Natural England と違って、地域団体であり、ここには観光市場があるので、これから観光市場に目を向けて、地域の商品を売る店をオープンしようとしている。

当然、それは商品売るだけではなくて、その商品がどのような地域、どのような土地のもので、どのように作られているかということを紹介する機会にもなるし、そういった形で観光客である消費者に対してメッセージを伝えていけるいい機会であるにとらえている。

## 第4章 ヴィクトリア州政府の農業教育プログラム

オーストラリアでは、農業の理解を深めるためのプログラム等は、連邦政府の所管ではなく、各州の業務であるということで、平成18年9月、地域住民、特に次の世代に対する農業教育は非常に大事である、として力を入れているヴィクトリア州第一次産業省（Department of Primary Industries, Victoria : DPI）を訪問し、同州の農業教育プログラム、その実例として「ランドラーン（Land Learn）」事業、および「農場教育事業（Teaching Farms Program）」について、調査した。

### 第1節 ヴィクトリア州の農業教育

(1) DPIの農業教育についてのコンセプトは、「地域社会（コミュニティ）に第一次産業がいかに重要であるか、を理解してもらうことを促進する」ということである。

ここでのコミュニティはヴィクトリア州全体のことで、ヴィクトリア州の消費者が実際に「証拠に基づいた農業政策の決定ができる」ようになることを目指している。すなわち、消費者が、スーパーマーケットで買い物をする際に食品等に関する理解も出来るようになるし、農業に対する賛成、反対の意見も出せるようになるため、子供のときからそうした理解の醸成を図っていく、ということである。

「証拠に基づいた決定ができる」とは、情報をきちんと把握して、そういう決定ができるかどうか、という意味である。例えば、大都市に住んでいて農業を全く知らない人達も、DPIが提供する啓蒙活動や教育を通して、農業を理解し、その上で、農業ないし食品に対して決定することができるようになる。

農業に関しては、よく、偏見をもった情報とか、メディアが一部分だけ注目、強調して信ずるといふようなことがあるので、公正な立場で教えることとしている。

(2) ヴィクトリア州では、「ランドラーン」と名前をつけているが、次の世代に、食品はどういうところから作られてくるのかを教え、環境を非常に効果的に合法的に使う農業を理解し評価することを教えるためのプログラムを持っている。もう10年以上前に作られ、対象は、学校の先生である。先生達に教えることによって、先生達が子供に教える。学校で使う教材も、我々が作って提供する。

(3) 先生達を相手にいろいろな作業を、いろいろな方法を使って教えていく。そのひとつずつについて評価も行っている。2005年に大きな評価を行い、我々がこういうことを行っているから、理解が高まっている、という結果になった。

(4) 先生の教える技術を「Professional Development」というが、農業経験のない都会の先生達は農業のことを教えるのに自信がないので、先生達に十分な知識を提供し、醸成することが必要である。

DPI では、先生に教え、先生が子供を実際に農場に連れて行って、現場を見せるとか、環境が農業にどのように使われているかを現場で見せる、といったことを行ってもらう。それを「フィールドワーク」と言っている。

(5) 「Land Learn」は、州教育省と一緒にしている。意見を一致させないと、農業教育をカリキュラムの中に入れて行くのが難しくなるのと、先生達への教育が入っているからである。教育省は、子供達が学ばなくてはいけない事項をひとつのフレームワークとして持っているが、先生達は、教える内容を選ぶことができる柔軟性を持っている。したがって、規則や規制によって、農業を教えるのに不自由をきたすことはない。学校によっては、学年必修科目にもなっている。

業界から資金が出て、業界関連の場所でキャンプ、ということもある。

(6) 将来の方向として、人口が今後増えてくることが予想されるので、食べ物はどこから来るのかを教えることは、今後とも大事なことであると考えている。

また、水資源は大事なものであり、水資源を守ることによって、いかに食料が生産できるのか、ということも教えている。

(7) 「ランドラーン」は、DPI の科学者や研究者と連携をとりながら、若い人に教える際、科学も適用して教えている。

(8) こうしたプログラムは、全国的なプログラムで、各州が持っており、農業教育の調査では、オーストラリア全土でいかに多くの農業教育がなされているか、が明らかにされている。

ビクトリア州のプログラムは充実している、という定評があり、他の州で取り入れているケースもある。

もともと「持続可能な農業」を教えるプログラムが起こったのは、学校の先生が考えている農業と、DPI の方で教えてほしいと考えている農業には、非常に大きな差があった、というケースが見られたからである。

例えば、DPI としては「農業は持続可能である」ということを教えたかったのだが、先生の組合は「持続可能ではない」と考えていた。

## 第2節 農業教育プログラムの実例

### 1 「ランドラーン」について

「ランドラーン」は、DPIによる、次世代の子供達への農業教育を担当する教師の啓蒙を目的とする全州教育プログラムで、持続可能な農業や自然資源管理、さらには環境についての学習を小中高等学校が履修過程に組み込むための支援を行っている。

(1) ランドラーンの目的は、次のとおりである。

- ① 学校の履修過程に、持続可能な農業と自然資源管理についての学習を組み込むことを奨励・支援する。
- ② 学習が楽しいものとなるよう、専門能力の開発、最新の学習指導用資料、生徒活動などを通じて、教師と学校関係者を支援する。
- ③ コミュニティの環境管理事業などへの継続的な参加を含む、能動的かつ経験に基づく学習に生徒を参加させる。
- ④ 学校とコミュニティグループ間や、都市部と農村部の学校間のパートナーシップを促進する。

(2) ランドラーンでは、「私たちの土地や資源を守ることは、私たち全部の共同責任である。現在の学習と行動は未来への投資である」ことを認識してもらい、以下に掲げるようなことを子供たちに実現してもらいたい、と考えている。

- ① 持続可能な環境
- ② 責任ある方法で農業従事者が生産した良質の食品および天然の繊維だけを利用
- ③ 発展的な農村・地方 (rural and regional) コミュニティ
- ④ 農業を基盤とした産業での、やりがいのある、高く評価される、目的のある仕事と雇用

(3) ランドラーンでは、次のようなことが行われている。

① 学習指導用資料の作成

ア ランドラーンは、次のような、学校でのプログラム実施を支援するさまざまな学習指導用資料を製作している。

- ・ 食べ物資源に関するパンフレットの作成

例 「栽培と食事 (Grow and Gobble)」

「生物多様性と農業 (Biodiversity & Agriculture)」

「持続可能な土地利用の計画 (Planning for Sustainable Land Use)」 等

- ・ 穀草類、豆類、油料種子（スーパーシーズ（Super Seeds））に関する学習活動
- ・ 農業生産と野生動物保護のバランスについて教室、校庭、コミュニティで調査

イ これらの資料は、次のようなことを目指している。

- ・ 持続可能性に関する教育への統合的アプローチを普及させる。
- ・ 現地や教室での能動的学習に生徒を参加させる。
- ・ 全学年、特に4～6年生を対象として『ビクトリア州主要科目基準』に取り組む
- ・ 教師による注記、背景資料、生徒学習活動、派生アイディア、参考文献一覧表とのリンクを、関連するプログラムや資料に盛り込む。
- ・ ヴィクトリア州の教育修了資格に必要な特定単位（農業・園芸研究、地理学、環境科学、生物化学など）のための資料を含む。

## ② 専門能力の開発

ア ランドラーンは、以下のイベントを通じて教師を支援する。

- ・ 専門学習プログラム  
半日～1日のプログラムで、全学校職員、「専門学習（Learning Domains）」や「学習レベル」に基づいたグループ、クラスターやネットワーク、教育実習生に向けて作られている。
- ・ ランドラーンの支援と資源について教師に紹介したり、特定のテーマを扱ったりするために作られた入門・短時間ワークショップ
- ・ 放課後の専門能力学習時間や、一連の教師の会議／フォーラムで行うための短時間ワークショップ
- ・ さまざまなテーマに取り組むための実地調査（fieldtrips）

イ 現在の専門能力開発プログラムで取り組まれているテーマの事例

- ・ 学校コミュニティ内の「学校菜園（edible garden）」を、私たちの食料源としての農業につなげること
- ・ さまざまな農業関連（農業、畜産、園芸など）の企業についての学習活動
- ・ 土地保全管理と持続可能な農業経営
- ・ 『ヴィクトリア州主要科目基準』を越えて持続可能性に関する学習をまとめた革新的新プログラムを通しての持続可能性

## ③ 雇用促進

ランドラーンでは、他の組織や教育関連機関とのパートナーシップの下に、以下のような方法を通して、農業、自然資源管理、食物生産などの産業への就職について、意識を高め、促進する役割を果たす。

- ・ 就職フェアでのワークショップや展示
- ・ 学習活動やウェブサイトに含まれている仕事・雇用情報

## 2 Teaching Farms Program について

「Teaching Farms Program」は、都会の学校と農村の学校とのパートナーシップにより、都会の学校の生徒が Country Area の農家等に泊り込み、そこで生活したり、地域の学校にも出席したりすることによって、都会の学校と農村の学校、そして各々のコミュニティの間の理解が深まることを支援する、DPI のプログラムである。

### (1) 事業概要

#### ① 参加者

主として、小学校中高学年の生徒

#### ② 宿泊

都会の学校の生徒は、各グループごとに、Country Area で7日以内を過ごし、地域の学校に出席したり、農場や地域のコミュニティで生活する。生徒ごとに、招待側の学校長により注意深く選ばれた地域の家庭との絆を持つ。

#### ③ 生徒は何をするのか。

生徒は、各自の Host Family や地域の学校の日常ベースの活動に参加し、予定した授業に出席する。地域の農場への課外授業を追加して行うこともある。

Teaching Farms は、決して「スクール・キャンプ・その2」ではない。

### (2) 生徒は、農家に宿泊して活動することにより、次のことの大事さを知るようになる。

- ・ 小さな地域コミュニティでの生活
- ・ 環境問題
- ・ 農業技術
- ・ 家族農場やコミュニティにおける子供の役割

### (3) 生徒は、農村生活を観察し、楽しむだけでなく、次の点で成長する。

- ・ 自己形成
- ・ 自信
- ・ 社交術
- ・ 他人のライフスタイルの理解

### (4) 学校への出席

滞在中、各生徒は、農村の学校に登校し、通常の学校活動に参加し、追加して行われ

る課外授業や活動にも参加する。

可能な場合には、生徒達は、訪問中の出来事について日記を書くことが推奨される。このことは、自分達の経験を記録しておくことに役立つし、帰ってきた後の引き続く活動への基礎を提供する。

#### (5) 費用

このプログラムは、大部分、農村地域の父兄と学校コミュニティの好意によって支えられている。しかしながら、参加費用を補正するため、参加校は、コーディネーターとの予算交渉によって、1000 豪ドル以内の補助金を利用できる。

#### (6) 実施時期

**Teaching Farms Program** は、年内のいつでも、参加校が決めた時期に始めることができる。年 2 回参加する学校もある。

## 第5章 フランスにおける教育ファームの推進

フランスでは、青少年や一般市民に対して農業への関心を高めることを目的とした教育ファームが1990年代から展開されている。

### 1. 教育ファームの背景と発展

\* ランブイエ国立教育施設 (Bergerie Nationale de Rambouillet) の教育ファーム担当者からの調査結果。

なお同施設は、パリ郊外にあって、自ら教育ファームを運営し、就学前の子どもや小中学生などの見学を受け入れているほか、教育ファームに関する研修を行っている。

(1) フランスにおいて、教育ファームが生まれ、発展してきた背景には、規模の小さい農家が農業経営の多角化を図るために教育ファームを開始したという面はあるが、農業に対するマイナスイメージを払拭するため、メディアや市民に農業を知ってもらう取り組みが必要であるという認識が農業サイドに生まれたことが主な要因である。

当時、農業に対するマイナスイメージは、ヨーロッパの共通農業政策によって、小さな農業経営を撤退させ、大規模化を図る時代に入ったこと、それに加えて BSE や羊の口蹄疫が重なったことから、作られていった。

また、国民に、勉強ができなかったから、あるいは進学に失敗したから農業をやっているというイメージがあったので、若い農業従事者たちは、農業をやりたいから農業の道を選んだということを世間に知ってもらいたかった、ということも大きな要因である。

(2) フランスの教育ファームは、青少年や一般市民に対して、農業への関心を高めることを目的とし、家畜や農作物、加工方法、衛生条件、食品の安全性、農業の様々な役割、消費者の立場、農村の発展などを発見するための媒体として位置付けられている。

教育ファームでは、将来の消費者を育てること、農業や農家と社会を新たに結びつけることを目指して活動が展開されている。

(3) フランスにおける教育ファームの数は、1990年に15しかなかったが、1994年には608に、2000年には1,300に増加している。このような伸びの要因として、農業者側の取組とともに一般市民の関心・期待の高まりも見逃せないし、教育関係者の取組みも大きかった。なお、2000年以降、教育ファームに関する統計データはないが、ネットワークの運営状況から推測してそれほど増加していないようである。

## 2. 教育ファームの定義と目的

(教育ファームの定義)

(1) 教育ファームに関する「省間委員会 (Comission interministérielle)」(省間の問題を取り扱うために関係各省によって作られる委員会、フランスではよく設置される。)によれば、教育ファームは次のように定義される(2001年;通達)。

\* 教育ファームとは、家畜や耕作を紹介し、定期的に学校教育の枠の内と外で子どもや若者を受け入れており、この活動を発展させたいと望んでいる組織

(2) そして、次の2つのタイプがあるとしている。

### ① 体験学習ファーム (fermes d'animation)

体験学習ファームは、都市又はその近郊にあるファームで、商業化された農業生産がほとんど行われていないか、全く行われていないものをいう。これらのファームは子どもの受け入れを優先的に行うために設立されたが、対象は次第に多様化しつつある。これらの組織は様々な種類の家畜を飼っており、このような環境でファームを知ることによって、都市と農村のつながりを一層理解することができるようになる。

### ② 農場 (exploitations agricoles)

農場は、生産という第一の機能を残しつつも、学校教育の枠内又は枠外で、子どもや若者、成人を定期的に受け入れているものをいう。子どもや成人は、家畜や耕作を通じて、土に関わる職業と消費者に至るまでの生産流通の過程を知ることができる。農村地域の実践者は、これによって自分たちの活動を多様化することができ、農業の多機能化に関与できる。

(3) 同通達では、続けて次のように記述している。

\* この2つのタイプの組織には、いずれも、教育目的に加えて、あらゆる対象も受け入れることによる社会一体化 (insertion sociale) のミッションがある。

(4) 教育ファームのフランス語の“ferme pédagogique”の“pédagogique”は「教育的なことをする」という意味であり、全体として子どもたちを対象に教育活動をするところの意味になる。すなわち、子どもたちは、体験学習ファームや農場で、楽しく過ごしているが、あくまでも「教育」を受けることが目的になっている、ということである。

(教育ファームの目的)

(1) 前出の省間委員会通達は、教育ファームは複数の目的を目指さなければならないとし、次のように述べている。

### ① 変化に富んだ教育アプローチの提案

都市、都市近郊、農村地域であろうと、また「体験学習ファーム」であろうと、「農場」であろうと、教育ファームは、教育を優先して行う場所である。変化に富んだアプローチが可能である。感受性に富んだもの、感覚的なもの、科学的なもの、創造的なもの、遊戯性に富んだものなど、現実に根ざした具体的な教育を行うことができる。

#### ② 農業経済の手ほどき

子どもも成人も、農村地域や農業界における挑戦や制約を学ぶ。農業経営の単位である農場から、一般市民は、農業の様々な段階を十分に理解し、製品や食品の品質に敏感になる。

#### ③ 都市と農村の関係を留意

このような環境で農場を知ることによって、経済・社会・文化・環境の各面でのつながりを理解できるようになる。

#### ④ 地域の発展に貢献

農場は、一般市民を受け入れる場であり、地域の活力アップに貢献し、地域当事者間のパートナーシップを強化する。

#### ⑤ 個人の責任を重視

若者は、生き物を尊重するために規律にのっとった行動をとることを学ぶ。責任ある行動をとることで市民教育を学ぶ。

### (農業学校と教育ファーム)

#### (1) フランスでは、農業高校も教育ファーム活動を展開している。

農業高校の実習・実験農場は、生徒が農業を勉強すると同時に、一般の人たちを迎えることから、教育ファームへの受入れという面も勉強することができる。そうすることによって、生徒たちは、将来、農業経営をしたときにそこを教育ファームとして運営していけるように準備することができる。

#### (2) 業務又は教育カリキュラムの一つとして「定期的に」一般の人を受け入れている農業高校は 30 ある。農業高校が受け入れてくれることを通して、現地で活動をすることができ、また、そこから農業に対する情報を発信することもできるので、フランス農水省にとって農業高校は、大切なパートナーとなっている。

教育ファーム活動を展開している農業高校では、インターネットによる電子会議を持っており、約 100 校が参加している。電子会議には、教育ファームとして位置付けられている農業高校以外の高校も参加している。

### 3. まとめ

#### (1) フランスにおいては、2002 年の政権交代によって教育ファームに対する農水省の取組は、ひとところのようなものではなくなっている。しかし、既に 1990 年代に教育ファ

ームとして、様々なタイプのものが興っており、政府としても省間委員会を設け、力を入れてきたという歴史がある。加えて、公的業務を担っている農業会議所が教育ファームのネットワークを運営しており、官民をあげた取組みがみられる。

(2) フランスでは、教育ファームを訪問する子どもや大人から料金を徴収するのが一般的である。教育の一環として行われる子どもを対象としたものについては、学校の運営経費によって、言い換えれば、公的経費によって賄われている。

## 第3部 国内調査

### 第1章 推進体制アンケート調査結果

当センターでは、推進体制に関するアンケートを、平成19年8月に市町村職員を中心に、併せて都道府県職員及び一般消費者をも対象として行ったので、その結果を報告する。

アンケート手法は、インターネットリサーチで、設問を当センターが作成し、実施は(株)マクロミルに委託した。

サンプル数は、都道府県職員517人、市町村職員517人、一般消費者516人である。

#### 1 条件不利地対策の認知度（消費者）

一般消費者に対し、行政が中山間地域等に対し、様々な支援を行っていることを知っているかどうかを尋ねたところ、「知らない」と答えた者が56%で、「知っていた」者が12%、「聞いたことはあるが、内容はよく知らない」者が31%であった。

中山間地域は、農畜林水産業では大きな役割を担っている地域であり、根気よく一般消費者に知ってもらう努力が必要、と思われる。

単位：%

知っていた	12.4
内容はよく知らない	31.4
知らない	56.2

## 2 中山間地域の存在意義（市町村職員）

市町村職員に対し、中山間地域をどう思っているか尋ねたところ、「環境保全や防災上大事な地域」という答が60%だったのに対し、「農林水産業の生産地」が20%、「レクリエーションの場」が13%と意外に少なかった。環境保全や防災が中山間地域の大事な機能であることは疑いないが、農林水の大事な生産の場であることにも、もう少し関心が集まって欲しいものである。

単位：%

環境維持・防災上大事な地域	59.6
農林水産業の生産地	20.3
レクリエーションや観光の場	13.2
特段のことは感じない、等	14.0

## 3 中山間地域の今後の見通し（市町村職員）

市町村職員に対し、今後中山間地域はどうなっていくと思うか、訪ねたところ、「高齢化、過疎化が進行し、崩壊ないし細々と存続する」旨の答が62%あり、高齢化、過疎化の進行は誰の目から見ても深刻な問題であることが伺われた。

また、「意欲ある地域は振興するが、意欲のない地域は崩壊する」とした者が25%あった。ワークショップ等の結果では、意欲をもって取り組む地域が少なくなってきたとのことであり、意欲ある地域をどうやって増やしていくかは、大きな課題である。

単位：%

高齢化、過疎化が進み、崩壊する。	22.4
高齢化、過疎化が進むが、細々と存続する	40.0
行政の支援などにより、ほぼ現状維持される	4.6
意欲ある地域は振興するが、意欲のない地域は崩壊する	25.3
その他	7.6

#### 4 今後の支援の方向性

中山間地域に対する支援をどう思うか尋ねたところ、一般消費者では「国土の均衡ある発展のため支援」、「環境、防災上大事な地域は支援」が75%、「支援の必要はない」が7%、都道府県職員では「国土の均衡ある発展のため支援」、「環境、防災上大事な地域は支援」が71%、「支援の必要はない」が7%、市町村職員では「国土の均衡ある発展のため支援」、「環境、防災上大事な地域は支援」が75%、「支援の必要はない」が5%であった。

3グループともほぼ同じ傾向が見え、中山間地域の支援に対しては、ほぼ4分の3の人たちが肯定的であり、否定的な人が少なかった。

単位：%

	消費者	都道府県職員	市町村職員
国土の均衡ある発展上、支援していくべき	41.3	39.8	47.4
環境保全や災害防止上大事な地域に限って支援	33.7	31.3	25.1
地域振興に意欲ある地域にのみ支援すべき	17.4	19.3	16.2
特段の支援をする必要はない	2.5	1.9	4.8
支援をやめて、その財源を他に振り向けるべき	2.7	5.0	2.1
その他	2.3	2.5	4.3

## 5 今後の具体策（市町村職員）

市町村職員に、今後、中山間地域の振興を図るためには、具体的にどのようなことをする必要があると思うか、尋ねたところ（複数回答）、生活基盤の整備と農業基盤整備がそれぞれ47%、48%と、19年3月の都道府県アンケートとほぼ同じ傾向が伺えた。

ブランド化についても高い率となったが、大いに支援していきたいものである。

単位：%

生活基盤の整備	47.0
農業生産基盤等の充実	48.0
製造業の立地の促進	7.5
観光に力を入れる	15.9
IT化、情報化の支援	13.3
ブランド化を図り、生産物の販売を支援	41.6
その他	5.8

## 第2章 理解醸成ワークショップ概要

当センターでは、平成18年9月26日、神奈川県西湘地域県政総合センターにおいて、行政（小田原市及び神奈川県）、生協、農業関係NPO、が取り組んでいる都市と農村の交流について、ワークショップを開催した。

### 1 小田原食と緑の交流協議会の活動（説明）

（神奈川県ゆめコープの「小田原食と緑の交流事業」）

（1）交流事業がめざしていることは、「農業者と消費者が一緒に作る豊かな地域」に集約できる。具体的には、次のようなことに取り組んでいる。

- ① 持続可能な農業・社会・地域作り（地域循環型・環境保全型農業の推進）
- ② 商品の開発・流通（独自ブランド商品の開発，異業種との協働）
- ③ 教育（食育・環境・人材・歴史文化）
- ④ グリーンツーリズム
- ⑤ 地域コミュニティ

（2）農業体験プログラムとして実施した2005年の収穫体験イベントでは、オニオン祭（5月）に515名、ブルーベリー収穫体験（8月）に206名、畑収穫祭（11月）に216名の参加があった。ここでは、農業は楽しいものであることが分かるようなイベントになるよう工夫している。2005年の交流者数は2600人に達したが、これからは、交流の質の向上を追及していきたい。

（3）交流事業では、コースとして、はたけの学校、たんぼの学校、果樹の学校を設け、体験イベントから順次ステップアップを図るようにしている。

例えば、畑の学校では、

体験イベント → 野菜初級コース → 野菜中級コース

ハーブを育てるコース

ハーブを楽しむコース → ウィークエンドファーマー → 自前圃場 → 就農

といったステップを用意している。

現在、ウィークエンドファーマーが農事組合法人理事長宅で週末に研修を受けている段階まで来ている。また、インストラクターの養成のためのコースを実施している。

（4）パルシステム生活協同組合連合会では、商品開発として、小田原特産の十郎梅のブランド化とブルーベリー・ジャムに取り組んでいる。

最近の生協では、店舗を持ち、低価格競争に向っているところが少なくないが、パルシステムは「産直」にこだわり、顔の見える関係づくり、体験しながら農業の厳しさを理解する取組みを行っている。

パルシステムでは、生産地で「公開確認会」という監査を実施している。公開確認会には、競合産地の生産者も参加する。1回の監査に消費者、生協、他の産地の生産者など150名ほどが参加しているが、この公開確認会を実施することによって、生産者はまめに記帳するようになる、生産地も力を蓄えてくる、信用がついてくる、などの効果があった。公開確認会は、実際に食べている生協組合員が来るので緊張するが、終わると達成感があり、自信を持つようになるようである。

#### (5) 意見交換

- ① 生産者の経営の安定を図ることが第一である。消費者には、よいものであれば、高いものでも買う姿勢が求められる。
- ② 小田原市でも、他の地域と同様農業者の高齢化、担い手不足が進んでいる。「都市農業成長特区」によって、NPOが農地の借り手として認められるようになり、遊休農地が問題の解決の糸口ができた意義は大きい。担い手の育成には、生活の安定が前提となる。
- ③ 小田原の梅として「十郎梅」のブランド化に取り組んでいる。パルシステムの中では、ブランド化されていると思っている。ブランド化を進めるには、同業者によるネットワーク作りが欠かせない。ネットワークは緩やかなものでよい。内部では競争しながら、時には喧嘩しながら、ブランド力を高めて行く時代になっている。
- ④ 小田原市は、都市農業圏にある。しかし、これまでは、大量消費の流れの中で、生産を考えてきたため、小さな産地としての良さ、特色が評価されて来なかった。小田原は、日帰りで消費者が来てくれる位置にある。消費者の目に見えるところにある産地である。農協を中心に「地産地消」に取り組んでいる。県の方針として、「神奈川ブランド」を推進している。また、教育現場ではいろいろな問題が発生しているので、小田原市の農業には、教育問題の解決のアンテナショップ的な産地になって欲しい。

### 3 体験交流農場の展開と課題

- (1) 体験交流の初級コースには、幼稚園児や小学生を連れた家族が多く、興味を持って来るが、次のステップになると、引き続いて参加してくれる者は少なくなっている。2年、3年と運営してきて、はたけの学校では、区割りをし、収穫物は、管理している家族のものというようにするなどしている。工夫しなければならないことが起きてきている。
- (2) たんぼの学校では、もみまき、田植え、案山子作り、収穫、餅つきなどを実施し、はたけの学校に比べ、実施しやすい。同一の児童が5歳、6歳、7歳のときといったよう

に連続して参加している。成長の過程が分かる。たんぼで育つという感じがする。

(3) 事務局と参加者側が離れてしまうと駄目になる。両者をつなぐつなぎ役が必要である。参加者が発信するブログの効果は大きい。

(4) 交流事業には、トイレや休憩などを整えた拠点施設が必要である。

(5) 交流事業は、交流体験から始まる延々と続くステップアップであることを理解して取り組む必要がある。みかんの全盛期時代は、何でも農のサイドで実施していたが、今は、消費者も参加し、生産者も生活者として潤いがある生活、取組みが必要である。

#### 4 「農」を通じた食育等の推進と課題

(1) 朝食を食べて来ない児童が2割に達し、食について考えると悲観的になる。母親から食について教えてもらいたいが、農の経験がない母親に食の大切さを伝えていくことは、非常に難しい。

(2) ブランド化に当たっては、単に梅を売るのでなく、「なにないの梅」で売ることが必要である。小田原では品目によっては足りないものが出てきている。消費者は分かっているが、生産者の中には価値が分からない人がいる。

(3) 1農家で後継者を確保することは困難な時代になっている。仮に後継者が確保された場合でも、地域に仲間がいなければ、寂しくなり去っていくという事例が多くある。都会の若者の参入を視野に入れた複数の農家が参加した法人化された農業経営にすることが必要である。

農業を始めようとする若者がいても、親が全部してしまうということが起こっている。果樹の剪定でも、息子にさせないで親がしてしまっている。親が後継者の学ぶ機会を奪っているのに等しい。また、農作物を作るが売らない農家がまだいる。このような状態が問題であるが、交流事業によって物を作る大切さ、そのことによって土の大切さが分かり、やがて小田原が見えてくるようになってきた。状況はいい方向に動いている。

## 第3章 フォーカスグループ調査

当センターでは、平成19年7～8月、20代、30代、40代の女性各8名ずつに、それぞれ、東京、大阪、名古屋でお集まりいただき、農業の理解醸成に関するフォーカスグループ調査を行った。

### (1) 20代の女性

- ・ 農業については知らないと自覚している。(全員)
- ・ 農業への理解を進めるには、DASH村のようなテレビ番組をもっとやってはどうか。ああいうものなら、農業に興味がなくとも、アイドルに興味があるだけで見る人がいる。あの番組では、農業に取り組んで、苦労して作物等を収穫している。
- ・ 小学生の頃、校長が畑を持っていて、児童に農業を体験させていた。小さい頃から、芋ほりなどで農業に関心を持てば、大きくなってからも、農業などへの見方も変わってくるのではないかと。
- ・ 高校時代に、農作物を育てて構内で販売し、学園祭の費用にした経験がある。楽しかったので、今でも花を育てたりしている。
- ・ 小学校時代にクラスで畑を作ったり、近くで芋ほりをしたりして、勉強になった。そのようなことで農業に親近感を持ち、視野も広がった。DASH村のようなテレビ番組であれば、宣伝効果も大きいのではないかと。

### (2) 30代の女性

- ・ 農業については知らないと自覚している。(全員)
- ・ 脱サラして農業をしている人がいて、子供を連れて行けば、土を触らせるなどの実地体験をさせている。年に何回か、田植えや稲刈りに行っており、イベント性を持たせれば、実地体験としていいのではないかと。
- ・ 両親が市民農園を借りているので、それで農業に触れる機会がある。
- ・ 子供に野菜などがどうやってできるのかを教えるため、遠足などで実体験をさせる機会を作るべきである。そのときに野菜を食べさせれば、本当の味を覚えて野菜嫌いではなくなる。

### (3) 40代の女性

(農業をどう思っているか)

- ・ 農業は、食べるものを作り、健康を保つ職業、言い換えれば、口の中に入れるものを作る大切な仕事である。
- ・ 種を蒔いて、育てる。子供がいたら、楽しい。しかし、自分がやろうとは思わない。

- ・ 育った場所の周囲が農家だったので、農業は四季を感じるものだった。田植えや稲刈りがあると、非農家の子供であっても、田植えや稲刈りのモードになった。
- ・ 品種改良して新しいものを作ることも農業と思うが、GMOについては違和感がある。農業とは、自然のものである。
- ・ 親戚が家庭菜園を大規模にやっていて、先日収穫を手伝いにいったが、果物は手が届かず、虫もいて、大変な作業だと思った。

(農業をもっと理解するためには、なにをしてほしいか)

- ・ 例えば田植えツアーのような農業を体験するツアーがあればいいのではないか。見るだけでは感動もないので、自分が植えたものを収穫できるといったような体験ができるものがよい。
- ・ 学校の理科で植物を育てており、その地産品を子供達に聞かされている。自分が子供の時にはそういう授業はなかったなので、そうしたものをもっと広げて欲しい。
- ・ 農家が作ったものをできるだけ新鮮なうちに手に入れたいが、どこへ行ったらいいかわからない。事前に新鮮なものを売っている情報があれば、寄り道してでも買いに行く。各地の朝市の情報などももっと教えて欲しい。
- ・ インターネットで調べると言っても、検索エンジンをかけてまで調べることはしないので、広報や回覧板のようなものにそういう情報を載せて欲しい。
- ・ ポータルサイトがあれば、定期的に見るだろう。
- ・ ナビゲーションシステムにそうした売店情報は入れられないのだろうか。
- ・ 無料雑誌に載せたらどうか。無料雑誌は、結構、よく見るものである。

(子供が農業にふれる機会はあるか)

- ・ 自分達が子供の頃には、学校から近所の農家に学習に行った。
- ・ 牛や豚などは、子供と県の農業センターに行って体験した。最近は、応募者が多く、競争率も激しくなって、当選するのも大変である。
- ・ 動物の臭いは、行って見るだけなら、そういうものと思っているので、気にしない。

## 第4章 出張調査結果

### 第1節 高知県におけるグリーンツーリズムの推進

平成19年3月、高知県庁を訪問し、同県におけるグリーンツーリズムの推進状況について調査した。

(1) 高知県では、グリーンツーリズムを推進するため、「こうち体験ツーリズム推進プログラム」を作成している。

高知県におけるグリーンツーリズムの課題としては、次の点があげられる。

- ① コーディネートを担う組織がない
- ② 継続的に一定規模以上の体験ツーリズムを受け入れる地域が少ない
- ③ グリーンツーリズムビジネスが育っていない。

(2) このため県では、具体的な支援として、コーディネート機能を受け持つ組織の育成、農林漁業民宿、レストラン等の開業支援、グリーンツーリズムビジネスのネットワーク化（品質管理・研修等を実施する組織の育成、商品企画、PR、誘客）を行っている。

品質管理・研修等を実施する組織の育成においては、県の支援を減少させ、民間へアウトソーシングを増やすこと、商品企画、PR、誘客では、民間組織の機能の充実を図ることとしている。

(3) 具体的な仕組として、県庁内に関係各課で構成された「こうち体験ツーリズム庁内推進検討会」を設置し、推進プログラムの進行管理、マニュアル・ガイドラインの策定、フィールド地域への支援（コーディネート機能を受け持つ組織の育成、農林漁家民宿・レストランの育成）、情報収集を行っている。

また、平成18年5月からは、「こうち体験ツーリズムネットワーク」を推進しており、ネットワークの構成員は、農家民宿、レストラン開業者、体験ツーリズム受け入れ実践者、市町村、観光コンベンション協会である。ネットワークでは、県内外への情報発信、マニュアル・ガイドラインの拡充、こうち体験ツーリズムの大学カリキュラムの作成を行っている。

なお、こうち体験ツーリズム大学では、農林漁家民宿の品質確保、地域活性化、楽しみ方・楽しませ方の提案を行っている。大学は、県からの委託によって運営されており、19年度も実施する予定であるが、民宿経営者が受講する関係から宿泊を伴う研修の実施は、難しいとのことである。

## 第2節 群馬県の食育の取組み

各都道府県では、国の方針を受けて食育を推進しているが、群馬県では、「ぐんま型食育」と名づけた特色ある取組みを行っているので、平成19年2月、群馬県庁を訪問し、調査を行った。

### 1 部局横断的な取組み体制

(1) 群馬県では、知事を議長、食品安全会議事務局長を座長とし、保健福祉局、農業局、教育委員会事務局等の関係課室の長（17 課室長）を構成員とする「食品安全会議」を設け、その下に、課室長による「検討部会」や、担当者のほか、子どもの食育に実際に関わっている学識経験者、幼稚園教諭、保護士、調理師、幼児の保護者の外部メンバーを加えた「ワーキンググループ」を設けて、食育を推進している。外部メンバーを加えたワーキンググループが様々な面で意見を交換しているのが特色となっている。

### 2 子ども向け食育教材の開発

(1) 群馬県では、子どもたちに、「食」を学んでもらうこと、気楽な気持ちで「食育」に取り組んでもらうことを念頭に子ども向け食育教材の開発に取り組んできている。

これまでに開発された教材は、平成15年に「すくすくカルタ」、16年に食の替え歌と「ゆうま三兄弟のゆうこ姫を救え!」、17年に「こころを育むゆうまちゃんの食育紙芝居」等である。

(2) 「すくすくカルタ」は、群馬県は、上州カルタの伝統があり、カルタには幼い頃より親しんでいる土地柄であることから発想されたものである。詠み句を募集したところ3,176句の応募があり、18年12月末までに18,815部が売れている。販売価格は38円である。

(3) 食の替え歌では387の作品の応募があり、7点が決定された。「ゆうま三兄弟のゆうこ姫を救え!」は、親子で学ぶ食育ブックとして作成され、18年12月末までに5,189部が売れている。販売価格は500円である。

「こころを育むゆうまちゃんの食育紙芝居」は、19年1月末までに476部が売れている。価格は1,310円である。

(4) これらの食育教材は、県内の幼稚園、保育所、小学校、図書館に無償配布するとともに、紀伊国屋書店等でも販売されている。また、県職員による食育出前講座でも利用され、カルタ（大判のもの）や紙芝居については、貸出しも行われている。

### 3 群馬県食育推進計画

(1) 群馬県では、平成18年5月「群馬県食育推進計画」を策定した。計画では、

- ① 「家族でいただきますの日」の提唱・普及などを通じて、「健全な身体」とともに、「豊かな心」、「社会性」を育む食育を推進すること
- ② 愛称を「ぐんま食育こころプラン」とすること
- ③ 「食で育む15の目標」

が設定された。

なお、群馬県の計画は、食育を乳幼児から始めること、農作業や体験型の食育を積極的に進めることになっている。

(2) 計画における重点プランでは、今後5年間で重点的に取り組む新たな施策を次のように定めている。

プラン1：食育についての共通理解の促進

施策1：食育推進計画の普及・啓発、

施策2：県民意見の反映

プラン2：食育推進のためのネットワークづくり

施策3：食育推進会議を中心としたネットワークづくり

施策4：市町村との連携促進・企業等との連携促進

プラン3：「家族でいただきますの日」提唱・普及

施策5：「家族でいただきますの日」普及事業の推進

プラン4：乳幼児期からの食育推進体制づくり

施策6：乳幼児を持つ家庭の食育を支援するための取組み

施策7：幼稚園・保育所における食育の推進

プラン5：体験型食育推進体制づくり

施策8：心を育む体験型食育の推進

(これまでの取組み状況)

- ① ぐんま食育推進サポーターの任命

保育所や学校などで食育の公演活動や調理指導などをボランティアで実施。122名の個人、11の団体が登録

- ② 食農教育モデル支援事業  
農作業や農産加工など小学校での体験を指導員の派遣や財政面で支援。平成 12 年から延べ 113 校。
- ③ あぐり・カルチャースクール支援事業  
農作業等に加え農村に伝わる年中行事や民話などについて地域農業者との交流を通じて体験
- ④ コミュニケーション・ファーム事業  
種まきから収穫までを体験。農家との意見交換も重視。
- ⑤ 食の生産・流通現場公開システム事業  
消費者が直接、食の生産現場を訪問。生産者や事業者との意見交換も行う。登録生産者・事業者は 40 か所。
- ⑥ 元気県ぐんま 21 協力店事業  
栄養成分表示やヘルシーメニューの提供を行う協力店。平成 22 年までに 1,000 店以上を目指す。
- ⑦ 「食育フォーラム」開催  
18 年度から 11 月 23 日（勤労感謝の日）に開催