

2012年（平成24年）1月12日（木） 地方行政

木曜連載地域力と地域創造^⑬

食の教育は地域活性化につながる

食育を地域に根付かせるには

金丸弘美

食総合プロデューサー

七つのお願い

食育の講演で毎月のように各地に呼んでいただく。テーマは、いかに地域づくりに結び付けたらよいか。具体的な方法や各地の事例が知りたいというのだ。

「食育基本法」が成立したのは2005年。既に5年が経過して見直しをすることになっている。そのこともあって、食育の新たな活動をどう展開していくかが、改めて問われている。

今後、食育を持続的に地域に根付かせていくためにはどうしたらよいか、その手法が知りたいという声が圧倒的に多い。

各地に行ったときをお願いしていることは次の七つ。

① 地域で横断組織をつくる

食育についてはほとんどの自治体が、保健課は栄養バランスと健康指導、農政課は農業体験、教育委員会は食の大切さと学校給食の推進というよ

うに縦割りになっていて、連携が十分とれていないケースが多い。

栄養バランスと食べ方、健康的な食とその食が育まれるところをトータルに学習すれば、大人にも子どもにも食育がしっかり伝わる。

これは、筆者が実際に女子大や高校などの授業で行い、体験を通して確信を得たことである。

② 地域の健康調査と小中高生の生活リズム調査の結果を明らかにする

食育基本法ができた背景には、子どもたちの生活リズムや食の偏りから、糖尿病、肥満などの生活習慣病予備軍が生まれていることがある。成人においては、女性のやせ過ぎ、男性の肥満などが糖尿病をはじめとする健康被害につながっている。

健康調査の結果をオープンにして親たちに考える機会を与えれば、自分たちのこととして食育の認識が広がる。例えば、秋田県横手市の取り組みが素晴らしい。

横手市は高血圧が多い。これは、野菜不足と塩分の多い漬物類をたくさん食べることが背景にある。高校生にも予備軍がいることが、健康調査で分かった。そこで市は、高校生と大人向けの料理教室を開催。健康被害の要因を明らかにした上で、実際に料理も作ってバランスのよい食生活をするよう指導している。

③ 地域の医療費用の負担がどれだけかかっているか明らかにする

健康につながれば医療費が減り、財政負担も軽くなる。国の医療費は年々増大している。地域の

状況を自治体がしっかり把握し、健康調査とともに明らかにしていけば、なぜ食育が必要かが理解できる。

④ 農業や料理体験の学習にプログラムを作り、学ぶことの位置付けを明確にする

子どもたちに稲刈りや野菜づくりの農業体験をさせる自治体は結構あるが、どう学習に取り込むかというはつきりしたプログラムを持っていないところも少なくない。

筆者も大学の講師として、学生たちを引率して農業体験に行ったが、そのときは農家と協議をして事前にしつかりとしたプログラムを作った。

どんな物を栽培しているのか、堆肥はどうしているのか、作物はいつ、どうしてできるのか、なぜ農作業をするのか、いつ収穫できるのか、農家の売り上げはいくらか、どこで販売されるのか——などを調べ、把握しておくのである。

そうでないと、何を学ばせるかがはつきりせず、不満足な状態をつくりかねない。逆に、プログラムをしつかり作っておけば、参加者の満足度は高いものになる。

⑤ 食材の四季のリストと、文化、歴史、背景、品種、味などのテキストを作製する

テキストを作っておくと参加者に伝えることが楽になる。

⑥ 学校給食においては、教育委員会、栄養士、農業者、市場、農協、直売所、地域などの密

なコミュニケーションをつくる

お互いに顔の見える関係をつくり、現場の事情

が分かれれば連携しやすくなる。また、使用する地域の食材も広がる。

⑦ 子どもの健康的な未来と地域経済の発展につながるビジョンを持つ

食育の一番の目的は、未来の子どもたちに健康を手渡すこと。その目的をはっきりさせておけば、みんなが何のために何をするのか分かり、動きやすくなる。

国のデータはひとつ

そもそも食育基本法が生まれたのは、▽食生活の偏りや運動不足、夜更かしなど生活リズムの不規則により、小学生から大人まで健康被害が増えているため、予防の観点から生活習慣を見直す必要がある▽医療費を削減するためにも、食生活を改善し健康を増進しなければならぬ▽食料自給率を向上させるには、地域の食の見直しを図る必要がある——ことなどが背景にある。

特に問題になっているのが、健康被害である。糖尿病、ガンなどが増えているのだ。その要因は、喫煙、野菜不足、運動不足に加え、菓子類や清涼飲料水などの日常的な摂取による食バランスの偏り。

また小学生では、テレビゲームの普及により夜更かし傾向となり、日常的に疲れやすい状態が生まれ、これに食生活の偏りと運動不足が重なると将来の生活習慣病の要因となる。

既に厚生労働省や文部科学省からもこうしたデータがたくさん公表されている。しかし、国のデ

ータを見てもひとつと思いがちだ。ところが、地区単位や学校単位でしっかり調査したデータを公表すれば、食育の必要性と手法が明確になる。

そして、はっきり言えることは、食育にきちんと対応しているところでは、間違いなく地域活力が生まれているということである。

学校給食に食材提供

例えば、愛媛県今治市のJAおちいまばりの直売所「さいさいきて屋」は、市内の学校給食すべてに食材を供給している。幼稚園の一部にも供給している。また、直売所にも子どもたちの農業体験コーナーや料理教室を設けて、年間を通じて食を学ぶ楽しさを伝えている。

さいさいきて屋は、年間の売り上げ23億円、集客150万人という日本でも異例の直売所だ。今治市の人口が17万人だから、そのすごさが分かる。

給食に取り組むに当たっては、市教委や給食の栄養士と1年間にわたり協議を重ねた。月ごとの食材リストを提出し、実際に直売所の現場も見てもらった。地域にある旬の食材を取り入れてもらうと、給食メニューも見直してもらった。

学校給食に対応することで、確実に地域の食の豊かさが子どもたちに伝わる。子どもときから旬の食材に触れ、そのおいしさを知る。そしてファンが増える。

直売所も地域連携を強化して、食材から加工品までほぼ8割は地元のものでそろえている。ここだけで日常の買い物できてしまう。食堂やカフェ

モクモク手づくりファームでのウイナー体験教室



エもあるから、家族そろって買い物ができる状況がすっかりつくられている。

また市は、早くから有機農業での給食を取り入れ、地域農業との連携を行ってきたため、行政のバックアップ体制もすっかりできている。

こうなると、地域の人たちが親元を離れた子どもに地元の食料品などを送ったり、親戚の贈答に使ったりするようになる。通信販売も増える。また、地元の人が一番おいしいものを食べているらしいと、地域外からも多くの人が買い物にやってくる。実際に、さいさいきて屋はそうなっているのである。

ウイナーづくりに年10万人

三重県伊賀市の「伊賀の里 モクモク手づくり

ファーム」も食育に力を入れてきたところだ。最も有名なのが、ウインナーづくりの体験教室。2人1組となり、豚肉のミンチにペッパーや塩を入れて、これをピストル型の腸詰め器を使って羊の腸に詰める。この教室だけでも年間10万人が参加する。課外授業などに取り入れている小中学校も年間400校に上る。

体験料金は2人で3150円。しっかりと料金を設定することで、専用の体験施設と専任のインストラクターを置き、十二分な対応ができる体制を築いている。

この仕組みがファーム設立当初にできたことで、ハム加工場しかなかった山間地をファミリー客が訪れるようになり、その後、レストラン、パン工

若葉幼稚園の配膳の様子(提供「さいさいきて屋」)



房、カフェ、直売所、宿泊施設などが次々と生まれた。今では年間で50万人を動員、売り上げは47億円に上り、大阪駅前や名古屋駅前にレストランを進出させるまでに発展した。

「モクモク」では、早くから食育の先進地であるフランスの体験ファームに注目。フランスとの交流を深めて視察研修も行い、そのノウハウの導入を図ってきた。

フランスでは、学校と連携し、主に牧場で乳搾りやチーズづくりなどを体験して食と地域と命のつながりを学ぶ体験プログラムがある。これらの牧場を「教育ファーム」と呼んでいる。フランス全土で1400カ所あり、国が支援する体制がつけられている。

モクモク内では、ジャージー牛の乳搾り体験や田んぼの生き物調査、羊や馬との触れ合い、クイズ形式で子どもたちに食と農と生き物のつながりを伝える教室など、年間50以上のプログラムが用意されている。

こういった食育プログラムを設定することで、参加者は旬の味や手づくりの味を知る。おいしくて生産者の顔が分かれば、値段が少し高くても購入する。大量生産のものとは手づくりのものとの違いをはっきり認識して、選択して購入する。

食育は一見効率が悪そうだが、子どもたちにとっては食を伝えていくには不可欠な要素だ。時間がかかるが、それがおいしい食を選択できる消費者を育てる。ひいてはファンを育てることもつながるのである。

魚をさばく

山口県萩市にある道の駅「萩シーマー」も、魚のさばき方から料理までを伝える教室を開いている。

この道の駅は漁港のそばにあり、魚、野菜、肉、乾物の販売と料理店を一緒にして公設市場にしまった。ほかでよく見られる、仕入れの土産品を並べて置くような道の駅とは一線を画する。年間の売り上げは10億円で、150万人を動員。2階のキッチンで子ども向けの体験教室が開かれる。

漁港のある町でさえ、まるごとの魚をさばくところを見たことがないという子どもが少なくない。そこで、実際に体験して食べてもらうことで、旬の魚の新鮮なおいしさを伝えようという狙いだ。老人ホームに料理人が出向き、魚をさばいて食べてもらう活動も行っている。

道の駅では、漁業者と連携したイベントが年に8回実施されていて、旬の魚の握りずしやふぐ料理を提供するなどして、消費者と直接交流しながら食べるという活動が行われている。

さらに、駅長(店長)の中澤さかなさんは毎週、地元テレビやラジオの番組に出演して、旬の魚料理を伝えるなど広報活動も徹底している。

「地元で愛される場所をつくらう。それがひいては観光客を呼ぶ」(中澤さん)とのコンセプトで始まった道の駅。コンセプト通りに、いいものを地元の人が食べている、おいしいものが集まっているということが、結果的に観光客を集めるこ

とになった。

もちろん、食育は地域の食の振興だけが目的ではない。一番肝心なのは、きちんとした食事をし、健康的な生活を育むこと。それを地域にしつかり根付かせることが、地域の食のブランドと、持続的な地域経済を創造することにつながるのである。

〔**地方行政**〕（**時事通信社**）より）