

5. 本事業の成果と課題

本事業の活動を直売所担当者や食育担当者に知ってもらうことを目的に報告会を開催した。さらに、意見交換会を行い、食と農をつなぐフードチェーンの食育活動に関する意識の共有を図った。

最後に、本事業を通して食育活動のあり方、農産物直売所の役割などを総括する。

報告会の概要

開催日：平成 27 年 3 月 13 日（金）

開催場所：飯田橋レインボービル 中会議室

参加者：約 40 名（食育担当者および直売所担当者）

内容

- ①全国の農産物直売所における食育活動の報告
- ②パネルディスカッション
「食と農をつなぐ食育活動を考える」
- ③試食会&交流会
素材の味を引き出す試食の作り方



成果と課題

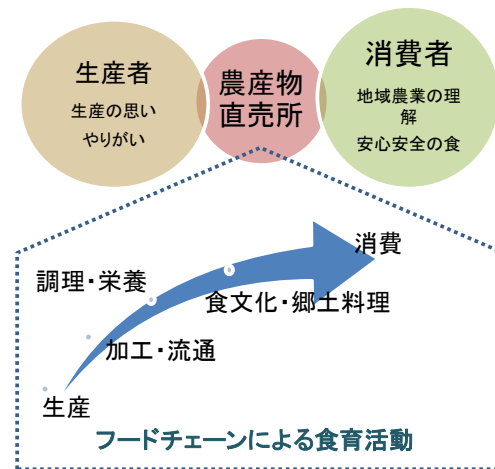
自由意見から

アンケートの数字からは拾えない意見が自由意見欄にはたくさんある。自由意見記入者は441人中168人であった。

情報誌の基本的な構成は、①生産者情報、②旬の食材のレシピ、③畑の情報「農のコラム」④イベント情報となっていて、特に意見が多かったのが「生産者を知ることができてよかった」という意見であった。生産者の顔が見える販売が直売所の特徴ではあるが、生産者名をバーコードに表示するだけでは伝わらない情報がある。

一方で、情報誌に対する要望としては、「情報量がもっとあったらよかった」（今回はA4両面カラー印刷1枚程度のもの）、「生産のこだわりを知りたい」という意見もあった。

食育プログラムについて、32人が意見を記入していて、うち半数は時間がなくて参加できなかったというものであった。次回は時間や曜日の工夫が必要そうだ。評価されている内容は、「普段は入れないような場所にいったのがよかった」、「生産者の頑張りが伝わってきた」、「農業を身近に感じた」、「農家のおもてなし、最高でした」、「新たな発見があった」、「今後も引き続き実施してほしい」、「農業への理解が深まった」、「地域をよく知る機会になった」、「統料理などを次回は希望する」というものであった。生産者にとってはあたりまえのことが消費者には新しい発見であることが多い。



直売所担当者からの意見

企画した店舗からの意見として、「収穫の食育プログラムはとても喜ばれるが種まき、間引きなどは地味な作業になるので、楽しませる工夫が必要」、「回を重ねるごとに参加者が増えてきた、消費者とのよりよい関係づくりもできた」、「食育はこれからの直売事業に重要」というものであった。

介入度合による効果

消費者の効果を見ると、食育の介入度合が強いほど、食や農への理解や関心が強まることが分かった。海外のAMAPやCSA（コミュニティ農）など消費者との連携による農業が進められているが、良好な関係づくり、消費者の地域と農業への理解や消費者をパートナーとして誘導していくためにも丁寧な食育を実践していくことが効果的ではないかと思う。

農を身近に感じる機会が日常生活から失われつつある中、フードチェーンを食育で伝えることが重要となっている。地元の農産物を地元の人を買う、こうした小さな流通をもっと強いものにしていくためにJAが今回の活動を行うことは大きな意味がある。生産者を巻き込み消費者への食育活動を地域で作る、その過程で地域の魅力に気づくというプロセスが地域に蓄積されることも意義あることではないか。