

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）センシュウ	フリガナ）ケイエイ	フリガナ）イワタ ヒロナオ ゼミナール
専修大学	経営学部	岩田 弘尚 ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）エー チーム	フリガナ）イダ ミサキ	4	有
A チーム	飯田 美咲		

研究テーマ（発表タイトル）
グリーンツーリズムによる親子向けの食育の提案

※必ず「企画シート作成上の注意」を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的は、長野県長和町の地域資源である豚を起点とし、グリーンツーリズムを中心とした親子向けの食育の将来ビジョンとそのための具体的なプランの提案をすることである。その理由は、現在の食育の形に大きな問題があるためである。食育は生きていく上で重要な教育の 1 つであるのにも関わらず、私たちの日常生活においては食に関する知識を学ぶ機会が極端に少ない。その結果、「魚はスーパーのお刺身の形のまま海を泳いでる」というような誤った知識を子供が身につけてしまっている。子供たちが食について学ぶには、親も食についての正しい知識を持つ必要がある。

本企画では、親子が一緒に楽しく学べるようなクイズなどを使用した体験型学習と地域創生を視野に入れたグリーンツーリズムを具体的に提案する。さらに、将来的には、食育を受けた人々が正しい知識で自らの食を選択し、食料廃棄物などの食料に関する問題が減少したり、農業・漁業などに興味を持ち就労者が増えたりすることを期待している。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

幼稚園から中学生の子供を持つ 627 名の母親を対象に母親の食育に対する意識の調査（松島 2009）の結果、「子どもへの食育に関心がある」約 8 割「家庭での食育は重要である」約 9 割で以上いるのにも関わらず、「具体的に何をすべきかわからない」約 4 割「食育をすることを負担に思う」1 割と答えた人も多い。食育を行いたい、家庭でやるのはなかなか難しいということが示されている。食育体験を実施している主体は、家庭の他に学校、自治体、政府など様々である。ブランド総合研究所（2015）は、全国の道の駅、農産物直売所、体験ファームなど 3117 の施設を対象として、食や農にまつわる体験の実施状況についてのアンケート調査を実施した。その結果、約 50%の施設で食にまつわる体験プログラムを実施していることが判明した。さらに、今後体験プログラムを新たに開発または拡大・充実させることを「特にやりたいと思わない」と回答した施設は、わずか 2.3%と

なっており、約 90%の施設が体験の拡充・推進に対して関心を持っていることがわかった。

一方で、体験プログラムの難しさや課題も見えてきた。スタッフの不足、収益性の低さ、地域の生産者などの協力者の不足、季節による変動、集客、農地や施設の不足など、多岐に渡る悩みが浮き彫りになった。このように食育に関する体験プログラムをしたいと思っている施設がある一方で、人員不足や収益性などの問題が浮き彫りになっている。

また、近年グリーンツーリズム施設を利用する人数は、増加傾向にある。グリーンツーリズムによる経済効果などは地域活性化にもつながる大切な取り組みなのである。さらに、新たな旅の一つとしてもグリーンツーリズムに参加したいという人が 2004 年度は 770 万人であったが、2009 年には 848 万人まで増加しているという調査報告もある。

3. 研究テーマの課題

本研究の最大の課題は、食育をどのようにして親子に受けさせるのかである。そのために、上述の現状を踏まえて、グリーンツーリズムを通じ、地域の自然・文化や人々との交流を楽しみながら食を学ばせることで、地域創生の一部とし、地域を盛り上げていくことを視野に入れる必要もある。より具体的には、リサーチサイトとして長和町を取り上げ、都会から長野県長和町へ足を運んでもらうには、どのようにグリーンツーリズムを PR したらよいのか、どのような内容をグリーンツーリズムで学んでもらうのか等の課題に分割することができる。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

長和町の豊富な資源と特産品を活かし、グリーンツーリズムを通じて親子一緒に学べる食育体験型ツアーを提案する。さらにこのツアーを提案するうえで、フェーズ計画を考えた。フェーズ 1 では親子と小学生をターゲットとし主に食育の知識を深めることを狙いとする。PR 活動は口コミで周辺の人々を巻き込む。フェーズ 2 では高校生・大学生をターゲットとし、ツアーのボランティアをしてもらう。自分が内容理解していないと、案内や知識を教えることはできないので、フェーズ 1 よりも知識が深めることが期待される。PR 方法はパンフレットを配布することでより多くの人に目を向けてもらう。フェーズ 3 では高齢者や社会人にまでターゲットを広めていく。食育はもちろん、食料廃棄物の減少を見据えている。飲食店にポスターを貼ることで様々な年代の目に触れるような PR をする。将来的には全世代で食育の正しい知識を身に着け、食料廃棄物問題などの解消を目指す。

	フェーズ1	フェーズ2	フェーズ3
ターゲット	親子 小学生	高校生 大学生	高齢者 社会人
狙い	地域の特産品を活かし、親に食育の正しい知識を学んでもらう	地元大学生を巻き込んで、ツアーのボランティアをしてもらう	食育について学べる場を増やし、将来的には食料廃棄物を減らす
PR方法	口コミ	パンフレットを配る	飲食店にポスターを貼る

30

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

この活動に協力していただいた長和町にて生ハムを製造・販売している生ハム工房の方と長野県長和町役場産業振興課の方々へインタビューを実施した。生ハム工房では、養豚の話、生ハムの製造方法、広告活動についてインタビューした。さらに 2016 年 10 月に行われるフランスの車や文化好きの人のためのイベントであるフレンチブルーミーティングでの出店協力について打ち合せを行った。産業振興課でじゃ、長和町のグリーンツーリズム事業について説明を受け、特産品や広告活動についてインタビューした（実施日：生ハム工房の方 2016 年 8 月 3 日、9 月 25 日、長和町役場産業振興課 2016 年 9 月 20 日）。

6. 結果や今後の取り組み

現在、グリーンツーリズムを中心とした食育プランを詳細に練っており、それらをまとめたパンフレットを作成中である。それを 10 月に行われるフレンチブルーミーティングにて生ハム工房の店を手伝いながら配布し、来場者にグリーンツーリズムによる食育を呼びかけるとともにアンケートを実施する予定である。また、SNS にてこのグリーンツーリズムの取り組みを紹介、口コミを活用して拡散を狙う予定である。

7. 参考文献

- 松島悦子(2010)「食育における親の役割とは？～子どもの調理参加と家族の共食に着目して～」『親子のための教育読本』（2010 年 3 月）p.41～44 内閣府 共生社会政策 <http://www8.cao.go.jp/syokuiku/data/textbook/>（2016/09/26 閲覧）
- ブランド総合研究所(2015)『食農体験実施率 50%。課題は人材と収益性～食育アンケートより～』
http://tiiki.jp/news/01_news/3008.html（2016/09/28 閲覧）
- 農林水産省農村振興局（2009）『グリーンツーリズムについて』
<https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/env/review/pdf/3kai/05.pdf>（2016/09/28 閲覧）
- 農林水産省都市農村交流課（2011）『グリーン・ツーリズムの現状と展望』
http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/k_gt/pdf/1siryu2.pdf（2016/09/28 閲覧）

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となります。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。