

乳を取り込んだ食に関わる教育活動の実態と効果： イタリアの事例

法政大学経営学部 教授：木村 純子

研究成果の概要(和文)

本研究はイタリアにおける「乳」を取り込んだ食に関わる教育活動の実態と効果を異なる複数の手法を組み合わせたアプローチにより収集したさまざまな経験データの解釈を通じて明らかにする。

本研究から導き出された主な発見物は2点ある。第1に、イタリアでは食育において「テリトリオ」概念が重要な意義と役割を持っている。テリトリオはその土地特有の風土、文化、歴史、伝統、ヒトの手で構成される。ヨーロッパではテリトリオが競争優位性になり消費者価値と生産者価値を創出すると考えられている。第2に、酪農および酪農加工品(主にチーズ)は、子どもたちの食育において重要な役割を果たす。テリトリオ概念と連動させた食育の実践は子どもたちに教えられる要素を増大させる。生き物を大切にすることや牛乳の本質的な特性を理解できるのみならず、子どもたちが生きている地域の文化や歴史や伝統にも興味を持つようになる。ただし、効果的食育実践のためには、関連主体の協調的連携体制の構築が必須である。

研究分野

マーケティング、消費者行動論

キーワード

食育活動、テリトリオ、五感、DOP、IGP、伝統・文化、連携体制

1. 研究開始当初の背景

イタリアにおいて食に関わる教育活動に対する調査を積極的に実施してきた。調査対象者の酪農家、乳製品(チーズ)生産者、食育関係者、関連団体、行政、および消費者の実践や言説から、イタリアと日本には食に対する考え方と態度に大きな隔りがあることが分かってきた。その1つとして食と地域とのつながりが挙げられる。イタリアでは、制度としては農産物および農産加工品の特性はその原産地の特性によって生み出されるものと認識されEUの地理的表示(Geographical Indications)保護制度によって各地域の特産品が保護されている。消費者の価値観と態度としては自分のコムーネ(基礎自治体)やパエーゼ(村)に対する愛着が強く自身のパエーゼ内で生産された農産物・農産加工品を消費しようとする傾向が強い(木村 2013c; 木村 2014b)。このような日伊の差異は、食に関する教育活動のプログラム設計と実施に大きな差を生み出すことになる。

2. 研究の目的

本研究はイタリアにおける「乳」を取り込んだ食に関わる教育活動の実態と効果を異なる複数の手法を組み合わせたアプローチにより収集したさまざまな経験データの解釈を通じて明らかにすることを目的としている。イタリアを取り上げる理由は日本とイタリアは少子化や長寿命化という人口革命や、経済金融危機といった近年の社会の変化によって食に対する変化が求め

られているという共通点を持ちながらも、他方では日本とは異なる文化的特徴を有するイタリアの様相を明らかにすることによって、発見事項の一般化と日本への適用を目指すためである。

イタリアは食に関わる教育活動に積極的に取り組んでいると言われる(内閣府 2007; 内閣府 2008a; 内閣府 2008b; 阿部他 2011; プラート味覚教育センター他 2012)。その一方で、国立統計調査研究所の調査で6歳から13歳の約4%が肥満で20%が過体重という統計結果が出ている通り(内閣府 2008b, p114)、青少年の肥満が問題視されている。「食に関わる積極的な教育活動」と「子供の肥満増加」という相反する現象の共存をどのように説明すればよいのであろうか。多様な取組みは効果を発揮していないのだろうか。あるいは特定の消費者層だけが教育を受けられているのであろうか。教育実践と効果の実態を明らかにする必要があろう。

具体的には、イタリアにおける食に関わる教育活動において 1)正しい知識の習得、2)食の適切な選択能力の育成、3)食の持つコミュニケーション機能、および 4)食を通じた心の教育の醸成がどのように行われているのか。学校において食に関わる学習活動はどのような位置づけなのか。体験的な学習方法は行われているのか。どのように実践されているのか。牛乳・乳製品や牧場は教育活動にどのように活用されているのか。学習活動における食と農業と関係性をどのように伝えているのか。これらの実態を明らかにし、短期的・中長期的効果を検証し、さらに日本への適用可能性を検討する。

3. 研究の方法

主要な調査手法は、インタビューと参与観察である。農産加工品の生産に直接関わる人々、および行政・自治体・団体・企業・研究機関といった組織に属している人に対するインタビューを実施した。対象者は、筆者自身が直接コンタクトを取り訪ねていった場合もあれば、組織や現地コーディネイターや知人から紹介してもらった場合もある。インタビューは通訳を介してイタリア語で行われたが、英語を話せる人には英語で行った。インタビュー対象者の氏名、所属、および調査実施日は各章にまとめている。質問は事前に準備したがインフォーマントの回答によって臨機応変に質問を増やしたり変更したりしたので補完的に用いるにとどまった。参与観察については、生産工程を詳細に観察することで農産加工品に対する理解を深めた。農産物および農産加工品を用いた子どもたちへの食育活動については、子どもたちの迎え入れから見送りまで1日のプログラムすべての過程に参加した。

4. 研究成果

第1章 食育とテリトリオ意識の醸成

1.1. はじめに

本章が目指すのは、イタリアにおける食育活動である。イタリアを取り上げる理由は、イタリアはEU諸国で最も農業経営体数が多いからであり(石井 2010)、また食に関わる子どもたちへの教育活動に積極的に取り組んでいると言われているからである(内閣府 2007; 内閣府 2008a; 内閣府 2008b)。

食育活動の1つに教育農場(Fattoria Didattica)がある。教育農場は、農場、農業観光業、農産加工業者、農業文化の博物館などにおいて学校に対するサービスを提供することである。具体的には、子どもたちが 1)生産活動や農業の多様な機能を理解する、2)農業の生産プロセスを見る、3)テリトリオ(territorio)内の天然資源の保護と農業生産を関連づける、4)地元特産品を大切にする、5)農家の仕事を見るといった行為を通じて農家が行っている環境保全活動を知ることが目的とする活動である(Regione Campania 2010)。

本章は、教育農場における実際の教育内容と食育活動を促進する主体の取組みを明らかにすることで食育活動に関わる主要な概念を抽出することを目的とする。

調査対象地域としてカンパーニャ州を取り上げる。カンパーニャ州は州の国土のうち農地が占める割合は52%で、年間農業生産額は660億ユーロである。農業生産高が州のGNPに占める割合は約3%である。カンパーニャ州を取り上げる理由は、イタリアに20ある州のうちおよそ半分が州の活動として教育農場に取り組んでいるが、カンパーニャ州はエミリア=ロマーニャ州に続く2番目の州として教育農場を開始し、認証農場数が2007年から2011年の5年間で127経営から208経営へと61%増加しているとおり活発な活動を行っていると考えられるからである。

本章の構成は次のとおりである。第2節は調査の概要を説明する。第3節は教育農場の教育プログラムを概観する。第4節は食育に対するカンパーニャ州役場の取組みを説明する。第5節は調査の発見物、抽出された概念、および今後の課題を述べる。

1.2. 調査概要

2013年4月10日から4月15日まで南イタリアのカンパーニャ州において農畜産加工品および教育農場に関するインタビュー調査と参与観察調査を実施した。中でも本調査に関連するインタビュー対象者は【表1-1】のとおりである。インタビューの質問リストは付属資料のとおりである。インタビューはBuonocore氏の通訳を介して質問は英語で回答はイタリア語で行われた。教育牧場における子どもたちに対する教育の参与観察も行った。

表1-1 インタビュー対象者

対象者	所属	役職	調査実施日
Antonio Tallarico	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・農業部門・ 教育牧場課責任者	2013年4月15日
Maria Passari	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・農業部門・ 部長	2013年4月15日
Vivien Buonocore	Regione Campania Assessorato Agricoltura	カンパーニャ州役場・ 農業部門・秘書	2013年4月15日
Alessandro Pasca di Magliano	Masseria Gio Sole	教育牧場・経営者	2013年4月15日
Giuseppe Orefice	AgriGiochiAmo	教育牧場インストラクター	2013年4月15日

1.3. 教育農場の食育プログラム

1.3.1. 農場の概要

2013年4月15日の午前9時半に州役場の車でナポリ市内からカゼルタ県カプアにある教育牧場ジオソーレ農園(Masseria Gio Sole)に向かった。ジオソーレ農園は敷地面積が60ヘクタールの大規模農場である。主に果物、野菜、ワイン用ブドウを生産している。経営者のAlessandro Pasca di Magliano氏は1939年生まれで貴族(男爵)である。娘の1人が農場経営を手伝っている。

大規模農園の管理と維持は膨大なコストがかかるので、収益を上げるために多様な取組みを行っている。たとえば、2000年からアグリツーリズムを始めた。B&B およびレストランも経営している。教育農場は州役場にサポートしてもらいながら取組み始めた。教育農場には学校がコンタクトしてきて子どもたちが訪れる。すると子どもたちが今度は家族

と共に農園を訪れレストランで食事をしたりアグリツーリズムに泊まったりする。

農場敷地内には農産品の加工工場もある。工場内に「安全性の高い果実を用いた 2 次製品」と書かれたボードが掲示されているが、これは農場の加工製品が EU とカンパーニャ州によって登録され管理されていることを証明するものである。フルーツジュースやトマトジュースといったジュース類、果物から作るジャム、ブルスケッタ(bruschetta)に使う野菜のクリームも製造している。クリームに用いる野菜はカルチョーフィ(carciofi:アーティチョーク)、ナス、ラパ菜(cima di rapa)などである。パスタに使うトマトソース(sugo di pomodoro)も作っている。

農産加工品の製品開発はカンパーニャ州やモリーゼ州の大学の農学部と共同開発で行っている。製品の販売経路は直販、ホテルやレストランなどの外食産業、デリカテッセンなどの食料品専門店である。直販が 50%を占めている。高価格帯の商品であることからファーマーズマーケットでは販売しないし量販店にも卸していない。オリーブの実からオリーブオイル、ブドウからワインも作っているがいずれも農園内のレストランですべて使い切っている。

農場の主な収入源はレストランである。新鮮な農産物も加工製品もレストランで使うことができる。近年、新鮮な農産物を市場に卸す比率が減ってきた。なぜならば、農産物は保存できないが加工品は保存することができるからである。

1.3.2. 教育農場活動

1ヶ月に訪れる子どもの数はおよそ 1,000 人である。1 回あたり最大 200 人を受け入れることができる。農園は 2ヶ所あるのでその時は 100 人ずつそれぞれの農園に分かれる。来訪者が多いのは学校の学期中の 4 月から 5 月までと 9 月から 11 月初めまでである。学校の課外活動として教育農場に来た子どもが日曜日に親を連れてくることもある。夏は家族用のプログラムを用意し子どもたちは親と一緒に学習する。

筆者が観察したのはカゼルタ県の学校からやってきた子どもたちであった¹。カゼルタから農園までは車で 45 分程度なのでさほど遠くない。子どもたちの年齢は 7 歳であった。筆者らが農園に到着した時には、子どもたちはすでに 2 つのグループに分かれて活動を行っていた。1 グループあたり約 15 名であった。1 つのグループでは、インストラクターがあらかじめ教えた講義内容に関する質問をクイズ形式で出すことによって子どもたちが理解できたかどうかを確認していた。ゲームは果樹園で行われていた[写真 1-1]。

写真 1-1 果樹園でクイズゲーム



2013 年 4 月 15 日筆者撮影

¹ 通常はナポリの学校から訪れることが多い。

もう1つのグループの子どもたちは屋外のひさしの下でタルトを作っているところであった。農園のオーブンで焼いてできあがり自宅に持って帰ることができる[写真1-2]。いずれも楽しみながら学ぶというのが農場における教育のポイントである。

写真1-2 タルト作り



2013年4月15日筆者撮影

ツールも活用されている。レクチャーやクイズに使うボードなどのツールはナポリの AgriGiochiAmo という団体が制作した[写真1-3]。この団体は3、4年前から農場教育用コミュニケーションツールの制作を始めた。

写真1-3 教育農場で利用するツール



2013年4月15日筆者撮影

教育農場のインストラクター Orefice 氏はナポリ出身でフードテクノロジーの専門家である。Orefice 氏は何年もこの仕事に携わっている。農園から車で20分ほどのカゼルタ地区に住んでいるがカンパーニャ州のみならず、ローマ(ラツィオ州)、トスカーナ州、シチリア州でも教えている。ジオソーレ農園が Orefice 氏を雇っているのではなく、上記の AgriGiochiAmo に Orefice 氏は所属し各農園に派遣されている。ジオソーレ農園は教育農場の開催の都度、講師代を支払う。

教育農場におけるいずれの活動も実際に始める前の事前学習が重要であると Orefice 氏は言う。子どもたちは正しい食品とはどういう食品のことなのか、それぞれの食品にはどのような栄養素が含まれているのかといったことをインストラクターから学ぶ。

農園は複数のアクティビティを用意しているが、子どもたちがどのアクティビティを行うかは学校教諭が決める。学校教諭は学校における食育活動と連動させられるアクティビ

ティを選択する。農園での活動内容は季節ごとに変えている。春と夏では収穫できる野菜や果物が異なるのでそれぞれその季節の産品を用いた異なるプログラムになる。秋はオリーブやブドウなどをはじめ農産物の収穫の季節となるのでまた異なるプログラム内容になる。農園で作業を行うプログラムもある。用いる農具は子ども用のサイズになっている。子どもたちは春にはプラントを移植したり、収穫シーズンには収穫を手伝ったりする。

所要時間も学校側が選択する。半日コースと1日コースがあるが、半日コースは午前中のみの活動で子どもたちは昼食を食べずに帰る。1日コースは午前中の活動を終わると昼食を食べ、午後は自由時間になる。

屋外での子どもの活動なので予期しないハプニングはしょっちゅう発生する。たとえば、子どもは虫が出てくると大騒ぎする。インストラクターにとってはそれが教育のチャンスとなる。教育に連動させながら子どもたちを落ち着かせたりハプニングを解決したりする。インストラクターがハプニングを適切にマネジできるかどうか重要であることからインストラクターに対するトレーニングは重要である。子どもたちに対する授業は2時間程度であるが、インストラクターは長時間の講習とトレーニングを受け経験も積んでいる。

ジオソーレ農園では子どもたちが作業を手伝う際はインストラクターと共に活動し、農夫と話す機会はない。なぜならば、農夫たちは専門の訓練を受けていないので子どもたちに教育できないからである。彼らは使用する言語も異なり、使う単語も異なる。農夫らを教育し子どもたちと直接コミュニケーションを取らせることは難しいと Orefice 氏は考えている²。

1.3.3. 食の正しい選択

教育活動の中で最も重要な目的の1つは食品の正しい選択の仕方を教えることである。Orefice 氏にジュースの選択の仕方を子どもたちに実際に教えるときの様子を再現してもらった。インストラクターから子どもたちへの最初の質問として、買い物に行ったときにどういう基準で商品を選んでいるのかを子どもたちに尋ねる。多くの子どもはなじみのあるブランド名を挙げる。親しみのあるブランドがいいと言うのでなぜいいのかと聞く。何が入っているといいのか、色はどうあるべきか、茶色いジュースとオレンジ色のジュースがあるがなぜ色が違うのかといった質問を重ねていく。

写真 1-4 インストラクターによるレクチャー「食の正しい選択」



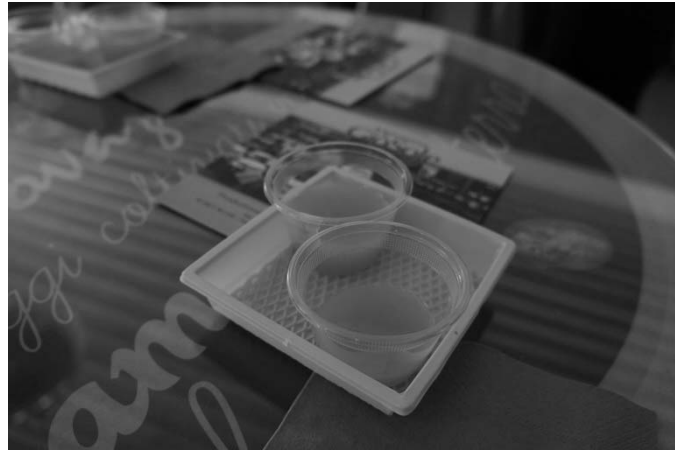
2013年4月15日筆者撮影

² ジオソーレ農園では農夫が直接話す機会はないが、家族経営型小規模農場の教育農場では農夫が子どもたちと直接話すこともある。

子どもたちへの 2 つ目の質問として、ジュースのテクスチャー(質感)を比べてもらうために、2 つの異なるジュースの瓶を使いながら、瓶を振って中のジュースはどのように動くのかを聞く。瓶の中の沈殿物の違いも見ってもらう。どちらが早く動いてどちらがゆっくり動くのか、それはなぜかを考えさせる。

ラベルの見方も教える。酸度とは何か。2 つのジュースのうち 1 つの原材料は果物となっていてもう 1 つは果物クリームと書いてある。それぞれどういう意味なのかを教える。

写真 1-5 「食の正しい選択」ホームメイドと工業製品



2013 年 4 月 15 日筆者撮影

ここでようやくジュースが入ったカップを手にとってもらう。まずカップがコンポスト可能な素材で作られていることから環境サステナブル(持続可能)であることを教える³。カップを手のひらに乗せてしばらく待つ。オリーブオイルのソムリエがするようにカップを手で温める。そうすれば、ジュースに香りが出てくる。鼻に到達した香りを嗅いでみる。子どもたちにどちらの香りが好きかを尋ねる。ほとんどの子どもは工業製品ジュースの香りの方が好きだと言う。なぜならば、なじみのある香りだからである。工業製品の香りはジャムと新鮮な果物のどちらの香りがするかを尋ねてみると、子どもたちはジャムの香りがすると答える。工業製品ジュースに使う果物は鮮度が低いために長時間煮詰められているからジャムのような香りがすることを教える。一方のホームメイドジュースは工業製品と比べると香りは少ないが新鮮な果物の香りがする。果物は調理(加熱)すればするほど香りが強くなるので、調理されていないホームメイドジュースは香りが少ないことを教える。

色も比較してもらう。工業製品ジュースは調理時間が長いために色が茶色っぽくなっている。工業製品には着色料と保存料が入っていることから新鮮ではないことを教える。

引き続き味見をしてもらう。苦いかどうか。酸味はどうか。甘いかどうか。ホームメイドジュースと工業製品の味が一緒かどうかを尋ねる。工業製品をより甘いと感じるのは砂糖をたくさん使っているため、糖質で酸度がカバーされているからであることを教える。ホームメイドジュースは新鮮な果物の味がするが、工業製品と比べると味が薄い。甘味があるがそれは果実の甘味であること、ビタミンやミネラルも入っていることを教える。一般的に子どもは酸味が強いものを嫌がるが、ホームメイドと工業製品の 2 種類のジュースを飲み比べて、ホームメイドは生の果物と同じで工業製品はジャムのようなものだと説明すれば子どもたちも正しい食品がどういうものかを理解してくれる。

³ 棚やテーブルは地元カンパニー州のリサイクルペーパーを使った段ボールであることから子どもたちにリサイクルについて教えることもできる。環境と経済の両方を教えているのである。

価格についても教える。ホームメイドジュースは工業製品よりも高価である。高い理由はよりたくさん果物を使っているからだと説明する。高いと感じるならば、ジュースに水を入れて薄め量を増やして飲んでもいいことを教える。このようにして子どもたちはまず自分で理由や内容を理解し納得してはじめてホームメイドジュースと工業製品ジュースの区別ができるようになる。正しい食の選択基準の説明を丁寧に行うことが重要なのである。

次に Orefice 氏は農産物加工スペースに筆者らを連れて行った。途中で食育のためのボードが 1 枚置かれていた。[写真 1-6]は五感の中でも視覚が食の判断に与える影響を説明するためのツールである。リンゴを例にとると、大きいか小さいかというサイズ、赤いか茶色かという色、およびしわがあるかツルツルしているかといった質感など、我々は視覚からの情報でリンゴの正しさを判断する。嗅覚や味覚でも判断するが、多くの場合視覚からの情報で食品を選ぶことができるということを子どもたちに教える。

写真 1-6 食育に用いるツール「五感が食の判断に与える影響」



2013 年 4 月 15 日筆者撮影

子どもたちは農産物の加工工程も見学する。収穫された果物は加工工場に運ばれ、まず選別される。切って鍋に入れて砂糖とレモンジュースを加えて煮る。できたジュースをボトルリングするといった工程を見学した後、インストラクターは子どもたちが正しいシーケンス(一連の流れ)を理解したかどうかを確認するためにゲーム形式のクイズを出題する。

1.4.カンパーニャ州役場の食育への取組み

1.4.1.子どもたちの食を取り巻く問題

保健省の調査でも明らかになっているとおり、子どもたちが野菜と果物を食べなくなったという現象はイタリア全体の問題である。北イタリアと比較するとプーリア州を除く南イタリアの子どもたちはことさら野菜と果物を食べない。プーリア州に肥満児が少ないのは伝統食を食べているからである。プーリアの子どもたちはおやつ(merenda)にパンとトマトを食べるが、カンパーニャ州の子どもたちはコカコーラを飲みながらパンとヌテッラ(Nutella:ヘーゼルナッツペースト、砂糖、ココア、脱脂粉乳などを練った甘いスプレッド)を食べている。十分なスポーツもしないことから子どもたちの肥満が問題になっている。

子どもたちは農場で収穫された野菜や果物を格好よいと思わず、工業化されたパッケージ商品や色の鮮やかな食品が格好いい食べ物だと思っている。ソーセージが子どもたちの好物なのは色がいいからである。彼らの目にはソーセージの赤色が美味しそうに見える。農場で提供される食事は食育活動の一環であるが、子どもたちは緑色をした食品を嫌がる

傾向がある。緑色をしているからといってピスタチオのジェラートすら嫌がるくらいである。ソーセージが緑色だったら食べたがらないはずだと Tallarico 氏は言う。

学校から寄せられるニーズの 1 つは消費者と農業との関係を教えることであるが、子どもたちは食べ物がどこから来るのかを分かっていない。カンパーニャの都心部から教育農場にやってくる子どもたちは田舎の生活を知らない。牛がどこから来るのかも知らないし、ヤギは卵から生まれると思っている子どももいる。牛乳は搾乳された牛の乳であることを知らず、工場で作られた工業製品だと思っている子どもすらいる。

子どもたちのそのような食習慣や知識に対して多くの親は何も言わない。親自身が農場に来て初めて正しい食生活の重要性に気づくこともしばしばである。根底には社会階層と格差の問題がある。戦時中は上流階級の人々が太っていて、食糧が手に入らない下流階級はやせ細っていた。近年はこの現象が逆転し、正しい食べ物の知識を持つ上流階級の人々の体型はスリムで、食に関する正しい教育を受ける機会がない下流階級は肥満になりやすい。下流階級は貧しい時代の記憶から脂肪を摂取することが大切だと思っているからである。

1.4.2. 取組みの概要

2004 年、カンパーニャ州役場は教育農場に取り組み始めた。教育農場の目的は農場と子どもたちをつなぐことであるが、州役場の目的は季節のものを食べると美味しいということ教え、州内の野菜と果物をもっとたくさん食べてもらうことであった。

イタリアには 20 の州があるが、教育農場に最初に取り組みしたのはエミリア＝ロマーニャ州で、カンパーニャ州は 2 番目であった。ヴェネト州、リグーリア州、フリウリ＝ヴェネチア＝ジュリア州、シチリア州、プーリア州、ウンブリア州が続いた。2013 年 4 月現在、教育農場を持っているのはおよそ 10 州だけである。他州の役場の教育農場担当者たちとは 2 年前まではローマに定期的に集まって話し合っていたが、最近は個人的に電話で連絡を取り合っている。教育農場の質をどう上げればよいのか、学校をどうやって招けばよいのか、オーガナイズする際に発生する問題をどう解決すればよいのかといった課題を話し合っている。PAC の予算縮減についても議論している。教育農場の予算を学校にただばらまくだけで後は学校側に任せ、予算がどのように使われているのかを把握していない州もあるが、カンパーニャ州では州役場がバス会社や農場に対してかかった費用を直接支払うようにしている。外国からもカンパーニャ州役場の取組みを視察しにやってくるが、どちらかというベンチマークしてくるのはイタリアの他州である。

カンパーニャ州役場で教育農場を担当しているのは農業部門の教育農場課である。州にはナポリ県(Napoli)、カゼルタ県(Caserta)、ベネヴェント県(Benevento)、アヴェッリーノ県(Avellino)、サレルノ県(Salerno)の 5 つの県があるが、ナポリ県の専従者は 2 名で、他の 4 つの県の専従者は 10 名いるのでカンパーニャ州役場全体の教育農場課専従者は 12 名である。

教育農場をスタートした 2004 年当初は、州役場側もまだプロではなかった。子どもたちを農場に招き自由時間を与えただ遊ばせているだけという感じだった。10 年経った現在は子どもたちへの教育に力を入れている。学校との連携も強化することで、学校の授業時間内に学校教諭が農業に関する知識と情報を教えるようになった。

教育農場には 4 つのタイプある。1 つ目は小さい農園で、農業主や農夫が子どもたちと直接話すタイプである。2 つ目は農業の仕事子どもたちに見せるだけのタイプである。3 つ目は農業の仕事子どもたちに説明するタイプである。4 つ目はジオソーレ農園のよう

な大規模農場で農園自体はまるで博物館のようで、プログラムのオペレーションも精確に実行しているタイプである。いずれのタイプも大切である。なぜならば、それぞれの教育農場タイプが子どもたちに与えられることは違うからである。学校や子どもたちからの多様なニーズに応えるためには農場タイプにバリエーションがあった方がよいと Tallarico 氏は考えている。

教育農場で子どもたちを指導する外部インストラクターはトレーニングを受け訓練されている。ジオソーレ農園に来ていたインストラクター Orefice 氏は AgriGiochiAmo というプライベートの団体に所属する農業専門家である。教育農場における子どもたちへの食育を専門にする組織であり、農場ごとに規模、生産物、および環境が異なることからインストラクターに対して多様なトレーニングを施している。インストラクターを各学校に派遣し子どもたちに地元の農産物に触れてもらうこともある。具体的には専門家は農産物のオリジンを子どもたちに教えたり、児童劇を上演したり、DVD で食育のアニメを上映したりする。ここで言うオリジンとは農産物や農産加工品のサプライチェーンと栄養学的特性を指す。

カンパーニャ州の小学校数は約 1,100 校である。小学生人口は約 35 万人で、1 年間に教育農場を訪れる子どもは約 2 万 5 千人である。各学校は教育年間計画を策定するが、約 30%の学校は食育活動を教育計画に組み込んでいる。食育を行うと決めた学校が教育農場を訪れることになる。

教育農場が 1 回あたり 40 名から 50 名の子どもを招くとするとかかる費用は約 500 ユーロである。子どもが負担する費用は昼食を食べない場合は 5 ユーロから 6 ユーロである。昼食付なら 10 ユーロから 12 ユーロになる。バス代が別途 2 ユーロから 3 ユーロかかる。子どもたちは両親からお金をもらって払っている。

ジオソーレ農園の敷地は 60 ヘクタールで大規模農場であった。通常、教育農場は 2 ヘクタールから 3 ヘクタールであることからジオソーレ農園は代表的規模とは言えないが、敷地面積はさほど問題ではない。なぜならば、教育牧場プログラムで子どもたちが実際に活動するのは敷地のほんの一部だからである。

子どもたちが教育農場に来る回数は 1 年に 1 回程度で十分である。教育農場の役割は食に関するトピックや話題を子どもたちに与え食に対する興味や好奇心を持ってもらうことである。学校では年間を通じて子どもたちに食に関する知識と情報を教えているので、教育農場は学校の食育の全体計画の一部として位置づけられるべきだと Tallarico 氏は考える⁴。

1.4.3. 阻害要因

教育農場の効果を上げることを阻害する要因が 3 つある。子どもたちの親、学校教諭、ファーマーズマーケットである。

第 1 の阻害要因は子どもたちの親である。子どもたちの好物の代表例はフライドポテト、揚げ物、およびコココーラである。農場に来てもそういったものを求めてくる。子どもた

⁴ 現状では、教育農場における食育と学校における食育とは必ずしも連携させられているわけではない。たとえば、食育の 1 つの機会となる給食を取り上げると、7 割の学校の授業は 8 時から 13 時までで、学校は基本的には給食を提供しないので、子どもたちは自宅に帰って食事をとり午後は家で勉強する。約 3 割の小学校は給食を提供しているものの、給食メニューの考案・開発にカンパーニャ州役場は関与せず、国の保健省が考案しそれぞれのコムーネ(自治体の最小単位)がオペレーションを担っている。保健省が考案しているといっても「食材にその季節のものを取り入れるように」と指示している程度である。

ちの親も同様である。親の食習慣が子どもにそのまま世代間伝承されているのである⁵。このことから、教育農場の障害物は親であると言える。彼らの年齢はだいたい 40 歳前後である。親たちは「忙しい」「お金がない」と言って子どもたちにレトルト食品やインスタント食品を食べさせている。子どもではなく親たちが誤った食を選択し子どもに強要しているのである。教育農場に併設されたレストランに来た家族にメニューを見せると親がそれを気に入らずフライトポテトや揚げ物を要求してくることもある。カンパーニャ州役場は農場と消費者をつなぐことによって世代間伝承される食習慣を変えようとしている。

第 2 の阻害要因は学校教諭である。教育農場は子どもたちに昼食を提供するがその際に問題が発生する。子どもたちは農場で収穫された農産物や加工された農産加工品を使った料理を食べたがらない場合が多いため、農場とは関係のないメニューを出す場合がある。農場が勝手にそうしているわけではなく、学校教諭から「コカコーラを出してくれ」「パイナップルを出してくれ」とリクエストされるのである。州役場がそれを見つけたときは教育農場へのペナルティとして登録を 4 ヶ月間抹消する。

EU、州、農場、教育農場インストラクター、および学校は同じ目的を持ち同じ方向に向かわなければいけないが、教育農場を子どもたちの遊戯場としかとらえていない学校がある。教育としてではなく、遊びのつもりで農場にやってきて子どもたちに 1 日を過ごさせる。学校教諭の熱心さに温度差があるというのも解決すべき課題である。州役場の担当者が学校を訪ね学校教諭と話す機会を作ったり、教育農場のプロモーションを積極的に行ったりしている。

第 3 の阻害要因はファーマーズマーケットである。教育農場はあくまでも教育を提供する場であることから商業活動ではないが、ファーマーズマーケットは商業活動である。教育農場は自園での直販だけで農産物等を販売しファーマーズマーケットで出店することはない。教育農場はカンパーニャ州が開催するセミナーを受講しトレーニングされていることから消費者に正しい知識を与えることができる。他方、ファーマーズマーケットは教育農場の機能を担うことはできない。伝えるべき正しい知識を持っているとは限らないからである。このように教育農場とファーマーズマーケットは目的が異なる 2 つの違うものである。とはいえファーマーズマーケットは消費者にとって正しい食べ物を食べる動機づけにはなり、消費者が生産者と直接コミュニケーションする貴重な機会にもなることから、カンパーニャ州はファーマーズマーケットのための予算を取って農家を支援している。具体的には、農家からの出店を募集し Mercato del Contadino a Napoli(ナポリのファーマーズマーケット)を開催している。農家を支援する代わりにルールに従ってもらうことで州役場はマーケットをコントロールしている。

1.4.4. 州役場の働きかけ

食育活動普及のためのコミュニケーション予算は年間 200,000 ユーロである。州の予算が使われる。予算は食育活動の認知、質、および効果を高めるために農場と学校に対して使われる。主な用途は 1)農場に対する教育、および 2)学校に対する教育である。

(1) 農場に対する教育

カンパーニャ州の教育農場は認証制である。認証制にする理由は、州役場がオーガナイザーとなって教育農場の質を管理・向上し、子どもたちのガイド(案内)や安全性の確保を確実なものにするためである。2004 年の開始当初は 50 経営の農場のみの登録であったが、

⁵ イタリアの食習慣の世代間伝承については木村(2012)を参照のこと。

2013年4月現在、認証された教育農場は222経営ある。毎年検査を行い約30経営ほどが脱落していく。検査するのは州役場の教育農場課専従の12名である。判断基準は農場の品質である。具体的には、男女別のトイレや雨天時のためのキャノピー(屋根状のテント)といった物理的施設の有無、提供する教育のレベル、食の安全性など実用的(pragmatic)な基準である。検査に合格した農場は毎年登録を更新し州が実施する講座に出席し新しいルールを学ぶ。検査に関して改善すべき点の1つは、教育農場を1年に1度検査する州の検査員の質の向上と統一である。検査員は訓練を受けているものの、各農場を厳しく採点する者もいればそうではない者もいるというように評価の仕方にムラがある。

近年、わずか1ヘクタールほどの小規模農場であっても教育農場として認証されたがっている。なぜならば、農家は農産物の生産だけでは差別化することができないので、教育農場によって収入を増やしたいからである⁶。2013年4月現在登録されている教育農場の中でも高い教育効果を上げている教育農場の特性として教えることに興味を持っているという点が挙げられ、単に認証が欲しいと思っている農場は教育農場として適切ではない。

州役場は農場に対してどのように来訪者との接点を持てばよいのかを教える講座を開講している。農場ごとにその規模や生産物が異なることから教育農場プログラムはカスタマイズしていかなければならないが、州役場が開講する講座は農場の規模や生産物ごとにグループ化し講座内容を変えている。他の州が行う講座は有料であるが、カンパーニャ州は無料で提供している。

年に1回ベンチマーキングのために農場主を他州の農場に連れて行く。去年はナポリ県から30農家がリグーリア州を訪問した。逆に、ナポリ県も他州の農場主を招待する。先方のニーズと地理的利便性を考慮して訪問先などを州役場がオーガナイズする。

州役場には教育農場のための予算をすべての登録農場にまんべんなく平等に分配する役目がある。教育農場の中には教育牧場(酪農)もある。比率としては10%程度が牧場である。ナポリ県では20経営の牧場が登録され、カゼルタ県では2経営か3経営登録されている。野菜や果物は動かないが動物は動くことから子どもたちは農場よりも牧場を好むかというところ必ずしもそうではない。農場も牧場もそれぞれ成果を上げている。I.M.A.(Industrie Meridionali Alimentari)という牛乳とヨーグルトの工場も認証を受けていて子どもたちは生産工程を見学することができる。子どもは食品加工工場の見学が好きである。学校は農場、牧場、工場、博物館というジャンルを選ぶだけで、具体的な訪問先は州役場がオーガナイズしている。

(2) 学校に対する教育

学校に対する主なコミュニケーション活動には、Citta della Scienza(科学博物館)で毎年3日間開催される展示会、および学校向けの食と栄養に関する情報提供がある。第1に、科学博物館でGNAMという名称の展示会を開く。GNAMはG(Genuine and Guaranteed)、N(Nutrition and Nature)、A(Alikentare and Ambiente)、およびM(Mangia Meglio)という食に関する単語をつなげた造語であり「美味しい(yummy)」という意味も兼ねている。EUの指針にしたがった「よいものを食べよう」というキャンペーンである。

第2に、学校向けの情報提供はコンテスト、冊子やリーフレット、コマーシャル、DVDといった異なるメディアを用いて行われる⁷。たとえば、州役場は毎年、子どもたちに主体

⁶ アグリツーリズムは法律によって全収入の50%を超えてはいけないと決められているが、教育農場についてはそういった規制はない。

⁷ ここでいう学校とは小学校、中学校、および高校であるが、教育農場の主なターゲットは小学校の6歳から10歳の子どもたちである。大学レベルの若者も興味を示すが調理師専門学校や農学など限られた分野の若者たちである。

的に食育に関わってもらふことを目的としたコンテストを開催している。対象は学校の子どもたちである。学校ごとに農産物に関する理想的なスローガンや栄養の大切さを謳うために文章を作成したりポスターを制作したりする。州役場から2名、コミュニケーションの専門家、学校代表、科学博物館からそれぞれ1名の合計5名が審査する。2012年は200校以上の学校から応募があり、ファイナリスト(最終選考進出者)は11校であった。

写真 1-7 コンテスト応募作品「農業は地球の生命線」



出所:カンパーニャ州ホームページ⁸

写真 1-8 コンテスト応募作品「習慣を変えて!地元農産物を幸せに食べよう!」



出所:カンパーニャ州ホームページ

州役場が制作する冊子類は多様である。いくつか例を挙げると、1つ目に登録教育農場をリストアップしたガイドブック「Fattorie Didattiche della Campania Guida」がある。教育農場のタイプを農場(牧場を含む)、食品加工工場、博物館の3つのタイプに分け、県ごとにリストアップしている。毎年アップデートし、展示会やセミナーで学校、親、および農場に対して配布する。2つ目にカンパーニャ州の農産物・農産加工品を紹介する小冊子がある。産品はたとえばオリーブオイル、野菜と果物、ワイン、チーズである。オリーブオイルであれば Olio Cilento、野菜であれば Cipollotto Nocerino(白タマネギ)や Pomodorino del Piennolo del Vesuvio(トマト)、果物であれば Fico Bianco del Cilento(白イチヂク)、ワインであれば Aglianico、チーズであれば Mozzarella di Bufala(水牛のモッツ

⁸ http://www.agricoltura.regione.campania.it/comunicati/comunicato_21_05_13.html (2013年6月20日参照)。

アレラ)といったようにカンパーニャには 35 の DOP(Denominazione di Origine Protetta: 原産地名称保護制度)があるので、消費者が地域特有の農産物や農産加工品を選択し消費することを促進するためのツールである⁹。3 つ目に「Atlante dei Prodotti Tradizionali della Campania」がある。カンパーニャ州の伝統的な農産物や農産加工品の事典である。以上の雑誌や冊子類は毎年制作するのもあるし単年度のみ制作するものもある。

簡単なリーフレットも制作している。子ども向けとしては、「Produttori di Futuro(未来の生産者)」および「Nutrirsi di Sapere(知って食べる)」がある。学校と親向けとしては「Fattoria Aperte(オープンファーム)」がある。毎年 4 月の特定の日に教育農場を無料で開放するイベントの案内である。新学期になると各学校に冊子やパンフレットを配布する。科学博物館にも置いてもらう。

州役場はテレビ広告とラジオ広告も制作している。テレビとラジオともにスポット広告である。広告のコンテンツはたとえば「Agricoltura Campana Gusto e Cultura」というタイトルで DOP と STG(Specialita Tradizionale Garantita:伝統的特産品保証)の購買を促す内容である。

DVD も制作している。「La Famiglia Rigatoni: Nella Nuova Fattoria Ia-Ia-O!」という 15 分のオリジナルアニメで、教育農場を訪れた子どもたちが先生と農夫から教育農場、PAC、DOP、テリトリオ、ゼロキロメートル(chilometro zero:農家直販)、有機農産物、農薬など多様なトピックについて分かりやすく説明してもらうというコンテンツである。

1.4.5. テリトリオ意識の醸成

食育活動を促進するために州役場が力を入れる 1)農家に対する教育、および 2)学校に対する教育の効果の 1 つとして農家と消費者のテリトリオ意識の醸成を挙げることができると Tallarico 氏は述べる。

第 1 に、農家が変化した。農業従事者の高齢化問題はイタリアにおいても見受けられるが、ここ数年は失業率の高まりから農業に参入してくる若者が増加した。それまでの農業従事者は子どもを大学までやらせて、他の仕事に就けさせたがっていた。2008 年の金融危機で若者が就職先を見つけられず実家に戻って親の農業を継いでいる。さらに、2012 年から EU が PSR (Programma di Sviluppo Rurale:農村振興政策)という農場政策を打ち出した。農家間の競争を促すことと農家の環境保護意識を醸成させることを目的としている。予算は EU、州、および県から出る。州役場は PSR を促進している。農家に農業の仕事を改善する機会を与えられるからである。「La Capitalizzazione dell'Esperienza della Misura」は、教育活動の質を向上させ設備を改善することで教育農場に参加することを促すための農家向け冊子である。テレビとラジオのスポット広告も制作した。州役場の働きかけによって若者の就農に拍車がかかったのみならず、農業従事者は自身が生産する農産物のテリトリオや環境を意識するようになったと Tallarico 氏は述べる。

第 2 に、子どもたちが変化した。農場にアンケート用紙を用意し、子どもたちが教育農場を体験した後、学校教諭に記入してもらっている。セミナーを開催した時も学校教諭に対するアンケート調査を実施している。教育農場に対する学校教諭の反応は好意的で、異

⁹ DOP は EU 法が規定する食料品の原産地名認定・保護のための制度である。Tallarico 氏によると「正しい食品」「良い食品」は DOP や STG であるかどうかは 1 つの指標となる。カンパーニャ州には 35 品目の DOP がある。そのうち 19 品目が DOC(Denominazione di Origine Controllata)ワインである。州役場は子どもたちがテリトリオのものを選んで食べることが大切であると考えている。有機だからといって必ずしも「正しい食品」「良い食品」というわけではない。有機食品を選択することが環境問題に敏感になることにつながるという点は良いが、フィロソフィー(哲学)の 1 つにすぎないと述べる。

なる季節に子どもたちを連れて再訪することを望んでいる。教諭からのフィードバックによると教育農場を経験した子どもたちには2つの変化が見受けられることが指摘されている。その1つとして子どもたちがテリトリオを意識するようになり地元の農産物や農産加工品を守ろうとするようになった¹⁰。

1.5. 小括

1.5.1. 発見物

本章の発見物は以下の2点である。第1に、カンパーニャ州では州役場が食育活動のオーガナイズ機能を担っていた。食育活動には多様な主体が参加することから、計画と運営を統括する組織あるいは人物が必要であるが、カンパーニャでは州役場が農場、教育農場インストラクター、および学校を取りまとめ、質の高い食育を子どもたちに提供していた。

第2に、食育活動の効果の1つであるテリトリオ意識の醸成が注目し値する。州役場が食育活動をオーガナイズすることで地元農業従事者(生産者)と子どもたち(消費者)の双方にテリトリオ意識を持ってもらうことができていた。Tallarico氏は子どもたちが地元の農産物や農産加工品を守ろうとするようになったと述べていたが、その言葉には農業関連主体と子どもたちとの関わり(link)を増やすことで子どもたちが農業と農村地域の大切さを知り、テリトリオ内の農産物および農産加工品の消費が拡大することへの期待がこめられていた。

1.5.2. テリトリオ概念

本書が食に関するテリトリオに注目するのは、それが農業を通じた地域活性化の一役を担っていると思われるにもかかわらず、日本ではテリトリオ概念がさほど浸透しているようには見えないからである¹¹。

そもそもテリトリオとは「領域・地域」を意味するイタリア語であり、1960年代以後のイタリアで、建築、都市、修景を扱う学問領域において対象化されてきた概念である。急速にその姿をかえつつあった地方の風景を保存し修復整備するための地域計画の範囲設定という必要性から登場した(伊藤 2011)。

コンテクストをイタリアの食に移すと、テリトリオには独自性という特性が備わっている。八木(2011)は北欧諸国とイタリアの違いは、前者が食の標準化による合理化が社会の進化だととらえているのに対して、後者は食の独自性を豊かさの指標にするところにあると指摘する。「北欧諸国は“食”を“消費財”と位置づけて、製造工程の衛生管理や食の安全性を国民に補償して、大量生産によるスタンダード化された食品を安定的に安く提供し、“全国民が平等に同じ食品を安く食べられるようにすることこそ、最も合理的で進化した社会である”という価値観に基づいて食の政策を展開している(八木 2011,p13)」。他方、イタリアは「“食”を“独自の文化”と位置づけて、その土地その土地の土壌、その土地の自然条件のなかでしか育たない葡萄を使って、昔ながらの醸造法のワイン作りに徹底的に拘り、また、地元の高原にだけしか生えない草を食んで育つ牛の、微妙に味や香りの違う牛乳を原料として、何世紀にもわたって守り続けてきた伝統のチーズの製法にこだわり、“食の独自性を守ることこそ本当の豊かさだ”と考え、たとえ技術的に可能であっても、決して食の量産は考えない(八木 2011,p13-14)」と言われる。

¹⁰ 子どもたちの変化のもう1つは、将来的に大学で農学を専攻する可能性が高まるという変化である。

¹¹ テリトリオ内の農産物および農産加工品を日本語にあえて訳せば「地場産品」となるかもしれないが、地場産品は英語では local products となり、イタリア語では prodotti locali となってしまう。

1.5.3. 今後の課題

残された課題として、食育活動の視点からのテリトリオ概念の再検討が挙げられる。グローバル化した社会に関わる現代的課題である。南ヨーロッパ諸国ではワインをはじめ地域ごとに生産された産物を保護する伝統が形成され生産者のみならず消費者も地域に対して強い愛着や誇りを持ち(高柳他 2011)、テリトリオの産物を料理レシピのなかに取り入れることによって遠く離れて暮らす家族の資産とその豊かな伝統を伝えることができると言われるとおりの(Capatti, et al1999)、テリトリオは単なる政治的・行政的単位としてではなく、人と人とのつながりを通じた自己アイデンティティの形成に作用する概念としてとらえられるべきであろう。

第2章 テリトリオの構成要素

2.1. はじめに

本章はイタリアのテリトリオ産物に関わる主体へのインタビューを通じてその構成要素を明らかにすることを目的とする。フランス語でテリトリオを意味するテロワールは歴史的には農産物の独特な品質の形成に影響を与えるような小地域の土壌や微気候といった特性を指すが(Barham 2003, p131)、単に自然環境のみならず地域で代々受け継がれてきた製法も含んでいることが指摘されている(高柳他 2011)。

Vendecadelaere, et als.(2009)はテリトリオ産物が1)テリトリオ(気候や風土、地勢、地域農産物の多様性や品種といった天然資源)、2)地域のローカル化した技術と歴史的・文化的実践によって創出される産物、および3)産物を生産し処理する伝統的知識を持つヒトの相互作用によって生まれると主張する。トスカナ州・コロンナータ産のラルド(lardo di Colonnata:ハーブと塩をすり込んだ豚の背脂を大理石の桶に重ね入れ 180 日以上熟成させたもの)の IGP(Indicazione Geografica Protetta: 地理的表示保護)申請時の明細書(Disciplinare di produzione)を見てみると、そこには地理的範囲、歴史的正当性、具体的に局所的な生産手法、気候や風土、人的要素、および評判といった要素によってラルド・ディ・コロンナータという産物を説明している(Gazzetta Ufficiale dell' Unione Europea 2004)¹²。テリトリオ産物は地理的境界や生態学的環境からのみ成り立っているのではなく、歴史、伝統、および人的要素によっても構成されているのである。

テリトリオ産物は DOP(Denominazione di Origine Protetta:原産地呼称保護)および IGP と密接に関連していると考えられる。ヨーロッパ連合の農産物に関する地理的表示制度は 1992 年に欧州理事会規則(2081/92 号)で定められた。DOP と IGP はともに特定の地域ごとに存在する特徴ある農産物や農産加工物を保護し伝統を守ることでローカル性を強調することが意図されている。

テリトリオ産物を DOP や IGP と読み替えてもよさそうであるが、テリトリオ産物には DOP あるいは IGP として認証されていない産物も多い。イタリアに 3,500 以上あると言われるテリトリオ産物が DOP/IGP の登録を受けられない理由として、1)産物が有名でない、2)特色がない、3)生産の経済規模が小さすぎる、4)市場性がない、5)DOP/IGP 登録と維持のためのコストが高すぎる、6)生産者に動機がないという点が挙げられている(Olivieri n.d.¹³)。本章は法律では保護されてはいないが、特定の地域の独自の産物も含め

¹² EU 官報より。

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:324:0006:0012:IT:PDF>(2013 年 7 月 13 日参照)。

¹³ http://www.wipo.int/sme/en/documents/collective_mark.htm (2013 年 7 月 13 日参照)。

るためにテリトリオ産品と呼ぶことにする。

調査で取り上げる国はイタリアである。イタリアを取り上げる理由は EU の中で DOP と IGP の登録数が 2010 年に 217 件と最も多く、フランス(182 件)、スペイン(143 件)が続く(高柳他 2011)ことから、テリトリオ産品がより一般的なものとして認められているからである。地域はエミリア=ロマーニャ州のパルマ県である。エミリア=ロマーニャ州を取り上げる理由はイタリアの 20 州の中で農業生産高がもっとも大きいからである。パルマ県のテリトリオ産品としてよく知られているのはパルミジャーノ・レッジャーノチーズ(以下「パルミジャーノ」と記す)やプロシュット・ディ・パルマ(パルマの生ハム)である。いずれも DOP であるが、パルミジャーノについては 1612 年にパルマ公国がパルミジャーノの産地を公式に定めていることからイタリアで最初の DOP 産品であると言われている¹⁴。

テリトリオ産品の構成要素を理解するために、テリトリオ産品に関わる主体がテリトリオ産品をどのように語るのかというその言説を記述する。言説実践の場として食育活動を取り上げる。食育活動を取り上げる理由は、多様な機能を有する農業を利用して正しい食の知識と実践を子どもたちに教える食育ではテリトリオ産品の消費促進がその目的の 1 つであることから、テリトリオ産品について積極的に語られる可能性が高いからである。

本章の構成は以下の通りである。第 2 節は調査の概要を説明する。第 3 節から第 7 節では、それぞれのインフォーマントのテリトリオ産品と食育活動に関する言説を記述する。第 8 節は本章の発見物を議論する。

2.2. 調査概要

2013 年 6 月 3 日から 6 月 5 日までパルマ県においてテリトリオ産品と食育活動に関するインタビュー調査を実施した。対象者は 1)パルマ県役場の農業部門の教育農場責任者、2)パルミジャーノ・レッジャーノ協会(以下「パルミジャーノ協会」と記す)パルマ支部担当者、3)パルミジャーノ協会に食育活動のツールを提供したコミュニケーションエージェンシー、4)教育農場責任者、および 5)幼稚園教諭の 5 名である¹⁵。インタビュー対象者の概要は[表 2-1]のとおりである。インタビューはヴァッリ氏とアッゾーニ氏とボッチ氏に対してはイタリア語で、フォルナチアリ氏とクレリチ氏に対しては英語で行われた。

表 2-1 インタビュー対象者

対象者	所属	役職	調査実施日
Daniela Fornaciari	Referente Educazione alimentare ed Orientamento ai consumi, Servizio Agricoltura e Sviluppo Economico, Provincia di Parma	パルマ県役場・農業サービスおよび経済発展部門・食育指導と消費オリエンテーションセクション・教育農場責任者	2013 年 6 月 4 日
Christiana Clerici	Sezione Provinciale di Parma, Consorzio del Formaggio	パルミジャーノ・レッジャーノ協会パルマ	2013 年 6 月 4 日

¹⁴ <http://www.museidelcibo.it/page.asp?IDCategoria=217&IDSezione=917&ID=27474> (2013 年 7 月 11 日参照)

¹⁵ コミュニケーションエージェンシーとパルミジャーノ協会が協力して実施した食育活動の内容については第 4 章で詳しく説明されている。

	Parmigiano-Reggiano	支部・プロモーション &生産者見学調整担 当	
Remo Valli	Gi&Vi Comunicazione	コミュニケーションエ ージェンシー・クリエ イティブ担当	2013年6月5日
Monica Azzoni	Fattoria Cotti	コッティ農場・教育農 場責任者	2013年6月3日
Raffaella Bocchi	Scuola dell'Infanzia Comunale Soleluna	幼稚園教諭	2013年6月3日

2.3. テリトリオは人の手で創られる¹⁶

2.3.1. テリトリオ

(1) 人の手で創られたテリトリオ

テリトリオは「人がいる場所」である。自然はそれぞれの土地に気候や風土を与えた。その土地を使って人間が何世紀にも渡って創り上げたものがテリトリオである。パルミジャーノの生産地であるポー川流域はもともと沼地であった。人が平野に牛を運び込み、牛は藁草を食べてたくさん育ち、牧草も育っていった。牛はヤギよりもたくさん乳を出すので、僧侶たちが冬の間の食べ物を確保するために乳をチーズにすることを考えた。イタリアの各地域でチーズが生産されているがテリトリオごとに作り方は異なる。テリトリオは自然のものを使いながらそれぞれの土地の人間が独自に創り上げていったものなのである。

(2) テリトリオの多様性

イタリアはテリトリオが多様である。第1に、地理的に山脈が東と西を分け、北と南も異なる風土を持つ。第2に、政治的にも差が大きい。第3に、商業的にも異なる。イタリアではヴェネトやジェノヴァなどの海洋都市が発達していたので他の国々がイタリアを欲しがった。第4に、文化的にも多様である。南のプーリア州はギリシャに近い。南の地中海沿岸はアラブやスペインの影響を受けている。北部はゲルマンドイツの影響を受けいまでもトレンティーノはドイツのようである。

(3) 地域色が強いイタリア

イタリアの人たちが自身のテリトリオをことさら意識し強調するのは、イタリアは国になってまだ150年しかたっていないからである¹⁷。国民性を1つに統一にしようと150年間試みているが、サッカーの国際試合の時だけ国民が1つになるという冗談があるとおおり、まだ成果を上げられていない。ファッションや食品など世界的に有名な製品はメイド・イン・イタリアとして輸出され、地震が起こったりすれば1つに団結するが、「皆で一緒にやろう」という民族性を基本的に持ち合わせておらず地域ごとにばらばらである。人の見た目も違う。金髪もいれば黒髪もいる。方言も地域ごとにたいそう異なる。エミリア=ロマーニャ州は方言がなくなったが、ヴェネト州のヴェネチア弁は独特だしシチリア弁もすぐにわかる。

人々のテリトリオ意識の単位は州ではない。エミリア=ロマーニャ州の中ですら西部から中部にかけてのエミリア地方と東南部のロマーニャ地方で分かれている。エミリア地方の中でもパルマ県の人とレッジョ=エミリア県の人とは違うことから、県あるいはコムーネ

¹⁶ 県役場へのインタビューより。

¹⁷ 現在のイタリア共和国の前身であるイタリア王国は1861年に成立した。

(comune:自治体の最小単位)がアイデンティティのよりどころになる。外国に行けばイタリア人だが、国内では「パルマの人間」「モデナの人間」という小さな単位をベースにしたアイデンティティを持っている。

2.3.2. 食に関わる現代的課題

イタリアの食がアメリカナイズされたことは食に関わる現代的課題である。単にチェーン展開する大手量販店やファストフード店が工業化し均質化した商品を販売していることが原因なのではなく、より複雑な問題である。女性が仕事を持つことで料理する時間がなくなり消費スタイルがアメリカナイズされた。イタリアは1960年代にアメリカに近づこうとした。田舎から町に出てきた女性が仕事をする。忙しくて料理をしている時間がない。親と離れて暮らしているので母親から娘への伝統料理の世代間伝承もなくなってきた¹⁸。全国に大手量販店が出店していき、スーパーに行けば何でも揃うので働く女性の味方にはなったが、家の階下にあった八百屋との関係は途絶えてしまった。アメリカナイズされたというのはそういう意味である。

日曜日に営業する店が増えたことに対してもフォルナチアリ氏はネガティブにとらえている。日曜日は家族と家で過ごすべきであって、スーパーに行く日ではない。アメリカでは週末に何もすることがないといってチェーン店に出かけては買い物をしているが、ヨーロッパでは土曜日と日曜日は家族の日なのである。

経済状況が生む問題もある。消費者が食費に費やす金額が減ってしまった。一般的に年間7,500ユーロがなんとか生きていける最低のラインと言われる。イタリアでは年収500万ユーロ以上の富裕層人口は3%から4%ほどである。中流階級の平均年収は5万ユーロだったのが3万ユーロに近づいてきている。中流階級が減少し下流階級が増えてきたことである¹⁹。これまでであればCO・OPやエッセルンガといった量販店で食料品を購入していたのが、ディスカウントストアに行くようになってきている。2012年にはディスカウントストアで食料品を買うイタリア人は移民を除いても30%にもおよんだ。将来的に不安なので食費を減らそうとしているからである。

マクドナルドのような全国展開する大手ファストフード店は安い価格で商品を提供するので経済危機の状況下では消費者はこういう場所に行ってしまう。フォルナチアリ氏が3年前に北米のカリフォルニアを訪れたときメキシコからの肥満体型の移民に会った。彼らは大手量販店で肉、フライドポテト、大量に砂糖を使った商品、ポリウレムの大きい商品を購入し、2ドルで食べられるからといって大手ファストチェーン店に行ってしまう。アメリカの社会問題である。ヨーロッパもアメリカナイズされてきた。ドイツはアメリカに近づいていて、ベルリンではイタリアに比べると肥満体型の人が多いい。イタリアはいまでも消費者と自身のテリトリオとのつながりが深いので大丈夫であろうが、10年後の姿がアメリカのようにほしくない。

大手チェーン店のマクドナルドやグローバル食品メーカーのネスレに対抗するのは大きな猫に対峙する小さなネズミのようなものだが、草の根運動として大切である。標準化への抵抗の効果があつたのか、近年テリトリオ意識が少し戻ってきているように思われる。第1に、ローカルな生産と消費が活発になっている。ここ数年はキロメートルゼロ(地産地消)の売上げが増加してきていることはテリトリオ意識復活の1つのサインになっているの

¹⁸ 母親から娘への伝統料理の世代間伝承については木村(2012)を参照のこと。

¹⁹ フォルナチアリ氏自身のケースで言えば、主人と氏と2人の子どもの4人家族で、月収が夫婦合わせて2,900ユーロであるが、生活費は上がっているのものでそれでは生活していけない。15年前までは貯金できていたが今はできない。

ではないかと期待している。

第2に、フォルナチアリ氏はマクドナルドも好きではないが、最近、商品戦略を変えてきたよさだと言う。マクドナルドは世界中で同じものが食べられるという標準化され均質化したメニューがその特徴であり良さとされてきたが、ヨーロッパ諸国では各テリトリオの食材を使ったメニューを開発するという戦略に変更した。たとえば、イタリアではパルミジャーノを使ったパニーニを提供している。

第3に、2014年にEUで化学肥料を減らす法律ができた。これも標準化に対する抵抗の効果の1つのサインである。戦争後のイタリアは非常に貧しく農民も貧しかった。農産物の生産量を確保するために大量の化学肥料と農薬を使った。EUの取組みとしても害の少ないものに戻ってきているしイタリアも昔のようなより自然な状態に畑を戻すように力を入れている。近代農法が自然を壊しながら畑を作ったのに対し伝統農法は畑と農民が一緒にやっていくものである。40年かけて壊したものを戻していくことは文化的な仕事である。

2.3.3. テリトリオ産品を中心とした食育活動

食育活動は行政のみならず農産物や農産加工品の関連主体の協力や支援が欠かせない。パルマとは切っても切れない深い関係を持つ食品の1つパルミジャーノに関しては、パルミジャーノ協会の担当者が学校を訪れて授業を担当し、パルミジャーノ博物館も子どもたちに食育を実施している²⁰。県は学校教諭向けのパルミジャーノに関する冊子を制作している。冊子にはパルミジャーノがどういうものなのかという商品の説明に始まり、その歴史も記載されている。

企業からの協力は少ない。役場は公共のものなので企業とはなるべくかかわらないようにしているからである。ただし、大手パスタメーカーのバリッラ(Barilla)が持つAcademia Barilla Fondazione(アカデミア・バリッラ財団)とは先方からの依頼で協力したことがある。パルマ商工会議所は小規模農場を持つ農家に協力的である。

CO・OPなどの流通業者とは以前はよく一緒に食育活動を行った。たとえば、CO・OPの担当者が学校に行き授業を担当する。その後子どもたちを店舗に連れて行き実際に買物をしてさせた。購入したものを1つ1つみながらどういう商品を選べばよいのか、どのようにラベルを見ればよいのかといった食の正しい選択の仕方を教えた。

CO・OPはテリトリオ産品の購入も消費者に推奨している。CO・OPによる食育の目的は食の正しい選択の力を子どもたちに身につけさせることである。全国でチェーン展開している大手量販店は工業製品や冷凍食品やジャンクフードと呼ばれる食品も取り扱っていることから偽善行為に思えるかもしれないが、CO・OPにとってみれば、プロシュット・ディ・パルマもプリングルズ(工業製品のポテトチップス)も売るのは同じであり、スーパーの中で何をかうかは消費者個人の選択なので消費者に「どちらでも選択できるのだったらプロシュットを選ぶ方がいい」と教えられる。CO・OPの肩を持つわけではないが、多様な食品を販売している中から身体によいものを勧めている。ビオ(bio:有機農産物・農産加工品)のキャンペーンをしたり、季節によっては畑の栽培面積が小さい農家の果物を販売したりもしているし、PB商品はその90%がイタリア製である。

大手量販店 CONAD(コナード)でも Sapore del Territorio(テリトリオの味)という地産地

²⁰ 10年ほど前にパルマの政治家が博物館を作るアイデアを提案した。予算はPSRから出た。4つの食の博物館があり、現在はNPO博物館団体が運営し県と市が管理している。2012年は3万人が訪れた。パルミジャーノ・レッジャーノ博物館の食育内容については第4章で詳しく説明されている。

消フェアを開催し、州の特産品マークをつけたサラミ、チーズ、フルーツを販売している。消費者側もそういったテリトリオ産品を求めている。

2.4. テリトリオの構成要素は「土地」「歴史」「伝統」「人」²¹

2.4.1. テリトリオの構成要素

エミリア=ロマーニャ州はテリトリオとのつながりがことさら強い。なぜならば農業が州の主要な産業だからである。

イタリア人はコムーネと深い関係を持ち自身のコムーネに強い思い入れとプライドを持っているが(木村 2013c)、テリトリオはコムーネの物理的範囲と密接に関わりつつも異なる概念である。テリトリオは人が土地に働きかけて積み上げた歴史と伝統の産物である。すなわち、土地とそこに暮らす人との関係である。具体的には、テリトリオは第1に地理的境界である。山や川がテリトリオを分け、人々は地理的境界に守られてきた。パルマは山があるが多くはなく平野面積が大きいという特性を持つ。

テリトリオは第2に歴史と密接に関連している。この地域はピルグリム(巡礼者)にとって重要だった。歴史センターに建築家ベネデット・アンテラーミ(Benedetto Antelami)による像があるがそれは北フランスの影響を受けている。巡礼者は北ヨーロッパから山を越えてローマに向かった。この地域は古代時代からいつの時代も人が通過する場所である。人が集って文化を形成していった。1350年頃に書かれたとされるボッカッチョ(Giovanni Boccaccio)の『デカメロン(Decameron)』の中では現代と同じパルミジャーノの使用方法が記述されているが、ごく最近より古い資料が見つかった。その資料には1100年頃ある女性が海洋都市ジェノヴァの家を売ってパルマのチーズを手に入れたと書かれている。パルマとジェノヴァは距離があるにも関わらずジェノヴァからパルミジャーノが輸出されていたようなのである。1100年頃からパルミジャーノの価値が広く知られていたということになる。

テリトリオは第3に伝統とも関連している。パルミジャーノの生産はかたくなに伝統を守っている。パルミジャーノを作る時に使う温度計の度数は華氏でもなく摂氏でもなくいまでもレオミュール(Réaumur:列氏温度)を使っている。僧侶たちが経験を蓄積し独自の生産方法を構築していった。パルミジャーノの伝統的な生産工程はかたくなに守られた。僧侶たちはコミュニティを形成しネットワークを持っていたのでパルミジャーノの生産を普及させた。農業は伝統を守る責任があった。以上のように、土地、歴史、伝統を生み継承してきた人が創ったのがテリトリオである。

2.4.2. 食育でテリトリオの各要素を教える

子どもたちへの食育ではパルミジャーノの製品特性だけではなく、どのように製品にいたったかということ、歴史、科学、芸術、文化といった多面的側面から説明する。そうすることで、子どもたちはパルミジャーノという農産加工品を通じて風土や動物についても学ぶことができる。テリトリオ産品にとって歴史は特に重要であることから我々はオリジンを発掘しつづける必要がある。子どもたちに対してもパルミジャーノがどこから来たのかを歴史的・文化的観点から教えることを心がけている²²。大手量販店は食育の阻害要

²¹ パルミジャーノ・レッジャーノ協会へのインタビューより。

²² 子どもたちは吸収する情報が多ければ多いほど考えを組み立てより正しい選択をできるようになる。食育によって子どもたちは多様なパースペクティブで考えることができるようになる。子どもたちが食に対する好奇心を持たば食品の効果などを自発的に調べるようになる。

因ではない。彼らは消費者の声を代弁する消費者の奴隷にすぎない。テレビCMも昔のようなパワーを失った。製品について面白おかしく伝えるだけでなぜそれを買うべきなのかを教えてくれない。消費者が異なるメディアから大量の情報を得られるようになったことで、逆に情報が断片化している点が問題である。なぜならば正しい情報を選別することが難しくなってしまったからである。だからこそ食育では歴史と哲学を教えることが必要なのである。

現代社会では食育がおばあちゃんの代わりになっている。楽しむだけではなく伝統を伝えることが食育における食に対するアプローチのしかたである。クレリチ氏の祖母はまず食べることは楽しいということを教えてくれた。食べる行為は拷問でもなければ強要されるべきものでもなく楽しむべきものである。祖母は「料理は楽しいから試してごらん」と言って一緒に料理を作ったりもした。伝統料理の世代間継承である。このようにクレリチ氏の祖母は食に対するアプローチの仕方を身につけさせてくれた。核家族化が進んだ現代社会では食のアプローチの仕方を教えてくれる身内が身近にいない家庭が多いが、食育を通じて子どもたちはそれらを学ぶことができる。

2.5. テリトリオ産品を使った食育は子どもたちのアイデンティティを形成する²³

テリトリオは哲学的な概念である。地球上で人が住んでいるところと言えるだろうか。ここ(レッジョ=エミリア県)のテリトリオはパダナ平野である。アルプス山脈の山麓とアペニン山脈にはさまれ、東西に長く延びる平野である。

食に関するテリトリオは産地と言いかえられる。同一の土地の中で異なるテリトリオ産品が競合する場合もある。パダナ平野で生産されるグラナ・パダノとパルミジャーノは同一市場内で競合しあっている。歴史もあるし生産の管理も厳しいことからチーズとしての質はパルミジャーノが上だが、マーケティングではグラナ・パダノが成果を上げているようである。

子どもたちのアイデンティティ形成に影響を与えるので食育ではテリトリオ産品を使った方がよい。グローバル化が進みファストフードや中華料理のように世界中が同じようなものを食べるようになって国内のものを食べる機会が減ってきたので若い世代の食の嗜好をパルミジャーノに戻す企画をパルミジャーノ協会に提案し、パルミジャーノを使った食育をパルマとミラノの子どもにそれぞれ実施した²⁴。ミラノではパルミジャーノの価格が高いこともあり日常的にはグラナ・パダノを消費していることからパルミジャーノはテリトリオ産品とは言えないので、ミラノの子どもは彼らのテリトリオ産品について学べなかったことになる。ロンバルディアの州役場やミラノ市も自分たちのテリトリオ産品を使って欲しがっていたのであまりいい目で見えてくれなかった。逆に、パルマでは家庭でパルミジャーノを好んで食べている。子どもたちの家族や親戚がパルミジャーノの生産に携わっている場合すらある。パルミジャーノを消費することは伝統なのである。消費者は伝統として根づいたテリトリオ産品にシンパシー(共感)を感じアイデンティティのよりどころとする。

²³ コミュニケーションエージェンシーへのインタビューより。

²⁴ パルミジャーノ協会の仕事はパルミジャーノを販売することではなくイメージを作ることと模造品から生産者を守ることである。そこでこのコミュニケーションエージェンシーはパルミジャーノのイメージを高めることを目的としたプロモーション案をパルミジャーノ協会に提案した。

2.6. テリトリオは独自の伝統と文化²⁵

2.6.1. テリトリオは土地、人、および伝統と文化

テリトリオはまず州、県、およびコムーネを単位とする地理的境界が必要であるが、それ以外に「土地」「人」および「文化」で構成されている。境界内にはその土地の人が生きていてその中で労働をしていて、他のテリトリオでは別の誰かが別の労働をしているとおり、テリトリオにはそれぞれの土地とそれぞれの労働が育む独自の文化がある。そのテリトリオで生きていくということはその土地の文化で生きていくということなのである。

パルマのテリトリオはパルミジャーノを抜きにして語れない。パルミジャーノはテリトリオそのものである。パルミジャーノは特定の範囲の中だけで生産されている。まず土地がある。パルミジャーノの原料の乳を提供する牛もテリトリオ内の牛で、牧草もテリトリオ内のものである。そして人が培ってきた独自の伝統と文化がある。地理的な生産領域はパルマ、レッジョ=エミリア、モデナ、マントバ、およびボローニャという5つの異なる県であるが、同じ伝統と文化を持つ1つのテリトリオである。[写真 2-1]

写真 2-1 5つの県にまたがって1つの文化を生み出すパルミジャーノのテリトリオ



2013年6月3日筆者撮影

2.6.2. 教育農場でテリトリオを教える

教育農場では、まずあらゆるものは土から生まれることを教える。子どもたちの親も知らないから教える。次に、ナチュラルで身体にいいものを食べてもらいたい。身体にいいものとは工業製品のヌテッラ(Nutella: ヘーゼルナッツペースト、砂糖、ココア、脱脂粉乳などを練った甘いスプレッド)ではなくパン、トマト、オリーブオイルなどシンプルだが身体にいいものである。食品メーカーのパッケージ商品ではなくパンにテリトリオ産のオリーブオイルやジャムをつけたものを食べてもらいたい。おやつ(merenda)もパルミジャーノとフルーツがいいということを伝えたい。

教育農場の運営はテリトリオ産品と関わっている。教育農場施設にはラボラトリ(laboratory:実験室)があり、農場で搾乳した牛乳からバターやチーズを作ったり、小麦粉でパンを作ったり、農園のトマトを使ってサラダやブルスケッタ(bruschetta)を作ったりする。子どもたちが植木ポットに苗木を植えて家に持って帰ることもある。ラボラトリでは農場の敷地内で生産しているものを使わなければならない。したがってこの農場では蜂蜜を使ったプログラムはできない。必然的に子どもたちはテリトリオ産品について学ぶことになる。

²⁵ 教育農場インストラクターへのインタビューより。

2.7. 食育を通じたテリトリオ製品の消費促進²⁶

ソレルナ幼稚園はパルマ郊外にあり 130 人の園児が通う幼稚園である。3 歳から 5 歳の年齢が異なる子どもたちが混ざってクラスを編成している。子どもたちの両親の年齢はだいたい 23 歳から 43 歳である。

子どもたちが抱える問題として、学校も家庭も子どもたちの目線でものを見られていない点を挙げられる。子どもが興味を持って見ているものに対して同じ考え方をしあげられていない。子どもたちは興味の対象の範囲が広く多方面の物事に対して興味があるのに、周りの大人たちはそれに応えられていないのである。子どもたちの親が子どもを分かってあげられていないことが原因で適正な規則を与えることもできていない。

幼稚園には年間食育活動プログラムがある。食育活動は幼稚園の学習指導要領に含まれている。子どもたちがバランスよく成長できることを目的とした一般的な内容のものである。子どもたちの親に対する食育はないが、親を集めて子どもに対する規則の作り方などを教えるミーティングをときどき開催している。

幼稚園教諭は食育活動のためのトレーニングを受けるわけではないが、教諭が 20 時間受講しなければいけないトレーニングコースのテーマの 1 つに食育がある。教諭を教えるトレーナー(formatore)がいて、トレーニングコースでは子どもたちの反応に対する教諭の疑問点や不安を聞いてアドバイスをする。食育全般のトレーニングではないので食育に関する勉強は教諭がそれぞれ個別に行っている。

教育農場は食育活動に沿って実践しているプロジェクトの 1 つである。教諭同士が食育活動プログラムに沿った形で課外授業を行えるかどうかを検討しながらどこに行くかを話し合っている。このような課外授業は年 1 回実施している²⁷。

これまでの課外授業としては昆虫をテーマに取り上げた食育活動プログラムにおいてガイドと共に自然公園に行った。子どもたちは違う大人と出会う機会を持つことで、違う現実を見ることができている。チェーン展開している大手量販店で食料品を買い物していると自然に接することができないし工業製品化された食品には保存料や添加物が入っていたりもするが、自然公園や教育農場では土を触ったり動物と触れ合ったりといった自然とコンタクトをとることを通じて「昔はこういう生活していた」という歴史と文化を知ることができる。自然とコンタクトをとるということは人間のルーツに出会うことなのである。

今年の食育活動プログラムは「小麦」をテーマに取り上げた。市立植物園から小麦の苗を寄贈してもらい、子どもたちは園内の菜園で小麦の苗を植え小麦を育ててきた。今日は子どもたちが育ててきた小麦をどのように利用するのかという小麦の使い方を知ることが目的としてだけで、「好き嫌いせずにきちんと食べよう」といった話を子どもたちにすることはなく²⁸、食育による食べ物との直接的コンタクトを通じて子どもたちが自宅に帰ってからも食べ物に対する興味を持ち続け苦手だったものを食べられるようになるとい

²⁶ 幼稚園教諭に対するインタビューより。

²⁷ 貸切バスとレッスン代などの費用が発生する。プロジェクトによっては州が援助してくれて費用を払ってくれるときもあるが、今日は州からの援助はなかった。交通費を含む 16 ユーロの費用は子どもたちの親が払っている。

²⁸ 幼稚園教諭によると、幼稚園の給食で子どもたちが皿の上の料理を残したり好き嫌いがあったりしても、無理やり食べさせようとはしない。食育で重要なのは食べさせることではなく食べ物に興味を持たせることだからである。その子どもにとっては、嫌がる食べ物がまだ食べる時期ではないかもしれないので、周りの大人は気長に待ってあげるべきであるとのことであった。ちなみに、給食に使う食材とメニューは栄養士(dietologo)が季節ごとに決めている。彼らはパルマ市が指定している栄養士である。おやつも子どもたちが自宅から持参するのではなく幼稚園が提供している。おやつはたとえばラスク(fette biscottate)にジャムとバターを塗ったもの、フルーツ、ジェラート、ケーキ、ヨーグルトなどである。ケーキは幼稚園で作って提供している。

った効果を生む²⁹。

教育農場に子どもたちの親が同伴しないことがポイントである。子どもたちだけでやってくることに意味がある。なぜならば、子どもたちは教育農場での経験を家に帰って親に対して自分で語るができるようになるからである。教育農場を経験することで、自分が見たものを他者に説明する力を身につけることができる。子どもたちが「いいことをしたでしょう」と親に自分の経験をプレゼンテーションすることで自分に自信を持つことができる。

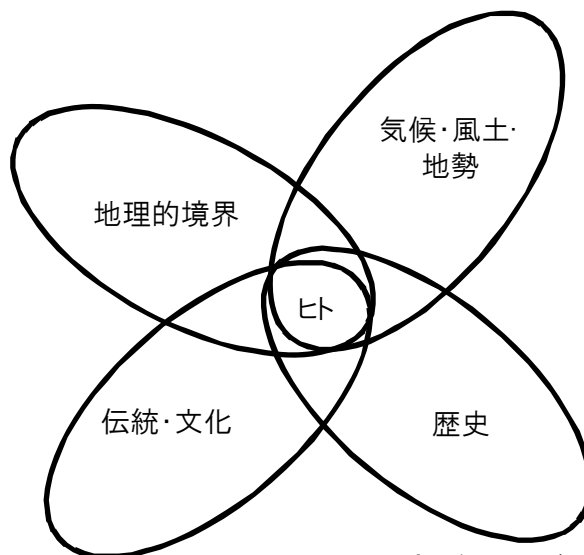
テリトリオ産品に関わる昔からの伝統農法や伝統文化に立ち戻ることは人間のルーツに出会うことになり重要であることから幼稚園の食育では伝統食についても教えている。テリトリオ産品を消費することも推奨している。テリトリオ産品の消費すなわち地産地消は地域経済の発展につながるからである。食育を通じたテリトリオ産品の消費喚起によって子どもたちが地産地消を心がけたり生産者による直販を利用したりするようになれば、工業製品からは知ることができないことを学ぶことができるであろう。

2.8. 小括

2.8.1. 発見物

本章の発見物は以下の2点である。第1に、テリトリオ産品は地理的境界や地勢や風土の特徴のみならず歴史、経済・社会、伝統・文化、および人によって構成されている。人は長い歴史の中で地理的境界の範囲内で地勢や風土を活かしたり手を加えたりしながら、農産物や農産加工品の生産の技術と伝統を蓄積しローカライズされた独自の文化を創りだしてきたことから、それぞれの要素は独立しているのではなく人の手を介して相互に関連しあっているとと言える。調査を通じて明らかになったテリトリオ産品の構成要素は【図2-1】のとおり示される。

図2-1 テリトリオ産品の構成要素



出所:インタビュー調査をもとに筆者作成³⁰

²⁹ 幼稚園教諭によると、個々の家庭で食育は行われているだろうがすべての親が食育を実践できるわけではないから食育を受けられていない子どもたちに対して幼稚園が食べ物について学ぶ環境を与えることは大切である。

³⁰ 図の形は Cesaretti(2011)を参考にしている。

第2に、食育活動においてテリトリオ産品を利用する方が食育の効果があがるとインフォーマントたちは考えていた。イタリアの人々は郷土愛が強く(高柳他 2011; 木村 2013c)、さらにテリトリオ産品に関わる主体同士の方が連携体制をより構築しやすいからということもあるが³¹、理由はそれだけではない。テリトリオ産品は単に地産地消を推奨できる地域産品でもなければ鮮度と栄養価が高い食品でもなく、その背後に歴史、伝統、文化、人のストーリーがあることから、子どもたちは生産的、経済的、社会的、心理的、人類学的、文化的なインサイトを学びながら購買と消費の正しい選択ができるようになるからである。

第3章 食育活動の連携体制

3.1. はじめに

農業を活性化する手立てとして、正しい食の知識と実践を子どもたちに教える食育の意義が認められている。先行研究においても、イタリアは食に関わる子どもたちへの教育活動に積極的に取り組んでいると言われ(内閣府 2007; 内閣府 2008a; 内閣府 2008b; 阿部他 2011; プラート味覚教育センター他,2012)、以下の記述からも読み取れる通りその効果も表れていると主張されている。

「イタリアの食育はより安全で健康的な食生活へと移行しており、スーパーマーケットや農業経営者もその流れに付随してきている。行政は、小さい頃から正しい食生活を身につけて健康的に生きることの大切さを国民に提唱し、学校での食の教育に近年特に力を入れている。郷土料理や地域特産物は、先に述べた固有の食生活の土壌と、イタリア国民の愛国(郷土)心によって大切に守り継がれている(内閣府 2007,p113)」

「空腹しのぎに栄養価のないインスタント食品で済ませたり、ファーストフードやスナック類を常食したり、サプリメントの錠剤を呑むだけで安心するような食生活は健康的ではないということを多くのイタリア国民は心得ている(内閣府 2007,p114)」

その一方の現実として、イタリアの子どもの肥満は増加している。国立統計調査研究所の調査で6歳から13歳の約4%が肥満で20%が過体重という統計結果が出ていることもあり(内閣府 2008b, p114)、青少年の肥満が問題視されている。「食に関わる積極的な教育実践」と「子供の肥満増加」という相反する現象の共存をどのように説明すればよいのであろうか。多様な取組みは効果を発揮していないのだろうか。食育実践の実態とその効果を明らかにする必要があるだろう。

本章が注目するのは、食育活動を取り巻く連携体制である。ここでいう連携体制とは、市民を中心として国や地方公共団体といった行政機関の法令や施策、および関係団体や関係者の個々の活動を一体的な活動として展開することを目的として構築する体制を意味する。連携体制に注目する理由は、食育活動を地域レベルの規模によって展開することによって「多くの公共団体(市町村、県、州、保健所、学校)や民間団体(企業、協会)が参加・協力して、共同の「食の地域プロジェクト」を打ち出し、現状の問題点を克服する革新的な要素を盛り込むことが可能(プラート味覚教育センター他 2012,p170)」となるからである。

³¹ 食育活動における連携体制の形成については第3章を参照のこと

本章は、関係団体が実践する食育活動、およびその活動を可能にする連携体制を明らかにすることを目的とする。取り上げる対象はエミリア＝ロマーニャ州パルマ県におけるパルミジャーノ・レッジャーノチーズに関わる食育活動である。エミリア＝ロマーニャ州を取り上げる理由はイタリアに 20 ある州の中で最初に食育活動を開始した州であり実績を積んでいるからである。パルミジャーノ・レッジャーノチーズを中心とする関係団体を取り上げる理由はパルミジャーノがイタリアのチーズの王様と呼ばれ直接食用のみならず数多くの料理メニューに利用されているとおりに幅広い消費者に愛される一般的な食品であることから、食育活動に利用しやすく多様な活動が行われていることが期待されるからである。

3.2. 調査概要

2013 年 4 月 29 日と 4 月 30 日にエミリア＝ロマーニャ州パルマ県において酪農加工品であるパルミジャーノ・レッジャーノチーズを利用した食育に関するインタビュー調査と参与観察調査を実施した。インタビュー対象者は[表 3-1]のとおりである。パルミジャーノ博物館を来訪した中学生たちに対するグループ・インタビューも実施した。インタビューはイタリア語で行われた。

表 3-1 インタビュー対象者

対象者	所 属	役 職	調査実施日
Maestri Valentina	パルミジャーノ・レッジャーノ博物館	博物館館員	2013 年 4 月 30 日
Luigi Botti	ピアツェンツァの中学校 A 校	教諭	2013 年 4 月 30 日
Christiana Clerici	パルミジャーノ・レッジャーノ協会・ パルマ支部	プロモーション& 生産者見学調整担当	2013 年 4 月 29 日
Stephano Gonizzi	San Bartolomeo 社(酪農&チーズ工 房)	経営者&酪農家	2013 年 4 月 30 日

参与観察対象は 3 つある[表 3-2]。子どもたちのパルミジャーノ博物館見学の観察、パルミジャーノのチーズ工房 San Bartolomeo 社における作業の観察、およびパルミジャーノ用の乳を提供する牛の牧場 San Bartolomeo 社の夕方の牛舎清掃と搾乳の観察である。以下ではパルミジャーノ博物館の見学プログラムのフィールドワーク、および 4 名のインフォーマントから得たデータを記述する。

表 3-2 参与観察の概要

対 象	観察対象	調査実施日
パルミジャーノ博物館	中学生に対するプログラム(所要時間 2 時間))	2013 年 4 月 30 日
San Bartolomeo (チーズ工房部門)	当日朝に作ったパルミジャーノの 3 時間おきの上下反 転作業、および熟成庫内のチーズのクリーニング作業	2013 年 4 月 30 日
San Bartolomeo (牧場部門)	夕方の牛舎清掃と搾乳	2013 年 4 月 30 日

3.3. パルミジャーノ博物館

3.3.1. 見学プログラム

パルミジャーノ博物館はパルマ県にあるパルミジャーノ・レッジャーノ、プロシュット・ディ・パルマ(Prosciutto di Parma)、サラミ(Salame Felino)、トマト(Pomodoro) の4つの食の博物館(Musei del Cibo della Provincia di Parma) の1つである。いずれも食の博物館協会(Associazione dei Musei del Cibo) によって運営されている。パルミジャーノ博物館の料金は、入館料(一般)1人4ユーロ、入館料(学校)1人3ユーロ、ガイドツアー(25人まで)20ユーロ、ラボラトリ(laboratori: 実験室)1人4ユーロである。

2013年4月30日午前9時にピアツェンツァから中学校の課外活動として33名の生徒と2名の引率教諭が到着した。出迎えたのは博物館館員のマエストリ氏である。生徒たちはまず視聴覚室でパルミジャーノの生産工程のビデオを30分間鑑賞した。1200年代に始まったとされるパルミジャーノの生産の当初の工程と現代的な工程を比較する内容となっている³²。生徒たちは熱心に見入って持参したPSP(プレイステーション・ポータブル)などの携帯ゲーム機やデジタルカメラを使ってビデオモニターに映し出される映像を撮影していた。[写真3-1]

写真3-1 ビデオで伝統的生産工程と現代的生产工程を学ぶ



2013年4月30日筆者撮影

ビデオ鑑賞を終えた9時30分ごろにパルミジャーノの生産に必要な工具類を展示するスペースに移動した。1350年頃に書かれたとされるボッカッチョ(Giovanni Boccaccio)の『デカメロン(Decameron)』の中ではパルミジャーノの現代と同じ使用方法が記述されているが、展示スペースには現在使われている銅の釜もあるものの、主に昔の伝統的ツールが展示されていた。マエストリ氏は工具について説明していった。[写真3-2]

写真3-2 伝統的ツール類



2013年4月30日筆者撮影

9時45分ごろに、牛の乳から1日に1回しか作ることができないパルミジャーノを約

³² パルミジャーノの生産工程については木村(2013a)で詳しく説明されている。

20日間漬けておく塩水(salatura) プールのスペースに移動した。そこには12枚ほどのパネルが展示されている。1枚のパネルには約10点のチーズ関連商品の写真が掲載されている。これらはいずれもイタリア国内外で生産され流通しているパルミジャーノの贗造品・違法品である。中には日本でも「パルメザンチーズ」としておなじみの製品の現物も展示されていた。子どもたちは興味深そうに贗造品サンプルやパネルをカメラに収めていた。

[写真 3-3]

写真 3-3 贗造品や違法品の展示



2013年4月30日筆者撮影

10時ごろに、昔からの農具を展示するスペースに移動して、ここまでパルミジャーノについて説明していたマエストリ氏から男性の博物館館員に交代し農具の説明がなされた。11時ごろに、パルミジャーノの試食会が始まった。生徒たちは2時間ほどかけて理解したパルミジャーノを味わっていた。

3.3.2. パルミジャーノ博物館の独立した食育活動³³

パルマ県のパルミジャーノ博物館はいまから10年前の2003年11月にオープンした。チーズ工房の廃屋をリフォームして使っている。建設(リフォーム)には県の予算が費やされた。1ヶ月あたりの来館者数は学校が学期中か休暇中かによって差がある。学期中の2013年4月には約500人が訪れた。学校からの課外授業としてやってくる場合は、小学校よりも中学校あるいは高校からの方が多³⁴。来館する学校の地理的範囲としては、中イタリアの西はトスカーナ州から、東はマルケ州からもやってくる。北イタリアではロンバルディア州のミラノからの来館者が多³⁴、ピエモンテ州からもやってくる。ミラノから訪れるのは家族連れが多い。

すでにその存在を広く認知されているので、パルミジャーノ博物館から学校に対するプロモーション活動を行うことはなく、学校がインターネットで検索してパルミジャーノ博物館に来館の希望を連絡してくる。

見学プログラムは、まずパルミジャーノの生産工程をビデオで観て、昔の道具を見て、時間に余裕があれば隣接のチーズ工房も見学する。見学内容はイヴァルディ・ガナピーニ(Albino Ivardi Ganapini)が考案した。ビデオのコンテンツはパルマ県が制作した。ハム、サラミ、トマトのそれぞれの博物館にもビデオがある。参加した子どもたちは、伝統的生産工程と現代的生産工程の変化を見て楽しんでる。彼らは食べるのが好きなので、たとえ中学生くらいの難しい年頃であっても興味を持って鑑賞している。今日の見学プログ

³³ 博物館館員へのインタビューより。

³⁴ 筆者が調査した日は調理師専門学校の生徒たちも来館していた。

ラムにはなかったが、ラボラトリでは小さな子どもたちが生クリームからバターを作ったり、牛乳にレモンなどの酸を入れると凝乳する科学的反応を利用してチーズを作ったりする。

子どもたちの興味をひくためにたくさん話すようにしている。大人に対しても同様だが、子どもたちが納得できるようにわかりやすい言葉を使い説得力のある話し方で喋ることを心がけている。

牧場体験と比較すると、パルミジャーノ博物館は動物や酪農家と直接接することができるので、食育活動の効果が少ないかということもそういうわけでもない。子どもたちはパルミジャーノ博物館の見学にたいへん興味を持っている。牧場に行ってからパルミジャーノ博物館に来た幼稚園児たちも見学内容に興味を持っていたことから、子どもにとっての興味や好奇心の点で牧場での体験とパルミジャーノ博物館での体験にそれほど差はないとマエストリ氏は考えている。

月間 500 名ほどの来館者であるが、この程度の人数でちょうどいい。パルマ県には小さな博物館がおよそ 20 館ほどあるが、パルミジャーノ博物館への来館者は多い方なので今のままでいいと思う。学校からの評価は窓口に届くため、パルミジャーノ博物館に直接届くことはない。

改善したい点は 2 つある。第 1 にオーディオガイド用の機材が欲しい。1 台あたりの価格が高いことと、技術的なメンテナンスがたいへんなことから導入することは難しいだろう。第 2 に昔の文献や資料があればいいと思う。テキストのような形で子どもたちに見せながら説明する方が教育の効果が上がるからである。

チーズ工房まで見学する場合は直販しているパルミジャーノを買って帰る子どもたちもいるので訪問した当日の販売量はある程度増えるだろうが、パルミジャーノ博物館での経験によってパルミジャーノの消費量が大幅に増えることはないだろう。なぜならば、日常生活では子どもたちがパルミジャーノを直接購入しているわけではなく、多くの場合は母親が購入するからである。とはいえ、子どもたちが家に帰って博物館での経験を話題にして家族と話をすれば母親が買ってくれる可能性はある。

パルミジャーノ博物館のオペレーションに対するパルミジャーノ協会からのサポートは特にない。予約を仲介して見学者を呼び寄せてくれたりはするが、それほど密接な協力関係にあるとは言えないとマエストリ氏は述べた。

3.4. 中学校の授業内における食育活動³⁵

今回の課外授業に参加したのは中学 2 年生の生徒たちである。パルミジャーノ博物館の後はパルマ公国出身の作曲家ジュゼッペ・ヴェルディ(Giuseppe Verdi)の記念館も訪問する。費用は学校と生徒が負担する。参加は義務ではないので来たい生徒が来るが、通常はだいたい全員が参加する。訪問先は教諭が話し合って決める。

ヴェルディ記念館に行くことは音楽の教諭が決めた。パルミジャーノ博物館は食育にびったりであるということで技術部の教諭が決めた。

A 中学校では中学 1 年生から食に関わる教育を開始するが、ほとんどの子どもたちは小学校時代から食育プログラムを受けている。A 中学校が食育活動を開始した年はわからないがずっと以前から取り組んでいる。

子どもたちの食に関する問題として、肥満、拒食症、およびダイエットが挙げられる。

³⁵ 学校教諭へのインタビューより。

子どもたちの食生活が乱れたのは、レトルト食品、冷凍食品、あるいはインスタント食品などの調理済みでさっと食べられる食品が市場にあふれかえっているからである。それらの多くは高脂肪・高カロリーである。

問題の原因は子どもたちの両親が置かれた状況にあると考えられる。子どもたちの両親はだいたい 35 歳くらいから 45 歳くらいである。

共働き夫婦が多いため、ゆっくりと料理するための時間がない。ゆっくりと料理するための時間がないとは、何も小麦粉から手作りパスタを作るということではなく、スーパーで買って来た乾麺のパスタを茹でる時間すら惜しいという意味である。しかたがないので、親はパスタを茹でる代わりにできあいのホットドックや冷凍のフライドポテトを子どもたちに食べさせている。いずれも高脂肪・高カロリー食品である。学校では、科学や技術などの授業中に規則正しい食事について教えるようにしているが、子どもたちの乱れた食習慣は社会的問題なので、全ての教諭が問題意識を持ち自身の授業に関連づけるよう心がけている。具体的には、自身の授業の中で規則正しい食事に関連する話題を持ち出すようにしている。教諭用のテキストとして栄養学や生活習慣に関連する書籍を利用している。たとえばチーズを取り上げてタンパク質、糖質、ビタミンといった栄養価について話すようにといった指示が書かれている。地産地消(chilometro zero: ゼロキロメートル) は特に推奨していない。野菜は近郊で採れたものが新鮮だし添加物の心配がないから子どもたちにも接触させるようにするが「土地のものを食べよう」と強調することはない。

授業内の食育活動の効果を測定できているわけではない。医療機関から医療従事者が学校に来て生徒に細かい食事指導をしてくれるが、そちらの効果も測定できていない。生徒たちに「もっとフルーツを食べよう」「フライドポテトのような高脂肪食品を食べるのは止めよう」「魚を食べよう」と言っても、実践させることは難しい。(筆者注: 博物館見学の最後の行程であるパルミジャーノの試食会の後、子どもたちは持参したおやつ(merenda) を食べていたが、数人の男子生徒は食べ終わった後さらにお菓子の自販機に群がってスナック菓子を購入して食べていた[写真 3-4]。彼らの体型は肥満ぎみであった[写真 3-5]。)

写真 3-4 お菓子の自販機に群がる子どもたち



2013 年 4 月 30 日筆者撮影

写真 3-5 肥満ぎみの子どもたち



2013年4月30日筆者撮影

社会に対する食育の効果として病気になる人が少なくなることによる医療費の削減が期待される。病人が減れば看病する人も不要になるので国と国民への負担を軽減できる。地域農業や地場産業など地域経済活性化についての効果があるのかは分からないが、食品の買いすぎによる浪費や残った食べ物を廃棄することが減って地域の環境保護につながることを期待できる。

国が学校での食育活動を支援しているのでいずれの学校も多かれ少なかれ食育活動を行っているはずである。国は「教育として子どもを含めた家族全体に対する食育を行っていく」という方針を掲げている。ここでいう国とは文部省(Ministero della Pubblica Istruzione)である。農林政策省(Ministero delle Politiche Agricole e Forestali)や保健省(Ministero della Salute)も関わっているのだろうが、学校が直接コンタクトしているのは文部省だけである。国の方針を受けて州や県などの自治体が学校における食育活動を支援する。

他校との情報交換も行っている。医療従事者や栄養士などの専門家が学校に来て一緒に話をすることもある³⁶。

食育用に授業内で用いるツールやマテリアルなどの教材は各教諭が自由に選択している。食品そのものを使う場合もあれば、テキストやビデオを利用する場合もある。学校用のテキストや書籍を販売する営業マンが学校を訪問し、持ち込まれたテキストや書籍の中から教諭が自由に選択することができる。教諭は教材の1つとしてその時のレッスン(授業)の内容に合うかどうかを考慮しつつテキストを比較して選んでいる。テキストにCDやDVDがついているならばそういった教材も活用する。

子どもたちには正しい食事の仕方、身体を動かすことの大切さ、および健康的な生活の重要性を教えるが、身体を動かすことの大切さであれば実際に何か競技やスポーツをさせながら「こうやって身体は作られていく」といったように教えている。「間違った食生活を続けているとこういう悪いことが起こる」「高脂肪や高コレステロールの食事が病気につながる」といった悪い例を話すこともある。まだ中学生であるが飲酒が引き起こす問題なども説明する。

食育活動に関して教諭が頭を悩ませるのは子どもたちの興味をひくことである。興味を持たせるために、授業では子どもたちから積極的に話してもらうようにしている。教諭が一方的に教えると子どもたちは飽きてしまうので、子どもたちの方から話を持ってくるよ

³⁶ 医療従事者の分野が何科なのかは分からないとのことである。

う工夫することで興味をひけるのみならず集中力を維持させることもできる。子どもたちは興味を持っていること以外に対する集中力が欠けやすいが、食に関する内容は彼らも興味を持っている。食は自分自身の生活や周りの家族や友人にも関係しているからである。

教諭の中には喫煙したり肥満だったりと食育を指導する立場として適任ではない者も何人かいる。そういう同僚には冗談っぽく周りの教諭が指摘することがある。「食べすぎじゃない?」と言ったり、その教諭が「疲れた」「頭痛がする」と言えば「食生活のせいじゃない?」と言ったりしている。

3.5. 5つの食育プログラム³⁷

パルミジャーノ協会は子どもたちへの食育活動に積極的に取り組んでいる。なぜならば、「子どもたちはわれわれの未来であり、彼らが大人になったとき大切なことは何かを自分で決めていかなければならないが、その中でも食と環境が重要な課題であることを知っておかなければならない。食の適切な選択によって幸福になれることを子どもたちに知って欲しい(クレリチ氏)」と考えているからである。

パルミジャーノに関連する昨今の食の変化としては、消費者の嗜好が変わったというより料理が変わったと言える。1950年代から1960年代は長期熟成タイプが好まれていた。手作りの詰め物パスタなどの料理に使うときも長期熟成タイプが使われていた。長期熟成タイプは塩分量が多く味もしっかりしているので量はそれほど要らなかった。現代は生活スタイルが変わったために料理も変わった。具体的にはすぐに食べられるようなタイプが好まれる。料理に使うというよりもそのまま食したり、サラダやカルパッチョ(Carpaccio:生の牛ヒレ肉の薄切りにチーズあるいは調味料をかけた料理)に乗せたりするために使われることから熟成期間が短いものが好まれる。

パルミジャーノ生産者にとっては、熟成期間が短ければ早く販売でき支払をすぐに手に入れられるというメリットがある。近年は、生産者が短い熟成期間で早々に販売するか、あるいは特別な牛乳を使うことで長期熟成に適したチーズを作るかを選択し、特定の熟成期間に特化する傾向にある³⁸。

多くの食品が工業製品化したために、消費者は農業従事者や生産者との関係が希薄になっていると言われるが、パルミジャーノに関しては昔ながらの伝統的生産工程を守り続けていること、および大規模な生産システムの導入が不可能であることから、今でも生産者と消費者との距離は近い。さらに、ここ数年多くの生産者が直販に力を入れている。チーズ工房に直販スペースを設けたりオンライン通販やGAS(Gruppo di Acquisto Solidale:連帯購買グループ)を通じて販売したりすることで消費者と直接コミュニケーションする機会がある。2012年5月にモデナで発生した地震でパルミジャーノ生産者が打撃を受けたので、助け合いをしようということで被害を受けなかった生産者が売上げの一部を被災した生産者に寄付するという助け合い運動があった³⁹。購入金額の一部が募金されるということで、生産者と消費者との距離も近づいた⁴⁰。

食に関して子どもたちが抱えている問題の1つは肥満である。食生活がアメリカナイズされ、フライドポテトなどの高脂肪・高コレステロールの食品を食べる子どもが増えている。

³⁷ パルミジャーノ協会へのインタビューより。

³⁸ 長期熟成されたパルミジャーノはラクトースがなくなることからラクトースアレルギー(乳糖不耐症)の人も食べられるようになる。

³⁹ パルミジャーノの被害額は1億5,000万ユーロであったと言われている。

⁴⁰ パルミジャーノ協会のHPにも募金方法が記載されている。

http://www.parmigiano-reggiano.it/news/2012/domande_risposte_caseifici_colpiti_sisma.aspx (2013年5月25日参照)

添加物も増えている。低年齢層の生活習慣病も問題視されている。子どもたちは座りっぱなしでプレイステーションなどのゲームで遊んでカロリーを消費しない生活を送っている。

子どもたちの親の問題としては、両親が共働きで家に帰ってくるのが遅い点が挙げられる。昔は両親が遅くまで仕事をする家庭は少なかった。夫婦のどちらかが働いていてももう1人は自宅にいた。共働きであれば子どもの祖父母が家にいて子どもの世話をしていた。近年は両親とも遅くまで仕事をするのが当たり前になった。親が仕事から帰宅しないのでベビーシッターが学校に迎えに行きランドセルを置いたら塾に行かせたりお稽古事に連れて行ったりと時間にせかされた生活を子どもたちは送っている。外で遊ぶ機会は減って義務的にどこかに行く生活になっている。

忙しい親は時間をかけて料理を作って子どもに提供することができないだけではない。食に関する知識を子どもに教えることもできていない。子どもたちに尋ねてみるとパルミジャーノは牧場で搾乳された乳がチーズ工房に運ばれて生産されていることを知らず、牛乳パックから作られていると思っている子がたくさんいた。

パルミジャーノ博物館はパルミジャーノ協会が運営する食育活動には関わっておらず、別のプロジェクトとして主にパルミジャーノの歴史を子どもたちに教えている。ただし、パルミジャーノ博物館で上演するパルミジャーノの劇はパルミジャーノ協会がオーガナイズしている⁴¹。

コムーネ(commune: 自治体の最小単位)は、地域と子どもたちを接近させようとしている。パルミジャーノ協会は、パルミジャーノについて教えることで子どもたちの食生活の地域性(localita)を高めることができることから、コムーネの意図に合致した活動ができる。情報技術の発達によってインターネットで検索すれば食に関するさまざまな情報を手に入れることができる。教育に関してもほとんどの情報がインターネット上に出てくるが、消費者がその情報に興味を持ちそこから「生産者の所に見学に行こう」と思って連絡してきたならばパルミジャーノ協会が牧場見学やチーズ工房見学をオーガナイズする。

パルミジャーノ協会が学校と連携し協力して実施したプロジェクトは5つある。3つはパルミジャーノ協会が自主的に行ったもので、2つは協会が自治体に協力して行っている活動である。

第1は「黄色いチーズ」という名称の9歳から13歳くらいまでの少し大きな子どもを対象にした食育プロジェクトである。第2は「チーズの王様」という名称の五感を繊細にするための本を用いたラボラトリである。第3は「嘘なしで食べよう」という名称の栄養士による食育プロジェクトである。[表 3-3]

表 3-3 パルミジャーノ協会が自主的に実施した食育プロジェクト

	名 称	食育タイプ	期 間
1	Giallo Formaggio (黄色いチーズ)	学校教諭による9歳から13歳位 の子どもを対象にした食育	2003年～2008年
2	Il Re Formaggio(チーズの王様)	本を使った五感を育てる実験室	2004年～2007年
3	Mangiare Senza Bugie (嘘なしで食べよう)	栄養士による食育	2007年～2009年

出所:インタビュー(2013年4月30日)を元に筆者作成

⁴¹ 実際に上演するのは児童劇を専門とする劇団である。

第4は教育農場である。第5は「ハーモニーの中で成長」という名称の学校給食プロジェクトである。2013年4月現在も継続しているプロジェクトは「教育農場」と「ハーモニーの中で成長」の2つである。[表3-4]

表3-4 パルミジャーノ協会が自治体に協力して実践している食育プロジェクト

	名称	食育タイプ	期間
4	Fattoria Didattica(教育農場)	教育農場	2003年～現在
5	Crescere in Armonia(ハーモニーの中で成長)	学校給食プロジェクト	2006年～現在

出所:インタビュー(2013年4月30日)を元に筆者作成

第1の「黄色いチーズ(Giallo Formaggio)」プロジェクトは、パルミジャーノ協会と学校の合同食育プロジェクトである。プロジェクトは2003年から2008年まで約6年続いた。予算はEUと農林政策省から出た。EUと農林政策省は農産物と農産加工品の生産および消費拡大を目指しており、パルミジャーノは農産加工品の1つであることから予算を出してもらえた。2005年に絵本『Giallo Formaggio(黄色いチーズ)』を出版した。書店でも販売されていたが現在は絶版になっている。小学校高学年から中学生までの比較的大きな子どもを対象読者としていて、子どもがチーズを盗んで逃げたりする推理小説のようなストーリーである。

絵本を開いたページの両脇にはチーズの学術的情報が記載されている。学校教諭は生徒たちに質問しながら物語を読んでいく。どの科目で教えなければいけないというのはなく、教諭側がどの科目で使うかを自由に選択できる。どちらかと言えば歴史というよりも、科学や栄養面の情報が充実しているので、それらの授業で活用されることが多かったのではないかと思われる。とはいえ、多分野からの情報が満載なので幅広く使える。たとえば、Pellegrini(ペレグリーニ:巡礼者)がチーズをどのように活用していたのかという情報を歴史の科目で利用することもできる。

この絵本を使うための教員マニュアルは特になかったが、出版記念の記者会見をパルマ県で開催したときに学校教諭を招待し、作者にはどういう意図があるのか、どういう使い方をすれば効果的なのかを説明する機会を設けた。説明会は1回で終わらせず、地方のコミュニティーに行って、学校教諭を集め絵本を配布し内容と活用の仕方を紹介していった。説明会を実際に行なったのは出版社のSale in Zucca社とパルミジャーノ協会の内部の人間である。著者の1人フランチェスコ・バッラリーニ(Francesco Ballarini)は科学的なパートを執筆し、共著者の2人は歴史のパートを執筆した。協会は内容に対する口出しをしなかった。フランチェスコはパルミジャーノの専門家バッラリーニ教授の息子であり彼自身もパルミジャーノに関する深い知識を持っていたからであるが、要請があれば協会の知識を提供した。印刷費用や各コミュニティーに対する説明会の費用およそ5万ユーロは州からの予算でまかなわれた。国の農林政策省から州に対する予算が出て、各県に配分された分である。

本は学校で生徒1人に1冊ずつ与えられた。チーズ工房見学に来た子どもたちに配布することもあった。生産者から「いついつに子どもが来るから」と協会に事前に連絡が入れば工場に必要な部数を送った。その時も有料ではなく無料で配布した。

第2のチーズの王様(Il Re Formaggio)プロジェクトは、五感を発達させることを目的としたラボラトリである。学校から協会に実験室を開催して欲しいという依頼がきたら、学校内のスペースを借りて行う。

利用するマテリアルはクレリチ氏自身が2004年に制作した絵本『Il Re Formaggio(チ

ーズの王様)』である。子どもたちの五感を発達させるために使う本としてクレリチ氏が執筆し2人の知人がイラストを描いた。出版にあたってクレリチ氏がメディアに対するプレスイベントをオーガナイズした。イベントはパルミジャーノ博物館で行われた。子どもたちへの実際の教育を行ったのは主に絵本の共著者の1人であったがクレリチ氏が行う時もあった。2,500部印刷し子どもたちに無料で配布し、なくなったら増刷はしなかった。

写真 3-6 ラボラトリで使用する絵本



出所:著者のクレリチ氏より入手

2005年度の途中でクレリチ氏は共著者であるイラストレーター2人と共に、自身が所属するパルミジャーノ協会の本部に対して絵本とラボラトリを用いるプロジェクト案をプレゼンテーションした。協会は農林政策省の予算を使ってラボラトリを開催することを承認してくれた。2006年度は協会からの依頼という形で、農林政策局がスポンサーとなるプロジェクトとして行われることになった。このプロジェクトは1年半行われたことになるが、公式なラボラトリ以外にもクレリチ氏と共著者は個人の活動としてラボラトリを開催した。パルマ県は金銭的サポートこそしてくれなかったが絵本のデザインが子どもたちに人気だったこと、および多面的アプローチでチーズを説明していたことからプロジェクトに高い評価を与え、積極的に学校に告知してくれた。

第3の「嘘なしで食べよう (Mangiare Senza Bugie)」プロジェクトは、2007年から2009年まで3年間ほど続いたプロジェクトである。栄養士が学校を訪ね、子どもたちと一緒にすごろくやカードゲームで遊びながらパルミジャーノや正しい食の選択について教えた。

レッジョ・エミリア県のコミュニケーション・エージェンシーGi & Vi社がゲームを用いた食育活動をパルミジャーノ協会に提案してきた。協会側から「子どもたちをこう変えたい」「こういうことを教えたい」とエージェンシーに依頼したわけではなく、外部から持ち込まれた案であったが協会の方針と適合していたので採用した。協会が期間をどうするかを決めて、エージェンシーと共にプロジェクトを作っていた。

2008年に作成された絵本は、宇宙人が乗った宇宙船が牧場に不時着した。宇宙人は人間

(酪農家)が食事を食べさせたり牛舎を掃除したりと牛の世話を一生懸命やっている姿を見て、地球では牛が知性のある動物で人間が召使なのだと思います。最後はパルミジャーノを買い込んで宇宙に帰るというストーリーで、子どもたちから大きな反響を受け、学校から子どもたちが描いた宇宙人や牛のイラストがエージェンシーに続々と届いた。

第4の「教育農場(Fattoria Didattica)」プロジェクトは、エミリア＝ロマーニャ州が主体となって農場や牧場における食育活動を実施し現在も継続しているプロジェクトである。教育農場は子どもと両親向けで、子どもとその家族が農産物、農産加工品、動物、あるいは酪農家と接しながら学べる食育プログラムを提供している。プログラム内容はパルミジャーノ協会が決めるのではなくパルマ県が考案する。文部省によって1年生はこういうことを学び、2年生はこういうことを学ぶというように学年ごとの学習指導要領が決められていて、学校教諭がその要領にしたがいつつ時代の流れにあった食育プログラムを学校の食育活動の一環として組み込んでいく。

教育農場やチーズ工房見学などの体験学習は1回で終わらせてはいけないとクレリチ氏は考えている。子どもたちの頭の中に知識と経験を残すための通過点としてとらえ、チーズ生産工程を見学した後はラボラトリを経験するといった一連のカリキュラムを構築する必要がある。

第5の「ハーモニーの中で成長(Crescere in Armonia)」プロジェクトは、パルマ市(Comune di Parma)が主体となって実施し現在も継続している学校給食プロジェクトである。

各学校は、市役所の学校給食管理課(Ufficio Ristorazione Scolastica)の指導のもとに給食メニューを決める。子どもたちに供されるべきと指示された食材を使って学校給食専門業者が学校給食の調理を請け負っている。

パルミジャーノ協会はこのプロジェクトのスポンサーとなり、五感を育てるラボラトリを開催している。子どもたちに食品を手で触らせたり、昔の農業工具の音を聞かせてクイズを出したりする。嗅覚を発達させるために干草の香りや香辛料の香りを嗅いでもらってクイズとしてこれは何の香りかと尋ねる。パルミジャーノのカザーロ(チーズ職人)や検査員のように子どもたちにパルミジャーノを与えて触らせたり、叩いた音を聞かせたり、香りを嗅がせたり、味をテイastingさせたりもする。チーズに関する知識を教えた後でテイastingさせると五感がより敏感になっていることは興味深い現象であったとクレリチ氏は述べる。

子どもたちには五感の感受性に差がある。それまでに両親が食に興味を持っていることから生産者に会いに行ったことがある子どもや、学校から課外授業で牧場に行ったことがある子どもは、ラボラトリでも食品を触ったときの反応が早い。イメージテストをしても結果が異なる。クイズをした時も子どもの食に関する知識のレベルが異なるので、これまで生産者や動物に接したことがない子どもにはより詳しく説明するように心がけたり、グループで話し合いをさせたりしている。「おじいちゃんがパルミジャーノを作っていた」という子どもがいる場合もしばしばで、そのような時は子どもたち自身がラボラトリの活動に積極的に参加し主体的に話しをする。グループごとにその特性が異なることから、主催する側はメンバーの中に個性の強い子どもがいる場合とそうでない場合などグループごとに対応を変える必要がある。

子どもたちの親と学校教諭に対しては、市役所の学校給食管理課のコーディネートによってパルミジャーノ協会をはじめ他の食品の協会、たとえばプロシュット・ディ・パルマ協会や青果市場業者、栄養士、および地元の保健衛生局(ASL: Azienda Sanitaria Locale)

の専門家が集められ毎年数回ミーティングを開催している。

学校外での活動もある。たとえば、子どもたち、親、学校教諭がフードバス(foodbus: 課外活動バス)に乗って、酪農牧場、プロシュット・ディ・パルマの生産者、食の博物館、青果市場などを訪問する。「ハーモニーの中で成長」プロジェクトは多数の異なる産業の主体がかかわることからより複雑なプロジェクトであると言える。

以上がパルミジャーノ協会が実践する食育プロジェクトであるが、それぞれの活動の効果を測定することは難しいとクレリチ氏は述べる。効果測定とは言えないかもしれないが、プロジェクトに参加した学校が1年間にどのような食育活動を学校内で行ったのかを年度末に報告してくれる。小学校であればパルミジャーノを使った給食メニューを出したとか、パルミジャーノの科学的な知識や歴史的な知識を子どもたちに教えたということを協会にフィードバックしてくれる。

学校教諭が食育活動に対して興味を持っているかどうか、熱心であるかどうか、および教諭自身の専門分野によって学校ごとに食育活動のレベルに差が生じる。近年、イタリアの学校は予算を持っていないので無料のツールやマテリアルが喜ばれる。パルミジャーノ協会が提供する教材は無料なので学校には好意的に受け入れられている。さらにマテリアルにはパルミジャーノに関わる豊富な資料がちりばめられているので教諭にとって使い勝手がよいことから学校側は積極的に選んで使ってくれる。

食育活動に利用する食材としてパルミジャーノは有利な立場に位置していることは確かである。なぜならば、パルミジャーノは、1350年頃に書かれたボッカッチョの『デカメロン』やロバート・ルイス・スティーブンソン(Robert Louis Stevenson)の『宝島』といったメジャーな文学書に登場するのみならず、ジャコモ・レオパルディ(Giacomo Leopardi)の『ネズミとカエルの戦争(Paralipomeni della Batracomiomachia)』といったマイナーな文学にすら登場する。学校教諭はこういった文学書の中の文章を用いて子どもたちにクイズを出すことができる。だからといって、他のチーズを食育に関連づけることが難しいかというところではない。たしかにパルミジャーノは複合的な要素を持ち合わせているので食育活動に取り入れやすいが、学校教諭や食育の実践者たちがその食材を理解していれば子どもたちを惹きつけられる。一般的には子どもが苦手とされる野菜も同様である。野菜は単純な食材ではあるが、食品関係の出版社が子ども用に絵本を出したりしている。たとえば、『動物のスーパーマーケット(Supermercato degli Animali)』という絵本では、どの動物がどの野菜を食べるのが分かりやすく説明されている。

食育活動の連携体制としては、これまでパルミジャーノ協会は大学などの高等教育機関とは取り組んだことはなかった。大学と協力体制を築くとなると教育的側面と科学的側面の2つの接点がありえる。大学の分野的に小児科を含む医学部との接点は少なく、教育学部が臨床データを集めるために共同研究をしたがるかもしれないが、実際に何かしたことはまだない。将来的に協会が大学側にアプローチして科学的なことを分析してもらって栄養価を算出するといった形で協力体制を構築することもあるかもしれない。これまでのパルミジャーノ協会の食育活動プログラムはもっとシンプルなものであったが、今後、協会の方針が変わっていけば高等教育機関と協力し合うこともあるだろう。

食育活動はそれを勉強したバックグラウンドを持つ専門家の参加が必須である。協会が食育活動に力を入れていくという方針を打ち出すならば、協会の内部と外部から1人ずつ専門家を入れないといけないと思うとクレリチ氏は述べる。専門家のバックグラウンドとはたとえば小児科の知識が必要であろうし、児童心理学の勉強もしなければならない。子ども用の文学の知識やイラストの知識も必要である。何よりも大切なのは、一般的な見方

だけではなくさまざまな角度から物事を見られる人でなければいけない。食育にはファンタジア(fantasia: 想像力)を使うことが必要である。

3.6. 教育農場の体制整備⁴²

パルミジャーノ・レッジャーノのイタリア国内消費量は減ってきている。原因の1つは経済危機による消費縮小であるが、より大きな問題としてイタリアの伝統食が失われてきていることが挙げられる。パルミジャーノは昔ながらの生産工程をかたくなに守り続けてきたことからイタリアの伝統食の1つであると言える。若者や外国から入ってきた人(筆者注: 移民)はイタリアの伝統的な食事を知らないために、我々イタリア人が知らせていくことが必要である。たとえ外国人であってもイタリアの伝統食を知ることによって好きになってくれると思う。現代の子どもたちが抱える食に関する問題は、伝統的な食品や料理を知らないことである。

我々大人は子どもたちに教えていく必要がある。昔からの食品には文化がある。添加物は入っておらずナチュラルなものであることから健康を保つこともできる。昔からの食品とはたとえばトルテッリ・デルベッタ(Tortelli d'erbetta) やカッペレッティ(Cappelletti) やトルテリーニ・イン・ブロード(Tortellini in Brodo) である⁴³。パスタやスパゲッティにはすりおろしたパルミジャーノをたっぷりかけたりもした。一方、現代的な食べ物とは調理済み料理、添加物の入っているもの、あるいはパックされて長期保存できるものを指す。これらの食品は子どもには適していないと思う。特定の料理が子どもの身体に悪いというわけではないが、添加物が入った長期保存可能な食品よりも食べるときにその場で作られたものの方がいいと思う。

自分の牧場でも教育農場をやってみたい。子どもたちにパルミジャーノになる前の乳と、その乳を提供する牛たちを見せたいが、今は牧場の修繕を終えた直後なのでまだ教育農場としての施設として整っていない。安全性も確保しなければいけないので取り組むのはもう少し先になりそうである。たとえ教育農場で収益を得られなくてもやってみたい。なぜならば、直接的には収益にならなくても、将来的に子どもたちがパルミジャーノのファンになる可能性があるからである。教育農場は潜在顧客の開拓に貢献する。

教育農場を経験することによって子どもたちの牛乳消費量の増加に直接つながるかどうかは分からないが、牛が何を食べているのかを見たりすることで動物に興味を持ち、ひいては牛が提供している乳やその乳で作られたパルミジャーノにも興味を持つと思う。子どもたちが教育農場で見た光景は彼らにいい影響を与え現代的な食生活も変えていく可能性に開かれている。

実際に教育農場を始めるならば、子どもたちを牧場に連れて行って牛に触らせたり、牛の食べ物(飼料)を見せたり、牧草を刈らせたり匂いを嗅がせたりするプログラムを作りたい。教育農場での経験によって、子どもたちは自分の口に入れているものを直接知ることができるので、何が正しい食品で何が正しくない食品なのかを知ることができる。効果を上げるためには子どもたちが牧場に来る前に、どのような場所に行くのか、牧場では何をしているのかといった事前の説明あるいは学習が必要である。事前の学習なしに牧場に来

⁴² 牧場&チーズ工房経営者へのインタビューより。インタビュー対象者の San Bartolomeo 社経営者ジョニッツィ氏は1961年生まれで牧場とチーズ工房を経営している。San Bartolomeo 社の牧場はパルミジャーノの牧場の中でもいわゆる山間部の牛を育てている。牧場の標高は600メートルで、牛たちは冬場は牛舎で生活するが5月ごろから外で放牧されるため適度な運動をしながら新鮮な牧草を食べることから、平野部のパルミジャーノよりも滋味深いパルミジャーノになる。San Bartolomeo 社のチーズ作りについては木村(2013a)を参照のこと。

⁴³ いずれもエミリア= ロマーニャ州の詰め物パスタで、パスタの中にパルミジャーノ・レッジャーノを入れる。

でもあまり吸収することはできないだろう。

教育農場を始めるためには州、県、コムーネの協力やサポートが必要であるが、現在の経済状況では予算の確保が難しいだろう。サポートとは、経済的・金銭的サポートだけではない。子どもたちに牧場を見せるのは簡単だが、学校から子どもたちがやってくるのであればバスの予約、誰が子どもたちを引率するのか、誰が牧場で子どもたちに説明をするのかといった個々のオペレーションをオーガナイズしてくれる人や組織が必要となる。

州や県は食育に取り組んではいるものの、伝統的食に対するセンシビリティや感度が低いと思う。学校における食育もデータや栄養学に重点を置いていて、伝統的食に関する感性が低い気がする。

子どもたちには地産地消を心がけてほしい。なぜならば、その土地の食品は新鮮だからである。この2、3年で地域の昔からあるものを食べるという現象が出てきている。なぜならば、教育農場や食育活動の成果もあるだろうが、それ以上に経済的理由が関係している。距離が近いと低コストで流通させることができるからである。私自身も地産地消を心がけて、自分の家の近くで収穫されたり生産されたりしたものを食べるようにしている。旅行をしたらその土地のものを食べることによって地域文化の違いや習慣の違いを経験するようにしている。

3.7. 小括

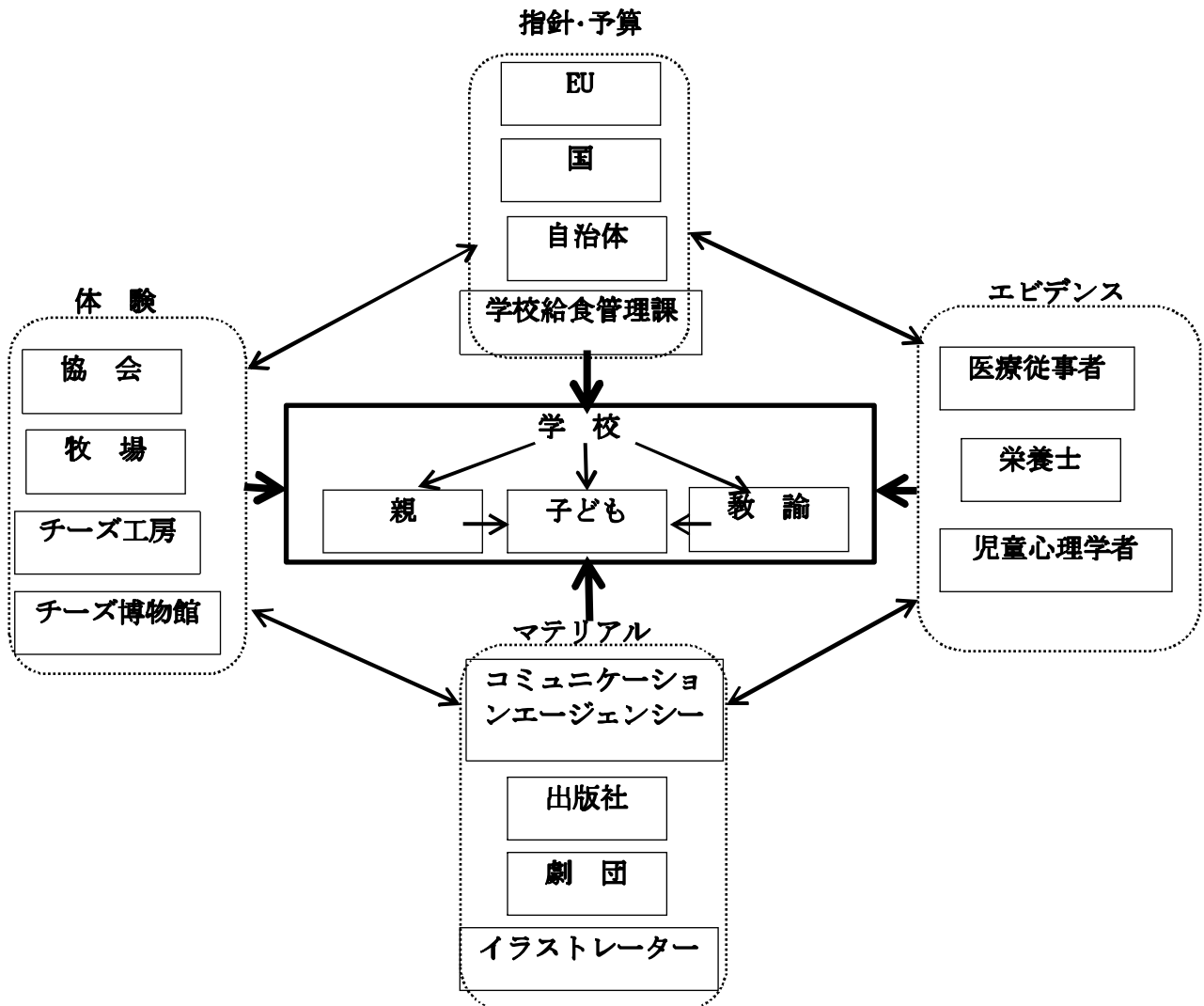
3.7.1. 発見物

本章の発見物は以下の2点である。第1に、パルミジャーノ・レッジャーノに関連する食育活動では、関係団体同士が強い連携体制を構築しているわけではなかった。たとえば、パルミジャーノ博物館とパルミジャーノ協会は、協会が博物館への見学者を紹介したり博物館で上演する児童劇をオーガナイズしたりしているもののそれ以上の関わりはなくそれぞれの活動を連動させているわけではない。「ハーモニーの中で成長」プロジェクトでは市役所の学校給食管理課とのやり取りがある事業者や協会が参加したが、行政がそれぞれの事業者・協会ごとに活動を分離させたためパルミジャーノ協会は他の関係団体と接触することはなかった⁴⁴。

第2に、パルミジャーノ協会が自主的に実践する複数の食育プロジェクトは食育の全体計画に体系的に関連づけられていないために相乗効果を生み出していなかった。たとえば、学校が行政機関の指針にもとづく食育の全体計画をパルミジャーノ協会に提示していないため、パルミジャーノ協会が自主的に実施した3つのプロジェクトは対象とする子どもの年齢、実施期間、予算の出所などがばらばらで一貫した食育活動と呼ぶことは難しい。

⁴⁴ 子どもたちにとっては多様なパースペクティブを学べるので好ましいことだとクレリチ氏は述べていた。

図 3-1 食育のための連携体制(パルミジャーノのケース)



出所:インタビューと参与観察を元に筆者作成

3.7.2. 食育のための連携体制の構築

食育活動を効果的に推進するためには1つの機関、団体、事業者が単独で取り組むのではなく行政、関係機関、関係団体等が目標を共有し役割を分担しつつ相互補完しあう連携体制の構築が必要であり、体制を統括する組織あるいは人物の存在が求められる。

食育活動は EU、国、および自治体の指針にしたがって学校が単独で行えるものではない。1)農業従事者、農産加工業者、食品の協会などの事業者や関係団体、2)高等教育機関、医療機関、栄養士、児童心理学者などエビデンスを提供する専門家、3)コミュニケーション・エージェンシー、出版社、劇団などツールやマテリアルの制作者、4)学校と学校教諭といった異なる分野の主体による協力と連携の体制構築が必要である。連携体制を機能させるためには食育活動プロセスにおける個々のオペレーションをオーガナイズし管理し統括する組織あるいはネットワークの存在が求められる。

食育活動は1つ1つの単独のプログラムの束ではなく、一貫した方針と具体的な全体計画あるいはカリキュラムのもとでプログラムを考案する必要もある。個々のプログラムの

スコープ(領域・範囲)を決めつつ、プログラム全体のシーケンス(段階・順序・連鎖)を決めることで複数のプログラムを連動させた食育活動を行うことができる。たとえば、子どもたちが動物と触れ合ったりチーズの生産工程を見学したりといった体験型教育をそれ単独の食育活動とするのではなく、体験型教育を受ける前の事前学習や受けた後の事後(フォローアップ)学習を行うことで、子どもたちはより正しい知識を身につけたり感性を醸成させたりすることができるであろう。そのためにも複数の主体間の連携体制の構築は必須であり、食育実践のシーケンスを俯瞰しつつ管理する統括組織あるいは人物が必要である。

終章 おわりに

本研究から導き出された主な発見物は2点ある。第1に、イタリアでは食育において「テリトリオ」概念が重要な意義と役割を持っている。テリトリオはその土地特有の風土、文化、歴史、伝統、ヒトの手で構成される。ヨーロッパではテリトリオが競争優位性になり消費者価値と生産者価値を創出すると考えられている。第2に、酪農および酪農加工品(主にチーズ)は、子どもたちの食育において重要な役割を果たす。テリトリオ概念と連動させた食育の実践は子どもたちに教えられる要素を増大させる。生き物を大切にすることや牛乳の本質的な特性を理解できるのみならず、子どもたちが生きている地域の文化や歴史や伝統にも興味を持つようになる。ただし、効果的食育実践のためには、関連主体の協調的連携体制の構築が必須である。

今後はイタリアのみならず、フランスなどヨーロッパ他国の食育活動まで調査対象を広げ、さらに日本におけるデータも収集しヨーロッパとの比較を行うことで、EUでの取組みを日本のコンテクストに適用することが可能なのかという理論の一般化可能性について検討する必要がある。

【参考文献】

阿部睦・酒井やよい・石津みどり(2011)「イタリアの食文化と食育に関する一考察: 家庭科の授業に生かす」『東京学芸大学附属学校研究紀要』第38巻,115-126.

Barham, Elizabeth. (2003) "Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling," *Journal of Rural Studies*, 19, 127-138.

Belletti, Giovanni., Marescotti, Andorea., & Scaramuzzi, Silvia. (2001) "Paths of Rural Development Based on Typical Products: A Comparison between Alternative Strategies," Fifth IFSA European Symposium Farming and Rural Systems. Research and Extension. Local Identities and Globalization, Florence, Italy, April 8-11.

Capatti, Alberto. & Montannari, Massimo. (1999) *La Cucina Italiana: Storia di una Clutura*, Gius. Laterza & Figli S.p.a. (柴野均訳(2011)『食のイタリア文化史』岩波書店.)

Cesaretti, G.P. (2011) "L'approccio della Fondazione Simone Cesaretti alla Sostenibilita dello Sviluppo Umano," *Rivista di Studi sulla Sostenibilita*, 1, FrancoAngeli Editore.

ガンジー、デイブ(2006)「団体商標としての地理的表示保護-その可能性と陥穽-」『平成17年度産業財産権研究推進事業報告書』財団法人知的財産研究所。

Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea. (2004) "Regolamento (EC) N. 1856/2004 Della Commissione del 26 Ottobre 2004 che complete l'allegato del regolamento (CE) n.2400/96 relativo all'iscrizione di una denominazione nel Registro delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette (Lardo di Colonnata), Ottobre 27, 2004, Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea L324, 6-12.

石井圭一(2010)「共通農業政策の改革下における農業構造の変貌」『平成 21 年度海外農業情報調査分析事業欧州事業実施報告書』国際農林業協働協会,23-49.

伊藤毅(2011)「都市インフラ調査研究・ヨーロッパ A」『cSUR Annual Report』東京大学グローバル COE プログラム都市空間の持続再生学の展開,都市空間文化再生(S3)部会。

木村純子(2012)「家族消費論：アイデンティティ形成と消費者行動に関する序論的考察(1)」『経営志林』49 巻 3 号, 105-114.

木村純子(2013a)「酪農加工品の価値創造:パルミジャーノ・レッジャーノチーズの事例」『経営志林』第 50 巻第 1 号, 65-82.

木村純子(2013b)「食料産業クラスターの協調的価値創造：パルマワインの事例」『経営志林』50 巻 1 号, 129-142.

木村純子(2013c)「イタリアにおける食の消費価値」『経営志林』第 50 巻 2 号,35-49.

木村純子(2013d)「食育のための連携体制の構築:パルミジャーノ・レッジャーノチーズの事例」『経営志林』第 50 巻第 2 号, 71-92.

木村純子(2013e)「食育活動とテリトリオ:イタリア・カンパーニャ州の教育農場の事例」『ワーキングペーパー』no.147, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2013f)「テリトリオ農産品の構成要素:イタリアの食育活動における言説を手がかりに」『ワーキングペーパー』no.148, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2013g)「地理的表示保護産品の特徴と地理的原産地とのつながり:イタリアの GI 産品を手がかりに」『経営志林』50 巻第 3 号, 79-106.

木村純子(2014a)「クラスターの競争優位性：イタリア DOC ルガーナの事例」『イノベーション・マネジメント』Vol.11, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター, 55-76.

木村純子(2014b)「イタリア人の食実践の参与観察フィールドノート」『ワーキングペーパー』no.150, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2014c)「起業家の自己実現」『ワーキングペーパー』no.151, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(近刊 a)「生産者価値の自己創出:競争優位性としてのテリトリオ」『ワーキングペーパー』法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(近刊 b)「地理的表示産品のマネジメント: DOP 品質保護協会の機能」『経営志林』51 巻第 1 号.

Lorenzini, Eleonora. (2010) “Origin Labelled Products, Territorial Marks and Their Contribution to Rural Development: Evidence from Italy and France,” Working Paper No.649, Societa Italiana di Economia Pubblica , Universita di Pavia.

内閣府(2007) 「第 6 章イタリア」『内閣府委嘱調査:諸外国における食育推進政策に関する調査報告書』WIP ジャパン株式会社.

内閣府(2008a) 「第 5 章イタリア」『平成 19 年度内閣府委嘱調査:諸外国における食育実践プログラムに関する調査報告書』WIP ジャパン株式会社.

内閣府(2008b) 「第 5 章イタリア」『平成 20 年度内閣府委嘱調査:諸外国における民間活力を生かした食育実践プログラムに関する調査報告書』WIP ジャパン株式会社.

内藤恵久(2013) 「地理的表示の保護について－EU の地理的表示の保護制度と我が国への制度の導入－」『農林水産政策研究』第 20 号,37-73.

農林水産省知的財産戦略本部専門家会議・地域ブランドワーキンググループ(2008) 「農林水産物・食品の地域ブランドの確立に向けて」『地域ブランドワーキンググループ報告書』農林水産省.

Olivieri, Orazio. (n.d.) “Using Collective Marks for the Protection of Traditional Products,” article on Internet site of WIPO (World Intellectual Property Organization).

プラート味覚教育センター&中野美季(2012) 『味覚の学校』木楽舎.

Provincia di Parma (n.d.) GUIDA Fattorie Didattiche: Corsi, Percorsi, Discorsi nelle Aziende Agricole della Provincia di Parma.

Regione Campania Assessorato Agricoltura (2010) Fattorie Didattiche della Campania Guida 2011-2012.

産業構造審議会知的財産政策部会(2005) 「地域ブランドの商標法における保護の在り方について」『第 6 回知的財産政策部会報告書』農林水産省.

高柳長直・宮地忠幸・両角政彦・今野絵奈(2011) 「北イタリア・トレヴィーゾにおける地理的表示制度による野菜産地の形成」『農村研究』第 113 号,66-79.

Vandecandelaere, Emilie., Arfini, Filippo., Belletti, Giovanni., & Marescotti, Andrea. (eds). (2009) Linking People, Places and Products: A Guide for Promoting Quality Linked to Geographical Origin and Sustainable Geographical Indications, second edition, FAO.

八木宏美(2011) 『しがらみ社会の人間力:現代イタリアからの提言』新曜社.

5. 主な論文発表等

〔雑誌論文 計5件〕

木村純子(2013a)「食育のための連携体制の構築:パルミジャーノ・レッジャーノチーズの事例」『経営志林』第50巻第2号, 71-92.

木村純子(2013b)「食育活動とテリトリオ:イタリア・カンパーニャ州の教育農場の事例」『ワーキングペーパー』no.147, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(2013c)「テリトリオ農産品の構成要素:イタリアの食育活動における言説を手がかりに」『ワーキングペーパー』no.148, 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(近刊 a)「生産者価値の自己創出:競争優位性としてのテリトリオ」『ワーキングペーパー』法政大学イノベーション・マネジメント研究センター.

木村純子(近刊 b)「地理的表示産品のマネジメント: DOP 品質保護協会の機能」『経営志林』51巻第1号.

〔学会発表 計0件〕

〔図書 計0件〕

6. 研究組織

(1) 代表研究者

研究組織名・研究者名 法政大学・経営学部・木村純子

(2) 共同研究者

研究組織名・研究者名 なし