

【優秀賞】

団体名	津奈木町アグリビジネスチャレンジ
活動の内容（概要）	JA青壮年部の指導の下、小学生が減農薬で栽培した地域の特産物であるサラダ玉ねぎを（株）食文化が運営する通販サイトで販売している。通販サイトのウェブページは（株）食文化の指導で小学生が作成する。収穫したサラダ玉ねぎは低学年が本町でアート活動を行っている方と一緒にデザインした段ボールに詰めて全国へと出荷している。出荷作業も小学生が行い、箱には小学生直筆の手紙を同封して消費者の下へと送り届けている。

受賞理由（審査委員からのコメント）

- 農業体験が（株）食文化という触媒を得てキャリア教育に昇華した魅力ある事例である。日本の産業構造で第一次産業の就業者数が5.1%まで落ち込む中で、児童生徒が第一次産業のキャリアイメージを描くことが難しくなっている。学校のキャリア教育で農業体験がITという知識産業と結びついて起業家体験までできることは子供たちのキャリアの選択肢を広げる効果がある。
- 作るから買ってもらうまで、実社会の流れに応じた体験ができる内容である。
- 地域において重要なアグリビジネスにおいて、生産から販売マーケティングまで一貫して仕事の流れを学ぶことで、フードビジネスという地域主要産業の推進や、6次産業的な地域産業の発展に結びつくことが期待できる。WEBページでの発信やマーケティングなどで、その成果の手ごたえが得やすいところも参加意欲や教育効果の向上に繋がっているだろう。
- 地元の特徴的な農産物であるサラダ玉ねぎをJAや行政等の協力を得て生産するとともに、マーケティングを学びながら販売し、さらには、カレーライスの加工にまでつなげるなど、いずれの評価基準をみだしている。
- 食・農・環境教育の一環として児童たちに生産から販売までの仕組みを学び、そのおもしろさを知るだけでなく、地域の課題である農業の後継者不足による休耕地の問題や、水俣市に隣接していることから、過去の被害からごみの分別や減農薬作物を栽培するなど、子どもたちの生活から、過去にも向き合いながら、自分たちに何ができるのかをJAさんと協働し実施して学校の中でのみ終わらず地域の課題解決になっている点が良かった。

連携・協働している機関や団体、組織

【教育関係者（学校、教育委員会等）】

津奈木町立津奈木小学校

【行政（首長部局等）や地域・社会（NPO法人やPTA団体等）、産業界（経済団体や企業等）】

津奈木町役場農林水産課、JA青壮年部、（株）食文化

活動開始の経緯

本町では、2013年より耕作放棄地に小学生がサラダ玉ねぎを栽培し、東日本大震災等の被災地に送っていた。しかし令和2年の新型コロナウイルスの影響で日本中の小学校が休校となり、被災地に送ることができなくなった。余ったサラダ玉ねぎを（株）食文化が運営する通販サイトで販売したところ好評だったため、翌年に本町と（株）食文化が「子供の農業を通じたマーケティング学習に関する連携協定」を結び、本事業がスタートした。

「協力性」についての具体的な取組、工夫している点など

津奈木小学校とJA青壮年部によるサラダ玉ねぎの栽培は10年前から取り組んできた事業で、毎年、安定した成果を残してきた。JA青壮年部からはサラダ玉ねぎ栽培のノウハウを専門的な立場から指導していただいている。減農薬で栽培できるのも、この指導があつてのことである。津奈木小学校は全学年単学級の学校であるが、200人近い児童が在籍しているので、作業の時の労働力として力を発揮する。活動時は縦割り班活動を取り入れることで、高学年のリーダーシップの育成にも役立っている。出荷する全てのサラダ玉ねぎには、児童直筆の手紙を入れ、栽培の話や調理方法などを消費者に伝えることで生産者の見える商品を実現することができた。また本町は「緑と彫刻のある町」をキャッチフレーズに町づくりを行っていて、アート活動にも力を入れている。そこで本町在住のアーティストに協力していただき、低学年と段ボールのデザインを行った。

(株)食文化の指導の下、ウェブサイトの作成は児童にとって貴重な学びの場となっている。「要素分解」という手法を用いて、物事を多面的に捉える学習は、マーケティングだけでなく、人権教育の要素も含んでいた。また人の心をつかむためにキャッチコピーを考えたことで、児童はこれまでより一段階上の表現力を身につけたように思う。このように、それぞれの関係機関が、自らの強みを活かしアグリビジネスチャレンジは成り立ってきた。



〈サラダ玉ねぎを収穫して喜ぶ児童〉

「継続性」についての具体的な取組、工夫している点など

本事業の目的は児童がサラダ玉ねぎの販売を通してマーケティングについて学ぶことである。その目的の実現のために関係団体が自らの専門性を生かしてきた。しかし、それぞれの団体にとってもメリットがなければ、継続させていくことは難しい。JA青壮年部はサラダ玉ねぎという商品を全国にアピールしていくことで、他の生産者のサラダ玉ねぎの販売が伸びていくことを望んでいる。(株)食文化にしても売れない商品を販売サイトに掲載するわけにはいかない。本町にしても、この事業を通じて町の名前を広く世間に知ってもらう機会である。そこで、本事業に取り組む12月の1か月ぐらい前に、前年度の反省を挙げ、今年度の進め方を協議している。それぞれの専門的立場から改善策を挙げ、毎年少しずつ児童が関わる領域を広げられないかについても検討している。5月の出荷を終えてからも1年の総括を行い、評価・分析を行っている。東京と熊本で距離があるが、リモートを用いることでミーティングが可能となった。

「実践性」についての具体的な取組、工夫している点など

本町の課題の一つに農業の後継者不足による休耕地の増加があつた。また津奈木小学校においては、農業体験学習の実施や東日本大震災の被災地への支援方法を模索していた。双方の思惑が一致する形

でJA青壮年部の協力のもと休耕地を利用したサラダ玉ねぎの栽培が始まった。本町は水俣市にも隣接していて、かつては水俣病の被害もあった。その教訓を活かし水俣市を含む、この地域一帯で作られているサラダ玉ねぎは、減農薬を基本とし健康と環境に配慮した農作物である。小学校において、サラダ玉ねぎを栽培することは意義深いものと考えている。サラダ玉ねぎを販売サイトで取り扱うようになると、児童のウェブサイト制作という提案があり、マーケティングに関わるようになった。児童にと



<(株)食文化によるウェブサイト作りの授業の様子>

ってウェブサイト作りは、自分たちが栽培しているサラダ玉ねぎの魅力を新たに発見し、それを限られた言葉で伝えなければならないので、物事を多面的に捉え、的確な言葉を用いる能力を必要とした。販売サイトでサラダ玉ねぎは商品としても好評で、いつも完売し、レビューも全て★5つで、商品としての価値も高い。梱包、出荷作業にも児童が関わることで商品の状態はよいか、重さは規定量を満たしているか、購入者という相手意識をもって作業に臨むことができた。各関係団体の調整は農林水産課の担当者を中心に各代表が集散とオンライン、メールを使い分け、連絡を取り合うことで協働活動が可能となった。

「発展性」についての具体的な取組、工夫している点など

アグリビジネスチャレンジの一連の事業は全て津奈木町の広報により広く町民に伝えられている。紙面では「次世代につなぐ農業」をテーマに自然栽培や有機栽培に挑む農家や農業体験する子どもたちを紹介し、人と人とのつながりを考える特集をはじめ、町民の生き生きと輝く姿を捉え、記事として掲載している。そして本誌は令和4年全国広報コンクール（日本広報協会主催）で広報紙・町村の部で入選を受賞した。これにより町民から本事業に対して理解の声をいただくことが多く、協力も得られやすい状況にある。津奈木町としても県内のマスコミを積極的に利用し、これまでに新聞、テレビなど数社から取材を受け広くその活動をアピールすることができた。学校としても熊本県内のキャリア教育担当の指導主事や教員を対象とした研修において実践を発表する機会に恵まれ、本校の取り組みを紹介するとともに、事業の見直しの機会を得ることができた。

学校現場の評価・感想・コメント

ウェブページを作る時に、サラダ玉ねぎを多面的に見て要素分解し、商品として魅力的な部分と逆にマイナスな部分について考えた。また、若い人にも興味を持ってもらえるよう、流行語を紹介文に取り入れたことも工夫の一つである。本当に売れるか心配だったが、完売したことを知りとても驚いた。今回学んだことは、インターネットを通じて画面の向こう側には人がいることをよく考えたことである。サラダ玉ねぎを買ってくれる人のことを思い、ウェブページを作ったことはとても良い経験となった。

（6年児童感想）

農業体験の中で楽しかったことは、苗植えである。広い畑全てに植え付けが終わった時は、とても達成感があった。一番大変だったことは、収穫してサラダ玉ねぎの根と葉を切る作業である。1センチくらい間を空けないと、皮が割れて見栄えが悪くなってしまふ。買ってくれた人においしく食べて欲しい。そして来年も買ってもらいたい。そんな思いで、作業を頑張った。来年はわたしたちがウェブページを作る。より多くの人に心を込めて作ったサラダ玉ねぎを届けられるよう一生懸命頑張りたい。（5年児童感想）

関係諸機関（行政・産業・地域団体等）からの評価・感想・コメントなど

（途中略）こんなすばらしい企画をしたのはどなたなのだろうか。これまでにない試みで、反対意見もあったのではないか。自分が小学生の時こんな体験をしたら将来農業をしてみたいと思っただろうな、などと考えた。太陽の光を浴び、野菜を育て仲間と協力し絵を描くことで気持ちを表現し、メッセージを書きながら感謝を表す。そして何より社会参加したことで自己肯定感が得られただろう。サラダ玉ねぎは来年も作るのかな、と思いつつ段ボールとメッセージが書かれたお手紙は捨てられずにいる。
（2023.6.18 毎日新聞 「新・心のサプリ」海原純子（心療内科医）より）

（途中略）小学生が作成したという商品ページの文言は、とてもまっすぐでわかりやすく、ほほえましい。今回のような取り組みは、「応援消費」という概念が広がり、商品のスペックと同様かそれ以上に「誰がどのような思いで作ったか」が重視される今の時代にフィットしている。教育という視点で見ても、普段自分たちが口にしている野菜がどのようなプロセスを経て消費者に届けられているかを身をもって知ることは、机上の勉強では決して得られない学びをもたらすはずだ。この体験を原点に、津奈木小から未来の生産者や Web マーケターが生まれるかもしれない。

（2022.5.13 EC のミカタより）