

北海道の農業高校における六次産業化への取り組み

（農業高校「食彩フェア」の実践事例）

北海道岩見沢農業高等学校 校長 北澤住人

一 はじめに

平成二二年六月に決定された政府の新成長戦略では、農業が地方経済を担う成長産業に位置づけられました。十年後の食料自給率五〇%の達成に向けて、戸別補償制度を導入、農産物の品質や安全といった消費者ニーズに対応した生産へ転換が図られています。また、六次産業化による活力ある農山村の再生を国として取り組むこととなり、雇用の創出や地域の活性化が推進されると生産現場の期待は高まりました。

こうした状況のなか、本道の高等学校における農業教育では、これからの中堅の時代に対応できる農業の担い手を育てる役割が求められており、各農業高校においては、地域産業界などと連携のもと、持続可能な資源循環型の農業に取り組

むほか、特色ある取組では、地下熱や雪冷熱エネルギーの農業への活用を図り地球環境に配慮した農業の実践研究を行っています。また、「六次産業」が農業の新たなキーワードとして注目されている中、単に農畜産物の生産を学ぶだけではなく、それに付加価値を与える農畜産加工、さらにそれらを商品化して流通販売するまでを身をもつて経験し、農業経営における経営の多角化を行い農村の活性化を図る能力の育成を推進しています。

二 「食彩フェア」開催までの経過

「食彩フェア」は、本道の農業高校生に、自分たちが愛情を込めて生産した農畜産物や加工品を実際に消費者に紹介す

る場を提供すると同時に、売れる商品づくりを実践・検証することを目的にして、道内の農業高校三二校（二〇一一年度）が加盟する、北海道高等学校長協会農業部会が主催して開催しています。

かつての農業高校の教育は、原材料生産を中心でした。しかし、九〇年代末頃から、農業科学や食品科学といった分野にも力を入れ始めたことで、質の高い農畜産物や加工食品が注目され、生産されるようになりました。そうなると次は、それらをどのような商品にし、どう売つていくかを、生徒が自ら考え、実践する場が必要になったのです。

「食彩フェア」の前身としては、一九九六年から始まつた「農業高校フェア」が挙げられます。札幌市の中島体育センターなどを会場に年一回、全道の農業高校が集い、それぞれの学校の活動を紹介したり、農畜産物を展示・即売するイベントでした。

このフェアは、二〇〇二年から水産、工業、商業などの専門学校も加えた、「産業教育フェア」に衣替えしたものの、やはり農業高校関係者からは、テーマを農業に絞り込んだ、より実践的なイベントの開催を求める声が高く、二〇〇五年七月に試験的に実施したプレフェアを経て、同年秋からスタートしたのが現在の「食彩フェア」です。

現在、「食彩フェア」は大手スーパーイト・ヨーカ堂の協力のもと、北海道内のアリオ札幌、旭川、帯広、北見、釧

路、函館の各店で、周辺エリアにある農業部会加盟校が、それぞれのフェアの運営を担当しています。

昨年一〇月二三日に開催された「第六回食彩フェア」を例にとると、参加校は、アリオ札幌が一二校、旭川店が八校、帯広店が五校などとなつております。六店合計の参加生徒・教員数は五〇〇人を超えるほどです。それが開催地の消費者の嗜好などに合わせた地産地消を独自に展開をしています。

（写真1）



写真1 アリオ札幌店での販売の様子

取扱品目にしても、米や各種野菜はもとより、アイスクリーム、ヨーグルトなどの乳製品、ハム、ソーセージなどの食肉加工品、精肉、卵、漬物、パン、ジャム、ジュース、花卉などと多彩で、全体では四〇〇品目以上。たつた一日の開催にもかかわらず、総売り上げは約六〇〇万円と、一般的の商業催事と比べても遜色のない実績を上げています。

三 「食彩フェア」の意義

過去の「農業高校フェア」などとの大きな違いは、単なる学生イベントではなく、大手スーパーの商業催事として明確に位置付けられ、食の安全・安心を提供する農業教育の一環として実施している点です。

(二) 厳しい品質基準

現在では本道の農業高校のほとんどの学校が、自校で生産された農畜産物や加工品を販売する直売所を設け、定期的に販売をしています。本校では、昨年度五月から一〇月までの毎週金曜日に開店し二〇回の販売を通して、八五の商品アイテムで約二五三万円の売り上げとなつております。

「食彩フェア」が農業高校の単なる直売会と大きく違う点は、イトーヨーカ堂の徹底した商品管理基準をクリアした商品でなければ販売できないことです。

食品の危機管理マニュアル（写真2）の作成はもちろん、農薬の使用状況などを含む農産物の栽培履歴表や、豚などの飼育記録、加工食品の原材料や表示ラベルまで、さまざまに情報を記載した商品説明・PRシート（写真3）を各学校が商品ごとに作成します。それを食彩フェア事務局が集約し、イトーヨーカ堂のQC（品質管理）室のチェックを経ることで、初めて商品として認められます。

「食彩フェア」をはじめた頃は、『これでは売れません。』などと、ずいぶん厳しく指導されました。指導された後、どのように改善すれば良いかを、生徒も教員も一緒になつて真

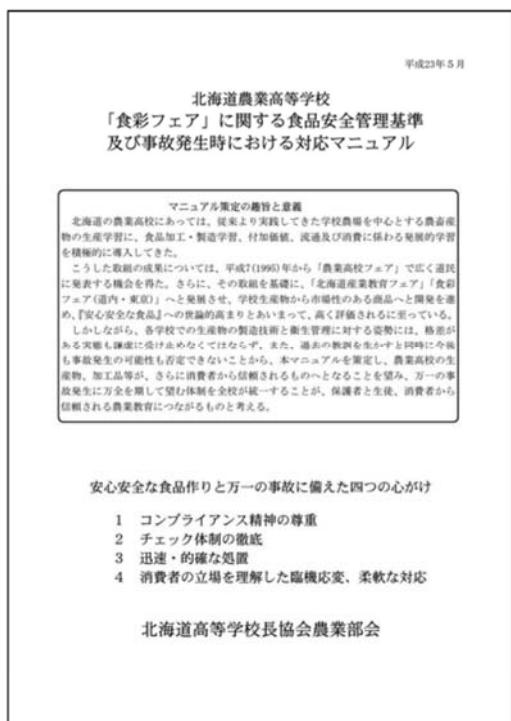


写真2 食品安全管理基準及び事故発生時における対応マニュアル

劍に考えるようになりました。単なる原料生産だけではなく、消費者の立場に立つた質の高い商品を生み出すための農場経営や実習計画・運営を行うようになつた契機でもあります。今では、各学校が切磋琢磨し合つて積み上げてきた商品説明・PRシートのファイルは、道内の農業高校の実力を示す財産で、全国にも誇れる内容になつていると思います。

安心・安全な農産物の提供を掲げ、道内の農業高校では有機JAS認証を受けた農産物（写真4）や、農薬を減らした特別栽培農産物の栽培に力を入れています。こうした栽培方法への消費者の関心も高く注目されています。

（二）販売方法の工夫

さらに「食彩フェア」がユニークなのは、品目の分類（米・野菜、加工品、花卉など）によつて売り場を設ける点です。つまり、学校ごとの売り場を設けていないということです。そのため、参加した生徒は他校の商品にも精通している必要があり、それが幅広い商品知識を身につけるきっかけにもなつています。また、販売の経験を積むことにより、消費者の立場に立つてどういものを生産すればよいのかを常に考えるようになりました。その結果、農畜産物や加工食品生産

商品説明・PRシート	
商 品 名	牛 乳（いわみざわ のうこう牛乳）
●●商品紹介●●	～低 温 紮 菌 牛 乳～
無脂乳固形分	8.3% 以上 乳 脂 脂 分 3.6% 以上
原 材 料 名	生乳（成分無調整）
商品 の 特 徴	学校農場で生産した、新鮮なミルクを低温殺菌法（6.5℃で30分間）により製造した牛乳です。一般的な牛乳と比較すると消費期限は短いのですが、高温加熱によるタンパク質の変性を抑えることができる牛乳本来の風味を味わうことができます。
内 容 量	1 0 0 0 ml
価 格	税込み ¥ 1 6 0 円
保存上の注意	要冷蔵 (+10℃以下)
期 限 表 示	消費期限 平成 年 月 日 消費期限未満の状態で冷蔵保存(10℃以下)した場合に品質が劣化する期間は、必ず10℃以下で保存して下さい。開封後は消費期限にかかるまで、できるだけ早くお召し上がり下さい。
製 造 者	北海道岩見沢農業高等学園 食品科学科 北海道岩見沢市並木町1番地5 E-mail: gannou-hs@gannou.ed.jp 岩農ホームページ http://www.gannou.ed.jp
●●商品写真●●	
製品検査の様子	
製造実習の様子	 

写真3 商品説明・P R シート



写真4 有機JAS商品の開発

に取り組む姿勢、意欲は大きく変わりました。

(三) 体験コーナーの設置

「食彩フェア」は単に商品の販売ばかりでなく、和風いす作り（写真5）や間伐材を利用した箸作り、ドライフラワー・アレンジメントなどの体験的学習を取り入れて、農業教育の幅広い学習を理解していただく機会として行っています。

フェア終了後に毎回まとめられる報告書には、参加した生徒たちの、生き生きとした感想が述べられています。



写真5 和風いす作りの様子

「お客様の立場で考えることの大切さと難しさを学んだ。」「どういう商品なのかを、きちんと伝えられるようならなければいけないと思った。」「お客様の笑顔を見られると、こちらはスペースなどの関係から大量の商品を並べられな

しいことだと実感した。」「他校の取り組みが分かり、とても参考になった。」「本物の商品開発担当者や販売員になつたつもりで取り組むことができた。」

フェアを経験すると、生徒たちが一回よりも二回よりも三回と回を重ねることに成長していく姿がはつきりわかります。生産・加工・流通・販売を通したフードシステム化を学び、多くの収益を得る六次産業化は生徒にとって興味と関心が高く、農業に夢や希望を持つ者が多いことを実感します。こうした教育活動をとおして、元気な農業教育が北海道農業をより元気にできるものと確信しています。

四 「北海道農業高校食彩フェア」から 『北海道農業高校食彩フェア in TOKYO』の開催への発展

「北海道農業高校食彩フェア」は道内六カ所で一斉に同日を開催しています。これとは別に、首都東京でも北海道農業を担う農業高校が「北海道農業高校食彩フェア in TOKYO」を開催しております。スタートしたのは二〇〇六年。北海道電力(株)が出資する北海道フレンティア(株)の協力を得て、同社がJR東京駅八重洲口前で運営している道産品アンテナショップ「北海道フレンティア」会場で毎年開催しています。

いため、農業部会加盟校からいつたん商品候補を挙げてもらい、事務局（岩見沢農業高校）が首都圏の消費者に受け入れられそうな商品を厳選しております。第五回の去年は、一二校の生徒と教員合わせて二二名が参加し、約八〇品目の商品を販売して約六〇万円を売り上げました。

東京での販売の特色は、いくら安くても大量生産物を売るのが難しいことを販売の経験によつて学びました。したがつて、小口にするのが基本です。さらに、東京の消費者の皆さんには商品について詳しい説明を求めることが多いので、生徒たちは事前の商品説明に関する学習が重要になつてきます。いろいろと工夫を重ねて商品化したものが、大消費地の東京で受け入れられたことが、生徒や教員の大きな自信につながっています。

東京のフェアで得た情報や消費者の反応は、すべて加盟校にフィードバックされ、翌年の農場計画はもちろんのこと、新たな作物の栽培や商品企画にも生かされます。

平成二〇年一月の中央教育審議会答申において、農業については、生産・流通・経営の多様化への対応についての改善が求められています。

本道の農業高校においては「食彩フェア」等を開催し、地域産業や地域社会との連携・交流を通じた実践的な教育の場を設け、高い職業意識・職業観と規範意識、コミュニケーション能力を高め、将来の地域産業を担う人材の育成や人間性豊かな職業人の育成を図れる場と位置づけています。

五 農業の六次産業化における 本道農業高校の課題

- ① 食彩フェアにおける中・長期的な目標の設定とマネジメントサイクルの確実な実践を行う。
- ② 環境教育を視野に入れたバイオマス等地域資源を活用

した新事業の創出をさらに推進する。

産・学・官の連携教育を推進する。

- ③ 都市と農村の消費者交流を促進する。
- ④ 地域の六次産業化に対応できる教育課程を編成する。
- ⑤ 農業教員の資質向上による指導力向上を図る。
- ⑥ 農業教員の資質向上による指導力向上を図る。

六 まとめ