酪農教育ファーム推進委員からの質問・意見等（抜粋）

委員：
受入者数は、順調に伸びてきていますが、月別を見ると、以前は 8 月が非常に少なかったと記憶しています。春、秋に多かったと思いますが、8 月は学校が休みのため少ないとの説明があったと思います。そういった意味では、一般の人が多く訪れるようになったのでしょうか。

事務局：
8 月が多くなった原因を分析してみると、ひとつは「子ども会」「スポーツクラブ」などが、食育などの観点から郊外で行う「合宿」と関連して勉強しようという意識が出てきていること。もうひとつは、牧場の現場でもその頃に合わせて宣伝を行ったり、旅行代理店を通してお客様を受け入れる体制が作られていること。またもうひとつは、8 月は非常に忙しい時期なのですが、稼ぎ時でもあり、比較的この時期にしっかりやれている牧場は、体験学習のためのスタッフなどがしっかり準備されていて、通常の 8 月の牧場作業と労働が重ならないように配慮されていること。などがあげられます。

委員：
個人の訪問が増えているとの根拠と、冬に受入者が少ない部分について、何か冬ならではの体験が準備されれば、もっと稼動すると思うのですが、出前教室以外にもっと工夫していることがあれば、教えてください。

事務局：
資料 1 の「受入団体数が前年度を下回っているが、逆に受入人数は前年度を上回っていることから、個人の訪問が大幅に増加していると考えられる」というところですが、平成 19 年度と 20 年度を比較して団体数は減っているけれども受け入れ人数が増えていることから、団体よりも個人が増えていると書いています。
4 ページの「家族連れ等の個人は団体数・人数ともに減少した」の部分における家族連れ等の個人についての内訳は詳しく調査できておりません。表 4 の上記の団体以外は「家族連れ等の個人」にカウントされており、家族連れを含め少人数のグループがあがっています。

委員：
冬の体験については大変難しい状況です。雪などが降り、屋内で体験できることが限定されてしまうからです。また春や秋でも雨が降ったらどうしようという問題があります。

委員：
冬の牧場を見に来るという体験がないわけではありませんが、大人数で、学校単位で来られると夏の間のようにトイレが自由に使えなかったり、手を洗う場所を室内で確保したり、また雪の多い北海道では、駐車場の確保から考えなければなりません。問い合わせはあるのですが、積極的に受け入れていないというのが実状だと思います。

酪農教育ファーム活動の教育的効果に関する社会的認知の促進に関する中間発表：
今取り組んでいる調査の概要ですが、調査は大きく分けて 2 つ行っています。ひとつは「酪農教育ファームの活動で子どもたちにどのような力が身に付くのか」を明らかにしようということで、全国の学校関係者の方、酪農家の方にアンケートをお願いし、それを分析しています。もうひとつは実際に現場に行って、酪農家がどのような声掛けを行っているのか、学校の先生たちがどのような手立てを行っているのかを分析し、それらによってどのような教育的効果があるかを明らかにしようとしています。現在日本を 5 ブロックに分け現地調査を行っています。

経済的自立に関する事例研究と認証牧場への指導に関する中間発表：
今まで、具体的な意識や活動内容などは活動報告されていましたが、全体的な調査はされていなかったので、今回全 257 牧場に調査を行っております。現時点で 107 件の回答があります。

モデルカリキュラムの開発と提供に関する中間発表：
今回、新しい学習指導要領が 23 年度から実施されることになり、すでに会議を 2 度行っています。目的は教科横断的な教材ということで、図工、理科、特別活動、算数、総合的な学習、家庭科などで新しい学習指導要領を意識しながら、酪農、牛乳、牛などを使って単元、教材をつくってみるということで委員の皆さんが持ち寄り会議を行いました。その他には外国語や道徳、国語などが残っていますが、21 年度の終わりに学校に届くように作業を進めています。

委員：
「周りの現場から見た教育ファーム」、「子どもたちの視点から見た教育ファーム」、「酪農家から見た教育ファーム」、これらが何を持ってうまく行っているとするのか、どういう効果があるとするのか、非常に多岐にわたる問題で、難しい問題だと思います。逆にそういうものが分かってくると活動に大いにプラスになると思います。
北海道では、教育ファームとは別に道内から募集した 40 人の子どもを夏休みに 3 泊 4 日という非常に長いカリキュラムを組んだ「元気ミルク大学」というのをやっております。その中で搾乳体験などもしますが、森へ行ったり、乳製品を作ったり、それを使って料理したり、さらに出来上がった牛乳を実際に売ってみようというカリキュラムもやっております。考えられることを全部入れていますが、実際にこれにどういう効果があるかという視点で見ると、それぞれの子どもが感想文で取り上げる内容が違ってきます。このことからひとつの視点にはならないだろうと思っております。
また、酪農教育ファームをどうやって広めていこうということですが、本来は実際に牧場で体験を行っていただくのが良いのですが、例えば「ひとつのテレビ番組」とかが必要ではないかと思います。
それから「感動通信」を発行されていますが、すごく良いパンフレットなのですが、これがインナー向けなのか、外に向けてのパンフレットなのか、あるいはどこに視点が置かれているのか、毎回ちょっとづつ違いますよね。せっかく配るのであれば年に 4 回でなくて良いので、ページ数を増やしすべての学校に配るなどしてみても良いのではないかと個人的に思います。

委員：
現在の認証牧場が 257 牧場というのはとても少ないのではないかと思っています。257 牧場のレベルをアップしていくという活動も必要なのですが、やはり底辺をどう広げていくかということをやらないといけないと思い、管内でももっと増やしていきたいと思っています。

事務局：
いかにして面的な広がりを作るかという議論ですが、受け入れの思いがある酪農家が教育ファームに参加できる環境をいかに作れるかということと、学校の先生方が体験学習にどんどん参加してもらうという学校現場との面的広がりの 2 つを同時に行わなければならないということがあげられると思います。
従って、この問題について今年度は、学校の先生方と牧場との出会いの場作りを中心にしながら、もう一方では地域交流牧場全国連絡会という酪農家のグループ組織を使って面的広がりを作っていくということでやっておりますが、まだまだ不十分であるという現状だと思います。
今後は、各地域の推進委員会の議論などを吸い上げて、酪農家の面的広がりを作っていくための施策を研究していきたい、ということと今のご意見を含め来年度に向けて工夫を考えていきたいと思います。