

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 21 日現在

機関番号：32658

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25450331

研究課題名(和文) 地域性に応じた多面的な食育推進及び生産者と消費者の連携強化に関する社会科学的研究

研究課題名(英文) Social scientific study about multifaceted food education promotion depending on regionality and the cooperation reinforcement of farmers and consumers.

研究代表者

上岡 美保 (Kamioka, Miho)

東京農業大学・国際食料情報学部・教授

研究者番号：90339094

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、地域性に応じた多面的な食育推進と農林漁業者と消費者が連携を強化するための方策について調査してきた。離島である佐渡市では、地産地消に対する住民や観光客の意識調査、大都市地域の東京ではマルシェの生産者と消費者の調査、関東地域では農家レストラン及び「埼玉県産農産物サポート店」を対象とした意識調査等を実施した。以上の結果から、有効な食育推進のためには、各地域の特性に応じた地産地消(潜在的食・農・環境・観光資源の活用)を積極的に実施することで、国民の農業に対する理解を促進し、地域の農林水産物の有効活用にもつながること、さらに、農業・農村を軸とした取り組みの潜在的有効性が明らかとなった。

研究成果の概要(英文)：In this study, we researched about multifaceted food education promotion depending on regionality and the cooperation reinforcement of farmers and consumers. We surveyed that consciousness for the local production for local consumption of inhabitants and the tourist in the remote island. In Tokyo of the big city, we researched about both of the farmers and the consumers of Marche. In the Kanto area, we focused on farmer's restaurant and "Saitama farm products support restaurant", and researched about the significance that a restaurant sent information to the consumers.

As a result, the local production for local consumption depending on regionality promotes understanding of the agriculture. And it leads to effective food education.

研究分野：食料経済

キーワード：地産地消 食育 農林漁業者 消費者 連携強化 マルシェ 世界農業遺産 飲食店

1. 研究開始当初の背景

食育推進において、「地域」の要素を盛り込んでいくことの重要性は、農林水産省の2010年「食と地域の「絆」づくり」の取り組みで強調されているように、国民の「いのち」を支える基礎として、「食」を生み出す農林水産業と、その舞台となる農山漁村の活力を再生するためには、地域内外の結び付きが必要不可欠とされている。

食育を推進していく上で、例えば、都市的地域、農村地域(平地農業地域、中山間地域)等、各地域がおかれた環境の違いに応じて、課題となる食教育の内容が異なることから、食育プログラムが単に一国の画一的なものではなく、地域性を盛り込んだ上で、調査地域に必要な食育の課題が何かを明らかにすることが重要で、生産者と消費者の絆の強化を意識し、農林漁業と消費者の連携を強化するための地産地消を活用した多面的な食育プログラムのあり方を考える必要がある。

2. 研究の目的

食育基本法の第二次基本計画が2011年度からスタートし、食育推進の新たな段階を迎えている。本研究の目的は、これまでの食育推進内容も踏まえ、さらに今後は「地域」に根ざした食育推進活動が重要であるとの前提の下、地域性に応じた多面的な食育推進のあり方について社会科学的見地から提言することである。

さらに、各地域の農林漁業等の特性を盛り込んだ上で、農林水産業と消費者との絆を強化するための、地産地消を活用した有効な食育活動の推進を提言する。

3. 研究の方法

研究方法は、基本的には、文献・資料収集の徹底、アンケート調査、データ整理、データの統計処理からなる。ただし、アンケート調査については、平地的農業地域、中山間農業地域、あるいは地産地消の取り組みが盛んな地域等の特徴的地域を選定し、各地域において、地域性を十分に把握した上で、多面的な調査を実施する。以上を踏まえ、本研究では以下の5方向からの調査を計画した。

(1) 食育及び地産地消を加味した住民調査のためのアンケート[調査A]の設計:

特徴ある調査地を選定し、住民を対象とする「地産地消と食生活・食育に関するアンケート調査」を実施する。地域の住民の選定は、ライフステージに則り、成人20歳代、30歳代、…、60歳代までの各年齢層を加味して無作為抽出し、具体的に、各年齢階層の地産地消の購買行動を含めた食生活の評価、必要な食の情報や地産地消を含めた必要な食育プログラム等について質問を行い、住民の特性に応じた食行動の検討を目的とする。

(2) 食育への協力体制・地産地消を加味し

た農林漁業者のためのアンケート[調査B]の設計:

本研究では、農林漁業者と消費者の連携強化のための主要要因についても検討することから、農林漁業者(生産者)に対する、食育への協力体制や地産地消に関する調査票の設計も行う(調査B-1)。その一方で、農林水産物の消費者についても購入の意向についての意識調査を実施する(調査B-2)。

(3) 食品産業関係者等へのアンケート[調査C]の設計:

本研究では、広義の消費者として外食産業等の食品産業関係者に対して、食材調達や消費者への情報発信の観点から意向調査を実施する。わが国の食生活の外部化が著しい今日においては、食育の推進や地産地消の促進について、食品産業が大きな役割を果たすと考えられる。調査内容として、地産地消の促進を踏まえた食材調達の可能性について、一般消費者に対する食育としての情報発信、啓発運動に関する意識について等を盛り込む。調査に際しては、飲食業組合等の協力を仰ぐ。

(4) 学校給食関係者へのアンケート[調査D]の設計:

地産地消推進の上で、今後重要となる部門は、学校給食である。「食育推進基本計画」においても、2006年の策定当初から学校給食の地場産農産物の利用割合については、その向上が重視されている。そこで、本研究でも、学校給食関連施設の関係者(栄養士、調理員、栄養教諭、学校給食担当教員等)を対象とした「食材調達・地産地消の状況及び学校給食としての食育の役割に関する調査」を実施する。特に、農林漁業との連携に注目して、地産地消の現状と課題及び今後の促進可能性、その教育的効果、食育のあり方等についての意向調査を行う。調査設計についても然るべき専門家、協力機関との協議の上作成する。

(5) その他の調査の設計[調査E]

上記の他、地産地消あるいは食育推進においては、昨今注目されるグリーンツーリズムやフードツーリズムのように、農観連携、あるいは、農商工連携など観光をも含めた対策が望まれる。そこで、本研究では、農観連携の観点から地域の潜在的資源の活用についての調査を実施する。一つは、全国47都道府県の観光行政担当者への調査(調査E-1)、もう一つは、具体的な地域を選定しての外貨獲得からのアプローチ、つまりは観光客を対象とした調査(調査E-2)を検討する。

4. 研究成果

(1) 食育及び地産地消を加味した住民調査のためのアンケート[調査A]:

本調査では、「離島地域」に着目して、新潟県佐渡市を調査対象地とし、住民を対象と

した「佐渡市の地産地消に関するアンケート調査」を実施した。被験者の選定は、ライフステージを加味して市の方で無作為抽出した。配布数 2,000 部、回収数は 813 部（有効回答数 756 部）であった。

「地産地消」の認知度は高く、70.1%の住民が地産地消を実践していると回答した。さらに、地域活性化の一つとして、地産地消の推進が重要かについては 85%を超える住民がそう思うと回答しており、離島の活性化における地産地消の重要性を裏付けている。今後、地産地消を推進する上で、住民が重要と考える主体は、5 段階評価の平均値で、農家（4.65）行政（4.61）漁業者（4.61）JA・漁協（4.6）食品製造業者（4.5）消費者（4.5）ホテル（4.49）流通業者（4.38）商工会（4.27）と全ての主体で重要度が高くなっており、市内の全ての主体が働きかけていくことの重要性を示している。

また、佐渡市は地産地消推進計画の中で、6 つの基本方針を掲げており、その重要度について、一対比較データを用いて、AHP 分析を適用した結果が以下の表 A である。

表A 地産地消を推進していく上で重要な基本方針 (AHP分析結果)

項目	重要度
消費者の要望に対応した農林水産物の生産	0.081
生産者と消費者を結ぶ交流やPR活動	0.119
店舗・直売所等における佐渡産農林水産物の利用	0.158
学校・福祉施設等における佐渡産農林水産物の利用	0.199
農業・商業・工業の連携（6次産業化）による地場産業の推進	0.208
食育の推進と伝統料理の継承	0.234
C.I.（整合度指数）	0.030

住民が基本方針の中で地産地消の推進で最も重要だとした項目は、「食育の推進と伝統料理の継承」であった。次いで、「農業・商業・工業の連携による地場産業の推進」となった。つまり、この結果が意味するのは、食育による地産地消の理解や身近な食文化を継承していくことこそが地産地消の推進に求められることだとした上で、離島であるがゆえの島（市）内の産業が連携すべきであるという意識が現れたものといえる。

（2）食育への協力体制・地産地消を加味した農林漁業者のためのアンケート〔調査 B〕

本調査では、都市的地域に着目して、東京都丸の内で開催されている「行幸マルシェ」に焦点を当て 2 つの調査を実施した。つまり、生産者と消費者の連携強化の方策を探る目的で、行幸マルシェの出店者（農業生産者を含む）と行幸マルシェの利用者（消費者）の双方に調査を実施した。

行幸マルシェ出店者の調査（調査 B-1）の結果について、出店者は同マルシェのリピーターが多く、また出店に当たって求める事として、「美味しい農水畜産物・加工品を PR したい」「消費者に直接販売したい」「生産者が

ら直接買えるという安全・安心を PR したい」「消費者の反応を直に感じたい」「自身ある生産方法や製法を伝えたい」等、こだわりの農水畜産物・加工品を消費者に直接販売したいという思いが強かった。利益が十分にあるか否かについては、「十分にある」・「まあまあある」という回答が約 53%であったのに対し、利益面以外での効果の有無については、「十分にある」・「まあまあある」という回答が合わせて約 93%の過半数を占めていた。

このことは、マルシェ出店における 5 つの重要項目を挙げ、一対比較で回答を求めた後、AHP 分析を適用したところ、重要度は次の表 B-1 の通りとなった。

表B-1 マルシェ出店に関するAHP分析結果

項目	重要度
消費者ニーズを把握する	0.298
新たなビジネスチャンスをつかむ	0.22
様々な人・団体とのつながりをつくる	0.199
商品や地域の宣伝・PRをする	0.144
販売して利益を上げる	0.139
CI	0.027

表に挙げた 5 つの重要項目の重要度は、AHP 分析の結果、「消費者ニーズを把握する」（0.298）が最も高く、次いで「新たなビジネスチャンスをつかむ」（0.22）となっており、「販売して利益を上げる」ことよりも出店者が重視していることが明らかとなった。

次に、行幸マルシェ利用者（以下、消費者とする）の調査（B-2）結果についてみてみる。消費者がマルシェ利用に際して求める事は、「新鮮な農畜産物を買いたい」「美味しい農畜産物・加工品を買いたい」「国産食材・食品を買いたい」「生産者・製造者から直接買えるので安心」「日本の農林業者を応援したい」等の要望が高くなっている。これらの項目を含め、14 項目の 5 段階評価データを利用して、因子分析を適用し、消費者がマルシェに求める因子の抽出を行った。その結果、固有値 1 以上の 3 つの因子が抽出された。第 1 因子「生産者の思い・地域を知りたい」、第 2 因子「安全・健康な商品を購入したい」、第 3 因子「新鮮・美味しい商品を購入したい」と解釈された。因子得点から、消費者の属性ごとの特徴について整理したものが表 B-2 である。

「生産者の思い・地域を知りたい」は 40 代、50 代、70 代以上及び男性で高くなっている。「安全・健康な商品を購入したい」は 30 代、60 代及び女性で高くなっている。20 代についてはそれらへの要望は他と比較して低い。「新鮮・美味しい商品を購入したい」は女性及び 40 代、50 代、で高くなっている。20 代及び男性については「安全・健康な商品を購入したい」「新鮮・美味しい商品を購入したい」意識は低く、女性の方がこうした意識が高い。

表B-2 利用者特性に応じたマルシェへの要望

属性		マルシェへの要望(因子)		
		生産者の 思い・地 域を知り たい	安全・健 康な商品 を購入し たい	新鮮・美 味しい商 品を購入 したい
性別	男性	高	低	やや低
	女性	やや低	高	やや高
年齢	20歳代	低	低	やや低
	30歳代	やや低	やや高	低
	40歳代	高		高
	50歳代			高
	60歳代	やや低	やや高	低
	70歳代以上	高	高	

本マルシェの消費者は、女性が8割以上、年齢は40歳代が30%、50歳代が25.2%、60歳代が19.5%となっており、40~60歳代で7割以上を占める。これらの消費者は、新鮮で美味しい、安全・健康な商品を購入したいと考えているものの、生産者の思いや地域を知ることについては、あまり高い要望を持っていない。

生産者と消費者を継続的に結びつける、あるいは、生産者と新たなビジネスパートナーとしての実需者をマッチングするには、広義の消費者に生産者の思いや地域を認知してもらうことが重要であり、都市のマルシェを利用して、生産者・出店者として今後どう働きかけていくかといったことが今後の課題である。

(3) 食品産業関係者等へのアンケート[調査C]

本研究では、生産者と消費者の連携強化の一手法として、都市的域に着目して、関東地方の「農家レストラン」に焦点を当て、食育の観点から農家レストランの消費者に対する情報発信の可能性について分析した。

調査は、「地域別農家レストラン一覧」に掲載されている群馬県・栃木県・茨城県・千葉県・東京都・神奈川県農家レストラン351件に対し、郵送で実施した。回収数は104(回収率31.2%)であった。

調査結果の中で、農家レストランが地元地域に与えた影響として感じることに、「地域全体の訪問者が増えた」(68.6%)、「メディアなどに取り上げられ、地域の知名度が上がった」(62.8%)、「地域の人々との交流が増えた」(50.0%)、「都市と農村の交流が増えた」(45.3%)と多くの店主がその効果を実感していることがわかる。

また、農家レストランを通して客に発信できる意義・効果に関する項目についての5段階評価(平均値)結果は、「安全・安心な食事の提供」(4.42)、「地元食材を使用した料理の提供」(4.34)、「地元地域の地産地消への貢献」(4.20)等についての評価が高かった。さらに、これら以外の項目も含めた25項目の5段階評価デ

ータを用いて、因子分析を適用した結果、固有値1以上の3つの因子が抽出された。各因子の解釈は、第1因子は「地元食材の活用及び情報提供」、第2因子は「都市農村の交流及び理解促進」、第3因子は「国内農業に関する啓発・情報提供」となった。つまり、農家レストランの経営者は、地元食材の活用・情報提供を潜在的に強く意識しながら、都市の消費者に農村や日本農業を理解してもらいたいという意識をもって経営にあたっていることが明らかとなった。つまり、農家レストランを介して、様々な地域・農林水産物の情報が発信されることは、訪問者に農業・農村の理解を促すきっかけを作る上で非常に重要な役割を担っているといえる。

(4) 学校給食関係者へのアンケート[調査D]

本調査では、「離島でありかつ流通面あるいは食文化面でも特有の地域である沖縄県」に着目し、調査実施を計画した。沖縄県学校給食栄養士会の協力の下、調査票の設計まで終えることができた。しかしながら、調査実施については、先方の都合もあり、次年度(H28年度)に実施することとなった。

現在、科学研究助成の期間は終了したが、引き続き、調査実施の準備を進めている。

(5) その他の調査[調査E]

調査E-1

本調査では、全国47都道府県の観光行政担当者を対象とした「観光における資源活用・活性化に関するアンケート調査」を実施した。調査内容は、入り込み客数、観光消費額、観光客の客層、農山村資源を踏まえた観光活性化に関する項目の重要度、観光活性化における重要要素に関する重要度等についてである。

本調査を通して、わが国のどのような潜在的観光資源の活用が期待されているかを明らかにする(食・農・環境資源の位置づけを明らかにする)とともに、どのような観光要素が観光の活性化に重要な役割を果たすと期待されるのかについて明らかにすることを目的とした。

調査は、47都道府県の観光行政担当課宛てに郵送調査で行い、24部回収(有効回答数23)した(回収率51.1%)。

地域活性化における観光の重要性については、100%の回答者が「とても重要である」「重要である」と回答し、観光の活性化が地域の活性化のために重要であると回答した。

また、1)自然・人文観光資源等の活用における重要度については、「文化遺産の活用」「歴史的街並み・伝統的景観の保存・活用」「景観・名勝の活用」「自然環境資源の保護・活用」「伝統技術の活用」等で重要度が高く、「大型商業施設」「テーマパーク等のレジャー施設の活用」等では低かった。つまり、開発型の観光資源よりも、地域に特有の自然・

人文観光資源の活用の強化が重要視されているといえる。

2)食・農資源等の活用における重要度については、「地元の食品・食材・名物料理の活用」「潜在的な地域資源の調査・発掘」「土産物・特産品の開発」「農水畜産物・地域特産品のブランド化」「食以外の地元製造業の協力・活用」で高く、現存の地元食品を活かしつつも、新たな食料資源・農業資源の発掘及び活用が重要となっている。また「潜在的な地域資源の調査・発掘」「食以外の地元製造業の協力・活用」の項目が高いことから伝統的な技術の活用が重視されていた。

3)人的資源・連携等の活用における重要度については、「観光事業を担う人材の育成」「商店・宿泊施設等、地域全体でのホスピタリティの醸成」「地域の観光関係主体間の連携」「旅行会社との連携・協力」「観光ガイド・案内人・ボランティアの要請・活用」「地域住民の観光客への理解」といった項目が高く、地域の観光に関わる人材の育成、住民を含めたあらゆる主体の連携、地域全体でのもてなし・歓待の意識の強化が重要視されている。

以上のことから、「観光の活性化における食・農・環境資源の活用」については、自然景観の維持、食資源の活用が高く重視されていることから、それらの供給源あるいは景観維持の役割を担う地域農業の維持・活性化が重要であることがわかる。つまり、観光の活性化において、食・農・環境資源が非常に重要な役割を果たすことが調査結果から明確化されたといえる。

さらに、「今後の観光活性化における重要な要素」として、「観光者」「観光対象」「媒介機能」「観光政策・行政」の4つを取り上げ、AHP分析を適用した。その結果、以下の表E-1の通りとなった。

表E-1 観光活性化における観光構成要素の重要度(AHP分析結果)

項目	重要度
1 観光客の誘致	0.237
2 観光対象の整備	0.201
3 媒介機能の整備	0.239
4 観光政策・観光行政	0.323
C.I.(整合度指数)	0.018

C.I.は0に近いほど回答の整合性があることを示す。

今回の調査は、各都道府県の観光行政の担当者を対象としたことから、各地域においてまず、行政が主導となり、観光活性化における「観光政策・行政」の方針を明確にした上で、それ以外の要素の強化を図る必要があるとの結果であった。

全体を通して、地域活性化における観光の役割は非常に大きく評価されている。今後、観光を活性化する為には、食・農・環境資源を活かした観光商材の充実も重要であるものの、そのためには、情報発信や人材育成といったソフト面の強化も重要であることが

明らかになった。

調査 E-2

本調査では、離島地域の新潟県佐渡市を事例に、訪問者のニーズを把握する目的で、佐渡市の観光客に対し佐渡市における地産地消に関する意識調査を行い、観光客の地産地消に対する認知及び傾向について分析した。

調査方法は、対面調査で、回答部数 267 部（有効回答数 232 部）であった。

まず、「地産地消」という言葉の認知度について、全体で 78.9%が「言葉と意味を知っている」と回答。「観光客にとって、地産地消を推進することが重要だと思うか」の質問については、「とても思う(37.7%)」「まあまあ思う(45.5%)」と 8 割以上の回答者が観光客にとってもその地域の地産地消が重要と回答した。さらに、「佐渡産農林水産物に魅力を感じるか」の質問については、「とても感じる(36.2%)」「まあまあ感じる(43.5%)」と約 8 割が魅力を感じると回答した。しかしながら、「佐渡市が発信している地産地消に関する情報について見たことがあるか」の質問については、全体の 83.6%が「ない」と回答。以上から、観光客にとっても訪問地域の地産地消は重要とされ、佐渡産農林水産物に魅力を感じるものの、情報発信は弱いという課題が浮き彫りになった。

また、佐渡市には様々な農水畜産物が生産されているが、佐渡産の農林水産物・加工品についての認知度は、「魚介類」「日本酒」といった食品のカテゴリーについては高かったが、「いごねり」「おけさ柿」等の具体的商品名やブランド名については、認知度が低かった。

また、観光において地産地消する上で関連するであろう（「観光客に対して実施してほしいこと」）19 項目について、「とても重要」から「全く重要でない」の 5 段階評価によると、各項目の平均値は全般的に高く、いずれの項目も観光客の地産地消にとっては重要であると評価された。特に平均値の高い項目からは、安全・安心、環境への配慮といった農水畜産物の安全性の確保への要望と、観光客が接することの多い飲食店、宿泊施設、直売所を活用した PR が特に重要とされていた。

以上の 5 段階評価データを用いて、観光客が地産地消を行う上で重要と考える潜在因子について因子分析を適用して抽出した。その結果、固有値が 1 以上の因子は第 3 因子まで抽出された（累積寄与率 63.2%）。第 1 因子は、「島内での佐渡産農林水産物の積極的な利用とその PR」、第 2 因子は「安全性の高い佐渡産農林水産物の生産とその情報提供」、第 3 因子は「希少性のある佐渡産農林水産物の生産」と解釈された。さらに、因

因子分析より算出された因子得点を用いて、地産地消に求める重要要因について、観光客の特性(性別、年齢、訪問回数)を見たものが、以下の表 E-2 である。

項目		第1因子	第2因子	第3因子
性別	男性	-0.144	-0.040	-0.030
	女性	0.187	0.052	0.039
年齢	10歳-20歳代	-0.195	-0.010	-0.106
	30歳-40歳代	0.216	-0.185	-0.170
	50歳以上	0.021	0.186	0.282
訪問回数	初めて	-0.037	0.058	0.062
	2回-3回目	-0.009	-0.104	0.010
	4回目以上	0.159	-0.057	-0.255
平均値		0.017	0.001	0.003

注：表中の太字の数値については、各因子の平均値より高い数値となっていることを示している。

性別については、いずれの因子でも男性よりも女性の方が、平均値が高く、地域の食材や特産品、地産地消については、女性の方が男性よりも強い興味を示している。10・20歳代の若い年齢階層は、いずれの因子も他の年齢階層と比較して、平均値は低くなっており、他の年齢階層よりも地域の地産地消には興味の薄い層である。訪問回数の少ない観光客は、農林水産物の安全性や希少性を求めている。一方で、訪問回数の多い観光客は、観光客が関わる色々な場面や場所において、佐渡産食材を使用すること、そしてそれをわかりやすく PR していくことが重要だとしている。

以上から、観光客に対して地産地消を推進するためには、当該地域の地産地消に興味の薄い男性や若年齢階層にどう興味を持ってもらうかの工夫が必要である。さらに、リピーターを確保するためには、まず、観光客が接する場面で積極的に佐渡産農水畜産物を使用していくこと、そして、観光客が然るべき地産地消の情報を認知できるように PR 方法を工夫していくことが重要である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計3件)

上岡美保・田中裕人・倉田佑斗「地産地消における観光客の意識と課題に関する研究 - 新潟県佐渡市の観光客を対象に - 」『フードシステム研究』22 巻 3 号、225 ~ 230 頁、2015 年 12 月、学術雑誌、共著(査読有り)

Miho KAMIOKA, Hiroto TANAKA, Yuto Kurata and Michihiko MAMADA「Analysis of the Importance of Resources and Factors that Constitute Tourism」, 東京農業大学農業経済学会『農村研究』, 120 号、65 ~ 75 頁、2015 年 03 月、共著(査読なし)

古谷未来・田中裕人・上岡美保「農家レストラン経営者の情報発信における意識に関する研究」『農村研究』119 号、34 ~ 44 頁、2014 年 09 月、共著(査読有り)

[学会発表](計6件)

上岡美保・宇井大智・原一沙ほか「マルシェ出店者の意識に関する研究 - 行幸マルシェを対象に - 」実践総合農学会(至: 茨城県大子町)、2015 年 11 月 22 日、口頭(一般)

上岡美保・中村花菜子・山内淑貴ほか、「マルシェ利用者のニーズに関する考察 - 行幸マルシェ利用者を対象とした意識調査から - 」実践総合農学会(至: 茨城県大子町)、2015 年 11 月 22 日、口頭(一般)

上岡美保、「日本の食育基本法と食育の効果」2015 新北市国際環境教育論題 (New Taipei City International Forum on Environmental Education)、国際会議、2015 年 07 月 07 日(至: 台湾新北市東南科技大学国際会議場)、口頭(招待・特別)

上岡美保・田中裕人・倉田佑斗「地産地消における観光客の意識と課題に関する研究 - 新潟県佐渡市の観光客を対象に - 」2015 年度日本フードシステム学会大会(至: 東京農業大学)、2015 年 05 月 31 日、口頭(一般)

上岡美保、「日本における食育研究の重要性と今後の課題」日本フードシステム学会特別研究会(至: 東京大学農学部フードサイエンス棟 1 階中島ホール)、2014 年 05 月 10 日、口頭(招待・特別)

上岡美保・倉田佑斗・田中裕人・間々田理彦、「地域活性化における観光の役割に関する研究」2013 年度実践総合農学会第 8 回地方大会(至: 愛媛県西条市)、2013 年 11 月 24 日、口頭(一般)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

上岡 美保 (KAMIOKA, Miho)
東京農業大学・国際食料情報学部・教授
研究者番号: 90339094

(2) 研究分担者

田中 裕人 (TANAKA, Hiroto)
東京農業大学・国際食料情報学部・教授
研究者番号: 00339095