

# 食育コミュニケーションーター養成講座 アドバンス

認定：日本食育コミュニケーション協会  
運営：一般社団法人あしたの食卓研究所  
企画：株式会社あしたのごはん

# 食育コミュニケーション アドバンスとは

## 1.食と人間関係の理解:

1. 講座を通じて、食べることがどのようにして私たちの人間関係や日常生活に影響を与えるかを理解します。これには、食事を通じたコミュニケーションや文化的な要素、食と感情のつながりなどが含まれます。

## 2.自己認識と健康意識の向上:

1. 受講者が自分自身の食習慣や食事に対する態度を振り返り、健康に対する意識を向上させることを目指します。人間学の視点から、自己認識の向上や健康促進のためのスキルを提供します。

## 3.食の影響と意味の理解:

1. 食が私たちの身体や心に与える影響を理解し、食に意味を見出すことができるようになります。栄養学に留まらず人間学について知識を深めることができます。

## 4.持続可能な食生活の促進:

1. 食育と人間学の講座は、持続可能な食生活に対する理解を深め、地球環境への配慮やエシカルな食習慣の形成を促進します。

## 5.コミュニティとの連携:

1. 講座を通じて、個々の受講者が所属するコミュニティや社会全体と連携し、共有の場を形成します。食に関する知識や実践を広めることで、地域社会全体での食育の推進を目指します。

## 6.ライフスタイル改善のサポート:

1. 心身の健康的なライフスタイルの築き方や、食を通じた自己成長のサポートを提供します。受講者がより豊かな人生を送る手助けを目指します。

# 食育コミュニケーターアドバンス - カリキュラム

## ①「食と人間関係の基礎」

1. **食と文化の関連性**：食と文化がどのように結びついているかを理解し、異なる文化における食の意味を探求する。
2. **栄養学**：健康的な食事の基本、栄養素、食事のバランスについての基礎的な知識を学ぶ。
3. **食とコミュニケーション**：食事を通じたコミュニケーションの大切さを学び、食卓が人間関係をどのように形成するかを探る。

## ②「自己認識と食」

1. **食と感情の関係**：食が感情に与える影響を理解し、自分の感情と食習慣の関連性を探る。
2. **自己認識と食事習慣の見直し**：参加者の食事習慣を振り返り、健康的でバランスの取れた食生活に向けての具体的なアクションプランを立てる。

## ③「持続可能な食生活」

1. **地球と食の関係性**：食における地球環境への影響を理解し、持続可能な食生活の重要性を学ぶ。
2. **エシカルな食の選択**：エシカルな視点から食材の選び方や消費の仕方を考え、食の選択が社会や環境に与える影響を探る。

## ④「コミュニティとの連携」

1. **食育の普及と地域社会への貢献**：食育の重要性を学び、成功事例を共有しながら地域社会に貢献する方法を考える。
2. **地域への食育活動の企画**：参加者が学んだ知識とスキルを活かして、地域での食育活動の企画を立てる。
3. **地域コミュニティへの貢献**：地域社会に対して食に関するプロジェクトを企画・実施し、その効果を評価する方法について学ぶ。
4. **フードイノベーション**：新しい食品や料理の開発、食品テクノロジーの動向、食の未来に向けたイノベーションの概念を学ぶ。

## 実践セッションとグループディスカッション

グループでの調理実習や食事の共有、人間学と食に関するテーマについてのディスカッションを通じて、理論を実践に結びつける。

## ワークショップとリフレクション

自己成長や学びのプロセスについてのリフレクションを行い、今後のライフスタイルや事業にどのように活かすかを考える。

このカリキュラムは、食と人間学の両方の側面からアプローチし、参加者が自らの食生活や人間関係をより深く理解し、持続可能で健康的なライフスタイルを築くためのツールを身につけることを目指します。

# 食育コミュニケーション アドバンス 受講者の目指す姿

**自分を愛することは、他者との関係においてもポジティブな影響を与えることがあります。  
自分を愛することで、他者にも同じような愛情を注ぐことができ、  
健康的で豊かな人間関係が築かれることがあります。**

## 自己受容:

自分をありのまま受け入れることが、自己愛の基本です。自分に対する否定的な感情や過去の過ちに囚われず、自分を受け入れることで、内面の平和を見つけることができます。

## 自己尊重:

自分の価値を理解し、尊重することが大切です。他人と同じく自分にも価値があり、尊重されるべき存在であると考えすることで、ポジティブな自己イメージを築く一助となります。

## 自己ケア:

身体的な健康や精神的な健康を大切にすることも自分を愛する一環です。バランスの取れた食事、運動、十分な休息などが含まれます。

## 自分の感情を理解する:

自分の感情を理解し、受け入れることが重要です。感情は人間らしさの一部であり、それを否定するのではなく受け入れることで心の健康を促進します。

## 自分に対する投資:

自分の成長と学習に投資することも、自分を愛する行為です。新しいスキルや知識を習得し、自分の目標に向かって進むことは、自分への価値を高める手段となります。

## ワークライフバランスの維持:

仕事や他の責任に忙殺されず、適切なワークライフバランスを維持することも大切です。自分の時間を大切にし、リラックスや趣味に時間を割くことが含まれます。

**食育コミュニケーターアドバンス 活躍する企業の姿**

## サステナビリティ

1. 地元の農産物の取引を促進し農家と直接契約する。
2. 農産物の季節的な提供を促進し季節に応じた地元の食材を強調する。
3. 農家から余剰の農産物を購入しロスを削減する。
4. 地元の農産物をパッケージせず無包装の状態を提供し、包装資材のコストを削減する。
5. 地元の農産物を直接市場から購入し中間業者を排除する。
6. 地元の農家と共同でプロモーションイベントを開催し農産物の需要を増やす。
7. 農産物の品質基準を調整し地元の特産品に適した基準を採用する。
8. 農産物の収穫祭や地元産品のフェアを定期的に開催し地元農業を支援する。
9. 地元の農業協同組合と提携し共同で調達活動を行いコストを削減する。
10. 農産物の在庫管理を最適化し廃棄物を減少させる。

## 環境への影響評価

1. 冷蔵庫やライトの電力効率を向上させ電力コストを削減する。
2. レジ袋の使用を削減し環境に優しいバッグを顧客に提供する。
3. 不要なパッケージを最小化し商品の包装材料を削減する。
4. 賞味期限の管理を改善し食品廃棄物を減少させる。
5. 余剰食品を寄付プログラムに参加させ廃棄を回避する。
6. LED照明に切り替えてエネルギー使用量を削減する。
7. 冷却設備の定期的な点検と保守を行いエネルギー効率を向上させる。
8. 冷蔵庫内の陳列方法を最適化してエネルギー消費を削減する。
9. 運送ルートの最適化を行い輸送にかかる燃料コストを削減する。
10. 顧客に電子レシートオプションを提供して紙の使用を減少させる。

## 地球コミュニティへの投資

1. 地元の学校や団体と提携し地域イベントやプロジェクトをサポートする。
2. 地元産業やアーティストの商品を取り扱い地域経済に貢献する。
3. 地元の慈善団体に寄付を行い、社会的責任を果たす。
4. 地元の商品やサービスを積極的に宣伝し地域スポンサーシップを活用する。
5. 地元の農家や生産者にフェアな価格で取引を行い地元コミュニティに還元する。
6. 地元のアートや工芸品を店内で展示・販売し地元アーティストを支援する。
7. 地元の団体や学校向けに特別割引を提供して地域への貢献を強調する。
8. 地元の農産物を使用した地元料理のコーナーを設け地域の食文化を宣伝する。
9. 地元の地域振興プロジェクトに参加し地域経済の成長を支援する。
10. 地元の地域振興プロジェクトに参加し地域に根ざした商品開発

## 教育プログラム

1. スタッフに環境への配慮と生物多様性に関する教育を提供し持続可能な行動を奨励する。
2. 顧客に食品の持続可能性に関する情報を提供し選択肢を説明する。
3. 顧客に余剰食品の取り組みに参加するよう促すプログラムを開始する。
4. スタッフに廃棄物削減とリサイクルの重要性を教育し無駄を削減する。
5. 顧客に地元産品の利点や地元農家へのサポートの重要性について教育する。
6. 環境に配慮した商品のメリットを顧客に説明し購買を奨励するキャンペーンを実施する。
7. スタッフに食品の賞味期限の適切な管理方法を教育し食品廃棄物を削減する。
8. 顧客に食品の保存方法や食材の活用方法をアドバイスし無駄を減らす。
9. 環境に配慮した製品のラベルに関する情報を顧客に提供し選択をサポートする。
10. 環境への配慮についての教育プログラムを地元学校と提携して実施し次世代に向けた意識を高める。

## 環境への配慮

1. 地元の有機農産物や自然食品の品揃えを増やし持続可能な選択を強調する。
2. 無添加や無農薬の商品を取り扱い環境に配慮した製品を提供する。
3. 地元の手工芸品や工芸品を販売し地元産業をサポートする。
4. エコフレンドリーな家庭用品や清潔用品を取り扱い環境にやさしい製品を提供する。
5. バルクセクションを設け顧客が自分の容器を持参して商品を購入できるようにする。
6. シーズンごとに地元の特産品や季節の食材を特集し地域の生産者を支援する。
7. 環境に配慮した商品に特別価格を設定し購買を奨励する。
8. リサイクル製品や再利用製品を販売し廃棄物を減少させる。
9. 顧客にプラスチックフリーの商品を提供し、環境への配慮を促進する。
10. 環境への影響を評価するラベリングシステムを導入し顧客に情報提供を強化する。

# 食育コミュニケーションアドバンス - 持続可能な食の価値創造

## 1. 認証とラベリング

持続可能な食品の認証やラベルを取得し、それを製品に表示することで、消費者に対して信頼性を高めること。

## 2. 価値提供

持続可能な食品や栄養バランスに配慮した食事は、エシカルな価値や品質の高い情報であることを強調すること。  
POPやおすすめ情報として、新鮮な地元の食材を使用していることや、非遺伝子組み換え製品である、などの特徴を強調すること。

## 3. 地域コミュニティへの貢献

地域社会への貢献活動を積極的に情報発信し、企業の社会的責任を明確化し、公式HPやSNS、企業の配布物を活用すること。  
地元の農産物や生産者との協力、地域イベントへの参加に関しても積極的に情報発信すること。

## 4. デジタルプラットフォームの活用

ソーシャルメディアやオンラインプラットフォームを活用すること。  
食育や持続可能性に焦点を当てたストーリーテリングや情報発信を行うこと。消費者との対話やフィードバックも実施すること。

## 5. 新商品の開発

持続可能な食品市場の成長に合わせて、新たな持続可能な製品やラインの開発を行い、市場に新しさを提供すること。  
競争力を維持・強化すること。

## 6. パートナーシップの構築

他の企業や団体とのパートナーシップを構築し、共同で取り組むこと。  
市場拡大や持続可能な取り組みの推進を促進すること。