

令和元年度スーパー・プロフェッショナル・ハイスクール研究実施報告（第3年次）（概要）

1 研究開発課題名	
三重から世界へ！ ～「世界で活躍する食のプロフェッショナル」の育成と「グローバル・ブランド」の開発～	
2 研究の概要	
<p>「食のプロフェッショナル」に求められる「5つの力」（「技術力」「経営力」「商品開発力」「コミュニケーション力」「グローバル力」）の育成内容を教育課程に落とし込んで、見える化（マトリクス化）し、全国の専門高校に発信する学習プログラムを作成するとともに、グローバルな取組のあり方についての提案を目標に研究を行い、事業成果の普及に努めた。</p> <p>次の3つの研究に取り組み、「世界で活躍する食のプロフェッショナル」の育成を目指した。</p> <p>1 ローカルからグローバルに活躍する「食のプロフェッショナル」を育成するための指導方法のブラッシュアップ</p> <p>2 グローバル人材に必要な「グローバル力」の育成</p> <p>3 三重の豊かな食材（「メイド・イン・三重」）を使った商品とレシピの開発、「グローバル・ブランド」化及び三重の食、日本の食の海外発信をとおして和食文化の発展に寄与する人材の育成</p>	
3 令和元年度実施規模	
食物調理科を対象として実施した。	
4 研究内容	
○研究計画（指定期間満了まで。5年指定校は5年次まで記載。）	
第1年次	<p>1 「食のプロフェッショナル」を育成するための指導方法（「目指せスペシャリスト研究事業」において掲げた4つの力、「技術力」「経営力」「商品開発力」「コミュニケーション力」の育成）のブラッシュアップ</p> <p>① 教育課程、学習プログラムの見直しと再構築</p> <p>② 「4つの力」の育成に求められる指導方法の研究</p> <p>2 グローバル人材に必要な「グローバル力」の育成</p> <p>① 海外インターンシップの実施による世界に通用する力の育成</p> <p>② 海外の高校生との交流を通じたコミュニケーション力の育成</p> <p>③ 国際料理コンクール等、世界の舞台上で活躍できる仕組みづくり</p> <p>3 三重の豊かな食材を使った「グローバル・ブランド」の開発及び国内外への発信</p> <p>4 新たに「食のプロフェッショナル」の育成に求められる力を「技術力」「経営力」「商品開発力」「コミュニケーション力」「グローバル力」とし、「5つの力」の育成計画を立案</p>
第2年次	<p>1 シラバス、実習計画の作成、評価方法、学びの履歴の作成</p> <p>2 食のプロフェッショナルに求められる力の育成、1年次の計画を継続・発展</p> <p>3 海外研修の実施と台湾、韓国、アメリカの高校生等との海外交流</p> <p>4 「メイド・イン・三重」を使ったメニュー・商品開発と国内外への発信</p> <p>5 成果の検証</p>
第3年次	<p>1 シラバスと実習計画、評価方法、学びの履歴「Learning Story」の確立</p> <p>2 専門高校における英語科の指導計画の完成</p>

- | | |
|---|----------------------------|
| 3 | 3年間を見通した学習プログラムの作成 |
| 4 | 食のプロフェッショナルに求められる「5つの力」の育成 |
| 5 | 3年目の成果報告会の実施 |

○教育課程上の特例（該当ある場合のみ）

該当なし

○令和元年度の教育課程の内容（令和元年度教育課程表を含めること）

別紙のとおり（2019年度教育課程表）

○具体的な研究事項・活動内容

1 新たな学習プログラムの確立

(1) 1年次、2年次に作成したシラバスと実習計画の検証

1年次、2年次に作成した「3年間を見通した『5つの力』の育成計画」、「調理」「製菓」の指導計画、授業計画、シラバス、実習計画について考察し、課題を整理した。

(2) 評価方法の研究と生徒による自己評価の実施、「Learning Story」の作成

教員による「ルーブリック」による評価と生徒による自己評価を実施し、自らの力を検証するとともに、学びの履歴「Learning Story」にまとめ、次の目標を設定した。

(3) 教科間連携による専門学科ならではの英語の授業の推進と3年間の指導計画の作成

日本語以外の言語でコミュニケーションを図る場面が多い食物調理科の生徒を対象に、専門科目とのつながりを意識した3年間の授業計画を立てた。

(4) 3年間を見通した系統的かつ科目横断的な食物調理科の学習プログラムの作成

食物調理科の教育内容と「5つの力」の関係を見える化（マトリクス化）するとともに、新たな学習プログラムを作成した。

2 食のプロフェッショナルに求められる「5つの力」の育成

(1) 「技術力」の育成

① プロフェッショナルを目指すための意識付け

入学後のオリエンテーションや授業で、3年間の学習に対する意識付けを行った。

② 食の第一線で活躍するプロフェッショナルと現場で活躍する卒業生による授業の実施

第一線で活躍するプロフェッショナルを講師として招聘し、技術力の向上だけでなく、最先端のビジネス手法や心構えなどを学んだ。また、現場で活躍する卒業生による授業は、技術向上だけでなく、夢の実現への意欲向上につながった。

③ 高大連携による授業の実施

三重短期大学等の高度な授業を受講し、栄養士等の進路決定につながった。

④ プロフェッショナルな最先端の現場の見学

辻調理師専門学校最新の施設設備の見学や講座の受講、店舗見学を実施した。

⑤ セルフプロデュース型インターンシップの実施

2年生の夏季休業中（春季休業中も予定）にインターンシップを行った他、多くの生徒が自主的にインターンシップを行った。

⑥ ふぐ取扱者資格、製菓衛生師国家資格、サービス接遇実務検定、料理・製菓検定等に積極的に挑戦

製菓衛生師国家試験は全員合格し、他の検定試験にも積極的に取り組んだ。

⑦ 各種コンクールに挑戦

「全国高校生食育王選手権」優勝をはじめ、各種コンクールに積極的に挑戦し、満足できる結果を残した。

⑧ 料理展示・製菓展示会の開催

文化祭において、3年生が学習してきた内容の成果発表として、料理展示、製菓展示を行った。

(2) 「経営力」の育成

① 「生活産業基礎」において、店舗訪問を実施

② インターンシップの実施

③ 集団給食実習、カフェ実習、おせち料理実習等の校内実践

3年生調理師コースの「総合調理実習」では集団給食実習をし、大量調理について学んだ。2年生は文化祭で食堂とカフェの運営、3年生の製菓コースは教員対象にシミュレーション実習を行った。年末にはお世話になった方々を対象に「おせち料理実習」を行った。

④ 研修施設「まごの店」でのレストラン経営、「まごの店スイーツ」での製菓の製造販売等の実践

研修施設「まごの店」では、通常メニューの他、コース料理の提供や料理教室、学校間交流の場としても活用したり、出張レストランを行ったりした。「まごの店スイーツ」では、クリスマスケーキの予約販売、1月には3年生による「スペシャリテ」の販売を行った他、出張まごスイーツで販売等も行った。

⑤ ICTの利活用によるパンフレット、チラシ、メニューの作成

集団給食、食堂、カフェ、「まごの店」や「まごの店スイーツ」のパンフレットやチラシを「生活産業情報」「フードITコーディネート」において作成した。

(3) 「商品開発力」の育成

① 企業と連携した商品開発

辻製油（うれしのラボ）と黒にんにくの「万能だれ」、南勢糧穀と「黒糖揚げ」の他、辻製油・生産経済科のバイオマス研究を活用して「バジルオイル」を開発し、「バジルオイル」は多気町のふるさと納税の返礼品となっている。

② 地域と連携した商品開発

多気町特産の「前川次郎柿」の開発プロジェクトを多気町と連携して実施し、傷柿を活用したシュトーレンが多気町のふるさと納税の返礼品となっている。

③ 研修施設「まごの店」、「まごの店スイーツ」の商品（メニュー）開発

④ ICTの利活用による販売促進ツールの作成やラッピング実習の実施

「フードビジネス」においてラッピングの実習、「生活産業情報」「フードITコーディネート」で商品カードの作成等を行った。

⑤ グローバル・ブランドの開発と海外発信

辻製油（うれしのラボ）とのコラボ製品「黒にんにくドレッシング」が海外展開された。

(4) 「コミュニケーション力」の育成

① 異なる高校や学科の高校生と交流

三重県立水産高校、愛知県立福江高校、北海道三笠高校等と交流を行った。

② 保護者との交流、

PTA総会、PTA研修会、3年生の保護者に感謝する会、1・2年生のふれあい親子実習等を実施し、保護者とコミュニケーションを深めた。

③ 保育所や小中学校等地域の子どもたちとの交流

多気町内の小学校をはじめ、子どもたち対象の料理教室、製菓教室を開催し、地域の食のリーダーとして活動した。

④ 地域住民対象の料理教室・製菓教室の開催やイベントへの参加

地域の方々対象の料理教室、製菓教室を開催するとともに、地域のイベントに積極的に参加した。

⑤ 福祉施設や病院等と連携して、介護食や病人食について研究

高齢者施設で寿司のふるまい、松阪市民病院で体にやさしい弁当の販売、社会福祉協議会との連携による一人暮らしの高齢者への弁当の配食、特別支援学校の生徒対象のテーブルマナー教室等を開催した。

(5) 「グローバル力」の育成

① 夏季休業中の海外インターンシップの実施

フランスのレストランや、台湾の日本のフランチャイズ店でインターンシップを実施した。

② 「トビタテ！留学 JAPAN」への挑戦

文部科学省「トビタテ！留学 JAPAN」に2名の生徒が合格し、イタリアとベルギーに短期留学した。

③ 「三重の食」を海外に発信

本県の料理人交流事業で、美食の街サン・セバスチャンにおける食の交流に2名の生徒が参加した。また、2020年のオリンピック・パラリンピックに向けて、ホストタウンとの食文化交流プロジェクトに参加した。

④ 海外の高校生や大学生との交流

台湾開平餐飲學校（姉妹校）、東海高級中學、韓国の国際調理高校の高校生、大田保健大学の学生、「日韓交流プログラム（内閣府主催）」の海外の青年と調理を行うなどの交流をした。

⑤ 「高校生国際料理コンクール」への出場

「International City Cup」（中国広州市で開催）において、料理コンクールと交流会に参加した。コンクールでは金メダルを獲得した。

⑥ 教科間連携による食物調理科の専門性を活かした英語の授業の実施

⑦ 韓国語、中国語、フランス語等「グローバル力UP！講座」の開催

⑧ 英語版レシピ、動画の作成

⑨ 学習成果発表会、文化祭、県の高中生フェスティバル等で海外での成果を発表

3 3年目の成果及び検証

5 研究の成果と課題

○研究成果の普及方法

グローバル力を育成するための取組については、台湾の開平餐飲學校、東海高級中學、韓国の国際調理高校、大田保健大学との調理を通じた交流において、積極的にコミュニケーションを図るとともに、和食を中心とした日本の食文化を発信した。

また、文化祭でのポスターセッション、全国産業教育フェア新潟大会のSPH研究発表大会において、ポスターセッションや成果発表を行った。1月の食物調理科学習成果発表会、2月の本事業の研究発表大会、3月末の本校の学習成果発表会、2020年開催予定の全国校長会食物・調理科大会においても、本事業の成果発表を行う予定である。

○実施による効果とその評価

ア ループリックを活用した教員による生徒の評価

食物調理科3年生の「5つの力」を評価した結果をレーダーチャートグラフにまとめた。数値は3年生37名の平均値である。

「技術力」は、入学時から1、2年生にかけて伸び幅が最も大きい。「経営力」「商品開発力」「コミュニケーション力」については順調に年次進行で評価が上がっており、3年生で力が付いたと判断できる。「グローバル力」については、2年生から3年生にかけての伸び幅が大きく、本事業により海外での体験や海外交流が増え、力の獲得には経験値が大きく左右する

と考えられる。即ち、生徒たちに実践の場と時間を提供することが効果的であり、教員の果たす役割が大きく、授業以外での活動時間の確保も求められる。

3年生の生徒の変化量を見ると、入学時と卒業時で評価点が同じ生徒はおらず、全員の評価点が上がっている。変化量の平均は、「技術力」が3.46、「経営力」が2.81、「商品開発力」が2.41、「コミュニケーション力」が2.81、「グローバル力」が3.00であった。2年時の変化量と比較すると、「経営力」「グローバル力」の2年生から3年生への伸びが大きく、「商品開発力」の変化量が小さいことがわかる。

イ 生徒による自己評価と教員による評価

生徒自身が力の達成度がきちんと把握でき、振り返りができるような取組として、同じ評価基準と評価基準で自己評価を実施し、教員による評価結果とあわせて生徒自らが検証した。

ウ 生徒向けアンケート結果

生徒向けアンケート調査は11月初めに実施し、各学年とも、入学時と現在の変化量を見ることにした。回答は、「5よく当てはまる 4当てはまる 3どちらかという当てはまる 2あまり当てはまらない 1全くあてはまらない」の5段階とした。

「もっと技術を磨きたい」「料理・スイーツを人に提供することは楽しい」「料理・スイーツをとおして人と接することは楽しい」「忍耐力がついた」「授業や実習等に積極的に取り組むことができた」「自分のスキルアップにつながった」などの項目が高い数値となった。反面、「多気町や三重県の食材に関心がある」「将来、多気町や三重県で仕事がしたい」「海外研修や海外インターンシップに参加したい」「将来、海外で仕事をしたい」の数値が低く、地域に対する関心、海外に対する関心が3年次も低い結果となった。また、料理やスイーツ、授業等の実践への意欲の高さに比べて、3年生の「料理人・パティシエとしてやっていく意思・自信がついた」も大幅に減少した。就職を目前にして、不安を感じ、自信をなくしていること等が考えられる。

エ 定量的データの分析

定量的なデータの分析としては、コンクール入賞回数・資格取得割合（技術力）、集客数・販売個数（経営力）、連携商品数（商品開発力）、交流回数（コミュニケーション力・グローバル力）、進路実現割合、入学希望者数によることとした。

- 全国大会等におけるコンクール入賞回数 12月末現在 7回
- 資格取得状況 製菓衛生師国家試験 全員合格
- 研修施設「まごの店」の集客数 1日平均100名
研修施設「まごの店スイーツ」の販売個数 11月現在3,793個
- 商品開発数 開発した商品5件 開発中の商品2件
- 高校生、地域の子どもたち、地域住民との交流回数 のべ30回
- グローバルな交流回数 交流実習、料理講習の開催、外国語講座の回数等22回
- 進路実現割合3年生37名のうち、進学11名（専門外1名）、就職26名（専門外なし）

オ 評価における総括

ルーブリックを活用した調査、アンケート調査、定量的データから「5つの力」の育成について以下のように総括する。

○ 技術力

「5つの力」のうち、最も生徒に身に付いた力である。コンクールの成果にも現れている。技術力については、授業でかなりの成果が期待できるが、「技術を磨きたい」という意欲に反して、高級食材やコース料理等の技術は授業だけでは十分に獲得できない現状がある。

○ 経営力とコミュニケーション力

ほとんどの生徒が「技術を磨きたい」「料理やスイーツを提供することは楽しい」「人と接するのは楽しい」「忍耐力がついた」と回答しているが、一方で「料理人・パティシエと

してやっていく自信がついた」に該当しない生徒が3年生で増加しており、就職を目前にして、意欲はあるが自信をなくしかけている生徒がいることも伺える。

○ 商品開発力

技術力やコミュニケーション力に比べ、生徒の伸びが低い。地域の食材への関心、認知度も低い。食材を生かした商品開発等は企業や地域等との連携回数に比例して効果が現れると考える。

○ グローバル力

海外との交流機会が増え、徐々に基礎的な語学力や身振り手振りを含めたコミュニケーション力等のグローバル力もついた。3年生の評価が高くなったことから、経験値が力につながっていると考える。しかし、海外研修等を希望する生徒は増加しているが、地域の食文化に対する関心が低く、日本や地域の食文化への海外発信力が弱い。また、海外で仕事をしたいという生徒は少ない。

カ 事業の評価

運営指導委員からの評価は、概ね良好であったが、「三重食材の開発」について、アンケートからも三重の食材、地域の食材についての生徒の関心は低く、本事業以降の大きな課題であることや、学習プログラムについて、生徒たちに社会貢献、地域貢献の視点が育つことが、ローカルからグローバルに活躍できる人材の育成には欠かせないといった指摘をいただいた。

教員の事業評価については、料理やスイーツを提供することは楽しいと感じ、食産業へ働く意欲はあっても、就職を目前にして自信につながっていない生徒が若干名いることが課題であること、商品開発力の育成について地域の食材に関心を持たない生徒もおり、商品開発につながりかかったことが反省としてあげられた。グローバル力の育成については、研修に参加した生徒から話を聞き、海外に対する考え方や、どこか遠くに思っていた海外を身近に感じることができた生徒も多い。商品開発やグローバルな体験の場を提供することも、教員の役割と考える。

○実施上の問題点と今後の課題

① 新たな学習プログラムの実践

本研究の3年間で食物調理科の教育内容と「5つの力」の関係を見える化（マトリクス化）し、イメージ化することで新たな「学習プログラム」として提案できたが、今後は、学習プログラムに基づいた教育実践が求められる。

② グローバル力の育成の継続

海外研修、海外インターンシップ、語学や食文化を学ぶ「グローバル力UP!講座」、グローバルな交流活動を本事業の終了後も継続して実施していく手立てを考えなければならない。また、この3年間の食物調理科の専門性を活かした英語科の取組が他の教科にも取り入れられ、今後は、それぞれの学科にあった教育内容に発展することを期待したい。

③ 三重の食、日本の食への関心度UP、国内外への発信

地域行政や地域の企業と連携して、三重の豊かな食材について周知し、商品やレシピの開発を積極的に行い、三重の食や日本の食を国内外に積極的に発信するための方策を考える。

④ 生徒への意識付けと意欲の向上

3年生になってからの意欲や自信の低下が見られた。生徒の意欲が持続、向上する手立てが必要である。まず、教員が、食物調理科として目指す目標に向かって「ワンチーム」になることが大前提である。食物調理科としての目指す軸がぶれないように日頃から意思疎通を図り、生徒の動向を的確に把握し、情報共有を怠らないことが大切である。教員自らが日々進歩する食産業界の知識や技術、環境等についてアンテナを高くし、日常的に研修に努めることも求められる。