

チョコレートプロジェクト（販売）報道

2025 年 2 月 14 日 埼玉県公式インスタグラム

https://www.instagram.com/p/DF_mkFfTtyg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==



チョコレートプロジェクト（販売）

◎製造した 600 箱についてバレンタイン商戦に合わせて埼玉県内の百貨店、道の駅、協力企業で販売

◎販売では調理科2年全員が売場で接客を実施

<販売場所>

【越生町】うめその梅の駅、OTIC

【川越市】丸広百貨店川越店、(株)タカインフォテクノ

【さいたま市】NTT 東日本 埼玉支店



各店舗での販売の様子

梅、ユズ使いチョコ

【埼玉・いるま野】越生町の二川学園清和学園高校は、調理科2年の生徒が同町特産品の梅とユズを使って考案し、バレンタイン商戦で一般販売する「清和チョコレットプロジェクト2025」の販売会を開く。同町の観光案内所「OTTC（オーティック）」が8日、観光施設「うめその梅の駅」が8、9日、川越市の「丸広百貨店」が8、11日に販売する。

プロジェクトは、産業界と専門高校が、地域産業の持続可能な担い手を育成する文部科学省の取り組みである「マイスター・ハイスクール」の一環。同町の特産品の消費量低下を受け、地元の食材を使うことにこだわり抜いたレシピを考案し、地域課題解決に向けて魅力を広げる狙いだ。商品化したのは10月に開いた同プロジェクトの審査会で、上位3位に選ばれた「赤い恋人」「うめりん」「ゆず香る大人チョコ」の3品を1箱に収めた。

バレンタイン商戦へ

埼玉県越生町の高校生

「特産広めたい」

「うめりん」1箱（3個入り）1200円。600箱限定で販売し、なくなり次第終了となる。

1位の「赤い恋人」は、梅ジャムと地元のはちみつを使用した赤のマール模様が見える。



「～至福のひととき～」をPRする守田さん④と小野寺梓輝さん（埼玉県越生町で）

「ヨコレット」。他の2品も梅肉とガナッシュの層や、ゆずジャムとブランドの掛け合わせが楽しめるなど、いずれも梅やユズの風味を生かすための工夫を凝らしている。

販売日には、レシピを考案した調理科2年の生徒全員がローテーションを組み、直接販売する予定だ。

指導した同校調理科2年担任の宇都美教諭は「レシピの考案やポスター作り、販売までの一連の流れを経験することで、生徒の成長を大きく感じた。今回の生徒たちの集大成を、手に取って堪能してもらえたらいい」と話した。

「うめりん」のレシピを考案した守田源音さんは「越生町の特産品をより多くの人に広めたい思いで、同町のマスコットキャラクターと同じ名前にした。材料や見た目などにこだわったチョコレットをぜひ食べてもらいたい」と笑顔を見せた。

バレンタイン チョコレート

越生の梅、ユズでボンボンチョコ

清和学園高、川越で販売
バレンタイン商戦に合わせ、越生町の通信制高校「清和学園高校」（二川高一理事）は10日、調理科2年生の生徒が開発・製造したオリジナルレシピのチョコレットを丸広百貨店川越店で店頭販売した。

取り組みは、専門学校と産業界が地域産業の持続可能な人材育成システムを構築する「マイスター・ハイスクール」（文部科学省）の一環。「清和チョコレットプロジェクト2025」と題して昨年9月から始動した。

材料に同町特産の梅、ユズを使用したレシピをグループごとに考案。審査会を経て、選ばれた3グループの作品



店頭でチョコレットを販売する清和学園高校の生徒ら。10日、川越市の丸広百貨店川越店

が、同店など4カ所で計600個（数量限定）販売された。商品名はオリジナルボンボンチョコ（清和学園高校）と至福のひととき（清和学園高校）に決まった。

店頭で販売した内田雅人さん（17）は「お客さまに商品を紹介すると梅とチョコレットの組み合わせは珍しいと驚いていた。とてもうれしいので、多くの人に味わってほしい」と呼びかけた。同校教員の宇都美さんは「どのような商品がお客さまに喜ばれ、どのようなポスターが目にとまるのか。販売に至るまでの校外の人との関わりなど、このプロジェクトを通して生徒たちは自発的に行動する大切さを身に付けられたはず」と振り返った。（土沢貴弘）

防犯キャンペーン
ロッテの菓子配布

狭山署は11日、狭山市柏原の智光山公園（ごも動物園）で、子どもや女性を対象にバレンタイン防犯キャンペーンを実施した。市内の大学に通う学生らが、ロッテ狭山工場が提供したチョコレット菓子「コアラのマーチ」を配布し、不審者などへの注意を呼びかけた。

参加したのは東京家政大と西武文理大の学生や警察職員ら約20人。家族連れの来園者

【成果】

- ・レシピ開発や審査会を通じ、ICTスキルや企画力に加え思考力や発表力を向上させることができた。また、審査会運営は生徒の主体性を高め、地域課題への理解を深める機会となった。
- ・流通や価格設定についても学び。販売活動を通じて、実践的な学びをさらに深め、越生町特産品PRと地域課題解決に貢献した。

【能力・スキル】

越生町理解・サステナビリティ・デジタルリテラシー・コンセプチュアルスキル
アントレプレナーシップ

【関連企業】山手調理製菓専門学校・株式会社タカインフォテクノ

【授業名・プロジェクト名】「6次化特産品授業」

1・2・3年調理科 7月9日（火）・11月 「調理理論」・「食品」で実施

【授業の概要・狙い】

- ・この授業では、越生町の特産品である梅とゆずについて学び、地域課題解決への基盤を・築くことを目的とする。内容は、梅とゆずの栽培の歴史や現状（高齢化、後継者不足）、梅の種類やブランド化への取り組みを学ぶ。また、梅干しの作り方を動画で視聴し、越生独自の低塩分の特徴を理解する。
- ・6次産業化の事例や商品を紹介し、実際に試食を通じて特産品の魅力を体験的に学ぶ授業を実施する。



梅・ゆずの現状と課題



梅ジュースの試飲

【成 果】

- ・生徒は越生町の特産品や地域の魅力について多くを学び、理解を深めることができた。「梅やゆずの種類や特長を知れた」「特産品の試食が楽しかった」などの声が多く、実際の体験を通じた学びが効果的であった。
- ・越生の課題や特産品に興味を持つきっかけとなり、今後の商品開発へのモチベーションを高める成果が得られた。

【能力・スキル】

越生町理解・サステナビリティ・デジタルリテラシー・コンセプチュアルスキル
アントレプレナーシップ

【関連企業】越生町・越生特産物加工研究所

【授業名・プロジェクト名】「クリスマスコンテスト」

1・2・年調理科 11月・12月19日 「調理実習」で実施

【授業の概要・狙い】

- ・クリスマスコンテストとして、生徒がクリスマスにふさわしいレシピを考案し、完成した料理を写真撮影した上で、WEB投票を通じて評価を得る取り組みを実施する。
- ・1年生はパスタ、2年生はクリスマスケーキをテーマに設定し、調理だけでなく撮影や表現力を磨く機会とする。特に2年生は撮影写真をポスター化し、デザイン力も身に付けさせる。
- ・従来の紙媒体での投票をWEB投票に変更し、全校生徒や保護者、関係者が参加できる形を採用する。この取り組み活動を通じて、学校全体の一体感を醸成し、生徒にとっては学んだスキルを実践し評価される体験とする。



【成 果】

- ・生徒は調理技術だけでなく、撮影や表現、投票システム構築を通じて多様なスキルを発揮させる。
- ・保護者や関係者からの感想により、作品が他者に評価される実感を得られるように WEB 投票への移行により参加者が増加し、イベントの規模を拡大することにより、結果として、生徒の学びの意欲や自己肯定感が向上する成果が得られた。

【能力・スキル】

デジタルリテラシー・コンセプチュアルスキル
アントレプレナーシップ

【関連企業】オクムサ・マルシェ

【授業名・プロジェクト名】「料理写真撮影」

1年調理科12月5日 「調理実習」で実施

【授業の概要・狙い】

- ・地元カフェオーナーであり産業実務家教員でもある浅見氏の、料理写真撮影の基礎と応用を学ぶ授業。まず、生徒が自己流で写真を撮影し、その後、構図、照明、盛り付けなど具体的な撮影テクニックを学び、再撮影を実施する。
- ・授業では、料理写真の目的や視点を明確にし、美しさや見る人を意識する重要性を強調させる。さらに、スマホの操作方法や撮影ボックス、レフ板の活用も紹介してもらう。
- ・この授業は、クリスマスコンテストでの料理写真撮影に備えた事前学習であると同時に、調理科の活動や飲食業界で役立つ実践的なスキルを育むことを目的とする。また、写真撮影を通して見る人の視点を考える思考力の育成も目指す。



座学で撮影方法を学習



スマホの機能も活用



自分で背景や小物を工夫



実際に撮影

【成 果】

- ・授業後、生徒の写真撮影スキルは大幅に向上した。明るさやピントが良好で料理がはっきり見える写真を撮れるようになった生徒は76.9%に達し、背景や配置を工夫して料理を魅力的に見せ技術を習得した生徒も80.8%に上った。
- ・授業を通じて、撮影技術のみならず、見る人を意識する姿勢が身についたことが確認された。

【能力・スキル】

デジタルリテラシー・コンセプチュアルスキル・アントレプレナーシップ

【関連企業】オクムサ・マルシェ

【授業名・プロジェクト名】「飲食店オープン講座」
1年調理科12月12日（木）「家庭基礎」で実施

【授業の概要・狙い】

- ・「飲食店オープン講座」は、カフェオーナーを（産業実務家）教員として、アントレプレナーシップ育成を目的に実施する。
- ・生徒は事前に、自分が飲食店を開業するならどうするかを考える個人ワークを行い、お店の名前や内容、目玉商品、立地などを企画させる。授業では、自身の開業経験を交え、業態・コンセプト設定、ターゲット選定、利益モデル作成、立地選定、資金調達など開業準備に必要な知識を学ぶ。
- ・情報発信やリピーター獲得の重要性、経営における価値提供や利益率向上のポイントについても具体的に解説してもらう。生徒は講座を通じ、開業への興味や実現可能性を具体的に感じてもらう。



カフェオーナーからの授業



事前授業で考えたお店コンセプトを発表

【成 果】

- ・生徒は飲食店開業に必要なプロセスや経営のポイントの一部を理解できた。アンケート結果からは、多くの生徒が「いつか自分でもチャレンジしたい」と回答し、特に「自分のお店コンセプトを考えること」に興味を示した。授業を通じてアントレプレナーシップを育み、将来のビジネスに必要な

なスキルや視点を養う成果が得られ始めた。

【能力・スキル】

デジタルリテラシー・コンセプチュアルスキル・アントレプレナーシップ

【関連企業】 オクムサ・マルシェ

【授業名・プロジェクト名】 「薬膳を学ぶ」

1年調理科 11月13日（水）「栄養で実施」・1月30日（木）「食品で実施」

【授業の概要・狙い】

- ・日本薬科大学との高大連携による薬膳をテーマにした学習を実施。越生町特産の梅やゆずを薬膳レシピに活用することを目指す。
- ・オンラインによる事前授業では薬膳の基本知識を学ぶ。具体的には、薬膳と漢方の違い、日本における食薬区分や注意点を学び、今後の調理活動に向けた土台を築く。
- ・大学訪問を通じて薬草園や漢方資料館を見学し、生徒が考案した薬膳ドリンクレシピを実際に調理する。



事前オンライン授業



薬草園実習



日本薬科大学での薬膳ドリンク制作

【成 果】

- ・事前授業を通じて、生徒の薬膳や漢方に対するイメージが変化し、薬膳が健康促進に役立つ身近な手法であることを理解できた。特に、薬膳と漢方の違いについてある程度把握し健康と食の関係についての興味を深める姿勢が見られた。

・授業後の感想では、新しい知識への興味や今後の学習意欲が高まったことが確認された。

【能力・スキル】

コンセプチュアルスキル・アントレプレナーシップ

【関連企業】日本薬科大学

授業名・プロジェクト名】「立食buffetを学ぶ」

3年調理科2月～3月「総合調理実習」・「調理実習」で実施

【授業の概要・狙い】

- ・3月に実施予定の卒業作品展に向け、立食buffet形式での運営に必要なスキルの習得を目指す。
- ・卒業作品展では、特産品を活用したオリジナルレシピを含む料理を披露しますが、その準備として、必要な機材を用いた調理や配膳方法、立食形式特有の動線設計、飾り付け、盛り付けの技術を学ばせる。
- ・レストラン業務を専門とするスタッフの指導を受け、立食形式に適したレシピや調理方法の考案に反映させ、この実践的な学びを通じて、生徒たちは立食buffet形式の卒業作品展での成功を目指すさせる。



座学buffetとは何か



試作①



料理ごとに器選び



試作②

【成 果】

・来場者からは「ホテルのbuffetのようだった」「3年間の努力が伝わった」「生徒の成長を感じた」など高評価を得た。料理の味や見た目に加え、接客面でも「声かけや説明が素晴らしかった」「雰