令和７年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」

地域の中核を支える産業人材の養成

和菓子×アート×デザインを軸とした
地域創造型キャリア教育推進事業

成 果 報 告 書

令和８年２月

学校法人　大和学園
京都製菓製パン技術専門学校

taiwa
THE ACADEMY OF HOSPITALITY

目　次

１．事業概要

１．１　事業の趣旨・目的

１．２　事業の背景と社会的意義

１．３　実施体制

１．４　全体スケジュール

１．５　連携機関

２．事業成果

２．１　有識者委員会の実施

２．２　ニーズ調査の実施

２．３　実証講座（和菓子講習会）の実施

２．４　教育コンテンツの開発

２．５　キャリアモデル発信事業

２．６　まとめと次年度に向けて

１．事業概要

１．１　事業の趣旨・目的

本事業は、京都の和菓子文化を軸に「地域活性化×和菓子アーティスト人材育成モデル」を構築・実証することを目的とする。和菓子は令和４年に文化庁「登録無形文化財」に登録され、日本独自の四季・風土・美意識を反映した高度な技術と創造性の象徴である。この文化財的価値を学びの柱とし、地域の伝統行事・素材・工芸と連携した創作菓子開発や、アート・デザインとの協働によるパッケージや空間演出も教育体系に組み込む。

本校では全国でも珍しい「和菓子」を専門に学べる２年制学科を開設しているが、業界からは「後継者難で廃業が目立つ」「売上が伸びない」など厳しい声が少なくない。一方、厚生労働省の調査によると、和菓子職人を含む「菓子製造工」の有効求人倍率は令和４年平均で 3.15 倍と非常に高く、慢性的な人手不足が続いている。

本事業では、ICT や先端技術を活用した遠隔教育を開発し、過疎地域でも高品質な教育が受けられる環境を整備する。そして１８歳人口以外にも、社会人・U・I ターン希望者等を受け入れ、多様な学びの機会を創出する。さらに地元企業や工芸団体と連携し、販売実習や商品開発を通じて地域の関係人口を拡大し、就労・起業に誘導する仕組みを確立する。

（１）登録無形文化財としての和菓子の価値継承

和菓子の技術と精神性を次世代に継承するため、「菓銘をもつ生菓子（煉切・こなし）」を中心とした教育プログラムを開発する。四季の移ろいを繊細な意匠で表現する日本独自の表現文化を、体系的に学べるカリキュラムとして確立する。

（２）アート・デザイン分野との協働による新たな価値創造

京都の和菓子は、宮廷文化や茶道と深く結びつきながら発展してきた高い芸術性を持つ。現代においては、アートやデザインといった異分野との協働を通じて、これまでにない発想や表現方法を取り入れることが求められている。本事業では、伝統的な技術と現代的な創造性が融合する教育モデルを構築する。

（３）「京都発・全国モデル」の展開

本事業で得られた成果を、令和８年４月から設置可能となる「専攻科」のモデルとして全国に

発信する。社会人層・シニア層等１８歳以外を積極的に取り込む取り組みとして、地域を問わず展開可能な普遍的スキームを確立する。

本事業は令和７年度から令和９年度までの３年間の計画であり、本報告書は初年度の成果をまとめたものである。

１．２　事業の背景と社会的意義

（１）和菓子業界を取り巻く厳しい環境

和菓子業界は深刻な構造的課題に直面している。和菓子店舗数は 2006 年に 14,000 店超あったものが 2015 年には 11,442 店まで減少し、わずか 10 年間で約２割が減少した。業界の 95%が従業員 20 人未満の小規模事業者であり、後継者不在や職人の高齢化により廃業が加速している。また、和菓子職人を目指す若者の減少は全国的な傾向であり、特に和菓子の本場である京都はこの影響を強く受けている。

（２）京都府における伝統産業の危機

経済産業省のデータによると、伝統的工芸品産業全体の従業員数は 1998 年度の約 11 万 5,000 人から 2020 年度には約 5 万 4,000 人と半減している。京都府の調査「伝統産業の職人の状況」によれば、和装産業（西陣織など）ではピーク時の 9 分の 1 まで職人数が減少した。

京都市は伝統産業品として 74 品目を指定しており、その中には京菓子、西陣織、唐紙、神祇装束調度品など、京都のみならず日本全国で知られる産品が含まれる。1000 年以上日本の首都であり続けた京都は、東京に都が移って 150 年以上が経つ今も、有形無形の文化の中心的存在である。和菓子もまた京都の伝統産業の一つであり、同様に職人の高齢化・後継者不足による人材減少が進行している。

（３）洋菓子との競争と和菓子の課題

和菓子を好む人は多く存在するものの、実際の購買においては洋菓子が優勢である。洋菓子は著名なパティシエが広く認知されており、海外ブランドの参入による話題性、洗練されたイメージが購買行動に影響を与えている。続々と登場する「黒船スイーツ」に対抗するためには、「サムライスイーツ」たる和菓子が「世界に通用する菓子」であることを、日本人自身が再認識することが急務である。

（４）国家戦略との連動

和菓子職人の人材育成は、単なる職業訓練ではなく、日本の文化力向上と経済成長を両立させる国家戦略の重要な要素として位置づけることができる。具体的には、文化庁・内閣府の「クリエイター人材育成戦略」、経済産業省・文化庁の「伝統文化人材育成戦略」、農林水産省の「食文化海外普及戦略」、内閣府・観光庁の「地方創生・観光振興戦略」と連動している。

特に京都のような伝統産業集積地では、和菓子職人の技術継承や若手育成が地域の文化政策・産業振興策と密接に連動している。伝統的な職人技術のデジタルアーカイブ化や、海外展開を見据えたグローバル人材育成も国家的戦略の一部として重視され始めている。

（５）本校が果たすべき役割

和菓子産業の 95%が小規模事業者で占められる中、業界全体の活性化を図っていく上で重要なのは、小規模事業者の力を結集してリーダーシップをとる存在である。その役割を担うべきが専修学校であり、本校は本事業を通じて積極的にこの役割を果たしていく。

伝統工芸品、延いては伝統文化の存続は、京都はもとより日本社会全体が考えなければならない問題である。本事業では教育と文化の継承を両立するモデルを構築し、文化的価値と経済的価値を両立した新たな職業教育モデルを提示する。

１．３　実施体制

本事業は、有識者委員会を中心とした実施体制のもと、産学官連携によるプロジェクトを推進する。

（１）有識者委員会

外部委員（和菓子店、洋菓子協会、菓子工業組合等）を交え、事業の方向性の検討、カリキュラム開発への助言、成果の評価を行う。年間２回の開催を予定している。

（２）学内プロジェクトチーム

京都製菓製パン技術専門学校の教職員により構成され、事業計画の立案・実行、教育プログラムの開発、実証講座の実施、成果物の制作を担当する。

（３）連携機関

京都府・京都市（行政）、組合、京菓子老舗・地域菓子店（企業）、教育機関等と連携し、地域ニーズの把握、実証講座の実施、キャリアモデルの発信等を協働で行う。

１．４　全体スケジュール（令和７年度）

令和７年度は、事業の基盤構築と初年度の実証講座を中心に、以下のスケジュールで実施した。

時期	実施内容
令和７年 11 月	ニーズ調査（アンケート）の実施
令和８年１月	第１回有識者委員会の開催
令和８年１月	実証講座「和菓子講習会」の実施
令和７年 11 月～2 月	キャリアモデル取材（パンフレット制作）
令和８年２月	成果報告書の作成

１．５　連携機関（令和７年度）

（１）行政機関

京都府、京都市

※学校法人大和学園は 2022 年 2 月に京都市と「食を通じた地域活性化に関する包括協定」を、2024 年 3 月には京都府と「観光及び食分野における人材の育成・成長を図るための連携・協力に関する協定」を締結。府内において専門学校法人と京都市・京都府の連携協定は史上初である。

（２）企業

株式会社金谷正廣、株式会社福寿園 宇治茶工房、御室和菓子 いと達、株式会社幸福堂、御菓子丸、株式会社仙太郎、兎亀屋、株式会社菓楽　他

（３）教育機関

高等学校（高専連携）

２．事業成果

２．１　有識者委員会の実施

令和７年度は、有識者委員会を２回開催し、事業の方向性の確認と外部委員からの意見聴取を行った。

（1）第１回有識者委員会

項目	内容
日時	令和８年２月４日（水）10:00～11:30
場所	オンライン会議
出席者	外部委員 10 名、学園関係者９名（計 19 名）
議題	①事業進捗報告（ニーズ調査結果・VR コンテンツ開発・実証講座結果）、②カリキュラム開発に向けた協議（即戦力人材に必要な能力、VR 教材の活用可能性、産学連携）

委員会では、事業進捗報告（ニーズ調査結果、VR コンテンツ開発状況、中高生向け実証講座結果）に続き、今後のカリキュラム開発に向けて 3 つの論点について協議を行った。論点 1「即戦力人材に必要な能力」、論点 2「VR 教材の活用可能性」、論点 3「産学連携」の各テーマについて、京都を代表する和菓子店の経営者・職人である外部委員 10 名から忌憚のない意見を聴取した。以下に主な意見を整理する。

＜論点１：即戦力人材に必要な能力について＞

ニーズ調査で「技術力」（61.5%）が最上位であった結果を踏まえ、委員に対し「貴社で新人に最も身につけてほしい能力」「学校教育で強化すべき点」について意見を求めた。以下は委員から寄せられた主な意見である。

- 技術力の内容は各社で大きく異なるが、あん玉取り・包餡・どら焼きのさじ切りなど、どの店でも共通する基本技術は最低限身につけてほしい。これができるだけでも仕事を任せることができ、即戦力になる。（複数の委員）
- 食品を扱う以上、衛生管理の知識が最も重要。素材によって消毒方法が異なることや、食品検査・日持ち設定の知識も在学中に習得してほしい。（和菓子店委員）
- あんこの製造工程や上新粉・米粉の使い分けなど、「なぜそうなるのか」を理解する基礎知識が不可欠。広く浅くでも基礎を押さえておけば、入社後にさらに技術を高められる。（複数の委員）
- パート従業員が大半を占める現場では、卒業生がマネジメント側に立つことが求められる。過去にパート従業員の管理ができず退職した事例もあり、カリキュラムにマネジメント力の養成を組み込んでほしい。（茶関連施設委員）

- 原価計算やコスト意識の教育が必要。例えば月収 30 万円なら 1 日 15,000 円の売上が必要で、500 円の菓子なら 30 個販売しなければならないという感覚を学生のうちから持たせるべき。（和菓子店委員）
- 技術力以前に、挨拶やコミュニケーション能力が不可欠。わからないことをすぐ質問できる力や、お客様・クライアントの目線を想像する力は、技術職・経営職・デザイン職いずれの道に進んでも必要となる。（複数の委員）
- 入社後の定着が最大の課題。学生が描く理想と現場の現実のギャップが離職の原因であり、企業見学やインターンシップを通じた事前の現場理解促進が有効。1 か月で退職した事例がある一方、本校卒業生 3 名が中心的戦力として活躍している事例もある。（複数の委員）
- 30 年前は「菓子の専門学校は時間とお金の無駄」と言われていた時代があったが、現場の育成力が低下している今、学校教育の役割はますます重要になっている。（老舗和菓子店委員）

＜論点２：VR 教材の活用可能性について＞

開発中の一人称目線 VR コンテンツ 5 種類について、寿司の握りをテーマにした VR デモ映像を上映した上で、「貴社の研修で活用できるか」「追加してほしいテーマ」について意見を求めた。

- VR 教材は面白い試みだが、デモ映像だけでは「握れる気にはならなかった」のが正直な感想。ある程度基礎ができた人が確認用に使うか、事前学習として活用する形が現実的ではないか。（和菓子店委員）
- プロと初心者では見ている視点が根本的に異なる。初心者がどこを見ているかを理解した上で VR を設計しないと、教育効果が限定される。（和菓子店委員）
- 一人称目線だけでなく、三人称（客観的）目線の映像も必要。職人の姿勢や全体の動きが見えるようにし、生菓子を作っている間に別の作業も同時進行しているといった現場のリアルな情報も盛り込むべき。「モノマネする」のではなく「自分だったらどうするか」に置き換えられる構成が実践的。（和菓子店委員）
- 菓銘（和菓子の名前）に関するコンテンツを追加してほしい。お菓子と菓銘を並べて学べると和菓子の文化的理解が深まる。（複数の委員）
- 材料に関する情報の追加を希望。豆からあんこになるまでの過程、上新粉と米粉の使い分け、基本的な生地の説明など、素材への理解を深めるコンテンツがあると有益。（和菓子店委員）
- 上級者向けには、ヘラ菊などの技法において、熟練者がどこに注目しているか（目線・焦点の動き）を示すコンテンツがあれば、技術向上に直結する。（老舗和菓子店委員）
- VR では五感（肌触り・硬さ・柔らかさ等）を伝えることに限界があるため、実物を使った実習との組み合わせが不可欠。（老舗和菓子店委員）
- 現場でだんだん作らなくなった昔ながらの菓子や伝統的な製法を VR で残していければ、将来その技術を学びたい人の教材となる。伝統技術のアーカイブとしての価値に期待。（老舗和菓子店委員）
- VR だけでなく通常の動画コンテンツも並行して整備し、仕事以外の時間に自主的に技術を高められる環境づくりが重要。（和菓子店委員）

＜論点３：産学連携について＞

インターンシップ・共同商品開発・講師派遣などの連携形態を想定し、「貴社で取り組めそう

な連携はあるか」について意見を求めた。

- インターンシップの受入れは可能。パートとして給料を支払いながら学びの場を提供することもできる。生菓子を体験・学習してもらいながら働き手としても活躍してもらえる。（複数の委員）
- 共同商品開発への関心が特に高い。過去に学生と商品開発を行った経験では、プロの固定観念にない消費者目線のアイデアが得られ、店側にとっても大きな学びがあった。若い世代の趣味趣向やトレンドを取り込む好機でもある。（複数の委員）
- 講師派遣・ゲスト講義を通じて、学校と企業の関わりを増やすことが重要。職人や経営者の良い面も悪い面も含めた生の声を聞く場があればよい。（複数の委員）
- Zoom 等を活用した個別のオンライン指導であれば、学校では教えきれない専門的な内容を補完できる。（和菓子店委員）
- 学内で学生が企画・製造・販売を一貫して行う実践的なカリキュラム（学園祭での販売等）を取り入れてはどうか。原価計算を含めた実践教育の場となり、産学連携にもつながる。（老舗和菓子店委員）
- インターンシップの受入れは「都合よく使う」のではなく、業界活性化のための「仲間づくり」という意識で取り組むべき。商品開発でも若い人のアイデアを一方的に利用するのではなく、業界全体でアイデアを活かせる仕組みにしたい。（老舗和菓子店委員）
- 東京の寿司の専門学校では留学生が半数を占めている。和菓子の需要が海外に広がれば、留学生が増え、世界に和菓子が出ていく時代が来ると期待している。（老舗和菓子店委員）

＜委員会での議論の総括＞

本委員会での議論を通じ、以下の方向性が確認された。

- 即戦力人材の育成：基礎技術（あん玉取り・包餡等）の確実な習得に加え、衛生知識・原価意識・コミュニケーション能力・マネジメント力の強化が業界共通の要望として挙げられた。
- VR 教材の改良：一人称に加え三人称目線の導入、菓銘・材料に関するコンテンツの追加、プロと初心者の目線の違いへの配慮が提案された。伝統技術のアーカイブとしての価値にも期待が示された。
- 人材定着の課題：理想と現実のギャップによる早期離職が業界共通の深刻な課題として指摘された。在学中からの現場理解促進（インターンシップ・企業見学・講師派遣等）が有効な対策として合意された。

２．２　ニーズ調査の実施

和菓子・洋菓子・ベーカリー・観光宿泊業等における人材育成に関するアンケート調査を実施し、436 事業所から回答を得た。

（１）調査概要

項目	内容
調査対象	和菓子店、洋菓子店、ベーカリー、観光・宿泊業等
回答数	436 事業所
調査期間	令和 7 年 11 月～12 月

（２）経営課題の現状

事業所が抱える課題として、「人材採用の難しさ」が 64.7%で最も高く、次いで「コスト増加（原材料費・人件費等）」が 60.6%、「従業員の定着・キャリア形成」が 57.8%と、人材に関する課題が上位を占めた。

課題	回答比率
人材採用の難しさ	64.7%
コスト増加（原材料費・人件費等）	60.6%
従業員の定着・キャリア形成	57.8%
商品・集客の差別化	28.0%
研修・教育体制の不足	26.8%

（３）今後求められる人材像

今後求められる能力として、「技術力（味・見た目の品質）」が 61.5%で最も高く、次いで「チーム連携・マネジメント力」が 50.2%、「マーケティング力（顧客ニーズ把握）」が 46.1%であった。

求められる能力	回答比率
技術力（味・見た目の品質）	61.5%
チーム連携・マネジメント力	50.2%
マーケティング力（顧客ニーズ把握）	46.1%
クリエイティブ力・デザイン表現力	42.4%
地域文化・素材への理解	39.2%

（４）効果的な教育・研修

効果的な教育として、「基礎的な技術教育」が 66.3%で最も高く、「現場即戦力を育てる実践型教育」が 54.4%、「商品開発・創作力を高める教育」が 46.3%と続いた。

（５）調査結果からの示唆

本調査から、技術力を基盤としつつ、マネジメント力やマーケティング力を兼ね備えた「総合力のある人材」が求められていることが明らかになった。教育プログラムへの反映ポイントとして、基礎技術の徹底習得、実践型の商品開発演習、地域文化への理解を深めるカリキュラムの充実が挙げられる。

２．３　実証講座（和菓子講習会）の実施

「和菓子×アート×デザイン」の教育モデルの実証実験として、中学生・高校生を対象とした和菓子講習会を実施した。

（１）開催概要

項目	内容
名称	「和菓子×アート×デザイン」を学ぶ 和菓子講習会
日時	令和８年１月 31 日（土）10:00～12:00、14:00-16:00
会場	学校法人 大和学園　京都製菓製パン技術専門学校
対象	中学生・高校生
定員	各回 24 名
主催	学校法人 大和学園　京都製菓製パン技術専門学校

（２）プログラム内容

① 色彩とデザインを学ぶ

好きな色に着色した白餡と、型抜きをした羊羹やねりきりを使って、5 種類のオリジナル和菓子（ねりきり・錦玉羹・蒸し饅頭・串団子）を作製。和菓子における「色の考え方」も学習した。

② 和菓子に合う器を選ぼう

どんな器にのせるかで和菓子の見え方が変わることを体験。マットや飾りとの色の組み合わせを考えながら、自分だけの盛り付けにチャレンジした。

③ 和菓子をアートに！

写真撮影で和菓子を１枚のアートに。「手のひらサイズの小さな芸術作品」としての和菓子を体験した。

（３）実証講座の意義

- 「和菓子×アート×デザイン」の教育コンセプトを実際に体験できる機会を提供
- 中高生という次世代への和菓子文化の魅力発信と職業理解の促進
- 参加者の反応・フィードバックを今後のカリキュラム開発に活用

（４）WEB 広告配信結果

和菓子講習会の集客を目的として、2026 年 1 月 8 日～23 日の期間で Facebook/Instagram 広告を全国配信し以下の成果を得た。

指標	結果
表示回数	351,869 回
リーチ数	224,894 人
クリック数	13,007 件
クリック率（CTR）	3.70%
クリック単価（CPC）	¥23

【ターゲット分析】

年齢別では 45-54 歳が最多クリック（5,292 件、全体の 40.7%）を獲得し、55-59 歳が最高 CTR（5.06%）を記録した。35 歳以上で全体の 83.7%を占め、リカレント教育・生涯学習層への訴求が効果的であった。性別では女性が 87.1%（11,326 件）を占め、CTR も男性を上回った。

【エリア分析】

開催地である京都府（1,481 件、CTR 4.42%）および近隣の大阪府（1,570 件、CTR 4.13%）から多くのクリックを獲得した。関西圏（大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良）合計で 4,289 クリック（全体の 33.0%）と、実参加が見込めるエリアへの効果的な訴求を実現した。

【総評】

CTR 3.70%、CPC ¥23 という数値は、教育系イベント広告として良好なパフォーマンスである。「和菓子×アート×デザイン」を明示したメインビジュアル（image01）が全クリックの 92.8%を獲得し、本事業の教育コンセプトへの関心の高さを示した。Instagram での「投稿の保存」68 件は講習会への参加検討を示唆しており、今後のプログラム展開に向けた手応えを得た。

（５）参加者アンケート結果（生徒）

実証講座の教育効果を定量的に検証するため、参加者 41 名を対象にアンケート調査を実施した。

【調査概要】

項目	内容
対象	講習会参加者（中学生・高校生）
回答数	41 名
実施日	令和 8 年 1 月 31 日（土）

【参加者の学年構成】

高校生が全体の約 63%を占め、特に高校 2 年生（36.6%）が最多であった。進路選択を本格的に検討し始める時期の生徒に対し、和菓子職人という職業や専門学校での学びに触れる機会を提供できた。

学年	人数	割合
中学 1 年	5	12.2%
中学 2 年	4	9.8%
中学 3 年	4	9.8%
高校 1 年	3	7.3%
高校 2 年	15	36.6%
高校 3 年	8	19.5%
不明	2	4.9%
合計	41	100.0%

【満足度】

5 段階評価による満足度調査の結果、平均 4.9 点という極めて高い評価を得た。「とても満足」が 90.2%、「やや満足」が 9.8%で、全回答者が満足と評価した。「ふつう」以下の評価は 0 名であった。

評価	人数	割合
5（とても満足）	37	90.2%
4（やや満足）	4	9.8%
合計	41	100.0%

【学習成果（複数回答可）】

学習成果に関する設問では、「和菓子づくりの楽しさ」がほぼ全員（95.1%）に選択され、体験型学習の効果が顕著に表れた。加えて「専門学校の学びに興味がわいた」（39.0%）、「自分の将来の選択肢として参考になった」（31.7%）など、キャリア教育面での成果も確認された。

選択肢	回答数	割合
和菓子づくりの楽しさ	39	95.1%
専門学校の学びに興味がわいた	16	39.0%
京都や地域の食文化への興味	15	36.6%
自分の将来の選択肢として参考	13	31.7%
食の衛生や安全に関心を持った	8	19.5%

【もっと知りたい内容（複数回答可）】

今後さらに知りたい内容として、「職人さんの仕事や技術」が 53.7%で最多であり、本事業で制作中の和菓子マイスターガイドとの高い親和性が確認された。

選択肢	回答数	割合
職人さんの仕事や技術	22	53.7%
家でもつくれる和菓子	16	39.0%
和菓子の歴史や文化	15	36.6%
専門学校ではどんな授業をするのか	14	34.1%
京都や地域の料理全般	11	26.8%

【今後の参加意向】

「ぜひ参加したい」（56.1%）と「機会があれば参加したい」（41.5%）を合わせると 97.6%が参加意向を示した。「わからない」「参加したくない」はともに 0 名であった。

選択肢	人数	割合
ぜひ参加したい	23	56.1%
機会があれば参加したい	17	41.5%
わからない	0	0.0%
参加したくない	0	0.0%

【参加者の声（自由記述より抜粋）】

- 「説明がわかりやすく、初めてでも楽しく考えて作ることができた」
- 「華やかな和菓子を自分の手で作れたので達成感があった」
- 「デザインセンスを学ぶことができた」
- 「自分の好きな色でオリジナル作品ができた」
- 「きれいな和菓子を作れてその技術の貴重さが理解できた」
- 「料理の道に進むことは考えたことがなかったが、こういう道もあると知れるいい機会になった」

【考察】

満足度 4.9/5.0 点、参加意向 97.6%という結果は、「和菓子×アート×デザイン」の教育コンセプトが中高生に対して極めて高い訴求力を持つことを実証している。自由記述においても「デザイン」「自分の好きな色」「オリジナル作品」等のキーワードが多数出現し、本事業の核心コンセプトが参加者に確実に伝わっている。「職人さんの仕事や技術」をもっと知りたいという回答が 53.7%と最多であったことは、和菓子マイスターガイドや VR 教材との高い親和性を示しており、講習会をきっかけとした継続的な学びのエコシステム構築が可能であることを示唆している。

２．４　教育コンテンツの開発

「いつでもどこでも学べる教材」の開発に向けて、遠隔教育・リカレント教育に活用可能な教育コンテンツを制作した。

（１）オンデマンド講義動画（全 15 本）

座学・知識習得向けの動画教材を開発した。

No	タイトル	内容
1	和菓子の歴史Ⅰ	和菓子の成り立ち 縄文～室町時代
2	和菓子の歴史Ⅱ	和菓子の成り立ち 江戸時代～現代
3	和菓子と五節句Ⅰ	春の節句
4	和菓子と五節句Ⅱ	夏の節句
5	和菓子と五節句Ⅲ	秋の節句
6	和菓子の分類Ⅰ	分類の基準・蒸し菓子・焼き菓子
7	和菓子の分類Ⅱ	流し菓子・餅菓子・練り菓子
8	和菓子の分類Ⅲ	半生菓子・干菓子・朝生菓子・上生菓子
9	和菓子の材料Ⅰ	米粉
10	和菓子の材料Ⅱ	甘味料・粉類・芋類・葉類・着色料
11	道具の取り扱いⅠ	計量器・銅鍋・ヘラ・糖度計
12	道具の取り扱いⅡ	蒸し器・裏漉し器・包丁
13	製餡Ⅰ	豆の種類・餡の名称・糖度
14	製餡Ⅱ	漉し餡の製法
15	製餡Ⅲ	粒餡の製法

（２）VR コンテンツ（全５本）

一人称目線での技術体験向け VR コンテンツを開発した。

No	タイトル	科目	内容
1	色の考え方（金団）	製菓実習	四季から連想して形にする和菓子
2	道具による技法（ねりきり）	製菓実習	ねりきり作成の道具と技法
3	和菓子道具の使い方	製菓実習	和菓子道具の使い方
4	実習体験（デザイン編）	製菓演習	実習の様子～デザイン編～
5	実習体験（実作編）	製菓演習	実習の様子～実作編～

（3）活用方法

- 遠隔教育：地域に居住しながら学べるオンライン教材として活用
- リカレント教育：現職者の学び直し教材として企業への提供を検討
- 高校生向けキャリア教育：職業理解のための導入教材として活用
- 多言語展開：将来的な海外学習者向け発信を計画

２．５　キャリアモデル発信事業

和菓子職人の職業の魅力を発信し、若年層の職業理解を促進するため、「和菓子マイスター解説ガイド」パンフレットの制作を進めている。

（１）パンフレット概要

項目	内容
タイトル	和菓子マイスター解説ガイド
言語	日本語

（２）取材対象マイスター

No	屋号・会社名	氏名
1	御菓子丸	杉山 様
2	金谷正廣	金谷 様
3	兎亀屋	西澤 様
4	菓子屋のな	名主川 様
5	みのり菓子	小林 様
6	いと達	伊藤 様
7	長盛堂	植田 様

（３）掲載内容

- 和菓子の歴史と伝統、登録無形文化財としての価値
- 京都製菓製パン技術専門学校の学びの特長
- 学内店舗運営、卒業後の就職について
- ７人のマイスターの歩んできた道、受け継がれる技、創意工夫

（４）活用方法

- 各種説明ツールとして活用
- 職業理解促進コンテンツとして活用
- 業界団体・連携企業への配布

２．６　まとめと次年度に向けて

（１）令和７年度の成果

本事業の初年度として、以下の成果を得ることができた。

- 有識者委員会を通じて、産学連携による事業推進体制を構築
- ニーズ調査（436 事業所）により、現場の課題と求められる人材像を明確化
- 実証講座「和菓子講習会」を実施し、参加者アンケート（生徒 41 名）により教育コンセプトの有効性を実証
- 教育コンテンツ（オンデマンド講義 15 本、VR コンテンツ 5 本）を開発
- キャリアモデル発信のためのパンフレット制作に着手

（２）明らかになった課題

- 和菓子職人を目指す若者が減少しており、職業の魅力発信が急務
- 業界の 95%が小規模事業者であり、教育・研修体制の整備が困難
- 技術力だけでなく、マネジメント力・マーケティング力を兼ね備えた人材が求められている
- 社会人・シニア層の学び直しニーズの掘り起こしが必要

（３）次年度（令和８年度）に向けて

- カリキュラム開発の本格化：専攻科設置を見据えた教育モデルの構築
- 教育コンテンツの拡充：開発した教材の活用と追加開発
- キャリアモデル発信：資料配布、動画コンテンツの制作など
- 連携先の拡大：行政・業界団体・企業との協働の深化
- 実証講座の継続：アンケート結果を踏まえ、保護者向け体験プログラムの併設、季節テーマの連続講座化、キャリア教育要素の強化等、多様な対象者への展開

本事業は「京都から和菓子文化の未来を創る」挑戦として、３年間の計画で進めていく。登録無形文化財としての和菓子の価値を次世代に継承しながら、アート・デザインとの融合による新たな可能性を切り拓き、地域に根ざしつつ世界に発信できる人材を育成していく。

＜成果報告書＞

本報告書は、文部科学省の教育政策推進事業委託費による委託事業として、学校法人大和学園京都製菓製パン技術専門学校が実施した令和７年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」の成 果をとりまとめたものです。