

穂高商業高等学校

地域人教育HOTAKA～地域をフィールドとした探究的な学び～

1 はじめに

穂高商業高校では地域に根差した商業教育を目指し、3年次の課題研究で取り組んでいる「地域人教育HOTAKA」では、地域と連携した探究的な学びを行っている。

これは、地域の企業や市役所、社会福祉協議会、公民館など、地域の方々と連携しながら、「地域の問題を発見し、課題を設定して、解決策を考え、実践し、検証する」活動である。

2 研究ジャンルと研究テーマ

・自然	：安曇野の地下水の現状分析と広報活動
・松本山雅	：集まれ高校生！～若年層ファンの獲得のために～
・社会福祉	：私たちがつくる！健康で幸せな未来～福祉・防災・育児の3視点研究～
・伝統文化	：和の文化～茶道の世界～
・観光	：安曇野の観光について
・特産品	：・安曇野のカシスを有名にしたい！～屋代南高校と連携したお菓子の開発と販売 ・安曇野を届ける～おやきとガーデンハックルベリー～
・地域交流	：公民館交流～公民館講座参加、ポスター制作～
・人口	：安曇野市の魅力を発信
・施設&企画	：穂商フェアと課題研究発表会の運営

3 中間報告会及び穂商フェア

10月25日（土）穂商フェアでは調査・報告・実践を行い、自分たちで開発した商品の販売、研究した内容の説明・体験などにより、探究的な学びの中間報告を行った。

講座	研究・活動内容	各ブース概要
人口	安曇野市人口減少問題（原因・解決策）	安曇野市の魅力についての動画
社会福祉・育児班	児童館・保育園を広める	巨大迷路・射的・スライムづくり
社会福祉・福祉班	ボランティア、点字ブロック・障がい	車椅子・点字ブロック体験
社会福祉・防災班	避難所で快適に過ごすための道具作り	段ボールベッドなど代替品展示
地域交流	地域イベントポスターの制作、学校開放講座の企画、公民館講座に参加	公民館講座についてポスター展示
観光	安曇野の観光について	調査結果の発表と鉄道巨大すごろく
松本山雅・交通	どうやったらアルウィン行きのバスを知ってもらえるかのPR	11/15の松本山雅対FC大阪高校生招待ゲームにむけたPR
松本山雅・フード	高校生に向けた映えフード（アサイー）	映えフードのアンケート調査 アサイーボウルの販売
自然・展示班	水について ボランティアや工場見学 水資源の保護活動	安曇野の天然水と水結についての展示 利き水体験
自然・コーヒー班	安曇野の名水に付加価値を生む コーヒーの淹れ方について	コーヒー・ケーキ・穂商シューの販売
特産品・おやき班	若者が食べようと思えるおやきの開発	安曇野おやき「はいから」と開発した おやき販売(ピザ、さつまいも、あんこ餅)

特産品・カシス班	「みいまぁ工房」のカシスを使ったお菓子を屋代南高校と共同開発	カシスを使ったスイーツの販売（カシスクッキー、琥珀糖、ボールクッキー）
特産品・全体	池田町産ガーデンハックルベリーを活用した商品開発	「株式会社辰巳」と連携したガーデンハックルベリーのプリン
茶道	外国人観光局の増加と日本文化地域の方から譲り受けた茶器の活用	茶道教室～米粉どら焼き「いなほ」とともに～

#### 4 課題研究発表会と報告書

研究の集大成を発表する課題研究発表会を1月22日（木）に豊科公民館で実施した。各講座の取り組みについてプレゼンテーションを行い、協力企業の方々や全校生徒に報告した。

令和7年度課題研究【特産品】講座

**安曇野のカシスを有名にしたい！**  
～屋代南高校と連携したお菓子の開発と販売～



カシスの宝石サンド  
(クッキー)

カシスドロップ  
(琥珀糖)

カシスボール  
(ボールクッキー)

### チームの役割

穂高商業	屋代南
商品名の提案とアンケート	商品の企画
原価計算	レシピ開発
販売価格アンケートと決定	試作と改良
購入者アンケート	商品化と量産
パッケージのシール制作	パッケージとラッピング
POP とポスター制作	

また、研究報告書を全校生徒が作成し、講座代表の報告書をまとめて冊子にする。

以下は特産品講座の代表者の報告書を抜粋したものある。

安曇野の特産品を広めたい

課題研究 特産品講座

1. はじめに

安曇野の課題を見つけ、解決するためには何をすべきか検討をした。そして、知名度を上げるため、スイーツを作ることにした。私たちにはスイーツを作るノウハウがなかったため、屋代南高校のフードデザイン科の皆さんにスイーツを作っていただきたいと考えた。それぞれ得意な分野で役割を分担して進めていった。商品が完成したところで、様々な場所で販売活動を行った。このような販売活動などを行っていく中で、カシスの知名度を上げることができ、また、みいまぁ工房さんを知ってもらうことができた。

2. 問題の発見

私たちの講座では安曇野市で【カシス】を作っている農家がいるが、あまり有名ではないということの問題として捉えた。カシスとは「スグリ科に属するベリー類の果実で、和名をクロスグリと言います。日本では主に青森県や長野県で栽培されていますが、原産地はヨーロッパです。カシスの果実は濃紫色で、直径1cm程度の大きさで、日本では7、8月などの夏季に収穫されます。」<sup>(1)</sup> 実際に、安曇野市ホームページで地域の特産品として挙げられているのは「わさび」、「にじます」、「信州そば」、「有明紬」、「信州りんご」、「たまねぎ」、「地酒」、「地ビール」、「ワイン」、「お米」、「名水」、「凍り餅」の12個だけである。これらのことから、カシスは安曇野市内・安曇野市外のどちらからも知名度が少ないことが分かる。また、私自身もカシスが特産品だということを知らなかったし、友達も知らなかった。

3. 解決策の検討

みいまぁ工房さんから頂いたカシスジャムを、実際に試食してみると甘さ・甘酸っぱさがあり、非常においしかった。だが、ジャムだけでは渋さがあった。

そのため、カシスジャム単体の知名度を上げるのではなく、スイーツと組み合わせ、ジャムだけでは目立ってしまっていた渋さをうまく調和するのがよいのではないかと考えた。

具体的には、レアチーズ、プリン、ババロア、パンケーキ（生地に練りこむ or ジャムとしてかける）ア

アイスクリーム、シャーベット、カヌレ、生大福、スムージーこの9個のスイーツだ。  
二つ目の解決策は、影響力のあるインフルエンサーに紹介してもらい、もしくはテレビで紹介してもらって認知度を高めてもらうことだ。

今の時代はTIKTOK、インスタグラムなどのSNSが非常に普及してきているため、うまく利用していくことができると思った。

#### 4. 課題と仮説の設定

私たちは、地域の特産であるカシスを使った商品開発に取り組んだ。安曇野産カシスは甘酸っぱくおいしい一方で、知名度があまり高くないという課題があった。そこで、若い世代にも親しみやすい商品を作ることで、関心を高められると考えた。

課題を解決するために、人気のあるスイーツやドリンクの傾向を調べ、カシスを使った試作品を作った。その後、試食会やアンケートを実施し、味や見た目、価格について調査した。

私たちが試作を行った際には、スイーツ作りのノウハウがなく、うまく作れなかった。

そこで、フードデザイン科がある屋代南高校の皆さんにカシスに合うスイーツを作っていただきたいと考えた。屋代南高校の皆さんに作っていただくことで、より本格的になり、お客様が「買いたい!」と思っただけのような商品を作ることができると思った。



#### 5. 研究経過・実践内容



##### (1) 役割を分けて行動

穂高商業と屋代南の得意な分野ごとに分かれて行動した。以下の通り。

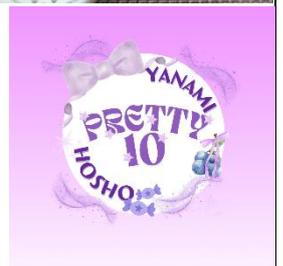
【穂高商業】パッケージのシール・POP・ポスター・原価計算・価格設定

【屋代南】商品の企画と製作

カシスを使ったスイーツというのを強調するため、明るい赤紫色のパッケージにし、パッケージから興味を持ってもらえるようにした。

##### (2) 夢テレビ! 2025に参加

屋代南高校と共同で開発したカシスのスイーツを宣伝するため、夢テレビ! 2025に参加した<sup>(3)</sup>。



購入してくださったお客様にアンケートを取り、味・見た目・価格などについて聞き取りを行った。

#### 6. 結果

屋代南高校と連携してカシスを使ったスイーツを開発し、夢テレビ2025で販売を行った。販売の際に行ったアンケートでは、実際に多くの人から「見た目がきれい」「カシスの味が甘酸っぱくておいしい」といった好評を得た。

特に、これまでカシスを知らなかったという人からも「また食べたい」「みいまあ工房さんのカシスが気になる」という意見が多く寄せられた。これにより、カシスの知名度向上に一定の効果があったと考えられる。さらに、穂高商業と屋代南高校がそれぞれの得意分野を活かして協力したことで、より完成度の高い商品を作り上げることができた。

#### 7. 今後の課題

今回の活動で、カシスの魅力を発信する第一歩は踏み出せたが、まだ一時的な広がりにとどまっている。今後は、販売回数を増やしたり、インフルエンサーや SNS を活用して宣伝を行ったりすることで、継続的に知名度を高めていく必要がある。  
また、カ시스以外にも安曇野の特産品であるハックルベリーなど、知名度の低い地域資源を活かした商品開発にも取り組み、地域の魅力をより広く発信していくことが今後の課題である。

#### 8. おわりに

本活動を通して、安曇野の特産品であるカシスの知名度の低さという課題に、商品開発を通じて取り組むことができた。穂高商業での試作はうまくいかなかったが、屋代南高校と連携することで、それぞれの強みを活かした商品開発が可能になった。また、商品名の考案や原価計算、価格設定、アンケート調査などを経験し、販売までの流れを学ぶことができた。  
今回得た経験や反省を、来年度の後輩にも引き継ぎ、安曇野の特産品の魅力をさらに広めていってほしいと考える。

#### 【参考文献】

- (1) デリッシュキッチン「カ시스とは？果実の特徴や味わい・栄養素を徹底解説」  
<https://delishkitchen.tv/articles/2630> (2025年11月7日閲覧)
- (2) 奥州市ふるさと納税サイト「事業者の想いが詰まった“ガーデンハックルベリー”とは!？」  
[https://www.city.oshu.iwate.jp/hurusato\\_tax/seisansha/5478.html](https://www.city.oshu.iwate.jp/hurusato_tax/seisansha/5478.html) (2025年11月7日閲覧)
- (3) SBC 信越放送「夢テレビ! 2025」  
<https://sbc21.co.jp/tv/yumetv/> (2025年11月7日閲覧)

#### 7. 課題

科目「課題研究」としての学習の質については、総じてレベルアップしていると感じているが、中間発表会と最終の課題研究発表会の位置付けと意識をより明確に生徒に伝え、あくまで課題研究の授業の通過点であるという認識を周知しなければならないと考えている。

たしかに、発表会時点でカタチが欲しいという気持ちはわかるが、そこに間に合わせる必要なのではなく、どういったプロセスを辿っていて、現状、今後はどのようになっていくかを整理できればよい。これだけ多くの企業、官公庁と連携をしていけばお互いの都合がつかないことも少なくない。連携先それぞれの繁忙期や実施の可否等を知ることもまた学びである。

できなかった、間に合わなかったことを糧に次の調査・研究に進んでいける思考の育成が必要であると考えている。