

# しべパフェで元気な町づくりプロジェクト

## ～標茶町でパフェを食べてみませんか～

食品ゼミ パフェ班

### 1. はじめに

私たちの住む標茶町は人口 7,700 人に対して乳牛の飼育頭数が 5 万頭、釧路湿原を最も広く保有する町です。町内の人口は減少傾向にあり、このままでは約 20 年後には人口が 5 千人を下回るとも予測されています（図 1）。

このような課題を抱える標茶町の未来を明るくするためには、「産業の活性化」が不可欠であり、主に生乳の生産から調理そして販売、消費までの流れを構築し、「人・モノ・お金」の流れの活性化と利益・投資の拡大をし、酪農の町、標茶町の明るい未来へつなげていこうと考えました。

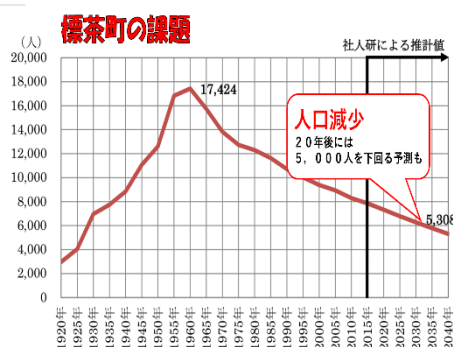


図 1 標茶町総人口の推移

### 2. 研究準備

最近タウン雑誌やグルメ雑誌の紙面を賑わしているデザートの名産ともいえる「パフェ」。このパフェブームは札幌すすきの駅に近いミライスト・カフェというお店が「締めパフェ」というフレーズで商品メニューを押し上げたことが火付けとなりました。このお店で販売しているソフトクリームの原料は、標茶町のブランドスイスという品種の牛から搾られている牛乳で創られています（図 2）。また、このミライスト・カフェを監修しているクリプトン・フューチャー・メディア社の伊藤博之社長が標茶町出身という、いくつかの標茶繋がりに縁を感じ、「締めパフェ」ならぬ「しべパフェ」の開発を企画しました。さらに、パフェを通じて標茶町の魅力を磨き上げ、観光客を増やし経済効果を生み出すために、標茶町を「パフェの町」として確立しようと考えました。



図 2 標茶産の牛乳を使用

### 3. 実施計画

以下は「パフェの町」を確立させるための 3 年計画です。

1 年目はパフェの商品化までを授業で研究し標茶町活性化のための組織づくりをする。

2年目はオリジナルパフェを商品化し、町民の方々に知ってもらうためのPR活動を行う。

3年目は標茶牛乳を使用した「しべパフェ」を町内の飲食店で提供する活動を行う。

また、この計画を実現することで期待される効果は以下の2つがあります。

1つ目は地域への効果です。地域としては、標茶町を「パフェの町」として確立し「農業プラス商工・観光産業」のコラボレーションを実現させることで、こども達が自慢できる町、魅力ある町をつくることができます。

2つ目は標茶高校生への効果です。学校での各教科や総合的な探究の時間、特別活動を通じて、地域の抱える課題を地域とともに解決し、地域を支える人材となります。私たちが自ら考え主体的に行動し、チームとして協働する力を身に付けることができます。

#### 4. 昨年度までの活動

##### (1) コラボパフェの製作

1年目となる昨年度は、パフェのデザイン化に向けてクリプトン・フューチャー・メディア社にご協力をいただき、札幌雪まつりの開催に合わせて本校のパフェ事業とクリプトン・フューチャー・メディア社のイベントであるスノウミク2019とのコラボパフェを実現しました。生徒のデザインしたコラボ仕様のパフェが期間限定で販売され、大好評でした(図3)。札幌のミライスト・カフェに出向き、その光景を目の当たりにし、お客様からも感想を聞くことができました。



図3 コラボパフェのデザイン

##### (2) オリジナルデザインの制作

オリジナルパフェの商品化に向け、クリプトン・フューチャー・メディア社からアドバイスをいただきながら試作を行いました。試作をする上で、標茶町の町章であるマークを使用すること、今後町内の飲食店でもパフェを作ってもらうためにスーパーで入手できる材料を使用することを条件にしました。試作を繰り返し完成したのが右図の3種類のしべパフェです(図4)。標茶町の広大な草原をイメージした「しべまっちゃん」、基幹産業である酪農をイメージした「うしパフェ」、標茶町でも多く見ることが出来る丹頂をイメージした「たんちょうパフェ」です(図4)。



図4 パフェのデザイン

## 5. 活動実践

### (1) 今年度の目標

今年度は、3年目の活動になります。今年は、新型コロナウイルスの影響で計画していた活動はできませんでした。しかし、6月の学校再開後協力店舗と今後の展開を話し合い、今年度の目標を設定しました（図5）。

1. 釧路での認知度アップのため協力店舗とのコラボパフェの開発・販売
2. 標茶町の商品のPRと「しべパフェ」の発信

### 今年度の目標

釧路での認知度アップのため  
協力店舗とのコラボパフェの開発・販売

標茶町の商品のPRと  
「しべパフェ」の発信

図5 今年度の目標

### (2) コラボパフェの製作

協力店舗である石川十字堂のシューラスク、フランセとミルククラウンのアイスミックスを使用したパフェの開発に取り組みました。3回の試作を行い、条件として、標茶町の町章であるマーク、標茶産のアイス、石川十字堂のフランセ、シューラスクを使用することを条件としました。生徒や先生方に試食してもらい、アンケートを実施してアドバイスや感想を聞くことができました（図6）。試作を繰り返し、完成したのが、標茶町にある軍馬山と標茶町の町花コスモスをイメージした「コスモスパフェ」です。



図6 試食の様子

### (3) しべパフェのPR活動

今年度は、販売会を3回行いました。まず、第1回に10月3日に標茶町で行われた「ありがとうフェスタ」にミルククラウン乳業のアイスとポロニ養鶏場のシフォンケーキをコラボして100個を販売しました。

第2弾に10月17日に釧路市で行われた「標茶高校フェア」でミルククラウン乳業のキッチンカーをお借りして「コスモスパフェ」を100個販売しました。第

3弾に11月14日標茶町で行われた「秋祭り」に学校のテントをお借りして「コスモスパフェ」を300個販売しました。他にもTwitterやインスタグラムを活用して発信を行いました（図7）。



図7 販売会の様子

## 6. 活動成果

今年度は新型コロナウイルスの影響で町内のイベントや町内の飲食店で「しべパフェ」の提供することができず、計画を変更しできることを優先して活動を行いました。オリジナルパフェの開発では、3回の試作を行い、「コスモスパフェ」を完成させることができました。「コスモスパフェ」を販売する際にも、お客様に「クッキーがおいしい」などの声をいただき高い評価を得ることができ、アドバイスも聞くことができました。PR活動では、Twitter やインスタグラムの活動を行い、販売会の日程や実際の私たちの活動を広めることができました。さらに、全道フォーラムに参加し、私たちが行っている活動を全道の高校生や大人の方々に広めることができました。

## 7. 来年度の課題

本来なら来年度から、この「しべパフェ」事業を町が主体となって継続していく計画でした。しかしコロナ渦で観光客が見込めず、各店舗が本来の経営状態ではない今、この事業を町にお願いするのは適切ではないのではないかと考えました。こんな状況だからこそ、私たちができることがあるのではないかと考え、「しべパフェ」で標茶町の商品と商品、人と人をつなげられる存在になれるように来年度も活動していきます。

## 8. おわりに

標茶町が「パフェの町」と呼ばれるためには町内飲食店の協力が不可欠です。私たちが「しべパフェ」の広報担当としてPR活動を継続、発展させるとともに、町内飲食店へのサポートの形を協議していきたいと考えています。

「しべパフェ」で「産業の活性化」そして「自慢できる町づくり」を目指し、高校生らしい発想で、標茶高校で学んだことを生かし、標茶町の発展に貢献していきます（図8）。



図8 活動まとめ写真