

6年2組

「わたしたちの奇跡の小麦」の活動 ～全粒粉の割合を見つめて～



全粒粉の割合はどのくらいなのかな



夏休み明け、わたしたちの暮らしに関わる衝撃的な事実と出合うところから始まりました。それは夏休み前に苦労し作った天然酵母が宿泊行事等でしばらくお世話ができなかったため、腐ってしまっていたという事実でした。その後、「わたしたちは今後も天然酵母にこだわって調理をするのか」ということを問題にしてその後の方向性を話し合いました。話し合った結果「わたしたちの奇跡の小麦を使ったパンやお菓子を作り、それをたくさんの人々に食べてもらいたい、笑顔を届けたい」という願いが生まれてきました。そこで、10月の参観日に、全校の保護者に向けて、「わたしたちの奇跡の小麦」を使ったパン・お菓子の販売活動を行いました。また、参観日の授業の中で、自分のおうちの方にも調理したものを見てもらいたい、感想を聞くことにしました。そんな参観日の販売に向けて調理を進める中で「全粒粉の割合」が一つの大きな課題になりました。そこに至るまでに、どんな経緯があったのかをお伝えしたいと思います。

そもそも、わたしたちの「奇跡の小麦」を小麦粉にする時に、真っ白な小麦粉にならず、どうしても全粒粉になってしまい、全粒粉を使わなくてはいけないということが前提にありました。だからこそ、この全粒粉と向き合うことはわたしたちの今後の販売を考えると避けては通れない視点であると私は考えました。ですが、多くの子どもたちは、まだ全粒粉の割合という視点をもっていないように思いました。そんな中で転機となったのは、Aさんがメロンパンを作る際に起きた「全粒粉だとグルテンができなくて生地が失敗しちゃった。市販の強力粉で作ります」という言葉でした。Aさんの失敗したこと」をクラスで共有していくと、続けてBさんも「さつまいもクッキーを作ったけれど、生地がまとまつても食感が固かった。全粒粉と水分の問題なのかな」と語りました。お互いの振り返りを聴き合う中で見えてきた、全粒粉の特徴から起きるグルテンや水分の問題。一方で、Cさん、Dさんの作ったシフォンケーキはスポンジ生地が柔らかく、生地の感じもしっとりとしていたことが話題になりました。そこで、Cさん、Dさんに作り方の工夫について尋ねてみました。すると、Cさんは「粉の全体量が70gのうち、薄力粉が55g、全粒粉が15gの割合で、全粒粉の割合は少なくなっている」と全粒粉の割合を工夫したことを話しました。そこで、生地がうまくまとまらなかったAさんに全粒粉の割合を尋ねてみると、Aさんは「全粒粉150g、薄力粉50gで全粒粉がかなり多かった」と話しました。子どもたちは、そんなAさん、Cさんの話を聴いていく中で「全粒粉を100%入れるのではなく、市販の白い小麦粉とブレンドして作ることが大事なのではないか」ということに気づいていきました。Eさんが「そういえば、スーパーで売っている全粒粉入りの食パンは、ふわふわしていておいしかった。全粒粉が少し入っている感じなのかもしれない。でも、どのくらいの割合で入っているんだろう。調べてみたい」と話しました。そこで、全粒粉が使われているパンやお菓子を食べてみたり、食品表示を調べてみたりすることにしました。



食品表示の原材料名の欄では、小麦粉と全粒粉は別に表示され、しかも表示されている順番が前にあるものほど分量が多いというルールがあります。いくつかある商品のうち一つだけは「全粒粉25%配合」と書いてあったので、割合が分かりましたが、他の商品は全粒粉の割合が分かりませんでした。しかし、そこは何度もパンやお菓子の調理を重ねてきた子どもたち。原材料の順番に注目をし、「砂糖や塩よ

りも全粒粉が後に書かれているから、相当量は少ないと思う。砂糖と塩って小麦粉に対してそんなに入れないから、全粒粉は1割も入っていないんじゃないか」とKさんは全粒粉の割合を予想していました。そんな風にして、おおよそ全粒粉の割合がどのくらいか目星がついたため、全粒粉の割合を意識しながら実際に食べてみることにしました。全粒粉の割合が全体のほとんどであろうクラッカーは、食感がかなり固く、香ばしい味がしました。「こういう感じの食感を生かした商品ならいいと思うけれど、私は苦手」とFさん。「全粒粉の割合を少なくして、作るものも変えてみる」とAさん。「全粒粉100%のままでもいいと思う。そういうお菓子だから」というGさん。それぞれが「全粒粉の割合」という視点をもったり、全粒粉の特徴を身体で感じたりしながら、販売のための調理活動に挑んでいきました。



何を届けたいのだろう？



迎えた販売当日。今回は参観日に合わせて全校の保護者の方に販売を企画しました。販売開始の時間前からすでに多くの保護者の方が集まり、あっという間に商品が売れていきました。その人の多さや熱気に圧倒されていた子どもたち。思えば、あれだけ多くの方に調理品を販売するのは4年生の時以来でした。久しぶりに感じた、食べてもらえる「お客様」という存在。次々と売れていく様子を間近で見た子どもたちは、心なしか誇らしげな表情を浮かべていました。さて、怒涛のような販売活動を終え、その後は自己のおうちの方にも作ったものを食べていただき、直接意見を聞く時間もとりました。おうちの方からの感想を受けて、子どもたちは、自分たちの調理や販売を振り返っていました。「焼きそばパンは、味はおいしかったけれど、見た目や生地の大きさの問題があった。パンと焼きそばのバランスを考えたい」とHさん。自分たちの調理したもの改善点を複数の視点から分析していました。スーパーのお総菜コーナーで売っているような焼きそばパンでした。全粒粉100%にこだわって作ったIさん、Tさん、Kさん。全粒粉100%の生地だからこそ、生地の厚さや大きさにこだわった結果、中のクリームとの相性が抜群でした。3人は、「全粒粉100%がよかった。味もコーヒークリームの苦さとの相性がよかった」と嬉しそうに話していました。

振り返りの中で、2つのことが話題になりました。1つは、全粒粉の割合を減らした結果、自分たちの「奇跡の小麦」を使っているよさが感じられなくなっているのではないかということでした。「全粒粉の感じがあまりしなかったから、よかったです」と振り返ったLさん。一方で、それはわたしたちの全粒粉のよさが伝わっていないのではないかという新たな問い合わせの始まりもありました。実際、6年2組以外のおうちの方から「奇跡の小麦粉がどんなふうに使われているのかを分かって買えたらもっとよかったです」と感想をいただきました。わたしたちは販売を通して、何を届けたいのか。そして、それはきっと、6年生の今だからこそ届けられることがあるのではないかということです。販売したパンやお菓子のおいしさももちろんですが、その裏にあるわたしたちのこれまでのあゆみや思い。そこに価値があると思うのです。話題になったことの2つ目は、「参観日など行事にのっかって販売活動をするのではなく、わたしたちが単独でお店として販売活動をしてみたい。どのくらいお客様を呼べるか挑戦したい」というMさんが語ったことでした。どんな時に、どんな場所で、誰に向けて何を販売し、何を届けたいのか。ここまでいろんなあゆみがあったわたしたちだからこそできる販売のかたちがあるように思うのです。わたしたちが本当に販売する意味を考えたい。販売し、食べてもらうということはどういうことなのか。子どもたちと最後まで問い合わせながら…最後まで6年2組の「ラストチャレンジ」は続きます。