

令和6年度

課題研究「地域人教育 HOTAKA」報告書



イベント

- ▶ 大道芸発表と体験
- ▶ ミニ運動会
- ▶ ワクワクランド
- ▶ 射的屋さん
- ▶ キッズビジネスタウンほたか
(キッズ事前予約制)

ワークショップ

- ▶ ペーパークラフト、塗り絵、フォトフレーム
- ▶ 福祉体験(車イス、点字等)
- ▶ 「マチアルキ」アプリを利用したAR模擬体験(スタンプラリー)
- ▶ 製造体験コーナー(キッズ事前予約制)
- ▶ 楽しいパソコン教室(キッズ事前予約制)

企画・展示

- ▶ ポスターセッション
- ▶ リメイク作品展示(Tシャツ)
- ▶ アンケート
- ▶ クイズ(景品あり)
- ▶ ゆるキャラ来場
- ▶ 穂商リノコラージュミュージアム

ご協力団体・企業様

安曇野市役所、安曇野市社会福祉協議会、安曇野市観光協会、大王わさび農場、穂高南小学校、池田工業高校、南安曇農業高校、東京藝術大学、丸山菓子舗、合同会社アズミックトラックス、穂高公民館、outdoor guides kiboco、JR東日本(豊科駅)、茶屋ころえ、安曇野カシスみいま工房 等

商品販売

▶ オレラのかふえ

南安曇農業 池田工業 穂高商業
丸山菓子舗 共同開発商品
米粉どらやき「いなほ」
初お披露目!



▶ 喫茶店

飲み物各種
(コーヒー、紅茶、
コーラ、オレンジ
ジュース等)

▶ 秋の味覚フェア

(キッズデパート内)

大福、おこわ(山菜・豆)、
おにぎり、お寿司、パン、
ドーナツ等



▶ カシス スイーツ

カシスソーダジュース、
クロッフル、
ヨーグルトルットゥ

▶ 健康食堂

地元の食材を使った
豚汁、トルティーヤ、
スムージー



生徒による学校説明会&相談会
(第1体育館)

第1回 穂商フェア

2024.10.26(SAT.)
Open / 10:30-14:00



長野県穂高商業高等学校

令和6年度卒業生

目次

講座名	ページ
デザイン・動画制作	1-8
観光	9-12
スポーツビジネス	13-15
穂商バージョンアップ	16
地域交流	17-20
交通	21-24
衣食住	25-28
ICT 活用	29-32
子育て支援	33-38
地域福祉	39-42
特産品	43-50

地域人教育HOTAKAについて

3年次の課題研究の時間では「地域人教育HOTAKA」の取り組みを行っています。令和5年度から導入された、地域の企業や市役所、社会福祉協議会、小学校、幼稚園・保育園など、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」活動です。

地域人教育HOTAKAとは・・・

地域は自分の未来をかたちにする場と考え、地域の人たちとのコミュニケーションやコラボレーションをはかりながら「人と一緒に創る力」、地域や地域経済を理解し地域連携、地域貢献を行う「隣人と生きる力」、自ら企（起）業したり事業を創出するための「コトを企（起）こす力」を身につける探究的な活動を行います。

実際に地域を歩き、体験し、地域の人たちと交流して、生徒たちが自ら感じた地域の課題を解決する取り組みを行っています。

取り組みテーマと概要

- ・ 穂商バージョンアップ：学校間連携による商品開発
芸大と連携したりノベーション等の視点を生かしたアートミュージアムフェアの実施
- ・ デザイン、ICT活用：観光に関する動画制作、掲示物デザイン
- ・ スポーツビジネス：地域住民と交流するスポーツイベントの企画
- ・ 観光：穂高地域の観光資源の体験と広報
- ・ 交通：JRと連携したイベント企画
- ・ 衣食住：朝食や衣服に関する考察
- ・ 特産品：地域産品を活用した商品開発
- ・ 地域交流：公民館講座の実施とポスター制作
- ・ 地域福祉：社会福祉協議会と連携した福祉体験、支援活動、キッズビジネスタウンほたかなどのイベント企画
- ・ 子育て支援：社会福祉協議会や学校、市役所と連携した保育や育児に関する調査と支援、イベント企画

連携先（敬称略）

- ・ 安曇野市役所
- ・ 安曇野市社会福祉協議会
- ・ 安曇野市観光協会
- ・ 大王わさび農場
- ・ 穂高西小学校
- ・ 穂高北小学校
- ・ 穂高南小学校
- ・ 地域包括支援センター
- ・ 穂高中央児童館
- ・ 池田工業高校
- ・ 南安曇農業高校
- ・ 東京藝術大学
- ・ 丸山菓子舗
- ・ 茶屋こころえ
- ・ JR東日本（豊科駅）
- ・ 穂高公民館
- ・ 合同会社アズミックトラックス
- ・ 安曇野カシスみいまぁ工房
- ・ outdoor guides kiboco

中間発表

- ・ 10月23日（土）穂商フェアでの中間発表、商品販売、ワークショップ等
- ・ 1月23日（木）課題研究発表会での最終報告会

「地域のお祭り活性化」

協力企業

- ・長野県総合教育センター
- ・安曇野市観光協会
- ・合同会社アズミックトラックス

1. はじめに

私自身、小学生のころから地域のお祭りクラブにて和楽器を演奏したり、巫女として舞を踊ったりしてきた。近年、コロナによりお祭りの屋台が来なくなりどこか寂しさを感じていたところ、スタッフの方から「高校の授業で考えてみてくれないか」と言われたことがこの課題を考える初めのきっかけである。この課題を解決するために地元の方々と取り組みを進めた。

2. 問題の発見

【現状】今までお祭りを運営してきた大人の方々が高齢化し、自分達だけでは運営できなくなってきている。

【理想】たくさんの人にお祭りに来てもらいたい。

【ギャップ（問題）】屋台側もお客様側も、参加者が少ない。

テーマ設定の理由

私自身、地域のお祭り保存会お囃子部に所属している。コロナが明けた議題として、今年のお祭りは昔のように屋台を沢山呼びたいという声があった。私が小学生の頃は、両手の指の数くらいには屋台が来ていた。現在では屋台が来るどころかお客様もあまり来ていない。

そこで、三郷の三柱神社のお祭りを知ってもらうためにも、大きく広報活動をしようと思った。また、高齢者が主軸となって活動しているのも現状で、他県から三郷に移り住んできた人たちや、受け継ぐはずの地域の若者に、自分たちの住まう場所の伝統を守ることも大切だと理解してほしいと考えた。

【問題の詳細】

○原因1：参加してくれる人が少ない。

原因1-1：そもそも祭りをしてても近辺の人以外が来ない。

原因1-2：屋台が松本のお祭りに吸い取られてしまい、来てくれない。

○原因2：運営側の減少

原因2-1：少子高齢化や若者が都会に行ってしまうことにより、祭りの担い手が少ない。

3. 解決策の検討

原因1-1：そもそも祭りをしてても近辺の人以外が来ない。

今までは、お祭りのお知らせを支所や図書館に掲示したり、回覧板に書き込んでいたため「お祭りがある」と知っていた人数がそもそも少なかった。そこで、現代に普及しているSNSを利用し宣伝することで、今までお祭りを知る手段のなかった若者や、立ち寄った観光客も集客することができるのではないかと考えた。

解決策：・SNSやチラシによる情報発信

→近隣の学校や駅や市役所など様々な場所での掲示。

↳若者のお祭りへの関心を上げる。

→今まで通り回覧板にもチラシを挟むことで、変わらず高齢者も集客する。

原因1-2：屋台が松本のお祭りに吸い取られてしまい、来てくれない。

屋台側も、松本のほうが一日当たりの収益が大きいことは見越しているため、松本のお祭りと三郷の小さなお祭りが重なってしまう際には松本のお祭りに出店するだろう。そこで、日にちが被らないようにすること、出店したいと思えるような環境にすることが、最も早くV字回復に繋がるのではないかと考えた。

解決策：・事前にアンケートを取り、お祭りに来ようと思っている人数を把握する

→多ければ屋台も来てくれる可能性がある

・屋台側にとってやりやすい環境を準備する

・松本のお祭りと日程をずらす

・身内で屋台を運営する

原因2：運営側の減少

小さな祭りであるため、高齢化が進み担い手が少なくなっている。松本市のベッドタウンとして土地の価格が高騰しつつあり、多くの移住者が増えている今、最近になって移住してきた住民たちは、果たしてお祭りの存在を知っているのだろうか、と考えた。その人たちにも協力してもらえば、高齢者世代の負担も軽減されるだろう。

解決策：・地域の若者への呼びかけ

→様々な人の人脈を使った勧誘

↳その際もチラシを活用

→回覧板にチラシを挟む。

4. 課題と仮説の設定

課題：広報（チラシ制作、SNS運用）

仮説：
・高校生がチラシをすることにより、
高校生など若い人の目に留まるものが作られやすいのではないか
・専用のSNS（Instagramを想定）を運営し、
来たくなるような投稿をすることで10代～50代辺りの参加人数の増加が見込める。
・地域の人にも知ってもらうために発信することで、担い手が見つかる。

⇒若者や自分たちの親世代に、担うことへの自覚を持ってもらうことで、
今後もお祭りを続けていくことができる。

5. 実践方法の検討

9月に行われた例大祭にて撮った写真や動画を素材にして、すでにある地元スタッフの方が運営しているInstagramアカウントにて投稿していただくための広報画像を専用アプリでポスター、動画を作成する。来年の例大祭前にその他お祭りスタッフの方々からも世間へ発信してもらう。

来てもらうお客様以外にも、お囃子や舞のスタッフを募集するために発信する。

6. 研究経過・実践内容

- ・400枚程度の写真を厳選する
- ・アピールしたい情報をお祭りのスタッフに確認する
- ・必要な情報を織り込んだポスター、動画、Instagram用の広報画像を作成する
- ・データにしてスタッフの方々に渡す
- ・回覧板用のチラシ作成

7. 結果



スタッフの方とのお打合せの際に「松本ぼんぼん」等といった大きなお祭りとの日程を実際にずらすことを実施した。通常8月中旬頃の実施だったところから9月中旬への変更に取り組んだ。ただし、宣伝については年内取り組めていないタイミングだったため、今年度の例大祭の大幅な集客増への取り組みはできなかった。

来年度につなげるため、今年度のお祭りに出向き素材収集を行ったことで、来年度のお祭り前にSNSや回覧板を用いて画像や動画、ポスターを作成した。お祭りスタッフの方々にポスターと動画のデータをお渡しし、来年度の集客増に向けて発信のお願いを行うことができた。

ポスターでは、三柱神社例大祭での写真を大きく取り上げ、目を引くデザインにすることができた。動画ではキャップカットを使用し短時間でも情報が伝わるようリール動画を作成した。

8. 今後の課題

私たちがやったことはきっかけに過ぎず、まだ屋台も来ていない上にお客様も来ていないことが現状である。来年の広報活動が重要なカギを握っている。

今年取り組めたことは来年に向けての準備が大きい。これで止まってしまいうのではなく、動かしていくことが重要だと考える。

自分の生まれ育った地元の長く続くお祭りを盛り上げるために、来年のお祭りにもこのまま関わり続けて行きたいと思っている。

9. おわりに

来年度からは違う地で様々なことを学ぶことになるが、地域に関わり地域の人たちに相談しながら一丸となってお祭りの今後を考えた一年間は、自分のコミュニケーションを鍛えるいい機会になったと思う。また、ポスターや動画、写真は、来年からのお祭りに必ず生かしてもらえと思う。総合的に課題研究の授業を通して、自主的に取り組むことは、自分の中でスケジューリングしながら、同時に班の仲間の進み具合も確認したこともあり、とても苦勞したが今後を活かしていきたい。

「全世界がターゲットのSNS活用」

協力企業

- ・長野県総合教育センター
- ・安曇野市観光協会
- ・合同会社アズミックトラックス

1. はじめに

私たち「デザイン・動画作成講座」では、今まで安曇野の問題・課題発見をしてきた。そこからどのような形でそれらを解決していくのか考えた。一番に「安曇野の良さが十分に知られていない」ことを問題と捉え、私たちにとって身近である「SNS」で安曇野の良さを広めることで課題解決に向けて取り組みを進めた。

2. 問題の発見

まずは現状として、SNSをみている様々な観光地やご当地グルメを調べるとというのが当たり前になっているということがあげられる。理想としては、県外の方はもちろん、海外の方にも安曇野を知ってもらい、SNSによって広めてもらいたい。

外部実習で安曇野観光協会様からお話しを伺う機会があり、安曇野市としての取り組みを知ることができた。その中で、地元民や県外観光客、海外観光客合わせて「安曇野の良さが十分に知られていない」というギャップがあるということを考えて。観光協会の白澤様のお話を聞いた際、Instagramに毎日投稿をすることによってフォロワーが増え、いいねボタンやコメントを多くいただけたということをおっしゃっており、全国の方へはもうすでにあるので海外の方へも発信すべきだと考えた。また、全国の観光客に限定するのではなく、海外の方をターゲットにすることで世界中に安曇野が広がり、観光客としてではなく移住してほしいと考えた。そして次の問題を見つけ、2つの原因を挙げた。

問題：安曇野の良さが十分に知られていない。

原因1. 田舎であり、広告やテレビなどへの出演の機会がない。

原因2. Instagramを入れている方が少ないため、安曇野の情報が伝わりにくい。

3. 解決策の検討

原因1の解決策としては、SNSに広告や動画を投稿することを検討した。それにより、安曇野を全国・全世界に発信することができると考えた。原因2の解決策としては、Instagram以外のSNSに投稿したり、回覧板やイベントのチラシなどにSNSのIDやQRコードを載せてもらうということが挙げられる。そうすることで、高い年齢層の方に見てもらえることができ、興味を持って見てもらうことができると考えた。

4. 課題と仮説の設定

安曇野の良さが十分に知られていないという課題を、SNSへ全世界の方をターゲットとした安曇野の魅力を投稿をすることで課題解決に取り組んでいくことを考えた。SNSに動画やイメージを投稿することで全世界の人がその投稿を見ることができる。まずは自分と同じくらいの年齢層が見たくなるような情報を発信する。そこから長野県内、県外の観光客の方々へ広めていくことが狙いである。投稿を見ることで安曇野の良いところを知ってもらえることができ、観光客が増える。日本の方限定ではなく海外の方もターゲットにすることで安曇野が世界に知れ渡ることができる、と考えた。

5. 実践方法の検討

課題解決実現の方法としては、InstagramとTikTokのアカウントを開設し、安曇野市の観光地などを撮影してInstagramとTikTokに投稿する。お店や回覧板用にチラシを作り、フォローをしてもらうなどがあげられる。また、仮説検証の方法としては、外国人観光客にインタビューをし、アンケートを取る。過去のイベントの参加数を調べる。InstagramとTikTokのアカウントを作り、投稿することに対するイメージのアンケート実施などがあげられる。

ターゲットを自分たちと同じ世代の若者に設定し、アカウント自体を若者の目に留まるようにプロフィールを女子高生らしく工夫する。そうすることによって若者が安曇野に魅力を感じ、来てもらうことで安曇野の盛り上げにつなげる。また来てもらった方々がSNSに投稿し、さらに良さを広めてもらう。

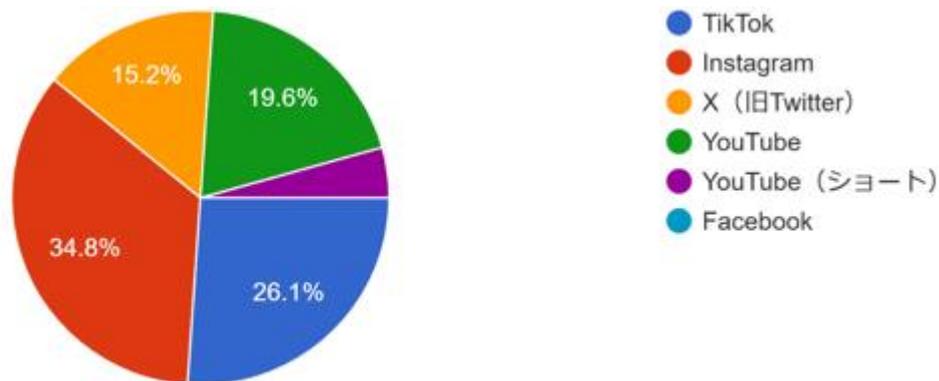
以下の表のようにタスクの洗い流しをした。

課題実現のタスク	仮説検証のタスク
<ul style="list-style-type: none">Instagramのアカウント作成素材収集実際に投稿チラシの作成お店、回覧板へ依頼英語の学習アンケートの実施	<ul style="list-style-type: none">過去のイベントの参加数の調査外国人観光客へのインタビューの質問とアンケート作成Instagramのイメージのアンケート作成

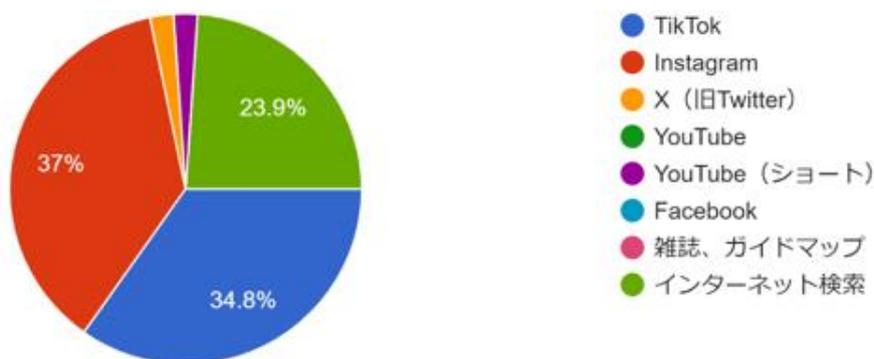
6. 研究経過・実践内容

若者が普段どのように行きたい場所を探すのかを考え、全校生徒と職員へ向けてアンケートを実施した。すると以下のような結果が出た。

1番使用しているSNSはどれですか？

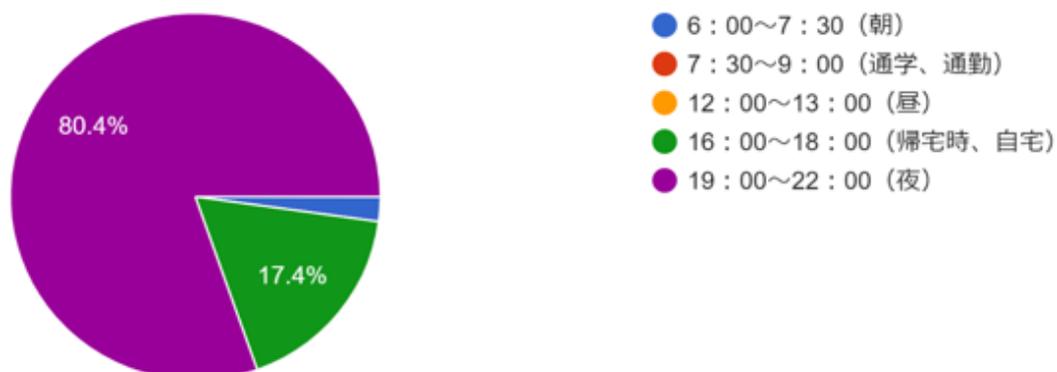


カフェや観光に出かける時に、どのSNSから情報...しますか？ 一番見るもの一つを選択してください



InstagramやTikTokで探すということが分かった。そのほかにも、若者がどんな所に行きたいのかを調べた。最近の若者には、自然や流行りの食べ物が食べられるお店などが人気だということが分かった。このことから、安曇野市とその周辺の地域の自然の場所や農産物を使った食べ物が食べられるお店をピックアップした。これらの場所を調べ、どのように投稿するのか考えた。

SNSを見るのは、どの時間帯が多いですか？



これら結果をもとに、実践内容を決定した。

InstagramとTikTokのアカウントを開設した。運営は講座内のメンバーで行う。このSNSを多くの人が見る時間に投稿し、たくさんの人に見てもらえるようにする。投稿の一枚目の写真を、一目でどんな内容か分かるように場所の名前や地名を記載する。そして、キャプションに書く内容を日本語と英語でそれぞれ書いて投稿する。内容としては、大王わさび農場や穂高にある牧場、国営アルプスあづみの公園など、自然や農産物についてあげていく。そのほかにもあまり知られていないイベントなどを発信することで、たくさんの人目に留まり安曇野へ来てもらう。若者には自然を好む人が多いため、自然な場所をあげることによって若者が集まり、安曇野を盛り上げてもらう。

7. 結果

以下のようにInstagramのアカウントを作り投稿した。しかし、立ち上げたアカウント知ってもらうための宣伝が足りずフォロワー数といいね数を増やすことができなかった。また、アカウント開設をしたタイミングが遅く、定期的に更新することができなかったため、自分たちの理想に近づけることはできなかった。



8. 今後の課題

- ・もう少し早く企画し、計画、実行に移せるようにするべきだった。
- ・宣伝結果を得られるまでの取り組みにたどり着くことが出来なかった。
- ・英語を勉強し、より日常会話のようになるような英文を作るべきだった。

9. おわりに

最初は「デザイン・動画作成」をテーマにいろいろな技術を学び、作品を作るのかなと思っていたが、観光協会の方にインタビューをしたり、センター実習へ行ったりするなど、この講座でしか得られなかったことを学べたのでとても知識が深まった。ただ作品を作るのではなく、多方面から学びを広めていくことにより視野も広がり、自分たちの講座に合った課題を設定することができたと考える。また、結果はあまり納得のいくものではなかったが、実践できたことに意味を感じ、この研究ができてよかった。

わさび農場のリピーター客増加に向けて

講座名：観光班

協力企業

安曇野市 商工観光スポーツ部 観光課
安曇野市農業再生協議会
安曇野市観光協会
大王わさび農場 農場運営課 観光係
碌山美術館
outdoor guides kiboco
しゃくなげの湯

1 はじめに

私たちは安曇野の観光地であるわさび農場と連携し、わさび農場へのリピート客増加を目指し活動をした。穂商フェアでアンケートをし、その結果から穂高商業の先輩方が商品開発したアロマアルコールに着目し、商品宣伝を行った。

2 問題の発見

まず初めに私達は、地域の方や観光に来ている人にインタビューをした。地域の方も観光に来ている人も水がきれいなのが魅力と話していた。

市役所に行き観光課の方から水に関連した安曇野市の観光資源についてお話を聞いた。これをきっかけに安曇野市観光協会と「outdoor guides kiboco」の協力のもと中房川でリバーピクニックを体験することができた。リバーピクニック体験をして、安曇野の自然な水と直接触れ合えた。とても水が綺麗で安曇野市にこんなところがあるのを初めて知った。



7月25日 リバーピクニック体験の様子

次にきれいな水を使って栽培をしているわさびに注目した。安曇野市には有名な観光地であるわさび農場がある。大王わさび農場に行き問題点を見つけることにした。

- ・リピート客が少ない
- ・入場料を取らないので商品売って稼ぐしかない
- ・イベントがあまりない（スタンプラリーなど）
- ・看板が少なく、わさびを見るだけでわさびについて知ることができない。

3. 解決策の検討

リピーターの増加について着目した。入場料をとらないのは商品で利益を得ていることになる。これはわさび商品の購入者、リピーターを求めているのではないかと考える。海外の人たちも訪れるが、ターゲットは商品を買ってくる地域の人や、他県の人ではないのだろうか。日本に住む人をAとして海外の人は+aと考える。そう考えたとき、観光客や地域の人が続けたいと思う商品があればよいと思った。だから、世界中の人がリピートしたいと思える商品を開発したいと思った。

4. 課題と仮説の設定

商品といっても、ただ新しいものを開発するだけでは売れないと思う。私たちには高校生という名前がある。高校生が開発しました！と聞くと、購入してみようかなと思う人が少なくてもいるはずだ。だから、観光地にもなっているわさび、長野県産のわさびと長野県産のりんごを合わせたジャムを作ったらいいのではないかと考えた。傷んだりんごを活用しわさびと合わせて、お肉やチーズにかけて食べたり、様々な用途に応じて食べてもらえるような商品を作りたいと考えている。他にも、長野県はローソンと包括連携協定を結んでいて、長野県の食材を使ったデザートやご当地グルメを再現した弁当など計9品を、5月28日から第1弾、6月4日から第2弾を、関東甲信越の1都9県で販売している。安曇野で有名なわさびを使った商品がないので、わさび味のからあげくんの販売をしてほしいなど思った。これはリピータを増やすというよりかは、安曇野市を知ってもらうきっかけや安曇野産のわさびを知ってもらうきっかけになるのではないと思う。だが、安曇野産のわさびを知ってもらうことで、大王わさび農場へ足を運ぶきっかけになるのかもしれない。だから、大王わさび農場や安曇野市に来るリピーターを増やすためにわさびを使った商品を考えている。

5. 実践方法の検討

わさび農場に商品の提案をしに行った。

①ローソンのからあげくんとコラボをしてわさび×野沢菜味。

理由は、最近長野県の食材を使ったデザートやご当地グルメを再現したお弁当が関東甲信越の1都9県で販売されていて、その中にわさびの商品がなかったから。去年の5月ごろにローソンでわさびマヨネーズ味のからあげくんが販売されていて、安曇野産のわさびを使えば大王わさび農場を知ってもらうきっかけになると思ったから。

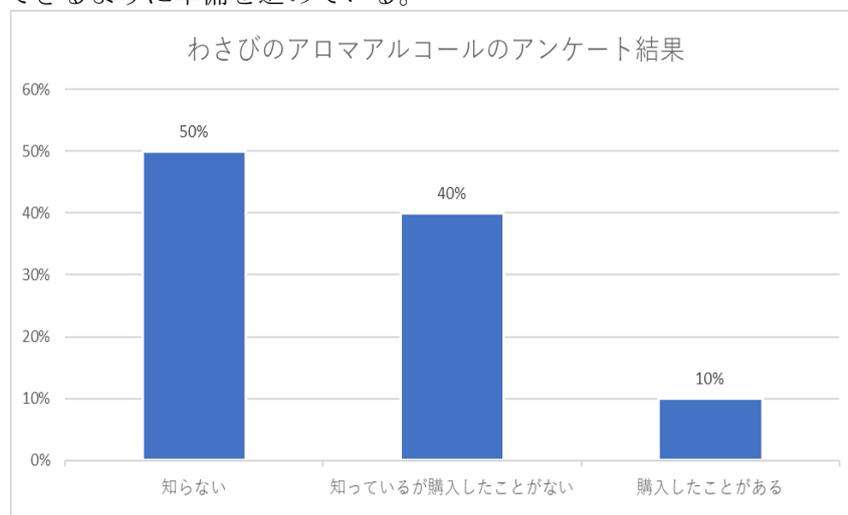
②わさび×りんごでジャム。

理由は、安曇野でりんごとわさびが有名で、その二つを組み合わせたら面白いのではないかと考えたから。ステーキなどのソースの役割。辛さごとに種類を作る。わさびとりんごの廃棄部分をうまく活用できないか。

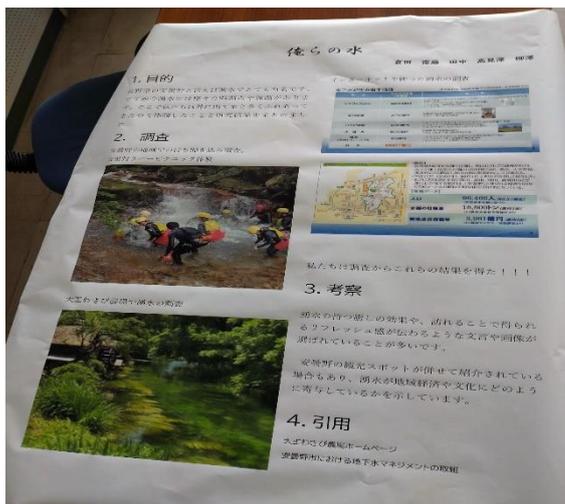
担当者に相談をしたところ、期間的に商品開発が厳しいという結果になった。そこで私たちは、穂商フェアでアンケートを行った。アンケートの内容は、わさび農場に行ったことがあるか、わさびのアロマアルコールを知っているか、購入したことがあるのかなど。アンケートの集計を行うと、35人くらいの人が解答してくれた。この結果をもとに課題を見つけることにした。

6. 研究経過・実践内容

穂商フェアでのアンケートをとった結果、わさび農場にいったことがある人は、8割いた。アロマアルコールを知らない人が50%で、知っているが購入したことがない人が40%、購入したことがある人は10%だった。この結果から、穂商生が開発したアロマアルコールを広めたいと思った。わさび農場に行き相談をしたところ、ポスターや商品紹介をわさび農場で実施できることになった。海外の人向けに、英語のポスターや英語での説明をできるように準備を進めている。



そのほか、穂商フェアではポスターやクイズを出し物で出した



7. 結果

わさび農場に行きアロマアルコールのお試しブースを作り、商品の宣伝をした。

良かった点

- ・海外の観光客が多く、英語のポスターを生かすことができた。
- ・日本人の観光客は、お試しをした後に購入してくれる人がいた。
- ・海外の方は、アルコールをお酒ととらえてしまう人がいたが、ポスターにアルコール消毒と記入していたので勘違いしている人に教えてあげることができた。

悪かった点

- ・わさび農場での商品の宣伝では、海外の人に英語で話すのが難しかった。
- ・海外の観光客が多かったが、あまり声をかけることができなかった。

改善した点

商品を販売している＝近づいたら購入しなければいけないと感じてしまう人が多いと感じた。そこで、見本としてブースに置いていた商品を減らし「店内販売、ここでお試しできます。」という貼り紙をした。その結果、お試しをしてくれる人が増え、アロマアルコールに触れ、アロマアルコールの存在を少しでも知ってもらうことができた。



全体の活動を通して

- ・早めに商品開発を進めて新しい香りのアロマアルコールなどの販売ができたよかった。
- ・わさび農場以外での販売や宣伝ができたよかった。
- ・穂商フェアでのアンケート結果から商品宣伝まで短い期間で計画し、実行できたので良かった。

8. 今後の課題

わさび農場での商品宣伝では、もっと英語を話せたらよかった。アルコールがお酒ではなく、消毒のアルコールだと分かるようにポスターに記入したのは良いが、言葉では「アルコールのお試しいかがですか。」と日本語で宣伝してしまうので、消毒というのが分かりにくかった。「Alcohol disinfection test」と日本語と英語で分けて宣伝をするべきだった。英語だけでなく、中国語などの様々な言語で、アロマアルコールがどんな商品なのかが分かるポスターを作ったほうが良いと感じた。

9. おわりに

安曇野の観光地を広めていくためには、私たち安曇野の学校の生徒や安曇野市民が安曇野の良さをまずは知ることが大事だと思った。自分たちが住んでいる場所の良さは気づきにくいからこそ知るべきだと思う。安曇野市を紹介していくためにも、安曇野の観光地になぜ来る意味があるのか行きたいと思える理由を探ることが観光地のリピート客を増加につなげる鍵だと思う。



安曇野市ご当地キャラクター
「あづみ〜ず」より「わさっぴ」

パンプアップしましょうあっぷっぷ
～筋肉もパンプアップ 地域との関わりもパンプアップ～

講座名 スポーツビジネス

協力企業

安曇野市、KIIIIYA café、根津医院、マルト、龍門、未来、にじます、アレグリア、原野製菓
放課後デイサービス燈

1. はじめに

地域の方々と生徒の交流する場が少ないという課題に対して自分たちができること。

2. 問題の発見

- ・長野県では、週一回以上スポーツに親しむ人の割合が50%以下となっている。
- ・地域の人にインタビューしたときに、長野県の好きなスポーツチームを聞いたときにこの辺の地域だからという理由もあるが松本山雅だけだった。もっと他のチームも知ってほしい。
- ・宣伝方法

3. 解決策の検討

- ・長野県にはどんなスポーツチームがあるのか宣伝する。
- ・試合が行われるときに地元で行う場合は、運営する人などが会場を盛り上げるための工夫をしたり、そこでしか手に入らない特別なグッズなどを作って販売する。
- ・学校開放講座のように、地域の人に楽しんでスポーツをしてもらう機会を自分たちができる範囲で行っていく。
- ・あまり使われていないグラウンドやスポーツを行う施設がこの辺にもあると思うのでそれらの施設を多くの人に使用してスポーツを楽しんでもらうために、施設を利用してイベントを開いて、その宣伝のためのポスターなどを作り多くの地域の方々に来てもらえるようにする。
- ・大手スポーツ企業の宣伝方法を調べ、まとめる。

4. 課題と仮説の設定

- ・地域の方々と、生徒がしっかりと交流できるように、ペアになって活動するような機会をつくる。
- ・学校開放講座を開いたときに参加してくださった地域の方々から、もっと多くの人に伝えるよう宣伝方法を工夫したほうがいいという意見をいただいた。学校開放講座は終わってしまったので実践はできないが、様々な方法で調べる。

5. 実践方法の検討

- ・学校開放講座を引き続き行う。また、アンケートを配り来てくださった地域の方々の感想などをいただく。
- ・インターネット、電話、訪問の3チームに別れて各企業の宣伝方法を調査する。

6. 研究経過・実践内容

《学校開放講座》

・学校開放講座では、ダンス講座、体幹・ストレッチ講座、バスケットボール講座を行った。ダンス講座は三回行い、四人の地域の方が来てくださった。簡単なダンスから少し難しめのダンスまで踊った。地域の方がうまくできていないときは、近くにいた生徒が教えるなどして、三回ともみんな完璧に踊れるようになった。体幹・ストレッチ講座は一回行い、三人の地域の方が来てくださった。地域の方とペアになってストレッチをしたことで、仲が深まったように思った。バスケットボール講座では、二人の地域の方が来てくださった。自分は一回しか参加できていないが、シュートの練習やボールを扱う練習をして、試合をした。試合では地域の方にボールをたくさんあげ、楽しんでもらえるようにした。とても楽しくできたと思う。



ストレッチ講座



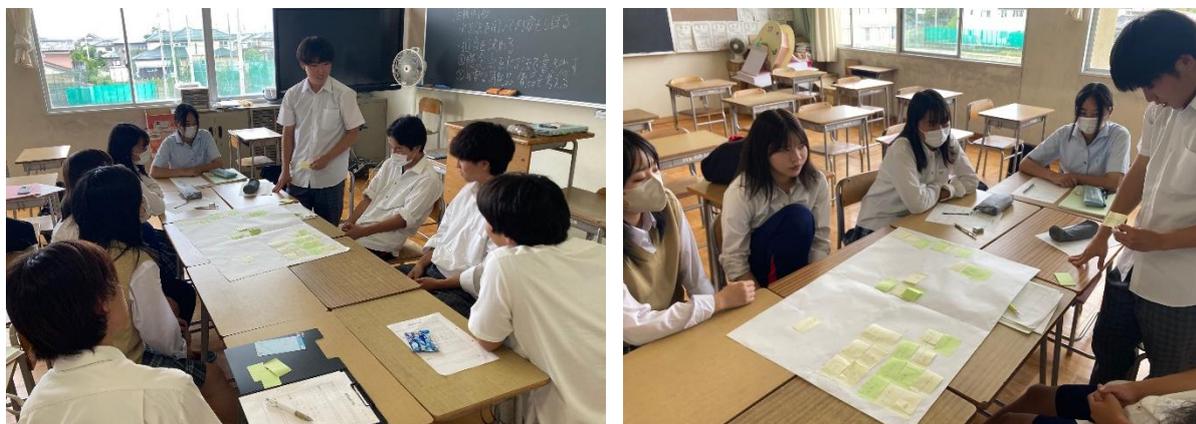
ダンス講座



バスケットボール講座

《宣伝について》

・宣伝方法の調査ではインターネット、電話、訪問に別れて調査した。自分はインターネットで調べた。大手スポーツ企業の宣伝方法や宣伝費、宣伝効果、ターゲットとしている層などについて調べた。どの企業がそのような方法で宣伝しているのかなど自分が知らなかったことがたくさん知れた。



KJ法でのミーティング

7. 結果

・地域の人たちとの交流の場が少ないという問題は学校会報開放講座を開いたことによって少しは解決されたと思う。だが、来てくださった地域の方々が少なかったため、たくさん交流ができたというわけではなかった。宣伝については、実施する時間がなかったため自分たちで行うことはできなかったが、調べてみると自分たちでもできるようなアイデアがたくさんあった。

8. 今後の課題

・自分たちでできなかった、宣伝活動の工夫や、地域と高校生の関わりをもっと増やす、交流の場をもっと増やす、参加したいと思える内容、ビジネス的研究、ターゲットを明確にした企画などの課題が出てきた。

9. おわりに

・学校解放講座を開いたことで、地域の方々と交流できる場ができたので良かったと思う。最初の頃は自分たちから声をかけるということがあまりできていなかったが、回数を重ねる毎に会話が増えていったと思う。穂商フェアでも、地域の方々に楽しんでもらうために自分たちで工夫をして開催できたのでよかった。一番の課題にあがった宣伝については調べるだけで、実際に活動することは出来なかったが、調べたことで思い浮かばなかったアイデアを知ることが出来たのでよかった。1年間を通して、とてもいい活動ができたと思う。

安曇野市穂高公民館の活動に参加して

講座名 地域交流

協力 安曇野市教育部生涯学習課（穂高公民館長 早川 正美 様）、（社会教育指導員 松尾 修 様）

1. はじめに



地域にはどのような課題があるか？
お祭りや行事に若い世代の参加率が少ないのではないかと私たちは穂高商業高校にいるにも関わらず、穂高のことや地域の問題などに興味を示すことがなく、この課題研究をきっかけとして、自分が通っているこの穂高で地域の問題を発見し、解決していきたいと考えた。まず私たちが考えたのは、地域との関りだった。穂高で地域の方々と交流するために、私たちが積極的に関わろうとする努力と気持ちが必要だと考えた。

2. 問題の発見



若者が地域と交流する機会が少ないことに注目した。穂高の地で交流する方法を考えた結果、イベントや行事に参加することにした。穂高公民館長の早川正美さんのお話を聞き、穂高納涼祭の若者の人出が不足していると伺った。そこで私たちは、穂高納涼祭を活気づけるために穂高商業として協力させていただくことにした。そのほかにも、早川さんから提案していただいた、地域のことを知るための行事にも、地域交流講座の全員、1人で参加することになった。

☆スタッフとして全員で参加した公民館行事

第41回穂高納涼祭(8月)、スマホ教室(9月)、第20回穂高文化祭(10月)、
社会福祉協議会LINEの使い方講座(11月)

3. 解決策の検討



地域の人が8月3日に行われる穂高納涼祭を知らないことにびっくりした。そこで多くの人にこのイベントを認知してもらうにはどうしたらよいかを検討し、私たちがオリジナルポスターを作成し、穂高地区のあちこちに貼ってもらうこととなった。私たちはひとり複数枚の作品を制作して、市の教育委員会の方々に審査していただき、代表作が実際のポスターとして穂高地区内に貼られることとなった。私たちが50軒を超える店舗等に徒歩で回りながら協力を依頼した。製作途中で公民館の人に見てもらった際、「土曜日」を「Saturday」と表記したら、それではお年寄りが読めないのではないかと公民館の人から指摘があり、参考になった。

4. 課題と仮説の設定



安曇野市穂高公民館が行う地域づくり事業に参加して、地域内の人々と親睦・交流を図ることにより穂高商業高校をより認知してもらおう。地域の方と交流することで、自分のコミュニケーション能力の向上にも繋げ、地域交流の講座を通して自分で考えながら将来に繋げることのできるように取り組んでいくことが必要であると考え。様々なイベントに私たちは参加したが、その中で見えてくる課題がたくさんあった。それは若い人の参加率だと思う。文化祭や納涼祭では、若い人も一定数来ていたが、少ないように思えた。理由としては祭りの内容だと思う。若い人を呼び込むためにダンス発表があったが物足りないと思う。

5. 実践方法の検討



- ・「穂高納涼祭」は、地域の住民が一堂に会し、親睦と交流を深めることができる最大級の大切な場であり、これにスタッフとして参加することにより、地域との一体感の醸成と活性化に繋げる。周りの方々にも支えられながら、何をするかを考え主体性をもって取り組む。



- ・「穂高地域文化祭」は、穂高文化協会や穂高シニアクラブ連合会が連携・協働しながら毎年実施しており、小中高校生から高齢者までの幅広い年代の市民が参加しており、大切な交流の場となっている。これにスタッフとして参加することにより、地域との一体感の醸成と活性化に繋げる。穂高文化祭では、早川さんの指示のもと、会場準備や受付等を行う。

6. 研究経過・実践内容

- (1) 8月3日に開催された第41回穂高納涼祭では、午後からの開催だったので、午前中はポスターを貼ったり、会場のテントを建てたりなど、会場の最終準備を手伝った。スタート後は、ステージで挨拶をし、その後はうちわを配るなど、みんなで楽しみながら、穂高納涼祭を盛り上げることができた。
- (2) 9月20日は地域のご年配の方を対象としたスマホの使い方教室を開いた。私たちはスマートフォンを日常生活から当たり前に使っているが、ご年配の方々には若いころにガラケーを使っていたと開催するにあたって先生からお話しは伺っていたので、自分たちの教えることのできる知識を精一杯活用して、丁寧にわかりやすく伝えるように準備から思考していた。ひとりに1人か2人がつき、困っていることや、使い方不明に思っていることを聞いた。私が担当した方は、写真の送受信ができないと困っていたので、LINEを利用した写真の送受信の方法を提案した。その結果理解してくださり、送受信と保存することができた。
- (3) 10月25日～10月27日に開催された第20回安曇野穂高文化祭では、穂商フェアの関係もあり、初日

と最終日だけ参加させていただいた。私たちは会場準備と片付けと、主には受付を担当した。

- (4) 10月26日に開催された穂商フェアで私たちは大道芸を披露した。ジャグリングとディアボロを体験してもらえるように自分たちが練習し、お客さんにも教えることのできるように取り組んだ。
- (5) 11月15日には、9月に開催したスマホ教室と同様にご年配の方々を対象とした、LINEの方講座を開催した。最近ではLINEを使ったやり取りの仕方が主流になっていると思う。ご年配の方々は使い方が分からない部分が多いから、丁寧にゆっくりと理解してもらえるように取り組んだ。

☆スタッフとして個人で参加した公民館講座



7月 夕涼みジャズコンサート(松澤)

穂高会館にて7月6日10回目を迎えたジャズコンサートの手伝い(スピーカー配線接続装飾準備)をした。昔から受け継がれているコンサートを楽しみにしている地元の人と公民館の繋がりを感じた。



7月 初めてのスマホ教室(林)

地域のシニアの方に向けてスマホの基礎を教えた。ソフトバンクの専任講師の方が受講者の方に向け教えているときにわからないところがある方にサポートをした。写真の撮り方や、音声案内や、mapの使いかたを教えた。この講座を通して地域の方と会話をしたり、スマホのことを教えることで地域の幅広い方々との繋がりを深めることができた。



8月 浅川山トレッキング(立澤)

西山の自然と風景を味わいながら、昔のルートに近い道を自然観察をしながら歩けた。地域の人とお話をしたり重い荷物を持っていくお手伝いをした。



10月 上高地自然観察会(松岡)

初めて上高地に行って、とてもきれいな景色が広がっていて感動した。自分が地域の人たちと登ってみて、色んな人と交流があり楽しく自然観察をすることができた。そこで交流の大切さを学んだ。



11月 穂高の宝「天蚕と有明紬」(佐原)

穂高有明地域で江戸時代から行われてきた天蚕。艶のある優美な光沢から、「繊維のダイヤモンド」とも言われている。有明紬は繊維を縫い合わせる技術を持つ人間が少なく、伝統が途絶えようとしている。天蚕の魅力を知るためにこの講座に参加し、天蚕糸、そして有明紬の伝統ある歴史について学んだ。穂高で受け継がれているものを、この講座を通して知識のある方から直接聞いたことで、地域の方々との繋がりを感じた。



11月 草木染教室(黒岩)

藍の乾燥葉を煮てそこに各自が持ってきた、ハンカチやタオルなどを染める。最初は緑色の液体だった。空気や水にさらすと青色になった。私はその中の1つのグループに参加した。(準備から片付けまで)初めて会う人たちでしたが、どの人も優しく接してくださり、穂高という土地のやさしさに触れることができた。



11月 年賀状作成教室(若林)

高齢者の方に、パソコンでの年賀状の作り方を教えた。慣れないことで戸惑いつつも、高齢者の方も素晴らしい年賀状を作ることができ、最終的には大成功といえる結果になった。私も地域の方と交流をするという貴重な経験を、そこから学んだことを生かしていこうと思った。



12月 クリスマス料理教室(奥村)

講師, Rosso Bianco シェフの方

クリスマスにちなんだ「ご家庭でもできる料理」をプロのシェフから学んだ。

初めて会う地域の方と一緒に料理を作ることで楽しくお話しながら作ることができた。

- ・穂高公民館が主催する生涯学習活動として、地域の自然保護や自然環境に関わって学習・体験する講座、地域文化を知る講座、季節のコンサート、季節の料理教室、趣味の講座、ICT講座に、スタッフ(各講座に1名)として参加して運営にあたる。

7. 結果

課題研究の地域交流講座として一年間活動を行った結果、公民館長の早川さんの協力もあって、穂高に住んでいる自分たちよりも年齢が上の方々に穂高商業高校が行っている活動を知ってもらい、私たちが主催とする企画にも参加していただいて、一年間でたくさんの地域の方々と関わりを持つことができたと感じることができた。

8. 今後の課題

今後の課題として感じたことは、穂高納涼祭に参加した際に、公民館は地域の中心となる部分だと感じ、それが次第に古い考えになっていってしまうのだろうと感じた。その改善として、この一年間で行っていったように、少し下の年齢層の意見を積極的に取り入れていくことで、少子化が進む現代でも、子供が家族と一緒に楽しめる企画も増え、さらに地域での関りが増えていくと感じた。

9. おわりに

私は課題研究の地域交流講座に一年間参加して、地域との関わり大切さや、目標を達成するには自分たち自身がどのように取り組めばいいのかなど、地域について考えることがとても増えた。三年間穂高商業高校に通っていたが地域について知らないことばかりで、行事も何も知らなかったが、地域交流で活動していくうちに、様々な場所や行事、さらには穂高の伝統など、絶対に知れなかったことや物についてたくさん知ることができて一年間で地域の方々との関りもとても増え、自分の知識も増え、とても有意義で大切な時間を過ごせたと感じた。最高の先生と最高の仲間と全力で取り組み、全力で楽しむことができた。

穂高駅を盛り上げよう！

講座名 交通講座

協力企業 JR東日本 長野支社 安曇野市役所 中嶋さん 原野製菓 佐野養蜂園 丸山菓子舗 小笠原わさび店
自家焙煎珈琲 岳 (gaku)

1. はじめに

本講座では、穂高の交通について課題を発見し、解決することを目指した。まず、穂高の交通について調べ、中でも周辺の高校生に一番身近である『鉄道』に関して要望を聞き取り、アンケートを実施した。この要望について、JR東日本 長野支社の方へ伝え、解決策がないか問い合わせをした。イベントとしては『高校生カフェ』や『沿線めぐりスタンプラリー』等の案が出たが、多くの課題があり、断念した。そこで、検討を重ねた結果、JR東日本 長野支社と安曇野市役所の方々と協力し、「穂商フェア」と「食の感謝祭」にブースを出店し、ポスターセッションやイベントを開催することとなった。

2. 問題の発見

交通には、『鉄道』『バス』『タクシー』などといった公共機関がある。今回は周辺の地域の高校生にとって一番身近である『鉄道』に課題の設定をした。鉄道に関して、令和6年5月29日にJR東日本 長野支社の社員の方々と懇談をした。大糸線の現状のことやJR東日本全体のイベントの開催の仕方などを知ることが出来た。詳細が下の表1。

来年が《穂高駅120周年》であり、それに向けて今年はプレイベントを、穂高商業・JR東日本 長野支社・安曇野市役所と合同で開催することが決まった。そこで、今回この課題研究としてイベントの企画を考えることになった。

表1

Q1. 駅員を各駅に増やすことが可能か？（＝柏矢町駅など）

A1. 無理。理由としては、東京などといった大都市圏でも、駅員不足なのに地方の駅に人件費をかけたなら赤字が増加するため。

補足：この周辺の駅は、JR東日本の社員がいる駅は豊科駅だけ。後は、MIDORI《JR東日本の子会社》の社員や安曇野市の人がいる）

Q2. 大糸線の車両を増やすことは可能なのか？

A2. 無理。

理由：車両メンテナンスやモーターなどのメンテナンス代や維持費などが上がってしまっていて、これ以上コストを上げることは不可能

3. 解決策の検討

プレイベントの内容は令和6年6月14日に発表会を行った。下の表2のような案が出てきた。これらの案から、穂高駅の120周年プレイベントに見合った企画を選択していきたい。また、安曇野市や長野県のアピールといったことも出来るといいと考えている。

また、子ども向けにすることで親子連れになり、収益も増えるのではないかと考えた。

表2

- ・電子スタンプラリー（低予算で開催出来る）
- ・イルミネーション（青森駅120周年プレイベントについて）
- ・長野県のある有名な食べ物屋台（山賊焼き、マスカットの加工品、キムタクご飯など）
- ・記念グッズの作成（缶バッジ、記念きつぷ、食品）

4. 課題と仮説の設定

令和6年5月31日に行われた、安曇野市の中嶋さんとJR東日本 長野支社の社員さん、穂高商業の生徒で懇談会を行った。その懇談会で出た、下の課題表3 仮説表4にまとめた。

課題表3では、高校生からの視点や大人からの視点などといった多くの意見が出た。

仮説表4のようなことを実施したら、駅のことや電車のこと、周りの観光地について知ってもらい、観光客だけでなく地元の人にも足を運ぶきっかけ作りになるのではないかと考えた。これにより、周りの環境が整い、収益も増えると良いと考えた。

課題表3

【高校生視点】

- ・1時間に1本・2本ではなくもう少し本数を増やして欲しい
- ・混雑が激しいため、電車の車両を増やして欲しい（せめて、通勤・通学・帰宅ラッシュだけでも）

【大人視点】

- ・松本駅にて、特急あずさや篠ノ井線などと接続を良くして欲しい
- ・車両を新しくならないか（綺麗になる 座席がフカフカになって欲しい）

仮説表4

【穂高駅を盛り上げるにはどういった企画が良いか？】

- ・関東の私鉄各社で行われていた、『リアル桃鉄で沿線めぐり』的なイベントを実施する（大糸線の利用減少を解消するために）
- ・穂高駅前にビルの中のテナントを借り、『高校生カフェ』を実施する（穂高駅に様々な年齢層のお客さん呼び、穂高駅に来てもらい良さを知ってもらう）

5. 実践方法の検討

令和6年7月25日に、安曇野市の中嶋さんとJR東日本 長野支社の方、穂高商業の生徒で再度、懇談会を行った。今回の懇談会の目的は、前回の仮説表4のような企画が実施可能かどうかを話し合った。

『リアル桃鉄で沿線めぐり』イベント・・・既に、実施済み。→そこまで浸透がせず、成功とは言えなかった。

『高校生カフェ』・・・・・・・・・・・・・・食品を扱うのは、調理師免許などが必要であり現実的ではない。

↓↓

そこで、JR 穂高駅を含めた「穂高の街について知って欲しい」というコンセプトを採用し、食の感謝祭に合わせて穂高神社を起点とするスタンプラリーを実施することにした。スタンプの設置場所は地元の魅力ある店舗を選び、リストアップをした。後日、お店側との話し合いをし、実施店舗を以下に決めた。

表5

- | | | | |
|----------|-------|------------------|--------|
| ・原野製菓 | ・穂高駅 | ・佐野養蜂園 | ・丸山菓子舗 |
| ・小笠原わさび店 | ・穂高神社 | ・自家焙煎珈琲 岳 (gaku) | |



写真1

懇談会の様子。

6. 研究経過・実践内容

I. 穂商フェア（令和6年10月25日）

《ポスターセッション》

これまでに、交通講座で検討や企画の進捗状況をまとめたことをポスターで発表を行った。

《ブースの設置》

体育館にて、①ペーパークラフト（電車）②塗り絵（電車）③フォトフレームでの写真撮影を実施した。

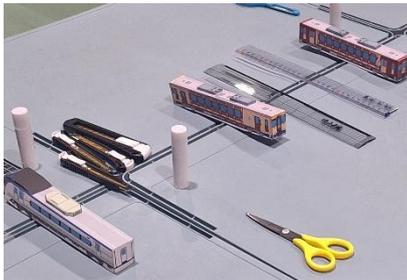


写真2

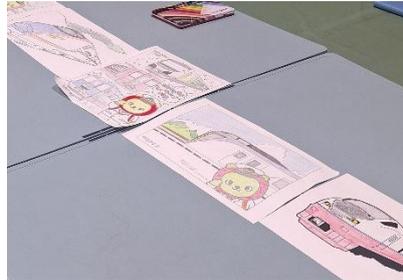


写真3



写真4

楽しんでくれた人も多くいたが、反省点もありそれを下の表6にまとめた。

表6

【良かった点】

- ・塗り絵が子供に好評だった
- ・フォトフレームが良く目立っていた
- ・ペーパークラフトが「楽しくて、良かった」と話してくれた人もいた

【反省点】

- ・①ペーパークラフト（電車）の難易度が少し高すぎた
 - ↳対象年齢が高すぎる、完成までに時間がかかりすぎる
- ・売っているものがなく、なかなかお客さんが、来てくれない
- ・ブースの場所が、体育館の中で奥まっけていて見つけにくく、何があるのか分かりにくかった

II. 食の感謝祭（令和6年11月2日『台風が接近の為、大雨』・3日『晴れ』）

食の感謝祭では、穂商フェアに続けて①ペーパークラフト（電車）②塗り絵（電車）③フォトフレーム④スタンプラリーを実施した。スタンプラリーは初めての実施だ。穂高の魅力を知ってもらう為に、約2キロのコースを歩いて欲しいという企画だ。

初日の11月2日は、台風の接近の為午前中に中止が決定した。

2日目の11月3日は、晴れて気温が上がり、初日に比べるとたくさんお客さんが来てくれた。「I. 穂商フェア 表6」に書いたことを改善したら、小さなお子さんから大人まで来てくれた。そこで感じたことを下の表7にまとめた。

表7

【良かった点】

- ・スタンプラリーに興味を持ってくれた人が多くいた
- ・「来年もぜひ行って欲しい」という声もあった
- ・ペーパークラフトのデザインを気に入ってくれる大人が多かった
- ・子供も遊べる場所があって良かったという声があった
- ・スタンプラリーの景品の缶バッジが、好評だった
- ・高校生が運営しているのを応援してくれる人もいた

【反省点】

- ・ペーパークラフトと塗り絵は、持ち帰りの方が多く感じた
- ・午後2時を過ぎたあたりから、お客さんが多くなり、ペーパークラフトと塗り絵の紙が少なくなり種類が減ったことを心配した
- ・スタンプラリーのコースが遠すぎるといった意見が多くあった
- ・スタンプラリーの景品（電車の写真が入っている缶バッジ）だけが、欲しいという意見もあった



写真5



写真6



写真7



写真8

7. 結果

穂商フェアや食の感謝祭でイベントを開催することにより、穂高駅を盛り上げるという目的は達成出来たと思う。私たちのブースで『鉄道』のペーパークラフトや塗り絵を楽しんでくれた人達も多くいた。穂高駅を中心とした穂高のエリアをめぐるスタンプラリーにも多くの人々が参加してくれ、景品の鉄道缶バッチを喜んでくれた。また、当日の参加者とは別に、このスタンプラリーは、地元の店舗の方々が私たちの趣旨に賛同して、快く協力してくださった。大変感謝している。穂高駅を盛り上げるとともに、穂高商業の高校生たちがこの活動に取り組んでいることを、地域の方に知ってもらいたい機会と出来たのではないかなと思う。

8. 今後の課題

1つ目が、イベントの周知徹底が足りないのではないかなと感じた。多くの方が通りがかりに参加してくれたように見えた。このイベントを目掛けて足を運んでももらうために、案内看板やポスターの掲示などにもっと工夫が必要だったと感じた。

2つ目は、せっかくブースに来てくれたにもかかわらず、ブース内に穂高駅を紹介する掲示物などが少なくアピールする機会を逃したかもしれないと思う。この企画の趣旨が明確に分かるものを用意しても良かったかもしれない。

3つ目は、穂高の街を広く知ってもらうために設定したスタンプラリーのコースだったが、「時間がかかり過ぎる」という声もあり検討が必要だと思った。

9. おわりに

食の感謝祭のブースに来てくれたお客さんから多くの嬉しい言葉を貰えた。それは、「来年も是非やってください!」「このブース、楽しかった!」この言葉は、一から企画をしている私たち高校生にはとても嬉しい言葉だ。穂高駅、大糸線のことをもっと知ってもらうことが出来たのではないかなと嬉しく思う。協力してくれた、JR東日本 長野支社の方々や安曇野市市役所の方々、スタンプラリーの設置に協力してくれた店舗の方々にも感謝の言葉しかない。

とても貴重な経験が出来た。ありがとうございました。

これから、大糸線は穂高駅までだが「Suica」の導入が始まり、この他にもまだまだ変わっていくと思う。来年も交通という講座があるなら、もっと大糸線のことについて調べより多くの人々にアピールして欲しい。

SDGsリメイク

衣食住講座

1. はじめに

服の大量廃棄や思い入れのある今後着る予定のない着物などの視点で課題を考えたときに、放置される服の量はきっと計り知れないくらい増えているのでは？と思い、その服たちを私たちの力で再び起こすことはできないかと考え、リメイクという解決にたどり着いた。校内でのアンケートを実施し、現状を確認したところで、リメイクを通して私たちは放置されている服の可能性を示すべく、穂商フェアにてリメイク品の展示を行うことにした。

2. 問題の発見

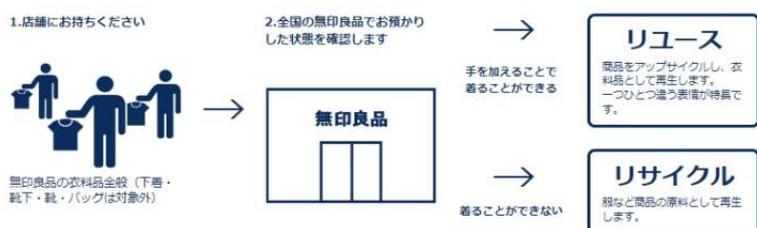
岡学園のオープンキャンパスに行った際に、百貨店などで使われる使用済みの宣伝用の垂れ幕を服にリメイクするという取り組みを知って、案外捨てられてしまう服や布類が多いと思った。

日本の衣料廃棄量は年間50万トンで、そのうち9割は焼却、埋め立て処分されてしまうと推計されている。

- ・ 宣伝用の垂れ幕は一度使われたら二度と使われることがなく、捨てられてしまう。
- ・ いくら思い入れのある着物だとしても着る機会がないため、捨てられたりしてしまう。
- ・ 気に入っている服でも汚れたり、破れたりしたら捨てる。まだ直したりすれば着られる。
- ・ ネットなどで購入した服があまり気に入らなくて、クローゼットで眠っている。
- ・ 流行にとらわれすぎて、同じような服しかなくてときめかない。

また、無印良品やユニクロ、GUなど大手企業がリサイクル活動をしていることを知り、私たち個人でもできることがないか考えた。

無印良品のリユース・リサイクル



MUJI Passportをご提示いただくと、1日1回上限で1,000MUJIマイル付与します。
[詳細はこちら](#)



全商品リサイクル活動について

ジーユーでは、お客様からご不要になった商品をお預かりして、服を必要とする世界中の人々へ届けたり、固定燃料などにリサイクルする活動を行っています。

長く着ていただける「本当によい服」を生産・販売するだけでなく、ご使用いただいた後の商品の新しい循環を考えること、服の価値を最後まで最大限に生かすことも、重要な責務だと考えています。

サステナビリティについて

【注意事項とご案内】

- ・ ジーユー・ユニクロ・PLSTで販売した全商品が対象です。
- ・ ジーユー・ユニクロ・PLSTの店舗で回収しています。
- ・ よい状態でお届けするため、お洗濯のうえお持ちください。
- ・ 貴重品などが入らないようご注意ください。
- ・ 衣類のポケットなどに入っていたものに関しては責任を負いかねます。
- ・ 回収された商品の返還はできません。

RE.UNIQLO リユース・リサイクルのしくみ



わたしたちは、ユニクロ店舗で回収した服をリユースし、国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）や世界中のNGO・NPOとともに、難民キャンプや被災地への緊急災害支援など、世界中の服を必要としている人たちに届けたい。さらに、回収された服に新たな価値を加えてお客様へお届けする活動もはじまっています。また、ダウンなど、着なくなった服の素材から新しい服を作るリサイクルにも挑戦中。服へ活用できないものは、断熱材や防音材などの素材として活用されます。



※高価が不要になったユニクロ・ジーユー・PLSTの服も、各店舗に設置されたRE.UNIQLO回収ボックスで回収。そのままリユースできるものと、リサイクルされるものは仕分けされます。リユースされる服は、ニーズに対応できるより細かく分類、リサイクルされるものも、ダウンやフェイクなど壊れやすい服の原料として使われ、服へリサイクルできないものは、断熱材や防音材などの素材として活用されます。

3. 解決策の検討リメイクして人前に出して古いものに対する可能性を広める。
- ・着物を普段でも着れる服にリメイク ・もう着る予定のない服をリメイク。
 - ・影響を受けて真似する人を増やす ・ファッションショーに出る、展示する。
 - ・衣装にリメイクしてイベントに出る ・頑張れば出来るリメイクの提案
 - ・岡学園さんとの共同企画

4. 課題と仮説の設定

近年、インターネットショッピングの普及により幅広い世代がインターネットで服を買うようになった。しかし、その影響のせいか服のサイズやデザインが思ったものと違ったなどの失敗により服の大量廃棄が問題視されてきている。

廃棄するまでの時間を延長することでSDGsの12—5にあるゴミの削減の解決になるのではないかと、小さなことかもしれないが環境へ配慮できるのではないかと考えた。

そのために、リメイクという視点から私たちは取り組んでいこうと考え、裁縫技術も乏しい中でできる範囲のリメイク作品を制作した。

5. 実践方法の検討

全校から着なくなった服や放置されている服を回収し、回収できたものからリメイクに取りかかる。おそらく初めは全員裁縫初心者で服を切ったりすることに抵抗があるはずだと思っていたため、インターネットでリメイク作品のデザインを探し、それを参考にTシャツのリメイクから始める。慣れてきたら、デザインを自分で考えてみることにした。

6. 研究経過・実践内容

実際に学校の中でアンケートを取ってインターネットで服を購入している割合や、サイズやデザインが思っていたものと違ったなどによる失敗で放置されている服や捨てられる服の割合についてのアンケートを取った。(資料1) アンケート集計後に、放置されている服の回収BOXを職員室前に設置し、収集した。調達した服の中にTシャツが何着か入っており、リメイクしやすいという点から、はじめにTシャツのリメイクから取り掛かり、徐々にTシャツ以外の服にもリメイクを加えた。穂商フェアにて完成したリメイク品8着の展示をした。



7. 結果

<服の収集>

アンケート調査の寄付してくれると答えてくれた人数に比べて、実際に集まった服の量は少なかった。寄付しづらい心理的要因（周りの友達が寄付していないから寄付しづらい、自分のファッション性を知られるかもしれないから恥ずかしい等）と物理的要因（服を持っていける通学環境ではない、持っていくのが面倒くさい等）が考えられる。

<制作>

裁縫技術が乏しくハイクオリティーなものは望めなかったが、その代わり初心者でもできる簡単なリメイク方法を編み出すことができた。

<展示>

思っていたよりも良い反響だった。試着してくれる人や売り物が聞いてくる人、写真を撮っていく人がいた。アンケートのQRコードを読み取っている人は少ないように感じた。

8. 今後の課題

インターネットでの服の購入率が年々上がる中、試着ができないサイトがほとんどで失敗する人が多い現状があるため、服の大量廃棄に少なからず影響を与えている。そのため、AI試着がさらに進化し、普及していけばインターネット購入の失敗は減り、無駄がなくなると考えられる。



AI試着例

9. おわりに

「服が好き」という共通点で問題を探り、課題研究を進めてきたが、裁縫できるメンバーがおらず、作業の量に差ができてしまったりしたけれど、大好きな服と向き合える良い機会になった。やってみたかったことに挑戦できたことは大きな収穫である。

制作の中で、たくさん針で指をさしたり、やったことがない手編みもやってみたり、思い浮かべたものに近づくようにパーツを作っていくうちに、徐々に理想形や完成系がイメージできるようになり、自分の発想力やセンスが磨かれたと考えている。

私は将来、服飾系の専門学校で学び、アパレル業界で服を作っていく立場になることが目標であるため、今回の課題研究はすごくいい経験になった。チームのメンバーに感謝している。

資料1

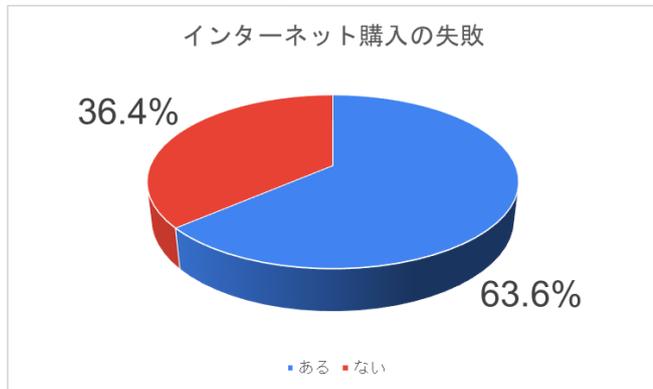
アンケート結果

調査内容：洋服の購入に関して

調査対象：本校生徒 295 名のうち、「インターネットで購入経験のある」人

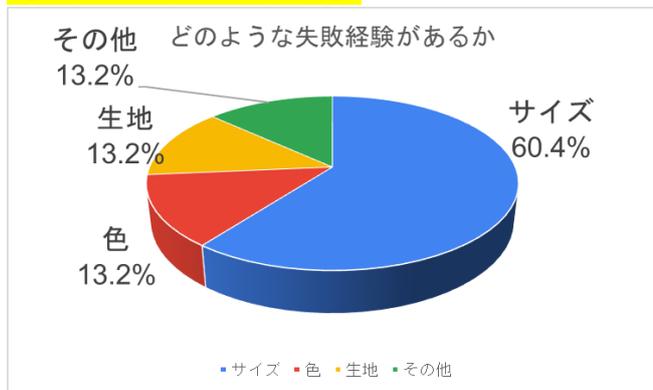
回答件数：79 件 うち有効回答件数 77 件

【項目1. インターネットでの洋服購入の失敗はあるか】



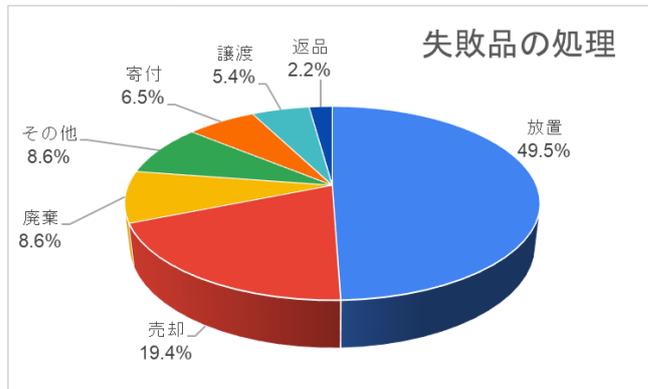
- ・ 6割強の本校生徒に失敗経験がある。
- ・ 一方で、4割弱の生徒は失敗がなく購入できており、ミスの少ない購入の仕方や商品の詳細について確認する注意力、安心安全なサイトがあるのかもしれないと考えられる（UNIQLO の『Q』のような存在もある）。

【項目2. 失敗の内容】



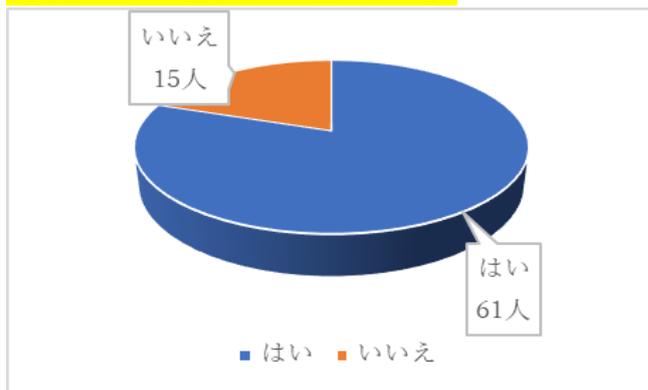
- ・ 失敗のうち、「サイズが合わない」ことが理由する回答が6割あった。
- ・ やはりインターネット上に記載のあるサイズだけでは消費者が思っている通りの「サイズ感」ではないケースが多いことがわかる。
- ・ その他の回答には、「イメージと違った」「写真と実際のデザインや形が違った」といったものがあった。後者については、返品レベルの問題である。

【項目3. 失敗してしまった洋服の処理について】



- ・ 失敗した洋服については、「放置」の経験がある人がほぼ半数いることがわかった。また、「廃棄」経験のある人も少なからずおり、放置や廃棄の理由は様々であろうが、もったいないことをしている人が多いことが明らかになった。このことから眠っている洋服や捨てられてしまう洋服の活用方法を考えていくべきであると言える。

【項目4. 寄付してくれるか】



- ・ 項目3を見るに「放置」されてしまう服が多く、その服を寄付してくれるという人の割合が多かった。寄付によって私たちの製作に必要な材料は集まりそうだが、それらすべてを活用できるかわからないため、集める際に条件を提示すべきである。
- ・ 回収する時期に本当に持ってきてもらえるのか不安である。

<はじめに>

今春、学校近隣地域でのインタビューを通して、多くの住民から穂高商業を含めた高校再編計画によって地域の様子が変わることや、高校生の姿や学校の賑わいがなくなることへの気がかりや心配の声、母校がなくなってしまうことへの淋しさについて声を聞きました。そこで、私たち生徒に何かできることはないか、と考え始めました。

<解決策の検討>

私たち生徒たちが、数年後に統合を予定している3校（南安曇農業・池田工業・穂高商業）の特色を生かしながら地域とつながり手を取り合うことによって、「人同士のコミュニケーションを促したり」「ここに来てよかった、いてよかった」と思うことのできる活動をしたいと考えました。具体的には3校共同で食品の商品を開発することを目指しました。美味しい食には、人と人のコミュニケーションが深まったり笑顔になれる力があると思ったからです。

<課題と仮説の設定>

安曇野の銘菓を製造し販売している丸山菓子舗さんに商品の開発について依頼し、どんな商品なら3校の特色が生かせるか検討しました。地域経済分析システム等から安曇野は稲作がさかんであることが分かったので米を用いたいと考え、また、南安曇農業高校から卵を提供してもらえることになったので、卵を材料とする食品で幅広い世代に食べてもらうことができるものは何か相談しました。その結果、「米粉どら焼き」をつくり、池田工業高校には焼き印のデザインをつくってもらうことにしました。

どら焼きの既存の味では共同開発商品としての魅力が伝わりきらないと感じたので、中身の餡の味に特色をもたせることを課題とし、研究、試作を重ねました。およそ30種類の味候補のなかから「塩」をつかった「新しい」イメージをもつものに絞ることにして、「塩オレンジ」と「塩キャラメル」の味で商品化することを決めました。講座のメンバーで力をあわせて外帯のデザインを考え、味のシールをあわせて作りました。この商品によって、フィールドワークで挙げられた、後ろ向きな内容を含めて、高校生や地域に関して人々が意見を交わしたり、コミュニケーションが多くとれるようになることと仮説をたてました。また、商品を売るにあたって、販売場所にカフェスペースの設置を考えました。その際に池田工業から学校で制作した椅子や机を提供していただくことになりました。

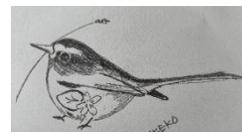


<研究経過・実践内容>

商品名は、各校の頭文字から「い（池工）な（南農）ほ（穂商）」と名付け、パッケージデザインのお米のキャラクターには、3校の生徒アンケートを実施し「いなほちゃん」と命名することになりました。

池工生が制作してくれた焼き印のデザインは3校の校章、南農の「鳥」、池工の「花」、穂商の「桑の葉」を織り交ぜてつくられていて、安曇野で馴染みのあるセグロセキレイがくちばしに稲穂をくわえている姿で「3校が手を取り合う」ことをあらわしています。

10月26日（土）に開催する穂商フェアで米粉どら焼き「いなほ」を初販売し、以降、同窓会行事、合唱コンクール、再編懇話会、市役所、MITAI フェアで販売し、合計で約2000個を販売しました。



<今後の課題>

「いなほ」をどう引き継いでいくか、どんな場所で販売できるかを検討する必要があります。後輩には今回製作した味や帯にとらわれず自分の考えを周りに伝え「いなほ」を進化させ、ずっと地域の人から愛される商品にしてもらえたら嬉しいです。



<おわりに>

この研究を通して3校や安曇野の良さを伝えることができたと感じています。積極的に外へ活動を広げるなかで私たち高校生の意見や考え、行動が注目されるようになりました。メディアに取り上げてもらったり、「3校で企画をしてくれて嬉しかった」「新しい高校名をいなほ高校にしたい」という意見もありました。

高校生だからできることに挑戦できたと実感するとともに、この取り組みを通して初めて3校の魅力や専門性を知りました。高校生のうちから地域とかかわり、近隣の学校や地域の方々と活動を行う経験ができてよかったです。

安曇野市における電車の利用率問題

1. はじめに

安曇野市は、若者が首都圏に移動してしまい、少子高齢化が進んでいます。それは、少子高齢化による電車利用者の減少、自家用車を使用している人が多く公共交通機関を利用する人が少ないなど、多くの課題を生み出しています。高齢者の方でも安心安全で快適に過ごせる電車環境を作る。電車に春夏秋冬に合わせた特別塗装をして集客を狙う。また、定期的にイベントを開催し集客を狙うことで課題を解決できるのではと考えてみました。

2. 問題の発見（テーマ設定の理由）

① 安曇野市の魅力

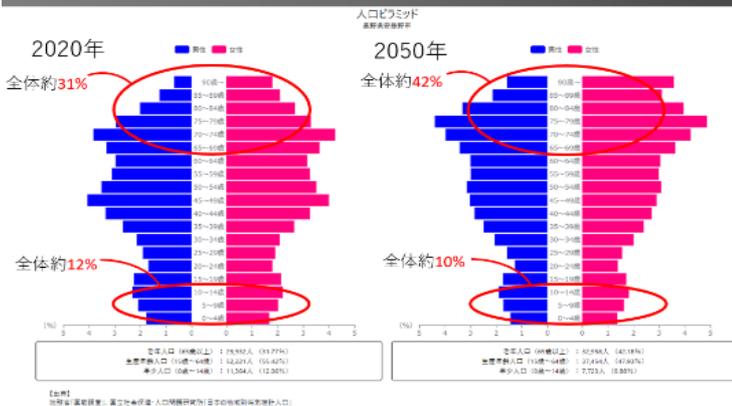
安曇野市は雄大な北アルプスとのどかな田園地帯。安曇野市は5町村が合併して2005年に誕生しました。大王わさび農場や穂高神社、国営アルプスあづみの公園などの観光資源も豊富です。そのため年間でも多くの観光客が訪れます。

現在の人口は約96,000人(2024年11月現在、安曇野市公式ホームページ)で長野県内6位の規模です、また特産品も多くありその中でも有名ものが三つあります。一つ目はわさびです。安曇野市は日本一の生産量を誇ります。北アルプスの雪解け水で育ち、最大の特徴である甘みを引き出してくれています。二つ目はりんごです。安曇野市の西側に広がるりんご園は約313haに及ぶりんご産地です。りんごは生食だけでなく洋菓子材料や、ジュース、ジャム等にも加工されています。最後はお米です。北アルプスの東側に広がる広大な水田地帯。安曇野市の米は全国的にも好評です。



②安曇野市の問題点と原因

安曇野市の問題点①



左の表は地域経済分析システム（RESAS）というサイト内の安曇野市の人口について調べ、推測された表です。

2020年の安曇野市の人口は約96,000人です。(令和2年1月1日現在)
2020年を見てみると少年人口は約12%で、老年人口は約31%と少年人口と老年人口では男女ともに大幅な差があります。
2050年では少年人口が約10%で、老年人口

は約42%と予想されています。2020年と2050年を比べてみると少年人口は約2%減少しており、老年人口は約10%程増加しています。

このことから安曇野市の少子高齢化が進んでしまっていることがわかります。

安曇野市の問題点②

左の画像は北信越運輸局 松本自動車検査登録事務所が市町村別自動車保有台数を表にしたものです。(令和4年3月31日現在)安曇野市は、すべての車の合計が約85,000台であり乗用車だけみても約37,000台になります。長野市が乗用車だけでも約140,000台と圧倒的に高いですが、安曇野市は長野県の中でも5番目に車を保有しています。安曇野市の人口と比べてみるとほとんどの人が車を保有しており、公共共通機関を使う機会が自然と減ってしまっています。

長野県 市町村別自動車保有台数

市町村	乗用車	軽自動車	二輪車	合計	乗用車	軽自動車	二輪車	合計
長野市	7,171	12,838	248	20,257	729	69,885	70,133	140,018
松本市	5,198	10,065	97	15,360	441	49,589	46,385	95,974
安曇野市	1,924	2,653	130	4,707	102	18,787	18,394	37,181
長野県	1,141	1,448	42	2,631	140	11,101	8,322	19,663
長野市	1,141	1,448	42	2,631	140	11,101	8,322	19,663
松本市	5,198	10,065	97	15,360	441	49,589	46,385	95,974
安曇野市	1,924	2,653	130	4,707	102	18,787	18,394	37,181
長野県	1,141	1,448	42	2,631	140	11,101	8,322	19,663
長野市	7,171	12,838	248	20,257	729	69,885	70,133	140,018
松本市	5,198	10,065	97	15,360	441	49,589	46,385	95,974
安曇野市	1,924	2,653	130	4,707	102	18,787	18,394	37,181

307,308
204,824
85,503

<https://www.tb.mlit.go.jp/hokushin/nagano/pdf/reiwa3nendohoyusyaryousuu.pdf>

③ 安曇野市の課題 (原因を取り除くために取り組むこと)

私が考える電車に関する課題一つ目は、現在も世間から問題視されている少子高齢化です。公共交通機関を使う頻度が高い若者が減ってしまうと電車に限らずバスなども大きな影響があると考えます。二つ目は、自家用車を持っている人が多く公共交通機関を使う機会が少ないということです。わざわざ駅まで行って切符を買い出かけるという手間があります。しかし車を持っていればすぐに出ることができます。三つ目は今まで紹介した二つの課題が少しでも解消されればなくなると思えばあげました。

3. 解決策の検討

私が今まであげてきた問題を解決するために考えたアイデアの一つ目は「高齢者の方でも快適に過ごせる電車環境を作る。」です。

そして二つ目は「電車に春夏秋冬に合わせた塗装などをして集客効果を狙う、またイベントを開催して集客をする。」です。今の一番の問題は利用者が少ないことです。私が考えた二つのアイデアは人に「なにあれ」と思ってもらいたいと思いましたが。

4. 課題と仮説の設定

電車の利用率問題は緩和され、より一層高齢者や若者、観光客に利用しやすい環境を提供できると思います。

5. 実践方法の検討

まず解決策の一つ目として高齢者(電車利用者全般)の方でも分かりやすい電車利用環境を作りたいです。

私が実際に電車を利用して不便だと感じることは切符の販売や定期券、往復券の販売です。今の切符の販売方法はほとんどが券売機です。券売機はタッチパネルで操作を行うことができ若者は利用しやすいと思います。しかし、高齢者の方や小さいお子さんにはタッチパネルの操作は難しいところがあると思います。そこで私は、切符販売を券売機だけでなく、有人販売を取り入れたらと思います。有人販売を取り入れることによって券売機での切符の購入方法が分からないという人でも利用

しやすいと思います。また、駅によっては常に無人の駅があり、ほとんどの駅が朝の9時以降に駅員が来るなど現状は利用しづらい状態です。有人販売を取り入れることでわかりやすく、買い間違えがなくなり利用しやすい環境になると思います。

解決策の二つ目として電車を主体とした特別塗装やイベントを行うことです。

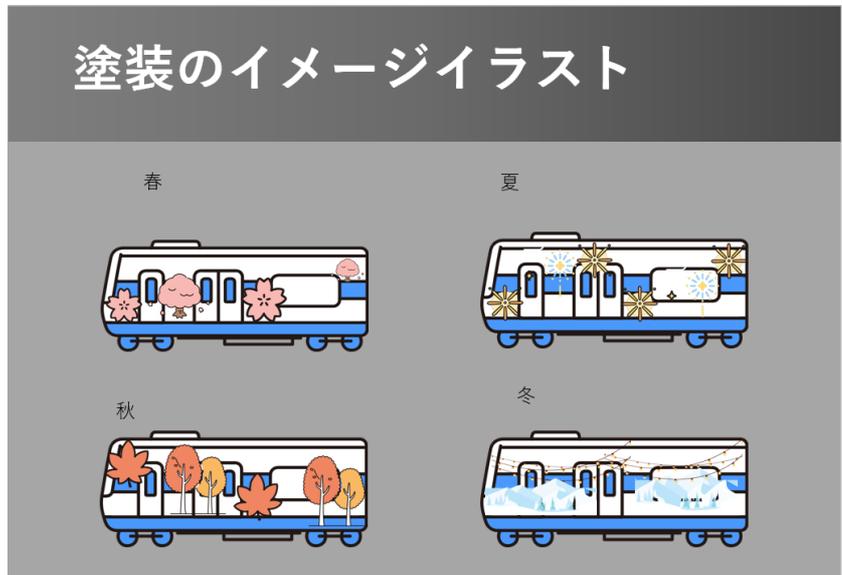
問題点2であげた「自家用車を所持している人が多い」に関してですがこの問題自体を解決することはできません。そこで私は、電車に乗ってみたいと思わせるアイデアを考えました。さきほど紹介した塗装やイベント開催です。今の電車はすべて同じデザインで統一されています。たとえば、安曇野市の春夏秋冬に合わせた塗装などでもいいと思います。

次にイベントです。丁度松本駅から新潟県の糸魚川駅を結んでいる大糸線では2024年7月26日(金)~10月31日(木)の期間で謎解きのイベントを行っていました。実際に普段電車を利用しない私の家族も「面白そう!」と言って参加していました。

このようにイベントだけでも普段電車を利用しない人に興味を持たせ、行ってみたい、乗ってみたいと感じさせることができると思います。

先ほど例で説明した電車の特別塗装のイメージです。

安曇野市は自然が豊かで有名です。せつかくなら安曇野市の四季折々の自然を楽しめる電車塗装にしたいです。例えば春なら北アルプスにかかる雪や多くの桜です。次は夏です。安曇野市では多くの花火大会が行われているため花火や、堀金にあるひまわり畑、数多くの田畑などがいいと思います。次は秋です。安曇野市のすぐそばには北アルプスがあり紅葉がとてもきれいです。そのため紅葉や田園風景などでもいいと思います。最後に冬です。またまた山になってしましますが、厚い雪が被る雪山や、国営アルプスあづみの公園で毎年開催されるイルミネーションでもいいと思います。



問題点では上げていませんでしたが、一日の電車の本数も問題だと思います。私が普段利用している大糸線では6時7時17時19時を除けば一時間に一本しか走っていない状態です。

6時7時17時19時は通勤や帰宅の人が多く一時間でも一本以上走っているのだと思います。このことから私は電車が運行している一日の中でほとんど走っていないのは利用者が少ないからだと考えました。利用者を増やすことができれば電車の本数も増え、もっと電車を利用しやすくなると思います。

電車の利用者を増やすために私があげた「高齢者(電車利用者全般)の方でも分かりやすい電車利用環境を作る」「電車を主体とした特別塗装やイベントを行うこと」を実現できれば今よりも多くの電車利用者は増えると思います。そして本数問題も解決とまではいかずとも、今後見直していく必要があるものだとわかる可能性があります。

6. 研究経過・実践内容

(1) 実施内容 1

授業内では、パソコンを使用して安曇野市の魅力を調べたり、RESAS を活用して安曇野市の問題点をあげました。フィールドワークでは堀金まで行きマチアルキに関する勉強をしました。また長野県総合教育センターではマチアルキを実際に体験しマチアルキに関する知識、技能を身につけました。

(2) 実施内容 2

穂商フェアでは学校にきていただいた方に実際にマチアルキで AR 疑似体験をしていただきました。この体験をしていただき、終わったあとにアンケートを実施しました。そのアンケートの中で良いことや悪いことを多く上げてもらいました。

未来フェアでは今まで勉強してきたマチアルキを使って来てくださったお客様に体験をさせました。マチアルキを実際に体験していただいたお客様には私たちがデザインを考えたキーホルダーをさしあげました。



7. 結果

このアイデアによって電車の利用率問題は今よりも良いものになる可能性があります。そして今まで電車の利用方法がわからなかった人でも気軽に利用することができると思います。また、今まで電車に興味がなかった人でもイベントや普段とは違った電車の見た目、内装であれば興味を持つと思います。そして安曇野市は観光地でもあるため、電車を観光客の人も多く利用します。しかし実際に私が登校する時に観光客の方で駅員がおらず、切符をどうしたらいいかわからずに困っている観光客をよく目にします。私が考えたアイデアで観光客含め多くの利用客の不満や不安を取り除くことができると考えます。そのため電車の利用率問題は緩和されより一層高齢者や若者、観光客に利用しやすい環境を提供できると思います。

8. 今後の課題

私が考えたアイデアはすぐに取り組めるものではないと思います。しかし、課題が解決されれば必ず便利になると思います。今後は、電車の問題を安曇野市の課題と関連付けて改善点を上げていくべきだと思います。

9. おわりに

最初は安曇野市の魅力から始まり、そこから多くのことを勉強しました。現在の安曇野市の問題では電車や人口減少、今まで安曇野で生活をしていて私が知らないことが多く知ることができました。また、その問題点をどうしたらいいか考えることができ、一層安曇野市を詳しく知ることができたと思いました。初めてのフィールドワークでは堀金まで行き、マチアルキで使用する写真収集にいきました。その後のマチアルキについては塩尻市にある総合教育センターでさらに詳しく勉強をし、マチアルキに関する知識を身につけました。その後の穂商フェアで実際にマチアルキを活用した AR 疑似体験をしていただきました。マチアルキはこの講座を取らなければ知らなかったと思うので、知れてよかったです。また、多くの体験をさせていただき使いこなせるまで知識、技能を身につけることができました。

※ ご協力いただいた方々：長野県総合教育センター、安曇野市役所、合同会社アズミックトラックス

※ 参考：北陸信越運輸局 長野運輸支局、地域経済分析システム (RESAS)

子育て支援 まとめ

講座名 子育て支援

協力企業 (社会福祉協議会・保育園・こども園・児童館)

1. はじめに

私たちは課題研究で「子育て支援」について研究しました。最初は、今、日本の子育ての問題点をネットなどを使って調べることから始めました。そこから様々な社会問題があることが分かりました。

さらに、現在、安曇野市で取り組まれている子育て支援についても調べてみました。

2. 問題の発見

・私たちは社会福祉協議会に行き、キッズパークや児童館での現状をお聞きしました。お話の中で、子どもたちの遊ぶ場所がないという問題点を発見しました。本来、児童クラブは児童館の中で行う活動ではありませんが、場所がないため仕方なく児童館で行っているそうです。遊ぶ場所がない中で子どもたちは何をして遊んでいるのか、どのように過ごしているのかなど、実際に児童館に行きその問題について確認をしていきたいです。

・先日、保育園や児童館に配布した0～2歳向けのアンケートの結果をもとに子育て中の保護者の方の意見を集めたいです。集めた意見をもとに他グループへとつなぎ、保護者の方の手助けをしていくなかでさらなる問題をどんどん発見していきたいです。アンケートに答えてくださった保護者の方、一人ひとり違った問題を抱えていると思います。そのため、多くの問題点を見つけられると思います。その中から一番多く問題として意見があがったものに重点を置き、今後の問題点としていきたいです。

・今のところ、これという具体的な問題点はあまりあがりませんが、今後の活動を通して問題点を見つけ具体化していきたいです。

3. 解決策の検討

・問題点を解決するための策として、生の声を聞きたいと考えています。まずはアンケートやキッズパークでの活動などを通して問題点を発見します。問題点をインターネットで検索すれば解決策が少なからず1つは掲載されていると思います。しかし、その解決策を試して確実に解決することができるとは限りません。お子さんの性別や年齢などの違いから、一人ひとり同じ問題でも解決策が同じでは解決できない場合もあると思います。それぞれのお子さんの特性にあった解決策を考える必要があります。そのため、実際に経験した保護者の方の生の声を多く取り入れることができたらよいと思います。例えば、今お子さんが保育園に通っている保護者の方や私たちの両親などに聞いてみるのが効果的だと思います。保護者の方と実際にお話をする機会が設けられるかわかりませんが、できるだけ保護所の方に寄り添い解決していきたいです。また、保育園の先生など、職業柄日々子どもと関わっている方の豊富な知識をお借りしたいなと思います。私たち学生にはわからないことを多く知っている大人の力をお借りして解決へとつなげていきたいです。

4. 課題と仮説の設定

・私たちは解決策の検討から夏休み中に小学生との交流、南小学校との交流を行います。穂商フェアではわくわくランドと題して、小さい子を対象に巨大迷路や松がれ材の積み木を使った遊びの場を用意します。またわくわくランドに来てくださった子どもの保護者の方を対象にアンケートも実施します。アンケートから子育てで実際に大変だったことや子育て中の保護者へのアドバイスが得られると思います。得られた意見は冊子にしてまとめて反映させていく予定です。

5. 実践方法の検討

- ・夏休み交流(一回目)：小学生と遊ぶ・インタビュー
- ・夏休み交流(二回目)：小学生の学習支援・ビンゴ大会
- ・南小学校交流：自己紹介じゃんけん・島崩しゲーム・じゃんけん列車・手つなぎ鬼
- ・穂商フェア：松枯れ材のつみき・巨大迷路・読書コーナー・アンケート配布

6. 研究経過・実践内容

- ・夏休み児童館交流(一回目)

夏休み中に児童館へ行き、小学生の学習時間の面倒を見たり、自由時間に一緒に遊んだりしました。夏休みの課題に取り組む時間があり、私たちは児童館のスタッフの方たちと一緒に学習の様子を見てサポートしました。わからないところは教えてあげたり、一緒に考えたりしてあげることができました。自由時間では小学生の方から積極的に誘ってくれてトランプで遊んだり、けん玉をしたりしました。とにかく元気がいっぱい大変でしたが楽しい交流になりました。

- ・夏休み児童館交流(二回目)

再び児童館へ行き、小学生との交流をしました。今回は時間をいただき、私たちだけで進行をしてビンゴ大会を行いました。それぞれの担当の仕事を全うし、スムーズに行うことができましたと思います。景品が足りるか不安で多めに買っておいだったので、参加してくれた小学生全員に景品を渡すことができよかったです。景品の差はどうしても出てしまうので申し訳ない部分もあったが楽しんでもらえて良かったです。



・南小学校交流

南小学校に行き、島崩しゲーム・手つなぎ鬼・じゃんけん列車を行いました。事前に分担を決め、ルールの確認もしておいたので当日困ることは特になくうまく進めることができてよかったですと思います。初めての小学生との交流だったが児童館で会っている子も居たし、先生方も優しく見守ってくれていたのもとてもやりやすい雰囲気でした。先生からアドバイスももらうことができ、今回の学習では楽しむだけでなく学習できる部分もあったのでよい時間になったと思いました。

・穂商フェア わくわくランド

わくわくランドでは小さい子を対象に巨大迷路や松がれ材の積み木を使った遊びの場を用意しました。またわくわくランドに来てくださった子どもの保護者の方を対象にアンケートも実施しました。アンケートの配布ではキッズパークの参加者に着目して廊下で待機されていた保護者の方を中心に配ることができました。子育て真っ只中の保護者の方だったのでよりよい意見がたくさん得られたと思うのでよかったです。格技室に来てくれた子どもたちと一緒に遊んだり声をかけたりしてコミュニケーションをとることができたのでよかったです。松枯れ材の積みきは子どもだけでなく大人も楽しんでくれていてよかったです。アンケートで得られた意見を集計し細かく分類して冊子にまとめる作業をしています。

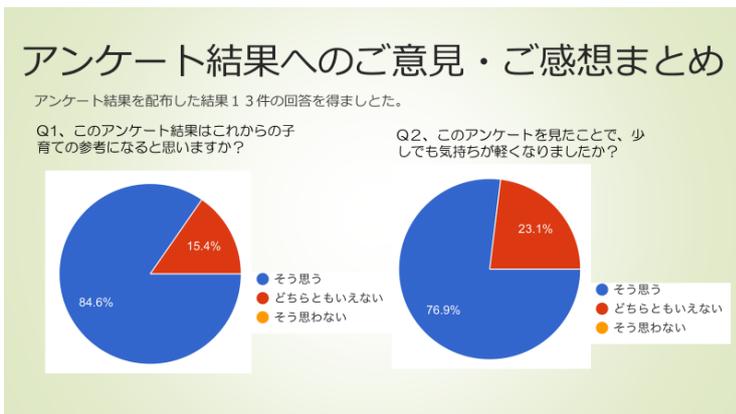




7. 結果

・実施したアンケートの結果は以下のようにまとめ、安曇野市内の児童館や保育園で保護者の方々に配布させて頂きました。

結果は以下の通りでした。



アンケート結果へのご意見・ご感想まとめ

お母さん・お父さんからのご意見

自分の子供とは違う悩み事や、共感できる内容がたくさんあり、とても参考になりました。クスッと笑ってしまうような回答もあり、純粹に楽しめました。回答を見た方からのエールを読み、男の子ママとして、ぎゅーっとできる時にたくさんハグしてあげようと思いました！地域の高校生がこのような取り組みをしてくれて、私たちも励まされた気分です。ありがとうございました！

父親としてもっと育児に参加しなければいけないと強く感じました。高校生がこの結果を見て、どう思ったのか、育児の辛いイメージだけを残してしまったのではないかと心配しています。大変な分、可愛さや癒しもたくさんあるので、皆さんも将来はパパママになってくれる日を先輩としてお待ちしております。

結果の集計や考察おつかれさまでした。他の方々が子どものことでどんなことを考えておられるのか、参考になりました。子育てをしてみて分かることがたくさんある中で、みんな悩みながら頑張っているのだなあと共感できるところがありました。しかし、子育てについての公的な支援や要望が多岐にわたり、子育てをしているのだから、もっと支援があって当然や、してもらいたい願いがたくさんあり、そのような気持ちがあればあるほど、支援がない場合に負担感が増すのではないかと感じました。

せっかく集めた意見なので、学校で終わらせずに、安曇野市の子育てに対する意見を市の方へ提出して頂ければイチ母親としてとても助かりますのでご検討の程宜しくお願い致します。

アンケート結果へのご意見・ご感想まとめ

お母さん・お父さんからのご意見

私自身、1歳半の子育て真っ只中にあり、アンケート結果はどれも共感するものでした。1歳半にもなると自己主張し始め、着替えはいやだ、オムツ替えもいやだ！ご飯いらない、アンパンマンせんべいをよこせ！と、所謂「宇宙語」と泣きで主張してきて、一日が終わるとグツリしますが、それでも大変だとはあまり思っていません。言うこと聞かない子どもに腹を立てることも毎日ありますが、それでも、大変というかまあこんなもんでしょ。と思いつつ、今日も無事に命を繋いで生きることができた、それだけでOK!!くらいに捉えています。なので、アンケート結果に対して、あーうちもあるある、どこも一緒だな、お互いお疲れ様!!と思えますが、気持ちが軽くなったというのとはちょっと違うかもしれません。私はむしろ、これから社会に出て子どもを生み育てていく高校生の皆さんが、このアンケート結果に対してどのような感想を抱いたかを知りたいです。皆さんとお話できる場、機会があれば是非お話ししたいです。

高校生のうちから子育てについて考えることは、とても大切だと思います。頑張ってください！

忙しい中、分かりやすくまとめて頂いてありがとうございます。

キッズパークにて子ども達がお世話になりました。アンケート結果を見て共感できる部分も多くあり、またそんなこともあるんだ~という発見もありました。今は大変でしかないですが10年、20年後に楽しかったと思える子育てをしていきたいです。

8. 今後の課題

・1年間、子育て支援に関する課題解決に向けて進めることが出来ましたが、まだ未解決なものや私たちが関わることの出来なかった社会的な制度の部分ではまだまだ多くの課題が残っています。今後もこの活動を引き継いで新たな課題を解決してくれると嬉しいです。

9. おわりに

・1年間私たちは高校生でも関われる範囲内で活動を進めてきました。小学生との交流、キッズパークや児童館のお手伝いを通して保護者の方から直接子育てについて意見を頂戴することができました。また、保護者の方を対象にアンケートを実施させてもらい、多くの意見が集まりました。全ての意見に目を通し、結果内容をまとめたものを再び配布させて頂きました。この1年間、私たちがここまで活動を進めてくることができたのは社会福祉協議会の方

のサポートや保護者の方々のご協力のおかげです。私たちの活動を手助けして下さった
方々に心から感謝しています。ありがとうございました。

心のバリアフリー・KIDSタウン

【講座名 地域福祉】

【協力機関】

- ・社会福祉協議会・地域包括センター（窪田様・山岸様・二木様・門田様・長岡様
- ・豊科市役所福祉課（岩原様・水谷様・竹中様）
- ・穂高南小学校・穂高西小学校・穂高北小学校・大町北小学校・松川小学校・豊科北小
- ・穂高中央児童館・小林食品様・降旗餅店様・Mrドーナツ様・穂高商業1年生・2年生

【1】はじめに

福祉全体に携わる各種講座受講から福祉の現状を把握、障害者の立場目線で体験実習。
実体験の学びから身近な人や地域の方々に、日々の生活の中で行動に移し役に立てるよう、
知識を深める。KIDSタウン開催で地域子供たちとの交流の場を提供。
販売実習から、礼法・言動・身だしなみ・接客など、「おもてなしの心」を育む。

【2】問題の発見

- ・人の五感、視覚・聴覚・嗅覚・触覚・味覚で構成、一つでも障害があると、生活は困難になる。
- ・見えない・歩けない・理解できないなど、実際に体験しないと人に寄り添う事はできない。
- ・文字を読み、頭で理解した知識だけを身につけても、すぐに役立つための行動は難しいと思う。
- ・児童受入れには苦勞が多く、担当生徒の補助・応援・タイムテーブルを入念に立てる必要がある。
- ・協力支援や助言くださる方々の団体や業者への依頼承諾など、信頼関係と繋がりを築く大切さ。

【3】解決策の検討

- ・障害を持つ人たちと関わり、自分たちが実際に体験することで、理解を深めたいと考えた。
- ・ずくをだす・足を運ぶ・あきらめないなど楽をせずに取り組み、新たな道を開く姿勢で頑張る。
- ・検討・打合せ・準備の時間に重きを置き、信頼関係の深いチームを作る。
- ・福祉施設・学校・業者様へ何度も出向き、詳細な打合せを重ね協力をお願いした。
- ・ポスター・要項・パンフレット・詳細説明など、配布文書で理解を深めてもらう。



【4】課題と仮説の設定

- ・点字読み書き・アイマスク着用・視覚障害について事前学習準備



- ・車椅子構造使用方法・KIDS開催ワサー・プレート・名札作成準備



【5】実践方法の検討

- ・どんなことを体験したいのか話し合い、各所に連絡を取ってもらい、講座を準備してもらった。
- ・地域小学校訪へKIDS開催説明訪問・案状要項・申込書・ポスター配布・学校HPWEB申込受付。
- ・部門別企画書シフト表作成・作品製造過程確認・体験学習に向け模擬実習・仕入商品数量等検討。
- ・KIDSデパート（うまいもん市）・KIDS喫茶・目玉商品・階段アート作成など、随所に創意工夫。



【6】研究経過・実践内容

- ・点字学習では、大変な困難さを体験、障害を持つ方の生活の大変さを身に染みて感じました。
- ・アイマスクで歩いてみた際、視覚が遮断されることで周囲の音や空気感に敏感になる事を体験。
- ・道路・交差点などの不安感大きく・始めて訪れる場所は困難な点が無限にあると痛感しました。
- ・生まれつき障害を持つ方と、何らかの理由で健常者から障害者になった方には違いがあると実感。
- ・認知症学習実体験から、自分たちのできる事自主的に勇気を持って行動に移す大切さを学んだ。



【7】結果

- ・ 障害者の方々の目に見えない努力をほんの少しであるかもしれないけど気づくことができた。
- ・ 当たり前のことだと感じて過ごしている毎日が、実はほんとうに幸せなことなのかと痛感した。
- ・ 決して他人事ではなく、いつ自分自身にも訪れるかもしれないと過ごすことの大切さを学んだ。
- ・ 子ども達の笑顔に苦労が報われ、背を向けず困難を乗り越えた結果、大きな達成感が得られた。
- ・ 「優しさ思いやり」「あきらめない心」「前に踏み出す勇気」など、身につけることができた。
- ・ 認知症サポーター受講で、サポーター視覚取得（カード・リング）地域に役立つ人になりたい。



【8】今後の課題

- ・ 障害者ボランティア活動に積極的に参加し、周囲の方々に伝わる活動を自主的に行いたい。
- ・ 正しい知識を身につけるため、より深い勉強の機会があれば受講したいと思う。
- ・ 直面した出来事に、見て見ぬふりをせず手を差し伸べられる行動力実行力が必要である。
- ・ 中止は簡単であるが、困難なことをあきらめずに、KIDS継続に向け全力で頑張ってみる。
- ・ 自身の気づき・成長・前進へと繋がり、「心が育つ」研究に取り組むことが大切だと思う。



【9】おわりに

日本で身体障害・精神障害・知的障害のある人はわずか国民の9.2%、障害のない人が多数を占め障害を持つ方・高齢者の方々には生活しにくい環境が多く、困りごとを生むバリアとなっています。物理的・制度的・情報面・意識など、私達は至る所にある障壁に気づかずに過ごしていたのです。

- ・ 障害のある人ない人全ての方が「参加しやすい社会」
- ・ 解消するために何ができるのか「気づき声をかける」
- ・ 人の身になって考える本物の優しさ「行動を起こす」
- ・ 意識上の障壁をなくす大切な事「心のバリアフリー」

～ ひと是一人では生きていけない ～

地域皆さまから学び得た知識と、より広い視野を持ち「あたたかく優しい心」を育み続けます。



安曇野の特産品を広めるために

講座名 特産品

<焼菓子班>

<飲料班>

<マカロン班>

協力企業 みいまあ工房 サントウールムラカミ



1. はじめに

安曇野の特産品ってわさび以外にあるの？その話題から始まり、地域の人たちに聞き込みをすることに。穂高のあるケーキ屋さんに聞き込みに行った際に、地元で採れた「カシス」を使ったお菓子が販売されていた。それが安曇野産の「カシス」があることが判明。そのカシスを広めるために、「カシス」を育てているというみいまあ工房さんに行くことになった。ジャムを使ったお菓子は何かいいかみんなで話し合い、そのジャムを使って実際にマフィンやヨーグルトルットウやジュースやクッキーなどを作ってみた。その中から、穂商フェアで売るお菓子を絞り、結果、「クロッフル・ヨーグルトルットウ・ジュース」を販売することに決定。みいまあ工房さんと協力をしながら、作るお菓子に合った硬さのジャムを特別に作って提供していただき、私たちは、穂商フェアでそのジャムを使った3種類のお菓子・飲料を販売。思った以上に好評で、クロッフルはすぐに売り切れてしまった。その他のお菓子・飲料もその後売り切れてしまった。

2回目となる販売は、最初「マカロン」を計画していた。だが、自分たちでの制作となるとなかなか難しく、何回も失敗してしまった。そこで、お店の方に協力を仰いだが、水分量が難しく、作るのは困難と言われてしまい断念。改めて、作るものを見直し、「メレンゲクッキー」ならと、引き受けてくださった。「カシスメレンゲクッキー」を校内販売、そして地域のお店でも販売をしてもらうことができた。

2. 問題の発見

まず、自分たちも含め安曇野の特産品を知っている人が少ないと感じた。5月のフィールドワークで、アレグリア、KIIIIYA、NOJIRI、よろづやいっかく、一休庵、大王わさび農場等々へ行き、店の人に安曇野の特産品を聞いたところ、ワサビやリンゴと答える人が多かった。また、売っている商品には、安曇野産のリンゴやイチゴ、カシスなどを使ったケーキやお菓子などが見られた。

他の問題として、若者の集まる場所が少ないと感じた。フィールドワークで訪れた店では、店内に若者があまり見られなかったり、訪れた時間帯もあってほぼガラガラな状態の店もあったりした。

5. 実践方法の検討

それぞれのグループに分かれて特産品を使ったお菓子やジュースなどの試作、または企業の人をお願いして作ってもらう。

また、デコレーションなども映えを狙って若者の興味をそそるような商品を考えることで、見た目も楽しみながら美味しく食べてもらい、たくさんの人に安曇野の特産品について興味を持ってもらうことができる考えた。

カシスを地元のカシス農園さんと協力して、老若男女食べやすいジャムにする。

カシスジャムをメインにリンゴジャムやリンゴカシスジャム、ブルーベリージャムを使ってクロッフルにかけたり、ヨーグルトルットゥにしたり、ソーダにしたりしてまずは穂商フェアで販売する。珍しくて簡単に作れるお菓子と特産品を組み合わせることで、よりインパクトが強まったり、レシピを作って穂商フェアでおいておくことで、家でも作ってくれる人が出てきて、多くの人に知ってもらえるかもしれないと思った。

穂商フェアではアンケートを実施し、感想を書き込んでもらい、どのようなところが良かったかや改善したほうがいいかななどの意見や要望を聞いて、カシスを広めるための方法を再検討する。

6. 研究経過・実践内容

<焼菓子班>

試作では...

クロッフル

ジャムの容器のままだとかけにくく、見た目が悪くなってしまいうので、口が細い容器を使ってきれいにかけられるようにする。こころえさんが四角い割り箸よりも丸い割り箸のほうがやすいとおっしゃっていたので丸い割り箸を使う。



ヨーグルトルットゥ

ジャムが水っぽく見た目が悪くなってしまい、使いづらいため、みいまあ工房さんにジャムを固めに作ってもらった。一番最初に作ったときは焦げてしまったが、何度も試作をして焦がさずにうまく作れるようになった。



マフィン

売ることはできなかったが試作をして少し焦げてしまったが色が毒々しくインパクトがあり、味は美味しかったがもう少しブルーベリーの味がしてもいいなと思った。



穂商フェアでは...

クロッフルが人気で終

了時間より前に売れた。ヨウルトルトゥはクロッフルと比べたら売れるスピードはゆっくりだったが、用意した個数はすべて売れた。注文が来てからクロッフルにソースをかけて粉砂糖をかけるが、量がバラバラになってしまった。



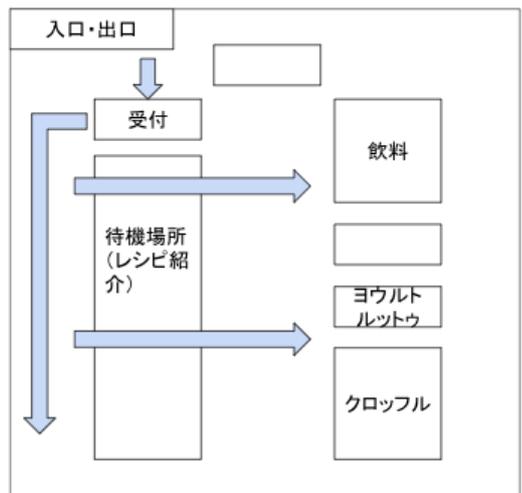
来ていただいたら「いらっしゃいませ」や「ありがとうございました」などの声かけもできたので良かったと思う。

アンケートは結構好評で「形がかわいい」「味がいい」「ジャムを売って欲しい」などの感想や要望があった。「ジャムの量が多い」という意見もあったので穂商フェアの反省を活かし、試作しながらもっと良いものを作りたい。ジャムを売ってみるのもいいと思った。

会場の導線

クロッフルは販売する場所で作って注文が来てからソースと粉砂糖をかけてお客様に渡す。

ヨウルトルトゥは調理室で作ってから商品実験室で販売する。



券を買ってもらってから買うものの場所に行き券と商品を交換する。レシピを作って置いておいて、お客様に見てもらって興味を持ってもらう。待機場所を作り、作っている間そこで待っていてもらう。

入口のところに特産品講座が販売しているのがわかりやすいように安曇野の特産品の絵や今回私達で作った「クロッフル」「ヨウルトルトゥ」「カシスジュース」の絵を書いたポスターを設置し少しでも興味を持ってくれたら嬉しいと思う。



<飲料班>

・ジャムとソーダや水だけでは甘さが出なくて味気が足りなくなってしまったので柑橘系の炭酸水に変更してみたり、ガムシロップで甘さの調節をした

・レモンスライスを入れようとしていたがレモンが浮いてきてしまったため見栄えが悪く断念、その代わりに柑橘系の炭酸水で補うことが出来た



・カップもストローレスなどを考えたものにしてみたが、飲みにくいのでストローにした
 ・ロゴも色の配色でカシスをイメージしたり、若者がターゲットということでハートを取り入れたり今どきな可愛らしいデザインを授業で体験したキャンバを活用して何個も候補を上げながらデザインすることができた。

・スムーズに作れるように食器、カップ、材料の配置を考えて円滑に販売が行えるようにした

・原価計算を行い1杯いくらで何杯販売するのかを考えた

・メニューや価格がわかりやすいよう看板ポスターのような掲示物も大きな字で見やすい配色も考え作成することができた。

・設置しておいたアンケートにも可愛い、美味しかったなど見た目も味にも満足していただけたような回答が多くとても嬉しかった。



<マカロン班>

班で2、3回ほどマカロンを作ってみたがどれもうまくいかなかった。マカロンを作っているお店に片っ端から電話をして協力を求めた。マカロンの製作はできるがカシスを使うとなると分量の研究やお店の商品開発をするための時間が無くすべてのお店から断られてしまった。

マカロンを諦め、マカロン以外のお菓子を考えることにし、マカロン製作の余った材料で作った、メレンゲクッキーが、見栄えも良く、カシスを入れたら味もおいしそうと、計画を進めることにした。穂商フェアでは、メレンゲクッキーにジャムを挟んで提供したいと考え、試作をしてみた。メレンゲクッキー自体は成功したが形が同じにできなくて、マカロンのようにカシスジャムを挟むのもジャムが緩くて、しっかりとくっついてくれないため販売するには無理があると考え、穂商フェアでの販売を断念した。

穂商マーケットでいつもお世話になっていた、サントウールムラカミさんがメレンゲクッキーならと制作を引き受けてくださった。

穂商フェアには間に合わなかったが、サントウールムラカミさんに協力してもらえることになり、カシスのメレンゲクッキーの製品化に向けて講座全体で動くことになった。お店の方に様々なものを作ってもらい、はじめは甘すぎてカシスの味が全くなかったが砂糖を減らしてもらい少しでもカシスを感じられるようにしたり、一口で食べられるよう大きさを考えたりいろいろ考えて製作を進めることができた。

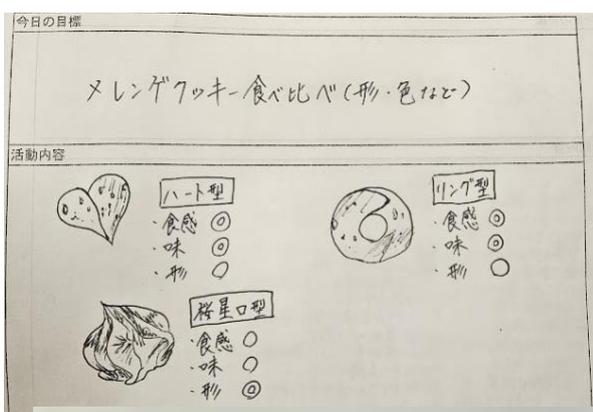
泡が出ている



ひび割れ



中が空洞



講座全体で、納得のできるものが完成し、2/6の校内販売に向けて、カシスを印象づけようと、自分たちでラベルも制作した。

また、V i f 穂高さんにお店においてもらうことが決まった。



**Vif穂高
にて販売**

ふわっとサクッと楽しい食感!!
是非おひとついかがですか?

サントゥールムラカミ
さん製造

カシスメレンゲクッキー

みいまお工房さん製
カシスソース

**1袋
360円**

穂高商業高校課題研究 特産品班考案

7. 結果

課題研究発表会を終えて、仮説で立てた世界のお菓子里に安曇野カシスなどの地域のものを使って作ったらお客さんたちは興味を持って買ってもらいやすくなるは、実際にあっていし、予想以上に反響があって嬉しかった。カシスというもの自体知らない人のほうが多いのでカシスに興味を持って挑戦しようとする人やヨウルトルトゥという名前に興味を持って買う人、見た目のインパクトで買う人が多く、「興味を引く」という点では仮説を立証できた。販売を終えたあとのアンケートの結果でも見た目の可愛らしさや味の美味しさ、初めてカシスを食べた感想など嬉しい意見や感想がたくさんあって参考にも励みにもなった。カシスという安曇野で作られている特産品を知ってもらえる、さらには課題解決の第一歩にもなった。

8. 今後の課題

今後の課題は、穂商フェアという学校内のイベントでしか販売ができなかったのでまずは地域の人たちに知ってもらえるように直売所とか地域のイベントで販売させてもらったりしてカシスの知名度をもっと高めること。特に、“安曇野”のカシスを知ってもらえてない気がするので宣伝が必要。

9. おわりに

今回、安曇野の特産品を考えていく中で、安曇野の特産品はわさび、そば、りんごが地域の人達に親しまれていて、もっと「生産が国内でも少ない」という貴重なカシスや「あまり知られていない」夏秋いちごなどの果物が知られていないのがもったいないし、特産物として広められていないのがもったいない、特産品が少ないという課題を発見し、それに対して世界のお菓子という珍しく馴染みのないものだけど

作り方は凄くシンプルで日本人でも食べやすいものと合わせることでお客さんたちの目を引くものにした。試作を何度も重ね、少しアレンジをしたりして完成した。

企業さんと協力することで店舗にカシスのメレンゲクッキーが置かれ、少しでも多くの人目に留まることができるので、特産品を広める第一歩となった。また、ヨウルトルトゥヤカシスソーダのレシピを制作し、直売所などにおいてもらうことで家でも作れるお菓子になり、さらに馴染み深いものになって欲しい。

カシスメレンゲは、最初からずっと苦戦していて卒業ぎりぎりに話がまとまって、ほんとはよかった。班の人たちとたくさん協力しておいしくてかわいいお菓子を完成させられた。この授業がはじまったときはどうなるか全然予想できなくて開始が遅れてしまった。難しいものを無理に作ろうとしてしまい挫折した。もっと簡単に考えて、穂商フェアで販売したかった。今回は保護者などに販売することができなくてとても悔しい。ピフ穂高さんに置いていただき、買っていただけていると聞いてとてもうれしく思った。レギュラー化してもらってこれからも置いていただけたら最高にうれしい。一年間かけてやっと作ることができて班のみんなとの絆もすこし生まれた気がする。この授業を通して、人に協力してもらうことの大変さ、自分たちで一から調べたり計画したりしたことの大変さ、計画がうまくいかなかったらまた一から考え直す大変さなどをたくさん感じた。一年間いろんなことをたくさん経験できて、どんなことが起きても受け止められるような人になりたい。もっともっと対応力をつけたいと思った。

～レシピ～



hosy
ヨウル
作

UKIREI BEVERAGE

CASSIS CASSIS DRINK

material

- ・カシス・カシスリンゴジャム... 大
- ・ガムシロップ... 1/2 個
- ・氷
- ・水・レモンライム炭酸飲料... 200

- 1 カシスorカシスリンゴジャムをカップに大さじ2杯入れる
- 2 ガムシロップを1杯入れる
- 3 氷を入れる
- 4 水orレモンライム炭酸飲料 200ml 加える
- 5 お好みで混ぜて完成

作り方

※はじめにオーブンを
1.パイ生地を正方形
2.四つ角に3.5センチ
お好みの量を真ん中
を、風車みたいに
3.200°Cオーブんに
4.お好みで粉砂糖を



さくもち! クロッフル

材料・使うもの

- パイシート
- カシスソース
- ブルーベリーソース
- ワッフルメーカー
- 割り箸



作り方

- 1.パイ生地をななめに切ります。(二等辺三角形になるように)
- 2.三角形の頂辺を向こう側にして、端を少し折ってから頂点に向かって巻きます。
- 3.ワッフルを作る機種に先ほど作った生地を置きます。
- 4.約4分焼きます。
- 5.焼けたら串をさします。
- 6.最後にお好みのジャムなどをのっけて完成です!

令和6年度 第1回穂商フェア

1 概要

3年次の課題研究で取り組んでいる「地域人教育HOTAKA」という地域と連携した探究的な学びの発表、実践、検証、調査の場とする。

2 日時 令和6年10月26日(土) 10:30~14:00

3 内容

- (1) 販売実習(池工・南農・穂商・丸山菓子舗 連携開発商品 米粉どらやき「いなほ」など)
- (2) キッズビジネスタウンほたか(小学校1~6年生対象)
- (3) ワクワランド(乳幼児~小学校低学年対象)
- (4) アンケート調査、インタビュー調査
- (5) ワークショップ、イベント企画
- (6) ポスターセッション、プレゼンテーション

令和6年度 第1回穂商フェア実施 内容一覧

講座テーマ	区分	場所	ブース名	内容
デザイン・動画制作	イベント	第一体育館	射的屋さん	射的(景品→大当たり:おもちゃ、外しても参加賞あり)
ICT活用	ワークショップ	簿記室・校内	「マルチアルキ」アプリを利用したAR模擬体験(スタンプラリー)	スタンプラリー、達成者にはプレゼントあり
スポーツビジネス	イベント	第二体育館	ミニ運動会(一般参加可)	イントロ当てクイズ、スリッパ飛ばし など 生徒によるステージ発表
	商品販売	音楽室前通路	健康食堂	地元の素材を使った豚汁、トルティーヤ、スムージー
観光	展示発表 アンケート	第一体育館	わさび班	パネル展示、わさびの新商品に関するアンケート調査
	展示発表		湧き水班	パネル展示、クイズ(景品あり)、ゆるキャラ来場(あづみーず)
交通	ワークショップ	第一体育館	ペーパークラフト、ぬり絵、フォトスポット	鉄道に関する展示、フォトスポット ぬり絵やペーパークラフトなどの体験
衣食住	展示発表	第一体育館	衣チーム	リメイク作品の展示
衣食住	展示発表	第一体育館	食チーム	朝食に関するアンケート結果の展示と発表
特産品	商品販売	商品実験室	安曇野産のカシスジャムを使った飲料とスイーツの調理・販売	カシスソーダジュース・クロッフル・ヨウルトルトゥウの販売
地域交流	イベント	第二体育館	公民館活動への参加報告	大道芸(ディアポロ)の発表と体験(無料) 公民館など地域からの依頼で作成したポスターの展示
地域福祉	商品販売	学習室	喫茶店	コーヒー、ジュース、紅茶、コーラ、オレンジ等の飲み物の販売
子育て支援	イベント	格技室	ワクワクランド	本の読み聞かせ・巨大迷路・松がれ材の積み木を小さい子向けに用意
穂商バージョンアップ	商品販売	音楽室	オレラのかふえ	穂高商業、池田工業、南安曇農業、丸山菓子舗 共同開発商品 米粉どらやき「いなほ」 初お披露目 & 販売 ※定番商品「穂商シュー」も販売
	展示発表	中庭、校内	穂商リノコラージュ.ミュージアム	あるものを生かして魅力的な空間に
キッズビジネスタウン ほたか(事前申込制)	商品販売	第一体育館	[一般向け販売あり] キッズデパート/秋の味覚フェア	大福、おこわ(山菜、豆)、おにぎり、お寿司、パン、ドーナツなどの販売
	イベント	第一体育館	福祉体験(車イス、点字)	車いすの体験、アイマスクを使った歩行体験、点字の体験
	イベント	3-1、3-2、3-3	製造体験コーナー	スライム、バスボム、マグネット作成
	イベント	3PC室	楽しいパソコン教室	ゲームプログラミングの体験

令和6年度 課題研究発表会

3年次の課題研究の時間では「地域人教育HOTAKA」の取り組みを行っています。地域は「自分の未来をかたちにする場」と考え、地域の人たちとのコミュニケーションやコラボレーションをはかりながら「人と一緒に創る力」、地域や地域経済を理解し地域連携、地域貢献を行う「隣人と生きる力」、自ら企（起）業したり事業を創出するための「コトを企（起）こす力」を身につける 探究的な活動を行います。

本年度は、地域企業や市役所、社会福祉協議会、小学校、幼稚園・保育園など、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」活動を行ってきました。

順番	時間	講座名	発表テーマ
	13:10～	開会式	
1	13:20～13:30	デザイン・動画制作	SNS を活用した地域活性化
2	13:32～13:42	観光	2W ～ Water & Wasabi ～
3	13:44～13:54	スポーツ ビジネス	パンプアップしましょうあっぷっぷ ～筋肉もパンプアップ 地域との関りもパンプアップ～
4	13:56～14:06	地域交流	地域活動 ～公民館活動に参加して～
5	14:08～14:18	交通	穂高駅を盛り上げよう
6	14:20～14:30	衣食住	2組：朝食ノススメ 3組：SDGs リメイク
10～15 分間休憩			
7	14:45～14:55	2年生	安曇野市の課題解決に向けて
8	14:57～15:07	穂商バージョンアップ	「こたえはどら焼きのなかに隠れている」 「リノコラージュ」
9	15:09～15:19	ICT 活用	信州学 ～安曇野バージョン～
10	15:21～15:31	子育て支援	「安曇野子育て支援」 ～高校生の私たちにできること～
11	15:33～15:43	地域福祉	福祉体験 ～心のバリアフリー～ KIDS タウン ～輝く笑顔のために～
12	15:45～15:55	特産品	安曇野を届ける ～カシスの特産品にするために～
	16:00～	閉会式・講評	