

令和7年度

課題研究「地域人教育 HOTAKA」報告書

今年度活動した講座				
自然	施設・企画	松本山雅	人口	公民館
特産品	交通・観光	茶道	社会福祉協議会	

2025

第二回 穂商フェア

2025
10.25 (土)

場所 穂高商業高校

内容 地域人教育HOTAKAとPBLの学習発表会

時間 10:00~11:00 全体発表会 (第2体育館)
11:00~14:00 ブース企画 (第1体育館)
ワークショップ・販売・発表・調査等

LINE Instagram



長野県穂高商業高等学校

令和7年度卒業生

目次

講座名	ページ
自然	3-12
施設・企画	13-15
松本山雅	16-17
人口	18-23
公民館	24-32
特産品	33-38
交通・観光	39-42
特産品・茶道	43-45
社会福祉協議会	46-59

自然講座 ①

安曇野の地下水の現状分析と広報活動

(1) はじめに

課題研究の授業では安曇野市長からご講演いただき、そこで安曇野の地下水が大阪万博で展示されることを知った。その後、市役所の環境政策課の方に安曇野の地下水のどういったものなのかや、現状の課題などをお話ししていただいた。そこで、安曇野市の水は日本名水100選に選出されていることや、安曇野の地下水は年々減少していることなど様々な課題がわかった。

安曇野市の水道水は100%地下水を利用しており、水は6~7割が市外からの流入に依存している。地下水・湧水は過去30年間で約1億2千万トン減少しており、温暖化による積雪量の減少と融解速度の加速（土に留まらず蒸発）や田んぼの減少による地下水への浸透量の低下、道路やビル増加によるアスファルト・コンクリート舗装化（水が染み込む土の地面の減少）が原因であることがわかった。その結果、河川の干ばつ、生態系の破壊、わさび・稲作の品質悪化や収穫量低下、飲料水・井戸水の減少などの悪影響があることがわかった。

(2) 安曇野の地下水に関する調査

市役所の方のお話から、「あづみの水結」と呼ばれる、安曇野の地下水の保全活動や広報を行っている団体に加入した。使われていない田んぼに水を張り、地下水の減少を止め、そこを有効活用して地下水について遊びながら学ぶイベントを考えた。そこで、国営アルプス安曇野公園が「泥リンピック」と呼ばれる泥遊びのイベントを行っていること取材をした。

取材では、実際にどのようにイベントを実施しているのかや当日使われる田んぼの見学などをした。その際に、泥リンピックはたくさんの大学生が運営にかかわっていることや田んぼに水を張る際に使用する農業用水の使用は法律で厳しく制限されていることなどがわかった。また、泥リンピックに参加をした。その際に、実際の現場の難しさや厳しさを感じた。

以上のことに加え、本講座のメンバーで安全性の確保が難しいことや、公園内の田んぼの利用では本来の目的である「使われていない田んぼに水を張る」と、ずれてしまうことなどからイベントを中止した。

次に、安曇野の地下水を学ぶとともに、ほかの参加者との交流も目的に水結の地下水の保全活動の一環である池（安曇野市わさび田湧水群憩いの池）の清掃ボランティアに参加した。そこでは「梅花藻」とよばれる水のきれいなところにしか生息しない植物がいることや水を利用する企業の方も活動に参加していることが分かった。

また、水の味に注目してサントリー天然水北アルプス信濃の森工場の見学を行った。そこでは、雨水か地下水になるまでに20年の歳月がかかることや地下水を育てるためには森そのものを守ることが重要であり、そのために間伐や植樹を行う必要があることがわかった。そこで、我々も植樹の活動をしようと企画したが、様々な課題が浮上り断念した。

以上の活動から、安曇野の地下水やあづみの水結のさらなる情報発信が必要だと考え、興味を持ってもらう、知ってもらう、覚えてもらうことを穂商フェアでの目標とした。

(3) 穂商フェアでの活動

①安曇野の地下水の情報発信、現状調査

情報発信では、安曇野の地下水の現状や課題などをまとめたポスター、市役所からお借りした大阪万博で展示されていた地下水の仕組みが学べるジオラマ、DVDの投影、パンフレットの展示、発表、利き水チャレンジを行った。

現状調査では、安曇野の地下水が減少していることを知っている人、知らない人はどのくらいいるのかを調査した。

②あづみの水結の情報発信

あづみの水結公式インスタグラムのフォロワー数を30人（9月12日14:52時点）から30人増やすことを目標にした。そのために市役所からあづみの水結のパンフレットなどをお借りし、フォローしてくださった方にはコーヒーの割引券を配布した。穂商フェア終了直後では26人増加した。

③コーヒーの販売

安曇野の地下水に付加価値をつけるために安曇野の地下水を使用したコーヒーの販売を行った。また、穂商フェアの来場者の皆様に楽しいひと時を過ごしていただきたいということ、出てきた利益を水資源を保全する団体に寄付することを目標とした。

Beans Baseさんにご協力いただき、コーヒーの淹れ方を学習事前に店主の赤沢さんから研修を受けた。コーヒーの入れ方や水質による味の違いなどを学び、貴重な体験となった。

売上高は121,750円だった。仕入や販売は130,816円だった。差し引きで9,066円のマイナスであった。コーヒーは160杯売れ、来場者の満足度を高めるために穂商シューやケーキ、子供向けのジュースも販売した。セット値引きは59件実施され、販売促進策として一定の効果を示した。マイナスの原因として初期の設備投資（コーヒードリッパーや消耗品など）が多額であったことがあげられる。

地域資源である水と商品価値を結びつける効果的なPR手段となった。また、研修や販売を通じて、水質が商品品質に直結することを実体験できた。一方、ミルや器具の不足、運営オペレーションの問題など改善点も明確となった。また、泥遊びイベントや植樹の断念を通じて、高校生が単独で直接的な保全活動を行うことの難しさを認識し、啓発という形での貢献が現実的な方法であると考えられる。

利益が出なかったことから、当初の目標であった利益の寄付は行わなかった。

(4) 穂商フェアでの現状調査の目的・方法・内容

①調査

調査1：安曇野の地下水が減少していることを知っている人、知らない人はどのくらいいるのかの現状を把握することを目的として調査した。

(方法)

シールアンケート形式で行った。

(内容)

- ・地下水が減少していることは知っているか

調査2：安曇野の地下水の減少の問題や地下水を保全するためにできることを知っている人はどのくらいいて、具体的にどのような内容なのかを把握、本講座の発表の評価を把握するために行った。

(方法)

グーグルフォームでアンケートを行った。

(内容)

- ・住んでいる地域（安曇野市、松本市、大町市、ほか）
- ・地下水が減少していることは知っているか
- ・上記で「知っている」と回答した人に減少している原因は知っているか
- ・地下水の保全のためにできることを知っているか
- ・本講座の発表の感想

②調査結果

調査1：地下水が減少していることは知っていますか？というアンケートに対し、「はい」と答えた人が37.3%、「いいえ」と答えた人が62.7%であった。

調査2：地下水の保全のためにできることで「田んぼでの涵養」といった回答を得ることができた。発表の評価として「課題の設定とそれを掘り下げて考えられていて、思い込みなく柔軟に幅広く取り組まれていたと思います。」「地下水の問題のことは全然知らなかったもので、地下水のことをよく知れる良い機会でした。」といった好評価を得ることができた。

③考察

1つ目のアンケートにより、地下水の減少について知らない人のほうが多いことが分かった。安曇野市が行った地下水保全のためのアンケート（2024）の、「地下水が減少していることを知っているか」で知っていると回答した割合は53.4%であった。この結果と比較すると、穂商フェアでのアンケートの「知っている」の割合が37.3%は少なく感じた。これは、安曇野市のアンケートが地域や年齢を考慮し、無作為に抽出した市民を対象としているのに対して、穂商フェアでのアンケートはその点を考慮していなかったことも関係していると考察した。

また、地下水の減少に関わるアンケートへの誘導、コーヒーの販売促進のために、アンケートの隣で安曇野の水とエビアンを使用した利き水イベントを実施した。利き水参加者のうち、60%の参加者にアンケートに回答してもらえた。また、コーヒーへの誘導も行うことができた。このことから、利き水イベントを行ったことによる効果は十分にあったと考えた。

(5) まとめと課題

安曇野の地下水が大阪万博で展示されたことを知り、市役所や企業への聞き取り、ボランティア活動、施設見学を通して地下水の現状と課題を学んだ。安曇野の水は名水百選に選ばれている一方、温暖化や田んぼ・森林の減少により地下水量が年々減少していること、涵養のためには農地や森の維持が不可欠であることが分かった。穂商フェアではポスター展示、ジオラマ、利き水、発表、アンケートなどを行い、その結果「地下水が減少していることを知っている」と答えた人は37.3%と認知度の低さが明らかになった。また、水結のインスタフォロワーは26人増えたものの、新規加入者は1名にとどまり、興味から行動につなげる難しさも課題として浮かび上がった。さらに、地下水を活用したコーヒー販売は初期費用がかさみ9,066円の赤字となり、費用対効果の改善が必要である。

本活動を通じて、安曇野の地下水が減少し、その要因が複合的であることを理解した。また、地域住民・企業・行政が協力しながら水資源を守っていることを学んだ。地下水保全には継続的な情報発信と市民参加を促す工夫が重要である。穂商フェアで関心を高める取り組みは成果を得たが、今後それを一時的なものにせず、継続する仕組みが必要である。機材不足や運営体制の課題を改善し、次年度以降の活動に繋げることが求められる。

自然講座 ②

地下水を増やすために

1 はじめに

太田市長や市役所の方から安曇野の観光・自然・福祉・産業についてのお話を聞いた。特に興味を持った分野は、SDGs 未来都市や大坂・関西万博で注目されている水だった。安曇野の水について調べていく中で、地下水や湧水が30年間で約1億2千万トンも減少していることが問題視されていることを知った。そして、地下水の減少は干ばつや生態系の破壊、わさびや稲作での品質悪化・収穫量の低下、飲料水の減少など悪影響を及ぼしていることが課題だと考えた。

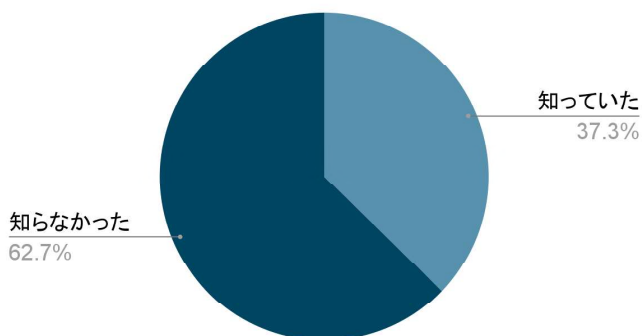
2 活動内容(4月～穂商フェア前)

私たちは課題を解決するために、使われていない田んぼに水を張り地下水を増やす取り組みに加えて泥遊びをし、地下水について学ぶイベントを考案した。しかし、安全性の確保・水利権の問題・国営アルプスあづみの公園内でイベントを行うことは目的とずれてしまうため、このイベントは断念した。次に、安曇野の自然や水について学ぶこと・地下水の保全活動を行っている方との交流を目的として、わさび田湧水群憩いの池の清掃ボランティアやサントリー天然水北アルプス信濃の森工場の工場見学に参加した。以上を踏まえて、私たちは安曇野の地下水の現状・水結の取り組みを多くの方に知ってもらい、水資源の保全の取り組みに様々な形で協力したいと考えた。そして、豊科にあるコーヒーショップのBeans Baseさんのコーヒー豆・安曇野の地下水を使用したコーヒーを穂商フェアで販売することにした。

3 活動内容(穂商フェア当日)

展示では、ポスターセッション・万博の展示・利き水を通して、今までの私たちの活動、地下水について理解を深めてもらい水結加入・水結インスタの周知につなげた。販売では、Beans Baseさんのコーヒー豆・安曇野の地下水を使用したコーヒー、穂商シュー、今回初めてとなるスティックケーキを販売した。安曇野の地下水を使用したコーヒーを販売することで、地下水について考え、学ぶ機会を提供することができた。利益は地下水の保全活動を行う団体に寄付をする予定であったが、利益が出なかったため寄付は行わないことにした。

地下水が減少していることを知っていたか



4 調査の目的・方法・内容

- 目的
地下水が減少していることをどのくらいの人が知っているかを調べるため。
- 方法
シールアンケート
- 内容
67人が回答に参加。知っていた 25人 / 知らなかった 42人
- その他
地下水について勉強する際には、SUNTORYの方の意見を聞いた。

5 調査結果

販売データ・・・売上金額×売上数量

コーヒー@300×160
穂商シュー塩の道@300×100
穂商シュー元祖@300×80
スティックケーキイチゴ@250×28
スティックケーキチョコ@250×26
スティックケーキ紅茶@250×24
アップルジュース@100×18
グレープジュース@100×9

売上純利益 30,818

水結の新規加入者数・・・1名

水結のインスタフォロワー増加数・・・26名

アンケートの結果・・・地下水が減少していることを知っている人が25人。
知らなかった人が42人。

利き水の結果・・・利き水に参加した人は108人。

6 考察

安曇野の地下水を使ったコーヒーを楽しんでもらえるように、お菓子も一緒に売ることにした。穂商フェア、文化祭などで毎年販売しており、買いに来るお客さんが多い穂商シュー。今回初めて販売することになるトリアノン丸山さんの片手で食べれるスティックケーキを仕入れた。甘い洋菓子を一緒に販売したことで、コーヒーを手にとってくれるお客さんもいたと考えられる。地下水について知ってもらうためコーヒーを売ることが一番の目的だったが、シュークリーム目当てのお客さんもいた。来年も行うことがあれば、お菓子は穂商シューのみにしたほうが注文を受ける際や包装も楽で、売れ残りも出ないのではないかと思った。穂商シューはバニラと塩バニラの二種類を仕入れたがパッケージが同じだったため、お客さんは商品を見分けることができなかった。そのため、包装する際の袋を二種類用意し、商品を見分けられるようにするべきだと考えた。穂商シューには消費期限シールがついていなかったため注意が必要。また、どの年代の方も食べることのできるものだったため、幅広い年齢の方が購入してくれた。

7 まとめと課題

地下水を増やそうと取り組んできたが、考えた案を実際に行うことはできなかつたりとなかなかうまくいかない場面が多かった。しかし、うまくいかなかったからこそ、色々な案を出し、その案を実行できるように沢山調べたことで、今まで無かった地下水についての知識を得ることができた。今回アンケートを行い分かったことは、地下水が減少しているという事実を知らない人が多かったことだ。コーヒーの販売を通してお客さんにはこの事実を知ってもらえたが、一部の人が事実を知り、地下水を増やすため行動しても結果につなげるのは難しい。また、個人としては、川の水を汚さないなどの当たり前のことしか行えず、水利権などもあるため個人の取り組みで地下水を増やすことは難しいことだと思った。そのため、保全団体や企業が行っている地下水についての取り組みを多くの人が認知し、個人はその取り組みに協力することで地下水を増やすことにつながると考えた。

8 参考文献・協力

安曇野市役所
Beans Base

1 はじめに

初めに私達は市役所職員の方にお話をお聞きしました。

安曇野市の水は、6～7割が市外から来た水で、水道水は100%地下水を利用しています。そんな安曇野市では現在、地下水や湧水が30年間で約1億2千万トンも減少していることが問題視されています。地下水や湧水の減少は河川の干ばつや生態系の破壊、わさび農業や稲作での作物の品質の悪化や収穫量の低下、飲料水の減少や井戸水の枯渇など、様々な悪影響を及ぼすと考えられています。安曇野市の水が減っている原因は、地下水の減少です。地下水は、雨水や雪どけ水などが長い時間をかけて地面に染み込み、溜まっていきます。しかし近年では、雪の降る量が、昔にくらべて少なくなっています。

さらに温暖化により雪の解ける速度が速まり、土の上に長い間とどまらずにすぐに蒸発してしまいます。また、田んぼが減ったことにより、田んぼから地下に染み込む水も減ってきており、今では、地下水がたまる量より、人々が使う水の量の方が多くなってきています。また、道路やビルなどが増え、アスファルトやコンクリートで地面が硬められる所が多くなり、水が染み込むはずの土の地面が減ってしまったことも、地下水が少なくなっている原因だと考えられています。

そんな状況の中、安曇野市は「あづみの水結活動」という安曇野の水を守る活動をしていることを知りました。、自然講座のメンバーで加入しました。

そして、私たちは市役所の方のお話を聞き、使われていない田んぼに水を張り、地下水を増やす取り組みに加えて、そこで泥遊びをし、安曇野の地下水について学ぶイベントを考案しました。私たちが考案したイベントと同じような、「泥リンピック」というイベントが国営アルプス安曇野公園で実施されていると知り、公園の方に取材をしました。すると、そのイベントは公園内にある田んぼを使って開催していることや、運営を松本大学のたくさんの学生さんがしていること、農業用水を使うには法律で厳しく制限されていることなどを知りました。この取材を通して、私たちの講座メンバー11人でケガや熱中症などの安全性などの確保が難しいことや、水利権などたくさんの問題が出ました。そして、なにより公園内で行うことは、本来の目的である「使われていない田んぼを有効活用する」という目的とずれてしまいました。以上のことから、このイベントを断念しました。

2 活動内容(4月～穂商フェア前)

次に私達は安曇野の自然を学ぶとともに、会員の方と交流を目的に、水結の活動の一貫である安曇野市わさび田湧水群憩いの池の清掃ボランティアに参加しました。そこでは、憩いの池には梅花藻という生物が生息していて、梅花藻は水質が良い水にしか生息できません。私達はそんな梅花藻を守るために雑草の清掃を行いました。池の中にある砂利についた藻やオオカワジシャなどを取り除くことで、梅花藻が生息しやすい環境を作ることが大切になってくることがわかりました。

この活動を通して、一般の方でも水を守るためにボランティア活動に参加している人がいたり、水を利用する企業の方も水を守るために活動していることが分かりました。

次に私達は安曇野の水に着目し、サントリー天然水北アルプス信濃の森工場の工場見学に行ってきました。みなさんがよく知る天然水になるまでは、森と大地の力を借りて長い年月をかけて水が育まれます。森へ降り注いだ雨は、大地へとしみこみ、地層のミネラルを含みながら濾過され、約20年の年月をかけて、天然水となります。その天然水が作られる過程で、大切なのは「ふかふかの

土をたっぷり蓄えた森」です。ということがわかりました。その鍵を握るのが、バラエティに富んだ草木や動物たちの存在なのです。サントリー信濃の森工場では、「健やかな森」を育てるために森に棲むワシやタカの仲間が子育てできる環境を守り、間伐や植樹を通して、森を育てていることがわかりました。この植樹のお話を伺った際に、私たちも植樹の活動に参加できないかと考えましたが、こちらでも難しく断念しました。

以上を踏まえて、私たちは安曇野の地下水の現状をもっと広めたい、水結の取り組みを広め、メンバーを増やしたい、そして断念していた水資源の保全の取り組みに、様々な形で協力したいと考えました。

3 活動内容(穂商フェア当日)

これまでの学習を踏まえて、穂商フェアでどんなイベントをするのがよいかと考えたときに、コーヒーが水と相性が良いという話を聞き、コーヒーを販売しようと考えました。さらに、今まで様々な理由で断念してきた地下水の保全活動により良い形で協力したいと考え、穂商フェアでの売り上げ利益を寄付したいと考えました。そのまえに、コーヒーについてもっと詳しくなることが大切だと考え、地元である穂高にあるコーヒーショップ・Beans Baseの赤沢さんにコーヒーレッスンをしていただきました。コーヒーに関する知識から、コーヒーと水の関係など様々なことを学びながら、どうしたら穂商フェアに来ていただいたお客様に手に取っていただけるのかを考えました。また、このレッスンでは口座のメンバーが安曇野の水を使ってよりコーヒーのうまみを引き出せるようなコーヒーの淹れ方をレクチャーしていただきました。

コーヒーの販売だけでなく、お客様により安曇野の水の現状を知ってもらい、水に対する関心を持ってもらうために、展示について考えました。展示では、今年の大阪万博にて安曇野市役所が展示したジオラマをお借りして、安曇野の水の流れを視覚的に理解してもらうような展示を行いました。

展示だけでなく、体験的なイベントをすることでより簡単に、わかりやすく安曇野の水に興味を持ってもらえるのではないかと考え、「利き水」を実施しました。安曇野の水が日本人にとってなじみ深い「軟水」であることを利用して、海外製の「硬水」と比較することで、安曇野の天然水のおいしさを知ってもらおうと考えました。

さらに、安曇野市が行っている代表的な地下水保全活動である「水結(みずゆい)」を安曇野市民の皆さんにもっと知ってもらいたい、メンバーを増やしたい、そして断念していた水資源の保全の取り組みに、様々な形で協力したいと考えました。そこで、穂商フェアでは水結の公式Instagramをフォローしていただいた方に販売する商品を値下げする特典を付けたり、様々なところで水結を宣伝したりしました。さらに、その場で水結の加入ができる環境を整えることで、水結メンバーをもっと増やそうと考えました。

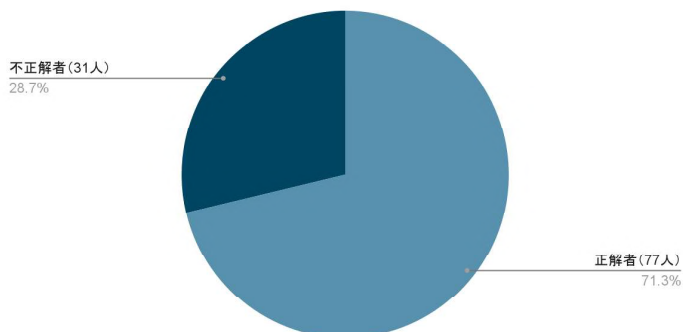
4 調査の目的・方法・内容

穂商フェアでのコーヒー販売の売り上げは-30,816円となり、利益にはなりませんでしたが、水結の新規加入者が1名、公式Instagramのフォロワー数が26人増加し、水結の活動を広めることができました。

利き水は108人に参加してもらい、参加者全体の71%に当たる77人もの人が、安曇野の天然水とエビアン(フランスの水)の違いを飲み分けることができました。

利き水の結果

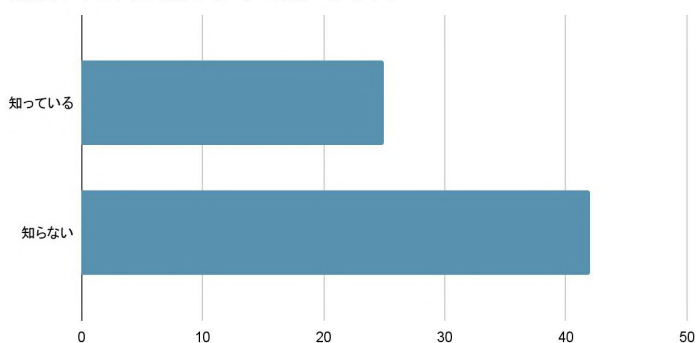
全体の参加者数 108人



穂商フェアで行った安曇野市民の水に対する意識を調査するアンケートでは、参加者67人中42人もの方が安曇野市の地下水問題に対して「知らない」と回答していました。

アンケート結果

安曇野市の地下水が減少していることを知っていますか？



コーヒーの販売では、300杯のコーヒーを売ることを目標に掲げていましたが、実際のコーヒー販売数は160杯で目標の半分程度となりました。

コーヒーと一緒に販売していたお菓子の販売は、穂商シューは販売時間終了の30分前に売り切りましたが、スティックケーキは90個仕入れて、12個売れ残ってしまいました。

品名	販売単価	数	売り上げ高
コーヒー	300	160	48,000
スティックケーキ 紅茶	250	24	6,000
スティックケーキ チョコ	250	26	6,500
スティックケーキ イチゴ	250	28	7,000
穂商シュー 塩の道	300	100	30,000
穂商シュー 元祖	300	80	24,000
リンゴジュース	100	18	1,800
ぶどうジュース	100	9	900

5 調査結果

展示コーナーでは、108人に利き水に参加してもらい、安曇野の水に興味を持ってもらうことができました。自分たちで、実際に利き水をしたときはサントリーの商品である天然水の中でどの地域のものかを当てるチャレンジを行いました。安曇野(北アルプス)の水と南アルプス・奥大山・阿蘇

の四つの地域の軟水同士を比べたため、それぞれの水の特徴の違いが顕著ではなく比べることが難しかったですが、「安曇野の軟水」と「フランスの硬水(エビアン)」の二つを比べることで、安曇野の水のおいしさや、水にも種類があることを伝えられたと感じました。

アンケート調査では、67人中42人もの方が安曇野市の地下水問題に対して「知らない」と回答し、25人の人が「知っている」と回答していました。「知らない」と回答している人のほうが多かったのですが、我々の予想していたよりも安曇野市の地下水が減少している事実を知っている人が多かったです。さらに、コーヒーの販売の列に並んでいる人にアンケート調査をとったり、展示品をみてもらうことで、自然講座の今までの活動や、安曇野市の地下水の保全活動について知ってもらうことができました。

6 考察

展示コーナーでは、多くの人に利き水に参加してもらい、安曇野の水に興味を持ってもらうことができました。さらに、コーヒーの販売の列に並んでいる人にアンケート調査をとったり、展示品をみてもらうことで、自然講座の今までの活動や、安曇野市の地下水の保全活動について知ってもらうことができました。

7 まとめ・課題

池の清掃活動では、水と自然のかかわりを学び、水をきれいに保つことが生態系の維持にとって重要だということを知りました。さらに、こういった水を守る活動は多くの企業の方だけでなく一般の市民の方も参加しているということがわかりました。サントリー天然水北アルプス信濃の森工場の工場見学では、地下水が飲料水になるまでの過程に着目して、学習をしました。そこではおいしい水を作るためには「健やかな森」を育てることが大切で、森で生活する生き物を守る活動や、間伐、植樹をすることでおいしい水を作っているということを知りました。穂商フェアではコーヒーの販売と、来場者に地下水保全活動について知ってもらうための展示を行い、コーヒー販売で得た利益を地下水保全活動に寄付すること、安曇野市民の皆様にも「水結」を含む地下水保全活動を知ってもらうという目標を掲げて活動を行いました。

穂商フェアでは残念ながら利益は出ず、寄付をすることはできなくなってしまいましたが、水結の新規加入者や、公式Instagramのフォロワーを増やすことができました。加えて、来場者の方に安曇野市の地下水の現状や私たちが今まで行ってきた活動について知ってもらうことができました。

7 参考文献

笹本 正治.水で結ばれたふるさと 安曇野風土記I.安曇野市.303

SUNTORY.”サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場”.サントリーホールディングス.

<https://www.suntory.co.jp/factory/kitaalps/>

8 協力企業・機関

安曇野市役所

国営アルプスあづみの公園

松本大学

サントリー天然水北アルプス信濃の森工場

Beans Base

楽しめる場所の提供について

講座名 施設・企画

1. はじめに

安曇野市の遊ぶ場所について着目した。全校生徒にアンケート調査をした結果、私たちだけではなく、全校生徒も安曇野市に遊ぶ場所が少ないと思っている人がほとんどだということが分かった。

楽しめる機会の提供として、私たちが安曇野市に新たに施設を作ることはできないため、穂商フェアの運営に携わることにした。

2. 問題の発見

私たちのような若い人たちが遊ぶ場所として、松本市がよく挙げられる。そのため、安曇野市でも遊ぶ場所がないか考えたところ、駅から遠いことや、カラオケや映画館などの商業施設が松本市に比べて少ないことから、安曇野市よりも松本市で遊ぶことが一般的になっているのではないかと感じた。

さらに、クラス内で若い人が多く集まるイベントについて、安曇野市や長野県に限らず、実際に実施されているものをもとに意見を出し合ったところ、

- ・音楽フェス
- ・化粧品のポップアップ
- ・スポーツフェス
- ・キャラクターのイベント
- ・ファッションブランドのポップアップ

など、安曇野市では実施されていないイベントばかりが挙げられた。

都会のように安曇野市にも若い人はいるのに、どうして安曇野市には若い人を対象としたイベントが少ないのだろうと疑問に感じた。

これらを踏まえ、私たち若い人を対象とした、県外に行かず地元にいっても楽しめるようなイベントを、安曇野市でも開催することはできないのかと考えた。

3. 解決策の検討

まず初めに、「若い人」とは具体的に何歳から何歳の人のことを言うのかについて考えた。自分が思う「若い人」の年齢について意見を出し合ったところ、0歳～20歳、15歳～30歳、13歳～30歳など、クラス内でばらつきがあった。そのため、「若い人」の定義を決めることが重要だと感じた。

次に、若い人対象のイベントを開催するにあたって、どのような効果が得られるのか考えた。イベントを開催することによって、安曇野市の認知度が上がり、安曇野市に移住したいと思う人、観光しに来る人が増え、観光施設、宿泊施設などの売上が上がり、地域経済の活性化につながると考えた。さらに、企業の売上が増えることによって、市に入る税金が増え、道路や福祉、学校などのインフラ整備や公共サービスに使われ、より住みやすい街にすることができると考えた。

そして、若い人が良く使うSNS（Instagram、TikTokなど）でイベントについて話題になることによって、イベントや安曇野市の認知度向上につながると感じた。そのため、イベント開催と並行して、SNSを効果的に使う方法を学ぶ必要があると感じた。

4. 課題と仮説の設定

私たちは、講座内で安曇野市の問題だと思う点を挙げたところ、安曇野市で楽しめる場所が少ないということの問題として挙げ、課題を設定した。

しかし、私たちは自分たちで安曇野市に施設を作ることはできず、これまで一つの企画やイベントを運営したことがない。そのため、楽しめる機会の考案として穂商フェアの運営にかかわることにした。

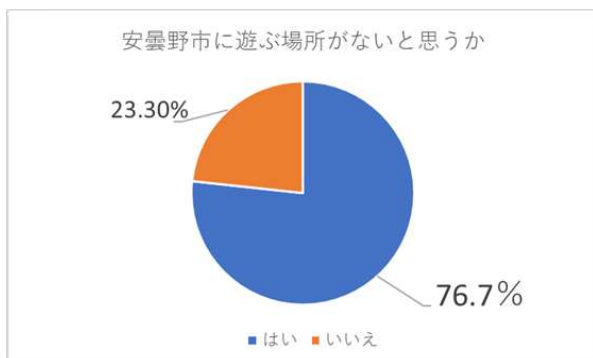
5. 実践方法の検討

- ・安曇野市に遊ぶ場所が少ないと思うか全校生徒にアンケート調査
- ・穂商フェアの運営

6. 研究経過・実践内容

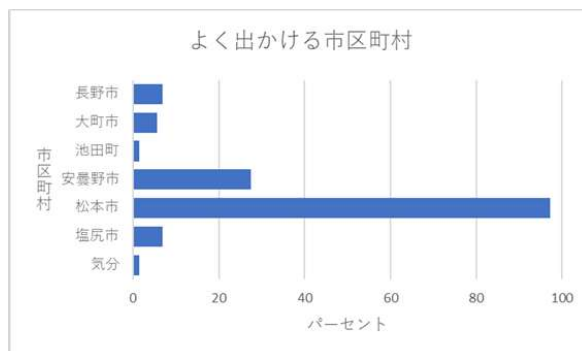
(1) 全校生徒に取ったアンケート調査の結果

a. 安曇野市に遊ぶ場所が少ないと思うか



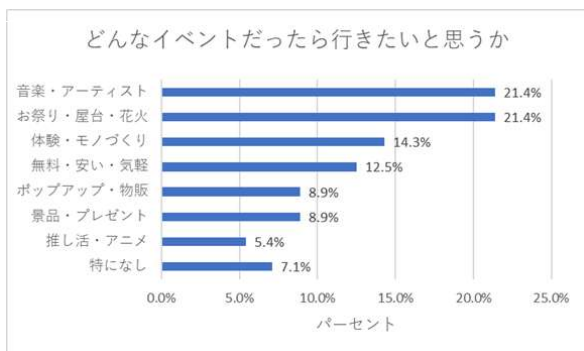
- ・少ないと思う 約8割
- ・少ないと思わない 約2割

b. よく出かける市区町村



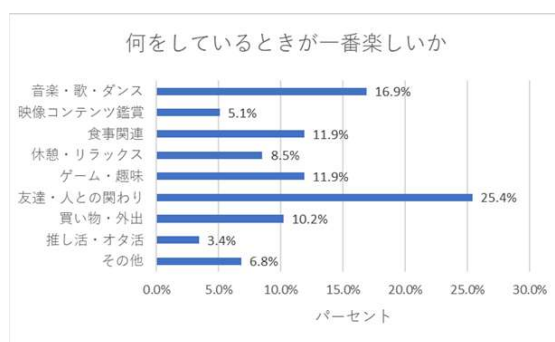
- ・松本市 約9割
- ・安曇野市 約3割

c. どんなイベントだったら行きたいと思うか



- ・お祭り ・花火大会
- ・音楽系のフェス・有名人が来るイベント
- ・アニメやキャラクターなど自分の推しのイベント

d. 何をしている時が一番楽しいか



- ・人と関わる ・カラオケ ・映画を見る
- ・ご飯を食べに行く ・買い物をする

e. 感じたこと、学んだこと

半数以上の生徒が安曇野市に遊ぶ場所が少ないと思っていることがわかった。

どこの市区町村に遊びに行くのかアンケート調査をした結果、安曇野市の割合が約3割と他の市区町村と比べて多い結果だったが、松本市の割合が約9割とほとんどの生徒が松本市によく遊びに行っているということが分かった。

「〇〇をして遊ぶ」というよりも人と関わるが一番好きだと感じる生徒が多かった。

(2) 穂商フェアの運営

a. 前日までに行ったこと

- ・各課題研究講座の活動内容調査、活動風景の撮影
- ・Instagram、穂高商業高校公式LINEで穂商フェアについて情報発信
- ・第一体育館、第二体育館設営
- ・手が足りていない講座の手伝い

b. 当日行ったこと

- ・講座の全体発表
- ・腕章をつけて校内の巡回
- ・各講座の穂商フェアでの様子を撮影
- ・穂商フェア中、終了後にInstagram、公式LINEで情報発信
- ・自然講座の手伝い

c. 感じたこと、学んだこと

各講座で当日使う机・椅子の必要数を聞いたアンケートなど連絡が不十分だったため、回答数が少なかった。そのため、アンケートなどをクラスルームに配信した場合、回答するよう呼びかけることが大切だと感じた。

当日腕章をつけて校内を巡回しているだけでは、時間を持て余してしまっていた。そのため、来年度からは第一体育館などに総合案内のブースを設け、校内を巡回する担当と、総合案内に常駐する担当に分けて、当日の穂商フェアを運営したらよいと感じた。

全体発表会での保護者席を用意するにあたって、段ボール迷路の置き場所などの指示だし、把握が出来ていなかったため、当日の発表会が始まってから急いで用意することになってしまった。そのため、全体発表会の時の保護者席の個数や、全体発表以降に使う物の保管場所の確認など事前に話し合いをするべきだと感じた。また、生徒の並び順の乱れや聞き方の態度が目立っていたため、来年度はクラスごときちんと名簿順で並んでもらい、発表中はスマホの使用をしない、周りの人と話さないなどのことを徹底すべきだと感じた。

7. 結果

全校生徒に安曇野市の遊ぶ場所についてアンケート調査をした結果、ほとんどの生徒が安曇野市に遊ぶ場所が少ないことが分かった。また、何をしている時が楽しいと感じるかについてアンケート調査をした結果、ご飯を食べに行く、買い物をするなどの意見があったなか、多くの人が人とかかわる時間が一番楽しいと感じることが分かった。

SNSで事前に穂商フェアや各講座の情報を発信したことで、各講座が販売する商品の宣伝や、割引特典の周知を効果的に行うことができた。これにより、来場者へ必要な情報を事前に発信することができ、販売促進にもつながったと考えられる。

8. 今後の課題

- ・安曇野市に遊ぶ場所が少ないと思う生徒が多い
- ・来年度の穂商フェアの運営

9. おわりに

全校生徒の多くが「安曇野市に遊ぶ場所が少ない」と感じる中で、私たち自身も新しい施設を作ることにはできず、またイベントを企画・運営した経験もなかったため、当初は何から取り組むべきかわからなかった。

しかし、穂商フェアの運営に携わる中で、イベントの運営の難しさと責任の大きさを実感した。ポスター・リーフレットの作成、SNSを活用した広報、会場設営、記録など、必要な業務は多岐にわたり、ひとつひとつ協力しながら進めることで大きな経験となった。

集まれ高校生～若年層ファンの獲得のために～

講座名 松本山雅講座

協力企業

松本山雅 FC 神田様、小澤様、セイコーエプソン株式会社津田様、CRESTEC 山崎様

1. はじめに

2年生から松本山雅FC様の問題解決を考えてきた。スポンサー獲得、集客、地域貢献について取り組んできた。3年生では集客、特に若者の集客についての課題が課された。実際に試合を観たり、会場を見たりすると若者が少なく感じた。さらに40代から上の世代の方が多く感じた。私たちはそんな中で若者の中でも特に高校生に着目しどうアピールしたら観戦に来てくれるのか、どんな内容なら来たいと感じるのかを考えた。

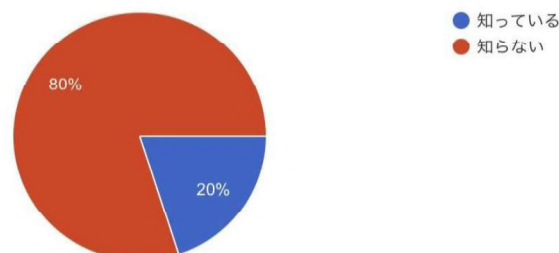
2. 問題の発見

【問題の発見】

①実際に試合を見に行っただけ、中高年の方が多く若者特に高校生くらいの若者が少ないと感じた。

②高校生無料招待のことで知り、穂高商業高校の全校生徒を対象にアンケートを取った結果、知らないと答えた人が約8割いた。

松本山雅のホームゲームの高校生無料招待を知っていますか
80件の回答



3. 解決策の検討

若者という枠を高校生に絞り以下のように考え、検討した。

- ①各高校の前からアルウィンまでのバスを出し、車内の小型テレビでサッカーの観戦の楽しみ方、フード情報、会場の様子を流す。
- ②各高校の放送室を借り私達が直接高校生無料招待、シャトルバスについて宣伝する。

4. 課題と仮説の設定

【課題】

サッカーの試合を観戦する若い層の人が少ない。
若い層の中でも高校生が特に少ない。

【仮説】

若い層の中でも高校生をターゲットとし、安曇野市にある高校からアルウィン行きのバスが出れば高校生が応援に来るのではないかと考えた。

5. 実践方法の検討

- ①安曇野市の高校、松本市の高校前からバスを出すためルート計画やバスの収容人数、バスの運営費用を考える。
- ②試合日やシャトルバスの情報が載ったポスターを駅や高校に貼らせてもらう。
- ③各学校へ行き、直接放送機器で宣伝できるかを確認する。

6. 研究経過・実践内容

考えた各学校からバスを出すなどの案をスライドにし、諏訪実業高等学校へ行き企業の方へ発表する。

試合日時やイベント内容を載せたポスター作り。

バスを運行する際にどの学校を発として回るのが良いか考える。

試合情報やバスの内容を録音する。

7. 結果

バスを運行する計画を立てたが、現実的に難しく実現できなかった。

突如アルウィンが使用できなくなり、考えていた直接宣伝することやポスターが実行できなかった。

8. 今後の課題

SNSなどを活用し、もしものことが起きても対応できるようにする。

それは現実的に実行可能かをよく考え、企画・提案する。

やりたいことをまとめ、積極的に企業の方に私たちの考えをプレゼンし実現へと繋げる。

9. おわりに

企画していた案を実現することができなかったが、その過程でこうしたら高校生が来てくれるのではないかなどを考えたことは無駄ではないと感じ上手くいかなかった点やこうすると良いと後輩に繋げていきたい。沢山のサポーターが一つになって1チームを応援するというのは自分も熱くなりその体験が忘れられないものになるためぜひ皆さんも松本山雅の試合を一度は見ていただきたいと思う。

人口や動画制作のまとめ

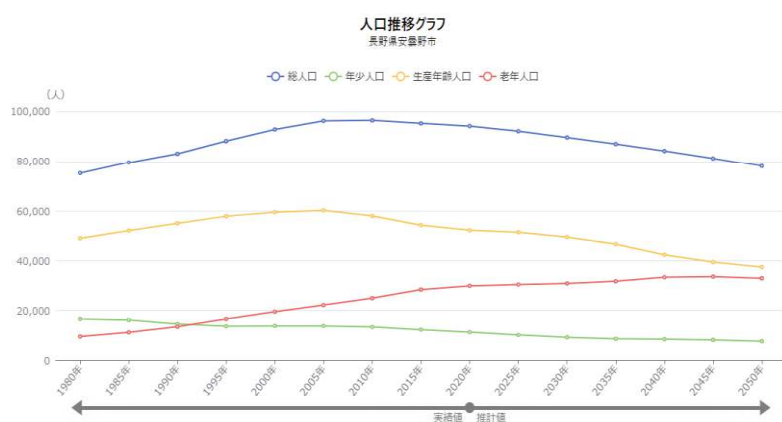
講座名 人口講座

1. はじめに

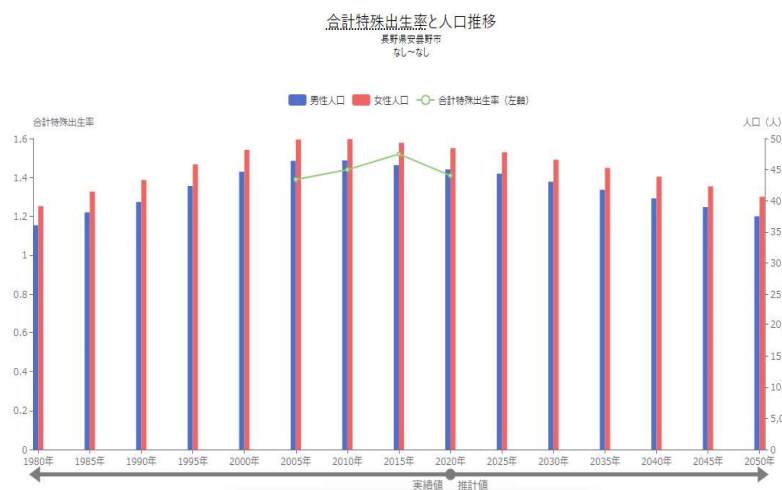
本研究では、安曇野市を中心に、人口について調査を行い安曇野の魅力を動画にまとめた。

2. 問題の発見 (テーマ設定の理由)

①安曇野市の特徴, 現状や課題, 政策など

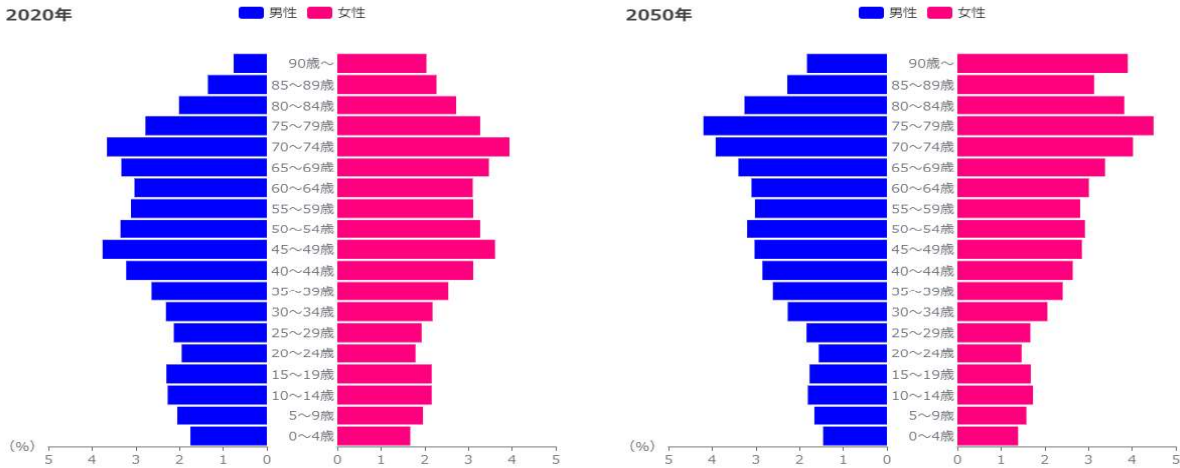


安曇野市は、1990年から老年人口が年少人口を逆転して、全体的に人口が減ってきて特に老年人口は年々増加することが考えられた。課題としては、このままでは、老年人口が増え続け年少人口がいなくなるのではないかと考えます。



安曇野市の出生率は年々徐々に減少してきて、2020年には合計出生率は1.46で長野県全体（1.46）と同じ数値としてあげられた。

人口ピラミッド
長野県

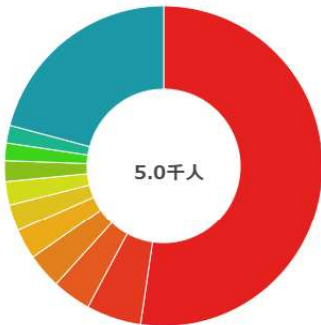


2020年から2050年になると人口ピラミッドが逆三角形になってくると推計されていて、老年人口が2020年には29,932人だったが、2050年になると32,958人になり、約3,000人増加すると推計されると考えられた。そして、若い世代の人口が減少してしまうのが課題としてあげられた。

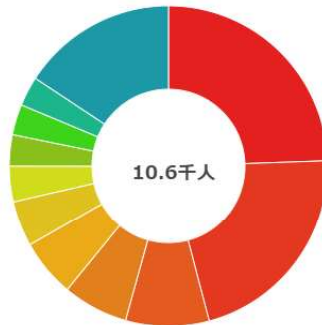
都道府県間の流出入状況（同地域間を含む）

長野県
2023年
すべての進学
総数

流入進学者
(同地域間を含む)



流出進学者
(同地域間を含む)



長野県では、進学で多くの学生が県外に流出している。流入進学者より流出進学者のほうが多いことで学生が少なくなってきたり人口減少にも繋がっているのが原因とあげられた。進学や就職を県外ですて卒業しても地元に戻ってこないことも原因としてあげられた。

②安曇野市の問題点と原因（問題点にはデータを添えること）

15:10発 → 15:36着(26分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
16:00			
16:23発 → 16:50着(27分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
17:00			
17:05発 → 17:31着(26分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
17:43発 → 18:09着(26分)	大系線(東日本)	小淵沢行	運行表
18:00			
18:38発 → 19:03着(25分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
19:00			
19:13発 → 19:42着(29分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
19:35発 → 20:05着(30分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
20:00			
20:31発 → 21:01着(30分)	大系線(東日本)	松本行	運行表
22:00			
22:19発 → 22:44着(25分)	大系線(東日本)	松本行	運行表

安曇野市としての問題は、交通機関が充実していないことで、大系線では1時間に一本または、30分に1本あるかないかということが現状とされていて交通機関が充実していないとあげられ、長野県の方は、車で移動してしまう方が多く、電車を使うことが少なく電車需要がどんどん減っていてダイヤを見直されて本数が減っていることが問題としてあげられた。



長野県は都会のような大型ショッピングモールがないのが現状としてあげられた。長野県は山が多く平らで広い土地が少ないことや人口も分散して大型ショッピングモールを作ったとしても儲からないことが考えられます。なので、大型施設ができてしまうことで地元の商店街の方たちが反対したケースもありそれが原因と考えられた。

① 進学

① 四年制大学			
★私立大学			
千歳商科大学	商経学部	経営学科	総合 1
	総合政策学部	政策情報学科	指定校 1
東京情報大学	総合情報学部	総合情報学科	指定校 1
聖隷聖大学	経営学部	ゲームシステム学科	専攻科 1
専修大学	商学部	会計学科	指定校 1
城西国際大学	メディア学部	メディア学科	指定校 1
拓殖大学	政経学部	経済学科	指定校 1
	商学部	経営学科	総合 1
東京平成大学	人文学部	人間文化学科	総合 1
東京工芸大学	芸術学部	芸術学科	総合 1
日本大学	経済学部	産業経営学科	指定校 1
昭和音楽大学	音楽学部	音楽芸術表現学科	総合 1
金沢工科大学	情報工学部	情報工学科	専攻科 1
岐阜県立大学	経営学部	スポーツ経営学科	総合 1
清泉大学	人間学部	人間学科	指定校 1
松本大学	総合経営学部	総合経営学科	指定校 2
		専攻科	1
	経済学	経済学	指定校 1
		総合	1
四年制大学計			
20			
★短期大学			
★公立短期大学			
六月短期大学	経済科		指定校 1
★私立短期大学			
藤田短期大学	生活科学部	生活科学科	指定校 1
松本短期大学	幼児保育学科		指定校 1
	介護福祉学科		指定校 1
松本大学松商短期大学部	商学科		指定校 2
		専攻科	2
	経営情報学科		指定校 6
		専攻科	1
短期大学計			
15			
② 専門学校			
水沢学舎看護専門学校	看護学科		専攻科 1
太田医療技術専門学校	臨床工学科		専攻科 1
	歯科衛生学科		専攻科 1
	救命救急学科		専攻科 1
窪田理容美容専門学校	美容科		総合 1
尚美ミュージックカレッジ専門学校	音楽・録音・照明科		総合 1
辻調理師専門学校 東京	調理師科		総合 1
東京CPA会計学院	簿記2級士科		専攻科 1
	簿記3級士科		専攻科 2
東京ビジネスアカデミー	ファッションビジネス科		総合 1
東京ビューティ＆ブライダル専門学校	トータルビューティー科		総合 1
日本外国語専門学校	外国語科		総合 1
アップルスポーツカレッジ	スポーツ科		指定校 1
新潟デザイン専門学校	写真デザイン科		総合 2
北陸教育フーズカレッジ	調理師学科		総合 1
セブティーン美容専門学校	美容科		総合 2
名古屋リゾート＆スポーツ専門学校	スポーツビジネス科		総合 2
	一般		1
京都コンピュータ学院	漫画・アニメ学科		指定校 1
福岡医療福祉専門学校	医療事務科		総合 1
大原スポーツ公務員専門学校松本校	スポーツトレーナーコース		総合 3
大原簿記専門学校松本校	医療事務コース		総合 1
	経理ビジネスコース		総合 2
専門学校トータルデザインアカデミー	ファッションデザイナー科		総合 1
信州松本動物専門学校	動物看護科		指定校 1
松本調理師製菓専門学校	調理師養成科		専攻科 1
松本理容美容専門学校	美容科		指定校 1
専門学校未来ビジネスカレッジ	トータルビューティー科		指定校 2
	ファッションデザイン科		指定校 1
専門学校計			
38			

安曇野市穂高商業の進学先を見てみると大体の人（就職の人を省く）が県外に出て行ってしまっていることが問題として考え、県外に進学してしまうことで安曇野市の人口減少につながることや長野県に大学が少ないことで学びたい学科がないことで県外に行ってしまうことが原因と考えます。

3. 課題の設定

③安曇野市の課題（原因を取り除くために取り組むこと）

普段から乗っている電車をより多くの方に乗ってもらうには、たとえば、スタンプラリーだとしたら電車である駅に行っておスタンプを押して全スタンプが押せたら抽選で一日乗車券がもらえるなどのイベントを実施することで電車にまた乗りたいなどの需要が高まるなど毎日電車を利用してくれた方限定にギフト券が当たるかも？！というイベントを開催して毎日電車に乗ってもらえると考え、交通会社の利益が出て電車の本数が増やせるのではないかと考えた。

4. 解決策の検討

安曇野市は推計されたままでいくと年少人口が少なくなってしまうので解決策としては子供が遊べる施設をつくること。たとえばアスレチック施設をつくるなどラウンドワンの建設をすることで少しでも子供が遊んでもらえる施設があればいいと考えます。

年少人口が減らないよう、育児・仕事をしてお母さんに対する支援を！育児・仕事で疲れているお母さんたちが少しでも喜んでもらえるような企画で食品割引券などプレゼントすればお母さんの負担が少しでも減ると考え、年少人口の減少を防げると考えます。

5. 研究経過・実践内容（授業内容）

実施内容 1 安曇野市の人口の現状や制作についたりまとめたり調べたりする。

実施内容 2 交通安全についての CM を作った。自分が一番危険を感じる場面に伴った。

実施内容 3 安曇野市の魅力を考えたり外に素材を撮りに行ったりした。

伝えたい魅力を CM にした。

（1）SBC 交通安全 CM コンテスト

動画の制作

① テーマ

交通安全について

② コンセプト

スマホ歩きは危険なのでやめようなどスマホを見ながら道路を渡る危険性を伝えたいと思いました。スマホを見ずに周りに注意を払い、安全に横断することで、自分も周りも守ることができることを伝えられるようにした。

③ 目的

スマホを見ながら横断歩道を歩いている人が多く歩行者も危ないし、運転している側も怖いと思うので、この動画を見て少しでも歩きスマホをするのはやめようと思う人が出ればいいなと考えた。

近年、歩きスマホによる事故が問題になっていて、便利なスマホですが、使い方を間違えると危険につながることを伝えたい。交通安全というテーマで製作し、自分の行動を振り返り、安全について考えるきっかけになるよう工夫した。

④ 対象者

高校生を中心とした 10～20 代や通勤中にスマホを見る大人に設定した。

⑤ 内容(短いストーリー)

短い動画で歩きスマホの危険など気をつけようとする意識をもってもらうことや知ってもらえる動画になるような内容にした。

⑥ 制作で努力したこと、大変だったこと

制作に使う素材（写真、動画）を撮影するのが大変だった。

ですが、誰が見てもわかりやすいよう、シンプルな動画にし、タイトルや素材をわかりやすくすることに努力した。タイトルだけで一目わかるよう考えた。

⑦ タイトル画像

タイトルは動画しかなく、画像がないのでイメージ画像となります



(2) ふるさとの魅力を伝える動画
安曇野市の魅力

動画の制作

①テーマ

安曇野花火の魅力について

②コンセプト

花火の魅力をたくさん伝えて安曇野について知ってもらうことなど北アルプスの雄大な景色と澄んだ空気のなかで安曇野ならではの自然と花火に調和を感じてもらうことを大切にしている花火をみて安曇野に移住をしてもらえるチャンスな動画に設定した。

③目的

安曇野について知ってもらいたいなど安曇野花火の良さを伝えることを目的とし、深くまで言うと安曇野花火を通して移住してもらうことや観光に来てもらうのが目的とした。

④対象者

若者(カップル)や家族連れを中心とし、観光に興味がある方や都会の花火大会だと混むので静かに広い場所で花火を楽しみたい方を対象とした。

⑤内容(短いストーリー)

短い時間の中でも少しでも安曇野花火の良さをすべて伝えることや北アルプスの景色や澄んだ景色を感じられる動画とした。

⑥動画を見て感じてほしいこと

わたしも安曇野花火に行きたいなどいったことある方ならもう一度行って見てみたいなど動画に関して、すごくきれいで安曇野花火の魅力が全部つまっている動画で素敵だななど北アルプスの雄大な景色と澄んだ空気のなかで安曇野ならではの自然と花火に調和を感じてもらうことがコンセプトなので心に残る花火だと感じてもらいたい。

⑦動画を見た後にとってほしい行動

実際に安曇野花火にきてもらいそのついでに安曇野に観光に来てもらい安曇野の観光に興味をもってもらいたいなど、深く言えば安曇野花火を見に来てもらい関東圏を中心に移住してもらえたらいいなと思った。

⑧タイトル画像



6. 結果と今後の課題



・制作で努力した点

大きな文字で小さな画面でも見やすいように、文字数は極力減らしたい文字で見やすい色と背景にした。Canvaなどのテンプレートを使って印象がつく素材を活用できた。

・大変だったこと

視聴数や視聴者の興味を引くため内容とサムネイルのコンセプトと合わせるのが大変だった。デザインや背景と文字の組み合わせを考えることも時間がかかって大変だった。

・反省点

安曇野花火については文字で分かりやすく伝えられたが、サムネイルの左側にある写真が安曇野花火にあまり関係はしていないのもう少し工夫するべきだった。

サムネイルをもう少し早く作っていたらYouTubeのサムネイルにできたので早く作るべきだった。

サムネイルの背景の色が暗すぎて怖いので明るい色にするべきだった。

7. おわりに

振り返って、人口減少について長野県内のこれからの人口増減について調べることができた。安曇野市はこれから老年人口が大幅に増えていき、年少人口が減少してしまうと予想されていたので安曇野がもっと若者向けの施設を作るべきだと思った。

CM制作では、その動画にあった音源を見つけることや素材を撮ることが大変だった。コンセプトに合った素材を自分たちで撮ることも大変だった。

サムネイル制作については、たくさんの方に目がつくように文字の大きさや見やすい色でまとめることができよかった。ですが実際には、YouTubeのサムネイルにはできなく視聴数を稼ぐことができなかったので作成は締め切りより早く作っておきたいと思った。

安曇野市の人口についてresasを使いながら深く調べられ、1990年から老年人口が年少人口を逆転して、全体的に人口が減ってきて特に老年人口は年々増加することが分かった。

安曇野市の課題としては、このままいくと老年人口が増え続け年少人口がいなくなるのではないかと考えられ、安曇野市は若者向けの施設を作るべきなどといったアイデアが出せた。

テーマやコンセプトを決め安曇野花火の魅力をたくさん伝えてそれを機に安曇野について知ってもらうことなど北アルプスの雄大な景色と澄んだ空気のなかで安曇野ならではの自然と花火に調和を感じてもらうことを大切にしている花火をみて安曇野に移住をしてもらえるチャンスだと思い製作しました。短い動画でしたがペアと協力し、安曇野花火の良さをたくさん伝えられた。

制作した動画を見てもらいたいと思い、ペアとどういうデザインなら見てもらえるか話し合い印象が付きやすいサムネイルが作れた。

研究報告書

講座名 公民館講座

協力企業（穂高公民館・安曇野市商工会・社会協議会）

1. はじめに

穂高会館の館長の早川さんの協力を得て、納涼祭などのポスター作製や、イベント、公民館講座に参加して、地元の人たちとの交流や、イベントのお手伝いなどをした。また、自分たちで講座を開く、学校開放講座も自分たちで考え、実際に講座を開いた。

2. 問題の発見

この授業で力を貸していただくことになった、早川さんから納涼祭のポスターを作って欲しいとお願いされ、どんなポスターがいいのかなどを聞いていたときに、「若い人たちに来てもらえるようなものがある」とおっしゃっていた。また、商工会で行っている、信州安曇野食の感謝祭のポスター制作にも携わることになった。そこでポスター制作の力になると、昨年の来場者アンケートを見せてもらった。来場者の年齢層が、10代は2.5%、20代が4.7%と極端に少ないことが分かった。また、イベント認知はリーフレット（チラシ）で知ることが多いと知った。

公民館で実際に自分たちが講座に行って地元の人と一緒に体験する講座を決めるときに去年の先輩方が講座に行った写真を見せてもらったのですが、若い人たちが全然いなかった。そこで私は、若い人たちのイベントの参加率の低さが問題だと発見した。なぜこの問題に着目したかという、私も小学校の時などは地域で行われていたイベントに行っていました。高校生になってから全くイベントに行かなくなってしまったからです。そこで、私たちも若い世代としてどうやったら若い人たちが来てくれるのか一緒に考えて活動していきたいと思った。また、その他のイベントにも参加して、実際の様子などを見ることにした。

3. 解決策の検討

納涼祭や食の感謝祭などのポスターを制作するにあたって、自分ならどんなポスターだったら印象に残るのか、いきいたいと思うのかを考えながら制作することを大切に作業しようと思った。また、どんなところで行われるのか、イベントの内容はどんなものなのかポスターにしっかりと書いたほうがいいものは書き、いらないと思ったところは省くことで、よりみやすいポスターになると思った。

私たちは、公民館の講座を運営することになり、どのような講座がいいかみんなで意見を出し合っていたときに、カードゲームという案があり、この案が若い人たちを地域のイベントに呼び込むことができると思った。また、カードゲームをすることにより、年齢関係なくみんなで仲良く楽しめると思った。そこで若い人たちがイベントに参加してくれる解決策として私と、鈴音さんでカードゲーム講座を実施することに決めた。

4. 課題と仮説の設定

どの地域イベントでも、若い世代の参加率が比較的少ないことが課題だと思った。そこで、若い人が見て、行きたいと思うようなポスターを作ることが効果的なのではないかと思った。

公民館のイベントでも若い世代の参加率が少ないことが課題だと思った。なので、幅広い世代で楽しめるカードゲームをすることで、若い人と高齢の方たちとの交流の場になるのではないかと仮説を立てた。

5. 実践方法の検討

ポスターでは、実際にポスターの作り方を調べたり、前回の先輩たちのポスターを参考にしたりすることで、どんなポスターが若い人に見てもらえるのか知ることができた。実際に去年納涼祭のポスターに選ばれた作品は、シンプルでとても見やすいものだった。そこで、シンプルだけでなくどこか特徴があるポスターをつくることを目標にしようと思った。

公民館の講座では、何歳から参加可能なのかを考えてから、過疎の年齢にあったカードゲームを選び、難しすぎず、定番のトランプやUNOを準備することで、だれでも楽しむことができるように工夫することにした。また、ジュースなどを準備することで少しでも緊張せずに、ゲームを楽しむ環境を作ることも大切にしたい。

6. 研究経過・実践内容

＜ポスター作製＞

ポスターでは、主に若い人に向けたポスターを作ること意識して作成した。特に文字の大きさや、色、フォントなど、ポスターによって変えることで、様々なタイプのポスターを作った。そうすることによって、どんなものが選ばれるのか知ることができる。そのため、次回のポスターに活かすことができ、何枚か作っていくうちに少しずつコツを掴んでいった。しかし、どのポスターも実際に掲載されるポスターには選ばれることがなく、選ばれた人のポスターを見ると自分に足りていないものを知ることができ、とても勉強になった。

作成したポスター（穂高納涼祭、食の感謝祭、穂高地域青少年育成連絡協議会後援会）



→実際に選ばれたポスター



→自分で作成したポスター

＜納涼祭＞

ポスターの作成を依頼された納涼祭に参加した。当日の会場の準備や、地域の人と一緒に盆踊りを踊ったりして、楽しむことができた。最後の片付けまでしっかりと活動した。また、楽しむだけでなく、自分たちも納涼祭を作っていく一員として、準備や片付けまでしっかりと手伝えることができた。多くの人の参加があったが、小学生や幼稚園・保育園生とその親御さんの参加が多かった。私たちが集めたいと思っていた、高校生などの参加率は低かった。ポスターだけでの集客率の向上は難しいと感じた。



→実際の納涼祭の写真



<学校開放講座>

学校開放講座では、小学生や中学生にも参加してもらいたく、8月9日に講座を開くことに決めた。すると、2人の小学生が参加してくれることになったのだが、結局2人とも予定が入ってしまい、講座を開くことができなくなってしまった。夏休み中は、予定が急に入ったりするので、夏休みに入る前か、夏休み明けの時期に企画すればよかったと思った。また、カードゲームだと、中学生や高校生は参加しないということが分かった。もう少し子供から大人まで楽しめる企画をたてればよかったと思った。

自分たちの講座を開くことができなくなったので、スマホ教室に参加させていただくことになった。当日は、男性3人、女性2人が参加してくれた。人によって質問などは様々で、Instagramでのコメントの仕方や、フォローの仕方、ラインの追加の仕方など、人によって質問が違ったので、対応するのが難しかった。事前に作ってあった、去年の先輩の作ってあったパワーポイントなども使って、臨機応変に動くことができた。また、Wi-Fiのつながり方や、ラインの登録の仕方を聞かれると思っていたが、思っていたよりもSNSのコメントの仕方や、フォローの仕方の質問のほうが多くて、スマートフォンに慣れていない高齢者が増えてきたなと思った。

<穂高地域文化祭>

10月25日の穂高地域文化祭に参加した。当日は、遅刻することなく、集合することができた。その日の仕事は、受付や、地域の小学校の金管バンドの楽器運び、前日のアンケート結果の集計をした。受付では、来場された人に挨拶、パンフレットとアンケートを手渡した。私は、アルバイトをしたことがなかったので、接客などをあまりしたことがなかったので渡すときの所作や、敬語などにとっても苦戦した。次にこのようなイベントに参加する機会があれば、所作を少しでも身に付けてから参加したいと思った。

前日のアンケート集計を館長に頼まれたので手伝った。手作業の集計は、どこまで集計したのかわからなくなったりして、とても難しかった。集計が終わった後、達成感を感じた。

また地域の小学校の楽器の運び出しは、楽器を大きい順にする力仕事メインだ。

参加して思ったことは、高齢者の方や、親子の参加はあったが、中学生・高校生の参加はほとんど無かった。そこで改めて人を集めるということは難しいことだと実感した。また、イベントのたびに力仕事や計画をしている公民館職員さんたちはとてもすごいなと感じた。

<卒業課題>

11月の後半から、卒業課題として学校のイベントのポスターを作成した。私は、合唱コンクール、卒業式のポスターを作成した。合唱コンクールのポスターは2枚作ったのですが、1枚目は、背景を赤色のグラデーションにすることで、温かい印象を与えることができたようにした。シンプルにまとめることで見やすいポスターを作ることができたと思った。個人的に一番とてもよくできていると思った。2枚目は、1枚目と似た感じのポスターになってしまいました。やはり、自分が気に入ったポスターを作成するのは難しいと思った。卒業式のポスターは、桜をモチーフにして、シンプルに使った。だが、桜だけをモチーフにすると寂しくなってしまった。だが、今まで作成したポスターの反省などを生かして、しっかりとポスターを作成することができてよかった。



→実際に自分で作成したポスター

<公民館講座>

私は、12月10日に行われた、クリスマス料理教室に参加してきた。クリスマスにちなんだ和風ブ

ッシュドノエルを、azumino MARL から仁田さん夫婦が講師としてお越しいただき、作り方を指導していただいた。和風ブッシュドノエルは、ロールケーキを土台にして、デコレーションするというものだった。私は参加者の皆さんのサポートということでお話を聞いていたのだが、当日になり、参加者の1人が参加できなくなってしまったので、私も一緒に作るようになった。ロールケーキを作るときに、スポンジ生地を丸めるという作業がとても大変でした。講師の仁田さんや参加者の皆さんに助けをもらいながら、作ることができた。最後に飾り付けをして、完成させることができた。自分だけの和風ブッシュドノエルを作ることができて、とても楽しかった。私は作った後の跡片付けが、とても印象に残っている。参加者の皆さんが素早く使ったものを洗ったり、もとの場所に戻したりしてかたたら、各々帰られたのだ。私は料理教室では、食器や使ったものは洗っても、洗ったものはそのままにしておくものだと思っていたからだ。私が帰る間際に、館長の早川さんが教えてくれたのは、「普通の料理教室は、終わった後に元の場所に戻さないことがあるかもしれないが、公民館の料理教室は、みんなで使ったものは、絶対に片づける。」ということだ。そこで、私は料理教室との違いを知ることができた。



→当日の様子

<社会協議会でのスマホ教室>

1月9日にあった、社会協議会のスマホ教室に参加してきた。社会協議会の職員の方々と一緒に、参加者一人につき生徒が一人隣に座り、わからないことや困っていることを聞き、教えたり一緒に考えたりしながらお話などをした。スマホ教室には、お年寄りの方が多く、最初はWi-Fiなどのつなげ方について、LINEの友達追加などについて聞かれると思っていたのだが、私のペアの方は、IDとはなんなのか、パスワードとは何なのかなど、もっと深い部分の質問をされとても驚いた。だが、最初は何と答えたらいいのかわからずに考え込んでしまったが、自分の言葉でしっかりと答えることができたので良かった。わからなかった質問は、社会協議会の方に助けを求めたりしながら、最後までやりきることができた。

7. 結果

自分たちで作ったポスターなどで若い人の参加率を上げるのは難しいということが分かった。納涼祭でも、私は見ている若い人の参加率がとても少ないと感じました。また、若い人たちはポスターなどをあまり見ていないのかもしれないと思った。保育園生・小学生などの人たちは、納涼祭でも、穂高地域文化祭でも参加率が高いように見えた。そこで、課題を設定するときに「若い世代の参加率が低い」とするのではなく、「中学生・高校生の参加率が低い」と詳しい課題にすればよかったと思った。

学校開放講座では、そもそも講座があることを知らない人が多いと思った。そこで学校開放講座では、市の広報だけでなく、ほかの方法でも宣伝したほうが良いと思った。

8. 今後の課題

今後は、イベントの際には、ポスターなどの作成のほかに、SNS、特にInstagramやX（旧ツイッター）を使い中学生・高校生などにもイベントがあることを伝えていけばいいと思った。イベントの内容でも、フォトスポットやキッチンカーなど行きたいと思うようなイベントにすればいいと思った。

納涼祭では、地域の方々の出し物や、露店、盆踊りだけでなく、参加者全員が楽しめる出し物をすればいいと思った。例えば、穂高神社では御船をひくという、そのお祭りのメインイベントを考えたらいいと思った。

また、ポスターだけでなく、学校開放講座も中学生・高校生向けのものを作ればいいと思った。例えば、メイク講座や、動画編集講座など興味を引く講座を作ればいいと思った。

9. おわりに

課題研究の活動を通して、やはり人を集めるということは簡単なことではないということを知った。また、実際に自分たちもイベントなどに参加してみるという大切なことを知ることができた。人を集めることは、イベントを企画することから始まり、様々な工程を踏んでから実際にイベントを実施することができる。それだけでは人は来ないので、ポスターの作成、SNSを駆使して宣伝するなど、やらなければいけないことがたくさんあることを知った。さらに、実際にイベントに参加してみると、会場の政策や、アンケートの集計、受付などを通して、社会に必要なことを学ぶことができると思った。また、実際に自分の目でイベントを見ることで、そこでしか得られないものがあると思った。この経験を生かして、今後も活動していきたいと思う。

研究報告書

講座名 公民館

協力企業：穂高公民館 安曇野市商工会 社会協議会

1. はじめに

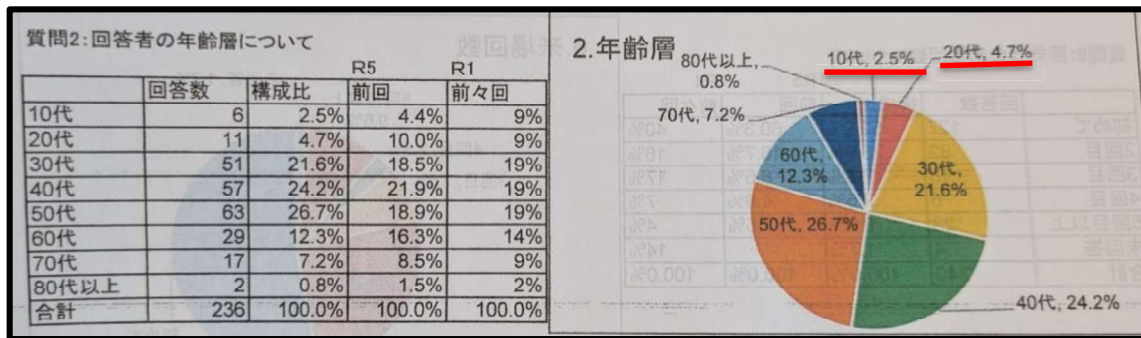
課題解決に向け以下の活動を行った。

- ・ポスター制作（穂高納涼祭、信州安曇野食の感謝祭、安曇野市穂高地域青少年育成連絡協議会講演会）
- ・納涼祭に参加（8月2日）
- ・カードゲーム講座（8月9日）
- ・スマートフォン講座（10月4日）
- ・年賀状作成教室に参加（11月27日）
- ・卒業作品の制作（11月21日～）
- ・社会協議会 スマホ教室（1月9日）

2. 問題の発見

私が課題を発見したきっかけは穂高公民館の館長の早川さんと商工会の方々の話を聞いたことだ。早川さんの話では「納涼祭」のポスターを制作してほしいこと、若者の参加が少ないので若者が来たいと思うポスターを作ること、高校生などの若者と地域の方々との交流が少ないことだった。そして、商工会の方々のお話でも「食の感謝祭」のポスターの制作と若者の参加率だった。昨年度の10代の参加率は2.5%、20代の参加率は4.7%と若者の参加率の低さを知り、これを問題とした。

また、私たちはこれまでの若者の参加率の低さから地域の方々と交流する場が少ないのではと考えた。



一例として食の感謝祭の参加率を貼っておく。

3. 解決策の検討

若者を呼び込むためのポスターでは、若者の目を引くようなカラフルで見やすいポスターを意識して制作することにした。そして、地域の方々と交流する場を設けるために「カードゲーム講座」を開くことにした。これは小学生から高齢者の方々まで参加することができるようにし、年齢関係なく交流することが目的だ。また、高齢者の方々が若者と関わる機会を増やすため「スマートフォン講座」を開くことにもした。他にも、公民館主催の「年賀状作成教室」に自分から積極的に参加し、高齢者の方々との交流を深めた。

4. 課題と仮説の設定

課題は若者のイベントへの参加率の低さ、若者との交流の少なさであり、交流する場を作ることが解決につながるのではないかと考えた。また、カードゲーム講座では地域間で交流する場が少なく参加しづらいということを仮説に設定した。

5. 実践方法の検討

課題解決のために「若者の目に留まるポスターの作成」「カードゲーム講座」「スマートフォン講座」を実施することにした。また、公民館主催で行われた「年賀状作成教室」にも参加した。

【方法】

ポスター

- ・若者の目を引くデザインを考え、文字に入れ込む
- ・配置などに注意する

仮説の検証として8月2日に行われる納涼祭で飾るポスターをどのくらいの人が見てくれるのか観察する。

カードゲーム講座

- ・カードゲームの準備（様々な年代の方が参加すると考えあまり複雑すぎないもの）
- ・お菓子や飲み物の準備

仮説の検証として参加者の年代と何名の方々が参加するのかを調べる。

スマートフォン講座

- ・スライドを用意する

仮説の検証として参加者の年代と何名の方々が参加するのかを調べる。

年賀状作成教室

仮説の検証として参加者の年代と何名の方々が参加するのかを調べる。

6. 研究経過・実践内容

ポスター

「穂高納涼祭」「信州安曇野食の感謝祭」「安曇野市穂高地域青少年育成連絡協議会講演会」この3つのポスターを制作。



私たちはポスター制作のほかにも納涼祭が始まる2週間ほど前に穂高神社周辺のお店にポスターを配布する活動も行った。また、実際に納涼祭に参加し運営のサポートも行った。

納涼祭の様子





カードゲーム講座

人数が集まらず開講することができなかつたため不明。

スマートフォン講座

5名の方が参加した。この講座はもともとお年寄りに寄り添った講座なので若者との交流が少ないという課題については解決に至っていると考える。また、私たちが講師として教えることで「教わる側」「教える側」という関係でコミュニケーションが取れよい交流が実現した。

年賀状作成教室

4名の方が参加した。ここでは、年賀状作成のサポートを通じて高齢者の方々と交流を深めることができた。ここでもスマートフォン講座と同じく良いコミュニケーションを取ることができた。

年賀状作成教室の様子

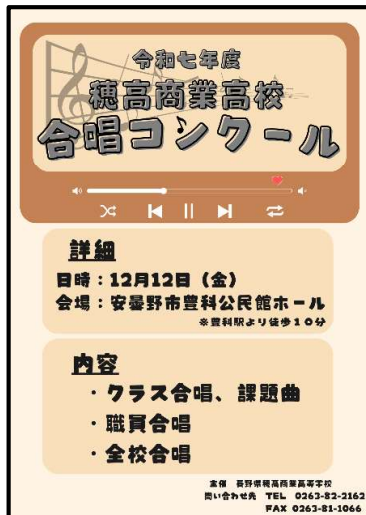


その他

卒業作品の制作

そのほかの活動として卒業作品の制作を行った。卒業作品は、「合唱コンクール」「卒業証書

授与式」のポスター2点を制作した。これまでの活動で身につけたスキルを存分に活かすことができた。



社会協議会 スマホ教室

最後の活動として社会協議会主催のスマホ教室に参加した。私たちが開催したスマートフォン講座での経験を活かし、高齢者のつまづきやすいポイントを丁寧に解説するよう心がけた。その結果、参加者の方々にも喜んでいただき、良い交流ができた。

7. 結果

私たちは若者のイベントへの参加率の低さ、地域と若者の交流の少なさという課題を解決するために活動を行った。その中でポスター制作や実際にイベントに参加するなど自分たちから地域と関わりを持つことを意識した。

イベントへの若者の参加率の低さについて、若者が行きたくなるようなポスターを意識しつつポスターを制作したが、実際に納涼祭に参加して、小学生や中学生はいるものの、高校生などの若者は参加率が低いと感じた。いかに華やかで目を引くポスターを作成しても参加率向上にはあまり繋がらないことが分かった。

地域と若者の交流が少ないという課題では解決に向けてカードゲーム講座を計画したが人数が集まらず開催することができなかった。だが、スマートフォン講座では5名の方が参加してくれたことで少しは解決に近づいたのではないかと考える。

2つの課題について解決のために活動を行ってきたが最終的に解決に導くことはできなかった。だが、自分たちから積極的に地域との関わりを持ったことで地域のぬくもりなど今まで気づけなかったことに気づくことができた。

8. 今後の課題

2つの課題を解決するためには若者向けのイベントを新たに作るなどポスター以外の広告（SNSでの広告）など今までとは違った活動が必要になると考えられる。ほかにも、広告を多くするなど若者の目に留まる時間を多くすることや若者向けの企画を多くすることも必要になると考える。

9. おわりに

この講座では課題解決まで導くことはできなかった。私たちの活動はあまり影響を及ぼさず、この活動だけでは解決にならないことが分かった。しかし、地域とのかかわりの大切さや課題解決のためにどのように取り組んでいくのかなど考える時間が増えた。そして、自分たちから地域と関わり、イベントなどに参加したことによって今まで気づけなかったぬくもりや良さに気づくこともできた。仲間や地域の方々とは協力し活動することでよい経験ができた。

地域の特産品

講座名 特産品

1. はじめに

(1) おやきについて

安曇野の特産品について話し合ったところ、「おやき」が代表的な特産品として挙げられた。しかし、おやきの存在を知っている人は多いものの、実際に食べたことがある人は意外と少ないことが分かった。

そこで、若い世代にも親しみやすく、積極的に食べてもらえるような新しいおやきの開発に取り組むことにした。まず、地元のおやき屋である「はいからさん」を訪問し、伝統的なおやきの作り方や基本について学んだ。そのうえで、若者が好んで食べる味や食感について話し合いを重ねた結果、弾力のある触感と甘さを楽しめるおやきが良いのではないかという意見が多く出た。

学校で実際に作ってみて具材の試行錯誤をおこなった。これらをとおしてできた新作おやきは、販売の機会として「穂商フェア」で販売し、実際に販売を行った。

(2) ガーデンハックルベリーについて

地域企業「辰巳」さんから、知名度が低く人気のない特産品「ガーデンハックルベリー」を若者にも食べてもらえる商品にしたいという依頼を受け、本校で商品開発に取り組んだ。私たちはまず、この果物を知ってもらうことが重要だと考え、タルトやパンケーキなどを検討したうえで、幅広い世代が食べやすい「プリン」を試作した。穂商フェアでは30個を販売し、完売することができ、多くの人にガーデンハックルベリーを知ってもらうきっかけとなった。本報告書では、その取り組みについてまとめる。

2. 問題の発見

おやきについて

一つ目に安曇野の特産品である「おやき」について課題研究することになりました。主に「若者」に目を向けました。そうすると問題として安曇野の特産品に何があるのかわからない若者がいるという点と、分かっている若者が知らない、たべない、若者向けではないものが多いという問題が挙げられた。

ガーデンハックルベリーについて

「辰巳」さんとの連携開発

二つ目に地域の企業「辰巳」さんという会社のほうから学校へガーデンハックルベリーというものの人気がなく知名度がないという問題から若者でも食べられて人気の出るようなものを作ってほしいという提案でハックルベリーの開発考えた。

3. 解決策の検討

(1) おやきについて

まず若者がおやきを知らない、たべない理由の一つに身近ではない、親しみがないという点が考えられ、今の若者にとって身近であるSNS(YouTube、TIKTOK、Instagram)を活用しておやきの良さを発信することで若者がおやきを知ってもらう一つのきっかけになり、動画でおやきのアレンジの仕方などをあげることで興味をもってもらえると考えた。

次に若者向けではないという点で、おやきは伝統的で素朴な食べ物というイメージが強く現在の若者の好みにあっていない可能性があると考えた。実際におやきはいからさんに訪問した際も50代6代のお客さんがほとんどということで若者向けではないと思った。

そこで今のトレンドである五感消費を意識して見た目のアレンジや味をメインにするのではなく生地を柔らかくもちっとさせて食感で楽しませる方法などを考えた。今のトレンドはしょっぱいものよりは甘いもののほうがトレンドだと思うのでスイーツ感覚で食べられるおやきなども考えていった。具体例リンゴカスタード、モンブランなど

(2) ガーデンハックルベリーについて

栄養価が高く加工品に向いている果物にもかかわらず人気がない知名度が低いという問題を解決するためにまず加工品を開発し（ジャムやスイーツタルトなど）道の駅や駅で試食を実施して試食販売を行うことでまず知ることができると考えました。そのほかにもSNSで積極的に発信することで問題解決につながると考えた。

4. 課題と仮説の設定

(1) おやきについて

おやきの課題は新しい味を開発しようです。仮説としては、新しい開発して商品を提供することで、これまでおやきに関心の薄かった若い世代をはじめに、幅広い年齢層に対して新たな魅力を感じてもらおうようになることを考え、また独自性のある味を作ることで話題性が高まり、既存顧客の満足度が高まって新規顧客獲得にもつながると考えた。

(2) ガーデンハックルベリーについて

課題としてガーデンハックルベリーを知ってもらうために商品を開発ということにした。その仮説として特産品にガーデンハックルベリーがあるということを知らない人がほとんどで親しみやすいスイーツ系の商品を作ることで知ってもらえるようになることを考えた。

5. 実践方法の検討

(1) おやきについて

グループで話し合っ自分たち高校生が考えたグザイを考えて実際に作ってみる。はいからさんに訪問して実際におやきの作り方を学んだうえで若者に人気のある食材ハム、チーズ、抹茶、バナナ、チョコ、生クリームなど若者向けの味で考えた。より多くの人や若者に食べてもらうために穂商フェアで実際に売ること考えた。

(2) ガーデンハックルベリーについて

講座内で話し合っ辰巳さんに提案する。講座内ではタルトやパンケーキ、プリンを挙げて小さい子供たちから高齢者の方まで食べやすいスイーツ系のものを考えた。多くの人に知ってもらうためにこちらも穂商フェアで販売することにした。

6. 研究経過・実践内容

(1) おやきについて

若者に売れるような味を考えて検討したうえで、穂商フェアで販売実践をしてみることにしてみました。販売にあたっては地元の店舗はいからさんにおやきの製造を依頼し地域連携を図りながら実践した。

はいからさんで学んだ作り方を生かして学校で試作することにした。最初は抹茶やチョコバナナなどを考えたがおやきの生地になかなかたり具材として中身に入れるのは難しいと考えた。さらに中身に入れやすく生地と合う味を考えた結果次の三つに決まった。

実践内容1 サツマイモ味 ペースト状でおやきの中にも入れやすく甘みがありスイーツっぽさが出ている。

実践内容2 あんこ餅味 あんこだけでは味に飽きてしまう可能性があったので餅を入れることで食感がもちもちする+あんこの甘みで若者向けになっている。

実践内容3 ハムチーズピザ 最初はハムチーズのみで考えたが質素で味にインパクトがなかったのでピザソースを加えてインパクトが出て若者にも親しみやすい味になっている。

(2) ガーデンハックルベリーについて

幅広い世代に食べてもらえるようなものを検討した上で、プリンに決定した。プリンは子供も高齢者も食べやすく、ガーデンハックルベリーにあう最適なものであった。

7. 結果

(1) おやきについて

穂商フェアでハイカラさんに作っていただいたおやきサツマイモ味ピザハムチーズ味あんこ餅味を計70個販売して約20分で完売することができた。仮説で立てた若者の好みに合っていないという問題があったが同級生や若い人に売れていておいしいと言ってもらえた。

(2) ガーデンハックルベリーについて

穂商フェアで辰巳さんに作っていただいたプリンを30個用意して、完売することができた。ガーデンハックルベリーを知っている人も少数いて、仮設で挙げた若い人から高齢の方まで買ってもらうことができた。

8. 今後の課題

穂商フェアで売ることによって完売して売っていたが個数制限などがなかったためすぐ売り切れてしまっておやきが目的で来ていただいた方が買えないという状況が発生した。時間ごとに売る個数を決めることで幅広いお客様に買ってもらえることができると思う。若者向けに作ったとはいえ目で見た感じは若い人に買ってもらえているとは思っていたが数字として出していなかったため若者に売っていたという断定はできなかった。客層を調査したりアンケート調査をしたりして協力してもらうことで数字として出してより結果をデータ上で残せたと感じました。

個数に関してもはいからさんがすべて作ってくれていたこともあるので多くすることは難しかったがもう少し早めに中身を決めて依頼したら個数も増やせたと思った。

9. おわりに

今回の研究を通して安曇野の特産品であるおやきは、工夫次第で若者にも親しみやすい食べ物になることが分かった。実際に味を考えたり、地元のおやき店の方々と協力したりすることで地域の魅力を改めて感じることもできた。また、地域の方々と連携して活動することの大切さや、伝統を新しい形でつなげていくおもしろさを学ぶことができた。まさに地域人教育穂高のコンセプトにあることが体現できたと思った。

講座名 特産品

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行く中で、カシスの知名度を上げることができ、また、みいまあ工房さんを知ってもらうことができた。

2. 問題の発見

(1) カシスについて (みいまあ工房との連携)

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。」⁽¹⁾ 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」、「有明細」、「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。

(2) 安曇野の食材を使った商品開発 (辰巳さんとの連携)

辰巳さんから、池田町ではガーデンハックルベリーを新たな特産品にしようとしていることをお伺いした。私たちはガーデンハックルベリーも耳にしたことがなかった。ガーデンハックルベリーとは「ナス科のイヌホオズキの一種です。欧米では定番ですが、栄養価が高い(アントシアニンはブルーベリーの約7倍)ということで、近年日本でも注目されている植物です。」⁽²⁾

そして、こちらも同じで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なかった。Googleで「ハックルベリーの特産品といえば」と調べてみても、安曇野の名前は出てこず、岩手県や青森県などの県名が出てくるため、知名度が少ないということがわかる。



3. 解決策の検討

(1) カシスについて (みいまあ工房との連携)

みいまあ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。また、それらをお菓子作りを専門としている屋代南の生徒の皆さんにつくっていただきたいと考えた。

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考えた。

(2) 安曇野の食材を使った商品開発

辰巳さんから頂いた、ハuckleベリーとハuckleベリーマーガリン入りは、ナス科の植物であるにも関わらずナスの様な味はせず、甘みがあっておいしかった。

甘くておいしかったのだが、ハuckleベリーは、さらさらの液状だった。

そのため、液状という部分を活用し、生地に混ぜ込む・ドリンクなどに入れる、もしくは、凍らせて固めて商品を開発するのが良いと考えた。具体的には、ラッシー、パンケーキ、かき氷、シャーベットなどだ。

4. 課題と仮説の設定

(課題)

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。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。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。

(仮説)

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. 実践方法の検討

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。

結果として多くの人から好評を得ることができ、カシスの魅力を広める成果を得た。



6. 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⁽³⁾。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。



7. 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。

8. 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、カシス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。

9. 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げ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「カシスとは？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 (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)

(4) 文章は一部 ChatGPT を使用

安曇野市の観光と交通について

講座名 交通・観光

協力企業 JR東日本、安曇野市役所

1. はじめに

この観光・交通講座では、安曇野市の認知度を上げ、魅力を発信することを目標にしている。

2. 問題の発見

私たちは、4月にフィールドワークで課題発見、5月・6月に課題を整理するなどという活動を行ってきて、出てきた課題は以下の通りである。

- ・バスが少ない
- ・電車の本数が少ない
- ・安曇野市の認知度が低い
- ・観光地が少ない
- ・駅から観光地までが遠い
- ・イベントが少ない
- ・街灯が少なく、夜が暗い
- ・シャッター通りで、駅の周りが寂しい
- ・少子高齢化 等

このような課題の中から、安曇野の認知度が低い(→全国的に30~40%と推定されている)という課題に着目した。そして、どうすれば安曇野の認知度を上げ、地域活性化に繋げることができるのかを考えた。

3. 解決策の検討

今現在も市の運営により行われている「あずさマルシェ」という新宿駅での農産物PRイベントと一緒に参加し、安曇野市のわさびやりんごなどの特産品を販売すれば、安曇野市のPRになり、安曇野市への認知度が上がる。そして、地域貢献にも大きく繋がるのではないかと考えた。

この案を市の役場に問い合わせたところ、以下の回答が返ってきた。

- ・どのような課題感を持っていて、あずさマルシェに参加することにより何が改善されるのか、示していただきたい。
- ・高校生が新宿で安曇野をPRするだけでは理由としては弱く、具体的にどのような層に何をPRしたいのか、そこに生徒のみなさんがどう関わっているのか、が必要になる。
- ・マルシェに同行される場合、交通費等の負担は市ではできない。

これらの回答から、課題やあずさマルシェに参加する目的、あずさマルシェに参加することにより改善されること、PRの具体的な内容などを明確にしていきたいと考えた。また、費用については学校側に掛け合うことが必要になってくるだろう。

4. 課題と仮説の設定

- ・課題 どうすれば安曇野市に観光客が訪れるのか。
安曇野市の認知度を高めるためにはどうすれば良いのか。
安曇野市の魅力をより多くの県外の人に伝えるためにはどうすれば良いのか。

・仮説

色々なイベントでアンケートを実施し、県内の人だけではなく、県外の多くの人たちにアンケートに回答してもらい、認知度を調査する。そして、安曇野市の魅力を発信するために役立てることができるのではないかと。

5. 実践方法の検討

・7、8月に市役所の方たちに学校に来てもらい、あずさマルシェに同行しても良いか許可を取るために、現在の安曇野の交通・観光について、自分たちがあずさマルシェに行く目的、あずさマルシェでやりたいこと、それにより得られる効果などについてまとめたスライドを用いて、プレゼンを行った。

(→[課題研究⑤](#))

・あずさマルシェで、安曇野市の認知度を調べたり、認知度を上げたりするために、新宿駅でアンケートを取ったり、安曇野市の特産品であるおやき(冷凍の状態で販売)やわさび(安曇野のそばとわさびをセットで販売)、りんごなどの加工品、安曇野米などを販売したりして、安曇野市に興味を持ってもらう。

・安曇野市の企業・お店と協力して、穂高駅のオリジナル駅弁や穂高駅のシール・ステッカーなどを商品開発する。

6. 研究経過・実践内容

- ・あずさマルシェでのアンケート調査(フォーム&紙)→アンケートに回答してくれた人たちに「いなほ」どらやきのプレゼント
- ・豊科駅でのアンケート調査
- ・中学生の体験入学でのアンケート調査
- ・穂商フェアで、安曇野市の駅の巨大すごろくを行い、安曇野市について知ってもらう取り組みを行った。
- ・穂高東中学校、塩尻市立丘中学校、松川中学校の中学生に安曇野市のイメージ調査についてのアンケートを配布して、回答してもらった。(フォームでのアンケート)



[あずさマルシェ]



[穂商フェア]

7. 結果

- ・あずきマルシェでのアンケート調査から、安曇野市は「名前は聞いたことがあるけれど、実際には訪れたことがない」という人が多い地域だと分かる。半数以上がまだ訪れたことのない人であることから、安曇野の魅力や行き方が、まだ十分に伝わっていない可能性がある。一方で、電車や車で行きたいと考えている人が多いことから、アクセス面の条件は悪くない。にもかかわらず、実際に訪れることに繋がっていないのは、現地でどう移動すればよいのか、どんな観光ができるのかといった具体的なイメージが持ちにくいからだと考えられる。交通の分かりやすさと観光情報をセットで上手く伝えることが、安曇野への関心を実際に訪れることに繋げるポイントになることなどが読み取れると思う。

また、安曇野を訪れたら旅館に宿泊したいという人が多く、観光や食事、自然体験への関心も高いことから、安曇野は多くの人々のニーズに合った観光地であることが分かる。

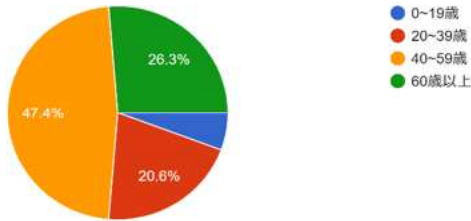
- ・私たちは、あずきマルシェや豊科駅、中学生の体験入学、各中学校などでたくさんアンケート調査を行い、これからの安曇野市に必要なことなどはまとめることはできたが、アンケートに回答してもらっただけで、時間の関係などで結果を活用して、安曇野市の魅力を発信する活動を行うことができなかった。

認知度は調べることができたが、認知度を上げ、地域活性化などに繋げることができなかった。

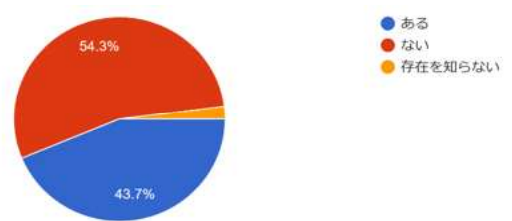
○アンケート結果から考える解決策

- ・SNSを通して宿泊施設をアピールする (TikTok、Instagram、YouTubeなど)
- ・ファミリー層をターゲットに野外音楽イベントを開催する
- ・インバウンドを活用したそば打ち体験や果物狩りなどのイベントを行う
- ・駅前の空いている建物をポップアップイベントなどができるスペースとして復活させる

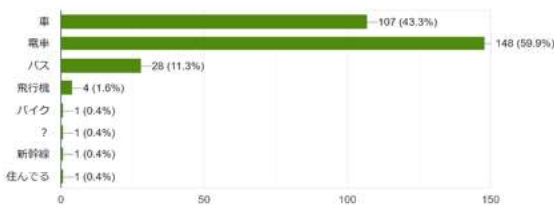
年齢
247 件の回答



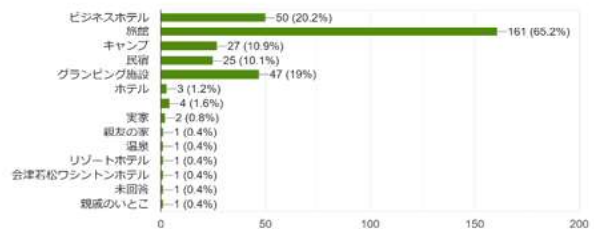
安曇野市に訪れたことはありますか？
247 件の回答



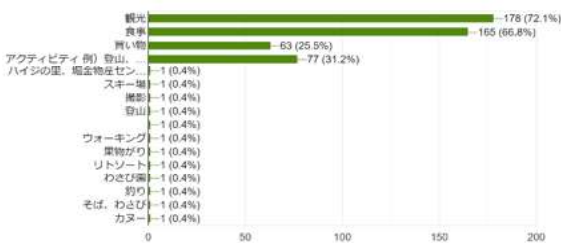
もし安曇野市を訪れるなら何で来ますか？
247 件の回答



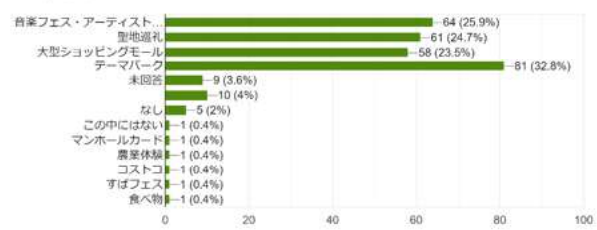
次のうち宿泊したい場所がありますか？
247 件の回答



もし訪れたら何がしたいですか？
247 件の回答



安曇野市にあれば来るきっかけになるものはありますか？
247 件の回答



[あずさマルシェのアンケート調査結果]

8. 今後の課題

解決策の実行を行い、安曇野市の魅力を発信する取り組みを行う。
調査結果を活用して、認知度を高めることに繋げる。

9. おわりに

地元の人たちと観光客が求めているものに、ずれが生じていることが分かった。
地元の人たちが感じる不便さは、観光客にとっては、魅力に感じるのではないかと考えた。
住民の過ごしやすさをとるか、観光客が求める自然豊かな安曇野市を維持し続けるか、非常に難しい選択だと感じた。
今回は、課題発見までに時間がかかり、解決策の実行に十分な時間を割けなかったから、来年度に課題研究を取り組む際は、研究のゴールを最初にしっかりと決めとくことがとても大切になってくると思った。

協力いただいた方々：ひつじ屋 大王わさび農場 丸山菓子舗 新井様 図書館手塚先生

1. はじめに

この講座では、フィールドワークを行った際、観光客の中にはレンタサイクルを利用して安曇野の自然や日本文化に魅力を感じて訪れていることが分かった。そこで私たちは、観光客や地元の人に安曇野の良さを伝えたいと考え、日本文化の代表である茶道について調べることにした。

2. 問題の発見

まず私たちは”安曇野の特産品は何なのか”調べ、穂高神社に行き安曇野の魅力を見つけたり、観光客にインタビューをしたりしようとした。しかし、穂高神社に行ったが観光客が少なく、観光客はレンタサイクルを使って安曇野市を観光していることがわかった。しかし、”レンタサイクルでどこに行っているのか”分からない。そのため、私たちは学校から行きやすい大王わさび農場に行った。

〈大王わさび農場〉

観光客に安曇野の魅力などを、施設の人には観光客の特徴やどの時期に1番観光客が多いのか聞き込みをした。安曇野の魅力は、山や景色が綺麗であることや自然豊か、そばが美味しいなどがあげられた。観光客の特徴としては、”年齢層高めで外国人が多く”、お盆やゴールデンウィークの時期が1番多いと知ることが出来た。

〈茶道〉

茶道具を持っている方(新井さん)が亡くなってしまい、後継者がいないと連絡が来たため、茶道具を預かった。私たちは茶道についてあまりよく知らないため、”預かった茶道具をどうやって使っていくのか”が問題である。

○問題：私たち、地元の人や観光客と交わっていない・関わりがない。

茶道具をどのように活用していくか。

地元の方・観光客に安曇野の魅力を知ってもらうにはどうしたらよいのか。

3. 解決策の検討

○問題：茶道具をどのように活用していくか。

解決策：茶道教室・展覧会を開く

地元の方や観光客(高齢者、外国人など)を集めて茶道教室を開くことで茶道について知らない人も興味を持ってもらえる。多くの茶道具が揃っているので展覧会をやるのもありだと感じた。子供から大人まで年齢関係なく、初心者でも参加しやすいようにする。

→茶道教室を開くことについて多くの人に知ってもらうために、駅やスーパーなどにチラシを掲示し宣伝することで多くの人に知ってもらう。

○問題：地元の方・観光客に安曇野の魅力を知ってもらうにはどうしたらよいのか。

解決策：特産品を使った食べ物を開発する

安曇野市の特産品を使い、茶道に合う菓子を考え、自分たちで作る。茶道教室で実際に一緒に提供する。茶道とともに安曇野市の特産品を知ってもらう。アロマスプレーやいなほ(どら焼き)なども販売し、先輩方が作ってくれた商品をもっと多くの人に広めていきたい。

4. 課題と仮説の設定

課題：茶道教室・いなほ（どら焼き）の販売

特産品を使った食べ物を自分たちで開発するには時間がなく、取り組むことができないと判断したため、先輩方が開発したいなほの販売をして安曇野の特産品を知ってもらおう。

仮説：・地域の方が茶道への魅力を身近に感じることができ、伝統文化への関心が高まる。

- ・いなほの存在をより多くの人に知ってもらうことで、安曇野の魅力も広まる。
- ・地域特産品を取り入れた菓子の提供によって、地域とのつながりや地産地消の意識が高まる
- ・大切に預かった茶道具を有効に活用できる。

5. 実践方法の検討

茶道教室の企画案

- ・預かった茶道具の整理
- ・茶道の先生をお呼びして茶道のお点前を教えてください
- ・お点前の流れ確認

広告（チラシ作成）

- ・茶道作法のチラシ作成
- ・茶道教室のチラシ作成

6. 研究経過・実践内容

取り組み内容

- ・茶道具の受け取りをし、茶道具の整理
- ・各種担当メンバーを決め、当日の流れを確認
- ・どら焼き注文・外帯・ポップ・釣銭等準備
- ・チラシ作成
- ・茶道の先生にお点前を学び、茶道具の使い方や抹茶の泡立て方など教えてもらった講座のみんなと役割分担して協力して取り組むことができた。



穂商フェア内容

【茶道教室】 体験料500円（どら焼き+抹茶の料金）

- ・作法の流れを見てもらい、実際に抹茶を飲んでもらう
 - ・いなほの販売
- 茶道ではどのようなものを使い、どのように行っているか実際に見てもらおうことで、少しでも茶道に興味を持ってもらうことや年齢関係なく楽しんでもらえるような取り組みを行った。

7. 結果

- 集客数が想定におよばなかった。
- 体験した方々の満足度は高かった。
- [感想]・時間がゆっくりと感じた ・お抹茶をいただく作法が興味深かった
 - ・日本の伝統文化を大切にしたいと思った ・同じお茶でも手間暇かけると別物みたい
- いなほを買いに来てくれる方が多く、売り込みも含め完売することができた。

8. 今後の課題

効果的な宣伝ができていなかったため、穂商フェアに来てくれた方々に対し楽しさや興味関心を持ってもらい、複数のコーナーや売り場の中から自分たちのところへ来てもらうためにはどんな工夫が必要なのか考え、宣伝活動をしていくことが重要だと感じた。

穂商フェアの想定来場者数と実際の数に開きがあり、いなほの発注量が多いと感じたため、多く見積もることも大切だが想定来場者数に見合った数にしておくべきだった。

9. おわりに

茶道をはじめとする伝統文化に興味関心のある多くの人たちが、それを共有して普段の生活の中で実際に体験する機会を持つことによって、いろいろな深いことについて学べたり、生活が豊かになったりするだろうと思った。また、伝統文化はとっっても奥の深い世界だなということも感じた。日本の文化や茶道への興味関心はあっても、日常生活の中に「知る」「体験する」機会が少ないため、もっと多くの場面で伝統文化に触れる機会がふえていけばよいと感じた。

社会福祉～子育て

講座名 社会福祉協議会

協力企業・団体:社会福祉協議会(穂高支所) 穂高中央児童館 穂高幼稚園

1. はじめに

社会福祉協議会の方にお話を聞き福祉と子育ての現状と課題を知った。特に興味を持った子育ての課題に着目し高校生が子育て経験がないため子育ての知識がないという課題に対し課題解決に向け様々なことに取り組んできた。

2. 問題の発見

① 社会福祉協議会(穂高支所)の見学を通して

社会福祉協議会:地域の福祉を支えるための民間団体であり様々な相談を受けている。

{福祉} **高齢者福祉** ~ 主役は利用者さんであり笑顔、チームで支えている ~

- ・委託介護支援事業者:どんなことで困っているのか計画を立てて調整してくれる(ケアマネ)
- ・通所介護事業所:1日30人ほどの利用者さんがいる。ごはん・お風呂・リハビリ・レクリエーションなどを行っている
- ・訪問介護事業所:家に訪問し掃除や炊事、トイレのサポートをしてくれる(ヘルパーさん)生活を支える役目を担っている
- ・訪問看護事業所:主治医の指示に従い医療を提供。自宅で最期を迎えるのが幸せであるため医者に体の様子を見に来てもらうことによって苦痛のない生活を送れている
- ・包括支援センター:高齢者のことで困ったら包括支援センター。些細なことでも連絡を受け付けている。専門職がそろっていて地域の民生員さんと連絡を密に取り合っている
- ・主役は利用者さんであり笑顔、チームで支えている

障がい者福祉:訪問サービス・通いのサービス(市内8か所)

- ・幸せをオーダーするお仕事
- ・訪問サービス:ヘルパーさんが自宅に訪問し家事の援助を行なっている
- ・通いのサービス:ポップライフ(症状が重症の利用者さんもいる)
放課後デイサービス:両親の帰宅まで安曇養護学校まで迎えに行く
地域活動支援センター:成人している障がいを持っている人に向けてレクを行う
就労継続支援:一般の会社で働くの困難だが働く意欲を持っている人を支援

地域福祉:地域福祉センターの運営、管理・福祉教育の推進など

{子育て支援} 遊びを通して親子を元気に

- ・児童館(市内9カ所):18歳までの子供が利用可能、それぞれにさまざまな特色がありそれぞれにとって安心安全な居場所となるよう居場所づくりをしている
- ・ファミリーサポート:住民同士の支え合いの制度、定額で子供を見てもらえる仕組み

{その他}

- ・困っている人を助けたい、助けてあげる仕組みを作ること
- ・スローガン“支え合い誰もが安心して暮らせる福祉のまち安曇野“
- ・一人一人が幸せだと感じる事が大切である

【課題】 安曇野市内でボランティアを行ってくれる人数が減少していて人手不足であること
特に若い人の人手がないこと

② 街歩きを通して

図書館のみらいの隣の公園(三枚橋公園)に遊んでる方たちにインタビューをしに行った。しかしその日が雨で悪天候だったこともあり公園で遊んでる親子は見受けられなかった。三枚橋公園のほかにみらいの図書館にも子供でも利用しやすいような工夫がなされているのか見に行った。雨でもみらいで過ごしたりできるが子供たちは雨の日、みらいが閉館している時はどんなところで遊んで過ごしているのか疑問に思った。遊具についても見てみたが滑り台の滑り出し地点が高台であるため小さい子が登るには難しいのではないかと感じた。しかし、普通の公園は階段なのでそれよりかは安全性は高いのではないかとも思う。

③ 自分の取り組む問題について

私は子育ての分野に取り組むことにした。インターネットで調べ保育園に通ってる年代の子育ては子供の成長段階に合わせた子育てが必要だと書いてあったことから保育園児の子育てが一番課題がありそうだと思い対象を保育園児(3~4歳児の年少)とした。なので保育園のほうに出向き交流として軽くレクなどをできたらいいなと思う。その他に、子育てしてる人の悩み、親御さんや保育士を対象にアンケートをとり、課題となっている問題について解決していけたらいいなと思う。また子供の成長を親御さんとともにサポートしている保育士にアンケートやインタビューし保育を取り巻く環境の現状、保育士の問題などを聞き、少しでも保育士の負担を減らせるよう支援する。

④ 体験講座を通して

6/20 に車椅子体験講座を行った。社会福祉協議会の方の協力のもと車椅子に乗って街に出て行き学校から穂高駅まで行った。今まで何も気にせず歩いていた駅前の道だが車椅子では通りにくい箇所があったり駅での車椅子でホームに上がる方法など今まで知らなかったことや気づかないことまで知ったり気づくことが出来た。またユニバーサルデザインは誰もが使いやすく設計することでバリアフリーは障害者やお年寄りなど体の不自由な人にとって使いやすいように設計することということ等を学んだ。実際街に出てみるとバリアフリーな部分が沢山あった。穂高神社の看板は他の国の人が見ても分かるように日本語以外の言語で書かれていたり神社のマークのピクトグラムが表示されていた。その他には穂高駅のスロープもそうなのではないかと思う。車椅子の方でも気軽に電車を利用できるよう JR の職員の方たちが密に連絡を取り合ったり介助したりなどが印象的だった。

6/27 に視覚障害講座を行った。視覚から受け取る情報が 80%を占めていてその他の感覚が 50%を占めていることがわかった。また視覚が不自由になることによって他の感覚が敏感になっていることを実際に体験してみて感じた。普段何気なく歩いている気にもしない小さな段差でも実際目隠しして白杖を持って歩いたら白杖に段差がひっかかったり感覚でしか段差の高さなどを把握できなくて非常に怖かった。介助する側の立場では目が見えない人に今どんなところを歩いているかの情報を伝えるのは難しかった。できるだけ伝えるようにしていても全然足りず急に足場の状態が変わった時や階段や段差がある所は特に怖かった。階段を昇降する際はあと何段で階段が終わるなどの声がけをもっとできれば更に歩いている側の人にも怖くなかったのかなと感じた。目隠しをしていて歩いていると自分では真っ直ぐに歩いているつもりでも実際は斜めに歩いていたりしてしまっていて非常に平衡感覚が鈍っていることがわかった。だからこそ街にある点字ブロックは真っ直ぐ歩いたりするために歩く方向を視覚障害者に伝えるための大事な手段なのではないかと考えた。いつどこに視覚に障がいを持った人がいるかは分からないので、できるだけ点字ブロック付近を歩くのは避け、視覚障害者の方も歩きやすくできるような私たちは配慮すべきだと感じた。

3. 解決策の検討

保育園の方に出向き保護者や保育士向けにアンケートを実施し、課題などを調査する。また、街の中を歩き直接保護者に子育てで大変なこと、もっとこのようになってほしいなど改善してさらに良くなるよう課題

を調査する。保育園児と交流し自分が実際園児と関わって行く中で難しいと思うことや保育士や保護者の方にとって負担になっていそうなことを体験することで理解する。そうすれば自分も実際大変さを経験しているので実際に保育士や保護者の負担を軽減させることができると思う。

安曇野市のボランティアが少ないという課題に対しては実際ボランティアのことを知らない市民もいるかもしれないためボランティア募集のポスターを作り市内にある施設(図書館やスーパーなど)に貼る。そうすることによって少しでもボランティアに興味を持ってくれる人が増えボランティアを实际してくれる人が増えると考ええる。

4. 課題と仮説の設定

高校生などの子育ての経験がない人は子育てについての知識がないため、将来実際に子育てする前に子育てについて知ってもらうことを課題として設定した。子育てに対してマイナスのイメージを持ってるかもしれないからそのようなイメージを持ってたりするかもしれないためそのようなイメージを変えたい。現時点で全校が子育てしていく上で不安に思うことなどをアンケートで調査し多くの人不安に思っていることを幼稚園の先生などに聞いて生徒が不安に思っていることの対処の仕方などをインタビューする。そのインタビューの質問と答えをQ&Aとして一つのホームページを作り、それを見て子育てについての考え方がQ&Aを見る前と見た後で子育てについての考え方が変わったか再度全校にアンケート調査を行う。これによって全校の子育てのイメージをマイナスからプラスに変わると思う。

5. 実践方法の検討

(1)子育てについてのイメージを全校にアンケートを取る

子育てを全校に知ってもらいたいが、全校が子育てに対してどのようなイメージを持っているのかわからないため調査し把握する。

(2)児童館訪問

児童館も子育て中の親子が使用していると思い、どのような遊びをしているのか、どの年齢の子がどのようなことができるのかを知る。

(3)幼稚園訪問

成長真ただ中の子供を保育している場所が幼稚園だと思ったため。幼稚園に訪問し実際に園児たちとかかわり、どのようにコミュニケーションをとったらいいかや幼稚園の先生に質問をし、全校に少しでも子育てについて知ってもらいたいと考えた。

(4)HP作成

全校からとったアンケートをもとに子育てで不安に思うことを中心に幼稚園の先生に質問をした。その質問の回答を全校生徒にも知ってもらう。

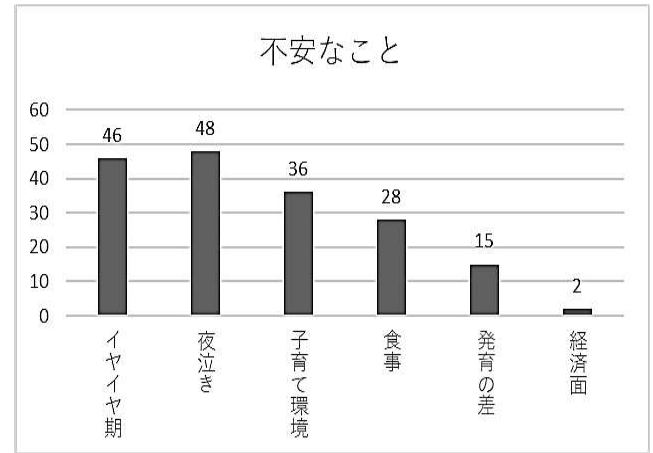
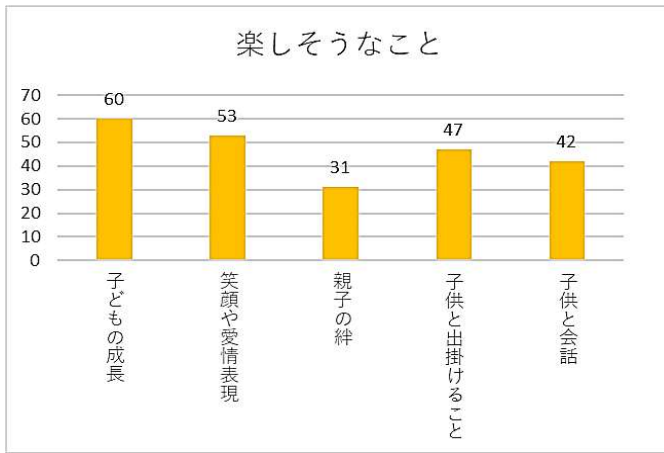
(5)全校に再度アンケートを取る

作成したHPを見る前と見た後の子育てに対するイメージがどの程度変わったか知りたい。

6. 研究経過・実践内容

(1)アンケート作成

全校生徒を対象とした子育てに関するアンケートを作成した。内容としては子育てにどのようなイメージがあるか、子育てをしていくうえで楽しそうだと思うことや不安に思うことをアンケートの内容とした。アンケート結果では子育てに対するイメージはプラスなイメージが66%、マイナスのイメージが33%となっていた。また、子育てで楽しそうだと思うことは子供の成長がみられることや子供の笑顔や愛情表現に触れられることが多かった。逆に不安に思うことは夜泣きやイヤイヤ期についてだということが分かった。



(2) 児童館見学

児童館を訪問し、児童館の職員の方にインタビューをした。そのインタビューを通して1日の利用者は2~3組の乳幼児が児童館を利用しており、0歳と1歳の子の利用が特に多いことがわかった。安曇野市の児童館は全部で9つあり、Instagramは9館合同で使用しておりそれぞれの児童館で行っているイベントなどを発信している。穂高中央児童館はInstagramはあるが特にそれには力を入れず親御さんとのかかわりを大切にしているということだった。しかし今の親御さんの年齢はとても若く児童館などの情報を手に入れる手段が広報などではなくInstagramなどのSNSなのではないかと考えた。なのでもう少し児童館で行っているイベントなどをInstagramなどに投稿して発信していけばもっと児童館を利用してくれる親子が増えてくれるのではないかと思う。Instagram以外の発信ではポスターの掲示などで行っている。

【穂高中央児童館で行っているイベント】

★ キッズパーク

各年齢ごと曜日が決まっていて親子で参加してもらうイベント。親で企画をしてイベントの運営を行っている。

★ みんな集まれ

様々な学年の子が集まって体を動かして遊ぶイベント。

★ 育児相談

夜に寝ないことや離乳食を食べてくれないなどの子育てに関する悩みを持った親御さんの相談に乗っている。

★ おはなし会

ボランティアを募り子供たちに向けて絵本の読み聞かせを行うイベント。

どのイベントも参加者は10組以下である。

(3) 幼稚園訪問

子育てをほかの高校生に子育ての内容を知ってもらうためまず自分たちが子育てを知るために幼稚園に訪問した。訪問した時期が運動会の練習と重なっていて運動会の練習のお手伝いをさせてもらった。この実習で運動会の練習の季節はとても忙しく園児がしっかりと安全に練習を行えるよう周りを見て動いていかなければいけないと分かった。また実際に年長さんのクラスに行かせてもらい子供たちと関わり子供との接し方を学ぶことができた。また、私たちが質問したことで印象に残った回答は年齢を重ねるにつれ成長し



たことと年齢別に人気のおもちゃである。この回答を見てしっかりと年齢を重ねるにつれて遊びの内容も成長していると感じた。年齢を重ねるにつれ自分で考えて遊ぶようになっていくと感じる。

(4) ホームページ作成

幼稚園の先生に聞いた高校生が不安に思うことを Q & A にしてホームページを作成した。みんなに見てもらいやすいように目次にそのページのリンクを張り付けて目次を押しただけでそのページに飛べるような工夫などを行った。



(作成したホームページ：<https://nagano-edu.my.canva.site/kosodate>)

(5) 穂商フェア

穂商フェアではどのようなことを行えば来場した子供たちが楽しんでもらえるか考え、活動しスライム体験や射的など子供たちが楽しめるようなことを行った。スライム体験のサポートを行い、子供達とのかかわり方を学ぶことができた。子供とかかわるときには子供と目線を合わせて話すことなど大切であるとわかった。また、自分たちがすべてのスライムの工程をやってあげるのではなく、来てくれた子供の年齢に合わせて準備してあげる工程を変えたりなどの工夫をして子供たちにスライム体験を行ってもらうことができた。子供がスライムを作ってる間に待っている親御さんにも子育てについてのアンケートを実施できればよかった。



【作成したポスター】



(6) 全校にアンケート再度実施

全校が子育てについてどの程度の自信があるか、私たちが作ったホームページを見る前と見た後の自信の変化をアンケートとったがあまりホームページを見る前と見た後の変化が見られなかった。なので私たちは全校生徒が知りたいと思っている子育てについての情報を掲載したホームページを作成することができなかった。もっとホームページを作ることを決めて全校に子育てについてどのようなことを知りたいか具体的にアンケートを取るべきだった。そうすることによりもっと全校生徒が子育てにつ

いての知識を身に着けることができたんじゃないかと考えられる。でも、私たちが作成したホームページを見て少しでも将来子育てする際の知識として役立ってほしいと感じた。

(7) 児童館でのイベント

児童館で私たちが主催するイベントとして手形アートを行った。多くの親子が参加してくれた。このイベントを通してやはり子供とかかわるときには子供の気持ちを大切にし子供の目線に合わせて話し、コミュニケーションをとっていくことが大切だと感じた。



7. 結果

私たちが行ったアンケートの結果は以下の通りだった。

- ・子育てに対するイメージ: プラスなイメージが 66%、マイナスのイメージが 33%
- ・子育てで楽しそうだと思うこと: 子供の成長がみられることや子供の笑顔や愛情表現に触れられること
- ・不安に思うこと: 夜泣きやイヤイヤ期

アンケートで不安に思うことの対処法や対応などを穂高幼稚園の先生に聞き、それを元にホームページを作成した。ホームページを元に子育てに対する自信をアンケート調査した。しかし、ホームページを見る前と見た後で子育てに対する自信が変化しなかったため、みんなが知りたいと思っている子育ての情報を掲載したホームページを作成できなかった。

全校の子育てに対する知識を完全に身につけられたとは言い切れないがホームページを作成したことによって少しでも全校が子育ての知識を身につけられたと考えられる。

8. 今後の課題

もっと詳しく子育ての情報を若い子に発信していく必要がある。今回はクラスルームのみのホームページの発信となってしまった。しかしもっと多くの若い子たちにも伝えられるよう SNS などを活用したり街中にチラシを張ったりするなどの工夫をすればさらに良いと思った。

全校にアンケートをとる際にアンケートの配信が遅くなってしまったことがあったので早めにアンケートを作成すべきだった。またそのアンケートの回答も呼び掛けるようにすること。1回目のアンケートを実施した際は呼びかけを行えなかったが2回目にアンケートを行った際はしっかりと呼びかけをすることができ1回目から2回目のアンケートで50件の回答数が増加した。

9. おわりに

私たちは、高校生は子育ての経験がないが将来のために子育てについての知識を身につけたほうがいいのではないかという課題に対して幼稚園訪問や児童館訪問、ホームページ作成を行ってきた。全校の子育てについての知識を高められたかはホームページ見る前と見た後の子育てに対する自信の変化がほとんどなくホームページは作ったものの、全校生徒が知りたいと思っている情報を掲載したものを作成することができなかった。1年間課題研究社会福祉講座としてやってきて視覚障害者体験や車いす体験など普段はできないような貴重な経験ができて非常に良かった。特に私たち若い人たちは障害者のことについて知らずと思ってないのでこの一年間の課題研究の授業を通して車いすに乗っている人の目線の高さや視覚障害者にとってはどれだけ街中を歩くことが怖いかなど実際に自分が経験しなければ得ることができないようなこともたくさん得ることができとてもよかった。そのほかにも認知症サポート講座では認知症の方がどのような状況の時に私たちにどのような声かけやサポートをしてほしいかなどを知ることができた。子育て分野では実際に児童館や幼稚園に訪問し子供たちとかかわり、子供とかかわるうえで大切なことなど実際に経験し学ぶことができた。1年間この授業を通して普通ではできないようなたくさんの貴重な経験をする事ができた。この貴重な経験を私のこれからの人生に活かしていきたい。

身体障害を持った方への理解を深めるために

講座名 社会福祉

協力企業・団体 社会福祉協議会

1. はじめに

まず初めに社会福祉協議会へ、お話をお伺いに行きそこで、様々な福祉への課題や障害を持った方についてのお話を聞かせていただいた。

聞いたことを生かすため、穂高の街歩きで現状の把握をした。

そこでは駅の方に話をお聞きしたり、点字ブロックの壊れている場所、点字ブロックの置かれていないところを知った。

その現状を変えるためフェアの場を使い体験会を開き多くの方に点字ブロックや障害を持った方の気持ちについて知ってもらった。

これらをやったうえでやりきれなかった、8のような課題点が挙げられる。

2. 問題の発見

まず初めに、社会福祉協議会とは主に地域活性をしている組織で、その中でも5月9日に行ってみて福祉に関わる活動が、高齢者福祉と障がい者福祉があり、中でも介護は居住介護、訪問介護、通所介護など様々な介護事業で展開されていた。

福祉の視点での街歩きで穂高駅周辺を歩いてみた結果、見つけた問題が複数ある。歩道には点字ブロックが置いてあったが点字ブロックだけでは進むのが困難であったり、点字ブロックの上に自転車のような障害物が置かれてしまっていたり、点字ブロックがない道はどうしているのか、という点である。

実際に、班の人が点字ブロックを体験してみたところ、曲道含む百メートル弱の道を進み切るのに10分ほどもかかってしまう点も問題だと考えた。

僕が取り組む問題は、上記に書いてある内容についてで盲目の人であったり、高齢の方が、住みやすい街づくりにしていく取り組みである。これらを行うことでだれもが平等に生活できる世の中にできると考えた。



3. 解決策の検討

解決策として考えられるのは、

①点字ブロックを目の見える人と目の見えない人どちらにもわかりやすくする。

②地域の人に点字ブロックなどの重要性を知ってもらい注意喚起をすることが大切である。と僕は考えた。

これらをするためにまず実際に目の見えない人の意見をお聞きして参考にすることが解決策として最適解であると考えられる。

4. 課題と仮説の設定

まず、点字ブロックは、市または道によっては県が管理しているので市内だけで完結させることはほぼ不可能だと分かった。それに加え、聞き込みをしてみたところ、学校で周りの人に聞き、家の方に聞いてみたところ、点字ブロックの大切さを知らない人は世の中にまだまだたくさんいることも分かった。

以上の二つが課題であり、一つ目を除き、二つ目のそれを改善するためには体験講座を行いポスターを作ることによって認知が広がると考えられるため多くの人に知ってもらえるという仮説を立てた。

5. 実践方法の検討

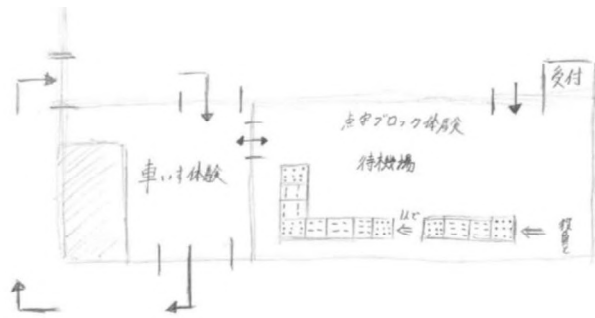
仮説からこの講座の福祉班では点字ブロックの体験、車いすの体験、ポスター作りを実践して広めるという方法を考えた。

準備では僕は主に体験内容、レイアウト、ポスター作りを担当した。ここでは難しさや大変さを理解してもらうために体験の内容を少しむずかしくしてみようと考えた。

内容としては、点字ブロックでは街中を歩く際、目の見えない方も靴を履いて足の感覚が鈍い中で点字ブロックを確かめるため、靴を履いた状態で、補助員アリを体験した後補助員をなくして曲道を目隠しをした状態で点字ブロックと白杖だけで歩くという内容である。車いす体験では一人で上り路も体験することで押してくれる人の必要性や移動の

大変さを理解してもらうというもの。補助員含め、友人や複数人でできるようにすることで、より楽しめたり体験に対してのハードルが下がるようにした。

実際に、目の見えない方のお話を聞くというものは、社会福祉協議会の方々を通してお話を伺えないのか確認したところ、難しいといわれてしまい、次に視覚障害者福祉協会に連絡してみたところ、感染症が蔓延している影響でこちらも難しい、といわれてしまい実際にお話を聞くというものは断念した。



6. 研究経過・実践内容

・上記体験を実践

結果報告としては二つの体験を合わせ約 40 人以上の方に体験をしてもらうことができた。

いただいたお声として、点字ブロックがあると比較的歩きやすい、真っ暗で怖かった、目が見えないのは大変だと知った、などの声をいただいた。

これらの意見から、多くの人に視覚障害者の方の大変さや点字ブロックの必要性を知ってもらうことができたといえる結果になった。

実際の様子

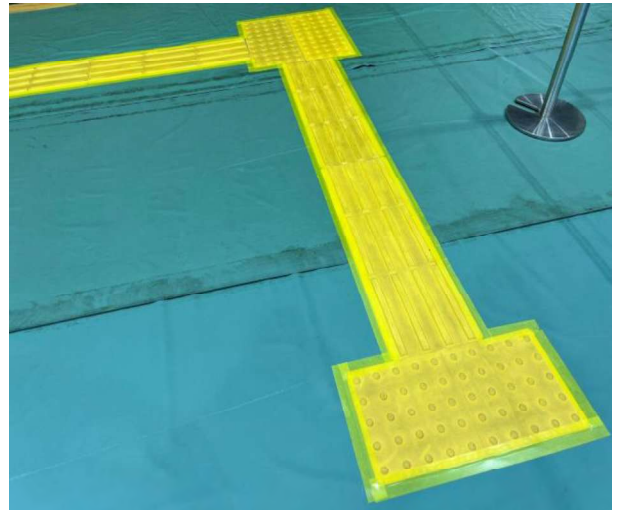


7. 結果

私たちの班は実際にフェアで体験講座やポスター作製を試みた結果、福祉や点字ブロックのことを知らなかったり詳しく把握していない生徒の方に知ってもらったり、興味関心を持ってもらうことができた。

体験終了時、点字ブロックがないと歩けない、目が見えない状態はとても怖いなど視覚障害者の方々の気持ちも知ってもらえる機会になりとてもよかった。

課題の一つであった視覚障害者の方や点字ブロックの認知度を高めるということに関しては大勢の方ではないが解決することができた。



8. 今後の課題

今後の課題としては本年度の活動内ではできなかった点字ブロックの修繕、一般の方々にも知ってもらうということが課題だと考える。

公民館や地域の集会の場で説明会をする場をいただき、実際に視覚障害者の方からお話をもらいしてほしいことや不満も聞き、報告書をまとめ県にもお話をしていくことでこれらの課題は解決の方向へ向かっていくと思われる。

SNSを使った宣伝をすることもより多くの人に知ってもらえる機会になるのでそういうような活動も課題解決の糸口になると考えられる。



9. おわりに

私たちが実際にこの活動を通してできたことは校内の方々に視覚障害、身体的障害を持つ方の気持ちや点字ブロックの重要性について知ってもらうこと。

これらの活動を通して学んだことは、他者への理解を深めることの必要性、実際に相手の立場になって考えること、客観的に物事を把握していくことや人々のつながりの大切さについて学んだ。

障害のない私たちでも障害のある方の立場になって物事を考え、寄り添うことができ、手助けをすることができる。

人とのつながりがなければ実際にこの事実は知ることができなかったし体験を開くこともできなかった。上記のこと学び知ることができそれを人に伝えることができたことが今年一年間の成果である。

社会福祉（防災）

講座名 社会福祉

協力企業・団体 安曇野市社会福祉協議会 穂高支所

1. はじめに

日本ではたくさんの災害が起こっていて、多くの人が避難所での生活を余儀なくされている。穂高商業高校は一時避難場所だと知って、避難所に必要なものを調べた。結果、プライバシーが確保されないことや備蓄されている物が少ないことが分かった。避難所では段ボールなどを使って壁を作れば、プライバシーが守られるようになって考えた。

2. 問題の発見

私たちは、防災をテーマにして街歩きをした。気づいたことは、穂高商業高校は、指定緊急避難場所（災害が発生した時、または発生する可能性が高い時に、住民が緊急的に避難する場所）だということだ。避難所の定義は以下の表のとおりである。

安曇野市は山や川が多い地形にあり洪水、地震、土砂、火災などの複合的な災害リスクを抱えていることや、高齢者が多い地域なので災害が起きたとき逃げ遅れや情報の遅れなどがあることが考えられる。



避難所の種類	内容
指定避難所	災害で家が壊れるなど、自宅で生活できなくなった人が長期間とどまる場所である。穂高商業高校の周辺では、南安曇農業高校、穂高東中学校、穂高南小学校、穂高会館などが指定されている。
指定緊急避難場所	台風や大雨、土砂災害などの危険が迫ったときに、一時的に命を守るために避難する場所である。洪水は浸水想定区域外、土砂災害は警戒区域外の安全な場所が選ばれる。
福祉避難所	高齢者や障がいのある人など、特別な支援が必要な人のための避難所で、豊科老人福祉センター、あずみの里、穂高地域福祉センター、老人保健施設 あずみの里などがある。

また、災害時に必要なもの、不要なものを調べていく中で、本校に備蓄されている食料や飲料水などが十分でないことがわかった。現在備蓄されているものは、生徒 280 名分の 1 日分の水と非常食のみである。

飲料水 非常食(少なくとも3日分多くて1週間分) 寝具 防寒具 ラジオ モバイルバッテリーガス
コンロ ガス ウェットティッシュ おむつ おしりふき (赤ちゃんがいる人)

避難所に必要なもの

千羽鶴 寄せ書き 生鮮食品 お米など調理が必要な物 賞味期限が近い・分からない食品
辛いラーメン 明らかな古着 季節外れの新品の服 周波数の違う家電

過去の事例から不要だったもの

3. 解決策の検討

安曇野市の災害のリスクは、地震、台風による災害のリスクがある。洪水時の避難所は、原則として安曇野氏ハザードマップを基準として、浸水想定区域外（安全区域）にある場所を指定している。浸水想定区域は県で指定している。土砂災害時の避難所は、原則として土砂災害警戒区域外（安全区域）にある場所を指定している。土砂災害警戒区域は県で指定している。

災害時の問題として考えられるのは、避難所での食事、睡眠、プライバシーの保護などが保証されないこと、衛生管理が十分でない分、感染症のリスクが高まることなどである。避難所は、普段は違うことに使用するため、避難所として生活するものがないので、代替できるものを提案しようと考えた。

4. 課題と仮説の設定

「ベッドが十分に用意できない」「床で寝る」ことに対して、身近にある材料で代替できるのではないかと仮説を立てた。さらに避難所には炊飯器が用意されていることは少ないので、お米を炊くことはできない。いらないものリストの中にお米がのっていたので、お米自体はあるので炊飯器がなくてもお米を炊く方法を調べ実際に使えるのか試してみることにした。そうすれば、実際に被災しても役立つのではないかと考えた。さらに応用するために、乳児がいる場合を想定した。避難所では、全体が共用スペースとなっているので、目隠しとなるような仕切りが必要だと考え、段ボールベッドと同様に身近にある材料で簡単なスペースを作れるのではないかと考えた。

「段ボールベッド」

避難所では床で寝ると体が冷え、ほこりを吸い込んで体調を崩す場合がある。そこで段ボールを使ったベッドを作ることで、床の寒さ対策にもなるし、多少は体の痛みを防げる。

「空き缶を使った炊飯」

避難所では電気が使えず炊飯器を使用できない。そこで、空き缶が炊飯器代わりになって、炊きたてのご飯が食べられるからいい代替品になると考えた。

5. 実践方法の検討

(1) 段ボールベッド

目的は、避難所で休める場所を簡単に作り、床が冷たいのと、硬いのを防ぐことである。

材料・・・段ボール8個（一人用）、ガムテープ、カッター

強度を上げるために折り方を工夫したり、重ねて使う方法も考えた。

さらに、避難所での使いやすさも考えて準備にどのくらいの時間がかかるのか、何人いれば作れるか、必要な材料はどれくらいかなどを、班のみんなで考えた。3、4人で作業すれば30～40分で完成させることができた。

(2) 空き缶を使った炊飯

目的は避難所では電気やガスが使えないので、使えなくても身近な材料でご飯を炊く方法を考えた。

材料・・・空き缶、お水、お米

何分で作ることができるか、片付けのしやすさについても考えた。空き缶を使って炊飯するには、火を扱うから安全に作業をすることと、周囲の燃えやすいものを置かないこと、換気をすることなどいろいろ班のみんなでも話し合って決めた。

6. 研究経過・実践内容

(1) 段ボールベッド

まず、段ボールベッドの作成を行った。ゴミ捨て場にあった大き目の段ボールを使い、強度を高められるように折り方や重ね方を工夫した。ガムテープでしっかりと固定し、完成したら実際に座ったり横になったりして、安全に寝ることができるかどうかを確認した。



(2) 空き缶を使った炊飯

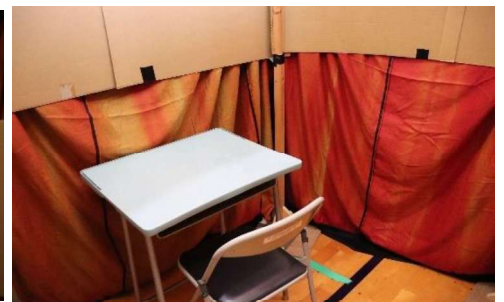
次に空き缶を使って炊飯を行った。飲み終わった空き缶をよく洗い、1人用のお米とお水を量って入れて、カセットコンロの火をつけて空き缶を上に乗せた。焦がさないように高さなどを工夫した。

これらの活動をして、避難所で本当に使えるかどうかを考えるために、炊くのにかった時間などを記録した。誰でも作れるか、安全に作れるかなどを考えて実践した。



(3) 穂商フェアでの発表

穂商フェアでは段ボールベッドの展示のほかに、授乳室も作って展示した。もし避難所に、授乳が必要な子どもやお母さんがいたら授乳室がないと困るので作った。



7. 結果

(1)段ボールベッド

実践した結果、段ボールベッドを1つ作るには3～4人の人数がいないと、とても時間がかかってしまう。床に直接寝る場合と段ボールベッドで寝る場合と比べて、体への負担を軽減することができた。また、寒い季節の床はとても冷えるから、寒さ対策もできてよいと考えた。

(2)空き缶を使った炊飯

空き缶を利用した炊飯は、空き缶など限られた道具だけでも炊飯をすることができ、非常時に代替品として使用できることが確認できた。

(3)穂商フェアでの発表

実際に災害が起きて避難してきた人の中には、お子さんや幼児を連れた人もいるから、授乳室をすることで周りからの視線を遮ることができ、一定のプライバシーを確保することができた。

(4)備蓄品の購入

学校の状況をふまえ、安曇野市社会福祉協議会の福祉協力校事業補助金を活用させていただき、非常食と非常用トイレ、モバイルバッテリー付き LED ラジオを購入した。

【非常食】 井村屋 えいようかん チョコえいようかん

1 学年生徒 1 名あたり 2 個 計 1 5 0 個 24,246 円



【うんちが臭わない袋】 BOS 非常用トイレ (Bセット) 50 回分 災害/携帯/簡易トイレ/防災グッズ/15 年保存 ◆防臭 防菌◆ 臭わない袋 BOS 付き

計：200 回分 14,620 円



【モバイルバッテリー付き LED ラジオ】 アイリスオーヤマ ラジオ 防災グッズ 防災ラジオ 小型 充電式 手回し led ライト バッテリー 携帯 手回し充電ラジオライト JTL-29

4 個 21,744 円



モバイルバッテリー
停電・災害があったとき、何より不安なのがスマートフォンが電池切れ。
大容量バッテリーを搭載したラジオライトがあれば、そんな問題も解決。

iPhone・Androidなどの各種スマホに対応し、どこでも使える。



ワイドFMにも対応のラジオ
情報収集もラジオライトにお任せ。ワイドFMにも対応しているから、AM電波が入りにくいビル街や山間部などでもラジオを受信できる。



LEDライト
省エネ・長寿命のLEDライトだから少ない電力で長持ち。

8. 今後の課題

(1) 実際の避難所での課題

代替品の提案や備蓄が整っていても、実際に災害が起こった時に人手不足などで、想定通りにできることができない可能性がある。状況に応じた対策を考える必要がある。

また、実際に代替品を作成する際に必ず材料があるかという問題があると気づいた。例えば段ボールが大量にあるのか、固定するのに使用したガムテープが存在しているのか、空き缶を入手できるのかなど火をおこすことができるのか、そもそも米があるかなどが課題として残った。

(2) 地域についての課題

実際に災害が起こったとして、すべての地域にこの内容が当てはまるとは限らないため、被災者の意見などを直接収集できていないから今後はアンケートや実際に聞き取りなどを行う必要がある。

災害時に物資が不足する状況を想定し、身近な物を活用した代用品づくりについて、地域住民や生徒が学ぶ機会を増やすことも重要である。加えて、複合災害を想定した避難訓練や防災教育を継続的にを行い、実際の災害時に安全かつ円滑に行動できるよう備えることが今後の課題である

9. おわりに

安曇野市福祉協議会穂高支所の方に、講座を開いていただき、バリアフリー・ユニバーサルデザインから学び、社協さんで行っている子供向けのイベントや児童館について知るきっかけを得た。また、お年寄りの老化の症状などをまなび、認知症の知識を学んだ。年齢の問題だけではなく、生活での困りごとを相談できる包括支援について学び、社会のサービスについて知ったうえで防災というテーマを研究した。

穂高商業高校は指定緊急避難場所として有効である一方、備蓄物資の不足など、長期間の避難生活に向けた課題があることが分かった。避難所での生活を改善するための方法として、段ボールベッド、空き缶を使った炊飯、段ボール製の授乳室について研究した。また、これらの取り組みを通して、避難所では限られた物や人手の中でも工夫次第で生活の質を高めることができることが分かった。

活動を通して、福祉のサービス・防災避難所についての知識を得ることができた。学習前は、災害に対する意識があまりなかったが、実際に被災した人の記事などを読み、被害の悲惨さを知り、避難所での生活の大変さを知ることができた。

これらの結果から、避難所環境の整備と防災意識の向上が重要であり、日頃からの備えや防災教育を継続していく必要があると考えられる。

【参考文献】

- ・ 船木伸江「命をつなぐ防災①」 偕成社 (2021年1月発行)
- ・ 安曇野市「安曇野市避難所一覧」<https://azumino.hinanjo.dmacs.jp/list/ja.html> (2025年11月7日閲覧)
- ・ 避難所で連日100人を超える感染症患者…カギは「水」 新たな対策は 能登半島地震【現場から、】 | TBS NEWS DIG <https://www.youtube.com/watch?v=fc5yHSdnnXY> (2025年11月7日閲覧)
- ・ 【能登半島地震】避難所で99人が感染症に 関連死の増加が懸念される 1月11日地震ニュースまとめ https://www.youtube.com/watch?v=gh_3Gzg0kjU (2025年11月7日閲覧)
- ・ 増田美樹「中高生の防災ブック」ペリかん社2023年9月発行

令和7年度 第2回穂商フェア実施 内容一覧

3年課題研究「地域人教育HOTAKA」

研究内容の展示発表やワークショップ等を実施します。

講座	研究内容	穂商フェアブース企画
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	子どもの遊び場(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・視覚障がい者について知る	車椅子、点字ブロック体験
社会福祉・防災班	避難所調べ、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	穂高納涼祭について。イベント向けポスター制作。 学校開放講座の企画。公民館の講座に参加。	公民館講座についてポスターセッション
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おけた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	水について調べる。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、水結のついで展示 利き水
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	コーヒー販売 お菓子の販売(スティックケーキ3種類、穂商シュー2種類)
特産品・おやき班	若者が食べられるもの、食べようと思えるおやきの開発	「安曇野おやきはいから」と連携したおやき販売(ピザ、さつまいも、あんこ餅)
特産品・カシス班	「みいまあ工房」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	池田町でガーデンハックルベリー商品開発	「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	茶道体験教室～米粉どら焼き 「いなほ」とともに～
観光	安曇野の観光について	調べたことについて発表 巨大すごろく

令和7年度 第2回穂商フェア実施 内容一覧

2年ビジネス探究「PBL」

企業や頂いた課題の紹介、解決策の提案をポスターセッションで行います。

企業	事業内容	頂いた課題
株式会社松本マツダオート	自動車販売	点検の待ち時間にお客様に1時間をどのように過ごしてもらうか。 また来てもらうために。どんな関わりするか
有限会社本郷鶏肉	食肉・惣菜の製造・販売	若者にも山賊焼を身近に感じてもらうためには？ 若い人向けの宣伝方法は？
株式会社ノムラ	精密部品加工・金型の設計・製作	展示会などで配布するノベルティ製品の企画 株式会社ノムラのオリジナルのプラスチック製品
大信州酒造株式会社	日本酒醸造・販売	廃棄される酒粕を有効活用する方法 廃棄費用がかかる。商品化？ほかに転用？
有限会社ヤマモト	スーパーの運営 弁当惣菜販売	SNSやWebをフル活用した広報活動 オーガニック部門に注目してほしい
株式会社つなぐ	地元企業の紹介冊子 「TSUNAGU」の発行	進学を希望している高校生に『将来、地元で働く』ということを意識してもらうには
有限会社小柴屋	食堂・お座敷 宴会場	「SNSを利用した情報発信と集客活動」 広報活動や集客のツールとして公式Instagramを確立できるように
株式会社小川原塗装店	屋根・外壁塗装	「Instagram、YouTube、TikTokなどによる広報」「ガテン」×「塗装」×「小川原塗装店」『働いてみたいと思ってほしい』『会社を知ってほしい』
株式会社藤澤組	建設業 建物・道路・河川・公園等	「建設業に興味を持てるプレゼンテーションの作成」 動画の作成、ウェブページでの公開
松本信用金庫	金融サービス 創業支援、地域の事業支援など	ビジネス探究 PBLにご協力いただいた企業さんとの仲介をしていただきました。

～商業科通信～

ビジネス探究システムについて

本校では「ビジネスを探究する学校」を目指し、地域をフィールドとしたビジネス探究システムの構築を進めてまいりました。令和7年度に2年次PBLが開始され、システムが完成いたしました。地域企業や自治体と連携をしながら探究的に学んでいます。

このビジネス探究システムにより、キャリア教育優良学校として文部科学大臣から表彰されました。

1年 ケースメソッド【基礎】

ビジネスの場面における出来事を題材に、どのように行動するかを考え、話し合いをすることにより、課題を解決する力や意思決定能力、コミュニケーション能力などを養います。

2年 PBL【発展】

企業が抱えている課題などを題材に、調査や分析、検証、プレゼンテーションを行うことにより、情報を収集する力や思考力、表現力などを養います。

3年 地域人教育HOTAKA【実践】

人々の生活や暮らしの向上、地域の活性化などを目的に、企業や自治体、地域の人々と連携して課題を発見し、解決にむけて取り組むことにより、知識を活用する力を養います。

1年 ケースメソッド（ビジネス基礎）

ビジネスの場面で直面する様々なテーマのケース（事例）をもとに、登場人物になりきって「あなたならどうするか」を考え、まとめ、グループやクラス全体で議論をしながら学びます。自分の意見を他者に伝え、意見を聞くことにより、自分の考えに自信をもてたり、他者の考えを受け入れたりできようになります。この学びをとおして、多面的思考力や、課題発見能力、問題解決能力を身につけていきます。

また、生徒たちが思考を止めず、自分で考え、挙手をして発言することを大切にしていますので、先生たちはファシリテーターに徹し、教える場面は少なく、生徒たちが主体的に学びます。



2年 PBL (ビジネス探究)

令和7年度は地域企業9社について課題解決のためのアイデア創出に取り組んでいます。まず、事業内容や、経営活動で生じる実際の問題について講義をしていただきました。その後、担当する企業を決定し、グループごと企業へ訪問して理解を深めました。穂商フェアでは企業紹介のポスターセッションを行いました。1月29日(木)穂高交流学習センターみらいで開催するビジネス探究発表会では課題解決のアイデアや取組について、プレゼンテーションを実施しました。

企業	頂いた課題
株式会社松本マツダオート (自動車販売)	お客様に点検待ちの1時間をどのように過ごしてもらうか また来てもらうためにどんな関わりするか
有限会社本郷鶏肉 (食肉・惣菜の製造・販売)	若者にも山賊焼を身近に感じてもらうためには 若い人向けの宣伝方法は
株式会社ノムラ (精密部品加工)	展示会などで配布するノベルティ製品の企画 株式会社ノムラのオリジナルのプラスチック製品
大信州酒造株式会社 (日本酒醸造・販売)	廃棄される酒粕を有効活用する方法 廃棄費用がかかるため、商品化したりほかに転用して資金化したい
有限会社ヤマモト (スーパー・弁当惣菜販売)	SNSやWebをフル活用した広報活動 オーガニック部門に注目して宣伝ほしい
株式会社つなぐ(企業紹介冊子「TSUNAGU」の発行)	進学を希望している高校生に『将来、地元で働く』ということを意識してもらうには
有限会社小柴屋(食堂・お座敷宴会場)	SNSを利用した情報発信と集客活動 広報活動や集客のツールとして公式Instagramを確立してほしい
株式会社小川原塗装店 (屋根・外壁塗装)	「SNSや動画などによる広報」「ガテン」×「塗装」×「小川原塗装店」 『働いてみたいと思っしてほしい』『会社を知ってほしい』
株式会社藤澤組 (建設業)	建設業に興味をもてるプレゼンテーションの作成 動画の作成、ウェブページでの公開
松本信用金庫 (金融サービス)	ビジネス探究 PBL にご協力いただいた企業さんとの仲介をしていただきました

なぜその問題が生まれているか

酒粕の使用方法が少ないため、
大量の酒粕が処分されている


試作：酒粕を使った入浴剤 (試作1)

材料：酒粕、ガーゼ、排水溝ネット、輪ゴム

○方法
ガーゼに酒粕を包み、
約40度のお湯に浸して揉んだ。

○感想
効果は感じなかった。継続が必要。

実際に作ったもの




ビジネス探究 PBL 発表会スライド

ポスターセッションと
試作の様子

3年 地域人教育HOTAKA（課題研究）

グループごとに地域の問題を発見し、課題を設定して、解決に取り組む探究的な学びを実践しています。地域企業や社会福祉協議会、市役所、他校など様々な組織と連携しながら活動をしています。令和7年度の活動テーマは「人口」「施設・企画」「松本山雅」「観光」「特産品」「茶器の活用」「地域交流」「自然」「社会福祉（防災・育児・障がい）」です。

穂商フェアでは調査・報告・実践を行いました。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いました。

1月22日(木)豊科公民館で開催する課題研究発表会では1年間の取組について報告します。

講座	研究内容	穂商フェアブース企画
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
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おけた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～
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

