

令和3年度 第29回鹿児島県高等学校生徒商業研究発表大会 報告

コロナに負けるな！

～ 世界自然遺産登録に向けて「世界の宝」活性化プロジェクト ～

大漣 成知（商業科）

1 はじめに

奄美大島は、多様性と希少性を併せ持った自然豊かでアマミノクロウサギやルリカケスをはじめ、世界的にも希少な野生動植物が数多く生息しています。年間を通して温暖で降水量も多く、黒潮が走る豊かなエメラルドグリーンの海にはきれいな珊瑚礁が広がり、色鮮やかな熱帯魚も生息しています。また、伝統工芸である本場奄美大島紬や泥染め、黒糖焼酎、そして島唄や八月踊りといった伝統芸能など長い歴史と伝統が今も引き継がれている貴重な島です。2017年に奄美群島国立公園に指定され、2018年には大河ドラマ「西郷どん」の舞台となり大きな注目を集めました。2018年に目指していた世界自然遺産登録は残念ながら見送られましたが、2021年5月にIUCNから世界自然遺産登録勧告を受け7月には正式決定する見通しです。奄美大島の地場産業の要である観光産業は、関東・関西からのLCC便就航や国内外のクルーズ客船の寄港数増加などの影響で奄美大島を訪れる観光客は年々増加傾向です。世界自然遺産登録が正式に決定すればさらに観光客の大幅な増加が予想されます。

このように、奄美大島の観光産業には大きな追い風が吹いていましたが、世界中を震撼させる新型コロナウイルスが発生したことで世界中の経済が一変し、奄美大島も多大なる打撃を受けました。LCCをはじめとする航空便の減便、クルーズ客船の寄港中止、国内外における移動の自粛によって観光客は大幅に減少し、必然ながら地域経済にも大きなダメージをもたらしました。とりわけ、観光産業等、外需に頼っていた地場産業は死活問題といえるような状況で奄美大島全体の経済活動はかつてない危機に陥っている状況です。そのような中、高校生がこれまで学習してきた商業の知識や技術を活かしながら、新しいアイデアや実践力で少しでも地域に活力と元気を与えることが出来ないかと三本柱を企画しました。

1つ目はこれまで日本人観光客や外国人観光客を対象にインバウンドを目的として実施してきた学科横断的体験学習「奄美高校レストラン」を今回は地域の方々を対象に実施することを企画しました。地元食材を活用したおいしい食事を提供することで笑顔や元気を与えられるのではないかと、また奄美高校の取組や専門性について理解してもらえるのではないかと考えました。

2つ目は地域特産物を活用した「オリジナル商品」を開発することで内需喚起を呼び起こし、一次産業や地域企業といった地域経済に貢献できるのではないかと、また商品の開発プロセスやプロモーション活動チャレンジショップや店頭販売、ネット販売など販路拡大に向けた一連の取り組みを体験することで「商業」の仕組みを実務的に理解できるのではないかと考えました。

3つ目は地元企業と連携して、オリジナルポスターを作成することで、地域企業の宣伝効果や売上アップに貢献し、少しでも地域活性化に寄与できるのではないかと考えました。今回の研究は高校生の熱い思いと実践を通してコロナで沈んでいる雰囲気吹き飛ばし、世界の宝である奄美大島を活性化させようという一大プロジェクトです。

2 仮説の設定



《地域活性化にどのような形で貢献できるか？》

- ・ コロナの感染拡大で、影響を受けている地域のために、高校生が企業と連携しながら取り組むことで、**地域活性化や地域貢献**につながる。
- ・ 県内で唯一全学科が力を合わせて作る奄美高校レストランを地域の方々を対象に開催することで、地域の方々に**奄美高校の取り組みについて理解**してもらう。



島に元気と笑顔を！！

- (1) 新型コロナウイルスの影響で売上が激減している地元企業と連携した商品の開発 や広告を作成することで、**地域活性化に貢献**することができるのではないか。
- (2) 教科内で連携を深め、「奄美高校レストラン」「商品開発」「広告作成」を実践的にプロセスを体験することで、**商業の仕組みを実務的に理解**することが出来るのではないか。

- (3) 「奄美高校レストラン」「商品開発」「広告作成」を実践研究することで奄美高校商業科・情報処理科の取り組みを地域や中学生に理解してもらえないのではないか。

3 研究の実際

(1) 奄美高校レストラン

ア これまでの取組

平成29年度より、特色ある取り組みとして「奄美高校レストラン」を開催しています。本校設置学科である商業科・情報処理科・機械電気科・家政科・衛生看護科が横断的連携により、各学科の特色を活かした「おもてなし」を通して奄美の魅力国内外に発信し、インバウンドを誘発することで地域経済の活性化につなげることを目的に1・2回目は日本国籍のクルーズ客船「ぱしふいっくびいなす号」の乗客80名を対象に、3回目は外国籍のクルーズ客船「サン・プリンセス号」乗船の台湾人観光客48名を対象に成功裏に終わりました。

【第1・2・3回奄美高校レストラン】



イ 第4回奄美高校レストラン事業の内容

(ア) コンセプト・スローガン決定と校内コンソーシアム体制の構築

開催にあたり、はじめに本事業の企画・運営を中心となって進めていく全体統括リーダーと学科リーダーを選出しました。その後今後の流れをリーダーを中心に企画会議を行いました。5名のリーダーを中心にスローガンとコンセプトを決定するためにKJ法を用いて、企画会議を重ねました。結果、コンセプトを『ちょっぴり贅沢な青春の味をお客様へ』に、スローガンを『Re-member 晴春 ～想～』に決めました。また、各学科の役割や連携を明確にした校内コンソーシアム体制を構築しました。



図1 全体統括・学科リーダー選出



図2 企画会議の様子



図3 KJ法を用いて考案



図4 コンセプト・スローガン決定

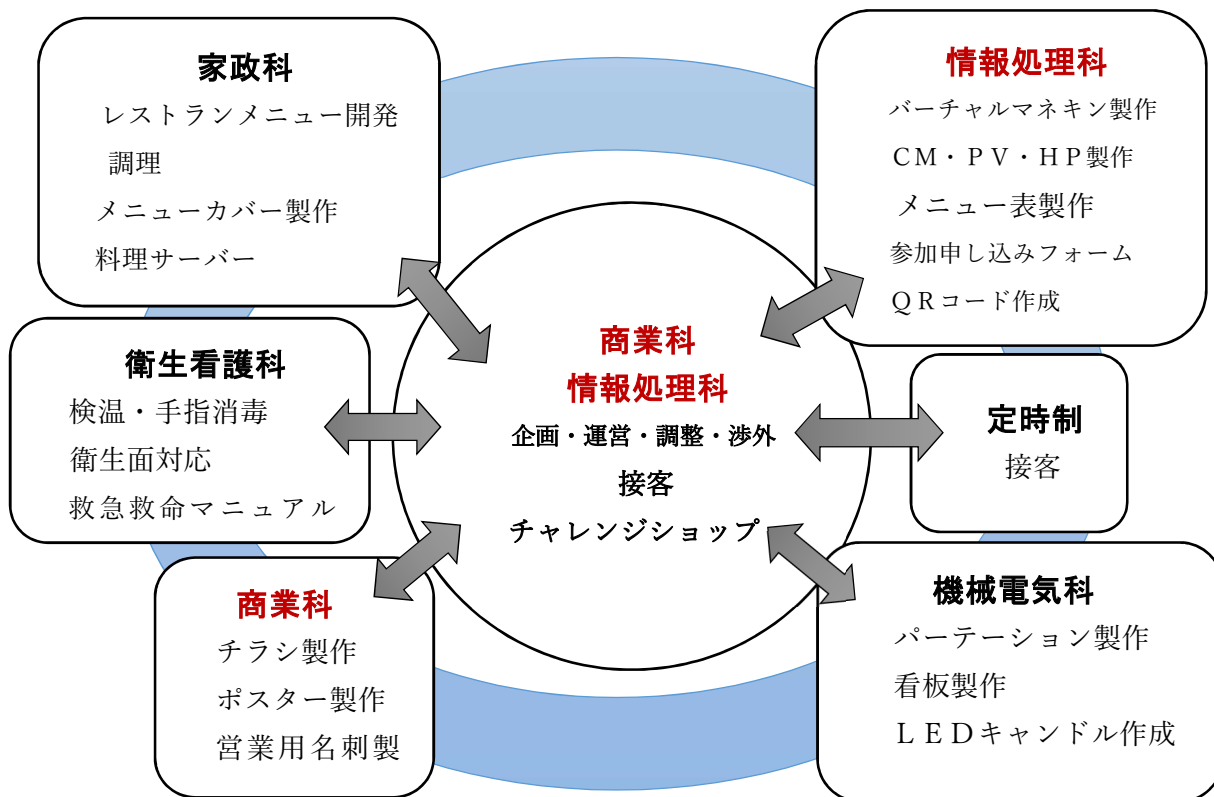


図5 校内コンソーシアム

(イ) チラシ・ポスター制作

商業科・情報処理科3年のチラシ制作係，商業科2年の「広告と販売促進」においてチラシとポスターの制作を行い，どちらも申込フォーム係が制作したQRコードを貼付し，スマートフォンから読み込んで申し込みができるようにしました。



図6 完成したチラシ



図7 完成したポスター



申し込み用QRコード

(ウ) 接客指導

本校情報処理科卒で，京都の料亭やフレンチレストランで活躍された，株式会社前川水産の前川晃一氏に，商業科・情報処理科の接客係にホストとしての心構えや，立ち振る舞いなどを指導していただきました。



図8 接客指導の様子①



図9 接客指導の様子②



図10 接客指導の様子③

(エ) プロモーション活動

全体統括リーダーと各学科リーダーで、地元のラジオとテレビに出演し、これまでの取り組みやお客様募集についてPR活動を行いました。



図 11 ラジオ出演の様



図 12 テレビ出演の様子①



図 13 テレビ出演の様子②

ウ 当日の様子

事前にチラシやポスターで応募を募ったところ156名の応募があり、抽選で選ばれた48名の地元招待客をおもてなしました。検温や手指消毒、食事会場にはパーテーションを設置するなどコロナ対策にも十分配慮しました。料理は奄美市のフレンチレストラン「プッセ」オーナーシェフ押川健太郎氏のご指導のもと、地元食材をふんだんに使ったオリジナル料理を提供しました。食事後は、作品展示場に誘導し各学科がこれまで制作した作品を見学しました。最後にチャレンジショップで本校の開発商品を販売しお見送りしました。



(2) 商品開発

ア 5W1Hの設定

WHY? (なぜ商品を開発したいのか? 目的は?)

まず、なぜ新商品を開発したいか考えました。ブレインストーミングで考えや思いを付箋に記入し、KJ法で全員の意見を可視化しながら、自分の意見や他人の意見を組み合わせて以下のように3つの目的を設定しました。

- ・オリジナル商品を開発し、島を元気と笑顔にしたい。
- ・新型コロナウイルスで困っている人たちを助けたい。
- ・商品開発のプロセスを体験したい。

WHERE? (どの企業と一緒に商品開発をするか?)

まずは、商品を開発するにあたり、協力をいただける企業の選定を行いました。生徒なじみがあるお店や保護者のつながりのあるお店などをホームページで拝見し、お店のコンセプトや販売している商品を確認し、連携先へお願いに伺いました。今回の取り組みの趣旨や目的を説明したところ「**それいゆふぁーむ**」が快く引き受けてくれました。

WHAT? (何を開発したいのか? 新規商品? 既存商品の改良?)

次に、開発したい商品を何にするか目的を考えました。作りたい商品という視点だけでなく、市場の需要はどうか、「それいゆふぁーむ」が扱っている商品をもとにアンケートを作成し市場調査を行いました。当初、商店街で調査予定であったが、新型コロナウイルスの影響を考慮し、1～3年生商業科・情報処理科152名を対象に実施しました。アンケート結果は以下のとおりです。

自分の好きなものに3つ以内で○をつけてください。※塗りつぶしは上位3位

ジェラート	プリン	ドーナツ	サンドウィッチ	クレープ	ワッフル	シフォンケーキ	その他
76	50	64	16	63	45	36	5

上位3つをSWOT分析した結果「**ドーナツ**」の商品化に決定しました。

WHO? (誰に買って貰いたいのか? マーケットターゲット)

具体的に開発商品が決定し、マーケットターゲットの選定に入りました。マーケットターゲットを明確にすることで、フレーバーやパッケージデザイン、コンセプトやキャッチコピーも顧客のニーズに合やす必要があります。検討を重ねました。観光客も大きく減少しており、観光客の需要は難しいと結論づけて、地元住民をターゲットとし、「ドーナツ」はデザートという概念が強いので、主に**若い女性から高齢の女性**をターゲットと決定しました。

WHEN? (販売開始をいつにするか?)

売上目標を明確にした上で、課題研究の授業スケジュールを逆算し、販売開始日の調整に入りました。仕入価格が1箱3個入りで420円ということから、販売価格を500円、目標利益額を100,000円に設定したところ1,250箱(3,750個)が売上目標となりました。今年度中に売上目標を達成するためには2学期のできるかぎり早い時期に販売を開始しないと目標達成が難しく、9月は学校行事や大型連休、検定等が重なって、困難であることから、**10月初旬を目標に販売開始日**と設定しました。

ウ 新商品の試食会とパッケージデザインの考案

「焼きドーナツ」の新フレーバーとして「きなこ」「マシュ（奄美の塩）」「島バナナ」「シナモン&島バナナ」「紅茶&ココナッツ」の5種類の試作品が完成しました。1回目の試食会では試食の感想や、商品化に向けた改善点について検証しました。2回目の試食会では、前回の試食会で好評だった「マシュ（奄美の塩）」「シナモン&島バナナ」「紅茶&ココナッツ」の3種類の試食を行い、前回の反省で出てきた原料の配分や食感について再検討しました。3回目の試食会で、これまでの課題を改善した新商品が完成し「あいらんどーナつ」と名付けました。箱のパッケージデザインも島を連想させるヤシの木やハイビスカス、奄美の地形をイラストしたピンクの箱も同時に完成しました。



図 18 新商品の試食会



図 19 パッケージデザインの話し合い



図 20 新商品「あいらんどーナつ」

エ メディア戦略による広告活動

完成した商品の販売促進のために必要な広告活動を考えました。マーケットターゲットを島内の消費者ということから、自分たちがお客様だったらどこで情報を得るかという視点で意見をだし合った結果、地元ラジオ局、地元テレビ、地元新聞2社に鹿児島県の一番の地方紙である南日本新聞に掲載していただくことで幅広く宣伝活動が実現できるのではないかと推測しました。テレビやラジオへの出演や、各新聞社に大きく掲載していただき、新商品や奄美高校商業科・情報処理科の取り組み、今後の販売活動について幅広く紹介していただきました。販売促進のツールとしてメディア戦略によるプロモーション活動を有効に活用しました。



図 21 奄美テレビ出演



図 22 新聞社へ取材依頼



図 23 あまみFM出演

オ 直接原価計算による販売計画と新商品「あいらんどーナつ」の販売活動

新商品「あいらんどーナつ」の販売活動を計画しました。420円を仕入原価とし、500円で販売すると仮定したときに直接原価計算で目標営業利益を100,000円と設定しました。販売目標が1,250箱3,750個となり、625,000円の売上目標が明確となりました。ま

た販路は、毎週金曜日午後本校商業科・情報処理科課題研究での「チャレンジショップ」また「それいゆふあーむ」店頭とホームページでスタートしました。第1回目のチャレンジショップ販売会では、開店5分で準備していた60箱(180個)が完売し、追加で発注した19箱(57個)も5分もしないうちに完売しました。直接原価計算による売上目標と、9回に及ぶ販売活動売上個数・売上高の詳細は下記の通りです。

直接原価計算による売上目標

損益計算書	単価	比率	
売上高	625,000	@500	1.00
変動売上原価	525,000	@420	0.84
貢献利益	100,000		0.16
固定費	0		
目標営業利益	100,000		

	$625,000 \div @500$ (単価)
	= 1,250 箱 (売上個数)
	$100,000 \div 0.16$
	= 625,000 (売上高)



図 24 名瀬商店街アーケードで販売



図 25 奄美市役所で販売活動

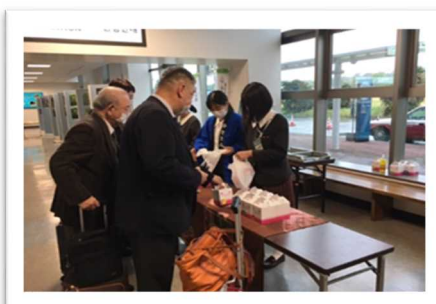


図 26 奄美空港で販売活動

販売活動ならびに売上個数・売上高

日時	販売場所	売上個数	売上金額
10月16日(金)	名瀬商店街アーケード	79箱	¥39,500
10月23日(金)	名瀬商店街アーケード	200箱	¥100,000
10月31日(土)	奄美高校文化祭	255箱	¥127,500
11月6日(金)	県立奄美図書館	65箱	¥32,500
11月13日(金)	県立奄美図書館・名瀬商店街アーケード	178箱	¥89,000
11月20日(金)	奄美市役所	231箱	¥115,500
12月5日(土)	奄美空港	85箱	¥42,500
12月6日(日)	奄美空港	134箱	¥67,000
12月11日(金)	奄美高校	57箱	¥28,500
合計		1,284箱	¥642,000

(3) 広告とデザイン

ア 経緯

校内でも販売されている島内にあるパン屋さん『麦の実』のオーナー求さんとのなにげない会話の中で、授業で習っている「広告と販売活動」の話になった時、「奄美高校生がこのような授業をしているなんて知らなかった。」と大変驚かれ、「うちの店のポスターを是非作成してくれないか。」と依頼されたのが始まりです。当初は私たちの制作したポスターが売りにどう影響するか不安でいっぱいでしたが、終えた後の感謝の言葉や実際に販売促進につながった今回の成功体験から私たちが日々学習していることが、実社会で役に立ち、認められたことがとても自信につながりました。そこでもっと地域のために力になりたいと、現在コロナの影響で売上が伸び悩み、経営難に陥っている企業のための地域応援隊『その悩み、私たちが解決します！』チーム立ち上げまでに至っています。



イ 実践

ポスター完成までの流れ

第1回企画会議からオーナーの求さんにも参加いただき、パン作りへの思い、素材へのこだわり、今後の展望などから商品の背景分析を行いました。

会議を重ねていく中で、ポジショニングマップを使い、商品の強みを見出し、ターゲット設定、広告コンセプトも決まりいよいよポスター制作に入ります。

その前に広告デザインの技法、判型、レイアウト、書体（フォント）、写真、イラスト、カラーについて芸術科(美術)の上床先生にアドバイスをいただきました。

【広告制作の手順】



手順1! ラフスケッチを簡単に鉛筆書きます!



色使いを明るくしたければペールトーン、爽やかなイメージならライトトーンを使うといいよ!





手順2！ キャッチコピー、ボディーコピー、リードのアイディアを作ります！

キャッチコピー

読み手の興味を引き、注目度や関心を高める機能を持ち、広告の中でも最も大きな文字で書かれている短い文章。



リード

キャッチコピーとボディーコピーをつなぐ役割があり、リードだけでも伝えたいメッセージを完結させる。

ボディーコピー

読み手に伝えたい情報を詳しく書いて商品の特徴を伝え、購買のための刺激になるような文章を広告の中で短くまとめられた部分。



**手順3！ カンプ作成！
イメージの共有と表現の確認作業は慎重**

※カンプとは完成予想作品



手順4！ 完成した写真をパソコンに取り込み、バランスをチェック！



※作成ソフトは Adobe Illustrator を使用

【麦の実さん】



①ラフスケッチの提出

②修正ポイントの指摘

③キャンプの提出

④了承

⑤データ入稿

⑥校正

【ポスター制作班】




期待に応えるためにみんな真剣です！妥協を許しません！


以上の工程を繰り返し、完成したポスターがこちらです！




『麦の実』 オーナー 求さんのコメント




生徒が作ったポスターを見てどう思いましたか？




すごいな！！こんなものができるんだと作品を見て感動しました(泣)
これだけ素晴らしいポスター制作ができてうらやましい。
私もできたらいいな...と思います。(笑)




お客様の反応はいかがでしたか？



奄高生がこういった活動をしていることを知らないお客様が多く、お客様も作品を見て感動していました！！
ポスターについての感想をお客様が「奄高生はこんなの作れるんだね」と教えてくれます。



ポスターを掲載して売り上げの変化がありましたか？



コロナ禍で自粛規制等もあり、具体的な数値で比較はできませんが、店舗のリニューアルも重なり、売り上げが倍近くになったのは間違いありません！！お客様の反応からも、ポスターの効果は絶大です。本当にありがとうございました。

コロナ禍により、今回作成したポスターによる **DAGMAR¹** を数値化して測り知ることは今のところできていませんが、今回の成功体験から、**私たちの学習内容が実社会で役に立ち、認められたことは実感としてあり、自信となりました。**そこで、もっと地域のために力になりたいと、現在コロナの影響で売上が伸び悩み、経営難に陥っている企業の**広告宣伝費削減のための地域応援企画『その悩み、私たちが解説します！』**チームを立ち上げました。地元新聞で募ったところ多くの企業からオファーがありました。その一社、一社の想いをしっかりとくみ取りながら現在、制作活動中です。

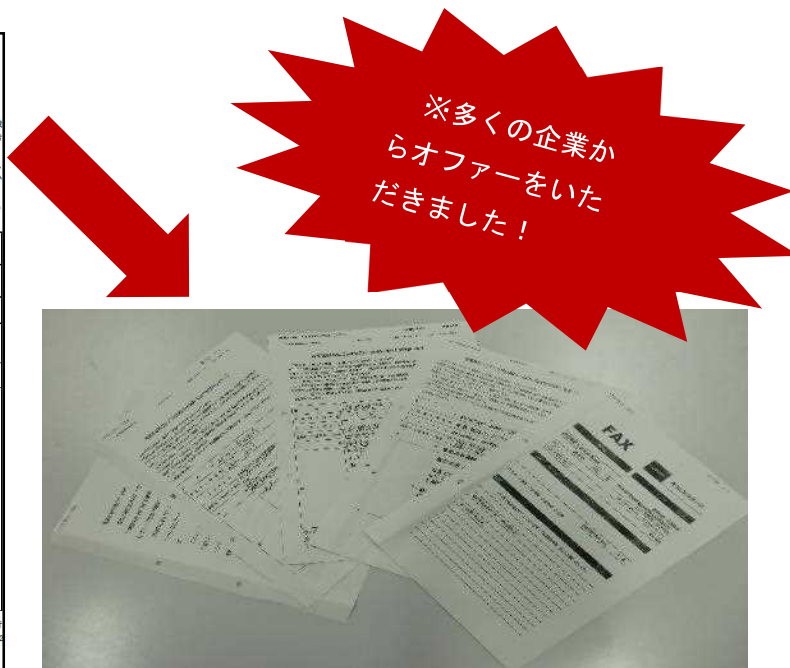
【申込フォーム】

奄美商業科2年コロナ企画【その悩み、私たちが解決します！】

このたびは、ポスター募集にご応募いただきありがとうございます。
今回は「広告と販促促進」という科目の中で制作するため、投票数に限りがある関係で、新聞広告にも掲載させていただいた通り限定1社の制作予定とさせていただきます。なお、応募多数の場合は生徒と共に選考し、決定したいと考えていますのでご了承ください。
なお、選考にあたり、下記のアンケートにご協力をお願いします。選考には今回の応募にあたって、どのような広告（ポスター）制作をして欲しいか（商品名等）、要望事項の記入をできるだけ詳細にお願いします。記入欄が不足する場合は別紙でも構いません。
アンケート記入後、お手数ですがFAXで奄美高校（※下記連絡先）までご返送いただけないでしょうか、よろしくご協力をお願いします。

会社名	
お名前 ※担当者	
メールアドレス	
連絡先：連絡のついでに TEL: 番号 FAX: 番号	
住所	
備考	

連絡先：鹿児島県立奄美高等学校 商業科 下川 行
TEL (0997) 52-6121 FAX : (0997) 52-6122



南西商事
松本様

今回最初に手掛け、現在もポスターを掲示していただいている、奄美空港2F出発フロアにある『有限会社南西商事』代表取締役の松本様から感謝のお手紙が届きました。

奄美高校商業科・生徒の皆さまへ

皆さんお変わりありませんか？ポスター制作時には大変お世話になりました。ポスター設置後のお客様の2Fフロアの動きや反応が少しずつ変わってきていると感じます。

以前はエスカレーター登り口から正面の他店へ進んでおりましたが、ポスター設置後は当店の看板ポスターを見ながら店内へ入ってくるお客様も増えてきています。中には、ポスターを写真に収めたり、キャッチコピーについて質問があったりと、確実に興味を持たれています。まだまだ大変な時期が続きますが、奄美高校商業科の皆さんと一緒に販売している気持ちになり、前向きになれる。今後も皆さんとコラボができると嬉しいです。

¹ Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results の略

4 仮説の検証

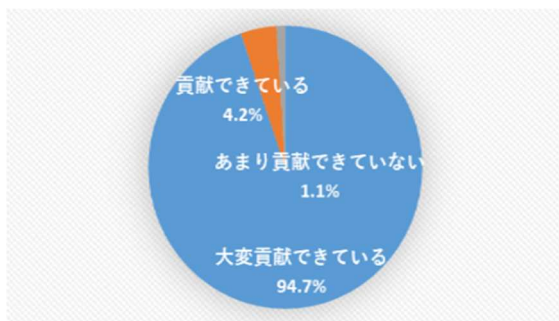
これまでの一連の活動を通して、最初に設定したこの3つの仮説が立証されたか財務諸表やアンケート調査を通して検証を行いました。

- (1) 新型コロナウイルスの影響で売上が激減している地元企業と連携した商品の開発や広告を制作することで、地域活性化に貢献することができるのではないか。

この仮説を実証するために、アンケート調査を行いました。

質問 奄美高校の地域企業と連携して取り組んでいる活動は地域活性化に貢献していると思いますか？

大変貢献できている	90
貢献できている	4
あまり貢献できていない	1
貢献できてない	0



損益計算書		単価	箱数
売上高	642,000	@500	1,284
売上原価	539,280	@420	
売上総利益	102,720		
販売費および一般管理費	0		
営業外費用	0		
当期純利益	102,720		

アンケート調査の結果から検証すると、**大変貢献できているが94.7%**、**貢献できている4.2%**、**あまり貢献できていないが1.1%**と**肯定的な意見が98.9%**でした。また、開発商品「あいらんどーナつ」の販売活動を終えて、損益計算書を作成し、経営成績を分析したところ、売り上げ目標の625,000円、目標当期純利益100,000円を達成することができました。さらに、広告作成においては、ポスターを提供した「麦の実」「南西商事」の2社ともポスター掲載後、大幅に売上が伸びたと感謝の連絡をいただきました。以上のことから、「新型コロナウイルスの影響で売上が激減している地元企業と連携して商品を開発することで地域活性化に貢献することができるのではないか。」という**仮説は立証**できたと結論づけました。

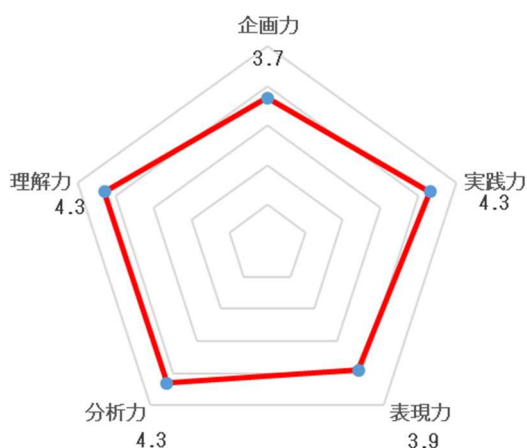
- (2) 教科内で連携を深め、「奄美高校レストラン」「商品開発」「広告作成」を実践的にプロセスを体験することで、商業の仕組みを実務的に理解することが出来るのではないか。

この仮説を実証するために、**ルーブリック評価表を活用し、生徒自身が5段階で自己評価を行った。**質問内容は以下のとおりです。

商品開発におけるルーブリック評価表							
		評価規準					評価
		5	4	3	2	1	
評価項目	企画力	地域課題を解決するために自分が企画したアイデアが採用され具現化することができた	地域課題を解決するために、地域と連携し主体的に自分の考えやアイデアを伝えることが出来た	地域課題を解決するために多くのアイデアを提案することが出来た	地域課題を解決するために課題解決方法（KJ法等）を理解することができた	地域の課題を理解することが出来た	
	実践力	商品開発の企画から販売、分析までの一連の流れを主体的に実践することが出来た	開発商品の売上向上のため広告の工夫やチラシの作成、主体的に販売活動を実践することができた	開発商品の販売促進のため主体的に営業活動や広報活動を実践することができた	新商品開発に向けて商品企画書を作成することができた。	地域の課題を理解し、商品開発のプロセスを実践することができた。	
	表現力	視覚的にわかりやすくポイントを押さえたプレゼンの発表が出来た	プレゼンを作成し、しっかりとした態度で発表することが出来た	プレゼンを作成することができた	プレゼンの作成方法を理解することが出来た	プレゼンの目的を理解することが出来た	
	分析力	アンケート結果から成果や課題を導き出すことができた	表やグラフを作成し、アンケート結果を導き出すことが出来た	アンケートの調査方法や集計方法を理解した	アンケートの目的にあった質問を作成することが出来た	アンケートの目的を理解することが出来た	
	理解力	商品開発の企画から販売、分析までの一連の流れを理解することが出来た	商品開発の分析方法や成果・課題を理解することが出来た	商品開発の広告・販売の方法を理解することが出来た	商品開発の企画の方法を理解することができた	商品開発の目的を理解することが出来た	

企画力・実践力・表現力・分析力・理解力の評価項目で自己評価を行い、全体の平均値で理解度について分析を行いました。

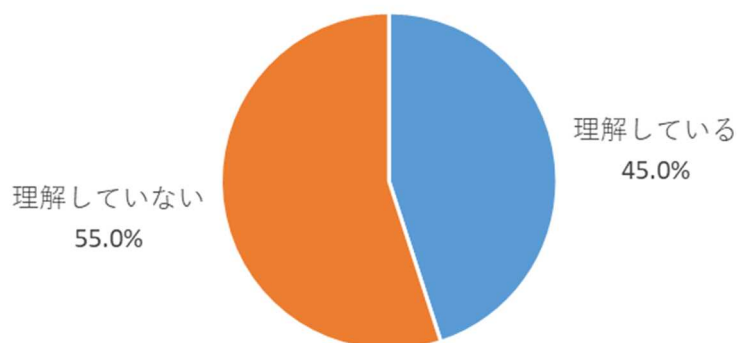
企画力	3.7
実践力	4.3
表現力	3.9
分析力	4.3
理解力	4.3



ルーブリック評価の結果から仮説を検証してみると、企画力や表現力が3点台とやや低い結果であったが、実践力・分析力・理解力が4点台と高い結果が見られ、1・2年次に学習してきた基礎学習・応用学習を通じた実践学習を体験して、**商業の仕組みを実務的により深く理解することができた**のではないかと結論づけました。

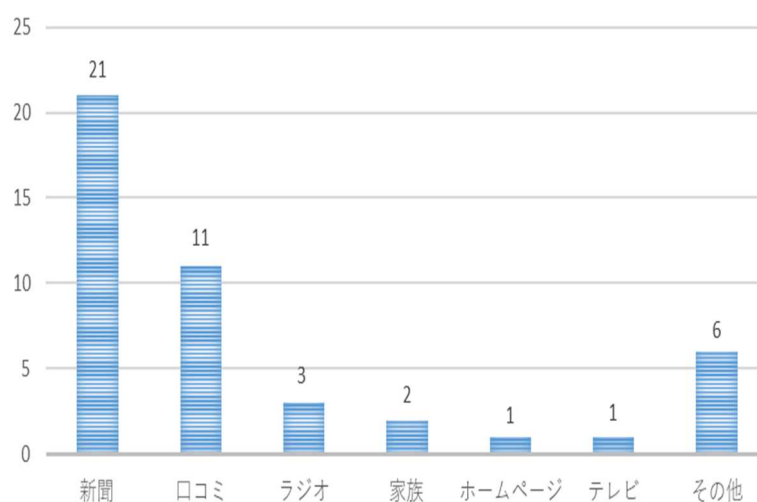
- (3) 「奄美高校レストラン」「商品開発」「広告作成」を実践研究することで奄美高校商業科・情報処理科の取り組みを地域や中学生に理解してもらえるのではないかとこの仮説を実証するために、アンケート調査を実施しました。

質問 1 奄美高校商業科・情報処理科が取り組んでいる商品開発や広告作成，奄美高校レストランについて理解していますか？



※質問 1 で「理解している」と解答した方のみ

質問 2 どのようにして奄美高校の取り組みを知りましたか？



アンケート結果から仮説を検証してみると、**理解していると解答した方が 45.0%と理解していないと解答した方の 55.0%を下回り**，奄美高校商業科・情報処理科の商品開発や広告作成，奄美高校レストランの取組について**地域の方々や中学生に理解してもらえているとはいえない**という結論に至りました。その原因として，新聞やテレビ，ラジオ等で周知を図ってきたが，予想している以上に見ていないということが分かりました。特に中学生においては新聞やテレビ，ラジオ等はほとんど見ていないことが分かり，**新たな周知の方法を考える必要性がある**ことを理解することができました。

5 成果と課題

昨年度から猛威を振るっている新型コロナウイルスの影響で奄美大島の経済も大きな打撃を受け、島全体の活気も大きく失われました。そのような中、高校生で少しでも地域活性化に貢献し、島に元気と笑顔が溢れるような取組ができないかという純粋な思いから奄美高校レストラン、商品開発、広告作成の三本柱を企画実践しました。奄美高校レストランにおいては、地域の方々に対して募集をかけることにあたり、今まで観光客向けに開催してきたものを地域の方々に変更し、本当にお客様が集まるのか大きな不安がありました。そこでパソコンやスマートフォンを使用し、QRコードから申込フォームに入力する方法で募集する等これまでと違う手法を考え、さらにメディアを通してのPRや観光協会、各自治体の協力ももらいながら住民に周知しました。その結果、応募者は予定の3倍以上の申し込みがあり、その約半数は小・中学生の子どもを持つ親子でした。このことから私たち奄美高校の各学科の魅力を地域に発信できたと確信しました。また、本校卒業生の先輩方や、多くの地元の企業や商店、観光協会や自治体など多方面において協力いただいたことや、地元の食材をふんだんに生かした料理を楽しんでもらえた事は、地域協働・地域創生に繋がったと思います。

今回の活動を通じた研究成果はこのような取組が地域に高く評価され、地域活性化に繋がっているという客観的根拠が示せたことです。また、第一次産業や地域産業に経済的・精神的な貢献ができたことも成果の一つです。主観的観点で考えると、今回の取組を通して、1年次から学習してきた商業科目について実践的に活動できたことで実務的な商業の仕組みや実社会における商業の役割を深く理解することができました。課題としては、プロモーション活動における市場調査が不足しており、年代別にどのような媒体から情報を得て行動に移っているか消費者心理についてももう少し深く調査する必要があると感じました。特に中学生においては、新聞やテレビ、ラジオなどの主要媒体からの情報を活用していないことも分かったので、SNSやインターネットなどの発信方法も調査研究し、発信の在り方を見直したいです。実践研究を通して成果と課題についてはっきり理解することができたのでPDCAサイクルを活用しながら、今回の課題を次の取組に活かして、地域のために高校生が出来ることを継続して研究していきたいです。



6 終わりに

現在、新型コロナウイルスの影響で見通しの立たない部分もありますが、三本柱の実践活動それぞれ進行中です。

奄美高校レストランは、今年度も地域の方々を対象に『あの頃のキラキラした青春のひとつときをもう一度』をコンセプトに12月の開催向け計画中です。昨年度とはまた違う趣向を凝らした内容で奄美高校ブランディングを構築したいと思っています。

商品開発班の「あいらんどーなつ」は、おかげさまで現在も販売実習「奄美高校チャレンジショップ」の目玉商品となっており、即日完売状態です。一過性の商品開発ではなく、いつまでも地域に愛される商品であり続けるために、今後も協力企業と情報を共有しながら販売促進に繋げていきたいです。

広告デザイン制作は、今回のポスターデザインが好評で、企業側からデザイン画を使用した商品開発のお話をいただき、現在トートバッグなどの商品化に向けて動き出しております。また、多くの地元企業、商店や海上保安庁、たつごう町移住ガイドセンター等の公共団体からオファーを頂いたポスター、企業ロゴ作成に取りかかっておりその締め切りに追われる充実した毎日を送っています。

このように、私たちが日々学んでいる「商業」の学習内容を地域に発信し、地域の中で行動に移すことで「地域の課題解決に向け提言する力」「地域に貢献できる力」などを備えられたと感じています。今後、正式に世界自然遺産登録され、新型コロナウイルス感染拡大も終息し、また以前のように多くの観光客を迎え入れられる日が来ると信じています。それまで先人から受け継いできているこの奄美大島の美しい自然を守りつつ、島の経済、地場産業発展のため、そしてなにより島人(しまんちゅ)にいつまでも笑顔と元気を与えられるよう、まだまだ「商業」を学び続けていきます。



開発した「あいらんどーナツ」をPRする生徒＝奄美市名瀬の奄美高校

地元素材でドーナツ開発

「島の特産伝えたい」



奄美高生7人 観光農園協力

授業の「商品開発の」一環。新型コロナウイルスの影響で打撃を受けた地域経済の活性化に貢献したいと、地元

奄美市の奄美高校3年生7人が、龍郷町の観光農園「それいゆふあーむ」と協力し、地元の島バナナなどを素材にしたハート形の焼きドーナツを開発した。販売も早い評判は上々。生徒らは「自信作。手に取って奄美の特産を多くの人に知ってほしい」とPRする。

食材を活用している。4月から約半年かけて完成させ、「あいらんどーナツ」を開発した。

島バナナ、塩、紅茶とココナツのミックスの3種類で、それぞれを生地に練り込んである。生地とバナナは同農園の商品を活用し、塩は昔ながらの製法で作られた岩塩産を使っている。ヤシの木をあしらった、ピンクの箱のデザインも考えた。同市名瀬のアーケード街などで10月に2日間生徒が販売し、用意した1種類ずつ3個入りのセット(540円)が300箱完売する人気ぶり。長笑莉さんと大坪春華さんは「完成した時は達成感があった。それぞれの食感や風味を楽しんでほしい」と話した。

11月は6、13、20日午後2時～3時、学校に隣接する県立奄美図書館前で販売予定。それいゆふあーむの店頭とホームページでも購入できる。(桐原中朗)

商業科生徒が企業PR

ポスター作りで応援

奄美高校

県立奄美高校商業科の企業コラボ企画「その悩み、私たちが解決します!」の打ち合わせが15日、奄美市名瀬の同校であった。集客やPR方法に悩んでいる地元企業を応援するため、生徒が広告用のポスター作りを代行するというもの。商業科2年生の10人が商品の特徴や企業の要望などを聞き取り、作成するポスターの内容を検討した。



コラボ企画から商品や店の立地について説明を受ける生徒ら。15日、奄美市名瀬

「コラボ企画は授業の一環で、新型コロナウイルスの影響を受ける企業を応援しよう」と生徒らが発案。昨年12月中に募集し、応募があった4社の中から奄美市笠利町の奄美空港ターミナルビル内で土産店を営んでいる南西商事とのコラボを決めた。

この日は同社の松本健次郎代表取締役(53)が来校し、販売している商品や店舗の立地などについて説明。「奄美沖繩の世界自然遺産登録を見据えて外国人にもアピールしたい。店が目立ちにくい位置にあるため、お客様の目を引き、立ち寄ってもらえるようなポスターにしてほしい」と要望を伝えた。

生徒たちは利用客の年代やポスターの掲示場所、売れ筋商品について質問し、ポスターの内容や掲示方法を考えた。授業に参加した商業科2年の長紅杏さん(17)は「新型コロナウイルスでお客様が減っていると聞き、力になりたいと改めて思った。放課後実際にお店に行つてさらに内容を考えてほしい」と話した。

生徒たちは2月中旬までに仮のポスターを数点作成し、企業の意見を取り入れながら3月上旬に完成データを納品するという。



奄美市 だより

広報 奄美市だより

12月13日、学生による「奄美高校レストラン」が開催されました。地元出身のプロに指導を受け、感染症対策を行いながら、地元の食材を生かした料理や丁寧な接客で来店者をもてなしました。

今月号の主な内容	
市長・議長 新年のあいさつ	P2-3
2020 新型コロナウイルスに関する主な動き	P5
奄美市市政施行15周年記念 NHKのど自慢	P8-9
おうちで実践! コロナ禍の健康づくり	P12-13
新型コロナウイルス関連の支援窓口・制度	P14

1 月号
2021年(令和3年)
No.178