

諫早商業高校商業クラブの3年間の取り組み ～諫早のんのこ皿踊りを通じた地域との連携～

長崎県立諫早商業高等学校教諭 烏山 末義

1. はじめに

諫早商業高等学校商業クラブは、地域に根ざした活動を中心に「街おこし」「地域活性化」を大きなテーマに活動をおこなっている、創部38年目の特別部活動である。最近では地元特産の「うなぎ」や「諫早おこし」「のんのこ諫早まつり」などを調査研究し、その内容を発表することによって、諫早市や商工会議所から注目されるまでに成長している。

2. 本校の概況

本校は長崎県のほぼ中央部、諫早市に位置し、今年創立63年を迎える学校である。1学年商業科4クラス、情報処理科2クラス、国際コミュニケーション科1クラス、家政科1クラスから成る。平成16年度に長崎県で初めて開設した国際コミュニケーション科は、「使える英語」を目標に国際社会に貢献できる人材の育成を目標としている。

部活動も盛んで、フェンシング部、ソフトテニス部は昨年に続きインターハイに出場し、文化部では簿記・コンピュータ部、商業クラブが全国大会に出場している。

3. 「諫早のんのこ皿踊り」の歴史

「のんのこ」とは諫早の方言で「かわいい」という意味で、市民に最も親しまれている民謡が「のんのこ節」である。その歴史は江戸時代にまでさかのぼり、諫早藩主が江戸参勤で箱根の関所を通過したときの出来事が始まりと言われ、歌詞の中に「芝になりたや箱根の敷き芝に」と歌われている。両手に2枚ずつ小皿を持ち、カチカチとリズムをとりながら踊るのが大きな特徴である。諫早市では結婚式やお祝い事などがあるたびに市民に踊られる。

現在、諫早市では毎年9月に皿踊りを中心にした「のんのこ諫早まつり」が行われている。

4. 今回の取り組み

(1) テーマの設定

2003年7月、全国高総体「長崎ゆめ総体」の開

会式のアトラクションで、1,200名の高校生が「のんのこ皿踊り」を披露することを平成13年度に知り、このゆめ総体が「のんのこ皿踊り」を有名にする絶好のチャンスだと考えた。「のんのこ皿踊り」を北海道の「よさこいソーラン」のように盛り上げ、諫早市や長崎県全体の活性化につなげられないかと考え、3年計画で調査研究を開始した。平成14年度は仮説、平成15年度は実行、平成16年度は検証と進めた。

(2) 平成14年度の活動

① 祭りの現状把握

私達は、「のんのこ諫早まつり」が、どの程度、市民に定着しているのかを調べるためにアンケート調査を実施した。一般市民842名と市内の高校生854名、合わせて1,696名のデータを得、市民と高校生の意識にどのような違いがあるかを比較分析した。市民へのアンケート調査は、住宅地を一件一件訪問する面接法をとった。データの収集は時間と労力を一番必要とし大変苦勞した。



アンケート調査の様子

また、佐世保市でおこなわれている「YOSAKOI させば祭り」と諫早市でおこなわれている「のんのこ諫早まつり」を比較するために、佐世保・諫早の商工会議所を訪ね、祭りの現状や特色・予算・経済効果などを調べ分析した。

この結果、予算の収支面で特に大きな違いが見つかった。「YOSAKOI させば祭り」は、祭りに参加する団体が参加料を支払って祭りを盛り上げているのに対して、「のんのこ諫早まつり」は、祭りに参加する団体に謝金を出して、出場を依頼しているこ

とだった。

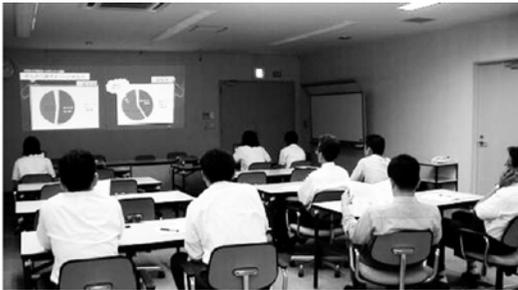
② 「自ら参加する祭り」への提言

祭りの現状を調べていくうちに、祭りは主催者が作るのではなく、「参加者が自ら作る」という強い意識を持つことで参加者が増え、街に活気が溢れ、人々が元気になることがわかった。また、祭りに参加する人が増えると、地元経済に良い影響を与えることもわかった。

「自ら参加する祭り」への提言として、次のような案を考え、諫早商工会議所や諫早市役所などのまわり実行委員会に提言した。

1. 主催者は最高のステージを準備する。
2. のんのごコンテストを実施する。
3. 地理的条件を生かす。

関係者はとても興味を示され、このことがきっかけで平成15年度より「のんのご踊りコンテスト」が実現することになった。



諫早商工会議所での報告

(3) 平成15年度の活動

① イベントの計画と実行

平成15年2月27日(木)、九州の財産であるハウステンボス(以下HTB)が「会社更生法の適用を申請」というショッキングな事態が発生した。生徒達は、HTBや長崎県のために何かをやらなければという意識が強くなった。そして活動をする上で、まず「自分たちのできる活動は何か」を考えた。その結果、のんのご皿踊りの魅力をアピールしながら、HTB県民広場や博多駅・長崎駅で観光客を一人でも多く長崎県に呼び込むようなイベントを計画し実行した。

特に博多駅でのイベントは、諫早市や長崎県の関係者、HTBの職員や報道関係者およびたくさんの観客が見守る中でおこなった。自分達で計画し実行した達成感と充実感、多くの人から注目される喜びと自信が身に付いたように思う。



博多駅での記念写真

この取り組みは、新聞やニュース・ホームページ等で大きく取り上げられ、地域の問題となった。

② のんのご諫早まつりへの参加

まつり実行委員会に提案したことを、自ら実行することが大切だと考え、「のんのご踊りコンテスト」に参加した。踊りのテーマを「平和」とし、見ている人が楽しくなるような振り付けを工夫し、夏休み返上で踊りの練習に励んだ。その結果、第1回のグランプリに輝き、賞金50万円を頂いた。コンテストを実施したことにより祭りが今までにない盛り上がりを見せ、まつり実行委員の方々は、「祭りに新しい風が吹いた」と言って大変な喜びようであった。

賞金の一部は日本赤十字社・諫早市社会福祉協議会などに寄附したり、商業クラブの活動資金として



平成15年度 コンテストの様子

使用した。

③ 折り紙教室

平成15年6月に、のんこの皿踊りをモチーフにした壁掛けを折り紙で作り市民へ配布したところ、多くの市民より「作り方を教えて欲しい」とたくさんの要望が学校に寄せられた。

その要望に応えるかたちで、10月18日(土)に第1回の「折り紙教室」を開いた。企画・運営・講師などはすべて部員で行い、一般市民61名の方が参加して大盛況のうちに終了した。

第2回の折り紙教室を平成16年11月6日(土)に実施した。この時、壁掛けのキットを作り販売したところ飛ぶように売れ、壁掛けのキットも商品として販売できることがわかった。



第1回折り紙教室の様子

④ 物産展と趣味の作品展

商業クラブが作成した「折り紙の壁掛け」を諫早観光協会主催の「物産展と趣味の作品展」へ、販売する目的で出品した。この催しは毎年、夏と冬の2回おこなわれている。

販売方法は「観光協会へ販売を委託する」というかたちをとり、手数料として売上の10%が差し引かれる。販売結果は、平成15年夏が1,890円、冬は



折り紙の壁掛け

17,100円であった。

冬の作品展の売上が伸びた要因として、商品価値を高めるため、高級感のある和紙を使ったこと、販売価格を350円を500円に、700円を1,000円にアップしたこと、ダイレクトメールを折り紙教室の参加者に送付したこ

とが考えられる。夏の作品展より売上が約9倍上昇し、作品が諫早のおみやげ品として定着するような予感がした。

これまでの販売結果は、次の通りで50,976円の利益となった。利益の一部は、北海道台風災害および新潟県中越地方地震災害の被災地へ寄附した。

(平成16年11月8日現在)

材料費	売上高		
折り紙	15,440円	H15.7	17,850円
豆色紙	31,000円	H15.7	1,890円
色紙掛け	31,680円	H15.10	7,000円
和紙	2,676円	H15.12	17,100円
その他	1,352円	H16.7	5,425円
消費税	<u>3,641円</u>	H16.9	21,350円
総費用	<u>85,789円</u>	H16.10	56,000円
		H16.11	10,150円
		総売上高	<u>136,765円</u>



北海道渡島支庁で義援金の寄附



本校で日赤長崎支部への寄附

(4) 平成16年度の活動

① 長崎大学経済学部訪問

私たちがおこなっている活動が本当に地域のために役立っているか疑問を持った。そこで第三者の客観的な判断を仰ぐため、地域経済を専門に研究され

ている長崎大学経済学部山口純哉助教授を訪ねた。山口先生からは「商業クラブの活動は十分地域のために役立っている。自信を持って活動に励んで欲しい」と激励された。また、「活動を長続きさせるためには、ボランティア的な活動はしない方がよい。活動が一過性のものになりかねない」とのご指摘も受けた。

② 諫早商工会議所および事業所訪問

私たちは「壁掛け」を人々がたくさん集まるホテルや病院などの受付に展示し、市民に少しでも「のんこの諫早まつり」を意識してもらいたいと考えた。そこで諫早商工会議所を訪問し、商工会議所に加盟している事業所を紹介していただいた。

紹介された事業所を訪問する前に、失礼な態度や言葉遣いがないように十分な準備をおこなった。そしてマニュアルを作成し、礼儀作法を何度も何度も練習し、自信を付けた。また、訪問の最後に「就職の際には、諫早商業の生徒をよろしく願います」と一言添え、自分の学校をPRすることもした。

事業所を訪問した生徒は、次のような感想を述べている。「初めての体験でとても緊張し、練習した通りにはなかなか言えなかった。自分の意思を相手に伝えることがこんなに難しいとは思わなかった。しかし、私たちの活動や作品が意外に、諫早市内に浸透していることがわかり、とてもうれしかった」。



事業所訪問先で

③ 3年間の研究成果

商業クラブは「のんこの皿踊り」を有名にしたという気持ちで3年間研究活動に取り組んできた。商業クラブが最初に提案した「のんこのコンテスト」は「のんこの踊りコンテスト」としてお祭りが盛り上がった。「地理的条件を生かす」は、「長崎市内の高校生が今年コンテストへ参加」という形で実現し、折り紙の費用対策は優勝賞金でクリアできた。目的は十分達成できたと思う。昨年は「折り紙の壁掛け」という思わぬ作品を発表することができ、今

年は壁掛けキットというかたちで販売も試み、諫早市民からは新しいお土産品として期待されている。

5. まとめ

商業クラブが作成した「諫早ののこ皿踊りの壁掛け」は、お祭りをPRするものとして、おみやげ品として、そして諫早商業をPRする作品として成長している。特に、校内では渡り廊下の壁や階段の踊り場に掲示され、進路室では、来訪者にお土産として配布している。

平成16年2月に姉妹校提携のためオーストラリアを訪問した際にも、諫早商業のお土産として利用された。11月には、中華人民共和国の教員学校視察団およびアメリカ合衆国教育訪問団へのお土産として大変喜ばれた。

地域活動を通して、市民との信頼関係も深まった。台風災害や地震災害などの被災地への募金活動では、商業クラブというだけで募金をしてくださる市民が多く、励ましの言葉や活動に対する感謝の言葉をたくさんいただき、勇気づけられた。

また、11月には九州産業局主催の諫早TMOシンポジウム「まちづくりどう思う：21世紀トーク」の市民アピールに参加し、地域に根ざした活動が確実に浸透してきたことが実感できた。



米国教育訪問団

6. おわりに

商業クラブの活動は地域に確実に浸透し、生徒はその期待に応えようと楽しみながら一生懸命に活動している。何事も前向きに取り組む生徒の姿勢に頭が下がる思いであると同時に、生徒の成長が本当にうれしい。「活動に参加して、良い方向に人生が変わった」とおおげさに言った生徒の顔がまぶしかった。

これからも郷土を愛し地域に貢献できる生徒を一人でも多く育成できるようにがんばりたい。