



SPH 特集

高校生版DMOの活動を核とした 地域観光ビジネス教育プログラムの開発

千葉県立一宮商業高等学校教諭 田中 善洋

1. はじめに

一宮商業高校は大正14年に設立され、令和7年に創立100周年を迎える、単独の商業高校です。昭和46年に全国に先駆けて情報処理科を設置し、全商プログラミングコンテストにおいて、第1回大会から41年連続入賞を継続しているプロコン伝統校である。また、一宮町の様々な行事に積極的に参加している。

本校は、平成30年度から3年間、文部科学省からスーパー・プロフェッショナル・ハイスクールの指定を受け、『高校生版DMO』の活動を核とした地域観光ビジネス教育プログラムの開発の研究に取り組み始めた。

2. 研究概要

本校が所在する千葉県長生郡一宮町は、東京オリンピック・パラリンピック競技会場（サーフィン）となった。町では、この世界的イベントを地域観光活性化の起爆剤とし、町の振興につなげる機運が高まっていた。新学習指導要領では「観光ビジネス」が新設されるが、本校では学校設定科目「地域観光Ⅰ・Ⅱ」を開設し、教科横断的な学びを行った。そして、地域の観光産業について、実践的・体験的な学習活動を進め、フィールドワークや地域人材の活用、情報技術を利用した学習などへ主体的・協働的に取り組んだ。

まず商業の学びを通し、地域との連携を軸にしながら外房地域の多様な関係者と生徒が協働して、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う組織（＝高校生版DMO）をつくった。そしてそれを主体的に運営する過程を通して、地域観光活性化に貢献できる専門的職業人（以下、観光人財）を育

成する教育プログラムの研究を行った。

地域観光ビジネス教育プログラムの開発

目指す人材像

- ・地域観光に興味を持ち、ビジネスとして捉えることができる人材
- ・地域観光活性化を通じ、地域の発展や未来創造に貢献できる人材

地域との繋がりを生かした
高校生版DMO

観光に関する学びを以下5つのユニットで構成し、カリキュラム・マネジメントによる教科・科目横断的な学びを実現し、社会人講師を効果的・積極的に活用することで「社会に開かれた教育課程」の具現化を図り、より実践的な学びの場を生徒へ提供することを目指すこととした。

5つのユニットでの学び	
観光コンテンツ	情報収集・発信
	1年 情報処理
	2年 プログラミング 3年 プログラミング応用
観光・地域ビジネス	歴史・文化、地域ビジネス
	1年 現代社会 1年 ビジネス基礎
国際交流	コミュニケーションスキル
	1年 コミュニケーション英語Ⅰ 2年 コミュニケーション英語Ⅱ
観光マーケティング	マーケティング戦略 観光マーケティング
	特別講座『マーケティング塾』 マーケティング講演会
マネジメント	観光・DMOの理解 地域の魅力発見
	2年選択『地域観光Ⅰ』
	3年選択『地域観光Ⅱ』

5つのユニットをベースに学年ごとに学びを進展させる。主な学習内容は以下のとおりである。

1年 地域を「知る」 ～魅力発見！プロジェクト～		
観光コンテンツ	情報処理	地域の魅力を知り伝える
観光・地域ビジネス	現代社会	地域の文化を知る
	ビジネス基礎	地域の産業を知る
国際交流	コミュニケーション英語Ⅰ	地域の魅力を知り伝える
観光マーケティング	講演会	一宮町と観光を知る
		地域スポーツビジネスを知る
2年 地域を「知り・発信する」 ～魅力発信！プロジェクト～		
観光コンテンツ	プログラミング	観光アプリ開発Ⅰ
国際交流	コミュニケーション英語Ⅱ	地域の魅力を知り伝える
マネジメント	地域観光Ⅰ	観光資源の理解と発信
観光マーケティング	特別講座	マーケティング塾
3年 地域を「繋げる」 ～一商版 DMO プロジェクト～		
観光コンテンツ	プログラミング応用	観光アプリ開発Ⅱ
マネジメント	地域観光Ⅱ	地域の文化を知る
観光マーケティング	特別講座	マーケティング塾

3. 高校生版 DMO（観光地域づくり法人）

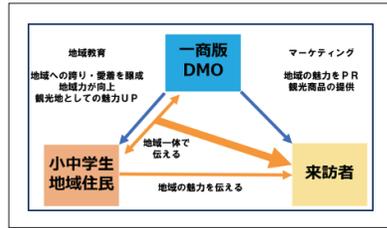
「DMO（Destination Management/Marketing Organization）」とは、地域の多様な関係者を巻き込みながら、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行うプロデューサー的な組織のことである。本校では、地域との連携を軸にしながら多様な関係者と協働して、ビジネスを通じた観光地域づくりを行う高校生版 DMO「一商生の波乗れ DMO」を発足し、観光地域づくりの学びを深めることとした。



「一商生の波乗れ DMO」が参考にしたのが、ハワイの DMO「HTA (Hawaii Tourism Authority)」である。アロハ文化を継承すべく「地域への教育」に力を入れた結果、住民の地域に対する誇り・愛着である「シビックプライド」が醸成され、地域力の向上、観光地としての魅力向上につながり、来訪者の満足度が向上するという良い連鎖が生まれている。

そこで、「一商生の波乗れ DMO」は、来訪者に

対するマーケティングを実践しながら、2・3年生の学校設定科目「地域観光Ⅰ・Ⅱ」で小・中学生向けの教育コンテンツの制作に取り組んだ。



「一商生の波乗れ DMO」のイメージ

4. 具体的な取り組み

ここでは、2019年4月からスタートした学校設定科目2年選択「地域観光Ⅰ」（3単位）および、2020年4月からスタートした3年選択「地域観光Ⅱ」（2単位）の取り組みについて紹介する。「地域観光Ⅰ」では、新設科目「観光ビジネス」の「観光とビジネス」、「観光資源と観光政策」、「観光ビジネスとマーケティング」の学習を取り入れた。また、「地域観光Ⅱ」では、「観光ビジネスの展開と効果」の学習を取り入れた。

(1) 「地域観光Ⅰ」の取り組み

① 「東京五輪2020」へ向けた活動（2019年）

東京五輪サーフィン種目会場を舞台に開催された高校生サーファーナンバー1を決める大会「なみのり甲子園」にて、町の魅力を理解し発信するPRブースの企画・運営の学習に取り組んだ。

はじめに、「知る」活動として、地域の観光資源散策や五輪会場・釣ヶ崎海岸の視察、サーフィンの国際大会の運営ボランティア体験などに取り組んだ。



「観光資源」や「サーフィン」を知る活動

また、サーフィン競技を知るために、ライブ配信や公式プログラムを活用した。その後、「なみのり甲子園」について理解した上で企画を立案し、飲食店にスポットを当てた「波乗りグルメ」と、観光資源にスポットを当てた「フォトコンテスト」を実施することにした。



「波乗りグルメ」は全校生徒と職員を対象におすすめるお店アンケートを実施し、人気店を中心に取材してチラシを作成した。また、大会当日に配布し、効果を図るため、協力店にチラシを見て来店した方がシールを貼る台紙を作成した。

「フォトコンテスト」は、フィールドワークで撮影した観光資源の写真をInstagram風の台紙に写真を貼りつけ、投票欄を作り、人気の高い観光資源の調査をすることとした。

当日は、予想よりも観戦者が少なかったため、最寄り駅の上総一ノ宮駅でも「波乗りグルメ」のチラシ配布を行い、「なみのり甲子園」のPRを行った。また「フォトコンテスト」は、フォトスポットについての質問があったり、行ってみたいとの感想をいただいたりすることができた。

【学習効果】

- ・観光が地域経済を活性化させることを肌身で感じることができたようで、【観光ビジネス】の観光とビジネスのつながりを理解させることができた。
- ・企画の準備や運営にあたり、主体性が高まり、地域についての理解力が高まった。
- ・地域の魅力を効果的に発信するために創造し、仲間や地域の方々との協働する姿勢を身につけることができた。

【課題】

- ・来場者や協力店についてのデータ収集。
- ・大会プロモーションへの参画。

【生徒の感想】

- ・当日は気温も高く大変でしたが、みんなと協働し、チラシを400枚ほど配った時の達成感は計り知れ

ないものでした。

- ・観光は企業、地域に経済的な効果をもたらし、私たちに生きがいと活気を与え、生きる喜びをもたらしてくれることを実感しました。
- ・PRする側の私たち自身が観光の知識を深めるとともに行動力を身につけることができました。
- ・町を盛り上げるために、どのようにすれば良いかを考えていく中に、やりがいを感じました。

②観光資源の保護活動（2020年）

「東京五輪」の延期と「なみのり甲子園」の中止が決まり、東京五輪サーフィン会場だからこそできる活動に取り組もうと考え、SDGsの14番「海の豊かさを守ろう」と「サーフィン」に関連づけて、「一宮町に産卵に来る絶滅危惧種アカウミガメ」を守るための啓発活動に取り組んだ。



「一宮ウミガメを見守る会」の協力のもと、資料や映像をもとに一宮町とアカウミガメについての理解を深め、多くの方々に「きれいな海と生命を守る」ための行動を呼びかけていくための資料づくりに取り組むこととし、まずは地元小・中学生に伝えるためのコンテンツ作りに取り組んだ。

【学習効果】

- ・「SDGs」や「海の環境問題」についての理解を深めることができた。
- ・観光資源保全活動を通して「観光」を「環境問題」と結びつけて考えられるようになり、観光に対する深い理解と観光資源の再確認ができた。

【課題】

- ・教育コンテンツの完成度を高める
- ・効果的に発信する方法の確立

【生徒の感想】

- ・一宮町にアカウミガメが産卵に来ること、絶滅危

惧種であることを理解することができた。

- ・人間を含めた多くの生命が永く生存できるよう、私たちができることから取り組み、環境問題を多くの人に伝えていきたいと思った。

(2) 「地域観光Ⅱ」の取り組み

「今、私たちにできること」(2020年)

2020年の夏は、地域と連携し、東京五輪開催時に町の魅力を発信する活動に取り組むことになっていったが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、東京五輪の延期が決定し、計画の見直しを迫られた。そこで、「アフターコロナ」「ウィズコロナ」「マイクロツーリズム」など、コロナ禍での観光の在り方に注目し、地域の方々と「今、私たちにできること」をテーマにオンライン会議を実施し、各自がプランニングに取り組み、相互評価後に、評価が高かった3つの企画を実践することにした。

企画① いちのみやスタンプラリー	
目的	地域に元気と活力を与える
ターゲット	地元小学生
内容	台紙をもとにスポットを回り、指示どおりにスタンプを集める
効果	・地元を舞台に楽しんでもらえる ・地元を好きになってもらえる
発展	近隣地域の方々の「マイクロツーリズム」に対応
企画② いちのみやすごろうく	
目的	一宮町の『観光人財』を育成する
ターゲット	地元小学生
内容	人生ゲームのようにイベントをクリアしながら、地域の魅力を知る
効果	・子どもたちが地元詳しくなり、来訪者に説明できるようになる ・「観光人財」が育つきっかけになる
発展	来訪者には記念に持ち帰ってもらい「次はあそこに行こう!」と思っていだききっかけを作り「町のリピーター」を増やす
企画③ ICHINOMIYA NAMINORI COLLECTION	
目的	来訪者に一宮町のオリジナル商品の情報を提供する
ターゲット	来訪者
内容	町内のお店オリジナル商品を使ったオンラインファッションショー
効果	お店とオリジナル商品の情報を提供することで、どこで何が売っているかを理解しやすくし、来店者を増やす
発展	サーフィンの大会等に、海でファッションショーを行い、テントで紹介した商品の販売をする

【学習効果】

- ・コロナ禍で当初の学習とは異なってしまったが、「今、私たちにできること」を主体的・創造的に思考したことは、観光の学びの幅を広げることに繋がった。
- ・仲間や地域の方々と協働し、何度も壁にぶつかりながらも調査と話し合いを繰り返し、課題を解決しようと取り組む中で、新たな道を切り拓こうとする姿勢が身についた。

【課題】

- ・グループワークの人数配分とスケジュール
- ・地域への知識と配慮

【生徒の感想】

- ・グループの仲間と協働しながら実現に近づけることができた点に達成感を感じました。そして、あきらめないことと協働することの大切さを学びました。
- ・お店や観光名所をクイズにするにあたり、多くの人の目に触れた時に、嫌な思いをする人が出ないように、配慮することの大切さを学びました。
- ・大きなことを成し遂げるには、色々な人たちが協力し合わなければならないことを実感しました。そして、何よりも「絶対に成功させる」という強い気持ちが大切だと改めて感じました。

おわりに

東京五輪会場として、インバウンドが期待されていた一宮町であるが、早期のインバウンド回復は難しい。しかし、これまでの疫病と観光のデータに基づいて見た時、必ず以前よりも観光客数が拡大している。よって、今は「地域の観光力」を向上させる活動に取り組むとともに、観光客が拡大した時に起こりうる「オーバーツーリズム」への対策など、高校生が地域の方々と「今、私たちにできること」を考えながら協働して取り組んでいくことが「高校生版DMO」の役割だと考える。そうした活動を通して、地域をリードする観光人財が生まれていくのではないだろうか。