【アクティブラーニング実践報告書】

地域観光研究 in 飛騨高山

道の駅の特産品開発とスキー場の活性化

2020 年 8 月

多摩大学・経営情報学部

はじめに

飛騨高山アクティブラーニング・プログラムは年に 2 回の実施であり，今年で四年目を迎えた。飛騨高山 AL プログラムは，都市部に居住する本学学生が飛騨高山に赴き，地域の方々とともに地域の課題解決に努め，学生目線での地域活性化に向けた提案を行うことを目的としている。

昨年度の 2 月から続く新型コロナウィルス流行に伴う感染拡大防止を鑑みて、春学期の高山 AL は全てオンライン（ZOOM）での実施とする運びとなった。オンラインでの AL の実施は初の試みであったが、発表や意見交換については対面の場合と遜色なく円滑に行うことができた。高山市の久々野町（岐阜県)、帝塚山大学（奈良県)、そして多摩大学（東京都）の三地域をオンラインでつなぎ、二大学の学生が自分達のアイディアについてそれぞれ提案を行った。

今年度の飛騨高山 AL プログラムでは､6 月～7 月にかけて事前学習と最終成果報告会を計 3 回実施した。本報告書は、その活動内容をとりまとめたものである。

尚、本活動の取り組みは、地元紙の岐阜新聞および高山市民時報社に取り上げられた。

文責：多摩大学経営情報学部 野坂美穂

2020年（令和2年）7月29日 水曜日

若者目線で久々野活性化を

多摩大と帝塚山大学生が提案

特産品生かす商品やスキー場の魅力に光

（出所）『岐阜新聞』2020 年 7 月 29 日掲載

地域活性化に若者の意見聞く

久々野まち運が大学生から

（出所）『高山市民時報社』2020 年 7 月 29 日掲載

１．2020 年度・飛騨高山 AL プログラムの概要

【AL プログラムの概要】

今回は、2020 年度の飛騨高山 AL プログラムの課題は、「道の駅の特産品開発」と「スキー場の活性化」の二つである。道の駅の特産品開発については二年前にも行い、「りんごの朴葉味噌」が商品化されたが、今回はその第二弾として位置づけられる。高山で地元食材（りんご、もも、ほうれん草、トマト）を用いた「高山らしさ」を意識した商品アイディアの提案を行った。

一方で、スキー場活性化チームについては、スキー場の来客者数の減少が著しいという現状を踏まえて、来客者数の増加に向けた方策を検討した。事前にスキー場に関するデータを入手し、インバウンド観光客の増加やファミリー層の増加に向けた具体策、そして雪の降らないグリーンシーズンのスキー場の活用に関する具体策を考えたうえで、提案を行った。

下記の表１．表２．表３は、合同事前学習（２回）と最終報告成果会（１回）のスケジュールを示したものである。

表１．第１回合同事前学習

日時	6 月 14 日（日）13:00～16:00　（オンライン）
スケジュール	司会者：野坂美穂（多摩大学） （１）ご挨拶 （２）高山市の説明 （３）久々野町の説明 （４）地域の方への質問タイム ～休憩　５分～ （５）学生の自己紹介 (帝塚山大学・多摩大学) （６）講義タイトル「飛騨高山アクティブラーニング向け マーケティング講座」 (帝塚山大学・助教・薄井健) （７）講義タイトル「スマートベニュー的視点から考える、夏場のスキー場利用」 （多摩大学・専任講師・佐藤文平） （８）講義に関する質問タイム

表２．第２回合同事前学習

日時	6 月 21 日（日）13:00～16:00　（オンライン）
スケジュール	司会者：田中雅子先生（帝塚山大学） （１）ご挨拶 （２）道の駅の商品開発の説明 （３）スキー場の活性化の説明 （４）プレゼンテーション（中間報告） ※各グループ（発表 10 分、質問 5 分） ①帝塚山大学　特産品開発グループ ②多摩大学　特産品開発グループ ③多摩大学　スキー場活性化グループ A ④多摩大学　スキー場活性化グループ B ～休憩 5 分～ （５）グループごとにディスカッション 特産品、スキー場の方にグループに入っていただき、アドバイスやコメントをいただきながらディスカッション

表３．最終成果報告会

日時	6 月 21 日（日）13:00～16:00　（オンライン）
スケジュール	司会者：野坂美穂（多摩大学） （１）ご挨拶 （２）プレゼンテーション（最終報告） ※各グループ（発表と質疑応答を合わせて約２０分） ①帝塚山大学　特産品開発グループ ②多摩大学　特産品開発グループ ③多摩大学　スキー場活性化グループ A ④多摩大学　スキー場活性化グループ B （３）総括 金美徳先生（多摩大学）

２．AL プログラムの内容と活動の様子

【第１回合同事前学習】　（実施日：2020 年 6 月 14 日）

(1)　高山市の概要についての説明

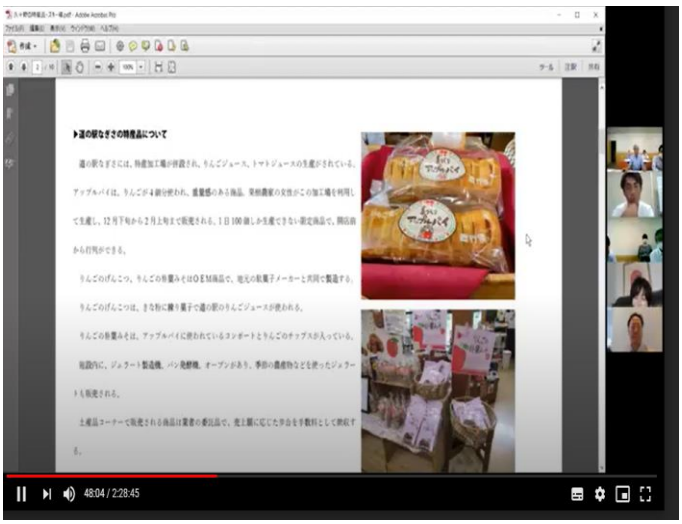
高山市役所より、高山市の概要、地域資源、観光客の入込状況、観光施策、国内・海外誘客の取り込み等についてご説明いただいた。

（2）高山市久々野地域についての説明

次に、高山市久々野支所の方より、久々野地域についてのご説明をいただいた。

（3）道の駅とスキー場についての説明

久々野町づくり運営委員会より、道の駅の現状とスキー場の１つであるアルコピアの歴史や課題等についてご説明いただいた。



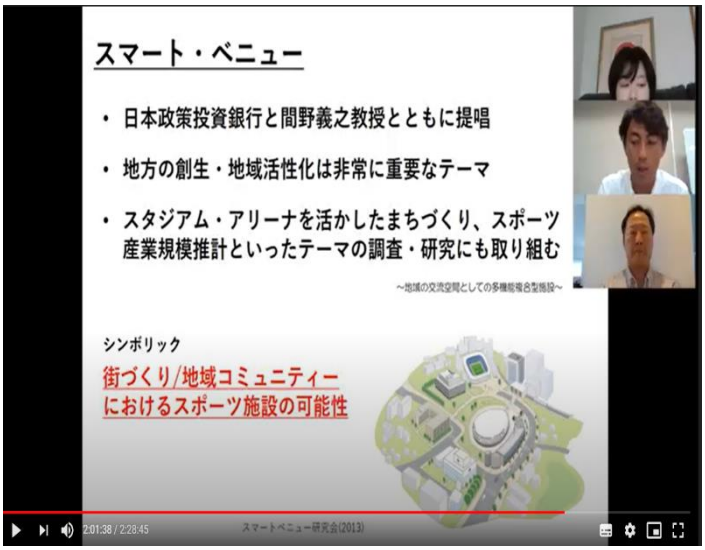
（4）大学講師による講義

講義１「飛騨高山アクティブラーニング向け マーケティング講座」

帝塚山大学・助教・薄井健

講義タイトル「スマートベニュー的視点から考える、夏場のスキー場利用」

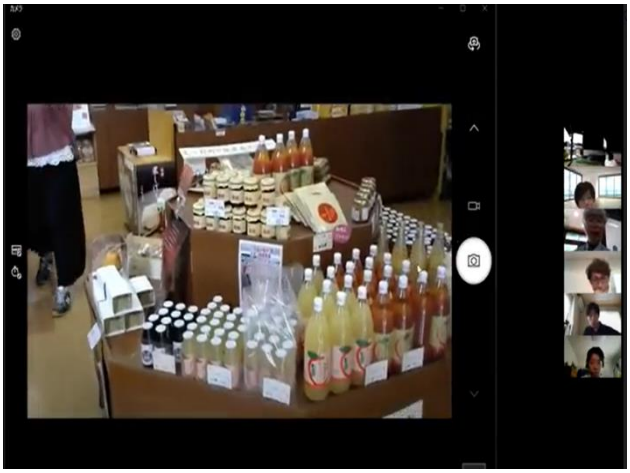
多摩大学・専任講師・佐藤文平

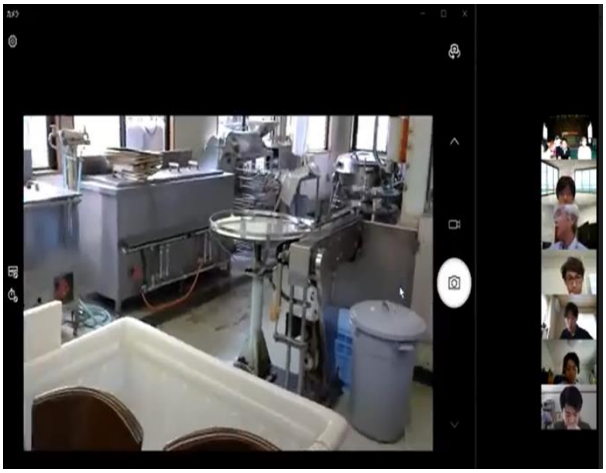


【第２回合同事前学習】　（実施日：2020 年 6 月 21 日）

(1) 道の駅の紹介

ZOOM に接続したまま、道の駅の説明とともに施設内をライブ配信していただいた。一般的な高山市で販売されているお土産品や、農家の方々のこだわりの詰まった特産品（リンゴジュースやトマトジュース、ジャムなど）が陳列されており、売り場の様子を見せていただいた。また、道の駅施設内の加工場では、アップルパイやリンゴジュース、トマトジュースが製造・加工されている。今回は、現地には訪問することはできなかったが、オンライン上でも道の駅の様子を十分に窺い知ることができた。





(2) スノーリゾート・アルコピアの紹介

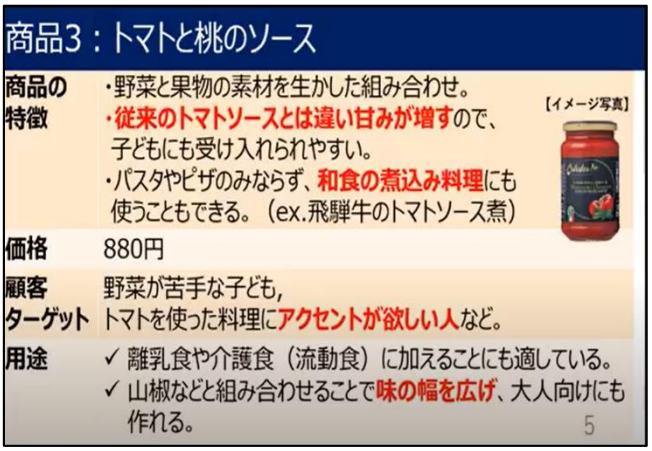
次に、高山市のスキー場の１つであるアルコピアスキー場をライブ配信していただいた。これまでに実施した活性策として、出会いの場としてスキー場を利用した「出会い応援　ラブコン」という企画や、全ての道具を貸し出すことで、スキー場に何も持たないで気軽に行くことのできる「手ぶらで GO」という企画があったという説明を受けた。これらの企画は、インバウンド観光客向けも利用できるように、英語版、中国語版、韓国語版のチラシも作成している。説明にあった通り、幾つかのスキー場の活性策を講じてきたが、これといった具体的なストーリーが見つからない点を課題として挙げていた。

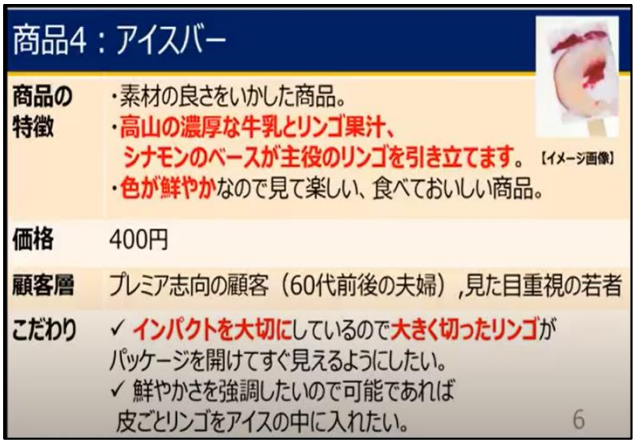
（3）学生による中間報告

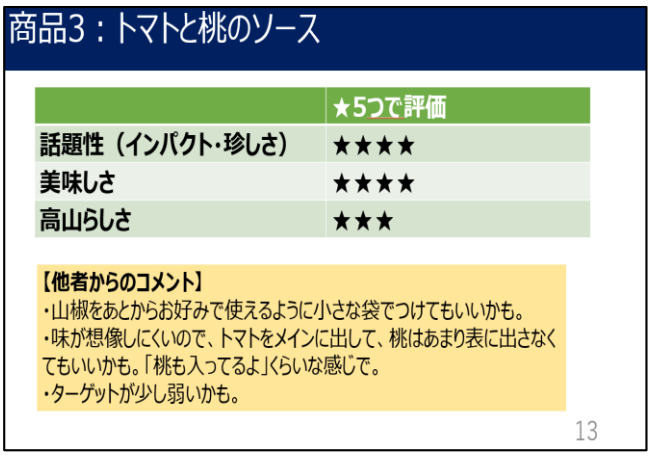
次に、学生より中間報告が行われた。まずはそれぞれの学生が自由にアイディア出しを行った後、チームで話し合いを行った内容をパワーポイントにまとめ、チームごとに発表した。

①特産品開発チーム

今回、「高山の良さを活かし、高山にしかない商品をつくりあげること」をミッションとして、幾つかのアイディアを提案した。以下はその一例である。マーケティングの知識を用いながら、商品の特徴、価格、顧客ターゲット、用途等を詳細に説明した。また、それらのアイディアに対して他者からを評価・コメントをもらうことで、自分達のアイディアを客観的に再検討することにつながった。

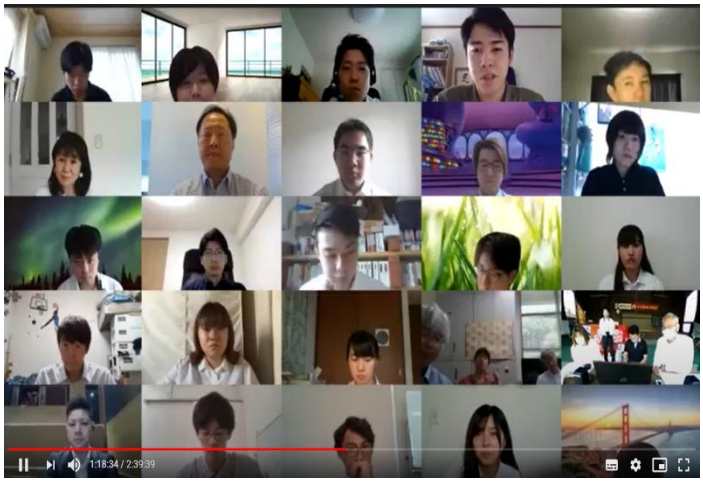






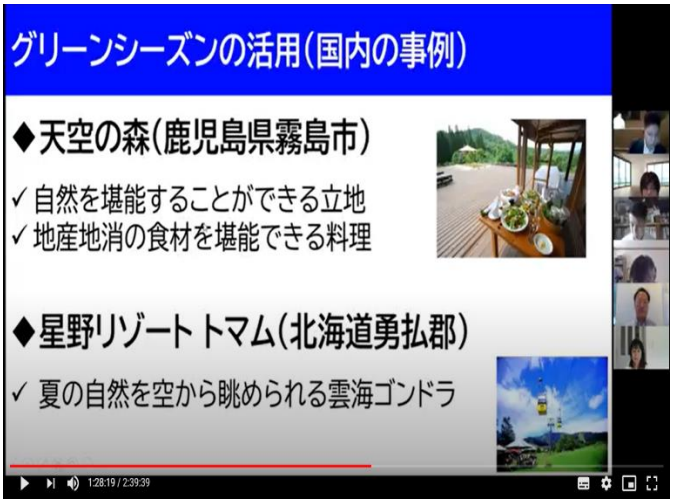
②スキー場活性化チームＡ

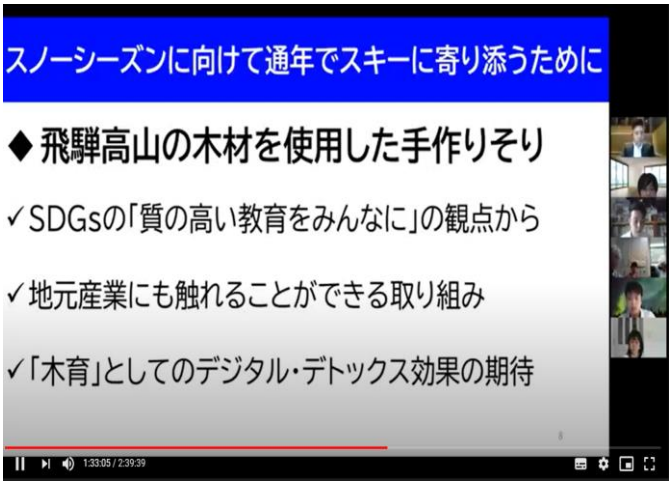
「久々野を愛してもらおう」というコンセプトを掲げ、新しいコミュニティの創出が必要であることを示した。そのうえで、年間を通して久々野やスキー場への来訪者増加のための方策を提案した。一例として、子ども向けのキャンプや雪フェス（雪だるまつくり大会や謎解き等)、インバウンド観光客（特に雪の降らない東南アジア諸国）を対象とした天体観測や日本酒を楽しむ企画等を提案した。



③スキー場活性化チームＢ

雪のないグリーンシーズン（夏）とスノーシーズン（冬）の１年を通じたスキー場の活性化についてアイディアを示した。グリーンシーズン（夏）のスキー場の活用例として国内・海外の参考事例を示し、スノーシーズン（冬）はレストハウスの活用やインバウンド観光客向けにキャッシュレス化、さらには飛騨高山の木材を使用した「手作りそり」の提案等を行った。



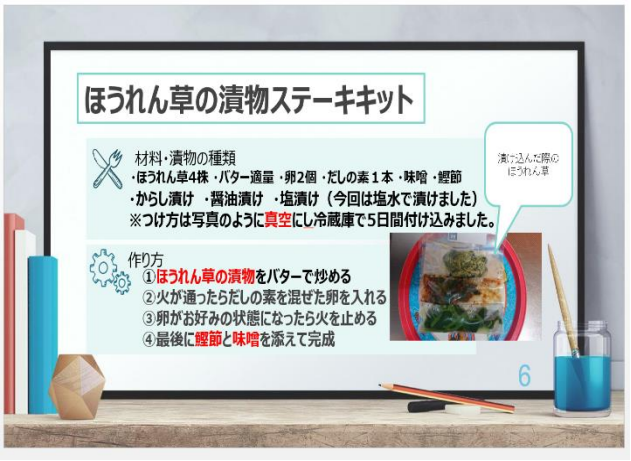


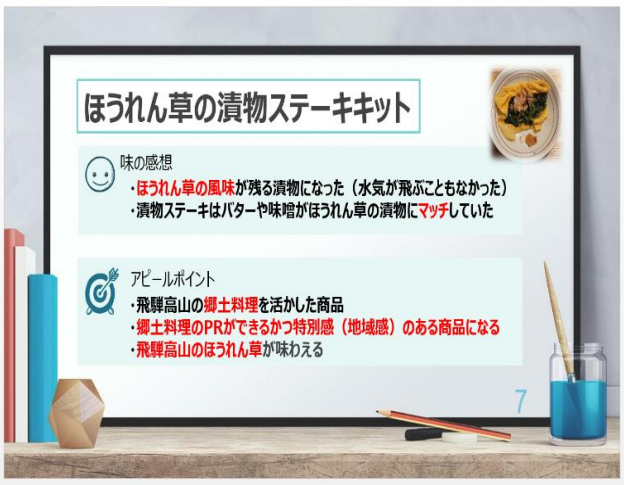
【最終報告会】

最終報告会では、中間報告で久々野町の皆さんから頂いたコメントやアドバイスを踏まえて、さらにブラッシュアップしたアイディアを提案した。質疑応答の時間では、これまで以上に活発な議論が行われた。

①特産品開発チームの発表

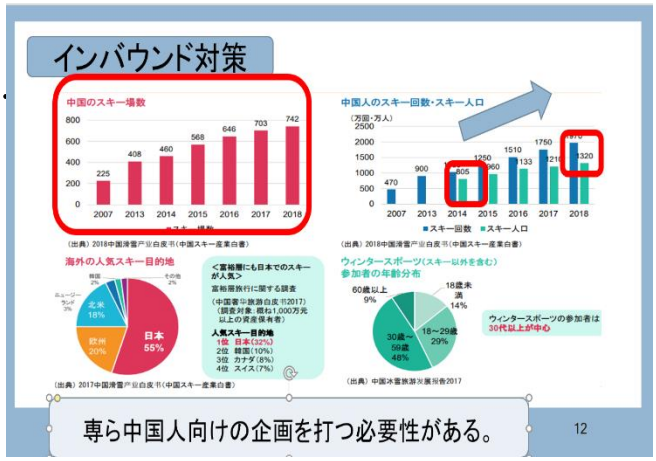
特産品開発チームの一部の商品については、実際にレシピを考案したうえで試作を行った。高山の道の駅でも、試作ができるようにレシピを提供した。

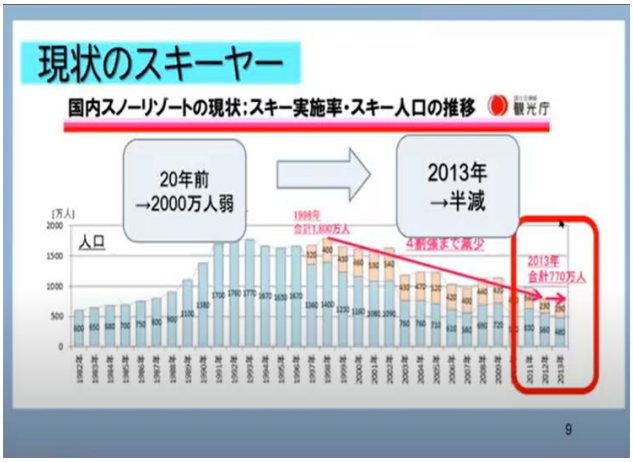


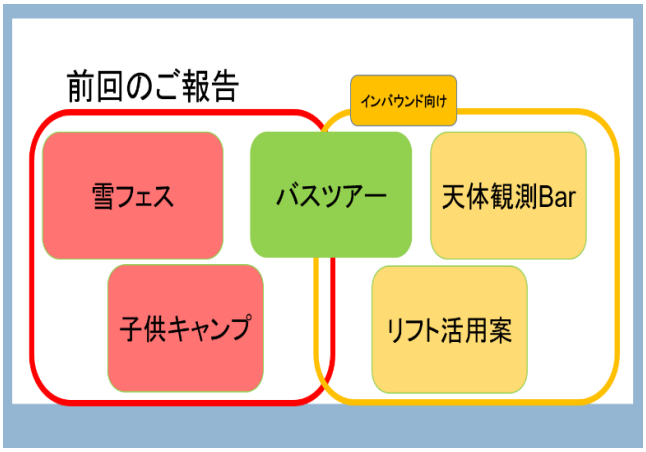


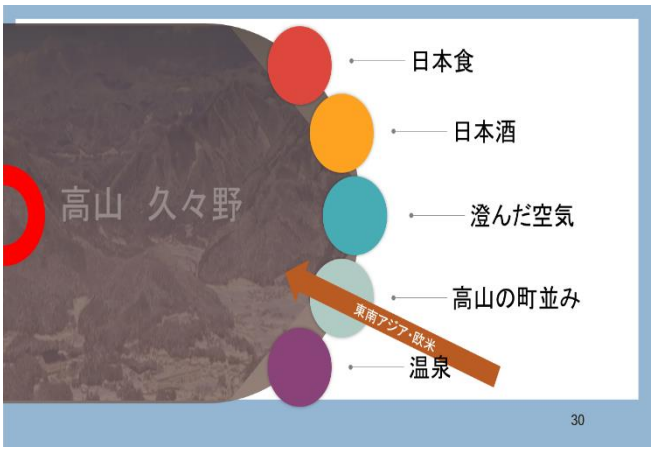
②スキー場活性化Ａチーム

スキー場の「国内スノーリゾートの現状」や「インバウンド観光客」のデータ分析したうえで、スキー場活性化の方策についての提案を行った。



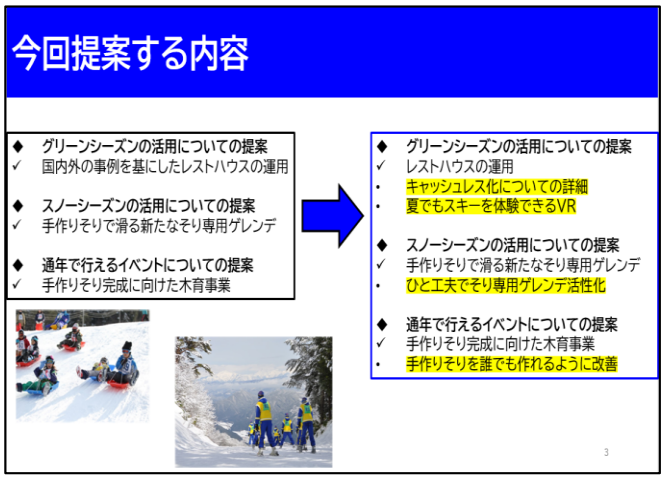


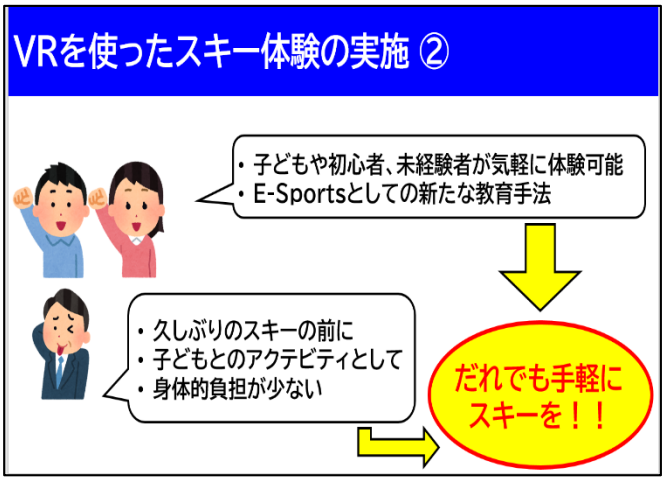


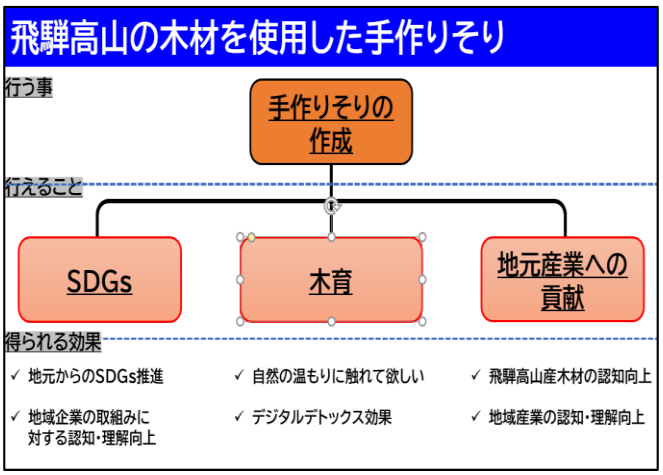


③スキー場活性化チーム B

前回のアイディアに加え、夏でもスキーを体験できる VR の導入や、木育の一環として「手作りそり」を誰でも簡単に作ることができるような提案を行った。「手作りそり」は、木育に加え、SDGs や地元産業への貢献にもつながることを強調した。







３．高山 AL に参加しての学生の気づきや学び

以上の全 3 回の AL プログラムを実施後、学生は AL 報告書を提出した。下記は、その中に記載されていた学生の気づきや学びを一部抜粋したものである。

<3 年生>

➢ 本企画で私が最も学べたことは、チームマネジメントの難しさである。5 人チーム(3 年 3 人、1 年 2 人)というチームのリーダーを務めた。何を解決するために、どうするのか、何が達成できるのか。という 3 段階構成を学生の意見から引き出し、プレゼンに反映させることができたと思う。
➢ 1 回目の発表を通じて、「現地の方々の悩み」を引き出すことが出来たことは良かったものの、提案した内容が有するポテンシャルの説明に重きを置けていなかったため、準備してきたものが十分に伝えることができなかったと感じています。1 回目の反省を活かして臨んだ最終発表では、頂いた質問に適切に回答し、提案内容の実現化に注力した内容にすることが出来たと思っています。
➢ AL を通して、チームの助力もあり、一から企画を考えることができました。企画を考えるだけでなく、詳細な内容、費用の設定などを具体的にすることで、現実味を帯びさせることができると気づき、社会に出てからの企画の作り方の片鱗も学ぶことができたので有意義なものとなりました。
➢ 私自身、飛騨高山 AL に参加するのは 2 回目であるが、リーダーとして、主体的に後輩をまとめるのは初めてだ。どのようにこちらの意図を伝えるか、役割分担をするのかをマネジメントすることに、とても苦戦している。 今回のプログラムで、私が個人的に立てた目標として、「高山にしかないものをつくる」であった。消費者が知らぬ間に観光地に求めるものの 1 つとして、地域固有の体験があると考える。高山は、食に然り、文化や自然に然り、魅力あるものが存分にある。そのため観光客も数多く訪れているわけだが、地元の方々が気づいていない潜在的な魅力がまだあるのではないかとも思う。生活している上で、当たり前だと思っているでも、都市に住む観光客にとっては当たり前ではない。(例:星空観察、ホタル）俯瞰して見ることのできる我々の強みを生かし、高山の満足度の更なる向上を目標に、活動を進めていきたい。
➢ 今回の飛騨高山のプロジェクトを通して、スキー場はスキーをするだけ、プール場はプールをするだけという季節が限定されてしまう施設に対しての固定概念が強かったが、そうではないということを深く学んだ。一年を通して開放することで、施設を維持していくためというだけではなく、様々な魅力を知ってもらえる機会にも繋がると思った。自分自身が今後地元の地方創生を行っていきたいと考えているので、飛騨高山のプロジェクトで得るものが多かったです。

＜2年生＞

➢ 今回の大きな学びは主に三つあると考えています。まず一つ目に、フィードバックをもとに試作を行うことの重要性を学べました。フィードバックをもとに試作を行うことによって、どのような事に注意して試作を行えばよいか。どのような結果は出れば成功なのかということを意識しながら試作を行うことができました。二つ目に、他にない特別感のある特産品を考える際に、地域について学びを深めることができました。地域感を出すということが付加価値であると考えたため、地域の文化や特徴について学ぶことが大切であると感じました。三つ目に、特産品ができるまでのプロセスについて学ぶことができたと感じています。商品化はまだできていないというところが現状であります。しかし、STP 分析やコンセプトを考えることから始まり、具体化していく。その中で地域感を加えるという付加価値を検討することや価格についての検討など 1 つの新製品が生まれるまでにはいくつもの段階を踏んでいるということを体感することができました。
➢ 今回で得た成果はなんと言ってもリアルの素晴らしさに気づけた事ではないか。zoom の会議を通して大いに感じることができた。それと付随してポジションの難しさを思い知らされた。また私のように中学年になった生徒にどのような指示ができるかが今後私のリーダーシップを大いに成長させてくれると思う。

＜1年生＞

➢ 私は、今回の飛騨高山アクティブラーニングに参加して、企画を考える難しさを学びました。最初の企画を考えた時は、「これだったらうまくいく」という考えで思いついた企画も、先輩方やチームのメンバーと話し合って、企画の奥深くをのぞいてみると、改善しなければならない箇所や問題点が見つかり、それを直すと今度はまたほかの箇所で改善、問題点が発生するという、改善の繰り返しでした。物凄く大変な作業でしたが、完成した時のうれしさややり甲斐を非常に感じられました。
➢ この活動を通して飛騨高山はもちろん、地元の名産品や商品の広告を意識してみるようになった。そして、商品開発において消費者側に立つことの重要性に気づくことができた。私は商品開発に携わることになり、まず開発者側に立ち、売られる場所や来られる年齢層、季節などを加味せずに商品を考えていた。しかし会議を重ねていく中で、先輩方から自分が食べたいかお土産で欲しい物を作るべきだと助言を頂けた。この貴重な経験を今後何かに活かしていきたい。来期は実際に訪問するなど新たな活動も増えるので、道の駅に少しでも貢献できるように積極的に取り組んでいきたい。

- 商品開発は今回が初めてであり、先輩達や道の駅の方々との話し合いをして、共に商品を作り上げていく過程はとても楽しく、自分の提案した商品を試作したりするなど、なかなか出来ない体験をし、自分の提案した商品に愛着がわきました。同時に、その地域特有の特産品を一から作り上げるというのは一筋縄ではいかず、とても難しいことだと感じることが出来ました。ただ美味しそうな特産品を作るだけでなく、思わず手に取りたくなるようなパッケージのデザインと商品の名前の工夫、販売方法やターゲット層の狙い、持ち帰りやすさなど考えることがたくさんあり、普段何気なく手に取っている商品もここまで考えられて店頭に並んでいることを考えると、つい商品の開発者目線に立ってあれやこれやと考えてしまうことが多くなりました。今までには無かった目線なので、このプログラムに参加して学ぶことが出来て本当に良かったです。
- 高山 AL は、とても面白い経験になった。今回の高山 AL への印象は、今までこのような活動に参加して来なかったので、「難しそう。」、「大人も関わるし堅そうなイメージ。」という印象があった。このイメージがぬぐえたかと言ったらそうではなく、思っていた通りだったが、内容は今まで経験したことのない体験ができたり、実際に現地の人と意見を交換していく中で、我々の考えた商品がモノになっていく過程を間近で感じられたという経験はとても充実したものだった。
- 今回飛弾高山スキー場活性化グループ B に参加しました。先輩から色々な常識やアドバイスをいただき、飛弾地域の食文化や木に関するビジネスを深く理解し、提案する際に SWOT や 4 P などを繰り返して考えました。また、グループの打ち合わせや提案発表を通して、自分の日本語能力やコミュニケーション能力を鍛えられたと考えます。さらに、最終に自分のアイディアと学んだ知識を合わせて発表しました。例えば、スキー場に VR を導入する原因の一つでは、超高齢化社会と言われる日本市場に対して、2020 年から 2030 年にかけて団塊ジュニアが一番多い世代により、対象顧客を若者だけではなく、高齢者に注目する必要があると考えています。充実した春学期のプログラムを送ったと考えますが、中国には「修身斉家治国平天下」という言葉により、今回の夏休みに「小志」を通じて、自分のマイナス点を鍛えるという「修身」が非常に必要だと考えます。秋学期のプログラムでは今回以上の頑張りと共に、自分の進歩を楽しみにしています。
- 今回私は、スキー場活性化のグループでした。私は以前からスノーボードが好きなので、とても考えやすく積極的に取り組むことができました。私たちの班が提案したのは、スキー場の活性化、グリーンシーズンのバーチャルリアリティの導入、子供用のスライダー、木育を通じたそりの作成でした。その中でも私が提案したのは、スライダーでした。私は今回参加して、先輩方のプレゼンのしかた、スライドの見やすさに驚きました。プレゼンを聞いていてとても聞きやすく、これから自分自身の四年間が楽しみになりました。そして先輩方の見習う部分がたくさんあったので、これからの自分のプレゼンなどの活動に生かしていきたいです。

- 最初は、マーケティングができると思ってこの活動に参加したが、思っていた以上に内容が難しく、飛騨高山の現地の人を交えた zoom 会議だったので、とても緊張した。私の固定概念をガラリと変えるアイディアも飛び交っていたので、とても面白い経験になった。発表時は、パワーポイントで使うために作成したスライド、話す内容として考えた資料も 1 ミリも使うことはなかったので、悔しいという気持ちは残ったが、私の知識・経験不足だったためプラスに考え前向きに捉えることにした。私は、今回の AL プログラム参加を通して地域活性化の全般に対して意見や考えを述べることが出来なかったので、秋季のプログラムでは積極的に意見交換をして、自分の成長に繋がるように今後の活動も頑張りたいと考えている。

４．終わりに

前述のとおり、今回はオンラインでの初の試みであったが、円滑にプログラムを進行させることができた。これもひとえに、施設内のライブ配信等をしていただくなど、久々野町の皆さまの様々な工夫によるものである。この場を借りて、厚く御礼を申し上げたい。その一方で、学生の気づきの一つに、「今回で得た成果は、なんと言ってもリアルの素晴らしさに気づけたことではないか。」と記されているように、やはり実際に現地に足を運び、地元の人々との交流を通じてからしから得られない価値、オンラインでは得られない価値があることも事実である。

次に、本 AL プログラムを通じた「学生の学びや気づき」についてであるが、AL 報告書を見る限り、学年ごとに若干の相違がみられる。上級生は、「チームマネジメントの難しさ」に直面し、自身がリーダーとして、いかにしてチームを動かしていくのかについて課題があったようである。1 年生は今回が初めての AL の参加となるが、上級生から学んだことも多く、それと同時に、今後の 4 年間の大学生活を通じた自己の成長に期待していることが報告書から読み取れた。さらには、地域への関心の高まり、商品企画の難しさ、そして企画を考える過程そのものの楽しさややりがいを感じたようである。

（謝辞）

本 AL プログラムは、飛騨高山大学連携センターの協働の下で実施されています。前回に続き、今回も多大なご協力・ご支援をいただきました久々野まちづくり運営委員会、飛騨高山大学連携センター、そして道の駅なぎさ、アルコピアスキー場、久々野町の皆様には改めて感謝申し上げます。

文責：多摩大学経営情報学部 野坂美穂