
地域の魅力化に関する基礎的研究

～小中高大が連携した英語科探究学習の実現を目指して～

経営情報学部	准教授	阿部 雅也
経営情報学部	4 年	Bui Quang Sang
経営情報学部	4 年	池永 薫樹
経営情報学部	4 年	熊倉 大河
経営情報学部	4 年	服部 諒大
経営情報学部	3 年	Ha Ngoc Han
経営情報学部	3 年	中平 敬大

キーワード：地域連携、探究学習、地域魅力化、小中高大連携

Abstract

Regional revitalization has been an old challenge. However, many shopping streets in local cities are now in danger of declining. In a global society where resources are being homogenized, we should have the ability to independently create local standards that emphasize fostering resources in our own regions through inquiry learning. In this article, we introduce the efforts of Niigata University of Management to develop such inquiry ability in a vertical education system, from primary to tertiary level. Activities are developed in accordance with this model, questionnaires conducted to evaluate those activities, and the results are analyzed to consider the usefulness of the initiatives for regional revitalization. (Ha)

1. 背景

AI (人工知能)が進化するこれからの社会は労働の機械化が進むとされている。情報化、グローバル化、雇用形態の変化に加え、人口減少、高齢化など問題がますます予測困難な時代に突入し、人間には、人間にしかできない資質や能力を一層求められることになる。平成28年3月の高大接続システム改革会議最終報告では、「先行き不透明な時代であるからこそ、多様な人々と協力しながら主体性を持って人生を切り開いていく力が重要」とし、「知識の量だけでなく、混とんとした状況の中に問題を発見し、答えを生みだし、新たな価値を創造していくための資質や能力が重要」としている。平成30年3月の新高等学校学習指導要領における「総合的な探究の時間」の目標では、従前の「総合的な学習の時間」から発展してさらに「自己の在り方生き方」「実社会や実生活と自己との関わり」を重視した内容となっており、小中学校や高等学校における学びを大学、ひいては生涯を通じた学びに繋げていくことが求められている。今後、小中高大で連携して探究的な学びを

さらに推進し、現場で現実に行っている課題に向き合い、自ら問いを立てて問題解決していく力、学んだことを活用し、他者と話し合って唯一解だけでなく納得解を生み出していく力を、小中高大一貫して育成していくことが求められているといえるだろう。

他方、地域社会の変化に目を向けると、地方の商店街は衰退の一途を辿っている。加茂市は、新潟県の中央部に位置する人口約2万6千人の市であるが、地元商店街のシンボルといえる加茂駅前的大型商業施設が一部事業を停止するなど、商店街に衝撃が走っている。斎藤（2013）は、そのような商店街衰退の理由として商店街内の競争衰退という内部要因、スーパーマーケット等との競争という外部要因、そして近隣の商店街同士との中間的競争の、3つの競争による要因をあげている。また、商店街衰退のもう一つの背景として、少子高齢化、人口減少がますます進行する現代社会での人口の推移について、東京を中心とした首都圏への一極集中があげられるだろう。人口増減率を都道府県別にみると、増加は

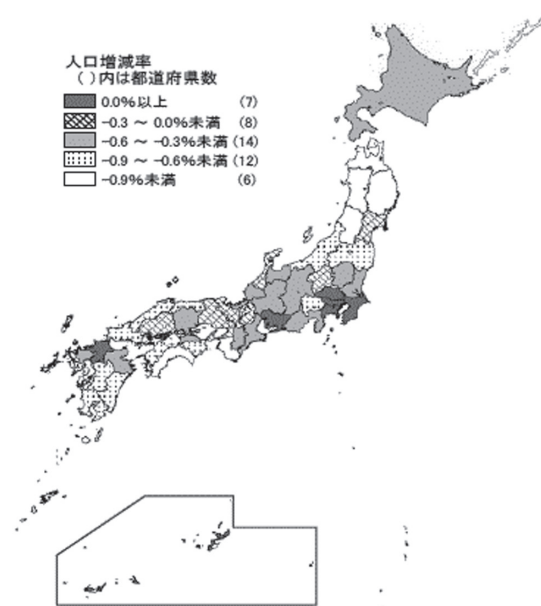


図1 都道府県別人口増減率
出処：総務省統計局人口推計（2017）

7都県となっており、東京都が0.80%と最も高く、次いで沖縄県が0.40%、埼玉県及び愛知県が0.32%などとなっている。一方、減少は40道府県で、秋田県（-1.30%）、青森県（-1.13%）、高知県（-1.00%）で人口減少率が1%を超えており、新潟県も-0.80%と全国で7番目に減少率が高くなっている（総務省統計局，2017）。若者が田舎から都市へと流出している人口社会減の実態は、大学生の就職活動など日常の場面でも実際に感じられる昨今である。だが、地方都市は本当に魅力に欠けるのだろうか。それとも都市部の魅力が逆に、メディア等によって作られた単なるイメージに過ぎないのだろうか。このように地域社会は現実的な多くの課題を抱えており、高校や大学で探究学習を進める上で生きた題材になると言える。

（熊倉，服部）

2. 目的と取り組みの方向性

そこで、本研究では地域社会で起こっている若者の流れや人口減少などの現実的な問題について、高大で連携しながら地域の魅力化を目指して探究学習や問題解決を進め、この魅力化の取り組みや成果を研究テーマとする。この取り組みを進める上で、小中高大が連携した「こども」と、地域の「おとな」がともに地域の魅力化に向けて探究学習を通じて協働することで、地域が活性化するというモデルを考案した（図2）。経営学実地研究という授業から2つのプロジェクトA「探究学習プロジェクト」とB「魅力発信プロジェクト」に分かれ、学生と



図2 探究と発信の地域魅力化モデル

して「おとな」と「子ども」の橋渡しをしながら地域の魅力化を推進する。このモデルに沿って活動を展開し、その活動を評価するアンケート等を実施し、結果を分析して地域魅力化の取組みの有用性について考察を加えるものとする。 (阿部)

3. 本研究における教育・研究活動（小中高大連携）

上記2プロジェクトの一環として以下の教育・研究活動を行なっている（表1）。

表1 2019年度に行なった教育・研究活動と連携機関一覧

	活動内容	連携機関	写真・図
5月	万代アースフェスタにおいて国際交流ボランティアスタッフとして「キッズコーナー」を出店し、「ワールド・ファッションショー」「ワールド・ツアー」を運営	新潟大学・万代アースフェスタ実行委員会	写真1・2
6月～	地域の小中学校にて教育実習生やスクールボランティアとしての学習支援	加茂市立加茂中学校、加茂市立加茂小学校	写真3・4
6月	自治体と連携し豪農の館「椿寿荘」についてフィールド調査と魅力の発信	田上町・椿寿荘	写真5・6
7月～	上記フィールド調査をもとに「椿寿荘」パンフレットの英語版作成	田上町・椿寿荘	図3
9月	探究学習に関する講座「みらいずカレッジ2019」にファシリテーターとして参加し、教員研修を支援	NPO法人みらいずworks	写真7・8
6月～	県立加茂農林高等学校3年生との連携授業	新潟県立加茂農林高等学校	写真9～12
11月	加茂商店街の魅力についてフィールド調査	加茂商店街	図9・10
12月	地域魅力化の研究活動について学会発表	北信越インナーブロック大会	

プロジェクトの教育・研究活動の様子を以下に紹介する。



写真1 「ワールド・ファッションショー」（万代アースフェスタ）



写真2 「キッズコーナー」（同）



写真3・4 地域の中学校における教育実習やスクールボランティア活動の様子



写真5・6 豪農の館「椿寿荘」(田上町)におけるフィールド調査の様子

椿寿荘の魅力再発見・海外の人にも伝えたい!

6月26日(水)、新潟経営大学経営情報学部の阿部准教授のもと、英語・地域貢献・国際協力を専門に学ぶ学生(3、4年生)12名が椿寿荘を訪れました。この訪問は、『郷土の魅力発見・発信・研究プロジェクト』のフィールドワークとして行われました。椿寿荘を実際に訪れ、その魅力と歴史を学びました。

現在、椿寿荘の魅力を多くの人に広めるため、プレゼンテーションの準備や外国人観光客用に椿寿荘のパンフレットの英訳が進められています。

■投稿記事あて先 / 〒959-1503 田上町大字原ヶ崎新田3070番地 田上町役場総務課 ☎57-6222 メールアドレス t2223@town.tagami.lg.jp

図3 椿寿荘のパンフレット英語版作成 (出処: 田上町広報誌「きずな」No.597)

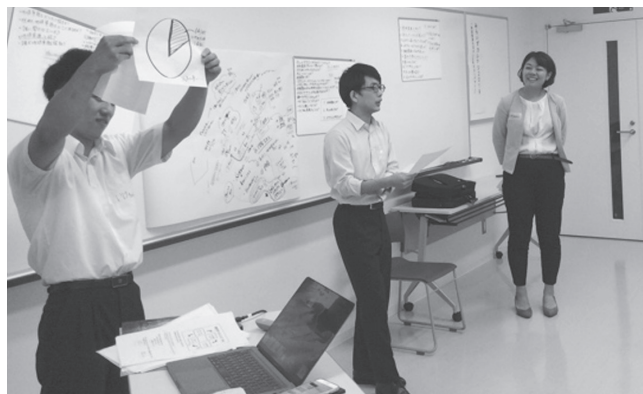


写真7・8 探究学習に関する講座「みらいずカレッジ2019」におけるファシリテーションの様子



写真9・10 県立加茂農林高等学校3年生と地域の魅力について探究する連携授業（6月）



写真11・12 加茂農林高校生との連携授業で地域魅力化の取組についてプレゼンテーション（11月）

特に最後に挙げた高校との連携授業についてはプロジェクトとして継続して行なっている活動であり、2、3ヶ月に一度のサイクルで高校と連携しつつ探究学習を進めている。これまでの授業では、お互いに事前に調べた内容をプレゼン形式で発表しあう活動などを行っており、結果として多くの発見や刺激が高大双方にあり今後も継続的に実施する予定である。(阿部)

4. リサーチ・クエスチョン (RQ)

そこで、主に高等学校の英語連携授業において3で示した探究学習を高大連携で進めた後、高校生や大学生に質問調査を行った。その結果を以下のリサーチクエスチョン (RQ) のもとで分析し、地域の魅力化・活性化に関する高大連携授業がどの程度有効に機能したのか、またどこに限界があったのかについて検証することとする。

RQ 1 高大連携授業での探究学習は英語力・学習意欲の向上のために有効か。

RQ 2 地域の魅力化・活性化に本プロジェクトの取組が貢献しているか。 (阿部)

5. アンケート調査

2019年11月の連携授業を受けて、11月および12月に本プロジェクトで作成したアンケートを、新潟県立加茂農林高等学校3年生の授業担当教員を介してインフォームドコンセントを求めた上で実施した。質問項目は「はい(4点)」から「全然(1点)」までの4段階リッカート尺度とした。対象は連携授業を受講した高校生18人で、そのうち第1次調査17名(94.4%)、第2次調査1名(100%)から有効回答が得られた。高校生へのアンケートでは、RQ1とRQ2について調査・分析するため、以下の第1次・2次に分けて調査を実施した。

第1次調査(11月)質問例(一部抜粋)

Q 今回の連携授業は楽しかったか。

Q 加茂商店街に魅力があると感じているか。それはなぜか。

第2次調査(12月)質問例(一部抜粋)

Q 大学生の発信活動によって地域への関心が高まったか。

Q 大学生の発信活動によってSNSを実際に使用してみたか。(Bui, 池永, 中平)

6. 結果と分析

RQ 1 高大連携授業での探究学習は英語力・学習意欲の向上のために有効か。

11月に行なった高校生との連携授業はほぼ全ての活動を英語で行なっているが、「今回の授業が楽しかった。」という問いに対して17名全員の高校生が「はい」または「まあまあ」と回答しており(図4)、英語による探究的な授業によってモチベーションが高まっていることが示唆された。

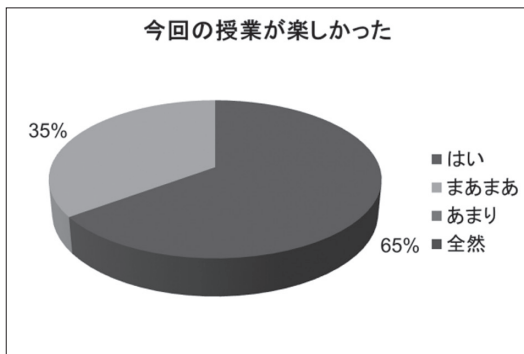


図4 アンケート結果：Q1

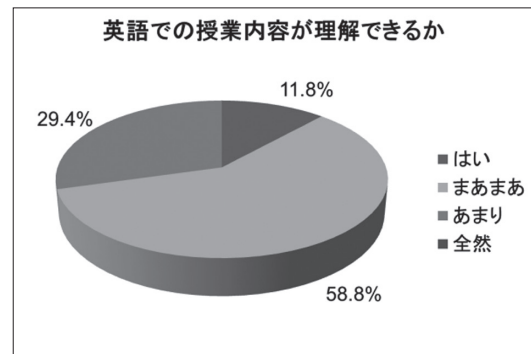


図5 アンケート結果：Q2

また、「英語での授業内容が理解できるか」という問いに対して、「あまり」と回答した29.4%の生徒を除いた残りの全員が「はい」または「まあまあ」と回答しており（図5）、「この連携授業は英語力アップにつながるか」という問いについても9割弱の生徒が肯定的な回答をしている（図6）ことから、今回の英語による連携授業での探究学習は、概ね成功していると言えるのではないだろうか。

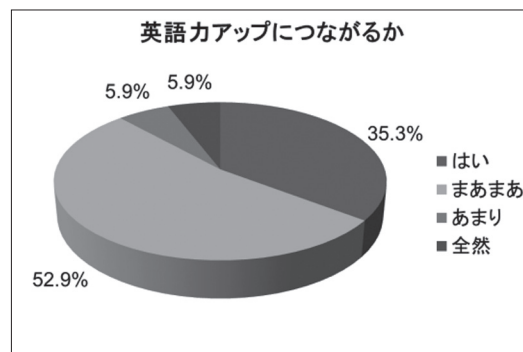


図6 アンケート結果：Q3

だが、この高大連携授業は継続して行なっているものの、数ヶ月に1回大学生が出前授業に来るという取組みで、日常的な授業のサイクルというよりはイベントとしてのイメージが強いことは否めない。よって、今回の調査結果から探究学習の深化に関する結論を導くことは避けたい。今後、取組みを継続しさらに調査する必要がある。

RQ2 地域の魅力化・活性化に本プロジェクトの取組が貢献しているか。

(1) 第1次調査とそこから導き出された仮説

第1次調査の結果、「加茂に遊びに来ますか」という問いでは、約半数の高校生が「いいえ」と答えており、肯定的な回答は4割に満たなかった（図7）。

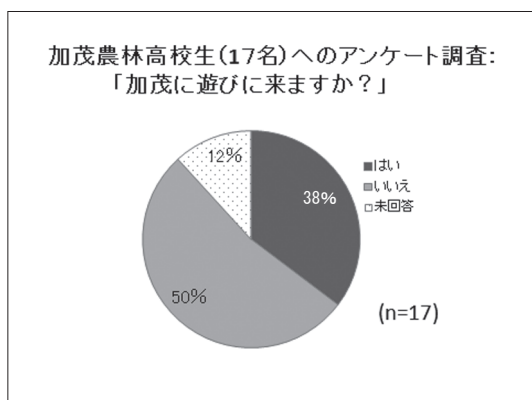


図7 アンケート結果：Q6

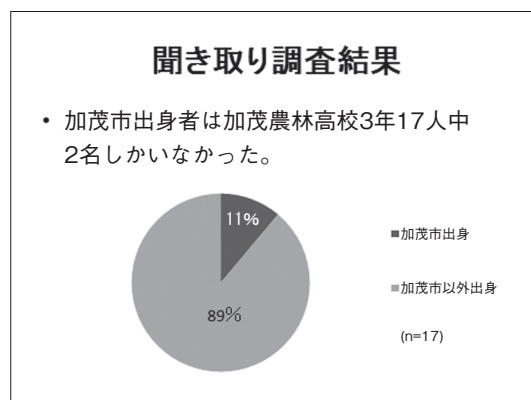


図8 聞き取り調査結果

だが、加茂は高校生にとって本当に魅力がない町なのであろうか。連携授業における高校生へのさらなる聞き取り調査から、当該クラスで加茂市内から通っている生徒は17名中2名(11%)にとどまる(図8)ことや市外からJR加茂駅を利用して電車に通っている生徒が多いことが明らかになった。さらにアンケート調査の分析を行った結果、「加茂に遊びに出かけることがある」と答えた高校生の自由記述欄には「料理がおいしいお店がけっこうあるから」や「(旧)郵便局をカフェにしたお店が可愛い」「○○のイタリアンのお店」など、商店街に魅力を見出している意見も散見された。これらの考察から導き出された結果として「加茂商店街は高校生にとって魅力がないのではなく、ただ知らないだけなのではないか」「価値を知ることによって認識や行動が変容するのではないか」という仮説を立てた。そこで加茂商店街の魅力を発見・発信し、本研究の第2次調査としてその効果を調査・検証することとした。

(2) 具体的アクション

まず、加茂商店街の魅力についてフィールド調査を開始した(図9・10)。フィールド調査は11月の日曜日午後(15:00~18:00)に1回、および水曜日の昼食時(12:00~14:00)において不定期で数回、加茂市商店街を中心に行なった。聞き取り調査の結果から、商店街はほとんどが17時前後に閉店すること、郊外型スーパーマーケットとの競争で苦戦していることが分かり、閉店して空き家になっている店舗も散見された。このままでは状況がさらに悪化することが推測された。だが、フィールドワークを複数回行って加茂市商店街を調査した結果、誰かに伝えたいような魅力的な商店や飲食店が奥まった路地に無数に存在することも明らかになった。調べた内容を発信する媒体として、最も今注目を浴びているのがfacebookに代表されるSNSであろう。SNSとはSocial Networking Serviceの略で、IT技術の進展、中でも携帯電話やスマートフォンといったデバイスの進化によって、個人レベル、低コストでフレキシブルに発信することが可能である。齋藤(2013)によると、これまで商店街が地域で果たしてきたとされる地域住民の交流、情報交換や風土などの地域性は時代の経済的、文化的要素の歴史的累積性があるため常に変容しており、こうした地域性に対応する商店街の機能補完として

SNSの持つ情報の拡散性やデータベース機能、ネットワークやコミュニティーの生成が有効とのことだ。そこで、本プロジェクトではInstagram、TwitterなどのSNSを独自に立ち上げて加茂市商店街の魅力を発信することとした(図11・12)。また、SNSによる発信だけでなく、出前授業で高校へ出向き、加茂市商店街の魅力について直接プレゼンテーションを行なった。

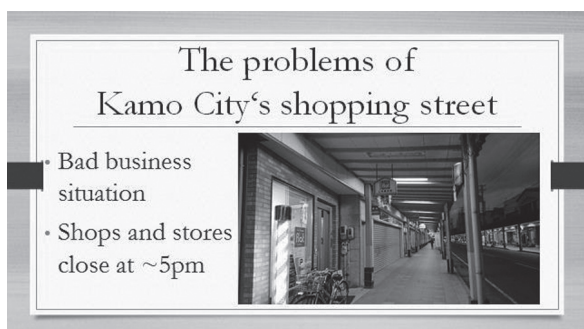


図9 フィールド調査プレゼンテーション (1)



図10 フィールド調査プレゼンテーション (2)



図11 地域魅力化プレゼンテーション (1)



図12 地域魅力化プレゼンテーション (2)

(3) 第2次調査と効果の検証

上記の地域魅力化の取組みを評価するために、プレゼンテーションを見た後の高校生の興味関心の度合いや行動の変容などを2次調査した。「大学生のプレゼンを聞いて、加茂商店街への関心が高まりましたか」の問いには、1名を除いて全員(94.4%)が「高まった」「まあまあ高まった」と回答した(図13)。また、授業後の行動変容を調査する質問項目「授業の後、SNSを実際に利用してみましたか」に対しても、13名(72.2%)が「はい」と回答した(図14)。これらの結果から、RQ2の「地域の魅力化・活性化に本プロジェクトの取組が貢献しているか」に対しては、現段階では肯定的な結果を得られたと言って良いだろう。

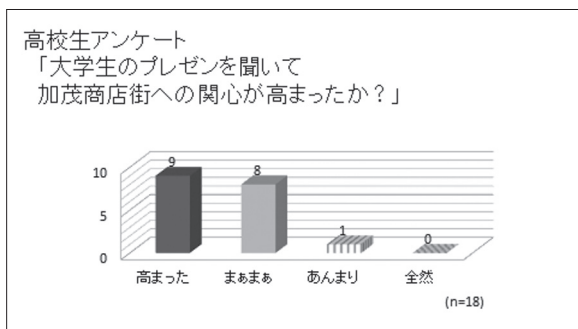


図13 アンケート結果：Q2

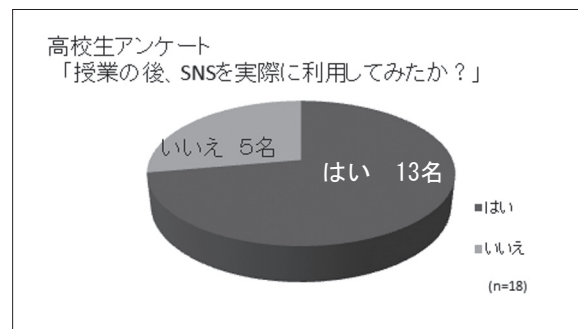


図14 アンケート結果：Q3

(4) 第1次調査後の2つの仮説についての検討

「価値を知ることによって認識や行動が変容するのではないか」という仮説については、今回の調査からは肯定的な結果が得られた。もう一つの仮説「加茂商店街は高校生にとって魅力がないのではなく、ただ知らないだけなのではないか」について、第2次調査の「加茂商店街の隠れた魅力は何だと思うか」では、「様々な種類の店が楽しめる」などの、商店街の持つ「多様性」が価値として最も多くあげられた(表2)。連携授業での「地域魅力プレゼンテーション」直後の調査では、高校生の興味・関心が高まっただけでなく、魅力について多くの記述が見られ、1次調査の結果を受けて立てた仮説を高校生からの視点としても支持するものとなった。加茂商店街に価値や魅力は存在する。だがこれを知らない、または意識していない若者が多いことが明らかになった。この隠れた魅力を積極的に外部へ発信していかないと、ますます訪問者が減少するであろう。聞き取り調査によると、商店街の店主からなる商工会議所では高齢化が進んでおり、SNSなどを導入することは敷居が高いと感じているようである。若者が新しい町づくり価値づくりに参画することに大きな意義があることが、今回の調査から明らかになったといえよう。

表2 高校生アンケート(12月)「加茂商店街の隠れた魅力は何か」

カテゴリー	回答数
昔ながらの街並みや雰囲気	5
様々な種類の店が楽しめる	5
美味しい料理屋が多い	3
商店街の飾り付けの工夫	3
人の良さや人情味	2
駅が近く便利	1
その他	2

(n=21：自由記述を複数回答可としてカウント)

反面、インターネットなど通信網の発達によって全国レベルの情報ネットワークが発達することによる懸念材料として、東京圏の情報機能が強まるという、いわゆる「ストロー現象」の問題がある。大石（1992）によれば、知識集約型産業の誘致・立地を前提とした地域情報化論は必ずしも狙った成果をあげるとは限らないとし、むしろ、各地域は闇雲に情報化社会に対応するよりも、「情報化の進展、あるいは情報産業社会への移行といった「文明」の枠内にある現象にとらわれることなく、独自「文化」の創出を行うことが、「都市の論理」と一線を画した地域社会を形成するためには必要」とも指摘している。表2の結果からは、加茂商店街の魅力は昔ながらの街並みや雰囲気(5)、美味しい料理屋が多い(3)、商店街の飾り付けの工夫(3)、人の良さや人情味(2)など、加茂商店街独特の価値が、数値化できない質的価値として多くあげられていることも、地域の魅力アピールが難しい要因の一つであることがうかがえる。そこで若者が探究学習を通じて地域魅力化に参画し、自分ごととして魅力を発見し、SNSだけでなく対面のプレゼンテーションやボランティア活動など生のやりとりで発信することがコミュニティの形成につながるだろう。(Bui, 池永, 中平)

7. まとめと今後の課題

RQ1について、高校生へのアンケートや聞き取り調査を分析した結果、A「探究学習プロジェクト」の取組が高校生の英語力やモチベーションの向上、探究学習の深化に有効に機能していることが示唆された。一方、本取組の課題としては、サンプル数が少なく、また連携授業は継続して行なっているものの普段行なっている英語授業と比較すると頻度は低く、今回の結果を一般化することが難しいことがあげられる。今後、普段の授業での動機付けなども含めて調査しつつ、授業をいかに探究型にしていくかについての検討が必要である。またRQ2について、高校生や地域住民へのアンケートや聞き取り調査を分析した結果、B「魅力発信プロジェクト」の取組が地域の魅力化・活性化に貢献する可能性があることが示唆された。またその結果をさらに分析すると、昔ながらの街並みや人情味など、独自の魅力ではあるが数値化できない価値が多いこともアピールが難しい要因の一つであること、若者が町づくりに参画し、SNSなどの新しい媒体を使ってアピールすることの有効性が示唆された。本プロジェクトを今後さらに推進する中で、我々が体験したその価値をSNSだけでなく、face to faceのプレゼンテーションで地域の子供たちに伝え、地域の発展に寄与していきたい。そのような人と人との直接的なつながりはコミュニティの形成に寄与し、SNSの副次的な効果と相まって、地域を活性化する可能性が秘められているからだ(藤本, 2011)。

このような地域の魅力化のための基盤づくりには時間がかかる。今後、このようなプロジェクト活動をさらに継続し、連携授業をさらに行っていきたい。またこのような事例は高大に留まらず小中も交えた形で行うことでさらに地域の魅力化が促進されると考えられる。現に小学生の授業には英語のカリキュラムが組み込まれており、英語に触れる年齢が私たちの時代より若くなっていくことが予想される。このような産官学が一体となった活動を行う中で、さらに加茂地域を通じた小中高大連携を行い探究学習と地域の魅力化推進のための足掛かりを作って行きたい。(阿部)

謝辞

新潟経営大学の学生の経営学実施研究のために、田上町や加茂市商店街など地域の皆様にはお世話になりました。特に休館日にも関わらずフィールド調査にご協力を頂きました「椿寿荘」館長の樋浦貞吉様には、衷心より感謝申し上げます。また、連携授業やアンケートにご協力を頂きました新潟県立加茂農林高等学校3年生の皆様には大変お世話になりました。最後に、「地域活性化ジャーナル」への投稿機会をくださいました地域活性化研究所の運営委員各位に感謝申し上げます。

引用文献・参考資料

- 大石裕（1992）『地域情報化—理論と政策』世界思想社，228p.
- 高大接続システム改革会議（2016）「高大接続システム改革会議最終報告」 URL:http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icsFiles/afieldfile/2016/06/02/1369232_01_2.pdf（2019.10.31閲覧）
- 齋藤勝洋（2013）「商店街の地域性を活かした活性化対策としてのSNSの可能性」『関西国際大学研究紀要』14, 131-145.
- 総務省統計局（2017）「人口推計」（平成28年10月1日現在）（平成29年4月14日公表） URL:<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2016np/>（2019.10.31閲覧）
- 藤本理弘（2011）「情報化による地域活性化の可能性」『地域政策研究』，13（4），147-157.
- 文部科学省（2018）『高等学校学習指導要領』（平成30年告示），651p.