

高校3年生 地理歴史科（地理A）

「小諸市の観光ツアーを作成する」—新聞から得た情報を実社会で活用する

指定校2年次 長野県小諸商業高等学校 小池 綾

（1）本年度のN I E活動の概要

研究指定校2年次の本年度は、生徒たちが新聞から得た情報を実社会で活用できるようにすることを目標とした。そのため、新聞は社会に存在する諸課題を解決する「手段」の一つであるということを知ってもらえるように授業展開を構想した。授業では、まず社会を分析的に見ることからはじめ、その基礎の上に新聞活用で得られる成果を積み上げていき、生徒が課題に肉薄できるように段階を設けた。

新聞活用の段階においては、以下のような取り組みを行った。①新聞スクラップを通して、多種多様な情報を集める。②スクラップした記事を分析・整理し、社会の課題解決に利用できそうなアイデアを得る。③アイデアをもって、実際の課題に対する解決策を考える。

1年間の活動を通して、生徒たちはグラフや表から得られる定量的なデータと新聞から得られる定性的な情報とを関連させて考えることができるようになり、多面的なアプローチ・より柔軟な発想で課題解決策を考案することができるようになった。

一方、得られたアイデアを実現可能なレベルにまで落とし込むには生徒の社会での経験値が足りず、現実性に乏しい解決策になるきらいがあった。しかし、社会人になってから困難な課題に直面したとき、この学習体験はそれを克服する糸口となりうると期待している。

（2）本年度のN I E活動をはじめる前の状況

本校は全校生徒369名（令和5年5月現在）、4クラス（うち商業科3クラス、会計システム科1クラス）×3学年規模の学校である。東信唯一の商業専門高校であり、地域の商工会議所や地方行政といった場面で活躍する卒業生も多く輩出していることから、地域社会を担う人材育成を行っている学校であるといえる。

生徒たちが家庭で新聞に触れる機会は少ない。本年度N I E活動の対象とした講座では、新聞を購読している家庭が3分の1以下、購読していても新聞に目を通す習慣がついているのはわずかに2名であった。また、学校全体としてのN I E活動も実施していない。個々の教員が教科指導や進路指導の場面で新聞記事を適宜活用するのみで、それは体系だったものではない。生徒たちが新聞を活用できないのは当然の帰結である。

（3）N I E活動の狙い（育てたい力）

新聞は社会とつながるチャンネルであること、社会に存在する諸課題を解決する「手段」の一つであるということを理解し、高校卒業後に生徒が自分自身でよりよい人生を切り拓く力を獲得することをねらいとした。

ねらい設定の背景には、指定校1年次の反省がある。昨年度は、授業を通して新聞に触れること・慣れること自体を目標にしており、学習における新聞利用を「目的」とすることに終始した。社会で起きた事象についての情報を得るだけのメディアとして新聞を扱うに留まって

しまったがゆえに、社会を改善しようという動きにはつながらず、社会に向かって開こうとする姿勢を養えなかった。

本校は、令和8年度より同じ市内にあるもう一つの高校と統合することが決定している。新校の教育の基本方針は（1）地域をフィールドとした協働的・探究的な学びを通して、地域の発展に貢献できる「課題発見力」や「探究力」を育む（2）グローバルな視野で、コミュニケーション力や多様な観点から批判的に考察する力を育む（3）主体的な学びを通して、自らの可能性と未来を切り拓く力や、より大きな夢に挑戦する力を育む、であると掲げている。これらこそ生徒に身につけてもらいたい社会の有為な形成者に必要な力であるといえる。

新聞はこれらの力を習得するに適した教材である。国内外の多様な事象に触れられることに加え、今回主に使用した『信濃毎日新聞』は地域の現状を詳しく教えてくれるものである。

うまく活用できれば、物事をさまざまな立場から見ることができるようになり、視点が増えれば社会改善の手法も複数得られることになる。新聞をきっかけに地域に目を向け、新聞から多様な社会改善の実践事例を学べば、生徒の中にそれまでになかった発想で地域が抱える課題に当たることができるだろう。地域社会の改善を考えることを題材に、生徒たちが自らの可能性を切り拓く柔軟な思考力を身につけるために、新聞は大いに有益である。

（４）公開授業以外を含めたN I Eの取り組みの状況

①学校 新聞閲覧スペースの設置

N I E推進協議会から提供していただいた新聞6紙を講読できるスペースを設置した。これにより自然と新聞を手にする生徒が増えた。また、3年生の中には進路活動のために情報収集する手段として利用する生徒もいた。

②3学年 国語表現（国語科） クロヌリハイクの実践

本校N I E推進者が夏季に参加したN I E全国大会での実践発表を国語科に伝達した。

（５）公開授業などの活動内容

1. 日時

令和5年10月12日（木）第1時限（50分）（9：10～10：00）

2. 場所

長野県小諸商業高等学校 3階選択教室

3. 対象

第3学年4組（会計システム科） 地理A選択者 19名（男子10名、女子9名）

4. 指導計画

4月～ 5月 観光産業の展望を知る

- ①観光産業の特徴、現状
- ②アフターコロナの観光産業の展望

5月～ 6月 日本遺産「ストーリー」から地域社会の観光振興策を学ぶ

- ①地域ブランド「商品」としての日本遺産
- ②マーケティング手法を踏まえた地域ストーリーの「商品化」
- ③長野県にある日本遺産のストーリー調べ

7月～10月 世界遺産を題材にインバウンド向けの観光ツアーを作成する

- ①日本にある世界遺産の「商品化」手法の調査
- ②日本にある世界遺産周辺地域のインバウンド分析
…RESAS (GIS) の活用
- ③ターゲットに合わせた価値の付与 (ストーリーの作成)
- ④観光に必要な地理情報 (時差、気候) の付与
- ⑤インバウンド向け「商品」としての観光ツアー作成
- ⑥ツアーのプレゼンテーション…英語科との横断授業 (11月予定)

10月～2月 小諸市の観光ツアーを作成する [本単元]

5. 単元名

「小諸市の観光ツアーを作成する」

6. 単元目標

- (1) 社会の在り方を考察、構想するのに必要な知識・情報を習得・収集する。
(知識、技能等)
- (2) 社会の諸課題を地域性や日常生活との関連を踏まえて考察する。
(思考力、判断力、表現力等)
- (3) 地域社会に主体的に生きる市民としての自覚と資質を養う。
(学びに向かう力、人間性等)

7. 単元構想

- ①新聞から観光振興に活用できる記事を収集する (15分×7回)
- ②収集した材料を消費者の観光地評価の因子にもとづいて分類する (1時間) [本時]
- ③「観光ブランド」として成立するための条件を学ぶ (2時間)
- ④「小諸市観光地域づくりビジョン (平成28年2月策定)」より小諸市の観光振興策を知る (1時間)
- ⑤「小諸らしさ」を打ち出した観光ツアーを作成する (5時間)

8. 生徒観

対象となる第3学年の生徒は、1年次には市内の商店街のフィールドワーク、2年次には市と提携する「小諸未来義塾」の取り組みの一環で地元の資源を生かした地域活性化のアイデアを市長に提案するなど、地域社会の人々や経済活動に関わる機会を多く経験してきた。本校からは地元の商店や企業、商工会議所等で活躍する卒業生が多数輩出されていることを踏まえると、当該生徒にも地域社会を担う人材として望まれる役割は大きい。

ゆえに、高校生の段階で、世間に山積する諸課題を科学的に分析し、確かな理論に基づいた実現可能な改善策を提言する力を習得すれば、将来的に地域をより発展させる有為な社会の形成者となることが期待される。

9. 指導観

本校は、明治39年の創立以来、一貫して商業教育を継承してきた学校であり、教育目標を「…専門教育により、広く国民経済における商業諸活動の担い手としての有為な人材を育成する」こととしている。

商業＝経済活動＝人の生業・社会的営みという観点から、商業高校である本校において、

地理歴史科地理 A では、商業科学習で習得した専門的な知識・技能や経験を、地域社会を形成する際により实际的に活かせるようにするための知識や思考力を養成する。

10. 教材観

観光産業は、旅客業や宿泊業に留まらず、その周辺産業や農林水産業をも巻き込んだ裾野の広い総合産業である。観光立国推進基本法の前文でも述べられているように、「観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与する」。

日本は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な 4 つの要素を兼ね備えた国である。日本のインバウンド市場は著しく成長しており、新型コロナウイルス感染症の拡大前の 2019 年には、7 年連続で過去最高を更新した。市場の成長要因としては、ビザ緩和等の政府の取り組みに加え、交通ネットワークの充実や多言語表記等の受入環境整備やインバウンドに関連したプロモーション等の民間努力があったためだとされる（日本貿易振興機構）。この傾向はアフターコロナでも継続すると見通されている。

その一方で、過剰な観光客がもたらす騒音や交通の利便性低下など、いわゆるオーバーツーリズムは、本校の一部生徒の地元でもある軽井沢町では現実化している。これにより、日本人観光客の減少や地域住民の幸福度の低下が招かれたら、観光産業の利点が損なわれてしまう。

それゆえに、今後の社会では、地元住民が幸福になり、その魅力で観光客も幸福になる持続可能な観光が求められる。

小諸市の観光産業の活性化を考えることは、地域社会の持続的な発展に資することが期待される本校生徒の学習に最適であるといえる。

11. 使用教材等

- ・授業プリント①（本時の授業スライド）
- ・授業プリント②（既習の授業スライド）
- ・スクラップブック（観光資源や観光振興に活用しうる内容が掲載されている記事を収集）
- ・Google Jamboard
- ・付箋

12. 主な参考文献

- ・岩崎邦彦、『地域引力を生み出す観光ブランドの教科書』、日本経済新聞出版、2019 年。
- ・ランドブレイン株式会社「地域ストーリー作りに関する FAQ」
<https://www.landbrains.co.jp/lb/chiiki-story/faq.pdf>（2023 年 10 月 11 日閲覧）

13. 本時の授業展開

段階	学習内容	学習活動	指導上の留意点	使用教材等
導入 5分	〔既習内容の振り返り〕 インバウンド観光は日本人観光客の訪問の延長にあることを知る	・地方へ観光客を呼び込むための方策（専門家の意見、自分の意見）を確認する。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1 学期からの学習内容を振り返らせ、思考の接続を図る。 ・ 授業プリント②を参照するように促す。 ・ 地域住民がアクティブ 	授業プリント① 授業プリント②

			に自分たちの生活を楽しむことが観光客誘致につながることを印象付ける。	
展開① 10分	「ストーリー」と「ブランド」の関係性を知る	<ul style="list-style-type: none"> ・地域間競争が激化する現在、観光客に選ばれる地域になるためには「ブランドづくり」が欠かせないことを知る。 ・「ストーリー」と「ブランド」の関係性を知る。 ＞買い手（消費者）のイメージ（既習） <ul style="list-style-type: none"> = 「経験ストーリー」 = 「ブランド・イメージ」 ＞売り手（地域住民）のイメージ <ul style="list-style-type: none"> = 「オリジナル・ストーリー」 = 「ブランド・アイデンティティ」 ・両者のイメージが明確であることが地域引力になることを知る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・買い手と売り手の区別を確実に理解させるよう留意する。 ・売り手のイメージが明確に定まることが、【導入】部の「地域住民がアクティブに自分たちの生活を楽しむことが観光客誘致につながる」ことに気づかせる。 	授業プリント①
展開② 15分	単なる「地名」と「ブランド」の違いを知る	<ul style="list-style-type: none"> ・「小諸」は「地名」か「ブランド」か、フローチャートで判断する。 ・「地名」と「ブランド」の違いを分類する。 ・分類を基に、「小諸」が「地名」か「ブランド」か、判断する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・この段階では感覚的な判断でよいと伝える。 ・グループワークで意見交換させながら思考を広げさせる。 ・判断した根拠（分類する要素）を明確にさせることに留意する。根拠の分析が今後の小諸市の観光ツアー作りの要となることに触れる。 	授業プリント① Google Jamboard
展開③ 15分	新聞スクラップを消費者の観光地の評価の因子にもとづいて分	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者は観光地を以下の9つの因子で評価していることを知る。 [明確なイメージ] [歴史 		

	類する	文化] [リラックス] [なら ではの食] [低コスト] [交 流] [接客] [自然] [体験] ・事前にスクラップした新 聞記事が、[明確なイメー ジ] を除く8つに [交通] を加えた9因子のどれに 当てはまるか、付箋を貼っ て分類する。	・活発な意見交換を促す ため、自由な座席移動を促 す。	スクラップブック 付箋
まとめ 5分	〔次回予告〕小 諸市も観光ブラ ンドづくりに努 めていることに 触れる	・次回以降の学習の見通し を立てる。	・9つの因子を用いて、小 諸市の強みと弱みを分析 する旨を予告する。 ・9つの因子のどれを重 視するのか考えておくよ うに伝える。	

14. 生徒の反応

因子を用いてスクラップの情報を整理することを通し、それまでは雑多に収集していたつもりだった情報に自分の思考の偏りが出ていることに気が付いた。それを受け、あえてこれまでに自分になかった着眼点を持って記事を読解しようとする姿勢も見られた。また、因子を使って記事を分析すると、マクロな社会事象がミクロな視点から捉えられることにも気が付いた。

(6) 1年間取り組んだ成果と課題

1年間の活動を通して、生徒たちはグラフや表から得られる定量的なデータと新聞から得られる定性的な情報とを関連させて考えることができるようになり、多面的なアプローチ・より柔軟な発想で課題解決策を考案することができるようになった。

本年度は、生徒が商業科の授業で学ぶマーケティングの手法をベースとし、地理的情報を思考の根拠として学習の枠組みを組んだ。ここに新聞活用を取り入れ、社会とつながるチャンネルを設けたことによって、既習事項が単なる知識習得に終わるのではなく、点から線へ、線から面へ、面から立体へと、生徒の思考が発展的に実社会の改善策提案まで展開していった。

一方、得られたアイデアを実現可能なレベルにまで落とし込むには生徒の社会での経験値が足りず、現実性に乏しい解決策になるきらいがあった。しかし、高校生の段階で、新聞購読を通して世間に山積する諸課題を科学的に分析し、確かな理論に基づいた実現可能な改善策を提言する学習体験をしたこと自体が大切であると考えている。社会人になってから困難な課題に直面したとき、新聞を読むことがそれを克服する糸口となりうるのだと生徒たちに刻まれていることを期待している。