

地域社会の発展を図るための商業科における創造的な能力の育成

1 研究目的

本校は平成 30 年度入学生から、主軸を「情報」から「創造」へと移す学科改善がなされた。また、「静岡県の地域資源の活用と新しい価値の創造によるものづくりの振興に関する条例」及び「静岡県経済産業ビジョン 2018～2021」では、地域の優れた人・技・物等の資源を新しい視点で組み合わせて活用する「一流のものづくり」と、人々のニーズを的確に捉えた、新しい価値を持つ商品やサービスを生む「一流のものづくり」を実践していくことが重要とされている。合わせて、次期学習指導要領においても、地域や生徒の実態を考慮した、育成を目指す資質・能力を明確にしたうえで、教科等横断しながら効果的に育成を行うことが求められている。

これらへの対応へ向け、工業・商業・家庭という 3 つの大学科を持つ本校として、育成を目指す資質・能力を『創造力』として専門教科間連携による教育を実践し、21 世紀型生きる力を育成する。

2 研究方法

- (1) 条例施策の基本方針として位置付けられている「地域において生産される商品のブランド化」を推進するため、地元農協との連携体制を構築する。
- (2) 本校の生活創造デザイン科が、地場産品を食材として活用した、惣菜、弁当、加工品を開発し、開発した商品を地域ブランド品として販売促進を行うために、食材の収穫・製造等の過程などを取材し、これを元に P R 動画を制作する。
 - ア 新設された静岡県立御殿場高等学校 YouTube チャンネルについて、アクセス状況等を解析することで、より適切な動画編集に繋げる。
 - イ 動画編集にあたっては、地域人材を講師として招き、動画制作の基本的な手法等について学ぶ。試作動画を作成する。
 - ウ 生活創造デザイン科による商品開発の完成を待ち、動画を公開する。(令和 2 年度公開予定) 公開した URL を商品タグ等に添付して販売する。
- (3) 商品の感想をネットアンケート形式で収集することで商品開発に関する P D C A サイクルを構築する。
 - ア Google フォームを活用した収集方法について研究し、テストランを実施する。
- (4) 以上を商品開発に生かし、地域ブランド品の創生を図るが、地域情報誌とも連携した取材等も並行して行い、地域グルメ等として記事掲載を行うことで観光振興にもつなげる。

3 研究経過

- (1) 3つの大学科間連携に関する校内打合せを実施。(5月)
- (2) INPIT アドバイザーを外部講師として招き、創造性育成と知的財産に関する教職員研修を実施。(7月)
- (3) 農協との連携へ向け学校管理職による JA 御殿場本店の訪問を実施。(7月上)
- (4) 商品を販売する予定である、御殿場直営のファーマーズ御殿場を視察。(7月上)
- (5) JA 御殿場本店において、関係者打合せを実施し方向性を確定する。(7月下)
- (6) 生活創造デザイン科による地場産品を活用した総菜等の試作を開始。地場産品に関する情報を JA 御殿場より得る。(9月)
- (7) 地域の映像制作会社と産学連携に関する打ち合わせを実施し、連携体制を構築。(11月)
- (8) 校内において動画編集講座を実施。(12・1月)
- (9) 地場産品の生産・製造に関する取材を実施。(11・12月)
- (10) PR動画(β版)の作成と完成。(2月)
- (11) ネットアンケートに関する文案を作成しテストランを実施する。(2月)

4 研究成果

地域の映像制作会社の方を講師に招き、動画の撮影から編集までの技術を習得した。動画は撮影の前に構成をあらかじめ考え、作成に必要な映像をしっかりと撮影しておく必要があり、複数台のカメラで角度を変えて撮影する方が良い動画が作れることを学んだ。動画を作成するには、取材の前にその構成内容を考えることが重要で、完成形をイメージして撮影する力が必要だと学んだ。また、地場産品の生産や製造に関する取材を実施することで、地場産品により地域を活性化したいという生産者や地元企業の方々の思いに触れ、地域振興の重要性と高校生に対する地域の期待を知ることができた。



動画編集講習会



さつまいも加工工場の取材

5 まとめ

普段の授業では学べない技術はもとより、地域の人たちの地元への思いを学び、高校生の役割を考える良いきっかけになった。動画作成は習熟が必要であり、引き続き研鑽を続け、次年度には良い作品を作成したい。