

研究課題	大阪から世界へ！地域 PR 動画作成
副題	～映像・音楽を使った動画配信技法の研究～
キーワード	BYOD AirDrop iPad 地域課題探求 ICT 活用 動画配信 地域活性化
学校名	大阪市立鶴見商業高等学校
所在地	〒538-0054 大阪府大阪市鶴見区緑 2-10-9
ホームページ アドレス	<a href="http://swa.city-osaka.ed.jp/swas/index.php?id=h703516">http://swa.city-osaka.ed.jp/swas/index.php?id=h703516</a>

## 1. 研究の背景

本校の特色ある商業教育実践として、3年生選択授業の課題研究「BCR」がある。この実践は、9年前より組織する「地域連携プロジェクト」のノウハウを元に、ICT を活用した授業モデルを確立するために設置した。

表1 課題研究 BCR の概要

- 対象の教科：商業科目の課題研究 BCR(Business Creation Research)」
- 学年：3年生選択希望者
- 講座の人数：13名
- 単位数：3単位
- 単元の目標：  
「地域の企業・コミュニティと連携し、販売実習・商品開発活動を通じて、大人と関わる中で、広く実社会の実務を学ぶと共に、地域や社会との自己の関わりや役割を認識し、自己肯定感を高める。」

この授業は、生徒の「知識理解・技能」、「言語力・表現力」、「思考力・判断力」、「関心・意欲・態度」、「コミュニケーション力」、「協働する力」、「自尊感情」の育成に繋がる。

また教員にとっても、「学習指導・授業づくりの力」、「教材研究の力」、「子ども理解の力」、「生徒指導力」、「協働する力」、「コミュニケーション・スキル」、「リーダーシップ」の向上を図ることができる。

また先述の「地域連携プロジェクト」とは、地元地域の活性化を目的に、1～3年生の生徒を対象に、生徒と教職員により組織する本校独自の自主活動の場である。現在までに、鶴見区の販売実習によるイベント参加（年間約13回）、区内の特産品を生かした商品開発（カレーパン・石けん）、区の Mascot キャラクターの広報活動（グッズの商品化・LINE スタンプ制作）、地元子どもホスピスの支援活動等さまざまな方面で活

動してきた。また府外での活動としては、「全国高校生デパートユニット（長野県）」、「全国 SPB 交流フェア（三重県）」にて、地元の特産品を生かした商品開発による販売実習もおこなった。



図1 カレーパンと石けんの販売風景

## 2. 研究の目的

本研究の目的は、課題研究「BCR」にて、大阪の PR 動画を作成し、世界に向けて WEB 配信をおこなうことである。

現在、大阪はユニバーサル・スタジオ・ジャパンの好調や大阪観光局のプロモーションの成果もあり、訪日外国人客の急増によるインバウンド景気を迎えている。しかし今後、この好調を維持していくためには、継続的な PR 活動を世界に向けておこなっていく必要がある。そのためには、高校生の視点で、大阪市の観光名所や PR スポットを研究し、新たな魅力探しをおこなっていく必要があると考えた。

特に今後、IR 構想や国際万博の誘致において、高校生の視点で、大阪を世界に広めていくことは、本校のビジネスの観点と持続可能な開発のための教育（ESD）の観点においても、有効な研究手段

だと考える。また授業内で、大阪観光局や大阪の行政職員や企業、NPO から講師の招聘をおこない、大阪を取り巻く環境を分析し、新たな魅力創造に繋げる。

### 3. 研究の経過

課題研究「BCR」は本校の第2情報教室を使用している。教室の設備は、「電子黒板」1台、「Apple TV」1台、「Google Chrome」1台、「超短焦点プロジェクター」1台、「モバイルWiFi ルーター」2台、「Windows8 タブレット」16台、「iPad Pro」2台である。

この教室を使用した先行研究として、平成28・29年度に2つの商品開発をおこなった。平成28年度は、「伊藤忠食品株式会社(中央区)」、「生活共同組合連合会コープきんき事業連合(淀川区)」、「株式会社 日本サンガリア ベverageカンパニー(東住吉区)」と協力し、炭酸飲料水を開発した。平成29年度には、「株式会社神戸屋(東淀川区)」と協力し、オリジナルのパンの企画をおこなった。

これらの実践では、iPad Pro や Windows 8 タブレットが学校所有であるため、実地調査や家庭でおこなうプレゼンテーションの準備は、生徒自身もつ iPhone 端末と Android 端末を利用した。

そして、授業内の協働学習時は、それぞれの端末から、データを iPad Pro や Windows 8 タブレットにコピーして、作業をおこなわせている。

iPhone 端末から iPad Pro へは、「Airdrop」機能を利用している。また Android 端末から iPad Pro へは、フリーアプリの「Sendanywhere」を利用した。このアプリケーションを利用すれば、生徒端末の OS を気にすることなく、データの送受信がおこなえるため、データ交換や集約時に作業時間の短縮が図れるため都合が良い。授業中の Web 検索に関しては、校内の無線 LAN を利用させ、生徒に通信料を負担させることは避けた。

電子黒板には、SHARP 製の「BIGPad Campus」を使用した。画面サイズは 55 型を使用した。課題研究 BCR は、16 名程度の少人数授業展開のため、

十分な大きさである。

この電子黒板には、「Apple TV」だけではなく、「Google Chrome」も HDMI 接続しているため、OS に縛られることなく、プレゼンテーションをおこなうことができる。ただし、Apple TV と違い、Google Chrome は、ルーターを中継させる必要があるため、発表前に、発表端末を WiFi に繋ぐ等、注意を必要とする。



図2 ICT 機器を使用したプレゼン

### 4. 代表的な実践

今年度の主な実践は大きく分けて3つある。①プレゼンテーションのためにタブレット端末を習熟する実践 ②大阪観光局・日本政策金融公庫から有識者を招いての講師招聘授業 ③フィールドワークを通じた地域活性化に関する成果物の各種コンペティションへの参加である。

またこの授業は、教員と生徒による評価だけではなく、有識者からの評価も評価対象とした。「大阪観光局」の魅力創造部地域素材開発担当部長の阪口寿子様、「日本政策金融公庫国民生活事業本部」南地区大阪創業支援センター上席所長代理の高橋庸輔様に今年度は評価と助言を依頼している。また今年度の講師招聘授業は以下の全8回実施した。

表2 今年度実施した講師招聘授業

<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1回 講師招聘授業 阪口様 (H30. 5. 18) 大阪観光局「大阪の観光事情について」</li> <li>・第2回 講師招聘授業 高橋様 (H30. 6. 1) 日本政策金融公庫「計画の方法(基礎)」</li> <li>・第3回 講師招聘授業 高橋様 (H30. 6. 22) 日本政策金融公庫「計画の方法(応用)」</li> <li>・第4回 講師招聘授業 阪口様・高橋様 (H30. 6. 29) プレゼン①「3視点での課題探し」</li> <li>・第5回 講師招聘授業 阪口様・高橋様 (H30. 9. 21) プレゼン②「活性化の方法について」</li> <li>・第6回 講師招聘授業 阪口様・高橋様 (H30. 10. 3) 企画書提出「企画書についての評価」</li> <li>・第7回 講師招聘授業 阪口様・高橋様 (H30. 11. 9) プレゼン③「プレ研究報告」</li> <li>・第8回 講師招聘授業 阪口様・高橋様 (H30. 11. 30) プレゼン④「一年間の研究報告」</li> </ul>
--

プレゼンテーションの評価は、関西大学教育推進部教育開発センターの発行する「ルーブリックの使い方ガイド(学生用)」を参考にし、ルーブリック評価を取り入れている。課題研究「BCR」に限らず、本校で実践するプレゼンテーションの評価は、上記評価法を参考にしている。報告書の最後に、生徒が評価したルーブリック評価表を転載している。

初回の授業では、学校所有のタブレット端末・個人スマートフォンの利用に関するルールを生徒へ指導した。

具体的には、「学校のタブレット端末は貸与できないこと」、「個人スマートフォンから学校のタブレット端末へのデータ交換は可能」、「AirDrop は、犯罪行為に繋がる恐れがあるため、必ず使用後は off にすること」、「学校の WiFi は教育センターによる管理があるため、フィルターがかかること」、「インターネット上の著作物や肖像権についての利用方法に対する諸注意」等、「情報モラル」についての学習をおこなった。

4月は、「ブレインストーミング法」により、生徒たちに自分たちの考える大阪像を共有化させ、いかにTVのイメージにとらわれているかを認識させた。そしてその後、「タブレット端末」を利用し、Webや「RESAS」にて、「観光」、「消費」、「地域経済循環」に関するビックデータを活用し、実際のデータを元に、自分たちの考える大阪との相違点はどこかを個々に考えさせた。

そこから、地域活性化をおこなうためには、「課題意識を持つ」ことが必要だと説明し、大阪の課題について調べた。また「地域活性化の手法は、大阪から考えるのではなく、身近な課題を解決するところから始まる。」と説明し、また大阪の活性化手法を考えることは、諸外国の課題解決手法を考えることと同じであることも説明した。6月に、①身近に存在する課題 ②大阪に存在する課題 ③諸外国に存在する課題発見」という内容で第4回のプレゼン①の発表をおこなった。また講師の阪口様、高橋様からも助言をいただいた。生徒はプレゼンテーションに、「PowerPoint」と「Keynote」を使用している。



図3 第4回講師招聘授業の様子



そしてその後、上記のプレゼンテーションの内容を元に、それぞれ、「①身近な課題 ②地域の課題 ③諸外国の課題」のどの項目に対して、研究を進めるかの選択を生徒それぞれにおこなわせた。

そして、第5回講師招聘授業では、自分た

ちが設定した課題に対しての、活性化方法のプランを発表した。この取り組みは、大阪日日新聞からも取材を受け、本校の取り組みを地域や他校に発信するきっかけとなった。



図4 第5回講師招聘授業の様子



図5 大阪日日新聞  
(H30年9月30日・10月13日)

そして、第6回講師招聘授業では、今までの地域活性化手法についてのプランを企画書にまとめ、専門

家から助言を受けるという授業形態にした。この頃から、プレゼンテーションソフトに「Prezi」を使う生徒もいた。



図6 第6回講師招聘授業

またその企画書は、一つの到達点として、日本政策金融公庫が主催する「第6回ビジネスプラン・グランプリ」に生徒13名全員が地域活性化プランとして応募した。すると、エントリー総数4,359件(396校)中、1名がベスト100、別の1名はベスト10に選ばれた。そして、平成30年12月25日に関西大学でおこなわれた「プラン発表会&表彰式2018」にて、上記の2プランを多くの来場者に向けてプレゼンテーションをおこなった。またベスト10のプランは、平成31年1月13日に東京大学でおこなわれたグランプリファイナルにて発表し、審査委員特別賞を受賞し、プランの完成度の高さを評価いただいた。

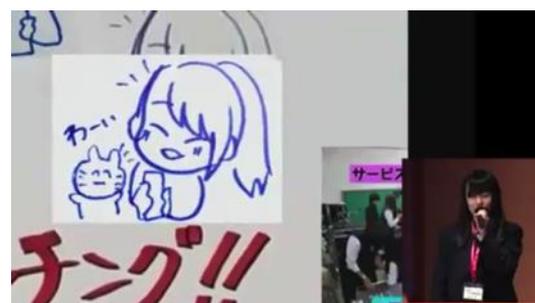


図7 ビジネスプランコンテストの様子



図8 大阪日日新聞 (H31年1月11・12日)

その間、ビジネスプラン・グランプリに出場する生徒の指導と平行しながら、地域活性化動画の制作をおこなった。プランに応募した地域活性化プランの中で、昨年の台風21号の影響により、多くのイベントが中止になってしまった本校横の「鶴見緑地公園(花博記念公園鶴見緑地)」を多くの外国人観光客に知ってもらいたいという生徒たちの考えから、地域活性化動画の対象を鶴見緑地公にすることをした。また外国人観光客から見て、どのような点が魅力に感じるかを、大阪観光客の阪口様にヒアリングしたところ、外国には四季が無い国があるため、日本の四季折々の花々は、外国人の興味の対象であることを教えてもらい、この動画のコンセプトを「鶴見緑地公園に咲く四季の花々」とした。

また配信先に関しては、本校HPや生徒が制作するホームページよりも、「Youtube」の方が、多くの外国人観光客に発信できるという生徒の考えにより、研究計画を変更し、動画の配信方法

を Youtube とした。また多くの視聴者に目を止めてもらうために、あえて動画をミュージックビデオにすることにした。また大阪観局に依頼し、HP上にアップロードしていただく予定をしている。

動画作成は、「フィールドワーク」を実施し、取材や写真・映像素材の撮影をおこないタブレット端末とPCにより映像を作成した。

当初動画編集には、「Final Cut pro」を使用する予定であったが、「Davinci Resolve」の方が、直感的に操作が可能であるため、こちらを使用した。無償版だが十分なパフォーマンスであった。

そして、動画制作は13名を作曲、作詞、撮影、編集、動画配信のグループに分け作業をした。作曲と録音は、iPadproの「Garageband」と本体マイクを使用した。編集は3名いたため、最終的に投票により1作品に絞った。その作品は、全てiPadproの「iMovie」のみで編集したものであるため、iPadproの基本性能の高さを知った。

この動画は、平成30年12月19日からYoutubeにて、動画配信をおこなった。また龍谷大学の「地域PR動画コンペティション2018」に応募したところ、平成31年2月17日にキャンパスプラザ京都でおこなわれた決勝大会にてプレゼンテーションをおこないグランプリを獲得した。

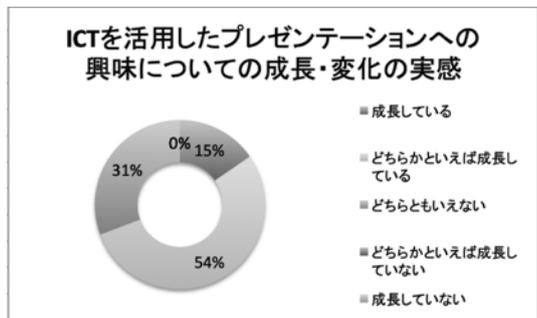
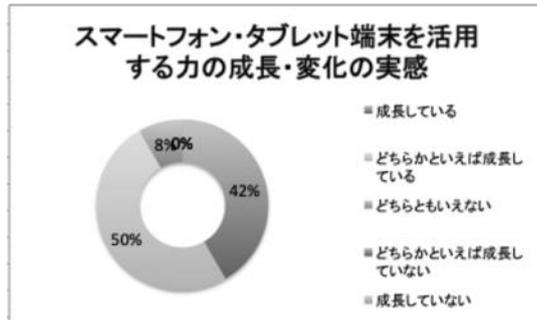


図9 動画のカットとコンテストの様子

## 5 . 研究の成果

今回の研究成果を知る上で、課題研究「BCR」の選択者 13 名に対して、アンケート調査をおこなった。その結果が以下の表である。

表 3 選択者へのアンケート調査



目的：授業内における ICT の活用

実施日：平成 31 年 1 月 23 日（水）

調査対象：高校生 13 名

回答件数：13 件（有効回答数：100%）

実施方法：授業時間内、用紙の配布と記入

このデータから分かったことは、「スマホ・タブレット機器を活用する力」、「ICT を活用したプレゼンへの興味」、「ICT を活用したプレゼン能力の上昇」すべての項目において、「どちらかといえば成長している」と答えた生徒が一番多く、4・5 と回答する生徒は 0 人であった。

## 6. 今後の課題・展望

今回、この動画を英語に翻訳して外国人に配信するという研究は、まだ実施できていない。そのため、本来の目的である外国人に対しての PR 効果という点でデータが乏しいことが今回の研

究の課題である。また Youtube にアップロードした動画は、平成 31 年 3 月 19 日時点で、181 回の視聴しか再生されていない。今後、動画を拡散させることは大きな課題である。

## 7. おわりに

アンケートでは、「地域の課題についてよく知ることができた。」と回答する生徒が 10 名もいた。この取り組みに参加した生徒が、今後の大阪の地域活性化要員になってくれることを望んで報告とする。