

東北紀行

Tohoku Travelogue

第 54 号 / 2024 年 1 月 / 編集：丸岡泰（石巻専修大学）

東北復興支援・地域活性化に向けた地域連携 PBL プロジェクトの実践と課題 【2. 宮城編 (1)】

宮城大学 事業構想学群 教授 大嶋 淳俊

1. 背景と目的

前回の「1. 福島編」では、2016~2018 年度の福島での PBL の実践を取り上げた。そして、2019 年度からは宮城で活動を開始した。初年度に新たな取り組みを複数開始し、3 カ年計画で充実させていく予定だったが、2020~2021 年度はコロナ禍の影響で対面のリアル活動は大きな制約を受けた。そのため、デジタルを積極活用する工夫をしながら、地域連携 PBL 活動を継続した。2019~2021 年を宮城編の前半、コロナ禍が明けてきた 2022~2023 年度を後半として記述する。

2. 地域連携 PBL 実施における地域別の前提変化

2019 年からは宮城の大学に拠点を移して活動を始めたが、福島と宮城の取り組みでは大きな違いが幾つかある。

福島県では、震災に加えて原発問題による風評被害で大きな影響を受けたいわき湯本温泉の復興支援・活性化を主目的に、旅館協同組合、商工会議所、市役所と連携し、後にはいわき FC PARK、スパリゾートハワイアンズなどの協力も得て実施した。また、参画学生は地元大学の 2 年生向け必修科目として取り組むか、東京の昭和女子大学現代ビジネス研究所のプロジェクトとして有志の学生達であった。

これに対して宮城では、基本的に 3 年生以上のゼミ活動として実施している。仙台市秋保（温泉）地区は温泉地として有名で、連携先は震災復興の為に発足した秋保ワイナリーや古民家レストランのアキウ舎など、旅館以外の新規事業者が中心となっている点が福島と異なる。そして、仙台市役所の協力は得ている。このように、福島と比較して宮城では連携先のタイプや参画学生の位置づけが大きく異なっており、自ずと活動に違いが見られる。

図表 1 宮城県で実施した地域連携 PBL (2019-2021 年)

名称/年度	概要	備考
① 仙台空港・東北観光の SNS マーケティング(2019)	東北の空のゲートウェイである仙台空港と連携して、インスタで仙台空港の様子や東北観光の魅力発信。データ分析を実施して空港側に報告。順調に活動出来たので次年度も継続の計画だったが、コロナ禍が発生したため断念。	大嶋研究室 3 年生が担当
② 仙台市秋保の SNS マーケティング(2019)	仙台市・秋保温泉地区の秋保ワイナリーと連携して、インスタでの魅力発信。	大嶋研究室 3 年生が担当
③ シードル開発&クラウドファンディングの実践(2019)	地元りんご農家を支援するため秋保ワイナリーとシードルの新コンセプト開発、ラベル創作、クラウドファンディング実施（当初目標の 150% 達成）。大学生協でも販売。順調に活動出来たので次年度も継続の計画だったが、コロナ禍の発生により断念。	大嶋研究室 3 年生が担当
④ S 大学「東京で識る東北」(2019)	東北・宮城の魅力を発信するために、2泊3日の体験的観光を実施して観光プラン作成。宮城の食材を使ったレシピ開発。アンテナショップの調査や学園祭での発表会も大規模に実施。さらに、宮城県東京事務所等の協力を得て、東京の対面イベントに参加する計画だったが、コロナ禍が発生したため断念。	有志 11 人 (課外活動)、毎月会議、現地訪問 2 回
⑤ 東北おうちスイーツ・セットの開発と e コマース(2019)	仙台放送 新規事業部（仙臺いろは）と連携。東北のフルーツを使用した各県のスイーツを賞味・選定してインスタや YouTube で PR。同社の e コマースサイトでの販売促進。	大嶋研究室 3 年生が担当
⑥ 秋保観光 PR 動画制作(2020)	コロナ禍で誘客に苦しむ秋保温泉地区の観光 PR のために 8 つの魅力を選定して動画制作、公式サイト構築と運営。	大嶋研究室 3 年生が担当
⑦ 秋保の新土産物開発(事前調査)[第 1](2020)	若者にも訴求力のある秋保の土産物が不足していることから、調査を実施して 11 件の土産物案を開発し、地元事業者から商品コンセプトについて協議。調査や打合せは、基本的にオンラインで実施。	大嶋研究室 3 年生が担当
⑧ みやぎパブリカリーの開発・販売促進(2020)	仙台放送 新規事業部や複数の食品メーカーと連携。宮城が日本最大の生産量を誇るパブリカを活かした長期間保存できる缶詰カレーを開発イベントや販路開拓を实践。インスタや YouTube でも PR。缶詰カレーは大学生協でも販売。	大嶋研究室 3 年生が担当
⑨ 秋保の新土産物開発[第 2](2021)	前年度の継続。最終的にテーマとして琥珀糖を選定し、試作やレシピ開発を繰り返したが、技術的な問題もあり商品化には至らず。連携先の協力で、バレンタインイベントで試験提供実施。	大嶋研究室 4 年生が担当
⑩ 秋保オンラインツアー実証実験(2021)	コロナ禍に直面する仙台市秋保の誘客促進のために、7 つの映像コンテンツで構成されたオンラインツアー実証実験。インスタ、YouTube、公式サイト構築と運営。2020 年度制作の秋保観光 PR 動画や琥珀糖開発等の活動とも連動。	大嶋研究室 3~4 年生が担当

注：グレーが昭和女子大学研究所プロジェクト

3. 年度別の活動変化と要因

(1) 2019年度：2つの方向性

2019年度に宮城の大学に着任してから、すぐに連携先を模索して、東北観光の玄関としての仙台国際空港（以下、仙台空港）と、復興の志を持つ起業家活動が活発な仙台秋保（温泉）地区の2本柱で活動を開始した。両者に共通するのは、当時は先方がまだ取り組んでいなかったInstagramのゼミ生による試験的運用である。先方の応援アカウント的な目的で学生が取材して継続的に発信を続けて、アクセスデータ分析などの情報提供をするというものである。筆者の講義やゼミで得た知識を応用するものであった。

年度の後半には、若い女性に人気が出てきたシードル（リンゴのお酒）の新商品開発のために400人規模の質問紙調査を実施してニーズを探り、「はじめてのシードル」というコンセプトでラベルコンテストを実施して若者感覚の商品をプロデュースした。話題を盛り上げるためにクラウドファンディングに挑戦して当初目標の150%を達成できた。この活動は、廃棄されるリンゴの有効活用により地元農家支援にも繋がるというSDGsの視点も込められていた。

図表2 シードル開発&クラウドファンディング達成



福島での経験も踏めて、SNSなどデジタルだけでなくリアルな新商品開発は地元の反応もよく、マスコミの注目も集め、両輪としてPBLを進める計画だった。

(2) 2020年度：コロナ禍でのデジタル中心の活動

2020年春からのコロナ禍により、それまでの活動は見直し・中止を余儀なくされた。講義も含めて対面活動が不可になったので、オンラインで出来る活動を模索した結果、図表1⑤と⑥のSNS・動画などオンラインでの情報発信や観光PR動画制作に取り組んだ。

年度後半には⑦で打合せは基本的にオンラインで行いながら、リアルな商品開発の事前調査やコンセプト作りにも取り組んだ。また、⑧では地元企業群の協力で製品化までこぎ着けたが、対面活動での制約は大きいままだった。

図表3 2020年に制作した秋保観光PR動画



(3) 2021年度：本格的なオンラインツアー実証実験

この時期に急激に伸びてきたオンラインツアーに注目して、質問紙調査、複数社のツアー参加経験の蓄積を基に、仙台市秋保地区への誘客促進を目指して地元企業とコラボで、大学研究室主導で日本初の本格的なオンラインツアーの実証実験を行った。ライブ型で地元経営者にも複数出演して頂いて参加者とリアルタイムで交流し、見やすく編集した事前収録映像を組み合わせ、クイズやプレゼント企画なども織り込んで、70名以上が途中離脱者ゼロで実現できた。このような実験でも、地元の魅力ある人物や商品の存在が共感を得るのに大きく影響していることが確認できた。

図表4 秋保オンラインツアー実証実験



4. 考察と今後の課題

この3年間は順調な滑り出しからコロナ禍での困難に直面した中で、デジタル活用を如何に有効活用するかを試行錯誤しながら工夫した時期だといえる。ゼミ活動であったため、これまでの講義などのインプットと連動した形でPBLをアウトプット活動として相乗効果を図る点で効果は大きかった。コロナ禍の状況が変わる中、リアルとデジタルの融合への再挑戦は、次号で述べることにする。

【参考文献・URL】

「秋保満喫旅」プロジェクト公式サイト

<https://oshimalab4akiu.wixsite.com/akiu-trip>

「秋保オンラインツアー」プロジェクト公式サイト

<https://oshimalab4akiu.wixsite.com/akiu-trip>