

ビジネス科課題研究発表会

高山誘客「富裕層」照準 SNSで店や自然発信

飛騨高山高校生、成果報告



活動成果を発表する生徒ら＝高山市下岡本町、飛騨高山高校岡本キャンパス

飛騨高山高校ビジネス科の3年生24人が、訪日中に1人で100万円以上を消費する「高付加価値旅行者」をターゲットに、高山の魅力を交流サイト（SNS）で発信する「高校生 勝手に地元応援プロジェクト」に取り組んできた。20日、高山市下岡本町の同校岡本キャンパスで活動成果などを披露する課題研究発表会が開かれた。

同科は、2年前から高校生視点で地域が抱える課題を見つけ、SNSを通じて魅力を発信する活動に取り組んでいる。今年3月の「高付加価値旅行者の誘客モデル地区」に選ばれたことから、本年度は同旅行者をターゲットにして同様の活動を行うことにした。

生徒は9月以降、六つの班に分かれ、訪日客に街頭で旅行の目的などをインタビューし、ニーズに合った飲食店や歴史的建造物、自然などを探してきた。実際にその場所に出向き、店の人に取材したり、写真を撮影したりして、写真共有アプリ「インスタグラム」に投稿してきた。

この日はグループごとに発表。訪日客への聞き取りから「体験」や「高山の隠れた魅力」など高山に何を求めているかや、より多くの人にインスタグラムの投稿を見てもらうため、1文目にとこだわったことや、英語のハッシュタグを使うなど工夫した点を説明した。

（玉田健太）

岐阜新聞(12月22日)

消費額大きい客呼び込むには？

勝手に地元応援 飛騨高山高校生発表

飛騨高山高校ビジネス科の生徒が、地域の魅力を発信して交流サイト（SNS）で発信する活動の発表会が20日、高山市下岡本町の同校岡本キャンパスであった。地元の企業や団体の関係者が務めた審査員の前で、成果を報告した。

課題をビジネスの手法で解決する力を養おうと、同校が2年前から「高校生勝手に地元応援プロジェクト」として毎年行っている。今年は、消費額が大きい



活動の成果を発表する生徒（右奥）＝高山市の飛騨高山高で

「高付加価値旅行者」を多く呼び込むのを目的にした。3年生24人が専門家から

SNSの活用手法などを学んだ後、9月から6班に分かれて活動。外国人観光客へのインタビューを基にそれぞれテーマを設定し、飲食店や文化財を取材してインスタグラムで伝えた。発表会では、外国人の目に留まりやすいよう、ハッシュタグに英語を取り入れるといった工夫などを紹介した。最優秀賞に輝いたチーム「高山を盛り上げたい女子高生」のリーダー大田愛さん(18)は「発信の仕方やお店とのコミュニケーションの取り方が勉強になった。今後に生かしていきたい」と振り返った。

（北川鈴乃）

中日新聞(12/22)

岐阜新聞

令和5年12月22日(金)

中日新聞

12月21日(木)