

マチのオシゴト、 マルっと高校生。

ぜんぶウチらが動きました

～DAOで作る新しい組織の形～



《都道府県名》 長崎県

《学 校 名》 長崎県立佐世保商業高等学校

《生 徒 氏 名》 計10名

No.	学年	氏 名
1	2	川 内 菜 摘
2	2	平 岩 華 音
3	2	増 田 有 佑
4	2	中 島 愛 梨
5	2	森 田 うめの

No.	学年	氏 名
6	2	松 尾 遥 翔
7	1	橋 本 珠 里
8	1	濱 本 茉 衣
9	1	平 尾 美紗妃
10	1	上 野 莉 璃

《指導教諭名》 前田玲子・徳永宏輔

【目次】

第1章 キッカケはひとつのイベントだった	
1-1 イベントで成し遂げた「商店街の活性化」 1
1-2 活動を注目してもらえました！ 1
第2章 全部やるけど、テキトーじゃない	
2-1 依頼がたくさん舞い込んできた！ ぜんぶ挑戦！ぜんぶ学び！ 2
2-2 地域に頼られる部活動 2
2-3 活動における仮説・目標の設定について 3
第3章 マチのオシゴト、マルっと私達におまかせ	
3-1 高校生のお茶カフェでイベントのおもてなし！ 3
3-2 「伝える」をデザインする！高校生のチラシづくり奮闘記 5
3-3 福井洞窟式典を盛り上げろ！ 商品開発とおもてなし 7
3-4 小中高でつくる音楽祭！ 地域と奏でるステージ 8
3-5 Let's play ボードゲーム！10
3-6 目指せゼロカーボンシティ ～佐世保レモンで商品開発～13
番外編：佐世保レモネード ～開発から最速の開店で販売実践！15
3-7 歩きたくなるまちなかへ ―夜店公園での社会実験―17
第4章 プロジェクト最前線	
4-1 現在進行形の活動はこちら！ 商業クラブは忙しい！21
4-2 DAO 型組織への挑戦と、部活動の新しいカタチ22

<参考資料>

文化庁 HP「国の特別史跡」

福井洞窟ミュージアムパンフレット

食品添加物と健康食品の真実 HP「柑橘系の苦味の成分「ナリンジン」とは？

文部科学省「令和4年度 全国学力・学習状況調査：ゲームや SNS・動画視聴の状況調査

佐世保中央地区まちなかウォークアブル推進事業社会実験報告書

KDDI Location Analyzer データ

NEC HP「合同会社型 DAO とは？ ～法人格を持った DAO のビジネスチャンスと有効な適用ケースは～」

ブラック部活動 子どもと先生の苦しみに向き合う 著：内田良 東洋館出版社 2017 年

第1章

キッカケはひとつのイベントだった

1-1 イベントで成し遂げた「商店街の活性化」

私たちは今年度も、これまで行ってきた「商店街の活性化」について継続的に取り組んでいます。地域の方々から頂いた依頼を受け、様々な形で地域貢献を行ってきました。

これまで私たちは、「高校生の力で地元佐世保を元気にしたい」という思いを原動力に、地域に密着した活動を行ってきました。昨年度は、島瀬公園で開催した「させぼの学祭 ふえす!」を通じて、若者が足を運びたいくなるような、マルシェやステージなどのイベント企画を立案・実行し、商店街のにぎわい創出に貢献しました。チラシ制作、SNSによる広報、地元企業との連携、ステージ企画などをすべて自分たちの手で実施し、トラフィックジェネレーション（人の流れを生み出す力）の創出を実現することで、イベントを商店街の活性化につなげる活動ができました。



1-2 活動を注目してもらえました!

私たちの活動を発表した「マイプロジェクトアワード 2024」では、「地域 Summit 特別賞」を受賞することができました。これまでの地道な活動が評価されたのが嬉しかったです。

また、このアワードを通じて出会った他校の仲間たちとのつながりが生まれました。そのご縁から、他校生の探究活動にて企画する取り組みに、アドバイザーとして参加させて頂き、新たな役割にも挑戦することができました。

(写真は活動紹介の様子)



また、私たちが取り組んだイベントの実績は、地域の皆様や行政から高い評価を受け、佐世保市長への報告の機会と、次年度に向けての、アドバイスを頂くことができました。

さらに、商業クラブの取り組みが広く注目される中で、インタビュー特集

の取材を受ける機会もありました。その内容は市報とコラボした YouTube 動画として配信され、多くの方々に私たちの思いが伝わったと思います。また、市長や起業家などが出演するトークイベントに、高校生ながらパネリストとして招かれたりと、この1年間は、まさに商業クラブの地域での存在感が一気に高まったと実感できる年であり、地域とのつながりが大きく広がった年でもありました。こうした実績を原動力に、地域に必要とされる存在であり続けたいです。



(写真は、トークイベント出演の様子・イベント会場前にて)

第2章

全部やるけど、テキトーじゃない

2-1 依頼がたくさん舞い込んできた！ ぜんぶ挑戦!ぜんぶ学び!

イベントをきっかけに、佐世保市の各部署や地域団体、企業から多くの依頼が舞い込むようになりました。私たち「商業クラブ」は、いまや“頼られる高校生チーム”として、地域課題の解決やイベント運営、商品開発などに関わる機会が広がっています。

私達が、地域の期待に応えます!



今年度のテーマは「佐世保のさらなる活性化」です。

私達は、地域から託された多様なミッションに全力で挑み、「佐世保の未来」を地域の方々と一緒につくっていく存在でありたいと考えています。地域や行政、団体などから寄せられた多くの依頼に対し、一つひとつを学びのチャンスと捉え、日程の都合のつく限り、「全部やります!」の姿勢で取り組んできました。活動の中では、試行錯誤を重ねながら、自分たちの力でできることを形にしてきました。今年は、そうした取り組みの中で、私たちが、地元佐世保にどのように関わって成長したのかを伝えたいです。

2-2 地域に頼られる部活動

本年度、私たち商業クラブは、地域や行政から数多くの依頼を受け、様々なプロジェクトに取り組みました。具体的には、複数の商品開発、佐世保市式典関連事業のサポート、地域行事に合わせたイベント実施、デザイン作成など、地元の多様な課題や依頼と向き合い、地域を盛り上げる実践の機会をいただきました。地域のニーズを受けて取り組んでいくことで、地域に元気とパワーを送ることができ、また私たちにとっても、社会の中で自らの力を試し成長する貴重な機会ととらえています。活動内容は、次のとおりです。

イベント企画・運営に関する活動

依頼元	依頼内容	詳細
佐世保市農政課	高校生カフェの出店	世知原じげもん市での無料のお茶のふるまい
中里・皆瀬地区自治協議会	イベント企画運営	地元イベント「つんので」ステージイベントの企画
佐世保市させぼらボ	社会実験への参加	夜店公園の活用について社会実験
佐世保競輪	イベント企画・運営	商店街活性化のためのイベント企画

商品開発に関する活動

依頼元	依頼内容	詳細
佐世保市観光課	商品開発	西海国立公園70周年記念セブンイレブンとコラボ
佐世保市ゼロカーボンシティ推進室	商品開発	佐世保レモンの残渣解消のための商品開発
佐世保市文化財課	商品開発	福井洞窟の特別史跡指定記念式典の記念品作成
県北振興局	開発商品の振る舞い	新商品「佐世保レモネード」の振る舞い
各種団体	マルシェ出店依頼	イベント出店。焼きドーナツ、レモネードの販売

デザイン作成に関する活動

依頼元	依頼内容	詳細
佐世保まち元気協議会	トイレ観光マップ作成	佐世保市商店街の、観光客向けのトイレマップ作成
県立佐世保高技専	イベントチラシ作成	高技専のイベントのチラシ作成

自分たちの企画したもの

連携先	内容	詳細
ボードゲーム協会	イベント企画	ボードゲームを楽しめるイベントで商店街の活性化促進

2-3 活動における仮説・目標の設定について

今年度、私たちの活動は、商品開発、イベント企画など多岐にわたりました。地域のさまざまな組織や団体から依頼を受ける中で、各活動の目的やゴールが異なり、実践内容が多様化していきました。

こうした状況をふまえ、私たちは各プロジェクトの開始時に、「仮説」か「目標」を明確に設定することを重視しました。活動の意味や方向性を部内で共有し、実践後に成果を検証し、次の取り組みに向け改善することになりました。

たとえば、「空間整備とイベント開催によって人の流れが生まれるのではないか」といったような仮説を立て検証を行うものもあれば、「地域資源を生かして魅力的な商品をつくる」という目標を掲げ、工夫と試行錯誤を重ねていきました。

目的を明確にすることで、チームワークが上昇！



第3章

マチのオシゴト、マルっと私達におまかせ

3-1 高校生のお茶カフェでイベントのおもてなし！

世知原じげもん市で開催する高校生のお茶カフェ「SASHO カフェ」は、世知原茶の本格的な淹れ方で、世知原茶のうまみを最大限に引き出し、お客様に無料で振舞うイベントです。今年も実行委員会様より依頼を頂き行いました。茶葉や茶器については、佐世保市役所との連携で提供して頂いています。

(1) 目標

目標：世知原茶の魅力を若い世代のおもてなしで、購買につなげたい！

⇒ 高校生のお茶カフェで、佐世保の特産である「世知原茶」の魅力を広く伝え、訪れたお客様に各生産者のお茶を飲み比べてもらい、お客様の好みに合ったお茶を購入して頂くことを目指しました。

(2) プロ直伝のおもてなし、日本茶インストラクターの講習

事前に、日本茶インストラクターによる、「お茶のおいしい淹れ方講習」を受け、世知原茶のうまみを最大限に引き出す方法を習得しました。高校生がお客様に説明しながら、おもてなしの心をもって接客できるように準備を重ねました。



(3) お茶カフェ「SASHO カフェ」オープン!

① “世知原茶” 4ブランドを飲み比べ!

提供するお茶は、当日会場に出店されていた、「佐世保がじら園」、「白石製茶」、「前田製茶」、「JA ながさき西海」の4生産者。振る舞いに必要な茶葉や物品は、佐世保市より無償でご提供いただきました。茶器には地元の「三川内焼(みかわちやき)」を使用し、地域素材を大切にしたいおもてなしを心がけました。



② 1日目、あいにくの雨!

お茶カフェ「SASHO カフェ」の初日はあいにくの雨。来場者は少なく、気温も低かったため、冷たいお茶はなかなか手に取ってもらえませんでした。さらに、イベントに向けて仕入れていた 1000 個のスイーツも、来場者の少なさから、初日はわずか250個の販売にとどまりました。それでも、私たちは急須で丁寧に温かいお茶を淹れ、お客様に心を込めてふるまいながら、できる限りのおもてなしを行いました。(写真はイベントの様子)



③ 2日目、まさかのアクシデント! あきらめない私たち

初日はあいにくの雨天で集客に苦戦したので、期待していた2日目。会場に行くと、朝方の強風でテントが倒壊し、準備していた三川内焼の茶器のほとんどが破損してしまいました。お客様の来場まで 1 時間、急ピッチで、使えなくなった物品やテントの撤収と開店準備を行い、残った水出しボトルで冷茶を準備しました。

思いがけないトラブルに直面しましたが、イベント参加者や地域の方々と協力しながら現場を復旧し、たくさんの世知原茶の振る舞いと、すべての商品の販売を終えることができました。

(写真は、倒壊したテントと復旧したテントで販売する様子)



④ 「おいしい」から始まる交流と購入

お茶を振舞ったお客様からは、「おいしい」「どこで売っているの?」「どう淹れているの?」と次々に感想や質問を頂きました。最大限にうま味を引き出すお茶の淹れ方で、世知原茶の飲み比べは大成功しました。事前に講習を受けていたので、お客様への説明もうまくできたと思います。

また、イベント入り口付近で行った、この無料の飲み比べをきっかけに、来場者が自分の好みの茶葉を見つけ、その後店舗で購入する自然な流れが生まれました。「佐世保がじら園」、「白石製茶」、「前田製茶」、「JA 世知原」の出店された4つの生産者の皆様から、「高校生のサービスでお客様が足を止め、販売促進につながった」と高評価。「活動を継続してほしい」「高校生が地元を盛り上げてくれるのは心強い」と激励の声もいただきました。おもてなしを購入につなげる!という目標が達成できたと思います。さらにイベント主催者や佐世保市からも、「ぜひ来年もお願いしたい」とのお声掛けを頂きました。この経験を通し、地域連携の大切さを学び、地元資源の魅力を若い力で継続的に発信していきたいと思いました。

(4) 目標の振り返り

目標：世知原茶の魅力若く世代のおもてなしで、購買につなげたい!

⇒ **目標達成! 全ての生産者から、「購買に繋がった」とのお声**を頂いた。

3-2 「伝える」をデザインする! 高校生のチラシづくり奮闘記

今回のチラシ作成の依頼は、私たちが昨年制作した「学祭ふえす」のチラシデザインを見て頂いたことをきっかけに、長崎県立佐世保高等技術専門学校より頂きました。イベントやチラシについて、「高校生とは思えない完成度」と評価してくださったことに加え、**実際のイベント企画が魅力的であったとのこと**で、**全部参考にしたい**との依頼でした。さらに、「ふえす」というキーワードが、専門校が毎年開催しているイベント「技能フェス」と重なったこともあり、ご縁を感じられたようです。

(画像は、今年のイベント時に作成したチラシ)



(1) 目標

目標：目を引きイベントの魅力を伝えられるチラシの作成で人を呼びたい!

⇒ チラシ作成では、**イベントの魅力をしっかりと伝え、来場意欲を高める**ことを目標に、視覚的にわかりやすく、かつ情報が整理されたチラシを作成することを心がけました。

(2) デザイン

情報を収集・整理し、チラシの制作には、スマホアプリや Microsoft Word など複数のアプリを使用しました。レイアウトを考え、背景と文字の色にもこだわり、より目立つように工夫を凝らしました。今回は、私たちのイベントを参考にマルシェやステージイベントを追加され、イベントへもキッチンカーを呼ぶ計画とのことで、マルシェの可愛い雰囲気で作成していましたが、技術者を養成する学校のイメージに寄せた方がよいのではと、**「よりプロフェッショナルで技術者的な印象」への変更**を行い、これまでの専門校のチラシにない、「カッコいい」ビジュアルへ。可愛い案と共に、2つのデザインを専門校へ納品しました。



【案1】可愛いバージョン(表裏)



【案2】カッコいいバージョン(表裏)

**こちらを
採用!**

イチオシの【案2】は暗めで賛否のあるデザインかと思っていましたが、見事採用していただきました。事前配布はA4 両面、当日は専門校で作成した校内地図と組み合わせたパンフレットの表紙となりました。

(3) クロスメディア戦略:QR コードで拡がる情報発信

私たちのイベントでも行った、紙媒体とデジタル媒体の融合は、専門校の先生もぜひお願いしたいとのことで、今回のチラシでも、紙媒体とSNSが連動したクロスメディア戦略を行いました。

表面のイベント情報に加え、裏面には出店者・出演者ごとの Instagram アカウントへの QR コードを配置し、企業・団体の PR に努めました。

(画像はチラシの裏面の一部)



(4) 当日もイベントの盛り上げ!

チラシ作成だけでなく、私たちは当日イベントにも出店者として参加し、焼ドーナツとドリンクの販売を担当しました。当日の来場者は多く、マルシェの各店舗前にも行列のできる場面が多くありました。イベントが成功したことを体感でき、その一端を担えたことに大きな手ごたえを感じました。(写真は当日の出店の様子)



(5) 集客の効果・目標の振り返り

専門校からは、「高校生の力でイベントを明るく盛り上げて頂いた」「チラシもよくできており助かった」とのお礼の言葉をいただき、私たちの取り組みが、確かにイベントの役に立っていると実感できました。

来場者数は昨年に比べ300人増加。ただし、私たちのチラシをもとに、専門校の先生方がイベントに工夫をされ、広報活動について努力された結果であり、チラシの効果という部分は分析することはできませんでした。ただし、目を引くデザインとなったことで、PR 素材として使用していただいた点で、集客に多少貢献できたと思います。

【イベントの主な情報】

<来場者数分析>

R5年度 → 来場者数: 約 1200 人 【宣伝の媒体】チラシ、インスタ、広報誌、HP

R6年度 → 来場者数: 約 1500 人 【宣伝の媒体】チラシ、インスタ、広報誌、HP

<R5 の変更>

R5から、来場者のターゲットを、小中高生向けにした。

名称も、R5から「技能フェス」に変更(旧「みんなの技能のひろば」)

<R6の工夫点>

○佐世保商業高校「させばの学祭ふえす!」のチラシを見て、「マルシェ」と「ステージ」を追加

○高校生のステージ、企業、ポリテクセンター、消防署、警察、JAF の体験を追加

○チラシ印刷枚数を増やした

・近隣の小学校(15校)、中学校(22校)、フェス参加校や近隣高校(13校)チラシ配布

・近隣の施設へチラシ20枚程度ずつ置かせてもらった。

<R6年度のチラシ印刷枚数、主な配付先>

→ ○チラシ印刷枚数 チラシ A4(事前配布用): 18,000 部 チラシ A3(当日配布用): 1,500 部

約 300 人
増加!!

目標: 目を引きイベントの魅力を伝えられるチラシの作成で人を呼びたい!

⇒ イベントの魅力を余すことなく発信できるデザインとなり、イベントの集客に貢献した。

3-3 福井洞窟式典を盛り上げろ！商品開発とおもてなし

佐世保市にある史跡「福井洞窟」が、令和6年10月に国の特別史跡に指定され、令和7年5月に式典が開催されることとなりました。佐世保市文化財課から依頼されたのは、来場者へ配布するオリジナル商品の開発。地域に誇る貴重な文化財の魅力を発信できるよう、商品の企画からおもてなしまでに挑戦しました。

(1) 目標

目標：地域の魅力を詰め込んだ商品開発をおこない、記念式典を盛り上げる！

⇒ 福井洞窟が国の特別史跡に指定されたことを記念する式典で、地域の魅力を発信し、来場者に佐世保の良さを感じてもらうため、式典限定商品の開発やおもてなしを通じた地域貢献を目指しました。

(2) 福井洞窟とは

佐世保市には、令和6年11月現在で36カ所の洞窟遺跡があり、その数は日本一を誇ります。福井洞窟は、佐世保市吉井町にあり、これまでの発掘調査で、繊細な石器や縄文土器が出土し、日本列島における旧石器文化の終わり縄文文化の始まりを一つの場所で示す数少ない遺跡として、高い学術的価値が認められています。令和6年には、その歴史的・文化的な意義が評価され、国の特別史跡に指定されました。特別史跡とは、国宝と同等の価値を持つ文化財に与えられる称号で、全国約47万件の遺跡の中でもわずか64件（令和7年7月末時点）のみが指定されています。国宝が1,000件を超える数存在することを考えると、さらにその貴重さが分かります。旧石器時代に関わる遺跡としては、国内初の指定です。

(3) イベント参加で福井洞窟を知ろう！

式典に向け、私たちは福井洞窟ミュージアムで開催されたイベントに参加しました。現地に足を運び、展示物を見学したことで、洞窟の持つ歴史的な価値や、そこに暮らした人々に思いを馳せることができました。また、来場者の様子で、地域の方々が福井洞窟に寄せる関心を感じることができ、この貴重な文化財を記念する式典に自分たちも貢献したいと強く考えるようになりました。マルシェでは佐世保商業名物「RICE ドーナツ」を洞窟に見立て、「RICE ドークツ」として試験販売し、好評を得ました。（写真は、販売商品と販売風景）



(4) 記念品の準備

私たちは、地域の特産品を活かした商品開発に取り組みました。予算が明確になっていない段階での企画は難しかったですが、福井洞窟がある吉井町のいちごを使ってジャムを作ることで、材料調達が直前に可能であること、内容量で単価を調整できること、また日持ちするので式典以降のお土産品にもなるのではと考えました。しかし、予算が決まったのは、式典の1か月前で、来場者500名×1個200円の予算を頂きました。

物価高騰の時代に、予算一人あたり200円の新商品開発は厳しいと判断し、ジャムの企画は断念しました。代わりに福井洞窟ミュージアムで好評だった「洞窟ドーナツ」を提案することに。イベントでは、洞窟の土をイメージして「チョコ」味を販売しましたが、今回は佐世保の特産品である「世



知原茶”味に決定。オリジナルシールを改良し、式典限定感も演出しました。

また、商品の説明やアンケート、自分たちの活動を紹介する Instagram の QR コードを載せたメッセージカードを作成し、記念品に添えることにしました。(写真は、商品と添えたカード)

(5) 当日のおもてなし

式典当日は、記念品の提供だけでなく、受付や案内、来場者対応など、式典全体の“おもてなし”も担当しました。来場者を笑顔でお迎えし、温かい雰囲気を迎えることを心がけました。配布する資料や記念品の準備、イベント(ゆるキャラコンテスト)の受付、会場案内などなど、スタッフの仕事は大忙しでしたが、おもてなしが終わると式典にも参加し、福井洞窟の魅力を堪能できる有意義な1日となりました。



(6) 成果・目標の振り返り

式典に参加した方からは、「高校生の対応が素晴らしかった」「学生のおもてなしで式典が良いものになっていた」との言葉をいただきました。配布した世知原茶味のドーナツも、「おいしい」「地域の特産物を活かしていて良い」と高評価。式典後には市役所の方が来校され、感謝の言葉を直接伝えてくださいました。限られた予算や時間の中でも、自分たちの力で地域の魅力を形にできたことは、私たちにとって大きな経験となりました。

目標：地域の魅力を詰め込んだ商品開発をおこない、記念式典を盛り上げる!

⇒ 来場者、主催者共に記念品を喜んでいただけた。また、高校生のおもてなしで式典を盛り上げることができた。



3-4 小中高でつくる音楽祭! 地域と奏でるステージ

中里皆瀬地区自治協議会より、令和6年11月3日に行われる地域イベント「つんのーで歩行ラリー」にマルシェとステージを新設したいと、企画・運営の依頼をいただきました。これは、昨年度私たちが行ったイベント「させぼの学祭ふえす!」を見てくださった地域の方からの依頼で、商業クラブの活動が地域に届いていることを実感する依頼でした。



(1) 目標

目標：地域住民が一体となって楽しめるイベントをつくり、地域を盛り上げる!

⇒ 地域住民が一体となって楽しめるイベントをつくり、地域のつながりを深めながら、若い世代が活躍できる場をつくることで地域活性化を目指しました。また、高校生が主体的に関わり、世代を越えて交流できるステージイベントを企画・運営し、地域に活気と感動を届け、その姿を小中学生に見てほしいと思いました。子どもたちが将来にわたって地域活性化を考える土台になってくれると嬉しいです。

(2) 企画を立てよう

当初、自治協議会からの依頼は「ステージイベント」と「マルシェ」の2本立てでした。しかし、自治協議会と中学校との事前協議の中で、マルシェ開催には、「出店スペースの狭さ」や中学生の「現金管理の難しさ」が挙げられました。また、限られたお小遣いでマルシェの購入に格差が生まれることも気になるものでした。結果、マルシェの開催は断念し、ステージイベントに力を注ぐ方針に変更しました。

イベント会場として、中里中学校体育館の使用を許可して頂きました。当日は、同校の登校日となっており、

イベントも授業の一環として位置づけられていました。マルシェが無くなった体育館では、生徒の作品（書道や絵画など）を展示することで、教育的な側面を持つ地域連携イベントとして計画が進みました。

【当日のステージプログラム】

11:00～11:15 Starting5（高校生バンド）
11:15～11:30 PENCIL GOAT ONE（高校生バンド）
11:30～11:50 佐世保 JAZZ ジュニアアンサンブル（小中高生 JAZZ チーム）
11:50～12:00 佐世保商業高校 商業クラブ（プレゼン発表）
12:00～12:10 佐世保商業高校 パトントワリング部（ダンスパフォーマンス）
12:10～12:30 佐世保商業高校 吹奏楽部（吹奏楽演奏）
12:30～12:50 プラスシューデ（皆瀬・中里・相浦合同金管バンド）（吹奏楽演奏）
※このあと「歩行行列」開会式の時間帯に、30分ステージ中断
13:20～13:40 中里中学校 吹奏楽部（吹奏楽演奏）
13:40～14:00 合同演奏（プラスシューデ、中里中学校、佐世保商業高校）（吹奏楽演奏）

(3) 事前準備

ステージイベントの実現に向け、私たちは関係者と何度も打ち合わせや調整を重ねました。出演団体への依頼、スケジュール調整、会場設営案の検討など準備を進めました。ほとんどのことについては、自分たちで準備を進めることができましたが、唯一音響については、スタジオタクトの山近さんにお越し、専門的な音響機材と技術を、無償で提供していただけることになりました。また、出演者も地元のつながりを活かし、吹奏楽部、高校生バンド、JAZZ バンド、小学生金管バンドなどで調整を行いました。

(4) 当日

イベント当日は、中里中学校の体育館が地域の若者が奏でる音楽であふれ、活気に満ちた空間となりました。ジャズバンドと吹奏楽部の演奏などが披露され、会場の雰囲気は本格的なライブさながらでした。フィナーレでは、小学生金管バンド「ぶらすしゅーで」、中里中学校吹奏楽部、佐世保商業高校吹奏楽部の3団体による合同演奏が実現しました。限られた練習時間にもかかわらず、息の合った演奏が、大きな感動を呼びました。司会進行も高校生が担当し、会場全体の雰囲気を明るく、楽しいものにすることができました。

(写真は、チラシ・当日の打合せ・司会をしている生徒・ステージ本番の様子)



(5) 反響・目標の振り返り

イベント後、地域の方々や関係者からは「高校生の力がすごい」「イベントを盛り上げてくれてありがとう」「司会の生徒が凄くてあっぱれでした」など、たくさんの温かい声をいただきました。中学生もステージを楽しんでくれていました。中でも、小中高生の合同プラスバンドによるフィナーレは多くの来場者の心に残る名場面となり、「地域の明るい未来」を感じさせるひとときとなりました。私たちの企画で、イベントに華を添え地域を盛り上げられたと思います。また課題として、ウォークラリーの終了時間がまちまちで、イベント開始直後の観客が少なかったことが挙げられました。次回に向け、より多くの人が集まる時間帯を見極めたプログラム構成の工夫が必要だと感じました。

目標：地域住民が一体となって楽しめるイベントをつくり、地域を盛り上げる！

⇒ 今回の目標については、多くの参加者の反応や感謝の言葉、**世代を超えた「世代間交流」で、十分に達成できた**と感じています。一方で、集客のタイミングに課題が残ったため、今後は時間帯に配慮したプログラム構成などの改善が必要です。

3-5 Let's play ボードゲーム！

私たちがこの活動を始めたきっかけは、「子どもがゲームばかり」「スマホばかり触っている」という、大人の悩みを聞いたことがきっかけでした。デジタルが子どもたちに及ぼす影響がどのようなものか調べていく過程で、次のことが分かりました。

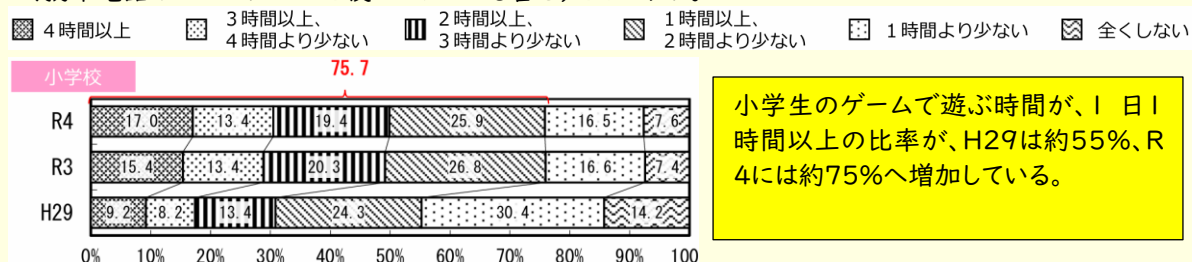
(1) デジタルに囲まれた子どもたち

近年、子どもたちのスマートフォンやタブレット利用時間の増加が深刻な社会課題となっています。文部科学省の調査によれば、小中学生のスマホ使用時間は年々増加しています。詳細は次の通りで、スマホの利用時間の増加傾向と、その時間が長いほど、学力の低下がみられることも分かりました。

出典：文部科学省「令和4年度 全国学力・学習状況調査：ゲームやSNS・動画視聴の状況より」

【質問】

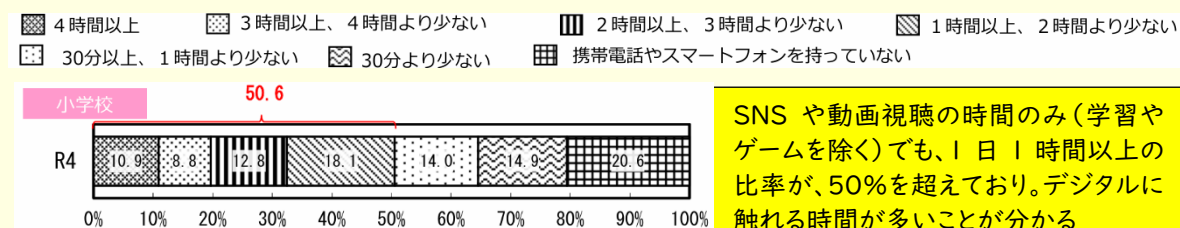
普段（月曜日から金曜日）、1日当たりどれくらいの時間、テレビゲーム（コンピュータゲーム、携帯式のゲーム、携帯電話やスマートフォンを使ったゲームも含む）をしますか。



小学生のゲームで遊ぶ時間が、1日1時間以上の比率が、H29は約55%、R4には約75%へ増加している。

【質問】

普段（月曜日から金曜日）、1日当たりどれくらいの時間、携帯電話やスマートフォンで SNS や動画視聴などをしますか（学習する時間やゲームをする時間は除く）。



SNS や動画視聴の時間のみ（学習やゲームを除く）でも、1日1時間以上の比率が、50%を超えており。デジタルに触れる時間が多いことが分かる

- ◆ 1日当たりのゲームの時間が長いほど、各教科の平均正答率が低い傾向がみられた。また、児童生徒ともに、1日当たりの SNS や動画視聴などを行う時間が長いほど、各教科の平均正答率が低い傾向がみられる。
- ◆ 1日当たりの SNS や動画視聴を1時間以上行っていると回答した小学校の児童の割合は約 50%、中学校の生徒の割合は約 75%である。
- ◆ 「携帯電話・スマートフォンやコンピュータの使い方について、家の人と約束したことを守っていますか」との質問に、「きちんと守っている」「だいたい守っている」と回答した児童生徒の割合は、昨年度と比べて横ばいである。

これらの現状から、子どもたちが思いきり体を動かし、交流できるようなイベントを企画できないかと考えるようになりました。はじめはスポッチャ（スポーツを中心に楽しめる巨大スポーツエンターテインメント施設）のような体験型イベントを企画していましたが、場所の制約や安全管理など多くの課題に直面し、断念せざるを得ませんでした。そのとき、気分転換に遊んだボードゲームで、私たちの気持ちは前向きになり、「これなら工夫すれば誰もが楽しめるのでは？」と再度企画を始めました。人と関わる楽しさ、思考力や感情の動きを引き出せるツール、それがボードゲームでした。やっと、私たちの企画がスタートしました。

(2) 仮説

仮説1： イベントで商店街に人を呼び込むことで、地域活性化を図れるのではないかと！

⇒ 特に人通りの減少が課題となっている四ヶ町商店街を舞台に、若者や子どもをターゲットとした「ボードゲームイベント」を企画し、**商店街への回遊性と経済効果を高める**ことを目指しました。

仮説2： イベントでこどものデジタル依存脱却と、コミュニケーション能力の向上がはかれるのではないかと！

⇒ スマホゲームや動画視聴に偏りがちな遊び方から一歩離れ、**他者とのやりとりを通じて「楽しさ」「駆け引き」「相手の気持ちを考える力」などを育てる機会を提供**することを意図しました。

こうした状況をふまえ、私たちは「デジタルを否定するのではなく、“デジタルに偏らない時間”をどう生み出すか」が重要であると考えました。そしてその答えが、顔を合わせ、言葉を交わし、笑い合える遊び＝ボードゲームだったのです。

(3) 作戦名は“Let's Play ボードゲーム”（企画と準備）

具体的な作戦会議は、部員が商業科の授業「課題研究」メンバーと連携し進めました。事前に、田平ボードゲーム研究会の方々にご協力いただき、ルールの確認やシミュレーションを重ねながら準備を進めました。専門家の助言をもとに、ゲームの対象年齢や所要時間、混雑時の対応などを細かく検討。参加者の年齢に応じて柔軟に対応できるよう、メンバー全員でロールプレイを行い、**「誰もが楽しめる場」をつくるための準備**を重ねました。地域の協力団体との連携も生まれ、イベント企画が少しずつ現実味を帯びていく実感が湧きました。



(4) イベント当日、商店街のボードゲーム会場

イベントは佐世保・四ヶ町商店街の空き店舗を利用した、交流スペース「sitorasu（シトラス）」で実施しました。私たちは参加者にゲームのルールを説明し、一緒にプレイを楽しみました。特に子どもたちには、相手に合わせて話し方を工夫し、笑顔で会話が自然と弾みました。**ボードゲームは、交流のきっかけを生み出す“ツール”として大きな力を発揮しました。**（写真は、チラシ・会場入り口・準備の様子）



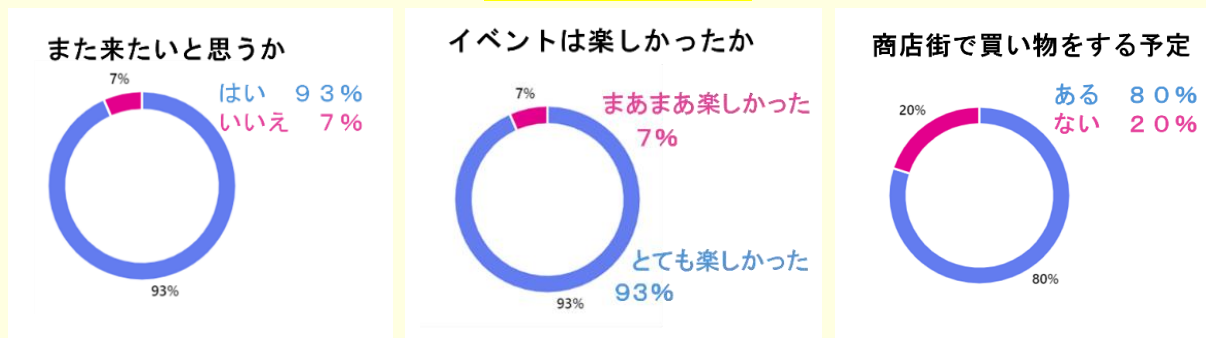
また、同時開催のマルシェには、長崎県立大学の馬場ゼミによる出店（伊万里牛メンチカツ&ドリンク）や商業クラブの定番スイーツの販売、また3年課題研究チームのポップコーン販売を行い、賑わいが生まれ、商店街の雰囲気そのものが明るくなったと感じました。

参加者の年齢に応じてルール説明の言葉を変えたり、一緒にプレイしながらゲームの面白さを伝えたりと、来場者との積極的な関わりを大切にしました。「ワードウルフ」や「ブロック」など、戦略や推理を必要とするゲームが人気で、子どもたちだけでなく大人も夢中になる姿が印象的でした。特に、**子どもたちが他の人と目を合わせて笑い合う様子は、私たちにとって何よりの成果**でした。2日間参加された大人の方もいらっしゃいましたよ。（写真は、イベント会場・マルシェ風景）



(5) 来てよかった!の声が私たちの成果

イベント後のアンケートでは、参加者の93%が「また来たい」と回答。「とても楽しかった」「コミュニケーションがとれた」との声が多数寄せられ、参加者の満足度の高さがうかがえました。



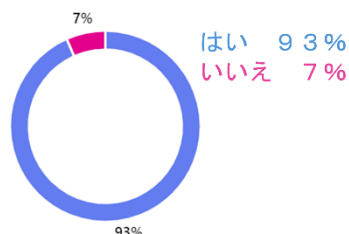
また、80%の利用者が、イベントの前後、「商店街で買い物した」「マルシェにも立ち寄った」との回答があり、イベントをきっかけに商店街全体へのお客様の回遊や経済効果が生まれたようでしたが、良く分析すると、予定していた小学校や中学校への告知がうまくできておらず、来場者のほとんどが商店街に来てイベントを知った方々でした。イベントをきっかけに商店街に出向いた方がほとんどいなかったことから、イベントによる商店街への集客は失敗したことになります。

(6) コミュニケーション能力の向上に関する調査結果と考察

今回の取り組みによって、子どもたちが他者と関わる場面が多く見られました。特にボードゲームを通じて自然な会話ややり取りが生まれ、普段は交流のない初対面の子どもが、高校生や大人と、笑顔で関わり楽しい時間を過ごす様子が印象的でした。

アンケートでは、「今回の活動を通じてコミュニケーション能力が高まったと感じますか?」という問いに対し、93%の参加者が「はい」と回答し、参加者自身が自分の変化を実感していることがわかります。最初は企画倒れになりかけたイベントでしたが、周囲の協力で、かけがえのない経験をつくり出すことができました。この経験は、将来私たちが社会で何かをつくり上げるときにも、役に立てたいです。

ボードゲームを通してコミュニケーションをとれたか



(7) イベント収支

イベントの収支決算では、13,507 円の純利益を計上。思いのほか出店料や商品の売上げが計上され、利益が発生しました。利益については、課題研究メンバーの活動費として、使用しました。

(右は、イベントの収支報告)

ボードゲームイベント 収支報告		
項目	金額	備考
出店料【商業クラブ】	4,888	ライスドーナツ、レモネード
出店料【長崎県立大学】	2,040	メンチカツ、青春のしずく
売上高【キャリア探究】	13,000	ポップコーン三種
収益計	19,928	
項目	金額	備考
売上原価：ポップコーンカップ	1,280	amazonにて (OPP袋200枚)
売上原価：ポップコーンの種	1,494	amazonにて (2kg)
会場賃借料	2,000	土日合わせて
売上原価：キャラメルシュガー	1,400	amazonにて (400g)
雑費	247	ネオソフト
費用計	6,421	
純利益	13,507	

(8) 仮説の検証

仮説Ⅰ：イベントで商店街に人を呼び込むことで、地域活性化を図れるのではないかと!

⇒ 直接的な集客や経済効果はほぼ実現できず、今後の課題が明確になった。広報活動に力を入れなければならなかった。

仮説2：イベントでこどものデジタル依存脱却と、コミュニケーション能力の向上がはかれるのではない!!

⇒デジタル依存からの脱却は、テーマが大きすぎて、追跡もできなかった。コミュニケーション能力の向上については、多くの子どもたちが他者と関わりながら楽しむ姿が見られ、一定の効果を実感。対面での遊びの価値を伝えることができた。

3-6 目指せゼロカーボンシティ ～佐世保レモンで商品開発～

佐世保市役所ゼロカーボンシティ推進室より、「佐世保レモンの“残渣問題”を、高校生の商品開発で解決していただけないか」との依頼を受け、佐世保レモンに着目した実践活動に取り組みました。

佐世保レモンとは

佐世保市鹿町町の三好園だけで育てられている希少なレモンです。正式な品種名は「味好（みよし）」。「幻のレモン」と呼ばれ、見た目はミカンのように丸いのが特徴です。また、血糖値の上昇を抑える「ナリンジン」という健康成分も豊富に含まれており、見た目も機能も特別な地域資源です。



残渣とは

果実を加工した後に残る皮や種、繊維などのこと。通常は敷地の隅に廃棄されるこれらの部分に、香りや栄養、健康成分が多く含まれている。

(1) 目標

仮説：残渣を活用した商品開発で、環境負荷を減らし、地域の魅力も発信できるのではない!!

⇒レモン加工後に廃棄される“残渣問題”を解消することで、ごみの削減による環境負荷の軽減が期待できると考えました。希少な佐世保レモンの魅力を広く発信し、地域ブランドの価値向上にもつながると考えました。持続可能な社会と地域活性化の両立を目指した取り組みにしたいです。

(2) 佐世保レモンを知る 【STEP1】三好園への訪問と理解

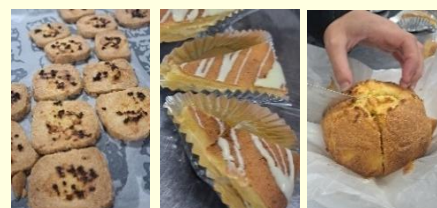
まず私たちは、佐世保レモンのことを知るために、唯一の生産者である三好園（川久保さんご夫妻）を訪問しました。ゼロカーボンシティ推進室の職員の方にも同行いただき、佐世保レモンの特徴や課題について学びました。レモンに含まれる健康成分「ナリンジン」が、血糖値の上昇を抑える働きがあることに注目し、この成分を活かせるような商品ができないかという視点で開発を始めることにしました。

（写真は、工場内見学・集合写真・聞き取り調査の様子）



(3) 商品開発への挑戦 【STEP2】試作と失敗の連続

校内での開発では、レモンの皮を使ったクッキーやチョコ、パウンドケーキの試作も行いました。分量のミスや焼き加減による失敗、分離などの課題が分かりました。特に香り高く爽やかな風味を持つレモンの皮を活用した焼き菓子に可能性が感じられました。しかし、お菓子に皮などの残渣を活用するには、相当な商品の生産・販売量が必要となり、残渣問題の解消には程遠い案であるという結論に至りました。（写真は、クッキー・ケーキの試作）



(4) 専門家とのディスカッション 【STEP3】サンダイ吉野社長との意見交換

企画を練り直し、食品加工販売の専門家である、株式会社サンダイの吉野社長と企画会議を実施しました。ここでは、私たちのアイデアに対し、「健康食品への応用が最も適しているかもしれない」とのアドバイスをいただきました。加えて、お香やグミを商品化するにあたっての衛生面やコスト、法的基準など、より実践的で専門的なアドバイスを多数いただきました。これにより、商品開発の方向性が明確になり、企業連携の重要性を学ぶ機会にもなりました。



(5) 佐世保レモンの新たな魅力を発見! 「お香」

再度、収穫時期に三好園に伺い、収穫と絞り加工をお手伝いさせていただきました。実からとれる果汁は重量の約半分。果汁の生成には大量の残渣が発生することを確認しました。

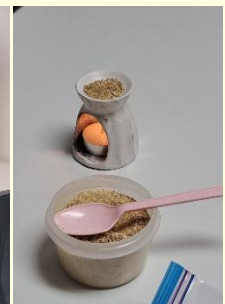


今年度は、佐世保レモンの残渣解消に向けた新たな一歩として、生産者の川久保さんが、レモンの搾りかす全てを粉碎・乾燥するという試みを始められました。私たちは、この乾燥した残渣を提供いただき、それを活用した新たな商品アイデアを考案しました。



(写真は、残渣の計量と洗い作業の様子)

その中で誕生したのが、レモンの香りを活かした“お香”です。茶香炉にのせていぶすことで、部屋中にやさしく爽やかな香りが広がり、心が落ち着くような癒やしの時間を演出してくれそうです。このアイデアは、商品開発を担当した生徒が、父親との会話の中でふとひらめいたもので、「これなら残渣を無駄にせず、新たな価値として伝えられる」と佐世保レモンの新たな可能性を感じさせる発見となりました。



(写真は、佐世保レモンの残渣を茶香炉で温める様子)

(6) 専門家とのディスカッション 【STEP4】商品提案会の開催と今後への展望

令和7年7月1日、商品企画提案会を開催しました。最終的に考案した2つの商品アイデアを、地域の専門家や行政の方々に向けて提案し、率直なご意見や今後の方向性についてのアドバイスをいただく貴重な機会となりました。

当日は、三好園の川久保様、株式会社サンダイの吉野様、佐世保市役所ゼロカーボンシティ推進室の鳥本様、斉藤様に同席頂き、2つの商品を提案しました。2つの商品案は次の通りです。



① 佐世保レモンの残渣を使った「お香」

茶香炉で温めると、優しい柑橘の香りが漂う、癒やし系商品。自然な香りが特徴で、部員の家庭での会話から生まれたアイデアです。環境負荷を抑えつつ、リラックス効果を求める人が増加していることに着目して提案しました。(画像は、商品プレゼンの一部)



② レモンの機能性を活かした「グミ」

レモンに含まれるナリンジンの健康効果を活かしたグミを考案しました。用途については、「健康食品」として打ち出すか「お土産品」として展開するかで悩んでいましたが、参加者からは「土産品として売り出す方が展開しやすいのでは」との意見をいただきました。(画像は、商品プレゼンの一部)



特にグミの商品化については、株式会社サンダイの吉野社長様から「売れそう!ぜひ一緒に商品化を検討しましょう」とのお声がけを頂き、活動の成果が実を結びつつあることを実感しました。今後は、今回のアドバイスをもとにさらに検討を重ね、実際の商品化を目指していきます。

番外編：佐世保レモネード ～開発から最速の开店で販売実践!

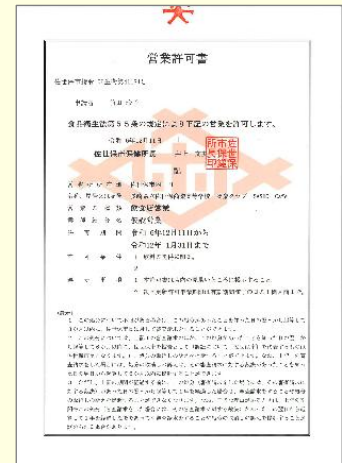
私達が、佐世保レモンの商品考えたとき、一番最初に思いついたのは、レモネードでした。「残渣解消」や「ナリンジンを生かす」という難しいことは考えず、早く商品化して、「佐世保レモン(味好)のPR」になるものができないかと考えました。

(1) 癖しかない原液で、レモネード開発だ!

三好園で販売している佐世保レモンの原液を使用した ICE & HOT 両対応のレモネードを開発すべく、何度も試作を重ねました。佐世保レモンの原液は、高校生の私たちには、かなり「癖」があり、何を混ぜてもうまいかず、苦戦しました。何度も挑戦した結果、ある炭酸飲料との掛け合わせが一番おいしいことを突き止めました(詳細は企業秘密)。保健所に申請できる原材料の選定、安全性に配慮したレシピ作成には、意外に多くの時間と労力が必要でした。私たちは、完成した商品を「佐世保レモネード」と名付けました。

(2) 臨時営業許可より仮設営業許可がお得!

イベントでの販売に向け、保健所とのやり取りを何度も繰り返しました。私たちは臨時営業許可を得るために必要な申請書を作成し、佐世保市保健所に提出しました。一度の営業許可に手数料が 2,000 円ほどかかります。市町村単位で申請が必要のため、佐世保以外が出店場所の時は、その地域の許可が必要でした。何度か申請をするうちに、仮設営業許可の申請をすれば 5 年間の営業許可を取得できることがわかり、手数料も 7,000 円程度と割安であると教えていただきました。申請書自体はそれほど臨時営業と変わらないのですが、手続きには、テントや手洗い場の現物一式を目視で保健所の方に確認していただく必要がありました。現在は、**仮設営業許可を取得し営業しています。**(画像は、仮設営業許可書)



(3) オリジナルシールでブランド化

商品の印象を左右するラベルやロゴにも力を入れました。スマホアプリを活用してオリジナルロゴを制作しました。POP でかわいらしいイメージで、明るく親しみやすいデザインに仕上がりました。幟(のぼり)も作成し、イベント当日のブースでもしかりと**ブランドのイメージを定着**させたいと思っています。(画像は、ロゴデザイン)



(4) イベント販売で手ごたえアリ!

イベント当日、多くのお客様に「すっきりしていて飲みやすい」「香りが良い」などの好評をいただきました。高校生が直接提供するスタイルも好評で、多くのお客様においしいと言ってもらえ、**佐世保レモンの魅力が伝わっていると感じました。**寒い期間は、HOT も販売!炭酸の HOT も面白い商品で、かなり好評でした。

(画像は、ICE の佐世保レモネード、奥はデザインした幟(のぼり))



(5) おいしさが評価され、振る舞いの依頼がありました!

「佐世保レモネード」の存在を知って頂いた長崎県北振興局から“キラフェス大パーティー(佐世保のアーケード内道路を全て使って開かれる、12月の盛大な飲み会パーティー)”での振る舞い依頼が舞い込みました。イベントでは若者ブースにて、高校生や若手起業家など多くの来場者に限定100杯を無料で提供しました。(写真は準備の様子)



(6) 地元の魅力発信としての手応え

イベントブースでは、三好園の紹介やナリンジンの健康効果について記載した POP を常に掲示し、ただ売だけでなく“伝える”ことも意識しました。特に「幻の佐世保レモン」といったキーワードはお客様の関心を引きました。私たちの活動が、少しでも佐世保レモンの認知度向上やブランディングに貢献できていれば嬉しいです。

(画像は、マルシェ出店の際、常に掲載している佐世保レモンの POP)



3-7 歩きたくなるまちなかへ ―夜店公園での社会実験―

佐世保市の中心部・夜店公園を舞台に「まちなかウォークブル推進事業」の一環として、一般社団法人させばらボよりお声をいただき、実行委員として社会実験に参加しました。

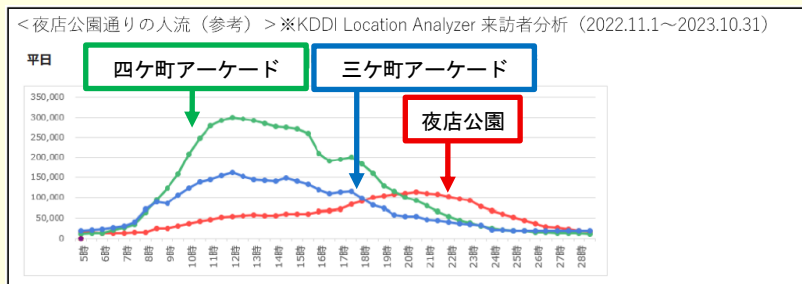
夜店公園とは、佐世保市の中心部にある、日本一長いアーケード(四ヶ町・三ヶ町商店街)近くにある、飲食店街に沿って設置された、道路の中州にある細長い公園です。

普段は人通りが少なく、治安や衛生面などに不安の声もある夜店公園。しかしこの場所を“誰もが安心して楽しめる空間”に変えることができれば、まちの印象も変えられるのではないかと。

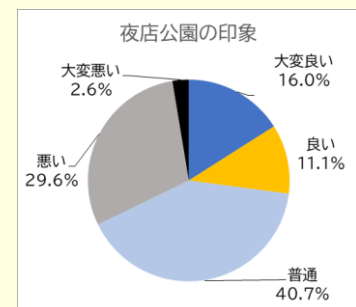
イベントの企画・運営を通じて、空間づくりと地域活性化の両立を目指すチャレンジが始まりました。



右のグラフから分かるのは、夜店公園が日中の人流は少ない点です。隣り合う、四ヶ町アーケード(緑)や三ヶ町アーケード(青)と比べて、夜店公園(赤)は日中の時間帯(特に10時~17時)の人流が明らかに少なく、滞在者数が

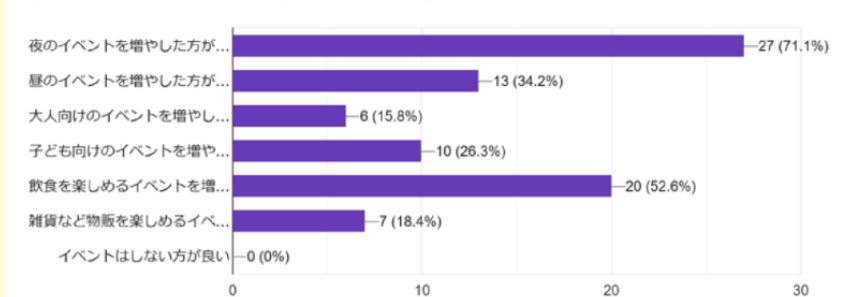


10万人未満にとどまっています。また、夜間帯にかけて人流が増えるのも特徴です。17時以降から夜にかけて、夜店公園の人流が他のアーケードと逆転します。20時以降は夜店公園の人流が最も多くなっており、深夜0時を過ぎても年間2万~4万人規模の人の流れがあります。これらの動向からも、夜店公園付近(夜店公園通り)が、飲食店・バー・ナイトスポット等が集まっている、いわゆる「夜のまち」であることが分かります。夜から夕方までお酒に酔った方のいる夜店公園通りは、学生の私たちにとっても「治安や衛生面などに不安がある通り」であり、夜店公園の印象を調査した右の結果からも、3割の方が「印象が悪い」と感じており、改善の必要がありました。



また令和5年度の社会実験イベント時に調査した右の結果から、「夜のイベント」「飲食を楽しむイベント」に続き、まだ行えていない、「昼のイベント」「子ども向けのイベント」をヒントにしたイベントを検討していくこととなった。

<夜店公園通りでのイベント実施について> ※複数回答可



(1) 仮説

仮説Ⅰ：“居心地のよい空間”をつくれば、人の流れが生まれ、交流の場となるのではないかと、夜店公園通りは、立地条件こそ良いものの、「清潔感がない」「居心地が悪い」といった印象のエリア。イベントの企画運営を通じ、夜店公園のイメージを変え「歩きたくなるまちなか」の実現を目指します。

(2) 実行委員会

実行委員会は、一般社団法人させばうボを事務局に、民間団体、学生などで構成されています。若者の発想を大事にしたいとのことで、高校生や大学生が主体的に活動できる環境を整えて頂きました。

日付	内容	詳細
8月22日(木)	第1回まちブル実行委員会	・推進事業の位置づけ、公民連携まちづくりの重要性
8月31日(土)	第2回まちブル実行委員会	・まち歩き、社会実験イベントのイメージ検討
9月8日(日)	第3回まちブル実行委員会	・公園環境整備の検討、社会実験イベント企画
9月15日(日)	第4回まちブル実行委員会	・社会実験イベント企画・準備
9月22日(日)	第5回まちブル実行委員会	・公園環境整備、社会実験イベントの企画・準備
10月5日(土)	公園環境整備	・人工芝、テーブル・ベンチ、ゴミ箱修景・移設
10月12日(土)	社会実験イベント 「青空こども食堂in夜店公園」	・こども縁日、青空こども食堂 “子育て親子は夜店公園で遊ぶのか？”
10月27日(日)	社会実験イベント 「イコイ YOUNG 広場」	・若者屋台、映画館とのコラボ “若い人は夜店公園で青春できるのか”
12月22日(日)	第6回まちブル実行委員会 (振り返り会議)	・社会実験全体の振り返り(グループミーティング)

実行委員会の理念(目標)は「夜店公園を居心地よく楽しい場所にしよう」です！ イベントを2回実施することが決定し、理念の実現に向け活動しました。(写真は、運営委員会の様子)



(3) 公園環境整備 ～しつらえの変更で空間が変わる～

イベントに先立ち、夜店公園の環境整備を行いました。まず取り組んだのは、地面全体への人工芝(159㎡)の敷設です。公園北側の40mを人工的に緑地化します。予想以上に作業量が多く、想像を超える重労働でしたが、公園全体が一気に明るく、柔らかな印象へと変化しました。また、テーブル3基、ベンチ10基は全て手作りで、事前に仮組みを行ったうえで現地に持ち込み、組み立てを完了させました。さらに、無機質で目立っていたゴミ箱には木枠で装飾を施し、景観になじむよう修景。設置後には、その日のうちに若い男女が佐世保バーガーを食べたり、旅行者が寛いだりする姿が見られ、かつて居心地の悪かった空間が、思わず休憩したくなるような“くつろぎの場”に生まれ変わったことを実感しました。



(夜店公園の整備の様子 人工芝はり、テーブル・椅子の設置)

BEFORE



AFTER : 木や柱に設置したテーブル・景観



(4) イベントで社会実験!

① 青空こども食堂 in 夜店公園

10月12日に子育て世代のママをターゲットに、親子で楽しめる催しを企画「青空こども食堂 in 夜店公園」を開催しました。公園全体をラバーネットで囲い、子どもの飛び出しを防ぐ安全対策を行いました。

また、授乳やおむつ替えができる TENT、レジャーシートやローテーブルも設置し、親子連れが安心して過ごせる環境を整えました。こども食堂の取り組みとして、市内の飲食店5店の協力で200食を提供し、縁日では射的やヨーヨー釣りなどで子どもたちが楽しめる内容にしました。親子が楽しめるイベントになったと思います。



(写真は、ラバーネットの設置(上空より撮影)・縁日の射的ブース・缶バッチ作成ブースの様子)

② イコイ YOUNG 広場

10月27日に「イコイ YOUNG 広場」を開催しました。ターゲットを、映画館に来た中高生・大学生とし、映画館とのコラボで、映画ポスターを掲示したり、予告映像をブース上映、映画館イベントのPRや映画半券を無料でポップコーンに引き換えるサービスも行いました。飲食コーナーでは、わたがし・ポップコーンを提供し、タコスや私たちの商品「佐世保レモネード」を販売。大学生によるフリーマーケットも行われました。公園内には黒板を設置し、来場者がチェキで写真を撮って掲示したり、メッセージを書ける参加型の仕掛けも用意しました。



(当日の様子: 青春チェキコーナー・イベント風景・佐世保レモネード出店ブース)

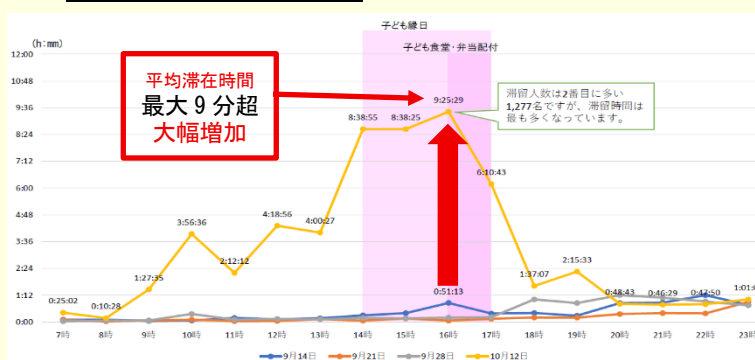
(5) 調査結果 (AI カメラによる分析)

【10/12 青空子ども食堂 in 夜店公園】

① エリア内滞在人数



② エリア内滞留時間(平均)



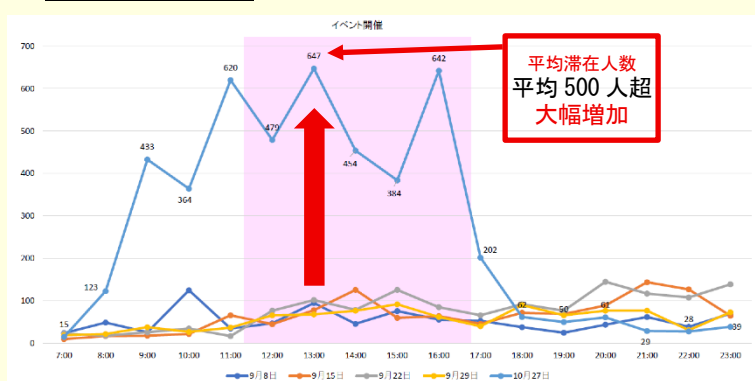
③ エリア内滞留人数(世代別)



10/12 のイベントの滞在人数は、9月の
の平常の土曜と比較し、1h 最大
1,290 人と大幅に増加した。世代別分
析でも、親・子ども世代が増え、ターゲ
ットの親子を呼ぶことが出来たと確認。
また、公園を整備し居心地の良い空間
を作ることで、平均滞在時間も最大 9
分半と増加した。通りすがりも加味する
と、利用者はかなりの時間滞在したと
思われる。

【10/27 イコイ YOUNG 広場】

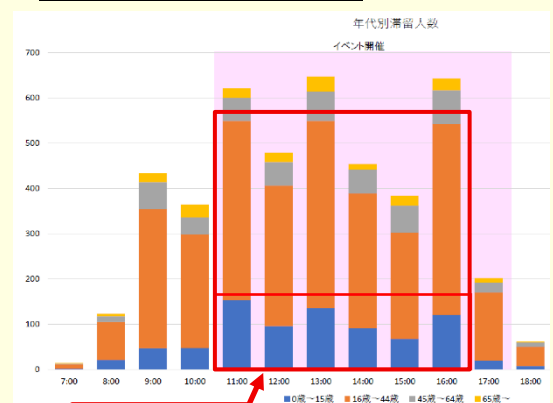
① エリア内滞留人数



② エリア内滞留時間(平均)



③ エリア内滞留人数(世代別)

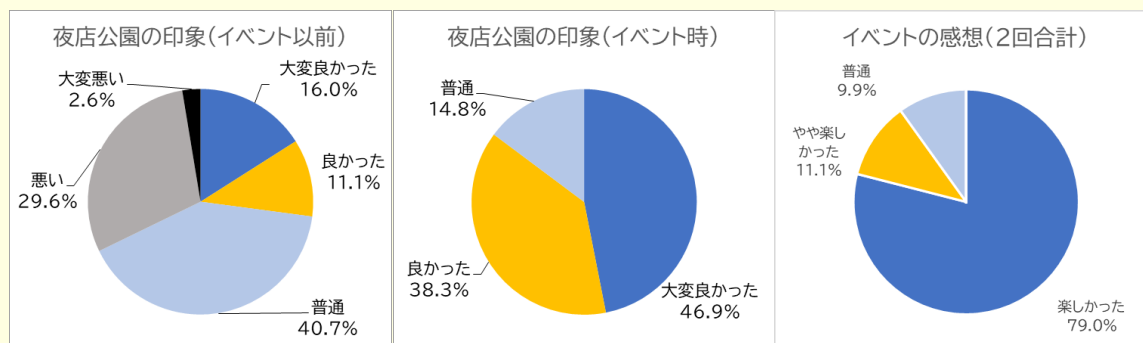


0~44 歳
1h 平均 400 人超
若者の増加

10/27のイベントの滞在人数は、青空
子ども食堂には及ばなかったものの、
1h 最大 647 人と大幅に増加した。世
代別分析でも、若い世代が増えた。
また、平均滞在時間も最大8分半と増
加した。イベントによる集客効果が確
認された。

(6) 変わりゆくまちなかの印象(アンケートによる分析)

お客様アンケートの結果は以下の通りです。



アンケートでは、イベント前の夜店公園に対する印象は「普通(40.7%)」と「悪い(29.6%)」が多数を占めており、良いイメージは少なかったです。しかし、イベント実施後には「大変良かった(46.9%)」「良かった(38.3%)」と回答した人が合わせて 85.2%に上り、公園の印象が大きく改善されました。また、イベント自体についても、「楽しかった(79.0%)」「やや楽しかった(11.1%)」と 9 割を超える人がポジティブな感想を持っており、空間整備とイベントの効果が明確に見られました。

一方で、「ごみ箱の設置が必要」「車の通行が危険」といった意見も寄せられており、安心して過ごせる環境づくりのための課題も浮き彫りとなりました。今後は、清潔さの確保や安全面の配慮を含めた空間のルールづくりと、持続可能な維持管理の仕組みの検討が求められます。今回、社会実験に参加させて頂き、普段考えることが出来なかった都市整備について学ぶことが出来ました。学生主体に運営させて頂いた裏では、各団体の皆様に私たちの見えない部分で沢山の労力をかけて頂いたと思います。ご協力して下さった皆様に本当に感謝しています。

第4章 プロジェクト最前線

4-1 現在進行形の活動はこちら！ 商業クラブは忙しい！

現在は、ユニバーサルツーリズムを支える「トイレマップ」づくりに挑戦中です。障害のある方、人工肛門の方や授乳中の方など、誰もが安心して観光を楽しめるよう、バリアフリー情報を視覚的に伝えるマップの制作を目指しています。また、西海国立公園 70 周年を記念し、セブン-イレブン×佐世保商業×佐世保市役所の三者による商品開発に取り組みました。商業クラブへの依頼を、3年生マーケティングコースへバトンタッチして、先日発売しました。そして、昨年に続く商店街活性化イベントもパワーアップ！ 佐世保競輪との連携による地域を巻き込んだ大規模イベントを 11 月 9 日に実施しました。マルシェやステージパフォーマンス、光り輝くライトアップ、さらには豪華賞品が当たる商店街大抽選会まで、にぎわいと楽しさを詰め込んだ内容です。これらの振り返りはこれからです。次年度の報告を楽しみにしていただければと思います。(写真は、上段:コンビニとの商品開発、下段:佐世保競輪の方とのイベント企画会議)

なお、この一連の取り組みには、JKA(競輪・オートレース)の補助金100万円が採択されました。資金は、商店街イベント、商品開発、トイレマップの3本柱に活用され、活動はますます活発化しています。私達の挑戦が、地域を変える力になっていくはずです。佐世保商業高校の今後の歩みに、ぜひご注目ください。



4-2 DAO 型組織への挑戦と、部活動の新しいカタチ

DAO をご存じですか？ 2024 年 4 月 22 日、DAO（分散型自律組織）が法的に合同会社型の法人格を持てるようになったことで、国内における DAO 活用の可能性は大きく広がりました。私たちは、部活動の在り方を見直し、高校生による模擬 DAO「SASHO DAO」の構想をスタートさせています。

(1) DAOとは？

DAO（ダオ）とは、Decentralized Autonomous Organization（分散型自律組織）の略で、会社や団体のような組織を、社長や役員がいなくても、ルールに従ってみんなで動かす仕組みです。通常経営判断をする部分の仕組みには、ブロックチェーン技術が活用されています。

(2) 3つのねらい

私達のねらいは3つ。第1は、部活動の活動における意思決定権を部員全員が平等に持つことで、全員が主体的に活動に取り組めること。また、第2は、外部連携が多いので、定期的な活動で拘束するより、企業などとの打ち合わせなどに柔軟に個別の計画ができたり、それぞれのスタイルに必要な仕事をこなしていくことで、部活動を時代に合わせていくこと。第3は卒業後も OB・OG が運営に継続参画できるようにすることで、持続可能な学習共同体が形成できる組織にしていきたいと考えたことです。

(3) 模擬DAO

先日、DAO を立ち上げられた小池様をお招きし、DAO の仕組みや資金調達など立ち上げまでの過程、合同会社 DAO での事業内容、メタバースと連携した事例などを教えていただきました。

本来の DAO は合同会社として立ち上げ、Discord などのコミュニケーションツールを活用し、ブロックチェーン技術で NFT（トークン）を持つ者だけが、投票権を持ち、経営に参画していく仕組みです。正式に合同会社の立ち上げも検討していましたが、司法書士を通さなくても10万円近くかかり、トークンを利用したコミュニケーションツールの利用料も50万円ほどと高いことから、模擬会社 DAO とし、コミュニケーションツールには、使い慣れている Microsoft Teams を活用することに決めました。



(4) 部活動の在り方を考える

私達は、地域の方からお願いされた仕事をこなすほか、年間で約20回、マルシェなどで開発商品の販売を行い、売上も出しています（右図参照）。メンバーで話し合ってアイデアを出し、計画し実行して振り返る、このサイクルを自分たちの力でまわし、経営している点が、「DAO」という組織に合っていると思います。DAO 的な発想を取り入れる中で、私たちは「部活動とは何か？」という問いにも向き合いました。従来のように「毎日集まる・指導される」部活動ではなく、必要なときに集まり、主体的に意思決定を行う柔軟な形すなわち DAO 型の運営が、今の商業クラブに合っていると**思います**。プロジェクトごとに必要な人が参加し、オンラインで議論し、成果を共有する。そうした「仕事は個別にどんどん進めて、必要な時に集まって一致団結して取り組む部活動」という新しい形を提案し、未来の部活動の在り方に一石を投じたいと考えています。

佐世保商業高校 商業クラブ	
損益計算書	
（期間）令和6年4月1日～令和7年3月31日	
I 売上高	
1. 売上高	(814,795)
2. 役員収益	(0)
合 計	(814,795)
II 売上原価	
1. 売上原価	(531,162)
2. 役員原価	(0)
合 計	(531,162)
売上総利益	(283,633)
III 販売費及び一般管理費	
1. 旅費交通費	(28,490)
2. 消耗品費	(87,247)
3. 保険料	(10,220)
4. 商品開発費	(2,601)
5. 通信費	(9,420)
6. 会議費	(3,980)
7. 広告宣伝費	(16,335)
8. 使用料	(63,968)
9. 雑費	(29,744)
合 計	(252,005)
当期純利益 (=営業利益)	(31,628)

今年度は、地域とのつながりを大切にし、イベント企画や商品開発など多くの活動に取り組みました。地域の方々との交流を通じて、現場対応力やコミュニケーション力に加え、企画力やビジネス感覚を身に付けることが出来ています。これらの活動を通して、今後も地域貢献活動へ取り組んでいきたいです。