

地域活性化と観光ビジネス

—— 温泉地を一例に（Ⅱ）：地域連携型 PBL 教育の課題と展望 ——

大 嶋 淳 俊

論文要旨

大学が地域と連携して取り組むPBL教育とはどうあるべきなのだろうか。学生の教育に重点をおいて地域のステークホルダーにただ協力を依頼するものなのか？ それとも、地域の協力を得る中で、地域に何らかの成果を還元できるような「見える成果」を目指すべきなのだろうか？

このような命題を解き明かそうと取り組んで来たのが、いわき市及びいわき湯本温泉の活性化を目指して取り組んで来た「地域連携型PBL教育」である。

福島県いわき市の常磐地区にある「いわき湯本温泉」は、奈良時代から続く日本三古泉の一つと呼ばれる由緒ある温泉地である。しかし、東日本大震災と福島原発事故の影響・風評被害を受けて、7年が経過した今でも、観光客が震災前の6割程度にとどまっている。そのため、産学連携による同地域の活性化活動の一環として、いわき明星大学の大学生が行政や産業界の協力・支援を得ながら、観光コンテンツの考案や観光プロモーションビデオ（PV）制作など、具体的な成果の創出を目指して授業・プロジェクトを実施している。

本論文は、温泉地を舞台にした地域活性化活動のための産学連携による観光促進の試みと課題、さらに、今後の展望についての考察を目的としたものである。

キーワード：地域活性化、観光ビジネス、観光マーケティング、観光促進、温泉地、震災復興

1. はじめに ～大学と地域が連携した PBL 教育の在り方～

日本の大学では、社会との実践的な接点を増やす教育の質的向上と、大学のブランド力強化の一貫で、企業や自治体との連携による PBL (Project Based Learning) 教育が活発化している。このような動きは地方が活発だといわれているが、競争が激しく危機感を持っている首都圏など大都市部の大学で積極的に取り組まれている。特に、経営学部などを中心に、企業との協働により新商品やサービス開発のアイデア創出といった活動が多い。また、地域おこしを目指した地方自治体と連携する試みは少なからずある。これらの取組は、大学のゼミ単位での活動のものが多

い。

しかし、ここで取り上げる「地域連携型 PBL 教育」は、2年生全員が必修で受講する大学の正規授業の一環として、地元の行政・産業界・関係団体などと協力しながら地域の活性化に様々な分野で挑戦するものである。

本稿では、いわき市の有力な観光資源である「いわき湯本温泉」の活性化を目指して、地域のステークホルダーの協力を得て地域連携型 PBL 教育として実施している授業及びプロジェクト活動について取り上げる。

この活動を始めた背景は、次のとおりである。

福島県いわき市の常磐地区にある「いわき湯本温泉」（以下、湯本温泉）は、奈良時代から続

く日本三古泉の一つと呼ばれる由緒ある温泉地である。近隣には、映画「フラガール」で有名なスパリゾートハワイアンズ(旧:常磐ハワイアンセンター)も位置している。

しかし、全国の地方の温泉地と同様、団体旅行客の減少など困難な状況を迎えていた。そして、2011年3月の東日本大震災と福島原発事故で大きな打撃を受け、7年経った今でもなかなか好転していない。

この状況を打破しようと、3年ほど前から地元の旅館の女将達が「フラ女将」を結成し、着物でフラダンスを踊るイベントの開催や、オリジナルカレーや日本酒のプロデュースなどを通じて震災復興に取り組んでいる。

しかし、阪神淡路大震災後の有馬温泉の再生の例からもわかるように、温泉地の活性化にはシニア層のみならず、若者の来訪増加による活気の創出が重要である。近年、草津温泉や城崎温泉、由布院温泉など活気がある温泉地では、若年層やインバウンド客の増加が顕著である。

福島県は原発事故のイメージがまだ払拭できていない面があり、インバウンド客の増加にはまだ時間がかかるといわれている。むしろ、東京から特急で約2時間のところに位置する湯本温泉に、首都圏の若者を呼び込むことが重要な課題と考えられる。

いわき明星大学は、元々あった人文学部を2015年度に教養学部へ改組すると共に、地元の行政・産業界との連携を深めるために、開学以来はじめて経営学・ビジネス系教員を採用した。

筆者は長年、東京にある大手総合シンクタンクで民間企業のコンサルティングや中央官庁の政策研究・事業執行支援などに従事していた。そして、その経験・ノウハウを活かして、震災復興支援を高等教育機関の場で取り組もうと、2016年度にいわき明星大学に着任した。

そして、プロジェクト型学習や課題解決型学習と呼ばれる「PBL (Project Based Learning)」で大学と地域の連携を促進する「地域連携型 PBL」手法により、「湯本温泉の活性化」に取り組むことにした。

本論文は、筆者が2016年から地域の協力を得て推進してきた「いわき湯本温泉活性化及び、いわき観光促進」のための複数の授業・プロジェクト経験を基に、大学のPBL型教育を通じた地域との関わり方について考察する。

2. 地域連携型 PBL 教育を実施する上での課題と目標

2.1 課題1: 若者と温泉地の接点が乏しい

2016年4月に同大学に着任した後に、筆者はすぐに湯本温泉を訪問したが、シーズンが過ぎていたこともあり旅行客はとて少なかつた。特に、大学生など若者は全く見られなかつた。関係者によるとこの地に来る若者の殆どは、近隣のスパリゾートハワイアンズで遊ぶことを目的としているという。つまり、若者が湯本温泉を利用するのは、安い宿泊費を目当てに宿泊だけするというのもっぱらとのことであつた。

湯本温泉の旅館経営者に聞いたところ、「大学生などの若者の顧客をぜひ開拓したいが、あまり接したことがなく、実際のニーズがわからない」という声が多かつた。

いわき市は人口約35万人の中核市だが、大学は2校しかない。同市で創立30年と最も古い歴

史を持ち、湯本温泉から車で30分と最も近くに位置するのが、いわき明星大学（IMU）である。約10年前までは大学と温泉地の交流はある程度はあったようだが、その後は薄れてしまい、地元の大学生が湯本温泉を訪問することは殆どみられなくなったという。首都圏はもちろん、地元の若者との接点も乏しいため、湯本温泉の若者顧客の開拓は糸口すら掴めていなかった。

2015年頃から温泉地の活性化のために地元組織が取り組んだ各種イベントやPRパンフレット等は「昭和の温泉地」を売りにしており、およそ若者向けとはいいいがたいものであった。また、同地のウェブサイトも、若者に人気の草津温泉などのものと比較すると、大きく異なるものである。

2.2 課題2：地元の魅力再発見や課題解決への関心が弱い

後述する本学の2016年度後期の地域連携型PBL授業（対象は2年生）において、「いわき湯本温泉活性化プロジェクト」に所属する二十数名に「湯本温泉で遊んだことがあるか」と聞いたところ、ほぼ皆無であった。それは、2017年度も2018年度も同様であった。

大学から車で30分と近いにもかかわらず、若者は地元の歴史ある温泉地には関心を払っていなかったのである。

地方の学生で「将来、地元貢献したい」と語る者は少なからずいるが、実際には積極的に地元の魅力を見つけたり、学んだりしようとする学生は意外に多くないという面も明らかになってきた。

さらに、地元の大学はプロジェクト形式で課題解決を目指すPBL授業の経験が極めて乏しく、またそれを教える教員が殆どいなかったという面もある。

2.3 地域連携型 PBL 教育の目標設定

以上を踏まえて、地域連携型PBL授業では、次の目標設定を行った。

(1) 学生の意識変化と地域との連携促進

まず、地元の有識者のレクチャーや学生達のフィールドワークを通じて接点を増やし、学生達が地元に関心を持つように魅力を解説したりすることで、魅力再発見の鍵に気づくようにする。

このように接点を増やすことで、地元も若者の意識や特性を理解し、関わり方の方向性を考えられるようにする。

(2) 地域連携型 PBL 教育による学びと実践力の向上

地域連携型PBL教育の基本は、地域のステークホルダーとの連携を考慮しながら、チームワークを基に計画的・論理的に課題解決を志向するプロジェクト型学習方法である。これを導入することで、一人だけでやるのではなく、目標意識を明確に持ち、情報感度を高めてチームで行動したり地域の関係者と交流する術を身につけ、地域課題に粘り強く取り組む経験も提供するものである。

また、このような教育を通じて、同分野についての教員の理解やノウハウの習得も目指す。

(3) 「見える成果」の創出

PBL 教育を実施した場合、学生達が考案した提案を地域に提示して終了というものが非常に多い。ただしそうすると、学生達にとっては達成感が乏しくなり、また地域にとっても「おつきあい」で関わっているだけとなる。

そのため、実際に提案内容を実践してみたり、提案書のみならず動画などを制作して次の世代の人々にもわかりやすいコンテンツを創ってみたりということも考えられる。

つまり、「成果」を何らかのかたちで「見える化」することにより、大学と地域の双方にとって課題解決に積極的に取り組む意義を高め、次代にも継承されるようにする。

3. 地域連携型 PBL 授業の展開

前述の目標設定を基に、初年度である 2016 年から「いわき湯本温泉の活性化」を目的として、次のようなプロジェクトを推進している。

表1 各プロジェクトの概要

年度	名称	概要	備考
2016 ①	IMU 地域連携型 PBL (2016)	謎解きと魅力スポット巡りの PR 動画制作	2 年次後期 キャリアデザイン授業 9 月から約 4 ヶ月 (30 回 + α)
2017 ②	IMU 地域連携型 PBL (2017)	スマホで各自が撮影した静止画とミニ動画を使ったデジタルガイド制作 旅行プラン 3 本	2 年次後期 キャリアデザイン授業 9 月から約 2 ヶ月強 (15 回 + α)
2018 ③	IMU 地域連携型 PBL (2018) ※ 2018 年 9 月から開始	観光プロモーションビデオの制作、SNS 等によるマーケティング、マニュアルの作成	2 年次後期 キャリアデザイン授業 9 月から約 2 ヶ月 (15 回)
2017 ④	いわき観光 PV	温泉地など 5 つのテーマで、いわき市全体の観光促進プロモーションビデオ制作	筆者が顧問担当の学生団体 (1 ~ 3 年生) の有志、参加任意 9 月から約 5 ヶ月

上記の中で、大学の正規授業として実施しているのは①~③である。授業であるが、一つのプロジェクトとして捉えており、本稿でも必要に応じて「プロジェクト」と表記する。

一方、上記④はいわき商工会議所及び産業界からの依頼により、学生の有志を指導して実施した、観光プロモーションビデオの制作プロジェクトである。いわき市における観光の魅力を「夜景」「山」「海」「温泉」「グルメ」の 5 つに分類して様々な観光の様子を採り入れ、さらに日本語と英語版の両方を制作した。上記の①~③とはプロジェクトの背景や目的が少し異なるため、本稿で詳細は取り上げない。詳しくは、次のウェブサイトを参照のこと。

『いわき観光プロモーションビデオ 2017』

(<https://oshima-lab.wixsite.com/research/iwaki-pv>)

4. IMU 地域連携型 PBL (2016)

4.1 概要

2016年度は、2年生向け後期の地域連携型 PBL 授業の一環で、これまで関わりが弱かった地元の大学生が湯本温泉の活性化にどのように関わるべきかに取り組んだ。湯本温泉の旅館、神社・仏閣、企業・商店、NPO 等の協力を得て、学生達は湯本温泉で初めてのまちあるきを行ったり、レクチャーを受けたりして、まず「地元を知り、魅力を探る」プロセスに入った。

当初は地元の団体と学生とで観光促進イベントを企画・実施するという意見もあったが、地元側としては「既に年間計画で各種イベントの開催を準備しているので、いまさら大学の授業にあわせるのは難しい」などの指摘もあった。また、地元では観光促進のためのイベントが既に数多く開催されており、前述の学生独自の「①地域資源の再認識 [魅力の再発見]」にはつながりにくいと判断した。

街並み整備の一環で「オリジナル看板や行灯の設置」などの案もあがったが、時間的・資金的制約があった。

そこで、湯本温泉が若者向けに何が足りないかを改めて調査した結果、「インターネットでの情報発信が弱い」「ウェブサイトが若者向けとはいいいがたい」などの課題に気がつき、若者向けのインターネットでの PR に取り組むべきだとの結論に達した。

近年、温泉地の PR として有名なのは大分県である。2015年にはシンクロナイズドスイミングを温泉で行うという奇想天外な『シンフロ』が大きな話題となった。続いて、2016年には女子高生が「シンフロ」を部活動で行う第2弾『ゆけ、シンフロ部!』、2017年7月には第3弾の世界水泳選手権の日本代表を応援する『シンフロ 特別篇』も制作された。さらに、温泉をブロードウェイ風の映像でもっと休暇をとって温泉地を訪問してもらおうという第4弾『プレミアムフロイデー!』が制作された。また、別府市も、2017年に地元の遊園地の“温泉化”を公約したムービー『湯～園地』をつくり、100万回再生を達成してクラウドファンディングを活用して1日だけ類似体験できるようにし、その様子がテレビで頻繁に紹介された。

このように、地方活性化・観光促進を目的に、YouTubeなどのサービスを使ってインターネットで動画配信を図る動きが広まっている。それらに共通するのが、単に名所を紹介するだけでなく、一連のストーリーで魅力を伝えるという点である。

ストーリー性に加えて、観光にはいかに周遊してもらうかが鍵だと気がつき、謎解きと地元の「魅力スポット」巡りをストーリー化した温泉地 PR 動画『謎とき湯本 ☺ ～いわき湯本温泉 魅力発見ムービー～』を制作して YouTube で公開した。

(<https://oshima-lab.wixsite.com/iwaki-onsen>)。



図1 観光PR動画『謎とき湯本心～いわき湯本温泉 魅力発見ムービー～』(1)



図2 『謎とき湯本心～いわき湯本温泉 魅力発見ムービー～』(2):「謎のカード」

4.2 成果と課題

学生達はストーリー性のある動画の脚本・出演・撮影・編集などを初めて体験する中で、地元の関係者の暖かい支援をうけ、地元の魅力を感じ取ることができた。

また、2016年11月23日には、他のPBL授業と一緒に、いわき駅近くの学外の施設を借りて全体で成果発表会を行った。一般市民にも開放して開催したもので、百数十名の観衆が見守る中でスーツを着てのグループ発表は、学生達にとっては緊張しつつも新鮮な体験となり、後のアンケートでも「充実感を味わった」との感想が多かった。

このプロジェクトで、地元の大学生がつくった初めての湯本温泉PR動画として話題になり、新聞等にも取り上げられた。また、このPR動画は好評をえて、いわき湯本温泉旅館協同組合のウェブサイトに継続的に掲載されている。

一方、次のような課題もみられた。

- ・ 学生アンケートによると、努力した学生とそうでない学生の不公平感が幾分かあった。当初から、“フリーライダー”が生まれにくいように4～5人の小単位でチームを編成して各自が何かの役割を担うように指導したが、意欲等の差もあり、どうしても貢献にばらつきがみられた。ただし、グループメンバー内の相互評価も実施して、その点の学生同士の見方は明らかになるようにした。
- ・ 学生が映像の制作と編集に取り組んでいたが、スキルと共に「やり抜く力」が十分ではなく、途中で頓挫してしまった。また、制作した動画が12分間強と長いものなので、それを60秒程度で紹介する「CM的ショート動画」を別に制作したり、それらの動画を紹介するウェブサイトを作成する予定だったが、責任を持って最後まで取り組む学生はなかった。

このように、大学の授業としての活動のため、全員が活動に参加はするが、意欲と取組の度合いにどうしてもばらつきが見られ、また、グループでプロジェクトとして運営する面や、「やり抜く力」の面で様々な課題が見られた。

5. IMU 地域連携型 PBL (2017)

5.1 概要

2016年度の授業の経験から、前述の課題に加えて次のような反省点があった。

- ・ 学生は動画の脚本・撮影・編集などに全く慣れておらず、教員が相当介入せねばならなかった。
- ・ 動画の中で「地元の魅力」を取り上げたが、地元有名ガイドに教えて頂いた内容が中心で、学生が独自で魅力を発掘したとは言いがたい。
- ・ PBL授業は、得てして意欲的な学生に負荷が偏る傾向がある。また、学生の意欲・実行力にかなりばらつきが見られた。そのため、学生全員がなるべく等しく責任を担い、成果物の創出に関わるように、さらに工夫する必要がある。

以上の理由から、2017年度は、好評だったPR動画の第2弾を制作するのは取り止めた。なお、

授業構成の関係で、2016年度の授業期間が約4ヶ月だったのに対して、2017年度は約2ヶ月で集中的に実施せざるを得なくなった点も考慮した。

上記の課題に対応するため、PBL授業を実施する上で次の方針とした。

- 湯本温泉にとって、インターネットでの情報発信不足という問題は依然として存在しており、また地元でも期待されているので、若者目線で引き続き取り組む
- ただし、動画の撮影・編集のスキル不足は否めないなので、全員が各自のスマートフォン（スマホ）を使って静止画やミニ動画の撮影を行い、それを整理・統合して一つのウェブサイトに整理して掲載する手法を採用する
- 同時に、同温泉地の魅力を発掘して一つの旅行プランにまとめ上げるという「若者向け旅行プラン」の作成にも取り組む
- 授業履修者全員がなるべく差が無く成果物の創出に貢献し、達成感を味わえるようにと考えて、より少人数のチームにした。そして、チーム毎にテーマを設定して、全員が積極的に関与する（せざるを得ない）運営形態を導入する

2017年度もほぼ全ての学生が、「湯本温泉で遊んだことがない」ことがわかった。そのため、後期の授業が始まる前の夏休み期間に自分で湯本温泉に行って、何が面白いかが何が不足かについて調べるといふ夏休みレポートを課した。

2017年9月の授業開始時には、湯本温泉の置かれた状況を多角的に把握するため、いわき市役所の観光部門（観光交流室）の室長以下3名の幹部の方に講義をして頂いた。また、街で取材してまわることもあり、福島最大の新聞社である福島民報 いわき支社長に観光面での課題や取



図3 有識者からのインプット（行政、マスメディア、観光関連企業）

材のコツなども解説して頂いた。さらに、観光のプロである観光情報サイト「じゃらん」を運営するリクルートライフスタイル社に、観光促進のために資源をどう発掘して、どのようにPRすべきかについてもレクチャーを受けた。



図4 『福島民報』に授業の様子が掲載



図5 地元ガイドによるフィールドワーク

その上で、地元ガイドに改めて案内していただき、テーマ設定と、湯本温泉の何をどう伝えるか、ウェブサイト上でどう見せるかを3チームに分かれて検討した。さらに、チームごとにオリジナリティのある「首都圏の若者向け旅行プラン」の作成に取り組んだ。

ウェブサイトについては、飲食店を紹介する「食べる!」、神社仏閣や景色の良いスポットを紹介する「見る!（観光）」、さらに、街歩きのモデルケースを女子旅と男子旅の2パターンで紹介する「歩く!」の3つで構成される、オリジナリティ溢れる名称・内容のデジタルガイドブック『YUMOTORIP 湯も〜とりっぷ』を最終成果物として完成させた。

(<https://iwaki4yumoto2017imu.wixsite.com/imu2017>)



図6 いわき湯本温泉旅 デジタルガイドブック『YUMOTORIP 湯も〜とりっぷ』：トップページ



図7 「歩く！」ページの『女子旅』：インスタ風に制作



図8 「食べる！」ページの一例：魅力的に見せる工夫

5.2 成果と課題

学生達によると、2016年度に制作したPR動画が地元で知られていたのので、2017年度に地元の店舗に取材依頼する際にも大いに助かったという。10年以上、疎遠になっていた地元大学が地域との連携を再開した一面とも評価できる。

前年度と同様、2017年11月23日に、いわき駅近くの学外施設で他のPBL授業と合同で成果発表会を行った。その時も、学生達は初めての大舞台で緊張してはいたが、リハーサルを経て、息の合った発表を見せていた。



図9 学外での成果発表会の様子

夏休み中に各自で行った自主調査、地元ガイドの方に案内して頂いたフィールドワークに加えて、ウェブサイトに掲載するための取材活動もチーム毎に実施した。

ウェブサイトに掲載する各種の情報、静止画、動画はスマートフォンなどを活用して積極的に収集でき、取材許可の交渉も主に自分たちで行うことができ、地元の方々との直接的な交流を深めることができた。

一方、3つのチームに分かれてウェブサイト制作を行い、それを最終的に統合して公開するよう準備を進めていたが、体系的な課題やITスキル不足があり、授業期間内に十分な完成には至らなかった。

また、ウェブサイト制作に加えて重要な目標として掲げていた「若者向け旅行プラン(案)」の作成については、有識者の非常に具体的なレクチャーを受けたにも関わらず、リサーチやアイデア出しに不慣れなこともあり、結局、各チームともスライド1枚程度のプラン案しか作成できなかった。

【プラン名】「青春短し 恋せよ 乙女プラン」

《コンセプト》 女子カアアップ・インスタ映え・満足感

※赤字は新規提案



体験	<p>1日目：浴衣の貸し出しフラダンス体験（フラコスプレ写真） メロンパンアイスクリーム（ならや+ワイワイショップ）</p> <p>2日目：ラテアート体験（シュクルーム） つるし餅お守り（童謡館）</p>
お土産	フラガールコスプレ写真 つるし餅お守り
予約特典	じゃらん特製手ぬぐい（例：手ぬぐいに「温泉マーク」+「にやらん」+「フラおじさん」をプリントする）







図 10 学生が考案した「旅行プラン（案）」の一例

授業終了後の学生達のアンケート結果をまとめると、主に次のような意見があがっていた。

〈気づき・学び〉

- ・ 信頼関係を築けるようにやるべきことを成し遂げる重要性や協調性が大切。
- ・ デジタルガイドブックや旅行プランを考えてみて、人に伝える事の難しさを知った。
- ・ 美味しい食べ物や楽しめる場所がたくさんある湯本の魅力を知った。
- ・ 地元の方たちの人柄の良さ、温かさを直に感じた

〈課題・問題点〉

- ・ 授業の時間だけではなく、他の時間にも班で話す時間を作るべきだった。
- ・ 仲間ともっとコミュニケーションをとって効率的に作業をできればよかった。
- ・ もっと現地に足を運ぶことによる、より深い学び、気づきへの発展が必要。
- ・ 地元の魅力をうまく旅行プランに反映させることが難しかった。

ウェブサイト制作も旅行プラン（案）づくりについても、「完成品にはほど遠いのでなんとかしなければ」という認識はあったが、授業期間後も完成に向けて努力するという「やり抜く力」は十分とはいえなかった。

しかしながら、受講した学生達が、「大学生活においてこのような経験が実質的に初めて」であり、「残りの学生生活で、どのような能力を磨くべきかについて大いに気づきがあった」と語っ

ている点は高く評価できる。

筆者は本学で大学2年～4年生のキャリア教育も担当している。特に3年生後期から4年生にかけての就職活動の際に、「大学で最も力をいれた活動」として「地域連携型PBL授業」をあげている学生がとて多かった。学生達にとって、それだけ印象が強く、学びが深かったといえよう。

6. 総括と今後の展開

これまで2016～2017年度の2カ年にわたり、地域連携型PBL教育として取り組んで来たプロジェクトのプロセスと課題及び成果を解説した。

本プロジェクトは、地元の大学と湯本温泉の関係性が長い間うすれていた中で始めた。ところが、授業終了後の学生の意識調査の結果をみると、「何もないと思っていた湯本温泉が、意外に魅力が多いことに気がついた」「取材等で本当に親切にしてもらって、地元の優しさを感じて愛着が湧いた」「観光資源の魅力の発掘と伝え方の面白さを実感したのでやってみたい」などの意見が大半だった。

また、地元の関係者からも、「大学生と関わったことで、最近の若者気質や関心の方向性などを掴む上でも参考になった」「地元の学生が来てくれるようになり勇気をもらった」「学生のオリジナル感が溢れるデジタルコンテンツを制作してもらったので、ぜひ使いたい」といった声もきかれた。

このように、徐々にではあるが、双方の「つながり形成」が進みつつあることがわかる。

一方、地域連携型PBL教育を続けていく中で、次のような課題もあらためて明らかになった。

- 大学も地域もこれまで連携してきた実績がまだ乏しいため、教員や特定の地元関係者との関係性に依存している
- 授業単位での関わりのため、どうしても授業が終わると活動が停滞してしまい、翌年度まで待つことになる
- 学生が地域に魅力を感じるきっかけにはなるが、授業後に自主的に何か発展的な行動をする者はまだ見られない。
- 授業カリキュラムの関係で、2年生後期で初めてプロジェクト型授業を体験するため、個人スキルもチームで協働するスキルも乏しく、やり抜く力も弱い。教員側は短期間で成果を出そうとするが、大学としての組織的なサポート体制が十分に構築できていないといえず、担当教員への負荷が非常に大きい。
- 担当教員の「PBL教育で学生達に良質な成長の機会を提供しよう！」という意気込みに比して、学生側の意欲・知識・スキルには、やはりギャップが見られる。やはり大学入学当初から、地域連携型PBL教育を中核とした、一連の教育体系を再構築する必要がある。

他にも課題はあるが、この2年間で地域連携及び産官学連携の素地はつくられてきたといえる。また、前述のとおり、受講した学生達の多くが、3年生後期からの就職活動において、「学生時

代に最も力をいれて取り組んだ活動」として PBL 授業をあげている例が多く、その点からも学生達にとって大きな影響を持つ教育機会になったといえる。

2018 年度は、筆者が考案した「いわき湯本温泉活性化プロジェクト 3 年計画」の最後の年にあたる。地域の期待も大きくなっており、より実効性のある成果の創出が求められている。一方、本学学生の特性などを勘案した上で、プロジェクトの目標と進め方については改善する必要がある。

これからも、いわき市の行政や産業界及び湯本温泉関係者などの協力を得ながら、地元大学に加えて首都圏など域外の大学との連携も図り、地域の活性化と教育成果の向上の両面から「目に見える成果」の創出を継続することが望まれる。

引用・参考文献

- 大嶋淳俊（2018）「地域活性化と観光ビジネス -温泉地を一例に（Ⅰ）：地域活性化リーダーの考察」『いわき明星大学研究紀要 人文学・社会科学・情報学篇 第3号（通巻第31号）』pp.65-80
- 平成28年度 いわき市 委託事業『いわき明星大学 地域連携PBLによる“まち・ひと・しごと”活性化』報告書，2018年3月（事業責任者：大嶋淳俊）
- 平成29年度 いわき市 委託事業『いわき市におけるウェルネスビジネス推進のための調査研究 ～健康・観光・スポーツによる地域活性化～』報告書，2018年3月（事業責任者：大嶋淳俊）

（おおしま あつとし／経営学・経営情報学・観光マーケティング）