

プラン名称 「あおもり創造学」青商生プロデュース！地域活性化プロジェクト

各班のテーマ	各自の探究課題
観光で青森を盛り上げよう	外国人の誘致について
	持ち運びしやすい観光マップを制作できるか
	城の魅力を伝えるには何を調査・発信するべきか
	青森県民も楽しめる観光を提案できるか
	穴場スポットについて調査をする
	十和田湖での隠れた楽しみ方を調査する
	観光プランをどのような手法で発信していくのか
	家族連れの観光を推進するためのプランを考える
	青森の歴史を学ぶことができるプランを考える
	青森米の魅力を観光を通じてアピールするにはどうするか
	外国人に青森米の魅力を伝えるプランを考える
	県内の城を巡りたくなるような魅力を調査する
	神社の御朱印に興味を持ってもらうにはどうするか
	バリアフリーな観光を提案し、県外からのお客さんを増やすには
	青森の歴史を知ってもらうために、城についての調査を行う
	神社の御朱印の魅力を調査・発信し、神社を巡るプランを考える
	神社の歴史を調査し、訪れたいプランを考える
	県内の神社を様々な視点で分析する
	神社の歴史を聞き取り等で調査する
	カフェを訪問取材し、魅力を分析する
	青森ばさのあるカフェを調査する
	家族での観光を推進するにはどうすればよいか
	青森県民も知らないような観光スポットを発見して調査する
	秘境を調査し、見やすいマップを制作する
	青森県民も楽しめる新しい観光スポットを調査する
	1年を通じて観光できるように、四季ごとのプランを考える
	外国人に青森米の魅力を伝えるプランを考える
	青森の歴史を学べる観光プランを考える
	青森の良さを活かしたアクティブな体験ツアーを考える
	県外の人に青森の生活を体験してもらえるプランを考える
	高齢者でも県内を巡ることができるプランを考える

各班のテーマ	各自の探究課題
地元の食材や行事、物について考え売り込もう	ねぶたの歴史について調べる。
	三社大祭について調査する。
	立佞武多について調査する。
	青森県の祭りについて調査する。
	八甲田丸の軌跡について調査する。
	八甲田丸以外の連絡船について調査する。
	青森県の名産品、源たれの歴史について調べる。
	青森県の名産品、源たれの種類について調べる。
	青森県の名産品、源たれを使用した料理について調べる。
	青森県の名産品、源たれの味付けについて考える
	南部せんべいについて調査し新商品を考える。
	嶽きみについて調査し新商品を考える。
	ホタテについて調査し新商品を考える。
	リンゴについて調査し新商品を考える。
	青森と函館で栄えた商業施設について調べる。
	連絡船が青森と函館に与えたことについて調査する。
タイへの輸出・輸入を考える	タイの暑さに合った涼しい食べ物を輸出できるようにする
	青森からタイへの輸出入を考える
	青森県のスイーツをタイで売るためには
	青森の食べ物を輸出するためには
	タイの気候にあった青森のおいしい食物を輸出できるようにする
	日本からタイへの輸出で気候に合った方法を見つける
	タイへ青森のスイーツの輸出を考える
	文化祭での売り上げを上げるにはどうしたらよいか
	青森県のスイーツをタイへ
	タイにどうやって低コストで早く送るか
W e b サイトの運用 ～課題研究サイトで青森の魅力を発信しよう～	課題研究サイトの多言語化とサイト構成の改善をする。
	課題研究サイトの台湾プロジェクトのページを即時更新する。
	CMSサイトの調査をもとに、課題研究サイトデザインや構成の改善する。
	課題研究サイトのバナー作成と掲載内容の適宜に更新をする。
	課題研究サイトのアイコン作成と掲載内容の適宜に更新をする。
青森から発信 青森アプリで地元 P R 大作戦	青森に興味を持ってもらえるようなアプリのTOP画面の開発
	高校生目線でお勧めできる観光スポット発見と発信
	地元PRゲームで地元に興味を持ってもらえるか
	地元PRクイズでPRできるか
	青森のアプリと分かるキャラクタの制作



各班のテーマ	各自の探究課題
地元起業を知り、地域の魅力を発信しよう！	北洋硝子の良さを広めるためにどのような方法があるか考える。
	S N S を利用した宣伝方法について考える。
	北洋硝子へ新商品について考え提案し、商品化について交渉する。
	商品開発を行い、適切な値段設定をする。
	顧客のターゲット層について研究する。
	北洋硝子の経営理念や経営方針について研究する。
	北洋硝子の良さを研究しまとめる。
	新たな商品の広告デザインについて調査し、広告を提案する。
	若者の注目を引くようなデザインを研究する。
	津軽びいどろの良さを研究する。
	海外（台湾）に発信するためにどのような方法があるか。
	海外向けの商品のデザインを研究する。
	北洋硝子の歴史について研究し、考察する。
	高校生目線での商品開発について研究する。
	顧客層を増やすためにはどのような取り組みが必要か
	青森県での藍の需要について
	広告宣伝のターゲット層について
	インスタグラムでのフォロワー獲得について
	どのような広告宣伝が広く確実に伝わるか
	様々な藍の種類について
	身近で使われる藍の効果について
	文学の観点からの藍について
	和歌、歌舞伎の視点の藍について
	インスタグラムを使ったSNSマーケティングの活用法
	伝統的な藍染のこれからの付加価値について
	藍染の歴史について
	世界の藍の歴史と文化について
	日本の藍の歴史と文化について
青商弁当～青森の食品を P R ～	減塩で青森県民が好む濃い味の美味しい弁当は作れるか
	リンゴをメインにした弁当は人気商品になるか
	青森県産食品限定弁当は高価格でも売れるのか
	青森の食材を使った「だし活」で健康な体に
	「だし活」弁当で塩分の摂取量を抑えることは可能か
	腹持ちのよい食品で弁当を作ったら間食を減らすことは可能か
	青森県の郷土料理を新商品に改良することで地元食材が消費され、地産地消になるのではないか
	お弁当から食生活を改善することは可能か

各班のテーマ	各自の探究課題
青森の未来をつくる子供たちのプログラミング力アップ作戦	プログラミング力がアップしたことを検証する方法を探る
	プログラミング力をアップするゲーム開発の企画と運営
	プログラミング力がアップしたことを検証する方法を探る
	どのようなゲームがプログラミング力を高めるのかの研究。
	制作したゲームがプログラミング力を高めるのかの検証。
	どのようなゲームがプログラミング力を高めるのかを検証するための手段を探る。
ネット通販サイトで青森を売り込め～県産雑穀を全国の食卓へ～	青森マルシェで万華堂について周知を広め、店舗の様々なものを食べてもらうことは可能なのか。
	青森マルシェなどのイベントを通じて知名度を伸ばすことは可能なのか。
	雑穀米のおいしさを知ってもらい万華堂の知名度を広げたい。
	万華堂の知名度を広め、雑穀米の販売数を増加させたい。
	ネット通販を充実させ、万華堂の良さを広めるためにどのような手段があるのか。
	Googleアナリティクスを活用してアクセス数の増加を目指す方法を考える。
	万華堂の知名度を高め、雑穀米のおいしさを広め販売数を増加させたい。
台湾祭に向けた広報・情報発信活動（報道課部門）	広報部長として2つの課内の取りまとめに努める。
	報道課員としてICT機器を使い情報の収集に努める。
	報道課員としてICT機器を使い情報の記録に努める。
	課長として報道課内の取りまとめに努める。
	報道課員として取材活動等を通じて情報収集に努める。
	企画制作課員として各種SNS（TikTok等）を使って情報発信に努める。
	企画制作課員として各種SNS（Instagram等）を使って情報発信に努める。
	企画制作課員として協力してイメージ画の制作に努める。
	企画制作課員としてICT機器を使い情報の制作（静止画編集）に努める。
	課長として課内をとりまとめ、イメージ画の制作に努める。
ヒトナツノコイに続くヒット商品を考える。	松栄堂の歴史について調査し考察する。
	松栄堂の既存商品について考察する。
	松栄堂と商品開発をし、適正な値段を決める
	松栄堂の新商品について考え提案し、商品のSNS等を利用したP Rについて考える。
	松栄堂の新商品について考え提案し、商品販売方法について考える。
	松栄堂の新商品について考え提案し、具体的な材料について考える
	松栄堂の新商品について考え提案し、商品のデザインを考える。
	松栄堂と商品開発をし、商品の宣伝方法について考える。
	松栄堂と新商品について考え提案し、パッケージデザインについて考える

各班のテーマ	各自の探究課題
グローバルな視点を持って、本県の資源を活用した新たなビジネスモデルを構築する	販売実践に向けて委員長として、全体を統括する。
	販売実践の総務部長として、部内を統括する。
	各種イベントの入場者数を調査し、入場計画を立案する。
	販売実践のお客様の安全な入場方法を検討する。
	販売実践のお客様の移動ルートを考察する。
	各種イベントの売上金額を調査し、売上計画を立案する。
	販売実践のお客様の購買単価を考察する。
	販売実践のお客様にスムーズに販売する方法を検討する。
	各種イベントの広告を調査し、広告を提案する。
	販売実践の広告デザインを立案する。
	販売実践の広告デザインについて、印刷業者と検討する。
	販売実践の販売部長として、部内を統括する。
	各種イベントの販売金額を調査し、販売計画を立案する。
	各種イベントの販売商品の情報を収集する。
	販売実践のイメージに合う商品を調査する。
	販売実践のイメージに合う商品を選定する。
	各種イベントの出店業者を調査する。
	各種イベントの販売金額を調査し、仕入計画を立案する。
	販売実践の出店業者をリストアップする。
	販売実践の出店業者を検討する。
	販売実践の出店について交渉する。
	販売実践の出店計画を立案する。
	販売実践の会場整備部長として、部内を統括する。
	販売実践の会場整備部の整備課長として、整備計画を立案する。
	各種イベントの会場物品を調査する。
	販売実践に必要な物品をリストアップする。
	販売実践に必要な物品の総額を試算する。
	販売実践に必要な物品について、レンタル業者と検討する。
	販売実践の会場整備部の制作課長として、制作を指揮する。
	各種イベントの会場装飾を調査する。
	販売実践の会場装飾を立案する。
	販売実践の会場装飾デザインを立案する。
	販売実践の会場装飾の運搬計画を立案する。
	販売実践に会場レイアウトを立案する。

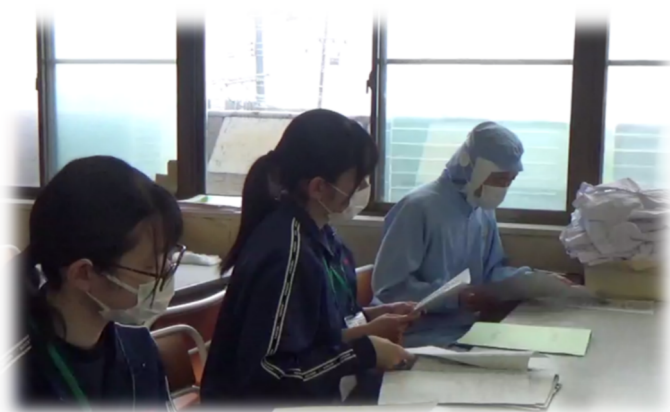
## 有限会社高橋蒲鉾店 企業訪問

実施日 令和5年5月8日（月）・7月14日（金）

対 象 商業科3学年

内 容 工場見学及び新商品企画提案

今年度は、青商弁当～青森の食品をPR～というテーマを決め、地元青森をPRできるような商品を提案し、今後、有限会社高橋蒲鉾店と共同で商品開発をすすめていく予定である。



## 株式会社 BLUE LINK PROJECT 企業訪問

実施日 令和5年6月14日（水）

対 象 商業科3学年

内 容 企業見学及び企業の広告宣伝

「地元で働くこと」をテーマに、青森の地域資源であるあおり藍を活用して起業した BLUE LINK PROJECT 様と連携し、活動している。今回の企業訪問では起業しようと考えた経緯や地域資源の魅力を聞くことで、地元で働く意義や目的、その魅力について学んだ。また、あおり藍の歴史や文化について調べた内容を地域の方へ広める広告宣伝活動も行った。活動を通して、故郷への愛着と青森の魅力を語ることができる人材を目指すことがねらいである。





## 株式会社 BLUE LINK PROJECT 企業訪問

実施日 令和5年9月13日（水）

対 象 商業科3学年

内 容 あおもり藍、葉の収穫体験

あおもり藍を使った商品を作るために必要なあおもり藍の葉の収穫体験に参加した。活動を通して、一つの商品を作るために、多くの時間と人の思いで溢れていることを実感した。間接的にでも地域資源であるあおもり藍の商品制作に携わることができた貴重な体験となった。今後は、文化祭でBLUE LINK PROJECTの商品を広め伝える販売戦略を考えながら活動を進めていく予定である。





## 北洋硝子株式会社 企業訪問

実施日 令和5年6月27日（火）

対 象 商業科3学年

内 容 工場見学及び新商品企画提案

今年度は、地元企業（北洋硝子株式会社）ならびに津軽びいどろを世界に広めたいというテーマのもと、地元青森や青森商業高校をPRできるような商品を提案し、今後、北洋硝子株式会社と共同で商品開発をすすめていく予定である。



## 企業組合 あおもり万華堂 企業訪問

実施日 令和5年6月27日（火）・9月13日（水）

対 象 情報処理科3学年

内 容 6月27日（火） 初顔合わせと今年度のテーマ確認及び方向性の確認

今年度のテーマ「ネット通販サイトで青森を売り込め あおもり万華堂の知名度UP!」についてあおもり万華堂と再確認を行った。今後はホームページを周知するためのチラシの作成や「あおもりマルシェ」への出店、文化祭での出店を行っていく予定である。

9月13日（水） 2つのイベントへの出店へ向けた話し合い

あおもりマルシェへの出店に向け、出店する意義と各自の役割を再確認した。また実際に販売する商品を確認するとともに、どのように取り組むべきかを話し合った。更に、今後文化祭へも出店を行うため双方やらなければならないことを決定した。

