

# 観光教育カリキュラム

高校生を未来の観光プロデューサーに！

## 目次

本資料の説明（最初にお読みください）	3
本資料について	4
概要	5
カリキュラムの概要	6
観光カリキュラムの学習要項	6
カリキュラム実施計画	7
カリキュラム	8
1.全体を計画する（学習目的の理解）	8
2.観光コンテンツを考える（コア体験の検討）	8
3.お客様を誰にするか決める（対象セグメントを定義）	10
4.観光コンテンツ実施の準備をする（コア体験の提供の準備）	11
5.観光コンテンツの実験と感想を得る（実証実験とフィードバック）	12
6.観光コンテンツと収益について考える（収益性の精査）	12
7.観光コンテンツ実施の成果を発表する（プレゼンテーション）	13
高校での体験授業導入案	14
カリキュラム実施案	15
開催概要	15
事前準備	16
出前授業の用意	16
カリキュラムの説明と実際の動き	16
地域との関わり方	17
カリキュラムリストアップ	18
カリキュラム時間割	19

## 本資料の説明（最初にお読みください）

### ● 本資料について

#### ➤ 目的：

- ◇ カリキュラム実施を希望する学校のため、高等学校の先生に向けて作成した資料です。資料の中でカリキュラムの実施を説明し、先生皆様に理解していただくことを目的にしています

#### ➤ 対象：

- ◇ 高等学校の先生

#### ➤ 構成：

##### ◇ 概要

- この資料の概要を説明しています。生徒が観光の意義の理解を深める事、また自分達の地域に愛着を持つことを目指し、生徒自身で観光や観光資源の活用に関する企画を立案・実施・評価・改善する力をつけることを目的としています

##### ◇ カリキュラム実施計画

- カリキュラムで実施する概要と、生徒の学習する内容を説明しています

- 生徒が地域の観光体験(コンテンツ)の企画立案を学習します
- 地域観光体験(コンテンツ)の制作者となって実践的な流れを体験します
- 生徒は地域の観光、魅力、課題、改善点など広い視点で考えることができます
- 企画に必要なアイデアをだし、その活動方法、コンテンツができるまでの流れを学習します

##### ◇ 高校での授業導入案

- 先生と生徒が行う具体的な授業の導入案を説明しています。実施を希望する学校の状況に合わせてカリキュラム実施案は2パターンを提案します
- カリキュラム1(授業内での実施、実証実験は無)  
学校の授業科目時間の範囲内で実施(約5時間枠：1-2週間で完了を想定)
- カリキュラム2(授業内での実施 実証実験有)  
学校の授業内で実施(約16時間枠：3-4週間で完了を想定)

### ● 本実施案に出てくる用語：

カリキュラム：生徒が観光産業また観光や地域に興味を持てるように、自分達のアイデアで実際に観光体験を企画、実行する。この体験を通じ地域を知り、地域の人との関わりを持つことで自分達の地域に愛着が持てるようになる事を目的とした教育プログラム

コンテンツ：生徒のアイデアで作る観光体験

プロデューサー：このカリキュラムでのプロデューサーは生徒。生徒達自身がアイデアを出して企画、コンテンツを制作する人となる

セグメント：観光体験企画(コンテンツ)を実際に体験者する人、また生徒達が制作する観光体験の体験者像

コア体験：観光体験の中で中心的な体験となることで、体験した人の心に残るようなもの、感動・学習すること、他では体験できないこと

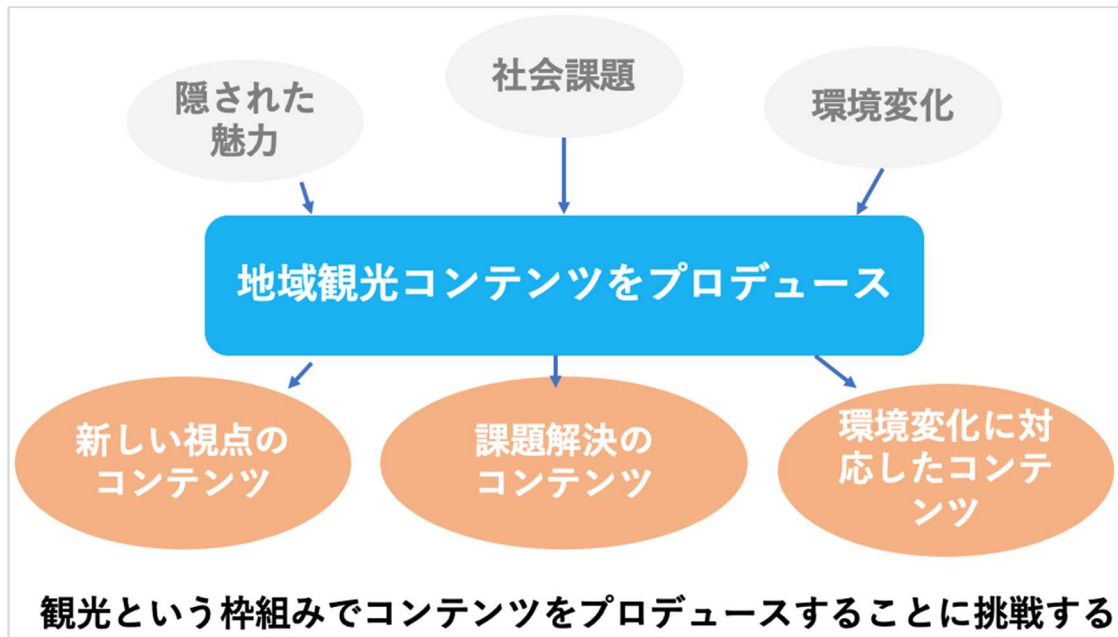


## 概要

## 高校生を未来の観光プロデューサーに！

### ● カリキュラムの概要

- 生徒が地域の観光企画制作（コンテンツプロデュース）を体験するプログラムです
  - ◇ 地域観光企画(コンテンツ)の製作者(プロデューサー)となり、地域に見合った観光企画(コンテンツ)を実際に制作してもらった実践的なプログラムです
  - ◇ 生徒は地域の観光、魅力、課題、改善点など広い視点で考える必要があり、企画(コンテンツ)の制作(プロデュース)において必要なアイデアをだし、その活動方法、企画ができるまでの流れを学習します



### ● 観光カリキュラムの学習要項

#### ➤ 文部科学省の学習要項

- ◇ 本カリキュラムは下記の学習要項に沿ったカリキュラムであることを目指し作成しています

- 商業高校

- 観光ビジネス

- 普通科高校

- 各学校で観光について学習する科目

※実施を希望する学校が普通科高校の場合、実施科目については相談の上行うことが可能です

- ◇ カリキュラムを通して身につける力

- 商業高校：観光ビジネス/観光資源と観光政策

- 観光資源の活用に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、観光資源の活用に関する計画を立案して実施し、評価・改善すること

## カリキュラム実施計画

本カリキュラムの内容と実施計画について次より説明をしていきます

## ● カリキュラム

1. 全体を計画する（学習目的の理解）
2. 観光コンテンツを考える（コア体験の検討）
3. 体験するお客様を誰にするか決める（対象セグメントを定義）
4. 観光コンテンツの実験の準備をする（コア体験の提供の準備）
5. 観光コンテンツの実験を行う（実証実験とフィードバック）
6. 観光コンテンツとお金の関係を考える（収益性の精査）
7. 観光コンテンツの成果を発表する（プレゼンテーション）

### 1. 全体を計画する（学習目的の理解）

#### 全体の進め方を最初に考える

- 観光コンテンツを企画、実行するためには、何からはじめどのように考え、準備、実現していくのかをサンプル等をみて共有し、コンテンツ作成の全体像を計画していきます

#### テーマを明確にする

- テーマ＝「伝えたいこと」を明確にすることが重要になります。観光コンテンツを企画し、実施することで、体験するお客様、参加者、関わる事業者、地域に対して何を伝えたいのかを考えます

#### 取り組み方とスケジュールの把握する

- このカリキュラム実施の流れ、各生徒自身がどう取り組むのか、チームでの動き方のスケジュールを共有し、把握をします

### 2. 観光コンテンツを考える（コア体験の検討）

#### どんな観光コンテンツにするか考える

- テーマに沿ってどのようなコンテンツを作っていくのかを考えます
  - 良い観光コンテンツにはコア体験があります。コア体験とは、観光体験の中で中心的な体験となることで、体験した人の心に残るようなもの、感動・学習すること、他では体験できないことをさしています。エリアの広さや、施設の特性、提供できる体験等で変化し、活動する地域や実施内容で特徴が明確になります。下記は、一例です。
    - ◇ 大内宿のねぎそば
      - ✓ ねぎを箸代わりにしてそばを食べる（地産地消）
    - ◇ ディズニーリゾート
      - ✓ ディズニー公式の世界観を体験しキャラクターに会える
    - ◇ 日本二十六聖人記念館



- ✓ キリスト教に対する迫害で殉教した人々の歴史とメッセージを視聴覚的に知る
- ◇ 城崎温泉外湯めぐり
  - ✓ 風情のある趣深い温泉街の浴場を浴衣でめぐる

### 生徒自身の地域の探索と情報収集

- 地域の観光や実情を理解することから始めましょう
  - インターネットの活用
    - 多くの自治体がインターネットでの情報公開（動画や観光案内ページ）を行なっています。それらのソースを活用して調査を行うこと、また SNS や旅行サイトを閲覧して実際の観光客がどんな感想を持っているかなどを直に見ることができます
  - 自治体/地域案内所へヒアリング
    - 自治体の観光課や地域の観光案内所にヒアリングを行うことで、観光資源を運営する側の立場や自治体の実施していることや課題などが見えてきます
  - 実際に訪問
    - 実際に自分で足を運んで体験する
    - 今まで行ったことのなかった場所や観光地で地域の新たな一面を発見する可能性もあります。生徒ならではの新しい発想などもひらめく可能性もあります

### コア体験を具体的に検討

- 新しく作る観光コンテンツ
  - ◇ 生徒のみなさんが身の回りの体験から新たに作り出す方法
    - ✓ 「自転車が好きで自転車でめぐる地元の田園風景が素晴らしく、歴史的なスポット巡りを兼ねてコンテンツにしたい」
    - ✓ 「地元の大きなダムが好きで、他にはない建築構造になっているが、あまり知られてないので、ツアーコンテンツを作りたい」
    - ✓ 「豪雪地帯なので、子供の頃に親しんだ雪遊びができるコンテンツを作りたい」
- 地域の環境や生活の課題の観光コンテンツ
  - ◇ 地域の課題を把握し、それを解決するような方法
    - ✓ 地元がアニメの舞台の町だが、観光客のマナーが良くないので、観光客の交通整理を兼ねて聖地巡礼ツアーを提供する
    - ✓ 果物の有名な産地であるが、農家の人手が足りないので、収穫時期や繁忙期などの週末農家留学や手伝いができるコンテンツを作る
    - ✓ 日本海に面した漁港があるが、海産物の廃棄物が多いので、それをリサイクルするツアーコンテンツを作る
- 既にある地域の観光コンテンツを改善、変革する
  - ◇ 既存のコンテンツを改良して新たなコンテンツを提供する方法
    - ✓ 既存の酒蔵体験を初心者むけ、玄人向け、外国人向けなどのコンテンツにわけて展

開させる

- ✓ 地域内のバスツアーを、環境に配慮して自転車ツアーのオプションコンテンツを作る
- ✓ 寺の前の民宿をワーケーション施設に変えて宿坊ワーケーションを提供する

➤ 並行して考えるその他の事案

◇ 生徒みなさんから地域への発信について考えます

- ✓ どんなコンテンツを作るにしても、地域の協力なしでは観光コンテンツを生成することができません。生徒のみなさんが地域を理解することや、地域と対話を行うことで、コンテンツはより良いものになっていきます
- ✓ 生徒のみなさんは、きちんと地域の住民や関係者に説明を行い、協力してほしいことを簡潔に礼儀正しく伝えましょう

◇ 旅前、旅後を考える

- ✓ 旅の意義を考える中で、現代においては旅前と旅後の価値が大きく求められています
- ✓ 物見遊山のように何かを見に行くことだけではなく、旅を通じて自分の中の変化を感じる、発見すること、学びを得ること、これらが本質的な旅の意義となってきました
- ✓ コンテンツの旅中だけでなく旅前と旅後でどういった価値を提供できるかを考えることもプロデュースしていく必要があります

### 3. お客様を誰にするか決める(対象セグメントを定義)

#### セグメントを理解し考える

- セグメントとは実際にコンテンツを体験する人です。要するにお客様です。ここでは体験者を誰にするのかを考えます
  - ◇ 観光コンテンツにおいて、体験者と顧客（お金を支払う人）は一致しない場合があります。この段階で定義したいのは体験者であり、顧客ではありません
  - ◇ 体験者がコア体験から得ることのできる価値を重視するため、この段階では顧客ではなく体験者を重視しましょう

#### 対象としたいセグメントは誰かを考える

- 対象としたいセグメントを想定します。仮定でも良いのでターゲットとなる顧客像とその理由を考えます
  - ◇ 統計的（デモグラフィック）な観点：性別、年齢、家族構成、収入など
  - ◇ 趣味嗜好的（サイコグラフィック）な観点：ライフスタイルや嗜好、価値観、購買動機など
  - ◇ 地域属性的（ジオグラフィック）な観点：居住地や現在地など
    - セグメントの対象が想定した層と異なることも多くあります。後から違ってきても良いので、できる限り多くの層を想定してください

#### 対象となるセグメントを地域の人から集める

- 観光コンテンツの実証実験で実際に体験してもらう人をどのように地域の方から集めるかを考えます
  - ◇ 実証実験のためには、対象セグメント候補を協力して集めることが重要となります
  - ◇ 実証実験に参画してもらえそうであれば、身近な人でも良いです。例えば、家族、友達、校内の先生、自治体、地域の住民など
  - ◇ 自転車ツアーの例であれば、SNSの自転車コミュニティなどでシェアして参加者を集めたり、学校の生徒と保護者を対象に呼びかけを行ったり、地域のサイクルショップの店員に聞き回るのも良いです
  - ◇ なお、ここでも地域との対話が重要になるので、周知を継続的に行いながら進めていきます

#### **4. 観光コンテンツ実施の準備をする（コア体験の提供の準備）**

##### 実証実験は小さく始めることを考える

- 実証実験の規模や人数について考える
  - ◇ 観光だけにかかわらず、成功している商品やコンテンツは、プロトタイプやストーリーボード（絵コンテ）と呼ばれる「モック」を最初に作り、MVP（Minimum Viable Product：実用最小限の製品）から始めており、失敗や改善を繰り返しながら完成に近づけていきます。この実験も集客や収益から始めることをせずに、価値を重要視しながら「小さく始めるべき」ということを学ぶことが重要です

##### 実施方法の検討

- 実施における計画を組み立て、コンテンツをセグメントに提供することで実際にお客様に体験してもらい、実証作業を行います
  - ◇ 五段階評価、何がよかったか、なぜ良いと感じたか、知人友人を誘いたいかなど、お金を払う価値はあるかなど、素直なフィードバックや仮説の答えを得ることが出来ます
  - ◇ 先に出た自転車ツアーの例で言うと、実証実験の参加者と主催の生徒（達）が実際のツアーに出かけることとなり、生徒が参加者に直接コンテンツを提供することになります
  - ◇ 「途中で参加者の何名かがペースについていけなかった」「途中でタイヤがパンクした」「天候が途中で悪化した」というような課題も多く出てきます。そういったものをひとつひとつリストアップして、改善を行なっていきます。できれば想定される懸念事項が事前にあれば対策も練っておくとよいです

##### セグメントからの評価取得方法の検討

- コンテンツの評価を体験者から得る方法を考えます

- ◇ 体験者からの評価は内容が良くても悪くても今後役に立つ情報となります

#### セグメントへの提供を実現させるために必要な最小限の要件を確認し準備

- 必要な設備、装備、機械、システム、車、人、場所、ルートなど  
例えば、自転車ツアーであれば、自転車の準備、ルート確認、時間確認
- 法的義務、免許、申請、登録  
(自転車ツアーの例) ヘルメット着用、持参、貸与、自転車届出、防犯登録
- 衛生安全の管理  
(自転車ツアーの例) 自転車自賠責保険の加入、自転車や貸与物の整備、感染症対策、緊急事態の対応

#### 地域への周知を行う

- 地域への周知の方法を検討し、実際に周知をします
  - ◇ 地域への周知を行い、理解を得ることもコア体験の提供に必要な事項となります
  - ◇ 地元の人への積極的な周知を行うことで、生徒では気付けない必要な事項などを提案してくれる可能性もあります。有事の際に協力できることも存在します。友人、家族、先生、自治体、その他の地域住民に対して継続的にアップデートを行うことが重要となります

### **5. 観光コンテンツの実験と感想を得る (実証実験とフィードバック)**

#### 実際に始めてみよう

- コア体験がセグメントにとって価値があると思ってもらえるコンテンツかどうかを、実経験を通じて見極めます。
  - ◇ コア体験の提供にあたり、いままで見えてなかった課題を発見し、改善していく準備を行うことが必要です

#### 必要性を考える

- 実証実験の必要性は、コア体験が本質的な価値を提供できているかどうかの見極めを行います
  - ◇ 本質的な価値の提供の実証を行うことなく進めることは、代表的な失敗例。例えば、コア体験に課題を残したまま集客などを行っても必ず無駄足になります
  - ◇ まずは「想定した結果が得られなくても良いので、やってみる」ことが重要です

#### フィードバック

- コンテンツを体験したお客様から感想や意見をもらい良かった点や改善点を考えます。
  - ◇ 実験の前にコンテンツ実施の課題などを洗い出しておき、体験者からそれらの課題がどうであったかの感想をもらいましょう。一方で、自由に回答してもらうことでいままでに認識のなかった課題が明確になります。やり方としては、紙ベースや、

オンラインのアンケートフォームなどを活用して記入してもらうアンケート形式や、インタビュー形式でフィードバックをもらう方法などがあります。

## 6. 観光コンテンツと収益について考える（収益性の精査）

### 事業を実現させるための持続的な指標をもつ

- 観光コンテンツを提供するということは事業であり、事業継続に必要なリソース（人、物、金）を勘案し、実現させるための数値を把握します

### 収益性の意義を考える

- 「安く売る」ことは観光のゴールではありません。地域や事業のリソースを考えた適正な値付けと収益性について考えます

### 収益性の確認事項

- 事業を構成するリソースを生徒に理解してもらい、実際に検討しているコンテンツをベースに収益性を検討します
  - ◇ コスト、売上
    - さらに、長期的に事業を継続させるための計画もたてる
  - ◇ 損益分岐点（例：単月、通期）、3年計画
  - ◇ 集客プラン

## 7. 観光コンテンツ実施の成果を発表する（プレゼンテーション）

### プロデュースの締めくくりを計画

- 生徒みなさんがプロデュースしたコンテンツと実証実験の成果を発表するプレゼンテーションを行います

### プレゼンテーションの内容を発表する

- 生徒みなさんはカリキュラムで、検討したコンテンツの内容、取り組んだ内容、実証実験の結果と課題、経済性などを決められた時間配分で発表を行います
  - ◇ 発表された内容は、周りの生徒や先生から評価を受けることになります。発表後にオンラインでコメントの募集や投票などを行なっても良いでしょう

### 振り返り

- 取り組んだカリキュラムを振り返り生徒のみなさん自身で体験コンテンツの評価をしてみます
  - ◇ 取り組んだ内容を失敗か成功かを決めるのは生徒のみなさん自身になります。成功には失敗がつきもので失敗を活かせないことが本当の失敗であることに気付き、取り組んだ内容の「次のアクション」を考えることが大切です。このことが「観光の視点をもってアクションを起こす」ことの最初の一步を体験することになります

## 高校での体験授業導入案

学校で実施する際の事前準備や実施方法について次より説明をしていきます

## ■カリキュラム実施案

- カリキュラム実施案は2パターンを提案します
  - カリキュラム1 (授業内での実施、実証実験は無い、もしくは短め)
  - カリキュラム2 (授業内での実施)
    - ◇ 上記カリキュラムを短期集中で行うことも可能です (集中コース、上記を週末など1~2日で実施)
- 2パターンにわけたポイント
  - 各学校が当該カリキュラムに配分できる時間を柔軟に対応
  - 生徒の地域に対する知識や、プロデュース力に関する懸念が個人差で発生
  - 新型コロナ感染症などの状況
    - ◇ これらを加味して、カリキュラムの実施内容は柔軟に対応できる準備をします
- カリキュラム1の実施
  - ◇ 学校の科目時間の範囲内で実施 (約5時限枠：1-2週間で完了を想定)
    - ✓ 実証実験はできないが、観光コンテンツをどの様にしていくかが考えられます
    - ✓ 授業の中で実施できるため、コンテンツ案を練られます
    - ✓ 実施はしてみたいが、長期に実証実験するには時間がない場合
    - ✓ コロナ禍において人が集まらない状況でも実施することが可能
- カリキュラム2の実施
  - ◇ 学校の授業内で実施 (最大約16時限枠：3-4週間で完了を想定)
    - ✓ 各学校の授業時間で実施できます
    - ✓ グループで考えたコア体験案を一度ねかせることにより案が練られる利点があります
    - ✓ 地域への周知や準備ができます
- 集中コース
  - ◇ 集中コース (最大約2日間で完了を想定)
    - ✓ 2日という短時間で実施できるため、必要最小限な商品を作ることが目的になります
    - ✓ 2日間で完結するため、先生、生徒の負担が少なく、実施しやすい利点があります
    - ✓ プロジェクトの成功、失敗にかかわらず短い期間でこれだけのことが出来たという自信になります
- 開催概要
  - カリキュラム1 学校の授業内で実施 (5時限)
    - ◇ 所要時限数：5時限
    - ◇ 人数：クラス人数および任意の人数
  - カリキュラム2 学校の授業内で実施 (16時限)
    - ◇ 所要時限数：16時限
    - ◇ 人数：クラス人数および任意の人数
  - 集中コース (終日通して16時限相当)

◇ 日程：2日間（カリキュラム2を2日に集約）

◇ 人数：20名（例：5名×4グループ）

● 事前準備

カテゴリ1	カテゴリ2	カテゴリ3
共通	企画立案	カリキュラム内容決定
		時期、時間決定
		テーマ決定
		実施/公開における校内など承認を得る
		外部講師準備*
	教材準備	教材ソフトコピー準備
		教材ハードコピー準備
		ハードウェア/パソコン準備*
	広報	役所/自治体への協力依頼
		地域への周知と協力依頼*
グルーピング	事前参加者リスト確保	
	当日のグルーピング決定	
	当日参加者確認	
その他	事前/事後アンケート準備	
終日通しの場合	会場設営	会場確保
	その他	緊急時の対応準備
オンラインの場合	環境設営	通信環境準備

\* = 場合に応じて必要な事項

● カリキュラムの説明と実際の動き

- 先生と生徒の動きは次のページ図1のとおりです。先生から生徒への説明はカリキュラム項目のすべてを最初の時間で実施します。生徒に全体の見通しを持たせることを目的としています。但し、各カリキュラムの要所、要所での補足は必要になります

● 地域との関わり方

- カリキュラムを通して生徒に地域とのつながりを持たせたいと考えています

◇ 生徒が地域へのヒアリングを行い、コンテンツ提案のヒントを得ることができます

- 目的：地域への理解が深まることにより、コンテンツの精度を高め、反映できる
- 対象：自治体（市や区の観光課）や、地域観光事業者など
  - ヒアリングを行う場合は事前連絡が必要

◇ 地域の事業者から

- 目的：地域の人に実験の際に参観してもらい、評価やコメントをもらう
- 対象：自治体（市や区の観光課）や、地域観光事業者など、カリキュラムの内容に賛同していただける企業、人物など
  - ヒアリングを行う場合は事前連絡が必要

◇ インターネットで調べる

- 目的：直接情報を得ることが困難な場合や移動が制限される場合に、間接的に生徒が情報を収集することができる（ただし情報は汎用的）
- 対象：地域全ての既存の事業者や観光施設など



カリキュラムリストアップ

カリキュラム：大項目	カリキュラム：小項目	先生の説明	生徒の活動	生徒の取り組み
1.全体を計画する (学習目的の理解)	目的を説明、把握する	○		目的 : 生徒自身がプロデューサー(製作者)になりテーマをどのように伝えていくかを考える 実施内容: 先生の説明から学習目的、内容、全体の流れを理解する 活用教材: ワークブック、ワークシート、サンプル
	テーマを説明、明確にする	○		
	取り組み方とスケジュールを把握する	○		
	成果物コンテンツのサンプル紹介	○		
2.観光コンテンツを考える (コア体験の検討)	観光コンテンツのコア体験を説明、理解する	○		目的 : グループごとにテーマに沿ったコア体験案を具体的に検討し決定する 実施内容: コア体験の検討の前に各グループで簡単な自己紹介を実施(名前、参加理由など1人1-2分程度) その他 : グループごとでテーマに沿ったどのようなコア体験を
	グループワーク: 具体的に検討する		○	
3.お客様を誰にするか決める (対象セグメントを定義)	セグメントを説明、理解する	○		目的 : 対象としたいコンテンツ体験者は誰かを考え決定する 実施内容: グループごとに対象としたいセグメント(実際に体験する人)は誰かを検討し決定。 その他 : 対象とセグメントを地域の人から集める方法の検討と決定する
	対象としたいセグメントは誰かを考える		○	
	対象となるセグメントを地域の人から集める		○	
4.観光コンテンツ実施の準備をする (コア体験の実施方法の検討提供の準備)	必要な最小限の要件を説明	○		目的 : 決定したコア体験を実施するにあたり実施方法と提供に必要な最小間限のものを準備、確認する 実施内容: 決定した体験の実施方法の検討と決定 提供するための必要なものを準備、確認する 体験者からの評価取得方法の検討と決定 地域への周知を行う 活用教材: ワークブック、ワークシート その他 : 検討した準備品
	必要な最小限の要件を確認し準備する		○	
	実施方法を検討する		○	
	地域への周知を行う		○	
5.観光コンテンツの実験と感想を得る (実証実験とフィードバック)	目的を説明、理解する	○		目的 : 決定したコア体験の実施 実施内容: 前日に決定、準備したコア体験を実際に実施する、実施したことで体験者から得られた評価を集める 活用教材: ワークブック、ワークシート その他 : 前日に準備したもの 実験実施中の動画や写真撮影は生徒自身が持っているスマホや
	必要性を考える		○	
	実施する		○	
6.観光コンテンツと収益について考える (収益性の精査)	事業を実現させるための指標の説明	○		目的 : 収益の意義について考える 実施内容: コンテンツを事業として継続する場合必要なものや適性な値付けについて考える 活用教材: ワークブック、ワークシート
	収益性の意義と指標を考える		○	
7.観光コンテンツ実施の成果を発表する (プレゼンテーション)	プロデュースの締めくくりを計画する		○	目的 : コア体験実証実験で行った内容を発表し良い点悪い点を理解する 実施内容: プレゼンテーションの内容を発表する
	プレゼンテーションの内容を発表する		○	
	振り返り		○	

(図 1)

## ■カリキュラム1 時間割

学校の時限数に合わせて実施 5 時限

学習目的の理解	コンテンツ・お客様の検討	コンテンツと収益について	発表
所要時限数：1時限	所要時限数：2時限	所要時限数：1時限	所要時限数：1時限
<ul style="list-style-type: none"> <li>各カリキュラムの目的</li> <li>テーマの説明/明確にする</li> <li>取組方/実施スケジュール把握</li> <li>成果物・サンプル紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの検討と決定</li> <li>お客様の検討と決定</li> <li>地域の人を集める方法の検討と決定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を実現させるための指標説明</li> <li>収益性の意義と指標を考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>検討したコンテンツ、お客様について発表する</li> </ul>

## ■カリキュラム2 時間割

学校の時限数に合わせて実施 16 時限

全体を計画する	コンテンツ・お客様の検討	発表	コンテンツ実施準備	発表
所要時限数：1時限	所要時限数：3時限	所要時限数：1時限	所要時限数：2時限	所要時限数：1時限
<ul style="list-style-type: none"> <li>各カリキュラムの目的</li> <li>テーマの説明/明確にする</li> <li>取組方/実施スケジュール把握</li> <li>成果物・サンプル紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自己紹介(1人1, 2分程度)</li> <li>コンテンツの検討と決定</li> <li>お客様の検討と決定</li> <li>地域の人を集める方法の検討と決定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ、お客様決定内容の発表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ実施方法の検討と決定</li> <li>コンテンツ実施に必要な道具の準備</li> <li>お客様からの評価取得方法検討と決定</li> <li>地域への周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ実施、お客様からの評価取得方法等決定内容を発表</li> </ul>

実証実験開始	コンテンツと収益について	実証実験まとめ	発表	全体のまとめ
所要時限数：3時限	所要時限数：2時限	所要時限数：1時限	所要時限数：1時限	所要時限数：1時限
<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの実験実施</li> <li>お客様の評価取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を実現させるための指標説明</li> <li>収益性の意義と指標を考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実証実験のまとめと振り返り</li> <li>お客様の評価のまとめ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツについて</li> <li>お客様からの評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全体を通しての感想</li> </ul>

## ■集中コース 時間割

集中コース 16 時限相当 2 日間で実施

1 日目

全体を計画する	コンテンツ・お客様の検討	発表	コンテンツ実施準備	発表
所要時限数：1時限	所要時限数：3時限	所要時限数：1時限	所要時限数：2時限	所要時限数：1時限
<ul style="list-style-type: none"> <li>各カリキュラムの目的</li> <li>テーマの説明/明確にする</li> <li>取組方/実施スケジュール把握</li> <li>成果物・サンプル紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自己紹介(1人1, 2分程度)</li> <li>コンテンツの検討と決定</li> <li>お客様の検討と決定</li> <li>地域の人を集める方法の検討と決定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ、お客様決定内容の発表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ実施方法の検討と決定</li> <li>コンテンツ実施に必要な道具の準備</li> <li>お客様からの評価取得方法検討と決定</li> <li>地域への周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ実施、お客様からの評価取得方法等決定内容を発表</li> </ul>

2 日目

実証実験開始	コンテンツと収益について	実証実験まとめ	発表	全体のまとめ
所要時限数：3時限	所要時限数：2時限	所要時限数：1時限	所要時限数：1時限	所要時限数：1時限
<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの実験実施</li> <li>お客様の評価取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を実現させるための指標説明</li> <li>収益性の意義と指標を考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コア体験まとめと振り返り</li> <li>体験者評価まとめ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツについて</li> <li>お客様からの評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全体を通しての感想</li> </ul>

以上