

チーム名	なつやさい	大学名・学部	県立広島大学・経営情報学部、広島大学・文学部	ニューノーマルステージ
プラン名称	広島カラーリズム			
テーマ	ニューノーマル時代に対応する観光まちづくり			
リーダー名	河野望央	メンバー名	佐々木こころ、山本実莉、西谷壮一郎	
指導教職員名	和田崇			

問題認識 → 解決策・プラン概要 → 実現計画 → 期待効果・新規性

問題認識

広島のみちは？

- 都道府県間の移動自粛
- 観光客の減少

広島県市区町のコロナ禍の観光入れ込み客数の変化

県内市区町は？

- マイクロリズム推進
- 地域ファン拡大
- 地域資源再発見の推進を期待

広島県市区町によるコロナ禍の観光振興策

子ども達は？

- 修学旅行中止 行先変更(2020年の実施校は約5割)
- 体験学習の機会減少

子ども達のために

- 学び・体験機会の確保
- 広島県が推進する「学びの改革」の具体化

広島スポーツは？

- ファンの高齢化
- 新規ファンの獲得低調
- コロナ禍による入場者数減少

サンフレッチェ広島の入場者数推移

採るべき対応は

- 若年層を中心とした集客の促進

好き嫌いが決まっている年齢から、特定チームを好きにさせようとするのは無理。小学生の頃からサンフレに関わる機会があれば...

56歳男性 元サンフレ職員

解決策・プラン概要

欧米では... まちがホームチームのチームカラーに染まる！
Ex. London is blue

だから・・・

広島カラーリズム

チームカラーをテーマとしたマイクロリズム！
対象：県内小学生プログラム↓

事前学習 (学校)

- 広島県の地域資源
- スポーツチーム

↓

体験 (観光施設・スタジアム)

- 観光施設めぐり
- 試合観戦
- 特産品ゲット

↓

事後学習 (学校)

- 学習のまとめ
- 広島県の課題考察

↓

広島でも... カープが三連覇し、まちが「赤」に染まった

実現計画

各チームごとにツアーを試行

実績をもとに ↓ 緩やかに組織化

観光施設

スポーツチーム

旅行代理店

特産品生産者

広島カラーリズム協議会

和田研究室

自治体

企画会社

↓ 広報・販売

県内小学校 「学びの改革」活動として実施

↓ 各主体の意向は？

市区町の意向は・・・

地域貢献期待度

ツアーへの組み込み希望

小学生の意向は？

チームの意向は？

スタジアムツアーの実施や参加者へのグッズ提供もできるかも・・・

スポーツチーム 担当者

年	1年目	2年目	...	10年目
売上 (千円)	454	1,022	...	5,567

期待効果・新規性

まちへの効果

地域魅力の再発見と新たなプロモーション

- 子ども世代におけるスポーツや観光施設、地域の認知度向上
- 子どもが地域資源を知ること、家族にも知ってもらうことができ、市区町ファンの拡大に繋がる

子ども達への効果

「学びの改革」実効化

- 能動的な学びの場となる
- 知識を活用し、共同して新たな価値を生み出す体験ができる

広島スポーツへの効果

若年層の集客促進

- 子どもが興味を持つことで、家族での観戦に繋がる
- 小さい頃に好きになってもらうことで継続的な観戦が見込める

新規性あり

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う観光まちづくりの課題

広島カラーリズムIIまちへの誇り・愛着増進型マイクロリズム