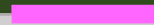


# 学校再現プラン

9月6日(金) 晴

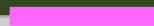
古川 晴美  
遠藤 香菜恵  
中川 勇太



# 現状分析・調査

既存の観光・既出のプランの分析

6月6日  
田舎  
田舎



# 現状分析・調査

## 分析・調査で実施したこと

- ・ 過去受賞事例の分析
- ・ 現在販売されているプランの分析
- ・ 文献調査
- ・ 聞き取り調査
- ・ 現在の北陸各県のまちづくり施策の分析



# 現状分析・調査の目的

## 分析・調査

- ・ 過去受賞事例の分析
  - ・ 現在販売されているプランの分析
- 結果にないもの＝新規性あり

- ・ 文献調査
  - ・ 聞き取り調査
  - ・ 現在の北陸の分析
- “北陸ならではの” の提案



# 過去受賞事例の分析

## 北陸部門の2016年から2018年の受賞事例

### 北陸部門の傾向

- ・ 若者流出
- ・ 金沢一極集中
- ・ 個人周遊型プラン

2019年6月6日

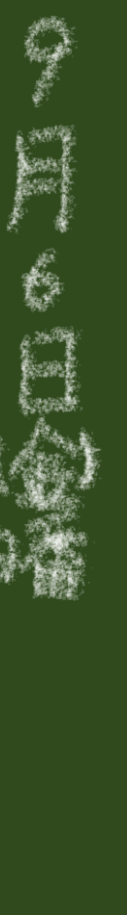
2018年度	大学名	問題認識と現地調査	ターゲット	概要のコンセプト	プランの詳細	新規性	効果・展望
2018年度							
官公庁長官	明治	魅力を伝えきれない心と北陸の資源を活かす	日常を離れて自分の事を考えたい人	心と心から自分を見つける	DMO設立、点をずる資源を一つにまとめて発信	心と心、点から面のネットワーク、心に関するニーズの顕在化	認知度向上、観光消費額向上
2位優秀	中央	北陸企業の新卒者獲得の不十分さ、中堅企業の多さ	大学生	リゾバ×インターン×旅	NPO設立、バイトをしてインターンと浴衣で懇親会	リゾバ×インターンの結び付け、現地を体感の重要性	活気、県外からの新卒採用、県外学生獲得ノウハウ
3位優秀	跡見学園女子	金沢止まりの観光客、認知度低い、若者少ない	若者	観光客の交流、SNSで若者の認知度向上	地域の人の交流、SNSで若者の認知度向上	バックパッカー、5か条設定	観光客の協力、金沢大との連携、若者ニーズ取入れ
北陸経済連合会	千葉商科	北陸の観光資源のイメージが住民とそうでない人で同じ	若者・家族	醤油利用したフラワーキャンドル	愛をモチーフにしたキャンドルアート	四季により変え、参加費や製作費、販売などで持続可能に	新たな観光資源の誕生
イメージUP富山	慶應義塾	金沢新鮮体験、欧米インバウンド伸びしろ、埋もれた観光資源	北陸に行ったことのない欧米人	外国人向けの謎解きツーリズム	謎を使う問題、体験参加型ゲーム、1泊2日、住民も問題作成	外国人向け、北陸3県、広範囲の謎解きツーリズム	経済波及効果、集客力の高さ、リピーター、持続性・応用性、資源の活用
イメージUP石川	山梨県立・英和	観光産業、継続力維持、職人	若者の富裕層	職人との交流・体験型体験	地域産のブドウで染める、地域産のものとのコラボ	職人体験、地域資源との掛け合わせによる付加価値の創造	文化継承、職人、職人と観光客の距離縮める
イメージUP福井	金沢	観光客営業、資源消費、地域について学べない、海外発注の寄附増加		食材集め主体的に学んで体験できる	アプリで問題を解きながらRPG風集材冒険ツアー	地域の食材を調達していく、新鮮体験が伝わるが通過される可能性	観光地分散、満足度向上、一泊性にならず随時集客見込み有
広域周遊協議会	金城学院	生活満足度高but定住率低、外国人の来訪者数少、交流人口増やしたい		旅行目的需要・供給のためのアプリ開発	パンフレット収集、タダ付けデータ化、	市町村単位や事業者の自発力によるプロモーションからの転換	インバウンドの来訪者数増加、経済効果の向上
JTB賞	富山国際	若者の流出、加齢する人口減少、若者が帰りたいくなるまち		若者が帰りたいくなるまちづくり	お祭りパスポート、伝統産業パスポート、職人インターン	体験を通じた広域観光パスポート	Uターン就職、若者が戻ってくる
2017年度							
2017年度	大学名						
観光庁長官賞	山梨英和	観光地への集中、文化の価値創造と人的資源	外国人富裕層	体験型の本物志向、世界遺産ネットワーク	文化の価値創造をずる人的ネットワーク形成、観光資源ネットワーク	人的ネットワークと観光資源ネットワークの世界遺産ネットワーク	経済効果
北陸経済連合会	獨協大	非都市部と都市部の格差、若者流出、観光資源は人	関東女子大生	人を通じて観光ポイント特典インスタ共有新規観光客誘致、交流	DMO、まちこい・い・心、SNS、交流、民宿	人が最高の観光資源、非都市部間の広域連携、DMO	経済効果、民宿情報UP、観光消費額UP
北陸イメージUP	武蔵	冬の観光客のなさ、冬に観光資源がない、	若者連れ、学生層〜30代	イグラーを作り、宿泊する	イグラー宿泊、作飯、北陸特産品の販、家族キャンプ、読書	雪をイグラー製作・宿泊という体験要素	12〜2月下旬売り上げ利益率16%観光客数増加
とやま観光推進	山梨英和						
石川観光連盟	金沢・金沢工業	伝統工芸品の代替品普及、後継者不足、高齢化	都会の若者	川に沿って暮らし体験や交流する	川の土流から下流に沿って現地の人と触れ合いながら文化、ありがた	川に沿って暮らしながらを知る、人との交流、本物を知る	文化、産業の継承、まちなかの繋がり、非日常、第二故郷
福井観光連盟	福井県立	観光客減少、若者観光客少、日帰り多、伝統と景観をわってない	外国人	ココを中心としたプラン	人間の観光ルートを盛り込み1日で回れるルートにココの文化を組み	ココを愛でる文化、ブームになりつつあるココ	ココ文化の知名度向上、インバウンド増加、郷土愛
北陸広域観光	山梨英和						
JTBクリエイティブ	山梨英和						
アンビュー	上智千葉法政立教	若者の流出、首都圏学生が出ない、良さが伝わらん	首都圏大学生	首都圏大学生が実際に就業体験、住む	7日間のうち5日間日替わり就業体験、2日は観光1泊は古民家の宿泊	北陸に縁ない層取り込み、暮らしながら文化を知る体験	人生の幸せについて考える、移住就業認知、金落ちる活性化
パフォーマンス	獨協大						
2016年度							
2016年度	大学名						
観光庁長官賞	跡見学園女子	2030年までに44万人減少、若者の地元離れ	女子高生、女子大生	SNS活用による若者誘致でしあわせ	SNS投稿で特典インスタフレーム設置、しあわせコミュニティ	SNS投稿、拡散、宣伝効果	SNS投稿、拡散、宣伝効果
北陸イメージUP	明治大	美、北陸イメージの弱さ、インバウンド対策の不十分さ	インバウンド：やや興味有、興味深	美をSHOKUする旅	旅れる、職人、食、伝統工芸PRレクチャー、プロモーション	点から面の観光、美を軸に3つのSHOKUを取り上げた、ゲストハウ	北陸の美のイメージの強化、リピーター増、金沢以外
とやま観光推進	群馬県立女子	観光客減少、若者観光客少、日帰り多、伝統と景観をわってない	20代の未婚女性	旅行者の人生と重なる観光	旅行中の写真をアルバムに収め、数年後に送付、リピーター獲得へ	節目ごとに撮影、人生と重なる、長期的地域収益、包括的、新たな地域	若者から各年寄りまで長期的観光客増加、知名度上げ、ブランドイメージ創出強化、宿泊費増、責任負担えながらも増見込み
石川観光推進	明治大	福井人の流れが少ない、観光格差	注目層	旅道体験、道中文化体験	道中と伝統体験、フォトリナーなどの提案	道中と伝統体験、フォトリナーなどの提案	経済効果、地元資源の有効活用、新たな道楽用の高しめ方
北陸広域観光	慶應義塾	金沢一極集中、高齢者偏重の観光客、発信力不足	若い社会人	ものづくり、交流、協業	伝統職人と交流体験、地元ランチおやつ、ものづくり	新しいものづくりツーリズム、地域コミュニティで新たな風	ものづくりイメージ形成、観光活性化、持続可能、経済効果
クリエイティブ	慶應義塾	金沢以外の観光流入人口、イメージが弱い	観光客	多言語コミュニケーション	観光客・地域に受信する確約役としても多言語	独自の魅力を地域外にアピール	魅力発信、交流の機会ができる



# 全ての過去受賞事例の分析

## 北陸以外の過去受賞事例の分析

ジオパーク、日本1、2位の石巻、ユネスコパークなどあるが広く認知されていない	みんなで作るフォトコンテストプログラム	ようつて、FB、ツイ、インスタなどの投稿の拝見ポイント化しポイント制に 応じてグッズ販売、売り上げ一部を支援者還元	動画投稿数UP、撮影のため訪人増、経済効果	あり?
市民活性化させたい、観光客を0から1に、宿泊できるしくみづくり	大分の若者、九州の若者、全国の若者	若い寒い白粉〜人と潮と出逢える町〜	300万円以上稼働、大分市に帰郷、市民参加促進、観光客増、日中の滞在向上	なし?
韓国入トレッキング40〜60代、ソウルの大学生認知度5%	韓流を釣る韓国探検トレッキング	福岡空港、羽田自由宿泊、九重探検トレッキング、宝八幡宮、九重町産、福岡市内ショッピング	経済効果、韓国観光地化(口コミ)魅力発信、滞在歳年表	あり?
農協の主人会の開催がなくなるが活用できてない、収穫祭が農協の重宝として認知されてない、活用、若者少	地元の人と学生を巻き込む	収穫祭?等な等年期間短縮などを活用し準備をモチベーションに 商品開発、経営、設計、学生のアイデア入れる	おとどの町下町という新しい観光地、観光以外の若者誘致、認知向上、交流、周辺店舗継続の利用率向上	なし
久住高原の星空が観光資源として活用できてない、後継者不足	Instagramユーザー、女子大学生	星空観望2名15000円、竹灯籠置かれた屋外ベッド、写真撮影、竹田の食材を使用した料理、星空、星空バック写真	経済効果、魅力伝わる、市民が地元に戻り、地元のために動き出せる人増、地方創生	あり
アクセスがいいというインフラが揃っているのに地域の魅力を活かしてきていない	建築科の視点からまちの発展につながる社会基盤を提案する、多行に達しない「獲」を獲しつつ第三の交通を取り入れた形づくり	橋とロープウェイで空に広がる交通網、街並みの美しさを残しながら新しいまち形、地域活性化を図る	バス利用者の増、若者コミュニティ活性化、まちに活力、天空の橋半田地区の未来と歴史つながる	なし
日本の観光客が少ない、宿泊者の6割が外国人、二次交通が難い、観光が盛り上がる前の観光地	東西を行き来するアツタン観光客、ベトナムはタイ人の学生グループ、SNSで温泉街をPR	自前よりたくなるシンボルを作る、温泉街ならではの体験	リニア効果で甲府側が交通の要に	山梨県を訪れるタイ人は年間7万4784人、全員が石川に宿泊した場合24億円 の経済効果
人口減少、若者の地元離れ、空き家増加	サマキャンプしたい小学生、観光・農業体験に興味がある大学生、自然の中で社員交流したい社会人	高校を自然体験・研修施設、合宿所として活用	若者移住：Uターン、観光客として再訪する人が増える→人口増加、地域の活力につながる	想定される収入しか記載されていなかった(支出の計算がなかった)
外国人観光客が少ない、外国人観光客への認識不足、情報発信力の不足	18〜30歳在日ワーキングホリデーメーカー、日本に興味があるオーストラリア、台湾、韓国のワーキングホリデーメーカー	山梨市外の農家を活用した研修プログラムを実施する	ワーキングホリデーから発展してインバウンドの先進地になる、外国人と山梨市長の交流イベント開催、山梨市の労働人口の増加	3か月から3ヵ月〜9ヵ月70日間一泊ずつ〜70泊し、一泊ごとに10人 が滞在、そのうち1%が山梨を訪れる村の経済効果
知名度が高い、資力の低い、宿泊客が少ない、季節によって誘客力に差がある	地元企業と観光のビジネスパートナーとその関係者	ビジネスに合わせたイベント開催によって観光客の動向を体験してもらう	ビジネス・レジャー、会議・エクスカージョン、山梨の魅力・東京のビジネス集客力という業種の掛け合わせによる価値創造、観光目録以外の人がターゲット	無し
人がいない、活気がない、危険、寒い、静か、地元・観光客少ない	若者SNS、母子家庭	販路の拡大・新規販路リサーチ、SNSで情報発信	約45億円/年の経済効果	宿泊客と地元客を合わせて約45億円の経済効果
フルーツや富士山のイメージが強い、季節によって観光客数に差がある	パワースポット好きな女性	観光スポットを自(自)然と(寺社仏閣)に分隔し、スタンプラリー	パワースポットを量と時間で分けて	リピーターが来られる、初期投資が少なくて済むことで実行可能
訪日外国人が富士山前に溢れている	インバウンド客	富士山に登ることを前提としたインバウンド客向けの戸川村・文化体験プログラムを一部で展開する	日本食・自然・Health、学び・遊び・Cultureを融合体験型・Health・Culture・CDHAS	インバウンド客増加、新規客の増加、地域創生、セカンドライフ充実、観光に対する意識変化
知名度低い、地域イメージよくない(湧かない)、日帰りが多い	20代以上の恋する乙女	ピンクを活用した観光・富士川エリアの観光促進キャンペーンを展開	「地域の色」をコンセプトに、色から想像される地域も少ない	知名度、地域イメージの向上・浸透、観光客・宿泊客の増加、富士川水系に 沿った広域観光エリアへ
大抵ワインの認知度低い、高齢化と後継者不足、大抵ワインの観光不備	台人観光客	日中と夜間の二通りのプランを準備、ブドウ採り体験、ワイナリーのイベント・講習会、ワイン飲食会		
大抵の手作り体験はあまり知られていないが30代〜40代女性に人気を集めている	30代主婦、20代若女、40代主婦110代子供、シニア世代、外国人観光客	体験づくり、調理学、パースキュー、郷土料理作り、日本食文化体験、食生活改善プログラムなどのツアープラン	大抵の体験づくり、様々なターゲット	想定される17万人当たりの売り上げから稼働費を差し引いて150万円の 利益
交通の便が悪い、駐車場・公共トイレ少ない、ターゲットが定まっていないが、確保のある観光資源が多い、電動自転車500円でレンタル可能、カフェ充実、アクセス良い	女性	二輪車サイクリングコース、独自のルートでも楽しめる	観光客一層集中の解消、SNSでの告知効果	無し
若者観光客が少ない	若者	雑誌の読者層とSNSの拡散で若者を呼び込む	雑誌から若者層の観光資源に注目	無し
ベトナム人向けの観光地が少ない	ベトナム人観光客	他の地域を観光した帰りに関西空港に近い泉州・泉佐野市を訪れるベトナム人観光客に向けて原料の収穫・製造を体験型で行った日本語を販売する	ベトナム人観光客ターゲット、ベトナム人向けスパリング日本語	無し
西成を大原にある「日本のディープな文化や伝統を学ぶ」キャンパスにする	大原にある日本の文化や伝統を学ぶことが出来る研究会、体験できる平日 01日のツアー	西成に宿泊するバックパッカーの増加	無し	
京都府への観光客流入、日帰り客増加、中心商店街の空洞化、一次産業の減少	同業従事者の住む子孫の家族	三つの「しよく」(職・色)を通して体験する体験型観光プラン	商店街活性化、宿泊客増加、リピーター増加	年間115万1200万円の経済効果
北陸道新幹線を通じた背景の拡大、地域資源の消費拡大による観光活性化	アクティブシニア	地域の公共交通機関を使った周遊型プラン	青森しんまきまき(3日以内)・宇都宮・佐野市内で使える半券2000円 新規地域資源を活用した新たな価値の創造、青森しんまきまき	滞在型観光客増加による消費拡大と新規雇用発生、旅行者の移住・定住、旅 行後にも積極的に情報を発信してくれる
外国人観光客のさらなる増加、外国人観光客の受け入れ体制	台湾人	日本の美をテーマにした滞在型プラン	SNSを用いた情報発信、電車乗入れサポートサービス、大学生によるガイド イベント、四季ごとの美を堪能したプラン、美スポットやお土産の充実	どの季節でも若者を誘導できる、外国人観光客がビジネス客中心の宿泊施設 から観光客中心の宿泊施設へシフト
特産品が注目され、深淵の食資源の魅力を伝えられていない	料理学校の受講生グループ、食に関心のある人	食を活かした深淵まったり体験	収穫体験で賞賛した食材を農家の人と一緒に料理、農家見学、収穫体験、加工 工場見学	一次産業の販路拡大、雇用確保、観光地としての収益確保
冬に観光客を呼びよせる意欲がない、冬の魅力を活かしてきていない、訪日外国人が少ない、若者不足	台湾人	青森県産品で冬の魅力を楽しくまったりプラン	台湾人向け書きかき、農産品販売、食育イベント	民間のチームウェアアップ、MICEの理解度アップ、協定の一部に入れる ことで特産品アップ
観光客の滞在時間が短い、観光資源のPR不足、住民参加型の観光ができていない		ニソラについての講義、オリジナル星屋、パースキュー、星空観望、星 泊、散策、フォトコンテスト	子ども全体の自然を学校に見立てている、通年通うことが出来るプログラム、新たな観光資源の発掘	観光客の滞在時間の確保、継続的に人を呼びこむ仕組みづくり、子どもが 地味向上、新たな観光資源活用、収益の確保、アクセス難の緩和



# 全ての過去受賞事例の分析

## 北陸以外の過去受賞事例の分析

ジオパーク、日本1、2位の石巻、ユネスコパークなど広く認知されていない	みんなで行くフォトコンテストプログラム	ようつぱ、FB、ツイ、インスタなどの投稿の拝見ポイント化しポイント制に応じてグッズ販売、売り上げ一部を授賞者還元	動画投稿数UP、撮影のため訪人増、経済効果	あり?
市民活性化させたい、観光客を0から1に、宿泊できるしみづくり	大分の若者、九州の若者、全国の若者	楽しい白粉〜人と人と出逢える町〜	3000万円以上稼働、大分県に帰郷、市民意識向上、観光客増、日中の賑わい	なし?
韓国トレンドック40〜60代、ソウルの大学生認知度5%	韓流を捉める韓国発掘トレッキング	福岡空旅、朝陽自由布宿泊、九重町探検トレッキング、宝八幡宮、九重町産、福岡市内ジョギング	経済効果、韓国観光地化(口コミ)魅力発信、滞在費年表	あり?
産婦の主人の参加がたかさんが活用できてない、秋津町が産婦の量として認知されてない、活気、若者少	地元の人と学生を巻き込む	秋津町で学生専門知識や技術などを活かす場として産婦をモチーフにした商品開発、経営、設計、学生のアイデア入れる	おとこの町下町という新しい観光地、観光客以外の若者誘致、認知向上、交流、周辺店舗稼働の利用者向上	なし
久住高源の歴史が観光資源として活用できてない、後継者不足	Instagramユーザー、女子大学生	家で全国から注目されるまじり竹田、大切な人と過ごしたい特別な空間	経済効果、魅力伝わる、市民が地元に関わり、地元のために働き出せる人増加、地方創生	あり
アケオスがいろいろなインフラが揃っているのに地域の魅力を活かしてきていない	観光学校の視点からまちの「強み」を押し出す	夏期間定2名1組15000円、竹田産まれれた屋外ベド、写真撮影、竹田産の食材を使用した料理、星空、星空バック写真	バスの利用者増、若者コミュニティ活性化、まちに活気、天空の麓半田地区の未来と歴史つながる	なし
日本の観光客が少ない、宿泊者の6割が外国人、二次交通が難い、観光客が訪れてからの観光地は狭い	東京を行き来するアツアツ観光客、ベルソナはタイ人の学生グループ、サマ〜キャンピングしたい小学生、観光・農業体験に興味がある大学生、自然の中で社員交流したい社会人	SNSで温泉街をPR	リニア効果で甲州街道が交通の要に	山梨県を訪れるタイ人は年間7万4784人、金井が石前に宿泊した場合約24億円
人口減少、若者の地元離れ、空き家増加	18〜30歳在日ワーカー(ホリデーメーカ、日本に興味がある、台湾、韓国の子供がホリデーメーカ)	観光客と地元を繋ぐ	観光客誘致：Uターン、観光客として再訪する人が増える→人口増加、地域のつながる	想定される収入しか記載されていなかった(支出の計算がなかった)
外国人観光客が少ない、外国人観光客への認識不足、情報発信力の不足	外国人観光客、母子家庭	外国人観光客の増加、観光客の増加、富士川水系	インバウンド客から発展してインバウンドの先進地になる、外国人と山の交流(人脈)、山梨市の労働人口の増加	30代〜30代女性が5%増加したと想定して約8400万円の経済効果、初期投資はほぼゼロなので実現可能性が高い
知名度低い、質の高い観光客、宿泊客が少ない、季節によって誘客力に差がある	地元(東京)と観光客のビジネスパートナーとその関係者	地元(東京)と観光客のビジネスパートナーとその関係者	ビジネスの可能性、道のPRコンセプト「週末は山梨にいます」、宿の増加、資源に繋がる機会の提供	無し
人がいない、活気がない、危険、臭い、静か、観光客が少ない	若者(SNS)、母子家庭	女子大生風 風林火山(新しい風、林のように和やかな楽し空間、次のよう早く僕が居る、山のようにずっと変わらない施設)	約4.5億円の経済効果	宿泊客と地元客を合わせて約4.5億円の経済効果
フーズや富士山のイメージが悪い、季節によって観光客数に差がある	若者(SNS)、母子家庭	既存の観光資源を活用、スタンプラリーでリピーターを掴む	観光客が来て(お土産)→(寺社仏閣)に分宿し、スタンプラリー	リピーターが来てくれる、初期投資が少なくて済むので実行可能
訪日外国人が富士山前に流れている	インバウンド客	インバウンド客が富士山に着くとも、前段に富沢市戸川村でのCOHAS体験(富士山に登ることを前提としたインバウンド客向けの戸川村「文化体験型」ツアー形態で運営する	日本食・自然・Health、学び・遊び・Culture(既存施設活用)・Health・Culture-COHAS	インバウンド客増加、新規客の増加、地域創生、セカンドライフ充実、観光に対する意識変化
知名度低い、地域イメージよくない(涼めない)、日帰り客が多い	20代以上の恋する乙女	ピンクを活用した観光	知名度低い	知名度低い
大原ワンの認知度低い、高齢化と後継者不足、大原ブドウの販売不振	台湾人観光客	台湾人の好みにあわせてもらう	知名度低い	知名度低い
大原の手作り梅干はあまり知られていないが30代〜40代女性に人気を集めている	30代主婦、20代若女、40代主婦(10代子供、シニア世代、外国人観光客)	大原の梅干づくり体験	知名度低い	知名度低い
交通の便が悪い、駐車場・公共トイレ少ない、ターゲットが定まっていないが、宿泊のある観光資源が多い、電動自転車や500円でレンタル可能、カフェ充実、アケオス人気	女性	電動自転車サイクリング	知名度低い	知名度低い
若者観光客が少ない	若者	韓流の認知度とSNS	知名度低い	知名度低い
ベトナム人向けの観光地が少ない	ベトナム人観光客	ベトナム人観光客、スパリング日本酒を売り込む	他地域を観光した帰りに關西空港に近い泉州・泉佐野市を訪れるベトナム人観光客に向けて原料の収穫・酒造を体験都市で行った日本酒を販売する	ベトナム人観光客がターゲット、ベトナム向けスパリング日本酒
西成を大原にある日本のディープな文化や伝統を学べる”キャンパスにする	西成にある日本の文化や伝統を学ぶことが出来る産地会、体験できる半日101日のツアー	西成に宿泊するバックパッカーの増加	無し	無し
京都府への観光客流入、日帰り客増加、中心商店街の空洞化、一次産業の衰退	観光客を住み慣れた家の裏庭	三つ「しょく」(福・食・色)を通して体験型観光プラン	観光体験、メール制作体験、トレンディング	観光客増加、リピーター増加
北海道新幹線を開通とする背景の交通の拡大、地域資源の高質化による観光振興	アクティブシニア	地域の公共交通機関を使った周遊型プラン	青森しんまるとまきっ(内町)、今朝(在村内で使える半券一枚2000円のS)の認知度、三村町の連携プラン	現在観光客増加に伴う消費拡大と新規雇用発生、旅行者の移住・定住、旅行後にも経済的に消費を促していく
外国人観光客のさらなる増加、外国人観光客の受け入れ体制	台湾人	日本の美をテーマにした滞在型プラン	SNSを用いた情報発信、電車乗り換えサポートサービス、大学生によるガイド案内、四季ごとのに着目したプラン、美スポットやお土産の充実	表の視点から青森県の観光資源に注目
特産品ばかり注目され、深層の資源の魅力を伝えられていない	観光学校の受入生グループ、食に関心のある人	食を活かした深層まちづくり構想	観光客の数を増やす観光資源とした、食について「作る人」をターゲットにした、過半数の食材に出会えるプログラム	どの季節でも青森を堪能できる、外国人観光客がビジネス客からの宿泊施設から観光客中心の宿泊施設へシフト
冬に観光客を呼びよせる意欲がない、冬の魅力を活かしてきていない、訪日外国人が少ない、若者不足	台湾人	青森県産品で冬の魅力を最大限に引き出す	台湾人向け焼きそば、農産品販売、食育イベント	一次産業の販路拡大、雇用確保、観光地としての収益確保
観光客の滞在時間が短い、観光資源のPR不足、住民参加型の観光ができていない	学校の時間割に見立てたプラン	ニソニソについての講義、オリジナル星屋、パーフェクト、星空観察、星屋、歌、フォートコンテスト	子ども全体の自然を学校に見立てている、過半数の子どもが参加するプログラム、新たな観光資源の発掘	観光客の滞在時間の確保、継続的に人を呼びこむ仕組みづくり、田子町の地味向上、新たな観光資源活用、収益の確保、アクセス難の緩和

概要を閲覧できる  
受賞事例をまとめ、分析

85事例!



# 検出された過去受賞事例の傾向

全ての事例の分析を経て検出された傾向

## 課題

- ・ 日帰り客多い
- ・ 魅力を活かしきれていない

## ターゲット

- ・ 女性が多い
- ・ 若者が多い

## プラン内容

- ・ 組織をつくる(DMO、NPO)
- ・ 女子大生が考えた！(女子大生目線の旅行商品)
- ・ 家族連れは車でまわるのが多い
- ・ 民泊・誇り・郷土愛
- ・ 個人ツアープラン
- ・ 体験プラン郷土料理・伝統工芸品
- ・ SNS拡散・映え・ハッシュタグ



# 図書館での文献調査

## 金沢海みらい図書館と石川県立図書館

北陸の風土についての  
本などを閲覧



9月6日金曜日

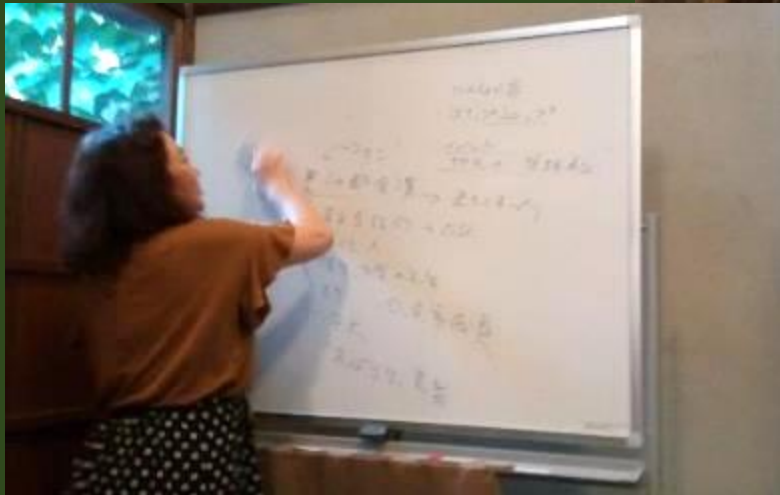


# 聞き取り調査

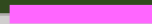
金沢学生のまち市民交流館での聞き取り調査

6月15日(土)

コーディネーター  
村本 和賀南 さん



6月15日(土)



# 聞き取り調査

金沢学生のまち市民交流館での聞き取り調査

## 村本さんのお話

### 《北陸の特徴》

- ・それぞれ異なる歴史があり、顕著な共通点はない
- ・インバウンド向けの周遊ルート『ドラゴンルート』
- ・学力の高い地域
- ・昔からの地元の人が多い



# 旅行商品の現状分析

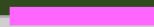
現在のJTB店頭で販売されている商品の分析

JTBエキマルシェ大阪店

105

パンフレットを分析

6月9日  
105冊のパンフレットを分析



# 旅行商品の現状分析

現在のJTB店頭で販売されている商品の分析

## 分析結果

- ・メジャー観光地
- ・交通&宿セット
- ・フリープラン
- ・ターゲット絞り
- ・目的別プラン
- ・添乗員同行はほぼなし
- ・個人でも手配できるプランが多い
- ・団体にも強いがプランは少ない



9月6日  
田中 裕



# 北陸で現在行われている施策の調査

## 北陸で現在行われている施策・現状の調査

### 北陸3県のHPから県の方針を調査

#### 富山県

- ・ 高速道路の拡充
- ・ 人づくり先進地を目指す
- ・ 人、家族、地域とのつながりを活用 など

#### 石川県

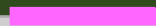
- ・ 新幹線を利用した活動
- ・ 新規客の獲得
- ・ 人とモノの広域的な交流

#### 富山県

- ・ 交通インフラの重視
- ・ ダムを利用したインフラツーリズム
- ・ コンパクトシティ など

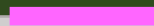
など

2024年6月6日  
調査結果



# 『観光まちづくり』って？

問題認識と、我々の考える観光まちづくり



# 北陸における問題認識 現状分析・調査から

観光資源はたくさんあるが、

その中に“北陸ならではの”の北陸3県に

共通した観光資源が少ない。

→課題を克服できるプランを作成





# 観光って？

観光の定義 『観光学概論』 レジюмеより

## 観光の定義

- ・ 他の土地を視察、見物すること
- ・ 余暇・自由時間に、非日常空間に移動し、自主的に体験、交流、遊び、学ぶ。

## 観光の意義・役割

- ①非日常生活からの脱却、開放と意欲向上
- ②自己実現、修養、達成感
- ③他者との交流、親睦、家族との団らん



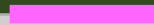
# 観光資源

## 行政施策としての『観光』

- ・ 交流人口の増大
- ・ 地域ブランドの創出・育成
- ・ 地域産業活性化



地域の経済活性化  
活気の創出



# 観光資源

日本交通公社『観光資源台帳』より

1.山岳

2.高原・湿原・原野

3.湖沼

4.河川・峡谷

5.滝

6.海岸・岬

7.岩石・洞窟

8.動物

9.植物

10.自然現象

11.史跡

12.神社・寺院・教会

13.城跡・城郭・宮殿

14.集落・街

15.郷土景観

16.庭園・公園

17.建造物

18.年中行事（祭り・伝統行事）

19.動植物園・水族館

20.博物館・美術館

21.テーマ公園・テーマ施設

9月6日  
印刷



# 観光旅行に求められるもの

## JTBF旅行意識調査より

### 行ってみたい旅行タイプ

#### 内 容

- |               |              |                         |
|---------------|--------------|-------------------------|
| 1 自然観光        | 16 芸術鑑賞      | 32 産業観光                 |
| 2 歴史・文化観光     | 17 スポーツ観戦    | 33 産業遺産観光               |
| 3 海浜リゾート      | 18 花の名所巡り    | 34 武将観光                 |
| 4 高原リゾート      | 19 自然現象観賞    | 35 ジオツーリズム              |
| 5 都市観光        | 20 秘境ツアー     | 36 アニメツーリズム             |
| 6 温泉旅行        | 21 町並み散策     | 37 この中にはない/<br>旅行には行かない |
| 7 祭り・イベント     | 22 リゾートホテル   |                         |
| 8 テーマパーク      | 23 和風旅館      |                         |
| 9 動物園・水族館     | 24 おしゃべり旅行   |                         |
| 10 グルメ        | 25 世界遺産巡り    |                         |
| 11 スキー・スノーボード | 26 ロングステイ    |                         |
| 12 マリンスポーツ    | 27 パワースポット   |                         |
| 13 登山・山歩き     | 28 ホテルステイ    |                         |
| 14 海水浴        | 29 環境にやさしい旅行 |                         |
| 15 ショッピング     | 30 エコツアー     |                         |
|               | 31 農業体験      |                         |

2018年10月  
観光意識調査

# 観光旅行の形態

## 現在の観光旅行

資源分野種別			目的・意識等種別			
分野	時代・形態	資源名	分野			
自然資源		山岳・高原・湿原・原野	自然観光、花の名所巡り、自然現象観賞、秘境ツアー、ジオツーリズム、エコツアー	パワースポット	海浜リゾート、高原リゾート、	スキー・スノーボード、マリンスポーツ、登山・山歩き、海水浴
		湖沼、河川・峡谷、滝、海岸・岬				
		岩石・洞窟				
		動物、植物				
		自然現象				
	温泉	温泉旅行				
人文資源	歴史的資源(江戸時代以前)	史跡・城郭、歴史的建築、碑、像、産業遺跡	産業遺産観光	町並み散策、都市観光	歴史・文化観光、武将観光、町並み散策、世界遺産巡り	
		神社・寺院・教会				
	近代・現代的資源(明治以降)	観光施設、近現代建築、公園、近代化産業遺産、工場、建造物、博物館、テーマ公園・テーマ施設				
	無形・社会資源	民族文化(祭り、伝統行事、食)	農業体験、産業観光		祭り・イベント、グルメ	
複合資源(景観=自然+人口)		歴史景観、田園景観、都市景観、文化景観、郷土景観、庭園・公園				
その他			スポーツ観戦、おしゃべり旅行、アニメツーリズム、環境にやさしい旅行			

観光学概論レジュメ、JTBF観光資源台帳、JTBF旅行意識調査をもとに作成



2024年6月6日

# 広域周遊の目的

## 広域周遊の目的

訪日外国人旅行者をはじめとする観光客の

地方部における広域的な周遊観光を促し、

より多くの来訪・滞在を促進する。

観光庁『広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業』

広域観光推進を通じて圏域内での来訪・滞在時間を増やすことは、  
地域全体の経済波及効果を高めることに繋がる。

**⇒地域全体の経済波及効果を高めることが目的**



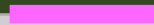
# まちづくりとは

## まちづくりの定義

- ・ インフラ整備などの都市計画
- ・ 条例策定などの地域秩序の整備
- ・ 地域住民のコミュニティづくり
- ・ 地域の財政施策

など

→ まちの構想を実現していく



# 持続可能性とは

『続けていく』ためには？

## ・タダでサービスを提供した場合の課題

受ける側 →得をした感じ。満足。  
『もっとあったらいいな！』

提供する →業務が増える...得はない。  
『これ以上はしたくない...』  
→活動を続けられない

双方への利益が必要



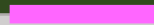


# 私たちの解釈とプランの方向性

観光、広域周遊、まちづくり、持続可能性

- ・ 非日常の土地を視察、見物すること
- ・ 地域の資源を利用する
- ・ 他者との交流、親睦、家族との団らん
- ・ 地域の経済活性化、活気の創出
- ・ 地域への来訪・滞在時間を増やす
- ・ まちの構想実現
- ・ 関係する人々に還元される

まちづくり



# 持続可能な観光まちづくりとは

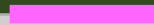
地域の資源を利用して、

人とのかかわりの場を創出し、

関わる人々に還元されながら

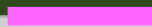
地域の経済的活性化および非経済的な面の活性化を目指すこと。

2024年6月9日  
田中 誠



# プランの検討

6/11(金) 10:00  
田中 誠



# プランの検討

現状分析・調査をもとに

ブレインストーミング

約80の案

福井

- ・観光
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・高尾道路
- ・観光地と観光客の距離
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)

石川

- ・新しいホテル
- ・観光客の増加
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)

富山

- ・観光客の増加
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)

共通

- ・交通重視
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)
- ・観光客の増加 (冬期)

観光客の増加



# プラン候補の検討

現状分析を行ったうえでのブレインストーミング



**共通**

- 交通機関
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)

**石川**

- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)

**福岡**

- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)

**富山**

- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)
- 観光地化 (観光地化)

観光地化の活用

# プラン案の検討

## ブレインストーミングで出たプラン案の検討

### ブレインストーミングで出た案と、それにおける北陸との親和性・課題点の分析

#### ○図書館

- ・図書館で宿泊
- ・図書館でお金が落ちる仕組みづくり
- ・図書館の観光地化
- ・図書館で観光客向けイベント
- ・新幹線を図書館にする
- ・山や海など自然の中を図書館にする

- ・図書館数が多い点に合う
- ・お金が落ちる策の検討
- ・北陸の図書館"ならでは"づくり

#### ○衣料系

- ・長靴観光
- ・衣料品店の売り物を借りられる
- ・衣類レンタル観光
- ・ファッションをテーマにした観光
- ・一般人参加によるファッションショー
- ・衣料品店を観光資源化

- ・衣料品店が多い点親和性あり
- ・衣類のジャンル??
- ・着物、浴衣レンタルとの違い
- ・一般人参加ファッションショーイベントもの
- ・ウィンドウショッピングの観光

#### ○文化系

- ・城に泊まる
- ・美術館、博物館で泊まる

- ・他地域の城との差別化

#### ○カフェ系

- ・足湯カフェ
- ・カフェを中心とした観光

- ・カフェが多い点親和性
- ・差別化が必要

#### ○バンジー・ジャンプ系

- ・ダムからバンジー
- ・城からバンジー
- ・高速道路からバンジー

- ・インフラ資産や文化財の活用の中で親和性

#### ○雨系

- ・雨の日しか行けない観光資源発掘
- ・雨の日に傘をさして遊ぶ企画
- ・雨の日に特化した観光づくり
- ・雨の観光資源化

- ・降水量多い点で親和性

#### ○交通系

- ・交通とインフラの観光
- ・交通機関巡り
- ・電車とかバスを和っぽい交通手段にする
- ・鉄道ファンをターゲットにする

#### ○ナイトタイムエコノミー

- ・夜の観光
- ・オールナイトインフラリズム
- ・夜の大人向け有料学校企画
- ・夜の線路で撮影会
- ・交通機関夜めぐり
- ・夜更かしコースづくり
- ・温泉地の夕後の健全な夜遊び

#### ○人材育成系

- ・観光客が人材育成にかかわる
- ・グローバル人材育成観光

#### ○学力向上系

- ・客と住民の学校ごっこ観光
- ・観光地での受験学習観光
- ・観光を兼ねたプログラミング学習

#### ○地域観光を考える系

- ・客と客がそのいいところを言い合う観光
- ・観光客が講師となる(講師から金もらう)
- ・客の意見を集めるシステム、集めたもん勝ちの要素
- ・住民が北陸観光をつくる
- ・欧米インバウンド向けプラン
- ・地域活性化を客が考える
- ・地域住民による観光案内を通じた社会保障費削減

#### ○金を落とさせる仕組み系

- ・金を落とすたくなるまちづくり
- ・1日5食運動の創造

#### ○職業体験系

- ・有料就業1日体験
- ・お金を払って仲居体験
- ・観光客が温泉旅館で接待する
- ・有料インターンシップ(する側が払う)

- ・交通重視している点で親和性
- ・インフラリズム促進も

- ・夜間人口少ない点対策として親和性
- ・ナイトタイムエコノミー活性化
- ・夜の遊び場少ない問題対策
- ・北陸で夜な理由

- ・3県共通の人材育成方針に親和性
- ・インバウンド多いことに親和性

- ・学力高い点に親和性

- ・北陸の人の傾向に親和性あり?

- ・産業が盛んな点に親和性
- ・新卒採用

#### ○自然系

- ・海や山で金を落としてもらう
- ・海と山両方向く

- ・豊かな自然

#### ○その他

- ・電気のまち発電所観光
- ・役所の観光地化
- ・温泉旅館セルフサービス
- ・新潟を含めた広域連携
- ・脱・葉売り観光
- ・歴史めぐり
- ・最先端技術と伝統のコラボ
- ・夏の観光

- ・発電所の多さ
- ・温泉地の多さ
- ・富山の葉売り
- ・歴史的背景→?

2024年6月6日

# プラン案の検討 ピューコンセプトセレクション

	新規性	創造性	実現可能性	効果	北陸ならでは	広域連携
新規性 新資源の活用	S	-	+	-	+	+
創造性 独自アイデア	S	+	-	S	-	S
実現可能性	S	-	S	+	S	S
効果 集客	+	S	S	-	S	+
雇用	+	S	S	+	-	S
経済効果	+	S	S	+	-	S
経済以外の効果	-	S	+	+	-	+
北陸ならではの代替可能性	+	S	+	S	-	S
親和性	+	S	+	S	+	S
広域連携	S	-	S	+	-	S

## ブレストで出た案の分析

評価項目とその比重を  
設けて、プラン候補に  
適しているか分析

- 新規性：新資源の活用
- 創造性：独自アイデア
- 実現可能性
- 効果：集客
- 雇用
- 経済効果
- 経済以外の効果
- 北陸ならではの代替可能性
- 親和性
- 広域連携

	バンジー	公共施設	カフェ	登山	その他
新規性 新資源の活用	-	S	-	-	+
創造性 独自アイデア	S	S	-	-	+
実現可能性	S	S	S	S	+
効果 集客	+	+	+	S	+
雇用	S	-	+	-	-
経済効果	+	S	S	S	S
経済以外の効果	-	-	-	-	S
北陸ならではの代替可能性	-	-	S	-	+
親和性	S	+	+	S	+
広域連携	-	+	-	S	+

# プラン案の検討 ピューセレクション

分析項目

新規性：新資源の活用

創造性：独自アイデア  
実現可能性

効果：集客性  
雇用

経済効果

経済以外の効果

北陸ならではの：代替可能性  
親和性

広域連携

	図書館	人材育成	観光地	伝統文化	観光客	花博	新館	研究所・企業
新規性 新資源の活用	S	-	+	-	-	+	+	+
創造性 独自アイデア	S	+	-	S	-	S	+	+
実現可能性	S	-	S	+	S	S	-	S
効果 集客	S	+	S	-	S	+	+	×-
雇用	S	+	S	+	-	-	S	-
経済的効果	S	+	S	+	-	-	S	×S
経済以外の効果	S	-	+	+	-	+	-	×-
北陸ならではの代替可能性	S	+	S	-	S	S	S	S
親和性	S	+	S	-	+	-	+	×-
広域連携	S	S	-	S	+	+	-	-

	バンザー	公共施設	カフェ	海山	その他
新規性 新資源の活用	-	S	-	-	+
創造性 独自アイデア	S	S	-	-	+
実現可能性	S	S	S	S	+
効果 集客	+	+	+	S	+
雇用	S	-	+	-	-
経済的効果	+	S	S	S	S
経済以外の効果	-	-	-	S	+
北陸ならではの代替可能性	-	-	S	-	S
親和性	S	+	+	S	+
広域連携	-	+	-	S	+

6/11/2019

基準：S

新規性・創造性：×2ポイント

それ以外の項目：×1ポイント





# プラン案の検討

## ピューセレクションで絞った案の詳細検討

### ○学校完全再現

廃校などを利用し学校を再現、授業を受けてもらう

### ○動画観光

観光する様子を動画に撮りYouTubeにアップする。  
動画に出てきたお店でオンラインショッピング可能

### ○トリアスロン

ご当地トリアスロンを開催

学校再現案	
内容	北陸の教育のやり方、学力
新規性	あえて自前前に学校を完全再現するという新規性、話題性と写真館は現、作文
実現可能性	場所や地上の確保が必要、資金費・運営費・修繕費などの収支が見込める
効果	観光客に体験のことを知ってもらう、発生源として地域に貢献できる、仕事のやりがいを出せる、先生をやったみたい人が体験できる機会になる、前住者・前住者(移住者・教員)・関係者(関係者)に収益がある
ターゲット	大学生以上の大人で、子供時代を思い出したい人
運営主体	地域のNPOや民団団体
周辺	隣町にバスで遠征を行う
北陸ならではの	全国的に見ても小学生の学力が高い北陸との対比性

動画観光	
内容	
新規性	映像にリンクして買い物ができる、観光地に足を運びながら自分で歩いているような感覚を味わえる
実現可能性	動画を取るだけなので簡単である、コストも低い、買い物の売り上げ、動画の広告料による収益が見込める
効果	観光客と実際に行くみたいと夢を膨らませ、未来に夢を思い描ける者
ターゲット	YouTubeユーザー、観光客など実際に観光地を訪ねることができない人
運営主体	地域の飲食店を経営している社長
周辺	いろんなところで動画を撮れば可能
北陸ならではの	北陸出身の有名なYouTuberが多い

トリアスロン	
内容	北陸の自然(山、ダムなど)
新規性	昼目を走ることでの視界を拓ける(路々ではなくポイントにするなど)
実現可能性	参加費・前泊費が主な収益、参加費が高い(初心者が高額)の参加費を払うか? 参加費によっては払ってくれる可能性もあるが?
効果	コース上の景色の美しさや北陸の名産品を知ってもらえる
ターゲット	トリアスロンをやってみようという人
運営主体	コース周辺の合宿施設(宿泊費・朝食費)出し一泊数日の収益につながる
周辺	車をまたぐコースを設定すれば可能
北陸ならではの	ダムを知らずなら黒部ダムなど大きなダムがある北陸との対比性はある。

自殺防止体験	
内容	自殺スポット
新規性	あえて自殺に思いこむことを体験してもらうことによって、自殺防止を促す
実現可能性	秋田世などを見出すから、道民の反応にどう対応するか
効果	自殺防止効果が期待できる
ターゲット	自殺志願者(アサーに追加できる余裕のある精神状態の人がどれだけいるか? 本当に自殺するリスクは?)
運営主体	地元の人(自殺願望がある人をきちんと監督できるか)
周辺	自殺スポットを撮ることでも可能
北陸ならではの	東豊線などの自殺スポットが多い北陸と対比性がある

イタイイタイ病	
内容	公害があった地域(富田・神通川流域)
新規性	その場でイベントを申し込むことによって従来のとは違う方向性での学び方ができる
実現可能性	イベントでの収益が見込める、被害者の反応にどう対応するか
効果	これまで公害問題について興味なかった人にも関心を持ってもらえる
ターゲット	
運営主体	地元住民
周辺	
北陸ならではの	イタイイタイ病という公害があった地域があるという点で対比性がある

ゴミ分別	
内容	食べ終わった後のゴミの分別(持ちこた、継続作業と結びつける)
新規性	ゴミの分別のサイクルはすでに行われている、ゴミを説明したいのか?
実現可能性	
効果	
ターゲット	
運営主体	ゴミ分別を推進している業者など
周辺	
北陸ならではの	ゴミの分別が多い北陸の特徴と合っている

ゴミ観光	
内容	日本全国の旅行に添ったゴミ
新規性	ゴミを観光資源として扱うという新規性
実現可能性	
効果	旅行したゴミをきちんと捨てることでゴミがなくなり、環境保護につながる
ターゲット	
運営主体	沿岸の清掃業者、清掃NPO
周辺	海辺に沿って車をまたいで多くコースを設定することにより可能
北陸ならではの	三島が日本海に面している北陸と対比性がある

2024年10月20日



# プラン案の検討

## ピューセレクションで絞った案の詳細検討

### ○自殺体験

東尋坊からバンジー  
ジャンプ

→自殺防止効果

### ○公害地域の観光

→地域でイベント

### ○カニの殻リサイクル

飲食店からカニの殻  
を提供してもらい、  
観光資源として使用

### ○ゴミ観光

海岸に落ちているごみ  
を観光資源として  
利用する

学校再現案	
資源	北陸の教育のやり方、学力
新規性	あえて真面目に学校を完全再現するという新規性、宿題まで再現(絵日記、作文)
実現可能性	場所や先生の確保が必要、宿泊費・授業料・給食費・交通費などの収益が見込める
効果	観光客に地域のことを知ってもらい、先生役として地域に貢献できる、仕事のやりがいを感じさせる、先生をやってみたい人が体験できる機会になる、宿泊所・給食(食材)提供者・教員(役)・場所提供者に収益がある
ターゲット	大学生以上の大人で、子供時代を思い出したい人
運営主体	地元のNPOや民間団体
周遊	隣県にバスで遠足を行う
北陸ならではの	全国的に見ても小中学生の学力が高い北陸との親和性

#### 動画観光

資源	
新規性	映像にリンクして買い物ができる、観光地に足を運ばずに自分で歩いているような感覚を味わえる
実現可能性	動画を取るだけなので簡単である、コストも低い。買い物の売り上げ、動画の広告料による収益が見込める
効果	動画を見て実際に行ってみたいと思う新規客、来ないけど買い物だけする客
ターゲット	YouTube ユーザー、病気などで実際に観光地を訪れることができない人
運営主体	地元の飲食店を経営している住民
周遊	いろんなところで動画を取れば可能
北陸ならではの	北陸出身の有名な YouTuber が多い

#### トライアスロン

資源	北陸の自然(山、ダムなど)
新規性	種目を変えることで規性を出せる(泳ぐのではなくボートにするなど)
実現可能性	参加費・宿泊費が主な収益、参加費が高い(初心者が高額な参加費を払うか?種目によっては払ってくれる可能性もあるが…)
効果	コース上の景色の美しさや北陸の名産品を知ってもらえる
ターゲット	トライアスロンをやってみたい初心者
運営主体	コース周辺の合宿施設(宿泊費・備品貸し出し)→閑散期の収益につながる
周遊	県をまたぐコースを設定すれば可能
北陸ならではの	ダムを使うなら黒部ダムなど大きなダムがある北陸との親和性はある。

#### 自殺疑似体験

資源	自殺スポット
新規性	あえて自殺に近いことを体験してもらうことによって、自殺防止を図る
実現可能性	収益性をどこに見出すか、遺族の反対にどう対応するか
効果	自殺防止効果が見込める
ターゲット	自殺志願者(ツアーに参加できる余裕のある精神状態の人がどれだけいるか?本当に自殺するリスクは?)
運営主体	地元の人(自殺願望がある人をきちんと監督できるか)
周遊	自殺スポットを周ることで可能
北陸ならではの	東尋坊などの自殺スポットが多い北陸と親和性がある

#### イタイイタイ病

資源	公害があった地域(富山・神通川流域)
新規性	その場所でイベントを楽しむことによって従来とは違う方向性での学び方ができる
実現可能性	イベントでの収益が見込める、被害者の反対意見にどう対応するか
効果	これまで公害問題について興味なかった人にも楽しんで学んでもらえる
ターゲット	
運営主体	地元住民
周遊	
北陸ならではの	イタイイタイ病という公害があった地域があるという点で親和性がある

#### カニ殻リサイクル

資源	食べ終わった後のカニの殻(明りにする、繊維産業と結びつける)
新規性	カニの殻のリサイクルはすでに行われている、カニを松明にしたいか?
実現可能性	
効果	
ターゲット	
運営主体	カニ料理を提供している旅館など
周遊	
北陸ならではの	カニの消費量が多い北陸の特徴と合っている

#### ゴミ観光

資源	日本海側の海岸に漂着したゴミ
新規性	ごみを観光資源として扱うという新規性
実現可能性	
効果	使用したゴミをきちんと捨てることでゴミがなくなり、環境保護につながる
ターゲット	
運営主体	沿岸の清掃業者、清掃NPO
周遊	海辺に沿って県をまたいで歩くコースを設定することにより可能
北陸ならではの	三県が日本海に面している北陸と親和性がある

2024年6月6日 水曜日



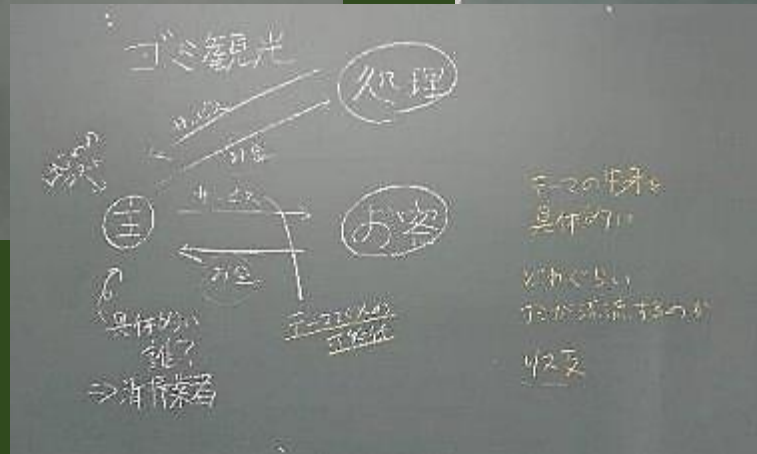
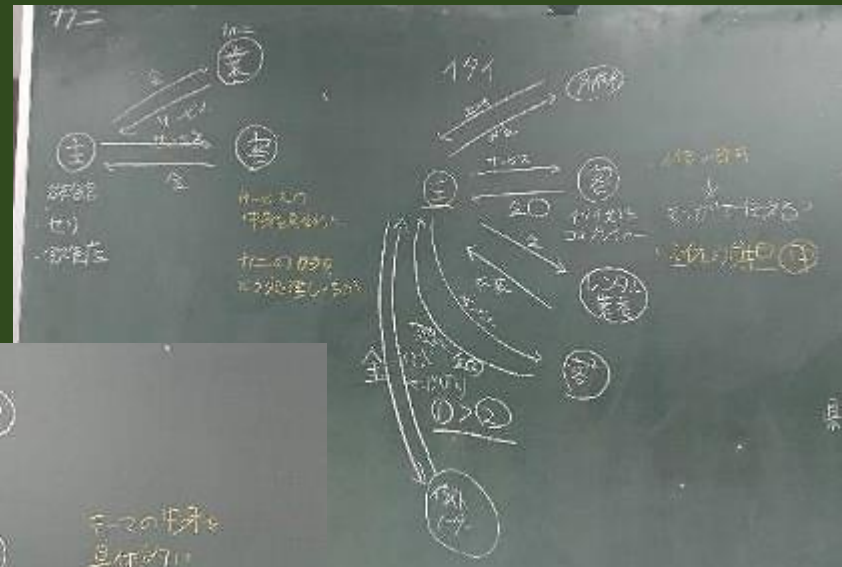
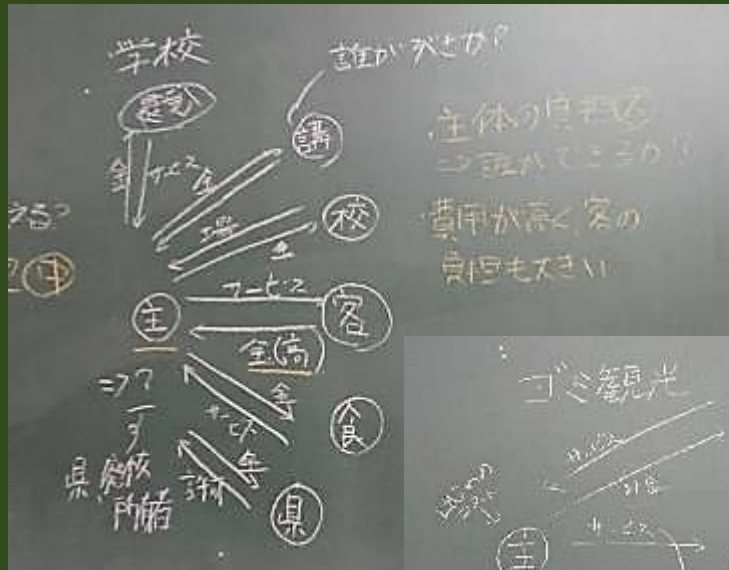
# プラン案の検討

## 相関図の作成と実現可能性の検討

相関図を作り、実現可能性や効果について検討



学校完全再現と公害地域の観光が最終候補に



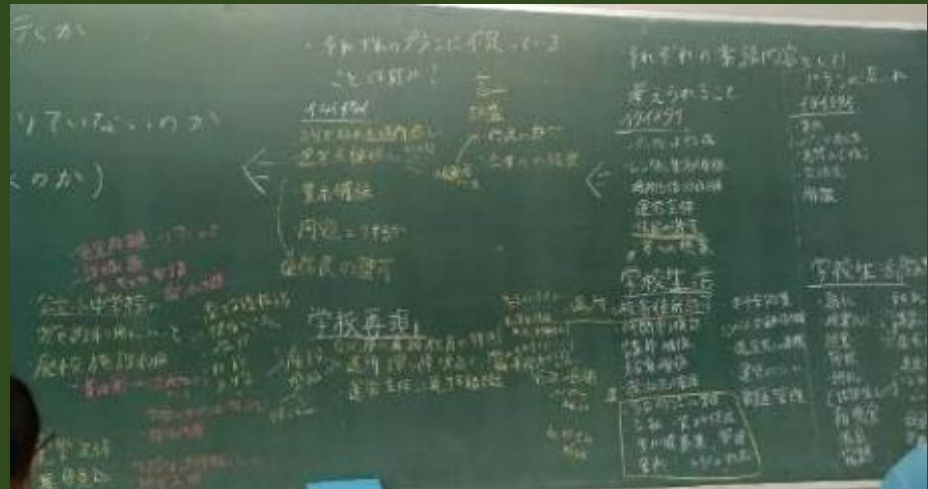
# プラン案の検討

## 2つのプラン案の詳細検討

それぞれのプランで  
発生する業務の検討

○学校完全再現

○公害地域の観光



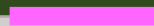
田中 幸太郎

より実現可能性が高いと考えられる  
『学校再現案』を本検討へ



# 学校再現案の検討

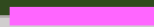
6/11(水) 10:00



# 学校再現プランの検討

## 仮プランの概要

コンセプト	なつかしの学校生活を大人になって味わう。 北陸の廃校を利用して完全再現された小中学校の1日を体験する。
資源	北陸の教育、学力の高さ
運営主体	旅行会社
規模	20~40人
日程	主に土日。1日目午前9時頃から19時ごろまで、2日目、午前8時頃から解散は4時頃
ターゲット	学校教育、学習塾の関係者。子どもの頃の学校生活に憧れている人。 大学生以上の大人。
行程	1泊2日。1日目は教室で1~6時間目の授業を受け、給食を食べ、掃除をして、放課後は部活動、宿題をする。2日目は、遠足・社会科見学に出かけ北陸のまちや産業などを体感して、知る、課外学習。



# 学校再現プランの検討

## 仮プランの概要

- 授業形態** 退職した先生など地域から先生役を起用し、旅行者に科目ごとに違う先生が授業を行う。
- 食事** 1日目昼食(給食)、昼食(遠足先)
- 宿泊場所** 近隣の宿泊施設(合宿deキャンプさんの施設を利用させていただく場合は施設内の宿泊所)
- 遠足** バスを配車し、午前中に出発。旅客を目的地(北陸3県内のいずれか1日目以外の県)まで輸送。添乗員(担任)が引率する。遠足先は未定。
- 新規性** あえて真面目に学校を完全再現するという新規性、宿題まで再現(絵日記、作文)
- 実現可能性** 場所や先生の確保が必要、宿泊費・授業料・給食費・交通費などの収益が見込める。
- 効果** 《観光客》地域を知ってもらう、《先生》地域に貢献できる、仕事のやりがいを思い出せる。  
宿泊所・給食(食材)提供者・教員(役)・場所提供者に収益がある



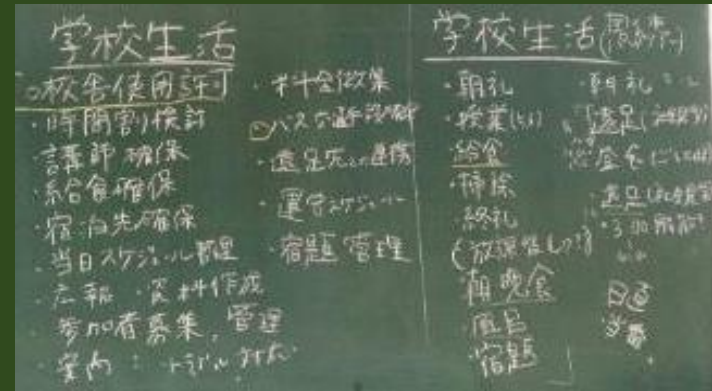
# 学校再現プランの検討

## プランの課題点の分析・改善策の検討

- ①プランの流れの検討
- ↓
- ②運営主体の業務として考えられること
- ↓
- ③困難や負担が大きいと考えられること、改善策、不明点
- ↓
- ④適していると考えられる運営主体
- ↓
- ⑤現地調査先、聞きたいこと

→業務が多く、NPOでは資金・ノウハウともに  
力がない可能性があるため、

運営主体としては、両方に長けている  
旅行会社が適していると考えた



2月6日  
田中

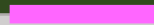




# 学校再現プランの検討

## プランの概要における課題点

- ・ 利用する施設側のメリットを考慮した収益モデルの作成
- ・ 利用したい施設の候補の列挙
- ・ 旅程の概要
- ・ 遠足先



# 学校再現プランの検討

## 利用を希望する施設へのインタビュー

- ・ より学校を再現できるような施設  
(廃校または廃校を利用した施設)
- ・ 30～40人が一度に利用できるような施設
- ・ 宿泊ができる施設

### 候補にあがった施設

- ・ ちくちくぼんぼん (福井県)
- ・ 農村deキャンプセンター (福井県)

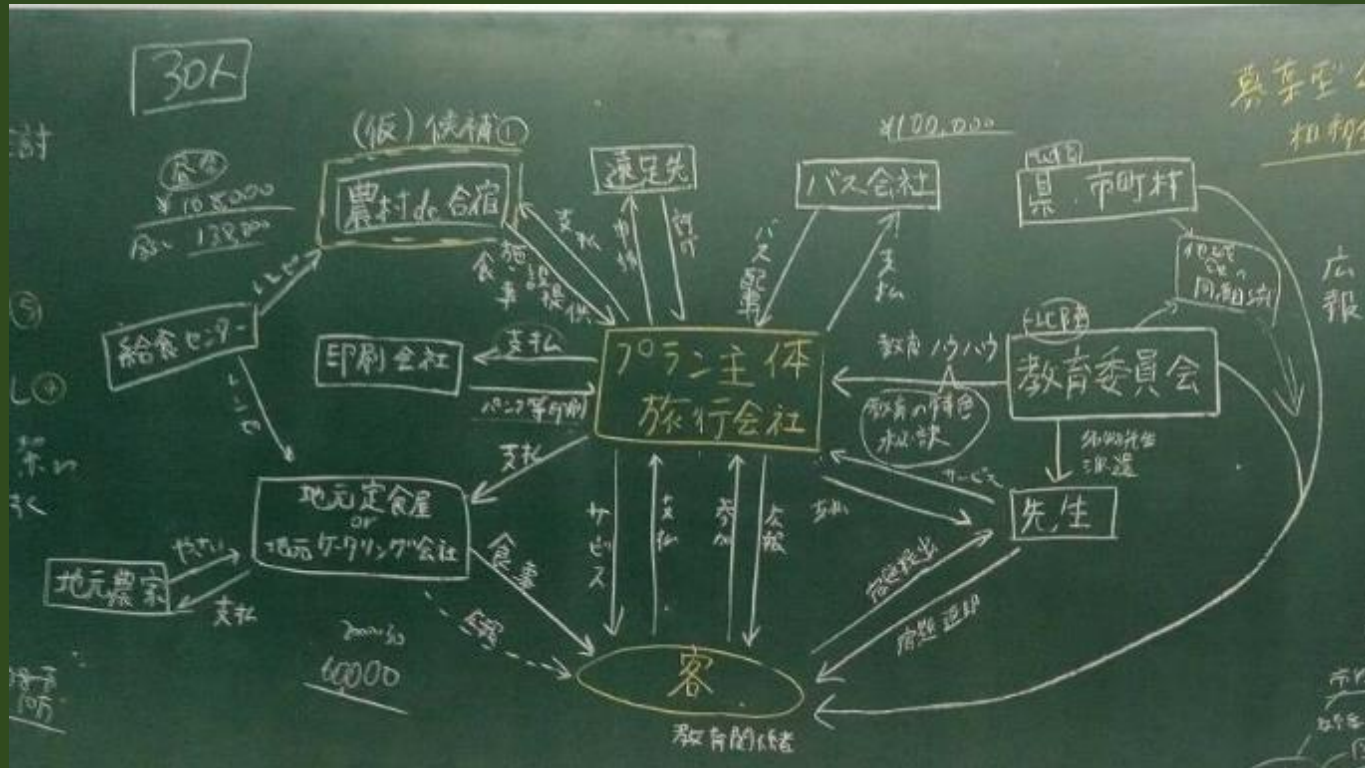
→ 農村de合宿キャンプセンターのインタビューが決定



# 学校再現プランの検討

## 顧客価値連鎖分析モデル

農村de合宿キャンプセンターさんを組み込んだ収益モデルの作成



9月6日 田舎印刷



# 学校再現プランの検討

農村de合宿キャンプセンターさん利用時の費用

《参加者30名と仮定》

施設利用、宿泊を想定した最低料金の試算

参加者30名で農村de合宿キャンプセンターの利用、宿泊を想定した最低料金の試算

講師役謝礼	1,500円×6名
農村de合宿キャンプセンター合宿料	4,500円×30名
農村de合宿キャンプセンター施設利用料	2,000円×30名
農村de合宿キャンプセンター冷暖房使用料	10名1,000円×3
2日目遠足用大型バス(定員40名)配車1日	100,000円
	計307,000円(30名分)

☆農村de合宿キャンプセンターで昼食を作って提供していただいた場合  
(700円+1,800円+700円)×30名=96,000円

★昼食を外部からの弁当にした場合 2,000円×30名=60,000円

◎+☆ = 403,000円—○

◎+★ = 367,000円—●

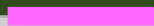
募集型企画旅行粗利益率 平均約10%(JATA)を加算

○403,000×1.1=443,300円 一人当たり 14,777円

●367,000×1.1=403,700円 一人当たり 13,457円

これに広告費、広報費、  
遠足先の入場料、2日目の昼食代、  
それぞれの関係先へのマージンなど  
を加算する必要があった。

9月6日(水)



# 学校再現プランの検討

## 行程の仮案

### 2日間の行程

1日目		2日目	
9:00～9:30	登校 現地または集合場所に集合	7:00	起床
9:30～9:40	朝礼 担任(添乗員)紹介	7:00～8:00	身支度・朝食
9:50～10:40	1時間目 授業	8:30～8:50	集合・朝礼 点呼
10:50～11:40	2時間目 授業	9:00	出発
11:50～12:40	3時間目 授業		
12:40～13:30	昼休み 昼食・休憩		移動・遠足、社会科見学
13:30～14:20	4時間目 授業		
14:30～15:20	5時間目 授業	16:00	解散 解散場所未定(遠足先?)
15:30～16:20	6時間目 授業		
16:20～16:30	終礼 宿題配布、次の日の説明		
16:30～16:50	掃除		
17:00～18:30	部活 軽い運動または文化活動		
18:30～21:00	夕食・風呂		
21:00～22:00	自由行動		
22:00	就寝・消灯		

6月6日(金) 16:00



# 学校再現プランの検討

農村de合宿キャンプセンターさんへのインタビュー

Skypeでのインタビュー  
インタビューイ

太田 さん

## 質問事項

- ・ 施設利用について
- ・ このプランにおける課題点

## 頂いたご回答

- ・ 施設利用は可能  
ただし、30~40名入ると狭い
- ・ 授業内容の中身によって集客  
が左右される
- ・ 金銭的にシビアな  
プランニングが必要

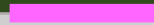


6月9日  
太田さん



# インタビューを踏まえた再検討

6/11/2024



# インタビューを踏まえた再検討 ターゲットの検討

## ターゲット候補

- ①学校生活を追体験したい人
- ②教育関係者(教員、教材会社勤務、学習塾業界など)
- ③50～60代半ば中間管理職で人に教えられる立場を体験して初心に戻りたい大人
- ④子どもが勉強しなくて困っている親とその子ども





# インタビューを踏まえた再検討

## ターゲットの検討

### ターゲット選定

“完全再現された学校を体験したい人へのサービス”

### 親にとってのメリット

- ・子どもの気持ちを体験することで子どもへの理解を促す
- ・家庭での子どもの学習や学校生活へのサポートを考えるきっかけ

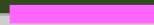
### 子どもにとってのメリット

- ・普段とは違う場所で、保護者と一緒に授業を受けるという新鮮さ



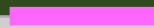
# インタビューを踏まえた再検討 授業内容の検討に向けた方針設定

北陸地域の学力の高さの要因を探り、  
学力の高さ・学校教育を観光資源と捉え  
楽しさを付加して授業という形で娯楽と学びを  
提供する。



# 教育委員会へのインタビュー

6月9日  
田中先生



# インタビュー

## 北陸3県の教育委員会へのインタビュー

学力の高さにはなにか秘訣があると仮定し、  
それを探るべく、インタビューを申し込んだ。

### 石川県

即座に電話にて返答があったが、日程が合わず  
再調整をお願い。

→9月まで対応不可能とのことだったため断念。

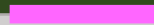
### 福井県

翌日に電話にて返答があったが、日程が合わず再調整へ。  
再調整のお願いの後、8月7日にインタビュー決定！

### 富山県

8月1日にインタビュー決定！

6月30日



# インタビュー 富山県

8月1日木曜日 14:45～16:10

富山県庁 小中学校課

インタビューー

教育力向上班 主任指導主事

城石 吉章 さん



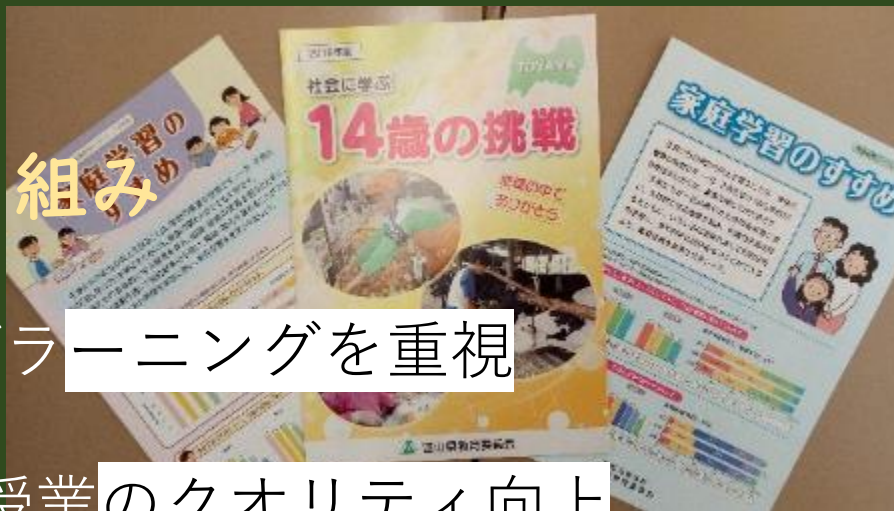
2024年6月9日



# インタビュー 富山県

## 富山県の教育への取り組み

- ・ 対話型などのアクティブラーニングを重視
- ・ 教員の育成を重視し、授業のクオリティ向上
- ・ 『授業の達人』 DVD制度
- ・ 『B問題に挑戦』 『単元テスト』 など独自教材
- ・ 『14歳の挑戦』 職業体験



富山県教育委員会

など



# インタビュー

福井県

8月7日水曜日 14:30~16:10

福井県庁 教育政策課

インタビューー

参事

野尻 友佳子 さん

教育力向上グループ 主任

刀祢 敬則 さん



福井県庁  
教育政策課



# インタビュー

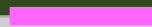
## 福井県

### 福井県の教育に関する取り組み

- ・平成16年度から順次学級編成基準を下げ、少人数教育を推進
- ・小5と中2を対象とした独自の学力調査の実施
- ・シニアティーチャーの活用
- ・県内の学校の教え方が上手な先生を授業名人として紹介するDVDを作成、学校に配布する授業名人制度

福井県教育委員会  
2019年6月

など



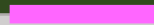


# インタビュー

## 福井県

### 教科ごとの取り組み

- ふくい理数グランプリの開催
- サイエンスラボから理科実験の映像配信



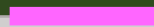
# インタビュー

## 福井県

### 教科ごとの取り組み

- 平成30年度より小学生の英語教育を先行実施
- 全ての中学校・高校にALT(外国語指導助手)を配置  
→生徒一人当たり全国一位
- 福井のことを紹介したオリジナル教材「福English」  
を県立普通科高校・県立定時制高校に配布

9月6日(金) 10時

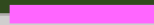


# インタビュー

インタビュー結果から

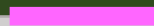
富山県と福井県での取り組みを踏まえ、  
さらにプランの検討を重ねる。

富山県  
福井県



# プランの課題分析

6/11/2024



# プランの課題調査

インタビューの申し込み

JTB中部北陸商品企画販売センター

やまさき さん

電話にて対応していただいた。

## ハードルが高いもの

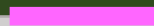
- ・ 学校でやる、ということ
- ・ 何をレクチャーするのか
- ・ 誰を対象とするのか
- ・ どう旅行に繋げるのか

とのご意見をいただきました。



# 学校再現プラン再々検討

6/11(金) 10:00  
10:30  
11:00  
11:30  
12:00  
12:30  
13:00  
13:30  
14:00  
14:30  
15:00  
15:30  
16:00  
16:30  
17:00  
17:30  
18:00  
18:30  
19:00  
19:30  
20:00  
20:30  
21:00  
21:30  
22:00  
22:30  
23:00  
23:30  
24:00



# 学校再現プラン再々検討 プランの魅力

## 行程

福井県教育総合研究所内の教室を利用

9時30分集合だと遠方からは間に合わない  
→遠い人でも来られる時間帯 10時集合

## 遠足先の選定条件

- ・ 団体でやることによって利益があるもの
- ・ 石川県、富山県()
- ・ めずらしいもの
- ・ ここでしかできないもの
- ・ 学習につながる

→いしかわ動物園 団体対象の裏側ツアーの催行OK

9月6日(金)  
福井県



# 学校再現プラン再々検討

## プランの魅力

### ターゲット

- ・勉強に対して抵抗のある小・中学生の子どもがいる親とその子ども

### →小学生のみに絞る

- ・部活などが少ないため時間が取れる
- ・親との時間を取りやすい  
→中学生より親の管理下にいる可能性が高い
- ・親の意志で旅行が決められる可能性が高い
- ・中学生は思春期の時期のため、親と授業を受けることを嫌がる可能性が高い



# 学校再現プラン再々検討 料金

## 1 回催行あたり収益モデル(30名参加と仮定)

昼食(2食分)  $3,500円 \times 30人 = 105,000円$   
消耗品・テキスト代  $1,000円 \times 30人 = 30,000円$

講師謝金(6名分)  $3,000円 \times 4名 = 12,000円$   
一人あたり 400円

遠足バス配車代 100,000円  
一人当たり 3,333円

遠足入場料 大人 730円  
小人 300円

1家族あたり宿泊費 9254円  
宿泊送客手数料10%  $9254円 \times 1.1 = 10,179円$

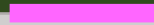
---

一人当たりの料金に粗利益率10%を加算 大人 9,860円  
子ども 9,390円

大人2名子ども2名+宿泊費 合計4名の家族の場合 49,700円

# 需要の調査

6/11/2016



# 消費者アンケート

## 消費者対象アンケート実施の検討

需要度や課題点を探るためのアンケート実施を検討

対象 : 小学生の子どものいる親

→プランは小学生の子どものいる家族対象のため。

実施方法 : 街頭で用紙に選択・記述

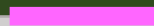
→アンケートサイトの見積もりが7万円以上であったため断念。  
声をかけ、回答してもらう。

質問項目数 : 3問

→少なめに設定し、回答しやすく。

謝礼 : 消耗品または食品を検討。コスト面も考慮。

→もらって嬉しいものを



# 消費者アンケート

## 消費者対象アンケート実施の検討

アンケート実施のための資料づくり

アンケート用紙

奈良県立大学 地域創造学部  
地域創造部

### 家族向け北陸旅行プランに関するアンケート

プランの内容をご覧になり、質問にお答えください。(全3頁)

①『北陸学習ツアープラン(仮題)』に参加してみたいと思えますか？

参加してみたい  参加したくない

②①で「参加したくない」に口をされた方にお伺いします。  
どのような点を改善したら、参加したいと思えますか？当てはまるものに✓をつけて、ご希望を記入してください。

料金設定を改良する  
[ 可くなるようにする ]

日程を改良する (例：集合の時刻を早くなる、2泊3日にする)

観光地を変更する、その他 (例：〇〇公園へ行く、〇〇体験をする)

その他

③その他、なにかご意見等ございましたらご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

### 親子で学校体験！北陸学習ツアープラン(仮題)

全国各地のベスト旅行先と多くの見どころと充実した宿泊施設を備え、ご家族みんなでいつもと違う「学校の授業」も体験するプランです。

＜ツアープランの仕組み＞

- お子さんにとって、勉強の楽しさを身近に感じるような体験に。
- 全国同時に学力の高い地域で、レベルの高い授業を受けられる。
- 教室で親子となり授業を受けるという貴重な機会にお子さんにも学習意欲を喚起。
- 親子で楽しむ学びの機会づくりです。
- ④「教室で授業を受ける」といった、お子さんと一緒に目で見て体験を大人になつてから体験することを通して、お子さんへの理解を促し、お子さんの学びへの学習の意義と、ご家庭での学習について楽しみながら考えていただくきっかけに。


＜料金プラン＞

- ・大人2名様
- ・20～30歳
- ・小学生まで
- ・団体バスツアー（観光会社や旅行代理店）
- ・小学生のお子さんのお母様

＜ツアープラン＞

授業や遊びからのお土産費と、お料理の費用(お昼とお昼ごはん)の合計です。

- ・大人2名様 お子さん2名様 合計4名様のお食事の場合 20,000円
- ・大人2名様 お子さん1名様 合計3名様のお食事の場合 18,000円
- ・大人1名様 お子さん2名様 合計3名様のご家族の場合 18,000円
- ・大人1名様 お子さん1名様 合計2名様のご家族の場合 16,000円
- その他 大人1名につき 10,000円 お子さん1名につき 15,000円 の料金となります。



### 親子で学校体験！北陸学習ツアープラン(仮題)

＜1日行程＞

1日目は、学校体験体験――

9:00～9:40 無料バスで出発  
9:40～10:30 朝ごはん  
10:30～11:30 1校目の学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
11:30～12:00 2校目の学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
12:00～12:30 お昼ごはん 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
13:00～13:30 3校目の学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
13:30～14:00 4校目の学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
14:00～14:30 学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
14:30～15:00 学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
15:00～15:30 学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
15:30～16:00 学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。  
16:00 学校 授業―授業の楽しさを体感し、先生から授業の楽しさを聞かせる。

2日目は、観光バスで移動し遊覧します――

9:00 観光バスで出発  
9:40～10:30 観光バスで移動  
10:30～11:30 観光バスで移動  
11:30～12:00 観光バスで移動  
12:00～12:30 観光バスで移動  
12:30～13:00 観光バスで移動  
13:00～13:30 観光バスで移動  
13:30～14:00 観光バスで移動  
14:00～14:30 観光バスで移動  
14:30～15:00 観光バスで移動  
15:00～15:30 観光バスで移動  
15:30～16:00 観光バスで移動  
16:00 観光バスで移動



アンケート資料/プラン内容

21年6月30日金曜日



# 消費者アンケート

## 消費者対象アンケート実施の検討

アンケート実施の許可取り

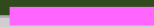
親子連れが多い場所を検討

→ショッピングモール



ショッピングモールにかかわる  
アンケートではないため**NG**

時間がなかったため急遽ネットフォームを作成し、実施



# 消費者アンケート

## 消費者対象アンケート実施の検討

### 質問項目

①小学生の子どもがいるか

はい・いいえ(選択式) →いいえの場合終了、はい→②へ

②プラン資料を見て行きたいと思うか

はい・いいえ(選択式)→ はい→③へ、いいえ→④へ

③魅力を感じた点 当てはまるものすべて選択 →⑥へ

・団体である点・ツアーである点・内容・行程・遠足先・食事・料金・対象地域

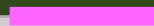
④改善すべき点 当てはまるものすべて選択

・料金を安く・料金を高く・行程を変更・遠足先を変更・その他

⑤4の点を具体的に回答 (記述) →⑥へ

⑥その他、意見など

9月6日(金) 15時



# 消費者アンケート

## 消費者対象アンケート実施

### アンケート結果

個人のFacebookアカウントでの拡散だったため回答数は4。

#### 課題点

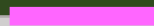
- ・参加してどの様な変化が期待できるかが分からない。
- ・1泊2日で1家族5万は割高
- ・授業を兼ねて、福井でしか体験出来ないようなフィールドワークと組み合わせたら魅力的かも
- ・石川も動物園ではなく、そこでしか出来ない体験なら魅力を感じる。

→コンテンツの不十分さが客観的に確認できた



再々々検討後の  
学校再現プラン

6/11(水) 10:00





# 学校再現プラン プランの全貌

参加しやすさの改善  
・ 行程の変更

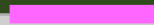
新規性・創造性  
・ 活用資源

魅力づくり  
・ 授業のコンテンツ

実現可能性  
・ 収益モデルと実現可能性調査

効果  
・ 実現可能性調査

周遊のスタイル  
・ 行って周ることが重要なのか



# 学校再現プラン

## 問題認識再掲

観光資源はたくさんあるが、  
その中に“北陸ならではの”の北陸3県に  
共通した観光資源が少ない。

小中学生 全国学力テスト正答率  
1位 石川県 3位 福井県 4位 富山県



北陸の学力・教育が新たな観光資源だ。

2024年6月9日



# 学校再現プランの全貌 コンセプト

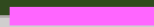
学力全国トップの地、北陸で

学びにつながる楽しい時間を過ごす。

どこかで繋がっている“学び”に気づくための  
きっかけをつくる。

様々な世代のクラスメイトと話せる場所。  
親子も、仲のいいあの子も、はじめましてのあなたも。

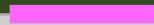
2025年6月9日  
田舎の未来



# 学校再現プランの全貌

## ターゲット

- ①“学び”の楽しさを知りたい親子
  - ②再び教室に戻って授業を受けてみたい大人
  - ③北陸の授業を知りたい人
- ②③は知的好奇心の高い所得の高い層



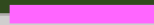
# 学校再現プランの全貌

## プランの1例を紹介

学力の高い北陸3県 それぞれの県で  
独自の授業スタイルの『学校再現プラン』を  
日にちをずらして催行。

→午後からの半日プランで翌日の県へ移動&観光を可能に。  
自由度を保った広域周遊観光に

北陸3県  
学校再現プラン



# 学校再現プランの全貌

## 行程

### 時間割

12:00～13:00	集合・昼食
～13:30	昼食終了 10分休憩
13:40～14:00	朝礼(昼礼) 5分休憩
14:05～14:50	1限 10分休憩
15:00～15:45	2限 10分休憩
15:10～15:55	3限 10分休憩
16:05～16:30	掃除 5分休憩
16:35～17:00	終礼
17:00～17:30	他県の同プラン紹介など

### 半日完結 募集型企画旅行

8:12東京駅発 北陸新幹線3時間半  
11:49福井駅着、春江駅まで11分

8:40大阪駅発 サンダーバード2時間10分  
10:30福井駅着、春江駅まで11分  
(大阪駅から快速・新快速乗継で福井駅3時間半)

東京から到着は早くて12時前後  
→そのまま集合・開始は空腹に。

⇒12時～13時集合  
食育の地、福井で給食を食べる

午前中はフリー。はやく来て遊ぶのよし、  
ゆっくり来るもよし。

宿泊して次の県で授業受ける、  
別のところを回るのもよし。

2025年6月6日(日) 福井県立大学

# 学校再現プランの全貌

## 規模・広域周遊

### 規模・頻度

- ・ 日にちをずらすことで、北陸の他県の授業を受けに行くことができる → **広域周遊ができる**

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
富山	石川	福井		石川	福井	富山
8	9	10	11	12	13	14
	福井	富山	石川		富山	石川
15	16	17	18	19	20	21
福井		石川	福井	富山		福井
22	23	24	25	26	27	28
富山	石川		富山	石川	福井	
29	30					

2月・3月

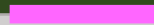


# 学校再現プランの全貌 コンテンツ

## 創造性＝独自性

北陸の、その県“ならでは”を凝縮した独自性を持った授業を実施

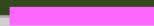
→北陸の授業のおもしろさがプランの魅力。





# 学校再現プラン 福井Ver.

福井県立  
福井大学  
附属  
小学校



# 給食

給食と同じメニューを提供

班になって楽しく食べる

給食調理を手掛ける地元ケーターリング会社に依頼

効果

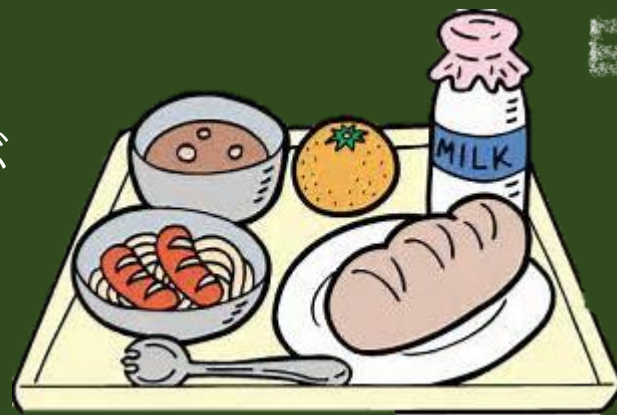
班で食べることによって初対面の人と

コミュニケーションが取れるほか、

はしの使い方やあいさつなどを学ぶ

機会となり食育効果にもつながる

※福井は食育の先進地域



# 給食

## 福井県の食育

福井県は初めて食育の必要性を説いた石塚左玄(いしづか さげん)の出身地。

昔から食育が重要視されてきた。

小浜市では2001年に食のまちづくり条例を制定。

食のまちづくり課を設置し、御食国若狭おばま食文化館を拠点に障害食育事業に取り組んでいる。



福井県 食文化 2024年6月

# 朝礼

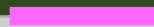
- 参加者同士の交流(アイスブレイク)

体育の授業で行われているグーパー体操、ボール投げを実施する。

福井県では運動不足解消のためにグーパー体操を実施している。また、肩が弱い人が多いため、改善のためにボール投げ指導を行っている

- プラン行程の説明

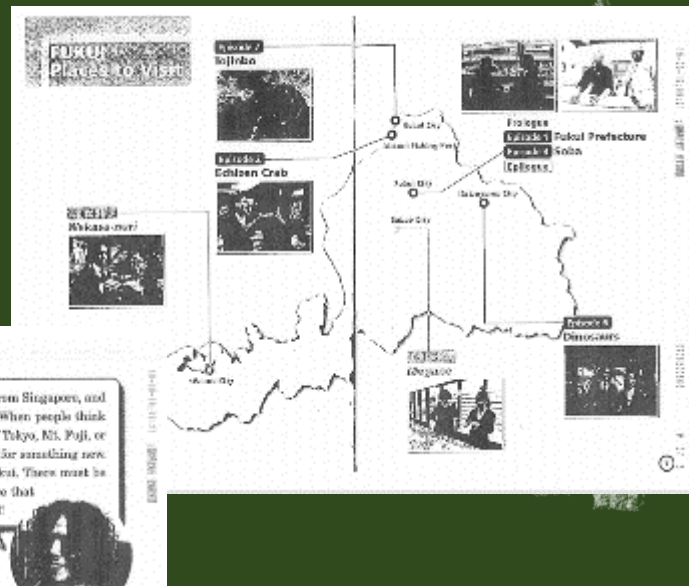
一日の流れをここで説明する



# 一時間目 英語

日本人教師1人、ALT(外国語指導助手)の先生1人で行う

- 福井県オリジナル教材「福English」を再現  
福井に関する英単語を使った「福English小学生版」を解いてもらう
- 英語を使ったゲームを実施



**Episode 1**  
**Fukui Prefecture**

**Keywords**

**Travel Slogan**

**おはよう**  
おはようございます  
おはようございます

**おはよう**  
おはようございます  
おはようございます

**おはよう**  
おはようございます  
おはようございます

**Comprehension Questions**

1. What is the name of Fukui Prefecture?

2. How many cities are there in Fukui Prefecture?

3. How many towns are there in Fukui Prefecture?

4. How many villages are there in Fukui Prefecture?

5. How many municipalities are there in Fukui Prefecture?

6. How many cities are there in Fukui Prefecture?

7. How many towns are there in Fukui Prefecture?

8. How many villages are there in Fukui Prefecture?

9. How many municipalities are there in Fukui Prefecture?

10. How many cities are there in Fukui Prefecture?

**Prologue**

My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Fukui English**

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

**Handic Phrase**  
My name is Alex. I'm from Singapore, and I plan to work in Japan. When people think of Japan, they think of Tokyo, Mt. Fuji, or Kyoto. But I'm looking for something new. That's why I chose Fukui. There must be something exciting here that I can show to the world!

出典：福井県「福English」

# 二時間目 理科

ふくい理数グランプリを再現し、三人一組で行うグループ学習の形態をとる

実験の結果を予想する問題が出される



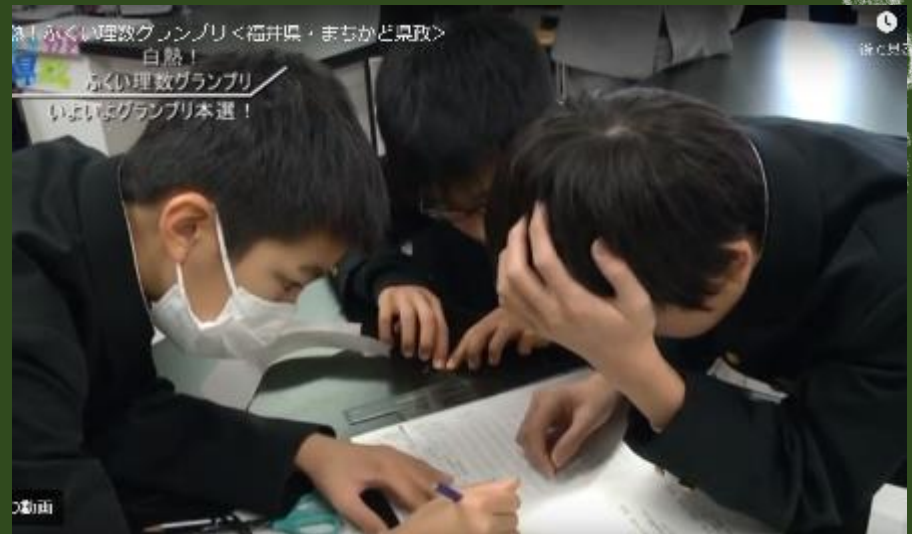
三人で答えを考える



出した答えと過程をプレゼン



実験を見て答え合わせ



出典：<https://www.youtube.com/watch?v=6SUGMJOf3DY>

9月6日



# 二時間目 理科

ふくい理数グランプリとは？

対象

福井県内の小学5・6年と  
中学全学年

概要

個人やグループで課題  
を解く力やプレゼン力を育成する  
目的で開催されている  
三人一組で応募し、予選を通過  
したチームが本選で競い合う



ふくい理数グランプリ

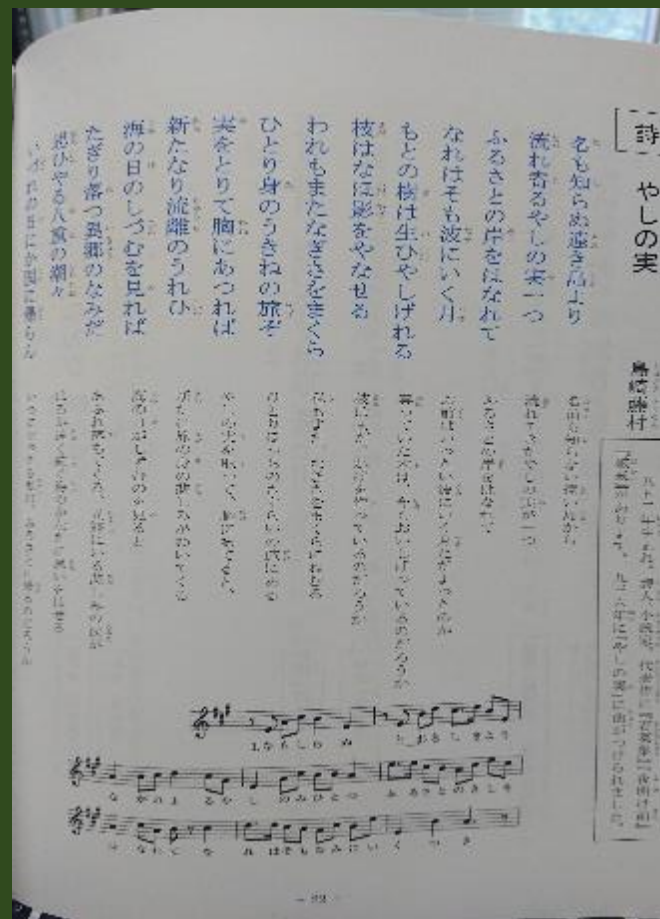


# 三時間目 国語

- 「古文音読・暗唱ノート」に載っている歌を歌う
- 福井県にゆかりのある作品の音読

## ※古文音読・暗唱ノート

福井県に関する古典文学作品を掲載した、福井県教育委員会オリジナル教材



出典：福井県「古文音読・暗唱ノート」

福井県教育委員会



# 三時間目 国語

## 古文音読・暗唱ノート

福井にゆかりのある古典文学作品を紹介した福井県教育委員会オリジナルの教材。

ふるさと教育の一環として「福井の先人100人テキスト」とともに福井県内の小学校、中学校で導入されている



古典音読・暗唱ノート  
(右2冊)

福井にゆかりのある  
古典文学作品を掲載

福井の先人100人テキスト  
(左)

福井にかかわりがある  
偉人を紹介

ふるさと福井  
三時間目

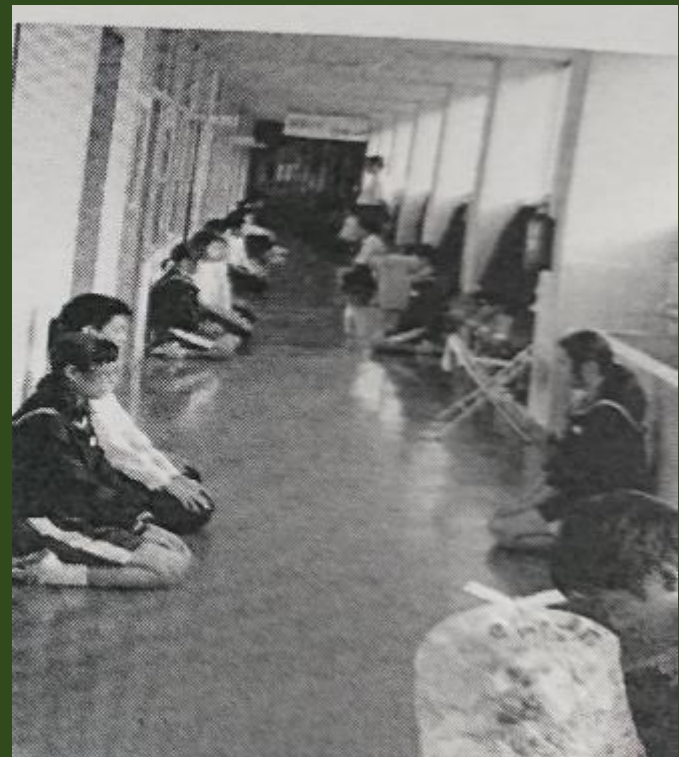


# 掃除

25分間無言で、ほうきを使わずに清掃

→福井県では創自(自分を創る時間)として大事にされている

床を掃くのではなく床を磨く = 心を磨くという考え方



出典：福井県教育委員会からの提供資料

9月6日金曜日

# 終礼

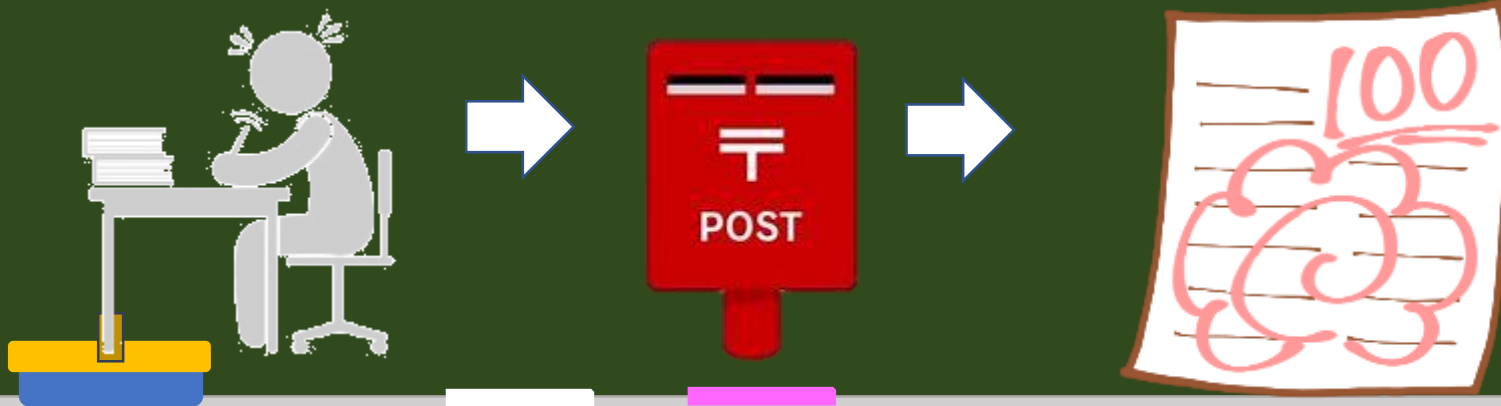
## 宿題

参加者に宿題を出す

福井県の小学校では「夏休みの完成」というワークに加えて「**夏休みの友**」というオリジナルの冊子が宿題として出されるため、宿題が多いのが恒例である

→家庭学習を重視しているという県の特徴が出ている

宿題は帰ってから取り組み、封筒で郵送する  
後日先生から添削した宿題が返却される



# 学校再現プランの全貌 富山県Ver.



給食 教室到着後、班になって楽しく食べる

昼礼 当日の行程・校則の連絡

1時間目 算数富山オリジナル『B問題に挑戦』  
班の人とアクティブラーニングに挑戦。

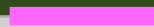
2時間目 『授業の達人』のDVDを鑑賞。先生のお仕事体験で『14歳の挑戦』を再現！

3時間目 やる気を高める声かけで『みずから学ぶ力』を身に付ける！『家庭学習のすすめ』をクラスメイトと実践。

掃除  
終礼 宿題配布、翌日以降の県の授業紹介など。



9月6日(金) 富山県立総合教育センター



# 学校再現プランの全貌

## 収益モデル

CVCAモデル

運営主体：地元NPO団体版

通信費 1か月 5,000円  
1月当10回催行 1回 500円

施設提供  
施設利用費 1回 9,000円

教育委員会

教育ノウハウ

先生派遣の申請

先生派遣要請

配食

支払い

給食配食

昼食代 1,000円×人数

地元NPO団体

謝礼

教員 1人 10,000円  
ALT 1人 3,000円

協力

退職した教員

パンフ・WEB  
広報活動

サービス

支払い

消耗品 1人  
300円×人数

宿題 1単位分  
宿題謝金 1人謝礼  
4,000円  
授業

消費者  
(客)

提出

宿題送料 400円×人数

返却

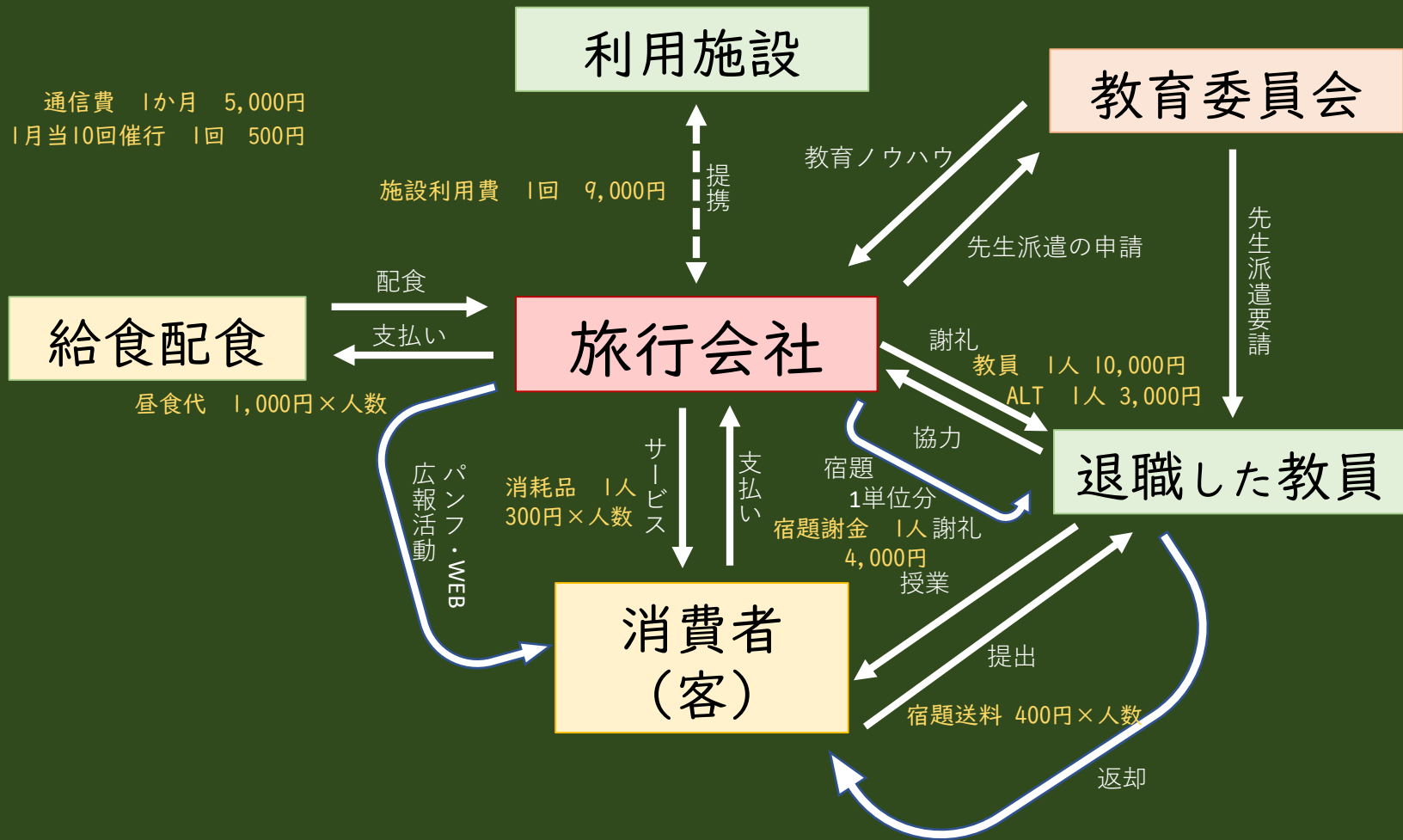
2月9日  
10時



# 学校再現プランの全貌

## 収益モデル

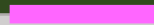
CVCAモデル 運営主体：旅行会社版



2月9日金曜日



# フィジビリティスタディによる分析 ～実現可能性の検証～



# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

フィジビリティスタディとは...

事業の採算性を調査・検証すること



何人来る？

いつ黒字に？

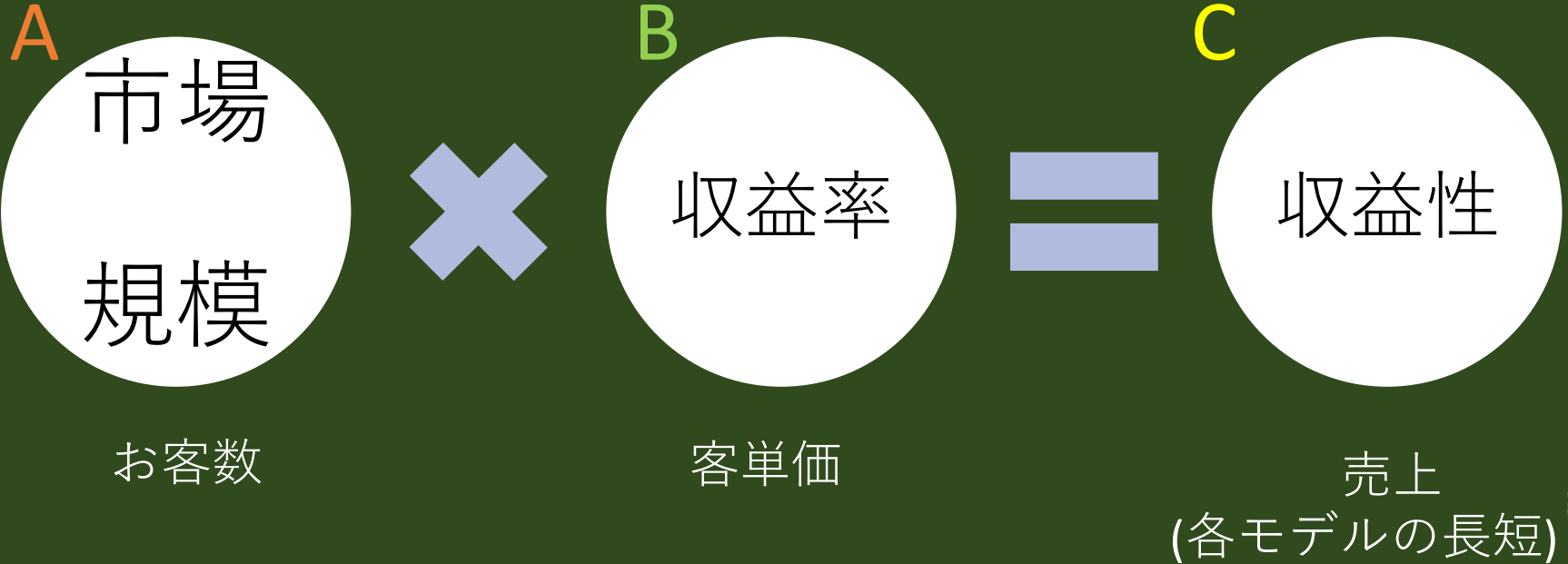
投資額は？





# フィジビリティスタディによる分析

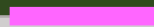
## 実現可能性の調査



2024年6月9日  
第1回全体会



想定する事業主体(NPO・旅行会社)ごとに検証

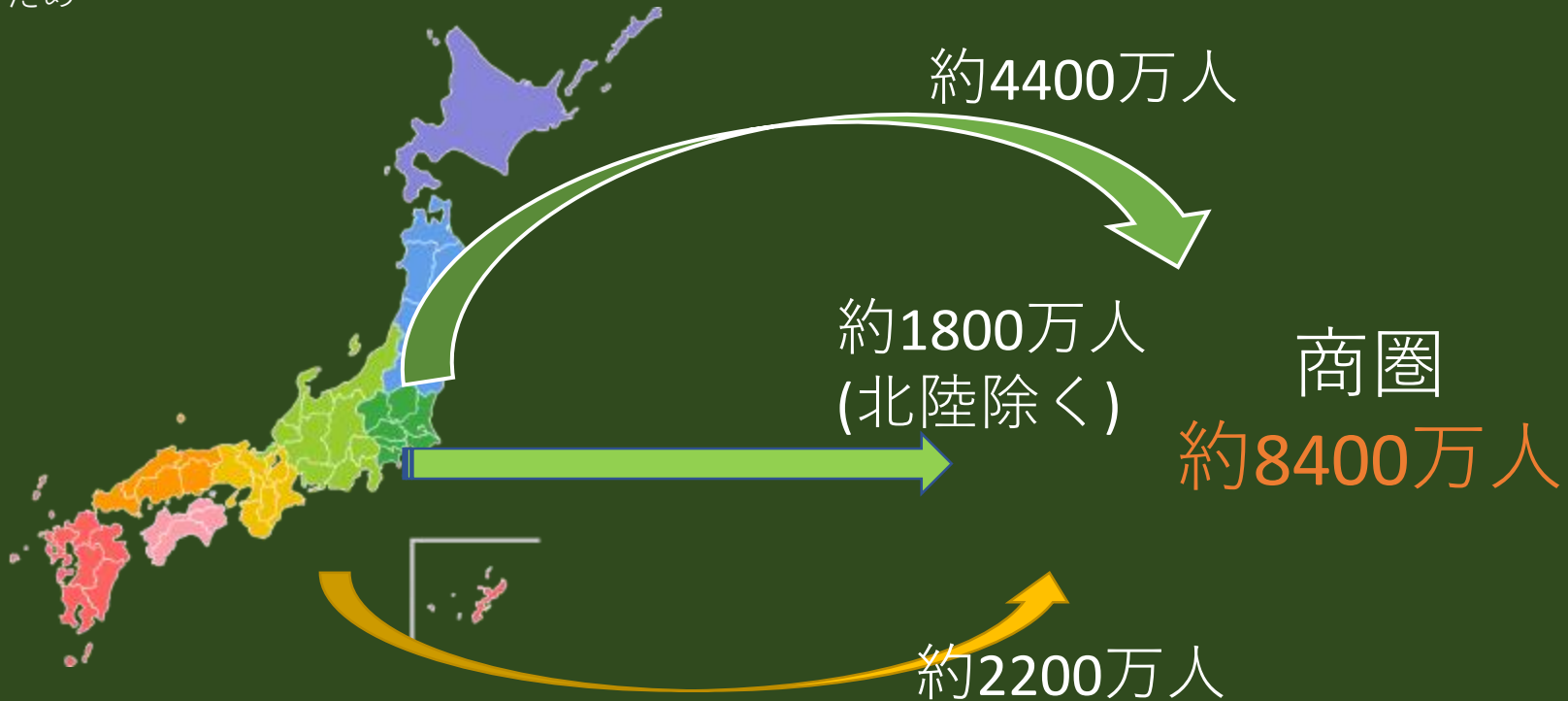


# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

市場規模 → 近畿 関東 中部を主な商圈として

設定理由：交通の利便性(新幹線等)から、他地域と比べ北陸が観光の対象となりやすいと考えられるため



2025年6月9日

A

# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

メインターゲット → 親子や教育に強い関心がある方

設定理由：プランの提供する価値が教育効果等であることから、親子や、年収と教育投資費の相関から高年収層などを主なターゲットとして、捉えている

親子数：8400万 × 0.25 = 2100万

(100世帯あたりの子持ち世帯数が25世帯であることから、おおよそを推定)

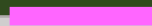
高年収層：8400万 × 0.05 × 0.8 = 336万

(高年収 = 年収700万円以上と仮定 その人口割合が5%であることと、高年収だが教育への関心が薄い人を考慮し倍率をかけ、推定)

ターゲット層：約2400万人

(子持ち世帯かつ高年収層である人を除いたおおよその数)

お金の未来



# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

期待観光客数 → 広報による認知度と興味を持つ確率に依存

NPOモデル： $2400万 \times 0.001 \times 0.01 = 240人$

旅行業者モデル： $2400万 \times 0.01 \times 0.03 = 7200人$  が期待できる

設定理由：NPOと旅行業者では事業規模とノウハウの差から、広報力と認知されたときに消費行動を促す力に差があると仮定し、認知確率等に差をつけた。

	認知確率	消費行動確率
NPO	0.1%	1%
旅行業者	1%	3%

注：ただし、1年目からすぐに表記確率に到達するものではなく、3年程度かかるものとする。

# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

**B** 収益性 → 事業主体別に2モデル(実施主体の検討)

NPOと旅行業者、それぞれの外部利害関係者を整理

誰とどれくらいお金のやり取りをしているか視覚化、売上、費用を出し収益のシュミレーションを行う



NPO

OR

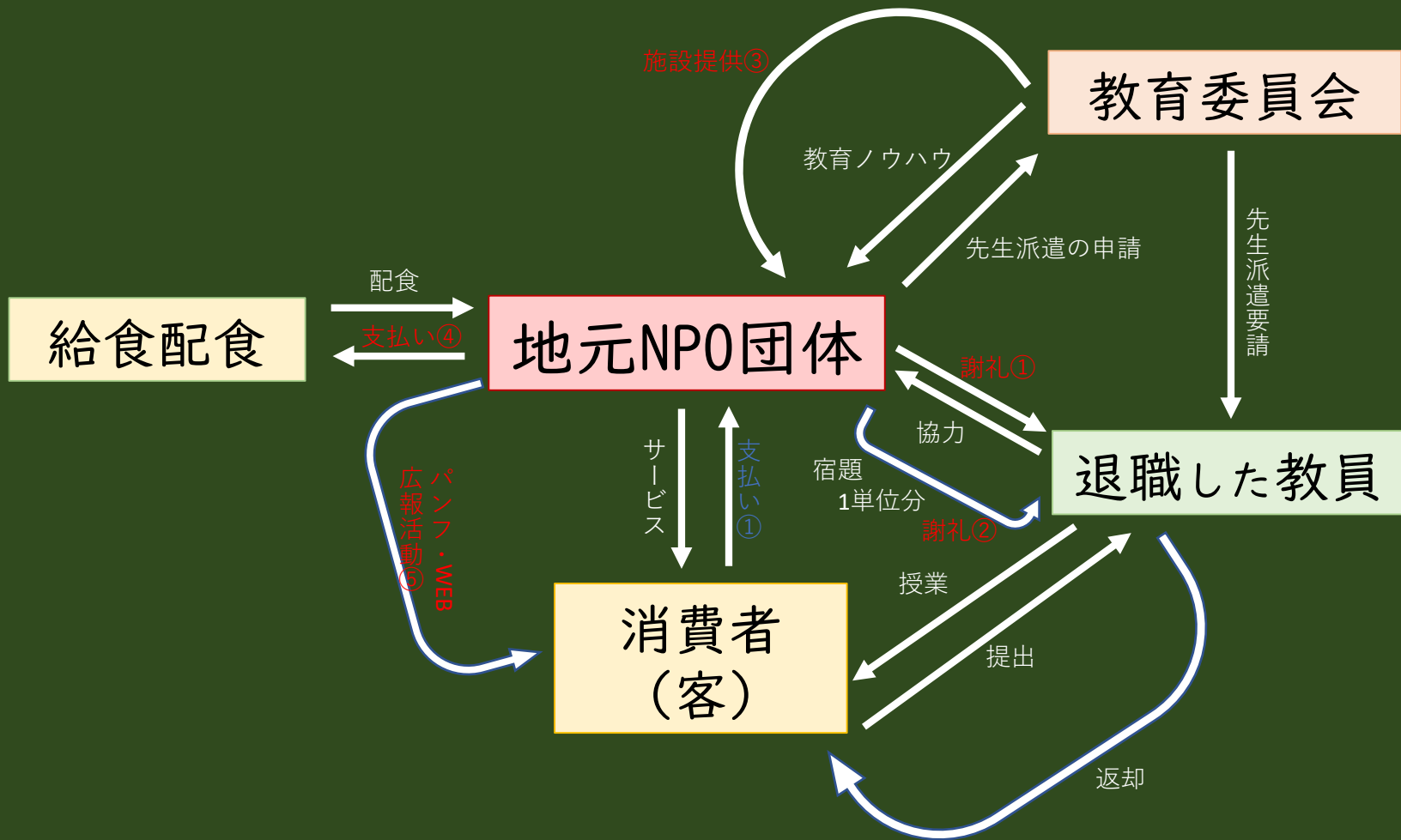


Travel Agent?



# NPOモデル：1施設運用型 キャッシュフロー(1回あたり)

注 青字：売上 赤字：支払金 運営主体の従業員支払い除く



2019年9月  
第1回

# フィジビリティスタディによる分析

実現可能性の調査

NPOモデル：プラン1回あたりの費用算出  
(プラン価格・損益分岐点導出)

仮定：価格8,000円 1施設週1回で年48回開催  
定員30人で期待値×0.75人が初年度で訪れる

1日あたりの費用は...

NPO	1回あたり固定費	1回一人あたり可変費	1人当売上	備考
費用名				
講師謝礼①	10,000			
補助講師謝礼①	3,000			
採点謝礼②	4,000			
施設利用料③	9,000			施設利用1,500/1h*6
広告費⑤	1,200			売上144万*8%/96
通信費⑥	500			月額 4,000換算
弁当代④		1,000		
採点送料⑥		400		
消耗品⑥		300		
	27,700	1,700	8,000	

6ヶ月間の  
準備期間

B

# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

NPOモデル：プラン1回あたりの費用算出  
(プラン価格・損益分岐点導出)

初年度の費用は...

6月  
7月  
8月  
9月  
10月  
11月  
12月  
1月  
2月  
3月  
4月  
5月

NPO(週1回開催)	値	
年間固定費	1,329,600	
傾き(変動費/売上高)	0.2125	損益分岐点
年間売上高	1,440,000	1688380.952
年間変動費	306,000	観光客数
粗利益	-195,600	180

売上高：約140万

粗利益：約-20万

損益分岐点：約169万

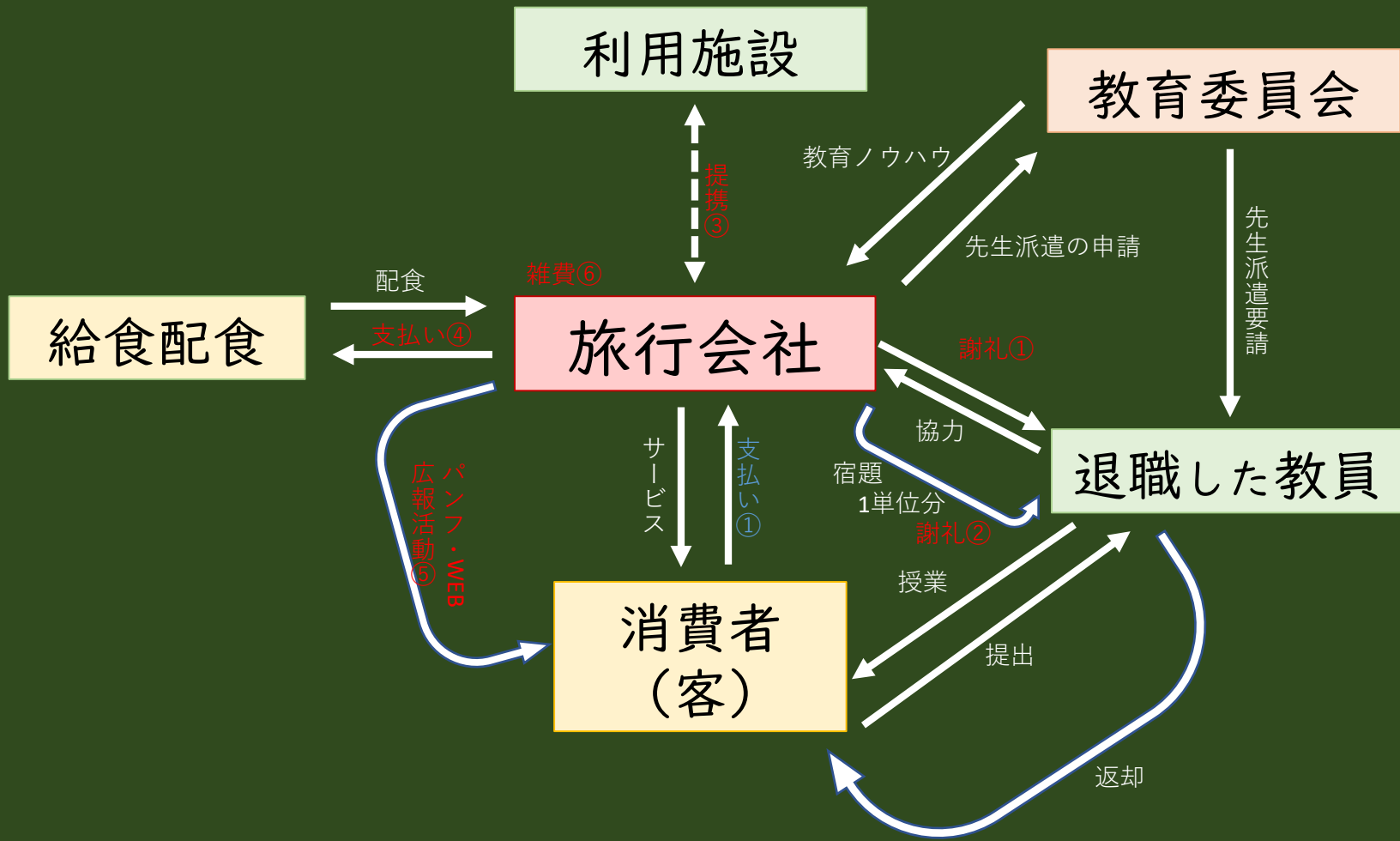
1年目では損益分岐点を下回る

C



# 旅行会社モデル：同型3施設運用 キャッシュフロー(1回あたり)

注 青字：売上 赤字：支払金 運営母体の従業員支払い除く



2024年9月  
現金目録

# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

旅行業者モデル：プラン1回あたりの費用算出  
(プラン価格・損益分岐点導出)

仮定：価格5,000円 3施設週2回で年288回開催  
定員30人で期待値×0.5人が初年度で訪れる

1日あたりの費用は...

旅行業者	1回あたり固定費	1回一人あたり可変費	計総費用	備考
費用名				
講師謝礼①	10,000			
補助講師謝礼①	3,000			
採点謝礼②	4,000			
施設利用料③	6,000			年間契約1,000/1h*6
広告費⑤	5,300			売上1,900万*8%/288
通信費⑥	500			月額 4,000換算
弁当代④		1,000		
採点送料⑥		300		
消耗品⑥		400		
	28,800	1,700	1,700	

2025年6月



# フィジビリティスタディによる分析

## 実現可能性の調査

初年度の費用は...

旅行会社モデル：プラン1回あたりの費用算出  
(プラン価格・損益分岐点導出)

6月10日

旅行業者	値	
年間固定費	8,294,400	
傾き(変動費/売上高)	0.34	損益分岐点
年間売上高	19,200,000	12,567,000
年間変動費	6,528,000	観光客数
粗利益	4,377,600	3,840

売上高：約1900万

粗利益：約440万

損失分岐点：約1250万

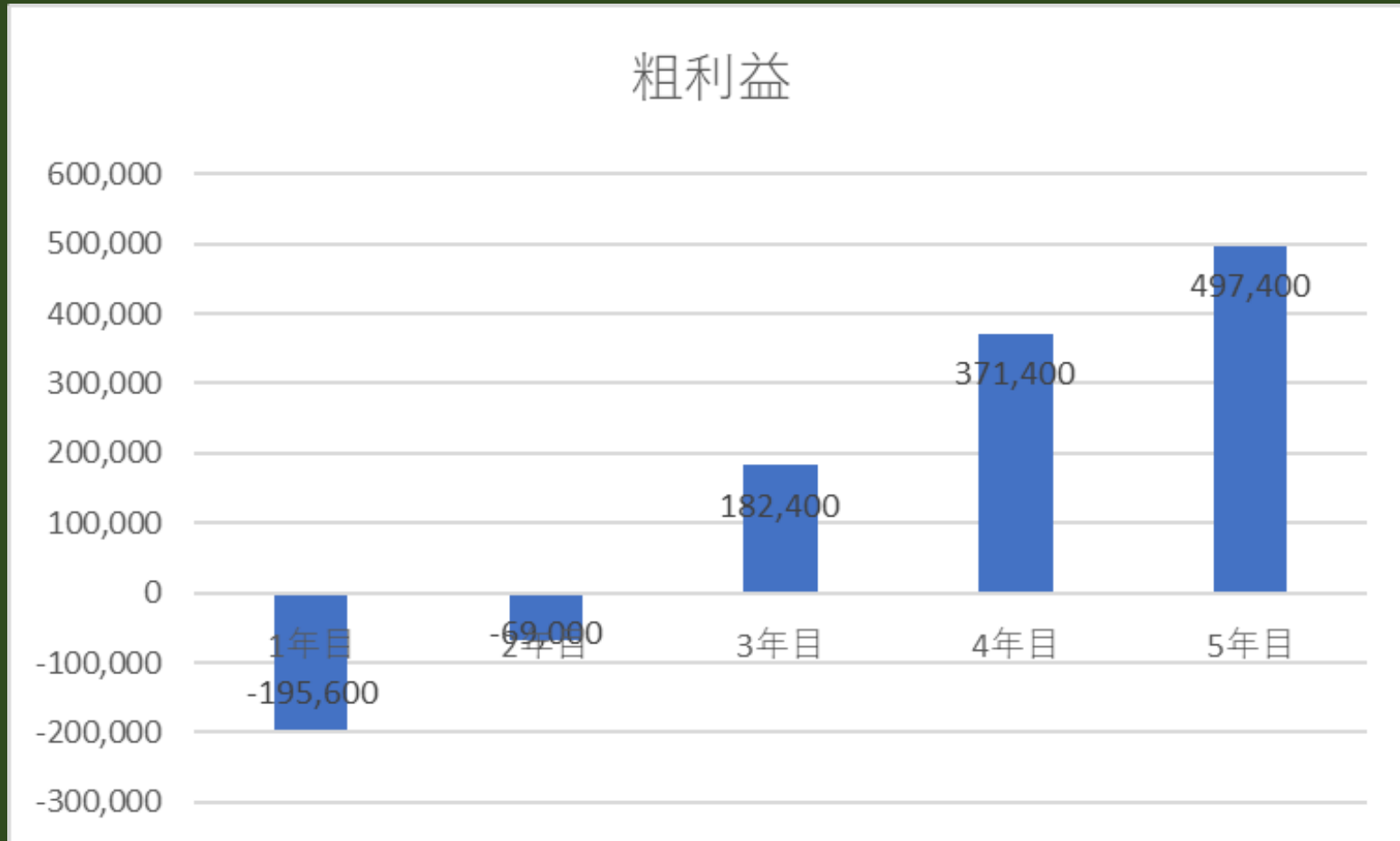
売上高が損失分岐点を上回り、1年目から黒字営業が可能！

C

# フィジビリティスタディによる分析 実現可能性の調査

投資回収予測

NPO：3年目で黒字化し、4年目で累積負債を回収可能！



社会福祉協議会

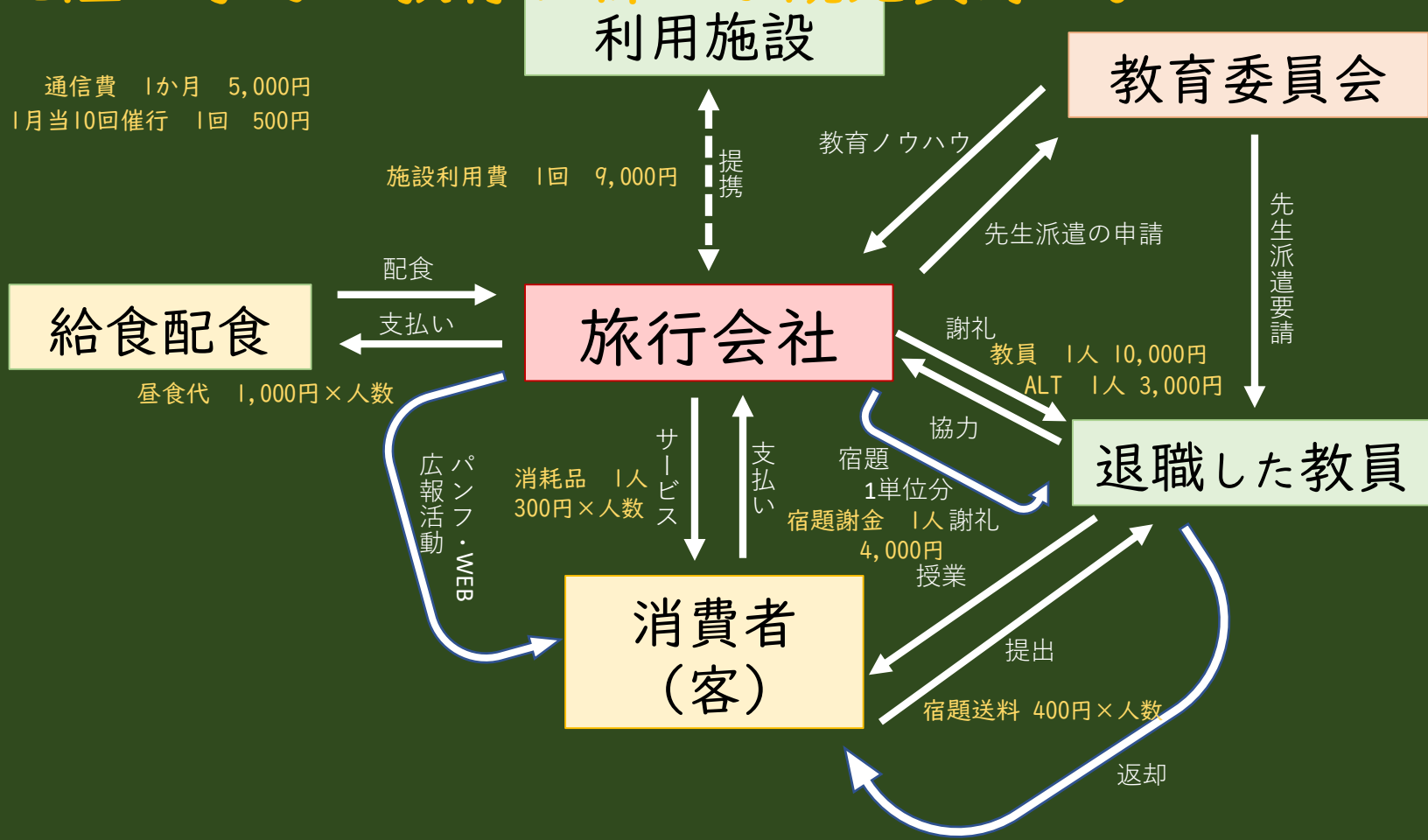
# フィジビリティスタディによる分析 実現可能性の調査

## 投資回収予測

旅行会社：1年目から黒字化し、投資を回収可能



広域周遊→地域の経済波及効果をもとめることが目的  
 地域の経済的・火経済的な活性化が可能  
 北陸の学力・教育が新たな観光資源だ。



2024年9月9日

