

令和6年度「スポーツによる地域活性化・まちづくりコンテンツ創出等総合推進事業」
(スポーツツーリズムコンテンツ創出事業)

「HOKKAIDOで雪活ワーケーション」 -豪雪地帯における「あそび」「生活」体験コンテンツの単体造成-



成果報告発表会資料

令和7年2月28日

事業者名：北海道教育大学岩見沢校



内容

1. 趣旨・概要・目的
2. 実施体制
3. 取り組んだ課題（背景）
4. 取り組み（モニターツアー、動画作成、会議等）
5. モニターツアー
6. KPIと検証方法・結果
7. アンケート結果
8. 新たな課題と改善点
9. 次年度の自走化に向けた取り組み案



1. 趣旨・概要・目的

事業の趣旨

北海道ならではの暮らしの中にある「遊び」と「生活」を生かし、ワーケーションなどの多様な働き方と組み合わせて、新しいアウトドアスポーツツーリズムのモデルを提案します。また、大学の強みを生かし、これまでの教育や研究の経験をもとに、地域の特色を活かしたプログラムを開発し、観光客を呼び込むことを目指します。その効果は、調査や満足度アンケートを通じて検証します。

事業の概要

雪の降らない地域に住む若年層から中年層の個人や家族（中間層）を対象に、モニターツアーを実施します。このツアーを通じて、プログラムの内容を整え、参加者のニーズを把握します。また、スノーシューやそり遊び、イグルー作りなど、初心者でも気軽に楽しめるアウトドアアクティビティを提供します。これらは、市街地近郊のフィールドや大学キャンパス内の原生林を活用し、体験を通じたコンディショニング効果も測定します。さらに、除雪作業や地元食材を使った食事など、雪国ならではのライフスタイルを取り入れ、地域住民や学生との交流を通じて相互理解を深めます。また、活動を通して、コンテンツのプロモーション動画を作成します。動画は、本学の公式YouTubeチャンネルを活用し、国内外に向けた情報発信を行います。

事業の目的

冬のアウトドアツーリズムを通じて、雪国ならではの遊びと生活体験を提供し、観光誘客を促進します。これにより、地域住民の雪に対する意識を前向きにし、地域課題の解決にも貢献します。また、心身をリフレッシュさせるプログラムとして、コンディショニング効果が期待され、人々のウェルビーイング向上にもつながるコンテンツを開発します。

2. 実施体制

大学教員のプロジェクトチームを中心に、外部有識者、民間業者との連携・協力により実施。

北海道教育大学岩見沢校（実施主体）

山田 亮	スポーツ文化専攻教授	プロジェクトリーダー
武田 丈太郎	芸術・スポーツビジネス専攻 准教授	プロジェクトサブリーダー
山本 理人	スポーツ文化専攻教授	教育的観点での考察
鈴木 哲平	芸術・スポーツビジネス専攻 准教授	データ分析、イベント企画担当
志手 典之	スポーツ文化専攻教授	コンディショニングアドバイザー
袴田 悟司	広報・連携推進グループ係長	事業の広報及び地域との調整担当

【自治体関係】

- 岩見沢市教育委員会（調整協力）
 - 岩見沢観光協会（調整協力）
- #### 【地域の関係団体】
- NPO法人山のない北村の輝き
 - いのきた
（地元食材の提供、農泊等の助言）

【民間関連団体等】

- **北海道グレートアドベンチャー**
アウトドアを専門のアクティビティを担当
※ 1月モニターツアーを実施
- **共創資産研究所**
自然体験活動、環境教育を中心にアウトドア
プログラムの開発と実践を行っている。
※ 2月モニターツアーの協力
- **北海道宝島旅行社**
外国人観光客に向けてオーダーメイドツアー
の造成・各種旅行サービスを提供している。
※ 次年度以降の販売想定についての協力

東京学芸大学（雪に馴染みのない学生の参加協力）

小森 伸一	東京学芸大学健康スポーツ科学講座教授	参加学生の指導、 フィードバック
角田 貴世	NPO法人東京学芸大子ども未来研究所 研究員	参加学生の指導、 フィードバック

3. 取り組んだ課題1

岩見沢市の魅力と観光の可能性

岩見沢市は、豪雪地帯として報道されることが多いものの、ニセコや富良野のようなスノーリゾートがなく、観光地としての認知度は高くありません。そのため、観光客を呼び込むのに課題を抱えています。

雪国では「克雪（雪に打ち勝つ）」「利雪（雪を活用する）」「親雪（雪と親しむ）」という考え方がありますが、少子高齢化が進む自治体では、雪はどうしても市民の生活にとってネガティブな存在になりがちです。

しかし、岩見沢市は札幌から公共交通機関で1時間弱とアクセスが良く、豊富な雪を観光資源として活用できる可能性を秘めています。また、芸術やスポーツに特化した「北海道教育大学岩見沢校」があり、市と連携協定を結んでいるため、観光客向けに付加価値のあるプログラムを提供できる環境が整っています。

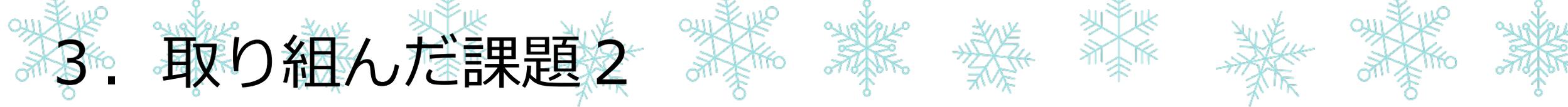
	札幌	小樽	千歳	岩見沢	旭川
観光入込客数 (千人)	937.1	761.2	1895.4	609.2	473.5
積雪深 (cm)	69	96	27	132	45

札幌を中心として、公共交通機関で1時間弱で移動可能な都市における積雪状況を比較しても、岩見沢市は突出して雪が多い。

道内全ての空港（函館、旭川、稚内等）を起点にしても、最も手軽に雪に触れられる都市といえる。



今年の冬は札幌に雪がなかったため、多くの外国人が、雪をみる目的だけで岩見沢市を訪れる事態となった。



3. 取り組んだ課題2

オーバーツーリズムと初心者向けアクティビティの不足

北海道は美しい自然や豊かな食文化、ウィンタースポーツで国内外から多くの観光客を集めています。特に、札幌、小樽、函館、富良野、美瑛などが人気です。一方で、観光客の急増によって、オーバーツーリズムの問題が顕在化しています。例えば、富良野や美瑛では、観光客が無断で私有地の畑に侵入したり、道路の真ん中で撮影がおこなうなど、地元住民の日常生活に支障を与えるケースが増加しています。そのため、自治体は観光スポットに監視カメラを設置するなど、新たな対策に乗り出さなければならなくなっています。

ウィンタースポーツでは、ニセコのほか、富良野やトマムにも数多くの外国人が集まっています。バックカントリーを目当てに来日するスキーヤー・スノーボーダーは十分に楽しむことができますが、初心者向けのアクティビティは限られており、誰もが楽しむことができているとは言い難い状況です。

日本の雪を楽しんでもらうことはもちろん、知名度の高い地域への集中を避けるためにも、特別な準備が必要ではなく簡単に楽しむことのできる初心者向けアクティビティを開発することが必要です。

美瑛町の
オーバー
ツーリ
ズム問
題



5選
ジャ
ー・
体験
おす
すめ

冬
の遊
び・
アク
ティ
ビティ
・レ
ジャ
ー

アクティビティ	
1	ワカサギ釣り
2	スノーシュー・スノートレッキング
3	ホエールウォッチング
4	スノーモービル
5	バックカントリー

出典（上）：ジチタイワークスWEB (<https://jichitai.works/article/details/2667>)

参考（下）：アクティビティジャパン (<https://activityjapan.com/feature/winter6activity5/>)
「冬ならではの体験 | 冬の遊び・アウトドアアクティビティ・レジャーの人気ランキング」

4. 取り組み内容 1 (モニターツアー)

モニターツアーを以下の2つのパターンで実施し、提供する観光コンテンツに対する消費ニーズや満足度を測定し、今後の観光施策の改善や新たな企画立案に活用しました。

①日帰りの短期モニターツアー (計2回)

短期間での体験で、訪問者のアクティビティへの満足度、ニーズを測定。一般募集による参加者で実施した。

②3泊4日の滞在型モニターツアー (1回)

滞在時の地域での過ごし方や、消費行動を測定することを目的とした。参加者の構成は、予め協力依頼した東京の大学生と、子育て世帯のファミリーで実施。

▼モニターコンテンツ (1回目)

概要	初心者用スノーアクティビティ 日帰りツアー
会場	岩見沢市 (大学内)
開催日	2025年1月26日・27日の各1日
ターゲット	一般希望者
モニター参加人数	9名 (26日5名 27日4名)

▼モニターコンテンツ (2回目)

概要	3泊4日の短期滞在 初心者用スノーアクティビティ 雪国の生活様式体験
会場	岩見沢市テレワークセンター
開催日	2025年2月10日～13日
ターゲット	ウインタースポーツ初心者、子育て世代
モニター参加者	大学生8名 家族連れ2組5名
モニター参加人数	13名

4. 取り組み内容 2 (動画制作)



プロモーション動画の制作

アクティビティや、雪国のライフスタイルをイメージできるプロモーション動画（英語字幕）を制作し、本学の公式YouTubeチャンネルにアップロードすることで、国内外に向けて情報発信



4. 取り組み内容3 (プロジェクト会議)

モニターツアー実施に向けたプロジェクト会議を複数回実施

	実施内容
10/11 (月)	第1回プロジェクトチーム会議 (民間部門) 〔場所〕 北海道教育大学岩見沢校 〔参加者〕 北海道教育大学岩見沢校 (山田、武田、山本、鈴木、袴田)、北海道グレートアドベンチャー (岸)、共創資産研究所 (白川)、北海道宝島旅行社 (林)、※東京学芸大学 (小森) オンライン 〔実施内容〕 <ul style="list-style-type: none">・事業全体像の共有と、コンテンツの検討を行なった。→引き続き検討する・現地の下見を行なった。
10/21 (火)	第2回プロジェクトチーム会議 (モニター協力機関部門) 〔場所〕 北海道教育大学岩見沢校 〔参加者〕 北海道教育大学岩見沢校 (山田、武田、山本、鈴木、袴田) 東京学芸大学 (小森、角田) 〔実施内容〕 <ul style="list-style-type: none">・現地の下見を行なった。・モニターツアーに関するコンテンツ等の方向性の確認を行った。
12/18 12/23 (水)	第3回プロジェクトチーム会議 (モニターツアー実施) 〔場所〕 北海道教育大学岩見沢校 〔参加者〕 北海道教育大学岩見沢校 (山田、武田、袴田)、北海道グレートアドベンチャー (岸) 〔実施内容〕 <ul style="list-style-type: none">・1月実施モニターツアーの現地の下見を行い、補助スタッフ等と確認を行なった。・ツーリズムにおけるエンタメ要素などについて意見交換を行なった。
1/31 2/1 (木)	第4回プロジェクトチーム会議 (モニターツアー実施) 〔場所〕 北海道教育大学岩見沢校 〔参加者〕 北海道教育大学岩見沢校 (山田、武田、袴田)、共創資産研究所 (白川) 〔実施内容〕 <ul style="list-style-type: none">・スタッフとともに現地の下見を行い、モニターツアー実施に向けた最終確認等を行なった。・コンテンツ内容の精査と価格帯の検討を行った。

5-1. モニターツアーの行程（1月）

実施概要

タイトル	札幌発、2日間限定！岩見沢のモニターツアー
コンセプト	北海道の豪雪地帯「岩見沢」で、真冬の自然を満喫する特別なモニターツアー。 プロのガイドがご案内するスノーシュー体験と、地元食材を使った特製ランチで、岩見沢の冬の魅力を体験！
運営	ガイド：北海道グレートアドベンチャー 代表：岸浩明 施設・用具：北海道教育大学岩見沢校
参加者	9名（1月26日：5名，27日：4名）
場所	北海道教育大学岩見沢校 利根別原生林

スケジュール

時間	行程
8時30分	札幌駅集合
10時00分 ～ 12時00分	スノーシュー体験
13時00分 ～ 14時00分	昼食 「蕎麦と天ぷら ゆずき」
15時00分	解散

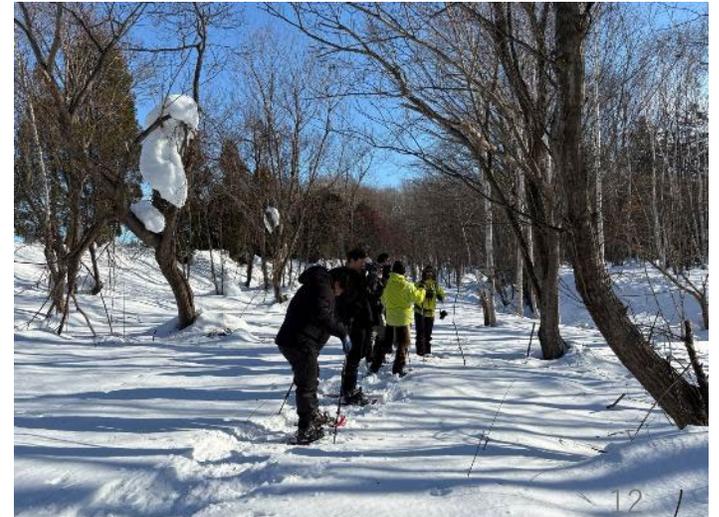
5-1. モニターツアーの行程（2月）

実施概要

タイトル	HOKKAIDOで雪活ワーケーション モニターツアー
コンセプト	冬の北海道では当たり前前の「生活」と「遊び」を基本とした、一人一人の多様な幸せ（well-being）に向き合うことができる、アウトドアライフスタイルを体験！
運営	北海道教育大学岩見沢校 連携協力：東京学芸大学，共創資産研究所
参加者	13名（大人11名、子ども（5歳児）2名）
場所	北海道教育大学岩見沢校 岩見沢市テレワークセンター 宝水ワイナリー

日次	行程
1	午前：移動、集合（新千歳空港） 午後：オリエンテーション、スノーシュー、スノーハイク、レクチャー（雪と氷の関係） 夕方：夕食 夜：宿泊施設（TWC）着
2	朝：除雪 午前：イグルー作り、雪遊び 午後：アラカルトプログラム 夕方：北村温泉
3	朝：除雪 午前：ソリ遊び、スノーシュー（宝水ワイナリー） 午後：アラカルトプログラム 夜：BBQ
4	朝：除雪 午前：移動、Fヴィレッジ（エスコンフィールド北海道） （※気温上昇により氷濤祭り案内を中止） 午後：移動、解散（新千歳空港）

5-2. モニターツアーの様子(1月)



5-2. モニターツアーの様子(2月)

大学構内でのアクティビティとレクチャー



夕食の光景 (大学校舎内)



5-2. モニターツアーの様子(2月)

宿泊施設内での朝食やテレワークの様子

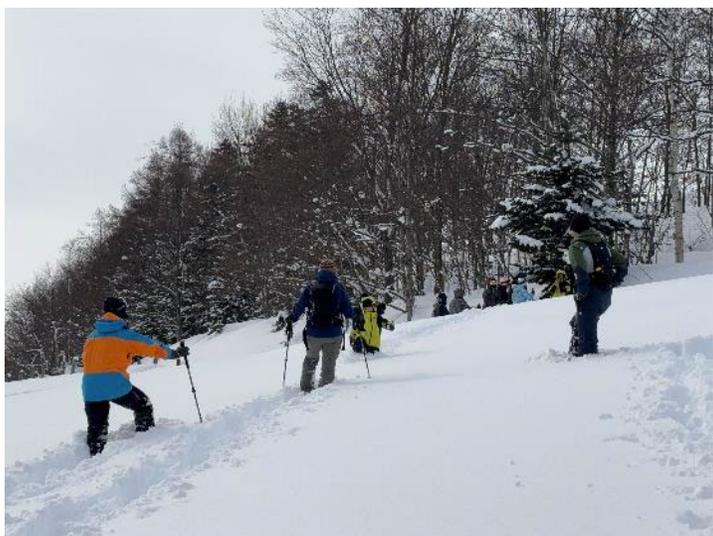


テレワークセンター前において、イグルー作り



5-2. モニターツアーの様子(2月)

テレワークセンター前において、アクティビティ各種を体験



5-2. モニターツアーの様子(2月)

宝水ワイナリーでのアクティビティ



6. KPIと検証方法・結果

定量的目標

- 1) 地域への関心度の向上：参加者数の80%が向上 → 達成
- 2) コンテンツの満足度調査：アンケート調査の平均値4以上 → 達成
- 3) 地域性をともなうスノースポーツの認知度向上 → 一部達成
：参加者数の80%が向上
- 4) 主観的幸福感尺度(Subjective Happiness Scale)の向上 → 達成
：参加者のSHSの80%が向上

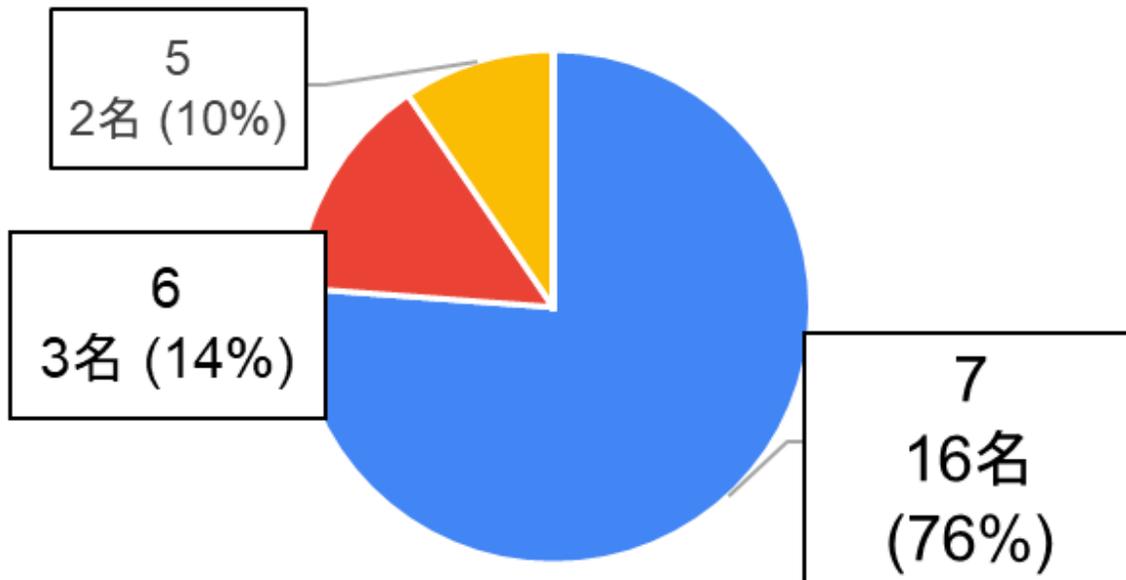
定性的目標

- 5) 参加者へのインタビュー調査 → プログラム評価と課題の抽出

6. KPIと検証方法・結果

1) 地域への関心度の向上：参加者数の80%が向上

今回のツアー地域が好きになったか？
N=21, 平均値=6.7



ツアー前に「地域への関心度」に関する事前アンケートを実施することが出来なかったため、具体的な向上度合の変化を明らかにすることは出来なかった。

「今回のツアー地域が好きになったか？」という質問に対して、平均値6.7 (N=21, 7段階評価) という高い結果が得られたことから、地域への関心度は非常に高い (高くなった) ことが予想される

6. KPIと検証方法・結果

1) 地域への関心度の向上：参加者数の80%が向上

参加前の 関心度	参加後の 関心度	関心度の 変化
4	5	向上
1	5	向上
2	5	向上
3	5	向上
1	4	向上
2	4	向上
1	4	向上
3	4	向上
1	4	向上
1	4	向上
4	4	変化なし
1	3	向上
2	4	向上

2月ツアー参加者のみ、参加後アンケートで以下の質問を実施。

【質問】

「ツアー参加前の岩見沢への関心度は、どのくらいでしたか？」

「ツアーに参加してみて、岩見沢への関心度は、どのくらいになりましたか？」



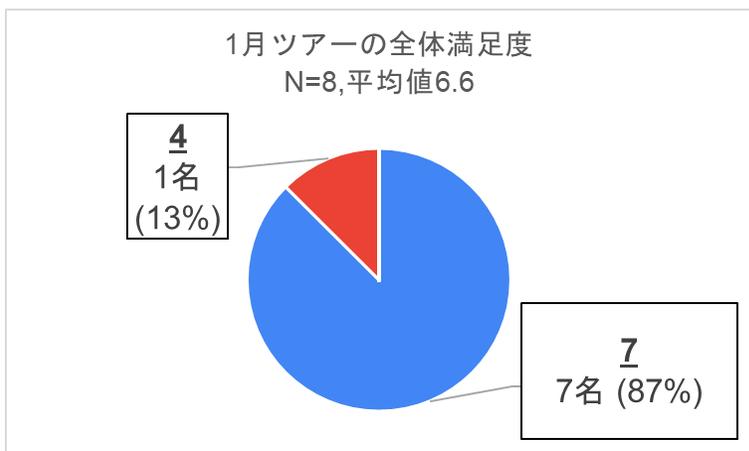
13人中12人の関心度が向上(92.3%)

→目標を達成できた。

6. KPIと検証方法・結果

2) コンテンツの満足度調査：アンケート調査の平均値4以上

1/26.27のアクティビティ満足度

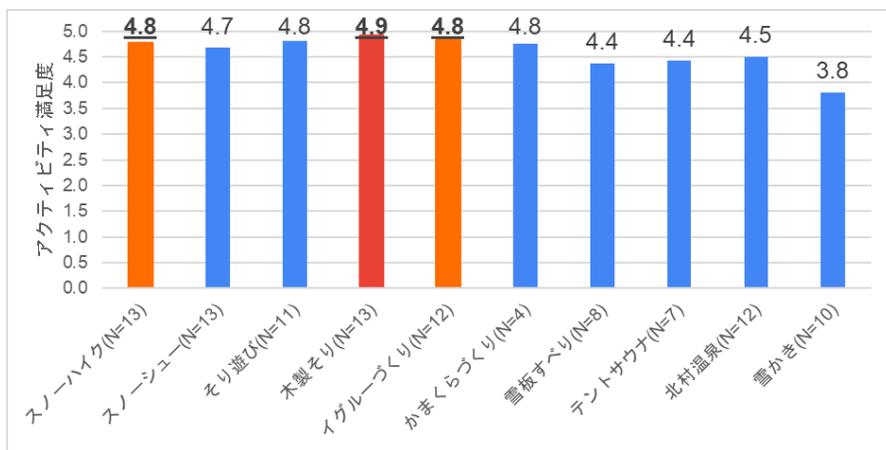


1月のツアーにおけるコンテンツはスノーシューを、2月ツアーではアラカルトメニュー（10種）を行っていたため、個別で比較・検討を行う。

□ 1月ツアー（総合満足度）の平均値は6.6（7段階評価）であった。

→5段階評価に換算すると、4.75となり、目標値を達成できた。

2/10-13のアクティビティ満足度



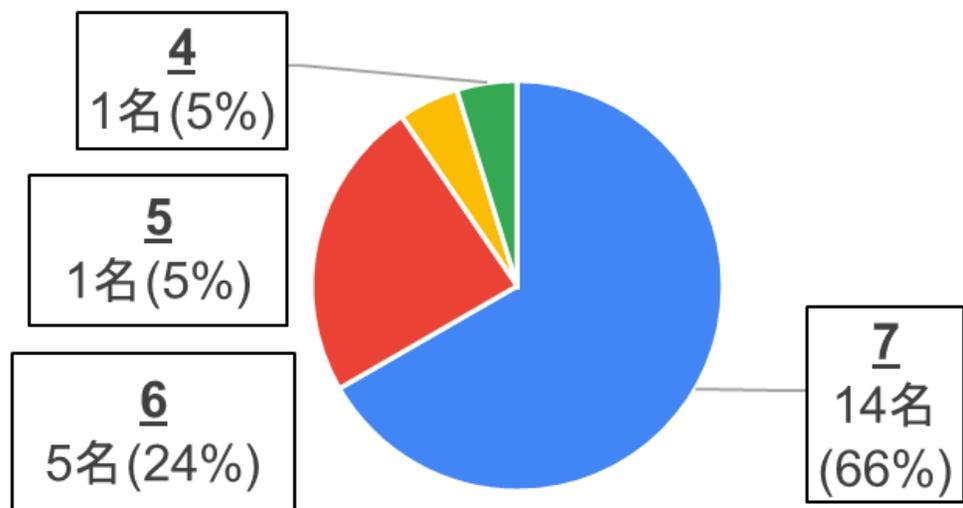
□ 2月ツアーにおける各アクティビティ満足度は、「雪かき（N=10）」以外のコンテンツは4.0以上の結果となっていた。

→全体では平均値4.6であったことから、目標値を達成できた。

6. KPIと検証方法・結果

3) 地域性をともなうスノースポーツの認知度向上：参加者数の80%が向上

知らなかった地域資源の活用度
N=21, 平均値=6.5



ツアー前に「地域性をともなうスノースポーツの認知度」に関する事前アンケートを実施することが出来なかったため、具体的な向上度の変化を明らかにすることは出来なかった。

ただし、「このツアーは私が知らなかった地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効に活用していたか？」という質問に対して、平均値6.5（N=21, 7段階評価）という高い結果が得られたことから、知らなかった地域性をともなうスノースポーツへの関心度は非常に高い（高くなった）ことが予想される。

そのため、KPIとしては一部達成とする。

6. KPIと検証方法・結果

4) 主観的幸福感尺度(SHS)の向上：参加者のSHSの80%が向上

事前SHS	事後SHS	SHSの変化
2.75	5	向上
5	6.5	向上
7	7	維持
5.5	5	低下
5.25	5.75	向上
6.75	7	向上
6	6.5	向上
4.75	5.25	向上
6	7	向上
5.75	6.5	向上
6	6.5	向上
6.5	7	向上
5.25	6.25	向上

2月ツアー参加者のみ、参加後アンケートでSHS調査を実施（1月ツアー参加者は、1 Dayのイベントのため、事前アンケート未実施）した。

回答者のうち1名は、事前・事後共に最高点（7点）としていたため、分析からは除外する。

12人中10人のSHSが向上(83.3%)

→目標を達成できた。

6. KPIと検証方法・結果

5) 参加者へのインタビュー

インタビュー概要：

Aさん（男性、40歳代）

インタビューでは主に冬の体験プログラムについての感想と評価について議論された。Aさんは、雪遊びの体験について、普段とは全く異なる雪質や環境での体験の新鮮さを語った。特に子供連れの家族にとって、大学生スタッフが子供たちと一緒に遊んでくれる点が高く評価された。参加者たちは、スノーシューやそり遊びなど、様々なアクティビティを楽しむことができ、特に雪質の違いや遊び方の多様性に感銘を受けたようである。また、アクセスの良さや、子供の成長にとっての価値、大学生スタッフの対応の質の高さなども高く評価された。インタビューの後半では、このような体験プログラムの今後の展開可能性や、教育的価値についても議論が及び、Aさんからは「**300点満点**」という高い評価が得られた。特に、大学生スタッフと子供たちの交流が生み出す相互的な価値創造について、重要な気づきが得られたインタビューとなった。

主なポイント

- ・ 独特な雪質と多様なアクティビティの充実
- ・ 大学生スタッフによる自然な子どもとの関わり
- ・ 家族で楽しめる安全な環境設計
- ・ アクセスの良さと施設の充実度
- ・ 子どもの成長機会となる新しい体験の提供

6. KPIと検証方法・結果

5) 参加者へのインタビュー

インタビュー概要

Bさん（女性、30歳代）

主に、雪を使った子供向けアクティビティの体験とその教育的価値について議論された。Bさんは、従来のスキーやスノーボードとは異なる、砂場遊びのような自由な雪遊びの価値を強調した。子供たちが雪を使って山やトンネルを作るなど、創造的な遊びを楽しむ様子を観察し、その中で子供の成長や学びの機会を見出した。特に注目すべき点として、指導者たちのサポート方法が挙げられ、直接的な教育ではなく、子供たちの自主性を尊重しながら知識を共有するアプローチが高く評価されました。また、親としての視点から、普段見られない子供の一面を発見できる貴重な機会となったことも言及された。参加者自身も子供と一緒に夢中になって遊べる体験を通じて、大人にとっても有意義な学びの場となったことが強調された。

主なポイント

- 従来の雪遊びの概念を超えた、創造的な学習体験の提供
- ファシリテーターによる絶妙なサポート体制
- 子どもの自主性を重視した教育アプローチ
- 親子で共有できる学びと発見の機会
- 子どもの新たな一面を発見できる観察の場
- 実践的な体験を通じた教育効果の実証

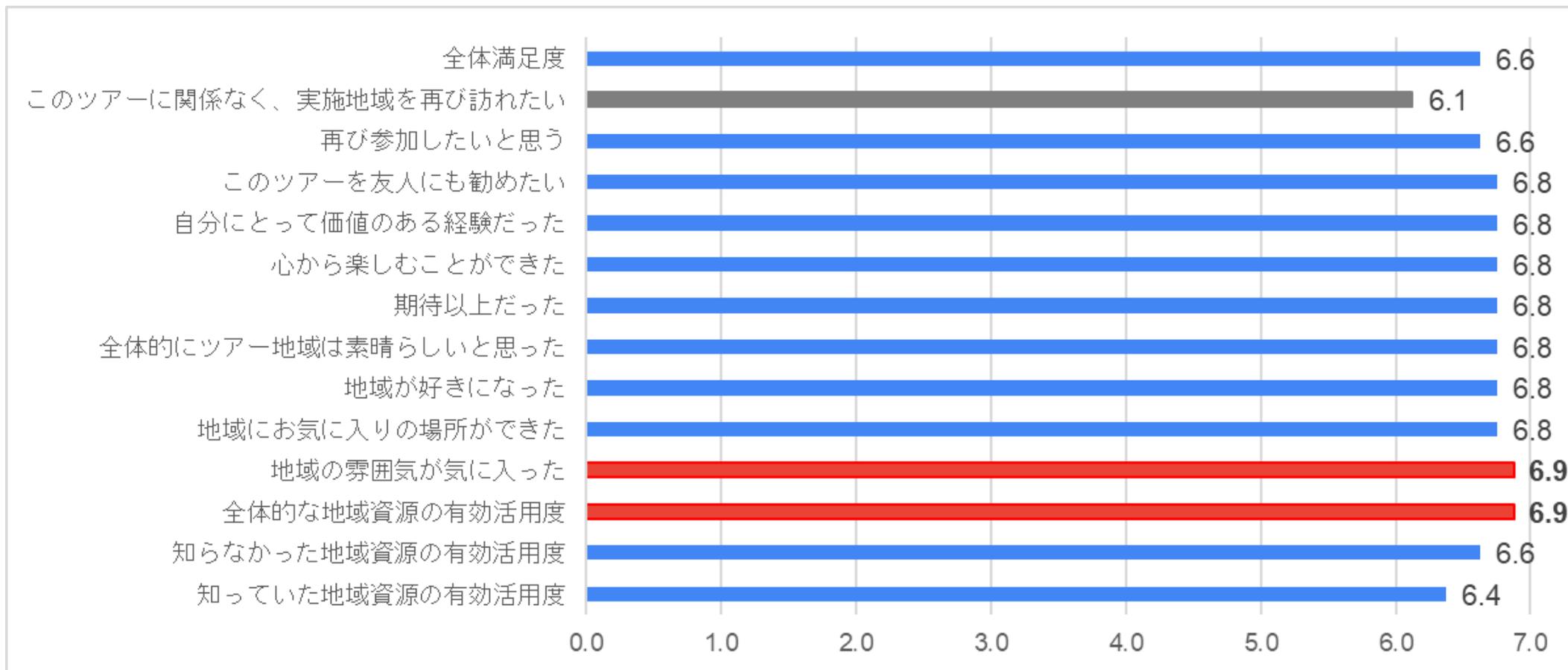
7. アンケート結果 (1月)

属性情報

性別	男性	女性	
	4	4	
現在の配偶者	未婚	有配偶	
	2	6	
年齢	平均	SD	
	53.4	6.3	
職業	会社員・公務員	自営業	専業主婦
	1	4	3
住所	日本国内	北海道	埼玉県
	1	6	1
過去の訪問経験	あり	なし	
	6	2	

7. アンケート結果（1月）

全体満足度と理由

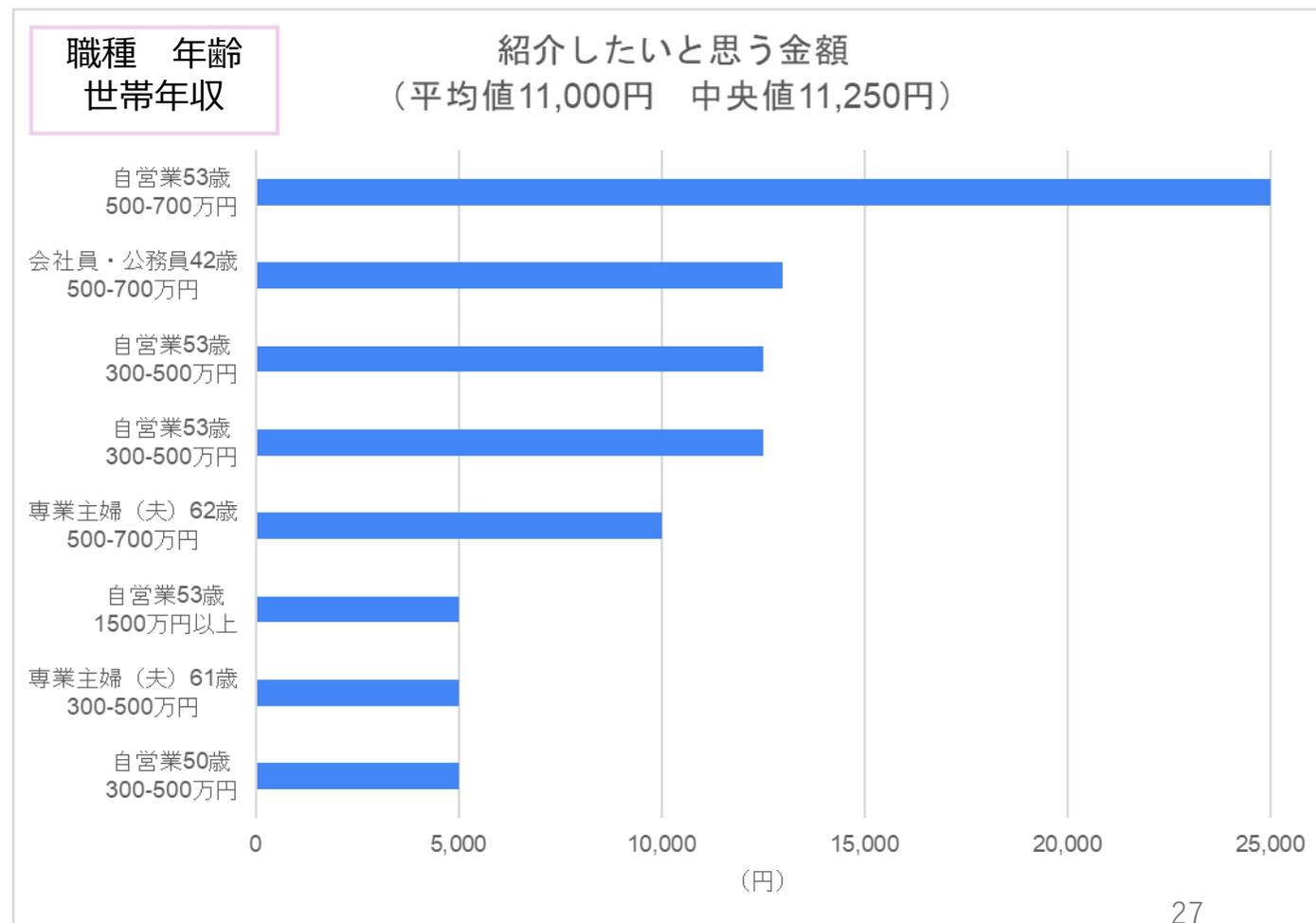


「地域の雰囲気が気に入った」「地域資源が有効活用されている」といった回答が多く見られた。一方で、「本ツアーに関係なく岩見沢を再訪したい」という回答については、やや課題が残る結果となった。

7. アンケート結果（1月）

「このツアーをご友人の方などにおすすめすることになった場合、いくらぐらいの価格帯であれば、ご紹介したいと思いますか？」

実際の回答	補正後（円）	備考
2万5,000+	25,000	
1万～1万5,000	12,500	平均値に修正
1万3,000	13,000	
1万～1万5,000	12,500	平均値に修正
1万	10,000	
5,000	5,000	
5,000	5,000	
一回ではなく定期的に参加したいのでわたしなら5000円ぐらいだと定期的に参加したいです	5,000	



7. アンケート結果（1月）

「今回のツアーをより広めていく際、ツアーに参加した経験を元に、ターゲットにすべき市場等として思いつくものがございましたでしょうか？」

- Hawaii people and I think Malaysian & Indonesian people would really enjoy this.
- 北海道
- 札幌宿泊者。札幌の雪が少ない状況で、雪を見たいという観光客にとって、送迎がついて数十分で雪がある環境に行けるのは魅力的。
- 北海道全域
- 街中にありつつ、広大な森
- 大雪体験
- シニア世代、雪のない地域
- SNS

7. アンケート結果 (1月)

満足できた点

- The tour was great. Hiro San did a great job of explaining and sharing even with some language barrier.
- 非日常の体験、スノーシューの楽しさ、自然体感出来たこと。
- ガイディングスキル：岸さんが植物や動物についてお話ししてくれ、学びながらあるくことができた。
フィールド：駐車場やトイレがあり、アプローチするには良い環境。大正池周辺はスノーシューやバードウォッチングをやる方が来ており、自然環境の豊かさを感じ取ることができました。
時間：朝の集合時間→スノーシュー→ランチ→解散まで、体験コンテンツとしてほどよい時間でした。
- より自然に対する理解が増えた、エゾリスが姿を見せてくれました、気持ちのいい時間を過ごせました。
- ガイドさん自身が楽しんでいるのが伝わってきてこちらもより楽しく森の散策ができた。
- リスを見れた事。
- 送迎、食事がついてる自然を感じる事が出来て、非日常を感じる事が出来ました。
- スノーシュー初めてでした。

7. アンケート結果 (1月)

テキストマイニングによる分析



スノーシュー体験、ガイドスキル、自然環境
(エゾリスやバードウォッチング) 等が、本ツアーの満足度に影響を与えていた。

7. アンケート結果（1月）

物足りないと感じた点（原文ママ）

- もう少し雪が少なかった事
- ガイディングスキル：英語対応は苦戦しました。翻訳ツールを使うにも、手袋をしていたため、スムーズにはいかなかったです。また、参加者の写真をもっと撮影してあげて、最後にデータを渡してあげると、参加者の満足度が上がります。
フィールド：もう少し過酷な場所やこのツアーのハイライトとなるようなスポットがあると、良いです。
- 歩きやすかったが雪少なかった
- 雪が少なかった

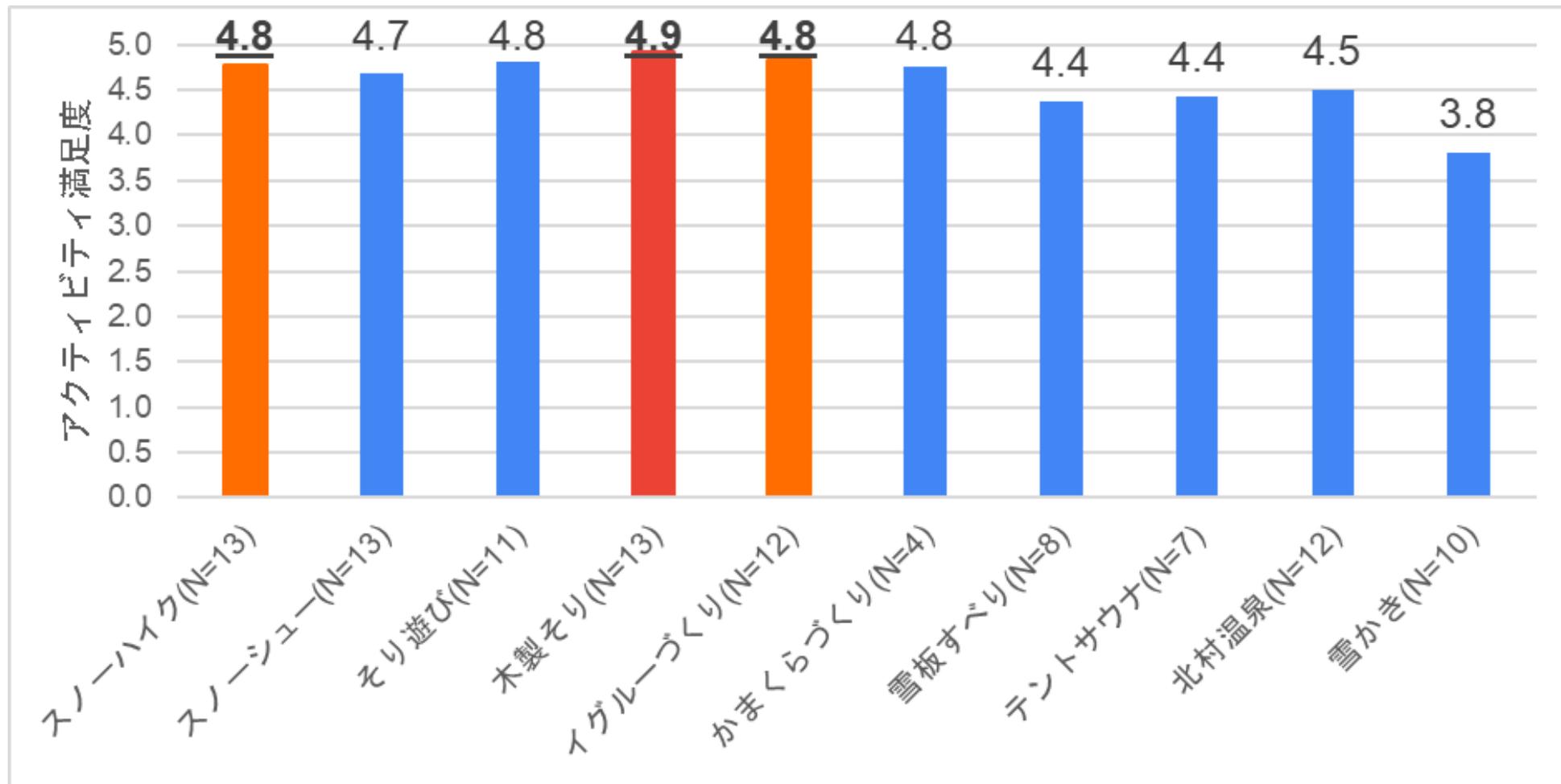
7. アンケート結果（2月）

属性情報

性別	男性	女性	※5歳の子ども 2名は除く	
	4	9		
現在の配偶者	未婚	有配偶		
	10	3		
年齢	平均	SD		
	30.6	11.5		
職業	会社員・公務員	自営業		学生
	4	1		8
住所	東京都	神奈川県	沖縄県	
	11	1	1	
過去の訪問経験	あり	なし		
	7	6		

7. アンケート結果（2月）

アクティビティ満足度

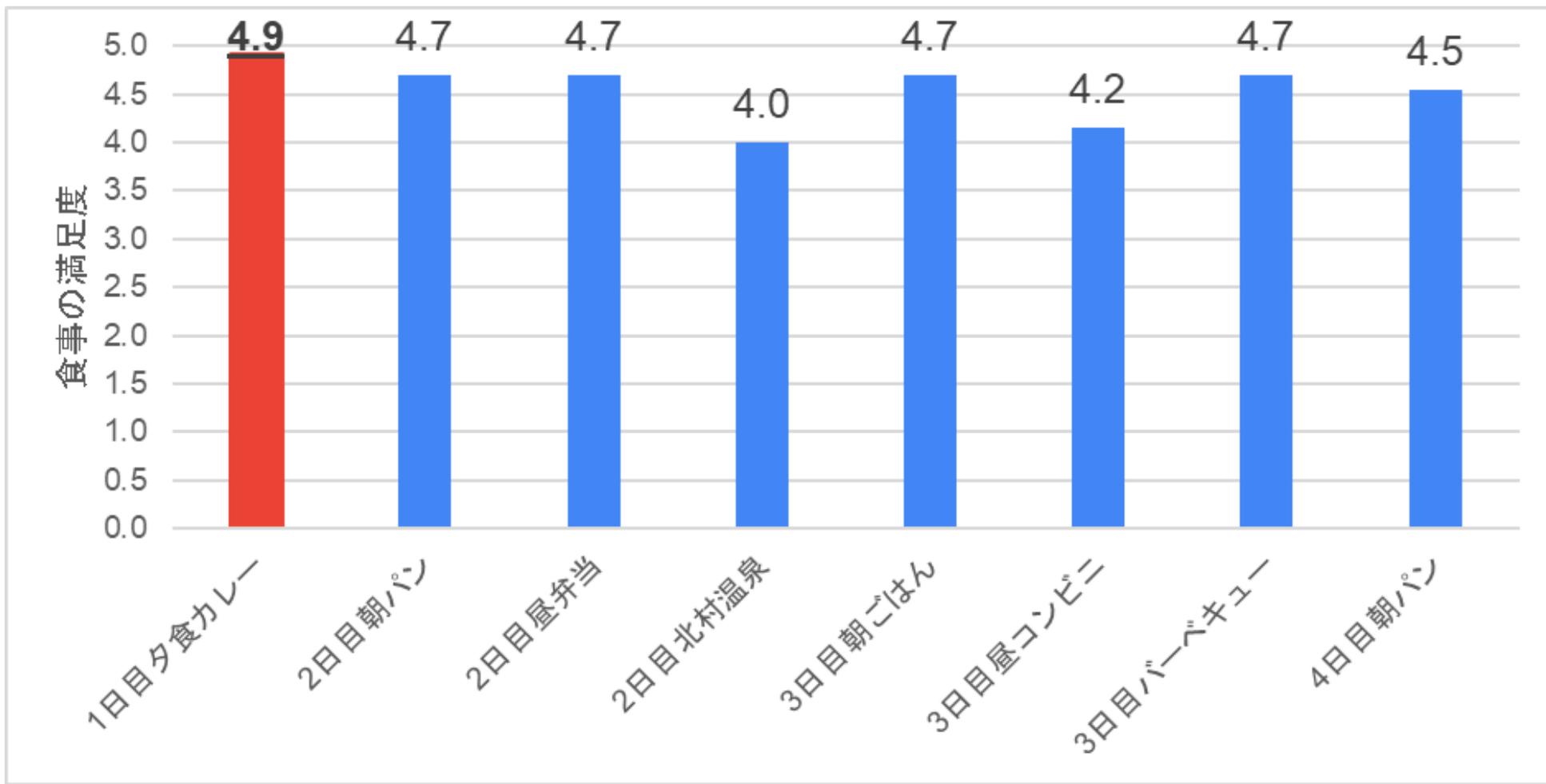


木製そりの満足度が最も高い（4.8）

スノーハイク・イグルー作りも非常に高い結果となった（4.7）

7. アンケート結果（2月）

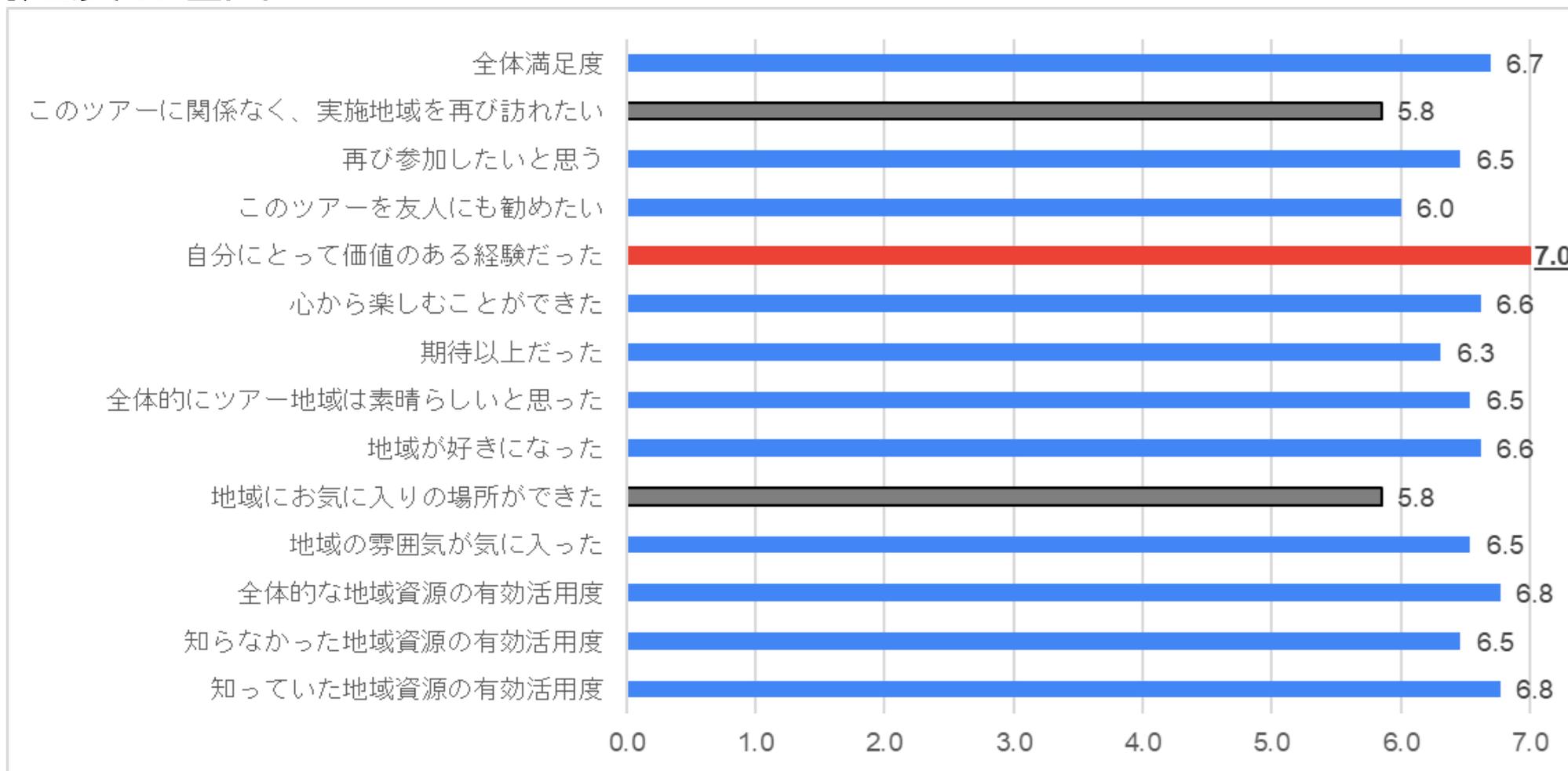
食事の満足度



1日目夕食のカレー（お米食べ比べ含む）が最も高い満足度となった（4.9）。

7. アンケート結果（2月）

全体満足度と理由



全ての参加者が「自分にとって価値のある経験だった」と回答した一方で、地域自体の魅力発信に課題が残る結果となった。

7. アンケート結果（2月）

主観的幸福感（Subjective Happiness Scale: SHS）の設問

設問①：全般的にみて、わたしは自分のことを（ ）であると考えている

1. 非常に不幸 ～ 7. 非常に幸福

設問②：わたしは、自分と同年配の人と比べて、自分を（ ）であると考えている

1. より不幸な人間 ～ 7. より幸福な人間

設問③：全般的にみて、非常に幸福な人たちがいます。この人たちは、どんな状況の中でも、そこで最良のものを見つけて、人生を楽しむ人たちです。あなたは、どの程度、そのような特徴を持っていますか？

1. まったくない ～ 7. とてもある

設問④：全般的にみて、非常に不幸な人たちがいます。この人たちは、うつ状態にあるわけでないのに、はたから考えるよりも、まったく幸せではないようです。あなたは、どの程度、そのような特徴を持っていますか？

1. まったくない ～ 7. とてもある ※集計時に逆転

7. アンケート結果（2月）

主観的幸福感：ツアー参加前後の変化

回答者	設問①		設問②		設問③		設問④		設問④逆転	
	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後
A	2	5	4	6	2	6	5	5	3	3
B	5	6	5	7	5	6	3	1	5	7
C	7	7	7	7	7	7	1	1	7	7
D	6	6	5	6	5	6	2	6	6	2
E	6	6	5	6	5	5	3	2	5	6
F	7	7	7	7	6	7	1	1	7	7
G	6	7	6	7	6	6	2	2	6	6
H	6	6	6	6	4	6	5	5	3	3
I	6	7	6	7	6	7	2	1	6	7
J	7	7	7	7	5	6	4	2	4	6
K	6	7	6	6	6	7	2	2	6	6
L	7	7	7	7	7	7	3	1	5	7
M	6	6	7	7	5	6	5	2	3	6
平均点	5.92	6.46	6.00	6.62	5.31	6.31	2.92	2.38	5.08	5.62
SD	1.32	0.66	1.00	0.51	1.32	0.63	1.44	1.76	1.44	1.76

7. アンケート結果（2月）

主観的幸福感：ツアー参加前後の変化（Paired t-test）

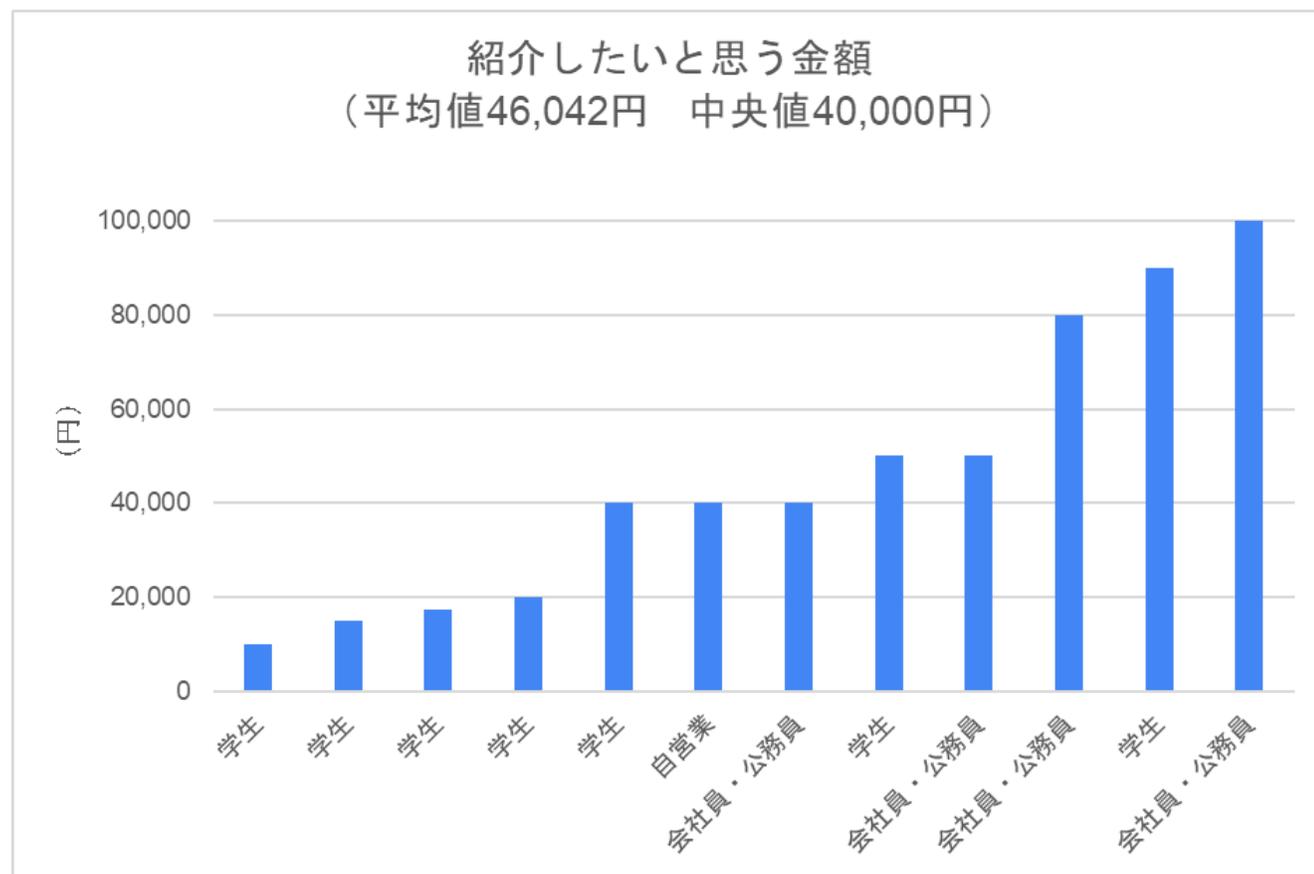
SHS		事前	事後
設問①	平均	5.92	6.46
	SD	1.74	0.66
	p-value	0.047	
設問②	平均	6	6.62
	SD	1	0.51
	p-value	0.014	
設問③	平均	5.31	6.31
	SD	1.32	0.63
	p-value	0.006	
設問④	平均	5.08	5.62
	SD	1.44	1.76
	p-value	0.28	
全体	平均	5.58	6.25
	SD	1.7	1.13
	p-value	0.0001	

本ツアー参加による幸福感の向上が有意に認められた。

7. アンケート結果（2月）

「このツアーをご友人の方などにおすすめることになった場合、いくらぐらいの価格帯であれば、ご紹介したいと思いますか？」

実際の回答	補正後（円）	備考
4万円	40,000	
3万円/1泊	90,000	3泊分に修正
8万円	80,000	
5万円	50,000	
3万～5万円	40,000	平均値に修正
4万円	40,000	
全部で5万円。交通費がどうしても高くなる。学生の身分であるため、5万が一度の旅行において限界ラインだと思う。	50,000	
交通費抜きで2万円	×	交通費が不明のため除外
交通費など含めて10万円くらい	100,000	
2万円	20,000	
1万5,000～2万円	17,500	平均値に修正
1万円	10,000	
1万5,000円	15,000	



7. アンケート結果（2月）

「今回のツアーをより広めていく際、ツアーに参加した経験を元に、ターゲットにすべき市場等として思いつくものがございますでしょうか？

- 日本の大学生、東南アジアの観光客
- 子連れファミリー
- 親子ファミリー層未就学時の家庭
- 家族、企業研修や旅行
- 若者（アウトドアアクティビティ（冬）未経験者）
- チームビルディングを行いたい大学生、またその教授。小学校3年生位までの子どもがいるファミリー。
- 学生、若者
- 3-5歳の幼児のいる家族、休みが取れるなら小中学生とその家族、自然との暮らしやふれあいに興味はあるが自ら体験をするための準備をするのに何からしたら良いかわからない人たち（年齢不問）
- 雪遊びの経験が少ない地域の学生など
- 小学生～学生
- ペットを含めたファミリー層・卒業旅行の学生

7. アンケート結果（2月）

満足できた点

- アクティビティ
- イグルー作りができた点、テントサウナができた点
- 雪遊びが非日常の経験で楽しかった！
- 雪のアクティビティの体験、子供が大学生と遊んでもらったこと
- 手厚いスタッフ、地元の食材
- 様々なアクティビティを十分な時間楽しめた
- 雪の色々な触れ方を知った。食事が美味しかった。宿の雰囲気は過ごしやすかった。安い。
- ご飯が美味しかったこと、色々なアクティビティを経験しながらも固すぎず比較的自由だったこと
- 普段見ることのできない子どもの表情をみることができたり、他者との関わりから子どもの成長や特性をみることができて、親としても嬉しかったし、学びがあった。また、自然に触れる機会がもててよかった。親個人としても、かまくらを作ったり、スノーシューのアクティビティなど、夢中になれて楽しかったです。親子とも、学びを深めるために、一方通行の伝えるという教育ではなく、気づきを促してくれるような、静かなサポートをしてくださる先生や学生の方々がいてくださり、とてもよかった！
- アラカルトメニューの選択肢の多さ
- 普段できない経験がたくさんできた。
- 色々なアクティビティをちよつとずつ体験できて、複数ある選択肢がある中から自分が好きなものを選んで取り組むことができた。
- ご飯がとても美味しいこと。雪遊びのレパートリーが多く、楽しめること。
- 雪遊びのあらゆる種類を体験できた点。その地域の食材をたくさん堪能できた点。

7. アンケート結果(2月)

物足りないと感じた点

- 地域の物産を購入したり知る機会。
- 最終日にも短時間の雪遊び(フリータイム)があるとよかった
- 宿にカメムシが出すぎで不快だった点。自分の立ち回りが分からなかった点。大学生という身分で来ている上、仕事をしたくなるが、かなりもてなされた感覚。
- 宿泊場所にカメムシが多かったこと。
- 地元の人や雪国の人々の知恵を参加者に気づかせるシーンがもう少しあっても良かったのかなと思います
- 部屋に出るカメムシが多く、気が気でなかった。予定時刻がよく分からないままプログラムが進行したと。
- 宿泊施設の虫の駆除。活動前の持ち物などの告知の遅さ。

7. アンケート結果（1月, 2月）

1 Dayツアーと3泊4日ツアーの比較と、次年度の取り組み

	1Dayツアー	3泊4日ツアー
参加者層	40代～60代の男女	大学生・子育て家族 子どもがいない働き世代
良かった点	スノーシュー、ガイドスキル 自然環境	様々なアクティビティ、食事、 大学教員&大学生との交流
潜在ニーズ	シニア世代、雪のない地域（道外、ハワイ、インドネシア、マレーシア）、札幌 宿泊者の大雪体験	ファミリー層（未就学児・小中学生）、 若者・学生、 企業研修・チームビルディング
課題	英語対応	地域ならではの魅力を伝える体験 宿泊施設の環境改善
次年度からの 取り組み	企業・ガイドと連携して 大学敷地を活用した 冬季ガイドツアーの企画・運営を行う （敷地利用料で収益化）	ファミリー層を主ターゲットとして、 大学教員・大学生による雪国の暮らし&アク ティビティ体験ツアーを行う （大学NPOによる運営）
価格	10,000円	40,000円～50,000円

8. 新たな課題と改善点

今回のツアーの結果をもとに、プログラムの構成（アクティビティ内容、場所、人数規模、運営方法、流れなど）を再検討していく。

- ・ワイナリーの活用方法 → ワインの試飲機会、食事との連動、ぶどう畑と雪の関係を解説
- ・提供メニューの商品購入 → 購入する機会をいれる、女性の視点として、ふるさと納税へ
- ・アクティビティ → アラカルトのバリエーションを増やす
- ・食事の提供内容と方法 → 生産者やつくり手の思いが伝わるメニューを強化
- ・岩見沢の食材 → プログラムの商品価値を高める、より多くの情報を集約
- ・生活体験の内容 → 除雪作業を楽しめるような工夫、達成感、ワクワク感を求める
大変な作業という理解
- ・歴史文化体験の導入 → 「炭鉄港」を巡る、食事との連動
- ・体験の質を高める → 指導者の養成、指導方法の質的向上、体験から学ぶ、大学の強み
- ・東京学芸大学との連携 → 大学生、附属小学校との連携内容の模索

9. 次年度の自走化に向けた取り組み案

『岩見沢の豪雪』 札幌近郊、市街地と自然環境が近接

『大学発のNPO法人』 大学の知を活かした地域活動の拠点

- 主催プログラムとして → 岩見沢スノーライフツアー
- 連携事業として → 札幌発日帰りツアー
旅行会社、ガイド事業者などと共同実施
- プログラム開発を継続 → フィールドリサーチ、試行実施
- 「オール岩見沢」体制 → 地元業者、生産者、行政、観光協会との連携強化
- 研究活動の推進 → ツーリズム、動向調査、教育効果

9. 次年度の自走化に向けた取り組み案

『北海道アウトドアネットワーク（HON）』との連携

●プログラムのさらなる精査と開発 **ガイド事業者**との連携

- ▶ **北海道グレートアドベンチャー**などの札幌を拠点とするガイド事業者との共同事業
- ▶ **共創資産研究所**と、無雪期プログラムの開発も含めて、大学・研究室・学生とともにリサーチ
- ▶ 大学生の企画力、ガイディングスキル向上を図る
- ▶ 大学の「地域プロジェクト」等の授業との連携を図る

●インバウンド対応のツアーの試行実施 **旅行会社**との連携

- ▶ インバウンド専門の**北海道宝島旅行社**との共同で、札幌発岩見沢ツアーのパッケージを作成
- ▶ 参加者の募集広報を旅行社、プログラム実施を大学NPOで、それぞれ担当する
- ▶ 大学生の有償インターンシップの機会となる

9. 次年度の自走化に向けた取り組み案

●地元業者との連携強化 『森林サービス産業』へのアプローチ

- 今回の取組で得られた成果をもとに、「オール岩見沢」の体制づくりをすすめる
- 地元業者、生産者、行政、観光協会などとの連携強化
- 林野庁の「森林サービス産業推進地域」への認定に向けたプロジェクト推進
- 健康づくり、教育活動、人材育成（企業研修）などを目的とした事業の誘致活動
- 地域人材の開発

●大学としての研究活動の推進

- アウトドア活動、野外教育、ツーリズム、コンディショニングをテーマとする調査・研究活動の実施
- 教育効果の検証、ツーリストの動向調査、地域活性化、森林浴の効果
- 研究結果にもとづいたプログラム開発の推進

北海道教育大学 岩見沢校

HOKKAIDO UNIVERSITY OF EDUCATION
IWAMIZAWA Campus

