

プロジェクトタイトル	『地域アントレプレナー育成合宿 2.0』プロジェクト
プロジェクト代表者	高山 慎太郎

1. プロジェクトの目的・概要

本学および小樽市は、北海道大学 COI-NEXT「こころとカラダのライフデザイン共創拠点」の参画機関として「こころとカラダのライフデザイン」「プレコンセプションケアの実践」の2つの研究開発課題に取り組んでいます。これらの研究開発課題と小樽市の人口減少に係る社会課題とを合わせて勘案し、課題解決のためには若者の“地域肯定感”の向上と、まちの変化の“自分ごと化”が重要との共通認識に至り、その取り組みの総称を「オアソビプロジェクト」として現在様々な活動を進めています。

こうした活動を持続可能なものとするためには、小樽市の抱える課題を自分ごと化し、その解決に向けた取り組みを牽引する人材（＝地域アントレプレナー）が不可欠であり、我々は、地域アントレプレナー“予備軍”の活動の場として『地域活性化サークルO-ASOBI』を大学公認サークルとして立ち上げました。本プロジェクトでは、当該サークルとともに“地域アントレプレナー育成合宿・セミナー”というイベント型のワークショップを企画運営することで地域アントレプレナーに必要な思考と行動能力の獲得を目指します。

具体的には、当該サークルの運営協力を得て、①スタートアップ体験合宿、②生成AIセミナー、③SNSマーケティングセミナーを、『地域アントレプレナー育成合宿・セミナー』の総称で実施し、本学が理想とするグローバル人材の育成に取り組みました。

2. 具体的な取組内容

2025年7月に、全世界で「起業家を生み出す場」として展開するスタートアップ体験イベント「Startup Weekend」と連携し、小樽で初開催となる「Startup Weekend 小樽」を『①スタートアップ体験合宿』として開催しました。こちらは、初日の夜にアイデアを発表するピッチを行い、そのアイデアに共感したメンバーとチームを組み、最終日の夕方までにユーザーエクスペリエンスに沿った必要最小限のプロダクト、そしてビジネスモデルを一気に作り上げる2泊3日の合宿プログラムです。（参加者数36名、うち小樽商科大学学生13名、その他大学生3名、高校生4名、社会人15名、その他教職員等1名）

この合宿では、最終日にビジネスモデルを各チームが発表し、本学グローバル戦略推進センター産学官連携推進部門の藤見 佳奈枝 特任准教授を含めた審査員による評価を受け、優勝・二位・三位のすべての入賞チームに本学学生が入る優秀な結果となりました。

https://nposw.org/swotaru20250919/?fbclid=IwY2xjawQIwYNIeHRuA2FlbQIxMABicmlkETE3R2tVVGvpT2NZYkZtd2NMc3J0YwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHte_aAuTFnS6xd094Pn6jH-eKQ3aXekafuk4DI0Gsw70bo8dsdu3Rg_axfsm_aem_p3eAc8gSuD5GgHFDZ34dpw



(「Startup Weekend 小樽」の報告記事と各チームの発表のグラフィックレコーディング)

こちらの合宿参加者の中の本学学部生1名が実際に起業し、Startup Weekendのプログラムを参考にした2泊3日の合宿型教育プログラム「Hokkaido Future Factory in 小樽」を2026年3月19日(木)～21日(土)に開催するという新たな取り組みへの波及にも繋がっています。この合宿は、事前オンライン研修で自己分析ワークを行い、その結果をもとにチーム形成を行い、最終日に自身の「やりたい」を出発点にしたビジネスアイデアを発表し、審査員による講評を行うビジネスアイデアコンテストです。

<https://peatix.com/event/4751845>

(「Hokkaido Future Factory in 小樽」の参加者募集ページ)

また、『地域活性化サークル 0-ASOBI』の主催により、研修事業を営む株式会社レポートに講師を依頼して、『②生成 AI セミナー』と『③SNS マーケティングセミナー』の 2 種類のセミナーを実施しました。

『②生成 AI セミナー』においては、初回において生成 AI を活用したホームページ制作やアプリ開発、プロンプトエンジニアリング等の技術レクチャーを受け、生成 AI の活用による地域課題の解決策を考え、第 2 回までにその開発に取り組みました。第 2 回においては成果発表会を行い、JINEN 株式会社のご協力を得て成果物に対してのフィードバックとさらなるスキルアップのためのアドバイスを頂戴しました。(参加者数延べ 15 名、うち小樽商科大学学生 15 名)

『③SNS マーケティングセミナー』においては、動画撮影全体の流れや計画立て、許可取り、編集、ブランディングまでの一連の流れのレクチャーを受け、Instagram 又は YouTube において実際に投稿を行う実践的な研修を計 4 回実施しました。次代を担う人材の情報発信力の向上はもちろんのこと、地域の魅力を発信している YouTube チャンネル『しやごちゃんねる』にアドバイザーを務めていただき、地域の魅力を発信するローカルインフルエンサーの育成を目指しました。(参加者数延べ 22 名、うち小樽商科大学学生 22 名)

なお、これらの合宿・セミナーの主な対象である『地域活性化サークル 0-ASOBI』及び『商大くんがいくブログ学生スタッフ』のメンバーから 8 名を選抜して、2025 年 7 月～2026 年 1 月の期間、黒松内町の地域活性化アイデアを考えるプロジェクトも実施しました。

こちらは黒松内町商工会長から依頼があったものであり、本プロジェクトが養成している地域アントレプレナーに必要な思考と行動能力を実践する場として構成しました。総務省が提供している地方創生カレッジと連携し、その e-ラーニングシステムで学びつつ、黒松内町に 2 回訪問して町内の各種施設やイベントの視察を行い、最終的に黒松内町長に 3 つの地域活性化アイデアを提言しました。

2026 年 1 月 16 日(金)には、地方創生カレッジ北海道事業の最終成果報告会として、北海学園大学が羽幌町・帯広市・積丹町で取り組む地域での活動と合同での報告会を本学の共催で開催しました。

3. プロジェクトの成果及び地域への還元

上述のとおり、3 種類の合宿・セミナーによって以下の形で本プロジェクトの成果を地域に還元しました。

- ◆本プロジェクトの主な参加対象者である地域活性化サークル 0-ASOBI の学生及び社会連携実践 I b/ II b 『オアソビプロジェクト』の履修生が中心となって、ウイングベイ小樽を会場とし、来場者数が 1,700 人を超える大規模なイベント『オアソビプロジェクト

2025』を開催し、地域にオアソビプロジェクトの活動報告を行うことで成果を還元しました。特に、『①スタートアップ体験合宿』での活動内容は、新企画である「ヲタル座クリエイティブLIVE」においてリアルタイムの Instagram 配信によって成果報告をし、そのアーカイブを公開しています。(実施日：2025年11月29日(土))

https://www.otaru-uc.ac.jp/shoudai_blog/486636/

(小樽商科大学ホームページ オアソビプロジェクト 2025 開催案内記事)

- ◆ 『①スタートアップ体験合宿』に参加した地域活性化サークル0-ASOBIのメンバーの1名が「Startup Weekend 札幌」のオーガナイザー(企画運営者)となり、函館・旭川・苫小牧・帯広・釧路の道内各地のStartup Weekendのオーガナイザーと連携・協力しながら、全道にアントレプレナーシップ教育を広める活動を行っています。(実施期間：2026年2月27日~29日)

<https://peatix.com/event/4799394>

(「Startup Weekend 札幌」の参加者募集ページ)

- ◆ 『②生成AIセミナー』で学生達が考案した生成AIを活用した地域課題解決案や制作したツールは、本学のLMSであるmanabaの社会連携実践Ib/IIb『オアソビプロジェクト』のコース内で共有し、学び合いの場の創出に寄与した。特に、地域活性化サークル0-ASOBI所属の1年生である山口春菜さんの提案した「ラップ(音楽)で認知症予防を推進するアプリ」は、総務省および情報通信研究機構(NICT)が主催する全国規模のビジネスプラン発表会「起業家甲子園」の連携大会である「北海道起業家甲子園」でNICT賞(最優秀賞)を受賞し、生成AIによる地域課題解決案の優れた事例として共有しました。

<https://www.otaru-uc.ac.jp/news/501410/>

(小樽商科大学ホームページ 受賞報告記事)

- ◆ 『③SNSマーケティングセミナー』では、参加者に実際に投稿を作成してもらい、実践的にSNSマーケティングについて学ぶ機会を提供し、小樽商科大学公式Instagramに13件、オアソビプロジェクト公式Instagramに35件の投稿を生み出しました。本プロジェクトを含めたオアソビプロジェクトの取り組みについては、これらのInstagramアカウントにおいて、広く世の中に情報発信しています。

https://www.instagram.com/otaru_asobi/

(小樽商科大学オアソビプロジェクト公式Instagramアカウント)

「通り過ぎる町」から「立ち止まる町」へ

黒松内町 地域活性化プロジェクト

フィールドワークを通じて見えた未来

TEAM紹介:プロジェクトに参加した理由

地域活性化サークルO-ASOBI

上野 悠生

大学生という立場から黒松内町という町の暮らしを学び、向上させるというプロジェクトにワクワクしたからです。

横田 隼人

黒松内町という町をより盛り上げていくことに自分も力になりたいと思ったからです。

山口 春菜

黒松内町についてどさんこにもかわらずあまり知らず、ぜひ参加して地域活性や札幌以外の地域について知見を深めたいと思ったから

泉 萌衣

魅力的な資源があっても、知られていない、活かされてない状況が、故郷・豊富町に似ていると思い、黒松内町の活性化に力添えしたかった。

商大くんがいくブログ学生スタッフ（大学広報スタッフ）

上野 慈人

大学に入り、様々なことに挑戦したいと思っていたところ、お声がけいただいたため参加を決意しました。

櫻庭 詩菜

今年度から北海道に来て、今まで北海道について何も知らなかったため、理解を深めたいと考えたから。

山本 つむぎ

地元である黒松内町のプロジェクトがあるとお誘いをいただき、これは私が参加するしかないと思ったため参加した。

仲村 来美

私は千葉県出身で、もともと北海道の様々な地域に触れたいと思っておりました。加えて観光分野に興味があり、この活動から学びを得られそうだと感じたため参加いたしました。

黒松内町の概要

豊かな食と大自然が味わえる、ブナ北限の里。

国の天然記念物「歌才ブナ林」を擁する日本最北のブナ自生の地です。「日本で最も美しい村」連合に加盟し、酪農やチーズ製造が盛んです。人口は約2,300人で、豊かな自然と食が魅力の町です。

「牛っと！！ビーフ天国くろまつないマルシェ」

黒松内町は酪農と畜産が盛んな「ビーフの町」としても知られています。このイベントは町内外から多くの人が訪れる一大イベントです。

私たちも「牛丼早食い大会」に参加し、地域の熱気を肌で感じました！



黒松内町での出会い



池田商店 池田さん

店内に宴会スペースがある珍しいスーパーを経営。地域のコミュニティハブとしての役割を担っています。



スナック百桃 あやさん

町内唯一のスナックのママ。町民が本音で語り合える憩いの場を作り出しています。

その他にも・・・

黒松内町長 鎌田さん

町のビジョンと課題を共有

観光協会

観光資源の現状を解説

黒松内つくし園 岡久理事長

福祉と地域の関わりについて

黒松内銘水 株式会社 小谷社長

工場見学で水の美味しさを実感

特産物手作り加工センター

トワヴェールさん

ブナセンター

などなど

再定義した地域ブランド:フィールドワークで見つけた 3つの宝



後志地域の玄関口

かつての交通の要所という歴史的背景。
複数のドライブコースで
立ち寄られる道の駅。
後志地域と道南地域を結ぶ玄関口。



美味しい水

ブナ林が育む清冽な湧き水。
日本最北のブナ林が生み出す天然
水は黒松内の誇り。







ブナ林を守り抜いた歴史

北限のブナ林を伐採から守った
先人たちの熱い想いと物語。

提案①：日本屈指のプレミアム車中泊の街へと



- 専用RVサイト × ホテル級設備
- 日本一高級なRVパーク
- 黒松内町だから成立する理由
 -  ブナ林・自然景観 → RV滞在と相性抜群
 -  都市圏からのドライブ需要
 -  食・温泉・サウナとの連携が可能
 -  「静かさ」「余白」がプレミアムになる町



提案②: 黒松内町 水ソムリエ検定

「水」に体験価値と教養を

✓ 検定の創設

黒松内町の水と他地域との水の飲み比べや、水の知識を問う問題を含んだ検定の実施。

✓ 認定制度

合格者を「黒松内認定 水ソムリエ」とし、検定や黒松内町の存在のSNSでの発信を促す。

✓ お土産商品の開発

「利き水セット」や検定書籍などを道の駅で販売。



提案③: 黒松内の歴史をドラマに

『人々が守り抜いたブナの森』

目的

- ・ 現役世代が黒松内の歴史に触れる機会を作る
- ・ 次世代や観光客が地域の魅力を発信する

手段

- ・ 黒松内の歴史を短編ドラマとして制作
- ・ 地域住民の方に出演、協力を依頼する
- ・ 完成作品を地域の学生に見せる機会を作る
- ・ YouTubeなどで公開することで外部に公開する

期待される効果

- ・ 地域の誇り、繋がりへの再認識
- ・ 観光客の興味喚起
- ・ 歴史の継承



町の方々からのフィードバック

▲ 泊まれる道の駅

法的な宿泊施設の要件クリアが大きなハードルだが、RVパークから始めるべき。冬場の集客をどうするかが課題だが基本的に好印象、黒松内町の自然の魅力は、きちんと設備を整えれば車中泊を呼び込めるはず。

☑ 黒松内・水ソムリエ検定

「面白い視点。利き水のイベントを実施してみてもよさそう。ただ、大手飲料メーカーが泊発電所を懸念して参入を辞めたという話もあるから障壁もありそう。」

☒ ブナ林の歴史ドラマ化

「ブナの森についてあまり知らなかった。子ども達にも、ブナ林を守った歴史を伝える時に動画という手法は興味を持ってくれそう。町民が出演すると、大したことがないと思っていたことも、実は外から見ると価値のあるものだったという気づきが得られるかも。ショート動画を使った町の魅力発信をしたいと思っていたので、若い方の力を借りられると嬉しい。」

プロジェクトを通しての学び



コミュニティを基盤とした観光地域づくり

地方創生カレッジのオンデマンド受講を通じて、
地域活性化には地域の協働による観光発展が大切であると
学んだ。

キーワード：関係人口

単なる観光客ではなく

ストーリーに共感して地域に関わり続ける「ファン」を
作ることが持続可能な地域活性化の鍵。

今後の展望：次のステージへ

今回のフィールドワークで得たつながりを引き継ぎながら、
社会連携実践やアントレプレナーシップ副専攻科目などの授業科目で
黒松内町での活動を継続していきたいです！

具体的な事業化に向けたプランニングへ