



アウトドアに特化した起業家養成塾 鳥取県をアウトドアの聖地に



琴浦町観光協会ホームページ



鳥取県観光連盟ホームページ



ととのうとっとり PRTIMES記事より



- 1 提案する政策アイデア
- 2 鳥取、琴浦の紹介
- 3 数値分析
- 4 問題意識、仮説
- 5 鳥取県琴浦町の取り組み
- 6 琴浦町の取り組みが全県的なプロジェクトへ
- 7 提案する政策アイデア
- 8 アイデアの具体的な中身
- 9 費用対効果
- 10 目指す未来

1 提案 アウトドアに特化した起業家養成塾 (ビジネススクール)



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ

- ・ 名称：野遊び塾
- ・ 地域おこし協力隊制度を活用（鳥取県の協力隊として雇用）
- ・ 年間10人雇用
- ・ 3年以内に県内で、アウトドア関連事業で起業を目指す
施設運営者、グッズメーカー、ガイド、料理店、webマーケター
システムエンジニア、旅行代理店など
- ・ 県内の賛同していただける事業者と連携（数ヶ月単位でインターン
シップ、連携先の企業で働く）
※キャンプ場、鉄工所、道の駅、観光協会、銀行など
- ・ 年度毎に試験（ミッション）がある
1年目→100万円で200人集める、2年目→50万円で300人集める等
- ・ 講師 県内外企業、観光協会長、県商工労働部長 など

2 鳥取県と琴浦町の環境



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ



鳥取県

日本で一番人口の少ない県。
中国地方最高峰の大山
国立公園 2 つ
日本最大の砂丘 ※人が入れる砂丘



琴浦町

鳥取県のほぼ中央
農業、漁業、商工業が盛ん 17,000人
東西15.2キロメートル、南北18.5 k m
総面積139.97 k m² (大田区の 2 倍弱)
海から山まで、約14km

3 数値分析 鳥取県と言えば



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ

出典 令和3年度鳥取県に関するイメージ調査より

1-2. 『鳥取県』と言われて連想されるもの

◆「砂丘」(80.1%)が突出して高く約8割が回答。

Q. あなたは「鳥取県」と言われて何を連想しますか。(自由回答、複数回答あり)



- ・圧倒的に砂丘
 - ・食のキーワードもあり
 - ・場所（プレイス）のキーワード
- 砂丘
大山(だいせん)
水木ロード など

調査対象：5,400人（年代別男女）

3 数値分析 RESAS①目的地として検索されている場所

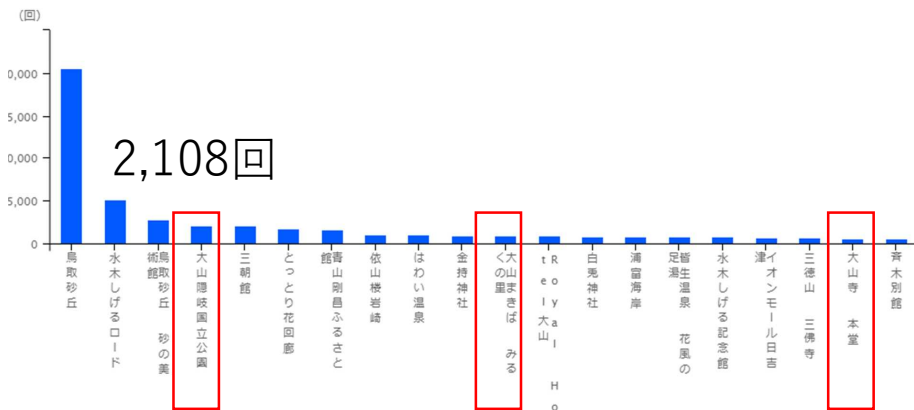


小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ

2018年（年間） コロナ以前

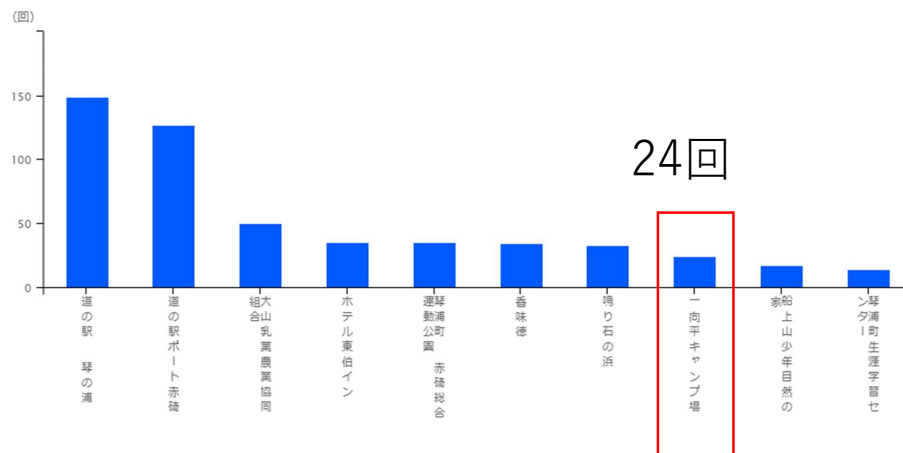
指定地域の目的地一覧

鳥取県
2018年すべての期間（休日）
自動車



指定地域の目的地一覧

鳥取県琴浦町
2018年すべての期間（休日）
自動車



- ・ 大山に関連する場所は比較的少ない。
- ・ 目的地となる場所も圧倒的に鳥取砂丘（県全体）
- ・ 琴浦町では、道の駅が目的となっている。



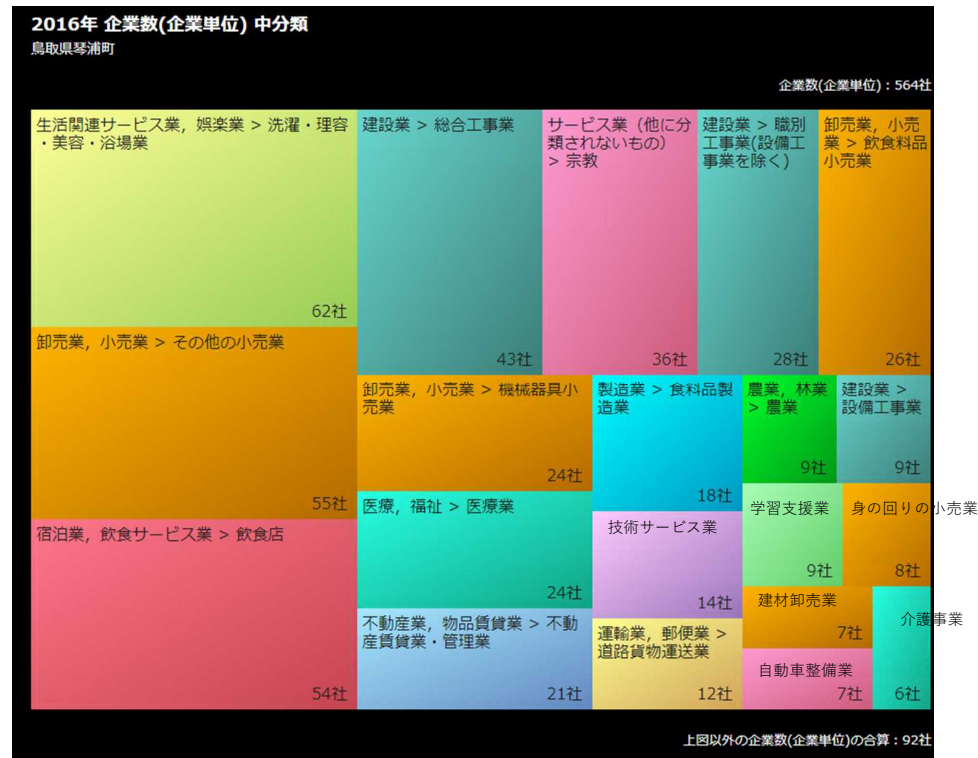
小さいくせに
ぜんぶある。

惑星コトウラ



【アウトドアは、商売になるのか】

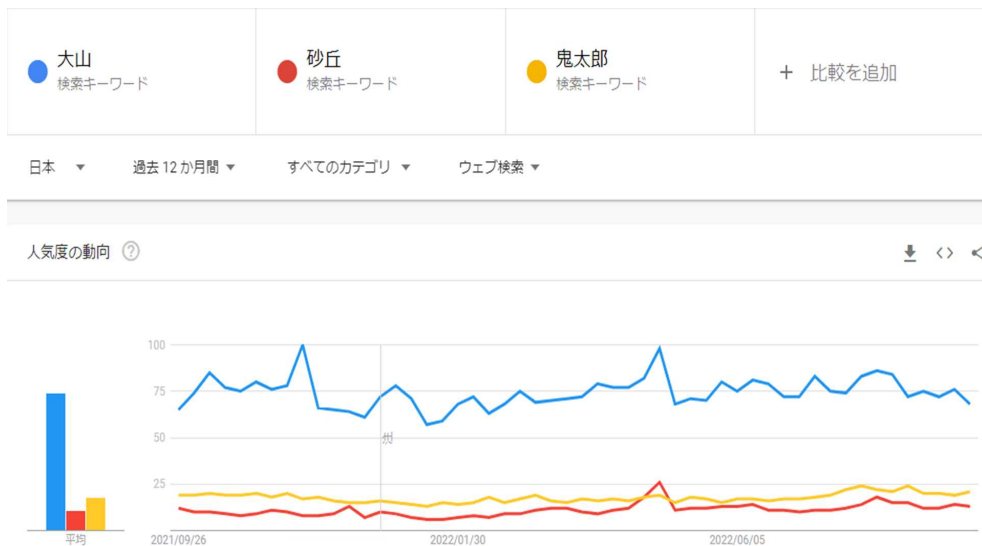
- ・観光業に分類される業種は少ない。
※旅行、体験、お土産など
- ・キャンプ場は、地元の任意団体に運営委託をしているため、業としては出てこない（2016年当時）。
- ・大山やアウトドアに関連する業種、生業などが無い。
- ・大山のお膝元、大山町にはペンション、スキー場などがある。
- ・他の市町村も概ね、琴浦町と同じ状況。



3 数値分析 Googleトレンドより 検索ワードの比較



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ



- 目的地となっている上位3位には、「大山」に関連した場所はなかった。
- Googleの検索数では、大山が多い。

Googleトレンドとは？

ある単語がGoogleでどれだけ検索されているかというトレンドをグラフで見ることが出来るツール。

検索数ではなく、期間中一番多い検索数を100として、相対的なグラフで表示される。



- ①潜在的な需要はあるが、**需要を満たす目的地**（場所、体験、商品、サービスなど）**がない**（整備されていないまたは、一定のレベルに達していない）のではないか。
- ②**需要を満たす目的地はあるが、情報までたどり着けていないのではないか。**
※観光協会は、チラシ・ポスターの町内配布、町内への掲示。
ホームページには情報を載せているが、そもそも**ホームページを知ってもらえていない**
→それでは、都市圏の消費者へ届かない。
- ③**良い物はあるが、情報を拡散出来ておらず、需要がないと判断し、**そもそも生業となっていないのではないか。



①オペレーションはどうか

任意団体への指定管理→お金をもらう接客、サービスになってるか

②商品になっているか

行政はモニターツアー大好き 旅行商品になっているか
どこで、誰に売るのがかを考えているか

③見せているか

ホームページ作るだけではダメ→アクセス解析、更新、SEO対策
実は作ってからが最も大事
スマホは社会インフラ そこに表示させる 見せ続ける
マーケティング戦略



・ **中国地方最高峰、日本名峰ランキング3位に選ばれたことがある大山がある。**

・ 人口、交通、立地

キャンプ場としては、やや不利な立地条件。

オートキャンプ場の採算ラインの立地条件は100万人都市圏から車で2時間圏内とされる中、都市圏からは地理的に遠い立地条件であるが、補うことのできる「**大山**」という強みがある。 ※参考：鳥取砂丘の年間観光客数 約170万人

・ **県内には全国34箇所中 2 つの国立公園**があり、コンテンツが充実している。

米子市圏（約17万人）

鳥取市圏（約20万人）

松江市圏（約20万人）

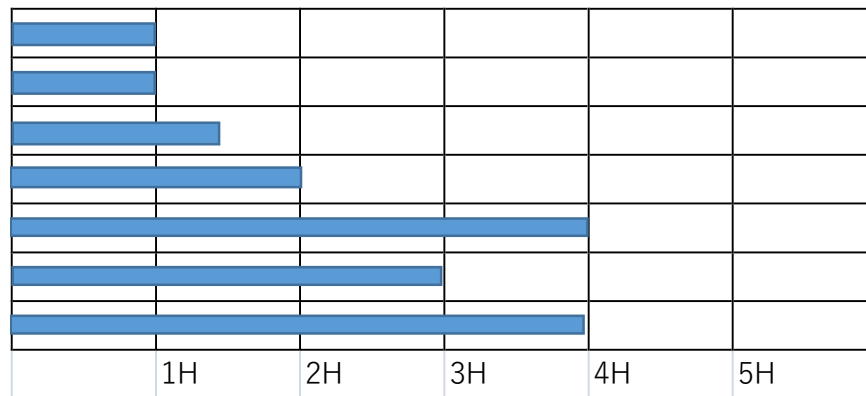
岡山都市圏（約150万人）

広島都市圏（約160万人）

兵庫都市圏（約200万人）

大阪都市圏（約600万人）

中国・近県 約1,167万人



5 琴浦町の取り組み



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ

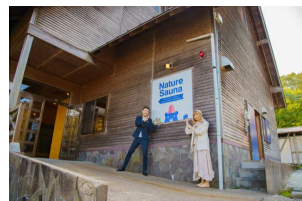
2018年度（H30） 年間宿泊組数169組 （週末に4，5組のキャンプ客）

2019年度（R1） 年間宿泊組数**216組**（キャンプ場リニューアル元年）

- ・ SNS運用開始
- ・ なっぷ登録（キャンプ場検索サイト、ネット予約の開始）
- ・ 赤字体質の見直し（原価・仕入れの見直し）
- ・ **指定管理者を初めて一般公募**するため準備（約35年間地元管理）

2020年度（R2） 年間宿泊組数**700組**

- ・ 指定管理者が決定 町内に法人を設立（株式会社一向平キャンプ場）
- ・ **国内初 国立公園内にネイチャーサウナオープン**（本格的なフィンランド式）
- ・ キャンプサイトの更新、修繕
- ・ **Wi-Fiの整備**（ワーケーション環境の整備）



2021年度（R3） 年間宿泊組数**744組**

- ・ サウナオリジナルグッズ販売（ECサイトオープン）
- ・ **サウナフェスを開催 全国から来客**（フィンランド大使館・フィンエアーとタイアップ）
- ・ **ネイチャーサウナを目的に地域おこし協力隊2名**着任し、琴浦町へ移住

2022年度（R4）

- ・ 雑誌ビーパル「**ほんとうに気持ちいいキャンプ場100**」に選出（日本のキャンプ場4,600以上）
- ・ ゴールデンウィークは**キャンセル待ちが450組**
- ・ 協力隊員が**アウフグース日本チャンピオン**となり、**世界大会へ出場**



6 鳥取県の取り組み 琴浦町の取り組みが全県的なプロジェクトへ



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウ

- ・琴浦町地域おこし協力隊員が鳥取サウナCEA（最高経営アウフグーサー）に就任
- ・鳥取県をサウナ県へ「ととのうとっとり」プロジェクト始動
- ・ととのうとっとりが全国48事例に選出



- ・R3年度 鳥取県がサウナ関連予算をつける
- ・鳥取県全体のキャンプ情報を網羅する専用サイト「とっとりキャンプ」運用開始
- ・星取県、県を横断するサイクリングロードの整備、ジオパークでのマリンスポーツなどの取り組み



一過性で終わらせないために人材育成が急務！！ 14

7 提案 アウトドアに特化した起業家養成塾

(ビジネススクール)



小さいくせに
ぜんぶある。
惑星コトウラ

- ・ 名称：野遊び塾
- ・ 地域おこし協力隊制度を活用（鳥取県の協力隊として雇用）
- ・ 年間10人雇用
- ・ 3年以内に県内で、アウトドア関連事業で起業を目指す
施設運営者、グッズメーカー、ガイド、料理店、webマーケター
システムエンジニア、旅行代理店など
- ・ 県内の賛同していただける事業者と連携（数ヶ月単位でインターン
シップ、連携先の企業で働く）
※キャンプ場、鉄工所、道の駅、観光協会、銀行など
- ・ 年度毎に試験（ミッション）がある
1年目→100万円で200人集める、2年目→50万円で300人集める等
- ・ 講師 県内外企業、観光協会長、県商工労働部長 など

なぜ 起業家育成なのか

①箱物を作っても続かない

田舎の地方公共団体は、すぐにかっこいい箱物を作りたがるが、能力を最大限活かせるプレイヤーがいないと続かない。

②琴浦町では、大きな投資をしていない

他県の様子を見ると、県主導で数億円の予算をかけて、キャンプ場を作ったりしているが、以後も莫大な指定管理料を払い続けることになる。

資力があれば続ければ良いが、琴浦町のような自治体には出来ない。

琴浦町の投資額は1,500万円ほどだが、全国に訴求できる施設となった。

③正しい売り方をすればいいものは売れる

キャンプ場の大規模なリニューアルはしていないが、今の時代に即した、基本的な事（ネット予約、キャンプ場総合サイトに掲載、SNS、検索連動型広告など）を徹底すれば、いいものは、売れる。

オペレーション、売り方、見せ方を

高いレベルで実践できる人を育てる→投資は後からついてくる。¹⁶



①産学金官連携

自治体が持つ「つながり」をフル活用

- ・ 公施設設の指定管理者、連携先の企業でインターシップ
- ・ 県、町などの観光戦略会議、5ヵ年計画の策定などに携わる事ができる
- ・ 大学とも連携し、素材、社会学など一見関係なさそうな分野とも連携
- ・ 銀行とも連携し、毎年融資の相談など 起業をバックアップ
- ・ 自治体は、農家、猟師、製造業、寺社など様々なつながりがある
- ・ 県全体で起業家を育てる



②プロを育てる

- 新商品を開発せよ
- 課題 100万円で200人集めろ、既存の地域のイベントをブラッシュアップ など
- 全員がwebマーケティングスクールを受講
- 結果（売上、集客）を徹底的に求める

③地域おこし協力隊の制度を活用

※現在全国で約6,000人 総務省は8,000人にする目標を掲げている

- 人件費、活動費をフルに使える（年間400万円）
- 企業は、手出しなしでインターシップを受け入れる
- 起業しても良い、インターシップ先に就職しても良い
- 協力隊が移住し、起業することで雇用が生まれる
- 起業すれば、「商品・サービス」を目的に観光客が増える
- 目的を絞って募集しているので、隊員のゴールが明確



①費用

担当職員 2名 $650\text{万円} \times 2\text{人} = 1,300\text{万円}$

諸経費・旅費・講師謝金など 300万円

年間 $1,600\text{万円} \times 3\text{年間} = \mathbf{4,800\text{万円}}$

②将来の見込み（効果）

令和2年度地域おこし協力隊に関する調査より：任期後定住する見込み 53%

1期～3期まで、30名 1割が起業 4割が地元企業へ就職し定住
3名 12名

・中小企業の平均売上 1.7億（令和3年中小企業実体基本調査）

・人が1人定住すると 年間消費額125万円（総務省家計調査）

$1.7 \times 3\text{人} = \mathbf{5.1\text{億円}}$

$126\text{万円} \times 12\text{人} = \mathbf{1,512\text{万円}}$



- web対策、マーケティング目線をもった企業により世界に発信
- メイン商圏は関西、四国、九州の一部
年間300万人が来県
- アウトドアといえは、鳥取県
鳥取県と言えは、アウトドアと言われる

県全体でアウトドアツーリズムに取り組みたい！！