

令和6年度 「未来の教室」実証事業

最終報告書



【事業名】
地域の未来を創造する
チェンジメーカー・プログラム

【事業者名】
SOZOW株式会社

【報告日】
令和7年3月4日

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

- エデュテインメントのリーディングカンパニーであるSOZOWは、好奇心を解き放つ学びと遊びを通じて、新しい未来を企業や地域と共創し自分らしい未来を創造できる社会を目指す

代表団体名	SOZOW株式会社
本社所在地	東京都品川区東五反田5-12-1 ロイヤルフラッツ201
代表者名	小助川 将
設 立	2019年
従業員数	30名、副業スタッフ200名程度
拠点数	1（本社のみ、オンラインで全国展開）
事業内容	 オンライン習い事 SOZOWパーク マイクラやロブロックス、デザインに 動画制作などをオンラインで楽し く学ぶ  オンラインフリースクール SOZOWスクール小中等部 メタバースキャンパスで「好き」を 起点に社会に つながる「学び」を得る  通信制サポート校 SOZOWスクール高等部 高等学校卒業資格の取得を前 提に個性に寄り添った 最適な学習環境を提供

- SOZOWは、子ども向け教育事業を中心に展開する
インパクト・スタートアップ
- テクノロジーを活用し、教育にエンターテインメント要素を
取り入れた「エデュテインメント」を軸に、
探究型プログラムを開発
- プログラムの特長は、デジタルスキルの習得に加え、協働
や課題解決に必要とされる多様な非認知スキル、さらには
主体性や自己肯定感を育むマインドを実践的に培うこと。
- オンライン習い事「SOZOWパーク」やオンラインフリー
スクール「SOZOWスクール小中等部」を運営

実証テーマ

地域の未来を創造するチェンジメーカー・プログラム

背景/目指す姿

子どもの地域理解とデジタルスキル習得を掛け合わせた探究学習プログラムのモデルケースづくり、
それに伴う社会的価値向上による、自走・横展開に繋げる仕組みの確立

(1) 学びのサード・プレイス (2) 教育活動資金確保のためのファンドレイジング (3) 外部リソースの活用等を通じた教育DXの事例の創出・普及

実証スキーム図・実施内容

実証成果

北海道の小/中学生

1

2

SOZOW
チェンジメーカー・プログラム
(地域理解やデジタルスキルに挑戦)

3

地域自治体
当別町/苫小牧市/
函館市

地域企業
サッポロドラッグストア



- 1 Minecraftきっかけで幅広いターゲットが、地域理解×デジタルスキルを習得できるプログラムか？
- 2 地域でもプログラムを進行（自走）するための地域拠点の運用方法は？
- 3 地元企業を巻き込んだアワード（最終発表イベント）活用の継続性と横展開のための「型」は？

①（実証成果）Minecraft（注）は地域理解×デジタルスキルへの入り口として有効

- ・ 400名ほどの集客：学校配布フリーペーパー（エコチル）×自治体の小学校での告知
- ・ 参加者の9割がマイクラ起点で参加：281/323名（約9割）の参加者が、「マイクラに興味があるため、セミナーに参加した」と回答。

②（実証成果）SOZOW×地元自治体×地元企業の3体制での連携での運用

- ・ コンテンツのオンライン配信SOZOW×地元課題に詳しい自治体×現地運用/地域展開する地元企業というそれぞれ強みを活かした3つの体制で、様々な地域に対して、広くプログラムを運用が可

③（実証成果）地域創生と教育へ積極的、かつ親子向けビジネスモデル基盤を保有する企業との協業が、継続性・横展開に向けたポイント

- ・ CSR文脈だけでなく、実際に組み手の企業にもメリットがあること（経済成果、取り組んでいる事業との親和性など）の打ち出しをすることが必須

- 課題①：子どもたちがに地域に関心をもてるような機会や、ITスキル向上させるための機会が不足
課題②：学校の授業だけでは、探究的活動の機会や、実践的な学びの場を十分に届けきれていない
課題③：教育プログラムを提供したいが、人員や環境等、体制整備が難しい

理想を目指す上での課題を設定するために、プレヒアリングを実施。
関係者からは以下の課題感を確認できた。

生徒・教育関係者の声

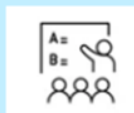
課題①：地域への関心・デジタルスキルを高める機会の不足



小中学生
(地方在住のSOZOW会員)

「デジタル技術を使って作品を作ったりしたいけど、学校では不十分だし、近所に学べるところもないです。。」

課題②：子どもの活動に対する社会的評価



学校・
教育関係者
(東京都内
学校法人理事長)

「学校の授業だけでは探究的活動を十分に教えることが難しい。企業等と連携して、実践的な学びの場を提供し、子どもたちへ探究的学びを届けたい」

課題③：体制整備

地域関係者の声



自治体
(秋田県県庁)

「少子高齢化が進む中で、若者の定住促進と地域活性化が急務。学力偏重から、子どもが地域と関わり、誇りを持つ教育へ変化必要。そうすると県外流出が減るから」

「北海道の未来を担う鍵は、地元の小中学生が地域に関心と誇りを持ち、将来の担い手として育つような学びや取り組みが必要。」



地域企業
(サツドラHD)



地域メディア
(北海道TV)

「地域の魅力や課題を効果的に発信するコンテンツを通じて地域へ貢献したい。子どもたちの取り組みを紹介し、地域社会にポジティブな影響を与えるストーリーを作りたい」

3－② 目指す姿

- ①：小中高生が地域課題や魅力に、デジタルスキルを活用して、主体的に取り組む
- ②：アウトプット中心の実践的な学びの機会を届けて、その子どもたちの姿や活動がかっこいい・憧れとなる
- ③：地域企業や自治体等を巻き込み一緒に運営し、共創共生する社会へ

本実証に対応・関連する公募要件の論点

- (1) 学びのサード・プレイス
- (2) 教育活動資金確保のためのファンドレイジング
- (3) 外部リソースの活用等を通じた教育DXの事例の創出・普及

社会実装のあるべき姿

あるべき姿

- ①小中高校生が地域の課題や魅力にデジタルスキルを活用して主体的に取り組む
- ②その取組み/活動がかっこいい・憧れとなる新しい社会の常識を作る
- ③地域企業や自治体、地域の大人がその子ども・若者たちを応援し、共創共生する社会を目指す

Phase1:2024
成功事例作り＋横展開



PLANNING

- 2024：北海道でモデル作り。

Phase2:2025～2028
全国規模の展開・実施



DEVELOP

- 2025：他地域（1-2地域）への展開
- 2026：3-5地域への展開＋全国大会の実施
- 2027：広域自治体6-10地域への展開＋大学生・専門学校生部門の開催
- 2028：広域自治体10-15地域への展開

Phase3:2028～2030
拡大・最終目標達成



GOALS

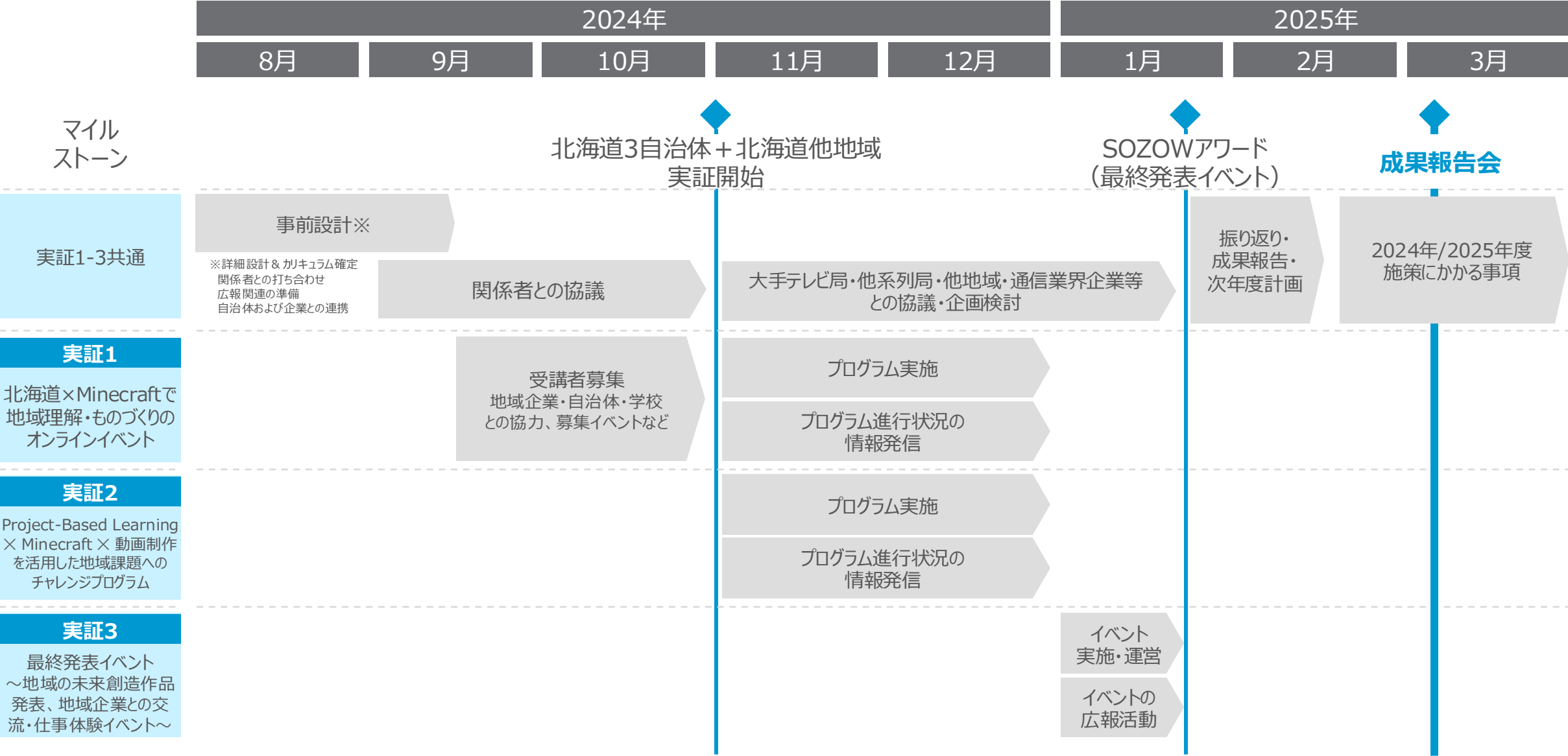
- 2029：2028：広域自治体20-地域への展開
- 2030：広域自治体25-地域への展開

3－③ 実証目的と内容

	大論点	中論点	初期仮説	実証内容
1	Minecraftきっかけで 幅広いターゲットが、 地域理解×デジタルスキルを 習得できるプログラムか？	地域理解を深めたい、デジタルスキルを習得したいと思えるような参加ハードルを下げるための興味のフックは？	最初の子どもの興味関心のフックとしてMinecraftが効果的か	子どもの参加理由の確認
2		参加を促す周知広報は？	自治体や学校、サツドラ会員などの信頼の厚い北海道全域への周知広報が効果的か	複数媒体での案内 実証1－3の参加数と歩留まり率、 認知参加経路の確認
3		地域課題とデジタルの掛け合わせが効果的なのか？	Minecraftへの興味関心を起点とし、北海道の様々な地域に住む小中学生の考えに触れる協働することで、地域理解とデジタルスキルを向上することに効果的か	プログラムを通じて、 地域への関心/非認知能力/協働などへの 効果があったかを定量調査で確認
4	地域でもプログラムを 進行（自走）するための 地域拠点の運用方法は？	地域拠点における当日の準備など、コーディネート/ファシリテートなどはどのように実施をするのか？	サツドラ、自治体スタッフ、地元企業、学生や地域おこし協力隊などのサポートスタッフに対して事前に研修を行うことによってスムーズな進行を実現か	参加自治体に対して事前研修を実施。 良かった点・悪かった点を確認 (定量/インタビュー調査など)
5		コーディネート/ファシリテートに必要な要件は何か？	地域理解とデジタルスキルにある程度理解がある方か	上記の中で、 地域拠点運営に必要なスキルセット
6		地域拠点の規模の大小によって、 進行方法は異なるのか？	北海道3自治体の進行方法の違いを検証か	地域拠点の大小による必要条件の整理
7	サツドラHD、テレビ局、 地元企業も巻き込んだ アワード（最終発表イベント） 活用の継続性と 横展開のための「型」は？	アワードの場を活用することで子どもの地域理解×デジタルスキル習得の社会的認知向上はできたか？	北海道テレビ放送など地元メディアによる効果的な露出により、認知拡大、ブランド価値向上に効果的か	露出量レポート（記事/SNSなど） メディアが取り上げたプログラムの切り口、 イベントの来場者数とその内訳 等の確認
8		地域企業や自治体など地域内関係者との協力体制の構築は？（協賛金/スポンサーシップの事業モデルなど）	サツドラHDを起点に、その地域に必要性和意義がある取り組みのためスポンサーを了承する傾向にあるか	民間企業にスポンサーを引き受ける理由のヒアリング
9		北海道でのモデルづくりからの全国への横展開の方法は？	全国的なネットワークを保有する大手テレビ局を巻き込んだ全国への施策拡大が効果的か	横展開を行う上での体制構築、 組み手の選定にあたってのナレッジ

注）本プログラムは、Minecraft 公式製品ではなく、Mojang からの承認および関連はございません。

3 - ④ 実施経過



注) 本プログラムは、Minecraft 公式製品ではなく、Mojang からの承認および関連はございません。

3-⑤ 実証1,2,3で小/中学生に届けたイベント・プログラム内容

実証① 約320名参加



今日のテーマ

- 1 北海道の魅力について探求しよう!
- 2 Let's マイクラフト!!!!
- 3 みんなでシェアしよう!



実証② 5チーム24名参加



1
ヶ月
目

【1回目】 「知る」
どんな問題があるか調べる、考える、知る

【2回目】 「考える」
解決策は? どんな風に発表する? ゴールは?

2
ヶ月
目

【3回目】 「つくる」
みんなで協力してマイクラを完成させる!

【4回目】 「つたえる」
想いを届けるには? YouTuberにチャレンジ!

最終回



実証③ 5チーム23名参加



本日の流れ

- 1 どさクラカップの説明
- 2 12:45 ~ 13:45 プレゼン大会
- 3 14:00 ~ 15:00 ブース体験
- 4 15:15 ~ 15:45 閉会式(表彰式)

※途中休憩あり



4－① 実証成果

	初期仮説	実証成果	考察
1	最初の子どもの興味関心のフックとして、Minecraftが効果的か	(実証①事前アンケート：定量面) 実証①のイベントの申込者の内、95%の方が、イベントの参加理由として、「マイクラに興味があるため」と回答	子どもの興味関心を引くツールとして、Minecraftが効果的であることが証明できた。 また参加者の子どもたちから、「ゲーム」「ものづくり」「オンライン」の体験へのニーズもあることが確認できた。 課題：Minecraftは子どもの興味を引く上では有用だが、他ツールを活用した誘客、検討内容・アウトプットの表現にかかるバリエーションの増加は継続検討が必要。
2	自治体や学校、サツドラ会員などの信頼の厚い北海道全域への周知広報が効果的か	実証①申込人数 約400名 ・エコチル：258名 ・行政案内：31名 ・企業案内：2名等 実証①参加人数：323名 実証②参加人数：24名 (申込数：65名、歩留り：20%) 実証③参加人数：23名 (歩留り：約95%)	当初実証①の誘客目標を100名、実証①→②の歩留りを10-20%と設定。 上記に対し、実証①の誘客数は約400名(申込数)と目標の400%超えを達成。 特にエコチル広告による誘客が多く(約85%)、媒体の強さ、及び、学校への配布等のデリバリーの方の重要性が検証できた。 ※自治体では学校へチラシ配布、サツドラ社には社内や会員等にメール等で告知を実施していただいた。
3	Minecraftへの興味関心を起点とし、北海道の様々な地域に住む小中学生の考えに触れる、協働することで、地域理解とデジタルスキルを向上することに効果的か	(実証①事後アンケート：定量面) 定量的に以下確認ができた。 ・地域への関心：119/204名(約6割) ・仲間との協力：156/204名(約8割)	(講師所感/子ども・保護者の声：定性面) 参加者の意識・意欲が全般的に高く、作業・発表に前向き。一連の取り組みの中で、地域課題と解決策を具体的に考えるだけでなく、検討結果を具体的にどう伝えるかについても意識が向いた(子どもの声)、当内容は親から見ても感じ取れた内容であり、有意義な場であったと推定される

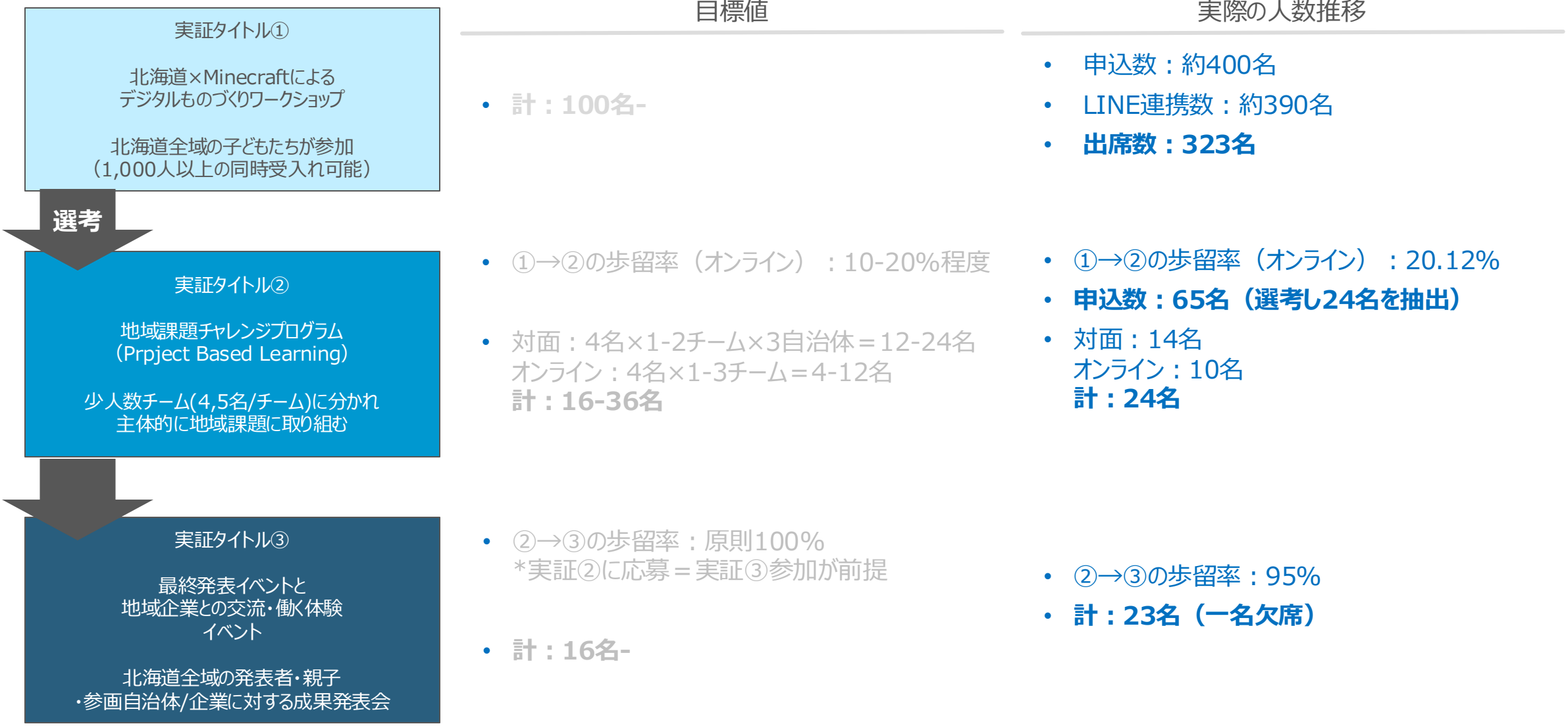
論点①：地域理解を深めたい、デジタルスキルを習得したいと思えるような参加ハードルを下げるための興味のフックは？

- ・ 申込者の内、95%がMinecraftへの興味関心を示した
- ・ また、「ゲーム_54%」「オンライン_37%」「ものづくり_30%」へのニーズも一定あることが確認できた

実証1の参加理由	回答数	回答率
ゲームに興味・関心があるから	221	54%
マインクラフトに興味・関心があるから	386	95%
特別なイベントに興味・関心があるから	56	14%
イベントのテーマ（北海道が舞台）に興味・関心があるから	54	13%
ものづくりに興味・関心があるから	121	30%
発表に興味・関心があるから	17	4%
他の子どもたちとの交流に興味・関心があるから	37	9%
無料だから	134	33%
オンラインで自宅から参加できるから	149	37%
※ 申込数408件 本設問は複数選択あり		

論点②：参加を促す周知広報は？

・特に、実証①で、エコチル広告(小/中学校配布の教育情報誌)による誘客が多く(約85%)、
媒体の強さ、及び、学校への配布等のデリバリーの方の重要性が検証できた。



注)本プログラムは、Minecraft 公式製品ではなく、Mojang からの承認および関連はございません。

- 地域への関心/非認知能力（デジタルものづくり、発表）/協働などへの意識変容があったことを定量調査で確認

実証1

北海道
 ×Minecraftによる
 デジタルものづくり
 ワークショップ

運営しての所感（講師より）

- 参加者の意識・意欲が全般的に高く、作業・発表に前向き
→Minecraftという題材を使用したことも、上記の結果に繋がる理由の一つと想定される
- 作業にあたり、子どもたち同士で教え合うという動きも多く見られた
- 保護者からも好意的な反応が多く、取り組みの意義について周知することができた

アンケート結果

- 事後アンケートでは、全ての項目で8割以上の受講者が満足（5点）、やや満足（4点）と回答
- マイクラ自体に対する興味関心の高さが伺えると共に、仲間と一緒に協働することにかかる点数も高い
- このことは、当初想定した仮説（ツールとしてマイクラが有効、地域課題とデジタルの掛け合わせが効果的）を一定裏付ける結果となった

設問	平均	5.00	4.00	3.00	2.00	1.00
①今日のアクティビティは楽しかった？	4.79	175	20	6	2	1
②「マイクラでできることをふやしたい！」って、どのくらい思った？	4.61	145	46	8	3	2
③「北海道のことをもっと知りたい！」って、どのくらい思った？	4.32	119	47	24	11	3
④北海道のなかまとマイクラでいっしょに作品をつくることに、きみはどのくらいワクワクする？	4.66	156	32	12	3	1
⑤北海道の人たちの前で、マイクラの作品を発表することに、きみはどのくらいワクワクする？	4.23	115	46	24	13	6

注）本プログラムは、Minecraft 公式製品ではなく、Mojang からの承認および関連はございません。

論点③：地域課題とデジタルの掛け合わせが効果的なのか（地域理解・デジタルスキル向上）？ 実証②③

地域の具体的な課題を考える



オンラインチームにとっても有意義な場に

子どもの声「協力・伝え方にかかる意識」



保護者の声「課題意識を持ち、異学年と取り組む意義」



25年2/13日放送「イチ盛り！」より

論点③：地域課題とデジタルの掛け合わせが効果的なのか（地域理解・デジタルスキル向上）？ 実証②③

- ・ 地域理解、非認知能力（デジタルスキル、発表、協働、異学年等他者理解、主体性等）に関する意識/行動変容があったことを保護者への事後の定量調査で確認

地域への 関心/理解

北海道のニュースにより関心を持つようになり、気になったことについて調べたりすることもありました。

北海道の問題点など社会問題を考えたり、ニュースも気にかけるようになったこと。

自分の住んでいる街のことを理解できた。会話が増えた

ゲームとしかマイクラに対して考えていませんでしたが、色々な形で社会とも繋がることに可能性を感じました！

デジタル スキル

マイクラについて、親に報告したい、伝えたいという気持ちがすごく増えて、見せてくる機会がとて増えました。

動画編集など慣れないことにも挑戦心が湧いたこと。

マイクラを初めて触ってどうなるか心配でしたが、皆んなで協力して予想以上に楽しんでいました。

自分の意見をマイクラの世界で表現しようとしている姿は成長しているなと感じた。

他の非認知 スタンス/スキル

チームの皆の前で発言しようという積極性。

仲間と協力して作業することの楽しさを感じられたようだった。発表の仕方や問題解決について、一緒に考えることが増えていた。

多学年の仲間と協力して作り上げるというのは今までにないことだったので良い経験をさせていただいたと思います。

子供から意見を求められる事が多くなり、親子での会話が增えました。

子供達も輝いており、プレゼンで心が動かされる原体験が得られたと思います。

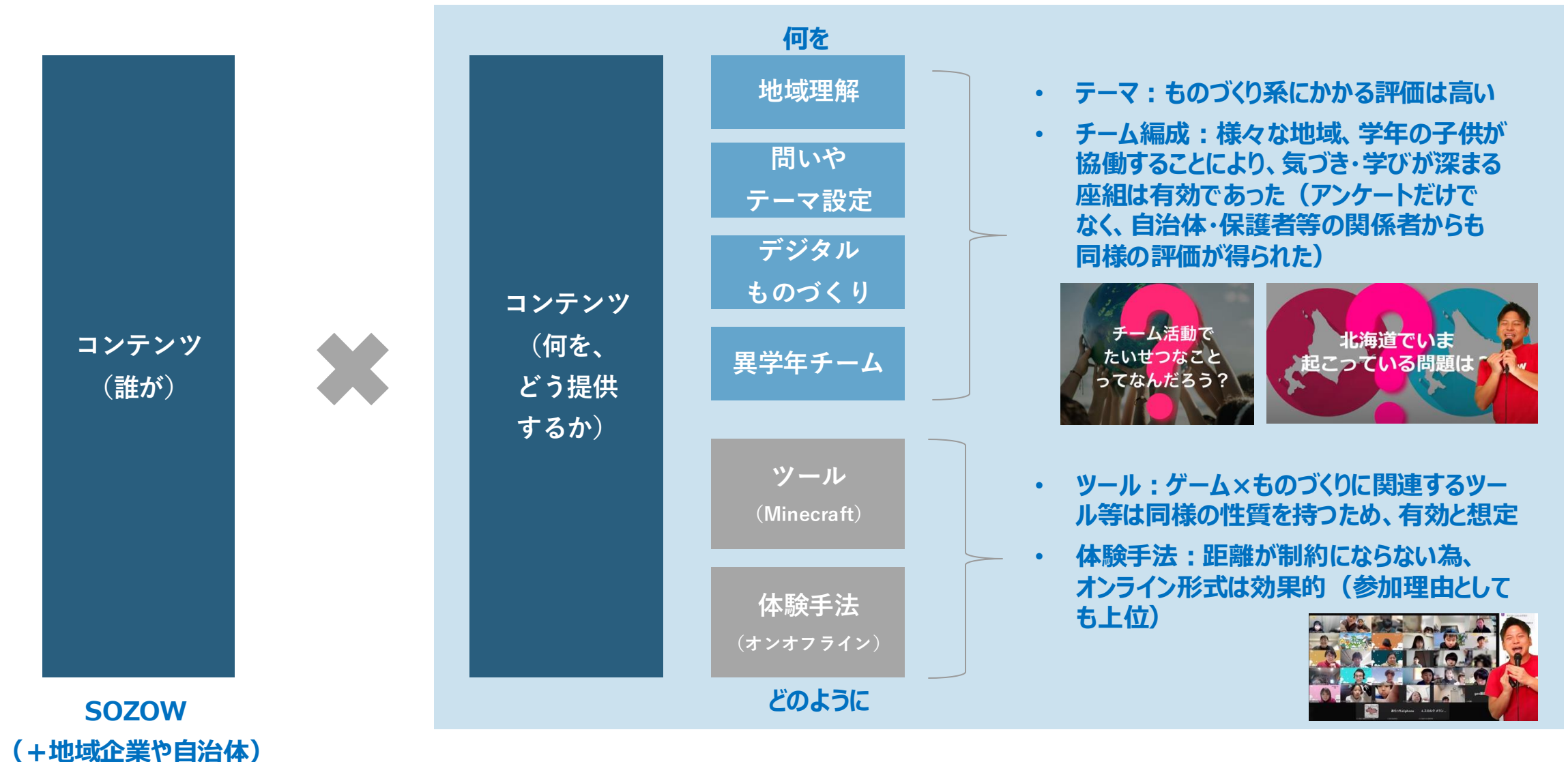
グループでの役割で自分がやるべき事を考え行動出来るようになった。また、アイデアを言葉にして伝える事が出来るようになった。

学校で得られないような経験ができ、異年齢の子が混ざっている中で意見を作り上げていく難しさや楽しさを知ることができた。

皆で頑張ったが賞を取れなかったことを悔しいと感じるようになったこと。（今まであまり悔しいという感情が湧いたことはなかった）

論点③参考：子どもに対する提供サービスの要素分解

- 子どもに対する価値提供には様々な要素が必要。自分らしさや好奇心を大事にするスタンスと、正解のない問いをもとにアウトプット等をする環境によって、地域課題を考えることはもちろん、発表、チーム作業などの学びの質向上にもつながった。



・「未来の教室」が目指す「チェンジ・メイカー」に必要な要件を以下の通り整理

知識

- PC操作、使用にかかるITリテラシー
- 地域理解

スキル

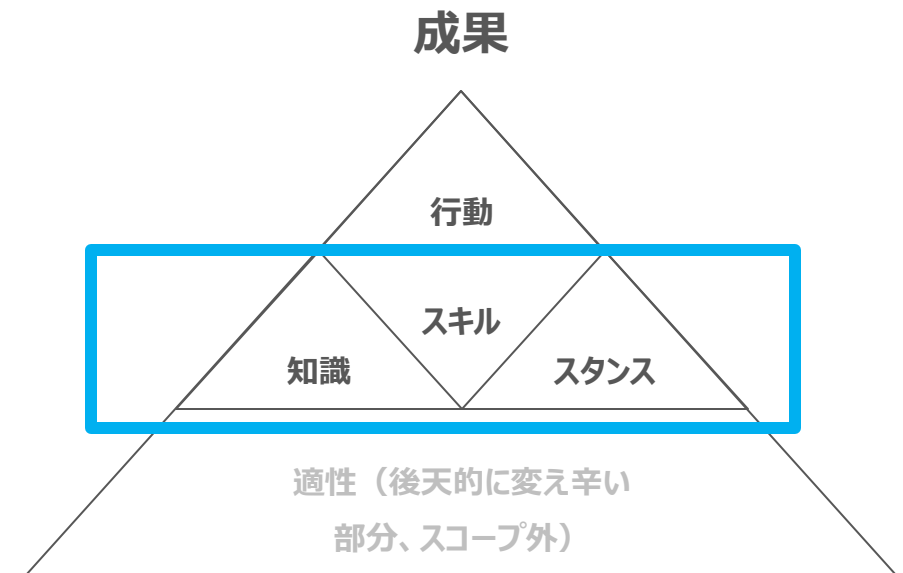
- 課題発見力、課題遂行力（自ら課題を定義し、解決に向けた道筋や施策を作り出すことができる）
- 論理的思考
- 表現力
- プレゼンテーション力
- システム思考

スキル/スタンス

- 知的好奇心
- 挑戦、情動・ストレス対処（壁にぶつかっても乗り越えようとする意思）
- 自己理解、分析力
- 他者理解、他者と連携し共創しようとする意識
 - コミュニケーション能力（傾聴、対話力）
 - 他者の多様な意見を尊重する力
 - 互いを認め、賞賛する力

（所感）

- 青字/緑字：実証の中で身についた内容
*緑字については一部個人差あり（初期のスキルが大きく異なるため）
- 赤字：実証（②～）③の中で向上した部分
実証③の間では関係者に対して発表することから、相手に併せた伝え方、情報の届け方を意識する必要
↓
- このように、実証①→②→③と段階的に取り組みを進める中で、必要な力・観点が習得される結果となった



4－① 実証成果

	初期仮説	実証成果	考察
4	サツドラ、自治体スタッフ、地元企業、学生や地域おこし協力隊などのサポートスタッフに対して事前に研修を行うことによってスムーズな進行を実現か	右記コメント参照 (インタビューによる定性コメント)	・事前研修はスムーズな進行に有効か →今回複数回の研修を実施した結果、関係者間での認識のすり合わせ、当日の進め方確認ができ、有効であった
5	地域理解とデジタルスキルにある程度理解がある方か	同上	・課題 子どもへの関わり/コミュニケーション、スタッフ側のデジタルスキル（特に行政職員）については、スタッフが一朝一夕で習得が難しく 課題が残った。 (日常業務の中で使わないスキルで有るため)。 - 行政職員の声「日常業務との親和性が無く、頭では理解できても突発的な対応が難しい」 ・上記を受けた方針（仮） 横展開を見据え上記スキルは短期間での習得が難しい為、スキルを保有している企業*と連携して実施 *例：サッポロドラッグストアのような、地域に根付き、かつスキルがある企業 - 一方で、自治体スタッフについては、地域にかかる知識、知見が豊富であることから地域課題にかかるインプットを一部担って頂くなど、それぞれの強みを活かす建付けにすることで、スムーズな運営、かつ、スタッフにかかる負荷を減らす方向が良いと思慮（今後は、地域課題に関心・デジタルスキルを有する自治体・民間企業との連携も検討する予定（例：民間企業：通信業界企業）
6	北海道3自治体の進行方法の違いを検証か	同上	・地域特性にかかる違い：無し ・補足：受講者の学年、スキルにかかる違いの方が顕著であった

当初仮説

実施しての所感（青字）

今後の他エリア展開時の方向性

・ プログラム実施に必要な要件

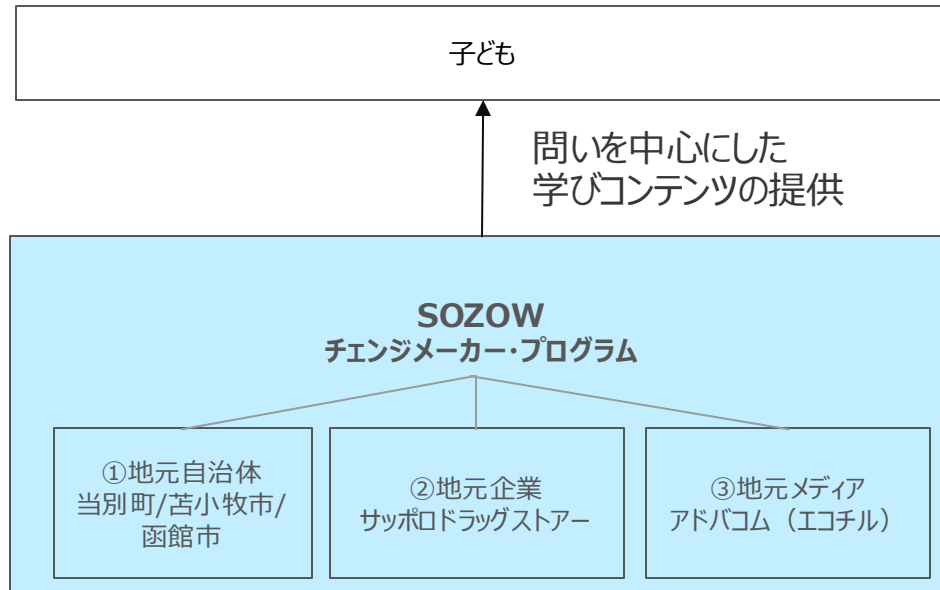
1. 子どもとの関わり/コミュニケーションがスムーズにとれる
 1. 特に低学年の子どもに対する適切な対応、動機付けが出来る
2. デジタルスキル：オンライン会議ツール・マイクラなどのツールを利用でき、かつ、受講者からの質問に答えることができる
→上記2点については、事前研修という形で地域スタッフにもインプットを実施したが、一朝一夕で身につけることが困難であることが確認できた。
スタッフの声：日常業務との親和性が無く、頭では理解できても突発的な対応などが難しい
3. 地域の状況や課題に対する理解
→運営方法について、自治体の地域特性にかかる大きな違いは出ない。
どちらかという、受講者の学年・スキルによる違いが大きい（低学年への関わりは特に留意が必要）

・ 方針（仮）

- ・ 左記1, 2は短期間での習得が難しい為、スキルを保有している企業*と連携して実施
*例：サッポロドラッグストアー
- ・ 一方で、自治体スタッフについては、地域にかかる知識、知見が豊富であることから地域課題にかかるインプットを一部担って頂く
- ・ それぞれの会社が全ての業務を担うのでは無く、上記のように、それぞれの強みを活かす建付けにすることで、スムーズな運営、かつ、スタッフにかかる負荷を減らす方向で検討を進めたい

④～⑥：プログラム運営に関して

学びプログラムを提供するSOZOW、現地で展開するサツドラ、地域課題を理解した自治体という組み合わせが必要不可欠



子ども達に適切な価値を届けるためには、
①～③の団体との連携が必要

各社との役割分担は右記の通り



①地元自治体

- **役割：全般的な支援・プログラムの信頼度向上**
- 巻き込み方/工夫：業務負荷がかからないことの提示、及び、地域知識にかかる部分を支援頂く（自治体の方の強みは、地域にかかる深い理解。場の運営等も担って頂けることが理想だが、業務負荷が高くなるため得意領域に集中頂く方が良い）
- 補足：巻き込む部署としては、「地域創造・イノベーション、DX 関係等」新興系の部署の方が当施策にかかるニーズと予算あり



②地元企業

- **役割：対象エリア内での誘客・プログラム運営支援**
- 巻き込み方/工夫：CSR文脈ではなく、本業との繋がりを説明する必要（例：親子・家族を対象としたビジネスをしており、誘客に繋がる。企業の認知・ブランドイメージ向上に繋がる等）
- 補足：継続性を考えると、一定の企業体力があり、地元企業との繋がりを有している企業（スポンサー観点）との連携が理想



③地元メディア

- **役割：対象エリア内での誘客・成果提示**
- 巻き込み方/工夫：②と同様
- 補足：アドバコム（エコチル）のように、地域に根付いている媒体は非常に誘客力が高い為（誘客の9割を占めた）、横展開時には、地元メディアと組むことが必須。また、取り組みの成果を多くの方に届けるという点でも重要

4－① 実証成果

	初期仮説	実証成果	考察
7	北海道テレビ放送など地元メディアによる効果的な露出により、認知拡大、ブランド価値向上に効果的か	・露出量：後述 ・メディア：TV放映 ・来場者数と内訳：77名、内訳は後述。	・（受講者・参加者の声等は前頁で紹介済み）
8	サツドラHDを起点に、その地域に必要性和意義がある取り組みのためスポンサーを了承する傾向にあるか	・右記参照	・CSR文脈での展開、検討は難しい （そこに対して安定的に予算を付けようという動きにならない）為、明確な課題設定と組み先へのメリット提示が必要である（具体的には、組み先の企業への経済的貢献、本業との親和性を打ち出す、企業の知名度向上など） その為、これからのサツドラフェスにて、ニーズを深掘り、検証する。
9	全国的なネットワークを保有する大手テレビ局を巻き込んだ全国への施策拡大が効果的か	・今後の方針して、通信業界企業等と連携しての案を検討	・大手テレビ局へのヒアリング結果 大手テレビ局と地方局の間に、上下関係は無く、ほぼ独立した経営。その為、地方局に意思決定権限がある。一方で、各地方局で経営状況や資源の余力が異なる為、単に大手テレビ局から地方局に働きかければすぐに横展開出来るわけではないことが判明 ・他都道府県へのヒアリング結果 行政については、「地域創造・イノベーション、DX関係等」新興系の部署の方がニーズと予算がある（当初想定していた教育関連の部署に提案する場合は、既存施策との兼ね合いを意識することが必要） 行政に興味は持ってもらえたものの、自治体が主体になることは難しいので、推進者となる企業が必要。推進者となる企業には一定の経営体力が必要（想定する企業例：地元銀行・メディア等） 補足：新興系の企業にはニーズはあるが、予算が限定的で組み手としては難しい印象を受けた。 ・横展開に向けた方針 地域創生と教育へ積極的、かつ親子向けビジネスモデル基盤を保有する企業との協業が継続性のためのポイント。 上記に該当する企業として、通信業界企業との協議を進めており、当社と組んだ形での横展開モデルを検討。

露出量/メディア分析

- 北海道新聞、苫小牧民報、北海道通信社などの地方メディアから全国メディアまで103本記事掲載
- 「マイクラを活用して地域の課題解決に取り組む北海道全土対象のプログラムとしては、初の試みで、地域の未来を切り拓く学びのモデルケース」など、事業の意義が提示されている

地域課題、マイクラで解決策提案 当別の小中で実証事業
「楽しみながら考える機会に」

高田かすみ 有料記事
2025年1月21日 22:35

あとで読む



「マイクラ」を使い、雪害を解決するためのアイデアを話し合う子どもたち=当別町、昨年12月



マイクラで学ぶプログラミング 函館の塾など、学習教材に活用

橋本晴佳 有料記事
2024年12月21日 21:55

あとで読む



地域課題をマイクラで表現する「SOZOW」のプログラムの参加児童=8日、函館市地域交流まちづくりセンター

イベント来場者数・内訳

- 来場者数：100名（計）
- 内訳
 - 発表者：46名
 - 一般人（見学）：31名
 - 企業：17名
 - 行政：6名

注）本プログラムは、Minecraft 公式製品ではなく、Mojang からの承認および関連はございません。

論点⑨：全国への横展開

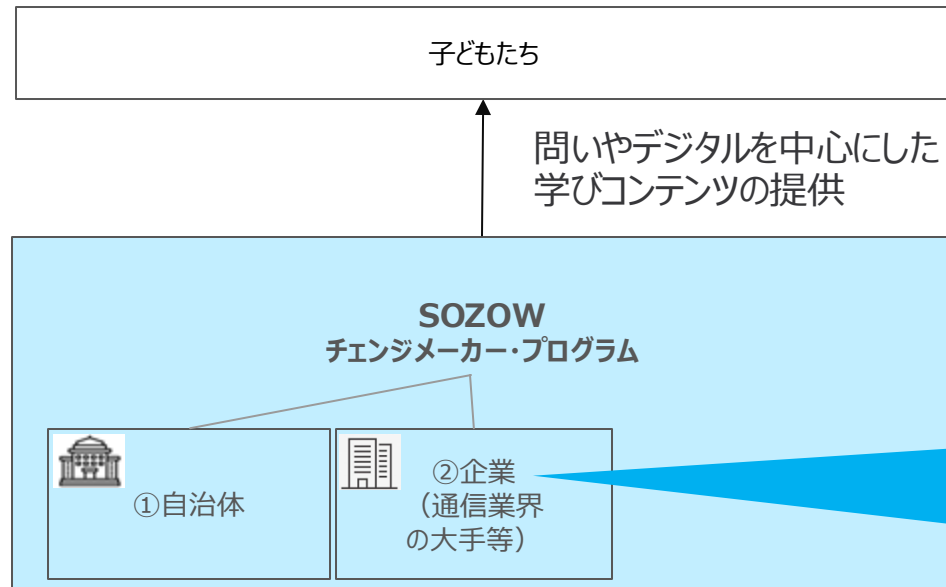
Q. 全国的なネットワークを保有する大手テレビ局を巻き込んだ全国への施策拡大が効果的か

A. 全国的なネットワークを保有する大手テレビ局と、地方局はほぼ独立した経営のため、地方局に意思決定権限がある。各地方局で経営状況や資源の余力が異なるため、大手テレビ局のネットワーク活用の難易度が高いことが判明。

そのため、今後全国への横展開のため、地域創生と教育へ積極的、かつ親子向けビジネスモデル基盤を保有する企業との協業が継続性のためのポイントとなる北海道以外で、条件の該当する企業との連携モデル開発できるかが横展開の鍵となる。

上記に該当する企業として、通信業界企業との協議を進めており、当社と組んだ形での横展開モデルを検討する予定。

今後の案 地域の未来を創造する チェンジメーカー・プログラム ～第2章日本全国へ広がるモデルづくり～



- 北海道以外の地域に横展開するために
- ・ 地域創生 × デジタル格差解消の教育へ関心が高い
 - ・ 親子向けビジネスモデル規模を補修する
- 企業と連携
(例：通信業界の大手企業等)

2024年度実証：成果（サマリ）

子ども：地域への愛着・誇りの醸成、デジタルスキル及び非認知スキルの発揮と向上

- **子どもの地域への関心やスキル向上が見られた**
(※実証3を実施後、子どもの変化を詳細調査中)

企業・自治体：サッポロドラッグストアー、アドバコム（エコチル）、自治体（当別町/苫小牧市/函館市）と連携した誘客

- 地域雑誌、地域企業/行政と連携したプロモーション実施。想定以上の誘客(約400名)に繋がった

2024年度実証：課題（サマリ）

子ども：実践に繋がる幅広いデジタルスキル向上と活用

- プレゼンカ/チーム協力等の非認知スキル向上は一定の成果あり。デジタルスキルがマイクラフト創造スキルが中心へ。動画制作スキル等の向上は一部の子どもに限られた

企業・自治体：北海道以外の探索を他都道府県や大手テレビ局と協議し検討したが、難易度高い

- 北海道以外への拡大が明確な課題

今後の展望：内容及び目的

対子ども

- 「**地域課題**」を幅広いデジタルスキルを活用して課題解決するプログラムを検討
 - ①「**地域課題×多様なデジタルスキル**」を実際に体験できる**オフラインの場を提供し、興味喚起とスキル獲得へ**
 - 多様なデジタルスキル（動画制作、AIツール活用、3Dモデリング等）を体験できるオフラインの学び場を開設。
 - スタートアップ連携も行い、テクノロジーによる課題解決に触れられる体験も届け、身近に感じる機会づくりテーマは地域魅力発信や地域課題解決のプログラムを考案
 - 場所は、通信業界企業の店舗等の場所、自治体の場所を予定
 - ②**地域課題解決×デジタルスキルの探究プログラムを実施**
 - 場所は、通信業界企業店舗、自治体の場所をオンラインで繋いで実施予定
 - ③**最終発表イベント**
 - 場所は、通信業界企業等の店舗、自治体の場所を予定

対企業・自治体・学校

- **地域創生×デジタル探究に力を入れている全国区の通信業界企業等と共同で全国へ広がる事業モデルを実証する**
 - 地域創生×デジタル格差解消の教育へ関心が高く、全国へ広げたいという共通のビジョンを有している
 - ブランド向上や来店へ繋がる可能性があり、経済性が立証できると他地域への展開へ積極投資が可能となる