

指導計画案・WORK 実習例

事例 4 「VTuber が観光地を盛り上げる！」

ページ	p.28～31	
所要時間数	1 ～ 3 時間（事前・事後の家庭学習時間を含む）	
目標	・事例を通して VTuber が地域の魅力を発信したり，観光地を盛り上げたりする存在として活用されていることを理解する。 ・地方自治体が VTuber を起用している事例を調べるとともに，起用の背景や理由について考察することができる。（WORK①） ・情報の発信者として VTuber と実在する人を活用する場合の相違について考察し，地方知事体で VTuber の起用が増加している理由について自分の意見を述べることができる。（WORK②） ・観光情報の発信に VTuber を起用することのデメリットを挙げ，その解決策について自分の意見を述べたり，他者との話し合いを通じて違う考えを受け入れたり，自らの意見を柔軟に考え直したりことができる。（WORK③） ・VTuber を起用した観光振興について現状を分析し，今後の展開について自分なりの考えを論理的にまとめることができる。（WORK④）	
授業展開例		
時間	学習内容・指導内容	留意点
（必要に応じて） 事前家庭学習	・事例を読む。 ・WORK①の調べ学習に取り組む。	授業内でコンピュータやタブレット端末を使用できない場合や，調べ学習に時間が取れない場合は，事前に事例を読ませ，WORK①の学習に取り組ませる。
導入	・本授業では「VTuber による観光プロモーション」をテーマとして取り上げることを確認する。 ・冒頭のイラストを示し，本事例について概観する。 質問例 「VTuber の配信を見るか？」 「VTuber がすすめる観光地に行こうと思うか？」	VTuber が英語で情報発信していることや自治体とコラボしていることについてイラストを活用して理解させたい。 VTuber やその視聴者は年々増えているが，視聴者の中心は高校生より少し上の 20～30 代である。よく配信を見ている層と全く見ていない層で知識量に差があることが考えられる。
展開	・各自で事例を読み，気になった箇所にマーカーや下線を引く。 「ホロライブとは何か？」 →VTuber 事務所ホロライブプロダクション傘下のグループ。ホロライブの他，ホロライブインドネシ，ホロライブ English，hololive DEV_IS がある。 ① 海外にまで観光情報を発信する VTuber 質問例 「英語で配信する VTuber がいるのを知っていたか？」 「日本発祥の VTuber はどれぐらい海外	事例は 2 ～ 3 分あれば読み終わるが，ゴシック体の語句を確認することで，キーワードをつかませる。 本文の内容について，質問することで，内容を理解できているかを確認するとよい。 ホロライブとにじさんじが 2 大 VTuber 事務所である。 p.28 掲載のがうる・ぐらの配信動画などを見る。 2020 年にホロライブから英語を話す VTuber（がうる・ぐらさんさんなど）5 名がデビューしたことがきっかけで海

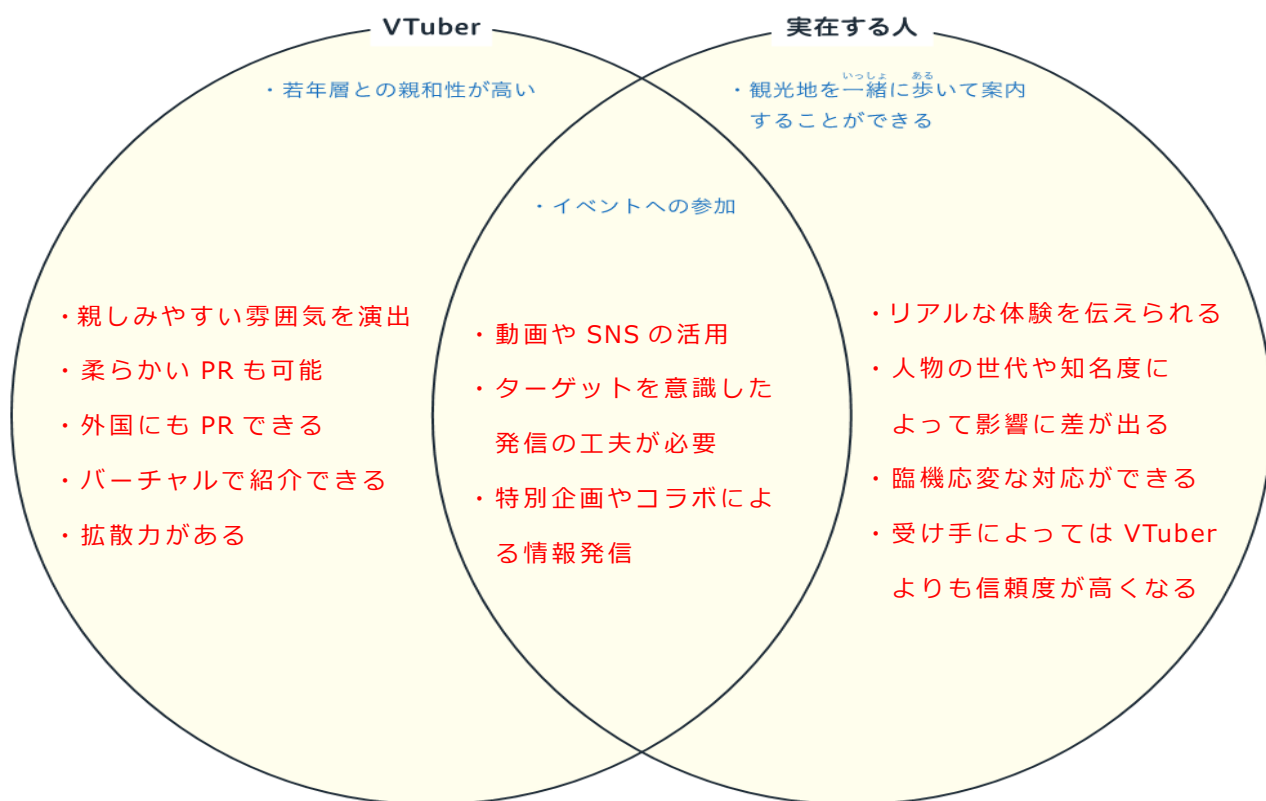
で認知されているのか？」 ・ WORK①に取り組む。 設問 WORK① 「地方自治体が VTuber を起用して行った、観光情報の発信やコラボイベントについて事例を調べよう。」 ・ WORK①で調べた事例をクラスで共有する。 [Advance] あなたの住む地域では VTuber を活用してどのような情報発信ができるか考えてみよう。 ②地域密着型の VTuber 質問例 「春日部つくしやご当地 VTuber について知っていたか？」 ・ WORK②に取り組む。 設問 WORK② 「観光情報の発信を VTuber と実在する人が行う場合の違いと共通点をベン図で整理しよう。」 ・ WORK②で考えたことをグループやクラスで共有する。 [Advance] WORK②を参考に、なぜ VTuber を起用する地方自治体が増えているか考えてみよう。 ③VTuber とコラボレーションするメリット 質問例 「VTuber と自治体のコラボレーションする理由は本文以外にどのようなことがあるだろうか？」 ・ WORK③に取り組む 設問 WORK③ 「観光情報の発信に VTuber を起用することのデメリットとその解決方法について話し合ってみよう。」 [Advance] 観光情報を発信する VTuber に求められることは何か話し合ってみよう。 ・ WORK④に取り組む 設問 WORK④ 「本文やこれまでの WORK をもとに、VTuber による観光振興が今後どうなっていくか、現時点でのあなたの考えをステップチャートを使ってまとめてみよう。	外でも VTuber の認知度が上がったが、主な視聴者は日本のアニメが好きな人である。日本人以外の VTuber も増加している。 地方自治体の VTuber 事例については実際に動画配信などを見てみるとよい。自分が住む地域の観光情報の発信方法について調べ、VTuber 以外のキャラクターや観光大使などがいないかを確認させる。 VTuber と実在の人との相違点についてはグループで話し合わせるとよい。VTuber による発信は若年層を狙っている場合が多いが、既存の情報発信と VTuber のどちらが自分にとってインパクトがあるかを考えさせる。 ベン図の使い方については、表紙裏の QR コードより「思考ツールを使ってみよう (p.15)」を参照。 自治体が VTuber を起用する理由としては下記のような点が考えられる。 ① 若い世代に情報発信しやすい ② 行政での発信担当者不足を補える ③ 成功事例を真似しやすい ④ 長期的に宣伝担当を担ってもらえる ⑤ VTuber のファンが新たな観光客になる ⑥ ファンや視聴者の SNS からの宣伝が期待できる VTuber を起用するデメリットとしては下記のような点が考えられる。 ① VTuber の世界観やキャラクターが地域のイメージとあっていない ② ターゲット層が限定されてしまう ③ 発言が炎上するリスクがある ベン図の使い方については、表紙裏の QR コードより「思考ツールを使ってみよう (p.16)」を参照。 現状分析をし、VTuber による観光振興の今後について理由とともに論理的に
--	--

	う。」 [Advance]グループで意見交換を行い、 もう一度自分の考えを整理してみよう。	自分の意見が展開できているかを確認 させる。 話し合ったうえで、自分の考えを再度見 直す機会を設ける。
発展	・事例インタビュー動画「埼玉の魅力を 多くの人に届けたい！ 春日部つくしさん」 を視聴する。（11分10秒） ・視聴しながら、視聴ワークシートに内 容のメモを取らせる。 ＜インタビューの主な内容＞ Q.1VTuberとしての活動内容 Q.2 初代 埼玉バーチャル観光大使にな った経緯は？ Q.3 観光大使としての役割をどう感じて いますか？ Q.4 ターゲットは意識していますか？ Q.5 特に重視しているプラットフォーム は？ Q.6 観光大使としての活動の反響は？ Q.7 特に大きな反響があった動画は？ Q.8 動画以外に反響があった企画は？ Q.9 視聴者とのコミュニケーションで心 がけていることは？ Q.10 埼玉県でオススメのスポットは？ Q.11 埼玉県でオススメのグルメは？ Q.12 埼玉県の PR 活動における目標は？ Q.13 埼玉県への思いは？ Q.14 高校生へのメッセージ ・「内容のまとめ」、「感想・印象に残った こと・疑問点など」は、視聴を終えた後に まとめさせる。	インタビュー動画は、内容のメモを取る ことに追い付かない様子が見られる場 合は、途中で一時停止して、区切りなが ら見せても良い。 ＜内容のポイント＞ A.1 埼玉県の魅力の発信、観光情報の発 信、ゲーム実況などファン交流。 A.2 埼玉バーチャル観光大使オーディシ ョン。 A.3 自分自身の体験を自分の言葉で伝え る。今まで観光課の人が発信できていな かった層への発信。 A.4 若い人、アニメ、漫画、VTuber に興 味がある人。インターネット特化型。 A.5YouTube 自動字幕で海外の方にも 見てもらえる。 A.6 バーチャルの視点だからこそその新し い魅力に興味を持ってもらえる。 A.7 ほぼ最初に配信した秩父のバンジー ジャンプ体験。 A.8 バスツアーの開催。 A.9 埼玉に実際に来てくれた人に楽しい 思い出を作ってもらうこと、それを SNS で発信してくれたらすべてチェックし て「いいね」でリプライ。 A.10 秩父の三峯神社。 A.11 北本トマトカレー。 A.12 埼玉に足を運んでもらうこと。 A.13 ずっと好き。他の人にも自分の埼玉 愛と埼玉の魅力を伝えたい。 A.14 好きなものをぜひ胸を張って極め て、楽しい人生を送ってほしい。 内容のメモは、話を聞きながら内容をメ モする練習にもなるので、きれいな字で なくとも、あとから自分が読めるような 程度でよいとする。きれいにまとめよう とさせない。
まとめ	・p.31「学習の振り返り check」に記入 させる。	インタビュー動画についてだけではなく、 この事例の全体を通しての振り返り をする。

WORK① VTuber を起用した観光情報の発信やコラボイベントについて本文以外の実践事例を調べてみよう。

地域名・VTuber 名	内 容
茨城県・茨ひより	県公式 VTuber「茨ひより」が、自らのチャンネルをはじめ、e スポーツ大会、ニコニコ超会議などのイベントに出演し、茨城の魅力発信を行っている。また、英語や中国語での観光・県産品紹介動画配信、他 VTuber とのコラボ、グッズ展開など多岐にわたった魅力発信を行っている。
岡山県新見市 時雨ミト	2025 年 10 月、岡山県新見市主催の地元観光バスツアーと新見市にふるさと市民登録をしている時雨ミトのコラボ企画を実施。バスツアー企画を通じて新見市の観光地・特産品の魅力発信と観光客誘致に繋げ、新見市が「推せるまち」となることを期待。

WORK② 観光情報の発信を VTuber と実在する人が行う場合の違いと共通点をベン図で整理してみよう。



WORK③ 観光情報の発信に VTuber を起用することのデメリットとその解決方法について

話し合ってみよう。

	あなたの考え	他者の考え
デメリット	・ VTuber に興味がない層に届きにくい	・ キャラクター性が強すぎて観光地より VTuber が目立ってしまう
解決方法	・ VTuber と実在する観光大使を併用することでチャンネルを増やす	・ PR 内容を観光体験に重点を置くよう台本や演出を工夫する

ナレ

WORK④ 本文やこれまでの Work をもとに VTuber による観光振興が今後どうなっていくか、現時点でのあなたの考えをステップチャートを使ってまとめてみよう。

