



新潟産業大学 地域に学び、地域をおこす
Niigata Sangyo University

2024年度地域理解ゼミナールⅣ

合同発表会

企業経営分野

発表者：坂井朝樹・高瀬悠樹・望月李亜夢・佐野也哉子

「地域資源を活かした企業経営」

担当教員：大石友子

2025.1.23

I 目的と活動内容



pixta.jp - 64090287

1. 地域資源と企業を知る

- ① 自然環境や歴史 ex. 観光産業
- ② 産物 ex. 農林漁業加工

2. 学習の流れ

- ① 企業経営の基礎知識を学ぶ
- ② 地域と企業の関係性を知る
- ③ 企業研究の方法

企業の基本情報→ポジショニング

→経営分析 (SWOT) →課題・感想

3. 訪問場所

① 夢の森公園

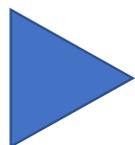
東京電力が出資、NPOが委託を受け運営

② じよんのび村

企業と行政が出資した第3セクター

③ 浪花屋夕凧亭

民間企業



さまざまな運営形態がある

II 柏崎の観光

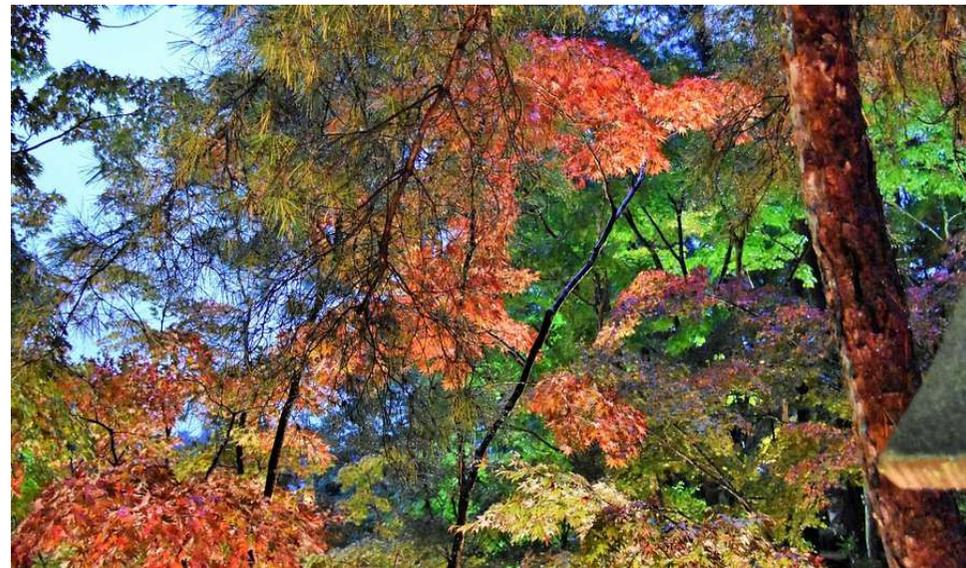
観光・宿泊施設・土産物



1. 観光施設

①代表的なスポット

- 鯨波海水浴場
- 松雲山荘
- 恋人岬
- ドナルドキーンセンター
- 木村茶堂美術館
- 米山大橋
- 番神堂
- 港町海浜公園
- 夢の森公園



②観光の現状 ～柏崎商業観光課発表資料より

- 市への入込客数(2024年4月～8月)

- ①閻魔市 382,872人

- ②海水浴 273,404人

- ③海の花火大会 170,000人

- 年間入込客数は2013年約418万人→2018年には約340万人

- 海水浴場の来客は昨年度より20%減。

- 2019年度からは51%減。

▶ 夏季が中心となっているため、通年観光への取り組みへ

▶ インバウンドの増加に伴う情報発信の強化へ

③観光施設紹介：松雲山荘

・庭園の特徴

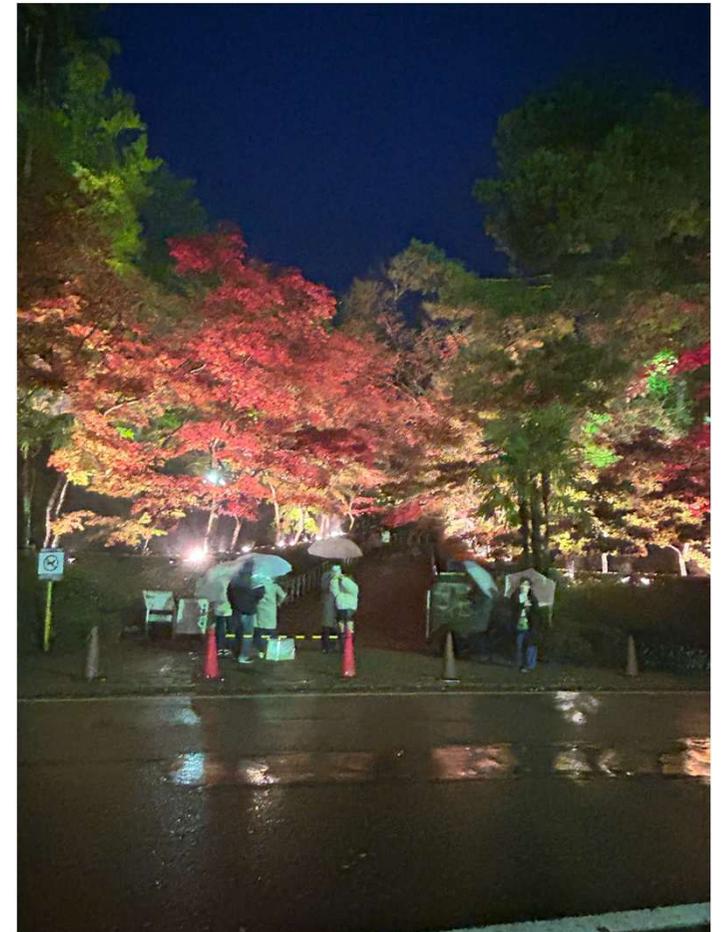
→日本庭園の美しさと静寂に満ちて
雰囲気広がる空間

10月～11月にかけて夜間に紅葉ライ
トアップが全国的に有名

・歴史的背景

→大正15年（1926）以降、柏崎の庭
師により造られた

昭和46年（1971）に柏崎へ譲渡



インタビュー内容

- **訪問時期について**

→夏休み期間（7月～10月）

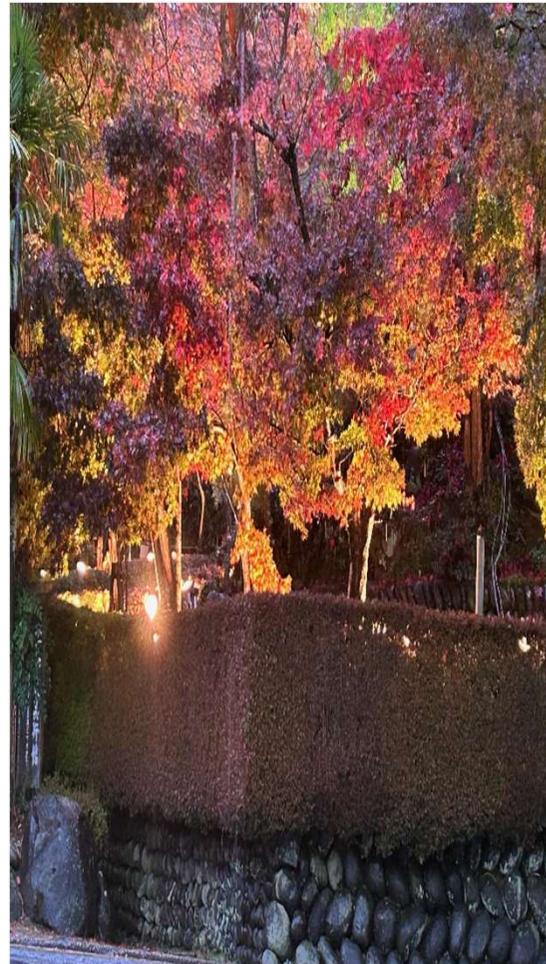
冬休み（12月～3月）の家族層
で来訪が多い

- **施設の魅力について**

→秋から春にかけて黄色い蝶が
飛んでいる

- **観光客からの嬉しい声は？**

→一番は「綺麗だね」と言って
くれること



2. 宿泊施設について

① ビジネスホテル

ビジネストリップ（出張）で使われることを前提に作られる。交通の便が良くリーズナブル。チェーン経営が多い。

② 旅館

和風構造の客室。観光客向けに展開されており、宿泊客に対してより密着したサービスを提供。個人事業が多い

③ 民宿

一般の民家が営業許可を得て営む宿泊施設。個人事業。
旅館と比べ安価の傾向。
農業体験など、地域により密着したサービスを提供。

④ レジャー施設

余暇や娯楽の時間を過ごせる施設。企業・第3セクター等。

① 柏崎市にあるビジネスホテルの例

ホテルニューグリーン

- とにかく駅が近い
 - ↳ アクセスが良く
 - 色々な所に行きやすい



ルートインコート

- ドンキヤスーパーが近くにある
- 大浴場、朝食付
- 併設の居酒屋あり
- 車で行くことが推奨されており駅へのアクセスは間接的なものになる



② 柏崎市にある旅館の例

割烹旅館 広川

- ☆ 割烹旅館とは…料理の提供が主体の旅館
- 割烹 [かっぽう]
- ・ 海を一望でき、海の幸をふんだんに使った料理が食事に出てくる



温泉旅館 奥の湯 湯元館

- ☆ 温泉旅館とは…温泉入浴を目的とした旅館
- ・ 山に囲まれた場所にあり、ペット同伴可など家族向けのサービスも充実



③ 柏崎市にある 民宿 の例

民宿はるみ

たや

磯美荘

楽風 など…



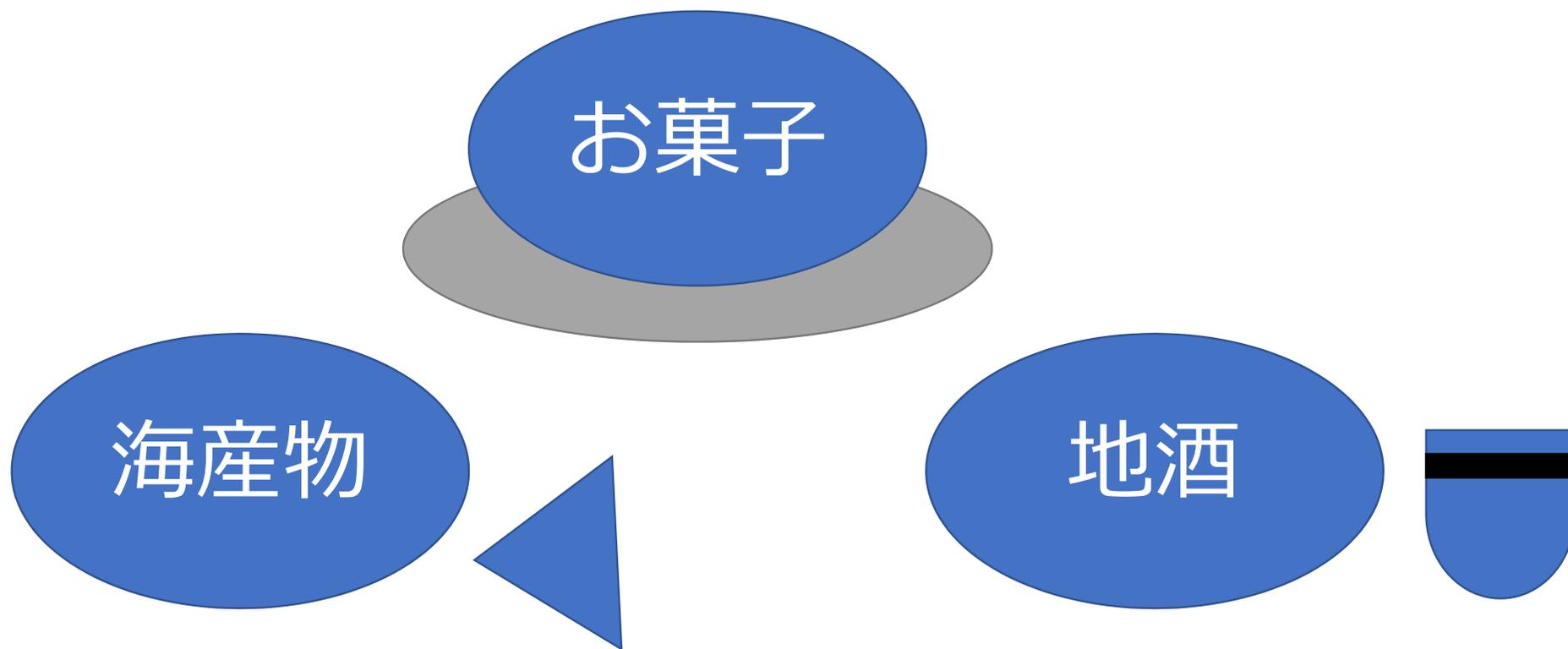
④ 柏崎市にあるレジャー施設の例

新潟県立こども自然王国

- 子供向けのイベントや宿泊プランが豊富
- パン作りやプラネタリウム、なわなない体験などジャンルを問わず、学習効果のあるプログラムが中心



3. 柏崎の土産屋 主な土産の種類



① お菓子を取り扱っている主な店

柏崎の有名なお菓子といえばブルボンが思い浮かぶが、それ以外にも素敵な銘菓がたくさん

- 最上屋
- 菓子道楽 新野屋
- 綾子舞本舗タカハシ



<https://www.uwatt.com/detail/1408/index.html>

② 海産物を取り扱っている主な店

柏崎の長い海岸線 豊富な海産物

鯛茶漬やサバサンド以外にも海の幸は盛沢山。

- フィッシャーマンズケープ (改装中)
- 浪花屋食品
- 珍味の田塚屋



<https://www.uwatt.com/detail/1203/index.html>

③地酒を取り扱っている主な店

柏崎のお土産に地酒は外せない。

意外に酒蔵が多く、そしてそのどれもが高品質。

中でも阿部酒造は酒蔵大賞2024GOLD受賞！

- 阿部酒造
- 石塚酒造
- 酒彩館（原酒造）



<https://www.uwatt.com/detail/3922/index.html>

④その他気になった店

- 明城焼・恒炎窯 ～ 柏崎の土を使った陶器
- 小国町特産品・山岸モーターズ
～ 銀杏を使用した商品



<https://www.uwatt.com/detail/5310/index.html>

Ⅲ じよんのび村



1. 基本情報

・ 訪問日時 11月7日（木）

◎ 所在地 新潟県柏崎市高柳町高尾10-1

◎ 主な施設
温泉施設
宿泊施設
レストラン
キャンプ場
体験プログラム

◎ アクセス

- ・ 車：北陸自動車道「長岡IC」
または「小千谷IC」から約40分
- ・ 公共交通機関：JR長岡駅かバス、
最寄りの停留所からタクシー



2. 取材内容

① 経営について

従業員数：45名（14名が社員）

資本金：6,000万円

運営：第3セクター（大株主は柏崎市）

売上：2.4億円 コロナ禍1.1億円で赤字

② 顧客について

来客数：10万7千人 台湾・シンガポールからも来る

利用年齢層：65歳以上が大半

交通手段：自家用車が多い

③お店について

- ・ 一番の人気メニュー
じよんのび弁当
- ・ 一番売れているお土産
ほんのびまんじゅう
- ・ 黒イチジク羊羹等のオンリーワン商品



④吉村社長のお話から

- ・海上自衛隊→旅行会社で仕事をしていたが、3年前から社長として単身赴任で来ている。
- ・じよんのび村を立て直すために一から考え方を変えて**赤字**から**黒字**に変えていった。
- ・ミッションを確立しアクションプランを立てた。
意識を変えることが重要

◎今後の目標

若い人が働ける環境を
存続させること



⑤奥野飛龍さんのお話から

- ・新潟産業大学卒業生
- ・高柳は田舎であまりすることはないけど、地域の方々がとても優しくて、高柳町に就職を決めた。
(一人暮らしをしていると野菜などの差し入れも)
- ・今は仕事を覚えることで一生懸命
- ・柏崎の交流人口を増やすことが目標



3. SWOT分析

強み(Strength) <ul style="list-style-type: none">・豊かな自然環境・地域独自の文化や伝統・第三セクターとしての運営・外部から来た社長の経験	機会(Opportunity) <ul style="list-style-type: none">・新しい体験型観光（カフェ）への注目・自然志向
弱み(Weakness) <ul style="list-style-type: none">・認知度の低さ・資金不足	脅威(Threat) <ul style="list-style-type: none">・人口減少、高齢化・自然災害や気候変動・インバウンドを狙う同業他社

IV 浪花屋夕凧亭



1. 基本情報

訪問日時： 11月28日（木）

創業： 明治25年（1892年） 「浪花屋」創業
平成 6年（1994年） 「夕凧亭」開館
震災後の改築費用に7億円

所在地： 新潟県柏崎市鯨波三丁目11番6号

アクセス： 米山ICより車で5分、鯨波駅より徒歩10分

従業員数： 16名（男性6・女性10）

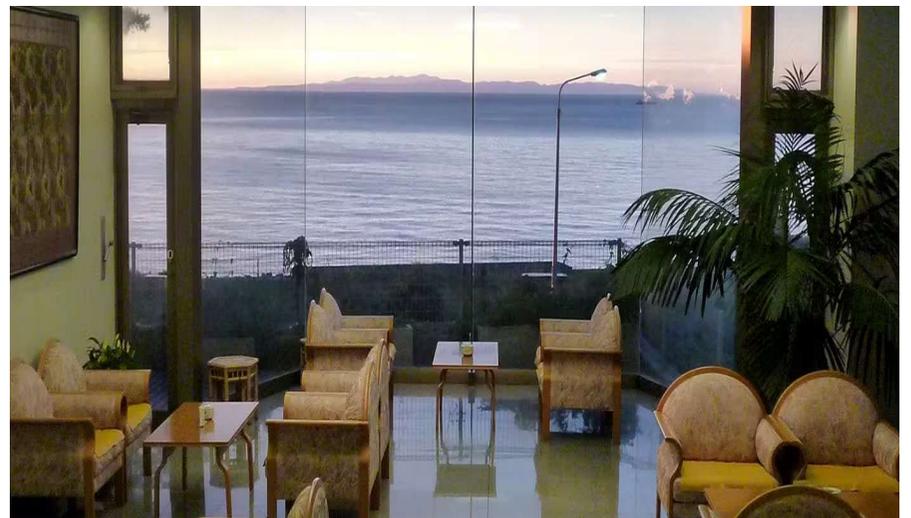
客室： 12室

すべての部屋から海が見える

田中角栄ゆかりの離れも

料金： 1泊2食付 15,400円（税込）～

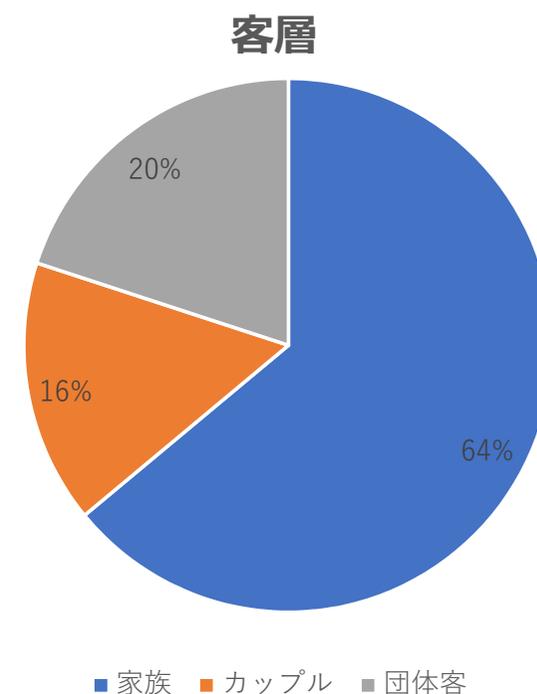




2. 取材内容

①来客について

- お客様の交通手段は98%は車での来館
- 年配の人は電車を利用
- お客様は64%が家族、16%がカップル、その他は団体客
- 県内からは新潟市、長岡市、上越市
- 県外からは群馬、長野、埼玉、東京
- 海外からは上海や台湾から来る



②経営について

- コロナの影響で売り上げが10分の1に減少
- コロナ割引で伸びたが、終了とともに売り上げ低下
- 繁忙期は1年で7～8月が多く、5月,10月も多い
- 地産地消を大切にし、雇用は地元の人が多い
- 景観、海鮮、アクセス
（米山インターが近い）が良いことが強み
- 「鱈の親子漬」の売上も大きい
オンライン販売もしている



③佐藤社長の考える今後の展望

- ・ HPを充実させたい
- ・ インバウンド客へのアプローチ
- ・ 鯛茶漬けを広める
- ・ 地域一体となって活性化を進める
- ・ 女性だけのお客さんが多い
 - 洋食やデザート充実
 - 柏崎の店と協力し合う



3. SWOT分析

強み(Strength) <ul style="list-style-type: none">・ 地域の人とのつながりがある。 長くやってきたからこそその信頼がある・ 宿泊業だけではなく食品加工業も兼業・ 満足感がとても高い 利益よりもお客様に満足していただけるような心意気	機会(Opportunity) <ul style="list-style-type: none">・ インバウンドに協力的・ ぎおん柏崎まつり海の大花火大会を利用した集客・ 鯛茶漬けと鱈の親子漬を売りにした集客・ 新潟ならではの海鮮を食べにくる人が関東の人なので、コマーシャル効果がある
弱み(Weakness) <ul style="list-style-type: none">・ 立地（田舎にある）・ 人手不足（すぐにやめてしまう）・ 宿泊業はほかの業種より維持費がかかる	脅威(Threat) <ul style="list-style-type: none">・ 柏崎にイベントが少ない →花火大会が1日しかないため宿泊につながらない・ コロナ禍で日帰り旅行が流行ってしまったせいで宿泊するという思考が減ってしまった・ 人件費等の高騰

V 感想

- 柏崎市の施設の多くが、自然資源として海に面していることを活かしたサービスを展開していることがわかった。
- それぞれが時代に合わせた変化をしていると感じた。
- 地元の産業のうち、特に海産に関連するものに対する歴史的な結びつきや地元民の威信がかけられた商品やサービスが多く見受けられた。

- 食事は地元で獲れた素材一つ一つのおいしさを最大限に引き出していた。
- じよんのび村は外部からの社長の視点による経営が効果を上げたのではないか。
- 夕凧亭は柏崎市全体を盛り上げていきたいという地元を大切に思う社長さんだからこそ、少なくなっていく旅館を長く続けていける秘訣だと感じた。
- 地域を盛り上げるには個別ではなく他団体と協力することが重要だと感じた。

ご清聴ありがとうございました！

- 柏崎の観光施設担当
高瀬悠樹 濱田光流 塚田優成
- じよんのび村担当
宮川叶夢 望月李亜夢
永松陸 神林輝
- 浪花屋夕凧亭担当
江尻由來 坂井朝樹 佐野也哉子

