



 *Thailand*

CHIANG MAI

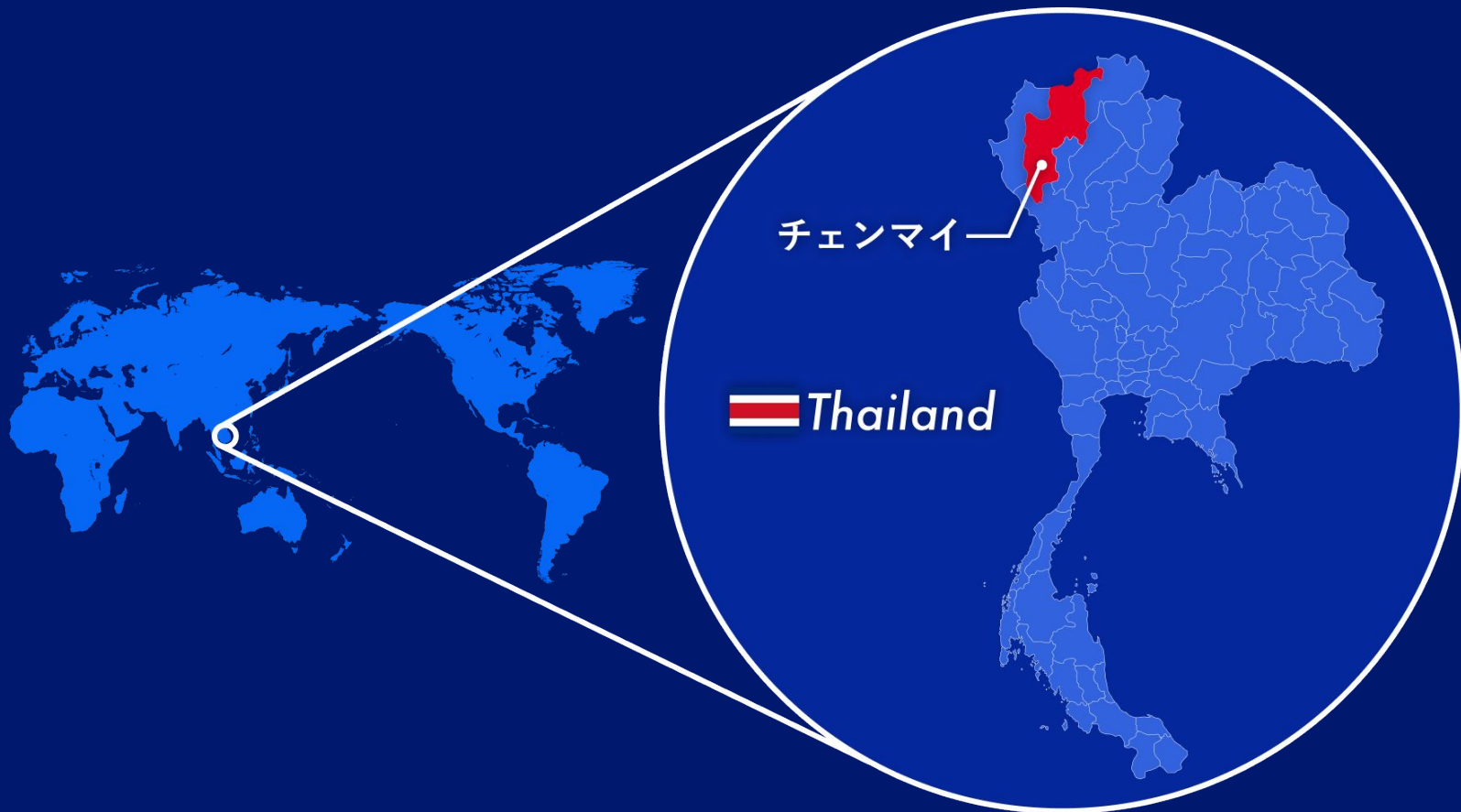
Language: Thai/English

ProjectLanguage: English

Currency: Baht (1JPY $\approx$ 0.22THB)

What? | ガクチカ留学で何をするのか

タイ チェンマイ



受け継がれてきた文化を、未来につなぐ街



チェンマイ

タイ北部最大の都市

- ・歴史ある寺院や伝統文化と、おしゃれなカフェやナイトマーケットが共存する人気都市
- ・都市の利便性と豊かな自然が調和した、心地よいライフスタイルが魅力で、「北方のバラ」とも呼ばれている

ワンパイ村

チェンマイ郊外の自然豊かな村

- ・山々や田園風景に囲まれた穏やかな環境で、タイのローカルな暮らしや文化を体感
- ・地域の人々との交流を通じて、日本では得られない価値観や暮らしに触れられる場所

チェンマイの特徴と魅力

北タイの自然、伝統文化、少数民族の暮らしに触れる学びの舞台



北タイの自然と穏やさ

山や森に囲まれたチェンマイの地域は、都市部では味わえない自然に近い暮らしを感じることができます。日本の生活では見えにくい、地域に根ざした生活を体験できます。



伝統文化が日常に残る街

寺院、工芸、食文化、地域行事など、長く受け継がれてきた文化が今も暮らしの中に残っています。観光地として見るだけではなく、現地の人々が文化とともに生きる姿を学べます。



少数民族の暮らしと地域資源

独自の文化や食を受け継ぐ少数民族の村があり、文化を守ることと、次の世代にどうつなぐかというリアルな「課題」にも深く触れることができます。

美しい文化のすぐそばに、守り継ぐべき課題がある。



文化の魅力と、その裏にある現実

チェンマイには寺院や工芸、食文化、少数民族の暮らしなど魅力的な文化が多く残る一方、若い世代の都市流出による担い手不足や、地域産品の収益性の低さという課題があります。



「体験して終わり」にしない

どうすれば地域の人々の暮らしと収入につなげ、文化を未来に残すことができるのか。

観光としての消費で終わらせず、持続可能な継承の仕組みを現地の人々と共に深く探究します。

ただの観光ではない。地域課題に向き合い、未来の可能性を切り拓くプログラム

北タイに暮らす少数民族、タイラー族

独自の生活スタイル・食文化・暮らしを受け継ぎながら、
自然と共に生きてきた人々



少数民族タイラー族の村を訪れ、観光地では見えにくい
「地域に根ざした暮らし」と「文化を受け継ぐ現場」に触れる

Why? | なぜタイの農村で学ぶのか

暮らしに触れることで、「当たり前」が変わる

便利さだけでは見えない、生きる知恵・人とのつながり・自然との距離感を学ぶ。

タイルー族は、中国南部を起源とし暮らす民族です。
独自の文化や暮らしを受け継ぎながら、自然と共生する生活を営んでいます。

本プログラムでは、料理や手仕事、自然の中での暮らしを通して、
地域に根ざした生活を体験します。



01

生きる知恵

自然の素材や地域の食材
を活かす暮らしから、生
活の工夫を学ぶ。



02

人とのつながり

家族や村の人々が助け
合う関係性に触れる。



03

自分の価値観の再発見

便利さや豊かさについ
て、自分の言葉で考え
る。

タイラー族の食文化「こんにゃく食」

村で受け継がれてきた食文化を、未来につなぐ地域資源として考える。

タイラー族の村では、山で採れるこんにゃくを使った料理が受け継がれてきました。しかし、多様な食文化の発達や担い手不足等、文化を残していく上での課題もあります。本プログラムでは、こんにゃくを単なる伝統料理として見るのではなく、地域の魅力を伝える商品・体験・ソーシャルビジネスの種として考えます。

🍴01

伝統食文化

村で受け継がれてきた、山で採れるこんにゃくを使った独自の料理。地域に息づく暮らしの知恵そのものです。



⚠️02

立ち足はかかる課題

調理に手間がかかり、若い担い手も不足。外部に価値が伝わりにくく、伝統が途絶える危機に瀕しています。



🚀03

未来への挑戦

商品化・体験プログラム化・価値発信を通じて、単なる保護にとどまらない、持続可能なビジネスの形を目指します。

What ? | ガクチカ留学で何をするのか

学生が取り組む3つのミッション

文化を知り、価値を考え、外の人に届く形へ磨き上げる

ミッション	目的・概要	具体的な活動例
Mission 1 タイのこんにやく文化調査	伝統文化の理解と日本事例との比較から、新たな価値の「種」を発見する	・村人への歴史・活用法インタビュー ・日本のこんにやく料理を通じた文化交流
Mission 2 既存商品の高付加価値化、新商品の企画	健康志向層や外国人客に向けた、新しい食べ方や用途を村人と共に企画・試作する	・ターゲット向け新レシピの考案 ・商品やパッケージのプロトタイプ作成
Mission 3 顧客の声を反映した商品企画	チェンマイ市内でターゲット層のリアルな反応を探り、次年度に繋がるコンセプトへ磨き上げる	・市内市場でのニーズ調査 ・試食とヒアリングによるアイデアの軌道修正

“守る”だけでなく、“届く形にする”ことで、文化を未来につなぐ

プログラム概要-現地プログラム一例



文化理解・村の交流

タイラー族の村を訪れ暮らしや食文化、こんにゃくが地域で受け継がれてきた歴史や背景を深く学びます。

こんにゃく作り体験

伝統的な製造方法を実際に体験し、手作業のプロセスから、商品化に向けた現場の課題や可能性を理解します。

市場調査・商品企画

チェンマイ市内で消費者への調査を行い、集めたリアルな声から新しい食べ方・見せ方・届け方のアイデアを考案します。

最終提案・振り返り

調査を基に、伝統文化を未来につなぐ商品プランや体験デザイン、プロモーション案をまとめ、地域へ向けて提案します。

What ? | ガクチカ留学で何をするのか

このプログラムでできること

文化体験で終わらない、地域の価値を未来に届く形へ

体験を超えた「価値創造」へ

タイラー族の暮らしや食文化を「体験して終わり」にするものではありません。
現地で文化の背景を学び、こんにゃくという地域資源に触れ、その価値をどう伝え、どう商品や体験として広げられるかを深く考え抜きます。

共に学び、創るパートナーシップ

現地の人々と同じ目線で対話し、彼らの知恵から学びながら、地域の魅力を尊重し、その輝きを未来につなぐ持続可能な方法を共に模索する立場で参加します。

【プログラムの真髄】

単に“知る”ことにとどまらず、“**どう残すか・どう届けるか**”まで自ら考え、
形にする実践的な経験へ

What? | ガクチカ留学で何をするのか

現地パートナー「マニタビ」について

「マニアックな旅」をテーマに人生の幅が広がるような異文化体験を届ける機関

ローカルの暮らしに、
人生が動く出会いを。

マニタビ代表

坂田 直人 Naoto Sakata

現地の暮らしに触れる体験を、あなたに。

タイ・チェンマイを拠点に、少数民族の村やローカルコミュニティを訪れ、
「観光ではなく暮らしを体験する」ツアーを企画・運営しています。
一人では行きにくい場所で、心に残る出会いや学びをお届けします。

経歴



明治大学
政治経済学部卒
(在学中タイ タマサート大学
交換留学)



いすゞ自動車
海外営業
タイ担当



デロイトトーマツ
コンサルティング



タイローカルツアー
事業起業
@チェンマイ



20か国以上をバックパック旅
東南アジア、中東、南米、豪州など
20 か国以上を旅し、
多様な文化や価値観に触れてきました。



“海外に行った経験”ではなく、 「文化の価値を考え、未来につなぐ経験」がガクチカになる

01 正解のない課題に向き合う

文化をどう残すか、どう届けるかという答えのない問いに向き合います。

02 現地の声から考える

村の人々や現地の暮らしに触れ、机上ではなく実体験をもとに考えます。

03 価値を形にする

こんにゃくという地域資源を、商品・体験・発信としてどう伝えるかを企画します。

04 自分の言葉で語れる

異文化体験の感想で終わらせず、何を感じ、どう考え、何を学んだかを言語化します。

安全面・環境面について

初めての海外でも、安心して文化体験と実践に向き合える環境を整えます。

01



現地スタッフ連携

チェンマイや村での活動経験がある現地パートナーと連携し、訪問先・移動・活動内容を事前に設計します。

02



日本人スタッフ同行

渡航中は日本人スタッフが同行し、体調不良や不安がある場合も相談しやすい体制を整えます。

03



無理のない活動設計

村での文化体験や移動を含むため、休憩時間や体調管理にも配慮したスケジュールで進行します。

04



都市部と村の活用

チェンマイ市内の生活環境と、村での実地体験を組み合わせ、学びと安心のバランスを取ります。

05



食事・衛生面への配慮

現地の食文化に触れながらも、体質・アレルギー・衛生面に配慮し、事前確認を行います。

【保護者の皆様へ】

本プログラムでは自然豊かな山村でのアクティビティや現地の家庭料理を体験する機会が含まれます。事前の安全ガイダンス、万全のサポート要員の配置に加え、衛生面に細心の注意を払い安全に十分配慮した活動設計を行っております。

プログラム例

	Day 1 9/7(月)	Day 2 9/8(火)	Day 3 9/9(水)	Day 4 9/10(木)	Day 5 9/11(金)	Day 6 9/12(土)	Day 7 9/13(日)
目的	北タイを知る。タイ人の食文化・趣向を理解する			こんにゃくの事業の現状を知り、初期案を企画する			
滞在先		チェンマイ市内	市内	市内→村	村	村	村
AM	8:55 KIX出発	・タイの食文化や食と健康に関するレクチャー by レストランのシェフ	・調査整理と「初期仮説」の構築（誰に、どんな用途・見せ方で提案するか）	【移動】チェンマイ市内→村へ（車で約4時間） ・村到着、村人との顔合わせ	・野営飯づくりハイキング ・社会課題取組も学ぶ	・日本のこんにゃく文化や料理の村人への紹介。村人へのこんにゃく料理試食会	・休日・自由行動 村近くのお寺や市場散策 or ミャンマー国境の街、 メーサイ散策 or リス族の カカオ農園訪問 等
PM	・12:50 チェンマイ到着 ・ホテルへチェックイン ・オリエンテーション（参加者自己紹介、チェンマイ紹介、課題、タイ語レッスン等）	・市場調査：オーガニック市場やスーパー視察、競合調査（タイ人・外国人旅行者の食に関する好みの把握）	・北タイの食探求 - 卸売り市場 - チェンマイ大学近辺屋台	・こんにゃく作り体験（現状把握） ・作り手へのインタビュー ・歓迎の儀式、村散策	・ハイキングの続き 15時頃、村へ戻る ・こんにゃくの歴史・使い 方ヒアリング	・新しいこんにゃくプロダクトのアイデア出し ・多くの少数民族が集まる市場訪問、調査	同上

	Day 8 9/14(月)	Day 9 9/15(火)	Day 10 9/16(水)	Day 11 9/17(木)	Day 12 9/18(金)	Day 13 9/19(土)	Day 14 9/20(日)	Day 15 9/21(月)
目的			・商品企画、販売施策案の詳細化、ブラッシュアップ			・村の方への最終プレゼン、今後の取り組み検討		
滞在先	村	村	村→チェンマイ市内	市内	市内	市内	市内	
AM	・タイラー族料理教室 ー 市場で材料調達、調理、実食	・プロトタイプ（試作品）の作成	・チェンマイ市内から村へ移動（車で約4時間）	・解決策創案WS （検証結果をもとに、プロトタイプや見せ方を調整）	・雲南金曜朝市 ・試食会に向けた資料作成、商品づくり	・こんにゃくの紹介&試食会@チェンマイ市内	・休日・自由行動 お寺や市場散策、村のアクティビティ	7:55 KIX到着
PM	・村近くの学校で食文化交流会（仮） ・ロイヤルプロジェクト事例レクチャー（仮）	・村人への中間報告とフィードバック獲得（村の意向とズレていないかのすり合わせ） ・村でのフェアウェルパーティー	・ターゲット層への「ヒアリング調査」（可能であれば試食も実施）	・解決策創案WS	試食会の準備	・試食会の振り返り ・次回以降のプログラムに向けた課題整理 ・今回のプログラムの整理	21:00 空港へ出発 22:00 空港到着 21日 0:35 チェンマイ出発	

費用

498,000
円

※別途国内空港施設利用料および
海外空港諸税が必要となります。

主な内訳

- ① 渡航費・宿泊費
- ② 滞在時食費
- ③ 航空会社が賦課する燃油サーチャージ
- ④ 航空受託手荷物料金
- ⑤ プログラム内交通費
- ⑥ 研修プログラム運営費（現地、事前事後学習含む）

Go | 参加するために

金額や手続きのご案内

いまなら
5万円割引！

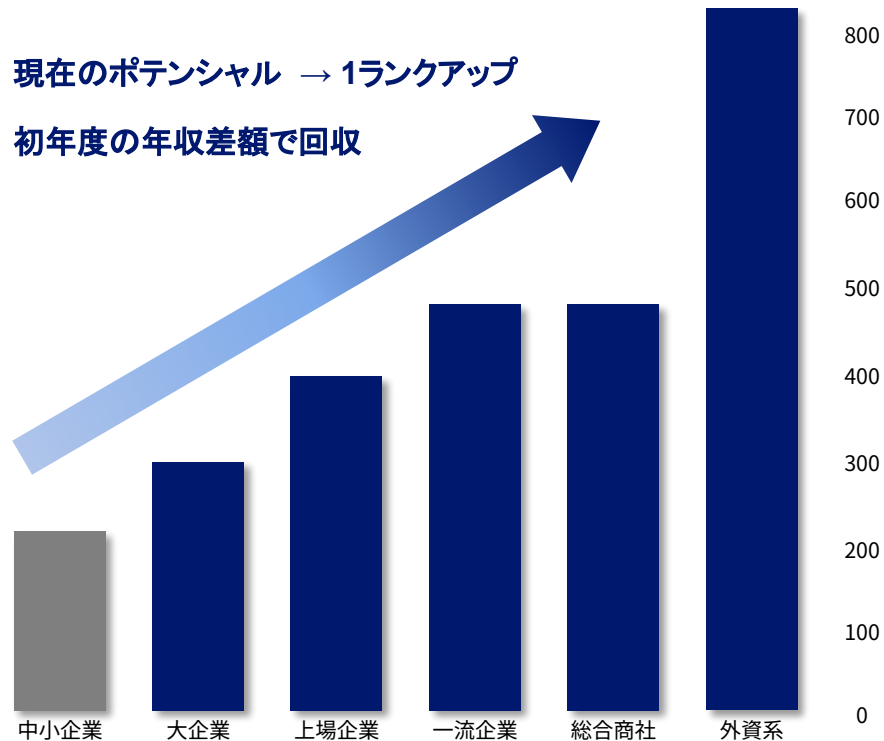
キャンペーン価格

~~498,000 円~~

448,000 円

現在のポテンシャル → 1ランクアップ

初年度の年収差額で回収



将来に繋ぐ長期的なロードマップ

今回私たちがやるべきこと

フェーズ1：文化理解と 商品仮説の構築

【目的】現状の把握と、
新しいアイデアの「種まき」

- 文化調査・相互理解：
伝統製法の体験と課題把握。
日本事例の紹介
- ストーリー発見：日本の
食文化との共通点等から、
ブランドの核を発掘
- 初期アイデア創出：村での
体験×市内の市場調査から、
新レシピ等の試作品を共創

フェーズ2：テストマーケ ティングと販売戦略

【目的】アイデアを形にし、
市場のリアルな反応を検証

- 試作ブラッシュアップ：
パッケージサンプルや
新商品の作成
- 顧客の声の収集：市内マー
ケット等での試食アンケートで、
ニーズと価格感を把握
- 販売戦略の立案：調査に
基づく具体的な販売チャネル
の提案

フェーズ3：高付加価値化と ブランディング

【目的】単価向上と自走するソ
ーシャルビジネスの確立

- ターゲット絞り込み：富裕層
や健康志向の外国人旅行
客向けにリブランディング
- 高単価商品の企画：洗練さ
れたパッケージ考案や、非食
用の検証
- PR・マーケティング：SNS用動
画や多言語POPで、生産者
のストーリーを発信

フェーズ4以降： 自立とスケール

- 販路の定着と継
続：レストラン導入
やクラウドファンディ
ングを通じた新規開拓
- 次世代の育成：
村の若手を巻き込む、
持続可能な事業体
制の構築

今回はこちら👉

世界が訪れる、文化と暮らしの拠点



01 北タイ文化の中心地

寺院、工芸、食文化など、地域に根ざした文化が残る。



02 少数民族の玄関口

独自の文化や食を受け継ぐ地域と出会える。



03 地域資源の可能性

食文化や伝統工芸など、魅力的な地域資源がある。



04 文化継承の課題

現代化により伝統をどう残すかが問われている。

チェンマイ（ワンパイ村）というフィールドで主体的に問い、学ぶ
「文化を守る」と「地域を発展させる」を同時に考える