

チーム名	ブランディング研究会	大学・学部	山梨英和大学人間文化学部	北陸ステージ
プラン名称	観光が育む北陸の文化と自然 世界遺産がつなぐ人的ネットワーク			
リーダー名	櫻井俊貴	テーマ	※選択したテーマに○をつけてください。 (○) ①文化振興を促す「観光まちづくりプラン」 () ②若者を呼び込む「観光まちづくりプラン」	事務局記入欄
指導教職員名	杉山歩			
メンバー名	窪田あゆみ 島田成葉 竜澤君依 山口直也 小林隼 荻野敦生 遠藤桂太			

1. 現状
北陸新幹線の開通により
金沢に観光客が集中
金沢の一人勝ちのような状態？

2. フィールドワークでの出会い
・杉原吉直 越前和紙の新たな価値創造
・多田喜一郎 (農村民宿)
若者が戻ることができる地域作り

観光地に観光客が増加
しかし経済的繁栄だけでは
北陸にとっての成功とは言えない

北陸の真髄
II
文化・自然を支える**人的資源**

文化振興と自然環境の保全に繋げる観光の提案

地域の文化や歴史を理解、共感し
保護に繋げることのできる観光客を呼び込む

3. 変化する観光スタイルの紹介

従来の観光スタイル

ハイレベルの快適性
ステータスシンボル
最高のサービス
プライバシーの確保
特権的なロケーション

ニューモデル観光

体験旅行
本物の体験
エコツーリズム
ポランツーリズム
持続可能性

ステータス型ではない体験型の**本物志向**

本物とは地域に根ざした歴史や文化を
いかに魅力的に語れるか

4. ターゲットの紹介

・海外の富裕層旅行者 ・1週間の旅行に最低100万円を使う
このような外国人富裕層を呼び込む
海外の富裕層を呼び込み成功した例

慶良間諸島 (日本)

日本人観光客が少なく、中国
人富裕層の観光客が多い。

フェルナンド・デ・ノローニャ (ブラジル)

観光するためには多額の滞在
費がかかる。そのため景観の
保護が可能に。

富裕層にとって北陸の自然と文化は魅力的

4. 北陸の文化と自然



石川



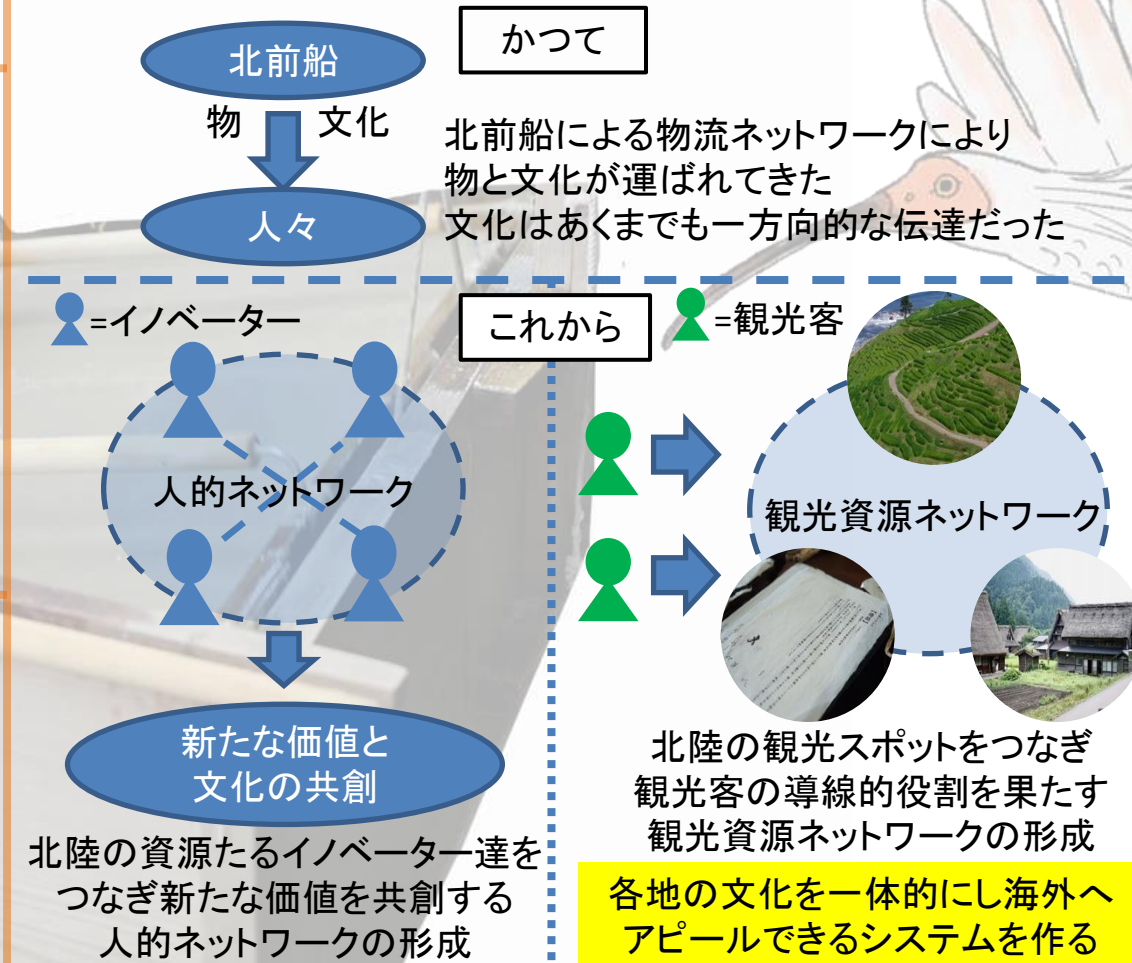
福井



富山

それぞれが独立して存在している

5. 提案1:世界遺産ネットワークの概要【新規性1】



我々はこのようなネットワークを作り
”世界遺産ネットワーク”と名付ける

6. 提案2:トキの復活

学名: Nipponia nippon

能登は本州最後のトキの生息地であった。
日本の象徴であるトキを復活させることで
北陸の原風景の価値を向上を図る。

6'. 地域資源(ソフトクリーム)の活用【新規性2】

高岡-10段ソフト 輪島-柚子ソフト
珠洲-塩ソフト 敦賀三方-梅ソフト
金沢-金箔ソフト 能登-ブルーベリーソフト

北陸3県は全てが冷菓消費量ベスト4に入る
観光客が飽和した金沢でマネタイズを行う
収益の一部をトキの保護と繁殖に充てる

7. 経済効果

フェルナンド・
デ・ノローニャ

年間約16万5000人
富裕層全体の2%

年間に富裕層870万人のうち
1%の約8万7000人を北陸に呼び込む
1週間で100万円使う=1日に15万円使う
8万7000人 × 15万円 = 130億5000万円

8. まとめ

- ① 人的ネットワークの形成**
地域と地域をつなぐ
北陸文化を語れる人材を育成する
- ② 観光資源ネットワーク**
観光客と地域をつなぐ
- ③ 北陸文化の価値を上げる**
新たな文化を共創する