

チーム名	チーム関東女子	大学・学部	獨協大学経済学部	北陸ステージ
プラン名称	まちこい 私たちの第二の故郷はあなたの誇れるまち			
リーダー名	篠田恵里花	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	高安健一			
メンバー名	篠田恵里花、岡田彩奈、齊藤実里、田中真実、佐藤彩花			

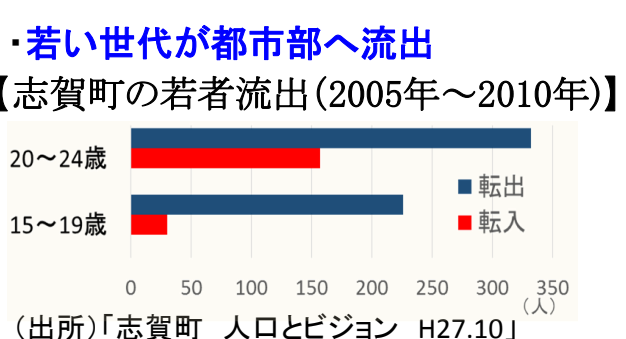
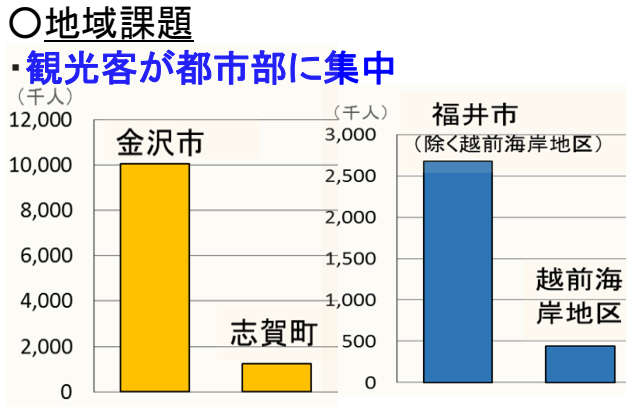
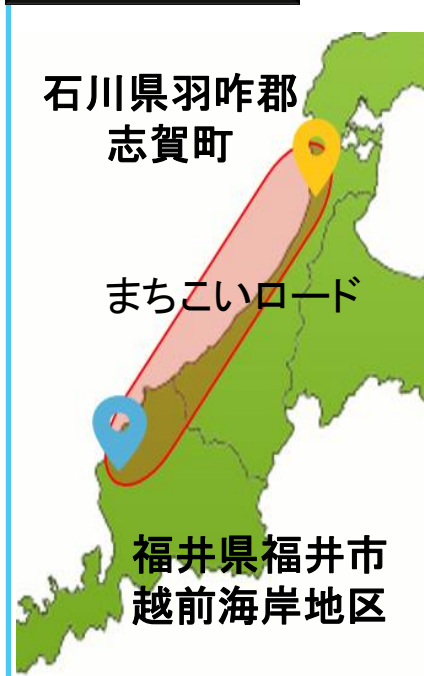
### 企画のねらい

- ✓ 北陸の最高の観光資源である「人」と関東の若い世代が結びつくことで、全く新しい、人の行動さえも変える観光プランを提案。
- ✓ 北陸を初めて訪れた私たちが家族のように歓迎してくれた人々と接したことがきっかけ。
- ✓ 関東女子大生と地域の人たちが「交流観光」を通して、北陸全体を活性化させるのが、「まちこいプラン」。

### 課題と解決策

- ✓ チーム関東女子が注目した課題は、北陸における**非都市部と都市部の観光客数の格差**と**若者の流出**。
- ✓ 「故郷DMO」で情報提供し、今まで出会う機会がなかった人々を結びつけ、交流観光ツアーを組成。
- ✓ プランの新規性は、①日帰りではなく宿泊を伴うツアーであること、②グループ観光で観光客数を増やせること、③地元の地域交流が全てのコンテンツに組み込まれていること。

### 対象地域



### まちこいプランの特徴



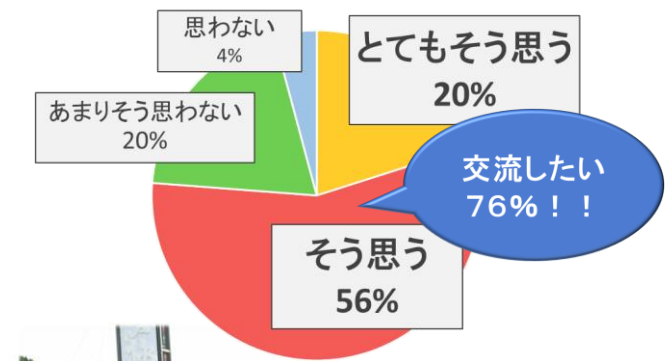
観光まちづくり辞典  
まちこい「名」

①まちに「来い」  
(来てほしい)

②まちの人に「恋」

③まちに「恋」

- 「まちこいツアー」: 地域の人と交流
- ①まちこいロードで自分の好きな人と出会う → 人を通じて観光
  - ②まちこいツアーでポイントを集めて特典ゲット → 人と出会うほどハッピー
  - ③出合いをInstagramで共有 → 新規観光客誘致 思い出の引き出し
- ターゲット: 関東女子大生 → 約53万人、SNS発信力、グループで参加
- 質問: 旅先で地域の人と交流したいか?



### ○すべてのコンテンツに交流要素



(出所) グーグルフォーム アンケート調査

### 交流観光を支える「故郷DMO」

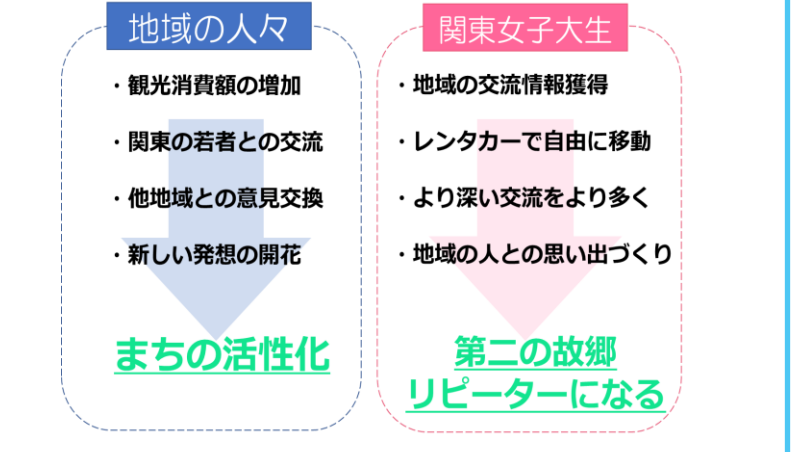
- ※チーム関東女子、両地域の中核人材、多数の協力店で運営
- ・HP開設
  - ・両地域の中核人材と関東女子大生で非都市部の広域連携形成
  - ・まちこいプランを提供
- 使い方
- ・HPから地域の観光資源情報入手
  - ・自分のまちこいツアーをつくる
  - ・交流観光体験
  - ・HPに写真アップ ⇒ 新規観光客の誘致
  - ・写真が届く ⇒ 再会したくなる
- 

### まちこいプランの遊及点

- 創造性  
新規性
- ・人を最高の観光資源と捉えた交流観光
  - ・非都市部地域間の広域連携プラン
  - ・故郷DMOをプラットフォームに活用
- 実現性
- ・3回のフィールドワークで実践
  - ・故郷DMOの設立・運用費用僅少
  - ・まちこいツアーへの協力者・団体確保
- 効果
- ・日帰りから連泊への誘導で消費額大幅増
  - ・交流拠点の民宿を中心に稼働率アップ
  - ・地域の人々のまちづくりを促進

### 効果(経済効果&地域活性化)

- 経済効果
- ・観光消費額増加  
29,128円/人 × 4,000人 = **1億1,651万円**
  - ・故郷の民宿の稼働率 **17%ポイントアップ** → コミュニティ維持と若者の活躍
- 「人」の行動変化がまちの活性化へ



### 非都市部から北陸を元気に

- ◇非都市部が交流観光で活性化 ⇒ 都市部の観光客も増加 ⇒ 北陸全体が活性化!
- チーム関東女子大生は北陸大好き