

This

is

REAL

国保娘

静岡県立大学 経営情報学部 3年 水野真由 鈴木綾花

みなさんこんにちは！

私たちは  
静岡県立大学 経営情報学部 国保ゼミ  
「KOKULABO」からまいりました

**国保娘**  
KOKULABO

です！！

# “いばらき”といえは…？



想起できるものが**地味**…

想起させるものが**少ない**…

**観光**に繋がっていない？！



## Strong -強み-

歴史深い  
関東圏で都心から近い  
自然豊か

## Weakness -弱み-

- ✓ 茨城 = 水戸が強い
- ✓ 車がないと不便
- ✓ 観光イメージがない

弱みを克服し、**強み**に！

## Opportunity -機会-

朝ドラ「ひよっこ」ブーム  
(聖地巡礼)  
グリーンツーリズム

## Threat -脅威-

北関東県の想起の高まり  
群馬 (グンマー)  
栃木 (宇都宮ぎょうざ)

# SWOT分析

# 静岡と比べると？

各地域（熱海、伊豆、浜松 etc…）の魅力が  
県のイメージ想起を支えている

それぞれのまちに「**カラー**」を持たせることが  
地方の「**戦い方**」

茨城県に必要なのは…

地方ブランディング

# 地方ブランディングとは

地域そのものが生みだすアイデンティティを  
製品や空間サービスとして発信し  
ブランドとして認知してもらおう活動

イメージ  
アップ

想起

価値の創造

私たちが提案する地方ブランドは…

『奥いばらき』



# 『奥いばらき』って？

けんぽく  
県北エリア

豊富な体験施設

豊かな自然

多種多様な特産品

今ある  
価値  
の活用

茨城県に『奥いばらき』という  
全く新しい地方ブランドを創りあげる

# 『奥いばらき』の名前のヒミツ

- 朝ドラ「ひよっこ」の『奥茨城村』  
→**耳なじみの良さ**
- 茨城県が一番北「奥にある」場所  
→名前から**想起しやすく**
- ひらがなの「いばらき」  
→すぐに読める・いばら「**ぎ**」防止



3回

# 懐かしさ

こと



でも

私たち20年しか生きていないのに

なぜ「懐かしい」  
と感じた？

若い世代には人生の中で  
大人世代が経験し触れてきた

本当のもの = リアル

を知らない

国保  
娘的

# 「懐かしさ」って？

大人世代にとっての  
懐かしさ

記憶・経験

大切に  
価値あるもの

本当の懐かしさ

私たち若者にとっての  
懐かしさ

想像での感覚

昔からあるものへの  
敬意や信頼

初めて出会うものへの新鮮さ

世代によって懐かしさの感覚は違う

でもお互いに  
昔から存在する「**ホンモノ**」に価値を  
感じている



# 個性を活かせる体験





# 「個性を活かせる体験」って？



ばらつき

均質でない  
出来栄え

オンリーワン

完璧ではない・不揃いなものもある  
「人間味」

その中に「自分らしさ」や  
「特別感」を見いだせる



# リアル感

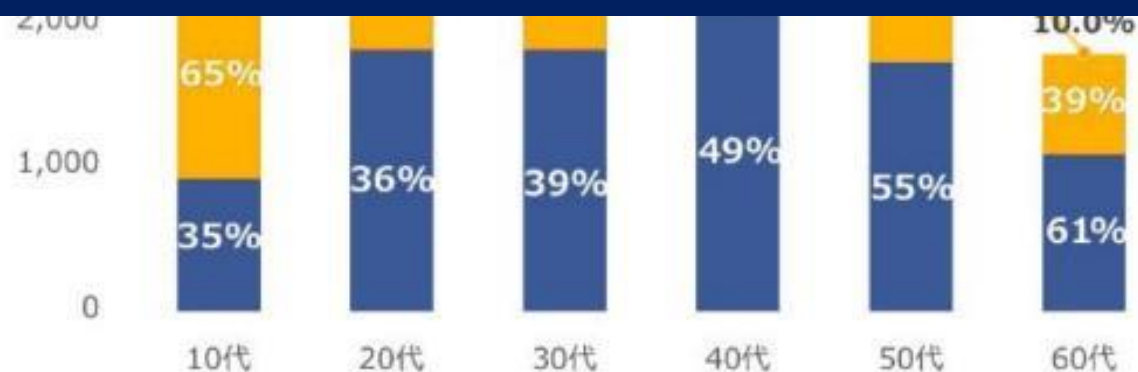
# 奥いばらきの 「ブランド価値」

# ターゲット

# Instagram 年齢・男女別国内ユーザー数



魅力発信に重要なSNS  
「20代女子」が不可欠！



しかし、懐かしさ感覚の違いから

同世代だけ

よりも

**異世代**

一番旅行に行きやすい異世代の関係とは

A stylized illustration featuring a large dark grey silhouette of a person on the left and a smaller one on the right, representing a mother and child. A horizontal yellow band passes through the middle of both figures. The Chinese characters '母娘' (Mother) are written in white on the yellow band, positioned between the two figures.

母娘



20~30代女性に  
聞いた！！

## 母娘旅に行きたいと思う割合 (n=1000)



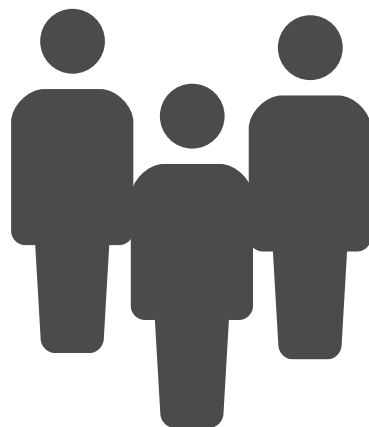
# セグメント別目的地までの自家用車利用率

(JTBF旅行実態調査より)



「カップル」

47.5%



「友人」

27.2%



「ひとり」

14.5%

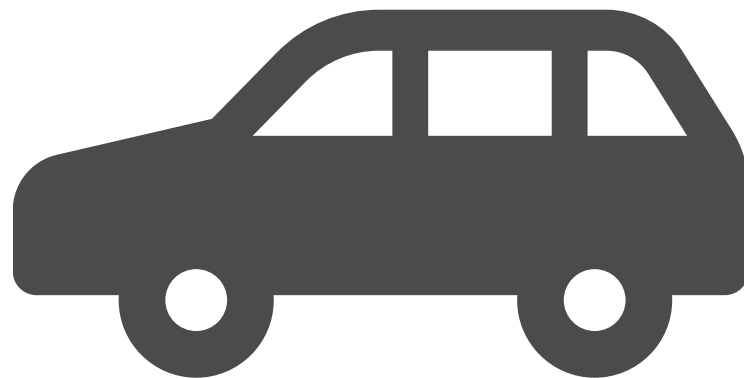


「親子・家族」

53.6%

茨城県の弱み 「**車がないと不便**」

「**車で楽しい母娘旅**」で解決！



弱みを  
強みに！

もし**サポートツール**があったら  
より**リアル**を実感できる  
**母娘旅**になるのでは？

# 提案



奥いばらき発  
観光アプリ



# アプリの「売りポイント①」

「移動サポート機能」

1日の過ごし方が  
一目で分かる！！

→行きたいスポットを選択

→車の移動時間・体験所要時間・費用を自動で計算



# アプリの「売りポイント②」

「クーポン機能」

ドライブ旅行に  
「美味しく、オイシイ」を +  $\alpha$

→ドライブの疲れを癒すフードでまちの回遊を促進





# アプリの「売りポイント③」

## 「女性向けコンテンツ」

- ・ 宿泊施設や日帰り温泉施設の情報

女性が特にキニナル視点を共有

- 口コミ機能搭載
- 訪れた際の使い心地や満足感など  
「リアルな声」を得られる



長いドライブの時間

向かいがらみ、後ろがらみ、同じがらみ、後ろがらみ、後ろがらみ、後ろがらみ

奥いばらきが

2人のリアル

を引き出してくれる

ある

私たちが  
この奥いばらきで魅了  
された施設の数々…  
母娘旅に合ったその施設を  
国保娘的見解で選出  
させていただきました！

# 奥いばらきスタンド

# #1 アップルパイ

滝味の宿 豊年万作

大子はりんごの産地  
木の上でしっかり熟してから  
収穫する「**樹上完熟**」のりんごは  
大子でしか食べられない

大子のりんごを贅沢に使い  
りんごの美味しさがぎゅっと  
凝縮された極上のスイーツ  
女将考案の自慢の一品

毎日パソコンに向かって  
事務仕事をするお母さんに  
疲れをいやす  
とびっきり甘いりんごを…

茨城県久慈郡大子町



茨城県久慈郡大子町



就活を頑張っている娘に  
しゃも井で  
エネルギーチャージ  
させてあげよう…

茨城県養鶏試験場が生み出した  
奥久慈しゃもは**高級地鶏ブランド**  
締まった肉質と適度な脂肪が特徴



奥久慈しゃもの肉と卵を  
余すことなく贅沢に使用したどんぶり  
弾力のある肉のみならず  
濃厚な卵や鶏がらスープも魅力的

#2 **しゃも井**  
弥満喜

大子町の中心商店街に立つ  
古い建物を利用したおしゃれカフェ  
レトロなアイテムや工夫されたインテリア  
店内は落ち着く雰囲気が漂う



茨城県久慈郡大子町



古民家のステキなカフェ！  
お母さんもここのカフェなら  
ゆっくりくつろげるはず！

ライブやイベントなども  
数多く開催され  
地元大子町から町外まで  
幅広いお客さんが集まる  
情報発信地

**# 3 古民家カフェ**  
daigo cafe



奥いばらきまで  
長旅で疲れた私たち…  
小腹を満たす！  
美肌と健康にもいい！  
よし、ここでひとやすみ～

奥久慈の水と気候が育んだ  
**厳選素材**の手作りこんにゃく  
滋養たっぷりでセラミドを含み  
美容健康にも良いとされる  
最高級素材を用いた奥久慈こんにゃく

試食コーナーも豊富で  
作りたてのこんにゃくが堪能できる  
**ドライブの休憩**にも最適なスポット

## #4 こんにゃく

こんにゃく関所

茨城県久慈郡大子町



# #5 カジュアルフレンチ

Lutin (リュタン)



大子町最大の観光地  
四方を見渡しても自然があふれる  
開放的な空間  
「自然」×「カジュアル」を  
贅沢に味わえる

茨城県久慈郡大子町



メニューは自家菜園で採れた野菜や  
自家りんご園のアップルパイも人気  
**奥久慈の味**を楽しめる

たまにはお母さんとふたりで  
贅沢なランチを…  
今日ココで結婚話を打ち明けたら  
どんな顔するかなあ…  
喜んでくれるといいな



# 体験スポット

# #1 吹きガラス体験

ガラス工房 SILICA

このガラスが完成したら  
大きくなった娘とふたりで  
はじめて一緒に  
お酒を飲もう…

茨城県北茨城市



リアル



北茨城市が一望できる高台に位置する工房

SILICAの名はガラスの原料である  
シリカサンドからちなんで名づけられた  
既製品とは違う  
自分だけの色・形・風合いにできる



リアル

大子町の商店街のなかに位置する  
陶芸教室



イチから考えてモノを作る  
どんな形になっても  
その体験が貴重  
個性があふれる作品

茨城県久慈郡大子町



お母さんがこんなに  
真剣な顔で  
作っている姿はじめて…  
おちょこを作っているのって  
もしかしてお父さんへの  
プレゼントかな…

**#2 陶芸体験**  
Liberte and galla

リアル

茨城県奥久慈地方の  
豊かな自然の場所で育み  
一枚一枚丁寧にすくいあげる ゆば

製造過程を目の当たりにできる  
普段はできない体験がここに

ゆばはお母さんの大好物  
こうして引き上げられているなんて  
初めて知った…！

茨城県久慈郡大子町

## #3 ゆば引き体験

奥久慈ゆばの里



# #4 そば打ち体験

みらんど袋田

茨城県久慈郡大子町



娘とふたりで粉から  
作ったおそば  
食べてみるとちょっと  
かたいけど今まで食べた  
どのおそばよりもおいしいわ

リアル



奥久慈のそばの実は 粒揃いで  
特有の香り、風味、甘味があり  
全国のそば職人から高い評価を受けている  
粉から自分たちの手で創り上げる手打ちそば

プロの味には程遠くても自分たちの作った味は  
自分たちしか味わうことができない特別な味



茨城県久慈郡  
大子町



これがお母さんが  
昔よく食べてた  
おやきの味か～！  
お父さんにお土産で  
持って帰ろう～

大子おやき  
リアル

どこか昔懐かしい風景漂う旧校舎

地元の特産物を活かした  
自分だけの絵が入った  
特別なおやき



#5 おやき作り体験

おやき学校

# 観光スポット



今日はわたしの運転なんだから  
お母さんゆっくり試飲していいよ！  
その代わりに、独り占めしないで  
お父さんに買ってあげてね！

リアル

茨城県常陸大宮市

創業400年以上にわたって  
酒作りをする根本酒造

奥久慈の雄大な山々に蓄えられて  
湧き出る純粋な水を使用  
酒蔵見学や試飲など  
普段できない体験



**#1 酒蔵見学**  
根本酒造



# #2 旧校舎見学

旧上岡小学校

明治12年に創立され  
平成13年に閉校した旧上岡小学校

校舎も備品もそのまま残されている  
古き良き時代の懐かしい雰囲気  
大人世代の昔に戻ったような感覚  
若者世代の昭和の原風景に対する新鮮さ  
それはここでしか味わえない



茨城県久慈郡大子町



リアル

なんだかとってもなつかしいわね  
子どもの頃を思い出すわ  
その頃はまだ  
生まれていなかった娘は  
なんて思うんだろう…



# プランの効果

## ◆地域活性化

→資源の活用・若者の入込による地域の盛り上がり

## ◆観光消費額の増加

→車観光による地域の回遊

## ◆茨城県の想起イメージづくり

→奥いばらきブランド

## ◆観光意欲増進と旅の効率化

→アプリ開発・活用

# 實現可能性

プランに  
ご賛同  
いただいた!

## 訪問店舗&施設

- ✓ おやき学校
- ✓ 弥満喜
- ✓ 豊年満作
- ✓ 道の駅・奥久慈だいが
- ✓ 大子町文化福祉会館 まいん
- ✓ daigo café
- ✓ 咲くカフェ
- ✓ みらんど袋田
- ✓ こんにやく関所
- ✓ 奥久慈屋 吉餅
- ✓ 奥久慈ゆばの里
- ✓ 旧上岡小学校
- ✓ 根本酒造 (株)
- ✓ ガラス工房 SILICA
- ✓ Lutin
- ✓ Liberte and galla

# 情報スキル

アプリ開発技術や

静岡県立大学 経営情報学部が持つ  
スキルの結集



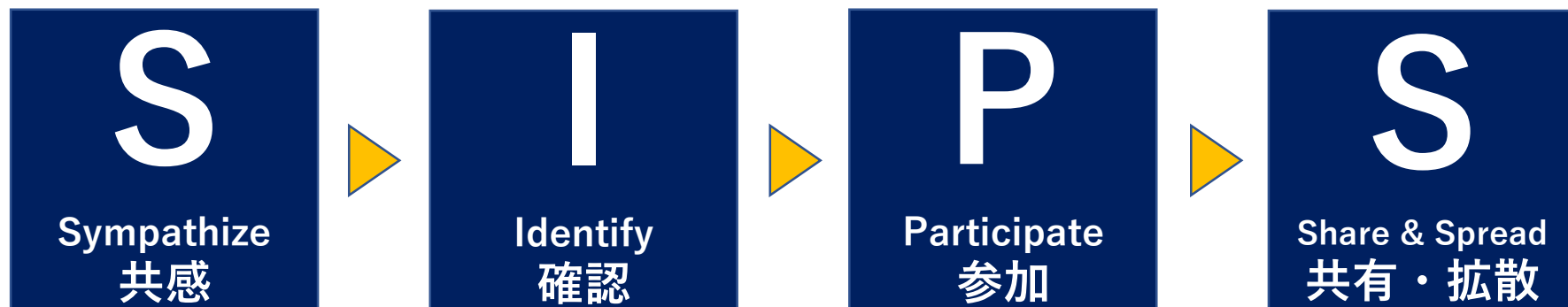
アプリ開発は**不可能ではない！**

理論からの観光  
アプリの概念構築

新たなコンテンツ開発  
やマーケティング

どうしたら**リアル感**を  
届けられるのか？

# SNS普及に伴う「新しい」消費者行動モデル概念 『SIPS』



「共感」してもらおうことが重要！

# インフルエンサー



# インフルエンサーの定義

インフルエンサーとは  
「他の消費者の購買行動決定に影響を与える人のこと」



ライト

マイクロ

ライト & マイクロ  
インフルエンサーへ

訴求！

ユーザー  
友好関係が広い人

ミドル  
インフルエンサー

フォロワー数  
10万～100万人

読モ・人気写真家  
お笑い芸人・芸能人  
Youtuber

カリスマ  
インフルエンサー

フォロワー数  
100万～

芸能人・モデル  
(現時点では数人)

茨城県の弱み 「観光イメージのなさ」

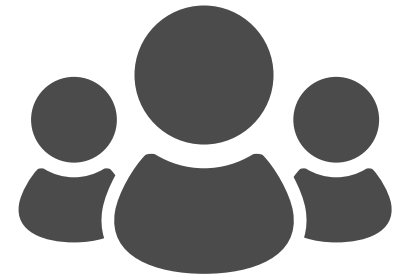
より多くの人にリーチできる

「インフルエンサーの拡散力の大きさ」  
で解決！

## 今まで



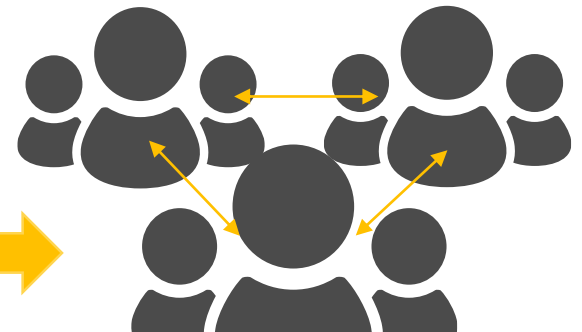
直接顧客へと広告アプローチ  
(SNSでの広告やイベント開催など)



- ・そもそも興味がある人しかひっかからない
- ・拡散の循環がうまく行われない

認知や共感が  
広がらなかった

## インフルエンサー 介入



興味を促進  
購買意欲の促進・共感  
(同じようにやってみたい)

利用ツール



**instagram**

# リアル感の波及

①



インフルエンサーへDMで  
観光インフルエンサー依頼

②



実際に足を運んでもらい  
「リアル感」を実感

③

動画

実際に足を  
運んだかのような  
「疑似体験」提供

ライブ配信・

各機能を使い発信

今しか見られない情報

写真

思い出の1ページとし  
て、ずっと残る奥いばら  
きの「リアル」

④

インフルエンサーの  
フォロワーが「共感」

⑤

確認→参加→共有の  
プロセスをたどり  
自らのフォロワーへ拡散

# 波及による拡散効果

一般のライト  
インフルエンサー  
からマイクロインフ  
ルエンサーの100人に訴求

100人の  
1割が実現

10人

ライトインフル  
エンサーとマイクロ  
インフルエンサーの  
平均フォロワー数が  
3万であると仮定

10人×3万人  
=30万人に拡散

30万人の  
0.5割が実現

1.5万人

インフルエンサー  
以外ユーザーの  
平均フォロワー数  
を300人とする

1.5万人×300人フォロ  
ワー  
=450万人に拡散

450万人の  
0.5割が実現

22.5万人

波及効果によりこの先も拡散され続ける…！

# 脱出のプロセス

リアル感を  
体験できる  
旅先として  
選ばれる

「奥いばらき」  
のイメージ形成

地方ブランド  
誕生による  
茨城の  
想起イメージ  
定着

魅力度  
ランキング  
最下位 **脱出**

# お世話になった町の人



国保娘が感じた奥いばらきのリアル 「人の優しさ」



あなたは**奥いばらき**で  
どんな**リアル**を感じますか？

# 最下位脱出のためには

- ①「茨城県 = 水戸」という1つのまちだけのイメージ  
✓ 地方なりの戦い方「**奥いばらきブランド**」
- ②車がないと不便  
✓ **アプリ**を使って母娘ドライブ旅行を楽しく
- ③イメージの想起の無さ  
✓ 共感を生む**インフルエンサー**活用