

# 遊知と誘致

～いざ魅力の宝庫、北陸へ～

跡見学園女子大学 村上ゼミ3年  
北陸★ぺんたごん

星野真唯 藤田知奈美  
鈴木花奈絵 松井実季 山崎結加

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



北陸新幹線

お酒

金沢

能登半島

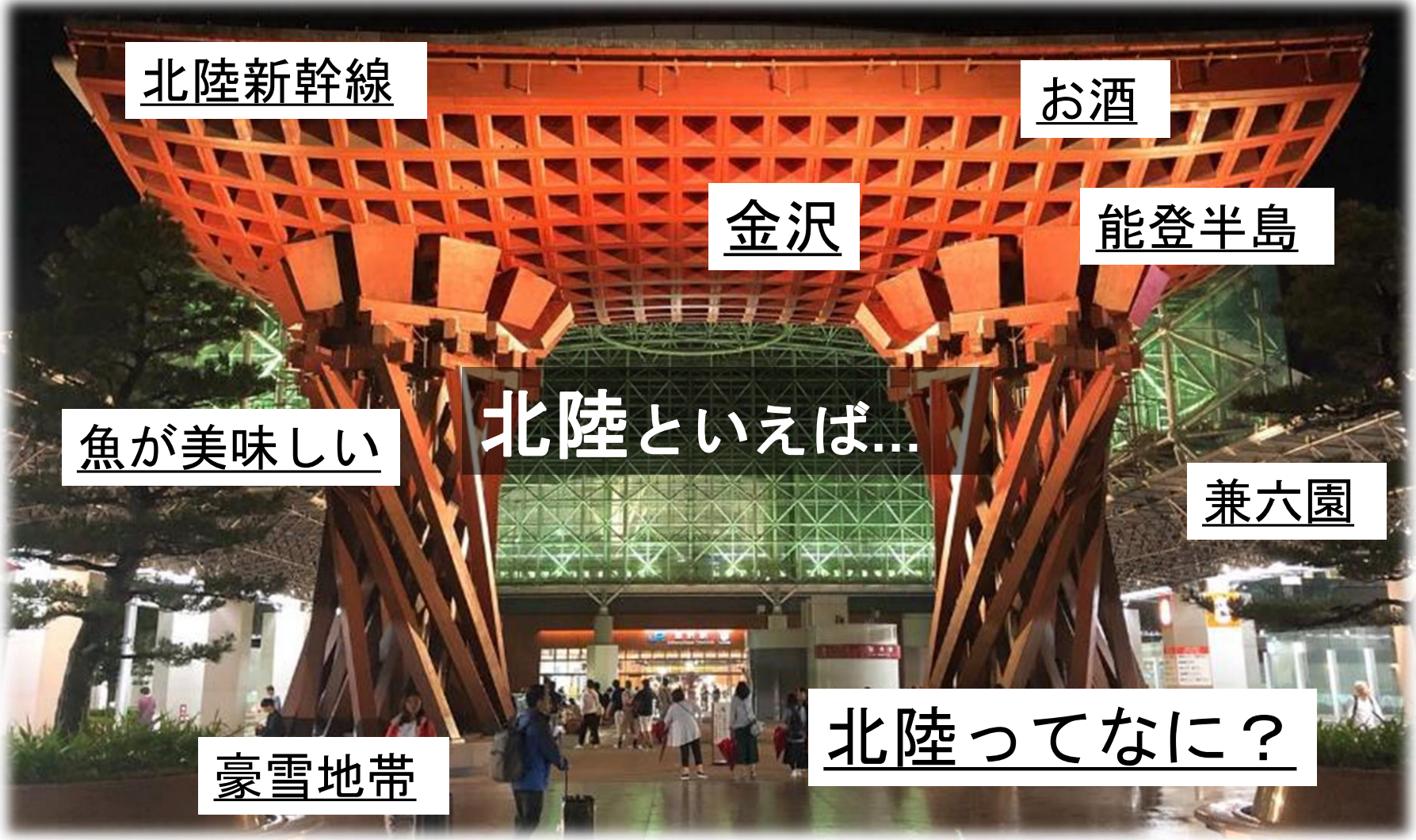
魚が美味しい

北陸といえば...

兼六園

豪雪地帯

北陸ってなに？



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



➤FWを通して感じたこと

①楽しめるコンテンツが多い



食

自然

伝統

歴史

温泉

日本の魅力全部が  
北陸にある！！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



## ②雨が多い

### 降水日数ランキング上位3県

1位	石川県 雨の割合:51.23% 雨の日数:187日
2位	富山県 雨の割合:49.86% 雨の日数:182日
3位	福井県 雨の割合:48.77% 雨の日数:178日

北陸3県が上位を占めている  
1年の半分は雨☂

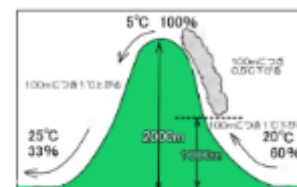
### なぜ雨が多い？

季節風



シベリアの乾いた冷たい季節風  
暖流の影響により多くの水蒸気を海から得る

フェーン現象



湿った空気が山を登り  
雨を降らせる

日本の中で最も雨の降りやすい地形  
1年中湿度が高い

北陸にとって  
観光に影響がしやすい

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

まとめ



## ③北陸の認知度

▶ペンたごん調査では



▶インバウンド訪問者数

【訪日ラボ平成28年2月15データ】

実際は？

訪日外国人全体の  
北陸訪問者数  
**9%**

北陸認知度は  
**22%**

▶ ほかの地域に比べて相対的に低い！

[https://www.dbj.jp/ja/topics/region/area/files/0000033227\\_file2.pdf](https://www.dbj.jp/ja/topics/region/area/files/0000033227_file2.pdf)

①楽しめるコンテンツが多い

②雨が多い

③北陸の認知度

# 北陸3県を知ってほしい

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



# 『遊知で誘致』 + 『雨だから楽しい』

遊知で誘致とは

北陸の強みであるコンテンツの多さを生かし  
**遊んで知**ってもらい観光客を**誘致**する

雨をプラスのイメージに

北陸の弱みである雨を観光のテーマに  
**雨**だから**楽しい旅**を提案！

北陸全体に誘致  
金沢に観光客が集中回避！

弱みを強みと捉えることで  
怖いもの知らずの観光地化！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

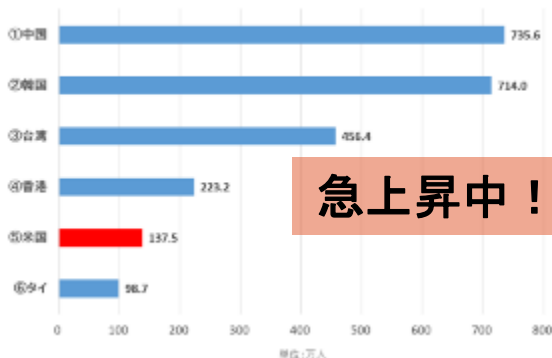
PR

まとめ



# アメリカ人Family

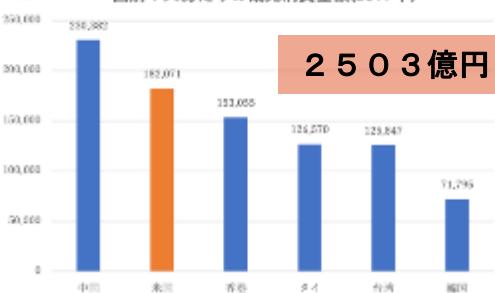
訪日外国人2017 国別ランキング 上位6位



急上昇中！


アジア圏に並んで**第5位**

国別1人あたりの観光消費金額(2017年)



2503億円

爆買い中国に次いで**第2位**！

“天気” といえば... 

## 映画『天気の子』

北米で2020年公開予定！

『君の名は。』の経済効果は日本全国に！  
北米での新海誠監督の  
人気上昇中！

“天気” にちなんだプランは  
話題性も高まる！？

平均滞在日数**13日**



アメリカは日本から地理的に遠いため  
せつかくなればと滞在日数を長めにし、様々な場所に行こうと考えている！

## 日本の観光産業の伸びしろ 訪日誘致の拡大化！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

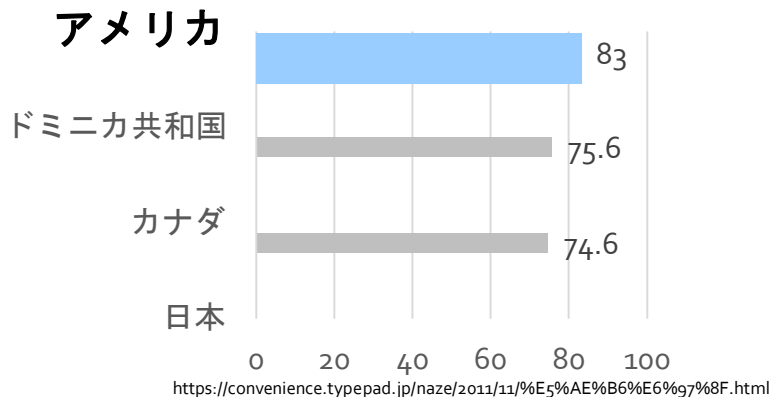
PR

まとめ



# どうしてFamily?

## ✓ 家族を大切にする国ランキング



アメリカが83%で第1位!

## ✓ アメリカ人訪日観光の目的

- 日本食
- 歴史・伝統文化
- 自然・景勝地
- ポップカルチャー

日本の伝統的でかつ  
美しいものに惹かれている!

➤ 訪日アメリカ人が求める観光が**全て北陸**に!

➤ 家族で楽しめる**多様な観光コンテンツ**!



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



これからの観光の主流となる

同じ志向を持つ人と  
その時間や場所でしか  
味わえない盛り上がり  
を共有すること

モノ消費

コト消費

トキ消費



✓みんなで過ごす同じトキ

今だけの思い出



✓再現できないトキとバシヨ

《リピーターの根源》

その時間や  
場所でしか  
味わえない

トキを共有する

北陸でトキ消費をしてほしい

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

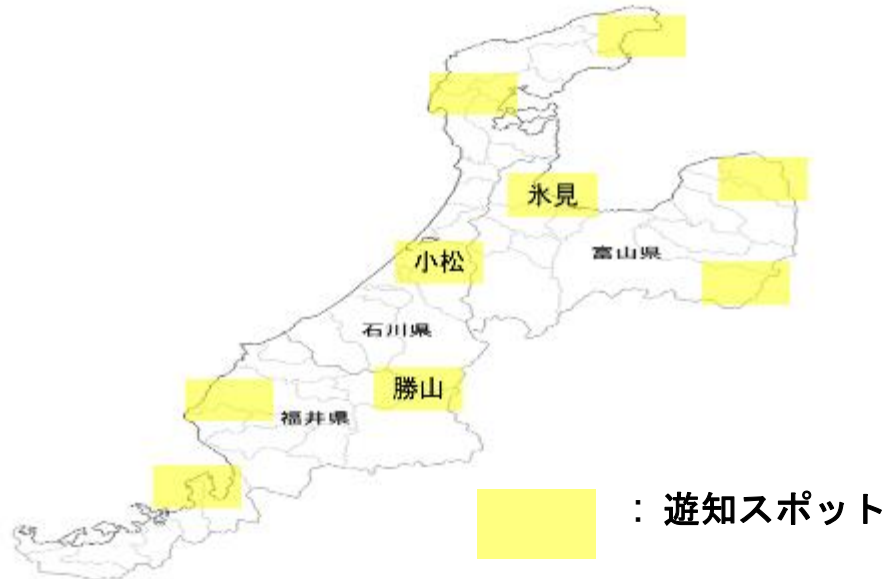
まとめ



もったいない！  
もっと北陸の奥深くまで  
知って欲しい！

- ✓ 観光資源も豊富
- ✓ 地域の人々のやる気も十分

でも、認知の低い地域



- 日本文化をゆっくり堪能できる！
- 新しい魅力発見につながる
- 非日常をより感じられる

遊知スポットは多く点在！  
広域周遊の例として今回は3地域！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



# 『遊知で誘致』+『雨だから楽しい』

トキ消費

コンテンツの  
多さを生かす

弱みである雨を  
強みに！

このプランを通して  
地域の認知拡大を目指します！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



# 福井県 勝山市



雨だからポイント



トキ消費

落ち着いた雰囲気響く  
雨の音

雨による“異空間”

樹齢700年の老杉が水  
にぬれ美しい風景に

家族ポイント



トキ消費

ラブリー牧場  
みるく茶屋本店

SKIJAM  
芝すべり

パピルス館  
伝統和紙作り

一本義久保本店  
「一本義」

法恩温泉ささゆり

## ✓永平寺

今国内外から注目のお寺！  
圧倒的な美しさの天井絵と神秘的な雰囲気漂う参道  
から唐門と樹齢500年の大杉が魅力  
修行僧が日々修行を行う

日本の歴史文化を堪能！



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



# 石川県 小松市

雨だからポイント



トキ消費

水にぬれる一面コケ

湿度が高い北陸ならではの  
の景観

雨上がりに見えるホタル



## ✓ 日用苔の里

日用川、日用神社、古民家のある美しい里。  
日用の美しい苔と静かな環境、偉容を誇る杉が織りなす  
詫び寂びの世界に世界中から人気が集まっているそう

北陸が生み出した自然で癒される



家族ポイント



トキ消費

ハニベ巖窟院

小松うどん  
「つるっと」

ゆのくにの森  
「九谷焼」

(株)東酒造  
「神泉」

粟津温泉



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



# 富山県 氷見市



雨だからポイント



トキ消費

花卉の上に滴る雫

空間を独り占め

ほのかな花の香りが  
広がる

家族ポイント



トキ消費

クルージング  
伝統手打ち網見学



まるまげ祭り

氷見漁港  
ブリ

高澤酒造場  
「有磯曙」

氷見温泉郷

## ✓氷見あいやまガーデン

小高い丘の森の中に息づく  
花と緑あふれる西洋風の庭園。四季を通じて楽しめる  
スポットであり、庭園からは富山湾越しに立山連峰が  
一望できる観光名所として知られている。

氷見市の花並ぶ庭園



現状

提案

ターゲット

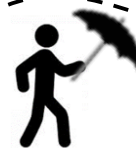
地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



広域周遊は観光にとって  
大きな収入の1つ!



でもどうやって  
3県周遊するの？



そこで3県をつなぐ手段を提案!

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



楽しいスポットたくさん！  
雨の移動に楽しさプラス+

“ドロップオフ アンブレラ”

Drop off Umbrella



遊知スポットをつなぐ北陸ならではのおもてなし



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ

“ドロップオフ アンブレラ”

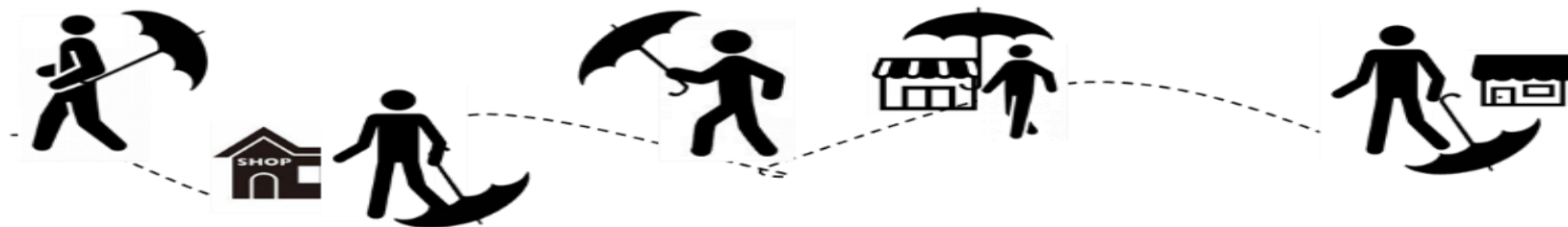
Drop off Umbrella

とは

雨が多い  
北陸ならではの

北陸の遊知スポットに、それぞれ地域の魅力を活かしたデザインで設置！  
遊知スポット内で共通して使える “借りるも返すも自由な乗り換え傘”

今後の3県誘致に直結するアイテム！



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



## 雨・傘の認識の違い

### 日本

梅雨があるからこそ傘が発達！  
傘を持ち使うことは“当たり前”

#### 傘の所持数世界トップ

- コンパクト
- 世界に誇れる質の良さ
- 軽量
- 種類・デザイン豊富



### アメリカ

コンパクトな傘がない  
重い・質が悪い

➤ 傘を使う習慣がない

雨を好きな人が多い

乾燥している地域の為、  
雨は“恵みの雨”

➤ 雨は**プラスのイメージ**

“ドロップオフ アンブレラ”

Drop off Umbrella

で北陸だからこそ傘の良さを感ずることができる

アメリカ人にとって雨観光はマイナスではない！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ

効果

“ドロップオフ アンブレラ”

Drop off Umbrella



- ① 『遊知で誘致スポット』に配置
- ② Drop off Umbrella で3県周遊
- ③ 傘によって地域の知名度があがる

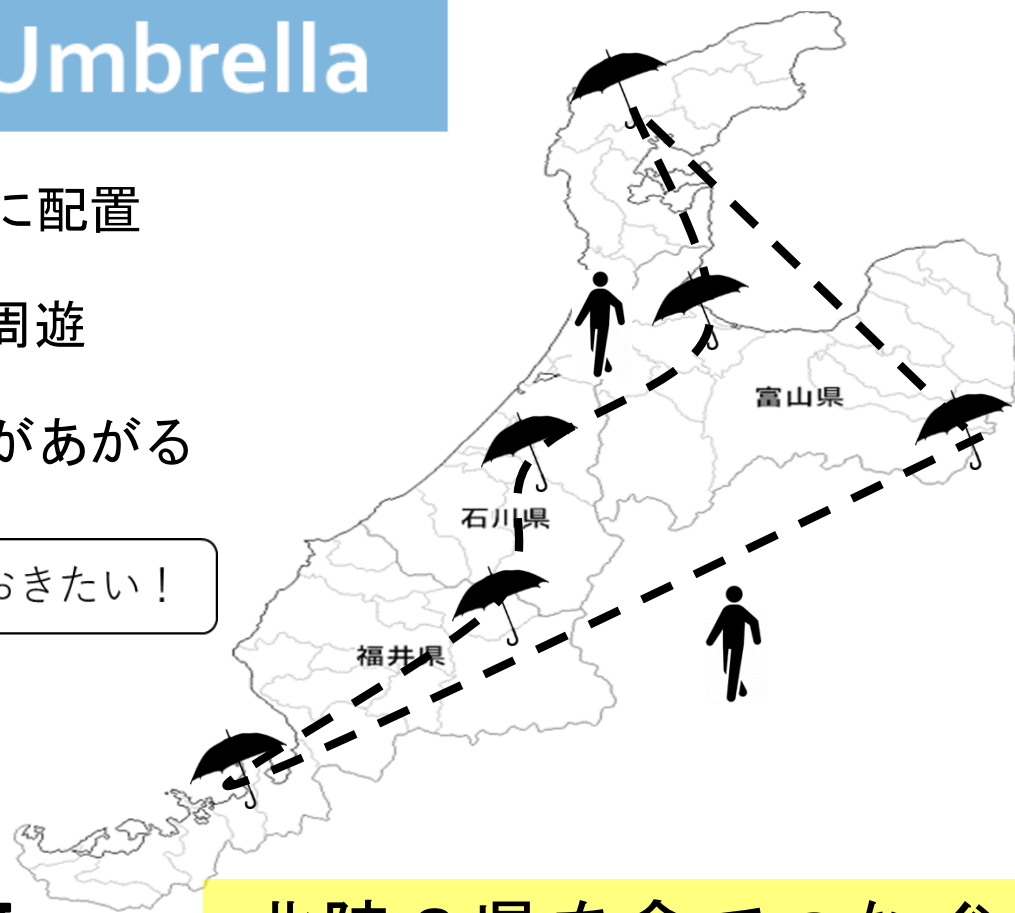


わたしのところでも是非おきたい！

- ④ Drop off Umbrellaの設置  
遊知スポットの増加

北陸全体に誘致

北陸3県を傘でつなぐ



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ

# 『YUCHI』マガジン

★設置場所

- ①Japan guide.com等にPDF
- ②遊知スポット
- ③観光案内所や駅等の公共施設

4ヶ月に  
1度連載!

『遊知で誘致』 + 『雨だから楽しい』

## 3県共通テーマ別ページ

EX)



富山県氷見市  
→寒ブリ



福井県あわら市  
→あわら温泉



石川県輪島市  
→輪島物語

- 家族で楽しめるポイント
- 遊知スポットへのアクセス

Point! 県ごとではなくテーマ別  
にすることで3県誘致



北陸3県それぞれの  
遊知スポット特集



雨の日のおススメ

- ・髪型・服装
- ・雨グッズ販売店紹介
- ・写真加工アプリ

遊知スポット  
雨の日の  
楽しみ方



『Drop off Umbrella』

設置場所の紹介

Point! もし天気が悪くなくても大丈夫  
本当に役に立つ雨でも気分が上がる情報!

## 定期的に3県集まり情報共有

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



## PR動画を作成して投稿！



今話題の世界最大の動画共有サービス  
身近な場所に観光の情報を

- イメージしやすい！
- 5Gで動画が主流の時代に!!

地域自ら情報掲載  
海外に北陸の魅力を発信



- ・世界最大規模の日本旅行や生活・文化情報サイト
- ・毎月約180万人の訪日・在日外国人が集まる
- ・47都道府県を網羅！
- ・ユーザーの視点に立った信用性の高いコンテンツとタイムリーな情報を提供

サイト閲覧者の約80%が訪日計画中である点も大きな特徴！

老舗の  
外国人向けのメディア  
**日本**による**日本**の情報

- 音声、文字の翻訳機能搭載！
- 準備期間に見るサイトなので予約もスムーズ

## PRで3県協力⇒北陸全体広域周遊

## 常に新しい情報を継続的に発信！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ

跡見の関わり



✓ マガジンの基盤づくり



✓ 3県集会に定期的参加

石川

福井

富山

(1)観光を学ぶ女子大生ならではの視点から  
**『YUCHI』マガジン基盤**となる内容を作成

⇒連載にあたって、それぞれの地域が  
あてはめて発信できるようにサポートする！

- (1)現地フィールドワークを通して地域の魅力発見
- (2)PR活動のお手伝い
- (3)意見交換会

### 跡見のメリット

- 実際に、地域の魅力発信に関わることで将来に生きる**経験**を積むことができる
- 座学で学んだ**知識**を現場で生かすことができる

### 地域のメリット

- 新しい視点から**魅力発見**
- 常に新しい**価値観**の共有
- 地域の**意識改革**にも繋がる

観光学部**かつ**女子大生**目線**  
だからこそ**できる**ことを生かし**地域と連携**



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



## 定期的な3県集会仕組み・メリット

遊知スポットで会議

お店に  
お金が落ちる

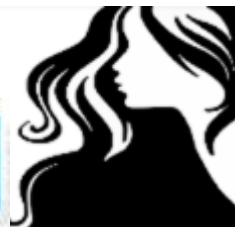
会議費用の  
削減

自身も  
遊んで知る

+

跡見学生

学生は参加した際にSNSで発信



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ

# ☑周遊の成功事例

## ダイヤモンドルート



➤ 東京を起点に福島、茨城、栃木を結ぶ新しいインバウンド向け観光ルート

東京に集中するインバウンドを、1都3県で連携することで福島・栃木・茨城の地方に呼び込むことを目的とした周遊観光ルート

さらには今なお東日本大震災の影響が残る福島周辺の復興創生につなげることを狙ったもの。

➤ PR動画は合計**1100万以上**の再生回数

- 全体のコンセプト動画
- テーマ別動画
  - 「Nature」
  - 「Outdoor」
  - 「History」
- 切り口動画
  - 「Health and Lifestyle」

訪日客数も

約9万6000人を超え

震災前の水準を上回る経済効果

# 県をまたぐ認知＋周遊の実現性



現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



# ☑実行計画

準備期間

- 遊知スポットで誘致
- 地域の意識改革

実行

- Drop off Umbrella で北陸 3 県広域周遊
- 金沢以外の観光地化

改革

- 北陸 3 県を思い出の地に
- 北陸目当ての訪日リピーター獲得

効果

- 北陸全体に経済効果
- 国内もとより訪日インバウンド北陸 3 県認知

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



## ☑️ 経済効果

### ➤ 現状

日本全体の訪日外国人：3,119万人

そのうちの北陸を訪れている人：281万人（9%）・・・①

①のうち訪日アメリカ人：16万人（6%）・・・②

14%UP!

北陸地方は1年の半分が雨

→プランを通して雨の日も誘致できた場合効果はおよそ2倍と仮定

→12%（②×2倍）＋8%（認知向上目標）＝20%を目指します！

→20%の場合、北陸を訪れる訪日アメリカ人は56万人となる・・・③

1人あたりの1泊の旅行費用：26,847円・・・④

1泊分の総利益（宿泊費・交通費・飲食費等含む）

【現状】④×16万人（②）＝約43億円

【効果】④×56万人（③）＝約150億円

1年で  
約100億円UP!

# インバウンド誘致は重要な収入源

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ

### 北陸の現状



#### 跡見FW

- コンテンツが多い
- 降水日数が多い
- 北陸自体知られていない

雨をプラスのイメージに

北陸の認知度

雨の日の観光が弱い

### 提案プラン

『遊知で誘致』

『雨だから楽しい』

+

“ドロップオフ アンブレラ”

Drop off Umbrella



### PR

- 『YUCHI』 マガジン
- 動画
- 3県集会



- 《跡見》 ➤ マガジンの基盤づくり
- 3県集会に定期的参加

3県で協力・継続的に発信

天気にも左右されない  
いつでも誘致可能な観光地！

現状

提案

ターゲット

地域選定

プラン

手段

PR

まとめ



地方ならではの...

- ・ゆっくり過ごせる
- ・体験、自然を堪能

観光地化

地域

地域にお金が落ちる  
住民の意識改革  
地域活性化

インバウンド  
対策

認知拡大

トキ消費

今しかできない！  
やらなきゃもったいない！

ターゲット

北陸で“日本”  
すべてをを満喫  
異文化体験

日本

地方誘致による  
観光立国へ次の1歩

国内  
経済効果

# 北陸3県 認知十周遊