

チーム名	茨城いがっぺよ	大学・学部	専修大学・経営学部・経営学科	茨城ステージ
プラン名称	健康×観光まちづくり			
リーダー名	高沢美穂	テーマ	※選択したテーマに○をつけてください。 ( ○ ) ①茨城の宿泊観光促進に向けた「観光まちづくり」 (     ) ②茨城の体験・周遊型観光促進に向けた「観光まちづくり」	本選出場 茨城県観光物産協会賞
指導教職員名	一ノ宮士郎			
メンバー名	今泉彪吾・野崎裕人・藤岡毅			

## 1.問題認識



## 4.実現計画

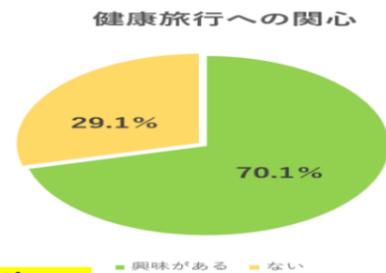
つくば市全体で健康という地域ブランドを確立し、少しずつアクティビティやガイド・講師などの資源を増やしていく

### ご協力・ご賛同頂いた訪問先

- ・筑波山江戸屋様
- ・大曾根タクシー様
- ・つくば市役所様
- ・筑波山地域ジオパーク様

## 5.プラン内容

健康×観光まちづくり  
健康志向の高まりを受けて、ヘルスツーリズムの需要が増加



### ポイント

#### 健康診断

→つくば市内の総合病院等で健康診断を受けてもらい、健康旅行に活かしてもらう

#### フォロー

→定期診断の案内や利用した施設・ガイドのコメントをメールし、継続的な関係を築く

#### 経済効果

→地域の社会的共通資本の活用で地域にお金が落ちる仕組みと地域活性化

#### 柔軟性

→移動手段は専属タクシーでそれぞれのプランに合わせた観光ができる

## スケジュール例

1日目 つくば周辺

9:00 つくば市到着  
市内の病院で健康診断

14:00 筑波山  
登山・トレッキング・筑波山神社

18:00 ホテル到着  
夕食・温泉 etc...

20:00 リラクゼーション

2日目

8:00 朝食(ホテル)

10:00 マンマビレッジ  
健康的な料理教室・フィットネス・健康セミナー

14:00 霞ヶ浦にて  
パラセーリング・SAP・サイクリング・釣り・カヌー

18:00 ホテル到着  
夕食・温泉 etc...

20:00 リラクゼーション

3日目

タクシーの運転手と相談して解散  
もしくは自由に観光

## 6.ターゲット

### 関東圏のシニア層

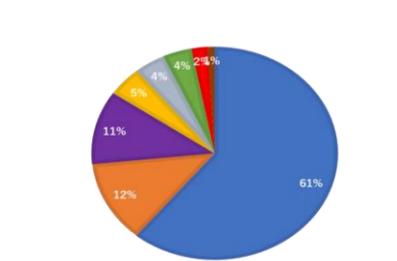
・健康に不安・関心がある人や体の不自由な人またその家族や付き添いの人

・茨城県に訪れる観光客のほとんどは関東で、近い方がリピートしやすい

### 外国人

・訪日外国人が増加傾向でオリンピックにより今後の成長性も期待できる

茨城に訪れる観光客の居住地（2017年）



単位(千人) 茨城県訪日外国人入込客数



## 2.解決策

つくば市の地域ブランドの確立

### 社会的共通資本+食べ物

自然  
アクセス  
教育・医療



つくば市と言えば健康  
というブランドの確立

## 3.新規性

・つくば市=健康  
という地域ブランディング

・観光地と観光客という関係ではなく、人と人の関係を築いて継続的な観光を目指す  
「人」の魅力を観光のファーストチョイスに

## 7.実現効果

### 経済・雇用効果

地域の資源を活用することで、地域にお金が落ちる。観光が賑わえば、新たな雇用も生まれる

### 地域ブランディング

つくば市=健康という  
ブランドイメージの確立

### 地域活性化

観光を通して医療や教育環境の良さが伝われば人口増加にも繋がる可能性も

### 継続効果

つくば市、茨城県の観光産業が持続的に成長

KP パートナー	KA 主要活動	VP 価値提案	CR 顧客との関係	CS 顧客セグメント
・筑波山江戸屋	・マネジメント ・マーケティング	・健康セミナー	・新規顧客の獲得 ・継続利用	・個人顧客
・大曾根タクシー	・健康×観光 まちづくり	・健康診断	・利用顧客の拡大	・外国人
・マンマビレッジ	<b>KR リソース</b>	・アクティビティ	<b>CH チャネル</b>	・シニア層
・筑波山流域 ジオパーク	・宿泊施設 ・従業員 ・タクシー ・アクティビティ 施設	・つくば市の魅力	・ネット予約 ・会員登録 ・メールマガジン	健康に不安・関心がある方 身体が不自由な方 病気や怪我をしている方 あるいは経験した方 家族や付き添いの方
<b>CS\$ コスト構造</b>		<b>RS\$ 収益の流れ</b>		
・人件費 ・観光客の受け入れ体制を整える ・ステークホルダーへのマージン		・ツアーの利用(ハードウェア収益) ・アクティビティの利用(ソフトウェア収益) ・地域にある資源を活用(ソフトウェア収益)		