

WELLNESS in Hokuriku!

～街ぶらタンブラー～

カントリーガールズ

石原舞桜 荻野里桜 田尻有咲 渡辺有里菜

ウェルネスツーリズムの考えに基づく

『美と健康の旅』 = 美健旅

を提案します

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

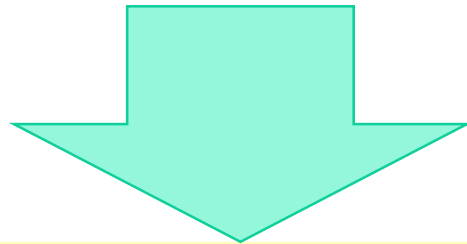
運営体制

PR

効果

そもそもウェルネスツーリズムとは？

「自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復、増進、保持する新しい観光形態」
(観光庁の定義による)



心身の休養、健康を意識した
ニューノーマルな観光

リラクゼーション

温泉・スパ・瞑想
森林浴・マッサージ



アクティビティ

ヨガ・水泳
ノルディックウォーキング



薬膳・スムージー
和食・無添加食品



ヘルシーフード

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

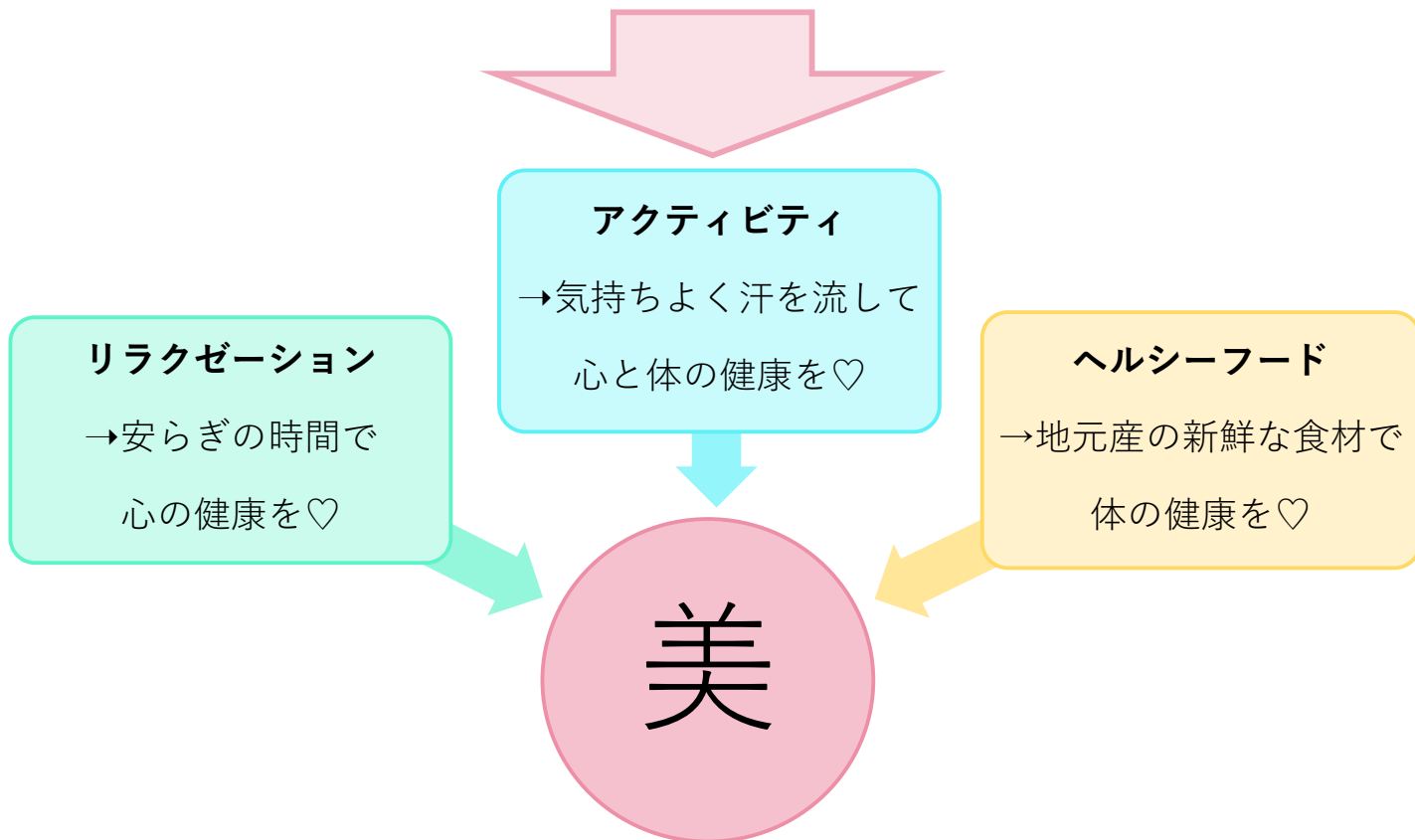
PR

効果

私たちの考える美

外見的な美しさだけでなく、

心も体も内面から健康的であることが本当の「美」である



現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

私たちの考える美

外見的な美しさだけでなく、
心も体も内面から健康的であることが本当の「美」である

ウェルネスツーリズムの3要素は
内面・外面ともに美しい人になる第一歩に！

リラクゼーション

→安らぎの時間で
心の健康を♡

→気持ちよく汗を流して

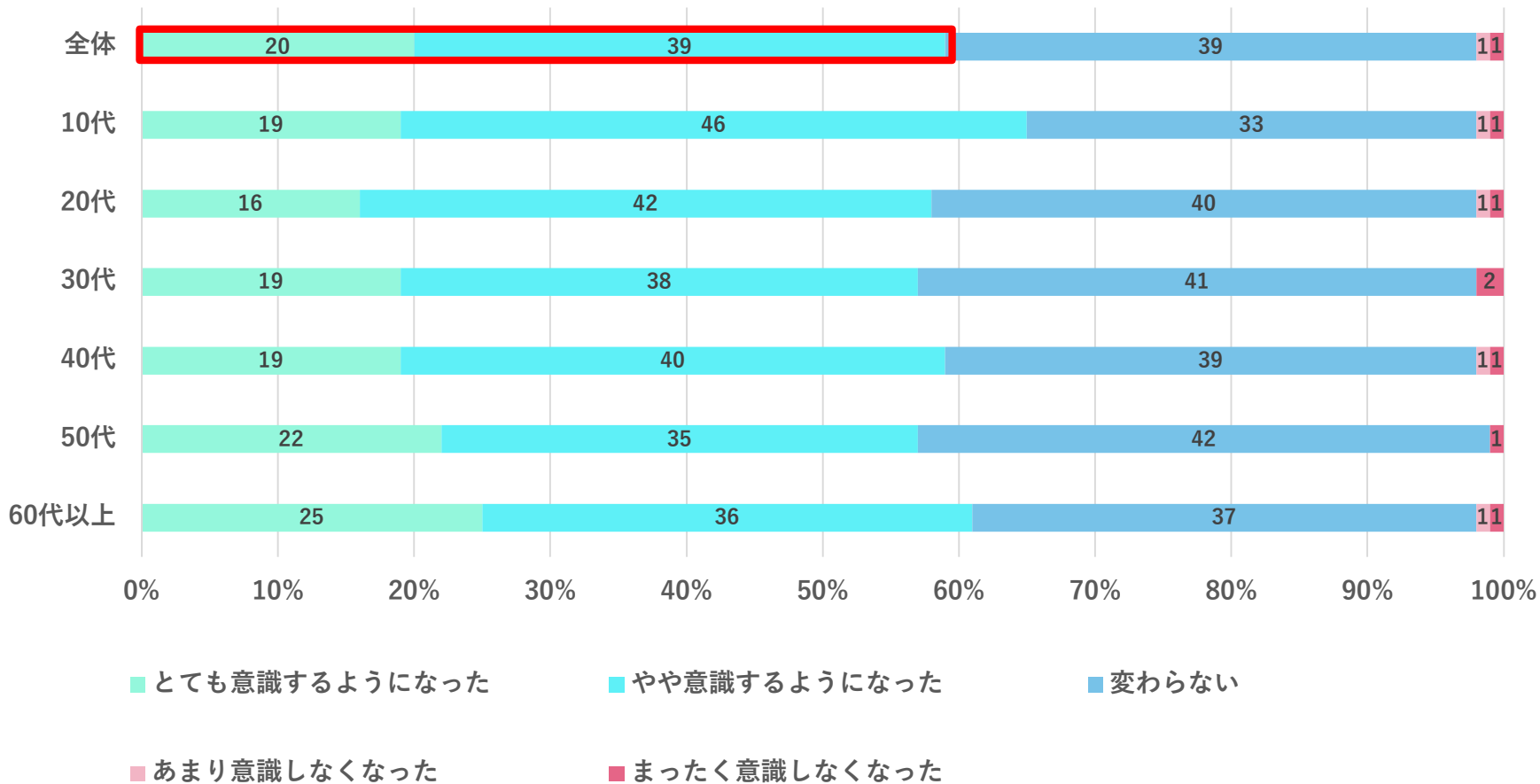
心と体の健康を♡

ヘルシーフード

→地元産の新鮮な食材で
体の健康を♡

美

コロナ前と比べた健康への意識の変化(国内)



コロナ前と比べた健康への意識の変化(国内)

全体的にコロナ前より
健康を意識するようになった！

= ウェルネスツーリズムの需要は高まる！

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

■ とても意識するようになった

■ やや意識するようになった

■ 変わらない

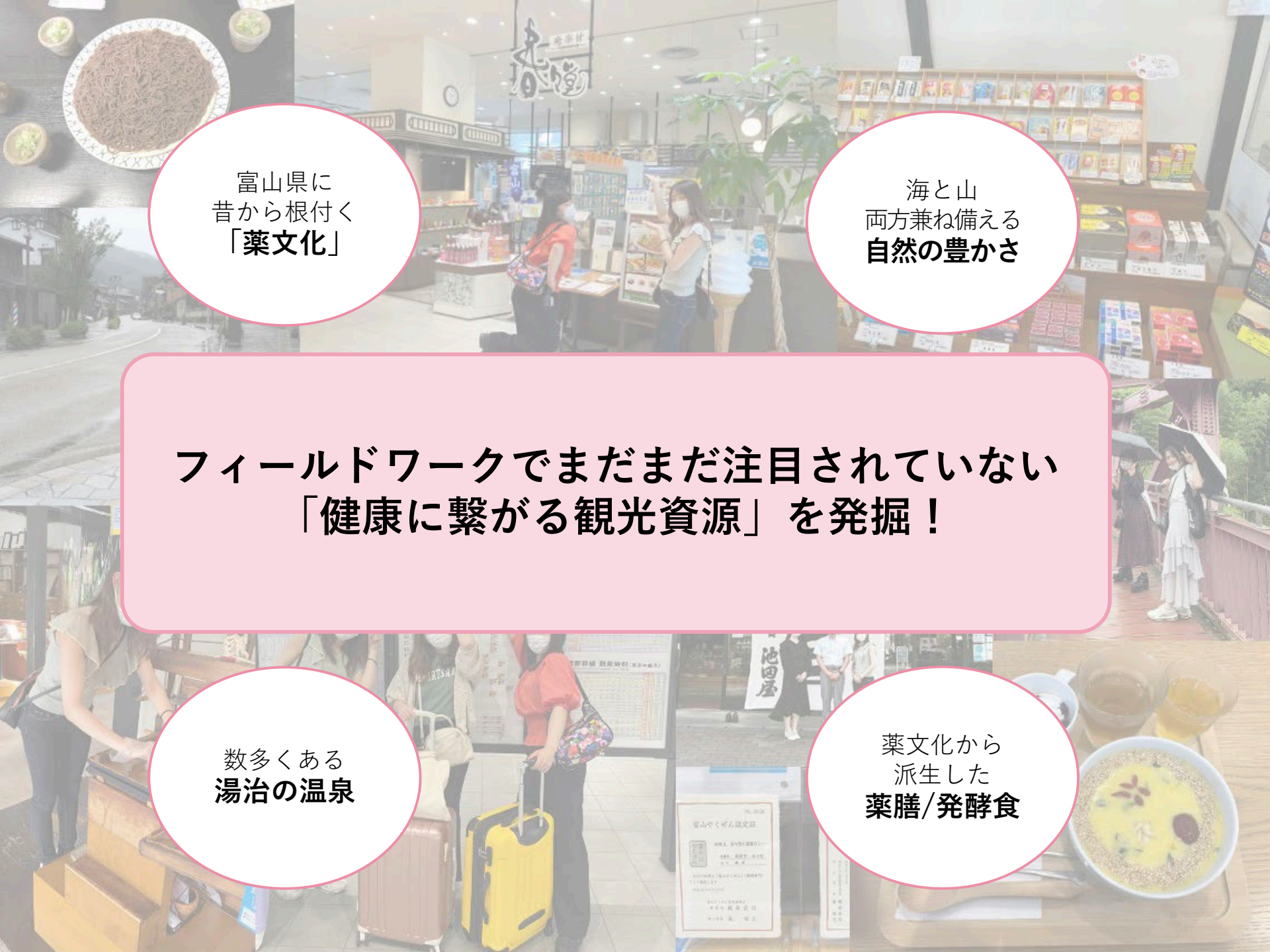
■ あまり意識しなくなった

■ まったく意識しなくなった



選定市町村





富山県に
昔から根付く
「薬文化」

海と山
両方兼ね備える
自然の豊かさ

フィールドワークでまだまだ注目されていない
「健康に繋がる観光資源」を発掘！

数多くある
湯治の温泉

薬文化から
派生した
薬膳/発酵食

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

ヘルシーフード

薬膳

・ 富山県富山市

リラクゼーション

・ 石川県加賀市

温泉

・ 福井県越前海岸地区

運動

アクティビティ

富山市

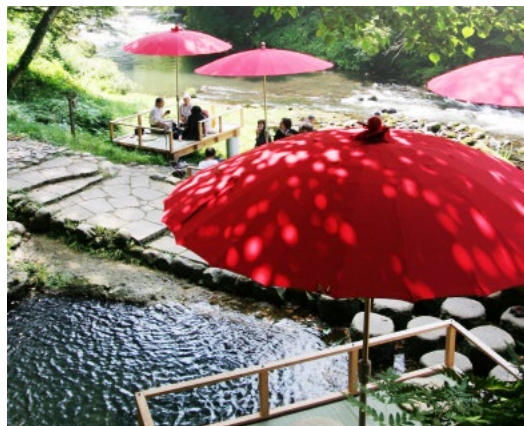
- 薬膳茶
- 「富山のくすり」の伝統を活かした新たな観光資源「富山やくぜん」の普及活動
- シティプロモーションを実施



※富山やくぜんHPより

山中温泉

- 加賀棒茶
- 女子旅を推進
- 老化防止、美肌の湯
- 自然や街中の整備活動



※山中温泉観光協会HPより

越前海岸地区

- 保存されている味真野茶
- アクティビティが充実
- 越前加賀海岸国定公園に指定
- 海の景観保持活動を実施



※えちぜん観光ナビHPより



課題



現状分析

地域選定

ターゲット

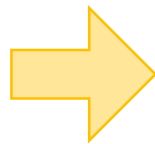
提案内容

運営体制

PR

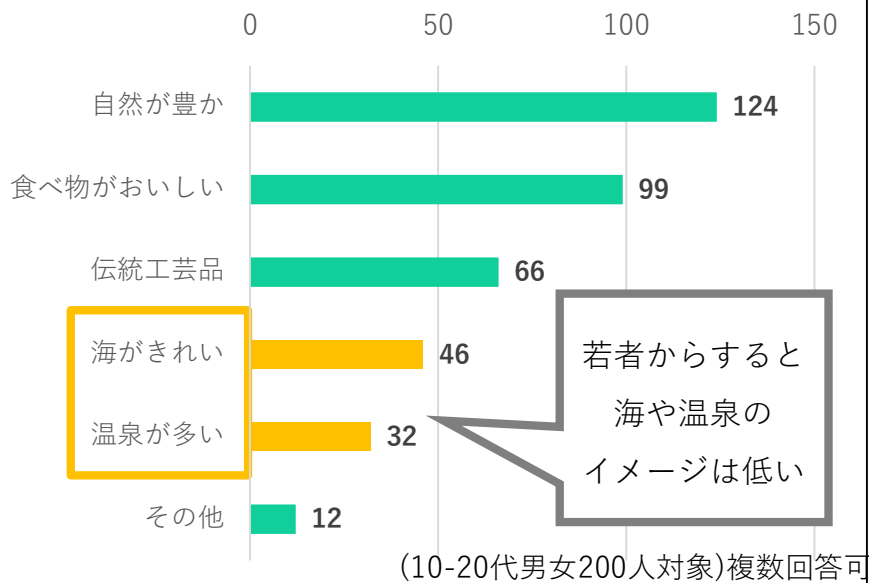
効果

- ① 海や温泉のイメージは低い
- ② 「食」は海鮮のイメージが強い

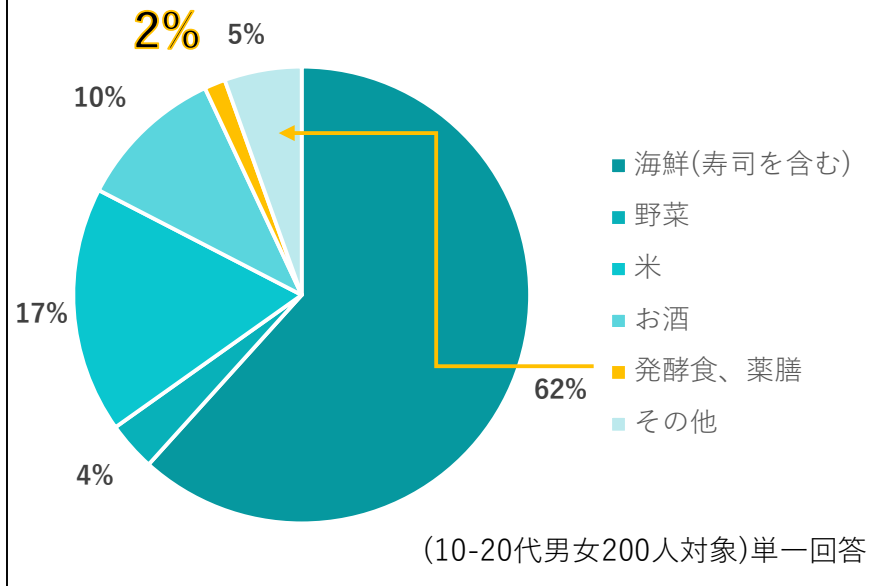


ウェルネス要素を持った
観光資源の認知度が低い

北陸地方に対するイメージ調査



北陸の「食」イメージ調査



北陸観光の主流は**金沢**であることが言える

しかしまだまだ魅力が詰まった地域はたくさん

→他の地域への観光客をもっと増やしたい！

～ 3 県の観光入込客数比較～

単位：千人

	平成30年	令和元年
富山市	7,837	7,080
射水市	4,028	4,090
高岡市	3,850	3,714
南砺市	3,687	3,667

※上位4市

	平成30年	令和元年
金沢地域	10,445	10,676
加賀地域	5,779	5,574
白山地域	948	968
能登地域	7,743	7,681

	平成30年	令和元年
坂井市	5,229	5,105
福井市	4,188	4,204
敦賀市	2,231	3,694
越前市	2,436	3,086

※上位4市



ターゲット



現状分析

地域選定

ターゲット

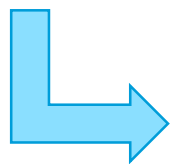
提案内容

運営体制

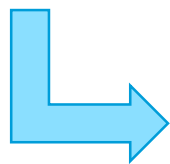
PR

効果

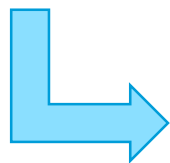
**ターゲット：
全ての国の20～30代の女性**



美容への意識が高い



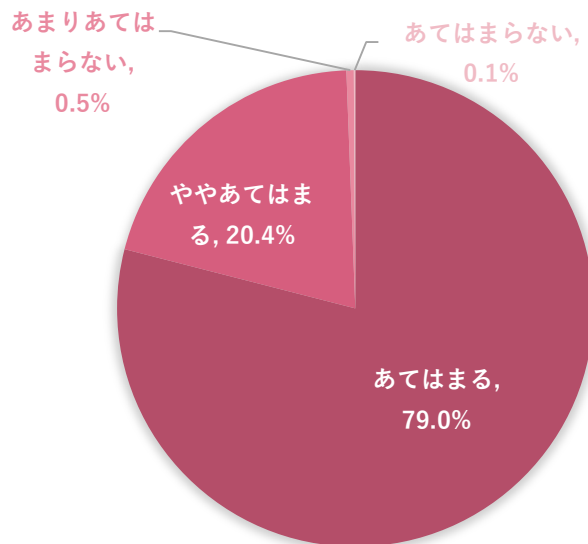
SNSへの発信力が強い



国を問わずウェルネスツーリズムの
需要が高まっている

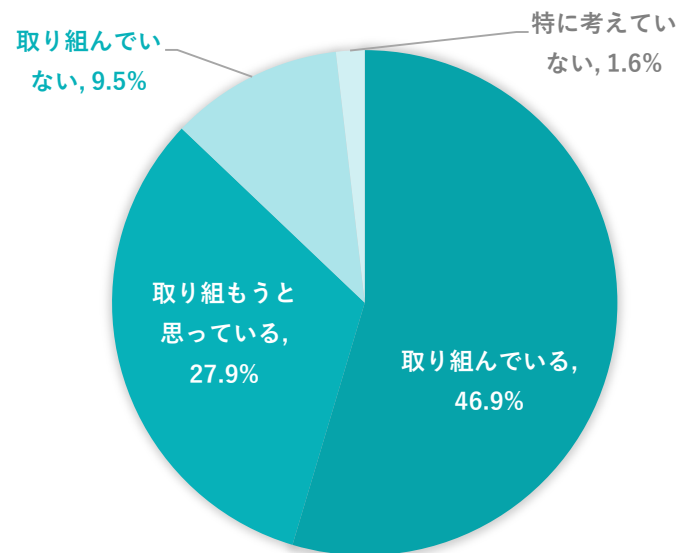
- ・ 女性のほとんどが美と健康は身体の内側から整えることが大切だと考えている
- ・ 働く女性の約7.5割はアフターコロナに向けて自分磨きに意欲的

身体全体を美しくするためには、
身体の内側からケアすることが大切



出典：株式会社資生堂『健康と美容に関する意識と実態調査』
20~40代 1,500名の女性対象(2017.9)

アフターコロナに向けて
自分磨きに取り組んでいるか



出典：SHE株式会社『コロナ禍における美容に関する意識調査』
20歳以上の働いている女性453名対象(2021.8)

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

訪日外国人の誘致について

日本食を
食べること
(1位)

温泉入浴
(2位)

自然・景勝地
観光
(3位)

四季の体感
(5位)

※全20項目中の順位

『観光庁 外国人消費動向調査2019年次報告書
今回したことと次回したいこと』に基づくデータ

訪日外国人からの
ウェルネスツーリズムを成している
観光資源に対する期待値が高い



世界的にウェルネスツーリズムの
市場が拡大傾向にある

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

訪日外国人の誘致について

日本食を
食べる

温泉入浴

自然・景勝地
観光

四季の体感

訪日外国人を誘致できる
可能性が高い！

訪日外国人からの
ウェルネスツーリズムを成している
観光資源に対する期待値が高い



世界的にウェルネスツーリズムの
市場が拡大傾向にある

北陸三県を繋ぐプランを提案！

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

美健旅

『街ぶらタンブラー』

STEP1

タンブラー付き
プランを購入



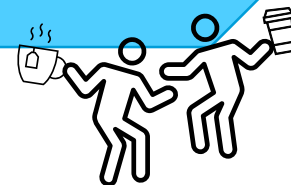
STEP 2

TEAスポットで
施設を利用



STEP 3

給茶
次の場所へ！



タンブラーを持って薬膳・温泉・アクティビティ3つ以上の
美に繋がるTEAスポット認定店を周遊！

～このプランの狙い～

参加することで自身の健康意識を見つめ直し、
健康を保つための取り組みを継続的に行ってもらうこと

現状分析

地域選定

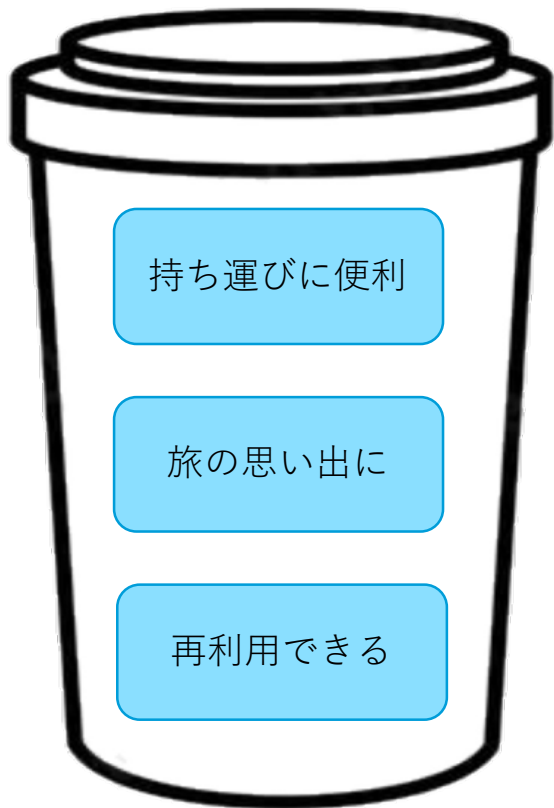
ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果



北陸らしさをプラス

土直漆器様から仕入れ協力のお返事をいただいております！

土直漆器 公式HPより



職人さん手作り
福井県の伝統工芸品
越前漆器のタンブラー！

加えて、山中温泉観光協会様より
山中漆器タンブラーの展開のご提案を頂いております！

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

STEP1

タンブラー付き
プランを購入

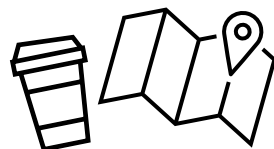
STEP 2

TEAスポットで
施設を利用

STEP 3

給茶
次の場所へ！

プラン販売店舗へ行き
参加費8,000円を払って
タンブラーとTEAマップを受け取る



3県どこから
スタートしてもOK！

プラン販売認定店

富山県	春々堂	池田屋安兵衛商店
石川県	山中座	長樂
福井県	越前町観光案内所	東尋坊観光案内所

※敬称略

配布予定のマップ例(富山市：富山やくぜん)

※マップは自作



現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

STEP1

タンブラー付き
プランを購入

STEP 2

TEAスポットで
施設を利用

STEP 3

給茶
次の場所へ！

承認済み18店舗

* 「富山やくぜん」に認定されている店舗の中から選出

富山やくぜんTEAスポット認定店*

池田屋安兵衛 健康膳 薬都	割烹 丸正本田	もてなし蔵 和on	江戸前 寿司正
春々堂	くるみの森	カフェテラス マリーマリー	くすしそば本舗 まるぜん

山中温泉TEAスポット認定店

山中温泉 観光協会	白鷺湯 たわらや	長樂	湯快リゾート山中温泉 花・彩朝楽
湯快リゾート よしのや依緑園	湯快リゾート 山中グランドホテル	名月楼	山中座

越前海岸TEAスポット認定店

越前町観光案内所	東尋坊観光案内所
----------	----------

※敬称略

越前海岸 アクティビティ

越前町or東尋坊観光案内所様で給茶後
こちらの施設でアクティビティ体験！

※写真は各々から掲載許可を頂いた写真を使用。敬称略



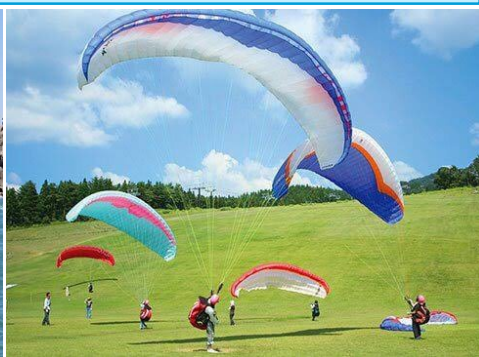
乗馬クラブパ・ド・ドゥ



五太子の滝



Nan's Sea



ジャムスポーツ
パラグライダーズクール



武周の池



休暇村越前三国



ブルーマリン



アクアマリン



ツリーピクニック
アドベンチャー池田



レゼールサーフ

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

STEP1

タンブラー付き
プランを購入

STEP 2

TEAスポットで
施設を利用

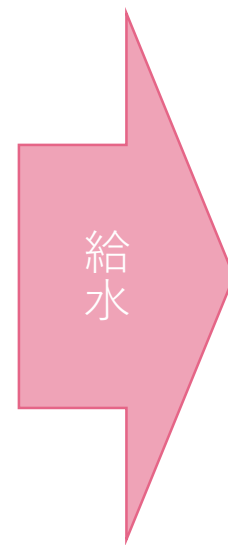
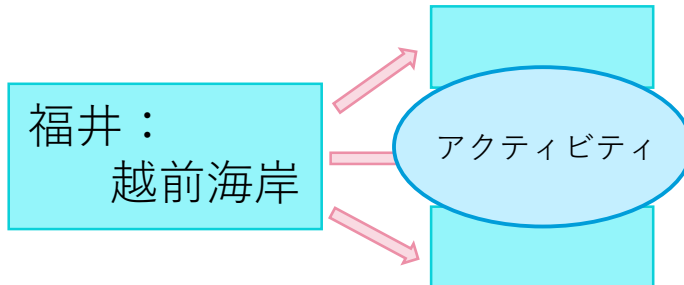
STEP 3

給茶
次の場所へ！



富山：富山やくぜん

石川：山中温泉



3 県の周遊を実現！

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

巡り方の例（富山→石川→福井）



現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

① 箇所目

※写真は富山やくぜんHPより

富山市に行く

薬膳料理を
食べる

店舗で
薬膳茶を給茶



『健康膳』
健康膳 薬都



『和on特製 富山おでん』
もてなし蔵 和on



『やくぜん富山鮭』
江戸前 寿司正



現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

② 箇所目

山中温泉街に
行く

温泉に入るor
温泉街で食事

店舗で
加賀棒茶を給茶



白鷺湯たわらや



湯快リゾート 山中温泉花・彩朝楽



山中節と温泉の館
山中座



現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

3 箇所目

越前海岸に
行く

アクティビティ
体験

店舗で
味真野茶を給茶



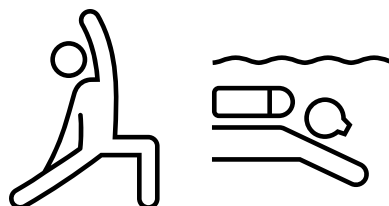
ブルーマリン



三国サンセットビーチ



武周ヶ池





運営体制



現状分析

地域選定

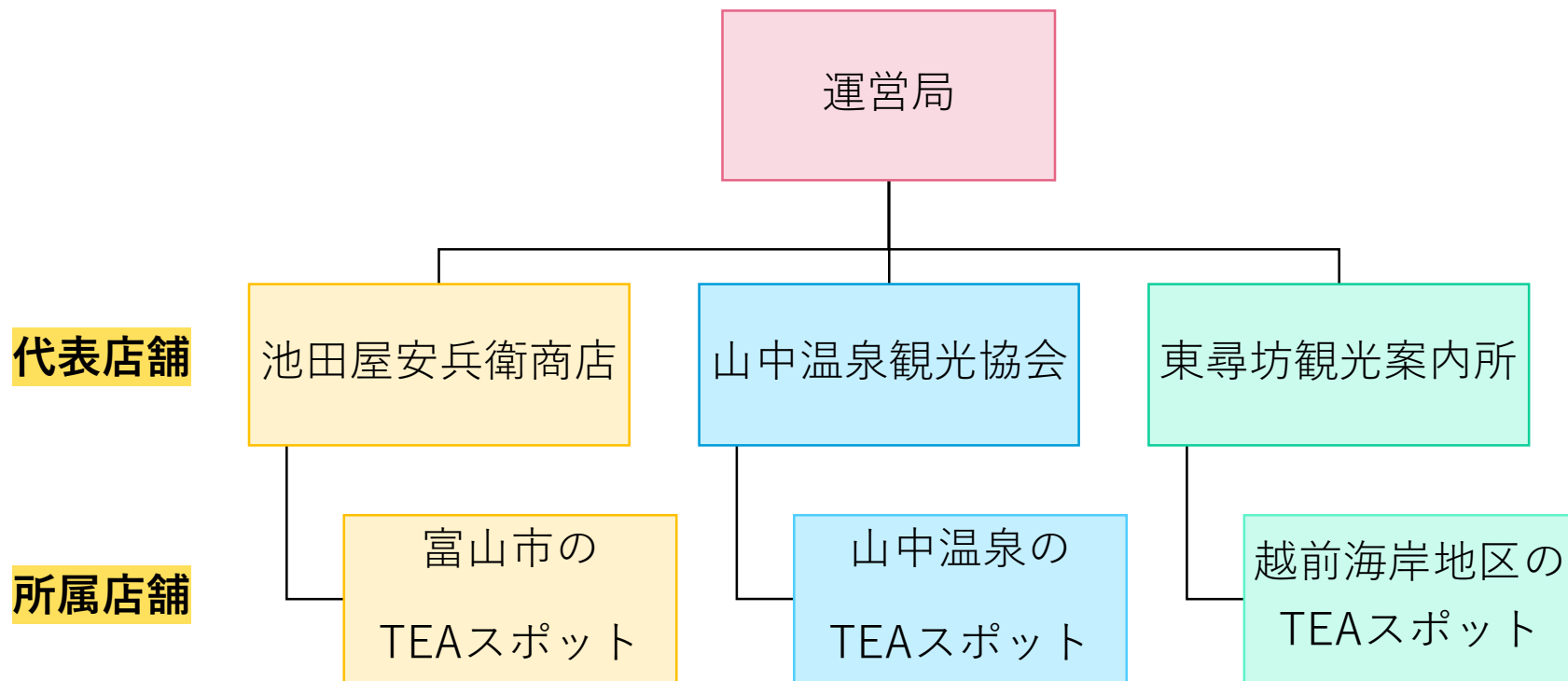
ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果



運営局

- ① タンブラーやお茶の仕入れを行い、各店舗に配布
- ② 月1程度、情報共有のための定期集会を行う
- ③ 1年に1回、TEAスポット認定審査会を開く

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

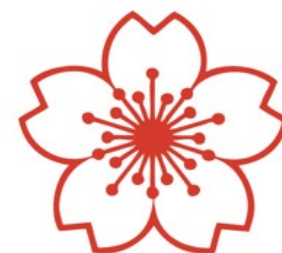
運営局

池田屋
安兵衛商店

山中温泉
観光協会

東尋坊観光
案内所

参加



学校法人跡見学園
ATOMI GAKUEN

定期集会やTEAスポット認定審査会には跡見生も参加！

定期集会ではプランの改善点を話し合う
TEAスポット認定審査会を開くことでTEAスポットが拡大
→さらなる集客に繋げる！



PR



現状分析

地域選定

ターゲット

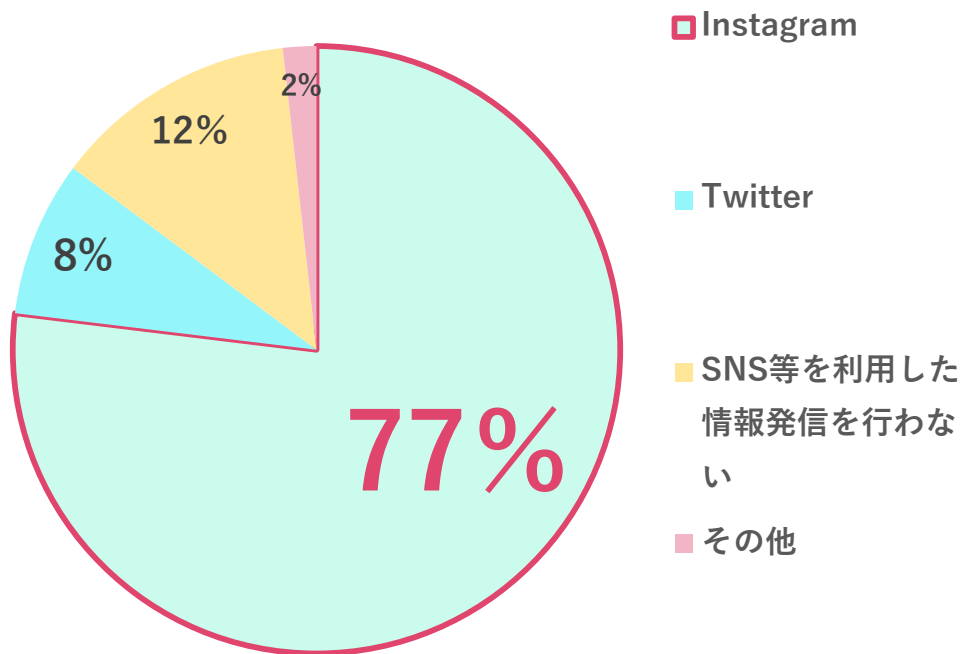
提案内容

運営体制

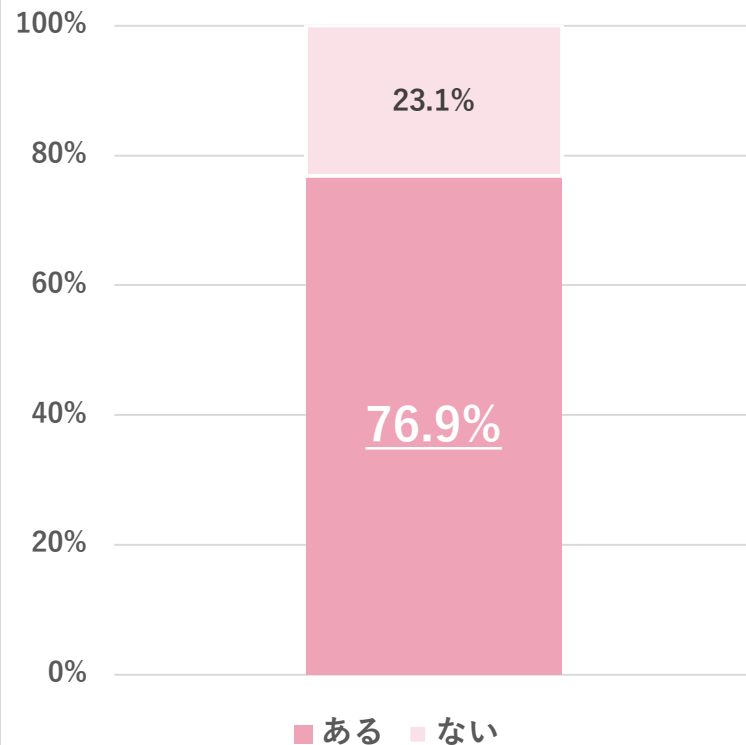
PR

効果

旅行の際、SNSで情報発信・収集を行いますか？



SNS広告がきっかけで商品ページやブランドサイトを見た経験は



※Googleフォームで10代後半～30代の女性169人にアンケート

出典：株式会社テストティー『SNSとEC』
20～30代女性333名対象(2020.7)

現状分析

地域選定

ターゲット

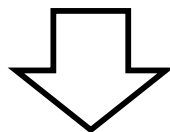
提案内容

運営体制

PR

効果

Instagramが情報収集・発信の 手段として1番使われている



InstagramをPRツールとして
最大限に活用！

- ・街ぶらタンブラー公式アカウントで
定期的に私たちが投稿！
- ・既に数多くの投稿がある
『#北陸』 『#北陸旅行』 と共に
『#街ぶらタンブラー』 をつけて発信

プラン参加者にも『#街ぶらタンブラー』
を使って発信してもらう！

- ・誰の目にも止まりやすい
- ・新たにウェルネスツーリズムに
興味を持ってもらえる可能性が大きい
- ・ターゲットを絞って広告を表示することも
可能

ハッシュ
タグ

バナー
広告

machi bura.tumbler

ATOMI WOMAN UNIVERSITY PRESENT
MACHI BURA
TUMBLER
in HOKURIKU

かわいいタンブラーとおしゃれな
マップで北陸3県を堪能しよう♪

日々の生活のリフレッシュに！
観光をしつつ内面から美しく
健康になれる度にあなたも
参加してみませんか？

『街ブラタンブラー』
富山市×山中温泉×越前海岸
3県周遊型旅行
越前漆器のタンブラー込みで
参加費¥8,000

#街ブラタンブラー

詳しくはこちら

↑ Instagramのバナー広告例



効果



現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

実現した場合の効果

- ✓ 観光客にタンブラーを持って巡ってもらうことで
あまり注目されていない**ウェルネス要素を活性化**
- ✓ **北陸3県 = 「ウェルネスツーリズム」** というイメージの強化
→ **国内外からの注目を期待**
- ✓ タンブラーに給茶する際に
その施設で食事・入浴・アクティビティの体験をしてもらう
→ **各店舗の利益に繋がる & 地域の方との交流も生まれる**

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

経済効果（確実に見込まれる客数）

売上	8,000円
原価(合計)	6,850円
タンブラー	4,650円
お茶代	1,500円
温泉割引券	500円
人件費	200円
総利益	1,150円

1人あたり総利益	1,150円
稼働日	300日/年
来店客数	9人/日※
年間総利益	3,105千円
年間固定費	500千円
バナー広告	365千円
MAP費用 50円/人	135千円
年間損益	2,605千円

※ グループ3名、3県それぞれで購入者有と仮定

$$\begin{aligned} \text{年間総利益(3,105,000円)} &= 1,150\text{円} \times 300\text{日} \times 9\text{人} \\ \text{年間損益(2,605,000円)} &= 3,105,000\text{円} - 365,000\text{円} - 135,000\text{円} \end{aligned}$$

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

経済効果（確実に見込まれる客数+PR効果）

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
タンブラー購入者(人)	6,350	13,650	15,840	17,300	18,760
年間総利益(円)	7,302,500	15,697,500	18,216,000	19,895,000	21,574,000
年間固定費(円)	500,000	1,230,000	1,449,000	1,595,000	1,741,000
年間損益(円)	6,802,500	14,467,500	16,767,000	18,300,000	19,833,000

広告(円)	182,500	547,500	657,000	730,000	803,000
MAP(円)	317,500	682,500	792,000	865,000	938,000
バナー広告による集客数/日(人)	10	30	36	40	44

バナー広告きっかけではないタンブラー購入者を年間2700人(1日3グループ9人)とする

Instagram広告の費用は1日500円～2200円(1年目～5年目)

広告が1円につき1回表示されると仮定

これを見た**1%の人**が実際にプランに参加する

→友達にも共有し、1グループ2人で参加すると仮定

現状分析

地域選定

ターゲット

提案内容

運営体制

PR

効果

経済効果（確実に見込まれる客数 + PR効果）

1年目

2年目

3年目

4年目

5年目

開始から1年で約680万円もの利益を創出



バナー広告による来客数/日(人)

10

30

30

40

44

バナー広告きっかけではないタンブラー購入者を年間2700人(1日3グループ9人)とする

Instagram広告の費用は1日500円～2200円(1年目～5年目)

広告が1円につき1回表示されると仮定

これを見た**1%の人**が実際にプランに参加する

→友達にも共有し、1グループ2人で参加すると仮定



まとめ



～現状～

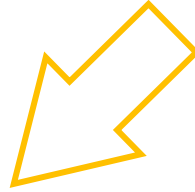
- ・ **ウェルネス要素**を持った観光資源の**認知度が低い**
- ・ 観光客が金沢に**一極集中**



街ぶらタンブラー



富山県
富山市



石川県
加賀市



福井県
越前海岸



このプランならではの魅力

- ・ 美しくなることを目的とした旅
- ・ タンブラーによる**広域周遊型**観光
- ・ **伝統工芸品**を使ったタンブラーを用いる発想
- ・ **エコツーリズム**を助長
- ・ **SDGs**の促進に貢献