

チーム名	宮崎ゼミグループA		大学名・学部	東洋大学 国際観光学部	北陸ステージ
プラン名称	北陸の強みを再発見！～小京都で漁師密着24時！！～				
テーマ	北陸ならではの資源を活かした広域周遊型の「持続可能な観光まちづくり」				観光庁長官賞
リーダー名	吉見 はるな	メンバー名	伊藤 那奈 黒須 聖太 Hoang Hai Anh		
指導教職員名	宮崎 裕二				

【問題意識】

- ①海外向けのプロモーション不足
- ②長期滞在の促進
- ③新規顧客の獲得

【プランの新規性】

①朝の漁業密着体験

・早朝～自分で釣った魚を市場で売り出すまでの体験

②一味違う食事の演出

・体験・見学した食材を使った料理をいただく
 ・自作の器・箸で頂くお刺身

③情報誌付きふるさと納税

・子供向けに漫画、QRコード付きの動画を付ける
 ・漁師という仕事への関心→漁師とのコミュニティ
 →ツアーで直接会う
 ・ツアー後も関係性を維持→水産業を将来の仕事の選択肢に

【ターゲット】

国内観光客：小学生のいるファミリー

・自由研究のテーマにと夏休み期間の来訪をアピール
 ・年末の家族旅行の目的地に選んでもらう

外国人観光客：韓国、アメリカ

【プランの実現計画】

・漁師の協同組合、北陸のDMOが中心となる
 ・漁師、北陸DMO、国内海外の旅行会社・日本政府観光局の協力
 ・旅行関連での著名人や外国人ライターを起用
 →北陸における実現可能な周遊観光の実現

【問題の解決案とプラン内容】

周遊性と長期滞在を実現させているDMOを参考に

3県のDMO活動の推進により北陸観光に一体感とイメージを持たせることが必要
 ほかの地方にはない独自の魅力・強みをアピール
 →年間を通して長期的に誘致

〔国内観光客〕

日本海に沿った周遊ルート

・魚や海産物の収穫スポットや朝市
 ・みくに隠居処：売るだけでなくその場でさばいて食べる



〔外国人観光客〕

韓国：ホタルイカのナイトツアー

・ナイトツアーの促進に

アメリカ：北陸の強み「海産物」を生かした小京都

・コンパクトに日本文化を楽しむ
 ・食事の楽しみ方6か条

【実現した場合の効果】

〔観光客〕

・魚の生産～市場に売り出されるまでのプロセスを学ぶことができる
 ・一日密着体験を通して水産業への関心意欲につながる
 ・魚離れの解消
 ・北陸地域の産業を理解

〔地元民（漁師、地元住民）〕

・関心が高まる→漁業の担い手の増加
 ・顔が見える→仕事への責任感が増す
 ・海外への輸出拡大
 ・地産地消の活性化