

# ツウリズム

Healthy Flowers

石生谷 大抜 黒木  
下村 蛭田 宮崎



0 1

定義



0 2

現状

0 3

プラン

0 4

PR方法

0 5

効果

0 6

まとめ

## 私たちが考える観光まちづくりとは

その街にしかない潜在的な魅力を引き出し活用して  
地域に関わる全ての人へプラスの効果をもたらし  
その街の独自価値を向上させること

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

この観光まちづくりを行うために  
地域の通（ツウ）を増やす必要がある

通（ツウ）とは...

ある分野について詳しい人  
博識な人  
その分野への愛や  
関係性が深く  
強い縁で結ばれる

なぜか...?



求めているもの  
自分だけ、特別感  
優越感

その街を愛する人が増える → 街自体の価値向上

定義

現状

プラン

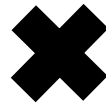
PR

効果

まとめ

そこで私たちは

通  
(ツウ)



観光  
(tourism)

ツウリズム

潜在的な魅力溢れる北陸で自分だけの  
特別なものを見つけ通になってもらおう！

を提案します

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

0 1

定義

0 2

現状



0 3

プラン

0 4

PR方法

0 5

効果

0 6

まとめ

「#北陸の食」🔍 で検索

hokuriku21  
海鮮以外の食の魅力が  
知られていない！ #海鮮丼



どうしても海鮮だけが注目されがち・・・



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

「#北陸観光」🔍で検索

金沢以外の観光地の注目度が低い



どうしても金沢ばかりに観光が集中・・・ 卍

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ





食



北陸観光には海鮮と金沢以外にも

まだ知られていない  
潜在的な魅力が  
たくさんある！



景色



伝統文化



自然



温泉



0 1

定義

0 2

現状

0 3

プラン



0 4

PR方法

0 5

効果

0 6

まとめ

潜在的な魅力の中からツウリズムで取り上げるのは...

食



湯



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

# ツウリズムを行う 選定地域は...



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



- ✓ 富山県 氷見市
- ✓ 富山県 立山町
- ✓ 石川県 加賀市



ツウリズムではこの3つを選定  
↓  
今後はツウリズムを  
**北陸全体**へ広げていきたい

観光で街を盛り上げたいという強い意志がある  
ツウリズムを北陸全体へ普及させていく力がある  
まだ知られていない素敵な場所がいくつもあ

# 富山県 氷見市



- ✓ 官民一体の観光地域づくり「オール氷見」で「氷見の物語」の創生
- ✓ 市民協働の姿勢 氷見元気プロジェクト

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



# 富山県 立山町



- ✓ 「立山黒部」世界ブランド化推進事業の推進
- ✓ 日本一がたくさんある町  
(落差日本一の滝、日本一のアーチダム、日本最長のワンスパンロープウェイなど)

<https://www.town.tateyama.toyama.jp/kankojoho/2230.html>

現状

定義

プラン

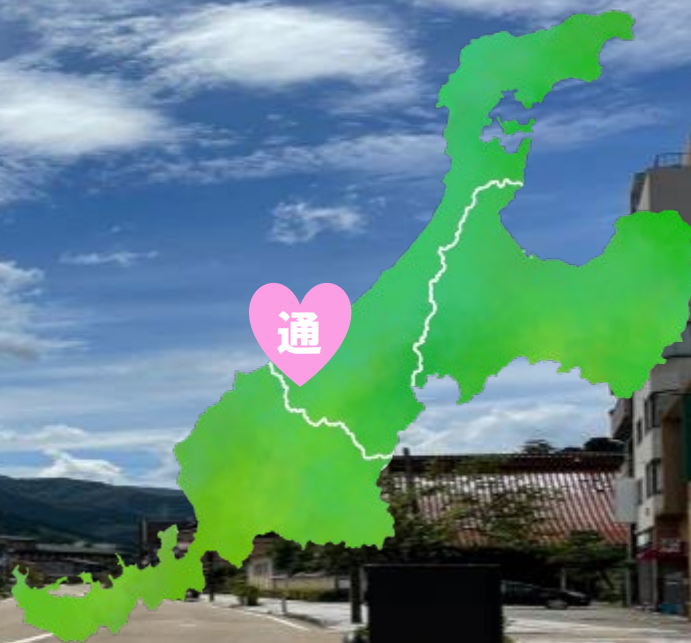
PR

効果

まとめ



# 石川県 加賀市



- ✓ 加賀の心配りの精神をもとに他の地域と差別化した観光推進「加賀ていねい」
- ✓ 加賀景観整備地区の拡大で街並み自体を誘客要素へ

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



富山県立山市



立山町観光協会 金尾様 / 立山町商工観光課 山田様より

## ✓ 陶農館

立山連峰を眺めながら芦峯御膳（精進料理）を堪能できる

## ✓ 立山・芦峯ふるさと交流館

越中瀬戸焼等の販売・陶芸体験ができる施設



## ✓ 白岩

世界的建築家、隈研吾  
によって設計された酒蔵

## ✓ 立山玉殿の湧水

日本一高い場所で7月から  
11月のみ採水できる

富山県氷見市



灘や 杉木様より

石川県加賀市

北陸食堂 西野様  
加賀の里 羽田様 岡屋様より

## ✓ 氷見漁港

地元には出回っていない雑魚に  
出会えるかも

## ✓ ナガラモ

氷見市が最大の自生地  
食物繊維やミネラルが豊富に  
含まれ健康に良いとされている

## ✓ 平松牧場 Moo Mooまきば

牧場で生産された牛乳を使って、生産者が  
自ら作り上げる牧場スイーツを堪能できる

## ✓ 尼御前サービスエリア

尼御前サービスエリアから見える夕日が  
とても綺麗

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

食



湯



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

北陸には海鮮以外にも  
たくさん美味しいものが  
たくさんある！

海鮮以外の食の魅力も  
知って欲しい！

そこで

海鮮丼ならぬ

海鮮以外の北陸の食を届ける

**べっぴん！北陸丼**

を提案します



✓べっぴんの意味…

①ヘルシーで健康的な丼だから  
食べれば美人になれる

②北陸の魅力が詰まった絶品な丼

美人

×

絶品

=

べっぴん

定義

現状

プラン

PR

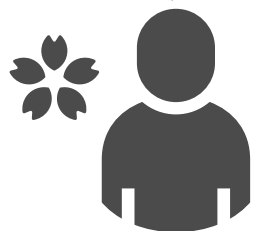
効果

まとめ

# 「べっぴん！北陸丼」とは

STEP1

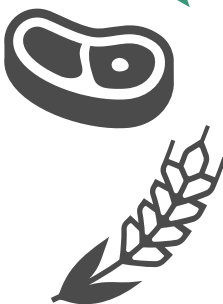
「べっぴん！北陸丼  
五箇条」を規定



跡見生が提案！

STEP2

五箇条に基づき  
各地域オリジナルの  
べっぴん！北陸丼を  
各協力店舗に  
提案してもらう



STEP3

承認後  
協力店舗は  
商品として提供



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



## べっぴん！北陸丼五箇条

第一条：北陸丼はミニサイズにするべし

- ✓ プラスで北陸名物も注文することもできる  
ちょうどいいサイズ感

第四条：各市町村ごとの指定食材を使うべし

- ✓ 加賀市：南瓜
- ✓ 氷見市：ハトムギ
- ✓ 立山町：里芋

実際に聞いた！  
地域オススメ食材！

第二条：各県の伝統工芸品の器を使うべし

- ✓ 「北陸の地で作られた特別な器を使って頂く」  
という特別感を味わうことができる！

第五条：各県産のお米を使うべし

五箇条に基づいた  
オリジナル丼を作成後...



第三条：食材は三色以上使うべし

- ✓ 北陸三県にちなみ食材も三色以上使うことで  
色鮮やかな北陸丼が完成！

べっぴん！北陸丼公式マーク」を贈呈！  
認定店として店舗に掲示・MAPに掲載

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

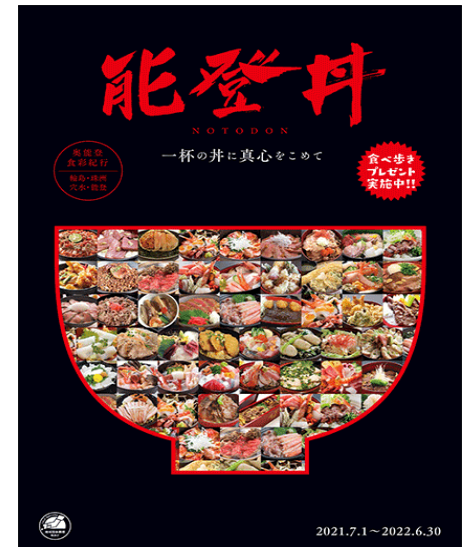
## べっぴん！北陸丼を北陸の名物に！

北陸各地域を盛り上げる名物グルメと言えは??

石川県加賀市：加賀パフェ



石川県奥能登地区：能登丼



「食のブランド化」成功例！  
各地域の  
観光振興に大きく貢献  
ビジネスモデルとして確立

食のブランド化による  
観光振興成功例が数多く  
存在するから実現可能性大

北陸全体：べっぴん！北陸丼

北陸の海鮮以外の魅力を届けるべっぴん！北陸丼も...  
北陸全体の観光振興に大きく貢献する名物グルメになる！

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



# ツウリズムの柱①

べっぴん！北陸丼をイメージして作って頂きました！



## 北陸食堂

### 三種の野菜の甘酢おろし丼

食材：加賀野菜

(南瓜、蓮根、茄子)

POINT

野菜は蒸して衣多めに揚げる  
甘酢餡と絡めご飯の上に並べ  
大葉と大根おろしを添えて完成！

## (株) リルク

### ビタミンたっぷりべっぴん丼

食材：南瓜

コシヒカリ、小松菜  
人参、牛ひき肉



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

# ツウリズムの柱①



## そば処おきな

富山県 立山町



## 灘や

富山県 氷見市



加賀の里  
石川県 加賀市



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



POINT1

北陸の海鮮だけではない  
潜在的な食の魅力を知れる

通になれる！

SNS等ではなく実際に行かないと  
知り得ない隠れたお店の魅力を知れる

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

食



湯



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

金沢以外の地域にも  
目を向けて欲しい！！

北陸各地に  
温泉地が多くある！



御朱印巡りならぬ

そこで

たくさんの地域をまわって温泉も知れる  
**御湯印巡り**を提案します！



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

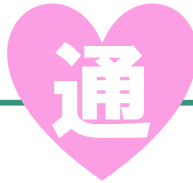
# 「御湯印巡り」とは

STEP1

ツウリズムMAPから  
穴場の温泉を  
チェック✓  
持ち物は手ぬぐい！

STEP2

自分だけの  
お気に入りの  
温泉を見つけ  
手ぬぐいに  
御湯印を記印

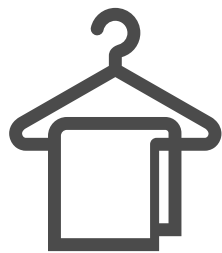


STEP3

お気に入りの温泉で  
そこでしか  
味わえない景色と  
ご当地ドリンクを！



跡見生がMAPを提案



定義

現状

プラン

PR

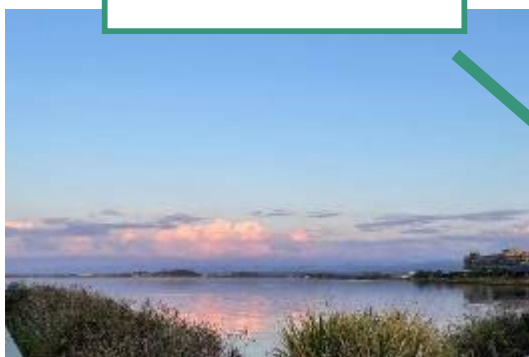
効果

まとめ

北陸には**20か所の温泉地**が点在する

今回は私たちの  
**おすすめの温泉地**を  
ピックアップ!

加賀市  
片山津温泉



氷見市  
氷見温泉郷



立山町  
みくりが池温泉



定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

## STEP 2

### ～御湯印～

その温泉を訪れたご縁の記録

手ぬぐいを御湯印帳として持って温泉を巡り御湯印を増やしていく

温泉街に  
手ぬぐいがあることは  
確認済み！

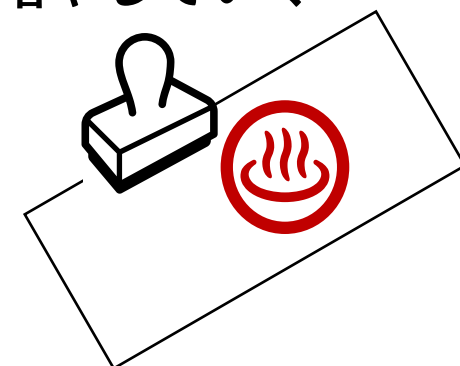


①好きな手ぬぐいを持参

②入浴後  
手ぬぐいに御湯印と日付を

③自分だけの手ぬぐいが完成

通



手ぬぐいは  
家から持参でも  
温泉街で購入でも良し！

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

### STEP 3

## ～そこでしか味わえない ご当地ドリンクと景色～

**温泉上がりの気持ち良さに  
そこでしか味わえない美味しさを！**

**そこでしか感じられない景色の良さと  
温泉効果を体験して周遊！**



### 氷見市

#### 氷見温泉郷

- ✓ 温泉から見える立山連峰
- ✓ 辛みが特徴的な塩化物泉による鎮静効果



【氷見乙女】  
さっぱりで  
風呂上りにぴったり！



### 立山町

#### みくりが池温泉

- ✓ 日本一高所にある天然温泉
- ✓ 酸味が特徴的な単純酸性泉による殺菌効果  
「美肌の湯」



【立山ビール】  
軽くて初心者にも  
飲みやすい！



### 加賀市

#### 片山津温泉

- ✓ ガラス張りの建築
- ✓ ナトリウムカルシウム塩化物泉による保温効果



【柚子乙女】  
飲む前から  
柚子の香を感じる！

POINT1

自分だけの温泉を見つける



になれる！

POINT4

温泉を回れば回るほど自分だけの  
特別な手ぬぐいに！普段使いも可能！

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ



ツウリズムのターゲットは

**関東圏の女子大学生**

定義

現状

プラン

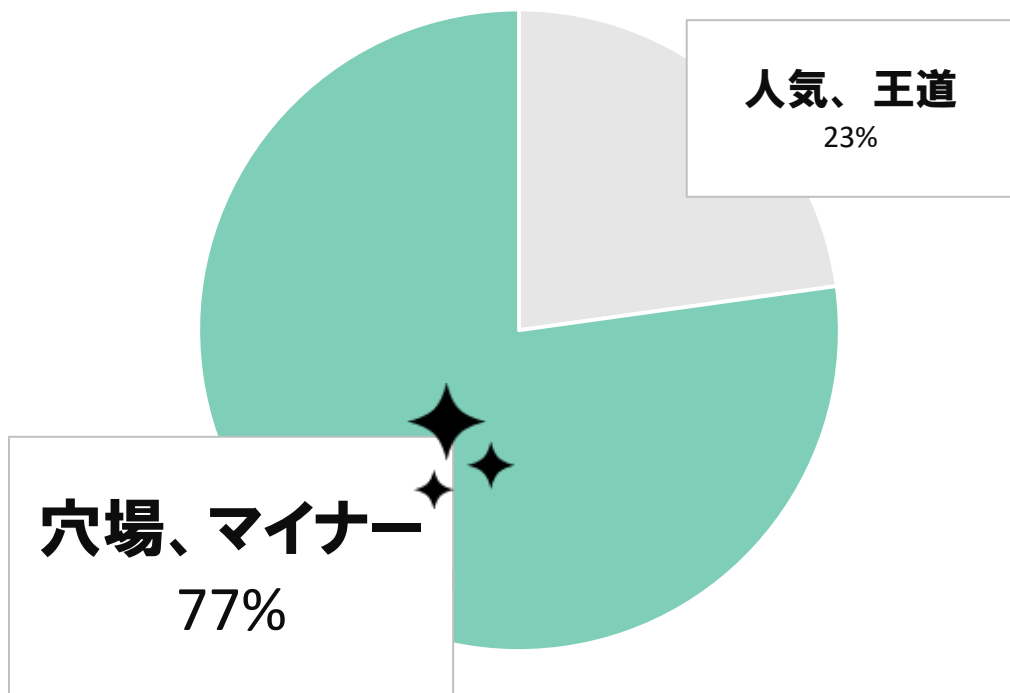
PR

効果

まとめ

**最近の女子大学生はSNSで特別感や優越感を味わいたい！**

Q. 皆さんは自分のSNSにどちらのスポットを  
投稿したいですか？



大学生約400人を対象とした独自調査より

**「SNS＝自己承認欲求を  
満たすためのプラットフォーム」**

この資料から



**最近の大学生は**

- ✓自分だけが知っている
  - ✓他とは違う
  - 特別感あるマイナーな場所**
- を投稿したいと考えている！**

定義

現状

プラン

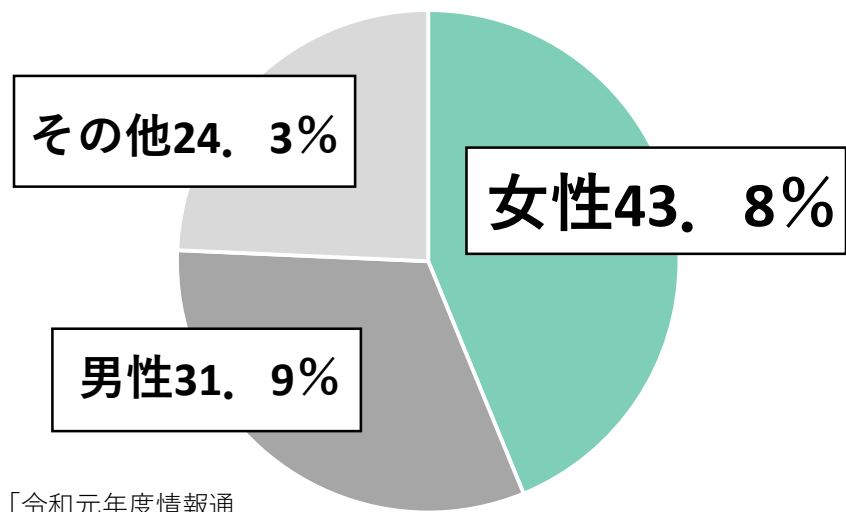
PR

効果

まとめ

## 写真や動画投稿の共有・拡散をメインとしているSNSの利用率

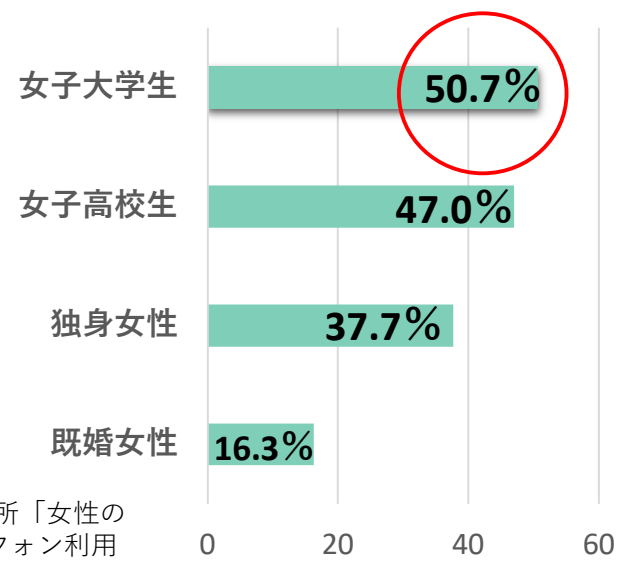
### Instagram利用率



総務省「令和元年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書概要」より

■ 女性 ■ 男性 ■ その他

### 女性別Instagram利用率



MMD研究所「女性のスマートフォン利用実態調査より」

**女子大学生は通になる可能性を秘めている！**

✓ 北陸で自分だけの場所を見つける  
✓ SNSで自分だけの場所を投稿しアピールする

**特別感・優越感を得られる◎**



0 1

定義

0 2

現状

0 3

プラン

0 4

PR方法

A magnifying glass icon is positioned over the text 'PR方法' in the 0 4 box, highlighting it.

0 5

効果

0 6

まとめ

# 跡見学園女子大学でツウリズムサークルを設立

ターゲットと同じ女子大学生目線でツウリズムのPRを行っていく

## ①パンフレットの作成・配布

ツウリズムの周遊例をPR



ツウリズムを楽しむ周遊例をパンフレットでわかりやすく紹介！人が集まる主要駅や空港、アンテナショップに設置・配布

## ②ブランデットムービーの配信

ツウリズムに興味を持ってもらうPR



公式You Tubeチャンネルを立ち上げ  
ブランデットムービーを掲載

TikTokでYou Tubeにアップしている  
ブランデットムービーの  
切り取りと本編のURLを掲載してPR

# ①PR方法



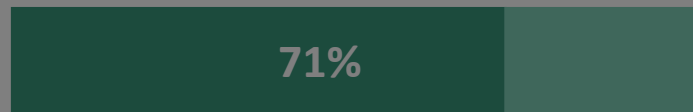
## パンフレット

- ✓ 私たちの考えたツウリズムを広げるために関東圏や北陸の主要駅に設置
- ✓ べっぴん！北陸弁で使用している伝統工芸品や協力店舗、温泉地の詳細を一度に閲覧できるQRコードを掲載
- ✓ パンフレットは紙媒体であることから記憶に残りやすい

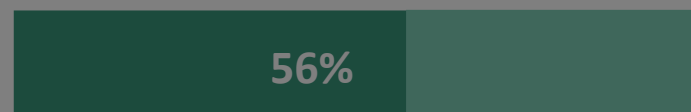


電子書籍と紙媒体どちらが記憶に残りやすい？

紙媒体での記憶テストの正答率→71%



電子書籍での記憶テストの正答率→56%



私たちの考える観光まちづくりに繋がる！！  
紙は脳に、より深く「記憶」を刻む！

「令和版！なぜいまこそ紙なのか？  
紙が消えない理由」より

北陸に関心のある人に向けてピンポイントでPRできる  
人の記憶に残りやすい媒体

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

# ツウリズム周遊MAP例



ツウリズム  
周遊MAP

ツウリズム

べっぴん！北陸丼を食べ、  
御湯印巡りをして北陸を  
周遊してもらうことで  
潜在的な北陸の魅力を  
知り、自分だけの特別感を  
味わってもらう

北陸ツウになって  
もらうことができる！



### ブランデッドムービー

- ✓地域のブランド力を向上させることができる
- ✓能動的な媒体であるため、北陸に関心のある人に届く
- ✓動画自体にストーリー性やメッセージ力がある

私たちの考える観光まちづくりに繋がる!!



その街にしかない潜在的な魅力を引き出すことができる  
その街の独自価値を向上させることに繋がる

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ





# You Tube

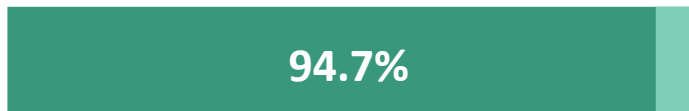
- ✓ 自ら検索をかけて動画を探すため、ユーザーは能動的に情報入手  
ブランデッドムービーとの相性が抜群
- ✓ ターゲットに需要のある媒体



## YouTube利用率

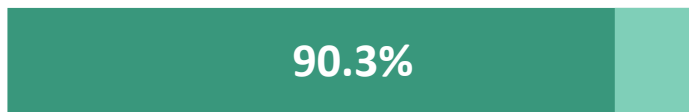
利用している / 利用していない

10代女性



→毎日利用している**73.0%**

20代女性



→毎日利用している**57.3%**

「Tes Tee (テストティー) 調べ」より

北陸自体に興味を持ってもらえる  
きっかけづくりができる媒体

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

## ②PR方法

### ブランデッドムービーの

#### メリット

- ①地域ブランドのイメージの定着を図れる
- ②地域のファンを創出できる
- ③長期的な効果が望める

#### デメリット

- ①一定の人にしかイメージを与えられない
- ②感情移入できる動画でないとファン獲得は難しい
- ③すぐに効果は見込めない

### You Tubeでデメリット解消！

- ①ターゲット層に需要あり
- ②YouTubeの既存ファンは多い
- ③効果の即効性が望める  
効果を数字で実感できる



#### TikTokで

You TubeのURLと動画の切り取りを掲載して投稿！  
ブランデッドムービーへの入口づくり！

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

0 1

定義

0 2

現状

0 3

プラン

0 4

PR方法

0 5

効果



0 6

まとめ

# 経済効果

## ①温泉

✓温泉料金

全国の銭湯入浴料金（銭湯・奥の細道調べ2021年より）

石川県 460円

富山県 440円

福井県 450円 北陸3県平均450円×3温泉 = 1350円

100万人来ると見込む **13億5000万円**

（2015年北陸三県観光客入込数 約5336万人より）

✓温泉街の周辺観光（周遊観光であることから宿泊滞在も考えられる）

1人500円 100万人来ると見込む **50億円**

# ツウリズム年間63億5850万円

## ②食

✓べっぴん北陸丼

1杯購買価格 平均850円（実際のべっぴん！北陸丼作成例より）

参考）加賀パフェ 2018年年間売り上げ1万5千食超より

850円×1万杯 = **850万円**

ツウリズムの目的は

**北陸の潜在的魅力を好きになってもらうこと**

**想定以上に経済効果は広がっていくと考えられる**

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

0 1

定義

0 2

現状

0 3

プラン

0 4

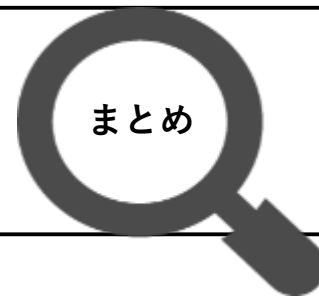
PR方法

0 5

効果

0 6

まとめ





たくさんの方々に  
**ご協力・ご賛同** 頂きました！  
ありがとうございます！！

北陸経済連合会 様  
石川県観光戦略推進部誘客戦略課 様  
富山県地方総政局観光振興室国際観光課 様  
加賀市役所観光交流課 様 / 立山町役場商工観光課 様 /  
氷見市役所観光交流課 様  
一般社団法人 立山町観光協会 様 / 一般社団法人 氷見市観光協会 様  
奥能登ウェルカムプロジェクト推進協議会事務局 様  
北陸食堂 様 / 灘や 様 / そば処おきな 様 / 加賀の里 様  
株式会社リルク 様 他

# まとめ

## 効果

### 選定地域

地元の潜在的な観光資源をアピールできる  
ツウリズムで周遊観光ができる

### ステークホルダー

観光客 → 自分だけの特別感を味わうことができる  
地元住民 → 地元への魅力を再発見することで  
より地元の愛が深まる

### 北陸全体

親密で継続的な関係人口の創出  
ツウリズムを北陸全体へ広げていくことができる

## 新規性

### 御湯印巡り

特別感を味わえる 新たな温泉観光

### べっぴん！北陸井

海鮮にこだわらない 潜在的な食の魅力に注目

### PR方法

ブランデットムービーの活用

### ツウリズム

ツウリズムという 訴求力の優れたネーミング

定義

現状

プラン

PR

効果

まとめ

その街にしかない潜在的な魅力を生かし  
その街の独自価値を向上させていくプラン

# ツウリズム

通（ツウ） × 観光（tourism）

知られていない潜在的な魅力溢れる北陸で  
自分だけの特別なものを見つけ通になってもらう！！

今後ツウリズムは  
さらに北陸観光を盛り上げることができる！！