

とやま未来創造青年プロジェクトチーム | 第3グループ  
一般社団法人インバウンド観光総研

## 施策提言資料/アクティベーションプラン

## 【本日の流れ】

- 背景・課題認識のご説明（とやま未来創造青年プロジェクトチーム | 第3グループ 江尻 美佐子)
- 「Toyama Executive Tourism」施策提言（一般社団法人インバウンド観光総研 鶴本晶子)

# 背景・課題認識のご説明

(とやま未来創造青年プロジェクトチーム | 第3グループ 江尻 美佐子)

# とやま未来創造青年PT3rd

- 酒屋 + 不動産屋 + 第一次産業 × ブランディング鶴本チーム
- 第一次産業の課題
- 人がいない・来ない（後継者不足）
- 労働集約的で時間のかかる作業 but 原材料単価は安い

第一次産業の誇り

自然の美しさ

命の営みの美しさ

but 貨幣経済にはのらず



第一次産業の持続可能性（収入↑、美しさの発信、従事者育成等）  
富山県の魅力の底上げ… アナログ体験をデジタル発信

**テーマ：第一次産業 × 高付加価値**

# 観光と第一次産業フィールド

- 外貨を第一次フィールドへ！

観光？ 誘客ボリュームでの勝負は難しく、受入のキャパシティも限られている

ブランディング鶴本氏 慶応インバウンドの役員へ

単価の高いハイエンドをターゲットにした

マインドフルネス研修を、第一次産業フィールドで！

**ターゲットを絞り、かつ高付加価値のコンテンツ構築の必要**

# マインドフルネス

自然の多様性が織りなす  
第一次産業フィールドと  
の親和性の高さ

- 「『今この瞬間』を大切に生きる生き方」
- ストレス軽減、集中力強化 の効果
- 21世紀に入り、世界中で注目
  
- マサチューセッツ工科大学 ジョン・カバットジン名誉教授により
- 「マインドフルネス瞑想」を医療で取り入れ、慢性の痛みと共存する
- 「マインドフルネスストレス軽減法」を開発
- → 医療以外で、アップル社、グーグル社、フォードなどの大企業での
- 研修で「マインドフルネス瞑想」を取り入れ話題に。



**薬都とやま で、心身ともに健やかに導きます**

# 「Toyama Executive Tourism」施策提言

(一般社団法人インバウンド観光総研 鶴本晶子)

# 提言施策

## TOYAMA Executive Tourism

### 【プロジェクトを通じて目指すゴール】

下記3つの軸にて、富山県内での**関係人口創出・国際的な認知拡大**を目指し、  
富山全体のブランディングを図ります

#### for Business

富山の自然をフィールドに、**国内外企業・富裕層向けコンテンツ**を  
開発・提供し、ビジネス化・自立化を目指す

#### for Local

開発するプログラムは、**国内外の専門家(脳科学など)の最先端の知見**を取り入れ、  
富山の四季折々の地域資源をフィールドとして結び付けたものとし、地域活性化を図る。

#### for future

将来的には、**福祉事業**（**ex.ストレス不調を感じる方など向け無償デトックスプログラム**）  
として社会に還元. 新潟「工場の祭典」のような移住を含めた関係人口創出を促す。



# 施策実施に向けてのロードマップ

2020年4月～(R2年度)

2021年4月～(R3年度)

## Why

- 人が来ない・人がいない
- 後継者不足
- 地域の資源がうまく発信できていない。
- 富山の良質のリソースを、いかにビジネス化させるか。

## What Input

- キーワード：「TOYAMA Executive Tourism」
- コンテンツ精査：「TOYAMA Executive Tourism」の実行に向けた富山のリソース洗い出し

## Build up

- 施策：国内外の富裕層向けツーリズム
- プロジェクト構築に向けて：国内の専門家(6名程度)を招聘ツアーを実施・開発(脳科学・心理学・企業研修)
- プロモーション企画立案：国内外に向けたPR施策の立案

## Output

- 対外ローンチ：プロモーション企画に基づいた誘致、コンテンツ洗い出し
- 運営母体の設立・自立化
- 福祉還元プログラムの開発

## 着眼点

プロジェクト準備  
(コンテンツの洗い出し)

プロジェクト構築  
(テストマーケティング)

プロジェクト実行

富山県

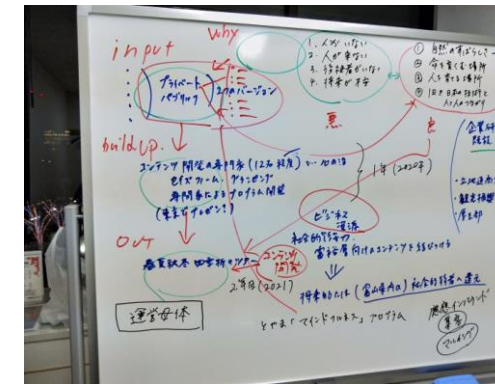
青年プロジェクトチーム 第3グループ

新運営母体

慶應義塾大学経済研究所 一般社団法人インバウンド観光研究センター

<なぜ行うのか>

グローバルレベルでの富山の魅力の発信をきっかけに  
県外・国外からの関係人口創出を図る



(12月3日のアイデアブレストの様子)

<富山県の「今」>

人がいない・人が来ない・後継者不足という将来への不安が残る一方で、  
世界に誇る「自然の素晴らしさ・命を育む場所・豊かな食」という  
癒しの場としてのフィールド・リソースが存在する。



<富山県の「未来」>

富山の魅力を最大限に活かした「TOYAMA Executive Tourism」を実行し、  
社会的に影響力のある企業・人物・富裕層に向けてPR・ブランディングを行うことで、  
富山県内での関係人口創出と継続的なインバウンド観光客の誘致を行う。

# 現状抱える課題

## Why

### 第一産業

#### 【課題点】

- ・労働人口の減少・後継者不足
- ・労働集約的で時間のかかる作業だが、原料単価が安い

#### 【活用できるリソース】

- ・自然の美しさ、雄大さ、命の営みの美しさ
- ・資本主義経済ではない、人間本来の感性を癒すパワー
- ・持続可能性の高い資源

表5 産業（3部門）、男女別15歳以上就業者の推移(平成7年～27年)

(単位：人、%)

産業3部門	平成7年		平成12年		平成17年		平成22年		平成27年	
	就業者数	割合	就業者数	割合	就業者数	割合	就業者数	割合	就業者数	割合
総数 注)	615,202	100.0	595,221	100.0	577,186	100.0	546,363	100.0	538,839	100.0
第1次産業	34,734	5.6	25,296	4.2	23,994	4.2	18,916	3.5	17,599	3.3
第2次産業	244,989	39.8	228,613	38.4	198,579	34.4	182,225	33.4	178,261	33.1
第3次産業	335,098	54.5	340,077	57.1	351,253	60.9	334,233	61.2	334,575	62.1
男 注)	348,800	100.0	336,542	100.0	323,569	100.0	302,575	100.0	295,813	100.0
第1次産業	18,923	5.4	14,851	4.4	14,540	4.5	12,685	4.2	11,992	4.1
第2次産業	159,229	45.7	153,528	45.6	137,642	42.5	127,900	42.3	125,970	42.6
第3次産業	170,464	48.9	167,479	49.8	169,491	52.4	156,008	51.6	153,216	51.8
女 注)	266,402	100.0	258,679	100.0	253,617	100.0	243,788	100.0	243,026	100.0
第1次産業	15,811	5.9	10,445	4.0	9,454	3.7	6,231	2.6	5,607	2.3
第2次産業	85,760	32.2	75,085	29.0	60,937	24.0	54,325	22.3	52,291	21.5
第3次産業	164,634	61.8	172,598	66.7	181,762	71.7	178,225	73.1	181,359	74.6

注) 「分類不能の産業」を含む

※ 「分類不能の産業」があるため、各産業の割合の合計は100%にはならない

→第一産業従事者は県内でも年々減少傾向,2020年以降も減少見込み

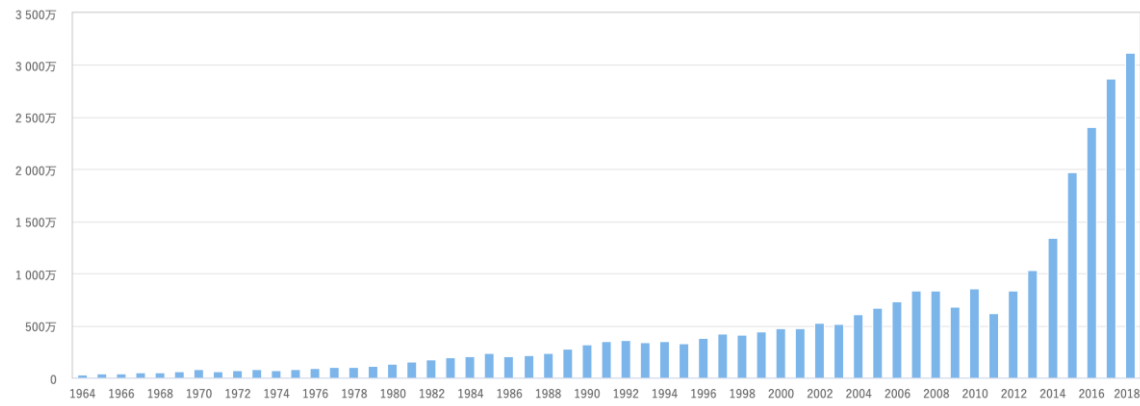
### 観光

#### 【課題点】

- ・北陸新幹線開通後の隣県石川県との相対的な
- ・インパクトのある観光ブランディングができていない
- ・上昇傾向にあるインバウンド観光客(特に富裕層)の消費額増加における施策が確立していない。

#### 【全体傾向】

- ・インバウンド観光客は2020年度には日本全体で推定3430万人
- ・首都圏ではない地方への魅力を求める観光客の増加
- ・「量・安さ」ではない「徹底したクオリティ」がニーズとなる



出所：日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりJTB総合研究所作成

→高付加価値を創出できる「クオリティエクスペリエンス」が絶対

# 各フェーズについて

Why

## 関係人口創出：観光従事者(職人)/県内企業活性化

### ①観光従事者の増加

TOYAMA Executive Tourismを構成する  
各コンテンツホルダーの人口創出



<具体例>

瑞龍寺の座禅体験や大岩不動寺の滝行に従事して  
いる職人への弟子入り・インターン生の増加  
例)新潟工場の祭典・高岡クラフトツーリズム・  
浜町市の金子コードの事例

世界中の富裕層や企業を魅了する  
富山の伝統を受け継ぎたい全国の若者へ訴求

### ②県内企業活性化

「富山の企業」から「世界の企業」へ  
国際的な認知の獲得



<具体例>

TOYAMA Executive Tourismを経験するグローバル  
企業のCEOと富山県内の企業のディスカッション  
機会を設け、企業認知アップを図る

世界の名だたる企業が訪れる富山・その富山を  
支える県内企業というブランディングを確立することにより、  
労働人口を増やす。(新卒のリクルーティング・インターン等)

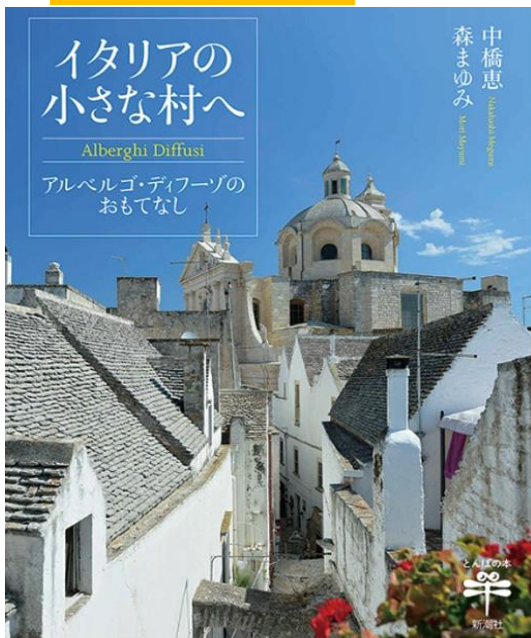
(想定露出イメージ) 県内メディア/グローバルメディア※メディアに関しては都度ご調整





# 【海外事例紹介】イタリア「アルベルコ ディフーズ」

## Why



## ③持続可能な分散型ホテルの活性化

富山県内に数多く点在する空き家の有効活用が現状うまく活用されていない



イタリアの『アルベルコ ディフーズ』を模範とし、  
民宿予約サイトAirbnbとプロジェクトチームにて  
空き家のリブランディングを実施。  
土着文化とローカルの方々を繋ぐ「おもてなしハウス」。

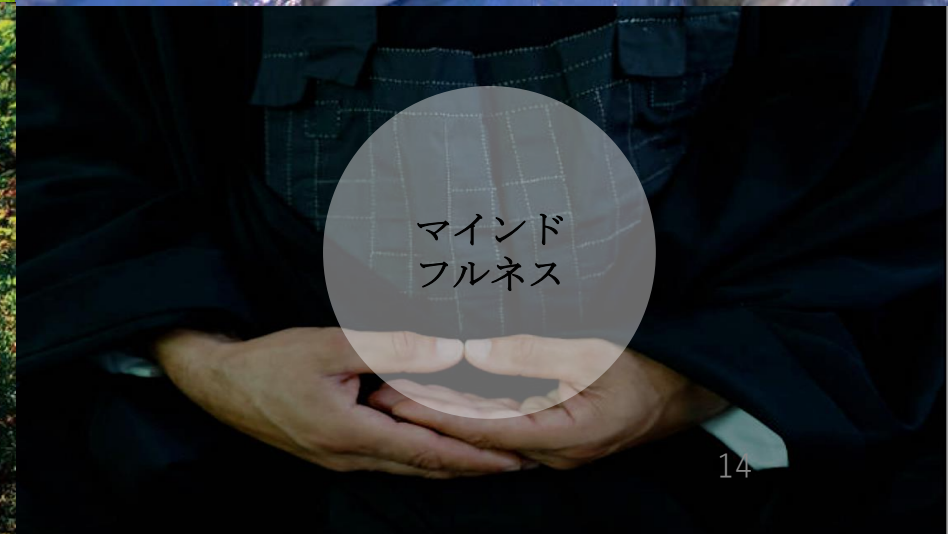
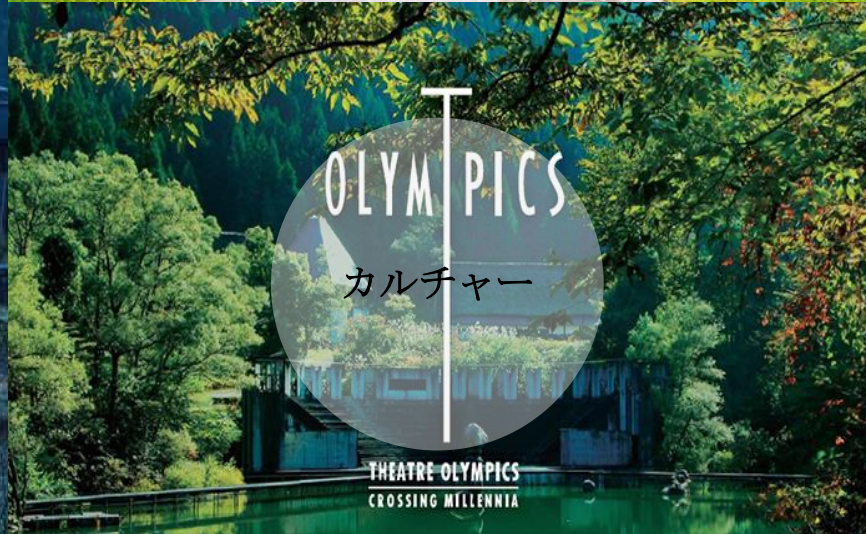


2030年に向けて  
世界が合意した  
「持続可能な開発目標」です



# TOYAMA Executive Tourism

## “Now this moment”



# 各フェーズについて(ターゲット)

## What・Input

ロイヤル富裕層  
(所得1億～) 年間20人

富裕層  
(所得3000万～1億) 年間250人

プチ富裕層  
(1000万～3000万) 年間2000人

一般消費者

## 観光客の抱える欲求

- ・消費ではない人生の一部になるような体験がしたい
- ・誰も味わうことのできないパーソナルな体験がしたい
- ・現地の人との相互的なコミュニケーションがしたい
- ・毎年訪れる「第二の故郷」の地としたい
- ・土着文化に触れ合い、伝統文化を皆に伝えたい
- ・通常ツアーでは味わえない体験を試してみたい
- ・自分だけの特別・限定なお土産が欲しい
- ・とにかく多くの名所を回りたい
- ・安くたくさん食べられるような食事がしたい
- ・SNS映えするような写真を撮りたい
- ・みんなが知っているような場所を巡りたい

## 提供プログラム

マインドフルネスプログラム

プラチナ  
エクスペリエンスツアー

ボリュームラグジュアリー  
ツアー

通常ツアー

本  
提  
言  
の  
タ  
ー  
ゲ  
ッ  
ト



# 各フェーズについて

Build up

Out put

社会的に影響力のあるロイヤル富裕層～プチ富裕層向けに、  
富山の素晴らしき各コンテンツを2020年度内で開発・プランニング・実施テストまで行います

## ターゲット

- 〈メインターゲット〉
- ・プラチナ富裕層(国内・海外の企業CEO、役員など)
  - ・富裕層(経営者・ハリウッドスター・セレブなど)
  - ・プチ富裕層(上場役員・インフルエンサーなど)

## メリット

- ・ブランディング
  - 世界中でのPR・話題化
  - インバウンド観光客集客
- ・マネタイズ
  - 企業研修での採用
  - セミナー招聘

## 協力

- ・富山県
- ・とやま未来創造青年プロジェクトチーム | 第3グループ
- ・一般社団法人インバウンド観光総研

## 実行計画(アクティベーションプラン)

Plan

- ・国内外の専門家を富山県に招聘し、各専門家の視点(脳科学・心理学・インバウンド施策)から最適なプランを設計

Do

トップ企業のCEO・役員を誘致。富山の魅力を最大限に活かしたプログラムを体験→対外的なPRを実施。

Check

誘致実績を基に、マインドフルネスプログラムの改善・追加コンテンツの精査を行うとともに、世界のトップ富裕層に向けてのPR活動の実施。

福祉還元プログラムの開発



各フェーズについて

国内の専門家の招聘

Plan

PROFESSIONALS

Build up

Out put

各ジャンルにおいて日本随一のプロフェッショナルを富山県に招聘し、各専門家の視点(日本伝統文化・脳科学・心理学・旅行業・)から最適なプランを設計

〈本プログラム統括・ブランドコーディネーター〉



## 鶴本 晶子 Shoko Tsurumoto

美大卒業後、現代美術家コラボレーターとして東京、NYを拠点に活動。2007～新潟燕三条のチタンテーブルウエアブランドSUSgalleryを立ち上げ、企画開発からマーケティングを行い、製品が、2010APEC20ヶ国首脳へのギフトに選ばれる。2015～富山高岡の鋳物工場を母体とする、NAGAE+を立ち上げブランディング。2017トランプ大統領夫人へのギフトに安倍首相よりNAGAE+製品が贈られる。2019～石川県金沢市株式会社箔一ブランドディレクターに就任。慶應義塾大学経済研究所、インバウンド観光研究センター 一般社団法人インバウンド観光総研顧問、企業のブランディングコンサルタント、経産省、行政などのアドバイザーを務めながら、ブランドプロデューサーとして、メイドインジャパンの世界ブランドプラットフォーム創りに邁進している。



suwamegami



Build up

Out put



## 観光・インバウンド研究

### 広瀬 正彦 Masahiko Hirose

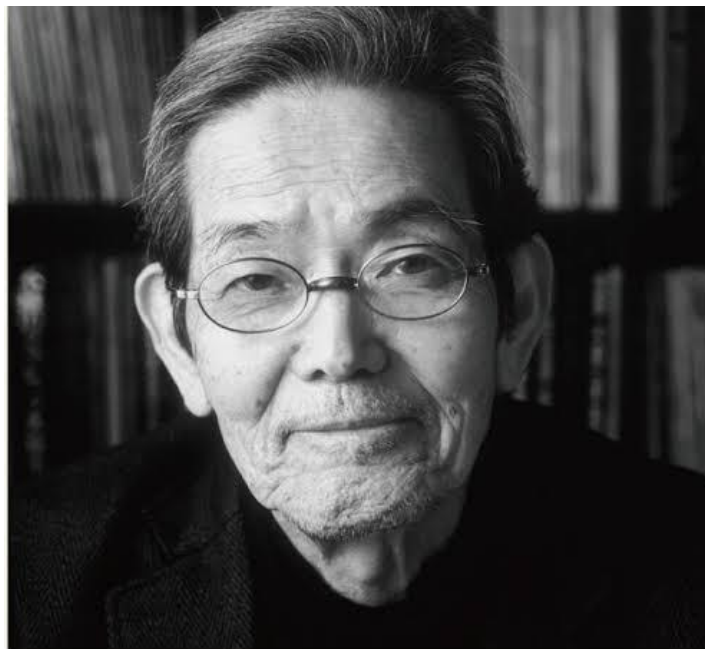
- 株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル  
Tokyo 2020 推進室長元日本政府観光局地域プロモーション連携室長
- 大手旅行会社在籍中、幅広い旅行専門分野や MICE 関連マーケットを担う支店で、支店長を歴任、執行役員を務める。
- 日本政府観光局 (JNTO) インバウンド戦略部に所属し、訪日インバウンド誘致戦略を担当。
- 『明日の日本を支える観光ビジョン実現プログラム』に沿った誘致・プロモーション戦略、広域観光周遊ルート、DMO 設立へのアドバイスなどが主な業務。



感動のそばに、いつも。

Build up

Out put



実業家・映画人

中谷 健太郎 Kentaro Nakatani

1934年生まれ。明治大学卒業後、東宝に入社し助監督を務める。1962年に亀の井別荘の後を継ぎ、由布院観光協会長などを務めた。現在は亀の井別荘会長。由布院はほんの数十年前まで、田んぼだらけの片田舎にすぎなかったが、それを洗練された滞在型保養地に改革したキーパーソンの一人





Build up

Out put



3

東洋文化研究家(日本美)

アレックス・カー Alex Karr

東洋文化研究者。NPO法人「箆庵トラスト」理事長。1952年、米メリーランド州生まれ。12歳で父の赴任に伴い初来日。74年、イェール大学日本学部卒業。イェール大在学中、慶應義塾大学国際センターに留学。その後、オックスフォード大学で中国学を学び77年に卒業。同年、日本に移住。98年、徳島県の祖谷を拠点に「ちいおりプロジェクト」を発足。後にNPO法人「箆庵トラスト」に改組。2005年、タイ・バンコクに「オリジン・アジア」を設立。主な著書に『美しき日本の残像』（新潮社/朝日文庫）、『犬と鬼』（講談社）、英語版『Dogs and Demons』、『ニッポン景観論』（集英社新書）、『もうひとつの京都』など。



Build up

Out put



4

## 文化人(香道志野流)

## 蜂谷 宗苾 Souhitsu Hachiya

室町時代より二十代五百年に亘り香道を継承し続けてきた志野流の第二十世家元蜂谷宗玄の嫡男として生まれる。2002年6月より1年間大徳寺松源院泉田玉堂老大師の下に身を置き、2004年玉堂老大師より軒号「一枝軒」宗名「宗苾」を拝受、第二十一代目家元継承者（若宗匠）となる。現在は、次期家元として全国教場、文化センター及び海外教場等での教授、大学での講演を開催し、海外を含めた各地で啓蒙活動を行っている。また、稀少になった「香木」を後世に残していくためベトナムでの植林活動や、香道の中からエコに対する日本古来の知恵を紐解く、「環境道」と題した講義を続けている。



各フェーズについて

国内の専門家の招聘

Plan

PROFESSIONALS

Build up

Out put



美食専門家

中村 孝則 Takanori Nakamura

葉山生まれ。ファッションやグルメ、旅やワイン&リカーなどラグジュアリー・ライフをテーマに新聞や雑誌、TVで活動中。海外取材も精力的にこなす。世界中のワイナリー巡りもライフワークのひとつ。またクリエイティブ・ディレクターとして、広告やカタログ制作なども手掛ける。2007年にシャンパーニュ騎士団のシュバリエ(騎士爵位)の称号を叙勲。2010年には、スペインより、カヴァ騎士の称号を叙勲。また、ノルウェー王国大使館よりMr.StyleNorwayを叙任し、両国を結ぶ親善大使の役割も担っている。2013年から『[世界ベストレストラン50](#)』の日本評議員代表も務めている。





Build up

Out put



## 脳科学者

中野 信子 Nobuko Nakano

脳科学者。東日本国際大学教授。1975年生まれ。東京都出身。東京大学工学部卒業。同大学院医学系研究科脳神経医学専攻博士課程修了。医学博士。2008年から2010年まで、フランス国立研究所ニューロスピン（高磁場MRI研究センター）に勤務。著書に『脳内麻薬』（幻冬舎新書）『脳はどこまでコントロールできるか？』『サイコパス』（文春新書）『科学がつきとめた「運のいい人」』ほか。脳や心理学をテーマに研究や執筆活動を精力的に行っている。



各フェーズについて

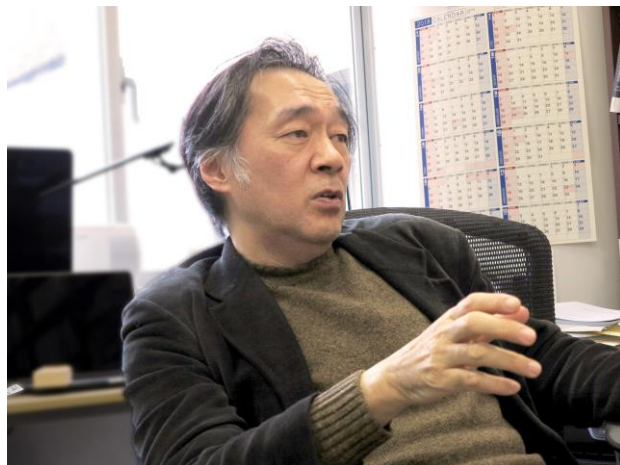
国内の専門家の招聘

Plan

PROFESSIONALS

Build up

Out put



精神科医

斎藤 環 Tamaki Saito

精神科医、批評家。精神科医としての専門は思春期・青年期の精神病理学。  
筑波大学医学医療系社会精神保健学教授。  
オープンダイアログ・ネットワークジャパン(OODNJP)共同代表。  
公益社団法人青少年健康センター、筑波大学医学博士、精神保健指定医、  
日本病跡学会賞、学芸賞受賞





各フェーズについて

グローバル企業CEOの招聘(予定)

Do

Build up

Out put

日本の伝統文化・芸術・環境に対して、熱心的に勉強しており、  
尚且つ地元企業とパートナーシップを強めることを目指しているグローバル企業CEOを富山県に招聘

Melco Resorts & Entertainment 会長兼CEO

ローレンス・ホー(Lawrence Ho)



箱根の温泉リゾートリニューアルや横浜マリノス・大坂なおみとのスポンサー契約など日本の文化・スポーツ事業において幅広く貢献。またメルコリゾート全体としても、日本の地方にプレミアムな観光施設を開発する「メルコ・クリエイティブ・エクステンション」を2019年10月に発表



箱根に作る予定の5つ星リゾートのイメージ



横浜マリノスとパートナーシップ契約



慶應義塾大学にて鶴本氏と

【パートナー企業(仮)】 TOYAMA Executive Tourism



日本政府観光局



〈2020年度スケジュール〉

2020年～

2021年～



マインドfulnessPJ実施に向けた  
ターゲットを意識したコンテンツ  
精査・運営スキームの策定

専門家招聘・ローンチに向け  
ツーリズムツアー施策準備

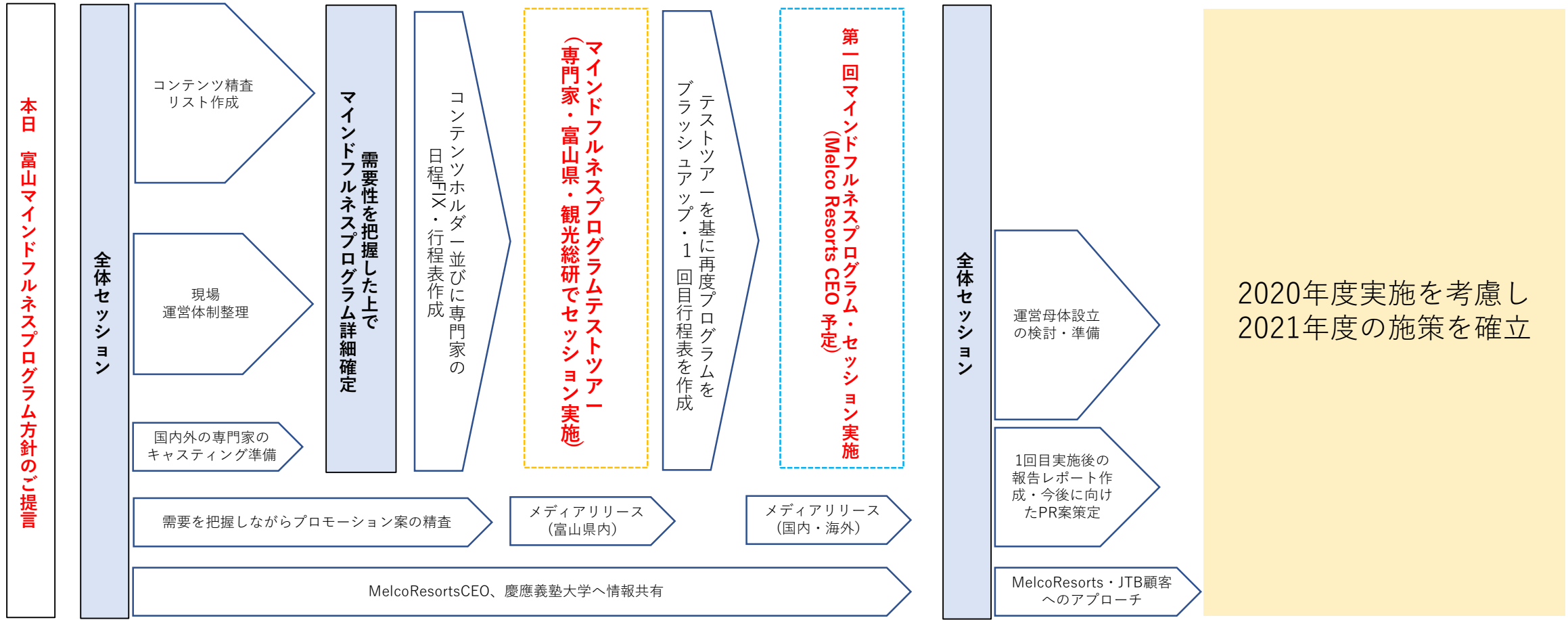
海外企業CEO招聘  
(MelcoResorts)

PDCAと新たな施策の検討

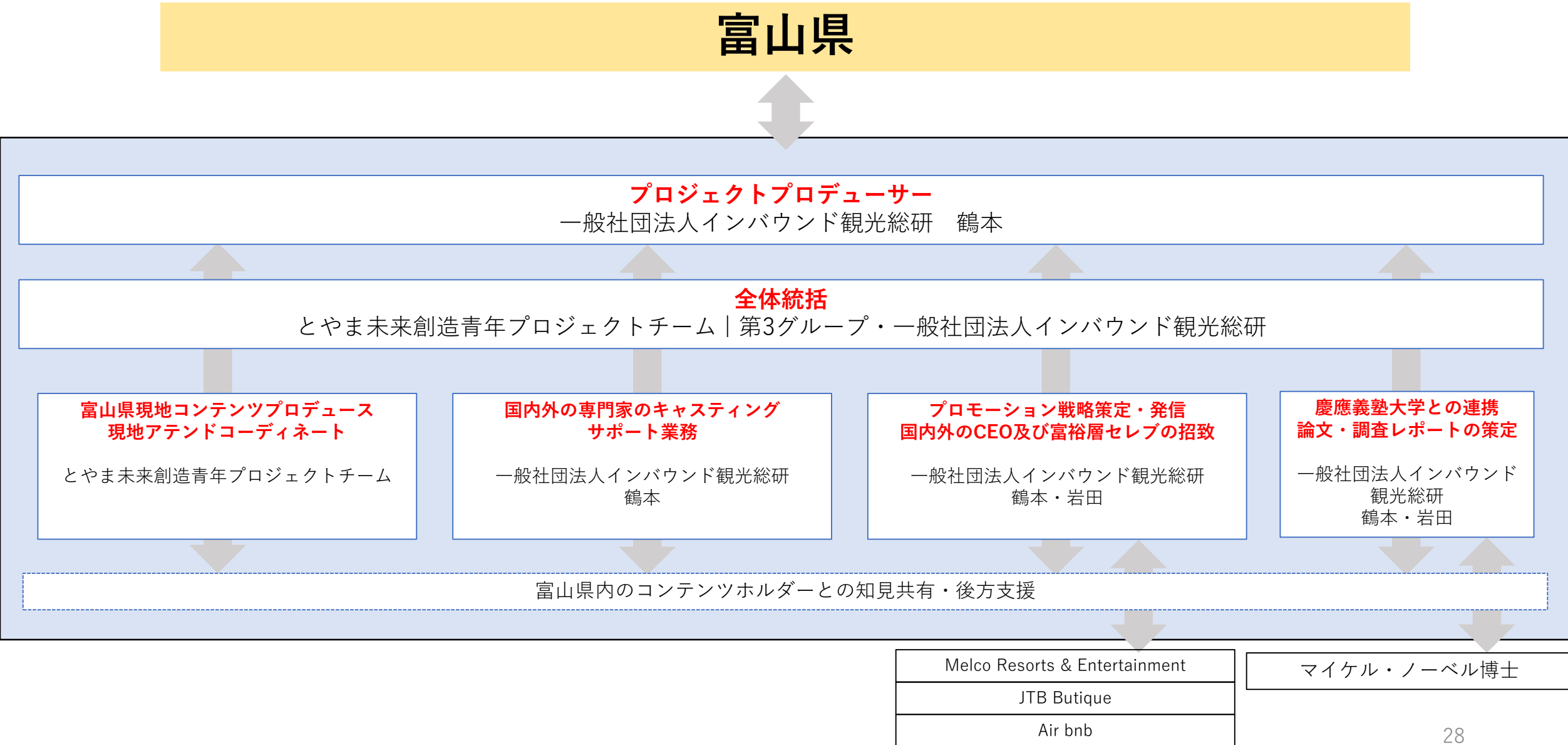
事業

運営

プロモーション



〈実施体制図〉



富山に点在する  
星のように煌めく自然・歴史・文化・産業・ローカルヒーローなどを  
日本を代表する専門家たちの目線で「星座」のように繋ぎ  
世界の人々を魅了する体験にし、  
その星座で永遠に富山を輝かせる

-Toyama Executive Tourism-