

北陸の食と農めぐり～ターゲット絞込み戦略～(概要版)

1. 提案の考え方

- ①「食と農」は北陸3県の共通資源であるが、北陸以外にもあるので、「+α」を付加する。
- ②「+α」については、ターゲットを絞り込んだ「+α」とする。
- ③北陸新幹線の往復ではなく、他の交通手段を往路から復路に組み合わせる。

2. 提案する旅行商品

①海幸・山幸・二人旅(福井・加賀編)

対象：余裕のある二人連れ

里山ぐらしの体験希望者

+α：里山体験+北前船文化

交通：東海道&北陸新幹線



②農業やりたいツアー(石川・能登編)

対象：独身で新規就農希望者

+α：農園めぐり+いろいろ合コン

交通：能登空港+北陸新幹線



③乗り鉄・満腹列車(富山・高岡編)

対象：3~10才程度の子供がいる家庭
(父は乗り鉄、母はプチグルメ)

+α：富山の食+地方鉄道を堪能

交通：富山空港+北陸新幹線



3. 提案のまとめ

1. 首都圏にない食や農と地方鉄道の素材を生かす

- ①食材や料理方法の違いを語る。
- ②農業の違いを見せる。(農園見学や体験など)
- ③地域の鉄道を組み合わせ、移動の楽しみを提供する。

②一度で体験できない奥行きを見せる

- ①一度で体験できなかったメニューをPRする。
- ②ある県で体感したことが他県にもあることをPRする。
- ③特に食に関しては、食べきれなかったメニューをPR。

③ターゲットの絞り込み戦略

- ①ターゲットを絞ることにより、顧客満足を最大化する。
- ②ニッチな層の口コミにより評価を高める。
- ③特殊なツアー開発でマスコミの記事掲載頻度を高める。