

31H 中島 心渚 33H 神前 葉茄 33H 藤岡 志帆
 35H 佐藤 南心 35H 水口 拓人 36H 浅野 歩

■課題

能登の知名度の低さが原因で素晴らしい食材を発信しきれていない

■解決策

- ・能登の「食」をほかの県に発信することを目的とした取り組みをする。
- ・宣伝に有効な Twitter を使って訪れた人たちに拡散してもらう。

■現状1（観光需要を生かし切れていない）

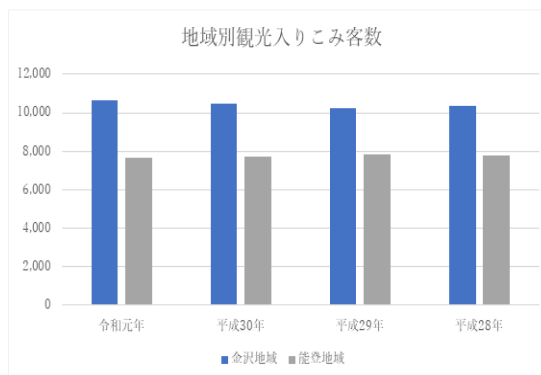
石川県の旅行目的 ⇒「食」が62.4%
 県観光協会HP内の26のモデルコースのうち

「食」を中心としたモデルコースがない！！

（例 「食べる・買う」がしたい！金沢周遊3時間 のように金沢には、食を生かしたモデルコースが実際にある。）



◎金沢と比較の能登の観光客数



◎能登地域への旅行のきっかけ

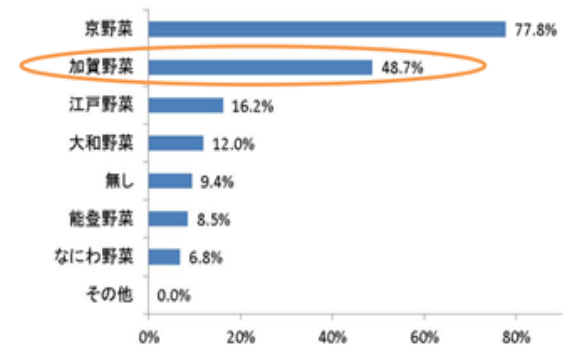
- ・友人、知人の勧め
- ・旅行専門誌
- ・テレビ番組

◎能登地域のイメージ(首都圏住民)

- ・豊かな自然、美しい景観がある
- ・美味しい食べ物がある

■現状2（食材の知名度不足）

【図表4-1 「聞いたことのある伝統野菜はどれですか？」
 （観光客全員/n=117 複数回答）



石川県 ご当地食材人気ランキング			
	野菜	魚介類	肉
1位	加賀野菜(金沢)	ガスエビ(金沢)	能登豚
2位	打木赤皮甘栗カボチャ(金沢)	のどぐろ(金沢)	能登牛
3位	石川タケノコ(金沢)	ホタルイカ(金沢)	阿岸の七面鳥

能登には多彩な食材があるものの、その多くは知名度が低く、その価値を活かしきれていない！

■具体的内容

ご当地グルメを活用したモデルコースの作成（例：新潟 ご当地ラーメンや地酒や魚介類を食べつくす2泊3日の旅）
 旅行の様子や食べ物をツイートすることによるお得なサービスの実施。

■効果

- ① 県が行ったアンケートでは友人・家族の紹介で訪れた観光客の割合が30.8%と最も多い。
- ② 近年での、Twitter を使用する年齢層の拡大。

これらの2つと現状を背景として、

知人のツイートの影響で、「食」を目的として能登を訪れる観光客が増加すると考えられる。

さらに、Twitter による能登の食材の知名度の増加が期待できる。



■参考文献

- ・ https://www.dbj.jp/pdf/investigate/area/hokuriku/pdf_all/hokuriku_1403_01.pdf
 金沢大学 地域創造学類 「加賀野菜の認知度に関するアンケート調査」より
- ・ <https://gurutabi.gnavi.co.jp/i/p17/gm105/> 旅情報サイト 「ぐるなび」より
- ・ https://www.pref.ishikawa.lg.jp/kankou/documents/ishikawa_kankou_toukei2019.pdf 統計からみた石川県より