

チーム名	木寺元ゼミナール	大学名・学部	明治大学 政治経済学部 木寺元ゼミナール	焼津ステージ
プラン名称	ユニーク 湯に行く親子愛			
テーマ	「焼津温泉」を活かした持続可能な「観光まちづくり」			
リーダー名	吉田慎之介	メンバー名	杉本朱里 田中真衣 加藤景大 宮本響	
指導教職員名	木寺元			

01. 焼津の分析

強み (Strengths)

- 保湿効果が高く肌に優しい弱アルカリ性の温泉がある！
- 水産加工品や名物・伝統など焼津ならではの観光資源が豊富！

弱み (Weaknesses)

- 熱海や伊豆などの県内の競合が多く焼津＝温泉という認識が薄い！
- 単発的なイベントに頼っており、長期的な需要が見込めない…

焼津の課題

競合との差別化
単発的な観光からの脱却

02. ソーシャルニーズ

▶ 社会変化に伴い生まれる需要



03. ターゲット

TARGET

おなかの中の赤ちゃんの産まれた赤ちゃんのママさん

ママさん

04. プラン概要

妊娠中

マタタビで親子水入らずでできる最後の親子旅行を！



グランパ・グランマ・ママさん



焼津恩泉の浮き出る手紙

水に濡れることで文字が浮かぶ特殊な加工を施した手紙で両親に普段伝えられない感謝を伝える！

親子で撮るマタニティフォト

おなかが大きくなった妊婦姿で両親とマタニティフォトを撮り、一生に一度の思い出を残し感謝！



ツナラボのトクベツナギフト

焼津の魅力に瓶にして詰めたTUNALABOのツナ瓶ギフトでタイセツナ両親とのツナガりに感謝！

ママさんに優しいママさん観光都市としてブランディングできる！

▶ 焼津・焼津温泉の全国での知名度向上&長期的な需要獲得！

産後

産後最初の親子旅行はマタタビ焼津で！



赤ちゃんに元気に育ってほしい！

ママさん・パパさん・赤ちゃん



内容

温泉&マグロデビュー

赤ちゃんに優しい焼津温泉とマグロの名産地である焼津で赤ちゃんのデビューのきっかけに！



マタニティフォトでお腹にいた赤ちゃんが見えていなかった思い出をカタチに残す！
ファミリーフォト

焼津ならではの新しい文化手形付きの「かつおのぼり」を飛ばしてこどもの成長を祈る

こどもの健康を祈るかつおのぼり



05. 新規性・独自性

ママさん 観光都市

妊婦さんに適した温泉

あかちゃんえき設置数の多さ

観光資源 × 新規コンテンツ

ウォーターレター

とくべ「ツナ」ギフト

かつおのぼり

06. PR方法



木寺ゼミが主体となって日本温泉気候物理医学会の総会で発信！



ママさんアプリ最大手「ninaru」さんへの広告掲載



地域住民から全国へ前例のない観光モデルとして波及！

07. 効果

ユニークツーリズムの確立

- ・ 競合との差別化
- ・ 全国での焼津温泉の知名度向上
- ・ 社会認知による新規需要の獲得
- ・ 長期需要の獲得による地域資源の持続的な活性化

経済効果 = 約 1 億500万円/年

- ・ マタタビ(新規)での経済効果 約6,500万円/年
- ・ フタタビ(新規・再訪)での経済効果 約4,000万円/年