

The background is a collage of four images: a coastal town from a hillside, a building with a cartoon mascot, a modern building facade, and a building at night with lights.

# 大学生観光まちづくりコンテスト 焼津ステージ

明治大学 チームうさびよん

長谷川和哉 菅原竜也 田中美羽 増永朱莉 横田梨香子

---

# アウトライン

01

## 焼津市の現状

- ・ 焼津市の一般的なイメージ
- ・ 焼津市の課題
- ・ まちづくりの前提条件
- ・ プロジェクトビジョン

02

## 提案内容

- ・ ○○Project
- ・ ターゲットについて
- ・ 拠点
- ・ 共通施策
- ・ 第1段階
- ・ 第2段階
- ・ 運営体制

03

## 今後の展望

- ・ 第3段階

04

## 得られる効果

- ・ 予想される経済効果

05

## 検証

- ・ 新規性
- ・ カスタマージャーニー
- ・ 実現に向けた関係者とのミーティング

06

## さいごに

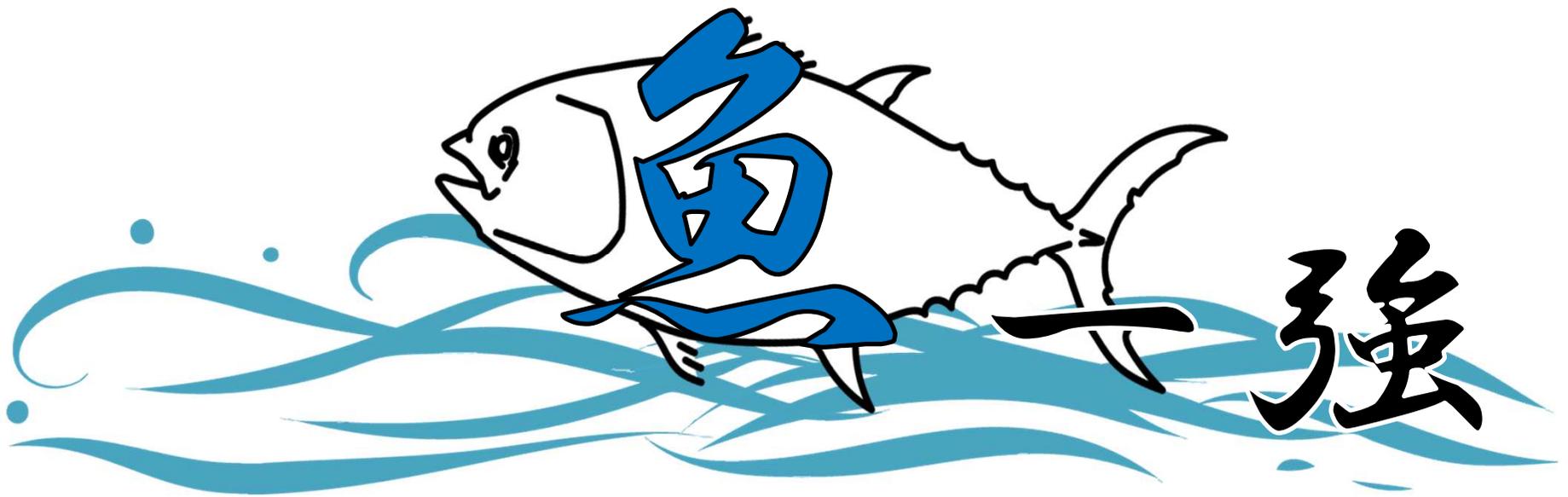
- ・ 私たちの想い
- ・ 謝辞



# 焼津市の現状

# 焼津市の一般的なイメージ

「焼津＝魚」のイメージが圧倒的に強く、温泉など他の地域資源が脚光を浴びていない



焼津市の現状

○○  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# 焼津市の課題

お客様を迎えよう、喜んでもらおうという意識がない  
若者の集客を考えた方がいい  
良いところもいっぱいあるけど、外への宣伝力が低い  
魚だけではない焼津市を発信し、盛り上げてほしい  
水産が頼れない存在になってきている

分野に手を出すのではなく、強みが1つでもあれば、  
自信を持って焼津を紹介できるように...  
人を呼んでどうする？ってのを実行すべき  
SNSの運用にまだまだ課題  
若者への発信に課題

魚中心の  
発信

観光地として  
知名度が  
低い

藤枝に負けない町づくりしてほしい  
来てくださる人達にはずかしい  
街に活気がない  
観光業にもっと力を入れたい

地元愛の  
醸成不足

課題を5つに集約

温泉の  
イメージが  
薄い

来る  
きっかけが  
少ない

静岡県内に他に温泉が多すぎる  
日帰りですっきり入れるイメージが無い  
(敷居が高いイメージがついてる)  
温泉のイメージが無い、導線が築かれていない

新しいモノを取り入れようとしていない  
インフラ整備が不十分で、焼津市に魅力の魅力が少ない

参考：焼津市 総合計画に関する市民意識調査 結果報告書 [00zentai03.pdf \(yaizu.lg.jp\)](#)

焼津市の現状

OO  
Project

今後の展望

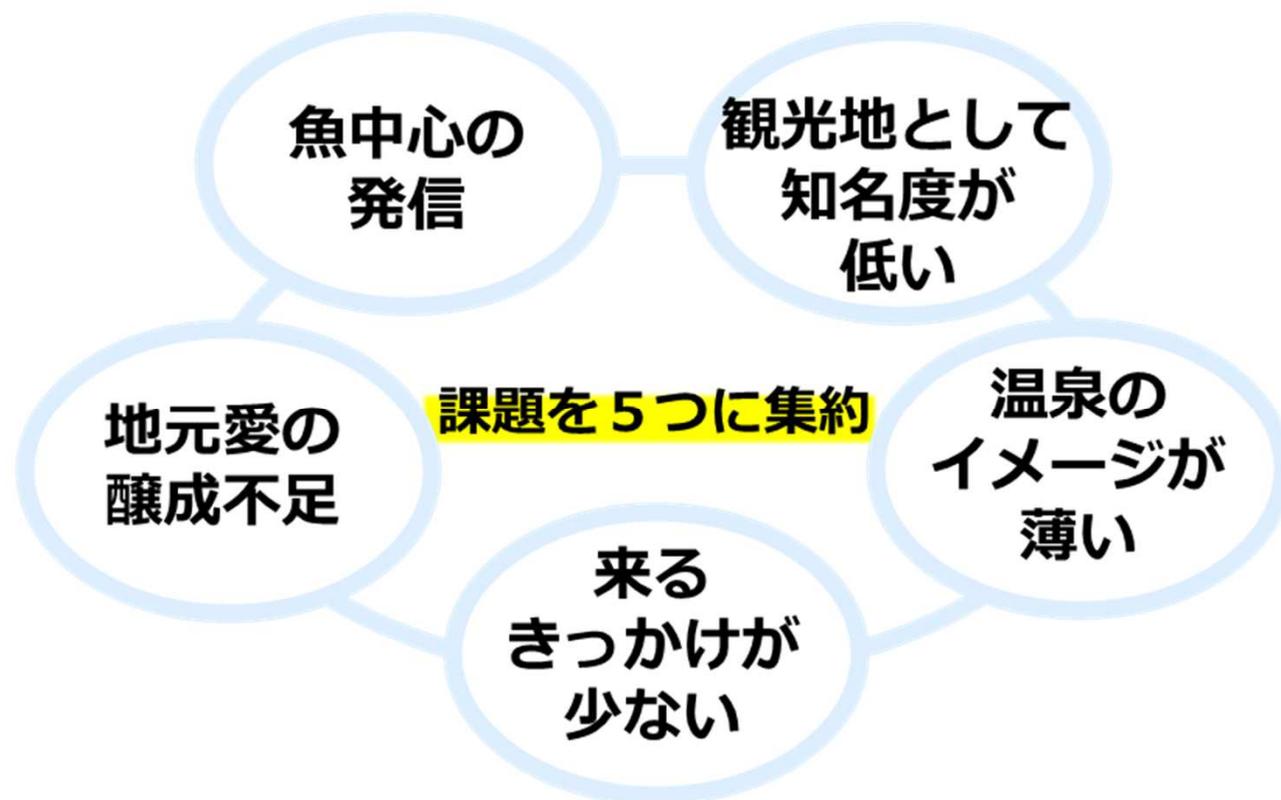
得られる効果

検証

さいごに

# このプランで解決したい課題

聞き取り調査と市民意識調査より、集約された5つの課題をこのプランで解決する



焼津市の現状

○○  
Project

今後の展望

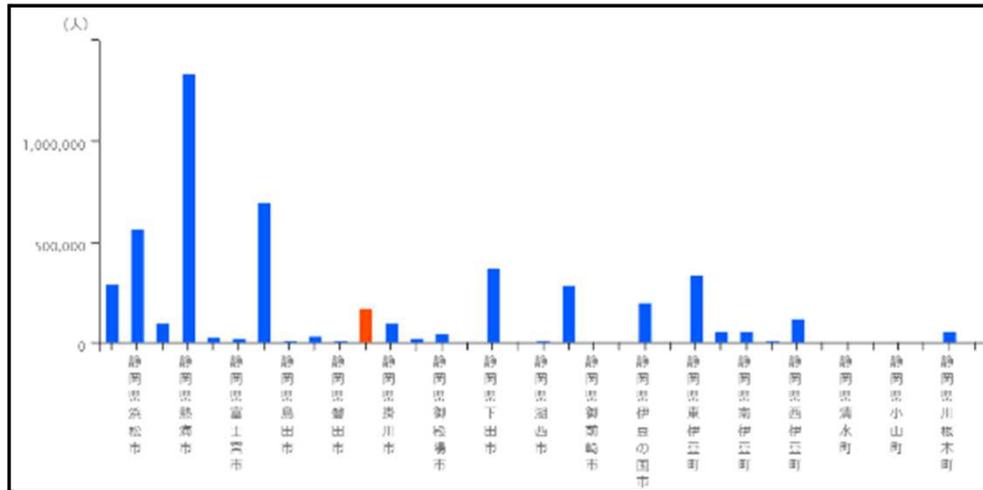
得られる効果

検証

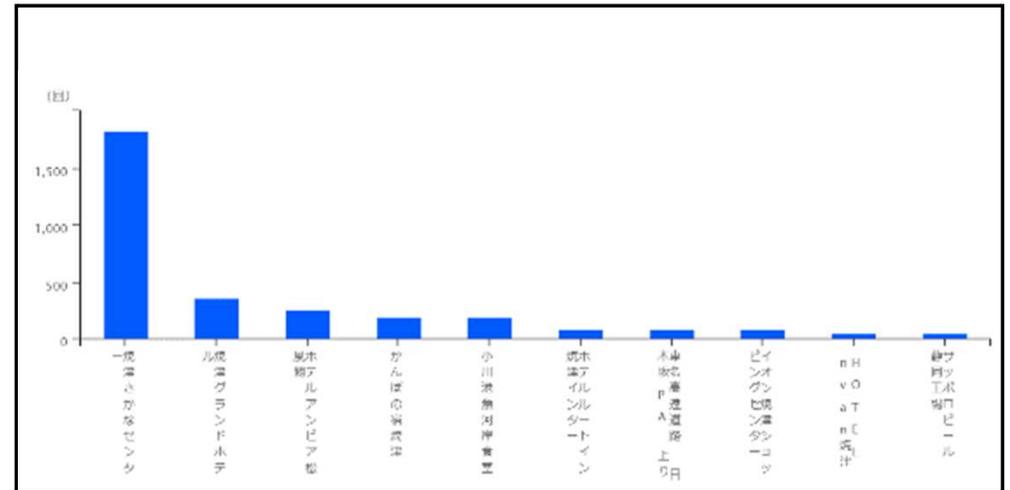
さいごに

# このプランで解決したい課題

2021年 静岡県延べ宿泊者数



2020年 休日 焼津市目的地検索回数



熱海市 約365万人  
 伊東市 約234万人  
 浜松市 約138万人  
 ……  
 焼津市 約41万人

静岡県内でも焼津市の  
**“観光地としての認知度”**  
 が低い

さかなセンター 約1,800回  
 焼津グランドホテル 約350回  
 ホテルオランピア松風閣 約250回  
 かんぽの宿焼津 約200回  
 ……

温泉のイメージが  
 定着していない

参考 [From-to分析（宿泊者） / 地域ごとの分布 - RESAS 地域経済分析システム](#)  
[目的地分析 / 目的地一覧 - RESAS 地域経済分析システム](#)

焼津市の現状

○○  
 Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# 課題をそのまま放置しておく...

01 温泉のイメージが薄い

02 魚中心の発信

03 地元愛の醸成不足

04 焼津に来るきっかけが少ない

05 観光地として知名度が低い

温泉等の地域資源を活用しきれず、  
地域が盛り上がらない。

焼津に来るきっかけを作り  
新たに発信しないと、  
来訪者が増えない。

また地元に対する愛着が希薄なため  
人口流出が進行するおそれがある。

つまり

**このままだと焼津の魅力が  
伝わらない！**



焼津市の現状

○○  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# まちづくりの前提条件

## 「焼津温泉」を活かした焼津市の「持続可能な観光まちづくり」

### 【地域からのメッセージ】（抜粋）

- この焼津温泉を全国に発信できるような魅力的なプランをご提案ください。焼津市の資源である「文化」「自然」「食」「産業」と連携したプランや、学生ならではの新しいまちづくりプランを期待します。
- ニューノーマルな時代の将来を見据え、人々の新しい生活様式へ適応した観光まちづくりプランの応募をお待ちしています。



以上より、まちづくりの前提条件として以下の4点を挙げる

①焼津温泉と地域資源の活用

②ニューノーマル視点

③地域活性化

④全国に発信

焼津市の現状

○○  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# プロジェクトビジョン

## 課題

- 01 温泉のイメージが薄い
- 02 魚中心の発信
- 03 地元愛の醸成不足
- 04 焼津に来るきっかけが少ない
- 05 観光地として知名度が低い



## 前提条件

- 焼津温泉と地域資源の活用
- 地域活性化
- ニューノーマル視点
- 全国に発信

## 理想の焼津像

焼津温泉のまちの  
イメージ定着

地元愛あふれた  
活気ある市民

観光客増加による  
経済の好循環

多様な地域資源に  
注目が集まる



焼津市の現状

○○  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに



# 提案内容



焼津×チル

# やいチルProject

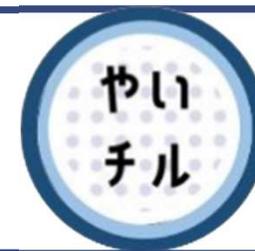
～あなたと温泉の距離、チルで近づけてみない？♡～



# チルの定義/なぜチルに注目した

## チルの定義について

「リラックスした様子」「落ち着いて気分がよい」などの意味ももとは音楽分野の「チルアウト (chill-out)」が由来である



## チルに注目した理由

- ・ やいづ黒潮温泉が温泉総選挙で3年連続リラックス部門で1位
- ・ 焼津の地域資源・市民性がチルと合致  
→ **リラックスを意味するチルとの親和性**
- ・ 三省堂 辞書を編む人が選ぶ『今年の新語2021』の大賞受賞  
→ **現代のトレンド**

焼津市の現状

やいチル  
Project

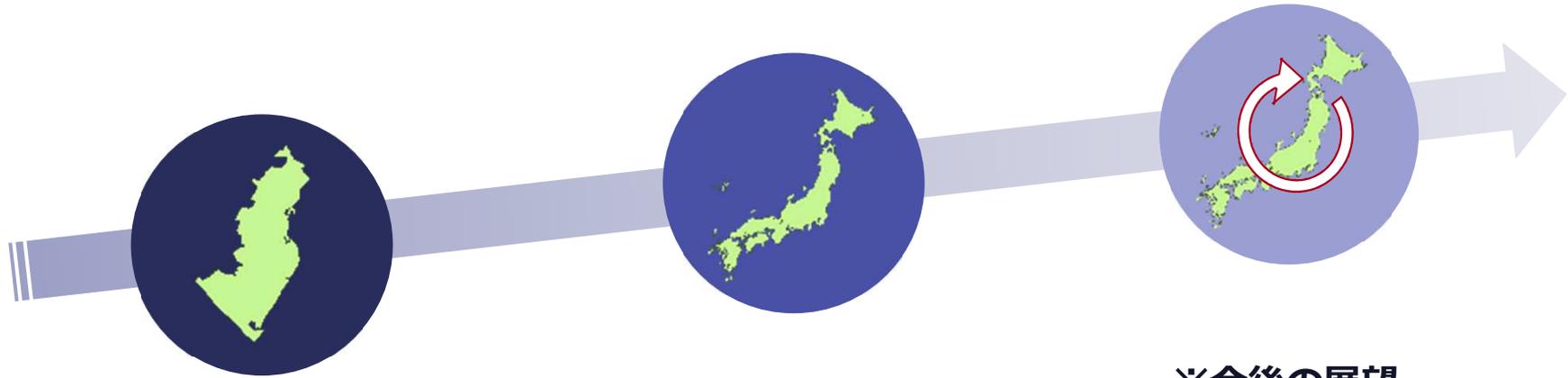
今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# やいチルProject



## 第1段階

### 地元愛醸成

「チル」を通じて  
人を呼びたくなる街  
として認識してもらおう

## 第2段階

### 全国にアピール

「チル」な地域・温泉  
としてキャラクター付け  
をし、全国発信を行う

※今後の展望

## 第3段階

### リピート

「チル」なまちとして  
認知してもらい何度も  
来てもらう

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# やいチルProject



	第1段階	第2段階	第3段階
テーマ	地元愛醸成	全国に発信	リピート
提案	やいチルProject		今後の展望
場所	焼津PORTERS		(例) 石津西公園
いつ	月に1度	常設	年に1度
ターゲット	焼津市民(20~30代)	全国の20~30代	1度焼津に来た人
解決したい課題	地元愛醸成不足	温泉のイメージが薄い	焼津に来るきっかけが少ない
		魚中心の発信	観光地として知名度が低い



# ターゲットについて

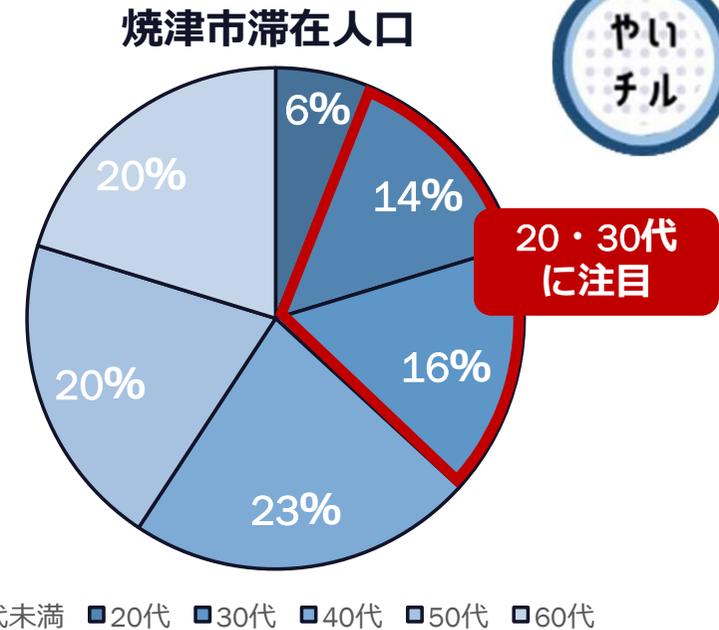
メインターゲット

**20～30代の若者**

選定理由

2022年焼津市滞在人口において  
20～30代が40～60代と比較が少ない

- ➡持続可能なまちづくりのためには  
滞在人口が少ない世代に注目する必要
- ➡20～30代に注目



第1段階

焼津市内の  
20～30代

第2段階

全国の  
20～30代

第3段階

第1段階・第2段階  
で焼津に来てくれた人

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# やいチルProjectの拠点



## 焼津PORTERS

(漁具倉庫)

魚食文化の発信を通じて地域との交流を目指す施設

### 拠点の選定理由

#### ①焼津PORTERSが掲げる理念への共感

- 「新たな交流を生み出す場」
- 「水産業と異業種とのコラボレーションを促進させる場」

#### ②他の焼津温泉施設へのアクセスの良さ

- 3施設とも焼津PORTERSから徒歩10分圏内

#### 今回の提案では…

焼津PORTERS+エキチカ温泉、元湯なかむら館、サンライフ焼津の4施設がクーポン等で協力をしながらプロジェクトを進めていく



焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

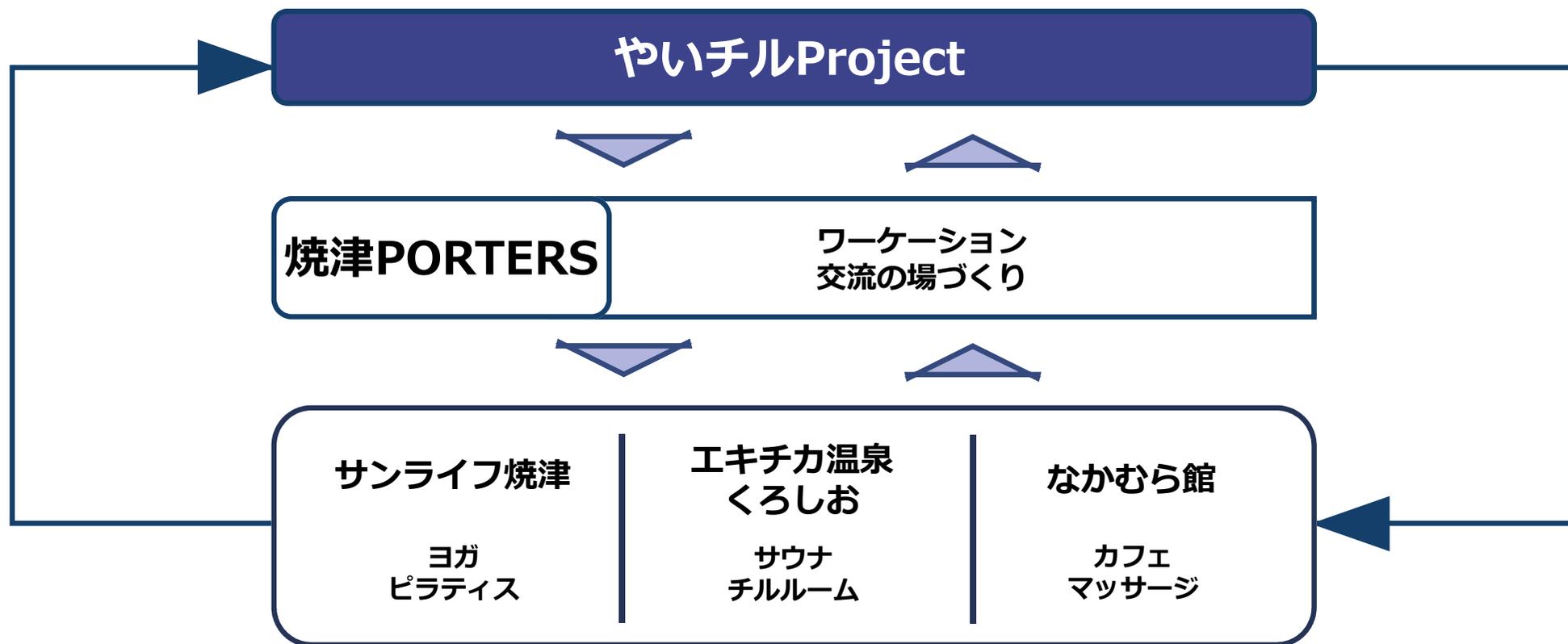
検証

さいごに

# やいチルProject 第1,2段階共通施策



焼津温泉施設への導線づくりをすることで、チルプレイス間の回遊性を高める。



# やいチルProject 第1段階



ターゲット	▶	20～30代の焼津市民
解決できる課題	▶	温泉のイメージが希薄／地元愛が薄い
課題解決後のビジョン	▶	温泉と焼津に愛情と誇りを持った都市の誕生

地元住民が焼津温泉や、  
地元の魅力を認知せず



「チル」を通じて  
温泉など、焼津の  
魅力を体感する



人に勧めたくなる位  
焼津を好きに  
なってもらおう



第1段階 完遂！





# やいチルProject 第1段階

## チルイベントを定期的開催&地元での認知度向上



仮イベントポスター

### 焼津PORTERSでチルイベントを月1回で開催

- ・焼津市民に潜在的な魅力を地元名産で「知って」もらう
- ・焼津の名物で「チルして」もらう
- ・焼津名物チルで心「満たして」もらう

### 実施内容

- ・各設備をレンタルし、試験的に運用する
- ・普通のサウナや足湯の他に風変りなイベントも用意し、「焼津チル」をさらに楽しんでもらう

地元愛醸成

地元愛の醸成不足



焼津市の現状

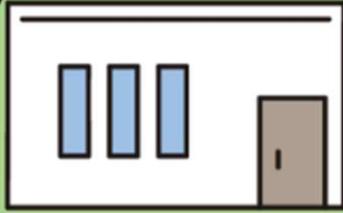
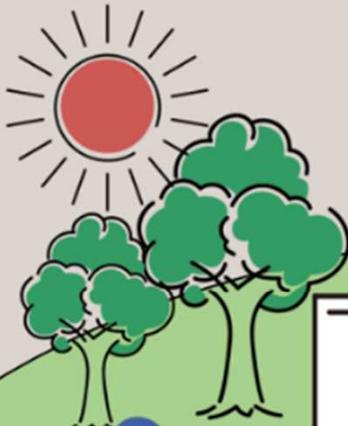
やいチル Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに



い草のリクライニングシートで足湯



深層水の水風呂



海を見ながら外気浴



地ビールとご当地グルメで乾杯



焼津 PORTERS

# やいチルProject 第1段階



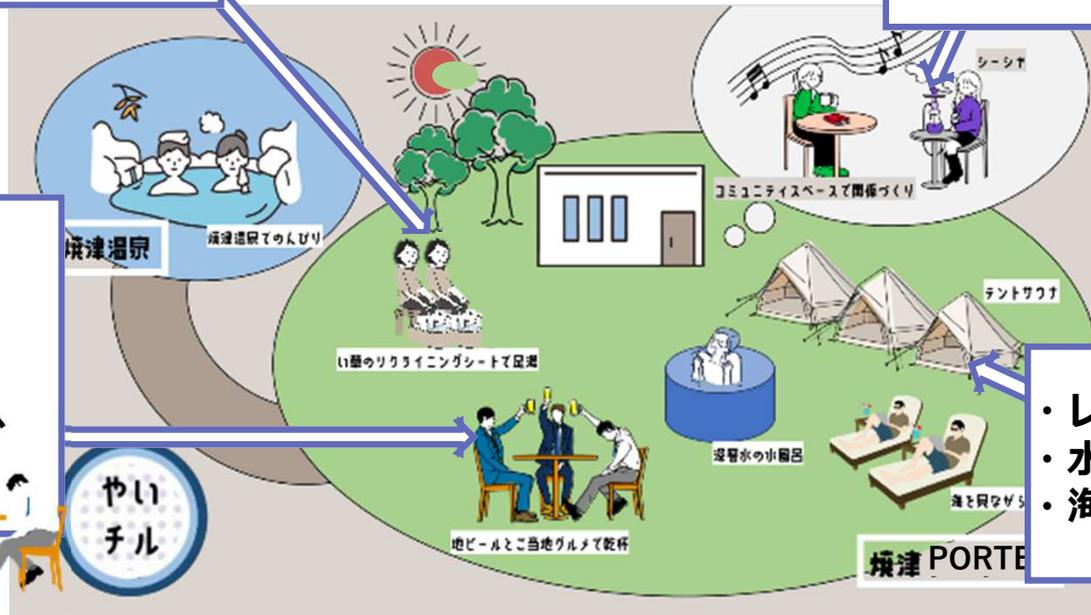
- ・足湯を設置
- ・い草のリクライニングシートや眺望で駅前の足湯と差別化



- ・コミュニティスペースで地元の人同士や、地元と全国の人の交流が期待できる
- ・シーシャでオリジナルのフレーバーを楽しむ



- ・黒はんぺん、桜エビ、新鮮なお魚といった焼津の名産を提供
- ・地元の飲食店と協力し、地元愛を醸成



- ・レンタルテントサウナを設置
- ・水風呂として深層水を活用
- ・海を眺めながら外気浴



焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# やいチルProject 第2段階



ターゲット	▶	全国の20~30代
解決できる課題	▶	温泉のイメージが薄い／魚中心の発信
課題解決後のビジョン	▶	魚介と同格の名物の誕生／「チル」な“焼津”に来るきっかけ作り

魚介の他に焼津の知名度が低く、来るきっかけ作りをしたい



「チル」を通じて魚介だけでなく焼津に来るきっかけ作りをする



人に勧めたくなる位焼津を好きになり、愛着を持ってもらう



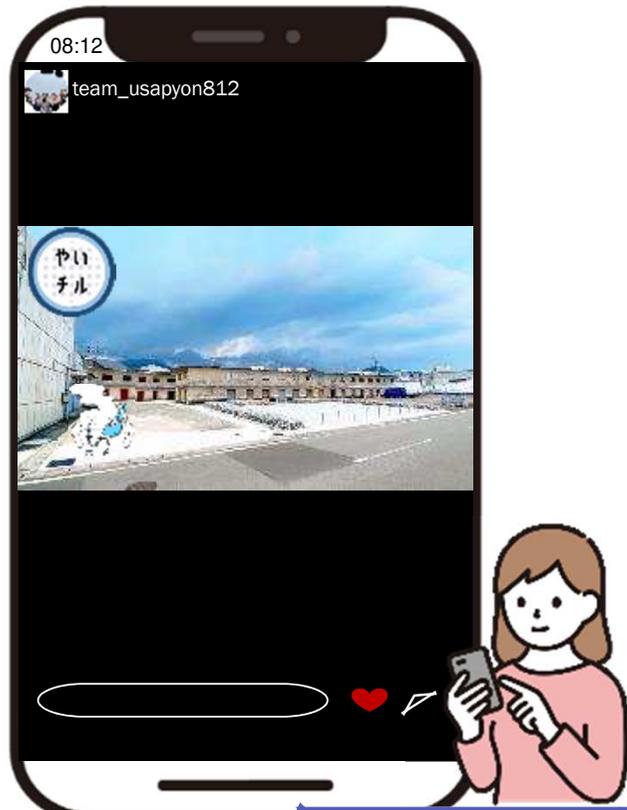
第2段階 完遂！



# やいチルProject 第2段階



## チルイベントの常設&全国へ発信



### 焼津PORTERSでチルイベントを常設

- ・「チル」な地域・温泉としてキャラクター付け
- ・まち単位でチルできる場所・焼津の魅力を全国の若者へ発信
- ・クーポン発行で焼津PORTERSと3つの温浴施設の「チル」導線づくり

### 実施内容

- ・イベントを週3日で日常的に開催
- ・第1段階の内容を全国規模で「チル」をアピール

全国へ発信

温泉のイメージが薄い



魚中心の発信



焼津市の現状

やいチル  
Project

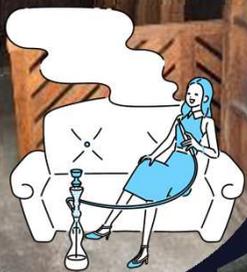
今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

漁具倉庫内で室内シーシャ



個室サウナ



焼津名物を提供



海を臨みながら足湯

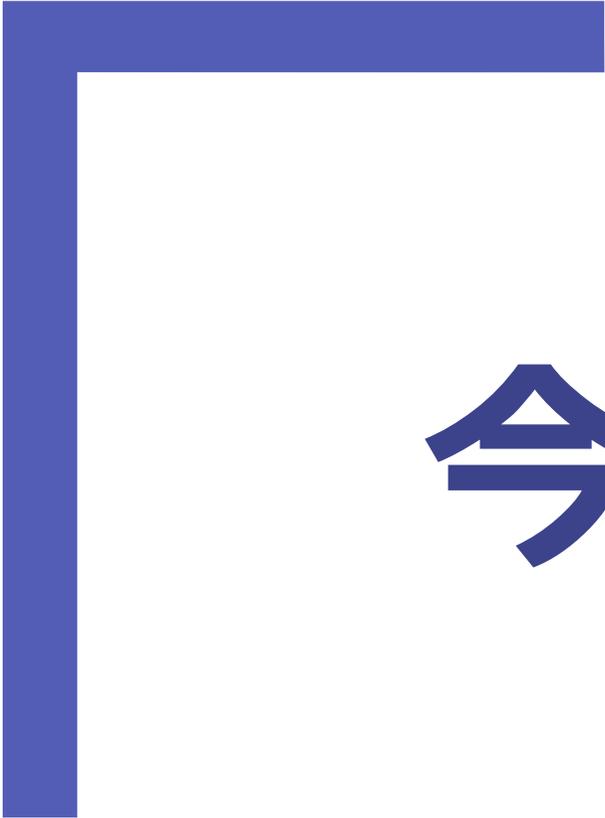


**YAIZU PORTERS**  
利用イメージ

# 運営体制

やいチルProjectをきっかけに関係人口の増加につなげる





# 今後の展望



# やいチルProject 第3段階



ターゲット	▶	第1段階・第2段階で焼津に来てくれた人
解決できる課題	▶	焼津に来るきっかけが少ない／観光地として知名度が低い
課題解決後のビジョン	▶	チルなまちとしてイメージを定着させ、リピート客を獲得

焼津を「チル」なまちとして認知してもらい、継続的に訪れてほしい



「チル」がテーマのイベントを開催し定期的に訪れるきっかけをつくる



人に勧めたくなる位焼津を好きになり、愛着を持ってもらい、何度も訪れてもらう



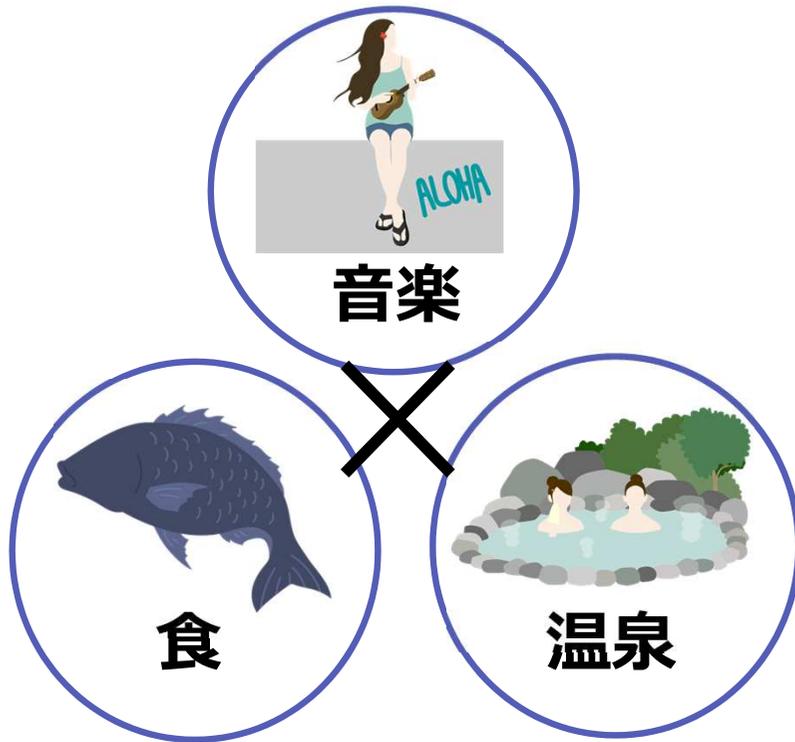
第3段階 完遂！



# やいチルProject 第3段階



## フェスの開催（音楽×食×温泉）



### 石津西公園で年1回フェスの開催

- ・焼津市で過去のフェス開催が実施
- ・広さ、駐車場などを考慮し会場の選定

### 実施内容

- ・「チル」の要素の音楽・観光資源の活用
- ・フェスで焼津名産の販売
- ・フェス前後に温泉への誘導が可能
- ・持続可能なイベントで焼津に来るきっかけづくり

リピート

焼津に来るきっかけが少な

解決

観光地として知名度が低い

解決

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

チルフェス イメージイラスト

飲食物エリア

フェスエリア

チルエリア

テントサウナエリア

※開催場所は石津西公園を想定



得られる効果

# 予想される経済効果

2年間での経済効果予想（焼津PORTERSの場合）

**1億1880万円**

第1段階による  
経済効果予想

**1080万円**

※年間12回イベントを開催した場合

第2段階による  
経済効果予想

**1億800万円**

※年間120日稼働した場合

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# 予想される経済効果

## 想定されるコト・トキ消費

テントサウナ 3000円

テントサウナで整う

シーシャ 3000円

良い香りとともに

飲食 1500円

焼津の名産を堪能する

**4500円** / 1人当たり

※想定される参加人数は焼津PORTERS  
収容人数最大50人が4回ローテーションするものと仮定

第1  
段階

1人当たり予想消費額  
**4500円**

×

最大参加人数  
**200人**

×

年間イベント日数  
**12日**  
(月1回想定)

=

**1080万円**

第2  
段階

1人当たり予想消費額  
**4500円**

×

最大参加人数  
**200人**

×

年間稼働日数  
**120日**  
(土日祝)

=

**1億800万円**

焼津市の現状

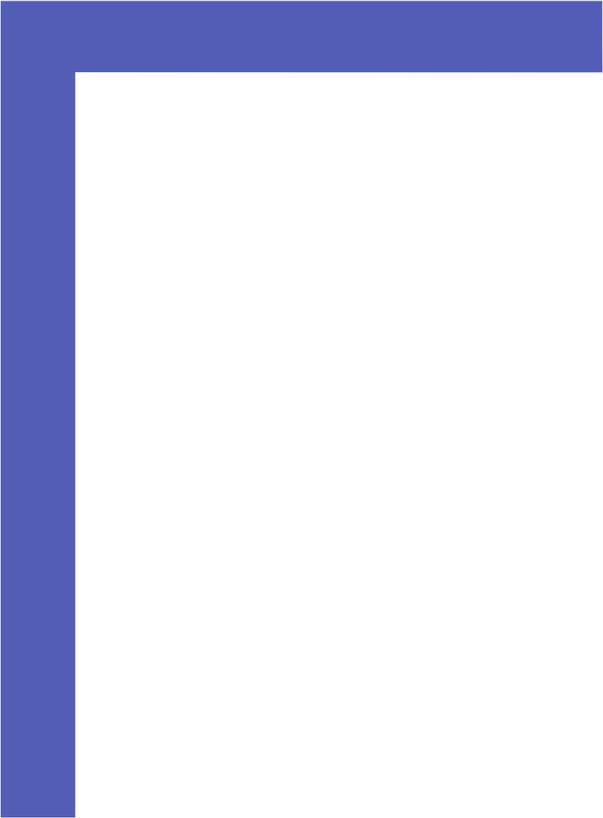
やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに



検証

# 理想の焼津像との照合

## 理想の焼津像

地元愛あふれた  
活気ある市民

観光客増加による  
経済の好循環

多様な地域資源に  
注目が集まる

焼津温泉の街の  
イメージ定着

## 下で示す提案によって理想の焼津像へ

### 20スライド：第1段階

**やいチルProject 第1段階**  
チルイベントを定期的に開催し地元での認知度向上

**活動のゴール** 焼津PORTERSとチルイベントを第1回開催

- ・ 焼津市民と観光客が楽しめるイベントを開催
- ・ 焼津市民と観光客が楽しめるイベントを開催
- ・ 焼津市民と観光客が楽しめるイベントを開催

**活動内容**

- ・ 焼津市民と観光客が楽しめるイベントを開催
- ・ 焼津市民と観光客が楽しめるイベントを開催
- ・ 焼津市民と観光客が楽しめるイベントを開催

地元愛醸成 → 地元愛の醸成不足

### 24,29スライド：第2・3段階

**やいチルProject 第2段階**  
チルイベントの常設化と全国へ発信

**焼津PORTERSとチルイベントを常設**

- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催
- ・ 全国へ発信し、観光客の増加を促す
- ・ 全国へ発信し、観光客の増加を促す

**発信内容**

- ・ イベントを開催し、観光客の増加を促す
- ・ イベントを開催し、観光客の増加を促す
- ・ イベントを開催し、観光客の増加を促す

全国へ発信 → 観光客の増加

**やいチルProject 第3段階**  
フェスの開催（音楽×食×温泉）

**音楽フェスの開催**

- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催
- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催
- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催

**活動内容**

- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催
- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催
- ・ 「やいチル」を常設化し、毎月開催

音楽フェスの開催 → リピート → 観光客の増加

### 19,23スライド：開催拠点と地域資源

**やいチルProjectの拠点**

**焼津PORTERS** 観光客の増加を促すための拠点

**拠点を決定する理由**

1. 焼津PORTERSが掲げる理念への共感
2. 焼津市と焼津温泉の観光資源との連携
3. 焼津市と焼津温泉の観光資源との連携

焼津PORTERS + エキナチオ温泉、温泉街が広がる、サンライズ焼津の4施設が  
ワーキングホリデーの拠点となる

やいチル

### 26スライド：焼津温泉の発信



焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# 新規性

## まち単位でのチル空間を作り出す観光まちづくり

地元の人が地元を知って  
好きになる

新しい生活様式と  
観光のコラボ

観光資源だけでなく市民性も  
活かした観光まちづくり

観光地ではない観光地

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# カスタマージャーニー

## ペルソナ：コロナ禍のため近場での旅行を計画する焼津市民

フェーズ	発見	興味	参加	継続・地元愛醸成
顧客接点	SNS・焼津キーパーソン	イベントの詳細を検索	やいチルProject	SNSの発信
行動イメージ				
感情	どんなイベントなんだろう？	チルな時間楽しみだな～！	身も心も休まった！	また行きたい！焼津好き♡
効果	焼津に興味を持つようになる	自発的に焼津を知るきっかけ	焼津の魅力を感じる	好きでつながる好循環

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# 実現に向けた関係者とのミーティング

私たちの提案に対してとても前向きなご意見をいただくことができました

エキチカ温泉くろしお様より

この企画が実現したら協力させてください。  
**一緒に焼津温泉を盛り上げていきましょう！**



焼津PORTERS 佐藤様より

大学生ならではの新規性が溢れ、  
**多角的な視点を持った案で非常に興味深い**と思いました。

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

さいごに

# 私たちの想い

「焼津温泉の全国発信」が今回のテーマのため、  
「やいチルProject」は一見遠回りのように見えるかもしれません。

しかし、焼津温泉を全国発信するためには  
地元住民から盛り上げていくことが必要であると考えました。

長期的な計画にはなりますが、焼津温泉のPRを超えて  
焼津を愛してもらえるようになってほしいという想いです。



焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

# 謝辞

焼津FW、聞き取り調査にご協力いただいた焼津市関係者の皆様に深く感謝申し上げます。



他にも 焼津市役所 鈴木様 ピオニエス株式会社 望月様 ブルーベリーガーデンやいづ 澁谷様  
ターントクルこども館 焼津おもちゃ美術館様 深層水ミュージアム様

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに

最後までご覧いただきありがとうございました。

焼津市の現状

やいチル  
Project

今後の展望

得られる効果

検証

さいごに