



「ゆず」れない場所  
～みんなが柚子れて、みんなに譲れない場所～



Saito-zemi

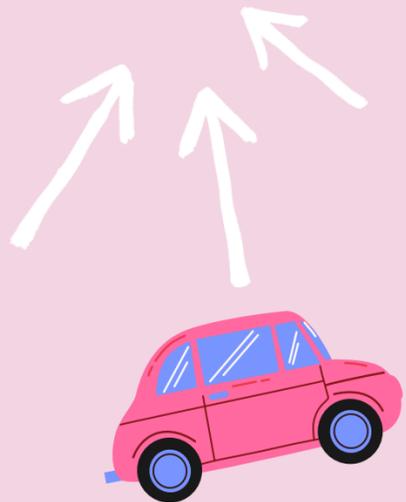
# 目次



対象地：

檜葉町

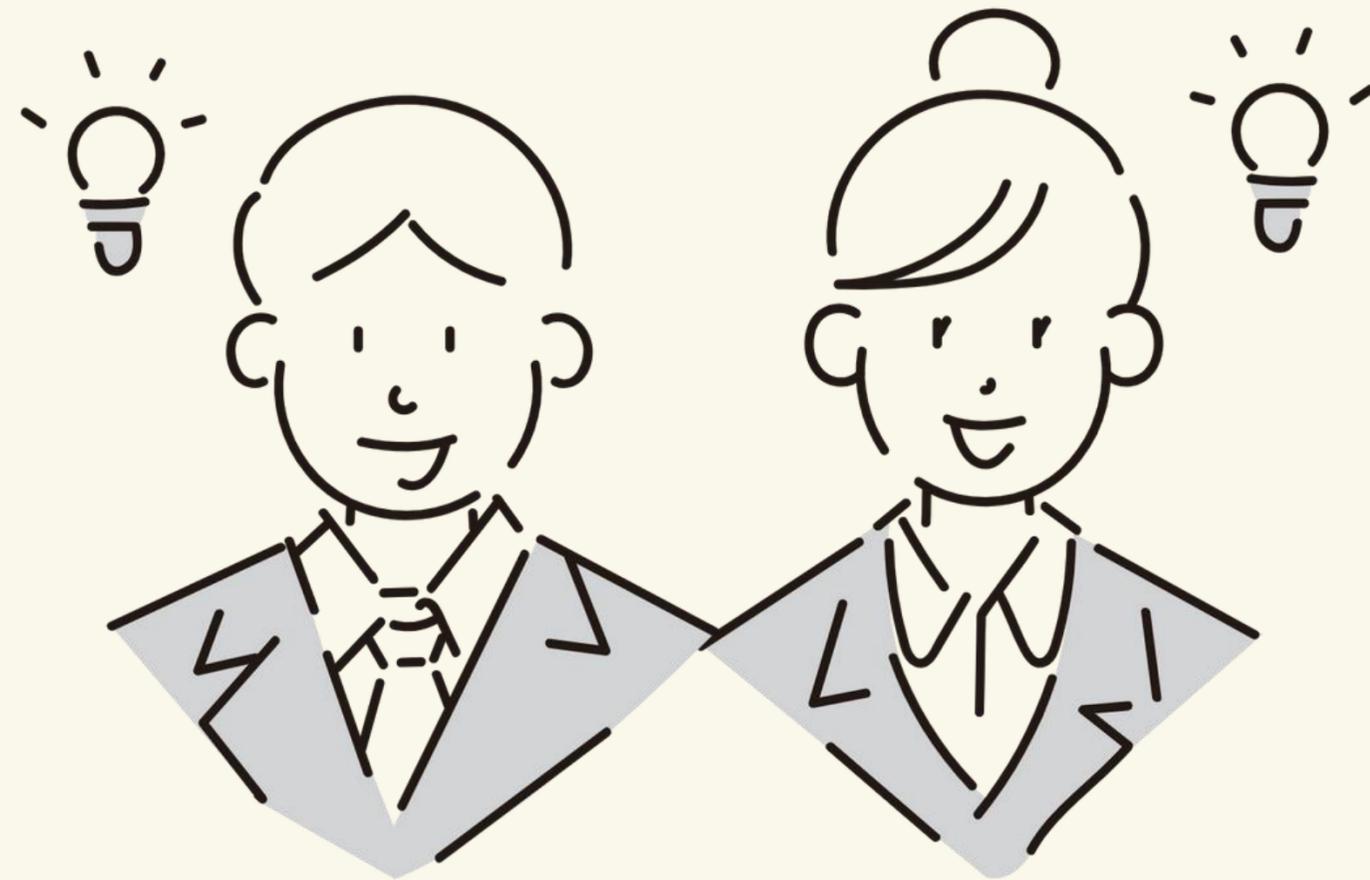
地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----



私たちは

公園全体リノベーションを行い、天神岬スポーツ公園を中心に、  
にぎわいを創出し、まち内周遊を高める事

を目指します!!



# なんで檜葉町を選定したの??



Jヴィレッジ



木戸川溪谷



天神岬スポーツ公園



みるーる天神



岩沢海水浴場

檜葉町には東京にはない魅力がいっぱい!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# なんで檜葉町を選定したの??



檜葉町は魅力資源が豊富なのに魅力を発信できていないことがもったいない!



私たちが活性化させて見せます!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

檜葉町の一番の魅力って何だろう??

日の出??

海??

山??

木戸川溪谷??

木戸ダム??



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

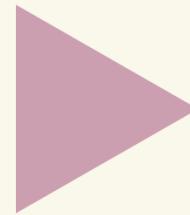
経済効果

まとめ

# 檜葉の魅力

自然にはリラックス効果がある!!

# 自然



ネガティブな感情を減少させ、ストレスで上昇した血圧や、  
ストレスホルモンの値を低下させる効果がある



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

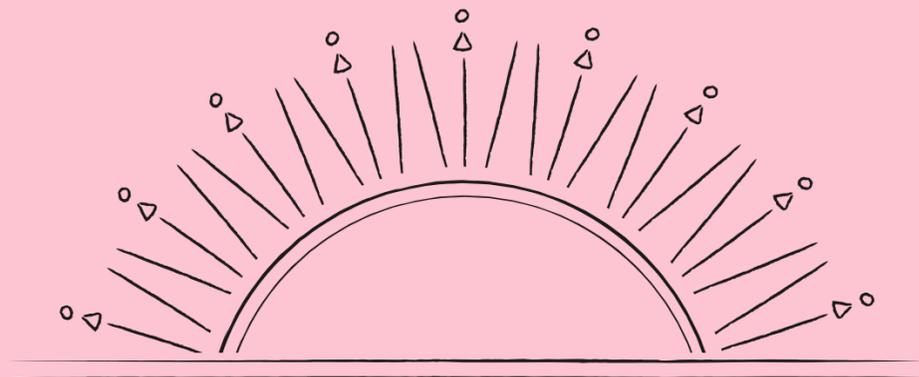
新規性

PR方法

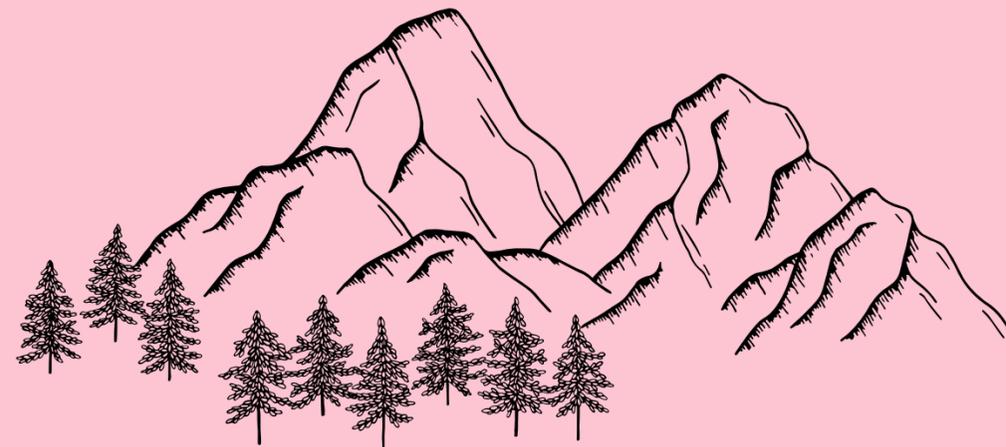
経済効果

まとめ

私たちは、**これ** を選びました！



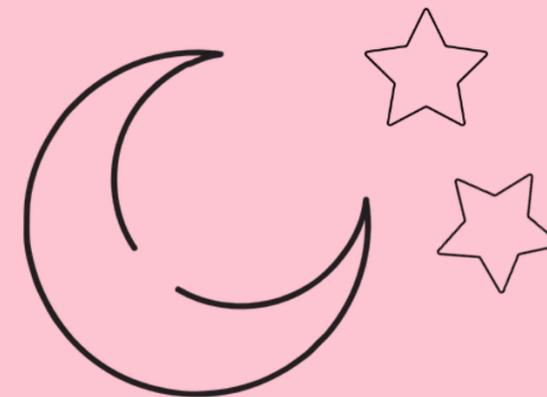
日の出



山



海



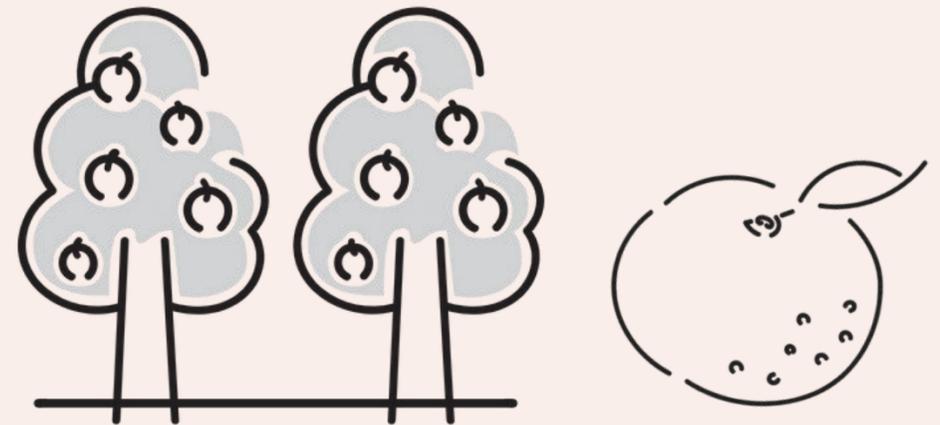
星

選択コンテンツ：自然

私たちは、**これ**を選びました！



**温泉**



**ゆず**

自由コンテンツ：温泉/ゆず

# 檜葉町の社会事情について 《震災前編》

## "農業"が盛んな地域

檜葉町は、

"山に囲まれた自然豊かな地域"

"温暖な気候"

から農業に適していた!!

主な作物

米



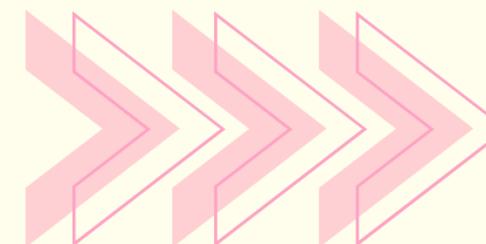
野菜

(キャベツ、ニンジン、大根)

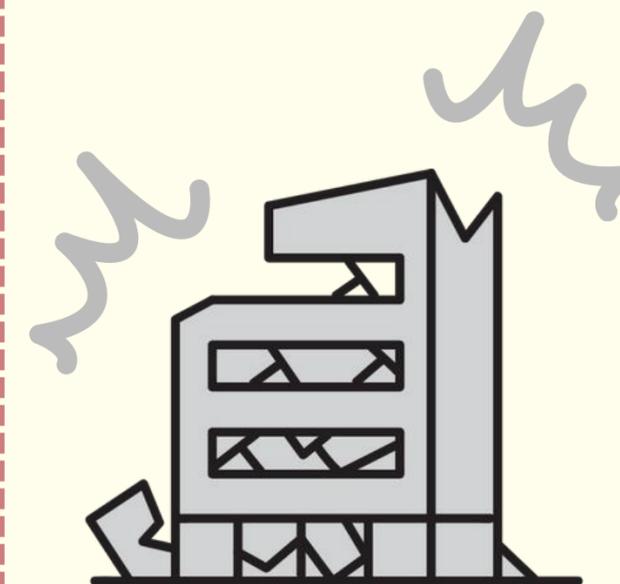


果物

(リンゴ、ぶどう)



2011年3月11日  
東日本大震災発生



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

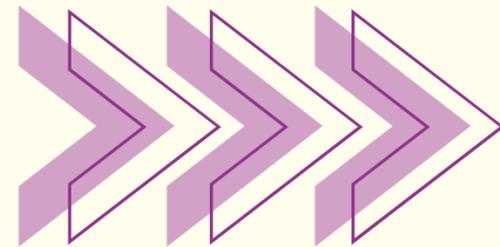
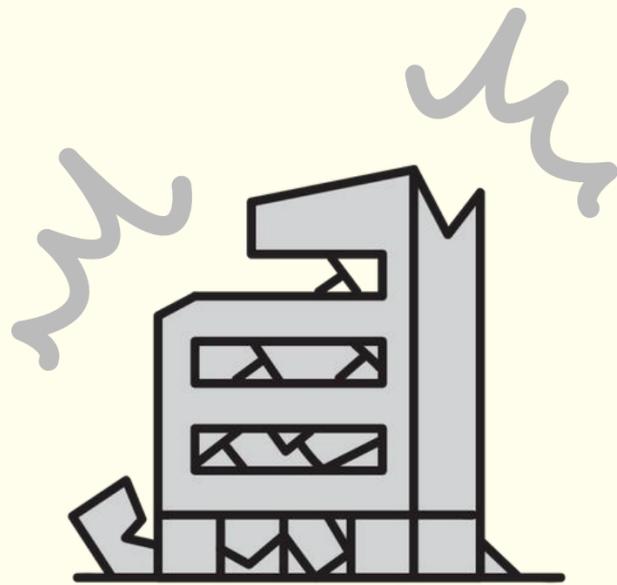
経済効果

まとめ

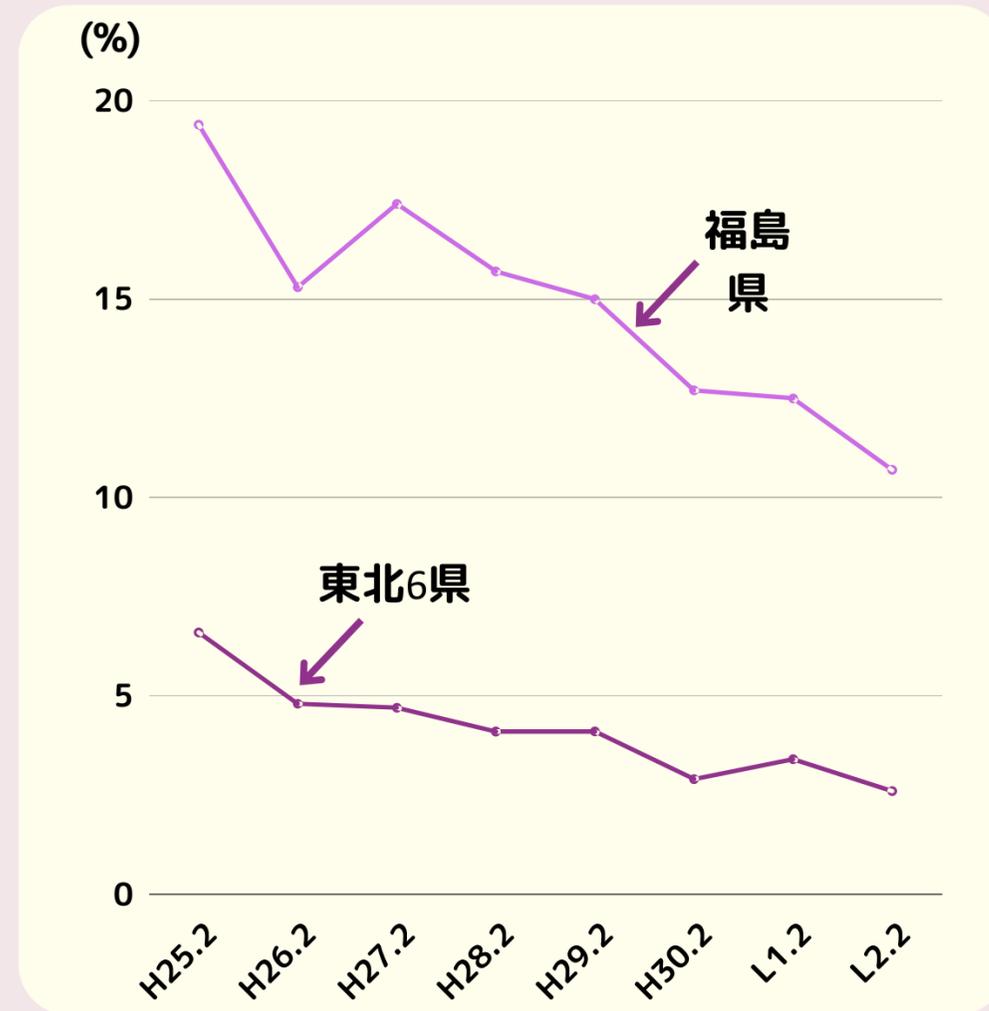
# 檜葉町の社会事情について 《震災後編①》

引用：<https://onl.bz/tJbADzx>

2011年3月11日  
東日本大震災発生



産地を気にする人が、放射性物質を理由に購入をためらう産地として選択した割合



農業で収益を上げにくくなっている



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

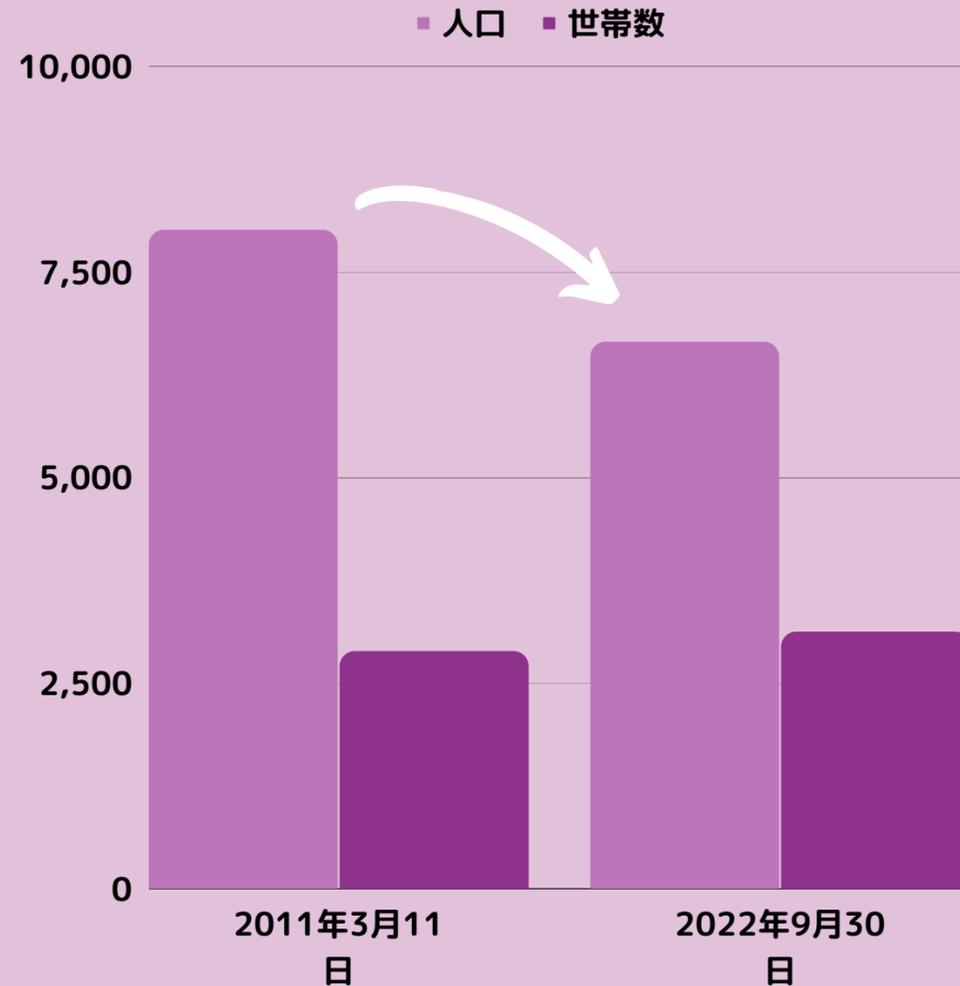
経済効果

まとめ

# 檜葉町の社会事情について 《震災後編②》

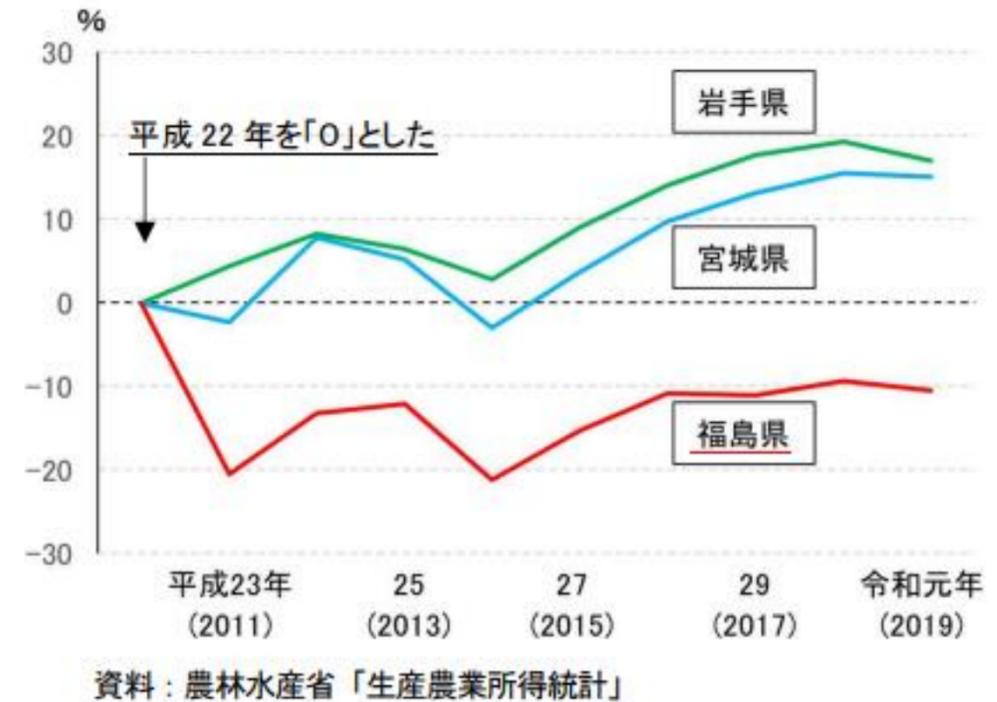
引用：<https://onl.bz/tJbADzx>

## 檜葉町人口データ



人口の大幅減少、避難解除された今も震災以前の人口には戻っていない

図表 特-15 被災3県の農業産出額(基準)の推移



他県は、震災後回復傾向にあり、震災以前よりも売れ行きが好調であるが、福島県は、震災前の水準に戻っていない

つまり、農業が栄えていた檜葉町も農業が衰退してきている

# 檜葉町のSWOT分析

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<b>Strength</b> 自然が豊富 温暖な気候 未来創造型の復興教育 低地で勾配が少なく土地利用がしやすい	<b>Weakness</b> 観光地イメージが低い 認知度が低い 老朽化、空き家が進んでいく 公共交通機関の接続性・利便性 原発事故の風評被害
外部環境	<b>Opportunity</b> コロナ収束による外国人観光客の増加 自然維持保全 常磐線全線復旧に伴う利用の増加 SNSによる拡散 震災後にできた他地域とのつながり	<b>Threat</b> 上京する人の増加（地方の人口減少） 少子高齢化 再度災害が起こるおそれ 過疎化 気候変動影響



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----



地域分析をふまえて、  
20歳以上30歳未満の人にアンケートを取ってみました！



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

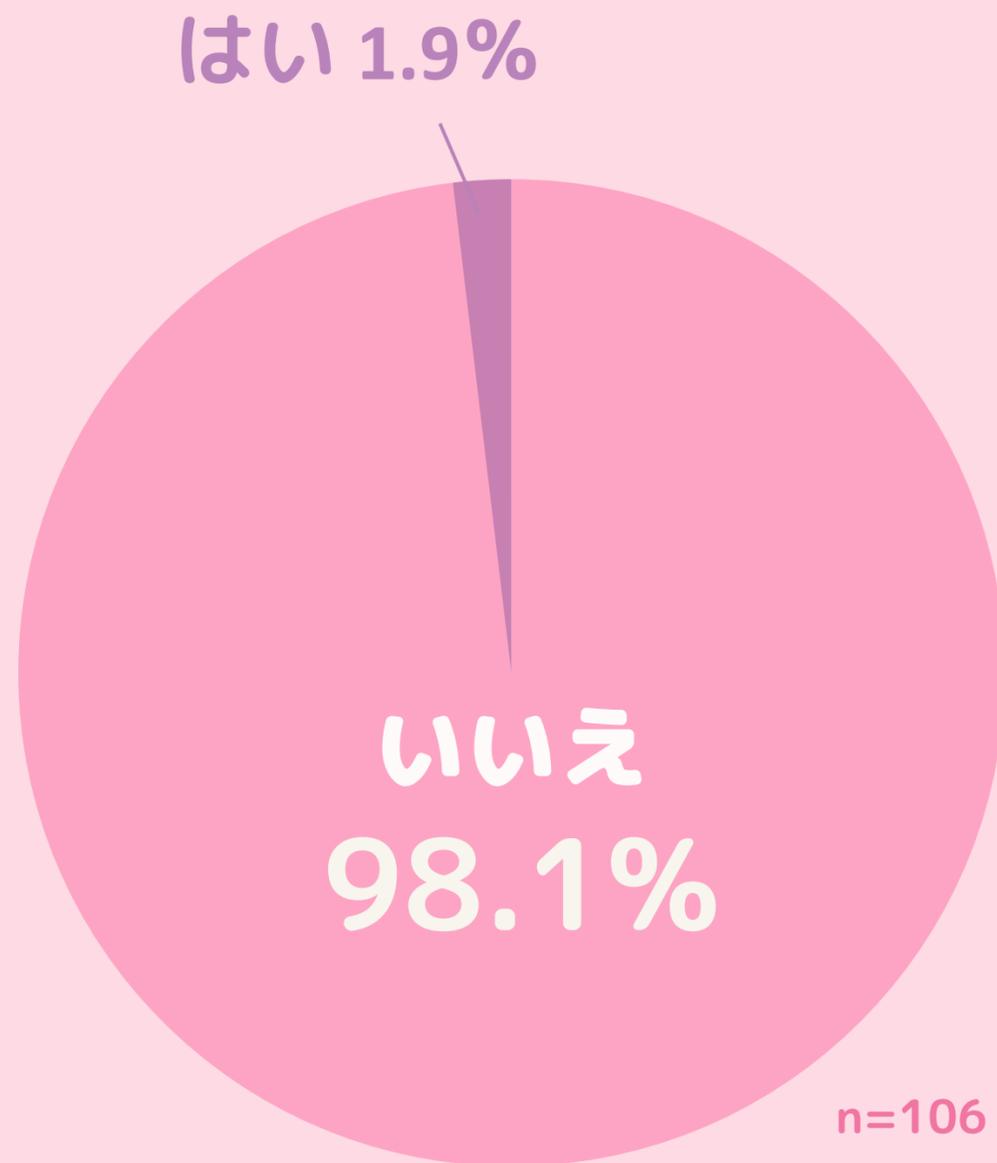
新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# Q1 あなたは福島県「楢葉町」を知っていますか？



知らないと答えた人は約98%  
→認知度が低い



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

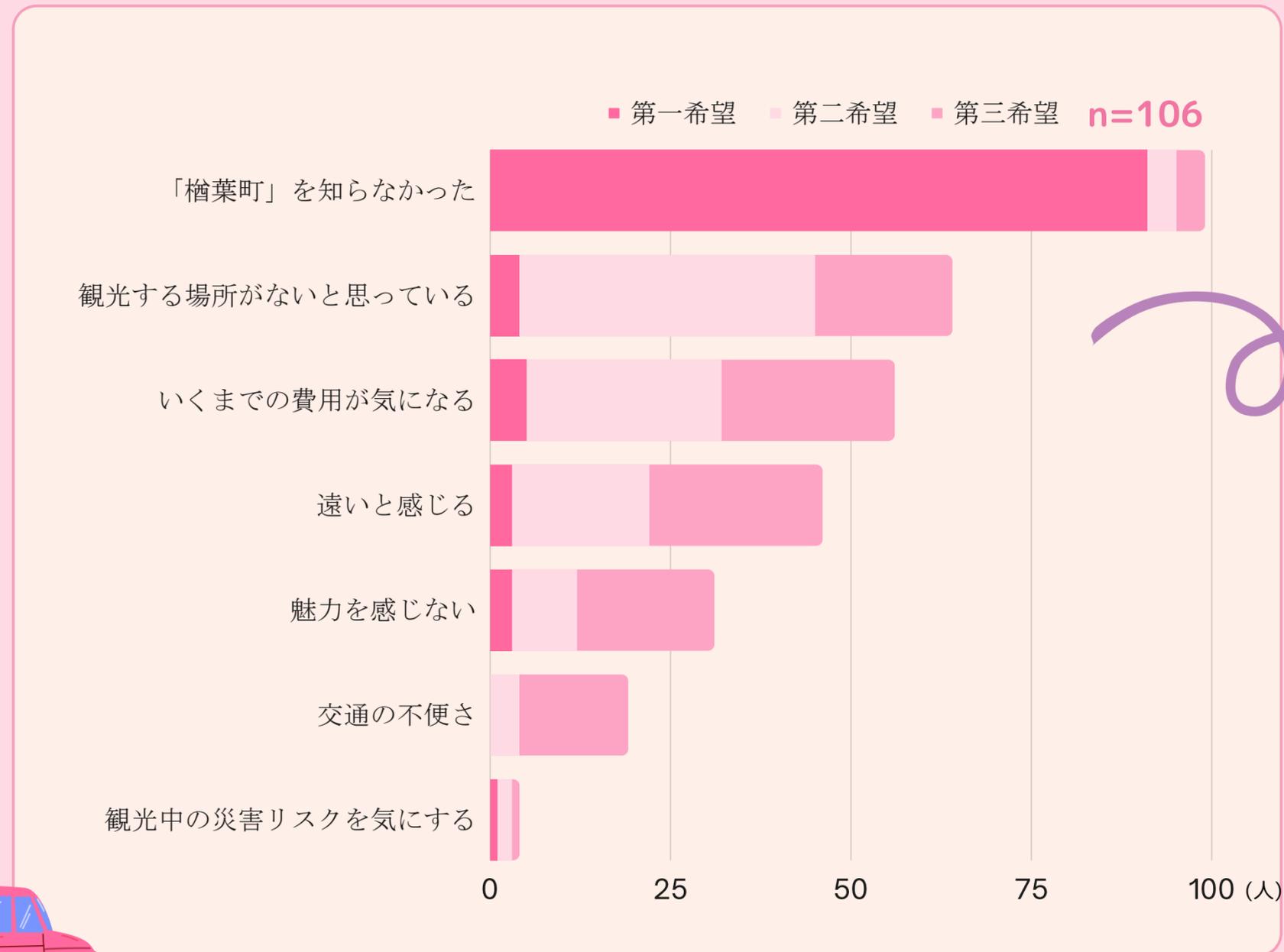
新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## Q2 福島県「檜葉町」やその周辺域に訪れない理由は何ですか？



認知度が低いという事の他に、  
観光するスポットがないという印象や  
移動費用を気にする意見が挙げられた

檜葉町に対する印象が  
マイナスであることが読み取れる



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

檜葉町役場の渡邊さんにインタビューしてみました!!

### Q3 どんな施設があったら街の人は喜びますか？

檜葉町にあるここなら笑点街は  
医療施設やアパレル店がないため、洋服を買う時や  
大きな怪我をしたときはいわきまで行かねばならない  
そういった施設ができれば町民はうれしいと思います



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

檜葉町役場の渡邊さんにインタビューしてみました!!

## Q4 檜葉町でこれは日本1位！と掲げているものはありますか？



スポーツ、サツマイモ、教育には力を入れていますが、  
日本一とはまだ言えないです。  
日本一を目指している途中です!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

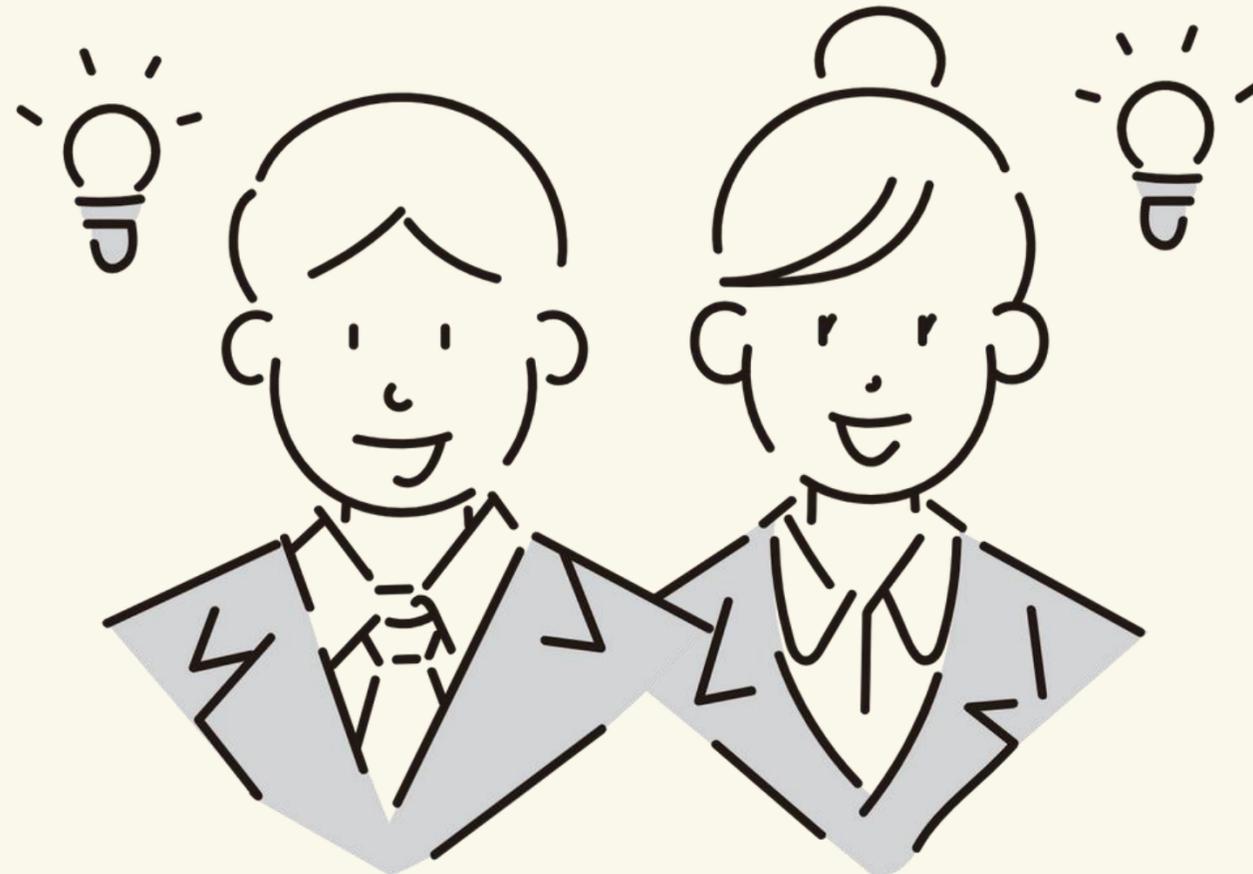
経済効果

まとめ

私たちは

今ある魅力資源を最大限に活用した、  
訪れたいと思ってもらえるまちづくりをしよう

と考えました!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

ここでいう魅力資源とは？

### 食と農

ゆず 鮭  
サツマイモ

### 活動

コンパクトシティ  
歩こう会 教育

### 人材

団結力 人の温かさ

### 自然

温泉 星 川 海  
温暖な気候

### 技術

お酒 伝統  
文化



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

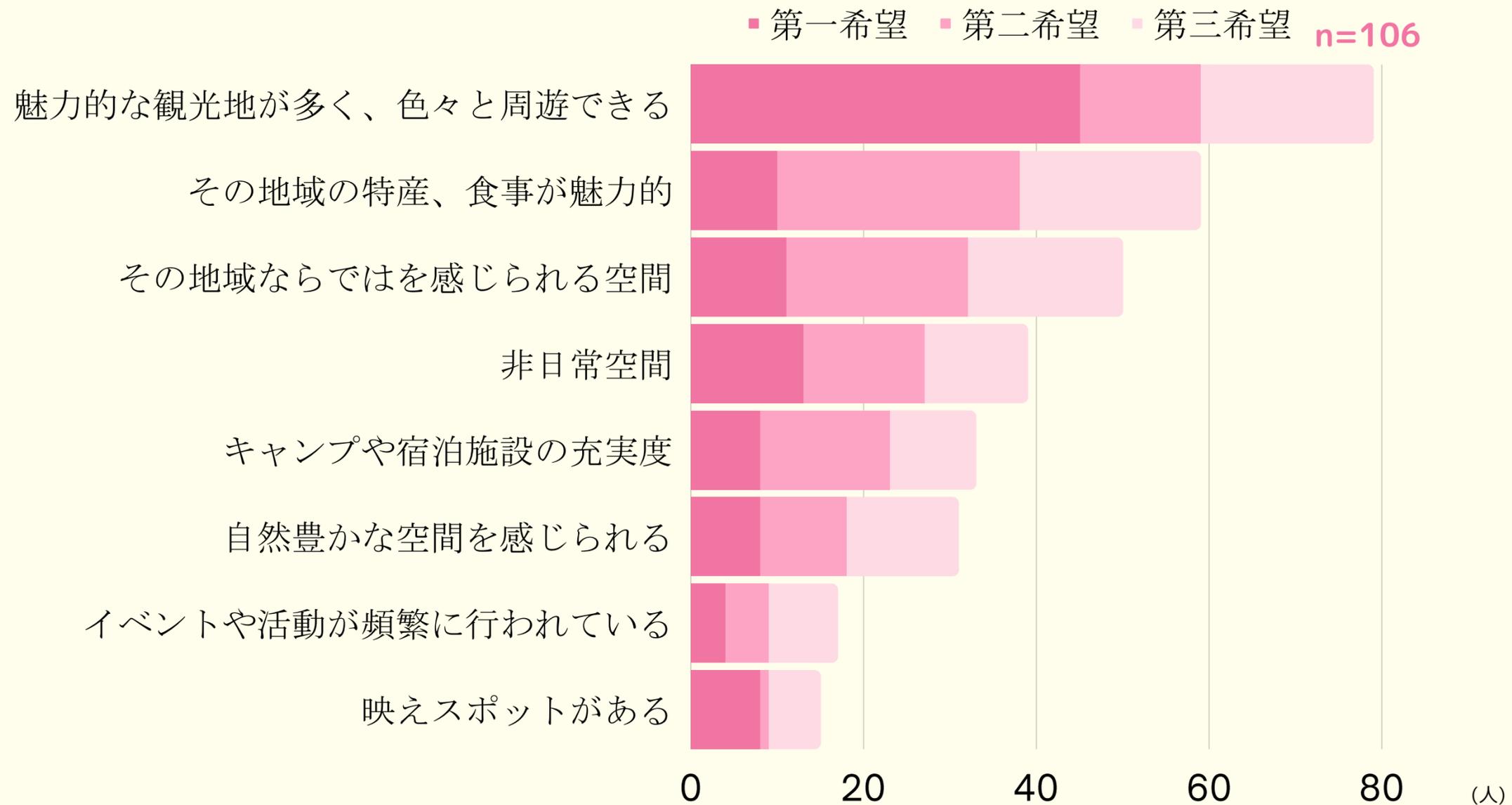
新規性

PR方法

経済効果

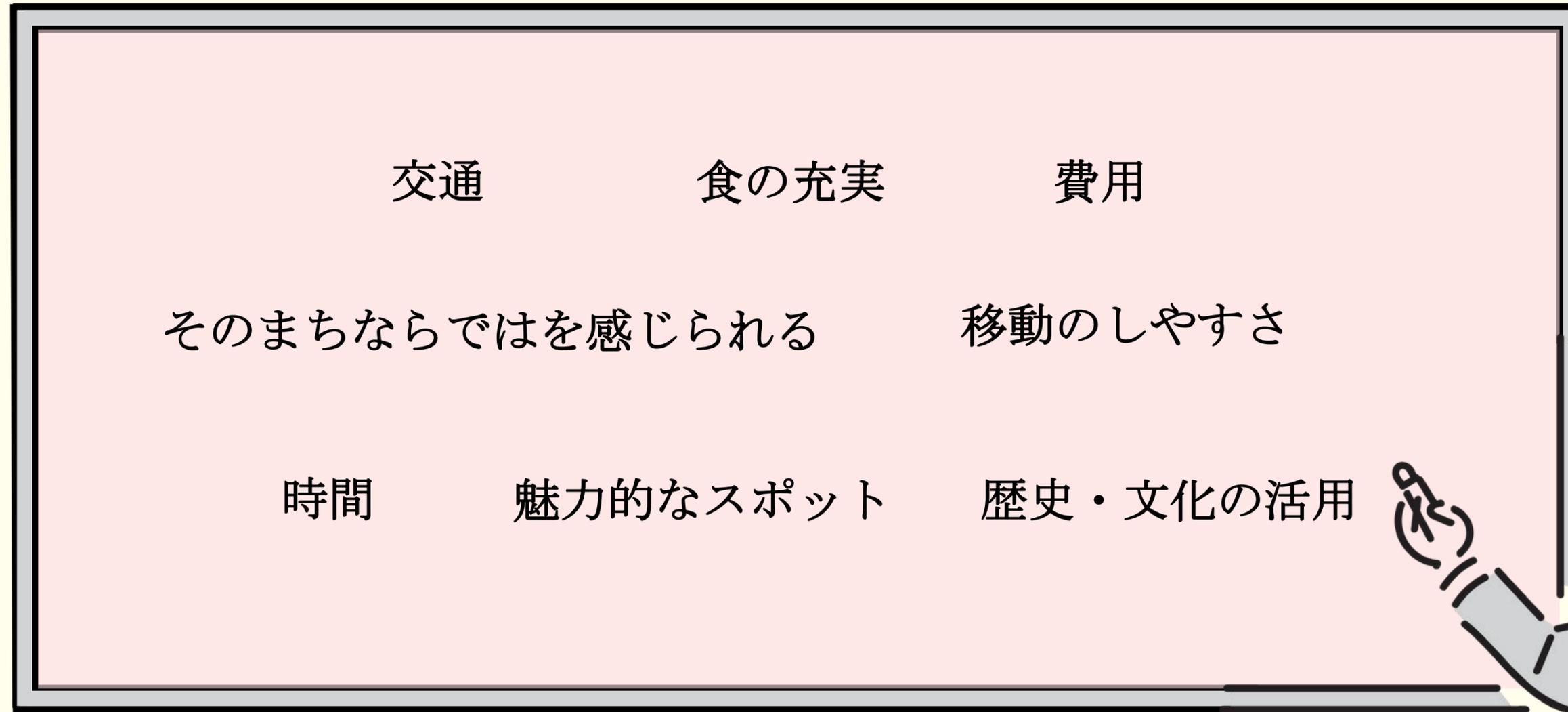
まとめ

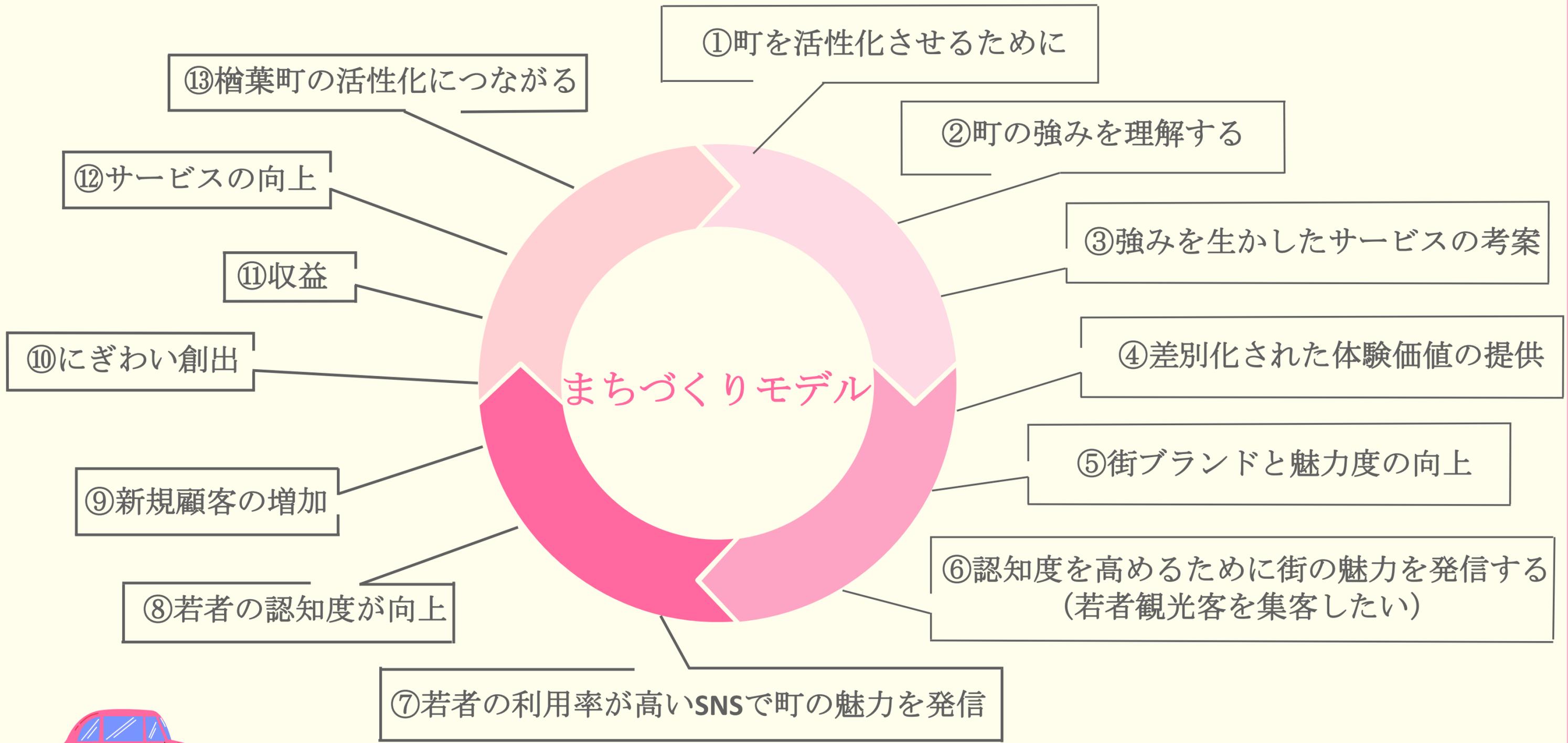
# Q5 もし観光するならどのような要素や魅力があれば良いと思いますか？



特産物やならではの感じられる空間の需要が高いことがわかる

# 私たちが考える訪れたいと思う 町の特徴





# ソーシャルニーズ

1



自然

2



温泉

3



特産物

の需要について考えてみました!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

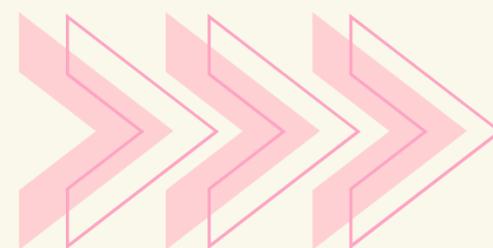
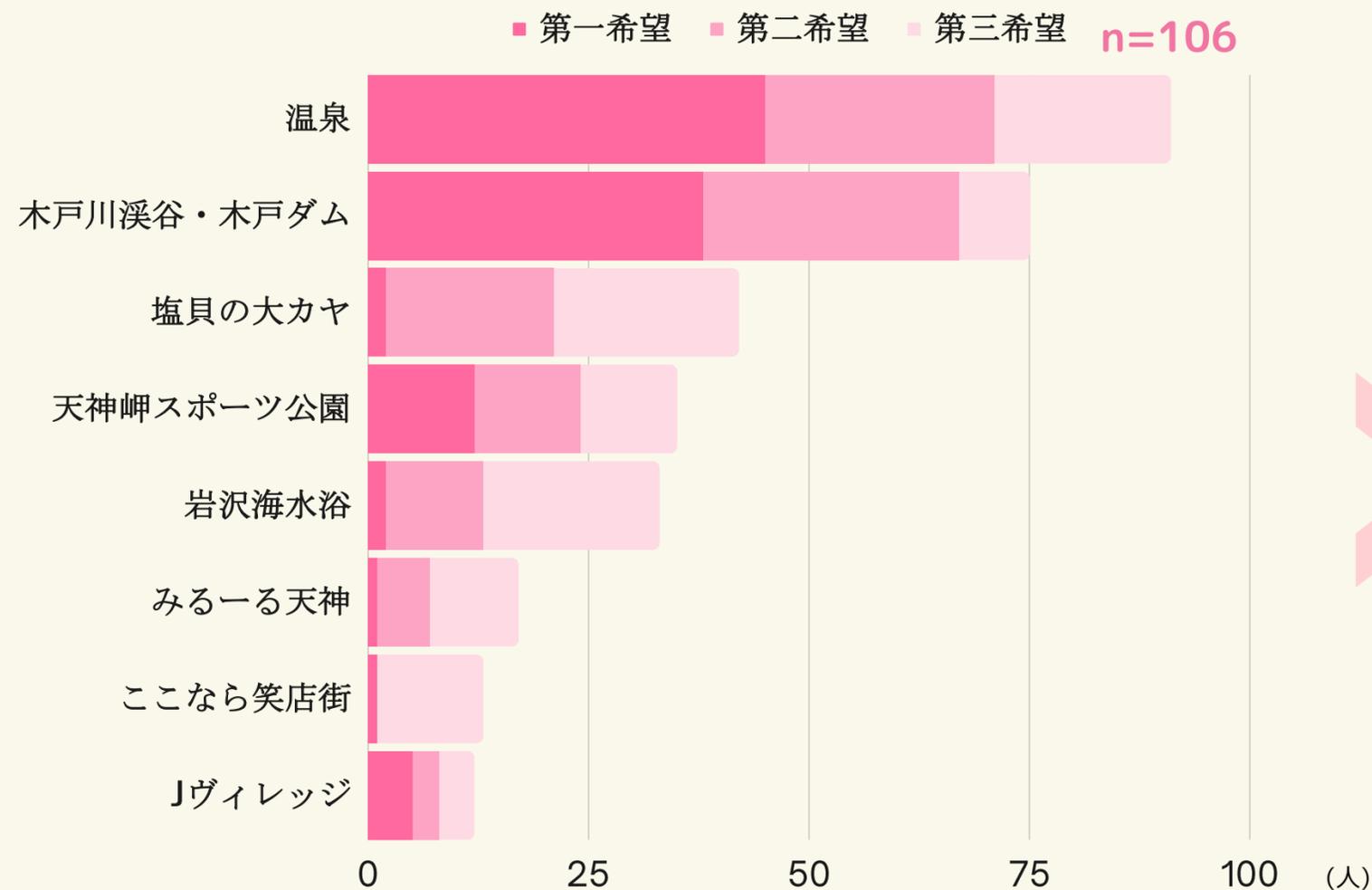
PR方法

経済効果

まとめ

# ソーシャルニーズ 《自然編》

Q6：あなたなら檜葉町のどこに魅力を感じ、訪れてみたいですか？



- 1位 温泉
- 2位 木戸川溪谷
- 3位 塩貝の大カヤ

より、“自然”の  
需要が高まっている



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

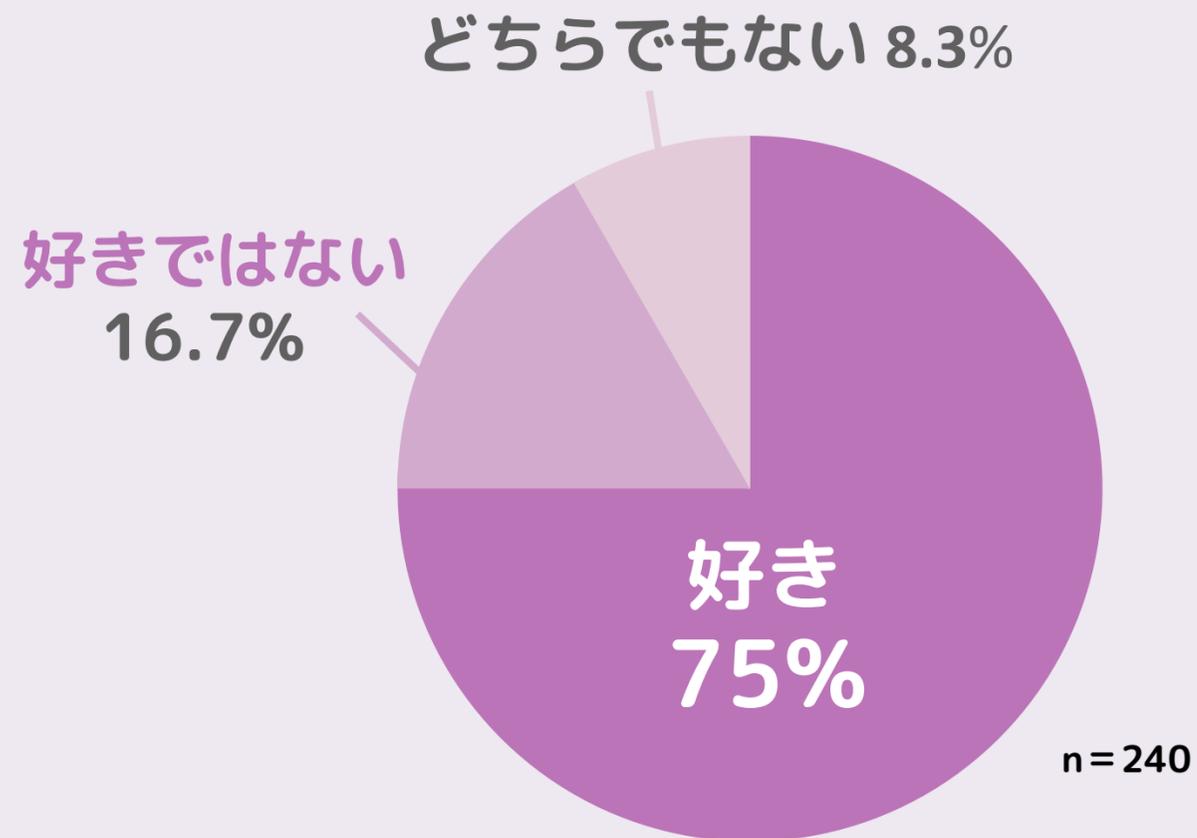
PR方法

経済効果

まとめ

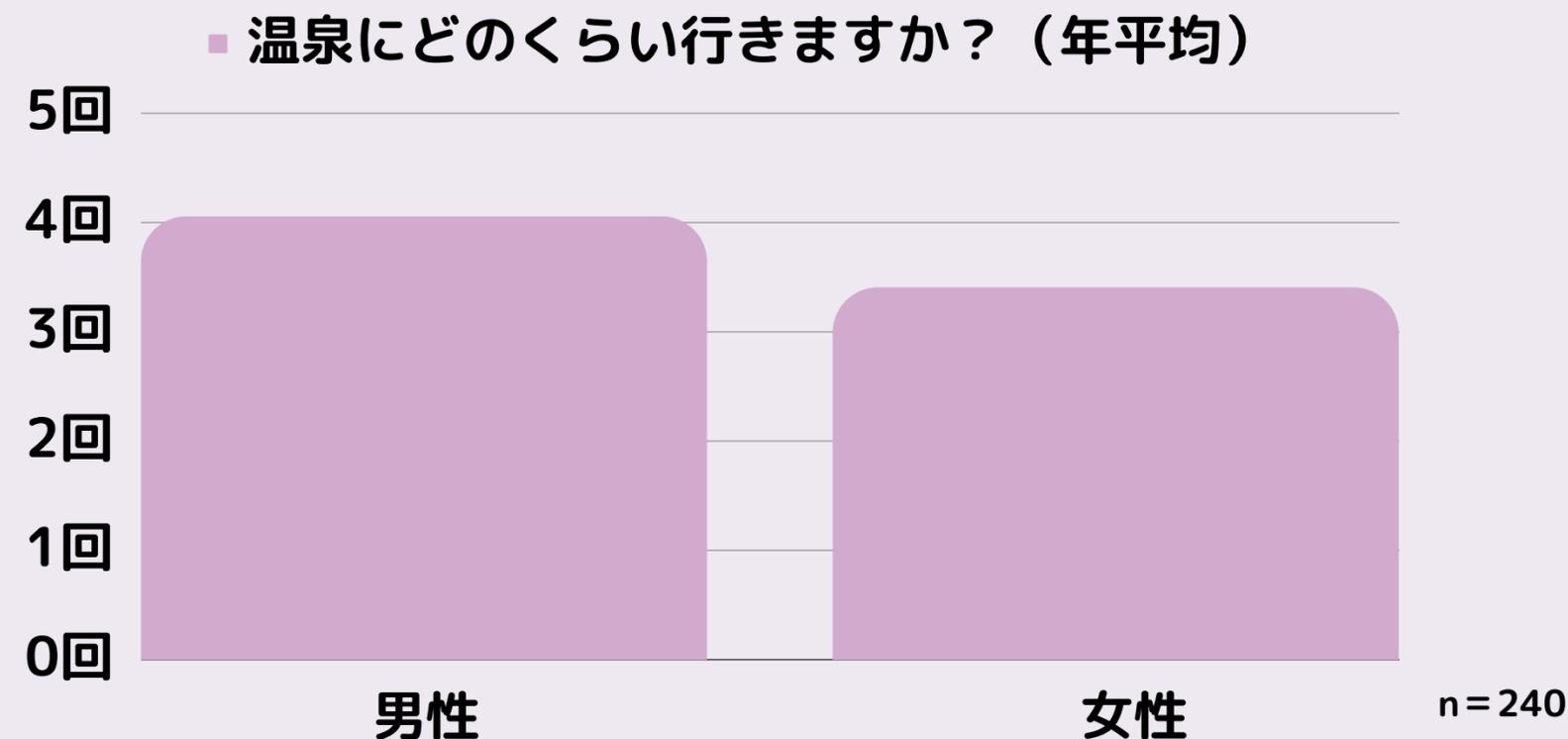
# ソーシャルニーズ 《温泉編①》

## Q7 温泉は好きですか？



温泉が好きと答えた人は約8割

## Q8 1年間にどのくらい温泉を訪れますか？



温泉の頻度の平均は年に約3回



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

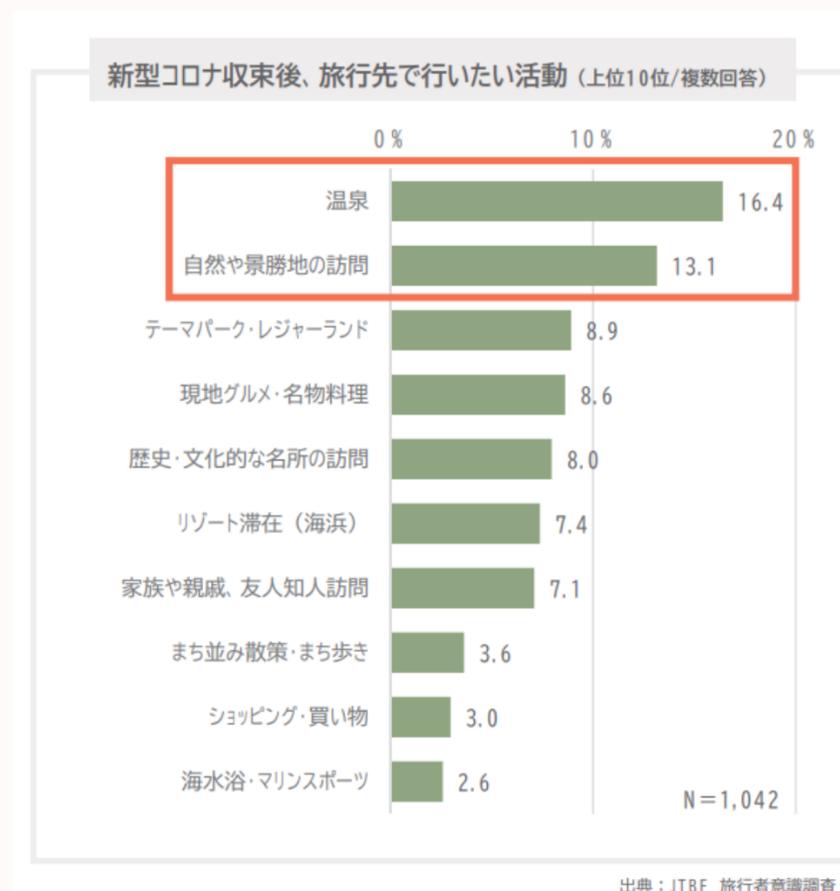
経済効果

まとめ

### JTBFの調査によると、



コロナ収束後に国内旅行に行きたい人は7割



行いたい活動の1位に温泉が挙げられた



近年、温泉に訪れたいという需要が高まっている

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

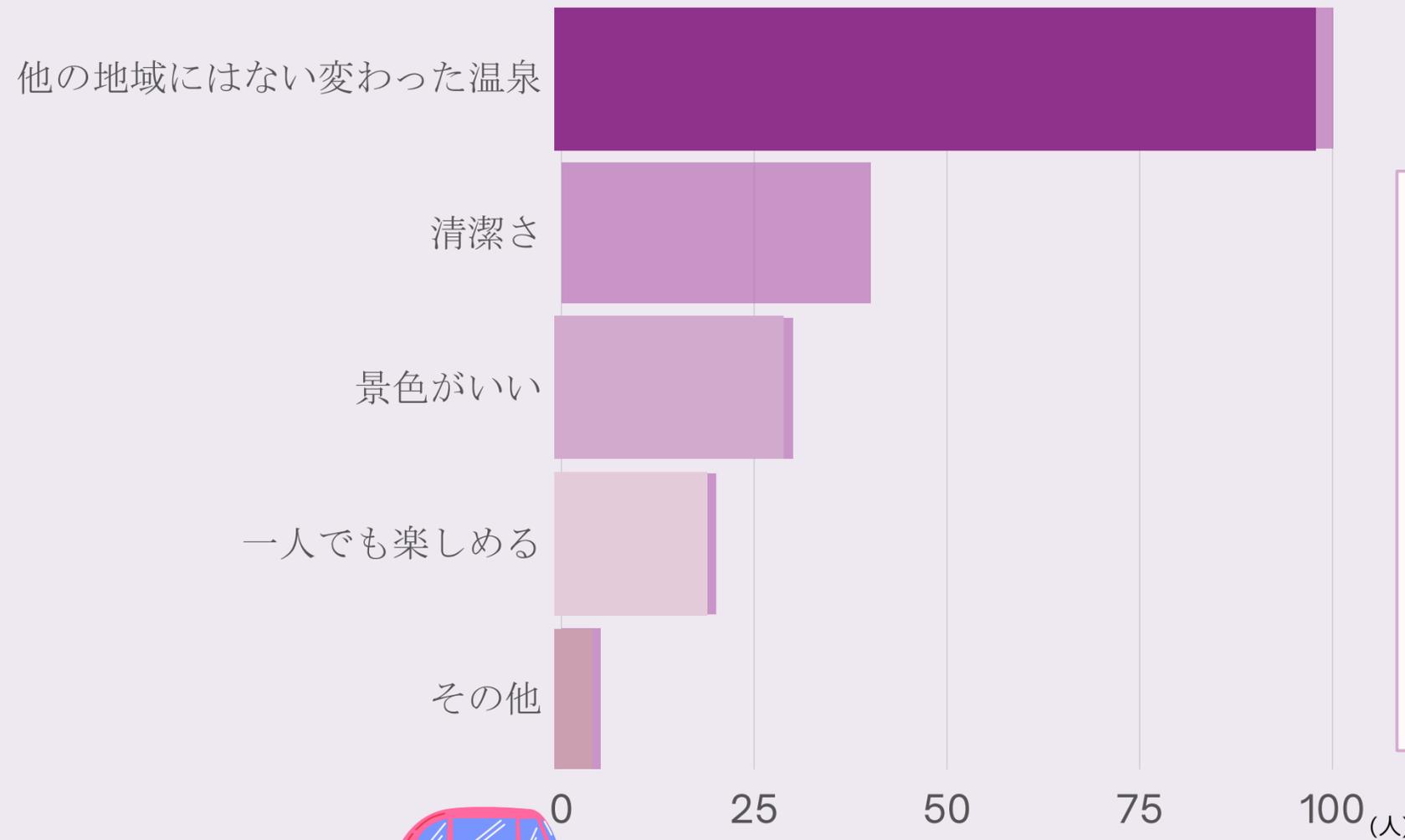
PR方法

経済効果

まとめ

# ソーシャルニーズ 《温泉編③》

Q9 どんな温泉であれば訪れたいと思いますか？ n=240



## 私たちが行う事

檜葉町の特産物や景色を活用して  
他の温泉施設との差別化を図る

元ある施設を活かしつつ、  
清潔さを生み出すリノベーション提案



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

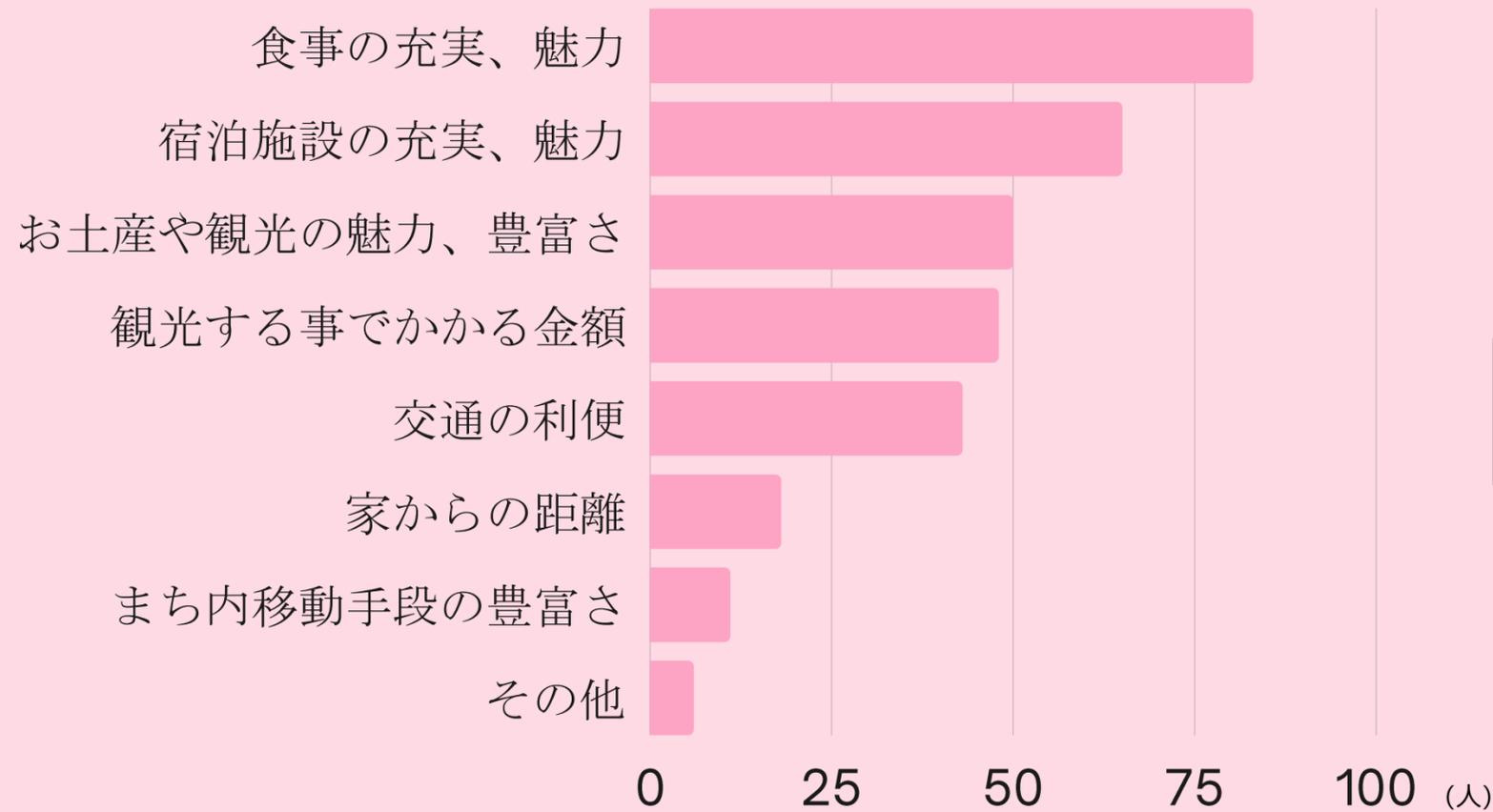
PR方法

経済効果

まとめ

# ソーシャルニーズ 《特産物編①》

## Q10 観光地を決める基準は何ですか？ n=108



### 求められること

食の充実が1位であることから、食需要が高いことが読み取れる。

食や観光地、宿泊施設のクオリティの高さが求められる

その町でしか得られない体験・空間が必要



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# ソーシャルニーズ 《特産物編②》

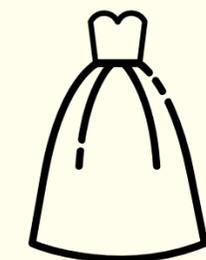
檜葉町天神岬スポーツ公園の坂本さんにインタビューしてみました!!



Q11 「檜葉の風」をよく飲みますか？

A： 日頃からよく飲みます。  
地元の人にも人気です！

Q12 お酒を造るにあたっての問題点がありますか？



米袋30kg

×10個分の酒粕がでる

酒粕の活用方法に悩んでいる



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 檜葉町天神岬スポーツ公園の坂本さんへのインタビューによると

## Q13 今後増えてほしい年齢層は??

A : 若者と子育て世代に来てもらい・定住してもらいたい



キャンプ利用などで30代40代のファミリー層は多くいるが、若者が少ないため、若者に来てもらいたい



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

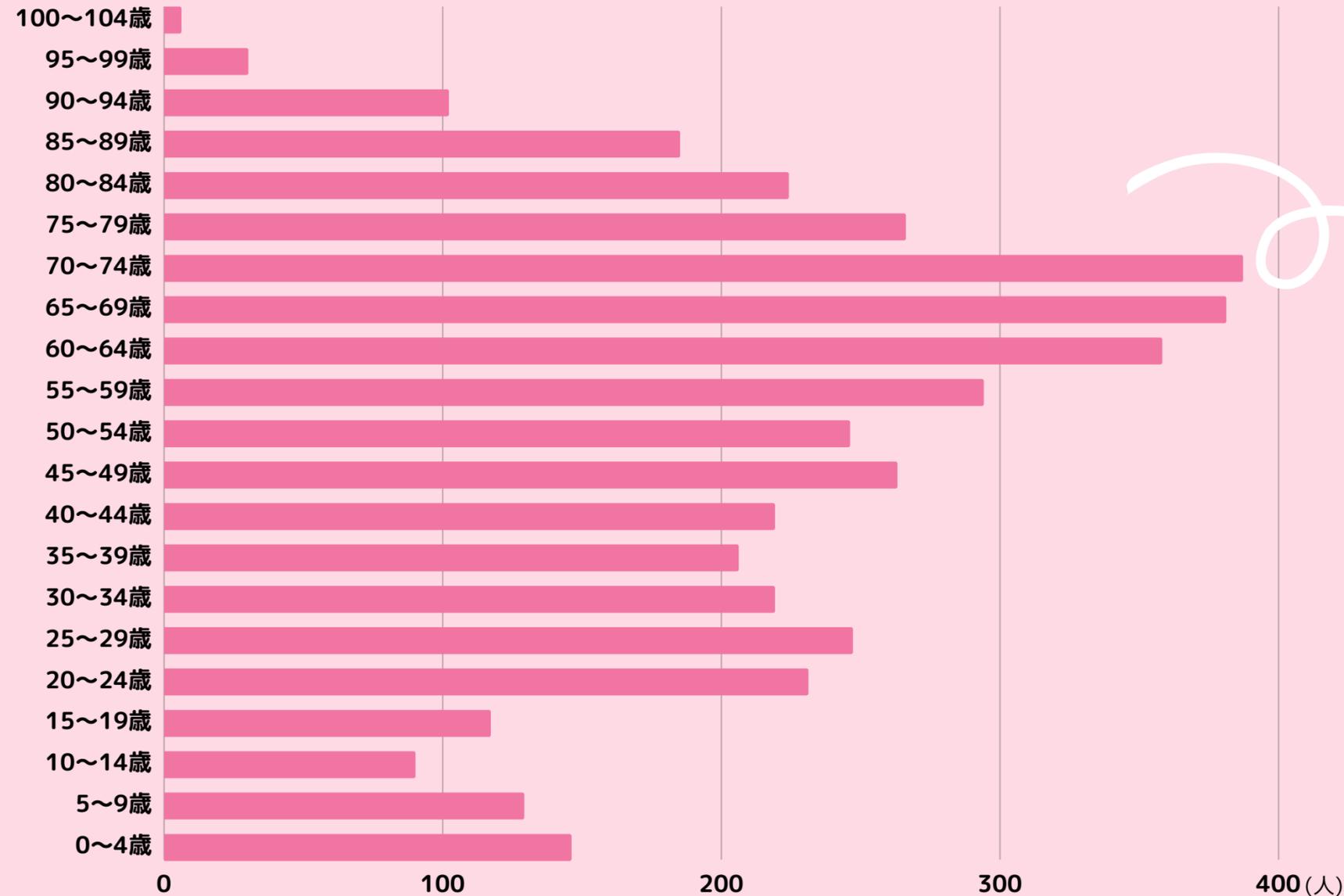
経済効果

まとめ



# 檜葉町HPに掲載されている檜葉町内住居者集計表（R5.7.31）より

引用：<https://onl.bz/zPdeyw1>



一番多い年齢層としては、  
**70歳から74歳**が最も多い

檜葉町住居者全体人口は、**4,346**人であり、  
**60歳以上**の人数が**1,939**人であるため、  
**60歳以上**の人口が**4割**をこえている

町役場としても  
生産年齢人口を増加させ、  
檜葉町を盛り上げたい!!

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 私たちが20代にとってアンケートから

温泉に訪れたいと思っている人



多い

自然に触れたいと思っている人

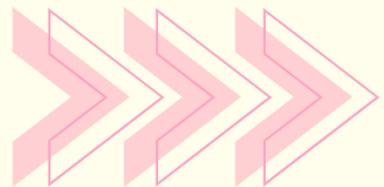


多い

ゆず×日本酒に興味がある人



多い



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 町の人へのインタビューやデータから

町内における生産年齢人口



減少

町内における若者需要

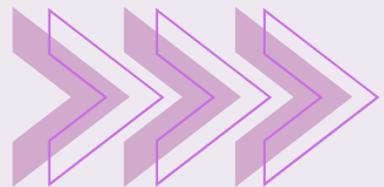


増加

魅力資源の発信・活用



不足



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

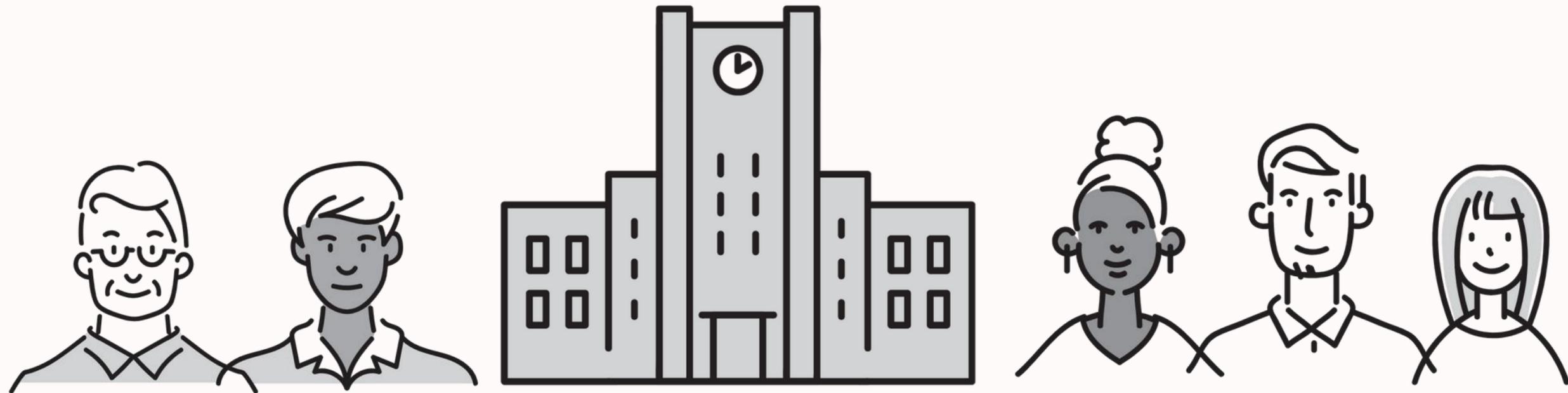
新規性

PR方法

経済効果

まとめ

私たちは、独自の調査・分析から



# ターゲットを大学生にしました！

(18歳から25歳)



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

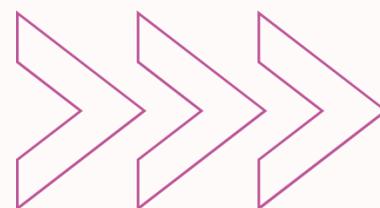
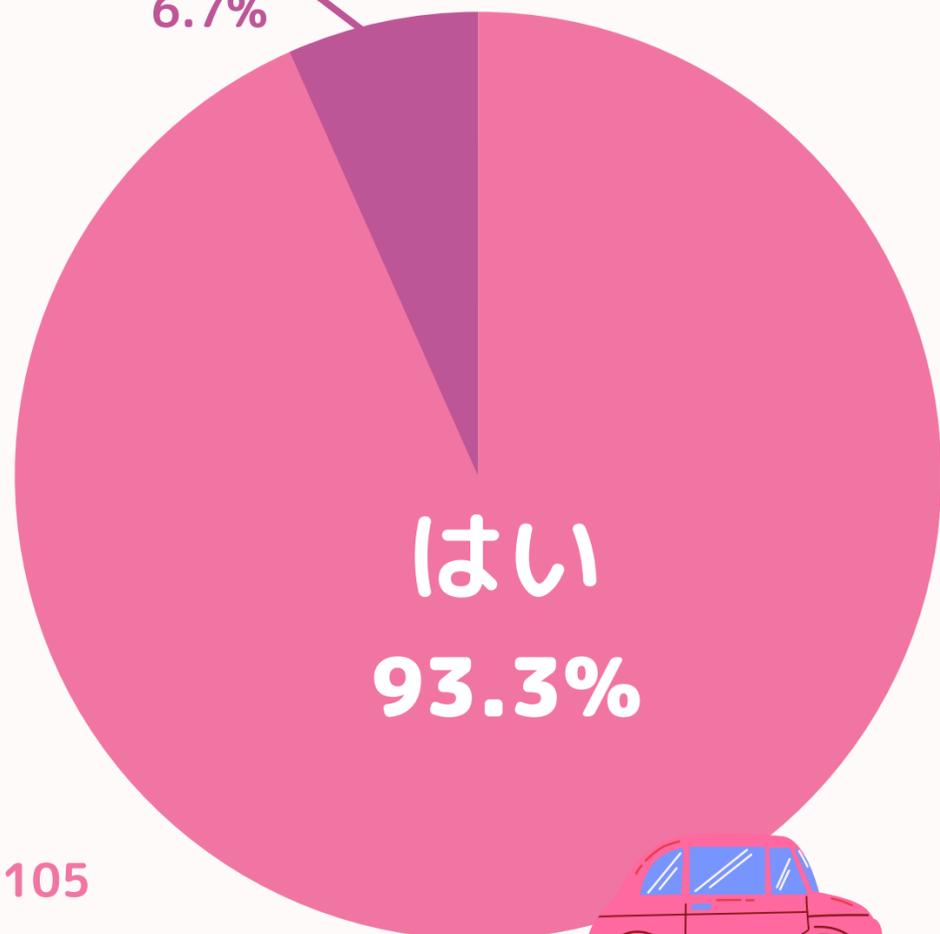
経済効果

まとめ

ターゲットを大学生に設定したため、大学生にもアンケートを取ってみました!!

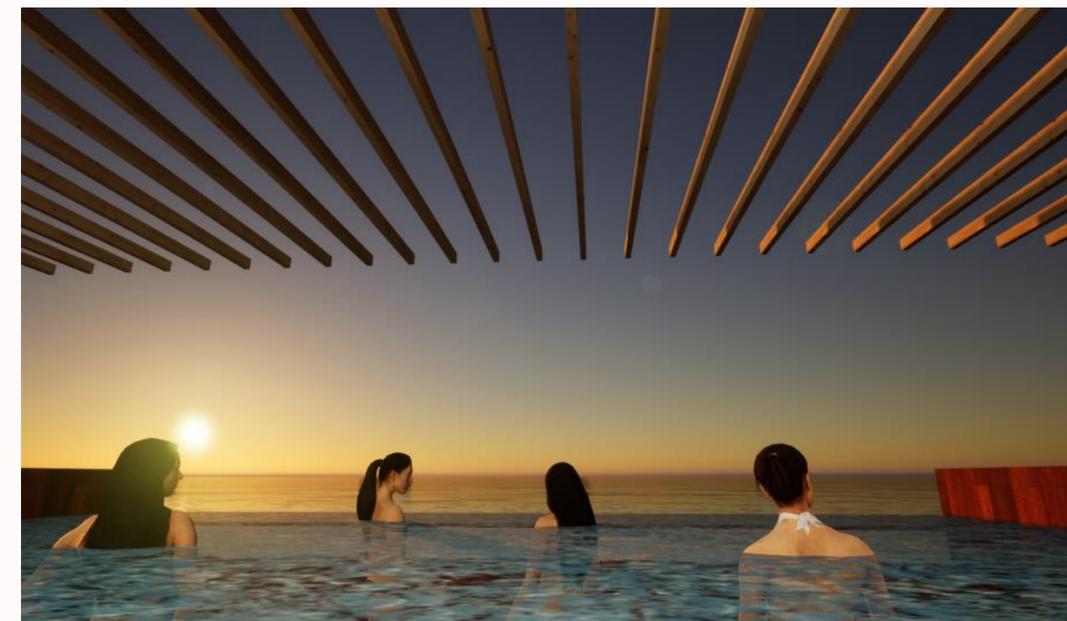
Q14 「映え・チル・非日常・ならでは」を体験し年中楽しめる環境、設備があれば訪れてみたいと感じますか？

いいえ  
6.7%



## チルってなに～??

「自然の中で非日常的な体験を通して、心身ともにリラックスできている状態のこと」



大学生に檜葉の特産品やならではを通してチル体験してもらいたい

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

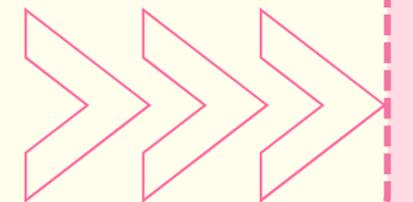
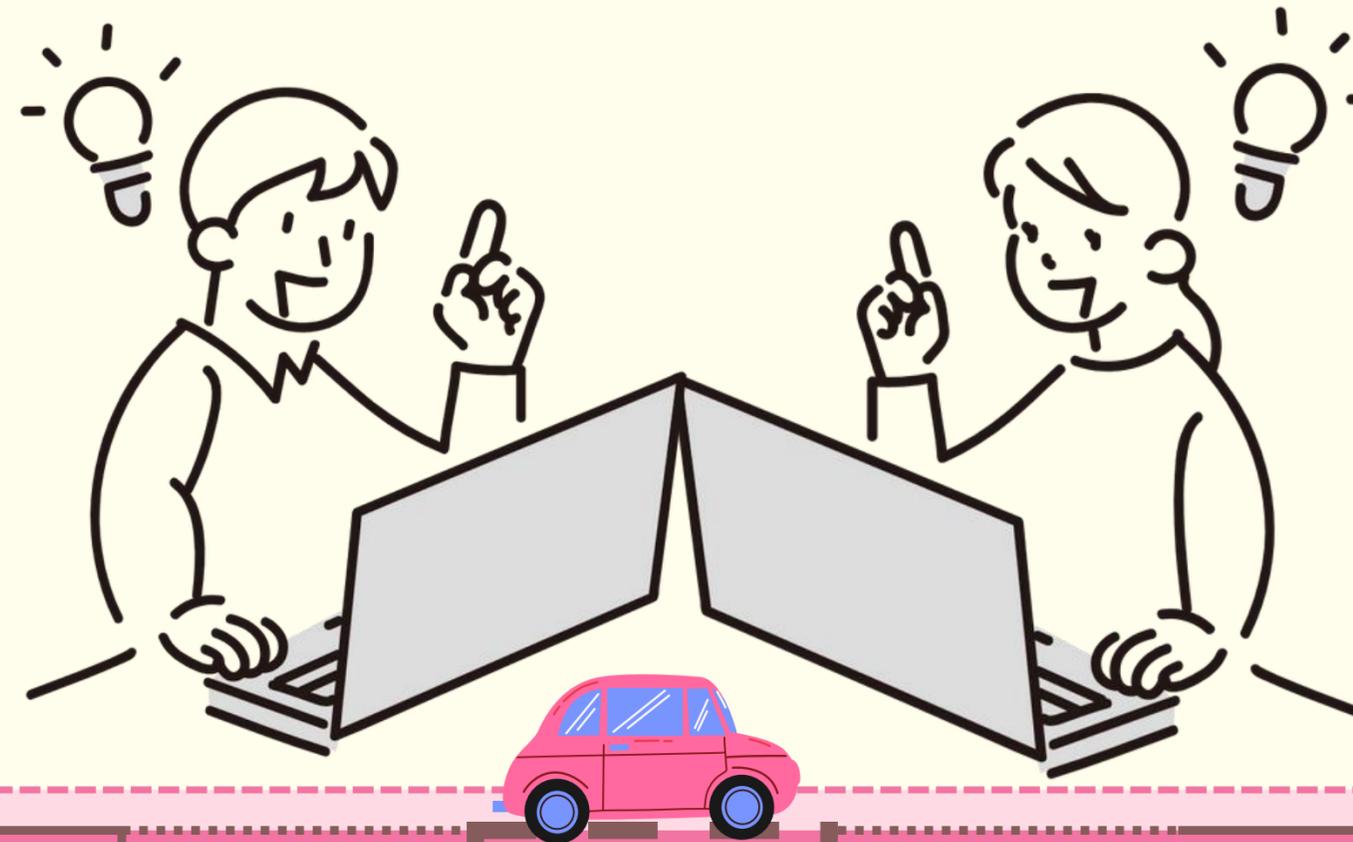
経済効果

まとめ

私たちは、提案コンセプトを

ここで魅せる檜葉の魅力  
～自然で安らぎと癒しのひとときを～

に設定しました!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

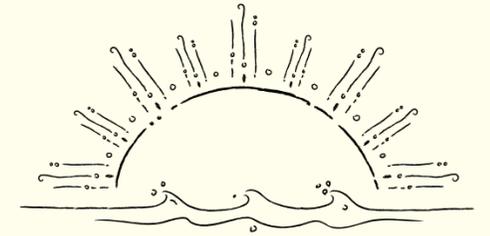
まとめ

# 提案対象地：天神岬スポーツ公園

## 天神岬スポーツ公園の魅力

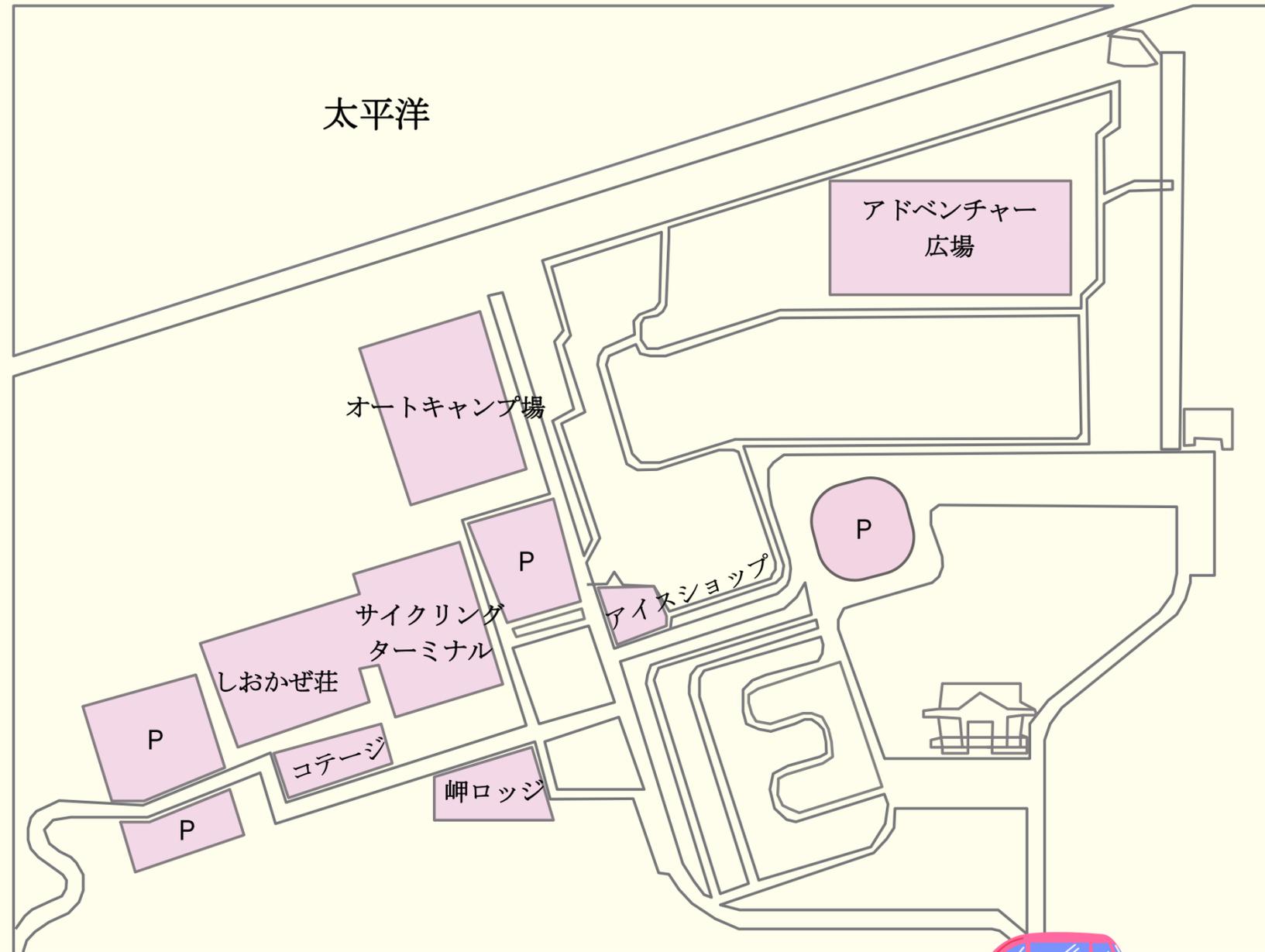
### ①自然を堪能できる

太平洋一望  
星空 日の出



### ②一か所で様々な体験ができる

- BBQ
- 遊具
- 展望台
- コテージ
- オートキャンプ
- サイクリング
- 温泉
- 神社



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 提案対象地：天神岬スポーツ公園



天神岬スポーツ公園は、檜葉町の魅力資源を活かせる環境が整っている!!

**魅力資源 × 天神岬スポーツ公園**

**→ 他とは異なる新たな体験価値の提供**

「温泉」「キャンプ」といった若者需要の高い魅力資源があるのに  
知られていない、使われていない現状があるため、この魅力資源を最大に活用し  
「賑わい」を作り復興へ繋げたい!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 提案内容：公園全体のリノベーション



## 1 しおかぜ荘のリノベ

インフィニティ風呂    ゆず風呂  
酒風呂（檜葉の酒）



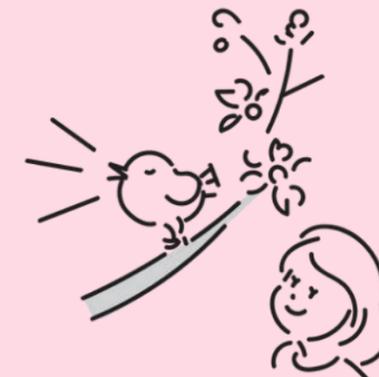
## 3 周辺道路照明

キャンプ場以外の公園内の動線



## 2 展望台の拡大

景色を堪能するための滞留スペースを追加  
柵上から太平洋を一望  
観光・イベントなど多利用可能



## 4 旧公園跡地の提案

特産品へのふれあい×教育の創出  
ゆず植栽



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 1 しおかぜ荘（温泉施設）のリノベーション 現状

温泉施設として不自由がないの  
なんでリノベーションするの??



**温泉需要の高まり** があるにも関わらず、

街の魅力資源を取り入れた

観光客が **利用** したくなるような

温泉施設になっていないため、

今ある **建物の価値向上** と

**町の特産品** の **発信の場**

を創造するため

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 1 しおかぜ荘（温泉施設）のリノベーション 現状

1階 浴室温泉



引用：http://naraha-tenjin.net/enjoy/hot-spring

露天風呂



引用：https://furunavi.jp/product\_detail.aspx?pid=211314

2階 リラックスルーム



露天風呂



引用：http://naraha-tenjin.net/enjoy/hot-spring



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

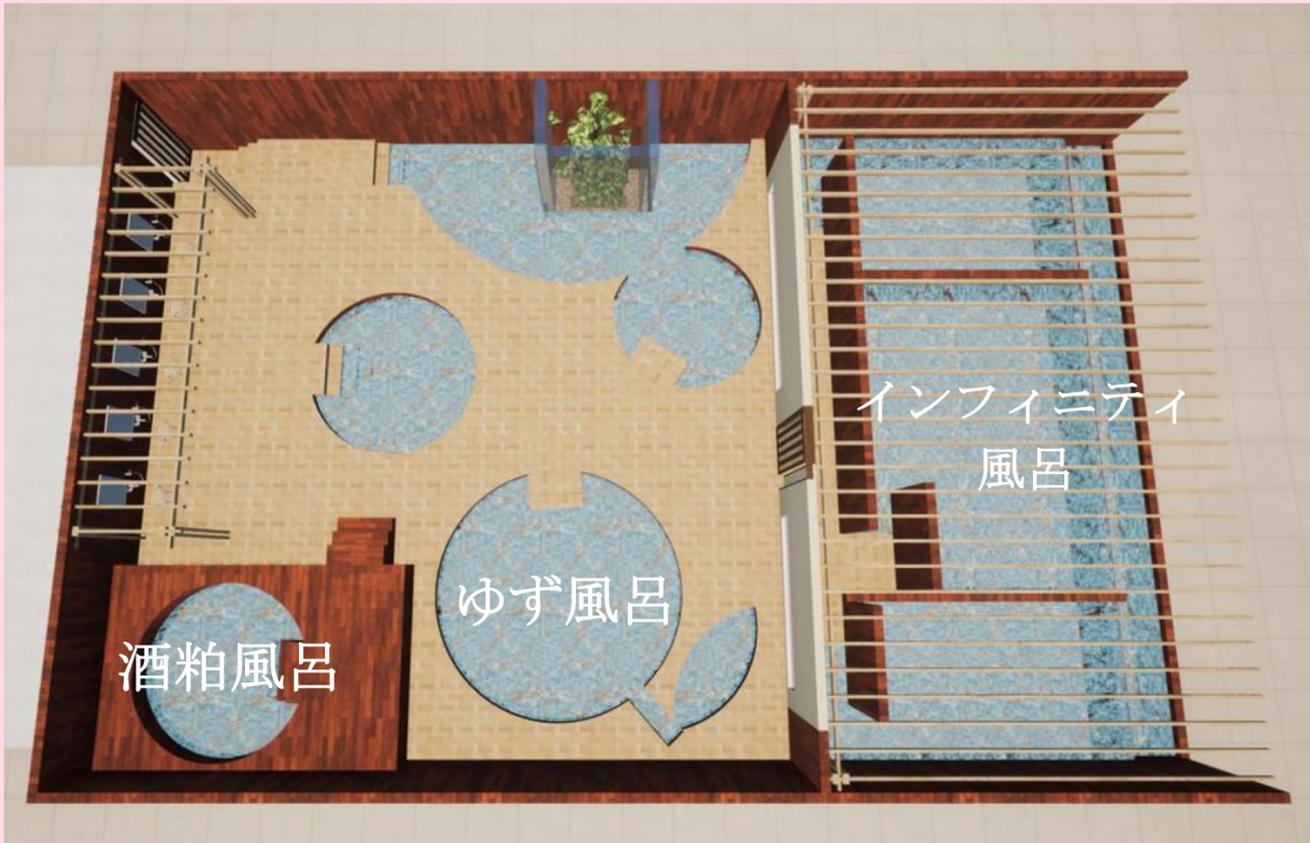
経済効果

まとめ

# 1 しおかぜ荘（温泉施設）のリノベーション 現状

リノベーション後のイメージ図

## ..... 浴場平面パース .....



ゆず風呂はゆずの形に、酒粕風呂は少し小高い場所にする事で魅力資源をより強調した温泉とした

## ..... 入浴パース .....



全体的な材質＝木  
＋  
植物  
↓  
**「和」の雰囲気演出**

## ..... インフィニティパース .....



魅力資源である「日の出」「太平洋」を最大限堪能する  
↓  
**インフィニティ風呂**



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

# 1 しおかぜ荘（温泉施設）のリノベーション 現状

リノベーション後のイメージ図

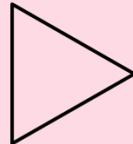
## 現在のカラオケルーム



引用：<http://nara-ha-tenjin.net/enjoy/hot-spring>

## リノベーション後のカラオケルーム

和モダンをコンセプトにデザインしました!!



絨毯や畳の椅子を作ることによって、よりアットホームな雰囲気を楽しむことが出来る



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

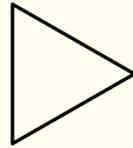
# 1 しおかぜ荘（温泉施設）のリノベーション 現状

リノベーション後のイメージ図

現在のリラックスルーム



窓やテレビに向かって一様に並べられた椅子やマッサージチェアが印象的な一室



リノベーション後のリラックスルーム



真ん中に特徴的なコミュニティスペースを創ることで、施設を利用している人たち同士の交流場を演出した



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

# 1 しおかぜ荘（温泉施設）のリノベーション を行う事で生み出される効果

1

魅力資源を前面に打ち出すことによって**魅力資源の認知度の向上・価値の向上**

2

ファミリー層だけでなく、**若者の利用者の増加**が見込め、**活気や賑わい**が生まれる

3

施設が新しくなれば、住民の方々の利用も増加し、**地域内の経済活性**にもつながる



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 2 展望台の拡大について

現在の展望台パース



・・・**現状**・・・

現在の展望台は景色はきれいに見えるものの、ここに訪れたいと思う要素にはなっていない

公園の端にポツンとおいてあり、広い空間を十分に生かしていない

**私たちは、**

展望台を拡張し、海沿いの景色だけでなく、  
公園全体を眺められるようにしたい!!  
昼夜問わず訪れたい場所を創造したい!!

→ **展望台を拡張しよう!!**



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 2 展望台の拡大について イメージ写真

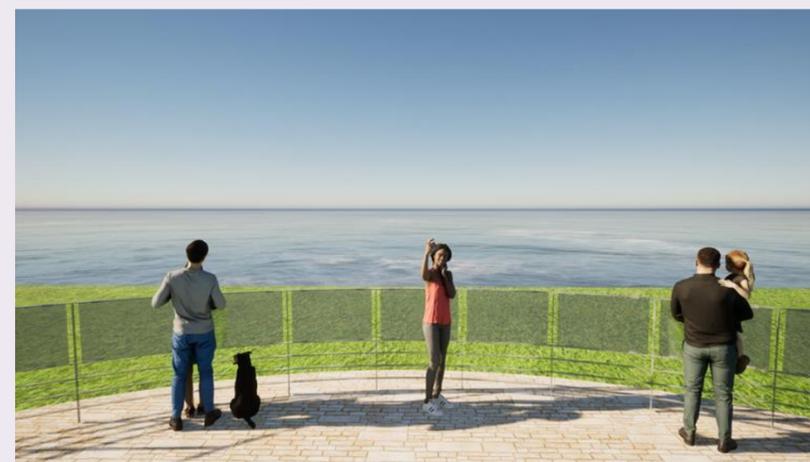
.....展望台パース.....



～天神岬スポーツ公園の新たなシンボル～

ただの展望台ではなく滞留できる場所を設けることで、海や公園内の景色を楽しんでもらえるようにした

.....昼ver.....

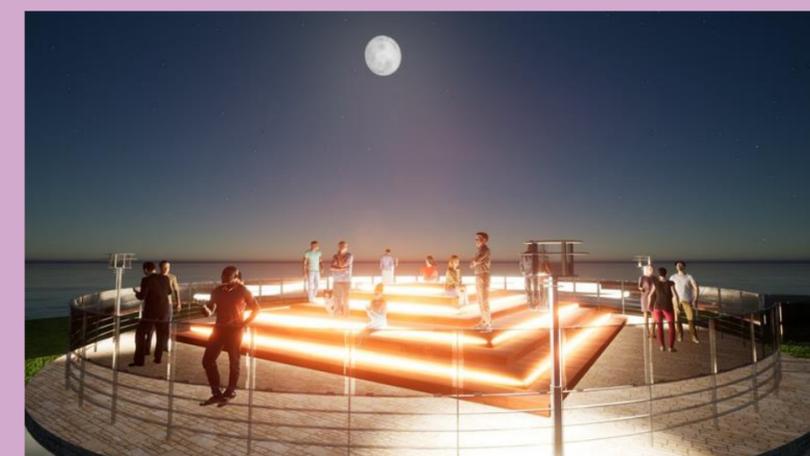


太平洋を  
独り占めできる  
滞留スペースの増加



新たなコミュニティ  
空間の創出

.....夜ver.....



間接照明の設置



落ち着いた空間を演出  
+  
夜でも安心・安全



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 2 展望台の拡大を行う事で生み出される効果

- 1 太平洋を一望できるこの場所「ならでは」な体験価値を提供できる
- 2 普段人が歩かない場所に人流を作ることができ、賑わいを創出できる
- 3 景色がきれいに見える展望台に拡張する事で、若者世代の"映え"というニーズを満たし、新規の観光客が増加し、地域価値が向上するとともに経済的にも効果が見込める



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

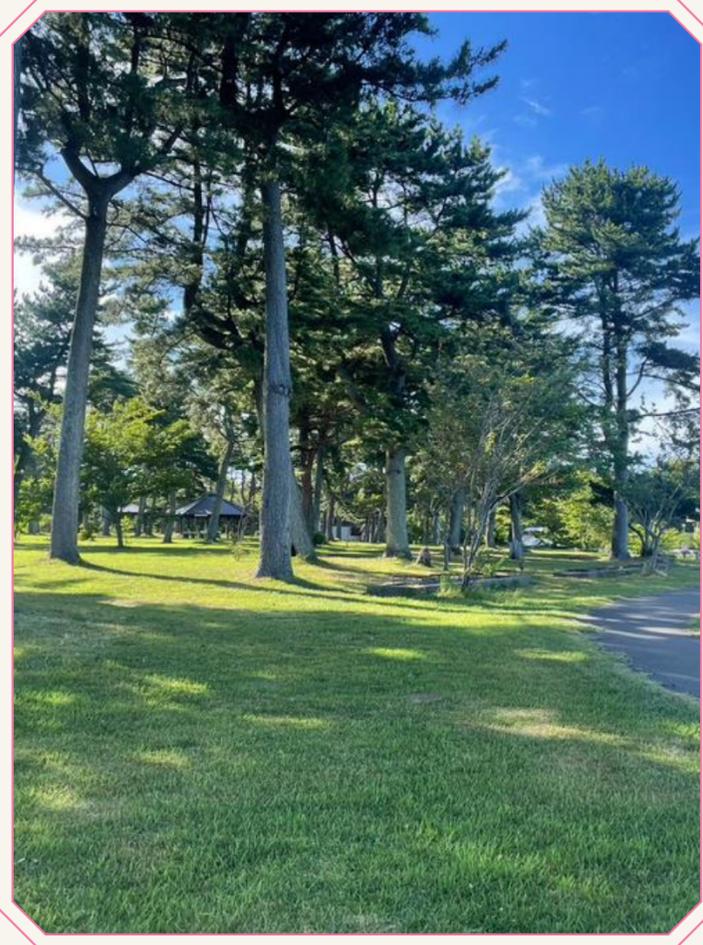
PR方法

経済効果

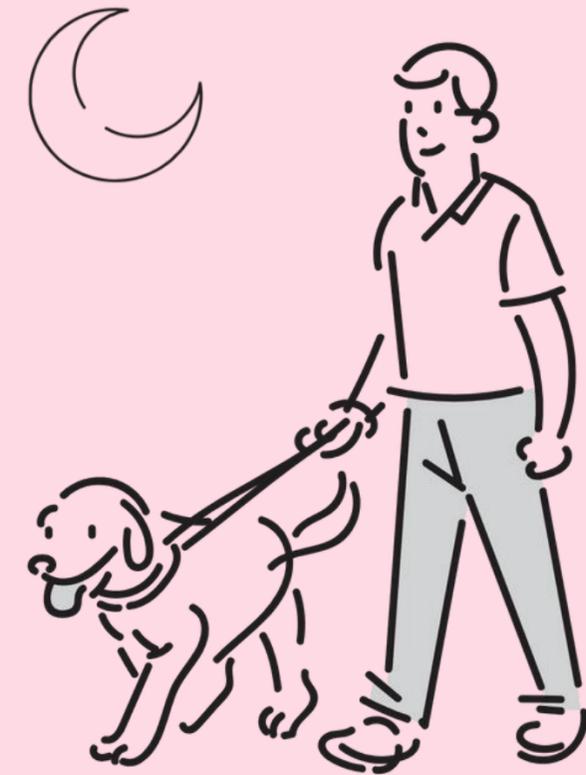
まとめ

### 3 周辺道路照明について 現状

公園内の写真



道路を照らす街灯や、道路に関係なく  
周囲を照らす外灯が少ないため、  
夕方や夜間の利用者はほとんどいない



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

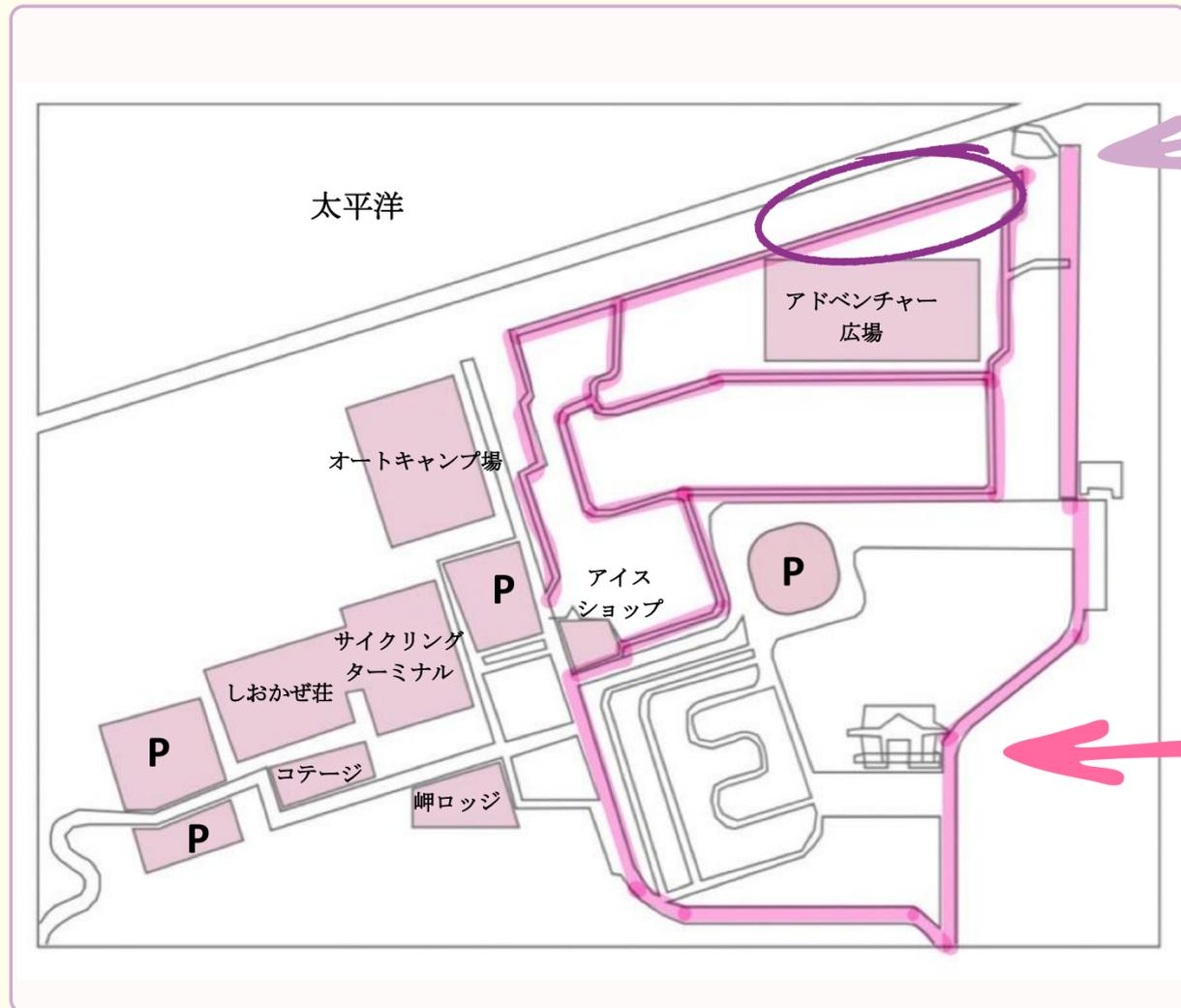
まとめ

### 3 周辺道路照明についての提案

#### 天神岬スポーツ公園 配置図



今回は、この丸枠のところで  
イメージ図を作成しました!!



赤線のところに新たに道路照明を配置し、  
夕方から夜にかけての利用者を増加させたい!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

### 3 周辺道路照明についての提案

#### ..... 昼間照明 .....



昼間は明かりをつけない  
景観や歩行空間の邪魔にならないように  
2 m幅で間隔を図り配置

#### ..... 夜間照明 .....



構想では上に展望台が付くので  
①明るさを確保する事  
②公園内からor展望台からの景色を阻害しない事  
に気を付け片側が視認できる明るさで抑えた



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

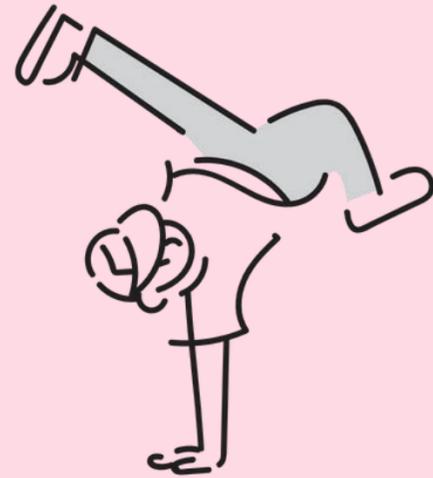
PR方法

経済効果

まとめ

### 3 周辺道路照明について

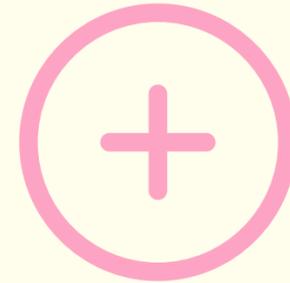
ライブフェス



キャンプのアパレルイベント



現在天神岬スポーツ公園では  
このようなイベントを行っています



道路照明を置くことで、

夏祭り



クリスマスイベント



季節に合わせた様々なイベントを  
明るさに左右されずに  
行うことができるようになる!!

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ



### 3 周辺道路照明を置くことで生み出される効果

1 照明を配置することで、**昼夜問わず公園を安全に利用できる**ようになる

2 現在は、イベントを日中にしか行えていないが、**夜間の新しいイベントを行うこともでき、土地の価値や需要が向上する**

3 道路照明を置くことで、**イベントの幅やキャンプの幅が広がり、観光客に利用してもらえる機会が高まる**



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

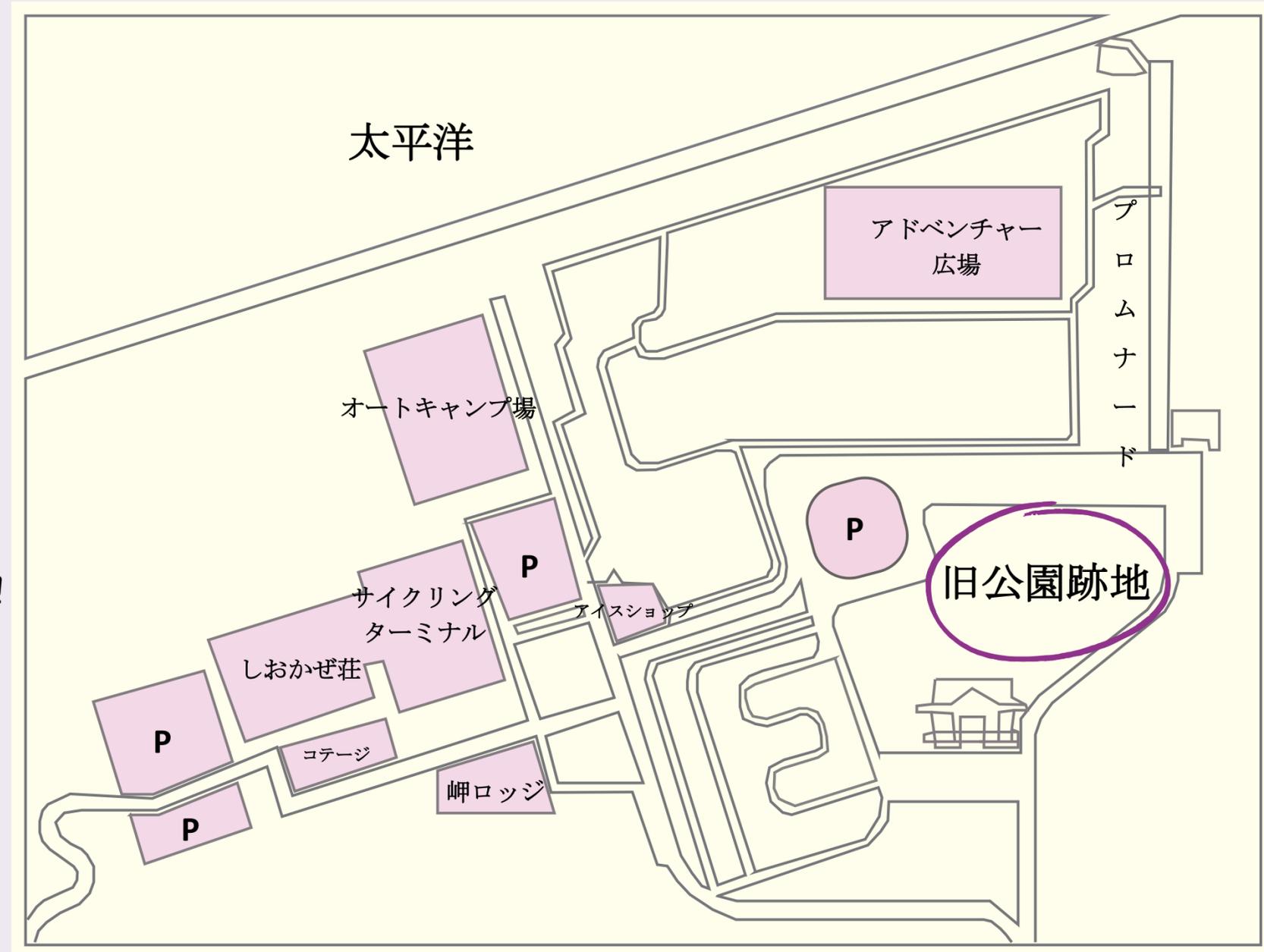
まとめ

# 4 旧公園跡地の現状

坂本さんのインタビューから、

天神岬スポーツ公園の"旧公園跡地"の  
利用方法に悩んでいる

との意見を頂きました!!



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

## 4 旧公園跡地の提案

私たちは、  
旧公園跡地に檜葉の特産品である  
ゆずの植栽 と 滞留できる空間 を作ろうと考えました!!



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

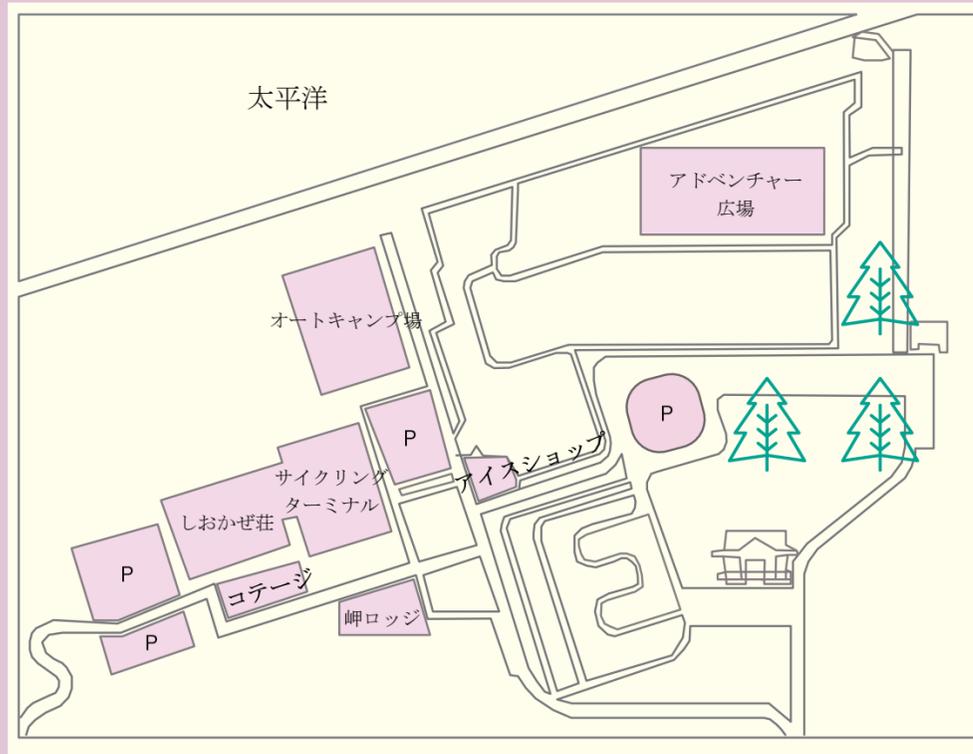
PR方法

経済効果

まとめ

## 4 旧公園跡地の提案 ゆずの植栽について

### ゆずの植栽配置・本数



 . . . **30本植える**

### どこからもらうの??



ゆず研究会の方々から頂く

引用：<https://onl.bz/jkgBH8n>

### 誰が手入れするの??



天神岬公園運営

地域のこどもたち

(体験・特産を知ってもらう)

檜葉CANVASでの交流の一環



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 4 旧公園跡地の提案 ゆずの植栽について

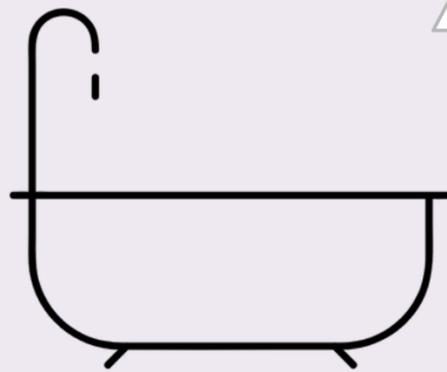


ゆず狩り



ジャム作り

「ならではの」体験ができる



ゆず風呂



日本酒×ゆず料理



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 4 旧公園跡地の提案

..... 滞留スペース .....



～チルを感じるのに最適な場所～

展望台同様に、間接照明や座りやすい階段を用いて心身ともにリラックスできる空間とした

..... 全体パース .....



～くつろぎのオアシス～

屋台や滞留スペースによって、たくさんの人々が交流できる場所となるようにした



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 4 旧公園跡地の提案を行うことで生み出される効果

1

特産物にかかわる機会の創出

2

使われていない土地を有効活用することで、地域経済の発展につながる

3

体験を提供することで、観光客と町民の交流の場を作る



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 課題の解決策

天神岬スポーツ公園を活性化するだけでは、  
町全体を盛り上げる事にはならない

町全体を盛り上げるためには、  
天神岬スポーツ公園を活用してどうする??



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

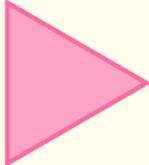
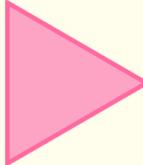
# 課題の解決策

今回は、天神岬スポーツ公園と関連がある

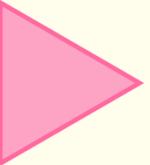
檜葉町が行っているイベントである  
“歩こう会”の周遊ルートを活用しよう!!

## 3つの周遊コース

に着目!!



Jヴィレッジコース



ショートコース



まちなかコース



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

# 課題の解決策

## ① Jヴィレッジコース



## ② ショートコース



## ③ まちなかコース



歩こう会は年に数回しか開催されていないが、周遊ルート上に**POI**（興味となる場所）は多く存在している!!

引用：<https://onl.bz/NxrsSJF>

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

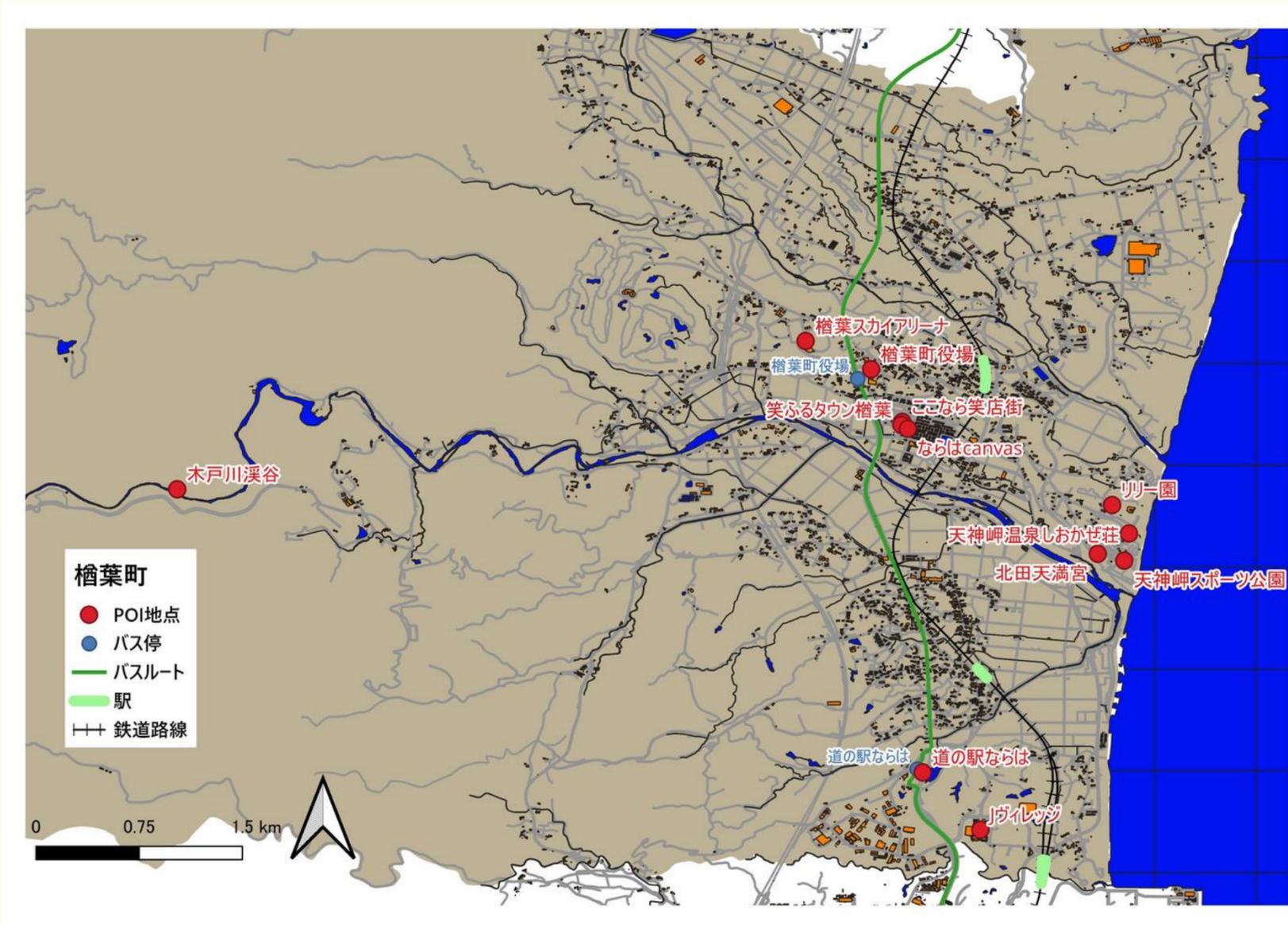
新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 課題の解決策



POI（興味となる場所）はたくさんある!!

だけど

一つ一つで完結し、場所ごとの  
つながりが少ない

歩こう会  
“周遊ルート”

それぞれの場の  
価値向上

つながりの創出と魅力認知

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## 課題の解決策

歩こう会は年に数回しか  
開催されていない



年数回の利用だけでなく、  
**観光客周遊ルート**として提供していく事や、  
Jヴィレッジに合宿に来た若い世代の人に  
**ランニングコースやウォーキングコース**  
として、**町周遊ルート**を活用してもらい、  
町を知ってもらおう!!

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

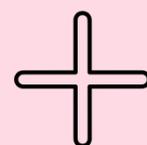
経済効果

まとめ



## 課題の解決策

周遊ルートを実際に日常に取り入れる



天神岬スポーツ公園をはじめとした町全体で特産品や魅力を体験できる機会の創出



- 1 町にお金を落とすとしてもらうきっかけができる
- 2 キャンプだけ、Jヴィレッジだけといった単一の利用ではなく、幅広く複数の目的で訪れてもらえる町を作ることができる

# 提案を実現させるにあたって、協力していただく方々

## 檜葉町役場様

広告  
PRの協力  
歩こう会“周遊ルート”の提供

## 天神岬スポーツ公園様

温泉（インフィニティ風呂・特産品風呂など）  
ゆず植栽（来た人に収穫してもらう）  
食堂（収穫したゆずを使った料理）  
展望台

## 檜葉の酒づくりプロジェクト委員会様

日本酒の提供  
酒粕の提供

## 檜葉町ゆず研究会様

ゆずの提供  
ゆず植栽についての知識伝授



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# この提案におけるメリット



賑わいの創出



認知度の拡大



観光客数の増加



若者需要の創出



経済効果UP



新たな魅力資源の確立



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

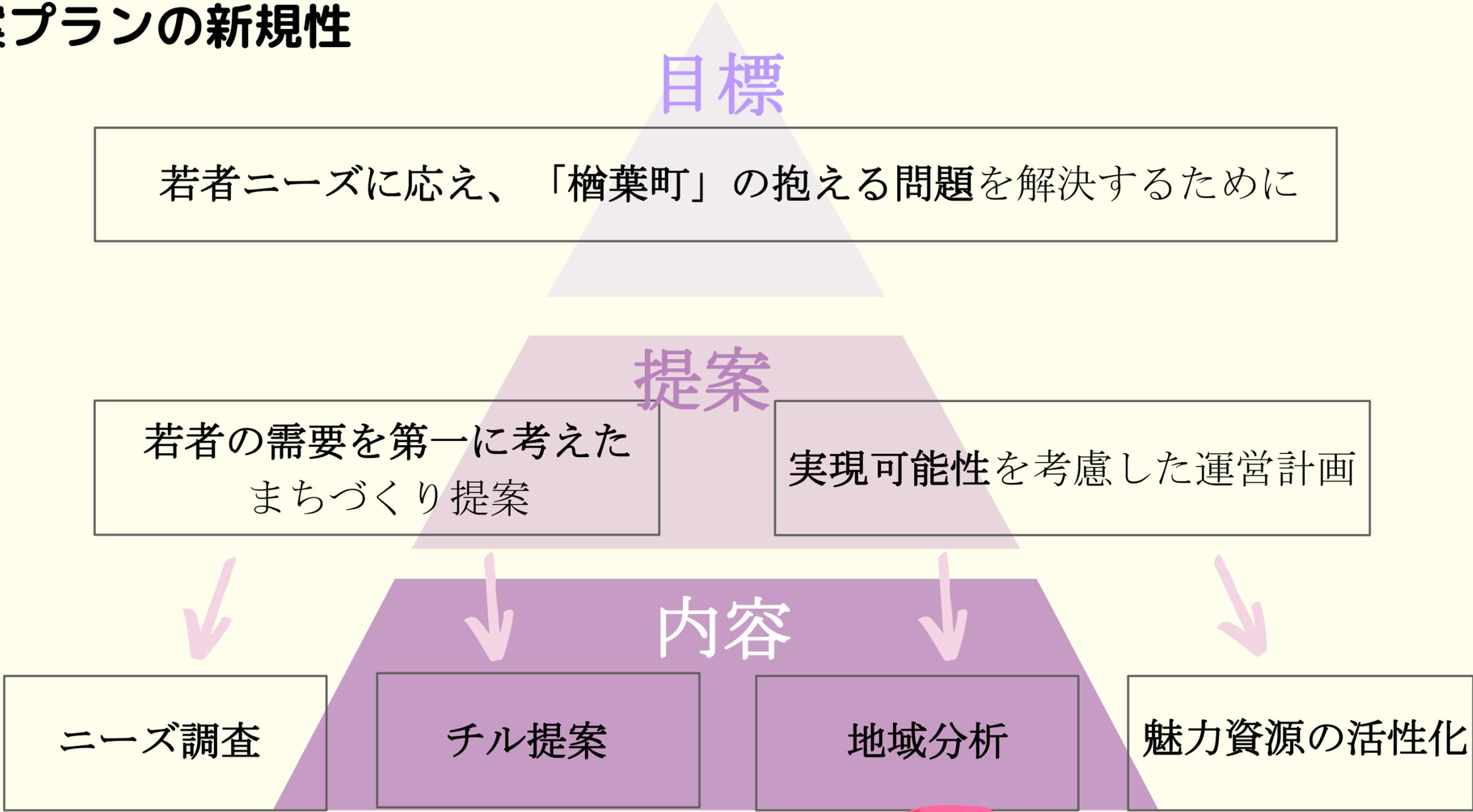
新規性

PR方法

経済効果

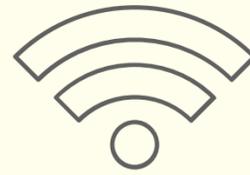
まとめ

# 提案プランの新規性



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

# PR方法

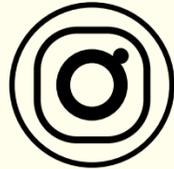


SNSを活用して、

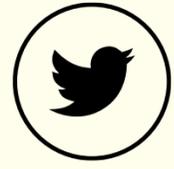
LINE



Instagram



Twitter



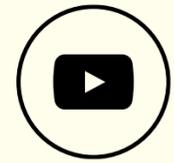
Facebook



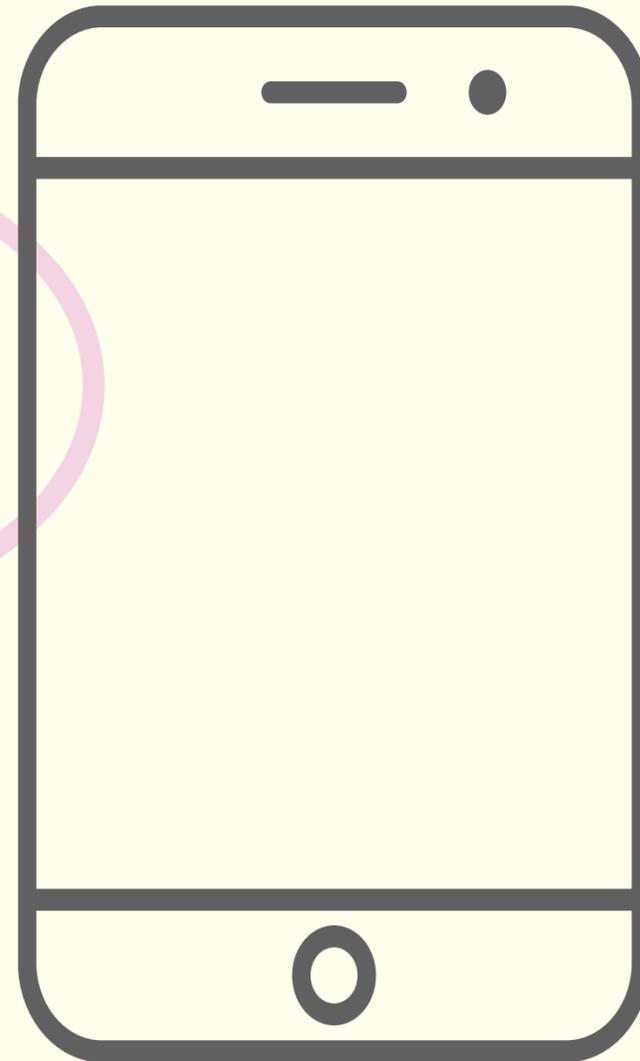
TikTok



YouTube



情報発信 魅力拡散



## PR誌・Webページによる宣伝



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# しおかぜ荘 来場者数予測

## 現在

平日  
(年間)  $115人 \times 242日 = 28000人$

休日  
(年間)  $350人 \times 123日 = 42700人$

総来場者数 **70700人**

## 改修後

平日  
(年間)  $160人 \times 242日 = 38700人$

休日  
(年間)  $500人 \times 123日 = 61500人$

目標年間来場者数 **10万人**



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 経済効果 しかぜ荘内のレストランで特産品の料理を販売した場合

日本酒 ゆず  
すいとん 鮭 水

## 特産品を活用した想定メニュー



鮭のゆず風味焼き定食  
1000円



ゆずすいとん  
750円



ゆずサイダー (300ml)  
700円



木戸川の水 (500ml) ゆず風味  
150円



ゆずソフトクリーム  
400円



ゆずクッキー  
200円



ならはのゆず里愛 (ゆず酒) 500ml  
1227円

ゆず製品の1品当たり平均535.4円 ※鮭定食、すいとんを除く

引用：<https://onl.bz/tki9SYh>



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# しおかぜ荘内のレストランで特産品の料理を販売した場合の売り上げ予測

## 現在のレストラン（麺コーナー）の利用状況

令和4年度 事業報告書より

利用件数  
12,036件

売り上げ  
795万円

→ 一人当たりの単価が660円

ゆず関連の新商品を取り扱うことで  
単価を高くする。

また、来場者数の増加で食堂での売り上げも  
大きな収入になるようにする。

食堂利用/温泉利用者  
12,036件/70,684人

利用率を17%とする  
(平日160人→27人)  
(休日500人→85人)

### 目標単価

現在  
660円

+

ゆず製品の購入  
(1品平均535.4円)

= **1200円**

2.56倍の売り上げ!!

平日 27人×1200円 = 3.24万円×242日 = 784万円

休日 85人×1200円 = 10.2万円×123日 = 1254.6万円

年間**2038.6万円**の売り上げ

比：令和4年度 795万円



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# しおかぜ荘 温泉売り上げ予測

## 入浴料

大人 700円  
小・中人 300円

5歳未満無料

## 入浴比

大人：子供  
7：3

子供の3割を5歳未満とする

比：令和4年度 5221.1万円

平日(160人)

大人 112人  
子供 48(14)人

= 7.84万円 + 1.01万円 × 242日  
= **2141万円**

休日(500人)

大人 350人  
子供 150(45)人

= 24.5万円 + 3.15万円 × 123日  
= **3401万円**

**年間5542万円の売り上げ**

しおかぜ荘全体で

5542万円 + 2038.6万円 = **7580.6万円**

1.45倍の売り上げ！！



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 天神岬スポーツ公園 キャンプ場 来場者予測

## 現在

フリーキャンプ	3700件
オートキャンプ	2257件
BBQサイト	176件

総件数 **6133件**

## 改修後

フリーキャンプ	5000件
オートキャンプ	3200件
BBQサイト	350件

目標総件数 **8550件**

## 利用者

BBQ利用者が少ない  
ターゲットの大学生に利用してもらおう!!

利用人数の平均値として、

キャンプ4人、BBQ6人と仮定する

キャンプ 2243件×4人 = 8972人  
BBQ 174件×6人 = 1044人

**1万人の利用者数の増加が見込める**



地域分析	定義	ソーシャル ニーズ	ターゲット	プラン	新規性	PR方法	経済効果	まとめ
------	----	--------------	-------	-----	-----	------	------	-----

# 天神岬スポーツ公園 キャンプ場 売り上げ予測

※キャンプは、1泊：1日＝8：2として計算  
鉄板は半数がレンタルと仮定

## フリーキャンプ

1泊：5500円×4000件＝2200万円  
1日：2750円×1000件＝275万円

## オートキャンプ

1泊：2200円×2560件＝563.2万円  
1日：1100円×640件＝70.4万円

1.26倍の売り上げ!!

## BBQサイト

場所の予約：1100円×350件＝38.5万円

## 鉄板レンタル

レンタル代：1000円×4300件＝430万円

比：令和4年度 2838万円



年間 3577万円の売り上げ



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

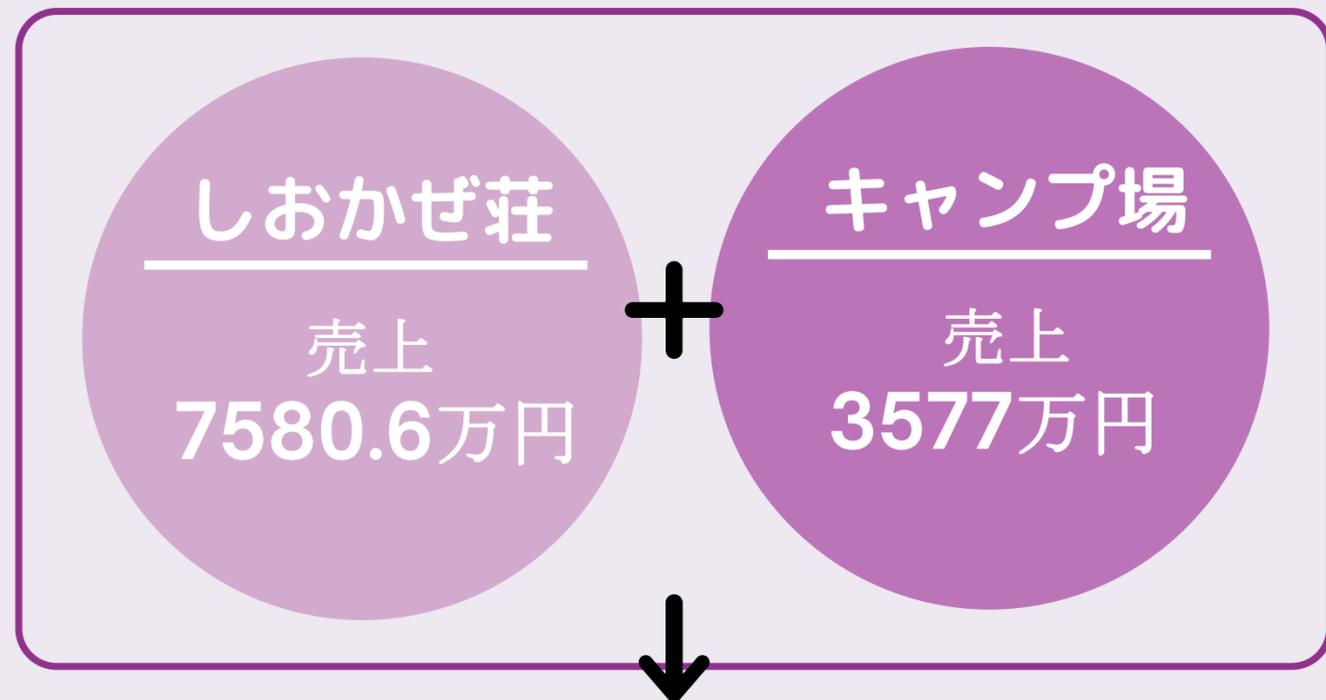
新規性

PR方法

経済効果

まとめ

# 天神岬スポーツ公園全体 売り上げ予測



全体 **1億1115.7万円**

1.37倍の売り上げ!!

令和4年度の売り上げ 8060万円

公園全体・しおかぜ荘の魅力向上により

**利用者・雇用・賑わい・売り上げ**  
の増加

**関連産業**  
(ゆず農家、協賛企業)の活性化

町（ひと・社会・経済）全体が盛り上がる



地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

## まとめ

1

公園全体リノベーションを行う事で  
今ある魅力資源を最大限に活かすことができる

2

若者の訪問からにぎわいが生まれ、若者以外の層の利用者も増加する

3

檜葉町の方々のまちづくりへの参加意欲を高め、  
改めていいまちだと再認識してもらう

地域分析

定義

ソーシャル  
ニーズ

ターゲット

プラン

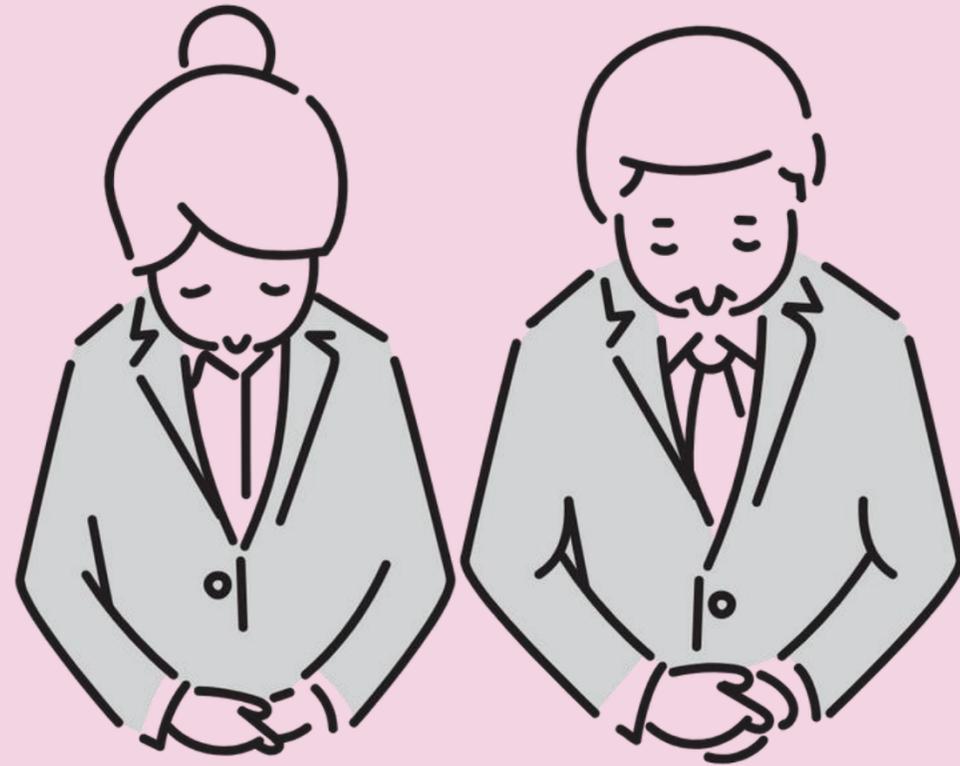
新規性

PR方法

経済効果

まとめ





**ご協力ありがとうございました。**

**福島県檜葉町 政策企画課 移住・定住係 主任主査 渡邊 直央様**

**一般社団法人檜葉町振興公社 事務局長 坂本 裕様**

# をぜひチェック！



檜葉町役場



<https://www.town.naraha.lg.jp/>



天神岬公園



<http://naraha-tenjin.net/>