

事業計画書

事業名	沼津の情報発信と活性化のための拠点整備事業 「ミリョク館(仮称)」
場所	沼津市岡宮 1271-1 味工房地内
実施予定期間	平成 29 年 1 月 10 日 ～ 平成 29 年 3 月 31 日
日程	実施項目・作業項目
	<p>拠点整備の考え方</p> <p>東名沼津インターを起点として南に延びる「グルメ街道」は、伊豆方面への観光の入口として位置づけられてきましたが、第2東名・伊豆縦貫道の開通などにより、観光客の通行量が減少傾向にあります。</p> <p>また、これまで通過型観光地とされていた沼津市を、滞在型観光地へ転換していくことは、これからの沼津市の観光事業の発展においても重要な課題となっています。</p> <p>そのためには、沼津市の観光情報を積極的に発信していく必要があると考えており、東名沼津インター下り線の「味工房内」に、観光情報の発信拠点として「ミリョク館(仮称)」設置していきたいと考えています。</p> <p>また、沼津市は沼津港のほか、アニメ「ラブライブサンシャイン」の舞台として、更なる注目を受けていることから、これらのコンテンツの活用など、観光客が興味を持つ情報を積極的に発信していくことも検討しています。</p> <p>新たなコンテンツの活用 (ラブライブサンシャイン)</p> <p>沼津市を訪れる観光客は、主にJR沼津駅経由、伊豆長岡経由、東名高速道路経由のいずれかに区分されていますが、沼津駅前経由の「ラブライブカフェ」、伊豆長岡駅経由による「内浦の観光案内所」は、既にこのコンテンツを活用した観光情報発信拠点となっています。</p> <p>そのため、東名高速道路経由の「ミリョク(館)」についても、それぞれの拠点と連携していくことにより、効果的な情報発信が可能であると考えています。</p> <p>日 程</p> <p>平成 28 年 10 月～ 関係者打ち合わせ 平成 28 年 11 月～ 施工業者関係予算編成 平成 29 年 1 月上旬 着工/キャラクター制作 平成 29 年 1 月下旬 映像制作 平成 29 年 2 月上旬 映像完成 プロモーション開始 平成 29 年 3 月上旬 オープン</p> <p>「ミリョク館(仮称)」</p> <p>東名インターを降りてすぐの立地にある「味工房」の地の利を生かして沼津市/伊豆の観光名所や名店を紹介して行く場所を目指します。</p> <p>現状でバス旅行の皆様が毎日 3～400 名以上訪れますので、県外の方に向けての沼津市の観光情報等をアピールする場としてはどこよりも有利であると考えます。</p> <p>また、独自のルートを使って地元の企業や店舗の商品をセレクトして置くセレクトショップ事業やコラボレーション事業などもすでに検討に入っております。</p> <p>運営体制</p> <p>味工房内の既存スタッフが、「ミリョク館(仮称)」運営にあたっての知識を身に着け観光客の対応を行うため、新たな人員を必要としない。</p>

	<p>施設概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 情報コーナー 各イベントや施設のパンフレットなどを種類別に置いてアクセシビリティをあげます。 ■ タッチマップコーナー 情報コーナーと相互連動して google マップで情報を取れる様にします。またこれがポータルサイトとしての役割で web でも発信されます。 ■ セレクトコーナー 地域の有名な食べ物などを期間限定で色々ご紹介しします。またコラボレーションなどで「ここでしか食べられない商品」などもご用意する予定です。 ■ 映像コーナー キャラクターをナビゲータとして沼津/伊豆のいい所などを映像で紹介しします。
事業効果	<p>初年度の目標値として、県外の観光バスのお客様 300,000 名へのアピール、加えて新規のマイカー層に向けてプラスのアピール、さらに地元の皆様へもポータルサイトを通じてアピールして行く。</p>

※評価の視点については、募集の手引きを確認してください。

公益性	<p>本施設は、平均して一日 300 名以上の県外からの利用者がある場所なので、このエリアの良さをアピールするには非常に適している。加えて東名沼津インターから新東名長泉沼津インターまでのエリアの中で寄るに値するコンテンツの一つとなる事でぐるめ街道の活性化にも繋がる。及び地場の有名商品をセレクトして紹介したり、別注商品をプレゼンする事で地元層へのアウトプットも出来る。</p>
発展性	<p>初期段階として既存の客層(2015 年実績約 30 万名)へのアピールと共にキャラクターを作成/使用する事でより親しみをもちて貰う。 その後の段階として地元企業とコラボレーションしたイベントなどでまとまった集客やプレスリリース等メディアへのアピールなども継続して行う事により地域活性化の一助となる。</p>
地域性	<p>行政だけでなく地元の老舗や有名店などのアピールと共に共同商品開発、その先にある新名物の開発など様々な展開の可能性はある。 それを利用する事によってグルメ街道や沼津市街などにも大きな波及に生って行く事と期待出来る。</p>
必要性	<p>東名沼津インター降り口からグルメ街道に向けての過疎化は沼津市としても深刻であり、グルメ街道商店街としても活性化を計っている中で最も沼津インターに近い味工房の担う責任は重大と考える。 ここにバス観光客だけでなくファミリー層を増やし、観光の拠点及び新名所となる事は地域にも絶対的な波及はある。</p>
先導性	<p>各店舗の中で立地的にも集客的にも最も PR に適している場所である。 ここから他の観光地や食事処、テーマパークなどを紹介する事によってその集客に一役買う事が出来る。 そこにプラスでアウトプットに力を入れる事で今までなかった層へのアピールが出来る。</p>
継続性	<p>基本的に自社の建物の中での事業なので、大きな負担はない。 人件費に関しては、グッズ販売や商品販売の利益と共に初期は商工会などの補助金を利用しつつ売上を伸ばして行く予定である。</p>