

平成30年度静岡市協働パイロット事業 企画提案書

団体名：静岡おまちバル実行委員会

1 事業のタイトル

静岡デスティネーションキャンペーン連動型「しずまえバル」～しずまえデスティネーションバル～

2 事業の概要 (市民ニーズや協働で取り組む意義を踏まえて記載してください。)

1. 事業概要

『静岡きてこ！みてこ！たべてこ！「しずまえの肴」「静岡地酒」「静岡地店」がバカ旨いら～』がテーマの食べ歩き！

静岡の食文化を堪能するバルイベントを通じて都市型観光の魅力発信するため、静岡デスティネーションキャンペーンと連動し、「しずまえバル」～しずまえデスティネーションバル～を開催します。

アプリ不要、無料で閲覧できる電子ブックを発行し、電子ブック記載店舗でお得なセットメニューを楽しめるようにし、観光客の市内食べ歩きを促します。

2. 事業の背景

地域資源の活用やおもてなしの向上を図り、観光と交流による地域活性化が求められている。

① 地域資源の活用

「しずまえブランド」はもちろん、オクシズ、お茶その他、静岡の食の魅力の磨き上げが求められています。しかし、個々の製品（1次産業・2次産業）の魅力だけでは競争が激しい中、全国的なアピールが困難です。このため、調理や接客を含めた店舗全体の魅力（3次産業）を複合した「静岡ブランド」作りが重要であると考えられます。

そこで、静岡に来ないと食べられないもの、静岡に来ないと体験できないサービスの魅力を発信することで、静岡市の食文化、静岡市全体のブランド力の向上を図ります。

② 交流人口の拡大・地域経済の活性化

「しずまえブランド」をはじめ、オクシズ、お茶その他静岡市全体の魅力を活かす交流促進が求められています。静岡デスティネーションキャンペーンは非常に大きなチャンスです。しかし一過性の大規模イベントは、継続的な来静者の獲得につながらない、地元の中小事業者への経済効果へ繋がりにくいといった課題があります。

静岡デスティネーションキャンペーンを一時的な観光客増加とせず、静岡ファンの数多く生み出すことで、持続的な交流人口拡大の機会とすることが必要です。そこで、静岡ファン獲得のキラーコンテンツの一つとして「しずまえの肴」「地酒」に加えて「地店」を加えることで、来静者と地元商店主の交流を生み出し、真の静岡ファン獲得を獲得し、地域経済に潤いをもたらします。

### ③ 中心市街地の魅力発信

地域の活性化のためには、埋没している地域資源の発掘が重要です。静岡市中心市街地は小規模店舗が集積しており、まちに独自の個性を生み出しており、センシユアシティランキング (LIFULL HOME'S 総研、2015) において、地方都市 2 位の評価を得る要因となっています。当該調査においては体感できる街の魅力が重視されており、食文化が豊かであること (全国 6 位)、歩けること (全国 8 位) が評価されており、これこそが埋没資源と考えられます。

そこで、中心市街地の小規模飲食店の集積を静岡市のブランディングにおける強力な魅力として売り出すため、「しずまえの肴」「地酒」に加えて「地店」を重視した PR イベントを行います。「地店」が前に出ることにより、多くの商店主が『しずまえ応援団』として活躍し、しずまえ鮮魚の魅力を直接体感する機会を来静者に提供します。

## 3. 事業の目的

「しずまえバル」～しずまえデスティネーションバル～を開催することにより、しずおか都市型観光の魅力として、飲食店の食べ歩きを打ち出すことで、オール静岡のブランド力を高めます。

### ① 豊かな食文化

「しずまえブランド」はもちろん、オクシズ、お茶、静岡おでんなど、魅力的な静岡の食文化の魅力を発信する。特に、静岡に来ないと体験できないこと、季節の「しずまえ鮮魚」(生しらす、生桜えびなど)、地元商店主の手作り料理を強くアピールすることで、静岡のブランド力を高めます。

### ② 観光客と地元市民との交流促進

「しずまえバル」のイベント参加者と参加店の店主、常連客との間に自然に交流が生まれる。地元住人との交流が都市型観光の魅力を生み出すとともに、地域のおもてなし機運が高まるとともに、静岡ファンが増加します。また会いたい人がいるまち静岡として、ブランド力が向上します。

### ③ 小規模飲食店の集積をまちの新たな魅力として発信

静岡市中心市街地 (おまち) には、小規模飲食店が集積しており、独自の魅力を生み出しています。おまちの他にも、静岡駅南、清水駅周辺、草薙にも飲食店が集積し、定期的にバルイベントが開催されています。個性豊かな飲食店が集まるのが静岡市の魅力であるとアピールすることで、その商店主・常連客が輝くまち静岡として、ブランド力向上を目指します。

## 4. 事業の効果

### ① 都市型観光の推進

「しずまえバル」の開催により、ホビー産業、世界文化遺産三保の松原、南アルプスなど世界レベルの地域資源を目的に訪れる観光客が静岡市を通過するのではなく、滞在したくなる魅力を生み出し都市型観光を推進します。

### ② 食文化のブランド力向上

「しずまえバル」の開催により、静岡に来ないと食べられない魅力的な食文化の体験者を増やし、「しずまえブランド」が磨き上げられます。

### ③ 商業活性化

一部の施設に観光客が集まるのではなく、観光客が市内を回遊し、様々な店舗での消費を促すことで、静岡市の観光と交流の促進を効果的に商業活性化に結びつけます。

### ④ 「まちは劇場」から「カウンターは劇場へ」

静岡市の小規模飲食店の集積は素晴らしい価値を持っています。これをテコに、「しずまえブランドの強化」「交流人口の拡大」を図ります。小規模飲食店における人と人との交流は、静岡まつりや大道芸ワールドカップ in 静岡の観光客をよりディープな静岡ファンへ取り込むキラーコンテンツになります。静岡市民のホスピタリティを県外・海外に伝える最高の劇場は、まちな飲食店のカウンターです。

## 4. パイロット事業における協働の意義

パイロット事業における協働の意義は、「静岡おまちバル」と「行政」、「地元小規模飲食店」がそれぞれ互いの得意分野を担うことによるシナジー効果です。また、パイロット事業としての提案により、地域に根差した産業活性化、商業活性化モデルとして、広く市外・県外にアピールすることが可能です。

国レベルから落とし込まれる政策は、必ずしもローカライズが上手く行かず、継続的な効果を生み出すことが困難です。また、行政と連携する場合、担当する部署が多岐にわたる、いわゆる縦割り行政の弊害や、県・市他市町との連携に時間がかかるなど、地元経営者は翻弄されている現状があります。

そこで、地元経営者の肌感覚を重視し、まちな個性を見極めた上で持続的な商業活性化策となっている「静岡おまちバル実行委員会」だからこそ提案できる、「しずまえバル」～しずまえデスティネーションバル～を協働パイロット事業として開催することで、この取組が、静岡の産業活性化、商業活性化モデルとしてムーブメントとなり、近未来、全国各地へと広がっていき、静岡市が全国のロールモデルとなることを期待しています。

団体名：静岡おまちバル実行委員会

### 3 協働して事業を行う際、貴団体の担う役割と静岡市に担って欲しい役割

#### 【静岡おまちバル実行委員会の役割】

- ・「しずまえバル」イベント参加店舗の確保
- ・「しずまえバル」イベント電子ブックの編集・発行
- ・「しずまえバル」イベントの企画・運営

#### 【静岡市の役割】

- ・しずまえ鮮魚取扱店の情報提供
- ・しずまえレシピコンクールなどのレシピの提供
- ・しずまえ振興協議会が開発したレシピの提供
- ・しずまえ漁師、加工業など、しずまえ関係者の紹介及び連絡調整
- ・「しずまえバル」イベントの広報（広報しずおか他・可能であれば有料広告出稿）
- ・「しずまえバル」イベント告知の全国発信（プレスリリース他）
- ・静岡デスティネーションキャンペーンとの連携強化
- ・静岡デスティネーションキャンペーン担当部署（静岡県・市・観光協会等）との仲介窓口
- ・「しずまえバル」イベント参加店勧誘の後押し

#### 4 事業計画・実施スケジュール

##### 【実施スケジュール】

静岡デスティネーションキャンペーンと連携することで、「しずまえブランド」の確立に向けた効果の最大化を目指すため、『しずまえデスティネーションバル』の本格開催は2019年ゴールデンウィークを目標にします。

本パイロット事業は、『しずまえデスティネーションバル』を円滑に行うためのプレ事業として提案します。2019年の桜えび春漁前、2018年秋漁の桜えびを目玉にしたバルイベントを行います。

月	内容
6月、7月	「しずまえバル」イベントの参加店募集
8月、9月	「しずまえバル」イベントの紙面作成
10月、11月	「しずまえバル」イベント開催期間（10月下旬～11月）

##### 【2019への引継ぎ】

静岡デスティネーションキャンペーンで「しずまえブランド」をアピールするためには、2019年ゴールデンウィークの「しずまえバル」イベント開催が重要です。秋の「しずまえバル」の結果を精査し、翌年度に活かせるよう振り返りを行います。

#### 5 実施体制及び主要スタッフの経歴

##### 【実施体制】

実行委員長	沼田千晴	全体統括
副実行委員長	松下和弘	広報担当/店舗担当/電子ブック編集発行
主担当	中村光太	

##### 【主要スタッフ経歴】

###### 実行委員長 沼田千晴

刃物の政豊店主。静岡おまちバルは立ち上げ当初から実行委員長として関わっている。他に静岡市の創生推進委員やI LOVE しずおか協議会の幹事を務めるなど、中心市街地の活性化に参画している。

###### 副実行委員長 松下和弘

㈱エリアマーケティング研究所代表取締役。静岡おまちバルの運営統括を担いながら、静岡スペインバルの企画運営、ストリート・ジャズ・シズオカ・イン&アウトの飲食店内演奏（ジャズイン）の企画、静岡おでんフェア電子ブック発行など、静岡おまちバルの派生事業の展開を行っている。

###### 主担当 中村光太

公認会計士・税理士。静岡おまちバル実行委員。2017年からシズオカ×カンヌウィークと静岡おまちバルの協働企画「静岡ショートフィルムフェスティバル」を開催。静岡市市民活動促進協議会委員。

6 特にアピールしたいこと（専門性、独自性、先駆性、実績、2年間継続することの効果など）

【発展可能性（2年間継続することの効果）】

静岡市協働パイロット事業として「しずまえバル」を2年間継続することにより、より認知度が高く、より効果の高いイベントへ成長することで、参加店舗の理解が進みます。その後は自律的な運営が可能となり、事業継続が可能となります。そして、下記の様な面で更なる発展が見込まれます。

① 都市型観光推進ツールへの発展

静岡市の食文化ブランドとして、1次産業・2次産業の「しずまえブランド」に加えて、3次産業における多種多様な飲食店の集積が静岡市ブランドへと行っていきます。「しずまえブランド」を楽しむ食べ歩きイベントが、静岡市の食文化を楽しむ都市型観光の象徴として発展していきます。

② 地域経済への波及効果

デスティネーションキャンペーンを一過性のキャンペーンから持続的な効果を生み出すこと、静岡市の観光・交流を、通過型から滞在型へシフトすること、地域の個店の売上に繋がる取組を行うことで、極めて高い地域計座への波及効果をもったイベントへ発展します。

③ 汎用性の高いモデル

本イベントは事前の参加料なし、既存店舗で、既存メニューを楽しんでもらう食べ歩きイベントとなっているため、飲食店が参加しやすい設計になっています。また、電子ブックを活用することで初期投資が少なく、全世界の幅広い層に情報を提供することが可能です。このため汎用性が高く、市内各地で自主的に取り組むことが可能です。

④ デスティネーションキャンペーン後の固定ファン獲得

デスティネーションキャンペーン後も継続して来静の動機となるイベント運営を行います。キャンペーン参加者とSNSで繋がることにより、桜えび・シラス漁解禁の情報、おまちバル電子ブック（年2回開催）、おまちNAVI等、季節の美味しい情報を発信します。

【独自性】

静岡おまちバルは地域密着型の運営で独自の発展をとげています。静岡市の偉大な財産は、まちの個性ある飲食店と捉え、地元の小規模飲食店に目を当てることを重視しています。ホットペッパーや食べログなどの大手広告サイトとは一線画した地元の人間にしかできない地域活性化イベントです。

【専門性】

静岡おまちバルは140店舗超が参加する全国最大規模の食べ歩きイベントです。140店舗超の参加店、2,000枚・1万食のイベントを管理するノウハウは過去13回の中で蓄積させた専門性の高いノウハウです。単なる運営マニュアルを超えて、地元店主との関係性の構築、持続的な取組を行うことでの信頼関

係の構築など、継続することでしか得られない専門性を有しています。

**【実績】**

静岡おまちバル開催実績

2012年2月に第1回目を開催。以降「静岡おまちバル」は2017年までに13回の開催実績があり、今年も年間2回の開催を企画中。

毎回数千人の参加者と100数十のお店が参加する大きなグルメイベントに成長し全国でも有数なバルイベントとなっている。

## 平成30年度静岡市協働パイロット事業 見積書

団体名：静岡おまちバル実行委員会

事業のタイトル：静岡デスティネーションキャンペーン連動型「しずまえバル」

～しずまえデスティネーションバル～

項目	金額	説明 (算出根拠)
電子ブック発行費	300,000	(40店参加・30ページ)
チラシ	80,000	8,000枚 (A4、表カラー裏モノクロ、コート <73K>)
桜えび型ミニのぼり	40,000	40本
有償ボランティア謝金	40,000	1,000円/店×40店
小計 A	460,000	
消費税 B = A × 0.08	36,800	
合計 A + B	496,800	

※ 参加費の徴収、物品の販売、提案団体の自己負担等、委託料以外の財源がある場合

収入見込み額	金額	主な使途

※実費弁償による契約締結の希望 (いずれかに○をつけてください。)	有 <input type="radio"/> 無 <input checked="" type="radio"/>
--------------------------------------	--