

# 『ATAMI温泉会議』の開催結果報告

## ～熱海の観光ブランド・プロモーション、コンセプトは「意外と熱海」～

熱海市(熱海市長 齊藤 栄)は、去る8月26日に首都圏で熱海の意外な魅力を発信するイベント「ATAMI温泉会議」を開催いたしました。当日は、多くのメディアにご来場いただき、齊藤市長や応援団より、観光ブランド・プロモーションのコンセプトや深まる秋に向けてのグルメや観光の魅力についてPRしましたのでその概要等についてご報告いたします。

### ■開催概要

日 時:平成25年8月26日(月) 13:00～14:00

会 場:大黒湯 (東京都墨田区横川3-12-14)

※東京スカイツリーに近く、天然温泉使用で富士山の壁面が特徴の銭湯

主 催:熱海市

登壇者:熱海市長 齊藤 栄、第27代ミス熱海 梅の女王 たかぎ なみ 高木菜水、  
梅娘 沼田園子、桜娘 市川恵理、熱海温泉ホテル旅館協同  
組合公式キャラクター「あつお」

メディア:36媒体44名



スカイツリーが望める  
会場となった銭湯「大黒湯」

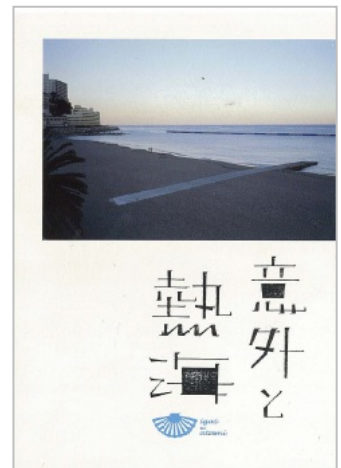
### (1) 齊藤市長あいさつ—観光ブランド・プロモーションのコンセプトは「意外と熱海」 その狙いと目的、秋のプロモーションテーマについて説明—

熱海の観光ブランド・プロモーションのコンセプトは「意外と熱海」。これまで、観光プロモーションは単発でバラバラであり、熱海の魅力がトータルに伝わっていませんでした。これからは街の本質的な魅力を伝えていくことで、それがひいては観光ブランド向上にもつながると考えた。そのために単年度ではなく複数年で事業委託を行い、継続的な評価、改善を加えることが必要だったため、プロポーザルを行い、今回JTBC中部さんに選定し、3年間委託することとなった。熱海市としては大きな挑戦であり本気でやるという決意表明。

今回のコンセプト「意外と熱海」は、観光客の皆さんの満足度をさらに高めるには何が必要か調査を行ったところ、思いもよらずよかったという意見が有効と考えた。それを表すコンセプトが「意外と熱海」。いい意味で期待を裏切ってくれる街。

(お手元にある)観光PR冊子「意外と熱海」も、こうしたコンセプトを作るために作成した。熱海と言えば、温泉や花火といったイメージが強いが、それだけではない熱海での様々な時間の過ごし方がある。熱海には意外と歴史、文化、うまい店、美しい風景がある。若い世代には熱海を「新たに発見し」、また熟年層には新婚旅行や団体旅行で体験したものとは違う熱海を再発見していただきたい。最終的には、「熱海、意外とよかったね。また来ようね」という気持ちを読んだ方が共感してもらえるように作成している。

秋のプロモーションは「意外と熱海」をコンセプトとした観光ブランド・プロモーションを実施していくが、その中でも四季ごとに一定のテーマを設けて、お客様にわかりやすく魅力を伝えていく。この秋のテーマは「文化とグルメ」。この後のコーナーで、どんな意外性な発見できるのか披露していく。



観光PR冊子「意外と熱海」

## (2) フォトセッション

熱海市長、梅の女王、梅娘、桜娘、あつおが色とりどりの浴衣を着てフォトセッションを行いました。

## (3) 開湯式セレモニー

初代徳川家康将軍は熱海のお湯を愛してやまないことから、湯を江戸まで運ばせたといわれています。それに習って、熱海の湯桶を用意し、登壇者5名による鏡開きを行いました。



## (4) 齊藤市長とミス熱海による熱海の意外な秋の魅力の発表

秋の魅力を芸術・恋愛・世界遺産といった切り口で紹介。MOA美術館「熱海アートフェスティバル 2013」、熱海の三大別荘「起雲閣」、また、縁結び祈願所としても知られる伊豆山神社、カップルに人気の熱海梅園、ふじのくにエンゼルパワースポットに選ばれた澤田政廣記念美術館などの恋愛パワースポット。世界文化遺産の富士山が見える初島などについて紹介しました。

## (5) グルメとして、熱海コレクションA-PLUS商品の試食会

発表会終了後、秋は“文化とグルメ”ということで、熱海ブランドコレクションの品々をメディアの皆様にご試食いただき、熱海らしい逸品をPRしました。



(お問い合わせ・写真提供)

熱海市観光建設部課観光経済課観光推進室

Eメール: kanko@city.atami.shizuoka.jp

電話: 0557-86-6370 / FAX: 0557-86-6199