

# Sauna Heaven

明星大学 いなぎーず



# 目次

1

プロジェクト内容

- ・ テントサウナ
- ・ オリジナル  
ロウリュ

2

実証実験

- ・ 検証内容
- ・ 当日までの流れ

3

アンケートの  
分析

- ・ アンケート結果
- ・ メリット  
デメリット

4

まとめ

- ・ タイアップ

# 稲城市の地域分析と課題

## -稲城市のSWOT分析-

プラス

マイナス

Strength

(強み)

豊かな自然  
農作物が盛ん

Weakness

(弱み)

認知度が低い

Opportunity

(機会)

お家時間からの脱却

Threat(脅威)

新たな感染症の拡大

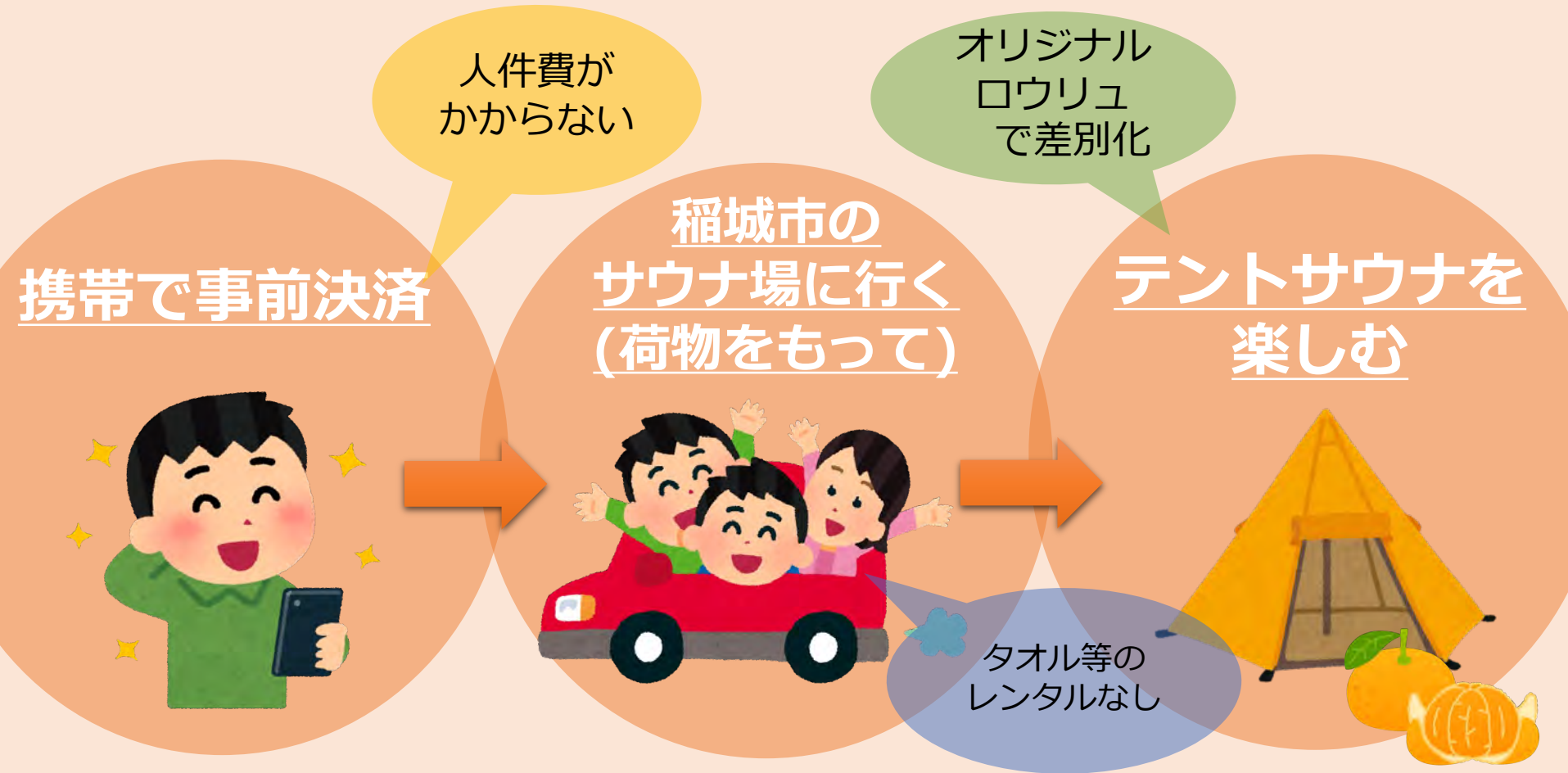
## —稲城市の課題—

1. 市内レジャー施設への来訪者が市内回遊に来ない
2. 坂道が多い地形において、市民・来訪者の回遊手段がない
3. 市内在住者にあまり魅力が伝わっていない

内部環境

外部環境

# 利用方法



# プロジェクト内容

テントサウナ  
(機会)



特産品  
(強み)



オリジナル  
ロウリュ



新たなきっかけ

市内周遊・定住人口増加のきっかけづくりに



# 汎用ポイント

テントサウナなので  
他の地域でも設置が  
スムーズにできる。

多摩地域は農作物が盛んな  
ため、他の果実に用いても  
アロマロウリュを作成できる。



# 稲城市のイメージ

よみうりランド



ゴルフ場



観光スポットは豊富なのにそこで完結してしまう...

# 効果

稲城市に訪れる  
「きっかけ」づくり



市内の  
(人口) 流動促進



経済効果の増大  
(日帰り滞在⇒宿泊滞在)

新たなきっかけ

消費単価増大のための  
観光スタイルの  
転換も狙える



# コスト

	単価(1ヶ月)	個数	合計(1年)
テントサウナ代	36,080円	3	108,240円
水風呂プール	3,000円	3	9,000円
水道・光熱費	水道代1回200円 $200 \times 30 = 6000$ 円	3	18,000円
薪	$1,500 \times 30 = 135,000$ 円	3	405,000円
着火剤	$500 \times 30 = 15,000$ 円	3	45,000円
椅子	インフィニティーチェア $10,000 \times 2 = 20,000$ 円	2	20,000円
	プラスチック $2,000 \times 3 = 6,000$ 円	3	78,000円
<b>合計</b>			<b>683,240円</b>

# 経済効果

## 1年間の収入

1ヶ月  
 $5 \times 3 \times 30 = 450$

費用	単価	人数	小計(単価：円)
利用費	1500	5,400	8,100,000
地域内消費額 (飲食)	1000	500	500,000
合計	2500	5,900	14,750,000

収入 <b>14,750,000</b>	費用 $\triangle$ <b>683,240円</b>	<b>14,066,760</b>
----------------------	--------------------------------	-------------------

# 社会的効果

- ・ 梨は規格外品・廃棄品を使用  
⇒ フードロスの削減



SDGs に貢献！

12 つくる責任  
つかう責任



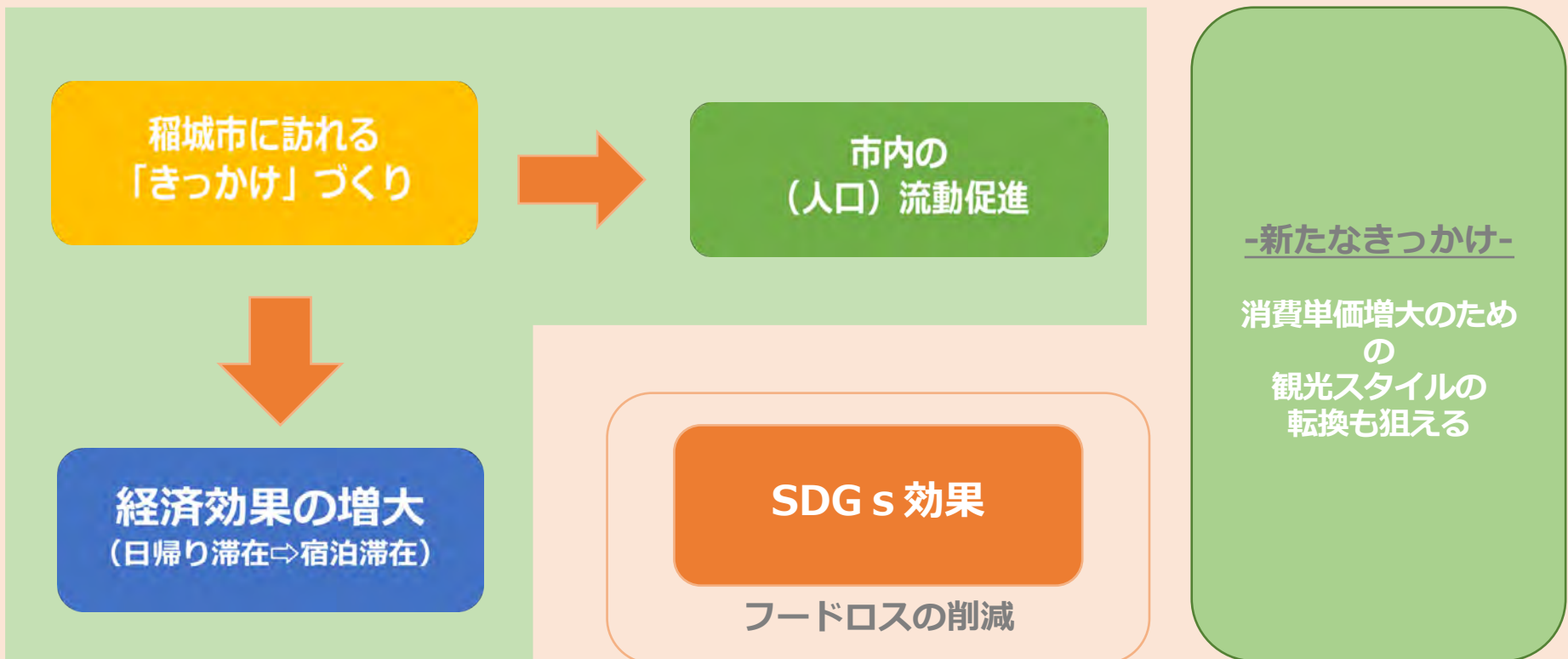
# コラボ先

協働したい団体	協働内容
梨農家	規格外の梨や廃棄する梨等を譲り受け、活用したい為
京王観光株式会社	流動促進につなげるための宿泊客へのプランを考えたい為
テントサウナレンタル店	テントサウナを借り受けたいorオリジナルテントサウナをつくりたい為
大手アウトドア会社	テントサウナを借り受けたいorオリジナルテントサウナをつくりたい為
キャンプ場等、火気使用可能施設	テントサウナを展開するにあたり場所の確保をしたい為
香水メーカー	オリジナル梨ロウリュの開発をしたい為
トイレタリーメーカー	オリジナル梨ロウリュの開発をしたい為

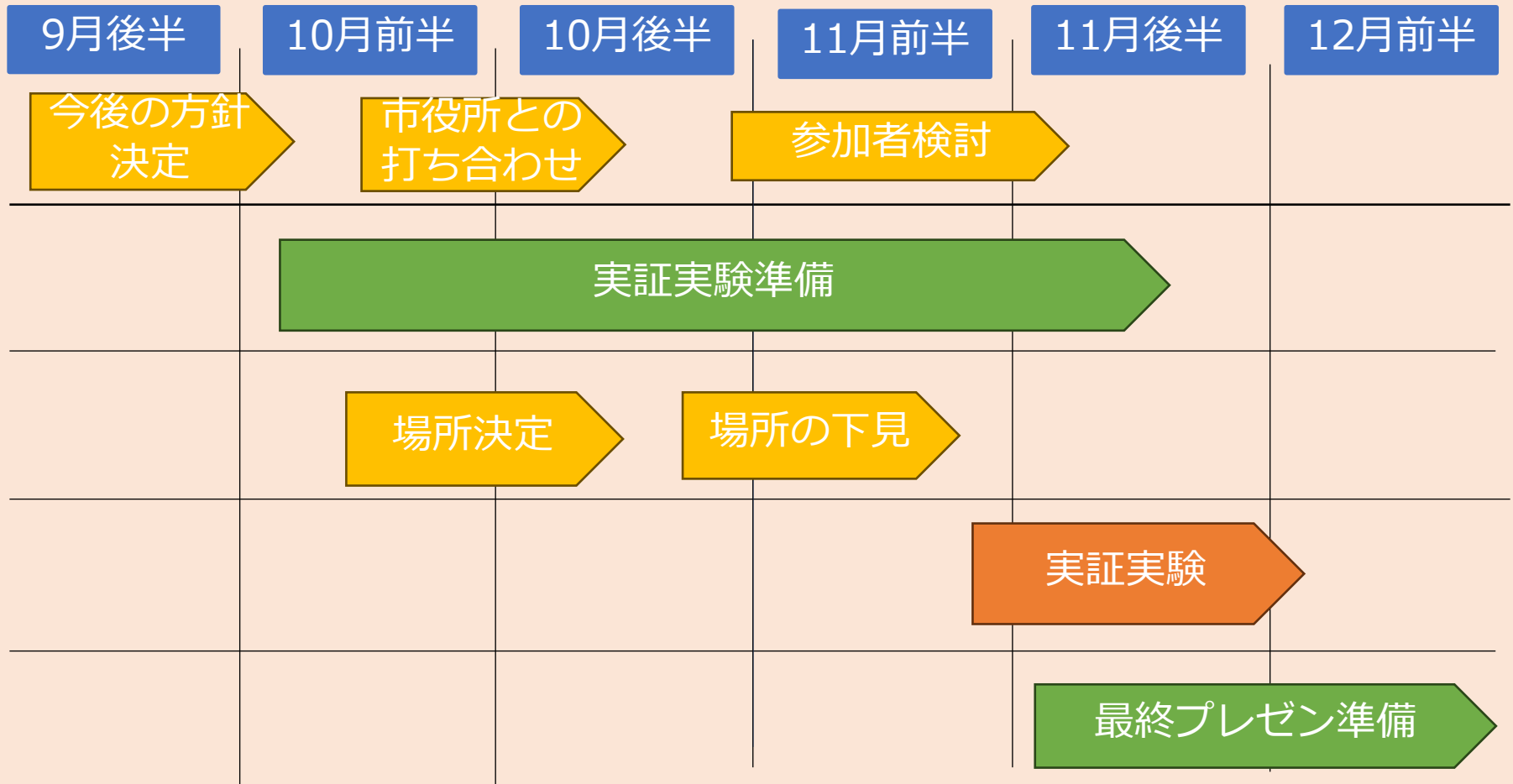
# 戦略

1. 稲城市に訪れるきっかけづくり。
2. 廃棄される梨などを再利用して、梨ロウリュを作成し、梨の排気量削減につながりSDGsも含まれる。
3. 梨ロウリュで梨ブランドの確立。
4. サウナ施設を建てるには多額の資金が必要となる。また、サウナ施設はすでに建設している市が多い。そのため、場所を自由に選べるテントサウナと市の特産品を掛け合わせた結果、我々の企画が生まれた。果実×ロウリュは、日本でもあまり浸透していないため、今後流行っていくと考えている。

# まとめ



# 実証イベントスケジュール



# イベント概要

## 企画の目的

### 課題

「大型施設で完結してしまい、  
市内観光に繋がらない」  
「認知度が低い」

### 課題解決

### 強み

「農作物が豊富」

ロウリュ



特産品



全国的にブーム  
になっている  
「サウナ」



「テントサウナを置くことで、まずは稲城市を知ってもらいたい」



# 当日スケジュール

日付：11月29日（水） 場所：稲城長峰ヴェルディフィールド駐車場

## 当日のタイムスケジュール

12:00-13:15 テントサウナ組み立て、受け入れ準備

13:15-13:30 テントサウナを行う際の説明

13:30-13:45 テントサウナ実施（1組目）

13:55-14:10 アロマテントサウナ実施（アロマ1組目）

14:25-14:40 テントサウナ実施（2組目）

14:55-15:10 アロマテントサウナ実施（アロマ2組目）

15:25-15:45 協力者の方々は、着替え、シャワーなど

16:00-16:15 アンケートのご回答

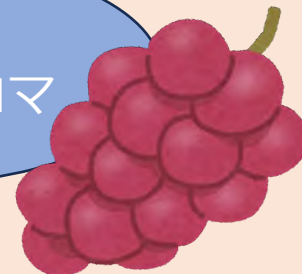
16:15-17:00 撤収作業

17:00- 解散



自作  
みかんアロマ

市販  
ぶどうアロマ









## 参加者 一覧

(サウナの利用頻度)

31歳 男性 一年に数回  
度の利用

59歳 男性 一年に数回  
程度の利用

59歳 男性 一年に十回以上利用

21歳 男性 一年に十回以上の利用

21歳 男性 一年に十回以上の利用

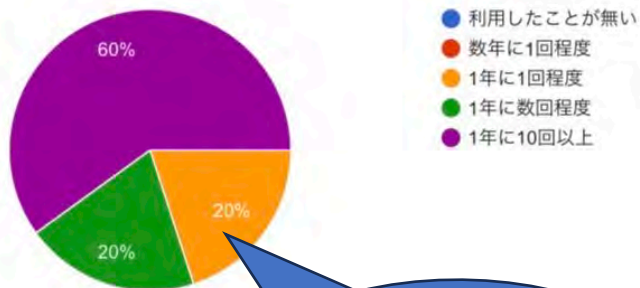


年齢問わず、幅広い層の方に体験いただきました。

# Q1 アンケート (定量項目)

どの程度でサウナを利用しますか

5件の回答

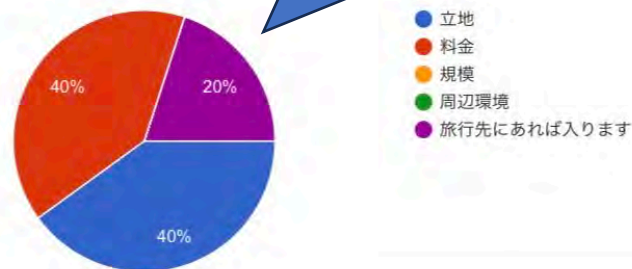


全ての人が1年に1回以上利用している。

# Q2

※サウナに行く方に質問です  
サウナを選ぶ際のポイントは

5件の回答

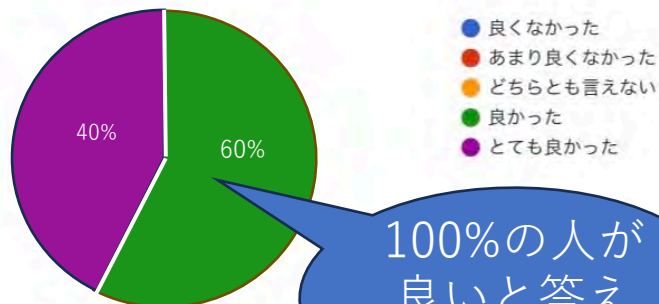


「料金」「立地」を重視する人が多い。

# Q3

本日体験してみてどうでしたか

5件の回答

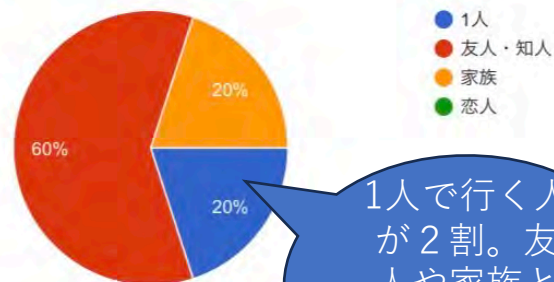


100%の人が良いと答えてくれた！

# Q4

サウナを訪れる際に誰と行きますか

5件の回答



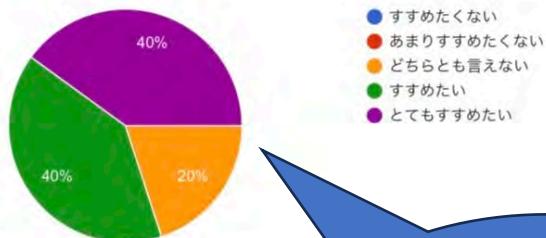
1人で行く人が2割。友人や家族と行く人が8割。

# アンケート (定量項目)

Q5

人に今回のサウナをオススメしたいと考えますか

5件の回答

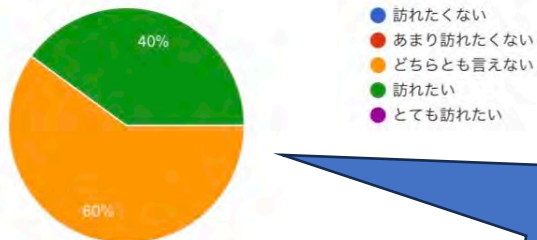


80%の人が「すすめたい」と回答！

Q6

このプロジェクトを通じて稲城に訪れたいと思いますか

5件の回答

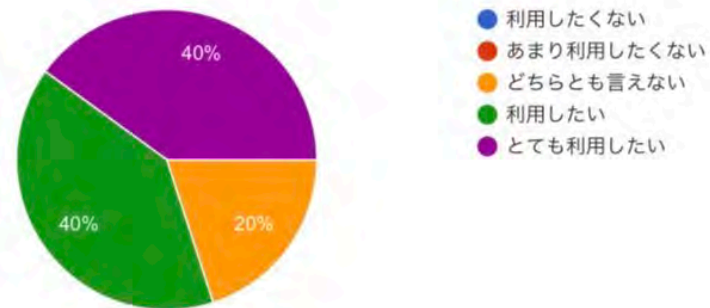


「訪れたくない」は0%であるが、半数以上が「どちらとも言えない」と回答

Q7

また利用したいですか

5件の回答



リピート率 80%！

# アンケート（定量項目）から読み取れる課題

- 男女比の偏り

⇒今回協力してくださった方が男性100%の為、女性には抵抗がある可能性がある。

- Q6で稲城市に訪れたいかと聞かれた時に60%の人が「どちらとも言えない」と回答した。

⇒汎用性はあるが“稲城で開催すること”の必要性があまりない

# アンケート（定量項目）課題 に対する対策①

## 課題

・ 女性にも偏見なく利用してもらいたい。

⇒女性がテントサウナ利用に抵抗があるのは、

「清潔感がなさそう」などの偏見がある。

⇒外での利用になる為、周りの人の目が気になる。

## 対策

女性専用テントを作る！

⇒仕切りや個室を設けることで  
安心して利用できる空間を提供。

⇒女性ウケするサウナ着や  
タオルを提供する。

# アンケート（定量項目）課題に対する対策②

## 課題

- ・ 市への流動が上手くいかなかった。  
⇒稲城市に訪れたいかというアンケートで「どちらとも言えない」と答えたのにはそれなりの理由があると考える。

## 対策

もっと「稲城市に来たい！」と思ってもらおう。  
⇒その為に、地域のニーズや関心に関する調査を深くする。  
⇒稲城市の特産品以外にも稲城感をアピールする。



# アンケート（フリーコメント） — 抜粋 —

- 稲城の活性化にフォーカスしたストーリーが必要ではないか。
- 外でサウナに入るという体験は、とても面白い。他のイベントと組み合わせることでさらに魅力が向上するのでは。
- ビジネスの可能性はある。稲城の特産のみかんオイルで、サウナというストーリーが感じられたことが非常に良かった。

# アンケート（フリーコメント）から 読み取れる課題

- 稲城の特産品の果物をアロマオイルとしてしようとした使用したことに対する意見が多かった。
- 今後より、地域の生産者などとタイアップし、地域ブランド品の開発というストーリーを育てる必要がある。
- 地域の目玉イベントとして、他のコンテンツも抱き合わせ、集客効果を図るべきではないかと考えた。

# アンケート（フリーコメント）から 読み取れる課題の解決策

持続性ある地域の目玉イベントとして、  
地元生産者様を巻き込んだ産学官の連携を構築する

稲城の特産品を使った地域ブランド度品の開発（みかん、梨、ぶどう、レモン、ブルーベリー等の香料を使用したアロマオイルの開発）

テントサウナブースに併設した、稲城特産品の即売コーナーを併設

東京ヴェルディの公式戦開催時に合わせたテントサウナイベントを定期開催

よみうりランド入場者への優待チケットの販売

高尾山などの近隣観光スポットに来るインバウンドへのプロモーション展開

明星大学、稲城市と包括連携協定の締結

# まとめ：いなぎ一ずがめざす5つの企て

1. 私たちは、稲城市の魅力をブラッシュアップし、地域住民の「**誇りの醸成**」と、「**交流人口や関係人口の誘客**」をめざし、テントサウナを軸とした複合型イベントの開催を提案します
  - 【地域の活性化】 【地域課題の解決】
2. 稲城市の特産品である果物を使用したアロマオイルという**地域ブランド品を開発**し、**フードロス問題の解消**や**生産者様の安定的な売上向上**に寄与します
  - 【SDGS】 【実現性】
3. 東京ヴェルディ様や読売ランド様をはじめ周辺の企業とタイアップし、地域外からの**来訪者の市内滞留**を促します
  - 【地域課題の解決】 【地域活性化】
4. 多摩地域には、稲城市のみならず豊富な果物や野菜が生産されています。本モデルを**稲城以外の地域にも横展開**することで、多摩地域の活性化を図ります
  - 【地域活性化】 【汎用性】
5. 多摩地域にある我々**明星大学生**が、地域社会もっと深く入り込み、本事業を通じて、**地域のハブ**として機能することをめざします
  - 【実現性】 【地域活性化】



# ご静聴ありがとうございました！



2023年11月29日 実証イベント当日  
稲城長峰ヴェルディフィールドワールドにて、いなぎ一ずメンバー  
と田原ゼミサポートスタッフの面々