

01 LOCAL REVITALIZATION PROJECT

/ 地域活性化プロジェクト

修善寺温泉 恋の橋めぐり

地域活性化プロジェクトの一環として、2013年に始動した「修善寺温泉 恋の橋めぐり」。若年層に向け、訴求力をより高めるため、企画を見直し、グラフィックツールを一新。



01 LOCAL REVITALIZATION PROJECT

/ 地域活性化プロジェクト

修善寺温泉 恋の橋めぐり

恋愛スポットとしてのしくみづくり

恋する乙女感を淡い色合いで表現



修善寺の中心部を流れる川に架かる5つの橋を観光資源として活用する試み。修善寺は、歌舞伎『修善寺物語』の作中で、源の頼朝と桂との愛が描かれている舞台となっていたことから、恋愛スポットとして若年層に向けてのしくみづくりを試みた。

RESEARCH

ターゲットの見えないデザイン展開
旅行会社各社とのイメージのズレ

2016年1月時点では、橋の付近に看板が設置されていた他、観光協会のHPでの概要紹介とマップが配布されていた。しかし、全体的に統一感が感じられず、ターゲットの設定も曖昧なままで放置されていた。

また、旅行会社が展開しているサイトと当時の看板とマップでは、訪れる人が受け取るイメージに大きく差があり、違和感を生じさせていた。

●修善寺の取り組み(2016年2月時点)



DETAIL

ゆるふわな可愛さを感じさせるグラフィック展開

看板 / リーフレット(2種) / WEB

修善寺の伝統的な雰囲気を損なわない範囲での可愛らしさで、趣のある土地を求めて訪れる年配の方々にも受け入れられるよう展開した。
挿絵や地図など、全て水彩画風のやわらかなタッチで表現した。

*WEBページは現在製作途中

変形リーフレット(8P): 見開き 297×210mm
A4片面リーフレット: 297×210mm



DETAIL

修善寺ならではのお土産開発

絵馬 / お守り / ポストカードセット

企画の実装に際し、顔掛けをしにくる観光客に向けてお守りや絵馬などのお土産を新規で開発した。お守りには伊豆産の藁を使用し、絵馬の図柄には修善寺の観光名物を織り込むなど、地元らしさにこだわって展開した。
ポストカード: 100×148mm / 絵馬: 142×92×81×7mm
お守り(本体): 30×25mm



NEXT

SNSと連携 写真コンテストの開催(2017年秋頃を予定)

Instagram #恋の橋めぐり

看板やリーフレットなど、現地のツールが一通り整ったため、現在はWEBサイトの整備中。秋頃をめどに、SNSと連携した写真コンテストを開催し、若年層へのさらなる周知を図る。