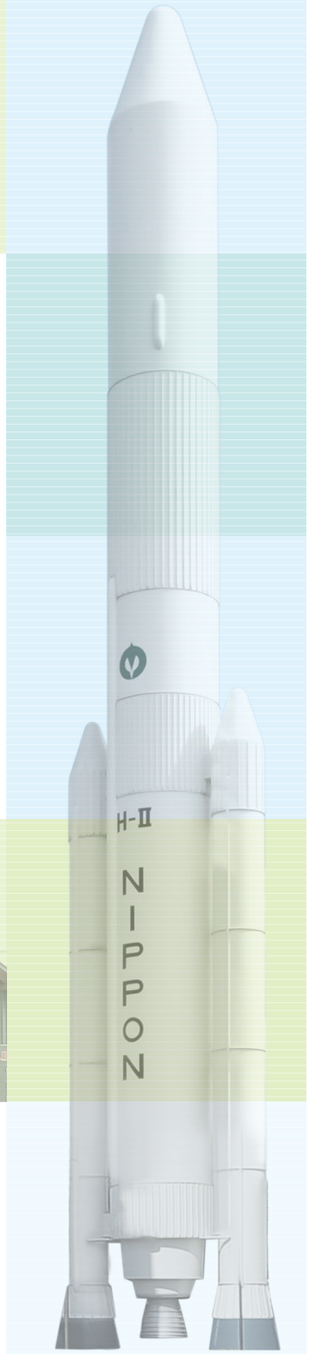
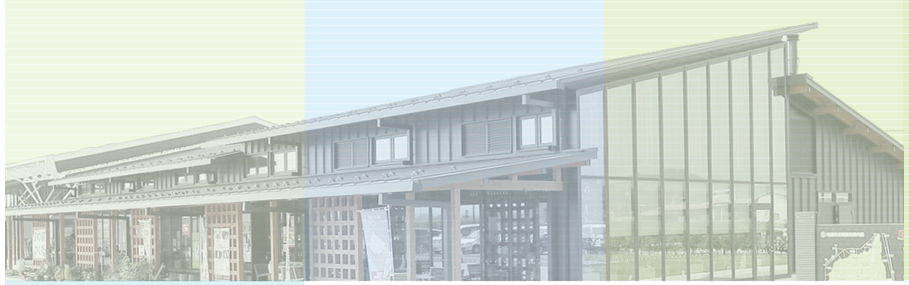
かくだ
体験観光ツーリズム
推進事業
アクションプラン

かくだ体験観光ツーリズム推進事業アクションプラン

●発行日／令和2年3月
●発　行／角田市・Challenge Million 市民会議
●企　画／株式会社ユーメディア

かくだ
体験観光ツーリズム
推進事業
アクションプラン





角田市・
Challenge Million 市民会議

2020年3月

目　次

第1章　アクションプラン策定の目的 …… 2

第1節　背景と目的 …… 2

第2節　計画策定のプロセス …… 4

第3節　アクションプラン策定会議の実施概要 …… 5

第2章　角田市における体験観光の可能性の分析 …… 31

第1節　体験観光に対する消費者のニーズ …… 31

第2節　角田市の資源 …… 36

第3節　仙台圏におけるアンケート調査・分析結果 …… 40

第3章　かくだ体験観光ツーリズム アクションプラン …… 54

第1節　かくだ体験観光ツーリズムの方向性 …… 54

第2節　戦略ターゲットの設定 …… 55

第3節　コンセプト設定 …… 56

第4節　アクションプラン …… 57

第4章　中長期的に必要な施策 …… 69

第1章　アクションプラン策定の目的

第1節　背景と目的

角田市は、「第5次長期総合計画」において「人と地域が輝く田園交流都市 かくだ」を都市像に掲げ、地域資源や角田ブランドを活かし、おもてなしによる交流・連携や移住・定住の促進を図ることを目指している。

この都市像を実現するため、角田市では交流人口100万人都市への挑戦、戦略的産業振興を重点プロジェクトに掲げ、「賑わいの交流拠点の整備」、「広域観光・体験型観光の推進」、「農商工連携による産業振興」、「特産品・ブランド品の開発」などの施策を進めている。

これらの施策推進の中で策定された「農村滞在型余暇活動機能整備計画（かくだグリーン・ツーリズム推進計画）」では、角田市の美しく豊かな自然や史跡、伝統文化や多様な農業生産活動を活かした体験観光の重要性が指摘されている。

この「体験観光」重視の動きは全国的にも見られる動きである。

観光客の需要が従来の物見遊山的な観光から、地域の特性を活かした体験・交流を楽しむ体験観光へシフトしている。

その背景には、モノ重視→コト重視への価値観の変化や、予約サイトやSNSの普及などにより、旅行が個人化・自由化したことが挙げられる。パッケージ化された観光よりも、自らで目的地を選ぶ個人型旅行が選ばれる傾向があり、旅行熟度の高い旅行者ほど、その地域ならではの文化体験や地元の人との交流体験を求める傾向がある。

また、地域資源を活かす体験観光の推進は、地域活性化にもつながると考えられる。

このような状況を踏まえ、角田市における体験観光について考えると、角田市民は元来おもてなしが好きな方が多く、そのホスピタリティは体験観光の活路になると期待できる。農業、歴史、食等の地元文化と角田市民のホスピタリティを組み合わせてコンテンツ化することで、角田市ならではの「体験観光」を導き出せるのではないか。

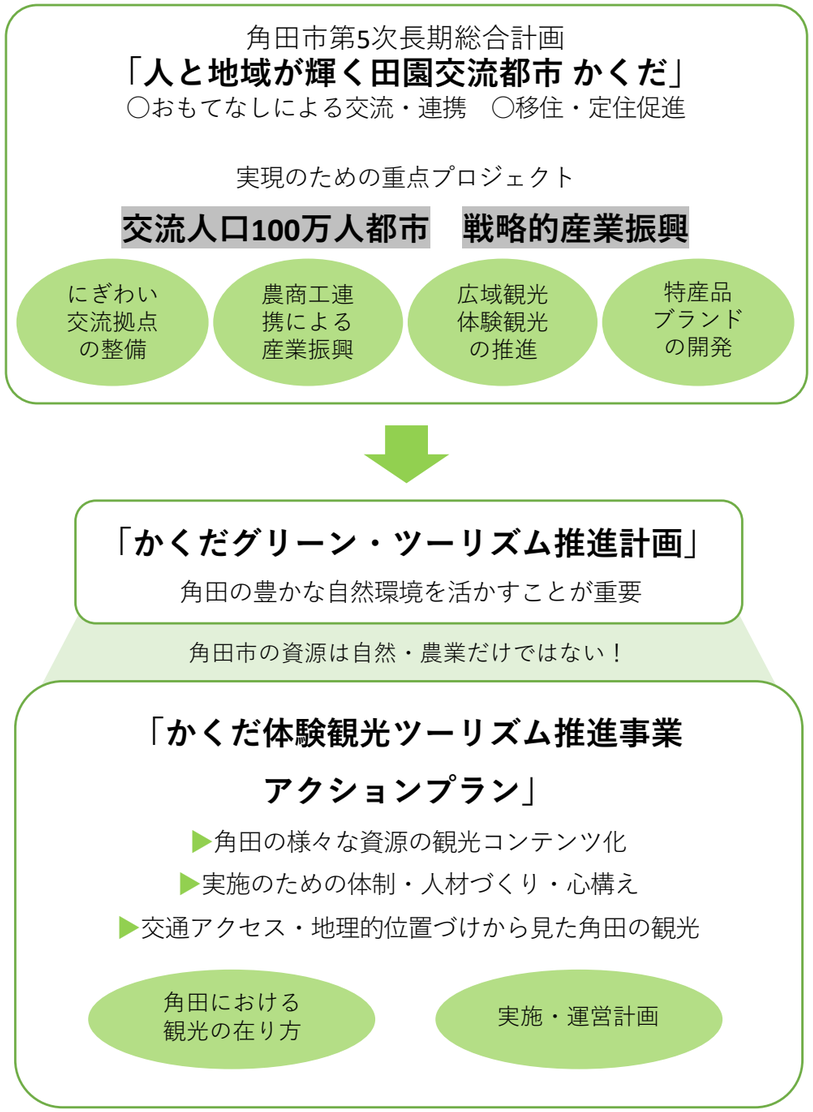
その実現にあたっては、グリーン・ツーリズムの方向性として定められた「農村滞在型余暇活動機能整備計画（かくだグリーン・ツーリズム推進計画）」を踏まえながら、角田市における体験観光の可能性について検証し、アクションプランを導き出す必要性がある。

本計画においては、角田市の自然環境・農業に限らない物産、歴史、食等の観光資源や、体験観光を実施する際の受け入れ体制、交通アクセス・地理的位置づけをもとに、角田市にとっての体験観光の行動計画を示す。

また、近年全国的にサイクルツーリズムによる体験型の観光地づくりが行われているが、角田市を含む宮城県仙南地域2市7町でも「みやぎ仙南サイクルツーリズム推進会議」が2019年2月に発足した。仙南地域でのサイクルツーリズム強化の流れを受け、角田市におけるサイクルツーリズムの必要性についても事例研究・調査・分析を行う。

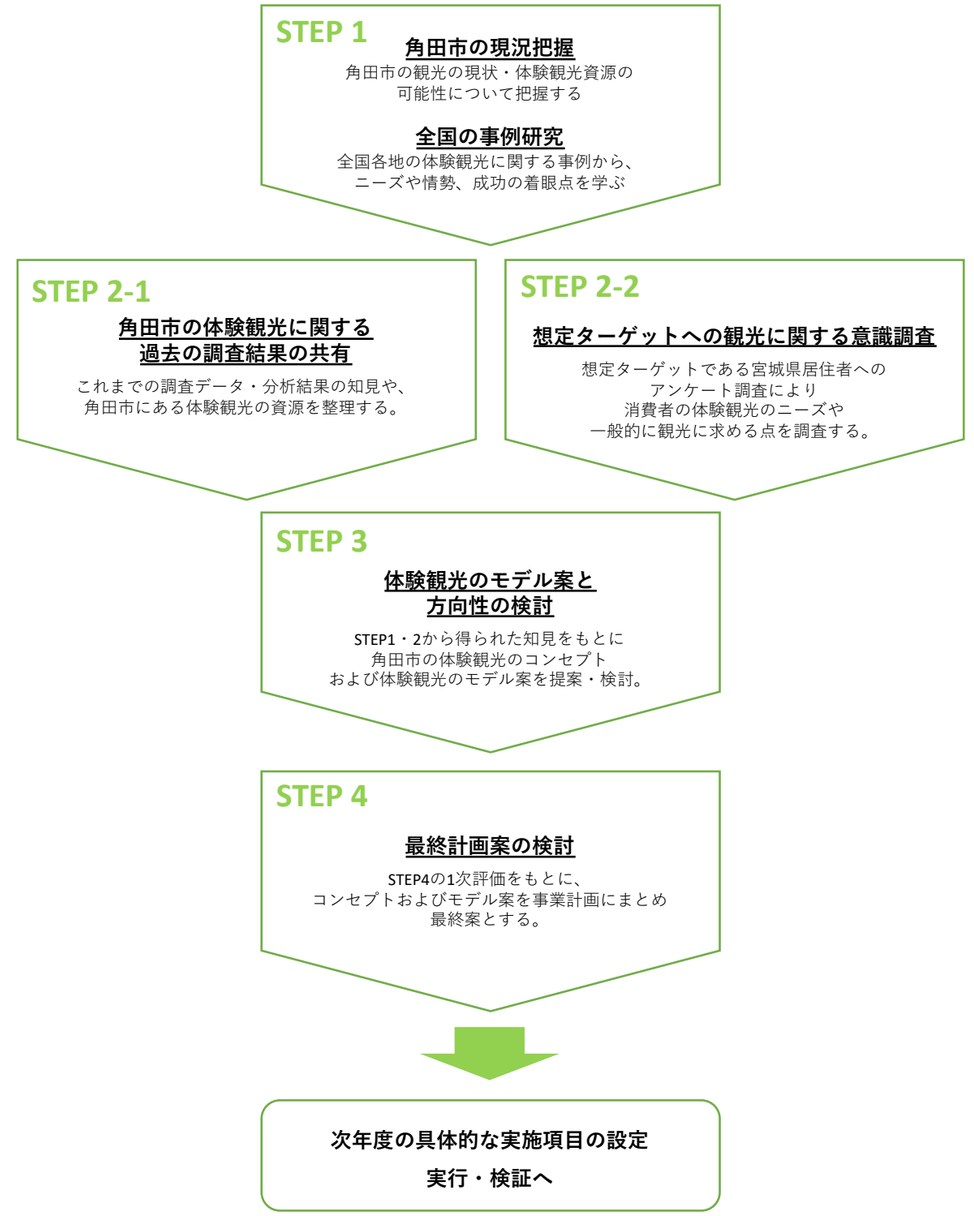
【本アクションプランの位置づけ】

本アクションプランは、角田市第5次長期総合計画に基づいて策定された「かくだグリーン・ツーリズム推進計画」を踏まえ、自然・農業に限らない角田市の観光資源の分析および角田市における体験観光の可能性と実行計画について記すものである。



第2節　計画策定のプロセス

本アクションプランは、角田市にて設立したChallenge Million市民会議 観光専門部会、外部アドバイザーである株式会社JTB、外部ブレーンである株式会社ユーメディア、および事務局にて、全3回のアクションプラン策定会議を行い、下記のプロセスに則り策定を行った。



第3節　アクションプラン策定会議の実施概要

（1）アクションプラン策定メンバー

アクションプラン策定会議は下記の体制で実施した。なお、全3回の会議は前述したアクションプラン策定プロセスの流れに沿って議論を進めた。

■ChallengeMillion市民会議　観光専門部会

- 角田市商工観光課　課長　小湊洋司
- 株式会社まちづくり角田　販売課長　戸村真喜夫
- 株式会社まちづくり角田　武藤章子
- 角田市商工会青年部　目黒健太
- 角田市商工会青年部　遠藤佳之
- 角田市商工会女性部　副部長　髙野絹子
- JAみやぎ仙南角田地区青年部　部長　佐藤雅和
- JAみやぎ仙南角田地区女性部　部長　星絹子
- 道の駅出荷者協議会　副会長　石川哲
- 角田スタンプ会　郷家直樹
- 仙南シンケンファクトリー　所長　大塚昇
- よつば生産組合　八巻美喜子

■アドバイザー

- 株式会社JTB　佐藤和則
- 株式会社JTB　手島慧

■外部ブレーン

- 株式会社ユーメディア　佐藤広美
- 株式会社ユーメディア　岩本理恵
- 株式会社ユーメディア　長谷川亜実
- 株式会社ユーメディア　三浦宏平
- 株式会社ユーメディア　上和野佐恵

■事務局

- 角田市商工観光課　課長補佐　木村信幸
- 角田市商工観光課　係長　大沼寿宏
- 角田市商工観光課　主査　菊地浩文
- 角田市商工観光課　角田ブランド推進員　西村博美
- 角田市まちづくり交流課　係長　佐藤蔵人
- 角田市まちづくり交流課　主査　根田絵美

（2）アクションプラン策定会議　実施概要

【第1回】

第1回の会議は、第1部でアドバイザー株式会社JTBの講演をもとに体験観光に関する傾向と全国事例の研究を行い、第2部で過去に角田市において実施された体験観光に関する調査事例の共有を行った。

開催日時／2020年3月2日(月)　19:00～21:00
会　　場／角田市役所　301会議室

▶第1部　講演「着地型体験観光の地域に果たす役割とは」

株式会社JTB　観光開発プロデューサー　佐藤和則氏

※以下、講演内容の概要。

①着地型観光とは

観光客を受け入れるために、受地側が自らコンテンツの整備や情報発信を行うことが「着地型観光」であり、発地型観光に比べ、市場規模・経済効果が大きい。着地型観光商品をつくり、PRすることは地域活性化にもつながる。

観光消費はモノからコトへシフトしている。体験を重視する傾向が見られ、観光客は単なる体験ではなく、物語・ストーリー性に魅力を感じている。

②着地型体験観光のポイント

1）わざわざそこに行って体験する意味＝「ならではの価値」があるか。ならではの価値という魅力があれば、高単価でも売れる観光コンテンツとなる。

2）予約や当日の受付、支払い、情報発信などの対応をスムーズに行うためには、常駐者や一本化された窓口の設置が必要となる。期間を限定するのも有効。

③着地型体験観光のヒント

1）地元にとっては「なんでもない」日常が、観光客には新鮮に映る。東北各地では農家民泊が有効。グリーン・ツーリズムとの相性も良い。仙台市内の学校の教育旅行の受け皿として、宮城県内の開拓を望む声もある。

2）道の駅を活用することは地元で働く人の利益にもつながる。着地型観光のプログラムは利益を考えなければ持続しない。

3）最初は団体旅行から入ると運営がしやすい（旅行人数の把握や準備など）。慣れてきたらターゲットを個人旅行にシフトしていくこともひとつの方法である。

▶第2部　調査結果の共有

（１）角田市で行われた農業体験ツアーの実施結果について

株式会社ユーメディア　佐藤広美氏

※以下、調査結果の概要。

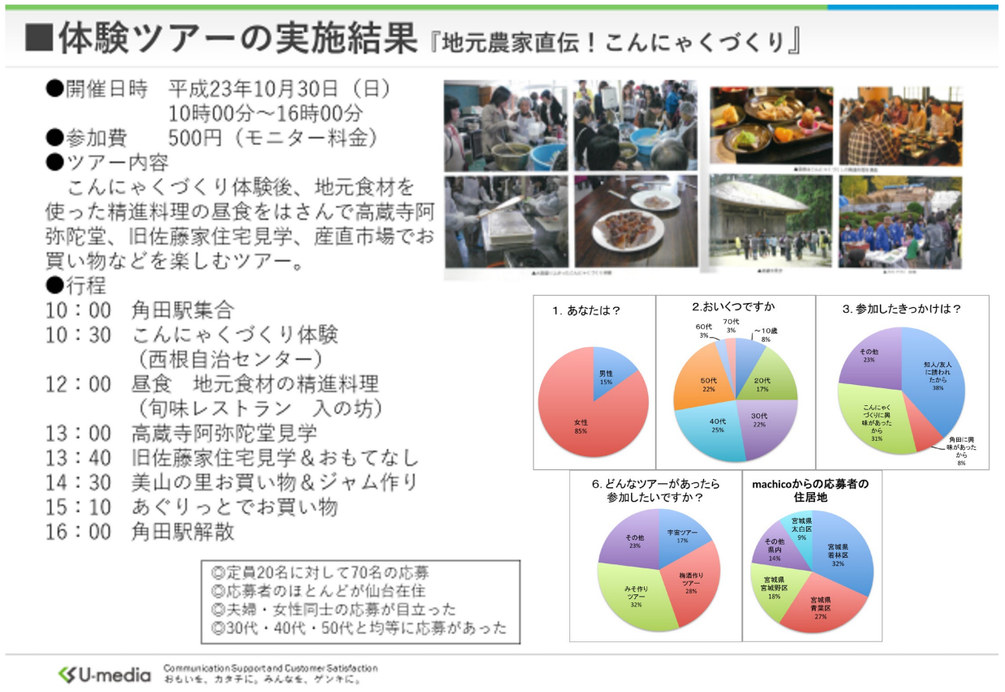
①実施された農業体験ツアーについて

2011年から2013年にかけて、仙台圏をターゲットにした4件の農業体験ツアーを、角田市が委託した株式会社ユーメディアが実施している。

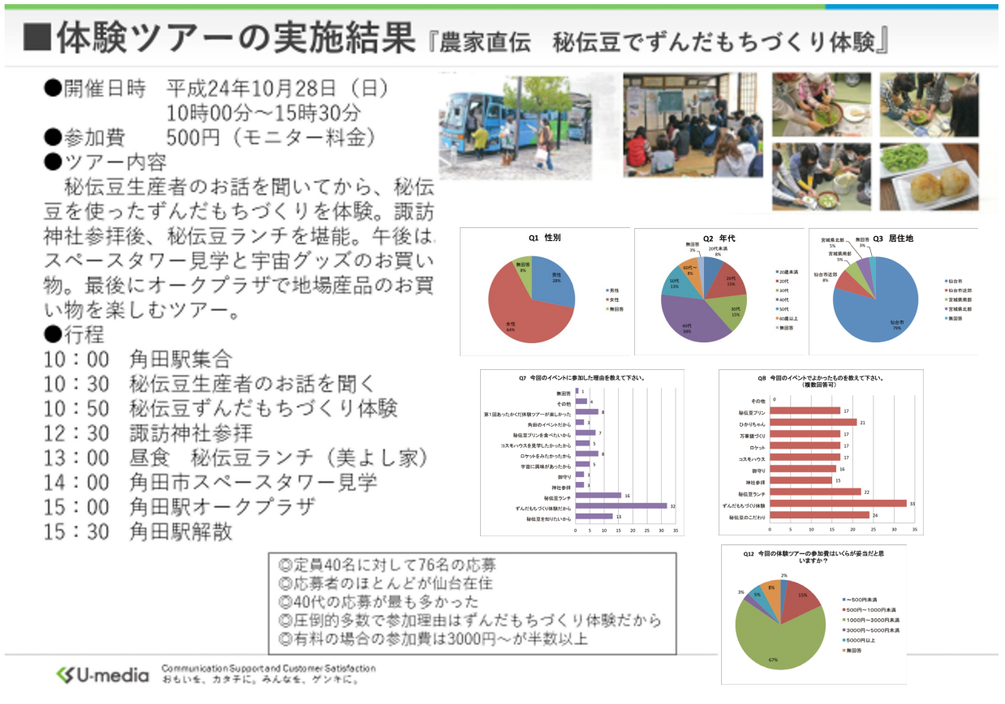
内容は、どのツアーも農業体験に、角田市の観光スポット、グルメ、人とのふれあいを組み合わせた1日観光ツアーで、4件すべて定員以上の応募があり、角田ならではの普段できない体験やグルメに魅力を感じて応募した方が多く、実際に参加した方の満足度も高かった。

②詳細と結果について

１）地元農家直伝　こんにゃくづくり体験　（2011年実施）



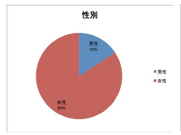
２）地元農家直伝　秘伝豆でずんだもちづくり体験　（2012年実施）

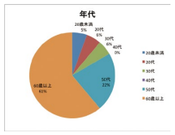


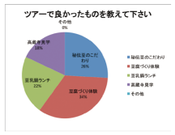
3）旬の秘伝豆で豆腐づくり体験とあったか豆乳鍋（2013年実施）

■体験ツアーの実施結果『旬の秘伝豆で豆腐づくり体験とあったか豆乳鍋の巻』

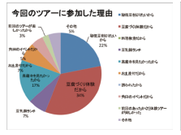
●開催日時　平成25年1月28日（日）
10時00分～15時00分
●参加費　3000円
●ツアー内容
作って食べて健康に美しくなるをテーマに角田特産の秘伝豆を使った「あおばた豆腐づくり」を2時間かけて本格的に体験した後、あったか豆乳鍋を食べるツアー。
最後に角田市のパワースポット高蔵寺阿弥陀堂と旧佐藤家住宅を見学して解散。
●行程
10：00　角田駅集合
10：30　豆腐づくり体験
13：00　昼食　豆乳鍋ランチ（入り坊）
14：00　高蔵寺阿弥陀堂・旧佐藤家住宅
15：00　角田駅解散

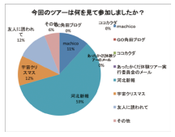






◎参加費3000円ながら応募者33名。
◎河北新報の掲載があり参加者は県内全域に広がった
◎河北新報の記事の影響で50～60代の方が多く集まる
◎秘伝豆のこだわりや豆腐作りに興味のある人が半数以上
◎作って食べて健康に美しくなる企画として
「梅干し」「ゆば」「干し柿」「こんにゃく」等があがった



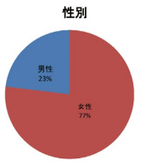


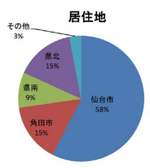
U-media　Communication Support and Customer Satisfaction　おもいを、カタチに。みんなを、ゲンキに。

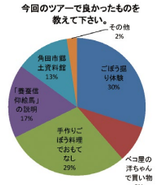
4）地元農家直伝　ごぼう掘り＆グルメ体験(2013年実施)

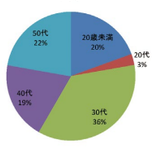
■体験ツアーの実施結果『地元農家直伝ごぼう掘り＆グルメ体験』

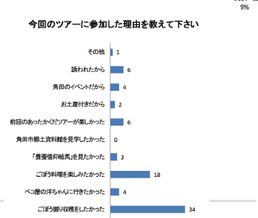
●開催日時　平成25年11月16日（土）
10時00分～16時00分
●参加費　500円（モニター料金）
●ツアー内容
東根地区農産物ごぼうを活用した収穫体験。ごぼう掘を体験したあと、収穫したてのごぼうを使った手料理でおもてなしと特産品のお土産の提供。さらに国の文化財福應寺の絵馬と角田市郷土資料館の見学するツアー。
●行程
10：00　角田駅集合
10：30　阿武隈川河川敷にてごぼう掘体験
12：30　昼食　東根自治センターで
ごぼうの手作り料理
14：00　福應寺の絵馬・角田資料館見学
15：00　角田駅解散











◎応募者数44名。
◎仙台市だけでなく角田市内からの参加もあった
◎親子での参加を呼び掛けたところ多数応募があった
◎参加理由は圧倒的にごぼう掘体験をしてみたかったから
◎次回参加したい企画としてあがったのが
「長いも掘り」や自然景観を活かしたツアー等
親子で体験できる企画にニーズがありそうだった

U-media　Communication Support and Customer Satisfaction　おもいを、カタチに。みんなを、ゲンキに。

（２）角田市のサイクルツーリズムの可能性について
仙南サイクルツーリズム協議会の動向と昨年実施された四方山ライドから

株式会社ユーメディア　湊慎一氏

※以下、調査結果の概要。

①サイクルツーリズムを取り巻く環境について

政府は、2018年6月に閣議決定した「自転車活用推進計画」の中で、『サイクルツーリズムを推進して日本を観光立国へ』とうたい、サイクルツーリズムを推進している。

宮城県では、国土交通省との協働で「宮城サイクルツーリズム推進協議会」を発足。様々な自治体で自転車イベントが多数開発・開催されている。

サイクルツーリズムを取り巻く宮城県内や地域の現状

宮城サイクルツーリズム推進協議会
（国土交通省＆宮城県）
ツール・ド・東北

みやぎ仙南サイクルツーリズム
推進会議
（角田市・大河町・柴田町含む２市７町）

2019年度_東北観光復興対策交付金
サイクルツーリズム事業
（４市９町・宮城インバウンドDMO）

＜みやぎ県南浜街道＞モンベル
ジャパンエコトラックへ参画　仙台空港起点

＜民間＋亘理・山元・角田・丸森＞
早坂サイクル＆ユーメディア
亘理町鳥の海起点　８０kmのファンライドイベント開催
よもやまチャレンジライド2019
よもやまチャレンジライド2020

＜松島＞宮城県観光課
インアウトバウンド仙台松島
「松島湾サイクルツーリズム」

＜加美町＞モンベル
レンタルロードバイク導入
「ツール・ド・３４７」開催
ツールド347

＜石巻＞復興庁＋JR東日本企画
石巻圏観光推進機構
「そらうみサイクリング」
[民]そらうみサイクリングLLP（クマガイサイクル）

＜丸森・蔵王＞復興庁＋JR東日本企画
訪日サイクルツーリズム誘致（宮城インバウンドDMO）
＜蔵王ヒルクライム＞
＜サイクルフェスタ丸森＞
（[民]丸森サイクルツーリズム）
蔵王ヒルクライム
サイクルフェスタ丸森

＜秋保＞復興庁＋JR東日本企画
訪日サイクルツーリズム誘致（宮城インバウンドDMO）
[民]ATFアキウツーリズムファクトリー（マイティ千葉重）
秋保温泉旅館組合（佐勘）
＜あきう舎＞

＜栗原・栗駒＞復興庁＋JR東日本企画
モデルコース設置
E-MTB導入（くりこま高原駅）
＜気仙沼＞復興庁＋JR東日本企画
モデルコース設定

その他
クリテリウム鳥の海大会
蔵王町ざおうさまCUP（CX）
泉ヶ岳ヒルクライム
亘理町CUP（CX）

U-media　Communication Support and Customer Satisfaction　おもいを、カタチに。みんなを、ゲンキに。

©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

②みやぎ仙南サイクルツーリズム推進会議について

宮城県仙南地域2市7町（角田市・白石市・大河原町・柴田町・丸森町・川崎町・七ヶ宿町・蔵王町・村田町）により2019年2月に設立された。

その目的は、仙南地域の魅力ある観光資源をつなぎ、交流人口及び関係人口などの増加並びに仙南地域全体の活性化を図るためである。

みやぎ仙南サイクルツーリズム推進会議では、今後の活動内容について、以下を定めている。

サイクルツーリズムを取り巻く宮城県内や地域の現状 1

みやぎ仙南サイクルツーリズム推進会議

【提言】みやぎ仙南サイクルツーリズム推進会議のあり方

事業計画は既存の活動と重複しないように設定すべき
・各自治体のコンテンツ開発（実走調査、サイクリングスポット、魅力の発掘）

連携することで魅力的なコンテンツとなるようなルートの設定

受入環境の整備
・サイクルラック、休憩施設、拠点施設、WEB等による情報発信、印刷物
誘導サイン、路面マーキング等

地域の人材開発
・ガイドの養成、レスキュー体制の整備

経済効果３要素の整理
＜飲食＞＜宿泊＞＜購入＞
※ホテル内での保管などを含む

情報発信のための「サイクルイベント」開催

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

③よもやまチャレンジライド2019実施結果について

よもやまチャレンジライドは、2019年3月17日(日)に開催された。

亘理町・角田市・丸森町・山元町を走行エリアに、サイクリングを楽しむイベントである。亘理町鳥の海のSeasideBaseをスタート・ゴールとし、角田市、丸森町、山元町、走行距離83.1kmを四方山を周遊するように皆で思い思いに走る。とくにスピードを競うイベントではない。

実施結果は、SNSの告知だけで180人を集客し、6000円の参加費を払っても、イベントに満足する参加者がほとんどだった。

要因として、「エイドでの地域資源を活用したおもてなしがよかった」「信号機が少なく、舗装が良い道路が多いため、快適にサイクリングができる」など、参加者から感想が寄せられた。

サイクルイベント（よもやまチャレンジライド2019） 3

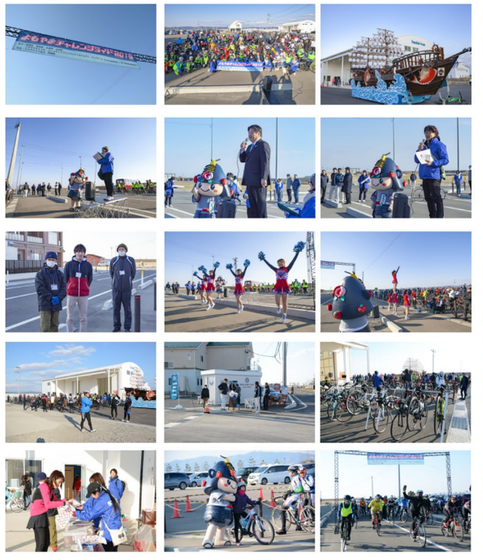
よもやまチャレンジライド2019から分かること

2019年3月17日（日）開催
参加者　180名
参加費　6000円
距離　83.1km

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

サイクルツーリズムを取り巻く宮城県内や地域の現状 4

【フォトギャラリー】
開会式～スタート



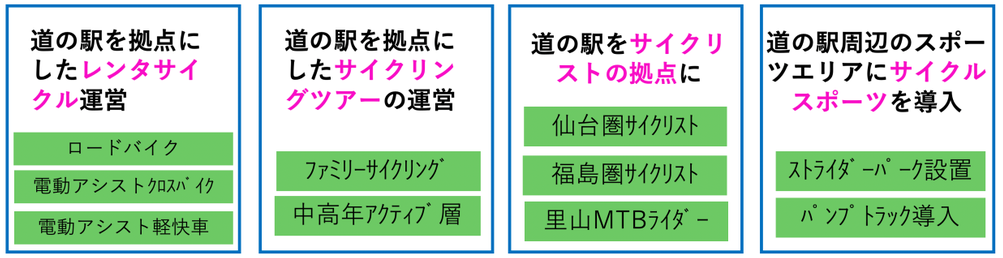
【フォトギャラリー】
ライド風景～エイド

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

④サイクルツーリズムの可能性について

サイクルツーリズムは、ロードバイクを利用したサイクリストを想定しがちだが、よもやまチャレンジライドにみられるように、地域特性に合わせたサイクルツーリズムの可能性を検討し、実験することで、最適な方法が見つかると考えられる。

以下に、道の駅かくだを拠点とした場合の例を示す。



【第２回】

第２回の会議は、第1回会議終了時に、「角田観光コンテンツリスト」と「ワークシート」を配布し、各自記入いただいたうえで、第2回会議に出席いただき、A/B/Cグループに分かれて、自身が抽出したコンテンツをグループで共有のうえ、角田「ならではの価値」のコンテンツと「道の駅かくだ」を組み入れた際に解決される課題の抽出を行った。

開催日時／2020年3月10日(火)19:00～20:30
会　　場／角田市役所　301会議室

（１）個人ワーク：角田市「体験観光コンテンツ」のリストアップ

①角田市「体験観光コンテンツ」のリスト作成

2011年から2020年まで実施された株式会社ユーメディアの調査・取材400件余りのうち、角田市の「体験観光コンテンツ」になりうると思われる地域資源262 件をまとめたリストを配布し、角田市ならではの体験観光コンテンツの抽出を各自が行った。

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
1	宇宙	イベント	はやぶさまつり
2	宇宙	イベント	宇宙クリスマス
3	宇宙	イベント	宇宙っ子まつり
4	宇宙	教育	親子宇宙教室
5	宇宙	施設	角田市スペースタワー・コスモハウス
6	宇宙	施設	JAXA角田宇宙センター
7	宇宙	施設	ロケット水門
8	宇宙	植物	宇宙杉
9	宇宙	観光コース	マイカーで行く宇宙の旅
10	宇宙	食	宇宙焼
11	宇宙	食	スピカ
12	宇宙	食	ロケットケーキ
13	宇宙	食	小宇宙丼
14	宇宙	食	宇宙食
15	食	イベント	角田こめ料理コンテスト
16	食	イベント	かくだ利き酒３酒競技会
17	食	イベント	大人っこまつり
18	食	イベント	角田産和牛賞味会
19	食	イベント	かくだほろ酔い祭り
20	食	イベント	梅料理コンテスト
21	食	イベント	角田まめ料理コンテスト
22	食	イベント	あったかくだ体験ツアー
23	食	イベント	角田ずんだまつり
24	食	イベント	うめ～梅まつり in かくだ
25	食	イベント	どんぶりまつり
26	食	飲食店	たら福
27	食	飲食店	レストラン＆バー　Panch
28	食	飲食店	ho-ri pan
29	食	飲食店	Country 茶芸館 美音
30	食	飲食店	手打ちそば処 久田
31	食	飲食店	角屋ホルモン食堂
32	食	飲食店	にじいろカフェ
33	食	飲食店	がぎゅうベーカリー
34	食	飲食店	レストランかどきゅう
35	食	飲食店	角田駅観光物産センター
36	食	飲食店	スナック エスコート
37	食	飲食店	仙南シンケンファクトリー
38	食	飲食店	ぱぴハウス
39	食	飲食店	稲café　あぐりっと
40	食	飲食店	母里の風
41	食	飲食店	宮崎屋

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
42	食	飲食店	壽庵
43	食	飲食店	そば処　山の内分校
44	食	飲食店	中国料理　檸檬亭
45	食	飲食店	ファミリーレストラン　美よし家
46	食	飲食店	Ecco la qua
47	食	飲食店	果樹園
48	食	飲食店	翔屋
49	食	飲食店	パンとケーキの店　brooch
50	食	飲食店	Cream Tea
51	食	飲食店	味亭すけろく
52	食	飲食店	ぜいご屋ふふ食彩工房あんさい
53	食	飲食店	カフェレストラン EVANS'89
54	食	飲食店	中華料理かんの
55	食	飲食店	軽食たまや
56	食	飲食店	やなぎ茶屋
57	食	飲食店	工房　美山の里
58	食	飲食店	旬味れすとらん 入の坊
59	食	飲食店	産直広場　あぐりっと
60	食	飲食店	自家焙煎珈琲工房 OGATA
61	食	飲食店	日本料理　遊膳
62	食	飲食店	梅寿司
63	食	飲食店	泉屋
64	食	飲食店	そば処たちばな
65	食	飲食店	養老乃滝角田店
66	食	飲食店	焼肉レストラン　胡椒亭
67	食	飲食店	YOSAKU
68	食	飲食店	房寿司
69	食	飲食店	すし和
70	食	飲食店	テリア
71	食	飲食店	兆助
72	食	菓子店	スイーツショップ　アリス
73	食	菓子店	Patisserie 心のおと
74	食	菓子店	お菓子の店 まえばし
75	食	菓子店	お菓子のささもり 天神町本店
76	食	菓子店	菓子処小田嶋
77	食	その他の販売店	肉の郷家
78	食	その他の販売店	そば工房　光ファーム
79	食	その他の販売店	丸恵コーヒー販売
80	食	その他の販売店	JAみやぎ仙南 女性部「産直市」

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
81	食	その他の販売店	JAみやぎ仙南ふれあい産直会
82	食	その他の販売店	小野園茶舗
83	食	その他の販売店	やまだ水産
84	食	その他の販売店	仙南みらい工房 BISSEN
85	食	その他の販売店	河村酒店
86	食	その他の販売店	丸正酒店
87	食	その他の販売店	永窪酒店
88	食	物産	野田鴨
89	食	物産	お野菜こめっこパスタ
90	食	物産	ジャム「美山のめぐみ」「阿武隈のめぐみ」
91	食	物産	おとくら山
92	食	物産	焼きドーナッツ
93	食	物産	桑のしずく
94	食	物産	プリン全4種
95	食	物産	大福全4種
96	食	物産	リンゴ
97	食	物産	梅花の里
98	食	物産	ひかりちゃん☆サブレ
99	食	物産	家福ゆべし くるみ餅
100	食	物産	ビスケット饅頭
101	食	物産	生クリーム大福　雪ふたえ
102	食	物産	あぶくま納豆　極小粒
103	食	物産	仙南クラフトビール
104	食	物産	秘伝豆みるく
105	食	物産	梅ジュース
106	食	物産	秘伝豆
107	食	物産	角田の梅干し
108	食	用具	あぶくま豆腐手作りセット
109	食	レシピ	豆でたっしゃにうめ～餃子
110	食	レシピ	豆ご飯の肉包み
111	食	レシピ	大豆入りドライカレー
112	食	レシピ	甘辛大豆
113	食	レシピ	角田ライスand ソイバーガー
114	食	レシピ	まめキッシュ
115	食	レシピ	どちらもお肉
116	食	レシピ	ずんだワッフル
117	食	レシピ	調整カリポリ豆

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
118	食	レシピ	かくだ!だい酢っき♡
119	食	レシピ	こんにゃくの作り方
120	食	レシピ	栗入り五目おこわ
121	食	レシピ	焼き肉のたれ
122	食	レシピ	ごぼう味噌の作り方
123	食	レシピ	ごぼうチップス
124	食	産直市場	馬場果樹園
125	食	産直市場	さくら軽トラ市
126	食	産直市場	葉っぱ市直売所
127	食	産直市場	加藤果樹園
128	食	産直市場	産直市場 舘島田ゆうらく会
129	文化	イベント	台山サウンドフェスティバル
130	文化	イベント	とくら祭り
131	文化	イベント	牟宇姫夏まつり
132	文化	スポーツ	ずんだ体操
133	文化	スポーツ	かくだウォーキングマップ
134	文化	スポーツ	ベガルタチアリーダー体験教室
135	文化	スポーツ	阿武隈リバーサイドマラソン
136	文化	スポーツ施設	角田市屋内温水プール
137	文化	スポーツ施設	多目的運動場・多目的芝生広場
138	文化	スポーツ施設	角田市総合体育館
139	文化	スポーツ施設	角田市野球場
140	文化	スポーツ施設	中央公園テニスコート・ゲートボール場
141	文化	スポーツ施設	交通公園
142	文化	スポーツ施設	あぶくまパークゴルフ場
143	文化	スポーツ施設	角田市陸上競技場
144	文化	スポーツ施設	角田市民ゴルフ場
145	文化	スポーツ施設	スポーツ交流館
146	文化	施設	いとや
147	文化	施設	角田市図書館
148	文化	施設	角田市総合保険福祉センター（愛称：ウエルパークかくだ）
149	文化	施設	農村環境改善センター
150	文化	施設	農村婦人の家
151	文化	施設	婦人研修センター
152	文化	施設	老人福祉センター（内町荘）

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
153	文化	施設	角田駅コミュニティプラザ（オークプラザ）
154	文化	施設	台山公園
155	文化	施設	角田滑空場
156	文化	観光コース	虹の園　手作り体験
157	文化	観光コース	スポーツと世界一の地ビール
158	文化	宿泊施設	大正館
159	文化	宿泊施設	旅館青柳
160	文化	宿泊施設	旅館高砂
161	文化	宿泊施設	グリーンホテル角田
162	自然	イベント	田んぼアート
163	自然	イベント	高蔵寺ホタルまつり
164	自然	イベント	菜の花まつり
165	自然	観光コース	角田市花めぐりコース
166	自然	観光コース	みやぎ蔵王三十六景を巡って四方山へ
167	自然	観光コース	斗蔵山ハイキングと斗蔵寺
168	自然	観光コース	阿武隈川沿いサイクリング
169	自然	風景	笠島の立石（ホイホイ岩）
170	自然	風景	田園都市角田
171	自然	風景	入の坊滝
172	自然	風景	蔵王連峰
173	自然	風景	阿武隈川
174	自然	風景	四方山
175	自然	風景	せんだんの木
176	自然	風景	内町湖
177	自然	風景	手代木沼
178	歴史	イベント	角田市郷土資料館企画展「雛人形」
179	歴史	イベント	かくだ牟宇姫ひなまつり
180	歴史	イベント	どんと祭はだか参り
181	歴史	イベント	金津七夕
182	歴史	国指定	阿弥陀如来坐像（高蔵寺阿弥陀堂内）
183	歴史	国指定	勝楽山高蔵寺・阿弥陀堂
184	歴史	国指定	福應寺毘沙門堂奉納養蚕信仰絵馬
185	歴史	国指定	旧佐藤家住宅
186	歴史	国指定	梁瀬浦遺跡
187	歴史	文化財	伊達政宗公息女牟宇姫嫁入り持参雛人形

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
188	歴史	文化財	和田家資料「内留」
189	歴史	文化財	紺糸最上胴具足
190	歴史	文化財	土浮貝塚
191	歴史	文化財	高蔵寺カヤの群生林
192	歴史	文化財	文永十二年銘供養碑
193	歴史	文化財	毘沙門堂の樋
194	歴史	文化財	八幡神社楼門
195	歴史	文化財	八幡神社の大杉
196	歴史	文化財	高蔵寺の大杉
197	歴史	文化財	妙立寺の鰐口
198	歴史	文化財	指定文化財一覧
199	歴史	施設	史跡の丘・台山
200	歴史	施設	郷学・成教書院跡
201	歴史	施設	石川家廟所
202	歴史	施設	角田市郷土資料館
203	歴史	施設	江尻排水ポンプ展示館
204	歴史	神社仏閣	大荒山神社
205	歴史	神社仏閣	山神神社
206	歴史	神社仏閣	春日神社
207	歴史	神社仏閣	医王山 藤田寺
208	歴史	神社仏閣	熊野神社
209	歴史	神社仏閣	腰休地蔵堂
210	歴史	神社仏閣	月宮山 喜松院
211	歴史	神社仏閣	無量山 竹林寺
212	歴史	神社仏閣	大荒山神社（三宝大荒神）
213	歴史	神社仏閣	住吉神社（枝野）
214	歴史	神社仏閣	勝楽山高蔵寺・阿弥陀堂
215	歴史	神社仏閣	諏訪神社（佐倉）
216	歴史	神社仏閣	臥竜山福應寺
217	歴史	神社仏閣	大滝不動尊
218	歴史	神社仏閣	諏訪神社（平貫）
219	歴史	神社仏閣	諏訪神社（江尻）
220	歴史	神社仏閣	愛宕神社
221	歴史	神社仏閣	妙立寺
222	歴史	神社仏閣	高良玉垂神社
223	歴史	神社仏閣	猫神様
224	歴史	神社仏閣	高魂神社
225	歴史	神社仏閣	東禅寺
226	歴史	神社仏閣	国平山称念寺
227	歴史	神社仏閣	青麻神社
228	歴史	神社仏閣	金刀比羅神社
229	歴史	神社仏閣	神明社

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
230	歴史	神社仏閣	八幡神社
231	歴史	神社仏閣	熱日高彦神社
232	歴史	神社仏閣	香取神社
233	歴史	神社仏閣	東光院跡
234	歴史	神社仏閣	称名寺
235	歴史	神社仏閣	定迎寺
236	歴史	神社仏閣	千部山自照院
237	歴史	神社仏閣	松竜山専福寺
238	歴史	神社仏閣	天神社
239	歴史	神社仏閣	長泉寺
240	歴史	神社仏閣	安狐山斗蔵寺
241	歴史	神社仏閣	小針の薬師堂
242	歴史	観光コース	牟宇姫ゆかりの地めぐり
243	歴史	観光コース	縁結び神社めぐり
244	歴史	観光コース	高蔵寺と山里めぐり

No.	カテゴリ	サブカテゴリ	タイトル
245	歴史	観光コース	石川公ゆかり処めぐり
246	歴史	観光コース	阿武隈川ドライブで福應寺へ
247	歴史	記念碑	佐藤継信・忠信の碑
248	歴史	記念碑	大町恕軒の碑
249	歴史	記念碑	吉野臥城詩碑
250	歴史	記念碑	高山上水翁の碑
251	歴史	遺跡	腰休貝塚
252	歴史	遺跡	妙安寺の井戸
253	歴史	遺跡	千人塚
254	歴史	遺跡	八竜城跡
255	歴史	遺跡	龍の枕石
256	歴史	遺跡	角田郡山遺跡（古代の郡衙跡）
257	歴史	遺跡	角田城跡
258	歴史	遺跡	大久保古墳群
259	歴史	遺跡	横倉古墳群

②ワークシートへの記入

角田市の「体験観光コンテンツ」になりうる資源とその魅力、体験観光コンテンツとして実施する際の問題点を策定メンバーが各自記入した。

角田市体験観光ツーリズム　アンケートシート　　氏名＿＿＿＿＿＿＿＿

※リストにない資源でもかまいません。

No.	名称	おすすめポイント・いいところ	体験観光にする際の問題点・課題
例	ねぎ	オリジナルレシピがたくさんある。 既に収穫体験のノウハウがある。	整備された駐車場が畑の近くにない。

ご記入済のアンケートは下記のFAXまたはメールアドレスまでご送付ください。
FAX：０２２－７１４－８３１４　　メールアドレス：s-kamiwano@u-media.jp
（株）ユーメディア　上和野宛　　**しめきり　２０２０年３月５日（木）**

No.	名称	おすすめポイント・いいところ	体験観光にする際の問題点・課題	記入者
1	梅	・オリジナルジャム ・梅を使った料理・グルメ	・好みが大きく分かれる	商工会青年部
2	梅	・梅花の里のイメージあり、梅まつりあり ・梅の木1本オーナー制度（冬の剪定、堆肥散布） ・梅もぎ、梅酒づくり、カリカリ梅・梅干しづくり	・やる人、やる場所	大沼
3	梅	①もぎ取り→梅酒づくり ・両方梅まつりにてノウハウあり ②梅干しづくり体験 ・角田の昔ながらの梅干しを知ってもらう ・塩分等を自分で調整し自分好みの梅干しを作れる	②教えることが実際に可能であるか	湯村
4	梅干し	・梅干しづくり体験 （作業過程を見学後、一部を体験）	・見学・作業できる時期が限定される ・衛生面	武藤
5	梅干し（梅干しづくり体験）	・漬け込む作業を体験してもらう。 出来たころに発送、もしくは受取に来てもらう。 ・東小坂の梅生産者や豊室の農家さんが先生。	・漬け込んだ梅干しの保管場所	日下
6	オリジナル梅干し作り	・オリジナル梅干しを参加者が考案し作成 （梅料理ではなく梅干し） 例：梅干しピクルス、イタリアン梅干し	・梅干し作りだけでは地味なので梅のもぎ取り体験も同時に行えると良い。	伊藤
7	梅酒	・梅酒づくり体験 （青梅とリカーで漬けるだけだが、子どもが20歳になったら開けよう等の5年後、10年後の楽しみを伝える）	・保管場所、管理方法	武藤
8	オリジナル梅倉庫	・梅とりからスタートし、すべて手作りで梅干を作り、自宅に保管するスペースがない方に、マイ梅干し、梅床の保管場所を提供。年に数回訪ね、必要なものだけ持ち帰る。	・倉庫の確保 ・生産者の協力 ・事前に需要があるかリサーチすべき ex:仙台マンション暮らし、手作り興味あり	西村
9	秘伝豆（枝豆）	・大粒で、香りと甘みが抜群の枝豆。 ・郷土の味としてのずんだ餅や、その他のずんだ料理も味わってもらいたい。	・体験型として、収穫→もぎ取り→ゆでる→はじく→つぶす→餅にからめる、これは今までもあったと思うが、畑から収穫はまだないかもしれない。	星
10	秘伝豆（大豆）	・大豆になれば、とうふ作りも楽しくて、さらに美味しいとうふになるのでは。	・ずんだ餅なども、古民家のような所で食べていただけたら良いのでは。	星
11	豆	・転作大豆の生産が盛ん、いっぱいある ・豆腐づくり体験会、栽培するところからやる ・稲わらを使って昔ながらのわら納豆を作る。	・やる人、やる場所	大沼
12	秘伝豆	もぎとり→秘伝豆料理おもてなし ・もぎとりのノウハウあり ・すんだまつり前日に開催し、祭りの分も手伝ってもらう ・働いてもらう分参加料は安価に		湯村
13	ずんだ（ずんだ作り体験）	・すんだまつりに向けて、たくさん作ってもらい、祭りのふるまいもちでも提供。		日下

No.	名称	おすすめポイント・いいところ	体験観光にする際の問題点・課題	記入者
14	米	・田んぼいっぱい、米いっぱい・稲作体験 ・もち米作って餅つき、正月用の餅を作る ・わらでしめ縄をつくる ・わら細工、わら縄	・やる人、やる場所	大沼
15	お米 （JA、農業振興公社）	・4月田植え～9月稲刈の体験ができる。 ・お好みの銘柄米の年間購入ができる。	・受け入れ体制の構築	大塚
16	酒米田・ 酒蔵見学 飲み比べ	・角田の美山錦を使用して醸している蔵王酒造の酒米田・酒蔵を見学。夜にその酒（花・風・月）を扱っているお店で飲み比べを行う。	・とりまとめ等、受け入れ体制	武藤
17	田んぼアート	・田植え・稲刈りの体験ができる。 ・周りの環境（里山感）も含めロケーションが良い。 ・稲の成長度合いで絵柄の変化を楽しめる（何度も足を運べる）	・駐車場はない（近くの公民館に停める?） ・飲食販売やベンチなど休憩スペースはない	UM 佐藤
18	仙南シンケン ファクトリー	オリジナルビールづくり体験 ・シンケンファクトリーは実績もあるため、プレミアム感が出る。 ・シンケンのビールを再び角田に訪れるきっかけとする	・シンケンファクトリーで対応可能か ・ロットはどれくらいからできるか	湯村
19	シンケン ファクトリー ハム・ ソーセージ 作り体験	・シンケンファクトリーのPR ・ハム・ソーセージ作りを体験し、昼食はシンケンファクトリーで食べる。 ・小学生の時に体験したが、楽しかった記憶があるのでもう一度復活してほしい。		伊藤
20	ハム工場 ハンバーグ 工場 （滝沢ハム）	・設備が充実している。 ・工場見学と試飲試食 ・角田産めぐみ野ポークや角田産めぐみ野あか鶏を使用した商品、またはイベント時に振る舞う（半丸焼き等）	・受け入れ体制の構築	大塚
21	野田鴨 スモーク体験	・野田鴨のPR ・角田市の新しい名物料理の発掘	・開催場所の確保	伊藤
22	伝統食体験 山菜採り （ごんぼっぱもち）	・ごんぼっぱの収穫からもちづくりまで体験	・安全性を研究 ・山提供者の確保	西村
23	農家飯・ 保存食	・いちご農家なら、小さいいちごなど規格外のものを活かすやり方を学ぶ（はちみつをかけて冷凍する） ・TV番組的な旬の農産物を美味しく体験	・指導者の確保（調理場、駐車場も） ※石川地区　佐藤一子さん　夏野菜のつけもの	西村
24	ブルーベリー （西根）	・収穫に手間がかかるので消費者に開放し、観光農園として収穫体験を行う。	・とりまとめ等、受け入れ体制	武藤
25	ねぎ	・オリジナルレシピがたくさんある。 ・既に収穫体験のノウハウがある。	・整備された駐車場が畑の近くにない。	UM 佐藤
26	梨・りんご	・梨やりんご狩りはポピュラーなので気軽に体験しやすく、季節レジャーとして定期的に楽しむファミリーやカップルもいる。 ・季節になるとメディアにも取り上げられやすい。 ・インバウンドのニーズからも◎。バリエーションとしてあるべき。	・観光農園と農園とのすみわけ。 ・農家さんの運営整備の整備。 ・開催日数と量に応じたオペレーションと収益モデルの構築。	UM 佐藤

No.	名称	おすすめポイント・いいところ	体験観光にする際の問題点・課題	記入者
27	いちご	・いちご狩りのメッカ亘理・山元に隣接しているので、逆に一体となって集客や産地化を目指せる。	・観光農園と農園とのすみわけ。 ・農家さんの運営整備の整備。 ・開催日数と量に応じたオペレーションと収益モデルの構築。	UM 佐藤
28	デコポン	・デコポンを角田で?収穫できるの?という以外性が良い。 ・道の駅かくだで販売されていたデコポンは小さくて食べやすかったし、持ち帰りやすかった。小さいとかわいいと気づき、たくさん買ってしまいました。	・観光農園と農園とのすみわけ。 ・農家さんの運営整備の整備。 ・開催日数と量に応じたオペレーションと収益モデルの構築。	UM 佐藤
29	糖度と酸味が最適化されたトマト	・道の駅かくだで販売されていた、糖度と酸味が最適化されたトマトが絶品。デリシャストマトのようなトマトらしいインパクトのあるおいしさ。 ・現在トマトに名前がないようだったので、ツーリズム化することでブランド価値と希少価値を高めつつ、道の駅でトマトジュースやトマトペーストなど加工品販売への展開も考えられると思いました。	・農家さんのやる気。	UM 佐藤
30	小麦	・佐藤ゆうきさんのところで小麦栽培をやっていたと思います。粉ものの安全性やアレルギーなど国産小麦の注目度は高く、日本人のパンの消費拡大などニーズはありそう。道の駅でてづくりパンを販売しているので、相乗効果が期待できるのではないか。	・収穫量が限られると思うので、受け入れ環境など。	UM 佐藤
31	果実ジュース	・角田の梅ジュースは地元ならではのつくり方で味も絶品。 ・これだけでもいいのですが、その他の果実の栽培も豊富な地域なので、果実ジュースづくり体験でくくると、果物の豊富なまちとして訴求できるし、通年で楽しめる体験コンテンツになる。 ・道の駅との親和性も高く、サイクリストとの親和性もある。イメージもよい。道の駅で販売するドリンク商品にもなる。	・やる人、やる場所	UM 佐藤
32	乳牛 （角田丸森 乳産牛）	・牛のパドック見学と搾乳体験、試飲（お土産）。※渡辺牧場 ・乳牛を使用したバター・ヨーグルト等簡単な調理作業体験。 ・道の駅にて原料を使用したソフトクリーム試食。	・受け入れ体制の構築	大塚
33	和菓子 洋菓子 （市内菓子店 協力）	・菓子店が数多くある。 ・野菜・果物収穫体験 角田産野菜または果物を使用したスイーツ開発と提供	・原材料調達確保が未開拓。	大塚
34	メガ盛り	「かくだのかお」vol.5で実施し好評を得た企画。 ・みよし家「鴨ざるメガMAX」 ・Punch「UFOバーガー」 ・たら福「メガ福味噌ラーメン」 ・母里の風「メガMIXフライ」 ・まえばし「メガずんだパフェ」 上記実績あり。テレビでも取り上げられ話題に。	店舗によっては期間限定にしないと無理が生じる可能性あり。	UM 岩本
35	竹を使った 細工 ものづくり	・竹を使った細工もの。稲わらを使った細工ものなど	・指導者の確保 ・場所と材料の確保	石川

No.	名称	おすすめポイント・いいところ	体験観光にする際の問題点・課題	記入者
36	竹 （竹で灯籠づくり）	・竹は遊休地などにたくさんあり、困っている人もいる。その竹の有効活用にもなる。 ・ふるさと夏まつりなどで沿道に飾れる。	・先生をどなたに依頼するか。	日下
37	猟師体験	イノシシ猟に実際に同行し体験する	・イノシシにまつわる民芸品や料理を出す店がない。 ・放射能の問題 ・実際対応可能か	湯村
38	大森山	・見晴らしがよい。太平洋や蔵王なども見える。 ・未完成ではあるが、MTBのコースがあると聞いたことがある。 ・トレッキングに向いている。 ・子供でも頂上まで登ることができる。 ・整備次第ではキャンプ場としても使用できるのでは？ ・山へ入る手前に『目黒家の墓』がある。※目黒区との関係があるもの。	・整備された駐車場がない。 ・トイレがない。 ・管理者がいないので、自然のまま。 ・ヘビ・イノシシ・サルが出る。	八巻
39	牟宇姫メダカ （希少種メダカ）	・「道の駅かくだ」で人気のオリジナル種らしい。道の駅でのイベント時もとてもにぎわっていた。 ・コアファンが遠方からも訪れ、すでに何度も開催されているよう。	・おそらくこれまで体験・見学などを受け入れたことはない？が、メダカ飼育やアクアリウムの体験できそう。 ・角田市内に「宮めだか」「さくら淡水魚」という淡水魚専門店がある。	UM 岩本
40	カメ釣り大会	・捕まえた数、大きさで順位を競う。上位入賞者には景品プレゼント。 ・ハス再生プロジェクトPR	・安全確保 ・駐車場	伊藤
41	鎮魂の木像	・西根地区の大沼さんが作り続けている2万体の木像。ご自宅の一角をギャラリーにしており、ご自宅裏にある竹林にも置かれていて、その数は圧巻。	・体験というよりは見学かも。 ・個人宅なので駐車場はなかったような…	UM 岩本
42	神社・仏閣ツアー	・歴史ある神社・仏閣が多くあるので、それらを巡るツアー（結構好きな方が多い）	・開催するとしたらバスツアー？ ・定期・定時でバスが走っていると良い。	郷家
43	神社・仏閣巡り	・角田市内の神社・仏閣を巡るツアー （自転車ウォーキング等）	・受け入れ体制 ・証明書の発行	武藤
44	歴史探訪と自然満喫サイクリング（市内歴史と自然巡り（バスなど））	・角田市には、有名ではないが、歴史施設と多くの自然があり、野菜収穫ツアーとコラボ ・歴史をより深く彫り込んだ内容として （例えば　時代ごとなど）	・メジャーな施設は、少ない。 ・説明者の確保 ・交通手段 ・すでに実施・体験モデルでありますが、歴史に踏み込んだものでもよいか	石川
45	歴史巡り （長泉寺）	・お寺でしか体験できない安らぎ ・角田市の歴史講和、座禅、精進料理（牟宇姫・神社等）	・受け入れ体制の構築	大塚
46	姫	・牟宇姫に変身、まちあるき ・郷土資料館や高蔵寺、角田のステキな場で写真撮影（プロのカメラマン） ・つるし飾りづくり体験	・やる人、やる場所	大沼
47	牟宇姫 ひなまつり	・牟宇姫にちなんで3～7歳の女の子に着物を着せてあげる体験 とても人気で着付けた女の子たちがとても喜んでいる	・着物レンタル・クリーニング代がかかるので、体験料金が割と高い	高野

No.	名称	おすすめポイント・いいところ	体験観光にする際の問題点・課題	記入者
48	牟宇姫 ひなまつり	・つるし雛づくり体験 人気の企画で、仙台や県外からもリピーターが多く来てくれる。	・年代物の着物の布地などで材料をつくるので収集が大変。 ・1セットを作るのも結構な手間と労力を要する。	高野
49	宇宙っ子 まつり	・子どものいるファミリーが1日楽しめる。 ・ニジマス掴みどり体験などができる。		郷家
50	夢	・宇宙への夢、子どもたちの夢 ・JAXA連携 ・人間ペットボトルロケット ・スペースタワーからバンジージャンプ or ターザンロープ	・ハード整備、安全面	大沼
51	JAXA	・JAXA角田宇宙センターを観光に組み込み、実験施設見学や、角田宇宙センターの役割を学んでもらう（親子ツアー） ・角田＝宇宙が身近なまちの定着	・JAXAにどこまで協力していただけるか	湯村
52	かくだの おいしい食と 星を見る会	・星がきれいに見える場所で星をみながらおいしい食事をする体験。 ・ひとりキャンプや冬にあえてキャンプするのが流行しているので、キャンプ感覚で星の勉強をしながら楽しむ会にしたら年中受けそう。 ・お弁当や食材は道の駅で調達するようにすれば収益性もあり。	・星のガイド （宇宙クリスマスや角田でやってる方がいます） ・キャンプガイド（資格があれば安心）	UM 佐藤
53	写真家養成	・住吉大社の桜など、かくれた桜の名所を撮る体験 ・スマホの指導もあおぐ	・隠れた桜の名所をピックアップ（駐車場なし？） ・＋αの経験、神輿を担ぐ、宮司になるなど	西村
54	イベンター 養成	・あなたも角田のイベントに従事しませんか？ ずんだまつりの収穫、 ずんだあんづくりなど	・どこまで仕事を任せるか範囲を決める ・あくまで大変さを売りにするには？	西村
55	JEEP66	・ミニジープをレンタルして角田市の観光スポットを巡ることができるアクティビティ。 ・「かくだのかお」vol.5で紹介実績あり。	・冬季を除く4月～10月の期間限定 ・今のところレンタルできるのは2台のみ 運営はPunchやゲストハウス66を展開する「veeel inc.」	UM 岩本
56	Kスポ （交通公園）	・角田市内の子どもたちが（お母さん方と）土日、毎週のように足を運んでいる。 ・テントなどを張って1日くつろげる。	・自転車・乗り物のリニューアル必須。 ・隣に道の駅があるが、園内にも売店があると最高！ ・現状貸しテントがない。	郷家
57	Kスポを使ったイベント	・各国の少しマイナーで日本でもあまり体験することができないスポーツをやる。 ・親子対象	・観光と呼べるかどうか	伊藤
58	グライダー 体験・展示	・空から角田を一望 ・写真撮影スポット	・近場に施設がない	商工会 青年部
59	自転車 （かくだサイクルツアー）	・道の駅設置レンタサイクルで市内を観光 ・四方山、福應寺コース　斗蔵、高蔵寺コースなど ・モンベルと連携してやりたい。	・引率（ガイド）を誰がするか。 （参加者のみで市内をまわるのは道に迷う心配があるし説明も欲しい）	日下
60	屋内スカイダイビング or VR体験 inコスモハウス	・人気のアクティビティを角田で体験！非日常体験ができる。	・機材購入費用	日下

（２)グループワーク：角田市の「体験観光コンテンツ」の共有と課題の抽出

（１）の内容を共有後にあがったコンテンツについて、「ならではの価値」である感じた点や、「道の駅かくだ」を活用し実施する際の課題、要望をA/B/Cグループ内で出しあった。

＜グループワークの様子＞

（３）A/B/Cグループから抽出された「ならではの価値」

各チームでの議論の結果、下記の資源が特に「ならではの価値」があり、体験観光コンテンツにふさわしいものとして抽出された。

資源	議論で出た意見
秘伝豆	・秘伝豆は早朝に収穫したものが一番おいしいということをアピールしたい。(A) ・植えて、育てて、収穫まで体験できるのも角田ならでは（B） ・食育として教育旅行に活用できないか。(C)
梅	・剪定→梅もぎ→加工まで体験できるのは角田ならでは。(B) ・もぎとり、土用干し、漬け込み、すべて同じメンバーで参加してもらうとよい（C） ・オーナー制度→リピーターの確保につながる。管理方法が課題。(C)
味噌づくり体験	・角田「ならでは」の価値として全工程を体験（A）
トマト	・収穫→ピューレづくり→道の駅のピザ窯で焼く体験。すぐに実施することも可能。(A)
いちご	・亘理・山元と連携していちごツアーができないか？(A)
田んぼアート	・昨年の羽生結弦選手の田んぼアートは効果大だった。(B)
野田鴨	・角田ならではのものである。(B)
仙台牛	・角田市内に仙台牛の飼育農家がいる。(B)
乳牛	・地域ブランドとして成り立っている牛乳を使う。(C)
仙南 シンケンファクトリー	・既に各種体験プログラムがある。(B)
宇宙っこまつり	・ファミリー層に人気のイベント。ここで完結させずにいかに他施設へ回遊させるかが課題。(C)
キックバイク （交通公園）	・PR方法次第ではもっと利用者を増やせる。(C)
星空	・明かりの全くない環境で360度の星空を楽しんでもらえる。雨天時の対応が課題。(C)
グライダー	・搭乗体験ができる。雨天時の対応が課題。(C)
角田市内神社巡り	・サイクルツーリズムと好相性。(C)
その他アイデア	・角田の豊富な農産物を集めて、キッチンカーでシェフの料理を楽しむ。(B) ・申し込み、情報発信、観光客のアテンド等、体制づくりが必要。(B)

【第３回】

第３回の会議は、第2回会議を踏まえて考案された10案の角田市の体験観光モデル案および実施体制についての提案を事務局側から行い、かくだ体験観光ツーリズムアクションプラン策定に向けて具体的な検討を行った。

開催日時／2020年3月26日(木)19:00～20:30
会　　場／角田市役所　301会議室

（１）角田市の体験観光モデル案

① 梅のもぎとり・梅シロップづくり体験

体験観光プログラム案①　0

夏のはじまりは梅花の里・角田で

梅のもぎとり・梅シロップづくり体験

梅マイスターがていねいに教える、はじめての梅仕事

［体験プログラム］

◎収穫体験＆詰め放題
◎梅マイスターが教える梅シロップ教室
◎梅料理のおもてなし　◎お土産「梅干し」付き

［課題メモ］

［概要］

- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　9:00～14:00
- 定員／30名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；2,000円、子供（小学生以下）；1,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだ　※会場までシャトルバス運行

U-media　Communication Support and Customer Satisfaction　おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。

©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

② かくだ秘伝豆 もぎとり体験

体験観光プログラム案② 1

かくだ秘伝豆
もぎとり体験

かむほどに感じるコクと甘み！採りたての秘伝豆を堪能！

仙南
クラフトビール
も出店

［体験プログラム］
- ◎収穫体験＆詰め放題
- ◎朝採りの秘伝豆（ゆで&焼き）食べ放題
- ◎豆ごはん+梅干しのお吸物
- ◎お土産「ずんだ餅」付き

［課題メモ］

［概要］
- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　10:00～15:00
- 定員／250名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；2,000円、子供（小学生以下）；1,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだ　※会場までシャトルバス運行

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

③ 島田のトロねぎ 朝採り収穫体験

体験観光プログラム案③ 2

島田のトロねぎ
朝採り収穫体験

熱々！甘い！朝の“ねぎ”を採って、味わう

［体験プログラム］
- ◎収穫体験＆詰め放題
- ◎朝採りの焼きねぎと、芋煮
  （※オリジナルレシピ？、新米のおにぎりとか）
  *会場では、産直野菜の販売も行っています

［課題メモ］

［概要］
- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　7:30～13:00
- 定員／250名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；2,000円、子供（小学生以下）；1,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだ　※会場までシャトルバス運行

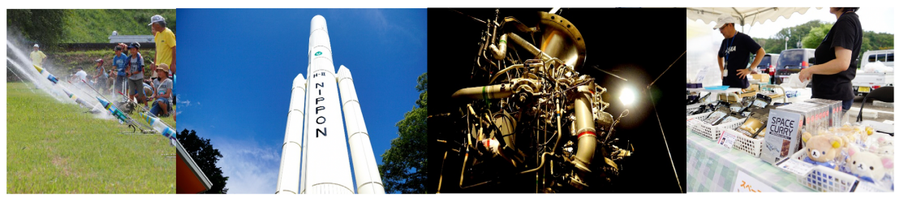
U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

④ 宇宙のまち・角田スタディツアー

体験観光プログラム案④ 3

親子で学ぶ☆
宇宙のまち・角田スタディツアー

めざせ宇宙飛行士！宇宙が身近になる1日



［体験プログラム］
- ◎JAXA 角田宇宙センター　見学（解説付）
  - ・「角田宇宙センター」の役割を学ぶ
  - ・宇宙飛行士選抜試験で出題された白パズルに挑戦！
- ◎コスモハウス展示館見学（解説付）◎スペースタワー展望塔見学
- ◎宇宙食ランチ　◎ロケット工作

［課題メモ］

［概要］
- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　10:00～15:00
- 定員／50名　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；2,000円、子供（小学生以下）；1,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだorコスモハウス　※会場までシャトルバス運行

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

⑤ 角田の歴史と味めぐりツアー

体験観光プログラム案⑤ 4

秘伝豆のとうふづくり体験も
角田の歴史と味めぐりツアー

厳かな歴史に触れて、都会の喧騒を忘れるひととき

［ツアープログラム］
- ◎角田名産・秘伝豆のとうふづくり体験
- ◎伊達家の家臣・石川家ゆかりの長泉寺、
  国指定の文化財の高蔵寺をめぐる[解説付]
- ◎旧佐藤家住宅で手づくり精進料理のおもてなし

［課題メモ］

［概要］
- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　10:00～16:00
- 定員／30名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；4,000円、子供（小学生以下）；2,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだ　※会場までシャトルバス運行

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。
©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

⑥ 牟宇姫なりきり体験

体験観光プログラム案⑥ 5

江戸時代にタイムスリップ

牟宇姫なりきり体験

筆まめな伊達政宗の次女・牟宇姫のくらしを追体験

［体験プログラム］

◎きものの着付け体験＆雛飾りと撮影会
◎郷土資料館館長にきく「牟宇姫の手紙とくらし」
◎写経体験もしくは梅香体験
◎抹茶と和菓子のおもてなし

［課題メモ］

［概要］

- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　9:00～14:00
- 定員／30名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；4,000円、子供（小学生以下）；2,000円
- 集合・受付場所／角田市市民センター

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。

©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

⑦ トマト摘み取り＆ピューレづくり体験

体験観光プログラム案⑦ 6

甘さと酸味のバランス抜群！角田産トマト

摘み取り＆ピューレづくり体験

旬のトマト収穫体験！作りたてのトマトピューレでピザを味わう！

［体験プログラム］

◎収穫体験＆詰め放題
◎トマトピューレ＆トマトジュース作り体験
◎トマトジュースと自作のピューレでピザを堪能
◎作ったピューレはそのままお土産に

［課題メモ］

［概要］

- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　10:00～13:30
- 定員／100名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；2,000円、子供（小学生以下）；1,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだ

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。

©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

⑧ 春に味わう角田のいちご狩り

体験観光プログラム案⑧ 7

ほんとの旬は5月って知ってた？

春に味わう角田のいちご狩り

太陽の恵みをいっぱい浴びた角田の露地イチゴ。
いちご本来のおいしさをご賞味ください。

［体験プログラム］

◎収穫体験＆食べ放題
◎お土産いちご（1パック）付き

［課題メモ］

［概要］

- 開催日時／2020年00月00（土）・00（日）　10:00～13:30
- 定員／100名（各日）　*事前申込制、定員になり次第締切
- 参加費／大人；2,000円、子供（小学生以下）；1,000円
- 集合・受付場所／道の駅かくだ　※会場までシャトルバス運行

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。

©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

⑨ あぶくま菜の花サイクリング

体験観光プログラム案⑨ 8

春の角田を自転車でぐるり

あぶくま菜の花サイクリング

春の里山を周って、一面の菜の花に出会いに。

［体験プログラム］

◎レンタサイクル（クロスバイク・ＭＴＢ等）で
菜の花畑を見に行こう
◎軽食・コーヒー・ジュースなど提供あり
◎阿武隈川の河川敷や田畑をぐるっとサイクリング

［課題メモ］

［概要］

- 開催日時／2020年4月末～5月初旬
- 定員　5名程度（ガイド１名で５名まで引率可）
- 参加費　1,000円～2,000円（レンタル自転車込み）
- 集合・受付場所／道の駅かくだ（〇日前までにお申し込みください）

U-media Communication Support and Customer Satisfaction おもいを、カタチに、みんなを、ゲンキに。

©2019 U-media CO., LTD. All Right Reserved.

⑩ かくだ秋の里山サイクリング

（具体的な企画イメージ）

角田のトロねぎ　朝採り収穫体験

2015年より角田舘島田で生産が始まり、角田を代表する特産物となったねぎ。生産者しか知らない朝採りねぎの美味しさと、食材豊かな角田の食を堪能するプログラム。

［体験プログラム内容］
- ねぎが一番おいしい朝の収穫体験
- 袋いっぱい詰め放題！
- 収穫直後の「焼きねぎ」試食
- 角田の梅干し入り新米おにぎりと地元食材のおふるまい
- 角田市内観光施設入場クーポン付（角田市郷土資料館、高蔵寺、スペースタワー等）

［概要］
- 開催日時／令和2年11月上～中旬　7:30-11:30
- 定員／200名　※事前申込制、定員になり次第終了
- 参加費／大人2,000円、子ども(小学生以下)1,000円

*詰め放題袋1枚込み、袋を追加する場合は別途1,000円
- 集合場所／舘島田ふれあい広場
- 主催／道の駅かくだ（株式会社まちづくり角田）
- 主管／農事組合法人舘島田生産組合

［当日スケジュール］

時間	行程
7:30～	舘島田ふれあい広場　集合・受付
7:45～	収穫体験・詰め放題
9:00～	採れたてねぎ試食、おふるまい
11:30	順次、解散（クーポン配布）

［収支計画］

◎収入

項目	単価	数量	単位	小計	備考
参加費（大人）	¥2,000	320	人	¥640,000	@200名×2回開催
参加費（子ども）	¥1,000	80	人	¥80,000	
合計				¥720,000	

◎支出

項目	単価	数量	単位	小計	備考
協力謝礼金	¥300,000	1	式	¥300,000	舘島田生産組合
食材費	¥150,000	1	式	¥150,000	おふるまい
消耗品費	¥10,000	1	式	¥10,000	もぎ取り用袋 他
広告・宣伝費	¥100,000	1	式	¥100,000	告知、チラシ(クーポン付)制作・印刷
合計				¥560,000	

差引収支				¥160,000	

＊過去実績例：令和元年度（11/18,19実施）2日間合計で435袋 販売（1000円/袋）

（２）全体に共通する課題・要検討事項

アクションプラン策定・実施に向けて現実的な案になるようコンテンツを練りなおす必要性があり、また、収益モデルを作成し、適切な価格設定についても検討していく必要があることを指摘された。

- 受け入れ人数　・料金設定　・期間設定
- 体験プログラムと時間のバランス
- 消費者に伝えたい角田ならではの魅力と実施可能なコンテンツのマッチング
- 一連の企画の取りまとめの担当組織の設定（道の駅で対応可能か等）

第2章　角田市における体験観光の可能性の分析

アクションプラン策定会議の流れを受け、第1回会議の株式会社JTB佐藤氏による講演内容および過去に角田市で実施されたモニターツアー、よもやまチャレンジライドの結果をもとに、角田市における体験観光およびサイクルツーリズムの可能性を分析する。

第1節　体験観光に対する消費者のニーズ

（1）体験観光成功のカギは、「その土地ならではの価値」にあり

「かくだグリーン・ツーリズム推進計画」で指摘されているように、モノ重視からコト重視への価値観の変化や、ネット社会の進展による旅行スタイルの変化により、体験感重視を加速させている。特にSNSの普及により、単に商品やサービスを購入したことだけではなく、それによって得られる特別な時間・思い出・体験をシェアすることに価値を見出すようになったことは、その象徴と言えるだろう。

株式会社JTB佐藤氏からも（第1回会議/講演）、**世界的な流れとして、観光消費は「モノ消費」から「コト消費」へとシフトしている傾向**にあり、近年のインバウンド観光の拡大によりその傾向の変化が注目されることになったこと、また、それに伴い「体験」を重視する観光プログラムを造成する動きが、日本国内各地で活発化していることが報告された。

着地型体験観光

体験

世界的にも観光消費は**「モノ消費」**から**「コト消費」**へとシフトしている傾向。そのため国内だけでなくインバウンド対策を行う上でも**「体験」**を重視する観光プログラムを造成する傾向が見られる。

物事（モノコト）の謂れを求めている　**（なぜ・歴史的・伝統的・環境的）**

⇒　物語・ストーリー性

トキ消費

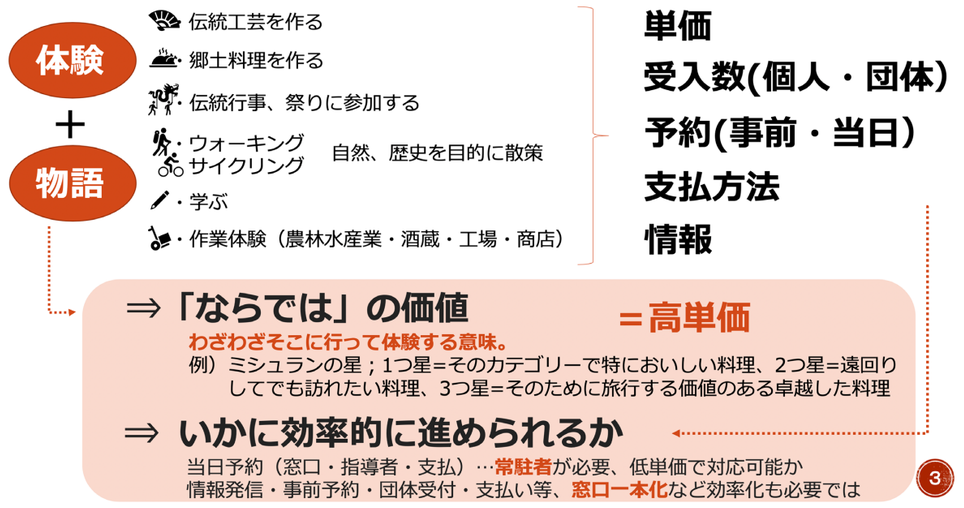
その時・その場でしか味わえない盛り上がりを共有することを楽しむ消費行動。

日本の絶景 感動の瞬間 Perfect moments

エモ消費

精神的な満足感を重視する消費傾向。モノやコトではなく、その先にある感情を重視。
※エモは、エモーショナル(感情的)の略。
その消費を通じて「自分は役に立っている」「生きる意味」や「社会の中の自分の役割」を実感するという満足感を得る。

着地型体験観光のポイント



さらに同氏からは、**ただ「体験すること」に消費者のニーズがあるのではなく、求めているのは「その土地ならではの価値」である**ことを、事例を上げて指摘された。つまり、たとえコンテンツ自体がありきたりであっても、わざわざそこに行って体験する意味を付加させることで「ならではの価値」があるコンテンツに出来るのだ。この「ならではの価値」を持つ地域資源を磨き上げていくことが、地域の活性化にもつながるのである。

■「ならではの価値」とは

◆物語・ストーリー性…なぜそこにその資源があるのか？歴史的・伝統的・環境的な背景

◆トキ消費…その時・その場でしか味わえない限定された盛り上がり

◆エモ消費…精神的な満足感を得られる。その消費を通じて、自分は役に立っている、生きる意味、社会の中の自分の役割の実感といった満足感を得られる。

■「ならではの価値」を持つ体験コンテンツ例

△山形県天童市　朝積みさくらんぼ

△岩手県八幡平市　八幡平ドラゴンアイ

△秋田県大館市　きりたんぽづくり体験

△岩手県雫石町　小岩井農場

*「体験」とは：農林水産業に係る作業体験や、伝統工芸や郷土料理の制作、伝統行事への参加はもちろんのこと、ウォーキング・サイクリングでその街を散策することや、ガイドに話を聞くといった学習も含まれる。

（2）「ならではの価値」を重視する消費者

この「ならではの価値」を重視する傾向は、以前角田市で実施された農業体験ツアーにおいても現れている。いずれもターゲットは仙台圏とし、角田市の農業体験と角田市の観光スポット、グルメ、人とのふれあいを組み合わせた1日観光ツアーであった。

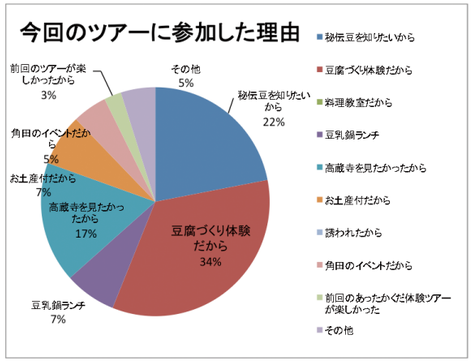
農業体験ツアーの参加者にアンケートを取ったところ、日常生活ではできない体験へのニーズが高かった。それは「ずんだもちづくり」「ごぼう掘り」体験など『ならでは』の農業体験だから応募した方が多かったこと、また、「秘伝豆」などのこだわりの農産物に魅力を感じて応募した方が多かったことなどからわかる。また、ツアー内容に関しても満足度が高く、500円の参加費で実施したツアーにおいて、「参加費が3,000円でも参加する」との声が上がり、参加費を3,000円とした『旬の秘伝豆で豆腐づくり体験とあったか豆乳鍋』にも多くの応募があったことが、企画した株式会社ユーメディア 佐藤氏から報告された。

このことから、**仙台圏の消費者についても、全国的な動きと同様に、「コト消費」「ならではの価値」を重視する傾向**が見られる。

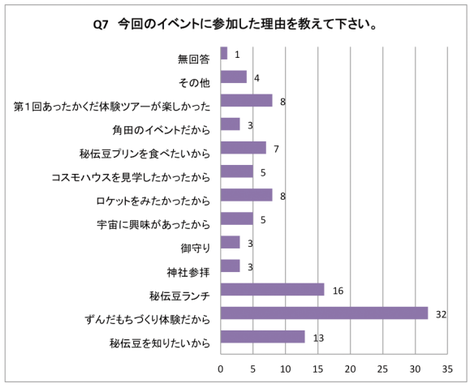
しかしながら、農業体験ツアーの実施からは5年以上が経っており、当時とは体験観光へのニーズが異なっている可能性がある。そのため今回改めて宮城県内居住者を対象としたアンケート調査を行った。アンケート調査の結果については後述する

■実施された農業体験ツアー　　*企画；株式会社ユーメディア

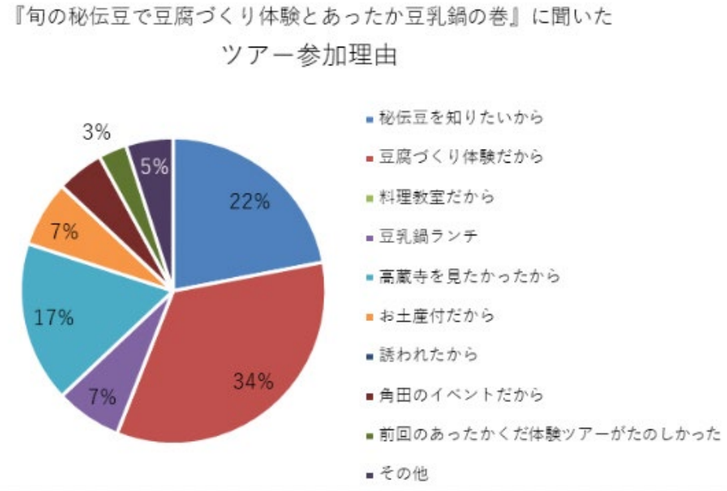
『地元農家直伝　こんにゃくづくり』（平成23年10月）



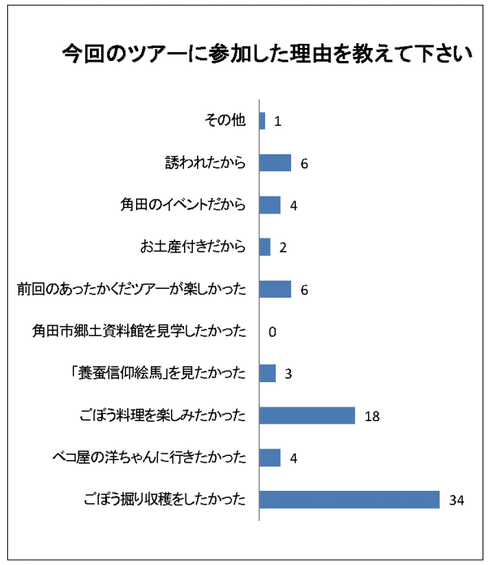
『地元農家直伝　秘伝豆でずんだもちづくり体験』（平成24年10月）



『旬の秘伝豆で豆腐づくり体験とあったか豆乳鍋』（平成25年1月）



『地元農家直伝　ごぼう掘り＆グルメ体験』
（平成25年11月）



また、この「ならではの価値」を重視する消費者のニーズは、よもやまチャレンジライド2019の参加者から寄せられた「エイドでの地域資源を活用したおもてなしがよかった」「信号機が少なく、舗装が良い道路が多いため、快適にサイクリングができる」などの感想からも分かる。角田市はサイクリングを楽しめる適地であると評価されたということになる。

【サマリー】

- 世界的な流れとして、観光消費は「モノ消費」から「コト消費」に変化。
- 体験観光においては、消費者は単なる体験ではなく、「その土地ならではの価値」を求めている。
- 過去に実施した農業体験ツアーの結果から、仙台圏の消費者についても同様に「ならではの価値」を重視する傾向がある。

第2節　角田市の資源

第1節にて明らかになったコト重視の市場ニーズに対して、本節では角田市の体験観光資源とその可能性を探る。そのために、一つはこれまで角田市でブランディングを進めてきた５つ（５つのめ）の観光ジャンルをもとに、Challenge Million市民会議観光専門部会の場で検討した市内の有望コンテンツについて考察する。また、サイクルツーリズムの視点から見た角田市に置けるサイクリングや市内ルートの価値を検討する。

（1）「５つのめ」の有望コンテンツ

これまで角田市では、株式会社ユーメディアと連携して2011年から2020年まで、市内の特産品や食、施設、体験、それに関わる人など、複数の角度から観光資源の情報を収集し、そのデータベース化を図ってきた。コンテンツのデータベースには累計400件余りの観光資源の情報が収められている。

Challenge Million市民会議観光専門部会では、このデータベースに掲載されている情報をベースに角田市の体験観光コンテンツになりうる資源の洗い出しを行った（第1回・第2回会議）。データベース内には掲載されていないものの、地元住民の視点から「おすすめしたい」と思える資源も専門部会メンバーから募った。加えて、挙げた資源に関して実施する場合の課題についても同時に洗い出しを行った。

※洗い出しの結果の表については、本アクションプランの18～22ページを参照のこと。

専門部会メンバーからは、これまで角田市が「５つのめ」としてブランディングを推進してきた梅・豆・米を中心に、ねぎやいちご、トマトなど角田市の基盤となっている農業に関連する資源が多く推薦された。仙南シンケンファクトリーのビールなども含めると、食にまつわる資源が多い傾向が見られた。

角田石川家・牟宇姫の歴史があることも「角田ならでは」であるとして、神社仏閣などの歴史施設を挙げる意見も多かった。これまで「牟宇姫ひなまつり」を開催してきた実績があるため、この経験を活かすことで歴史資源の「体験観光コンテンツ化」も可能であると考えられる。

食（農業）、歴史に次いで、宇宙に関する意見も4件挙げられた。JAXAの研究施設である角田宇宙センターを有していることは全国的に見ても大変珍しく、これは観光においても大きな強みとなる。街灯や建物の明かりが少なく、星が美しく見える点も、宇宙を身近に感じられる入り口となるだろう。

また、挙げられた資源全体を通じて言えることとして、現在「観光プログラム」として運営していないだけで、体験自体は既に行われている資源が多くあることが分かった。角田市における体験観光推進の最初のステップとして、現在あるいは過去に行われた体験をブラッシュアップしていくことが、体験観光プログラムの造成に直結するものと考えられる。

さらに、これらの資源について「角田市ならではの価値」があるものは何かという視点で議論を行った結果、下記の資源が、「角田市ならではの価値」があり、なおかつ体験観光にふさわしいものとして挙げられた。

角田市ならではの価値

梅（梅干し、梅酒）	梅の名産地として有名な紀州とは異なり、栽培～収穫～加工まで角田市内で体験することが可能である。
秘伝豆 （ずんだ、豆腐、味噌）	栽培の難しさなどの環境要因も含めて、角田ならではの価値がある。加工の仕方も様々あるため、体験のバリエーションに幅がある。
米（田んぼアート）	県内でも有数の産地ではあるが、稲刈り体験などは一般的。そこに田んぼアートなどを組み合わせることでならではのコンテンツとなる。
島田のねぎ	既に体験プログラムとして収益モデルの実践を含めた実績がある。角田の新名物として期待。
仙南シンケン ファクトリー （ビール、ソーセージ）	地ビールには地域のオリジナリティが現れる上、シンケンファクトリーのビールは世界的な受賞経験もありクオリティが高い。既に体験のための環境が整っている。
山（四方山、大森山）	歴史やサイクリングとの組み合わせで魅力を発揮できるのではないか。
星空	山の活用や、宇宙との関わりなどが期待できる。
JAXA（宇宙）	JAXAの施設がある場所は全国的にも珍しく、最先端の情報に触れることができる。角田の宇宙コンテンツの中核。
神社仏閣	市内各地に神社仏閣が多数点在。角田石川家に関連するなど歴史的背景が分かっている神社仏閣もある一方、管理者がいないところも多い点が課題。 書経、座禅、毛筆（書道）体験との組み合わせも可能。
牟宇姫	伊達政宗の次女としてコンテンツ力も高く、これまでブランディングも実施。体験プログラムとしては牟宇姫ひなまつりで実績あり。角田の歴史コンテンツの中核。
トマト	収穫～加工、ピザづくりまでの体験が角田市内で可能。
露地栽培のいちご	知名度のある山元・亘理とは異なり、本来のおいしさが味わる土耕栽培を行っている。
Kスポ	キッズバイクを整備すればファミリー層に訴求可能。スポーツコンテンツの中核。
宇宙っ子まつり	ファミリーに人気があるが、ここだけで完結させず、他施設に回遊させるのが課題。
乳牛	角田丸森牛乳としてブランド力はある。搾乳から加工まで体験することが可能。
野田鴨	新商品開発も進んでおり、角田の新名物として期待。 他の農産物とあわせてキッチンカーの活用ができるのでは。
仙台牛	仙台牛（A5／B5ランクしか認定されない）飼育農家が角田市にいる。
サイクルコンテンツ	角田の地形・気候はサイクリングに適している。自然の中をサイクリングすること自体が体験となりうる。

先に行った体験観光コンテンツになりうる資源の洗い出しの中で、多くの専門部会メンバーが地元住民目線で「おすすめしたいと思える資源」として挙げていた、**農業・食関連、歴史関連、宇宙関連の資源が「体験観光にふさわしいコンテンツ」としても選ばれる結果となった。**

これらの**資源の多くに共通するのが「本物志向」**である。伊達政宗の血を引いた牟宇姫に送られた手紙から見る歴史や、東北ではここにしかないJAXAの施設など、角田市の資源を活用することでより唯一性の高い情報・体験を訪れた人に提供することができる。梅・豆など一見一般的な農産物も、その環境的あるいは歴史的な背景に、生産者・スタッフの「良いものを届けたい」という真摯な思いが重なることで生まれるクオリティの高さが評価された。

これらの資源の選定過程においても、「角田に来てもらうからには、本当に良いもの・本物を体験してほしい」という意見が挙がり、この声からも市民がいかに本物にこだわって日々の生産活動に取り組んでおり、それが地域の誇りにつながっていることが分かる。

例えば、秘伝豆は単純に「枝豆」と言ってしまえばそれまでだが、栽培の難しさ、旬の短さ、早朝の収穫の大変さといった環境要因や農家の技術・ひと手間が付加されることで、ふつうの枝豆ではなく、希少価値の高い「秘伝豆」としてのブランド力が高まる。

同じ資源であっても、一般的に想像されるものよりも1ランク上のものを提供できることは大きな強みであると考えられる。

ジャンルとしては最も多く選ばれた農業関連のコンテンツについては、収穫体験のほか、加工から試食まで市内で体験することができるため、消費者にとっては毎日食べている食材がどのようにつくられているのか、そのストーリーを知る貴重な機会となる。前述した秘伝豆のように、収穫方法や加工方法に産地ならではの視点・知識が含まれているため、生産の苦労を知るという点で、その農産物の新たな一面を知ることになるだろう。

また、歴史関連のコンテンツについては、市内に数ある歴史資源の中でも特に伊達政宗の次女・牟宇姫に送られた手紙が残っていることが非常に大きい。手紙は当時の生活を当時の人の言葉でうかがい知ることができる大変貴重な資料である。さらには、角田邑主石川氏の重臣、和田家に伝来した和田家資料「内留」も、奥年寄和田縫殿右衛門が記した記録で、当時の角田城（要害）内の、奥向きの様子を伺い知ることのできる貴重な資料であり、まさしく「当時の本物のくらし」を学ぶことができる資源である。

そして、宇宙関連のコンテンツについては、前述したとおり東北では角田市にしかなく、全国的にも珍しいJAXAの研究施設「角田宇宙センター」があることで、宇宙研究の最先端に触れることができる。これはJAXAの施設を有しているからこそ提供できる価値である。

（2）サイクルツーリズムの利用価値

次に、有望コンテンツの一つとして挙げられたサイクルコンテンツであるが、サイクルツーリズムにおける角田市の強みとその利用価値を検討する。

第1回会議でのユーメディア湊氏の報告からは、2019年3月に角田市・亘理町・山元町・丸森町にて開催されたサイクルイベント「よもやまチャレンジライド2019」の結果、角田市を含む仙南地域は気候や路面、仙台市場からの距離など、サイクリングに適していることが評価されている。

【よもやまチャレンジライド2019から分かったこと】

- 角田を含む仙南地域は気候的に雪が少なく、冬季も走行可能。
- 道路に信号機がなく、舗装も良いため走りやすい。
- 四方山などの周辺の峠道により、変化あるコース設定が可能。
- エイドとして地域資源を活用したおもてなしが可能。
- 角田市が仙台からの距離が程よく、日帰りサイクリングにちょうど良い。

このようなサイクリング適地としての角田市の環境は、情報発信や受入体制等の課題はあるものの、サイクリストにとって魅力的なツーリングの目的地として映るだろう。これにより、市内観光スポットへの誘客促進が図れると考えられる。

また、サイクリングは自家用車や公共交通機関とは異なり、きめ細やかに回遊しながら地域の景観をスローに満喫できるという特徴があり、広いエリアの観光資源の回遊等の体験観光にもつながる。

一方、「本物志向」で良質な資源が多く存在する角田市であるが、これらは市内に点在するため、その移動方法が課題に挙がっていた。このことは、二次交通の整備が進んでいない角田市においては大きなハードルとなる。自転車を活用することで、これら点在する観光資源を結びつけ、指摘される二次交通の不足を解決する手段になりうるのではないだろうか。

このようにクオリティの高い本物志向の体験観光コンテンツと、利便性の高いサイクルツーリズムを組み合わせることで、角田市の資源を最大限活かした体験観光を開発することが可能であると考えられる。

【サマリー】

- 角田市の体験観光資源としては「農業・食」「歴史」「宇宙」が有望であり、そこに共通するのは「本物志向」である。
- 角田市はサイクリングの適地であり、サイクルツーリズムを活用することで点在する観光資源を結び付け、回遊型の体験観光が可能となり、二次交通の不足の解決にもつながる。

第3節　仙台圏におけるアンケート調査・分析結果

今後、角田市の体験観光コンテンツを造成および商品化していくにあたり、観光客となる消費者が旅行先を選ぶ際に重視していること、つまり消費者のニーズを把握する必要がある。第2章第1節（２）にて仙台圏の消費者の体験観光に関するニーズについて指摘したが、株式会社ユーメディアにて企画・実施したモニターツアーの参加者に向けてアンケートを行ってからは5年以上が経過しているため、今回は地域コミュニティサイト「せんだいタウン情報machico」のアンケート機能を利用し、改めて宮城県内居住者を対象としたアンケート調査を行った。

（1）アンケートの目的

角田市の体験観光コンテンツの造成にあたり、消費者が観光においてどんなことに関心があるのか、また、「体験」観光のどのジャンルにニーズがあるかについて、仙台・宮城の傾向を知り、仙台圏を中心とした宮城県内の居住者が旅行先を選ぶ際に重視するポイントを知る。

（2）アンケート実施概要

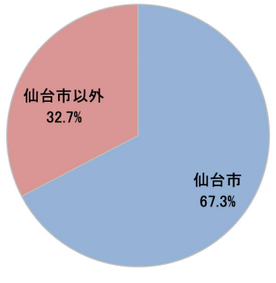
①アンケート実施日時／2020年3月1日(日)～10日(火)（10日間）

②調査方法／株式会社ユーメディアが運営する地域コミュニティサイト「せんだいタウン情報machico」のアンケート機能を活用し、Web上でアンケートを実施。なお、回答対象がWebサイトの会員かつ角田市以外の宮城県内居住者に限定した。

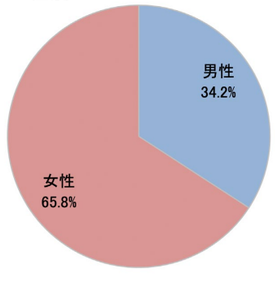
③アンケート回収数／597

④サンプル属性

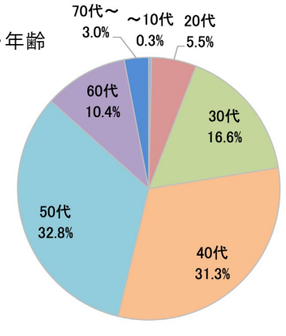
・居住地



・性別



・年齢



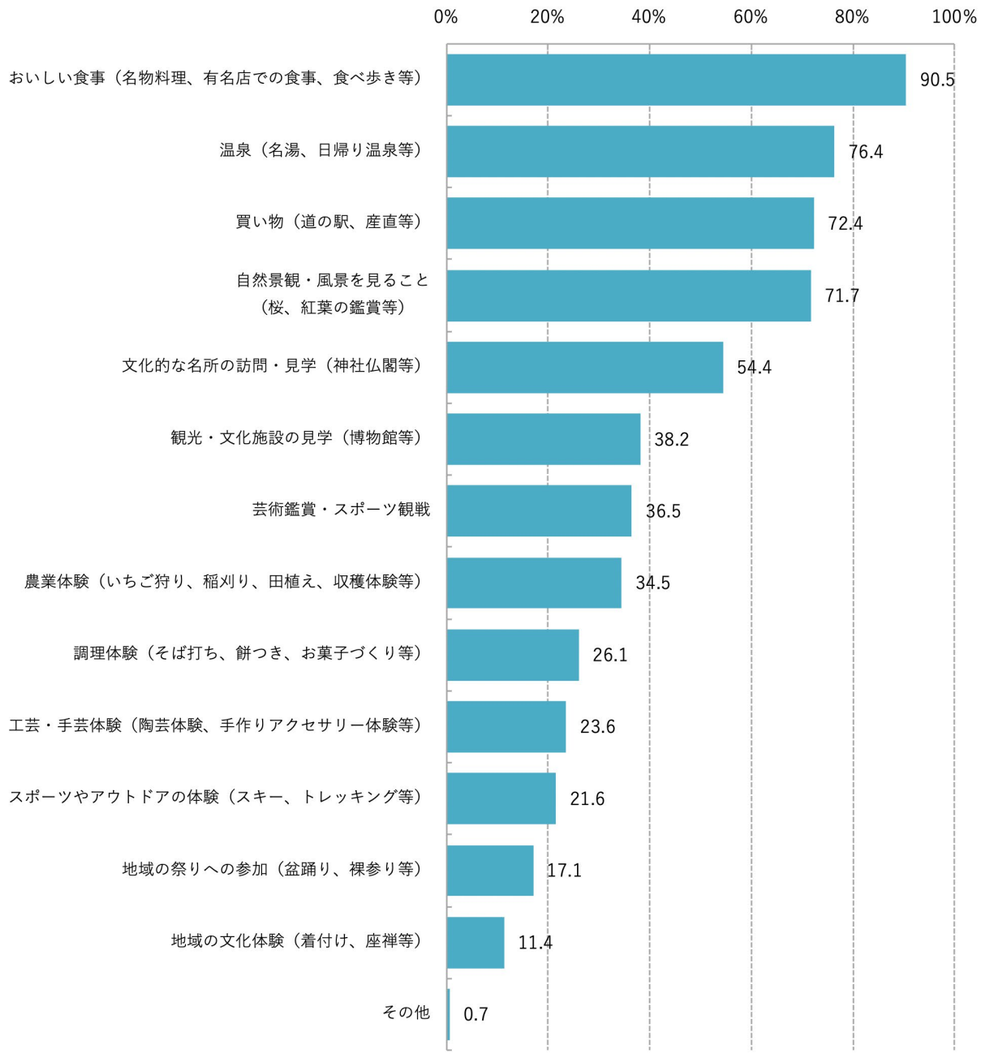
今回のアンケート調査では男女比が3：7と偏りがあるため、以下の分析では男女比を1：1に補正した上で、性別・年齢別に回答割合を算出した。

（3）アンケート調査結果

【単純集計結果】

Q1　休日に宮城県内におでかけする場合、この中でやってみたいことは何ですか？

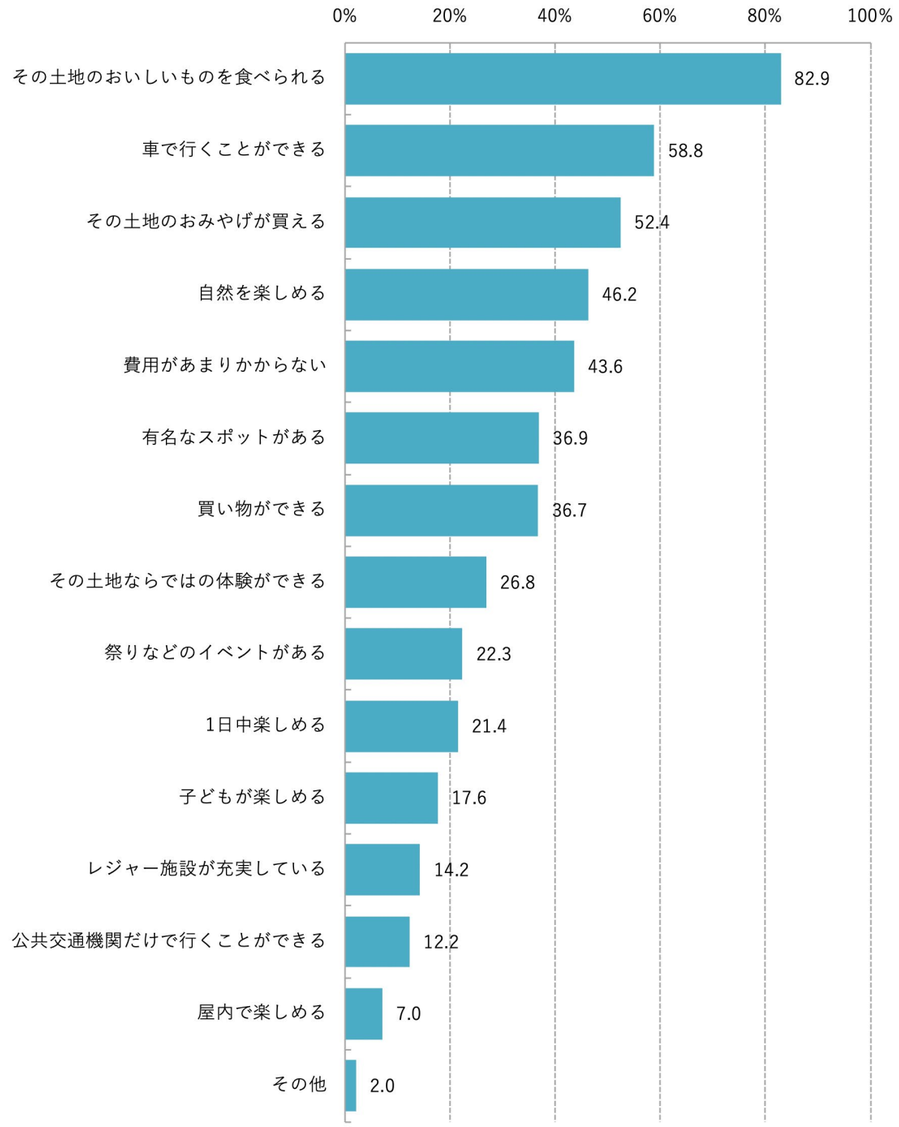
（複数回答可）



約90％の回答者が「おいしい食事」を選択する結果となった。「温泉」(76.4%)や「自然景観・風景を見ること」(71.7%)と物見遊山的な観光の人気も根強い。その一方で体験にも一定のニーズがあることが分かった。体験に関する項目の中でも食に関する項目は割合が高く、ここからも食への興味関心の強さが分かる。また、「買い物」（72.4％）の支持も高く、買い物できるスポットがあることも、消費者にとって魅力に映るのではないだろうか。これについては道の駅がそのニーズを満たすことが期待できる。

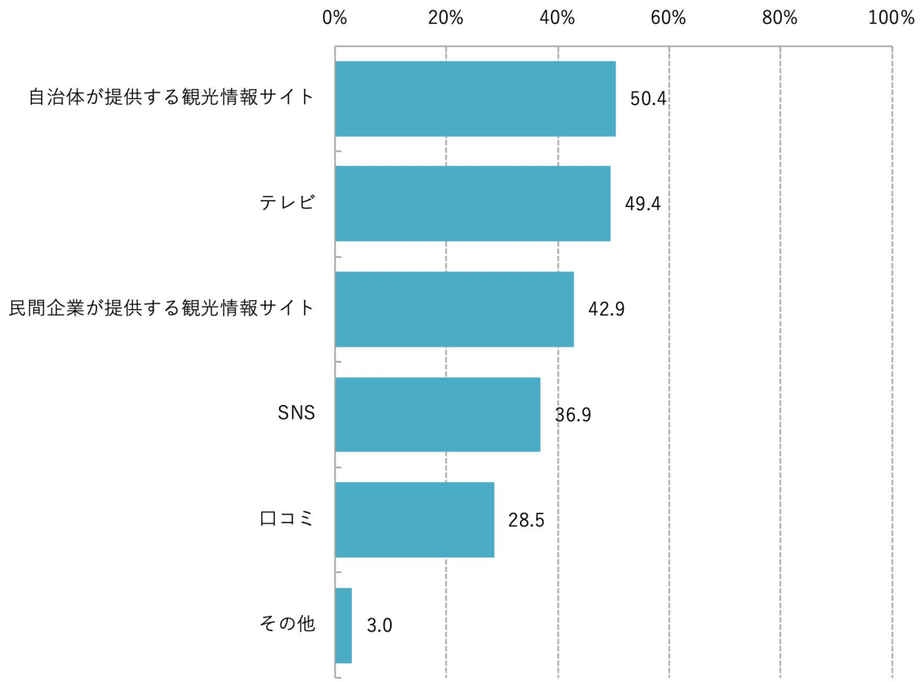
Q2　休日に宮城県内におでかけする場合、目的地を決めるときに重視する点は何ですか？

（複数回答可）



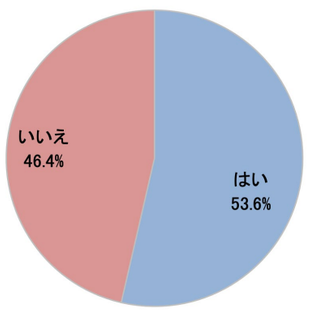
全体の結果では、「その土地のおいしいものを食べられる」が82%、「その土地のおみやげが買える」が49％と、**その土地ならではのものを楽しみたいというニーズがある**ことが分かる。この結果から、宮城県内でも全国的な傾向と同様に「ならではの価値」にニーズがあると言えるだろう。**車で行けるアクセスの良さや、あまり費用がかからない手軽さ**も重要なポイントになる。また、おみやげを重視する傾向は、Q1での「買い物をしたい」というニーズと相互関係があると考えられる。

Q3　おでかけ情報は何で収集していますか？（複数選択可）



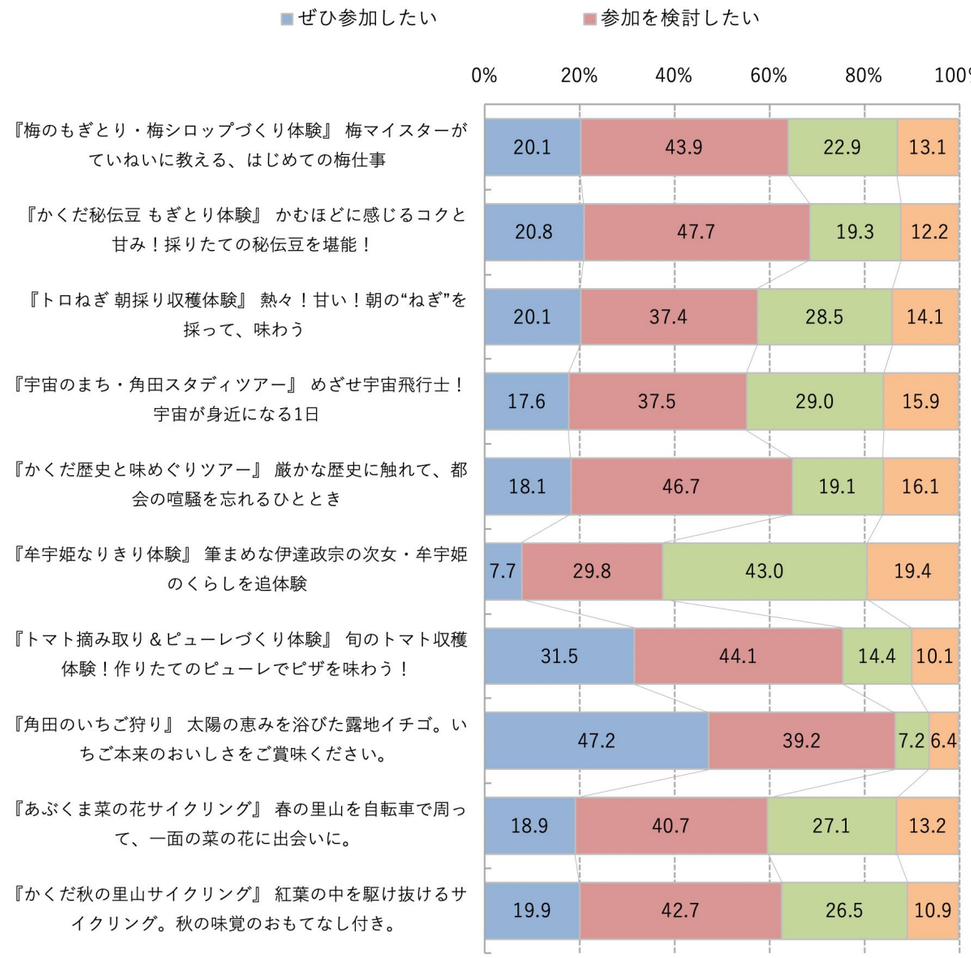
およそ半数の回答者が「自治体が提供する観光情報サイト」、「テレビ」からおでかけ情報を収集していると回答。同じWebサイトでも、情報提供元が自治体か民間企業かで割合にやや差が出ており、これは信頼度による差と考えられる。

Q4　宮城県角田市に観光・レジャー目的で訪れたことがありますか？



来訪経験がある人とない人の割合が半々となり、「観光に訪れる場所」としての認知は、宮城県内でも得られていないものと思われる。

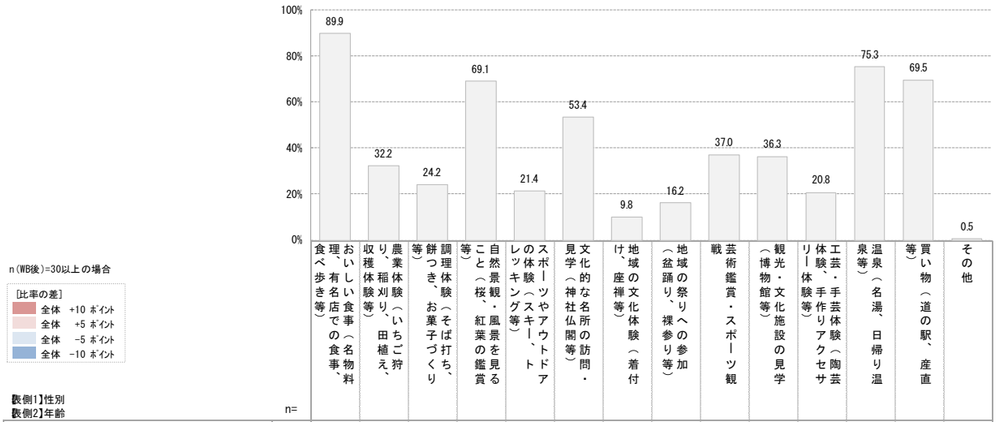
Q5　以下の体験プログラムについて、どの程度参加したいと思いますか？



【クロス集計による分析】

①宮城県内の消費者のニーズ

Q1の結果から、物見遊山的な観光資源の人気が根強い一方、体験コンテンツへの需要も一定程度あることが分かったが、年齢ごとの数値を見ると30代からの支持率が高い傾向が見られた。「買い物（道の駅、産直等）」の支持率は30代以降になると高くなっており、30代以降をターゲットとすることで地域経済へのメリットも期待できる。

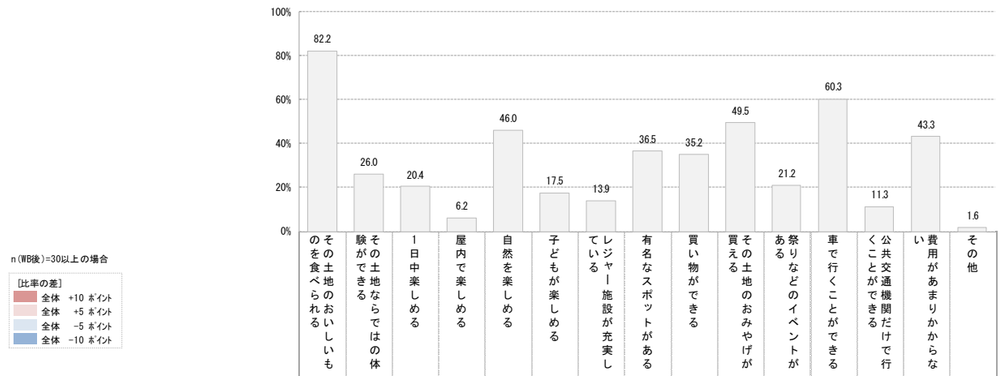


【表側1】性別
【表側2】年齢

		n=	おいしい食事へ（名物料理、有名店での食事、食べ歩き等）	農業体験（いちご狩り、稲刈り、収穫体験等、田植え、	調理体験（そば打ち、餅つき、お菓子づくり等）	自然景観・風景を見ること（桜、紅葉の鑑賞等）	スポーツやアウトドアの体験（スキー、トレッキング等）	文化的な名所の訪問・見学（神社仏閣等）	地域の文化体験（着付け、座禅等）	地域の祭りへの参加（盆踊り、禊参り等）	芸術鑑賞・スポーツ観戦	観光・文化施設の見学（博物館等）	工芸・手芸体験（陶芸体験、手作りアクセサリー体験等）	温泉（名湯、日帰り温泉等）	買い物（道の駅、産直等）	その他
全体		(597)	89.9	32.2	24.2	69.1	21.4	53.4	9.8	16.2	37.0	36.3	20.8	75.3	69.5	0.5
全体	～10代	(2)	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	20代	(31)	97.5	31.8	14.7	66.1	22.1	29.5	0.0	14.7	19.6	26.9	4.9	68.6	44.2	0.0
	30代	(91)	89.2	47.3	26.7	66.3	23.1	31.7	9.2	20.8	32.2	27.5	25.0	76.1	69.6	0.8
	40代	(174)	93.2	37.9	28.9	69.7	27.9	52.5	11.3	16.8	35.6	35.7	25.0	73.9	73.5	0.9
	50代	(206)	87.0	26.0	22.8	71.6	17.3	62.5	9.1	15.5	43.2	37.0	20.7	79.4	72.4	0.0
	60代	(73)	87.9	20.4	23.4	66.9	15.2	64.6	14.1	13.1	38.6	47.6	15.4	68.8	63.8	0.0
	70代～	(21)	89.3	24.9	7.3	64.4	17.8	64.4	7.3	11.0	32.2	50.0	11.0	78.5	67.8	3.7
全体		(299)	88.2	25.0	18.1	60.8	20.6	50.0	4.9	13.2	38.7	30.4	11.8	72.1	60.3	0.0
男性	～10代	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	(12)	100.0	25.0	12.5	50.0	12.5	12.5	0.0	12.5	12.5	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0
	30代	(32)	90.9	36.4	9.1	50.0	27.3	9.1	0.0	13.6	36.4	9.1	9.1	72.7	54.5	0.0
	40代	(67)	89.1	28.3	19.6	60.9	26.1	45.7	2.2	13.0	37.0	28.3	15.2	67.4	65.2	0.0
	50代	(119)	86.4	24.7	22.2	66.7	19.8	59.3	3.7	14.8	46.9	29.6	14.8	79.0	63.0	0.0
	60代	(54)	86.5	13.5	18.9	56.8	13.5	64.9	16.2	13.5	32.4	43.2	8.1	64.9	56.8	0.0
	70代～	(15)	90.0	30.0	0.0	60.0	20.0	60.0	0.0	0.0	30.0	50.0	0.0	80.0	70.0	0.0
全体		(299)	91.6	39.4	30.3	77.4	22.1	56.7	14.8	19.1	35.4	42.2	29.8	78.6	78.6	1.0
女性	～10代	(2)	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	20代	(19)	96.0	36.0	16.0	76.0	28.0	40.0	0.0	16.0	24.0	28.0	8.0	80.0	56.0	0.0
	30代	(58)	88.3	53.2	36.4	75.3	20.8	44.2	14.3	24.7	29.9	37.7	33.8	77.9	77.9	1.3
	40代	(107)	95.7	44.0	34.8	75.2	29.1	56.7	17.0	19.1	34.8	40.4	31.2	78.0	78.7	1.4
	50代	(87)	87.8	27.8	23.5	78.3	13.9	67.0	16.5	16.5	38.3	47.0	28.7	80.0	85.2	0.0
	60代	(19)	92.0	40.0	36.0	96.0	20.0	64.0	8.0	12.0	56.0	60.0	36.0	80.0	84.0	0.0
	70代～	(6)	87.5	12.5	25.0	75.0	12.5	75.0	25.0	37.5	37.5	50.0	37.5	75.0	62.5	12.5

Q1で体験にまつわる項目への支持があった30代は、Q2においても「その土地ならではの体験ができる」の回答が30%と他の世代よりも高かった。また、**子育て世代である30～40代にとっては、「子どもが楽しめる」（30代・40%／40代・26%）ことも目的を決める際に重要なポイント**となってくる。体験観光にも「子どもが楽しめる」要素をつくることで、体験にニーズのある30代を取り込むことができるのではないだろうか。

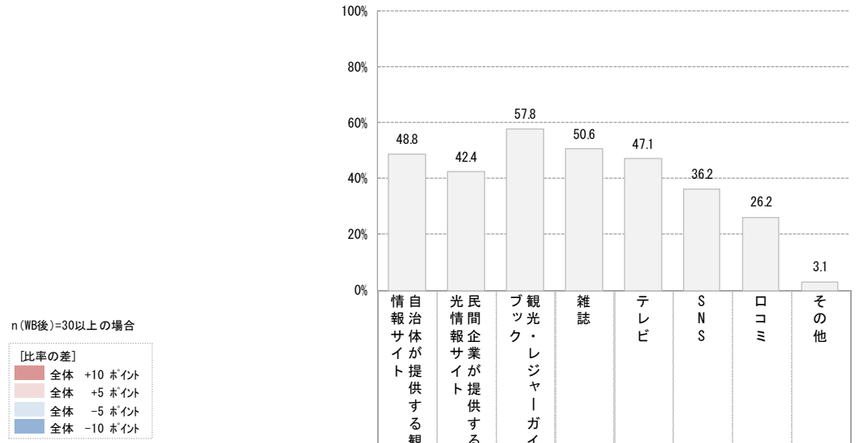
農業体験や宇宙コンテンツなど、角田市にも子どもが楽しめる資源は多く存在するため、この視点を活かした商品づくりを推進することで親子層の誘客を見込めるだろう。



【表側1】性別
【表側2】年齢

		n=	その土地のおいしいものを食べられる	その土地ならではの体験ができる	1日中楽しめる	屋内で楽しめる	自然を楽しめる	子どもが楽しめる	レジャー施設が充実している	有名なスポットがある	買い物ができる	その土地のおみやげが買える	祭りなどのイベントがある	車で行くことができる	公共交通機関だけで行くことができる	費用があまりかからない	その他
全体		(597)	82.2	26.0	20.4	6.2	46.0	17.5	13.9	36.5	35.2	49.5	21.2	60.3	11.3	43.3	1.6
全体	～10代	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	(31)	71.0	26.9	24.4	4.9	53.9	9.7	7.4	34.3	39.2	41.7	19.8	36.8	17.3	31.8	2.5
	30代	(91)	85.9	30.7	14.1	10.8	29.0	40.4	21.4	28.9	28.9	41.5	19.9	61.8	7.5	42.1	0.8
	40代	(174)	82.9	28.8	26.7	5.6	42.1	26.1	16.7	36.2	33.6	51.7	23.7	60.9	10.4	42.9	1.3
	50代	(206)	82.0	21.7	18.4	6.6	50.9	7.6	11.5	37.2	39.8	53.6	19.1	60.2	12.3	45.9	1.5
	60代	(73)	83.0	27.2	15.3	2.1	54.7	5.1	7.2	41.4	29.4	46.6	21.4	67.7	10.2	42.5	1.0
	70代～	(21)	78.5	21.5	28.5	3.7	60.7	0.0	10.7	53.7	42.9	50.0	28.8	64.1	21.5	50.0	10.7
全体		(299)	79.9	23.5	17.2	3.4	45.1	17.2	12.7	35.3	30.4	40.2	17.6	65.2	8.3	42.6	0.5
男性	～10代	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	(12)	50.0	25.0	25.0	0.0	37.5	12.5	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	30代	(32)	86.4	22.7	9.1	9.1	22.7	50.0	27.3	27.3	27.3	31.8	13.6	72.7	0.0	45.5	0.0
	40代	(67)	80.4	26.1	21.7	4.3	41.3	32.6	17.4	28.3	28.3	37.0	19.6	65.2	6.5	45.7	0.0
	50代	(119)	81.5	19.8	17.3	3.7	50.6	8.6	12.3	37.0	34.6	44.4	19.8	65.4	11.1	42.0	0.0
	60代	(54)	78.4	29.7	10.8	0.0	48.6	2.7	2.7	43.2	24.3	40.5	16.2	67.6	8.1	40.5	0.0
	70代～	(15)	80.0	20.0	30.0	0.0	60.0	0.0	10.0	50.0	40.0	50.0	20.0	70.0	20.0	50.0	10.0
全体		(299)	84.5	28.5	23.7	8.9	46.8	17.8	15.0	37.7	39.9	58.8	24.7	55.5	14.2	44.0	2.8
女性	～10代	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	(19)	84.0	28.0	24.0	8.0	64.0	8.0	12.0	40.0	48.0	52.0	32.0	44.0	28.0	36.0	4.0
	30代	(58)	85.7	35.1	16.9	11.7	32.5	35.1	18.2	29.9	29.9	46.8	23.4	55.8	11.7	40.3	1.3
	40代	(107)	84.4	30.5	29.8	6.4	42.6	22.0	16.3	41.1	36.9	61.0	26.2	58.2	12.8	41.1	2.1
	50代	(87)	82.6	24.3	20.0	10.4	51.3	6.1	10.4	37.4	47.0	66.1	18.3	53.0	13.9	51.3	3.5
	60代	(19)	96.0	20.0	28.0	8.0	72.0	12.0	20.0	36.0	44.0	64.0	36.0	68.0	16.0	48.0	4.0
	70代～	(6)	75.0	25.0	25.0	12.5	62.5	0.0	12.5	62.5	50.0	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	12.5

「Q3 おでかけ情報・観光情報の収集方法」に関しては、年代によって結果に差が出た。若い世代はSNSを活用し、年齢が上がるにつれてガイドブックなどの紙媒体を活用する傾向が見られる。ターゲットに合わせて情報を掲出する媒体を変えていく必要がある。



[表側1]性別
[表側2]年齢

		n=	自治体が提供する観光情報サイト	民間企業が提供する観光情報サイト	観光・レジャーガイドブック	雑誌	テレビ	SNS	口コミ	その他
全体		(597)	48.8	42.4	57.8	50.6	47.1	36.2	26.2	3.1
全体	～10代	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
全体	20代	(31)	36.6	36.8	46.7	48.9	44.2	68.4	14.7	0.0
全体	30代	(91)	42.3	33.3	53.6	55.4	47.2	39.7	31.5	2.5
全体	40代	(174)	50.4	42.0	53.2	50.6	50.3	34.4	25.9	3.0
全体	50代	(206)	48.2	45.6	59.6	51.3	44.9	36.4	27.8	2.5
全体	60代	(73)	56.4	46.5	65.7	50.8	41.7	28.4	23.5	4.0
全体	70代～	(21)	64.4	50.3	89.0	28.5	67.8	14.1	14.4	14.1

また、第2回会議にて議論を行った体験観光のモデル案に対する印象の調査では、モデル案のプログラム名とキャッチコピーのみを提示した上で、参加の是非を問う形を取った。

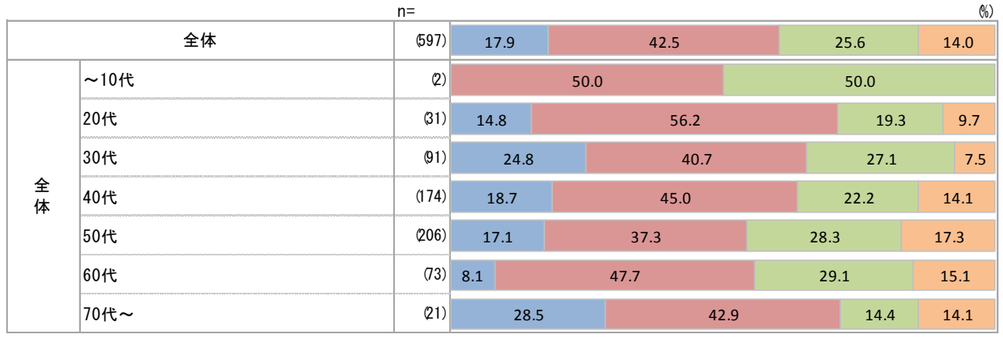
モデル案別に見ても、食に関するコンテンツは比較的人気が高く、Q1・Q2と同様の傾向が見られた。特に「トマト摘み取り＆ピューレづくり体験」「角田のいちご狩り」の人気が非常に高く、およそ70～80％の回答者が「ぜひ参加したい」「参加を検討したい」と回答する結果となった。

宇宙をテーマとした「宇宙のまち・角田スタディツアー」は30代からの人気が目立って高く、30代が子育て世代であり、子どもがたのしめるコンテンツを求めるという傾向がこの人気に表れている。

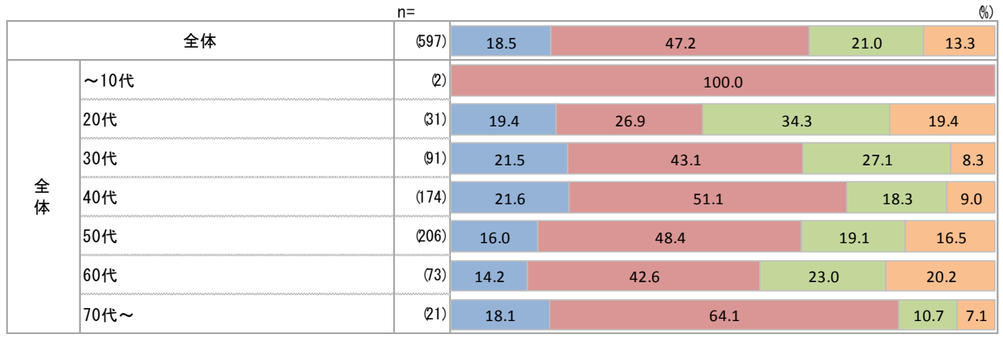
「牟宇姫なりきり体験」は他のモデル案に比べて「参加したいと思わない」「どちらとも言えない」の割合が高い結果となったが、タイトルのみでは体験の内容がイメージできず、前向きな判断ができなかったものと予想される。内容を分かりやすく伝えることも、消費者の参加意欲を醸成するためには欠かせないポイントだと言える。

サイクリングをテーマとした「あぶくま菜の花サイクリング」「かくだ秋の里山サイクリング」はいずれも20～50代の約半数の回答者が「ぜひ参加したい」「参加を検討したい」と回答している。このことから、宮城県内においてもサイクリングへの需要があることが分かった。

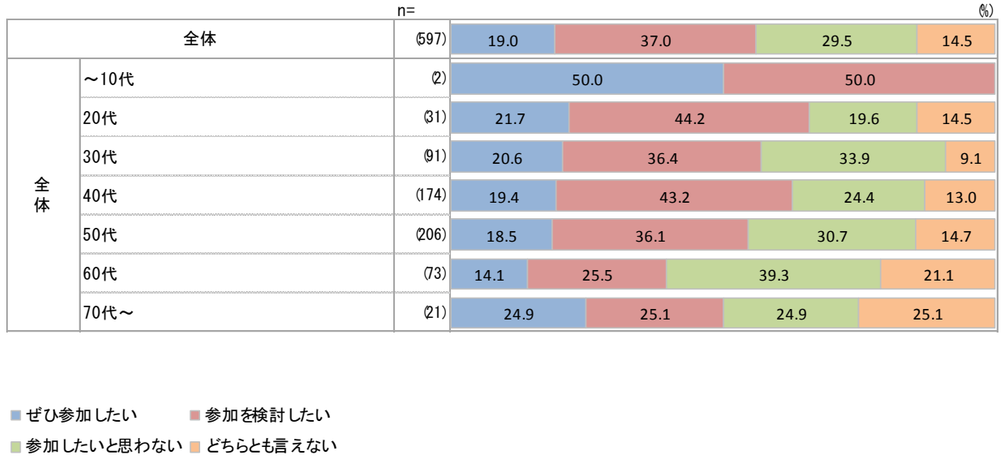
『梅のもぎとり・梅シロップづくり体験』梅マイスターがていねいに教える、はじめての梅仕事



『かくだ秘伝豆 もぎとり体験』かむほどに感じるコクと甘み！採りたての秘伝豆を堪能！



『トロねぎ 朝採り収穫体験』熱々！甘い！朝の“ねぎ”を採って、味わう



『宇宙のまち・角田スタディツアー』めざせ宇宙飛行士！宇宙が身近になる1日

		n=	(%)			
全体		(597)	17.6	37.1	29.1	16.2
全体	～10代	(2)	50.0		50.0	
	20代	(31)	17.0	31.8	39.0	12.2
	30代	(91)	33.7	34.0	27.3	5.0
	40代	(174)	19.0	39.5	22.3	19.3
	50代	(206)	12.2	37.2	31.1	19.5
	60代	(73)	12.1	38.5	34.2	15.2
	70代～	(21)	10.7	32.2	39.3	17.8

『トマト摘み取り＆ピューレづくり体験』旬のトマト収穫体験！作りたてのピューレでピザを味わう！

		n=	(%)			
全体		(597)	28.5	43.6	16.2	11.6
全体	～10代	(2)	50.0		50.0	
	20代	(31)	39.2	44.0	4.8	12.0
	30代	(91)	34.7	48.9	12.4	4.1
	40代	(174)	29.5	46.7	14.5	9.4
	50代	(206)	25.8	41.9	18.3	14.0
	60代	(73)	22.2	37.6	24.1	16.1
	70代～	(21)	25.1	35.6	14.4	24.9

『かくだ歴史と味めぐりツアー』厳かな歴史に触れて、都会の喧騒を忘れるひととき

		n=	(%)			
全体		(597)	17.7	46.5	18.6	17.2
全体	～10代	(2)	100.0			
	20代	(31)	24.2	41.5	24.6	9.7
	30代	(91)	13.2	39.1	31.3	16.4
	40代	(174)	17.3	45.0	18.0	19.7
	50代	(206)	20.6	49.8	13.8	15.8
	60代	(73)	14.1	55.8	12.1	18.1
	70代～	(21)	17.8	35.9	24.9	21.5

『角田のいちご狩り』太陽の恵みを浴びた露地イチゴ。いちご本来のおいしさをご賞味ください。

		n=	(%)			
全体		(597)	45.0	39.7	8.3	7.1
全体	～10代	(2)	100.0			
	20代	(31)	61.1	31.6	4.8	2.5
	30代	(91)	62.7	28.2	6.5	2.5
	40代	(174)	49.1	37.3	6.0	7.7
	50代	(206)	38.4	44.4	10.8	6.4
	60代	(73)	27.3	52.6	10.0	10.2
	70代～	(21)	32.2	32.2	10.7	24.9

『牟宇姫なりきり体験』筆まめな伊達政宗の次女・牟宇姫のくらしを追体験

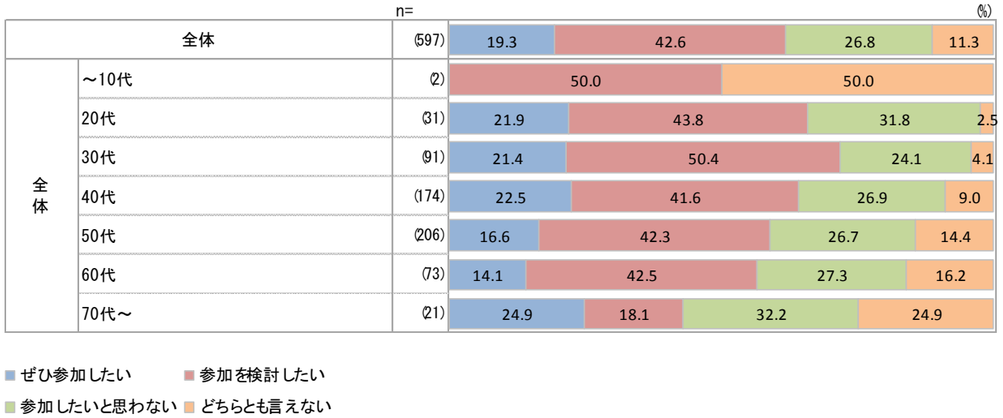
		n=	(%)			
全体		(597)	6.9	28.1	45.2	19.8
全体	～10代	(2)	50.0		50.0	
	20代	(31)	12.0	29.3	51.4	7.2
	30代	(91)	8.2	23.3	48.7	19.8
	40代	(174)	7.4	31.4	38.5	22.7
	50代	(206)	6.6	28.2	48.6	16.6
	60代	(73)	3.0	26.5	47.2	23.3
	70代～	(21)	7.3	21.2	35.9	35.6

『あぶくま菜の花サイクリング』春の里山を自転車で周って、一面の菜の花に出会いに。

		n=	(%)			
全体		(597)	18.5	40.6	27.0	13.9
全体	～10代	(2)	50.0		50.0	
	20代	(31)	26.9	38.9	34.3	
	30代	(91)	19.7	43.1	25.7	11.5
	40代	(174)	21.6	38.1	25.7	14.6
	50代	(206)	15.5	43.7	26.0	14.7
	60代	(73)	13.1	37.4	31.3	18.2
	70代～	(21)	24.9	32.2	25.1	17.8

■ぜひ参加したい　■参加を検討したい
■参加したいと思わない　■どちらとも言えない

『かくだ秋の里山サイクリング』紅葉の中を駆け抜けるサイクリング。秋の味覚のおもてなし付き。



【今回のアンケートにより抽出された視点】

今回のアンケートからは、宮城県内の消費者は「食」への関心が非常に強く、それが県内へのおでかけの目的地（旅行先）を決める際にも影響していることが分かった。食への興味関心の強さは、体験観光においても同様に見られ、同じ体験であっても農業体験や調理体験など、食に関係するコンテンツの人気が高い傾向が見られた。

専門部会による会議で検討された体験観光にふさわしい資源の中でも、農業や食に関する資源が多く挙げられており、宮城県内の消費者のニーズに合致する。「本物志向とこだわりによってできた、食材の本当の美味しさが味わえる」という点は、食への興味関心がある層に響く魅力となりうる。

また、**30代を中心に体験観光への関心があることが分かった。この世代は子育て世代でもあり、30代がおでかけの目的地を決める際には、「子どもが楽しめる」ことを重要視している**ため、「親子で楽しめる体験」を提供することで、関心層を取り込むことができると考えられる。モデル案に対する印象調査の中で、30代が特に「宇宙のまち・角田スタディツアー」を支持していたことから、ただ楽しいだけではなく、子どもの学びにつながる点も30代の関心を引くのではないだろうか。

加えて、第2章第2節では、角田市が抱える二次交通の課題を解決する策としてサイクリングの活用を挙げているが、モデル案に対する印象調査の結果から「観光コンテンツ」としてもサイクリングの需要があることが分かった。仙南地域がサイクリングの適地であることを考えても、角田市においてサイクルツーリズムに取り組むことで、消費者のニーズを満たし、かつ観光における課題を解決する一助になるだろう。

【サマリー】

- 宮城県内の観光においても「その土地ならではのもの」のニーズがある。
- 30代を中心に体験観光へのニーズがあり、コンテンツのジャンルでは食の人気が高い。
- おでかけ先を選ぶ際はアクセスの良さや手軽さも重視されるが、子育て世代である30代は「子どもが楽しめるかどうか」を重視している。

【調査項目】

Q1　休日に宮城県内におでかけする場合、この中でやってみたいことは何ですか？

（複数回答可）

□おいしい食事（名物料理、有名店での食事、食べ歩き等）
□農業体験（いちご狩り、稲刈り、田植え、収穫体験等）
□調理体験（そば打ち、餅つき、お菓子づくり等）
□自然景観・風景を見ること（桜、紅葉の鑑賞等）
□スポーツやアウトドアの体験（スキー、トレッキング等）
□文化的な名所の訪問・見学（神社仏閣等）
□地域の文化体験（着付け、座禅等）
□地域の祭りへの参加（盆踊り、裸参り等）
□芸術鑑賞・スポーツ観戦
□観光・文化施設の見学（博物館等）
□工芸・手芸体験（陶芸体験、手作りアクセサリー体験等）
□温泉（名湯、日帰り温泉等）
□買い物（道の駅、産直等）
□その他

Q2　休日に宮城県内におでかけする場合、目的地を決めるときに重視する点は何ですか？

（複数回答可）

□その土地のおいしいものを食べられる
□その土地ならではの体験ができる
□1日中楽しめる
□屋内で楽しめる
□自然を楽しめる
□子どもが楽しめる
□レジャー施設が充実している
□有名なスポットがある
□買い物ができる
□その土地のおみやげが買える
□祭りなどのイベントがある
□車で行くことができる
□公共交通機関だけで行くことができる
□費用があまりかからない
□その他

Q3　おでかけ情報は何で収集していますか？

（複数選択可）

□自治体が提供する観光情報サイト
□民間企業が提供する観光情報サイト
□観光・レジャーガイドブック
□雑誌　　□テレビ
□SNS　　□口コミ
□その他

Q4　宮城県角田市に観光・レジャー目的で訪れたことがありますか？

□はい　　□いいえ

Q5　以下の体験プログラムについて、どの程度参加したいと思いますか？

※選択肢は下記で共通

（ぜひ参加したい／参加を検討したい／参加したいと思わない／どちらとも言えない）

- **『梅のもぎとり・梅シロップづくり体験』**
  梅マイスターがていねいに教える、はじめての梅仕事
- **『かくだ秘伝豆 もぎとり体験』**
  かむほどに感じるコクと甘み！採りたての秘伝豆を堪能！
- **『トロねぎ 朝採り収穫体験』熱々！甘い！朝の“ねぎ”を採って、味わう**
- **『宇宙のまち・角田スタディツアー』めざせ宇宙飛行士！宇宙が身近になる1日**
- **『かくだ歴史と味めぐりツアー』厳かな歴史に触れて、都会の喧騒を忘れるひととき**
- **『牟宇姫なりきり体験』筆まめな伊達政宗の次女・牟宇姫のくらしを追体験**
- **『トマト摘み取り＆ピューレづくり体験』**
  旬のトマト収穫体験！作りたてのピューレでピザを味わう！
- **『角田のいちご狩り』**
  太陽の恵みを浴びた露地イチゴ。いちご本来のおいしさをご賞味ください。
- **『あぶくま菜の花サイクリング』**
  春の里山を自転車で周って、一面の菜の花に出会いに。
- **『かくだ秋の里山サイクリング』**
  紅葉の中を駆け抜けるトレイルサイクリング。秋の味覚のおもてなし付き。

第3章　かくだ体験観光ツーリズム アクションプラン

第1節　かくだ体験観光ツーリズムの方向性

第1回会議にてJTB佐藤氏から示されたように、体験観光に対して消費者である観光客が求めているのは、単なる「体験」ではなく、その地域の「ならではの価値」である。

以前角田市にて実施した仙台圏をターゲットとしたモニター体験ツアーの参加者は、日常生活ではできない体験や角田ならではのこだわりに魅力を感じて参加応募をする方が多く、「ならではの価値」を重視する傾向は仙台圏でも見られることが分かっている。

今回新たに実施した宮城県内居住者へのアンケート結果からも、おでかけ先を決める際に重要視する点としてその土地の食やお土産など、その土地ならではのコンテンツにニーズがあることが分かった。また、同アンケートからは子育て世代である30代が特に体験観光に関心があることも分かっており、宮城県内でも体験観光のニーズは一定程度あるものと思われる。

そして、全3回の会議でのワークショップ・議論から、角田市の「ならではの価値」があり、かつ体験観光にふさわしいものとして、梅・秘伝豆をはじめとした農業・食コンテンツ、牟宇姫をはじめとした歴史コンテンツ、JAXAの角田宇宙センターを中心とする宇宙コンテンツが選ばれた。いずれも「本物志向」が強く、クオリティ・希少性の高いコンテンツであり、市民の思い入れも強く、自信をもって消費者におすすめできるコンテンツだと言える。これらのコンテンツを軸とし、角田市での体験を通じてクオリティの高い「本物」の価値を消費者に感じてもらうことが「かくだ体験観光ツーリズム」のひとつの方向性となるだろう。

その一方で課題となるのは、二次交通の整備である。観光資源は多数あるものの市内に点在しているため、観光客にとっても各観光資源へのアクセスが難しく、運営側にとっても観光資源の連携が取りにくい状況にある。この二次交通の課題の解決策として考えられるもののひとつが、サイクルツーリズムの推進だ。小回りの利く自転車は観光資源同士をつなげることができ、自然の中を走ること自体も体験観光として楽しむことができる。第1回会議にてユーメディア湊氏から報告があったとおり、角田市はサイクリングに適した土地であり、サイクルツーリズムを並行して推進することで、「かくだ体験観光ツーリズム」の円滑で効果的な推進につなげることができる。

加えて、アンケートからは「買い物ができる場所」「その土地のお土産」を消費者が求めていること、そして「車でアクセスしやすい」ことがおでかけの目的地を選ぶ決め手のひとつになっていることが分かっている。その点において、角田市の観光拠点として昨年オープンした「道の駅かくだ」は広い駐車スペースを備え、高速道路からのアクセスもよいため、仙台圏からの入り口として最適な立地環境にある。また、様々な物産を取り扱っていることから、「買い物がしたい」というニーズも満たすことができる。

同時に、農産物から物産までさまざまなジャンルの商品を取り扱う中で市内の生産者・施設とのネットワークが構築され、「市内の事業者ネットワークの中心」という役割も担っている。また、サイクルツーリズムの推進にあたっても、道の駅かくだが拠点となりうる。車に自転車を積んで来訪したサイクリストが、道の駅かくだの駐車場に車を停めてサイクリングを楽しみ、最後に買い物をして車で帰るという流れを生みだすことができる。

道の駅かくだが持つこれらの役割をかくだ体験観光ツーリズムに活かすことで、道の駅かくだを拠点とした体験観光の運営体制が構築できると考えられる。

第2節　戦略ターゲットの設定

今回実施したアンケート結果からは30代を中心に体験観光へのニーズがあることが分かった。30代は子育て世代であり、おでかけの目的を決める際も「子どもが楽しめるかどうか」を重要視している。このことから子どもを持つ30代のファミリー層が体験観光のターゲットとして想定される。

また、同アンケートからは宮城県内でも一定程度体験観光のニーズがあることも分かっている。角田市は仙台からも車で一時間程度でアクセスでき、週末のおでかけ先としては程よい距離感にある。また、新型コロナウイルスの流行の影響で現在観光業は縮小傾向にあるものの、今後は近隣市町村・同県内から徐々に観光の動きが回復していくことが予想される。このような社会的背景を踏まえても、この数年を体制を構築していくため試走期と捉え、まずは宮城県内、特に仙台圏からの誘客を図ることが有効だと考えられる。

第1節 かくだ体験観光ツーリズムの方向性でも示したように、角田市の体験観光コンテンツの魅力は「本物志向」にある。都会では得られない、「本物」のおいしさや感動、発見を得ることができる。梅・秘伝豆などの農業コンテンツにおいては、収穫だけではなく加工・実食も可能であり、その過程を自ら体験しながら味わうことは食育とも通じる。また、貴重な資料が残る歴史コンテンツも、自分の目で資料を見て、話を聞き、歴史の足跡を辿ることで、角田・宮城の歴史を身をもって学ぶことができる。宇宙コンテンツについても同様に、最先端の宇宙研究に触れることができる。

角田市の体験観光コンテンツは「本物志向」だからこそ、楽しさに加えて気付きや学びを得ることができるのだ。

楽しく気付きや学びを得られるという点は、想定されるターゲットである「子どもを持つ30代のファミリー層」と親和性が高く、子どもが楽しく食や歴史などを学びながら、同時に大人も新たな発見をすることができる。

このことから、かくだ体験観光ツーリズムのターゲットは「**仙台圏に住む、学びに関心のあるファミリー層**」とする。

第3節　コンセプト設定

これまで述べたように、角田市の体験観光資源の特長と、ターゲット層のニーズとの共通点として「本物志向」があげられ、この価値観をツーリズムの基本に据えることで、双方の共感を呼び起こし、事業全体の成功に結び付くものと考えた。

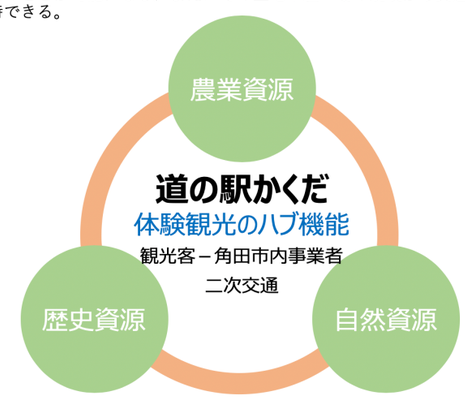
そこで、“かくだのほんもの”を、「かくだ体験観光ツーリズム」のコンセプトとし、その実現のために4つの戦略を掲げ、交流人口の拡大を目指すものとする。

かくだ体験観光ツーリズム

かくだのほんもの

体験コンテンツとなる角田市の資源は、農業や歴史、どれをとっても市民が誇りを持って守ってきたものである。これまで受け継がれてきた技術や歴史、そして「良いものをつくりたい・残したい」という真摯な思いが「本物志向」を作り出し、「角田ならではの価値」につながっている。体験を通じてそれを知ることで、観光客はその資源の「本当の一面」を体感することができる。これが、かくだ体験観光ツーリズムが観光客に提供する価値である。

価値を提供するためには、コンテンツと観光客をつなぐ役割が必要だ。そこで、既に角田市内の事業者とのネットワークを持つ「道の駅かくだ」をハブとすることで、観光客とコンテンツを提供する事業者をつなぐことが可能になる。また、その立地や駐車場の規模から交通面でも体験観光のハブの役割が期待できる。



4つの戦略

① 商品化
体験観光商品の企画と、お土産品の開発

③ 組織体制の整備
実施体制の整備と、人材育成

② 販売・プロモーション
体験観光商品の販売・プロモーション活動

④ サイクルツーリズムの推進
サイクリストの受入環境整備と、二次交通活用

戦略ターゲット
仙台圏に住む、学びに関心のあるファミリー層

第4節　アクションプラン

これまで、アクションプラン策定会議および市場アンケート等の分析に基づき「かくだ体験観光ツーリズム」のコンセプトや戦略を設定し、その顕在化を図ってきた。

ここでは、Challenge Million市民会議の計画に沿って令和3年度を期限とし、“体験観光プログラム”の4つの戦略ごとに、どのような取組みが必要かを整理する。

戦略①　商品化

「かくだ体験観光ツーリズムのコンセプト」を踏まえた体験観光商品の企画とともに、お土産品の開発を以下の点に留意しながら推進したい。

（1）段階的な商品企画

実現性の観点から、運営経験を活かせる既に行われている体験観光プログラムに、そのコンテンツや体制に工夫を加えた商品企画から始め、段階的に新規性を加える方針とする。

①既存「体験観光」のブラッシュアップ

令和2年度は、体験観光として開催実績のある「ねぎまつり」「秘伝豆もぎとり体験」に本格的に取組む。実施にあたっては、従来の方法に戦略ターゲットの仙台圏に住むファミリー層を呼び込むための企画内容や、告知方法、価格設定等の工夫を盛込みながら、結果を検証し、翌年の改善につなげる。

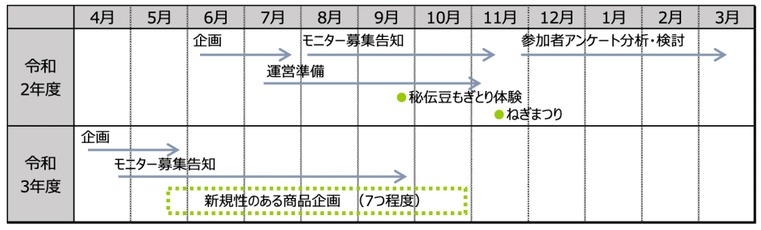
②新規体験観光商品の開発

令和3年度は、既存体験観光のブラッシュアップ後のステップとして、新規に体験観光商品の開発を行う。

角田市の体験コンテンツの柱の一つであり、人気コンテンツの「食」に展開しやすい「農業資源」を中心にしたコンテンツの商品開発を目指す。アクションプラン策定会議で発案された体験プログラムから既存の「体験観光」を除く7つ程度を目標に商品化に取組む。

実施にあたっては、道の駅かくだの出荷者協議会から協力者を募り、そのハブ機能の実践的な取組みとしていく。

1-1段階的な商品企画



（2）効率性を求めた商品企画

第1回のアクションプラン策定会議でも、「効率性」が体験型観光の成功のポイントとして挙げられたように、経済性を追求することは、その実現と継続のために必要不可欠である。そこで、効率性を求めた以下の3つの商品化モデルを参考に、どのような商品企画とするかを検討していきたい。

①既存イベントの「体験観光」へのブラッシュアップ

角田市では年間を通じて多くのイベントが実施されている。これらの中から、体験観光と相性の良いものを選定し、体験観光の要素を組込んだイベントとして企画する。イベント自体がすでに体験観光型になっているものもあり、ゼロから企画するよりも導入しやすいところが大きなメリットである。

（具体的な例）

開催時期	開催イベント	体験観光との親和性
6月下旬	うめ～梅まつり in かくだ	◎参加者側もイメージしやすく、受入側の実施内容も大きく変わらない
9月下旬～10月上旬	角田ずんだまつり	◎参加者側もイメージしやすく、受入側の実施内容も大きく変わらない

②期間集中型イベント

季節性のあるコンテンツが多い角田市では、期間をある程度限定して体験観光を集中させて実施することで、効率的な集客・運営が可能となる。以下の他地域で開催されている体験観光実施例を参考に企画する。

1）くりはら博覧会 らいん

季節ごとに一定の期間を設けて、体験観光を12商品ほど取り揃えて開催している。PR・申込み・問い合わせ対応を事務局がまとめて行い、体験観光提供者は当日の対応のみとなり、負担が軽減されている。

2）五感市

岩手県南地域、一関・平泉・奥州エリアの工場が集まり、年に1度開催。「五感を刺激するものづくりの現場」をコンセプトに、職人が自ら案内する特別な出会いのイベント。自転車で各コースのスポットを巡りながら、アクティビティを楽しめる他、五感市企画のスタンプラリー・フォトコンテストにも参加できる。

③コンテンツ販売委託型イベント

企画した体験観光のプログラムをパッケージ化し、旅行会社・バス会社のツアーの一つとして組み込んでもらう。商品選定の段階からプロの目線が入り、フィードバックも受けられる。また運営面においても、事前に受入人数・時期等が把握できるため効率的である。

このモデルを実施する場合は、事務局（道の駅かくだ）に情報を集約し、ツアー主催者と角田市内のプログラム運営担当者との調整役としての機能を持たせるのが効率性の観点から望ましい。

1-2効率性を求めた商品企画

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度								企画検討 →				
令和3年度		運営準備 →	告知（既存告知方法にて） →									
			●梅まつり				●角田ずんだまつり					

（3）観光客向けの商品開発（体験観光以外）

前述のアンケート結果にもあるように、観光・レジャーにおいて「出かけた先での買い物」は、その目的であり、行先の選定を左右する重要な要素となっている。

一方で、これまでに角田市でも特産品を使ったイベントや商品開発を行ってきたが、いずれも宮城県内でも認知度が高いとは言えない。また、2019年4月の道の駅かくだオープン時に商品開発を行った「かくどら」は、道の駅かくだでは人気商品になりつつあるも、供給体制も不安定であり、お土産品としての課題を抱えている。

体験観光を目的にしたお客様が、帰りにお土産品を購入していただく仕組みづくりは、今後の事業の継続のためにも必須と考えられる。「道の駅かくだ」を核に販売する以下の商品の開発を検討していきたい。

- お土産品の新商品
- フードメニュー（イートイン／テイクアウト）
- 道の駅の出荷品・出荷者のブランディング及びPR推進

1-3商品開発（体験観光以外）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度		調査 →	企画検討 →				試作・評価 →				製造 →	
令和3年度	製造 →		テスト販売 →		評価改良 →				プロモーション →			

(4)PDCAサイクル

テストマーケティングとして、「体験観光プログラム」のモニターツアー開催から始め、商品としてのブラッシュアップを図っていくことが必要である。

ツアー参加者へのアンケートや、グループインタビューを行い、参加者の満足度や、良かった点と悪かった点を指摘してもらい、改善点を見つけていく。

せんだいタウン情報machicoを活用したモニターツアー実施例

1-4PDCAサイクル

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度			計画			●秘伝豆もぎとり体験		●ねぎまつり	分析・検討			
令和3年度	計画			モニターツアー				分析				

戦略②　販売・プロモーション

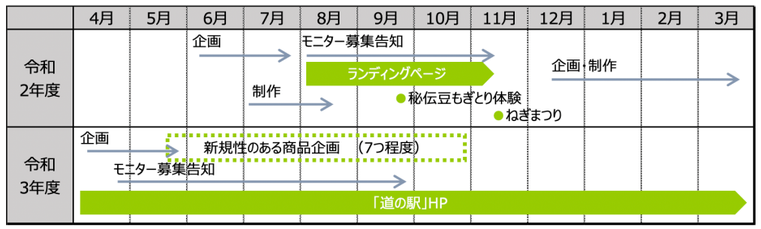
体験観光商品の参加者募集活動は、その事業の実現・継続における最重要課題となる。効果を追求する一方で、収益性を担保できるよう効率的な販売・プロモーション活動を目指すため、事業期間は、WEBサイトの構築を第一に図っていく。

Webサイトの整備

現在の「道の駅かくだ」のホームページを、体験観光等の情報発信をより強調したものにリニューアルする。従来の「道の駅かくだ」の催事のお知らせとともに、体験観光の情報を掲載し、体験観光のハブとしての役割を果たすサイトを目指す。また、申込受付のフォームを用意し、参加者募集の管理も行えるようにする。

（HPのリニューアルイメージ）

2-1WEBサイト



戦略③　組織体制の整備

体験観光商品の実現に向けて実施体制の整備とともに、必要な人材の育成を図っていく。

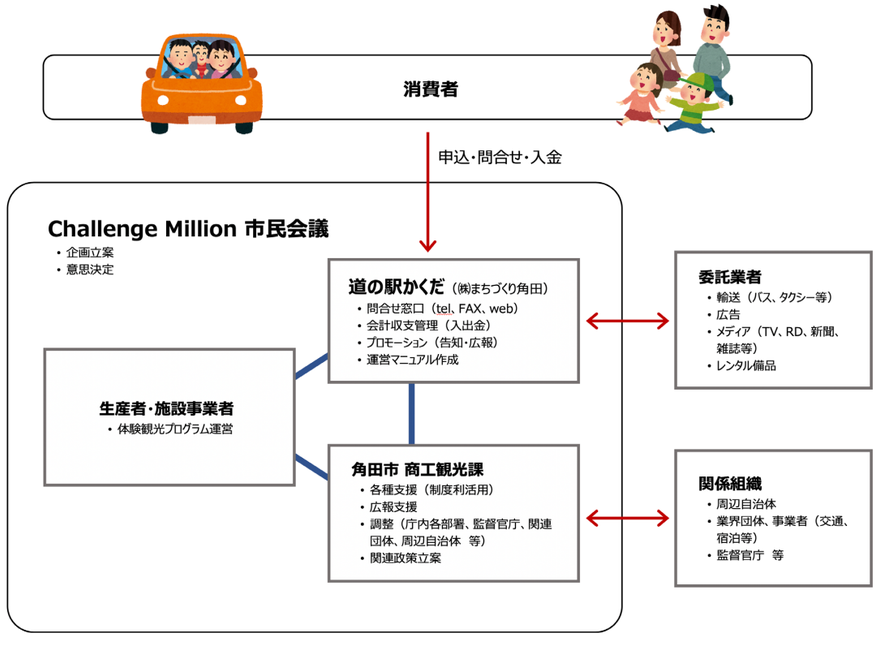
実施体制の整備

かくだ体験観光ツーリズムの拠点としての役割を期待されている「道の駅かくだ（株式会社まちづくり角田）」が、中心となる実施体制を構築することが望ましい。そのためには、令和3年度の期限までを「トライアル期」として体制構築を進めていく。

（実施体制案）

トライアル期（令和2・3年度）としての組織体制

トライアル期となる令和2・3年度は、体験観光のプログラムを企画し、モニターツアー等の実験・検証を行う段階とする。消費者の反応（ニーズや満足度）を確認するとともに、実行段階の課題を発見するため、「Challenge Million市民会議」が主体となって運営を進めつつ、委託業者や関係組織との体制構築を行う。



3-1実施体制の整備

戦略④　サイクルツーリズムの推進

第1回アクションプラン策定会議のユーメディア湊氏の講演から、サイクルツーリズムによる効果として“ツーリングの目的地としての誘客促進効果”“周遊促進効果”“二次交通課題の解決策”として期待できることが分かってきた。

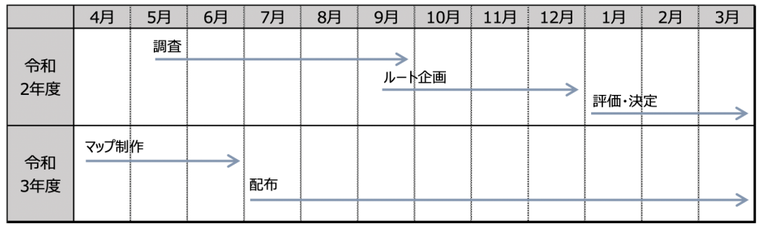
今後、「体験観光ツーリズム」との相乗効果を図るため、サイクリストが利用しやすい受入環境の整備や、二次交通としての自転車活用施策を、以下のような施策を試行、展開していきたい。

（1）ルートマップの制作

角田市内の“季節ごとの見どころ”や、“グルメ”等を組合せたサイクリングルートを作成した上で、携行しやすい大きさのサイクリングマップを制作し、道の駅や、観光関連施設、サイクルショップ等で配布し、サイクリストに対して、サイクルツーリズムエリアとしての角田市をPRする。

サイクリングルート作成にあたっては、二次交通としての活用を踏まえ、「道の駅かくだ」や「角田駅」を起点としたルートとすることが望ましい。

4-1ルートマップの制作



（2）サイクリスト向け情報発信

作成した「サイクリングルート」をはじめ、「体験観光プログラム」の告知や、季節の見どころ等、サイクリングを計画するために必要な情報をWEBサイトを中心に提供する。

（情報発信の主なメディア）

・WEBサイト：サイクリングルートや、サイクリスト向けサービス等の基本情報の提供

・SNS：イベント開催予告情報や、その実施レポート、花の見ごろ情報等、変化する季節の旬な情報提供

・Googleマップ：サイクリストにおすすめする観光スポットや、サービス施設を登録

・Youtube：サイクリングルートを実際に自転車で走行した動画映像や、景観の魅力を紹介した映像等

4-2サイクリスト向け情報発信

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度												
令和3年度	各ツールアカウント取得→	情報の発信・管理→										

(3) サイクリストサポート店の育成

「サイクリングルート」沿いの施設・店舗などが、サイクリストへのおもてなしを行っていく。具体的には“休憩スペースやトイレなどの提供”“サイクルラックの設置”“割引＆サービスの提供”等を行い、サイクリストフレンドリーな地域であることをアピールする。

4-3サイクリストサポート店の育成

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度											スキーム設計→	
令和3年度	スキーム設計→		企画検討→			依頼先公募→			依頼→			

(4) レンタルサイクル

課題となっている二次交通の問題を解決する施策の一つとして「レンタルサイクル」があげられる。

公共交通機関の利用者向けとしてはもちろんのこと、自家用車で来た観光客にとっても、その回遊性・自由度の高さを活かしながら、一つのアクティビティとして自転車を楽しんでもらう“スポーツ型の体験観光”につながるだろう。これにより、より広範囲の市内の観光が楽しめるとともに、帰り際のお土産品の購入促進もはかっていく。

また、導入の検討にあたっては、以下の点を留意する。

- 車で来た観光客の駐車場が確保できる場所ないし、公共交通機関の発着点を拠点とすること
- 自転車愛好者以外の一般観光客で、幅広い年齢層でも利用できるよう、電動アシスト付き自転車とすること
- 自転車を単純に貸し出すだけでなく、ガイド付きの周遊プログラムにするなどの発展性を考慮すること
- 観光客が周遊するエリア想定として、周辺自治体との連携も図ること

（観光地でのレンタルサイクル活用の事例）

・ライドエクスペリエンス（栃木県）

那須の自然と食と暮らしを体験するサイクリングガイドツアー

4-4レンタルサイクル

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度				運用企画（設置場所・貸出しルール等）			検討			自転車選定		
令和3年度	自転車発注	運用ツール準備		テスト運用			本格運用					

(5)サイクルイベント

ルートマップで作成したサイクリングルートの周知とともに、既存観光資源との相乗効果をはかるため、サイクルイベントの開催を目指す。ファンライドは、既に「よもやまチャレンジライド」が開催されているため、それ以外の以下に挙げたイベント形態を、令和2年度に検討し翌年度の実現につなげる。

また、サイクリングは移動できる距離が長いため、参加者の体力や、レベルに応じて周辺自治体と連携した広域のイベントとすることも併せて検討する。

（他地域での事例）

◎スタンプラリーキャンペーン

サイクリングによる町内の周遊促進を図るためのキャンペーン。チェックポイント（町内観光資源）を巡ると、特典（地場産品等のプレゼント）を進呈するインセンティブキャンペーン型のイベント形態。参加者の都合に合わせていつ走ってもよく、天候等の開催リスクが回避できる等のメリットがある。

例）ふくしま Cycle Rogaining

- 実施形態／スタンプラリー型のキャンペーン
- 主催／福島サイクルツーリズム協議会
- 参加費／無料
- 期間／半年～1年程度
- 特典／3,000円の宿泊助成
  （助成総額に達した時点で終了）
- 参加単位／1～5人
- 特典応募条件／CP（3～4箇所程度）
  ①チェックポイントと、自転車の写真撮影
  ②宿スタッフとの写真撮影
  ③SNS・mailでの写真投稿

◎サイクルフォトロゲイニング（サイクルオリエンテーリング）

自転車を使ったサイクルオリエンテーリングのイベント企画。走るだけではなく、チェックポイント（市内観光資源）の写真を撮りながら時間内に市をめぐり、順位を競う競技性のあるイベント形態。お祭としての盛り上がりや、人とのつながりを作ることにもつながるメリットがある。

例）泉サイクルロゲイニング

- 実施形態／フォトロゲイニング
- 主催／泉青年会議所
- 参加費／500円
- 期間／1日（半日程度）
- 応募単位／不明（定員90名）
- 賞品／参加賞：スポーツドリンク、芋煮、温泉利用券、オリジナルTシャツ
  得点上位者：新米

4-5サイクルイベント

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和2年度				企画検討			検討		大会準備			
令和3年度	募集告知											
	大会準備											
				サイクルイベント								

第4章　中長期的に必要な施策

「かくだ体験観光ツーリズム推進事業」とは別に、体験観光ツーリズムを継続・定着させるため、実施が求められる施策を今後の検討課題として挙げたい。

戦略①　販売・プロモーションに係る施策

ターゲットである仙台都市圏の30歳代ファミリー層を意識したメディアミックス展開。段階的な商品企画にあたっては、受入規模も小さいことから、費用をできるだけかけず、ニーズが顕在化している関心層をメインターゲットに、プル型ポータルサイトでの告知を中心としたい。まずは、参加者の満足度を高め、口コミの拡散やリピーターの育成をはかる戦略としていく。

（メディアミックスモデル案）

ターゲット	メディア カテゴリ	具体的な候補媒体
エリアターゲット （仙台・宮城県内）	PUSH型	せんだいタウン情報 machico　会員5万人、月間50万PV・8万UU S-style　6万部、月刊 Weekly 河北ウィークリーせんだい　仙台圏44万4,000部、週刊 **プレスリリース**（メディア各社）
関心層	PULL型	**イベント情報提供ポータルサイト** ●宮城まるごと*探訪「イベントカレンダー」（宮城県観光連盟） ●machico「ここいこ」（㈱ユーメディア） ●Walkerplus（㈱KADOKAWA） ●日本旅行「全国お出かけイベント情報」（日本旅行） ●かほピョンくらぶイベント情報BOX（河北新報） ●きてけさin仙台（河北仙販） ●おでCafe（東北電力） ●いこーよ（アクトインディ㈱） ●J:COM「ZAQおでかけガイド」（㈱ジュピターテレコム） ●トラベルバリュー「全国イベント情報」（㈱たびゲーター） ●ゆこゆこネット「観光ガイド」（ゆこゆこホールディングス） ●goo地図「イベント」（NTTレゾナント㈱） ●Japan Travel Guide（アプリ/NTTアド） *基本的に無料掲載です *掲載の可否は、運営会社側の判断となります 例）いこーよ
参加経験者 ファン層	ダイレクト メディア	**ダイレクトメール**　**メールマガジン** **SNS**
基本情報発信		**公式ウェブサイト“ココカクダ”** **「イベントのお知らせ」** **チラシ**

（2）旅行会社／バス会社へのセールスプロモーション

第1回のアクションプラン策定会議のJTB佐藤氏の講演で、旅行人数や訪問時期の把握・準備ができることから、団体旅行の受入から始めると、運営しやすいこと。また、「ならではの価値」があり、地域密着型のプログラムに需要が増しているのは、個人旅行だけでなく、団体旅行も同様であることが示されていた。このことを踏まえ、一般的なパッケージツアーはもちろん、教育旅行、報奨旅行の選択肢として角田のコンテンツをパッケージとして旅行会社・バス会社に組み込んでもらえるよう、各社へのセールスプロモーション実施も行っていくことも有効である。

一方で、旅行会社・バス会社と連携した商品化を目指す場合には、旅行サービス手配業（ランドオペレーター）の資格取得（※戦略③ 組織体制の整備参照）が必須となる。

（3）体験観光予約サイトの活用

体験観光やアクティビティ専門の予約サイトの動きも目覚ましい。一般顧客向けに商品販売・運営していくにあたっては有効なツールではあるが、導入のメリットやデメリットを考慮しながら、角田市にとって最も適切な予約サイトを選定していきたい。

（観光予約サイトの代表例）

じゃらん、asoview!、アクティビティジャパン、VELTRA、ぐるたび、Google マイビジネス、AirBnB 等

（メリット）

運営・管理・決済システムの効率化が図れる

商品運営や規模の拡大に伴い煩雑・膨大になる顧客管理の省力化が図れるとともに、クレジットカードの決済機能も搭載している。

プロモーション機能を備えている

各サイトに掲載することにより、体験観光に関心の高い層へリーチしやすい。また、各社が連携しているメディア等への広告掲載や露出も可能となる。

インバウンド対応

今後、インバウンド対応が必要になっていく場合にも、海外の検索エンジンにも対応している、または翻訳機能やサービスを利用できるサイトもある。

（デメリット）

利用料又は成約手数料

導入にあたり、大きなネックとなるのが、運営サイトに支払うポータルサイト利用料又は成約手数料だ。2020年現在の市場相場として、約10-20%程度だが、今後値上がりしていく可能性も十分に考えられる。

ネガティブな口コミ機能への対応

口コミやSNS機能を搭載しているサイトも多い。口コミは、集客やコミュニケーション、商品のブラッシュアップのツールとなる一方、ネガティブなコメントへの対応も必須となってくる。

（4）産直イベント・通販への出店

体験観光を楽しんだお客様が、お土産として地域の農産品を購入したくなる様に、体験観光と地域産品の組合せはとても相性がいい。その逆に、地域の農産物が有名になれば、体験観光への誘客が促進される。

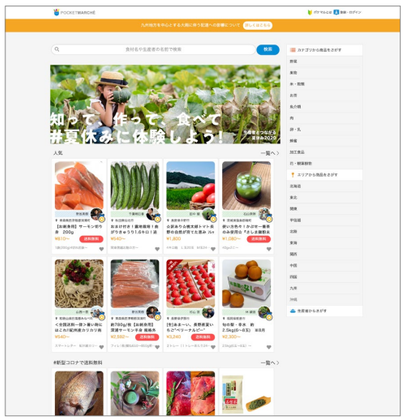
そこで、角田市内の農家（あるいは「道の駅かくだ」）が、仙台圏の“産直イベント”や“産直通販”に出店することで、産地としてのブランディングをはかると同時に、「かくだ体験観光ツーリズム」の認知度を高めていくことができる。

（産直イベントの例）

- 仙台市旬の香り市　https://matsuri-no-hi.com/matsuri/42176
- IKEA仙台ファーマーズマーケット
  https://www.facebook.com/IKEAsendai/posts/1219552998113985/
- 大沢マルシェ　https://www.osawamarche.com/
- AGRI STYLE GALLERY TOHOKU　https://agri-style-gallery.weebly.com/

（産直サイトの例）

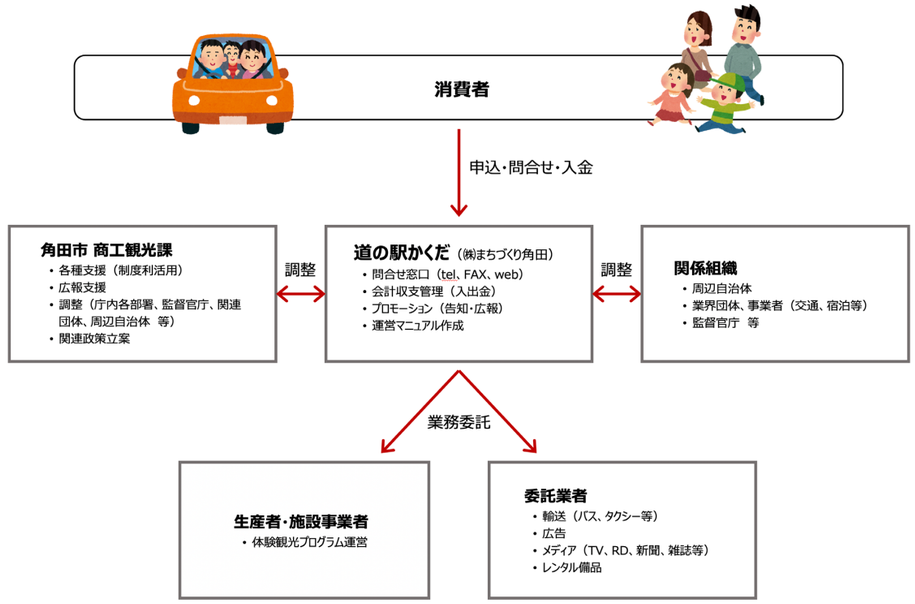
- ポケットマルシェ　https://poke-m.com/
- 食べチョク　https://www.tabechoku.com/



戦略②　組織体制の整備に係る施策

（1）令和4年度以降の実施体制の整備

令和4年度以降は『道の駅かくだ』が事業主体となり、体験観光のプログラムを開発・運営する段階に入る。トライアル期の時点から、自走期の体制構築を見据えて課題を解決していくことが重要である。



（2）人材育成

①ランドオペレーター資格の取得人材の育成

今後、「道の駅かくだ」が主体となって、体験観光プログラムの運営を担うことが期待されているが、宿泊・運送を伴う企画商品の販売には、旅行業の資格が必要となるため、その資格を有する旅行会社や、バス会社等との連携が不可欠となる。

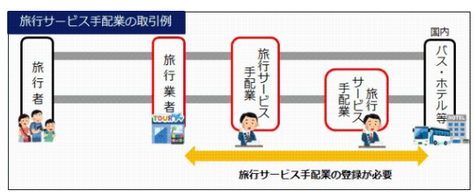
（旅行会社/バス会社等との連携例）

・主催：旅行会社またはバス会社

・旅行サービス手配：道の駅かくだ

・体験プログラム運営：生産者・施設事業者

この際、主催者と、生産者等との調整業務で収益を得るためには、旅行サービス手配業(ランドオペレーター)の資格の取得・登録が望ましいとされており、「道の駅かくだ」内に、その取得者を置くことを検討する必要がある。



*観光庁ホームページより引用 http://www.mlit.go.jp/common/001226273.pdf

②地域認定ガイドの設置及び育成

角田市公認の地域ガイド認定制度の設置を提言したい。日本国内では、一般的に添乗員（ツアーコンダクター）と呼ばれる「旅程管理主任者」や、外国語を用いて日本を案内する「全国・地域通訳案内士」は存在するが、地域の魅力を案内する地域ガイドの公的な資格及び認定制度は存在しない。（2020年3月現在）

角田市へ体験観光に訪れた観光客に、地域の魅力を伝えるガイド役がいれば、提供する情報の充実度により、ファン化・リピーター化はもちろん、角田市としてのブランド価値の高まりも期待できる。

また、地域のガイドそのものが「ならではの価値」を創出するとともに、その存在が商品化や、運営面における効率化につながると考えられる。

（地域認定ガイドのイメージ）

・総合ガイド／角田市の一般情報（歴史、市政、産業）、各観光施設の概要を説明できる人材
・分野別ガイド／秘伝豆生産者、梅干しマイスター等の専門分野での知識があり、観光客対象に一定の説明ができる人材

戦略③　サイクルツーリズムの推進に係る施策

（1）サイクリスト向け誘導サインの設置

市内の主要施設や、観光資源、先の サイクリングルート等を案内するサインを制作し、分岐点等に設置を行い、サイクリストの満足度向上を図る。

（2）お土産発送サービス

移動に便利な自転車であるが、荷物をほとんど積めない弱点があり（特にロードバイク）、自転車での移動中にお土産などを購入することが難しい。

そのため、二次交通の起点となる箇所で購入でき、商品を受け取れるサービスがあると地域産品の売上機会を増やせる可能性がある。その意味で、「道の駅かくだ」には店舗としての機能もあり、実現のためのハードルが比較的に低く、試行してみる価値があると考えられる。

モデルスケジュール

戦略		① 商品化				② 販売・プロモーション					③ 組織体制の整備		④ サイクルツーリズムの推進							
取組み課題／スケジュール		段階的な商品企画	効率性を求めた商品企画	観光客向けの商品開発（体験観光以外）	PDCAサイクル	WEBサイトの整備	旅行会社／バス会社へのセールスプロモーション	体験観光予約サイトの活用	産直イベント・通販への出店	メディアミックスによる情報発信	実施体制の整備	人材育成	ルートマップの制作	サイクリスト向け情報発信	サイクリストサポート店の育成	レンタルサイクル	サイクルイベント	サイクリスト向け誘導サインの設置	お土産発送サービス
令和2年度	春	企画・準備		調査	計画	企画					実施体制計画・検討		調査				企画検討		
	夏			企画検討		ランディングページ企画・制作					市民会議主体の運営					運用企画			
	秋	既存プログラムに工夫を加えた商品企画	企画検討	試作・評価	モニターツアー 分析・検討 次回計画	「道の駅」HP更新 運用（情報更新・申込対応等）							ルート企画 評価・決定		スキーム（サポート内容・協力メリット等）設計	自転車選定		準備	
	冬	企画・準備																	募集告知
令和3年度	春	新規性のある商品企画		テスト販売	モニターツアー								マップ制作 配布	情報発信ツール整備・運営	企画検討 依頼先公募・依頼	テスト運用 本格運用 レンタルサイクル導入		イベント実施	
	夏		梅まつり																
	秋		ずんだまつり	プロモーション	分析						道の駅かくだ主体の運営				運営・管理				
	冬																		
令和4年度以降		商品化			商品化		事業後検討					事業後検討							事業後検討