

## 親子ワークショップ&デジタル体験キャンプin加美町

宮城県加美町 × 近畿日本ツーリスト株式会社

### 取組概要

大手旅行会社近畿日本ツーリスト株式会社が宮城県加美町の交流人口及び関係人口創出課題を加美町独自の地域資源を活用した親子体験プログラム（親子でスポーツや農業体験&デジタル体験キャンプ）を企画開発。親子ワークショップモニターツアーとして実施



農業体験（伝統野菜小瀬菜大根の収穫体験）

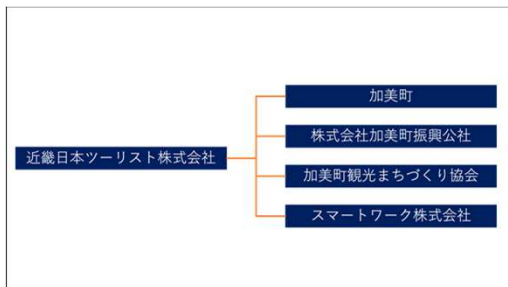


デジタル体験（VR360°編集制作体験）

### 基本情報

代表地方公共団体	宮城県加美町
代表民間団体	近畿日本ツーリスト株式会社
他の連携団体等	加美町産業振興課・加美町観光まちづくり協会・株式会社加美町振興公社・スマートワーク株式会社
カテゴリ	教育プログラム・学力向上／観光客の誘致／地域振興・交流
事業費	事業費：700万円 期間：6ヶ月間
めざすSDGsゴール	
事業化までの期間	6ヶ月

### 取組内容



連携体制図



中勇酒造にて酒蔵体験

この取組で解決した課題	<p>【解決した課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の魅力を発信する情報プラットフォームが整備されておらずプロモーションが不足し認知度が低い。</li> <li>・地域の観光事業者間の連携が不足しており、有効な戦略や情報が共有されず効率的な誘客が図られていない。</li> <li>・ワークショップを推進し滞在時間の延長に努めているが、来訪者の98%が日帰りであり交流人口の拡大や地域経済の活性化に結び付いていない。</li> </ul>
解決に向けた手法	<p>加美町産業振興課・加美町観光まちづくり協会・株式会社加美町振興公社とは課題抽出・分析、事業者間のマッチング（アクティビティ・酒造り・農業体験）を実施（3ヶ月）し、加美町独自の地域・観光資源の荒出し作業を行った。</p> <p>その後、スマートワーク株式会社と加美町独自の看板商品造成（各種体験プログラム及びデジタル体験キャンプ）を企画開発（2ヶ月）を行った。さらに親子ワークショップとして10月にモニターツアー（2泊3日）を実施。</p> <p>結果として加美町における行政、観光事業者間での連携による看板商品造成が実現し、宿泊滞在型のツアー商品化が実現できた。また今回商品化された親子ワークショップ+デジタル体験キャンプin加美町を持続的に販売する仕組みも構築した。</p>

## 取組詳細

事業推進上の各団体の役割分担	事業実施主体：近畿日本ツーリスト株式会社（事業全体企画及び実施運営管理、モニターツアー企画管理等） 自治体：宮城県加美町（事業企画協力、モニターツアー企画実施協力等） 連携団体：加美町観光まちづくり協会・株式会社加美町振興公社（課題抽出・分析、事業者連携協力等） 連携企業：スマートワーク株式会社（親子向けデジタル体験キャンプ企画及び実施運営等）
地域関係者との連携方法	地域関係者は主に今回の事業で重要な各種体験プログラムに関連する以下の事業者と協力いただいた。 ・加美町中新田 B & G 海洋センター：カヌー体験 ・ポルダリングパークやくらいWALL：ポルダリング体験 ・JA加美よつば：農業体験ツアーの検討 ・中勇酒造：酒蔵体験
資金調達方法	観光庁看板商品造成事業（補助金）及び自主財源
資金調達方法の補足	観光庁看板商品造成事業（補助金）：申請手続きの際の企画提案内容の新規性及び実現性、持続性 自主財源：看板商品の持続的販売における収益性
事業推進上の課題・工夫	①モニターツアーの実施に際し、募集対象エリア（仙台市周辺）でのプロモーション（集客）精度を高めるため、リアルに仙台市内にてモニターツアー説明会を実施。加美町の魅力（観光・産業・文化等）をより詳しく説明し、より理解を深める工夫をした。 またデジタル体験キャンプに関する詳しい説明を行い、興味関心を高める工夫をした。 さらに今回のモニターツアー企画が親子（ファミリー層）を対象としていたため、説明会当日は託児サポートも実施した。 ②加美町独自の看板商品を企画する上で親子で楽しめる体験プログラムであること、体験を通じて加美町の魅力を親子に強く感じてもらえることを最優先した。 ③参加する子供にとって第二のふるさと（関係人口）となることを想定し、地域事業者や地域住民との交流機会を設けた企画を行った。 ④単なるアクティビティでなく同時にデジタル体験（360°カメラでの撮影体験&VRコンテンツ編集制作体験）を行うことで子供へのデジタル教育も実現できる企画を行った。

## 担当者のコメント

今回の事業を通じて感じたことは以下の通りです。

- ①地域資源・観光資源を最大限に活用することで地域独自の看板商品造成（商品化）が可能であることが実感できた。
- ②その実現には自治体をはじめ地域のステークホルダーの協力が不可欠であることを実感した。
- ③親子ワークショップのニーズが非常に高いことがわかった。
- ④子供のデジタル教育に関心が高い親が多いことがわかった。
- ⑤交流人口創出から如何に関係人口に繋げるかは地域住民や事業者との接点づくりが重要なことが実感できた。
- ⑥親子ワークショップ+デジタル体験キャンプのツアー商品化により、参加者だけでなく地域住民及び事業者が地域資源や観光資源を再認識し、積極的にアピールすると共に非常に協力的であることがわかった。
- ⑦参加者の満足度は非常に高いことがわかった。



モニターツアー参加者集合写真

## 優良事例応募項目

取組のポイント（3つの視点）	<p>①地方創生SDGsの視点 加美町が持続可能なまちづくりとして加美町独自の地域資源、観光資源を最大限に活用した看板商品造成を行うことで交流人口を創出し、さらに地域住民や事業者との接点を設け関係人口へつながる事業になった。 今回の事業により造成（商品化）されたツアー商品により地域内の観光事業者をはじめ関連する多くの事業者へのメリット創出にもつながり加美町の産業振興にも寄与するものです。 また参加する親子は体験プログラムを通じて加美町の文化、産業、歴史、環境等に触れることになり、同時に受け入れる側の加美町の住民、事業者もあらためて地域資源、観光資源を大切にする（重視する）意識を持つことになりました。</p> <p>②ステークホルダーとの連携 自治体（加美町）をはじめ地域団体（加美町観光まちづくり協会・株式会社加美町振興公社）、地域事業者（加美町中新田 B &amp; G 海洋センター、ポルダリングパークやくらいWALL、JA加美よつば、中勇酒造）に全面的に協力していただき看板商品造成及びモニターツアーの実現を図った。</p> <p>③モデル性・波及性 今回企画及び実施した加美町独自の地域資源・観光資源を活用した看板商品造成事業（ツアー商品化）は、全国各地に存在する地域ならではの地域資源・観光資源を活用することで独自性のある看板商品造成が可能であり、また同時にデジタル体験キャンプを組み込んだ企画商品化することでデジタル体験を通じての成果物（VRコンテンツ等）が独自の観光コンテンツとなり、SNS（Instagram等）での情報発信に活用できるメリットがある。</p>
----------------	--