官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業

旅館とワイナリー旅館の若旦那がご案内！

ワインの似合う大人のまち プロジェクト

2014年3月14日

国土交通省　東北運輸局

目次

Ⅰ　はじめに　3

1. 事業の背景と課題　4
2. 課題に対する施策　8
3. 事業実施フロー　11
4. 地域に派遣した目利き　12

Ⅱ　実施結果　13

1. 旅行商品化に向けた観光資源の磨き上げ手法の検討・実施
   ～新ワイン観光モデルコース開発と磨き上げ～　14
2. 対象地域の魅力の情報発信の手法検討・実施
   ～造成したツアー商品、グルメのプロモーション～　58
3. モニターツアーの企画、造成、催行
   ～モニターツアーの実施および商品化～　84
4. その他観光庁と連携して実施した業務　108

Ⅲ　今後の展開に向けた課題と対応策　117

1. 対象地域の効果検証　118
2. 対象地域の旅行商品における課題・課題解決のアイディア　124

Ⅰ　はじめに

1. 事業の背景と課題

1）南陽市におけるこれまでの取組

南陽市では、2011～2012年にかけて、弊社と連携して以下の基盤づくりを実施した。

(1) 観光資源の洗い出し

2012年に、南陽市の観光資源に対するカスタマーの「認知度」「興味関心度」を量るGAP調査（Web調査）を実施し、カスタマーにとって魅力的な資源を抽出した。

その結果、ワイナリー、ワインに対して、20～40代女性の興味度が高い。また、興味度が高い「ワイン」「ワイナリー」の他地域との差別化ポイントを抽出すると、「山形県内12のワイナリーの内4つが南陽市にあること」「小規模経営だからそこの丁寧な製法」「湖からの蒸気によって良いブドウが育つ環境」など、県内他地域との差別化を打ち出すための要点を把握することができた。

(2) 周遊プランの造成

「GAP調査」で抽出した注力資源をベースに、2012年に滞在プログラムの造成をするワークショップ「旅づくり塾」を実施し、「ワイナリー」を活かした、1泊2日の周遊コースを作成した（モデルコース案：夫婦でほろ酔いツアー、うさぎと一緒にワインめぐり等）。

ワークショップ終了後には、赤湯温泉旅館協同組合青年部と赤湯ワイン組合の協働にて、来訪者にさらなるワインの魅力を知ってもらうための案内プログラム造成も合わせて行われた。

(3) 観光資源および周遊プランの情報発信

2012年に「山形南陽版じゃらんパンフレット」を作成し、来訪者に対して南陽市の観光資源および観光資源を活かした周遊プランの情報発信を行なった。

＜参考＞南陽市の主な観光資源

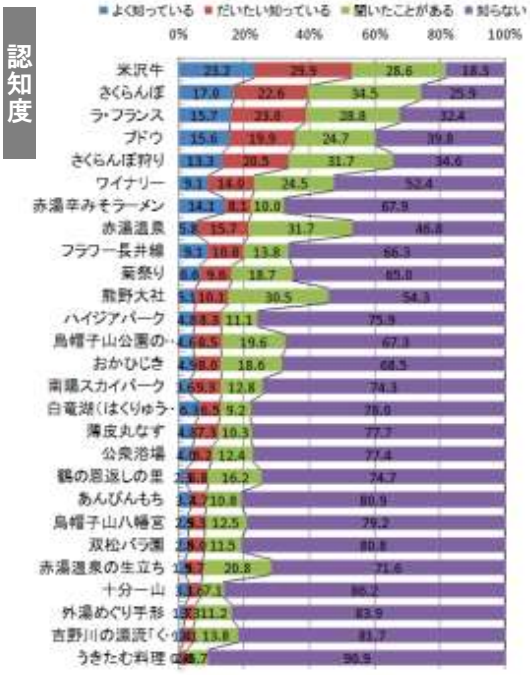
○ ワイン：南陽市で採れたぶどうを原料としたワインの生産が盛ん。

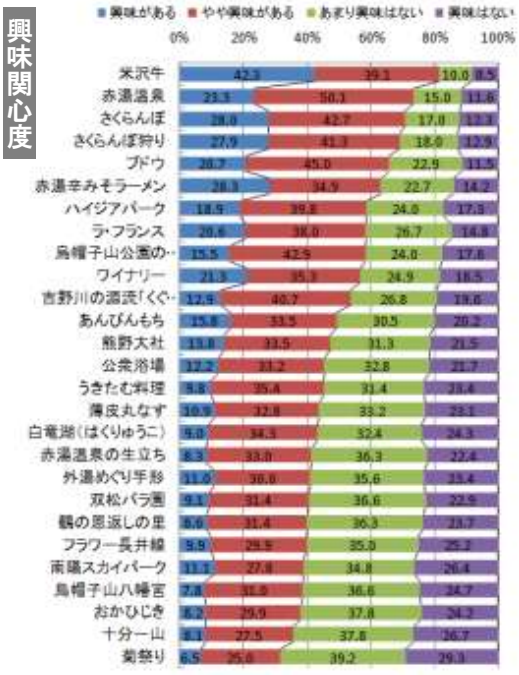
○ 米沢牛：生産とともに米沢牛を扱う精肉店、飲食店も多い。

○ さくらんぼ：中心的名産品。佐藤錦やナポレオン、独自品種「なんよう」も生産。

○ ぶどう：南陽市は山形県内でぶどうの発祥の地。白竜湖付近の段々畑で完熟ぶどうを生産している。　…等

【GAP調査結果】





【ワークショップ「旅づくり塾」の実施風景】

【着地型パンフレット「山形南陽市じゃらん」 】

2）課題

2012年に首都圏1都3県・南東北3県・新潟県カスタマーに調査した結果（表①）、[山形県全体への来訪経験者] は約55％であったが、[南陽市への来訪経験者]はその半数以下の25%であった。とくに首都圏1都3県からの来訪者に絞ると6％弱と大変低い結果に。また、地域の宿泊施設からのヒアリング結果によると、震災の風評被害による観光客の減少において、東北地方からの来訪は比較的回復をしたものの関東地方からの来訪者の回復は鈍っているといえる結果であった。

また、また同調査にて、南陽市の観光資源の認知度を調べた結果（表②）、代表的な観光資源の大半が50％以下の認知率であり、“南陽市らしい”“南陽市ならでは”のコンテンツとして把握されていないことが明らかとなった。

【課題のまとめ】

○ 山形県南陽市は、首都圏や近隣の都道府県からアクセスが比較的良い立地であるが、山形県内他エリアに比べて、特に首都圏からの来訪経験者が少ない。

○ 震災以降、首都圏からの集客が戻っていない。

○ 魅力的な食資源は豊富だが“南陽市らしさ”が低く差別化できていない。

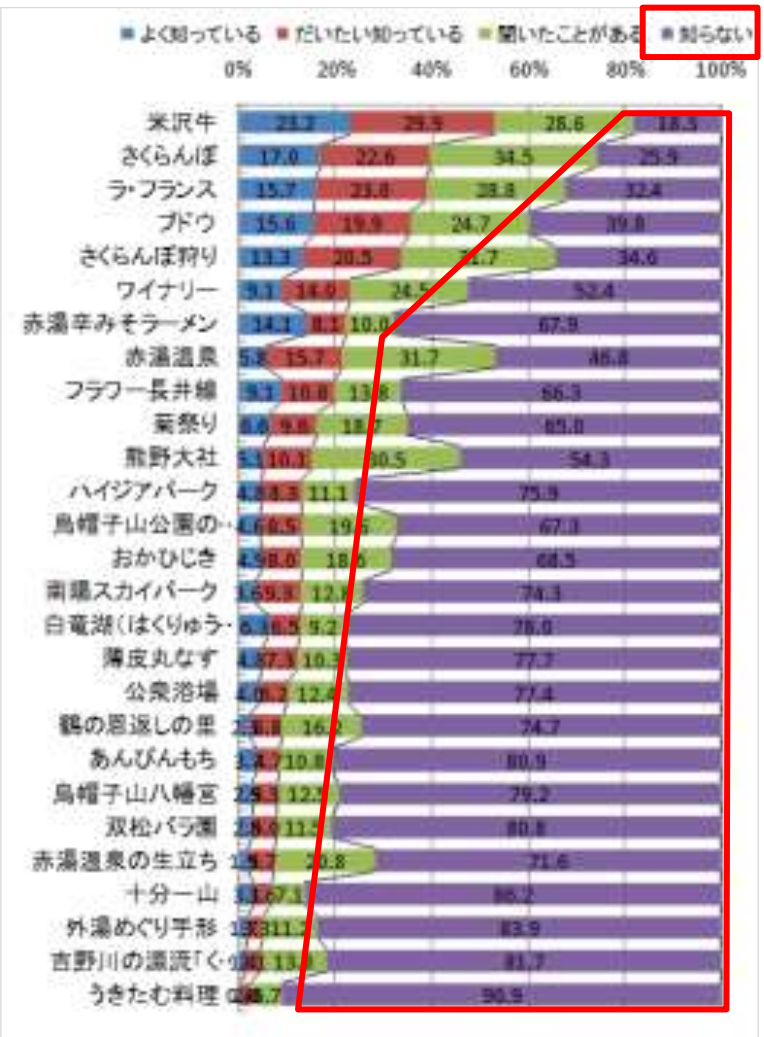
首都圏カスタマーをメインターゲットとし、
観光資源を「南陽市ならでは」のものに磨き上げ、商品化し、
さらに販促のためのPRが必要である。

【表① 山形県南陽市の観光目的における来訪経験について】

[比率の差]
全体 +10ポイント
全体 +5ポイント
全体 -5ポイント
全体 -10ポイント

		全体	1回	2～3回	4～5回	6～10回	11回以上	南陽市に（旅行で）行ったことはないが、（山形市もしくは蔵王温泉）に行ったことはある	南陽市に（旅行で）行ったことはないが、山形県の他のエリア（山形市もしくは蔵王温泉は除く）には行ったことがある	南陽市に（旅行で）行ったことも、山形県の他のエリアに行ったこともない	山形県南陽市を知らないし、行ってみたいとも思わない	山形県南陽市を知らないが、行ってみたいと思う
全体		1030	6.7	7.6	3.0	1.6	5.8	19.4	10.7	5.1	22.5	17.6
地域別	埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県	515	3.3	1.9	0.2	0.0	0.2	16.1	8.9	6.2	35.1	28.0
	山形県	206	8.7	17.5	10.7	4.9	23.8	19.9	9.7	3.4	1.0	0.5
	宮城県	103	13.6	12.6	2.9	0.0	1.9	35.9	11.7	1.9	11.7	7.8
	福島県	103	8.7	10.7	2.9	1.9	4.9	22.3	16.5	4.9	16.5	10.7
	新潟県	103	10.7	7.8	1.9	3.9	2.9	15.5	14.6	6.8	19.4	16.5

【表② 南陽市の観光資源の認知度について】



（調査概要）
調査名
「GAP調査」（株式会社リクルートライフスタイルじゃらんリサーチセンター調べ）
実査期間
2012年3月15日（木）
調査方法
インターネットリサーチ（Web調査）
対象者
埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山形県、宮城県、福島県、新潟県に在住の1030名

2. 課題に対する施策

1）課題に対する施策ポイント

〔ポイント①〕観光コンテンツ整備、情報発信を継続して実施できる体制づくり

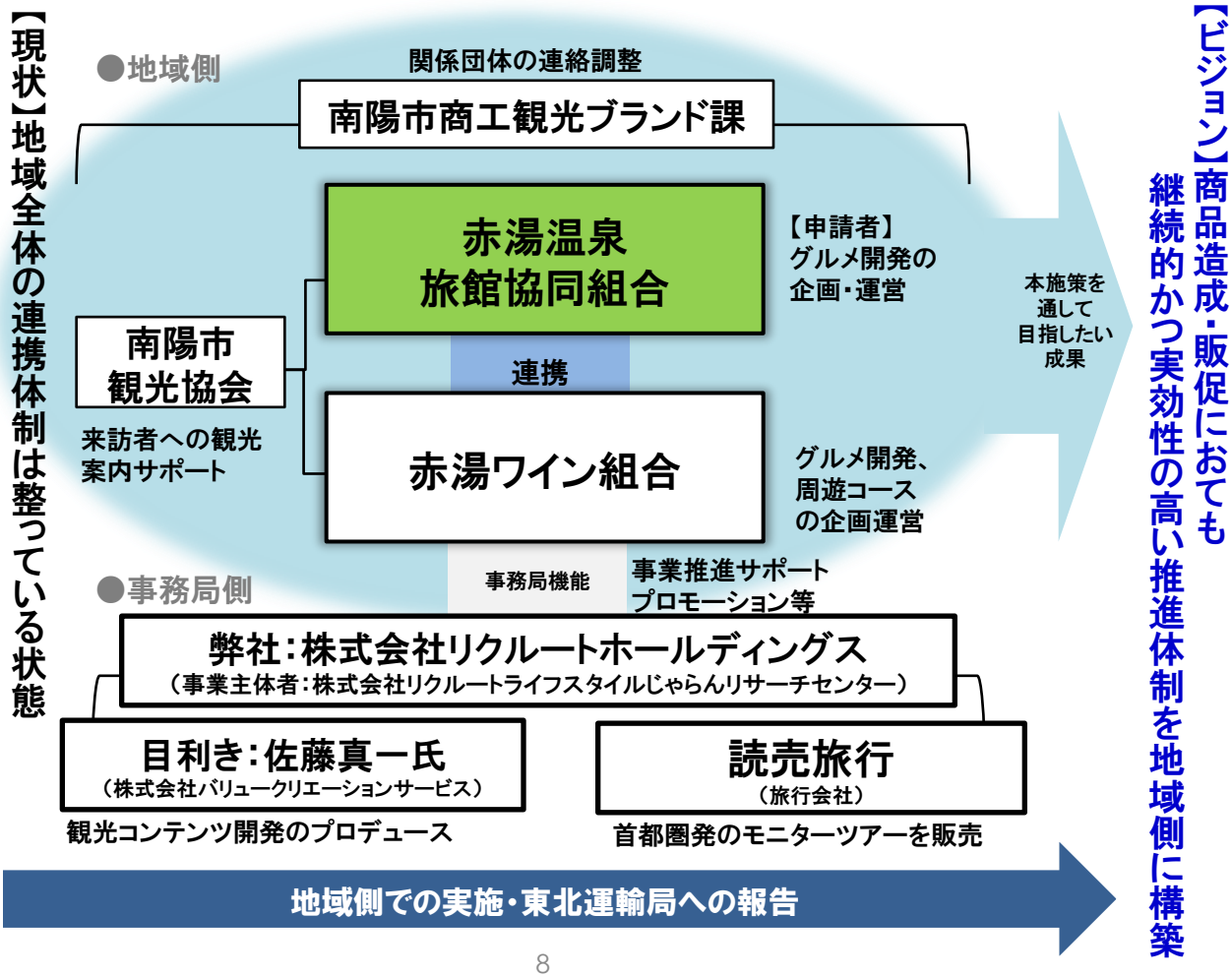
2011～2012年に、赤湯温泉旅館協同組合青年部およびワイン組合を中心とした、着地型観光推進の取り組み基盤があり、地域関係者間の推進意欲は高い。

また、当該地域における施策の方向性を踏まえ、地域側の要望を取り入れたうえで、新たな来訪者獲得、満足度の高い旅行体験の提供によるリピーター増加に向けた、実効性の高い施策を検討・実現する体制モデルを強固に構築する必要がある。

そこで、南陽市モデルは、「宿泊・観光事業者である赤湯温泉旅館協同組合青年部」と「地場産業事業者である赤湯ワイン組合」が中心となり、「観光行政である南陽市観光ブランド課、南陽市観光協会」が地域間の調整役として協力。地域内の官民の様々な関係者が連携し「地域ならではの食資源活用・周遊観光モデル」に取り組む体制づくりを目指した。

また、グルメ開発やモデルコースのコンテンツプロデュースは、全国で数多くの着地型商品の開発、ご当地グルメ開発、地域集客イベント運営を行うプロデューサー・佐藤真一氏を目利きとして迎え、アドバイス、知識のインプットを頂きながら、じゃらんリサーチセンターがその事務局運営を行った。

【旅館の若旦那がご案内！ワインの似合う大人のまちプロジェクト体制図】



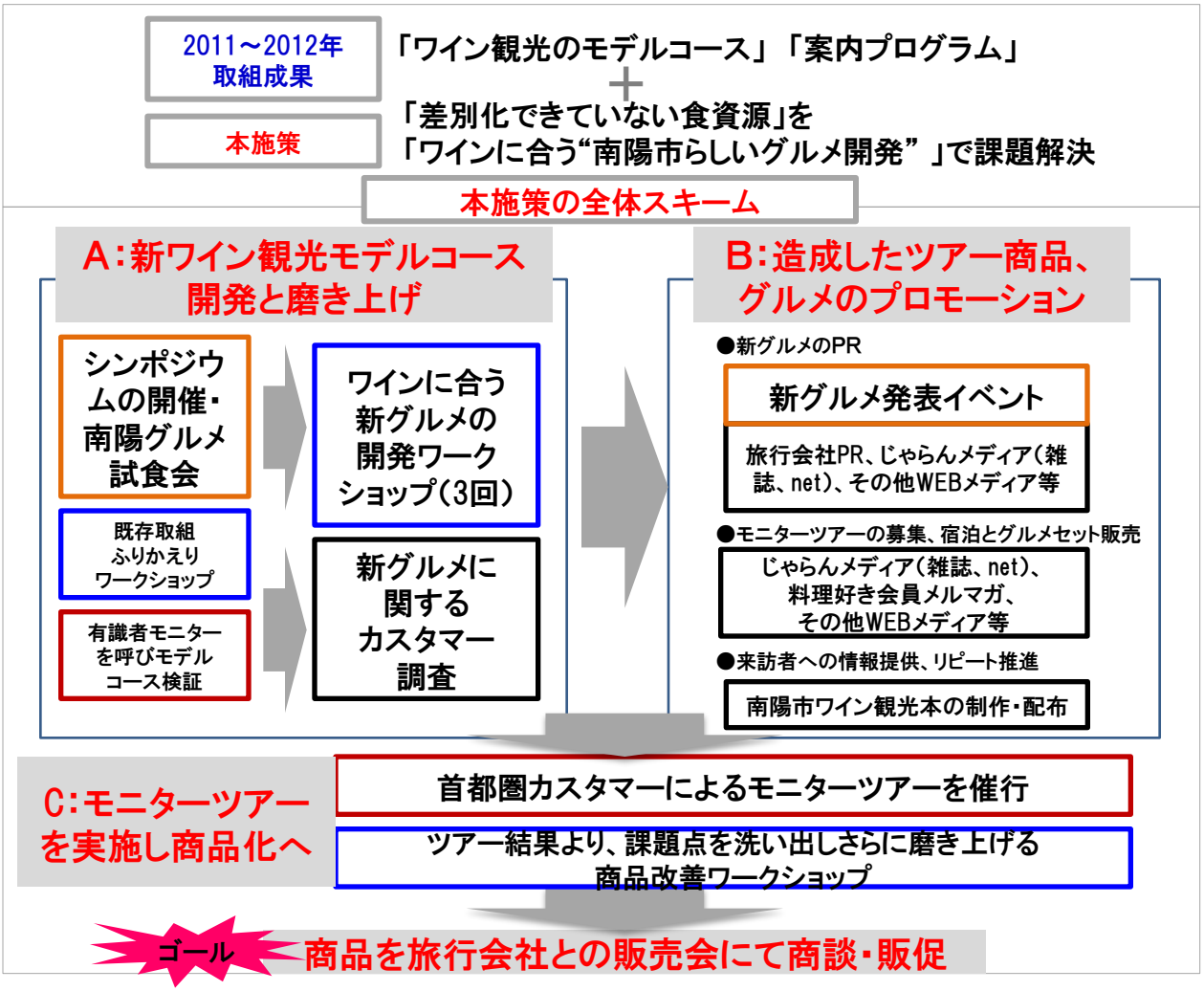
〔ポイント②〕ワインを中心とした新たなグルメ開発・ツアー商品化の実施

2012年度までの取組みによって作成した「南陽市の観光資源を活用したモデルコース案」について、より魅力を加えるために今回の事業を活用した新グルメ開発を行なった。「差別化できていない食資源」を「ワインに合う“南陽市らしいグルメ開発”」で解決し、「新たな観光コンテンツ＝新たな魅力」が具現化された周遊ツアー商品として商品化を行った。

近年、国産ワインの評価は高まっている。その中で東北におけるワインのメッカ＝南陽市として、その地位を首都圏に向けてPR。地域に根付いた価値ある食資源としての「ワイン」にスポットをあて、そのぶどう産地として「見せる」「体験してもらう」「美味しくいただく」をメインキーワードに据えて、観光要素の強い「食（特に米沢牛、さくらんぼなど）」「赤湯温泉」を組み合わせることにより、美味しさと楽しさを感動に仕立てる商品を造成した。

その結果、もっとも狙いたい首都圏カスタマーを中心にプロモーションを行い、目的をもって南陽市を訪れ、ワインとともに地産の食を楽しんで旅を楽しむ、といった一貫したストーリー性でトータルコーディネートしたグルメ開発、モデルコースの磨き上げを行った。

【本施策のスキームイメージ】



2）施策の方向性

課題に対する施策ポイントに基づき、当該地域における現状と、課題を踏まえた施策の方向性を以下に示す。

① ターゲット設定　～「ワインの似合う大人のまち」に向けて～

○ ワイン好きの30～40代

自らの価値観に一致する商品に対しては、ある程度の金額を払ってでも体験したい、味わいたいというターゲット層。この層を取り込むことで、着地型観光＝なかなか収益につながらないという流れを払拭する。

○ ワイン初心者の20代

20代に旅行した地域に対しては、リピートする傾向が高いというデータがある。したがってこの世代を取り込むことにより、南陽市の長期的なリピーター獲得につながる。

② さまざまな関係者を巻き込んだ取組にすることで影響力を高める

○自発的な観光事業参画を促す**「地域の旅行関係者の巻き込み」**

各旅館の経営者、料理長などに協力いただき、南陽市の素材を活用したワインに合うグルメの開発を行う。（ワークショップ、グルメ資源調査の実施）

○精度高く、商品の魅力を引き出すプロ**「目利きの巻き込み」**

グルメ開発やイベントなどの全体プロデュースに関しては、全国で数多くの着地型商品の開発、ご当地グルメ開発、地域集客イベントの実施に携わっている佐藤真一氏に依頼。

○リアルな旅行ニーズをキャッチアップするための**「有識者モニターの巻き込み」**

首都圏在住、20～40代の食通・旅行関係者女性に赤湯のワインの試飲や赤湯の食材の試食、モデルコース体験をして頂き、モデルコースのブラッシュアップをする。

○協力体制の強化、事業継続のモチベーション維持を促す**「地域市民の巻き込み」**

まず、プロジェクトスタート段階のシンポジウム開催時にて取り組みの意思表示を行い、プロジェクト完了時の開発商品お披露目イベント時には取り組みの広報を行うことによってカスタマー認知を図るとともに、関係者の事業継続に向けた士気を高める。

③ ＜ゴールイメージ＞　商談会におけるツアー商品の販売

○ 開発したツアーがカスタマー、旅行エージェントにとって魅力的なものとして完成し、旅行会社との連携で実販売を行なう。

○ 当プロジェクト終了後も、持続的な観光コンテンツ造成や販売が行われるような事業体制を完成させる。

3. 事業実施フロー

本事業は以下のフローで実施した。

A）新ワイン観光モデルコース開発と磨き上げ

① 既存取組ふりかえりワークショップ

昨年度にワークショップで造成したモデルコース案の振り返りと課題を抽出。また、ワイナリーと食に関する活用方法を磨き上げ、観光モデルコース仕上げ。新グルメ開発ワークショップレクチャー。

②有識者モニターによるモデルコース検証

ワークショップで決まったモデルコースを想定ターゲットに近い有識者モニターが体験し、モニタリング。体験後、内容の改善に対して意見をもらい、以降のワークショップで活用。

③ ワインに合う新グルメの開発ワークショップ（3回）

旅館、ワイナリー事業者が、主体者となって、地域の食資源のコンテンツ化を決定。ワークショップで、カスタマー視点のメニューに対する魅力度調査【A-5新グルメに関するカスタマー調査】を実施。その結果をうけて、最後の磨き上げを行うことで、カスタマーにとっても魅力的な「南陽市ならではの食コンテンツ」開発を実施。

④ ワインと新グルメに関するカスタマー調査

ワークショップの中で出てきた新グルメのアイデアを調査設計・実査・集計。調査・分析結果は前述のワークショップ2・3回目にてカスタマー視点の意見として活用。

⑤ シンポジウムの開催・南陽グルメ試食会

本事業を事業関係者に伝え、プロジェクトへの参加モチベーション、主体性、持続性を高めるために市民のイベント観覧を募り、お披露目イベントを開催。

B）造成したツアー商品、グルメのプロモーション

① 新グルメ発表イベントの実施

新たに開発したグルメと、それを取り入れたモニターツアーのお披露目発表会（イベント）を実施。

② モニターツアーの参加モニター募集

③ 新グルメのPR

④ 来訪者への情報提供

②～③は、注力ターゲット層である30～40代向け旅行情報媒体を活用し、潜在層を含む様々なターゲットに向けたネットPRを行なうとともに、宿泊プランとの連動による実販売を促進。

C）モニターツアーの実施および商品化

① 首都圏カスタマーによるモニターツアーの催行

新たに開発したグルメと、それを取り入れたツアー商品をカスタマーに体験してもらい、ツアー内容の期待度・満足度、評価点・改善点、PRする上でのポイントを把握。また、実際にカスタマーを受け入れることで、地域側が実際に運営してみた結果、感じた課題感も併せて検証を実施。その結果、さらにツアー商品化する際の改善ポイント洗い出しに活用。

② モニターツアー結果による課題点の洗い出しおよびブラッシュアップのための商品改善ワークショップの実施

開発しモニターツアーを実施し、検証した結果をプロジェクトメンバーにフィードバック。今後の商品化に向けた改善点を洗い出し、改善のうえ商談会に参加。

D）旅行会社向け販売会における商品の商談・販促

4. 地域に派遣した目利き

本事業では「目利き」を以下の方にお願いし、確実な旅行商品造成に向けて様々な経験からのアドバイスをいただいた。

株式会社バリュー・クリエーション・サービス
代表取締役 バリュー・クリエーター　佐藤真一氏
（じゃらんリサーチセンター客員研究員
（社）日田市観光協会　事務局長　兼務）

（株）リクルートにて旅行情報誌「じゃらん九州発」、
「おとなのいい旅」の編集長などを経験。
同社退職後、地域活性＆観光振興で悩む地域を
サポートする（株）バリュー・クリエーション・サービスを起業。
戦略論・組織論を軸に地域のイベントや商品をプロデュースし、
価値向上を実践している。

平成　25年　3月　1日

年	実績等
平成18年～	福岡県福岡市「博多情緒めぐり」プロジェクト、地域活性プロデュース。 観光ボランティア約100人を育て上げ、毎年秋に実施するまち歩きイベント「博多情緒めぐり」をプロデュース。
平成18年～	NEXCO西日本のQSC委員に就任し、西日本エリアのSA＆PAの業務改善＆指導を実施。
平成19年～	大分県日田市観光協会にて事務局長を兼任。 着地型観光の推進で事業規模を3倍に拡大、事業売上4,000万円超を実現。
平成21年～	鹿児島県鹿児島市にて鹿児島市観光未来戦略の一環として「食によるまちづくり」推進を実現するため、「美味のまち鹿児島づくり協議会」を立ち上げ、食の観光化プログラムイベント「薩摩美味維新」を実施（現在、3年目を迎えると同時に、今後4年間の事業継続が確定）
平成22年～	株式会社リクルート（現リクルートライフスタイル）の客員研究員として、3年間で2府22県において63カ所の地域を対象に着地型観光商品、ご当地グルメ開発、イベントプロデュースなどを手掛ける。
平成24年～	広島県＆愛媛県における瀬戸内海の島々を対象とした「瀬戸内しま博覧会（仮称）」の総合プロデューサーに就任。現在、両県および対象自治体、地域住民、民間企業をまとめ、2016年春～秋にかけての地域活性化イベントを企画中。
平成23年	第73回全国都市問題会議（全国市長会主催）にて「地域資源と公共交通を活かした観光地づくり」の講演会を実施。
平成24年	平成24年度　観光庁主催　観光行政管理者（新任者）研修講師（平成25年度も要請あり）を務める。
平成24年	平成24年度　観光庁主催　「地域の観光資源の魅力を活かした顧客満足型旅行商品推進事業」有識者委員を務める。
平成24年	平成24年度　観光庁主催　「観光立国推進ラウンドテーブル」の登壇者に選任される。

II　実施結果

1. 旅行商品化に向けた観光資源の磨き上げ手法の検討・実施

～新ワイン観光モデルコース開発と磨き上げ～

(1)既存取組ふりかえりワークショップ

① 目的

ワイナリーと食を活用する方法を検討、観光モデルコースを仕上げることを目的とし、昨年度のワークショップで造成したモデルコース案について振り返りを行うとともに、実施する上での課題を抽出した。また、「ワインに合う新グルメの開発ワークショップ」に向けた検討を行った。

② ワークショップ開催概要

○開催日時・場所

2013年年6月20日(木)　9時00分～16時30分

○参加者

現地視察:10名(赤湯温泉協同組合および同青年部／目利き／PR制作担当／じゃらんリサーチセンター)

グルメ骨子相談会:13名(同上)

モニターツアー造成ワークショップ:15名(同上)

○検討内容

・現地視察(大浦ぶどう酒、酒井ワイナリー、佐藤ぶどう酒、須藤ぶどう酒)

昨年度のワークショップで造成したモデルコース案に含まれるコンテンツについて現地視察を行い、現状の確認を行った。

・グルメ骨子相談会

2011年度に実施した観光資源の認知度・興味度のGAP調査結果を共有し、ターゲットの絞り込みを行った。また、参加者同士の意見交換を行うことにより、事業推進に向けての事業の方向性の決定および参加者間での意識の共有・醸成を図った。

・モニターツアー造成ワークショップ

現地視察およびグルメ骨子相談会の内容をふまえ、有識者モニターツアーに向けて実施する上での課題を整理し、モデルコース案のブラッシュアップを行った。

③ 実施結果

●現地視察

0837　赤湯駅新幹線着
0900～　大浦ぶどう酒
0930～　酒井ワイナリー
1000～　佐藤ぶどう酒
1030～　須藤ぶどう酒（紫金園）
1100～　十分一山
1200－1230　からころ館にて昼食

○実施風景

●グルメ骨子相談会

【決定事項】

今回の事業を活用して、「ワイナリー＆ワインに合うグルメ」という骨子は入れつつも、ワイナリーと旅館が出会ったことにより、地域観光に関わる方々全ての想いを共有できるような仕組みを作っていく。

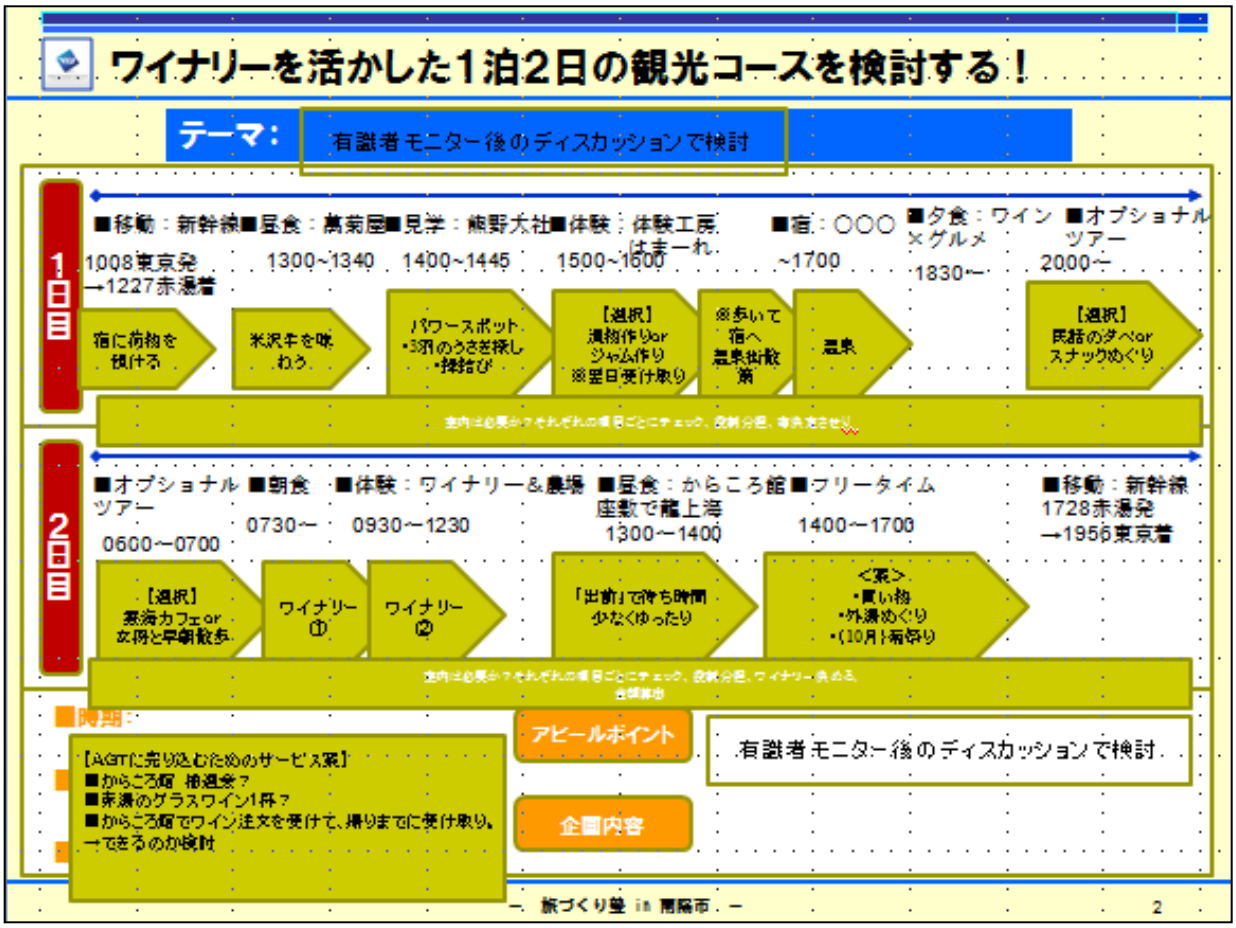
【今後のＷＳについて】

当初、グルメ開発ＷＳを3回やっていく予定だったが、上記の決定事項を満たしていけるようなＷＳに設計変更し進めていく。

●モニターツアー造成ワークショップ

課題点	改善策
●2日目の昼食。龍上海に行くと並ぶ。 →　出前の方が早い。 ●桜、菊、バラなど季節の花を入れてほしい。 ●赤湯→熊野大社に行くのであれば、蔦菊屋でランチを食べた方が。 ●宮内ハムはあまり魅力的ではない。 ※でも、山形県民はサラミをよく消費しているというデータがある。 ●体験工房はま～れで何か体験をしてもらった方がいいのでは？（1時間） ・いちご大福 ・わらびもち ・ささまき ・ジャム等 ●ワイナリー4軒はヘビー。２軒くらいがいいのでは？ ●地域の人をどう見せていくか？ →プロモーションには人の顔を出していく！	●龍上海やあんびんもち（春はよもぎあんびん）はコースに入れた方がいいと思う。 ●夕食後の居酒屋、バーめぐり（←ご案内又は、事前予約の手配） ※居酒屋やバーでワインを置いていることが少ない。置いてもらうように働きかけてみては？ ●４軒のワインが全て、味の特徴、購入できる場所なども掲載されているワインリストがあると◎ →ワイン本を作成。

【成果物】有識者モニターツアー用周遊コース



※7月19～20日（金～土）の有識者モニターツアーのアンケート結果、ディスカッションによるフィードバックを活用して、正式なモニターツアーコースとする。

【検討案件】

■有識者モニターツアー宿泊施設
■10月モニターツアー宿泊施設
■案内が必要な場所はあるか？誰が案内するのか？
■10月モニターツアーの際、AGTに売り込むためのサービス案が出たが実現可能か？

→こちらの検討事項は、6月24日（月）1100～1300の事業中心メンバー会議で検討。

(2) 有識者モニターによるモデルコースの検証

① 目的

ワークショップで決まったモデルコースについて、想定ターゲットに近い有識者モニターがモニタリングし、内容の改善に向けて意見をもらうことを目的とした検証モニターツアーを実施した。収集した評価や意見は、その後の「モニターツアー」「ワインに合う新グルメの開発ワークショップ」に活かすものとした。

② 実施概要

○日時

2013年7月19日（金）～20日（土）

○旅程表

1日目：7月19日（金）	２日目：7月20日（土）
■移動 1008東京発～1227赤湯着 （山形新幹線） ■昼食：食楽亭旭屋 （山形牛ステーキランチ2,000円） 1300～1340 ■見学：熊野大社 1400～1445 ■体験：体験工房はま～れ （なす漬けorブルーベリージャム作り1,500円） 1500～1600 ■温泉街散策～宿へ（徒歩） 1600～1700 ■チェックイン：瀧波 ■夕食 （ワインに合うグルメ試食） 1830～2000 ■体験：民話の夕べ @からころ館 2000～2030 ■体験：スナック巡り ①2040～2110　SUNNY （生バンド演奏がある） ②2115～2145　駄々 （駄菓子バー）	■体験：雲海ツアー （1,000円） 0600～0700 ■朝食・休憩 0730～0915 ■体験：ワイナリー巡り 0930～1230 【Ａコース】 ①須藤ぶどう酒 0930～1050 ・ぶどう園見学 ・試飲 ②大浦ぶどう酒 1100～1220 ・ワイナリー案内 ・試飲 【Ｂコース】 ①酒井ワイナリー 0930～1050 工場見学 試飲 ②佐藤ぶどう酒店 工場見学 試飲 ■昼食：龍上海（出前） （赤湯からみそラーメン780円） @からころ館 1230～1315 ■意見交換会 1330～1500 ■移動 1728赤湯発～1956東京着 （山形新幹線）

○有識者モニター一覧

名前	所属	部署 役職	プロフィール・主な業務
塚原佐季子	株式会社リクルートライフスタイル	企画統括室 マガジンビジネス推進部 じゃらん1G	「関東東北じゃらん」の台割管理等が主な業務。好きなこと:①ワイン(特に日本ワイン)を飲むこと、知ること、学ぶこと。②旅行とその周辺(乗り物など)
小林里美	株式会社リクルートライフスタイル	事業創造部 じゃらん リサーチセンター	JRC総務担当、と一りまかし編集部員、 研究員。 栄養士、フードコーディネーター、調味料マイスターの資格を持ち、 地域のご当地産品、グルメの発掘・PR活動や地域産品を使ったレシピ考案の研究をしています。 と一りまかしでは、こだわり産品連載担当。プライベートでもおいしいもの食べたり作ったりすることが趣味。
西川裕子	株式会社リクルートライフスタイル	企画統括部 広報担当	1998年リクルートに入社。 人材系メディアの編集・企画を経た後、『エイビーロード』『じゃらん』に従事。現在はRLS社の広報に関わる。趣味はもちろん「食べ歩き旅行」。
住田裕美	株式会社リクルートライフスタイル	旅行営業統括部 リゾート営業部 長野・山梨グループ	2012年4月に入社し、山梨県笛吹市の石和温泉エリアの営業担当。 好きなことは、世界中のビーチの写真を見ること

○モニターが確認する地域資源一覧

資源	概要
食楽亭旭屋	旭肉屋が経営するレストラン。今回のモニターツアーで味わっていただくのは山形牛のステーキ。昼でもすき焼きやしゃぶしゃぶ、石焼なども味わうことができる。
熊野大社	ご再建1200年以上の歴史を誇る熊野大社。境内には30柱の神様をお祀りしている。その中心(本殿)にお祀りしているのは、あらゆる命を生み出し育む「むすひ」の神様です。本殿裏に、うさぎが三羽隠し彫りされている。いつ頃からか定かではないが、うさぎを三羽見つけた人が次々と大成功を収めたことや、恋や願い事が成就したことから、「願いが叶う」「しあわせになれる」と言い伝えられている。
体験工房 はまぁ～れ	山形の方言で「入って下さい」「参加して下さい」という意味がある「はまぁ～れ」。昔ながらのごちそう作りや、物作りを地元のお父さん、お母さんが先生となって体験していただける空間。秋冬に体験できるのは、味噌作りなど。通年体験できるのは、漬物体験、ケーキ作り、郷土料理、シルクのワイン染、押し花体験、グラスアート体験、ワイン体験など。要予約。
温泉街	街中温泉街なので、、飲食店、ワイナリー、足湯、外湯など気軽に歩いて行くことができる。(足湯2か所、外湯4カ所)宿泊者には、外湯めぐり手形(入場券が無料になる)をもらえるのでお得に温泉を満喫することが可能。
宿 瀧波	じゃらんnetクチコミ総合4.6。瀧波の館は約350年前に建てられた庄屋屋敷を母屋に持つ木造の古民家屋敷。大浴場は2か所あり、赤湯温泉の湯をゆったりと満喫することができる。お食事は、館主自ら時間と手間をかけて育てたもち米と野菜なども提供。朝食では、目の前でついたつきたてのお餅も味わうことができる。

○モニターが確認する地域資源一覧（続き）

資源	概要
山形牛ステーキ 選べるフルーツソース＆ワイン塩	【試作】ワインに合うメインメニューとして開発をしている料理のひとつ。 山形牛の赤身肉を使ったステーキに、南陽市で採れる数種類のフルーツソースやワイン塩を付けて味わっていただく予定。
山形牛みそすき焼き 〆はリゾットで	【試作】ワインに合うメインメニューとして開発をしている料理のひとつ。 山形牛のみそすき焼き。割り下に赤湯の赤ワインを使う予定。また、〆にはその割り下を使ったリゾットを提供予定。
米沢一番豚のしゃぶしゃぶ・途中で辛みそ・〆はチーズリゾット	【試作】ワインに合うメインメニューとして開発をしている料理のひとつ。 米沢一番豚を使ったしゃぶしゃぶ。出汁に赤湯の白ワインを使う予定。また、途中で辛みそを加え、〆はチーズリゾットを提供予定。
民話の夕べ	山形県南陽市の西部、漆山地区を流れる織機（おりはた）川のそばに、古くから民話「鶴の恩返し」を開山縁起として伝承している鶴布山珍蔵寺がある。地域に口伝えで伝承されてきた鶴の恩返しをはじめとする民話を、後世に残していくための夕鶴の里資料館・語り部の館はつくられた。地域の民話好きの方によるあたたかい山形弁で民話を聞くことができる。 館の語り部ホールの他、旅館や、からころ館で話を聞くことも可能。
スナック	南陽市は飲食店の数が多く、個性豊かなお店が揃っている。モニターツアーでは生バンド演奏が自慢の店、駄菓子メニューがあるお店を見ていただく予定。
雲海ツアー	朝6時、宿のバスに乗ってぶどう畑が見渡せる山へ向かう。そこから見えるぶどう畑のぶどうが美味しくなる気候の話や、小さい湖、白竜湖の伝説なの話を聞くことができる。10月は雲海が見えやすいシーズンで、絶景にめぐりあえる可能性が高い
須藤ぶどう酒	目の前に広がるぶどう園「紫金園」で収穫した、生で食べても美味しいぶどうでワイン造りをしているワイナリー。生産数は年間8000本ほどに書いられるが、それだけにこだわりのある商品が並ぶ。工場見学／ぶどう狩りとワイン造り体験　3150円／試飲
大浦ぶどう酒	フルーティーなタイプからセラーで熟成した重厚な力強いタイプまで幅広いワインがそろう。ぶどうの個性を大切にしたワイン造りは国産ワインコンクールでも評価され、受賞ワイン多数。工場見学（要予約）／試飲
酒井ワイナリー	瓶詰して1年以上静置、にごりが沈殿するのを待ち、きれいな上澄みだけをボトルに移して店頭に並べる。（ノンフィルター）昔ながらの製法を引き継いでいる創業120年の老舗。辛口ワインが豊富。 ・ワイナリー案内（要予約　2名～10名）／ワイン瓶詰め体験（要予約　3150円）／オリジナルラベル作り（要予約　）
佐藤ぶどう酒	創業者がぶどう畑を開墾した場所は、江戸時代まで金がとれたところだったことから命名された「金渓ワイン」佐藤ぶどう酒の定番商品で、県内でも売れ筋。 ・試飲／工場見学（要予約）
龍上海	醤油味が当たり前だった時代、辛味噌ラーメンで革命を起こした店で全国からラーメンファンが集う。鶏ガラ中心に豚骨・魚介を使ったスープに、赤湯産の唐辛子で作る辛味噌が溶け込んでいく。 平日でも11時頃から行列ができる人気だが、実は、出前も行っている。

○意見交換プログラム

①宿での食事について（25分）

・3種類の食事内容について、満足度と感想

・ワインと食事の相性について

・食べてみたい他のメニューや、工夫など

②ワイナリー巡りについて（25分）

・各ワイナリーについての満足度と感想

・モニターツアー時ワイナリー巡りの組み合わせについて、どう巡るのがベストか？

・周遊は2日目でOKか？期待として1日目に巡りたいとは思わなかったか？

③プログラム全体について（15分）

・今回参加してみての感想、総合的な満足度

・参加前の期待値との相違について

・ツアー料金についての相場感

・もっと工夫した方が良い点、あったらいいと思ったプランについて

・ツアーをPRする際のアピールポイントについて

④その他周遊について（10分）

・よかったもの、悪かったもの

・夕食後と早朝のプランの時間帯について

・ランチについて

⑤お土産について（10分）

・ワインのお土産について、実際に買ったか、もしくは買いたかったか

・今回のワイン以外のお土産にかけたorかけたいと思ったか

・通常の旅行でどのくらいお土産に費用をかけるか？

③ 実施結果

○実施風景

熊野大社：ガイド案内

体験工房はまぁ～れ：漬物＆ジャム作り体験

須藤ぶどう酒：ブドウ畑案内

大浦ぶどう酒：試飲

大浦ぶどう酒：工場見学

意見交換会

○ツアー内容に対する評価（アンケート結果）

〔1日目〕

Q1　食楽亭旭屋での昼食について

有識者	食事内容	ｻｰﾋﾞｽ・雰囲気	意見・感想
A	とても良かった	まあまあ良かった	お肉のボリュームが多く、とてもジューシーで大満足した。ソース+塩など色々な味で食べられるところがとても良かった。野菜をもう少し食べたいと思ったので、つけ合わせに人参やアスパラなど増やしても良いと思う。女性には量が多いので、肉の量を選べても良いと思う。お米は契約農家と聞いたので、前面に出さないともったいない！です。
B	まあまあ良かった	普通	昼着いてすぐステーキは気分が上がったが、夜もすき焼きと聞いていたので重いと思った。2日目にラーメンと交替してもいい。 小鉢も付いていたので、簡単なお品書きがあると、地の物の名前があれば感動するかも。 →米が「つや姫」「はえぬき」というだけで盛り上がる
C	まあまあ良かった	普通	米がおいしかった。山形も米どころなので、米をもっと前面に出してもいいのでは？（米が食べたくなるメニューとか）
D	まあまあ良かった	まあまあ良かった	ごはんがおいしい！ボリュームたっぷり。ランチにしては多いかも？煮物や野菜など、山形産などわかればうれしい。山形（南湯市）に来て〇〇たべた！という思いで伝えづらい。夕食でたべないものがランチだと良いかも。（肉と肉よりも軽めが良い）

Q2　熊野大社見学について

有識者	見学内容	意見・感想
A	とても良かった	参道がとてもきれいで、山形最古のかやぶき、山形独特のいりもや造り（2段）、かぐらは伊勢神宮とここだけ、など歴史を含めて聞けてとても興味深かった。3羽のうさぎを探すのに夢中になって時間を忘れるほど。葉はハート型でロマンチック。ぜひ、ここは何度でも来たいし、来てもらいたいぐらいおすすめスポット！
B	まあまあ良かった	うさぎのくだりは、「女子のスピリチュアル」ブームに乗っていて面白かった。改めて正面に戻った時、大社の荘厳さなど感動した。
C	あまり良くなかった	蚊に大量にさされてかゆい。建築物は素晴らしいが、45分もいる必要はないと思う。私が興味ないだけかもしれませんが。
D	まあまあ良かった	うさぎさがし楽しかったが、すっきりしない。時間がたつのは早かった。自分の元との歴史をおしえてもらうと、ただ来るよりも楽しく見れるし、記憶にも残る。神様を参拝できると嬉しい。蚊にさされるのはツライ。

Q3　体験工房まーれについて

有識者	体験メニュー	体験内容	意見・感想
A	ブルーベリージャム	まあまあ良かった	ブルーベリージャムと漬けもの体験で、現地のおかあさんとの会話をしながら、とても楽しく実施できた。ジャムのビン詰めは、お母さんが頑張ってしてくれたので、自分でやりたかった（笑）　チェッイン後、翌日に何をしようっていうお客さんに対応できるように受付時間を長くしても。事前にPRすれば、もっとやりたくなる。発地でのPRも必要。
B	なす漬け	まあまあ良かった	想像以上に良かった。「ふらっと」の予約は前日17時までだと伺い、その時ちょっとした空き時間でできることを売りに。予約型は、①体験で食べれる物を販売→②このおいしいものを自分で作れる、という手順の動機づけは予約してでも来る。
C	なす漬け	とても良かった	地元の人とおしゃべりしながらの作業＆試食は旅の思い出になるので素敵。地元のおばちゃんの熱意に感心。宿に案内があるといいと思う。
D	ジャム	まあまあ良かった	簡単に出来て、お土産もたくさんで良かった。作業中、バタバタだったのでもう少し人数が多いと大変になりそう。赤湯に来て（宿に来て）から予約出来た方が良い。ゆるい計画であそびに来た人が入りにくくなっている。直近の天気で予定がくるう時などにも利用できると観光客が来やすい。

Q4　宿への移動手段について

有識者	内容	意見・感想
A	普通	駅～温泉街のMAPなど配布、おすすめスポットを教えてくれると良い。
B	普通	はらごなしに歩くのは苦ではない
C	普通	あまり歩けなかったのが残念
D	普通	足湯が途中にあるのは嬉しい。他にお土産や食べ歩きが出来る店があると散策も楽しくなる。

Q5　宿での滞在について

有識者	内容	意見・感想
A	とても満足	お出迎えから最後まで、心温まるおもてなし。社長様自らすばらしいおもてなしをいただき、必ずまた来たいと思えるお宿でした。特に朝食のサービスは他にないしばらしく感動するおもてなしでした。
B	とても満足	風情、社長、息子をはじめとしたおもてなし。社長が山形を愛しそれを語る様子。
C	とても満足	社長のおもてなしに感動しました。こんなに働く社長の宿に泊まったのははじめてです。
D	とても満足	温泉は広く、スタッフのみなさんの接客もすごく良かった。お風呂が朝・夜男女入れ替えだと嬉しかった。

Q6　宿での食事について

〔ステーキ＆ワイン〕

有識者	ステーキ	ワインとの相性	意見・感想
B	普通	普通	他に小鉢がいろいろありすぎて、印象に残りにくい。

〔すき焼き＆ワイン〕

有識者	すき焼き	ワインとの相性	意見・感想
A	とても良かった	とても良かった	お肉のボリュームと米沢牛のおいしさに大満足です。前菜など他の料理もあるのでもう少し量を少なくしても（食べ残すのがもったいない!!）
B	とても良かった	とても良かった	米沢牛の肉皿が圧かん。すき焼きを作ってくれた女将が野菜の事情、山形の家庭料理の家の事情を話してくれたのが良かった。
C	とても良かった	まあまあ良かった	割したが甘めなので、ワインも、酸味の強いものではなく、酸もタンニンもまろやかなワインの方が合うと思う。
D	とても良かった	とても良かった	米沢牛とても美味しかった！ランチが肉じゃなかったら、もっと感動が大きいかも。冷房が寒かった。説明入りのワインメニューがあると嬉しい。

Q7　夕食後の民話体験について

有識者	内容	意見・感想
A	とても良かった	おかあさんの方言や雰囲気にとてもいやされました。感動してうるっと来る時も。その土地の方言で聞かせていただけると、その土地に来た感覚とその土地らしさを感じてとてもよかった。夕食後、オプションでもセットでもとても喜ばれると思う。事前にどんなものかわからないのは残念。もっとPRすればより良いと思う。
B	とても良かった	民話にひきこまれた。豊調な体験で面白かった。たたみに座って長時間に慣れていないので、体勢がツライ・・・
C	とても良かった	最初は何で民話？って思ったけど（たぶんみんな思いそう・・・）いやされる。温泉、マッサージ、民話の3点セットで「いやしパック」はあり。
D	まあまあ良かった	民話を聞く体験をするコトが中々ないので良かった。方言を聞くのも旅の楽しみ！宿で聞けると嬉しい。

Q8　夕食後のスナック巡りについて

有識者	参加意向	意見・感想
A	とても参加したい	スナック2軒行きましたが、地元の人と触れ合えること、スナックのような場では一体感が生まれたり、地元愛を感じることができた。何より、とっても楽しかった。入店するまでは勇気がいるので、OPで参加を募り、入店まで案内してくれる人が今後もいるとよりいいと思う。
B	まあ参加したい	生バンドの店は、地元の人とも仲良くなれるし、観光名所としていい。だがしバーは、誰と行くかで楽しさは変わるかな・・・ ただ、赤湯のスナック＝地元ならではの飲み屋は、ちょっと飲みに行きたいニーズは絶対あるので、いちげんさんが入りやすい店、面白い店を教えてくれる、連れて行ってくれるサービスはうれしい。
C	まあ参加したい	地元のワインを置いて!!!コレ必須。 でも「温泉街で楽しむ夜」らしくて◎
D	まあ参加したい	女性だけでも行きやすいお店を紹介してもらえて良かった。生演奏カラオケたのしかった。お店の人（地元の）と話せる店も良いと思う。ワインが置いていないのが残念。

Q9　夕食後のプログラムについて

有識者	参加意向	意見・感想
A	とても参加したい	赤湯ならでは、その土地ならではのお店や、地元の方と触れ合えることができるような、旅気分を味わえる場所に行ってみたい（地元食材の使用などご当地性のある所でも良い）
B	まあ参加したい	お風呂にも入りたいので悩む
C	とても参加したい	自ら行こうと思わないけど、行ってよかった。楽しかったと思えました。夜のワイナリーツアーもいいかも。
D	まあ参加したい	ワインが飲めると参加したい。民話は宿で聞けると嬉しい。

Q10　1日目の全体の流れについての感想

有識者	満足度	意見・感想
A	とても良かった	充実した内容でとてもよかった。行程の見直しをするとより良いと思う。ランチ、夕食に牛肉がかぶっているので2日目のランチと入れかえても。
B	まあまあ良かった	モニターツアーということもあり、ちょっと詰めこまれていた（ので、宿に着いたら眠くなった）宿で温泉に早目に1度入りたかった。 が、1つ1つの内容は良かった。充実していた。段取りも良かった。
C	まあまあ良かった	全体的にはよかったのですが、順番を入れかえた方がいいかも、と思った。（1日目、2日目のスケジュールを見て）
D	まあまあ良かった	もう少しゆっくり（ひと息）できる時間があると良い。あと1時間程早く宿に着けると満足度が高くなると思う。夕食前に温泉に入りたい。夕食が18:00～に変更になったから・・・もあるが、18:30～だと夕食の時間が短く感じてしまうと思う。

〔2日目〕

Q11　早朝の雲海ツアーについて

有識者	ツアー内容	意見・感想
A	まあまあ良かった	朝早かったので、起きるのが大変でしたが、行ってみたらとても気持ち良くて、OPであれば充実して楽しめるので良いと思う。
B	とても良かった	ステキな場所でした。プラス、起きたてで眠たいのでコーヒーサービスがあると目がさめてイイ。
C	とても良かった	連れていってもらわないと行かないし行けないところだけど、朝早いけど見れてよかった景色でした。
D	まあまあ良かった	朝が早くて辛かった・・・（スナック行ったから） 夜と朝両方はツライかも。景色がキレイですごく良かった。昼や夜いくとどんな景色か教えてもらえると嬉しい。

Q12　ワイナリー巡り①

有識者	見学内容	試飲	意見・感想
A	とても良かった	とても良かった	ハーロントで、家族経営で頑張っている温かさを感じた。実際に畑の中に入ってぶどうの実を見たり、畑の中に入れることはとても満足度が高い。試飲もたくさん飲ませていただき、お父さん、お母さん、息子さんのお人柄もよくていやされた。
B	とても良かった	とても良かった	ワイン通ではないので、ウンチクよりめずらしいワインを紹介してもらったこととか。農園の話とか、立ち飲みの試飲とか。人柄あふれる型にハマっていない本当の触れ合いが良かった
C	とても良かった	まあまあ良かった	佐藤ぶどう酒さんのお母さんが本当にいい方で、テイスティンググラスで試飲させてもらったのが本当によかった。売るためにおいしく飲めるテイスティングをさせてほしい。

Q13　ワイナリー巡り②

有識者	見学内容	試飲	意見・感想
A	とても良かった	とても良かった	丁寧にご説明いただき、特に試飲の際に座ってゆっくり説明を聞きながら1つ1つのワインの味をじっくり味わえてとてもよかった。
B	まあまあ良かった	とても良かった	きっちりとご説明いただいたが、ワイン通ではないので、つくる工程はもう少し省略し、このワイナリーならではの行程や機材を抽出してお話頂く方がいいかもしれません。
D	まあまあ良かった	とても良かった	ワイン以外の羊の話や、羊毛での体験も出来て良かった。工場見学は少し説明長め。ワインを勉強していると良いけど、美味しいワインを見つけたいだけの人だと合わないかも。

Q14 ワイナリー巡りについて（全体総括）

有識者	意見・感想
A	他に回ったコースも良いと聞いたので、「ワイナリー巡りを楽しむツアー」とコンセプトにするならば、1日目の午後に2か所、2日目の午後に2か所、4か所全て回ったほうが良いと思う。 行程を1日目の熊野大社、体験工房を1日目に。→ワイナリー2か所入れる。2日目の午後に2か所入れる。満足度が上がると思う。
B	「ワイナリー巡りを楽しむツアー」これを売りにするなら、1日目も2日目も2+2の行程にしてもいいかもしれません。今回、1日目にワインを飲む機会が夜の1杯以外ありませんでした。
C	ワイナリー巡りのいい所は、作っている人の熱い思いを聞けることと、自分の好きなワインを見つけられることだと思っているので、ワイナリーをメインにツアー造成するなら、4軒すべてのワイナリーを巡りたい。見学内容を変えればあきないと思う。
D	1日目に2軒、2日目に2軒が良い。昼食後などが丁度良いかも。

Q15 お土産購入について

有識者	意見・感想
A	持ち帰りが大変なので、宅急便を準備されているのは大変よい。出荷量によってはwebでの購入など検討されてみてはどうでしょうか。
B	家でワインを大量に飲まないので、のちのちのことを考えると2軒目で買ってしまいます。
C	しいて言えば重いことだけど、ワイナリーに行き慣れてれば、それなりの準備で旅行に来ると思うので問題なし。慣れてない人は、持ちきれない程買うとは思えない。
D	いろんな種類のハーフボトルワインが欲しい。たくさん種類が買いやすい。

〔購入内容〕

有識者	購入①			購入②			購入③		
A	水なす、青まめ	宿泊施設	800円	赤ワイン2本、白ワイン1本	ワイナリー③	7500円	スパークリング、赤ワイン1本、ジュース	ワイナリー②	4000円
B	シャルドネのジュース550ml	ワイナリー②	1365円	山形W（白甘）360ml	ワイナリー③	683円			
C	ワイン赤2本、白ハーフ1本	ワイナリー①	5000円	ワイン赤1本白3本	ワイナリー④	6000円			
D	ワイン1本赤	ワイナリー①	1100円	ワイン1本赤	ワイナリー④	2100円			

Q16　全体を通しての感想

有識者	意見・感想
A	「ワイナリーツアー」をコンセンプトにしていても、実際は宿の方のおもてなし、熊野大社、現地のお母さんとの触れ合い、など思い出深いことが多いので、ワイナリーを前面に出しつつ、他のコンテンツの充実が大切と思う
	ワイナリーツアーとするならば、1日目、2日目ともにワイナリー廻り、須藤ぶどう酒のようにワイン仕込みの体験を入れるなど、さらにワインのおいしさ、楽しさ、魅力を伝えても良いと思う。
	ワインツアーでは、単に試飲するだけではなく、畑を見たり、工程の説明があったり、一貫してワインを極めてみても良いと思う。4つのワイナリーに廻るのであれば、畑はココ、工程はココ、などお客様にPRするポイント、説明する内容を連携してもよいと思う。（かぶり感をなくす）
B	①宿（ご主人）　②ワイナリー巡り　③早朝の雲海
	ワイナリー間の足（シャトルバスorレンタサイクル？）
C	・人がいい。みなさん、気さくで話好きなので、楽しい。そして、地域愛をものすごく感じる。（はま～れ、瀧波さん、サイナリー） ・普通すぎて見過ごしそうな事だけど、地域らしい内容が盛りこまれているのがよかった。（スナック巡り、民話、雲海ツアー）
	パラグライダー（オプションで） 湯めぐり
	ワイングラスとワインホルダーがあると「ワインを楽しむツアー」っぽくなる。（ワイナリーで用意・・・片付けしなくて済むし）
D	1番は、地元の人と話すことができたこと。体験工房、宿、ワイナリーと地元の人のサービス精神がとても伝わってきた。現地で使う滞在費もふえると思う。
	ワイナリーをメインにするツアーとは別で良いと思うが、パラグライダーも良いと思う。（オプションでもOK） 朝、雲海ツアーに行くと興味が更にUPすると思う。

Q17　龍上海での昼食について

有識者	見学内容	試飲	意見・感想
A	とても良かった	とても良かった	実際のツアーでは出前は難しいとのことなので、ランチは自由にして、他の飲食店を含めたグルメMAPの作成をしてはどうか。山形の冷やしラーメン、そばなど麺MAPを作っても。
B	とても良かった	とても良かった	とにかく並ぶと聞くと、嬉しくて、美味しいものを食べられ、幸せだった
C	とても良かった	とても良かった	龍上海のからみそラーメンを並ばずに食べられるのがサイコーです。
D	とても良かった	とても良かった	待ち時間なく、食べられるのが嬉しい。先の情報で「並ぶ店」と聞いていたので更にうれしかった。れんげと飲みものがほしい。

Q18　フリータイムについて

有識者	理想時間	過ごし方	必要なもの・情報
A	2時間	ツアーの内容によっては、フリータイムはなくても良いと思う。先ほどのようにランチは自由にするぐらいでいいかもしれない。もし自由があれば、お土産、日帰り入浴など最後に立ち寄りたい。	現地についてから行き先を決めることが多いため、着地型の商品の案内はぜひしていただきたい。昼間に立ち寄れるスポット、夕食後に行けるスポット（飲食店など）の案内MAP、パンフがあると良い。
C	2時間	行けなかったワイナリーに行く	所要時間が書かれたエリアマップ
D	2時間30分	行ってないワイナリーに行く。パラグライダー。ワイン以外のお土産を買う。	エリアマップがあると嬉しい。スポットで「タクシーで〇分」などの情報が欲しい。（解散場所から）

Q19　2日目の全体の流れについて

有識者	ツアー内容	意見・感想
A	とても良かった	全体的には1泊2日の中では大変満足しました。流れでいうと、行程の見直しが必要と思いました。ワイナリーをメインとしていますが、現地ならではの観光スポット、現地の方との触れ合い、現地の方のおもてなしに触れて、大変よかったと思います。
B	とても良かった	メインとサブの緩急がついており、イイ構成でした。
C	まあまあ良かった	ちょっとバタバタ慌ただしい感じはしたものの、赤湯の良さ、らしさ、を感じられるツアーだったと思う。
D	まあまあ良かった	時間に急かされた。個人旅行ではいけない所にたくさん行けてよかった。地元の人とたくさん話せて、おもてなしの気持ちを感じました。たのしかったです。ありがとうございます。

(3) ワインに合う新グルメの開発ワークショップの実施

① 目的

旅館、ワイナリー事業者が主体者となって地域の食資源のコンテンツ化を決定することを目的とし、ワークショップを実施し、カスタマーにとっても魅力的な「南陽市ならではの食コンテンツ」開発を行った。

② ワークショップ開催概要

○開催日時・場所

第1回:2013年年7月11日(木) 13時～17時 場所:ゆーなびからころ館

第2回:2013年年7月26日(金) 13時～17時 場所:ゆーなびからころ館

第3回:2013年8月23日(金) 13時～17時 場所:ゆーなびからころ館

○参加者

第1～2回:7名(赤湯温泉協同組合および同青年部／目利き)

第3回:5名(赤湯温泉協同組合青年部／目利き)

○検討内容

	検討内容
第1回	「ワインの饗宴」秋メニューの開発 ・「ワインの饗宴」秋メニューの際のメイン料理のテーマ案出し ・「ワインの饗宴」秋メニューの際のデザートのテーマ案出し ・「ワインの饗宴」に参加事業者候補選出および事業連携の方法の検討 ・第2回WSのレクチャーおよび確認
第2回	・有識者モニターツアー(7月19～20日)のアンケート共有 ・第1回WSで出たグルメ案の試作結果発表 ・新グルメの方向性についての議論 ・シンポジウム(8月7日)の検討
第3回	・8月7日シンポジウムアンケート結果共有、ニュースでの映像紹介 ・アンケート結果を基にした、グルメの方向性再確認 ・各旅館より、グルメの発表 ・グルメネーミング検討 ・今後のスケジュールについて確認 ---------- ・青年部以外の宿への一斉ファックス内容調整

③ ワークショップでの検討・共有内容

○第1回での検討・共有内容

【決定事項①】

■秋のメニュー（メイン料理）下記３つを各宿で試作品を作り、次回26日のWSには、試作品の写真撮影、試作品を作ってみての問題点を抽出してくる。

（案１）牛の赤身を使ったステーキ×数種類のキノコ
ワイン塩、フルーツソースなど数種類の薬味を用意

（案２）みそすき焼き（割り下の中に赤ワイン使用）×数種類のキノコ
〆はリゾット

（案３）米沢一番豚しゃぶしゃぶ（だし汁の中に白ワイン使用）
途中で辛みそを入れて味を変化させ、〆はチーズリゾット

【今後の全体スケジュール】

案①~③を有識者モニターに提供。意見交換会で食べてみての感想をヒアリング。

7月19日~20日
有識者モニターツアー
@瀧波さま

有識者モニターからの意見も取り入れながらグルメ開発を進める。

8月7日
シンポジウム

9月：モニターツアーPR

10月
モニターツアー

10月
各宿で新グルメプラン
発売開始

11月：新グルメPR

【秋メニュー（メイン）開発今後のスケジュール】

【済】7月11日
グルメ開発WS①

案①~③を中心に試作品を作っていただき、写真・作成してみての問題点を持ち寄り、2回目のWSを開催。

7月26日
グルメ開発WS②

8月23日
グルメ開発WS③

7月26日は、

●試作品の写真
●試作品を作ってみての問題点

をご持参下さい！

1

■秋のメニュー（メイン）開発のヒント　　**※WS中の議事録より抜粋**

<事実>

・「霜降り肉」⇒「熟成肉」「赤身肉」の人気が高まっている
・「赤身肉」は香りを味わう。ワインや秋の食材「きのこ」も同じ。
・南陽では、きのこが種類豊富に採れる
・先日の事前視察で、試飲した者の意見として、赤湯のワインの「香」が印象に残っているという言葉があった
・酒井ワイナリーには「ブドウのカス」を使った「ワイン塩」がある
・南陽は、新鮮なフルーツが豊富に採れる
・フルーツソースは牛肉との相性が◎それも、フルーツの産地の新鮮なフルーツソースとなれば、女性の関心は高い、そしてワインと合う。
・女性は、「色々選べる」が嬉しい。フルーツソースもパターンが沢山あると◎
・佐賀牛に関する調査データより
①「高級、本格的に味わいたい」「お手軽に味わいたい」二極化
②もともと、「ステーキ」が人気だったが、最近の調査では「すき焼き」が上に変化

<アイディア>
・ターゲットは首都圏のワイン好きな女性⇒ただ「米沢牛」だけでは、わざわざ山形まで食べには来ないので、「他の地域より、牛肉の使い方にこだわっている」見せ方が必要
・食材が少ない冬・・・白菜の古漬け＆豚肉のミルフィーユ鍋を白ワインで飲むのはとても美味しかった。
・「米沢牛のホルモン」産地の近くだからこそ、味わえるというのは魅力。仕入れることはできないか？
・ステーキでも、薄切りがあったり、厚切りがあったり様々な肉の厚みがあると◎
・ステーキ・・・一度に色んな部位を食べられたら嬉しい

【決定事項②】

■秋のメニュー（デザート）・・・旅館内部で作るのではなく、外部業者と連携「白い雲」で現在開発中の、「肉球風レアチーズケーキ」を提供。

現在進捗中なので、10月のモニターツアーまでには完成可能。
開発したメイン料理が味わえるプランのデザートとして提供。

※旅館によっては、レアチーズケーキに合うフルーツソースを作り、提供してもOK。

白い雲HP
http://www.shiroikumo.com/

【検討事項・・・3回目のWSまでに決定】

■今後巻込んでいきたい事業者と、その連携方法について
秋は、「白い雲」と組んでスイーツの提供を行う。

今後の連携についてアイディア出し

＜連携先・どのような商品を？＞

・**旭肉屋**・・・熟成肉、赤身肉や米沢牛ホルモンなど仕入れられないか？
・**白い雲**・・・パンを活用できないか？
・**デラウエアの干しブドウを作っている会社**・・・旅館夜の追加注文メニュー開発
・**スモークハウスファイン**・・・スモークソーセージ、ポークジャーキー、チーズの味噌漬けを旅館の夜の追加注文メニュー開発
・**夜、ワインを味わえる店**・・・ピックアップしてパンフレットとして、宿泊客に提供
・**地元ならではのカフェ**・・・（女性目線）ピックアップしてパンフレットとして、宿泊客に提供

＜アイディア＞
・ワイナリーツアー、ブドウ畑での試飲の際にパンがつくような仕組み【パン】
・ウエルカムパン＆ワインでお出迎え【パン】
・ウエルカムジャーキー＆ワインでお出迎え【ジャーキー】
・夕食後の夜食として、干しブドウ＆ワインの晩酌セットを販売【干しブドウ】
・夕食後の夜食として、ジャーキー＆ワインの晩酌セットを販売【ジャーキー】

★昨年度できたワイナリーツアー、今年度ワインに合うグルメ・・・もう一つワインに関する着地型の魅力があれば、「ワイナリーを活用したツアー」として更に魅力的になる。

○第2回での検討・共有内容

●ワインに合う秋のグルメについて

【佐藤氏より】
有識者モニターツアーの満足度は高い。また、意見交換会で出た意見を反映し、
周遊コースもより満足度の高いものに仕上がっている。
更に満足度を上げていくために、**「ワインに合う料理」が出来上がり、今後は、季節ごとメニュー開発がしていけるととても良い。**
また、「首都圏ワイン好きな女性」をターゲットにするのであれば、
料理に合うワインはソムリエ、ワイナリーと相談したものをしっかり出すべき。
「開発した商品をヒットさせる」ためには、**ＰＲの仕上がり、インパクトのあるタイトルなどを意識し開発していくことがカギとなる。**

■丹泉ホテルさま

【試作品①山形牛ランプ肉ステーキ】
　　<ワインと合う演出> 1、杏子と赤ワインを使ったソース　2、ワイン塩
⇒杏子と赤ワインを使ったソースは美味しかった。
⇒フルーツソースと合う肉、塩が合う肉は違う。味の変化があるようなステーキでも◎
⇒合わせるワインは、飲み比べグラスがあるので、4社のワイナリーそれぞれから、
食事に合うワインをセレクトしてもらい、出すことができるかもしれない。
<会議中に出たアドバイス>
・フルーツソースは何種類かあると嬉しい・塩、フルーツソースなど複数の食べ方が嬉しい
・フルーツソースを出すときの演出があるといい（花の形の皿、雫形の皿を花のように並べるなど）

【試作品②山形牛のワイン＆味噌漬け】
⇒ワインに合う！が味が濃いので、量は控えめの方が良い。
⇒みそ漬けなので、見た目の色合いは微妙

【試作品③豚しゃぶ⇒辛みそを入れてリゾット、粉チーズ】
⇒昆布と白ワインの出汁で豚しゃぶ、その後辛みそを入れてリゾットを作り、粉チーズを振る
豚の出汁が出たリゾットはとても美味しかった。

■瀧波さま

【試作品①米沢牛すき焼き、演出で白ワインの香を立たせる】
　　<ワインと合う演出>鍋を熱し、牛脂を入れた後、白ワインを入れ香の演出。
<会議中に出たアドバイス>
・モニターツアーで食べてみて、ボリュームが凄かった…もう少し少なくてもいいのでは？

【試作品②ワイン醤油】
⇒モニターツアー参加者より、とても美味しかったという声が！
⇒米沢牛握りにワイン塩&ワイン醤油という料理が出てきても嬉しい。

【試作品③フルーツソースを活用したローストビーフ】

<調理場より…>
・赤身肉は固いので、ステーキとして出すのには適していない
・フルーツソースを作ることは可能
・味噌すき焼き×ライトな赤ワインであれば合うかも
・デザートとして、ワインで煮詰めたラフランスコンポートなども旅館として可能

<ワインの提供について>
・料理に合うワインを事前に何種類かリストアップし、そこから２、３種類選んでいただく
ということも対応可能

●ワインに合う秋のグルメについて

【各旅館共通ルール案】
<前提条件>
・ターゲットは首都圏、ワイン好きの女性
⇒料理のボリューム、演出など、女性がターゲットであることを忘れずに！

①お食事に合うワインは、ソムリエ又はワイナリーに相談して決めたものを提供
②メイン料理は牛肉（山形牛又は米沢牛）＆秋の種類豊富なきのこを使った料理を提供
③スイーツは白い雲とのタイアップスイーツを提供（+αで宿オリジナルのスイーツも提供できる宿はつけてもＯＫ）
④前菜などは、各旅館で「山形らしさ」が入ったものを提供

秋のメイン料理

■商品をヒットさせるために、インパクトのあるタイトルを意識すると・・・
【案】…あくまで案ですので、各旅館料理長さんと相談の上、試作品を作って下さい。
「厚さ2センチの山形牛すき焼き！？」
…山形牛を使うのか、米沢牛を使うのか？
…厚さ2センチは妥当なのか？⇒肉屋、料理長などと要相談
…すき焼き鍋で、前半はステーキのように焼いて、フルーツソースと一緒に味わう。
後半は、味噌だれをかけて、味噌すき焼き風にして食べる。
※味噌すき焼きイメージ　【参考：牛鍋元祖　太田なわのれん】

★「秋のメイン料理」8月23日までに各旅館でご検討いただきたいこと

■上記案を参考に、**厚さ2センチの山形牛又は米沢牛＆きのこを使った、ワインに合う、ワインを活用した秋のメイン料理の試作品**を作っていただき、その結果、どの料理をメインにするか決めていただき、23日の会議に持ち寄る。
⇒23日の会議では、料理名、キャッチコピー、販売開始日などを詰めていきます。

○第3回での検討・共有内容

●8月7日シンポジウムアンケート結果共有

【佐藤氏より】
アンケート、メディアでの報道などをまとめると…

国産ワインだから、和食に合うワインを望む
▼
国産ワインに合う和食の開発が必要
▼
ステーキではなく、「すき焼き」※日本を感じさせるネーミング
▼
旅館では和食×ワイン、外食では洋食×ワイン
（ワインを活かした、泊食分離の推進にもつながる）
▼
これが、赤湯スタイル

今回はもちろん、今後メニューを検討する際も「ワインに合う和」にこだわると◎
例えば前菜なども。最終的には、「この和食は赤湯のワインにじゃないと合わない」と言われるようなグルメが◎**国産のワインだから、和食にこだわる。**
※これが完成すれば、今後、海外からの観光客が来た際も、日本を感じていただくおもてなしとして対応可能。

●ワインに合う秋のグルメについて

【各旅館共通ルール】
<前提条件>
・ターゲットは首都圏、ワイン好きの女性

①お食事に合うワインは、ソムリエ又はワイナリーに相談して決めたものを提供
②メイン料理は厚さ２センチの山形牛（米沢牛はオプションで作ってもＯＫ）
＆秋の種類豊富なきのこを使った「すき焼き」を提供
③スイーツは白い雲とのタイアップスイーツを提供（+αで宿オリジナルのスイーツも提供できる宿はつけてもＯＫ）
※こちらは、現在最終調整中。
④前菜などは、各旅館で「山形らしさ」が入ったものを提供

※丹泉ホテル様が完成しているので、こちらを参考に各宿で調理長と相談いただき、アレンジを加えて頂ければと思います。

■丹泉ホテルさま

・ステーキ？すき焼き？という最初の見た目、笹の葉を使った和の演出が☺
・秋は、これに旬のキノコを入れる予定
・はじめは、すき焼き鍋で肉を焼き、杏子ソースやワイン塩で味わう

・次に、肉と野菜などを焼き、特製の味噌だれ（味噌、地元産の酒粕、赤ワインなど）を入れて、味噌すき焼きに。
・〆にうどんを入れても合いそう

2

●秋のグルメネーミングについて

参加メンバー、リクルートメンバーでアイディア出しを行いました。

・ＴＨＩＣＫ焼き（厚いを英語で表現）
・超厚！旨みあふれる山形牛すき焼き
・金色牛鍋
・赤湯炙りすき
・コイバナ焼き
・一片焼き
・宴焼き　うまったり
・赤湯味噌すき
・赤湯すき
・ジューシーソースの赤湯すき
・赤湯1インチすき焼き（1インチ＝約2センチ）
・まさに肉厚！和牛すき焼き
・復刻　赤湯牛鍋
・すきやきわいわい
・赤湯出汁すき
・葡萄酒あわせ鍋
・宴三昧　鉄板鍋
・赤湯和旬炙りすき
・ワインソースの赤湯すき
・赤色牛鍋

【佐藤氏より】
●メディアに「なぜこの名前？」と聞かれたときに、すぐに答えられる理由が言えるネーミングが重要
●宿によって、メニューは違ってくる可能性があるので、バッファーを持たせた方がいい

＜案①＞
ターゲットは女性
▼
ステーキではなく、すき焼き（和の要素）
▼
ステーキなすき焼き
▼
素敵なすき焼き
▼
素敵（ステーキ）なすき・焼き
～厚さ2センチの関係って…？～

アドバイス頂いた２つのポイント、案①のネーミングの他に、
リクルート内で３つのアイディアを作成し、地域内の方に選んで頂く。
※8月中に最終決定

●その他

・地元の人達にも開発したグルメを味わってもらう施策として、
「忘新年会プラン」にこの料理が出るものを作成。※希望宿のみ
⇒プレリリース時、グルメ発表イベント時、合わせて告知する。

・今後、「ワインに合うタ食メニュー」は今回のスキームを使って、
地域内で行っていくが、そのアイディアとして下記のものはどうか？

・鮎…鮎のワタを使った塩辛、鮎飯など絶品。
・豚肉
・馬…馬肉の味噌すき焼き絶品。

(4) ワインと新グルメに関するカスタマー調査の実施

① 目的

メインターゲットとなるカスタマーの国産ワインに対するイメージを明らかにするとともに、ワインの産地としての南陽市のポジショニングを明らかにするためのアンケート調査を実施した。また、この調査により、ワインに関するツアーにおいて、どのような楽しみ方を求めているのか、カスタマーのニーズも含めて明らかにした。

② 調査の概要

○調査日

2013年7月8日（月）

○調査方法

インターネット調査

○調査対象者

首都圏および南東北に在住する20～50代の男女　627サンプル

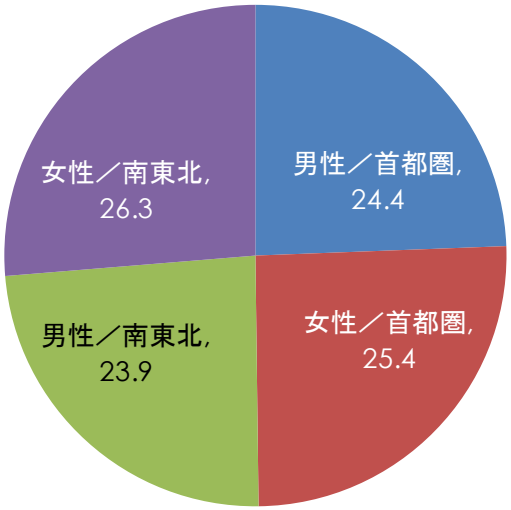
※ 株式会社クロスマーケティングの登録モニターから1000サンプルを抽出し、スクリーニング調査を実施

※ スクリーニング調査で、「普段、ワインを飲む」と回答した人を対象として本調査を実施した。

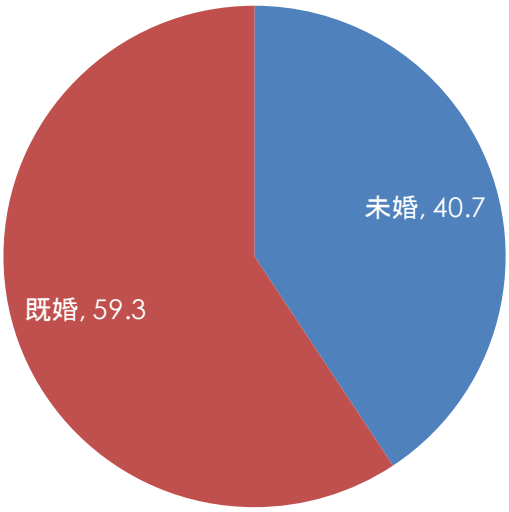
【WEB調査画面】

③ 回答者の属性

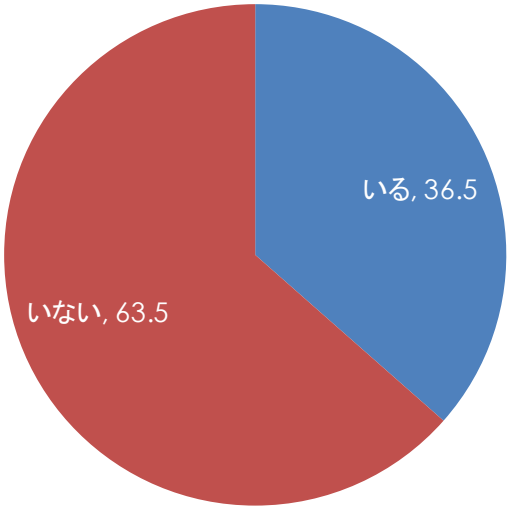
〔F1　性別×居住地〕



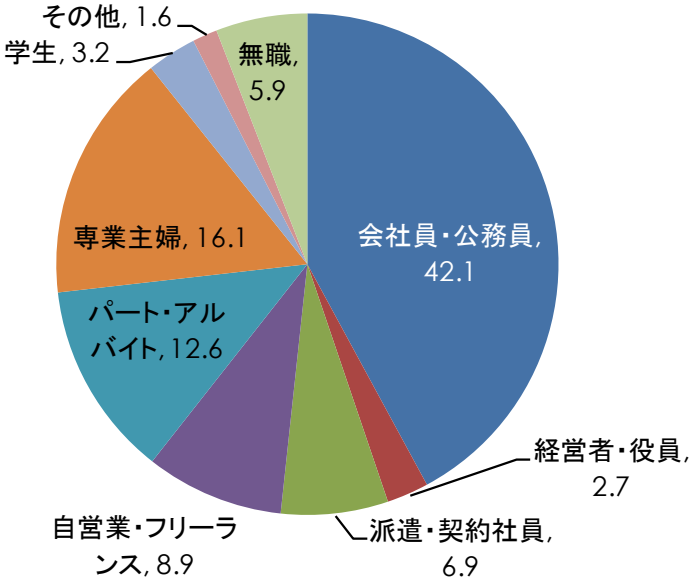
〔F2　未既婚〕



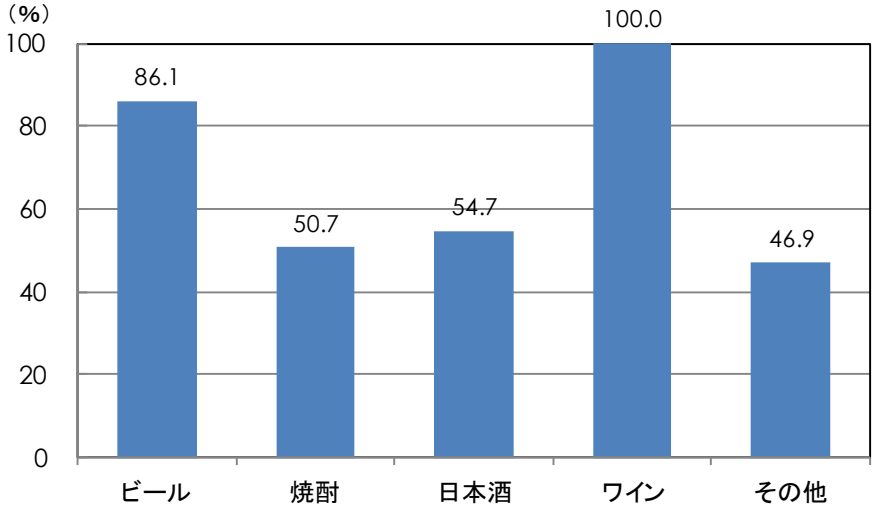
〔F3　子どもの有無〕



〔F4　職業〕



〔F5　飲酒する酒の種類〕



③ 調査の結果

〔Q1　ワインやアルコールの志向について（それぞれSA）〕

（%）

「とてもあてはまる・まあまあ、あてはまる」人の数値	該当数（人）	甘いワインを好む	辛いワインを好む	甘すぎず、辛すぎないワインを好む	樽の香りや味が重いワインを好む	樽の香りや味が軽いワインを好む	料理に合うワインを選んで飲む	アルコールはよく飲める	同性の友人とよくアルコールを飲む	家族とよくアルコールを飲む	夫／妻、彼氏／彼女等のパートナーとよくアルコールを飲む	複数の友人達とよくアルコールを飲む
全体	618	44.2	47.7	57.4	29.9	41.7	48.7	63.6	50.8	45.0	49.0	45.5
男性－20歳以上30歳未満	49	67.3	22.4	57.1	30.6	46.9	44.9	71.4	65.3	22.4	40.8	57.1
男性－30歳以上40歳未満	65	55.4	52.3	50.8	38.5	35.4	53.8	60.0	56.9	38.5	43.1	53.8
男性－40歳以上50歳未満	79	30.4	54.4	46.8	30.4	36.7	46.8	67.1	51.9	34.2	39.2	40.5
男性－50歳以上60歳未満	103	16.5	59.2	52.4	31.1	29.1	38.8	63.1	48.5	28.2	32.0	41.7
女性－20歳以上30歳未満	69	78.3	34.8	55.1	20.3	59.4	44.9	72.5	66.7	53.6	55.1	56.5
女性－30歳以上40歳未満	70	60.0	45.7	68.6	31.4	48.6	55.7	65.7	61.4	61.4	70.0	51.4
女性－40歳以上50歳未満	87	41.4	50.6	60.9	27.6	39.1	57.5	59.8	41.4	56.3	56.3	39.1
女性－50歳以上60歳未満	96	32.3	47.9	66.7	30.2	45.8	49.0	55.2	30.2	59.4	57.3	35.4

00.0 全体よりも10ポイント以上高い

〔Q2　国内ワインの認知度（それぞれSA）〕

（%）

「よく知っている・だいたい知っている」人の数値	該当数（人）	山梨県甲州ワイン	山形県南陽市産ワイン	静岡県産ワイン	北海道産ワイン	長野県産ワイン	兵庫県産ワイン	秋田県産ワイン	京都府産ワイン
全体	384	85.9	40.4	9.9	41.7	41.9	5.7	6.0	4.9
男性－20歳以上30歳未満	23	91.3	34.8	21.7	43.5	39.1	17.4	21.7	17.4
男性－30歳以上40歳未満	38	81.6	47.4	10.5	36.8	39.5	10.5	10.5	7.9
男性－40歳以上50歳未満	51	94.1	43.1	7.8	54.9	35.3	2.0	3.9	3.9
男性－50歳以上60歳未満	72	90.3	36.1	5.6	41.7	30.6	1.4	0.0	1.4
女性－20歳以上30歳未満	33	78.8	48.5	33.3	39.4	51.5	24.2	24.2	18.2
女性－30歳以上40歳未満	48	77.1	39.6	6.3	29.2	39.6	6.3	2.1	0.0
女性－40歳以上50歳未満	57	87.7	40.4	7.0	38.6	56.1	0.0	0.0	0.0
女性－50歳以上60歳未満	62	83.9	37.1	4.8	46.8	46.8	1.6	4.8	4.8

00.0 全体よりも10ポイント以上高い

00.0 全体よりも5ポイント以上高い

〔Q3　国内ワインの飲酒有無（それぞれSA）〕

（%）

「飲んだことがあり、今後も飲みたい・飲んだことはないが、機会があれば飲んでみたい」人の数値	該当数（人）	山梨県甲州ワイン	山形県南陽市産ワイン	静岡県産ワイン	北海道産ワイン	長野県産ワイン	兵庫県産ワイン	秋田県産ワイン	京都府産ワイン
全体	576	91.3	48.1	24.5	59.2	63.5	17.2	15.8	14.9
男性－20歳以上30歳未満	48	79.2	52.1	39.6	47.9	58.3	27.1	35.4	29.2
男性－30歳以上40歳未満	60	90.0	51.7	28.3	56.7	65.0	21.7	18.3	20.0
男性－40歳以上50歳未満	73	93.2	46.6	21.9	60.3	57.5	15.1	15.1	12.3
男性－50歳以上60歳未満	92	92.4	53.3	27.2	64.1	63.0	16.3	12.0	15.2
女性－20歳以上30歳未満	61	90.2	44.3	34.4	55.7	63.9	26.2	24.6	21.3
女性－30歳以上40歳未満	68	92.6	45.6	17.6	51.5	58.8	17.6	10.3	10.3
女性－40歳以上50歳未満	83	94.0	49.4	19.3	63.9	71.1	13.3	8.4	9.6
女性－50歳以上60歳未満	91	93.4	42.9	16.5	64.8	67.0	8.8	13.2	9.9

00.0 全体よりも10ポイント以上高い
00.0 全体よりも5ポイント以上高い

〔Q4　国内ワインに対する評価（それぞれSA）〕

（%）

「とてもおいしかった、まあまあおいしかった」人の数値	該当数（人）	山梨県甲州ワイン	山形県南陽市産ワイン	岡県産ワイン	北海道産ワイン	長野県産ワイン	兵庫県産ワイン	秋田県産ワイン	京都府産ワイン
全体	418	85.2	37.1	7.2	38.0	30.9	5.0	4.8	3.6
男性－20歳以上30歳未満	24	58.3	29.2	16.7	37.5	25.0	4.2	8.3	4.2
男性－30歳以上40歳未満	44	81.8	31.8	13.6	29.5	36.4	11.4	11.4	6.8
男性－40歳以上50歳未満	56	92.9	28.6	7.1	46.4	28.6	5.4	7.1	3.6
男性－50歳以上60歳未満	71	87.3	42.3	1.4	31.0	26.8	2.8	0.0	1.4
女性－20歳以上30歳未満	38	71.1	50.0	23.7	39.5	42.1	15.8	10.5	10.5
女性－30歳以上40歳未満	49	85.7	36.7	2.0	28.6	24.5	4.1	2.0	0.0
女性－40歳以上50歳未満	66	86.4	37.9	3.0	37.9	30.3	0.0	0.0	0.0
女性－50歳以上60歳未満	70	94.3	37.1	4.3	50.0	34.3	2.9	5.7	5.7

00.0 全体よりも10ポイント以上高い
00.0 全体よりも5ポイント以上高い

〔Q5　国産のワイン全般に対するイメージ（それぞれSA）〕

（%）

「とてもあてはまる、まあまああてはまる」人の数値	該当数（人）	以前と比べ、品質が向上している	以前と比べ、品質が低下している	外国産のワインと比べて品質や味が良い	外国産のワインと比べて品質や味が劣る	外国産のワインより値段が安いことを期待する	外国産のワインより値段が高くてもそれだけの価値がある	外国産のワインよりも好きである	外国産のワインの方が好きである	機会があれば、今後飲みたいと	できれば今後、飲みたくない	今後の流通の拡大や品質の向上に期待が持てる	今後の流通の拡大や品質の向上に期待が持てない	最近、目にすることが増えた	最近、目にすることが減った	ワイン初心者にも飲みやすい	ワインとしては物足りない	高級品	安っぽい	ボトルのセンスが良い	ボトルのセンスが悪い
全体	571	64.1	4.2	27.5	11.7	55.2	28.0	29.8	31.5	81.8	5.4	47.5	42.6	5.8	58.5	16.1	17.5	11.2	17.3	14.0	5.4
男性－20歳以上30歳未満	44	56.8	9.1	27.3	13.6	43.2	22.7	36.4	25.0	79.5	9.1	43.2	34.1	9.1	43.2	15.9	22.7	15.9	13.6	13.6	11.4
男性－30歳以上40歳未満	56	64.3	0.0	23.2	10.7	51.8	21.4	19.6	35.7	87.5	7.1	44.6	39.3	7.1	55.4	17.9	8.9	14.3	14.3	17.9	5.4
男性－40歳以上50歳未満	75	62.7	5.3	26.7	10.7	53.3	18.7	20.0	28.0	74.7	5.3	42.7	34.7	5.3	44.0	13.3	14.7	5.3	8.0	10.7	4.0
男性－50歳以上60歳未満	88	63.6	5.7	19.3	11.4	48.9	21.6	25.0	27.3	73.9	4.5	35.2	30.7	8.0	50.0	11.4	13.6	10.2	11.4	11.4	6.8
女性－20歳以上30歳未満	67	53.7	7.5	31.3	10.4	55.2	40.3	37.3	29.9	91.0	6.0	61.2	50.7	4.5	64.2	11.9	19.4	14.9	31.3	14.9	7.5
女性－30歳以上40歳未満	66	66.7	1.5	25.8	9.1	59.1	33.3	33.3	34.8	80.3	4.5	36.4	45.5	1.5	75.8	19.7	18.2	4.5	12.1	22.7	1.5
女性－40歳以上50歳未満	82	69.5	3.7	29.3	12.2	61.0	34.1	28.0	28.0	86.6	6.1	50.0	56.1	4.9	61.0	14.6	19.5	15.9	20.7	14.6	4.9
女性－50歳以上60歳未満	93	69.9	2.2	35.5	15.1	62.4	30.1	38.7	40.9	82.8	3.2	62.4	46.2	6.5	68.8	23.7	22.6	10.8	24.7	9.7	4.3

00.0 全体よりも10ポイント以上高い　　00.0 全体よりも5ポイント以上高い

〔Q6　山形県南陽市産のワインに対するイメージ（それぞれSA）〕

（%）

「とてもあてはまる、まあまああてはまる」人の数値	該当数（人）	以前と比べ、品質が向上している	以前と比べ、品質が低下している	外国産のワインと比べて品質や味が良い	外国産のワインと比べて品質や味が劣る	外国産のワインより値段が安いことを期待する	外国産のワインより値段が高くてもそれだけの価値がある	外国産のワインよりも好きである	外国産のワインの方が好きである	機会があれば、今後飲みたい	できれば今後、飲みたくない	今後の流通の拡大や品質の向上に期待が持てる	今後の流通の拡大や品質の向上に期待が持てない	最近、目にすることが増えた	最近、目にすることが減った	ワイン初心者にも飲みやすい	ワインとしては物足りない	高級品	安っぽい	ボトルのセンスが良い	ボトルのセンスが悪い
全体	254	51.2	5.9	37.8	10.2	47.6	34.3	36.2	27.2	82.3	6.7	50.0	7.1	25.6	5.5	54.3	11.4	20.5	9.1	15.4	12.6
男性－20歳以上30歳未満	19	52.6	5.3	26.3	10.5	26.3	31.6	26.3	15.8	63.2	5.3	36.8	5.3	21.1	0.0	42.1	21.1	26.3	15.8	21.1	10.5
男性－30歳以上40歳未満	27	48.1	3.7	37.0	14.8	33.3	29.6	37.0	25.9	88.9	11.1	48.1	0.0	11.1	3.7	51.9	7.4	22.2	14.8	18.5	14.8
男性－40歳以上50歳未満	30	43.3	13.3	43.3	6.7	53.3	33.3	26.7	30.0	83.3	3.3	36.7	13.3	30.0	6.7	43.3	6.7	16.7	6.7	10.0	16.7
男性－50歳以上60歳未満	39	41.0	0.0	35.9	5.1	41.0	23.1	35.9	17.9	74.4	2.6	38.5	7.7	7.7	5.1	46.2	5.1	15.4	5.1	5.1	7.7
女性－20歳以上30歳未満	26	46.2	15.4	30.8	19.2	38.5	38.5	42.3	38.5	92.3	15.4	57.7	15.4	34.6	7.7	57.7	11.5	23.1	23.1	30.8	26.9
女性－30歳以上40歳未満	31	58.1	0.0	29.0	3.2	32.3	38.7	32.3	35.5	83.9	0.0	51.6	0.0	29.0	6.5	61.3	6.5	16.1	3.2	9.7	6.5
女性－40歳以上50歳未満	41	65.9	9.8	41.5	12.2	68.3	36.6	39.0	19.5	90.2	7.3	65.9	12.2	43.9	12.2	58.5	14.6	19.5	9.8	12.2	12.2
女性－50歳以上60歳未満	41	51.2	2.4	48.8	12.2	65.9	41.5	43.9	34.1	78.0	9.8	56.1	2.4	24.4	0.0	65.9	19.5	26.8	2.4	22.0	9.8

00.0 全体よりも10ポイント以上高い　　00.0 全体よりも5ポイント以上高い

〔Q7　山形県南陽市のワインの特徴について（それぞれSA）〕

（%）

「とてもあてはまる、まあまああてはまる」人の数値	該当数（人）	美味しい	まずい	味に深みがある	味に深みがない	甘い	辛い	飲みやすい
全体	161	89.4	5.0	32.3	16.8	44.7	9.3	79.5
男性－20歳以上30歳未満	6	83.3	0.0	33.3	16.7	33.3	0.0	83.3
男性－30歳以上40歳未満	16	87.5	6.3	56.3	12.5	43.8	0.0	75.0
男性－40歳以上50歳未満	18	77.8	0.0	5.6	11.1	27.8	11.1	61.1
男性－50歳以上60歳未満	27	92.6	3.7	33.3	18.5	33.3	14.8	77.8
女性－20歳以上30歳未満	18	88.9	16.7	33.3	27.8	72.2	22.2	66.7
女性－30歳以上40歳未満	20	95.0	0.0	40.0	20.0	60.0	5.0	85.0
女性－40歳以上50歳未満	25	100.0	4.0	20.0	16.0	40.0	0.0	88.0
女性－50歳以上60歳未満	31	83.9	6.5	38.7	12.9	45.2	12.9	90.3

00.0 全体よりも10ポイント以上高い

00.0 全体よりも5ポイント以上高い

〔Q8　ワイン旅行ツアーの魅力について（それぞれSA）〕

（%）

「とても魅力的、まあまあ魅力的」人の数値	該当数（人）	ワイナリーでワインの試飲ができる	ワイナリーでワインの製造工程の説明を聞ける	ワイナリーでワインの製造場所を見学できる	ワイナリーで葡萄畑の見学ができる	ワイナリーでワインの原料となる葡萄の種類の説明が聞ける	ワイナリーでワインづくりを体験できる	ワイナリーでワインのお土産購入のアドバイスがもらえる	市内中心部の観光センターなどで、ワイナリーのワインを一括注文できる	ワイナリーや宿泊施設でワインを購入した際、配送する事ができる	宿泊施設の夕食時、お料理ごとに合わせたワインが提供される	夕食後、案内人が同行して町のバーなどに出向き、お酒を楽しむ	宿泊施設で、夕食後にドライフルーツなどのおつまみとワインのセットを注文できる	宿泊施設で、夕食後スイーツ＆フルーツワインのセットを注文できる	現地で購入したワインを宿泊施設で飲むことができる
全体	578	96.2	69.9	81.1	73.0	65.2	66.6	70.8	37.0	68.2	84.9	53.1	63.3	63.8	73.0
男性－20歳以上30歳未満	44	93.2	61.4	65.9	68.2	59.1	63.6	72.7	38.6	61.4	77.3	52.3	61.4	68.2	63.6
男性－30歳以上40歳未満	58	96.6	74.1	86.2	82.8	72.4	72.4	62.1	36.2	63.8	82.8	60.3	62.1	62.1	75.9
男性－40歳以上50歳未満	74	95.9	71.6	81.1	73.0	70.3	67.6	67.6	39.2	58.1	79.7	55.4	59.5	60.8	68.9
男性－50歳以上60歳未満	90	95.6	70.0	78.9	61.1	65.6	51.1	64.4	27.8	61.1	77.8	40.0	52.2	45.6	66.7
女性－20歳以上30歳未満	67	98.5	76.1	85.1	76.1	65.7	68.7	82.1	43.3	83.6	89.6	62.7	77.6	86.6	80.6
女性－30歳以上40歳未満	69	97.1	65.2	78.3	76.8	63.8	75.4	75.4	36.2	73.9	92.8	56.5	72.5	72.5	76.8
女性－40歳以上50歳未満	82	97.6	74.4	85.4	74.4	62.2	78.0	73.2	37.8	65.9	85.4	61.0	67.1	65.9	79.3
女性－50歳以上60歳未満	94	94.7	64.9	83.0	74.5	62.8	60.6	70.2	39.4	75.5	91.5	43.6	58.5	58.5	71.3

00.0 全体よりも10ポイント以上高い　00.0 全体よりも5ポイント以上高い

＜調査概要＞

1、ターゲットとして設定している①20歳以上30歳未満、②30歳以上40歳未満女性は、「甘いワインを好む」が全体より10ポイント以上高い。また、アルコールを飲む際の同行者として、両者とも「同性の友人」が全体より10ポイント以上高い。①は、「複数の友人と」も全体より10ポイント以上高い。②は、「家族と」「パートナーと」も全体より10ポイント以上高い。

2、山形県南陽市のワインの認知度は40.4％であり、山梨県甲州ワイン、長野県産ワイン、北海道産ワインに続き、4番目の認知であった。

3、山形県南陽市のワインの飲酒経験、飲酒意向は48.1％であり、山梨県甲州ワイン、長野県産ワイン、北海道産ワインに続き、4番目であった。

4、山形県南陽市のワインに対して「とてもおいしかった、まあまあおいしかった」と回答したのは、全体の37.1％であり、20歳以上30際未満の女性が全体より10ポイント以上高い。

5、国産のワインに関するイメージについて「機会があれば今後飲みたい」という回答が81.8％であった。また、「以前と比べ品質が向上している」が64.1％であった。

6、山形県南陽市のワインに関するイメージについて「機会があれば今後のみたい」という回答が82.3％であった。また、「今後の流通の拡大や品質の向上に期待ができる」が50.0％であった。

7、山形県南陽市のワインの特徴について「美味しい」が89.4％、「飲みやすい」が79.5％であった。

8、ワイン旅行ツアーの魅力について「ワイナリーでワインの試飲」が96.2％、「宿泊施設の夕食時、お料理ごとに合わせたワインが提供される」84.9％、「ワイナリーでワインの製造場所を見学できる」81.1％、「現地で購入したワインを宿泊施設で飲むことができる」73.0％、「ワイナリーでワインのおみやげ購入のアドバイスがもらえる」70.8％であった。

山形県南陽市のワインは、山梨県、北海道、長野県に比べると認知や興味が

まだまだ低いものの今後に期待する声が多い。また、ワイン旅行のツアーに

魅力を感じる内容として、「試飲」「夕食に合わせたワイン提供」

「購入したワインを宿泊施設で飲むことができる」

「ワイナリーでお土産購入のアドバイスがもらえる」が魅力的と回答した数が多かった。

(5) シンポジウムの開催・南陽グルメ試食会

① 目的

本事業を事業関係者に伝え、プロジェクトメンバー、事業自体が南陽市民の注目を集めるような状態をつくりだすことによって、プロジェクトへの参加モチベーション、主体性、持続性を高めることを目的とし、イベントを開催した。

イベントでは、これまでの取組内容・結果や、今後の地域資源、特に豊富な食材を活かした魅力ある観光地の再建・強化のためのシンポジウムを開催したほか、地域内での南陽グルメの認知度を高めるための試食会を実施した。

② イベント開催の概要

○イベントタイトル

ワインの饗宴（ワインによるおもてなし）体制づくりに向けたシンポジム＆試食会

○日時

2013年8月7日（水） 16:00～20:00

○会場

ハイジアパーク南陽

○プログラム

〔第1部〕16:00～

発表

「開催趣旨・これまでの取組・今後の展望」 丸森周平（赤湯温泉旅館協同組合青年部長）

トークセッション・質疑応答

「ワインの饗宴（ワインによるおもてなし）体制づくり」に必要なこと

（パネリスト）久松茂（ソムリエ）／須藤孝一（ワイン生産者）／山口彰一（西洋葡萄オーナーシェフ）／西澤高男（東北芸術工科大学准教授）／丸森周平（赤湯温泉協同組合青年部長）

（進行）須藤清市（赤湯温泉旅館協同組合 副代表理事）

講和

「南陽市・赤湯温泉のワインのこれから」 久松茂（ソムリエ）

〔第2部〕18:30～

ワイン＆グルメ試飲・試食会

○参加者

全50名

内訳：一般市民7名／ワイナリー5名／食品店4名／調理師会1名／ボランティアガイド3名／観光協会4名／旅館組合13名／官公署5名／運輸業2名／メディア6名

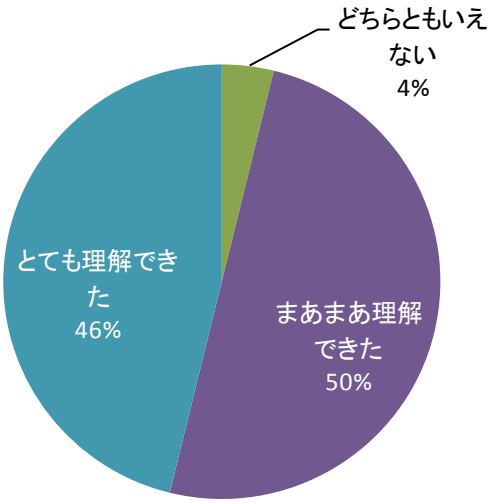
③ 実施結果

○イベント開催風景

○アンケート結果

イベント参加者に対してアンケートを実施し、第1部シンポジウムに対する満足度を把握した。

Q1 開催趣旨・これまでの取組・
今後の展望について



＜フリーコメント＞

・すばらしい企画でした。

・今まで案内人としてお客様をワイン屋さんへお連れしていたが、全くワインについて知らない事が多く、大変勉強になりました。

・ワインフェスティバルや酒番所のイベントに限定30人位で全国からツアー募集したら面白いかもと思う。

・旅館組合青年部、ワイン組合のご努力に敬意を表します。リクルートさんの協力のもと、順調に事業が進んでいると思われます。

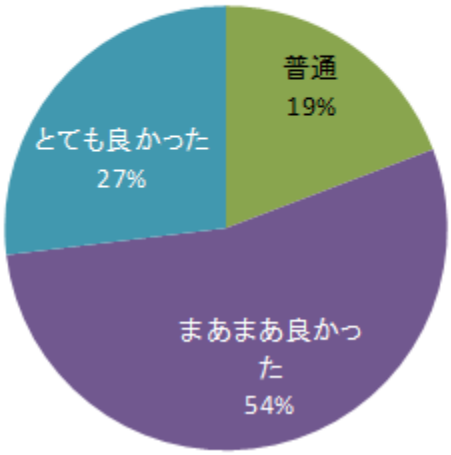
・地元で赤湯温泉と赤湯ワインによる誘客に取り組む意気込みが感じられた。期待しています。

・マーケティングをもとにターゲットとテーマが設定され、関係者が取り組んでいることは評価できる。大変すばらしいこと。

・観光地の再建事業としては将来に向けて明るい

・但し時間がかかる。決してあきらめる事なく一歩一歩すすめてほしい。

Q2 トークセッション
「ワインの饗宴(ワインによるおもてなし)
体制づくり」に必要なこと〕



＜フリーコメント＞

・調理場がワインの味を見る事が少ないのでこれからのため試飲会があれば良い。蔵元のおすすめも必要。

・これからに期待ができる発言が多かった。

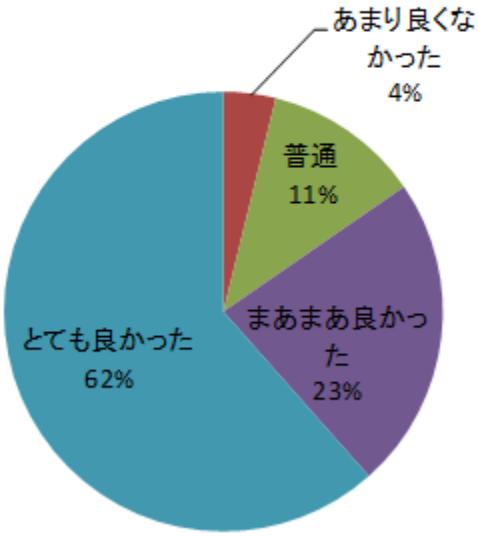
・広い年代に興味が沸くようにしていく事が大切なのでは。

・”これからの体制づくり”について、もう少しつっこんだトークになるとさらに良かった。

・最終的には街に人が回遊し楽しめることが必要。このしかけが観光まちづくりだと考える。ワインをネタに人が街に流れるようなしかけを皆で考えてほしい。

・”今日、行ってみよう”と思い立った時に、フラっと路地裏で呑めたりは楽しそうです。また、ワイン4社の紹介であれば、「からころ館」で紹介し、各店へ、行っていただく、等はできないでしょうか。街中を歩くことで、他の店舗ものぞいたり、地元の方との触れ合いも増えると思います。(仲居さんがある程度説明できれば、お好みにあったワイナリーに直接行くこともできるのでは)

Q3 講和
「南陽市・赤湯温泉のワインのこれから」



＜フリーコメント＞

・ワインの知識を深められた。今後の参考になる。

・赤湯の各ワイナリーの表ができるのが楽しみです。同じ食材でも、調味料で異なること、ワインの幅が広がります。このような機会に参加ができたこと、感謝いたします。

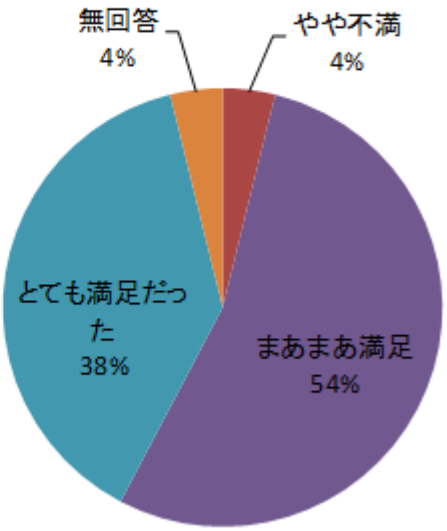
・3回目の講演ですが、スタッフにも伝えサービスのレベルアップにつなげたいと思う。

・地元出身ということで、強い思いを感じた。協力をしていただき進めていく事が必要。

・県産ワインの表がつくれればワインの家庭でも飲める容易なる。大いに期待できる。

・初めてソムリエの方のお話をお聞きしました。小さなワイナリーだからこそのFace to Faceの魅力、納得です。赤湯の方々が、みなさんプチソムリエのようになれたら、素敵なまちになりますね。

Q4 第1部についての満足度



＜フリーコメント＞

・色々な会合で20～30年前からワインを進めてきましたが、いまいち良くなくやっと大きな波がでてきたと思う。大きな仕事になれば良いですね。

・和食、料理とワインはむずかしいので勉強が必要と思う。

・シンポジウム準備、運営、お疲れ様でした。これからどんな形に発展していくか楽しみです。ぜひ、多くの方が、赤湯温泉で赤湯のワインを楽しむ、また、地域の方と触れ合える機会が増えることを期待しています。

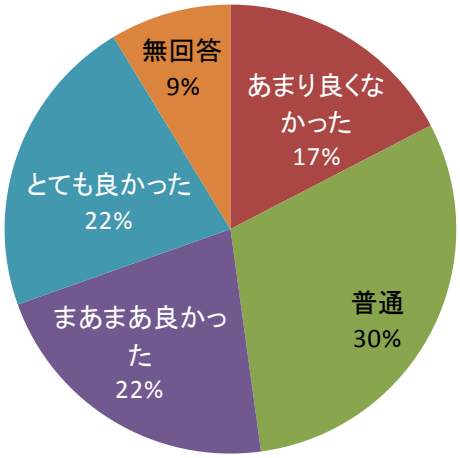
・皆さんの意気込みが伝わり成果を期待したい。

・ようやく2年がかりで方向性が決まり形になってきたと思います。

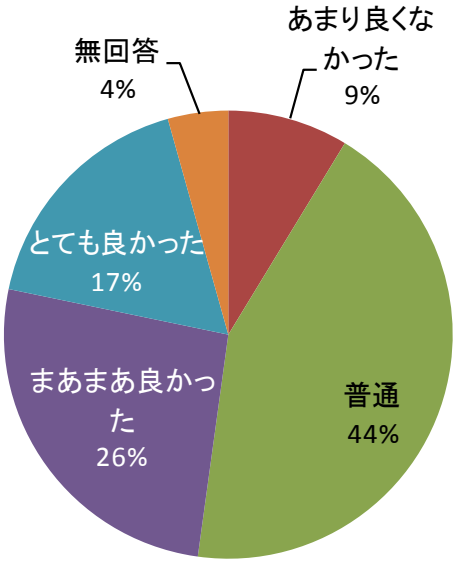
・今後の南陽市（赤湯）の発展にとても大切であると思った。

第2部の試飲・試食会に対する満足度や内容に対する評価を把握した。

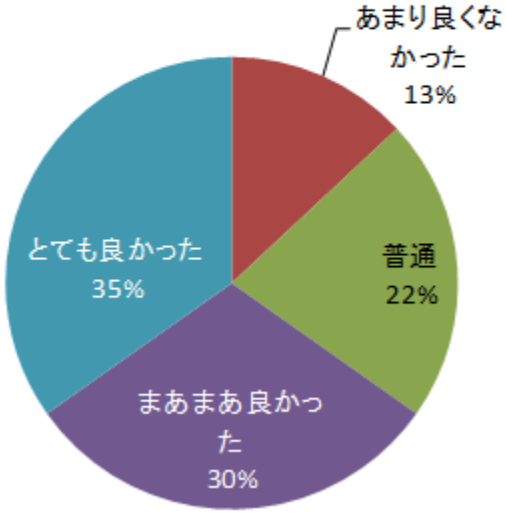
Q1-1　ハイジアパーク南陽
そば粉のクレープ



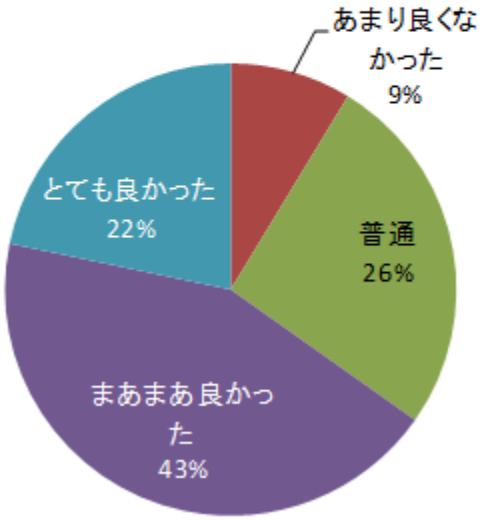
Q1-2　Q1-1の料理とワインの相性



Q2-1　西洋葡萄
庄内産野菜と魚介類・
南陽産野菜を使ったマリネ



Q2-2　Q2-1の料理とワインの相性



＜フリーコメント＞

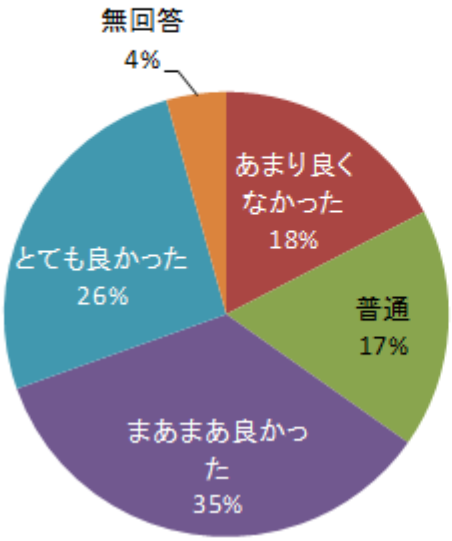
・鯉はマリネとかではなく、軽くソテーでワインに合うソースで食べられないものでしょうか？

・カキにはとてもワインが合いました。個人的好みになってしまいますが、マリネにはもうちょっと軽めに、が好きです。たぶん、大好きなカキを最後に食べてしまったせいもあるのかもしれません。

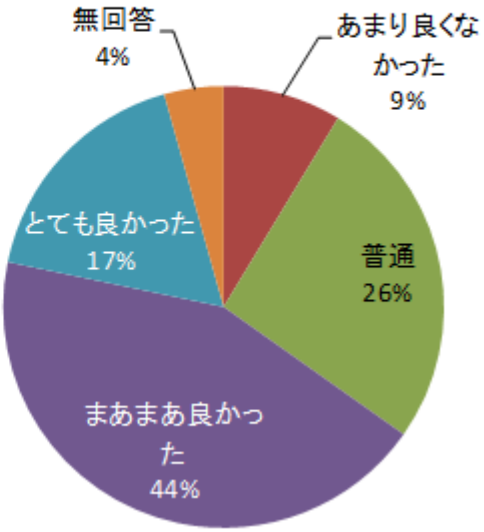
・おかひじきのトッピングもよかった。全体の味付けもよかった。さくらんぼをのせた所は、視覚的にも山形アピールにもなると思った。

この料理であれば、もう少し強めの白ワインか軽いロゼのほうがいいと思います。

Q3-1　いきかえりの宿瀧波
白鷹産天然鮎と木の子の献珍焼



Q3-2　Q3-1の料理とワインの相性



＜フリーコメント＞

・火を通したので、川魚にしては、意外に生臭く感じなかった。

・塩結び、大変おいしかったです。（米の硬さ、塩かげん）

・鮎に手をかけすぎ。シンプルに田楽とか塩焼きの方が良い。ワインが辛すぎ

・おいしいのですが、甘めだったため、一瞬じゃがいも？と思ってしまいました。鮎と聞くと塩焼きをイメージしてしまい、とまどったのが正直なところです。味は、おいしいです。なので、鮎と打ち出すのがいいのかどうか。イメージが先行してしまいました。

・天然あゆの良さがあまり感じられない。ワインの相性ではもっと濃い方が、ソースのせいか・・・

・鮎は塩焼きでしか食べたことがなかったので、初めての味でした。おいしかったですが、鮎＝塩焼きのイメージになってしまうのも事実です。塩焼きを望んでしまいます。

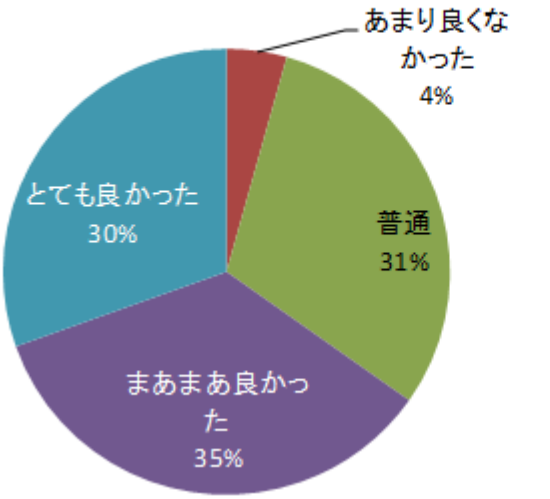
・鮎と木の芽ソースの相性が良く、木の子もおいしくいただきました。白ワインにあってました。ごちそう様でした。

・アユの塩焼きのような形で出しても良いのでは。木の芽のソースがアユに対して味が強いように感じ、白ワインよりも赤でもOK。

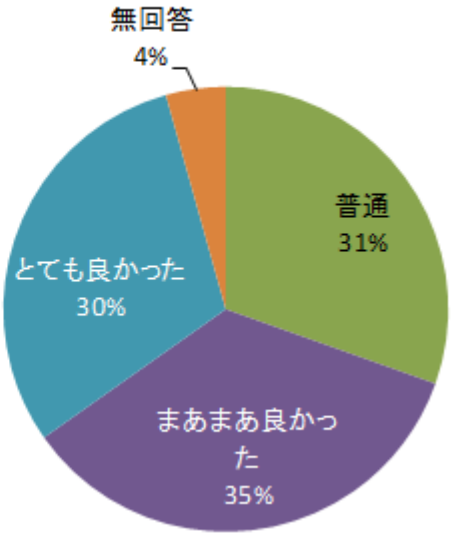
・鮎は姿のままの方がインパクトがあり、手をかけすぎの感あり。そのものの味がほしい。

・ワインは口当たりは良いが酸味がやや強い。

Q4-1　いきかえりの宿瀧波
南陽産野菜と置賜豚の冷しゃぶ



Q4-2　Q4-1の料理とワインの相性



＜フリーコメント＞

・ソムリエのアドバイスがよかったのかごまダレGood。冷シャブと湯むきトマトもGood。

・豚肉があつくてかたかった。ゴマがきつい。白ゴマの方が良い。ワインがおいしい。

・どちらも単品では、とても美味しいです。組み合わせると、どちらも甘い印象です。

・豚しゃぶに甘みがあり良い。ワインと合うと思いました。

・ワインと料理のマッチングがベスト

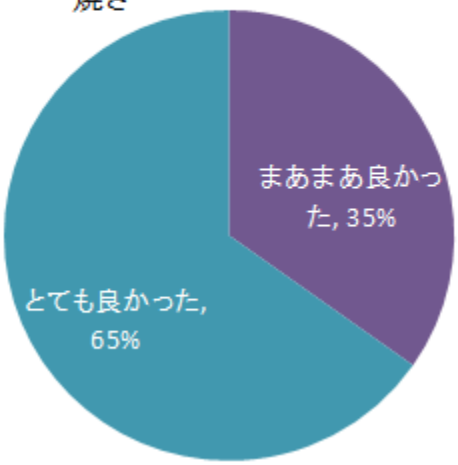
・冷しゃぶとトマトのハーモニーが絶妙かつ食べやすい。

・ロゼワインがとてもおいしい。

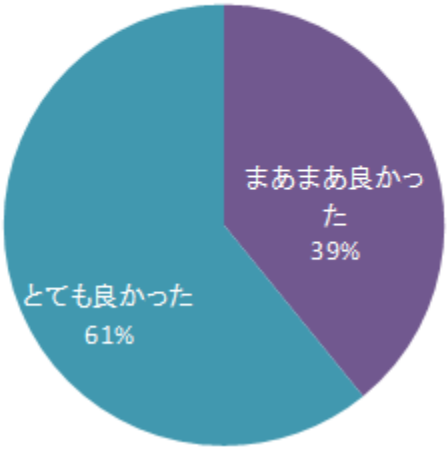
・トマトのヘタを取った方がそのまま全て食べられる。

・ワインはすっきりしていてバランスが良い。

Q5-1　丹泉ホテル
赤ワインを使ったみそ漬牛肉の網焼き



Q5-2　Q5-1の料理とワインの相性



＜フリーコメント＞

・焼く時の色の悪いことをのぞけばすごくおいしい。

・料理もおいしかったし、ワインともよく合っていたと思います。

・ワインを飲むより、ごはんが食べたくなる料理でした。

・おいしかったです。ただ、みそ漬けであれば、もう少し薄味でもいいかもしれません。

・ちょっとしょっぱい感じなので、つけ合わせと一緒だとベストかも。

・ワインは最も質が高い。香りも豊かでふくよかな風味。実直な仕事という印象。これなら客が呼べる。

アンケート結果　総括

＜総括概要＞

1、開催趣旨・これまでの取組・今後の展望について

全体の理解度は96%。マーケティングを元にした、地元が推進するワインの取組に対して期待の声が多く寄せられた。

2、トークセッション「ワインの饗宴（ワインによるおもてなし）体制づくり」について

「とても良かった」「まあまあ良かった」の合計は81%。この取組をきっかけに街に人が回遊する仕掛けを求める声や今後に向けてのアイディアが寄せられた。

3、講和「南陽市・赤湯温泉のワインのこれから」について

「とても良かった」「まあまあ良かった」の合計は85%。ワインの知識を深められたという声や、今年度事業で造成するワインの本への期待の声が寄せられた。

4、第1部全体について

全体の満足度は、92%。これまで取り組んできた「ワイン」×「観光」が前進したことに対して、これからの取組に対する期待の声が寄せられた。

5、第二部（試食＆試飲）について

各施設、「ワインに合う」というテーマで工夫を凝らした料理を持ち寄ったが、元々良い素材がそろっている山形県なので、「素材そのものの味」を活かすシンプルな味付けや演出を期待する声が多く出ていた。

○新聞掲載記事

〔山形新聞　2013年8月18日(日)〕

ワインでもてなし探る

赤湯温泉体制づくりシンポ

地元の宝・ワインをアピールポイントに、今後の誘客と地域おこしについて意見交換したシンポジウム　＝南陽市・ハイジアパーク南陽

特産ワインを生かした観光客のおもてなしを考える「赤湯温泉　ワインの饗宴　体制づくりシンポジウム」が7日、南陽市のハイジアパーク南陽で開かれた。旅館経営者やワイン生産者らが、夕食メニューの開発や地域を挙げた受け入れ体制構築など、地元の宝であるワインをテーマに、誘客と地域おこしについて意見交換した。

赤湯温泉旅館協同組合（歌丸裕介代表理事）が観光庁の支援を受けて開催。産地として地元のワイナリーを活用した観光コースづくりに加え、宿泊する旅館でワインに合う夕食メニューの開発などを目指す。

旅館経営者やワイン生産者、料理人、ソムリエ、大学研究者がパネリストとなったトークセッションを行った。ワインに合うメニュー開発について「ワインは赤湯の地酒のような存在だが、外へのアピールが不足している」「地元の食材を使い、地元ワインに合うインパクトあるメニューの開発が必要」などの意見が出された。

一方、地域を挙げた受け入れ体制づくりについては「旅館の従業員が赤湯ワインをきちんとPRできるようにしてほしい」「地元の家庭でも赤湯ワインをたしなみ、赤湯温泉のどこでもワインが楽しめるようにしたい」など、今後の抱負や要望も相次いだ。

〔NCVニュース(NCV)　2013年8月10日(土)〕

旅館協同組合が、地域資源のワイナリーを活用した、新しいまちづくりを推進してくこと、そのために地域の事業者を招いてシンポジウムを開催したことが報道された。

2. 対象地域の魅力の情報発信の手法検討・実施

～造成したツアー商品、グルメのプロモーション～

(1) 新グルメ発表イベント(お披露目会)の実施

① 目的

本事業を事業関係者に伝え、プロジェクトメンバー、事業自体が市内で注目されている状態をつくることによって、プロジェクトへの参加モチベーション、主体性、持続性を高めることを目的とし、開発したグルメのお披露目イベントを開催した。

② 実施概要

○イベントタイトル

赤湯でしか出会えない！素敵なすき・焼き完成記念お披露目会

○実施日時・場所

2013年10月17日(木)　13:30～15:00　　紫金園(須藤ぶどう酒　ぶどう畑)

○プログラム

・事業概要説明

・新開発商品紹介

・試食会

○参加者43名

(ワイン事業関係者／食品事業関係者／旅館関係者／観光協会／商工会／官公署／教育関連／運輸関連)

プレス関係者:11名

(新聞社6名／テレビ5名)

【プレスリリース用チラシ】

Press Release

RECRUIT

2013年10月1日

株式会社リクルートライフスタイル

ワインの町山形県南陽市、赤湯温泉×じゃらんのワインに合うグルメ

赤湯でしか出会えない！「素敵なすき・焼き」

完成記念お披露目会のお知らせ

10月17日（木）　13：30～15：00

◆赤湯でしか出会えない！「素敵なすき・焼き」完成記念お披露目会概要◆

■開催日時　：10月17日　13:30～15：00（終了予定）

■会場　：紫金園（須藤ぶどう酒ぶどう畑）

http://www.mmy.ne.jp/ywine/maker/sutho/sutho2.html

■開催内容（予定）

13：30～（5分）　開会挨拶　主催者挨拶

13：35～（10分）　事業概要説明

13：50～（25分）　新開発商品紹介（紹介スライド・旅館インタビュー）

14：15～（40分）　試食タイム

14：45～　閉会挨拶・その後各旅館撮影など

■参加者募集

月夜のホテル・雅流・森の湯・松風館・竹彩館・緑彩竹・大和屋・むつみ荘

■赤湯でしか出会えない！「素敵なすき・焼き」の特徴

◇地域の食材を活用し、実際ワインに合う、和食にこだわる&デザートは地元菓子店とのタイアップ！

「メイン料理は、観光資源調査でも聞くが高い「ブランド牛」と、地酒醸造なかのこを使った「厚さ2センチのはぶりすき焼き」をテーマに各旅館が工夫を凝らし商品開発を行っています。赤湯温泉では、以前より和食料理の構造を行っている特徴があることから、料理が「和食×ワイン"洋食"洋食×ワイン"という組み合せをすることで、ワインによる和食分野の構造にもつながると考えています。地域全体として「ワインの復興～おもてなし～」を推進する第一歩として、デザートの提供は地元菓子店「白いくも」にワインに合うデザートを検討してもらい、提供いたします。

◇消費者目線を重要視し商品開発！

平成23年度に南陽市が、ＪＲと共に行った観光資源調査（ＧＡＰ調査）の結果を元に、ワイナリーやワインに関心の高い女性をターゲットにした商品開発を行いました。7月に開催した和酒者モニターツアーで参加者住宅の女性からの意見も反映させ、また9月に開催されたシンポジウムで地域の方々からも意見をもらい消費者目線で開発を進めてきました。

◇お食事に合うワインは、ソムリエに相談して決めたものを提供！

山形県にある11社のワイナリーうち、4社が南陽市にあるというワインの産地。南陽市出身のソムリエ天尾茂氏に協力を頂き、お料理に合うワインはプロの視点で選んでもらい提供いたします。

■ワイナリーを活用した周遊コース&「素敵なすき・焼き」が味わえるモニターツアー参加者募集中

日程10月14日～15日

（応募締切10月11日・定員44名）

※詳細は下記サイト参照

http://www.jalan.net/jalan/doc/news/button/03507/2601/

▲赤湯メンバーを中心にグルメ検討会を進めた。

▲7月には首都圏在住の女性を招いてモニターツアーを実施。意見交換を実施。

▲9月のシンポジウムには約30名が参加。

Press Release

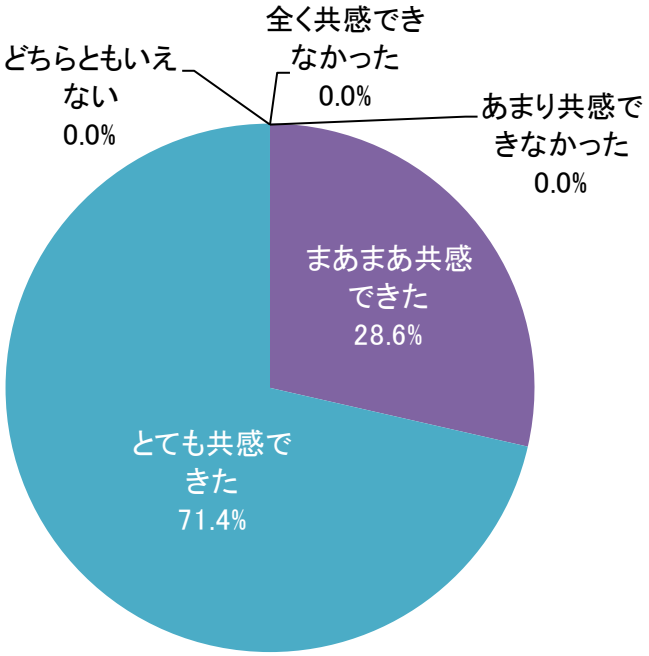
RECRUIT

③ 実施結果

○実施風景

○アンケート結果

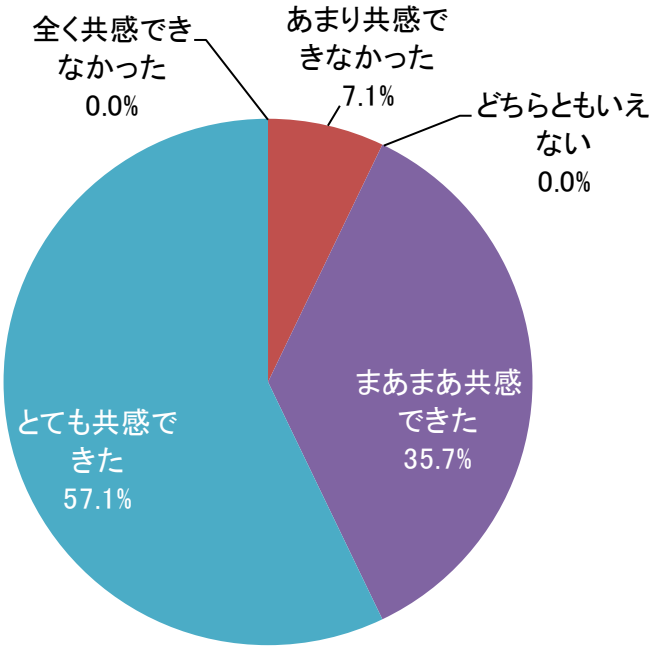
Q1　今回の事業に対する共感度



Q2 「ワイン×料理」というテーマについての感想

もっと料理のバリエーションがあった方がよかった。	プレス関係者
残念ながらワインは飲めませんでしたが、各旅館さんの料理はアイデアもよく大変おいしく、ぜひワインといっしょに食べたいと思う料理でした。	食品関係者
ワインと肉も食しては大変良いが、別メニューも考えてほしい。	商工会
各旅館のみなさまのあつい想いが感じられました。	運輸
相性だけにとらわれず昔ながらの素朴な料理も引き続き提供してほしい。	食品関係者
トマトののったスキヤキ良いです。ぶどうはどうですか？	食品関係者
特に牛肉はワインと合うので良かったと思います。	食品関係者
とてもよかったのでもっと広めてもらいたい。	食品関係者
ワイン好きには、グルメが多いと思うので良い所をついていると思う。	観光協会
赤湯の特色を活かすことに対して、ふさわしいテーマ。	教育関連
とても良い取り組みである。ただ、他の食材との相性についても研究してほしい。	官公署
地元のものをつかったおもてなしという所がすごくいいと思いました。	ワイナリー

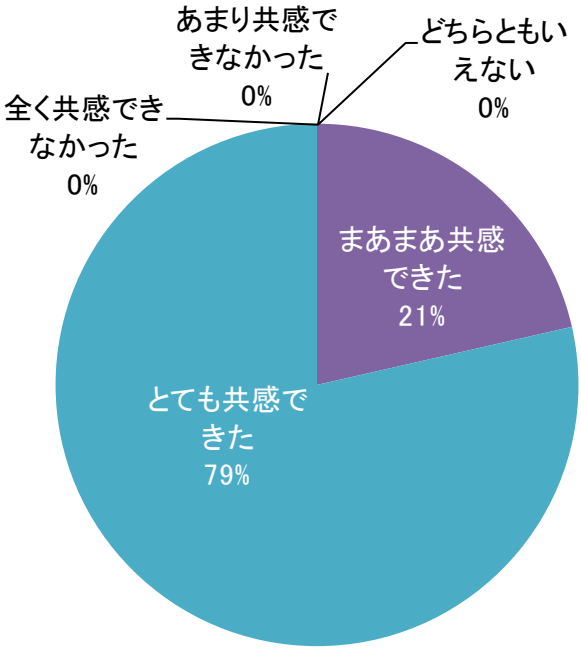
Q3 「素敵なすき焼き」料理は、地域にとっての魅力となるか



Q4 赤湯温泉で今後提供する「素敵なすき焼き」料理についての感想

もっと料理のバリエーションがあった方がよかった。	プレス関係者
とてもボリュームもあり、おいしいのでぜひがんばっていただきたいと思います。	食品関係者
肉そのものはおいしいが、ミソ・チーズ等のタレについては、インパクトが少なく感じた。	商工会
また食べて見たいと思います。他の方へもお知らせしましょう。	運輸
素焼きと鍋(スキヤキ)を一緒、どうなのかな。肉がうまいので。	官公署
各旅館の特徴が良く出ており、大変おいしく頂けた。	食品関係者
客が自分で作るのはどうかな？スタッフがつくれば良。	食品関係者
どの旅館もいろいろ工夫して頂き、同じ味がなかった事には、驚きました。今回は山形牛でしたが、米沢牛もよろしくお願いします。	食品関係者
どれもおいしかった。各旅館を回りたくなる。	食品関係者
厚さ2cmの牛肉と言う事で話題性はありますが、実食するとかなり重いですね。	食品関係者
肉が厚いので、火の入れ加減のむずかしさがあるのかなと思った。	観光協会
各旅館の創意工夫、大いに楽しませていただきました。これからの季節の名物となることを期待しております。	教育関連
各旅館毎の独特な味をどう観光客に伝えていくのか、その手段についての工夫が必要では？	官公署
おいしかったです。	ワイナリー

Q5　赤湯のワイナリーをより理解してもらうための「ワイン本」は、地域にとって魅力となるか



Q6 「ワイン本」についての感想

各ワインの説明もくわしく、ぶどうの種類ものっていてとてもよく出来ていると思います。	食品関係者
とてもわかりやすいです。	運輸
南陽のワイン入門としてはGoodだと思います。	官公署
今まで特に発刊されてなかった分、様々な利用が可能な本になっていると思う。	食品関係者
値段も入っているので良いですが、お店で提供する場合、売り値がちがうのでどうですか。	食品関係者
これは一度は宿泊してみたいと思うような感じがします。	食品関係者
わかりやすく良いと思う。	食品関係者
赤湯温泉のワイナリーと料理を一覧できる一冊ならので県内外のお客様に重宝されると思う。	食品関係者
市外から来た人にも市内の人にも良いものだと思う。	観光協会
データに基づいたわかりやすい解説と分類、これからの旅のガイドブックのあるべき姿だと思います。	教育関連
ワインを知る上ではたいへん参考になる教材。これをベースにポケット版もあれば便利かも。	官公署
写真の位置とグラスの位置が遠いのでそこを改善してほしい。	ワイナリー

Q7　今後の展開についての意見・感想

味、食べる方などをふやしていただけたらいいと思います。	食品関係者
定期的な開催ができてもっと多くの人に知っていただくような仕組みが必要と思います。	運輸
地元、飲食店でもワインに合う料理提供をしてもらい、よりいっそうのアピールをした方がよい。	食品関係者
なんでもすすめる事が大事。	食品関係者
秋の収穫祭として、南陽市により多くの人が集まってくれるよう、イベントとしても企画をたててもらいたいです。	食品関係者
期待しています。	食品関係者
旅館業に限らず若い2世同志が集まる場があってもと思います。	観光協会
この試みを是非継続、発展させて、いついらした方にも赤湯ならではの料理やワインを楽しんでいただけるコンテンツになればと思います。	教育関連
旅飲料組合一丸となったこのような取組が更に展開され、質の高いサービス提供に努力してほしい。その姿が赤湯温泉のイメージを高め認知度も高まっていくと思われる。	官公署
季節ごとのテーマで料理を出していってほしい。	ワイナリー

○新聞掲載記事

〔読売新聞山形県版　2013年10月18日(金)〕

ワインのお供に すき焼きを紹介

地元特産のワインに合う料理の開発を進めていた赤湯温泉旅館協同組合（南陽市）は17日、加盟する8旅館が工夫を凝らしたオリジナルのすき焼きメニューを開発し、17日、南陽市赤湯のワイナリー「果金園」でお披露目会を開いた。

紹介されたメニューは、割り下に赤ワインを加えたり、牛脂の代わりに溶かしたゴルゴンゾーラチーズを使ったりと、ワインとの相性の良さを考えたものばかり。牛卵の代わりに温泉卵を使用し、割り下に隠し味で柚子胡椒を入れたメニューを考案した調理師は「脂の多い牛肉を女性がさっぱりと食べられることを意識した」とアピールしていた。メニューは旅館ごとに提供される。同組合の須藤清市副代表理事(57)は「多くの観光客に、おいしい料理とワインを楽しみに赤湯温泉へ来てほしい」と話していた。

オリジナルのすき焼きを披露する旅館の料理人（17日、南陽市赤湯で）

〔日本経済新聞　2013年10月18日(金)〕

「南陽ワインですきやきを」

赤湯温泉組合の旅館　山形牛使い考案

市内に4つのワイナリーがある山形県南陽市の赤湯温泉旅館協同組合（歌丸裕介代表理事）は、各旅館が趣向を凝らしてワインに合うすきやきを考案し、17日に関係者を集めてお披露目会を開いた＝写真。今後、各旅館は宿泊客にワインや料理を提供し、ワインの里をアピールする。

厚さ2㌢の山形牛を使ったすきやきを提供することが条件で、それ以外の具材や味付けなどは自由。組合に加盟する14旅館のうち8旅館が企画に参加した。割り下にワインや酒かすを入れたもの、白みそや生クリームのスープで肉を煮込んだ鍋、ブルーチーズで風味を付けたすきやきなど多彩な料理が完成した。

南陽市に住むソムリエが4つのワイナリーの製品をリストアップし、料理に合うワインを2種類ずつ選んだ。各旅館は宿泊プランの夕食にワインを添えてメーン料理で出すほか、日帰りプランでも対応するという。

地域資源のワインを生かした観光企画を模索してきた赤湯温泉旅館協同組合は、ワイナリーを巡る周遊コースなどを設けてきたが、それに続く取り組みとしてワインに合う料理提案を企画した。

赤湯温泉は高度経済成長期のピーク時には年間30万人の観光客が訪れたが、最近は13万人まで落ち込んだ。来夏の大型観光企画「山形デスティネーションキャンペーン」に向け、ワイン企画で集客したい考えだ。

〔山形新聞　2013年10月18日(金)〕

各旅館が開発した地場産ワインにあうオリジナルの「すき焼き」メニューを紹介したお披露目会＝南陽市・観光ぶどう園紫金園

ワインに合うすき焼き

8旅館、趣向凝らす

赤湯温泉組合お披露目会

南陽市の赤湯温泉旅館協同組合が開発を進めてきた「ワインに合うグルメ」が完成し、お披露目会が17日、同市の観光ぶどう園紫金園で開かれた。厚さ2センチの山形牛を使ったすき焼きを基本コンセプトに、味付けなどに趣向を凝らした8旅館ことのオリジナル料理で、赤湯温泉ならではの夕食メニューとして売り出す。

同組合は、観光庁の支援を受け、リクルートライフスタイル（東京都）の調査・研究機関じゃらんリサーチセンターと連携。地域資源のワインやワイナリーを生かした「おもてなし体制」づくりの一環として、組合加盟14軒のうち8軒がワインに合う夕食メニューの開発に取り組んできた。

各旅館が開発したすき焼きは、割り下に赤ワインを入れたり、白ワインと白みそ、生クリームで味付けしたスープで味わったりするもの、みそ仕立てや温泉卵をからめて食べたり、濃厚なチーズを入れたりするメニューなど、どれも個性豊か。さらに、ソムリエが各オリジナルすき焼きに合うワインを市内の4ワイナリーから選んで紹介する。

お披露目会で同組合の歌丸裕介代表理事は「8旅館それぞれの思い入れや味付けを楽しんでほしい」とあいさつ。ブドウ棚の下で各旅館の新しい“ご当地グルメ”を試食した参加者は「伝統的な味、新しい感覚の味と多種多様。ワインの里・赤湯の素晴らしいアピールになる」と話していた。

〔河北新報　2013年10月19日(土)〕

DC彩る山形の食

ワインでディナー

ソムリエ厳選 メーンは県産牛すき焼き

南陽・赤湯温泉

南陽市の赤湯温泉旅館協同組合は、地元産ワインを活用した共通夕食メニューをつくり、今月から提供している。「ワインに合う厚さ2センチの山形牛を使ったすき焼き」をテーマにしたメーン料理と、ソムリエが選んだワインを味わってもらう。

組合に加盟する14旅館のうち、8旅館が参加する。すき焼きの味付けは、各旅館それぞれが工夫を凝らす。割り下に赤ワインを加えたり、白みそや生クリームなどを含わせたスープ仕立てにしたりとさまざま。

メニューのほかに、赤湯地区にある四つのワイナリーを巡る観光コースも設定した。観光庁の支援を受け、リクルートライフスタイル（東京）の観光調査部門・じゃらんリサーチセンターと連携して取り組んだ。

市内で17日、関係者を集めてお披露目会を開いた。組合の歌丸裕介代表理事は「来年の山形デスティネーションキャンペーンで、赤湯への誘客のきっかけにしたい」と話した。今後、四季ごとのメニューを開発するという。連絡先は組合事務所0238（43）3114。

赤湯温泉8旅館の夕食メニューお披露目会

〔産経新聞　2013年11月8日(金)〕

名所旧跡　東北の旅

赤湯温泉（山形県南陽市）

上質ワインと名湯に浸る

東北で酒といえば日本酒。山形も日本酒どころとして知られるが実はワイナリーが12カ所あり、ワインの日本三大産地の一つに数えられる。その中で九百余年の歴史を誇る山形県南部に位置する南陽市の赤湯温泉にはワイナリーが4カ所も集中、同温泉は「ワインと温泉」で全国に売り出すキャンペーンを開始した。

平安時代の発見

赤湯温泉の発見は平安時代の寛治7（1093）年、武将、源義綱がお告げにより湧き出る湯を発見したことに遡る。戦で傷ついた家来たちが湯につかると傷は治り、傷から出た血によって温泉が真っ赤に染まったというのが「赤湯」の由来だという。江戸時代には、米沢藩上杉家の御殿湯として栄えた。

そんな名湯の温泉旅館の若旦那衆が秋晴れの10月中旬、観光ブドウ園「紫金園」で地元ワイナリーのワインに合う、厚さ2センチの山形牛を使ったすき焼きメニューを披露した。

参加したのは、赤湯温泉旅館協同組合に加盟する14旅館中8旅館。肉のボリュームに負けないように、割り下に赤ワインや酒かすを使用したり、ゴルゴンゾーラチーズやアンズソースを使った新感覚のすき焼きになっている。

料理ごとに南陽市出身のソムリエ、久松茂さん(52)が厳選した地元ワイナリーの銘柄を2種類ずつ選択した。「ここのワインは大手ワイナリーと違って量産されておらず、質にこだわった家庭的な各ワイナリーの個性を楽しめる」と話す。

なぜ、旅館の若旦那衆たちがワインと温泉のコラボに乗り出したのか。理由は観光客の減少だ。ピーク時の平成4年には69万1千人いた観光客も昨年は15万1千人に。東日本大震災の影響も響いた。

こうした事態に危機感をもった同組合の若旦那衆たちが中心になり、今年1月の国の緊急経済対策の一つ、観光庁の「魅力ある観光地の再建・強化事業」に「ワインの似合う大人のまち」として応募したところ613件中の78件の一つに選ばれた。来年の山形デスティネーションキャンペーンに向け、ワインと温泉のコラボで集客を狙う。

地域活性コンサルティング会社「バリュー・クリエーション・サービス」の佐藤真一代表取締役は「新幹線の駅がありアクセスもよい。名湯にワイナリー、質の良い山形牛と情報発信次第でその良さが全国に伝わるはずだ。地元の認識以上に大きな可能性を秘めている」と話す。

同地は寒暖の差が激しく、ブドウ栽培の適地でワイン醸造も明治半ばに始まった。特に十分一山（標高約500㍍）の急斜面は水はけがよく太陽の光をいっぱい浴び、良質なブドウを生み出す。ただ、厳しい現実もある。急斜面の作業であるため廃業する園も。大正時代から同山でブドウを栽培する「紫金園」4代目の須藤孝一さん(56)は「若い頃は作業がきつくて嫌だったが、今は斜面に広がるこの光景を残していかなければと思う」と語る。

アジアの桃源郷

午前6時過ぎ、同組合の須藤清市副組合長(57)がパラグライダーが舞う同山頂上を案内してくれた。ブドウ畑や田が眼下に広がっていた。「まだパワー不足だが、ワインを軸にした滞在型観光をアピールしたい」と須藤さん。

明治時代にこの地を旅した英国人女性、イザベラ・バード（1831～1904年）は赤湯に広がる光景を「エデンの園」、南陽市を「アジアのアルカディア（桃源郷）」と評したという。そこにワインという新しい魅力が加わった。

（杉浦美香、写真も）

地元ワインに合う山形牛を使ったすき焼きの新メニューが観光客らに振る舞われた　＝10月17日、山形県南陽市の紫金園

【メモ】赤湯温泉は山形新幹線赤湯駅（南陽市）から車で約5分。東北自動車道の福島飯坂インターチェンジ（IC）から国道13号で約1時間。山形蔵王ICから約40分。ワインの醸造は明治時代から。ソムリエの久松茂さんによると、4ワイナリーの特徴は、酒井ワイナリーが「辛口」、大浦ぶどう酒店は「フルーティー」、佐藤ぶどう酒店は「南陽を代表する『金渓ワイン』（同酒店の商品名）」、須藤ぶどう酒は「どっしりとした赤ワイン」という。問い合わせは、南陽市観光協会☎0238・43・5230か、赤湯温泉旅館協同組合☎0238・43・3114。

「紫金園」のワイン蔵　平成2年に瓶詰められたワインが保存されている　＝山形県南陽市

〔MSN産経ネット記事　2013年10月17日（木）〕

msn　サービス一覧　Outlook.com　ニュース　myFave　MSN産経ニュースをお気に入りに追加　ウェブ検索　bing

msn 産経ニュース　ソチ冬季五輪2014　ニュース　関西版　フォト　ニュース検索

トップ　速報　事件　政治　経済　国際　スポーツ　エンタメ　ライフ　科学　地方　オピニオン　特集　WIRED

北海道・東北　関東　中部　近畿　中国・四国　九州・沖縄　トピックス　写真　ランキング

「あなたのお家、今いくら？」60秒入力«オンライン無料査定»　[PR]

・産経新聞社・新聞購読・書籍・雑誌

地方

用語を書く　0　ツイート　10　おすすめ　37

ワインでまちづくり　ワインとすき焼きで新しいメニュー展開　山形・南陽

2013.10.17 22:02

ゴルゴンゾーラ風味、アンズソース、ワイン味、ふわふわ卵…。山形県南陽市の赤湯温泉の観光ぶどう園「紫金園」で１７日、赤湯温泉旅館協同組合が地元ワイナリーのワインに合う厚さ２センチもの山形牛を使ったすき焼きメニュー「素敵な?すき焼き」を発表した。

日本酒のイメージが強い山形だが、赤湯温泉には４軒ものワイナリーが集中。同組合はこの地の利を生かした「旅館ワイナリー若旦那ご案内！ワインの似合う大人のまちプロジェクト」で観光庁の観光地強化事業に選定された。

この日、８旅館がそれぞれ厚さ２センチの山形牛のボリュームに負けないように、トマト風味やゴルゴンゾーラチーズなどを使った工夫を凝らしたメニューを披露。各旅館のメニューにソムリエが事前にワインを選択してあり、客が注文に悩まないようになっている。参加者の一人、高橋一司さん（６３）は「どのメニューもワインがすすむ」と舌鼓をうっていた。

各旅館ともすでに予約を受け付けている。問い合わせは同組合（電）０２３８・４３・３１１４）

このニュースの写真

PR　Microsoft　bing　Bingなら、いつもの検索がもっと楽しく簡単に。

「地方」のランキング　もっと読む

もんじゅＰＣウイルス　韓国の動画ソフ…
【小山評定の群像（３１）】那須七騎　…
「お宝」レンズに新たな輝きを　ペンタ…
【北関東お出かけグルメ】シンプルさが…
パワハラ受けた後に警部自殺　退職の元…

フィードを購読する　フォローする　facebook,twitterでも情報配信中です

ソチ冬季五輪2014　特設ページはこちら

最新の話題

五輪"三大美女"も…特集で回想

・三重中３殺害「決して許さず…」

〔テレビ放映一覧〕

ワイナリーを活用したワインの饗宴（おもてなし）の第一弾として、ワイナリーを活用したモニターツアーコース、　第二弾として、ワインに合うグルメ、「厚さ2センチの山形牛すき焼き」夕食が全8旅館で完成したことが報道された。

メディア		時期
テレビ	TUY／Nスタやまがた	2013年10月17日
	YBC／news every	2013年10月17日
	NCV／NCVニュース	2013年10月18日
	YTS／ゴジダス	2013年10月17日
	NHK　BSプレミアム／CATVネットワークすばらしき私の街	2014年1月19日

(2) モニターツアー実施に向けた参加モニター募集・新グルメPR・情報提供

① 目的

本事業での取組み内容を地域内外に発信した。

また、モニターツアーの参加モニターの募集および新グルメのPRを目的とした情報発信を行った。

② 実施概要

○赤湯温泉旅館協同組合PRサイト(http://www.akayu-onsen.com/)

以下のサイトにて、赤湯温泉および本事業での取組内容のPRを図った。

〔コンテンツ〕

・お知らせ:赤湯温泉のイベント・体験・温泉・グルメなどの最新情報を発信

・赤湯温泉街の魅力:旅館・ワイナリー・観光施設などの赤湯温泉街を紹介

【タビカレ】リンク:赤湯温泉の 取組みページです!

「旅館とワイナリー若旦那がご案内! ワインの似合う大人のまちプロジェクト」

いま、赤湯温泉旅館協同組合青年部が中心となって取り組んでいるものです!

タビカレHP(赤湯温泉のページ)

記事を読んでいただいたら、「行きたい」ボタンクリックをお願いします!!

2013/10/28 17:45 (C) 赤湯温泉旅館協同組合

〇モニターツアー募集募集PR

以下の媒体を活用して募集情報を発信し、申込み専用サイトへ誘導を行った。

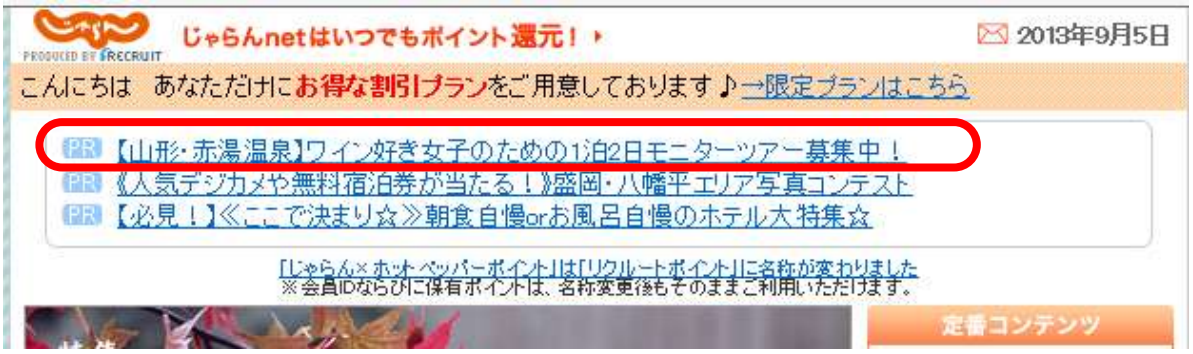
<table>
<tr><th>使用媒体</th><th>対象者</th><th>実施日時</th><th>申込みサイト</th></tr>
<tr><td>じゃらん本誌（関東東北版）</td><td>地域：東京・神奈川・千葉・埼玉・栃木・群馬・茨城の1都6県、東北6県全域、山梨、長野の各県、および新潟、静岡の一部
発売数：11.4万部</td><td>2013年
9月発売号</td><td rowspan="4">じゃらんnet内モニターツアー申込み専用サイト
（http://www.jalan.net/jalan/doc/news/button/0350712601/）

上記を経由して、以下の読売旅行申込みサイトから申込みを行った</td></tr>
<tr><td>じゃらんMOOKシリーズ　大人のちょっと贅沢な旅</td><td>地域：北海道、沖縄を除く全国
発売数：7.8万部</td><td>2013年
秋冬号</td></tr>
<tr><td>じゃらんnetメールマガジン東北版</td><td>配信先地域：東北6県全域
配信数：19.4万通</td><td>2013年
9月5日</td></tr>
<tr><td>じゃらんnetメールマガジン関東版</td><td>配信先地域：首都圏、北関東全域
配信数：171.5万通</td><td>2013年
9月26日</td></tr>
<tr><td>読売旅行メールマガジン</td><td>配信先地域：首都圏、北関東全域
配信数：5.2万通</td><td>平成25年
9月26日</td><td rowspan="4">読売旅行申込みサイト
（http://www.yomiuri-ryokou.co.jp/kokunai/detail.aspx?id=13014953）</td></tr>
<tr><td>読売旅行メールマガジン</td><td>配信先地域：首都圏、北関東、福島、宮城山形の女性会員
配信数：2.5248万通</td><td>2013年
10月7日
（臨時号）</td></tr>
<tr><td>Travel.jpメールマガジン</td><td>配信先地域：首都圏、北関東全域
配信数：15万通</td><td>2013年
9月25日</td></tr>
<tr><td>トラベルコちゃんHP</td><td>配信先地域：全国</td><td>2013年
9月24日</td></tr>
</table>

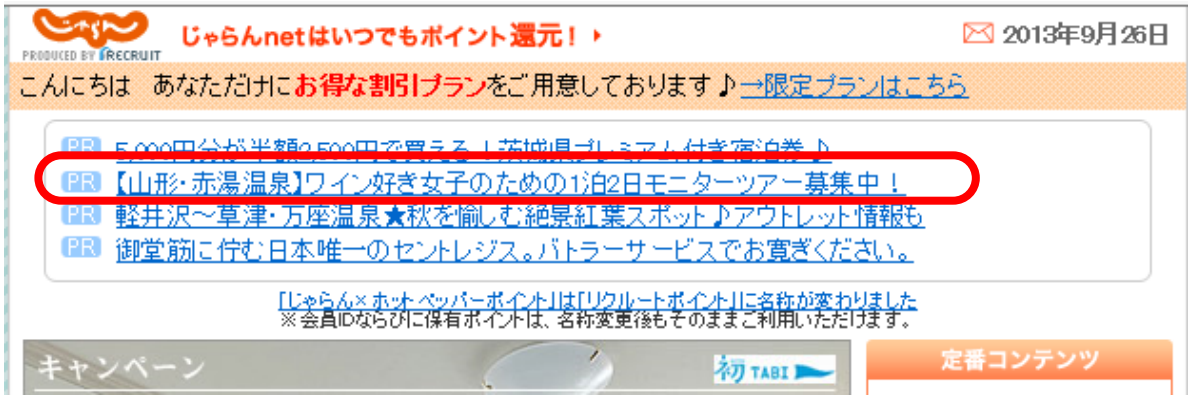
〔じゃらん本誌（関東東北版）〕

〔じゃらんMOOKシリーズ　大人のちょっと贅沢な旅〕

〔じゃらんnetメールマガジン東北版〕

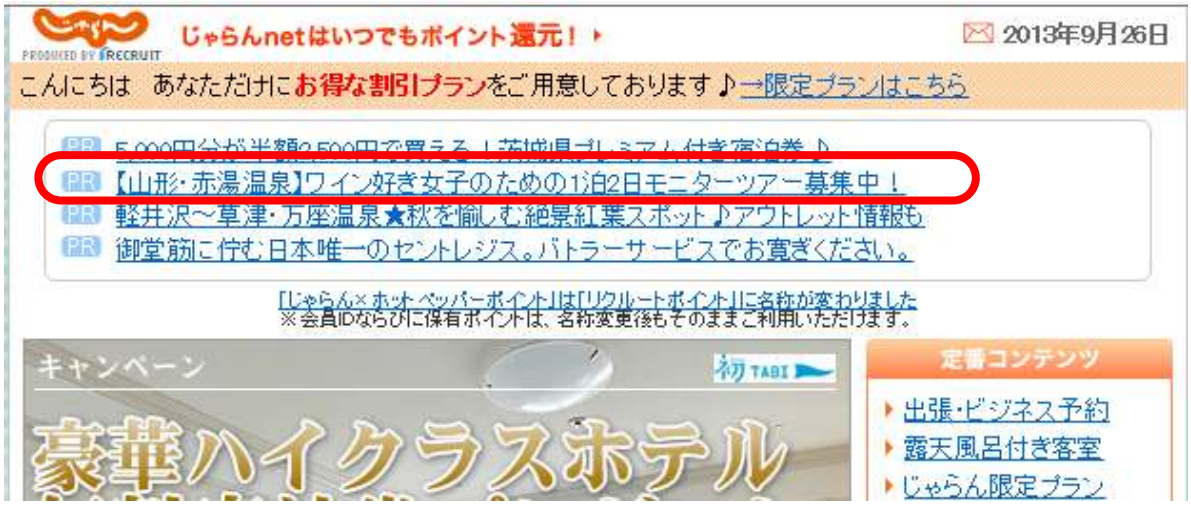


〔じゃらんnetメールマガジン関東版〕

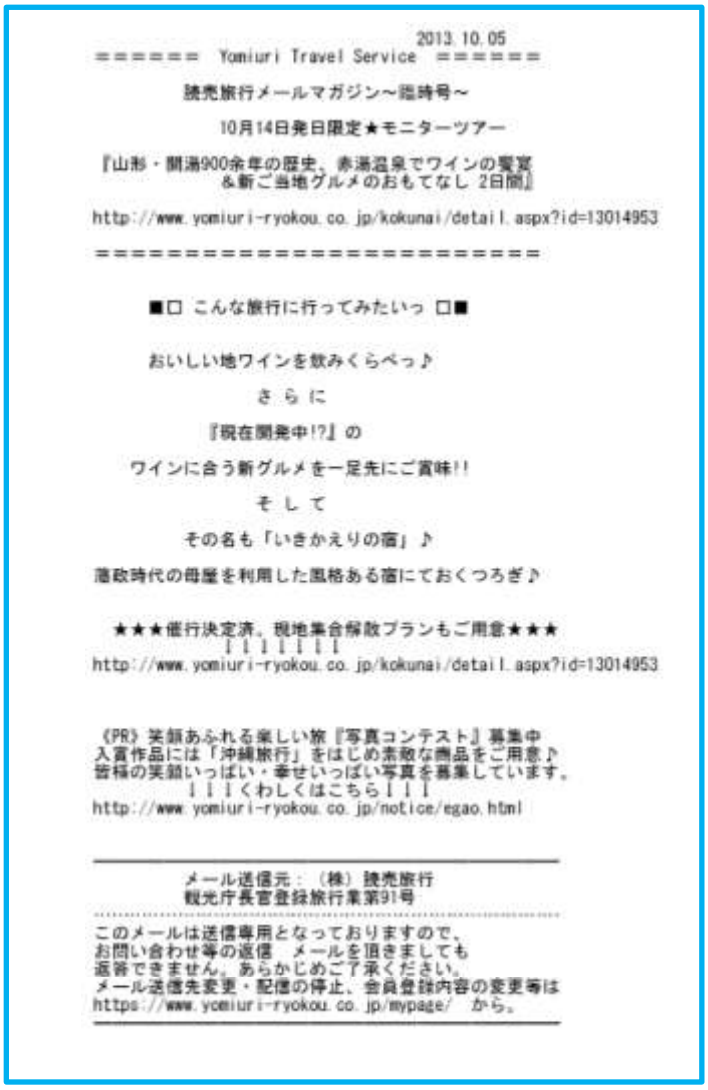


〔じゃらんnet内モニターツアー申込み専用サイト〕
(http://www.jalan.net/jalan/doc/news/button/0350712601/)

〔じゃらんnetメールマガジン関東版〕



〔読売旅行メールマガジン〕



2013.10.05

====== Yomiuri Travel Service ======

読売旅行メールマガジン～臨時号～

10月14日発日限定★モニターツアー

『山形・開湯900余年の歴史、赤湯温泉でワインの饗宴
&新ご当地グルメのおもてなし 2日間』

http://www.yomiuri-ryokou.co.jp/kokunai/detail.aspx?id=13014953

==========

■□ こんな旅行に行ってみたいっ □■

おいしい地ワインを飲みくらべっ♪

き ら に

『現在開発中!?』の

ワインに合う新グルメを一足先にご賞味!!

そ し て

その名も「いきかえりの宿」♪

藩政時代の母屋を利用した風格ある宿にておくつろぎ♪

★★★催行決定済。現地集合解散プランもご用意★★★

↓↓↓↓↓↓↓

http://www.yomiuri-ryokou.co.jp/kokunai/detail.aspx?id=13014953

《PR》笑顔あふれる楽しい旅『写真コンテスト』募集中
入賞作品には「沖縄旅行」をはじめ素敵な商品をご用意♪
皆様の笑顔いっぱい・幸せいっぱい写真を募集しています。

↓↓↓くわしくはこちら↓↓↓

http://www.yomiuri-ryokou.co.jp/notice/egao.html

メール送信元：（株）読売旅行
観光庁長官登録旅行業第91号

このメールは送信専用となっておりますので、
お問い合わせ等の返信　メールを頂きましても
返答できません。あらかじめご了承ください。
メール送信先変更・配信の停止、会員登録内容の変更等は
https://www.yomiuri-ryokou.co.jp/mypage/　から。

〔 Travel.jp〕

赤湯温泉ワインの饗宴～おもてなし～モニターツアー

@いきかえりの宿瀧波 ブックマークする

2013年10月14日～2014年10月15日

25,000円～37,000円

東京駅発

鉄道

4社のワイナリーでの試飲や縁結びにご利益があると言われる熊野大社、宿の夕食はワインに合う厚さ2センチの山形牛のすき焼きを味わうことができるモニターツアーです。 続く

■宿泊施設 いきかえりの宿瀧波
施設タイプ:旅館 / 1～5名1室
※複数の宿泊施設が記載されている場合でも確定ではありません。

■目的地詳細 山形、赤湯温泉

マイレージ | カード | フリープラン | 添乗員付 | 1名申込可 | レンタカー | オンライン | 電話 | メール | FAX | アイコンの説明

提供会社: 株式会社読売旅行 国内旅行予約センター

料金・詳細情報

〔トラベルコちゃん〕

25,000円～

2～5名1室利用

販売終了

09/21(土)00:00から
10/02(水)23:59まで販売

「10月14日限定企画」ワイン好き女子のための「赤湯ワイン＆新ご当地グルメの饗宴」じゃらんモニターツアー

出発期間 2013/10/14～2013/10/14

いいね！ Tweet

読売旅行 販売終了

〔Travel.jp メールマガジン〕

〔読売旅行申込みサイト〕

初めてのお客さま | お客さまサポート

読売旅行 | あなたの街から! 旅にでる YOMIURI TRAVEL SERVICE

営業所案内 新規会員登録 マイページ 文字サイズ 小 中 大

国内 国内旅行 バスツアー 海外 海外旅行 船旅 クルーズ

コース番号からさがす

読売旅行トップ › 国内旅行 › ツアー詳細

国内旅行 ツアー詳細

コース番号	日数	食事	添乗員	最少催行人員	取扱い営業所
100-3299	1泊2日	朝食1回 昼食1回 夕食1回付	同行	25名	本社営業所

〔本社営業所〕ワイン好き女子のための「赤湯ワイン＆新ご当地グルメの饗宴」

赤湯温泉「ワインの饗宴」

本ツアーの予約受付は終了しました。

お気に入りに登録

コースのポイント

●開湯920年の名湯「赤湯温泉」
寛治7年（西暦1093年）源義家の弟、源義綱に発見されたと伝わる温泉。泉質は含硫黄ナトリウム・カルシウム・塩化物泉。温泉街には伝統ある老舗宿からモダンな宿まで個性豊かな宿がずらり。100円から利用できる公衆浴場もあるので、一緒に楽しもう！
●食通唸る！赤湯のグルメ
赤湯温泉にはおいしい料理が集まっている。行列ができるラーメン店をはじめ、米沢牛やそば、イタリアンなどジャンルも多彩。湯だけでなく、グルメを楽しめるのも赤湯温泉の魅力だ。
●赤湯ワインの魅力
山形県内11社のワイナリーのうち、なんと4社がなんと南陽市にある。ブドウの産地・南陽から生み出される極上の赤湯ワイン。その魅力について、ソムリエの久松茂さんに話を聞いた。
・寒暖差が激しい気候の南陽市はブドウ栽培に最適です。さらに白竜湖から立ち上る水蒸気も加わり、おいしいブドウが実ります。水はけのいい山の急斜面で、太陽の光をたっぷり浴びて育ったブドウは良質な赤湯ワインの源です。南陽市にある4社のワイナリーは、大手ワイナリーとは違ったアットホームな雰囲気。工場見学で生産者とふれあうとワインの味わいも増すと思います。それぞれの違いや、新しい味の発見を楽しんでみて下さい！

※本ツアーはモニターツアーとなりますので、旅の最後にアンケートをご提出いただきます

主な観光スケジュール

日次	日程	食事
1	東京（東京駅10時08分発）・上野・大宮 ▪▪▪ ▪▪▪ 赤湯／現地集合のお客様：12時30分赤湯駅集合--【ぶどう畑のレストラン】（ご当地素材ランチ。昼食を食べながら赤湯の気候や4軒のワイナリーについての調和があります）--【ワイナリー】（須藤ぶどう酒園にてワイナリーの説明と試飲・お買物）--【熊野大社】（案内人付で幸せになれるといわれる3羽のうさぎ探しをどうぞ）--赤湯温泉（17時10分頃）《泊》 【宿泊：いきかえりの宿　龍波】 ※湯政時代の母屋を利用した風格ある宿 ※夕食は現在開発中の「ワインに合う夕食」を一足お先に味わう！ おいしい赤湯のワインと夕食で幸せな時間を！ ※夕食後、山形弁の昔話を宿でのんびりと鑑賞する「民話の夕べ」をお楽しみ下さい！	昼 夕
2	※早朝（6時発）、「雲海ツアー」にご案内<別途料金1,000円>！ ※地元の体験プログラムにご参加の方はホテル出発前に体験いただきます <別途料金1,500円> ホテル（10時発予定）--【ワイナリー巡り】（3軒のワイナリーをバスで巡る。各社で異なる味のワインを飲み比べてみて下さい※3つのグループに分かれて巡っていただきます）--【からころ館】（ランチを食べたり、共同浴場へ行ったり、お土産をみたり・・・各自自由時間をお楽しみ下さい）--赤湯／現地解散のお客様：赤湯駅16時解散 ▪▪▪ ▪▪▪ 大宮・上野・東京（東京駅18時48分着） ※バスガイドは2日間共に同行致しません ※日程内、移動時間及び観光時間はあくまでも予定であり交通機関・天候・現地事情により、旅程・見学箇所・訪問順序が変更となる場合がございます。	朝

使用マークの説明

飛行機 新幹線 ▪▪▪ ＪＲ 私鉄--バス 船・フェリー ロープ ···· 徒歩

添乗員の同行範囲

東京駅から東京駅まで同行いたします。

いきかえりの宿龍波・踊り部風景
画像提供：（株）リクルートライフスタイル

いきかえりの宿龍波・大石露天風呂
画像提供：いきかえりの宿龍波

いきかえりの宿龍波・芭蕉の湯
画像提供：いきかえりの宿龍波

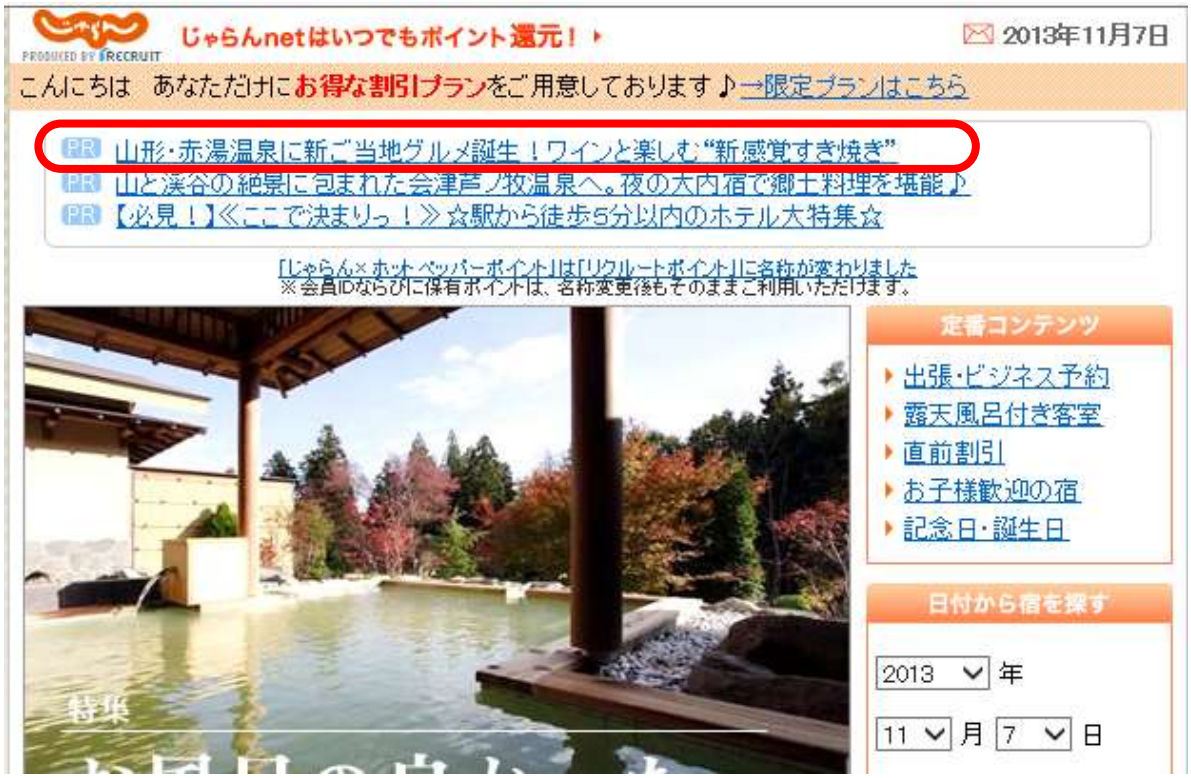
○新グルメPR

以下の媒体を活用して情報を発信し、新グルメをPRする専用ページへ誘導した。

使用媒体	対象者	実施日時
じゃらん本誌（関東・東北版）	地域：東京・神奈川・千葉・埼玉・栃木・群馬・茨城の1都6県、東北6県全域、山梨、長野の各県、および新潟、静岡の一部 発売数：11.4万部	2013年11月1日 発売号
じゃらんnetメールマガジン東北版	配信先地域：東北6県全域 配信数：19.4万通	2013年年11月7日
じゃらんnetメールマガジン関東版	配信先地域：首都圏、北関東全域 配信数：171.5万通	2013年11月14日

〔じゃらん本誌（関東・東北版）〕

〔じゃらんnetメールマガジン東北版〕



〔じゃらんnetメールマガジン関東版〕

〔新グルメPRのための専用サイト〕
(http://www.jalan.net/jalan/doc/news/button/0355109601/)

③ 効果検証

【参加モニター募集PR】

・2013年9月5日（木）配信、じゃらんnetメールマガジン東北版

・2013年9月26日（木）配信、じゃらんnetメールマガジン関東版

→メルマガクリック数1,632

→読売旅行商品ページクリック数：123

・上記含む、読売旅行ページへのクリック数

→1,362

【新グルメPR】

・2013年11月7日（木）配信、じゃらんnetメールマガジン東北版

・2013年1月14日（木）配信、じゃらんnetメールマガジン関東版

→メルマガクリック数：1,181

→新グルメ紹介ページクリック数：259

→タビカレサイトクリック数：33

【じゃらんnet「山形県南陽市」人泊数データ】

・2013年9月：851人泊（昨年対比116.7％※山形県平均109.1％）

・2013年10月：953人泊（昨年対比105.5％※山形県平均101.0％）

・2013年11月：862人泊（昨年対比120.1％※山形県平均102.6％

【じゃらんnet「山形県南陽市」発地分析データ】

・2013年9月：東北40.9％／関東44.5％（2012年度東北43.9％／関東34.9％）関東9.6ポイントUP

・2013年10月：東北44.9％／関東35.5％（2012年東北37.1％／関東37.1％）関東1.6ポイントDOWN

・2013年11月：東北45.6％／関東35.3％（2012年東北46.9％／関東32.6％）関東2.7ポイントUP

【じゃらんnet「素敵なすき焼きプラン」プラン別入込データ】

・2013年11月…6人泊

・2013年12月…19人泊

・2014年1月 …43人泊

(3) 来訪者への情報提供によるリピート推進ツール作成

① 目的

モニターツアー参加者や新グルメ付き宿泊プラン利用者などの来訪者に対し、赤湯温泉や取組などの魅力的な情報を提供し、リピート化を図るためのツールを作成した。

② 実施概要

○赤湯温泉PRサイト(http://wine.akayu-onsen.com/)

〔コンテンツ〕

・お知らせ:赤湯温泉のイベント・体験・温泉・グルメなどの最新情報を発信

・赤湯ワインの魅力:赤湯ワインの情報をソムリエやワイナリー関係者が発信

・赤湯温泉旅館の魅力:開発した新グルメを新ご当地グルメとして、宿泊施設を紹介

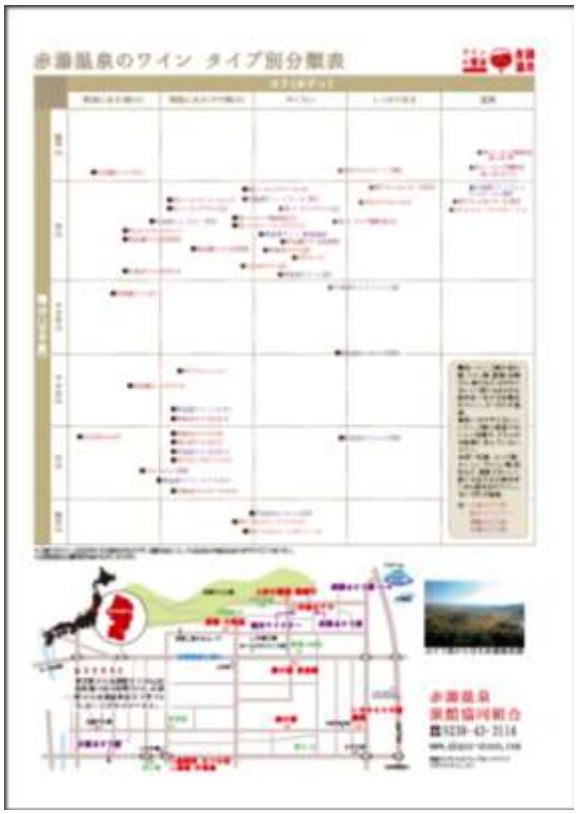
・赤湯温泉街の魅力:旅館・ワイナリー・観光施設などの赤湯温泉街を紹介

○コンセプトブック

〔タイトル〕赤湯温泉　ワインの本。

1万部　　設置場所：赤湯温泉旅館、観光案内所、ワイナリー、

モニターツアー、お披露目会での配布



自然の味わいを堪能！
伝統のノンフィルターワイン。
酒井ワイナリー

ふどうのおいしさ際立つ
個性派ワインが勢ぞろい。
大浦ぶどう酒

昔ながらの製法を受け継ぎ
ブランドワインを造り出す。
佐藤ぶどう酒

ふどう狩りも楽しめる
農園併設のワイナリー。
須藤ぶどう酒

赤湯でしか
出会えない！
素敵な
すき♡焼き

赤湯でしか
出会えない！
素敵な
すき♡焼き

～モニターツアーの実施および商品化～

(1)首都圏カスタマーによるモニターツアーの催行

① 目的

新たに開発したグルメと、それを取り入れたツアー商品をカスタマーに体験してもらい、ツアー内容の期待度・満足度、評価点・改善点、PRする上でのポイントを把握。また、実際にカスタマーを受け入れることで、地域側が実際に運営してみた結果、感じた課題感も併せて検証を実施。その結果、さらにツアー商品化する際の改善ポイント洗い出しに活用。

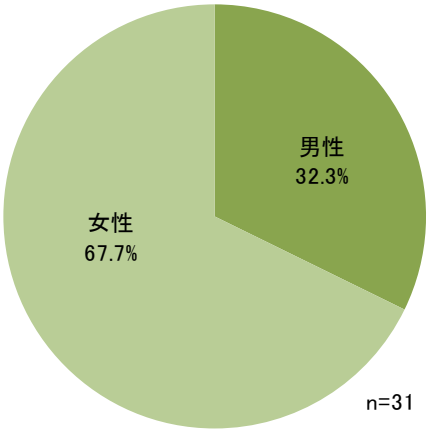
② 実施概要

○実施日時 2013年10月14日(月)～15日(火) ○旅程　1泊2日

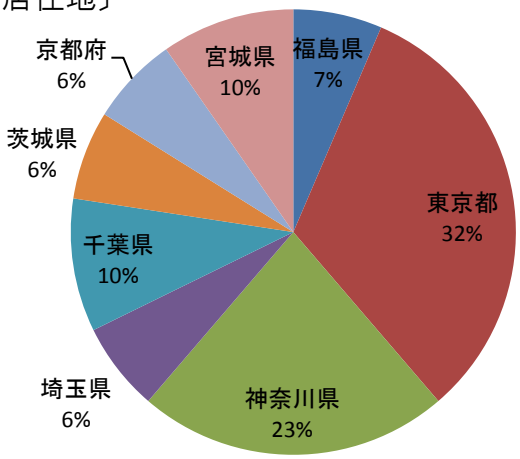
○アンケート回答者数　31名

○参加者の概要

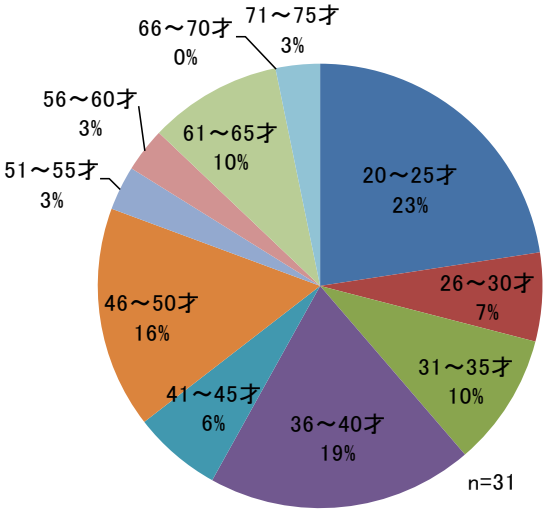
〔性別〕



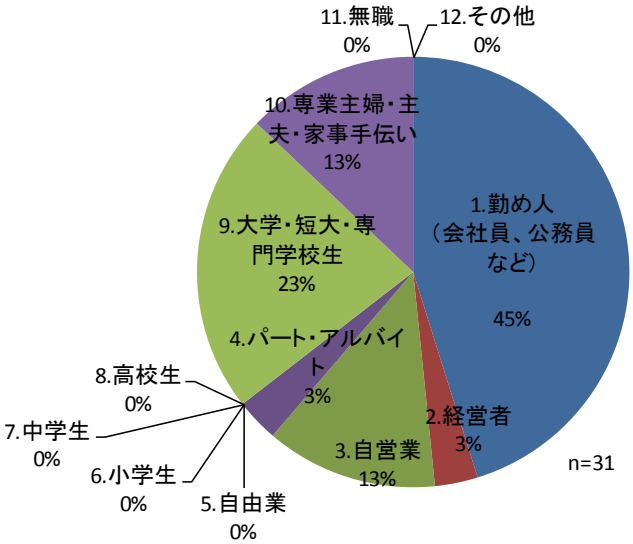
〔居住地〕



〔年代〕



〔職業〕



○旅程

1日目：10月14日

■移動（1008~1227）

東京発～赤湯着（山形新幹線）

ー1230~1300　バス移動ー

■昼食：**ぶどう畑のレストラン**（1330~1430）

（ご当地素材ランチ　2,000円程度）

【ポイント】

昼食を食べながら、赤湯の気候や4軒のワイナリーについての講話

ー1430~1500　バス移動ー

■**ワイナリー**（1500~1540）

【ポイント】須藤ぶどう酒

5分説明・その後試飲＆お買い物

ー1540~1550　バス移動ー

■**熊野大社**（1550~1635）

【ポイント】

案内人のガイド付で幸せになれると言われる

３羽のうさぎ探し

ー1635~1700　バス移動ー

■チェックイン：瀧波（1700）

~温泉満喫~

※地域ならではの体験プログラムを体験したい人は17時までに予約表を旅館の人に渡してもらう。

（オプション1,500円）

■夕食：**ワインに合うお食事**（1830～2000）

■**民話の夕べ**（2000~2040）

【ポイント】

山形弁の昔話を宿でのんびり鑑賞

●お出迎え（1215集合）

・旅館組合各宿1名参加

・法被着用

・ワイン本、ご当地じゃらん、周遊する観光施設、ふろしき2種、はまーれ申込書が入った袋を一人、一人一人に手渡し。バスの中で書類確認、はまーれ申込をチ17時までにに行うことアナウンス。

●ご当地素材ランチ

⇒商工会女性部　宝箱弁当＋飲み物

合計で一人2,000円ないで準備。

10月4日、人数確定後、発注。

請求書をモニターツアー当日、読売旅行添乗員に渡して下さい。

※担当：鈴木さん

●赤湯の気候や4軒のワイナリーについて講話

※担当：須藤社長

●須藤ぶどう酒

他のワイナリーにはない特徴5分お話⇒その後、試飲＆購入時間。有料で、ぶどう狩りなども営業していただいてＯＫ。

※9月中、1度仮予約、10月4日最終予約

担当：鈴木さん

★作成したふろしきでワインを包んだものをディスプレイとして置いて頂くよう依頼。

●熊野大社

いつも通りのご案内をして頂く。

※9月中、1度仮予約、10月4日最終予約

担当：鈴木さん

●瀧波（宿）

・チェックイン時、はまーれ予約表回収⇒はまーれ担当者に連絡

・民話の夕べ手配

※担当：須藤社長・宏介さん

1

2日目：10月15日

■雲海ツアー（0600~0700）

（コーヒー付1,000円別途）

【ポイント】10月は雲海が見えやすいシーズン！

■朝食＆朝風呂（0745～）

【ポイント】目の前でつきたてを味わえるお餅の朝食

■チェックアウト（1000）

■ワイナリー巡り バスで巡回

（2グループに分かれて）

【ポイント】5分説明・その後試飲＆お買い物

大浦 ぶどう酒 1010~1050	佐藤 ぶどう酒
佐藤 ぶどう酒 1100~1140	酒井 ワイナリー
酒井 ワイナリー 1150~1230	大浦 ぶどう酒

■からころ館（1240）

フリータイム・ランチスポットご紹介

からころ館でアンケート記入

※オプション（1330~1550）

□前日申し込んだ方は

体験工房はま~れで体験

（1,500円別途）

必・アンケート全員分回収⇒コピーを佐藤へ

■からころ館　集合　（1600）

ー1600~1610　バス移動ー

■移動（1620~1848）

赤湯発~東京着（山形新幹線）

●雲海ツアー

代金はお客様から直接回収して下さい。
後から回収はできません。
ツアー代金に含まれていません。

●各ワイナリー

他のワイナリーにはない特徴5分お話⇒
その後、試飲＆購入時間。

※9月中、1度仮予約、10月4日最終予約
担当：鈴木さん

★作成したふろしきでワインを包んだものをディスプレイとして置いて頂くよう依頼。

●フリータイム

・ランチスポットご紹介
・アンケートは、できるだけ新幹線に乗る前記入して頂くようアナウンス

※ランチスポット、カフェなど、紹介する店舗が分かる配布資料、えんぴつなど、準備してください。
担当：からころ館

●はまーれ

代金はお客様から直接回収して下さい。
後から回収はできません。
ツアー代金に含まれていません。

●お見送り（1550集合）

・旅館組合各宿1名参加
・法被着用

2

モニターツアー配布資料一覧

〔ワインの本〕

〔オリジナルふろしき※白も制作〕

〔南陽じゃらん〕

〔旅程表〕

〔体験工房はまぁ～れ申込書〕

〔その他〕

・熊野大社パンフレット

・ワイナリー4社パンフレット

・赤湯温泉MAP

・アンケート

③ 実施結果

○実施風景

〔ブドウ畑のレストラン〕

〔熊野大社〕

〔宿での夕食〕

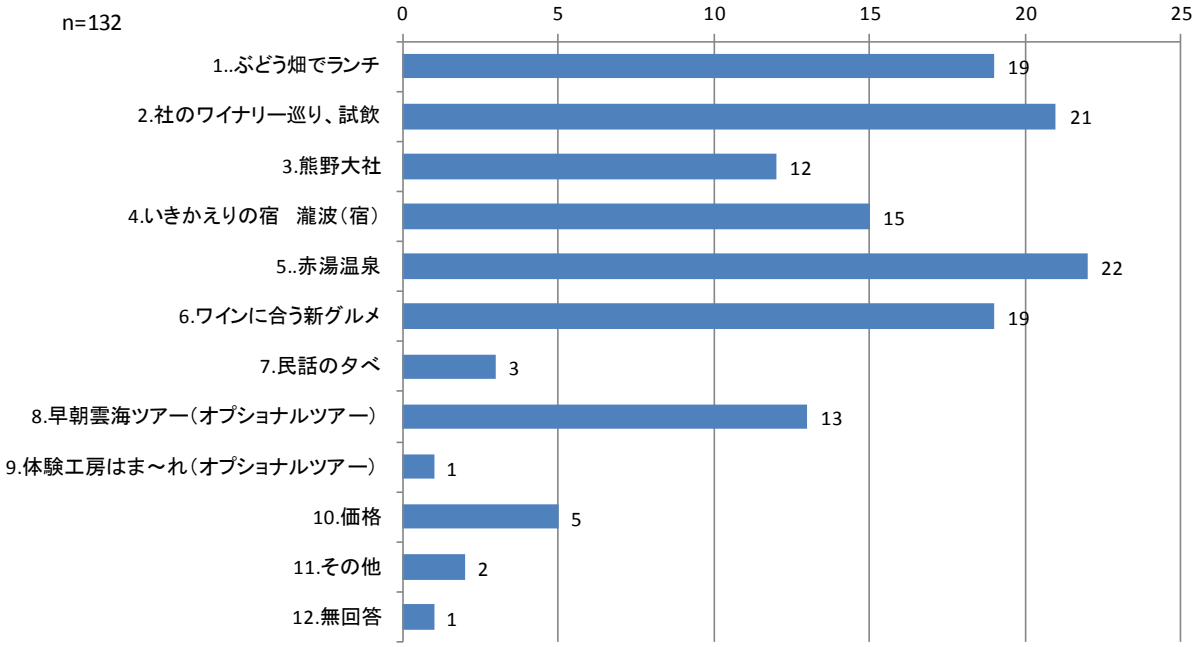
〔民話の夕べ〕

〔宿での朝食〕

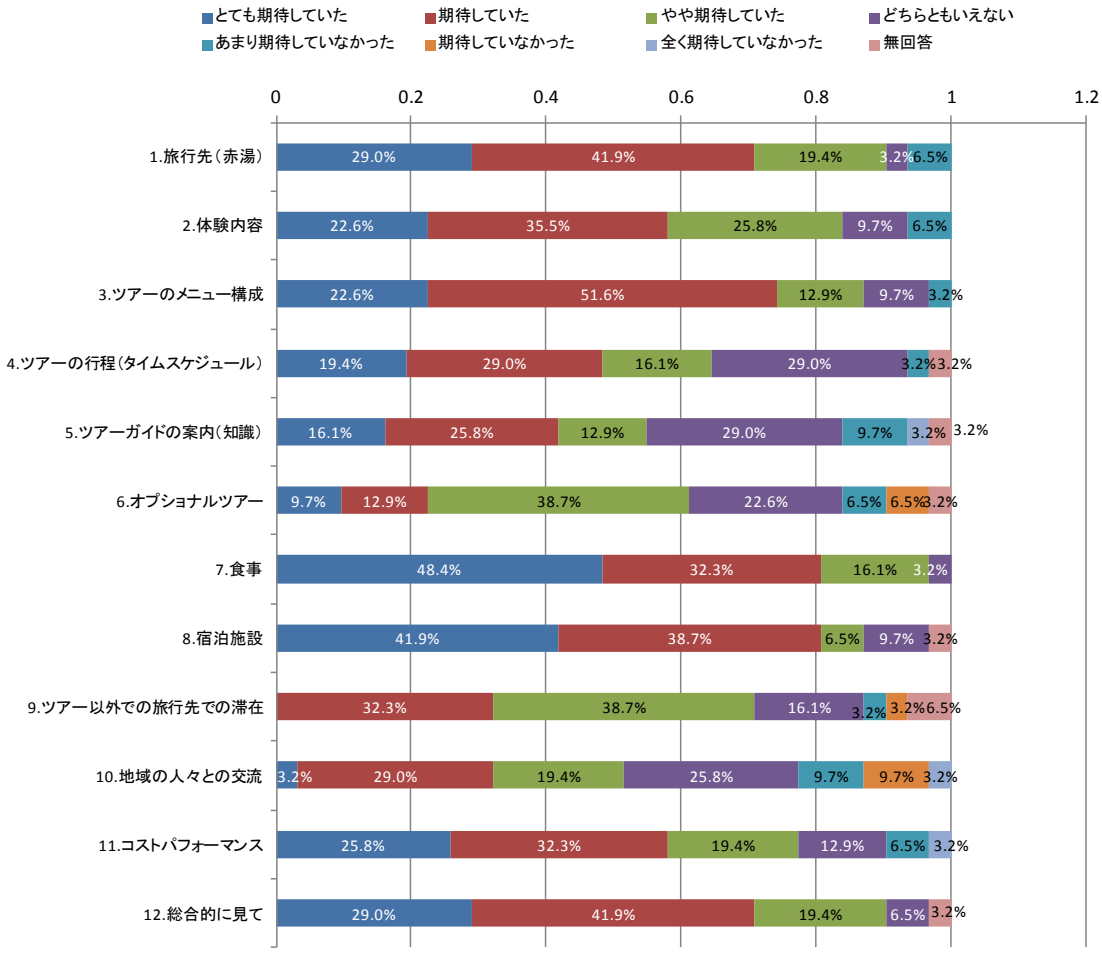
〔大浦ぶどう酒〕

○アンケート結果

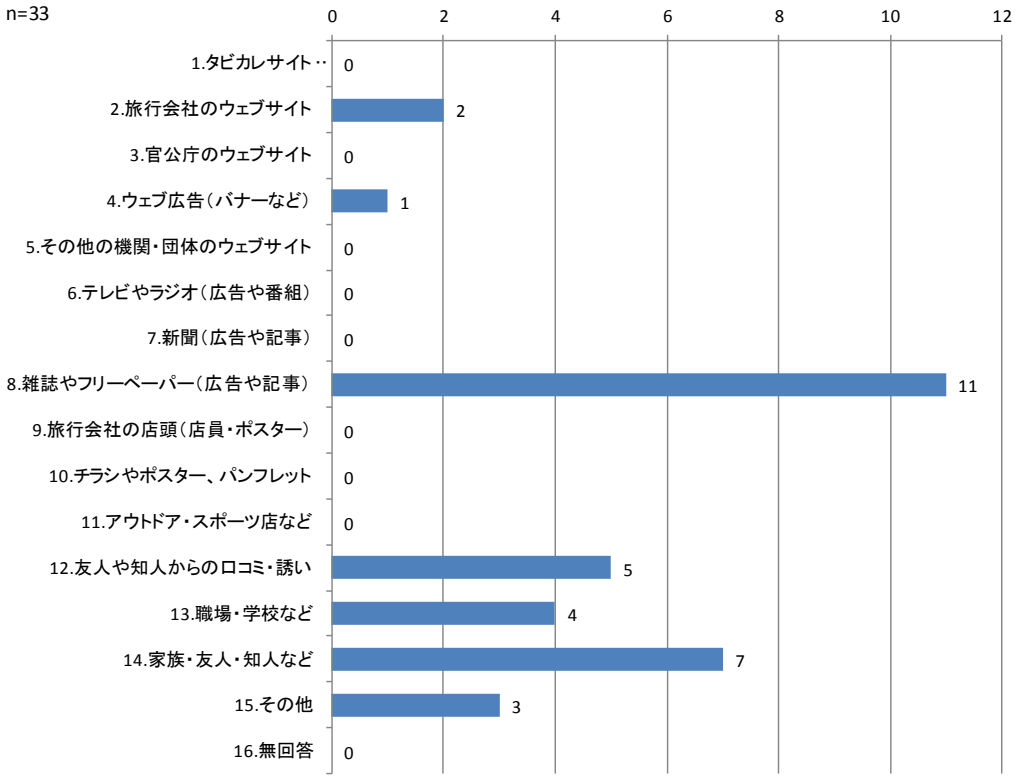
Q1　ツアー参加前に、魅力に感じたこと



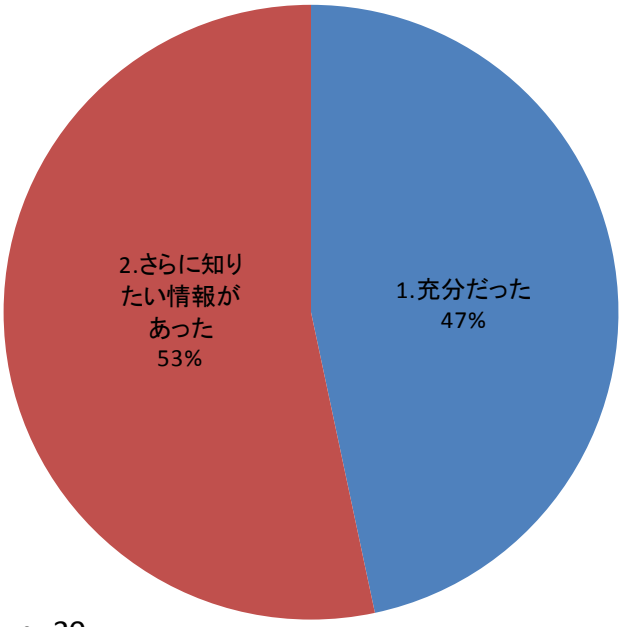
Q2　ツアー申込み時の期待度



Q3 ツアー認知の情報源



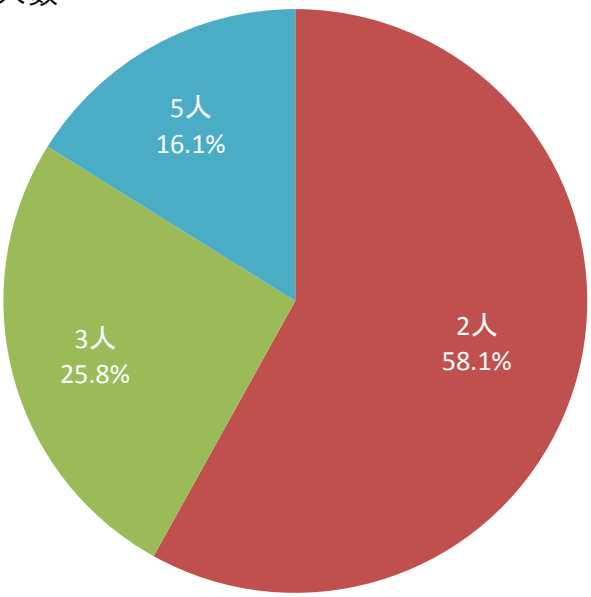
Q4 ツアー参加の際の情報の充足度



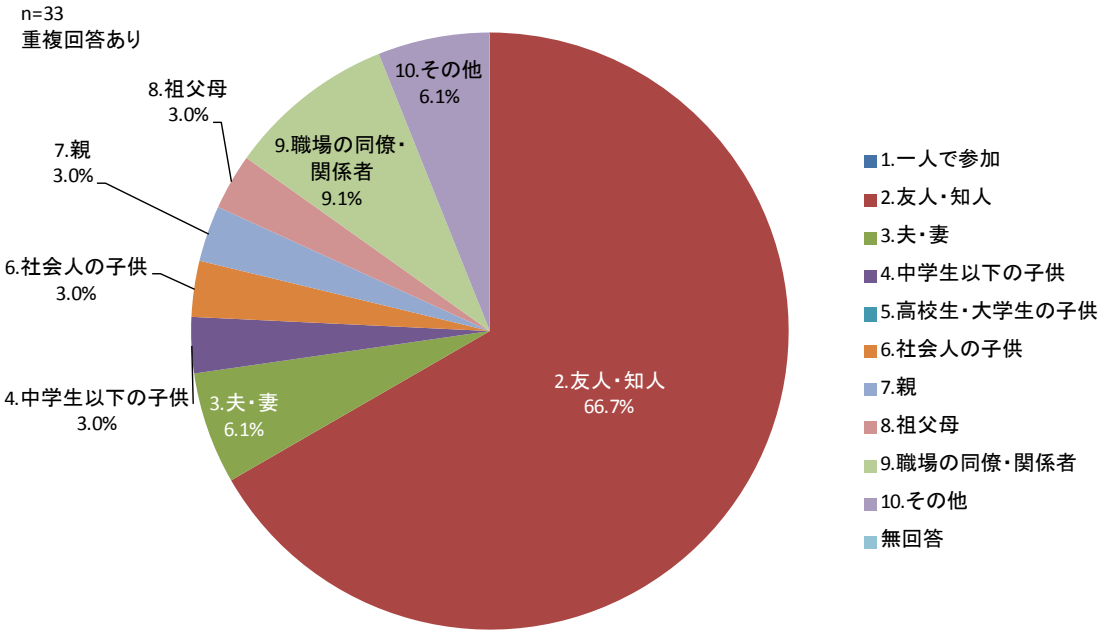
n=30

◆ 知りたい情報
時間割が細かいと良かった
限定のワインなど
熊野大社について
天候、気候
荷物とか
現地天候、ワイン畑巡りで歩くこと
現地での散歩・夜歩きスポット情報
タイムスケジュール
宿でのアメニティー等
それぞれの時間的なもの
赤湯で他に何ができるのか
時間割りをより具体的に
オプションコース等

Q5 ツアーの同行人数



Q6 ツアー同行者の属性



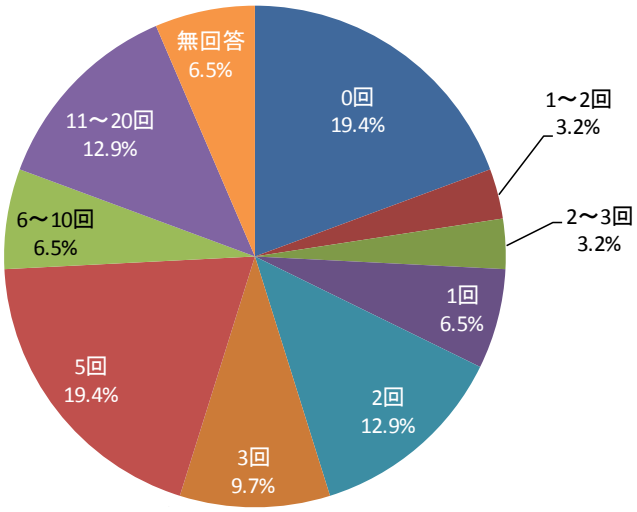
Q6-1 「社会人の子供」の費用支払い

1.社会人の子供	2.あなたご自身	3.その他
0	1	0

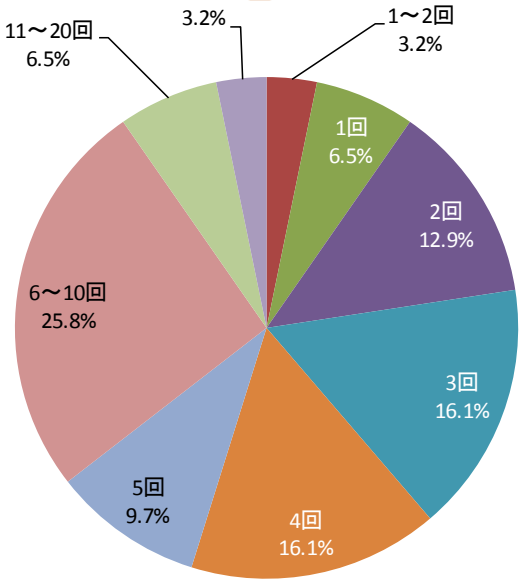
Q7　年間の旅行回数および宿泊数

〔日帰り旅行の回数〕

n=31

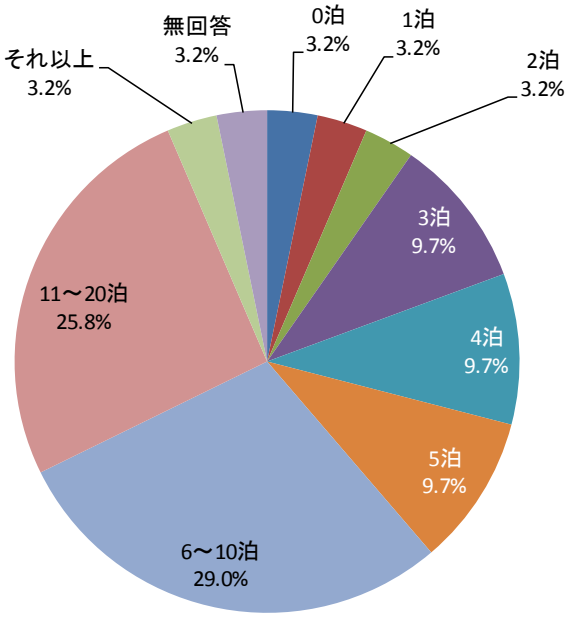


〔宿泊旅行の回数〕



n=31

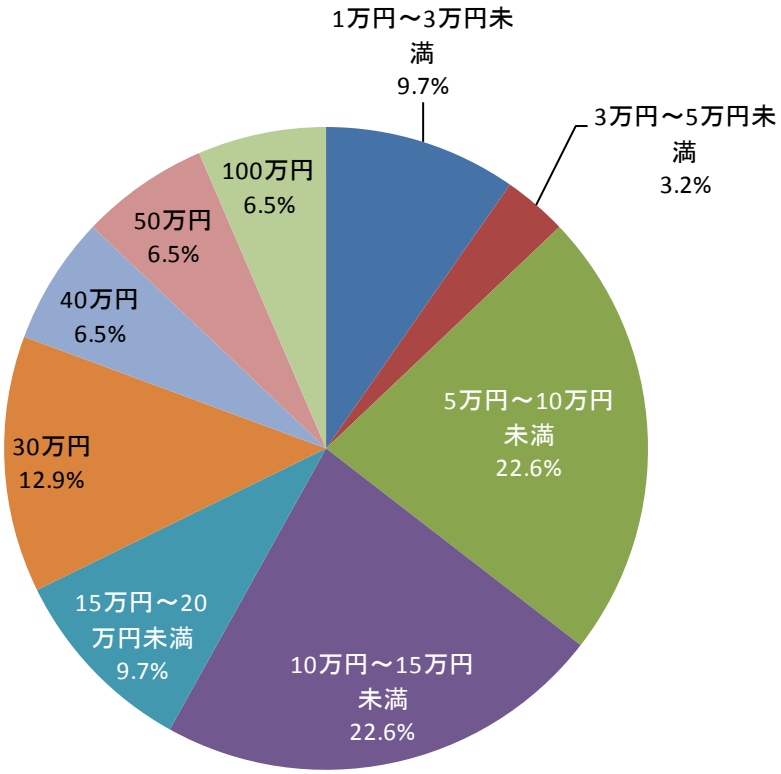
〔昨年の宿泊数〕



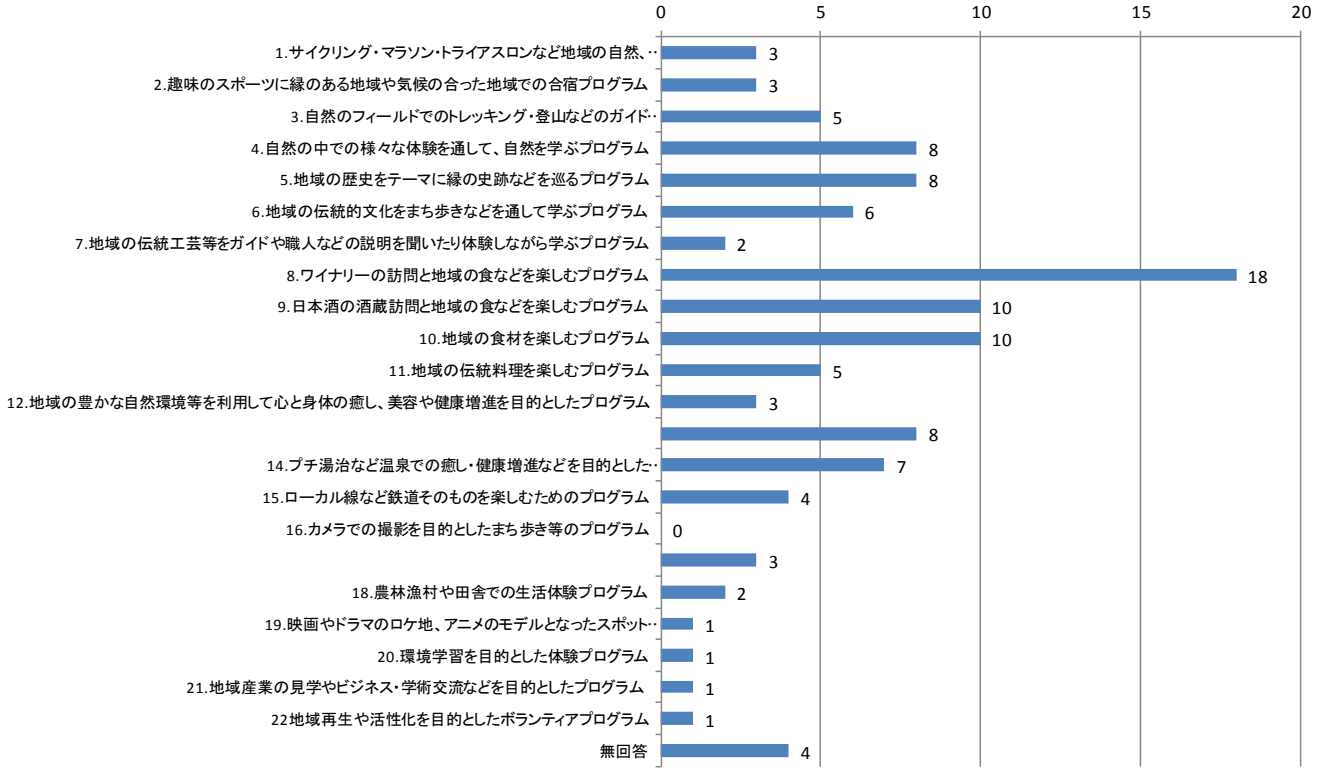
n=31

Q8　国内旅行にかける費用（年間）

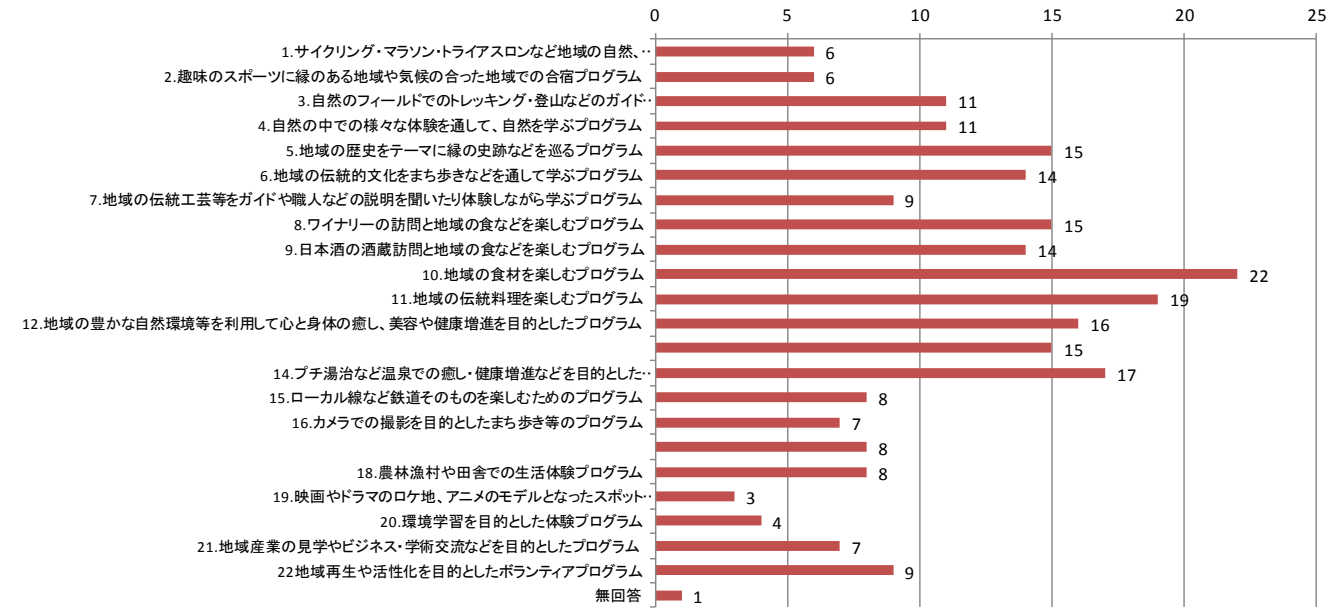
n=31



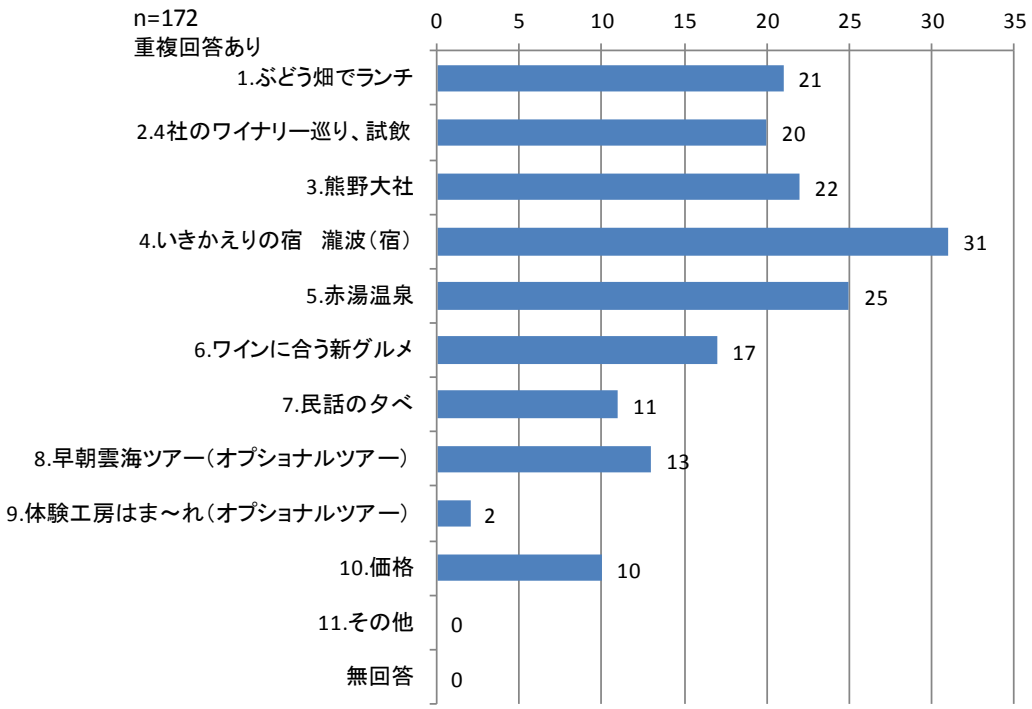
Q9　以下の地域観光等プログラム・ツアー参加有無



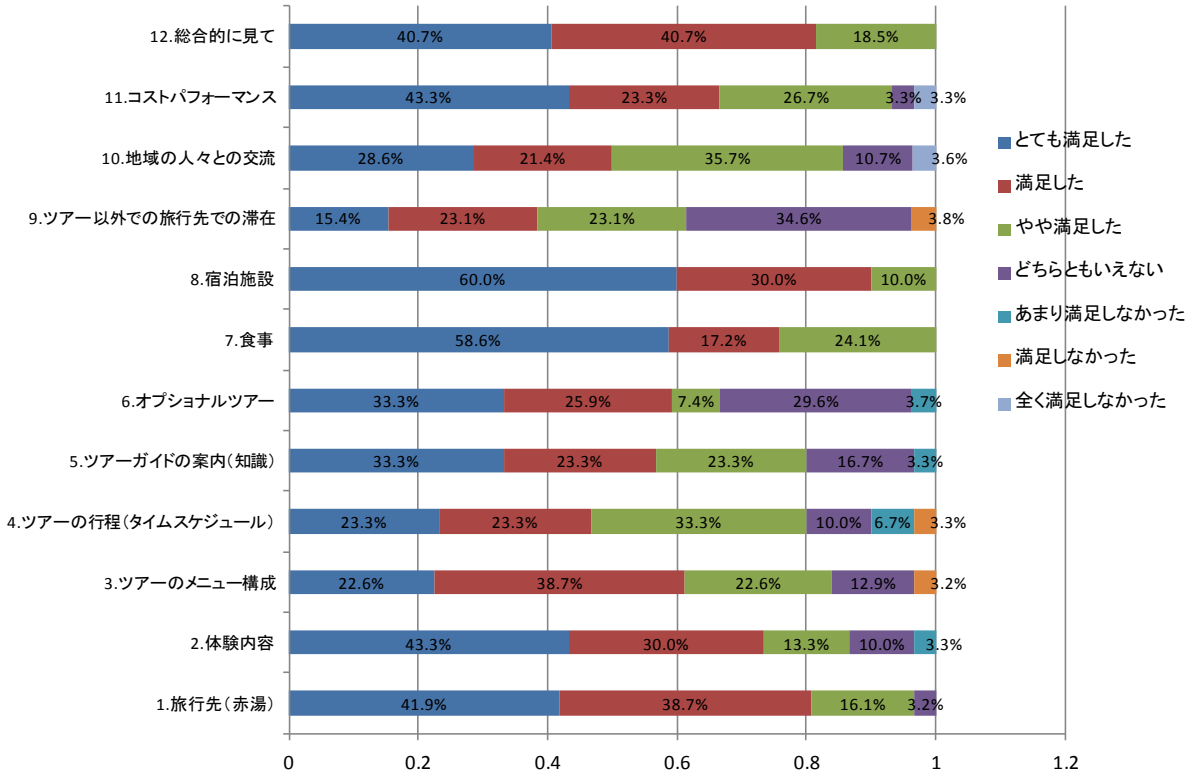
Q9-1　また参加したいと思う地域観光等プログラム・ツアー



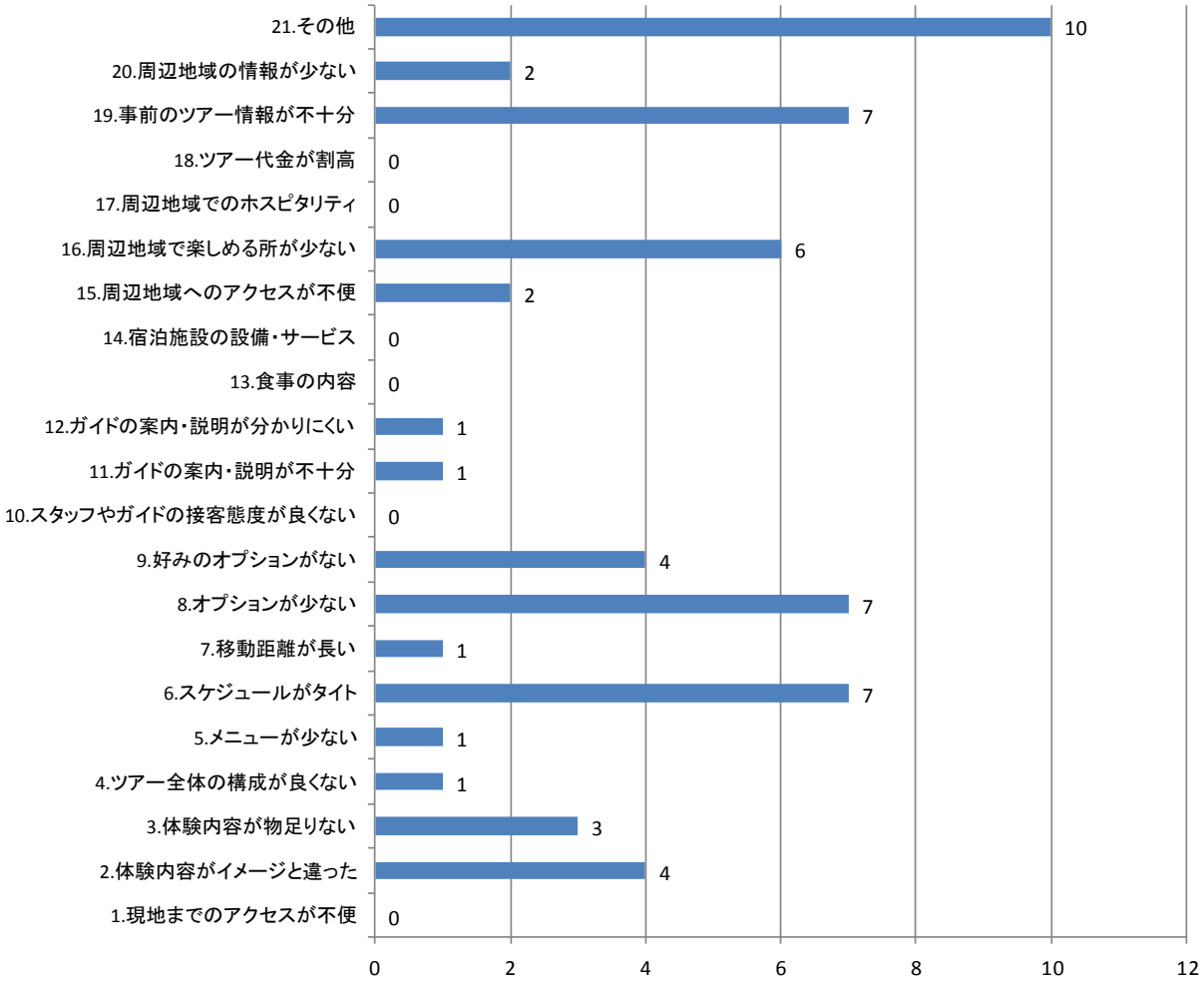
Q10　満足・良かったツアーコンテンツ



Q11　ツアーの項目別満足度



Q12　満足しなかった点

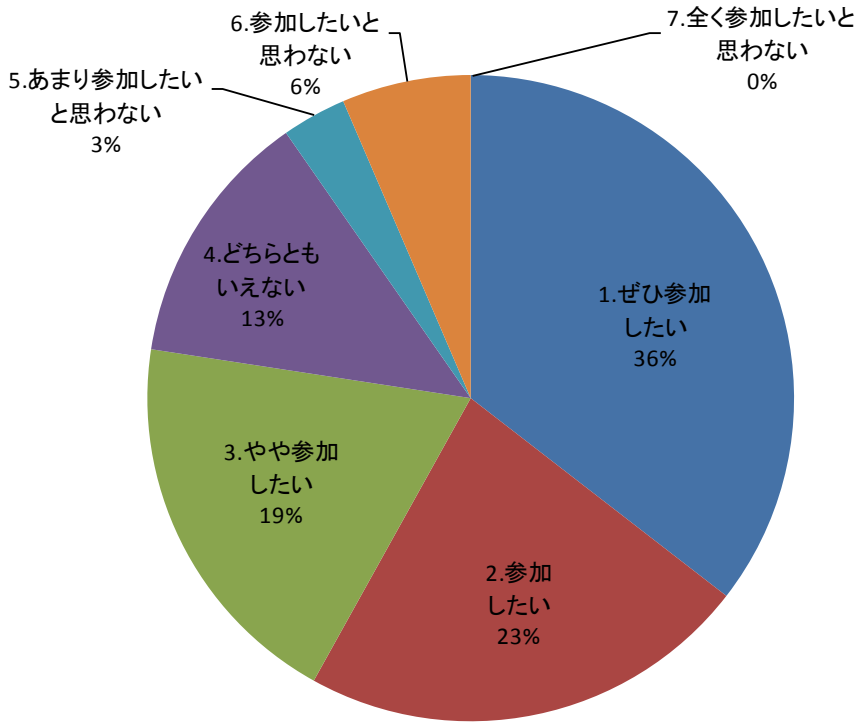


◆その他理由
ぶどう畑でのランチの場所が思ったより遠かった・・・。事前に、虫ささされ予防の情報があるとありがたかった。
待ち時間が少し長かった。※時間を守ってくれない方が決まっていたような・・・。
お酒大人なのに子供がいた。びくりした。
ワインの企画に乳幼児が同行はびっくりした
早朝のオプション後、朝食から出発までの時間が短く温泉に入る時間が足りない
ワインの饗演を考えると
ぶどう畑のランチはとてもすてきでしたが、歩く距離が長かった。もう少し近い方が年配の方も楽だと思った
ランチスポットまでの距離と日差しよけがなかった事
項目6に〇の理由：2日目のチェックアウトまでスケジュールがタイト

Q13　ツアー内容に対するご意見・改善が必要と思われる点

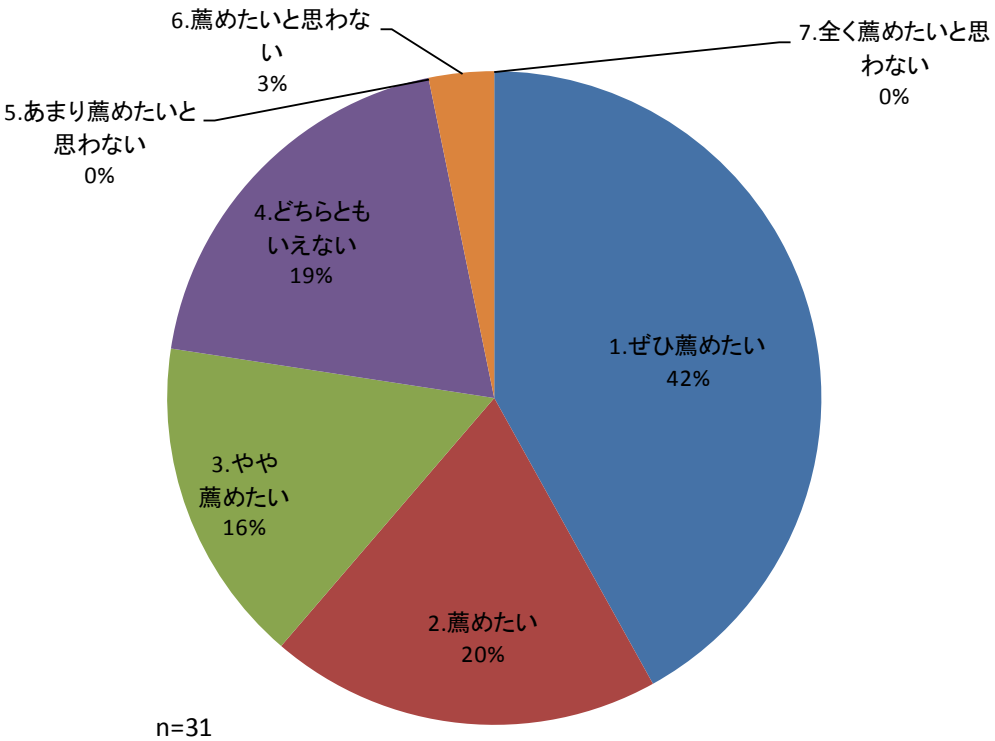
山形のアピール、観光スポットをもっと見たかった。
ランチの際の（ぶどう畑）場所までの道がもうすこし整備されていると良かったかな・・・と思います。思ったより少し大変でした・・・。けれど見晴らしがとても良かったので、+（プラス）－（マイナス）0ゼロというより、プラスα と言ったところです！お弁当とても美味しかったです！ディナーのお肉には驚かされました！とてもおいしかったです。鉄板焼でも良かったかな・・・と思います。肉本来のうまみで、ご飯が沢山すすみます!!
初めのぶどう畑でのランチ場所までの道のりが大変だったことのみを除いては、他は大満足です！食事は本当に大満足で、文句なし。ランチの場所も、道の整備さえされていれば!!スポットもとても良くて、イイ所・案だと思いました。
朝のプログラムがあるのであれば、夜のプログラムは無しでお願いしたいと思いました。休日と平日の組み合わせ日程は友人を誘いづらいです。
ツアーなのである程度仕方ないものの、スケジュールがタイトに感じました。また宿泊先は選べるともっと良いかも。新しいグルメをせっかくなので食べ比べしたい。ランチに他の宿で食べられるとか。
ぶどう畑でのランチ場所は歩く時間がながすぎた。ランチの内容は良かった。・夕食は、お酒の来る時間が長すぎた。お酒はもっと速く出してほしい。・お肉は美味しかったが、すき焼きにしたら味が濃くなりせっかくに肉がもったいない。・朝食のおもちつきは楽しかった。・宿のおもてなし、気配りは（ご主人，若）うれしかった。お湯も良かった
山形の寒さをもっと伝えてほしかった。宿泊施設は従業員さんも丁寧でとても良かった
4件のワイナリーを回ったが、試飲はそれぞれのワインなり一で行った後に1か所（例えばカラコロ館）で全てのワイナリーのワインが購入出来る方が良いと思います。何本も購入出来ないので1件目より2件目、2件目以降のワインはどんな味なのかと思ってしまい、買いそびれてしまうワインが出てしまうし、ワイナリーさんにとってもマイナスと思います。 ・今回のツアーの対象が（ターゲット）が明確でない（年齢層、性別等） ・ツアー名だけを見るとおいしいワインを飲みながらのグルメを楽しむように見えるが、1日目の昼食はレストランではないので、あれだったら、ぶどう畑でワインを飲みながらお弁当を食べるとした方がよい。ただし夕食の米沢牛のすき焼き他は大満足です。 ・アンケートは、初日集合時に手渡してほしい。色々覚えていられないし、旅行はすでに始まっているのだから。 ・いきかえりの宿 瀧波の社長さんの赤湯温泉に対する一生懸命さが伝わってきてとても感動しました。 ※「大人の贅沢な旅」を見て問合せ先の読売旅行に電話した所、雑誌にはツアーNo.が書かれていなかったので日付とツアー名を言ったのですが、その時の男性の対応が「そんなツアーがないと言わんばかりの対応でものすごく気分が悪かった。どの雑誌に掲載されているのかは、のせたのだったら知っているべきです。
雲海ツアーはもう少しちゃんと希望をとってもよかった気がする。朝早いのはまだしも追加料金がかかるのでしっかり参加者に選択させた方がよいと思う
・旅行会社のパンフレットと実際の内容が思ったのとちがっていた。「ワイン好き女子」とあったので、もっと食もワイナリーもおしゃれな所かと思っていた。ワインの説明ももっときちんと教えてほしかった（昼食の時） ・地域の町おこし的な事であれば、パンフにもっとわかるように説明書があった方が良いと思う。（それはそれで事前にわかった方が良かったと思う） ・当日いただいた、ワインの説明パンフ内容はバスの中とかで説明した方が購入意識が高くなると思う。 ・ランチでのワインは飲み放題だったが、何がどこのワインか説明もなく、白と赤しか聞いてなかったので、飲んでないワインもあった。ワイナリーで「昨日、ランチで飲んだ…」と説明されても「・・・」ですので、ランチの時に説明してから全員に飲んでもらった方が良いと思った。 ・旅行会社と赤湯温泉観光協会との温度差があり主旨が伝わりにくかった。現地の方はいっしょうけんめい盛り上げてくれたと思う ・赤湯温泉のますますの発展をおいのりします！
ぶどう園のランチ、下のぶどう園で食事をしてから上で眺望の方が良かった。レストランという案内は違うと思う。ランチで飲んだワインの良さが生かされてないので、ランチの内容を再検討すべき。お弁当としては美味しかったです。瀧波さんでの食事は、宴会場でなく民家の良さを生かした他の部屋が良いと思う。配膳の人は終わった器をすき焼きまでに下げた方が良い。
・ワインの餐宴とは言えなかったと思います。夕食にまず5種盛りに合う白ワインを出すべきでした。赤ワインの出るタイミングも遅すぎます。お肉の説明をしている時にすでに出すべきでした。甘口ワインは合わず…。ワインを有料でももっと飲ますべきです。ワインの説明も不十分。ソムリエが説明するべき（ワイナリーの人でも）。夕食の会場が非常に残念。どこの温泉でもみられる宴会場ないんて味気なし。石韻亭蔵座敷や昆龍軒・庄屋座敷が良かったな。 ・ぶどう畑のランチにピザはどうですか？地産地消で米粉ピザとかおかひじき、キノコを使ったピザ。漬け物、野菜スティックもワインに合いますよ。下の本当に畑の下で。ワインは翌日にいく1社に限定してワインバー（テーブルでOK）にして認識しながらのむと次の日に買いやすい ・語りべは楽しいのですが、イスが苦痛。コーヒー、デザートをのみながらいろりとかがいいなあ。 ・夕食はQ13で回答した通り。こちらも1社にしてワイナリーの人の説明をききながらの方がよい。スキヤキはゆかたに臭いがついて眠るにはつらかったです。 ・ワインは、最初に行った店で買ってしまう傾向がありますね。 ・普通に温泉ツアーとしては非常に良かったです。ただワインとの饗演となると勉強不足。タイミング、使う時を間違えていると思いました。ワインも食材も、宿もいい物がそろっているので、それを上手に組みあわせれば、いまあるもので洗礼されたいいツアーができると思います。
夕食のとき、お冷や下さいと2人の方に頼んだのにもって来てもらえず、若だんなに頼んだら、もってきて頂けた。
2日目のチェックアウトは、温泉をもう少しゆっくり楽しむためにあと1時間程遅くても良いと感じた
初日のランチはちょっと遠かった。良ければ、パラグライダーの場所でのランチが良かった。2日目　温泉での店が少なすぎ、どこか見どころがほしい
とても内容が充実していてすばらしかった。お宿様のホスピタリティもすばらしく、また赤湯に訪れたいと思う。夕食のすきやきは味つけがもう少し薄味でも良いと思った。
夕食のすきやきが煮詰まってしまった点。とっても美味しいお肉だったので残念。よそのテーブルも同じ様だったので煮つまらないように改善してほしい。あと、夜、寒いのでくつ下が部屋にあるとよいと思います
もう少しくわしいタイムスケジュールが事前に渡されてもよかったように思う。

Q14　今後のツアー参加意向



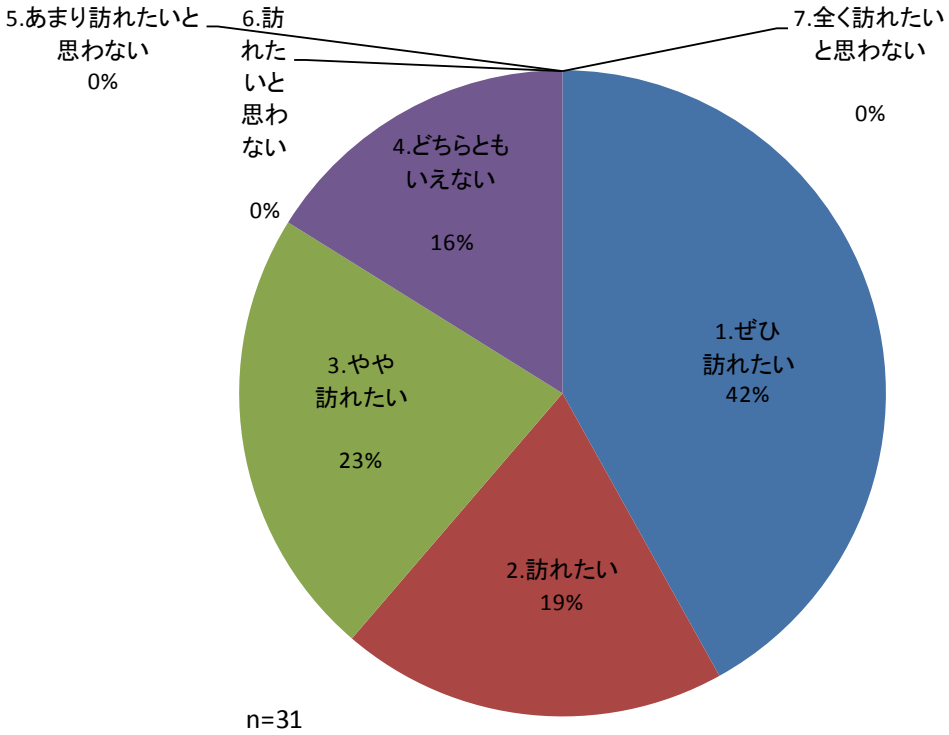
n=31

Q15　友人へのツアーのお薦め度

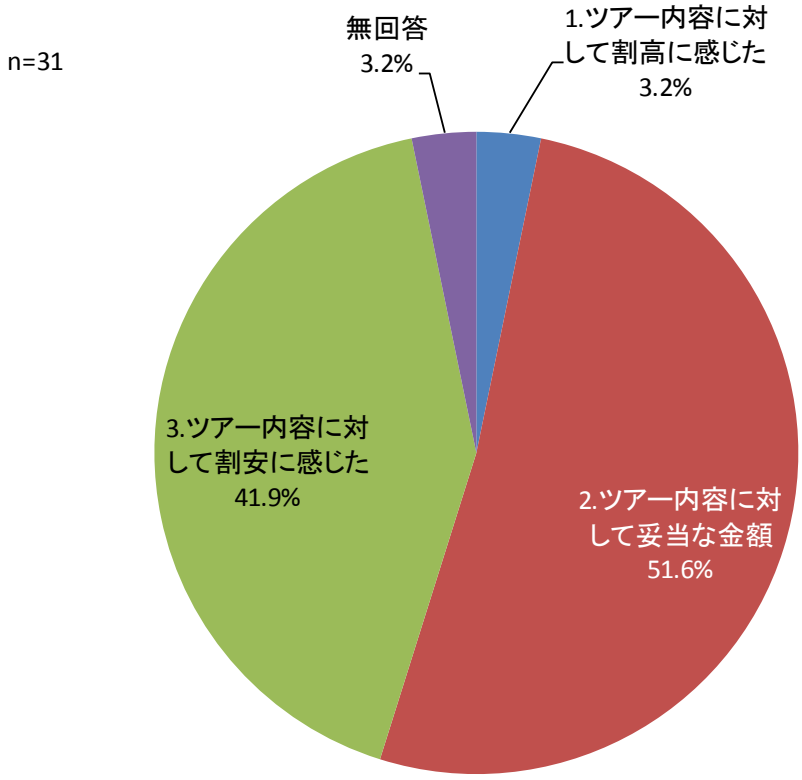


n=31

Q16　今回のツアー訪問地域への再来訪意向



Q19　ツアー価格に対する意識

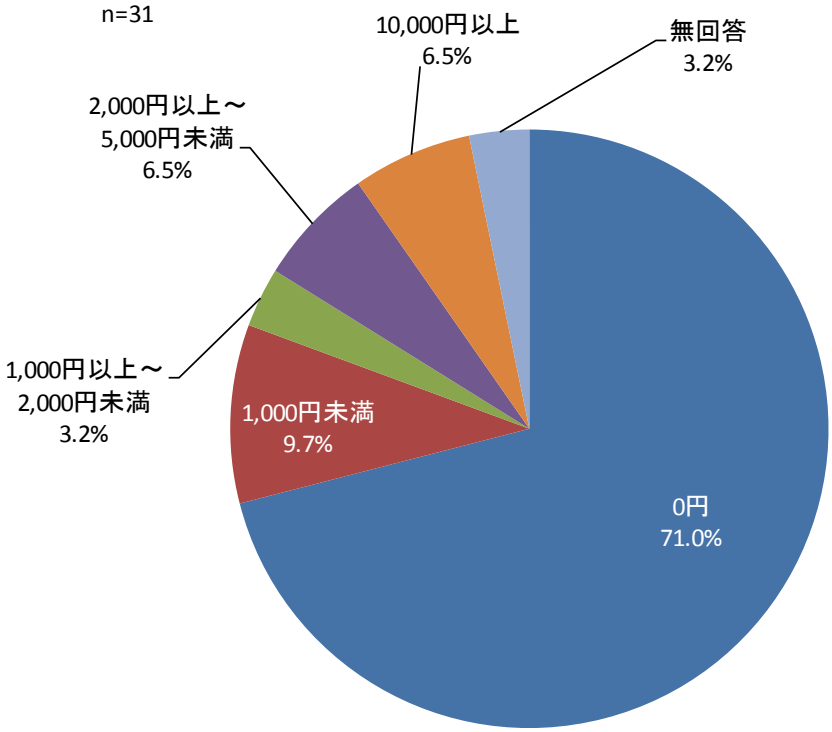


Q17　今回にツアーで支払った費用（ツアー代金以外）

人数	①飲食費（ツアーに組み込まれたもの以外）	②当ツアー内で購入したもの	③土産・買い物など当ツアー以外で購入したもの	④交通費	⑤その他
平均額	2,685	3,180	1,920	1,567	1,922
0円	6.5%	12.9%	22.6%	22.6%	16.1%
1,000円未満	6.5%	3.2%	3.2%	9.7%	0.0%
1,000円以上～2,000円未満	35.5%	12.9%	16.1%	35.5%	6.5%
2,000円以上～5,000円未満	35.5%	32.3%	25.8%	12.9%	0.0%
5,000円以上～10,000円未満	6.5%	19.4%	12.9%	3.2%	6.5%
10,000円以上	9.7%	3.2%	0.0%	3.2%	0.0%
無回答	0.0%	16.1%	19.4%	12.9%	71.0%
合　計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

⑤その他	その他理由
7,000	アロママッサージ
1,000	雲海ツアー
7,800	マッサージ
1,500	–

Q18　ツアー参加の準備にかかった費用

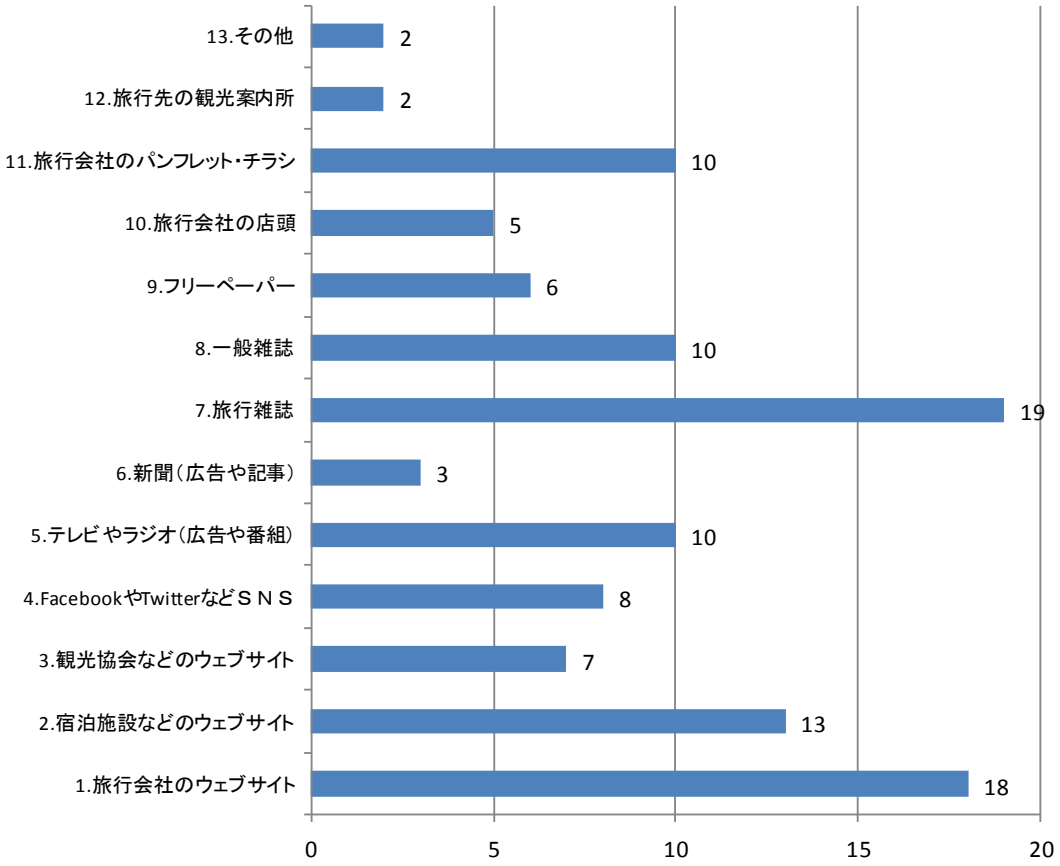


Q20　ツアー料金に対する評価

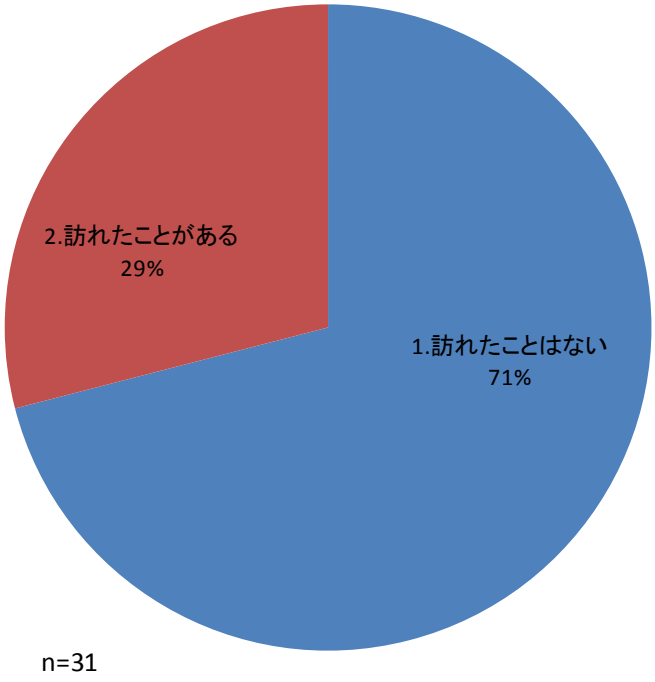
◆平均金額

	東京発着平均	現地発着平均
①いくら位から「高い」と感じはじめますか。	31,960	23,333
②いくら位から「高すぎて買えない」と感じ始めますか。	36,920	28,833
③いくら位から「安い」と感じはじめますか。	21,952	15,500
④いくら位から「安すぎて少し不安」と感じ始めますか。	14,160	9,833

Q21　普段利用している情報源のうち、今回のツアー情報発信に適切と思う情報源



Q22　これまでの赤湯温泉への来訪経験



(2) モニターツアー結果による課題点の洗い出しおよびブラッシュアップのための商品改善ワークショップの実施

① 目的

開発しモニターツアーを実施し、検証した結果をプロジェクトメンバーにフィードバック。今後の商品化に向けた改善点を洗い出し、改善のうえ商談会に参加。

② 実施概要

○実施日時・場所

2013年12月6日（金） 11:30～14:30 場所：ゆーなびからころ館

○参加者

10名（赤湯温泉協同組合および同青年部／目利き／じゃらんリサーチセンター）

○検討内容

・モニターツアーアンケート結果の共有

・お披露目会アンケート結果の共有およびメディア報道の共有

・今年度取組に対する振り返り

・商談会イベント（2月）についての検討

③ 実施結果

①モニターツアーアンケート結果共有

■ツアー参加前の期待度、参加後の満足度を比較すると全体的にＵＰしている。
特に、「地元の人との交流」ができるメニューにおいて評価が高い。
■期待度よりも満足度が下回っている項目としては「ツアーのメニュー構成」があげられている。
■その要因となっているのは、大きく分けて３つに分類される。
①事前情報不足
（タイムスケジュール、気候、ランチの場所への距離など）
②オプションメニュー不足
③周辺観光

この要因を解決し、より魅力的な商品にしていくためのアイディア

＜アンケートで評興味度の高かったメニューより＞
①自分で収穫したブドウでジュース作り
①自分で収穫したブドウでオリジナルワイン作り
③ブドウ畑でワイン＆軽食ピクニック
④ソムリエによるワイン講座
⑤ブドウの収穫を手伝う農業体験

＜その他のアイディア＞
・新グルメのランチ
・ハングライダー

今の商品にひと手間加えることで、より魅力的な商品になると感じます。

商談会に向けて、準備できるオプショナルメニューの検討をしませんか？

②お披露目会アンケート結果共有・メディア報道共有

■地元、メディア（11名）合わせ、54名の参加
■新聞、テレビ合わせて9メディアが報道

■「ワイン×料理」というテーマについて
・旅館のみなさんの熱い想いが伝わった
・赤湯の特色を生かすことに対して、ふさわしいテーマ
・他の食材との相性についても研究してほしい
■「素敵なすき焼き」について
・各旅館の特徴が出ていて美味しかった
・米沢牛を使った料理も検討してほしい
・各旅館を周りたくなる
■「ワインの本」について
・南陽のワイン入門としてはＧＯＯＤ
・データに基づいた分かりやすい解説と分類◎
・ワインを知る上で参考になる教材。これをベースにポケット版もあれば便利
■今後の展開について
・地元飲食店でもワインに合う料理提供をしてもらい、より一層アピールした方が良い
・秋の収穫祭としてイベントとしても企画してほしい
・季節ごとのテーマで料理を出していってほしい
・旅館業に限らず、若い2世同士が集まる場がもっとあっても良い

継続、他事業者の巻き込みを期待する声が大きいと感じます。

来年度以降、ワイナリーはもちろん、飲食店、地元農業事業者とも

協同しながら事業を発展させていくのはいかがでしょうか？

③今年度振り返り

【佐藤氏より】
短期間で、ここまで仕上げられたことはとても素晴らしい。
「今後の展開はどうなるんだ？」という声が多いので、組織としての意見を決定させておかなくてはならない時期になっているので、下記をする必要があるのでは？

①モニターツアーの声から、必ず対応しなくてはならない部分をピックアップ
②次年度以降、骨子をどうするか、何を残すべきか決定
③国産ワインの注目が高まる中、この地域ならでははは何なのか？来年度以降は何をしたいのか？明確に方向性を持つ

＜地域側より＞

■グルメの提供は継続したい
→他の旅館も入れて13件でのメニュー提供、レギュラー商品として
→そのためのルールや統一条件があってもいいのでは？

■ワイナリーも話し合いの場に参加してもらえるようにしたい

【佐藤氏より】
・箸休めに、やめてしまった菊料理を活かすなどの工夫
・地元の人が味わえる場の提供

■売り上げの拡大につなげるためには？

【佐藤氏より】
・一定期間で何食売るかの目標設定をし、宿、協会、事務局それぞれが役割分担。
・何をするためにいくら必要なのか明確にし、足りなければ補助金獲得なども視野に入れる。（開発費が必要なのか、ＰＲ費が必要なのか？）
・自腹を切ってでも、やるくらいの気持ちがなければ、継続的な成果を出すのは難しい

・ワインの饗宴というくらいなので、今の料理にプラスアルファで、もう一品くらい開発があってもいいのでは？
・フードコーディネーター、料理研究家とのタイアップもいいのではないか？

■お披露目はしたが、まだ浸透までできていない。来年は、認知させることに重点を置いて進めていくべきではないか？

【佐藤氏より】
・地元で流行っていないものを観光客は求めない。
地元の人がワインを飲んでいるのか？地元の人が新グルメを味わえる場はあるのか？

★地元の飲食店で地元のワインが提供されている状況を作る
★地元が新グルメを味わえる機会を作る

★このすき焼きをどうしていくのか？旅館全体での話し合いの場の設定、売り上げの目標設定をするべき。

■11月7日、ビジネスマッチ東北2013に参加してみて、
1、「厚い肉を使ったすき焼き」はキラーコンテンツになり得る
2、モニターツアーやＤＣだけではなく、継続することが重要
とアドバイスをもらった。

■「厚さ2センチの山形牛・2度美味しい（ステーキ＆すき焼き）」は継続し、さらに一品追加できればいいのではないか？

■赤湯といったらこれ！となるまで継続していきたい

【佐藤氏より】
・地域が開発した商品をエージェントに見せたとき、「インパクトがない」と言われることが多い中、評価をもらえたことは素晴らしいこと。次のステップとして、

★「厚さ2センチの山形牛」というだけではなく、赤湯でしか作れなくなるような、他の地域では真似できないようなルール設定が必要
※例えば、料理に赤湯のワインが必ず入っていないとダメとか。

■継続していくためには、地元への認知度アップの協力依頼が必要
※例えば、飲食店や飲み屋への協力依頼

■仕入れた分で余りが出てしまうことがある。それをうまく地域でシェアできる仕組みなどもできたら◎

【佐藤氏より】
・無駄出さないシェアの仕組みができたら、注目度は高い

★東京オリンピックまでを目標に、この取り組みを継続発展させてみてはどうか？

「ワインの饗宴」ツアー商品として

■周遊コースは既存のものをベースに、
ワインに関するオプショナルメニューの充実

【検討期日】2月の商談会までに検討

新グルメ「素敵なすき焼き」について

■通年メニューとして継続
■他の地域が真似できないルール決め
（例：料理に赤湯のワインを使う、
料理に合わせた赤湯産のワインを必ず1杯提供する）
■他旅館への展開依頼（目標は13宿全てで展開）
■1か月あたりの、販売目標設定
■地元の方が新グルメを味わえる場の設定

ワインの饗宴　体制について

■東京オリンピックの年までに「ワインの饗宴」体制を磨き続ける

■まずは、旅館組合＆協会としてどういう方向に向かいたいか骨子を決め、
それに必要な協力者を巻き込み、一緒に話し合いを進めていく。
※シンポジウム、お披露目会参加メンバーからピックアップ。
（例：ワイナリー、飲食店、農業事業者、ＪＲ，メディア、行政）

■すぐできる行動→「地域の飲食店に地元のワインを置いてもらう」

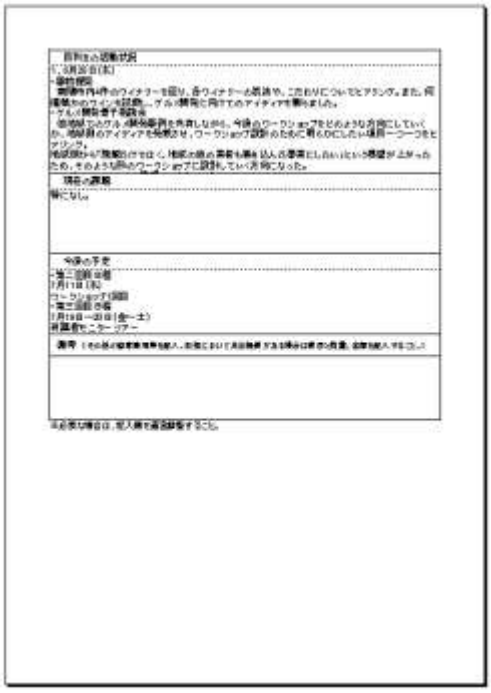
【佐藤氏より、商談会に向けてのワンポイントアドバイス】
・旅行会社が扱っている山形の旅行パンフレットを集める
・その旅程の中で、「この部分を赤湯地域の商品に変えませんか？」
という提案をするとＧＯＯＤ

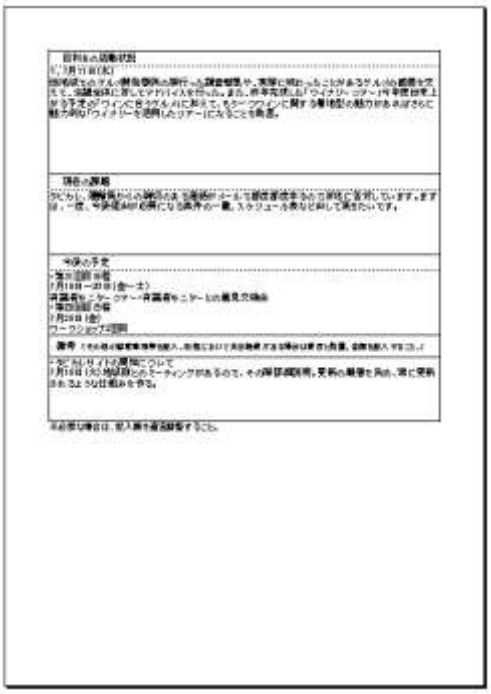
4. その他観光庁と連携して実施した業務

1）業務遂行中における業務内容に関する報告

毎月1日、15日に観光庁指定の様式に基づき東北運輸局に報告した。

〔報告書類〕





２）ポータルサイトでの情報発信

（1）「タビカレポータルサイト」の概要

国内の新しい観光地づくりの取組を応援し、今までにない78の観光地の魅力開発と旅行商品化を推進するため、国土交通省観光庁が開設。
78地域の開発への取組み過程やモニターツアー情報、お得なプログラム情報を発信するとともに、一般閲覧者の意見を反映する投票制度を展開。

投票結果によるランキングも発表している。

〔トップページ〕

（2）投票結果

・「行きたい！」数：【243ポイント】

（各地域のページに設置された“行きたい”ボタンが押された数）

・行きたいランキング：全78地域中【48位】

・総合ランキング：【33位】

（行きたい数、アクセス数、一般閲覧者のコメント数 等を総合して算出）

・赤湯の最新情報発信数：【12件】

タビカレHP

〔トップページバナー〕

〔取組詳細ページ①〕

〔取組詳細ページ②〕

タビカレHP

〔新着情報ページ①〕

［新着情報ページ②］

〔取組詳細ページ③〕

〔取組詳細ページ④〕

タビカレHP

〔新着情報ページ⑤〕

［新着情報ページ⑥］

〔取組詳細ページ⑦〕

〔取組詳細ページ⑧〕

タビカレHP

〔新着情報ページ⑨〕

［新着情報ページ⑩］

〔取組詳細ページ⑪〕

〔取組詳細ページ⑫〕

３)タビカレ学園祭への参加

日程：2014年2月1日（土）～2月2日（日）　　場所：東京ビックサイト

＜概要＞タビカレ学園祭において、今年度取り組んできたワインの饗宴～おもてなし～ツアーの紹介や新グルメのPR、地域資源のPRを行った。

（1）参加者

赤湯温泉旅館協同組合　歌丸裕介（組合長）、丸森周平（青年部長）、
鈴木秀範（事務局）、須藤清市（観光協会長）、
伊東敏（山形県観光物産協会東京支部長）
地方事務局（2名）

（2）出展状況

・商談ブース
・飲食ブース（「厚さ2センチの山形牛すき焼き＆ぶどう液セット」300食販売）
・修了プレゼン

（3）結果

〇総合結果　総合部門：24位

〇商談ブース

	エージェント名	商談内容
1	クラブツーリズム	「旅の友」（会員誌）にて募集型で「赤湯すてきなすき焼き」プランで企画ができるかどうか　。2日間の滞在メニューと季節をいつにするか今後検討。
2	近畿日本ツーリスト	東北隣県からの誘客施策とし山形赤湯温泉へ「赤湯すてきなすき焼き」プランで宿泊商品化をできないか検討。
3	JTB（東北、北海道、西日本、コーポレートサービス）	取組概要の説明、ワイン本等観光資源の説明。
4	観光経済新聞社	
5	交通新聞社 フリーライター	

〇飲食ブース

・「厚さ2センチの山形牛！素敵なすき・焼き＆ブドウ液セット」800円

・約300食販売

＜取材メディア＞

・TBSテレビ「朝ズバ！」

2014年2月3日（月）6：15～約10分放送

・日本テレビ「NEWS　ZERO」

2014年2月2日（日）夜放送

＜その他＞

・お土産ブース出展者、他出展ブース担当者とも名刺交換。

商品化の商談でき、赤湯の食材での煎餅づくり、美味しいコーヒーの提供が実現に向けて一歩前進した。

また、南陽市のブドウが美味しく育つ環境の一つとして、南陽市の白竜湖があるが、毎年開催している白竜湖弁才天祭礼祭を更によくしていくためのアイディアを龍神神楽を地域資源としている地域の方から学ぶことができた。

タビカレ学園祭　実施風景

〔商談ブース〕

〔飲食ブース〕

〔修了プレゼン〕

〔メディア取材風景〕

〔終了プレゼン〕

［販売した料理］

Ⅲ　今後の展開に向けた課題と対応策

1. 対象地域の効果検証

1）ツアー対象地域・ツアーの認知度向上（HPのアクセス数）

→赤湯温泉旅館協同組合HP

2012年度（9月～11月）49,885件

2013年度（9月～11月）44,798件

→南陽市市HPアクセス数※南陽市よりデータ提供

2012年度（9月～11月）43,378件

2013年度（9月～11月）60,104件

2）調査対象地域への入込客数増加

→南陽市観光客入込数　※南陽市よりデータ提供

観光客数（赤湯温泉の宿泊＋日帰り）
2012年度（9月～11月）　40,204人
2013年度（9月～11月）　39,816人

3）調査対象地域への宿泊者数の増加

対象地域において、９月にモニターツアー告知、１１月に新グルメPRを実施。

→赤湯温泉宿泊数　※南陽市よりデータ提供
2012年度（9月～11月）　34,812人
2013年度（9月～11月）　33,796人

※入込客数、宿泊者数の減少について…10月～11月は、地域の一大イベントである菊祭りがあるが、2013年度同時期に別地域で全国菊花大会が別地域で開催されていたため、来訪が減少した。

→じゃらんnet南陽市への人泊数データより、

2013年9月：851人泊（昨年対比116.7%※山形県全体昨年度比109.1%）

2013年10月：953人泊（昨年対比105.5%※山形県全体昨年度比101.0%）

2013年11月：862人泊（昨年対比120.1%※山形県全体昨年度比102.6%）

と、どの月も山形県全体の伸び率より上回る結果となった。

４）送客したツアー客による地域での消費額や支出の広がり

モニターツアー時、アンケートを実施

→モニターツアーアンケートQ17より、

①飲食費：平均2,685円

②ツアー内で購入したもの：平均3,180円

③土産・買い物など当ツアー以外で購入したもの：平均1,920円

④交通費：平均1,567円

⑤その他：平均1,922円

※その他：アロママッサージ、雲海ツアー、マッサージ

今後の消費額拡大へのヒント

→モニターツアー追加アンケートにおいて「このツアーに組み込まれていたら良いもの」「その価格」について設問を設けた。

＜組み込まれていたら良い項目　上位5つについて＞

①自分で収穫したぶどうでオリジナルワイン造り：平均価格3,705円

②自分で収穫したぶどうでジュース造り：平均：価格1,482円

③ぶどう畑でワイン＆軽食でピクニック：平均2,150円

④ソムリエによるワイン講座：3,875円

⑤ぶどうの収穫を手伝う農業体験：1,011円

５）ターゲットとする層（関東エリア）の増加

→じゃらんnet発地分析データより

2013年9月：東北40.9％／関東44.5％（2012年度東北43.9％／関東34.9％）

関東9.6ポイントUP

2013年10月：東北44.9％／関東35.5％（2012年東北37.1％／関東37.1％）

関東1.6ポイントDOWN

2013年11月：東北45.6％／関東35.3％（2012年東北46.9％／関東32.6％）

関東2.7ポイントUP

６）関連する施設利用者、イベント、大会・着地型観光への参加人数

→ワインイベント（ワインフェスティバル）※南陽市集計データより

2012年　第37回　　売上　334,000円（167人）※市内向け

第38回　　売上　651,000円（217名）

2013年　第39回　　売上　252,000円（126名）※市内向け

第40回　　売上　612,000円（204名）

※第39回は天候不良のため来訪者減少、第40回は、締切を昨年より短縮、またPR費も削減したことにより、減少した。

→駅の駅　ワインの売り上げ※南陽市観光協会集計データより

2012年9月　197,765円（154本）

10月　247,332円（181本）

11月　250,204円（180本）

2013年9月　208,841円（151本）

10月　187,466円（138本）

11月　224,318円（166本）

※2011年度は、9月　258,961円（182本）、10月　300,373円（224本）、11月　195,976円（145本）と、年々減少している中、9月においては、今年度の減少率を抑えられたと言える。

→熊野大社入込※熊野大社ヒアリングより

2012年9月：4,617人／2013年9月：5,199人（昨対比112.6%）

2012年10月：5,302人／2013年10月：6,000人（昨対比113.2%）

2012年11月：4,511人／2013年11月：6,002人（昨対比133.1%）

→ワイナリー※ワイナリーヒアリングより

＜大浦ぶどう酒＞

2012年9月：571名／2013年9月：790名（昨対比138.4%）

2012年10月：786名／2013年10月：863名（昨対比109.8%）

2012年11月：821名／2013年11月：1018名（昨対比124.0%）

【フリーコメント】ワインのガイドブックがお客様に好評です。

＜須藤ぶどう酒＞

2012年9月：110名／2013年9月：200名（昨対比181.8%）

2012年10月：90名／2013年10月：140名（昨対比155.6%）

2013年11月：20名／2013年11月：20名（昨対比100%）

※酒井ワイナリー、佐藤ぶどう酒は非公開。

7）関連する新規ツアーやイベント造成件数

○商品化された新規ツアー

①JR提携4旅館において、2014年4月～9月 「素敵なすき・焼き」を
グレードアップメニューとして販売予定※チラシ未完成

②JR提携2旅館において、2014年4月～9月「赤湯素敵なすき・焼き」を
夕食メニューとして提供＋同じく官民協働事業に取り組んだ「フラワー長井線」
とのタイアップ商品を販売予定

③JTB提携旅館において、2014年4月～9月「赤湯素敵なすき・焼き」を
夕食メニューとして提供予定。（熊野大社企画）※チラシ未完成

④近畿日本ツーリスト提携旅館において、2014年1月～3月「赤湯素敵な
すき・焼き」を夕食メニューとして提供。

［④近畿日本ツーリスト　チラシ］

［②JR　チラシ　※校正途中］

○その他地域の自発的な動き

シンポジウムでの要望をきっかけに市内観光関係者に向けて、ソムリエ久松氏が講師となり、「赤湯ワインの勉強会・ワインの本活用講座」を開催。

日時：2013年11月18日（月）

時間：13時～15時

場所：赤湯温泉保養所むつみ荘　大会議室

参加者：旅館経営者、女将、フロントスタッフ、仲居、調理場スタッフ、
組合事務局など　約40名

講師：久松茂氏

内容：　1、ワインというお酒の特性　　2、世界のワイン　　3、南陽市の4社のワインについて
4、ワイン本の活用法　　5、ソムリエナイフの使い方（実習）

2. 対象地域の旅行商品における課題・課題解決のアイディア

今年度事業を終えての地域課題

観光客数は年々減少している（南陽市データより）
ただし、個人客にターゲットを絞り、消費者目線のデータに
基づいた商品開発を行い、集中的にPRを行うことで、
減少は食い止められる（じゃらんnetデータより）

新規のターゲット層に対して、魅力的な旅行商品が伝わっていない。
地に根がはるまで粘り強く事業を継続することが重要。
また、「旅行商品造成」だけにとらわれず、個人客に向けた
販路拡大推進も必要。

1）「ワインの饗宴～おもてなし～」ツアー全体について

・モニターツアーアンケートより、ツアー参加前の期待度、参加後の満足度を比較すると全体的に上がっている。特に「地元の人との交流」ができるメニューにおいて評価が高い。

・期待度よりも満足度が下がっている項目としては「ツアーのメニュー構成」が挙げられており、その要因としては、①情報量不足②オプショナルメニュー不足③周辺観光が上位で挙げられている。

課題解決のアイディア

・モニターツアー追加アンケートより、興味度の高かったメニューは

①自分で収穫したブドウでジュース作り

②自分で収穫したブドウでオリジナルワイン作り

③ブドウ畑でワイン＆軽食ピクニック

④ソムリエによるワイン講座

⑤ブドウの収穫を手伝う農業体験

・その他項目では、新グルメのランチ、ハングライダー体験なども挙げられている

今回造成した周遊コースをベースに、要望が多く寄せられたオプショナルメニューを充実させ地域の魅力を体験していただくとともに、地域の人との交流の機会を増やしていくことで、この地域への愛着を深めることができるのではないか。
また、オプショナルツアーは、複数から選べるような仕組みにし、個人の趣向に合わせた旅行を組み立てられる楽しみも加えられるとより良いのではないか。

２）新グルメ「素敵なすき焼き」について

・2013年11月7日ビジネスマッチ東北2013での旅行エージェントの反応を見ると、
「厚い肉を使ったすき焼きはインパクトがあり、キラーコンテンツになり得る」
「モニターツアーやDCだけでなく、ぜひ継続して販売してほしい」
という声が寄せられた。

・新グルメお披露目会時のメディア取材はもちろんだが、イベント開催後このグルメに関する取材が2件入っている。

・2014年2月1日、2日のタビカレ学園祭においても、2社のメディアが取材、1社が、スタジオでの実食も入れての報道となった。

・ただし、現在、「素敵なすき焼き」は、使う調味料などの細かいルールはなく、ソムリエが選んだ地元のワインを一緒に提供するというところ以外は、他の地域でも真似できてしまう状況。

・赤湯温泉旅館協同組合の全13旅館の内、8宿しかこのグルメを提供できていないという状況。

・これまで、桜や菊の創作料理など地元ならではの食に取り組んできた経緯はあるが、やっと認知されたころに辞めてしまうという傾向が強い。

課題解決のアイディア

メディアからの評価も高いインパクトのある見た目はそのままに、
他地域では真似できない、赤湯ならではのルール（例：割り下に必ず
赤湯のワインを使うなど）を設定し、他地域では真似できない料理にしてくことが
必要ではないか。
また、今回は取り組むことができなかった他の旅館も一緒に、
「厚さ2センチの山形牛を使ったすき焼き（和食）×地元のワイン」の提供を
継続的に行っていくことが重要になってくる。
また、これまで地域で取り組んできた「桜」「菊」料理を再度活かし、
ワインの饗宴～おもてなし～メニューの箸休めとしての活用なども検討すると
より良い企画となるのではないか。

３）ワインの饗宴～おもてなし～体制について

・グルメお披露目会アンケートより、「ワイン×料理」というテーマは赤湯の特色を活かすのにとてもふさわしいテーマである、他の食材との相性についても研究してほしい、秋の収穫祭としてイベント化してほしい、旅館の熱い想いが伝わってきたなど、他業種の方から一緒に取り組みたいという声が多く寄せられた。
また、地元の若手が集まる機会を増やしてほしいという要望もあった。
・今回は、旅館組合が主体となり、協会メンバーもサポートで入る形で事業を進めてきた。シンポジウムやイベントには他業種の方もしっかりと参加して下さり、活動に対して理解、協力したいという声は頂いていたものの、具体的に一緒に動くというところまではたどりつけなかった。
・今年度の取組を振り返る最終会議では、今後は、ワークショップなど、事業の骨子を考える段階にもワイナリーや他事業者に入ってもらい進めたいと組合メンバーからも発言があった。

課題解決のアイディア

事業主体を観光協会にすることで、そこに加盟する様々な事業者（旅館、ワイナリー、飲食店、精肉店、農家など）に我がこととして「ワインの饗宴～おもてなし～」を推進していける体制を作っていけると良いのではないか。
例えば、飲食店であれば、現在地元のワインを提供している店は少ない。
地元農家や精肉店と協力して、地元食材を使ったおつまみ＆赤湯のワインを提供する仕組みを整えることで、旅行者が夜に街歩きを楽しめるきっかけを作ることができ、地域の消費拡大にもつなげることが可能になる。
また、こういった取組を現在既に開催されているワインフェスティバルにも反映させ、既存のイベントにさらなる魅力を加え、ツアー商品化するとともに、個人集客の目玉イベントとして、集客の拡大につなげることも可能になる。

「ワイン」「ワインに合うグルメ」に興味を持ってもらったのちには、更にリピートして頂ける（地域のファンになって頂ける）仕掛けとして、ワインの原料となるブドウに関する農業体験や、グルメで活用している地域食材の栽培に関する農業体験など、よりディープにこの地域を知ってもらう仕掛けを組み込んだプログラムも有効だと考える。

昨今の、日本ワインの注目度の高まりに加え、酒造ツーリズム協議会の発足や、和食のユネスコ世界無形文化遺産登録、2020年東京オリンピック開催など追い風になる状況の中、今回の事業で出来上がった魅力（和食×地元のワインのマリアージュ、ワイナリーを活用した周遊観光）を継続的に磨き上げ、今回出てきた課題や地域他事業者や、モニターから出ていた意見を反映させ事業を推進していくことで、国内のみならず、海外からの観光客を見据えた取り組みにしていくことが可能になるのではないか。