

仙台市東部エリア ブランドコンセプト

- ・ブランドコンセプト
- ・ブランドコンセプトの詳細
- ・ターゲット
- ・過ごし方
- ・ブランドを確立するために必要なアプローチ

令和5年3月
仙台市東部エリア
ワークショップ



くらしに **+**
せんだい**海手** リゾート**宣言**



ブランドコンセプトの詳細

仙台東部エリアは、魅力溢れる施設が数多くあるエリア。

多様なアクティビティを体験できると同時に、海・自然を身近に感じながらリラックスして過ごすことができる、いわばリゾート地といえる場所。

アクティブに過ごしたり、ゆったり過ごす過ごし方がある上で、ショッピングで買い物をしたり震災遺構で防災についての学びを得るなど。

それぞれの過ごし方で、暮らしを豊かにする何かを持ち帰ることができます。





くらしに+

魅力ある施設やアクティビティが充実している仙台市東部エリア。

マルシェで地元の野菜を『持ち帰る』
アウトレットパークで様々な商品を『持ち帰る』
フルーツ狩り体験を通して季節の果実を『持ち帰る』
水族館で三陸の豊かな生態系の学びを『持ち帰る』
震災遺構で災害への備えの学びを『持ち帰る』
など、過ごし方は様々。

多くを『持ち帰る』ことができるこの場所は、その後の暮らしに『+』される様々なものを得ることができ、生活に彩りや豊かさを与えます。



せんだい「海手」

沿岸部ならではの自然や多様な施設、アクティビティがある仙台市東部エリア。

仙台市をエリアで区分すると、奥羽山脈側の西部エリアを「山手（やまのて）」、仙台湾に面して、南北に長く続く東部エリアを「海手（うみのて）」と表現できます。

「海」を感じながら、多様な過ごし方ができるこのエリアを「せんだい海手」として、訪れる方々へその価値を提案していきます。

リゾート「宣言」

仙台市東部エリアは、海風を感じながらゆったりリラックスする過ごし方がある一方で、多様なアクティビティ・体験に身を投じることもできる場所である、いわば「リゾート」。

一方で、このエリアは宿泊施設が少なく、リゾートホテルのような施設があるわけではないため、多くの方が思い描くような一般的な「リゾート」とはイメージが異なるかもしれません。

そこでこのエリアを、多様な楽しみ方ができる場所としてのせんだい海手版「リゾート」を中長期的に目指していくことへの思いを込めて、リゾート「宣言」という形で表現しています。






“RE”SORT

『リゾート』の語源は、「再び」を意味する“re”と、フランス語で「出かける」を意味する“sortir”の略である“sort”が合わさったもので『何度も通う場所』を表すもの。


サーフィンやサイクルロード、釣りや乗馬まで、海や自然を満喫できるコンテンツが数多くあり、1日では回り切れない東部エリアは、何度通っても遊び尽せません。




“RE”FRESH



JRフルーパーク仙台あらはまや、せんだい農業園芸センターでの果物収穫体験、海岸公園馬術場での乗馬体験。仙台新港でのサーフィンや、南北に延びるサイクルロード、日本一“低い”日和山への登山。



多様なアクティビティや体験ができるこの場所は、心と体をアクティブに過ごせるエリアです。



日々の日常から開放されて心からの『リフレッシュ』を体感してみませんか。



“RE”BORN “RE”START

2011年3月11日。未曾有の大災害で、東部エリアは甚大な被害を被りました。

あの日から12年という月日の中で、この地で多くの魅力ある施設が“再生”“再出発”をしています。

この場所でのアクティビティ・体験を通して、あなたの心も生まれ変わり、気持ちを新たに再出発できるはずです。



ターゲット



日頃の疲れを癒し、日常の生活から
離れてリフレッシュしたいと
感じている層



その土地でしかできない
体験・アクティビティを
楽しみたいと感じている層



ショッピングや学び、体験を通じて
心と体を豊かにしたいと
感じている層

①魅力ある施設を巡り心と体をアクティブに過ごす

- ・三井アウトレットパーク仙台港でショッピングをし、仙台うみの杜水族館で三陸沖の生物を体感しつつ、JRフルーツパーク仙台あらはま・せんだい農業園芸センターで果物の収穫体験や馬術場での乗馬体験など魅力溢れる様々な施設を巡る過ごし方

②海・自然を感じ、1日をリラックスして過ごす癒しの時間

- ・深沼海水浴場で海風を感じ、ゆったり流れる時間に体を預けつつ、アクアイグニス仙台の「藤塚の湯」で心と体をリラックスする過ごし方

③震災から学び、明日への備えへ活かす

- ・震災遺構仙台市立荒浜小学校や、せんだい3.11メモリアル交流館などから東日本大震災の脅威や教訓を学び、災害への日ごろからの備えについて考える過ごし方



ブランドを確立するために必要なアプローチ（コンテンツ）



ワークショップ内で出た意見

○コンテンツ

- ・SDGs、脱炭素など新しい価値の中での取組み
- ・それぞれの施設で行っている体験を広げる仕組みづくり
- ・移動自体をコンテンツに（レンタサイクル、電動キックボード）
- ・食文化、食育の観点からのコンテンツづくり
- ・食とスポーツを掛け合わせたコンテンツづくり
- ・多様なコンテンツはあるものの、発信が不足
- ・施設と施設をどう繋いでいくかの課題
- ・事業者同士の連携、コラボレーションをしてのコンテンツづくり
- ・深海魚でかまぼこをつくるコンテンツ
- ・釣った魚をそのままかまぼこにできるコンテンツ

ブランドを確立するために必要なアプローチ（プロモーションの方法）



ワークショップ内で出た意見

○プロモーションの方法

- ・「安全」「安心」というテーマを意識した上での発信
- ・「リゾート宣言」のコンセプトに軸足を置いた発信
- ・分かりやすさ、何が東部でできるのかや期待感を持たせる発信
- ・様々な過ごし方の提案
- ・施設同士がお互いを紹介しあう発信の仕方
- ・そこでしかできない体験に重きを置いた発信
- ・地元の方にも十分に知られていない現状
- ・ブランドを外に発信していくと同時に内部へも発信
- ・勾当台公園等で東部を発信するイベントの実施
エリア全体としての発信が重要
- ・共通の分かりやすいキーワードを用いての発信
- ・その場所でしかできないものにフォーカスしての発信

ブランドを確立するために必要なアプローチ（受入環境の整備）



ワークショップ内で出た意見

○受入環境の整備

- ・施設と施設をどう繋いでいくかが課題
- ・移動自体に楽しみを持たせる取組み
- ・東部といえは、の交通手段となるものの導入
- ・東部といえはの目印の導入
- ・二次交通の問題
- ・宿泊施設が少ないため、他のエリアで宿泊してもらい、1日を遊び尽してもらおう仕組みづくり
- ・レンタサイクル、電動キックボードの導入で移動をアクティビティに
- ・周遊バスの導入