

アイスタンプラリー

2026年1月14日
秀明大学観光ビジネス学部
松本蓮風 角咲希 小林桃子



目次

1.自己紹介

2.提案概要

3.内容

4.役割と課題

5.成功した時のイメージ

1.自己紹介

氏名 小林桃子

出身地

趣味 チョコミントを食べること

将来の夢 ホテルマン

鎌ヶ谷の印象 大仏

今回の提案で一番悩んだこと アイスの味



1.自己紹介

氏名 角咲希

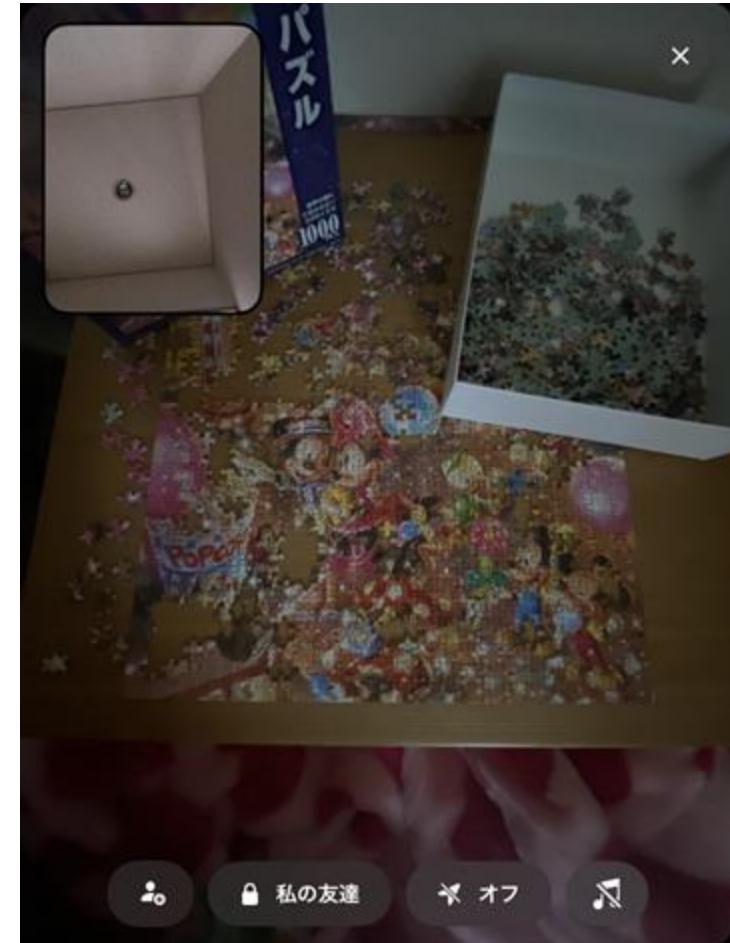
出身地

趣味 パズル

将来の夢 ホテルマン

鎌ヶ谷の印象 大仏

今回の提案で一番悩んだこと スタンプ置く場所



1.自己紹介

氏名 松本蓮風

出身地

趣味 映画鑑賞

将来の夢 ウエディングプランナー

鎌ヶ谷の印象 小さい大仏がある

今回の提案で一番悩んだこと 宣伝の仕方



2. 提案概要

(1) アイデアを考えた理由

鎌ヶ谷市には「鎌ヶ谷大仏」という観光資源があるが、実際に訪れても、見て写真を撮るだけで終わってしまい、周辺のお店に人の流れが広がっていないという課題を考えました。そこで私たちは、「**見る観光**」から「**体験する観光**」へ変えることを目的とし、街を歩きながら楽しめる仕組みを取り入れることで自然と街を回遊してもらえるような地域活性化のアイデアを提案することにしました。

(2) ターゲット

特に、SNSを通して情報を発信する機会の多い**Z世代**と、休日に家族で出かける**ファミリー層**を意識することで、鎌ヶ谷の魅力が幅広い世代に広がることを期待しています。

(3) 概要

鎌ヶ谷大仏を中心に、周辺の店舗と連携したスタンプラリー型の観光施策を行います。スタンプを集めるために街を歩くことで、訪れた人々が複数の店舗に入るきっかけを作り、限定スイーツやキャラクター商品を通して、「**鎌ヶ谷ならではの体験**」を提供する取り組みです。

①鎌ヶ谷大仏前駅のパン屋さんでは「かまだいアイス」を1つ500円で販売します。このアイスには複数のフレーバーを用意し、その上に鎌ヶ谷大仏をモチーフにした人形焼きのようなトッピングをのせることでつい写真を撮りたくなるようなかわいらしい見た目にします。アイスのフレーバーは、ソース・お酢・梨・ラーメン・バニラ・チョコの6種類で、最初の3種類を目玉商品として売り出します。



②スタンプラリーの柄は、鎌ヶ谷大仏と鎌ヶ谷市のキャラクター「かまたん」をコラボさせた右下のかまだいくんにします。

③これらを実施する上で、Instagram・TikTok・XなどのSNSを利用した情報発信を行い、電車（京成線など）や新鎌ヶ谷駅前スクリーンでの広告宣伝も実施していきます。



3.内容

④まず、鎌ヶ谷大仏周辺の飲食店や店舗に協力をしていただきスタンプを設置し、スタンプを押すことで、その店舗の商品がもらえたり、割引サービスが受けられる仕組みを作りたいと考えています。スタンプラーの台紙は①で説明したかまだいアイスを購入したらもらえる仕組みにします。

例 ★千葉ピーナツ→お買い上げ金額から20%OFF

★山屋食品→ソース1本プレゼント

★キサイチ醸造→お酢1本プレゼント

★大仏ラーメン→ドリンクorトッピングサービス

★サンエトワール(駅内パン屋) →梨ジャムプレゼント (鎌ヶ谷産の梨を使用して新しく開発)



4. 役割と課題

(1) 役割

スタンプラリーの配置・特典の準備→鎌ヶ谷大仏周辺のお店の方々
ラーメンアイスの開発→「麺 大仏」
ソースアイスの開発→「山屋食品」
お酢アイスの開発→「キサイチ醸造」
なしジャムの開発→鎌ヶ谷市内の梨農園
アイスの上に乗せる大仏人形焼の開発→サンエトワール（パン屋）

(2) 課題

- ①キャラクター（かまたん）の使用許可が下りるかどうか。
- ②商品を開発するための開発費や製作費。
- ③継続的に実施することが可能であるか。
- ④電車以外で訪れた場合の駐車スペースは確保可能か。
- ⑤特典の協力が得られるかどうか。



5.成功した時のイメージ

この取り組みが成功すると、鎌ヶ谷大仏を中心に多くの人が街を歩き、スタンプラリーや限定商品を楽しむ人々の笑顔がみられるようになると考えます。また、SNSへの投稿が増加すれば、鎌ヶ谷市の認知度が高まり、観光客だけでなく地元の人にも親しまれる街となり、「**また訪れたい**」と思ってもらえる地域づくりにつながることを目指します。



第2期鎌ヶ谷市観光ビジョンとの関連性



2 市内を巡る仕掛けづくり

千葉県や事業者と協働でデジタルスタンプラリーや謎解きイベントを実施するほか、学生の視点で市内の四季、歴史、魅力を再発見するため、高校生フォトコンテストを実施し、市内観光スポットやダイヤモンド富士、かまがやスカイビュー等の眺望のみならず、新たな市の魅力の発掘を図り、コンテストを通して発信していくことで、更なる市内回遊性の向上や滞在時間の長期化を図ります。

■主たる関係課

商工観光課

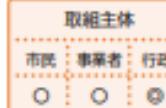


19 かまたんを活用した取組

事業を実施する際には積極的にかまたんを活用し、PRに努めます。また、かまたんによるSNSを活用した情報発信を行うほか、子どもたちの身近な存在になれるよう、かまたんと会える機会を提供します。

■主たる関係課

農業振興課



20 鎌ヶ谷グルメの推進

市内の事業者や教育機関と協力し、農産物や名産品を使ったメニューの開発を行うなど、産官学連携を行い、地産地消に取り組みます。

■主たる関係課

商工観光課、農業振興課



26 事業者との連携強化

市内に鉄道が4線通っている特徴を活かし、鉄道事業者と連携したイベントをはじめ、商工業団体とイベントを開催するなど、市内事業者や団体との連携を強化するとともに、成田空港まで直通の特急電車であるスカイライナーが新鎌ヶ谷駅に停車する優位性を活かし、乗換客を市内観光へ誘引することやインバウンド需要の取り込みを図ります。

■主たる関係課

全課

