

# 魅力的な道の駅へ ～3機能を活かして～

法文学部 法経社会学科 3年 梶山あかり

## 1. インターンシップ概要

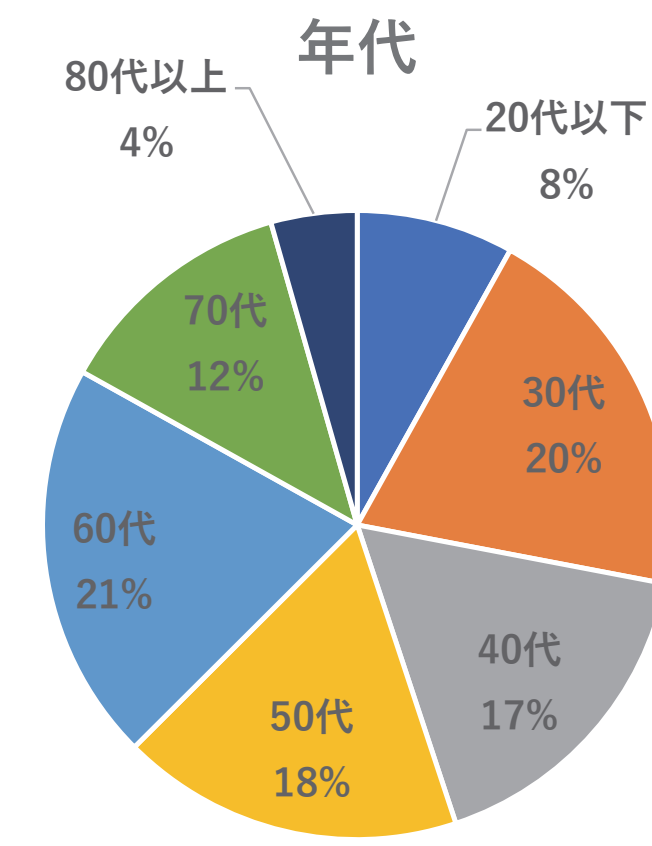
- 受け入れ先：道の駅川辺やすらぎの郷
- 課題：「道の駅川辺やすらぎの郷」へ市外からの観光客を増やす企画の提案
- 事業内容：物産館、加工施設、レストラン
- 実習日程

内容	内容
1日目 (9/1) オリエンテーション、施設見学、所感の発表、ディスカッション	6日目 (9/15) 企画書作成、修正
2日目 (9/2) 課題と解決策のアイデア出し	7日目 (9/17) 商品POP、観光マップ作成、イベント資料作成
3日目 (9/4) 農場見学	8日目 (9/23) イベント実施
4日目 (9/5) 商品POP作成	9日目 (9/24) イベント結果集計、報告書作成
5日目 (9/10) 道の駅周辺施設観光	10日目 (9/29) 最終報告会

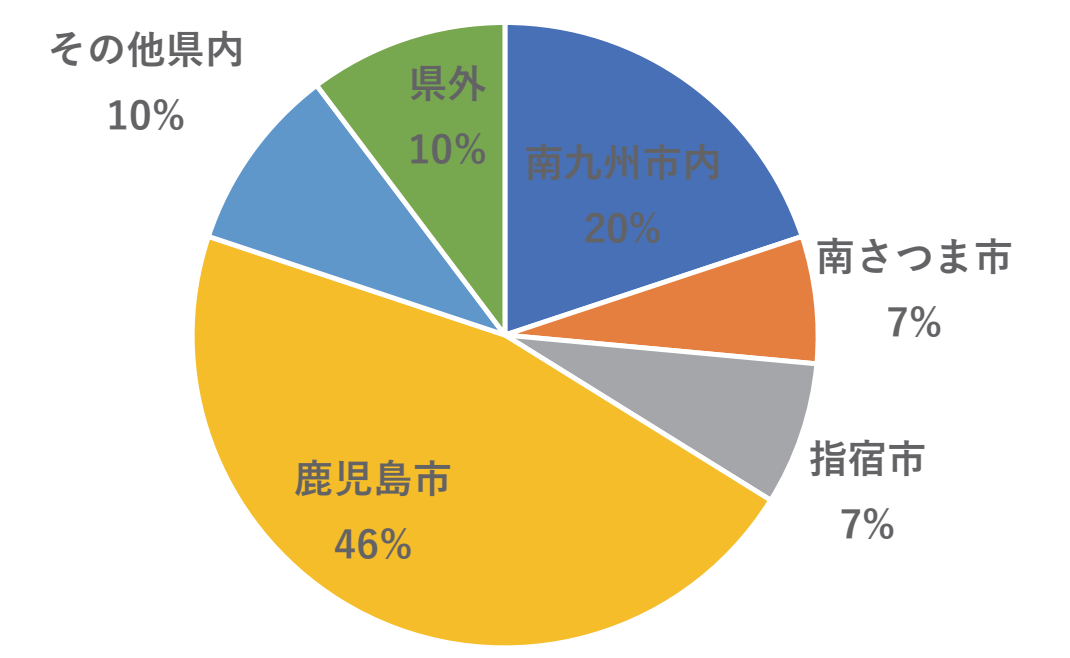
## 2. やすらぎの郷の現状

(受入れ先提供資料より)

・利用者



お住まい



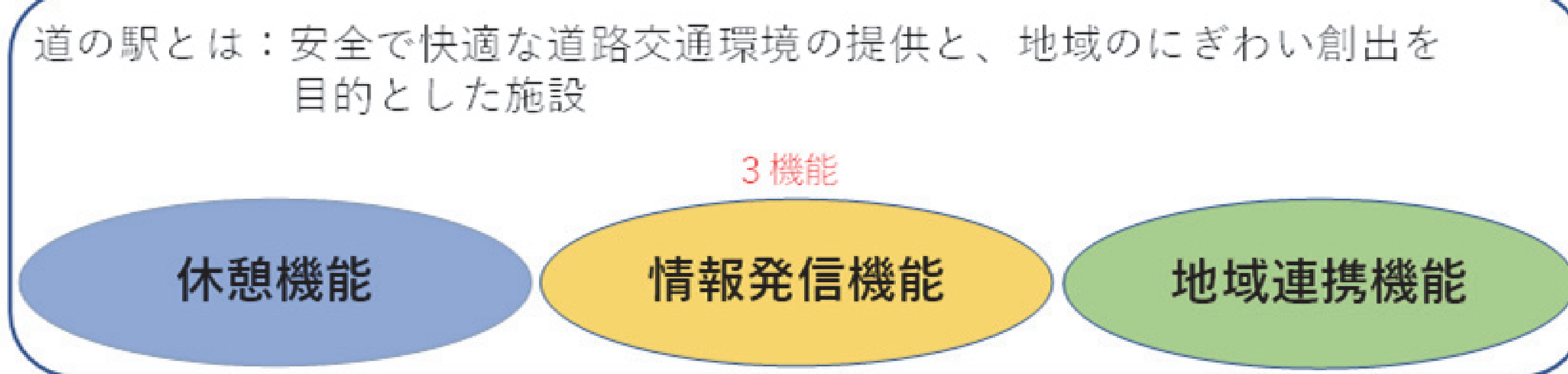
N=136

- お客様の要望(一部抜粋)  
イベントを増やしてほしい  
イベントやセール情報が入ってこない  
店のどこに、何が置いてあるのかよく分からなかった

## 3. 課題と解決策

### 【想定される課題】

- 休憩施設であり、観光の目的地としての認識が薄い
- やすらぎの郷といえばこれ!といったものがない
- 情報発信が少ない



⇒3機能の可能性を広げることで課題解決に向かえないだろうか

### ②イベントについて

#### 「寄せ豆腐に合う調味料王決定戦」



- 目的：やすらぎの郷=寄せ豆腐というイメージをつくり、定着させる
- 日時：9月23日(水) 11:30~14:30
- 場所：レストランスターフル
- 内容：豆腐に合いそうな調味料を9パターン用意  
お客様に試食していただく  
美味しかったものに投票してもらい、グランプリ決定  
ランキング表を作成し、後日掲載

### 【解決策】

#### 〈目的〉

- 認知を広める
- 来る目的づくり
- 楽しい印象を与え、リピーター獲得

#### 〈具体策〉

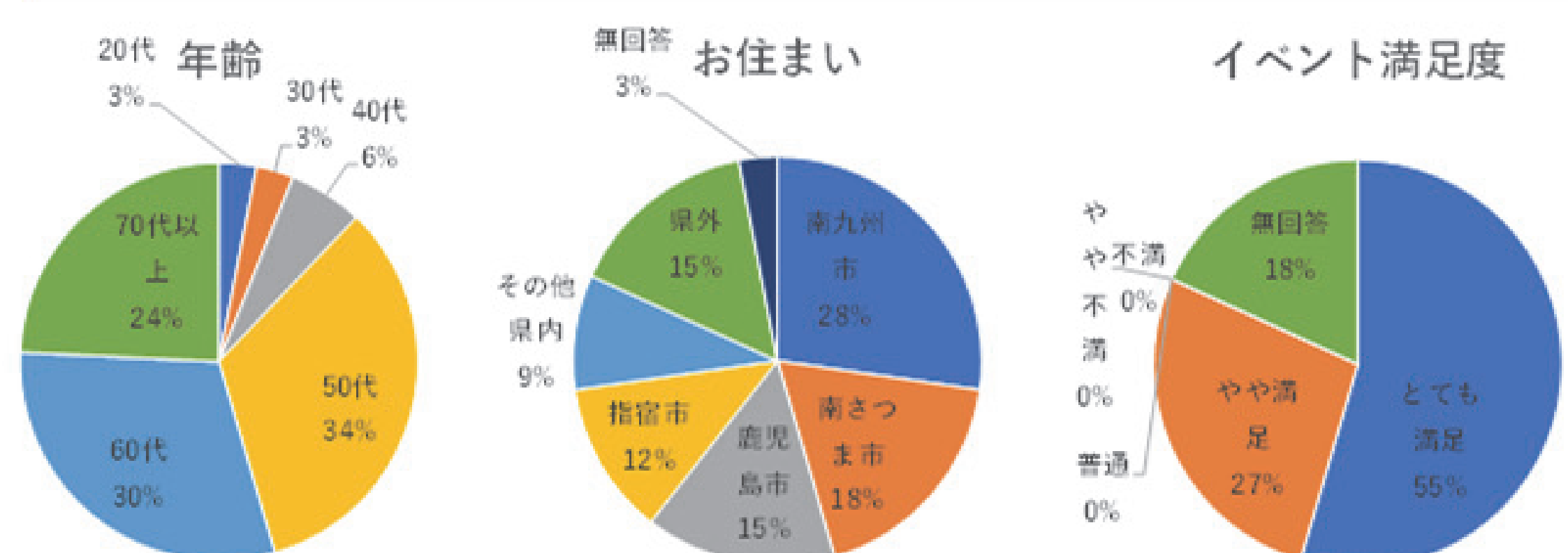
- ①SNSでの情報発信
- ②イベント実施
- ③商品POP作成



←①SNS Instagram フォロワー  
42名(2020.12. 7時点)  
⇒318名(2021.1. 17時点)  
20周年感謝セール情報などを投稿

→③商品POP (人気商品 6種類、旬野菜 19種類)

## イベントでのアンケート結果



○お客様の声

- 「様々な調味料のバリエーションを試すことが出来て楽しかった」
- 「豆腐に合う調味料の選択しを増やせてうれしい」

投票結果を集計し、ランキング作成  
⇒売り場に掲載

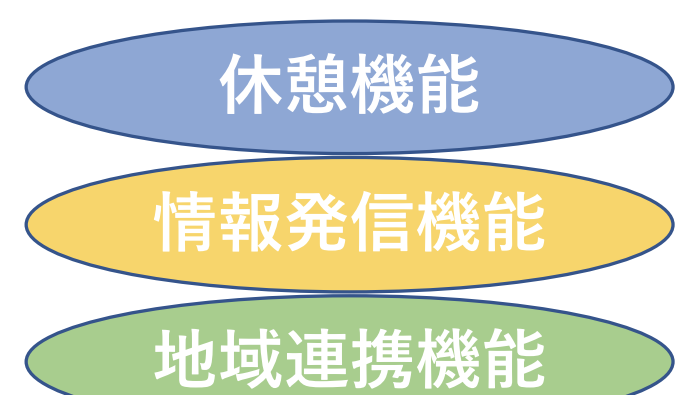
## 4. ふり返り・今後の課題

○イベントについて(メリット)

- 年齢問わず、多くの方に楽しんでもらえる
- 道の駅に来る目的づくり、集客につながる
- 地域の方と観光客が交流できる場になる

○更なる提案

- \*立ち寄りやすさを重視した商品メニュー・サービス開発
- \*SNSを利用した観光情報の発信
- \*地域らしさ・道の駅の強みを取り入れたイベントの企画  
(例：地域の伝統文化の展示、加工品作り体験)



## 5. まとめ・感想

- 道の駅は、ドライバーだけでなく、地域住民にとって重要な役割を果たしている。
- 事業を考える際には、ただ企画・実施するのではなく、コストや維持・管理まで考慮することが出来る。
- 企画には〇〇らしさ(強み)を活かすことが大切である。
- インターンシップ全体を通して情報分析力、企画力が身につき、自己成長に繋がった。

