

「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」

リニューアル効果の検証と次の展開に向けた提案

24班 コミュニティデザイン学科 北條 美咲 谷田部 裕紀
建築都市デザイン学科 今泉 郁香 古謝 正太郎
社会基盤デザイン学科 桜井 翔平

地域名 高根沢町
パートナー名 高根沢町元気あっぷ創生課

背景

- ・栃木県高根沢町では人口の確保と自然増加を目指す施策を進めている（例：第二期高根沢町まち・ひと・しごと創生総合戦略）
- ・「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」でもリニューアルが行われ、既存施設の他、新たにグランピング施設も設置された。しかし、ハード面の他に、イベント等のソフト面は試行錯誤の段階にあり、どのようにして足を運んでもらうかを考えることが当面の課題となっている。

目的

元気あっぷむらにより多くの人の足を運んでもらうための施策を提案する。あるいは、その一助となるような調査（来場目的や改善してほしい事項、作物生産者や施設管理者、来場客の各立場から見た施設の印象等）を実施し、施策を補助する検討項目を抽出する。

調査結果

①元気あっぷむら指定管理者

- ・リニューアル後、知名度が上がり、利用者も増えた。

②若手の農家

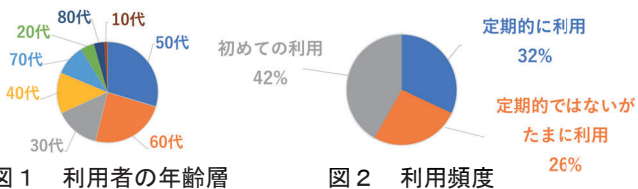
- ・元気あっぷむらとの提携により、どのような方が野菜を買ってくれているかが分かり、励みになる。
- ・朝早くに出荷するとあまりお客さんと会話することがないため、**会う機会や感想を聞ける機会がほしい。**

④直売所の出荷者（13名）

- ・元気あっぷむらで売ると、町外のお客さんにも自分の作物を知ってもらえたり、買ってもらえたりする。
- ・朝早くに出荷する人はあまりお客さんと会話することがないため、**会う機会や感想を聞ける機会がほしい。**

③元気あっぷむら利用者への対面アンケートの結果

総数91人、男性41人、女性50人



方法

- ①～④は、元気あっぷむらに「直接関わっている人」から、意見を聞くために行った。
- ⑤～⑦は、「元気あっぷむらが町に与える波及効果」を調べるために行った。

表1 調査方法

調査	実施日	対象	場所	方法
①	10/20	元気あっぷむら指定管理者	ZOOM	対面式アンケート (ZOOM)
②	10/20	若手の農家	ZOOM	対面式アンケート (ZOOM)
③	11/3	利用者 (N=91)	現地	対面式アンケート
④	12/5	直売所の出荷者 (N=13)	現地	対面式アンケート
⑤	12/15	NPO法人まちづくりちよっ蔵高根沢の方	宝積寺駅	対面式アンケート
⑥	12/15	移住定住創業支援センターの方	宝積寺駅	対面式アンケート
⑦	12/15	町産業課商工観光係	町役場	対面式アンケート

⑤NPO法人まちづくりちよっ蔵高根沢の方

- ・リニューアルされてから、元気あっぷむらから流れてくる人が多い。
- ・道の駅だけでなく、高根沢町全体の魅力を伝えてほしい。

⑥移住定住創業支援センターの方

- ・元気あっぷむらには、情報発信の仕方や、**クリエイターさんの名前をしっかりとアピールしてもらうことに期待している。**
- ・元気あっぷむらとイベントのコラボをしたい。

⑦町産業課商工観光係

- ・元気あっぷむらがリニューアルされたことにより、訪れる人が増え、町のサイクルスタンドの利用も増加した。
- ・元気あっぷむらで、**町内の人でも気軽に楽しめるもの、行ってみたいと思うものがほしい。**

表2 性別による施設の人気度

		温泉	直売所	自然	食べ物	グランピング	レストラン	その他	無回答	合計
男性	度数	19	5	5	3	2	1	1	5	41
	行%	46%	12%	12%	7%	5%	2%	2%	12%	99%
女性	度数	7	11	4	7	5	3	4	9	50
	行%	14%	22%	8%	14%	10%	6%	8%	18%	100%

表3 利用者からの主な要望

温泉	足つばで出っ張っているところに足をぶつけた
	温泉と直売所間の道路が危ない
	自由に弾けるピアノが目立たない
	温泉の入り口の手動ドアを閉めない人がいるので張り紙などをしてほしい
その他	イベントをもっと増やすべき

分析・課題

- ①注意喚起の広告物が足りていない。
- ②イベントを利用客にうまく宣伝できていない。
- ③町全体の魅力を伝えきれていない。
- ④クリエイターや農家の情報をPRし、お客さんとの交流の場を作るなど、魅力を高めるための工夫が必要である。

提案

①文字換えのテンプレートを設置

図3のテンプレートの文字を変えるだけで、あらゆる場所・用途で掲示可能。
Ex. 「車に注意!」「障害物に注意!」等。



図3 POPテンプレート

④ポップ&ショップカードの掲示・配布

～生産者⇄利用者 双方向の繋がり創出～

ポップを配置するだけでは生産者→利用者の一方通行になるため、裏面にコメントを書き込めるショップカードを商品と一緒に配布し、利用者→生産者という新たな流れを作る。他の直売所ではあまり取り組まれていない仕組みであるため、元気あっぷむら独自の企画として特色を出せる。



図4 ポップ案



図5 ショップカード案

②③イベントや町の魅力の宣伝方法の工夫

現状、HPやSNSなどで、**イベント直前に1回告知**をするだけになっている。
→イベント「**2週間前から**」、「**繰り返し**」、情報を「**小出し**」に追加していく。
町の魅力をアピールするために、ライターをしている方に協力してもらう。

- ・生産者は、お客さんからの反応がもらえて励みになる。感想や生の声を聴くことで販売戦略の参考になる。直に買い付けの連絡をもらえるきっかけにつながる。
- ・利用者は作っている人の顔が見えるので安心して購入できる。ショップカードを利用して応援コメントを送れる。例えばショップカードを持って来てくれれば入浴券がもらえる制度はどうか。
- ・管理者側も生産者と利用者の交流のきっかけ作りができる。高根沢の農業について発信できる。