

～集客や町内回遊にむけて（意見交換より）～

- ・札幌圏から1時間圏内という利便性を活かし、週末に家族や友達と気軽に来訪できる楽しみと情報発信方法が重要。
- ・回遊性の面からもスキー場と温泉、キャンプ場と温泉などの既存サービスのタイアップ企画が有効。レジャーや食事に加えて、宿泊までセットにした企画ができれば翌日の回遊にもつながる。
- ・道の駅に農産物直売所ができるので、実際に出荷する人たちの中で収穫体験を受け入れる生産者が出てくれば、体験観光の充実につながる。
- ・鹿公園は近郊からのキャンプ客のほかクワガタ目的の来園が多いので、昆虫採集ツアーを行ってはどうか。道の駅で人を集めて食事の割引チケットを配付し、昆虫採集とセットで楽しむ仕組みも考えられる。
- ・冬の企画として、道の駅にかまくらを作り「かまくらカフェ」と温泉のタイアップを楽しんでもらってはどうか。

など



～道の駅の経営に関する講話内容より～（講師：株式会社 道銀地域総合研究所 浦田祥範氏）

（開業に向けて）

- ・立寄想定数は交通量だけが根拠になるものではなく、町民の利用や新規観光客の呼び込み効果などの増加要因もある。立寄数を増やすには、道の駅そのものの魅力が重要。
- ・新たな事業を始める場合は事業計画を立てるが、順調に行く場合と厳しい見立ての場合の2パターンを把握しておく必要がある。

（道の駅の本質）

- ・道の駅の本質を考える上で、昔から言われる「駅」の定義・機能が参考になる。昔から駅はよろず屋であったので、地域情報や物の集積の場所と捉えていく必要がある。特産品を販売するとしても、町内企業が生産した商品を集めるとか、農産物を直売に集めて売るなどの、「情報」と「物」の集積を念頭においた計画作りが必要。
- ・また、駅は交通機関の接点、繋ぎの機能をもつ。道の駅にたとえると、地元と外部、地元と地元、外部と外部をつなげていく機能を考えていかなければならない。道の駅を核とした商品、サービス開発はもちろんだが、地元での共同開発や農家の結集、また、地元のアイデアと外部をうまく連携させていいものを作っていくという考え方を持たなければならない。

（今後に向けての助言）

- ・ソフト事業がカギになる。来てもらうためのプロモーションや製品をどう備えるか、ターゲットをどこにおくかを考えていくことが重要。また、こまめな発信をすることが大事。SNSやスマホのアプリを使うなど、あまり経費をかけないでできることを、道の駅でどう進めていくかを考えていく必要がある。
- ・現在、安平町ではふるさと納税が伸びているので、今後も道の駅を中核として特産品をどう開発してブランドイメージを高めていくかということも考える必要がある。町の財政に寄与するふるさと納税を増加させるとともに、この特産品を道の駅で売ることによって、道の駅の収益を高める方法を考えていく必要がある。