

■地元勉強会の開催(第1回道の駅勉強会)

【勉強会の要旨】

徳島市地域振興施設(道の駅)の整備にあたり、地域住民の積極的な参画は必須であり、今後の事業の具体化に向けた第一歩として勉強会を開催した。

【道の駅の主な客層と成功要件について】

道の駅を訪れる客層には大きく4つあり、それぞれの客層に対してどのような対策を取っていくのかということが、道の駅を成功に導く鍵となる。

以下に、4つの客層と、それぞれの客層に向けた対策を一覧で示す。

客層	客層の特徴	成功させるための対策
【客層1】 買い物場として利用	毎日の食事の食材や地域の特産品等を求めて定期的に訪れる周辺住民	<ul style="list-style-type: none"> 新鮮な農作物や地元の珍しい農産物、手作り加工品を目的としている。 野菜や果物、花等の農産品の品揃えを充実させる。 惣菜や餅類、菓子類や漬物等の加工品の品揃えを充実させる。
【客層2】 食事を目的として利用	<ul style="list-style-type: none"> ゆったり食事型には、配膳式よりバイキング形式が好まれる傾向にある。 ファーストフード的な比較的低料金で、短時間に食べられるメニューが好まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 直売所の新鮮な農産物の使用や地域の伝統的な料理農家の家庭料理のアピールが必要 料理システムの工夫や座席配置、接客対応等、料理以外においてもサービスの向上を努める。
【客層3】 体験やレジャーの場として利用	<ul style="list-style-type: none"> 野菜や果物の収穫体験に加え、農作業体験や料理づくり体験等、ゆったり滞在できるような複数の体験メニューが好まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 徳島に関連のある、農業体験、商工業体験、料理体験等、1年間を通して様々な体験が実施できる仕組みづくりが必要
【客層4】 通りすがりの利用	<ul style="list-style-type: none"> 観光客に関しては、地域特産品等の土産物の購入が多い。 仕事途中の勤め人に関しては自動販売機の利用や簡単な昼食をとる場としての利用が見込まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 観光客や旅行客に対しては、旅行会社と連携すると共に持ち運びを軽減するための宅配サービス等を提供する。 仕事勤めの利用者に対しては、ポイントカードやイベントカレンダーにより、当道の駅の利用促進を図る。

■第1回地元勉強会 資料

【道の駅を訪れる4つの客層】

(1) 客層1: 買い物の場として利用する客層

- ① 安定した経営を目指すうえで最も重要な客層。
- ② 毎日の家庭での食事の食材や加工品、地域の特産品や土産品を買い求める地元住民、および定期的買い物に訪れる周辺住民が主な対象となる。
- ③ 農産物直売所がその役割を果たしている。

【特徴】

- ・ 地元の新鮮な農産物を購入することを最大の目的とする。
- ・ 地元の珍しい農産物や普段見かけないような荷姿の農産物を買えることも楽しみの一つとなる。
- ・ 加工グループ等による、手づくり加工品（漬物、味噌、ジャム、惣菜、弁当、餅類など）の人気の高まっている。

(2) 客層2: 食事を目的に立ち寄る客層

- ① 道の駅で食事を楽しみたい女性グループや中高年の夫婦連れ、家族で訪れるファミリー等ゆったり食事型の客層。
- ② 一時的な食事を目的に立ち寄る勤め人や通行客の速やか食事型の客層。

【特徴】

- ・ ゆったり食事型には、配膳式よりバイキング方式が好まれる傾向にある。
- ・ バイキング形式では、農産物直売所の野菜の出荷帳に応じた料理構成が可能で、売れ残り品の軽減につながる。また、バイキングでは、料理の品数が多いほど繰り返し訪れる来客が多い。
- ・ 速やか食事型には、麺類や丼物、ファーストフード的な比較的low料金で短時間に食べられるメニューが好まれる。

(3) 客層3: 体験やレジャーの場として訪れる客層

- ① 子供に収穫や料理作り、ものづくりを体験させたい家族連れ。
- ② 都会とは異なる余暇やレジャーを楽しみたいカップル等。

【特徴】

- ・ 野菜や果物の収穫体験に加え、農作業体験や料理作り体験も用意された、ゆったり滞在できる、複数の体験メニューが好まれる。
- ・ 「あの道の駅へ行けばいつも何かある」といった1年中継続される体験メニューを求める傾向がある。例えば、タケノコ掘り、イチゴ狩り、ジャガイモ掘り、トウモロコシもぎ取り、梨狩り、栗拾い、ブドウ狩り、サツマイモ掘り、米づくり等の収穫、農作業体験や、ケーキ作り、田舎料理づくり、パン作り、ピザ作り、ウインナー作り等の料理体験。

(4) 客層4: 通りすがりの観光客や勤め人等の客層

- ① 一時的な休息屋トイレ休憩のために立寄る観光客や旅行者。
- ② 仕事途中、帰宅途中の勤め人等。

【特徴】

- ・ 観光客に関しては、地域特産品等の土産品の購入が多い。
- ・ バスの短い休憩時間に手早く手軽に食べられるアイスクリームやお餅、焼き物といった屋台的に販売できるものは売れる傾向が大きい。
- ・ 仕事途中の勤め人に関しては、主として自動販売機の利用と簡単な昼食をとる場としての利用が見込まれる。

【道の駅を成功させるための客層に応じた対応策】

(1) 「買い物の場として利用する固定客」を数多く獲得する対策

〔道の駅の中心施設としての農産物直売所の盛況が欠かせない〕

【野菜や果物、花等の農産物の品ぞろえの充実】

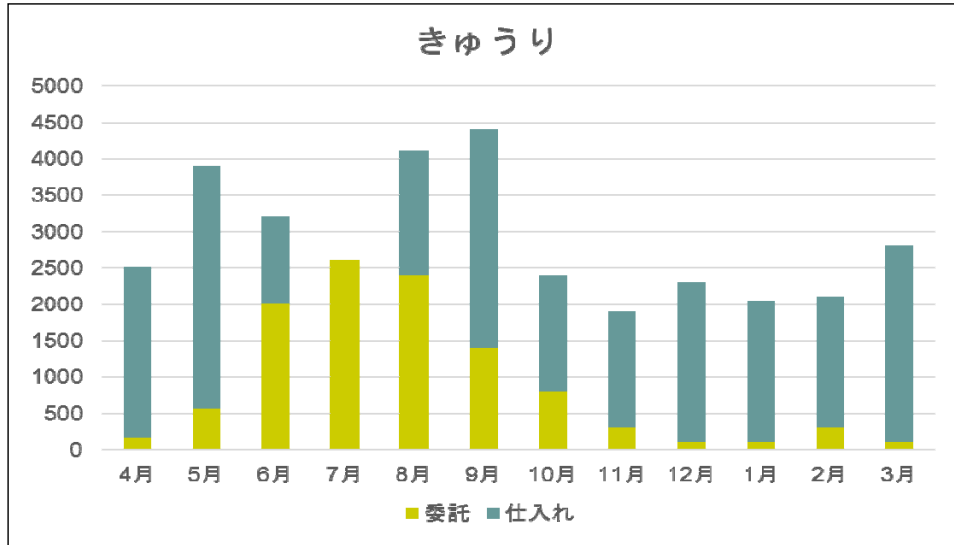
- ① 地域の生産者とともに、広く地域外の徳島市内の生産者に対する参加の呼びかけ。
- ② 計画的な栽培対策による栽培量の増大および新たな産地づくり。
- ③ 場合によっては徳島市外の生産者の参加（販売手数料に差をつけて募集）。
- ④ 県内産の農産物の直接仕入れ。
- ⑤ 市場からの他府県産の農産物の仕入れ。
 - 地元では時期的に栽培できないもの、気候的に栽培できないながら消費量の多いものは市場から手配。
 - 品数が少なく買い物の不便な店では固定客の獲得は見込めない。
 - 直売所を訪れる消費者の68%は仕入れ品の販売を肯定的に考えている。

【総菜や餅類、菓子類や漬物等の加工品の品ぞろえの充実】

- ① スーパーにおいて惣菜の消費量が年々上昇している事実の応用。
- ② 道の駅の商品の差別化を図るうえで重要（その道の駅へ行かないと買えないもの）。
- ③ 農家女性による既存の加工品の新たな売り先としての位置づけ。
- ④ 農家女性による地域特産品の新規開発拠点。
- ⑤ 特に消費者の関心の高い農家の家庭料理の商品化。
- ⑥ 市内の一般女性の特技や趣味を生かした加工品の販売場所としての位置づけ。
- ⑦ 場合によっては、道の駅直営の惣菜工房や菓子工房の併設も必要

【仕入れた量から見てくる今後の栽培対策の方向性】

売れ筋野菜の月別販売数量と、委託・仕入れ割合（近畿地方 A 直売所）



- ・ 6月から8月にかけての夏きゅうりの栽培を拡大させる余地がある。
- ・ 9月から10月にかけての秋きゅうりの栽培に取り組む必要がある。
- ・ 年間を通じて栽培できるハウス栽培を導入すれば有利販売できる可能性がある。

(2) 「食事を目的に立ち寄る客層」を数多く呼び込む対策

〔特に女性に人気の高いバイキングレストランの設置が欠かせない〕

【バイキングレストランにおける料理メニューの条件】

- ① 直売所の新鮮な農産物を食材にしていることをアピール。
- ② 地域の伝統的な料理、農家の家庭料理が含まれている。
- ③ 野菜をふんだんに使っている料理の多さ。
- ④ 洋風料理や女性向けのスイーツがそろっていることも重要な点。
- ⑤ 以上のような料理メニューの品数が、最低でも60種類は必要（ご飯ものやスイーツ、ドリンクも含めて）。

【バイキングレストランにおける料理以外の成功要件】

- ① 料理の減り具合に適切に対応し、併せて残品ロスを少なくするために、新調理システムに知識のある料理人の選定。
- ② 団体客向けにまとまって確保できる座席配置。
- ③ 料理コンテストを開催し入賞料理をメニューに加えるなどの話題性の創造が必要。
- ④ ホール担当者の心地よい接客対応の重要性。
- ⑤ 入店待ちをする来客の誘導場所の確保。
- ⑥ コストパフォーマンスの高さに満足できる価格設定。

【速やか食事型の客層に対応した食事場所】

- ① 当タイプでは、テナントを入れている事例が多い。むろん、直営も可。
- ② テナントであっても、道の駅の意向に沿ったメニューの提供を求めることが大切。
- ③ 直営する場合の麺類や丼物等のメニューの考案。

(3)「体験やレジャーの場として訪れる客層」を増加させる対策

〔各種の体験メニューを取りそろえることが欠かせない〕

【農業体験】

- ① 子どもの好きな野菜No.1のトウモロコシやNo.2のジャガイモ、季節感のある栗やサツマイモなどの収穫体験と、それらをその場で簡単に食べられる施設の設置。
- ② 単に収穫するだけの体験ではなく、種まきから管理、収穫までの一連の作業を農家の圃場で体験できるシステムの導入（稲作やトマト、スイカや菊等）。
- ③ それらの農業体験を1年間通じて実施できる仕組みづくりが必要。
- ④ 特に、11月から翌年5月までの6か月以上収穫が続き、冬場から春先にかけての誘客にも有効な「イチゴ狩り園」の開設はかなり効果的。

【商工業体験】

- ① 段ボールを使った箱や動物などの製作体験。
- ② 木工製品や陶器の製造体験。
- ③ その他商工業で可能な製作体験の導入。

【料理体験】

- ① 徳島市の郷土料理や伝統料理の料理体験を、地元の高齢女性が講師役となって実施。
- ② 親子料理教室を開催し、子供たちの食に対する関心を醸成。
- ③ 男性を対象にした料理教室の開催。

(4)「通りすがり客」の利用拡大を図る対策

〔寄ってみたい、食べてみたいと思わせるプランづくりが欠かせない〕

【観光客や旅行者】

- ① 旅行会社に対する買い物場所、食事場所、休憩場所としての利用の働きかけ、および各種の体験を組み合わせた観光ルートの構築依頼。
- ② 地域性の感じられる土産物となりえる商品の品そろえの充実。
- ③ アイスクリームや餅菓子、焼き物やスイーツ等の、短時間の休憩でも食べたり買ったりできるファーストフード的な屋台店舗の設置が必要。
- ④ 再度の来店を狙い、イベントカレンダーやパンフレットを定期的に配布する事も必要。
- ⑤ 観光や旅行途中の持ち運びを軽減するための宅配受付場所の確保と、宅配の利用を促すための低料金の設定。

【仕事途中の勤め人】

- ① 毎回の休憩場所に決めてもらうため、ポイントカード対応の自販機の設置の検討。
- ② 自販機の設置場所やトイレから店舗へ誘導するためのPR看板の設置。
- ③ 「仕事が休みの日に家族で行ってみよう」と思わせることを狙った、イベントカレンダーの自販機やトイレでの設置。