

# 大野市人口減少対策会議専門部会 ブランド部会 報告書

## 1 はじめに

ブランド部会では、令和3年度早期に開駅を予定している道の駅「越前おおの 荒島の郷」(以下、「新道の駅」という。)を生かし、「道の駅からまちなかへの回遊性向上策の検討」をテーマに、部会を4回開催し議論を行った。

部会は、新道の駅の開駅や中部縦貫自動車道の県内全線開通など来るべきトピック（話題性のある出来事）に応じて、大野への来訪者の流れがどのように変化し得るかを予測・共有することを起点として、回遊性向上策についてさまざまなアイデア出しを行った。また、それらアイデアに共通する事柄を絞り込み、回遊性を高める取り組みに求められる意識や体制面について検討し、具体的かつ踏み込んだ実効性ある提案となることを目指した。

新道の駅を契機として、さまざまなプレイヤーが連携しながら、回遊性の向上や稼ぐ力を高める取り組みなど、まち全体にチャンスを生かす機運が高まることを期待して、報告書としてとりまとめた。

## 2 論点整理

部会は、大きく3つの論点に分けて議論が進められた。報告書の肝である「4 提案内容」に至った経緯や流れについて紹介することで提案内容への理解が深まるよう、部会における議論の流れ・論点を整理する。

論点 1	来訪者の行動予測について
<p>現在から将来に向けた来訪者の行動予測をシミュレーションするとともに、部会員において認識を共有した。</p> <p>狙いは、現在のまちなかへの来訪者の分類や属性、新道の駅開駅後の来訪者の行動を予測するとともに、例えば、新道の駅の開駅に伴いまちなかへの来訪者は減るのか、増えるのかについてや、どういった来訪者をターゲットにすべきかについて検証することで、その後の回遊性向上策の検討につなげるためである。</p> <p>■ 部会の結論（方針）</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 部会のテーマは「道の駅からまちなかへの回遊」ながら、<b>新道の駅の開駅や中部縦貫自動車道の県内全線開通によりまちなかへの来訪者が減少するとは考え難いという結論に至った。</b></li> </ol>	

理由は、休憩地的な位置付けで結ステーションを利用しているバスについては、休憩地を新道の駅に変える可能性があるものの、まちなかを目的に来訪される個人や団体が新道の駅の開駅を理由に減少することはなく、むしろ、新道の駅により大野の魅力的な場所が増えることや、中部縦貫自動車道によりアクセスがよくなることから、全体としてはまちなかへの来訪者は増えると考えられるためである。

【参考】別冊 資料編…資料 No. 1, 2

2. テーマの本質は、「新道の駅の開駅により消費する場がまちなかから、道の駅に移る可能性がある」ということである。消費の場についても、回遊性向上策を検討する中で解消できるよう、アイデア出しを行っていく。
3. はじめて道の駅を訪れた方が、即日回遊されるというのは割合として極めて少ないと考えられることから、「どうすれば次も道の駅に立ち寄ってもらえるか、リピーターになってもらえるか」という視点も持ちながら回遊性向上策を検討する。  
意図は、新道の駅の立寄者が増えると、情報提供などにより、まちなかへの来訪者も増加すると考えられるためである。道の駅とまちなかは対立する構図ではなく、もちつもたれつの関係になると考える。
4. 回遊性を高めるためのアイデア出しは、新道の駅における「①情報提供、②企画、③販売、④道の駅のWEBサイト/SNS、その他の取組」に分けて行う。

【参考】別冊 資料編…資料 No. 1

## 論点2 回遊性を高める取り組みのアイデア出しについて

将来に渡る来訪者の行動予測を基にして、新道の駅へのリピーターの確保も目指しながら、回遊性を高めるためのさまざまな取り組みについてアイデアを募った。その際、アイデアに関する実現可能性や実施主体については詳細を問わず、自由なアイデアが生まれるよう配慮した。

### ■ 部会の結論（方針）

1. アイデア出しの結果、回遊性を高めるための方針や考え方に関する内容や、具体的なイベントや取り組みに関する内容、新道の駅に来てもらう、リピーターになってもらうための取り組みまで、さまざまな提案がなされた。

【参考】別冊 資料編…資料 No. 3

2. 出されたアイデアを整理し、以下の3つに分類した。このうち、②の回遊性に関するアイデアについて、さらに検討を行い提案の深化を目指した(論点3へと繋がる)。

① 新道の駅の集客・リピーター確保に関するアイデア

② 回遊性を高めるための方針・考え方に関するアイデア

③ 上記①, ②についての具体的な取り組みに関するアイデア

【参考】別冊 資料編…資料 No. 4

### 論点3 回遊性を高めるための取り組み方針について

論点2の2.②の回遊性に関するアイデアを整理し、回遊性を高めるための方針モデルを示した。方針モデルには、回遊性を高めるための考え方のキーワードとして「コラボレーション」と「コミュニケーション」の2つを掲げ、イメージしやすいよう具体的な取り組みにまで落とし込み議論した。

その後、最後の部会において2つのキーワードに、もう一つ「コネクト(つなげる)」を加え、これらキーワードがすべて、「越前おおのまるごと道の駅ビジョン」やまちのブランドコンセプトに掲げる「結」に通ずることを確認した。言い換えれば、この3つのキーワードが「結」を具体化したものとなる。

#### ■ 部会の結論(方針)

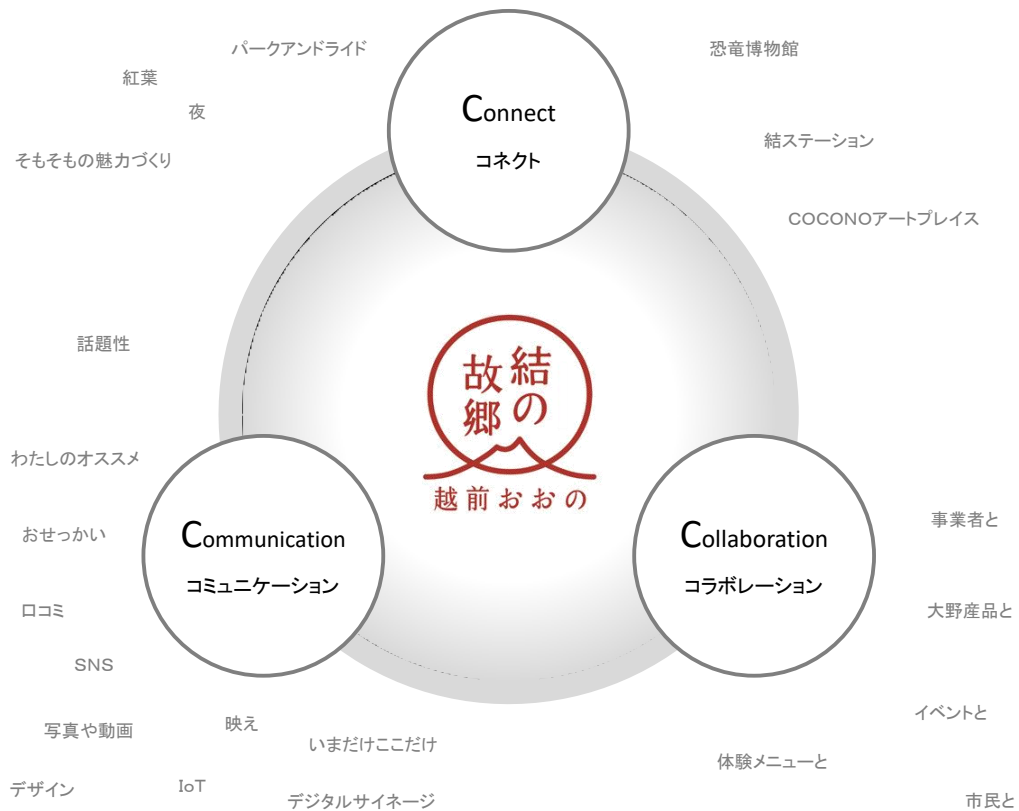
1. 方針モデル及び「コラボレーション」と「コミュニケーション」の必要性について認識した。一方、課題として、①指定管理予定者や事業者、行政などがどのようにすればコラボレーションを円滑に進められるのか、誰が主体的に進めるのかということ、②行政が提供する均一な情報提供ではなく来訪者のニーズに応え、動きのあるマメなコミュニケーションを誰が行うのかということの2点があげられた。

【参考】別冊 資料編…資料 No. 5

2. 1.の課題の解消を目指すために必要な取り組みや、その他回遊性を高めるための取り組みについて提案としてまとめた。その際、4回目となる最後の部会の中で、新たなキーワードとして「コネクト」を掲げ、回遊性を高めるためのコンセプトとなる基本的な考え方を確立した。

### 3 コンセプト

行政や指定管理予定者、さらには事業者や市民などのさまざまなプレーヤーが、これから新道の駅を契機として、回遊性の向上や稼ぐ力を高める取り組みを企画していく上での、基点となるコンセプトを、以下のとおり示す。



#### コンセプト「結の3C」

回遊性を高めるためのアイデア出しを、「①情報提供、②企画、③販売、④道の駅のWEBサイト/SNS、その他の取組」の各分類に分けて実施し、各分類のアイデアを整理し生まれたキーワード、「コミュニケーション」、「コラボレーション」、「コネクト」の3つのCと、その根底に「結」があることをコンセプト及び図としてまとめた。

なお、特に「コミュニケーション」と「コラボレーション」については、別冊 資料編の資料 No. 5～7に具体例も交えて掲載している。

## 4 提案内容

### 提案 1 コミュニケーションが生まれる情報提供や情報発信(WE Bサイト/SNS等)の実施

#### ■ 提案の具体的な内容

#### 1. 回遊性の向上が期待できる充実した観光案内の実施に向けて(※)、新道の駅の観光案内所に「観光案内人」を設置する

- ・ 観光案内人の人数は、少なくとも祝休日に2名、平日に1名を置く。
- ・ 観光案内人は、行政が提供する画一的な情報提供ではなく、地元の声、地域住民の感想、観光案内人の個人的なオススメ情報の提供など、ネットでは得られない生の声を提供する。このような“おせっかい”を焼くことにより、来訪者のニーズに応えた満足度の高いサービスの提供を目指す。その際、観光案内人は公平性にこだわる必要は無いものの、上手な言い回しができる高いコミュニケーションスキルが求められる。

以上のことは、新道の駅へのリピーターの確保にもつながる。

- ・ 観光案内人には、相談に来られた方に対応する受け身の姿勢ではなく、SNSやデジタルサイネージ(電子看板)なども活用しながら、コミュニケーションの活性化や話題性を生もうとする“攻め”の情報発信が求められる。このため、観光案内人には、それらへの理解があり情報や画像等を編集、加工するスキルが求められる。
- ・ 行政は、観光案内人の人件費の支援(もしくは観光案内人が稼ぐことのできるスキーム)を検討するとともに、設置する際は、観光案内人の育成やマネジメントをする必要がある。
- ・ 観光案内人は、新道の駅のWE BサイトやSNS、デジタルサイネージへのアクセスや編集の権限を付与しなければ、配置する効果を発揮できない。そのため、観光案内人を配置する際は、行政や指定管理予定者との調整が求められる。

#### ※ 指定管理予定者が行う観光案内業務(予定)

- ・ 指定管理予定者が行う予定である観光案内業務は、観光案内所に常駐する専属スタッフを配置することが困難なことから、観光案内所に来客があった際に、近くにいるスタッフが対応するといった内容である。
- ・ そのほか関係する業務として、指定管理予定者は、デジタルサイネージの運用管理を行うとともに、新道の駅の専用WE Bサイトを開設する。

## 2. 多様な来訪者に応えるため新道の駅を基点とした「オススメルート」を充実する

### 「オススメルート」をつくる際は、市民等と連携してつくることを提案する

- ・ 新道の駅からの回遊性を高めるためには、新道の駅を基点とした「オススメルート」を紹介することが必要である。
- ・ 観光協会が実施したアンケート結果によると、大野への来訪者は、シニア層（夫婦やグループ）、子育て世帯（夫婦と子ども）、女子旅や学生の順に多く、滞在時間もさまざまである（平均すると3時間程度）。また、昨今の旅行者の旅行目的は、登山やアウトドア好き、歴史好き、カメラ好きなどさまざまである。  
これらのニーズに応えるため、新道の駅を基点としたさまざまな「オススメルート」を作成し、ルートマップや新道の駅内のマップ、デジタルサイネージ、WEBサイトやSNSを通じて発信する。
- ・ 行政が作成する「オススメルート」は、公平性を意識するため掲載する情報が多くなりがちで、“おもしろみ”に欠ける内容となるため、例えば、市民参加のワークショップ形式で行うなど、市民等の協力を得ながら市民等の機運の醸成にもつながる、楽しめるかたちで制作することを手法の一つとして提案する。
- ・ 行政が実施する「#まいおおの」の取り組みでグランプリを受賞した、新道の駅の近くにある「猫島（通称、蕨生地区の田園にある林）」をはじめ、越美北線の駅や古い郵便受けなどが、来訪者にとって写真や動画映えするポイントだったりする。このような来訪者の視点やセンスを生かして、例えば動画コンテストを開催し「オススメルート」をつくることを、手法の一つとして提案する。

## 3. 新道の駅のWEBサイトやSNS、デジタルサイネージを活用し、旬な情報やロコミが見える動きのある情報提供を行う

### SNSを活用し情報提供を行う際は、大学生や市民、事業者等と連携して行うことを提案する

- ・ JAFのアンケートによると、スマートフォンの普及などにより、ドライバーの1/4以上が事前に道の駅の情報などを調べて出かけていることが分かっている。そのため、新道の駅はインターネット空間においても大野のゲートウェイとなる機能が求められ、回遊性を高めるためにも新道の駅のWEBサイトやSNSの充実は必須である。
- ・ SNSの良さは、WEBサイトに比べて情報発信を手軽に行うことができ、さらに個人との双方向のコミュニケーションを行える点にある。そのため、SNSを

活用し、来訪者や市民も参画する旬な情報の発信や口コミの可視化を目指す。

また、それら情報を編集し（例えば、「秋のオススメスポットトップ5」など）、デジタルサイネージに掲示し、来訪者の目に直接届けるなど、インターネット空間と現実空間の双方で情報発信を行う。

- ・ SNSを活用した情報発信を行う際は、大学生や市民などと連携した取り組みを手法の一つとして提案する。例えば、既に行われている「#まいおおの」の取り組みのように、新道の駅を中心として情報発信や情報提供をしてくれるファンづくりを行う。
- ・ 事業者との連携としては、新道の駅で提供されている大野産品を使った料理のレシピを紹介し購入につなげるとともに、それらの食材を使った料理が食べられる店をマップやPOP、デジタルサイネージ、新道の駅のWEBサイトやSNSなどで情報提供し、飲食店への回遊を促す。
- ・ 新道の駅のWEBサイトやSNSに掲載する内容は、訴求力や話題性、拡散性を生むためにも高いデザイン性が求められる。**掲載する写真などの素材のクオリティが重要であり、行政は新道の駅開駅までに素材を準備し、素材を充実させることが求められる。**

#### 4. 観光協会と連携した情報発信体制の構築を協議する

- ・ イベント情報などの観光情報を発信している観光協会（観光協会WEBサイト）との連携について、発信する情報の重複や業務の効率性の観点から連携できないか協議する。特に、新道の駅のWEBサイトをつくる際は、新道の駅がインターネット空間における大野のゲートウェイ機能を果たすという観点からも、情報発信する内容について連携できると良い。

## ■ 提案の具体的な内容

**1. 行政が関係（主催、委託、補助等）するすべての誘客イベントについて、新道の駅とコラボレーションする**

- ・ 例えば、新そばまつりや新そばキャンペーンの時期に合わせて、新道の駅においても「そば」をPRする催しを行うなど、コラボレーションした取り組みを進め回遊性の向上と消費の拡大につなげる。
- ・ まずは行政が関係するすべての誘客イベントについて、新道の駅とコラボレーションできないか検討を進めるとともに、実施する際の方法について、行政は指定管理予定者と調整する。

【参考】別冊 資料編・・・資料 No. 6, 7

**2. 指定管理予定者は、事業者や民間団体等と新道の駅とのコラボレーションを積極的に進める**

- ・ 行政が主催する公益性の高いイベント等のほか、事業者や民間団体等が主体となり行う新道の駅とのコラボレーションも考えられることから、指定管理予定者は、それら民間とのコラボレーションを積極的に進める。
- ・ 指定管理予定者は、新道の駅開駅までに民間とのコラボレーションを進める際の手続きや条件について用意する。
- ・ 事業者のうち新道の駅の来訪者を自社に呼び込みたい者は、新道の駅のスペースの活用やデジタルサイネージでの広告、体験メニューの販売など、自発的に具体的な方策を考え実施する。
- ・ 行政は、例えば、事業者などの民間がデジタルサイネージを利用する際は、広告料が必要になると考えられることから、想定される新道の駅を活用した取り組み想定し、必要性に応じて支援策を用意する。あわせて、やる気のある事業者の取り組みを支援するために、新道の駅を活用した自社のPR事例や効果的な広告の打ち方などを紹介する勉強会などを行い、事業者の創意工夫を支援する。
- ・ コラボレーション企画の実施にあたっては、道の駅内の売り場の作り込みやPRなどの道の駅内に関する部分は指定管理予定者が行うことが適切と考える。



### 3. 指定管理予定者は、体験メニューを提供する事業者等と連携するとともに、体験メニューのチケットを新道の駅で販売する

- ・ 回遊性の向上や滞在時間の延長と消費の拡大を図る取り組みとして、指定管理予定者は、体験メニューを開発、提供する事業者等との連携を進める。
- ・ 指定管理予定者は、体験メニューの予約受付やチケットを観光案内所で販売するとともに、購入者への何らかのインセンティブ（割引やサービスなど）を付与するなどし、購入意欲を喚起する。あわせて、新道の駅内の施設を活用して提供される体験メニューの充実を図る。
- ・ 体験メニューを提供する事業者は、新道の駅の来訪者が参加しやすいよう、当日申込が可能な体験メニューをつくることや当日申込可能な日を定めるなど、利用しやすい体験メニューの開発に努める。あわせて、体験メニューを大手ネット予約サイト（「じゃらん」や「アソビュー」など）に掲載し、申込しやすい環境を整える。
- ・ 行政は、これら体験メニューを開発、提供する事業者への支援を行うとともに、これら体験メニューのPRを実施する。
- ・ 例えば、今回の部会を通して、大野観光自動車株式会社から7つの体験メニューの提案をいただいた。現在の提案はすべて結ステーションを発着にしているものの、開駅後は新道の駅発着に切り替えられるものである。

【参考】別冊 資料編・・・資料 No. 8

提案3	魅力的なスポットづくりと新道の駅と観光スポットをコネクトする（つなげる） 取り組みの実施
-----	---

#### ■ 提案の具体的な内容

##### 1. 訪れたいと思わせる魅力的なスポットづくりを行う

- ・ どれだけ情報発信や「オススメルート」を紹介しても、訪れるスポットそのものの魅力が乏しければ回遊することは難しく、話題性が生まれることも期待できない。新道の駅の開駅や中部縦貫自動車道の県内全線開通に向けて、官民間わず、さらなる魅力づくりや磨き上げが必要である。
- ・ 商店街の事業者は、自社の商品を「かわいい」、「持ち帰りやすい」など、新たな視点で磨き上げていくとともに、今一度、来店客を結の心のおもてなしで迎える。

## 2. 新道の駅と観光スポットが連携した取り組みを実施する

- ・ 誘客イベントにおいて新道の駅がコラボレーションするように、例えば、新道の駅とCOCONOアートプレイスや結ステーション（平成大野屋）などの観光スポットが連携した取り組みを実施する。連携の内容としては、各スポットを巡ってもらう取り組みや各スポットの魅力を生かした連携が考えられる。特に、COCONOアートプレイスが紹介する「小コレクター運動」は、「結」の概念を分かりやすく伝えるストーリーであり、新道の駅との強い連携が期待される。

## 3. 新道の駅と広域を含む観光スポットをつなぐ二次交通を整備する

- ・ 現在、観光協会が九頭竜湖や刈込池の紅葉に合わせたバスツアーを企画している。新道の駅開駅にあわせて、これら紅葉バスの発着の便を増やすことや、六呂師高原のランタンナイトや星空ハンモックなど夜のイベント時に、パークアンドライドバスを運行することなど、二次交通の整備を行う。魅力的な観光スポットと新道の駅とをつなぎ、“景色を見るを消費に変える”観光とする。
- ・ 広域では、例えば県立恐竜博物館では、年間20日程度、大規模な交通渋滞が発生し、スムーズに入館できない日があるとのことで、今後、施設面積の拡充が予定される中、更なる渋滞が予想される。行政は、県や近隣市町と協議を行い、新道の駅をパークアンドライドの発着地とすることで渋滞の解消と新道の駅の来客増を図るとともに、国や県が行う大規模なイベントにおけるパークアンドライドの発着地としての活用を探るなど、広域的な視点での二次交通の整備を行う。いったん新道の駅に“停車する”ことが、ゆくゆくの回遊性の向上につながる。

## 5 検討経緯・部会員

### (1) 検討経緯

回	開催日	内容
第1回	8月20日	論点1に掲げる来訪者の行動予測について議論、共有。第2回の回遊性を高めるアイデア出しに向けた、アイデアの分類分けに関する確認や、求められるアイデアの考え方について議論した。
第2回	9月9日	論点2に掲げる回遊性を高めるためのアイデア出しを実施。
第3回	10月1日	論点3に掲げる回遊性に関する取り組み方針と報告書の骨子案等について議論。方針モデルを示し具体的な事例を通じて、必要となるヒトやコト、モノについて議論した。
第4回	10月25日	報告書案の内容について確認し、議論した。

### (2) 部会員

所属・役	氏名	備考
合同会社プラスアルファ・ラボラトリー 所長	川嶋 正己	コーディネーター
越前信用金庫 常勤理事	岸本 利浩	金融関係
大野観光自動車株式会社 常務取締役	藤堂 規行	観光・交通関係
大野商工会議所 相談課長	玄覚 敏生	商工関係
一般社団法人大野市観光協会	広沢 由理	観光関係
大野市産経建設部商工観光振興課 課長	上藤 正純	行政・商工観光関係
大野市産経建設部道の駅推進課 課長補佐	五十川 秀育	行政・道の駅関係
(事務局)	課長補佐	澤田 陽彦
大野市企画総務部政策局総合政策課	主査	雨山 直人