



道の駅に求められる情報と新たな旅への対応

【未知倶楽部の取り組み】

2007年6月8日

伊藤忠商事株式会社

未知倶楽部室

賦勺 尚樹

1. 新しい旅の姿(観光対象・目的の流れ)

団塊世代を含めたアクティブシニア層が消費マーケットで大きな影響力を持つ。‘地域志向が強く、時持ち、金持ち’。個の旅の姿を求める。主流はドライブ観光、地域巡り。

【Key Word】

- ・団体
- ・安心
- ・楽
- ・定番
- ・平均的
- ・凝縮
- ・表面的
- ・あくせく
- ・拘束
- ・土産
- ・とりあえず
- ・ともかく
- ・地域は見世物
- ・次はどこ？

いままで

旧跡名所・景勝

豪華料理

ぶどう狩り・花摘み

豪華旅館

バス



景観

食事

体験

宿泊

交通

これから

何気ない村の風景

地域の素朴な料理

地域の人々の生活を体験

普通の宿・民家

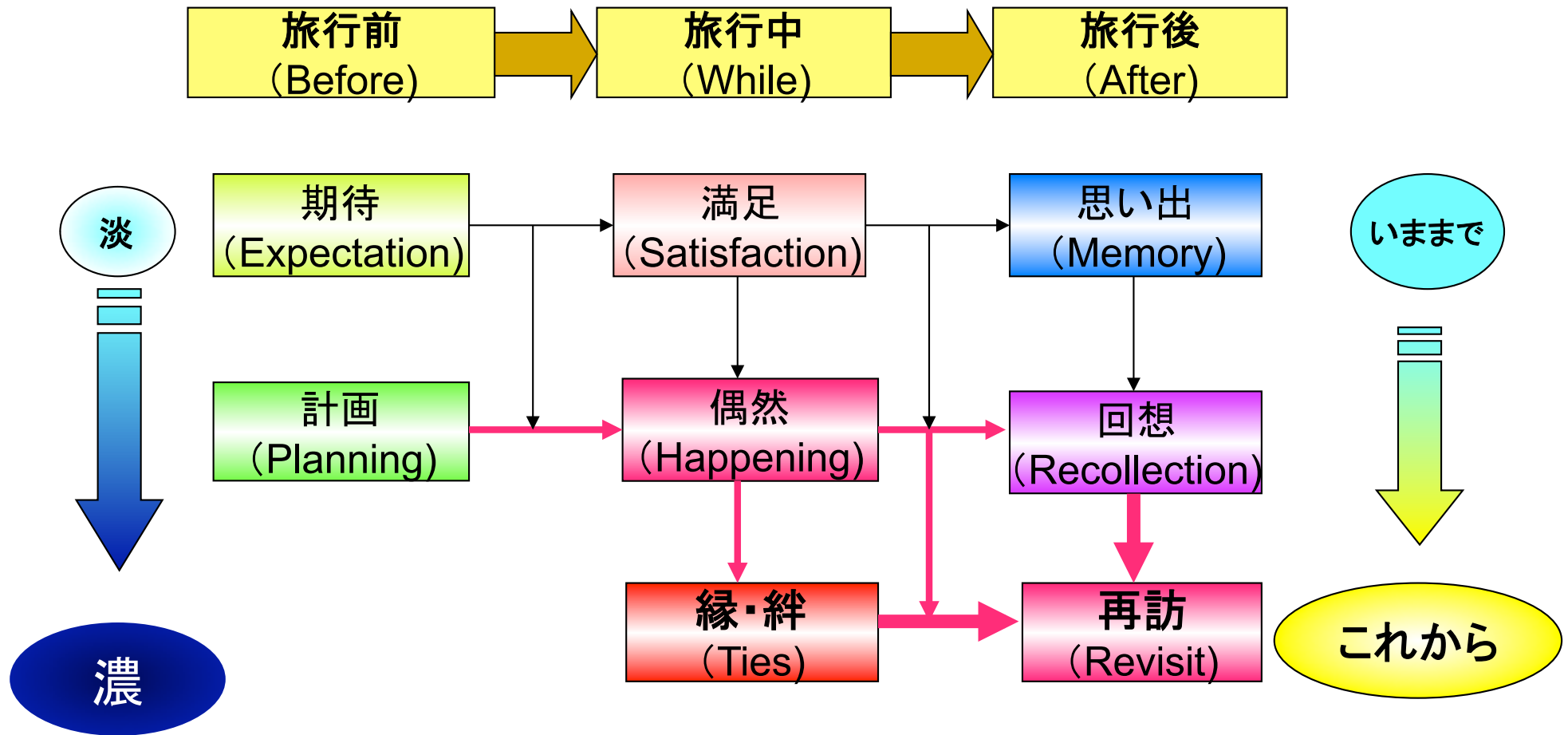
ドライブ・ウォーク

【Key Word】

- ・個人
- ・スリル
- ・思い出づくり
- ・人との絆
- ・共鳴
- ・知的
- ・スローライフ
- ・ふるさと
- ・自由
- ・偶然性
- ・かけがえのない
- ・地域尊重
- ・また来たい
- ・また会いたい

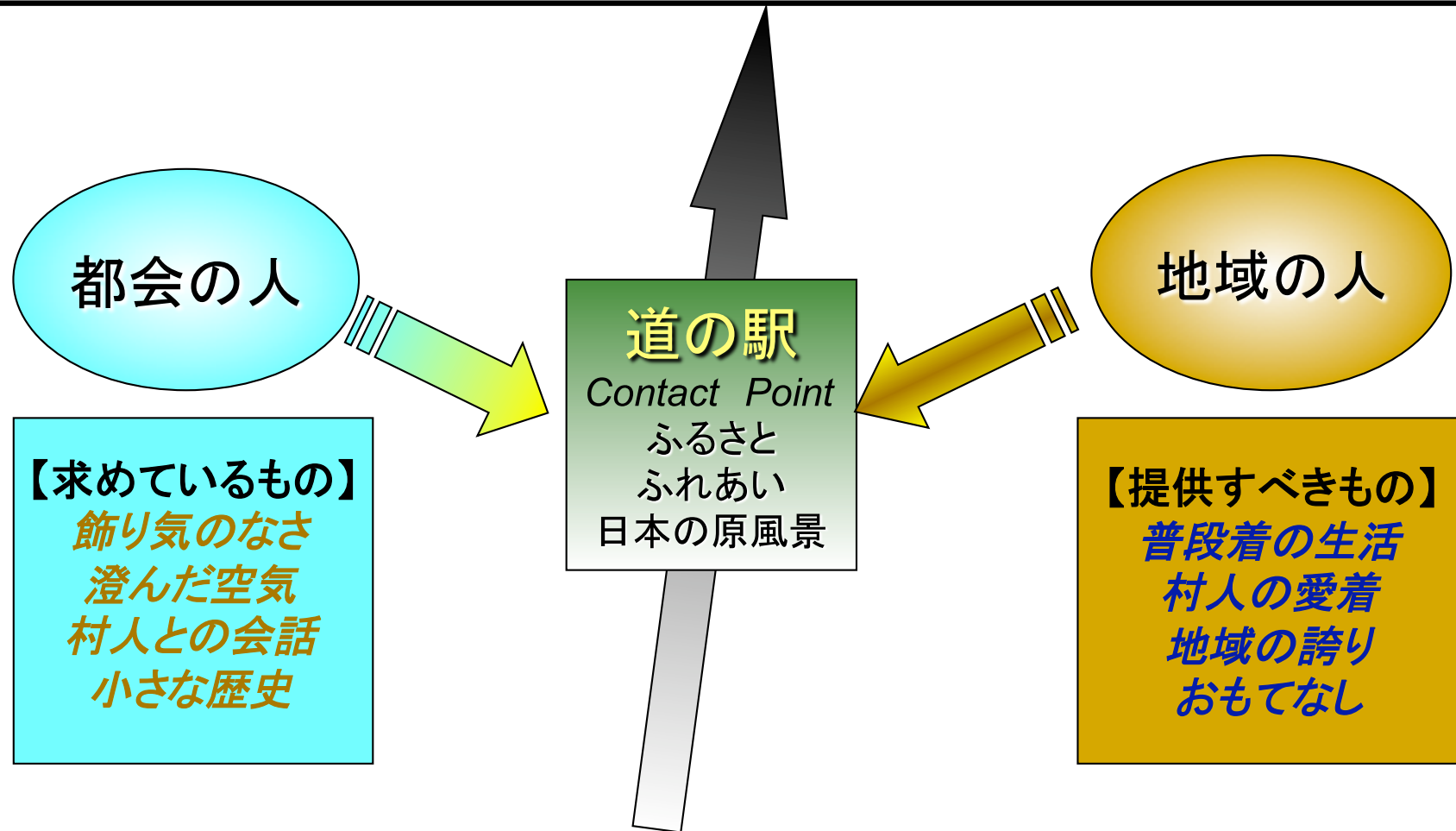
2. 新しい旅の姿(工程毎の期待の流れ)

今までの旅行は期待度に対してそこそこの満足感が得られ、そして一つの思い出が残るが「個」の旅は自らの計画(リスク)により行われる分だけ偶然性と人との出会うチャンスが生まれ、訪れた土地と人との絆が出来、再び訪れたいくなる。



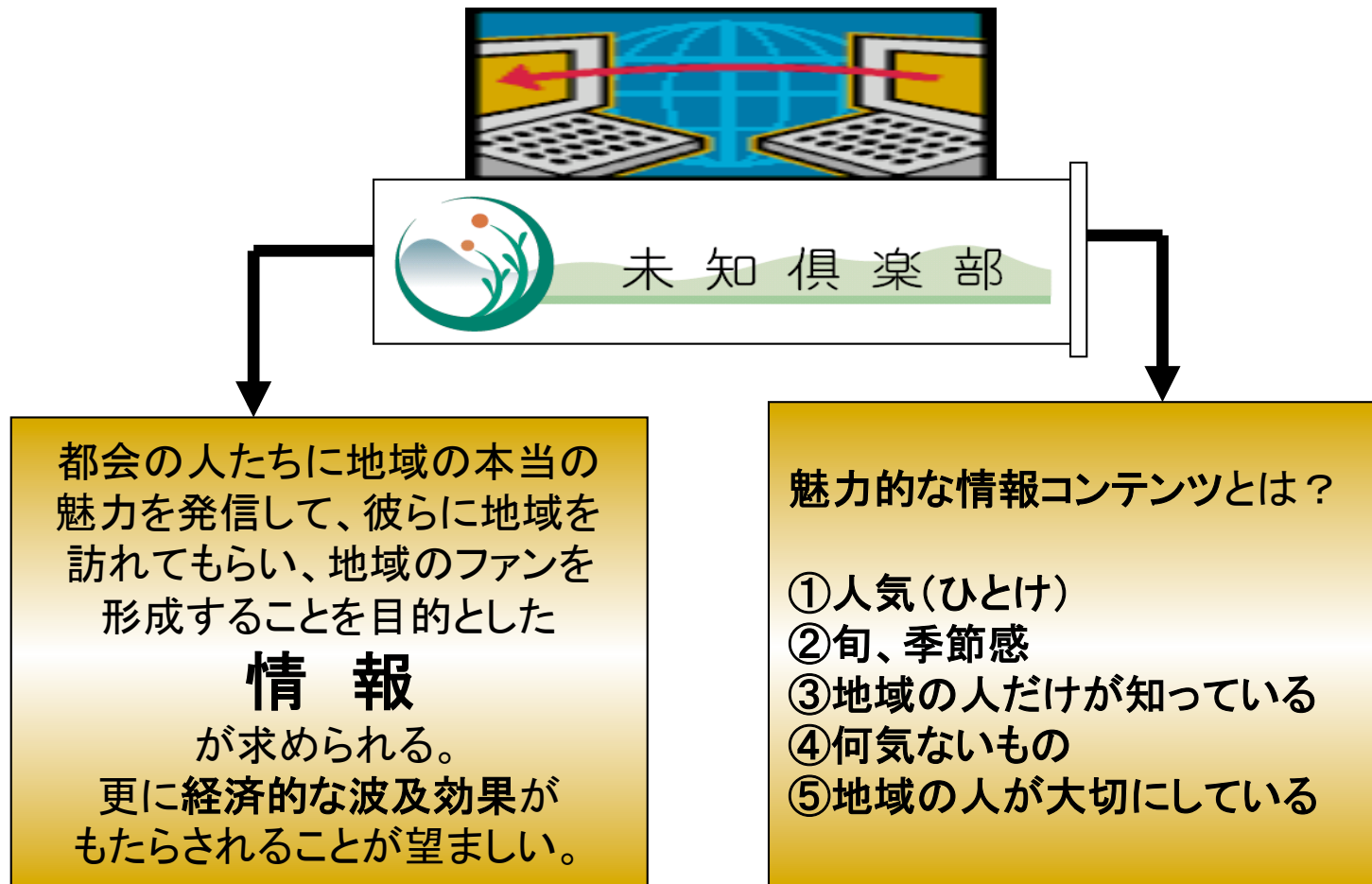
3. 道の駅の可能性

これから地域は開放される。そのコンタクトポイントとして戦略的に道の駅は最適なスポット。訪れる域外の人に‘ふるさと感’‘日本の原風景’‘ふれあい’を演出する必要がある。地域とのネットワークを強化し、生きた人気(ひとけ)の地域情報の発信が求められる。



4. 未知倶楽部の取り組み(HP)

情報を考えるときのキーワードは、何のため(Purpose)、誰に(To Whom)、何を(What)、どのように(How)である。地域情報のコンテンツは効果的に発信する必要がある。



5. 未知倶楽部の取り組み(地域マップ作り)

地域にとって必要なことは地域に一分、一時間、一日でも多く都会の人が周遊、滞在できる周遊プランを作ることであり、その為には既存の魅力的な場所を発掘して表に出すことである。テーマは道の駅の駅長の魅力。その為には駅長を前面に出す必要がある。また、各道の駅もとんがりとなるコンテンツは充分でないので各道の駅が連合、連携を図りブロックを形成して域外の人がブロック内を訪問した場合ブロック外に容易に出さない様に努めることである。→ピンボール理論

- ①ブロック内で2泊3日、5泊6日プラン(長ければ長いほど良い)
 - ②道の駅を中心として数時間周遊出来散策プラン
- * 全て道の駅の駅長さんという属人的な魅力により作成

