

巻頭のことば 「都会の消費者と秋の空」



暑さ寒さも彼岸まで・・・正にその言葉通り9月23日を境にいきなり肌寒くなって来ました。先人の読みの凄さを感じます。

さて、この夏の猛暑により米を始めとする農産物の生産が芳しくなく地域経済への影響が心配されますが、都会の消費者にとっては猛暑は既に過去の話です。

消費する方は気が楽です。暑ければカキ氷を欲しがり、ちょっと寒くなるとおでんが食べたくなる。それを満たしてくれる売り手(企業)は感謝され満たしてくれないと見向きもされない。

ところで、道の駅は注目度を増していますが、道の駅を構成する要素の中で他の店になくて、消費者に評価されている要素(キラーコンテンツ)は何なのか？

これを常に考えないと道の駅もどきのショップ、業者が雨後のたけのこの様に現れるでしょう。その為には道の駅で売れるということは他がやっても売れるかもしれないという謙虚さを持つことです。

それと何よりも都会のきまぐれな消費者の気持ちを理解することです。

未知倶楽部 賦勺尚樹

---

目次

巻頭のことば p02	都会の消費者と秋の空
特集アンケート p03	外国人旅行者への対応
特集レポート p09	秋田・岩手の道の駅
p10	秋田県の5駅
p21	岩手県の3駅
道の駅ニュースピックアップ p29	能登半島でスタンプラリー、他
お知らせ p31	新規掲載の駅、他