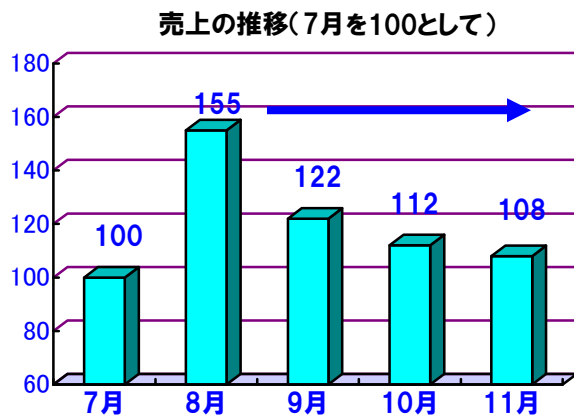


## 特集アンケート

## 秋からの集客策

8月は道の駅にとって来場者、売上高ともに大きく伸びる時期である。その反面9月以降の秋に売上を落とさないためには集客策を講じる必要がある。

アンケートに答えて頂いたほぼ全ての道の駅が秋に何らかのイベントを行っているが、小規模な駅ではマンパワーの限界もある。未知倶楽部に参加する道の駅が連携して行えば新聞などのメディアに露出する機会も増えるのではないか——連携したイベントに対するアンケートの結果は以下の通りである。



## Q)未知倶楽部で連携して行いたいイベントは？

- |                    |     |
|--------------------|-----|
| 1. 着地型観光の「ふるさとツアー」 | 27票 |
| 2. 未知倶楽部ホームページでの特集 | 27票 |
| 3. 産品交流「全国道の駅フェア」  | 25票 |
| 4. 全国縦断スタンプラリー     | 24票 |
| 5. ネット通販での産品販売     | 22票 |
| 6. 電気自動車の試乗会       | 18票 |

詳細は次頁からのアンケート結果詳細をご参照下さい。

2010年6月3日から10日の間、未知倶楽部掲載338駅にアンケートを配布して41駅から回答を得た。回収率12.1%。