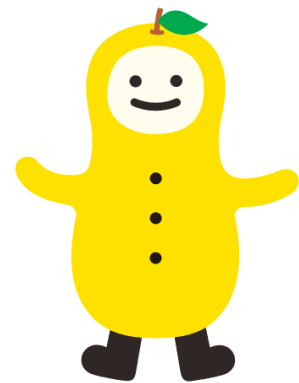




目指せ！！日本一の道の駅！！ 道の駅もてぎで学んだ 地方創生



<http://www.town.motegi.toc.higi.jp/motegi/yuzumo/>

発表日 2017年3月3日

跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部
山口夏菜 森みなみ 佐々木瑠菜 高橋彩音 伊藤暖乃



跡見×道の駅もてぎ 地方創生プログラム

地域活性化の拠点として注目される「道の駅」を舞台とした、インターンシップ地方創生プログラム基本協定を2015年3月31日に全国「道の駅」連絡会と締結しました。本学ではこの協定に基づき、平成27年度より、観光による地域活性化を学ぶ女子大生をインターンシップ生として「道の駅もてぎ」に派遣しつつ、観光を研究領域とする専任教員が総合的に指導するという、「道の駅」を実学教育の場とする新たな地方創生プログラムを、2年目となる今年も国土交通省のご支援のもと実施しました。



跡見学園女子大学

- ①観光の現場体験を通じて観光人材としての実践の能力を身につける
- ②全国規模のコンテストなどにも多数参加
全国優勝などを果たしている。



栃木県茂木町 道の駅もてぎ

- ①全国モデルといわれる道の駅、様々な取り組みを実施
(地域ブランド化の創出、雇用の創出、)
- ③観光を定住につなげる取組み)
- ③「道-1グランプリ」初代グランプリ受賞

インターンシップの1年目の取り組み



- ①地域資源の発掘
→サケの遡上
- ②顧客価値
→大自然でのPR
- ③事業モデル化
→SLの知名度向上
- ④集客の仕組み
→大手旅行会社と連携



ツアーは大成功！！！！



跡見×道の駅もてぎ 地方創生プログラム

地域活性化の拠点として注目される「道の駅」を舞台とした、インターンシップ地方創生プログラム基本協定を2015年3月31日に全国「道の駅」連絡会と締結しました。本学ではこの協定に基づき、平成27年度より、観光による地域活性化を学ぶ女子大生をインターンシップ生として「道の駅もてぎ」に派遣しつつ、観光を研究領域とする専任教員が総合的に指導するという、「道の駅」を実学教育の場とする新たな地方創生プログラムを、2年目となる今年も国土交通省のご支援のもと実施しました。



跡見学園女子大学

- ①観光の現場体験を通じて観光人材としての実践の能力を身につける
- ②全国規模のコンテストなどにも多数参加
全国優勝などを果たしている。



栃木県茂木町 道の駅もてぎ

- ①全国モデルといわれる道の駅、様々な取り組みを実施
(地域ブランド化の創出、雇用の創出、)
- ③観光を定住につなげる取組み)
- ③「道-1グランプリ」初代グランプリ受賞

インターンシップの1年目の取り組み



着地型 旅行商品の開発

- ①地域資源の発掘
→サケの遡上
- ②顧客価値
→大自然でのPR
- ③事業モデル化
→SLの知名度向上
- ④集客の仕組み
→大手旅行会社と連携



ツアーは大成功！！！！





跡見×道の駅もてぎ 地方創生プログラム

地域活性化の拠点として注目される「道の駅」を舞台とした、インターンシップ地方創生プログラム基本協定を2015年3月31日に全国「道の駅」連絡会と締結しました。本学ではこの協定に基づき、平成27年度より、観光による地域活性化を学ぶ女子大生をインターンシップ生として「道の駅もてぎ」に派遣しつつ、観光を研究領域とする専任教員が総合的に指導するという、「道の駅」を実学教育の場とする新たな地方創生プログラムを、2年目となる今年も国土交通省のご支援のもと実施しました。



跡見学園女子大学

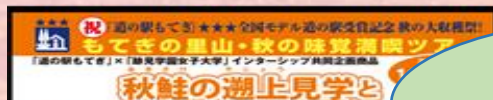
- ①観光の現場体験を通じて観光人材としての実践の能力を身につける
- ②全国規模のコンテストなどにも多数参加
全国優勝などを果たしている。



栃木県茂木町 道の駅もてぎ

- ①全国モデルといわれる道の駅、様々な取り組みを実施
(地域ブランド化の創出、雇用の創出、)
- ③観光を定住につなげる取組み)
- ③「道-1グランプリ」初代グランプリ受賞

インターンシップの1年目の取り組み



着地型



そして2年目の挑戦は.....



<http://www.town.motegi.toc>
higi.jp/motegi/yuzumo/

- 大自然でのPR
- ③事業モデル化
- S Lの知名度向上
- ④集客の仕組み
- 大手旅行会社と連携



平成28年度インターンシップ 5名のメンバー

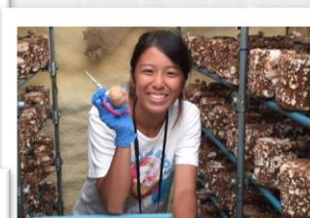
リーダー

山口夏菜 3年



副リーダー

森みなみ 2年



佐々木瑠菜 2年



高橋彩音 2年



伊藤暖乃 2年



指導教員

篠原靖先生

●内閣府地域活性化伝道師選任（観光振興担当）





目指せ！！日本一の道の駅！！

道の駅もてぎで学んだ地方創生



今回のインターンシップの主旨

今回のインターンシップを通じて道の駅もてぎをグレードアップさせ、**日本一**にするために、茂木町の抱える(観光資源の掘り起こしと若者の来訪者の増加)課題解決のお手伝いをさせていただき、地元を支援してさらに女子大生目線、外モノ目線から茂木町の少しでもお役に立てるように若者にとっての茂木町の魅力の再発見、改善点の発見などを行う。

今回のインターンシップの取り組み

視点1

道の駅もてぎを拠点とした茂木町における若者の観光需要の喚起



ツインリンクもてぎの利用者である若者と年齢層の高い道の駅もてぎの利用者向けの地域活性化に役立つ企画を立案する

視点2

道の駅もてぎを中心とした新しいインバウンドへの取り組み



茂木町に増え続ける訪日外国人観光客の対応として道の駅が核となりインバウンド対策を行う

視点3

新しい食を通じた茂木産ブランド化の開発で日本一の道の駅を目指す



茂木産の食のブランド化をはかり全国の道の駅に誇るような食を通じた誘客で新たな道の駅の価値を創造する(日本一を目指す！)

平成28年度 インターンシップ 全体スケジュール

日付	実施内容	日付	実施内容
7月19日	第一回 事前会議 新座キャンパス	9月8日	<ul style="list-style-type: none"> ・寺めぐり (長安寺など) などの観光素材 ⑤インバウンドPOP作成
7月23日	第二回 現地視察 <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅もてぎ ・菌床椎茸 ・大瀬観光やな ・ふみの木もてぎ ・手作り工房 ・れんが 	9月9日	<ul style="list-style-type: none"> ・ふみの木もてぎカフェ・ラ・パンセ視察 ・インターンシップまとめ作業 ・関東地方整備局 講評及び学生からのまとめ発表 インターンシップ終了
8月24日	第三回 事前会議 文京キャンパス	9月23日	<ul style="list-style-type: none"> ⑥「道ー1グランプリ」に 学生スタッフとして参加 ・ブースの設営のお手伝い ・関西のローカルテレビの生放送に参加 ・前夜祭参加
	インターンシップ本番	9月24日	<ul style="list-style-type: none"> ・ブースのお手伝い (ゆず塩ら〜めんのタネづくり、提供、会計・集計)
9月5日	①古口町長のお話 ②道の駅もてぎ施設見学	9月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・ブースのお手伝い (ゆず塩ら〜めんのタネづくり、提供、会計・集計) ・「道ー1グランプリ」 初代グランプリ受賞！！
9月6日	③那珂川ステーション カヌー体験 <ul style="list-style-type: none"> ・ツインリンクもてぎ施設見学 ・茂木駅（まちなか散策） ※徒歩にて城山公園まで移動		
9月7日	<ul style="list-style-type: none"> ・農業体験 ・菌床しいたけ栽培体験 ④売上を伸ばすための手法について		
今後は年間通じて 東京での事業展開支援を行う！			

①古口町長のお話

総合的な学びとして
古口町長からお話いただきました！
町長のお話から様々なことを学びました！

古口町長が目指す道の駅をベースとした 茂木町のシナリオに関する勉強会



茂木町の現状に対する町長の様々な取り組み

茂木町では近年農家の高齢化、人口減少などに悩まされている。
茂木町の生産人口が減る中で、道の駅が町の核となり様々な取り組みを行っている。

①農作物の回収サービス

高齢化に悩む農家を一軒一軒回り、道の駅が農作物を回収することによって
道の駅に行かずとも商品を販売することが可能となる新しいサービス。

②雇用の創出

道の駅もてぎが手作り工房や菌床椎茸の栽培を経営を行うことにより、若い人の働く場を作り、
茂木町の中に雇用が生まれ、雇用を求めて都市部に行かずとも、茂木町の中で働くことができる

③地域のブランド化を行う

茂木町の特産品をブランド化することにより、多くの観光客を呼び込み交流人口を創出している

④今だけ、ここだけあなただけもっと増やす（アイスの事例）

これらの町長のこだわりはすべて
3つのキーワードにつながっている

道の駅もてぎを
訪れる人のため

茂木町で暮らす
市民のため

道の駅もてぎで
働く人のため



[http://www.tochigi-
okurashi.jp/interview-motegi](http://www.tochigi-
okurashi.jp/interview-motegi)

②道の駅もてぎにある施設内の良い点・改善点

<テーマ> 道の駅もてぎの施設を視察・見学し私たちが見つけた施設内の良い点・改善点

<課題> 外者目線から道の駅もてぎの施設の良い点、改善点を見つける

学生目線で施設内を見学して気づいた様々な良い所・改善点を見つけ、道の駅の皆様に発表しました！

<良い点>

1. 野菜直売所の工夫

- ①新鮮な茂木産の取れたて野菜の近辺に野菜を使って作れる茂木町の地域の個性を生かした料理レシピ提案がおりてある。



たくさんのレシピが誰でも持ち帰れるように印刷されておてあります

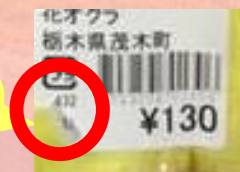


<イメージ図>

- ②野菜や果物などの農産物生産者の顔をパネルで見ることができる。



商品についている番号のシールを見ればパネルと照らし合わせて生産者の顔が分かる



2. おみやげ（櫛）の商品のアピール方法

けやきに入ってすぐにその季節に旬な食材をつかった、お店のイチオシ商品があり一番に目に入るため手に取りやすい。



夏の時期はゆずが旬でたくさんのゆず商品が特集されていました！



<改善点>

- ①トイレの構造上、個室が左右に分かれているために並んでいる方がどこが空いているのか気づかない可能性がある。

<提案> トイレの個室を一箇所にまとめる。

使用中かどうか一目で誰でもわかるようにする。

トイレに下記のマークのようなものを設置したらどうか。



空室だと青マークが表示され、使用中だと赤マークが表示される



<http://Fundo.jp/70236>

- ②道の駅もてぎの施設内の様々な場所にゴミ箱が設置されているが、設置場所によって捨てられるものが異なっていたため、分別に手間がかかり、利用しづらかった。

<提案> ゴミの回収場所をいくつかに分ける。

分別を一つでできるよう設置したらどうか。



各分別が揃って設置されていると捨てやすい！

揃って置かれていないため、分別に手間がかかる



＜テーマ＞ 那珂川を利用したアクティビティの現状

＜課題3＞ アクティブプログラムに興味のある観光客を町の観光スポットとつなげる



森を走る・森で遊ぶ・森と笑う

ツインリンクもてぎ



ツインリンクもてぎが**人気**な理由

- ① 子供たちの遊ぶ施設が多い（体験型）
- ② ファミリーが多い
- ③ 訪日外国人が多く訪れている
（年に20レース開催）

<テーマ> 那珂川を利用したアクティビティの現状

<課題3> アクティブプログラムに興味のある観光客を町の観光スポットとつなげる



森を走る・森で遊ぶ・森と笑え

しかし、ツインリンク茂木に観光客が一極集中しがち！！

- が人気の理由
- ① 施設が多い（体験型）
 - ② ファミリーが多い
 - ③ 訪日外国人が多く訪れている（年に20レース開催）



那珂川ステーションとは？

オートキャンプ那珂川ステーションは、栃木県と茨城県の県境に目の前には関東随一の清流那珂川が流れ、逆川が流れ込む絶好のロケーションに位置する。様々なアクティブプログラムを体験できる施設（営利・非営利など調査する必要がある）カヌーやカヤック等、川遊びのベースキャンプにも最適。カヌー、カヤックは送迎やレンタル、スクールも行っているので初心者でも簡単に体験ができる。

- ・ 期間...5～10月
- ・ コース...10キロコース・20キロコースあり
- ・ 参加資格...1人乗り→中学年～/2人乗り→保護者同伴の場合小学校低学年～



茂木町の「カヌー達人」
といえばこの方！
インストラクター為永さん！

カヌー体験

初心者や運動が苦手でもインストラクターの方が丁寧に指導してくださり、道具など必要なものがなく練習時間もあるため安心して楽しむことができました。川にスリルがあるところがあり、飽きることなく最後まで楽しむことができました。天気も良く、360度茂木の美しい自然に囲まれ充実した時間になった。

中間ポイントで、30分程休憩時間があった。実際に川に入って遊ぶ事ができ、茂木の綺麗な那珂川を身近に感じる事ができると思う。



④道の駅もてぎの④秘テクニックを伝授！

＜テーマ＞ 売り上げを伸ばすための道の駅もてぎならではの④秘手法

道の駅もてぎがなぜ全国モデルの道の駅なのか、その売り上げの④秘テクニックを堀江様を講師に迎えて、特別勉強会を行いました！

＜課題3＞ 道の駅もてぎの④秘テクニックについて学ぼう！

① 茂木町の農家の選択肢

茂木町では農作物を主にJAか道の駅に納品している。

JAでは売り上げのうち30%しか利益にならないが、作ったものを全量買い上げしてくれる。

一方道の駅もてぎは売り上げの85%が利益になるが、もし売れ残ってしまったら農家が自ら引き取り、処分しなければならない。

例) もてぎにはいちご農家の方が8軒いるが、7軒が道の駅、1軒がJAに納品している。

→道の駅もてぎでは自分の名前と写真が載せられるため、その農家の作るイチゴ目当てに毎年訪れる方がいる。

一方でJAは納品する作物を一括で管理しているため、自分の名前が出ないことを嫌がる人が多い。

② PR方法

新聞またはテレビでの宣伝効果が高い。

例) 茂木産のえごまが、ゴールデンタイムのテレビ東京の番組で放映され、芸能人の一言により売り上げが伸びるきっかけとなった。

番組終了後えごまの商品の問い合わせで電話が鳴りやまなくなった。(ボケ防止)

③ 従業員のやる気

ボーナスを支給することにより、従業員のやる気を促進している。

従業員の質をより高めるために栃木県にある道の駅全駅をまとめて従業員研修している。

→栃木県にある道の駅で栃木限定の商品を販売し、商品の利益7~8%を研修費としてあてている。

④ ターゲット

道の駅もてぎのターゲットは女性と子供。商品を出す際に女性や子供が何を求めているかを調査し、販売している。

例) 新商品のパッケージのデザインや味付けを女性や子供好みになるように特に意識している。

堀江様から道の駅④秘テクニックを学んで…

道の駅もてぎの売り上げを伸ばすための手法を学び、お話からも町長のこだわっている「ここで働く人のため」が感じ取れた。道の駅もてぎは地域の雇用の場として機能しているだけでなく、働く従業員が楽しく働いている雰囲気伝わっており、その雰囲気がお客様に伝わり、お客様も楽しむことができるのではないと思う。その環境づくりがさすがだと思った。また、常に消費者目線に立つことを忘れず取り組みをおこなっているからこそ観光客にも愛される道の駅なのだと思えた。

<テーマ> ポップ作り視察

①ポップにゆずもなどが入っていてかわいい



②和菓子商品の近くにそのお店への地図が貼ってあり良い



③冷凍庫内の文字がふやけていたり、凍結して見づらい



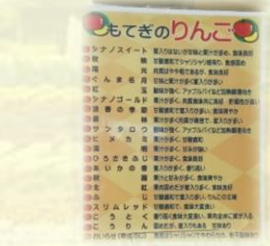
④生産者の顔が上に貼ってあり、数字も小さく見づらい



⑤フロントや色づかい、木を使っているのが⑥りんご等種類ごとに書かれているポップ券雰囲気に合っていて良かった



⑥りんご等種類ごとに書かれているポップ券雰囲気に合っていて良かった



⑦色の統一感や手描きでの手作りポップが良い



⑧商品以外の文字の(インフォメーションセンターなど)背景にもゆずもやバウムクーヘンを入れてアピール



外国人向けポップの一例

ドン・キホーテのポップ

ポップの先進的な事例として訪日外国人観光客が多く訪れている都内のドン・キホーテのポップを調査してきました。



- Cherry texture unique to rice powder spreads in the mouth.
- Shape of stump makes the product popular.
- The product used rice powder made from delicious rice in Moteji town.
- Please try to taste the product.

自分たちでドン・キホーテのポップを参考に外国人向けポップを作ってみました!!



⑤道の駅もてぎの食のブランド化を図る

今回のインターンシップの最大の目標である
「**日本一の道の駅**」を目指すべく、特別プログラムとして
食の祭典 道-1グランプリに参加させていただきました！！

<インターンシップ特別プログラム>

インターンシップの特別プログラムとして、9月23日（前日準備）24日25日（イベント本番）に
京都の丹後で行われた、第1回「道-1グランプリ」に学生スタッフとして三名が参加させていただきました！
今回が、初めてとなる本イベントに「道の駅もてぎ」は予選を勝ち抜き20チームに選出され、
道の駅もてぎの大人気グルメ**ゆず塩ら〜めん**を販売しました！！

1093道の駅のうち、

全18都道府県20の道の駅が集結！

道の駅を食べ尽くす！

道-1グランプリ

北海道・青森・栃木・群馬・千葉・石川・三重・京都・奈良・
和歌山・兵庫・広島・愛媛・高知・長崎・鹿児島・宮崎・佐賀



接客の課題点

- ①京都開催の道-1グランプリに訪れるお客様は関西圏の人が多く、栃木県茂木町を知っている人は少なかった。
- ②ゆず塩ら〜めんの「二通り」の食べ方を知らない方が多かった。
- ③ゆず塩ら〜めんだけでなく道の駅もてぎで販売している『ゆず酢』も一緒にブース販売をしていたが、ゆず塩ら〜めんに比べて認知度が少なかった。
- ④ブースが大繁盛で混雑していたため、効率が求められていた。
- ⑤関西のローカルテレビの告知で『ゆず塩ら〜めん』の魅力が伝わるようにアピールを行う機会があった。

接客の工夫点

- ①茂木町のパンフレットを並んでいる人に配布し、少しでも記憶に残るように工夫をした。また、並んでいるお客様と積極的にコミュニケーションをとったことにより、お客様が待っている間も飽きさせることなく、気持ち良く商品の受け渡しができるようになった。
- ②ゆず塩ら〜めんは途中でゆず酢を入れることによって風味が変わり、一度に二通りの味が楽しめる。ゆず塩ら〜めんをさらにおいしく召し上がっていただくために、商品を渡す際にゆず酢を一緒に提供し、使い方を伝えた。
- ③販売するにあたって、ゆず酢を使ったレシピや地元の人おすすめの使い方などを話して販売促進を行った。
- ④ブーススタッフ内でも頻繁に声を掛け合ってチームワークを心がけ、スムーズに商品を出せるようにした。
- ⑤ゆず塩ら〜めんを印象付けるために、茂木産の食材がどっさり入り、さっぱりヘルシーで女性に人気があるというポイントをアピールした。その結果、「テレビみて来たよ!」「テレビに出てたよね!見たよ!」などの嬉しいお言葉をいただき、商品の売り上げ、投票数にもつながった。



茂木でも人気の
ゆず酢だよ!



道-1グランプリ

初代グランプリ受賞



全国1093の道の駅の1位に！！

グランプリ受賞

多くのメディアでも
取り上げられ、
売り上げも大幅UP ↑↑



ゆず塩ら〜めん



「道-1グランプリ」で、1位に選ばれた道の駅もてぎの「ゆず塩ら〜めん」(主催者提供)

道の駅のグルメ人気1位を決める初の全国大会「道-1グランプリ」が京都府京丹後市で25日閉幕し、道の駅もてぎ(栃木県茂木町)の「ゆず塩ら〜めん」が初代ナンバーワンを飾った。18道府県の20駅が参加し、来場者が人気投票を行った。



2位は道の駅大月(高知県大月町)の「莓氷り」、3位は道の駅うずしお(兵庫県南あわじ市)の「あわじ島オニオンビーフバーガー」。


道の駅もてぎの堀江順一さん(44)は「町産のユズと野菜を使い、さっぱりした味付けで女性に人気があった。これを機に茂木町が全国に知られ、ユズや野菜生産者のためになれたら」と笑顔を見せた。

【グランプリ】道の駅もてぎ「ゆず塩ら〜めん」(栃木県茂木町)




栄えある初代グランプリに輝いた道の駅グルメは、栃木県の茂木産ゆずで作ったゆず塩とゆず果汁を使用したラーメン。もてぎ町産の野菜もどっさり入り、さっぱりヘルシーで女性に大人気。イベント当日は終日行列が途絶えませんでした！

まとめ

視点1 
道の駅もてぎを拠点とした
茂木町における
若者の観光需要の喚起



ツインリンクもてぎと
那珂川カヌーステーションをつなぐ
新たな誘客の仕組みづくり

視点2 
道の駅もてぎを中心とした
新しいインバウンドへの取り組み



道の駅もてぎと
跡見学園女子大学による
オリジナルPOPの作成

視点3 
新しい食を通じた
茂木産ブランド化の開発で
日本一の道の駅を目指す



第一回道-1グランプリ
「**グランプリ**」受賞！！

半年間お世話になりました、道の駅もてぎの皆様、
国土交通省の皆様、篠原先生に感謝申し上げます。
ありがとうございました！！

