

横浜町インターン 報告会

国立大学法人弘前大学3年 澤田大介
2年 村山佑斗

最初の挨拶

私たちの学生の報告会に来ていただいて

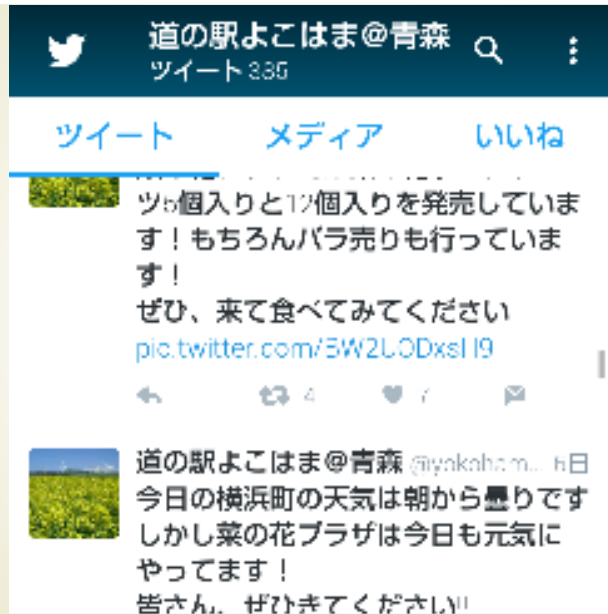
**本当に
ありがとうございます。**

地域づくりインターンシップとは

- 青森県企画制作部地域活力振興課地域活性グループが主催し、弘前大学大学院地域社会研究科が実施する県事業。
- 大学生(日本全国)が青森県内の地域に短期滞在し、**地域住民の皆さんに協力していただき、**課題の解決と地域の活性化を目的としています。
- 今回、私たち二人はこの青森県横浜町に約10日間滞在。なたねの会の皆さんや道の駅関係者の方々、生産者や製造者の皆さんに**協力していただき、**横浜町道の駅「菜の花プラザ」での就業体験とインタビュー。課題の発見や解決のアイデアを出すことが目的。

私たちの活動

- 初日 各方面への挨拶、横浜町見学
- 2日目 菜の花プラザで観察 インタビュー(生産者や道の駅関係者)
- 3日目 菜の花プラザで生産者のお手伝い
- 4～5日目 菜の花プラザで実際に働いてみる、インタビュー
- 7日目 お祭りの行列に参加
- 8日目 じゃがじゃがフェスティバル
- 9日目 報告会
- 他にやったこと
ツイッターの更新 自分たちで紙を貼ってみる
生産者さんにアイデアを話す
交流会への参加 新商品の試食



報告の流れ

- 1 発見
- 2 課題
- 3 アイデア

※今回の報告では時間に限りがあるため
私たちが特に発表したい内容に限定しています

発見！

- 菜の花プラザで私たちが体験したことやインタビューしたことをもとに以下の3つの視点で発見がありました！

お客様

商品

道の駅

発見！お客様について

- 平日でも観光・ツアー客が多い
- お客様の年齢層が高め(地元・観光)
- 観光客の目的は青森全域や下北の観光
- 駐車場宿泊客が多い(ほとんどが県外)
- 駐車場宿泊客の多くは7:30までにはいなくなる
- 滞在時間はおよそ5分から30分(ツアーも含め)
- ホタテを送る人も多い
- 地元の人もお土産を買う

発見！商品について

- ▶ **加工品や手作りの品**が豊富である
- ▶ **野菜やホタテなどが安い**
- ▶ **お土産の種類が豊富**である
- ▶ 総菜やパンやお菓子も売っている
- ▶ 手書きのポップもある

発見！道の駅について(1)

- ▶ レジ袋の種類が豊富
- ▶ **道の駅スタッフも野菜の賞味期限を確認**している
- ▶ 電話注文や予約も多い(祭り効果もあり)
- ▶ 酒の包み紙・クッション、風車は手作り
- ▶ **お土産も売っているため袋入れは店員**で行う
- ▶ 作物やお土産を並べるときは**持ってきた人が行うことが多い**

発見！道の駅について(2)

- ▶ お土産業者さんも青森県・下北・ホタテなどの海産物をイメージしたものを置くようにしている
- ▶ 野菜やホタテや惣菜を卸す時間は人によって違う
- ▶ 農家さんは朝間に、おみやげやさんは昼間に納品に来る人が多い

課題

- 私たちが特に課題だと思ったのは以下の5つの点です。
- ▶ 観光客滞在時間の短さ/PR不足
 - ▶ 商品の豊富さゆえの説明不足
 - ▶ 商品展示を工夫したくてもできない
 - ▶ 道の駅スタッフの印象がが悪いことも。。
 - ▶ 意見交換や情報共有の不足

観光客の滞在時間の短さ/PR不足

- 「横浜町って何が特産品なんですか」
- 「大間・むつ・下北・恐山の旅行できました、ここには途中で寄り(トイレ)に来ました」
- 「ドーナッツとか菜の花(なまこ)は知ってますけど...」



観光客の認識は横浜町の有名なものばかりに。
→ほかの特産品(じゃがいもなど)が買われない。
=チャンスを生かし切れていない

商品の豊富さゆえの説明不足

- 似たような商品がある中で違いがわからない
- 商品の特徴や食べ方がわかりづらい
- どこにどんな商品があるかわからない
- 混雑時、プラザの人が商品の説明できない



初めて来た(見た)お客様には
横浜町の商品の良さが伝わっていない。
→横浜町ではなく青森県のお土産を買う。
→特産品についての知名度も上がらない。

商品展示を工夫したくてもできない

- 出荷者さんが展示の仕方や工夫の仕方がわからない
- 工夫してもほかの人に迷惑がかかるのではないかと心配
- 工夫したいけども商品が傷むかも(じゃがいもやパン)



出荷者さんが自分なりの創意工夫ができずに委縮
見やすくするだけで目に留まる商品があるはずだが...

道の駅スタッフの印象が悪いことも。。。

- もっとレジの外にも出てほしい、声を出してもいいかも
- お客さんによって店員さんの印象に差がある。
「この店員はいい人だから、行きも帰りに寄る」
「あまりいい印象はない。不愛想に感じた」

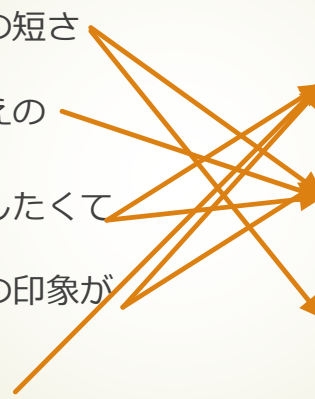


道の駅の人の印象がいいことでリピーターもいる。
商品の袋詰めも気を使っているが、店員さんの対応で道の駅の印象が悪くなってしまっているのはもったいない

意見交換や情報共有の不足

- 出荷者さんと道の駅スタッフさんとのコミュニケーション不足
- 品卸について：
なたねの会・菜の花トラスト=道の駅でやってほしい
⇨道の駅スタッフ=なたねの会でやっているの、自分たちは。。
- 空中ディスプレイ：
なたねの会の会員=やってみたい
⇨道の駅=防犯上の都合であまり乗り気ではない
- アイデアや意見があっても強く言い出せていない
→学生のような第三者が仲立ちしてもよいが。。
→理想的には、本人たちで意見交換や情報共有をすべき！

課題に対するアイデア

- 観光客滞在時間の短さ /PR不足
 - 商品の豊富さゆえの説明不足
 - 商品展示を工夫したくてもできない
 - 道の駅スタッフの印象が悪いことも。。
 - 意見交換や情報共有の不足
- 交換日記
コンシェルジュ
カラーブランド
- 

交換日記

道の駅の関係者(出荷者や卸している業者・駅員)の人が読み書きできる

- プライベートルームの掲示板につるす
 - 交換日記なら直接会えなくても伝えられる
 - 情報の共有や伝達にも使える
- どんなことを書くか
- アイデアやしてほしいこと
 - 悩み相談(例えば商品の並べ方など)
 - イベントの告知や協力依頼

コンシェルジュ

レジ係とは別の道の駅スタッフ

- 商品の説明や道案内、誘導を第一に行う
- 横浜町の知識についてはもちろん青森県全域の観光案内なども

- 初めて来たお客様に横浜町の特産品を紹介できる
- 出荷者さんや業者さん、お客様などからの情報をフィードバック
→商品の説明や展示、接客態度の改善
- 商品補充や並べる手伝いができる
- 話題性がある

→駅長さん、けつぱれ！(by つがる柏の村山)

カラーブランド

現在横浜町の特産品を色で分けてブランド化

なまこは黒 ホタテは白 茶色はじゃがいもなど

特産品ごとにイメージカラーを決めてPRやシールを作成して貼る

- 菜の花の黄色以外にも特産物があることを紹介しやすい
- 頭の中でイメージがわきやすい
- ポスターも作りやすい
- 横浜町は菜の花のおかげで黄色のイメージがついているため、色での認識がされやすい
- 同じ色の被りも可能(黄色は菜の花とはちみつ)
- 横浜町のものとほかの地域のものとの差別化

約10日
お世話になりました
横浜町に 来られて
本当に幸せです!!
ありがとうございました!!!

