

## 道の駅 整備の方向性・取組方針検討の要点

道の駅に導入する機能の方向性を探るために、マーケティング調査を実施した。

### 1 現状把握

本市の現状を把握するために、総合戦略策定に係る「地域分析レポート」（地域の「優位性」や「強み」を客観的に把握することを目的にした全 128 ページの統計データ分析）や各種統計調査を参考にした。

<強み（地域特性・他市との優位性）>

○健康・医療、農業・食、立地・防災、教育・文化、自然・エネルギー

<各種統計調査>

○「養豚」生産販売額 中核市（45 市）中 第1位（H22 農林業センサス）

○豚肉消費 全国 4 5 位（H26 全国家計調査 金額ベース）

（県庁所在地 47+政令指定都市 4=51）

### 2 マーケティング調査

「地域分析レポート」を補完するために、インターネット調査とグループインタビューを実施した。

○インターネット調査（ニーズの有無を調査）

H27. 12. 22～H28. 1. 5 計 600 サンプル

○グループインタビュー（ニーズの本質をつかむための調査）

市内でまちづくり等の活動を行っている方 5 名

### 3 ポイント

○前橋市の印象について、地域内外共に「特にない」が高い割合【参考資料 P7】

○ 「 「農業」や「食」が低い状況【参考資料 P7】

→「農業」や「食」は本市の強みであることから、強力にPRする必要がある

○豚肉は本市の強みで、「TONTONのまち前橋」の取り組みを進めている

○日常の中に多様な魅力や良いものがあるが、PR不足で魅力が見えにくい【参考資料 P9】

○道の駅の既存ユーザーは地域内外共に30代以上が主であり、高年齢であるほど利用機会が多い【参考資料 P7】

○高年齢の既存ユーザーは、立ち寄る場所にある機能として、地域でしかできない体験に高い興味をもっている【参考資料 P6】

→地域でしかできない体験としては、本市の特徴である赤城山を活用した取り組みを進める必要がある。

#### 4 道の駅機能と取り組みに関する考え方

- 前橋市の強みである「農業」と「食」を核にした取り組みを進める
- 赤城山の自然を活用した、前橋でしかできない体験型観光を提供する
- 物産などの商品だけではなく、そこにまつわる「コト」と、ここにしかない「モノ」を強調した取り組みを進める
- 既存ユーザーに加え、新たなユーザー発掘に向けた取り組みを進める



#### <整備の方向性・取り組み方針（案）>

(仮)ここにしかない本物の「前橋食」を味わい、ここでしかできない体験で最高の時を過ごす。そんな心地よく安全な前橋の魅力を発信する拠点として官民連携で取り組みを進めます。

※整備の方向性・取り組み方針については、基本計画に基づいた参入事業者サウンディングなどにより、更に具体的に検討する必要がある。