

市町村職員自主研究グループ支援事業

また行きたい！みんなで行きたい！
みんなの夢と笑顔を創る
～くしま3知（みち）の駅～

ＹＹＹＹ（フォーワイ）
串間市職員グループ

研究テーマ：また行きたい！みんなで行きたい！

みんなの夢と笑顔を創る ～くしま3知（みち）の駅～

1. 【グループの概要】

私たち YYYYY（フォーワイ）は串間市役所の子育て中の女性職員4名で構成している。「女性がやりがいを持って仕事と家庭を両立していくと共に、地域貢献を図ること」を目的として結成した。



オリジナルの
ロゴマーク

2. 【研究の目的、ねらい】

串間市では、令和3年4月24日に道の駅くしまがプレオープンした。道の駅の中には、地域に雇用を生み出し観光客の集客エンジンになっているところもある。そのためには、遠くからでもわざわざ来たいと思わせる串間市独自の魅力ある「もの」やアクティビティ等の充実、他施設との連携等が必要であり、またそれらの情報を効果的に発信することが重要であると考えた。

私たちのグループは「女性のみ（子育て中）」というメンバー構成を活かし、女性の活躍や雇用、居場所づくりにつながる取り組み、そして、全国的にも「女性に受けいれられる＝人気が出る」という好事例に倣って、女性や家族に特化した「女性に選ばれる道の駅」を目指す姿に位置づけ、研究を実施することとした。

その具体的な取り組みとして以下の3つを考えた。

- ①「女性の目にとまる情報の発信・活用」
- ②「RVパーク（キャンピングカーなどの車両を乗り入れて利用するキャンプ場）の設置」
- ③「子ども食堂の開催」

この中から、私たちのグループの特性を踏まえ、最も効果的な手法が「女性の目にとまる情報の発信・活用」であると考え、この内容を中心に研究を行った。

3. 【活動内容】

（1）先進地視察研修

令和3年10月20日及び令和3年11月4日～5日にかけて、道の駅及びRVパーク等の先進地視察を行い、各施設管理者や有識者などから事業の現状、実施する上での注意点など伺った。

<視察地>

道の駅：えびの、ゆーぱるのじり、山之口、田野、北浦、北川はゆま、

青雲橋、つの、日向

RV パークたかぎき、RV パークかどがわ、子ども食堂（宮崎市役所）

○RV パークたかぎき（指定管理者「都城ぼんち地域振興株式会社」）

高崎総合公園内駐車場の一角に
駐車スペース5台分の RV パーク
が設置されている。



設置に係る整地や電気設備などの
初期投資は必要だが、宿泊施設
等と異なり部屋の清掃等が不要で
あるためランニングコストや手間がかからない。また、「日本 RV パ
ーク協会」の認定を受けることで、施設紹介やイベント実施の際の
周知協力が得られるとのこと。

RV パークたかぎきでは、特に冬から春の期間に東北などからの長
期滞在、同敷地内のパークゴルフ場を目的としたグループ、年代的
には 60 歳代の利用が多い。前日までに予約をし、利用日に温泉施設
にて受付後、鍵を渡している。

懸念事項として騒音やごみ問題が考えられるが、騒音については
交番に巡回を依頼、また、ごみ袋を有料販売し、ごみを直接回収す
ることで、特に大きな問題は生じていない。利用者数の増減はある
ものの、年間を通して利用があり、運営していく上でのコストや手
間は少なく、また、同敷地内の温泉施設等の割引利用制度による相
乗効果も得られているなど、様々な工夫が確認できた。

○道の駅つの（株式会社都農まちおこし屋 福地清己駅長）

道の駅つのは、オリジナル商品で勝負しており、現在 25 商品を販
売している。その中でも人気の高い「トマトひねり揚げ」は年間 6
～7 万個を売上げており、大型ショッピングセンター等から商品取
り扱いを打診されているが「道の駅つのでしか買えない！」という
希少性を大切にしているとのことであった。

新商品の開発では、全職員を携わら
せることで、幅広い世代の意見を取り
入れられるだけでなく、職員の商品に
対する思いを高め、販売意欲向上につ
ながけている。人材育成にも力を入れ、
店内のポスター等は職員自らが作成で
きるようにすることで、スピード感の



ある魅力的な POP となっている。

地場産品については、品数が勝負となるため、多くの生産者に出品してもらえるように「生産者さんあつての道の駅」という思いで、職員と生産者との信頼関係を築いている。また、商品が少なくなると、随時、各生産者に連絡がいくような仕組みを構築している。

○子ども食堂（宮崎市子育て支援課）

宮崎市では、平成 30 年度から地域みんなの居場所となる「子ども食堂」を広げる取組みを進めており、現在 31 箇所で開催している。「宮崎市子ども食堂ネットワーク応援事業」にて専門コーディネーターを配置し、急を要する案件には 24 時間の支援体制を行っている。事業主と支援者をつなぐマッチングや横の連携を行うネットワーク会議、学識経験者等からなる応援業務連絡会、講演会やイベント、フードドライブ等の開催を行っている。「子ども食堂＝貧困」という認識も多く地域によっては受入れが難しい場合もあり、特に小さい地域で行う場合は配慮が必要となる。周囲の意識を変えるため説明会などを開き理解を得ている。子ども食堂の開催には、地域住民や農家とのつながりが大事であり、そこをつなぐコーディネーターの役割がとても大切である。「串間市ではどういう交流を目的とするのか？」その目的によってターゲット層や、支援内容が大きく異なってくるため実情やニーズを把握し見極めることが重要である。

(2) アンケート調査（市場調査）

道の駅くしまに来場された方に対し、平日と休日の 2 日間アンケート調査を実施した。同時に過去に来たことのある方へオンライン調査を実施し、計 211 名から回答を得た。アンケートでは利用目的や感想、さらに「RV パーク」や「子ども食堂」に関し意見を伺った。

<回答者の属性>

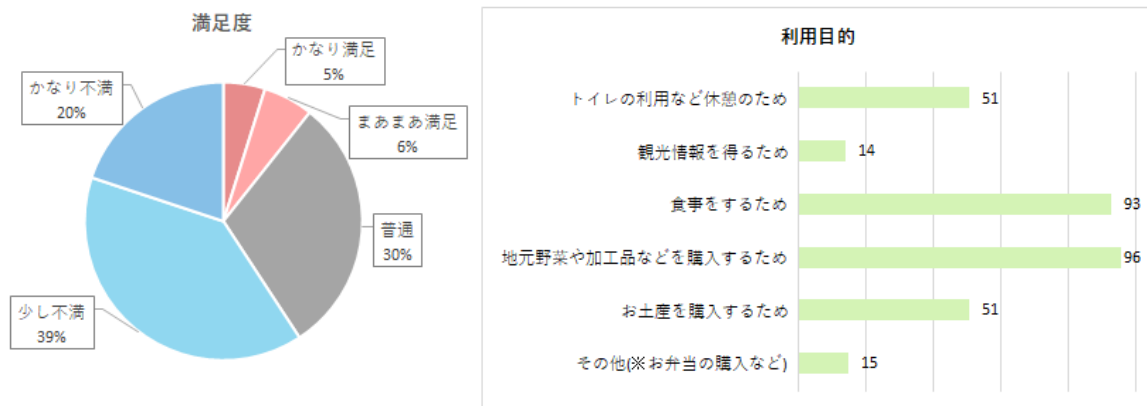
性別	全体	女性	男性	回答しない	居住地	串間市内	市外
件数	211	109	99	3	件数	114	96
割合	100.0%	51.9%	47.1%	1.0%	割合	54.3%	45.7%

年代	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
件数	17	56	39	30	26	31	12
割合	8.1%	26.5%	18.5%	14.2%	12.3%	14.7%	5.7%



「どなたと来られたか」の問いについては、「ひとり」53 名（23.9%）、「家族で」123 名（55.4%）、「友人と」29 名（13.1%）、「団体旅行で」11 名（5.0%）等であり、そのうち、はじめて来られた方が 61 名（29.3%）、

2～3回目が61名（29.3%）との結果であった。交通手段は、ほとんどの方が自家用車であり175名（83.7%）、その他は徒歩、レンタカー等であった。利用目的については、**特産品の購入**が最も多く、続いて**食事**、トイレ利用やお土産の購入であった。また、満足度については、「少し不満」と「かなり不満」をあわせると59%であり、利用者のうち半数以上の方が不満を感じていることが分かった。



良かった点については、開業1年目ということもあり、「施設が綺麗な点」を挙げられる方が多く、その他「食事がおいしい」、「従業員の対応が良い」などの意見があった。改善してほしい点については、「キャッシュレス非対応」、「価格が高い」、「品揃えが少ない」などの意見があったが、9割以上の方にまた訪れたいと回答していただけた。

その他自由記述の中では、「串間の豊富な農畜産物を活かしてほしい」、「子供向けの遊び場やイベントの実施」、「不揃いでもお得な野菜を出してほしい」などの意見があった。

<RV パーク>

「RV パークが併設された場合に利用したいか」については「利用したい」59名（43.4%）、「利用したくない」77名（56.6%）であり、「利用したい」と回答した方のうち、年代別では女性20歳代44.4%、50歳代40.0%、40歳代35.3%、男性20歳代50.0%、60歳代33.3%、40歳代31.8%と幅広い世代の関心があることが確認できた。必要な設備に対しての意見は、「電源設備」、「シャワー施設」、「温泉」、「子どもの遊ぶ場所」、「火器使用場所」などであった。

<子ども食堂>

「子ども食堂が開催されたら参加したい（させたい）か」については「参加したい」74名（62.7%）、「参加したくない」44名（37.3%）

であり、「参加したい」と回答した方のうち、年代別では女性 30 歳代 64.5%、20 歳代 55.6%、男性 30 歳代 65.2%、20 歳代 62.5%と、働き盛りで子どもの年齢が比較的小さい世代のニーズが多いことが確認できた。意見としては、「地元食材での食育」、「家庭から食材を集めフードロス」、「気軽に利用したい」、「宿題をさせて憩いの場に」、「地元の高齢者も元気がもらえる場所に」、「ボランティアで参加したい」などの他、「子ども食堂を理解していない」、「説明会をしてほしい」など制度や仕組みが市民に浸透していない現状も確認できた。

（３）「女性の目にとまる情報の発信・活用」事業の実施

①物産館にタペストリー、

情報館に「インスタ映えスポット」を設置

地域の女性クリエイターに依頼し、豊富な農畜産物や水産物等資源を活かしたタペストリーをそれぞれ作成し設置した。（物産館 5 枚、情報館 1 枚）

物産館に設置したタペストリーは、物産館全体を魅力的に演出するだけでなく、「串間」の美味しいものを視覚的にも美味しく美しく感じてもらえるために、店内の雰囲気と統一感を持たせるように店内の壁面に施されているジオメトリック柄を活用したり、写真の色調を統一させたりしながらシンプルかつオシャレなデザインとした。

情報館には、「インスタ映えスポット」として、色とりどりの地場産品を、より楽しく堪能してもらえるように、また撮る人次第で色々な楽しみ方ができるような構図のものを設置した。あわせて小道具（変身グッズやフォトプロップス）を設置し、よりワクワク感を感じてもらえるような空間を創出した。



②物産館にお持ち帰り用レシピの設置

（「農業女子キラリ☆くしま」とのコラボ企画）

女性デザイナーと考案したデザインに、農業女子のレシピを掲載した「お持ち帰りレシピ」を作成し、購買意欲を促す取組みを行った。今後このレシピの設置は、「農業女子キラリ☆くしま」の地産地消活動の一環として継続してもらえることとなった。そのことにより、季節等に応じて随時更新されるようになり、リピーターにも満足してもらえるような持続可能な取組みにすることができた。



③PR 動画の作成

道の駅くしまの魅力を凝縮させた PR 動画の作成を行い、SNS で発信した。BGM には串間市のイメージソングである宮崎県出身歌手「浜崎奈津子さん」の「海と大地～伝説～」を採用した。観光地や特産品、そして道の駅くしまの物産・食などを紹介するだけでなく、道の駅くしまで楽しむ子どもや買い物を楽しむ女性、そこで働く女性の笑顔等にスポットを当てた動画とした。



Youtube URL



4. 【研究の成果、効果】

物産館内にタペストリーを飾り、ワクワク感、購買意欲が湧くような空間を売り場全体で演出した。インスタ映えスポットの設置では、利用者自らが情報を発信してもらえるような仕掛けづくりに取り組んだ。設置後、写真を撮りにくる子どもたちが増え、SNS 等にもあげられるようになった。そして、行きたくなる、食べたくなるような PR 動画を作成し、その魅力を世界へ発信した。今回の動画により、串間市公式動画チャンネルの新規登録数が増え、動画再生回数も順調に増えている。（新規登録数開始 3 日目で 10% 増加）

また、「女性にやさしい RV パークの設置」を目指した視察研修を通して、RV パークの仕組み、道の駅くしまの立地条件の強み、街中の利便性などを改めて確認できた。「子ども食堂の提案」についても、新たなコミュニティの場の創出の必要性、地域とのつながりの大切さ、食育の重要性、子ども食堂を開設する上での懸念事項等を学ぶことができた。RV パークの設置と子ども食堂については、アンケート調査にてターゲット層のニーズも把握できたことから、研究結果を基に、今後、串間市の職員提案事業に提案していきたい。

アンケート調査、制作物のデザインや発注作業等すべて女性を活用したことで、串間市の女性がもつポテンシャルを発揮・発信することができた。

5.【まとめ】

研究テーマである3つの「3知（みち）」。私たちはこの政策を通して3つのみちの駅づくりを目指し活動を行った。

魅力の「み」のみちの駅。物産品やその空間を魅力的に演出し、その魅力を効果的に発信することで、内外ともに魅力あふれる道の駅。

満ちるの「み」のみちの駅。市内外の様々な人が、様々な形で携わることで、雇用や居場所の創出に寄与し、買う・利用する人だけでなく、提供する側の人も満ち足りた時間を過ごすことができる、多くの人が参画し満足する道の駅。

未来の「み」のみちの駅。探せばどんどん出てくる魅力、未だ発掘されていないからこそ、高まる期待や見つける楽しみを持ち続けられるような、しかけのある道の駅。

今後も、この3つの「みち」を道しるべとして、道の駅くしまに、そしてこれからの様々な事業に携わっていきたい。

最後に、今回実際に子育てと仕事と調整を行いながら助け合っこの研究に取り組んできたことで「女性活躍推進」や「子育てと仕事の両立」など女性の働き方や、そこに生じる問題などを考える貴重な経験となった。

私たち【働く女性の生き方】にこの経験を活かしていきたい。

