

ブームの「道の駅」は「地方創生」の1つの拠点に成り得るか？

—経営主体の力量と運営を支援する仕組みがポイント—

藤澤 研二*

1. はじめに

全国の「道の駅」が1,070 駅を超え、主要道路沿いにその青い案内板をよく見かけるようになった。また、「道の駅」を紹介するTV番組や「道の駅」を訪ね歩くバスツアーも多く、その人気は高い。さらに最近の地域創生ブームで、「道の駅」は地域活性化の拠点としての役割が期待されるなど、その数はさらに増えそうだ。

もともと「道の駅」は、鉄道に駅があるように、また高速道路にはサービスエリア（SA）やパーキングエリア（PA）があるのだから、「一般道路にも美味しいコーヒーでも飲んで、運転の疲れを癒せる場所があっても良いのではないか」という発想から生まれたものだ。そして、「道の駅」はドライバーへのトイレ休憩や道路情報の提供とともに、従来のドライブインのような機能を併せ持つ施設として誕生した。その後、「道の駅」は地域の特産品のPRや販売、あるいは観光、交流の窓口機能など地域振興施設としての役割が拡大していく。

鉄道駅や高速道路のSA、PAは、その配置や提供機能の決定が一つの事業主体によって統一的、計画的に行われる。それに対して、「道の駅」は各自治体により地域の特性や担わせたい役割、機能に基づいて、個別に、「道の駅」間の調和や連携などはあまり意識されずに建設されるのが一般的だ。結果的に、それぞれの「道の駅」が地域特性を反映して個性的な施設に仕上がる可能性も

ある。しかし一方で、この方式は事業主体である自治体の力量が問われることになる。すなわち、自治体が単に横並び主義で「道の駅」を建設しても、これだけ駅数が増え、競争が激しくなっている中では安定的に来場者を確保することは難しい。いま「道の駅」は、明確なコンセプトを持ち、その施設構成や運営において差別化が求められるようになってきた。

「道の駅」を登録する国土交通省は、「農業の6次産業化」「地域のゲートウェイ機能」「インバウンド観光の推進」「地域防災拠点」など、「道の駅」に求められる今日的な機能への対応を意識して、全国モデル「道の駅」や重点「道の駅」を指定している。⁽¹⁾

本稿では、このような「道の駅」の現状や最近の新たな動向を踏まえつつ、「道の駅」の成果や課題、そして今後のあり方などを整理することを目的とする。

2. 「道の駅」の定義

国土交通省は、「道路利用者の利便性の向上と安全で快適な道路交通環境の形成並びに地域の振興に寄与することを目的として、一定水準以上のサービスを提供できる休息施設を「道の駅」として登録する」としている。⁽²⁾そして、「道の駅」は「地域の創意工夫により道路利用者に快適な休憩と多様で質の高いサービスを提供する施設」を基本コンセプトとし、図表-1に示すサービス等を備えるとしている。

さらに2004年10月に発生した新潟県中越地震では「道の駅」が避難所や災害復旧活動の拠点等として活用されたことから、それ以降は「道の

2015年11月30日受付

* 江戸川大学 経営社会学科教授 サービス・マーケティング

駅」に防災拠点としての機能が付加されるようになった。このような位置づけは東日本大震災以降、ますます強まっている。

図表1 「道の駅」の備える施設、サービス等

項目	内容等
設置位置	・ 休憩施設として利用しやすいこと ・ 「道の駅」相互の機能分担に配慮した立地
施設構成	・ 無料で利用できる十分な容量の駐車場 ・ 清潔な便所 ・ 道路、地域（観光、緊急医療等）に関する情報を提供する案内・サービス施設 ・ 文化教養、観光、特産品販売、飲食などの地域振興施設 ・ 施設及び施設間の歩行通路のバリアフリー化
提供サービス	・ 駐車場、便所、電話は24時間利用可能 ・ 案内・サービス施設は原則として案内員を配置
配慮事項	・ 女性、高齢者、身障者等、様々な人の使いやすさに配慮する ・ 施設の景観および景勝地等では地域の優れた景観に配慮する ・ 地域防災拠点として、断水時でも使用可能なトイレ、非常食・飲料水の備蓄、停電時の非常用電源の確保等

3. 「道の駅」の登録状況

(1). 「道の駅」の誕生

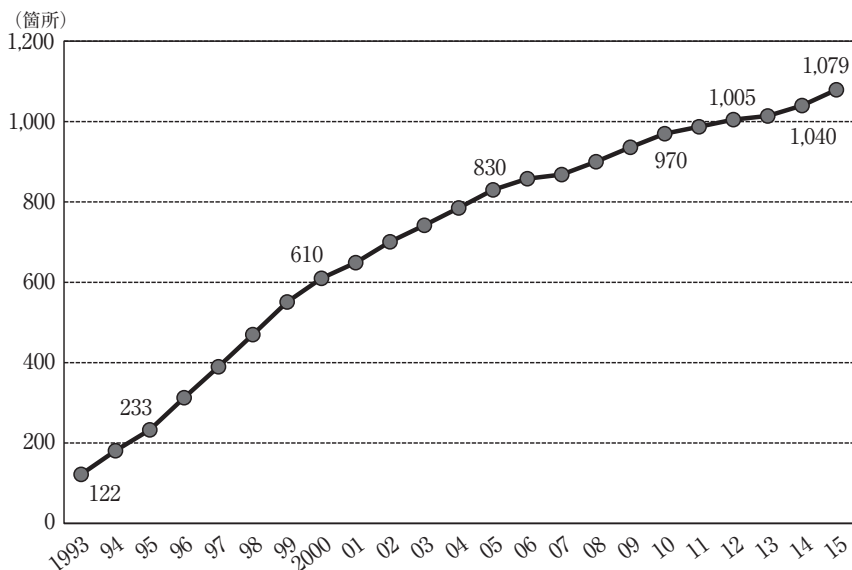
自動車が普及して業務や観光で長距離運転をす

る機会が増えたため、1990年前後から一般道路にも高速道路のSAやPAのように、誰もが自由に利用できる休憩施設を求める声が高まってきた。それを受けて、新潟県や鳥根県では、現在の「道の駅」の原型となるような道路情報ターミナルやドライブインが新道の開通時などに設置される事例もあった。⁽³⁾

「道の駅」の設置が検討される端緒は、1990年に広島市で開催された「地域づくりシンポジウム & 交流会・道路部会」(中国地域づくり交流会主催)の参加委員の提案によるとされる。そして、その提案に基づき1991年10月から1992年7月にかけて山口、岐阜、栃木の3県、計12施設で「道の駅」の社会実験が実施された。⁽⁴⁾ この社会実験は、いずれも実施期間が1～2ヶ月と短期間であったが、各地域とも事業の意義や必要性に対する評価は高く、以後「道の駅」の制度化、設置に向けた具体的な取り組みが進められた。

まず、1992年4月に「道の駅懇談会」が設置され、その中で「道の駅」が備えるべき機能として「休憩」「情報交流」「地域の連携」の3機能が整理されると共に、施設の整備主体や運営の在り方等が検討された。そして、これらの検討を経て1993年4月に全国103箇所(同年度内122箇所)が登録された。その後も各市町村で登録が進み、

図表2 「道の駅」登録数の推移(国土交通省資料)



2015年11月5日現在、「道の駅」の登録数は全国で1,079箇所にはのぼっている。

(2) 「道の駅」の設置、運営・管理の状況

「道の駅」は、「市町村、またはそれに代わり得る公的な団体」が設置する規定であるが、そのほとんどは市町村によって設置されている。⁽⁵⁾また、実際の施設の整備は駐車場、トイレ、休憩・情報提供施設は道路管理者が、地域振興施設等は設置主体の市町村等が行う「一体型」（全体の6割弱）と、すべての施設を市町村が行う「単体型」（同4割強）の2タイプがある。⁽⁶⁾

一方、「道の駅」の管理・運営主体は、駅設置の経緯や地域の実情を反映して多様である。

最も多い方式は指定管理者制度を利用するもので、民間会社、JA、NPO法人などが設置主体の市町村と協定を結んで管理・運営に当たっている。⁽⁷⁾次いで、第三セクターが管理・運営に当たる駅が多い。また、指定管理者制度では個別施設の使用許可を行うことが可能なため、飲食店をテナントとして誘致したり、農産物直売施設の出荷者組織等と出荷契約を結ぶなど施設ごとに柔軟な運営が行われている。

図表3 「道の駅」の管理・運営者種別と構成比
(国土交通省、2013年4月1日現在)

管理・運営者	箇所数	構成比率 (%)	備考
自治体	158	15.7	
第三セクター	312	31.1	
財団法人等へ委託	89	8.9	観光施設管理協会、地域振興財団等
指定管理者等	445	44.3	JA、民間会社等
合計	1,004		

(3) 多様な「道の駅」のタイプ

前述のように、「道の駅」は駐車場、トイレ、情報提供・休憩施設などの設置が登録の要件とされるが、それ以外については「地域の創意工夫」により多様なサービス提供が可能である。そして、それが急速に駅数を拡大した理由の一つである。

実際、「道の駅」はその地域特性により、立地や「地域振興施設」の内容は多様である。ここでは、既存の「道の駅」の中から特徴的なものをタイプ分けして整理してみた。

①. 鉄道駅、高速道路のサービスエリア（SA）等と一体化、連携するタイプ

このタイプの「道の駅」は、鉄道駅や高速道路の施設と一体化、連携を図ることで相乗性を高め、「鉄道や高速道路の利用者をも吸引して来場者を増やす」、「交通施設の結節点に諸施設を集積することで地域の拠点機能を強化する」、あるいは「交通機関相互の連携を図ることで利用者の利便性の向上を図る」などが目的とされる。

また、このタイプでは鉄道駅周辺地区の都市整備で用地を確保する、高速道路SAやインターチェンジと一体的に建設するなどの事例も少なくない。

②. 港湾・空港施設と一体化、連携するタイプ

タイプ①と同様の主旨だが、港湾施設は観光、産業（物流、漁業）の核として、地域のアイデンティティを形成している場合も多い。⁽⁸⁾

空港施設を「道の駅」として登録している事例は全国に2駅あるが、いずれも発着便数は少なく、空港ターミナル施設の営業時間外は利用可能な施設が駐車場とトイレのみになるため来場者は限定される。

③. 文化施設（美術館・博物館等）を併設するタイプ

地元出身の芸術家の作品を集めた美術館や地域の伝統工芸、産業遺産などを見学、体験できる博物館を中核施設とする「道の駅」である。それ自体で特徴が出しやすいだけでなく、展覧会や体験イベントなどの開催が可能な優位性を持つ。文化施設が開設、運営された後、PR効果や集客力向上を目的に「道の駅」登録を申請するケースが多い。

④. 温泉施設を併設するタイプ

温泉施設を持つ「道の駅」は、足湯施設を含めると全国に約160駅が存在する。温泉施設は、集客の目玉として有効であり、とくに地元リピーター（平日客）を獲得する強力なコンテンツになる。また、温泉利用者は家族やグループで来場し、飲食や農産物直売所

などの物販との相乗性も高いため、売上への貢献も大きい。ただ、施設の運営、維持にコストが高むため、それに見合う集客が確保できるかが問われる。

図表4 多様な「道の駅」のタイプと事例

タイプ	「道の駅」名	所在地	立地、施設構成などの特徴
鉄道駅との連携	わっかない	北海道 稚内市	<ul style="list-style-type: none"> 国道40号沿線でJ R宗谷本線・稚内駅前の再開発ビル「キタカラ」内にある日本最北端の「道の駅」 鉄道駅、バスターミナル、みなとオアシスが併設されている カフェ、食堂、特産品販売店、コンビニ、映画館、観光協会などで構成される
	あまるべ	兵庫県 美方郡 香美町	<ul style="list-style-type: none"> 国道178号沿線にあるが、2010年、旧余部橋梁の架け替え時に、兵庫県が「道の駅」を一体的に整備した。旧余部鉄橋は、明治45年に建設された東洋随一の鉄橋で鉄道ファンをはじめ多くの観光客が訪れる名所だったが、1986年の列車転落事故を契機に架け替えられた 橋梁上には駅舎と展望施設、旧軌道展示などが、橋梁下の「道の駅」には特産品直売所、食堂などが設置されている
高速道路等との連携	ららん藤岡	群馬県 藤岡市	<ul style="list-style-type: none"> 上信越自動車道・藤岡パーキングエリアの上り線に設置されたハイウェイオアシスに併設されており、一般道(県道13号線)と両方から利用できる 敷地面積約5.2haの大型「道の駅」で、農産物直売所、地域食材レストラン、観光物産館、花の交流館、地域の物販・飲食店舗が入居するグルメプラザ館(南・北2棟)、コンビニ、観覧車などで構成される 関東「道の駅」スタンプラリー投票ランキングで6年連続1位の人気「道の駅」
	富士川楽座	静岡県 富士市	<ul style="list-style-type: none"> 県道10号線に設置されるが、ハイウェイオアシスとして富士川SAに併設され、東名高速道路からも利用できる 富士川の畔で富士山が望める絶好の立地に建つ5Fの大型「道の駅」で、レストラン、フードコート、土産物売場、プラネタリウム、体験施設、セミナールーム、ギャラリー、展望施設など多様な施設で構成される ロケーションの良さもあり、全国でも有数の集客を誇る「道の駅」
港湾関連施設との一体化・連携	小豆島 ふるさと村	香川県 小豆郡 小豆島町	<ul style="list-style-type: none"> 県道250号線にある「しょうどしま・ふるさと村」の施設が、「道の駅」(1996年)および「海の駅」に登録されている 宿泊施設(国民宿舎、公共の宿、ファミリーロッジ、オートキャンプ場)、スポーツ施設(体育館、グラウンド、プール、テニスコート)、釣り桟橋、マリナー、体験教室(手打ちうどん、カヤック、ヨット等)、セミナーハウス、物販施設などで構成される
空港施設との一体化	大館能代 空港	秋田県 北秋田市	<ul style="list-style-type: none"> 1998年に開港した大館能代空港のターミナルビルや駐車場等が2010年に「道の駅」として登録された ターミナルビルの営業時間外は、駐車場の一部とトイレのみが利用可能である *他に能登空港(石川県)が同様に空港施設が「道の駅」登録されている
文化施設と併設・隣接	井波 (いなみ木彫 の里・創遊 館)	富山県 南砺市	<ul style="list-style-type: none"> 国道471号沿線にあり、地場の伝統産業である木彫を学び(見学工房)、体験し(体験工房)、購入する(物産販売)等の機能を持つ「いなみ木彫の里・創遊館」が併設される その他、映像体験シアター、多目的ホール、レストランなどの施設を有する
	おがわまち	埼玉県 比企郡 小川町	<ul style="list-style-type: none"> 国道254号沿線に位置し、地域の伝統工芸である「和紙」に因んだ「埼玉伝統工芸館」が中心となる「道の駅」である。小川町の和紙(細川紙)は、2014年ユネスコの無形文化遺産に指定された。「埼玉伝統工芸館」では、和紙の他、ひな人形、鬼瓦、藍染め等、県内の伝統工芸の展示、紹介とともに、紙漉き体験なども可能である 小川町は「有機農業の里」としても有名であり、農産物直売所が設置される
温泉施設を併設	朝日みどりの里	新潟県 村上市	<ul style="list-style-type: none"> 国道7号沿線にあり、温泉施設(まほろば温泉)のみではなくスパ・リゾート(朝日きれい館)が併設されている 「道の駅」は、全国の伝統玩具約3万点が展示される「日本玩具歴史館」、物産館、レストラン、宿泊施設、屋根付き多目的広場(テニス、ゲートボール、フットサル等が可能)、農産物直売所、体験交流施設などで構成される
	赤城の恵	群馬県 前橋市	<ul style="list-style-type: none"> 県道34号沿線にあり、アジサイの名所として知られる前橋市の荻窪公園の一角にある「道の駅」で、源泉掛け流しの「赤城荻窪温泉 あいやまの湯」を中核施設とする「道の駅」である 天然温泉の内風呂、露天風呂の他、サウナ、バーデブール、レストラン、エステサロン、整骨院を持つ。「道の駅」は、他に農産物直売所が設置されている

(各駅のHP等から作成)

4. 「道の駅」の魅力と整備効果

前述のように「道の駅」は1993年の初登録以来、今日まで急速にその数を増加させている。また、来場者数も年間5億人を突破している。このような状況を見ても、総じて「道の駅」は設置する地域（自治体）、利用者の双方にとって魅力的な存在であると言える。

それでは、現状の「道の駅」はどのような設置効果が認められるのか。国土交通省は、「道の駅」の効果を図表5のように整理している。以下では、それぞれの具体的な内容を見ていくこととする。

(1). 安全で快適な道路交通環境の提供

①. 休憩場所および道路情報の提供

「道の駅」の最も基本的な機能である。車を運転していて、「トイレに行きたい」、「疲れたので休憩したい」、「飲み物が欲しい」などと思ったら、いまはコンビニエンスストア（コンビニ）を利用することが多い。コンビ

ニは、もともとこのようなニーズへの対応を想定している。

しかし、このような時に「道の駅」の看板が見えたらどうだろうか。すでに多くのドライバーは「道の駅」の提供サービスを認知しており、また「道の駅」はカーナビにも表示される。そのため、広い駐車場と大きなトイレ、地域の名物を飲食できる「道の駅」をコンビニに代わる休憩場所として選択するドライバーも多い。また、夜間など「道の駅」の営業時間外にも対応するために多様な自動販売機を設置したり、コンビニ自体を誘致する「道の駅」も登場している。

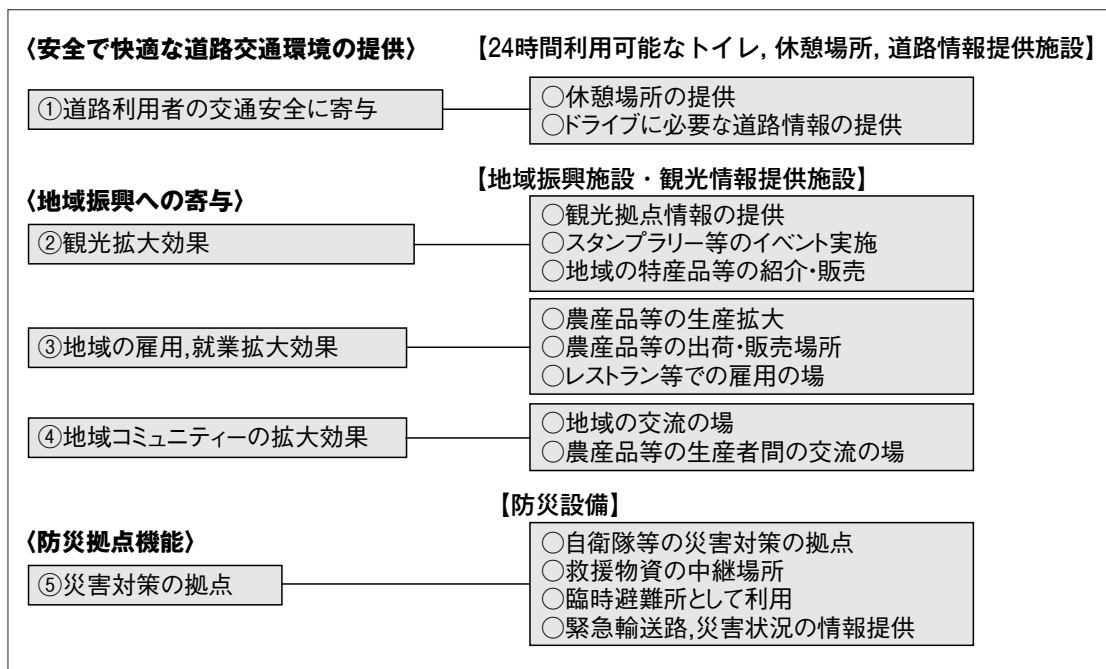
②. 「素通り」から「立ち寄り」へ

有名な観光資源や全国ブランドの特産品でもない限り、多くの地域は道路を走行するドライバーの目的地とはならず、単なる通過地点として素通りされてしまう。

しかし、「道の駅」に立ち寄れば、その地域の特産品を発見したり、思いがけない体験をすることもあろう。少なくとも、今ま

図表5 「道の駅」の効果

（資料：国土交通省，2013年9月）



では通過していた地域と接する機会を持つことにはなる。まさに、このような形で「道の駅」は地域のゲートウェイとしての役割を果たしている。

(2) 地域振興への寄与

① 観光の拡大

「道の駅」に導入される施設で3番目に多いのが「観光案内所」である。⁽⁹⁾ 前述のように「道の駅」はいまや地域の有力なゲートウェイであり、そこへ立ち寄って観光情報を収集し、地域を観光してもらうのが「道の駅」の狙いだ。

一方、最近では「道の駅」そのものが地域の観光資源化している。例えば、毎年地域ブロックごとに開催される「道の駅スタンプラリー」はその典型だ。「道の駅」を巡り、専用ブックに各駅のスタンプを押して収集する。⁽¹⁰⁾ 全国ランキング1位の強者は、2015年10月1日現在、1,055駅のスタンプを収集している。⁽¹¹⁾

また、「道の駅めぐりツアー」も各地で開催されている。「道の駅」を1日に5～6駅巡る日帰りバスツアーが中心で、ネット検索すると111件がヒットした。筆者も試しに参加してみると、バスは中高年女性のグループを中心にほぼ満席で、人気の程がうかがえた。「見る」「買う」「食べる」に「お土産」が付く盛りだくさんな内容で、何人かの参加者に感想を聞いてみたが、その満足度はかなり高かった。

② 地域の雇用・就業機会の拡大

「道の駅」の地域振興への寄与では、農林水産物や農産加工品など特産品の販売が最も大きい。とくに農林水産品の直売所は地元消費者の常連客も多い。そして、そのことが平日の売上を支え、「道の駅」の経営安定化に大きく寄与している。⁽¹²⁾

水産物の直売所は、地元の漁協が運営し、同じ駅内に直営食堂を出店しているケースもある。⁽¹³⁾ 水産物直売所は商圏が広く、水産

物を目当てに地域外から来場する顧客も少なくない。

一方、農産物直売所の出荷者には女性や高齢者が多い。通常の市場流通には対応が難しい生産者も直売所には参加が可能だからだ。新規就農者にとっても直売所は手が届く、購入者の声が直接聞ける有用な販売チャンネルである。そして、地域によってはこれらの生産者が農地や農業を守る一翼を担っている。

さらに、「道の駅」自体が貴重な雇用先になっている。とくに最近では、多様な施設が導入され大型化していることから、「道の駅・ららん藤岡」のようにテナント就業者を含めると150名を超える雇用を生み出している「道の駅」もある。

③ 地域コミュニティの拡大

「道の駅」の直売所は、出荷者が出荷組合を組織したり、個別に運営主体と契約を結ぶなど、その形態はさまざまだが、出荷活動を通して生産者は相互に交流する。

「道の駅」には、地域の一次産品のみならず、加工品や飲食店等のサービス事業者も出店しているため異業種との交流機会もあるが、実際には両者の連携が進展するケースは少ないようだ。

地域コミュニティの活性化という面では、「道の駅」で開催されるさまざまなイベントが地域内外の人たちの交流機会を創出している。イベントは、「道の駅」が企画・運営するものから、単にスペースを貸し出すものまで多様に展開されている。イベントの運営者、来場者は「道の駅」の諸施設を利用し、売上に寄与することは言うまでもない。また、地域内外の人たちに「道の駅」の存在をアピールする効果も大きい。

(3) 防災拠点機能

「道の駅」は、中越地震（2004年）、東日本大震災（2011年）などの避難所として、あるいは災害復旧拠点等として活用され、大いに貢献した。なかでも被災地にある「道の駅」は、避難場所

として活用された他、断水地域の人たちへの入浴施設の開放、車両基地や支援部隊の宿泊場所等の復旧支援活動の拠点として、救援物資の供給基地等として重要な役割を果たした。また、被災地周辺の「道の駅」も被災地および周辺地域の道路情報の提供などで貢献した。

その後、都道府県と「道の駅」管理者、道路管理者間で防災総合利用に関する協定が締結される事例もあり、また東南海地震や南関東直下地震の発生が予想される状況下で、「道の駅」の防災拠点機能を整備、強化する方向が示されている。

5. 「道の駅」の課題とそれへの対応を含む最近の動向

(1). 「道の駅」の“人気”や“業績”に格差

ドライバーの休憩場所として、あるいは観光施設として人気を博している「道の駅」は、特産品の販売や飲食サービスの提供による地域経済への貢献という点でも注目されている。そして、今後の重要な政策テーマである「地域創生」においても「道の駅」の役割が期待されている。

しかし、これだけ「道の駅」の数が増えてくると、駅間の競争も当然のことながら激しくなる。その結果、駅間で“人気度”や“業績”に格差が生じ、その格差が固定化し、拡大してきている。すなわち、立地に恵まれ、充実した施設を有し、ブランド力のある商品を揃える「道の駅」には人が集まり、売上も増えるが、そうでない駅はますます苦戦を強いられる。「道の駅」の数はまだ暫くは増大が予想されるため、今後もこの傾向は続きそうだ。そして、業績が低迷し、自治体の支援を増やさなければ存続できない「道の駅」も出てきている。

(2). 進む“同質化”

それでは、このような『「道の駅」の人気や業績を左右する要因は何か』を考えてみよう。他の商業施設や観光施設と同様に、「道の駅」においても立地、施設内容、運営方法

などがその成否を規定する。

「道の駅」の立地に関しては、多くが地域幹線道路に建設されるため一定の交通量は期待できる。一部、既存施設を後付けて「道の駅」に登録したような事例で、そもそも取り付け道路の交通量が少ないケース、あるいは登録後の道路整備で地域の車の流れが変わってしまったケースなど、立地のハンディを持つ「道の駅」もないわけではない。

「道の駅」の成否を規定する最大のポイントは、そのコンセプトと施設内容、そして運営の在り方である。

本稿の前段で、「道の駅」は鉄道の駅や高速道路のSAのように特定の事業者が統一的、計画的に設置したものではなく、整備主体である自治体の考え方や方針が色濃く反映されることを述べた。そして、多様な「道の駅」が存在することも事例を挙げながら紹介した。しかし、本来多様性が実現しやすいはずの「道の駅」が、このところ逆に同質化を強めていることは気になるところだ。そして中身の同質化が進むなかで、「道の駅」は施設規模や売上金額、そして見た目の派手さ（建物デザイン）を競うような風潮が生まれている。

いま「道の駅」人気は高まっているが、「トイレに寄って休憩し、ソフトクリームを食べて、野菜を買って帰る」というのが、現状の「道の駅」の定番利用パターンになりつつある。もちろん、従来は単なる通過者であった多くのドライバーが「道の駅」に立ち寄り、買い物や飲食により年間数億円もの金額を消費する効果は地域経済にとって決して小さくない。しかし、施設の内容や運営の自由度の大きい「道の駅」は、もっと多様な展開が可能であるし、地域のゲートウェイとして来訪者に地域をより深く楽しんでもらう、地域の居住者と交流してもらうことができるはずだ。

そこで次章では、「道の駅」の競争環境が厳しさを増す現状で、来場者や業績を伸ばす

ために行われ始めた様々な工夫や試みを事例を交えながら紹介していこう。

6. 「道の駅」の施設づくりや運営における工夫や改善

最近登録された「道の駅」においては、その施設内容、運営の両面において様々な工夫や改善を行う事例が登場している。以下では、筆者が訪問した「道の駅」を中心に、その具体的な内容を紹介していこう。

(1). 「道の駅」のテーマの明確化

「道の駅」の数がこれだけ増えてくると、他駅との差別化が不可欠だ。特徴づくりでは、施設内容や商品づくりもさることながら、その前提としての地域の歴史、自然環境、あるいは産業特性、まちづくりのテーマなどを前面に打ち出すのが有効だ。つまり地域の個性を表現し、アピールする手段、場として「道の駅」を活用することだ。

そのため、地域が日頃から進めているまちづくりと一体的であるのが望ましい。例えば、「道の駅・和田浦 WA・O！」(千葉県南房総市：2013年開設)のある和田町は「クジラ」でつとに有名だ。そこで「道の駅」もクジラがメインテーマとされ、入り口にはシロナガスクジラの骨格標本(全長26m：レプリカ)が展示され、クジラ関連商品も数多く販売されている。また、全国の捕鯨基地⁽¹⁴⁾などクジラと関連のある地域との連携、交流も行われている。また、同じく「道の駅・発酵の里こうざき」(千葉県香取郡神崎町：2015年開設)のある地域は古くから酒、味噌、醤油などの醸造業が集積しており、「発酵の里」をまちづくりのテーマとし、日頃から酒蔵まつりなど発酵文化を発信するイベントが実施されている。そこで「道の駅」の名前にも同テーマを冠し、全国のこだわり発酵食品を集めた「発酵市場」を核とする施設構成となっている。

従来からテーマ性のある「道の駅」は少なくない。が、最近はネーミングを含めて、そのテーマ性をより強く打ち出し特徴を明確にしようとする

傾向が強まっている。

(2). 流通や観光業の経験者を登用

いまや「道の駅」は、商業施設、観光施設としての性格を強く持つ。また、施設構成の多様化、施設の大型化も進んでいる。そのため「道の駅」の運営には、高度な知識やノウハウが求められる。まさに、「道の駅」の運営はプロの仕事になってきたと言える。

そこで、このところ「道の駅」の運営責任者(支配人、駅長等)として流通・飲食業界をはじめとする民間企業の出身者を公募するなどして登用するケースが増えている。例えば、「道の駅・どまんなかたぬま」(栃木県佐野市：2001年開設)、「道の駅・しもつけ」(栃木県下野市：2011年開設)では、百貨店勤務経験者を運営責任者に登用している。両者は、百貨店時代に培った人脈やマーケティングノウハウを活用して、他の「道の駅」にはない運営面での特徴を作り出している。一例を挙げれば、百貨店の集客の目玉である「地方物産展」を「道の駅」で開催したり、地域外の銘品をテナントとして導入するなどだ。これらは、とくに地元客に喜ばれ、平日の売上を確保することで経営の安定化に寄与している。

この例に限らず、人気のある「道の駅」では民間企業の出身者が運営の指揮を執っているケースが多いが、農産物直売所、飲食施設、温泉施設など施設ごとに運営を専門企業に委託しているケースも増えてきている。

(3). 運営を意識した施設設計

「道の駅」では、多様なイベントの開催などその運営が来客数と業績を大きく左右する。が、施設の構成や構造が制約となって思うような運営ができないという声も耳にする。

一旦出来上がった施設を変更するのは、費用的にも手続き的にも容易ではない。

そこで支配人などに就任予定の運営責任者が設計段階から施設づくりに参加して、細部まで運営面を意識した施設に仕上げる工夫も行われるようになった。前述の「道の駅・しもつけ」などがそ

の例である。現支配人が設計段階から運営視点からのアドバイスをを行い、コミュニティ施設、体験学習施設の在り方や施設前スペースの確保など、イベント、催事の開催を想定した柔軟性の高い施設づくりが行われた。

また、地域の住民を施設づくりに参加させる試みも行われている。千葉県安房郡鋸南町で建設中の「道の駅」(2015年4月登録済、同12月開業予定)は、廃校になった小学校を改修して都市交流施設を整備するものだ。町民に馴染の深い小学校の改修ということもあり、ワークショップを度々開催して町民の想いや希望を収集し、計画に反映する取り組みを行っている。⁽¹⁵⁾

(4)．“地元客”をターゲットとする経営

従来、「道の駅」は観光客の集客を強く意識した運営が行われることが多かった。それに対して、品揃え、サービスとも徹底した地元客重視で成功した「道の駅・萩しーまーと」(山口県萩市：2001年開設)⁽¹⁶⁾の事例はあまりにも有名だ。とくに隣接する萩漁港で水揚げされた新鮮な海産物が、多くの地元固定客を獲得するキラーコンテンツになっている。

同駅の成功をみて、「道の駅」の経営安定化には地元客による日常的な需要への対応が不可欠であることが改めて認識された。そのため、最近では地元客指向を強める「道の駅」が多くなってきた。

(5)．カードによる顧客情報の収集とマーケティングへの活用

最近の対消費者ビジネスでは、従来の商品情報に加えて顧客情報をも含めて分析し、マーケティング活動に活用する動きが活発である。そして、情報収集のツールとしては、携帯電話やカードが利用されることが多い。

「道の駅」では、このところ利用者の要望に応じてクレジットカード決済を導入する施設が増えてきた。が、クレジットカードでは利用者の利便性の向上は図れても、事業者側が販売情報を収集するツールにはなり難い。一般の小売業や飲食業

では、独自のポイントカードを発行して顧客の購買履歴を収集・分析し、きめ細かいマーケティング活動が行われる。「道の駅」でも、ポイントカードを発行する事例が急速に増えている。多くの「道の駅ポイントカード」は一定の購入金額ごとにポイントを付与し、貯まったポイントは駅内の店舗や施設で利用できる仕組みだ。ただ、顧客の購買情報を分析し、活用している事例は未だほとんどないと思われる。

そのような中で、「道の駅・しもつけ」(前掲)では、カルチャー・コンビニエンス・クラブ^(株)が展開する「Tポイント」⁽¹⁷⁾を導入し、会員顧客情報をマーケティング活動に活用している。例えば会員の居住地情報をもとにチラシの重点配布地域を設定するなどだ。

(6)．農産物の集荷車両、商品配達サービスの導入

「道の駅」の多くは地方の郊外・幹線道路沿いに設置されている。いま地方では高齢化の進展と公共交通機関の衰退による交通弱者問題が深刻である。「道の駅」も、その立地は自動車ドライバー向けに設定されており、車での利用が前提となる。そのため、現状でも以下のような問題が発生している。

一つは、中核施設である農産物直売所の出荷者が高齢化によって減少していることだ。対症療法ではあるが、その対策として、直売所が集荷車両を仕立て、高齢出荷者宅を巡回して集荷する方法を併用する事例も登場している。例えば、「道の駅・内子フレッシュパークからり」(愛媛県喜多郡内子町：1996年開設)では遠方地区に限り、運営会社が集荷を行っている。また、「道の駅・天空の郷さんさん」(愛媛県上浮穴郡久万高原町：2014年開設)は合併町村に開設された駅であり、町域が広く直売所への出荷に往復2時間を要する地区もある。また、町の高齢化率が約45%と高く、出荷者の半分以上が70歳代であることから「道の駅」開設当初から町職員が出荷者を車で巡回する集荷方法を併用している。さらに中山間で農業就業人口の7割が65歳以上という条件不利地域

に存在する鳥根県雲南市周辺の「道の駅」では、地域JAが農産物の集荷を行っている。この地域では、「道の駅」や地域内の直売所のみならず、インショップ展開している松江市、尼崎市内のスーパー向けの出荷物も含めてJAの配送システムが構築されている。⁽¹⁸⁾

一方、「道の駅」が存在する地域でも買物弱者問題は深刻だ。「道の駅」は自治体が設置し、公共性が高いことから、地域の買物弱者対策、高齢者見守り事業の一環として、「道の駅」運営会社が商品の移動販売や宅配サービスを実施する事例も登場している。例えば、「道の駅・今井恵みの里」（長野県松本市：2009年開設）は市内4ヶ所への出張販売を実施している。なお、同駅にはコミュニティバスの停留所も設置されている。

宅配サービスは「道の駅・しもつけ」（前掲）が下野市内の居住者を対象に火曜・金曜日限定で当日宅配サービスを実施している。配送料は1回300円（税込）で、2,000円（税込）以上の買物で配送料は無料になる。店頭購入商品の宅配サービスも行っている。また、「道の駅・くりもと」（千葉県香取市：2002年開設）のように、旬の野菜詰め合わせボックスを注文に応じて宅配するサービスを実施している「道の駅」も少なくない。

(7) 「道の駅」周辺に都市機能の集積

「道の駅」が地域の拠点施設として機能しているケース、あるいは拠点施設として新たに整備するケースなどでは、まちづくりの観点から「道の駅」の周辺に生活関連施設を集積させることで、利用者の利便性向上とともに、「道の駅」の集客力を高める工夫が行われている。深刻な人口減少が目前に迫る多くの地域では、コンパクトシティ化の一つのタイプとしても位置付けられている。

例えば、「道の駅・仁保の郷」（山口県山口市：2000年開設）は、周辺に地域交流センター（市役所支所）、農協支所、食品スーパー店舗、郵便局、特別養護老人ホームなどが集積されている。この「道の駅」が存在する地区はもともとまちづくり活動が盛んで、「道の駅」もまちづくり会社（有限会社仁保の郷）が運営する。「道の駅」も周辺

ゾーンに生活施設の集積を図る「ワンストップサービス構想」の一環として計画された。

また、過疎化、高齢化が進む中山間地域では、生活サービス機能を集約した「小さな拠点」の整備とそこへのアクセス手段の確保により、集落の維持・存続を図る模索が行われている。そして、この「小さな拠点」として、「道の駅」を核に多様な施設を一体的に整備する事例が増えている。例えば、「道の駅・鯉が窪」（岡山県新見市：1996年登録）は、「道の駅」自体にも「物品販売所」、「レストラン」の他に「体験施設（昔ばなしの里）」、「文化伝承館」、「製粉・製パン施設」などの多様な施設が設置されているが、隣接地に「診療所（内科、歯科）」、「保健福祉センター（機能訓練・リハビリ施設）」、「図書館」、「生涯学習センター（集会所・研修室等）」が集積され利便性の向上と賑わいの創出が図られた。同敷地は旧町舎の建替え跡地で、現状の施設構成に関しては住民の意向、要望が反映されている。

また、「道の駅・田野駅屋」（高知県安芸郡田野町：2003年開設）は、「道の駅」の建設に当たって用地確保の段階から、すでに町役場、郵便局、消防署、総合病院などの公共施設が立地する国道沿いの土地を買収し、「小さな拠点」づくりが強く意識された。「道の駅」には「地場産品直売所」と「軽食コーナー」が設置されている。そして隣接地には「スーパーマーケット」「コンビニエンスストア」「ホームセンター」「ドラッグストア」の各種小売店舗、「病院（外科系診療科、居宅介護支援事業所、通院・訪問リハビリテーション施設等）」、「銀行支店（四国銀行）」、「地場産品加工施設」など多様な施設を集積させた。このうち、銀行支店（ATM）、コンビニ、ドラッグストアについては、もともと他所にあった施設が当地に移転したものである。

7. 「道の駅」の新たな役割とテーマ

ここまで述べてきたように、「道の駅」は地域のゲートウェイとして、地域経済の活性化や観光・交流の拡大に寄与している。そして、難問が山積

する「地方創生」においても、「道の駅」はさまざまな活動の拠点に成り得るとして期待が高まっている。

と言うのも、「道の駅」が以下に掲げる地方の今日的な課題と直接関わっており、かつ現状の「道の駅」の取り組みの中にそれらの課題解決に結びつくヒントや糸口が認められるからだ。そのため、前述のように国土交通省ではモデル「道の駅」を指定して、そこで蓄積された知見やノウハウを同様の課題を抱える全国の地域に拡大しようとしている。

以下では、個々の具体的な課題ごとにモデル「道の駅」を中心に取り組み事例を紹介しながら、現状の成果や可能性について整理していく。

(1) 農業の6次産業化

多くの地方自治体では、農業は依然として基幹産業として位置づけられる。しかし一方で、人口減少や高齢化に伴う「食」需要の減少と価格の低迷、業務用分野での輸入の増大、あるいは生産者の高齢化などで、日本の農業は衰退の一途を辿っている。

そのような農業の再生策として打ち出されたのが「6次産業化」の推進である。すなわち、農業界が農産物の生産だけでなく、自ら販売や加工、飲食サービスなどに取り組むことで、2次、3次産業分野の付加価値を内部化しようというものだ。とは言え、生産に特化してきた農業界が加工やサービス事業で成功するのは容易でない。事実、全国を見回しても6次産業化の成功事例は多くない。数少ない成功例の一つが「道の駅」を含む農産物直売所だ。

農産物直売所では、中間流通マージンを内部化して、通常の流通では平均45%程度とされる生産者手取り比率を80%前後まで増やすことに成功している。⁽¹⁹⁾

加工、サービス事業の展開においても、すでに固定客が付いた直売所を販売チャネルに想定して取組むのは自然な発想だ。しかし、現状では直売所を有効に生かし切れていないのが実情だ。それにはいくつかの原因があるが、最大の原因は加工

やサービスノウハウの決定的な不足だ。農外企業等と連携して不足を補えば良いのだが、従来の農業は、「農業村」の中で物事に取り組み、外界との接点が希薄だった。「農工商連携」など連携を挺に6次産業化を進めようという施策もあるが、農業界は受け身の対応が目立ち、単なる素材の供給に終わり、付加価値の獲得には結びつかないケースが多い。⁽²⁰⁾ また、顧客の反応を直接見ることができる直売所は、農業者のマーケティング力を鍛える絶好のトレーニングの場であるのだが、その機能も十分には活かせていない。

その点「道の駅」は、そもそも多様な施設、機能で構成され、運営主体も商工観光に係わる事業感覚を持つ場合が少なくない。そのため、一般の直売所と比して6次産業化には取り組みやすい環境にある。

例えば、「道の駅・とみうら（枇杷倶楽部）」（千葉県南房総市）では「道の駅」運営会社⁽²¹⁾が加工施設を有し、特産のビワ（規格外品）をピューレまで加工する。そして、その先の商品開発や製造企業の発掘に関してはコンサルティング会社に協力を求めている。これまでに、全国のメーカーに製造を委託する形で約50種類の加工品を開発している。商品は、基本的に運営会社が買い取り、「道の駅」等で販売する。

一方、「道の駅・フレッシュパークからり」（前掲）の加工品開発は、より内製比率が高い。

同「道の駅」では、1990年代末にパンと燻製の加工施設の整備したのと合わせて、Uターンした町内出身の技術者を採用してパン工房、ハム・ソーセージの燻製工房を開設した。その後、農産加工場を整備すると同時に組織内に加工部を設立して本格的な商品開発を開始した。加工部は、一次加工までを行い最終製品は外部委託するケースが多いが、ジャム、ケチャップなどは最終製品まで内製する。商品は「道の駅」が買い取り販売するが、製造を委託するメーカーの販路を活用する場合もある。また、アイスクリームは「道の駅」とともに四国自動車道のサービスエリア⁽²²⁾、東京・浅草のアンテナショップにも販路を開拓している。

モデル「道の駅」から読み取れる6次産業化の

成功要因は、農外を含む多様な事業体と連携することだ。そして、それを実現するのは「道の駅」運営主体のコーディネート力にある。しかし、そのような「道の駅」のパワーは一朝一夕には獲得できず、試行錯誤を繰り返す中で培われるものだ。そのため、新しい分野にも積極的にチャレンジし、「道の駅」運営主体および地域の人材を育成することが結局は早道だ。その積み重ねが「道の駅」の総合的な知名度、ブランド力を高め、6次産業化の成功にも結び付くことになろう。

(2). 地域観光のコーディネート

これからの観光のスタイルは、従来とは少し違ったものになると考えられる。すなわち、旅行者の主体がシニア層になることは間違いない。旅行経験が豊富で、時間もあるシニア層は、慌ただしく有名観光地を物見遊山的に周るのではなく、自分の趣味に係わるテーマ性を持った旅、さまざまな体験を含めて、のんびり時間をかけて訪問先を楽しむ旅などが増えると考えられる。その時には点を効率的に結ぶ高速道路よりは、むしろ時間は掛かるが自由度が高く地域を面的に楽しめる一般道を使う旅が好まれるのではない。

このような観光を想定すると、「道の駅」の役割は従来にも増して重要になってくる。「道の駅」に立ち寄ってもらうのはもちろん、まさにゲートウェイとして地域を面で楽しんでもらう工夫や仕掛けが必要になる。しかし、現状の「道の駅」は駅自体の魅力度向上には熱心であっても、地域全体の観光をコーディネートする工夫や力量は十分とは言えない。

その点で参考になるのが「道の駅・とみうら」（前掲）の取り組みだ。この駅が立地する南房総市富浦町には第一級の観光資源は存在しないが、花畑、果樹園（ビワ、ミカン等）、イチゴ、城、海、釣り、寺社・・・など、小粒だが多様な資源には事欠かない。そこで、地域全体を「エコミュージアム」⁽²³⁾と位置付け、「道の駅」が旅行業の免許を取得して観光客誘致の中核を担っている。そして、「一括受発注システム」と称される特徴的な顧客誘致システムを構築している。それは、「道の駅」

が農業体験や歴史、景観、食事、買い物などを組み合わせた「日帰りバスツアー」をパッケージとして旅行会社に提案するものだ。企画提案をするだけでなく、クレーム対応から旅行代金の一括清算まで「道の駅」が対応するため旅行会社のメリットは大きい。一方、地域の観光施設、飲食店等にとっても観光PR、営業活動、請求書発行などの面倒な作業を「道の駅」が代替するので、手間を掛けずに安定的な集客が確保でき、その分をサービス内容の充実や接客に集中できる。また、手数料を低く抑えているため、「道の駅」運営会社のメリットはお土産の購入程度に限定される。しかし、このような「道の駅」の観光コーディネート機能により2014年には11万人弱（乗客者総数は58万人）のバスツアー客を誘致しており、その地域経済への波及効果は非常に大きい。

(3). インバウンド観光の取り組み

円安の追い風もあり、ここ数年の訪日外国人旅行者の急増には目を見張るものがある。

2015年はその数が1,900万人程度まで増える見込みであり、2,000万人という2020年の目標も前倒しで達成する勢いだ。観光立国を目指す我が国にとっては嬉しい誤算だ。⁽²⁴⁾

外国人観光客は、訪問先での消費活動も旺盛であり、各観光地はその誘致に鎬を削っている。また、最近の外国人観光客の中には日本を複数回訪れているリピーターも多く、東京・京都・大阪の「ゴールデンルート」以外の地域も訪れ、観光先は多様化してきている。有名観光地でなくても訪問者が気に入ればソーシャルメディアネットワーク（SNS）などで情報が瞬く間に拡散し、新たな人気スポットが誕生することも珍しくない。

外国人観光客の誘致を図ることは各地域にとって重要な課題だ。そして、地域のゲートウェイとしての「道の駅」も、その取り組み拠点の一つに位置づけられている。例えば、「道の駅・ニセコビュープラザ」（北海道虻田郡ニセコ町）のように、すでにスキーリゾートとして世界的に有名で多くの外国人観光客が訪れる地域もある。しかし、多くの「道の駅」にとっては同テーマは今後の課題

である。前述のように、外国人の関心は多様化しており、国により、世代により「ハマるツボ」はマチマチだ。

外国人の関心やニーズを把握するには外国人に聞くのが早道だ。そのため、外国人観光客誘致の作戦づくりや情報発信には外国人の参加を仰ぐことが望ましい。また、特定の外国人が多く居住する地域では、すでにその国の人たちの生活インフラが整っていることから特定国に集客ターゲットを絞って考えるのも有効だ。

いずれにしろ、2020年の東京五輪に向けて訪日外国人旅行者数のさらなる増大が予想され、また真の観光立国を目指すのであれば国の旗振りとともに地域レベルでの取り組みが不可欠だ。

(4) 防災拠点としての機能強化

地震大国の日本では、今後も首都直下地震や東海・東南海地震など大地震の発生が予想されている。加えて、近年は極地的豪雨や台風の災害発生頻度も高まっており、各地域にとって防災拠点の整備をはじめ防災機能の強化は喫緊の課題だ。

前述のように、「道の駅」は過去の震災発生時において避難所や災害復旧拠点として大活躍した。そのため、地域の防災機能の強化に当たっては、「道の駅」の活用を想定し、都道府県、「道の駅」管理者、道路管理者が防災総合利用に関する協定を結んだり、防災設備の増強や平時からの防災意識の啓発を実施する事例が増えている。⁽²⁵⁾

例えば、「道の駅・もてぎ」（前掲）では2013年4月に太陽光発電を使った照明や非常用電源、物資保管倉庫などを備えた防災施設「茂木町防災館」を駅内に整備した。防災館は鉄骨2階建（約400㎡）の耐震構造で、1階が事務室とエントランスホール、2階が避難所兼会議室と物資保管倉庫となっている。避難所は畳60枚を敷けば39人収容の宿泊所となる。倉庫には畳、飲料水、ビニールシートなどを、またホールには水害、竜巻などの被災写真、ハザードマップが展示され町民や来訪者への防災意識啓発の場となっている。実は、同駅の立地する地区は、1986年8月に大雨による河川の氾濫で死傷者を出す大災害に見舞われて

いる。同災害の復興事業では、河川の改修とともに家屋約150棟が移転された。そして、「道の駅」は復興事業のシンボルとして改修された河畔に建設された。このような経緯もあり、また茂木町には土砂災害発生危険区域が多いことから、行政および町民の防災意識は高く、町の地域防災計画では「道の駅」を防災拠点施設に位置づけている。さらに、茂木町は災害発生日の8月5日を「町民防災の日」と定め、毎年、大規模な防災訓練を行っている。

より広域的な観点から「道の駅」を防災拠点として位置づけているのが「道の駅・遠野風の丘」（岩手県遠野市：1998年開設）だ。同駅は、東日本大震災の発生時に災害出動した自衛隊、消防などの後方支援基地として活用された。その経験を踏まえて、震災の翌年に策定された岩手県広域防災拠点配置計画で「道の駅」は遠野市運動公園（中核施設）などとともに遠野エリアの「広域防災拠点」に指定された。そして、平時の物資・資機材の備蓄、災害時の支援部隊のベースキャンプ、情報の収集・伝達などの機能を担っている。

また、その他の「道の駅」でも地域の居住者だけでなく、観光客の旅行中に災害が発生した場合の避難や救援にも配慮した防災機能の整備を進めるケースは少なくない。

8. おわりに

急速な人口減少や高齢化で危機が叫ばれる地方において、多くの来場者で賑わう「道の駅」は数少ない明るい話題の一つだ。そして、今後の重点政策である「地方創生」においてもその拠点の1つとしての役割が期待されている。

しかし、「道の駅」がこれだけ増え、また「高速道路SA」、「みなとオアシス」、「海の駅」、「川の駅」、「町の駅」などの類似施設も数多く建設されている。加えて、「道の駅」の中核を担う農産物直売所は、すでに全国に17,000箇所もある。これだけの競合施設がひしめく中で、「道の駅」が今後とも安定的に来場者と売上を確保していくのは容易ではない。それぞれの「道の駅」では競

争いに打ち勝つための工夫や努力が行われているが、今後は業績が悪化し、淘汰を余儀なくされる「道の駅」が出ることは避けられないだろう。

そこで、一つのアイデアを提案したい。「道の駅」にも、スーパーマーケット（SM）のボランティアチェーン（VC）のような組織を作ってはどうか。SMのVCには、日本流通産業株式会社（ニチリウグループ）や株式会社シジシージャパン（CGCグループ）⁽²⁶⁾ などいくつかの組織があるが、いずれも加盟各社の経営の独立性を保ちながら共同体としてのメリットが追求されている。具体的な機能としては、情報インフラ整備と情報の共有化、共同商品開発（PB開発）、従業員教育、共同販促活動などである。

「道の駅」にも全国、ブロック、都道府県ごとに「連絡会」が組織され、情報交換やスタンプラリーなどの共同イベントが実施されている。今後は、同組織の体制を強化するなり、別途専門組織を立ち上げるなどして「道の駅」運営会社への経営面のアドバイス、従業員教育、あるいは「道の駅ブランド（PB商品）」の開発など、「道の駅」の経営力強化に向けた実質的な支援活動を行うことが必要だと考えられる。可能であれば日常的に施設を巡回してアドバイスをを行うスーパーバイザーのような人材を養成することも有効だろう。

もちろん、地域特性を反映した多様性が特徴の「道の駅」の運営は、効率が最優先されるチェーンストアとは異なる。しかし、事業主体である個々の自治体の力量にのみ依存する現状には限界がある。そのため、「緩やかな連携」を基本とするVCであれば現状の不足点を補う方法として適していると考えられる。

もう一つは、大幅な人口減少が予想される地域では、「道の駅」を全体の町づくりの中で明確に位置づけ、それと連動する形で地域の生活サービス施設を集積させることが強く意識されるべきだろう。既存の事例で言えば「道の駅・仁保の郷」（前掲）のような「ワンストップサービス」を実現するイメージだ。そして、同事例のように計画や運営に住民自らが参画することも必要と考える。

このような取り組みを通じて、さまざまな個性

を持った「道の駅」が誕生し、元気に営業し続けることを、「道の駅」の一ファンとしては願って止まない。

《注》

- (1)：2015年1月、地域活性化の拠点として、特に優れた機能を継続的に発揮していると認められるとして、以下の6駅を全国モデル「道の駅」に認定した。

①地域外から活力を呼ぶゲートウェイ型

主な機能	都道府県	市町村	設置年度	駅名	主な特徴
観光総合	群馬県	川場村	1996	川場田園プラザ	・「農業プラス観光」で人口約3,700人の村に年間約120万人が来訪。リピート率は7割。
	栃木県	茂木町	1996	もてぎ	・真岡鉄道のSLやサーキットなど地域の魅力へのアクセスポイントとしてのゲートウェイ機能。
	千葉県	南房総市	1993	とみうら	・ビワ狩り体験企画など、地域の観光資源をパッケージ化し、都市部の旅行会社へ販売。観光バス3,000台を誘致。

②地域の元気を創る地域センター型

主な機能	都道府県	市町村	設置年度	駅名	主な特徴
産業振興	山口県	萩市	2001	萩しーまーと	・隣接する漁港から新鮮な海産物が直接店頭並び、地産地消にも貢献。地元加工業者と高付加価値商品を開発し、地域に貢献。
	愛媛県	内子町	1996	内子フレッシュパークからり	・生産者自らが運営に携わり、特産品を活かした加工食品の開発・販売等、約60名の雇用創出。
防災	岩手県	遠野市	1998	遠野風の丘	・東日本大震災時は、後方支援拠点として機能。広域防災拠点として高度な防災機能を分担。

同時に、地域活性化の拠点となる優れた企画があり、今後の重点支援で効果的な取り組みが期待できる「道の駅」として全国36箇所を重点「道の駅」に指定した。

- (2)：国土交通省「道の駅」登録・案内要綱
 (3)：①建設省（現国土交通省）が、1988年11月に新潟県豊栄市（現新潟市北区）の国道7号線・新新バイパスに一般国道としては全国で初めて道路情報ターミナルを備えたパーキングエリアとして整備した施設で、「道の駅」制度の発足に伴い1993年4月に「道の駅」に登録された。敷地内には「道の駅 発祥の地」の碑が建立されている。
 ②島根県掛合町（現雲南市）が、1990年3月に「ふるさと創生事業」の一環で、国道54号線沿線に整備したドライブインで、「道の駅」誕生のきっかけとなった「中国地域づくり交流会」が参考にした施設である。

- (4)：山口県（2箇所：阿武町、田万川町）、岐阜県（7箇所：古川町、国府町、丹生川村、久々野町、下呂町、加子母村、付知村）、栃木県（3箇所：上三川町、南河内町）の計12箇所で開催。（町村名は、いずれも旧名称）
- (5)：市町村に代わり得る公的な団体は、都道府県、地方公共団体が1／3以上を出資する法人、市町村が推薦する公益法人を言う。設置者の構成では市町村が約98%を占める。（国土交通省道路課資料、2014年3月31日現在）
- (6)：「一体型」が593駅（57%）、「単独型」が447駅（43%）（資料、時点は（3）と同じ）
- (7)：従来、公共的団体（公共団体の外郭団体）に限られていた公の施設の管理、運営先を民間事業者、NPO法人等に対象が拡大された。条例で定めた方法により候補の団体を選定し、議会の議決を経て指定されれば、施設の使用許可や料金設定の権限の付与、利用料の徴収等も可能である。
- (8)：「みなとオアシス」とは港に係わる交流施設、旅客ターミナル、マリーナ、緑地などを活用した交流拠点の愛称であり、国土交通省により登録される。2003年に制度が創設され、2015年11月12日現在、全国で85箇所が登録されている。
また、「海の駅」は国土交通省（海警局）が登録する、国民が海を気軽に楽しむための施設である。ビジターが利用可能な船舶係留施設、トイレ、給油、給水、応急修理等の設備を備え、クルージングや釣り、マリンスポーツを楽しむための各種サービスを提供する。さらに宿泊施設、レストラン、物販施設等を備える事例も少なくない。2000年に制度が創設され、2015年6月現在、全国で148駅が登録されている。
- (9)：アンケートに回答した507駅の併設施設で、「観光案内所」（47.9%）は「飲食施設」（82.4%）、「農水産物直売所」（81.5%）に次いで3番目に多く設置されている。
〔「全国「道の駅」のアンケート調査」、法政大学地域研究センター、2013年6月実施〕
- (10)：ブロックごとの「道の駅」で実施されるイベントで、有料のスタンプブックを購入してスタンプを収集するイベント。「道の駅」等で利用できるクーポンが付与されたり、参加賞や集めたスタンプ数に応じたプレゼントがもらえる場合が多い。さらに、ブロック内のすべての「道の駅」のスタンプを集めると「完走証明書」を発行するなど、各ブロックで工夫を凝らしている。
- (11)：「道の駅スタンプラリー部—道の駅スタンプラリーを100倍楽しむ！—」というソーシャルコミュニティサイトがあり、その中でブロック別、全国のスタンプ取得数、写真投稿数などのランキングも掲載されている。同サイトでは、他に「道の駅」の魅力を紹介したり、利用者への役立ち情報の提供を行っており、見るだけでも楽しいものである。
- (12)：「ららん藤岡」（群馬県藤岡市）という年間来場者数（レジ通過）が250万人を超え、利用者による人気投票において関東地区で5年連続1位を獲得している「道の駅」の主要なイベント開催状況は以下のとおりである。

* 「道の駅」におけるイベント開催の事例

区 分	内 容 等
① ゴールデンウィークイベント	・屋外ステージにて歌謡ショー、バンド演奏等
③ 「ららん藤岡」夏まつり	・屋外ステージにて歌謡ショー、バンド演奏等
④ 収穫感謝祭	・10月第三土曜日に農産物直売所を中心に開催
⑤ 年間を通して開催	・フリーマーケット ・国際交流祭り ・大道芸 ・その他
⑥ 花の交流館・イベント広場で開催	・洋蘭展 ・絵画展 ・書道展 ・写真展 ・押し花展 ・盆栽展 ・土器埴輪展 ・瓢箪展 ・公民館展覧会 ・その他多数
⑦ 花の交流館・イベント広場で開催	・ハンギングバスケット ・フラワールンジメント教室 ・押し花教室 ・淡彩画教室 ・フラダンス教室 ・ギター教室 ・おもちゃの病院 ・その他多数
⑧ イルミネーションの設置	・従業員が飾り付け、設置は12月中旬～2月下旬

- (13)：「道の駅・富里」（千葉県南房総市）、「道の駅・萩一まーと」（前掲）などの例がある
- (14)：農林水産大臣より許可された沿岸小型捕鯨で捕獲された鯨の処理場が北海道の網走、函館、宮城県石巻市鮎川、千葉県南房総市和田、和歌山県太地町の全国5箇所が存在する。
- (15)：都市交流施設の設計共同体を構成する建築家とそれら建築家が教鞭をとる大学（早稲田・法政・工学院・日本女子・横浜国立の5校）の研究室がコーディネーターするワークショップに出店テナント予定者や町民も参加して施設内容や利用、運営方法等の検討を行ってきた。
- (16)：「道の駅・萩一まーと」は、山口県萩市の県道67号沿線にあり萩漁港に隣接する「道の駅」。漁業協同組合を中心に鮮魚仲買業者、水産加工会社などが参加して設立された「ふるさと萩食品協同組合」が運営する。萩漁港に上がる新鮮な魚介類が最大の魅力だが、鮮度を活かした惣菜、加工品も人気で地元固定客が多い。また、未利用漁（萩の金太郎等）の商品化、施設内で購入した魚介類を調理して提供する「勝手ご膳」なども人気である。2011年に地産地消優良活動表彰で農林水産大臣賞（最高賞）を受賞。これら地産地消の活動により、2015年国土交通省により「全国モデル道の駅」（6ヶ所）の一つに選定された。
- (17)：Tカード1枚で、各提携先でポイントの貯蓄、利用ができるポイントサービス。提携先は包括提携をしている「Yahoo! JAPAN」をはじめ、「ファミリーマート」「マルエツ」「ガスト」「ドトール」など多業種にわたり、会員数は4,000万人超に及ぶ。
- (18)：藤根県の農業協同組合は、2015年3月に県内の11JAが合併し、1県1JA（JAしまね）が誕生した。当該地域（雲南市、奥出雲町、飯南町）を管轄する雲南地区本部（旧JA雲南）は、約2,500人の生産者が参加する「奥出雲産直振興推進協議会」が地域内外20ヶ所の直売施設に出荷している。JA車両が約50ヶ所の集荷所を巡回して生産物を集荷する。直売所には「道の駅・おろちの里」（雲南市木次町）をはじめ6ヶ

所の「道の駅」が含まれる。

- (19)：農林水産省「青果物流通段階別価格形成追跡調査報告」によれば、2012（平成24）年度の生産者の受取金額の割合は、小売価格を100とした場合、青果物（16品目）の平均で44.8、野菜（14品目）が44.7、果実（2品目）が45.4である。野菜は、品目により36.0（だいこん、はくさい）～53.3（きゅうり）と幅がある。
- (20)：農商工連携は、農山漁村に存在する地域固有の資源を有効に活用するため、農林漁業者と商工業者がお互いの「技術」や「ノウハウ」を持ち寄って、新しい商品やサービスの開発・提供、販路の拡大などに取り組む活動である。農水省は、農商工等連携促進法や予算措置により、経済産業省と連携して支援している。
- (21)：株式会社ちば南房総/2006年7町村が合併し南房総市が誕生。それに伴い1市に8つの「道の駅」が存在することになった。そして、4駅を運営する第三セク

ター3社が合併して株式会社ちば南房総が誕生した。

- (22)：石鎚山SA（上り）
- (23)：「ある一定の文化圏を構成する地域の人びとの生活と、その自然、文化および社会環境の発展過程を史的に研究し、それらの遺産を現地において保存、育成、展示することによって、当該地域社会の発展に寄与することを目的とする野外博物館」と定義づけられている。その運営は、住民参加を原則とする。（文部科学省HPより）
- (24)：日本政府（観光庁）は、2020年の東京オリンピックまでに訪日外国人旅行者数を2,000万人に拡大することを目標にしている。また、民主党鳩山内閣の2009年には3,000万人構想も打ち出されている。
- (25)：群馬県、福島県、岐阜県、大分県などが協定を手結している