

# 愛媛県における 「道の駅」・産直施設について(3) ～県内外の事例紹介～

## 1. はじめに

県内の「道の駅」・産直施設へのアンケート結果によると、施設整備の計画や目的、従業員の雇用形態にはそれほど差異のないことが明らかになった。ただ、官民共同で計画・運営を行ったり、顧客ターゲットを明確にした販売戦略を打ち出している施設等、特徴的な事例も見られた。

今回はそのような県内事例、また県外で交流・連携を積極的に進めている事例から、参考となる事項を探るとともに、施設別の特徴を整理する。

## 2. 愛媛県の事例紹介

### (1) 県内初の商業施設との一体型「道の駅」

清流の里ひじかわ(喜多郡肱川町)

「清流の里ひじかわ」は平成13年12月にオープンした道の駅である。整備の背景は、肱川町の商店街は町の中心部に位置し、町内を通過する国道とは離れていたため、地元商工会が商店街の再開発計画を策定し活性化策を検討していたこと、町外との交流のために「道の駅」研究会を立ち上げていたことである。その後、町、議会、農業委員会、商工会他関係者からなる「道の駅検討委員会」を設置し、道の駅関連の施設と商業施設を国道沿いに一体的に整備することを計画した。

県内各施設が直売所や飲食施設と駐車場からなる形態が一般的なのに対し、当施設は「道の駅」の機能だけでなく、地元の商店が同じ敷地内にある県内初の施設である。道の駅の運営は行政、商工会、JA、有志らが株主となる第三セクター、「株式会社清流の里ひじかわ」が行っている。一方、商業施設は町保有の施設であり、

各商店が賃料を町に支払って営業している。

入居している店舗には早朝～深夜まで営業しているところがあり、道の駅の営業時間外にも町内外の客が飲食・買い物をし、地元住民が最寄り品の購入に訪れる様子がみられる。このような特徴から当施設では、地元利用者割合が全体の4割と近隣の施設よりも高くなっている。

目立った特産品や観光地には恵まれていないが、行政と民間とが連携して、計画・運営を行っていることが県内では特徴的な事例である。



道の駅 清流の里ひじかわ  
敷地内にある商店街から移転した店舗

### (2) 直売所は近隣住民の農業スーパー

JA西条 水都市(すいといち)(西条市)

JA西条水都市は平成7年10月にオープンしたJA直営の物販施設である。「地消地産」(地元で消費する物は地元で作る)を目指して、野菜・果物や花等の生鮮品と加工品を販売している。

水都市開設前には、休日だけの青空市を平成3年か

ら4年間開いたり、学校給食に食材を提供し、規模を拡大して運営できるかどうかの研究を続けていた。最終的に、商品の販売チャンネル拡大、組合員の所得向上、地元商品の消費拡大等JA、生産者、消費者に大きなメリットがあると判断し、水都市がスタートした。

平成15年度末で、個人出荷者は約800人おり、年会費2,000円、出荷者からの手数料は13%と他の施設に比べると低めに設定されている。販売品目は出荷者以外に他のJAや加工会社から仕入れた商品も取り扱っており、年間を通して多種多様な商品を提供している。物販のみで平成14年度には5億円以上の売上があり、JAの運営する直売所では全国でもトップクラスの売上であり、本店以外にも6店舗の展開(テナント等含む)を行っている。

運営管理はJAの責任で行い、オープン以来、毎年、売上と出荷者数を伸ばしている。地元利用、それも半径2km圏内からの買い物客が8割と高い点や平日と休日の利用者の差がほとんどなく、スーパーのように日常的に利用されている施設である。



JA西条 水都市本店  
自転車やバイクで買い物に訪れる地元客

### 3. 県外の事例紹介

アンケート結果からは、県内施設の売上や客数が全体的に増加しているものの、年々、道の駅や産直施設間の競合が激しくなり、赤字営業や売上の減少が続けている所が少なくない。それへの対応として、単独運営から、他との連携・交流を行うことが考えられる。

しかし、これまでの県内の連携・交流の取り組みをみたところ、イベントの共同開催や、商品の交換販売

等の形式的なものが多く、差別化もできていない。しかしながら、以下で紹介する事例は、地域内外との積極的、特徴的な連携・交流を行っており、今後の施設運営や計画の参考とすべき点も多いので紹介する。

#### (1) 道の駅は町の総合案内所

##### 小国ゆうステーション(熊本県小国町)

小国町の「道の駅」小国ゆうステーションは、国鉄宮原線の廃止後の跡地を利用して、バスターミナルと観光客向けの物販、情報発信窓口として、道の駅制度の始まる以前の昭和62年に整備された施設である。



道の駅 小国ゆうステーション  
レールと駅名板が廃線跡を示す

町の「地域デザインづくり」のコンセプトに基づき、地元産の杉を利用して建築され、運営は町の商工会が主体となっている。

当施設は、観光地化・最終目的地化していない。地域間交流の結節機能に特化しており、町内の他飲食施設や宿泊施設と連携し、来訪者が希望に応じた観光情報の提供を行っている。「道の駅」の情報発信という機能を明確にし、いかに情報を利用してもらうか、外との窓口になれるかを重要視している。

そのため、施設の機能は最小限にとどめ、むしろ町内の他の観光施設を多くまわってもらいたいという思いも強く打ち出している。印刷された一般的な観光パンフレットを置くだけでなく、スタッフ手作りの地図やガイドブックを作成していて、それを観光客が手に取っている様子が何度も見受けられた。

また、道の駅は地元の観光案内を行うだけでなく、

UJIターン者の窓口ともなっており、実際に、週に1～2件程度のUJIターンの問い合わせがあるという。ここを通じてUJIターンした人は17年間で30人ほどで、主に町内の農林業、観光業に従事している。

整備された時期が早く、成熟・完成された感はあるものの、道の駅がまさに地域の結節点、他地域との交流拠点として機能している事例である。



事務所に掲げられた案内板  
UJIターンの窓口であることが示されている

## (2) 自立組織で安定した経営

香楽市(島根県石見町)

平成7年に町の総合公園内にオープンした直売所で、営業は土曜・日曜・祝日が基本で冬季は閉鎖される。取扱品目は町内で生産・加工されたものに限定している。限られた営業日数だが、年間売上額は約3,000万円程度で黒字営業である。

施設規模は小さく、木造の小さな店舗である。ただ、隣接して、町主体の三セクが運営する温泉・公園・ハーブ園や、観光開発事業団経営のレストラン、民間による宿泊施設があるため、飲食や土産物等他の機能は周辺の施設に持たせ、役割分担を明確にしている。各施設は公園運営協議会に参加し、連携や情報交換がうまくいっている。そのため、一般的な直売所では売れ残りの商品は出荷者が引き上げているが、当地ではレストランの食材として利用している。

運営主体の「おふくろネットワーク石見」は発起人6人により立ち上げられ、会員数は約80人である。販売・在庫管理は出荷者以外の人を雇用するとともに、

経理には担当者をおいて複式簿記管理を行っている。小規模施設ながら、運営面での体制も整えている。

前述の水都市と同様、香楽市程度の規模でも採算が取れるかを事前に検討している。まず別の場所で青空市をつくり、商品の質と量が受け入れられるかを試した後、現在の位置にオープンさせた。

「もの」をとおしての生産者と消費者の交流が盛んであり、特に宣伝やイベントを行っていないが、農家民宿や農業体験といった人づきあいの交流も自然な流れで広がってきた。常に運営側・生産者側がアンテナをはっていて、買い物客に積極的に声をかけたり、お茶の接待をすることで滞在時間を増やしている。すると、その場で消費者側が加工品のヒントをくれたり、生産者では思いつかないような感性から新しい商品が生まれることもあるという。

香楽市の運営は儲けようという商業的発想でなく交流的な発想であるが、結果的に人や施設間のネットワークがうまく機能しているため、黒字経営を続けている。



香楽市外観  
農産物と加工品の販売だけの施設

## (3) 立ち寄りから滞在へ

木の花ガルテン・ひびきの郷(大分県大山町)

周知のように、大分県では、一村一品運動が展開され、各市町村が特産品開発に積極的に取り組んできたが、大山町では、特産の「梅」からはじまった特産品開発と交流事業を行い、その取り組みが大きく評価されている。

JAは物販と農家レストランからなる施設「木の花ガルテン」をオープンさせ、阿蘇や黒川温泉等巨大な觀

光地へ向かう客の立ち寄りに成功した。特に、農家レストランは地元の食材を使った郷土料理が好評で、雑誌やメディアにもたびたび登場し、視察も絶えない。また、梅の貯蔵庫では定期的にクラシックのミニコンサートを開いており、工夫した集客策を行っている。



木の花ガルテン  
コンサートも開かれる梅の貯蔵庫

一方、町は福岡市に「大山生活領事館 in 福岡」を開設した。これは、専従の職員を配置し、「大山に来てもらおう」、「大山に目を向けてもらおう」というPR活動、UJIターンの窓口として活動している。また、立ち寄りから滞在へつなげるため、町内に、宿泊・温泉・飲食・物販・体験の総合施設「ひびきの郷」を平成14年10月に整備した。宿泊施設の稼働率が80%を超えており、宿泊客の7割が福岡県在住者である。施設内には大手酒造メーカーの技術的・人的支援を受け、梅酒を生産する工場を併設し、単なる宿泊施設ではなく、町の産業と一体化した運営が特徴である。

大山町の直売所や宿泊施設が成功しているのは、都市の住民や企業とのネットワークを持ち、相互に人や情報を流通させることで両者に利益があるからだ。また、地元事情に精通しコーディネートできる人、外部の専門家とネットワークを持つ人が民間・行政に複数おり、地元の理解も得られやすい環境であることも当地の事例が成功している要因ではないか。

#### (4) その他

このほか、千葉県富浦町の「道の駅とみうら・枇杷倶楽部」ではエコミュージアムの発想を取り入れてい

る。地域資源を活用した観光メニューの提案や体験学習の場を提供することで年間50万人以上の来客を集めしており、その取り組みは「道の駅連絡会」による「道の駅グランプリ」を受賞する実績も持つ。

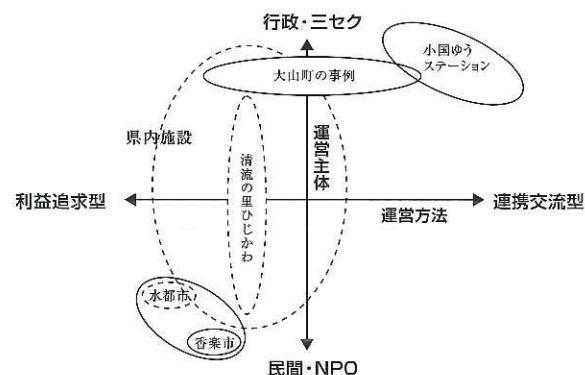
また、岡山県哲西町の「道の駅・鯉が窪」は国道沿いの町内中心部に、特産品販売所やレストランからなる「道の駅」と役場や図書館、保健所等の行政施設を同じ敷地内に整備しており、今後地域内外の交流拠点となることが期待されている。

#### 4. 事例からの対比

県内各施設では全般的に、開設時期や運営主体にかかわらず、特産物販売や飲食施設等を整備する傾向が多い。これらの施設は、アンケート結果からも、計画段階から地域産業の活性化や雇用増大等を目的にしている場合が多くだったので、地元の「利益追求型」施設といえよう。

一方、他県には、計画や事業に関わるキーパーソンの存在や、情報発信や交流窓口に特化したところ、あるいは、地域にある資源や施設をうまくリンクさせ、連携を図っている事例もみられる。単にその施設だけではなく、地域全体の活性化につながっている。これらの施設は「利益追求型」に対して「連携交流型」といえ、これらの関係を以下のように示す。

図 事例からみた施設の現状把握



次号(最終回)では、これまでのアンケート結果や事例紹介をもとに、県内施設が今後どのような方向性で運営・計画を進めていくべきかまとめることとする。

(当センター研究員 新藤博之)