

地域調査報告

愛媛県における 「道の駅」・産直施設について(4・完)

～今後の方向性～

1. これまでの流れ

愛媛県内では近年、道の駅や直売所が多数見られるようになり、地域活性化・農業振興策の目玉となっている。

施設運営の多くは自治体(市町村)、農協、商工会等が中心に出資した第三セクターであり、出荷者や雇用の面から地域・集落に配慮した運営を行っていることが共通している。売り上げや観光客の来訪も伸び、農村の活性化や交流が促進されたことも事実である。

しかし、これらの施設が持続的に発展するため、新規にオープンする施設が成功事例となるためには、克服すべき課題も多い。本号ではこのような施設が今後どのようにすれば発展するのかを検討し、まとめたい。

県内施設の特徴

- ・自治体を中心になって計画・運営
- ・収支均衡、または赤字
- ・物販や飲食機能が中心
- ・情報発信や連携は弱い
- ・競争が激化している
- ・一部の施設で都市部に出店

2. 具体的方策

繰り返しになるが、道の駅の登録要件も再確認することにより、運営方法や施設のあり方についての方策を提示したい。

道の駅の登録要件

- ①道路利用者のための休憩機能
- ②道路利用者や地域住民の情報発信機能
- ③活力ある地域づくりを行うための地域の連携機能

(1) 計画・運営方法

・出荷者・来訪者の参加を

本県の場合、大規模な施設整備やその後の運営方法を考慮して、市町村直営または第三セクターによる計画・運営の事例が多い。これまでは行政主導で行われる施策であったが、住民参加・NPOの機運が高まっているおり、今後はまちづくりの一端を担う施設として、道の駅や直売所の計画や運営に対しても住民や出荷者の意見を取り入れて進められるであろう。

・開設に向けた綿密な準備

物販・飲食で成功している施設や地域は、施設オープンまでにモデル販売や実験店舗の設置を行い、事業が成り立つかどうか2年～3年研究しているところが多い。はじめから施設を整備して運営する事は今の時期市町村にとって負担となることが多い。

前号で紹介したJA西条の「水都市」や島根県の「香楽市」、内子町の「フレッシュパークからり」等、成功事例として知られる施設では下準備となる店舗を設け、運営が軌道に乗ってから施設の拡充や建設を行うことを当初から決めていた。

(2) 物販・飲食部門

前号で示したように本県では、「利益追求型」と分類した物販・飲食等の事業を柱にした施設が多い。出荷者・運営者の立場でみると、「何でも売りたい、買ってもらいたい」という気持ちが強くなるが、農家や自治体そのままスーパーやレストランになることは無理である。

道の駅や直売所で製品の販売や飲食機能を行う場合、地域事情を踏まえ、以下のような運営方法を検討してはどうか。

・地域産業を巻き込んだ運営

それぞれの地域では、野菜や果物、海産物などその地域に特有の産品が必ずあるはずだ。それにこだわり、特化して加工・販売することにより地域イメージや地域ブランドの確立を目指してはどうか。

生産と消費が分離した消費者が道の駅や直売所を好んで訪れるのは、田舎や農村にあこがれるという側面も含んでおり、体験農園や観光農園などの事業に発展することが予想される。

・加工と販売を一体化

多くの物販施設では、地域食材を使った加工品の販売が行われている。ジャム、アイスクリーム、漬物、弁当等はアンケート結果からも消費者に好まれており、販売額も増加している。

加工品の開発、製造には地域の女性や高齢者が関わり、主に自宅や公民館、農業加工施設で活動している。こうした活動を道の駅や直売所の施設内で行えないだろうか。多くの消費者は顔の見える野菜、新鮮な食材を求めて訪れているが、加工品も同じように施設内で行えるならば、できたてのものを提供できる上、生産者と消費者の交流が深まると思われる。

・運営の外部委託

ヒアリングによると、「物販・飲食」のうち、飲食部門の赤字を物販部門が補うケースがみられた。この問題を解決するため、不採算部門を分離・独立させ、

民間会社に運営させたり、テナントを入居させることが考えられる。極端な話かもしれないが、人を集めるためなら、直売所や道の駅の中や隣接地にファーストフード店やコンビニエンスストアがあるほうが利用者には好まれるかもしれない。

ただ、運営会社の出資形態等の面で課題はあるが、施設のおかれている状況を考えると今後の導入の可能性はあると思われる。

消費者や観光客に評価され、運営がうまくいっているところは、消費者のターゲットを明確にし、地元向けなのか、観光客向けなのかをはっきりと区別している。東予地域のように最寄り型の直売施設では生鮮品や加工品、花卉や他地域の産品を扱うことで、商業的に質的・量的な安定した商品提供が行われている。

しかしそのような例は一部にしか見られず、品質が一定ではなかったり、少量多品種の商品を一年を通じて販売していることが少なくない。このような施設では思い切って物販・飲食機能を縮小させ、他県のような「連携交流型」施設に転換することも検討してはどうか。

(3) 地域情報発信施設の提案

先の分類でも示したように、本県施設は「利益追求型」施設に集約される。全国事例からも道の駅・直売所にはいくつかのタイプがあり、それぞれの地域特性や立地特性に応じた機能分化が出てくる。

特に、今後、市町村合併が進めば、一つの自治体に道の駅や直売所が複数存在するようになり、道の駅等は観光や行政の窓口として情報発信機能に力を入れることが考えられる。ここでは地域の地理的特性や施設の特徴を検討し、本県には少ない「連携交流型」施設となるための方策を検討してみたい。

・観光窓口の設置

パンフレットを置いたり、情報端末を置いて利用者任せにするのではなく、観光担当課を道の駅においたり、観光協会等に入居してもらい、常に職員がいて対面での情報提供ができれば望ましい。前回紹介した熊

本県小国町の「ゆうステーション」のように観光協会
の事務所が入居し、地域の観光情報発信やUJターン
の窓口となり、交流人口拡大から定住人口の拡大に成
功している事例がある。

また、車で移動中に急病になり、不案内な土地で病
院等もわからず、困っている人に道の駅で適切な医療
情報を提供すること等はすぐに考えられる方策ではな
かろうか。

・行政サービス提供

観光だけでなく情報発信やサービスとして行政施設
の入居が考えられる。

近年は、市町村合併にともなう、行政施設の統廃合
や逆に新庁舎の建設等の事案が生じる。自治体が整備
した施設であり、幹線道路に面してまとまった駐車ス
ペースがある利点を生かして、道の駅や直売所施設内
に行政サービスの提供や多機能施設として使用する事
が考えられる。

既存の施設をみても、多くの施設には調理場や
会議室が整備されており、教育施設や福祉施設として
も利用は考えられる。施設の有効活用、住民サービス
の向上という面からも検討してみてもどうだろうか。

地元住民同士が集まり、また外部からの訪問者も集
まる。真の連携・交流の場としてにぎわう場となろう。

しまなみ海道沿線や南予地域では、道の駅や直売所
が乱立状態にある。立地している自治体が市町村合併
することを機会に、道の駅・直売所同士が競争したり
統廃合するのではなく、他の市町村施設や観光・交流
施設との連携を行うことが考えられる。

その際にお互いに産品の流通を行うのではどこへ
行っても同じものを売っているという現状の問題点が
そのまま引き継がれる。情報の集積地となる施設や機
能を設け、そこを訪れることで得られた情報で、訪れ
る人が回遊するようになれば、多くの人やものに接し、
地域の文化を感じることができる。

3. おわりに

愛媛県内の道の駅や直売所では年間50万人以上の来
訪客を集め、5億円以上を売り上げている施設がみら
れる。当初の目的であった農産物流通、観光施設とし
ての役割から地域経済にとって無視できないほどの存
在になっている例がみられる。

それまで自家用で生産していた作物を直売所に出荷
することで収入が得られるようになる。施設での雇用
の場がうまれる。もし、赤字経営や施設閉鎖等の事態
が生じれば、単なる一施設の問題でなく、地域産品や
地域自体のイメージが悪くなることも考えられ、地域
経済全体の問題に発展することも予想される。

施設を取り巻く環境は、相次ぐ施設新設による競合
や市町村合併による運営問題等年々厳しくなっている。
一般の商店とは異なり、出荷者同士や出荷者と利用者
が直接的、あるいは商品を介した情報交換を行う場、
これらの場を通じた人・文化・情報など地域間交流を
促進させる場として機能する事が道の駅・直売所の意
義である。

地域の実情にあわせたより詳細な調査・研究が必要
であるが、本調査が各地域や施設にとって何らかの参
考となるものがあれば幸いである。

(当センター研究員 新藤博之)

〈参考文献〉

- 黒田明良(1996)：地域を売り込む特産品センターの現状と課題。
IRC調査月報，99，2-20。
財道路保全技術センター編(1999)：『道の駅ハンドブック』ぎょう
せい，504p。
財道路保全技術センター編(1993)：『道の駅の本～個性豊かにぎ
わいの場づくり～』ぎょうせい，178p。
財道路保全技術センター編(2001)：『農産物直売所・運営の
てびき』農山漁村文化協会，134p。
野田文子(2004)：『女性の夢を実現した「からり」一直売所の発展と
地域作りの実践』ベネット，119p。
渡辺均・中川悦郎(2002)：『農産物直売事業とマーケティング』ジ
ー・エム・アイ，175p。