

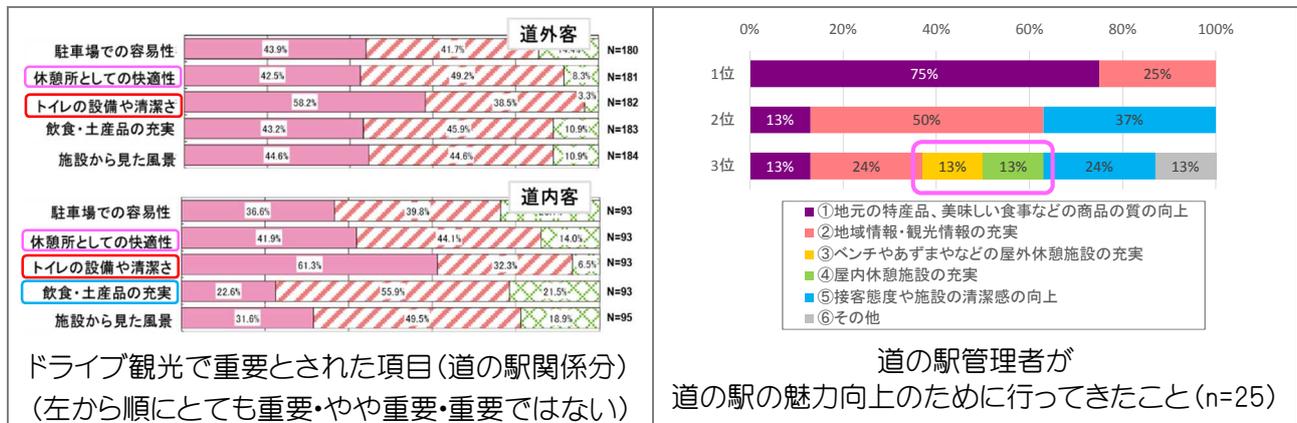


## キーワードに関係のある道の駅および施設

### 第 1 回協議会のキーワード

(位置づけ)	・ オホーツクの玄関	・ 2~3 時間滞在	・ ホットとする演出
(立地特性)	・ スキー場と隣接		
(地域振興)	・ 自分たちで野菜を持ってきて販売、普通の野菜が新鮮		
(基礎機能)	・ 綺麗なトイレ	・ EV充電器	・ オリジナル商品 ・ 防災拠点

### 参考) 道の駅の施設の評価



	休憩の評価が高い道の駅	休憩の評価が低い道の駅
屋外	<p>緑豊かな園地や樹木による木陰、ぬくもりを感じられる木素材、広くて落ち着ける休憩・たまり空間 など</p>	<p>緑の少なさや色あせたベンチ、固く冷たいイス、車の近くで落ち着けなく狭い休憩空間 など</p>
屋内	<p>屋内から眺望できる外の風景や自然光の差し込み、イス・テーブルのゆったりとした配置や素材感、明るく賑わいが感じられる造り など</p>	<p>暗さや狭さ、歩行者が近くを通り落ち着かない、利用しにくく孤立した位置にある休憩席、倉庫のように商品箱が置かれた休憩席、窮屈なイス・テーブルの配置 など</p>

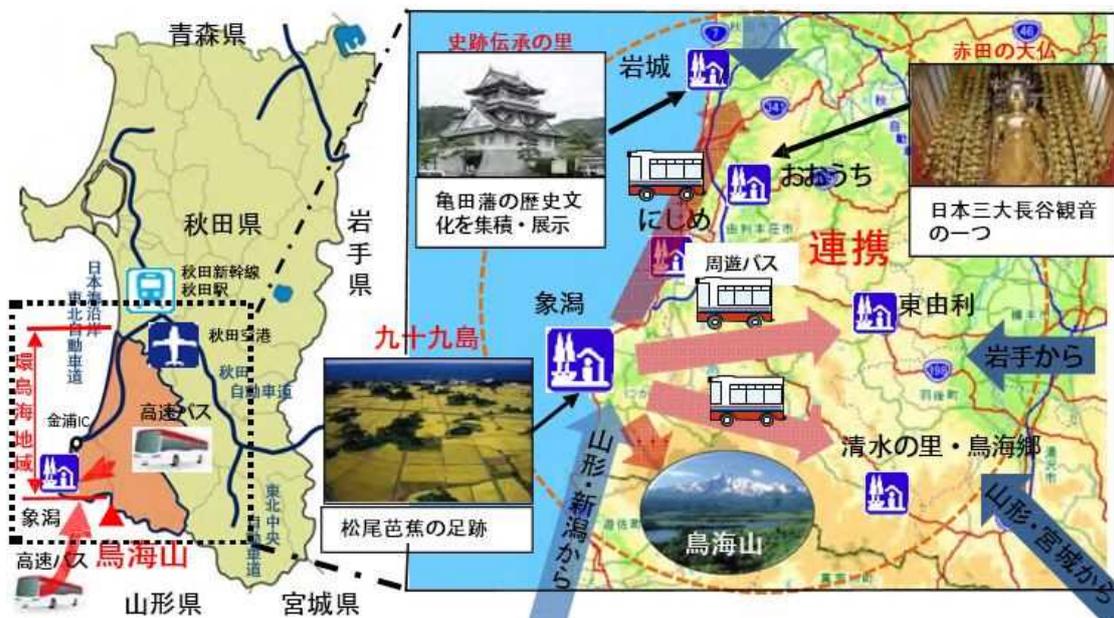
出典:寒地土木研究所「道の駅の休憩場所としての魅力向上の重要性について」



### キーワード 『オホーツクの玄関口』

#### 道の駅「象潟」(秋田県にかほ市) ※重点「道の駅」

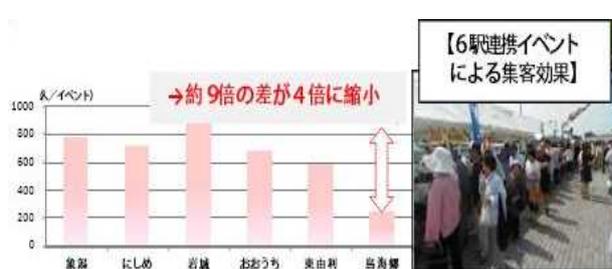
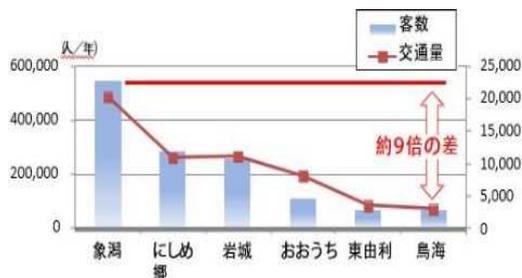
- 「鳥海山」・名勝「九十九島」・「岩がき」等の資源を有する「道の駅」象潟に情報発信拠点、交通結節点を整備しゲートウェイ化。
- 環鳥海の6駅が連携し、周遊交通を確保した上で鳥海山・特産品を活かした広域周遊観光圏を形成。
- 環鳥海地域の観光情報ワンストップサービスと各駅の個性(独自商品)を活かした周遊観光の活性化を推進。



#### 【6 駅連携の効果】

○由利地域6駅の入込客数に約9倍の差

○6駅が連携した取組実施(メニュー対決)



※イベント 9 回分の平均集客数

#### <実施内容(予定)>

- 観光拠点センターを整備し環鳥海広域観光情報発信
- 空港・新幹線駅から「道の駅」への高速バスやレンタカーなどの交通手段を提供。パーク&ライドを導入し、地域内のコミュニティ交通に乗り換え「道の駅」や「地域内観光名所」を周遊できるミニ周遊観光を提供する。
- 6次産業化に向け、既存加工場(2駅)を活用した6駅連携による商品開発

## 「伊豆道の駅ネットワーク」 静岡県伊豆地域(7市6町) ※重点「道の駅」

- 伊豆半島の玄関口にあたる道の駅函南(仮称)に伊豆全体の情報発信拠点となる「伊豆ゲートウェイセンター函南(仮称)」を整備
- 伊豆半島内にある8駅(計画中含む)の道の駅を「ネットワーク化」し、地域の多様な観光情報を道の駅を起点に一体的に発信するとともに、外国人対応等を各駅が連携(機能補完)して行うことにより、伊豆半島圏域の周遊観光を促進し観光競争力を強化



## スマホがナビする伊豆の旅

旬な情報×音声ガイドで、  
伊豆の旅がさらに充実



- 伊豆地域、7市6町の行政、観光協会、地元協力者の協力のもと、旬な情報を随時更新
- 約30箇所のホテル・花スポット情報、約100の旬な関連情報を配信
- GPS 機能を利用し、周辺のグルメやイベント、花のみどころなど、おすすめ情報を近くに来たときに自動配信

## ＜提案の先駆性・ポイント＞

- ネットワーク化: 道の駅及び県・7市6町の行政及び観光協会、国交省等の連携(伊豆道の駅ネットワーク協議会)
- インバウンド観光: 外国人案内所等の設置を進めるとともに、外国人への連携対応、ノウハウ共有で、圏域としてのインバウンド対応力を強化
- 観光総合窓口: 伊豆全体の観光情報を地域協働により収集し、道の駅を核として発信することで、周遊観光の推進による圏域の競争力を強化



## キーワード 『2～3 時間滞在』『ホッとする演出』

## 道の駅「但馬のまほろば」(兵庫県朝来市) ※重点「道の駅」

## ■スローフードレストラン「茶すり庵」

【営業時間】11:00～20:00(年中無休)



地元の食材を中心とした料理や、手軽な一品メニューがある。天然木や自然素材を生かした落ち着いた雰囲気の内。

毎週水曜・木曜日は「おばんざいバイキング」実施

(料金大人 1,550 円・小人 850 円(小学生以下)(ドリンク付))

## ■フードコード

【営業時間】

9:00～20:00(年中無休)

ラーメン・うどん・そばなどの食事とスナック、飲み物を提供



## 道の駅「山内」(佐賀県武雄市)

野のもてなし料理「なな菜」の料理は、地元農家で作った野菜を使い、化学調味料、添加物を使わない安全、安心な料理をバイキング形式で提供。

朝摘みの新鮮な野菜と山内町のシンボルである黒髪山にちなんで「黒」の食材にこだわったアレンジ料理。黒米は名水百選にも選ばれた黒髪山の湧水を利用し栽培。メニューは常時 30～40 種類を季節ごとに取り揃えている。

また、なな菜で使用している食器は山内町から世界へ発信したいと、七つの窯元が共同開発した、洗練された白い器を使用。



休館日/年末年始(12月30日～1月3日)

開館時間/土・日・祝祭日 11:00～16:00 平日(月～金) 11:00～15:00

料金/大人 1,300 円 子ども(小学生)900 円 4歳以下 500 円 3歳以下無料 75歳以上 1,100 円

## 道の駅「ローズマリー公園」(千葉県南房総市)



中世ヨーロッパ式庭園で、ローズマリーをはじめ各種ハーブや季節の花が年間を通して咲いている



フリーマーケット開催

**夏休み体験教室**  
7月18・19・20・25・26日  
8月1・2・8・9日 10時～15時  
体験講師 ローズマリー園のカフェイン

貯金箱 1400円	イルカの風車 1000円
小鳥の親子 1000円	元気鳥 1000円

8月16・23日 10時～15時  
貝がらで、わんちゃんを作ろう！  
わんちゃん1匹  
ケーキ付  
650円

夏休み体験教室



## キーワード 『スキー場と隣接』

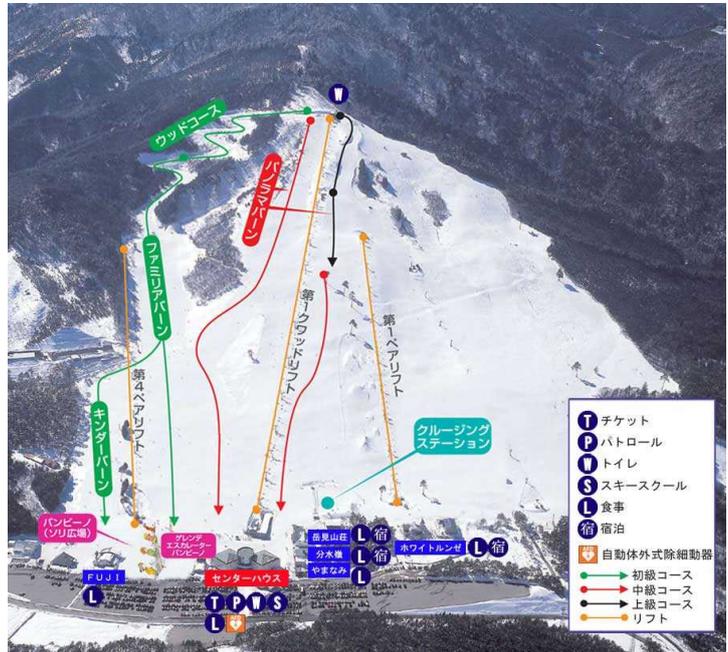
## 道の駅「スノーパークモンデハウス飛騨位山」(岐阜県高山市)

スキー場のセンターハウスと道の駅が一体

駐車場:24 時間完全無料 1700 台

施設:センターハウス・レストラン・喫茶・ショップ  
レンタル・パトロール・男女更衣室・ロッカー室

トイレ:2箇所(センターハウス1階・駐車場)



1F 更衣室(ベビーベッド有り)



2F 無料休憩室(飲食不可 無料)



2F キッズルーム(休憩室隣)



1F 喫茶店(通年 25 席)



1F インフォメーション



2F レストラン(冬期のみ 160 席)

※その他 1F お土産・特産品(夏季)、 2F スキーグッズ・特産品ショップ (冬期)



キーワード 『自分たちで野菜を持ってきて販売』 『普通の野菜が新鮮』

### 道の駅「ニセコビュープラザ」(北海道ニセコ町) ※重点「道の駅」

年間約 63 万人が利用する「ニセコビュープラザ」の一番人気は、町内 60 戸の農業者が丹精を込めた多彩な農産物だ。農業者で組織する直売会は、自分が育てた農産物しか売らないことをルールとしている。オープン直後から、安くておいしい農産物が評判を呼び、売上は順調に伸びていった。だが、あまりにも売れ行きが好調のため、特に週末になると午前中から品切れが続出して、利用客からは不満の声も相次いだ。



直売会は平成 14 年にスーパーやコンビニエンスストアが使用する販売時点情報管理(POS)システム、17 年にはレジを通過した商品数が農業者の携帯電話に配信され、欠品が発生する前に商品を補充できるシステムも導入した。農産物が売れるとすぐに代金が農業者の口座に振り込まれるため、売れ筋や利用客の評価も手に取るように分かる。



システムの導入は、農業者の生産意欲を高めるとともに、利用者の人気は高いが供給量の少ない作物を積極的に生産する農業者も増えた。道の駅では欠品が減り、農産物などの取り扱い品目も年間で800種類を超えるようになった。野菜類の供給が減る冬場にも、コメや越冬キャベツのほか、豆もちや乾燥ワラビ、ゴボウ茶といった加工品が並び、通年型の直売所として親しまれるようになった。現在は年間約2億5000万円の売り上げがある。

出典:市町村政策情報誌「プラクティス」(H27 年 5 月発行)

<http://www.do-shinko.or.jp/seisaku/>

### 道の駅「マオイの丘公園」(北海道長沼町)

1994 年から道の駅の整備に着手し、直売所の名称を「マオイの丘公園直売所」に変更(道の駅マオイの丘公園は 1997 年 4 月にオープン)。国道 274 号を利用する 1 日約 1 万人ものドライバーに、長沼町の観光や特産品をアピールするとともに、気象情報や峠情報などの発信源としての役割も担っている。今では道内で最大規模の売り上げをほこる直売所へ発展した。

現在、24 戸の農家が「北海道ふれあいファーム」に登録し、農畜産物の直売や農作業体験、収穫体験、貸し農園などの活動を通じて、消費者との交流を図っている。





## ◆顔の見える農業を実践しているマオイの丘公園直売所の出店グループ(2001年9月現在)

自家生産の野菜、コメ(17区グリーン営農集団、20区野菜販売グループ、幌内蔬菜集団)

契約農家生産の野菜及び果樹、加工品等(マオイ青果物販売グループ)

牛乳、乳製品、ソフトクリーム等(マオイ牧場倶楽部)

果実、果樹苗木、花卉等(長沼果樹 振興会)

一般食堂(南長沼商店会)

農産物、トマトジュース等(JAながぬま)



出典:わが村は美しく北海道ホームページ

[http://www.hkd.mlit.go.jp/zigyoka/z\\_nogyo/wagamura/contest/01/exchange/h\\_07/](http://www.hkd.mlit.go.jp/zigyoka/z_nogyo/wagamura/contest/01/exchange/h_07/)

## &lt;参考&gt;年間売上高

## ◇特産販売所(N=378)

平均売上高:197,268千円 中央値:112,022千円

(\*農林水産物直売所も含む)

売上高	道の駅数	割合
1千万円未満	23	6.1%
1千万円以上～5千万円未満	71	18.8%
5千万円以上～1億円未満	81	21.4%
1億円以上～2億円未満	91	24.1%
2億円以上～3億円未満	44	11.6%
3億円以上～4億円未満	23	6.1%
4億円以上～5億円未満	16	4.2%
5億円以上～10億円未満	20	5.3%
10億円以上～20億円未満	7	1.9%
20億円以上	2	0.5%

## ◇農林水産物直売所(N=255)

平均売上高:138,134千円 中央値:72,471千円

売上高	道の駅数	割合
1千万円未満	35	13.7%
1千万円以上～5千万円未満	65	25.5%
5千万円以上～1億円未満	55	21.6%
1億円以上～2億円未満	46	18.0%
2億円以上～3億円未満	27	10.6%
3億円以上～4億円未満	7	2.7%
4億円以上～5億円未満	6	2.4%
5億円以上～10億円未満	11	4.3%
10億円以上	3	1.2%

## ◇農林水産物加工場(N=73)

平均売上高:39,634千円 中央値:14,939千円

売上高	道の駅数	割合
1千万円未満	27	37.0%
1千万円以上～5千万円未満	28	38.4%
5千万円以上～1億円未満	11	15.1%
1億円以上～1億5千万円未満	4	5.5%
1億5千万円以上～2億円未満	1	1.4%
2億円以上～2億5千万円未満	0	0.0%
2億5千万円以上～3億円未満	0	0.0%
3億円以上	2	2.7%

## ◇飲食施設(N=320)

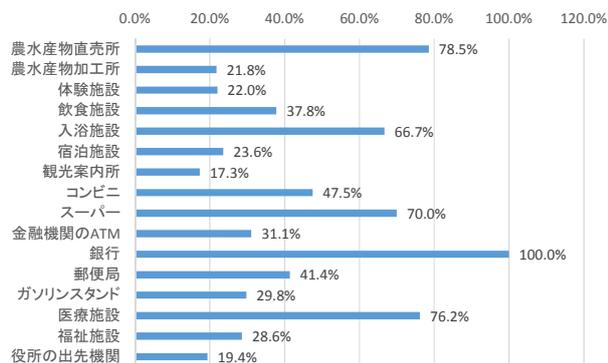
平均売上高:49,043千円 中央値:33,504千円

売上高	道の駅数	割合
1千万円未満	43	13.4%
1千万円以上～5千万円未満	173	54.1%
5千万円以上～1億円未満	75	23.4%
1億円以上～2億円未満	19	5.9%
2億円以上～3億円未満	7	2.2%
3億円以上～4億円未満	2	0.6%
4億円以上	1	0.3%

出典)『道の駅』を拠点とした地域活性化調査研究報告書,平成24年3月,財団法人地域活性化センター

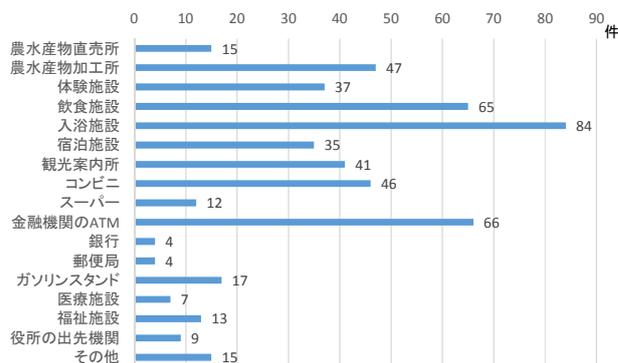


### キーワード 『地域住民がよく使うものにする』



地元住民の利用率が高い施設

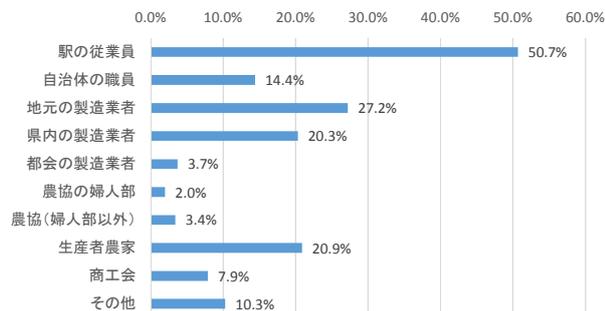
(H25 実施 全国道の駅のうち 507 箇所からの回答より)



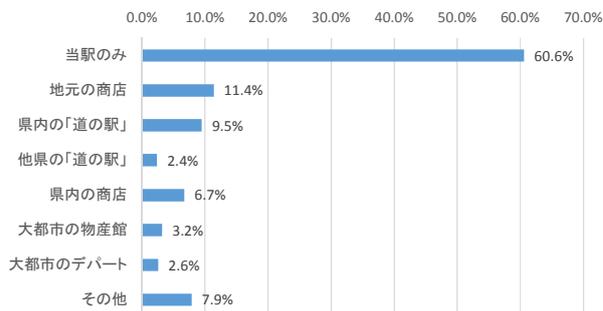
地元住民の要望が高い施設

出典:山本 祐子・岡本 義行(2013)「全国「道の駅」のアンケート調査報告書」、『地域イノベーション』 6 号, pp89-103, 法政大学地域研究センター

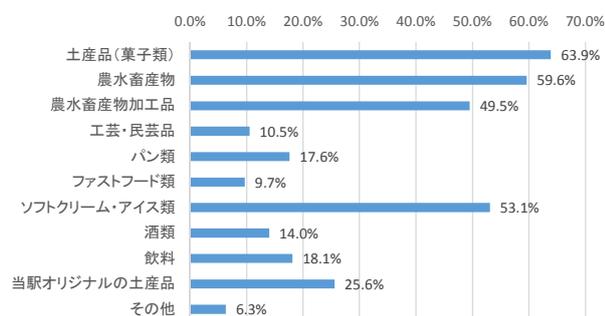
### キーワード 『オリジナル商品』



オリジナル商品の企画・開発に携わる人 (n=507)



オリジナル商品の販売先 (n=507)



「道の駅」の売れ筋商品(複数回答) (n=507)

出典:全国「道の駅」のアンケート調査報告書

**道の駅「とみうら枇杷倶楽部」(千葉県南房総市) ※全国モデル「道の駅」**

商品開発の経緯として、もともとこの地域の特産品であったビワの出荷規格外品に目をつけ、有効活用しようと考えたのがきっかけ。当初、一般的な土産物店では卸業者からの委託販売が主とされていたが、枇杷倶楽部では自社加工によるオリジナルブランド製品を道の駅で販売することで商品に対する愛着が生まれ、加工から販売まで真剣に取り組むことができたと言う。売上実績に関しては順調に推移しており黒字を保っているが、「販売売上と観光売上では、観光売上は赤字。しかし、観光事業は広く地域に波及効果があるため、今後も引き続き力を入れて取り組みたい」(駅長談)

ビワの収穫期間は、年間一度だけで、初夏の約1ヶ月間と短く、生産量の約3割が出荷規格外品となる。株式会社とみうらは、東京電力・東京電機大学と協力し、出荷できないビワを集荷して「ウエットエアークーリング」という技術を使った冷蔵庫に長期(2~3ヶ月)保存し、新商品を開発することに成功した。施設内にある直営の加工場では、出荷規格外のビワを南房総エリアの地元農家から年間15~20t近く購入し、ジャムやソフトクリームなどを製造している。そのほかの商品は設備投資が膨らむため製造業者に委託・共同開発し、現在では40品目を超えるオリジナル商品を揃え、自社での販売や卸のほか、インターネット販売も展開している。これら出荷規格外品を使ったオリジナル商品は、株式会社とみうらの年間販売売上高の3~4割を占める。



株式会社とみうらの「枇杷倶楽部プロジェクト」は、道の駅とみうら枇杷倶楽部のほか、道の駅おおつの里花倶楽部、苺庭園、枇杷試験所の4つの施設・機関の連携で構成されている。これらの施設の特徴は、地域に散在する食堂や農産物・苺・菜の花などの農家や組合を束ねた「一括受発注システム」にある。株式会社とみうらが第3種の旅行業資格を取得し、地域の窓口として都市部の旅行代理店や交通機関などの外部に対してPRを行い、招致に成功したツアーはプログラムに応じて会員事業者に配分し、料金精算にともなうリスクも株式会社とみうらが負う仕組みとなっている。



道の駅を利用する観光会社やバス事業者は約600社(各支店を含む)に上り、ツアー料金のうち観光会社が10%、株式会社とみうらが3~5%、残りが地元の農家や観光事業者へ支払われる。現在は近隣市も含めて約100事業者が参画する。事業者によってはばらつきがあっては旅行代理店などから継続的な受注はできないため、参加事業者には同じ価格でサービス品質を統一してもらうよう指導を徹底している。近年は、隣地に民間の直売所や土産物店ができるなど、地域経済に大きな影響を与えている。

出典:国交省ホームページ 地域いきいき観光まちづくり2011

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04\\_000041.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000041.html)



## キーワード 『綺麗なトイレ』

## &lt;ネクスコ東日本の取り組み&gt;

## 1.清潔で気持ちよく快適にご利用いただくために

(1)全ての洋式便器に暖房・洗浄便座を整備

(2)全てのトイレに温水対応の自動水栓を整備



## 2.お子さまからお年寄りまで、多くの方がより使いやすくなるように

(1)女性用トイレにも子供用小便器を設置

(2)ベビーシートや小型手洗い器などを備えた大型ブースを設置



## 3.さまざまなバリアを取り除き、安心してご利用いただくために

(1)トイレ内の床の段差を解消

(2)多機能トイレ(身体障がい者)内には  
ベッドと幼児便座を整備

トイレ床の段差



## 【その他の取り組み】

- 子供用の大小便器を設けたコーナーやトイレ内で着替えが出来るフィッティングルーム、待ち合わせコーナーを設けたトイレを整備している箇所もある。
- メンテナンスの強化
  - 1.床の滑り防止対策 床が濡れた状態で滑りやすいトイレは、防滑材などによる滑り防止対策を実施
  - 2.清掃の強化 専門業者による清掃、配管洗浄を行い、トイレ内の更なる美化を実施。

出典:ネクスコ東日本 [http://www.e-nexco.co.jp/effort/comfortable/refresh\\_project/](http://www.e-nexco.co.jp/effort/comfortable/refresh_project/)



### 道の駅「しらぬか恋問」(北海道白糠郡白糠町)

- トイレに入る前に大きな円形のコミュニティーホール「メイクセンター」があり、そこには観葉植物、ベンチがある。
- 「日本一あずましいトイレ」がキャッチフレーズで、従来のトイレのイメージを一新する先駆けとなった。
- 特に女子トイレには、授乳室代わりになるほどの広々とした休憩スペースがある。
- 「メイクセンター」内に白糠町の紹介とグルメ&お買い物情報をお知らせする案内表示板を設置(H27年3月)



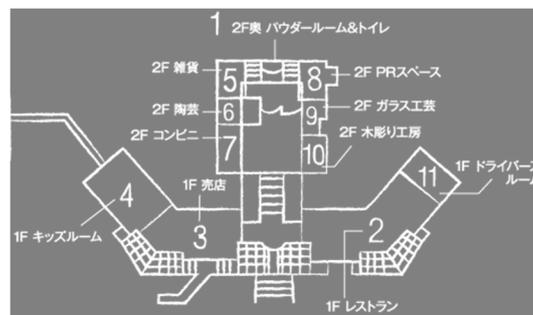
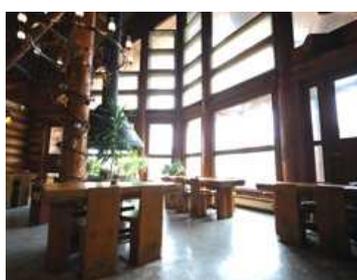
オリジナル自販機設置  
(H26年10月)

「恋が叶うポスト」設置(H25年9月)

1年間は地元郵便局でもハート型の小型印使用(出典:郵便局 HP)

### 道の駅「フォレスト 276 大滝」(北海道伊達市大滝区)

- 総工費1億円、自動演奏ピアノの調べが流れるトイレが評判の道の駅。
- トイレ内に自動で演奏するグランドピアノが置いてあり、鑑賞用の座席もある。
- トイレの床に大理石が使用されているのも特徴的。
- 女子トイレにはパウダールームが設置されており便利。
- 男子・女子トイレすべてにウォシュレットも完備。





### 道の駅「豊前おこしかけ」(福岡県豊前市)

- 「トイレという名の公園」をコンセプトに建てられた道の駅
- トイレの屋根は透過性で、昼は自然光、夜は道の駅の照明を取り入れているためいつも明るい雰囲気
- 照明設備は綿密なタイムスケジュールにより省エネ管理がなされている
- 清掃も1日6時間という徹底ぶり



天然の光が入るテント屋根



お年寄りでも大丈夫な  
吊り輪付きトイレ



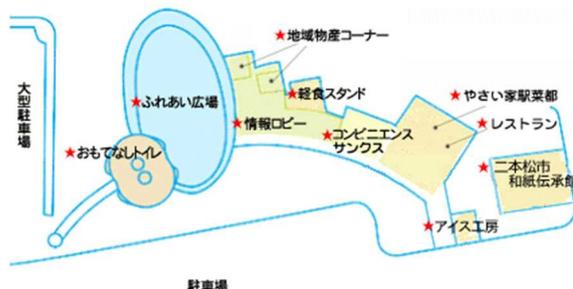
並びが渋滞しない  
誘導レーン



気持ちよく利用してもらう  
ために花を飾っている

### 道の駅「安達」智恵子の里 (福島県二本松市)

- 日本トイレ学会の平成8年度「グッドトイレ10賞」受賞
- 木の温もりを感じるウッディハウスのような趣。
- 女性トイレにはパウダーコーナーや荷物置き棚が設置されている。
- 徹底された清掃が定期的に行われ、レベルの高い維持管理がなされている。(メンテナンス性を重視)



女性トイレのパウダールームと手洗いコーナーを分離 (排水パイプの髪の毛の毛詰まりを防ぐ)  
ブースの外側から効率的にゴミ集め、ペーパー補充を行えるメンテナンス用の通路を設ける など



誰でも使えるゆったりトイレ



手洗いコーナー



小便コーナー



ペーパー補充



ゴミ集め





### キーワード 『防災拠点』

- 地方自治体と連携し、それぞれ必要な施設等を整備
 

道路(道の駅)管理者	地元自治体
例) ◆非常用水の確保	◇地域防災計画への位置付け
◆非常用電源の確保	◇安否・医療情報等の提供
◆衛星通信等の配備	◇飲料水・毛布等の備蓄
◆非常トイレの整備	◇防災ヘリポートの整備
◆災害資材の備蓄	◇防災訓練・総合学習の場として活用

【参考】防災への備えの現状 (直轄国道沿 N=297) 水:35%、防災トイレ:2%、電源:11%、衛星:0%

### 道の駅「美濃にわか茶屋」(岐阜県美濃市)

- 道の駅として初めて防災拠点施設に認定された。(建物は高い耐震性と防耐火性を確保している)
- 美濃市と道路管理者が連携し、災害時には道路利用者の一時避難所、地域住民の避難所等を想定して非常用電源(自家発電装置)、防災用トイレ(断水時も使用可能)、飲料水貯水槽(40t)、防災備蓄倉庫(700人が三日間生活できる非常食を確保)、情報提供装置が整備されている。



## 道の駅「上田道と川の駅」おとぎの里（長野県上田市）

- 災害時、救急要請時には防災・ドクターヘリコプターが離着陸をして防災拠点として運用
- 道の駅ゾーンと川の駅ゾーンを一体のものとして都市公園「半過公園（近隣公園）」を形成
- 公園の南側は「道の駅」ゾーンとも呼ばれ芝生広場を中心にウォーキングコース、ドッグラン、半過古墳、防災・ドクターヘリコプター用の場外離着陸場などが整備されている。北側は多目的広場があり、「川の駅」（水辺プラザ）ゾーンとも呼ばれている。



道の駅ゾーン



半過公園全景 (道の駅ゾーンと川の駅ゾーン)

駅の構想段階から関わってきた有志を核として、平成 22 年 8 月 1 日より飲食・物販の運営を開始（平成 22 年 4 月「上田道と川の駅」オープン）

それ以降、地域の皆さんが会員となり「持続可能な豊かな地域づくり」を目指して8つの部会に分かれて活動を展開  
〈おとぎの里のめあて〉

- 「コミュニティービジネス方式」により、収益事業とそれに支えられる公益事業の展開し“新たな公共の場づくり”を目指しています。
- “地域性・社会性＋事業性・自立性”を伴った「地域事業」を展開しています。
- 民（産）・学・官の連携と協働を推進しています。
- 市民が主体となり、特徴ある持続可能な“豊かな地域社会の創造”を目指しています。

