

## 全国モデル「道の駅」 全 6 箇所

(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	主な特長
観光総合	群馬県	川場村	H8	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	H8	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	H5	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 台誘致。

(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	主な特長
産業振興	山口県	萩市	H13	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にも並び、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	H8	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 名の雇用を創出。
防災	岩手県	遠野市	H10	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。

- 「農業プラス観光」で自立する群馬県川場村の産業、情報、交流の核として人気の道の駅「川場田園プラザ」。
- 農産物や観光名所など、豊富な地域資源へのアクセスポイントとして、「道の駅」を目的地とする新たなニーズを掘り起こし、**人口約3700人の村で、利用者数約120万人(リピーターが7割)を誘致。**
- 駅での**販売(約10億円)、雇用創出(80名)に加え、ファーマーズマーケットの出荷登録(420名:村内農家の93%)などを通じて経済・地域活性化の効果は、地域に広く波及。**

年間利用者: 約120万人 販売額: 約10億円 雇用: 80名



## 道の駅「川場田園プラザ」

群馬県川場村

(人口 約3.7千人  
面積 約85km<sup>2</sup>)

(主)平川横塚線(単独型)



## 田園プラザ構想

### <基本理念>

川場村の産業、情報、交流の核である  
タウンサイトの形成を目指す

- 地場産品PR・直販による消費促進
- 村民・来村者の交流・情報交換の場
- 来村者の飲食・購入ニーズに応え、村内消費拡大
- スキー場へのシャトルバス等、村内交通ターミナル機能
- 若者就業機会を増やし、定住、Uターン促進

## 農業プラス観光

・園内では朝取り野菜・ブルーベリーや乳製品などの地域資源を活かし、果物狩りや陶芸などの体験やイベント等により、村民と来訪者の交流の機会を提供。



ブルーベリーソフト



ブルーベリー加工品



加工場



陶芸体験



家族で楽しめる田園プラザ



ファーマーズマーケット



ミート工房

## 地域のゲートウェイ

・観光協会スタッフがビジターセンターに常駐し、宿泊、体験施設など、地域全体の観光案内

「道の駅」を入口に  
地域の魅力をネットワーク



ビジターセンター

## 川場村の観光資源



水辺空間



SL



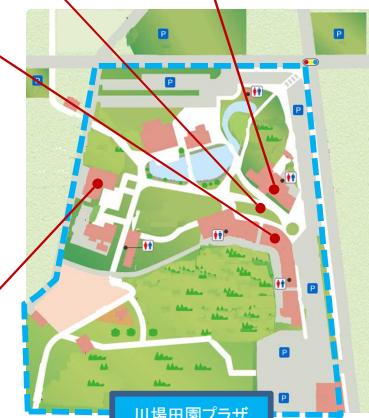
資料館



果樹園



温泉



川場田園プラザ



- 柚子、エゴマ等の特産品を加工する「もてぎ手づくり工房」を整備し、「道の駅」を核とした6次産業化を推進。
- 「道の駅」が、農産物の生産指導から全量買取、33種類のオリジナル商品を開発、販売まで実施。
- 地域ならではの地場産品の提供、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、**地域センター機能とゲートウェイ機能を兼ねるにぎわいの核として定着。**
- 既往災害(昭和61年洪水)の教訓から、**地域に根差した防災啓発のために茂木町防災館を備え防災井戸を設置。**

年間利用者： 約144万人 販売額： 約7.2億円 雇用： 73名



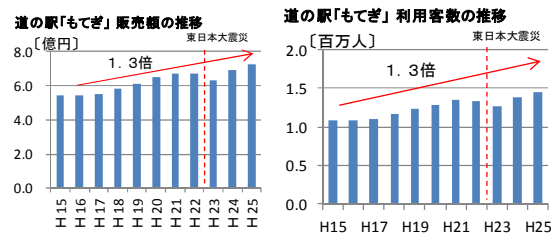
## 「道の駅」を核とした6次産業化

「道の駅」が農家から柚子等を全量買取、手作業で加工、オリジナル商品(33種類)を開発、販売



## 地域のにぎわいの拠点

創意工夫の取り組みで利用客数、販売額は10年間で1.3倍に増加



## 地域の防災拠点

防災力向上のための防災館を併設。平時からの防災啓発に活用



## ふるさと納税の推進

道の駅の商品をふるさと納税のお礼として地域PRに活用





- 地域特産のビワを道の駅が中心となり、加工、オリジナル商品を開発(ビワ関連商品50種類)。従来の規格外品の活用や需要安定により生産農家の経営安定に貢献。
- ビワ狩りや体験企画、菜の花など、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3000台を誘致するとともに、地域の100事業者に効果が波及。
- 人形浄瑠璃などの地域文化の発信や、地元産野菜・花卉のマルシェ、観光案内人の常駐、非常用電源などの防災設備など、地域の拠点として多様な機能を発揮。

年間利用者： 約50万人 販売額： 約5億円 雇用： 約60名

## 道の駅「とみうら」 千葉県南房総市

〔人口 約4万2千人〕  
〔面積 約230km<sup>2</sup>〕

国道127号(単独型)

位置図



### 「道の駅」を核とした6次産業化

「道の駅」が中心となり特産のビワを加工、オリジナル商品(50種類)を開発、販売



### 地域固有の観光資源をパッケージ化し、観光ニーズを呼び込み

観光資源をパッケージ化し、都市部の旅行会社へ販売  
(道の駅が旅行業資格を取得)

例)日帰りバスツアー誘致



地域の様々な観光資源



観光バス立寄り台数  
約3000台(9万人)

出典: (株)ちば観光振興公社(観光客数)

びわ狩り  
いちご狩り  
レストラン  
体験農家  
観光名所 等

地域100事業者

### 地域の伝統・文化の継承、交流のための取り組み

富浦人形劇など、地域の伝統・文化の継承の場としても活用



富浦人形劇



自然観察 土曜学校



- 隣接の魚港で水揚げされた海産物が直接店頭に並ぶ新鮮さを特長に、地元のニーズにこたえる「道の駅」を展開。
- 売り場面積1m<sup>2</sup>あたりの売上高は、一般的なスーパーの約2倍。約100名の雇用を創出。
- 値も付いてなかった魚を加工品として商品化する「萩の地魚もったいないプロジェクト」を推進し、漁業者の所得向上に寄与。

年間利用者：約140万人 販売額：約10億円 雇用：約100名

## 道の駅「萩しーまーと」

山口県萩市

(人口 約5万4千人)  
(面積 約700km<sup>2</sup>)

(主)萩川上線(単独型)

萩漁港の水揚げ高の約15%を販売し、地産地消に寄与。  
魚食普及・食育の拠点として地域活動を実施

- 魚食普及・食育の拠点機能として、子供向けの地魚料理教室や出張授業を積極実施



地魚料理教室



賑わう鮮魚売場

- ・ 売場面積 1m<sup>2</sup>あたり年間売上高の比較
 

萩しーまーと	: 101.2万円 (約2倍)
スーパー (平均)	: 50.9万円
- ・ 萩漁港の水揚げ高 約35億円 (H24年度)  
うち萩しーまーとへ出荷: 約5億円 (約15%)

地元加工業者と連携して生み出したヒット商品は、地域全体の活性化に貢献。



・ 金太郎 (ヒメジ)  
約15cmの小魚で漁獲の対象にならなかったが、鮮魚や加工品として販売し、お土産として人気。  
魚価: 約230円/kg → 約270円/kg

魚価の向上

漁業者の所得向上

地元加工業者と連携

地域一体で6次産業化

道の駅で販売

受賞による認知度向上で更に販売向上



観光庁、農林水産省の優良事例に選定

萩の地魚もったいないプロジェクト開発商品



萩漁港の魚市場に隣接し、海産物を直接入荷

- 地元農家の女性達を中心となり、販売額は約7億円、町の農産生産額の15%を占め、新たに58名の雇用を創出。
- 運営も生産者自らが手作りで、商品開発、品質管理、イベント企画運営までを実施。特に、商品開発は、女性で構成される複数のチームで独自商品を開発するなど、女性主役の運営も特長。出荷農家は、当初から約2倍に(176人→394人)
- 販売管理システムやトレーサビリティを導入し、16年間で利用者は6倍、販売額は8倍に増加。

年間利用者：約80万人 販売額：約7億円 雇用：58名

## 道の駅「内子フレッシュパークからり」

愛媛県内子町

（人口 約1万8千人  
面積 約300km<sup>2</sup>）

国道379号(単独型)



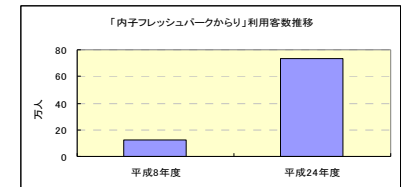
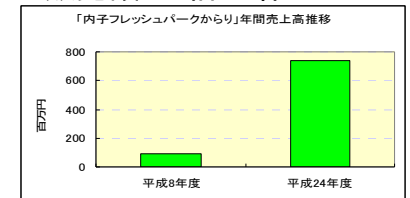
## 季節の農作物にあわせて加工商品を開発販売。 内子町内の農産物販売額の約15%を売り上げる拠点に発展

地場産品を「からりブランド」商品として販売

16年間で利用者は6倍、  
販売額は8倍に増加



道の駅の企画・運営を支える生産者チーム



## ITを導入して鮮度を追求することで、安全安心な農産物提供システムを構築

- 出荷する地場農産物にトレーサビリティやPOSシステムを導入。  
販売情報が連絡され、在庫に合わせて出荷者が直接納品することで鮮度向上を追求



栽培履歴情報検索  
(生産者・栽培情報はもとより農薬・肥料まで)



出荷者へ販売状況や  
必要農作物を随時配信



- 東日本震災時には、自衛隊・救急隊の支援拠点として機能を発揮。これを受けて、岩手県広域防災拠点配置計画の広域防災拠点に位置づけられ、**ベースキャンプ、備蓄等の高度な防災機能を分担。**
- 復興に向け、**沿岸被災地の海産物の販売所を新設**、岩手県内「道の駅」の共通販売商品を開発。
- スタッフが常駐する観光案内所は、沿岸地域の**復興情報、観光情報に加え、ふるさと納税や移住促進にも活用。**

年間利用者：約100万人 販売額：約6億円 雇用：131名



## 道の駅「遠野風の丘」

岩手県遠野市

〔人口 約2万9千人〕  
〔面積 約830km<sup>2</sup>〕

国道283号（一体型）



### 防災の拠点

東日本大震災では、復旧、救援に向かう自衛隊・消防隊やボランティアの方々の後方支援拠点として機能



震災時の中継拠点として活用

### 産業振興の拠点

沿岸被災地の海産物を販売する鮮魚店を開設し、被災地の復興を支援



大船渡市の水産加工業（鎌田水産）が出店

遠野風の丘が中心となり、岩手県内の「道の駅」共通の新品を開発。



岩手県内道の駅30駅が共同開発

### 観光や地方移住等 総合案内拠点

観光案内所では、沿岸地域の観光復興に向け情報を発信  
ふるさと納税制度の紹介、納税者には、「道の駅」の特産品を提供



専任配置のインフォメーションコーナー



地元の野菜・土産を扱う物産ホール



被災地企業の販路拡大等支援



イベントによる地域交流



道の駅「遠野風の丘」



津波被害を後世に伝える震災伝承コーナー