

「道の駅」から地方創生の風を（後編） ～茨城県内の重点「道の駅」にみる産業振興策～

筑波総研株式会社
研究員 富山 かなえ

1. 地方創生の鍵となる「道の駅」

本レポートでは、茨城県内で重点「道の駅」に指定されている「ひたちおおた」と「常陸大宮」の各「道の駅」を束ねる駅長にインタビューを行い、施設の概要や特徴、独自の取り組み内容やその効果と課題、今後の展望などをまとめる。

前編（「筑波経済月報2018年9月号」に掲載）では「ひたちおおた」を紹介した。後編では「常陸大宮」の取り組みを紹介していきたい。

2. 事例調査

(1) 「道の駅」常陸大宮の概要

「道の駅」常陸大宮は、茨城県常陸大宮市岩崎地区内の国道118号に面しており、建物裏には美しい久慈川が流れる。この豊かな水辺が織り成す風景が魅力的な当道の駅は、「かわプラザ」という愛称で親しまれている。



「道の駅」常陸大宮の外観 写真提供：「道の駅」常陸大宮

① 「道の駅」整備までの流れと駅長の紹介

当道の駅は、平成23年から整備に係る基礎調査が開始され、2年後に基本計画が策定、平成26年に造成工事が着工した。平成27年11月5日に「道の駅」に登録され、平成28年1月27日には国土交通省から重点「道の駅」に選定された。

今回お話を伺ったのは、平成27年3月に当道の駅の駅長に就任した遠藤修平氏である（インタビュー実施日：平成30年6月7日）。

遠藤駅長は、昭和35年、福島県会津若松市に生まれ、都内の大学を卒業後、民間企業に勤務した。中小企業診断士の資格を持ち、マーケティングや経営企画、コンサルティングなど多彩な経験を持った人物である。当道の駅の駅長に就任が決定したことをきっかけに横浜市から移住し、現在、単身赴任で駅長業務にあたっているという。

② 「道の駅」の整備目的と基本機能

当道の駅は「常陸大宮市の魅力を創造・体感・発信するための場づくり」を基本コンセプトに掲げ、休憩・情報発信・地域連携機能を有している。

地域振興施設としては、地元食材を利用した特色あるメニューが魅力の軽食コーナーをはじめ、農産物を通じて常陸大宮市の魅力を伝える農産物直売所のほか、お酒やお菓子、各種加工品など地場製品の販売スペースなどを設けた。また、屋外には洋野菜を栽培する農園を整備し、常陸大宮市の魅力発信につなげている。

③ 運営主体と人材確保

当道の駅の運営主体は、「元気な郷づくり株式会社」である。正社員17名、パート48名（平成30年10月1日時点）で構成され、市民雇用率は約80%を誇る。道の駅全体では、各テナントの社員やパートを合わせ、計79名が勤務する。

同社はベテランが多い一方、若手が少ないため、遠藤駅長は、今後インターンシップなどを活用しながら、採用にも力を入れていきたいとしている。

④ 農産物直売所の特徴

JA常陸が運営する農産物直売所では、「道の駅常陸大宮出荷部会」の会員274名（平成30年10月1日時点）が出荷する約120種類の農産物を販売している。同出荷部会は市内の生産者だけで構成され市内産農産物の販売に注力している。

なお、当直売所における農産物の人気ランキングは、1位イチゴ、2位トマト、3位キュウリ、4位ナス、5位ネギと続く。

また、当道の駅では、地元の農業従事者の所得向上に向け、「カリフロール」や「ぶちピー」など全国的に生産量の少ない30~50種類もの洋野菜の地産地消の推進およびブランド化の確立に向けた取り組みを行っている。



農産物直売所内で販売されている洋野菜と食べ方の提案
(筆者撮影)

⑤ 来場者数の推移と利用目的

当道の駅におけるオープン以降の来場者数の推移は、図1のとおりである。オープン翌月は大きな盛り上がりを見せた。平成29年8月10日には、累計100万人の来場者数（レジ通過）を達成した。

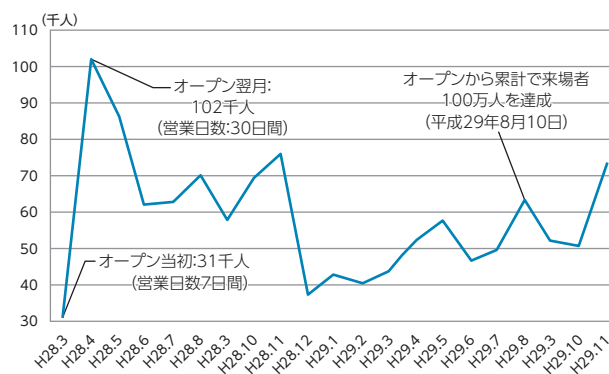


図1 来場者数 (レジ通過) の推移
(「道の駅」常陸大宮からの提供資料を参考に筆者作成)

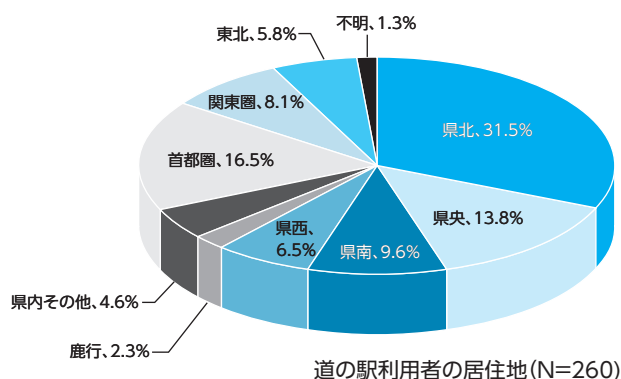


図2 当道の駅利用者の居住地
資料提供: 「道の駅」常陸大宮

平成29年11月、当道の駅が実施した来場者に対するアンケート調査では、利用者の居住地は県内が68.4%、県外が31.6%であった。

また、地域別にみると、県北地域に住む利用者が最も多く31.5%（図2）、そのうち、週に1回以上利用しているのは19.2%であった。

さらに、市町村別にみると、常陸大宮市在住の利用者は全市町村で2位だが、割合で見ると8.8%と少ないため、遠藤駅長は今後、市内利用者を増やしていきたいとしている。

来店の目的別で見ると、県外客の51.5%が「ドライブ・旅行の途中」、県内客の50.8%は「この道の駅が目的」が最も多い結果であった。

⑥ 売上高と地場産率

当道の駅オープン以降の売上高累計は、平成29年11月時点で1,385,966千円、うち農産物の売上高累計は474,343千円となっている。また、同時点で、地場産の農産物の売上高累計は296,584千円、地場産率は62.5%となっている。

⑦ 大学との連携

当道の駅では茨城大学と連携し、施設の機能充実、交流を通じた地域活力の向上、地域や企業の担い手となる人材の育成などに取り組んでいる。

連携事業の内容は、常陸大宮市の魅力を体感できるイベントやツーリズム（観光旅行）の企画・運営のほか、地場産物を活用した新商品の開発、本市の魅力の情報発信、当道の駅における利用者の意識調査の分析と改善方策の提案などである。

具体的には、20余名の学生が近隣の竹林に分け入り、地域の竹林組合のメンバーから指導を受けながら切り出した竹を3,000個のあんどんに加工して、夜の園内を照らす「かわプラザ 竹あかりまつり」や来訪者が願いを込めた短冊を飾る「七夕まつり」などを開催した。

遠藤駅長は、学生が様々なイベントを企画・運営することで、来訪者と地域住民の交流促進のきっかけになるほか、学生らしい斬新なアイデアに触れることで職員の意識が変化するなど社内の活性化にも良い効果があるとした。



学生が企画した竹あんどん作りワークショップ(左)とライトアップの様子(右)

写真出典：国道交通省関東地方整備局HP

http://www.ktr.mlit.go.jp/road/chiiki/road_chiiki00000088.html

(2) 「道の駅常陸大宮」の特徴的な取り組み

～「洋野菜の販売」と「農園の整備と活用」～

① 洋野菜の販売について

常陸大宮市では、平成23年度から、全国的に取り扱いが少ない洋野菜の生産に取り組んでいる。洋野菜は比較的軽量なものが多く、収益性も高いことから、農業従事者の意欲と所得の向上につながるとしている。

洋野菜の単価は、普通の野菜と比べて大幅に高いわけではないが、希少性が高いため、市場での価格競争に巻き込まれることがない。



農産物直売所内に設けられた洋野菜特設コーナー(筆者撮影)

当道の駅に出荷する274名の生産者のうち、約15%が洋野菜の生産に取り組んでいる。洋野菜の種類は、カリフローレ、ロマネスコ、スティッキオ、ケール、アイSprant、スイスチャード、フィノッキオ、パクチー、ハーブなど、普段の生活ではなじみの薄いものも多い。

洋野菜の栽培は、種苗メーカーの協力を得ながら、茨城県の農業改良普及センターの職員が指導した。遠藤駅長は、現在では洋野菜の生産者も増えているが、今後も作地面積を増やし続けないと「産地」にはならない、と指摘している。

② 洋野菜の販売方法と効果

当道の駅では、来訪者にとってもなじみの薄い洋野菜の魅力を伝えるため、年に数回「洋野菜フェス」を開催している。平成29年のGWには、キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区）と連携し、アメリカで流行している「パワーサラダ」の実演調理と試食サービスを行った。

当日はお皿にケールとナッツを盛り付け、サラダに合うドレッシングを提案。すると、来訪者は「美味しい」→「珍しい」→「買ってみよう」とレジに向かい、売上が増加したという。

遠藤駅長は、今後も洋野菜の美味しい食べ方を発信するために、HPやSNS、デジタルサイネージを活用した情報発信を実施したいとしている。

また、以前、東京の神楽坂に店を構える店主から、洋野菜の販売に関する問合せがあったという。遠藤駅長は、安定的な生産体制を整えることで、今後、県内外への販路拡大も可能になるとみている。

③ 農園の整備と活用について

当道の駅では、農園に洋野菜の栽培圃場を設け、地域の高齢農業従事者や新規女性・若者就農者に対する栽培研修にも利用されている。

また、来訪者に対して洋野菜の認知度を高めるため、農園での収穫体験開催、農園で採れた洋野菜をレストランで提供して美味しさを伝えることで、直売所での購買も促している。

さらに、幼い頃から地場産の洋野菜に親しむ機会を創出するため、農園で収穫した洋野菜を市内の保育所へ提供する取り組みも行っている。



体験農園と遠藤駅長（筆者撮影）

遠藤駅長は、来訪者が農園で洋野菜の収穫を体験したり、学校給食のメニューに洋野菜が登場することで、「畑と食卓はつながっている」ということを多くの人に感じてほしいと語った。

(3) 今後の展望

当道の駅は、以上のような企画が評価され、重点「道の駅」に選定された。

遠藤駅長は今後の展望について、「道の駅」の強みでもある様々な機関との連携のしやすさを活かし、今後も金融機関や商工会、大学、食品業界、生産者、地元住民などと連携しながら、常陸大

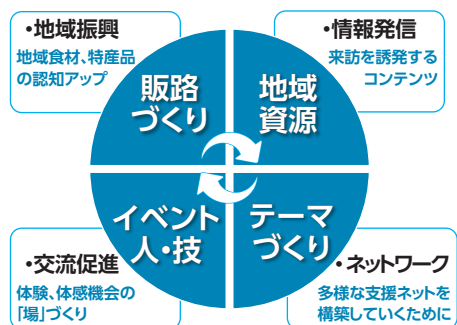


図3 「消費の拠点」の考え方
(資料提供：「道の駅」常陸大宮)

宮市の“モノ磨き”を続け、当道の駅を「消費の拠点」（図3）へと成長させたいと語った。

続けて、当道の駅は、大子方面への観光客が立ち寄ることが多いことを踏まえ、国道118号沿線の様々な機関や団体との連携を強めていきたいとした。来訪者の記憶に残るアクティビティや季節ごとのイベントを提供する「着地型観光」を進めることで、年間を通じた誘客促進に取り組みたい考えだ。

さらに、他地域の「道の駅」と連携した特産品の販路拡大の取り組みにも前向きである。市内の特産品は未活用のもも多いが、裏を返せば何にでも活用できる可能性がある」と指摘し、地域資源の積極的な発信を強化したいとしている。

そのほか、当道の駅において、「テスト・マーケティング」などを行い、消費者のニーズをしっかりと把握することで、今後、多彩な商品開発や新たな販路を開拓していきたい考えだ。

また、来訪者と接する従業員への教育については、接客マナー研修などを通しておもてなしの質を高めることで、「また来たい！」と思われる「道の駅」にしていきたいと語った。

最後に、遠藤駅長は、①地域に稼ぐ力をつけること、②住む人にも、訪れる人にも魅力あるまちであること、③人と人との出会いやつながりにより、郷土への愛着を醸成することが、「地方創生のゴール」になると結んだ。

3. さいごに

本レポートで取材した2つの「道の駅」は、どちらも産業振興策として、特色ある農産物の農園を整備し、農業従事者への栽培指導、来訪者への収穫体験の提供、収穫した野菜をレストランで提供し、美味しさをアピールして販売促進するなど、農産物の需要拡大による農業従事者の「稼ぐ力」を後押しする取り組みを行っている。

どちらの「道の駅」も、オープンからまだ数年しか経っていない。今後も様々な機関と連携しながら独自の取り組みを昇華させ、周辺地域に「地方創生の風」を吹き続けることを期待したい。