

# 実践のプロファイリング手法を用いた 道の駅の地域連携機能に関する分析

山口 行一<sup>1</sup>・奥谷 健二<sup>2</sup>・岩崎 義一<sup>3</sup>・松浦 正浩<sup>4</sup>

<sup>1</sup>正会員 大阪工業大学准教授 工学部都市デザイン工学科 (〒535-8585 大阪市旭区大宮5-16-1)  
E-mail:yukikazu.yamaguchi@oit.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 技術員 川西市役所都市整備部 (〒666-8501 兵庫県川西市中央町12-1)  
E-mail: ok1437@city.kawanishi.lg.jp

<sup>3</sup>正会員 大阪工業大学教授 工学部都市デザイン工学科 (〒535-8585 大阪市旭区大宮5-16-1)  
E-mail:yoshikazu.iwasaki@oit.ac.jp

<sup>4</sup>正会員 東京大学特任准教授 公共政策大学院 (〒113-0033 東京都文京区本郷7-3-1)  
E-mail: matsuura@pp.u-tokyo.ac.jp.

道の駅を中心に地域の核が形成されることによって地域の活性化が期待されている。しかし、道の駅における地域連携については、多様な主体が参画しており、各主体が担っている役割や取り組みの実態が明らかでないことから、地域活性化に資するアプローチの検討には十分な研究蓄積がない。

そこで本研究では、道の駅に関わる主要な関係者の「実践のプロファイル」を作成・分析することで、道の駅における運営実態を明らかにし、地域連携が機能するように考察を行うことを目的とする。事例として道の駅いながわと道の駅ふたかみパーク当麻を取り上げる。

**Key Words :** Profiles of Practitioners, Michi-no-eki, local revitalization, community business

## 1. はじめに

道の駅は、安全で快適に道路を利用するための道路交通環境の提供、地域のにぎわい創出を目的とした施設で、「地域とともに作る個性豊かなにぎわいの場」を基本コンセプトにしている<sup>1)</sup>。

「道の駅」は3つの機能を備えており、24時間無料で利用できる駐車場、トイレなどの「休憩機能」、道路情報、観光情報、緊急医療情報などの「情報提供機能」、文化教養施設、観光レクリエーション施設などの地域振興施設で地域と交流を図る「地域連携機能」がある<sup>2)</sup>。

これまで、道の駅に関わる研究には、道の駅とドライブインの利用者評価を行った研究<sup>3)</sup>や、農産物直売所が地域の農家に与える影響を明らかにした研究<sup>4)</sup>、都市・農村交流の場として農産物直売所を評価した研究<sup>5)</sup>、道の駅の地域連携機能として農産物直売所を評価した研究<sup>6)</sup>、道の駅において住民連携を促進するための要件を検討した研究<sup>7)</sup>などがあるが、農産物直売所に関わるものが中心で、道の駅での各主体の役割や取り組み内容、他組織との調整事項などの管理・運営実態を踏まえ、包括

的に道の駅の効果を明らかにしている既往研究は少ない。

道の駅の設置には、観光拡大効果、地域雇用・就業拡大効果、地域コミュニティの拡大効果が期待されている点で<sup>8)</sup>、地域活性化に関わる研究と関連があると言えるが、それら研究には、例えば、地域活性化の方法論の核として地域ブランドを位置づけ、商品やサービスのブランド化を説く文献<sup>9)</sup>や、地域特産品のブランド化に限定せず、観光振興や地域活性化を目標とする地域そのもののブランド化を説く研究<sup>10)</sup>があるが、道の駅を取り扱った研究はほとんどない。

本研究の分析では、道の駅の個性を踏まえ、先行研究に基づく仮説を設定したうえでその検証を行うのではなく、道の駅の多様な関係者からその役割や取り組みを個別に把握し、帰納的に明らかにするアプローチをとる。こうした分析には、実践のプロファイル手法の適用が考えられる。実践のプロファイル手法は、現場の実務について当事者本人の言葉によって語られるストーリーが作成され、実際に何が起きたのかを捕捉する方法である。同手法に詳しい研究<sup>11)</sup>、同手法を適用した研究も数件報告<sup>12)</sup>されている。

本研究では、道の駅に関わる主要な関係者の「実践のプロファイル」を作成・分析することで、道の駅における運営実態を明らかにし、地域連携が機能するように考察を行うことを目的とする。

## 2. 研究の方法

### (1) 分析対象の選定と概要

多様な主体によって運営される道の駅の地域連携事業の実態を明らかにするため、特徴的なにぎわい創出の取り組みを行っていること、大阪市中心部から自動車ですぐ1時間程度で比較的アクセスが容易であること、地域の人口、道の駅の物販やレストランの営業時間、駐車台数が同じ程度で比較が可能であることなどを条件として検索し、道の駅いながわ<sup>13)</sup>と道の駅ふたかみパーク当麻<sup>14)</sup>を選定した。表-1に概要を示す。

道の駅いながわは2000年11月にオープンし、株式会社いながわフレッシュパークが指定管理者として管理・運営を行っている。農産物販売センター、蕎麦の館、地域農業情報センターからなる複合施設として、地元住民をはじめ京阪神エリアからも買物客が来場している。現在の道の駅が立地している場所は県道が交差する結節点であり、以前は周辺の農家が設置した農産物直売所が数多く立地していた場所である。付近には観光施設はほとんどない。

道の駅ふたかみパーク当麻は1995年4月1日にオープンし、農業組合法人当麻町特産加工組合が葛城市から指定管理者制度を受け管理・運営を行っている。奈良県北西部に位置し、付近には二上山や当麻寺などの観光資源がある。当該施設は農業構造改善事業で建設され、施設内に加工所がある。みそなどの手作り加工品、地元野菜、生花の販売、加工体験、農場体験、レストランなどで運営されている。また、道の駅が借用している農園ではレストランで使う材料や加工品に使う野菜を作っているほか、小学生らが芋掘り体験などにやってくる。

### (2) 分析手法

道の駅において地域の個性を活かしたにぎわい創出にむけた地域連携機能の実態を明らかにするため、道の駅の利害関係者に実践のプロファイリング手法を適用し、作成したプロファイルを用いて分析を行った。

また、プロファイルの制作手順は、コーネル大学で用いられているガイドライン<sup>15)</sup>に従い、「準備段階」、「聞き取り調査」、「書き起こしと編集」のステップで行った。聞き取り調査の対象者については、道の駅いながわの支配人、道の駅ふたかみパーク当麻の駅長から、各駅の地域連携機能に関わる主要な利害関係者を紹介してもらい、各利害関係者に対して、その他の利害関係者

表-1 分析対象

道の駅	道の駅いながわ	道の駅ふたかみパーク当麻
所在地	兵庫県猪名川町	奈良県葛城市
設置者	猪名川町	葛城市
地域の人口	猪名川町 3万2千人	葛城市 3万7千人
オープン年	2000年11月	1995年4月
駐車台数	大型車6台・普通車84台・身障者用2台	大型車5台・普通車93台・身障者用2台
管理・運営(指定管理者)	(株)いながわフレッシュパーク	農業組合法人当麻町特産加工組合
主要施設	農産物直売所、蕎麦打ち体験教室、地域農業情報センター	農産物・加工品直売所、レストラン、体験教室、農園
主要商品	地元の野菜など(蕎麦・しいたけ)	加工品(小麦餅、えんどう味噌など)
その他	地元農家などによる週末のイベント	周辺に二上山、当麻寺などの観光資源

表-2 聞き取り調査対象者

道の駅いながわ	道の駅支配人、猪名川野菜部会、JA兵庫六甲猪名川営農支援センター、JA兵庫六甲いなほ郷グループ、猪名川町商工会、猪名川町役場、猪名川町観光協会
道の駅ふたかみパーク当麻	代表取締役、駅長、農業従事者ふたかみグループ、農業法人ジョイクラブ、葛城市商工会

を紹介してもらい雪だるま式で行い、各利害関係者の関係性も把握した。聞き取り調査の対象者は、道の駅いながわから8者、道の駅ふたかみパーク当麻から6者で、2014年11月に各1時間程度の聞き取り調査を実施した。表-2に聞き取り調査の対象者を示す。作成したプロファイルを用いて地域連携機能に関わる聞き取り調査対象者の役割や取り組みを抽出し、それらを包括的にとらえることで、両駅の地域連携機能の全容とする。また、道の駅には、「観光拡大効果」、「地域の雇用、就業拡大効果」、「地域コミュニティの拡大効果」があげられている<sup>16)</sup>ため、実践のプロファイルから抽出される要素が該当するか確認する。

## 3. 道の駅の地域連携機能の実態検証

両駅の実践のプロファイルから得られた地域連携機能の実態を「地域連携施策の事業の方向性」、「組織・体制」、「商品・サービス」、「顧客との接点」に区分して抽出・整理する。この4つの区分については、田中(2012)<sup>9)</sup>を参考にした。なお、表-3、表-4の整理については、ヒアリング調査対象者の実践のプロファイルから該当する要素を抽出し、著者らが編集したものである。

### (1) 道の駅いながわ

#### a) 地域連携事業の方向性

表-3 実践のプロファイルから抽出された道の駅いながわの地域連携機能の要素

プロファイル	事業方向性（経営）	組織・体制	商品・サービス	顧客との接点
道の駅支配人	・周辺農家からの新鮮な野菜を販売 ・新鮮・安全・安心・安価がモットー	・管理・運営 ・町への報告・対外調整 ・経営上の課題に対応 ・競争環境を確保するため地元以外の商品を取り扱う ・女性・高齢者を採用	・地元の新鮮な野菜と地元食材を使った加工品 ・少量でも販売可能 ・各農家の裁量で出荷 ・地元に限ると商品数が少ない	
猪名川野菜部会		・野菜の生産・販売 ・イベントの企画・実施	・野菜部会メンバーは品目、数量、販売価格を自分で決定 ・販売時期をずらして野菜を安定供給 ・珍しい野菜を生産 ・販売の工夫	・週末のイベント、触れ合い隊など ・消費者の要望を収集 ・料理人が町外からくる。
JA兵庫六甲いなほの郷G		・加工品の製造・販売 ・イベントの企画・実施	・黒大豆味噌、巻き寿司、漬物が中心 ・小学校への出前講座、体験教室は子供に郷土の味を覚えてほしい	・週末のイベント、体験教室など
JA兵庫六甲猪名川営農支援C	・売り場の雰囲気を変えたいが、指定管理の関係で難しい	・商品の検査・営農支援の他、イベントの企画支援・調整	・地元の特産は、ヤマノイモ、花など ・イベントを広報すると手伝ってくれる人が増 ・生産者自ら対面販売にするのは珍しく、応援したい	
猪名川町役場	・農家が儲けだけでなく生きがいとして出荷してくれている	・地元農家に対する補助事業	・地域特産品の蕎麦の調理方法を考えたこともある	・町のHPや広報誌で道の駅の特産物やイベントのPR
猪名川町商工会	・道の駅のイベントでは役場のバックアップをしている	・地域特産品である猪肉春雨などを開発	・農家の後継者不足は深刻で長期戦略が必要 ・道の駅は町内2位の集客数	・ふるさと納税で地域特産品をお返しし、道の駅に来てもらいたい
猪名川町観光協会		・道の駅のイベントや地元特産品のPR	・ショッピングセンターと異なるサービス必要 ・商品数が少ないと付加価値が高まる	・テレビで紹介されても単発なので計測的に増えていかない

道の駅いながわでは、町民らの生活向上や地域社会の維持を重視しており地元コミュニティを重視している。

道の駅では、周辺農家から新鮮な地元野菜を委託販売することが主要業務の一つとなっている。道の駅では、新鮮、安全、安心で安価な商品の販売をモットーにリピーターを増やす取り組みがなされている。なお、道の駅周辺には大型ショッピングセンターが立地しているが、道の駅は農産物の出荷・販売場所としてにぎわい、地域連携を機能させている。道の駅は農家や近隣住民との交流の場となっている。

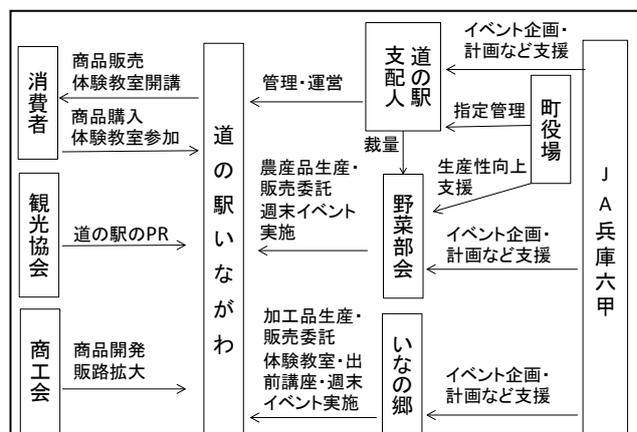


図-1 道の駅いながわの関係組織・体制

### b) 組織・体制

道の駅支配人(株いながわフレッシュパーク)、猪名川野菜部会、JA兵庫六甲いなほの郷グループ、JA兵庫六甲猪名川営農支援センター、猪名川町商工会、猪名川町役

場、猪名川町観光協会によって、地域連携が機能している。図-1に道の駅いながわの関係組織・体制を示す。道の駅の支配人の役割は、道の駅の管理・運営である。指

表-4 実践のプロファイルから抽出された道の駅ふたかみパーク當麻の地域連携機能の要素

プロファイル	事業方向性（経営）	組織・体制	商品・サービス	顧客との接点	
道の駅ふたかみパーク當麻	代表取締役	<ul style="list-style-type: none"> <li>全員が経営に責任を持つ</li> <li>トイレ駐車場の更新ができない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主に管理・対外調整・販路拡大</li> <li>運営は駅長に委託</li> <li>女性・高齢者の採用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中高年層・ファミリー層中心</li> <li>新商品を多く販売</li> <li>売り場の工夫</li> </ul>	限られた売り場面積なので対話が重要
	駅長	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者から要望の多いトイレ駐車場の更新ができない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運営業務</li> <li>販売する商品、販売価格は生産者の裁量</li> <li>女性・高齢者の採用</li> <li>野菜の安定供給のため出荷できる人を増やすように調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加工品は人気</li> <li>安く販売するので包装にお金はかけない</li> <li>消費者の話をよく聴いて改善</li> </ul>	小学校の出前講座や給食センターは安心な食品を子供に食べさせたい
	農業従事者ふたかみグループ	<ul style="list-style-type: none"> <li>少量の野菜でも販売してもらえるので多品種・高付加価値の野菜を提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅に野菜を出荷</li> <li>地元兼業農家・貸農園の人がやりがい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有機野菜・西洋野菜も販売</li> <li>生産者間で出荷量調整・農業技術意見交換</li> </ul>	リピーターが多い
	農業法人ジョイクラブ	<ul style="list-style-type: none"> <li>昔ながらの製法で作った加工品は味に自信あり。県外の人にも認知してもらい、道の駅に立ち寄ってもらいたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加工品の製造・販売</li> <li>女性・高齢者が活躍できる場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元食材を活用</li> <li>売れ残り・規格外の農産物で無添加加工品などを生産</li> <li>加工技術で他社とコラボ/ラベルの工夫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元の人とイベントなどで交流</li> <li>地元の小学校などに出前講座は不採算でも地元の子供の安心のため</li> </ul>
	葛城市商工会	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域特産品の販路拡大（アンテナショップ・通販）</li> <li>ビジネスマッチング</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>人気商品しか観光客は購入しない</li> <li>観光資源の情報提供</li> </ul>	販路拡大には対話促進・交渉が重要

定管理を受けている猪名川町への報告、対外調整のほか、道の駅利用者に対するニーズの変化など経営上の課題に対応している。地元の農家で構成される猪名川野菜部会は野菜、地元の主婦らで構成されるJA兵庫六甲いな郷グループは加工品を生産し、道の駅に販売を委託しているほか、道の駅の週末のイベントを企画・実施、地元の小中学校へ出前講座を行うなどしている。JA兵庫六甲営農支援センターは、農家に対して農業技術など営農支援や道の駅に販売する商品の検査を行うが、道の駅支配人、猪名川野菜部会やJA兵庫六甲いな郷グループと週末のイベントの企画支援・調整なども行っている。猪名川町役場は、道の駅の経営が良好であることから指定管理料を支払っていないが、パイプハウスの設置や蕎麦の種子の無料配布などの地元農家に対する補助事業を行い、間接的に道の駅の支援を行っている。猪名川町商工会は、猪肉春雨という特産品の開発し、道の駅に販売を委託している。また、猪名川町観光協会は道の駅のイベントや地元特産品のPRなどを行っている。

### c) 商品・サービスの特徴

主力商品は地元でとれた新鮮な野菜・地元食材を使った加工品である。兼業農家や高齢の農家は、市場に出荷するほど野菜を生産できないため、少量から販売できる道の駅は経済面・やりがい面からも生活に大きな影響を与えている。

猪名川野菜部会のメンバーであれば、裁量が与えられ、

農家自らが道の駅に出荷する品目や数量を決め、施設内で販売することができる。JA兵庫六甲の決める野菜の標準価格帯を踏まえうえて、販売価格を自由に設定できる。顧客のニーズに対応して販売時期をずらしたり、珍しい農産品・加工品を開発・販売するなどの工夫をしており、料理人が町外からわざわざ買い物に来たりしている。

サービスについては、生産者である農家自らが毎週末売り場に出て対面販売を行ったり、野菜のレシピを作成したりして消費者に手渡す際に感想や要望を直接収集している。また毎週末イベントを行うなどして温かい交流を行っている。以前は道の駅の週末のイベントで、生産者は参加すると謝礼を受け取っていたが、現在は生産者自らが積極的にイベントを企画・参加するようになり、謝礼は不要となっている。

JA兵庫六甲いな郷グループは、黒大豆味噌、地元食材を使いたいなっこ巻という巻きずし、漬物などの加工品を生産・販売しているほか、町内の小中学校で、郷土の味を小さい子供に覚えてもらいたい、栄養のあるものを若い世代に食べてもらいたいという願いをもって味噌づくりの出前講座やそば打ち教室などを行っている。

### d) 顧客との接点

主な顧客は町民である。顧客との接点は、農産品・加工品の直売、レストラン、イベント、体験教室、小中学校へ出前講座などの人との交流を介するものが多い。

特に、生産者自らが企画・実施する多様で高頻度に行われる週末のイベントや週2回の触れ合い隊は、消費者の要望の把握やリピーター化を図る双方向の接点となっている。また、消費者から得られた要望は生産者間の部会通信で共有するなどして生産者間の接点となり、生産者グループとして出荷物・量の調整や農業技術の向上につなげている。

## (2) 道の駅ふたかみパーク当麻

### a) 地域連携事業の方向性

道の駅ふたかみパーク当麻では、地域特産品の競争力を強化し、地域を活性化させようとしている。観光客向けPRや東京のアンテナショップ、通信販売などの地元特産品の販路拡大に重点を置いている。

地元市民に新鮮な野菜を販売することのほか、農産品の加工技術を有しているため、昔ながらの製法でつくった味噌、ジャムなどの加工品を県外の人に認知してもらい、ひいては葛城市、道の駅に立ち寄ってもらいたいという思いがある。農産品の委託販売の観点からは、兼業農家や貸農園で作られた少量の野菜を受け入れているほか、JAS認証の有機栽培を確立した生産者もあり、リピーターもいる。

### b) 組織・体制

道の駅ふたかみパーク当麻では、道の駅代表取締役、道の駅駅長、農産品の生産者で構成されるふたかみグループ、地元主婦で構成される加工生産・販売を行っている農業法人ジョイクラブ、葛城市商工会が、地域連携を機能させている。図-2に道の駅ふたかみパーク当麻の関係組織と体制を示す。道の駅の代表取締役の役割は、道の駅の管理である。指定管理を受けている葛城市への報告やトイレ・駐車場の更新に向けた交渉のほか、道の駅駅長、葛城市商工会とともに販路開拓、新商品の開発などを検討している。駅長は、道の駅の運営を任されており、従業員の勤怠・手当の管理、商品の管理、売れ残った野菜への対応などを行っている。以前は道の駅を立ち上げた時に出資した地元農家の株主のみの野菜の委託販売を行えるルールであったが、野菜が不足しがちだったことから、地元以外からも会員を募り安定的に野菜を販売するようにルールを変更するなど会員との合意形成も重要な役割となっている。農業従事者ふたかみグループは、地元の農家や貸農園を借りて野菜を作っている人らで構成され、道の駅に野菜を出荷する役割を担っている。農業法人ジョイクラブは、地元の主婦で構成され、道の駅内の加工所で、ジャム、味噌などの加工品を生産販売している。葛城市商工会は道の駅のビジネスマッチングや販路拡大の支援を行っている。

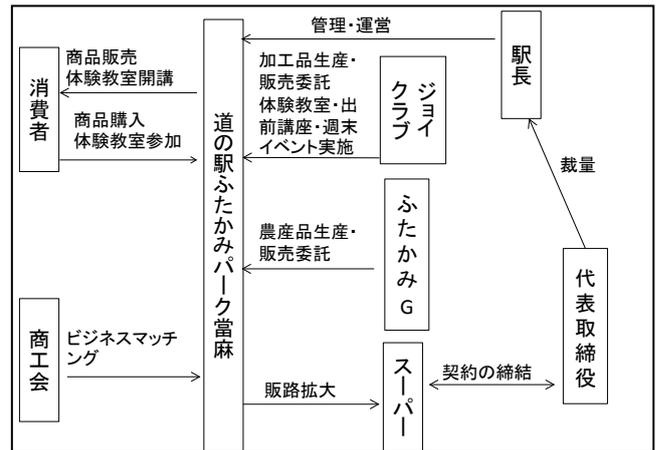


図-2 道の駅ふたかみパーク当麻の関係組織・体制

### c) 商品・サービスの特徴

周辺に二上山や当麻寺といった観光資源があることから、市民のほか、観光客もターゲットにしている。特に、中高年層やファミリー層をターゲットにした商品を展開している。

道の駅いながわと同じく、日々の暮らしで食材として使う地場産の農産品・加工品が中心となっている。地元の小中学校への出前講座や給食センターには安全な商品を届けたい思いを持ち利益が出にくくても継続している。

農業従事者ふたかみグループでは、道の駅いながわのように、新鮮な野菜を商品として出荷するが、土壌の改良を行い、有機野菜や珍しい西洋野菜などの高付加価値の野菜も出荷している。農業法人ジョイクラブでは、規格外となった地場産の野菜を用いて昔ながらの製法で無添加加工品などの高付加価値商品を生産・販売している。そうした商品は、生産に手間暇がかかり、少量しか販売できないため、逆にプレミアム感をあおり、リピーターも多い。また、パンや味噌などの体験教室のメニューが豊富であり、農場も借用していることから、周辺の小学校から芋掘りを受け入れている。

### d) 顧客との接点

顧客との接点は、農産品・加工品の直売、レストラン、イベント、体験教室、小中学校への出前講座のほか、東京のアンテナショップやネット通販などである。加工技術が強みとなっていることから、市内の酒造会社とのコラボレーションで梅ジャムを販売したり、市内の多様なイベントに協力し、新商品の開発や販路拡大を行っている。地元市民とのイベントを通じた交流も盛んであるが、高付加価値商品が接点となり、商品の良さを知ってもらった結果、集客やリピーターが増えている。

#### 4. 実践のプロファイリング手法による道の駅の地域連携機能の効果検証

国土交通省)に「道の駅」の効果として示されている「観光拡大効果」、「地域の雇用、就業拡大効果」、「地域コミュニティの拡大効果」について、表-3、表-4の実践のプロファイルから抽出された道の駅の地域連携機能の要素を踏まえ確認を行う。表-5に結果を示す。

「観光拡大効果」には、道の駅いながわでは猪肉春雨という地域特産品の開発・PRや地場産の蕎麦の販売や体験教室などがあげられる。また、道の駅ふたかみパーク当麻は、二上山、当麻寺といった道の駅周辺の観光資源の紹介や味噌などの地域特産品の販売・PRなどがあげられる。

「地域の雇用・就業拡大効果」には、両駅とも、道の駅内の直売所やレストランでの雇用があげられるほか、道の駅いながわでは、農業生産者が顧客のニーズに応じた野菜の生産を拡大していること、道の駅ふたかみパーク当麻では、道の駅に出荷できる会員枠を拡大し、不足することが多かった野菜を安定的に確保できるようにしたことなどもあげられる。

「地域コミュニティ拡大の効果」には、両駅とも農業生産者間で出荷量の調整や農業技術の向上に向けた意見交換などがあげられる。また、両駅の小中学校への出前講座による地域交流や、道の駅いながわでの週末イベントなどで生産者と消費者が交流を図っていることなどもあげられる。

いずれの効果も実装されていることが明らかになった。

#### 5. 道の駅の地域連携機能に関する考察

実践のプロファイル手法を用いて、道の駅の地域連携機能を明らかにすることができた。本研究で得られた分析結果を踏まえ、まとめとして、道の駅の地域連携が機能するための要素を考察する。

##### (1) 生産者の意思を反映した道の駅の経営

道の駅では地域の状況に応じて生産者の意思で独自の取り組みを構築することがにぎわいを創出する要素になっている。道の駅いながわの生産者は地元コミュニティ志向で新鮮な野菜や地場の野菜を使った加工品を委託販売し、生産者自らイベントの企画・実施、対面販売に参加するなどをしている。一方、道の駅ふたかみパーク当麻の生産者は高付加価値の農産品・加工品を生産し、域外の観光客などにそれらの地域特産品を購入してもらうことで売り上げを伸ばしている。

##### (2) 生産者に裁量を与え競争環境を創出

表-5 道の駅の効果として抽出した要素

道の駅	道の駅いながわ	道の駅ふたかみパーク当麻
観光拡大効果	・地域特産品の販売・PR	・観光資源の情報提供 ・地域特産品の販売・PR
地域の雇用・就業拡大効果	・農産品・加工品の直販所、レストランなどでの雇用 ・農家の生産拡大	・農産品・加工品の直販所、レストランなどでの雇用 ・出荷できる農家の拡大・野菜などの安定的確保
地域コミュニティ拡大効果	・農産品・加工品の生産者間の交流 ・生産者による対面販売やイベントなどでの交流 ・体験教室・小中学校への出前講座	・農産品・加工品の生産者間の交流 ・体験教室・小中学校への出前講座

にぎわいの創出には、農産品・加工品の生産者が、道の駅に関わる一連の流れのどこかで裁量を与えられ、競争する環境に置かれることが重要だと考えられる。道の駅いながわでは、生産者が何を出荷するのか、値段はどうするのか、どう販売するのかを決めることができるが、当日売れ残った野菜を家に持ち帰らなければならなかった。このため、同じ品目の野菜であれば競争環境におかれ、これらは生産者に技術の向上や販売の工夫を求めている。こうした取り組みは、例えば、規格外や売れ残った野菜を使って週末のイベントで売り切るなどの新たな取り組みを創出したと考えられる。また、道の駅ふたかみパーク当麻では、加工所に新商品開発の裁量を与えられており、他所の商品とは競争環境にあり、独自の高付加価値商品を提供することで売り上げを伸ばしている。

##### (3) 生産者が利益以外のことに情熱を持つ

両駅とも利益率が悪くても、地域の小中学生へ出前講座や給食センターに野菜を納品している。生産者は地域の子供に安全な食べ物を食べさせてあげたいといった地域に対する深い愛情をもって活動を行っている。こうした地域交流は地域コミュニティの社会的なつながりの構築に貢献している。

##### (4) 施設・設備更新に関わる計画策定

指定管理者として、道の駅の運営管理を行うことは、初期投資が少ないまたは不要というメリットがあるものの、集客に影響があるトイレ・駐車場などの施設・設備の更新については、行政が中長期的な計画のもと予算を確保していない限り、遅延が生じ、経営に悪影響が生じる。今回対象とした2駅のように経営状態が良好であつ

ても、施設・設備の更新が困難であることから、道の駅  
の設置者である市町村と早い段階から費用負担のルール  
や中長期的な修繕計画の策定や予算の確保について合意  
を形成しておく必要がある。

#### (5) 老若男女を問わず地域住民が道の駅の活動と連携

今回対象とした道の駅は、高齢者と女性が活躍する職  
場となっている。一方で、例えば、道の駅に販売を委託  
する農産品・加工品の生産者については高齢化が進んで  
おり、農地の荒廃も進んでいる。道の駅に販売を委託す  
る農産品・加工品がなければ、地域連携を機能させるこ  
とは難しい。これらのように道の駅単独で対応できない  
場合は、地域としての対応を求める必要がある。

#### 謝辞

本研究を進めるにあたり、道の駅いながわ、ふたかみ  
パーク當麻に関わる皆様に多大なご協力をいただいた。  
記して感謝の意を表したい。本研究はJSPS科研費  
24330037の助成を受けたものである。

#### 参考文献

- 1) 全国道の駅連絡会 HP  
<http://www.michi-no-eki.jp/>, 2015年2月3日閲覧
- 2) 国土交通省 HP, 道路・道の駅案内等  
<http://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/list.html>, 2015年2月3日  
閲覧
- 3) 飯田克弘(2000):利用者の評価・行動結果に基づく道  
の駅の基本施設・サービスのあり方に関する考察,  
都市計画論文集, No.35, pp.421-426
- 4) 服部敏宏・今井敏行(2004):道の駅における農産物直売  
が地域の農家に与える影響, 農業土木学会誌, Vol.72,  
No.11, pp.945-948
- 5) 櫻井清一(2001):都市・農村連携の視点からみた農産物

- 直売活動, 農村計画学会誌, Vol.20, No.3, pp.21-63
- 6) 山本祐之・湯沢昭(2012):道の駅における地域振興機能  
としての農産物直売所の現状と効果に関する一考察, 都  
市計画論文集, Vol.47, No.3, pp.985-990
- 7) 大西千絵・バロリブレンディ・柴田孝(2010):道の駅  
の計画・設立・運営における地域住民の連携—宮城  
県大崎市岩出山地域あ・ら・伊達な道の駅を事例と  
して—, 農村計画学会誌, Vol. 29, No.2, pp107-112
- 8) 国土交通省 HP, 道路・道の駅案内等  
<http://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/list.html>, 2015年2月3日  
閲覧
- 9) 田中章雄(2012):地域ブランド進化論, pp.46-56, 織研新  
聞社
- 10) 崔瑛・岡本直久(2012):観光地における地域ブラ  
ンド構築の内部関係者による資源活用パターンと課  
題構造に関する研究—関東・甲信越地域の市町村を対  
象として—, 都市計画論文集, Vol.47, No.2, pp.105-116
- 11) 松浦正浩・山口行一・山中英生・八木絵香・坂本真  
理子(2015):合意形成の調整役機能理解のための実践  
のプロファイリング手法の研究レビュー, 土木学会論  
文集 D3, 70(5), pp. 1\_143-150
- 12) 宮田 隆弘・山中 英生(2014):実践プロファイル分析に  
よる住民行政協働型コミュニティ計画の成果と課題 -  
高知市コミュニティ計画の取り組みから-, 計画行政,  
Vol.37, No.2, pp. 42-52
- 13) 道の駅いながわ HP  
<http://www.eonet.ne.jp/~eki-inagawa/>2014年10月2日閲覧
- 14) 道の駅ふたかみパーク當麻 HP  
<http://www.futakami-park.jp/>2014年10月2日閲覧
- 15) Forester, J. and Peters, S, Cornell University HP  
<http://courses2.cit.cornell.edu/fit117/>2014年4月2日閲覧
- 16) 国土交通省 HP, 道路・道の駅案内等  
<http://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/list.html>, 2015年2月3日  
閲覧

(2015.4. 受付)

## ANALYSIS ON ROLES OF LOCAL REVITALIZATION OF ROADSIDE STATIONS, “MICHINO-EKI”, BY USING “PROFILES OF PRACTITIONER”

Yukikazu YAMAGUCHI, Kenji OKUTANI, Yoshikazu IWASAKI  
and Masahiro MATSUURA

One of the important functions of roadside stations, called *Michi-no-eki*, is to revitalize local commu-  
nities. The roadside station is normally operated by the local alliances of local community organizations.

The purpose of this article is to explore how roadside stations are operated by them. “Profiles of practi-  
tioners” are used for exploring and capturing such practice of local alliance of the community organiza-  
tions.