

道の駅「第3ステージ」の取組方法に関する一考察 —地域を巻き込む，道の駅「クロスロードみつぎ」を事例として—

辻 紳 一

要旨

新たな道の駅の役割として、2020年から「地方創生・観光を加速する拠点」を目指す「第3ステージ」が進行しており、戦略的に地域を巻き込んでいくエンジンとなる「しかけ」が道の駅に求められつつある。広島県尾道市御調町に位置する「道の駅クロスロードみつぎ」では、駅長が主体となり、地域住民を巻き込みながら、新たな地域資源の発掘や地域の魅力発信を積極的に実践している。本研究では、道の駅の駅長インタビュー調査をもとに、地域を巻き込む取組方法を分析し、考察を試みた。そして、エンジンとなる「しかけ」として、1)「よそ者」を強みに地域資源の再発見を進めつつ、地域に根付くことが強みとなること、2) 段階的なプロセスを経たうえで進めていくことが重要となることを導き出した。

キーワード：地域活性化，道の駅「第3ステージ」，新たな地域資源の発掘，よそ者，地域に根付く

1. はじめに

近年では、道の駅の野菜販売所、飲食などがマスコミ、雑誌などで多く取り上げられている。道の駅は1998年設立から、年々増加し続けており、今では全国1221カ所⁽¹⁾まで拡大している状況にある。

道の駅とは、道路利用者の「休憩機能」、道路利用者や地域の方々の「情報発信機能」、活力ある地域づくりを共に行う「地域の連携機能」の3つの機能を持つ、国土交通省で登録された休憩施設である。そして、道の駅には、ドライブを楽しむ人の休憩施設、地域の文化・名所・特産物などの情報発信、物販販売場所が設けられ、当初は目的地までの通過点という位置づけからスタートした。それが今では、単なる通過点から、道の駅を目的地として訪れる傾向が高まっている。関・酒本（2006）によると、道の駅の「農産物直売所」「農産物加工」「農村レストラン」の三点セットとともに、地域の連携機能の物販・飲食施設では、他のサービスエリアと変わらない画一的なサービスから、地域性を活かした個性化を打ち

出し、他の施設との差別化を図っていると指摘しており、これが道の駅の目的地化に貢献していると示唆される。このように、道の駅では地域住民のみならず、観光客も引き込む地域の魅力発信や地域活性化の拠点としての役割を担っている（今までの取り組みを「第1ステージ」「第2ステージ」と呼ぶ）。そして、新たな道の駅の役割として、2020年から「地方創生・観光を加速する拠点」を目指す「第3ステージ」が進行しており、戦略的に地域を巻き込んでいくエンジンとなる「しかけ」が道の駅に求められつつある。

広島県尾道市御調町に位置する道の駅クロスロードみつぎ（以下、道の駅Kという）では、駅長が主体となり、地域住民を巻き込みながら、新たな地域資源の発掘や地域の魅力発信を積極的に実践している。本研究では、まずは、道の駅に関する先行研究のレビューを整理したうえで、道の駅Kの駅長インタビュー調査より、地域を巻き込む取組方法を分析することで、エンジンとなる「しかけ」についての考察を試みる。

2. 道の駅とは

2. 1. 概要

(1)「道の駅」が設立された狙い

国土交通省によると、構想された当時は長距離ドライブが増え、女性や高齢者のドライバーが増加するなかで、トイレ休憩も必要で、道路交通の円滑な「ながれ」を支えるため、一般道路にも安心して自由に立ち寄り、利用できる快適な休憩のための「たまり」空間が求められていた。こうしたことを背景として、道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の方々のための「情報発信機能」、そして「道の駅」をきっかけに町と町とが手を結び活力ある地域づくりを共に行うための「地域の連携機能」の3つの機能を併せ持つ休憩施設「道の駅」が誕生した。さらに今では、人々の価値観の多様化により、個性的でおいしい空間が望まれており、これら休憩施設では、沿道地域の文化、歴史、名所、特産物などの情報を活用し多様で個性豊かなサービスを提供することかでき、これらの休憩施設が個性豊かなにぎわいのある空間となることにより、地域の核が形成され、活力ある地域づくりや道を介した地域連携が促進されるなどの効果も期待される(辻, 2022)。

(2)「道の駅」の目的と機能

国土交通省によると、道の駅の目的としては、「道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供」「地域の振興や安全の確保に寄与」である。その両輪を実現させる機能として、24時間無料で利用できる駐車場・トイレを設置した「休憩機能」、道路情報・地域の観光情報・緊急医療情報などを提供する「情報発信機能」、そして、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や防災施設(感染症対策を含む)を含む「地域連携機能」の3つの機能が求められている。これらの3つの機能(休憩機能、情報発信機能、地域連携機能)を相互活用することにより、地域とともにづくり個性豊かな、にぎわいの場づくりの実現を目指している⁽²⁾。

2. 2. 「道の駅」が求められる役割とは(国土交通省の狙い)

国土交通省によると、道の駅に対する地方創生の拠点としての更なる期待の高まりを踏まえ、1993年からを第1ステージ「通過する道路利用者へのサービス提供の場」、2013年からは第2ステージ「道の駅自体が目的地となる」として取り組みを進めてきており、新たなステージとなる第3ステージの基本的な考え方は、次の通りとなっている。第3ステージでは、各道の駅の設置者や運営者の自由な発想による多様な取り組みを基本としつつ、地域の活性化や安全・安心等の実現のため、全国に展開している強みを活かし、「個から面(ネットワーク)」としての取り組みをさらに強化するものである。また、地方創生を加速するため、民間の地域活性化等の新たな技術・アイデアの活用や、日本風景街道や道守など道路関係団体との連携による道路サービスの魅力の向上等、多様な主体との「新たな連携」を促進する、と述べる。さらに、新たなステージ(第3ステージ)では、2025年に目指す3つの姿を実現するため、“「地方創生・観光を加速する拠点」へ+「ネットワーク化で活力ある地域デザインにも貢献」を新たなコンセプトに掲げ、各道の駅における自由な発想と地元熱意の下で、観光や防災など更なる地方創生に向けた取り組みを、官民の力を合わせて加速するとともに、道の駅同士や民間企業、道路関係団体等との繋がりを面的に広げることによって、元気に稼ぐ地域経営の拠点として力を高め、新たな魅力を持つ地域づくりに貢献していくことを目指している。具体的には、一つ目の姿として、道の駅が新たなインバウンド観光拠点となることを目指す。二つ目の姿として、道の駅が防災拠点化することを目指す。三つ目の姿として、道の駅があらゆる世代が活躍する地域センターとなることを目指すとする⁽³⁾。

2. 3. 道の駅が提供する「機能」に着目した分類

国土交通省が定義するステージを踏まえつつ、辻(2022)は、道の駅が提供する「機能」に着目し、道の駅の変遷として「フェーズⅠ」「フェーズⅡ」「フェーズⅢ」の3つに分類した。

(1) フェーズⅠ (休憩の機能)

モータリゼーションの進展などを背景に、長距離ドライブ、女性や高齢者のドライバーの増加により、ドライバーが休憩できる場所を求める声に対応するため、国土交通省が主体となり、道の駅を一般道路に設置することが進められた。道の駅には、3つの機能(「休憩機能」「情報発信機能」「地域連携機能」)が存在しているが、当初は、ドライバーの休憩場所として、24時間無料で利用できる駐車場・トイレを設置した「休憩機能」の整備からスタートした。道の駅の休憩場所の整備に伴い、一般道路を利用して目的地に向かう途中にドライバーが安心して自由に立ち寄れる場所「休憩機能」として、道の駅は認知されつつあった。それに伴い、道の駅には、ドライバーを中心に多くの人が集まるようになっていった。

(2) フェーズⅡ (地域振興、産業振興の機能)

当時、中山間地域では自家消費として野菜づくりを行っていた農家の軒先にて、地元野菜を販売するところが多く見受けられた。過疎化が進む中山間地域にとっては、ドライバーを中心に多くの人が集まる道の駅は、魅力的であったことが示唆される。自治体も地域活性化の対策として、道の駅の「地域連携機能」に目を付け、自治体主体で、地元野菜を販売する施設として、道の駅の農産物直売所に集約させる動きを進めたことにより、道の駅はドライバーの立ち寄り場所から、地元住民の集客施設という位置づけに拡大していった。それにより、中山間地域などでは、道の駅を誘致する流れが加速していった。道の駅の農産物直売所は、地元で作った農産物の販売や加工などを通じて、地域内においてお金が循環する仕組みを構築したことで、現在では、地域振興、産業振興の強化に貢献する役割を担っている。具体的には、地元農家が旬な野菜の生産を行い、道の駅の野菜直売所にて地域住民や観光客などが購入を行う。さらには、農家による6次化への取り組み、飲食レストランの食材として再利用を行うことなどにより、地域内循環の商業活動を実現させていることが示唆される。また、道の駅の農産物直売所において、地元住民同士が会話する機会も増えるとともに、出荷時の農家同士のコミュニケーションの充実も図ら

れてきた。これらの活動は、地元農家の収入増だけに留まらず、地元住民の高齢化における生きがい対策にも貢献している。

これらを踏まえ、道の駅の位置づけが、当初の目的地への通過点から目的地化しつつあることが示唆され、道の駅の利用者もドライバーから地域住民や観光客などに拡大していった。

(3) フェーズⅢ (多様化する顧客ニーズに対応した機能)

近年では、地元住民だけに留まらず、観光客などの地域外からの来店客をさらに取り込むために、新たな付加価値を与える取り組みが増えつつある。道の駅は増加傾向にあり、今までの地産地消の食材や飲食メニューだけでは、近隣にある他の道の駅との同質化による競合が避けられない状況となりつつある。よって、①ここでもしか食べられない新たな味覚を創出させるようなメニュー開発やオリジナルの商品開発、②他の道の駅との差別化を意識した地域資源に特化したマーケティングプロモーションやブランディングなどの取り組みが示唆される。

2.4. 道の駅「第3ステージ」の実現に向けた今後の方向性⁽⁴⁾

第3ステージ開始以後に生じている社会情勢の変化や、政府計画への道の駅の位置づけ内容への対応が必要となり、2024年4月から6月にかけて、「道の駅「第3ステージ」推進委員会」を集中的に開催し、ここまでの中間レビューを行うとともに、今後の方向性について議論を行ってきた。議論の中では特に、「第3ステージ」では「まち」と「道の駅」が一体で戦略的に連携してコンセプトの実現を成し遂げることが重要であることを確認し、目指す姿として新たに「「道の駅」単体からまちぐるみの戦略的な取組へ」を掲げた。

「道の駅」第3ステージの姿として、ステージは切り替わるものではなく、機能が拡張され、かつ高度化されているものとする(図1)。

第2ステージと第3ステージは、「道の駅」が単なる「休憩場所」を超えて地方創生や観光の発展につながるものという点は共通する。第2ステージは

「道の駅」を魅力的にすることにより、結果として地方創生に導く取組であることに対し、第3ステージは「まち全体」を中心にコンセプトを共有し、「まち」と「道の駅」が戦略的に一体で進める取組であ

る(図2)。

道の駅「第3ステージ」とは、「まち」と「道の駅」が一体で戦略的に連携してコンセプトの実現を成し遂げる取り組み(図3)を目指し、今後は第3ス

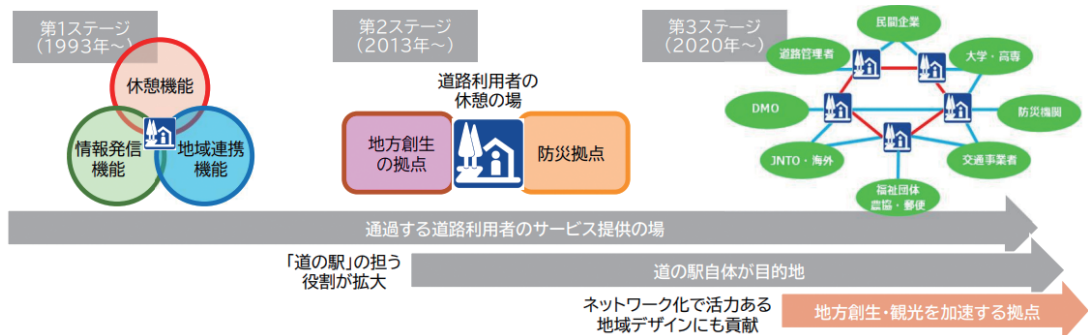


図1 各ステージのコンセプトと関係性の再整理
(出所)国土交通省HP「道の駅」第3ステージ 中間レビューと今後の方向性より引用

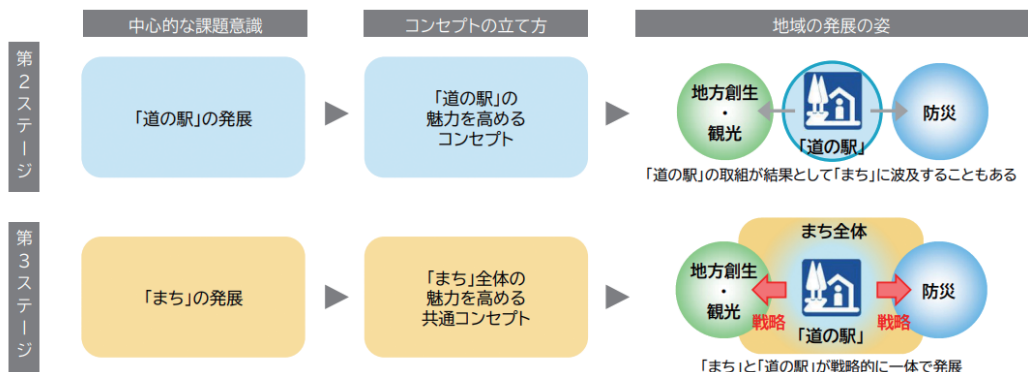


図2 第2ステージと第3ステージの違い
(出所)国土交通省HP「道の駅」第3ステージ 中間レビューと今後の方向性より引用



図3 第3ステージの姿
(出所)国土交通省HP「道の駅」第3ステージ 中間レビューと今後の方向性より引用

テージの実現に向けて、まちぐるみで地域の価値を再定義し、来訪者だけでなく、その地域に住む人にとっても幸せを感じられ、持続可能な仕組みである。

3. 先行研究

3.1. 地域活性化の切り札となりつつある「観光」

道の駅「ステージ3」では、観光（体験）も重要視されている。ここでは、地域活性化の切り札となりつつある「観光」の視点から整理を行った。

小長谷ほかは、地域活性化の切り札となりつつある観光に着目し、従来型観光とは異なる次世代型観光の重要性を示唆し、次世代観光では3つの点を指摘した。①観光資源は、従来型のハード中心からソフト中心に移行する。②また観光振興手法も、ソフトなものが中心となると同時に、顧客の好みをよく研究し顧客をひきつける効果的なマーケティング手法の展開が重要であり、そのための環境整備が必要、③前記①②のような点から見ても、ソフトな観光資源や観光振興手法を熟知した、新しい市民型のリーダーが求められることとなる。要約すると、（条件1）環境破壊しない、（条件2）地域文化を活かす、（条件3）地元主体、などの点が重要であるとする（小長谷ほか、2012）。

3.2. 地域活性化を担う人物に関する研究

地域活性化を担う人物像に着目した研究として、観光リーダーの特徴、地域づくり現場で重視される「よそ者」について整理した。

（1）観光リーダー5要素モデル

竹田によると、奈良県事例の観光リーダーの共通点として、1）経済感覚を持ち、観光戦略＝経済活動によるまちおこし、事業採算性が考えられること、2）優秀な観光マーケティング力・マネジメント力、3）住民主導型であり、行政は応援型タイプ、ネットワーク力有り、4）イベントによる広報活動を用いたまちのにぎわい、地域活性化を目指す、などの特徴を備えている（小長谷ほか、2012）。

（2）地域づくりと「よそ者」効果

敷田（2009）によると、地域づくりの現場では、半ば信仰のように「よそ者・ばか者・若者」という3者の役割が強調され、また研究者や論者も少なからずこの表現を用いている（三藤、2006など多数）。中でも「よそ者」は数多く引用され、地域外から来たよそ者が地域づくりで活躍することが好意的に紹介されていることが多い。例えば、関（2000）は、よそ者である営林署職員が地元住民と協働して成果をあげた北海道の「えりも緑化事業」の例を評価している。またさらに積極的によそ者の必要性を強調する主張もある。例えば増田（1999）は、疲弊した農村の再生にはよそ者の力が必要だと述べている。このように、よそ者が地域づくり現場で重視されるようになったのは、よそ者が地域にとって役に立つからである。つまり、よそ者が地域とかわかることで地域づくりが促進されたり、地域にないものを提供してくれたりするので、よそ者が注目されることになる。地域づくりを支援するという点で、よそ者は地域にとって期待される存在であるとする（敷田、2009）。

また、「よそ者」効果として、①技術や知識の地域への移入、②地域の持つ創造性の惹起や励起、③地域の持つ知識の表出支援、④地域（や組織）の変容の促進、⑤しがらみのない立場からの問題解決とする⁽⁵⁾。一方、よそ者を短期間呼び、彼らの提示する「最適解」に従って地域づくりを図る手法には問題や限界があることを指摘する。地域の主体性がないままによそ者に依存することが起きている。そのため、地域が主体的によそ者を選択し、よそ者を活用するためのモデルや手法が示されなければならないとする⁽⁶⁾。

3.3. 道の駅の駅長に関する調査⁽⁷⁾

2013年度（平成25年度）、法政大学地域研究センターにて、地域研究の一環として、全国「道の駅」の地域振興施設を中心としたアンケート（質問紙）調査を実施した。対象は、全国の「道の駅」営業中の1000件、回収件数513件、回収率51.3%である⁽⁸⁾。

(1) 駅長の選出方法（複数回答）

「指定管理者の代表」42.8%、「地元公募」18.3%である。「その他」37.3%の内訳は、「市町村長」20%が最も多く、残りの8割は自治体職員、団体職員を中心に多岐に渡っていた。

(2) 駅長の前職歴

「地元企業」31.2%、「公務員」22.5%、「都市企業」12.6%、「農協」9.3%である。「その他」21.7%の内訳は、「市町村長」32%が最も多く、残り7割は自治体職員、団体職員など多岐に渡っている。

3.4. 先行研究の整理

これらの先行研究からは、地域活性化の切り札として観光（体験）の要素が大きいこと、また、「よそ者」が地域とかかわることによって地域づくりが促進され、地域にないものを提供する効果があること、一方、地域の主体性がないままによそ者に依存する課題があること、道の駅の駅長は地元の方が担う傾向があること、が整理される。それらを踏まえ、地域活性化においては、地域が主体性を持って、よそ者の知見を活かした地域資源（観光・体験）を発掘することが重要となる。

よって、地元の道の駅が主体性を持ち、「よそ者」の知見を活かした地域資源の再発見や再開発などによる「観光（体験）」の構築が重要になることが示唆される。

4. 事例研究

4.1. 概要

(1) 地域の特性

御調町は、広島県尾道市の北部に位置し、約75%が森林で占められている。北の宇根山脈と南の木頃山脈に挟まれ、西から東へ芦田川支流の御調川が流れる。尾道市北部ならではの田園風景が広がる自然豊かな町であり、四季折々に見せるその表情に心が癒される。御調（みつぎ）の名称は、古代の備後国御調郡から続く古い歴史を持つもので、郡域は現在の尾道市、三原市、世羅町、府中市を含む広範囲となっていた。古代から近世の御調は、古代山陽道と銀山

街道の交差するクロスロードの宿場町として栄え、寺社・城跡などが多く残る豊かな歴史を持つ。1955年（昭和30年）に7カ村が合併して御調郡御調町が発足し、2005年（平成17年）に尾道市と合併した経緯がある。また、御調町は、「ソフトボールの町」御調として、小学生から社会人まで多世代にわたりソフトボールの活躍が見られる。2017年の愛媛国体では御調高校生を含んだ広島代表が2連覇を達成した。御調高校は全国大会の上位常連校、御調中学校も全国優勝を果たす活躍がある⁽⁹⁾。

(2) 道の駅設立の経緯

御調町商工会が商工会員45名の出資者を集めて、有限会社みつぎ交流館⁽¹⁰⁾を設立。広島県の指定を受けた中山間モデル事業として道の駅の整備が進められた。物産販売コーナーやレストランを備え、地場の野菜販売や各種地域情報の提供はもちろん、国道184号と国道486号が交差する地点に位置する施設として、バスターミナルを完備した新たな道の機能を持つことで、地域交通の結節点、地域住民と都市住民との交流拠点としての役割を担うこととなった。また、御調町内の主要道路の交差点に位置することから「クロスロードみつぎ」の名前がついた⁽¹¹⁾。

2014年（平成26年）には、国土交通省の重点「道の駅」35箇所の1つに選定された。地元の高校と連携し、道の駅が6次産業化商品開発など地域産業展開の拠点機能を担う。さらに道の駅を媒体として、地元企業や農業への就労を促す内容である。無料高速道路供用の交通結節点として地の利を発揮、広域的な情報発信や特産品の販売、食の提供などにより集客を強化。さらに、交通量の減少した現道を活かし、オートバイ・自転車利用者の利便性を向上、新たな観光振興策を創出することである⁽¹²⁾。

道の駅は、2002年（平成14年）11月に設立され、2015年（平成27年）4月にリニューアルオープンを行い、現在に至る。敷地面積は、物産売店（120㎡）、レストラン（190㎡）、野菜市売場（218㎡）となっており、駐車場は89台、営業時間は、物産売店・情報コーナー（9:00～18:00）、そば処とんぼ尾道みつぎ店（月～日11:00～15:00（LO14:30）、定休

日は不定休), 野菜市 (9:00~18:00) である。道の駅の登録業者 (会員) 数は, 物産売店では約350名, 野菜市では約180名である⁽¹³⁾。

(3) 道の駅の施設⁽¹⁴⁾

広島県尾道市を走る国道184号線と国道486号線の交差点にある道の駅である。御調町の美しい自然, 恵み豊かな食, 人々の笑顔に満ちあふれた道の駅として, 尾道の奥座敷に位置する。道の駅の施設内には, 地元の加工品を主体に様々なユニークな商品ラインナップを取り揃える「物産売店 (ほっとマルシェ)」, 御調の名水 (岩倉乃水) で打つ自家製麺が自慢の「レストラン (そば処とんぼ尾道みつぎ店)」, 御調町内の農家が丹精込めて作った新鮮な野菜を直接販売する「野菜市」がある。また, 敷地内には, 「子ども図書館 (すくすく)」, 「子供広場 (いきいき公園, 芝広場)」, 「バスターミナル」などを併設し, 人と情報が行き交う憩いの場となっている (図4)。

道の駅の近隣には, 日帰り入浴や宿泊ができる「天然温泉尾道ふれあいの里」, 「圓鰐勝三彫刻美術館」, 「御調ソフトボール球場」などの施設がある。また, JR尾道駅まで車で約30分, JR福山駅も高速道路を使えば40分程度にあり, 「街に近い里山」として魅力ある地域である。秋の季節では, 地元のぶどう農家と協力し, 栽培しているぶどうの収穫体験も実施するなど, 地元のにぎわい創出を担う拠点である。

「物産売店 (ほっとマルシェ)」では, テルちゃんキムチ, 尾道ラーメンなどの備後圏域の特産品・加工品を数多く販売している。

「野菜市」では, 生き活きと元気のある農家が栽培した新鮮野菜を低価格で販売し, 都市の人々に喜ばれるよう多品種の栽培にも取り組んでいる。特にトマト, ねぎ, こまつな, ほうれんそうは町を代表する野菜で, 年間を通じて販売しており, もちの加工品も種類が多く好評である。また, 秋には特産の串柿や干柿が販売されている。

「レストラン (そば処とんぼ 尾道みつぎ店)」では, 以前はとれたての野菜がたっぷりの地産地消料理をバイキング形式で提供していたが, コロナ禍の緊急事態宣言での営業自粛要請に伴い, 休業を余儀なくされた。2021年4月からは, そば処として新装オープンした。御調の名水 (岩倉乃水) で打つ自家製麺, 地元の野菜を使用したかき揚げなどの揚げたて天ぷらの提供により来店者から好評を得ている。

また, 地元の農家の人々が丹精込めて育てた「みつぎ米」をはじめ, 因島産のはっさく, 瀬戸田産のレモンを使った商品, つくだ煮やキムチなど, 御調町ならではの安心安全な特産品はお土産に人気がある。

(4) 道の駅の来訪者

国道184号線と国道486号線の交差点にある立地特性から, 土日祝は自家用車や観光バスを利用した観光客の利用が多くなる傾向にある。一方, 平日は道の駅の周辺にある施設を利用する地元の方も利用も一定数確保できている状況にある。

御調町は「ソフトボールの町」で有名であり全国から学生が集まる地域となっており, 町外からの高



図4 道の駅「クロスロードみつぎ」の店舗外観
(出所) facebookHP「道の駅クロスロードみつぎ | 広島県尾道市御調町の道の駅」より作成

校生のバス通学も多く、バス停留場がある道の駅に立ち寄る学生も多い。また、道の駅の敷地内には、こども図書館（すくすく）、子供達が遊べる公園、隣には大きな芝生の広場が隣接しており、地元の子供連れの方や高齢者が多く利用している。さらに、道の駅に隣接して、銀行、郵便局などあり、地元の方の生活拠点となっていることから、平日の地元の方の利用は一定数確保できている。また、道の駅と日帰り入浴や宿泊ができる「天然温泉尾道ふれあいの里」の間にシャトルバスを運行しており、尾道ふれあいの里を利用される方（地元の客、観光客）や道の駅を利用される方が、相互利用できるような取り組みをしており、来訪者の増加が期待できる。

（５）道の駅の運営組織

道の駅Kの施設運営は、尾道市の指定管理制度にて、株式会社みつぎ交流館が経営している。また、株式会社みつぎ交流館は、道の駅以外に尾道市指定管理施設「天然温泉尾道ふれあいの里」、「尾道市御調グラウンド・ゴルフ場」の運営管理も担っている。また、道の駅の駅長である石原和典氏は、株式会社みつぎ交流館の取締役営業事業部長も兼務している。

ここでは、石原氏が道の駅の駅長になるまでの経緯を確認する。駅長は、この地域の出身者ではなく、地域外から来た人物である。前職では、金融関係のファイナンシャルプランナー（FP）としてお客様と対話しながら人生設計を計画していく営業の仕事をしていたが、奥さまの地元である御調町に家族で移住したことが始まりとなる。もともと、人と関わることが好きな方ではあったが、当初は、金融関係のFPの財務能力を見込まれ、「天然温泉尾道ふれあいの里」の経理担当として株式会社みつぎ交流館に中途入社することとなった。その後、2015年に同社が指定管理をする「道の駅クロスロードみつぎ」のリニューアルが行なわれ、過去最高の売上を計上したが、事業拡大による人手不足が発生した。その手伝いをきっかけに道の駅の運営に携わるようになり、最終的に石原氏の人柄が評価され、道の駅の駅長に抜擢された⁽¹⁵⁾。

4.2. 道の駅Kが地域を巻き込む取り組み⁽¹⁶⁾

4.2.1. 地元有志によるツーリングロードの整備

きっかけは、道の駅Kに來られた観光客からの地元に関する質問に、駅長が的確に答えられなかったことから始まった。その時、駅長は県外から移住してきたばかりで、まだ地域のことをよく理解していない状況であった。元々、人付き合いを好むタイプであったことから、ひとりでは難しいことでも得意な人のサポートがあれば、地元の魅力を深く理解できるのではと考えた。そこで、地域のことは地元の方から教えてもらうしかないと思い、やりたい活動だけに参加できるゆるやかな組織として、「チームクロスみつぎ」を結成した（図5）。当初は、地元の有志7名が集まり、「まちを盛り上げることをします！」を目的とした活動を始めることになった。活動内容としては、「海側にサイクルロードがあるなら、山側にもあっていいのでは」との発想から、山道のサイクルロードの整備を目的にロードマップの作成を行った。具体的には、地元の人への聞き取りから始めることとした。まずは、それぞれの地区の公民館長の方に道案内をお願いし、一緒に道を歩きながら、「景色のいい場所は」「おすすめスポットはどこですか」などの質問しながら、ロードマップに落とし込む観光スポット、通行止め等の道路状況、標識などの確認を進めていった。その後、ロードマップの地図上にそれらの情報をプロットしながら、観光スポットは写真付きで掲載することで、初めての方でもわかりやすいマップづくりを心掛けた。最終的には、地区7か所のロードマップを作成することができた、とのことである。さらに、E-バイク⁽¹⁷⁾や折りたたみ自転車（BROMPTON）の試乗会、数10年前にあった人気食堂のいなり寿司を限定復活させた夏まつりなどのイベント開催活動も行った。その後、新型コロナウイルス感染症の流行によりイベントの開催は難しくなったが、それでも自分達ができる活動を考えた末に、ゴミ拾い・清掃活動（184清掃）を始めた（図6）、とのことである。

また、地区7か所のロードマップには、写真付きの観光スポットやおすすめの場所を含めたことで、利用者が走る前に「このような景色を見ながら自転

車が走れる」ことがイメージでき、コースを選択しやすくしている。さらに、道の駅を「スタート」と「ゴール」地点に設定することで、必ず道の駅に立ち寄ってもらう工夫をしている、とのことである（図7）。

4.2.2. トレイルランニング大会の実現に向けた取り組み

トレイルランニング大会を主催する会社のA氏が引っ越してきたことがきっかけとなる。競技を行う上で、広島県の山はとてもよい環境にあることから、元々広島市を拠点に活動していたが、保管場所等の問題を抱えていた。広島県下にある自然が豊かな場所で、土地が安く保管場所が確保できる御調町に目



図5 地元有志で結成した「チームクロスみつぎ」のメンバーの様子
(出所)ヒヤリング資料より作成



図6 「チームクロスみつぎ」による清掃活動（184清掃）の様子
(出所)ヒヤリング資料より作成



図7 「チームクロスみつぎ」制作のロードマップ（今津野地区MAP）
(出所)ヒヤリング資料より作成

をつけて引っ越してきたことで、駅長と知り合うこととなった。早速、トレイルランニング大会のプレ大会を今年8月に行い、その後、来年の春頃に本大会を開催する予定。プレ大会では、約50名が参加し、周辺町内40キロ程のコースにて競技を行う計画、とのことである。

また、来年の本大会は100人程度の開催を計画している。A氏も道の駅とのコラボを希望しており、スタート地点は、道の駅Kの隣に位置する宿泊温泉施設とし、参加賞は、道の駅Kの商品券を提供したいと考えている。また、運営に関わるスタッフなどは主催者側が確保し、こちらが運営に関して人手を割く必要もない、とのことである。

実際に開催となれば、「スタート」「ゴール」の場所を提供することで、参加者やその関係者が宿泊温泉施設に宿泊したり、宿泊されない方も温泉入ってくれる、そして道の駅で買物するなどの相乗効果も

期待でき、互いにウインウインの関係が築けられる。さらに、今後、認知度が上がり盛り上がっていけば、海外の方からも来る可能性が期待できる、とのことである。

4.2.3. 観光協会との連携による地元山間部の魅力発信

(1) 山歩き・沢のぼり体験を開催する80歳男性の存在

ここでは、駅長がリスペクトする地元に住む80歳の男性がキーマンとなる。その方は、山の中を走り回りながら、山林を切り開いているという人物である。昔から、近所にある山周辺を地元の方が散策しやすいように整備してくれる方である。また、ホームページ制作も自ら行うなど情報リテラシーも高く、山の中のデジタルスタンプラリーの実現に向けて、月1回の山歩き体験を行いながら、QRコードを制作するなど、とてもアクティブな方である。

定期的に山歩き体験は開催されているが、そのたびに新たなコースができていることに驚かされる。多い時には20名ぐらいが参加する。子供たちも参加することから、事前にコースの草刈りをして、危なそうなどころにはロープを張るなど、安全面には

しっかり対応している。コース内にある近隣の滝では、沢のぼり体験ができる場所がある。大人の足がつくような浅さなので、みんなで一緒に1時間ぐらい歩く、とのことである(図8)。

(2) 観光協会との連携促進

地元周辺の地区では祭りを行っているが、地元の御調町では財源がなく祭りが開催できていない状況にあった。駅長は観光協会の理事も兼務しており、2～3年間ほど言い続けた結果、ようやく昨年から予算を確保してくれるようになった。また、地元の方を中心に山歩きに来られる方も増えつつあり、「山歩き体験」「沢のぼり体験」は人気が上がってきている。観光協会を巻き込みながら、これらの「体験」をパッケージ化し、外部に情報発信していく仕掛けを考えていきたい、とのことである。

4.2.4. 地域の特産品づくり「サツマイモ」

駅長は、地元特産品を新たに作ることを強く希望していた。その理由としては、地元の子供達に町の特産品は何かと尋ねると、みんなから美味しい「お米」という返事が返ってくる。子供達は、おじいちゃんおばあちゃんの作ったお米を食べているので確か

【山歩き(里山自然公園)】



【沢のぼり体験】



図8 山歩き・沢のぼり体験の様子
(出所)ヒヤリング資料より作成

に美味しいのだが、お米はどの地域でも作っている
ので、お米の値段を上げることは難しい。例えばお
餅に加工するなどの付加価値がなければ値段を上げ
ることは難しい。対応できない専業農家は経営が厳
しく、この地域ではいち早く専業農家が少なくなっ
たと言われており、耕作放棄地も多くなっている。
それを何とか活用できないかと考えている、とのこ
とである。

数年前に元々広島銀行で働いていた方が農業を始
めて、サツマイモを栽培し始めたことが、地域の特
産品づくりのきっかけとなる。元々銀行員なので、
自ら事業計画を作成することで、販路もしっかり考
え、年間生産量も決めるなど、戦略的に農業経営を
始めたことに共感する。一緒に「サツマイモの町」
にできないかみたいな話を語った、とのことである。

実現に向けた第一歩として、2023年11月に道の
駅Kと尾道観光協会が尾道市御調町産のサツマイモを
使ったスイーツコンテストを開催し、県内のパンや
ケーキの8店が参加した。そして、グランプリに輝
いたケーキ店「パティスリー PIECE」（広島県三原市
円一町）のケーキ「尾ノ芋子（おののいもこ）」を道
の駅にて販売している（図9）⁽¹⁸⁾。

また、元々、青年海外協力隊で農業の知識もあり、
野菜ソムリエの資格も持っていた地域おこし協力の
方に、サツマイモを高校生と一緒に畑で育ててもら
った。そして、お祭りの時に子供達150名ほどが参加し、
サツマイモの収穫体験を行うことができた、とのこ
とである。



図9 グランプリに輝いたケーキ

「尾ノ芋子（おののいもこ）」

（出所）中国新聞デジタルHP「グランプリのサツマイモ・
スイーツを商品化 尾道市の道の駅クロスロード
みつぎで販売」より作成

5. 考察

1) 駅長は、元々は地域外から人物であり、当初周
りからは「よそ者」として見られていたことが想定
される。自ら積極的に地域の人と関わろうとする、
駅長の人付き合いを好む性格が地元のコミュニティ
に気兼ねなく参加することを後押ししたことが示唆
される。

2) 地域のことは地元の方から教えてもらうしか
ないと思い、やりたい活動だけに参加できるゆるやか
な組織として、「チームクロスみつぎ」を結成した。
仲間を巻き込んでいくコーディネート力を発揮した
ことで、地元有志の組織化の実現に貢献したことが
示唆される。

3) 地区ごとのロードマップを作成していく中で、
地元の方は当たり前だと思ふ風景なども、駅長から
見れば魅力的な観光スポットのように思っていたと
想定される。それは、地域外から来た「よそ者」の
視点が地元魅力の再発見に貢献したことが示唆され
る。

4) トレイルランニング大会の実現に向けて、道の
駅と企業がお互いに協力することで、参加者や関係
者が道の駅Kやその周辺施設（宿泊温泉施設）を利用
することが期待できる。道の駅Kが積極的に、地元の
企業と連携してイベントを企画運営することは、地
元にお金を循環させる仕組みの構築とともに、お互
いにWINWINの関係も構築でき、持続可能性も高く
なることが示唆される。

5) 地元の方が主催する「山歩き体験」「沢のぼり体
験」は、地元で人気となりつつある。この地域の強
みとなる自然を活かした体験ツアーではあるが、地
元の方以外にはあまり知られていない。地域外への
認知を高めるには、まずは体験内容をパッケージ化
し整理したうえで、情報発信力を持つ観光協会との
協力体制は欠かせない。駅長は、その地元の方と親
しく、さらに観光協会の理事も兼務しており、両方
をつなぐ橋渡しとしての役割を担っていることが示
唆される。

6) 「サツマイモ」を御調町の特産品として認知され

る活動を推進している。地元の高校性にはサツマイモの栽培、そして、子供達にはサツマイモの収穫体験を行っている。特産品づくりには中長期的な視点が重要となる。まずは、地域住民の賛同を得ながら進めていくことが必要であり、次世代を担う地元の子供達を巻き込むことは重要となることが示唆される。

7) 道の駅だけに集客させるのではなく、道の駅を拠点に地域を回遊させる仕組みを考えている。たとえば、ツーリングマップでは「スタート」と「ゴール」地点に設定することで、必ず道の駅に立ち寄ってもらうなどの工夫をしている。

これらを踏まえ、駅長は、地域外から来たことを強みに「よそ者」としての感覚を活かしつつ、地域の魅力を再発見することに貢献している。一方、篠田(2009)は「よそ者」が示す短期的な「最適解」手法のデメリットを指摘するが、駅長は、この地域に住居を構え日々生活することで、中長期的に地元の方との良好な信頼関係を築き、地域に根付いている。それが、地元の人と事業を推進させていく強みとなることが考察される。

また、地域を巻き込んだ取り組みを進めるにあたり、まずは、日常的に地元の方との関わりを重視したことで、周りからも仲間として認められるようになり、信頼関係を築くことができたと考える。いきなり「よそ者」が熱い思いをもって何か新たな取り組みを始めたとしても、誰も協力してくれない。まずは、地域の方との信頼関係を築くことから始めていく、段階的なプロセスを経たうえで進めていくことが重要になると考察する。

6. おわりに

今回は、駅長が主体となり、地域住民を巻き込みながら、新たな地域資源の発掘や地域の魅力発信を積極的に実践している道の駅の事例分析を行った。まず、先行研究では、地元の道の駅が主体性を持ち、「よそ者」の知見を活かした地域資源の再発見や再開発などによる「観光(体験)」の構築が重要となる

ことを整理した。そして、事例分析による考察からは、1) 地域外から来た「よそ者」の視点が地元魅力の再発見に貢献したこと、2) 有志同士の親睦を深めつつ、仲間を巻き込んでいくコーディネート力により、地元有志の組織化の実現に貢献したこと、3) 地域外から来た「よそ者」の視点が地元魅力の再発見に貢献したこと、4) 地元の方と観光協会の両方をつなぐ橋渡しの役割を担っていること、5) 次世代を担う地元の子供達を巻き込むことは重要となることなどを指摘した。

今、道の駅は「第3フェーズ」を進行しており、地域を巻き込んでいくエンジンとなる「しかけ」が道の駅に求められつつある。これらを踏まえ、1) 地域外から来た「よそ者」を強みに地域資源の再発見を進め、一方、この地域に住居を構え日々生活することで、中長期的に地元の方との良好な信頼関係を築き、地域に根付くことは地元の人と事業を推進させていく強みとなること、2) 地域の方との信頼関係を築くことから始め、段階的なプロセスを経たうえで進めていくことが取り組みには重要となることを導き出した。

最後に、「よそ者」の視点を持ちつつ、地元の方との信頼関係を築いているような人物はなかなか少ないと考えられる。道の駅の駅長は、地元企業や公務員等の方が多い傾向⁽¹⁹⁾にあると指摘されている。今後は、Uターンで地元に戻ってくる方、地元が気に入るIターンを希望する方、地域おこし協力隊など、地域外のことを知り、地域内で生活をともにする方が道の駅の運営に関わることで、地域を巻き込むエンジンとして活躍してくれることを期待したい。

本稿の限界として、今回は道の駅「クロスロードみつぎ」の駅長からのヒヤリング結果を中心に結論を導き出したため、駅長の行動パターンを中心とした考察に留まっている。今後は、道の駅の地域性、地域住民、道の駅の関係者(従業員、出荷者)などへの追加ヒヤリングを行うことで、道の駅を取り巻く環境要因を踏まえた詳細な考察を試みたい。

なお、本稿の作成に関しては、株式会社みつぎ交

流館取締役営業事業部長兼道の駅クロスロードみつぎ駅長石原和典氏より、インタビュー調査（2024年4月実施）や資料提供などのご協力を頂いた（肩書等はインタビュー調査時点）。深く感謝する次第である。なお、本稿に事実誤認や解釈の相違があれば、それはすべて筆者の責に帰すべきものである。

注

- (1) 令和6年8月現在。
- (2) 国土交通省HP「道の駅案内 概要」より筆者加筆。
- (3) 国土交通省道路局企画課評価室（2020）pp.12-14より筆者加筆。
- (4) 国土交通省HP「道の駅」第3ステージ 中間レビューと今後の方向性」より筆者加筆。
- (5) 第1は、よそ者が持つ「地域の再発見効果」である。違和感が大きいよそ者が、地域資源や地域の良さを「再発見」する可能性が高い。第2に、よそ者による「誇りの涵養効果」がある。地域アクターは、地域外の視点を持つよそ者を意識することで、自らの地域のすばらしさを認識する。第3に、よそ者が地域にない知識や技能を持ち込む、「知識移転効果」があげられる。地域づくりを進める際に、地域側に地域づくりにかんする知識が不足することは多い。そこで、よそ者が地域アクターと接する際に、その不足を補う効果が期待できる。第4に、地域の変容を促進する効果がある。よそ者の持つ異質性は、地域側に「驚き」や「気づき」をもたらし、そこから地域が変容する。それはもともと地域が持っている資源や知識を、よそ者の刺激を利用して変化させることでもある。第5に、よそ者が持つ「地域とのしがらみのない立場からの解決案」の提案があげられる。地域のしがらみに捕らわれない立場だからこそ、よそ者は優れた解決策を提案できるとする（敷田，2009，pp.86-88）。
- (6) その理由としてまず、来訪したよそ者が自リスクを負うことは少ないことを指摘できる。よそ者はあくまで「有限責任」を持つ存在なので、一般的には第三者的なアドバイスに陥りがちである。そのアドバイスが、地域の実情を認識した適切な

内容であるか保証はできない。さらに専門家としてのよそ者が来訪する場合には、「権威」を伴うことも多く、地域側がそれに盲目的に追従することも起きやすい。無責任なアドバイスと追従の結果、極端な場合には、地域に損失や将来的負担を持ち込むだけの「変革」に終わるとする（敷田，2009，p.90）。

- (7) 山本・岡本（2014）pp.90-98より筆者加筆。
- (8) 対象は、全国の「道の駅」1004箇所（2013年4月末現在）件の内、営業中の1000件を対象。2013年6月6日（木）郵送にて発送、6月21日締め切り（当日消印有効）郵送にて返送。回収件数513件、回収率51.3%（注：データ集計に利用した件数は6月末迄に返送された507件）である（山本・岡本，2014，p.90）。
- (9) 尾道市HP「広報おのみち・平成29年11月」より筆者加筆
- (10) 現在は、株式会社に商号変更されている。
- (11) 道の駅クロスロードみつぎ資料より筆者加筆。
- (12) 国土交通省HP「平成26年度選定 重点「道の駅」35箇所」より筆者加筆。
- (13) 道の駅クロスロードみつぎ資料より筆者加筆。
- (14) いこーよHP「道の駅 クロスロードみつぎの基本情報」、旅色HP「道の駅クロスロードみつぎ」、道の駅クロスロードみつぎHP「道の駅クロスロードみつぎ」、JAFHP「【広島県 道の駅】道の駅クロスロードみつぎの魅力徹底解説！テルちゃんキムチに野菜市など紹介」、中国四国農政局HP「道の駅「クロスロードみつぎ」野菜市」より筆者加筆。
- (15) 駅長のヒヤリング調査より筆者加筆。
- (16) 道の駅クロスロードみつぎ資料、駅長のヒヤリング調査より筆者加筆。
- (17) 長距離走行や山道走行など、よりスポーツに特化した電動アシスト自転車のこと（NORUDEサイクルHPより）。
- (18) 中国新聞デジタルHP「グランプリのサツマイモ・スイーツを商品化 尾道市の道の駅クロスロードみつぎで販売」より筆者加筆。
- (19) 山本・岡本（2014）p.98より筆者加筆。

参考文献

- ・関満博・酒本宏編（2016）『〔増補版〕道の駅/地域産業振興と交流の拠点』新評論
- ・国土交通省道路局企画課評価室（2020）「道の駅」第3ステージについて 創設から四半世紀、2020年からの新たなチャレンジ』『道路2020年7月号』公益社団法人日本道路協会，通巻952号，pp.12-14
- ・山本祐子・岡本義行（2014）「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：JRPS：journal for regional policy studies』第6巻
- ・小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・本松豊太（2012）『地域活性化戦略』晃洋書房
- ・辻紳一（2022）『道の駅の経営学』大阪公立大学出版会
- ・敷田麻実（2009）「よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』9巻，pp.79-100
- ・facebookHP「道の駅クロスロードみつぎ | 広島県尾道市御調町の道の駅」https://www.facebook.com/crossroad.mitsugi/?locale=ja_JP（アクセス2024年9月22日）
- ・JAFHP「【広島県 道の駅】道の駅クロスロードみつぎの魅力徹底解説！テルちゃんキムチに野菜市など紹介」<https://jaf.or.jp/common/area/2024/chugoku/hiroshima/local-news/0628-01>（アクセス2024年9月19日）
- ・NORUDEサイクループHP「電動アシスト自転車とE-bikeの違いとは？特徴と基準，メリット・デメリットからどちらを選ぶべきかを解説します」<https://cycloop.jp/blogs/difference-electric-bicycle-e-bike/>（アクセス2024年9月25日）
- ・いこーよHP「道の駅 クロスロードみつぎの基本情報」<https://iko-yo.net/facilities/7605>（アクセス2024年9月19日）
- ・国土交通省HP「道の駅」第3ステージ 中間レビューと今後の方向性 概要」https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/pdf/matome_gaiyou.pdf（アクセス2024年9月19日）
- ・国土交通省HP「道の駅」第3ステージ 中間レビューと今後の方向性」https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/pdf/matome_sasshi.pdf（アクセス2024年9月19日）
- ・国土交通省HP「道の駅案内 沿革」<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/history.html>（アクセス2024年9月19日）
- ・国土交通省HP「道の駅案内 概要」<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>（アクセス2024年9月19日）
- ・国土交通省HP「平成26年度選定 重点「道の駅」35箇所」https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/juten_eki/model02.html（アクセス2024年9月20日）
- ・中国四国農政局HP「道の駅「クロスロードみつぎ」野菜市」<https://www.maff.go.jp/chushi/chisanchisyo/iti/34hirosima/mitugi.html>（アクセス2024年9月19日）
- ・中国新聞デジタルHP「グランプリのサツマイモ・スイーツを商品化 尾道市の道の駅クロスロードみつぎで販売」<https://www.chugoku-np.co.jp/articles/-/403711>（アクセス2024年9月20日）
- ・道の駅クロスロードみつぎHP「道の駅クロスロードみつぎ」<https://crossroad-mitsugi.com/>（アクセス2024年9月19日）
- ・尾道市HP「広報おのみち・平成29年11月」<https://www.city.onomichi.hiroshima.jp/uploaded/attachment/9716.pdf>（アクセス2024年9月20日）
- ・旅色HP「道の駅クロスロードみつぎ」<https://tabihiro.jp/leisure/s/206251-onomichi-crossroad-mitsugi/>（アクセス2024年9月19日）

a study of Approach method for the roadside station('Michi-no-Eki') to "Stage 3" the case of Michi-no-Eki "Crossroad Mitsugi" by involve the local

Shinichi TSUJI

Abstract :

As a new role for Michi-no-Eki, "stage 3" is underway with the aim of becoming a "base for accelerating regional revitalization and tourism" starting in 2020. Michi-no-Eki are required to have an engine mechanism that strategically involves the local community. At Michi-no-Eki "Crossroad Mitsugi", Onomichi City, Hiroshima Prefecture, the station manager takes the lead in actively discovering new local resources and promoting the appeal of the area while involving local residents. In this study, we analyzed and considered ways to involve the local community based on interviews with station managers at Michi-no-Eki. The engine mechanism are: 1) Promote the rediscovery of local resources by taking advantage of being an "outsider." To take root in the region (indigenization). 2) It is important to proceed through a step-by-step process.

Keywords : Community revitalization, The roadside station('Michi-no-Eki') to "Stage 3",
Discovering new local resources, Outsider, Rooted in the region (indigenization)

DOI : 10.15096 / UrbanManagement.1703