

平成19年度マスターセンター補助事業

熊本県における道の駅に関する調査研究

報告書

平成20年1月

社団法人 中小企業診断協会 熊本県支部

はじめに

最近、国道や県道を通る時によく目にするようになった「道の駅」。熊本県内だけでも平成 19 年 12 月現在で 18 の道の駅があります。その多くは第 3 セクターであり、利用者数や利用方法も様々です。

ここで、道の駅の設立経緯や意義、課題や今後の目指す方向などを、現場を見ながら一度じっくり検討してみたいと思います。

従来、高速道路には、何 km 毎かに休憩所やサービスエリアが設けてあります。ここで、ドライバーや同乗者が休憩をしたり、飲食・買い物をしたり、交通情報の入手などを行っています。これを、一般の国道や県道にも設けて、利用者の利便と地域振興の両方に貢献しようという考え方は自然な発想でしょう。

道の駅の多くは指定管理者制度により、第 3 セクターが運営していますが、中には全くの民間が受託運営している道の駅もあります。

道の駅は平成 5 年の第 1 回登録以来全国で増え続け、平成 17 年には 830 ヶ所を数えました。

熊本県においても、各道の駅がそれぞれの立地や地域資源を生かして繁栄と活性化のための努力を行っています。

しかし、道の駅によっては集客や販売、経営内容に格差が生じているのが現状です。似たような施設が増え、道の駅同士の競合が起こっていたり、特色の少なさなどから利用者と売上が減少し続けているところもあります。

本調査事業は、質問票によるアンケートと聞き取り調査にご協力頂いた道の駅の現状分析と活性化への提言をまとめたものです。今後の各道の駅経営に少しでも役に立てて頂ければ幸いです。

最後に、今回の調査研究の実施にあたりご協力頂いた関係各位に厚くお礼申し上げます。ありがとうございます。

平成 20 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 熊本県支部 調査研究事業委員

中小企業診断士 鹿子木 康

中小企業診断士 河本 龍二

中小企業診断士 原川 修一

中小企業診断士 堀 義親

目 次

はじめに

第1章 道の駅とは

1. 道の駅が生まれた背景 4
2. 道の駅の歴史 4
3. 道の駅整備に関する事業制度 5
4. 道の駅ができるまで 6
5. 全般的な施設概要 6

第2章 熊本県内の「道の駅」の調査対象駅

1. 「道の駅」の調査方法 8
2. 熊本県内の道の駅設置状況 8
3. 熊本県「道の駅」マップ 9

第3章 熊本県内の「道の駅」訪問調査結果 10

第4章 熊本県内「道の駅」の活性化に向けた提言

1. 熊本県内「道の駅」の現状 40
2. 熊本県内「道の駅」の課題 45
3. 熊本県内「道の駅」の活性化に向けた提言 47

第5章 道の駅のこれからの指定管理者制度

1. 指定管理者制度導入の経緯 56
2. 公共性と収益性 56
3. 指定管理者の地域との共生 57

おわりに

第1章 道の駅とは

1. 道の駅が生まれた背景

現代、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中で、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る。

また、人々の価値観の多様化により、個性的でおもしろい空間が求められており、これらの休憩施設では、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ができる。

さらに、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ている。

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人々のための「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。

2. 道の駅の歴史

(1) 経緯

従来、高速道路にサービスエリアがあるように、国道や幹線県道にも休憩施設等が必要だとの意見があった。こうして、国土交通省を始めとする道路管理者と自治体の協定により、一定水準以上のサービスを提供できる施設を道の駅として広く案内することで、道路利用者と地域振興の双方に寄与する目的で道の駅設立が決定された。

以下に具体的な設立経緯を示す。

平成3年10月～4年4月

道の駅を山口、岐阜、栃木の3県にて実験

平成3年

交通安全事業の対象事業に道の駅の駐車場を追加

平成5年1月

道の駅懇談会会長による道の駅の提言

平成5年2月

道の駅の整備についての要綱策定

なお、道の駅登録・要綱は、以下の項目からなっている。

目的、基本コンセプト、登録の申請、登録証の交付、供用開始の届け出、道の駅の案内、遵守義務、登録の取り消し

(2)登録状況（5年毎及び直近のデータを示した）

平成5年4月 第1回登録（全国103ヶ所）

平成10年4月 第14回登録（全国470ヶ所）

平成15年8月 第19回登録（全国743ヶ所）

平成17年8月 第21回登録（全国830ヶ所）

以上のように、毎年確実に増えてきており、概ね利用者の評価は良好である。しかし、中には登録抹消をした道の駅もあり、存続と他の道の駅や物産館との差別化が求められてきている。

3. 道の駅整備に関する事業制度

国土交通省道路局によると、道の駅整備のためには道路開発資金が設けられている。これは、道路開発資金貸付要綱に基づき運用されており、道路に関連し公共の利益に資する一定の事業分野に対し、国（道路整備特別会計）の道路開発資金貸付金及び原則としてこれと同額の民間長期資金を一体的に貸し付けるものである。

道の駅整備は、駐車場等整備事業の駐車場又は休憩所に該当する。なお、道路管理者が整備する道の駅の駐車場等については、以下の通りである。

特定交通安全施設等整備事業

・対象事業

道路管理者の行う自動車駐車場（簡易パーキングエリア）の整備（直轄事業・補助事業）で、駐車場、トイレ、道路情報ターミナル等の道路施設の部分を対象とする。

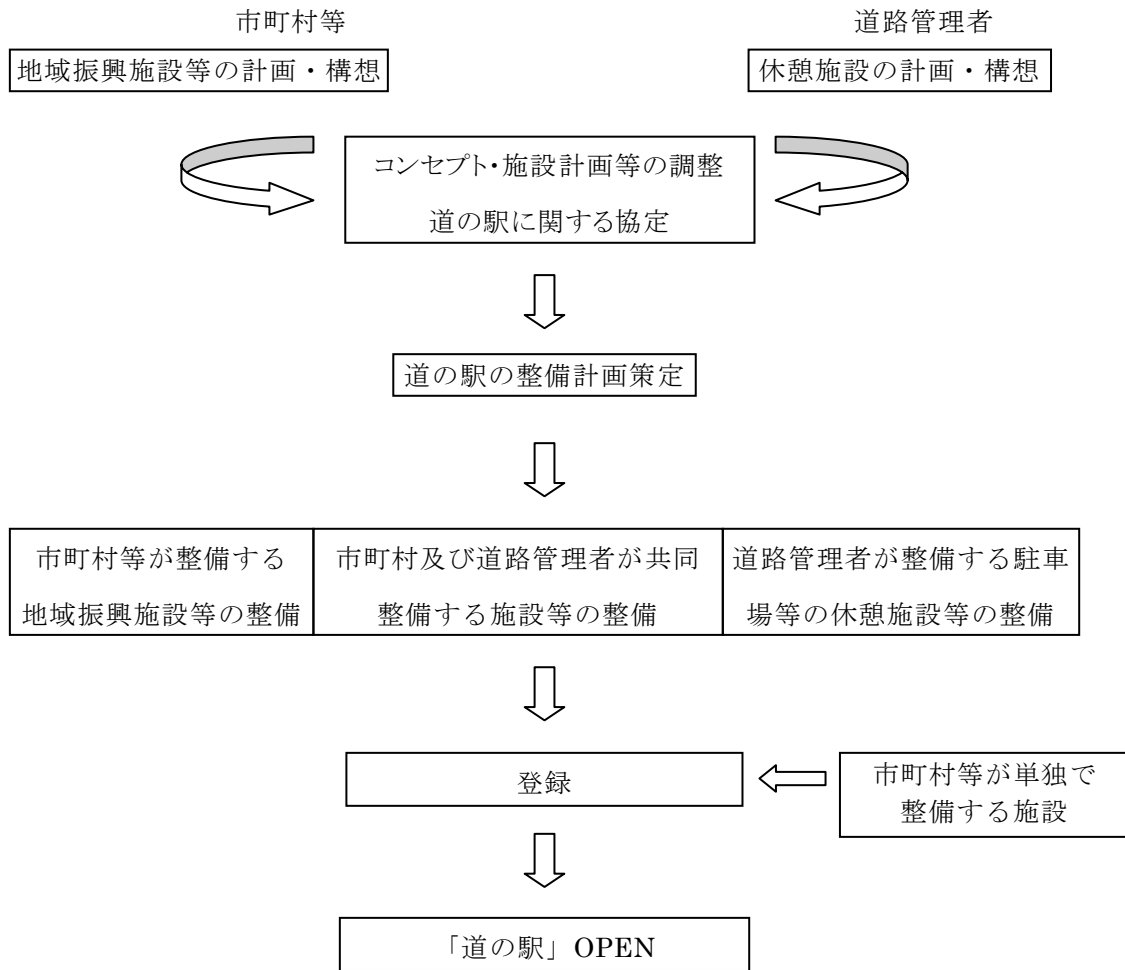
・採択基準

主要な幹線道路のうち、夜間運転、過労運転による交通事故が多発もしくは多発する恐れのある道路において、他に休憩のための駐車施設が相当区間にわたって整備されていない区間に道路管理者が簡易パーキングエリアを整備する場合を採択の基準としている。

つまり、一般に道の駅といっても、国土交通省の決めた枠組みの中で必要な施設が、国道であれば国が、県道であれば県が道路管理者として整備の主体者になるということである。従って、通常併設してある物産館や飲食店などの施設は、地域貢献をしながら収益増を目指すことになる。

4. 道の駅ができるまで

道の駅ができるまでを、図で以下に示す。



5. 全般的な施設概要

国土交通省は、道の駅の基本コンセプトを次のように定めている。

(1) 施設位置

休憩施設としての利用のしやすさ、道の駅相互の機能分担の観点から、適切な位置に設置

(2) 提供サービス

- ① 駐車場・トイレ・電話、は 24 時間利用可能
- ② 案内人がいて、親切に情報を提供

(3) 施設構成

- ① 休憩目的の利用者が無料で利用できる十分な容量の駐車場
- ② 清潔なトイレ
- ③ 道路や地域の情報を提供する施設

④ 様々なサービス施設

⑤ 主要な歩行経路はバリアフリー化

(4) 地域側施設の設置者

市町村または市町村に代わり得る公的な団体

なお、それ以外の者が運営する場合、契約等により道の駅として必要なサービスが確保されるよう措置されていること

(5) 配慮事項

① 年少者、高齢者、障害者等、様々な人の使いやすさに配慮

② 景観に十分配慮し、地域の優れた景観を損なうことのない施設計画

(6) その他

道の駅設置者は、規定の標章（シンボルマーク）を用いて施設案内を行うこと等

第2章 熊本県内の「道の駅」の調査対象駅

1. 「道の駅」の調査方法

熊本県の道の駅 18ヶ所のうち 15ヶ所について調査担当者を決めて、道の駅を直接訪問した。

訪問前に質問票を送付しておき、その質問票にもとづいて、駅長または現場の管理者に道の駅の現状や課題などについてのヒアリングを行い、施設等を見学した。

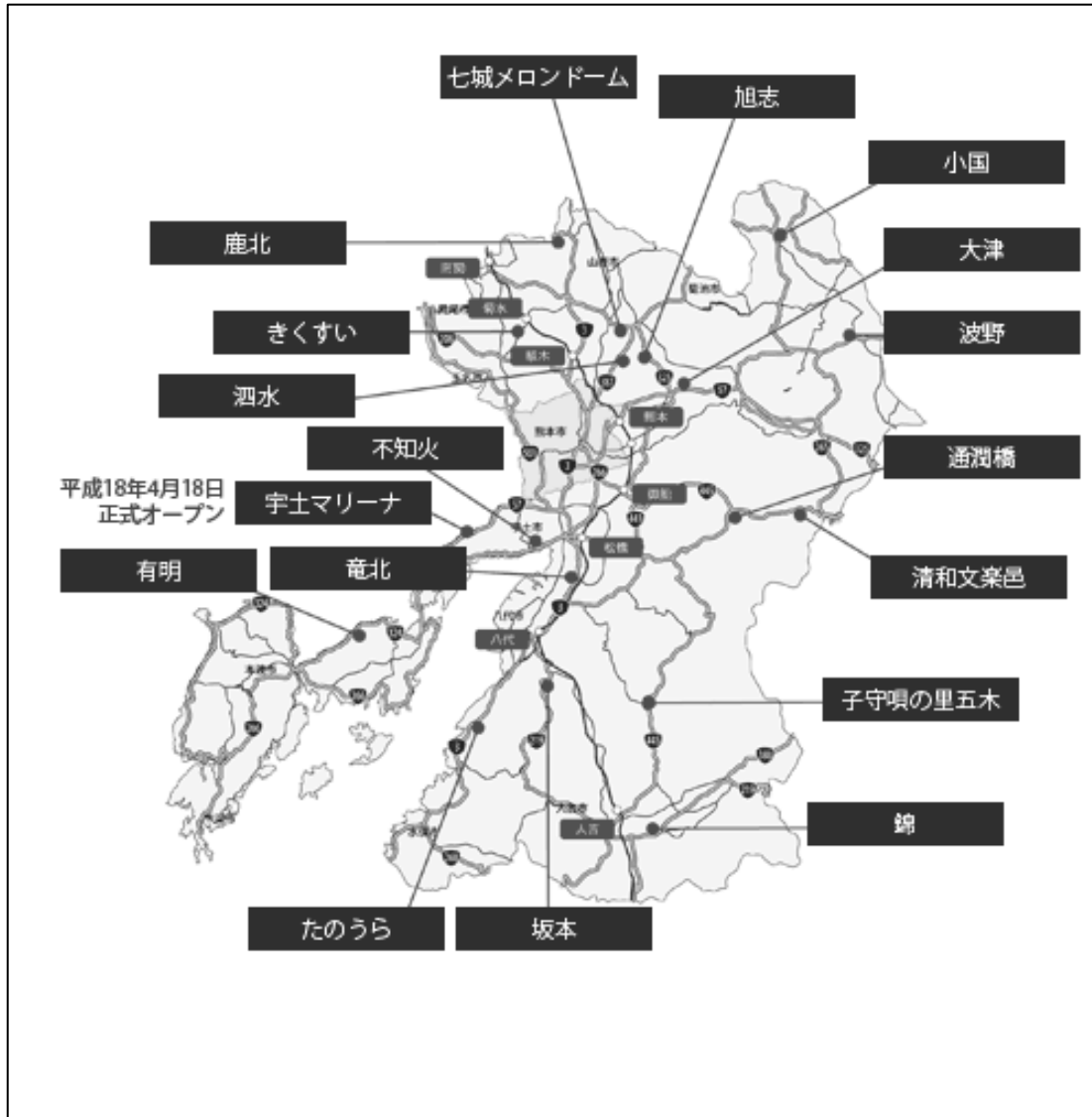
2. 熊本県内の道の駅設置状況

熊本県には次のとおり 18ヶ所の道の駅がある。

番号	熊本県内の道の駅	住所
1	小国	阿蘇郡小国町宮原 1754-17
2	波野	阿蘇市波野小地野 1602
3	旭志	菊池市旭志川辺 1886
4	大津(*)	菊池郡大津町引水 759
5	坂本	八代市坂本町荒瀬 1239-1
6	不知火	宇城市不知火町永尾 1910-1
7	有明	天草市有明町上津浦 1955
8	鹿北(*)	山鹿市鹿北町岩野 4186-130
9	七城メロンドーム	菊池市七城町岡田 306
10	泗水	菊池市泗水町豊水 3393
11	きくすい	玉名郡和水町江田 455
12	清和文楽邑	上益城郡山都町大平 152
13	通潤橋	上益城郡山都町下市 184-1
14	竜北	八代郡氷川町大野 875-3
15	錦	球磨郡錦町一武 1544-1
16	たのうら	芦北郡芦北町田浦 657
17	子守唄の里五木	球磨郡五木村甲 2672-54
18	宇土マリーナ(*)	宇土市下網田町 3084-1

(*)今回調査報告なし

3. 熊本県「道の駅」マップ



第3章 熊本県内の「道の駅」訪問調査結果

訪問調査を行なった15ヶ所の道の駅から回答いただいた質問票と、各駅の現状、課題、そして提言について述べる。

【NO.1】道の駅「小国ゆうステーション」

住所（所在地） 熊本県阿蘇郡小国町宮原1754-17

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	小国町及び小国地域の総合案内窓口としての機能をしっかりと認識し、情報発信・交流を行う。
当駅が一番の特徴(強み)は何ですか	肥後、豊後、筑後、三方面の「三後の要」に位置しており、歴史的にも各々の情報交流の場でありうること。

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成 61年 4月 開業			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input type="radio"/> 指定管理者 <input type="radio"/> 自治体直営 <input type="radio"/> その他			
	<input type="radio"/> 株式会社 : <input type="radio"/> 第三セクター <input type="radio"/> 完全民営 <input type="radio"/> その他			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(8人)	パート(1人)	その他(人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(なし)	営業時間(8:30 ~ 18:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (16, 184 m ²) 建物(建坪 620 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	<input type="radio"/> 物販施設 <input type="radio"/> レストラン <input type="radio"/> 温泉施設 <input type="radio"/> 宿泊施設 <input type="radio"/> 休憩施設 <input type="radio"/> 体験施設 <input type="radio"/> 独立トイレ施設 <input type="radio"/> その他;小国ツーリズム協会	
テナントは入居していますか	<input type="radio"/> ある <input type="radio"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (40)台 大型車 (5)台 その他 ()台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	国道387号、同442号に位置しており、大分自動車道九重ICより車で30分、同日田ICより50分。また、JR阿蘇駅からは45分。	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販 (100%) レストラン (%) 温泉施設 (%) 宿泊施設 (%) その他 (%)		
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(20万人) 17年度(22万人) 18年度(25万人)		
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位 (秋の観光PRイベント)	2位 (音楽コンサート)	3位 (KKT24時間テレビ募金会場) ()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	ジャージー牛乳関連の乳製品やアイス、プリン、ヨーグルト等の加工品		

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	北里柴三郎記念館、坂本善三美術館、小国ドーム、杖立温泉、九重夢大橋、鍋ヶ滝
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	地域振興を促進するために、現在の総合案内窓口の機能を強化し適正利益の確保を図りながら、地元地域で頑張る人や頑張る地域に還元していく。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://u-sta.com/
	更新頻度 <input type="radio"/> 毎日 <input type="radio"/> 毎週 <input type="radio"/> 毎月 <input type="radio"/> 行事があったときなど <input type="radio"/> その他

1. 現状

(1) 施設

けや木の木陰が疲れを癒す駐車場、木の温もりを感じさせる逆円錐台形ミラーガラス張りのゆうステーション1階は、物販施設、バス待合所、休憩施設、トイレ等を完備し、2階ギャラリーには交流インフォメーションセンターとして小国グリーンツーリズム協会が入っている。

(2) 品揃え

小国ジャージー牛乳関連はじめ食品関係商品を中心に地元阿蘇地域の商品が半数近くを占め、週末には駐車場にて商工会と連携した地元産品の物販イベントを開催している。また、敷地内の「道の駅小国旬の市場」では地元農家が旬の野菜等を並べている。

当駅の経営基本に示すように、地元に限らず周辺地域の商品や、観光、施設、イベント情報等様々な情報を発信しており、これも当駅の大きな商品と考えられる。

(3) 販売促進

地元阿蘇コーナーを物販施設の中心に設けて利用者にアピールする他、小国黒豚コーナーや小国蜂蜜コーナー等ではPOPやチラシ・パンフレットを活用し商品情報を発信している。

(4) マネジメント

毎朝10分間朝礼の実施、年2回のスタッフに対する個人面談を通して、問題点の把握やモチベーションの向上に努めている。

2. 課題

現在、利益還元により頑張る地域や人を応援しているが、さらに地域振興を促進していくには、利益確保に向け物販売上げを伸ばす必要がある。そのためには、当駅の強みでもある周辺地域を含めた情報収集発信力を強化し利用者への認知促進を図るとともに、情報力との相乗効果を引き出す力を持つ目玉商品の開発が必要であろう。

3. 提言

(1) 2階インフォメーションセンター利用者増加

- ① スタッフは接客時や試食時に利用者の行き先を極力確認し2階利用を案内する。
- ② 周辺地域の自治体や物産館等々から季節ごとに情報収集を行い整理して発信していく。
- ③ ギャラリーに周辺スポットごとに撮影した写真と各種情報を展示する。

(2) HP活用による地域特産品の販売

- ① 商工会と連携し地域特産品を有する会員企業の商品をHPで全国に発信する。
- ② 目玉商品をデザートとして飲食店向けに発信する。

(3) 目玉商品づくりと積極的PRの展開

- ① ジャージー牛の乳製品から一品試食品を作り、休憩利用者に自由に食べてもらう。
- ② 駐車場側入り口に大きく試食を案内し、施設内でもマイク案内を定期的に行う。

【NO.2】道の駅「波野」

住所（所在地） 熊本県阿蘇市波野小地野1602

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	地域経済効果を第一に、地域の野菜販売やそばの買取り及び製品販売等を行い、地域農業(産地)を維持すると共に地域集積の維持にも貢献する。
当駅の特徴(強み)は何ですか	自社で製麺し食事もできる「そば」と夏場にも安定して供給できる「高原野菜」

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	平成3年7月波野村振興協会の運営で開業、平成9年6月以降は(有)神楽苑が運営している。			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	()株式会社 : (○)第三セクター ()完全民営 (○)その他(有限会社)			
従業員は何名ですか	管理職社員(4人)	一般社員(7人)	パート(15人)	その他()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(毎月第2水曜日、1月1日)	営業時間(8:00～20:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(34,279 m ²) 建物(建坪 1,468 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン ()温泉施設 ()宿泊施設 (○)休憩施設 (○)体験施設 (○)独立トイレ施設 (○)その他;資料館	
テナントは入居していますか	()ある (○)ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(300)台 大型車(9)台 身体障害者用(2)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	九州自動車道熊本ICから国道57号を阿蘇方面に約50km、また、大分県境から同57号で阿蘇方面に約5km。	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(70%) レストラン(30%) 温泉施設()% 宿泊施設()% その他()%			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(27万人) 17年度(29万人) 18年度(31万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位 (神楽フェスティバル/毎年10月開催)	2位 (新そばまつり/毎年11月開催)	3位 (そばの花祭り、神楽特別公演)	その他 (すずらん祭り、月の宴夜神楽等)
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	そば、高原野菜(キャベツ、大根、白菜)、山菜(特にタラの芽)			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	すずらん自生地、荻岳(360度のパノラマ展望)
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	情報センターにおいてタッチパネルでの情報検索ができる他、チラシやパンフレット等でも発信している。なお、今後自社ホームページを整備し情報発信を強化する予定である。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス 現在検討中
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 ()行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

西に阿蘇の山々、北に九重の連山、南に祖母の峰々に囲まれ、大分との県境に広がる高原地で神楽の里として知られる波野。熊本と大分を結ぶ幹線道路国道 57 号沿いに当駅は立地している。

(2) 施設

キャベツ、大根、白菜等々の高原野菜が人気の物販施設、特産品のそばが味わえ、そば打ち体験もできるレストラン、タッチパネル検索を完備した道路情報案内所、神楽を学ぶ神楽館やイベントデッキも整備している。

(3) 品揃え

何と言っても、生産組合員農家 390 戸が直接納入し店頭を彩る豊富な旬の高原野菜、価格も魅力の一つである。また、特産品のそばはレストラン売店の人気商品であり、その他、広く阿蘇地域の名産品も揃っている。ファーストフードでは、手軽なそばやソフトクリームも楽しめる。

なお、特産品のそばは県内百貨店でも販売しており、また、ギフト商品としても数社と契約する他、原料として製粉会社にも納めている。

(4) 販売促進

商品の多くは商品名と価格表示のみであり、生産者名までの表示は非常に少ない。狭い店内に高原野菜を豊富に並べている関係で通路が非常に狭い所もある。また、他の商品もコーナーの案内表示が無いので狭い通路から探す状態となっており、少々買い物しにくく感じられる。

(5) その他

自慢の高原野菜を安定供給する中・高齢者の小規模農家の経営安定と生産意欲の向上に大きく貢献している。ただ、高原野菜は当駅の大きな売りになっているだけに、その生産者の顔をもっとアピールしたいところである。

2. 課題

地域農業の維持がそのまま地域集積の維持につながる波野。そのためにも、当駅利用者の満足度向上に根ざした地域高原野菜の販売増及び特産品そばの販路拡大が今後の大きな課題である。

3. 提言

(1) 生産農家からの情報発信を含め、当駅利用者との積極的交流を促進する。

- ① 高原野菜のそれぞれの特徴や美味しい食べ方を手づくりPOPやレシピで紹介する。
- ② 生産農家が交替で店頭に立ち野菜の説明やスタッフと一緒に試食販売も行う。

(2) そばに関しても当駅利用者への積極的営業活動を行う。

- ① まず土日に、物販施設はもちろんレストラン売店において試食サービスを行う。
- ② 土産品としてはもとより、中元・歳暮、贈答品としても店頭試食にて大きくPRする。
- ③ 品質だけでなく食べやすさや美味しさについて、定期的にモニタリングで対応していく。

【NO.3】 道の駅「旭志」

住所（所在地） 熊本県菊池市旭志川辺1886番地

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	農、林、工、商業の拠点基地として地域振興に努める。
当駅の特徴(強み)は何ですか	旭志牛の直販と産直野菜

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (○)平成 6年 4月
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他
	()株式会社 : (○)第三セクター ()完全民営 (○)その他(有限会社)
従業員は何名ですか	管理職社員(7人) 一般社員(2人) パート(20人) その他(1人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(12/31~1/2) 営業時間(物産館9時-18時、食彩館11時-22時)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(20,000 m ²) 建物(建坪 1,160 m ²)
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン ()温泉施設 ()宿泊施設 ()休憩施設 ()体験施設 (○)独立トイレ施設 (○)その他 イベントホール
テナントは入居していますか	()ある (○)ない ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(174)台 大型車(10)台 その他(8)台
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	国道325号沿線にあり、菊池市より南へ約6km、大津町より北へ約7km

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(80 %) レストラン(20 %) 温泉施設() 宿泊施設() その他()
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(336 万人) 17年度(304 万人) 18年度(315 万人)
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(コスモス祭り) 2位(開店記念祭) 3位() ()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	旭志牛のお肉屋さん

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	特に付近には観光資源はない
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	積極的な地産地消の推進(旭志牛、野菜等)

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://www.uproad.ne.jp/fureai/
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 (○)行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

熊本県下でも、道の駅や物産館が集中する地域内にある大型の施設である。近隣にこれといった観光名所はないが、道路は片側 2 車線と広く、国道 325 号の沿線にて交通の要衝に位置する。

(2) 施設

物産館、レストラン、イベントホールその他、多目的公園を有する。全体敷地 20,000 m²、建物 1,160 m²あり、いずれも広さは十分である。

(3) 品揃え

旭志牛の産地直販をメインとし、同じく産直野菜を多種に渡って取り揃えている。それぞれに生産者名を付し、顔の見える品揃えを追求する。また、日配品においても極力地元調達を行っている。

(4) 販売促進（マーケティング）

年に数回熊本市内向け新聞チラシを行っている。また、ポイントカードを発行し、各種イベント毎に DM を発送している。

2. 課題

地元スーパーに加えて、熊本市周辺に大型ショッピングセンターが相次いで開店したため、平成 17 年度まで来客減少傾向であったが、18 年度はやや持ち直した。初夏にはホテルの里として有名であるが、近くに観光名所がないため近隣在住の固定客を増やす必要がある。

3. 提言

(1) ホテルの活用

旭志地区は、初夏、ホテルの里として有名である。これを生かして、この期間はホテルに因んだイベントを行い、広く県内全体にアピールする。店舗内にもホテルマップ等を備える。そうすることで集客を増やすとともに期間限定で営業時間の延長を行う（例 PM 9 : 0 0 頃まで）。

(2) 独自商品開発

当駅は旭志牛をメイン商品としているが、更に知名度を上げながら、それ以外の独自商品開発も行っていくと考える。年配者は、肉から山菜や果物へ関心が移行しがちである。地域の産品とそれを使った加工品の開発が望まれる。

(3) 地域での連携

近隣の道の駅、物産館、温泉センター、観光農園など他の観光的施設との連携を図る。お互いにマップやチラシなどで紹介しあうことで、地域として集客増を図る。

(4) イベントホールや多目的広場の有効活用

イベントホールを、〇〇教室や〇〇研修場など地域の活動の場として常時開放する。多目的広場もグラウンドゴルフやミニ運動会などを主催・開放することで、地域貢献と集客の両方の意味で価値がある。工夫してグループやファミリー層のリピーターを増やすことが大事であるとする。

【NO.5】道の駅「坂本」

住所（所在地） 熊本県八代市坂本町荒瀬1239-1

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	道の駅が地域活性化に貢献し、お客様への自然提案を行う
当駅の特徴(強み)は何ですか	緑や川などの自然環境(落ち着き、癒し)

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (○)平成 7年			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	()株式会社 : (○)第三セクター ()完全民営 ()その他			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(3人)	パート(4人)	その他()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(12/31、1/1他3日)	営業時間(10時-18時、冬場10時-17時30分)		
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(8,291 m ²)	建物(建坪 819 m ²)		
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン ()温泉施設 ()宿泊施設 (○)休憩施設 ()体験施設 (○)独立トイレ施設 (○)その他 研修室、多目的広場			
テナントは入居していますか	()ある (○)ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)		
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(73)台	大型車(6)台	その他(4)台	身体障害者用
交通アクセス	国道3号、八代市内萩原橋から人吉方面へ15~20分			

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(78 %) レストラン(21 %) 温泉施設() % 宿泊施設() % その他(1 %) 広場などの使用手数料			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(6.5 万人) 17年度(6.2 万人) 18年度(5.5 万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(グランドゴルフ)	2位(ふるさと祭り)	3位()	()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	豆腐の味噌漬(昔の保存食)、晩白柚(ばんぺいゆ)ソフトクリーム、刃物、竹炭			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	温泉センター、天文台、バンガロー、ボートハウス等
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	研修室があり、地元の会合や寄合い場所として提供している。また、災害時の避難場所とも位置づけている。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://www.yado.co.jp/kankou/kumamoto/kumanan/mieki_sakamoto/
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 (○)行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

八代インターから人吉方面へ 13km の国道 219 号沿いにある。八代から人吉へは高速道路があるため、来館者は大型トラック等の他、地元住民や目的訪問観光客が多い。

(2) 施設

物産館、レストラン、研修場、多目的広場がある。物産館には全国でも珍しい「魚道モニター」があり、リアルタイムで鮎などの遡上を水中カメラで見ることができる（残念ながら魚道モニターは、近々荒瀬ダムの撤去にともない廃止される予定である）。隣接ではないが、近くに温泉センターや天文台、カヌー・ボートハウスなどを有し、子供たちの体験型施設として充実している。いずれも同じ第 3 セクターの経営である。

(3) 品揃え

加工品はあるが現地での産物が少ないため、八代市内からの搬入が殆どである。あえて産品を挙げれば、昔の保存食である豆腐の味噌漬けや刃物、竹炭などがある。八代の名産である晩柏柚を使った、ばんぺいゆソフトは自慢である。

(4) 販売促進（マーケティング）

時に応じてグラウンドゴルフ大会を開催したり、八代地域物産館連絡協議会のメンバーとして、他の道の駅・物産館と連携してイベントを行っている。

2. 課題

ここ 3 年間続けて、災害による道路通行止めの時期があった。道の駅にとって道路の通行止めによる通行車両の減少は、即来客減少・売上減少につながる。また、いろいろな体験施設が活かされない原因ともなっている。

人員が少なく、特に館長が 3 つの施設の責任者を兼ねているため、1 日のうちでも施設間移動が多い。そのため責任者の力が分散されていると思われる。

3. 提言

(1) 災害時対応

国道は、付近住民の生活路線である。改修を早急にしないと付近住民や通行者は、大きく遠回りをしなければならないなど、不便を強いられる。災害時は自治体の早急な復旧を望みたい。

加えて独自商品である豆腐の味噌漬けなどは、外販やインターネット販売に取り組んでみたらどうか。

(2) 販売方法と PR

来られた買物客のレジ袋に FAX 申込書などを入れておけば、再購買にもつながる。交通量の多くない地区の道の駅は、リピーターを増やさなければならない。

更に、天文台やカヌー・ボートハウスなど他にはないユニークな施設が近くにあるため、県内・県外へもっとその利用を広く PR すれば、より活気のある道の駅になると思われる。

【NO.6】 道の駅「不知火」

住所（所在地） 熊本県宇城市不知火町永尾1910-1

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	<ul style="list-style-type: none"> 社員教育を通して温泉センター利用者にホテル並みの対応を行う お客様に喜ばれる価格で提供する 地元産商品の情報発信を積極的に行い魅力ある館内にする
当駅の特徴(強み)は何ですか	松橋ICから観光地天草へ通じる国道266号沿いに立地する地の利を生かした観光・情報発信基地

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (<input checked="" type="radio"/>)平成 7年10月創業 道の駅は平成8年4月オープン			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(<input checked="" type="radio"/>)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	()株式会社 : (<input checked="" type="radio"/>)第三セクター ()完全民営 (<input checked="" type="radio"/>)その他;有限会社			
従業員は何名ですか	管理職社員(1 人)	一般社員(5 人)	パート(21人)	その他()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(毎月第2・第3月曜日)	営業時間 物産館 :10:00~19:00 温泉センター:10:00~21:00 レストラン:11:00~19:00
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (19,263 m ²) 建物(建坪 2,273 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	(<input checked="" type="radio"/>)物販施設 (<input checked="" type="radio"/>)レストラン (<input checked="" type="radio"/>)温泉施設 ()宿泊施設 (<input checked="" type="radio"/>)休憩施設 ()体験施設 (<input checked="" type="radio"/>)独立トイレ施設 ()その他	
テナントは入居していますか	(<input checked="" type="radio"/>)ある ()ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) 焼そば、ソフトクリーム、ちくわ、まんじゅうの販売
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (152)台 大型車 (2)台 身体障害者用 (4)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	九州自動車道松橋ICより国道266号を天草方面に車で約15分。また、熊本市からは、国道3号及び国道266号を天草方面に車で約40分。	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販 (35 %) レストラン (30 %) 温泉施設 (35 %) 宿泊施設 ()% その他 ()%			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(37 万人) 17年度(34 万人) 18年度(35 万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位 (農産物の生産者直売/ 毎月第3日曜日)	2位 (周年イベント/4月)	3位()	()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	デコポン、デコポンゼリー、果汁100%デコポンワイン、デコポン缶ジュース			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	<ul style="list-style-type: none"> 松合地区の土蔵白壁群(当駅建物施設のデザインのモチーフにもなっている) 夜の不知火海に怪しくゆらめく神秘の火「不知火」(毎年八朔:旧暦8月1日に見られる自然現象)
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	<ul style="list-style-type: none"> 地元生産者と消費者との交流の場であり、また、生産者の経営安定にも寄与している。 開業前の当地域は天草への通過点だったが、開業後は立ち寄る目的地となっている。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://www.shiranuhi-spa.co.jp
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 (<input checked="" type="radio"/>)行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

目の前に広がる不知火海、後方には宇土半島の山々が連なるという風光明媚な場所で、熊本の観光地天草に通じる幹線道路の一つである国道 266 号沿いに立地している。

(2) 施設

駐車場は広くトイレもきれいである。また、旬の農産物や海産物等を揃えた物販施設と地域の中高齢者に人気の温泉センターやレストランは中廊下でつながり、雨の日も安心して利用できる。

(3) 品揃え

新鮮な旬の野菜と果物、漁協直送の不知火海の魚介類を中心に、特産品デコポンを加工したゼリーや缶ジュース類、商工会を通じた地元産の調味料、菓子類、小物類等々が揃っている。また、健康志向のお茶、ドレッシングが豊富に並んでいることも魅力の一つである。その他、知的障害者授産施設の手づくり商品コーナーも設けてある。

(4) 販売促進

地元農産物に関しては、生産者コーナーや特産品コーナーを設けてお客に分りやすく表示してある。ただ、一部 POP 等表示はあるが全般的に商品の魅力を伝える情報発信は少ない。

(5) その他

物販施設、温泉センターともにスタッフの接客態度は良好で、特に温泉センターは、ホテル並みの対応という理念の下、笑顔の接客が嬉しい。ただ、地元農産物を提供する出荷組合員の意識は、毎日売場に数回来る組合員からほとんど顔を出さない組合員まで格差も大きいようである。

2. 課題

周辺物産館との競合、今後の周辺地域内における道の駅建設等によりさらなる競争激化が予想される。また、近年の燃料代高騰による温泉センターの採算が懸念される中、物販に関する魅力向上への取り組みが求められている。

3. 提言

(1) 当駅ならではの差別化した品揃えを行いコーナーの充実を図る。

- ① 現在、健康に留意した商品が比較的多く揃っているので、中高年を主力として健康に良いお茶、調味料、ドレッシング、海草サラダ等をさらに充実させる。
- ② 農産物に関しても、有機、減農薬等安全性を意識した品揃えを充実させる。
- ③ 「体に良い」をキーワードに農産物、加工品、海産物を一括りにしたコーナーを設ける。
- ④ 農産物に関しては、生産農家が旬の野菜のそれぞれの特徴や美味しい食べ方を紹介する。

(2) 当駅利用者と農産物生産者や福祉施設との交流を促進する

- ① 利用者、生産者、福祉施設関係者を審査員に、地元食材を使った料理コンテストを開催する。
- ② 高評価の料理は、レストランの新メニューに加える。

【NO.7】道の駅「有明」

住所(所在地) 熊本県天草市有明町上津浦1955

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	天草の地域活性化の拠点、及び情報発信基地とし、また、温泉センターは交流促進、高齢者福祉の充実という二つの大きな目的を持ち、広域連携の視点に立った産業振興、健康づくりなど、広域活性化を図りたい。
当駅の特徴(強み)は何ですか	天草で唯一の道の駅であること、有明海を見下ろす高台にあり、遠く島原半島が一望でき景観が素晴らしい。天草全体の商品が揃っていること。

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="checkbox"/> 昭和 <input type="checkbox"/> 平成 7年 4月			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input type="checkbox"/> 指定管理者 <input type="checkbox"/> 自治体直営 <input type="checkbox"/> その他			
	<input type="checkbox"/> 株式会社 : <input type="checkbox"/> 第三セクター <input type="checkbox"/> 完全民営 <input type="checkbox"/> その他			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(6人)	パート(32人)	その他 ()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日 (12月31日 温泉のみ毎月第2水曜日)	営業時間 物産館 8:30 ~ 18:30(4月~10月) 8:30 ~ 18:00(11月~3月) 温泉 10:00 ~ 21:00	
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (38,000 m ²) 建物(建坪 物産館 680m ² 温泉 1,448m ²)		
施設にはどのようなものがありますか	<input type="checkbox"/> 物販施設 <input type="checkbox"/> レストラン <input type="checkbox"/> 温泉施設 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input type="checkbox"/> 休憩施設 <input type="checkbox"/> 体験施設 <input type="checkbox"/> 独立トイレ施設 <input type="checkbox"/> その他		
テナントは入居していますか	<input type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)	
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (195)台 大型車 (5)台 その他 (4)台		
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単に書きます)	九州自動車道 松橋ICから国道266号 ~ 324号を本渡方面へ約90分		

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(50 %) レストラン(30 %) 温泉施設(20 %) 宿泊施設 ()% その他()%			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(12 万人) 17年度(14 万人) 18年度(14 万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(さざ波フェスタ)	2位(すいとと祭)	3位(ドッジボール大会)	<input type="checkbox"/> 特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	タコ関連商品(たこすていき、たこめしgoo、たこみそ その他)			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	サンタマリア館、南蛮寺
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	温泉センター利用及び公的施設の利用に際し、定期バス路線が不便な地域に在住する町民を送迎するため定期バスを運行しており、特に高齢者や障害者の交通の手段として、月曜~金曜まで町内を2往復している。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://w.w.rippleland.com
	更新頻度 <input type="checkbox"/> 毎日 <input type="checkbox"/> 毎週 <input type="checkbox"/> 毎月 <input type="checkbox"/> 行事があったときなど <input type="checkbox"/> その他

1. 現状

(1) 立地

熊本市から宇土市、宇土半島から天草五橋を渡り松島へ行く。松島から上島を走る国道 324 号線の本渡市への途上に位置している。島原湾を臨み、島原半島、普賢岳をまじかに望むことができる。平成 19 年 10 月に松島有料道路が延長されて、当駅の横に有料道路の入口/出口が設置された。入口/出口は当駅のすぐ横ではあるが、この有料道路が松島一本渡間において当駅をバイパスしてゆく形になっており、今後の来客数の変化が危惧される。

(2) 施設

海に沿った道路から一段上がったところに物産館・レストランがあり、更に上がったところには温泉施設・レストランが配置されている。物産館から歩道橋で道路を渡ると海水浴場へ行くことができる。設立時に地元の旅館組合を圧迫しないように宿泊施設は設置していない。

(3) 商品

物品販売を拡大したいが、売場面積が建物の構造上拡大できない。また、指定管理者制度を適用しているので、建物を改築することもできる状況にはない。

2. 課題

松島有料道路の延長をチャンスと捉えて、来客数の増加につなげる。また、夏は海水浴客で来客数は多いものの、冬場の来客数をどうやって増やすのかが課題である。また、施設が物産館のある下と温泉のある上と別れているので、従業員の交流が少なく部門間の協力が少ないなどの問題がある。

3. 提言

(1) 冬場対策

松島有料道路の開通で熊本市や福岡県からも若干ではあるが近くなったことから、県外の旅行社への PR や新聞広告を出したり、あるいは観光バスの休憩場所として活用を促す。

また、タコをテーマとした料理を更に充実させて、冬場の来場者の少ない時期には昼食や夕食でのリピーターの確保を図る。また、当駅の割引入浴券で地域の旅館組合に宿泊されたお客様にも大浴場を満喫してもらうなど地域と一体となった対策を立てる。

(2) 従業員の一体的な活動

社内での風通しをよくするために人事異動を行い、上の施設と下の施設がお互いに業務の内容を理解しあって協力関係を築くようにする。

(3) 松島有料道路のバイパス対策

当道の駅の「案内板」を有料道路を降りるところと国道に設置してあるが、当駅の特徴を表していないように思える。今後は案内板の設計のときに、道の駅からの要望等を取り入れる仕組みとしたい。筆者の自宅近くの物販施設の饅頭は、「おいしくて、また食べてみたくなり、実際にまた購入している」が、そんな特産品を当道の駅で作りだすことができないか検討する。バイパスに関わらず来店してもらえるはずである。

【NO.9】道の駅「七城メロンドーム」

住所(所在地) 熊本県菊池市七城町岡田306

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	地域全体の住民意識と協力体制 (300名の出荷協議会、野菜などの物販目的で開設)
当駅の特徴(強み)は何ですか	ゆっくりくつろげること

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="checkbox"/> 昭和 <input checked="" type="checkbox"/> 平成7年4月 第3セクター((有)七城町特産センター、物販の施設で開始)			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input checked="" type="checkbox"/> 指定管理者 <input type="checkbox"/> 自治体直営 <input type="checkbox"/> その他			
	<input type="checkbox"/> 株式会社 : <input checked="" type="checkbox"/> 第三セクター <input type="checkbox"/> 完全民営 <input type="checkbox"/> その他(有限会社)			
従業員は何名ですか	管理職社員(3人)	一般社員(4人)	パート(30人)	その他(3人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日 (1月1～3日年1回2泊3日社員研修日)	営業時間(9:00～18:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(18,000㎡) 建物(建坪3,249㎡)	
施設にはどのようなものがありますか	<input checked="" type="checkbox"/> 物販施設 <input checked="" type="checkbox"/> レストラン <input type="checkbox"/> 温泉施設 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input checked="" type="checkbox"/> 休憩施設 <input type="checkbox"/> 体験施設 <input checked="" type="checkbox"/> 独立トイレ施設 <input type="checkbox"/> その他	
テナントは入居していますか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) ・豆腐、肉、パン、ケーキ、アイス、魚の6店舗
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(236)台 大型車(7)台 その他(5)台	
交通アクセス(主要道路からアクセスなど簡単に書きます)	国道3号を山鹿市より国道325号で菊池へ約10kmほど行った右手、メロンの形と色の屋根が目印	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(82%) レストラン(8%) 温泉施設(%) 宿泊施設(%) その他(10%)			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(140万人) 17年度(150万人) 18年度(140万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(11月秋の収穫祭)	2位(1～3月奄美大島物産展(菊池市交流))	3位()	()特に行事なし
当駅的主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	メロン、野菜、米			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	菊池水源への案内、阿蘇への案内など通過地点
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	農家の活性化

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス : http://www.melondome.co.jp/ 更新頻度 <input type="checkbox"/> 毎日 <input type="checkbox"/> 毎週 <input type="checkbox"/> 毎月 <input checked="" type="checkbox"/> 行事があったときなど <input type="checkbox"/> その他
---------------------------------------	---

1. 現状

(1) 立地

国道 3 号山鹿市より国道 325 号で菊池へ向う途中に位置する。当駅は福岡県地域より菊池溪谷や阿蘇五岳観光の交通の要衝であり、大津町地域をはじめとするホンダ技研を中心とした工業団地への産業道路にもなって交通量が多い。観光地への行き帰りにトイレ休憩も兼ねて来訪者が多い。また、地元の人達も野菜などを求めて来訪が多い。年間来客数約 140 万人（レジ通過客数）はおそらく熊本県でも一番多いレベルと考えられる。

(2) 施設

農産物や農産物等の加工品の販売施設とレストランを持つ。販売面積も広く、6 件の店がテナントとして入っている。毎月 1 回駅周辺の清掃を職員全員で実施、その後全体朝礼、社員会議、パートタイマー会議などを通じて駅長の考え方を伝えて職員の意識改善を図っている。

(3) 商品

販売している農産物の一部は栽培履歴がわかるようにして、安全安心を前面に打ち出している。当駅の名前どおりに特産品はメロン、あるいは当地で収穫する七城米、野菜や果物である。

(4) 販売促進

安全安心の食物、品質のよい食物を提供することが販売促進になるという考え方である。

2. 課題

農産物生産農家の後継者の育成が大きな課題である。現在生産する農家は高齢化しており、あと 10 年もすれば殆んど生産農家は後継者がいないために、農産物の供給が困難な状態に陥ることが懸念されている。消費者側に需要があったとしても、供給側の生産農家が生産できないのであれば当駅の経営も立ち行かなくなってしまう。また、多数のパートタイマーの中で頑張る人とそうでない人との一律的な待遇にも問題があると思われる。

3. 提言

(1) 後継者育成

当駅では農業者の会を結成している「若手メロン会」の運営費用の一部を補助して後継者の育成を応援している。今後は、UターンやIターンの団塊世代の退職者の農業での受け入れや育成指導を行うこと、耕作放棄地での耕作再開のための援助などが必要と思われる。但し、一企業がすることには限りがあるので、菊池市の農業振興や産業振興の担当部、JA などとの連携なども視野に入れて対策を考える必要がある。

(2) パートタイマーの処遇

多数のパートタイマーを雇用しているので、リーダーシップのとれる人にはパートタイマーのリーダーとしての責任を与えて処遇を行う。正社員への転換制度も創設することも重要と思われる。

【NO.10】道の駅「泗水」

住所(所在地) 熊本県菊池市泗水町豊水3393

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	恵まれた自然環境と優れた観光資源を活用し、施設の運営管理を通じて、心豊かなふるさとづくりを実現し、地域になくてはならない企業になる。
当駅の特徴(強み)は何ですか	第3セクターという信用、即ち営利目的ではない、生産者への支払いは行政がするという信用

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="checkbox"/> 昭和 <input checked="" type="checkbox"/> 平成 13年 11月(道の駅オープン) 平成4年8月 会社創立			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input checked="" type="checkbox"/> 指定管理者 <input type="checkbox"/> 自治体直営 <input type="checkbox"/> その他			
	<input type="checkbox"/> 株式会社 : <input checked="" type="checkbox"/> 第三セクター <input type="checkbox"/> 完全民営 <input type="checkbox"/> その他(有限会社)			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(3人)	パート(16人)	その他(アルバイト5人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(年末・年始のみ)	営業時間(9:00~18:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(21,080 m ²) 建物(建坪 641 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	<input checked="" type="checkbox"/> 物販施設(養生市場) <input checked="" type="checkbox"/> レストラン <input type="checkbox"/> 温泉施設 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input checked="" type="checkbox"/> 休憩施設 <input type="checkbox"/> 体験施設 <input checked="" type="checkbox"/> 独立トイレ施設 <input checked="" type="checkbox"/> その他(加工施設(弁当製造)、駅事務所、孔子公園)	
テナントは入居していますか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) 食堂2社 弁当加工会社3社(テナント料徴収)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(109)台 大型車(10)台 その他(身障者用3)台	
交通アクセス(主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	<ul style="list-style-type: none"> 熊本市内から国道381号を利用して菊池方面へ30分 九州自動車道「熊本IC」から国道57号(東バイパス、県道316号)を利用して30分 九州自動車道「植木IC」から県道199号、県道329号を利用して20分 	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(98%) レストラン(2%) 温泉施設(%)	宿泊施設(%) その他(%)	
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(35万人)	17年度(38万人)	18年度(40万人)
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位 毎月1回、グランドゴルフ大会、年間2,000名以上参加	2位 周年祭(11月18日の創業祭)	3位 孔子祭(今年は11月4日) ()特に行事なし(予定)
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	<ul style="list-style-type: none"> エコファーマー142会員が育てた安全安心の新鮮野菜 九州一の販売個数を誇る手作りの「道の駅弁」 		

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	<ul style="list-style-type: none"> 永観光栗園 →9月に栗拾い体験実施(3回)ぶどう狩り 養生農園 →農業体験 松島地区 →古代米田植え、稲刈収穫
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	<ul style="list-style-type: none"> 農業振興による生産者の所得向上(農産物等の販売) 泗水町設置の町づくり委員会を通じて、春(桜祭り)夏(夏祭り)秋(孔子祭)の町イベントへの協賛及びイベント参加

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス www.shisui-youjyou.com
	更新頻度 <input type="checkbox"/> 毎日 <input checked="" type="checkbox"/> 毎週 <input type="checkbox"/> 毎月 <input checked="" type="checkbox"/> 行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

道の駅泗水は、熊本市と熊本県の北部に位置する菊池市の中間に位置し、菊池渓谷へ向う行楽客も多く賑やかである。特に、春の新緑の季節や暑い夏に涼を求めて、あるいは紅葉の時期に熊本市内から菊池渓谷へ向かう観光客が多い。また、菊池市と熊本市との間を業務等で行き来するドライバーの休憩所にもなっている。

(2) 施設

施設は養生市場と命名された物産館と、その内部の食堂、トイレ、奥に孔子公園（運動場と博物館）を擁する。収益源は98%農産物、農産加工物、お弁当などの物産販売である。

(3) 商品

当駅で販売されるお弁当の販売数は九州一を誇る。弁当のコンテストなど地道な活動がそれを支えている。また農産物の安全安心のためエコファーマー制度を適用している。

(4) 販売促進

孔子公園に隣接する運動場で行う当駅主催の毎月のグランドゴルフ大会には、年間2,000名以上が参加し物産館の売上にも貢献している。駅長は、賑やかな道の駅、人の集まる道の駅、子どもが思い出を作ること応援する道の駅を目指している。

2. 課題

農業ビジネスを、農産物の生産、加工、流通、販売はもとより、農産物を活用した観光、体験交流の中で展開し、また、地域で行われる色々な活動を応援して地域活動の拠点になる。

3. 提言

(1) 会社の内部の整備～経営体質の改善と強化

会社の外部環境が追い風の中で一貫した農業ビジネスを実現するために、今なすべきは内部組織の整備と考えられる。一朝一夕にはできない会社の体質強化に着手する。例えば、

- ・ 経営者層の方針は従業員全部に伝わる仕組みになっているのか。
- ・ 部門長は部門長が行うべき業務を行っているのか、部門長の給与に見合う仕事か。
- ・ 社内会議の数や構成メンバーや開催頻度は適正か、部門間の連携はうまくいっているのか。
- ・ 売上計画、実績把握、差異分析や対策は部門ごとに、部門全員の発意で行っているのか。
- ・ 社風は自由に話し合える雰囲気か。

などの内部の体制を固めることが、結果的に会社の力を強くして課題の達成につながる。

(2) 地域に密着した活動

地域の婦人会、老人会、子ども会などを招いて座談会・懇談会を町の支所とともに立上げて地域の意見要望を聞く場を設けたり、活動の場の提供を行って地域になくてはならない道の駅になることを目指す。これが次回の指定管理者をとる最大の戦略と思われる。

【NO.11】道の駅「きくすい」

住所(所在地) 熊本県玉名郡和水町江田455

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	お客様本位のサービスを提供し、社業をもって地域の発展に貢献すること。
当駅の特徴(強み)は何ですか	野菜果物が豊富、温泉があり、高速道路インターが近い(菊水インターチェンジ)

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (○)平成8年 5月 町営でスタート、平成9年第3セクター(株)きくすいロマン館が引き継ぎ、平成18年4月より指定管理者制度で運営			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	(○)株式会社 : (○)第三セクター ()完全民営 ()その他			
従業員は何名ですか	管理職社員(6人)	一般社員(1人)	パート(14人)	その他()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(年末・年始のみ)	営業時間(9:00 ~ 21:30)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (5,037 m ²) 建物(建坪 2,083 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン (○)温泉施設 ()宿泊施設 (○)休憩施設 (○)体験施設(カヌー) (○)独立トイレ施設 ()その他	
テナントは入居していますか	(○)ある ()ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) 館内のレストラン、饅頭実演販売 館外に3件(パン、精肉、惣菜)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (110)台 大型車 (10)台 その他 (4)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単に書きます)	九州自動車道 菊水ICから玉名方面へ2km	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(88 %) レストラン() 温泉施設(8 %) 宿泊施設() その他(4 %)			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(37 万人) 17年度(26 万人) 18年度(28 万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(もちつき:10月から2月まで毎月2回)	2位(感謝祭)	3位()	()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	手作り豆腐、醤油漬け、パン、野菜・果物			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	肥後民家村(隣接の町営体験宿泊施設)を宿泊施設として活用
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	地域生産者の収入向上、地産地消のため給食センター等への野菜提供

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://w.w.w.kikusuiromankan.com/canoe.html 更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 (○)行事があったときなど ()その他
---------------------------------------	---

1. 現状

(1) 立地

九州自動車道の菊水 IC より玉名方面へ 2km のところに位置し、長距離トラック運転手にとって入浴のできる途中休憩所（サービスエリア）としても活用されている。また、菊池川でカヌーを楽しむことができる。

(2) 施設

農産物等の販売施設、レストラン、温泉施設、カヌーの体験施設を有する。隣接する町営の体験宿泊施設「肥後民家村」と連携して宿泊とカヌー体験（1人乗りカヌー20台、2人乗り5台など）を地元小学校や地域外の学校等に提供している。

(3) 商品

地元の農産品を中心に安全安心の新鮮野菜、特産の菊水とうふなどの委託販売、店内での饅頭の実演販売も実施している。

(4) 販売促進

店頭での物品販売だけでなく、外部のマーケット（福岡、佐賀、熊本）に出向いての外販にも力を入れている。農家から農産物や加工品の委託を受けたのだから、売り切ることを使命と考え、「販売が活発でない外販地点から、販売が好調なところへの商品の移送」など委託された商品の完売を図るために地道な努力を行っている。

2. 課題

温泉施設は一方では集客の機能を果たしている。温泉があることでレストランが賑わい、宴会の予約も取れる。同時に物産館では商品を購入して頂く。しかし、最近の原油の高騰（2～3年前より単価が2倍以上上昇）で経営が苦しい。そうかと言って、温泉の集客機能を考えると温泉をやめるわけにもいかないジレンマが続く。このジレンマ解消のためにも更に売上を上げる必要がある。

3. 提言

(1) 売上の向上

道の駅に来る人が少なければこちらから出て行く外販を更に進めて、インターネットでの販売、東京・大阪のレストランへの特産品の提供、あるいは当駅の昼食後の時間を活用してのレストラン厨房から高齢者世帯向けの弁当宅配などを検討する。

(2) 経費節減

重油高騰に代表されるような一企業の力ではどうしようもない外部環境の脅威をできるだけ排除するために、太陽熱温水器（ソーラーヒーティング）の設置を提言したい。リースか設備投資か、あるいはその投資の回収期間などを専門家を交えて比較検討を行う。新たな設備投資は控えているとのことであったが、控える以上にメリットがあるのかどうかを長期的視点で検証してみる。

【NO.12】道の駅「清和文楽邑」

住所(所在地) 熊本県上益城郡山都町大平152

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	山都町清和地区に伝承されている「清和文楽」を中心とした地域づくり
当駅の特徴(強み)は何ですか	清和文楽、郷土料理等の農村文化

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (○)平成 4年 10月 道の駅:平成12年8月			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	()株式会社 : (○)第三セクター ()完全民営 (○)その他(財団法人)			
従業員は何名ですか	管理職社員(2人)	一般社員(3人)	パート(10人)	その他()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(火曜日)	営業時間(9:00～17:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(30,023 m ²) 建物(建坪 2,084 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン ()温泉施設 ()宿泊施設 ()休憩施設 ()体験施設 (○)独立トイレ施設 (○)文楽館、農産物加工場	
テナントは入居していますか	()ある (○)ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(80)台 大型車(5)台 その他(3)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単に お書きください)	九州自動車道 御船ICから国道445号 50分 松橋ICから国道218号 60分	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(45%) レストラン(20%) 温泉施設()% 宿泊施設()% 文楽館(10%) 天文台(15%) その他(10%)			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(約10万人) 17年度(約10万人) 18年度(約10万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(薪文楽)	2位(ゴールデンフェスタ)	3位(宴文楽)	()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	江戸時代から伝承された熊本県唯一の清和文楽 地元の郷土料理及び農産加工品・新鮮野菜			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	矢部地区の通潤橋、宮崎県高千穂 国道218号沿線での観光ルートづくり
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	清和地区のランドマーク的存在、清和文楽や郷土料理など農村文化の発信

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス	www://town.kumamotoyamato.ig.jp(山都町のホームページ) www://rakuten.co.jp/tomatemarche/(ネットショップ)		
	更新頻度	()毎日 ()毎週 ()毎月 ()行事があったときなど (○)その他		

1. 現状

(1) 立地

当駅は、九州自動車道松橋インターから宮崎県高千穂へ通じる国道 218 号沿いの九州のほぼ中央の山間地に位置する熊本県山都町の清和地区にある。

(2) 施設

地元で取れた高原野菜類を販売する物産館、郷土料理のレストラン（郷土料理館）、そして隣接して栗などの加工を行う農産物の加工場がある。また九州で唯一の文楽専用劇場である清和文楽館を併設している。文楽館、物産館（くまもとアートポリス推進賞受賞）、郷土料理館、そして独立トイレの各建物は、くまもとアートポリス参加作品として建築されたものでデザイン性に優れた建物である。

(3) 商品

清和高原トマト、清和高原野菜、清和高原栗渋皮煮など清和高原をネーミングにした商品を販売している。その他トマトジュースや農産物加工品（しいたけなど）の販売にも力を入れている。また、歳時記商品としてお正月のおせち料理パックを販売している。おせち料理は、毎年 1000 件を上回る注文があり、そのリピート率は 6 割に達する人気商品である。

(4) 販売促進

知名度の高い清和文楽を積極的に活用した販売活動を行なっている。トマトなどの野菜類は、文楽公演の人脈がきっかけで開拓された東京のレストラン（約 25 先）へ直接販売を行っている。また、楽天市場でネットショップを開設しており、他の道の駅にはない独自性を打ち出している。

2. 課題

都市近郊の道の駅とは違い生鮮野菜類の店頭販売のウエイトが少ない。

近年、高千穂から阿蘇郡高森町へ通じるバイパスが完成して、熊本市等への交通はその道路を利用するようになり国道 218 号の交通量が減少しており、売上高が若干ではあるが減少傾向にある。

3. 提言

(1) 清和高原野菜の P R

清和高原野菜のおいしさや料理方法（レシピ）を記載したパンフレット作成し利用者に配布する。このレシピを使った料理のレストランで提供する。清和高原野菜のポスター（レシピなどを記載したもの）や東京のレストランが使用していることアピールするポスターを掲示する。

(2) 福岡地区の市場開拓

東京のレストランへの出荷効果を最大限に生かして、清和高原野菜の高級感・高品質感を醸成し、福岡地区のレストランへの直販ルートの開拓を行う。

(3) 周辺の道の駅との連携

道の駅「通潤橋」や宮崎県の道の駅「高千穂」と連携し国道 218 号沿線上の観光資源、各駅の特徴や特産品などを記載したルートマップを作成する。観光シーズンには共同イベントを実施する。

【NO.13】道の駅「通潤橋」

住所(所在地) 熊本県上益城郡山都町下市184-1

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	地元産業の育成と活性化、地元産品の販路拡大
当駅の特徴(強み)は何ですか	国指定重要文化財の通潤橋があること

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="checkbox"/> 昭和 <input checked="" type="checkbox"/> 平成 12年8月 (物産館の開業は、平成5年)			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input checked="" type="checkbox"/> 指定管理者 <input type="checkbox"/> 自治体直営 <input type="checkbox"/> その他			
	<input type="checkbox"/> 株式会社 : <input checked="" type="checkbox"/> 第三セクター <input type="checkbox"/> 完全民営 <input type="checkbox"/> その他(有限会社)			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(0人)	パート(2人)	その他(8人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(年末年始)	営業時間(9:00 ~ 17:30)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (900 m ²) 建物(建坪 300 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	<input checked="" type="checkbox"/> 物販施設 <input checked="" type="checkbox"/> レストラン <input type="checkbox"/> 温泉施設 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input checked="" type="checkbox"/> 休憩施設 <input type="checkbox"/> 体験施設 <input checked="" type="checkbox"/> 独立トイレ施設 <input type="checkbox"/> その他	
テナントは入居していますか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) テナントではないが、アイスクリームやお土産などの物販業者の物産館入り口で販売を認めている。(出店料を受け入れている。)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (100)台 大型車 (8)台 その他 (2)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	九州自動車道:御船ICから国道445号 45分 高千穂から国道218号 50分 " 松橋ICから国道218号 50分	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販 (80 %) レストラン (20 %) 温泉施設 (%) 宿泊施設 (%) その他 (%)			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(20万人) 17年度(15万人) 18年度(20万人) レジ通過人数7~7.5万人			
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(新茶まつり)	2位(有機農業祭)	3位()	()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	お茶(矢部茶)、ゆず加工品(ゆず胡椒など)、漬物、蘇陽町との合併により同町の特産品のブルーベリーやジャムを置けるようになった。			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	通潤橋、五老ヶ滝、道の駅清和文楽邑など
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	地域生産者・加工者の販売促進

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス 山都町ホームページ(http://www.town.kumamoto-yamato.lg.jp)
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 ()行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

当駅は、九州自動車道御船インターから約 40 分の国道 218 号沿いにあり、熊本県のほぼ中央に位置する山都町にある。道の駅の正面には、日本最大の石造りのアーチ式水路橋で国指定の重要文化財である通潤橋がある。この通潤橋には、年間約 20 万人の観光客が訪れている。

(2) 施設

施設は、物産館のほか通潤橋資料館、山都町民族資料館、地元の食材を使ったレストランがある。また、少し離れた通潤橋の見渡せる高台に同第三セクターが運営する国民宿舎「通潤山荘」がある。

(3) 商品

物産館では、全国的にも銘茶として有名な矢部茶、そして高原野菜類やゆず胡椒・ゆず蜜などのゆず加工品、しいたけ・豆腐味噌漬などの農産物加工品を販売している。また、200 年以上の古い歴史を誇る地元醸造元が製造している清酒等を販売している。

(4) 販売促進

通潤橋への観光客は、当道の駅の駐車場を利用して見学に向かっている。そしてこの観光客の大半が物産館を訪れている。この観光客に対して、観光シーズンなどに新茶まつりや有機農業祭などのイベントによる販売促進に力を入れている。

2. 課題

物産館前の駐車場が手狭である。物産館の裏手上段にも駐車場はあるが、少し距離があるため利用者が少ない。物産館の売上高は、オープン当初は順調に伸びていたが、近年は伸び悩んでいる。

物産館は、建築後 14 年を経過しているが、建物の大幅な改修や物産館内部のレイアウト変更を行っていないため、設備等の老朽化とともに商品陳列スペースに柔軟性がなくなっている。

3. 提言

(1) にぎわいの演出と販売促進

駐車スペースが手狭ということは反面、物産館前の「にぎわい」の演出という効果もある。このにぎわいを活用し顧客心理に訴える販売戦略を取る。月ごと、またシーズンごとの重点販売商品を決め、試飲・試食コーナーを設けて観光客が見て味わって買い物ができる場を作る。

(2) 地元民芸品の商品価値向上

地元の人々の製作した民芸品等は、製作した人の顔が見える展示を行なう。製作者本人の製作風景の写真やプロフィールなどを掲示して商品価値の向上を図る。顧客の価値観や商品に対する「こだわり」に目を向けたアプローチを行なう。

(3) 店内レイアウトの定期的な変更

通潤橋を訪れる観光客にはリピーターも多い。この観光客に、訪れるたびに物産館が新鮮な印象を与えるよう店内のレイアウト(商品構成・陳列方法・陳列場所など)を一定サイクルで変更する。

【NO.14】 道の駅「竜北」

住所（所在地） 熊本県八代郡氷川町大野875-3

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	地元産の農産物(野菜・果物)を提供する。
当駅の特徴(強み)は何ですか	農産物の新鮮さと豊富な品種、オリジナル商品。

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (○)平成 14年 8月			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	()株式会社 : (○)第三セクター ()完全民営 (○)その他(有限会社)			
従業員は何名ですか	管理職社員(2人)	一般社員(2人)	パート(23人)	その他(1人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(毎月第2水曜日)	営業時間(10:00-18:00、レ 11:00-18:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(8,076 m ²)	建物(建坪 980 m ²)
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン ()温泉施設 ()宿泊施設 (○)休憩施設 ()体験施設 (○)独立トイレ施設 (○)その他 研修室	
テナントは入居していますか	()ある (○)ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(67)台 大型車(14)台 その他(4)台 身体障害者用	
交通アクセス	九州自動車道 松橋IC及び八代ICから国道3号線を車で20分程度	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(86%) レストラン(14%) 温泉施設() 宿泊施設() その他()
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(42万人) 17年度(41万人) 18年度(45万人)
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(もち米の学校) 2位(梨収穫体験) 3位(毎周年セール) ()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	梨、晩白柚(ばんぺいゆ)、イチゴなどの果物、野菜、加工品

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	立神峡、野津古墳群
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	八代地域物産館連絡協議会の活動として、坂本・泉・東陽・当駅の4物産館が連携して、地域生産出荷の活動に取り組んでいる。当駅がその事務局を兼ねている。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://www.michinoeki-ryuhoku.com
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 (○)毎月 (○)行事があったときなど ()その他

1. 現状

(1) 立地

八代インター及び松橋インターから国道 3 号線を 20 分ほど進む。近くには立神峡や野津古墳群があり、現在国道を挟んだ反対側に古墳公園を建設する計画がある。

(2) 施設

物産館、レストラン、研修室がある。全体のスペースが狭いため、広場などはない。

(3) 品揃え

地元で栽培した新鮮な果物、野菜を中心とした品揃えを誇る。以前は箱入り菓子類もかなり扱っていたが、地元産に特化するため極端にアイテム数を絞っている。地元産品を使ったオリジナル加工品も開発中である。

(4) 販売促進（マーケティング）

ポイントカードや体験型クラブを導入しており、DM の対象となっている。併せて八代地域物産館連絡協議会の事務局として、熊本市内や将来的には福岡市内への出荷を目指す。

2. 課題

駐車場が狭いのが課題である。特に日曜・祭日の昼食時間帯付近は空きスペース待ちの車が多い。

また、農産物の中には品切れ後補充されないものもあり、販売の機会損失が起こるものもある。

3. 提言

(1) 駐車場の増設と右折車への案内強化

駐車場がお昼の時間帯を中心に満車となることもあるため、近くの農地を借りて駐車場を拡大するなどハード面の充実が望まれる。最低あと 50～60 台分は確保しておきたい。

また、右折で入園する来客への案内看板はあるものの、もっと前後数ヶ所に分かりやすい形で表示すれば、入口が分からず通り過ぎてしまうことも防げるのではないだろうか。

(2) 新館の活用

新館は、特産商品の陳列場としては広さがあまりなく、来館客の滞在時間は短いように感じられた。この建物は、商品販売よりも実演販売施設と位置づけて、それを周囲から見せることでサービス向上と来館客の関心を引くことを求めた方が、道の駅全体としての魅力は増すのではないかと思う。

(3) 品切れ防止と品揃えの充実

野菜の品切れによる販売機会損失を減らすため、土・日・祝祭日など曜日によっては 1 日数回の商品補充ができるよう生産者に協力を呼びかけることも CS 効果を上げることになるだろう。また、同じ種類の農産物が多すぎるように感じたため、もう少し農産物等のバラエティを増やして顧客選択の幅を広げることも検討して頂けたらどうかと考える。

【NO.15】道の駅「錦」

住所(所在地) 熊本県球磨郡錦町一武1544番地の1

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	農産物等直販所を有効に活用し、生産者と消費者との交流あるいは共生を図り、農家の所得向上及び地域の活性化に寄与する
当駅の特徴(強み)は何ですか	「剣豪とフルーツの里」にふさわしく、一年を通じて地元の新鮮な果物を提供することができる。

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	()昭和 (○)平成 15年1月			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	(○)指定管理者 ()自治体直営 ()その他			
	()株式会社 : ()第三セクター ()完全民営 (○)その他			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(人)	パート(4人)	その他(人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(第3水曜日、年始1~3日)	営業時間(9:00 ~ 18:00)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (9,031 m ²) 建物(建坪 460.1 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	(○)物販施設 (○)レストラン ()温泉施設 ()宿泊施設 (○)休憩施設 ()体験施設 (○)独立トイレ施設 ()その他	
テナントは入居していますか	()ある (○)ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (77)台 大型車 (8)台 その他 (4)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	人吉市内から国道219号を湯前方面へ20分	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販 (80 %) レストラン (20 %) 温泉施設 (%) 宿泊施設 (%) その他 (%)
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(9.2 万人) 17年度(8.8 万人) 18年度(8.8 万人)
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(第3日曜のイベント) 2位(周年記念イベント) 3位(錦町音楽祭) ()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	季節の応じた果物(梨、桃、イチゴ、ブドウなど)

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	隣接している錦くらんど公園で行われる錦音楽祭に協賛し物産館もイベントを行う。町が主催する「ふるさと祭り」と協賛し農産物販売のイベントを行う。
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	農産物直売所では、特産の果物類のほか、「陶祥窯」の陶芸品、地元鉄工所(鍛冶屋)の刃物、木工品のきじ馬などの錦町ブランドの商品の展示販売を行うことで地域のPRを行っている。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://nisiki-machi.com (錦町のホームページ)
	更新頻度 ()毎日 ()毎週 ()毎月 ()行事があったときなど (○)その他

1. 現状

(1) 立地

当駅は、九州自動車道人吉インターから人吉市内を經由して、国道 219 号を 20 分ほど湯前方面へ向かった人吉球磨盆地のほぼ中央に位置する場所にある。

(2) 施設

農産物の直販所とレストラン、そして別棟に休憩コーナーがある。また、情報発信コーナーにはインターネットが無料で利用できるパソコンを設置している。

敷地に隣接して、27 種類の遊具を設けた「わんぱく冒険広場」や「ピクニック広場」などのある広大な「錦くらんど公園」(6.4ha)がある。ここでは年間を通じていろいろなイベントが行われている。

(3) 商品

錦町農産物直販所出荷組合(会員 105 名)が出荷する農産物が主力商品である。錦町はフルーツの里として知られており、季節に合わせて梨、桃、イチゴなどの果物類も取り揃えられている。

また、フルーツを使った手作りアイスクリーム(人気商品)、錦町ブランドの磨かれた職人技で作られた陶芸品、地元鉄工所(鍛冶屋)の刃物、きじ馬などの木工品なども販売されている。

(4) 販売促進

農産物の直販所は、地元の剣豪「丸目蔵人佐」にちなんで「くらんど市」と命名し知名度の浸透を図っている。また、毎月第 3 日曜にはイベントを開催するとともに、くらんど公園で町などが実施するイベントに合わせて農産物の特売などを行っている。その他、熊本都市圏、福岡都市圏の物産フェアなどに出品し錦町ブランドの PR を行っている。

2. 課題

農産物直販所の売場面積が狭く商品の搬入や陳列が思うようにできない。

レストランを併設しているが、現在は閉鎖されている。道の駅のにぎわいを演出する面からも早急な再開が望まれる。

3. 提言

(1) 商品の品揃えの充実

今年度中に直販所の売場面積の拡張が計画されている。この拡張にともない、出荷組合員間の連携を強化して商品品揃の一層の強化を図るとともに、商品の搬入体制を見直して日中に商品の欠品が出ない供給体制を構築する。

(2) レストラン施設の活用

空店舗となっているレストラン施設は、地元婦人会や有志による地元農産物や果物を使用した料理等の提供の場として町ぐるみでの対応を検討する。

また、地元起業家の新規創業の場やチャレンジショップの場としての活用など、多角的な活用方法も合わせて検討する。

【NO.16】道の駅「たのうら」

住所（所在地） 熊本県芦北郡芦北町田浦657番地

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	当駅を利用される来店者・出荷者の満足の追及
当駅の特徴(強み)は何ですか	県内有数の柑橘類の宝庫であり、地域産品の品揃えに自信あり

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="checkbox"/> 昭和 <input checked="" type="checkbox"/> 平成 15年 4月			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input checked="" type="checkbox"/> 指定管理者 <input type="checkbox"/> 自治体直営 <input type="checkbox"/> その他			
	<input type="checkbox"/> 株式会社 : <input checked="" type="checkbox"/> 第三セクター <input type="checkbox"/> 完全民営 <input type="checkbox"/> その他 有限会社			
従業員は何名ですか	管理職社員(2人)	一般社員(2人)	パート(19人)	その他()人

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(夏季と年末除く第2、第4水曜日)	営業時間(9時-19時、レストラン11時-19時)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積(15,196 m ²)	建物(建坪 901 m ²)
施設にはどのようなものがありますか	<input checked="" type="checkbox"/> 物販施設 <input checked="" type="checkbox"/> レストラン <input type="checkbox"/> 温泉施設 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input checked="" type="checkbox"/> 休憩施設 <input type="checkbox"/> 体験施設 <input checked="" type="checkbox"/> 独立トイレ施設 <input type="checkbox"/> その他	
テナントは入居していますか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) 田浦漁協(海産物) 田浦町商工会(ファーストフード、たこ焼き、ソフトクリーム等)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車(95)台	大型車(20)台 その他(5)台
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	<ul style="list-style-type: none"> ・南九州西回り自動車道・田浦IC降りてすぐ ・国道3号線、八代-水俣間のほぼ中央 	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販(78%)	レストラン(22%)	温泉施設()%	宿泊施設()%	その他()%
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(28万人)	17年度(31万人)	18年度(32万人)		
開催行事(イベント)で、人気の上位3つは何がありますか	1位(GW祭り)	2位(開館周年祭)	3位(開駅周年祭)	<input type="checkbox"/> 特に行事なし	
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	柑橘類(特にデコポン、甘夏)、柑橘の缶詰、ゼリー 海産物(特に太刀魚、ちりめん)、太刀魚料理				

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	御立岬公園があり、公園利用者へ道の駅買物の割引券を配布したりと、飲食・宿泊・買物の連動性を持たせている
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	<ul style="list-style-type: none"> ・自店パンフレット、地域道路地図の配布 ・熊本市内路面電車へのパネルポスター掲示 ・インターネットによるHPの開設開示

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://www.otachimisaki.com
	更新頻度 <input type="checkbox"/> 毎日 <input type="checkbox"/> 毎週 <input type="checkbox"/> 毎月 <input checked="" type="checkbox"/> 行事があったときなど <input type="checkbox"/> その他

1. 現状

(1) 立地

南九州西回り自動車道の現在終点となる田浦 IC を降りてすぐという、好立地に位置する。特に夏の行楽シーズンに賑う御立岬公園への入り口ともなっている。

(2) 施設

直営の物販施設、レストランに加え、地元漁協や商工会がテナント入店して海産物やファーストフードを販売している。

(3) 品揃え

地元産の柑橘類（デコポン、甘夏みかん、スイートスプリング等）や新鮮で豊富な海産物を中心にした食料品が主である。

(4) 販売促進（マーケティング）

御立岬公園と経営が同一であるため、公園利用者には道の駅利用者への割引券配布などを行っている。飲食、宿泊、買物の連動性を持たせるようにしている。ポイントカードも検討中である。

2. 課題

(1) 回遊性の確保

物産館、レストラン、テナントのそれぞれの施設が独立しているため、来館者は入出店を繰り返さなければならない。特に、一旦外へ出るために、再度入るのに躊躇しているレストランへの客を失っている可能性がある。海の幸、山の幸を数多く用意できるが、それには物産館自体が狭いとも思われる。

(2) 高速道路が伸びた場合の利用客確保

現在のところ立地は大変良いが、将来高速道路が田浦以南へ延びた場合、当然利用客の減少は避けられないだろう。国道 3 号を通行する一般客と夏季シーズンに御立岬公園を訪れる観光客をどれだけ取り込めるかが大切である。

3. 提言

(1) 回遊性の確保

やはり物産館、レストラン、テナントがそれぞれ独立した作りになっているのを、自動ドアなどで繋げ、連続させる必要があると思われる。それには、多少建物の改装が必要となるが、来店客の滞在時間を長くし、また利便性向上のためには長期的に見て投資効果は大きいと考える。

(2) 高速道路が伸びた場合の利用客確保

デコポンや甘夏みかんなど柑橘類の産地として恵まれているため、菓子メーカーと連携して独自商品を開発し、道の駅の名物商品を増やすことが、道の駅の魅力を高めることになるだろう。

今は西回り高速道路の下り終点であるが、将来南へ高速道路が通じた場合、来客減は避けられないかもしれない。そのため、夏季や GW などシーズン利用が多い御立岬公園を、通年集客できる施設へと魅力を上げていく必要があるし、両者一体でリピーターを増やすイベント等の開催が望まれる。

【NO.17】道の駅「子守唄の里五木」

住所(所在地) 熊本県球磨郡五木村甲2672-54

1. 経営基本について

経営理念・方針(コンセプト)は何ですか	地域振興の核、自然が奏でる子守唄の里五木
当駅の特徴(強み)は何ですか	五木(子守唄)の全国への知名度の高さ、そして迫力ある自然

2. 経営資源について

創業年月はいつですか	<input type="checkbox"/> 昭和 <input checked="" type="checkbox"/> 平成 16年 4月			
経営体制で該当項目に○印をつけて下さい。	<input checked="" type="checkbox"/> 指定管理者 <input type="checkbox"/> 自治体直営 <input type="checkbox"/> その他			
	<input checked="" type="checkbox"/> 株式会社 : <input checked="" type="checkbox"/> 第三セクター <input type="checkbox"/> 完全民営 <input type="checkbox"/> その他			
従業員は何名ですか	管理職社員(1人)	一般社員(5人)	パート(4人)	その他(3人)

3. 施設の運営と概要について

定休日と営業時間	定休日(なし。レストラン・温泉施設は火曜日)	営業時間(8時～17時、温泉11時～21時)
施設の面積はどれくらいですか	全体敷地面積 (11, 228 m ²) 建物(建坪 1, 639 m ²)	
施設にはどのようなものがありますか	<input checked="" type="checkbox"/> 物販施設 <input checked="" type="checkbox"/> レストラン <input checked="" type="checkbox"/> 温泉施設 <input type="checkbox"/> 宿泊施設 <input checked="" type="checkbox"/> 休憩施設 <input checked="" type="checkbox"/> 体験施設 <input checked="" type="checkbox"/> 独立トイレ施設 <input type="checkbox"/> その他	
テナントは入居していますか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	ある場合はどのようなテナントですか(業種・販売物など) 物販施設 (しいたけ、そば、焼酎などを販売)
駐車場(駐車台数)は何台ですか	普通車 (100)台 大型車 (5)台 その他 (4)台	
交通アクセス (主要道路からアクセスなど簡単にお書きください)	九州自動車道人吉インターから国道445号を40分	

4. 経営実績について

売上構成(%)	物販 (41 %) レストラン (44 %) 温泉施設 (14 %) 宿泊施設 ()% その他 (1 %)			
年間来客数はどれくらいですか。	16年度(15 万人) 17年度(14 万人) 18年度(14 万人)			
開催行事(イベント)で、人気の上位	1位(物産館まつり)	2位(感謝祭)	3位()	()特に行事なし
当駅の主力商品(サービスも含む)は何ですか(複数でも可)	しいたけ、そば類、お茶類、豆腐のみそ漬、やまめ			

5. 地域との係わり合い

付近の観光資源には何がありますか、また、それらをどのように活用していますか	白滝公園
地域振興にはどのようにかかわっていますか(当駅の地域への貢献)	地域の中心でもあり、経済・交流の拠点としてかかわっている。

6. その他

ホームページアドレスをお書き下さい、またどれくらいの頻度で更新していますか	アドレス http://www.komoriutanosato.com 更新頻度 <input type="checkbox"/> 毎日 <input type="checkbox"/> 毎週 <input type="checkbox"/> 毎月 <input type="checkbox"/> 行事があったときなど <input checked="" type="checkbox"/> その他
---------------------------------------	--

1. 現状

(1) 立地

当駅は、九州自動車道人吉インターから国道 445 号で平家の落人の里として有名な五家荘方面へ向かって 40 分ほどの距離で、「五木の子守唄」の発祥の地として親しまれている五木村にある。

(2) 施設

地元の農産物等を販売する物産館、道を挟んで温泉施設とレストランがある。また、隣接してかやぶきの建物のある子守唄公園がある。敷地内には別棟の物販施設がありテナントを入居させている。

当駅は、川辺川ダム計画で水没する五木村中心地の再生と村の観光収入の増加や特産品の販売促進などを目的に建設された施設で、村の再生の拠点として位置付けられている。

(3) 商品

物産館では、生しいたけ、そば、お茶などの農産物のほか、山うに豆腐などの豆腐類や焼酎類を販売している。また、同道の駅では、村が立村計画の一環として整備したヤマメの養殖施設も管理運営しており、養殖したヤマメは物産館で販売している。

(4) 販売促進

毎月、物産館祭を開催している。行楽シーズンの 11 月には、村の祭りである子守唄祭に協賛してイベントを開催している。また、知名度の高い「五木」「子守唄の里・五木」というネーミングを活用した商品の販売を積極的に推進している。

2. 課題

物産館とレストラン・温泉施設、そして子守唄公園の場所が離れていて各施設の回遊性がなく相乗効果が発揮されていない。

売上高は、16 年度をピークに少しずつ減少している。また、テナント店舗の商品と物産館の商品の多くが重複し、物販面で競合している。

3. 提言

(1) 各施設の回遊性の向上

各施設（物販施設、レストラン、温泉施設、かやぶき公園）の周遊マップを作成し、顧客の回遊性向上を図る。また、物産館駐車場にレストランと温泉施設があることがよくわかる掲示板（看板）を作り認知度を上げる。

(2) オリジナル商品の開発

地元と連携して、また、地域ぐるみで新商品（例えば「標高 800m 五木の天然水」「五木の焼酎とやまめのほろ酔いセット」など）を開発し、当駅のオリジナル商品として販売する。楽天市場などでネット販売も行なう。

売上減少の続くレストラン施設のある建物は、新商品・オリジナル商品・特産品の開発の場、また、作業場・加工場として多角的・多目的に利用する。

第4章 熊本県内「道の駅」の活性化に向けた提言

今回、熊本県内18ヶ所（平成19年12月現在）の道の駅の内、15ヶ所に対して訪問調査を実施した。業績が堅調に推移する道の駅もあるが、周辺に点在する物販飲食施設等との競争に巻き込まれたり、施設の老朽化や品揃え等における魅力の減少、さらには立地環境の変化等が要因となって利用者の減少や売上高の減少等、将来に不安を抱える道の駅も少なくなかった。

そこで、この章では第3章で見てきた各道の駅訪問調査結果をもとに、全体的な視点から県下の道の駅の現状と課題の整理を行い、今後の方向性を踏まえながら活性化に向けた提言を行うことにする。

1. 熊本県内「道の駅」の現状

(1) 立地環境

やはり交通量の多い主要幹線道路沿いや周辺に人気の観光スポットを有する道の駅ほど集客力が高くなっており、ドライバーが休憩場所等として活用していることが貢献していると思われる。逆に、これらの立地条件に恵まれない所は概して集客力は乏しくなっている。

また、バイパスや有料道路等の開通により通行量が減少し影響が懸念される所もある。しかし、地域を巻き込んだ各種イベントの積極的展開や他所に無い特徴ある商品で集客力を高めている所もある。

(2) 施設の状況

① トイレ施設

利用者の一人として実にありがたいのがトイレ施設である。概ね清潔に維持されているが、やや清潔感に欠ける道の駅もあり、特に、便器の汚れや臭い、タバコの吸い殻は気になる。

また、トイレ利用者に対し道の駅の情報や地域等情報を積極的に発信している所は少なく、未だ単に用を足す場所になっている所が多いように思われる。多くの利用者があるだけに惜しい気もする。

② 駐車場施設

長時間の運転時にちょっとした休憩や仮眠がとれるなど、駐車場もありがたい施設である。今回訪問した道の駅の中には、20数本の緑豊かな木々の木陰が夏の暑さを癒してくれる所もあり、ひと時のオアシス的な光景が見られる。この道の駅では、より広い駐車スペースを確保するための伐採話もあったようだが、夏の利用者にも木陰でゆっくり休んで欲しいとの配慮でそのまま残している。

一方、利用者増で手狭になったり、複数に分散しているような所では不便を感じている利用者も少なくないと思われる。土日のイベント開催時に、隣接する施設や公園等と協力体制を取りながら駐車場不足に対応している道の駅もあった。

ただ、トイレと同じくタバコの吸い殻や溢れたゴミ箱のゴミ、自販機の空き缶等がそのままになっている所も見受けられる。

③ 物販施設

各道の駅で売上の多くを占め、利用者にとって大きな魅力となっているのが物販施設である。見て回るだけでも十分楽しむことができ、利用者との交流接点として、また、他所の物販施設等との差別化する場所として各道の駅が最も力を入れている施設であり、その土地ならではの特産品や季節の農産物、各種地元産加工品の数々が所狭しと並び、土日には多くの利用者で賑わっている。

平日は中高年層が、そして週末にはファミリー層が多く、物販施設を目当てに訪れる利用者も多いという。ただ、中には、週末の混雑時に通路が狭く買い物がしにくい等、気になる道の駅もあった。

④ レストラン施設

物販施設に隣接しているレストランは、今回訪問調査した道の駅の中では 13 ヶ所で整っており、やはり地域の名物料理が目玉になっているようである。「その道の駅の、そのレストランの、その料理」を楽しみに通う利用者も多いという繁盛店もあれば、閑散としたレストランも見受けられ、中には休業している道の駅もあった。

立地にも影響されるだろうが、地域の食材にこだわるだけでなく、一般飲食施設同様、味や接客等にも利用者の厳しい目が注がれていることを銘記しておきたい。

⑤ 温泉・入浴施設

多くのリピーター客をつかんでいるのが温泉・入浴施設である。特に、地元の中高年女性を中心に人気は高く、今回の調査では5つの道の駅で併設していた。

ホテル並みの接客を目指しホスピタリティに取り組む所、ラウンジや廊下に地域住民が作った絵手紙やパッチワーク等々の作品を多数展示する所、ゆっくり温泉に入り大広間でグループごとに談笑する姿も数多く見られる。そんな光景を見るにつけ、地域の中高年利用者には欠かせない施設になっているようだ。

しかし、最近の原油高騰が温泉・入浴施設運営の大きな経費負担となり、道の駅全体の経営を大きく圧迫し始めている。ただでさえ経常利益の確保に苦勞する中、ほとんどの利益を食い、経常赤字への転落を懸念する道の駅も出ている。利用者には実にありがたい施設だが、単に経費節減に止まらず、利益減少に対する抜本的な対策を講じる必要があるようだ。

⑥ 情報発信施設

情報発信施設について見てみると、各道の駅は、地域の名所、観光施設、イベント等の情報や交通情報を案内板やチラシ、パンフレット、ポスター、さらにタッチパネル等により発信している。何となくパンフレットやチラシを置いてあると感じる所から、地域情報を当駅の商品と位置づけて周辺の名所旧跡、観光施設、スポーツや飲食施設、さらには地域企業の紹介等々

を見やすいようにファイリングして提供する所まで、その取組みにはやや温度差があるように感じられる。

ちなみに後者の道の駅では、わざわざ情報を求めに訪れて、そのついでに物販施設で買物をする利用者も多いという。

⑦ その他の施設

最後に、その他の施設について触れてみたい。イベント施設や体験施設を備える道の駅もあるが、週末やイベント時以外の平日において有効に活用されていないように思われる。地域生活を巻き込んだ交流施設として活用手段がありそうだ。

以上のように施設の現状を見てきたが、施設・設備の老朽化が着実に進んでいる所もあり、リニューアル等への対応は、利用者の満足度という点からも、また、今後予想される更なる地域の競合施設との競争激化という点からも避けられないと思われる。

しかし、収益の伸び悩みや自治体からの管理料の減少等により、財政的に余裕の無い駅が増えていることを付け加えておきたい。

(3)物販施設における商品（品揃え）

① 地元農産物・加工品

物販施設の商品の中で、人気の一つとなっているのが地元農産物及び農産物加工品である。「当駅の主力商品は何ですか？」という問いに、15ヶ所すべての道の駅が地元の農産物及び農産物加工品を必ず挙げている。実際、多くの道の駅の物販施設では、店頭及び入口付近のゴールデンゾーンに地元の旬の採れたて野菜や果物、農産物加工品が所狭しと並んでいる。

特に、四季折々の旬の地元農産物は“新鮮で安い”とあって、各道の駅の集客の目玉になっている。その人気に応えていくために、地元生産農家が出荷組合を作り旬の農産物を毎朝並べ、中には、日に数回持ち寄って並べる熱心な所もある。

しかし、出荷組合の中で熱心に対応しているのは限られた生産農家だけという所もあり、各生産農家の意識には温度差があるようだ。その意識の差が品切れという状態として表れていることは実に残念なことである。

また、農産物加工品についても様々な取り組みがなされている。定番の漬物やお茶を筆頭に、そば、豆腐、調味料、果物から作ったジュース、ゼリー、ジャム、地元産牛乳をベースにしたアイス、プリン、ヨーグルト等々、さらに新商品開発に積極的に挑戦している所、苦悩している所、さらに、道の駅での販売以外への販路開拓を行う所も見受けられ、農産物加工品の開発に対する思いがヒシヒシと伝わってくる。

② 弁当・総菜

地元農産物・加工品に負けず劣らずの人気を得ているのが、手作りの弁当・惣菜類である。

昔懐かしい味から今風の弁当類まで種類も豊富で選ぶのも楽しみの一つとなっている。

なお、今回の調査の中には、弁当で九州ナンバーワンの販売数量を誇る道の駅もある。昼時ともなれば多くの人たちが買い求めている。しかし、この裏には顧客視点に立った試食会や品評会など、地道な研究開発を続けていることを忘れてはならない。

また、山間地のある道の駅では、正月のおせち料理が通信販売で毎年千件以上の注文を受けられるほどの人気商品となって、売上に大きく貢献している。ちなみに、その6割がリピーターだという。

このように地元商品に対する人気は高く、取扱商品における地元産の割合を見ても、近年の消費者の安心・安全志向の高まりを背景とした地産地消の浸透、さらに、広域合併による地元商品の相互活用の増加等により、その割合を高めている道の駅が増えているようである。

③ 地元工芸品

ほとんどの道の駅では、地元工芸品を物販施設の一角にコーナーを設けて展示している。多く売れる商品ではないが、他所との差別化を図る上でも欠かせない商品なだけに、展示方法をもっと工夫して存在をアピールしても良さそうである。重要度の高い商品の割には情報発信が少ないような気がする。

以上のように物販施設における商品（品揃え）の現状を見てきたが、やはり他所にない独自の“強い商品”を持っている道の駅は、物販施設も賑わっているように感じる。単に商品開発というより、地域一番商品づくりへの挑戦が期待される場所である。

(4) 販売促進

ここでは、販売促進に関して、道の駅への集客（利用者）促進、物販施設内での利用者に対する購買促進、それ以外の販売促進の三点から見ることにする。

① 道の駅への集客促進

各道の駅は集客を促進させるためにどんな取り組みをしているのか。やはり多いのは、イベントの開催である。特売等毎月1回の定期イベント、創業祭といった周年イベント、春・秋の行楽時期等におけるシーズンイベント、地域の祭りに関連したイベント等々、多くのイベントが開催されている。

詳しくは訪問調査結果に示す通りであるが、要は「イベントの目的は何なのか」である。販売に直結させるイベント、多くの人に楽しんでもらうイベント、伝統行事としてのイベント、地域との交流を促進させるイベント、そして知名度を高めるためのイベント等様々だろう。現在開催するイベントは、本来の目的に合った内容になっているかどうかを再考するのも良いのではないだろうか。

その他、イベント以外の集客促進では、ポイントカード客へのDM送付、割引券の発行、中

には観光バス会社と提携した団体客の受け入れ、宴会・温泉利用者への送迎バスサービス等に
取り組んでいる道の駅もある。

② 道の駅利用者に対する購買促進

1) POP等の活用による購買促進

物販施設内における利用者に対する購買促進については、各道の駅とも地元農産物・加工
品といった地元商品に関して、コーナーを設けるなどして積極的にPRを行っている。POP
を活用して、生産者名や作り方を明示し安心・安全に向けた情報を発信している所も多い。

ただ全体的に感じるのは、商品名、価格以外の商品に関する情報が少ないことである。ち
よっとした一文が購買につながることは案外多い。

そのような中、ある道の駅では、施設の中央に地域商品の一大コーナー（休憩コーナーの
目の前）を設け、加工商品を中心とした数々の地域の商品が目に飛び込んでくる程のインパ
クトを醸し出している。

さらに、別の地元商品のコーナーでも、生産者の商品に対するこだわりや製法等を写真や
チラシ・ポスターで詳しく紹介している。まさに情報を商品にしている道の駅である。

2) スタッフによる購買促進

POP等以外の購買促進では、店内スタッフによる購買促進（情報発信）が極めて少ない
ように感じられる。

その駅、その時期ならではの地域の特産品・加工品等を案内しているスタッフは少ないの
ではなかろうか。声を出すタイミング等抵抗感を感じるスタッフもいるだろうが、売り込み
口調にならないさりげない情報発信には信頼性も高まり、購買を促進する効果もある。

③ その他の販売促進

上記以外の販売促進への取組みとして、前項(3)の商品（品揃え）においても述べたように、
おせち料理の通信販売をはじめネットを利用した販売促進、さらに、福岡・熊本都市圏で開催
される物産フェアへの出展も行っている。

また、熊本県のみならず県外への外販や食品・食材メーカーへの営業活動を通して販路を開
拓し、安定した農産物の供給を行っている道の駅もある。

道の駅には地域住民はもとより、地域外の人々が毎日多数訪れており、これらの人々が出会
い交流する施設でもある。その意味においても、イベント集客に力を入れると同時に施設内
においても紙媒体による各種情報発信はもとより、接客を通じた情報交流もさらに求められそう
だ。

また、インターネットの活用や外販強化、そして販路開拓への取り組みも、その必要性はま
すます高まるものと思われる。

(5) マネジメント

最後に、マネジメントについて見てみたい。ほとんどの道の駅には支配人クラスの責任者が常駐し、商品の品揃えや管理、スタッフの勤務体制の管理、施設の管理や接客等々、日々のマネジメントに従事している。毎朝の全体朝礼や社員会議、さらに道の駅の大きな担い手となっているパートによるパートタイマー会議等を定期的に開催し意識改革を図っている所、年数回の個人面談を通して問題点の把握やスタッフのモチベーションの向上に努めている所もある。

また、訪問して強く感じることは、当駅の存在意義（基本コンセプト）や目指す将来像を熱く語る責任者がいる所ほど概して業績が良いのではないかということである。まさに一般企業と同様である。

以上、熊本県下 15 ヶ所の「道の駅」の現状を 5 つの視点から見てきた。各駅間で若干の相違はあるだろうが、一般に言われる三つの機能である「休憩機能」、「情報発信機能」、そして「地域連携機能」を果たし、地域に、そして利用者無くしてはならない存在になっており、また、そうなりつつあることを肌で感じている。

しかし一方、多くの解決すべき問題点に直面していることも事実である。

2. 熊本県内「道の駅」の課題

熊本県内の道の駅が、これまでも増して多くの利用者に喜ばれ、その存在意義がますます高まり、かつ安定した経営が実現できるための課題（解決すべき問題点）について考えてみたい。

なお、課題に関しては、今回訪問調査した 15 ヶ所の道の駅自身が認識している課題及び訪問調査に当たった担当者が感じた課題をもとに抽出したものである。

(1) 限られた予算内での施設・設備の老朽化等への対応

周辺地域に点在する他の物販（商業）施設等との競争激化が進む中、現状のままでは売上高の増加は期待しにくく、逆に原油高騰をはじめ経費や仕入商品等費用の値上がりが懸念されており、利益の確保が一段と厳しくなることが予想される。

そのような中、特に、開業年月が経っている道の駅においては、施設・設備の老朽化等が着実に進んでいると思われ、また、近年、障害者・高齢者が利用しやすい施設への改善ニーズもさらに高まっている。今後、利用者の不満を除去し満足度を高める上でも、また、道の駅の基本的機能を維持していく上でも、老朽化等への対応と利用者の誰でもが利用しやすい施設づくりへの対応が急がれるところである。

(2) 魅力ある商品の欠如と商品（品揃え）のマンネリ化への対応

地元の採れたての旬の野菜や果物、それらを素材にした加工品等は道の駅の大きな魅力であり、多くのリピーターに支持されてきた。

しかし、当初は魅力を有していたこれらの商品も、リピートするに従い徐々に飽きられ始めることも考えられる。今後、さらに競争激化が進みリピーター確保の必要性が高まる中、「ここでしか買えない、ここにしか無い」魅力ある商品の開発は大きな課題であり、ほとんどの道の駅でもその認識は高いように感じられる。

さらに、いつ来ても同じような商品が並んでいたり、他所との違いがよく分からない、と思うことも多々ある。商品（品揃え）のマンネリ化は、利用者にとっては魅力半減であり、リピート利用者の減少の要因とも考えられる。

(3) 懸念される地元農産物及び農産物加工品の安定供給への対応

何度も述べることだが、地元の採れたての旬の野菜や果物は道の駅の大きな魅力の一つである。しかし、この農産物を供給する側の地元生産農家では高齢化の進展と後継者不足が深刻な問題となっており、このまま推移すれば10年以内に供給体制が崩壊するのではと懸念されている。

また、このことは農産物に限らず、地元農家の中老年女性が要となっている農産物加工品においても同様である。地元生産農家に大きく依存する道の駅は多いだけに、10年先をも見据えた供給体制の構築が急がれるところである。

(4) 安定した売上確保に向けた外販等への取り組み強化

“現状維持は衰退の始まり”とはよく言われることである。前述しているように、地域の物販（商業）施設等との競争激化がますます懸念される中、利用者を待っているだけでは売上増はなかなか期待しにくい。

魅力ある加工商品を開発し（当面は、現在の加工商品でも良い）、新しい販売ルートの開拓に挑戦し売上増を実現することは、道の駅が直面する種々の課題解決にとって大きな一歩になると思われる。

(5) さらなる地域密着及び交流の促進

熊本県内の道の駅は、地域に、そして利用者無くしてはならない存在になっており、また、そうなりつつあることは前述した通りである。道の駅の三つの機能をさらに発揮し、その存在意義を確固たるものにしていくために、地域に暮らす人々、地域に存在する資源との関係を一層緊密にした取り組みが求められている。また、地域密着の促進は他の物販（商業）施設等との大きな差別化となり得る財産でもある。

同時に、道の駅は、地域外の利用者と地域との交流促進の拠点としての役割も求められている。

この交流促進により利用者のリピートの向上も期待できる。

(6) スタッフの意識、能力向上への取り組みの強化

前項(5)の地域密着及び交流の促進を図るためには、道の駅を日々支えているスタッフの意識向上と能力向上への取り組みは欠かせないと思われる。道の駅という職場で、与えられた業務を毎日こなしているという意識では、今以上に地域の人々に、そして地域の資源に深く関わることは難しいだろう。

また、地域外の利用者との交流に関しても、交流が密になればなるほどその対応能力を高めることが必要になってくる。

以上、熊本県内の「道の駅」が、その存在意義をますます高め、安定した経営が実現できるために今後取組む必要性のある課題として、大きく6つの課題について述べてきた。

3. 熊本県内「道の駅」の活性化に向けた提言

ここまで、全体的な視点から県下の道の駅の現状と課題の整理を行ってきた。最後になるが、熊本県内の道の駅の発展に向け、直面する課題に対し今後の方向性を踏まえながら具体的な提言を行うことにする。

(1) 限られた予算内での施設・設備の老朽化及びマンネリ化等への対応

競合施設等との競争激化や仕入商品及び各種経費の上昇が懸念される中、売上高及び利益の確保に苦勞する道の駅も多いと思われる。

限られた予算の中で、老朽化が進む施設やマンネリ化が感じられるような施設等を、道の駅利用者に快適に利用してもらうために、次のような取り組みが考えられる。

① 高齢者、障害者に配慮した施設整備

中高齢者や障害者等、利用したい人の誰もが安心・快適に利用できるような施設に向けて、高額な費用が掛からないような取り組みを行う。

1) 段差の解消

段差解消板等を利用し、まず可能な範囲から段差の解消を行う。

2) 物販施設内の通路幅の拡張

障害者が車イス等でも利用できるよう、また、利用者の誰もがゆっくり選べるように主通路や副通路を広くする。例えば、地元農産物の一部を店頭及びテント販売に移し、空いたスペースを活用して通路を拡げることにも考えられる。

② 清掃・整備点検の徹底

利用者が快適に利用できるよう、こまめな清掃、こまめな整備・点検を行う必要がある。特に清掃は、スタッフ教育の一環としても有効に活用できると思われる。

1) トイレ、駐車場、物販施設内のこまめな清掃

利用者が多いトイレと駐車場は、毎日オープン前にきれいに清掃して迎えたい。施設の入り口も同様である。また、物販施設が汚れていると商品まで品質や鮮度等が劣るように感じられるので、什器や窓ガラス、電球等々目につきやすい所のこまめな清掃が望まれる。

なお、汚れたトイレは、食べ物に対する衛生・安全面に関する意識が低いと見られやすいので徹底した清掃が必要である。

2) 施設・設備のこまめな整備点検

施設のちょっとした破損等の迅速な修理、また、空調設備等の設備は、こまめな整備点検を行うことで長持ちさせたい。

③ こまめな簡単リニューアル

老朽化を目立たせず、また、マンネリ化の防止策として、次のようなことが考えられる。

1) 物販施設内壁面のリニューアル

壁面の汚れ（色褪せ、染み等）が、さらに老朽化を感じさせ、壁面に貼られたままのポスター、チラシ等もマンネリ化の一因となっている。

そこで、カラー画用紙を使ったイラストや文字等で隠しながら演出すれば、汚れは隠れ、壁面が明るくなりマンネリ化防止にもつながる。

また、ポスターやチラシ等は1カ月前後の周期で取り換えると良いだろう。

2) 商品配置でリニューアル

定期的に商品配置を変えるだけで新鮮さが増しマンネリ化を防ぐことができる。旬の商品に合わせて季節ごとにレイアウトを変更することも考えられる。簡単な変更で十分である。

3) 手作りPOPの活用

是非お勧めしたいのが手作りPOPである。前述のカラー画用紙やカラーマジック、筆を使い、主力商品や旬の商品をアピールする。その際、商品・価格だけではなく、その商品の特徴やこだわり、どんな食べ方が一番おいしいのか等の情報も書き添えてあると、利用者は選びやすく感じるものである。

④ 駐車場の確保

予算が厳しい中、駐車場拡張の必要性を感じている所は是非検討して欲しいやり方である。

1) 周辺施設との連携、周辺空地との土日契約

土曜及び日曜等の休日に混雑する割合が高くなるので、周辺にある施設の駐車場や空き地を土日等限定で契約し確保することも考えられる。

(2) 魅力ある商品の欠如と商品（品揃え）のマンネリ化への対応

道の駅での買い物を楽しみにしている利用者は多く、他所の物販施設等との違いを明確にするためにも、「ここでしか買えない、ここにしか無い」魅力ある商品の存在はますます高まっており、また、選ぶ楽しみがあるのも魅力の一つである。

魅力ある商品と選ぶ楽しみを感じてもらえる品揃えに向け、次のような取り組みが考えられる。

① 地元 J A 等との連携強化による商品開発及び品揃えの強化

魅力ある商品開発には地元の旬の素材は欠かせない。また、J A は食に関する多くのノウハウを有しており、その活用も含めて地元 J A と連携した商品開発等が望ましいと思われる。

1) J A 女性部等の加工品開発グループが行う地元食材使用の加工品開発への参加等

加工品開発後に道の駅が販売提携先となることを条件に、これらのグループが行う加工品開発に参加し関係を深める。

また、今後のことも念頭に置き、グループが開発した商品を積極的に店頭に並べる等して信頼関係を築いておく。

2) J A 生活改善グループの料理のメニュー化

地元の J A 生活改善グループが行う地元食材を使った料理の開発や伝統料理について、道の駅のレストランを発表の場として活用してもらい、試食等において人気の高かった料理は、レストランのメニューに加える。

② 商工会等と連携した品揃えの強化

地元には農産物に限らず、埋もれた商品がまだまだ多く存在すると思われる。その地域の人にとっては当たり前の商品が域外利用者にとっては珍しく感じられるものである。

そこで、地元商工会と連携した品揃えの強化も考えられる。

1) 会員企業の中の特産品等地域の特色を持った商品の品揃え

会員企業の中で、他所に無い地元ならではの商品を扱っている企業の複数と提携し品揃えの充実を図る。さらに、マンネリ化しないように品揃え計画に沿った品揃えを行うことが望ましい。また、陳列の際には、その商品の開発物語等の情報発信も行うようにする。

2) 民芸品等の積極的活用

地元民芸品は、まさしく「ここでしか買えない、ここにしか無い」商品である。陳列に工夫を凝らし、その民芸品の謂れ等の情報、また、製作風景なども展示しておきたい。

③ 他の道の駅と連携した商品開発及び品揃えの強化

他所の物販施設等との競争激化が進む中、それぞれの道の駅が相互補完関係を築いていくことは重要である。それぞれの強みを生かした連携として、次のようなことが考えられる。

1) 他の道の駅と連携した商品開発

他の道の駅が携わった商品開発の成功事例を各駅で共有し、自身が行う商品開発に役立てていく。また、賛同する道の駅が連携し名物商品の開発に取り組むことも面白い。

例えば、コロッケを道の駅の名物にし、物販施設で販売したり、レストランのメニューに加えることも考えられる。

商品開発には多くの課題があるだろうが、道の駅が連携して開発した名物商品を各道の駅が積極的にPRしていくことで、さらに知名度が上がるものと思われる。

2)他の道の駅と連携した品揃えの強化

各道の駅が連携して人気商品を相互に品揃えすることにより強化していくことも考えられる。「道の駅人気商品コーナー」を設けて道の駅の人気商品がズラリと並んでいるとすればどうだろう。特色が薄れることへの懸念もあるだろうが、利用者からすれば選ぶ楽しみと便利な買い物ができるのではないだろうか。

④ 地元生活者との連携強化によるマンネリ化への対応

地元根差した道の駅としての存在感をさらに高めていく上でも、地元生活者との強いつながりを持つ道の駅でありたい。

1)地元生活者の趣味や得意なものの発表の場としての道の駅

趣味で絵画、書道、ステンドグラス、パッチワーク、生け花等々をやっている人やグループに対して、物販施設、レストラン、温泉施設等の場を発表の場として活用してもらおう。

(3)懸念される地元農産物及び農産物加工品の安定供給への対応

多くの道の駅は、人気商品となっている地元農産物及び農産物加工品を地元の生産農家等に大きく依存しているだけに、生産農家等の高齢化と後継者不足は今後の安定供給にとって懸念されるところである。

そのような中、安定供給に向け、道の駅として次のような取り組みが考えられる。

① 農業後継者のサポート及び地元JA、行政と連携した農業後継者育成への参加協力

現在、農業後継者の育成や就農促進に向け、JAや行政等の関係機関が活発に取り組んでいるが、道の駅としての強みを生かした独自の役割を担うことができると思われる。

1)地元農業後継者の会の結成と援助

現在道の駅に供給している生産農家の後継者を中心に、地元農業後継者を組織化して会を結成し、場所の提供や運営資金の一部を提供するなどして運営をサポートしていく。場合によっては、事務局の役割を担うことも考えられる。

なお、この会には、道の駅との取引を希望する新規就農者の参加も積極的に促していく。

2)地元JA、行政と連携した農業後継者育成への参加協力

道の駅における地元農産物・加工品の購買者からの感想や意見等を集約し、JAや行政が実施する後継者育成塾等にてフィードバックする役割を担う。

日々購買者と接している強みを生かし生の声を提供することは、JAや後継者等にとっても今後の売れる農産物等を作る上で非常に参考になるだろうし、同時に後継者のやる気を引

き出すことも期待できる。

② スタッフによる農産物加工品作りの継承

人気が高く、かつ高齢化し後継者不足が懸念されるような加工品については、道の駅のスタッフが加工品作りのノウハウを学び継承していくことも考えられる。

③ 農業生産者出荷組合との供給体制等関係強化の構築

将来的な供給不安への対応ではなく、現在、店頭でしばしば発生している早い時間からの品切れ状態への対応を含め、出荷組合・組合員との関係強化に向けた取り組みが必要である。

1) 道の駅を含めた関係者間における意識等の徹底

道の駅、出荷組合、組合員農家の三者において、協働関係を築いている目的や出荷に関する取り決め事項を再確認し、意識の徹底を図る。なお、約束事を遵守しない組合員農家に関しては、場合によっては罰則を設けて対処することも必要かと思われる。

2) 関係強化への取り組み

- a. 当月の振り返りと今後の予定を確認する毎月1回の意見交換会を実施し関係を深める。
- b. 出荷農産物等の栽培・出荷予定を記したカレンダーを作成し認識の共有化を図る。
- c. 農家も当番を決め地元農産物コーナーに立ち接客協力し、スタッフとの関係を強化する。

以上のような取り組みを通して相互の確固たる関係を築いていきたい。

(4) 安定した売上確保に向けた外販等への取り組み強化

今後、競合物販施設等との競争激化が予想される中、道の駅の強みを生かし、提供している独自性・地域性の高い商品の外販に向けた取り組みを強化することで、売上の安定確保を図りたい。

① 食関連イベントへの積極的な参加

全国及び各地域ブロックでは様々な食に関するイベントが開催されており、外販（販路開拓）に向け大いに活用したいところである。

1) 食関連事業者との出会いの場として活用

農政局、経済産業局等の行政が主催するメーカー、卸、小売業等が一堂に参加する食関係フェアを中心に、食関連事業者と出会えるイベントには積極的に参加し交流を深めておく。

その際には、サンプル品や簡単な資料を用意し一人でも多くの人に配布するように努める。

これらの活動を通して、まず1社でもいいから販路の開拓につなげたいものである。

② 直販する飲食店の開拓

前述しているように、今回訪問した道の駅の中には東京のレストラン25店と直接取引している所もある。これをきっかけに取引先がさらに広がる可能性もあり得る。

飲食店は比較的小口ではあるがリピートする可能性が高く、道の駅の外販先としては有望だと思われる。

1) F A Xを活用した熊本都市圏及び大都市圏飲食店への定期的な営業展開

特に、安全安心にこだわった、作り手の顔が見える農産物や加工品に対する飲食店の需要はかなり高く、中でもこだわりの店ほどその傾向は強いと思われる。

そこで、該当する飲食店に対して、特徴やこだわり等々を記した商品案内のF A Xを毎月1回のペースで継続して実施していく。

③ 購入顧客への販促強化

道の駅を訪れて購入している購入者も見逃せない存在であり、リピート客として育て、売上アップにつなげたいところである。

1) レジ会計時のリピート注文に向けた対応

道の駅自慢の加工品を写真入りで紹介した注文書付きチラシを、会計の際、商品と一緒にレジ袋に入れる。また、サンプル希望者を募るようなチラシから取り組んでも良いだろう。

なお、チラシは低予算の手作りで十分である。

(5)さらなる地域密着及び交流の促進

道の駅は単なる物販施設ではなく、前述したように、ドライバーのための「休憩機能」、道路利用者・地域利用者のための「情報発信機能」、そして、地域が連携し活力ある地域づくりを共に行うための「地域の連携機能」を併せ持った休憩施設である。

今後は「休憩機能」、「情報発信機能」の維持を図りながら、「地域の連携機能」の強化に向けた取り組みがますます期待されている。

そして、その取り組みを通して、域外利用者にとっても地域利用者（生活者）にとっても、道の駅は名実ともにかげがえのない存在として、また、地域の核としての存在となるだろう。

① 地域生活者を巻き込んだ関係作り

道の駅の施設を存分に活用して地域生活者との交流を積極的に促進することは、道の駅と地域生活者との関係だけでなく、地域生活者同士の関係をも深め、道の駅を核とした多様な連携による地域活性化に寄与し、その結果、地元利用者の増加にも大きく貢献すると思われる。

1)継続する小まめなイベントでの関係作り

年に一度の大型イベントだけではなく、地元の子供たちが、高齢者等々が、集える・ふれあえる・楽しいイベントをこまめに継続して実施していきたい。キーワードは“こまめに継続する”である。こまめに交流を継続することで関係はさらに深まっていく。

なお、毎月の行事カレンダーを作成し、道の駅や協力先にて配布することも必要である。

2)地域のさまざまな隠れた物や所や人の掘り起こし

地域生活者は地域のことを知っているようで意外と知らないこともある。そこで、地域の名物、意外と知らない名所・旧跡、とっておきの場所、代々伝わる遊び、〇〇の名人等々、地域の隠れたお宝を地域情報マップにして整理する。そして、その地域情報マップをもとに

道の駅のスタッフが案内役になって参加者と訪問するようなことも考えられる。

なお、スタッフの代わりに地域に詳しい人に協力を仰いでもいいたろう。

また、代々伝わる遊びや〇〇名人については、施設を提供し実演を行って紹介する。

3)商品（メニュー）開発に関する地域生活者の参加促進

道の駅は現在、地域の農産物や加工品等々、商品を通して地域と深く関わっている。商品において、この関係をさらに深めていくために、商品開発やレストランのメニュー開発に地域生活者の参加を促していきたい。地域生活者を巻き込んだ色々なアイデアが出てくると思われる。

売れることも重要であるが、道の駅と地域生活者の双方が一体となって作り上げることに大きな意義があるのではないだろうか。

② 域外利用者との交流促進

道の駅は、物販施設やレストラン等にて毎日多くの域外利用者との交流している。域外利用者の増加に比例して地域商品等の購入額は増え、地域活性化にも大きく貢献することになる。

そこで、買い物の場における交流の質をさらに高めながら、買い物以外での交流を促進することで、域外利用者の満足度を高めリピート向上につなげていきたい。

1)おもてなしの心での接客対応

時として物販施設では、単なるレジ係的な一方通行的対応になりがちであるが、遠方から来訪している域外利用者には、笑顔の接客や心のこもった会話は嬉しいものであり、また、レストランにおいても、地元料理の料理方法やおいしい食べ方を紹介するなども、ちょっとした心温まる交流の一つである。

そのような対応が自然にできるようになるためには、次項(6)で記しているようなスタッフの意識や能力を高めることが極めて重要になってくる。

2)地元商品生産者と利用者とのふれあい交流の促進

域外利用者を中心に参加者を募り、生産農家の協力を得て行う様々の楽しい農業体験塾、他にも、地元民芸品等の製作実演及び製作体験等々、参加型・体験型で双方がふれあいながら楽しめる交流を定期的実施していくことで、域外利用者のリピート向上を図りたい。

(6)スタッフの意識、能力向上への取り組みの強化

ここまで、道の駅が利用者や地域にとって無くてはならない存在となり、発展していくための提言を行ってきた。しかし、利用者等に好かれ、気に入られ、喜ばれ、忘れられないような道の駅になるかどうかは、すべてそこに関係する人次第とも言える。

そこで最後になるが、道の駅を担う人たちの資質向上に関していくつか述べてみたいと思う。

① 経営理念等の全スタッフへの徹底した浸透

目的及び将来像を明確にしておくことは極めて重要なことである。このことについて改めて

確認し、全スタッフに徹底しておきたい。

1) 管理者間における経営理念、基本的方向性等の再認識

第3章熊本県内の「道の駅」訪問調査結果において、道の駅15ヶ所の経営理念が記されている。作成当初は新鮮であったものが、時と共に次第に風化し、絵に描いた餅になってくることもある。

そこで、改めて駅長はじめ管理者間で、それを経営理念として掲げた理由は何か、何のために道の駅はあるのか、利用者や地域に対して道の駅やスタッフの果たす役割とは何か、なぜそうなのか、掲げる経営理念・存在意義にふさわしい道の駅となるために、今後どんな道の駅を具体的に描いているのか、等について再度明確にして認識の統一を図っておきたい。

2) スタッフへの経営理念等の徹底浸透

道の駅に携わるすべてのスタッフに対して、毎日の朝礼、定期的なスタッフ会議、個別面談等々において、経営理念、存在意義等について何度も何度も確認していききたい。なお、朝礼を毎日行わない所は、毎日読み上げ確認の後、仕事を始めるということも考えられる。

② スタッフの知識の向上

特に、域外利用者から尋ねられた時には、正社員はもとよりパート社員も自身の道の駅の特産品や周辺観光地等の説明ができるようにしておきたい。これも情報発信機能の一つである。

1) 特産品や人気商品等の商品知識を高める

特産品、旬の農産物、人気商品、人気メニュー等について、特徴、こだわり、人気の理由、おいしい食べ方及び料理方法等については押さえておきたい。

2) 周辺地域の観光名所等の知識を高める

例えば、周辺地域の観光名所、穴場スポット、うまいもの情報等を手作りマップで分かりやすく整理しておく覚えやすいし、尋ねた利用者にはそのまま説明しながら配布しても良いだろう。

なお、特産品等や観光名所等の説明や案内は接客の一つでもあるので、ロールプレイング研修で定期的に確認しながら進めると向上が早く、質のばらつきも少なくなると思われる。

③ やる気を引き出す仕組みづくり

多くの利用者に快適に利用してもらうために、やる気のあるスタッフを育成することはとても重要なことである。また、日々スピーディな対応が求められる現場では、自分で考え行動する人材の必要性も高まっている。

1) スタッフを認め任せる

やる気を引き出す上では、スタッフを認め信頼し任せることが重要である。提案制度等を活用し、自分たちで考えた提案や企画等を任せてみることである。試行錯誤の中から自信をつかみ、それが大きなやる気につながると思われる。

2)やる気を引き出すコミュニケーション

コミュニケーションの基本は、相手の話をきちんと聞くこと、とされている。まず、管理者はスタッフの話を傾聴することである。途中で遮らずにじっくりスタッフの話に耳を傾ける。そして、上記 1)で述べたように、スタッフが考えていることをスタッフを信頼し任せることである。

以上、直面する課題に対し今後の方向性を踏まえながら提言を行ってきたが、各道の駅の現状に沿いながら活用できそうなことから取り組んで頂ければ幸いである。

第5章 道の駅のこれからの指定管理者制度

1. 指定管理者制度導入の経緯

平成18年の平成の市町村大合併前に、それぞれの市町村は資本金の50%以上を出資して、道の駅を管理する株式会社や有限会社、所謂「第3セクター方式」を設立して開駅している。

道の駅の設置目的は、地域の農産物生産者出荷協同組合を結成して農産物販売による農家や地域の活性化、あるいは、温泉を併設している道の駅では、当時の竹下首相の肝煎りで始まった「ふるさと創生資金」等を使った温泉開発による地域住民の福祉の向上を掲げているところが多い。

道の駅を所管する合併前の市町村役場と道の駅は地理的にも近く、また、市町村が主導して作った道の駅であるためにそれなりの保護や地域の一体的な援助・助成などが行われて来たと思われる。しかしながら、例えば、合併前のそれぞれの市町村に1つあった道の駅は、市町村合併により、同一市町村に複数の道の駅を抱えることになったところもある。合併後の道の駅を所管する担当課は、道の駅のある旧市町村役場を離れて合併後の市町村本庁舎に移ったために、各道の駅と合併後の市町村役場との距離は、地理的にも心理的にも関係が薄くなったように思われる。

そして、平成の大合併と時期をほぼ同じくして平成18年4月から本格的に導入されるようになった指定管理者制度は、これまで道の駅の創業に関わってきた経緯から身近であった市町村役場やその担当課との関係を薄くしてしまったように思われる。

指定管理者制度は、「道の駅の建物や施設・設備は貸与します。指定管理料を支払いますのでそれらの運営をお願いします。」という制度とも言える。この指定管理者制度の原則論がやや前面に出すぎてしまったとも思える。今回の調査・診断において、これまで関わってきた市町村役場（合併後は支所）や合併後の市町村役場とその担当課は、当初の地域振興や住民の福祉の向上を掲げて立ち上げた道の駅の本質的な役割を見直す必要があるのではないかとの感想を持った。

2. 公益性と収益性

(1) 公益性施設と収益性施設の峻別

市町村が指定管理者制度を導入し、指定管理者を募集するときに、果たして、指定管理の対象の道の駅は公益性のある施設なのか、収益性のある施設なのかを峻別する必要があると考える。

対象の道の駅が複合施設であれば、道の駅の中のA施設は公益性のある施設であり、B施設は収益性のある施設というように区別する。

そうして、公益性のある施設には市町村役場は指定管理料を支払い、収益性のある施設には基本的には指定管理料は支払わずに、逆に施設・設備の賃貸料を市町村役場は指定管理者側から徴収するというのが本来の姿であると考えられる。

しかし、実情はそう簡単ではない。指定管理料の設定額はいくらが適正なのか、施設・設備の

賃貸料はいくらにするのか（起債の返済額、減価償却費、確保可能な利益等のどれを基準にするのかなど）、あるいは、収益性施設にもかかわらず収益の少ないところから、賃貸料はとれるのかなどの解決すべき課題は多いと思われる。

今回の道の駅の調査研究では、その殆んどを収益性のある施設と看做して、経営改善の提言をさせて戴いた。しかしながら、公益性と収益性の峻別をしないままであれば、本来公益性のある施設であったにも関わらず、収益性を上げることを要請することは、道の駅からは納得性が得られにくいのかもしれない。

(2) 収益性のある道の駅の経営改善

収益性施設であれば道の駅の売り上げが上がらないからといって助けを待っていても、基本的には指定管理者制度では自助努力が求められ、おそらく「誰も助けには来ない。」と思われる。基本的にはこのことを前提にして経営をやってゆくしかない。

これからは所謂「生き残り」ではなくて、「勝ち残り」を目指す。勝ち残るためには、企画力と実行力の両輪が必要だと考える。経営者は雑事に追われずにどうすれば売り上げが伸びるのかを考える。経営者は従業員にも経営をオープンにして、話し合いや企画を求めることである。また、従業員の後ろには家族があり親戚がいる。これらの多くの人を味方につけて企画を練り直すのもひとつの方策である。

立案した企画を、実際に実行する力も必要である。勿論、全てを実行できるとは限らないが、実行することに優先順位をつけて実行に移す能力も経営のひとつである。

一方では、立地がよいところ、あるいは、立地だけではなくて経営者の努力が強いところなどの（特に、従業員の意識改革に力をいれている）道の駅では、売り上げが順調に伸びていることは確かである。これらの道の駅については会社内部の体制固めに着手して益々発展していく努力が必要と思われる。

(3) 公益性のある施設

基本的には公益性のある施設では、収益性は求めない。しかしながら、全くの赤字では財政状態の厳しい自治体においては資金面の支援も難しくなってくるであろう。そうして、施設の閉鎖ということがないように、できるだけ黒字が出るように努力する必要があると考える。公共性施設においては、特に地域住民の協力が欠かせないと思われる。

3. 指定管理者の地域との共生

上記2(2)で述べたように基本的には「指定管理者制度では誰も助けには来てくれない。」としても、委託者側である市町村役場は、設立の経緯を考えても、地域の農業振興や地域住民への福祉サービスの一環として、道の駅の経営などに相当程度は関わるべきと考える。あるいは、応援

が必要ではないのだろうか。

さらには、地域の婦人会やこども会、老人会、農産物の出荷協議会などの団体をも巻き込んで道の駅の経営はどうあるべきかの議論を起こすべきときに来ているのではないかと思われる。単に指定管理者に任せたからそれで済ますことは、将来、不幸にも道の駅の経営が立ちゆかなくなったときは、その道の駅は地域のシンボリック的存在であるだけに、その影響は非常に大きい。

道の駅の経営を、地域住民の力で支えていくことがこれからのあるべき姿と考える。また、そうでなければ、たとえ現在経営が順調な道の駅でさえも、劇的な経営環境の変化が起こる最近の経済状況では付いていけなくなる可能性がある。地域の高齢化に伴う農業生産者人口の減少をどう克服していゆくのか、どう利用者の少なくなる道の駅温泉の利用を地域の人に促進してもらうのか、あるいは、道の駅での集客のためのイベント開催にしてもどのように地域の人々に手助けしてもらうのか、地域の人々の手助けがあれば賑やかなものとなり更に集客が進むであろう。

今後は地域に根ざした経営や地域住民と一体となった経営を行う道の駅を目指すことを考える必要がある。それが、今回に続く指定管理者の継続的指定につながる大きな原動力になると考える。

おわりに

道の駅が熊本県で最初に登録されたのは、平成5年、旧国鉄宮原線肥後小国駅跡地に開駅された「道の駅小国」（第1回登録 平成5年4月22日）です。その後登録先が増え現在では18ヶ所になっています。九州では大分県の20ヶ所に次いで2番目の開駅数です。

今回、訪問調査した道の駅は、都市近郊や主要幹線道路沿いに立地している道の駅、また中山間地に立地している道の駅、著名な観光資源・文化資源を持つ道の駅など、その立地や環境等にはさまざまな違いがありました。また、道の駅の経営主体は、その多くが地元市町村等を株主とする第3セクターでしたが、財団法人、生産者の任意出荷組合、そして全くの民間企業もありました。

この訪問調査を通じて私達が強く感じたことは、それぞれの道の駅が、様々な課題を抱えながらも「地域とともにつくる個性豊かなにぎわいの場」として、地域の核として、活力ある地域づくりの一翼を担っているということでした。

今回の調査研究において、私達は、道の駅の置かれている現状を分析して課題を抽出し、その課題を克服して更なる発展を遂げるための提言をさせていただきました。また、第5章において、公共性と収益性を併せ持つ道の駅の指定管理者制度下での運営のあり方等について、あえて言及させていただきました。

この報告書が、道の駅の経営に携わっておられる関係各位のお役に立てれば幸いです。

最後になりましたが、本調査研究の実施にあたり、各道の駅の駅長・支配人の方々、また熊本県の関係各位には、数々のご協力をいただき厚くお礼申し上げます。とりわけ駅長会幹事の賀久様（泗水道の駅：駅長）および当県支部の山下支部長には、格別のご協力・ご助言をいただきました。重ねて厚くお礼を申し上げます。

平成20年1月