

全国モデル「道の駅」 全 6 箇所

(地域外から活力を呼ぶゲートウェイ型)

主な機能	都道府県	市町村	設置年度	駅名	主な特長
観光総合	群馬県	川場村	H8	川場田園プラザ	「農業プラス観光」で人口約 3,700 人の村に年間約 120 万人が来訪。リピート率は7割。
	栃木県	茂木町	H8	もてぎ	真岡鉄道の SL やサーキットなど地域の魅力へのアクセスポイントとしてのゲートウェイ機能。
	千葉県	南房総市	H5	とみうら	ビワ狩り体験企画など、地域の観光資源をパッケージ化し、都市部の旅行会社へ販売。観光バス 3,000 台誘致。

(地域の元気を創る地域センター型)

主な機能	都道府県	市町村	設置年度	駅名	主な特長
産業振興	山口県	萩市	H13	萩しーまーと	隣接する漁港から新鮮な海産物が直接店頭に並び、地産地消にも貢献。地元加工業者と高付加価値商品を開発し、地域に貢献。
	愛媛県	内子町	H8	内子フレッシュパークからり	生産者自らが運営に携わり、特産品を活かした加工食品の開発販売等、約 60 名の雇用を創出。
防災	岩手県	遠野市	H10	遠野風の丘	東日本大震災時は、後方支援拠点として機能。広域防災拠点として高度な防災機能を分担。

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

年間利用者： 約144万人 販売額： 約7.2億円 雇用： 73名

道の駅「もてぎ」 栃木県茂木町

（人口 約1万4千人
面積 約170km²）

国道123号（一体型）



「道の駅」を核とした6次産業化

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



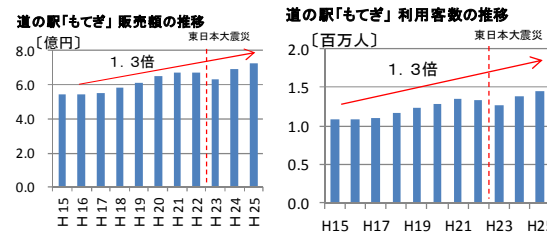
地域特産の柚子による加工品開発



道の駅ショップ(櫓)で販売

地域のにぎわいの拠点

創意工夫の取り組みで利用客数、販売額は10年間で1.3倍に増加



交流イベント



真岡鉄道SL



朝どり野菜の直売



もてぎサインリンク



ふるさとギフトの企画



やまがは

地域の防災拠点

防災力向上のための防災館を併設。平時からの防災啓発に活用



茂木町防災館でのセミナー



防災啓発

防災井戸

ふるさと納税の推進

道の駅の商品をふるさと納税のお礼として地域PRに活用



道の駅でふるさと納税を推進

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

年間利用者： 約120万人 販売額： 約10億円 雇用： 80名



道の駅「川場田園プラザ」

群馬県川場村

（人口 約3.7千人
面積 約85km²）

（主）平川横塚線（単独型）



農業プラス観光

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



ブルーベリーソフト



ブルーベリー加工品



加工場



陶芸体験



家族で楽しめる田園プラザ



ファーマーズマーケット



ミート工房

地域のゲートウェイ

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

「道の駅」を入口に
地域の魅力をネットワーク



ビジターセンター



川場田園プラザ

川場村の観光資源



水辺空間



SL



資料館



果樹園



温泉

田園プラザ構想

<基本理念>

川場村の産業、情報、交流の核である
タウンサイトの形成を目指す

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

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

年間利用者： 約50万人 販売額： 約5億円 雇用： 約60名

道の駅「とみうら」 千葉県南房総市

（人口 約4万2千人）
（面積 約230km²）

国道127号（単独型）

位置図



マルシェ



インフォメーション
カウンター

「道の駅」を核とした6次産業化

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



地域特産のビワを加工



豊富なオリジナル商品の開発



ショップでの販売

地域固有の観光資源をパッケージ化し、観光ニーズを呼び込み

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

例）日帰りバスツアー誘致



枇杷狩りの受付

房州うちわ作り体験

関東最大規模の
菜の花畑

いちご狩り体験

地域の様々な観光資源



**観光バス立寄り台数
約3000台（9万人）**

出典：（株）ちば観光振興公社（観光協会）

びわ狩り
いちご狩り
レストラン
体験農家
観光名所
等

地域100事業者

地域の伝統・文化の継承、交流のための取り組み

富浦人形劇など、地域の伝統・文化の継承の場としても活用



富浦人形劇



自然観察 土曜学校