

道の駅 アリストぬまくま 再整備 基本構想

2025 年(令和 7 年)6 月



福 山 市
Fukuyama City

【 目 次 】

本書の目的	1
第1章 道の駅に関する前提	
1 制度概要	3
2 国等の動向	4
3 関連する計画	5
4 全国の道の駅	6
5 先進事例	9
第2章 道の駅の現状	
1 施設概要	16
2 利用者数・売上の推移	17
3 南部地域の概要	18
4 アンケート調査結果	21
5 ワークショップ	22
6 あり方懇談会	23
第3章 基本構想	
1 再整備の方向性	24
2 コンセプト	26
3 ターゲット	27
4 将来推計	28
5 機能	30
6 事業スキーム	35
7 整備方針、スケジュール	36

本書の目的

(1) 背景

「道の駅アリストぬまくま」は1996年(平成8年)に旧沼隈町により設置された本市唯一の道の駅である。開業以来、新鮮な魚介類や野菜を取り揃えた「自由市場」、近隣にはない独自施設としての「ハーブガーデン」、地元の食材やハーブを用いた料理を提供している「レストラン」などが人気となり地元客を中心に利用者を集めてきた。

一方で、開業から20年以上が経過し、施設の老朽化が進むと共に、駐車場台数の不足等の課題が浮き彫りとなってきた。また、2025年(令和7年)3月に開通した「鞆未来トンネル」や鞆地区の新たな開発動向など、道の駅を取り巻く周辺環境が大きく変化すると共に道の駅に求められるあり方も大きく変化してきている。

そこで本市では2029年(令和11年)のリニューアルオープンに向けて、道の駅の再整備の検討を開始した。2024年度(令和6年度)は2025年度(令和7年度)内の「再整備基本計画」策定に向けて、利用者アンケート等の基礎調査やあり方懇談会における基本方針の検討等を行った。

本「基本構想」は2024年度(令和6年度)の調査・検討の取りまとめを行ったものである。本書を通じて、道の駅を取り巻く環境及び懇談会等で挙げられた道の駅に対する意見・課題を整理すると共に、再整備に向けた基本方針を示していく。



【図表 00-01 道の駅アリストぬまくまの位置】¹

¹ 地図の出典：備後圏域連携協議会 第3期びんご圏域ビジョンー成長戦略 2025ー 3 頁
(最終閲覧 2025 年(令和 7 年)4 月 15 日)

(2) 取りまとめの方向性

本書は次の3章にて構成される。

第1章 道の駅に関する前提

第2章 道の駅の現状

第3章 基本構想

第1章では「道の駅に関する前提」として道の駅に関連する国及び本市の動向について確認する。また、道の駅の全国的なトレンドを確認し、道の駅アリストぬまくまの立ち位置について明らかにすると共にモデルとなる先進事例について取り上げる。

第2章では「道の駅の現状」として、道の駅アリストぬまくまの現状及び道の駅が位置する本市「南部地域」の現状の整理をする。また、「アンケート（利用者アンケート・市民アンケート）」「市民向けワークショップ」「道の駅アリストぬまくま あり方懇談会」で挙げられた意見を整理し、道の駅の現状把握・課題特定を行うと共に再整備に向けた要望等を確認する。

第3章では「基本構想」として、道の駅再整備の方向性について示す。具体的には、「再整備の方向性」「コンセプト」「ターゲット」を示した上で、連関する形で「将来推計」「機能」について示していく。最後に次年度の基本計画の策定に向けて、「事業スキーム」「整備方針、スケジュール」を確認する。

【第1章 道の駅に関する前提】

道の駅を取り巻く、国・本市の動向と道の駅の全国的なトレンド・先進事例について

1. 制度概要 2. 国等の動向 3. 関連する計画 4. 全国の道の駅 5. 先進事例

【第2章 道の駅の現状】

道の駅及び南部地域の現状と再整備に対する意見について

1. 施設概要 2. 利用者数・売上の推移 3. 南部地域の概要 4. アンケート調査結果
5. ワークショップ 6. あり方懇談会

【第3章 基本構想】

道の駅再整備の方向性について

1. 再整備の方向性 2. コンセプト 3. ターゲット 4. 将来推計 5. 機能
6. 事業スキーム 7. 整備方針、スケジュール

【図表 00-02 本書の構成】

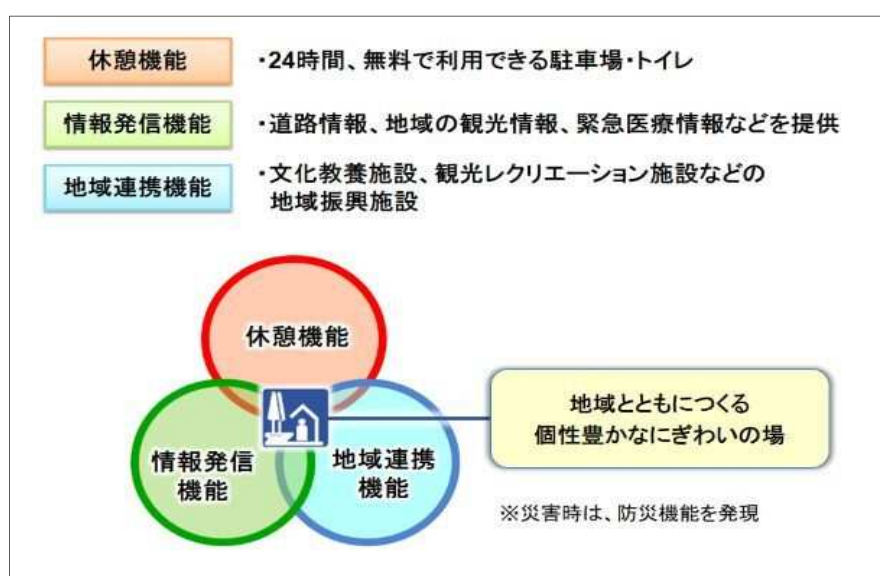
第1章 道の駅に関する前提

1 制度概要

(1) 道の駅の目的と基本コンセプト

道の駅とは、長距離ドライバーや女性・高齢者ドライバーの増加による一般道における24時間利用可能な休憩施設・スペースへの要請と地域に即したサービスや情報発信を行い、地域の活性化や地域内外の連携・交流の核となる施設への要請により生まれた施設とされる。

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」が設定されており、目的に寄与すべく、基本コンセプトとして、「休憩機能」「情報発信機能」「地域連携機能」が設定されている。



【図表 01-01 道の駅の基本コンセプト】²

(2) 道の駅に関わる主体

道の駅の設置は市町村又はそれに代わり得る公的な団体が行う。また登録そのものは、市町村長からの登録申請により国土交通省が行う。

整備方法については、道路管理者と市町村等が連携して整備する「一体型」と、市町村が単独で整備する「単独型」の2種類がある。

管理運営については、所有者である市町村の他、市町村と民間事業者の共同出資により設立された「第三セクター」や指定管理者制度に基づいて選出された「民間企業」が担う例も増加している。これはマーケティング・マネジメント等の知見を有する民間を活用し、良質な道の駅の管理運営を行うためである。

² <https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html> (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)1 月 6 日)

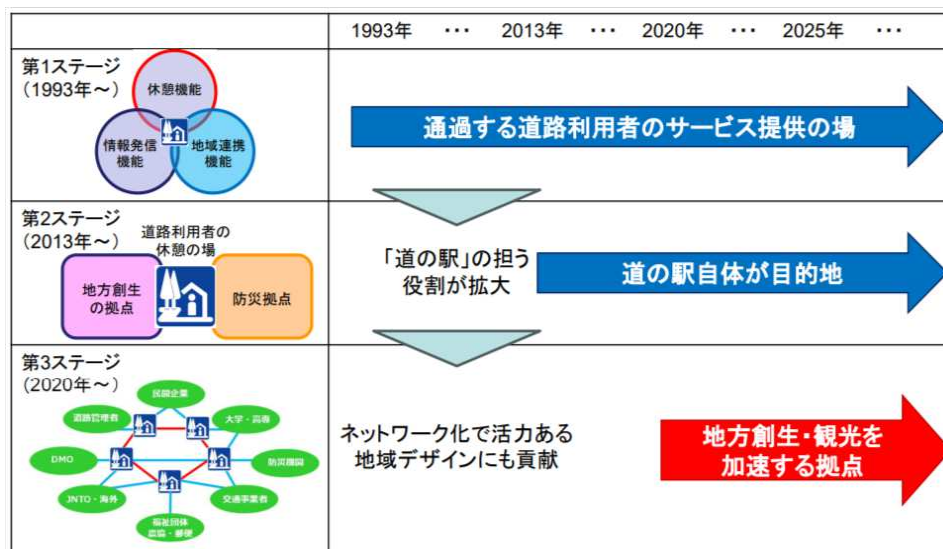
2 国等の動向

(1)道の駅の位置付けの変遷

道の駅は1993年（平成5年）の最初の登録以来これまで「第1ステージ」「第2ステージ」「第3ステージ」と位置付けを変えてきた。

「第1ステージ」の道の駅は、基本コンセプトに沿った設計がされ「道路利用者の休憩の場」という側面が強かった。2013年（平成25年）頃から、「第2ステージ」の道の駅がみられるようになり、「第1ステージ」の道の駅の役割に加えて、道の駅自体が「目的地」となることがめざされ、基本コンセプトの機能に加えてそれぞれの道の駅が観光などの独自機能を付与するようになった。

さらに、2020年（令和2年）以降は「第3ステージ」の道の駅がめざされている。「第3ステージ」の道の駅は「第2ステージ」の道の駅の役割に加えて、「地方創生・観光を加速する拠点」となることが掲げられ、より道の駅が独自で観光や防災などの取組を進めている。また、「ネットワーク化で活力ある地域デザインにも貢献」することも掲げられ、地域活性化・地域経済の拠点となるため、道の駅同士や道の駅と地元企業などの連携が推進されている。



【図表 01-02 道の駅の変遷】³

(2)国の動向

国土交通省においては2020年（令和2年）2月より、『道の駅』第3ステージ推進委員会」を開催し、「第3ステージ」に対応する道の駅を増加させるため、必要な施策やフォローアップの検討を実施している。2024年（令和6年）7月には「中間レビューと今後の方向性」を示し、これまでの取組を総括すると共に、めざす姿として新たに『道の駅』単体からまちぐるみの戦略的な取組へ」を掲げた。

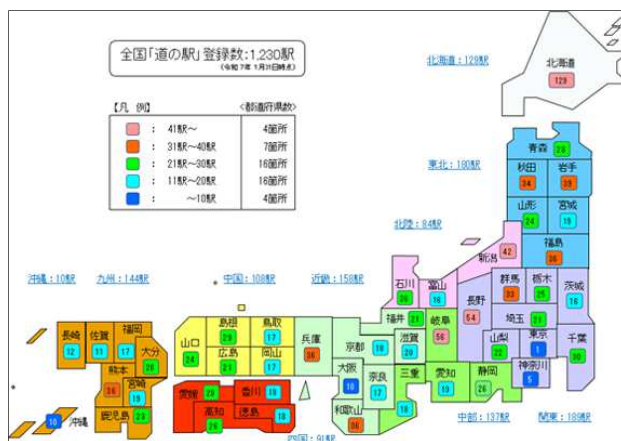
³ 国土交通省 道路局 企画課 評価室 「『道の駅』第3ステージの定義」 2024年（令和6年）5月 4頁参照

4 全国の道の駅

(1) 全国の道の駅のトレンド

①道の駅数と分布

全国の道の駅数は2025年(令和7年)1月31日時点で1,230駅となっている。北海道129駅、岐阜県56駅、長野県54駅となっている一方で、大阪府10駅、神奈川県5駅、東京都1駅と都心部で少ない傾向がみられる。

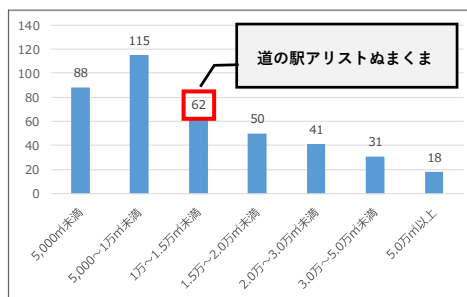


【図表 01-05 全国の道の駅数と分布】⁵

②敷地面積

道の駅の敷地面積の平均値は17,120 m²である一方で、10,000 m²未満の道の駅も半数を占めており、道の駅により差がみられる。道の駅アリストぬまくまの敷地面積は10,500 m²であり、半数以上の道の駅よりも広い敷地面積を有している。

■ 単純集計 道の駅総面積 比較一覧			
単位: 件			
No.	概要	実数	構成比
1	5,000m ² 未満	88	21.7%
2	5,000～1万m ² 未満	115	28.4%
3	1万～1.5万m ² 未満	62	15.3%
4	1.5万～2.0万m ² 未満	50	12.3%
5	2.0万～3.0万m ² 未満	41	10.1%
6	3.0万～5.0万m ² 未満	31	7.7%
7	5.0万m ² 以上	18	4.4%
合計		405	100%
平均値		17,120 m ²	



【図表 01-06 全国の道の駅の敷地面積の分布】⁶

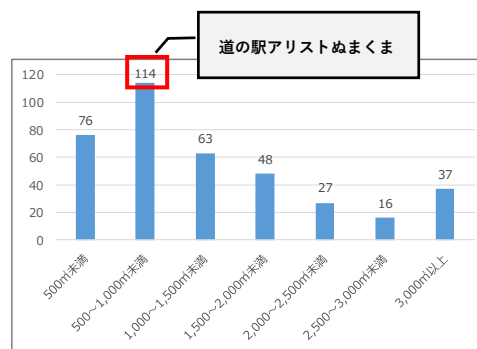
③建物面積

道の駅の建物面積の平均値は1,527 m²である一方で、1,000 m²未満の道の駅も半数を占めており、道の駅により差がみられる。道の駅アリストぬまくまの建物面積は851.05 m²であり、500～1,000 m²未満の最大のボリュームゾーンに位置している。

⁵ <https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/list.html> (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)4 月 11 日)

⁶ 一般社団法人 全国道の駅支援機構 「令和 3 年度全国道の駅運営実態調査結果レポート」2021 年(令和 3 年)12 月 13 頁参照

■ 単純集計 道の駅建物総面積 比較一覧 単位：件			
No.	概要	実数	構成比
1	500㎡未満	76	19.9%
2	500～1,000㎡未満	114	29.9%
3	1,000～1,500㎡未満	63	16.5%
4	1,500～2,000㎡未満	48	12.6%
5	2,000～2,500㎡未満	27	7.1%
6	2,500～3,000㎡未満	16	4.2%
7	3,000㎡以上	37	9.7%
合計		381	100%
平均値		1,527 ㎡	

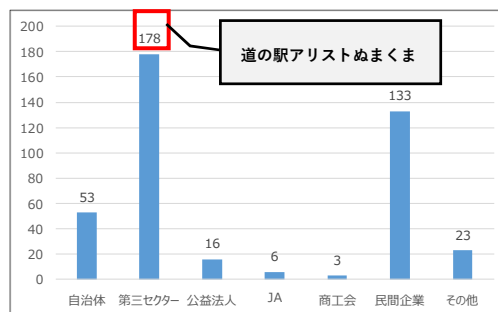


【図表 01-07 全国の道の駅の建物面積の分布】⁷

④管理運営主体

管理運営主体については、「第三セクター」が約 43%と 1 番多く、次いで「民間企業」が約 32%となっている。一方で、自治体が管理運営するケースは約 13%となっている。道の駅アリストぬまくまにおいては、最大の回答を集めている「第三セクター」が管理運営を担っている。

■ 単純集計 道の駅年間イベント数 比較一覧 単位：件			
No.	概要	実数	構成比
1	自治体	53	12.8%
2	第三セクター	178	43.0%
3	公益法人	16	3.9%
4	JA	6	1.4%
5	商工会	3	0.7%
6	民間企業	133	32.1%
7	その他	23	5.6%
合計		414	100%

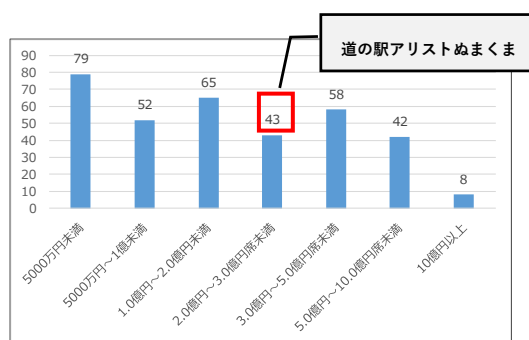


【図表 01-08 全国の道の駅の管理運営主体の分布】⁸

⑤年間売上

道の駅の年間売上の平均値は 2 億 5,259 万円である一方で、年間売上 1 億円未満の道の駅が全体の約 40%を占め、また 5 億円以上の道の駅が約 15%占めており、道の駅により差がみられる。道の駅アリストぬまくまの売上は 2 億 8,505 万円(2024 年度(令和 6 年度))であり、全国平均をやや上回っている。

■ 単純集計 道の駅年間総売上 比較一覧 単位：件			
No.	概要	実数	構成比
1	5000万円未満	79	22.8%
2	5000万円～1億未満	52	15.0%
3	1.0億円～2.0億円未満	65	18.7%
4	2.0億円～3.0億円未満	43	12.4%
5	3.0億円～5.0億円未満	58	16.7%
6	5.0億円～10.0億円未満	42	12.1%
7	10億円以上	8	2.3%
合計		347	100%
平均値		252,594 千円	



【図表 01-09 全国の道の駅の年間売上の分布】⁹

⁷ 6 と同様 14 頁参照

⁸ 6 と同様 26 頁参照

⁹ 6 と同様 40 頁参照

(2) 広島県と備後圏域の道の駅

広島県内においては、次の 21 駅が存在する。「道の駅アリストぬまくま」は 1995 年(平成 7 年)8 月に登録をされた県内でも古い道の駅となっている。

No.	道の駅名	登録回	登録年月	所在地(市町名)	再整備有無
1	リストアステーション	第3回	1993年(平成5年)11月	庄原市	—
2	遊YOUさろん東城	第6回	1994年(平成6年)8月	庄原市	—
3	さんむ182ステーション	第6回	1994年(平成6年)8月	神石高原町	2020年(令和2年)実施
4	豊平どんぐり村	第6回	1994年(平成6年)8月	北広島町	—
5	来夢とごうち	第9回	1995年(平成7年)8月	安芸太田町	再整備検討中
6	よがんす白竜	第9回	1995年(平成7年)8月	三原市	2013年(平成25年)実施
7	アリストぬまくま	第9回	1995年(平成7年)8月	福山市	再整備検討中
8	スバ羅漢	第10回	1996年(平成8年)4月	廿日市市	—
9	ゆめランド布野	第11回	1996年(平成8年)8月	三次市	—
10	ふおレスト君田	第13回	1997年(平成9年)10月	三次市	—
11	クロスロードみつぎ	第17回	2001年(平成13年)8月	尾道市	2015年(平成27年)実施
12	舞ロードIC千代田	第19回	2003年(平成15年)8月	北広島町	—
13	北の関宿安芸高田	第19回	2003年(平成15年)8月	安芸高田市	—
14	湖畔の里福富	第27回	2008年(平成20年)5月	東広島市	2022年(令和4年)実施
15	たけはら	第34回	2010年(平成22年)8月	竹原市	—
16	みはら神明の里	第36回	2011年(平成23年)8月	三原市	—
17	たかの	第38回	2012年(平成24年)9月	庄原市	—
18	世羅	第42回	2014年(平成26年)10月	世羅町	—
19	びんご府中	第45回	2016年(平成28年)4月	府中市	—
20	三矢の里あきたかた	第52回	2020年(令和2年)3月	安芸高田市	—
21	西条のん太の酒蔵	第56回	2022年(令和4年)2月	東広島市	—

* 一部施設における再整備の実施等軽微な再整備は除く



【図表 01-10 広島県の道の駅一覧(左)¹⁰ 広島県「道の駅」位置図(右)¹¹】

また、備後圏域(構成自治体：【広島県】三原市、尾道市、福山市(連携中枢都市)、府中市、竹原市、世羅町、神石高原町、【岡山県】笠岡市、井原市)内においては、次の 9 駅が存在する。傾向として、登録から 20 年以上経過をした道の駅を中心に再整備の実施・検討が進められている。

今後は、商品の相互販売やイベント等を通じて各道の駅が連携し、地域全体の活性化に寄与していくことが必要になると考えられる。

No.	所在地(市町名)	道の駅名	登録回	登録年月	再整備有無
1	三原市	よがんす白竜	第9回	1995年(平成7年)8月	2013年(平成25年)実施
2	三原市	みはら神明の里	第36回	2011年(平成23年)8月	—
3	尾道市	クロスロードみつぎ	第17回	2001年(平成13年)8月	2015年(平成27年)実施
4	福山市	アリストぬまくま	第9回	1995年(平成7年)8月	再整備検討中
5	府中市	びんご府中	第45回	2016年(平成28年)4月	—
6	竹原市	たけはら	第34回	2010年(平成22年)8月	—
7	世羅町	世羅	第42回	2014年(平成26年)10月	—
8	神石高原町	さんむ182ステーション	第6回	1994年(平成6年)8月	2020年(令和2年)実施
9	笠岡市	笠岡ベイファーム	第35回	2011年(平成23年)3月	再整備検討中

* 一部施設における再整備の実施等軽微な再整備は除く



【図表 01-11 備後圏域の道の駅一覧(左)¹² 「道の駅」位置図(右)¹³】

¹⁰ 国土交通省 「「道の駅」登録一覧」を参考に独自作成

¹¹ <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/97/michinoeki.html> (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)2 月 22 日)

¹² 10 と同様

¹³ 地図の出典： 広報ふくやま 2024 年 10 月特集「知ってる？実はこれも備後圏域の取組」

・ポイント

好立地に加えて、指定管理を担う「株式会社 COLLECT（株式会社 TTC グループ）」の「マーケティング・地域との連携施策」も多く、来場者、観光客を集める要因となっている。具体的な取組としては次の3点が挙げられる。

NO.	取り組み名	具体的な内容
1	商品力	<ul style="list-style-type: none"> ・物販施設では、足元需要の日常的な買い物のニーズに応えるため、生鮮類のみならず肉類や鮮魚を取り扱っている。一方で、観光需要に応えるため、メロンやサツマイモ等の地元の産品を活かしたお土産品を多数取り揃えている。 ・飲食施設では、常陸牛やつくば鶏等の地元の食材を活かした定食や豪勢に盛り付けられた海鮮料理を取り扱っている。 ・ベーカリーでは地元のメロンを活かした「メロンパン」を販売している。メロンパンは1日に数回決まった時間に販売されるものの、毎回大行列・完売になる人気を博しており、道の駅常総1番の「名物商品」となっている。2024年（令和6年）5月4日には、ギネス世界記録「8時間で最も多く売れた菓子パンの数」への挑戦も行われ、9,390個を販売しギネス記録を達成した。
2	情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSやプレスリリースによる積極的な情報発信を行い、集客強化を図っている。 ・メディアへの出演実績も多数持ち、特にメディアに取り上げられた直後は反響として圏央道を利用して訪れる観光客の増加がみられている。
3	指定管理者と地元・行政の連携	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社TTCグループの常総市での取組が初めてであったため、担当者が積極的に現場に足を運び生産者や地元とのコミュニケーションを取り信頼関係の構築を図っている。生産者の農場へ直接視察に向かうこともあり、結果としてその中で地元の優良な資源を発掘し商品開発につながられた例もある。 ・さらに、指定管理者と行政も綿密な連携を図りながら取組を進めており、現在では「メロンの特産品化」に注力している。



【図表 01-13、14 道の駅常総における取組(上)、ギネス記録達成表彰の様子(左下)¹⁶とメディア出演例：テレビ東京「デカ盛りハンター」2023年(令和5年)6月25日(右下)¹⁷】

本事例より、道の駅アリストぬまくまにおいて活用可能なポイントは次の3点である。

NO.	ポイント	具体的な内容
1	商品力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・現状の道の駅の自由市場では、新鮮な鮮魚や野菜を目当てに多くの利用者を集めている。また、レストランでは各メニュー及びパンが人気を博している。 ・一方で、観光客の取り込みを考えた場合、土産物等の観光需要に対応する商品が少なく、拡充が必要になると考えられる。また、集客力強化のために「名物商品」の開発も進めていく必要がある。 ・レストランにおいては、観光客の取り込みを考えた、メニューのブラッシュアップが検討事項として挙げられる。
2	情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・より積極的なSNSの活用として、既存で利用されているLINE、Facebookに加えて、InstagramやXの活用が検討事項として挙げられる。 ・また、TV、ラジオ等のメディアへの出演も積極的に行い、認知を高めていく必要があると考えられる。
3	指定管理者と地元・行政の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・指定管理者と行政が定期的なミーティングによるコミュニケーションを取り、連携を進めていく形が望ましいと考えられる。 ・道の駅における各種取組においては、地元の事業者や住民と連携を図りながら進めていく必要がある。

【図表 01-15 道の駅常総より道の駅アリストぬまくまにて活用できるポイント】

¹⁶ 株式会社 COLLECT 道の駅常総「茨城・道の駅常総、新たなギネス世界記録(TM)を樹立」
2024年(令和6年)5月7日

¹⁷ <https://www.michinoeki-joso.com/media.html> (最終閲覧 2025年(令和7年)2月16日)

②道の駅きつれがわ

・概要

道の駅きつれがわは栃木県さくら市に位置する 2001 年(平成 13 年)6 月に開業した栃木県 8 番目の道の駅である。2020 年(令和 2 年)には 76 万 4 千人の来場者数を集めると共に、2017 年(平成 29 年)には再整備も実施しており、再整備前後で来場者数を 17 万 7 千人(2016 年(平成 28 年))から 56 万 4 千人(2017 年(平成 29 年))に伸ばした実績を持つ。¹⁸

名称	道の駅きつれがわ	
住所	〒329-1412 栃木県さくら市喜連川4145-10	
開業日	2001年(平成13年)6月10日	
指定管理者	株式会社 道の駅きつれがわ	
保有機能	<ul style="list-style-type: none"> ・物販施設 ・飲食施設(フードコート、パン屋、ジェラート、鮎の塩焼き 等) ・温泉施設 ・バーベキュー・キャンプ場 等 	
立地	国道293号沿い	
敷地面積	—	
駐車場台数	263台 (普通車242台 大型車17台 身障者用4台)	

【図表 01-16 道の駅きつれがわの概要(左)、正面写真(右)】

・ポイント

道の駅きつれがわは一定の来場者数を集めると共に、宇都宮市等の近隣自治体からの観光客も集めている。道の駅きつれがわが人気を集める要因となっている取組として次の 3 点が挙げられる。

NO.	取り組み名	具体的な内容
1	コンセプトの設定	・リニューアルに際して、コンセプトとして「大正ロマン・大正モダン」を設定し、 コンセプトに基づく機能・商品・施設デザイン を展開している。
2	飲食コンテンツの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・フードコート4店舗に加えて、パン、ジェラート、たいやき、鮎の塩焼き、クロquette・メンチカツ等多彩な飲食コンテンツを有している。 ・フードコート等では地域の人気店が出店するなど地域との連携が図られている。
3	観光・体験コンテンツの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅の名物コンテンツとして、日本三大美肌の湯に選出されている「喜連川温泉」を活用した温浴施設がある。 ・加えて、バーベキュー・キャンプ場を有しており、ファミリー層等に利用されている。



【図表 01-17、18 道の駅きつれがわにおける取組(上)
温浴施設(左下)、バーベキュー・キャンプ場(右下)】

¹⁸ 栃木県産業労働観光部観光交流課「令和 2 (2020) 年栃木県観光客入込数・宿泊数 推定調査結果」26 頁参照

本事例より、道の駅アリストぬまくまにおいて活用可能なポイントは次の3点である。

NO.	ポイント	具体的な内容
1	コンセプトの設定	・コンセプトを設定し道の駅のあり方を内外に分かる形で示すと共に、一貫した「軸」として基本構想・基本計画に反映させていく必要がある。
2	飲食コンテンツの充実	・観光客の獲得を想定して、既存のレストラン・パン・ジェラート以外の飲食コンテンツの展開が検討事項として挙げられる。
3	観光・体験コンテンツの充実	・観光客の獲得のためには、一般的な道の駅の機能に加えて、観光・体験に関するコンテンツの充実が必要となると考えられる。 ・道の駅きつれがわにおいては道の駅内に温浴施設の設置等がみられたものの、道の駅内に設置が難しい場合は、地域の他の観光・体験資源と連携して観光・体験を実現する形が望ましい。

【図表 01－19 道の駅きつれがわより道の駅アリストぬまくまにて活用できるポイント】

③道の駅川場田園プラザ

・概要

道の駅川場田園プラザは群馬県川場村に位置する道の駅である。人口約 3 千人の村にもかかわらず、群馬県内の近隣市町村、さらには埼玉県・東京都・神奈川県等首都圏からも多くの観光客を集め、道の駅の年間来場者数は約 240 万人、売上は約 21 億円にも及んでいる。¹⁹また、『『じゃらん』全国道の駅グランプリ 2022・2023』において人気ランキング 1 位を獲得するなど定性的な人気も集めている。

名称	道の駅川場田園プラザ
住所	〒378-0111 群馬県利根郡川場村大字秋室385
開業日	1998年(平成10年)
指定管理者	株式会社田園プラザ川場
保有機能	・物販機能 ・ファーマーズマーケット、ベーカリー、ビール専門店、ヨーグルト専門店等 ・飲食機能 ・そば専門店、ラーメン専門店、生パスタ専門店等 ・体験機能 ・プレイゾーン、ブルーベリー公園、体験陶芸教室等
立地	群馬県道64号平川横塚線沿い（関越自動車道 沼田ICから車で約10分）
敷地面積	49,537㎡
駐車場台数	867台（普通車850台 大型車5台 身障者用12台）



【図表 01－20 道の駅川場田園プラザの概要(左)と園内図(右)²⁰】

・ポイント

多くの来場者数・観光客を集め人気を博している道の駅川場田園プラザにおいて、成果を上げている取組は次の3点である。

¹⁹ ダイヤモンド・チェーンストア編集部「リピート率7割！「日本一の道の駅」人気の秘密に迫る」2024年(令和6年)3月13日

²⁰ <https://denenplaza.co.jp/map/>（最終閲覧 2025年(令和7年)4月17日）

NO.	取り組み名	具体的な内容
1	ターゲット設定	・人口が少ない村のため、村民のみをターゲットとする形では経営面の成果が見込めなかった。 ・そこで、道の駅事業を川場村の村づくりの基本路線である「農業＋観光」の集大成事業と位置づけ、 ターゲットを都内を含む近隣～遠方からの観光客 に設定した。
2	魅力的な商品群	・「飲むヨーグルト」や、川場産コシヒカリ「雪ほたか」を活用した「おにぎり」等、 村の資源を活用した魅力的な商品を多数取り揃え 人気を集めている。（一部の商品は道の駅内において商品の開発・製造が行われている。）
3	情報発信・連携力	・積極的なメディアへの出演を行っている他、 東京都世田谷区との縁組協定を活用し集客 を図っている。 ・具体的には、世田谷区内のイベントにて川場村の商品の販売などを行っている。

【図表 01－21 道の駅川場田園プラザにおける取組】

本事例より、道の駅アリストぬまくまにおいて活用可能なポイントは次の３点である。

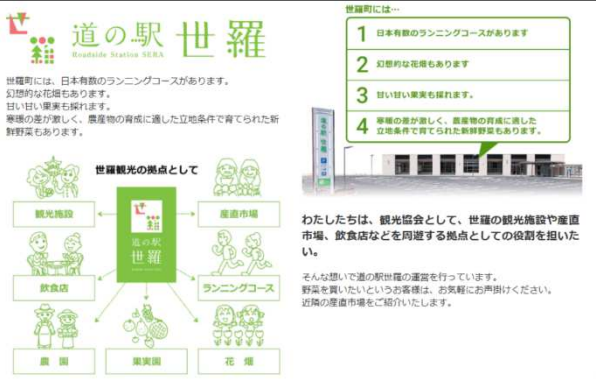
NO.	ポイント	具体的な内容
1	地域外への視点	・道の駅川場田園プラザの場合、ターゲットを都内を含む近隣～遠方からの観光客に設定することで、村内の人口の少なさをカバーし集客に成功、村の交流人口創出にも寄与している。 ・道の駅アリストぬまくまにおいても、 地域内(道の駅のある南部地域)のみならず地域外への視点を持ち、観光客の集客をめざしていく などで、経営面の向上や地域振興に、より寄与していくと考えられる。
2	商品群の充実	・既存で人気を集めている鮮魚や野菜に加える形で、加工品を含めて人気商品のラインナップを増やし、商品を充実させていくことが検討事項として挙げられる。 ・特に、集客面に貢献する「 名物商品 」の 開発 が必要になると考えられる。
3	情報発信・連携の強化	・積極的なメディアへの出演を行い、情報発信を強化、認知を高めていく必要があると考えられる。 ・加えて、備後圏域の他の自治体・道の駅と連携し集客を行うなど、 他の自治体・道の駅との連携 も必要になると考えられる。

【図表 01－22 道の駅川場田園プラザより道の駅アリストぬまくまにて活用できるポイント】

④道の駅世羅

・概要

道の駅世羅は広島県世羅町に位置する 2015 年(平成 27 年)5 月に開業した広島県 18 番目の道の駅である。世羅町の「周遊拠点」として位置付けられ、世羅町を訪れる多くの観光客に利用されている。2024 年度(令和 6 年度)の利用者数は 100 万人に迫るペースであり、売上も 2023 年度(令和 5 年度)で 4 億 1,600 万円²¹となり、経営面でも一定の成果を上げている。

名称	道の駅世羅	
住所	広島県世羅郡世羅町川尻2402-1	
開業日	2015年(平成27年)5月	
指定管理者	一般社団法人 世羅町観光協会	
保有機能	<ul style="list-style-type: none"> ・物販機能 ・飲食機能 ・情報コーナー ・トイレ ・駐車場 ・宿泊施設(フェアフィールド・バイ・マリオット) 等 	
立地	国道432号沿い(尾道自動車道世羅インターチェンジすぐ)	
敷地面積	9,300㎡	
駐車場台数	162台(普通車 63台 大型車10台 その他2台 第2駐車場87台)	

【図表 01－23 道の駅世羅概要(左)と道の駅世羅のコンセプト(右)²²】

²¹ 中国新聞 「道の駅世羅 施設拡充へ」 2025 年(令和 7 年)1 月 11 日

²² <https://seranan.jp/road-side-station/> (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)2 月 23 日)

・ポイント

道の駅世羅の取組の特徴は、道の駅を拠点とし「町内の他の観光・体験資源へ周遊を促す取組」である。具体的には次のとおりである。また、取組に際しては、毎週ミーティングを開催するなど「指定管理者と行政の連携」を重視している。

NO.	取り組み名	具体的な内容
1	観光コンシェルジュによるきめ細やかな情報提供	・「せらインフォメーションカウンター」に観光コンシェルジュを設置 ・パンフレットは極力利用者に手渡しで提供 ・スタッフ間の情報共有には一冊の大学ノートを活用
2	「せら高原開花情報」をリアルタイムで発信	・世羅町にある花農園7か所の開花情報を「せらインフォメーションカウンター」やホームページだけでなく、希望する旅行会社・メディア・観光関連団体へFAX又はメールでお知らせ ・情報の更新は毎週金曜日に実施(4・5月は火曜日を加えた週2回)
3	新鮮な野菜や果実の入荷状況をお知らせ	・町内6つの直売所の入荷状況を利用者が把握できるシステムを導入 ・入荷情報は各直売所が更新
4	飲食店情報の提供	・各店舗の電話番号・営業時間・休休日・キャッシュレス決済の可否を、洋食、中華、和食などの料理ジャンル別に紹介 ・宿泊特化型ホテル「フェアフィールド・バイ・マリオット・広島世羅」が開業するタイミングで、食事難民対策としてリニューアル
5	体験メニューの紹介	・道の駅周辺の体験コンテンツを紹介(例：アスパラガスの収穫体験、陶芸体験) ・商品と関連付けながら紹介を実施
6	行政と連携した「せらめぐり花めぐりチケット」	・対象施設のおもてなしサービス加盟店で利用すると、4千円で5千円分の金券になるだけでなく、さらに割引やプレゼントなどの特典も受けられることができる
7	電動アシスト自転車で周遊コースやサイクルオアシス	・主にインバウンドをターゲットに設定 ・サイクリスト専用の駐車場や修理工具を備えた休憩所を配備 ・電動アシスト自転車の本格的な貸し出しやコースマップの配布も開始
8	地域と連携した多彩なイベント	・「毎日が世羅祭り」を掲げ、多い年で80日以上イベントを開催

【図表 01-24 道の駅世羅における取組】

本事例より、道の駅アリストぬまくまにおいて活用可能なポイントは次の3点である。

NO.	ポイント	具体的な内容
1	観光周遊を促進する機能の保持	・道の駅世羅においては、道の駅を拠点とし「町内の他の観光・体験資源へ周遊を促す取組」が積極的に行われている。 ・道の駅アリストぬまくまにおいても、南部地域の他の観光・体験資源と連携し、道の駅が周遊を促すことで、道の駅への観光需要増加のみならず、地域全体の観光振興や活性化につながると考えられる。 ・周遊を促進する具体的なコンテンツ例としては、観光案内所の設置やレンタサイクルの実施、地域の店舗紹介の実施等が挙げられる。
2	地域と連携した観光・体験の実現	・観光周遊の促進に際しては、地域の観光・体験資源の掘り起こし、創出が必要になる。 ・掘り起こし、創出に際しては、道の駅世羅でみられるように「地域と連携」する形での実施が望ましいと考えられる。
3	指定管理者と行政の連携強化	・行政が定期的なミーティングによるコミュニケーションを取り、連携を進めていく形が望ましいと考えられる。

【図表 01-25 道の駅世羅より道の駅アリストぬまくまにて活用できるポイント】

⑤道の駅新潟ふるさと村

・概要

道の駅新潟ふるさと村は政令指定都市である新潟市に位置する道の駅である。施設のテーマを「ふるさと新潟再発見」と位置付け、新潟県を象徴する観光拠点施設として年間約159万人が来場している。²³

²³ 新潟県観光文化スポーツ部観光企画課 「令和5年 新潟県観光入込客統計」41頁

名称	道の駅新潟ふるさと村
住所	〒950-1101 新潟県新潟市西区山田2307
開業日	1991年(平成3年)7月
指定管理者	株式会社新潟ふるさと村
保有機能	<ul style="list-style-type: none"> ・物販機能 ・鮮魚センター「マリン」、農産物直売所「わくわくファーム」、名店コーナー 等 ・飲食機能 ・観光情報コーナー ・新潟の暮らし・文化体験ゾーン ・ふるさと庭園 ・グリーンハウス 等
立地	国道8号沿い (新潟西バイパス・新潟バイパス黒埼インターチェンジすぐ)
敷地面積	約6,400㎡
駐車場台数	409台 (普通車386台 大型車14台 身障者用9台)



【図表 01-26 道の駅新潟ふるさと村概要(左)と鮮魚センター「マリン」(右)²⁴】

・ポイント

道の駅新潟ふるさと村内の**鮮魚センター「マリン」**は県内最大級の鮮魚センターであり、足元の利用者から観光客まで幅広い利用者を集め人気となっている。取組のポイントは次の3点である。

NO.	取り組み名	具体的な内容
1	商品力	<ul style="list-style-type: none"> ・仲卸が直営で販売を行い、新鮮で安い鮮魚を提供している。 ・また、種類についても地元の鮮魚やカニを中心に豊富に取り揃えている。
2	加工品・惣菜の販売	<ul style="list-style-type: none"> ・鮮魚の販売のみならず、加工品・惣菜についても豊富に取り揃えている。 ・具体的には、刺身、干物、漬魚等の販売が挙げられる。
3	販売方法	<ul style="list-style-type: none"> ・対面での販売を実施し、身下ろしサービスや、食べ方や鮮魚に関する情報提供を行っている。

【図表 01-27 道の駅新潟ふるさと村における取組】

本事例より、道の駅アリストぬまくまにおいて活用可能なポイントは次の3点である。

NO.	ポイント	具体的な内容
1	鮮魚の供給体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の道の駅アリストぬまくまにおいては、新鮮な地元で採れた鮮魚が集客において重要な商品となっている。 ・今後も鮮魚を活かしていくためにも、需要に見合う供給体制を実現するための検討を進める必要がある。
2	加工品・惣菜の販売	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の道の駅アリストぬまくまにおいては、鮮魚の販売がメインとなっている。 ・今後は鮮魚を活用した加工品・惣菜の販売を強化することで新しい客層の取り込みにつながると考えられる。
3	販売方法の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ・対面での販売や身下ろしサービスを実施することで購買力強化につながると考えられる。 ・そのため、再整備にあたっては鮮魚の調理スペースの確保が検討事項として挙げられる。

【図表 01-28 道の駅新潟ふるさと村より道の駅アリストぬまくまにて活用できるポイント】

²⁴ <https://furusatomura.pref.niigata.jp/facility/bazaar/marine/> (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)4 月 22 日)

第2章 道の駅の現状

1 施設概要

(1) 設置経緯

道の駅アリストぬまくまは1995年(平成7年)8月に登録され、翌年1996年(平成8年)7月に開業した。現在は本市の管轄であるものの、旧沼隈町により設置された経緯を持つ。

(2) 設置機能

道の駅の基本的な機能である「休憩機能」「情報発信機能」「地域連携機能」を持つ。各機能に関連するコンテンツは次のとおりである。

休憩機能	・・・	駐車場、トイレ
情報発信機能	・・・	インフォメーション
地域連携機能	・・・	自由市場、レストラン、ハーブガーデン

(3) 管理運営主体

第三セクターの「有限会社アリストぬまくま」が管理運営主体である。出資については、本市、沼隈内海商工会、福山市農業協同組合、千年漁業協同組合が行っている。

(4) 立地

「広島県道47号鞆松永線」に面しており、現在の対面交通量は24時間上下線合計で10,862台(推定値)²⁵である。また、敷地面積は10,500㎡であり、道の駅に隣接する敷地には「沼隈図書館」がある。

(5) その他、特筆事項

建設から約30年が経過し老朽化が進んでおり、今後の内外装や設備関連の維持修繕には大きな支出が想定される。

駐車場は合計71台の保有があるものの、平日においても満車になるケースがあり拡充が必要と考えられる。また、「大型車の駐車スペース」が少ない点や「大型観光バスの発着」ができない点も課題となっている。

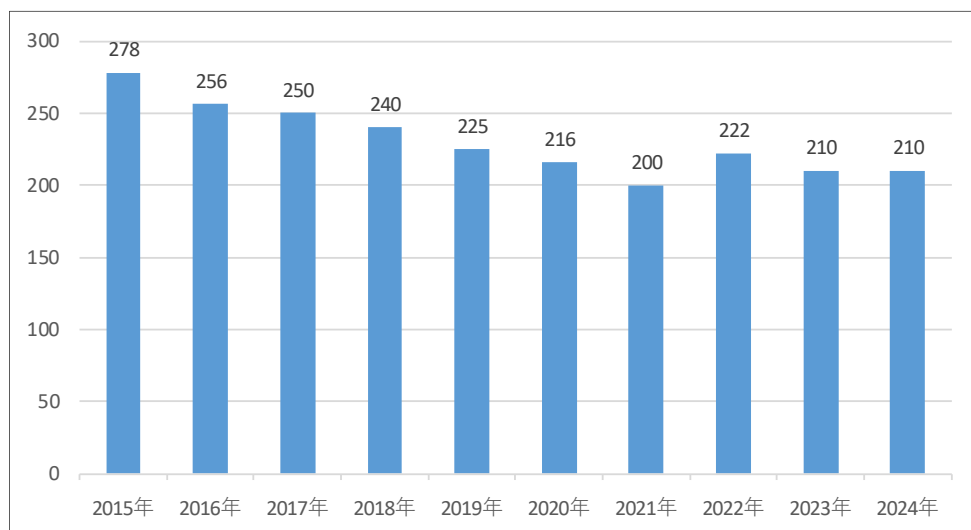
²⁵ 令和3年度 全国道路・街路交通情勢調査 一般交通量調査 集計表より抜粋

2 利用者数・売上の推移

利用者数(レジ通過者数)及び売上の推移を確認する。

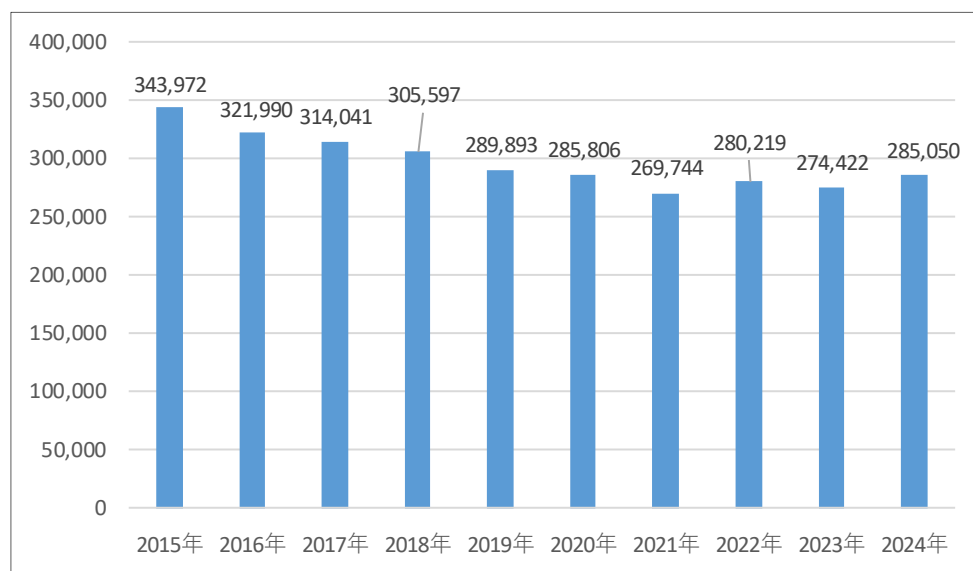
利用者数は**2024年度(令和6年度)**において**21万人**となっている。2015年度(平成27年度)対比で75.5%となっており、長期的にみると年々利用者数は減少傾向にある。

また売上については、**2024年度(令和6年度)**において**2億8,505万円**となっている。2015年度(平成27年度)対比で82.9%となっており、利用者数同様、長期的にみて年々売上は減少傾向にある。以上の利用者数・売上の減少傾向の改善を図ることも、再整備の目的の一つとなる。



NO.	年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	利用者数(千人)	278	256	250	240	225	216	200	222	210	210
2	2015年対比	—	92.1%	89.9%	86.3%	80.9%	77.7%	71.9%	79.9%	75.5%	75.5%

【図表 02-01 利用者数の推移】



NO.	年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	売上(千円)	343,972	321,990	314,041	305,597	289,893	285,806	269,744	280,219	274,422	285,050
2	2015年対比	—	93.6%	91.3%	88.8%	84.3%	83.1%	78.4%	81.5%	79.8%	82.9%

【図表 02-02 売上の推移】

3 南部地域の概要

(1) 南部地域の動向

道の駅に影響を与える可能性のある南部地域の動向として次の2点が挙げられる。

① 鞆未来トンネルの開通 ② 鞆地区の新たな開発動向

① 鞆未来トンネルの開通

・概要

鞆未来トンネルとは、2025年(令和7年)3月に開通した、福山鞆線～鞆松永線間を繋ぐ全長2,114mのトンネルである。車幅が狭い鞆地区のバイパス的役割を担い、鞆地区の交通の円滑化、交通渋滞の解消をめざしている。

・道の駅への影響

鞆地区からの観光客流入が進み、道の駅の利用者を増加させる可能性がある。鞆未来トンネルが開通することで、福山市市街地から鞆地区方面を通して道の駅へ向かう交通が利便性を増し、道の駅前交通量が増加すると予測され、結果として道の駅への立ち寄りが増加すると想定される。

また、鞆地区を訪れた観光客が道の駅方面へ向かうことも増加すると予測され、結果として道の駅を利用する観光客が増加すると想定される。加えて鞆地区へ向かう「大型観光バス」の道の駅前通行量がトンネル開通により、開通前よりも増加することが期待される。結果として「個人観光客」のみならず、大型観光バスの「団体観光客」の獲得も可能になると想定される。

② 鞆地区の新たな開発動向

・概要

現在、全国的な知名度を誇り年間48万人²⁶が訪れる「鞆の浦」において、観光客を増やすための取組が進められている。具体的な直近の動向としては「旧国民宿舎仙酔島跡地等利活用事業」の推進が挙げられる。²⁷

・道の駅への影響

①と同様、鞆地区からの観光客流入が進み、道の駅の利用者を増加させる可能性がある。鞆地区を訪れた観光客が前述の「鞆未来トンネル」等を通して道の駅を利用することが想定されるため、鞆地区の観光客が増加することで、相乗効果で道の駅を利用する観光客も増加することが期待される。

²⁶ 一般社団法人広島県観光連盟(HIT)「令和5〔2023〕年 広島県観光客数の動向」令和6年8月
「第2表 令和5年 発地別観光客数と観光消費額」参照

²⁷ <https://www.city.fukuyama.hiroshima.jp/soshiki/kanko/>(最終閲覧 2025年(令和7年)4月22日)

(2)道の駅と連携可能な資源

・資源一覧(一例)

「地域未来ビジョン策定の手引き」内の「福山市の代表的な地域資源(一例)」等を参考にし、道の駅と連携が考えられる主な資源について次の3区分に分けて整理する。

①産業資源(第1次産業) ②産業資源(第2次産業) ③観光・体験資源

①産業資源(第1次産業)

NO.	資源名	概要	道の駅との連携可能性
1	瀬戸内の地魚	・瀬戸内海で採れる各種「海産物」を指す。 (例：メバル、タイ、イカ、たこ、エビ、スズキ、カレイ、ヒラメ、のり、カキ養殖) ・2016年(平成28年)から福山市を含む備後圏域の沿岸市の行政、関係漁業団体及び道の駅等で構成する「備後の地魚応援団」において、圏域で水揚げされる備後の漁師1,000人が選んだ27種類の新鮮な水産物を「備後フィッシュ」とし、ブランド化の取組を進めている。	・鮮魚については現状の道の駅においても 目玉となる集客商品 となっている。 ・一方で、漁獲量の減少等に伴い、需要に対する供給が不足していることが課題となっているため、 需要に見合う供給体制 を検討していく必要がある。 ・道の駅のレストランは「 備後フィッシュ 」の「 認定店 」に設定されており、今後も商品の提供、イベント等を通じて連携を深めていくことが期待される。
2	沼隈ぶどう	・沼隈地域で栽培されている各種「ぶどう」を指す。 (例：ニューベリーA、シャインマスカット) ・温暖な気候と豊かな土壌を活かして、昭和30年代からぶどう栽培が行われ、現在では 県内有数のぶどうの産地 になっている。	・道の駅の 集客商品 となる可能性があるため、地元と調整・連携し、道の駅への出荷量を増やしていくと良いと考えられる。 ・道の駅で販売する スイーツ等 における 活用 も期待される。

②産業資源(第2次産業)

NO.	資源名	概要	道の駅との連携可能性
1	常石造船	・船舶の建造・修繕をメインの事業としている。 ・グループでは様々な事業を展開しており、地元では「 みろくの里 」の運営を担っている。	・本社から道の駅は車で10分ほどの距離に位置し、「 造船所見学 」などの提供により、道の駅の「 体験資源 」として連携できる可能性がある。

③観光・体験資源²⁸

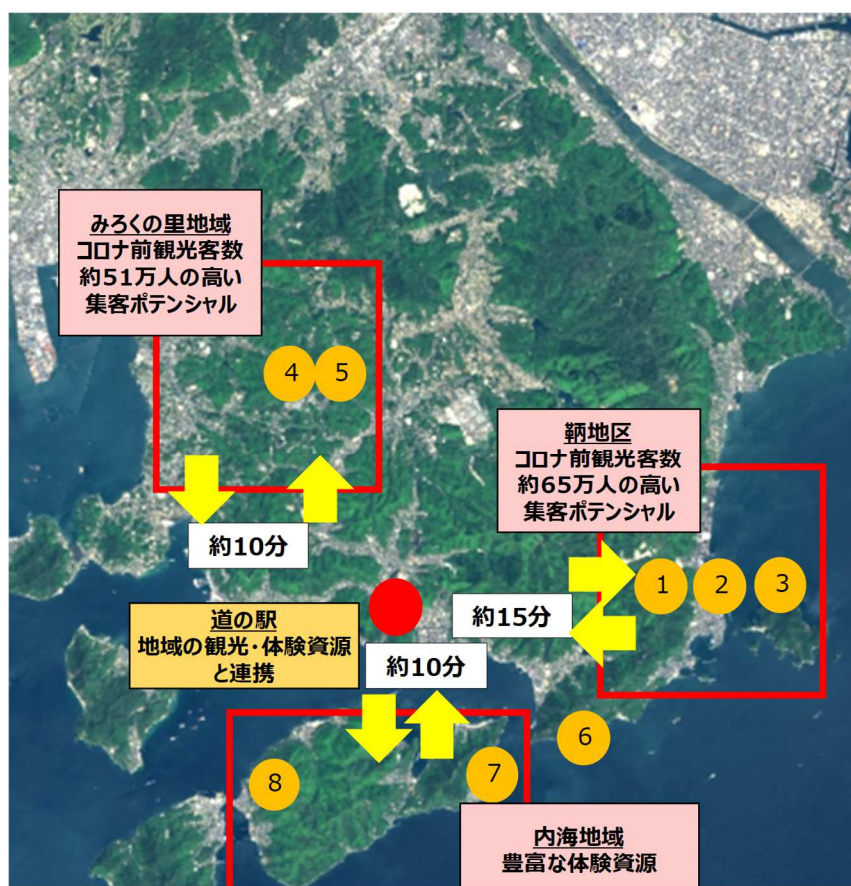
NO.	資源名	概要	自然	歴史文化	娯楽	体験	地域	メイン季節	道の駅との連携可能性
1	鞆の浦の町並み	・「 太田家住宅 」などの「 歴史的な町並み 」が残り観光資源となっている。 ・映画「 崖の上のポニョ 」の舞台の参考になる等直近でも注目を集め、 地域全体で年間48万人(コロナ前では約65万人) が訪れている。		○			鞆地区	春・秋	「 鞆未来トンネル 」の開通に伴い、 今後より道の駅と相互の人の流れができる ことが期待される。
2	いろは丸展示館	・「 いろは丸事件 」に関する資料を展示している。		○			鞆地区	春・秋	鞆地区の観光資源の一環として、道の駅と相互の人の流れが期待される。
3	仙酔島	・「 瀬戸内海国立公園 」内に位置し、豊かな自然を残す観光資源。 ・島内の温泉施設では「 砂風呂 」「 江戸風呂 」を体験できる。	○		○	○	鞆地区	春～秋	道の駅の体験資源として「砂風呂」「江戸風呂」の活用 が検討される。
4	みろくの里	・遊園地などの複合型レジャー施設。 ・広島県内唯一の遊園地として、 福山市外からもファミリー等の観光客が訪れている 。 ・ コロナ前には年間51万人 を集めており、集客力を持つ施設である。			○		みろくの里地域	春～秋	みろくの里を訪れた ファミリー・カップル等の観光客が道の駅を合わせて利用 することが期待される。
5	神勝寺と庭のミュージアム	・「 神勝寺 」が設置した 写経・座禅等の禅体験 を提供する施設。	○	○		○	みろくの里地域	通年	道の駅の体験資源として禅体験の活用 が検討される。
6	阿伏兎観音	・観音堂は国の重要文化財に指定されると共に、観音堂からの景色は瀬戸内海の中でも特に優れた景観として知られている。	○	○			沼隈地域	通年	道の駅から10分ほどの距離に位置し、 インバウンドを含む阿伏兎観音を訪れた観光客が道の駅も合わせて利用 することが期待される。
7	クレセントビーチ	・海水浴場の他、海水アスレチック、キャンプ場が併設され、 海洋アクティビティ等の自然を用いた体験 ができる。	○		○	○	内海地域	夏	道の駅の体験資源として海洋アクティビティ・キャンプの活用 が検討される。
8	福山まるごと体験推進協議会	・田島・横島を中心に 幅広い体験コンテンツ を展開している。 (例：民泊体験、底曳網漁体験、シーカヤック体験・無人島巡り、みかん栽培体験、ミニ畳表作り体験)	○	○		○	内海地域	通年	幅広い体験コンテンツが展開されており、 道の駅における体験資源としての連携 が期待される。
9	鞆の浦しおまち海道サイクリングロード	・「 しまなみ海道サイクリングロード 」に繋がる、 福山駅～尾道市戸崎港間の全長約30kmのサイクリングロード 。	○		○	○	地域全体	通年	道の駅は「 沼隈サブルート 」として位置づけられており、 サイクリングに訪れた観光客の取り込みを検討 していく必要がある。

【図表 02-03 連携可能な資源の一覧】

²⁸ 鞆の浦及びみろくの里の観光客数：15 及び 同 平成 31〔令和元・2019〕年 広島県観光客数の動向 令和 2 年 7 月 21 頁参照

・総括

- ・南部地域には観光・体験資源を中心に道の駅と連携可能な資源が多数ある。
- ・観光・体験資源の所在は「鞆地区」「みろくの里地域」「内海地域」に大別され、道の駅はいずれの地域とも車で10～15分圏内の中間地点に位置している。
- ・そのため、道の駅と各地域は相互に利用者・観光客が行き来することが期待される。特に「鞆地区」（コロナ前観光客数約65万人）、「みろくの里地域」（みろくの里コロナ前観光客数約51万人）は高い集客ポテンシャルを持ち、道の駅と利用者・観光客が相互に行き来することで、道の駅の利用者数増加に寄与することが期待される。
- ・内海地域に関しても、「福山まると体験推進協議会」の取組等により豊富な体験資源を有しており、道の駅のコンテンツとしての連携が期待される。
- ・今後は、冬をメインとする観光・体験資源が少ないため、冬場に集客が可能な観光・体験資源を発掘・創出していく必要がある。
- ・また、産業資源、観光・体験資源の活用に向けて、地域で活発に事業等に取り組む「人的資源」の発掘・結びつきを強め、新たな形での道の駅との連携を模索していく必要がある。



【図表 02-04 観光・体験資源の現況
(各数字は図表 02-03 内の観光・体験資源のナンバーに対応)】²⁹

²⁹ 地図の出典：国土交通省 国土地理院 地理院地図より抜粋

4 アンケート調査結果

(1) アンケート調査概要

現状の道の駅の利用動態・課題の把握、再整備に向けた要望の収集を目的に「利用者アンケート」及び「市民アンケート」を実施した。利用者アンケートは道の駅の利用者を対象に「道の駅アリストぬまぐま」にて実施し、2024年(令和6年)6月22日～7月7日の約2週間で計502件の回答が集まった。市民アンケートは福山市民を対象にWebにて実施し、2024年(令和6年)7月18日～7月29日の約2週間で計800件の回答が集まった。

(2) 主要な項目の整理・分析

主要な項目とその調査結果は次のとおりである。

項目	内容
道の駅の利用者	<p>現状の利用者は足元需要(南部地域等の地元からの利用者)からのリピート客が多数を占めると考えられる。</p> <p>利用者アンケート・スクリーニング質問「X3.居住地区」 ・「西南」、「南部」との回答が全体の約50%を占めている。 ・「中央東」、「中央西」、「東部」、「西部」、「北部」、「神辺」に該当する福山市内まで拡大をすると全体の約81%を占めている。 ・福山市外(「広島県内(福山市以外)」、「広島県外」、「北海道」、「東北」、「関東」、「中部」、「近畿」、「中国」、「四国」、「九州」)の割合は約19%である。</p> <p>利用者アンケート・Q7「道の駅アリストぬまぐまのこれまでの利用回数について教えてください。」 ・「20回以上」の割合が全体の約66%を占めている。</p> <p>利用者アンケート・Q8「道の駅アリストぬまぐまをどれくらいの頻度で利用するか教えてください。」 ・「良く行く(1週間に1回以上)」の割合が全体の約47%を占めている。</p>
各施設に対する満足度	<p>いずれの施設も一定の満足度が得られていると考えられる。一方で、トイレについては改善の必要性が高いと考えられる。</p> <p>利用者アンケート・Q9「道の駅アリストぬまぐまの各施設の満足度について教えてください。※利用したことがない場合は「利用したことがない」を選択するため、「利用したことがある」に絞って分析 ・いずれの施設も「大変満足」+「おおむね満足」の回答が「やや不満」+「不満」の回答を上回っている。 ・トイレについては「やや不満」+「不満」の回答が約23%となっており、他の施設よりも「やや不満」+「不満」の回答が多くなっている。</p>
道の駅に対する要望	<p>自由市場やレストランの充実に関する要望が強い傾向にある。</p> <p>利用者アンケート・Q12「今後の道の駅アリストぬまぐまに対する要望として、当てはまるものを教えてください。」 ・自由市場(農産物直売所・物販施設)の充実が約42%と最も高く、次いで飲食施設の充実(約19%)、トイレ等の休憩機能の充実(約17%)が続いている。 市民アンケート・Q16「今後、道の駅アリストぬまぐまで充実させてほしい機能を教えてください。【当てはまるもの3つに順位を付けてください。】」 ・「野菜・鮮魚の品ぞろえ」、「飲食メニューの充実」がランキングで1位、2位となっている。</p>
各施設に対する改善点	<p>市民アンケート・Q15「道の駅アリストぬまぐまをよりよくするために、今後、必要と思えることは何ですか。【それぞれの施設で最もあてはまるもの1つに回答】」 ・「トイレ」→「施設の清潔さ」が約59%と1番となっている。 ・「自由市場」→「商品価格の安さ(約18%)」「野菜が新鮮(約18%)」「取り扱い品目が豊富(約16%)」「地域ならではの商品(約16%)」となり、商品に関連する回答が多くなっている。 ・「レストラン」→「ここでしか味わえないオリジナルメニュー」が31%と1番となっている。 ・「ハーブガーデン」→「幅広い世代が楽しめる商品(約29%)」「普段購入できない商品(約29%)」「商品価格の安さ(約23%)」となり、商品に関連する回答が多くなっている。 ・「インフォメーション」→「地域の特産物の発信(約30%)」「地域の観光情報の発信(約29%)」「地域イベントの発信(約24%)」となり、地域情報の発信に関連する回答が多くなっている。</p>
道の駅と連携可能性のある施設	<p>道の駅と一緒に訪れる施設として、鞆地区、みろくの里地域、田島・横島地域(内海地域)の代表的な資源が挙げられている。</p> <p>市民アンケート・Q5「道の駅を利用するときに一緒に行く周辺施設を教えてください。」 ・みろくの里・内海地域・鞆の浦、鞆町・田島・横島・阿伏兎観音・そば処ぬまぐま・ハローズ・内海大橋・クレセントビーチ など</p>

【図表 02-05 主要な項目と調査結果】

5 ワークショップ

(1) ワークショップ概要

道の駅再整備に対する機運醸成、意見徴収を目的に、2024年(令和6年)7月4日(木)に「市民向けワークショップ」を開催した。本市内の事業者・住民22名が参加し、「道の駅との関わり方を考える」と題して、参加者より道の駅との関わり方及び現在の道の駅に対する全般的な意見について収集・意見交換を実施した。

(2) 主要な意見の整理・分析

ハード面においては、「**駐車場**」に関連する意見が多数を占めた。具体的には「駐車場の増加(特に大型車)」や「大型バス乗り場の設置」についての意見が多く挙げられた。

ソフト面においては、「**商品**」に関連する意見が多数を占めた。具体的には、「名物を作る」「特産品の増加」等の目玉となる商品の開発や「沼隈ぶどう」「鮮魚」等の地域資源の活用についての意見が多く挙げられた。また、「地域コミュニティ機能を持たせる」「地域の学校との関わりを持ちたい」等、公共的な役割に関する意見も多数寄せられていた。

分類	意見
ハード面	<ul style="list-style-type: none">・駐車場の整備・駐車場の増加(大型)・大型バスが駐車出来る・防災の機能も持つ
ソフト面	<ul style="list-style-type: none">・名物を作る・特産品の増加・地域の企業と共に商品開発・沼隈ぶどう、シャインマスカットを使ったスイーツ(若者、SNS拡散用)・鮮魚販売の充実・住民や近隣の勤務者が利用できるお弁当の提供・ハーブ園の整備・継続できるイベントの開催・定期的マルシェの開催・地域コミュニティの機能を持たせる・地域の学校との関わりを強く持ちたい・食育ができる場所・図書館とのつながりをもっと太くする・サイクリング利用者のカフェ(立ち飲み)・サイクリング、車中泊用のシャワーブース・地域内だけでなく外からの集客・モノ消費に加えて、コト消費(アクティビティ)・道の駅をメディア等の利用で広め集客力UPにつなげていく

【図表 02-06 ワークショップの意見】

6 あり方懇談会

(1)あり方懇談会概要

道の駅再整備に対して、専門的な見地から意見徴収を目的に、2024 年(令和 6 年)7 月～2025 年(令和 7 年)3 月に「道の駅アリストぬまくま あり方懇談会」を開催した。委員は関係団体・金融機関・行政機関・学識経験者等から道の駅と関係性の深い 15 名を選出し、座長を福井工業大学 工学部教授 下川勇氏が務めた。

(2)道の駅の現状・課題に対する主要な意見の整理・分析

第 1 回懇談会では「道の駅の現状に対する所感・課題感、再整備の方向性」について意見徴収を行った。

道の駅全体に関する方向性としては、**足元需要の獲得のみならず観光需要の獲得**への要望が多数挙がった。また、観光需要の獲得のためには「**体験・アクティビティ**」の要素が重要であるという意見も挙げられた。

各機能、コンテンツについては「**自由市場の商品**」や「**駐車場**」に関する意見が多数寄せられた。

大分類	中分類	意見
道の駅全体に関する内容	ターゲットに関する内容	<ul style="list-style-type: none"> ・足元商圏をターゲットとし運営を行ってきたが、収益性の観点から足元商圏だけでの運営は難しくなっていると感じる。 ・観光客については、個人旅行者をターゲットにするのはもちろんのこと、ある程度観光バスの流入も視野に入れておく必要があると考える。特にインバウンドがバス移動で旅行するケースが増えている。 ・観光の面においては、団体より個人客が主流になっているので、道の駅として狙うターゲットは個人客の方が可能性あるのではないかと。
	再整備の方向性全般に関する内容	<ul style="list-style-type: none"> ・観光導線に関して、みろくの里、道の駅、鞆の浦の3点を上手く巡るような誘導ができれば良い。 ・観光の面では、「アクティビティ」の要素を取り入れていくことが良いと感じている。 ・アクティビティというキーワードについて、地元の方に聞くと何もないと言われることが多いが、外部視点から見ると、魅力が発見しやすい。「モノ」を買うだけでなく、「体験」による付加価値をつけるのは良い視点である。他の施設、地域にはない体験を創出し地域全体が連携することが出来れば地域にとって効果的である。 ・「鞆未来トンネル」の完成によって、経済波及効果がどの程度になるのかは注視する必要がある。 ・他の道の駅の良い点を真似る一方で、ここにしかない何かを作ることが重要だと感じた。 ・地域から支えられているベースを守りながら、付加価値をつけていくことが重要だと考える。 ・地域の皆さんが道の駅を何とかしたいという危機感が醸成されていることが何より良い傾向だと感じている。
各機能・コンテンツに関する内容	自由市場	<ul style="list-style-type: none"> ・「鮮魚」については需要に対して、量が少ないのが課題である。 ・販売単価が低いことが弱みとして挙げられ、肉類・鮮魚類の販売は販売単価向上につながると考えられる。 ・福山市のHPの道の駅の紹介では「海苔」と「ぶどう」がおすすめされているが、道の駅ではそこまで押し出しているように感じられないのが課題である。 ・「福山市唯一の道の駅」という状況を活かして、福山産品を集積する等の方向性で再整備するのにも一案である。 ・そこでしか売っていないような「名物品」の開発が必要である。
	駐車場	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者としては駐車場が1番の課題であると感じている。駐車場にある植栽を多少整理するだけでも変化するのではないかと。 ・駐車場台数の不足は課題だと感じている。 ・駐車場には観光バスが発着できる場所が合った方が良いのではないかと。観光バスの需要についても調査する必要があると考える。
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・レストランのメニュー数はちょうど良く、味も美味しいのが強みであると思う。 ・図書館ギャラリーなど以前は人の集積できていた場所が、あまり活用されていない。 ・店頭販売を実施するなどの工夫も必要だと感じている。 ・情報発信について、SNS等での情報発信頻度が低いため、より高頻度で情報発信及びイベントの開催が必要だと考える。

【図表 02-07 道の駅の現状・再整備の方向性に関する意見】

第3章 基本構想

1 再整備の方向性

(1)再整備の方向性

第2章までの内容より、「道の駅の現状・課題」「道の駅を取り巻く環境の変化」を整理すると、次のとおり「再整備の方向性」が導き出される。再整備に当たっては、南部地域の産業・観光・地域振興の拠点としての道の駅をめざすと共に、現状の足元需要に加えて観光需要の獲得を重視し、観光需要に対応した機能・コンテンツ等の施設づくりを検討していくことになる。

【道の駅の現状・課題】(16・17ページ、21～23ページ参照)

- ・現状の利用者は**足元需要からのリピート客が多数**を占めると考えられる。
- ・機能としては基本的な道の駅の機能を有し、いずれの施設・機能も一定の満足度を得ている。
- ・改善の意見としては、駐車場台数の増設等の駐車場に関する意見や商品の品揃え・名物商品の開発等の自由市場に関する意見が多く挙げられている。
- ・施設の建設から約30年が経過し、老朽化が進んでおり、現状の施設の維持修繕には大きな支出が想定されるため、**再整備における施設リニューアル**が望まれる。
- ・利用者数・売上の減少傾向が続いており、**再整備における改善**が望まれる。

【道の駅を取り巻く環境の変化】

①国・本市の動向による地域振興や観光需要への対応の要請 (4・5ページ参照)

- ・国により道の駅「第3ステージ」への促進がされ、「**地方創生・観光を加速する拠点**」としての期待が高まっている。
- ・「**福山市観光振興基本戦略**」の改訂が進められ、道の駅が「**南部地域活性化の拠点**」として位置付けられる予定である。
- ・「**(仮称)地域の拠点づくり戦略**」の策定が進められ、道の駅が「**南部地域の拠点づくりの候補となる事例**」として取り上げられる予定である。
また、「**陸の道・海の道構想**」の推進に向けて、道の駅の活用を進めることも記載される予定である。

②南部地域の現況を踏まえた観光需要増加の可能性 (18～20ページ参照)

- ・「**新未来トンネルの開通**」により納地区の観光客の道の駅への流入増加が見込まれる。
- ・納地区の**新たな開発動向**による地区全体の観光客数の増加、相乗効果による道の駅への観光客の流入増加が見込まれる。
- ・南部地域全体で**豊富な観光・体験資源**を有しており、道の駅との相互連携が期待される。

③地元からの観光需要増加への期待 (23ページ参照)

- ・あり方懇談会においては、収益性向上等の観点から現状の足元需要の獲得に加えて**観光需要の獲得に期待**する意見が挙げられている。
- ・また、観光需要の獲得に当たっては、「**体験**」や「**アクティビティ**」の**要素が重要**であるという意見が挙げられている。

【再整備の方向性】

- ・南部地域全体の産業・観光・地域振興の**拠点**としての役割を果たす。
- ・現状の足元需要に加えて、納の浦等の南部地域を訪れる**観光客がより訪れる施設づくり**をする。
- ・既存機能の観光需要への本格的な対応に加えて、**観光振興に関する機能・コンテンツを新設**する。
- ・観光振興に関する機能・コンテンツの新設に当たっては**地域の豊富な観光・体験資源との連携**を図る。
- ・再整備に当たっては、引き続き**官民間問わず地域の事業者や住民と連携し取り組みを進める**。

【図表 03-01 再整備の方向性の考え方】

(2) めざす姿

再整備の方向性を踏まえて、道の駅がめざす姿を提示すると、次の４点となる。

①地域住民が主体となる「交流・活動拠点」

地域住民同士が自然に交流し、活動できる場を提供することで、地域全体のコミュニティ活性化を図る地域振興の拠点をめざす。地元の文化イベントやワークショップ、地域会議など、住民の自主的な活動や連携を支援する機能を備える。また、地域の伝統文化の継承や新たな文化創造を促進するプログラムなどを展開し、地域への愛着と誇りを育む地域振興の拠点をめざす。

②「地域の魅力」を最大限に引き出す拠点

南部地域全体の産業・観光・地域振興の拠点として、地域の豊富な観光・体験資源を活かし、訪れる人々に新たな発見や体験を提供する場をめざす。また、観光客のみならず、地元のリピーターにも魅力を感じてもらえるような、多様な機能とサービスを備えた施設をめざす。

③持続可能な「地域経済」の一助となる施設

持続可能な地域経済の発展に寄与する施設として、地元の産業や農業を支えると共に、新たな観光需要を取り込むことで地域全体の経済活性化に貢献する。また、地元の特産品の販売促進や新商品の開発、観光客向けの多様なイベントや体験プログラムを通じて、地域の経済基盤を強化する。

④環境に配慮した「安心・快適」な施設

環境に配慮した持続可能な運営をめざし、訪れる人々に安心・快適な施設を提供する。また、老朽化した施設のリニューアルにより、最新の設備やインフラを整備し、エコな取り組みを進めることで、訪れる人々にとって快適で過ごしやすい空間を提供する。

【図表 03－02 めざす姿】

2 コンセプト

コンセプト(案)

タイケン、ハッケン、極上ぬまくま ～ひと(生産者・消費者)・もの(産業)・こと(体験) を育む福山市の南の玄関口～

現段階でのコンセプト(案)は上記となっている。地元の利用者の要請に応じてきた従来の道の駅の役割に加えて、本市の「南部地域活性化の拠点」、「南部地域の観光振興の拠点」として、地域産業や地域の観光・体験の活性化を図り、地域外との繋がりや人の流れをつくる拠点としての役割に対する期待が反映されている。

第3項で述べるように、足元需要に加えて「観光需要」獲得に重点を置く観点から、従来の「ひと」・「もの」に関する機能に加えて、新たに「こと(体験)」の機能を付与していく。また、「こと(体験)」機能の付与に当たっては、「第2章3項(2)道の駅と連携可能な資源(19ページ)」等との連携により実現を図っていく。

そして、道の駅は「体験の総合窓口」として、地域の観光・体験資源への周遊を促す情報発信基地をめざしていく。コンセプト内の「ハッケン」は、地域の新たな発見を提供すると同時に、観光客の「発券」の場としても機能し、地域全体の観光ネットワークを強化していくことを意味している。また、「極上ぬまくま」は、道の駅が「アリスト」として沼隈エリア全体を象徴する存在をめざしていくことを意味している。



【図表 03-03 第3回 道の駅アリストぬまくま あり方懇談会 で示された
コンセプト(案)の概要】

3 ターゲット

(1) ターゲットの分類

ターゲットは次の2区分に分類される。

- ① 足元需要：南部地域から訪れる地元の利用者を指し、本書では道の駅から車で20分圏内の利用者と定義する。
- ② 観光需要：市外・県外も含む地元外の利用者を指し、本書では道の駅から車で20分圏外の利用者と定義する。

足元需要及び観光需要のターゲット像を具体化すると、それぞれのメインターゲット・サブターゲットは現段階では次のとおり想定される。

	足元需要(=車移動20分圏内)	観光需要(=車移動20分以上)
メイン	■基本設定 ・属性：主婦 or 65歳以上の高齢者 ・年齢層：30代～80代 ・利用シーン：日常使い(平日が多い) ・利用人数：1人 ・利用目的：日常の買い物(食料品等)、滞在時間10～30分 ・客単価：1,000～1,500円 ■ターゲット特性 ・良質で新鮮な食材を求めている。(スーパー・コンビニとの差別化) ・昼食や仲間内の情報交換の場としてレストランを使う場合もある。 ・情報収集はTV、情報誌、チラシ等がメインである。	■基本設定 ・属性：ファミリー or カップル ・年齢層：20代～70代 ・利用シーン：週末使い ・利用人数：2人～5人 ・利用目的：道の駅のコンテンツ消費、滞在時間30～60分 ・客単価：1,000円～2,000円 ■ターゲット特性 ・「名物商品」、魅力的な飲食機能等を目的に道の駅を訪れる観光層。 ・地域の観光・体験情報の収集に訪れることも想定される。 ・物販・飲食どちらの利用も望めるため、客単価は上がりやすい。
サブ	■基本設定 ・属性：ファミリー ・年齢層：20代～60代 ・利用シーン：週末使い ・利用人数：2人～5人 ・利用目的：道の駅のコンテンツ消費、滞在時間30～60分 ・客単価：1,000円～2,000円 ■ターゲット特性 ・良質で新鮮な食材を求めている。(スーパー・コンビニとの差別化) ・食事のため、レストランを使う場合もある。 ・情報収集はTV、情報誌に加えてSNSも活用する。	■基本設定 ・属性：ファミリー or カップル ・年齢層：20代～70代 ・利用シーン：週末使い ・利用人数：2人～5人 ・利用目的：近隣の観光に訪れた際のついでの立ち寄り、滞在時間10～30分 ・客単価：500～1,500円 ■ターゲット特性 ・週末の旅行、レジャーの際、目的地への途上、帰り道で休憩に立ち寄る。 ・主なニーズは休憩であるが、土産物へのニーズも高い。 ・話題の「名物商品」等がある場合はそれも旅行、レジャーの一環で消費する。

【図表 03-04 想定される具体的なターゲット像】

(2) 再整備後のターゲットの方向性

再整備におけるターゲットの方向性としては、第1項にて示した「再整備の方向性」(23ページ参照)を踏まえて、現状の足元需要の継続的な獲得に加えて、新たに「観光需要」の獲得も重視していくことになる。この方針に関しては、一貫した「軸」として「基本構想」や「基本計画」内で反映させていく。また、観光需要の獲得においては、「国内観光客」のみならず「インバウンド」の動向や、「個人観光客」のみならず、新未来トンネルの開通により道の駅前交通量が増加すると期待される大型観光バスからの「団体観光客」の動向について留意していく。



【図表 03-05 基本構想・基本計画におけるコンセプト・ターゲットの位置付け】

4 将来推計

(1) 現在の需要分析

前述の【図表 03-04】(27 ページ参照)で示したターゲットごとに、現在の利用者数・需要を予測すると次のとおり算出される。

■現在の利用者数

NO.	項目	人数(千人)
1	道の駅 利用者数 (2023年度(令和5年度))	210

■ターゲットごとの利用率

NO.	項目	割合
1	足元需要・メイン	47.2%
2	足元需要・サブ	29.8%
3	観光需要・メイン	10.5%
4	観光需要・サブ	12.6%

利用者アンケート「道の駅アリストめまぐれにどれくらいの頻度で利用するか教えてください。」の設問において、良く行くを「足元需要・メイン」、時々行くを「足元需要・サブ」、たまに行くを「観光需要・メイン」、あまり行かない・今回が初めてを「観光需要・サブ」に設定した。

■ターゲットごとの利用人数

NO.	項目	人数(千人)
1	足元需要・メイン	99
2	足元需要・サブ	63
3	観光需要・メイン	22
4	観光需要・サブ	26

■ターゲットごとの単価

NO.	項目	金額(円)
1	足元需要・メイン	1,250
2	足元需要・サブ	1,500
3	観光需要・メイン	1,500
4	観光需要・サブ	1,000

単価は利用者アンケート等を参考に設定した。

■需要額

NO.	項目	金額(千円)
1	足元需要・メイン	123,900
2	足元需要・サブ	93,870
3	観光需要・メイン	33,075
4	観光需要・サブ	26,460
5	総計	277,305

【図表 03-06 現在のターゲットごとの需要予測】

(2) 再整備後の需要予測

①再整備後の観光需要

再整備により本格的に観光需要に対応した後の、道の駅における観光需要の予測を行う。今回の予測では、直近まで観光客数の動向が判明しており、南部地域で最大の観光集客ポテンシャルを持つ「鞆の浦」の観光客数を基に予測を行う。

- ・鞆の浦の今後の観光客数については、全国的に観光客数がコロナ前の水準に戻りつつあることや、2019年（令和元年）から2023年（令和5年）にかけての鞆の浦の観光客数の推移を考慮すると、鞆の浦においても観光客数がコロナ前の水準に回復傾向にあると考えられる。これを踏まえて、今後の鞆の浦の観光客数を **60万人**と設定する。
- ・鞆の浦の観光客数の内、道の駅を利用する割合については、(株)船井総合研究所作成「シェア率の定義【図表 03-08】」を参照する。今回のシェア率(利用率)は、道の駅が本格的に観光需要に対応し、南部地域の観光資源の一つとなった場合を想定し7%・11%・15%と設定する。需要予測においては、今回は上位の数字である **15%**を採用する。
- ・以上を踏まえると、道の駅の観光需要は **9万人**と予測される。

■鞆の浦 観光客数

NO.	項目	人数(千人)
1	鞆の浦観光客数【2019年度(令和元年度)】	647
2	鞆の浦観光客数【2020年度(令和2年度)】	372
3	鞆の浦観光客数【2021年度(令和3年度)】	257
4	鞆の浦観光客数【2022年度(令和4年度)】	352
5	鞆の浦観光客数【2023年度(令和5年度)】	480

一般社団法人広島県観光連盟「広島県観光客数の動向」
2019年度(令和元年度)～2023年度(令和5年度)より抜粋

■今後の鞆の浦の観光客数

NO.	項目	人数(千人)
1	今後の鞆の浦の観光客数	600

■道の駅におけるシェア率(利用率)

NO.	項目	シェア率
1	優位シェア	15%
2	影響シェア	11%
3	存在シェア	7%

■道の駅における観光需要

NO.	項目	人数(千人)
1	優位シェア	90
2	影響シェア	66
3	存在シェア	42

【図表 03-07 観光需要の予測】

シェア名	シェア	説明
独占シェア	7 4 %	実質競合店と呼べる企業が存在しない状況。通常このシェアに達成したらマーケットは縮小傾向をたどる。
相対的独占シェア	5 5 %	一番店が獲得できる上限。
相対シェア	4 2 %	相対的に競合がないと認知される状況。この状況に達成した場合、商圏（自店の影響エリア）を拡大することを検討する。 （※エリア拡大・・・チラシ配布エリア拡大・出店など）
寡占化シェア	3 1 %	最強者のうち、量的な強者と言われるシェア。この段階で売上アップのカーブが比較的緩くなる。地域一番店の条件に達したと判断できる。
トップシェア	2 6 %	1番と2番がいつ変わってもおかしくない中で一番店の状況。
トップグループシェア	1 9 %	一番店として意識してくれるお客様が出現してくる状況であり、1番と2番を繰り返す。
優位（繁盛店）シェア	1 5 %	あそこは繁盛していると認知されている状況。
影響シェア	1 1 %	他店の売上に影響を及ぼしている状況。他店のお客様の流れが一部自店へと向かう。
存在シェア	7 %	「●●」というお店があったなあとしかお客様に認知されていない状況
拠点シェア	3 %	出店等の初期段階において拠点構築に必要な基礎シェア。
最小シェア	1 %	商圏の辺縁部分において獲得できる最小シェア。

【図表 03－08 シェア率の定義】

②再整備後の道の駅の需要

(1)現在の需要分析及び(2)①再整備後の観光需要を踏まえて再整備後の道の駅の需要を算出する。

- ・足元需要(メイン・サブ)については、他の道の駅の再整備事例を踏まえて、現状の利用者数に対して **1.2 倍の利用者**を設定する。
- ・観光需要(メイン・サブ)については、①再整備後の観光需要を踏まえて **9 万人**と設定する。
- ・以上を踏まえると、再整備後の利用人数は **28 万 4 千人**と算出される。
- ・また、利用人数に客単価を掛け合わせると **需要額は 3 億 7,240 万円**と予測される。

■現在のターゲットごとの利用人数

NO.	項目	人数(千人)
1	足元需要・メイン	99
2	足元需要・サブ	63
3	観光需要・メイン	22
4	観光需要・サブ	26
5	総計	210

■ターゲットごとの単価

NO.	項目	金額(円)
1	足元需要・メイン	1,250
2	足元需要・サブ	1,500
3	観光需要・メイン	1,500
4	観光需要・サブ	1,000

単価は利用者アンケート等参考に設定した。

■再整備後のターゲットごとの利用人数予測

NO.	項目	人数(千人)
1	足元需要・メイン	119
2	足元需要・サブ	76
3	観光需要・メイン	41
4	観光需要・サブ	49
5	総計	284

「観光需要・メイン」「観光需要・サブ」においては、前述より観光需要が9万になると仮定、現在の数値に按分をし人数を設定した。

「足元需要・メイン」「足元需要・サブ」においては、リニューアル効果により現在の人数の1.2倍になると想定し人数を設定した。(リニューアル効果は他の道の駅再整備事例を参考に設定した。)

■再整備後の需要額

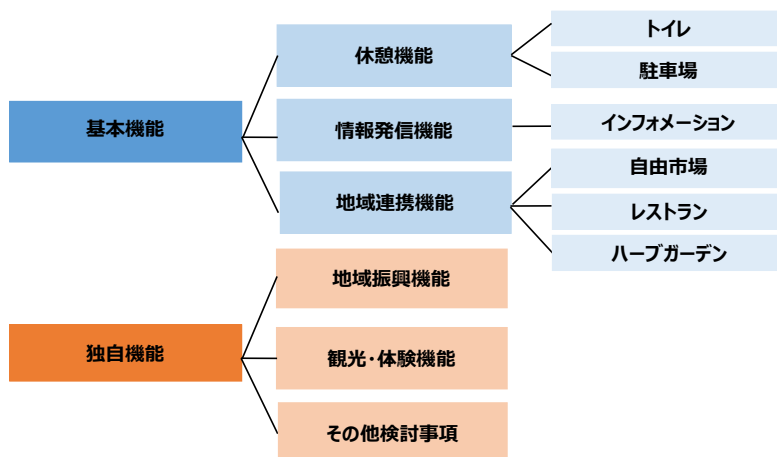
NO.	項目	金額(千円)
1	足元需要・メイン	148,500
2	足元需要・サブ	113,400
3	観光需要・メイン	61,500
4	観光需要・サブ	49,000
5	総計	372,400

【図表 03－09 再整備後の道の駅の需要予測】

5 機能

(1) 機能の全体像

機能については、道の駅の基本コンセプトに設定されている「休憩機能」「情報発信機能」「地域連携機能」（これらを総称して「基本機能」とする）に加えて、「独自機能」として、地域住民による活用を想定した「地域振興機能」や観光需要獲得に寄与する「観光・体験機能」等を付与する方向性で検討を進める。



【図表 03-10 機能の全体像】

(2) 基本機能

① 休憩機能

ア トイレ

＜現状分析＞

- ・ 市民アンケートの回答では「大変満足」＋「おおむね満足」の回答が「やや不満」＋「不満」の回答を上回っているものの、他の施設・機能と比較した場合「やや不満」＋「不満」の回答率が多くなっており、改善が必要な機能と考えられる。（21ページ参照）
- ・ 施設の改善点では、「施設の清潔さ」が1番に挙げられている。（21ページ参照）

＜検討の方向性＞

- ・ 清潔さの確保のため、再整備に当たり導入するトイレ器具の見直しを行う必要がある。
- ・ 具体的には、こども用トイレ、障がい者用トイレについては、「授乳室」や「バリアフリートイレ」等の設置を検討し、より利便性・快適性が高い施設をめざす必要がある。

【授乳室の例】（参考：道の駅おとふけ なつぞらのふる里）

- 同授乳室内には、おむつ交換台、調乳器、バウおむつ自販機の設置もある。



【図表 03-11 授乳室の例】

**【バリアフリースイールの例】
(参考：道の駅おとふけ なつぞらのふる里)**

- 片まひの症状等がある利用者也使いやすいように、利き手に応じた「右利き用トイレ」「左利き用トイレ」をそれぞれ設置している。



【図表 03-12 バリアフリースイールの例】

イ 駐車場

＜現状分析＞

- ・ワークショップ、懇談会においては、駐車場台数の不足、特に大型車の駐車場台数の不足が意見として挙がっている。(22・23 ページ参照)
- ・また、現状では大型バスの発着ができない点も課題として挙がっている。
- ・「輛の浦しおまち海道サイクリングロード」の「沼隈サブルート」に位置付けられており、車利用者だけでなく、サイクリングに訪れた観光客の取り込みにも留意する必要がある。(19 ページ参照)

＜検討の方向性＞

- ・駐車場台数については需要予測等のデータに基づき、適切な台数を再検討し、駐車場台数不足の解消を図る必要がある。
- ・具体的な検討としては、駐車台数の増設や大型観光バスの「発着場」の設置が挙げられる。
- ・また、サイクリングに訪れた観光客向けのコンテンツとして、「駐輪場」の設置やパンク等に対する「自転車修理スペース・修理用品」の提供等が検討事項として挙げられる。

**【サイクリングに訪れた観光客への対応の例】
(参考：道の駅おとふけ なつぞらのふる里)**

- 自転車用品を扱う自動販売機である。
- 自動販売機ではタイヤチューブの他、栄養補給商品として地元の食材を活用した「とかち豆グラノーラのフロランタン」が販売されている。
- 同施設内駐車場には、自転車修理スペースも設置されている。



【図表 03-13 サイクリングに訪れた観光客への対応の例】

②情報発信機能

ア インフォメーション

＜現状分析＞

- ・施設の改善点として、「地域の特産物の発信」「地域の観光情報の発信」「地域イベントの発信」といった、地域情報の発信に関する要望が挙げられている。(21 ページ参照)

＜検討の方向性＞

- ・観光需要の獲得、地域の観光資源・体験資源への周遊を促すために、観光・体験情報をはじめとする地域情報の発信の強化等を検討する必要がある。同点については観光・体験機能の項目にて詳述する。

③地域連携機能

ア 自由市場

＜現状分析＞

- ・アンケートの回答では一定の満足度が得られていると考えられる。(21ページ参照)
- ・一方で、アンケート・懇談会・ワークショップでは「商品の充実」「名物商品の開発」といった商品の量・質に関する要望が多数挙げられている。(21～23 ページ参照)
- ・現在の集客商品の「鮮魚」は、需要に対する供給が不足していることが課題である。(19 ページ参照)

＜検討の方向性＞

- ・引き続き新鮮な野菜、鮮魚の確保・販売に努め、特に鮮魚については需要に見合う供給体制を実現するための検討を進める必要がある。
- ・観光需要獲得のために更なる商品の充実を図り、あわせて施設規模の拡大も検討事項となる。
- ・また、集客の目玉となる「名物商品」の開発を検討する必要がある。

【名物商品の例1 メロンパン】(参考：道の駅常総)

- 茨城県の特産品のメロンを用いて「メロンパン」を販売している。
- 季節限定のメロンパンを販売する等変化をもたせ、人気を集めている。
- 「8時間で最も多く売れた菓子パン」のギネス記録にも挑戦し、8時間で9,390個の販売記録を打ち立てて、見事記録更新を達成した。



【名物商品の例2 抹茶商品】 (参考：道の駅みなみやましろ村)

- 特産品の抹茶を用いて多数の抹茶商品を展開し、人気を集めている。(特に、抹茶ソフトは年間約50万本を売り上げている。)
- 抹茶商品目当ての観光需要も獲得し、人口約2,500人の村に対して、道の駅全体で売上約6億円を上げており、道の駅の経営・地域経済に貢献している。



【図表 03-14 名物商品の例】 3031

イ レストラン

＜現状分析＞

- ・アンケートの回答では一定の満足度が得られていると考えられる。(21ページ参照)
- ・地元食材やハーブ用いたメニューの展開、パンの販売、モーニングの実施等集客性・収益性を高める取組が行われている。
- ・施設の改善点では、「ここでしか味わえないオリジナルメニュー」が1番に挙げられている。(21 ページ参照)

³⁰ https://www.ibarakiguide.jp/special/michionoeki_joso.html (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)3 月 9 日)

³¹ 抹茶商品に関して：・ <https://michionoeki.kyoto.jp/> (最終閲覧 2025 年(令和 7 年)3 月 9 日)

・ PRESIDENT Online 「京都の山奥でソフトクリームが年 50 万本爆売れ 道の駅年商 6 億で過疎村を輝かせた "元チャライ公務員"の地元愛」 2024 年(令和 6 年)3 月 30 日参照

＜検討の方向性＞

- ・既存で集客性・収益性が上がっているメニュー・取組を活かす必要がある。
- ・観光需要に対応・獲得するため、メニューについてブラッシュアップも検討事項として挙げられる。

【観光需要を獲得するレストランの例】 （参考：道の駅常総）

- 地元茨城県の「常陸牛」「ローズポーク」「卵」「納豆」「野菜」等を用いた商品を展開している。
- 「絶景 海鮮豊田城」（右写真）のような話題性を生む商品を展開している。
- これらの商品を求めて、地元のみならず週末には地元外から観光客が訪れている。



【図表 03－15 観光需要を獲得するレストランの例】

ウ ハーブガーデン

＜現状分析＞

- ・アンケートの回答では一定の満足度が得られていると考えられる。（21 ページ参照）
- ・施設の改善点として、「幅広い世代が楽しめる商品」「普段購入できない商品」「商品価格の安さ」といった、商品に関する要望が挙げられている。（21 ページ参照）

＜検討の方向性＞

- ・商品についてさらなるブラッシュアップを検討する必要がある。
- ・その他、観光需要の獲得に寄与すべく、ハーブガーデンの有効な活用方法も検討事項となる。

(3) 独自機能

① 地域振興機能

＜検討の方向性＞

- ・再整備の方向性にて掲げた、地域住民の「交流・活動の拠点」としての役割を果たすための機能である。（24・25 ページ参照）
- ・具体的なコンテンツ例としては、現在の道の駅の「会議・研修室」のブラッシュアップなどが挙げられる。イベントやワークショップ、地域会議の開催が想定され、地域住民の交流や活動が活性化されることで、地域振興が期待される。

② 観光・体験機能

＜検討の方向性＞

- ・再整備の方向性、コンセプトを具現化し、「南部地域活性化の拠点」、「南部地域の観光振興の拠点」としての役割を果たすための機能である。（24～26 ページ参照）
- ・観光・体験そのものについては地域の他の資源と連携し、実現を進めていくことを想定している。（18・19 ページ参照）
- ・一方で、道の駅は地域の他の資源への「周遊」を促す役割を担うことを想定している。

- ・周遊を促す具体的なコンテンツ例としては、「観光案内所」の設置、「レンタサイクル」の実施、「地域の店舗紹介」などが挙げられる。
- ・高カテゴリーでの「JNTO 認定外国人観光案内所」の認定等、「インバウンド」の獲得に向けたコンテンツの検討もあわせて必要となる。
- ・コンテンツの実現のために、「福山観光コンベンション協会」「広島県東部観光推進協議会」など、既存で観光と関わりの深い、情報発信を行っている関係者との連携を進める必要がある。

【観光案内所・レンタサイクルの例】(参考：道の駅世羅)

- 観光コンシェルジュを置き、町内の観光施設や飲食店を周遊する際の情報を提供している。
- 町内の開花状況や近隣の直売所の入荷状況についても提供を行っている。
- 主にインバウンド向けにサイクリングを楽しめる環境を整備し、電動アシスト自転車の貸出しやコースマップの配布を行っている。



【地域の店舗紹介の例】(参考：道の駅世羅)

- 町内の飲食店に周遊を促すために、町内の飲食店の紹介を行っている。
- 情報としては、各店舗の電話番号、営業時間、定休日、キャッシュレス決済の可否を、洋食、和食、中華などの料理のジャンル別に紹介している。



【図表 03-16 観光・体験機能の例³²⁾】

③その他検討事項

・防災機能

道の駅「第3ステージ」の取組の一環として「防災道の駅」の選定が進められているように、道の駅における防災機能への期待が高まっている。2011年(平成23年)の東日本大震災や2024年(令和6年)の能登半島地震においても道の駅が防災拠点として活用された。

このような情勢を踏まえて、道の駅アリストぬまくまにおいても、ハード・ソフト両面から防災への対応を検討していく必要があると考えられる。

・SDGsの取組

近年、社会課題への対応の一環として「SDGs(持続可能な開発目標)」に対する関心が高まっている。道の駅においては、「ソーラーパネル」の設置や、「フードバンク」の実施などハード・ソフト両面から取組が進められている。

このような情勢を踏まえて、道の駅アリストぬまくまにおいても、SDGsへの対応、地域・社会に根差した取組を検討していく必要があると考えられる。

³²⁾ 写真については20と同様

6 事業スキーム

(1) 事業手法

施設の設計・建設・管理運営に関する手法の検討を行う。検討に当たっては、次の事業手法の中からそれぞれの特性を踏まえて適切な手法を選定する。

	公設公営	公設民営			民設民営 (PFI方式)
		分離発注方式	EOI方式	DBO方式	
概要	施設の設計・建設・管理運営を全て行政が担う。	施設の設計・建設・管理運営を分離して発注する。	管理運営者を先行して決定し、設計・建設を進める。	施設の設計・建設・管理運営を統合して発注する。	施設の設計・建設・管理運営の統合発注に加えて、資金調達も民間で実施する。
メリット	行政主導のため、事業の信頼性・確実性が高い。	行政において最も身近な手法のため、庁内外の理解を得られやすい。	設計段階から管理運営者を交えての検討ができるため、管理運営者の意向に沿った施設を作りやすい。	設計から管理運営まで一括で発注するため、事業コストを圧縮することができる。	行政による初期投資の負担が小さい。
デメリット	民間ノウハウの活用範囲が少ない。	設計段階から管理運営者を交えての検討ができないため、施設に管理運営者の意向を反映しづらい。	行政においてあまり身近な手法でないため、庁内外の理解を得ていく必要がある。	事業者による連携が必要となるため、参加へのハードルが高くなりやすい。	道の駅における採用事例が少なく、事業者による連携が必要となるため、参加へのハードルが高くなりやすい。

【図表 03－17 事業手法の一覧】

(2) 管理運営主体

事業手法において「公設民営」もしくは「民設民営」を選定した場合、主な管理運営主体としては「第三セクター」による管理運営と「民間企業」による管理運営が考えられる。現在の道の駅アリストぬまくまにおいては、第三セクターである「有限会社アリストぬまくま」が管理運営を担っているものの、再整備及び次年度の更新に合わせて、前述の事業手法も含めて再度管理運営主体についても検討を行う。


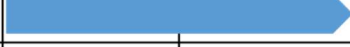

	第三セクター	民間企業
概要	・行政と民間の共同出資により設立された事業法人が管理運営を行う。	・施設の管理運営権限を民間企業が保有し、民間企業が管理運営を行う。
メリット	・資本金の行政出資率を高めることで、行政が主導しやすくなり、事業の信頼性・確実性を高めることができる。 ・公益性も担保しやすくなる。	・民間企業が主導し、企業の意向に沿った管理運営を行うことができるため、民間のノウハウを全面的に活用できる。
デメリット	・民間ノウハウの活用範囲が少なくなる可能性がある。 ・行政出資による行政依存体質に陥りやすい傾向がある。	・行政の意向を反映しづらい傾向にあり、場合によっては公益性を損なう可能性がある。 ・地元の企業ではない場合、地域性を担保しづらくなる。

【図表 03－18 第三セクターによる管理運営と民間企業による管理運営の比較】

7 整備方針、スケジュール

(1)再整備スケジュール

2029年度(令和11年度)のリニューアルオープンをめざし、引き続き再整備事業を進める。今後は「基本構想」に基づき「基本計画」の策定を進める予定である。

	2024年度 (令和6年度)	2025年度 (令和7年度)	2026年度 (令和8年度)	2027年度 (令和9年度)	2028年度 (令和10年度)	2029年度 (令和11年度)
基本構想策定						
基本計画策定						
実施設計						
建設工事						
リニューアル オープン						

【図表 03-19 再整備スケジュール】

(2)基本計画における検討事項

基本計画においては主に次の項目について検討を行う予定である。

NO.	検討事項	詳細
1	機能の決定	<ul style="list-style-type: none"> ・基本構想に基づき、導入する機能の抽出・選定を行う。 ・観光案内所、自由市場、レストラン等、地域の特色を活かした付加価値のある機能を検討する。
2	施設配置	<ul style="list-style-type: none"> ・各施設の配置計画を立案し、利用者の動線や利便性を考慮する。 ・周囲の景観と調和したデザインを取り入れ、地域の魅力を引き立てる。 ・道の駅のゾーニング計画を策定する。あわせて、効率的な動線計画を作成する。
3	施設規模	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者数や地域の成長予測に基づいて、適切な施設規模を決定する。 ・将来的な拡張や機能追加に対応できるような設計を検討する。 ・建設コストと運営コストのバランスを考慮し、効率的な施設規模を設定する。
4	官民連携のあり方・手法の検討	<ul style="list-style-type: none"> ・再整備・管理運営等における官民連携のあり方を検討する。 ・具体的には、事業手法の検討、管理運営主体の検討、事業範囲・リスク分担の検討、収支予測、指定管理料の検討等を行う。
5	概算事業費	<ul style="list-style-type: none"> ・建設費、設備費、運営費、維持管理費など、全ての費用項目を洗い出す。 ・各費用項目について、概算見積もりを行い、総事業費を算出する。
6	事業スケジュールの決定	<ul style="list-style-type: none"> ・リニューアルオープンまでの事業スケジュールを決定する。

【図表 03-20 基本計画における検討事項一覧】