

## 地域創生の拠点となる道の駅 ～道の駅「グランテラス筑西」～

こうた まさと  
古宇田 将人\*

### 1. はじめに

筑西市は、茨城県西部に位置し、北は栃木県と接する自然環境豊かな人口約10万人の市である。

全国有数の農産物の産地であり、自然、歴史、文化等の魅力的な観光資源を有しながら、それらの魅力を発信し、来訪者を迎え入れることのできる拠点となる場が不足していたことから、地域の活力を生み出す拠点として、令和元年7月11日に市内初となる道の駅「グランテラス筑西」を開業した。今年で丸2年が経過し、これまでの取り組みや本市における道の駅整備の効果について紹介する。

### 2. 人々が交流する拠点としての活用事例

道の駅「グランテラス筑西」は、ダンスパフォーマンスなどにも対応した間口16mの屋外ステージを備えた直径60mの芝生広場、芝生広場から直接出入りすることができ会議から展示会まで様々な用途に使用できる多目的室、小規模での料理教室にも対応できる調理室など、市の活動拠点としての活用を想定した設備を備えている。

#### 1) ラグビーワールドカップにおけるパブリックビューイング（令和元年9月28日）

令和元年に開催されたラグビーワールドカップ2019では、日本対アイルランド戦に合わせて、地元青年会議所主催による地域活性化イベントとして、パブリックビューイングが開催された。

屋外ステージに大型スクリーンを設け、その前に広がる芝生広場をそのまま観客席として使用するなど、道の駅の設備を有効に活用していただいた。

試合開始は夕方午後3時45分頃からであった

が、子ども向けのラグビー体験イベントや音楽イベント、飲食ブースなどと組み合わせることで、日中から夜にかけて家族揃って長時間楽しめるイベントとなった。

道の駅をイベント会場として印象づけるきっかけとなる好事例となった。



写真-1 パブリックビューイングの様子



写真-2 ラグビー体験イベントを楽しむ子ども

#### 2) 十勝豊頃町物産展（令和2年1月18～19日）

当市が加盟している全国報徳研究市町村協議会は二宮尊徳にゆかりの深い全国17自治体で構成されており、報徳思想に学び、周知するとともに、まちづくり・ひとづくり等について協議する活動を行っている。

\*筑西市 経済部 観光振興課長

この協議会では、繋がりのある自治体同士で、お互いの特産品や観光資源等を相互にやりとりし、双方の持ち味を生かした地域活性化を図る「互産互生」の取り組みを行っており、その一環として北海道十勝地方の豊頃町の物産品を道の駅内で販売する「十勝豊頃地物産展」を実施した。物産展では、海産物や鹿肉などのジビエを活用した加工品、豆類などを中心とした特産品の販売と共に、冬の絶景「ジュエリーアイス」などの観光情報のPRが行われた。

元々、農産物をはじめとする直売所機能と情報発信の双方を持つ道の駅では、このような物産交流を行いやすいというメリットがある。この特性を活かし、道の駅に様々な繋がりを基にした地域間交流の場としての可能性を感じられた事例となった。



写真-3 豊頃町物産展での賑わい

### 3. 地域経済活性化の拠点としての役割

当市には、野菜をはじめとした豊富な農産物や市内に多く点在する和菓子・せんべいといった菓子類、ブランド豚である「キングポーク」など、多彩な商品があるにも関わらず、それらの商品を集約した物産館的役割を果たす施設がないことから、「商品を購入できる場所が限られている」「外から来た方々に当市の豊富な商品を手に取っていただく機会が少ない」等、これまで食のPRが弱いという課題があった。

グランテラス筑西の農産物・物産直売所はこれら市内の物産を一堂に集めたことで「ご当地商品など当市の物産が容易に手に入る絶好のお買い物スポット」として定着してきた。また、手土産や地元の商品を知人に持っていく際の手頃な購入先として、市

内在住の人にも重宝されるという副次的効果もみられた。この直売所の成功により地元商品が多くの人々の目に触れる場が整ったことから、様々な新商品が開発された。

#### 1) 筑西市産いちごの6次産業化

平成29年3月に筑西市観光資源調査・発掘協議会（現：筑西市観光振興推進協議会）で策定した「筑西市観光推進のためのアクションプラン」においても食のPR不足に言及しており、「道の駅を拠点としたグルメ開発」「お土産の開発」を提言していた。また当市としても筑西市産農産物のブランド化を進めており、ここに道の駅としてもオリジナル商品を作りたいという意向があったことから、市として、道の駅と生産者であるストロベリーランド筑西、加工業者（ミルク工房もりや）とを繋げ、筑西市産いばらキッス（茨城県のブランドいちご）を使用した「いちごのむヨーグルト」の商品化が実現した（令和2年11月21日発売開始）。



写真-4 いちごのむヨーグルトを手にする3者（左から：加工業者・駅長・いちご生産者）



写真-5 筑西といちごを印象づけるパッケージデザイン

道の駅のすぐ隣で採りたいちごを使用していること、さらに茨城のブランドいちご「いばらキッス」を使用していることなどが、効果的なアピールポ

イントとなっている。

また、当市のいちごは生の状態で販売することがほとんどであったが、ヨーグルトドリンクに加工することで日もちや持ち運び性が格段に向上し、お土産や贈答品として第三者にまで拡散しやすい「ご当地商品」になったことで、筑西市産いちごの知名度向上や販路拡大にも大きく貢献したと思われる。

## 2) 下館ラーメンのお土産化

筑西市を代表するご当地グルメの一つとして人気の「下館ラーメン」は、これまで道の駅フードコートで提供するほか、市内循環バス内のポスタージャック、情報誌「るるぶ」や各種パンフレット、PR動画、メディアなど各方面でPRしてきた。これにより「下館ラーメン」の認知度は向上してきたものの、店舗でしか食べられないという制限があった。

前述の「筑西市観光推進のためのアクションプラン」でも持ち帰って家族や知人等に広められる新たな「お土産」の開発が提言されていたことを受け、筑西市観光振興推進協議会のメンバーが中心となり、地元ラーメン店の監修による「おみやげ下館ラーメン」の商品化を進め、令和3年5月に販売に至った。

道の駅は、この新たなご当地土産の先行販売場所として、大々的にPR、販売を行った。現在は、ふるさと納税の返礼品などへも活用され、ご自宅で楽しむご当地グルメとして好評を博している。

その他、筑西市の銘柄豚キングポークを使用した「豚まん」や筑西市産の米粉を使用した焼菓子、筑西市産タマネギを使用したハンバーグなどが開発さ



写真-6 ラーメンではお土産に適した常温販売を実現

れ、道の駅の開業が地場産品の商品化と普及促進の大きな契機となったと言える。

## 4. デジタルを活用した新たな展開

道の駅では、生産者の高齢化や自動車免許返納による来訪者の交通手段の減少といった不安を抱えている。これを解消すべく、現在、通信機器やデジタルを活用した事業展開を進めている。

### 1) スマートフォン用公式アプリの開発・公開

令和2年10月にグランテラス筑西の公式アプリをリリース。電子会員証によるポイント付与サービス、クーポン発行による集客喚起のほか、一部施設の利用予約やインターネット販売の機能を備えている。

茨城県のDX推進事業を活用し、今後も様々な活用を検討している。

### 2) ご自宅お届けサービス

道の駅までの来店が難しいお客様などへの対策として、市内在住の方向けに、朝電話で注文を受けた商品を当日中にご自宅へお届けするサービスを令和3年9月から開始した。配達可能な商品は、総菜や精肉、パンや麺類、調味料、菓子類など多岐にわたり、高齢者などの移動困難者へのサービスとして動き始めている。

### 3) インターネット販売の開始

令和3年9月からは、オンラインショップを開設。道の駅で販売されているオリジナル商品などのほか、食材定期お届けコースなどがあり、今後ラインナップを充実させていく予定でいる。

## 5. おわりに

道の駅グランテラス筑西は開業から2年が経過し、その存在が定着してきたと感じられる。一方、これからは来場者のニーズを捉え、常に新鮮さを提供できる仕掛けづくりが必要となる。

人々が楽しく集える場所として、また地域全体を活性化させる拠点として賑わいを創出し続けられるよう進化を続けていきたい。

【著者紹介】 古宇田 将人 (こうた まさと)

平成6年明野町入庁。子ども部子ども課課長補佐、企画部広報広聴課課長補佐を経て令和3年4月より現職。