



道の駅うご「端縫いの郷」

小坂圭助

(株式会社おも・しえ 代表取締役)

○ なぜ道の駅を作ったか？

平成15年に国が提唱した市町村の大合併でいち早く単独立町を歩むことを決めていた羽後町。平成25年に就任した安藤豊町長は、秋田市町村未来づくり協働プログラムによる2億円の交付金を受け、町を活性化するために羽後町総合交流拠点施設（道の駅）作りを行うことを決意した。

平成26年4月に準備室が庁内に設置され、知事プレゼンテーションを経て、拠点構想作りに本格的に着手したのである。

ところが、この道の駅構想に対し賛否が交錯した。反対意見としては「人口減少は経済の矮小化につながり、購買力向上が見込めない」、「全国の道の駅では大半が経営難。赤字責任は誰が負う？」、「箱モノ（施設）は行政のお荷物」、「予定地の国道は通行量が少なく、来訪者は望めない」、「民業圧迫である」等々。さらには「3日で潰れる」と断言される方も。

しかし、安藤町長は「交流人口を増やす努力

（行動）をしないと、町が酸欠状態になる」、「交流人口を増やし、外貨を稼ぐことが活性化への道。手あぐらをかいては、人口減少・農業地盤沈下問題の解決にならない」と怯まなかった。

○ 施設は町役場の隣に

湯沢ICから西に約10km地点にある羽後町役場庁舎（西馬音内）の隣地、敷地約8,000㎡を取得。

選定理由は、庁舎・活性化センター・体育館の利用者数年間7万人、国道398号線沿いであるということ。役場・体育館駐車場が兼用できて、大きい敷地面積を必要としない等が列挙される。しかし、国道398号線の1日の交通量は、平日・休日そして上り・下りとも約7千台。建設反対者が懸念するおりの生活道路であって、通りすがりの観光客を呼び込めるような条件ではない。つまり「道の駅」建設の場所として相応しくないという思いもあった。



(道の駅うご「端縫いの郷」外観)

○ 建物

総工費3億7千万円。延床面積は、一部2階建てで1,233㎡。外観は藍染めの盆踊り衣装をモチーフにした藍色と真っ赤な帯。ギザギザな屋根模様は周辺の山々を表している。一風変わったデザインは、巷を賛否の渦に巻き込む原因にもなった。

○ トイレが設計の真骨頂

「施設の真ん中にトイレを設置せよ」町長が指示したのはこの1点のみ。道の駅十文字を参考にさせてもらった。つまり、24時間開放するトイレの利用者に商品セールやイベントなどの情報を逐次お伝えできるようにとの配慮だ。

設計変更は何度も行った。というのも、町内で世代を超えたワークショップを行ったところ、若い女性から「うこの道の駅は、誰をターゲットにしているのですか？」と問われ、答えに窮し「女性です」と口走ったところ、「女性は、明るくて綺麗なトイレを求めます。心地よいトイレが女性の心をとらえ、かつ集客につながると思います」、「お化粧直しができるといいな」、「音を消す音姫が欲しい」と様々な意見が出された。



(24時間利用可能トイレ)

○ 事業運営計画の樹立作業

従事者は商売の西も東もわからない役場職員と農業者の完全な「ど素人」。しかも第3セクター温泉設置時の轍を踏まないためにコンサルタントは使わないという衝撃的な方針が示された。ただ、視察研修だけは惜しまずに許可してくれた。範となる駅には町長も同行。

構想作り作業は筆舌に尽くしがたい。何しろ、トイレの一件からも分かるように、理路不整然・泥縄・紆余曲折…。ただ時間が無駄に過ぎるだけ。連日、朝早くから深夜まで机に向かっても妙案は出てこない。それを見かねてか、県が地域活性化伝道師である中澤さかな氏をアドバイザーに推薦してくれた。実にタイミングよく、そして、さかな氏本人を含めた「助っ人陣」の力を得て、構想作りそして開設準備が進んだ。

○ 経営計画

国道の交通量、立寄り率で算出した初年度入場者数20万人、全体売上高1.2億円を見込んだ。しかし、鉛筆舐めて作る収支計画は、赤字を出さない収益と費用の算術。杜撰だったと反省しているものの、当時、担当者の知識不足と情報皆無な中では、模範解答を知る由もなし。コンサルに依頼すれば明瞭な計画ができたろうにと天を仰ぎながら、しかし、出たところ勝負。やるしかないという気負いのみが先行していた。

○ 会社設立

資本金3千万。株主は58名、公募して個人や企業に参画して頂いた。

平成28年4月、正社員2名、臨時社員7名を採用。平均年齢29.5歳で構成するヨチヨチ歩きの会社であった。

○ 営業種目の選定

農産物直売所、蕎麦レストラン、カフェ、ジェラート店はすべて直営方式をとっている。

当初、直売所以外はテナント入居で運営をしようとしたが応募基準を満たす企業がなく、オープン半年前にテナント方式を諦め、直営を決断するという危うさ。ジェラートについてはオープン月に整ったというほど。すべて薄氷を踏む思いだった。町当局も気が気でなかったと思う。

○ オープン

平成28年7月1日、ついにオープン。海岸に大波が押し寄せる態のお客様。売り上げ客数から推定し、実に3日間で1万5千人という想定外の来場にビックリした。

慣れない社員が疲労のため救急車で運ばれる事態も。そして、ジェラート盛り付けで腱鞘炎。お客様対応で泣き出す女子社員。“売り”のトイレの掃除が行き届かない。トイレトペーパーが足りない。

人手が足りず町長や副町長・担当課長までが現場に駆けつけて応援してくれた。直売所の野菜は昼までに売り切れる。遠くからいらしたお客様に「ここでは空箱を売るのか」とお叱りを頂戴するほど。

○ 社員の神業対応

「一体、今後の事業運営はどうなるのだろうか？」とオープン後も眠れない日々。しかし、ヨチヨチ歩きの社員が日増しに逞しくなるのは実に嬉しかった。秋風が吹くころには、大勢のお客様がおいでになっても、トラブルなく、しかも安心して任せられるようになった。社員は開業以来一人も辞めていない。



(農産物直売所)



(レストラン「端縫いダイニング」)



(名物「冷やがけ蕎麦」)



Milk gelato

(大人気の「うご・じえら」)

○ 道の駅効果の検証

① 交流人口は増加したか？

開業後9カ月目の平成29年3月に入場者数50万人を突破し、次いで12月には入場者100万人を突破した。

町の平成25年度年間観光客数は31万人、毎年8月に開催される日本三大盆踊りである「西馬音内盆踊り」は三日間で12万人であることと比較すると交流人口の増加は明らか。

② 農業の活性化は？

農産物直売所会員は現在151名。当初、80名だったので2倍弱に。

会員一人当たり販売高は、100万円を目指しているが、残念ながら70万円強である。

しかし、29年度に400万円以上販売した会員が4名いること、そして、農産物を直接販売できる場所ができたことから推考すると、限定的ではあるが活性化効果が認められると思う。

③ 民業圧迫は？

当駅での創業200年の伝統技術を承継する「西馬音内蕎麦」提供の様子がメディアに載るたびに、町中に繰り出すお客様が増えたという声が聞こえてきた。道の駅の相乗効果であり、ゲートウェイの役目を果たしているというお褒めも頂いた。

④ 経済波及効果

とあるシンクタンクに町が委託した道の駅建設の経済波及効果は25億円という算定結果が得られた。因みに大学立地(国際教養大学)は40億円といわれている。

○ 今後の課題

30年度は開業3年目、いよいよ正念場を迎えようとしている。「道の駅うご」は3日で潰れ

なかった。しかし、道の駅を将来に向けて「町民から必要とされる施設」そして、次世代まで存続しうるための課題は山積している。

- ① 「道の駅うご」を目的地にして頂くため、更には再訪(リピーター)して頂く対策をどうする？
- ② ここならではの(オンリーワン)の特産品開発、町内産物のブラッシュアップをどう図る？
- ③ 居心地の良い施設、雰囲気醸成をどうする？
- ④ 社員の待遇改善、福利厚生は？等々

「近き者説^{よこ}び 遠き者来^{きた}る」

これは当社の社是であるが、直売所に書をドカーンと飾っている。

私は、この訓えに従い、倣うことが「道の駅うご」の進む道であると確信する。

先ず社員が笑い、そして生産者が喜び、結果、お客様に愉しんで頂けることで遠くから多くのお客様をお呼びできるのだと。

【道の駅うご】概要

設置者	羽後町
運営主体	株式会社 おも・しえ
所在地	雄勝郡羽後町西馬音内字中野200番地
電話番号	0183-56-6128
路線名	国道398号線
登録年	平成28年
主要設備・サービス概要	農産物直売所、レストラン、喫茶・軽食、観光案内所、24時間開放情報休憩施設
駐車場	普通車88台(障害者用3台)、大型車6台、駐輪場10台
営業時間	農産物直売所 9:00~18:00(11月~3月:9:00~17:00) レストラン 11:00~ラストオーダー16:00、土日祝16:30 (11月~3月:11:00~ラストオーダー15:00、土日祝16:00) カフェ 9:00~ラストオーダー16:30
休館日	1月1日