

平成25年8月19日

軽井沢町議会

議長 篠原 公子 様

社会常任委員会

委員長 大浦 洋介

平成25年 軽井沢町社会常任委員会視察報告書

1 視察日程

平成25年7月22日（月）～23日（火）

2 視察先及び目的

(1) 栃木県 佐野市 道の駅どまんなかたぬま

①直売所の商品集積

②施設の配置等について現地視察（見学）

(2) 茨城県 茨城町 ポケットファームどきどき（土喜瞬間）

①直売所及びレストランの商品集積

②施設構成等について

3 視察参加者

委員長	大浦 洋介
副委員長	土屋 春男
委員	川島 さゆり
委員	佐藤 幹夫
委員	柳澤 講次郎
委員	土屋 浄
委員	袖山 卓也
委員	土屋 正治
同行	佐藤 久男（観光経済課長）
同行	土屋 剛（保健福祉課長）
随行	児玉 香織（議会事務局）

(1) 栃木県 佐野市 道の駅どまんなかたぬま

— 平成25年7月22日(月) —

◎視察目的

- ①直売所の商品集積
- ②施設の配置等について現地視察(見学)

ユニークな駅名は、佐野市の田沼地区に日本列島の中心地があるからである。

平成13年11月のオープン当初は、わずか3名の女性スタッフと数十名の生産者だけでのスタートだったが、今では登録生産者数が約150名の、ホールや会議室まで揃える関東地区有数の道の駅となっている。

従って今回の視察(現地視察。見学)では、直売所での商品集積をはじめ、同直売所の人気の秘密を探ってみた。

◎考察

今回の視察(現地見学)で学んだ中で特筆すべきは、商品の品質と価格の設定である。およそ150名の登録生産者から選抜した代表者(共同代表者5名)と直売所のスタッフで組織する「品質価格管理委員会」が決めたルール(高い品質と適正な価格設定)を生産者が守っているかどうかを、管理委員が毎朝の出荷時に厳しくチェックしている。守っていない生産者がいた場合、店内から当該生産者の商品を撤去するなど、万が一にも来店者が品質の悪い商品を求めることのないよう最大限の注意を払っている。

また、生産者から栽培履歴の提出を義務付け、この履歴から農薬を正しく安全に使用しているかどうかを確認するなど、各生産者の明確な生産ルートを把握する中で、肥沃な大地で育った佐野産野菜の安全性の確保にも努めている。

こうした努力が地域住民から高い評価と信頼を得て、オープン当初は円形だった直売所が増設で正方形に形が変わるなど、施設の大規模の拡張だけでもこの12年間で5回も行われ、今では、ステーション内にホールや会議室の他にも足湯や宝くじ売り場、ミニ遊園地、パン工房、中華レストラン、和洋食レストランなど様々な施設が林立する。

同施設の年間来場者数はおおよそ、180万人で売り上げは16億4,000万円であるが(いずれも平成24年度)、この内、高品質が自慢の直売所は、全体の実に70%を占める10億円を超えている(総務課・川島さん談)という。これを生産者一人当たりの販売額に換算すると、一ヶ月当たり50~60万円にもなるから、生産者にとってもこの現金収入は大きい。

当該施設の現地見学は視察ではなく見学であったが、店内の雰囲気や関係者の説明から、ここでは生産者自らが「自分たちの直売所は自分たちで守る」という

強い意識を持って関わっていることがひしひしと伝わってきた。施設全体の拡張、直売所の拡大再生産などの成果も、生産者と運営者の高い意識統一の産物のように感じられた。

(2) 茨城県 茨城町 ポケットファームどきどき (土喜瞬間)

— 平成25年7月23日(火) —

◎視察目的

- ①直売所及びレストランの商品集積
- ②施設構成等について

◎視察内容

説明者 ポケットファームどきどき 管理役 後藤 成美 氏

小さな動物村、ミニ豚リリちゃんルルちゃんの家、どきどき農園、ブルーベリー畑、花と芝の公園、フラワーポケット、ミニ植物園(ハーブ園)、森の家庭料理レストラン、カブト虫ドームなど、直売所一帯に自然と触れ合える施設が所狭しと配置されている自然豊かな直売所、ここが毎年100万人もの人々を引き寄せる「ポケットファームどきどき」である。工業団地に隣接してはいるものの、近くに観光地もなければ観光客も来ない、人里離れた小さな町の直売所である。それでも隣接する水戸市をはじめ県内外から多くの買い物客を集め続ける。一体全体この直売所の何処に、人を引き寄せて止まない魅力があるのか。社会常任委員会では現地を視察して人気の秘密を様々な角度から調査することにした。

◎考察

開園時間(9時半)前の入園だったが、開園1時間半後には駐車場(普通車192台、大型車9台)はほぼ満車で、道路を隔てた臨時駐車場(400台)も、直売所から見る限り満車の様相を呈していた。

研修会の講師を務めた事業部・管理役の後藤成美さんの説明では、直売所設置の構想がスタートしたのは平成6年で、最初の体験農園、直売所のオープンまでに5年、グランドオープンまでに6年、そして最後にオープンしたレストランの開店までに7年の歳月を要したという。

(この間に視察した直売所は約50箇所)

こうした周到な準備の効果もあって、グランドオープンから僅か1年後の平成13年には来場者100万人突破記念祭りを開催し、また、加工部門では、平成14

年に女性としては日本人初となる「国際ハムソーセージコンテスト」で入賞したのを始め、その2年後には金賞にも輝いた。この他にも平成17年に「国際食肉加工コンテスト」(ズーファー)で金賞、銅賞を受賞している。

平成17年にハムソーセージ工房を増設しているが、これは平成14年から16年に掛けて上記の国際コンテストで大きな賞に輝いたことが、良い意味で影響している。これまでにパン工房、軽食コーナー、直売所などの増設も行っているが、これらも利用者の要望に応じての増設である。

研修会場に使われた「体験教室」は花木で囲まれ、その入り口はハーブの植物園で、この植物園が「森の家庭料理レストラン」まで続く。体験教室に限らず多くの施設は、手入れの行き届いた花木や植物が林立する緑園に配置されており、どこを見渡してもその景観は、恰も(あたかも)一幅の絵画を見るかの如く美しい。

森の家庭レストランは11時半の開店だが、一律1800円という決して安くはない料理設定にもかかわらず、開店から1時間も経たないうちに120席ある座席はほぼ満席だった。店長の話では「今日の来客(ランチタイムの来客)は150人を予定している」ということだった。

このレストランは、三重県伊賀の「モクモク」を手本にしたビュッフェスタイルの「農場とのつながりが見えるレストラン」である。びっくりするほどの品数も然ることながら参加した誰もが「美味しい」「これなら1,800円でも安い」と異口同音に称賛の言葉を発していたが、それほどに利用者を魅了して止まないレストランである。もとより食材は、信頼できる地元の農家が収穫した野菜類が中心で、店長の言葉を借りれば、正に「毎日食べても飽きない料理」であり。「『愛情という魔法のスパイス』をかけて作る料理には、どんな有名シェフの料理も敵わない。家族みんなの健康を考えるとお母さん方が足を運びたくなる料理を揃えたレストラン」である。

この他にも印象に残ったことは数々あるが、特に感じたことは何と言っても、どのポケットも他の追随を許さない、飽くまでも一流を目指して準備を重ね作られた施設であるということである。その結果が、構想からグランドオープン(直売所部門及び精肉、ハムソーセージ加工工房部門、パン工房部門、体験農園部門等のオープン)までに6年、森の家庭レストランのオープンまでに7年という長い時間を掛けることになったが、これだけの時間を掛けて周到に準備してきた結果は、先に述べた数々の成果となって表れている。

オープンして僅か数年で習得した世界一級の加工技術、「魔法のスパイス」を生み出した調理技術などは、構想段階からすでに計算づくのものであったかも知れないが、もしそうなら、進行中の軽井沢町での直売所新設計画も、施設の建設を目的とする構想から、時間が掛かっても確実に誘客できるポケットづくりを目指す構想に、構想自体を大きくシフト替えをする必要があるのではないだろうか。

最後に今ひとつ報告しておかなければならないことがある。これまで何度か開かれた議員全員協議会でも度々指摘を受けてきた、「直売所全体の景観」である。「議員に提案された『施設の配置案』は、浅間サンラインの道の駅『雷電』とそっくりではないか」「離山通りから雲場池に入る角にある駐車場のように緑の中に駐車場を造れないか」「植物園を併設してはどうか」など、敷地全体の景観について様々な意見が出ていたように記憶しているが、「全体の景観」(＝緑の配置)についても研修会の席上で、後藤管理役にその効果を資してみた。

質問「このファームにはフラワーポケット(花園)やブルーベリー園の他にも花木が多く、小さいながらもハーブ植物園まである。軽井沢町議会でも「植物園」を併設したらどうかという意見があるが、花木なり「植物園」を併設することで誘客に大きな効果は期待できるか」

答弁(後藤管理役)「期待できる。花木も植物も、四季折々に花を咲かせる。花木や植物鑑賞で足を運ぶ人もいるので、相乗効果は大きい」

町から提案されている「施設の配置案」を見る限りでは、確かに「雷電」と余り変わらない全体風景である。少なくとも軽井沢らしさは感じられない。もし、花木や「何らかの植物園」のようなものが、それなりの規模で併設できるならば、誘客対策の面からも検討する必要があるのではないか。

以上、視察で感じたことを報告する。