

道内先進地行政視察並びに士幌町第6期町づくり総合計画・地方創生策定
及び新拠点「道の駅」検討特別委員会視察報告

1 視察研修の期日

平成27年7月7日から9日までの3日間

2 視察人員

議員12名(委員11名)

3 視察研修先

- (1) ニセコ町 道の駅「ニセコビュープラザ」
- (2) 赤井川村 道の駅「あかいがわむら」
- (3) 余市町 道の駅「スペース・アップルよいち」
- (4) 富良野市 フラノマルシェ
- (5) 更別村 更別農村公園

4 視察研修の経過

4年毎に実施している全議員による道内先進地行政視察、並びに士幌町第6期町づくり総合計画・地方創生策定及び新拠点「道の駅」検討特別委員会（以下「特別委員会」という。）による視察を実施した。

現在、本町では第6期町づくり総合計画・地方創生策定及び新拠点「道の駅」事業に取り組んでいる。当議会では、特別委員会を設置して検討・審査を進めていくうえで、これらに関連して先進的に取り組んでいる5市町村に赴き、視察研修を行った。

全議員による研修であることから詳細な報告は一部省略するが、各視察の概要は次のとおりである。

◎参考：各市町村比較

区分	人 口 27.3.31	総 面 積 km ²	H26年度観光入込客数	
			千人 (H25年度)	うち日帰(千人)
ニセコ町	4,914	197.13	1,593.1 (1,569.2)	1,250.0
赤井川村	1,137	280.11	309.5 (399.1)	172.4
余市町	20,026	140.60	1,248.5 (858.7)	1,228.5
富良野市	23,091	600.97	1,721.1 (1,769.0)	1,248.7
更別村	3,312	176.77	49.8 (51.0)	43.8
士幌町	6,361	259.19	116.1 (118.7)	102.5

出所：観光入込客数は北海道公表の延数値より

5 視察先の概要

■ ニセコ町 道の駅「ニセコビュープラザ」

- 道の駅登録 平成9年4月
- 総事業費 2億2,368万円
(うち過疎債1億6,260万円、道振興補助6,000万円)
- 平成26年国土交通省より重点「道の駅」に選定。
地域を支える観光と農業の2つの産業を結びつける場の創出など。
- 年間利用者数 約63万人(平成26年度)

(1) 地域の概要

ニセコ町市街地及びニセコ山系の入口で、羊蹄山やニセコ連山の山々を眺望できる位置にあり、国道5号と道道岩内洞爺線が交差し、小樽・札幌・函館市のほか千歳空港へも通じ広域的な集客力の分岐点に位置している。

この立地条件を活かして、町の情報発信基地及び地域産業の活性化の拠点と位置づけた道の駅を整備し、現在も各種事業展開及び施設等の整備を進めている。

(2) 施設の概要

施設名	内 容	備 考
情報プラザ棟	観光案内、特産品販売	年中無休。開設時間 9:00～18:00
フリースペース棟 ・直売コーナー ・ショップコーナー	地場産品と加工品の直売所 地元の食材を主としたフード販売店	町内生産者 60 戸が運営 ショップ 5 店
ト イ レ 棟	男性大3・小6、女性11 身障者1、廊下に自動販売機	年中無休。24 時間対応
駐 車 場	普通車 101 台、大型車 10 台 身障者用 2 台、二輪専用 10 台	H14 年度北海道開発局整備

◎ 配置図



(3) 管理運営方法

町直営管理。うち清掃・維持管理・情報プラザ棟の運営・観光案内業務は、(株)ニセコリゾート観光協会へ委託。

(4) 予算維持管理費（平成26年度当初）

歳入 4, 158千円（建物使用料3,166千円、駐車場警備負担金800千円ほか）

歳出17, 968千円（光熱水費4,235千円、役務費1,105千円、委託費11,739千円ほか）

(5) ニセコビュープラザ直売会（フリースペース棟）

① 管理運営

農産物販売を中小企業協同組合である直売会が事務局を設置し、管理運営を行っている。組合会員は68名で構成され、独自の営業形態で活動及び販売している。

② 直売会の特徴

- ・在庫を持たない。
- ・運営は生産(販売)者の自主組織。
- ・生産(販売)者の顔が見える販売方法

③ 直売会の経緯等

- ・ビュープラザでの直売は、平成9年度当初7件の生産者からスタート。鮮度や安価が評判となり、現在は63件とテイクアウトコーナー5件で実施。
- ・平成14年8月 POSシステム・バーコードシステムを導入
- ・平成21年5月 直売所総合販売管理システム導入
- ・平成25年4月 任意団体より中小企業協同組合へ移行

④ 出店者数 60名

⑤ 直売会経費 売上の12%

⑥ 利用者数及び売上高推移

区分・年度	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
利用者数(人)	223,000	220,000	214,000	221,175	234,115
売上高推移	247,000	241,000	251,000	255,000	277,000

⑦ 売場の管理 職員2名・出店者当番制（1名～3名体制）。品質の説明と消費者のニーズ把握のためパート従業員2名～4名

⑧ 生産者の動き

商品搬入 → バーコードシール作成貼付 → 日計表作成
→ 当日銀行振り込み → システム化による商品補充など

(6) (株)ニセコリゾート観光協会（情報プラザ棟運営、施設清掃管理）

① 組織 全国で初めて株式会社化した観光協会。

② 設立及び経緯等

- ・株主 ニセコ町50% 町民50%（H15年9月設立。第2種旅行業取得）
- ・資本金 2000万円
- ・社員 5名、契約社員2名、出向社員1名、臨時職員6名

- ・行政内に事務局を設置していると、公平公正で一律なサービス提供となり、迅速な事業対応が不可能であるとの判断から株式化を検討し設立された。
- ・平成24年3月、コミュニティFM開局

③ 事業業務

- ・オリジナル旅行商品の企画、販売及び開発
- ・ニセコの観光案内・特産品の販売
- ・旅行業法に基づく旅行業・代理店業
- ・各種観光客誘致事業
- ・宿泊、体験及び各施設の斡旋
- ・JRニセコ駅発券業務
- ・広告及び宣伝に関する代理業務
- ・ラジオニセコの運営

④ 平成26年度売上状況 1億4,473万円

(内訳 旅行事業4,857万円、特産品物販事業9,258万円、放送事業358万円)

(7) 所感

- ① ニセコ町の観光客は年間約160万人、施設利用者は平成26年度約63万人。町内、近隣町はもとより、アクセスも良いことから札幌圏等からのドライブコースとなって、温泉と多くの新鮮で安価な野菜を求めて来町する観光客は多く「道の駅」の果たす役割は大きい。
- ② 「ニセコは農業と観光の町」「農業そのものも観光」とも言っていたように、ニセコで採れる農産物の魅力を十分に生かしている。また、道の駅の来訪者を街中に誘導するため、レストラン等は併設せずニセコ産を主としたテイクアウト形式の軽食のみを販売していることも大きな特徴である。
- ③ 「行政が全て仕切って物を売っても長続きせず、町民からの理解も得られない。」として、施設の管理主体は町ながら口は出さず「場所を提供します」という公設民営という形でスタート。民間の自由な経営方針を導入して情報プラザ棟の運営は観光協会へ委託。フリースペース棟は町内農家60戸が協働組合を設立し管理運営を行うなど責任分担を明確にした結果、各々の頑張りが収益となって今のよい状況に繋がったとしていた。このことから民間主導により利益を上げ、町内商店への誘導・集客に繋がっていく検討が必要と感じた。
- ④ 各農家は新鮮、安全、安価を目標に農産物・加工品を販売し、これが評判、人気に繋がって道の駅運営の要となっている。また、独立採算制で、あてがわれたブースのディスプレイ、パッケージング等も各々が工夫を凝らすなどやりがいを感じている。本町もJA店舗での野菜直売は好評であり、また、各グループが味噌・アイスクリーム・ヨーグルト・パンなどの加工商品を町内施設で取り組んでいる。しかし、加工施設の利用に制限が生じており新たな施設も望まれている。新加工施設と連動した直売により集客や販売に大きな可能性があるのではと感じた。
- ⑤ 冬期間の集客を模索したが諦め5月、6月の平日入込客を増やす対応を検討しているとのこと。町内外集客のためには、逐次情報を更新し来訪者の生の声等を発信していくことも重要と考える。
- ⑥ ビュープラザ再生基本構想を策定し、重点道の駅にも指定されたことで、今後、滞留スペース、防災機能を強化するため現在不足しているトイレ数の整備を課題としていた。施設環境整備で特にトイレは重要であり「明るく清潔」「心地よい快適

な空間」「多機能」「夜間専用トイレ」の整備が望まれる。

- ⑦ オープン当初の基本コンセプト「子ども達に借金を残さない」「町内民間企業者を圧迫しない」「維持管理費に配慮した建設」は大いに学ぶべきである。

■ 赤井川村 道の駅「あかいがわむら」

道の駅登録 平成27年4月

(1) 地域の概要

国道393号と道道赤井川村線が交わる接点に位置している。札幌と国際リゾート地ニセコエリアを結ぶ国道393号において、情報発信基地として人を呼び込む拠点施設として整備。

(2) 施設の概要

施設名	内 容	備 考
地域振興施設	情報・案内施設、 ベーカリー・アイスクリームコーナー 地元の食材を主とテイクアウトコーナー	第1・第3水曜休館 開設時間 5～9月 8:30～19:00 " 10～4月 9:00～17:00
農産物直売所	地場特産品と加工品の直売所	5/1～10/31の期間
ト イ レ	男性大2・小4、女性8 身障者1、	年中無休。24時間対応
駐 車 場	普通車57台、大型車10台 身障者用3台、二輪専用	

(3) 所 感

- ① 村の中心街から離れたところに位置していることから、本町の道の駅計画との共通点がうかがえる。
- ② 後志産木材を活用し「森林整備加速化・林業再生事業補助」を利用した建物で、木材の暖かみを感じる心地よい施設である。しかし、後世に負担を残すような建設コストだとしたら検討の余地があり疑問を感じた。
- ③ 施設内には地域の情報発信専用窓口、地元食材を使った食べ物、別棟の野菜直売所ほか整備されていた。
- ④ 障がい者用の屋根付き駐車場も併設し、配慮がなされていた。

■ 余市町 道の駅「スペース・アップルよいち」

道の駅登録 平成10年4月

(1) 地域の概要

国道229号と国道5号の分岐点に近い余市川河畔、国道229号沿いに位置し、農産品の直売や宇宙食や宇宙グッズを販売している。余市宇宙記念館「スペース童夢」が隣接し周辺にはニッカウキスキー余市蒸溜所がある。

(2) 施設の概要

施設名	内 容	備 考
・余市宇宙記念館「スペース童夢」 ・農産物直売所など	情報・案内施設、 宇宙食コーナー、軽食コーナー 特産品販売コーナー	無休 4 月中～11 月上 毎週月曜休館 11 月上～4 月中 開設時間 4～11 月 9:00～18:00 " 上記以外 9:00～16:30
ト イ レ	男性大 5・小 6、 女性 1 3 身障者 2	年中無休。24 時間対応
駐 車 場	普通車 103 台、大型車 7 台 身障者用 3 台	

(3) 所 感

- ① 当駅は、余市宇宙記念館と併設しており、宇宙に関連した機材・食、体験コーナー等の見学者を招いて賑わいを見せていた。一方で建築物が高層で無駄を感じた。
- ② 観光ルートとしてニッカウキスキー余市蒸溜所が隣接していることから、立地条件には恵まれている。
- ③ 地域特産品の中に町名が記載された商品が陳列されていた。土幌ブランド品の開発を急ぐべきと感じた。
- ④ トイレには、子供用の低い位置の手洗いシンクや乾燥機がない。バリアフリーはもとより、すべての施設利用者の目の高さでの配慮が必要と考える。
- ⑤ 訪問者は一定の時間車内で過ごしている。車から離れて裸足で過ごせるスペース、手足が洗えるスペース等の検討も必要。

■ 富良野市 「フラノマルシェ」

JR 富良野駅から徒歩約 7 分、国道 38 号線沿いの富良野市中心市街地に整備。

平成 22 年 4 月オープン。

(1) フラノマルシェとは

「ルーバン・フラノ」構想計画にもとづき整備された活性化施設の名称。中心市街活性化をめざし、「食」を通して様々な人が交流するまちなかのにぎわい滞留拠点、まちの情報発信基地。

- * 「ルーバン」とはルーラル(田舎)とアーバン(都会)を合わせた造語。都会の魅力と、田園の魅力を併せ持つ、ちょっとしゃれた田舎町という意味。



(2) 経過及び概要

当市は観光地として知られているが郊外の観光施設に限定されていて、街中は廃業、

転業により空き地や未利用地が拡大し衰退。その中、町の一等地にあった協会病院が移転することになり、その跡地利用計画が持ち上がった。市は駅前の開発事業で財政が無いとし、官民協働で中心街地を活性化するため「ふらのまちづくり株式会社」設立。道の駅は通過方であるとし、滞留拠点としての事業を実施し現在も各種整備を進めている。

【 フラノマルシェ事業概要 】

- 敷地面積 6, 634 m²
- 延べ床面積 1, 336 m² 平屋建2棟(3軒)
- 駐車場 普通車93台、身障者用2台、駐輪場
- 事業費 2億7, 982万円(内装工事・備品除く)
(うち国庫補助1億3,046万円、金融機関貸付1億4,500万円)
- 管理運営 ふらのまちづくり株式会社

(3) フラノマルシェのコンセプト

- ① 富良野市民が「地元の食文化(食べ・作ること)」を楽しむための空間であり、大勢の市民が集い、語らい、このまちに生きる楽しさと豊かさを共有する「市民の憩いの場」
- ② 「富良野の農と食の魅力」を内外に発信し、観光客や日々の交流者を「まちなか」へといざなう「おもてなしの拠点」
- ③ そこに集う人々に、さまざまな「まちの情報」を提供し、まちなか回遊へとつながる「まちの情報発信基地」
- ④ 市民・商業者・観光客など、大勢の人々が自由に集い交流の輪を広げる「まちの縁側」

(4) 施設の概要

次の4ゾーンが広場を囲み、タウン情報センター・インフォメーションフラノも併設している。

- ・スイーツ、パンショップとカフェがある「サボール」
 - ・ワイン、チーズなどの特産品、食品、菓子、雑貨類など約200種類もの富良野土産が揃う「アルジャン」
 - ・地元食材を使ったオリジナルメニューのテイクアウトショップ「フラディッシュ」
 - ・JAふらの直営の農産物と加工食品の直売所「オガール」
-
- ・営業時間 10:00～19:00 GW期間・6/15～9/23 9:00～19:00
 - ・定休日 12/31、1/1

(5) 事業等の推移

(単位：千円、人、台)

区分 ・ 年度	H22 年度	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度
施設売上	492, 497	512, 268	511, 689	552, 871	590, 392
入込客数	555, 501	668, 015	744, 980	794, 950	852, 566
バス立ち寄り件数	1, 033	1, 309	1, 316	1, 216	1, 382

(6) その他の事業

「フラノマルシェ2」が今年6月オープン。物販などに加え、飲食、休憩できるアトリウム(ホール)及びマンションを併設した複合商業施設で、7階建。1階がマルシェ2とアトリウム。2～7階が賃貸マンション。

保育所や有料老人ホームも周辺に新設され、中心市街地活性化に向けた同市の基幹事業に位置付けられている。

(7) ふらのまちづくり株式会社

① 設立の目的

都市開発に関する企画・調整、設計及びコンサルタント業務や、施設の管理運営、各種イベントの企画、運営及び受託に関する業務など、まちづくりに関わる公共性の高い事業を主たる業務として事業展開し、「富良野市の中心市街地の活性化」に寄与することを目的として平成15年に設立。

ルーフラン構想に掲げた2大テーマ、「中心市街地の賑わいの復活と経済の活性化」「超高齢化社会に対応するコンパクトなまちづくり」を実現にむけ、行政と協働の形でまちづくりを推進。

② 資本金 8, 350万円

③ 出資者 55名 (商店街団体320万4名、民間団体・市民7,830万円49名、商工会議所100万円、市100万円)

(8) 所感

① 当市は観光地として知られており集客能力はある。あえて通過方となる道の駅を選択せず、街中賑わいを目標に「ふらのまちづくり株式会社」が主体となり民間と行政の協働の強力な連携でまちの活性化事業を進めていた。

② 情報を共有することが必要なため、行政、商工会、ふらの会社の担当者レベルでのコアメンバー会議を週1回開催し、調整していることでスムーズな事業展開を進めており、強く印象に残った。

③ 町の持っている強み、戦っていける資源はなにか掘り起こす作業が必要。

④ 市民、特に冬場お年寄りが家に閉じこもらないような多目的な空間、そしてイベントにも利用できる空間が街中の活性化には必要と話していた。

⑤ 商店街活性化と超高齢者社会に対応するコンパクトシティ構想が目標として、「高齢者が歩いて暮らせる機能性と利便性を重ねた町」「三世代の交流が生まれる町」「日常生活が楽しさに満ちあふれる町」を目指し今年6月「マルシェ2」もオープンしている。自治体の規模、経済構造、環境などの違いはあるものの、士幌町中心部の再開発及び地方創生事業の手本とするべきである。

■ 更別村 「更別農村公園」

帯広広尾自動車道更別 IC から車で約3分、国道236号線沿いの市街中心地に子ども向けの大型遊具広場等を整備。平成26年10月オープン。



更別村教育委員会

(1) 経過及び目的

更別幼稚園の跡地及び既存の農村公園を合わせた敷地の整備構想に伴い、子どもの遊び場と大人の広場の機能を併せ持つ公園。更別ICからの来街者の増加に結びつく一体的なゾーンとして「大型遊具」「駐車場整備」を中心に再整備を行なった。

(2) 事業費及び面積

事業費 1億6,394千円 (うち過疎債 1億4,960千円)

面積 9,770㎡ (既存農村公園 5,112㎡、幼稚園跡 4,608㎡)

(3) 整備内容

①大型遊具・健康遊具

広場中央に村のキャラクター「どんちゃん」の帽子をかぶったシンボルトワーがあり、ローラーライダーやバナナスライダーなど、5種類の滑り台を含む30種類以上のアイテムが楽しめるほか、大人の健康増進として7種類の健康遊具を遊歩道周辺に備えている。

遊具の下には、ゴムチップによる舗装を行い転落や転倒による軽減を図っている。

②遊歩道 (ゴムチップ舗装 L253.2m)

③駐車場 (63台、うち身障者用3台)

④旧遊具補修(塗装、排水路補修等)

⑤ トイレ新設 (多目的トイレ、バリアフリー、おむつ替ベット、警報設備)

⑥その他施設整備 (八角シェルター、水飲み場、ベンチ、LED街灯等)

(4) 安全対策

①品質管理

- ・品質マネジメントIS9001
- ・QMS— SP表示認定規格(日本公園施設業協会)

- ・標準使用期間(使用・材質により5年～15年)
- ・製品保証　メーカー保証(3年間、主要構造部材30年間)、生産物賠償責任保証

②遊具の安全に関する規準の遵守

国上交通省の「都市公園における遊具の安全確保に関する指針」に沿った基準
安全基準の一例

- ・頭部および胴体が入らない構造(通り抜けさせない開口部)
- ・頭部および胴体を通り抜けるような構造(通り抜けさせる開口部)
- ・指の挟み込み防止

遊具安全利用表示の設置

- ・対象年齢ステッカー
- ・遊び場安全サイン(利用にあたってのお願い)
- ・遊具種類別注意シール

安全領域(セーフティエリア)の確保

子どもが遊具から落下したり飛び出したりした場合に到達すると想定される範囲で、遊具を安全に利用するために必要な空間

安全点検の実施

年1回春先に行う定期点検及び日常点検

(3) 所 感

- ① 市街地活性化協議会等と協議をし、公園の再整備事業に取り組んでいた。
- ② 協議会では子どもが集う施策が街の賑わいには不可欠として、大型遊具を配置、長時間子どもが楽しめる環境と通過者の集客効果を期待。
- ③ 子どもに対する事故が心配されるが、安全対策としては、国の指針等に合致する遊具を整備するなどの対応を取っていた。
- ④ 集客数はカウントしていないが、休日には多くの家族連れが訪れ、街中にも流れていると感じているとしていた。
- ⑤ 公園整備が先に進み、近くには自動販売機があるのみであった。今後、開発跡地の施設整備等との相乗り効果により集客力をアップして、市街地の賑わいづくり活性化を進めていく予定で、今年度、商店街へ誘導するため大きな看板を設置するとのことであった。
- ⑥ 農村公園は、村の市街地活性化事業の一つであるが、周辺の一体的な整備はこれからであり、街中への流れも含めた相乗り効果が思うように生かされていないのではと感じた。今後は、一体的な整備を進めるとともに、現在、農村公園に来る集客者に向けたアンテナショップや季節限定の食の提供など、種々の情報発信を行う方が望まれる。