



あびら道の駅 D51 ステーションの出発進行

一般社団法人あびら観光協会 社長 武

1. あびら道の駅概要

住所は北海道勇払郡安平町追分柏が丘 49-1。岩見沢～苫小牧を結ぶ国道 234 号線のほぼ真ん中に道の駅あびら D51 ステーションがあります。目の前には緩やかな丘陵に田園風景が広がり、冬の終わりには白鳥の群れが羽を休めている光景もみられます。



図-1 あびら D51 ステーション位置図

施設は駐車場 117 台 (大型車 17 台、小型車 96 台、身障者用 4 台)。本構となるセンターハウスには広々としたアトリウムを中心にテイクアウト、ベーカリー、特産品各コーナーと鉄道資料を集めたレガシーギャラリーや観光・情報コーナーとで構成されています。またセンターハウスの北側は農産物直売所が、南側は道の駅の名前の由来となる D51 が保管されている SL 倉庫がそれぞれ配置されています。



図-2 外観パース

この道の駅が開業したのは本年 4 月 19 日。そのおよそ 7ヶ月前に発生した北海道胆振東部地震で被災したスタッフが今、連日予想を上回るご来場をいただき、復興のシンボルとなった道の駅で声を哽らしながらお客様をお迎えしております。

2. 二つのテーマとコンセプト

道の駅の名前となっている蒸気機関車「D51」は街の発展を支えた鉄道文化を象徴するものとして、ぴかぴかの状態でここに保存されています。

この道の駅テーマのひとつめは歴史・文化情報の集結です。ネーミング決定の際には今は D51 を知っている人は少ない。SLの方がまだ分かり易いのではという意見もありました。あえて D51とした理由には、たとえ分かりにくくとも子や孫に語り継ぐ特別なものがここにあるという意味もありました (語感もデゴイチの方が力強いです)。

D51 は道の駅オリジナル商品のテーマとしても様々なかたちで活用されています。そのなかでも「もくもく D51 ソフト」はグレー色のクリームが蒸気機関車の煙をイメージしたのですがその美味しさはもちろん、インスタ映え・SNS 映えする商品としても大変好評です。



写真-1 もくもく D51 ソフト

2006 年(平成 18 年)早来町と追分町が合併して出来た町が安平町です。例えば特産品と観光情報を提供する物産館は早来駅構内に、道の駅のシンボルである D51 のあった鉄道記念館は追分駅そばにありました。その他の町内に分散していた物産や観光資源の集結がふたつ目のテーマです。

地元農家中心の農産物特売所は当然として道の駅特産品コーナーも売上の 6 割は純粋な町内企業・生産者です。由仁町・厚真町といった隣接エリアを加えると 7 割超、これに町外企業によるオリジナル商品(D51 クッキー等)加えると 9 割近くになります(残り 1 割強は安平では生産されていないビール等飲料や道の駅きっぷなど、ほとんどが道産品)。

開業景気もあり、売上指標のひとつとして使われる坪当り売上で札幌中心部大手商業施設を大きく上回る実績が地元商材中心のこの施設で実現されています。

地元の素朴な味わいの銘菓、既に全国的に有名なチーズやアサヒメロンなど、観光でいらっしまったお客様に好評ですが、なにより地元近隣のリピーターにも売上を支えていただいている状況があります。

せっかく地元振興のため建てた施設や行うイベントが「あれは外の人向けだから、地元の人には行かない」となっては寂しいでしょう。地元の人が(密かに?)親しんできたもの、大切にしていたもの、普段買っているものがそこに行けば触れることが出来る、地元価格で手に入れることが出来るといったことが本来目指すべきところと考えます。

新千歳空港や厚真・苫小牧の港といった空と海の玄関にほど近く、道都札幌にも一時間圏内の立地にある安平は鉄道拠点としての歴史同様、今も様々なエリアの人々との交流やつながりを生み出す可能性をもっております。

先述の二つのテーマ「歴史文化情報」「特産品・観光情報」を集結させ交流を生み出すことがこの道の駅のコンセプトです。

実例として D51 とともに展示されているキハ 183 系気動車はクラウドファンディングによる鉄道ファンを中心とした全国的なつながりで安平の道の駅にやって来ました。そしてこれにかかわった人々が今ここに集っています。



写真-2 並んだ D51 とキハ 183

また現在売上を伸ばしている道の駅オリジナル商品(ソーセージ、どらやき、せんべい等食品やTシャツ、タオル、バッグ、筆記具等衣料雑貨 etc....)開発には町内だけではなく町外の個性とノウハウを持つ企業が参加しています。これも交流のひとつと考えます。

3. 復興のシンボルとして

2018年(平成30年)9月北海道胆振東部地震が発生しました。道の駅担当含め役場職員全てが災害対応に集中となりました。また全員が被災者でもあり自分もアパートの水道等復旧に1ヶ月以上かかり特に風呂と洗濯に不自由しました。道の駅西隣にある追分小学校は避難所となり、自分はそこで給食給水や寝床作り等全般を担当していましたが開設2日後にはここも地盤が不安定とのことで別の避難所に移ることとなりました。

当時ほぼ建築完成に近づいていた道の駅は建物自体大きな被害はなかったものの、余震が続きここも地盤は落ち着かない状況でした。そのため目玉であるD51移設は延期となり、また隣接に同時開設予定であったミニSLはじめ遊具を備えたファミリーターゲットの公園は更に2021年(令和3年)春の開設となってしまいました。

胆振東地区をはじめ北海道自体が大変な状況でした。しかしD51移設や公園整備といった全ての要件を満たすことは無理でしたが、この道の駅こそを町復興のシンボルとして当初予定通り2019年(平成31年)4月19日に開業させることにきめたのです。

4. 地場品中心で売場活性化

道の駅ですので商品は地元のものが中心です(当然ですよ?)。テイクアウトコーナーで使うお米も、ベーカリーで使っている蜂蜜も地場のものです。

地元生産者協議会を核とした農産物直売所では午前2回、午後3回販売状況が生産者さんへ情報として送られるシステムが組まれており、この情報を参考に納品がなされます。また納品で集まった生産者さんは道の駅スタッフ含めお互いに情報交換もします。

特産品コーナーにはこのシステムはありません。直接売場を見に来ていただくことをお勧めしております。実際当方から在庫状況をお伝えして納品をお願いすることも多いですが、農産物直売所同様にお越しいただいて現場を見ていただきながら、時にお話をさせていただき情報を交換することが一番良い様です。特産品の売上上位はそのような来場頻度の多い事業者さんが中心です。

売場には地元・近隣に根強いファンがついている商品多く、リピーターが一定数いらっしゃいます。例えば冷凍・冷蔵品はお客様のご希望に応じ保冷剤や保冷バッグを用意しておりますが、そのままお持ち帰る方はおそらく道の駅から1時間以内に居住の方でしょう。



写真-3 地場の人気商品

隣町厚真町の名物「こにくちゃん」もファンが多い商品です。売場で「もう町外にいかなくてもここで

買えるんだ」という声を何度も聞きました。こういった地元・近隣で人気の商品こそ観光でいらっしゃった方にも購入いただき、楽しんでいただきたいと思います。

一方で様々なご事情により、なかなか道の駅に納品が難しいという地場の事業者さんもいらっしゃいます。早来駅にある物産館とも連携した期間限定の物産展開催など道の駅として出来る地域振興面での役割を考えていきたいです。

お取引条件は後発として先輩道の駅の皆さんにご教授願いましたので、多くの道の駅同様売上歩合です。ただし農産物直売所は売上高に応じて歩率が通減される方式としました。予測される運営側経費を一定額確保し、それを超えた分は生産者への還元分を増やすことで出来れば次のステップ(新たな生産物や 6 次産品)にトライするための原資としていただき、更に売上向上を図りたいという「共存共栄」の理念をベースとした条件の設定です。実際これから良いことも厳しいこともあるでしょうが、この理念が共有できていればそこから対話はスタートできると考えています。

5. 開業時プロモーション事例

開業時プロモーションは、これも他の道の駅の皆様にそれぞれの開業の状況を教えていただきながらその方針を固めていきました。

開業時プロモーションといっても最近開業の他の道の駅と比べ経費予算は小さいものでした(一方で安全対策となる駐車場警備等には必要な経費は準備されております)。

そこで方針としてプロモーションを委託する先へのオリエンテーション資料に記載したのは媒体等露出への経費集中のお願いでした。イベントは開店前日に行われるレセプションとパブリシティ獲得等露出につながるものに限定し、賑やかし等開業時に動

員することを目的としたものは大胆にカットする内容のものです。

これは先に開業された皆様の「開業時はとにかくたくさん来るから動員は大丈夫」といった助言と、自身の経験がベースとなっております。

自分は現在安平町職員として観光協会に派遣されている身分ですが、ほんの数年前は商業施設の営業責任者としてプロモーション活動含む営業全般を統括する立場でした。イベントで単純に動員を増やしても飲食他一部の商品が反応する程度であることは何度も経験済みでした。ましてやそのままだ混雑が想定される開業時にコストをかけてまで動員型イベントを実施することはあえて避けたのです。

ただし開業のワクワク感は必要でした。そこで仕込んだのは以下の 3 つです。1) 震災を受けた 3 町(安平、厚真、むかわ)をはじめ近隣の街から美味しいものを集めテントや移動販売車で提供する「道の駅グルメ縁日」、2) 同じく安平町はじめ近隣の作家を中心にこの日のために手作りした雑貨・衣料や焼き菓子など延べ 62 店が参加の「カントリーマーケット」、3) 地元企業「春雪さぶる」とのタイアップによる「ハム・ソーセージグルメ福袋限定販売」

いずれもお買い物を楽しむ施設としての印象を持っていただくため組んだ販売系イベントです。来場者数が購買金額に結びつく施設となるための苦労を経験していましたので、そこを意識した企画が主力となりました。

他の施設もそうでしょうが、道の駅厨房もまたピーク時を常態としては作られていません。一方で先ほど触れたとおり動員は飲食売上に反映してきます。

1) の「道の駅縁日」はフル稼働していた道の駅飲食・テイクアウトコーナーを十分にフォローしてくれました。出店メンバーも地元安平はボランティアセンターによるチキンボール、その他平取和牛串、

むかわ餃子、いちごちゃん号チーズサンド、めぐみ水産ししゃもラーメン、市原精肉店ジンギスカン、山口農園ハスカップスムージーなど地元近隣エリア自慢のメニューが勢揃いしました。

ネットや通販で大概のものが家に居ながら手に入る便利な世の中ですが、ご来場していただいた方が楽しむことができるのがこのような飲食企画の特徴です。これは道の駅では直接売上にもつながる最適の集客イベントではないでしょうか。

このイベントで売上トップは厚岸海鮮料理でした。大切なターゲットでもある地元近隣の人々にも楽しんでいただける工夫として今後も敢えて海のない安平で海産物の期間限定企画もやっていく予定です。また北海道の道の駅共通の悩みである冬対策として今参加いただいている店頭縁日メンバーと冬の鍋企画なども検討中です。



写真-4 館外イベント風景

2)の「手作り作家展」は開業の1年以上前に、飛び込みで営業させていただき、開催にこぎつけることが出来ました。これは自分が20代の頃やっていた仕事のひとつです。

参加62店には安平や厚真といった地元近隣の方も加わっていました。安平で仕事を始めて感じたことはプレイヤーの重要性です。実際に何かを実行するパワーや能力を持つプレイヤーの確保は人の多い

都会が有利です。商品や接客での販売実績や安全安心の保障などプロとして最低限のクオリティーは求めますが、今後も地元及び近隣の方にプレイヤーとして参加いただける機会をつくっていきたいです。

またこの企画はどちらかというと女性向けです。ところが開業準備の運営側にいるのはほとんど男性でした。それも今年60歳になる自分が決して年長とはいえない環境にあります。商業施設としての顔を持つ道の駅としてはよろしくない状況でしょう。

今回道の駅開業業務を進めるにあたり、以前自分が属していた業界で活躍されている外部の女性スタッフに協力や意見を頂戴しております。この手作り作家展も核となっていたいただいた先方代表は女性です。おじさんだけではなかなか解決しない話もあると思います。

現在道の駅は女性スタッフが現場の主力です。未経験者も多いのですが開業4ヶ月でいろいろな意見をいただいております。間違いなくこれからの安平の財産です。

3)の企業タイアップは企画大型化も期待出来るので大変重要と考えています。ましてこれが地元企業であればそこに立地された理由も、住んでいる人とのかわりも(愛着とか)全て道の駅でアピールす



写真-5 館内イベント風景

る意義のあるものになると考えます。

今回実施した福袋限定販売は渋滞のなか、わざわざご来場いただいた方々へ企業協賛による目玉価格商品で感謝をお伝えしたものです。

個数限定ですので後方に並んでいただいたお客様には現場でじゃんけんゲームをしていただきました。残念ながらゲームに負け商品が手に入らなかった方も最後まで笑顔で参加いただけました。

6. 道の駅同士の交流

今回は道の駅の大テーマである「交流促進」についてそれぞれの段落で触れさせていただきました。

少し意味が異なりますが他の道の駅との交流も進めていきたいことのひとつです。今様々なデータが日々蓄積されています。開業の忙しさにかまけて出来ていない宿題となっていますが、お取引様へも提供できる情報サービスとして整理していきたいと考えております。

そして道の駅諸先輩方には開業時に貴重な情報を頂戴するなど大変お世話になりました。道の駅には共通の課題や共有出来るノウハウがいくつもあります。

私たちは 124 の登録番号をいただいた開業したばかりの道の駅です。これから開業を予定されている道の駅はもちろん老朽化更新など新たな投資に向け事業計画を立てられるところもあるでしょう。また北国特有の冬の対応も身近な課題です。

自分が働いていた商業施設はテナントビルの形態でした。売上分析情報などは頂戴する営業料(売上歩合)に反映するものとして出店する皆さんへの貴重なサービスの提供となっておりました。また競合他社とも日頃から売上実績等様々な情報交換を行っていました。

地場产品中心の品揃えで出店場所も集中していない道の駅は更に活発な交流が期待出来そうです。

辻 長 武 (つじ おさむ)

経営推進室室長
一般社団法人あびら観光協会

