

宮城県大崎市、国道47号沿線にひととき賑わっている道の駅「あ・ら・伊達な道の駅」がある。観光客だけでなく地元の人でも多数訪れ、全国の道の駅で2番目に多い、年間約350万人の集客を誇っている。多くの方が「あ・ら・伊達な道の駅」を訪れる理由は、これまでの道の駅にはみられない「地域経済の復興」をコンセプトとした運営・取り組みがカギとなっている。

## 道の駅とまちづくり

ご存知のとおり21世紀の日本は人口が減少し、特に地方は深刻な少子高齢化で定住人口の減少が加速的に進んでいる。地域経済を安定成長させるためには、定住人口プラス交流人口を呼び込むアプローチ策が求められている。特に地方の第一資源である農地と農家人を、見直されなければならない時を迎えている。単に、自給率向上や農商工連携という名の異業種の参入や外部資本導入で地域全体の成長循環が見込めるかは疑問であり、さらに真剣な地域総合政策としての議論がほしい。

第一に「人口減少社会のまちづくり」、第二に「財政縮小のまちづくり」、第三に「伝承力不足のまちづくり」である。

### チャレンジすべき3つのまちづくり

第一の「人口減少社会でのまちづくり」については、これまで外発力にウエートを置いた地域政策を取り過ぎてきた。産業面では企業誘致政策を優先し、郷学精神に基づく地域大学との産学連携政策（研究開発）を怠って起業家精神を地域から失う支店経済（下請工場）発展を推進した。また、観光面では、交流人口増加のための地域文化のないリゾート開発手法はすべて失敗してしまったと言っても過言ではない。

そもそも観光は「国の光を観る」という語源で、山形ならば「山形の光を観に行く」ことになる。ゆえに「観」は観察の「観」であり、地域の良い点を引き出すことで、観光はその地域の「文化教育」として人づくりを行う事が観光振興の基盤になる。

第二の「財政縮小のまちづくり」は国や県・市町村の財政はひっ迫状態にあり、これ以上の税負担を国民に求めることは到底理解が得られない。これからは「税より知恵！」いかに市民の知恵・市民力を活かすかである。20世紀のまちづくり手法は「公設公営」が中心であったが、成熟社会の21世紀は

### スローガンは「地域経済の復活」

私たちは日々の生活の中で「内的変化への挑戦」と「外的変化への挑戦」を続けている。この変化は、好むと好まざるとに係わらず挑戦し続けなければならない。また、このような変化への挑戦はまちづくりと大きく連動するものであり、まちづくりは以下の3つの点で大きく転換が求められている。それは



平日も多くのお客様でにぎわう「あ・ら・伊達な道の駅」



株式会社池月道の駅 代表取締役

**佐藤 仁一** (さとう・じんいち)

1951年、宮城県大崎市（旧岩出山町）生まれ。  
1990年4月から2006年3月まで旧岩出山町（現大崎市）町長。

2002年より「あ・ら・伊達な道の駅」を運営する、株式会社池月道の駅の代表取締役社長に就任し、現在に至る。

あ・ら・伊達な道の駅ウェブサイト  
<http://www.ala-date.com/>

## 「8対7」のドラマ！

市民力を生かす「公設民営」のまちづくり手法である。そのために自治体は、市民や企業の知恵と活力を前面に、資金面や意欲面を掘り起すために必要な環境基盤を整備すること、NPOやPFIなど公益の価値創造を育む人材を育成することが大切になる。

第三の「伝承力不足のまちづくり」の背景は、後継者不足だけではない。科学技術進展の評価の一方、一人でひとつの物を完成させるというシステムを今の日本は失ってしまった。さらに、地域固有の文化継承価値より、流行的な都市文化価値への移行により地方の芸術文化面の伝承力まで失っている。

このような伝承力不足のまちづくりを再生するためには、家族後継から地域後継へ、業種後継から業態変化へ、大量生産から少量多品種へと視点を転換しなければ活力は醸成できない。20世紀型の「協同歩調・追従型生産」から、「個の資質向上が全体の資質向上を醸成する」という共有意識と成長循環基盤を形成することが大事になる。

### 経営理念は「地域文化を売る」

「あ・ら・伊達な道の駅」は、平成13年「市場競争経済から、人間性の回復と地域経済の復活！」をスローガンとして開業した。初年度165万だった年間来場者は毎年増加し今では年間約350万人のお客様にご来場頂いている。

スローガンを実践するために、「地域文化を売る」を経営理念とし、さらに「旬産旬味」・「素人手段」・

「トイレ戦略」という3つの運営理念を立ちあげた。

運営理念である「旬産旬味」は常に四季の香る完熟な野菜を提供する独自のトレーサビリティシステムを確立している。生産者から1日3回搬送する「農産物直売所」はいつも多くのお客様であふれている。また、コミュニティビジネス工房として運営しているパン工房、そば工房、米工房、手芸工房があり、「素人集団」による地域の新しいビジネス創出の場となっている。その他に姉妹都市コーナー、多目的ホール、なかでも広くてきれいな「トイレ」は、遠方よりご来場頂いたお客様に大変好評である。また、観光客だけでなく、地元の方々にもご利用いただけるようにコンビニエンスストアも設置した。

### 「8対7」のドラマで挑戦し続ける

社長と社員が変化を共有し、その上で会社は地域の生産者や製造者と変化を共有する。そして「あ・ら・伊達な道の駅」はお客様と変化を共有する仕組みを店づくりや商品づくりに活かすべく努力をしている。

これらの取り組みは、地域やお客様に「1対0」の管理型商売ではなく、お客様や地域と協働する「8対7」のコラボ型戦略（研究開発）を持つことによって8と7プラスして「15倍のモノづくり、1.5倍の住民パワー」を生んでいる。その市民力が「あ・ら・伊達な道の駅」の「市場競争経済から地域経済の復活」への挑戦を続ける「8対7」のドラマを創出している。