

特集 1



進化する道の駅

道の駅 川場田園プラザ【群馬県 川場村】

数々のランキングで首位に輝き、全国の道の駅の中でも高い人気と満足度を誇る「道の駅 川場田園プラザ」。年間約 290 万人もの人が訪れ、もはや従来の道の駅の枠を超え、旅の目的地そのものとなっています。

なぜ多くの人々を惹きつけ、リピーターを生み出しているのか。その魅力と人気の秘訣について特集します。



【道の駅 概要】

○所在地 群馬県利根郡川場村大字萩室 385
○開業 1996 年 10 月 11 日

○コンセプト 「農業＋観光」を軸とした滞在型交流拠点
○敷地面積 約 6ha
○事業費 31 億 4 千万円
○運営会社 株式会社田園プラザ川場

なぜ、川場田園プラザには多くの人々が訪れるのか

川場田園プラザは、なぜこれほど多くの人々を惹きつけるのでしょうか。その理由は、道の駅の枠を超えた「目的地」となっていることにあります。

道の駅は本来、道路利用者の休憩等を目的とした施設ですが、川場田園プラザは、食事・買い物・体験・自然散策など多様な楽しみが一体となった滞在型観光スポットへと進化しています。

人気の理由は、美味しい食べ物だけでも、充実した施設だけでもありません。食と施設、両方の魅力が揃い、楽しめる環境が整備されていることにあります。

また、ファミリー層からカップル、観光客まで幅広い層が楽しめることも、多くの人々を惹きつける理由の一つとなっています。来場者層が偏らず、平日・休日を問わず安定した賑わいが保たれています。



幅広い世代の来場者で賑わう園内

過疎の危機から「農業と観光の融合」

かつて川場村は、日本の多くの農村と同様に、急激な過疎化と高齢化という村の存続に関わる深刻な危機に直面していました。このままでは村が消えてしまうという強い危機感から、村の基幹産業である「農業」と「観光」を融合させるという取り組みに挑戦しました。

世田谷区との交流

過疎化に悩む川場村は、村の存続のために交流人口の拡大を必要としていました。

一方、急激な都市化が進む世田谷区は、区民が自然と触れ合える場所を求めています。両者のニーズが合致し、1981年に東京都世田谷区と「区民健康村相互協力に関する協定」が締結され、多くの世田谷区民が川場村を訪れるようになりました。交流を通じて、村民は自らの農業や田園風景が都会の人々にとって魅力的な地域資源であることを再認識しました。

この気付きは、その後の農業の6次産業化の取り組みを進めるうえでの原動力となりました。



■ 世田谷区民が農業を体験している様子

農業の6次産業化

農業の振興と観光の集客を別々に考えるのではなく、一つに融合させる発想は、現在全国に広がる「農業の6次産業化」の先駆けとなる構想でした。

川場田園プラザが徹底したのは、農産物を販売するだけの施設にしないことでした。村全体を一つの大きな「プラザ(広場)」と見立て、周囲に広がる美しい田園風景をそのまま庭園の一部としてデザインしました。

また、地元の農産物をただ棚に並べるのではなく、プラザ内でビールを醸造し、チーズを作り、パンを焼くことで付加価値を高めた商品を提供しています。

すなわち、農業(1次産業)に加工(2次産業)とサービス(3次産業)を組み合わせること。この「農業の6次産業化」を徹底したことが、過疎の村を年間約290万人が訪れる場所へと発展させました。



■ 田園風景が広がる川場田園プラザ内



■ 新鮮な農産物が並ぶ『ファーマーズマーケット』



■ 川場村産のブランド米を使用したおにぎり人気の売り場



■ 地域資源を活かし、付加価値を高めた商品を販売する『プレミアムギフトショップ』

6次産業化の工夫

生産から加工、販売までを一体的に行うことで、6次産業化を実践しています。その中でも大きな特徴が、新商品を継続的に生み出し、提供し続ける取り組みです。

新商品を継続的に生み出し、提供し続ける

新商品や期間限定商品が次々と登場するのは、ヒット商品を偶然生み出しているからではありません。川場田園プラザでは、商品開発と改良に継続的に取り組んでいます。

園内に工場を備え、生産・加工・販売が一体となった体制を構築することにより、消費者ニーズに応じた商品開発や改良を迅速に行っています。

また、開発した商品は来場者の反応を直接確認しながら、試作や改善を繰り返し、商品の完成度を高めています。

こうした取り組みにより、常に質の高い新しい商品が生み出され、「あの商品を買いたい」「新商品を試したい」という再訪のきっかけが生まれています。



■ 人気商品の山賊焼きを求めて多くの来場者が並ぶ『ミート工房』商品そのものが来場の目的となり、リピーターを生み出している。



■ ミート工房の人気商品『山賊焼き』
場内で生産・加工・販売が連携することで、魅力的な商品が生み出されている。

地域活性化をもたらす事業モデル

この新たな商品を生み出す6次産業化への取り組みは、施設の安定した経営だけでなく、雇用の創出や地元生産者の所得向上など、地域全体へと波及しています。

安定した運営

川場田園プラザの整備費用は約31億4千万円と、一つの自治体が負担するには極めて大きな事業でした。しかし、県や国からの補助金、交付金等の効果的な活用により、村の負担を最小限に抑え整備を進めることができました。

開業以来、多くの来場者を集めながら、安定した経営を続けています。令和6年度の年間売上高は、約18億円に達し、コロナ禍の影響を受けた時期を除き、施設を所有する川場村、運営を担う株式会社田園プラザ川場の双方において、安定した運営が続けられています。

地域に広がる波及効果

施設で働くスタッフは、社員やパートスタッフを含め約160名に上り、その3分の2は村民です。人口約3,000人の村にとって、これだけの規模の雇用を創出する意義は大きく、地域の重要な雇用の受け皿となっています。

また、その効果は雇用だけにとどまりません。地元農家から仕入れた新鮮な野菜や牛乳などを活用し、付加価値を高めた商品として提供しています。この仕組みにより、生産者の所得向上にもつながり、地域内で経済の好循環が生み出されています。

目的地として選ばれるための構想

川場田園プラザの魅力は、商品やサービスだけではなく、施設そのものが「訪れたい場所」として設計されており、目的地として選ばれるための工夫が随所に取り入れられています。

通過点ではなく、訪れる場所

道の駅の多くは、交通量の多い国県道や、観光地へ向かう幹線道路沿いに立地することが一般的です。しかし、川場田園プラザは、主要な街道から一歩奥に入った山間に位置しています。決して「ついでに立ち寄りやすい場所」ではありません。通り過ぎる人を待つのではなく、わざわざ訪れたい場所として、目的地型の道の駅を目指しました。

一体的なプラザ構想と拡張を前提とした設計

一つの施設にあらゆる要素を詰め込むのではなく、敷地全体を一つのプラザと見立て、様々な工房やレストランなどを点在させて出来る空間を歩き、景色や施設を楽しめる回遊型の施設としています。

また、施設の配置や建物のデザインにおいても周囲の田園風景との調和が意識されており、豊かな自然環境や景観を活かした空間づくりが行われています。

さらに、当初の構想段階から施設の拡張を想定し、常に進化する施設として継続的にリニューアルを行っています。



■ 様々な工房やレストラン、広場などが点在する一体的なプラザ空間

回遊型の施設構成

広大な敷地内には、農産物直売所や飲食店、ベーカリー、ミート工房、ビール工房など様々な施設が点在しており、それぞれの施設を散策しながら巡ることが出来ます。

さらに、広場や公園、体験施設なども整備されており、買い物や食事だけでなく、家族や友人とゆったりとした時間を過ごすことも可能です。

こうした長時間の滞在を生み出している要因の一つが、回遊性を重視した施設配置です。各施設が園内に分散して配置されているため、来場者は自由に園内を巡りながら新たな発見を楽しむことが出来ます。園内を歩く中で、まだ立ち寄っていない店舗や施設が自然と視界に入り、次の行動へとつながります。

その結果、「目的を一つ終えたら帰る」のではなく、園内をさらに巡りたいとする仕掛けが随所に取り入れられています。



■ 様々な施設を巡りながら楽しめる回遊型の施設構成

このような回遊型の施設構成により、来場者は景色を眺める、園内を散策する、美味しい食事を楽しむ、家族や友人と会話を交わすなど、様々な体験を積み重ねることが出来ます。こうした体験の積み重ねが、満足度の向上につながっています。

川場田園プラザが多くのリピーターを生み出し、高い満足度を得ている背景にはこの時間価値の高さがあります。

絶え間ないアップデート

川場田園プラザは、開業時の人気にとどまることなく、常に新たな魅力を生み出しながら進化を続けています。

新商品の開発や既存施設のリニューアルが継続的に行われており、季節限定の商品や地元ブランド米を活用したスイーツ、ソリ乗り場のリニューアル、ネットアスレチック施設の整備など、来場者を楽しませる新たな魅力が次々と生み出されています。

こうした取り組みにより、「来るたびに新しい発見がある」「前はなかった魅力に出会える」という期待感が生まれ、多くの人が繰り返し足を運ぶ理由の一つとなっています。

こうした絶え間ないアップデートが、来場者を飽きさせることなく、長年にわたり高い人気を維持する要因となっています。



■ 地元ブランド米「雪ほたか」を使用して開発された『フィナンシェ』



■ 豊かな自然と調和した川場田園プラザの風景



■ 2025 年にリニューアルオープンした『ピッツェリア ラコルト』



■ 新たな体験価値を提供する大型アスレチック施設『HANETTA』

川場田園プラザの成功は、単に素晴らしい施設を整備したからではありません。村の存続をかけた世田谷区との交流から始まり、農業と観光の融合、6次産業化への挑戦、そして来場者を飽きさせない絶え間ないアップデートなど、長年に渡り積み重ねてきた取り組みの成果です。

絶えず進化を続けるその姿勢こそが、川場田園プラザが長年にわたり多くの人々を惹きつけ続ける魅力となっています。