



笠間市 「道の駅」

基本計画

平成30年8月
笠間市

目 次

1. はじめに	1
(1) 道の駅の必要性	1
(2) 基本構想における道の駅整備の目的と整備コンセプト.....	2
(3) 基本構想における導入機能	3
2. 利用者ニーズ調査結果	4
(1) Web 調査.....	4
(2) グループインタビュー調査	7
3. 整備に関する基本方針	9
(1) 施設の基本方針	10
(2) 施設規模の算定	14
(3) 配置計画.....	25
(4) 施設・空間イメージ	27
4. 事業手法の検討	29
(1) 整備手法の検討	29
(2) 管理運営手法の検討	30
5. 道の駅の利活用による地域振興方策の検討.....	34
6. 計画実現に向けた進め方	36
(1) 事業スケジュール	36

1. はじめに

(1) 道の駅の必要性

笠間市は少子・高齢化による人口減少に伴い、基幹産業である農林畜産業は、従事者の高齢化が進み、後継者や担い手が減少しています。併せて、農産物の消費低迷により、農業の衰退化・弱体化が懸念されています。このため、農林畜産業の振興が課題となっており、安全・安心な農産物のブランド化や消費拡大に取り組んでいます。また、歴史的資源・芸術・伝統文化をはじめ、自然環境を背景とした多くの観光資源に恵まれ、年間を通して多くのイベントを開催しています。

本市では、「文化交流都市 笠間 ～未来への挑戦～」を将来像とした笠間市第2次総合計画を策定し、人口減少抑制と地域経済の活性化に向けて、交流人口の増加を要素としたまちづくりを進めています。その中では、一定の交流人口がもたらす消費活動による地域経済の活性化を図ることが目的となります。そのためには、農業や商業などの本市の多様な主体との連携によって、消費や雇用などを含めた地域経済の好循環を生み出す場を創出していく必要があります。また経済だけではなく、来訪、再来訪、短期滞在、二地域居住、移住という人の流れの観点からも、市の知名度向上（認知度向上）は必要不可欠であり、農業体験などを含めた観光面の強化の観点から、市の強みである広域交通網と連携する交流及び情報発信の場が必要といえます。

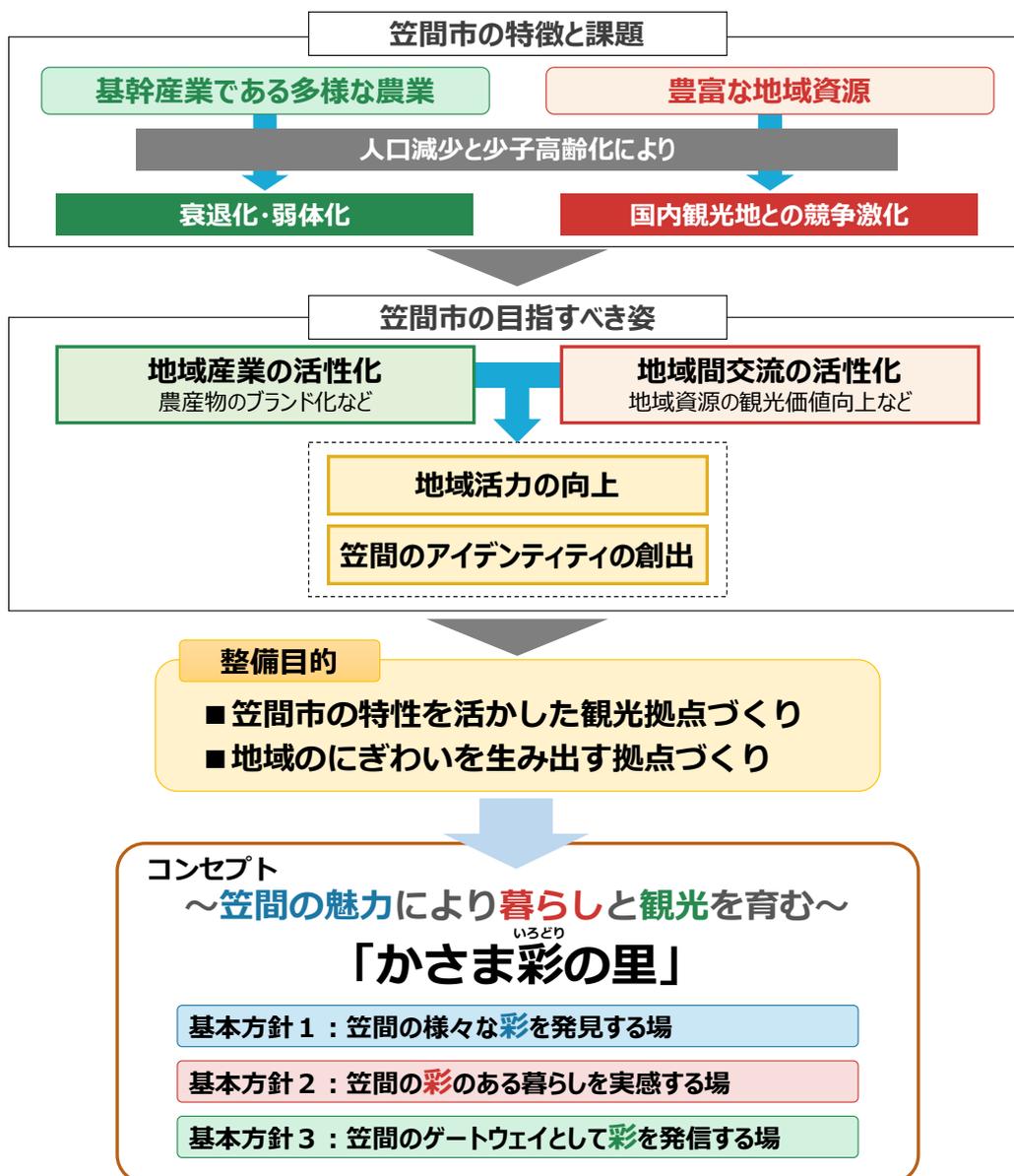
そのような中、国道355号沿い、平町地内に立地するJA常陸の農産物直売所「みどりの風」について、直売所出入口付近において交通事故等の発生による安全上の問題や、敷地内駐車場の不足、さらには農産物直売事業の拡大等も視野に入れた中で、JA常陸において移転計画の検討がされましたが、JA常陸単独での整備は困難であるとの判断から、笠間市に対し、直売所の整備に関する協力要請がありました。

これらから、今般のJA常陸の農産物直売所移転計画及び市に対する協力要請を契機と捉え、農産物直売所機能を中心としながら、休憩機能、市内外への情報（魅力）発信機能等を有した新たな交流拠点的形成することとし、拠点については、国全体での認知度、県内の設置状況、財源等の観点から「道の駅」としての整備、検討を進めるものです。

(2) 基本構想における道の駅整備の目的と整備コンセプト

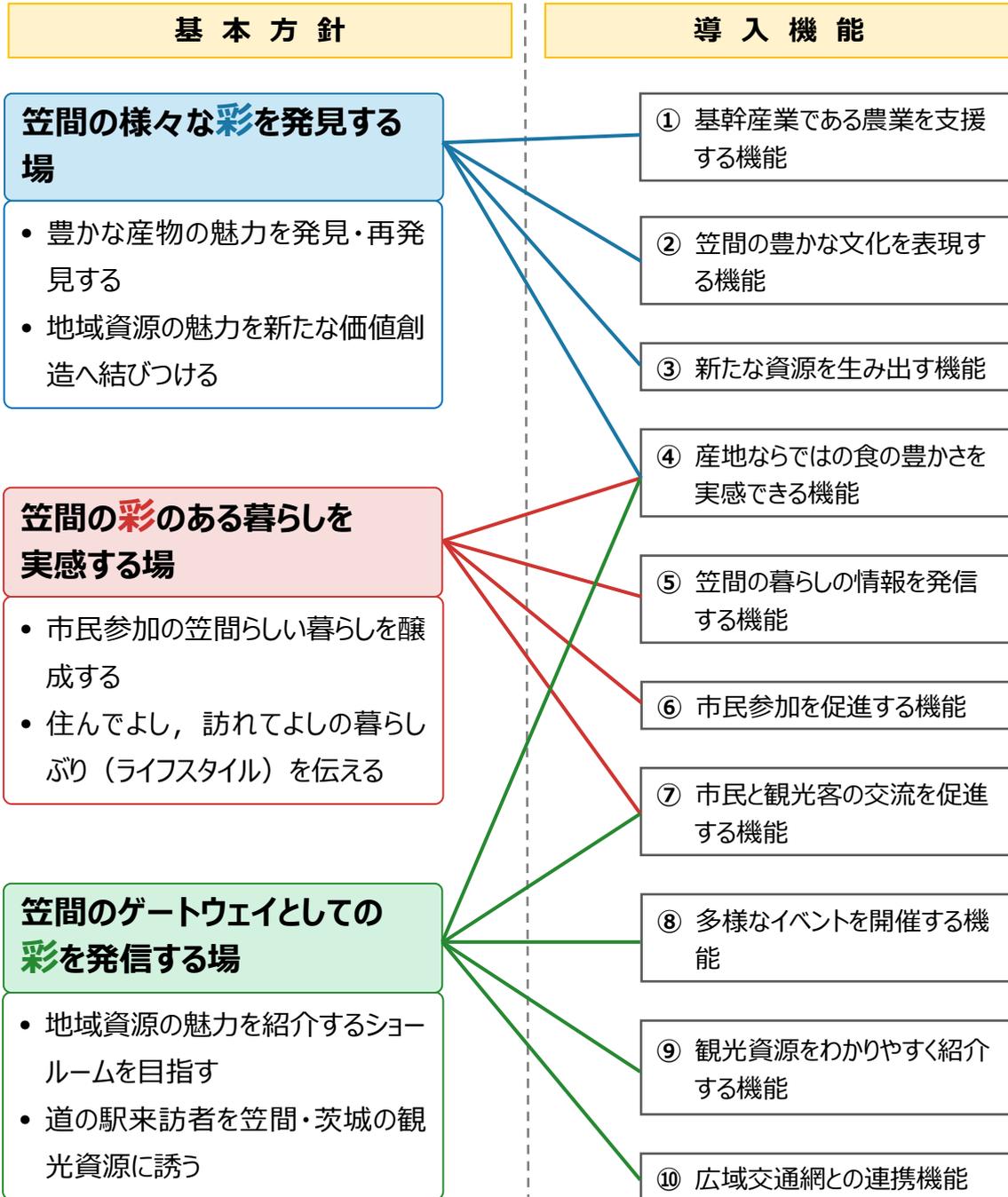
基本構想では、農業をはじめとした地域産業の活性化、豊富な地域資源を活かした地域間交流の活性化などの地域活力の向上、笠間のアイデンティティの創出を目指すために「笠間の特性を活かした観光拠点づくり」「地域のにぎわいを生み出す拠点づくり」の2点を道の駅整備の目的としました。またその目的を実現するための整備コンセプトを「～笠間の魅力により暮らしと観光を育む～『かさま彩の里』」とし、基本方針を「笠間の様々な彩を発見する場」「笠間の彩のある暮らしを実感する場」「笠間のゲートウェイとして彩を発信する場」の3点を整備基本方針としました。

【整備目的とコンセプト】



(3) 基本構想における導入機能

【基本方針と導入機能】



2. 利用者ニーズ調査結果

本施設の基本方針「笠間の様々な彩を発見する場」「笠間の彩のある暮らしを実感する場」「笠間のゲートウェイとして彩を発信する場」を実現するために利用者が道の駅に求める機能等の把握を目的に、利用者ニーズ調査を実施しました。

利用者ニーズ調査の手法としてWEB調査とグループインタビュー調査を実施しました。

(1) WEB調査

①調査概要

笠間市道の駅の整備における観光ニーズの包括的把握を目的とし、関東圏（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）在住の道の駅に行った経験がある18歳以上～80歳未満の男女400人を対象に、アンケート調査を実施しました。

②調査結果

行ってみたい、よく行く、気にしている道の駅の理由として、「その土地の食べ物・食材を食べる／購入することができる」、「車で移動中、気軽に休憩ができる」、「その土地の名産品を購入することができる」などが上位を占めました。

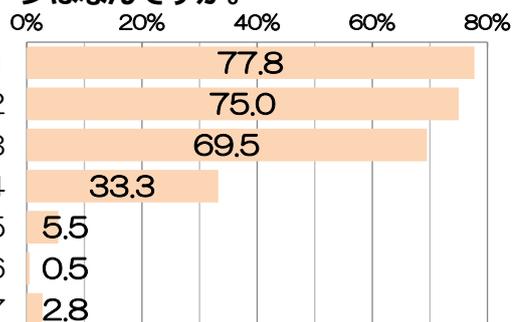
また道の駅を知った理由については、圧倒的に「たまたま通りかかった」、「道路の案内表示板を見たから」が多く、次に、「カーナビ情報および知人から聞いて」が多かったです。

笠間市の道の駅に望む機能は、「地域物産販売機能」が7割を超え、次いで「観光客の受け入れ機能」、「歴史や文化に触れる機能」となりました。つくってほしい施設は、「農産物直売所」、「レストラン・軽食コーナー」が上位を占め、「イチゴ狩りやブルーベリー摘みなどの果物狩り体験施設」などにも票が得られました。

笠間市につくられる道の駅でイベントを行ったとした場合、望まれるものは、グルメや地元特産品を活かした「食」のイベントが8割を超え、次いで朝市やフリーマーケット等の「物販」のイベントとなりました。

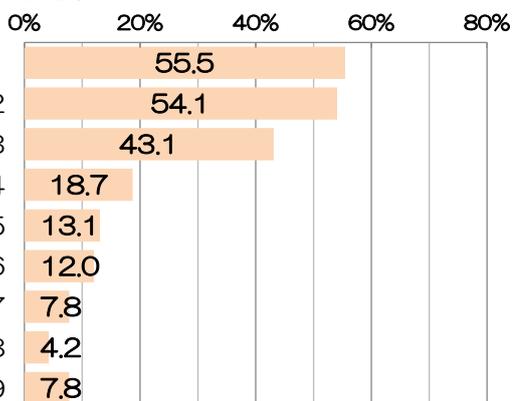
あなたがもつ道の駅に行ってみたいと思うイメージはなんですか。

1	その土地の食べ物・食材を食べることができる、または購入できる
2	車で移動中、気軽に休憩ができる
3	その土地の名産品を購入することができる
4	その地域の観光情報や道路の情報を入手することができる
5	その土地の人と交流ができる
6	その他
7	イメージは特にない



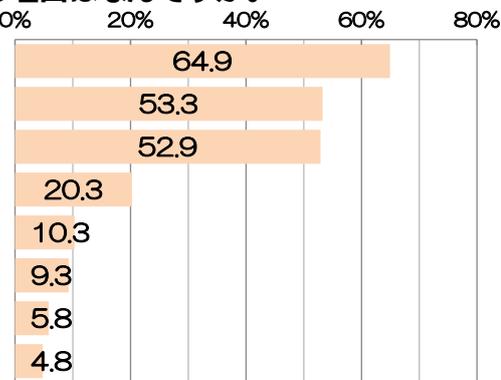
よく行く道の駅について、よく行かれる理由はなんですか。

1	その土地の食べ物・食材を食べることができる、または購入できるから
2	車で移動中、気軽に休憩ができるから
3	その土地の名産品を購入することができるから
4	近くにあるから
5	家族と行きやすいから
6	その地域の観光情報や道路の情報を入手することができるから
7	建物のデザインが良いから、あるいは親しみやすいから
8	特徴的な催しやイベントがあるから
9	その他



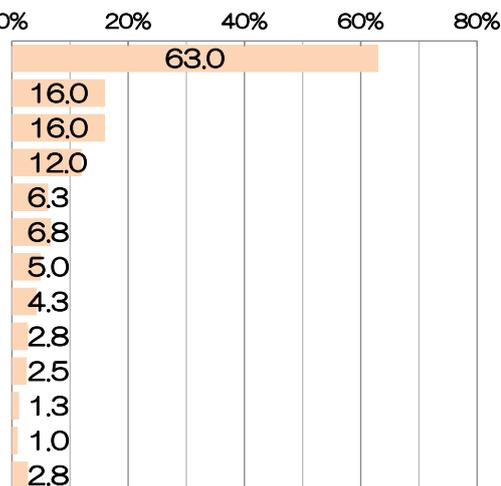
気に入っている道の駅について、気に入っている理由はなんですか。

1	その土地の食べ物・食材を食べることができる、または購入できるから
2	その土地の名産品を購入することができるから
3	車で移動中、気軽に休憩ができるから
4	その地域の観光情報や道路の情報を入手することができるから
5	トイレがきれい使いやすいから
6	建物のデザインが良いから、あるいは親しみやすいから
7	特徴的な催しやイベントがあるから
9	その他



道の駅をどのような情報でお知りになりましたか。

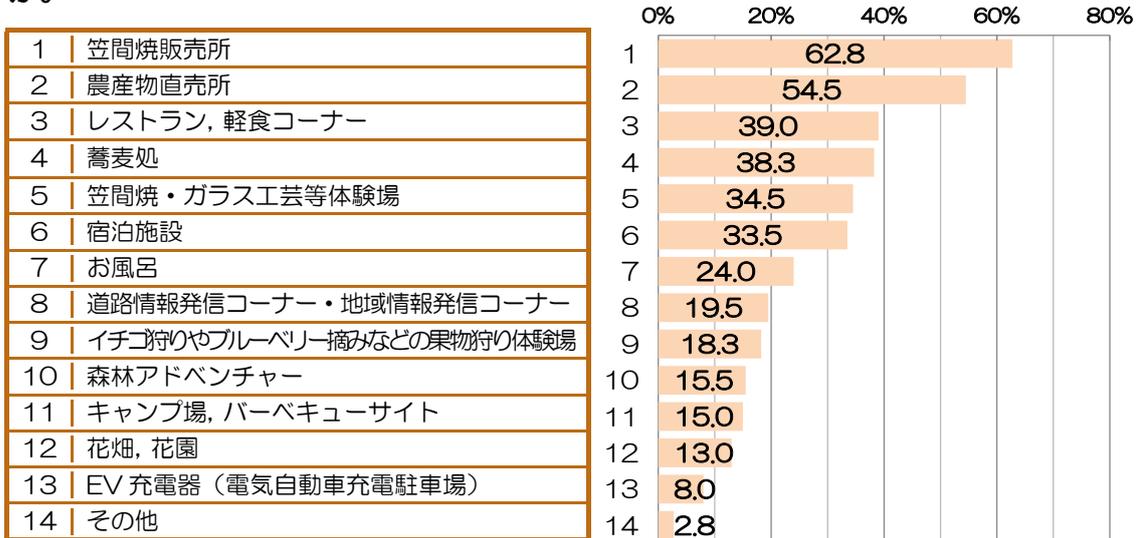
1	たまたま通りかかった
2	カーナビ
3	知人から聞いて
4	インターネット
5	新聞・雑誌等の記事
6	地域新聞（ミニコミ誌）、販促雑誌等の記事・宣伝
7	テレビ
8	チラシやパンフレット
9	行政の広報紙等
10	ポスター・掲示物
11	SNS
12	ラジオ
13	その他



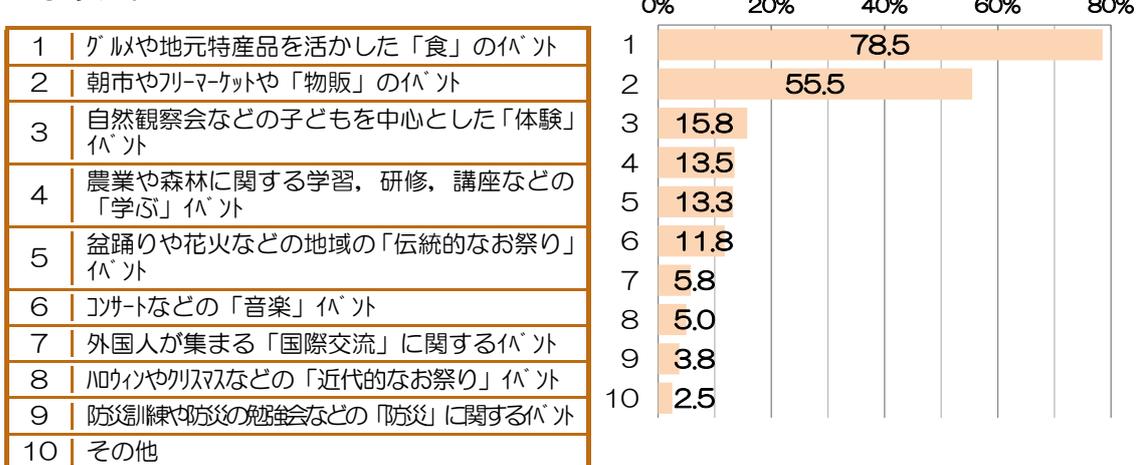
茨城県笠間市につくられる道の駅にはどのような役割(機能)があれば良いと思いますか。



茨城県笠間市につくられる道の駅にはどのような施設があったら訪れてみたいと思いますか。



茨城県笠間市につくられる道の駅でどのようなイベントが開催されたら訪れてみたいと思いますか。



(2) グループインタビュー調査

① 調査概要

笠間市道の駅の整備における観光ニーズの把握を目的とし、想定される客層（都内在住の女性、消費者）に対しグループインタビューを行いました。

	調査名	インタビュー対象者
1	都内在住の女性ニーズ調査	東京都内在住子育て中の女性 5名
2	消費者ニーズ調査	消費者代表 10名 農産物事業実施者 1名 道の駅等経営経験者 1名 計 12名

② 調査結果

都内在住の女性ニーズ調査では「行ってみたい道の駅の理由について、乳幼児～小学生前後の子供を持つ30～40代の女性からは、次のような意見が出されました。

- ・ 道の駅は、目的地付近の道を走行中に見かけると立ち寄る「休憩場所」や「息抜きの場所」が主な認識である。
- ・ 道の駅は、「地元ならではの物が買える、食べられる」という期待感を持って入る場所である。
- ・ レストランまで行かなくても、小腹が空いた時に手軽に食べられるその土地ならではの名物などがあったら、少し高くても買いたい。
- ・ 休日は子供を中心に過ごしているため、道の駅に公園などの子供が自由に遊べる場所や、子供が興味を持つイベントなどがあったら、少し遠くても行きたい。
- ・ 道の駅に立ち寄ると必ず行く場所がトイレであり、トイレがきれいな道の駅は、また利用したくなる。

子育て中の女性は、外出先に「まず子供が楽しめる」「自分と子供がそれぞれ楽しめる場所」を求めており、そのような場所があれば、少し時間がかかっても行くという意見がありました。

次に、消費者ニーズ調査では「笠間市道の駅に求める機能」について、次のような意見が出されました。

- ・ 都会的でなく、田舎っぽさの魅力を活かしたシンプルで清潔な建物が良い。
- ・ 笠間の文化を学べるスペースが欲しい。
- ・ 地域に存在する自然の草花や農産物の畑などがあると魅力的である。
- ・ ペットと旅する愛犬家が多いので、ペットと楽しめる広場があると良い。
- ・ 授乳室や、子供便器などがあり、子供と母親の目線で作られた施設が良い。
- ・ いつでも本が読め、買い物を楽しめる図書スペースが欲しい。
- ・ ちょっと休憩など気軽に楽しめるレストランやカフェが欲しい。
- ・ 地域の食材を使い、いなり寿司・自然薯・栗などの笠間ならではの食材を楽しめるレストランが良い。
- ・ 地域住民が働ける場所としても意義がある。
- ・ 有機野菜中心の、B級品でも良いから安心な野菜販売の道の駅であって欲しい。また、それらの食材を活かした駅弁があると良い。
- ・ 地域の風景を邪魔しない誘導表示物があると良い。

消費者からは、笠間市の文化、食等の笠間の魅力を活かした道の駅を求めていることがわかりました。

3. 整備に関する基本方針

基本構想では以下の導入施設を設定しました。各施設の基本方針と規模を示します。

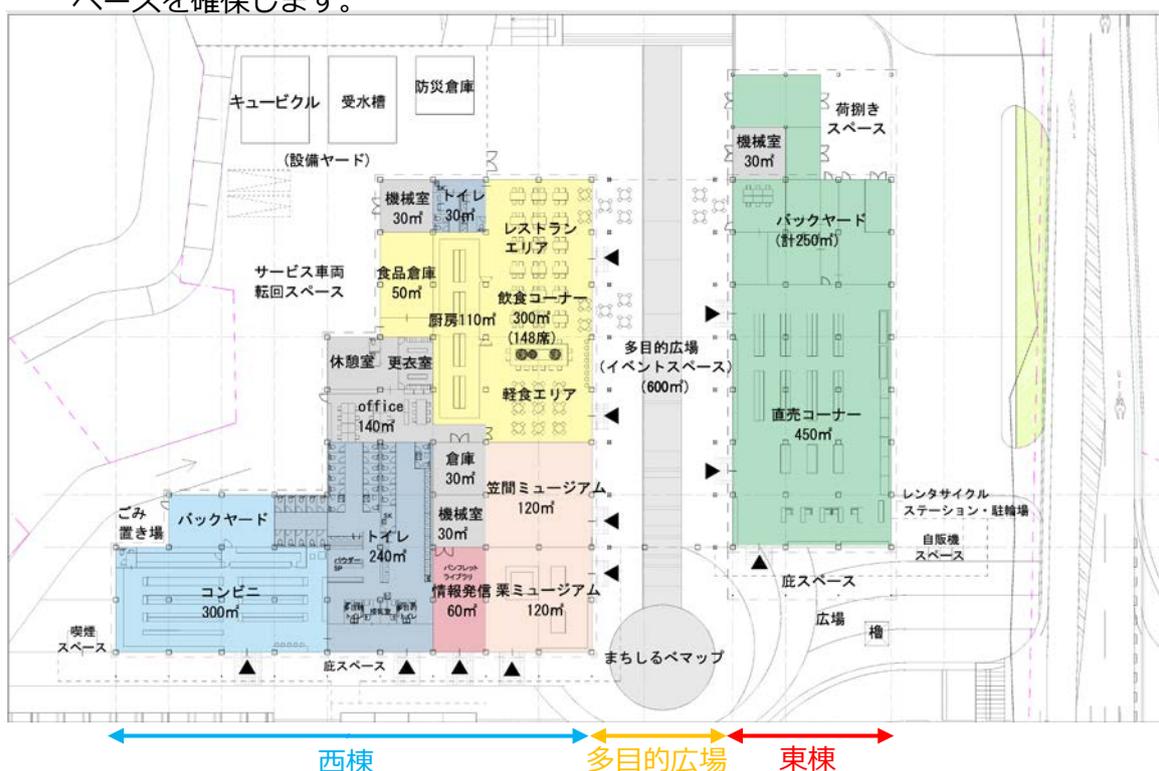
【基本構想における導入施設一覧】

機能	施設名
休憩機能・ 情報発信機能	駐車場
	トイレ
	情報発信施設
地域連携機能	農産物直売所・物販施設
	栗のPR・販売施設（栗ミュージアム）
	飲食施設
	多目的広場（イベントスペース）
	屋内交流施設（笠間ミュージアム）
	芝生広場
その他の機能	コンビニエンスストア

(1) 施設の基本方針

①主要施設ゾーニング

- 道の駅施設は前面の駐車ゾーンと奥に位置する芝生広場の間に配置し、西棟・東棟と中央に両者をつなぐ多目的広場を設け、3つのゾーンで構成します。
- 多目的広場は道の駅の中心的機能を有するコンコース※¹のような回廊空間として東西の機能を一体化させ、笠間のゲートウェイを表現する空間とします。
- 西棟は前面の駐車スペースに面して、栗PR・販売施設（栗ミュージアム）、情報発信施設、トイレ、コンビニを一列に並べて利便性の高いゾーンとします。多目的広場に面して飲食スペースを配置し西側にサービス機能を集約して、駐車スペースからのサービス動線を確保します。
- 東棟は駐車スペースと多目的広場に面して配置し、市道南友部平町線側にサービス駐車スペース、芝生広場側に搬出入用の荷さばきスペースを設け、生産者の利便性を高めます。店舗の前には庇空間を設け、多目的広場と共に店外の販売スペースを確保します。



※1：人の集合、流動を目的として駅、空港、公園、博覧会場等に設けられる広い中央ホール・中央広場

②トイレ

- ・ 快適で全ての人利用しやすいユニバーサルデザイン^{※2}に努めます。
- ・ ゆとりのあるメンテナンスしやすいトイレブースとし、パウダースペース、ベビーシート、授乳室など女性のニーズに対応した機能の導入を検討します。
- ・ 利用が集中することを想定し、スムーズな動線計画とします。
- ・ 親子で入れる機能や更衣に対応する設備を検討します。
- ・ オストメイト対応や手摺などのバリアフリーに配慮します。

※2：「すべての人のためのデザイン」を意味し、年齢・性別・国籍や障がいの有無などにかかわらず、最初からできるだけ多くの人利用可能であるようにデザインすること

③情報発信施設

- ・ 笠間市内のゲートウェイ機能を担い、市内観光拠点の情報発信を展開します。
- ・ 壁面には笠間の物産の展示と、交通や観光の情報をリアルタイムに配信するデジタルサイネージ^{※3}の設置を検討します。
- ・ 市内各地の案内を集めたパンフレットライブラリーの設置を検討します。
- ・ 休憩機能としてベンチ、PCカウンターの設置を検討します。

※3：ディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するシステム

④農産物直売所

- ・ 地元農産物の消費拡大や産地育成・振興の拠点となる地域に根差した農産物直売施設とします。
- ・ 新鮮な産物が映える木製の什器を導入するなど、豊富な品揃えが確保できる売り場とします。
- ・ 農産物以外の商品も視野に入れた販売スペースを設けるなど、地域住民の日常的な買い物ニーズに対応します。
- ・ 前面に庇空間や多目的広場を設け、新鮮な農産物を店舗外へも広げられ、雨天時の対応も可能とします。
- ・ レジと袋詰めスペースを出入口側に設けるなど、スムーズな動線を構成します。
- ・ 売り場から見える加工室などを設けるなど、生産者の創意工夫を反映します。
- ・ 直売所で購入した野菜の調理サービスを検討します。
- ・ バックヤードとして、庇付きの荷さばきスペースを設け、誰もが利用しやすい農産物の搬出入動線を確保します。

⑤ 栗のPR・販売施設（栗ミュージアム）

- 名称を「栗ミュージアム」とします。
- 栗の販売や情報発信を行う栗のミュージアム空間とします。
- 笠間の特産である栗に関連した多種多様な品揃えを展開します。
- 栗の種類や特徴, 加工の仕方, 生産者のこだわりなどの情報発信を行います。
- 手書きの広告や商品が映える照明の設置など, 女性や子供が喜ぶようなインテリアデザインを行います。
- 栗関連商品が映える木製の什器を導入し, 多種多様な商品を展示できる什器デザインを行います。

⑥ 飲食施設

- 「笠間らしさ」を表現する様々な地場産品を提供できる施設とします。
- 笠間産の食材を利用する, 食器として笠間焼を利用するなど, 笠間の恵みを表現します。
- 様々な運営形態に対応するため, 軽食ゾーンとレストランゾーンの構成を検討します。
- 大空間を間仕切り壁や植栽などで環境演出します。
- 木製の家具によって木質化するなど, 温かみのある空間を検討します。
- 厨房は, 客席側に長く面する形状とし, 客席側にオープンな作りとするなど, その場で作られている手作り感, 臨場感を感じることができる施設を検討します。
- 可能な限り地元飲食業者に協力を促していくことを検討します。

⑦ 多目的広場（イベントスペース）

- 道の駅の中心的な交流機能であり, 継続した集客性を確保します。
- 観光情報発信のために, 欄間^{※4}には笠間の歳時記絵馬の展示を検討します。
- 多目的広場は各施設へのアプローチ空間とすると共に, 各種イベントなどに利用し, 大屋根を設けることで雨天時にも対応可能にします。
- イベント用の物品はバックヤード側倉庫に収容します。
- 道の駅全体の溜りの場として心地よく滞在できる仕掛けを検討します。
- 笠間焼の花瓶に季節の花を生けるなど, 季節感のある景観計画を行います。

※4：天井と鴨居の間に, 通風・採光のために設けられる開口部

⑧屋内交流施設（笠間ミュージアム）

- 名称を「笠間ミュージアム」とします。
- 体験施設や季節ごとの企画展を展開できるミュージアム空間とします。
- 常設の笠間焼の展示を検討します。
- 栗ミュージアムや情報発信との連続性のある活用を計画します。
- 可動式の什器とし、多様な展示に対応できる自由度の高い施設とします。
- 団体の飲食スペースとしても利用できる様にします。

⑨コンビニエンスストア

- 24 時間営業されることから、夜間利用者に対するサービスの確保と周辺住民の生活サポートなど、道の駅全体の安心安全を確保します。
- 防犯カメラの設置など、道の駅の防犯性の向上を検討します。
- 運営はテナント方式を基本として、多様な商品を確保することで、道の駅全体との相互補完となるような関係とします。
- 道の駅の施設全体を統一した意匠とします。
- 道の駅と運営時間が異なるため、直売・物産商品の夜間販売などの連携体制を検討します。

⑩その他附帯施設

- 受水槽は災害時においても破損する恐れが少ないステンレス製を検討します。
- 道の駅が一時的な防災拠点として利用できるように、防災倉庫の設置を検討します。また、避難場所として想定される芝生広場に近い位置に配置します。
- 災害時にも一時的に電気の供給ができるように電源車用駐車スペースを検討します。
- 電気自動車の普及に伴い、道路利用者へのサービスの充実を図る為、電気自動車の充電施設（電気自動車急速充電機）を整備します。
- 受動喫煙に配慮して、施設周辺にボックス型の喫煙スペースを検討します。
- 周辺の観光拠点への回遊性を高めるために、レンタサイクルステーションを整備します。

(2) 施設規模の算定

① 駐車場

1) 駐車まず数算定

道の駅の出入りが期待できる国道 355 号の将来（平成 42 年）交通量^{注1}（21,400 台）から駐車まず数を **小型車 183 台, 大型車 30 台**程度と算定しました。

なお駐車まず数の算定は「設計要領第六集 建築施設編（H29.7 東日本高速道路株式会社）」を用いて行いました。

2) 算定方法

- ・ 駐車まず数 = 計画交通量 × 立寄率 × ラッシュ率 ÷ 回転率
- ・ 計画交通量 = 休日サービス係数 × 将来交通量

【算定に用いた諸数値】

施設の種類	車種	立寄率	ラッシュ率	平均駐車時間	回転率	
サービスエリア	小型車	0.175	0.100	25	2.4	
	大型車	バス	0.250	0.250	20	3.0
		普通貨物	0.125	0.075	30	2.0

休日サービス係数	年平均交通量 Q（両方向：台/日）	サービス係数
	0 < Q ≤ 25,000	1.4
	25,000 < Q ≤ 50,000	1.65 - Q × 10 ⁻⁵
	50,000 < Q	1.15

注 1：笠間市総合都市交通体系調査より

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

3) 算定結果

上記の条件を用いて、計算すると必要な駐車ます数は以下ようになります。

【算定結果】

		計算結果
小型車		183 台
大型車	バス	10 台
	普通貨物	20 台

4) 身障者用駐車スペース

また小型車・大型車の駐車ますに加えて、別途身障者用の駐車スペースを**4台**分整備します。

【身障者用小型駐車ます数】

駐車ますの区分	身障者用小型駐車ます数
全小型駐車ます数 \leq 200	全小型駐車ます数 \times 1/50 以上
全小型駐車ます数 $>$ 200	全小型駐車ます数 \times 1/100+2 以上

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

②トイレ

「設計要領第六集 建築施設編（H29.7 東日本高速道路株式会社）」を用いて、駐車ます数（213 台）からトイレの標準的な面積は **230 m²**程度と算定しました。なお、この面積の値には、男子便所、女子便所、男・女洗面所、倉庫が含まれます。

【トイレ必要便器数及び標準的な面積（サービスエリア）】

片側駐車ます数（台）	標準的な面積（m ² ）
101 台以上	230
71～100	170
46～70	110
45 台以下	60

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

③情報発信施設

「設計要領第六集 建築施設編（H29.7 東日本高速道路株式会社）」を用いて、駐車ます数（213 台）から休憩・情報発信施設の標準的な面積は **210 m²**程度と算定しました。

【休憩所の標準的な面積（サービスエリア）】

片側駐車ます数（台）	席数	標準的な面積（m ² ）
300	80	250
250	60	210
200	60	210
150	40	170
100 台以下	30	140

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

上記の「休憩所」は「休憩所」「インフォメーション」「救護室」「事務室」「湯茶接待室」で構成されていることから、それぞれの機能から他施設とで規模を分割することとし、情報発信施設の面積は **60 m²**程度としました。

④農産物直売所・物販施設

1) 農産物直売所売場面積

本道の駅では JA 常陸が運営する農産物直売所「みどりの風」が道の駅内に移転することが想定されています。JA 常陸に対し目標とする販売金額のヒアリングを行い、「農産物直売所の経済分析（H21 農林水産政策研究）」より、農産物直売所売場面積を 490 m²程度と算定しました。

なお農産物直売所売場面積は施設内と多目的広場・庇スペースにより構成することとし、施設内売り場面積を 400 m²程度とし、多目的広場と庇スペースで 90 m²程度を確保することとします。

【1直売所当たりの経営規模（販売金額規模別）】

		直売所数 (カ所)	規模指標（1直売所当たり）		
			平均 従業員数 (人)	平均 売場面積 (m ²)	平均購入者数 (年間延べ) (万人)
販売金額	5億円以上	31	25.5	909	41.3
	3～5億	58	14.9	487	28.7
	2～3億	107	11.8	397	22.8
	1～2億	266	8.3	234	15.6
	5千万～1億	380	6.3	203	8.8
	5千万円未満	1,276	5.9	108	3.3

出典：「農産物直売所の経済分析」香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ（2009），農林水産政策研究，第16号，21-63

2) 農産物直売所バックヤード面積

本道の駅では JA 常陸が運営する農産物直売所「みどりの風」の売場面積と倉庫等面積の比率より、売場面積が 490 m²程度になった場合の農産物直売所バックヤード面積を 250 m²程度と算定しました。

【農産物直売所「みどりの風」規模】

売場面積 (m ²)	倉庫等面積 (m ²)	総面積 (m ²)
268	126	394

3) 物販施設面積

「設計要領第六集 建築施設編 (H29.7 東日本高速道路株式会社)」を用いて、駐車ます数 (213 台) から物販施設面積を 200 m²程度と算定しました。

【ハイウェイショップの標準規模】

片側駐車ます数 (台)	標準的な面積 (m ²)
300	255
250	230
200	200
150	170
100 台以下	160

出典：「設計要領第六集 建築施設編」(H29.7 東日本高速道路株式会社)

上記の「ハイウェイショップ」は「フードコート」「スナックコーナー」「ショッピングコーナー」「自販機コーナー等の飲食販売施設」「道路案内 (インフォメーション) 等のサービス機能」で構成されていることから、それぞれの機能から情報発信施設・農産物直売所・飲食施設とで規模を分割することとし、物産施設の面積として **50 m²**程度を加算することとします。

4) 農産物直売所・物販施設合計

1), 2), 3) より、農産物直売所と物販施設を併せた面積は **700 m²**程度とし、また多目的広場と庇スペースで 90 m²程度確保することとしました。

⑤ 栗の PR・販売施設（栗ミュージアム）

「設計要領第六集 建築施設編（H29.7 東日本高速道路株式会社）」を用いて、駐車まず数（213 台）から栗の PR・販売施設（栗ミュージアム）面積を **200 m²**程度と算定しました。

【ハイウェイショップの標準規模】

片側駐車まず数（台）	標準的な面積（m ² ）
300	255
250	230
200	200
150	170
100 台以下	160

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

上記の「ハイウェイショップ」は「フードコート」「スナックコーナー」「ショッピングコーナー」「自販機コーナー等の飲食販売施設」「道路案内（インフォメーション）等のサービス機能」で構成されていることから、それぞれの機能から情報発信施設・農産物直売所・飲食施設とで規模を分割することとし、栗の PR・販売施設（栗ミュージアム）の面積は **120 m²**程度としました。

⑥ 飲食施設

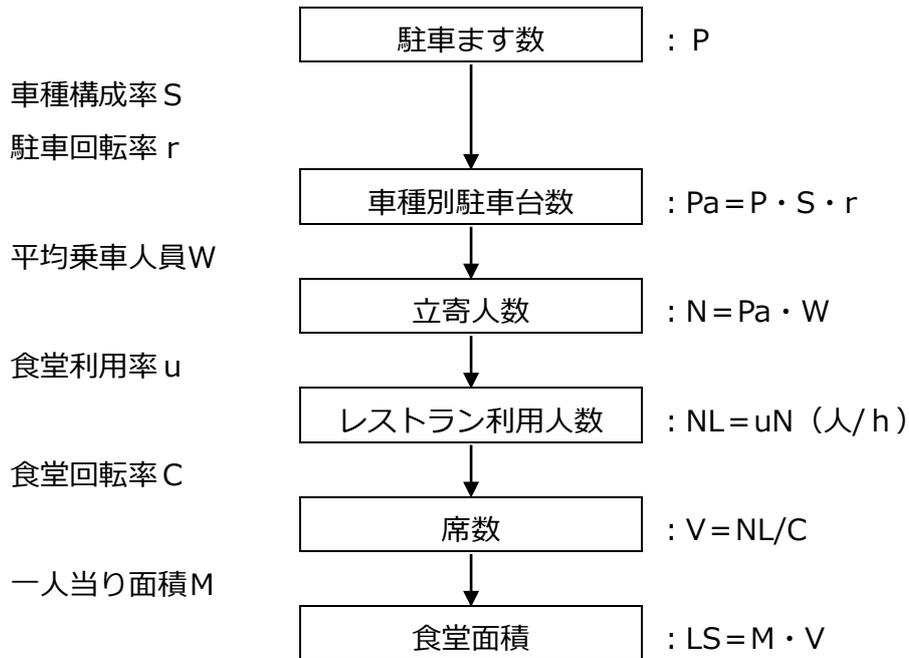
飲食施設はレストランと軽食コーナーのどちらでも対応可能な施設とするため、レストランと軽食コーナーの算定面積の合算した面積とします。

1) レストラン面積

「設計要領第六集 建築施設編 (H29.7 東日本高速道路株式会社)」を用いて、駐車まず数 (213 台) からレストラン面積を 200 m²程度と算定しました。

レストラン面積は以下の流れで算定されます。

【レストラン規模算定の流れ】



出典：「設計要領第六集 建築施設編」(H29.7 東日本高速道路株式会社)

また、算定に用いる諸条件は以下の通りです。

【レストラン規模算定の諸条件】

項目	記号		係数
駐車ます数	P	小型	183 台
		バス	10 台
		トラック	20 台
駐車回転数	r	小型	2.4 回/h
		バス	3.0 回/h
		トラック	2.0 回/h
車種別駐車台数	Pa		$P \times r$
車種別乗車人員	W	小型	1.9 人
		バス	27.0 人
		トラック	1.2 人
立寄人数	N		$Pa \times W$
レストラン利用率	u	小型	0.3
		バス	0.1
		トラック	0.3
レストラン利用人数	NL		$u \times N$
レストラン回転数	C		2.4 人/h
席数	V		NL / C
1人当り面積	M		1.6 m ² /人
レストラン総面積	ΣLS		$3 \times LS$

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

上記の条件を用いて、計算すると必要なレストランの面積は以下のようになります。

【レストラン面積算定結果】

レストラン総面積	201.6 m ² ≒ 200 m ²
----------	---

2) 軽食コーナー

「設計要領第六集 建築施設編（H29.7 東日本高速道路株式会社）」を用いて、駐車
ます数（213 台）から軽食コーナーの面積を 200 m²程度と算定しました。

【ハイウェイショップの標準規模】

片側駐車ます数（台）	標準的な面積（m ² ）
300	255
250	230
200	200
150	170
100 台以下	160

出典：「設計要領第六集 建築施設編」（H29.7 東日本高速道路株式会社）

上記の「ハイウェイショップ」は「フードコート」「スナックコーナー」「ショッピングコーナー」「自販機コーナー等の飲食販売施設」「道路案内（インフォメーション）等のサービス機能」で構成されていることから、それぞれの機能から情報発信施設・農産物直売所・飲食施設とで規模を分割することとし、100 m²程度としました。

3) 飲食施設面積

1), 2) より, レストランと軽食コーナーの合算した面積 300 m²に加え厨房・倉庫などの付帯施設を加算して飲食施設の面積は 460 m²程度とします。

⑦多目的広場（イベントスペース）

以下の事例より多目的広場（イベントスペース）の面積は **600 m²**程度と算定しました。

【道の駅屋外イベントスペース事例】

道の駅名	駐車ます数(台)	屋外イベントスペース面積 (m ²)	駐車ます1台当りの屋外イベントスペース面積 (m ² /台)
道の駅 保田小学校	111	320	2.88
道の駅 国見あつかしの郷	180	500	2.78

$$\begin{aligned}
 & \text{[駐車ます1台当りの屋外イベントスペース面積平均 (事例)]} \times \text{[本計画駐車ます数]} \\
 & = \text{[屋外イベントスペース面積]} \\
 & (2.88+2.78)/2 \times 213 = 602.79 \approx 600
 \end{aligned}$$

⑧屋内交流施設（笠間ミュージアム）

以下の事例より屋内交流施設の面積は **120 m²**程度と算定しました。

【道の駅コミュニティ施設事例】

道の駅名	駐車ます数(台)	コミュニティ施設面積 (m ²)	駐車ます1台当りのコミュニティ施設面積 (m ² /台)
道の駅 保田小学校	111	450	0.25
道の駅 国見あつかしの郷	180	160	0.89

$$\begin{aligned}
 & \text{[駐車ます1台当りのコミュニティ施設面積平均 (事例)]} \times \text{[本計画駐車ます数]} \\
 & = \text{[コミュニティ施設面積]} \\
 & (0.25+0.89)/2 \times 213 = 121.41 \approx 120
 \end{aligned}$$

⑨芝生広場

芝生広場面積は敷地形状に合わせて検討するものとします。

⑩コンビニエンスストア

コンビニエンスストアは既存の規模を維持するものとして **300 m²**程度とします。

⑪施設規模まとめ

以下に全ての施設面積の算定結果を示します。

【各施設規模】

機能	施設名	敷地規模
休憩機能・ 情報発信機能	駐車場	小型車 183 台, 大型車 30 台
	トイレ	230 m ²
	情報発信施設	60 m ²
地域連携機能	農産物直売所	700 m ²
	栗の PR・販売施設 (栗ミュージアム)	120 m ²
	飲食施設	460 m ²
	多目的広場	600 m ²
	屋内交流施設 (笠間ミュージアム)	120 m ²
	芝生広場	敷地形状に合わせて検討
その他の機能	コンビニエンスストア	300 m ²

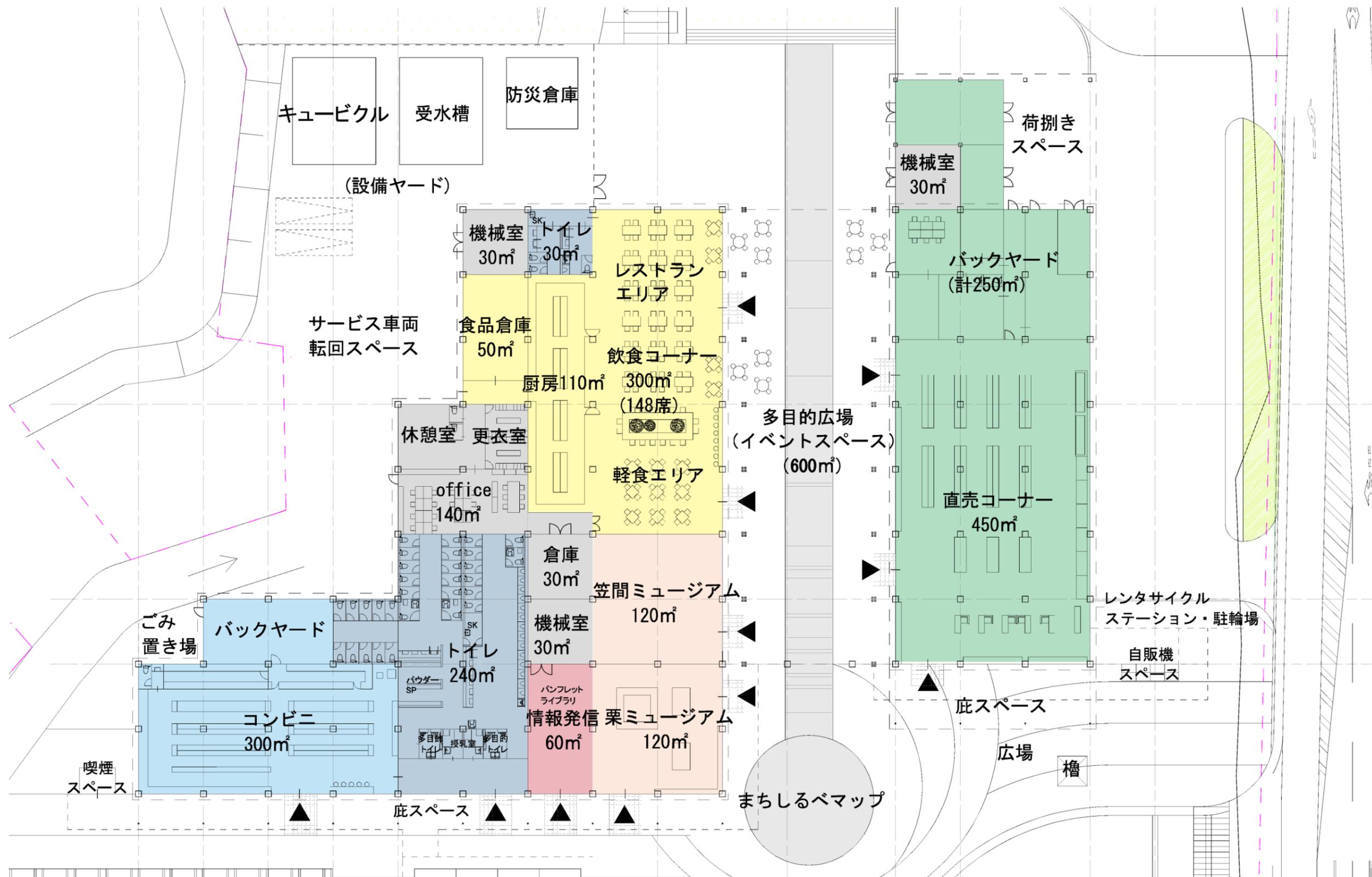
(3) 配置計画 (案)

配置計画は以下の通りです。



配置計画図 S=1/1200

【施設計画図 (案)】



(4) 施設・空間イメージ (案)

【外観イメージ (案)】

建築のテーマ

笠間の里山景観に呼応する連続した家並みと彩のある空間をもつ木質建築

1. 道の駅のシンボル

- ・笠間の顔として、道の駅の中心に「栗ミュージアム」を設け、シンボリックなデザインとする。
- ・笠間の栗や古民家の藁葺き屋根をモチーフにした屋根のシルエットをつくる。

2. 賑わいと集いの回廊風の多目的広場

- ・稲荷神社の参道空間をイメージして木造テント屋根の「多目的広場」を設ける。
- ・ゲートウェイとして賑わいと集いと情報発信を担う。

3. 連続した家並みの景観を創出

- ・里山景観に映える家並みのスカイラインを創り出す。
- ・切妻屋根はシンプルな木組みの木質空間を実現し、屋内に多様な空間を作りだす。



■家並みをモチーフにした切妻連続屋根



■栗をモチーフにした柔らかな曲線屋根



+



■笠間稲荷神社の参道をモチーフにした半屋外空間



【内観イメージ (案)】

主要室の空間イメージ



1. 栗ミュージアム

- ・外観は栗を象徴した反りを付けた方形型のシングル葺き屋根とする。室内側は木貼りの天井にハイサイドライトを設けた明るい木質空間とする。
- ・上部のトップライトからは、四季の移ろいを室内にもたらす。
- ・日時計や栗のシャンデリアで空間を演出する。
- ・店舗は栗の商品や栗スイーツなどの商品の販売台を設け、笠間のガイドを兼用したカウンターを設ける。



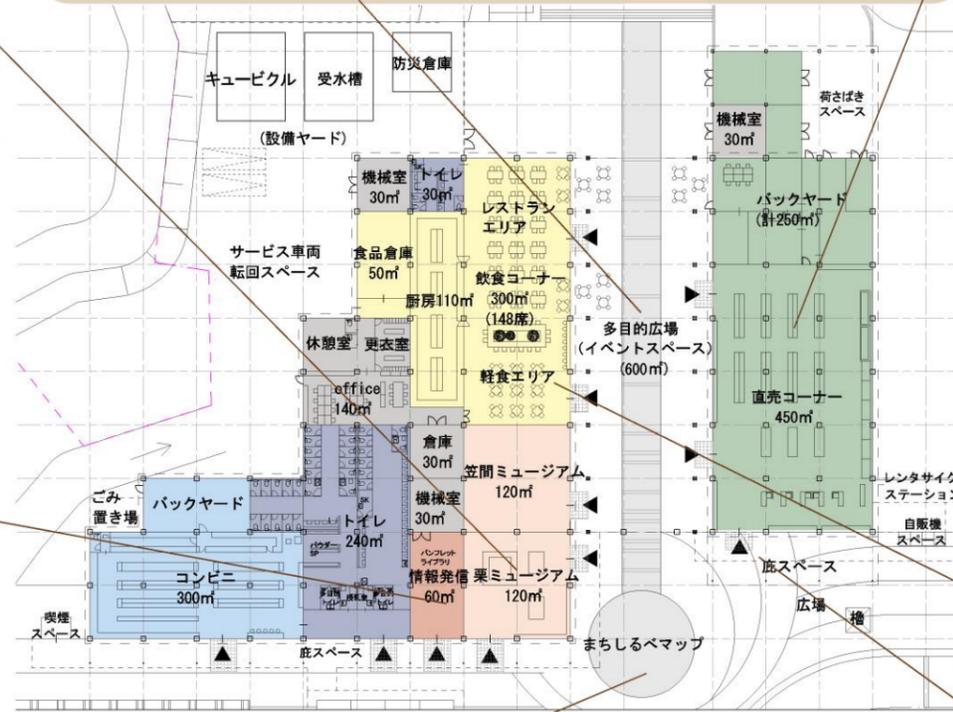
7. 情報発信

- ・栗ミュージアムに面した位置とし、外部に開放した明るい木質空間とする。
- ・笠間メディアウォールを設け、地域の物産観光情報など発信する展示を設ける。
- ・デジタルサイネージによって、交通や観光情報をリアルタイムに発信する。
- ・パンフレットライブラリを設け、まちなかの観光交流施設のパンフレットを置く。



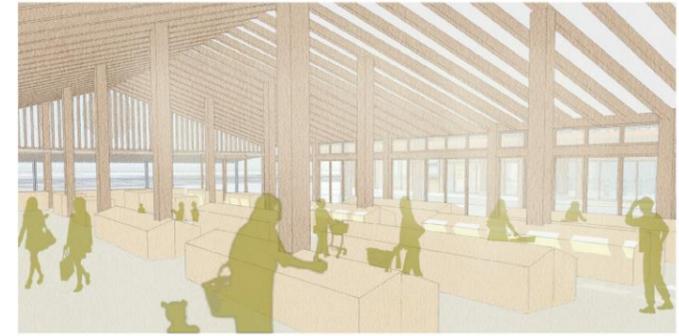
2. 多目的広場 (イベントスペース)

- ・切妻屋根の木質テント構造の回廊空間の多目的広場を設ける。
- ・笠間の歳時記の絵馬を欄間に設け観光情報の発信をする。
- ・多目的広場は、稲田御影石を施した参道空間とする。
- ・祭り、イベント、農産物市場、コンサートなどの多目的な利用を図る。
- ・災害時は第一時避難場所とし、防災倉庫を設ける。



6. まちしるベマップ

- ・多目的広場と栗ミュージアムの前のエントランスゾーンには、稲田御影石と笠間焼をアクセントとした地上絵風のまちしるベマップを設置する。
- ・ゲートウェイとして、市内観光をスタートする拠点に活用する。



3. 直売コーナー

- ・切妻屋根はシンプルな登梁構造の木質空間とする。
- ・ハイサイドライトを設け、光と風を取り込み明るく快適な室内空間とする。
- ・床仕上げはメンテナンスが容易なカラーモルタル仕上げとする。
- ・新鮮な産物が映える売り場作りのために販売台等の什器は木製とする。



4. 飲食コーナー・笠間ミュージアム

- ・切妻屋根はシンプルな登梁構造の木質空間とする。
- ・ハイサイドライトを設け、光と風を取り込み明るく快適な室内空間とする。
- ・各コーナーは移動間仕切りなどで仕切り多様な場をつくりフレキシブルな対応ができるようにする。

5. 底スペース

- ・情報発信や直売コーナーの前面に透過性のある屋根と木格子による底空間を設ける。



4. 事業手法の検討

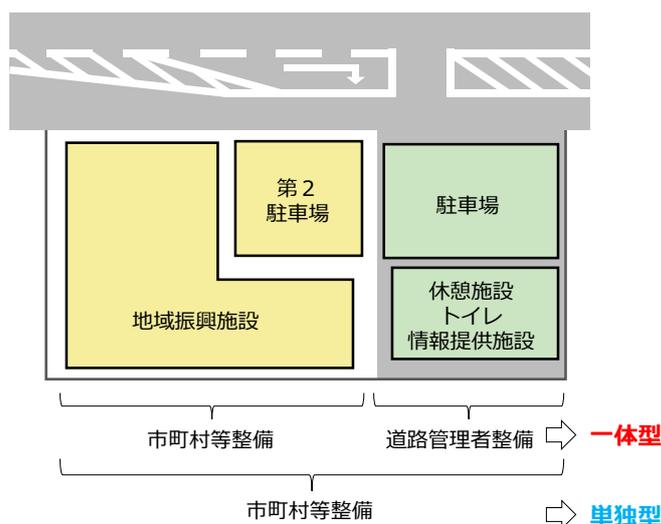
(1) 整備手法の検討

道の駅の整備は、道路管理者と市町村等との相互協力によって進められるものであるため、その手法は、導入施設の整備を道路管理者、市町村等のどちらが行うのかによって、以下のように「一体型」と「単独型」の二つに分類されます。

茨城県内の道の駅における整備手法について「一体型」での整備手法が数多く採用されています。そのため、今後、道の駅の整備にあたっては、「一体型」での整備を進める場合、道路管理者等の関係機関との調整を進めていく必要があります。

本事業は国道 355 号の道路管理者である茨城県と一体的に整備を行う「一体型」とします。

【道の駅の整備主体と整備内容】



整備主体	地方自治体, 道路管理者, 公益法人等	
	一体型	単独型
整備手法	駐車場・トイレ・情報発信施設の一部を道路管理者が整備, その他を設置者(整備主体)が整備を行う。	道の駅を構成する施設をすべて設置者(整備主体)が整備を行う。
茨城県内道の駅整備手法	「さとみ」, 「さかい」, 「奥久慈だいご」, 「しもつま」, 「たまつくり」, 「いたこ」, 「ごか」	「かつら」, 「みわ」, 「日立おさかなセンター」

(2) 管理運営手法の検討

① 管理運営の方針

基本構想で定めた「笠間の様々な彩を発見する場」「笠間の彩ある暮らしを実感する場」「笠間のゲートウェイとして彩を発信する場」の3つの基本方針を踏まえ、マネジメント力とノウハウを有する運営主体を選定し、道の駅が有する公共公益の役割を果たすとともに、利用者の多様なニーズを見極め、高いコスト意識や収益性の確保に基づいた施設運営体制の構築に努めます。

また、地域の魅力・観光情報をはじめ、多様な情報提供を戦略的に発信し、継続的に運営することで、道の駅から賑わいが市全体へ繋がる運営体制づくりを行います。

【管理運営方針】

管 理 運 営 方 針

1

公共公益の役割を果たしつつ
高いコスト意識や収益性の確保に努めます。

2

地域の魅力・観光情報をはじめ
多様な情報提供を戦略的に発信します。

3

道の駅のにぎわいが
市全体へ波及することを目指します。

②管理運営形態

道の駅の管理・運営形態は、大きく公共で施設を整備し、公共で管理・運営する「公設公営」方式と、公共で施設を整備し、民間が管理・運営する「公設民営」方式、民間が施設を整備し、民間が管理・運営する「民設民営」方式があります。

また、「公設民営」方式には「管理委託」方式と「指定管理者制度」方式があります。それぞれ運営形態のメリット、デメリットを整理すると、下表の通りになります。

本事業では公設民営とし、「指定管理者制度」を利用した管理運営形態とします。

【管理運営手法の比較】

運営方法	メリット	デメリット
公設公営	<ul style="list-style-type: none"> 公共目的が直接反映できる 一定の質のサービスが期待でき、公平性、継続が担保される 安定経営志向である 行政施策との連携がはかりやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 収益施設の運営ノウハウがないため、総合的な管理運営が困難 予算執行の面で、柔軟な対応が出来ない場合がある
公設民営 (管理委託)	<ul style="list-style-type: none"> 民間ノウハウを生かして、効果的、効率的な施設運営が期待される 	<ul style="list-style-type: none"> 管理委託者は施設の管理権限を持たない
公設民営 (指定管理者)	<ul style="list-style-type: none"> 民間ノウハウを生かして、効果的、効率的な施設運営が期待される 管理権限を民間が保有でき、施設管理がより柔軟にできる 	<ul style="list-style-type: none"> 短期間で指定管理者が交代した場合、ノウハウの蓄積を妨げる恐れがある 施設の運営経費が十分に確保されていない場合、利用者に対するサービス低下や地域の雇用に影響を与えることも懸念される
民設民営 (PFI方式)	<ul style="list-style-type: none"> 行政サービスの効率化が図れる 	<ul style="list-style-type: none"> 施設は公有財産であるため、PFI事業者は委託による管理運営ができない

③管理運営主体

道の駅の管理・運営の担い手としては、公共団体、NPO団体、民間企業、公共団体と民間事業者の共同出資により設立された法人である第3セクターが考えられます。それぞれの管理運営主体のメリット、デメリットを整理すると、下表の通りとなります。

いずれの主体の場合でも、管理運営方針に沿った経営を行うために、デメリットとして懸念される事項を解消するような工夫が求められます。

本事業では笠間市出資により設立された「第3セクター」を管理運営主体とします。

【運営母体の比較】

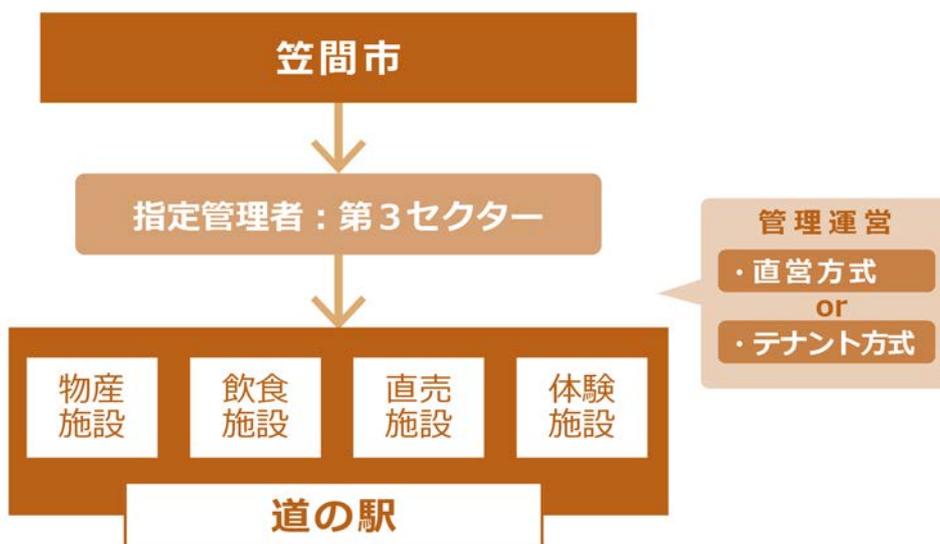
運営母体	メリット	デメリット
公共団体	<ul style="list-style-type: none"> 公共目的が直接反映できる 一定の質のサービスが期待でき、公平性、継続性が担保される 行政施策との連携が図りやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 収益施設の運営ノウハウがないため、総合的な管理運営が困難 予算執行の面で、柔軟な対応が出来ない場合がある 経営ノウハウが限られる
NPO	<ul style="list-style-type: none"> 民間団体の中で、営利目的ではなく社会的な事業を行う 非営利団体であるため、コストパフォーマンスが高い 	<ul style="list-style-type: none"> 金銭的利益に直結しない目的だと、活動が長続きしないような弊害が起こる可能性がある 利益を得る活動をしてはいけないというような誤解が広くあり、本来は団体の目的達成のために広く利益を得る事業をしたいにも関わらず、理解が得られない
第3セクター	<ul style="list-style-type: none"> 民間資金の導入による集中的、大規模な社会資本整備の実施が可能 民間の効率的経営方法を取り入れた事業効率向上が期待できる 公共部門の毎年度の予算制約の軽減 公共性を背景とし、権利調整、用地買収の円滑化、地域住民コンセンサスの形式が容易である 公有地の活用、各種規制の特例等による行政支援が受けられる 自治体が赤字補填している 	<ul style="list-style-type: none"> 「公共性の追求」と民間側の「事業成立のための利益追求」を共同出資という点を通じて実現しようとしたことの困難さある 公共側は営利性追求を民間セクターに委ねる。民間側は公共サイドの支援を暗黙の前提としていたように、公共・民間のリスク、役割分担が不明確である 赤字累積が懸念される
民間事業者	<ul style="list-style-type: none"> 利潤を追求するために事業を営む 民間企業の自由な発想が期待できる 問題が発生した場合の対応が非常に速い 民間の創意工夫や経営ノウハウを取り込むことができる 資金調達力がある 	<ul style="list-style-type: none"> 営業収支、販売促進、コスト管理面等全てに経営責任を負っているため、営業努力が求められる 事業者の破綻により、サービスの提供が停止するリスクがある 独断的経営（ワンマン）に陥りやすい

④管理運営体制

指定管理者（第3セクター）の運営方式は道の駅施設全体の包括的な管理運営業務として、自治体が第3セクターに施設の管理運営を包括的に代行させる方式です。

レストラン・販売施設等の収益事業部分は、指定管理者が直営で運営する場合とテナント方式によって運営する場合があります。

【指定管理者（第3セクター）の運営方式による管理運営体制イメージ】



5. 道の駅の利活用による地域振興方策の検討

道の駅の利活用により地域振興方策を行うことに努めます。以下に例を示します。

①新規イベントの開催や、道の駅と笠間市内の既存イベントを連携する。

- ・ 芝生広場、多目的広場などでのイベントの企画。
- ・ 市民も観光客も楽しめるイベントの企画。
- ・ 既存イベントと連携し、笠間市内への回遊を促す。

【イベントイメージ】



②笠間の地域資源を活用し、道の駅から笠間の魅力を発信する。

- ・ 笠間の特産品を融合し、笠間の歴史や、文化の豊かさを発信する。
- ・ 笠間の農産物を笠間焼の食器を使用して、食事ができる場を提供する。
- ・ レストランなどで笠間の農産物を積極的に使用し、食の豊かさを発信する。

【地域資源活用イメージ】



③笠間の「栗」のブランド化を図り、道の駅から新たな魅力を発信する。

- ・ 笠間の「栗」を笠間の情報媒体として活用する。
- ・ 笠間の名物として、「栗」をブランド化し、女性観光客を視野にいれた、遠方からでもわざわざ買いに来たくなる商品の開発を行う。
- ・ 栗生産者が知る、美味しい栗の調理方法を発信する。

【栗のブランド化イメージ】



④笠間市内の観光施設と連携を図り、道の駅を観光情報の拠点として活用する。

- ・ 道の駅のみで自己完結するのではなく、まちへの勧誘機能を持たせる。
- ・ 観光客が、広域交通網と連携、レンタサイクル等の利用により、市内回遊を促す。
- ・ 笠間焼の発信するため、各窯元と連携する。
- ・ 道の駅が観光ツアーなどの拠点となるよう様々な主体と連携する。

【観光施設連携イメージ】



⑤ニーズに合わせた商品やサービスを提供し、道の駅のビジネスチャンスの拡大を図る。

- ・ 直売所では、午前中のみでの出荷ではなく、午後も販売に合わせて出荷を行う。
- ・ 観光客だけではなく、市民も視野に入れた商品・サービスを提供する。
- ・ 飲食施設において直売所で販売している農産物を使用した料理を提供する。
- ・ 市内観光に出かける観光客のために、道の駅で購入した商品を預けることができるサービスを検討する。

【商品イメージ】



⑥市民や観光客が交流する場として道の駅を活用し、地域の活力を創造する。

- ・ 市民のコミュニティの核として、多様な活動に寄与できる場を提供する。
- ・ 道の駅でのイベントを通じて市民と観光客の交流を図る。
- ・ 笠間の暮らしの魅力を発信し、笠間市への定住促進を促す。

【交流イメージ】



6. 計画実現に向けた進め方

【事業スケジュール】

内容	実施年度			
	H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)
■ 計画の策定				
・ 基本構想の策定	→			
・ 基本計画の策定		→		
■ 関係者協議				
・ 道路管理者との調整	→	→	→	→
・ 関係各機関との調整	→	→	→	→
■ 測量・設計				
・ 現況測量	→			
・ 地質調査	→			
・ 基本設計 (デザイン・排水等)		→		
・ 実施設計 (造成・建物)		→		
■ 用地交渉・法的諸手続き				
・ 開発許可申請		→		
・ 建築関連申請		→		
・ 補償調査	→			
・ 用地買収			→	
■ 建設・施行				
・ 造成工事, 調整池工事等			→	
・ 基盤整備工事 (駐車場・外構等)			→	→
・ 建築工事			→	→
■ 管理運営体制の構築				
・ 管理運営計画の策定		→		
・ 管理運営組織の設立			→	
■ 開業準備				
・ 生産, 出品準備			→	→
・ 什器調達, 内装				→
・ 従業員研修			→	→
・ テナント業者の設定		→	→	→
道の駅供用開始				●

8月予定