

遊佐パーキングエリアタウン (道の駅鳥海移転整備) 地域住民向け説明会

運営事業について

2025/03/15 (土) 鳥海温泉遊樂里

共同企業体 ジオ鳥海パートナーズ



運営主体（指定管理候補者）：共同企業体ジオ鳥海パートナーズ

代表企業：株式会社庄交コーポレーション
（全体統括、物販飲食施設の運営）

構成企業：有限会社とがしスポーツ
（情報発信施設内物販・展示の運営）
クリーンサービス株式会社
（施設の維持管理）

協力企業：

- ・株式会社庄交コーポレーション事業部・子会社
庄交トラベル・庄内観光物産館・S-MALL・庄交サービス・不動産
プラスワン・庄交学園・航空・東京第一ホテル鶴岡・アド
庄交クリーン・庄内交通株式会社・庄交ハイヤー株式会社
株式会社庄交保険サービス
- ・株式会社フーデライト庄内
- ・加藤総業株式会社
- ・遊佐石油販売株式会社
- ・庄内バイオマス発電株式会社
- ・荘内電気設備株式会社
- ・合同会社Oriori
- ・タイコー警備保障株式会社
- ・山形エンジニアーズ株式会社
- ・酒田エフエム放送株式会社
- ・GOOD LIFE ISLAND合同会社
- ・グリーンストア株式会社

現道の駅運営者：

- ・遊佐町総合交流促進施設株式会社
- ・ひまわりの会
- ・元気な浜店

株式会社 庄交コーポレーション



クリーンサービス株式会社

庄交トラベル

庄内観光物産館
道の駅本館

S-MALL

FOODELIGHT

加藤総業株式会社

遊佐石油販売株式会社
庄内バイオマス発電株式会社



荘内電気設備（株）



aiiko Security Service



「友心」「安全」「快活」
FM 76.1 MHz
ハーバー-RADIO



アドバイザー（新商品開発戦略支援）

・道の駅プロ
デューサー
株式会社シカ
ケ 金山宏樹



・食プロ
デューサー
MATERNAL
小野愛美



1. コンセプト ALL遊佐でグランドデザインする『オールブルー環鳥海事業』

三位一体（行政、地域、運営者）となって環鳥海エリアをグランドデザインします

- ・道の駅は物産、飲食、トラベル、地域交通、自然体験を担う『**地域総合商社**』となります。
- ・国の第3のステージである地域外から人を呼ぶ『**地域ゲートウェイ型**』と地域の元気を創る『**地域センター型**』の両輪を目指します。



2. ターゲット 三本の矢『観光連携』『農工連携』『広域連携』

マーケティングターゲットは、観光客(42.5%)、地域住民(38.5%)交通通過者(15.0%)の特性に合わせ、三本の矢を放つ

- ・ジオパークの魅力発信を行い、環鳥海の自然、観光資源を取り込んだ**商品開発**を進めます。(72.2%)
- ・『**ジオパークの理念**』は旅行商品に限らず、土産品開発、食事メニューなどあらゆる**コンテンツ**に生かします。
- ・**PB商品開発**は**地域生産者と連携**し専門家の監修により『**質の高いもの**』とします。(56.9%)
- ・「山形おとなりさん連絡会」など国内外の類似施設とのチャンネルで**各種イベント**を開催、誘致します。(48.1%)

道の駅の在り方としてふさわしいと思う取り組み



3. マーケティング戦術 『クラウド型道の駅運営システムによる広域連携』（多機能アプリ）

多機能アプリにより顧客の『リピート化』『ファン化』『スポークスマン化』

- ・クラウド型道の駅システムの導入。『**店舗、顧客、産直管理をシステムにより一元管理**』し効率化を図る
- ・道の駅「鳥海」、「あつみ」、「庄内観光物産館」はもちろん、遊佐町商工会等の庄内地域の各商店と**ポイントや情報の共有化**ができる**多機能型アプリケーション**を目指します。





駐車場から鳥海山を背景にした茅葺風の屋根をもつ鉄骨造の道の駅をみる



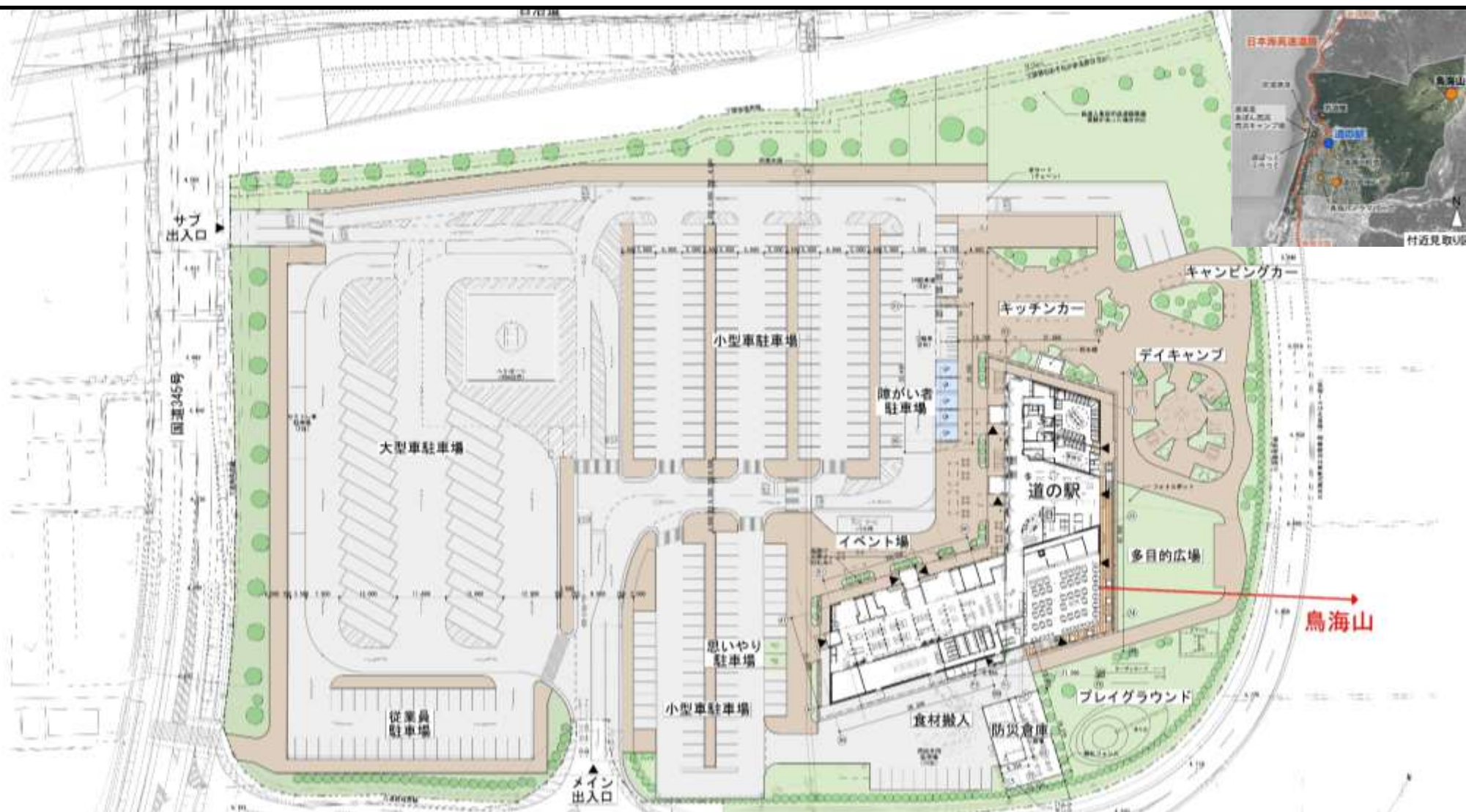
遊佐地域の魅力を伝えるジオ物販・展示スペース



イベント広場からも鳥海山を見通せて多目的広場とつながる道の駅

Ⅱ レイアウトプラン ー配置図ー

4



①日沿道に大きく開き、遠目にも見やすい配置

- ・日本海沿岸東北自動車道よりアクセスする車両から、遠目にも視認できる正面配置とし、視認性の高い骨太で存在感のある道の駅をつくります。鳥海山を背景に、「逆くの字型」の鉄骨造の切妻屋根の建物が、鳥海山の前に茅葺屋根のような屋根を持つ、古代にタイムスリップしたランドマークとなる道の駅です。

②車・バス・歩行者・ハンディのある方等への対応

- ・歩車分離を徹底し、小型車と大型車の駐車スペースが分離したゾーニングで安全で安心な駐車場をつくります。またメインの車道から枝分かれしたサブの車道はワンウェイとすることで、スムーズに迷うことなく落ち着いて安全に駐車できる計画です。思いやり駐車場は2箇所に分散し、小さな子供連れの家族や、高齢者や障がいのある方もリピートしたくなる環境をつくります。

Ⅲ 施設の概要

5

①鳥海山、日本海の豊かな恵み × 産直・物販・飲食

地域資源 × こだわり × 地域還流

『地域へのこだわり』と『地域貢献度』の2変数により売上増加を目指します。

(6次産業化の成果規定
要因に関する調査)

地域資源 × ジオパーク × 専門性
× EC販売戦略

新商品開発にあたっては、地域の歴史やジオパークの自然の恩恵を商品開発の思想に取り入れた「遊佐ならではの商品」を地域生産者と専門家の指導を受け道の駅で戦略的に販売します。

①地元食材にこだわった食戦略

- ① 遊佐の地場ものの魚、野菜等の食材にこだわったメニューを開発提供。農産物直売所、鮮魚店。
- ② 食材にはジオパークの思想(溶岩ミネラル、清水、)山の恵(山菜、鳥海竹)を取り入れます。

FAST FOOD (1F) × RESTAURANT (2F)

- ・地域食堂「庄内庵」(庄交)
- ・カレー (調整中)
- ・ベーカリー系工房 (調整中)
- ・めん処(ラーメン・そば、他)(調整中)

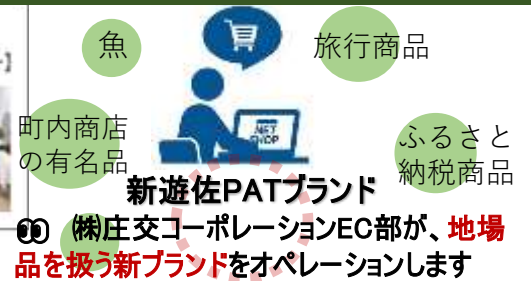
- ・地場産材を活用した鳥海レストラン(2F)(庄交)

③専門家と新商品開発戦略



- ① 道の駅で提供する物販商品、食のメニュー、通販商品の開発には地元住民と専門家と運営者が連携します

④遊佐ブランド多面的EC戦略



遊佐総合交流促進
株式会社ブランド

ジオパーク
ブランド

庄内観光物産館
セカンドブランド

②路面販売の賑わい物販戦略



路面店(冬季は風除け)



キッチンカーフェス

- ① 路面販売の集客効果に期待。

- ・魚販売(銀鯿、牡蠣、鮭等)・スイーツ販売・その他



『ふるさとチョイス
自動販売機』

『道の駅モール』通販サイト



新遊佐PATブランド
既存3ブランド×遊佐町の産品・商店品

②本物の体験・遊び × アウトドア用品販売

ジオパークや遊佐の魅力を「人（スタッフ）を通じて」発信する場とします

- ・ 常時、「人」を通じて、「オーダーメイド魅力発信」を可能にします。
- ・ 観光を楽しみたい・ジオに触れたい親子連れ、年配のご夫婦、アウトドアや冒険に興味があるアクティブな若者グループなど、道の駅を訪れる様々な方に合わせた情報発信をすることで、フィールド（町内）へ誘導が可能となります。
- ・ 人を置くことのコストが問題となりますが、本施設では、アウトドア商品販売と組み合わせることで、スタッフの配置を可能にします。
※「人」が介在することのメリット
 - ・ 多彩なジオコンテンツを、時期や時間によっても変化させることが可能
 - ・ 展示やパンフレットで不足するところを知識豊富なスタッフが、コミュニケーションを図り対応。

魅力ある「ブランド」とコラボした世界にアピールできる場とします

- ・ 鳥海山と洋上風力発電の風景は、SDGsと自然が融合した日本屈指の景観となり得ます。世界的なSDGsを企業理念とするブランド企業をラインアップすることで、R9のジオ世界認定をめざす壮大な景観や自然群を発信していきます。

観光・体験のアクセスポイントを一元化します

- ・ 様々な観光・体験のツアーデスクがあり、この場でのツアーの申し込みや予約をすることができます。
- ・ 自転車（E-Bike等）や登山用品のレンタルを行い、手ぶらでも気軽にお出かけできます。

※イメージ写真



Ⅲ-1 ジオ展示スペースの考え方（イメージ画像）

イメージパース (1F)



イメージパース (1F)

イメージパース (1F)



①来訪者を迷わせない、歩かせないわかりやすく明解な内外動線

- ・「逆くの字型」の駅舎で、開放的な空間とし内部の機能や役割がわかりやすい計画です。物販、飲食、24時間トイレの4つの入り口があり、来訪者を迷わせない、歩かせない、内部動線がわかりやすい計画です。



産直・物販エリア

- ・産直・物販エリアは遊佐町民の方々に日常的な利用をいただくために、道の駅の入り口近くにエントランスを2箇所配置します。さらに高齢者・障がい者のため思いやり駐車場・バイク置き場を配置します。
- ・天井が高く、切り妻形式 S造の建物独特の柔らかい表情をもつ優しい環境をつくります。ゆったりと買い物ができ、吹き抜けのあるフードコートと連結され、木質感が強く意識される空間構成となります。
- ・このエリアはイベント広場と連結され、直接気軽に入ることができて直売ができる環境をつくります。日除け・風除けの暖簾シートで強風から守られる環境とし、キッチンカーや屋台が立ち並ぶ道の駅の賑わいを演出する活気ある空間構成を目指します。

飲食エリア

- ・飲食エリアは鳥海山の風景を楽しむことのできるパノラマのような空間構成とします。特に2階の地産地消レストランは、高い視点から鳥海山を望むことで、高揚感のある空間となり、長時間に亘って楽しむことができる、落ち着いたインテリア空間を実現します。屋根付きのデッキテラスには、アウトドア専用の椅子・テーブルをセットします。
- ・フードコートは、多目的広場の芝生の緑を背景に、カジュアルで気兼ねな椅子やテーブルのある、誰もが親しみやすい、2階のレストランと雰囲気を変えた明るい表情をもつ空間をつくります。



天井が高く開放的な物販スペース



パノラマのように広がる鳥海山を望む2階のデッキのある地産地消のレストラン

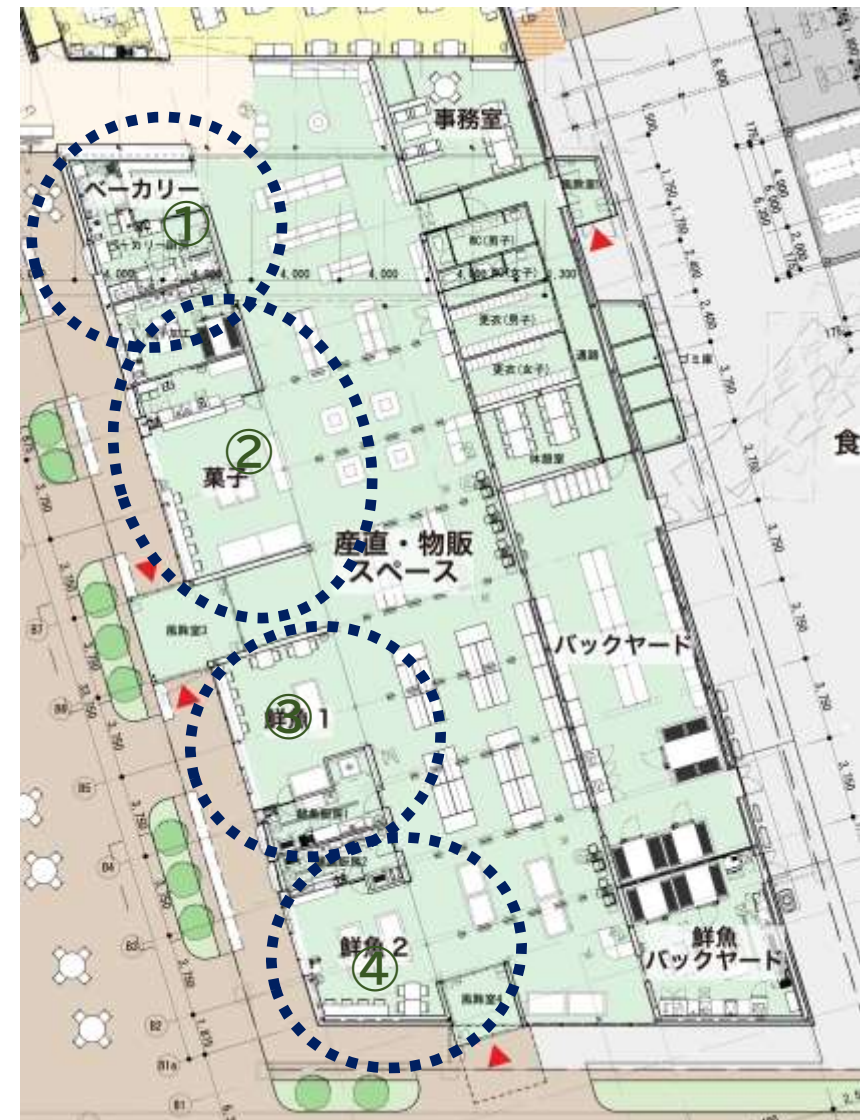




《フードコート》

- ①カレー ②ラーメン ③丼物
④ファーストフード

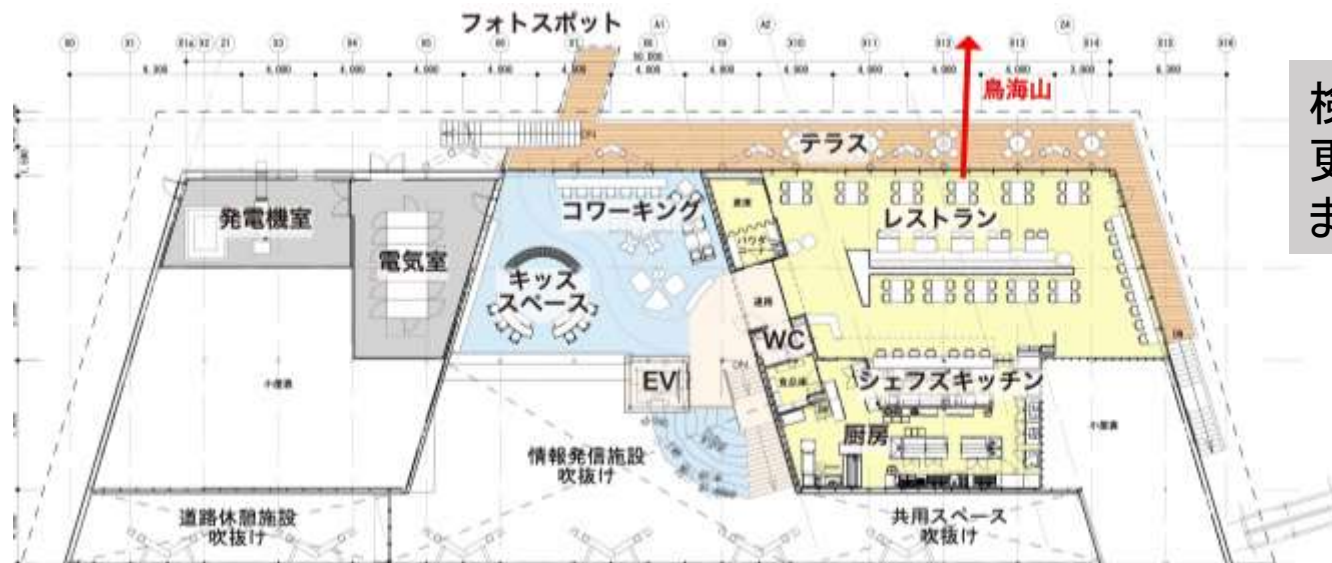
検討、調整中で変更となる場合があります



《テナント》

- ①パン屋 ②菓子販売 ③鮮魚1 ④鮮魚

Ⅲ-5 飲食・物販コーナー 2F レストラン（イメージ） -2階平面図-



検討、調整中で変更となることがあります

〈レストランコンセプト〉

地産地消で環境クリーン、遊佐町をぎゅっと食で表した1Fフードコートとの差を明確にしたワンランク上のおしゃれレストラン

〈メニューイメージ〉

季節の食材を使用したイタリアン
パスタからミニコースまで
その他、パブリカを使った名物料理

〈パブリカを使った名物メニュー〉

◇パブリカ・シュチルケ (パブリカチキン)
鶏肉をパブリカで煮込むハンガリーの料理。

◇グヤーシュ

肉と野菜をたっぷりのパブリカで煮込んだ、
ハンガリー発祥の煮込みスープ

〈喫茶利用〉

自分で入れるコーヒーセット
淡雪、綿雪などを冠した甘味
(例えば硬さの異なるチーズケーキなど)



ふじのくに茶の都ミュージアムのティーテラス (バスケットタイプ)

〈客単価 想定〉

1,500円～2,000円/客単価、他



F レストランエリア

〈ターゲット〉

- ・20代後半～30代のカップル
 - ・40代～60代の女性友人同士
 - ・50代～60代のファミリー層 (子どもが20代以上)
- ⇒メインターゲットは40～60代の友人同士の女性客

〈利用イメージ〉

- ・ここを目的とした食事来館
- ・旅行 (日帰り含む) 途中での昼食

〈ターゲットニーズ〉

- ・少しリッチで記念日利用もできる
- ・話題性のある
- ・季節とともに変化がある (リピートできる)
- ・ゆっくりと食事ができる

※鳥海山を映り込みした料理写真が撮りやすい配席。



新潟県SNOW PEAK レストラン雪峰



静岡県 Maison KEI

運営事業スケジュール

R7年度には、引き続き出品いただける生産者や製造者を、
また、路面販売、キッチンカー、イベントで道の駅を盛り
上げていただける事業者を募集していきます

[illegible]

V. 道の駅 戦略のターゲット



地域、性年代別来訪者構成

全国道の駅連絡会 586社
(2022.8.25報告書)

- 地域外：地域内 = 6：4、女性が男性よりやや多く、50代以上が5割強

【第5回】

※第1-4回は未聴取

地域外来訪者⇒ 子ども遊び場、自然体験、6次化商品

地域内来訪者⇒ 産直、日常品販売

来訪者構成（地域別）
(586駅)



来訪者構成（性別）
(578駅)



来訪者構成（年代別）
(578駅)



V 道の駅 戦略の三大要素



道の駅の在り方としてふさわしいと思う取り組み

全国道の駅連絡会 586社
(2022.8.25報告書)

「地域内の観光・文化施設との連携」が一番高く、
続いて「物販・飲食などの道の駅ブランドの開発」「道の駅間の横連携」が続く

Q9. 今後の新しい道の駅の在り方として、「ふさわしいと思う取り組み」をお知らせください。(回答はいくつでも)

【第3回～第5回】

※第1-2回は未聴取

NO1 観光・文化施設
との連携

NO3 他の道の駅と
の連携事業

NO2 道の駅ブランド開発



※第5回より聴取

V.道の駅 人気ランキング10選

『じゃらん』全国道の駅グランプリ2024

順位	駅名	所在県名	利用経験者数 (人)	満足者数 (人)	満足率 (%)
1	あ・ら・伊達な道の駅	宮城県	249	202	81.1
2	道の駅 川場田園プラザ	群馬県	148	113	76.4
3	道の駅米沢	山形県	168	127	75.6
4	道の駅花ロードえにわ	北海道	263	197	74.9
5	道の駅 遠野 風の丘	岩手県	109	81	74.3
6	道の駅なないろ・ななえ	北海道	191	141	73.8
7	道の駅しちのへ	青森県	118	87	73.7
8	道の駅伊東マリンタウン	静岡県	175	128	73.1
9	道の駅保田小学校	千葉県	96	70	72.9
10	道の駅むなかた	福岡県	252	182	72.2



V.道の駅 人気お土産58連発



- | | | |
|-----------------------------|------------------------|-----------------------|
| 1.りんごパイとフィナンシェドーナツの詰 | 18.しじみクッキー | 36.もてぎジンジャーシロップ |
| 2.清水森なんばん味噌 | 19.プレミアムさくらんぼきらら | 37.日光ラスクショコラ |
| 3.長いも羹 | 20.やみつき しみかりせん | 38.金谷ホテルベーカリー 金谷クッキース |
| 4.プレミアムにんにくパウダー | 21.だだちゃ豆せんべい | 39.手造り花豆ロールケーキ黒糖味 |
| 5.しずくいし 地酒ゼリー | 22.パプリカ ベジ ドレッシング | 40.下仁田焼ねぎせんべい |
| 6.雫石Misoらすく | 23.どぶろくケーキ | 41.旅がらす |
| 7.黒豆ケーキ | 24.あけがらし | 42.重ねレーズン |
| 8.うす焼こわれせんべい | 25.酒もなか | 43.みなりん |
| 9.明がらす | 26.会津地醤油 ひしお徳利 | 44.梅しそシロップ |
| 10.葉わさびドレッシング | 27.玉羊羹 | 45.いちごかりん糖 |
| 11.くららあんシリーズ | 28.ざくざく | 46.いちごジャムセット |
| 12.マカロン | 29.松盛のうめざかり | 47.黒糖水ようかん |
| 13.若がえりまんじゅう | 30.雛菊とキャラメルのケイク | 48.秩父自慢 |
| 14.大豆のレアケーキ | 31.ターボファーム詰合わせ | 49.深谷ねぎ万能だれ |
| 15.ライスパフチョコレート | 32.ガーデンプライト ハーブオイル バジル | 50.農・彩・土 深谷ねぎ油 |
| 16.あ・ら・美味しい Datena Dressing | 33.バームクーヘン | 51.潮風王国まんじゅう |
| 17.三陸磯まんじゅう | 34.ウメドホダド | 52.さざえ釜めし |
| | 35.ゆずフィナンシェ | 53.いちじくケーキ |
| | | 54.大多喜 だら焼 |
| | | 55.完熟びわゼリー |
| | | 56.びわドレッシング |
| | | 57.銘菓はちよーじ |

V.道の駅

【関東・東北】道の駅のお土産おすすめ24選！ご当地食材・スイーツ＜2024＞



大崎シビエ（コース）100g 900円



道の駅 あら伊達（宮城県）

絹シフォン（チョコ）1200円



道の駅 まえばし赤城（群馬県）

給食で食べていたビーみそ 648円



道の駅 保田小学校（千葉県）

上品の郷まんじゅう10個入り200円～



道の駅 上品の里（宮城県）

KAWABA BEER 356円～



道の駅 川場田園プラザ（群馬県）

干物各種 1000～2000円



道の駅 新潟ふるさと村（新潟県）

けずりたて 50g400円

オリジナルアップルパイ 5個入り1520円



道の駅 米沢（山形県）

山形産りんごとつや輝の米粉を使用した道の駅米沢オリジナルみやげ。発売から半年で1万箱を販売！

ぼくのカスタードメロンパン 300円



道の駅 常総（茨城県）

クッキー生地には、茨城県産のメロンビュールを使用



道の駅 富士（静岡県）



V.人気のある道の駅 秘策（路面販売）

秘策. 路面店舗販売（キッチンカー、テント販売、路面店舗等）で人気商品を販売する



道の駅 常総(茨城県) メロンパン 9,390個(ギネス達成)



道の駅 常総(茨城県) メロン 店頭販売



道の駅 常総(茨城県) 外向け店舗



道の駅 もてぎ 秋のキッチンカー祭り



道の駅 豊北(山口県) 女子大生が店主 お結びと漁師汁



道の駅 加治川(新潟県) 市内人気焼き肉店の出店

ご清聴ありがとうございました
地域の皆様と共存共栄する
道の駅をめざしていきます

