

(1) パーキングエリアの特徴と問題点

地域資源を活用する場合に、「既存の施設を利用する」という考えはほとんどの人が思いつくだろう。そのような施設の一つとして、高速道路のパーキングエリア、又はサービスエリアがある。(両者は厳密には異なるが、ここではパーキングエリアと呼び方を統一する。ただし、正式名称がサービスエリアとなっている施設はその名称で呼ぶ。)

パーキングエリアには、他の施設とは異なる長所がある。第一に、不特定多数の人が集まるという点である。パーキングエリアにはトイレ休憩や食事などのために多くの人が集まる。大袈裟かもしれないが、こちらから呼ばなくても一定の客は来てくれるということだ。第二に、施設がなくなる心配がほとんどないということである。今までに廃止されたパーキングエリアは数えるほどしかない。それらは料金所に併設されているなど、特殊な場所に設置されていたものばかりだ。パーキングエリアは持続という観点でも優れているといえる。

パーキングエリアで特産物の販売やその地域の紹介をすることはほとんどの施設で行われてきた。しかし、この取り組みには限界がある。その地域のことについて大まかなことについて知ってもらうことはできるが、高速道路から降りてその地域にお金を落としてもらえかどうかは別問題だからである。また、サービスエリアだけが発展をし、市内の経済、人々が置き去りにされてしまう可能性もある。多くの人にパーキングエリアを楽しんでもらいつつ、地域資源として生かすためにはどうすればよいのか、二つの地域の例を挙げながら考えようと思う。

(2) パーキングエリアの活用例 (壬生パーキングエリア)

まず、北関東自動車道にある壬生パーキングエリアについてだ。壬生パーキングエリアは2008年に栃木県下都賀郡壬生町に開設された新しいパーキングエリアである。

このパーキングエリアの特徴は、地元の人も高速道路の利用者も施設を利用できるということだ。一般的な施設は一般道からの進入が禁止されていることが多い。しかしこの施設は「パーキングエリア」と「道の駅」の両方の役割を担っているため、誰もが気軽に利用することができる。休憩室には地元の特産品や有名企業の紹介をしている展示室が併設されている。壬生で有名なものといえば「おもちゃ」が挙げられると思うが、昨年私が訪れた時には、町内に工場を持つ企業「バンダイ」の協力でおもちゃの展示が行われており、特産品のかんぴょうの作り方を紹介する展示も行われていた。屋外では農産物の直売や地元の人による衣料品の販売が行われるなど、高速道路の内と外で区切られていることを感じさせない、落ち着いた雰囲気を感じ取ることができた。

壬生パーキングエリアでの取り組みは、パーキングエリアという既存の施設を使い、すでに存在している特産品や産業を広めていくというものだ。壬生のような特徴的、魅力的な資源を持つ自治体にとっては、この方法が適していると思う。

(3) パーキングエリアの活用例 (蓮田サービスエリア)

では、壬生のような特徴を持たない自治体はどうか。二つ目の例は、東北自動車道にあ

る蓮田サービスエリアだ。蓮田サービスエリアは1972年に埼玉県蓮田市に開設された比較的古いサービスエリアである。東京方面からは最初、東北方面からは最後のサービスエリアなので、ほとんど毎日混雑している。サービスエリアの人気的一方、ほとんどの車は蓮田市で降りることはなく、関東北部、あるいは東北へ行ってしまふ。蓮田市は彼らにとって単なる通過点でしかないのだ。もちろん、蓮田市には誇れるものが何もないというわけではない。市のホームページによると、蓮田市が特に宣伝に力を入れているのは、特産物の梨と市内で発掘された縄文時代の貝塚である¹。しかし梨においては、隣接している白岡市のほうが生産量は多く、貝塚も県内各地に存在している。蓮田市が宣伝しているものが人々の目を引くかどうかは少し疑問である。

2012年、サービスエリアにスマートインターチェンジが設置され、市へのアクセスが格段に便利になった。市はこれを機会に主に二つの取り組みを行った。一つ目は、郷土資料館の移転である。地域の歴史を紹介する施設は以前から存在したが、それをスマートインターチェンジ付近に移転をすることで、来場者の増加をはかった。さらに、福島県富岡町教育委員会の協力で、富岡町の製鉄遺跡の展示をするなど、他の地域との協力も行った。

二つ目は「蓮田マラソン」の開催である。2012年にスマートインターチェンジから車で五分ほどの運動公園で初めて開催され、2013年にも第二回大会が行われた。給水所では水の代わりにスイーツが配られ、出身地が近いということもあり、特別ゲストとして川内優輝選手が参加をするという内容だった。

『統計はすだ』によると、これらの取り組みは成功しているといえると思う。郷土資料館は、移転前の来場者が年間200人前後だったが、移転後は12000人を超えるようになった²。交通アクセスを便利にし、展示内容を絞らないという取り組みが良かったと思われる。

「蓮田マラソン」については、会場へのアクセスが良かったということもあるが、その他の要素もある。蓮田市ではこれ以前に大規模なマラソン大会は行われたことはなく、マラソンに関する歴史もない。しかし、蓮田マラソンのホームページによると、第一回、第二回大会ともに2000人以上が参加をした³。マラソン大会を開催するという思い切った決断、そして、魅力的な内容が成功に導いたと思う。

¹ 蓮田市 HP(2014年1月3日現在) <http://www.city.hasuda.saitama.jp/>

² 蓮田市市政情報 HP『平成24年度版 統計はすだ』(2014年1月3日現在)

<http://www.city.hasuda.saitama.jp/cityinformation/johotokei/statistics/tokeihasuda>

³ 蓮田マラソン HP(2013年1月3日現在) <http://www.hasuda-runties.com/>

(4) 既存の施設を生かす方法

以上の例から、既存の施設を生かすためには、その施設に別の施設を連結させるなどのハード面での取り組み、さらに重要なのが、その施設を中心として、周辺で何ができるかということだと思う。蓮田市の例で示したように、市はサービスエリア(スマートインターチェンジ)を中心とし、新しいイベント、取り組みを行った。特に、マラソン大会の開催においては、他の地域からたくさんの人を呼び込み、ゲストを呼んでイベントを盛り上げるなど、「人」に焦点を置いたソフト面での取り組みが成功の要因だったと思う。蓮田市は、東京のベッドタウンとして発展をしてきたため、遠方から引っ越してきた世帯も多く、地域のつながりがそれほど強くはない。今回、マラソン大会を開催したことで、外から多くの人を呼ぶことができたことも成果の一つだが、市内に住む人々が出会い、交流する機

会ができたということもまた大きな成果だと思う。

地域の伝統、行事を持続させることは聞こえが良いが、その考えが地域の発展、新しい道の開拓を妨げてしまう。新しい伝統を作り、今度はそれを持続させていけばよいのではないだろうか。地域資源は守っていくものでもあり、作り出していくものでもあると思う。これはパーキングエリア以外の施設でもいえることであり、施設を維持し続けているから終わりではなく、そこから新しく何ができるのかを考えることが、地域資源を生かす第一歩となると思う。