



特別付録 商業施設のプロが「覆面調査」

# 連休に行きたい「駅」



既存の商業施設と比べて、「道の駅」の品揃えや店舗運営はどれほどの実力なのか——。ショッピングセンターなど商業施設のプロデュースやコンサルティングを手がける「商い創造研究所」の松本大地代表とともに、関東の「道の駅」6カ所を覆面調査して回った。今度のゴールデンウィークにぜひ訪ねてみたい、お薦めの「道の駅」も紹介しよう。

「あ、これもオリジナル商品だ。つい買ってしまいそうですね」

4月のとある日、千葉県南房総市の道の駅「とみうら 枇杷倶楽部」で松本氏は思わずつぶやいた。陽光が差し込

む明るい店内には、地元産の房州ピワを使った限定商品がずらりと並ぶ。

「商品コンセプトが明瞭。女性を意識した柔らかいイメージで統一感もある」と松本氏は評価する。ゼリー、ジャム、カレー、ポディーソープ…。オリジナル商品は食品から日用品まで約40種にも上り、バラエティーの豊富さに目を奪われる。

カフェでもピワを使ったオリジナルメニューが楽しめるなど、コンセプトが徹底的に貫かれている。「立体的な陳列や季節感のある展示など、ディスプレイにも気配りが感じられる」と松本氏は店舗運営能力の高さを認める。

施設は木の温かみを感じられる優しい雰囲気、開放感も十分。周辺には様々な花が植えられ、「非日常空間へ誘う演出も優れている」（松本氏）。休憩のほか、観光目的でも立ち寄りたい。

同じく南房総市にある「ローズマリー公園・丸山」も、一見の価値あり。シェークスピアをテーマにした施設や広大な庭は、四季を通じて美しい。散歩するだけでも十分楽しめそうだ。

ただ、物販面ではテーマを生かし切れていない印象がある。鯨肉やピワと

道の駅「とみうら 枇杷倶楽部」は独自商品に強みを持つ



## 松本氏が薦める“3つ星”は、「枇杷」と「滝山」

“激戦区”の千葉県南房総市と東京都八王子市、静岡県伊東市の人気6駅を評価

	寄り道したい度	施設・サービス	商品力	総評
とみうら 枇杷倶楽部	★★★★	★★★★	★★★★	地元産のピワを使ったオリジナル商品が豊富。商品レイアウトにも工夫がある。周辺の花壇には花々が咲き誇り、散策も楽しめる
ローズマリー公園・丸山	★★★	★★	★★	中世の欧州をイメージした美しい庭園は魅力。物産店には南房総の産品が並び、加工品が多く、オリジナル色は薄め
ちくら・潮風王国	★	★	★★	海に接し、眺望抜群。鮮魚が並び、飲食店では海の幸も楽しめる。ただ、施設内の生けすは活用されておらず、商品の種類も少なめ
富楽里とみやま	★	★	★★	富津館山道のPAと一体化し、アクセスは良い。野菜から海産物、土産物まで取り揃える。ただ、独自商品は少なく、施設も古い印象
八王子滝山	★★★★	★★★★	★★★★	八王子周辺の地産品、加工品を前面に押し出した商品力と見せ方は秀逸。広くはないが、明るく清潔感のある施設も好印象だった
伊東マリンタウン	★★★	★★	★★	足湯や天然温泉に加え、飲食店も多く、ファミリーで楽しめる。物販コーナーは賑わいがあつたが、生鮮品や独自商品は少なめ



松本 大地 (まつもと・だいち) 氏  
商い創造研究所代表。山一証券や丹青社を経て、2007年から現職。様々な商業施設の企画やプロデュース、コンサルティングを手がける。



いった南房総の特産物は楽しめるが、「仕入れ品が多く、ほかとの差異化があまり見られない」と松本氏は指摘する。一方、外房の海に面する「ちくら・潮風王国」(南房総市)は、見晴らしの良さが最大の魅力。施設中央には生けすが置かれ、新鮮な海産物が並ぶのは、ほかにはない楽しさだ。

もっとも、生けすはあまり有効活用されておらず、“飾り”にとどまっていた。「生けすを前面に押し出した実演や元気な声かけなど、魚市場のようなライブ感があれば、集客力は格段に上がるはず」と松本氏は残念がる。

### 「近くのスーパーより楽しい」

次に向かったのは、東京都八王子市の「八王子滝山」。直売所に入ってまず目についたのが、「八王子産」と書かれた巨大POP(店頭販促)だ。

入り口付近には、近隣の農家が持ち込んだ新鮮な野菜が所狭しと並ぶ。「仕入れ品も少なくないが、レイアウトやPOPを工夫して地元産を際立たせている」と松本氏。上段右端の写真のように、野菜の袋についたバーコードを読み取り機にかざすと生産者の情報が表示されるなど、独自の仕掛けも目を引く。「近くのスーパーより買い物が楽しくて、つい買い込んでしまう」と近所に住む女性客は笑顔で話す。

続いて訪れた「伊東マリンタウン」(静岡県伊東市)は、全国有数の規模を誇る超大型道の駅だ。圧倒されるのが、全長43mにも及ぶ足湯。さらに海が見える天然温泉を備え、飲食施設も充実しており、ファミリーで遊べる。

物産は加工品が中心。オリジナル商品は少なく、地元産の生鮮食品も目立たないため、商品面では「この道の駅

ならでは」といった魅力に欠ける。だが、「試食コーナーを多く設けるなど、賑わいを作る工夫が随所に見られた」と松本氏。観光時の立ち寄りスポットとしては、使い勝手が良さそうだ。

今回の覆面調査で明らかになったのは、「『ハコ』を生かし切っている道の駅は意外に少ない」ということ。

「商品の工夫や整理整頓、社員教育など、商業施設として当たり前のことが徹底されていないと感じられる施設があった」と松本氏は疑問を呈する。

一方で、商業施設が参考にすべき見どころもあった。1つは、コンセプトを貫き、オリジナル商品でリピーターを獲得する枇杷倶楽部。もう1つは、体験型の仕掛けや地域特性を生かした商品で買い物の楽しさを演出する八王子滝山だ。どちらの事例も、差異化に悩む商業施設のヒントとなるだろう。■