

道の駅と田園地域のくらし

溝口周道*

道の駅は、道路利用者に快適な交通環境を提供するとともに、地域の活性化に資することが期待されている。本稿では、田園地域において地域の活性化に成果を上げている道の駅の事例を参考に、人が集まる道の駅の特徴を示すとともに、道路利用者による道の駅での消費や道路利用者と地域住民が道の駅を介して行う情報の伝達や交流などが、地域のくらしに及ぼす波及効果について整理した。

“Michi-no-Eki”(Roadside Information Stations) and Rural Living

Kanemichi MIZOGUCHI*

“Michi-no-Eki” are expected to provide an atmosphere of comfort for road users while also contributing to the vitality of the surrounding region. This paper uses examples of “Michi-no-Eki” which have been successful in bringing vitality to the surrounding region to illustrate the features of stations which attract people and to describe the impact on regional lifestyles introduced by the information and exchange between road users and local inhabitants via these stations.

1. はじめに

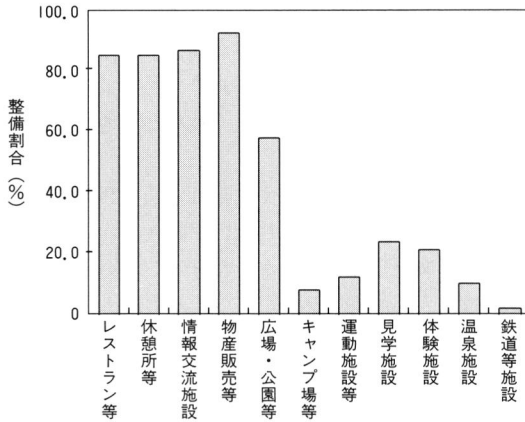
駅というと一般には鉄道の駅を思い浮かべるが、平成2年に「鉄道に駅があるように道路にも駅があってもよいのではないか」という提案がなされ、平成5年に建設省により「道の駅」の制度が定められ、道の駅の登録が開始された。

道の駅は「一定水準以上のサービスを提供できる休憩施設を『道の駅』として登録し広く案内することにより、道路利用者の利便性の向上と施設の利用促進を図り、安全で快適な道路交通環境の形成並び

に地域の振興に寄与することを目的¹⁾として設置されるものである。これをより具体的に言い換えると、道の駅は、地域の創意工夫により、道路利用者の休憩施設と市町村等が整備する各種の地域振興施設とを一体化して多機能化を図るとともに、質の高いサービスを提供する施設とすることにより、地域の情報発信の拠点となり、地域の活性化に資するものとなることが期待されている、ということが出来る。このことは、とりわけ地方部において道の駅が多く設置されていることからもうかがい知ることができる。

本稿は、地域の活性化に資する「道の駅」づくりに役立てることを目的として、田園地域（農山漁村地域）を対象に、地域の活性化に成果をあげている道の駅の事例を参考資料として、人が集まる道の駅

* ㈱ラック計画研究所主任研究員
Senior Researcher,
LAC Planning Research Co., LTD.
原稿受理 1998年12月21日



注) 『98道路時刻表』より作成。

Fig.1 道の駅の付帯施設

の特徴を考察するとともに、道の駅の整備が及ぼす地域のくらしへの波及効果について整理するものである。

なお、道の駅の名称には、地名以外に地域でネーミングされたものがつけられているものもあるが、本稿では、表現の煩雑さを避けるため、地名の表記で止めるものとする。

2. 道の駅の施設と設置状況

1998年版『道路時刻表』によると、平成10年7月現在で全国に431箇所の道の駅が開業している（開業予定のものを含めると467箇所）。

「道の駅の登録・案内制度(平成5年2月)」によると、道の駅は、利用のしやすさ等の観点から適切な位置にある休憩施設として、無料で利用できる十分な容量の駐車場と清潔なトイレ、利用者に多様なサービスを提供する施設、道路および地域に関する情報を提供する案内所または案内コーナーを備えたものとされている。

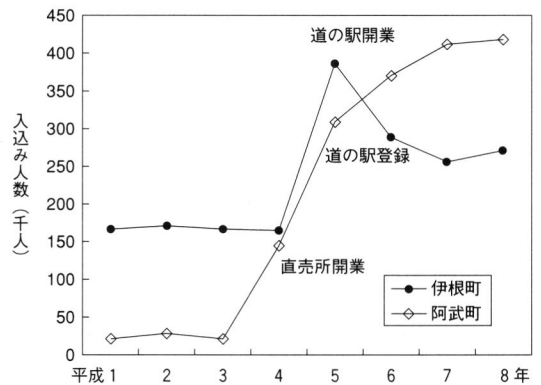
駐車場とトイレはどの道の駅にもあるので、それ以外の施設を見てみると、Fig.1のようになる。431箇所の駅のうち、物産販売等が93%、情報交流施設が86%、レストラン等と休憩所等がそれぞれ85%に整備されており、これらの施設を中心に、見学施設や体験施設などを組み合わせて道の駅が構成されている。これらの施設の中で、収入、つまり経済的効果の大きなものは、物産販売等施設とレストラン等施設であり、これらは農業をはじめとする地域の産業に結びつくものである。なお、駅の隣接地にも施設が整備されているところもあるが、それらは道の駅のデータとしては出てこない。

3. 人が集まる道の駅の特徴

3-1 道の駅による集客

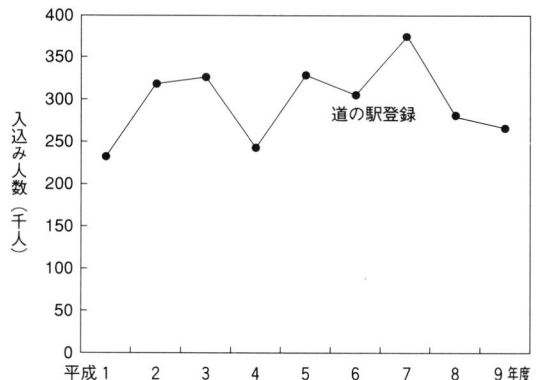
道の駅は、多数の道路利用者が立ち寄り、あるいはわざわざやって来て、施設を利用し、地域の人と交流を図り、飲食や購買その他の消費をしてはじめて地域にさまざまな効果をもたらす。

Fig.2は、道の駅阿武町（平成5年登録；特産品直売所は平成4年オープン）のある山口県阿武町と、道の駅伊根（平成5年登録）のある京都府伊根町の入込みの変化を示したものであるが、道の駅の開業により入込みが増加した典型的な例である。Fig.3は、道の駅津山の入込みの変化を示したもので、ここはもともと地域振興施設「もくもくランド」として整備されていたものを道の駅として整備、登録(平成6年)したところで、数字上は道の駅の開業による顕著な入込み増は見られない。しかしながら、駅を管理する津山町によると、道の駅の登録前は隣町のホテルの客など利用者層が限られていたが、道の駅



注) 『全国観光動向』より作成。

Fig.2 町の観光入込みと道の駅の開業



注) 津山町資料より作成。

Fig.3 道の駅津山の入込み

Table 1 道の駅による集客

要件	ターゲット	手法
道路利用の基本的なニーズの充足	道路利用者の立ち寄り利用	安心して利用できる環境づくり
観光的魅力の創出	観光客の目的利用	地域の環境・文化の魅力の活用
地域の拠点の形成	地域住民の日常的な利用	購買や外食ニーズ等への対応

に登録したことで利用者層が広がり、景気が低迷する中であっても年間約25万人の利用者が訪れているとのことである。

地域の活性化に結びつく道の駅は、人が集まる駅であり、その特徴は、道路利用者の基本的なニーズの充足、観光的魅力の創出、地域の拠点の形成の三つの面から捉えることができる (Table 1)。

3-2 道路利用者の基本的なニーズの充足

休憩やトイレ利用、道路案内などが道路利用者の基本的ニーズである。これまでそれらのニーズは、沿道のドライブインやレストランなどに頼ってきている。しかしながら、有名なドライブイン以外はほとんど地図にも載っていませんし、また、トイレがあまり清潔でなかったり食事が高かったりと、あまりいい印象を持たない施設があったりするので、どこでも気軽に利用するというわけにはいかず、快適な旅行をするには不十分な環境であった。

道の駅は、道路利用者の基本的ニーズを満たす施設として期待されている。駅の数が増加し、ロードマップ等に記載され、また雑誌の特集記事²⁾に取り上げられたり、道の駅を紹介するガイドブック³⁾が出版されるなどして知名度も高まり、利用しやすい環境が整いつつある。特に高速道路のパーキング・エリアやサービス・エリアと同じように、道路上に規格化された案内標識 (Fig.4) が掲示されることと、何よりも道の駅では施設を管理する地域の人々が、道の駅はトイレがポイントと考え清潔なトイレの堅持に努め、あるいは、商品の価格に配慮して値段が高いというような風評が出ないように努めている⁴⁾ことが、道の駅を安心して利用できる施設として印象づけている。

つまり、道の駅という形態が、駅を管理する地域の人々の努力を背景に、道路利用における“安心を情報化”し、道路利用者の気兼ねない立ち寄り利用を促進していると思われることができる。

3-3 観光的魅力の創出

単なる立ち寄り利用だけではなく、目的を持って

わざわざ道の駅にやってきてもらうには観光的な魅力が必要である。道の駅の売り物は、傑出した自然景観のような典型的な観光資源ではなく、地域の環境や産業を含む文化である。当然ながら地域にあるものしか売りようがない。

もともと、地方の環境や文化は立派な観光対象であった。旅が盛んに行われた江戸時代に、多くの優れた紀行文を残した二人がそれを示している。貝原益軒は、人間が生き、かたちづくるものとしての地方の生活、産業や風土、生活形態を見すえ⁵⁾、松尾芭蕉は訪れた土地の風景との対話を楽しんだ⁶⁾。また、古典落語の作品『百川』(江戸の有名な料亭の話)は、地方出身の奉公人の“なまり”言葉の誤解が引き起こすおもしろさを描いているが、そこには中央(都)対地方の上下関係はなく、なまり言葉を受け入れ、お互いを理解しようとする対等の関係が描かれている。これらからわかるように、観光の原点は、対等な関係のもとに、他所の地域の優れた環境や文化を体験することであった。ところが近代国家が発展する過程で、中央(大都市)対地方という構図が地方の文化の見方に持ち込まれてしまった。極論すれば、地方の多くの市町村は大都市を見て、「我々の地域には何もない」と錯覚し閉塞状態に陥ってしまった。

最近になって、地域の環境・文化を活かしたまちづくりの先進地の成功事例が増え、また一方で、道の駅のように、来訪者と地域の人がふれあう機会が増えることによって、地域の環境や文化の魅力を再認識するようになってきた。

地域の環境や文化を観光的魅力として活かしてゆくには積極的な演出が必要である。特産品や土産品あるいは料理や体験メニューなどの個々の商品の魅力はもちろん重要であるが、演出によりそれらの商品に付加価値付けがなされることで効果がより高め



Fig.4 道の駅の案内標識



Fig.5 道の駅津山における“環境の情報化”

られる。

宮城県津山町は林業の町で、特産品の一つが矢羽集成材等を使った木工品である。道の駅津山は、豊かな森林を背景に立地し、メインの建物は木材をふんだんに使った温もりの感じられる建物である。その中で木工品が売られ、木工体験もできる。京都府伊根町は舟屋で有名な漁業の町である。道の駅伊根は、伊根湾と舟屋を眺望する高台に設けられている。舟屋をイメージした建物の中には水槽が置かれ、眺望を楽しみながら旬の魚料理が味わえる。群馬県川場村は、美しい田園景観を残す農村である。道の駅川場では、田園景観と調和するように道の駅の各施設が分棟型で配置されデザインされている。ここでは新鮮な農産物や酪農製品などが売り物で、加工施設の見学もできる。

これらの例では、“環境や文化を情報化”する装置として道の駅が機能している (Fig.5) と見ることができる。ここでいう情報化とは、「こういう環境のところなら、ここで半日ぐらい過ごしてみたい、こういうものを買ってゆきたい、こういうものを食べてみたい、こういう体験をしてみたい」と思わせるような演出であり、これが商品や体験の付加価値となる。

地域内の観光農園や直売場等との連携を図り、その手配や案内をするものもある。例えば千葉県富浦町の道の駅とみうらでは、花狩りなど、農家への観光客の斡旋を行っている⁷⁾。駅に観光農園・体験農園を付帯させているところも多い。

このように、地域の環境や文化をもとに観光的な魅力を創造することで、道の駅の集客が図られている。

3-4 地域の拠点の形成

道路利用者の立ち寄り利用や観光客の利用に加えて、地域住民の利用が加わることで道の駅をさらに活性化させることができる。地域住民が利用す

ることで平日利用が増え、利用の平準化を図ることにつながってゆく。

地域住民の利用は、住民の購買や飲食需要に応えることによってなされ、物販(直販)施設やレストラン等が中心となる。直販施設は流通コストがかからない分、値段が安く、生鮮食品では新鮮なものが手に入る。また、有機低農薬野菜など安全な食品を手に入れやすいというようなメリットもある。

直販所への持ち込みは登録制のところが多く、売れ残った農産物等は持ち帰りが徹底されており、新鮮さが保証されている。商品には生産者を記したラベルがつけられており、気に入った生産者を選択できるし、直販所を通して苦情を言うこともできる。つまり、登録ラベルによって、“商品の安全性や商品に対する責任の情報化”が図られ、付加価値となっている。また特産品の果物等では、共同選果場を通して搬入する(例えば鳥取県大栄町の大栄スイカ⁸⁾)などして、品質や味が管理されている。

レストランは、住民の楽しみのための外食需要への対応や、来客のもてなしの場などに利用されている。人口がそれほど多くなく観光地でもない地方部の市町村では、そのような需要に対応できる施設はあまりない。今後交流が盛んになるにつれてニーズはいつそう高まってゆくものと思われる。

このような利用は、地元の自治体の住民だけではなく、近隣の市町村まで広がり、手軽に利用できる自動車でおおよそ30分程度の圏域が形成されている。滋賀県愛東町の道の駅あいとうは、花をテーマに道の駅づくりを進め、婦人層をターゲットにハーブを中心とした関連商品販売、工房教室、料理教室、新鮮な野菜の販売などを行っているが⁹⁾、町の広報誌によると、地域の婦人層を中心に女性客が多く、平日でも利用の大きな落ち込みがないとのことである。主な利用者は、彦根市や八日市市など近隣の市町村まで分布している。また、この駅には地元の銀行の

キャッシュディスプレイも設置されており、地域住民の活動の拠点の一つとなっていることがうかがえる。

4. 道の駅が及ぼす地域の暮らしへの波及効果

地域の創意工夫により魅力ある道の駅が整備、運営され、多くの道路利用者が訪れ、施設を利用する。そして、地域の人々とふれあい、購買や飲食等の消費が行われる。道路利用者は、道の駅に集められた地域の情報を受け取り、地域の中に入り込むこともある。

また、道路利用者は、地域の情報や商品等を持ち帰り、それを周囲に伝える。反対に、消費者としてのニーズや観光客としてのニーズを道の駅を介して地域に伝えてゆく。道路利用者は道の駅において単なる消費者になるのではなく、情報を伝達・交流させる役割をも果たしている。

地域住民は道路利用者に対し、道の駅を介して情報やものを供給し、道路利用者からの情報を受け取るだけでなく、自らが道路利用者として道の駅を利用し、消費者にもなる。

以上のような、道の駅を介した地域住民と道路利用者との相互作用の中で、地域に潜在していた資源や人材が顕在化し活性化され、道の駅が地域の暮らしにさまざまな波及効果を及ぼす。それらを、マイナスの影響も含めて、以下に整理する。

4-1 経済的効果

1) 就業機会の拡大

道の駅に直接雇用されるもののほか、地場産業等の振興に伴い発生する雇用もある。雇用は、若者から高齢者までさまざまであるが、島根県の道の駅浜田では身障者の採用も行われている。

道の駅川場を運営している第三セクターの榎田園プラザ川場を例として上げると、専従職員16名とパートタイマー27名が雇用されている（平成9年度；田園プラザ川場資料による）。

2) 地域産業の振興

特産品や農産物等が道の駅の物販施設で販売されたり、レストランの材料として納入される。あるいは、道の駅の案内で、地域内の直売所や観光農園等が紹介されそこで商品が購入される。これらは、道の駅の利用者によってもたらされる直接的な効果である。

その上で、いい商品は利用者が家に戻った後で直接注文してきたり、利用者のPRによって販促効果

がもたらされたりする。これは道路利用を介して地域の情報が伝達されたことを意味している。

このような形で消費が促進されることにより、地場産業の振興が図られる。

3) 少量生産物等の販売と地域内流通の活発化

直販所への野菜等の持ち込みは新鮮さが基準となっていて、量や形状(規格)には制約がなく登録者ならば誰でも持ち込むことが可能である。このことにより、農協への大量出荷ができない兼業農家の生産物や、家庭菜園的な規模での生産物でも販売できるようになった。これまでは知り合いの間等で消費される以外は余って無駄になるものが多かったが、それらが商品化されるようになった。また、少量でも出荷できることで、高齢者が自分の能力の範囲で農業を営むことも可能になった。

それらの農産物の流通は、農協を通じて大量の規格化されたものが市場から都市等へ流通してゆくものと異なり、消費者が自動車で直接買いに来て、主に近隣市町村を含めた地域内で流通しているものである。前者を都市型流通と呼ぶとすれば、後者は農村型流通と呼べるような流通で、直販施設が整備されることにより活発化してきている。

また、売れ残った商品は、持ち込み者同士で交換して持ち帰ることも行われている。

4-2 住民の意識の変化

1) 農業者の主体性の向上

道の駅の直販所での販売は、消費者の顔の見える農業を考えさせるようになった。ことに有機低農薬野菜の伸びが著しい¹⁰⁾というような傾向が直に肌で感じられる利点がある。また、登録者のラベルにより、自分の生産物のPRが可能となり、直接契約栽培をするものも出てきている。

これまで、農協への出荷を念頭に生産のみに専念してきた専業農業者が、道の駅の直販所での販売やそれを契機としての消費者との直接契約による販売等を通じて、消費者との結びつきを重視するようになった。その結果、直販・直売と市場出荷とをうまく組み合わせるなど経営感覚が向上した農業者が見られるようになった。

直販所に出荷する少量生産の農業者には、持ち込まれている農産物の種類や売れ筋などを見ながら野菜の作付け計画(量、品目)を考えたり、他の人が持ち込んだ商品の値段を見ながら自分の商品の値段をつけるなどの工夫をする人が見られるようになった。

2) 地域づくり意識の向上

道の駅づくりに成功しているところは、地域づくりの取組みを着実に積み重ねてきたところが多く、もともと積極的ではあるが、道の駅づくりの際には、農村地域の環境や文化が売り物になるか、農産物の直販所がうまくいくか、などの不安を抱いていたところも少なくない。それが蓋を開けてみると予想以上の売上げとなり、自信を深め、さらなる意欲に結びついている。道の駅あいとうでは、初年度の野菜の売上げが4,600万円となり、当初予想の3倍以上となった(広報誌による)。地域外の一般客から直接大きな収入が得られるようになることのインパクトは大きく、道の駅を発展させるための夢やアイデアが次々と出てくる¹⁰⁾。

また、次第に直販所の登録者が増え、地域住民による道の駅の利用機会が増えるにつれ、住民の地域づくりへの関心が高まってきており、田園景観の保全・創造など、住民が積極的に地域づくりに取り組むところも増えてきている¹¹⁾。

4-3 地域の情報発信と交流の拡大

道の駅が整備され集客が図られることにより、展示施設や体験施設、あるいは物販施設等を通じて、村や地場産品などの情報発信が図られ、来訪者と地域住民との交流の機会が拡大する。

道の駅では、来訪者によりにぎわいが形成されるので、地域のイベントの開催場所を道の駅に移したり、住民の活動の場を公民館から道の駅に移したりして、交流に結びつけているところもある。富山県細入村が村最大の「らっきょう祭り」の会場を道の駅に移したこと¹²⁾や、山口県阿武町で、住民の盆栽同好会・さつき同好会が展示会の場所を道の駅に移した(阿武町資料による)のはその一例である。道の駅あいとうでは、ハーブの愛好者のサロン「ハーブ友の会」が発足し、交流が行われている。

また、道の駅に物販施設やレストラン等を持つことで、新規に開発した特産品や加工品などを試販したり、販売・PRを行う場が確保され、特産品等の開発から販売への流れが円滑に進むようになってきている。

道の駅津山には木工品を専門に販売する場所があるということで、関東で木工をやっている人が津山町に移り住んだという例もある。これも情報発信の効果である。

4-4 環境保全効果

前述の住民の環境意識の向上の結果としての環境保全効果だけではなく、道の駅による直接的な波及

効果としての環境保全効果もさまざまな形で現れている。

津山町では、森林管理の促進のために間伐材の有効活用が急務であったが、道の駅で間伐材を使った木工品等が売れることにより、間伐が促進され、森林管理に効果をもたらしている。農産物の直販施設では、少量の生産でも販売できるため、零細規模の農地の活用を可能にし、結果として遊休農地の増加を抑え、環境保全に効果を上げている。

特殊な例としては道の駅伊根による地域環境の保全効果がある。伊根湾の舟屋の街並みは優れた観光資源ではあるが、もともと平地が少ないために発達したもので、収容力が小さく、多くの観光客や車輛が入り込めば地域の環境に大きな影響を与える恐れがある。しかしながら、道の駅が高台に造られたため、観光客の大多数は駅を利用し、そこからの眺望を楽しんで帰ってゆくことになり、観光の振興と地域環境の保全がうまく図られることとなった。

他方、環境へのマイナスの影響は利用者の増加によってもたらされる。利用者の増加とともにゴミの量が増加し、放置されるゴミも多くなり、ゴミ処理の負担が増加する。清掃の徹底と利用者の意識の啓発が、今後ますます必要になってくる。

駐車場の不足も解消する必要があるが、広大な駐車場が広がると、田園地域に相応しくない景観を呈する恐れがあるし、平地が少ないところでは、地形の改変等、環境への影響が懸念されることとなる。

4-5 低利用の観光資源の活性化

一般に、地方では海水浴場だけで更衣室や休憩所、飲食施設などの海水浴客のサービス施設が成り立つところは少なく、それが利用者数を抑えている面もある。そのようなところでは、道の駅にそれらの施設を付帯させてサービスを向上させ、利用の活性化を図ることができる。愛媛県双海町の道の駅ふたみは、隣接する公園の人工海浜を利用する海水浴客のために夏期に屋外売店や仮設シャワー、納涼席などのサービスを行い収益を上げている¹³⁾。

4-6 地域の交通環境の改善

道の駅は主に幹線道路に設置されるため、道の駅の整備と並行して道路の改良が進むこともある。道の駅を鉄道の駅に併設(例えば、道の駅のだ：岩手県野田村; Fig.6)することで、駅の活性化が図られたり、観光船(船下り)の乗降場に道の駅が整備されることで(例えば、道の駅阿賀の里：新潟県三川村)観光客の利便性の向上が図られている。



建物の左が三陸鉄道の駅で右が道の駅

Fig.6 鉄道の駅に併設された道の駅のだ

また道の駅川場では、駐車場を冬期にはスキー場へのシャトルバスの発着所として活用し、スキー場へのアクセス道路の混雑の緩和に効果を上げている。

他方、マイナスの影響は、利用者の増加によって引き起こされている。特に観光シーズンにおける交通混雑で、道の駅からあふれた車の渋滞や深夜の騒音などの問題が発生しているところもある¹³⁾。当初の見込み以上の利用者が訪れて駐車場不足となっている駅は多い。

また、大型トラックの通過が多い幹線道路では、道の駅がトラックの休憩場所となり、多数のトラックが出入りし、歩行者の危険度が増すとともに、多数のトラックが駐車している様が道の駅の景観・雰囲気を減じてしまっているところもある。

5. おわりに

鉄道ができる以前には、道に駅があった。旅が盛んに行われた江戸時代には街道には宿駅が設けられていた。さらに昔の古代の律令制社会の時代には、駅制がしかれ、駅・駅家(うまや)が設けられていた。駅には駅馬(はゆま)が配備されていたが、この名称が、宮崎県北川町にある道の駅の名称「北川はゆま」に用いられている。

昔の道の駅は、現代のものとは性格が異なるが、地域が支えていたことには共通点がある。地域が支えるということは地域に負担が伴うことを意味する。現代の道の駅は、道路利用者のサービスだけを考えたら地域の負担は大きい、利用者に質の高いサービスを提供して利用を促進し、それを地域の振興にうまく結びつけてゆけば、地域の活性化をもたらすエネルギーとなる可能性を持っている。とはいえ中途半端な施設では、お荷物施設になる恐れも孕んで

いる。

全国的に見れば道の駅の数はまだまだ少ない。今後数が増えてくれば、近隣の市町村間でそれぞれに道の駅ができるケースも増えてくるであろう。そうなれば、お互いの連携と同時に競合関係も考慮する必要が生じてくる。その時に他との差異化を図るための素材は、結局、地域に固有の環境や文化となるであろう。

現状を始まりとして、地域がどのような環境を育成し文化を醸成してゆくか、また、それを道の駅を通じてどう情報発信してゆくかが、将来の発展を左右してゆくものと考えられる。

参考文献

- 1) 建設省道路局監修『道の駅の本』ぎょうせい、1993年
- 2) 小学館編「とっておきの土産がある「道の駅」新発見」『サライ』10(15)、pp.41~49、1998年
- 3) 勁文社編『ケイブンシャの大百科別冊「道の駅」』勁文社、1996年
- 4) 菊地隆三「道の駅を考える②秋田県西目町」『地域づくり』pp.8~9、1997年11月
- 5) 板坂耀子『江戸の旅と文学』ぺりかん社、P.10、1993年
- 6) 溝口周道「芭蕉の旅に見る観光・リゾートの風景」『観光研究』9(2)、pp.17~24、1998年
- 7) 加藤文男「道の駅を考える③千葉県富浦町」『地域づくり』pp.10~11、1997年11月
- 8) 楠本雅彦「道の駅大栄：「道の駅」の経営方法」『月刊観光』pp.20~23、1994年8月
- 9) ふるさと京都塾編「あいとうマーガレットステーション—花と女性を中心にしたソフトな町づくり」『人と地域をいかすグリーン・ツーリズム』学芸出版社、pp.94~97、1998年
- 10) 庄田三代子「道の駅を考える⑤奈良県當麻町」『地域づくり』pp.14~15、1997年11月
- 11) 21ふるさと京都塾編「郷土食當麻の家—豊かな地域資源を生かし農家主体で築いた交流の拠点」『人と地域をいかすグリーン・ツーリズム』学芸出版社、pp.102~105、1998年
- 12) 高田俊成「道の駅を考える④富山県細入村」『地域づくり』pp.12~13、1997年11月
- 13) 若松進一「道の駅を考える⑦愛媛県双海町」『地域づくり』pp.18~19、1997年11月