

- 地域特産のビワを道の駅が中心となり、加工、オリジナル商品を開発(ビワ関連商品50種類)。従来の規格外品の活用や需要安定により生産農家の経営安定に貢献。
- ビワ狩りや体験企画、菜の花など、地域の観光資源をパッケージ化し、都市部の旅行会社へ販売、観光バス3000台を誘致するとともに、地域の100事業者に効果が波及。
- 人形浄瑠璃などの地域文化の発信や、地元産野菜・花卉のマルシェ、観光案内人の常駐、非常用電源などの防災設備など、地域の拠点として多様な機能を発揮。

年間利用者： 約50万人 販売額： 約5億円 雇用： 約60名

道の駅「とみうら」 千葉県南房総市

〔人口 約4万2千人〕
〔面積 約230km²〕

国道127号(単独型)



「道の駅」を核とした6次産業化

「道の駅」が中心となり特産のビワを加工、オリジナル商品(50種類)を開発、販売



地域固有の観光資源をパッケージ化し、観光ニーズを呼び込み

観光資源をパッケージ化し、都市部の旅行会社へ販売
(道の駅が旅行業資格を取得)

例)日帰りバスツアー誘致



地域の様々な観光資源



観光バス立寄り台数
約3000台(9万人)

出典: (株)ちば観光振興公社(観光客200)

びわ狩り
いちご狩り
レストラン
体験農家
観光名所 等

地域100事業者

地域の伝統・文化の継承、交流のための取り組み

富浦人形劇など、地域の伝統・文化の継承の場としても活用

