

道の駅の休憩場所としての魅力向上の重要性について

(独) 土木研究所 寒地土木研究所 道央支所 ○高田 尚人
 同上 地域景観ユニット 三好 達夫
 同上 地域景観ユニット 松田 泰明

道の駅は休憩や地域情報の提供、物販、飲食のサービスなど、ドライブ観光の重要な拠点となっている。一方、道の駅の休憩場所としての魅力向上については、道の駅の利用者満足度に大きな影響を与えていると考えられるが、物販や飲食の提供に力を入れるあまり、休憩施設として十分な取り組みがなされていない駅もある。そこで、道の駅で利用実態調査を行った結果、心地良い休憩施設があると道の駅の評価が向上して滞在時間も増加し、道の駅での消費額も増加するなど、駅全体の活性化に繋がっていることがわかったので報告する。

キーワード：地域活性化、道の駅、地域交流、観光・景観

1. はじめに

北海道における観光産業は、北海道の基幹産業であり観光消費額は農業の産出額に匹敵する重要な産業となっているが、来道観光客が伸び悩む中、個人のドライブ観光は重要な要素と位置づけられている¹⁾ (図-1)。また、今後富裕層の外国人観光客によるレンタカー利用の急増が見込まれる(図-2)²⁾。

このように、北海道での移動手段は、自家用車やレンタカー、バスなどの道路による交通が高い割合を占め³⁾、主要な都市や観光地間の移動距離が、比較的に長いいため、道の駅などの休憩施設や駐停車空間の重要性が高い。

しかしながら、中には休憩施設が充実していなかったり、地域特性が十分活かされていない道の駅も少なくない。一方、道の駅はその発足から15年が経過し、発足当時の施設の中には老朽化が進み、更新・施設増強の時期に来ているものも少なくない状況にある。

そこで今回の調査では、重要な要素の一つである道の駅の休憩機能に着目し、「休憩機能の魅力向上が道の駅全体の魅力向上に寄与し、道の駅における滞在時間や消費額の増加にも波及し、それが地域活性化・地域交流促進に寄与する。」という仮説を立て、検証を行った。

本報告では、道の駅の休憩機能の魅力向上の重要性について述べるとともに、平成20年度に道内6箇所の道の駅において、利用者を対象に道の駅の休憩機能や魅力に関する評価と自動車の駅滞在時間を調査し、休憩施設としての道の駅の評価と滞在時間や消費額との関係を把握したのでこれらを報告する。

Naoto Takada, Tatsuo Miyoshi, Yasuaki Matsuda

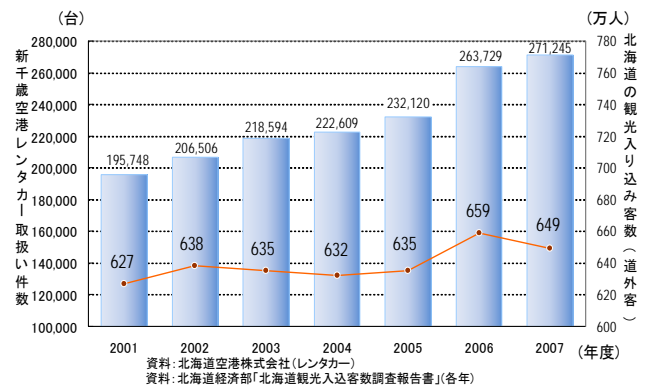


図-1 新千歳空港のレンタカー貸出件数と北海道の観光入込客数

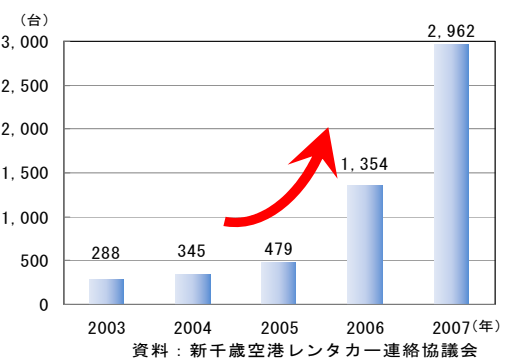


図-2 新千歳空港の外国人レンタカー貸出件数

2. 道の駅の休憩機能の魅力向上の重要性

道の駅の役割は、休憩機能・情報発信機能・地域の連携機能の3つあり、中でも休憩機能は、道の駅利用者が最も多く(約95%)利用する機能となっている⁴⁾。

また、H19年度に北の道ナビで行った、「ドライブ途中で立ち寄りしたいところ」を聞いたWebアンケート調査でも「風景を眺めながら休憩出来るスペースがあるところ」が一番多い回答を得ている(図-3、写真-1)。

しかし、一例として休憩機能において重要な役割を果たす園地の配置について、北海道内の道の駅101駅(H19年度末時点で北海道内の全て)の悉皆調査を行った結果、図-4に示すように、施設と園地が分断されたり、園地が施設の裏側に配置されて利用しづらい道の駅が多く存在しているなど、休憩機能が重要視されていないところが多い。

また、地域の物産等の販売は、利用者に人気が高く、道の駅の入り込み客数を増加させ地域活性化に貢献する



図-3 ドライブでの立ち寄り場所のニーズ
(北の道ナビ・アンケート結果⁹⁾)

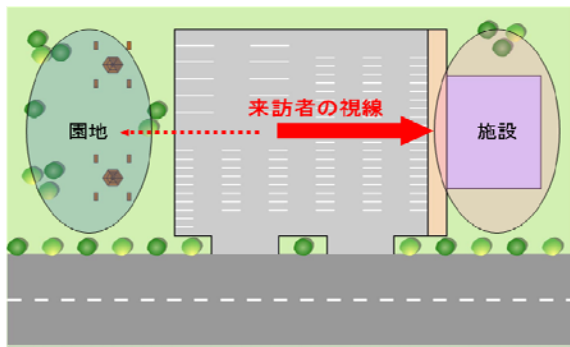


図-4 園地と施設が分断されている例

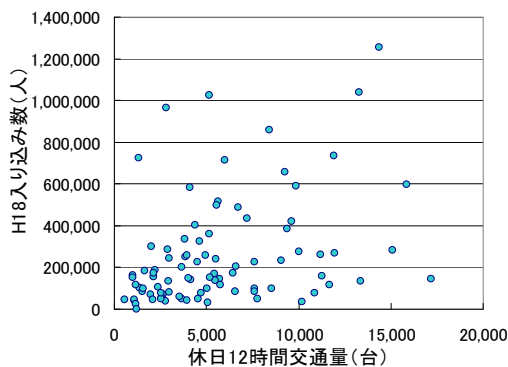


図-5 道の駅の入り込み客数と交通量



写真-1 風景を眺めながら休憩出来るスペースがある
(道の駅「マオイの丘公園」)

重要な施設である。しかし、これら物販や飲食の提供に力が入るあまり、単なる商業施設となっている傾向も見受けられ、道の駅について快適な休憩機能を求める利用者のニーズに十分に答えられていないのではないかと考えられる⁷⁾。

ここで、道の駅の入り込み客数と駅前面道路の休日の交通量との関係を見たとき、それらの相関があると考えられる。しかし、今回の調査結果では図-5のとおり、それらの相関関係は弱く、交通量は入り込み客数に大きく影響する要素とはなっていないことが分かる。また、平日の場合のこれらの関係については、さらに相関関係が弱かった。

したがって現在、多くの道の駅が設置されている現状では、地理的な条件や付帯施設の影響はあるものの、道の駅のブランドだけではなく、その魅力が入り込み客数に影響している可能性が十分あると考える。

3. 道の駅での利用者実態調査

(1) 調査箇所及び調査日

道の駅の選定については、付帯施設として温泉施設を有する駅、峠及びその前後に立地する駅、複数の施設が分散して配置され、利用者の動向把握が困難な駅などを除いた。その上で情報雑誌等で人気のあるとされる箇所、札幌から調査しやすく休憩施設の配置に違いのある箇所と、H19年度十勝の12の道の駅の調査を実施した関係から、これらの中より休憩施設の配置に違いのある箇所など、各道の駅の条件を考慮し、以下の6箇所とした(表-1)。

表-1 調査箇所及び調査日

道の駅名	調査日	アンケート調査 (回答数)	車両入出庫調査 (調査台数)
ハウスヤルビ奈井江 (以下奈井江)	H20. 7. 1	148	502
なかさつない (以下中札内)	H20. 8. 22	212	775
マオイの丘公園 (以下長沼)	H20. 7. 2	262	850
ピア21しほろ (以下土幌)	H20. 9. 5	138	424
くろまつない (以下黒松内)	H20. 7. 31	191	358
たきかわ (以下滝川)	H20. 8. 1	219	615



アンケート調査状況



車両入出庫調査状況

写真-2 道の駅「くろまつない」での調査状況

(2) アンケート調査

調査は、メインとなる屋内施設の出入口付近にテーブル・イスを設置し、調査人員が直接アンケート調査を行った(写真-2:左)。なお、消費額及び滞在時間を記入してもらうため、施設からの帰り際にアンケートに回答してもらった。

アンケート調査の主な内容は、以下の事項とした。

- ・居住地、交通手段、ドライブ目的、道の駅の利用目的、道の駅施設に対する評価、消費額、滞在時間

(3) 車両の滞在時間調査(車両入出庫調査)

調査は、道の駅の駐車場の出入口付近に調査員を配置。入出庫する車両のナンバーと時刻を記録し、入出庫時刻の差を滞在時間とした(写真-2:右)。なお、長沼・奈井江を除く4駅では、アンケート回答者の車両ナンバーを記入してもらい、入出庫調査の結果と照合させ、正確な滞在時間を把握した。

4. 調査結果

(1) 滞在時間と消費額の関係

滞在時間と消費額の間を、アンケート調査と入出庫調査の結果と照合させた4駅の正確な滞在時間と消費額のデータを図-6に示す。なお、アンケート結果は、滞在時間が短く消費額が大きい買い物目的や、滞在時間が長く消費額が小さいパークゴルフ、宿泊など調査目的から外れるものは除外している。

この図をもとに、来場者の滞在時間を30分未満と30分以上で区切り平均の消費額を比較した。その結果、30分以上が30分未満の消費額の約3倍であった。すなわち、滞在時間が長いと消費額が増加する可能性が高く、いかに利用者を30分以上滞在させるかが重要といえる。

(2) 道の駅に対する評価と滞在時間及び消費額の関係について

a) 休憩機能と滞在時間及び消費額について

アンケート調査項目のうち、休憩機能に関するものを

それぞれ「屋外空間について(以下:屋外空間)」「屋外の休憩スペースについて(以下:屋外休憩)」「屋内の休憩スペースについて(以下:屋内休憩)」の3つに分け、滞在時間及び消費額との関係を調査した。その結果を図-7~12に示す。図の見方は以下のとおりである。

- ・グラフは、6駅全てのデータを集計したものである。
- ・滞在時間及び消費額は全てのアンケート結果から、調査項目の評価点ごとに滞在時間と消費額を平均した。
- ・評価項目に対する点数
非常に思う:5点 そう思う:4点
どちらでもない:3点 あまり思わない:2点
全く思わない:1点
- ・6駅全部アンケート調査を行った項目を「●」とした。
- ・長沼、奈井江を除く4駅で調査を行った項目を「○」とした。
- ・「あまり思わない:2点」「全く思わない:1点」は、全回答数に対して、回答数がかなり少なく、偏りが大きいデータになることから、関係評価の対象から外すこととした。

その結果、「屋外空間」「屋外休憩」「屋内休憩」のそれぞれについて評価が高いと滞在時間が増加しており、同様に消費額についても、評価が高いほど増加する傾向にあった。特に、「屋外空間」の「屋外から見える景色が魅力的である」と、「屋外休憩」の「屋外で楽しく(快適に)休憩できる」及び「緑陰があり、木陰でゆっくりと休憩ができる」については、評価が高いほど滞在時間が長くなり、それに応じて消費額も増加する傾向がある。

また、「屋内休憩」の「屋内で楽しく(快適に)休憩できる」についても他と同様に、評価が高いほど滞在時間が長くなり、消費額も増加する傾向があった。これらから、休憩施設は屋内外を通じて重要であり、休憩機能の魅力向上は滞在時間を長くし、消費額を大きくさせることに寄与すると考えられる。

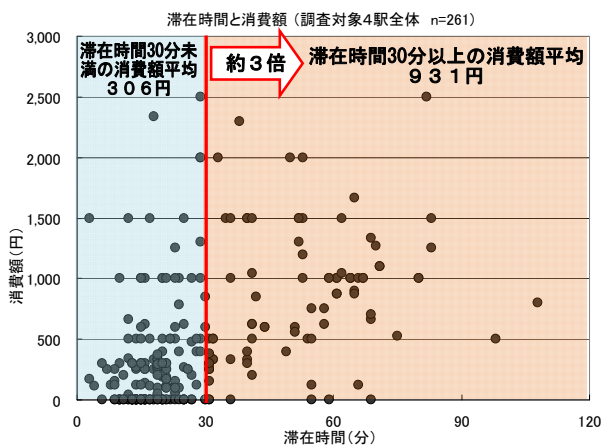


図-6 滞在時間と消費額の関係

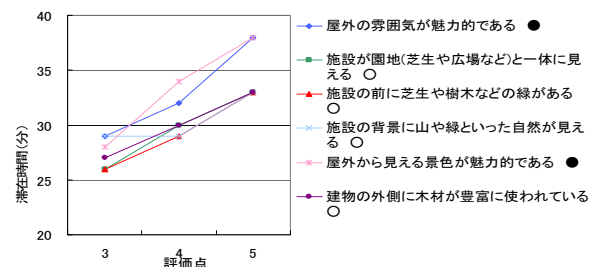


図-7 滞在時間と屋外空間について

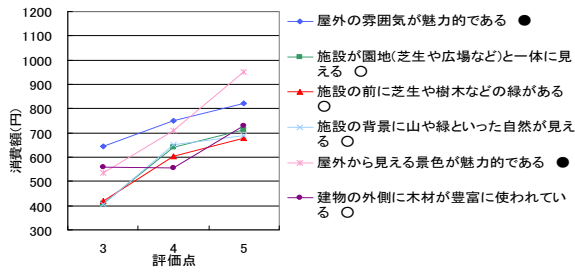


図-8 消費額と屋外空間について

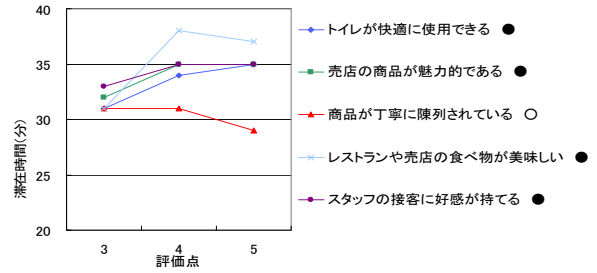


図-13 滞在時間と付属施設について

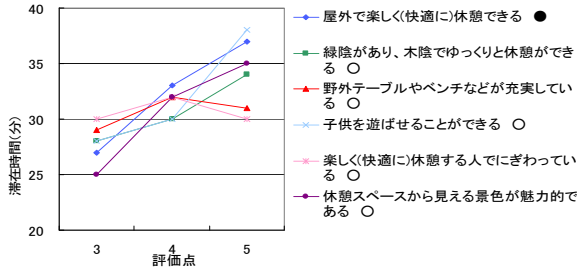


図-9 滞在時間と屋外の休憩スペースについて

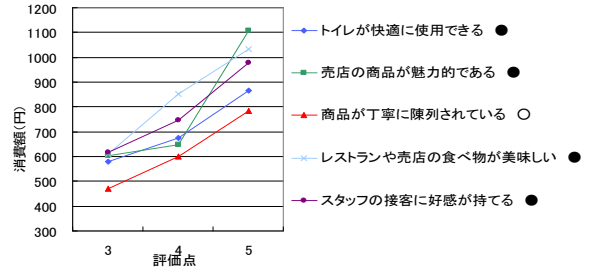


図-14 消費額と付属施設について

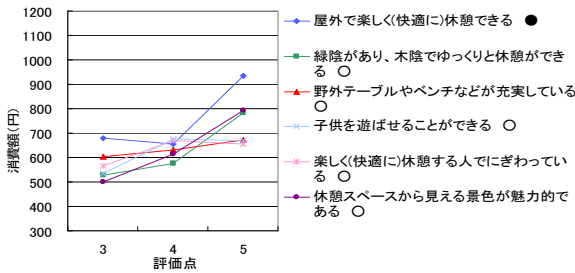


図-10 消費額と屋外の休憩スペースについて

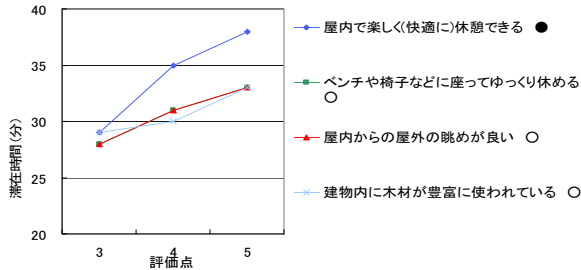


図-11 滞在時間と屋内の休憩スペースについて

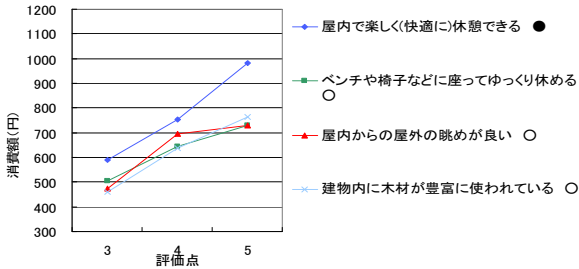


図-12 消費額と屋内の休憩スペースについて

b) 付属施設と滞在時間及び消費額について

アンケート調査項目のうち、付属施設に関するものと滞在時間・消費額との関係を図-13~14に示す。

今回の調査結果では、消費額に対して「売店の商品が魅力的である」などは消費額が増加する要因であったが、滞在時間に対して、「商店の商品が魅力的である」などは滞在時間を長くさせる要因となったのに比べ、「商品が丁寧に陳列されている」は、その要因ではなかった。また、「レストランや売店の食べ物が美味しい」は、評価が高いと滞在時間が増加するが、ある程度以上は増加しなかった。

c) 道の駅全体の魅力と滞在時間及び消費額について

アンケート調査項目のうち、道の駅全体についての魅力に関するものと滞在時間・消費額との関係を図-15~16に示す。全体的に評価が高いほど滞在時間が長くなる傾向があり、消費額も多くなる傾向がある。特に、「こちよく休憩することができる」は滞在時間が長くなる傾向が顕著に表れていた。

また、「全体的に魅力のある道の駅である」や「北海道らしさを感じる」についても、評価が高いと滞在時間が長くなり、消費額も大きくなる傾向にあった。つまり、休憩機能は、道の駅全体の魅力向上に寄与し、滞在時間を延長させ消費額を増加させると考えられる。

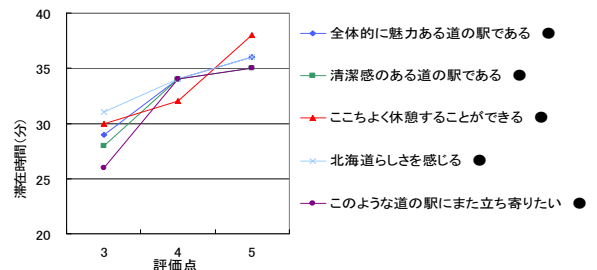


図-15 滞在時間と道の駅全体について

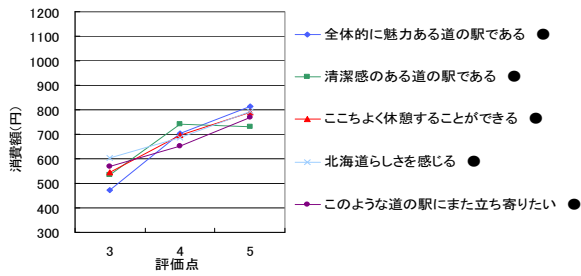


図-16 消費額と道の駅全体について

d) 今回の調査対象6駅の評価に関する相对比较

図-17は、今回対象とした6箇所の道の駅について行ったアンケート調査をもとに、休憩機能や施設に関する項目の一部を抽出し、6項目の評価を比較したものである。

これらの図を比較して見ると、特に「道の駅C」は、「II：屋内で楽しく(快適に)休憩できる」等で評価が高い。これは施設内に木材を多く使用するとともに、屋内から屋外の園地が眺められる施設づくりが、高い評価となったと考えられる(写真-3)。

また、「道の駅E」は、「VI：北海道らしさを感じる」等で高い評価を受けている。これは駐車場とメイン施設の間に花壇を設置したり、園地に川や樹木を効果的に配置するなど、花と緑をアピールした施設づくりが、高い評価となったと考えられる(写真-4)。

ここで共通するのは、休憩機能が重視され心地よく休憩できるように配慮されていることが挙げられる。

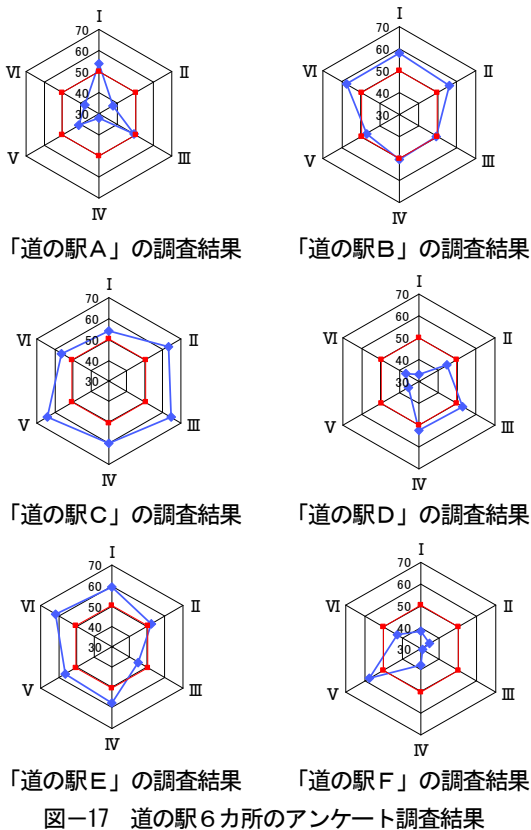


図-17 道の駅6カ所のアンケート調査結果

※レーダーチャートの項目

- I：屋外で楽しく(快適に)休憩できる
- II：屋内で楽しく(快適に)休憩できる
- III：トイレが快適に使用できる
- IV：売店の商品が魅力的である
- V：レストランや売店の食べ物が美味しい
- VI：北海道らしさを感じる



屋内休憩施設の様子



屋内から見える園地



動線上に設置された花



木を使用した施設内

写真-3 「道の駅C」の評価された状況



施設前に配置された花壇



緑豊かな園地



歩道から見える園地



車道沿いに配置された花壇

写真-4 「道の駅E」の評価された状況

5. まとめと考察

今回の道の駅の利用実態調査の結果、以下のことが明らかとなった。

- ①道の駅の入り込み客数と駅前道路の交通量との関係は弱い。
- ②道の駅の滞在時間が30分以上の場合、30分未満の平均消費額の約3倍であり、利用者をいかに長く滞在させるかが重要となる。

- ③屋外空間について、「屋外から見える景色が魅力的である」項目の評価が高いと、滞在時間が長くなり、消費額も多くなる傾向を確認した。つまり屋外に広がる景色の見せ方が重要となる。
- ④屋外の休憩スペースについて、「屋外で楽しく(快適に)休憩できる」及び「緑陰があり、木陰でゆっくりと休憩ができる」項目の評価が高いと滞在時間が長くなり、消費額も多くなる傾向を確認した。つまり、心地よく休憩できる屋外休憩施設の整備が重要となる。
- ⑤屋内の休憩スペースについて、「屋内で楽しく(快適に)休憩できる」項目が、滞在時間と消費額に対して屋外の休憩スペースと同様な傾向を示し、屋外に限らず休憩スペースの魅力向上が重要である。
- ⑥道の駅全体について、「ここちよく休憩することができる」項目が、滞在時間と消費額が増加するという関係が表れており、休憩機能の魅力向上は、道の駅全体の魅力を向上させ、滞在時間を長くし、消費額を増加させる傾向を確認した。

今回の調査結果から、「休憩機能の魅力向上が道の駅全体の魅力向上や入り込み客数の増加に繋がるとともに、道の駅における滞在時間の延長や消費額の増加にも波及する。」という傾向が見られた。

この結果を踏まえ、道の駅を改修・新設する場合には物販の充実ばかりでなく、屋外・屋内の休憩機能を高めるように整備すると、利用者の満足度が向上し滞在時間や消費額の増加につながる。結果的に道の駅の経営に寄与するだけでなく、これらの取り組みは沿道のツーリング環境の向上やそれに伴うドライブ観光の競争力向上により地域が豊かになると考えられる。

その際、北海道の道路環境は、欧米と似ている点もあるため園地等の活用については、欧米のSA・PAの作り方を参考⁷⁾にすることも効果的と考える(写真-5)。



写真-5 米国の州間幹線道路のPA

6. おわりに

道の駅に対して“利用者側が求めていること”と“管理者側が実施したいこと”との乖離が「道の駅」の課題の一つであると考え、道の駅に関する利用者の調査を実施している。

今回の調査の結果、屋外・屋内で楽しく・快適に休憩でき、利用して“北海道らしさを感じる”ことができる道の駅が、利用者満足度が高く、結果的に地域の交通人口の増加などにつながる可能性が示唆された。

今回のアンケート結果は、北海道の道の駅のうち6駅と一部でのアンケート結果集計であり、今後はより多くの駅で調査を行い研究を進め、道の駅施設の更新・増強及び新設の際の参考となるような「北海道における沿道休憩施設等の整備・改善ガイドライン」の作成を目指していく予定である。

なお、本研究は(財)北海道道路管理技術センターと共同研究を行っているものである。

7. 謝辞

アンケート調査にご協力頂いた道の駅来訪者の皆様と、調査にご協力頂いた関係各機関の皆様に深く感謝いたします。

参考文献

- 1) 北海道観光のくにつくり行動計画:北海道経済部観光のくにつくり推進局 (2008.3)
- 2) Land Transport Safety Authority NZ : Tourist Road Safety in Otago and Southland 2004.
<http://www.ltsa.govt.nz/research/overseas-tourists/index.html>
- 3) 道内観光客動態調査報告書 [平成15年度]:北海道経済部観光のくにつくり推進局 (2004.5)
- 4) 国土交通省道路局国道・防災課 水谷和彦:道路建設(2007 11月号)特集「道の駅の現状と今後の展開」
- 5) 寒地土木研究所地域景観ユニット:「北の道ナビ・アンケート」(2007.4~2007.10)
- 6) 国土交通省道路局:道の駅HP(平成20年12月10日現在),
<http://www.mlit.go.jp/road/station/road-station.html>
- 7) 小泉優子, 田村喜子・牧哲史:土木施工(2007.9月号), 山海堂, p09~p18
- 8) 堀繁, 中尾信裕, 川島聖, 尾高寛信, 高橋秀喜, 上川雅弘・斉藤淳:欧州休憩施設技術調査報告一技術検討委員会海外技術報告一(2003)