

「道の駅」の経営状況からみた地域振興への貢献について

(国研)土木研究所寒地土木研究所地域景観ユニット ○松田 泰明
 同 吉田 智
 国土交通省北海道開発局札幌開発建設部 柴田 哲史

1. はじめに（背景）

「道の駅」は、沿道の快適な休憩施設としてだけでなく、観光貢献など地域の重要な振興施設となっている。特に北海道では二次交通の脆弱性に加え、観光資源がカントリーサイドに点在することから、道民はもとより国内外からのドライブ観光需要が大きく、道の駅が果たす役割は他の地域よりも大きい。そこで、これまで屋内外の休憩空間の快適性が滞在時間と売上に大きく影響することや、防災機能の向上にあたっても平時の基本機能の充実や空間への負の影響への配慮が重要であることなどを報告してきた¹⁾²⁾。

今回の報告では、農水産物などの「産直品」やそれ以外の「地場産品」に着目し、物販を中心とした経営状況からみた地域振興への貢献について、北海道の「道の駅」を対象に調査を行った結果を基に考察する。

2. 調査の概要と結果

調査概要を表-1に示す。

表-1 アンケート調査の概要

調査期間	調査箇所/対象者	主なヒアリング内容
2014年6月～12月	北海道内の「道の駅(114駅)」 ※回答数(73駅) ・行政担当者 ・「道の駅職員」	1.施設、設備などの基本情報 2.産直販売施設などの運営状況 3.地域への貢献度 ・地域振興への貢献度(効果) ・地域の雇用の増加・など 4.経営状況 ・入り込み数、・売上、 ・収支・など

2-1. 道の駅の経営状況と地域振興の関係

全体に9割以上が地域振興効果を感じていたが、個別の効果では約10～5割であった。次に各個別の効果について、「道の駅」毎の経営状況の違いや差がどう関係しているか考察した。主なものを示す(図-1～5)。

- ・地域活性化への貢献度合い(全体)：影響の大きかった項目として順に、「入り込み客数の多さ」「全売上の高さ」「地場産品の品数の多さ(産直品を除く：以下同)」。ほかに影響していたものに、「年間収支(黒字ほど)」「産直施設の有」であった。

以下、地域活性化の個別の効果について述べる。

- ・観光客や地域に立ち寄る人の増加：入り込み客数の多い少ないに関係なく効果を実感しているなど、特に大きな違いのある項目はなく、ある程度関係性があったものは順に「地場産品の品数の多さ」「全売上の高さ」であった。
- ・地域の雇用の増加：「全売上の高さ」「地場産品の売上げの高さ」がある程度影響していた。
- ・地域産業の活性化や生産増/設備投資：「地場産品の売上げの高さ」「入り込み客数の多さ」の影響が大きく、次に「全売上の高さ」であったが、「産直施設の有」は負の相関が大きかった(産直のない駅で効果高)。

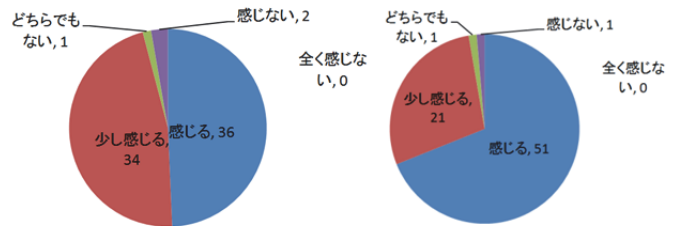


図-1 地域活性化への貢献度合い(左)、観光客や地域に立ち寄る人の増加(右)

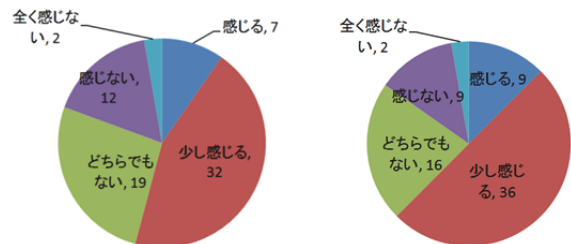


図-2 地域産業の活性化や生産増/設備投資(左)、地域の雇用の増加(右)

- ・**地元の商店の売り上げ**：大きく影響するものはなかったが、「全売上の高さ」「地場製品の品数の多さ」「地場製品の売上げの高さ」が関係していたが、「産直施設の有」は負の相関となった（産直のない駅で効果やや高）。

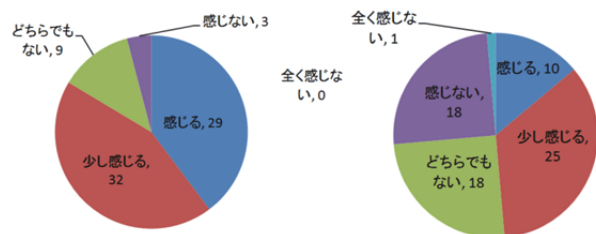


図-3 まちや地域の知名度の向上(左)、
地元の商店の売り上げ(右)

- ・**まちや地域の知名度の向上**：「地場製品の品数の多さ」の影響が大きく、次いで「入り込み客数の多さ」「年間収支」「地場製品の売上げの高さ」「全売上の高さ」。一方、「産直施設の有」は僅かに負の相関にあった。

- ・**地元の人への誇りの醸成**：「地場製品の品数の多さ」「入り込み数の多さ」の影響が大きく、「産直施設の有」もある程度影響していた。

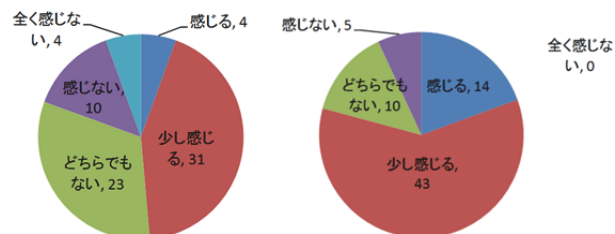


図-4 地元の人への誇りの醸成(左)、
その他の地域への経済効果(右)

- ・**その他の地域への経済効果**：「地場製品の売上げ高さ」の影響が大きく、次いで「地場製品の品数の多さ」のほか、「入り込み数の多さ」と「全売上の高さ」も影響していた。

- ・**中心市街地に人が来るようになった(都市型駅)**：「地場製品の品数の多さ」「地場製品の売上げの高さ」の影響がかなり大きく、次いで「全売上の高さ」「入り込み数の多さ」となり、「産直施設の有」は僅かに負の関係となった。

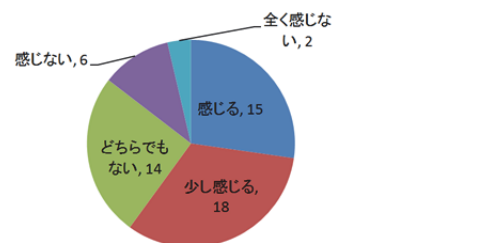


図-5 街に人が来るようになった(都市型駅)

2-2. 産直/物販と売上高や収支の関係

- ・**売上高と産直施設の有無の関係**：回答数のうち、約7割が産直施設を有していたが、「産直施設の有無」は確実に影響し、特に基礎的な売上確保に大きく貢献していた。ただし、その差は実感するほど大きくはなかった。産直品がなくとも大きな売上を確保している道の駅の割合も少なくない。これは、産直品の購入によりその他の地場製品などの購入金額が減少することが影響していると推測される。
- ・**地場製品(産直品除く)の売上額とその品目数**：地場製品の売上にその「品目数」が大きく関係していた。したがって、特に産直施設を持たない道の駅では、地場製品の充実が重要となる。
- ・**入り込み数と年間収支(黒字・赤字)**：年間入り込み数が10万人未満から100万人以上までの比較において、その関係は認められなかった。

3. まとめと今後に向けて

多くの「道の駅」は地域活性化の効果を感じていたが、具体的な効果項目別で見ると駅毎にその度合いは大きく違う。また、地域振興に関係する項目にも特徴があった。たとえば、産直施設は道の駅の「入り込み数」や「売上げ高」はもちろん「地域の誇りの醸成」にも大きな効果があるが、一方では、その他の「地場製品の売上」や「地場産業の活性化/設備投資」、「他の商店の売り上げ」などにはむしろ負の相関があった。一方、「産直品以外の地場製品」の「品数の多さ」や「売上の高さ」に影響する地場製品の魅力は、ほぼすべての地域振興の項目で効果が確認できたことから、地場製品の開発や高付加価値化が重要となる。

参考文献

- 1) 松田・高田・新井：道の駅の利用者評価からみた休憩機能の重要性，第47回土木学会計画学研究発表会，2013.
- 2) 高田・松田：平時の機能向上にも有効な「道の駅」の防災機能向上策について，第57回(平成25年度)北海道開発局技術研究発表会，2014.2.