

「道の駅」における地元客と観光客の再訪要因の比較

福島 愛子

1. はじめに

1.1 道の駅とは

道の駅とは、安全で快適に道路を利用するための道路交通環境の提供、地域のにぎわい創出を目的とした施設である。道の駅には、24時間無料で利用できる駐車場、トイレといった道路利用者のための「休息機能」、道路情報、観光情報、緊急医療情報の提供など道路利用者と地域の方々のための「情報発信機能」、文化教養施設、観光レクリエーションなどの地域振興施設で地域と交流を図るなど、道の駅をきっかけに町と町が手を結び活力ある地域づくりを共に行うための「地域連携機能」の三つの機能をもつ[1]。

1993年、国により「道の駅」登録・案内制度が創設された。1993年の道の駅登録数は103施設、2023年には1209施設(2023年8月4日時点)と増加傾向にある[2]。全国道の駅連絡会からの報告[3]によると、道の駅の地域内来訪者は38.5%、地域外来訪者(観光)は42.5%となっている。

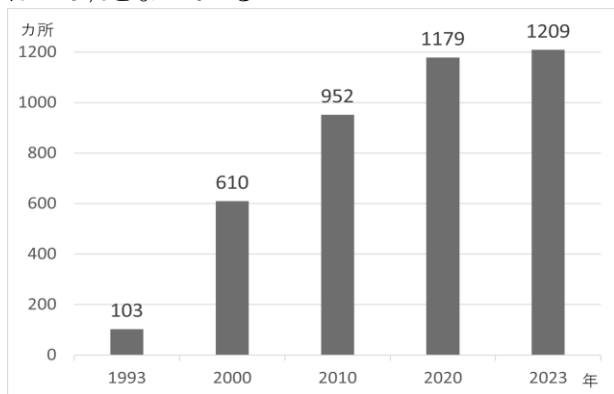


図1 「道の駅」登録駅の推移

出典:国土交通省「道の駅案内 沿革」より筆者作成

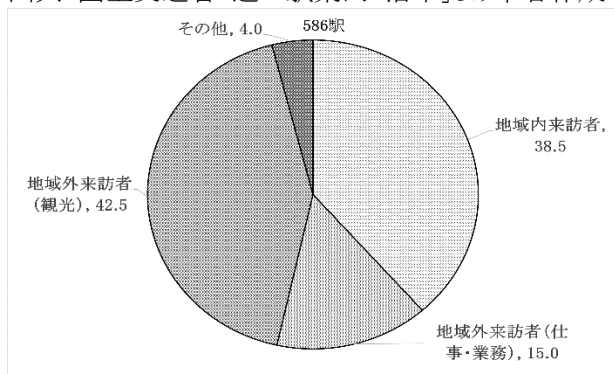


図2 地域別来訪者数構成

出典:国土交通省「全国道の駅連絡会からの報告」

[3]より筆者作成

1.2 「道の駅」新たなコンセプト

国土交通省は、2020年から2025年までを「道の駅」第3ステージと位置づけた。第1ステージ(1993年~)では、「通過する道路利用者のサービス提供の場」、第2ステージ(2013年~)では、「道の駅自体が目的地」、そして第3ステージ(2020年~2025年)では、「『地方創生・観光を加速する拠点』へ+ネットワーク化で活力ある地域デザインにも貢献」を新たなコンセプトに掲げている。2025年までに、1. 「道の駅」を世界ブランドへ、2. 新「防災道の駅」が全国の安心拠点に、3. あらゆる世代が活躍する舞台となる地域センターに、の3つの姿を目指している。

また、重点「道の駅」制度という関係機関と連携して、地方創生の核となる「道の駅」の優れた企画を選定し、重点的に応援する制度も行っている。重点「道の駅」の例として道の駅「南ふらの」(北海道南富良野町)では体験型アウトドア観光の拠点としてリニューアルし地元と来訪者との交流を促進する機能を整備した。また道の駅「小豆島オリーブ公園」(香川県小豆島町)では介護予防教室や健康教室や健康に関する講演会など地域住民の健康増進に資する取組を行っている。以上のことから、観光客だけではなく地域住民もターゲットとなっている。

2. 研究目的

道の駅は、観光客だけではなく地域住民も多く利用しているためどちらのニーズも必要であり、長期的に繰り返し利用してもらうことが重要である。そのことから、道の駅に再訪する(また来たいと思う)要因とは何かを観光客と地元客で比較し、道の駅はどうあるべきかを考察することを本研究の目的とする。

3. 先行研究

今回の研究テーマを調査するにあたり2つの先行研究を取り上げる。杉山ら(2014)[4]は、利用・購入商品で再来訪を促す大きな要素であるといえるのは、「フードコート」「トイレ」、施設においては、「清潔感」「雰囲気良さ」「品揃え・価格の良さ」であることを示した。

竹内ら(2021)[5]は、周辺地域の観光スポットの数が豊富であり、それぞれの観光入込客数が多く、人気があると観光客にとって魅力的であり、もしくは道の駅から観光スポットまでの距離が近いほど観光客にとって行きやすい。道の駅を新設する際には道の

駅と周辺地域の関係性を考慮し、周辺地域に観光客からの人気がある魅力的な観光スポットが多く、かつ近くに密集している立地が観光の周遊を誘発するには適切であると示した。

4. 本研究の新規性と仮説

4.1 新規性

杉山ら(2014)では、利用・購入商品で再来訪を促す大きな要素であるのは、「フードコート」「トイレ」、施設においては、「清潔感」「雰囲気良さ」「品揃え・価格の良さ」であることを示されたが、地元客と観光客で再訪を促す要素の違いは分からない。竹内ら(2021)では、道の駅から観光スポットまでの距離が近いほど観光客にとって行きやすいと示したが、地元客、観光客共に道の駅再訪に影響するかは分からない。

したがって、地元客と観光客がそれぞれ持っている道の駅に求めるニーズの違いに着目し、どのような要素が地元客と観光客の再訪に影響しているか、地元客と観光客で周辺地域にどのような施設や環境があれば道の駅再訪を促すかを調査し明らかにすることを本研究の新規性とする。

4.2 仮説

上記の新規性を踏まえ、次の3つの仮説を立てた。

仮説1:道の駅再訪において施設内・トイレの清潔さは、地元客と観光客で差はない。

仮説2:地元客は観光客よりも農産物の豊富さが道の駅再訪に重要であり、観光客は地元客よりも特産品の豊富さが道の駅再訪に重要である。

仮説3:地元客は周辺地域の施設に影響せず自宅からの距離が近いほど道の駅再訪を促し、観光客は周辺地域の観光スポットが多く近いほど道の駅再訪を促す。

5. 調査概要

5.1 調査方法

調査期間:2023年12月23日～2024年1月12日

調査対象:会津大学短期大学の学生・職員、知人

調査方法:Googleフォームによるアンケート調査

5.2 調査項目

以下の項目についてアンケート調査を行った。

- 問1 あなたの年代をお答えください。
- 問2 あなたの性別をお答えください。
- 問3 あなたのお住まいの地域をお答えください。
- 問4 あなたは地元の道の駅を利用したことはありますか。「ない」→問13
- 問5 地元の道の駅を訪れる目的を選択肢からお答えください。(複数回答可)
- 問6 地元の道の駅をどのくらいの頻度で利用します

か。 ※一か所に限定した利用頻度

- 問7 [問6]の道の駅を利用した際、以下の項目の満足度をお答えください。
- 問8 [問6]の道の駅を再度訪れたいと思いますか。
- 問9 地元の道の駅を再度利用する際、以下の項目についてどのくらい重視しますか。
- 問10 その他、地元の道の駅を再度利用する際に重視することはありますか。
- 問11 地元の道の駅を再度利用する際、以下の施設、環境についてどのくらい重視していますか。
- 問12 その他、地元の道の駅の周辺地域・施設について重視することはありますか。
- 問13 あなたは居住県外の道の駅を利用したことはありますか。
- 問14 あなたは観光目的に道の駅を訪れたことはありますか。または、観光を訪れた際に立ち寄ったことはありますか。「ない」→終了。
- 問15 観光で道の駅を訪れる、または立ち寄る目的を選択肢からお答えください。(複数選択可)
- 問16 観光で訪れる、または立ち寄る道の駅をどのくらいの頻度で利用しますか。 ※一か所に限定した利用頻度
- 問17 [問16]の道の駅を利用した際、以下の項目の満足度をお答えください。
- 問18 [問16]の道の駅を再度訪れたいと思いますか。
- 問19 観光で道の駅を再度利用する際、次の項目についてどのくらい重視しますか。
- 問20 その他、観光で訪れる道の駅を再度利用する際に重視することはありますか。
- 問21 観光で道の駅を再度利用する際、以下の施設、環境についてどのくらい重視していますか。
- 問22 その他、観光で訪れる道の駅の周辺地域・施設について再度利用する際に重視することはありますか。

※問7～問9、問11、問17～問19、問21は5段階評価。

5.3 調査結果

有効回答数は111件で、男性17.1%、女性81.1%、無回答1.8%であった。年代は、10代30.6%、20代44.1%、30代3.6%、40代9.9%、50代9.9%、60代0.9%、70代0%、80代以上0.9%であった。

地元の道の駅を利用したことがある方は82%、ない方は18%であり、観光目的で道の駅を利用したことがある方、または観光を訪れた際に立ち寄ったことがある方は60.4%、ない方は39.6%であった。

6. 分析

6.1 分析方法

有効回答数は111件であったが、地元客と観光客の再訪要因の比較をするため質問項目の問4、問14で「ある」を選択した方55件に限り、t検定による分析を行った。

6.2 仮説1の分析

仮説1では、道の駅を再度利用する際に重視することとして「施設の清潔感」は、5%有意水準で有意差が見られなかった。「トイレの清潔感」では、5%有意水準で有意差が見られた。平均値として、どちらも観光客の方が高いということが分かった。このことから、道の駅再訪において施設内・トイレの清潔さは、地元客と観光客で差はないという仮説は部分的に支持された。

表 1 問 9 問 19「施設の清潔感」

	地元客	観光客
平均	4.236363636	4.4
P(T<=t) 両側	0.083210647	

表 2 問 9 問 19「トイレの清潔感」

	地元客	観光客
平均	4.363636364	4.618181818
P(T<=t) 両側	0.018192961	

関連して、「店内の雰囲気良さ」では、5%有意水準で有意差が見られなかった。地元客と観光客共に平均値が高く、道の駅再訪する際に重視していることが分かった。

表 3 問 9 問 19「店内の雰囲気良さ」

	地元客	観光客
平均	4.218181818	4.2
P(T<=t) 両側	0.86366167	

6.3 仮説2の分析

仮説2では、道の駅を再度利用する際に重視することとして「農産物の豊富さ」は、5%有意水準で有意差が見られなかった。「特産品の豊富さ」は、5%有意水準で有意差が見られた。このことから、地元客は観光客よりも農産物の豊富さが道の駅再訪に重要であり、観光客は地元客よりも特産品の豊富さが道の駅再訪に重要であるという仮説は部分的に支持された。

問10の質問では、農産物の品質、新鮮さ、安さなど数名の回答者がおり、地元客は、農産物の豊富さだけを求めているわけではないことが分かった。

表 4 問 9 問 19「農産物の豊富さ」

	地元客	観光客
平均	3.981818182	3.909090909
P(T<=t) 両側	0.58378498	

表 5 問 9 問 19「特産品の豊富さ」

	地元客	観光客
平均	3.854545455	4.163636364
P(T<=t) 両側	0.030876084	

6.4 仮説3の分析

仮説3では、道の駅を再度利用する際に周辺施設、環境について重視することとして、「自宅からの距離の近さ」は5%有意水準で有意差が見られた。「周辺に観光スポットがあるか」では、5%有意水準で有意差が見られた。このことから、地元客は周辺地域の施設に影響せず自宅からの距離が近いほど道の駅再訪を促し、観光客は周辺地域の観光スポットが多く近いほど道の駅再訪を促すという仮説は支持された。

表 6 問 11 問 21「自宅からの距離の近さ」

	地元客	観光客
平均	3.127272727	1.909090909
P(T<=t) 両側	2.81357E-09	

表 7 問 11 問 21「周辺に観光スポットがあるか」

	地元客	観光客
平均	2.763636364	3.836363636
P(T<=t) 両側	8.77765E-06	

関連して、「周辺にコンビニエンスストアがあるか」「周辺にガソリンスタンドがあるか」では、5%有意水準で有意差が見られた。

表 8 問 11 問 21「周辺にコンビニエンスストアがあるか」

	地元客	観光客
平均	2.509090909	2.909090909
P(T<=t) 両側	0.008263915	

表 9 問 11 問 21「周辺にガソリンスタンドがあるか」

	地元客	観光客
平均	2.490909091	2.981818182
P(T<=t) 両側	0.004126055	

7. 考察

本研究の目的は、道の駅に再訪する(また来たいと思う)要因とは何かを観光客と地元客で比較し、道の駅はどうあるべきかを考察することであった。

仮説1は、「施設の清潔感」では地元客と観光客で有意差は見られなかったが、「トイレの清潔感」では有意差が見られた。地元客も観光客も「施設の清潔感」「トイレの清潔感」、「店内の雰囲気良さ」で平

均値が高く道の駅再訪する際に重要であることが分かった。「トイレの清潔感」では、観光客の平均値が4.6と高く、問5問15の道の駅の利用目的で「休憩」を地元客と観光客で比較すると地元客は50.5%、観光客は85.1%と観光客が高いことから、観光客は地元客よりも「トイレの清潔感」など休息機能をより重視していると推測できる。このことから、トイレ、レストランなど施設内の清掃を行き渡らせ清潔感を保つと共に、ゆったりできたり、落ち着く空間にしたりなど雰囲気づくりをすることで道の駅再訪の増加につながると考える。

仮説2では、「農産物の豊富さ」は有意差が見られなかったが「特産品の豊富さ」は有意差が見られた。地元客も観光客も平均値が高いことから買い物を目当てに訪れる人が多いことが考えられる。「農産物の豊富さ」は有意差が見られなかったが、地元客は農産物の品質、新鮮さ、安さなどを重視するという数名の回答者がおり、農産物の豊富さだけを重視しているとは限らなく、観光客よりも農産物を重視していると推測できる。特産品では、地元客に比べて観光客はお土産などその地域でしか買えないモノをより重視していることが推測できる。このことから、「農産物の豊富さ」や「特産品の豊富さ」は道の駅再訪の増加につながるが、豊富さだけでなく品質や安さなども道の駅再訪の増加に必要な点と考える。そのためには、地元農家や地域住民との連携、つながりを強化することで、新鮮な農産物の仕入れや品揃えを充実させ、来訪者に農産物や特産品の提供をすることが重要である。

仮説3では、「自宅からの距離の近さ」と「周辺に観光スポットがあるか」について有意差が見られた。地元客は「自宅からの距離の近さ」は道の駅再訪に影響しているが、周辺の施設はあまり影響していなかった。観光客は「周辺に観光スポットがあるか」を重視していることが分かった。加えて「周辺にコンビニエンスストアがあるか」「周辺にガソリンスタンドがあるか」を地元客よりも道の駅再訪する際に重視している。このことから、観光客は道の駅に立ち寄る際、自動車を長時間利用することが推測される。そのため、道の駅周辺に観光スポットがある、コンビニエンスストアやガソリンスタンドなどからアクセスの良い場所に立地することや道の駅自体が観光の役割を果たす施設になることが道の駅再訪の増加につながると考える。また、仮説1と関連して、ドライバーが休息できる空間や駐車場の広さなど休息機能が重要であり、休憩スペースなどを設置することが道の駅再訪の増加につながると考える。

また、問10、問20のその他重視することとして「駐車場の広さ」「ロケーション」「気軽に休憩できるスペース」「活気があるか」、問12、問22のその他周辺地域・環境で重視することとして「子ども向けの施設」

「公園」「室内遊技場」などが複数挙げられた。これらを踏まえると、道の駅は多様な機能を兼ね備えた場所になることが求められると考える。

8. 今後の課題

本研究では、地元の道の駅と観光目的、または観光に訪れた際に立ち寄ったことがある道の駅を両方利用したことがある方を対象としたが、両方の道の駅を利用したことがある方が少なく有効回答数の半数以上減ってしまった。また、その他重視することとして「駐車場の広さ」「農産物の新鮮さ」などさまざまな回答があった。清潔感や豊富さだけでなく、他にも目を向ける必要がある。

今回の調査からサンプル数を増やすこと、質問項目の再検討する必要がある。以上を本研究の課題とする。

9. 謝辞

本研究にご多忙の中、アンケート調査にご協力してくださった皆様に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] 国土交通省, 道路:道の駅案内 概要 <https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>, (参照日 2024-1-27).
- [2] 国土交通省, 道の駅案内 沿革 <https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/history.html>, (参照日 2023-6-9)
- [3] 国土交通省, 全国道の駅連絡会からの報告 https://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/michi-no-eki_third-stage/pdf07/04.pdf, (参照日 2023-6-22).
- [4] 杉山武史, 班目佳小里, 松本行真(2014), 「新施設開業後の道の駅のマーケティング戦略の課題」(参照日 2024-1-27).
- [5] 竹内 岳,高橋 貴生,佐野 可寸志,鳩山 紀一郎, 松田 曜子,「道の駅の立地及び施設特性に着目した 利用後の周遊行動分析」,土木計画学研究・論文集 ,2021,vol.76,No.5, I_603-I_60 , (参照 2024-2-1).