

「道の駅」運営に関する調査レポート（抜粋版）

■調査概要

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国の道の駅 1,194 駅

実施時期：2022年8月26日～9月20日（12月中旬まで延長）

有効回答：403件（詳細は末尾参照）

今回のレポート（抜粋版）は、道の駅運営に関する調査のうち、「顧客満足のために力を入れていること」、「運営上の課題として考えられるもの」の2点を抜粋したものです。両設問とも「特に重要と思われる項目」について重要度が高い順に3つを選択いただき、それらを集計、分析しています。

**「特産品の販売」が顧客満足の鍵
運営上の課題は地域間でも差異あり**

1. 顧客満足のために力を入れていること

全国の傾向

第1位は「特産品の販売」(41.9%)で、4割以上の道の駅が重要度1位に選んでいます。

次いで、第2位は「人材育成(接客者向け)」(14.1%)、第3位は「商品開発・オリジナル土産開発」(12.2%)、の順でした。

1位の「特産品の販売」は、2位以下を大きく引き離しての1位であることから、顧客満足度の向上のためには非常に重要な課題であることがわかります。

地域の資源を活かした「特産品の販売」や「商品開発・オリジナル土産開発」は、道の駅を設置する目的の1つである「地域の振興に寄与」するための重要な要素でもあり、利用者からの期待も高いことから、力を入れている道の駅が多いものと考えられます。

表1：力を入れていること

日本旅行総合研究所

全国	回答選択肢	重要度1位
1	特産品の販売	41.9%
2	人材育成(接客者向け)	14.1%
3	商品開発・オリジナル土産開発	12.2%
4	館内美化・清掃	8.7%
5	店内飲食のメニュー開発	6.7%
6	イベント開催	5.0%
7	トイレの設備改修	2.7%
8	案内機能の充実(観光情報)	2.2%
8	駐車可能台数の拡充	2.2%
10	テイクアウト飲食メニューの開発	1.2%
11	写真撮影スポット(インスタ映えスポット)	1.0%
11	人材育成(管理者向け)	1.0%
13	駐車場の混雑整備(誘導等)	0.5%
14	案内機能の充実(交通情報)	0.2%
14	テナント誘致	0.2%
16	キャラクター利用	0.0%
16	特にない	0.0%
16	その他	0.0%
	合計	100.0%

エリア別の傾向

表2：力を入れていること (エリア別上位3位)

日本旅行総合研究所

北海道	回答選択肢	重要度1位
1	特産品の販売	46.7%
2	館内美化・清掃	16.7%
3	商品開発・オリジナル土産開発	13.3%

東北	回答選択肢	重要度1位
1	特産品の販売	37.5%
2	店内飲食のメニュー開発	12.5%
2	人材育成(接客者向け)	12.5%

関東	回答選択肢	重要度1位
1	特産品の販売	40.0%
2	人材育成(接客者向け)	13.3%
3	商品開発・オリジナル土産開発	11.1%
3	館内美化・清掃	11.1%

甲信越	回答選択肢	重要度1位
1	特産品の販売	34.0%
2	人材育成(接客者向け)	14.9%
3	商品開発・オリジナル土産開発	12.8%
3	イベント開催	12.8%

北陸	回答選択肢	重要度 1位	中部	回答選択肢	重要度 1位
	1 特産品の販売	57.9%		1 特産品の販売	37.0%
	2 人材育成(接客者向け)	21.1%		2 人材育成(接客者向け)	21.7%
	3 館内美化・清掃	10.5%		3 店内飲食のメニュー開発	10.9%

近畿	回答選択肢	重要度 1位	中国	回答選択肢	重要度 1位
	1 特産品の販売	44.7%		1 特産品の販売	33.3%
	2 商品開発・オリジナル土産開発	19.1%		2 人材育成(接客者向け)	20.8%
	3 人材育成(接客者向け)	12.8%		3 商品開発・オリジナル土産開発	16.7%

四国	回答選択肢	重要度 1位	九州・ 沖縄	回答選択肢	重要度 1位
	1 特産品の販売	29.2%		1 特産品の販売	61.2%
	2 商品開発・オリジナル土産開発	20.8%		2 人材育成(接客者向け)	10.2%
	3 人材育成(接客者向け)	16.7%		3 商品開発・オリジナル土産開発	8.2%

すべてのエリアで「特産品の販売」が第1位、中でも北陸(57.9%)、九州・沖縄(61.2%)では5割を上回る結果となりました。一方、四国は29.2%に留まり、九州・沖縄とは32ポイントの差がありました。

2位はエリアごとに違いが見られました。北海道は「館内美化・清掃」、東北は、「店内飲食のメニュー開発」と「人材育成(接客者向け)」、関東、甲信越、北陸、中部、中国、九州・沖縄は「人材育成(接客者向け)」、近畿、四国は「商品開発・オリジナル土産開発」が挙げられています。エリア間で差異があるものの、「人材育成(接客者向け)」は10エリア中7つのエリアで第2位に挙げられたことから、利用者の満足度を左右する“人”への投資は顧客満足のために非常に重要であると認識されていると考えられます。

上記の表には入っていませんが、東北で第2位の「店内飲食メニューの開発」は、多くの道の駅で重要度3位以内に挙げられており、顧客満足のためには欠かせない要素であることもわかりました。

一方で、「案内機能の充実(観光情報)」、「案内機能の充実(交通情報)」、「駐車可能台数の拡充」、「駐車場の混雑整備(誘導等)」についてはあまり選択されませんでした。これらは道の駅の基本機能であることから、既に整備ができているとの認識と考えることができます。満足度を高めるためには、地域ならではの購買・食事体験や滞在環境の向上を優先し、ハード面よりもソフト面の充実に力を入れている道の駅が多いと思われます。

なお、「テナント誘致」も選択が少なく、外部に頼らないという意向も感じ取ることができました。

これらの結果から、道の駅における顧客満足のためには“地域ならではの価値”と、それを提供する“人”がポイントであると考えられます。

2. 運営上の課題として考えられるもの

全国の傾向

第1位は「売上の低迷」(20.1%)、次いで「人手不足」(15.6%)、「閑散期の利用者数」(14.6%)という結果でした。第1位(「売上の低迷」)でも20.1%にとどまり、第2位以下と大きな差がないことから、駅ごとに抱える課題は異なり分散傾向にあります。

第1位の「売上の低迷」は、道の駅経営の根幹にかかわる問題であり、解決のためにも早期に原因の分析と対策が望まれます。

第2位の「人手不足」は、業種・業界を問わず課題となっていますが、接客・サービスが主軸となる道の駅においては特に顧客満足度に影響する重要課題と考えられます。また人手不足による売上への影響を防ぐためにも喫緊の課題として対処が求められます。

一方で「利用者数の低迷」は6.7%に留まったことから、閑散期を除くと来訪はあるものと考えられますが、売上に結びつけることが課題であるかもしれません。

なお、「競合の道の駅が多い」は下位に挙げられました。道の駅同士は比較的競合関係にはないと認識されていました。

エリア別の傾向

表4：運営上の課題（エリア別上位3位）

北海道	回答選択肢	重要度1位
	1 閑散期の利用者数	26.7%
	2 人手不足	16.7%
	2 施設維持費	16.7%

関東	回答選択肢	重要度1位
	1 売上の低迷	20.0%
	2 人手不足	17.8%
	3 閑散期の利用者数	13.3%

表3：運営上の課題

日本旅行総合研究所

全国	回答選択肢	重要度1位
	1 売上の低迷	20.1%
	2 人手不足	15.6%
	3 閑散期の利用者数	14.6%
	4 生産者の高齢化	10.2%
	5 雇用の確保	9.2%
	6 施設維持費	8.4%
	7 利用者数の低迷	6.7%
	8 駐車場不足	6.0%
	9 農産物等の出品者不足	2.5%
	10 自社オリジナル土産商品の開発	1.5%
	11 周辺人口の減少	1.2%
	11 名物飲食メニューの開発	1.2%
	11 施設管理（遊休スペース等）	1.2%
	14 認知度・知名度が低い	0.5%
	15 人気商品の品薄状態	0.2%
	15 出店者不足	0.2%
	15 競合の道の駅が多い	0.2%
	15 人気店の誘致	0.2%
	19 周辺道路の渋滞	0.0%
	19 その他	0.0%
	合計	100.0%

東北	回答選択肢	重要度1位
	1 閑散期の利用者数	20.8%
	1 売上の低迷	20.8%
	3 人手不足	16.7%

甲信越	回答選択肢	重要度1位
	1 閑散期の利用者数	21.3%
	2 人手不足	14.9%
	2 売上の低迷	14.9%
	2 施設維持費	14.9%

北陸	回答選択肢	重要度 1位
1	人手不足	36.8%
2	雇用の確保	15.8%
3	生産者の高齢化	10.5%
3	名物飲食メニューの開発	10.5%

中部	回答選択肢	重要度 1位
1	売上の低迷	23.9%
2	生産者の高齢化	15.2%
2	人手不足	15.2%

近畿	回答選択肢	重要度 1位
1	売上の低迷	21.3%
2	閑散期の利用者数	17.0%
3	雇用の確保	14.9%

中国	回答選択肢	重要度 1位
1	売上の低迷	33.3%
2	生産者の高齢化	16.7%
2	人手不足	16.7%

四国	回答選択肢	重要度 1位
1	雇用の確保	20.8%
2	閑散期の利用者数	16.7%
2	売上の低迷	16.7%

九州・ 沖縄	回答選択肢	重要度 1位
1	売上の低迷	26.5%
2	生産者の高齢化	20.4%
3	人手不足	12.2%

エリアにより課題は異なることがわかります。また、項目間の差も小さく、重要度に大差はないと考えられます。

「閑散期の利用者数」は、北海道、東北、甲信越で第1位となりました。これらのエリアは冬期の積雪が多く、アクセスがしづらいことが影響しているのではないかと考えられます。

「人手不足」は、多くのエリアで上位ですが、中でも北陸では第1位、36.8%と目立った数値となっています。厚生労働省によると、2022年の有効求人倍率は全国平均で1.28倍であったのに対して、福井県が全国最高の2.04倍、富山県が1.74倍、石川県が1.55倍といずれも全国平均を大きく上回っており、北陸は人手不足が顕著なエリアであることから、道の駅においても例外ではないことが表れています。

3. さいごに

「顧客満足のために力を入れていること」は、全エリアで「特産品の販売」が目立つ結果となりました。これは全国で共通する項目です。一方で、「運営上の課題として考えられるもの」では、「売上の低迷」、「人手不足」、「閑散期の利用者数」が主に上位に挙げられましたが、エリアごとに順位や内容が異なるという傾向が見受けられました。

《参考》エリア別回答施設数

エリア	北海道	東北	関東	甲信越	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・ 沖縄
対象	127	170	126	115	60	118	134	108	89	147
回答	30	72	45	47	19	46	47	24	24	49

エリア区分	対象都道府県
北海道	北海道
東北	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
甲信越	山梨県、長野県、新潟県
北陸	富山県、石川県、福井県
中部	岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近畿	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州・沖縄	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県