

道の駅による地方活性化

-レポート要因の検討-

高橋徳行ゼミナール第3部

経営学科4年 内東海澄

奥村薫

木村玲児

椎名輝

要旨

近年、少子高齢化や首都圏一極集中といった現象が日本の地方に大きな影響を与えており、出生率の低下や高齢者の増加により、労働力の減少や社会保障制度の負担額増、地域コミュニティの衰退などが懸念されている。そこで私たちは、このような地域コミュニティの衰退や地域経済の停滞に目を向け、今回の研究テーマとして地方に焦点を当てた。この問題の解決策として、地方創生への投資が必要であると考えた。その中でも、本稿では「地方創生の起爆剤」として注目を集めている道の駅に着目した。

道の駅とは、1993年に国土交通省により正式登録された休憩施設であり、設立の背景には、主に二つのニーズがある。一つは「たまり」空間として、もう一つは、多様で個性的なサービスへの需要だ。機能としては、「休憩機能」、「情報発信機能」、「地域の連携機能」といった三つがある。

地方活性化の拠点として注目されている道の駅だが、その一方で約3割は売上げが伸びずに赤字に陥っているのが現状である。そこで私たちは、地方活性化に役立てる売上げの多い道の駅の特徴として、「リピーターの多さ」に着目し、本研究は「道の駅のリポート要因は何か」というリサーチクエスションのもと調査を進めた。

今回は、「全国モデル道の駅」であり、人口3000人超の川場村に年間200万人以上の観光客を呼び込むことに成功している川場田園プラザに焦点を当てて調査を行った。調査方法としては、実際に道の駅川場田園プラザを訪れている方々に年代性別を問わず、口頭インタビューを21組の計44人に実施した。

調査の結果、川場田園プラザへのリピーターの約78%が、第一目的地ではなく周辺の観光地のついでに訪れていること、そして初訪問者については、「驚き」がリポート意向に大きな影響を与えていることが分かった。結果から、道の駅の本来の役割の一つである「休憩」という機能をより重視し、第一目的地でなく「ついで」に寄る場所であることに目を向け、その地域や周辺の観光地に合わせたサービスを展開することで、リピーターの増加、そして地域の活性化につながると考えた。