

# 道の駅の利用者評価からみた休憩機能の重要性

松田 泰明<sup>1</sup>・高田 尚人<sup>2</sup>・新井 健<sup>3</sup>

<sup>1</sup>正会員 (独) 土木研究所寒地土木研究所 地域景観ユニット (〒062-8602 北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34) E-mail:y-matsuda@ceri.go.jp

<sup>2</sup>正会員 (独) 土木研究所寒地土木研究所 地域景観ユニット (〒062-8602 北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34) E-mail:n-takada@ceri.go.jp

<sup>3</sup>非会員 北海道地区「道の駅」連絡会事務局 (〒060-0807 北海道札幌市北区北7条西2丁目) E-mail:arai@rmec.or.jp

本来、社会資本が観光に及ぼす影響は大きい。近年の国や地方における積極的な観光振興に取り組みされており、社会資本整備における観光への貢献がこれまで以上に求められている。このような中、北海道では近年国内外からのレンタカー観光客が増加し、道の駅がドライブ観光の重要なインフラ施設となっている。しかし、沿道の快適な休憩施設として整備されてきた道の駅であるが、利用者にとって快適な休憩空間を提供していない現状がみられる。

そこで、本報告では「魅力ある観光地づくり」に貢献することを目的に、道の駅の利用者評価や利用行動などから、休憩施設としての課題や快適な休憩空間の提供の重要性について考察する。

**Key Words :** michi-no-eki, roadside station, drive tourism, risonal development, rest facilities

## 1. はじめに

政府の新成長戦略において「観光立国の推進」が7つの戦略分野の一つとして位置付けられている。また、新たな北海道総合開発計画（平成20年7月）においても「国際競争力の高い魅力ある観光地づくり」が主要施策の一つとされ、社会資本整備においても観光への貢献が強く求められている。特に、全国における観光移動の約75%（北海道は約80%）が自家用車やレンタカー等である<sup>1)</sup>ことから、道路関係インフラは重要と言える。

ちなみに、北海道の観光入り込み客数（道外客）は、**図-1**に示すように近年伸びていない中、旅行の形態が団体観光から個人旅行への移行に伴い、レンタカーによるドライブ観光は増加傾向にある。特に**図-2**に示すように外国人のドライブ観光は近年急増している。

そのドライブ観光において、沿道の主な立ち寄り施設である道の駅もまた重要な道路関係施設である。国土交通省では道の駅を「快適な休憩のためのたまり空間」と定義しており<sup>2)</sup>、実際の利用者ニーズも休憩に関するものが高いとされる<sup>3)</sup>。また北海道では最寄り都市までの距離が全国平均の約2倍あるなど、そのニーズはより大きいと考えられる（**図-3**）。

しかし、現状では地域連携機能の一つである物販や飲食などを重視する一方、利用者ニーズには十分対応して

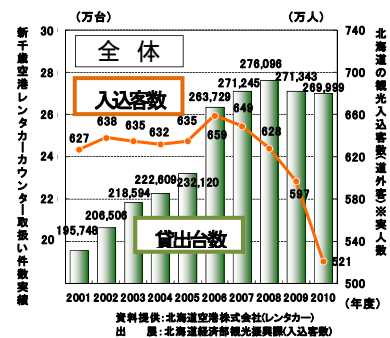


図-1 北海道への来道客数と新千歳空港周辺のレンタカー貸出台数

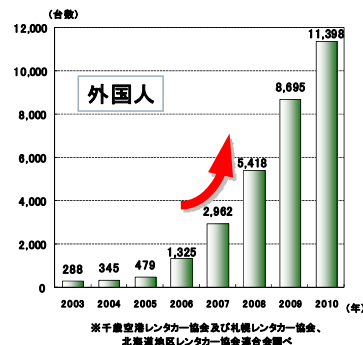


図-2 北海道内における外国人へのレンタカー貸出台数

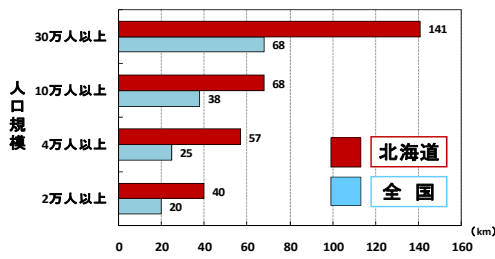


図-3 最寄り都市までの平均道路距離<sup>4)</sup>



写真-1 屋内外に快適な休憩空間が提供されていない事例

いない道の駅も多く(写真-1), 休憩施設としての道の駅に対する利用者満足度(評価)が低いと考えられる。

そこで本研究では「魅力ある観光地づくり」への貢献を目指し, 道の駅の休憩空間の魅力向上による利用者満足度の向上と地域振興への寄与を目的に調査研究を行った。

本報告では, 道の駅の休憩施設としての重要性及び利用者評価, 現状の課題などについて述べる。また, 道の駅の休憩空間の魅力に影響するハードウェア(施設)やデザインが, 利用者の印象(評価)や行動に与える影響について調査事例から考察を試みた。

## 2. 休憩に関する利用者ニーズと現状の課題

### (1) 休憩機能と対象とする施設

道の駅で休憩を行う場合, 利用者は屋内施設にある休憩コーナー, レストラン, トイレ, 展望施設などを利用する。屋外においては, 園地, 樹木・木陰, イス・テーブル, オープンテラスなどを利用すると考えられる。したがって, 利用者の休憩に関係するこれらの施設類(ハードウェア)が, 道の駅における休憩の快適性や利用しやすさなどに大きく影響し, 更に駐車場及び敷地内の舗装, 景観, 環境なども含めて, 利用者の印象評価や行動に関係すると考えられる。

なお, 休憩の魅力には, 接客サービスやホスピタリティなどソフトの要素も大きく影響する。しかし, 社会資本の機能向上と施設の具体的な改善につなげるという視点から, 休憩に関係する施設類(ハードウェア及びそれらの関係性, 素材, 仕様, デザインなど)を研究の対象としている。

### (2) 利用者ニーズと快適な休憩の重要性

道の駅は休憩・情報発信・地域連携の3機能を併せ持つ施設として設置されているが, 設置の目的として「一般道路にも安心して自由に立ち寄り, 利用できる快適な休憩のための“たまり”空間が求められ誕生した施設」と記されている<sup>2)</sup>。このように3機能の中でも, 特に休憩機能が重視されていることがわかる。また, このことは国土交通省の調査<sup>3)</sup>でも, 道の駅利用者が最も利用する機能は“休憩機能”(約95%)とされていることから裏付けられる。

そこで, 来道レンタカードライブ観光客におけるドライブ環境の重要な項目を把握することを目的に, 道内空港のレンタカー事務所にてヒアリング調査を行った。

この調査では, ドライブ観光に重要な要素として, 旅行計画段階や旅行途中での情報入手, 道路ネットワーク, 走行の安全性や快適さ, 標識やカーナビゲーションなどの案内誘導, 立ち寄り施設や沿道景観などのドライブ観光に関する項目について, その重要度や満足度を把握した。その中から道の駅についてまとめたものを図-4に示す。

その結果, 道の駅利用者は「飲食・土産品の充実」と同等かそれ以上に「休憩場としての快適性」がとても重要であると回答されており, 特に再訪率の高い道内観光客においてはその傾向が大きかった。これらの調査結果からも, 利用者にとって休憩機能やその魅力が重要な要素となっていることがわかる。

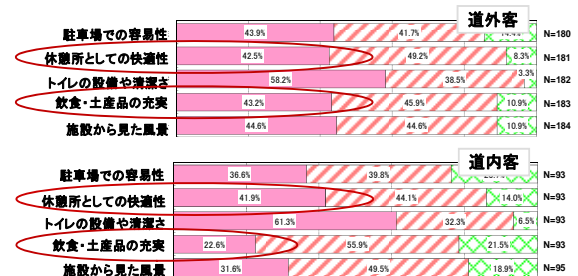


図-4 ドライブ観光で重要とされた項目(道の駅関係分)  
(左から順にとっても重要・やや重要・重要ではない)

### (3) 休憩の快適性に関する利用者の満足度

現在の道の駅に対する利用者評価について, 前述(2.2)の調査結果項目の満足度を図-5に示す。この調査

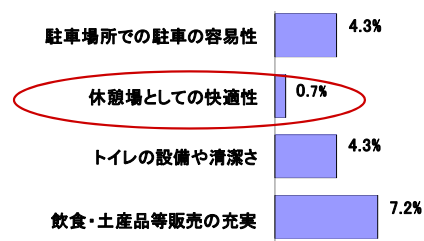


図-5 北海道のドライブ観光で「特に良かった」とされた項目(道の駅関係分) (n=139)

は、走行性や案内誘導などドライブ観光の際の交通環境に関係する20以上の項目を示しての複数回答（回答数の制限なし）としているため、絶対値についてはいずれも小さくなっている。

その結果、「休憩場としての快適性」について「特に良かった」との回答はほぼ無く、「飲食・土産品等販売の充実」をはじめとした他の項目と比較して、相対的に評価がかなり低かった。

このことから、快適な休憩施設として整備されている道の駅の休憩機能が、利用者から十分に評価を得ていないことがわかる。なお、この調査の自由回答では「トイレ以外にはお土産や産直品を売る施設で、休憩空間を提供する施設とは認識していなかった。」との回答もあった。

#### (4) 休憩への利用者ニーズと管理者の認識の違い

道の駅の休憩機能に対する利用者ニーズの高さについて、道の駅管理者が十分に理解していないため、十分な対応をしていなく、その結果、利用者の評価も低いと考えられる。そこで、道の駅管理者の休憩サービスに関する認識や運営面での現状を把握するため、十勝管内の全12駅の管理者を対象にアンケート調査を実施した。その結果を図-6に示す。

前述の図-4から、道の駅利用者は「飲食・土産品の充実」と同等かそれ以上に「休憩場としての快適性」が重要でありニーズが高いとされたが、管理者が重要視しているのは「地元の特産品、美味しい食事などの商品の向上」が圧倒的に多い。次に、「地域情報・観光情報の充実」が続く。「休憩機能」関係については極めて少なかった。このことは、他地域の道の駅での調査においても同様な傾向がみられた。

これらの結果から、休憩機能や魅力への利用者ニーズの高さや休憩機能の重要性が、管理者には十分に理解されていないことが言える。休憩の魅力低下は、利用者の道の駅に対する全体の満足度低下や、それに伴う道の駅の経営、さらにはドライブ観光市場における当該エリアの競争力にも影響すると考えられる。

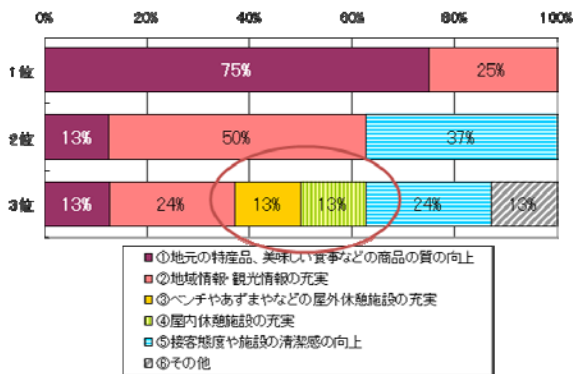


図-6 道の駅管理者が道の駅の魅力向上のために行ってきたこと (n=25)

### 3. 休憩空間の利用者評価とその重要性

2章まで、道の駅における休憩機能への利用者ニーズが高いことを示した。次に、利用者の休憩に対する満足度（評価）が高いと、どのような効果があるのかを把握するために、道の駅で現地調査を行った。その結果から、休憩の重要性について考察する。なお、本実験は北海道地区道の駅連絡会の協力を得て行った。

道の駅利用者を対象に行った調査の概要を表-1（写真-2）に示す。なお、対面アンケート調査結果において、施設の評価点が1点及び2点については、回答数が少なく、偏りが大きくなるため除外している。

調査結果から、道の駅の滞在時間と消費額の間を図-7に示す。消費額を滞在時間30分の前後で比較すると、滞在時間が30分以上の方は滞在時間が30分未満の方の約3倍であった。

次に、屋外の休憩施設の評価（平均点）と滞在時間（平均滞在時間）の関係を図-8に示す。屋外の休憩空間の評価が高いほど滞在時間が長い傾向にあった。これは休憩空間の魅力が高いと、利用者は居心地の良さなどを感じ、滞在時間が長くなるためと推測される。

更に、屋外の休憩施設の評価（平均点）と消費額（平均消費額）の関係を図-9に示す。滞在時間と同様に、屋外の休憩空間の評価が高いほど、消費額も多くなった。これは、滞在時間が長いほど購買機会が増加するためと考えられる。また、図示していないが、屋内の休憩空間についても同様の結果を得ている。

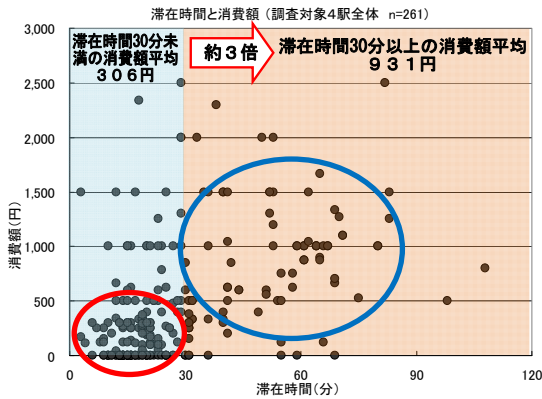
表-1 調査概要

調査名	対面アンケート調査	車両の入出庫調査
対象	道の駅利用者 (五段階評価)	駐車場を出入りする全車両
調査方法	道の駅を利用した後にアンケートを実施	ナンバーと入出庫時間を記録
調査項目	屋内外の休憩施設や施設全体に対する評価	滞在時間
サンプル数	883人 ※道の駅以外の付属施設（温泉など）の利用、買い物目的（産地直売など）の利用等を除く	
調査目的	利用者の施設への評価、滞在時間、消費額などの関係性の確認	
実施期間	H20.7~H22.11	
箇所数	比較的似た条件の道内の道の駅10箇所	





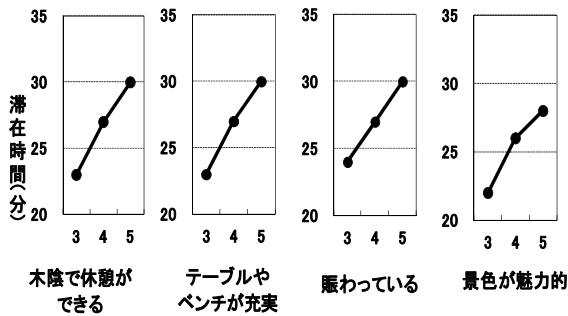
写真一 道の駅での対面アンケート調査 (左) と車両の入出庫調査 (右)



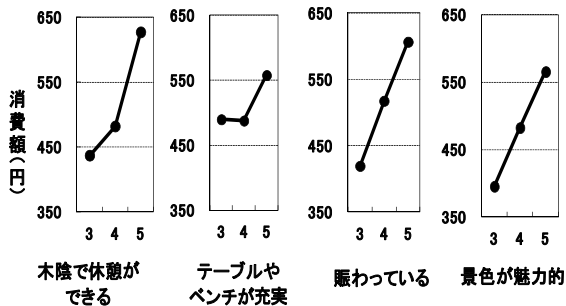
図一 7 利用者の滞在時間と消費額の関係

このように、より長い滞在にはぎわいの創出はもとより、飲食や物販などの地域連携機能や情報入手機会の増加による情報提供機能の増進など、休憩以外の機能へも良い影響を与えると考えられる。また、ドライバーの立ち寄りの増加や長い休憩は、疲労回復などの効果も期待でき、地域の交通安全に寄与すると考えられる。

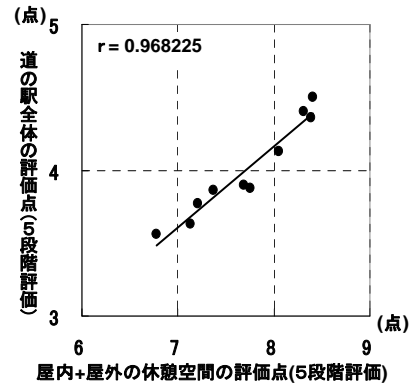
更に、図一10に示すように道の駅全体の評価と屋内外の休憩施設の評価が高い相関を示していることから、休憩空間が利用者評価に強く影響していることがわかる。



図一 8 屋外休憩施設の評価と滞在時間 (n=883)



図一 9 屋外休憩施設の評価と消費額 (n=883)



図一 10 道の駅全体の評価と屋内外の休憩施設の評価 (n=883)

また、前述 (2. 4) の道の駅管理者へのアンケート結果と合わせて考えると、休憩空間を快適に整備しているところは、飲食や他の機能を先に充実させていると考えられる。そのため、道の駅全体の評価も高くなったと考えられる。

#### 4. 休憩機能の向上効果に関する試行実験

3章にて、休憩機能や魅力の高い道の駅と、そうではないと考えられる道の駅を比較することにより、休憩機能の重要性やその効果について調査した。ここではさらに、同じ道の駅にて休憩機能を高めた場合とそうでない場合について比較することにより、その効果を検証した。

実験は、北海道地区道の駅連絡会の協力を得て行った

##### (1) 実験概要

実験は、道の駅の屋外空間に休憩のための木製の椅子とテーブル、パラソルのセット4組を設置し、設置前と後に道の駅利用者へのアンケート調査を行った。椅子などの設置箇所は、最も効果的と考えられる場所とした。

実験で対象とした道の駅は、屋外の休憩空間・施設の異なる二つの駅とし、一つは園地がほとんどなく3章の現地調査にて屋外休憩の評価が低かった道の駅 (A駅) で、もう一つは園地や樹木が多く屋外休憩の評価が高かった道の駅 (B駅) とした。なお、実施時期は平成20年の秋。実験期間は2~3日間とした。

写真一 3にA駅の椅子類の設置前と後の写真を示す。また、A駅とB駅の実験中の状況を写真一 3, 4に示す。



写真一 3 休憩機能に関する試行実験の状況 (A駅)



写真一4 休憩機能に関する試行実験の状況 (B駅)  
※設置後

## (2) アンケート調査の結果

A駅で行った試行実験での道の駅利用者へのアンケート調査の結果を(図-11, 12)に示す。イス・テーブルを設置後は「心地よく休憩できるかの評価」は“非常にそう思う”が約130%増加し、「再訪したくなるかの評価」は“非常にそう思う”が約56%増加した。

なお、これらの設問以外に、「道の駅全体の魅力が向上するか」や「ゆっくりと施設をまわってみたいくなるか」といった項目について、いずれも設置後の評価が高くなった。また、すでに広い園地と大きな樹木、ベンチのあるB駅でも、A駅ほどではないが設置後に評価が高まった(休憩評価20%増、再訪への期待25%増)。

これら同じ道の駅での比較実験の結果から、4組程度の椅子やテーブルの設置であっても、道の駅の休憩機能や屋外空間の魅力、再訪意欲が大きく向上することが確認できた。また、今回使用した椅子類は全て木製で素材感の優れた仕様であったことも影響していると考えられる。

なお、設置前後の写真一3, 4からも、休憩機能や屋外空間の魅力が向上していることが理解できるのではないか。

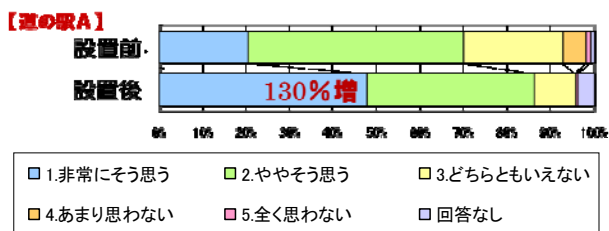


図-11 心地よく休憩できるかの評価 (A駅) (n=138)

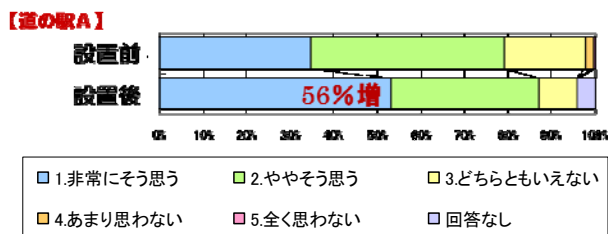


図-12 再訪したくなるかの評価 (A駅) (n=138)

## 5. 休憩施設の利用者評価と構成要素との関係についての一考察

### (1) 利用者評価の構造の整理

3章での利用者評価と滞在時間や消費額の関係性や、4章での休憩施設設置前後の比較実験などからもわかるように、利用者は道の駅のハード(施設)とソフト(サービスやシステム)から様々な印象を受け、その行動にも影響を与えると考えられる(図-13)。

ここで利用者の評価には、接客サービスやホスピタリティなどソフトの要素も大きく影響すると考えられるが、前述(2.1)の通り、休憩に関する施設類(ハードウェア及びそれらの関係性、素材、仕様、デザインなど)を研究の対象とする。

つまり、道の駅へ立ち寄った利用者に対し、長く滞在して買い物や飲食行動につなげたり、再訪率を高めたり、良い評価をロコミしてもらうには、利用者の満足度(評価)を高める必要がある。そのためには、休憩の魅力に影響する様々なハードについて適切な配慮や、効果的な整備及び管理により、道の駅の魅力が高めることが重要である。したがって、利用者がどのように道の駅の休憩施設を評価し、その評価がどのような行動変化につながるのかについて把握することは、道の駅の機能や魅力についての課題把握や改善方策などを検討する上で重要であり、同時にドライブ観光の魅力向上にも貢献できる。

そこで、まず休憩の魅力に影響すると考えられる施設やハードの要素について整理を試みた(表-2)。

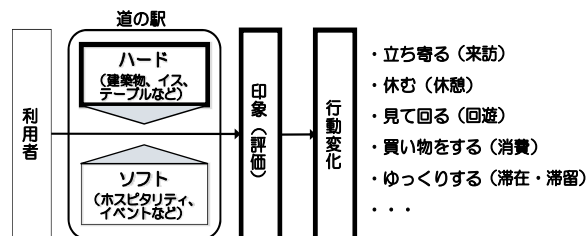


図-13 道の駅利用者の評価と行動変化のイメージ

表-2 休憩に影響する施設やハードの要素

主要施設	駅舎の建物、 広場・園地、 直売所	駐車場、 遊戯場、 その他(温泉など)
付属施設	自動販売機、 サイン類、 のぼり、 灰皿、 植栽ポット	モニュメント、 看板類、 ごみ箱、 ポスター・貼り紙、 その他
その他	位置関係、 設計・意匠、 色彩、 眺望・景色、 日当たり、 利用しやすさ	配置・関係性、 材質・素材感、 スケール感、 メンテナンス、 車両の通行速度、 その他

## (2) 利用者評価と施設や構成要素についての一考察

前述（3章）の休憩に関する利用者評価と滞在時間などの調査結果（表-3）を活用し、休憩に影響を与える施設や構成要素、関係性やデザインがどのように利用者の評価に影響しているのか考察を試みた。具体的には、休憩施設を屋内と屋外に分けて、それぞれ評価が高い道の駅と低い道の駅について、休憩施設の特徴と共通項を比較した。

その結果、利用者評価に影響する共通項として、屋外の休憩空間の評価が相対的に高かったのは、緑豊かな園地や樹木による木陰、ぬくもりを感じられる木素材、広くて落ち着ける休憩・たまり空間などが考えられる（写

表-3 休憩施設に対する利用者評価と滞在時間 (n=883)

道の駅	評価				行動 滞在時間
	屋内+屋外 評価加算	屋外休憩 評価点数	屋内休憩 評価点数	全体の魅力 評価点数	
道の駅A	8.41	4.43	3.98	4.50	38.73
道の駅B	8.31	4.16	4.15	4.40	31.63
道の駅C	8.39	4.37	4.02	4.36	46.37
道の駅D	8.05	4.09	3.96	4.13	26.34
道の駅E	7.69	3.95	3.74	3.90	22.01
道の駅F	7.75	4.18	3.57	3.88	26.20
道の駅G	7.37	3.76	3.61	3.86	21.72
道の駅H	7.21	3.68	3.53	3.77	30.36
道の駅I	7.13	3.53	3.60	3.63	22.34
道の駅J	6.78	3.41	3.37	3.56	22.57



写真-5 屋外休憩の評価が高かった道の駅



写真-6 屋外休憩の評価が低かった道の駅



写真-7 屋内休憩の評価が高かった道の駅



写真-8 屋内休憩の評価が低かった道の駅



真-5)。一方、相対的に低い評価となったのは、緑の少なさや色あせたベンチ、固く冷たいイス、車の近くで落ち着けなく狭い休憩空間などが考えられる（写真-6）。

次に、屋内の休憩の評価が相対的に高かったのは、屋内から眺望できる外の風景や自然光の差し込み、イス・テーブルのゆったりとした配置や素材感、明るく賑わいを感じられる造りなどが考えられる（写真-7）。一方、暗さや狭さ、歩行者が近くを通り落ち着かない、利用しにくく孤立した位置にある休憩席、倉庫のように商品箱が置かれた休憩席、窮屈なイス・テーブルの配置などが、評価を相対的に低くさせたと考えられる（写真-8）。

このように同じような施設でも、設計デザインや見え方、使いやすさ、眺望などの他、それを構成する要素の素材感、各要素の関係性や調和などが、利用者の評価に影響するのではないかと考えられる。なお、北海道の道の駅を調査した結果、これと同様の傾向を確認している。

## (3) 道の駅利用者の印象・評価指標の提案

これらの結果を踏まえ、道の駅の利用者評価に基づく整備や管理を考えたとき、利用者評価の評価指標の検討が重要となる。

そこで、これまでの調査などと合わせて、印象評価に影響を与える項目（形容表現）として、主に以下の8つの提案を試みた。

- ・利用しやすさ、分かりやすさ
- ・安心感、信頼感
- ・上質感、品の良さ
- ・親しみやすさ、素朴さ
- ・うるおい感、くつろぎ感
- ・にぎわい感、ワクワク感
- ・地域らしさ、北海道らしさ、独自性
- ・総合的に表す指標として「好き」、「嫌い」

## 6. まとめ

- ・近年国内外からのドライブ観光が増加し、道の駅は重要な立ち寄り施設となっているが、中でも「物販・飲食」と同等以上に休憩機能へのニーズが高い。
- ・しかし、駅の管理者はその重要性を十分に理解していないため、休憩施設の魅力向上に積極的ではない。
- ・そのため、快適な休憩を提供していない現状がみられ、利用者の休憩に対する満足度（評価）も相対的に低い。

そこで、道の駅での調査実験から以下のことを示した。

- ・休憩空間の魅力向上は滞在時間を延ばし、間接的に消費額の増加が期待できるなど、利用者の行動変化につ



ながら、道の駅にとっても重要である。

- ・屋外での心地よい休憩施設を提供することにより、道の駅の魅力向上や道の駅への再訪率向上が期待できる。

これらの調査実験を通じて、

- ・現地調査結果を基に、休憩施設の魅力の向上に関するハードの構成要素などを整理した。
- ・整理したハードの構成要素と利用者評価の関係性について考察を試みた。

## 7. おわりに

本研究の成果については、同事務局はじめ、自治体や道路管理者、地域の道の駅連絡会などが主催する講演会や勉強会などを通じて、普及や技術指導を行っている。

そのため、これらの普及・指導活動により、休憩機能の改善に繋がっている道の駅も多い。

最後に、アンケート調査にご協力いただいた皆様をはじめ、道の駅に関係する方々にも深く感謝いたします。

## 参考文献

- 1) 旅行者動向2010：財団法人日本交通公社
- 2) 道の駅とは：北海道開発局HP,  
[http://www.hkd.mlit.go.jp/ziyoka/z\\_doro/station/michieki.htm](http://www.hkd.mlit.go.jp/ziyoka/z_doro/station/michieki.htm)
- 3) 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」
- 4) 「北海道が我が国の発展にどのようなかたちで貢献していくべきか」についての意見に関する参考資料：国土交通省北海道開発分科会第4回企画調査部会配付資料

(2013.5.3 受付)