

道の駅の快適な休憩空間の重要性と利用者評価

Evaluation and importance for rest space of Michi-no-eki in Hokkaido

(独) 土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット ○正 員 松田泰明(Yasuaki Matsuda)
 (独) 土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット 正 員 高田尚人(Naoto Takada)

1. はじめに

北海道では、観光が最も重要な産業の一つとなっているが、近年の公共事業の大幅な減少などに伴い、相対的にその重要性は一層高まっている^{1) 2) 3)}。そのため、新たな北海道総合開発計画でも「国際競争力のある魅力ある観光地づくり」が主要施策とされ、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。

北海道への観光入り込み客数は、図-1に示すように近年伸びていないが、一方、少人数によるレンタカー観光は増加傾向にあり、特に外国人のドライブ観光は近年急増している。加えて、北海道での観光移動の約8割が自家用車やレンタカー等である³⁾ことから、社会資本整備におけるドライブ観光への貢献は重要と言える。

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は重要な拠点施設となる。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」として定義しており、実際の利用者ニーズも休憩に関するものが最も高いとされるが、移動距離の長い北海道では、その傾向はより大きいと考えられる。

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の満足度(評価)が低いことが考えられる。

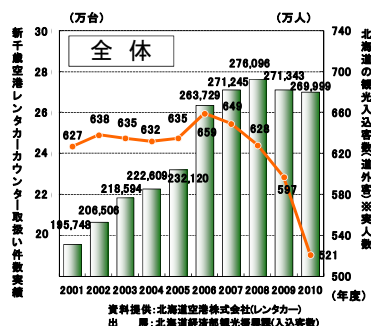


図-1 北海道の観光入り込み客数と新千歳空港のレンタカー貸出数の推移



写真-1 一般的にみられる屋外や屋内に快適な休憩空間が提供されていない道の駅の事例

そこで、本稿では「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の満足度の向上と地域振興への寄与を目的に、道の駅の休憩施設としての重要性や利用者の評価、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やデザインが、利用者の印象や行動に与える影響について調査事例から考察を試みる。

2. 休憩に関する利用者ニーズと現状の課題

2.1 休憩機能と対象とする施設

道の駅の休憩機能について考えたとき、利用者は屋内施設にある無料休憩コーナーやレストラン、トイレ、展望施設などを利用したり、屋外においても、園地や樹木・木陰、イスやテーブルの置かれたオープンテラスなどを利用して休憩することが多い。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、道の駅の快適性や利用しやすさなどに大きく影響し、さらに駐車場や敷地内の舗装、景観や環境なども含めて、利用者の評価や行動に関係すると考えられる。

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が、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(ハードウェアやそれらの関係性、デザインなど)を研究対象とした。

2.2 利用者ニーズと快適な休憩の重要性

道の駅には休憩・地域連携・情報発信の3機能が必要とされるが、その設置目的に「一般道路にも安心して自由に立ち寄れ、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ました」と記されている⁴⁾。

このように3つの機能の中でも、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⁵⁾でも、駅利用者が最も利用する機能は「休憩」(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とってのドライブ環境の重要な項目の把握を目的として、道内空港のレンタカー事務所にてヒアリング調査(H19~20年)を行った。この調査では旅行計画段階や旅行途中の情報入手、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、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の調査を行った。そのうち道の駅についてまとめたものを図-3に示す。

その結果、利用者は「飲食・お土産等販売の充実」と同等かそれ以上に「休憩場としての快適性」が重要であ

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、利用者のとって「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。

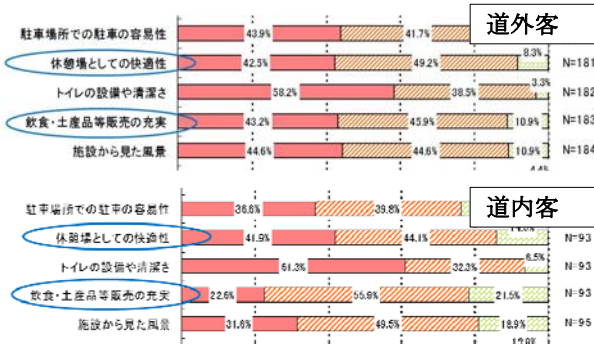


図-3 ドライブ観光で重要とされた項目（道の駅関係分）（左から順に重要・やや重要・普通）

2.3 休憩の快適性に関する利用者の満足度

では、次に利用者は現在の道の駅をどのように評価しているのか。前述の2.2の調査結果のうち道の駅に関する項目の満足度について図-4に示す。その結果、「休憩場としての快適性」について「特に良かった」との回答はほぼなく、「飲食・物販」等の他の項目と比較して相対的に評価がかなり低い。したがって、快適な休憩施設として整備すべき道の駅の休憩が評価を得ていないことがわかる。なお、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。

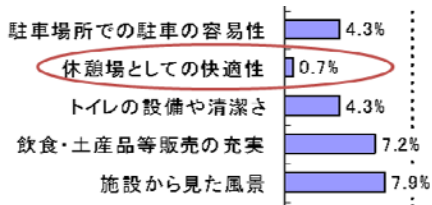


図-4 北海道のドライブ観光で「特に良かった」とされた項目（道の駅関係の項目を抜粋）

2.4 休憩に対する利用者ニーズと管理者の認識の違い

道の駅の休憩ニーズの高さについて、駅関係者が十分に理解していないために、ニーズに十分対応していなく、その結果、利用者の評価も低いのではないかと考えられる。そこで、駅管理者の休憩サービスに関する意識や運営面での現状を把握するため、十勝管内の全12駅で構成される連絡協議会の協力を得てアンケート調査を実施した。結果を図-5に示す。

図-3から、利用者には「物販・飲食」と同等かそれ以上に「休憩場所としての快適性」に対するニーズが高いとされたが、管理者が重要視しているのは「物販・飲食」が圧倒的に多く、次に「地域・観光情報」が続く。「休憩機能」は極めて少なかった。このことは他の地域の道の駅での調査でも同じ傾向にあった。

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その効果が、管理者側には十分に理解されてい

ないことがわかる。なお、休憩のニーズと管理者の認識の違いについては、他地域での管理者ヒアリングでも確認しており、これも休憩に対する利用者評価が低いことの一因と考えられる。休憩の魅力低下は、利用者の道の駅全体の満足度の低下や、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。

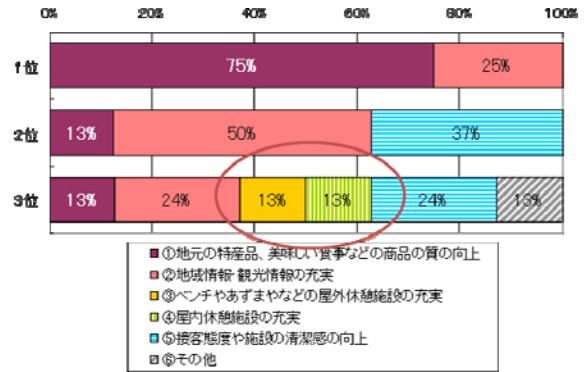


図-5 道の駅管理者が道の駅の魅力向上のためにやってきたこと

3. 休憩空間の利用者評価とその重要性

ここ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が、では利用者の満足度（評価）が高いと、どのような効果があるのか把握するために現地調査を行った。その結果から、休憩の重要性について考察する。

3.1 調査概要

利用者の休憩機能や魅力に対する評価と滞在時間・消費額の関係に着目し、比較的似た条件の10の道の駅にて、対面アンケートと全車両の入出庫時間の調査を行なった。

調査は、平成20年の夏期と平成22年の夏期に実施し、平成20年だけで261名から回答を得た。

なお、駅以外の付属施設の利用や農産物の産直などの買い物を目的とした利用者は対象外としている。



写真-2 道の駅での対面アンケート（左）と車両の入出庫調査（右）

3.2 調査結果（休憩空間の評価と滞在時間・消費額）

道の駅の滞在時間と消費額の関係を図-6に示す。来訪者の滞在時間の30分を前後で比較すると、30分以上滞在した人の消費額が30分未満の約3倍であった。次に屋外の休憩空間の評価と滞在時間の関係（図-7）をみると、そ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を感じて滞在時間が長くなるためと推測される。同様に、屋外の休憩空間の評価が高いほど消費額も大きくなった（図-8）。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。

このように、より長い滞在はに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の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られと考えられる。またドライバーの立ち寄りの増加や長い休憩は、地域の交通安全に寄与すると考えられる。

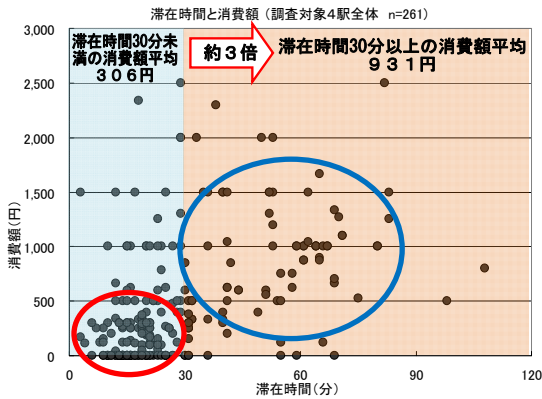


図-6 利用者の滞在時間と消費額の関係

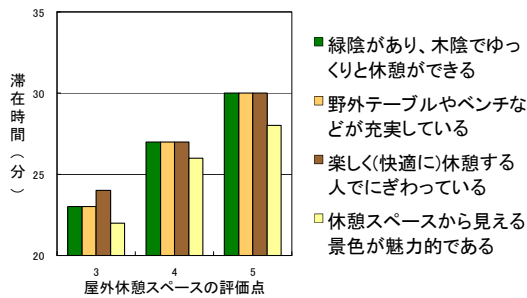


図-7 屋外休憩施設の評価と滞在時間

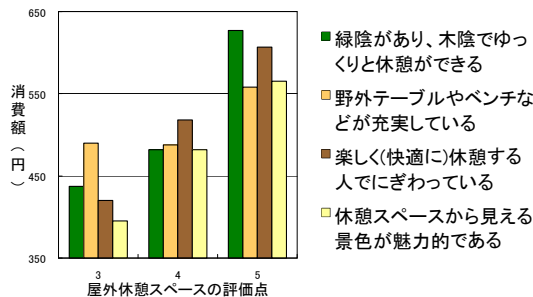


図-8 屋外休憩施設の評価と消費額

4. 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

4.1 休憩施設とその構成要素及び利用者行動

道の駅へ立ち寄った利用者に対し、長く滞在して消費や飲食行動につなげたり、再訪率を高めたり、良い評価を口コミや投稿してもらうには、利用者の満足度（評価）を高くする必要がある。そのためには休憩に影響する様々なハードへの適切な配慮や効果的な整備により、休憩の魅力を向上させることが重要と考えられる。

利用者はどのように道の駅の休憩施設の魅力を評価し、

それがどのような行動に繋がるのかの関係性を把握することは、道の駅の機能や魅力についての課題や把握や、改善方策など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、これらを検討する上で、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。道の駅の魅力には、駅を構成する駅舎の建物や駐車場などの主要施設から、のぼりや植栽ポットなどの比較的簡易な付属施設などがある。さらに 周辺施設との位置関係、配置や互いの関係性・調和、設計・意匠、材質・素材感、色彩、規模・大きさ・スケール感、眺望・景色、メンテナンス、日当たり・照明・ライトアップ、ユニバーサル対応、駐車場の車両速度、利用しやすさ、安全性など多くの要素が関係する⁹⁾。

そこで、休憩施設の魅力に関係するハードの要素や関係性、設計デザインなどが、利用者の印象・評価や行動にも影響を与えるとの視点（図-9）で、調査事例の一部から考察を試みる。

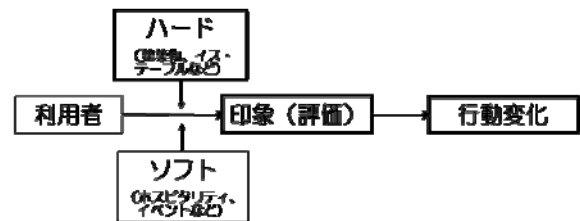


図-9 道の駅利用者の評価と行動変化の概念

4.2 比較・考察の対象とした道の駅と施設

3 章の道の駅の休憩についての利用者評価と滞在時間等の調査結果（表-1）を活用し、屋内と屋外の休憩施設に分けて、それぞれ評価が高い道の駅と低い道の駅について、休憩施設を比較しながら、これらの施設や構成要素、関係性や設計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。

表-1 休憩施設に対する利用者評価と滞在時間

道の駅	評価				行動
	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

4.3 利用者評価と施設や構成要素についての一考察

現地調査にて屋外の休憩空間の評価が高かった道の駅を写真-3に、評価が低かった道の駅を写真-4に示す。

屋外の休憩空間の評価が高かったのは、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・たまり空間などが利用者に評価されたためと考えられる（写真-3）。一方、緑の少なさや色あせたベンチ、固く冷たいイス、クルマの近くで落ち着

けなく狭い休憩空間などが低い評価の要因と考えられる(写真-4)。



写真-3 屋外休憩の評価が相対的に高かった道の駅

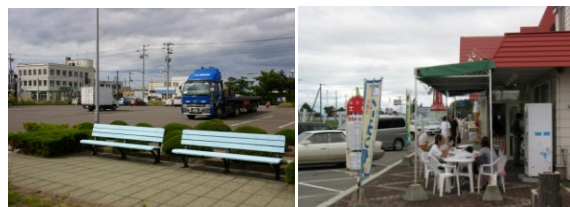


写真-4 屋外休憩の評価が相対的に低かった道の駅

次に屋内休憩施設の評価が高かった道の駅の写真-5に、評価が低かった道の駅を写真-6に示す。

これらを含め、屋内の休憩施設の評価が高かったのは、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、明るく賑わいが感じられる造りなどが利用者に評価されたと考えられる。一方、暗さや狭さ、落ち着かない場所や利用しにくく孤立した位置にある休憩席、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、評価を低くしたと考えられる。

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、お互い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、全道の道の駅を調べた結果、同様の傾向がみられた。



写真-5 屋内休憩の評価が相対的に高かった道の駅



写真-6 屋内休憩の評価が相対的に低かった道の駅

4.4 道の駅利用者の印象・評価指標の試案

今後、道の駅の休憩施設の魅力向上を目指した改善ガイドライン(仮称)の作成を予定しているが、道の駅の利用者の評価に基づき整備や管理を考えたとき、このことに参考となる評価指標の検討が重要となる。

そこで、駅全体はもとより、各施設やそれらを構成するものを見たり触れたり、利用したりして利用者は様々な印象を受ける。これらの施設や構成要素と利用者の評価の関係性を考える上で、これまでの調査などを基にその評価や印象を主に以下の8つの形容表現として提案を試みた。

- ・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
- ・うれしい感、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」

今後、これらの評価指標を用いた施設の調査や分析評価を検討していきたい。

5. 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」と同等に休憩機能のニーズが高い。
- ・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り、道の駅にとっても重要である。
- ・しかし、駅の管理者にはその重要性が十分理解されていなく、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)も低い。
- ・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と利用者評価の関係性について考察を試みた。

6. おわりに

本報告は(財)北海道道路管理技術センターとの共同研究を基にしている。現在、継続調査を行っており、それらの成果をガイドライン(仮称)としてとりまとめる予定である。アンケート調査にご協力いただいた皆様をはじめ、道の駅の関係の方々にも深く感謝いたします。

参考文献

- 1) 道民経済計算・確報：北海道庁ホームページ
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/ksk/tgs/keisan>
- 2) 北海道観光産業経済効果調査：北海道庁 h p
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/keizaikouk>
atyousa.htm
- 3) 北海道観光の現況：平成21年10月北海道経済部観光局
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/gyouseizyohou.htm>
- 4) 道の駅とは：北海道開発局 h p,
http://www.hkd.mlit.go.jp/zigyoka/z_doro/station/michieki.htm
- 5) 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」
- 6) 堀繁：景観からの道づくり、2008。