

# 「道の駅」情報提供施設の新たな取り組み

木崎 浩二<sup>1</sup>・築地 静<sup>2</sup>

<sup>1</sup>岐阜国道事務所 交通対策課（〒500-8262 岐阜市茜部本郷1-36-1）

<sup>2</sup>岐阜国道事務所 交通対策課（〒500-8262 岐阜市茜部本郷1-36-1）

道の駅は、休憩機能・地域の連携機能・情報発信機能の3つすべてが役割を果たしてこそ、道路利用者のための施設として成立する。しかし現状は、地域振興施設におけるにぎわいのみで、情報提供施設は閑古鳥が鳴いている状態である。そこで岐阜国道事務所では、『どうしたら情報提供施設も活用される道の駅になるだろうか?』という観点から、改善プロジェクトチームを立ち上げ、情報提供施設の活気を取り戻すべく問題に立ち向かった。

キーワード：道の駅、情報発信機能の改善、地域のゲートウェイ

## 1. 道の駅の現状と課題

道の駅は今、注目の的である。

連日観光客でにぎわう観光地の一つとして、テレビや雑誌で話題になっている。また東日本大震災発生時に避難所として大きな役割を果たしたことを受け、自治体・管理者ともに今後の防災拠点として整備する方針を打ち出している。

道の駅は平成5年の制度開始から19年が経過し、各方面からの“道の駅人気”にあわせて登録は増え、全国で987駅となった。（平成24年3月現在）

すべての道の駅に共通することは、道路利用者及び地域の方々のための3つの機能を有することだ。

それは、円滑な道路交通を支えるためのたまり場としての「休憩機能」、地域振興の場となって活力ある地域の形成を働きかける「地域の連携機能」、道路情報や沿道の文化・特産物などの情報を活用して個性豊かなサービスを提供するための「情報発信機能」である。



図-1 道の駅の3つの機能

ところがその現状に目を向けると、3つの機能すべてが役割を十分に果たしているとは言えない状況である。

休憩スペースやトイレの利用を目的とする利用者は大多数を占め、物産館やレストランが“旅の目的地”として定着した一方で、情報発信機能を有する情報提供施設は、ひっそりとしているところが多く見られる。

実際に、平成23年12月の中部地方整備局の調査では、中部地整管内の道の駅利用者に対する情報提供施設の立ち寄り人数の割合は、平均15%程度と低い値にとどまっていた。

この「情報発信機能」の低下は全国的に問題となっており、国土交通省が道の駅で情報を発信する関係者を対象に、検討や設計を進めるにあたっての留意点などを『「道の駅」情報提供機能の改善に関するチェックポイント』としてとりまとめたところである。

道路管理者は道の駅整備以来、情報提供施設の運営を道の駅管理者に一任してしまうことが多く、道の駅管理者もまた商業施設にかかりきりで、情報施設まで手が回らないというところは珍しくない。

この状態は、“道路利用者のための道の駅”の役割について、管理者双方の理解度や創造性が十分でなかった結果ではないだろうか。

## 2. 道の駅の情報発信機能

### (1) 昨今の通信環境と情報発信機能の重要性

道路利用者にとって、道の駅の情報発信機能は昨今でも重要なのか。

近年、情報化社会と言われて久しいが、図-2に示す総

務省の統計によると、個人でのインターネットの普及率は平成23年末で79.1%にのぼる。調査を開始した平成9年末の9.2%と比較すると、この15年の間に情報通信技術が急激に発達し、インターネットを通じて以前よりも容易に情報を取得できる環境が整ったことが分かる。

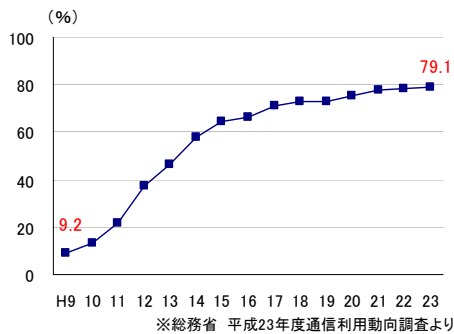


図-2 インターネットの人口普及率（個人）

一方、図-3の世代別インターネット利用状況を見てみると、年齢層が上がるとともに普及率は減少し、65歳では6割程度まで落ち込んでしまう。若年層と高齢者層の間に、情報格差、いわゆるデジタル・デバイドが生じており、高齢者には特にアナログでの情報提供の場が必要と考えられる。

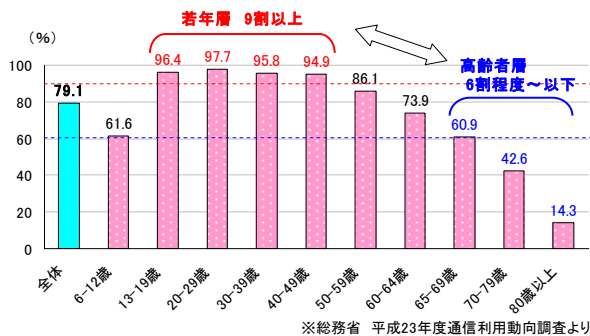


図-3 インターネットの人口普及率（世代別）

またインターネット普及率が9割を超える13歳～49歳の世代からも、情報紙に掲載されないお得で貴重な観光情報や、現在地からの移動経路、通行規制が発生していないかの確認のための情報が求められている。

情報への需要が高い中、道の駅は情報提供にうってつけの場であるだろう。道の駅であれば、道路利用者が移動の道中に休憩を兼ねて立ち寄りやすく、発信した情報によって地域の活性化や交通の円滑化に直接働きかけることができる。

このように道の駅の情報発信機能は、今後も活かすべき重要な機能であるといえる。

### (2) 情報発信機能の改善に向けて

情報発信機能を役立てるためには、関係者が道の駅での情報発信の意義や道の駅の役割を十分に理解し、ノウハウを把握した上で、地域や道の駅の特徴を活かして工夫することが重要である。

情報発信によって、利用者をワクワクさせることができるのではないかと。地域のもてなしの気持ちも届けることができるのではないかと。道の駅は“最終目的地”としてだけでなく、地域の拠点、いわば“ゲートウェイ”にもなれるのではないかと。

そのように考えて、岐阜国道事務所では改善プロジェクトチームを発足し、道の駅関係者を巻き込んで、『どうしたら情報提供施設が活用されるだろうか?』という観点から道の駅の情報発信機能の見直しを行った。

## 3. 取り組み内容

### (1) 道の駅「美並」での課題

情報発信機能 見直しの取り組み対象として、今回は国道156号にある道の駅「美並」を選定した。

「美並」は、平成5年12月に開駅した、道の駅大國・岐阜県内で最も歴史のある道の駅である。奥美濃の入り口に位置し、夏は清流長良川の鮎釣り客、冬は奥美濃のスキー客でにぎわっている。

「美並」の情報提供施設はトイレや物産館とは別棟となっており、休憩スペースも兼ねた広い空間であるが、館内は静まりかえっていた。平成23年12月に実施した情報提供施設の立ち寄り率調査では、「美並」は13%程度だったことが分かっている。これは中部地整管内平均の15%よりも低い値である。この状態では情報発信の役割を十分に発揮できているとはいえない。



図-4 道の駅「美並」の位置

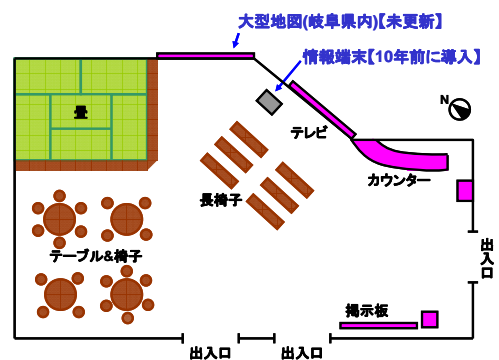


図-5 道の駅「美並」の情報施設内の配置

プロジェクトチームで現地調査を実施し、分析の結果、大きく分けて「情報施設内の環境」、「情報施設への誘導」、「施設内での情報提供内容」の3項目の課題を抽出した。

#### a) 「情報施設内の環境」の課題

施設内は薄暗い。節電と消耗により、半分以上の蛍光灯が消灯しているため。冷暖房は備え付けられているものの電源が切っており、休むにも情報を見るのにも適さない環境であった。またテレビや音楽もかけられていないため、あまりに無音状態で落ち着かない印象を受けた。これでは、道の駅が目指すホスピタリティとは程遠いだろう。

#### b) 「情報施設への誘導」の課題

この建物は何なのか。施設の案内表示や看板が出ていないため、一見して何の建物か分からない。3箇所ある出入口はしっかり閉められているうえ、目線の高さに貼り紙が並んでおり、ガラス越しにも中の様子が伺えないことから、立ち入るのも躊躇してしまうようなたまたまいであった。利用者は情報施設に入るのにも不安を感じてしまうかもしれない。

#### c) 「施設内での情報提供内容」の課題

「美並」での情報発信は、道の駅管理者が物販の合間にリーフレット類を並べる作業にとどまっていた。毎月数十種類も届くリーフレットやポスターは、規則性もなく煩雑に陳列され、近郊の情報量は1割程度しかない状態であった。



図6 混在するリーフレット

この状態では、雑多な情報の中から利用者自身で取捨選択をしなければならず、短い滞在時間では求めていた情報でも見過ごしてしまう可能性がある。

施設内に常駐する案内人もおらず全体的にごちゃごちゃした印象であるため、入館しても情報に近寄らないまま退出する利用者も多く見受けられた。

### (2) 道の駅利用者の確認

見直し作業を開始する前に、「美並」の利用者について分析した。

施設入場車両は図-7のように、平日は県内79%、県外21%であり、休日も県内72%、県外28%であった。「美

並」は岐阜県の中心に位置することもあり、県内から訪れる利用者の割合が大きかった。

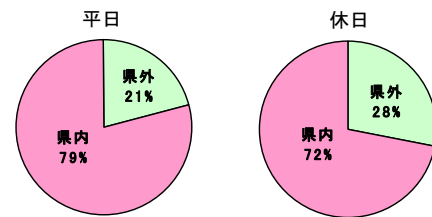


図-7 「美並」利用車両の分布

また、図-8に、ある休日の情報施設入館者の年齢別割合を示す。道の駅の情報施設には幅広い世代が訪れていることが分かる。中でも60歳以上の来館者が5割以上を占めていることから、「美並」では高齢の利用者を意識したバリアフリーな情報発信が必要だと考えられる。

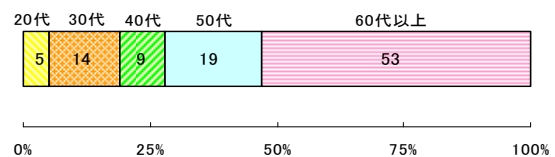


図-8 「美並」情報施設利用年齢層の分布

### (3) 課題に対する見直し内容

改善に向け、県外を含めた道の駅の現地調査、一般職員からの意見収集、道の駅関係者との意見交換を重ねた。

平成24年1月からは週に1回程度「美並」駅長と郡上市職員とプロジェクトチームの三者でディスカッションを行い、検討、作業、分析、改善の方針を固めながら、見直しに臨んだ。

課題に対し取り組んだ内容を、それぞれ列挙する。

#### a) 「情報施設内の環境」の見直し

第一印象は利用者にとって重要である。

電灯のソケットを掃除し、切れた電灯は交換することで、情報施設内を明るくした。すると清潔感や活気が出て、建物の印象が良くなった。

また、必要時に冷暖房を活用して快適な室温を保ち、テレビを放映することにより、常にほどよいにぎやかさのある居心地がよい環境を整えたため、休憩施設としての効果も高まった。

#### b) 「情報施設への誘導」の見直し

施設に入館してもらうには、まず一見して何の建物か、どんな様子か分かるようにする必要がある。

まず、窓ガラスに掲示された目線上の貼り紙を撤去した。扉が閉まっても外から施設内の様子が伺えるようになったことで、入りにくさや不安感は大きく軽減された。すると窓からの採光量が多くなり、施設内はさらに明るくなる効果があった。

そして、『ドライブ情報』『観光情報』『美並観光』『郡上観光』など、施設内の内容を端的に示す文字を扉ガラスに掲示した。このとき、駐車スペースなどの遠方

からも判読できるように太く大きな文字を採用し、横の通路を歩いていても見やすく、かつ扉の前に立ったときに視界を阻害しない、低めの位置を選定した。

また、入りにくい印象を払拭するため、『ご自由にお入りください』と付け加え、気軽に入れる施設であることを利用者に文字で伝えた。

さらに、他施設からも呼び込むため、利用者が多いトイレの内外や通路に案内板を掲示した。ピクトグラム（絵文字）を用いた視覚で捉えやすい施設配置図と、『隣の情報施設にお得な情報あります』といった魅力的なフレーズを添えた案内板を用いることで、他施設を目的として訪れた利用者も、情報施設へ足を運びたいくなるように考慮した。

### c) 「施設内での情報提供内容」の見直し

入館していただいた利用者には、情報を受信し、また次も利用したいと思ってもらいたい。そのために情報提供内容の改善は要といえる。

はじめに、最もニーズが高いとされる観光情報から見直し作業に取り組んだ。

混在していたリーフレットについて、地域や内容ごとに仕分けを行った。アンケートの結果から、道の駅から車で30分程度の郡上市内を目的地とする利用者が多いことが分かったため、駅長や自治体とも相談し、「美並」周辺と郡上市内を観光情報の主軸とする方針を固めた。

東濃地区、飛騨高山、下呂などには岐阜県自慢の観光資源が豊富にあるが、国道156号の利用者には遠方で、利用者のニーズが比較的低いと考え、一時的に提供内容から外した。

仕分けをした情報はカウンター周辺に集約し、情報コーナーを作った。そして地区ごとに分類し、『美並観光情報』『郡上市内情報』『美濃市情報』と見出しを付けた。地図付き観光案内や話題のグルメ情報などは利用者のニーズが大きいため、カウンター上に立体的に配置したり、吹き出しポップを追加したり見せ方を工夫した。こうすることで出入口からも確認しやすく、目立つようになった。

次にポスターの整理に臨んだ。壁一面に煩雑に掲示されていたポスターも同様に仕分け、分野ごとに集約した。該当リーフレットのできるだけ近くに掲示することで、第一印象でひきつけるポスターと持ち帰り可能なリーフレットを関連づけ、必要な情報をより早く見つけられるシステムを構築した。リーフレットしか用意されていないものも多いが、利用者に特に見てもらいたい・知ってもらいたいものに関してはポスターを作成した。

さらに、情報施設では何より情報量を保持することが重要であると考え、道の駅関係者と連携して情報量の確保にも努めた。

道の駅巡り関連や、郡上八幡などの周辺人気観光地のリーフレットは取り寄せて設置し、道の駅管理者に棚への補充を依頼した。リーフレット保管場所がすぐに分か

るように、バックヤードの棚にも見出しを付けて補充の負担軽減に配慮した。

観光情報に続いて、道路情報発信の見直しを行った。

道路情報は、観光情報と同様に重要視されているが、通行規制案内が届く順に掲示されただけであった。それを号線や方面、地域ごとに集約し、見出しをつけて内容を整理した。

そこに最新で詳細な道路地図を追加し、規制区間や迂回路をすぐ確認できるようにした。持ち帰ることができる地図も横に設置することで、ドライブ中の地図確認を可能にした。

### d) さらなる工夫

通年同じような情報内容では、何度も来訪する道の駅利用者が情報施設に入る理由がなくなってしまう。情報施設内に入るきっかけの創出のため、常設情報に加えて時節ごとにテーマをもってポスター等を更新した。

普段は、今秋岐阜県内全域で開催される『ぎふ清流国体・清流大会』を大きくプロモーションしているスペースを、3月には防災啓発ポスター、4月には交通安全ポスターに入れ替え、パネル展示を行った。

またスキー場の天気や積雪量、桜の開花状況の情報板を話題の期間中情報コーナーに追加し、こまめに更新することで、情報誌にはない旬な情報発信を行った。

表-1 平成24年の企画（案）

	「美並」をとりまく世間の動き	郡上市・美並観光	国交省、交通安全など
1月	お正月、冬休み	スキー	除雪(タイヤチェーン設置呼びかけ)
2月		高麗まつり、スキー	
3月	卒業	スキー	東日本大震災から1年
4月	入学	国道156号線沿いの桜並木	全国交通安全運動
5月	ゴールデンウィーク	せせらぎ街道の芝桜、桂昌寺のぼたん園	
6月		桂昌寺のあじさい、船釣り解禁	土砂災害防止月間
7月	夏休み	郡上踊り、釜ヶ滝アウトドア、釣り堀	河川愛護月間
8月	夏休み、お盆	郡上踊り、円空のふるさと美並夏祭り	道路ふれあい月間
9月	ぎふ清流国体・清流大会開幕、シルバーウィーク	木尾ヤナ、食の祭典(大和町)	防災の日、全国交通安全運動
10月		せせらぎ街道の紅葉、円空まつり	全国道路標識週間
11月	「美並」周年祭	郡上八幡城の紅葉、スキー場オープン	土木の日、除雪(タイヤチェーン設置呼びかけ)
12月	クリスマス、年末	温泉、スキー	

見出しや吹き出しポップ、ポスターを作成するにあたって、字の大きさはもとより、どんなフォントが適切だろうか考えた。明朝体・ゴシック体など、デジタルフォントで統一すると整って見えるが、無機質で目にとまりにくくなってしまう。

そこで、手書き文字を試行した。カラフルでバランスのとれていない丸い文字によって、にぎやかな雰囲気をもたらす注目を集めるとともに、道の駅が目指すべき“人のあたたかみ”が感じられるようになった。

また、用いるキャッチコピーは、分かりやすさを第一に心掛けた。端的なキーワードと挿絵を入れることで、より短時間で伝えることを目指した。文言は『〇〇して

みませんか』と話しかける文体を多用し、利用者に問いかけ、立ち止まって少し考えるきっかけを作ることで、より関心を引くようにした。

以上のように、プロジェクトチームは、すぐにできるちょっとしたことから順番に、検討と分析を繰り返して、道の駅「美並」の改善作業を進めた。



図-9 ポスターや見出しのちょっとした見直し

#### (4) 効果の測定

今回の対策効果を定量的に把握するため、通過人数カウンタを各出入口に設置して施設の利用者数を測定し、入館者数や入館割合の変化を見た。

また、リーフレットを「美並」と隣接する道の駅Aに同数配布して、設置1週間後の残数を比較し、評価指標とした。

合わせてアンケート調査を行うことで、利用者の意見を聞き、定性的な評価を実施した。

### 4. 改善結果

プロジェクトチームの活動前後の利用者数を、平成23年12月の改善作業前調査、平成24年5月の改善作業後調査結果に基づき比較した。

入館者数は、改善作業前に平日63人、休日141人だったものが、改善作業後には平日289人、休日550人になり、いずれも4倍程度まで増加した。

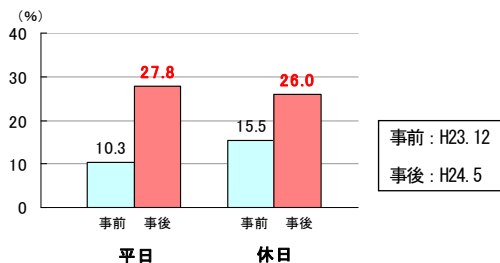


図-10 情報施設への立ち寄り率の変化

図-10の道の駅利用者が情報施設に立ち寄る割合を見ても、改善作業前からは大幅な伸びを見せ、改善作業後には調査全日25%以上を保っているという結果が得られ

た。この値は、中部地整管内の道の駅の中でもベスト3に入る高水準である。

“ちょっとした見直し”の積み重ねで、「美並」利用者の4分の1以上を情報施設に誘導できたことが分かった。

改善作業後に、情報施設に入った人の動きを調査した。立ち寄った利用者の中で、情報コーナーに足を向けた人の数の割合は、平日75%、休日78%であった。情報施設内に入った利用者の4分の3は、休憩だけでなく情報にも興味を示していたことが分かる。

リーフレット残数からも、情報が入館者に届いているかどうか確認した。同様のリーフレットを各300部配布し、その1週間後に訪れると、隣接道の駅Aには3分の2以上残っていたが、「美並」では300部すべてが持ち帰られ、無くなっていた。これはリーフレットの見せ方を工夫した効果も大きいですが、「美並」関係者のリーフレット補充の積極的な協力もあったため、顕著な差が出た。

そして、アンケート調査により道の駅利用者の声を聞いた。「暗い」「入りにくい」「インパクトがない」「情報が煩雑で見にくい」などプロジェクトチーム内でも酷評が多かった改善前に対して、改善作業後の満足度調査では、約半数の回答者が「満足」の評価をつけ、「明るくなった」「安心してくつろげる」「地図など、いろいろあっていい」との意見をいただき、高評価を得ることができた。

このように、情報提供施設の見直し作業を通して利用者数、利用率、また情報受信者は増加し、利用者の満足度も高まったといえる。

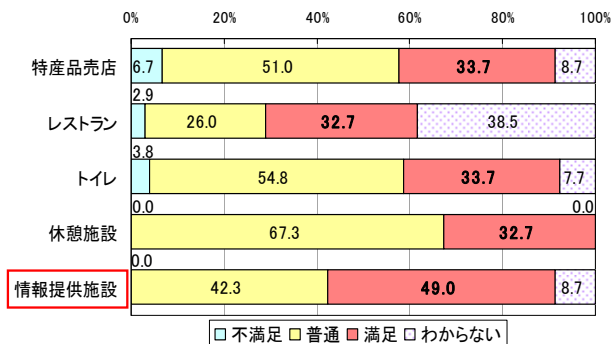


図-11 改善作業後の各施設の満足度調査

### 5. 考察

関係者の連携による“ちょっとした見直し”つまり「当たり前の整理整頓」と「少しの工夫」は、情報発信機能の改善において十分に効果的であり、情報施設のプロデュース次第で、道の駅が“地域のゲートウェイ”としても活用できる施設となることが確認できた。

これまで道の駅関係者が提供しようとしてきた「できるだけ多くの情報」と、利用者が「手に入れた情報」との間には、乖離があったのではないかと

利用者の反応を見ると、経路を確認できる詳細な道路地図や、観光地の名物や見所やグルメ情報が写真付きで紹介してあるリーフレットは特に需要が多く、道の駅の情報発信には欠かせないことが分かった。今後は、伝える相手を意識した、利用者のニーズに応える情報発信をする必要があるだろう。

今回、約8ヶ月にわたり直接見直し作業を進めてきたが、簡単な作業に対する利用者の反応の大きさに驚かされた。見開き掲示や手作りポスターの追加など、見せ方を工夫するだけで、足を止めてくれる人は増え、リーフレット配布部数を伸ばした手応えがあり、取り組みの効果が発現するやりがいを感じた。

情報施設がドライバーに利用される施設になることにより、道路情報を活用する機会が増え、情報の効果が一層期待できるだろう。

作業を進める中で、情報施設の活気が向上するとともに、道の駅関係者の意識も高まったように思う。「何かできることはないか?」「利用者から率直な意見を伺ったら、こちらにも教えてほしい」と、駅従業員からお話をいただくことがあった。また、郡上市や美濃市からは、おすすめ観光リーフレットの収集・提供を積極的にしていただいた。

さらに、地元の観光地側から、手書きポスターを自発的に提供していただくこともあった。見直しの取り組みを通して、周辺観光施設にとっても活用できる情報提供施設になってきたのではないだろうか。

## 6. 結び

本発表では、すぐに取りかかれる“ちょっとした見直し”による、道の駅の情報発信機能の改善に向けた取り組みについて紹介させていただいた。

現在、岐阜国道事務所プロジェクトチームでは、「美並」のみにとどまらず、事務所管内他4箇所にも取り組みを拡げ、道路のつながりを意識した情報内容や、情報発信機能を保持する継続的な取り組み方を検証している。

最後に、情報発信機能は、3つの機能の中でも特に地域や道の駅関係者間の連携が鍵となる。国土交通省の『チェックポイント』や「美並」の事例を基に、この取り組みを道の駅全体に拡げていき、その中で得たノウハウを道の駅間で共有することで、“道の駅ゲートウェイ”のネットワークがつながり、道の駅は地域の連携・発展に一層効果を発揮するだろう。そこで、道の駅それぞれの“らしさ”が出せるかどうか重要だ。

今、道の駅は一体的に見直されるときである。われわれも、地域のコンシェルジュとなるべく、動き始めなければならない。

**謝辞：**本取り組みの中でご協力いただきました、古田駅長をはじめ道の駅「美並」関係者の皆様、また、執筆にあたり貴重なご意見を賜りました道の駅関係各位に、深く感謝いたします。