

# 全国道の駅連絡会からの報告

- 1 全国道の駅「新型コロナウイルス感染症による経営実態調査」報告
- 2 道の駅川場田園プラザにおけるドライブイン・シアター実施報告
- 3 当会賛助会員によるプロジェクト紹介

2020年11月20日  
(一社) 全国道の駅連絡会



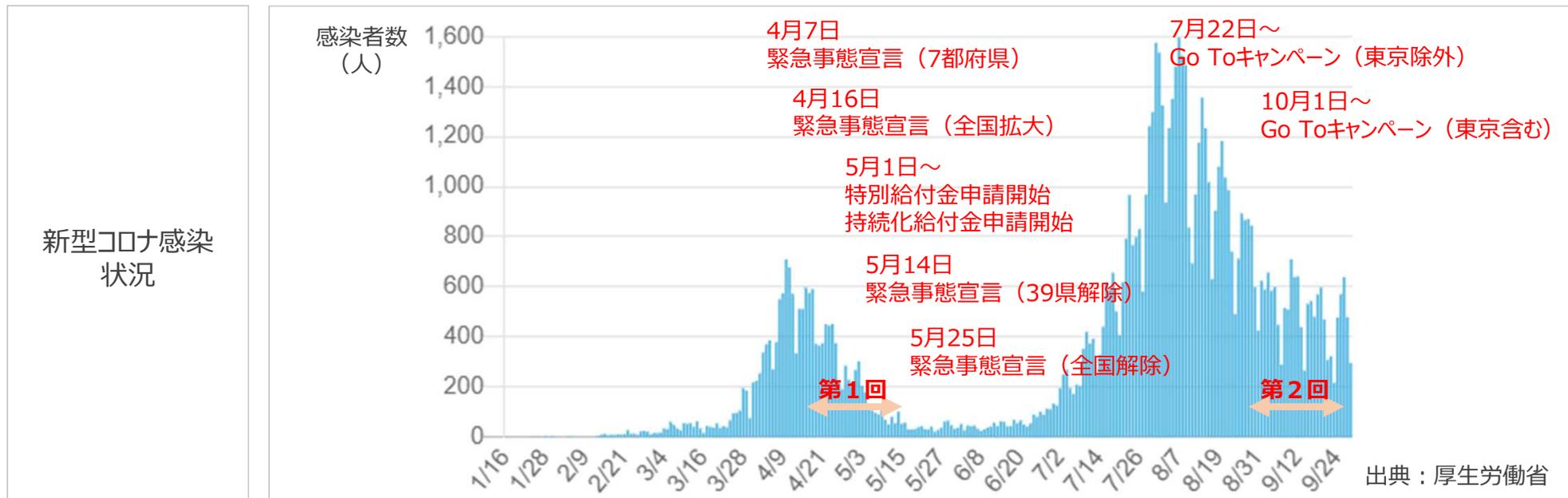
# 調査概要

- 本年9月、全国の道の駅を対象に、新型コロナウイルス感染症によって受けた経営的な影響について定点調査を実施。4月（緊急事態宣言発出直後）実施の調査と比較。

## 【概要】

- 調査方法：インターネット調査
- 配信駅数：1,180駅
- 回答駅数：585駅
- 実施期間：第2回（令和2年9月4日～9月23日）Go Toキャンペーン開催後  
 <参考> 第1回（令和2年4月21日～5月10日）緊急事態宣言中

## （参考）調査時の新型コロナウイルスの状況





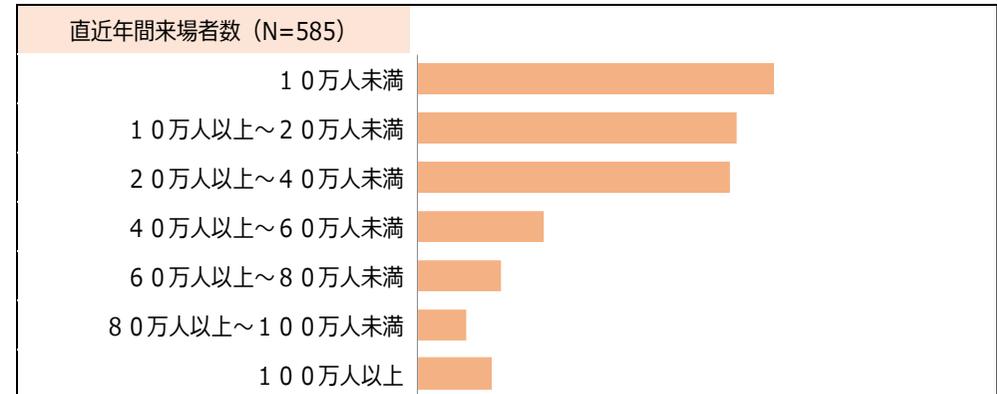
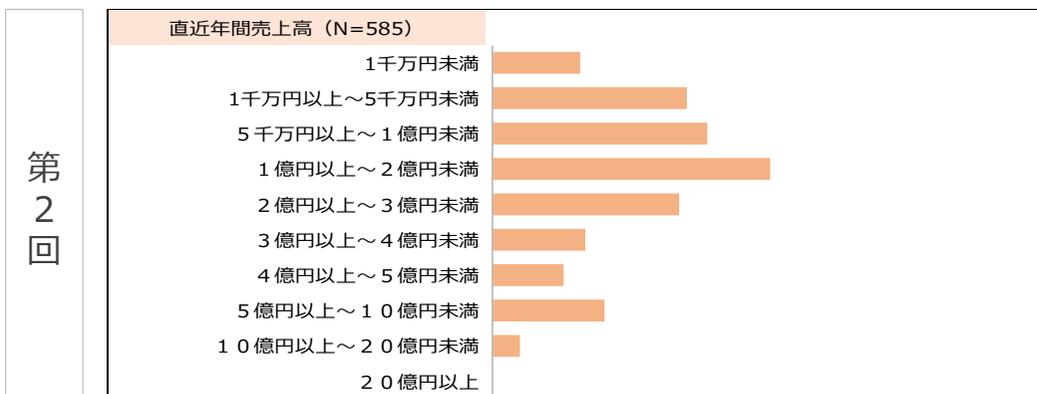
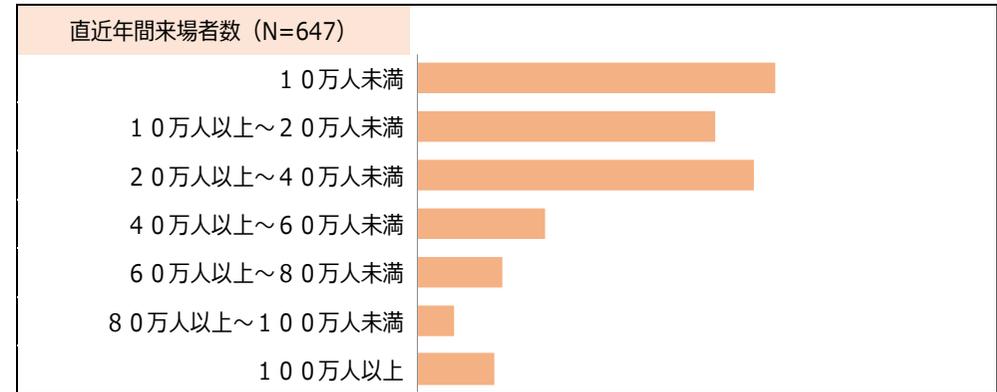
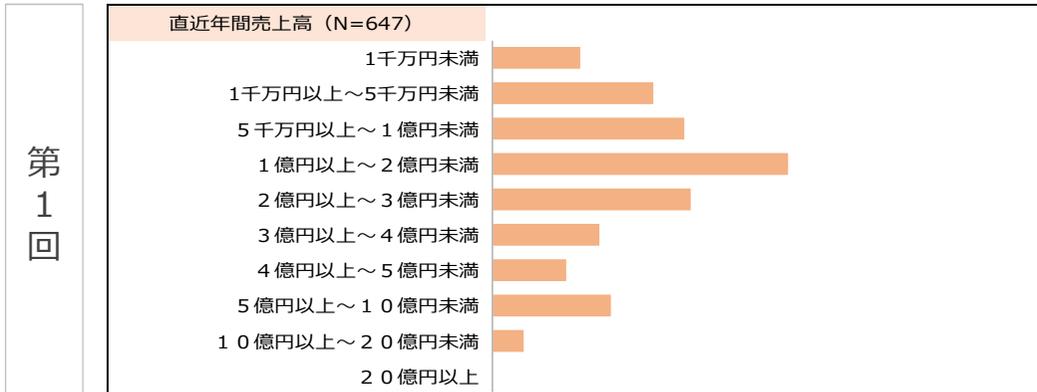
# 回答道の駅のプロフィール（分布）

## ● 地域、売上金額、年間来場者数による分布：（ほぼ同様）（定点調査）

### <地方別回答率>

駅数内訳・回収率	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	全国
回答駅数（第2回）	51	105	58	53	94	66	48	41	69	585
回答駅数（第1回）	72	101	64	54	104	72	50	55	75	647

### <売上金額・来場者数による回答駅分布>

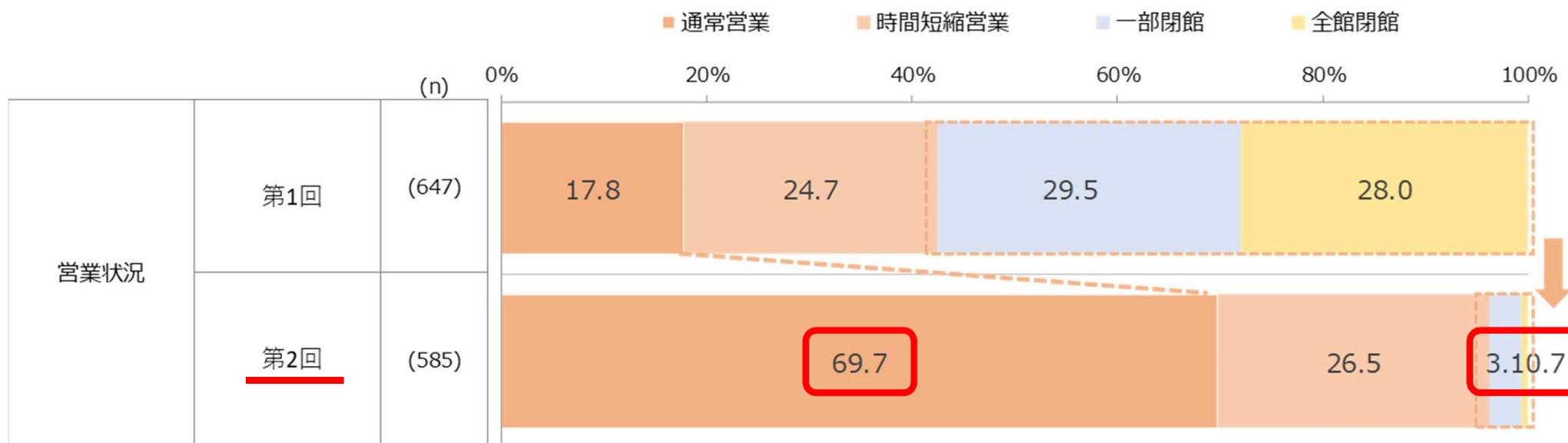




# 調査結果（営業状況）

## 【営業状況】

- ・ 通常営業駅が約7割、一部閉館・全館閉館駅が約4%と第1回と比べ回復
- ・ 時間短縮営業の割合は変化なし

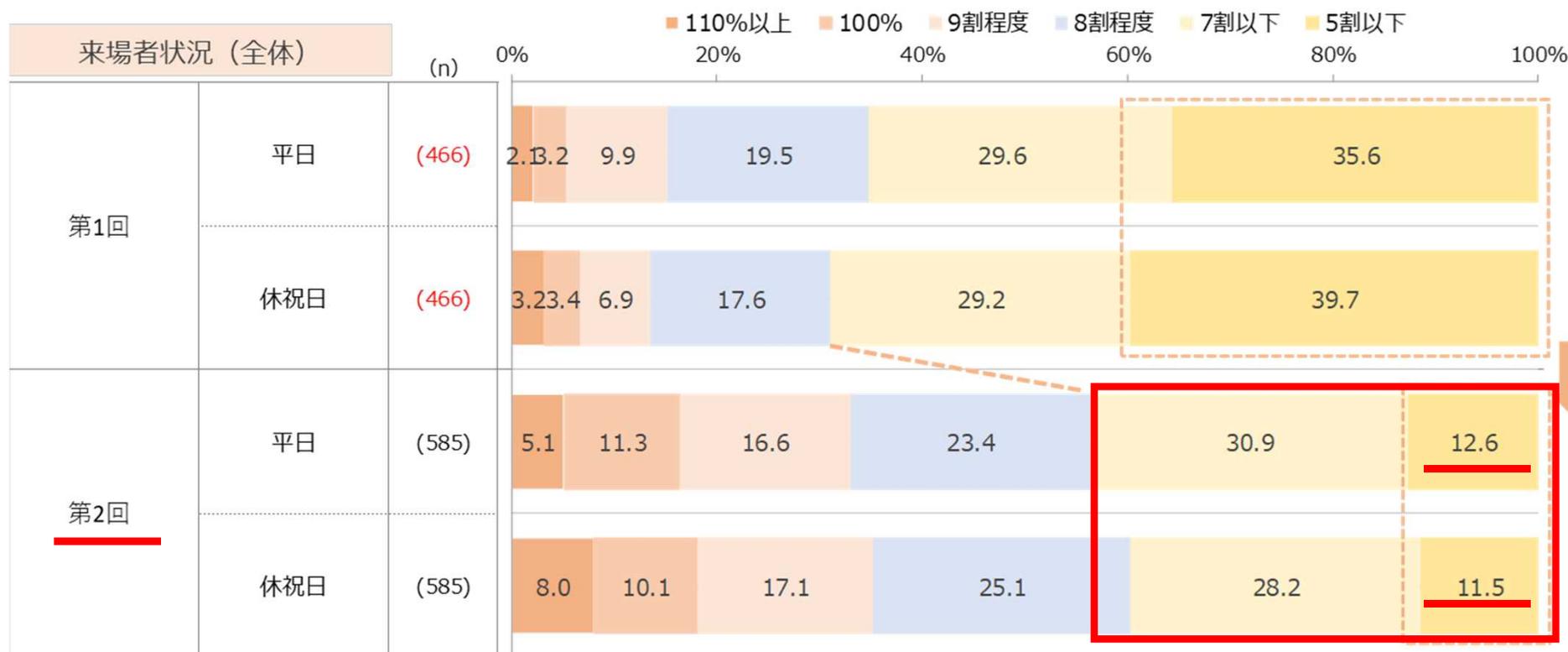




# 調査結果（来場状況 全体）

## 【来場状況 全体】

- ・ 来場者数が「対前年同時期比7割を切る」駅が約4割、その中で「5割以下」は約1割と、回復傾向（第1回では7割以下（約7割）、5割以下（4割弱））
- ・ 平日と休祝日による差はほとんどない

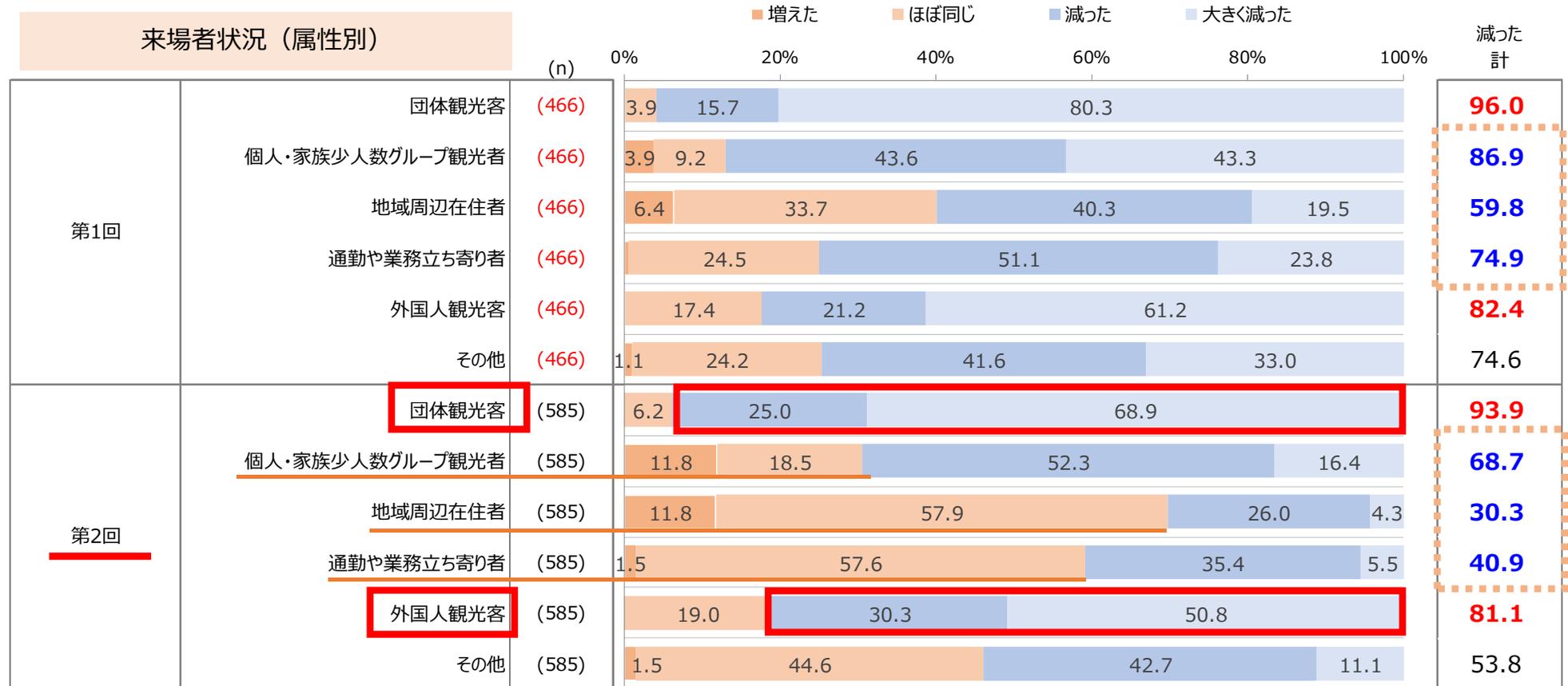




# 調査結果（来場状況 属性別）

## 【来場状況 属性別】

- 来場者属性別では「地域周辺在住者」「通勤や業務立ち寄り」「個人・少人数グループ」は徐々に回復しつつあるが、「団体観光客」「外国人観光客」は依然として厳しい

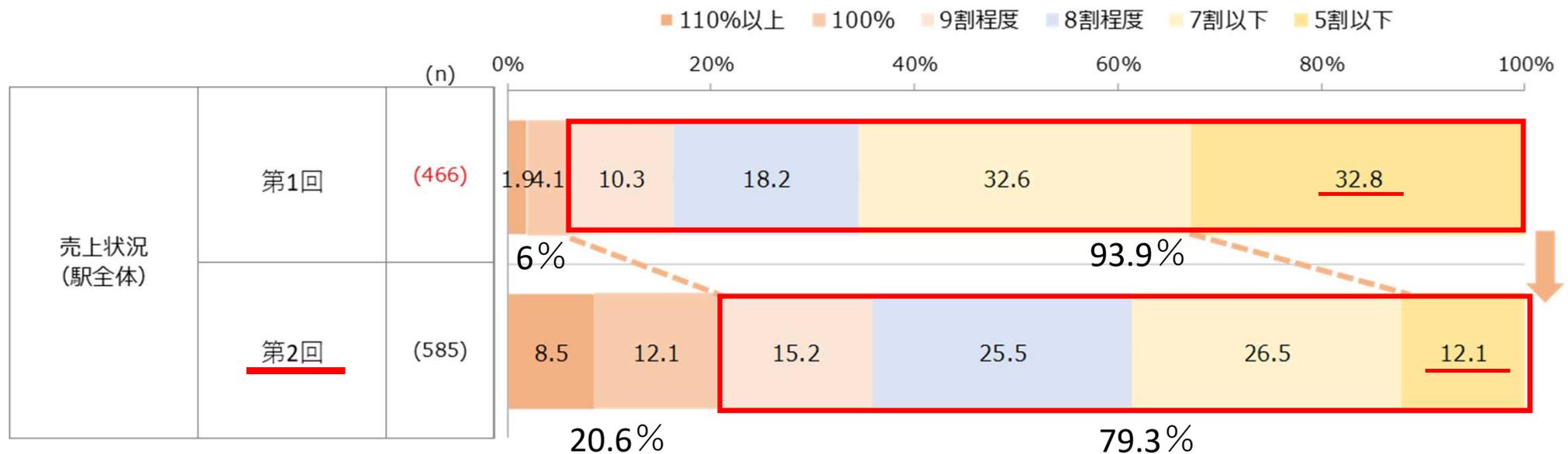




# 調査結果（売上状況 駅全体）

## 【売上状況 駅全体】

- 対前年同時期比で売上減少の駅は約8割、「同じか増えた」駅が2割、「5割以下」が1割と第1回の結果（売上減少9割強、5割以下3割強）に比べ業績回復

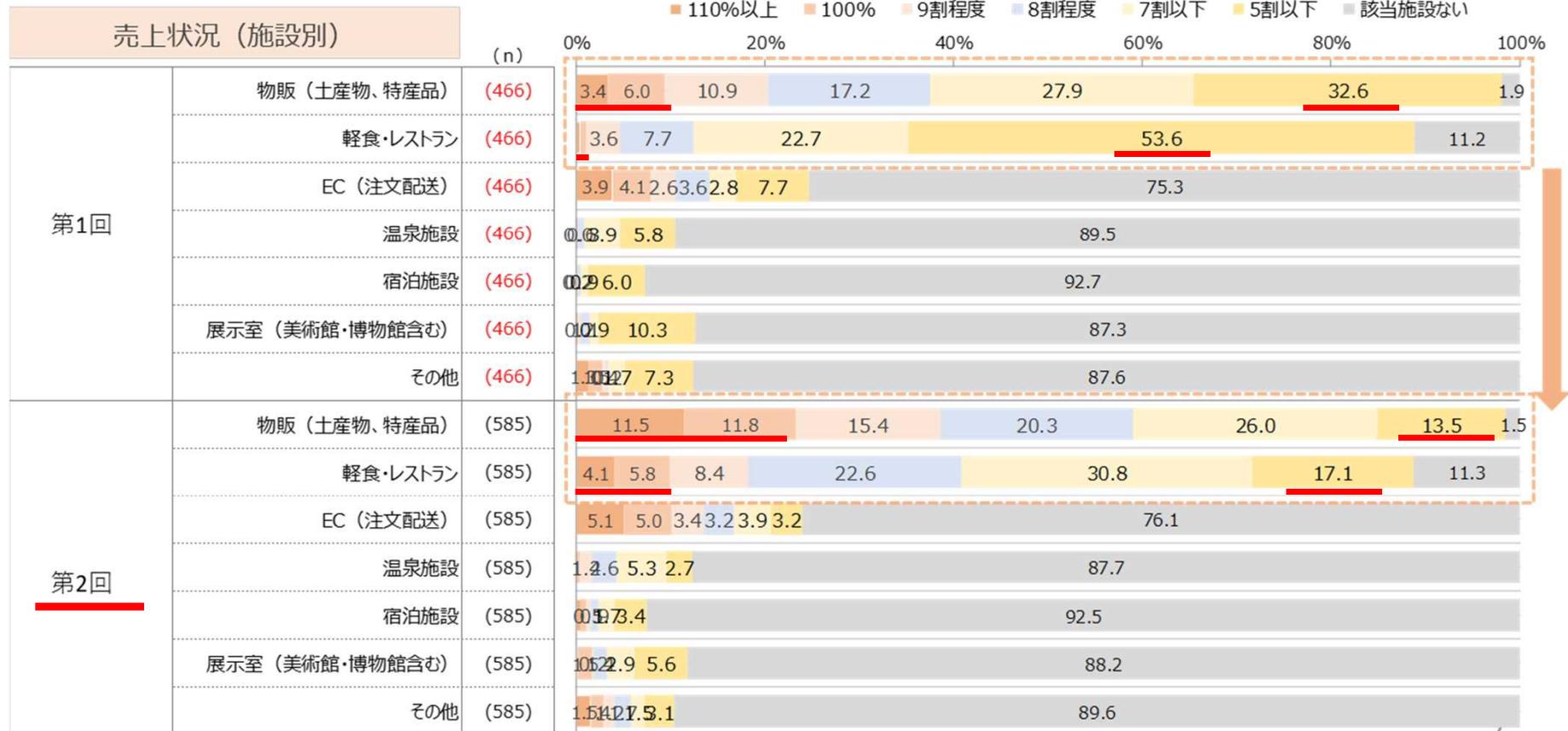




# 調査結果（売上状況 施設別）

## 【売上状況 施設別】

- ・ 売上のメイン施設である「物販・飲食（軽食・レストラン）」において回復傾向
- ・ 対前年比「同じか増えた」駅の増加・「5割以下」の減少

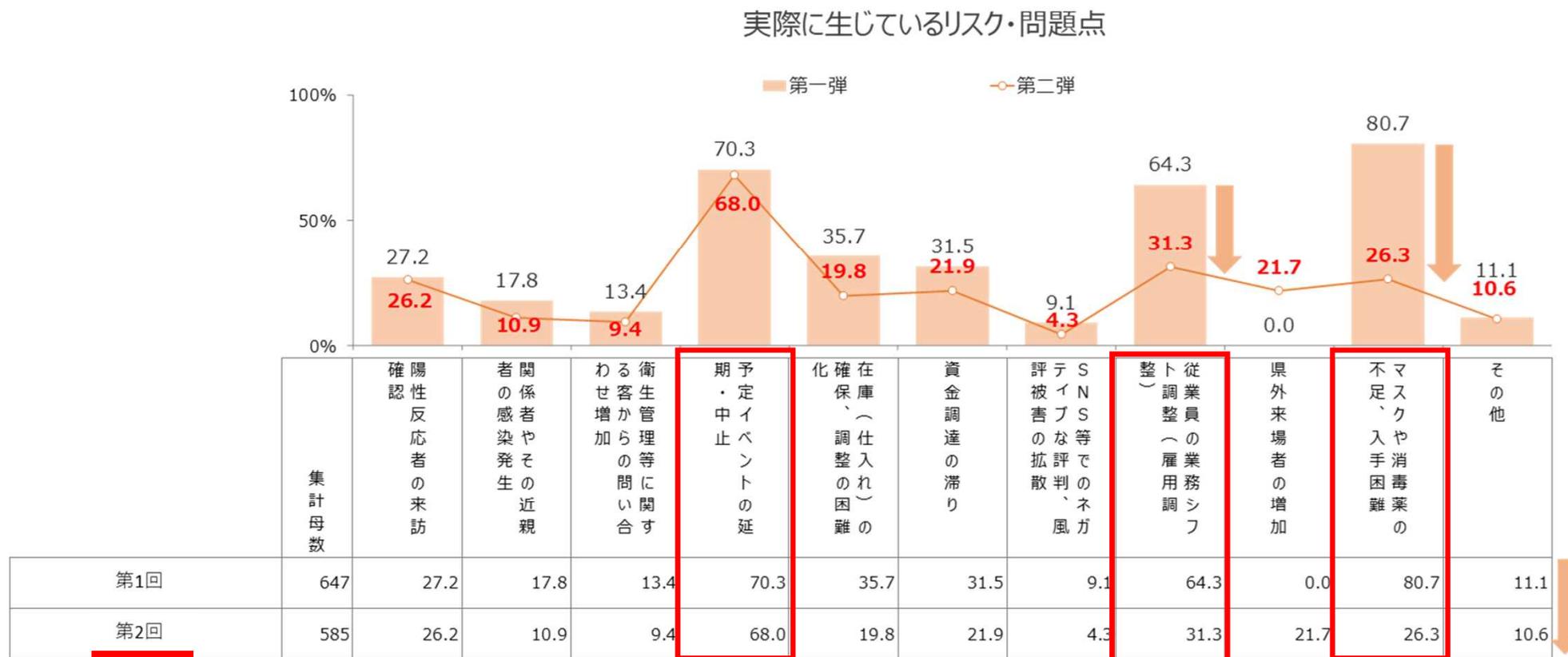




# 調査結果（実際に生じているリスク・問題点）

## 【実際に生じているリスク・問題点】

- ・ 「予定イベントの延期・中止」を除いて全般的に解消
- ・ マスクや消毒液などの感染症対策グッズや雇用調整などは大幅に改善



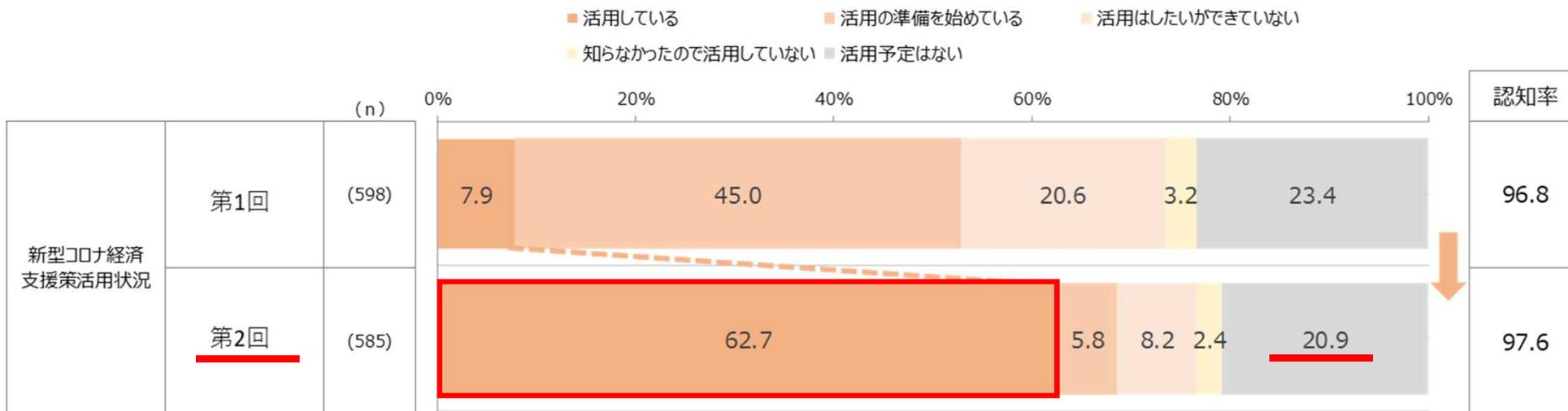
※第1回「県外来場者の増加」未聴取



# 調査結果（経済支援策）

## 【新型コロナ経済支援策活用状況】

- ・ 経済支援策はほぼ認知しており活用している駅は**6割強**と、第1回の時期（**1割未満**）と比べ積極的に活用
- ・ 支援対象条件外など、活用できない駅も**約2割**を占めている





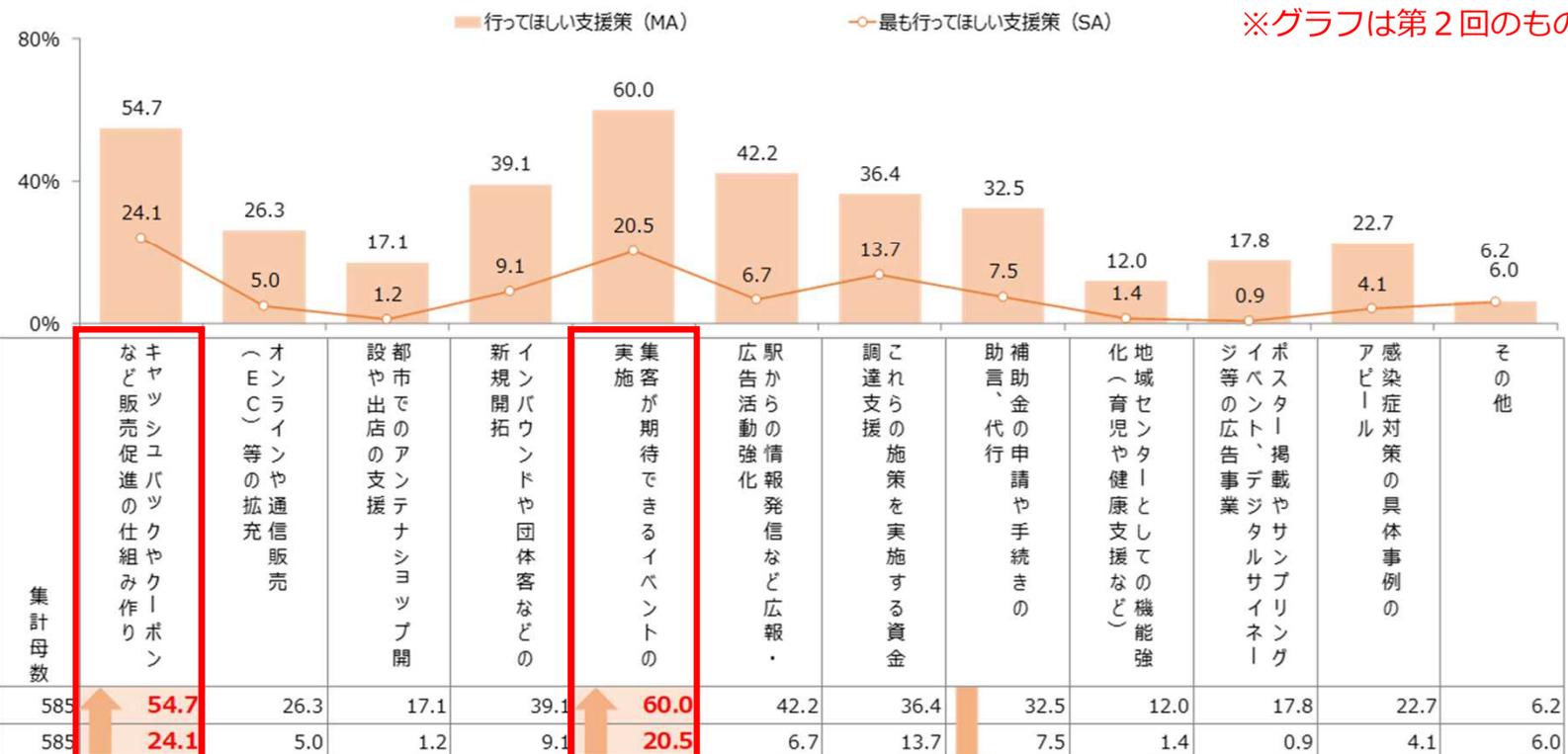
# 調査結果（新型コロナウイルス感染拡大収束後の期待支援策）

## 【新型コロナウイルス感染拡大収束後の期待支援策】

- ・「集客が期待できるイベントの実施」「キャッシュバックやクーポンなど販売促進の仕組み作り」がトップ2
- ・ECへの意向が上がってきていない → この機会に意識改革・実践が必要に見える

新型コロナウイルス感染拡大収束後の期待支援策

※グラフは第2回のもの



	集計母数	支援策												
		行っほしい支援策 (MA)	キャッシュバックやクーポンなど販売促進の仕組み作り	オンラインや通信販売（EC）等の拡充	都市でのテナショップ開設や出店の支援	新規開拓	集客が期待できるイベントの実施	駅からの情報発信など広報・広告活動強化	これらの施策を実施する資金調達支援	補助金の申請や手続きの助言、代行	地域センターとしての機能強化（育児や健康支援など）	ポスター掲載やサンプルインナー等の広告事業	感染症対策の具体事例のアピール	その他
第2回	行っほしい支援策 (MA)	585	54.7	26.3	17.1	39.1	60.0	42.2	36.4	32.5	12.0	17.8	22.7	6.2
	最も行っほしい支援策 (SA)	585	24.1	5.0	1.2	9.1	20.5	6.7	13.7	7.5	1.4	0.9	4.1	6.0
第1回	行っほしい支援策 (MA)	647	44.5	26.4	15.9	33.4	56.9	51.0	43.6	54.9	14.5	24.1	26.4	7.0
	最も行っほしい支援策 (SA)	647	14.5	4.9	0.9	6.2	16.2	7.1	16.8	21.8	1.1	0.9	4.1	5.3



# 道の駅川場田園プラザにおける ドライブイン・シアター実施報告 ～ニューノーマル対応への進化に向けての示唆～



# 実施概要

## 【目的（検証内容）】

- withコロナにおける、道の駅の「ニューノーマル対応」への進化
  - ・ 「3密」を避けた、道の駅の安全で快適な利用（駐車場の有効活用）
  - ・ 集客性に富んだイベントのあり方
  - ・ DX対応（スマホを活用したチケット、フード類の販売）

## 【実施概要】

- ・ 日程：2020年10月30日（金）～11月1日（日） 3日間開催
- ・ 場所：道の駅川場田園プラザ P4駐車場（群馬県利根郡川場村）
- ・ 主催：一般社団法人全国道の駅連絡会
- ・ 共催：株式会社田園プラザ川場・株式会社KINGBEAT（特定賛助会員）
- ・ 協力：株式会社atta（スマホによるオーダーサービス）
- ・ 作品（料金等）



	10/30(金)	10/31(土)	11/1(日)
開場 16:30 上映開始 17:30	-	ペット2 2,000円	怪盗グルーの ミニオン大脱走 2,000円
開場 17:00 上映開始 18:30	スパイダーマン ファー・フロム・ホーム 6,400円(ドリンク付) ※川場村住民の方は半額	-	-
開場 19:30 上映開始 20:20	-	ラ・ラ・ランド 6,400円 (ドリンク付)	シェフ 三ツ星フードトラック 始めました 6,400円(ドリンク付)



# 実施状況

## 【実施状況】

- ・ 来場台（者） : 158台 (473名)
- ・ 収容率 : 平均35%（最小18%～最大57%/全体収容90台）
- ・ 事故/けが/トラブル等 : なし
- ・ 天候 : 快晴
- ・ 物販：フード・ドリンク類/お土産等  
（川場田園プラザオリジナル）



## 【現場状況】





# メディア露出状況

## 【TV】2媒体で放送

媒体名	放送日	放送時間
群馬テレビ	10/27 10/28	各90秒
テレビ埼玉	10/28	100秒

## 【ラジオ】2媒体で放送

媒体名	放送日	放送時間
エフエム群馬	10/25 10/26 10/27	各90秒
FM NACK5	10/29	90秒

## 【紙面掲載】2媒体で掲載

媒体名	掲載日
上毛新聞	10/17
朝日ぐんま	10/23

## 【Web掲載】69媒体で掲載（一部抜粋）

媒体名	掲載日
トラベルニュース	10/15
ジョルダンニュース!	10/16
財経新聞	10/16
シネマカフェ	10/16
東洋経済オンライン	10/16
マピオンニュース	10/16
時事ドットコム	10/16

媒体名	掲載日
LINE NEWS	10/16
BIGLOBEニュース	10/16
茨城新聞クロスアイ	10/19
ググっとぐんま	10/19
朝日新聞デジタル&M	10/20
ニコニコニュース	10/20
Infoseekニュース	10/20

媒体名	掲載日
産経ニュース	10/28
msnニュース	10/28
Yahoo!ニュース	10/28
上毛新聞ニュース	10/31
Gooニュース	10/31
ORICON NEWS	10/31
dメジャーニュース	10/31



## 評価

### ●道の駅全体への集客効果：○

- ・ 入場率は平均35%と目標未達
- ・ しかし、メディアでの告知、取上げもあり、会期中に道の駅川場田園プラザの来場者数、売上にも少なからず好影響を与えることができ、直接要因とはいえないが、道の駅全体の集客に一定の貢献

### ●DX推進：△

- ・ スマホを活用したチケット/フード類の販売を行ない、「3密」回避等利用者からは概ね好評
- ・ 幅広い集客のためには、当面はアナログ（現金・現物）との併用も必要
- ・ 道の駅の野菜等販売（テイクアウト/ドライブスルー等）への適用可能性について確認

### ●ドライブイン・シアター単体での収益性：×

- ・ チケット販売のみで収支を取ることは難しい
- ・ 協賛企業や道の駅との連携による物販、市町村支援（助成金等）など、トータルで収益モデルを確立することがポイントであり課題



## 今後の展開

- 全国の道の駅からの  
ドライブイン・シアターへの関心、意向は約50駅（当会調べ）
- 駐車場等の立地条件や気候（降雪）等を考慮した実施可能候補駅：約20駅



- 2021年の1～3月、上記候補駅の中から、関係各所と調整し、  
全国数か所において社会実験第2弾を計画
  - ・ チケット型・・・チケット販売（収入）を中心に展開
  - ・ 物販収入型・・・「出店（露店）」や「フードトラック」等の物販を合わせて展開
  - ・ 地域連携型・・・地元企業の協賛や市町村の協力を得て展開

→いずれも、**道の駅や地域の活性化、  
売上拡大に資する集客イベントへ**





## 当会賛助会員によるプロジェクト紹介

- ◆プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社  
（「**あなたらしい子育てが、いちばん。**」プロジェクト）
- ◆明治安田生命保険相互会社（『**道の駅**』健活プロジェクト）
- ◆積水ハウス株式会社（**Trip Base 道の駅**プロジェクト）



## 賛助会員によるプロジェクト紹介

### 1) P&G (「あなたらしい子育てが、いちばん。」プロジェクト：実施中)

目的：育児の男女共同参画をテーマとした子育て事業

道の駅第3ステージの提言「子育て応援」の一環

内容：全国の道の駅を対象に、誰でも使えるおむつ交換台を無償提供

設置台数：100台（1駅/1台；据置型または壁掛型）

今後：利用状況（駅長、お客様の声）を踏まえた新たな支援事業の実施

知見やノウハウ、商品を活用した売上向上等に資する啓発活動



設置例（左：せせらぎの里こうら（滋賀）、右：しまなみの駅御島（愛媛））



## 賛助会員によるプロジェクト紹介

2) 明治安田生命保険相互会社（『道の駅』健活プロジェクト：今年から3年間）

目的：健康増進に関する活動支援により地域社会の豊かな生活の実現への貢献

道の駅第3ステージの提言「あらゆる世代が活躍」の一環

内容：主な取り組み（内容、規模）

### ①「ニューノーマル」に適合するための安全管理支援（6～8月）

- ・道の駅職員向けのマスク配布実施（500駅×500枚=250,000枚）

### ②健康増進活動支援制度及び第三者委員会(委員長：楓先生)の設立（9月～3年間）

- ・道の駅が企画する健康増進活動を公募、委員会審査を経て支援（約800駅予定）

### ③「みんなの健活ブース<仮称>」の設定（翌年～）

- ・道の駅利用者の健康に役立つ様々な情報発信基地として約50駅へ設置予定



健活イベント試験実施例  
左：トークショー、右：健康チェック  
(2019.11.23 道の駅とみうら) 20





# 賛助会員による連携プロジェクト紹介

## 【今年開業のホテル（予定含む）】

### ◆2020年10月

・10/6 美濃市、美濃加茂市（岐阜県）

・10/7 宇都宮市（栃木県）

・10/8 京丹波町（京都府）

・10/9 郡上市（岐阜県）

・10/12 御浜市（三重県）

### ◆2020年11月

・11/20本日 茂木町（栃木県）

### ◆2020年12月

・12/15 宮津市（京都府）



「フェアフィールド・バイ・マリオット・栃木宇都宮」外観



オープニングセレモニーの様子