

# 全国道の駅連絡会からの報告

- ①「道の駅 第3ステージ」における取組状況  
（賛助会員とのプロジェクト推進事業）
- ② 第5回新型コロナウイルス感染症による経営実態調査



2022年8月25日

一般社団法人 全国道の駅連絡会

①「道の駅 第3ステージ」における取組状況  
(賛助会員とのプロジェクト推進事業)



# これまで取り組んできた「道の駅活性化プロジェクト」

- ・ 賛助会員（企業・団体）とともに、道の駅の「公益」「経営基盤支援」「新規収益」事業として、約30プロジェクトを実施
- ・ 第3ステージにおける取組として、地域の課題解決、SDGsやDXに関する取組を検討中

## 公益/地方創生事業

地方創生、社会課題解消型事業

災害対策支援/BCP策定支援

外国人向け防災情報提供

子育て支援

健康増進活動支援

MaaS導入支援

トイレ等衛生環境向上

省エネ型浄化槽導入補助事業

発電機整備

ドローン地域物流・防災

新技術コンクリート

## 経営基盤づくり支援事業

経営インフラ整備の支援事業

キャッシュレス決済

通販/EC（おうちで 道の駅！）

越境EC/通販（対台湾）

アンテナショップ

コンビニ連携

トリップベース道の駅連携

道の駅公式Twitter・YouTubeチャンネル

ATM導入・設置検討

スマートストア（無人店舗）

## 新規収益集客事業

道の駅魅力化に資する支援事業

メディア化：ポスター

メディア化：サイネージ

ドライブイン・シアター

オリパラグッズ販売

道の駅公式ブランド商品

「道ゆきマップ」販売事業

ドライバーリフレッシュ啓発

農産物販促プロモーション

農水省ニッポンフードシフト連携



# セメントを使用しないコンクリート技術の実装実験<実施中>

- ・セメントを使用せず、産業副産物である「鉄鋼スラグ」を使用しコンクリート同様の強度が得られる「ゼロセメント・コンクリート」を使用した駐車場の整備実証実験（公募中）
- ・二酸化炭素発生を通常比90%以上削減、**カーボンニュートラルへの取組みとして推進**

## ●産業副産物から生成される原材料を使用



## ●駐車場施工状況



## ●CO2排出量の比較

	材料名	配合量 (kg/m <sup>3</sup> )	CO <sub>2</sub> 排出原単位 (kg・CO <sub>2</sub> /t)	CO <sub>2</sub> 排出量 (kg/m <sup>3</sup> )	総排出量 (kg/m <sup>3</sup> )
舗装コンクリート 曲げ4.5-6.5-2.0N	普通ポルトランドセメント	420	769.0	323.0	328.3
	細骨材	591	3.5	2.1	
	粗骨材	1117	2.8	3.1	
	水	168	0.3	0.1	
ゼロ・セメント コンクリート	高炉スラグ微粉末	650	26.5	17.2	18.6
	高炉スラグ細骨材	729	0.95	0.7	
	製鋼スラグ	779	0.95	0.7	
	海水	200	0.0	0.0	

## ●施工結果



**CO<sub>2</sub>排出量  
94.3%削減**



- ・ 現状、約120の道の駅にATMが設置（公式HPに登録）
- ・ サービス向上や地元要望から関係機関に依頼し設置したケースが多く、設置費や維持管理費用の**負担状況が駅によって大きく異なる**。
- ・ 市町村アンケートを行い、道の駅の実態にあったATM設置導入のあり方や支援策を検討中

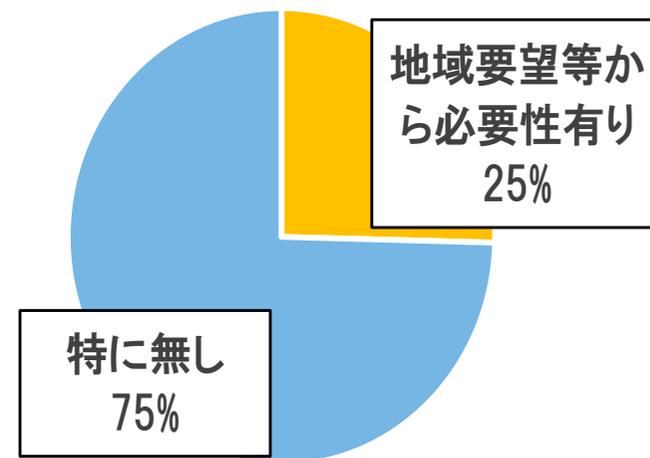
## ●ATMの設置実態（電話ヒアリング結果）

費用にばらつき

設置場所	概算 駅数	設置費用 (市町村・ 運営者支払)	維持管理費 (市町村・ 運営者支払)	占有料・使用料 (市町村徴収)
地域振興施設内	20	無償～ 50万円超	無償～ 約15万円/月	無償
専用建物 (キャッシュ コーナー)	50	無償	無償	数万円/年
テナント・民間 事業者施設内	50	民間事業者による契約		無償(テナント料 に含む)

※道の駅へのアンケート速報  
(現在実施中)

## ●ATM設置の必要性

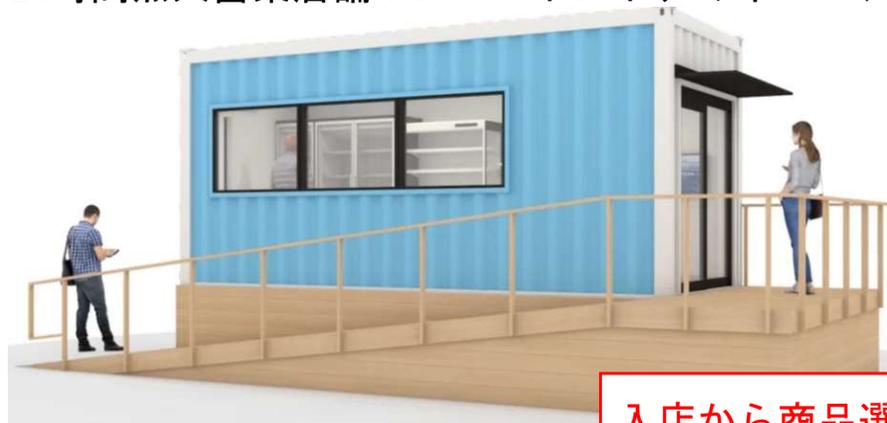




# 新技術（スマートストア）による地域課題解決<検討中>

- ・ 少子高齢化、過疎化が進展し、労働力不足等による道の駅の営業力確保に課題
- ・ デジタル技術と遊休スペースや簡易コンテナ等を活用した、「無人」で24時間営業できる店舗運営が可能となっており、道の駅における導入、活用の可能性を調査、検討中

## ●24時間無人営業店舗：スマートストアのイメージ

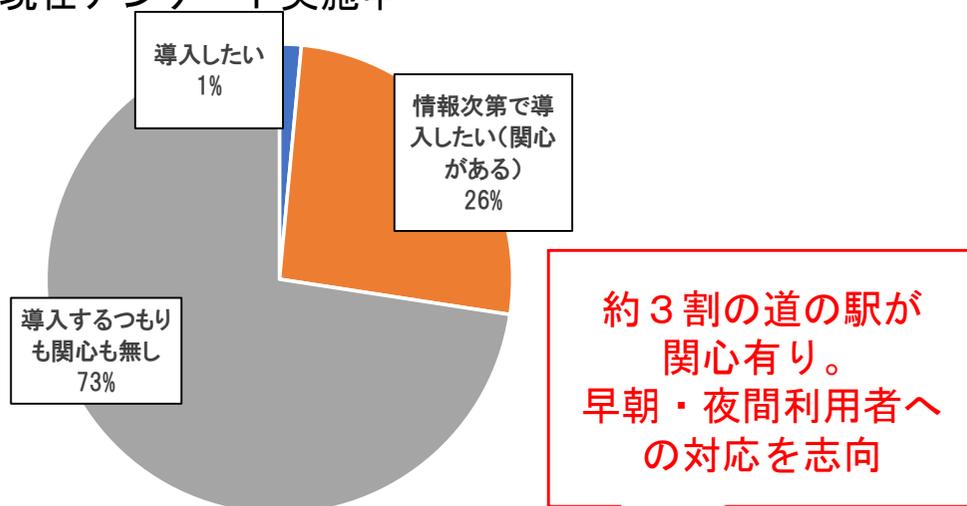


入店から商品選択、  
決済までスマホ  
1台で完結

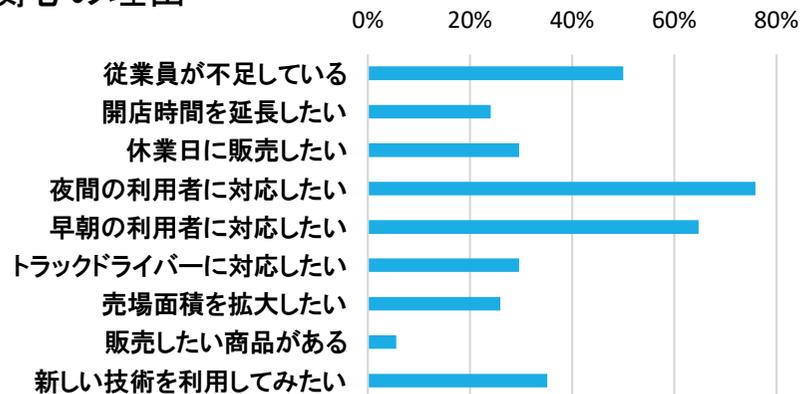


※道の駅いちかわにおける事例

## ●関心がある道の駅 ※現在アンケート実施中



## ●関心の理由



## ②第5回新型コロナウイルス感染症による経営実態調査



# 調査概要

調査方法

- インターネット調査（一部エクセル回収）

調査設問

- 第5回（24問） 第4回（22問） 第3回（18問） 第2回（23問） 第1回（21問）

配信駅数

- 1188駅

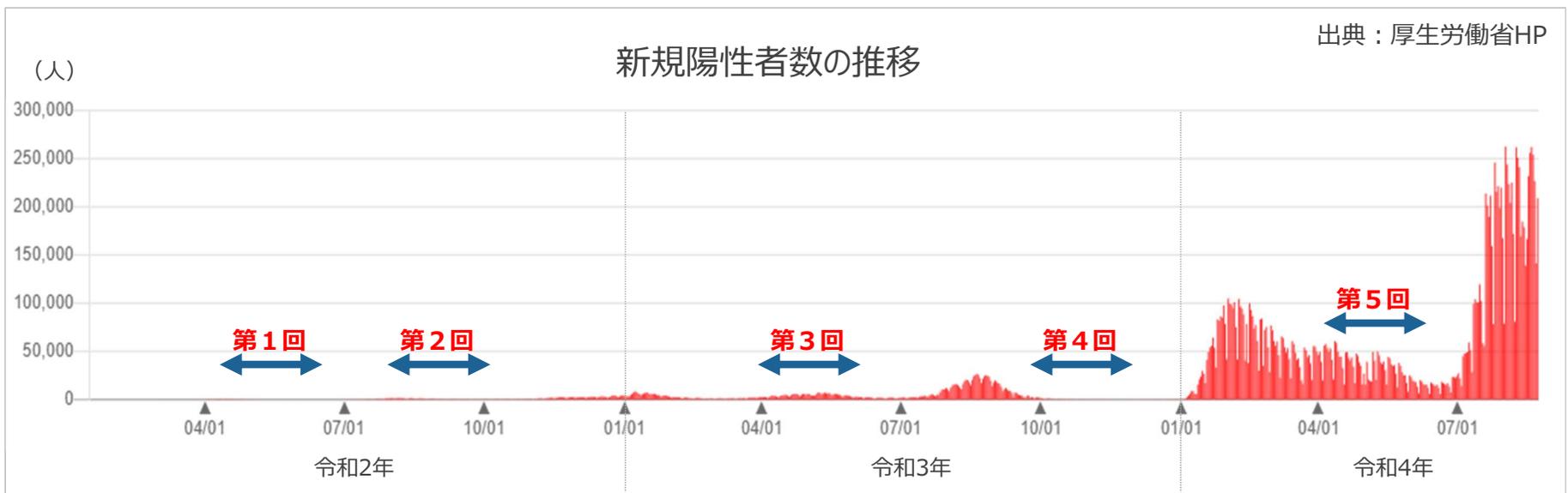
回答駅数

- 第5回（600駅） 第4回（546駅） 第3回（550駅） 第2回（584駅） 第1回（626駅）

実施期間

- 第5回（令和4年5月13日～6月6日）
- 第4回（令和3年10月7日～11月1日）
- 第3回（令和3年4月1日～4月28日）
- 第2回（令和2年9月4日～9月23日）
- 第1回（令和2年4月21日～5月10日）

(参考)  
新型コロナ感染  
状況





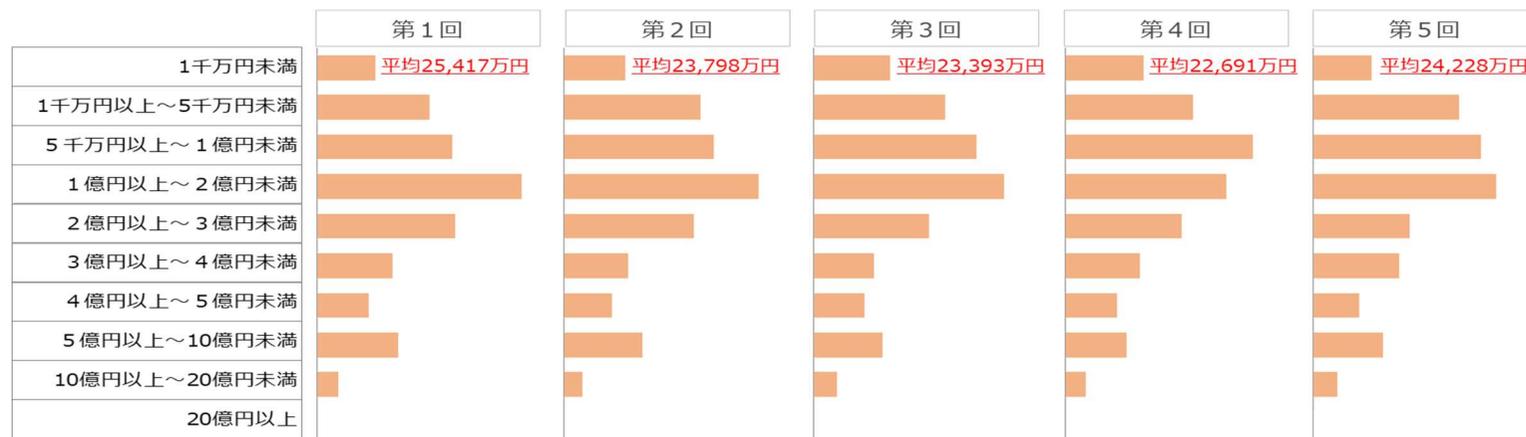
# 地域、売上金額、年間来場者数による分布

● 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）

## <地方別回答駅数>

駅数内訳	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5回)	56	90	79	54	91	73	49	41	67	600
回答駅数(第4回)	64	73	76	48	81	59	55	29	61	546
回答駅数(第3回)	59	93	65	41	75	70	43	32	72	550
回答駅数(第2回)	51	105	58	53	94	66	48	41	69	584
回答駅数(第1回)	71	98	61	52	101	69	48	52	74	626

## <売上高金額による回答駅分布>



## <来場者数による回答駅分布>



### 【平均値算出方法】

平均値 = (階級値×度数) の合計 / 度数合計

※階級値 = (階級の端 + 階級の端) / 2

①売上金額「1千万円未満」の階級値は500万円、「20億円以上」の階級値は20億円で試算

②来場者数「10万人未満」の階級値は5万人、「100万人以上」の階級値は100万人で試算



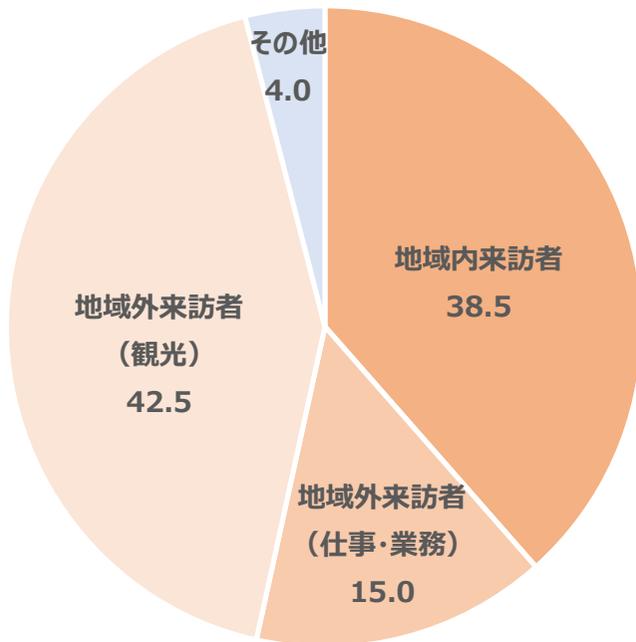
# 地域、性年代別来訪者構成

● 地域外：地域内 = 6:4、女性が男性よりやや多く、50代以上が5割強

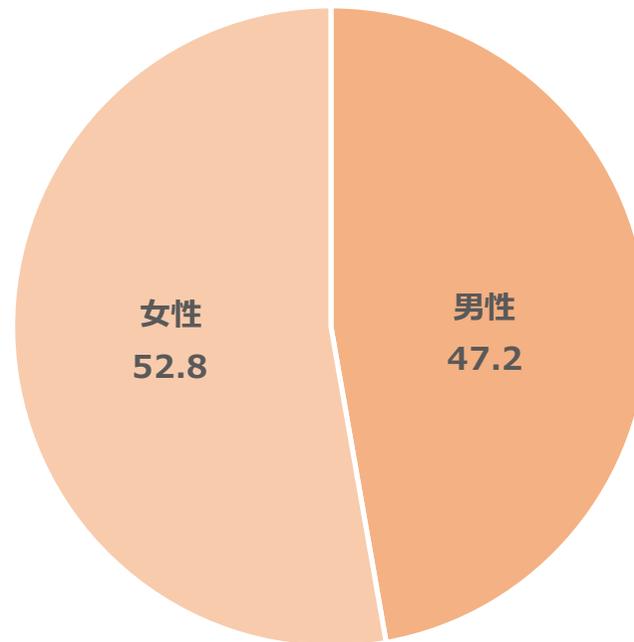
【第5回】

※第1-4回は未聴取

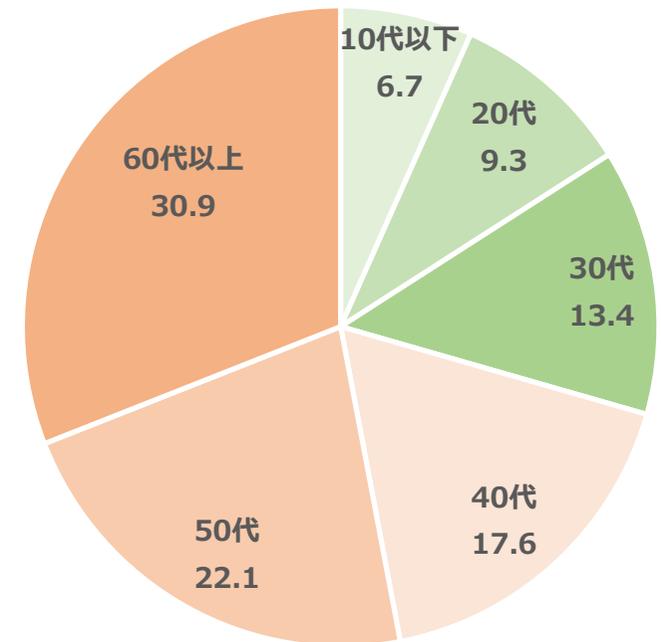
来訪者構成（地域別）  
(586駅)



来訪者構成（性別）  
(578駅)



来訪者構成（年代別）  
(578駅)





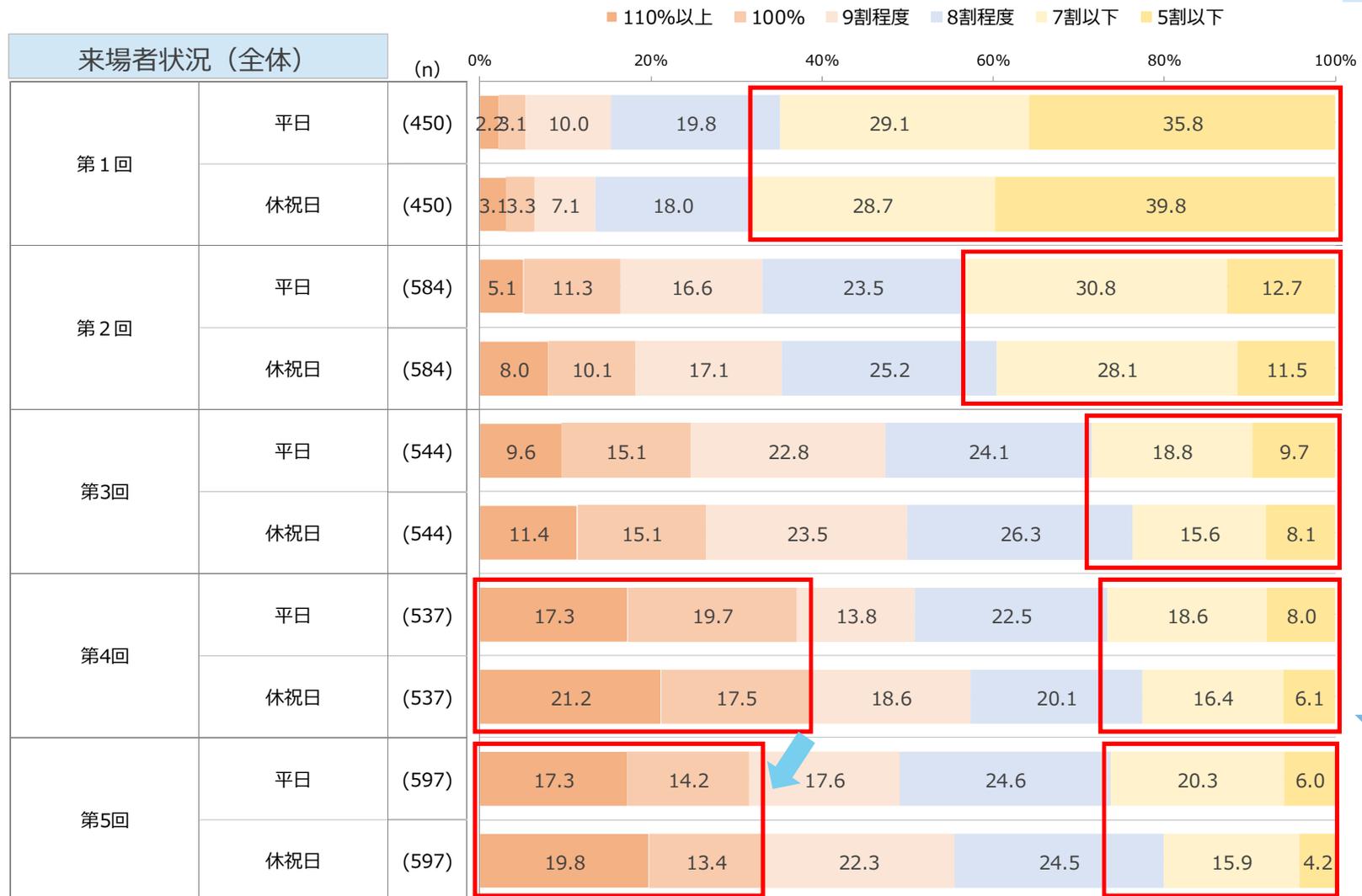
# 来場者状況（全体）

「感染症拡大前と比較して7割を切る」駅が**3割未満**、その中で「5割以下」は**約5%**と回復傾向  
一方、「同等以上」と答えた駅は**3割強**と第4回よりやや少なく、オミクロン株拡散の影響がうかがえる

Q1. 現在の来場者数状況についてお知らせください。（回答はそれぞれ1つ）

【第1回～第5回】

※回答駅ベース





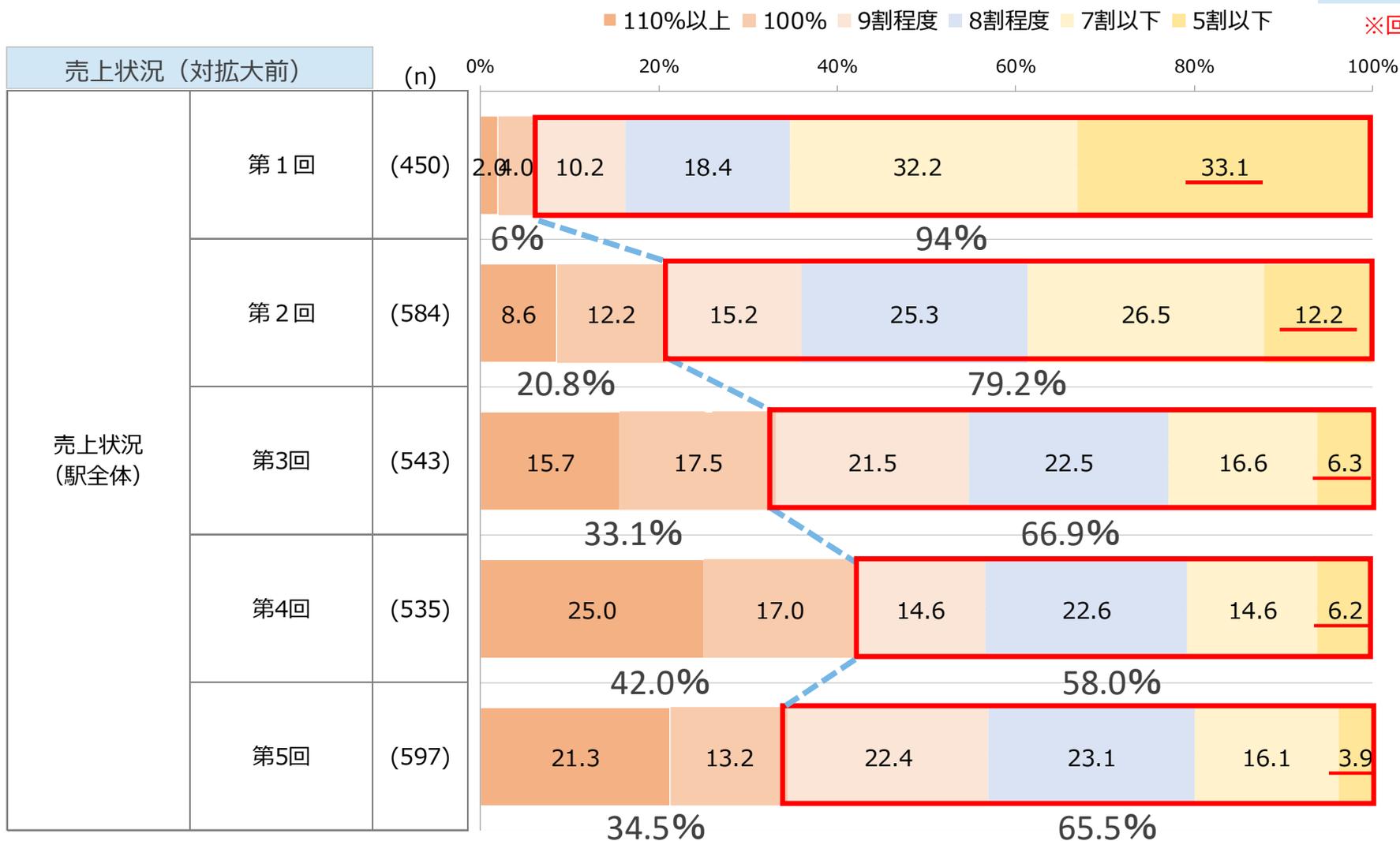
# 売上状況（駅全体）

感染症拡大前と比較して売上減少の駅は**65.5%**、「5割以下」が**3.9%**と、第1回～第3回に比べ業績回復がみられるものの、第4回（売上減少**58.0%**、5割以下**6.2%**）より少ない

Q3. 現在の売上高状況（駅全体）についてお知らせください。（回答は1つ）

【第1回～第5回】

※回答駅ベース





# 新たな生活様式下で「興味・関心」を持つもの

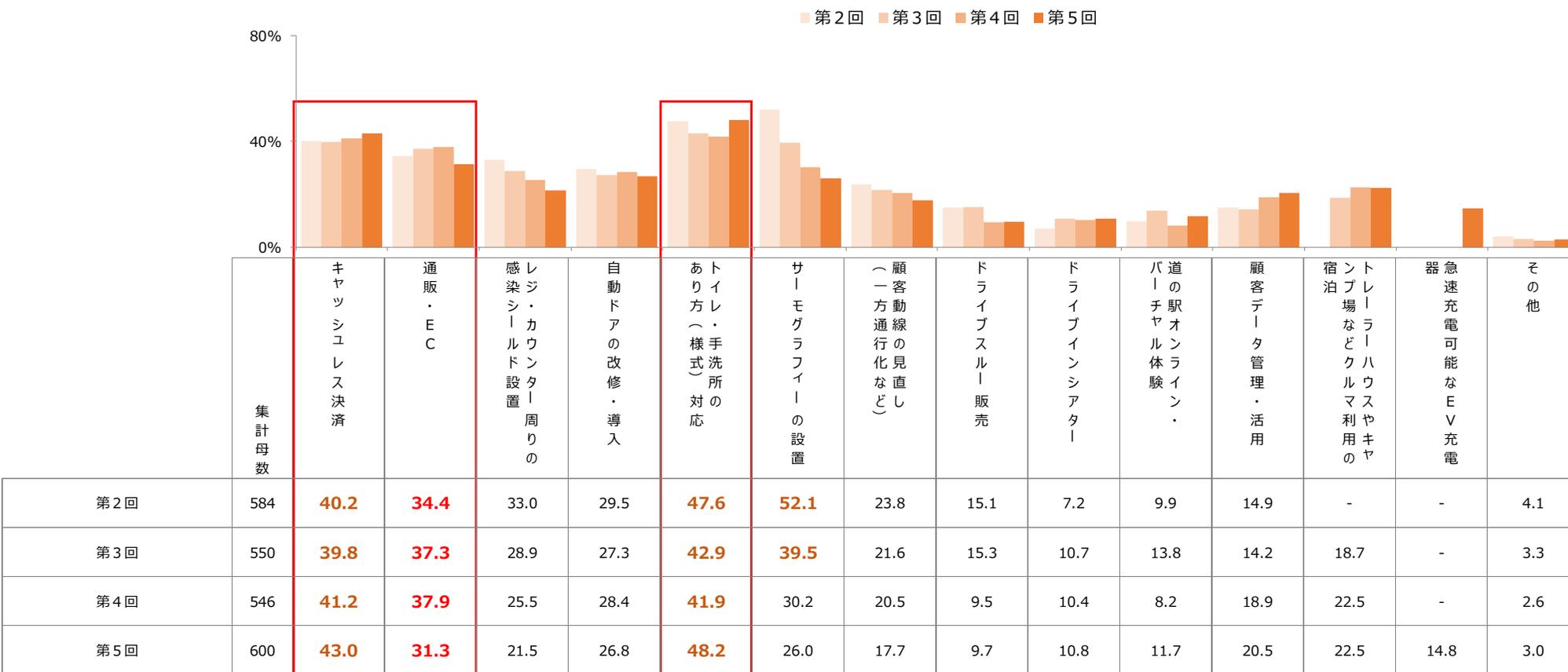
「トイレ/手洗所のあり方（様式）対応」「キャッシュレス決済」「通販・EC」がトップ3

Q8. ニューノーマル（新たな生活様式）に対応する施策として、「興味・関心を持つもの」をすべてお知らせください。（回答はいくつでも）

【第2回～第5回】

※第1回は未聴取

新たな生活様式下で「興味・関心」を持つもの



※第3回より聴取

※第5回より聴取



# 道の駅の在り方としてふさわしいと思う取り組み

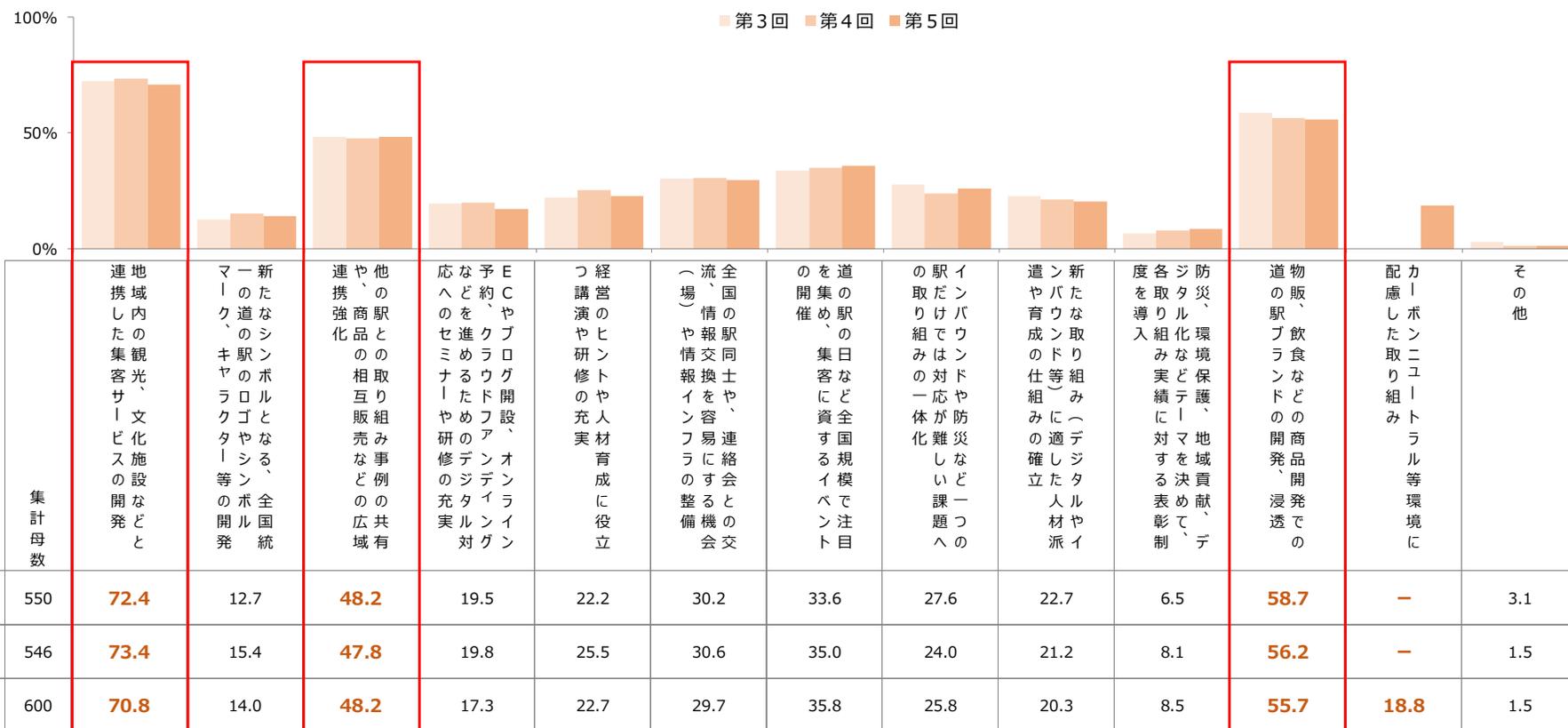
「地域内の観光・文化施設との連携」が一番高く、  
続いて「物販・飲食などの道の駅ブランドの開発」「道の駅間の横連携」が続く

Q9. 今後の新しい道の駅の在り方として、「ふさわしいと思う取り組み」をお知らせください。（回答はいくつでも）

【第3回～第5回】

※第1-2回は未聴取

### 道の駅の在り方としてふさわしいと思う取り組み



↓  
※第5回より聴取



# 道の駅横連携現状

横連携実績がある駅は**6割強**。その中で「近隣駅との連携」が**4割強**、「全国範囲連携」が約**2割**  
今後の横連携意向は**9割強**と、横連携への期待が高い

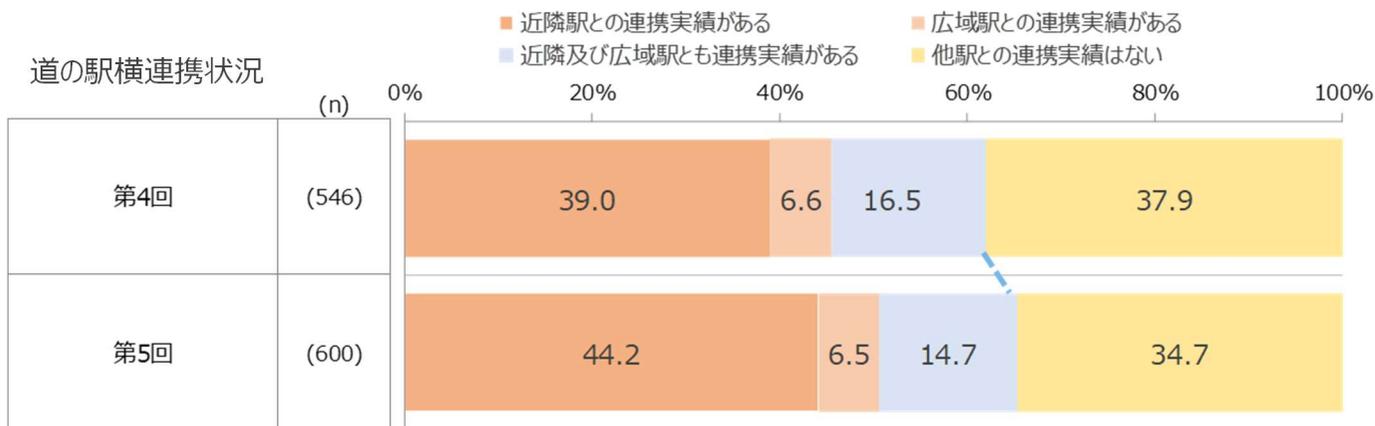
Q10. 現在の道の駅同士の横連携（近隣・広域）について、お知らせください。（回答は一つ）

Q11. 今後の道の駅同士の横連携（周辺・地域・全国範囲）について、どのように思いますか。（回答は一つ）

【第4回～第5回】

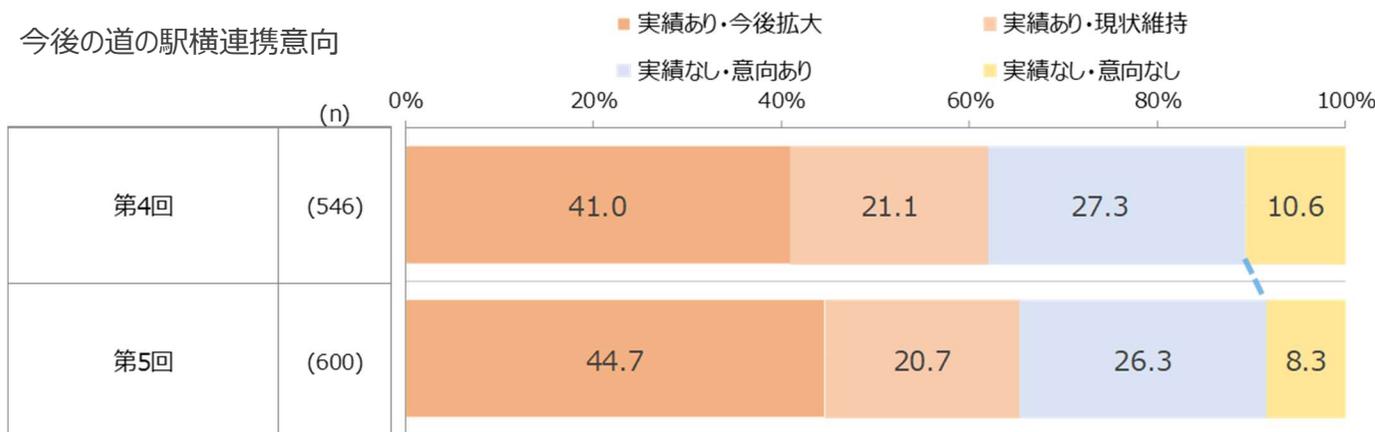
※第1-3回は未聴取

道の駅横連携状況



連携実績あり	連携実績なし
<b>62.1</b>	<b>37.9</b>
<b>65.3</b>	<b>34.7</b>

今後の道の駅横連携意向



連携意向有り	連携意向無し
<b>89.4</b>	<b>10.6</b>
<b>91.7</b>	<b>8.3</b>



# 道の駅同士横連携の内容やパターン

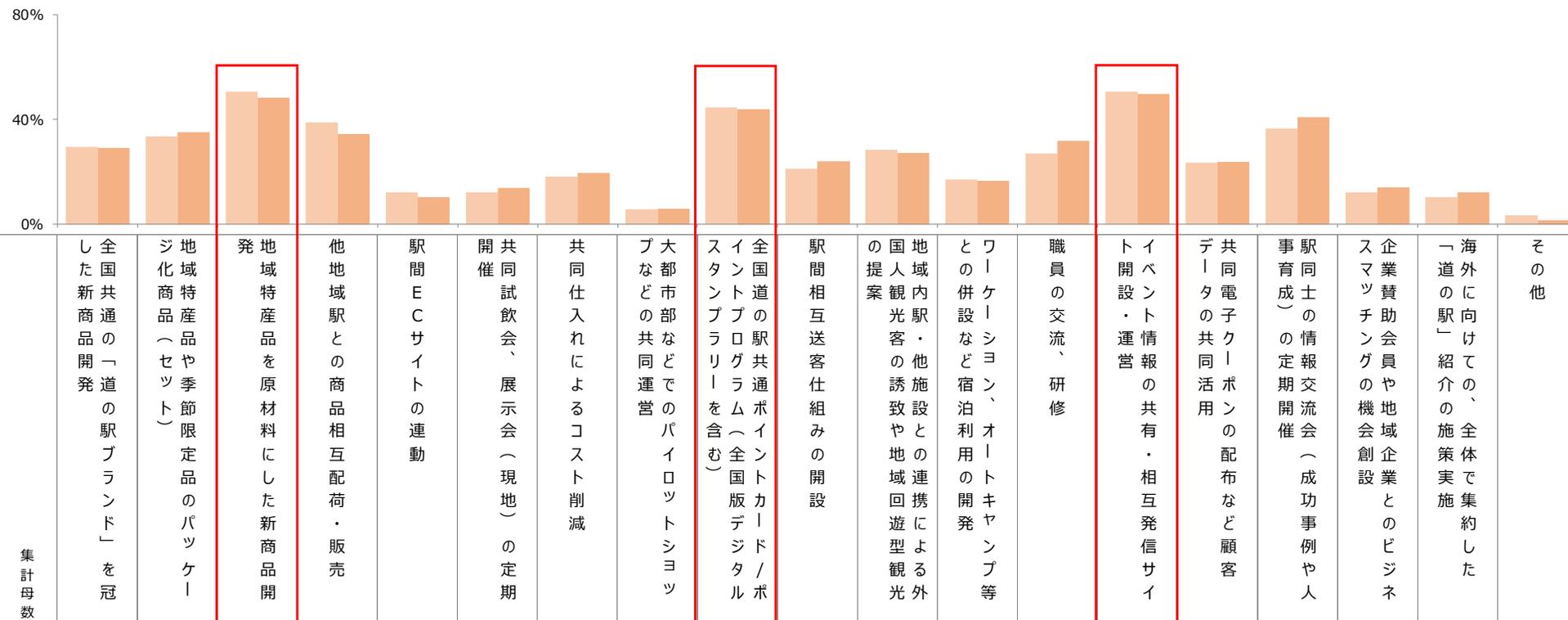
「イベント情報の共有・相互発信サイト開設・運営」「地域特産品を原材料にした**新商品開発**」  
「全国道の駅**共通ポイントカード/ポイントプログラム**」がトップ3

Q12. 道の駅同士の横連携（周辺・地域・全国範囲）の内容やパターンとして、望ましいと思うものをすべてお知らせください。（回答はいくつでも）

【第4回～第5回】

※第1-3回は未聴取

### 道の駅横連携内容・パターン





第1回～第5回**全て参加した駅（131駅）**をパネル駅とし、時系列分析を実施  
 質問項目全体を通して、パネル駅と道の駅【全体】の回答結果は、ほぼ同様の傾向  
**特にパネル駅では、「キャッシュレス決済」への興味・関心が高くなる傾向が道の駅【全体】より鮮明**

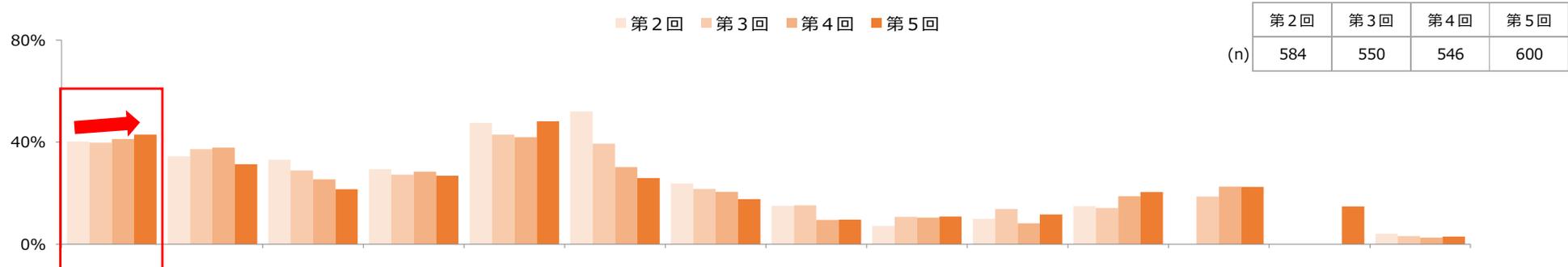
Q8. ニューノーマル（新たな生活様式）に対応する施策として、「興味・関心を持つもの」をすべてお知らせください。（回答はいくつでも）

【第2回～第5回】

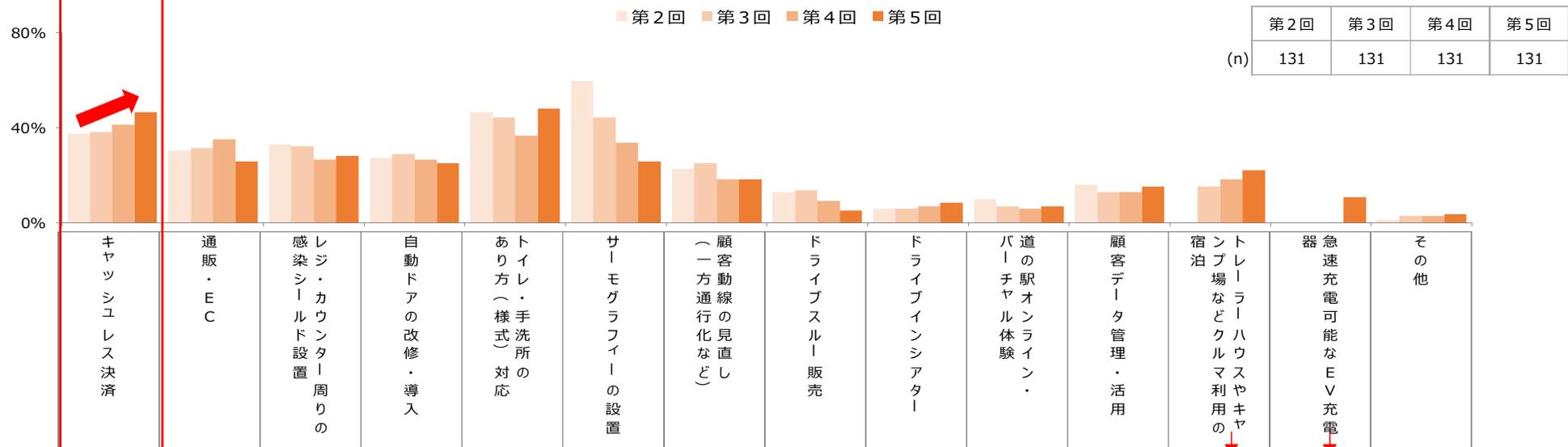
※第1回は未聴取

新たな生活様式下で「興味・関心を」持つもの

全体



パネル駅



※第3回より聴取

※第5回より聴取