

愛媛県における 「道の駅」・産直施設について(2)

～ アンケート結果から ～

1. 調査の概要

当センターでは、現在愛媛県内の「道の駅」・産直施設等の現況と課題について調査するため、前号で紹介した施設にアンケートを実施した。以下はその概要である。

アンケート調査内容

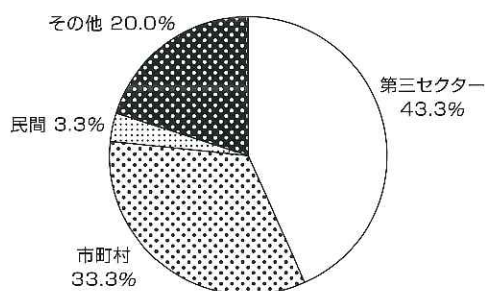
調査対象	愛媛県内の道の駅・産直施設30ヶ所
調査方法	記名方式・郵送・FAX・E-Mail回収
調査時期	平成15年10月
回答状況	有効回答25ヶ所 道の駅21ヶ所 産直施設他4ヶ所(但し、資料・聞き取りにより調査可能な施設も別途調査対象とした)

2. 施設の整備について

(1) 主体となる機関

各施設の現在の運営主体についてみると、公社・公団を含む「第三セクター」形式によって運営しているところが最も多く、43.3%であった。ついで「市町村直営」の33.3%であり、8割近くの施設が事業運営に行政との関係が強いことがわかる(図1)。

図1 主要施設の運営主体



また、別に施設の整備計画主体について調査したが、第三セクター、民間主体の施設を含め、市町村が中心となって計画を進めたところが9割以上であった。計画と事業を行政が中心となって進め、オープン後の運営は、市町村か第三セクターが行っている例が多い。

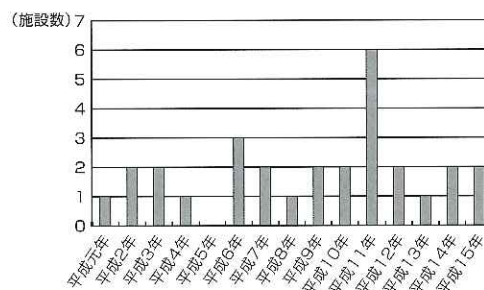
運営主体への出資者は市町村、JA、商工会、地域の企業等が中心であるが、内子町の「からり」では、店への出荷者以外の住民や町外在住者からの出資がある。また、北条市の「風和里」のように、組合員からの出資によって設立された例等の特徴的な運営形態もみられる。

(2) 整備された時期

各施設のオープンした時期(図2)をみると、平成11年が最も多く、6施設オープンしている。同年は、5月にしまなみ海道が全通した年であり、開通にあわせて今治市、吉海町、伯方町、大三島町等の沿線市町村で道の駅整備が相次いだ。それ以後も高速道路の南予地域への延伸にあわせたインターチェンジ付近への施設整備が年1～2ヶ所行われている。

なお、道の駅の指定が始まったのは平成5年からで

図2 調査対象施設のオープン年

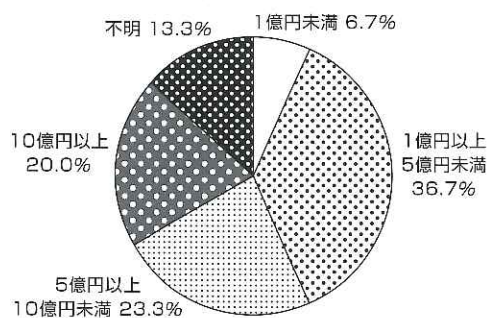


あるが、以前から公園等として整備されており、後に道の駅となったものが3施設あった。

(3) 施設整備費

各施設の総事業費についてみてみると、「1億円以上5億円未満の施設が最も多く、36.7%であった。回答のあった施設での整備費の平均は約8億3,000万円であった(図3)。

図3 施設整備費(総事業費)



また、これらの施設の多くには市町村の一般財源が使われたり、起債による整備がみられ、その額の平均は一施設あたり6億8,000万円であった。

このほか、国や県からの補助事業についてみてみると、農林水産省からの補助事業によって整備されている例が多いことがわかる(表1)。

表1 利用された主な補助事業

愛媛県	アグリピア構想推進事業 ふるさと愛媛活性化推進事業 観光施設整備事業
農林水産省	小規模零細地域営農確立促進対策事業 山村振興等農林漁業特別対策事業 農村地域定住促進対策事業 農村地域農業構造改善事業 経営基盤確立農業構造改善事業 林業構造改善事業
国土交通省	まちづくり特別対策事業

(4) 計画の背景

各施設に計画・整備の経緯や背景を尋ねたところ、高速道路やしまなみ海道の開通に伴う観光客・交流人口の増大を見据えた計画や、地元の農産品や加工品の販売を行うことによる地元産業の活性化を目的とした計画が多かった。一方、地域住民の交流、コミュニテ

ィ、情報発信等の機能を有する地域の拠点施設として計画された事例も見受けられた。

3. 各施設の現況

(1) 年間来場者

過去3年間の来場者数をみてみると、来訪者10万人未満の施設がもっとも多かったが、一方で双海町の「シーサイド公園」では548,000人、宇和町のどんぶり館の523,000人等50万人を超える来場者もあることがわかり、県内の施設間で来場者数の二極分化がみられる(表2)。

表2 過去3年間の施設の来場者

	平成12年度	平成13年度	平成14年度
30万人以上	5	4	4
20万人以上30万人未満	1	2	4
10万人以上20万人未満	4	4	3
10万人未満	8	9	10
不明・無回答	6	6	5

(2) 年間売上高

同じく、過去3年間の施設での産直、物販、レストラン等のすべてをあわせた売上高についてみたところ、5,000万円以上1億円未満の売上の施設が最も多かった。一方、5億円以上の売上のある施設も2施設あり、来場者数と同様に売上高でも二極分化が起きている(表3)。

表3 過去3年間の施設の売上高

	平成12年度	平成13年度	平成14年度
5億円以上	1	1	2
1億円以上5億円未満	8	7	8
5000万円以上1億円未満	7	9	9
5000万円未満	4	3	2
不明・無回答	6	6	6

(3) 物販施設について

各施設の物販部門に限った来場者数(レジ通過客)・売上高について施設毎の平均の推移をみてみると、過去3年間では人数・売上高ともに増加傾向にある。県

内各地に相次いで道の駅や産直施設がオープンしたことで需用も増えていることがわかる(図4)。

また、地元産品の仕入れ割合についてみたところ、地元産品を80%以上の割合で仕入れる施設が最も多かった。60%以上の施設も含め、地元産品を扱う施設の割合は高く、地元の農産物や加工品を販売する中心な施設となっていることがわかる(図5)。なお、取扱品目数については得られたデータが少なかったものの、生鮮品が1店あたり年間約200種類、加工品その他土産物は1店あたり約350種類を販売していることが明らかになった。

図4 物販施設の利用者と売上高の推移
(平成12年度を100とする)

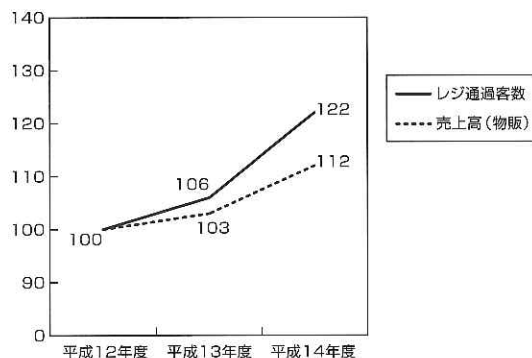
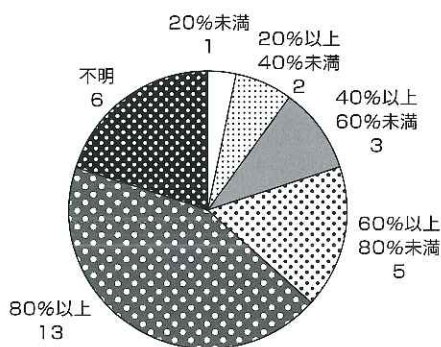


図5 物販施設の地元からの仕入れ割合



4. 来訪者の属性

各施設への来訪者の属性についてみると、地元以外の県内在住者の来訪者が最も多く、約半数を占めている(図6)。県外からの来訪者が次に多く、地元の

来訪者の割合が最も低い。各施設の整備計画では、道の駅・産直施設を地元外からの観光客等をターゲットとしているところが多かったが、それらの計画が反映されている結果だといえよう。

次に、来訪者の交通手段をみてみると、8割近くが自家用車の来訪者であり、ついで貸切バスの割合が高い。これは施設が幹線道路沿いや高速道路のインターチェンジ近くにあることから、車でトイレ休憩等気軽に立ち寄れることも影響している(図7)。

図6 来訪者の居住地

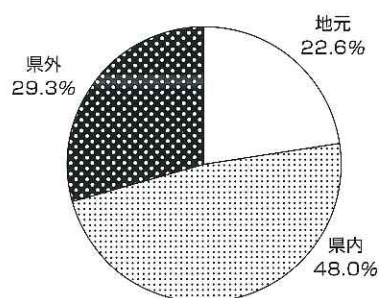
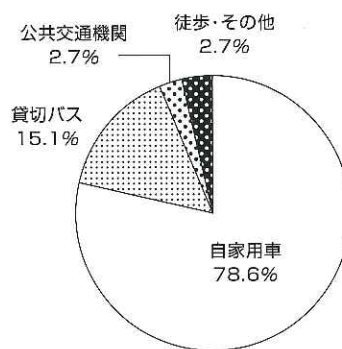


図7 来訪者の交通手段



5. 従業員の属性

施設の従業員について尋ねたところ、正職員、パート・アルバイトを含め、女性の割合の方が高く、特に40歳以上の女性で全体の約半数を占めている(図8)。農村部に多い直販所等の施設の従業員は農家の主婦が多いとよく言われているが、本県でも、これらの施設が農家の主婦や高齢者の貴重な雇用の場となっていることが明らかになった。

また、職員の出身地についてみると(図9)、地元
の割合が9割を超えており、その他、県内と県外から
のIターン者の割合は低い。ただ、民間企業を退職
して施設の支配人に就任し、それまでの経験とネッ
トワークを生かした特長のある施設運営を行っている
例、施設のオープンを期に地元を離れた若者のUター
ンや県外からのIターン者の雇用の場となり、定住人
口の拡大につながっている例も見られた。道の駅・産
直施設の整備は、一次産業の衰退が著しい中山間地
域や島嶼部地域での新たな雇用の場として有効であ
るといえる。

図8 従業員の性別・年齢層(パート・アルバイトを含む)

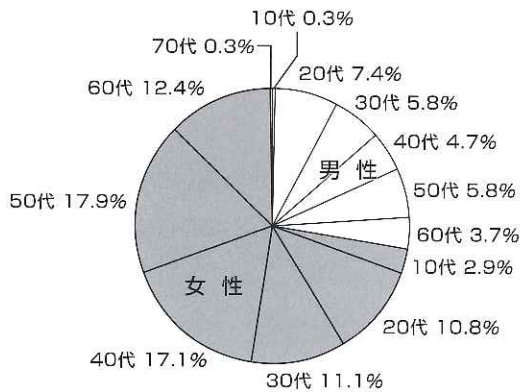
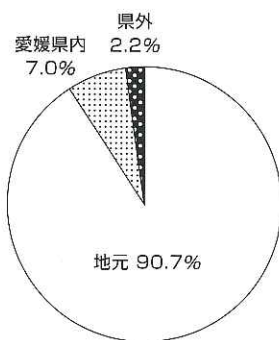


図9 従業員の出身地



6. 他機関との連携

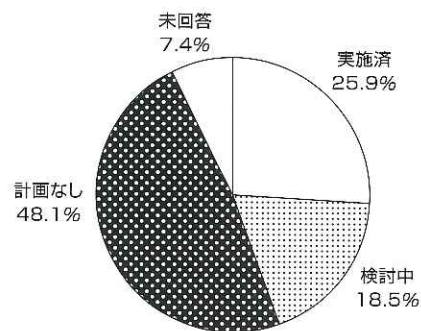
(1) 地域づくり団体との連携

道の駅の持つ機能には、「地域の連携機能」があるが、
ここでは、各施設が地域のまちづくり団体や地域内あ
るいは地域外他施設との連携を行っているかどうか

みてみる。

地域内の団体との連携は全体の25%の施設で行われ
ている一方、計画なしと回答した施設も約半数に上っ
ている(図10)。実施済の施設でどのような連携を行っ
ているかについて主なものをあげると、イベント開催
時に学校や老人会・青年団等と合同で行うというもの
や、施設内での体験コーナーで地域住民が講師となっ
て参加する事例がみられた。

図10 地域づくり団体との連携

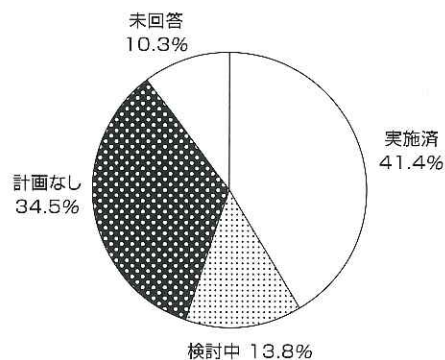


(2) 他施設との連携

地元・地元外他施設との連携についてみると、地
域づくり団体と比べて実施済・検討中の割合が高くな
っている(図11)。具体的には、地域内の文化施設や休
養施設と合同でイベントを実施したり、海岸部と山間
部の道の駅が交流し、相互に農産物と水産物の交換販
売を行っている例がみられた。

さらに、中小の組織がネットワークを組み、営業活
動や施設運営について情報交換の場を持つ例もある。

図11 他施設との連携について



代表的な連携の事例に、西四国の道の駅・産直施設・温泉・宿泊施設が広域に連携して集客策等を検討している「るーらる・ぼけっと」¹⁾がある。

7. 利用者からの要望・施設の抱える課題

アンケート回答者へ施設に対する利用者からの要望や施設の抱える課題にどのようなものがあるか尋ねたところ、以下のような回答があった。

表4 各施設の持つ課題

利用者からの要望	駐車場・トイレの不足 レストランや売店の設置 地域の特徴ある商品の販売 安心・安全な野菜の販売 イベントの充実
経営・運営面からの問題	行政に頼らない経営 第3セクターからの脱却 周辺他施設との競合による売上減 出荷者・従業員の高齢化 季節で観光客のばらつきがある 市町村合併後のビジョンが不透明

このように、訪れる人からは駐車場やトイレの不足といったハード面での要望を望む声や、そこで販売されている商品の品質向上を望む声が多かった。従来から商品バーコードに個人名や顔写真をつけて販売しているところはあるが、BSE問題以降消費者は、より安全な商品を指向するようになってきている。各施設とも今後は商品の品質管理の強化や地域ブランドの確立を行う必要がある。

また、施設担当者が持つ課題では、これまでの行政関与の運営を少なくし、施設が自立した運営したいという回答が多かった。中には、計画から施設整備については行政主導で行われ、オープン後の管理・運営も行政主導で行われているので、今後の市町村合併により施設の役割や方向性があいまいにされ、独自に動きにくいという回答もみられた。ただ、民間的発想でマーケティング調査や商品開発を行い、積極的な経営を行っている施設も徐々に現れているので、今後の展開に注目したい。

8. まとめ

以上のように県内の道の駅・産直施設に対するアンケート調査結果の概略を述べたが、その特徴は以下のようにまとめることができよう。

～県内の道の駅・産直施設の特徴～

- ・整備は交流人口拡大策のために行政中心に進められている
- ・しまなみ海道・高速道路開通時期に合わせて整備された施設が多い
- ・来場者数・売上高とも増加傾向にある
- ・施設間で集客・売上の大小二極分化がおこっている
- ・地域商品の販売拠点・地域の重要な雇用の場となっている
- ・他施設との差別化や市町村合併後の運営に課題がある

過疎化や高齢化の進む県内各地域にある施設について調査した結果、全体で見ると来客数の増加や地域商品の販売等で大きな成果をあげている施設とそうでない施設との二極分化がおこっていることが明らかになった。また、地域の雇用確保という面からは女性や高齢者にとって重要な雇用の場となっていることがわかった。

今後は施設間の競争が一層激しくなると思われる。各施設が明確なビジョンを打ち出し、今後の高速道路の開通や市町村合併を視野に入れた運営や施設間の連携についても考える必要がある。また、単なる休憩施設・物販施設でなく、地域住民にも利用しやすい機能を持たせることも必要ではないか。

今回は上記の観点もふまえた県内・県外の先進的な取り組み事例について紹介する予定である。

(新藤 博之)

¹⁾愛媛・高知の民間・公営のホテルや温泉、特産品センター等の施設が、共同で情報発信したり、利用者にお互いの施設を紹介し合ったり、イベントや従業員の研修を行っている。松野町「森の国ホテル」の岡田春喜支配人が呼びかけ、現在8施設が参加。