

[研究論文]

地域の観光振興における「道の駅」の可能性

—「Trip Base 道の駅プロジェクト」の現地調査をもとに—

谷脇茂樹, 小林直樹, 根木良友, 星 幸男

〈要 約〉

本研究では、積水ハウス株式会社とマリオット・インターナショナルが2020年にスタートさせた地方創生事業、「Trip Base 道の駅プロジェクト」を調査対象に、地域における観光振興拠点としての「道の駅」の可能性について分析した。道の駅に国際基準の宿泊特化型小規模ホテルを隣接させ、地方への誘客を図り、地域内の飲食店や商業施設、観光施設に宿泊客を送客させることを目的としたこのプロジェクトは、インバウンドの地方分散、地方での観光メニューの開発といった政府の観光戦略と合致する。本研究では、プロジェクトの実態を把握するため、事業運営に携わる積水ハウス株式会社とマリオット・インターナショナルの事業担当者に取り組み調査を行った。また、ホテルの開業が道の駅にどのような影響を与えているのかを分析するため、該当する道の駅へのアンケート調査と、ホテル支配人への聞き取り調査を実施して、観光振興の拠点（ハブ）としての道の駅の可能性を考察した。

調査結果から、道の駅は単なる休憩スポットや地域産品の販売場所としての役割を超え、地域の観光振興、農水産業の支援、知名度の向上、情報発信基地としての役割を果たしている。そして、国際基準のホテル開発は、道の駅の来客数や売上の増加に寄与していた。また、ホテルの開業は、地域内の雇用創出をはじめ、地域産業の振興にプラスの影響をもたらしていることが分かった。

一方で、立地条件がビジネスに大きな影響を及ぼすホテルの事業面では、道の駅の立地環境は決して好条件にあるとはいえず、稼働率を高めることが喫緊の課題となっている。さらに、道の駅においては、光熱費の増加、季節変動に伴う売上の低迷、少子高齢化に伴う従業員や生産者不足といった課題も明らかになった。そのため、道の駅の将来の発展に向けては、DESTINATION・マネジメントを通して、地域内の産業共生を創造し、地域内経済循環の向上を図ることが必要不可欠といえよう。

キーワード：道の駅, 地方創生, 観光, 観光振興, 地域活性化, インバウンド, ホテル, 積水ハウス, マリオット

1 はじめに

1-1 研究の背景

「道の駅」は、道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の方々のための「情報発信機能」、町と町とが手を結び、活力ある地域づくりを連携して行うための「地域の連携機能」の3つを併せ持つ休憩施設として、1993年から制度がスタートした。その後、全国で道の駅の設置が進められ、1993年に115駅だった道の駅は、1,209駅にまで増加している（2023年8月現在）。近年は、農水産業の直売所として地域生活を支えるもの、大学との連携をしているものなど、地域それぞれの状況に応

じた変容を見せ、地域の観光振興の拠点としても注目を集めている。また、指定管理制度や自治体との連携協定を通して、民間企業が店舗の運営に携わる動きが生まれている。こうした中、積水ハウス株式会社（以下、「積水ハウス」という。）とマリオット・インターナショナル（以下、「マリオット」という。）は、道の駅に隣接した小規模ホテルの開業を進めている。

設置から30年を迎えた道の駅が、地域にどのような影響をもたらしているのか、そして、地域の生活の拠点や観光振興の拠点としての有効性や可能性について分析したいと考えたことが、本研究の背景である。

1-2 研究の目的と方法

本研究では、道の駅が地域の産業振興、観光振興にどのような影響を及ぼしているのか、また、運営上の課題・問題点は何かなどについて、特に民間企業との協業による動きをもとに分析する。

そこで、2020年の新型コロナウイルス（以下、「コロナ」という。）禍に事業をスタートさせた積水ハウスとマリオットによる「Trip Base 道の駅プロジェクト」によって誕生した道の駅に併設した小規模ホテルの開業により、周辺の道の駅にどのような影響が及ぼされたのかなどについて、アンケート調査や聞き取り調査を実施する。そして、その結果を体系的に整理・分析し、これからの道の駅のあり方、地域における観光振興の拠点としての可能性などについて考察することを目的としている。

1-3 本稿の構成

第2章では、道の駅が誕生した背景から現在に至るまでの発展の経緯について整理する。第3章では、積水ハウスとマリオットが展開している「Trip Base 道の駅プロジェクト」の事業概要やコンセプト、現在の運営状況について両社への聞き取り調査を行った。そして、第4章でホテルが併設された28の道の駅を対象に実施したアンケート調査の結果と、北海道、栃木県、岐阜県、三重県、兵庫県の5道県に開業した13の「フェアフィールド・バイ・マリオット道の駅」（以下、「フェアフィールド」という。）の支配人を対象に実施した聞き取り調査の結果をまとめる。第5章では調査の結果を総括するとともに、地域における観光振興の拠点としての道の駅の可能性や問題点・課題を明らかにし、その具体的な解決策について考察する。

2 道の駅について

「道の駅」は、「道路利用者の快適な休憩」と「地域の活性化」を目的とした沿道の休憩&交流施設で、1993年にはじまった日本オリジナルのシステムである。地方自治体が設置し、国土交通省がこれを認定する制度で¹⁾、施設内に観光施設を併設している駅もあり、観光のデスティネーションとしても近年、注目を集めている。そこで、本章では、道の駅が誕生した背景と、国による政策の位置づけなどについて整理する。

2-1 道の駅の設置状況について

2-1-1 道の駅が誕生した背景

道の駅は、1991年1月に開催された中国地域づくり交流会シンポジウムでの「道路にも鉄道のような駅があってもよいのではないか」という提案がきっかけとなり、開設に向けた検討がはじまった。そして、同年10月から、山口県、岐阜県、栃木県の3県の市町村で、仮設の休憩施設を利用した道の駅の実証実験が行われ、その結果、地域コミュニティの活性化や、地域特産品のPRに大きな効果が

あると認められるなど、地域の活性化につながる様々な効果が報告された。

こうした動きを踏まえ、1993年1月には、「道の駅の提言」（「道の駅」懇談会会長：越正毅教授）が出され、それを受け同年2月に、道の駅の整備についての要綱が策定された。そして、同年4月には全国103カ所の道の駅に対して、第1回の道の駅登録証が交付され、正式に「道の駅」が認められた²⁾。

2-1-2 道の駅の目的

高速道路には24時間利用可能な休憩場所であるサービスエリア（SA）や、パーキングエリア（PA）が整備されてきたが、一般道路にはそのような休憩場所はほとんどなかった。当初、ドライブインが休憩所としての役割を担っていたが、24時間利用できる施設ではなかった。このような状況の中、長距離ドライブ、女性や高齢者のドライバーが増加したことから、道路交通の円滑な流れを支え、一般道路にも安心して自由に立ち寄れる快適な休憩施設が求められていた。一方で、地域においては、活力ある地域づくりのために沿道地域の文化、歴史、名所などを紹介し、特産物などを宣伝して個性豊かなサービスを行う場が求められていた。道路の休憩施設が地域の個性あるサービスを行うことにより、地域色豊かな賑わいのある空間ができあがり、さらには、このような空間ができることによって地域の核が形成され、道路利用者や地域の人々との情報交流や、道を介した地域連携が促進されるなどの効果が期待されていた³⁾。

こうしたことを背景として、①道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供、②地域振興への寄与を2つの目的に、道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の方々のための「情報発信機能」、町と町とが手を結び、活力ある地域づくりを連携して行うための「地域の連携機能」の3つを併せ持つ休憩施設として道の駅が誕生した⁴⁾。

2-1-3 道の駅の登録状況について

道の駅の登録要件は、①休憩機能、②情報発信機能、③地域連携機能、④その他、⑤設置者、の5項目で、市町村またはそれに代わり得る公的な団体が設置することになっている（表1）。

表1 道の駅の登録要件

休憩機能	<ul style="list-style-type: none"> ・24時間無料の十分な容量を持った駐車場 ・清潔なトイレ（原則、洋式） ・子育て応援施設（ベビーコーナー等）
情報発信機能	<ul style="list-style-type: none"> ・道路及び地域に関する情報提供（道路情報、地域の観光情報、緊急医療情報等）
地域連携機能	<ul style="list-style-type: none"> ・文化教養施設、観光レクリエーション施設などの地域振興施設
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・施設・施設間を結ぶ主要経路のバリアフリー化
設置者	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村又は市町村に代わり得る公的な団体（都道府県、地方公共団体が三分の一以上を出資する法人、市町村が推薦する公益法人、または市町村から土地・建物の貸与を受け、市町村と管理運営についての協定を締結する法人）

出所：国土交通省HP（<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>）より作成

道の駅の登録手続きは、市町村長が申請し、それを受けて国土交通省が登録する流れになっており、2023年8月5日の時点で、全国に1,209の道の駅が登録されている（図1）。また、道の駅の整備方法は、道路管理者と市町村長等で整備する「一体型」と市町村ですべてを整備する「単独型」の2種類があり、

一体型が663駅(54.8%), 単独型が546駅(45.2%)となっている⁵⁾。

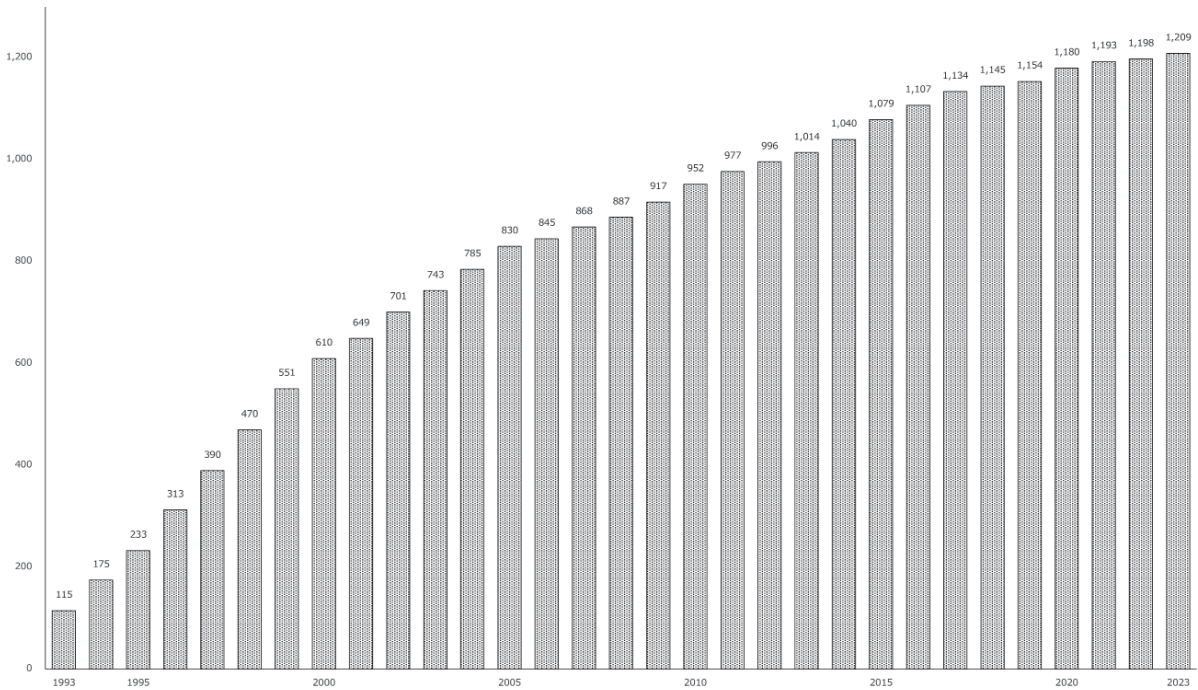


図1 「道の駅」設置数の推移 (2023年8月5日現在)

出所：国土交通省HP (<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/pdf/list2007.pdf>) より作成

表2は、都道府県別に見た道の駅の登録数となるが、東京都が八王子市に1カ所のみ設置されているのに対して、最も多い北海道の設置数が127カ所となっている。都心部と地方で設置数に大きな差があることが分かる。都心部は、24時間営業のコンビニエンスストアやファミリーレストラン、ファストフード店などがロードサイドに設置されており、休憩できる場所が十分に備わっているため、道の駅の必要性が少ないことに対して、過疎地域などは地域振興や主要道路以外の道沿いの休憩場所確

表2 都道府県別に見た道の駅の設置数

都道府県	駅数	都道府県	駅数	都道府県	駅数	都道府県	駅数
北海道	127	東京都	1	滋賀県	20	香川県	18
青森県	28	神奈川県	4	京都府	18	愛媛県	29
岩手県	36	山梨県	21	大阪府	10	高知県	25
宮城県	18	長野県	53	兵庫県	35	福岡県	17
秋田県	33	新潟県	42	奈良県	17	佐賀県	10
山形県	23	富山県	16	和歌山県	36	長崎県	11
福島県	35	石川県	26	鳥取県	17	熊本県	35
茨城県	16	岐阜県	56	島根県	29	大分県	26
栃木県	25	静岡県	25	岡山県	17	宮崎県	19
群馬県	33	愛知県	18	広島県	21	鹿児島県	22
埼玉県	20	三重県	18	山口県	24	沖縄県	10
千葉県	30	福井県	21	徳島県	18	合計	1,209

出所：国土交通省HP (<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/list.html>) より作成

保のために必要性があることから、道の駅の約8割が地方の中山間地域に設置されている。

2-2 道の駅の政策的な位置づけ

2-2-1 道の駅の変化と機能強化

道の駅はその誕生後、24時間無料で利用できる駐車場やトイレなど、沿道での安全で快適な休憩サービス、地域資源を活かした特産品や食事を提供してきた。また、周辺の地図や道路・交通情報の提供をはじめ、観光情報や地域情報を案内所で発信している。

さらに近年は、観光振興策の一環として捉え、まちの特産物や観光資源を活かして人を呼び、地域に仕事を生み出す核施設へと独自の進化を遂げている施設も増えてきており、農業・観光・福祉・防災・文化など、地域住民の生活拠点としての役割を担っている。山本・岡本（2017）は、「地域密着型の生鮮食品販売店や日常生活品を置く形態は、スーパーやコンビニに近いと言えるだろう。さらに、買い物弱者対策、高齢者の見守り機能、防災拠点といった、地域の生活拠点としての道の駅も見られるようになった。特に、防災に関しては、東日本大震災で果たした道の駅の機能が改めて確認され、全国的に展開されている」⁶⁾と示唆する。松尾・山口（2019）は、2004年の新潟県中越地震や2011年の東日本大震災での道の駅の対応を踏まえ、防災拠点としての役割の重要性を指摘する⁷⁾。

そして、国土交通省は、道の駅のさらなる機能強化を図り、地方創生の拠点にしたいとの考えから、2014年から道の駅を、経済の好循環を地方に行き渡らせる成長戦略の強力なツールとして位置づけた。全国で先駆的な取り組みを行っている道の駅を、「モデル道の駅」として選定して周知するとともに、積極的に支援している。そして、地域活性化の拠点となると判断した場合には「重点道の駅」に選定し、同様に支援を実施している。

なお、同省では、これまでの成功事例の分析などにより、地方創生の拠点として機能を発揮すると考える道の駅を「ゲートウェイ型」と「地域センター型」の2つのタイプに類型化している⁸⁾（図2）。

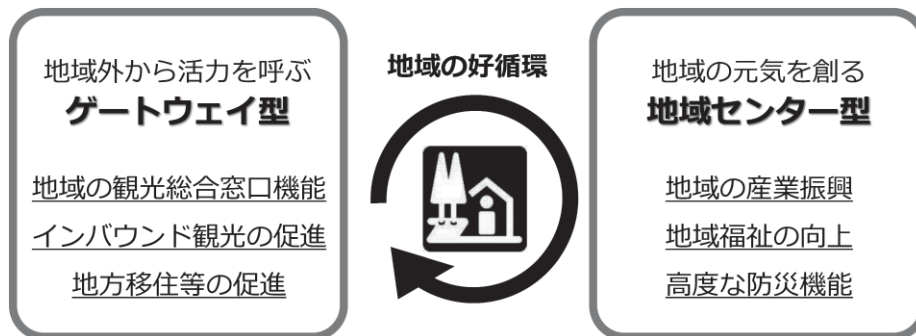


図2 重点「道の駅」に求められる機能

出所：国土交通省HP（<https://www.mlit.go.jp/common/001067711.pdf>）より作成

「ゲートウェイ型」は、地域の魅力ある観光資源を磨き上げ、国内外の観光客を取り込み、地域活性化に結び付ける観光地域づくりを実現するための拠点となり得る道の駅を指す。また、「地域センター型」は、地域の元気を創ることを目的に、オリジナル商品の開発、ブランド化、地元の農林水産物を活用した6次産業化のための加工施設や直売所の設置などの産業振興に資するほか、診療所、役場機能など、地域の小さな拠点としての機能を有する道の駅のことを指している。

2-2-2 道の駅の新たな機能づくりに向けた国土交通省の動き

国土交通省では、道の駅に対する地方創生の拠点としてのさらなる期待の高まりを踏まえ、2019年1月に、「新『道の駅』あり方検討会」を設置して、新たなステージ（第3ステージ）に向けた議論を開始した。そして同年11月に提言「『道の駅』第3ステージ：地方創生・観光を加速する拠点へ」をとりまとめた。道の駅は、1993年の誕生から2012年までを「第1ステージ」とし、道路利用者が安心して休憩できるための「通過する道路利用者のサービス提供の場」としての役割を果たしたとしている。2013年から2019年までは「第2ステージ」とし、地域の創意工夫により、観光や地域の拠点として「道の駅自体が目的地」となって発展した。そして、2020年から2025年までを第3ステージと位置付け、「地方創生・観光を加速する拠点」を目指すこととしている。

自由な発想と地元の熱意のもとで、地方創生に向けた取り組みは、官民の力を合わせて加速される。さらに、道の駅同士や民間企業、道路関係団体等とのつながりを面的に広げることによって、元気に稼ぐ地域経営の拠点として力を高めるとともに、新たな魅力を持つ地域づくりに貢献する。具体的には、①道の駅を世界ブランドへ、②新「防災道の駅」で全国の安全拠点到、③あらゆる世代が活躍する舞台となる地域センターに、の3つを2025年に目指す姿としている⁹⁾ (図3)。

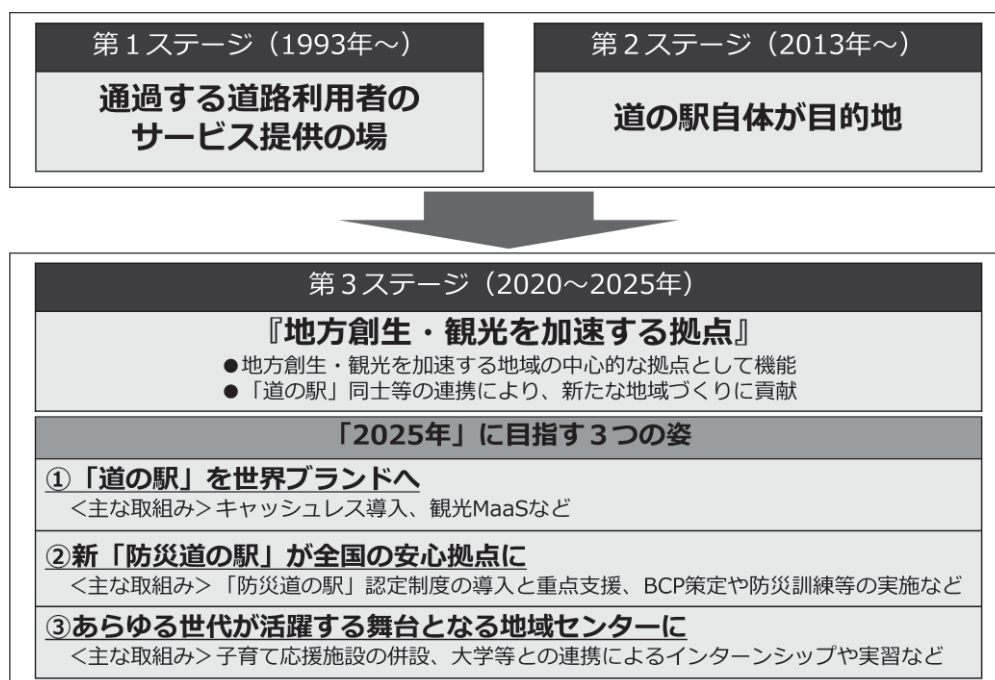


図3 「道の駅」第3ステージの概要

出所：国土交通省HP (https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/third_stage_index.html) より作成

この提言はあくまでも地域社会の発展のため、全国の道の駅に期待する今後の役割についての大きな方向性を示したものである。そのため、国土交通省では、国からの支援等も併せて充実すべきとしている。さらに、全国道の駅連絡会¹⁰⁾のエージェント機能を強化し、各道の駅や地域が抱える課題に対するアイデアや技術を効果的に活用することも視野に入れて検討を進めている¹¹⁾。

2-3 地域の観光拠点としての道の駅

道の駅は、外国人旅行者の地方分散という視点から、観光政策においても重点が置かれてきた。2017年3月28日に閣議決定された観光立国推進基本計画では、「『道の駅』の整備・活用を進め、免

税店や外国人観光案内所の設置等のインバウンド対応の促進やWi-Fi等の整備・活用を推進する¹²⁾と、また、2023年3月31日に閣議決定された新たな観光立国推進基本計画においても、「『道の駅』について、それ自体が観光資源にもなることを踏まえ、令和7年(2025年)までに『道の駅』を地方創生・観光を加速する拠点とするため、キャッシュレス導入や外国人観光案内所の日本政府観光局認定の取得といった訪日外国人旅行者対応を推進する¹³⁾」と記載されている。

表3 Trip Base 道の駅プロジェクトで開業したホテル一覧

【ファーストステージ(2020年10月～2022年3月)で開業したホテル】

都道府県	市町村	併設する道の駅(略称)	ホテル名	室数	開業日
栃木県	宇都宮市	うつのみやろまんちっく村	栃木宇都宮	87	2020/10/7
	茂木町	もてぎ	栃木もてぎ	52	2020/11/20
	日光市		栃木日光	91	2021/3/22
岐阜県	美濃市	美濃にわか茶屋	岐阜美濃	54	2020/10/6
	郡上市	古今伝授の里やまと	岐阜郡上	87	2020/10/9
	高山市	桜の郷荘川	岐阜高山白川郷	64	2021/8/2
	美濃加茂市	みのかも	岐阜清流里山公園	85	2020/10/6
三重県	御浜町	パーク七里御浜	三重熊野古道みはま	63	2020/10/12
	大台町	奥伊勢おおだい	三重奥伊勢おおだい	72	2021/3/9
京都府	宮津市	海の京都宮津	京都天橋立	93	2020/12/15
	京丹波町	京丹波味夢の里	京都京丹波	75	2020/10/8
	南山城村	お茶の京都みなみやましろ村	京都みなみやましろ	50	2021/3/12
奈良県	天理市	なら歴史芸術文化村	奈良天理	99	2022/3/21
和歌山県	すさみ町	すさみ	和歌山熊野古道すさみ	90	2021/6/9
	串本町	くしもと橋杭岩	和歌山串本	90	2021/4/14

【セカンドステージ(2022年5月～2023年11月)で開業したホテル】

都道府県	市町村	併設する道の駅(略称)	ホテル名	室数	開業日
北海道	恵庭市	花ロードえにわ	北海道えにわ	102	2022/5/26
	長沼町	マオイの丘公園	北海道長沼マオイの丘公園	78	2022/5/26
	南富良野町	南ふらの	北海道南富良野	78	2022/6/23
兵庫県	南あわじ市	福良	兵庫淡路島福良	100	2022/12/16
	淡路市	東浦ターミナルパーク	兵庫淡路島東浦	87	2023/6/27
	豊岡市	神鍋高原	兵庫神鍋高原	73	2022/11/1
	養父市	ようか但馬蔵	兵庫但馬やぶ	88	2023/1/24
岡山県	真庭市	風の家	岡山蒜山高原	99	2022/11/4
	津山市	久米の里	岡山津山	78	2023/4/11
広島県	世羅町	世羅	広島世羅	78	2022/12/21
福岡県	うきは市	うきは	福岡うきは	51	2023/8/31
佐賀県	嬉野市	うれしのまるく	佐賀嬉野温泉	84	2023/7/12
熊本県	阿蘇市	阿蘇	熊本阿蘇	93	2023/11/6
鹿児島県	垂水市	たるみずはまびら	鹿児島たるみず桜島	95	2023/4/12

(注) ホテルの正式名は、フェアフィールド・バイ・マリオット・が表中「ホテル名」の前に記載される。

出所：積水ハウス資料「Trip Base 道の駅プロジェクト」をもとに作成

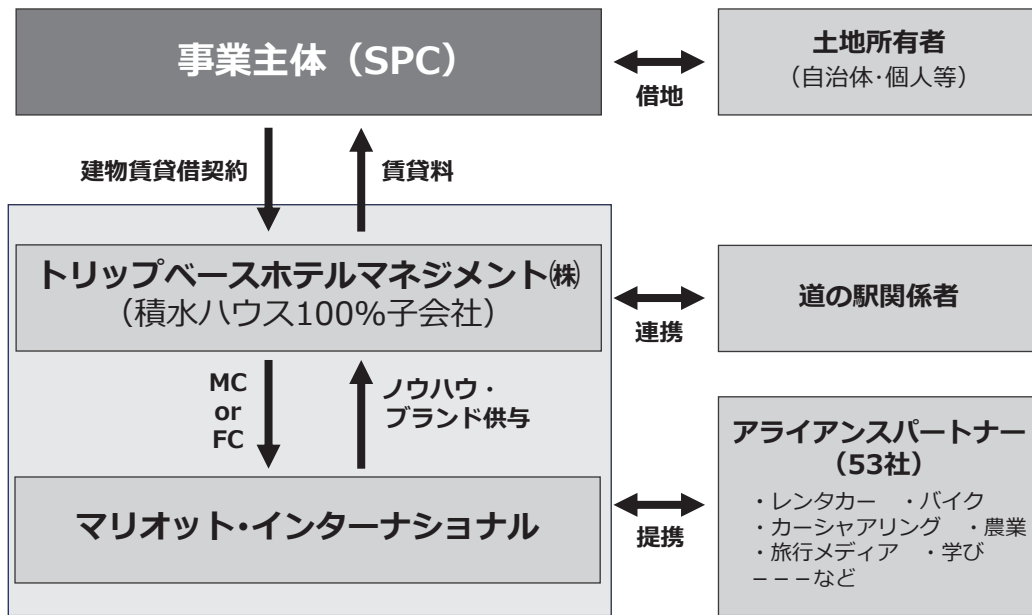


図4 Trip Base 道の駅プロジェクトの事業スキーム (運営)

出所：積水ハウス資料「Trip Base 道の駅プロジェクト」をもとに作成

インターゲットは、訪日外国人旅行者とアクティブシニア、そしてファミリー層とし、「地域の情報を集約している道の駅を拠点(ハブ)に、道の駅と道の駅間の観光資源をネットワーク化させることで、『地域の魅力を渡り歩く新しい旅のスタイル』を提案する。道の駅に隣接してホテルを建てることで、滞在型の観光需要を創造し、地方における観光のポテンシャルを最大限引き出していくことがこのプロジェクトの狙いである」(内田氏)。「主役はあくまでも地域の方々だと考えている。ホテルという滞在施設の設置をサポートすることで、地域の観光産業の振興、新たな観光資源の開発、雇用の創出などにつながる仕組みを創造していきたい」とプロジェクトの目的を説明する。「道の駅は、『道路利用者へのサービス』から近年は『農業・観光・防災・文化』など、地域の個性、魅力を発信する拠点としての役割を担っている。この点に注目し、道の駅からさまざまな地域に足を運ばせる仕組みを作りたい」(内田氏)。

このプロジェクトの最大の特徴は、「宿泊特化型のホテル運営で、施設内にはレストランや宴会場を設けていないところにある。食事や物販は、道の駅や地元の店舗の利用を促す。宿泊施設が核となって、宿泊客が地域を知り、地域に浸かり、地域で消費する仕組みを生み出していくことを狙っている」(内田氏)。50～100室の小規模ホテルを建設する。1室の平均面積を25m²とし、キングサイズベッドの部屋とツインタイプの部屋の2タイプを用意する。客室内には浴槽を置かず、シャワーのみの作りになっているのも特徴の一つといえる。

「マリオットには、ロードサイド型のフェアフィールドというブランドがあり、ホテルからレストランをなくすという点は、双方で合意のうえ事業を展開している。また、朝食のニーズに対応するため、道の駅の飲食店等と連携して朝食ボックス(弁当)の提供を行っている」(内田氏)。さらに、世界の宿泊業界で最大規模のマリオットは、世界中に大多数の会員数を有する「MARRIOTT BONVOY」(以下、「BONVOY」という。)というメンバーシッププログラムがある¹⁶⁾。この会員ネットワークを通して、外国人旅行者を地方に送客していくことを目指している。

3-2-1-2 Trip Base 道の駅プロジェクトの事業スキーム

Trip Base 道の駅プロジェクトは、積水ハウスやメガバンクで組成するファンドスキームを活用して推進している（図5）。「これまで、2段階に分けて道の駅プロジェクトに興味のある道府県から手を挙げてもらい取り組んできた。ファーストステージ（2020年10月～2022年3月開業）で6府県に15施設(1,152室)、セカンドステージ(2022年5月～2023年11月開業)で8道府県14施設(1,184室)と、計29施設2,336室を開業させた（表5）。今後は、さらなる開業を目指したい」（内田氏）としている。

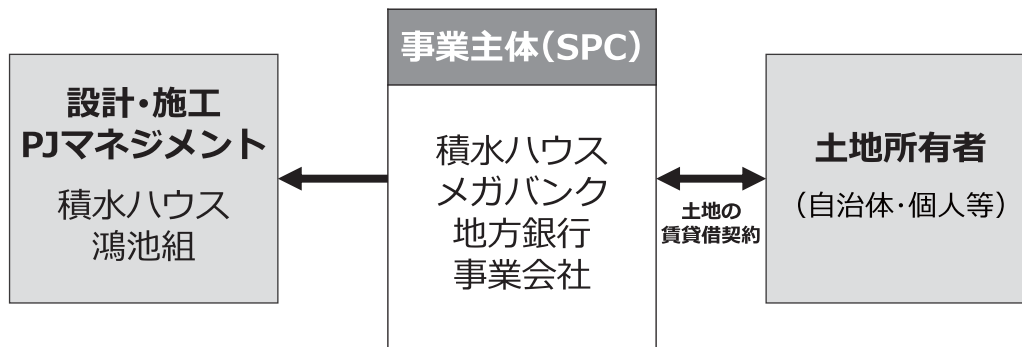


図5 Trip Base 道の駅プロジェクトの事業スキーム（建設）

出所：積水ハウス資料「Trip Base 道の駅プロジェクト」をもとに作成

表5 Trip Base 道の駅プロジェクトの開発スケジュール

ファーストステージ（15施設1,152室） （2020年10月～2022年3月開業）	6府県	栃木県・岐阜県・三重県・京都府・奈良県・和歌山県
セカンドステージ（14施設1,184室） （2022年5月～2023年11月開業）	8道県	北海道・兵庫県・岡山県・広島県・福岡県・佐賀県 熊本県・鹿児島県

出所：積水ハウス資料「Trip Base 道の駅プロジェクト」をもとに作成

ホテルの建設場所を選定するにあたっては、①立地的な視点（周辺に食事処があるか、二次交通は充実しているか、観光の目的地としての魅力があるか、道の駅自体に活気があるか）と、②土地があるか（工事費等で収支が成立するか）、の2軸に重点を置き、道の駅からホテルまでの距離の基準は、徒歩5分圏内としている。そして、これにプラスして重要なのが、「自治体側にも主導的に動く意図があるかどうか。反対がある地域では実施は控える」（内田氏）としている。

3-2-1-3 事業に対する戦略、評価

Trip Base 道の駅プロジェクトは、2020年10月のコロナ禍にスタートした。そのため、コロナの影響を直接受けており、ホテルの建設自体は進んでいるものの、運営はまだまだ発展途上となっている。「コロナによってターゲットであったインバウンドの集客ができない状況になってしまったため、当初の目論見とは全く異なった状況で事業を始めざるをえなかった。現在では、コロナ規制の緩和により、インバウンドが回復基調にあることから、BONVOYの宿泊客が増えることに期待している」（内田氏）。

今後の戦略で重視したいのは、プロモーションだという。「ディープな日本を感じてもらうための新しい旅の形として、外国人旅行者への特別感をPRしていきたい。加えて、日本国内の認知度も高める必要があるので、国内市場へのプロモーションの強化も必要だと認識している」（内田氏）。アフターコロナに向けた戦略が進められている。

3-2-2 マリオット・インターナショナル

3-2-2-1 道の駅プロジェクトについて

道の駅は、日本ならではの独自の仕組みであるため、積水ハウスから話があった際は、「道の駅を理解するところからはじまった」と田口氏はいう。「マリオットのブランドの中に、ロードサイド型で朝食付きのコンセプトを持つ『フェアフィールド』があったため、このプロジェクトに最も親和性が高いということで、フェアフィールドを採用することになった。既に、このプロジェクトの前に、札幌と大阪に1店舗ずつフェアフィールドが存在していたことも、日本で導入しやすかった」（田口氏）。そして、「道の駅」の商標を持つ国土交通省の許可のもと、事業名を「フェアフィールド・バイ・マリオット道の駅プロジェクト」と名付けた。

ホテルのコンセプトをまとめていくにあたり、「部屋数を50～100室のサイズにした宿泊特化型のホテル運営にする。レストラン機能を置かずフロントオフィスのみ機能を持たせたオペレーションにし、1ホテルにつき支配人1名、フロントリーダー（2024年2月1日から支配人代行に変更）1名、朝昼晩の3シフトを2名ずつで組めるように計10名で運営していける仕組みを構築した」（田口氏）。経理、人事、予約管理、プロモーションなどのバックオフィス機能はすべて1カ所（大阪）に集約させている。現場オペレーションの効率化、経理の一括管理を図るため、すべての施設をキャッシュレスで運営しているのも特徴といえる。「事業コンセプトを考えているときは思い切ったことを考えていると感じていたが、コロナ禍が幸いし、田舎でも非接触で顧客対応が必要との認識が広がっていた。そのため、キャッシュレスの認知については、社会環境が勝手に整っていき、思っていたよりもオペレーション上の問題は発生していない」と田口氏はいう。

3-2-2-2 事業に対する戦略、評価等について

このプロジェクトの問題点・課題について田口氏は、「ホテルまでのアクセスと食事、そして、お風呂環境（シャワーしかないため、冬場が厳しい）」と指摘した。また、「アメニティなどの地方への運送費やリネン（シーツなどのクリーニング）費が地方になるほど高くなるため、この費用をどうやって削減していくのが現状の課題といえる」と加えた。

日本では、外国人旅行者の受入緩和により、2023年の訪日外国人旅行者数は回復基調にある。東京や大阪などの都市部にあるマリオットブランドのホテルは、海外からの宿泊客が増えている。しかし、ホテルの立地条件の悪いフェアフィールドには外国人旅行者の訪問者は少ないという。「本州や九州を訪れる外国人旅行者の8割は、ジャパン・レール・パス¹⁷⁾を使って移動するため、もともと公共交通の利便性の低いフェアフィールドを利用する外国人はほとんどおらず、現在の宿泊客の8割が日本人で、2割が外国人となっている」（田口氏）。

一方で、「日光や天橋立など、有名な観光地で公共交通の整備されている観光地に隣接している施設や、外国人旅行者にレンタカーでの観光地と認知されている北海道は、比較的好調な経営ができています。ホテルビジネスの鉄則から考えると、立地の悪い道の駅プロジェクトは、非常に厳しい条件下にあるが、地方創生の先頭に立てるビジネスと認識している。当面は、『道の駅のホテル』としての認知度を向上させていくことが重要」と田口氏はいう。

また、一番の課題だという食事については、利用者の満足度を低下させる要因になっていると指摘する。「このプロジェクトは、宿泊特化型のホテルで、食事などは道の駅や滞在地域で体験してもらうことが目的だが、道の駅の営業時間の問題などもあり、安定した食事の提供について検討する必要がある。マリオットは、顧客の満足度を最重要視した経営を行っている。フェアフィールドのスタッフによるサービスは高評価なだけに、食事の満足度をいかに上げるのが重要」（田口氏）。そこで打

ち出したのが、2,000円で提供する「朝食ボックス」で、希望する宿泊者に対して、朝のお弁当を地元（道の駅など）で用意できる体制を整えている。ホテル内では、コーヒー、紅茶、お茶、粉の味噌汁を無料で提供しているほか、マリオットでは珍しい自動販売機も設置した。さらに、冷凍のパン、ピザ、おつまみなどが購入できるスペースを設置して、簡易なものを宿泊客に提供できるようにしている。「ファーストステージでコーヒーを提供してくれることになったユーシーシーフードサービスシステムズ株式会社が、各都道府県に冷凍保管施設のある配送センターを持っていたことから、冷凍パン、ピザの提供が可能だったことも、こうした仕組みづくりにつながっている（セカンドステージでは、株式会社キャメル珈琲がコーヒーを提供）」（田口氏）。

なお、自治体によっては、国際的なホテルの開業を活かしていくため、地域独自の取り組みもはじまっている。田口氏は、「デスティネーションとしての魅力を高め、車で移動する旅を実現させていくためにも、自治体との連携は重要になる。外からお客様が来れば、確実に地域にお金が落ち、それが地域に新しい動きを育んでいけるからだ。そのため、マリオットでも自治体と協力して、デスティネーション・マーケティングに力を入れていきたい」としている。

3-3 調査結果からの考察

Trip Base 道の駅プロジェクトを推進する積水ハウスとマリオットへの聞き取り調査を通して、コロナ禍にスタートした同プロジェクトの難しさを認識した。特に、ホテルは立地環境が事業に大きく影響することから、ドライバーの休憩場所として設置されてきた道の駅にどのように誘客していくのが重要になってくる。また、インバウンドにおいては、公共交通での移動が基本となるため、世界最大のホテルチェーンであるマリオットが誇るメンバーシッププログラムBONVOYのインセンティブを十分に活かしきれていない。

その一方で、宿泊特化型ではあるものの世界基準のサービスを提供するホテルの地方部での開業は、地域の観光振興を進めるうえで、インパクトのある取り組みといえる。加えて、道の駅のネットワーク化、インバウンドの地方への送客、そして、地域での体験・滞在型観光の推進というTrip Base 道の駅プロジェクトのコンセプトは、国の観光戦略にも合致している。

そこで、次章ではホテルが開業した道の駅にどのような変化が生じているのか、また、現地の事業環境を把握するため、フェアフィールドが開業した道の駅へのアンケート調査と支配人を対象に実施した聞き取り調査の概要について整理する。

4 Trip Base 道の駅プロジェクトの実情と地域の観光への影響について

4-1 調査目的と方法

本章では山本・岡本（2017）を参考に、対象となった道の駅の現状を把握し、フェアフィールドが道の駅に及ぼす影響を検証する。その調査項目として、①分類、②売上高、③集客数、④有利な点、⑤課題、⑥地元で果たす機能、⑦利用客の来訪元、⑧地元の課題、⑨現在・今後の事業・活動、⑩併設・隣接施設、⑪運営組織、⑫「Trip Base 道の駅プロジェクト」が及ぼす影響、⑬フェアフィールドとの連携内容、⑭道の駅における人材の過不足、⑮各種人材の人数、⑯観光拠点としての可能性、⑰地域産業振興策、雇用対策、地方創生に関する可能性、⑱今後取り組みたい道の駅事業、を設定した。

調査方法は、インターネット上のQuestantを利用しアンケートを作成した。アンケートは道の駅プロジェクトを主管する積水ハウスを通じて、2023年9月7日から2023年12月21日までの105日間、14道府県28の道の駅を対象に実施し、全駅から回答を得た（表6）。

表6 アンケート調査先の「道の駅」一覧

都道府県	市町村	道の駅	都道府県	市町村	道の駅
北海道	恵庭市	花ロードえにわ	兵庫県	南あわじ市	福良
	長沼町	マオイの丘公園		淡路市	東浦ターミナルパーク
	南富良野町	南ふらの		豊岡市	神鍋高原
栃木県	宇都宮市	うつのみやろまんちっく村		養父市	ようか但馬蔵
	茂木町	もてぎ	奈良県	天理市	なら歴史芸術文化村
岐阜県	美濃加茂市	みのかも	和歌山県	串本町	くしもと橋杭岩
	美濃市	美濃にわか茶屋		すさみ町	すさみ
	郡上市	古今伝授の里やまと	岡山県	真庭市	風の家
	高山市	桜の郷荘川		津山市	久米の里
三重県	御浜町	パーク七里御浜	広島県	世羅町	世羅
	大台町	奥伊勢おおだい	福岡県	うきは市	うきは
京都府	京丹波町	京丹波味夢の里	佐賀県	嬉野市	うれしのまるく
	宮津市	海の京都宮津	熊本県	阿蘇市	阿蘇
	南山城村	お茶の京都みなみやましろ村	鹿児島県	垂水市	たるみずはまびら

(注) ファーストステージ、セカンドステージで設置された29カ所のフェアフィールドのうち、日光は道の駅に併設されていないため、アンケート調査先を上記の28駅とした
出所：ヒアリング調査、アンケート調査をもとに作成

4-2 調査結果

4-2-1 道の駅の設置場所（属性）と運営組織

道の駅の設置場所を4つの属性に分類した。総回答28駅のうち中山間農業地域が18駅（64.3%）、その他（湾岸地域等）が4駅（14.3%）、都市的地域、および、平地農業地域がそれぞれ3駅（10.7%）であり、山本・岡本（2017）の調査結果と比較しても、統計的に強い有意差（ $\chi^2=6.74$, $p=0.08$ ）は見られなかった（表7）。したがって、Trip Base 道の駅プロジェクトは属性地域を特定した地方創生事業ではないことが推察される。

表7 山本・岡本（2017）との属性比較

属性	2023	2017（山本・岡本）
中山間農業地域	18（64.3%）	402（64.3%）
その他（湾岸地域等）	4（14.3%）	55（8.8%）
都市的地域	3（10.7%）	21（3.4%）
平地農業地域	3（10.7%）	147（23.5%）
合計	28	625

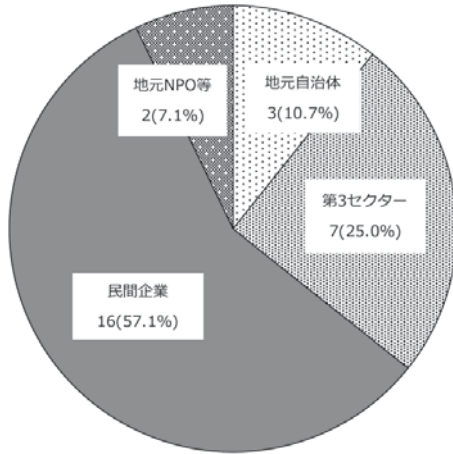


図6 道の駅の運営組織

また、調査先の道の駅の運営をしている組織については、「民間企業」が全体の半数以上の16駅（57.1%）と最も多く、以下、「第3セクター」〔7駅（25.0%）〕、「地元自治体」〔3駅（10.7%）〕、「地元NPO等」〔2駅（7.1%）〕の割合となった（図6）。

4-2-2 平均的な売上高と集客数

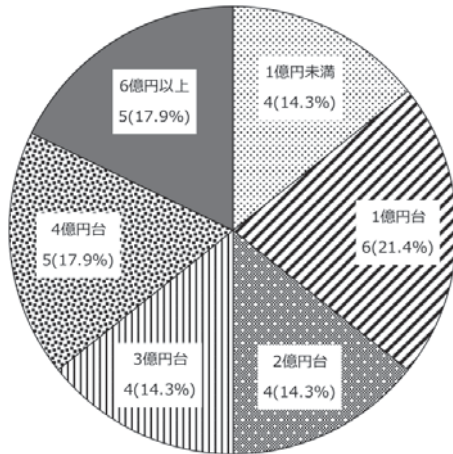


図7 平均的な売上高 (N=28)

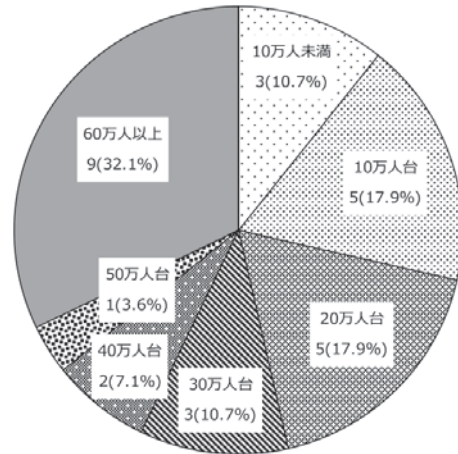


図8 平均的な集客数 (N=28)

売上高については山本・岡本（2017）と同様に、「1億円未満」から「6億円以上」までの7段階で尋ねている。図7の通り、「5億円台」の回答はなかったものの、1億円台が6駅（21.4%）、4億円台と6億円以上がそれぞれ5駅（17.9%）、1億円未満、2億円台、3億円台がそれぞれ3駅（14.3%）と、特出して多い売上高区間はなかった。上記の属性分布と同様、Trip Base 道の駅プロジェクトは一定以上の売上高を有する道の駅に限定した地方創生事業ではないことが推察される。

集客数については山本・岡本（2017）と同様に、7段階（① 10万人未満、② 10万人台、③ 20万人台、④ 30万人台、⑤ 40万人台、⑥ 50万人台、⑦ 60万人以上）に区分して集計した（図8）。最も多かったのは、「60万人以上」の9駅（32.1%）で、以下「10万人台」と「20万人台」がそれぞれ5駅（17.9%）、「10万人未満」と「30万人台」がそれぞれ3駅（10.7%）、「40万人台」が2駅（7.1%）、「50万人台」が1駅（3.6%）の順になった。山本・岡本（2017）では「60万人以上」が全体の20.0%弱であったことと比較すると、Trip Base 道の駅プロジェクトにおけるフェアフィールドは、一定以上の集客数が見込める道の駅に隣接させたことが推察される。

4-2-3 有利な点

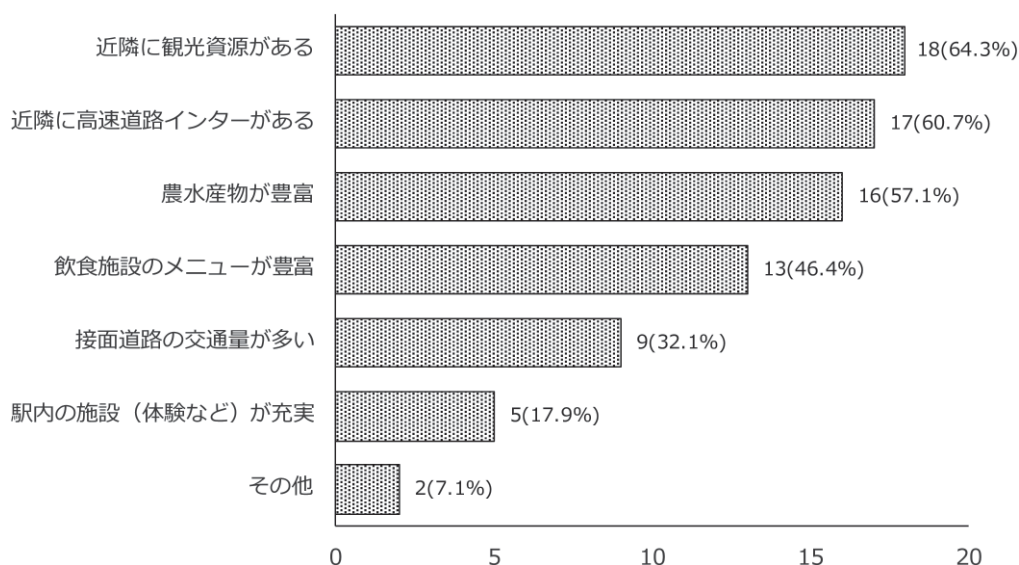


図9 道の駅それぞれの魅力・有利な点

28駅の有利な点について複数回答で聞いたところ、「近隣に観光資源がある」が18駅と最も多い回答となった。次に多かったのが「近隣に高速道路のインターがある」の17駅で、以下、「農水産物が豊富」（16駅）、「飲食施設のメニューが豊富」（13駅）、「接面道路の交通量が多い」（9駅）、「駅内の施設（体験など）が充実」（5駅）の順となった。その他では、地域の中心部に位置していること、道の駅の敷地内に子供の遊び場や農畜産物直売所などの多様な施設があるという回答があった（図9）。

図9から浮き彫りになった特徴として、近隣に観光資源を有し、高速道路からのアクセスが良く、農水産物が豊富など、観光客を誘引しやすい立地を選定していることが示唆される。これは、Trip Base 道の駅プロジェクトの経営戦略上、重要な視点であることが推察される。

また、それぞれの道の駅に併設・隣接する施設について複数回答で聞くと、フェアフィールドの建設に伴い全体の約9割である25駅が「宿泊施設」と回答した。以下「バス停」（19駅）、「飲食施設」（17駅）、「温泉施設」（10駅）が続く。少数ではあったが、「生鮮食品販売店」「金融機関ATM」「ガソリンスタンド」（それぞれ6駅）、「コンビニ」（5駅）、「医療施設」「スーパー」「役場（出先含む）」「スーパー」「コミュニティ施設」（4駅）という回答もあり、地域の中核的な機能を有しているエリアもあることがうかがえる（図10）。

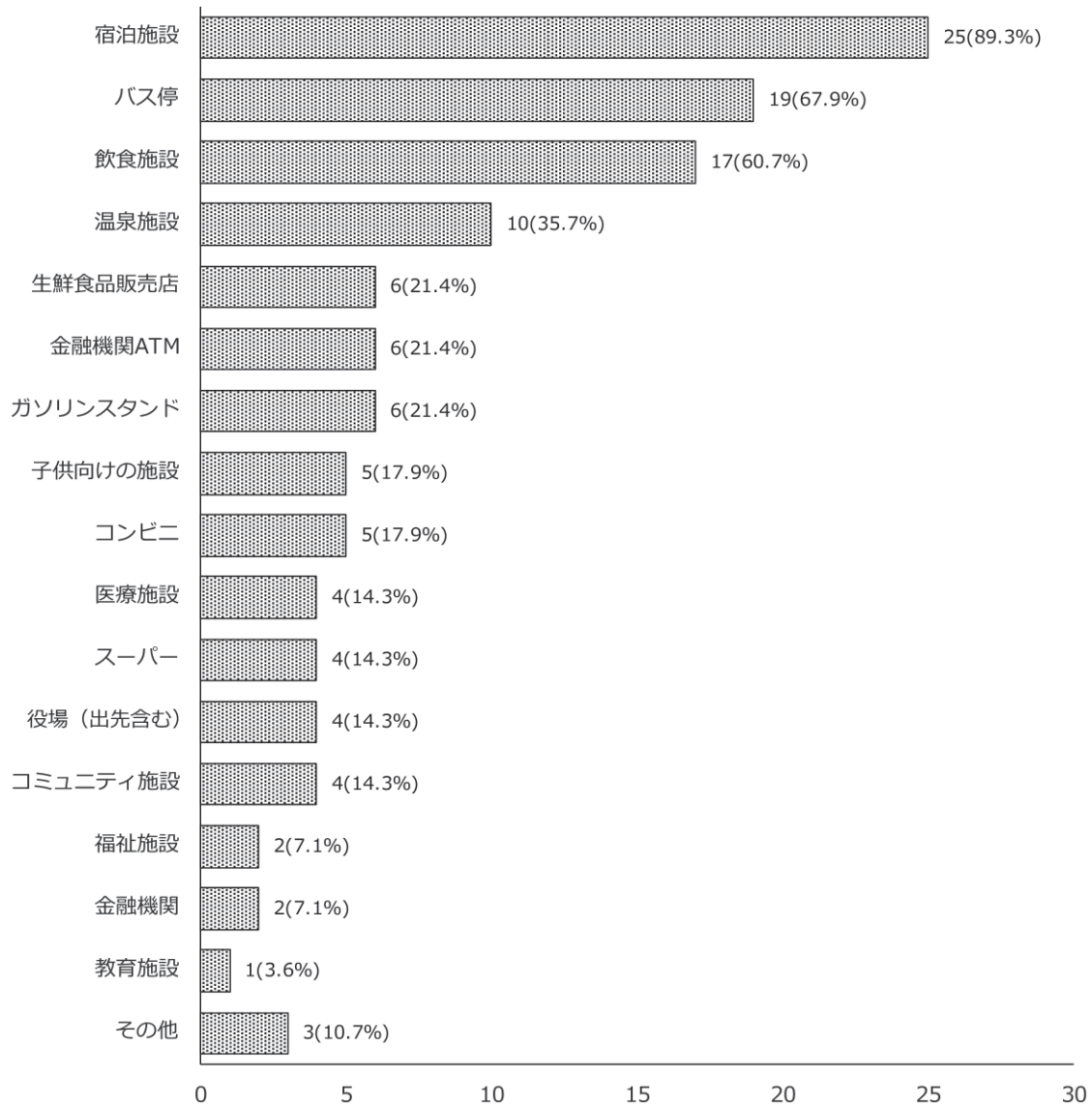


図10 道の駅に併設・隣接する施設

4-2-4 現状の課題

課題と思われる点については、山本・岡本（2017）を参考に、「従業員の不足」を新たに質問項目に追加して調査を行った（複数回答）。回答結果を見ると、「光熱費等の負担」が14駅と最も多かった。次に多かったのが、「従業員の不足」「冬場の売上の低迷」でそれぞれ13駅から回答があった。以下、「販売する農水産物（生産者）の減少」（10駅）、「来客者の減少」（5駅）、接面道路交通量の減少（3駅）、近隣観光地の疲弊（2駅）の順となった（図11）。その他（2駅）では、平日と休日の差異が大きいことによる売上の不安定さや、商業スペースの不足、駐車場収容台数が不十分といった回答があった。

山本・岡本（2017）では、「冬場の売上の低迷」が最も多かったことと比較すると、近年の光熱費の著しい高騰が色濃く反映されている結果と推察される。

現在、または今後に展開していきたい事業活動について複数回答で聞いたところ、「インターネットによる情報発信」が18駅と最も多い回答となった。続いて「近隣の『道の駅』との連携」（12駅）、「ふるさと納税の情報提供」（10駅）、「EV充電整備の拡充」「生鮮食品の販売」（それぞれ9駅）、「無線LANの拡充」「地元移住に必要な情報提供」（それぞれ7駅）の順となった。その他（5駅）では、

地域の観光振興における「道の駅」の可能性

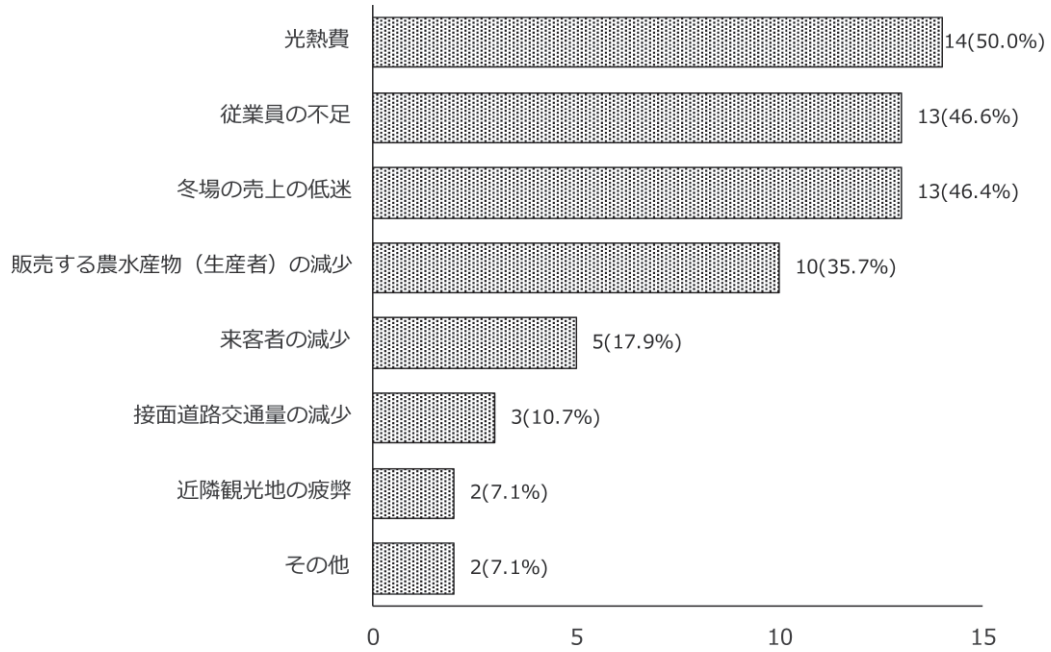


図11 課題と思われる点

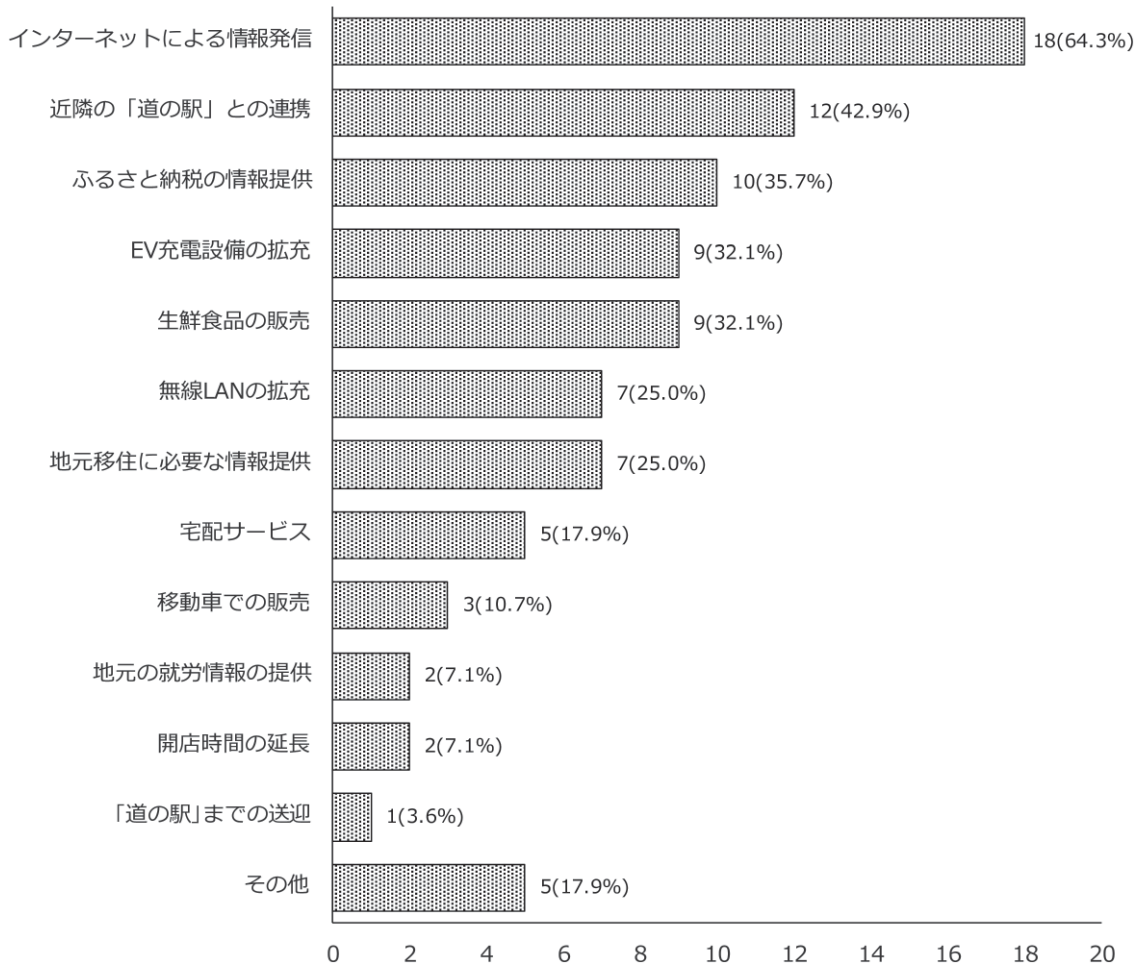


図12 当面の事業活動について

農業生産部門の充実, 季節ごとの特設コーナー, 近隣店舗への周遊の仕組みづくり, 観光案内サービスの高度化 (ICT, ガイド等), 遠方の「道の駅」や旅行会社等との連携といった回答があった。なお, 回答数は少なかったものの, 「宅配サービス」(5駅), 「移動車での販売」(3駅), 「道の駅までの送迎」(1駅) といった近隣住民のサービスについての取り組みが行われている状況もあった (図12)。

4-2-5 地域における機能, 役割

道の駅が設置された地域における機能, 役割について複数回答で聞いたところ, 「観光振興」との回答が26駅と最も多く, 「農水産物の振興」の21駅, 「地元の知名度向上」(19駅), 「地域情報の発信」(18駅), 「防災拠点」「地元企業・事業所等との連携」(それぞれ15駅), 「地元住民のコミュニティ」(11駅) と続く。また, 少数回答ではあったが, 「都市農村交流の拠点」(8駅), 「地域外企業・事業所等との連携」(7駅) という回答もあった (図13)。

アンケート結果の上位4位となった「観光振興」「農水産物の振興」「地元知名度の向上」「情報発信」は, 山本・岡本 (2017) の上位4位の組み合わせと同等の結果であり, 道の駅の機能そのものが変化していないことを示唆している。

また, 本研究と山本・岡本 (2017) との差異を検証するため χ^2 検定を実施した結果, 統計的に5.0%の有意水準では有意 ($\chi^2 = 16.35, p=0.06$) ではなかったものの, 10.0%の有意水準では有意であった。特に, 残差分析では「地元企業・事業所等との連携」において有意 (両側p-value=0.04) な上昇が観測された。山本・岡本 (2017) において, 地方創生の拠点として期待されていた「地元企業・事業所等との連携」の機能が, Trip Base 道の駅プロジェクトによって, 一定程度の上昇傾向にあったことが示唆された。

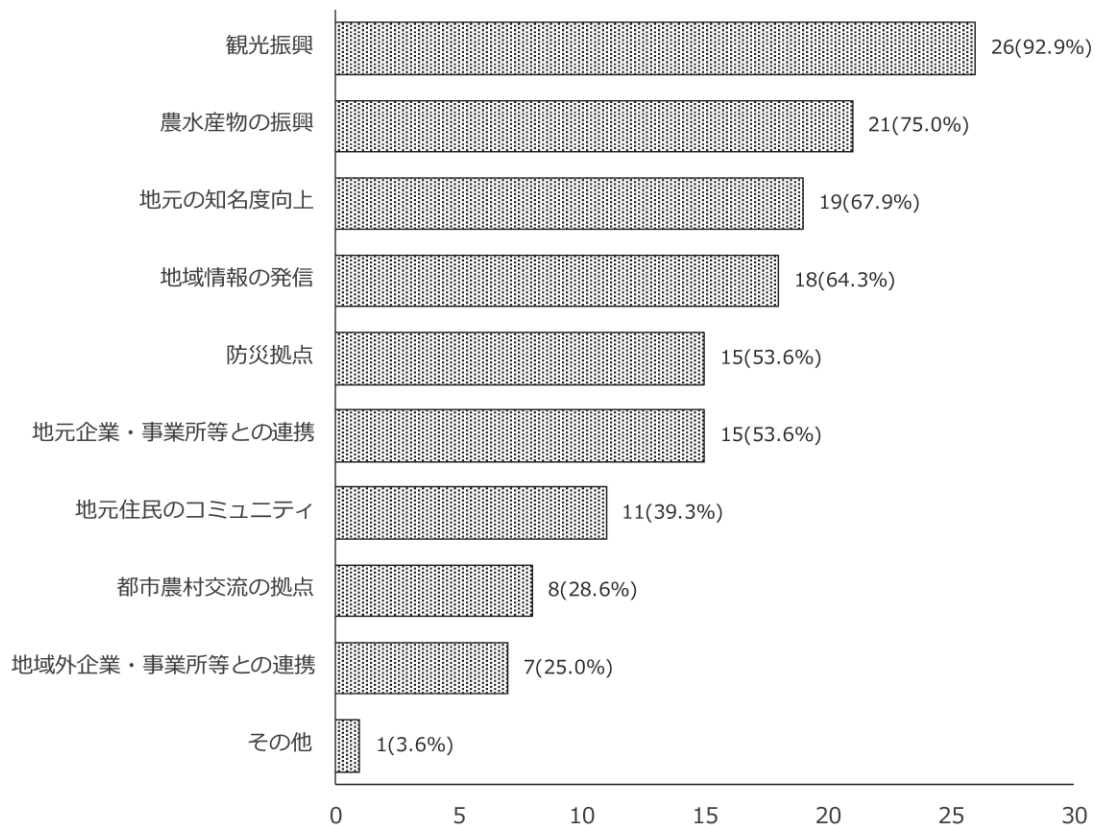


図13 地域内における道の駅の機能

表8 山本・岡本（2017）との属性比較

属性	2023	2017（山本・岡本）
観光振興	93%	77%
農水産物の振興	75%	63%
地元の知名度向上	68%	63%
地域情報の発信	64%	78%
地元企業・事業所等との連携	54%	33%
防災拠点	54%	30%
地元住民のコミュニティ	39%	44%
都市農村交流の拠点	29%	24%
地域外企業・事業所等との連携	25%	11%
移住者の拠点	0%	3%

4-2-6 利用客の来訪元

利用客の来訪元について複数回答で聞いたところ、県内（地元・周辺以外）が27駅、他県が24駅、地元・周辺地域が22駅、その他（インバウンドなど）が12駅だった（図14）。

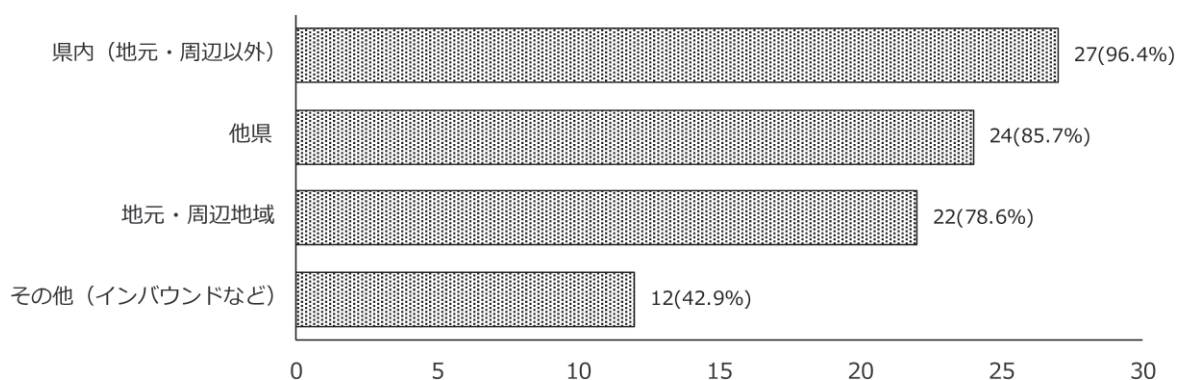


図14 利用客の来訪元

山本・岡本（2017）と同様、利用客の来訪元について、①地元・周辺域、②県内（地元・周辺域以外）、③他県、④その他（インバウンド客など）の4項目から、集客数の7段階（①10万人未満、②10万人台、③20万人台、④30万人台、⑤40万人台、⑥50万人台、⑦60万人以上）に区分して整理した（表9）。サンプル数が少ないものの、概ね地元・周辺地域、県内（地元・周辺域以外）、他県からの利用客が多く、比較的広域から利用客を集めていることが分かった。

表9 集客数による利用客の来訪元の内訳

	地元・周辺地域	県内	他県	その他 (インバウンド等)	全体
10万人未満	2	3	2	1	3
	67%	100%	67%	33%	100%
10万人台	4	4	3	3	5
	80%	80%	60%	60%	100%
20万人台	3	5	4	1	5
	60%	100%	80%	20%	100%
30万人台	3	3	3	1	3
	100%	100%	100%	20%	100%
40万人台	2	2	2	0	2
	100%	100%	100%	0%	100%
50万人台	1	1	1	0	1
	100%	100%	100%	0%	100%
60万人以上	7	9	9	6	9
	78%	100%	100%	67%	100%

4-2-7 地域における課題

道の駅が設置している地域の課題について複数回答で聞いたところ、「人口減少・高齢化」が25駅と最も多く、以下「農業従事者の減少」(17駅)、「鳥獣被害の増加」(11駅)、「公共交通の減少」(10駅)、「商店の閉鎖」(9駅)、「災害時の不安」(8駅)、「雇用の場が少ない」(7駅)、「集落の継続」(4駅)

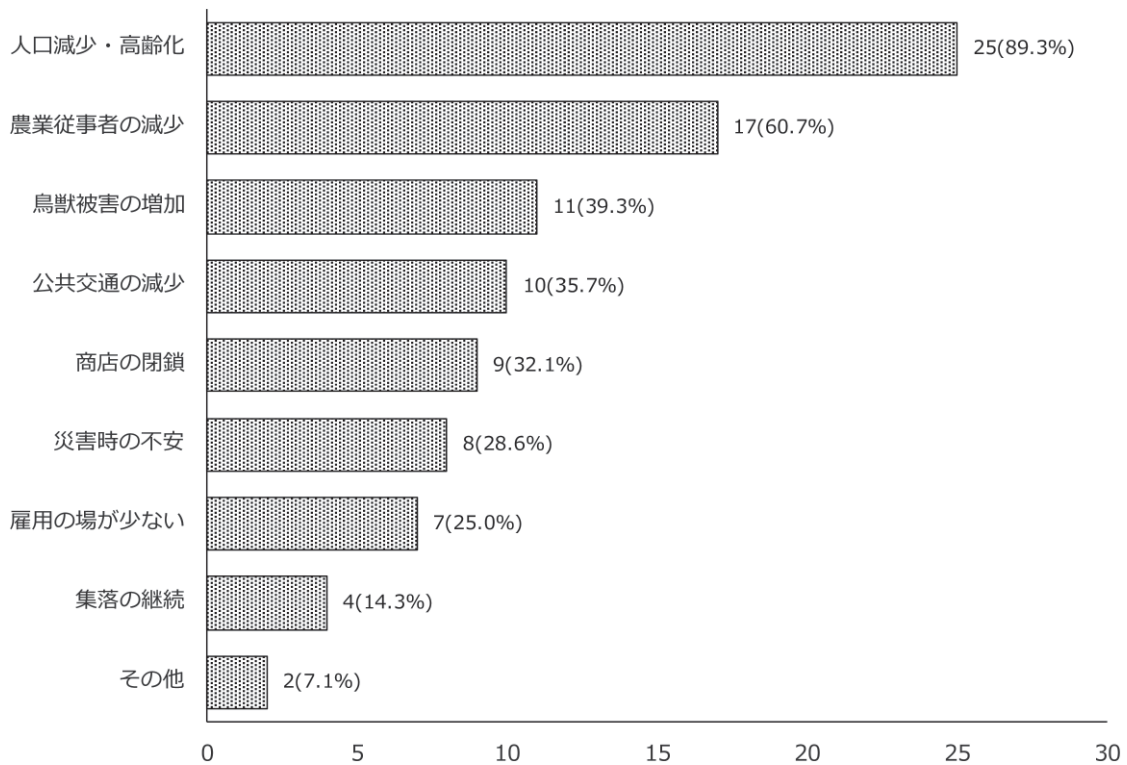


図15 道の駅が設置されている地域の課題

の順となった。その他（2駅）では、人手・担い手不足を指摘する声があった（図15）。上位2位については、山本・岡本（2017）と同様に「人口減少・高齢化」「農業従事者の減少」であったが、「雇用の場が少ない」については、山本・岡本（2017）では上位3位であったことに比べ、本研究結果では7位と低い結果であった。

4-2-8 「Trip Base 道の駅プロジェクト」による効果・影響について

Trip Base 道の駅プロジェクトによる効果・影響について、利用客数、売上、地域産業への刺激、プロモーションという視点から、「大幅に減少」「やや減少」「ほぼ変化なし」「小幅に増加」「大幅に増加」の5段階で評価してもらった（図16）。

まず、利用客全体で見ると、全体の約7割となる19駅（67.9%）が、「小幅に増加（18駅）」「大幅に増加（1駅）」と回答した。朝の時間帯では、13駅（46.4%）が「ほぼ変化なし」と回答したが、15駅（53.6%）が「小幅に増加（13駅）」「大幅に増加（2駅）」と増加を示す回答が上回った。一方、夜の時間帯は、「ほぼ変わらず」と「小幅に増加」「大幅に増加」が半分半分の結果となった。

次に、飲食の売上については、18駅（64.3%）が「小幅に増加」と回答。また、物販の売上は、19駅（67.9%）が「小幅に増加（18駅）」「大幅に増加（1駅）」と回答した。

一方で、道の駅への出店者については、「小幅に増加」と回答する道の駅が6駅（21.4%）あったものの、「やや減少」と回答する道の駅が2駅（7.1%）、20駅（71.4%）が「ほぼ変化なし」と回答した。土産品等の商品数についても9駅（32.1%）が「小幅に増加」と回答したものの、19駅（67.9%）が「ほぼ変化なし」と回答した。

また、PR露出については、18駅（64.3%）が「小幅に増加（17駅）」「大幅に増加（1駅）」と回答した。

なお、上記を残差分析したところ、「出店者」および「土産品等、商品数」については、「ほぼ変化なし」ではあったものの、「来客数（全体）」「物販売上高」「飲食売上高」、そして「インバウンド客数」は増加傾向にあった¹⁸⁾。χ²検定では統計的に有意（χ² = 58, p=0.00）であったことから、地方創生事

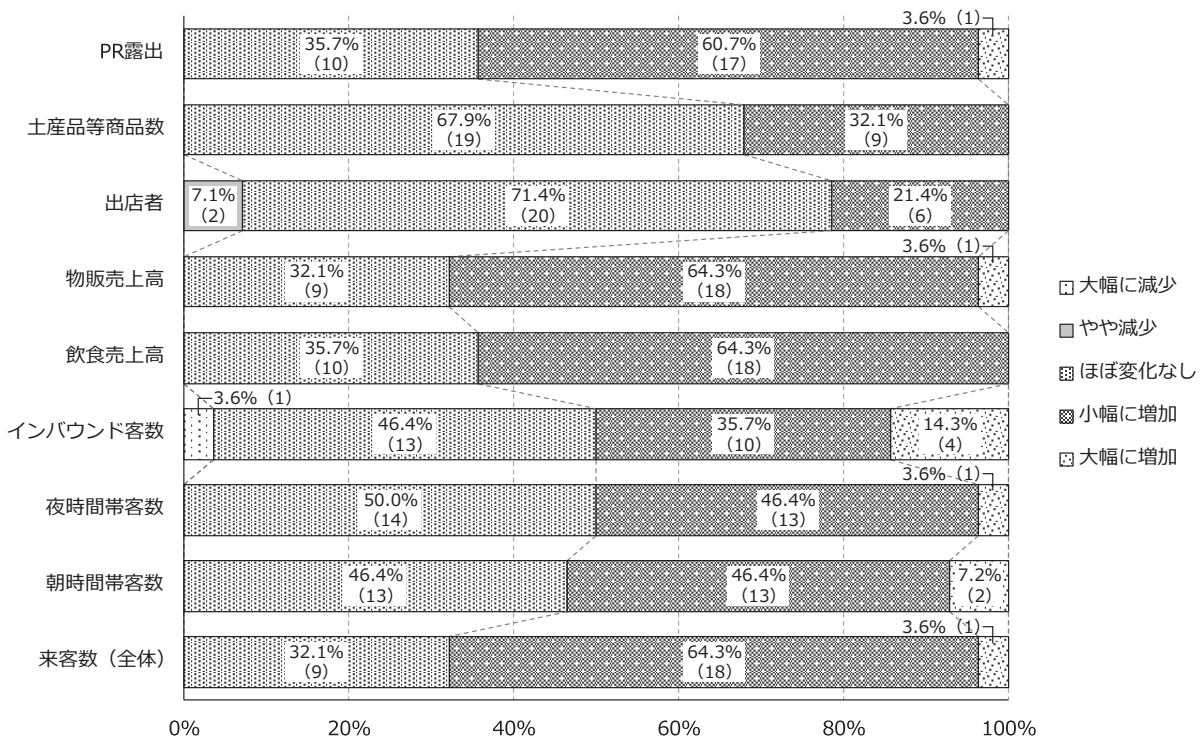


図16 Trip Base 道の駅プロジェクトによる効果

業における Trip Base 道の駅プロジェクトは、概ねプラスの影響を及ぼしていることが示唆される。

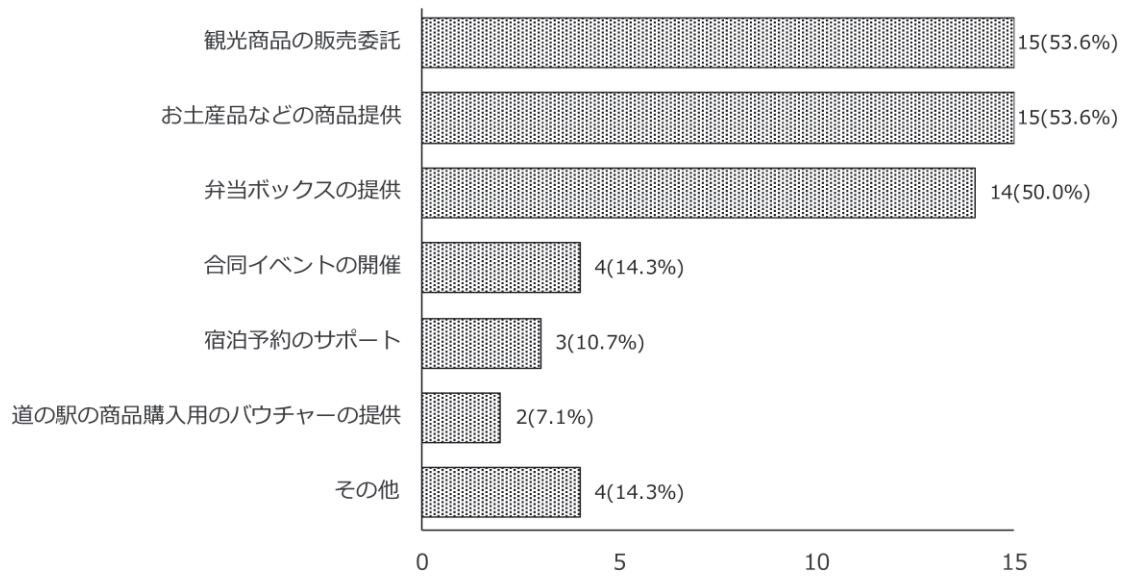


図17 フェアフィールドとの具体的な連携内容

フェアフィールドとの具体的な連携内容については、「観光商品の販売委託」と「お土産品などの商品提供」がそれぞれ15駅ずつと最も多かった。朝食の弁当ボックスに関連する「弁当ボックスの提供」については、半数の14駅という結果となった。次項の聞き取り調査からも想定されることだが、フェアフィールドと道の駅の今後のさらなる連携の強化が期待される（図17）。

4-2-9 道の駅における人材の過不足

道の駅の事業に携わる人材については、組織の運営面で19駅（67.9%）の道の駅が「とても不足（7駅）」「やや不足（12駅）」と回答した。「適当である」は、8駅（28.5%）だった。また、組織の経営面でも18駅（64.3%）の道の駅が「とても不足（7駅）」「やや不足（11駅）」と回答しており、6割強の道の駅が組織の運営面、経営面で人的不足を感じていることが分かった（図18）。地域の課題と同様、全体として人材不足は否めない結果となっていた。

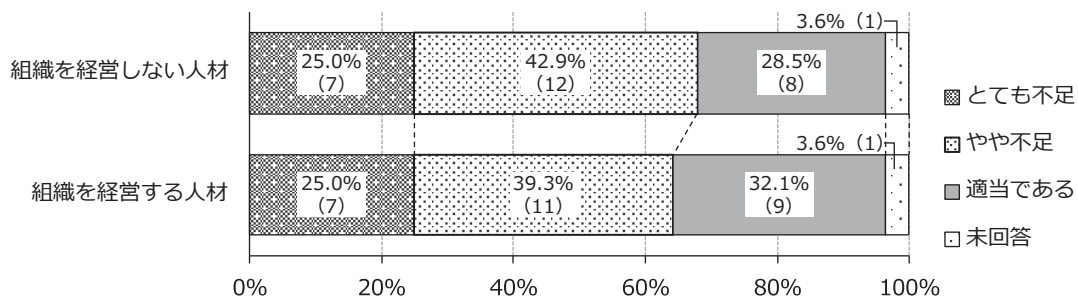


図18 道の駅における人材の過不足について

また、「組織を運営する人材」「組織を運営しない人材」の人数に関する基本統計量は表10の通りであった。さらに、t検定の結果、「組織を運営する人材」「組織を運営しない人材」は有意差（両側 $p=0.00$ ）があることが確認された。道の駅の経営を担う中核的な人材はおおよそ5名前後、経営には携わらない人材はおおよそ38名前後であることが示唆された。

表10 「組織を運営する人材」「組織を運営しない人材」の人数の基本統計量

	経営をする人材の人数	組織を運営しない人材の人数
平均	5.37	37.64
中央値	3	22
最頻値	3	25
標準偏差	5.64	36.29
分散	31.78	1316.99
最小	0	1
最大	26	120
標本数	27	25

4-2-10 地域の観光拠点の可能性

地域の観光拠点の可能性について聞いたところ、「とても貢献できている」が16駅（57.1%）と最も多く、「やや貢献できている」が11駅（39.3%）、「あまり貢献できていない」が1駅（3.6%）だった。26駅（96.4%）が貢献できていると考えており、地域の観光拠点としての道の駅の役割、貢献度は高いといえる（図19）。

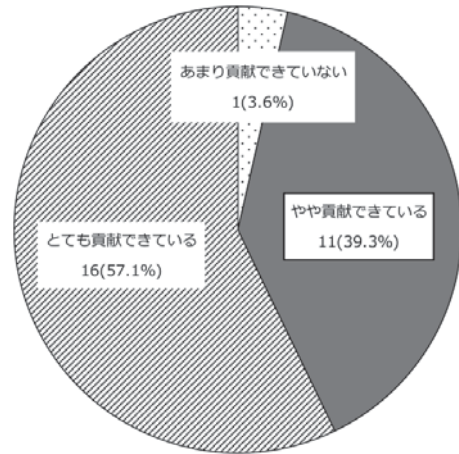


図19 地域の観光拠点としての可能性

また、道の駅を活用した地域における産業振興策としてのDMC（Destination Management Company：地域商社）の役割、雇用対策、地方創生に関する可能性について、「全く貢献できていない」「あまり貢献できていない」「どちらでもない」「やや貢献できている」「とても貢献できている」の5段階評価で聞いたところ、いずれの面からも「やや貢献できている」「とても貢献できている」の回答が多かった。特に、DMCの視点からは、約9割が「やや貢献できている〔17駅（60.7%）〕」「とても貢献できている〔8駅（28.6%）〕と回答しており、物販や観光情報の発信といった道の駅の機能との関連性の高さがうかがえた（図20）。

一方で、雇用対策においては、「全く貢献できていない」が1駅（3.6%）、「どちらでもない」が5

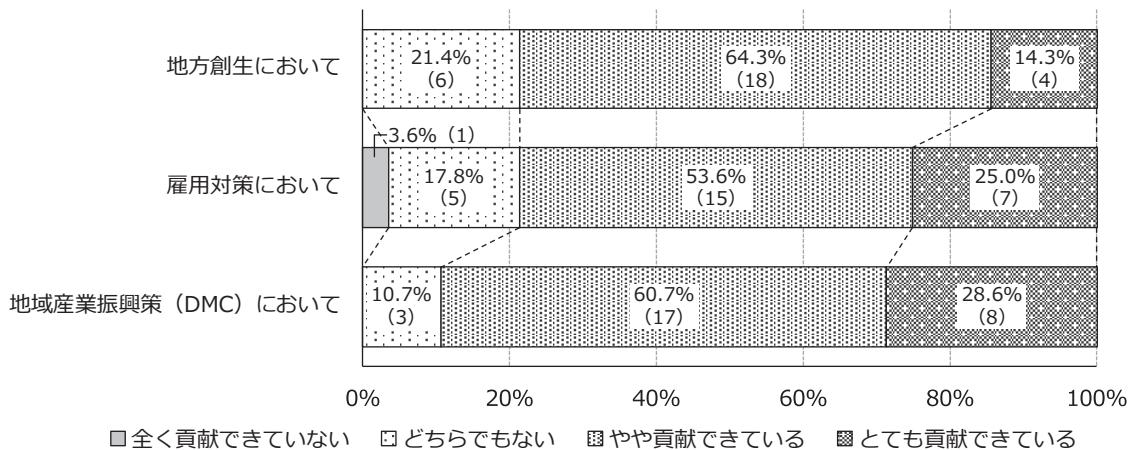


図20 道の駅を活用したDMCや地方創生、雇用対策の可能性

駅 (17.8%) という回答があったものの、「やや貢献できている [15 駅 (53.6%)]」「とても貢献できている [7 駅 (25.0%)]」と約 8 割が貢献していると回答した。同様に、地方創生の面でも、「やや貢献できている [18 駅 (64.3%)]」「とても貢献できている [4 駅 (14.3%)]」と約 8 割が貢献を示す回答となった。

4-3 ホテル (フェアフィールド・バイ・マリオット) の事業活動について

4-3-1 聞き取り調査方法と聴取項目

表 11 聞き取り調査の実施内容

<p>1. 対象・実施日</p> <p>(1) ファーストステージ</p> <p>①フェアフィールド・バイ・マリオット・栃木宇都宮／栃木もてぎ ・実施日：2023年10月30日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・栃木宇都宮</p> <p>②フェアフィールド・バイ・マリオット・三重奥伊勢おおだい ・実施日：2023年11月26日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・三重奥伊勢おおだい</p> <p>③フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜清流里山公園 ・実施日：2023年11月27日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜清流里山公園</p> <p>④フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜郡上／岐阜高山白川郷 ・実施日：2023年11月27日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜清流里山公園</p> <p>(2) セカンドステージ</p> <p>①フェアフィールド・バイ・マリオット・兵庫神鍋高原 ・実施日：2023年10月28日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・兵庫神鍋高原</p> <p>②フェアフィールド・バイ・マリオット・兵庫但馬やぶ ・実施日：2023年10月28日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・兵庫但馬やぶ</p> <p>③フェアフィールド・バイ・マリオット・兵庫淡路島東浦／兵庫淡路島福良 ・実施日：2023年10月30日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・兵庫淡路島福良</p> <p>④フェアフィールド・バイ・マリオット・北海道南富良野 ・実施日：2023年11月5日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・北海道南富良野</p> <p>⑤フェアフィールド・バイ・マリオット・北海道えにわ／北海道長沼マオイの丘公園 ・実施日：2023年11月6日 ・場 所：フェアフィールド・バイ・マリオット・北海道えにわ</p> <p>2. 聴取項目</p> <p>(1) ホテルの事業活動に関する事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開業後の事業評価, 現状の課題・問題点などについて ・外国人観光客の宿泊状況について (BONVOYの利用状況は増えてきているのか) ・店舗として独自に取り組んでいる収益事業やマーケティング戦略について ・従業員の地元採用の割合, 経験者の有無などについて ・宿泊特化型のオペレーションで感じている強みと, 課題・問題点について <p>(2) 地域 (自治体や道の駅等) とのつながり, 連携について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅や自治体とのつながりや連携事業や独自に取り組んでいることについて ・ホテルの清掃やクリーニング, 物販販売, プロモーションなどでの自治体や地元企業との連携

本項では、フェアフィールドの事業運営の状況や経営上の課題・問題点などを把握するため、ファーストステージで開業した栃木県・岐阜県・三重県の6カ所、セカンドステージで開業した北海道、兵庫県の7カ所の計13施設の支配人を対象に、半構造化インタビューを実施した（表11）。

4-3-2 調査結果

4-3-2-1 ホテル開業後の事業評価、問題点・課題

表12 聞き取り調査先フェアフィールドの施設概要について

	都道府県・市町村	ホテル名	支配人	部屋数	併設する道の駅	設置場所
1	栃木県宇都宮市	栃木宇都宮	兼務	87	うつのみやろまんちっく村	中山間農業地域
1	栃木県茂木町	栃木もてぎ		52	もてぎ	中山間農業地域
1	岐阜県美濃加茂市	岐阜清流里山公園	専任	85	みのかも	平地農業地域
1	岐阜県郡上市	岐阜郡上	兼務	87	古今伝授の里やまと	中山間農業地域
1	岐阜県高山市	岐阜高山白川郷		64	桜の郷荘川	中山間農業地域
1	三重県大台町	三重奥伊勢おおだい	専任	72	奥伊勢おおだい	中山間農業地域
2	北海道恵庭市	北海道えにわ	兼務	102	花ロードえにわ	都市的地域
2	北海道長沼町	北海道長沼マオイの丘公園		78	マオイの丘公園	中山間農業地域
2	北海道南富良野町	北海道南富良野	専任	78	南ふらの	中山間農業地域
2	兵庫県南あわじ市	兵庫淡路島福良	兼務	100	福良	その他(海岸地域等)
2	兵庫県淡路市	兵庫淡路島東浦		87	東浦ターミナルパーク	平地農業地域
2	兵庫県豊岡市	兵庫神鍋高原	専任	73	神鍋高原	中山間農業地域
2	兵庫県養父市	兵庫但馬やぶ	専任	88	ようか但馬蔵	中山間農業地域

(注1) ホテルの正式名は、フェアフィールド・バイ・マリオット・が表中「ホテル名」の前に記載される。

(注2) 表中の「1」はファーストステージ、「2」はセカンドステージでそれぞれ開業したことを意味する。

(注3) 支配人の状況は調査時点のもの。

出所：ヒアリング調査、アンケート調査をもとに作成

表12は、聞き取り調査を行った13のフェアフィールドの部屋数と隣接する道の駅が設置されているエリア等を整理したものである。約7割の9駅が中山間農業地域と立地環境、利便性ともに悪条件の地域が多い。また、ホテルの開業がコロナ禍だったことから、事業運営については「厳しい状況が続いている」と話す支配人がほとんどであった。その一方で、コロナの規制が緩和してからは、「関東圏のファミリー層、シニア層、若者などからの利用が多い」（宇都宮）、「公園内に立地しているため週末の稼働率が高い」（清流里山公園）、「スキーシーズンの稼働率が高い」（郡上・高山白川郷）など、ホテルの立地環境によって宿泊の客層に特徴があることが分かった。また、北海道のフェアフィールドでは、「6月から10月までの北海道の繁忙期は高稼働だったが、それ以外は苦戦している」（南富良野、えにわ・長沼マオイの丘公園）と、地域性がそのまま反映されている施設もあった。

また、インバウンドについては、「秋の紅葉シーズンに入ってからBONVOY利用のアジア層を中心に宿泊客が増えるようになった」（宇都宮）、「世界遺産である白川郷が近いので、インバウンド客が多い」（高山白川郷）といったように、周辺に有名な観光地のある施設では、インバウンドの宿泊客が増えている地域もあった。しかし、ほとんどの施設は国内の宿泊客が中心となっており、海外の宿泊客は1～2割程度と回答する支配人が多かった。

BONVOYの利用状況については、一部にまだまだ取り込めていないと回答する施設があったが、半分程度の割合で利用していると回答する施設があった。「プラチナ、アンバサダー、チタンレベルのBONVOYがポイントを使って、南富良野（フェアフィールド）からニセコ町や留寿都村、そして、

えにわ・長沼マオイの丘公園, 札幌市というように, 北海道内のフェアフィールドを2つぐらい周遊する宿泊客が増えている」(南富良野), 「東浦は, オーシャンビューの部屋がある。この部屋を求めてフェアフィールドをホッピングするファンがいる」(福良・東浦)¹⁹⁾ というように, 各地のフェアフィールドを巡る宿泊客の動きが生まれている。

なお, 問題点・課題については, 「食事」を指摘する意見が多い。施設によっては, スーパーやコンビニ, 飲食店が徒歩圏内にあるところもあるが, 朝食ボックスの協力先の開拓や地域の飲食店との連携の重要性を指摘する。「地元の事業者が, 数に波のあるお弁当の発注に対応してくれる。連泊のお客様のメニューを毎日変更してくれるなど, フレキシブルな対応に助けられている」(奥伊勢おおだい), 「高山白川郷は何もないところなので, 道の駅と連携して年末に年越しそばなどを提供した」(郡上・高山白川郷), 「弁当事業者は, 正月におせち弁当を提供したり, 連泊の宿泊客や外国人向けにメニューを変更したりしてくれる。地元農家が作った玄米のおにぎりを朝限定で販売しており, 売上も伸びている」(清流里山公園), 「道の駅(カフェ)の開店時間を9時から7時半に変更してもらい, 宿泊客のモーニングを優先してもらっている。福良では昨年, おせち(正月弁当)を作ってもらった」(福良・東浦), といった地域の事業者との連携事業も生まれている。

さらに, 「紹介した飲食店で宿泊客がホテルのキーケースを提示すると何らかの特典が得られるような連携の工夫をしている。お店によっては, 宿泊客がお酒を飲めるように, 送迎サービスをしてくれるところもある」(清流里山公園), 「3日前の予約でないと朝食ボックスを用意できないため, 地元の有名ベーカリー店の冷凍パンを販売している」(宇都宮・茂木) といった対応をするなど, 施設ごとにさまざまな取り組みが行われている。

当面の課題について多くの支配人たちは「集客力」を挙げた。2023年5月8日からコロナの位置づけが「5類感染症」になり, 平時を取り戻しつつある今, 「ようやく年間を通じた宿泊動向を考えられる状況となった。この動向を見極めながら, 地域としての吸引力を高めていく必要がある」と口を揃える。

4-3-2-2 独自のオペレーションに関するメリット・デメリット

宿泊特化型ホテル, キャッシュレス, 少人数(10名)での運営といった独自のオペレーションを展開するフェアフィールドは, フロント以外の業務をすべて本部が一括で管理している。この状況について, 現場で感じる強みや課題, 問題点について聞いたところ, 「問題が起きたときに, 本部のスペシャリストに解決を依頼できる」「人事, 総務, 経理, レベニューマネジメントを本社が一括しているため, 全体水準が統一でき, 水平展開しやすく, 課題・問題を共有できる」といった点が強みという意見が多かった。また, 「キャッシュレスの導入により, 現場での現金管理が必要なくなったため, 事件・事故を防ぐことができる」「フロント業務のみのオペレーションはシンプルでシフトも組みやすく, 業務の効率化につながっている」という意見もあった。

一方で, デメリットに感じていることについては, 現場で問題が起きた際のスピーディーな対応や, 土日祝日に本部と連絡ができないことなどを指摘する意見があった。また, 全国同一品質の展開の難しさや, レベニューの管理を現場で行えないことなど, 店舗としての独自性を出しづらいついた声もあった。

また, 店舗として独自に取り組んでいる収益事業やマーケティング戦略などについては, ほとんどの施設で行っていないという回答だったが, えにわ・長沼マオイの丘公園では, 「独自にレベニューマネジメントを行っている」と回答した。「札幌市や千歳市の販売価格, 稼働率から周辺エリアの価格動向を分析し, その結果をもとに本部のレベニューチームに情報提供し, 適正な価格設定をしても

らえるよう提案している」。本部が一括して29の価格設定を行うには限界もあることから、施設自らが主体的に動き、年間を通じた売上増を目指す動きも出ている。

従業員については、ほとんどの施設で地元採用の割合が多く、フェアフィールドは地域の雇用の受け皿として貢献していることが分かった。従業員にホテル経験者はほとんどいないとのことであったが、「サービスのクオリティーが数値化されるため、従業員のモチベーション向上につながっている」「ブランド力のあるマリオットが田舎に開業したことで、従業員や地域のモチベーションが上がる」といった声が多かった。世界最大級のホテルチェーンで世界最高基準のサービスを学び、サービスを提供するという事は、従業員のモチベーションの向上につながっており、現在のフェアフィールドのサービスの品質は、マリオットの高級ホテルブランド並みの評価を得ている。フェアフィールドは現地の雇用創出だけでなく、人材育成の面でも強みとなっている。

4-3-2-3 地域（自治体や道の駅等）との連携状況

地域との連携の状況については、すべてのフェアフィールドで自治体や道の駅、周辺施設との定期的な会合への参加や情報交換を行っていた。そして、道の駅のイベントをサポートしたり、周辺に温泉やスキー場のある店舗では、温泉施設の割引チケットを配布したり、スキー場のリフト券を販売している。えにわ・長沼マオイの丘公園、奥伊勢おおだいは、地域の中学校や高等学校から職業体験の受け入れを行っているなど、教育機関との連携も生まれている。

アンケート調査からは、フェアフィールドの開業は道の駅の集客や売上に貢献している傾向が見られており、今回の聞き取り調査を行った13のフェアフィールドに隣接する道の駅においても同様の傾向が顕著になっている（表13）。

一方で、フェアフィールドを使って地域の滞在型観光を推進する動きも生まれている。岐阜県郡上市では、「スキー場とフェアフィールドをつなぐシャトルバスを地域との連携で3年間運行している。また、ワーケーションの取り組みにも力を入れており、1～2週間滞在する個人客の予約をいただける」。北海道恵庭市では、「自治体が『はなたびタクシー利用券（1,000円分×2枚）』を補助している。

表13 フェアフィールドの開業による道の駅への影響

	都道府県・市町村	道の駅	来客数	外国人客	飲食売上	物販売上	出店者	土産品数	PR露出
1	栃木県宇都宮市	うつのみやろまんちっく村	○	△	○	○	○	○	○
1	栃木県茂木町	もてぎ	△	△	△	△	△	△	△
1	岐阜県美濃加茂市	みのかも	○	○	○	○	△	△	○
1	岐阜県郡上市	古今伝授の里やまと	○	○	○	◎	△	○	○
1	岐阜県高山市	桜の郷荘川	○	○	○	○	△	△	△
1	三重県大台町	奥伊勢おおだい	○	△	○	○	△	○	○
2	北海道恵庭市	花ロードえにわ	○	◎	○	○	△	△	○
2	北海道長沼町	マオイの丘公園	○	△	○	○	△	○	○
2	北海道南富良野町	南ふらの	○	◎	○	○	○	△	◎
2	兵庫県南あわじ市	福良	△	△	△	△	△	△	△
2	兵庫県淡路市	東浦ターミナルパーク	△	△	△	△	△	△	△
2	兵庫県豊岡市	神鍋高原	△	△	△	△	△	△	○
2	兵庫県養父市	ようか但馬蔵	○	△	○	○	○	○	○

(注1) 「1」はファーストステージ、「2」はセカンドステージでそれぞれ開業したフェアフィールド。

(注2) ◎は「大幅に増加」、○は「小幅に増加」、△は「ほぼ変化なし」を意味する。

出所：ヒアリング調査、アンケート調査をもとに作成

フェアフィールドと市内の観光施設, 飲食施設, 温泉施設を回遊させる仕組みづくりを自治体自らがサポートしてくれている」。北海道長沼町は、「昨年の冬限定で, フェアフィールドと道の駅, そして, まちなかを周回するシャトルバスを夕方から1日5便, 実験的に走らせてくれた。そして, 2023年7月から2024年1月末までの期間で, 2泊3日の『長沼町ワーケーション×チームビルディング創生事業』²⁰⁾を行っている。2泊のうち1泊をフェアフィールドに宿泊することを条件に, 5,000円分を自治体が補助している。これまで数十名を長沼町から送客してもらった」。兵庫県養父市では、「ドラマのロケ誘致に成功したことを背景に, 撮影の関係者による1カ月単位の長期滞在があった。田舎でも外資系ホテルのサービスを提供できることが強みとなり, 自治体が積極的に宿泊を斡旋してくれる」。

「郡上と高山白川郷の両フェアフィールド間には10カ所ほどのスキー場があるため, シーズン券を購入した方が宿泊し, ホテルを起点にいろいろなスキー場を回っている。こうした地域の魅力を強化していきたい」(郡上・高山白川郷), 「エリア内には90軒のペンションがあるが, 高齢化のため半分以上が不定期で経営している。道の駅が起点となって地域として泊食分離ができる仕組みを構築していったらどうか」(神鍋高原), 「ラフティングなど, 周辺のアウトドア体験を提供する事業者との連携を進めている」(南富良野), 「企業のコーポレートについても積極的に取りに行きたいと考えている」(えにわ・長沼マオイの丘公園) など, フェアフィールドと一体となった地域におけるDESTINATION・マーケティングの視点が芽生えはじめている。

4-4 調査結果の考察

4-4-1 アンケート調査結果からの考察

アンケート調査の結果から, 道の駅は単なる休憩スポットや地域産品の販売場所だけではなく, 地域の活性化と文化の発信基地としての重要な役割を担っていると考えられる。各道の駅は, 地域の特色を活かした独自の魅力を持ち, 観光振興, 農水産業の支援, 地元知名度の向上, 情報発信の場所としての機能を果たしている。特に, 周辺の観光資源の活用や高速道路からの良好なアクセスは, 地域外からの利用客を引き寄せる重要な要素といえる。

本章では山本・岡本(2017)を参考に, 対象となった道の駅の現状を把握し, フェアフィールドが道の駅に及ぼす影響を検証した。本章のアンケート分析の結果から, 山本・岡本(2017)と同様の傾向が観測され, 道の駅が地域の特性を反映した独自の魅力を持ち, 地域外からの利用客を惹きつける要因となっていることが明らかになった。特に, 積水ハウスとマリオットの「道の駅プロジェクト」は, 来客数や売上の増加に寄与し, 道の駅の機能拡大と地域へのプラスの影響をもたらしていた。このようなプロジェクトは, 地域経済に新たな活力を注入し, 地域の魅力をより広く伝える手段となる可能性を秘めているといえよう。

しかし, 光熱費の増加, 季節変動に伴う売上の低迷, 従業員や生産者の不足といった課題も明らかにされており, これらは地域の人口減少や高齢化, 農業従事者の減少といったより広範な社会問題と密接に関連していた。これらの課題への対応は, 地域全体の取り組みとして捉えられるべきであり, 道の駅の持続可能性を高めるための戦略策定が求められる。

4-4-2 聞き取り調査結果からの考察

聞き取り調査の結果から, Trip Base 道の駅プロジェクトの現場はコロナの影響もあり, 厳しい状況からのスタートとなっていた。その一方で, キャッシュレスなどスタート時に危惧されていたオペレーション面での課題は, 食事を除き, 問題なく運営されていることが分かった。2023年5月のコロナ5類感染症への移行に伴い, 宿泊客の地域特性, 傾向を判断できるようになってきたことを踏まえ

ると、フェアフィールドの運営については、これから本格的にはじまっていくといえよう。

世界基準のホテルが地方に進出したメリットは大きい。特に、雇用創出という面では、大きな影響を与えている。ほとんどの従業員が地域内からの雇いで、ホテル未経験者もマリOTTメソッドにより、高いサービスを提供する人材として成長を続けている。また、「北海道の宿泊業の労働条件を考えると、フェアフィールドは働きやすい職場だと考える。契約や期間限定の多い採用条件が多い中、正社員で働けることは、給料、休暇が保証されるだけでなく、コンプライアンスも確立されているからだ。従業員の中には、住宅を購入した、新車を購入した、結婚したなどの動きがあった」（えにわ・長沼マオイの丘公園）といった効果も生まれている。

その一方で、地域側の変革も重要になっている。マリOTTがあるということで、これまで訪れなかった新たな観光客が地域にやってくる。そのための受け入れ環境の整備が求められている。支配人の多くから、地域の事業者に開店・閉店の時間やサービスの質改善などを求める声があった。「地域も動こうとはしているが、外部の価値観を地元が知らないため、何をすればいいのかわからず、なかなか地域全体の動きに発展していかない」。

また、支配人の多くから、「当面の課題は集客力の向上」という声があった。デスティネーションとしての地域の魅力やブランド力の向上はますます重要となるため、自治体、道の駅、フェアフィールド、地域内事業者との連携を強化し、デスティネーション・マネジメントに取り組んでいくことが今後ますます重要になると考える。

5 まとめ

本章では、第2章、第3章、第4章での調査結果から、道の駅が地域の観光振興にどのような役割を担っていきけるのかについて、その可能性や課題、解決策について考察したい。

5-1 地域の観光振興における道の駅の可能性

今回の調査結果から、道の駅が地域の観光振興にさらに貢献していくための役割について、以下の2点を提案したい。

5-1-1 観光地経営の視点からの「地消地産」が必要

今回調査した道の駅は、地域の特色を活かした独自の魅力を持ち、観光振興、農水産業の支援、知名度の向上、情報発信基地としての機能を果たしていた。そして、フェアフィールドの開業は、ドライバーの休憩場所から滞在する場所、周遊旅の経由地として、「地域の魅力を渡り歩く新しい旅のスタイル」を提案する場所への変化が求められている。

Trip Base 道の駅プロジェクトは、地方の中山間農業地域に外国人旅行者を受け入れられる世界基準のホテルの立地を実現させた。そして、宿泊特化型のホテル運営により、消費活動は道の駅をはじめとする地域内の事業者委ねられており、地域は大きなビジネスチャンスを得た。宿泊に伴う滞在時間の延長を地消地産²¹⁾の機会と捉え、地域の事業者の経営力の向上、地域全体の経済成長の実現に導く地域内経済循環の拡大につなげていくことが重要である。

そのため、道の駅、飲食店、商業施設、観光施設、フェアフィールド等の地域内の産業間連携のさらなる強化が求められる。地域内産品を活用した商品・サービスを展開させ、域内調達率を高め、観光による経済波及効果が地域内に循環する観光地経営の視点に立った仕組みづくりを進めることで、稼げる地域を実現させていくことが求められる。

5-1-2 持続可能な道の駅に向けた組織強化

一方で、道の駅には、光熱費の増加、季節変動に伴う売上の低迷、少子高齢化に伴う従業員や生産者の不足といった課題があることも明らかになった。地域においては、観光の拠点としての役割だけでなく、防災や地域コミュニティの拠点といった多様な機能を求められている。そのため、道の駅の将来の発展に向けて、地域固有の資源を活かした商品やサービスの提供、地元産業との連携強化、人材育成と雇用創出、観光客向けの新しい企画の開発などが重要である。これらの取り組みは、地域の特色を生かし、道の駅を訪れる人々に新たな魅力を提供するとともに、地域経済の発展に寄与する。

また、地域外からの訪問者を引き寄せ、地域ブランドの構築に寄与していくためには、道の駅の認知度向上とブランドイメージの強化にも力を入れ、これらの課題への対応と地域固有の資源を活かした持続可能なビジネスモデルの構築が、今後の道の駅の発展には不可欠であるといえよう。

5-2 今後の課題

本研究では、Trip Base 道の駅プロジェクトに焦点を絞り、フェアフィールドの隣接する28の道の駅とフェアフィールドの運営状況について調査・研究を行った。そのため、道の駅全体の運営状況や、問題点・課題については、今後さらに調査を深めていく必要がある。特に、現在設置されている道の駅の約3割が赤字²²⁾という報道もあり、これまでに登録された4駅が廃駅となっている²³⁾。今後さらに人口減少が進む日本においては、施設の老朽化への対応をはじめ、従業員の確保、農業生産者の確保といった面も含めた道の駅の持続可能なビジネスモデルの確立は重要な課題といえる。

そのため今後は、都道府県別の道の駅の運営状況や、立地環境などの地域性、ネットワーク化の動きなどをもとにタイプ別の分類調査を進めたい。道の駅の実態把握に努めるとともに、持続可能な運営に向けて何が必要なのか、さらに分析を進める。また、Trip Base 道の駅プロジェクトの拡大も想定されることから、今後も「道の駅+ホテル」による地域における観光拠点の構築がどのように地域経済の発展に貢献していくのか、その動きについても継続して調査していきたいと考えている。

注

- 1) 国立研究開発法人土木研究所寒地土木研究所地域景観チーム・独立行政法人国際協力機構北海道センター (2021)「寒地土木研究所 道の駅ハンドブック」, p.1
- 2), 3) 秋山聡 (2011)「道の駅の機能に関する研究」JICE report (19), p.43
- 4), 5), 8) 国土交通省ホームページ「道の駅案内」<<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>>, 2024年1月10日閲覧
- 6) 山本祐子・岡本義行 (2017)「2極化する「道の駅」:「道の駅」における拠点の形成」, 地域イノベーション No10, pp.35-36
- 7) 松尾隆策・山口三十四 (2019)『道の駅の経済学:地域社会の振興と経済活性化』勁草書房, pp.21-22
- 9) 新「道の駅」のあり方検討会提言(令和元年11月18日)「『道の駅』第3ステージ:地方創生・観光を加速する拠点へ」<https://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/shin-michi-no-eki/pdf00/suggestion_3rd_stage.pdf> から引用, 2024年1月10日閲覧
- 10) 全国道の駅連絡会は、「道の駅」に関する情報交換、「道の駅」相互の連携などにより、「道の駅」の質の確保や向上を図り、地域の地域振興及び利用者サービスの向上に寄与することを目的としている。2012年12月の発足以来、任意団体として活動を行ってきたが、2023年度より一般社団法人に移行した (<https://www.michi-no-eki.jp/about> より引用, 2024年1月12日閲覧)。
- 11) 「道の駅」第3ステージ推進委員会配布資料 (2020.2.14)「『道の駅』第3ステージについて」
- 12) 観光庁 (2017)「観光立国推進基本計画(平成29年3月28日閣議決定)」, 観光庁, 2017年3月28日,

- <<https://www.mlit.go.jp/common/001177992.pdf>>, p.36, 2023年12月22日閲覧
- 13) 観光庁(2023)「観光立国推進基本計画(令和5年3月31日閣議決定)」, 観光庁, 2023年3月31日, <<https://www.mlit.go.jp/common/001299664.pdf>>, p.56, 2023年12月22日閲覧
- 14) 株式会社良品計画は, 2020年11月に福島県浪江町と締結した連携協定の一環で, 2021年3月に「無印良品 道の駅なみえ」をオープンしている。また, 2023年1月に千葉県多古町と協定を締結し, 「道の駅多古」との連携等を検討しているほか, 同年4月に広島県安芸高田市と包括連携協定を締結し, 「道の駅三矢の里あきたかた」への出店を計画している〔同社HP (<https://www.ryohin-keikaku.jp/news/>)。2024年1月10日閲覧〕。
- 15) ESG経営とはEnvironment(環境), Social(社会)に配慮しながら, Governance(企業統治)に取り組み, 健全で持続可能な発展を目指す経営手法のこと。ESG経営の取り組みは企業イメージの向上や, 投資家の評価を高めるなどのメリットがある。
- 16) 会員数のデータは2022年時点のもの。マリオットブランドの利用者の50%をこの会員が占めている。
- 17) ジャパン・レール・パスとは, JRグループ6社が共同して提供するパスで, 日本中を鉄道で旅行するのに適したお得で便利なきっぷ。グリーン車用と普通車用の2種類があり, それぞれ7日, 14日, 21日間パスに分かれている。短期滞在で日本を訪問する外国人等の利用資格を満たす方に限り利用できる (https://japanrailpass.net/about_jrp/より引用。2024年1月10日閲覧)。
- 18) 残差分析の結果, 「出店者」および「土産品等, 商品数」の片側p-valueは有意水準1%以下, 「来客数(全体)」「物販売上高」「飲食売上高」, そして「インバウンド客数」の片側p-valueは有意水準5%以下でそれぞれ有意であった。
- 19) 淡路島東浦の施設は海岸付近に立地しており, オーシャンビューでテラス付きの4ベッドルームが1室あるほか, 1階にテラス付きの部屋が6室, 4階の角部屋に50㎡のキングサイズベッドルームがあり, 他のフェアフィールドとは異なる部屋がある。
- 20) 北海道長沼町の「長沼町ワーケーション×チームビルディング創生事業」については, 同町HP (https://www.maoi-net.jp/shokai/iju_teiju/teambuilding.html)に詳細が載っている。
- 21) 「地産地消」が, 地域で生産したものを地域内で消費するという「生産」に起点をおいた考え方に対して, 「地消地産」は, 「消費」を起点に地域で消費されるものを生産するという考え方。
- 22) 株式会社テレビ東京「ガイアの夜明け」で2022年6月24日に放送された, ガイア20周年企画第3弾「地方創生の切り札! 『道の駅』はいま～勝ち組と負け組の分かれ目」において報道された。
- 23) これまでに登録抹消となった道の駅は, 「道の駅茶処和東(京都府, 2004年登録抹消)」「道の駅山崎(兵庫県, 2013年登録抹消)」「道の駅足寄湖(北海道, 2022年登録抹消)」「道の駅フォーレスト276大滝(北海道, 2022年登録抹消)」の4カ所である。

引用・参考文献

- 秋山聡(2015)「『道の駅』による地域の活性化」JICE report(27), pp.46-50
- 秋山聡(2011)「道の駅の機能に関する研究」JICE report(19), pp.43-48
- 観光庁(2017)「観光立国推進基本計画(平成29年3月28日閣議決定)」, 観光庁, 2017年3月28日, <<https://www.mlit.go.jp/common/001177992.pdf>>, 2023年12月22日閲覧
- 観光庁(2023)「観光立国推進基本計画(令和5年3月31日閣議決定)」, 観光庁, 2023年3月31日, <<https://www.mlit.go.jp/common/001299664.pdf>>, 2023年12月22日閲覧
- 国土交通省ホームページ「道の駅案内」<<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>>, 2024年1月10日閲覧
- 国立研究開発法人土木研究所寒地土木研究所地域景観チーム・独立行政法人国際協力機構北海道センター(2021)「寒地土木研究所 道の駅ハンドブック」
- 新「道の駅」あり方検討会提言(令和元年11月18日)「『道の駅』第3ステージ: 地方創生・観光を加速する拠点へ」<https://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/shin-michi-no-eki/pdf00/suggestion_3rd_stage.pdf>, 2024年1月10日閲覧
- 積水ハウス株式会社開発事業部トリップベース事業推進室配布資料「Trip Base 道の駅プロジェクト」, 2023

年7月25日

積水ハウス株式会社ホームページ「TRIP BASE STYLE」<URL : <https://tripbasestyle.com/>>, 2024年1月10日閲覧

「道の駅」第3ステージ推進委員会配布資料(2020.2.14)「『道の駅』第3ステージについて」

辻紳一(2022)『道の駅の経営学—公共性のある経営体の持続可能性を求めて—』大阪公立大学出版

松尾隆策・山口三十四(2019)『道の駅の経済学：地域社会の振興と経済活性化』勁草書房

山本祐子・岡本義行(2017)「2極化する『道の駅』：『道の駅』における拠点の形成」地域イノベーション, No.10(法政大学地域研究センター), pp.35-45

山本祐子・岡本義行(2016)「道の駅による地方創生拠点の形成」地域イノベーション, No.19(法政大学地域研究センター), pp.35-47

(たにわき しげき)

(こばやし なおき)

(ねぎ よしとも)

(ほし ゆきお)

Possibilities of “Michi-no-Eki” in Regional Tourism Promotion: Based on the Field Study of the “Trip Base Michi-no-Eki Project”

Shigeki TANIWAKI, Naoki KOBAYASHI,
Yoshitomo NEGI, Yukio HOSHI

Abstract

This study analyzes the potential of “Michi-no-Eki” (roadside stations) as a regional revitalization project launched by Sekisui House Co., Ltd. and Marriott International in 2020. This project aimed to open small hotels with services and facilities fulfilling international standards adjacent to Michi-no-Eki so as to attract tourists to the region and direct guests to restaurants, commercial facilities, and tourist facilities in the region. The aim of the project is consistent with the government's tourism strategies such as dispersing inbound tourists to regional areas and developing tourism activities and points of interest in rural areas. In this paper, we conducted interviews with the project director of Sekisui House Co., Ltd. and hotel managers of Fairfield hotels by Marriott in order to understand the actual situation of the project. In addition, we conducted a questionnaire survey to 28 roadside stations adjacent to Fairfield properties and interviews with some hotel managers in order to investigate how the opening of hotels had affected the business of near-by roadside stations.

The survey results suggest that Michi-no-Eki serve as more than rest spots and places to sell local products and that they also play roles in promoting local tourism, supporting the agriculture and fisheries industry, enhancing the area's recognition and reputation, and serving as information dissemination bases. In addition, the results indicate that Fairfield properties which meet international standards contributed to the increase in the number of visitors and sales at adjacent roadside stations. It is also found that the opening of the hotels has a positive impact on the promotion of local industries and job creation within the region.

In the hotel business where location has a significant impact on sales, on the other hand, it is an urgent matter to raise occupancy rates for the Fairfield properties, many of which are not in favorable locations. Additionally, several issues were revealed such as increased utility costs, sluggish sales due to seasonal fluctuations, and a shortage of employees and producers due to the declining birthrate and aging population. Therefore, it is essential for the future development of Michi-no-Eki to create industrial symbiosis within the region and improve the economic circulation within the region through destination management.

Keywords: Michi-no-Eki, Regional revitalization, Tourism, Tourism promotion, Regional development, Inbound tourism, Hotel, Sekisui House, Marriott