

# 道の駅の建設に向けて

平成 31 年春のオープンをめざす道の駅について、『広報あびら』6 月号および 7 月号では、完成予想図や平面図を掲載し、道の駅に置かれる機能や開設されるコーナー等について概要を紹介しました。町の情報や食の魅力、文化・歴史を発信するステーションとして期待される道の駅。では、道の駅はどのような目的で整備されるのでしょうか？

## 1. 道の駅の整備目的

### 安平町をとりまく現状と課題

交流人口の拡大を目指す安平町。

菜の花など新たな観光資源も増える中、恵まれた立地条件を活かし、地域資源と情報を集結するための拠点整備が求められます。

### なぜ交流人口を増やす必要があるの？

今後進みゆく人口減少や少子高齢化への打開策として、次の 2 点から交流人口の拡大が必要であると考えています。

- (1) 経済が縮小する中、町の観光資源を活用して外から人を呼び込み、消費を促し、その効果を町内に循環させて地域活性化を図るため。
- (2) 合併以降、町の知名度の向上という課題を抱えているため、知ってもらい、足を運んでもらい、最終的に定住へ結びつけていく戦略が重要であるため。

マイナス要因（主なもの）	プラス要因（主なもの）
人口減少と少子高齢化による地域経済の衰退	札幌都市圏（約 234.9 万人）に至近
知名度が低く未訪問層が多い	アクセス面（高速道、空港、港湾）で高い優位性
多様な地域資源が分散	北海道らしい景観と多様な文化・農産品・特産品
特産品の販売拠点が少ない	消費者の食の安全・安心への関心度の高まり



整備目的：次の 3 つを目的として道の駅を整備し、「地域活性化」につなげます

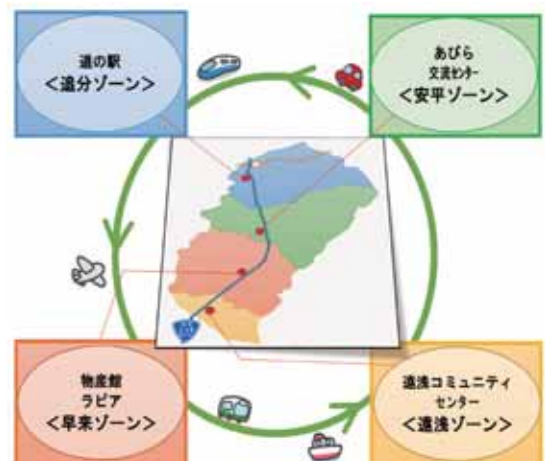
- ①分散する地域資源（人・もの・文化等）を集結し、町の価値を高める
- ②都市と農村との往来やつながりを促し、交流人口を拡大する
- ③町の知名度を向上させる⇒「地域活性化につなげる」

このような要因から、町では交流人口拡大に向けた戦略である「回遊・交流ステーション形成事業」を展開し、その拠点の 1 つとして道の駅建設を行います。

## 2. 「回遊・交流戦略検討会」が開催されています

今年 6 月に設置した「回遊・交流戦略検討会」（商工会・観光協会・一般町民で構成）では、交流人口の拡大策や、町内での回遊性を高めるための具体策、そして道の駅の運営について協議が行われています。

8 月 23 日に開催された第 2 回目の検討会では、町内への集客や回遊のための具体案について意見交換するとともに、株式会社道銀地域総合研究所より講師をお招きし、道の駅の運営のポイントについての講話を聞きました。



～集客や町内回遊にむけて（意見交換より）～

- ・札幌圏から1時間圏内という利便性を活かし、週末に家族や友達と気軽に来訪できる楽しみと情報発信方法が重要。
- ・回遊性の面からもスキー場と温泉、キャンプ場と温泉などの既存サービスのタイアップ企画が有効。レジャーや食事に加えて、宿泊までセットにした企画ができれば翌日の回遊にもつながる。
- ・道の駅に農産物直売所ができるので、実際に出荷する人たちの中で収穫体験を受け入れる生産者が出てくれば、体験観光の充実につながる。
- ・鹿公園は近郊からのキャンプ客のほかクワガタ目的の来園が多いので、昆虫採集ツアーを行ってはどうか。道の駅で人を集めて食事の割引チケットを配付し、昆虫採集とセットで楽しむ仕組みも考えられる。
- ・冬の企画として、道の駅にかまくらを作り「かまくらカフェ」と温泉のタイアップを楽しんでもらってはどうか。

など



～道の駅の経営に関する講話内容より～（講師：株式会社 道銀地域総合研究所 浦田祥範氏）

#### （開業に向けて）

- ・立寄想定数は交通量だけが根拠になるものではなく、町民の利用や新規観光客の呼び込み効果などの増加要因もある。立寄数を増やすには、道の駅そのものの魅力が重要。
- ・新たな事業を始める場合は事業計画を立てるが、順調に行く場合と厳しい見立ての場合の2パターンを把握しておく必要がある。

#### （道の駅の本質）

- ・道の駅の本質を考える上で、昔から言われる「駅」の定義・機能が参考になる。昔から駅はよろず屋であったので、地域情報や物の集積の場所と捉えていく必要がある。特産品を販売するとしても、町内企業が生産した商品を集めるとか、農産物を直売に集めて売るなどの、「情報」と「物」の集積を念頭においた計画作りが必要。
- ・また、駅は交通機関の接点、繋ぎの機能をもつ。道の駅にたとえると、地元と外部、地元と地元、外部と外部をつなげていく機能を考えていかなければならない。道の駅を核とした商品、サービス開発はもちろんだが、地元での共同開発や農家の結集、また、地元のアイデアと外部をうまく連携させていいものを作っていくという考え方を持たなければならない。

#### （今後に向けての助言）

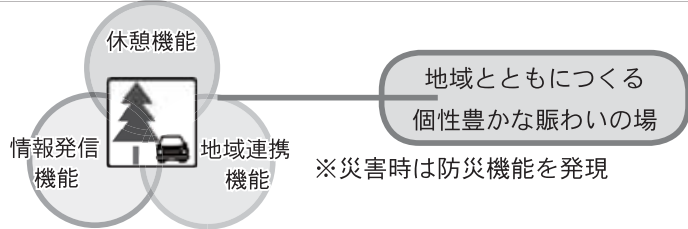
- ・ソフト事業がカギになる。来てもらうためのプロモーションや製品をどう備えるか、ターゲットをどこにおくかを考えていくことが重要。また、こまめな発信をすることが大事。SNSやスマホのアプリを使うなど、あまり経費をかけないでできることを、道の駅でどう進めていくかを考えていく必要がある。
- ・現在、安平町ではふるさと納税が伸びているので、今後も道の駅を中核として特産品をどう開発してブランドイメージを高めていくかということも考える必要がある。町の財政に寄与するふるさと納税を増加させるとともに、この特産品を道の駅で売ることによって、道の駅の収益を高める方法を考えていく必要がある。

### 3. 議会全員協議会で道の駅について説明しました

道の駅については、平成27年5月から6月にかけて行われた町民説明会やその後の議会等において、複数の質問や意見が寄せられました。町では、いただいたご質問やご意見に基づいて計画の検証を行い、9月13日に開催された議会全員協議会で説明と報告を行いました。今回の広報では、当日説明した内容のうち、質問が多かった5つの項目についてお知らせします。

#### Q 1 道の駅は公共施設として捉えるのか？独立採算施設として捉えるのか？

一般に、道の駅とは国土交通省の定義にもあるとおり「休憩機能」「情報発信機能」「地域連携機能」の3つの機能を備えた施設とされています。



道の駅は「公共性（公的部門）」と「事業性（営業部門）」の2つの面を併せ持つ施設	
公的部門	①休憩機能 ②情報発信機能→公的な非収益部門 情報コーナー、無料休憩コーナー、24時間トイレ、防災倉庫機能、郷土資料・展示部門、駐車場などに係る施設維持管理経費
営業部門	③地域連携機能→地域活性化を目的とした収益部門 テイクアウトコーナー、ベーカリーコーナー、特産品販売コーナー、農産物直売所などの飲食、物販に関する経費

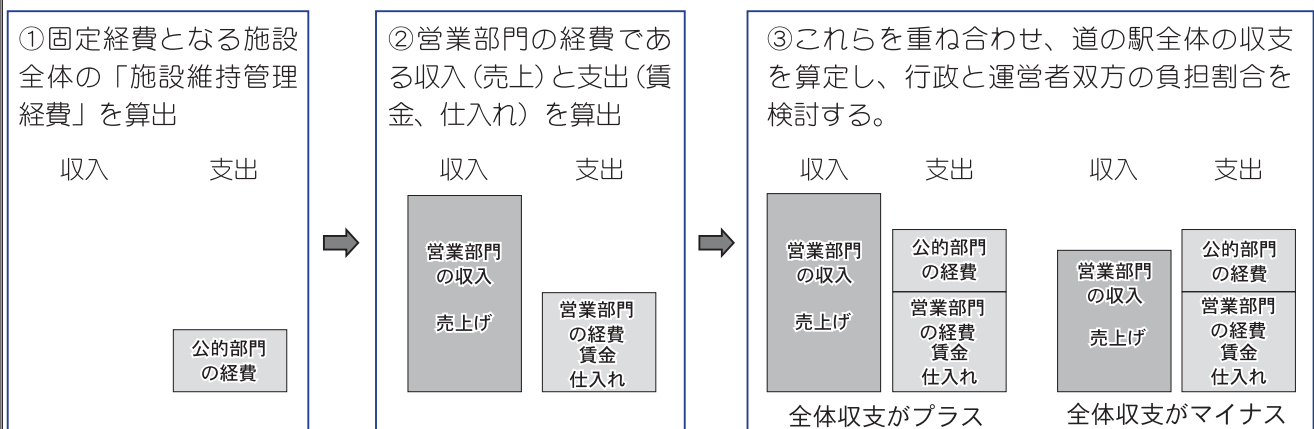
このように、道の駅は公共施設の機能と商業施設の機能を併せ持ちます。また、経費について考える場合は、公的部門における施設維持管理経費と、営業部門における収支をそれぞれ把握する必要があります。公的部門についてはどこまで行政負担とするかを検討していく必要があります。

#### Q 2 道の駅の全体収支をどのように考えるのですか？

「公的部門の支出」や「営業部門の売上収入」など、支出と収入を性質ごとに切り分けて考えることが必要です。

##### <基本的考え方手順>

- ①固定経費となる施設全体の「施設維持管理経費」（ランニングコスト）を算出
- ②営業部門の収入（売上）とともに、支出経費（賃金、仕入れなど）を算出
- ③これらを重ね合わせ、道の駅全体の収支を算定し、行政と運営者双方の負担割合を検討する。



③の棒グラフのように、営業部門の収支に公的部門の施設維持管理費を含めてもなお全体収支がプラスのケースもあれば、営業部門の収支は黒字でも、公的部門の施設維持管理経費を合わせると全体収支がマイナスになるケースもあります。

公的部門の施設維持管理経費分（例えば、除雪や敷地内の草刈り、24時間トイレの光熱水費や消耗品等）について、行政と運営者の負担割合をどうするかという点は検討が必要です。



**Q 3 固定経費とされる「施設維持管理費」(ランニングコスト) はどれぐらいを想定していますか？**

ランニングコストである施設維持管理経費は、道内の他の道の駅や類似公共施設の状況から想定し、全体で約 2,100 万円と試算しています。

ただし、これは「公的部門」と「営業部門」の両方を合わせた金額であり、パーカーコーナーやテイクアウトコーナーなどの営業部門による光熱水費や設備費用は、運営者の負担になると考えられますので、今後運営候補団体との協議により負担割合を定める必要があります。

	金額	詳細内容	備考
維持管理 計	20,986 千円		
光熱水費	13,206 千円	電気料、上下水道料金、厨房・暖房用燃料費	金額には「公的部門」「営業部門」の両方の経費を含む
館内清掃費	3,100 千円	年間委託料	
管理委託料	3,044 千円	設備保守点検、機械警備料、除雪・草刈業務	
修繕費	100 千円	設備修繕	
保険関連	136 千円	火災保険料 等	
雑費	1,400 千円	トイレ用消耗品 等	

**Q 4 国道 234 号の交通量は減少していませんか？**

国道 234 号の交通量については、国土交通省が公表している「平成 22 年度道路交通センサス調査」の結果が現在の公式数値となっています。しかし、公表数値は 5 年以上前のデータであることから、町では平成 27 年度に道の駅建設予定地周辺で独自の交通量調査を行いました。

**【調査内容】**

- 5月、7月、9月、12月に各1回
- ※1回につき3日間(平日・土日)計測
- 国土交通省の「道路交通センサス調査」と同様に、小型車と大型車の日中12時間調査

**【調査結果】 H22 年度と H27 年度の交通量の比較 (単位: 台)**

項目	小型車	大型車	計	備考
H22 道路交通センサス	2,361	2,900	5,261	12H / 平日
H27 交通量調査	2,295	1,984	4,279	12H / 平日
	2,912	1,577	4,488	12H / 土曜
	3,291	282	3,572	12H / 日曜

平成 22 年度と比較して、平日の交通量は 18.7% 減少しているものの、減少要因は大部分が大型車であり、小型車についてはほぼ横ばいであることがわかりました。また、小型車の台数は平日に比べて土曜日は約 2 割、日曜日は約 4 割増える傾向にありました。

なお、平日約 46% の大型車混入率は、土曜日は 35% に、日曜日には 8% にまで大きく減少していることがわかります。

**Q 5 立寄想定数は妥当ですか？**

平成 27 年 5 月から 6 月にかけて開催した町民説明会では、立寄想定数を 32 万人としていましたが、その算出方法は次のとおりです。

算出方法: ①「日中 12 時間の交通量」×②「道の駅立寄率」

①「日中の 12 時間の交通量」= 5,261 台 (H22 道路交通センサス調査より)

②「道の駅立寄率」= 国の資料に基づき、立寄率を大型・小型合わせて平日 8% (8 台 / 100 台)、休日 15% (15 台 / 100 台) と設定。

**【参考】道の駅立寄率**

車種	曜日	県境型	周辺型	近郊型	都市型
大型車	平日	2 ~ 7%	3 ~ 13%	4 ~ 5%	1%
	休日	3 ~ 9%	3 ~ 11%	5 ~ 7%	3%
小型車	平日	6 ~ 13%	6 ~ 18%	5 ~ 7%	3 ~ 4%
	休日	10 ~ 12%	20 ~ 34%	7%	7 ~ 9%

(出典: 建設省北陸地方建設局「道の駅調査」より)

**〈立寄台数〉**

- ・平日 5,261 台 × 0.08 = 421 台
- ・休日 5,261 台 × 0.15 = 789 台

**〈立寄人数〉** 平日はビジネス客が多いため

1 台あたりの乗員を 1.7 人、休日はレクリ

エーション、ドライブ客が多いため 1 台あたり 2.0 人と設定。

- ・平日 421 台 × 1.7 人 / 台 = 716 人      716 人 × 297 日 = 212,652 人
- ・休日 789 台 × 2.0 人 / 台 = 1,578 人      1,578 人 × 68 日 = 107,304 人

⇒ **【年間立寄想定 320,000 人】**

この算出方法は、道の駅の建設を計画する自治体を使用する一般的な方法ですが、昨年度の町民説明会では「直近の交通量データに基づいていないのでは?」「小型車と大型車の立寄率は異なるのでは?」などの疑問や意見が寄せられましたので、今年度、町では年間立寄数の再検証を行いました。(次ページ)

## 検証① 独自の交通量調査の結果を用いて検証

平成 27 年度の直近交通量データを活用し、以下の検証条件のとおり、小型車と大型車にそれぞれ異なる立寄率を用いて算出を行いました。

〈検証条件〉（小型車、大型車をそれぞれ「小型」「大型」と表記）

検証前		再検証による条件
立寄率	小型、大型に関わらず、平日 8%、休日 15% に設定	曜日、車種ごとに立寄率を平均値で設定 〔平日・土曜〕 小型：12.0%、大型：7.5% 〔日曜・祝日〕 小型：22.0%、大型：7.0%
乗車数	小型、大型に関わらず、平日 1.7 人、休日 2.0 人に設定	休憩施設設計要領（NEXCO 東日本）に基づき、全ての曜日で小型 2.2 人、大型 1.1 人に設定

独自調査に基づく立寄想定数の妥当性検証							
		交通量	立寄率	台数/日	日数	乗車券	計
平日	小型	2,295 台	12%	275 台	245 日	2.2 人	≒ 148,225 人
	大型	1,984 台	7.5%	149 台	245 日	1.1 人	≒ 40,155 人
土曜	小型	2,912 台	12%	325 台	52 日	2.2 人	≒ 37,180 人
	大型	1,577 台	7.5%	118 台	52 日	1.1 人	≒ 6,749 人
日曜	小型	3,291 台	22%	724 台	68 日	2.2 人	≒ 108,310 人
祝日	大型	282 台	7%	20 台	68 日	1.1 人	≒ 1,496 人

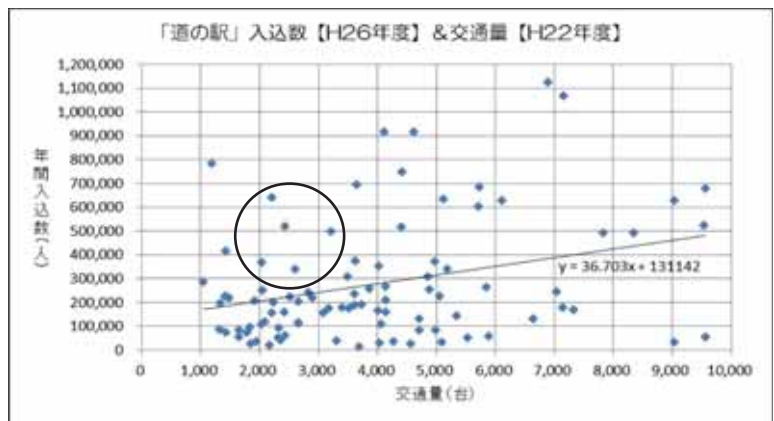
合計 342,115 人

## 検証② 道内「道の駅」における入込数と交通量の相関分析

検証①と異なる方法として、北海道内の道の駅の「入込数」と「交通量」の関係性という観点から分布グラフを作成しました。この分布グラフに基づき、相関式を作成し、この式に国道 234 号の交通量を当てはめると、下のとおり台数が算出されます。

- ・平成 22 年度の交通量で算出した場合 ⇒ 324,000 人
- ・平成 27 年度の交通量で算出した場合 ⇒ 288,000 人

なお、この分布グラフからは、入込数は必ずしも交通量に大きく影響されないということがわかります。特に、○で囲んでいる道の駅については、2,000 台から 3,000 台の交通量に対して、入込は 300,000 人台から 600,000 人を超えている状況からも、交通量より道の駅そのものの魅力が重要であることがうかがえます。



$$\text{推定年間入込数 (回帰直線)} = 36.703 \times \text{交通量} + 131,142$$



上の関係式に、交通量を当てはめて計算すると…

	基本設計 (H22 センサス)	独自調査 (H27)
計画地の交通量(平日)	5,261 台	4,279 台
積算数値	324,000 人	288,000 人

**立寄想定数の検証結果** → 【立寄想定数：320,000 人】に対し検証① 342,115 人、検証② 288,000 人

このように、昨年の説明会でお示した年間 320,000 人という立寄想定人数を 2 つの方法から検証した結果、検証①と②でそれぞれ算出された数値の平均値は 315,075 人となるため、妥当性はあると判断しました。

## 4. 今後の具体的な運営検討に向けて

道の駅の開業まで、約2年半となりましたが、施設の運営方法や魅力づくりという側面から、以下の課題について早急な協議が必要です。

### 【課題】

- ◆道の駅の入込客数を増加させるための、  
営業部門の魅力づくりに関する協議
- ◆安平町の道の駅が目玉となる新規特産品やテイクアウト品の開発
- ◆ベーカリー、テイクアウト、特産品販売の各コーナーの運営方法  
(運営者が直接経営するか、テナント店を募るか等)
- ◆生産者協議会との農産物直売所の運営に関する協議



これらの課題点を協議するにあたっては、施設を主体的に運営する候補団体を選定することが必要です。

運営候補団体の選定にあたり、町としては道の駅での消費によってもたらされる経済効果を地域内で循環させることを第一条件として捉えています。また、道の駅の管理運営者は設置者である町の代行者となるため、町内の公共的団体が望ましいとも考えています。

更には、地域資源の集結により価値を高め、交流人口を拡大し、町内全域への回遊交流につなげるという道の駅の整備目的と候補団体の活動方針が合致することも重要です。

こうした条件から、平成31年春のオープンに向け、現在一般社団法人あびら観光協会との調整を進めています。

道の駅に関するお問い合わせは、企画財政課企画グループ（☎2751）へご連絡ください。

