

「道の駅カード」でつながる福井の道の駅 ～「道の駅カード」による地域活性化への取り組みについて～

植田 貴志¹・田中 孝則²

¹近畿地方整備局 福井河川国道事務所 道路管理課 (〒918-8015 福井県福井市花堂南2-14-7)

²近畿地方整備局 福井河川国道事務所 道路管理課 (〒918-8015 福井県福井市花堂南2-14-7)

人と街の交流ステーションである「道の駅」の3つの機能（休憩、情報発信、地域の連携）及び各「道の駅」の魅力を広く周知し、「道の駅」が地域交流の場及び観光案内の拠点となり、地域活性化により一層寄与することを目的とし、「道の駅カード」の企画を行った。「道の駅カード」の企画・制作から先行販売の決定に至るまでの過程や販売後の反響など「道の駅」とともに地域の活性化を目指した本取り組みの効果の検証及びこれからの展望について紹介する。

キーワード 地域活性化, 観光, 地域連携, 道の駅

1. はじめに

「鉄道に駅があるように、道路にも駅があってもよいのではないか」という発想から生まれた道の駅は1993年4月22日に初めて正式登録された103箇所を皮切りに増え続け、現在(2016年5月10日時点)、全国で1093箇所が登録されている(図-1)。

道の駅は道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供及び地域の振興に寄与することを目的とし、3つの機能（休憩機能・情報発信機能・地域連携機能）を備えた、人と街の交流センターである。近年では、これらの3つの機能に加え防災機能や地域特有の機能をもつ道の駅が誕生しており、道の駅の多様化が進んでいる。このような道の駅の多様化が進む中、人気のある道の駅は目的地的となるほどの人気を博し、県内外問わず多く利用者が訪れ、地域との交流拠点となり地域振興に大きく寄与してきた。近年は毎年のように新しい道の駅が誕生しており、福井県では2016年3月19日に道の駅「禅の里」がオープンしており、2ヶ月あまりで利用者数が10万人を超えるなど、県内外から多くの人々が訪れている。

一方、年々新しい道の駅が増えつつある中で各駅は「この道の駅にしかない」といえるような特色や付加価値、独自性をつくり、ただの通過駅ではなく目的地及び地域交流、地域観光の拠点となることが課題となっている。そこで、道の駅のさらなる魅力の周知をはかり、地域交流、地域観光の拠点となり、地域活性化により一層寄与することを目的として「道の駅カード」の企画立案から福井県内の道の駅での展開を目指し取り組みを行った。

本取り組みでは福井県内の道の駅の設置者及び道路管理者で構成される福井県「道の駅」連絡会として行った

「道の駅カード」の企画立案から福井県内の道の駅で取り扱いに至るまでの過程及び反響や効果等について紹介する。

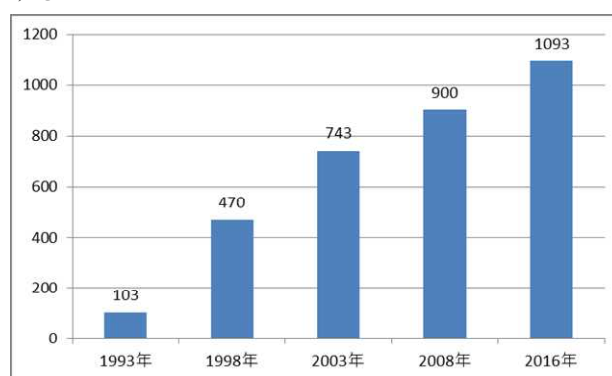


図-1 道の駅登録数

2. 「道の駅カード」販売までの経緯

a) カード販売までの流れ

「ダムカードがあるなら道の駅でもカードをつくらう」といった発想から、2016年の1月に「道の駅カード」の企画がスタートした。2年前にすでにダムカードをベースに道の駅のカードつくってはどうかという企画案自体は存在していたが実現しないままお蔵入りとなっていた。今回、2016年3月19日に道の駅「禅の里」がオープンすることが決まっており、新たな道の駅オープンに合わせて「道の駅カード」を展開していくことを決め、本格的に企画が進行していくこととなった。はじめにカードを作成する目的とどのような方が手にとってくれるのか、ターゲットを考えることとした。全国初という触れ込みで大々的にアピールすること、県内外問わず、普段道の駅を使用しない人も含め様々な人により多くの

様々な駅を訪れてもらうことを目的とし、カードコレクター、道の駅及びスタンプラリー愛好家、観光客をターゲットとして企画を進めることとした。

約3ヶ月という限られた期間の中で①企画立案から②取り扱い方法及びカードデザインの検討と③駅長及び設置者への事前説明を一部並行しながら行い、2月下旬の駅長会議の場で県内全ての道の駅の合意形成を図ることとした(図-2)。

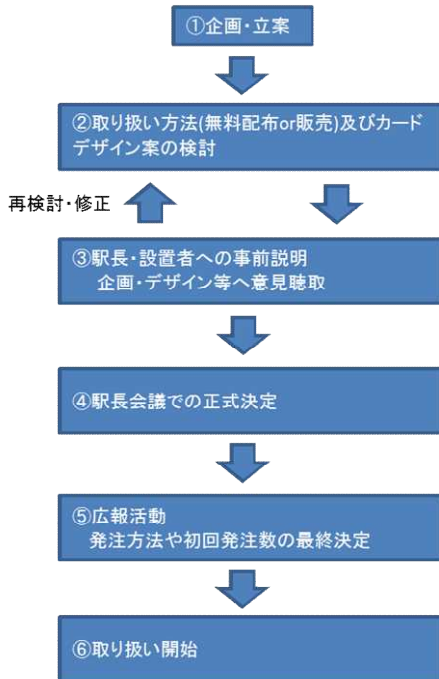


図-2 取り組みフロー

実際に企画が動き出すと全国「道の駅」連絡会が同様の企画を考えていたことが判明し、同連絡会と協力して企画を進めることとなった。最初から全国展開しようすると合意形成が困難で実現しても来年度以降となることから、福井県単独で試行的に「道の駅カード」を展開することが決まり、当初の予定通り企画が進んでいった。

その後は駅長会議の場で合意形成を得るため事前に全ての道の駅に伺い、説明回りを行った。事前説明の中で否定的なものを含め様々な意見があったが福井の全ての道の駅でカードを展開することについて、賛成いただき、後の2月下旬の駅長会議の場で正式に合意を得ることとなり、福井県内全ての道の駅でカードを取り扱うことが決定した。その後発売までの間、福井県「道の駅」連絡会として記者発表資料の投げ込みやそれに伴う問い合わせの対応、ポスターの作成などの広報活動を行い、テレビ、新聞、ラジオと幅広く取り上げられることとなった(図-3)。

b) カードデザインについて

カードデザインについては全国「道の駅」連絡会が以前考案していたものをベースにカードデザインを作成した(図4)。



図-3 「道の駅カード」広報用ポスター

記載内容については道の駅の基本情報の他に道の駅契符との差別化を考え、カードがその道の駅及び周辺地域の広告となるような情報を入れたいとの思いから、PR用に大きなフリースペースを作ることとした。

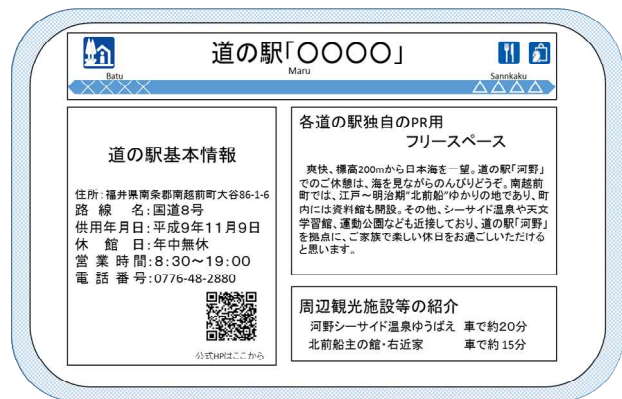


図-4 「道の駅カード」初期デザイン案

事前の説明回りの際、駅長さんからデザインが悪い、情報量が多すぎる等の様々な意見が寄せられ、それらの意見を検討した上で反映することで改良を重ね、デザインを作成していった。文字ばかりでは見にくいと思い写真などを載せてみたが実際のカードサイズにすると非常に小さくなって、かえってわかりづらくなるなど新しいデザイン案を作るたびに担当者一同で意見を出し合い修正を繰り返すことで、最終のデザイン案が完成することとなった。おもて面には道の駅の全景写真と駅名、シリアルナンバー、裏面は道路標識をモチーフとし、駅の基本情報やおすすめポイントの他、隣の駅や周辺観光施設を記載し、様々な駅や周辺観光施設を訪れてもらうことを狙っている(図-5)(図-6)。表面のシリアルナンバーがあることによってコレクションアイテムとしての価値を高

め、カード発売日には1番のカードを求め、前日から道の駅に並ぶ人の姿もみられた。



図5 「道の駅カード」おもて面



図6 「道の駅カード」裏面

c) 「道の駅カード」の取り扱い方法について

取り扱い方法については当初、一定額以上の買い物していただいたレシートを提示することで無料配布することを考えていたが、全国「道の駅」連絡会や各道の駅の意見を参考とし、無料配布にした場合の予算の調達、予算がなくなれば増刷することができないこと、店員さんへの負担が増えることなどを考慮した結果、道の駅の商品として販売する形式になることが決定した。カードを販売という形で世に送り出すことが決まったが作成費用は全額、各道の駅に捻出してもらうこととなり、県内全駅でカードを販売できるようイニシャルコストをできるだけ押さえるため、カードの素材や規格、発注枚数を検討することとした。その結果、今の規格である、84×54mm、厚さ0.25mmのプラスチック素材のカードとなり当初各駅300枚を発注することとした。

d) 全駅制覇の記念品について

「道の駅カード」の規格が固まった段階で全15駅制覇の記念品を用意すること考えた。各道の駅への金銭的な負担は増えてしまうが、これだけは用意すべきことだと考え、記念品の検討を行った。予算及び時間的制約がある中、今あるカードのゴールドバージョンを全駅制覇の認定カードとして記念品とすることにした。デザインは今あるものをそのまま使うことができ、新たにカードと全く異なる品を用意するよりも時間的、金銭的な負担が

少なく済むことから全駅制覇の認定証カードとして、ゴールドバージョンの「道の駅カード」を記念品とすることとした。

記念品の引き替え方法としては各駅に専用の台紙を用意し、カードを購入時に台紙にスタンプを押してもらい、全駅分そろったものを事務局まで送ってもらい、記念品を送付することとした。各道の駅に負担をかけないように記念品の管理や送付は事務局で行うこととした。また、ただ単純に封筒にカードを入れて送り返すのではなく、氏名や全駅制覇した日付等を記載した専用の台紙をつけて送付することとした(図-7)(図-8)。



図7 全駅制覇認定証

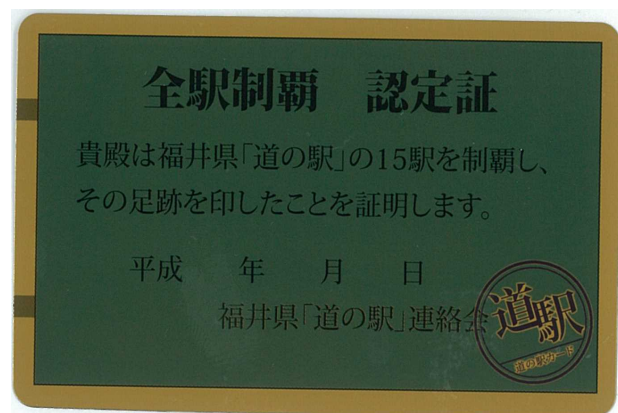


図8 全駅制覇認定証カード裏面

3. 「道の駅カード」の反響や効果について

a) 販売数について

3月19日から福井の全ての道の駅で取り扱いを開始した「道の駅カード」は5月12日までの約2ヶ月間で5500枚以上を販売した。新しくオープンした禅の里が一番多く売り上げており、新しい道の駅のオープンに合わせ販売を開始したことは売り上げに大きく貢献したと考えられる。単純に利用者の数が多いこともあるがテレビや新聞等においても禅の里のオープンとセットでカードの販売が開始することが取り上げられメディア的な露出の機会が多く得られ、カードの販売を新しい道の駅のオープンと合わせた今回の戦略は一定の効果をあげられたといえる。

また、全駅制覇の申請は5月までの約3ヶ月間で122件あり、「道の駅カード」の効果により、100名以上の方が福井県内全ての道の駅を回ったということになる。

b) 購入者について

販売後約2ヶ月間のカード購入者がどこから訪れた人なのか調べるために期間内の全駅制覇者の住所を集計してみると全国初ということもあってか、約40%が県外の人であることがわかった(図-8)。県外へのメディア的な露出が少なかった中で関東や北陸地方からも、カードを目当てに福井の道の駅へ訪れた方がおり、県内外問わず一定の需要があったことがわかる。

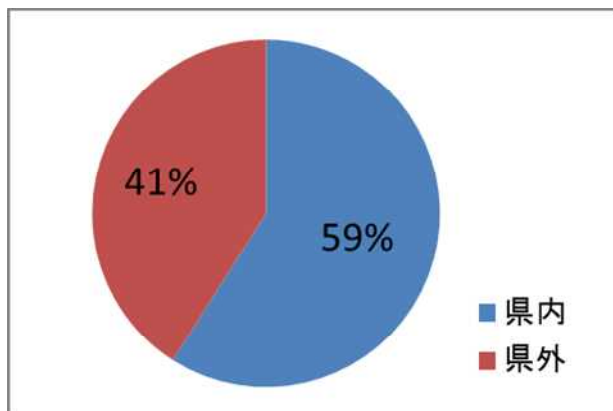


図-9 県外からのカード購入者の割合

県外の全駅制覇者の平均所要日数は約2日と福井で少なくとも1~2泊して全駅を回ったという方が多いことがわかる(図-9)。このことから、県外からの宿泊客数が伸び悩む福井県の観光において泊まりがけの観光客を呼び込むことに成功しており、大きな成果を果たしていることがわかる。「道の駅カード」をきっかけに福井を訪れ、道の駅周辺の観光地を巡りながらカードを集めてもらうという当初の目的が果たせているのではないかと考えている。また、県外の全駅制覇者を増やすことがそのまま宿泊客の増加につながることを考えられ、「道の駅カード」福井県の観光が抱える課題の解決につながる糸口となるかもしれない。

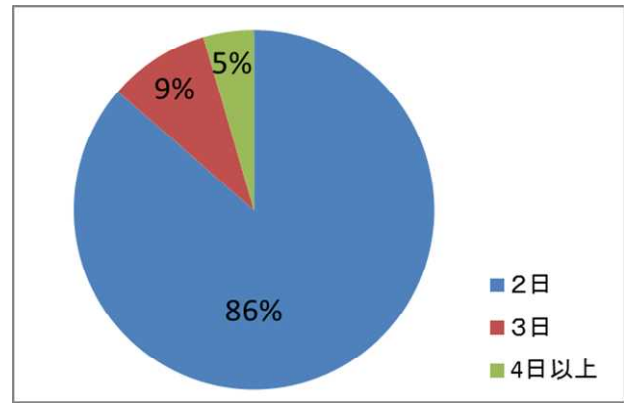


図-10 全駅制覇者の滞在日数

また、県内に着目すると複数回全駅制覇されているかたもあり、新たなリピーターの定着に寄与できた。

購入者の年齢層に着目すると40代が34%と一番多く、40代以上に限って言えば全体の86%を占めており、道の駅の利用者と同様に高齢化が進んでいることが見受けられる。30代以下へのアピールが道の駅及びカードにとって大きな課題といえる(図-10)。

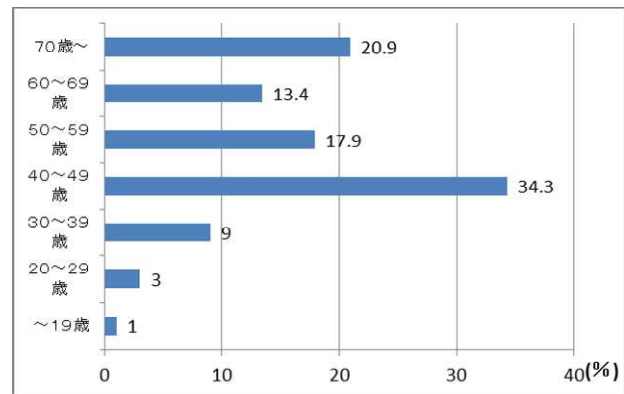


図-11 カード購入者の年齢層

c) 購入者意見について

実際に購入した方から寄せられた意見を見てみると、各道の駅を回ることが楽しかったとの意見が多く見られた。「道の駅カード」が訪れたことのなかった駅に新しい人々を呼び寄せ、足を運んでもらうきっかけや動機になったことが明らかになった。この結果から、「道の駅カード」に対して一定の需要があることが明確となり、「道の駅カード」がその道の駅を訪れる理由となり得るほどの大きな付加価値を持つことに成功しているのがわかる。今まで訪れる機会のなかった人が福井の様々な道の駅を訪れるきっかけを提供し、県内外問わず様々な人々を道の駅へ呼び込むことで駅や周辺地域の魅力のアピール及び活性化に多少なりとも寄与できたのではないと思う。

一方で、カードの売れ行きが当初の想定を大きく上回ったため、在庫切れが相次ぎ、入手不可能な時期ができるなどの問題が生じ、それについての苦情が寄せられる

こととなった。この問題に対しては、当初どれだけ販売できるのか不透明であり、初回発注数が300枚と少なかったこと、追加の発注には10日程度かかることが影響し、新しくオープンした禅の里では品切れ状態が続く期間があった。品切れ状態が続いたことに対しては、ゴールデンウィークの前に各道の駅に対して、早めの増刷をお願いすることで欠品にならないよう呼びかけることで対応した。そのほか、カードフォルダがほしいといったカードに関連する新たな商品の展開を希望する意見やカード自体に商品を安く買える等のお得になる特典をもたせてほしいといった意見があった。カードにポイントカードや割引クーポンのような機能を持たし、ただのコレクションにとどまらず、普段から利用してもらうようなカードにしたいという構想は当初からあったものの実現できていないことなので今後実現に向け検討していきたい。また、「道の駅カード」は基本的に物産品を扱うコーナーのレジにて販売しているが、商品として表に陳列されていないため、実際に販売しているかどうかがわかりづらいという意見があった。各駅にポスター2部およびサンプル用のカードを渡し、レジ付近等に掲示することを願っているが、スペースや他の掲示物の関係で売り場とは離れた場所に掲示されていることもあり、取り扱っていることや場所を明確にすることが今後の課題といえる。

4. 「道の駅カード」の今後の展開について

今後の展開の中で最も期待されるであろうことは、「道の駅カード」の全国展開である。今回、福井県で試行的に展開したが利用者拡大及び地域活性化へ一定の効果をあげることができており、本事例を参考に他の府県の道の駅でも同様以上の効果が期待できるのではないかと考えられる。全国で一斉に展開することは合意形成等、様々な調整に時間が掛かることから希望する府県から今回と同様に試行的に展開していき、近畿ブロック、全国と段階的に展開するのが望ましいのではないかと考えている。「道の駅カード」自体のコレクションとしての側面及び全駅制覇の記念品があることにより、展開する駅が増えれば増えるほど、集客効果が増加し、県内外からさらなる観光客を呼び込むことが期待できる。また、新しく展開するたびにメディア等に取り上げてもらうことで、「道の駅カード」自体の知名度もあがり、それによりさらに多くの集客効果が期待できる等、多くのシナジーが見込まれる。現在、福井県内の道の駅を制覇された方も例えば、隣の県が「道の駅カード」を取り扱うことになれば、2つの県で全駅制覇するためにもう一度道の駅を巡ってみようと思ってくれる方も少なからずいることが予想され、全国展開が実現した場合は同様に全国の道の駅を制覇しようと全国全ての駅を巡る方もでてくるだろう。このように全国の道の駅の利用者を拡大し、駅

及び周辺地域の活性化に大いに寄与することが期待できる。

福井県内の「道の駅カード」に限って言えば、当初の企画段階では構想としてあったものの実現できなかったものがいくつかあり、それらの実現を今後の展開として考えていきたいと思っている。具体的にはポイントカードや割引券のような持っている人が得するような機能を持たせることである。前述のとおり購入者から寄せられた意見の中にもあり、「道の駅カード」をただのコレクションアイテムにとどめるのではなく、日常的に利用する場をつくり身近な物にしたいと考えている。カードとしての付加価値を高めると同時に道の駅での買い物を促進させることが期待でき、地域活性化に一段と寄与できるだろう。

また、カードのおもて面の写真は各道の駅から提供された宣伝材料用のものであるが駅で写真コンテストを開き、最優秀賞に輝いた方の写真を「道の駅カード」のおもて面に使うなど「道の駅カード」を身近に感じてもらえるようなイベントを開催したいと考えている。

カードをつくってそこで終わるのではなく、道の駅やカードを盛り上げていくための取り組みを継続してやっていきたい。

5. 終わりに

福井県内において試行的に実施した「道の駅カード」の取り組みは確実な効果があったといえる。実際に県内外から数千人規模の人を福井の道の駅に呼び込むことができており、目的地へただ単に行って帰るだけではなく、各道の駅を訪れることでその地域の様々な魅力に触れることができ、地域のイメージアップにもなった「道の駅カード」の存在が県内外から観光客及び宿泊客を呼び込み、今まで訪れる機会がなかった方が福井県の道の駅の魅力に触れるきっかけとなった。

北陸新幹線や舞鶴若狭自動車道、中部縦貫自動車道等により、ますます交通が便利になる中で逆に簡単に訪れることができるようになり、日帰りでの旅行や家から目的地へ直行する旅行が増え、宿泊を伴う旅行や地域を巡るような旅行が減ってきているのではないかと思います。そんな中、少し寄り道をして「道の駅カード」を集めながら、訪れた地域の特色ある道の駅を巡ってみるのはいかがだろうか。

謝辞：本取り組みにご協力頂きました道の駅関係者、福井県「道の駅」連絡会事務局等の多くの皆様へ、ここへ厚く感謝の意を表します。