

「道の駅」を活用した効果的な観光プロモーションやイベント開催についての提案

指導教員 金沢星稷大学 経済学部 教授 大藪多可志
参加学生 角桃代・土倉翔子・美浪綾乃・川寄泰宏（院生）

1. 調査研究成果要約

珠洲市は一次産業従事者の割合が高く、それを活用した地域活性化が望まれる。資源として農漁業を活用した魅力的な食があり、県外からの宿泊者割合が70%と高く宿泊数の増加が期待できる。課題はアクセスである。本研究においては、“すずなり”を中心とした3つの道の駅による地域活性化が必要との結論に達した。3つの道の駅をトライアングルとし、住民に親しまれる道の駅の機能（軽食喫茶）をアンケートにより解析しまとめた。

2. 研究の目的

グローバル化の進行とともに他国の影響がすぐに自国に及ぶ。日本は2011年3月の東日本大震災の発生により大きな試練を課せられた。経済が停滞し一時的に観光どころではないという風潮があった。観光産業においては、訪日外国人数が激減するとともに滞日外国人も帰国するという事態が起こっていたが[1]、企業活動の再開と共に復帰の兆しが出始めている[2]。地方が自立しリスクを軽減する方策が必要である[3]。その一つが独自のプロモートによる観光である。

石川県珠洲市は、人口減少・少子高齢化など日本の多くの地方と同様な課題を抱えコミュニティの維持すら難しくなっている地域が派生してきている。一定の訪問者増加策により、滞在日数を延ばし、地域活性化を図る必要がある。地域活性化には、ヒト、モノ、カネ、情報が鍵となる。全て備える必要はなく、不足しているものは満ちているもので補完すればよい。最も重要なのはヒトの交流である。本研究では、珠洲市統計データから交流人口の必要性を示し、地域活性化策として3つの「道の駅」の活用を検討した。活用策提案にあたってはアンケート調査を行った。珠洲市には、すずなり、すず塩田村、狼煙の3つの道の駅がある。この道の駅をトライアングルとし、ヒト、モノ、カネ、情報の交流を行うことにより地域活性化が可能という結論に至った。道の駅は地元に着地した様々な機能を融合した施設であり着地型観光の要になり得る。日本全国で970か所（2011年3月現在）ある。地方においては、主な移動手段は車であり、道の駅の活用は必須といえる[4]。

3. 珠洲市概要

3.1 珠洲市人口変化

珠洲市は、日本海に面し古くから拠点都市の一つであった。現在の市の総面積は約240 km²である。珠洲市人口の経時特性を図1に示す。1962年に35,160人いたが2010年には17,327人と約50年で50%の減少である[5]。世帯数は7,341から6,535と約10%の減少であり、核家族化が進行し高齢者世帯が増加している。珠洲市には10の地区がある。一世帯当たりの平均人員は2.6人であり、1970年の4.17人から少なくなっている。さらに少子高齢化が進行しており、ここ10年で高齢者の割合が10%も増加している。

3.2 産業別人口構成

珠洲市の農林漁業に従事している市民の割合が高い。多くは農林漁業と他の産業とを兼業している。主な従事産業で分類（2005年）すると、第一次産業が20.1、第二次産業が28.2、第三次産業が51.7%となっている。第一次産業に就業している割合は、石川県内の当時の41自治体中4位（内浦町22.7、柳田村22.5、門前町21.3%）と高い。農業より漁業就業者数の減少が著しい。その経時変化を図2に示

す。2003年までの落ち込みが著しい。人の交流を図り第一次産業従事者の生業が立つような方策が必要である。このためには珠洲市一次産品（地域固有の加工品を含む）の販売が可能となる仕掛け、すなわち道の駅を活用し人の交流による販促が求められる。

3.3 観光

珠洲市の観光入込数は年々減少傾向にある。能登沖地震などの大きな試練もあったが、日帰り客と宿泊客のいずれも減少してきている。2003年7月に能登空港が開港し、羽田・能登間（約60分）を1日2往復している。能登地域活性化の起爆剤として有望視されたが人口減少に歯止めがかかっていない。日帰り客数の経時変化を図3に示す。1998年までの落ち込みが著しい。2007年の落ち込みも大きい。これは同年3月発生した能登半島地震による影響である。図4に宿泊数の特性を示す。同様に2007年の減少が大きい。能登空港開港の影響が顕著とはいえない。いずれも減少傾向にあり何らかの歯止めとなる方策が望まれる。宿泊者数と日帰り者数の相関をとると図5のようになる。正の相関があるが、プロットが経時とともに原点に向かって進行してる。この傾向を逆にする方策が必要である。

珠洲市にある宿泊施設のキャパシティはそれほど多くはない。旅館・ホテルが9軒、民宿27軒、国民宿舎1軒（2011年1月）である。施設数からみると民宿は73%を占める。宿泊者の発地（2010年）をみてみると、県外からの訪問者が約70%である。また、県外からの訪問者の発地を調べると図6のようになる。近隣の発地で最も多いのは富山である。関西や中京、関東からも各20%前後ある。日本の三大都市圏からの訪問者が多いことは大きな強みである。効果のあるPR策も立てやすい。施設数と共に重要となるのは年間訪問者数の変動である。日帰り客の年間変動（2010年）を図7に示す。月平均で44,100人であり5月と8月（133,881人）にピークがある。最も少ないのは1月の17,198人である。冬季の日帰り訪問者が少ない。1月は8月の12.85%である。冬季において、集客を増やすイベントが必要である。宿泊客も同様な傾向を示している。宿泊客の年間変動（2010年）を図8に示す。宿泊客が最も少なくなるのは2月（1,928人）である。最も多いのは8月（14,446人）である。2月は8月の13.35%である。日帰り客と宿泊客の特性には強い相関が認められる。これは、その地域の季節ごとの魅力ある資源を、近くからは日帰りで訪問し、遠くからの訪問者は宿泊するからである。近隣からの訪問者の幾らかが宿泊するような、夜までかかる参加型イベントの企画も有効である。このとき、参加・体験型のイベントがキーとなる。

3.4 道の駅

珠洲市には鉄道の駅がなく車での訪問が基本である。モータリゼーションの進行と共に日本の殆どの世帯は車を所有している。また、北陸自動車道氷見北インターから珠洲市までは110kmもあり2時間半かかる。金沢から150km程度あり能登有料道路を利用して約2時間半かかる。能登空港から40分かかる。多くの訪問者が車を利用し、かつ、地元住民の殆どが車を所有している。このため、国土交通

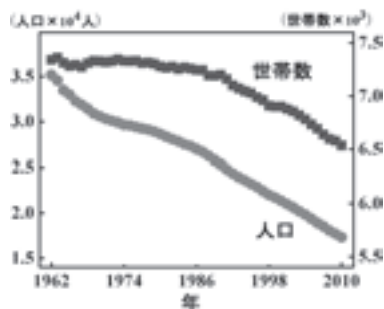


図1 珠洲市人口の経年変化

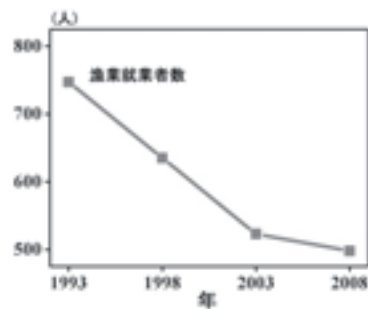


図2 漁業就業者数の推移

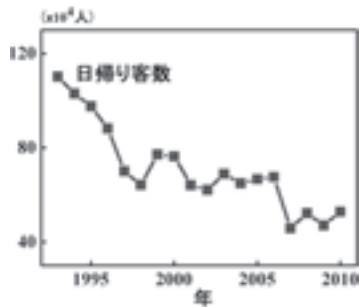


図3 珠洲市日帰り客数の変化

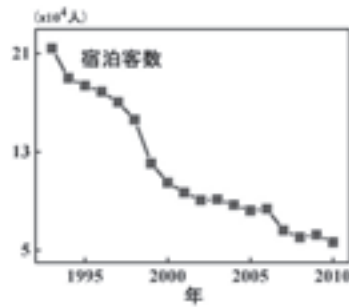


図4 珠洲市宿泊者数の推移

省が認定している「道の駅」の活用が理想的といえる。全国で道の駅は970駅（2011年3月）あり、幸い珠洲市には、「狼煙」（2010年4月オープン）、「すず塩田村」（2006年4月オープン）、「すずなり」（2010年4月オープン）の3つの駅がある。いずれも地元住民に支持されており、その活用による効果が期待できる。中でも「すずなり」はNPO法人が経営しており、販売品種も多く観光情報も整っており中核的な役割を果たし地元住民の中心的活用施設といえる。しかしながら、更なる地元密着イベントの開催が求められる。古くから第一次産業が主体であるので新鮮な食材が揃っている。これを活用したフードツーリズム、近隣の自然景観、古墳時代から能登の文化を築いてきた歴史、さらに総務省主催で行われた「地デジ最先進地域エリアワンセグ実証実験発射式」が2011年2月10日に「ラポルトすず」で行われICT利活用普及に貢献している地域でもある[6]。このとき、「すずなり」で携帯により電波を受信可能であった。すなわち、道の駅をコアとして、食、自然、歴史文化、ICTを融合させた効率的な方策が望まれる。道の駅にいれば全ての観光資源情報を得ることができ、多くの訪問者が活用できるシステムを構築する必要がある。

珠洲市の弱み（weakness）はアクセス時間といえる。アクセス時間を凌駕するような強み（Strong）を備える必要がある。強みとして挙げられるのは、自然、立山連峰を臨む眺望、食、歴史・文化である[7]。また、ワンセグなどのICTの利活用も進んでいる。この強みを連携させる必要がある。強みとなる資源を「道の駅」をコアとして連携させることができれば効果が大である。道の駅を中心とすることにより、広く一般住民のアイデアを取り入れることができると同時に市政とも連動した方策を構築することが可能になる。官と民の連携が地域活性化には必須である。

強みを生かして機会を利用する戦略が考えられる。すなわち、2015年3月に新幹線が金沢まで開業する予定である。新幹線駅である金沢のみならず高岡からのアクセスが可能となる。これを利用し、珠洲市の自然、食材、歴史・文化などを売り込む仕掛けを構築する必要がある。高岡駅から無料あるいは割引バスの運行も考慮すべきである。このとき、氷見市と連携し、高岡→氷見→珠洲等のルート構築し、弱みであるアクセスの軽減を図る仕掛けが必要である。

関東圏→高岡→（氷見）→珠洲

のルートを通透させる必要がある。これにより、弱みである「アクセス」対策が十分ではないながら解決される。最も注目しなければならない脅威として和倉と輪島のブランド力がある。これに対抗する資源の開発が必須である。輪島は朝市、和倉は温泉のブランド力がある。能登半島の食と歴史・文化はいずれも大差がない。珠洲は富山県の立山を臨む眺望が大きな魅力である。また、古来より継承されている揚げ浜式製塩もブランドになる。この歴史を学び体験をおこなうことも誘客に繋がる。道の駅「すず塩田村」には塩の資料館も併設されている。いずれの道の駅もきれいで訪問者が腰かけて話ができるスペースがあり土産なども販売している。これらは観光施設として重要な役割を果たす機能を有している。近くに食事をする施設が少ない。

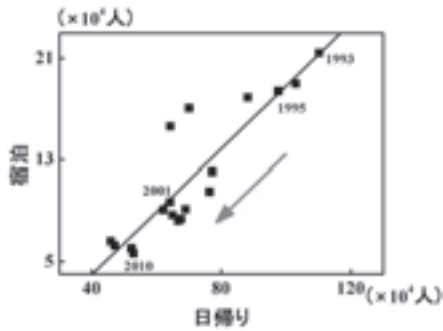


図5 日帰りと宿泊者数の相関

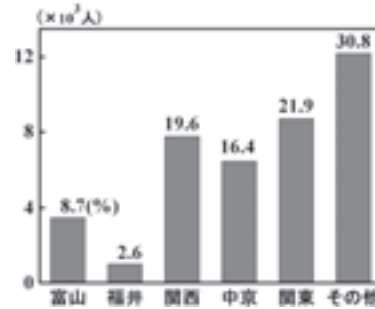


図6 県外宿泊者の発地割合

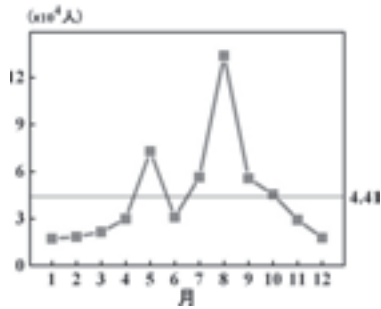


図7 日帰り客の年間推移

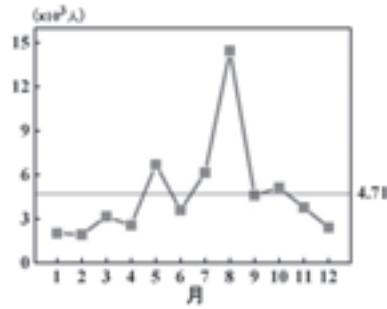


図8 宿泊客の年間推移

4. 調査研究の内容

4.1 すずなり売上

珠洲市の三つの道の駅の中で中心的なものは“すずなり”である。これは、市役所に近く近隣の世帯数も多くバスセンターともなっているためである。近くに大型ショッピングセンターもあり、競合する商品を販売するのではなく、地元の特産品などに特化した商品を揃える必要がある。図9に月別客数のグラフを示す。道の駅“すずなり”は2010年4月にオープンして現在に至っている。データとしては2011年12月までのものを示した。5月と8月にピークがあり、観光客数も多いと推察される。2010年4月オープン時は4,000人を超えている。これは物珍しさもあり多くの地元の方が訪問したと思われる。地元の平均客数として6月と10～3月の7ヶ月分の2年分（ただし2012年の1～3月は未集計）の値の平均値を潜在的な客数 cn_p とみなすこととした。結果として、 $cn_p = 2,357$ 人となる。これに観光客が重畳されることになる。同様に売り上げのグラフを図10に示す。図9と同様に地元住民の潜在的購入高 sv_p を求めると $sv_p = 3.022$ 百万円となる。一人当たり約1,200円である。2011年の5月の観光客の客単価は1,352円程度とみなせる。8月の観光客の客単価は2,370円程度とみなせる。8月の観光客の購買力が大きい。8月に訪問する観光客の動向に整合する仕掛けを他の月にも講ずる必要がある。

集客数と売り上げの散布図を求めると図11のようになる。8月のプロットが特異な位置にあるが、概ね高い相関があり相関係数として0.93が得られている。集客力アップが売上アップに繋がるといえる。さらに、8月の観光客が興味を示すように季節毎の品揃えが必要である。季節により固有な商品もある中で魅力あるものを提供する努力が必要である。

4.2 アンケート調査結果

珠洲市にある3つの道の駅の周辺住民にアンケート調査を行った。個別に各世帯にアンケート用紙を人海戦術で投函し郵送により返信する方式を取った。各世帯に3通ずつの用紙を配布した。総配布世帯数は160である。返信された封筒は63通で回収アンケート用紙は112枚である。ほとんどが高齢者による1世帯1枚のみの回答であった。配布世帯数に対する回収率は39%となる。“すずなり”近辺から

の回収件数が多い。この地区の人口も多い。少ないのは“すず塩田村”地区からである。近隣の世帯数が少なく回収率も少ない。全体として平均約3回/月の利用回数である。この回数を増やす必要がある。満足度も5段階評価で普通が最も多く正規分布を呈している。回答者の年代分布は60代以上が50%を占める。40代と50代が約15%で他は10%程度であった。回答者の職業をみると会社員と自営業で約48%を占める。続いて専業主婦の19%である。道の駅を利用する目的としては、地元特産の土産品購入が29%程度占め、続いて地元の新鮮な野菜購入である。各道の駅には美味しいソフトクリームが販売されており人気となっている。地元で生産している安全・安心な食材が注目されているといえる。これらは比較的安価で新鮮である。消費者は大型スーパーと購入品をすみわけていると思われる。

アンケート結果から道の駅活用イベントとして、以下の項目(多い順)が挙げられている。多くは食に関するもので、希望として地元食材を活用した安い食が求められている。住民が求める項目を分野ごとにまとめると図12のようになる。意外にも「食」に関する要望が高い。最も地元住民の入込が多い道の駅は“すずなり”である。地元に着した活用を考慮すると“すずなり”をコアとした連携が必要である。特に、東日本大震災以降の災害対策が求められる。その意味で災害時物資の保管や融通など3つの駅で連携する必要がある。幸い、二つの駅は半島の北側、一つ(“すずなり”)は内側であるため津波対策としても位置がよいといえる。観光情報や市政情報などの発信も兼ねる必要がある。まとめると図13のようになる。

軽食喫茶, B級グルメ(庶民的で日常的な飲食物), コミュニティスペース(含 談話室), カラオケ, フリーマーケット(含 地産地消品, 特産品), 大規模な朝市, 子供のイベント, 体験教室, 小さな図書館

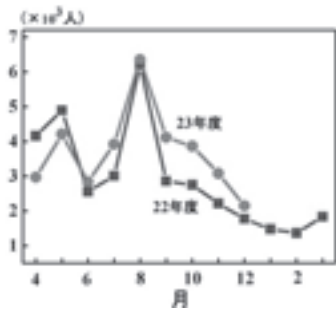


図9 すずなり月別客数

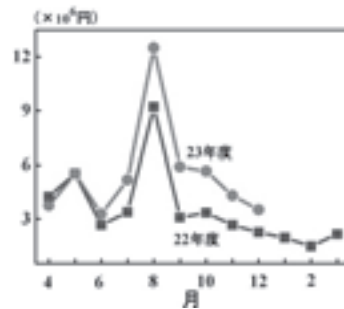


図10 すずなり売上推移

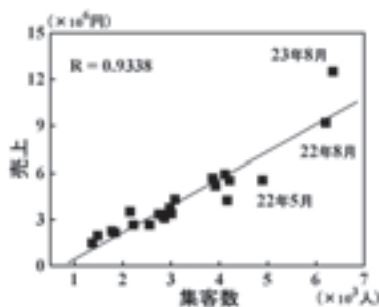


図11 集客数と売上の散布図

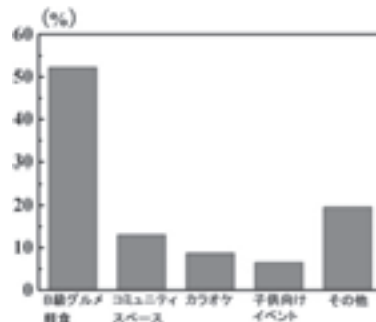


図12 住民が求める道の駅の活用

5. 調査研究に基づく成果

珠洲市の活性化策について、統計データと現在ある3つの道の駅を活用する方策について述べてきた。珠洲市は能登半島の先端に位置し、今後の環日本海時代を目指す中心的な地域といえる。また、

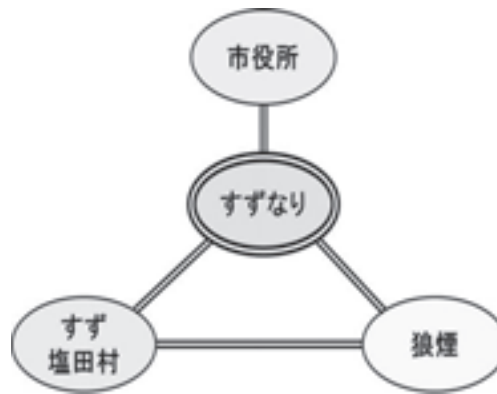


図 13 「すずなり」をコアとした連携

2015年3月金沢まで新幹線が開通すると訪問者増が期待できる。このためには、うりになる資源を再確認し、地域住民と行政が一丸となった方策を構築する必要がある。地域住民の支持が得られない方策は一過性のものとなる。このためには、珠洲市の基礎である一次産品の活用が不可欠である。単に安い食材を他の地域から仕入れるのではなく、地元食材を地元で消費する地産地消システムを構築することにより活性化策を構築できる。その中核となるのが道の駅といえる。道の駅は地元住民のみならず観光客への「買う、食べる、泊まる、みる、体験する」などの情報や案内をホスピタリティをもって提供すべきである。これにより、地域の活力が維持でき人口減少や高齢化に歯止めがかかると思われる。

アンケートによる喫緊の道の駅の活用として、軽食の提供、カラオケ、コミュニティの場の提供などが挙げられる。

今後は、ICTの活用により観光客や地元住民に生活に密着した有益な情報提供なども行うべきである。

6. 調査研究の自己評価

今回の調査では道の駅「すずなり」の皆さんはじめ珠洲市長など多くの方から有意義なご意見を頂くことができた。宿泊を伴う調査が4回、日帰り調査は6回を数えるに至った。アンケート用紙を直接配布し約40%の回収率であったが、道の駅に“軽食喫茶”と“団らんの場”の提供を切望する意見があり、高い高齢化率と共に「絆」を求める方が多かった。強い住民間の絆を構築するための高等教育機関としてのサポートのあり方を今少し検討すべきと考えている。過疎地域の社会的要因と地域固有の状況を把握するという教育的な成果、地元住民の絆の深さがコミュニティ維持に不可欠であることを実感した。

参考文献

- [1] 北陸中日新聞朝刊：“5月訪日客50%減”（2011年6月17日3面）
- [2] 読売新聞朝刊：“来日外国人回復の兆し”（2011年7月17日9面）
- [3] Dirk Glaesser：“危機管理と観光”，きんぷる（2008年4月）
- [4] 関満博，酒本宏：“道の駅／地域産業振興と交流の拠点”，新評論（2011年7月）
- [5] 珠洲市役所：“統計すず”，珠洲市役所（2011年5月）
- [6] 総務省・情報通信利活用先進地域「奥能登」を目指す調査研究会：“情報通信利活用先進地域「奥能登」を目指す調査研究会報告書”（平成23年7月）
- [7] 大往荘四郎編：“実践：自治体戦略マネジメント”，第一法規（2005年8月）