

自治体・運営事業者アンケート

任意に抽出した「道の駅」が所在する自治体及び運営事業者を対象にアンケートを実施し、計 62 自治体・38 事業者から回答が得られた。

検討段階において工夫した点

設計内容	
自治体	地域性を活かしたデザイン → 地元の自然・景観・文化を取り入れることで、施設自体が観光資源となり、集客力が高まる。
	複合機能の導入 → 温泉、ドッグラン、イベントスペースなど、長時間滞在を促す機能を追加することで、利用者満足度を向上させている。
	防災・バリアフリー対応 → 防災拠点機能や子育て世代向け設備（授乳室、キッズスペース）を整備することで、地域の安心・安全と多世代利用を実現している。
運営事業者	地域資源・景観を活かしたデザイン → 地域の自然・文化を反映。公園一体型や分棟方式、広場・噴水・遊具など、滞在型の空間設計が目立つ。
	目的地化を意識した設計 → キッズスペース、ドッグラン、RV パーク、体験農園、イベント広場など、長時間滞在を促す機能を設置。
	防災・安心安全の強化 → 防災拠点機能、ヘリポート、非常用電源、バリアフリー対応などを整備。
運営内容	
自治体	指定管理者制度 +民間ノウハウ活用 → 行政負担を軽減しつつ、柔軟な運営と収益性を確保。
	地域事業者との強固な連携 → 農協・商工会・観光協会との協議会設置やイベント開催により、地域経済の活性化と持続可能な運営を実現。
	運営における差別化戦略 → 地産地消、ジビエ販売、ウミガメ保護など、地域資源を活かした独自性が集客に寄与。
運営事業者	イベント戦略による集客 → 季節イベント、周年祭、地域祭事との連動、ジビエ販売や農業体験など、地域資源を活かしたイベントを多数実施。
	情報発信力の強化 → SNS やデジタルサイネージ活用、観光案内の充実、広域ネットワークとの連携。
	柔軟な運営体制 → テナント活用、繁忙期対応、指定管理者との協働、第三セクターによる運営など、運営形態の多様化。

コンセプト検討	
自治体	地域文化・歴史の発信 → 和紙、そば、酒造など、地域固有の文化をテーマにすることで、ストーリー性のある施設に。
	観光拠点化・広域連携 → 高速道路 IC 付近や広域道路沿いに立地し、周遊観光のハブ機能を強化。
	体験型・交流型の仕掛け → 農業体験、加工体験、イベントスペースなど、利用者参加型のコンテンツがリピーター獲得に有効。
	防災・安心安全の強化 → 災害時の電源供給や備蓄機能を前面に出すことで、地域防災拠点としての価値を高める。
運営事業者	地域性+ストーリー性 → 地域文化や歴史を前面に打ち出す。
	交流・体験型施設 → 農業体験、加工体験、文化体験など、体験型コンテンツを積極導入。
	防災・安心安全を前面に → 防災道の駅としての機能強化をコンセプトに含める事例あり。
導入機能	
自治体	基本機能の確保が共通認識 → 「休憩機能」「情報発信機能」「地域連携機能」「防災拠点機能」が頻出し、国のガイドラインに沿った整備が多い。
	防災機能の強化 → 災害時の電源供給、マンホールトイレ、備蓄スペースなどを整備する事例が増加。
	交通結節機能の付加 → バス停や待合所を設け、路線バス・高速バスの乗り換え拠点化を図る事例あり。
	滞在型機能の充実 → 公園機能、イベントスペース、ドッグラン、温泉など、長時間滞在を促す機能を追加。
	子育て世代対応 → 授乳室、キッズスペース、親子トイレなど、ファミリー層を意識した設備が増加。
運営事業者	基本機能+付加価値 → 休憩・情報発信・地域連携に加え、防災機能や交通結節機能を強化。
	滞在型機能 → 温泉、足湯、遊具、イベントスペース、授乳室・キッズトイレなど、幅広い世代に対応。
	ICT 活用 → デジタルサイネージ、SNS 連動で情報発信を強化。

地元事業者との関係構築、連携	
自治体	協議会や委員会の設置 → 農協・商工会・観光協会などを含む協議会を設立し、運営方針や商品開発を協議する事例が多い。
	指定管理者制度を活用した連携 → 観光協会や第三セクターを指定管理者とし、地元事業者が出品しやすい仕組みを構築。
	イベントや共同プロジェクトの実施 → 地元企業とのイベント開催、コラボ商品開発、観光推進協議会の設立など、地域活性化を目的とした取組。
	地産地消、地域産品の活用 → 農産物直売所や加工品販売を通じて、地元農家や事業者の販路拡大を支援。
	長期的な事業者参画の仕組み → 用地賃貸借や建屋整備を地元事業者負担とすることで、事業者が長期的に運営できる体制を整備。
運営事業者	産直・加工品販売の推進 → JA や商工会との連携、地元食材を使った商品開発。
	雇用創出・地域経済循環 → 地元企業との協働イベント、観光協会との連携、農家や漁業組合との協力。
	協議会・意見交換の場の設置 → 開業前からの調整や運営協議会の設立、ワークショップによる市民意識醸成。

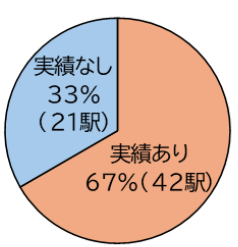
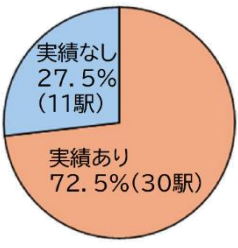
周辺施設との「差別化・連携」に関する取り組み

	差別化の戦略	連携の戦略
設計内容		
自治体	<ul style="list-style-type: none"> 施設内外の空間を活用し、イベントや交流スペースを確保。 景観や地域資源を活かしたデザインで、連携イベントに適した環境を整備。 	<ul style="list-style-type: none"> 周辺観光スポットとのハブ機能を意識した立地活用。 施設内にイベントや物産交流スペースを確保し、連携イベントに対応。
運営事業者	<ul style="list-style-type: none"> 地域資源を活かしたデザインで、地域文化・景観を反映。 滞在型機能を重視し、目的地化を意識した空間構成。 	<ul style="list-style-type: none"> バイク駐車場に日除け・雨除けテント設置、イベント用スペースなど、共同利用を前提にした設計。 姉妹商工会や他道の駅の商品を扱う専用コーナー。

	差別化の戦略	連携の戦略
運営内容		
自治体	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理者と行政・団体が協働し、情報共有や調整を継続。 イベントやキャンペーンを共同企画し、集客と地域活性化を両立。 	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅連絡会やブロック会議への参加で情報共有。 スタンプラリーや合同イベントを通じた周遊促進。 指定管理者や行政との協働で周年祭や復興支援イベントを実施。
運営事業者	<ul style="list-style-type: none"> イベント戦略による集客のため、季節イベント、周年祭、地域祭事との連動。 SNS・デジタルサイネージ活用、観光案内の充実で広域集客。 	<ul style="list-style-type: none"> 継続的な交流事業や合同イベント開催、他道の駅や商業施設との共同出展。 役場との定期打合せ、関係団体との親睦、道の駅連絡協議会への参加。
コンセプト検討		
自治体	<ul style="list-style-type: none"> 「地域全体を一つの観光空間」と見立てるエコミュージアム構想。 地域ブランドを強化し、農業・観光・防災など多分野連携を促進。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域振興計画や広域観光ネットワークに基づき、連携を位置づけ。 広域ブランドを活用し、観光・移住促進と連動。
運営事業者	<ul style="list-style-type: none"> 地域文化を前面に出したコンセプト。 農業体験、加工体験など、他駅にない体験を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> スタンプラリーや周遊バス運行、観光マップの共同制作で「地域全体で楽しむ」仕組みを構築。 共通商品開発、広域ブランド活用。
導入機能		
自治体	<ul style="list-style-type: none"> 多目的スペースや屋外広場を整備し、イベント・体験型プログラムを実施可能にしている。 デジタルサイネージや情報発信機能を強化し、連携事業の告知を支援。 	<ul style="list-style-type: none"> イベント対応の多目的スペースや物産交流コーナーを整備。 デジタル情報発信や観光案内機能を強化し、連携事業を支援。
運営事業者	<ul style="list-style-type: none"> 基本機能+付加価値の考え方で、防災拠点機能、交通結節機能を強化。 滞在型機能充実のため、温泉、足湯、遊具、授乳室など、幅広い世代に対応。 	<ul style="list-style-type: none"> スタンプカード（温浴施設連携）、交流品販売コーナー、イベント告知スペースなど連携を支えるサービス機能。 他施設のイベントチラシ配架、ポスター掲出、観光情報の相互提供。

	差別化の戦略	連携の戦略
地元事業者との関係構築、連携		
自治体	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物や加工品の共同販売、オリジナル商品の開発。 ・農家育成支援や6次産業化、観光協会・商工会との協議会設置。 ・SNSや広報を活用し、地域全体でプロモーションを展開。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元企業や農家と協働した商品開発・イベント開催。他道の駅や商業施設との物産交流、共同プロモーション。 ・港湾事業者や観光施設との連携で新しい体験型コンテンツを創出。
運営事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・JAや商工会との連携、地元食材を使ったオリジナル商品開発で、産直・加工品販売の推進。 ・開業前からの調整や運営協議会設立で地域経済に貢献。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元農産物や加工品を使ったキャンペーン、近隣飲食店への商品供給、共同仕入れ。 ・「一括受注システム」による旅行商品造成、観光農園や温浴施設との連携で相互送客するなど、観光・旅行パッケージの開発。

他の「道の駅」や周辺商業施設、企業等との連携やコラボレーション

回答		
自治体	 <p>実績なし 33% (21駅)</p> <p>実績あり 67% (42駅)</p>	スタンプラリー、周遊促進 県内・地域ブロック・複数市町でのスタンプラリー、周遊イベント等
		共同イベント、物産展 周年祭、フェア、マルシェ、合同イベント、商業施設での物産展等
		地元企業・団体との協働 味噌特売、健康増進イベント、菓子作り、恵方巻作り、地元高校生とのメニュー開発等
		広域・観光連携 観光スポットやダムとのイベント、港湾・鉄道会社との連携、「〇〇のまち」ブランド活用
		商品開発・販売連携 地元食材を使った酒造り、オリジナル商品開発、他道の駅商品の取り扱い等
運営事業者	 <p>実績なし 27.5% (11駅)</p> <p>実績あり 72.5% (30駅)</p>	スタンプラリー、周遊促進 県内・地域ブロック・複数市町単位でのスタンプラリー、周遊イベント、応募シール交換等
		共同イベント、物産展 物産品の相互販売・交流コーナー設置、他道の駅周年祭への参加、フェア企画、相互出店等
		地元企業との連携、PR 地元企業とのコラボや大型商業施設でのPRイベント、ふるさと納税等
		広域・観光連携 旅行パッケージ造成、観光スポットとの連携で相互送客
		商品開発・販売連携 駅、百貨店イベントでの販売拡大、共同商品開発、観光マップの共同制作・運営研修等

八潮市に「道の駅」が開設された場合の連携の可能性

回答		
<p>自治体</p>	<p>非常に可能性がある 1.6% (1駅)</p> <p>ある程度 可能性がある 19.0% (12駅)</p> <p>あまり 可能性はない 42.5% (27駅)</p> <p>まったく 可能性がない 0.0% (0駅)</p> <p>その他 36.5% (23駅)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・相互に商品販売するなどの連携が可能と思われる。 ・期間限定催事等、互いの産品を取り扱うフェアなど。 ・道の駅合同のイベント等 ・道の駅利用者への情報提供による来場者増が見込めるため。 ・宣伝、出店の連携など来場者増や広報となるため。 ・関東エリアとの連携がないため、新たな集客が見込める。 ・首都近郊圏の道の駅でのスタンプラリー等による周遊や、物産展等における名産品の販売など ・相互の特産品販売等を通し、認知性や来客増が見込める。 ・双方の道の駅にブース出展等を行うことで、道の駅PRを始めとする、特産品や魅力を伝えることができ、交流人口増が見込めるため。
<p>運営事業者</p>	<p>非常に可能性がある 2.5% (1駅)</p> <p>ある程度 可能性がある 25.0% (10駅)</p> <p>あまり 可能性はない 37.5% (15駅)</p> <p>まったく 可能性がない 7.5% (3駅)</p> <p>その他 27.5% (11駅)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・物産交流で連携し、来客の期待値UPと売上増が見込める。 ・期間限定イベント等の可能性はあるかも。 ・特産物の相互販売。 ・地理的にも大きく離れていないため、補完する可能性があれば検討する。 ・埼玉県内の来場者が多いことから、双方の観光PRを実施することで、互いの道の駅への来場を促すことができると考える。 ・各所の特産物を連携販売することにより、相乗効果で売り場の賑わい創出及び販路拡大にも繋がる。 ・相互の特産品をラインナップに並べ、広域的な情報発信、通販販売など ・企画書を確認させていただいてから進める。