

## 特集アンケート

## 道の駅の経営課題

## 「地域の時代」に道の駅は何をめざすのか

環境意識や安全な食料供給への関心から、日本中で「地域」に対する関心は高まっている。中央の政治に対する失望感から「地域主権」が叫ばれる。長引く不況下、経営環境の改善はあまり見込めないが、節約志向がさらに庶民を地域へと駆り立てる。観光、直売、経済活性化、住民福祉…地域における道の駅への期待はますます高まるばかり。だが一方で地域の担い手は不足し、自治体の予算は縮小している。優先課題は何なのか。

※今回の特集アンケートは、新年度のスタートに際して、道の駅の経営課題全般を概観する目的で行った。

※2010年4月2日から11日の間、未知倶楽部掲載332駅にアンケートを配布して92駅から回答を得た。回収率27.7%。

第1位

人材育成

第2位

利用者数増大

第3位

地域観光への貢献

「コストの削減」や「業務効率化」は少数派であった。

人材育成はどんな組織にとっても重要な課題であるが、道の駅特有の問題としては、自治体の人事異動や指定管理者制度の契約期間の問題から、十年以上に渡る長期的なサイクルでの計画が立てづらいことがある。また、駅のスタッフだけでなく地域の生産者や

住民を含む地域ぐるみで目的やノウハウの共有をする必要があることである。

「利用者数増大」や「地域観光への貢献」が「収益力拡大」や「直営物産販売」を大きく上回ったのは公益事業としての道の駅の性質を表している。

次頁以降では22項目の経営課題一つひとつについて「道の駅」がどの程度解決できていると考えているのかを検証していく。

22項目の経営課題の中から最も優先順位の高い3つの課題を聞いたところ、92駅中34駅が「人材育成」を挙げた。2番目に多かったのは32駅が挙げた「利用者数増大」、3番目が「地域観光への貢献」で28駅であった。

以降は、第4位「地域産業への貢献」と「収益力拡大」(23駅)、第6位「直営物産販売」と「インターネット活用」(14駅)、第8位「施設維持管理」「住民との関係」「イベント運営」(13駅)と続く。