

道の駅 特産品の相互販売による 活性化の取組について ～道の駅間物流を活用した相互販売の実施～

旭川開発建設部 道路計画課
ヤマト運輸株式会社 北海道統括
オペレーション担当アシスタントマネージャー
株式会社ドーコン 総合計画部

○池田 和也
幅 清志
立花 大地

道の駅は平成5年に制度創設され、北海道内で129駅が設置されている。当初は道路利用者へのトイレなど休憩を提供する施設の色合いが強かったが、現在は地域特産品の販売など観光や地域活性化の拠点として重要な施設となっている。本稿では、北海道開発局が生産空間の維持・発展に資する連携協力協定（以下、連携協力協定）を締結したヤマト運輸株式会社の協力で実施した道の駅間の物流を活用した「道の駅特産品の相互販売による活性化の取組み」について報告する。

キーワード：道の駅、物流効率化、WEB化

1. はじめに（取組みの背景）

(1) 道の駅の概要とこれまでの歴史

道の駅とは「休憩機能」「情報発信機能」「地域の連携機能」の3つの機能を併せ持つ施設であり、道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供や地域の振興への寄与を目的として平成5年に制度が創設された。当初は「通過する道路利用者のサービス提供の場」としての役割が強かったが、現在は「地方創生・観光を加速させる拠点」として、地域特産品などの販売や情報発信、道の駅同士や様々な主体との連携など、観光や地域活性化の拠点として重要な施設となっている。北海道内では当初14箇所が道の駅として登録された。最近では「羊のまち 侍・しべつ」（士別市）が令和3年に登録され、合わせて129の道の駅が設置されている。

(2) 道の駅活性化に向けた課題

旭川開発建設部は、令和3年度に道の駅活性化に向け、野菜、魚介、肉等の地域の特産品の販売状況、北海道内外への出荷状況、道の駅間における相互販売の可能性の意向などについて、道北地域の道の駅指定管理者を対象としたアンケート・ヒアリングによる調査を行った。

その結果、「農産物と水産物など取扱品がバッチングしない」「道の駅もしくは売店事業者自身が荷主となり発送可能」といった出品する商品の条件を満たすことが出来れば相互販売へ前向きな意向を持っている道の駅を確認できた一方、実装化に向けては、冷蔵・冷凍品輸送における温度管理や、輸送コストが適正な価格帯で実現できるかが課題として挙げられた。

これらの調査結果から、地域特産品を販売する道の駅同士の相互販売を促していく取り組みが将来的な道の駅の活性化に有効であると考え、そのための試行を令和4年度に実施することとした。

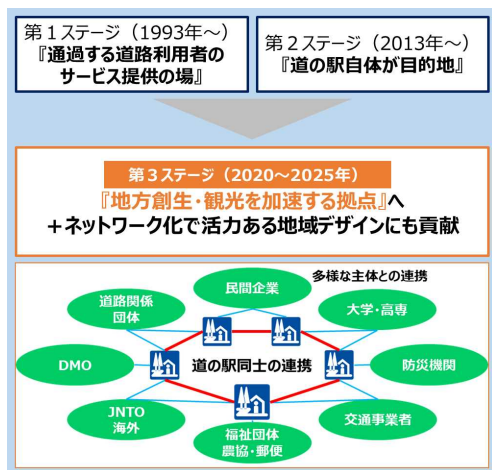


図-1 道の駅第3ステージに向けた新たなコンセプト¹⁾

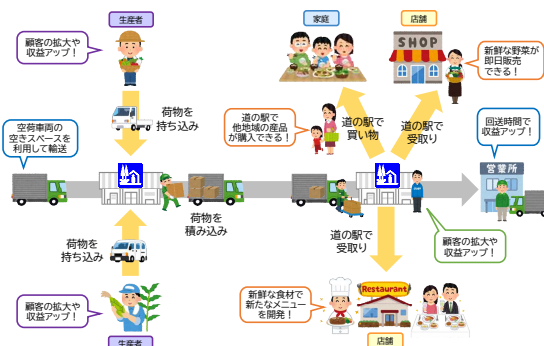


図-2 道の駅間の相互販売の将来イメージ

(3) ヤマト運輸株式会社との連携協力協定

令和3年10月20日に、北海道開発局とヤマト運輸株式会社（以下、「ヤマト運輸」と略す）が、北海道の生産空間の維持・発展のため、物流の確保などに関する連携協力協定を締結した。

そして道北地域においても、持続可能なサプライチェーンの構築を目指すための連携を行うこととし、ヤマト運輸が持つ広範囲な物流ネットワークを活用し、旭川開発建設部が実施する道の駅間の相互販売に関する取り組みにもヤマト運輸が参画することとなった。

道の駅間の特産品の相互販売に関する試行を実施する上で特に重要な条件として考えられることは、令和3年度調査の中でも挙げられた「冷蔵・冷凍品輸送における温度管理」「適正な輸送コストによる配送」である。ヤマト運輸では冷蔵・冷凍品輸送に対応した集配車両を有している他、既に全道に広範囲の物流ネットワークが構築されていることから、今回の試行の実施にあたってはヤマト運輸の協力が不可欠であった。

2. 道の駅特産品の相互販売の試行

(1) 令和4年度：相互販売トライアルの実施

令和3年度に実施した輸送する特産品のニーズ把握調査では、各道の駅が生産・販売する商品とバッティングしない農産物と水産物などについて、相互販売の可能性が高いことが分かった。これらの調査結果を受けて、道の駅間の特産品の相互販売を試験的に実施し、実際の運用から様々な課題を把握することとした。

道の駅間相互販売の試行内容は以下のとおりとした。

a) 参加事業者

- ・道北エリアの道の駅の他、留萌、道央の一部道の駅も対象として参画を募った。
- ・ヤマト運輸が運送事業者として参画し、各道の駅間の商品配送を行うこととした。

b) 運用期間

- ・観光シーズンで多数の利用客が見込まれる令和4年8～9月の2カ月間をトライアル期間とした。

c) 受発注、集荷・配送の方法

- ・受発注用のWEBサイトを制作し、各事業者がサイトに出品情報を登録し、発注もサイトを通じて行う。
- ・発注を受けた（受注した）道の駅は、受注品の発送日をサイト内で指定する。
- ・ヤマト運輸は、発送指定日の営業時間終了前（17時頃）に道の駅での集荷を行い、翌日AMまでに発注元の道の駅に配送する。
- ・輸送は、梱包の手間が無いオリコン（75L）を使用した。オリコン内へ直接商品を詰めることも可能

だが、生産者の発送仕様に合わせ発砲スチロール、専用箱どちらでの発送も可能とした。

- ・発送は宅急便の送り状を使用し、参加した道の駅間の依頼主・お届け先を事前に印字して参加事業者配布した。

d) その他

- ・商品の単価（売価）は出品する道の駅が指定し、販売価格が道の駅間でバラつかないようにした。



写真-1 受発注用のWEBサイト
サンクレットオリコンP75B-B



写真-2 輸送に使用したオリコン（75L）



図-3 輸送フロー

道の駅間の特産品の相互販売は、事前に参加意向のあった7つの道の駅において、令和4年8～9月の2カ月間実施した。発注数量は385個（総数）、49アイテム（延べ）、発注金額は約25万円（総額）であった。

道の駅での販売方法は各道の駅に任せしたが、一部の道の駅では専用コーナーを設けるなどして販促活動を行ったり、一部トライアル期間を延長して販売した道の駅もあった。



写真-3 道の駅での販売状況

(2) 令和4年度：トライアル後のフォローアップ調査

2 カ月間の相互販売期間の終了後、トライアルに参加した道の駅に加え、参加しなかった道の駅もしくは参加意向を示したものの取引がなかった道の駅も対象としたヒアリング調査を実施した。

a) 調査項目

ヒアリング調査項目としては、相互販売の現状や今後の意向、相互販売トライアルに参加した感想（売れ行き、どんな視点で商品を選んだか、受発注のしやすさ、改善点）、定期的な相互販売のニーズや、相互販売に参加する道の駅を増やすために必要と思われる対策を尋ねた。

b) 調査結果

①トライアルに参加した道の駅

＜相互販売の現状について＞

現在、周辺に立地する道の駅と相互販売の取組みを行っている道の駅もあるが、輸送形態は自車ないし宅配便での輸送となっている。

相互販売を行わない理由としては、商品価格に輸送コストが転嫁されることによる販売価格の高騰が挙げられた。一方で、相互販売に関する既存の仕組みがあれば積極的に利用していきたいとの意見もあった。

＜トライアルで発注した商品について＞

相互販売した商品の品揃えや売れ行きについて尋ねたところ、商品の種類が少なかったとの声が多く挙がった。これは、トライアルに参加した道の駅が比較的近い場所に立地していたことから、似通った商品が多く、そのため販売したい商品が無かったという意見もあった。

＜受発注システムについて＞

インターネットを用いた受発注システムについては、操作性は問題無く使うことができたという評価の声があった。一方、受注があった場合や商品が到着した場合の通知や、商品説明のための情報が不足しているという意見が多く挙がった。

＜相互販売の実施時期、配送料について＞

8～9月の2カ月間実施したが、野菜など農産物が最盛期である10月に実施することにより、出荷品の種類や量の増加が期待されるとの声があった。

配送料については、1,000円程度/1コンテナが望ましいとの声や配送料は特段重視していないという意見も聞かれた。

＜道の駅間で貨物流動を活性化させるための意見＞

今後の展開については、まずは他の道の駅でも売りたいと思えるよう取扱商品の種類を増やすことが重要で、そのためには相互販売に参加する道の駅を道北エリアに限定せず道内全般との相互販売を行うべき、という意見が多く聞かれた。

②トライアルに参加しなかった道の駅

トライアルに参加しなかった道の駅からは、不参加の

主な理由として、そもそも別の場所での商品販売を考えていない道の駅が多く、また、配送料が発生することによる販売価格上昇や配送する手間・人件費により利益が少なくなるため、地元でのみ販売したほうがメリットがあるとの意見もあった。

c) 調査結果を受けた道の駅間相互販売の展開

以上のヒアリング調査結果から、道の駅の特産品の相互販売の実装化に向けて必要な事項について以下のとおり整理した。

①商品ラインナップの充実と相互販売の対象地域の拡大

令和4年度のトライアルでは、参加した道の駅が共通して「商品の種類が少なかった」との意見を挙げていた。トライアルに参加した道の駅が7駅と少なく、かつ、近隣に位置していたため、出品された商品が似通ってしまい、結果として各道の駅が販売したいと思う商品が無いという状況が生まれてしまった。

その解決策として、「道北エリアに限定せずに参加する道の駅を道内一円に広げてはどうか」という意見も多く挙げられた。遠方の道の駅であれば、販売商品が重複することも少なくなり、より魅力的な商品を販売しようというインセンティブも生まれる。

そのため、今後の相互販売の実装化に向けては、相互販売を行うエリアを広げることにより商品ラインナップを増やして充実させることが重要と考えた。

②業務効率化のためのシステム運用

トライアルのために運用したインターネットによる受発注システムは、その操作性については高い評価を受けたものの、「商品情報が文字情報のみで分かりづらく、商品写真など発注側が選びやすい工夫が必要」「受注があった場合や商品が到着した場合に通知するシステム運用」などの意見が、トライアルに参加した道の駅から挙げられた。

これらのシステム改善を行うことで、慢性的な人手不足の中で行う発送作業が効率化され、人手不足からトライアルに参加しなかった道の駅でも参加を再検討する可能性が生まれると考えた。

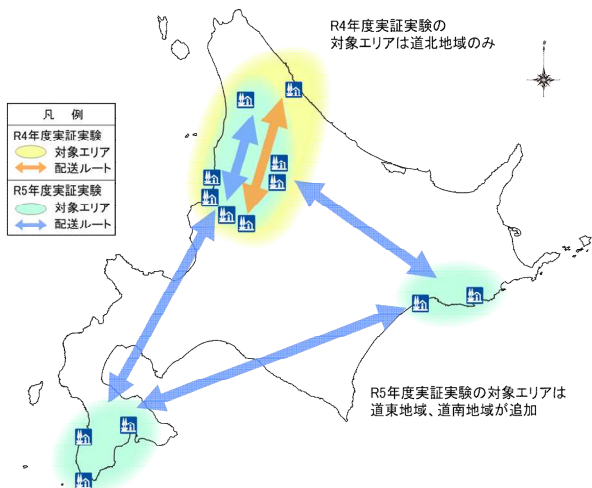
(3)令和5年度：対象範囲を拡大した相互販売トライアルの実施

令和4年度の試行により把握された課題を受け、令和5年度においては、課題を改善した上で前年度と同様の相互販売トライアルを令和5年9～10月の2カ月間実施することとした。ヤマト運輸は運送事業者として引き続き参画することとなった。

なお、トライアルの実施にあたり、前回のトライアル終了後に実施したヒアリング調査などから、令和5年度は前年度から大きく2つの改善を行った。

①相互販売に参加する道の駅の対象地域拡大

令和4年度のフォローアップで多く聞かれた「商品の種類が少なかった」の声を受け、内陸部に多く立地する道北地域の道の駅にはない水産物（牡蠣・ホタテ等）の出品により商品ラインナップの充実を図ることとし、従来の道北エリアの道の駅、留萌、道央の一部道の駅に加え、新たに道東・道南エリアの道の駅が参加した。



②受発注システムにおける機能の追加

令和4年度に運用した受発注システムでは新たに「商品における画像情報の掲載」「注文時における受注企業へのメール配信」機能を追加した。これにより、商品の大きさ、イメージなど詳細情報を発注する道の駅担当者がわかりやすく入手することができるほか、発注を受けた（受注した）道の駅担当者が定期的にサイトをチェックする必要がなくなった。

商品情報	
商品番号	4562102530015
商品名	たこのまんま 塩辛
規格	ガラス瓶 100g 要冷凍
入り数	1
商品単価（税込）	600.0
希望小売価格（税込）	480.0
商品説明	
コメント	※保存は要冷凍。解凍後は5日程度でお召し上がりください。 数量限定60個に達したら販売終了となりますのでご了承ください。
商品イメージ	

写真-4 画像情報を追加した商品情報の掲載
（受発注用のWEBサイト）

これらの改善を行った上で、令和5年度も引き続き道の駅間の特産品の相互販売トライアルを令和5年9～10月の2カ月間実施した。その結果、参加した道の駅は、前年度の7駅から11駅に増加した。その結果、発注量は681個（総数）、54アイテム（延べ）、発注金額は約

42万円（総額）となり、前年度試行結果と比較して大幅な増加となった。

本稿の執筆時点では、まだフォローアップ調査を実施中であり、調査結果については令和5年度内にとりまとめる予定である。

表-1 令和5年度の実証実験参加道の駅一覧

エリア名	市町村名	道の駅名	エリア名	市町村名	道の駅名
道北・道央	士別市	羊のまち・侍・しべつ	道南	上ノ国町	上ノ国もんじゅ
	中川町	なかがわ		七飯町	なないろ・ななえ
	北竜町	サンフラワー北竜		松前町	北前船 松前
	深川市	ライスランドふかがわ	道東	厚岸町	厚岸グルメパーク
	留萌市	るもい		白糠町	しらぬか恋問
	小平町	おびら棘番屋			

3. 今後に向けて

生産空間を支える道の駅間の特産品の相互販売は、道の駅が持つ販売拠点としての特性を最大限に活用できる取り組みである。定期的な道の駅間の特産品の相互販売が実現すれば、お互いの地域と地域が繋がり、お互いに生産したものを交換し、お互いに消費するという「互産互消」の取り組みが可能になる。また、広域での地域産品のPRや生産者の販路拡大にも有効であろう。

令和4.5年度の試行では、相互販売における商品ラインナップの充実を目的とした対象地域の拡大や受発注用のWEBサイトにおける機能の追加（商品の画像情報の掲載、注文時における受注企業へのメール配信）など、道の駅間の特産品の相互販売による道の駅同士の交流が生まれ、それにより道の駅の活性化を図る取り組みとして一定の成果を得ることが出来た。

一方で、試行については連携協力協定を締結したヤマト運輸の全面的な協力の下、受発注用WEBサイトを活用し、ヤマト運輸の物流ネットワークを利用し道の駅間の特産品の相互販売を行ったが、今後の実装化にあたっては受発注用WEBサイトの管理・運用体制及び物流システムの運用を含めた体制の構築が必要であり、どのような組織体制で実装化に向けた管理・運用・運営を行うかが、課題として想定される。

上記課題を含め、本実証実験にご参加いただいた各道の駅の意向を確認し、道の駅の活性化に繋がる取り組みとして検討を進めてまいりたい。

参考文献

- 1) 国土交通省「道の駅」第3ステージについて」