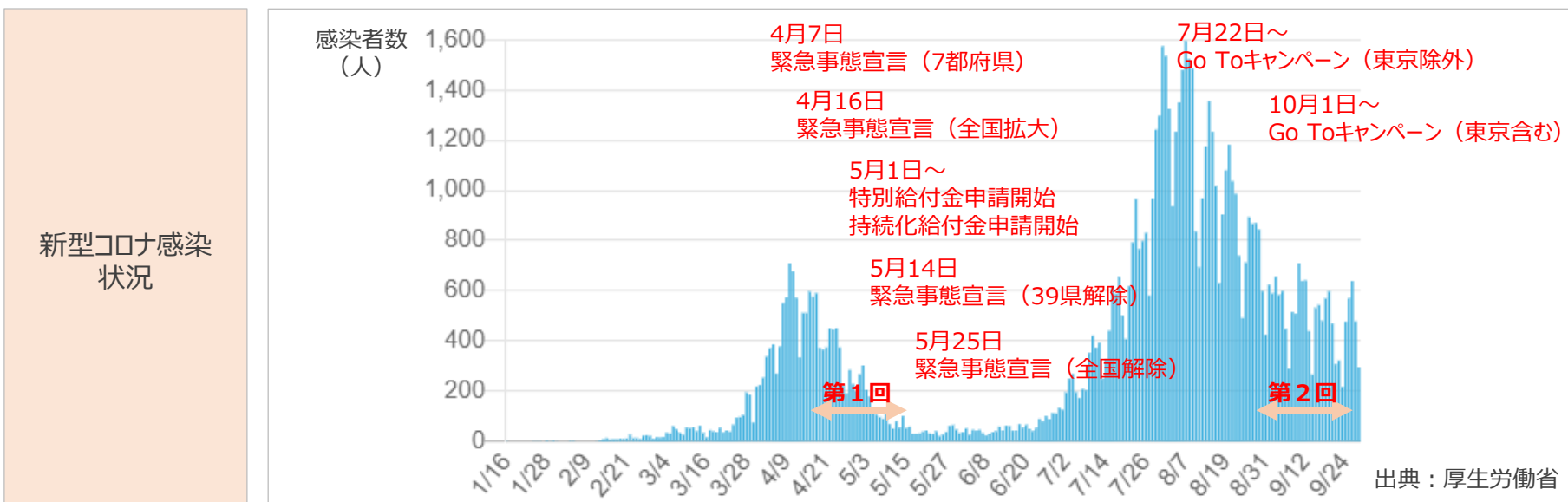


調査方法	<ul style="list-style-type: none"> インターネット調査
配信駅数	<ul style="list-style-type: none"> 1180駅
設問数	<ul style="list-style-type: none"> 第2回（23問） 第1回（21問）
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> 第2回（令和2年9月4日～9月23日） 第1回（令和2年4月21日～5月10日）



調査項目				
設問番号	設問内容	設問形式	第1回	第2回
Q1	現在の営業状況	単一回答	○	○
Q2	現在利用制限（時間短縮やエリア閉鎖など）している施設	複数回答	×	○
Q3	現在の来場状況（平日・休祝日）	単一回答	○	○
Q4	現在の来場者属性の変化	単一回答	○	○
Q5	現在の売上状況（駅全体）	単一回答	○	○
Q6	現在の売上状況（施設別）	単一回答	○	○
Q7-1	新型コロナウイルス感染拡大防止対策として現在実施している対策	複数回答	○	○
Q7-2	新型コロナウイルス感染拡大防止対策として「効果が高い」と思われる対策	2つまで	×	○
Q8	新型コロナウイルス感染拡大で実際に生じているリスクや問題点	複数回答	○	○
Q9	新型コロナウイルス経済支援策活用状況	単一回答	○	○
Q10	新型コロナウイルス経済支援策を「活用したいができていない又は活用予定がない」理由	複数回答	○	○
Q11	新型コロナウイルス経済支援策認知経路	複数回答	○	○
Q12-1	新型コロナウイルス感染拡大収束後「行ってほしい支援策」	複数回答	○	○
Q12-2	新型コロナウイルス感染拡大収束後「最も行ってほしい支援策」	単一回答	○	○
Q13	ニューノーマルに対応する施策として「興味・関心を持つもの」	複数回答	×	○
Q14	ニューノーマル環境下で道の駅共通の運営や自粛の方針、指針を明確にする事が必要な対象領域	複数回答	×	○
Q15	新型コロナウイルス感染症対策の取り組みで「来場者や関係者から受けた指摘や問題点」	自由回答	×	○
FS1	駅名	記入	○	○
FS2	都道府県	記入	○	○
FS3	自治体・設置者	記入	○	○
FS4	回答者	記入	○	○
FS5	年間売上額（直近）	単一回答	○	○
FS6	年間利用者数（直近）	単一回答	○	○

<p>営業状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 第2回調査では、通常営業駅が約7割、一部閉館・全館閉館駅が約4%と第1回と比べ相当回復している。 【第1回】通常営業（17.8%）、時間短縮営業（24.7%）、一部閉館（29.5%）、全閉館（28.0%） 【第2回】通常営業（69.7%）、時間短縮営業（26.5%）、一部閉館（3.1%）、全閉館（0.7%） ☞ 売上・来場者規模が小さい駅ほど「通常営業が多い」・「時間短縮営業が少ない」傾向がみられる。
<p>利用制限施設状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 現在利用制限（時間短縮やエリア閉鎖など）を実施している駅は5割弱。 ☞ 売上・来場規模が大きいほど制限している傾向がみられる。 ☞ 利用制限を実施している施設として、「レストラン・軽食コーナー」などの飲食関連施設が一番多く、売上・来場者規模が大きい駅ほどその傾向が強い。
<p>来場状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 第2回調査では、来場者数が「対前年同時期比7割を切っている」駅が約4割、その中で「5割以下」は約1割と、第1回より回復傾向。→第1回では7割以下（約7割）、5割以下（4割弱） ☞ 売上・来場者規模別では、規模が小さいほど「対前年同時期比7割を切っている」駅が多い傾向がみられる。 ☞ 来場者属性別では、「地域周辺在住者」「通勤や業務立ち寄り者」「個人・少人数グループ」は徐々に回復しつつあるが、「団体観光客」「外国人観光客」は依然として厳しい状況が続いている。
<p>売上状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 第2回調査では、対前年同時期比で売上減少の駅は約8割、その内「同じか増えた」駅が2割、「5割以下」が1割と第1回の結果（売上減少9割強、5割以下3割強）に比べ業績回復がみられる。 ☞ 売上・来場者規模別では、規模が大きいほど回復傾向がみられる。 ☞ 施設別では、飲食関連施設で他施設に比べより回復している傾向がみられる。
<p>新型コロナ拡大への対策・問題点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 現在取り組んでいる対策として、「消毒液の設置」「レジヤインフォメーションでの飛沫防止シート等の設置」がトップ2。その内、効果が高いと思われる対策としては、「消毒液の設置」「施設内でのマスク着用のお願い」がトップ2。 ☞ 売上・来場者規模別でみると、規模が大きい駅ほど多岐にわたって積極的に対策をとっている傾向がみられる。 ☞ 実際に生じているリスクや問題点として、「予定イベントの延期・中止」最も高く、規模が大きい駅ほどその傾向が強い。

新型コロナ経済支援策
活用状況

- ☞ 第2回調査では、経済支援策はほぼ周知しており活用している駅は**6割強**と、第1回の時期（**1割未満**）と比べ積極的に活用している。一方、支援対象条件外や行政直営のため活用できない駅も**約2割**を占めている。
- ☞ 経済支援策の認知経路は第1回と同様に主に自治体や支援先機関より情報入手されている。

新型コロナ拡大収束後の
期待支援・要望

- ☞ 第2回の調査結果では、今後の期待支援策として「**集客が期待できるイベントの実施**」「**キャッシュバックやクーポンなど販売促進の仕組み作り**」がトップ2。第1回より集客イベントや販促活動支援への期待が高い。
- ☞ 売上・来場者規模別では規模が大きい駅ほど「**集客が期待できるイベントの実施**」「**インバウンドや団体客などの新規開拓**」「**ECの拡充**」などへの期待が高い傾向がみられる。

ニューノーマル(新たな生活
様式)に対応する施策として
「興味・関心を持つもの」

- ☞ ニューノーマル（新たな生活様式）において興味・関心を持つ対策として、「**サーモグラフィーの設置**」「**トイレ・手洗所のあり方（様式）対応**」「**キャッシュレス決済**」がトップ3。
- ☞ 売上・来場者規模が大きい駅ほど「**サーモグラフィーの設置**」「**キャッシュレス決済**」「**通販・EC**」のニーズが高い傾向。

道の駅共通の運営や自粛
の方針、指針が必要な
領域

- ☞ 道の駅共通の運営や自粛の方針、指針が必要な領域として、「**飲食施設**」がトップ。続いて「**イベント開催**」「**物販施設**」「**駐車場・トイレ等の休憩施設**」の順となっている。
- ☞ 売上・来場者規模が大きいほど、「**イベント開催**」への期待が高い傾向がみられる。

実施時期	配信駅	回収数
第一弾	1173	647
第二弾	1180	585

ブロック	No.	都道府県	第1回	第2回
北海道	1	北海道	72	51
東北	2	青森県	19	23
	3	岩手県	19	22
	4	宮城県	10	7
	5	秋田県	22	19
	6	山形県	13	12
	7	福島県	18	22
	計			101
関東	8	茨城県	5	3
	9	栃木県	15	14
	10	群馬県	17	18
	11	埼玉県	9	8
	12	千葉県	17	12
	13	東京都	1	1
	14	神奈川県	0	2
計			64	58
北陸	15	新潟県	20	18
	16	富山県	8	9
	17	石川県	16	18
	18	福井県	10	8
小計			54	53
中部	19	山梨県	12	9
	20	長野県	26	26
	21	岐阜県	32	33
	22	静岡県	14	14
	23	愛知県	9	4
	24	三重県	11	8
	計			104

ブロック	No.	都道府県	第1回	第2回
近畿	25	滋賀県	13	12
	26	京都府	15	12
	27	大阪府	7	6
	28	兵庫県	20	16
	29	奈良県	6	5
	30	和歌山県	11	15
	計			72
中国	31	鳥取県	7	9
	32	島根県	9	9
	33	岡山県	7	9
	34	広島県	14	8
	35	山口県	13	13
計			50	48
四国	36	徳島県	6	5
	37	香川県	9	11
	38	愛媛県	23	11
	39	高知県	17	14
計			55	41
九州 沖縄	40	福岡県	8	7
	41	佐賀県	6	5
	42	長崎県	7	4
	43	熊本県	19	17
	44	大分県	11	15
	45	宮崎県	9	7
	46	鹿児島県	11	10
47	沖縄	4	4	
計			75	69

