

地方鉄道の誘客促進に関する調査

「いさ鉄」を追う函館水産高校新聞部
鉄道が教育プラットフォームの役割担う

「日本一貧乏な観光列車」
ながまれ号が地域をつなぐ

あるものを活用。地域が支える上下分離の観光列車

道南いさりび鉄道株式会社

第三セクター



会社概要

北海道新幹線の並行在来線を継承した第三セクター鉄道で、2015年開業。函館市から北斗市、木古内町を結ぶ37.8kmの路線。北海道南部地域の日常生活を支えるとともに、北海道～本州の貨物輸送を支える。車窓からは津軽海峡や函館山といった雄大な自然に加え、沖合に浮かぶイカ漁の漁火を見ることができ「見る・食べる・知る」観光資源にあふれている。



背景 北海道・北斗市・函館市・木古内町による「道南地域第三セクター鉄道開業準備協議会」が旅行会社との観光列車運行を提案

道南いさりび鉄道は開業に向け、「道南地域（五稜郭・木古内町）第三セクター鉄道開業準備協議会」を設置し、準備を進めていました。しかし経営は赤字が見込まれたことから、準備協議会のメンバーから誘客のために観光列車としても運用できないか、とアイデアが上がっていました。しかし職員は運行業務で手一杯で観光列車のノウハウもないのが現実です。そこで、自社で全てやるというのではなく、鉄道関連のツアーや再生事業の実績がある旅行会社に声をかけ、観光列車を旅行商品として企画・募集・催行業務を担ってもらい、運行と観光列車の上下分離方式で進める事業形態で観光列車に取り組むことにしました。

こうして誕生したのが「観光列車ながまれ海峡号」です。ながまれ号は2016年5月から運行を開始し、十分な資金はない中で、あるものを活用し、地域住民が一体となった手作りのおもてなしで企画を支えています。

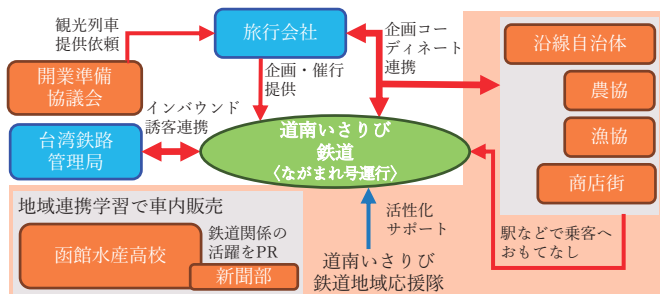
取り組み事例 1



旅行会社のノウハウ + 沿線各駅のおもてなし
車両の古さを活かし ノスタルジーを演出
地元の温かなおもてなしが大きな魅力

概要 観光列車ながまれ海峡号の運行

ながまれ号の車両はJR北海道より譲り受けたキハ40気動車2両を約1,700万円の補助金をかけて改装し、「地域情報発信列車ながまれ号」と命名しました。「ながまれ」とは道南地域の方言で「ゆっくりして」「のんびりして」の意味です。通勤、通学、買い物の列車として1日37本運行する



重要ポイント

取り組み事例 1

旅行会社のノウハウ + 沿線各駅の温かいおもてなし
<観光列車ながまれ海峡号の運行>

旅行会社のアイデアで沿線自治体がおもてなしに協力し、ノスタルジーを演出。鉄旅オブザイヤー2016でグランプリ受賞。

取り組み事例 2

鉄道を教育プラットフォームとして活用
<車内販売体験・鉄道を題材にした地域課題解決学習>

沿線の高校・大学の地域連携学習の場の提供。将来顧客を生み出すきっかけにもしている。

取り組み事例 3

マイレール愛の醸成

道南いさりび鉄道地域応援隊を設立し、官民一体となって鉄道利用の地域活性化を促進。

	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	2,104千人	2,185千人	2,119千人
経常損益	△30百万円	△59百万円	△40百万円

開業年 1985年
 運行区間(長さ) 53km



だけでなく、観光団体旅行客の貸切列車としても運用しています。観光団体用に運行する時は「ながまれ海峡号」と名称を変え、車内に道南杉を使ったテーブルやヘッドレストを設置。大漁旗や海の生き物のぬいぐるみなど、手作りの装飾を施して特別仕様に変身させます。

5月から10月の間、月2回程度の運行をしています。旅行会社の提案で、スピードアップが求められる時代だからこそ、あえてのんびり地元の風を肌を感じる「ノスタルジー」を演出しています。窓が開く車両の古さを活かし、上磯駅ではしばし停車して窓からも購入できる昔懐かしい立ち売りをしています。茂辺地駅では漁協と農協の協力によりホームで新鮮な魚介類のB.B.Qをし、列車から降りて焼きたてを手にもってもらいます。津軽海峡など風光明媚なスポットに加え、地元ならではの美味しさと人との温かい触れ合いが何よりの魅力になっており、ながまれ海峡号の旅は旅行業界の「鉄旅オブザイヤー2016」でグランプリを受賞しました。



茂辺地駅ホームでは新鮮な魚介類のB.B.Qでおもてなし

鉄道会社がコーディネーターになり 地域住民が無理なく参加できる「おもてなし」を実現 **【連携】<道南いさりび鉄道+旅行会社+沿線自治体>**

駅の立ち売りを行う上磯駅前商店会は現在23店舗が加盟しています。同商店会では前々から駅前活性化に何かできないかと考えていましたが、上磯駅での立ち売り販売を旅行会社が発案しました。上磯駅前商店会への提案や説明調整は基本的に旅行会社や行政を通じて行っており、話を聞いた商店会のメンバーは当初「本当に売れるの？」と半信半疑だったそうです。しかし、実際に販売してみて「売れる！」という手応えを感じることができ、一気にやる気が湧いてきたといいます。10個入りのホッキ焼売を買いやすい3個入りに変更するなど工夫もするようになりました。

立ち売りの際に鉄道会社側は停車時間の確認など連絡を密に取りますが、売り方は商店会がやりやすいように任せています。儲かる仕事ではありませんが「お客さんの喜ぶ顔が見たい。いさ鉄を盛り上げたい」と、現在3店舗が協力。店の都合で立ち売りに行けないが商品だけは提供するなど、地域が無理なくできるやり方で続けています。



取り組み事例 2



鉄道を教育プラットフォームとして活用

車内販売体験・鉄道を題材にした地域課題解決学習

高校生の地域連携学習に協力し鉄道も水産も PR

【連携】<道南いさりび鉄道+函館水産高校>



函館水産高校の3年生4人が取り組んだ「函水が考える 通学路線いさ鉄ピンチ脱出大作戦！」高等学校 OPEN プロジェクトでは手書きのプレゼン資料を使用

道南いさりび鉄道は、高校生や大学生が通学路線として利用していることから、各学校と積極的に交流しています。在学中に鉄道に慣れ親しんでもらい、地域への愛着を育むと共に将来の通勤客になってほしいとの考えから、これまで函館大妻高等学校食物健康科、函館短期大学付設調理製菓専門学校らと連携し、学習の一環で道南産の農作物を使った菓子の車内販売などを実施しています。

昨年度は函館水産高校が北海道教育委員会の「高等学校 OPEN プロジェクト」研究指定校であったことから、一歩踏み込んだ地域連携学習ができないかと学校側から鉄道会社に相談がありました。鉄道会社と学校で協力できることを擦り合わせた後、学校が学生に、「地域産業と地方鉄道の双方の課題解決を絡めたプロジェクトをやってみないか」と提案したところ、3年生4人がやりたいと手を挙げてくれました。

「道南いさりび鉄道は維持や活性化に課題がある。沿線の津軽海峡では近年、漁獲される水産物に変化が生じている。この2つの地域課題の解決のために、関係機関と連携し、協働して取り組むプロジェクトを考える」という内容で、「函水が考える 通学路線いさ鉄ピンチ脱出大作戦！」を立案。2018年4月から取り組みました。



函館水産高校の学生と道南いさりび鉄道がコラボして作った「ほたてのアヒージョ」の缶詰

学生たちは鉄道会社と相談を重ね、鉄道にも地域の水産物にも関心を持ってもらうきっかけにしようと、同校で製造した魚介の缶詰などを、茂辺地と木古内の産業祭り（同日開催）2会場と、臨時運行列車の上磯—木古内間の車内でも販売する企画を計画しました。かねてより函館水産高校の加工品は美味しくて安価と地域では評判で、祭り会場では即完売。臨時便の車内でも完売。いさりび鉄道のホームページで企画を知って乗り込んだ客や偶然乗り合せた客らの好評を博しました。

「函水が考える 通学路線いさ鉄ピンチ脱出大作戦！」企画は文部科学省が後援の「全国高校生マイプロジェクトアワード」に出場して発表し、北海道大会で優勝。全国大会へ出場し、鉄道のPRにもなりました。



高校生のPR力を活かし高校の新聞を駅に掲示

【連携】 <道南いさりび鉄道+函館水産高校新聞部>

函館水産高校には新聞部があり、学校生活だけでなく、地域の情報も記事にしています。「いさ鉄大ファン」の顧問と共に、ことあるごとに道南いさりび鉄道も取材しています。高校生のPR力は頼もしく、道南いさりび鉄道では一般の報道各社と同じプレスリリースを函館水産高校新聞部宛に出しています。



函館水産高校の新聞部が発行している新聞。取材、編集、レイアウトもすべて自分たちで行う。

写真は道南いさりび鉄道車内販売の様子を取材した記事。

高校生が伝えると地域の方も関心を持って読んでくれます。鉄道会社の提案で、函館水産高校最寄りの七重浜駅に新聞部専用の掲示板を設置しました。新聞部は自分で新聞を張り替えられます。七重浜駅の利用客が新聞を読み、高校を訪ねて来たこともあるそうです。

函館水産高校の新聞部は、地域と鉄道のパイプ役兼沿線の盛り上げ役も担っています。



取り組み事例 3



マイレール愛の醸成

官民による道南いさりび鉄道地域応援隊結成
オリジナルグッズ作成で福祉作業所と連携

それぞれの得意を発揮する

【連携】 <道南いさりび鉄道+函館市・北斗市・木古内町+商店会ほか>

道南いさりび鉄道では、開業前より地域が応援隊を結成しており、2015年には函館市・北斗市・木古内町の官民が組織した「道南いさりび鉄道地域応援隊」が設立されました。マイレール意識の醸成と地域の魅力発信を目的に、大学生も関わっています。ながまれ海峡号は旅行会社を窓口にした団体観光客向けですが、応援隊は地元民向けの沿線の特産品を使った「おでん列車」なども企画運営しました。大阪市出身で鉄道ファンでもある若手演歌歌手を「特別応援隊員」に任命しPRに一役買ってもらっています。

道南いさりび鉄道の五稜郭駅店で販売しているクッキーやカレンダーなどのオリジナルグッズの一部は、地域の福祉作業所に製造を委託しています。いろいろな立場の方が、それぞれの得意な分野で楽しみながら鉄道に関わっていただくことで愛着が生まれ、活性化につながっています。

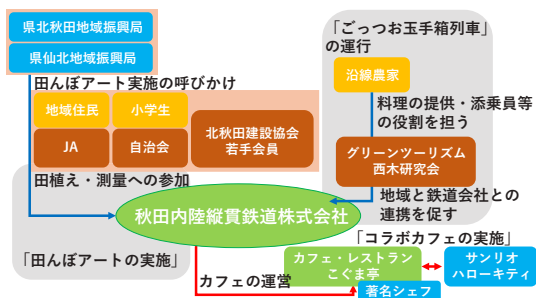


地域とのつながりを生かした
 誘客促進
 地域の様々な主体と連携し
 走り続ける鉄道会社

秋田県北から仙北市の角館にいたる自然豊かな地域を走る第三セクター鉄道

秋田内陸縦貫鉄道

第三セクター
 株式会社



重要ポイント

取り組み事例 1

素朴な原風景に現れる自然の絵画で沿線の魅力発信
 <沿線の田んぼで車窓からの景観を作り出す>

田んぼアートで全国から観光客を集客
 イベント、活動を通じて地域とのつながりを強化。

取り組み事例 2

駅構内に自社直営のレストラン&カフェを新設
 <駅のリニューアルを生かして、魅力を高める>

駅の利便性を高め鉄道利用者をたのしませる。
 駅を好きになる場所へ。地域の魅力発信の場に。

取り組み事例 3

農家の料理でおもてなし
 <飾らない素朴な味を提供>

農家のお母さんたちが料理を提供。
 食事だけでなく、地域の人達とのふれあいも人気。

会社概要

国鉄阿仁合線、角館線を継承した第三セクター鉄道で、1989年に開業。平成元年に旧両路線の未開通区間が完成し、全長 94.2km を営業。秋田県を南北に貫くようにして鷹巣から角館までを結び、沿線では夏の田んぼアートや秋の紅葉狩りをはじめとし、季節ごとに四季折々の日本の里山原風景を楽しむことができる。

取り組み事例 1



**県振興局、地元ボランティア、小学生など、
 様々な主体が連携して田んぼアートを実施**

素朴な原風景に現れる自然の絵画で沿線の魅力発信

概要 沿線の「田んぼ」を生かして誘客を

田んぼアートは、田んぼをキャンバスに見立て、アート用
 に開発された異なる品種の稲を植え、紫、黄、緑、赤など色
 とりどりの葉や穂によって絵や文字を描くものです。秋田内
 陸縦貫鉄道では、沿線に数多くの田んぼアートを展開し、田
 植えから収穫までの作業を通して北秋田市や仙北市の地域住
 民のつながりを育むとともに、訪れたいくなる景観づくり、集
 客力アップを図っています。県北秋田地域振興局、県仙北地
 域振興局と連携してそれぞれの管内で実施しています。

成果 秋田内陸線の観光の目玉に

はじめは仙北市の地域住民による沿線の田んぼアート実
 施の取組でした。その後、鉄道利用者から好評だったことを
 受け、秋田県北秋田振興局の呼びかけにより地域住民・地域
 の小学生・JAなどが参加し、現在では田んぼアートで有名
 な弘南鉄道とコラボを実施するなど、沿線風景として外部か
 らの鉄道客を誘客するまでに拡大しました。



きっかけ 沿線住民による活動がきっかけ

「田んぼアート」には、沿線の「秋田犬」をモチーフにし
 たかわいらしいデザインがされるなどしており、TVなどの
 各種メディアに取り上げられ、SNSで話題になるなど秋田
 内陸線の観光の代名詞として毎年全国から多くの利用客を集
 めています。また、沿線の魅力を利用者に伝えていることは
 もちろん、田んぼアートの作成を通じて地域のつながりも生
 み出しています。凶柄の基となる下絵を描くための測量は北
 秋田建設業協会若手会員らの手によって行われ、車窓から一
 番きれいに見えるように作られています。田植えに関しても
 地元自治会やボランティア、小学生、鉄道会社、自治体など
 が参加し行われることで地域のイベントとしての役割も果た
 しています。

	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	312千人	284千人	276千人
経常損益	△175百万円	△172百万円	△179百万円

開業年 1989年
 運行区間(長さ) 94.2km

取り組み事例 2



「こぐま亭」の運営

駅構内に自社直営のレストラン&カフェを新設

秋田内陸縦貫鉄道では、阿仁合駅構内で鉄道会社直営の「里山のカフェ & レストラン こぐま亭」を運営しています。レストランでは東京の老舗レストランで料理長を務めた麻木シェフ考案の「馬肉シチュー」をはじめ、本格的な洋食をリーズナブルな値段で楽しむことができます。駅のリニューアルに伴い新設されたカフェではコーヒーや軽食を提供するほか、車両に加えて桜や花火も楽しめるトレインビュー席で家族や友人と会話を楽しんだり、メールをしたりと、プライベートからビジネスまで利用者の幅広い活動に対応できるようになっており、駅の魅力を高め、地域の交流の場として機能しています。

工夫と効果 鉄道事業以外での増収策の検討

「こぐま亭」は、沿線人口が減少するなか、鉄道事業以外の部分で利益を上げること、駅舎利用のきっかけづくりと秋田内陸線の魅力発信の場の創出といった狙いから、駅構内でのレストラン & カフェの運営をしようということになり、阿仁合駅の魅力向上につながっています。

取り組み事例 3



「ごっつお玉手箱列車」の運行

駅農家のお母さん方が全面協力し、手料理でおもてなし。料理だけでなく地元の方との交流も魅力。

概要 地域の食材を手作りで提供するグルメ列車

秋田内陸縦貫鉄道では、角館駅から阿仁合駅までを運行するグルメ列車「ごっつお玉手箱列車」を運行しています。「ごっつお」とはご馳走の意味です。グルメ列車と聞くと高級な料理が提供されるイメージがありますが、ごっつお玉手箱列車では、沿線の西木の農家のお母さん方が手作りのご馳走を車内で提供する、親しみやすく地域ならではの料理を提供しています。旬の食材を使った作り立てのお料理を、お母さん方が最寄りの駅毎に列車に届けてくれ、数カ所の駅から積み込みすることで、停車するごとに少しずつ増える料理が目にも楽しく、料理の積み込みとともに乗車する農家のお母さん方との交流（料理や農作業などのお話を聞く）も、ごっつお玉手箱列車の魅力となっています。



きっかけ 地域の農山村生活体験や食文化の研究などを行う団体からの提案



ごっつお玉手箱列車は、沿線で農山村生活体験の受入れや地域の食文化などを研究・伝承しているグリーン

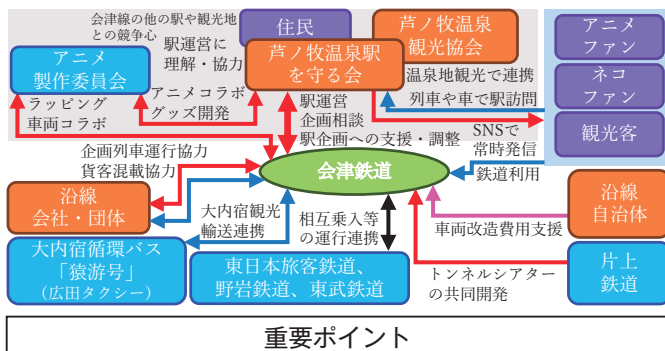
ツーリズム西木研究会（仙北市）の協力により、列車内で地域の食を提供する試みからスタートしました。これは、地域の団体と連携することで、沿線地域と鉄道の魅力を合わせて発信することを狙ったことでした。グリーンツーリズム西木研究会を介して地域の農家の方々と協力することで、地域ならではの料理の提供を実現したり、車内アテンドを地域住民の方に担っていただいたりすることが可能となり、ここでしか体験できないおもてなしが実現しました。

ネコ好きにはたまらない「可愛くて癒される」「ネコ駅長」が活躍

第三セクター 会津鉄道 株式会社



「やってみよう」の精神で
自由度の高い取組を実施し
関わる人々の士気を上げた
お座トロ展望列車の運行と他社連携で利便性を向上させた



重要ポイント

取り組み事例 1

住民自身による駅の運営とネコ駅長による情報発信

＜住民・観光協会等による駅の運営が鉄道事業者の取組を補い活性化＞

鉄道事業者では有人駅としての維持が困難となった駅を住民が運営するなど、地元住民、観光協会等が連携して運営。ネコ駅長で話題創出・誘客

取り組み事例 2

社内の自由な発想を掘り起こす「ミニカンパニー」

社員20名ずつのグループを「ミニカンパニー」と見立て、資金（＝資本金）を提供。ミニカンパニーの中で自由に多様な事業に資金の範囲内で挑戦

取り組み事例 3

展望列車による多様な企画列車+トンネルも乗る楽しみに変える

＜沿線の観光地やアニメキャラクターと連携し多様な企画列車を実現＞

お座トロ展望列車を活用し、沿線観光地、温泉街等と連携した企画列車を運行。トンネルはシアターとして活用。アスパラガスの輸送を担うなど貨客混載にも挑戦

会社概要

国鉄会津線を継承した第三セクター鉄道で、1987年開業。西若松から会津高原尾瀬口間の57.4kmを営業。開業当初からJR会津若松駅へ乗り入れているが、2003年にJR喜多方駅、2005年に東武鬼怒川温泉駅、2012年の東武日光駅への乗り入れを開始し、会津と日光を直結する。沿線には、会津若松の文化ある街並みや数多くの温泉、景勝地がある。

取り組み事例 1



独自性のある駅空間をつくる

住民自身による駅の運営とネコ駅長による情報発信

経緯と成果 **無人化を防ぎたい地元住民が駅を守った**

【連携】＜会津鉄道+芦ノ牧温泉駅を守る会+芦ノ牧温泉観光協会＞

会津鉄道開業時、駅の無人化および6か所ある有人駅では管理を地元観光協会に委託する効率化を実施しました。芦ノ牧温泉駅では芦ノ牧温泉観光協会が受託し駅管理を行ってきました。後に、駅管理が困難になり、芦ノ牧温泉駅の無人化を検討する状況に至りました。その時、地元住民が駅管理に名乗りを挙げました。それは無人になるのは忍びないという思いからでした。そして、「芦ノ牧温泉駅を守る会」を設立し、現在も地域の協力により有人駅として維持しつづけています。



芦ノ牧温泉駅 駅舎内

経緯と成果 **ネコ駅長の癒し力に招かれる人々**

【連携】＜芦ノ牧温泉駅を守る会+芦ノ牧温泉観光協会

+他の鉄道事業者+アニメ制作委員会＞

芦ノ牧温泉駅のネコ駅長の取り組みは、2008年に野良ネコだった「ばす」が名誉駅長として委嘱されたことに端を発します。この当時、和歌山電鐵のたま駅長が話題になっていて、それを意識して始めた取り組みです。現在、芦ノ牧温泉駅のネコ駅長のTwitterはフォロワー1万2千人超、Instagramはフォロワー4千人超を誇り、会津鉄道の宣伝に一役買っています。勢いはインターネット上にとどまらず現実の駅舎にも訪問者が後を絶ちません。駅待合室の約半分をネコ駅長のグッズが並び、残り半分は待合兼「Café ばす」として喫茶スペースになっていて、列車や自動車で訪れた者

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
輸送人員	513 千人	522 千人	538 千人
経常損益	△ 212 百万円	△ 248 百万円	△ 252 百万円

開業年 1987 年
 運行区間 (長さ) 57.4km

を二代目駅長の「らぶ」と施設長の「ぴーち」が当番制でもてなしています (初代駅長「ばす」は 2016 年に永眠)。地元では芦ノ牧温泉観光協会と連携し癒し役と温泉街の宣伝役を担うほか、他鉄道事業者のネコ駅長との交流、アニメ制作委員会とのコラボ (アニメキャラクターとコラボしたグッズの販売や「らぶ」駅長の秋葉原への出張等) によるアニメファンを取り込みなど、多方面に活躍の場を広げています。



「ばす」「らぶ」「ぴーち」の看板 (芦ノ牧温泉駅)



café ばす

取り組み事例 2



鉄道事業以外の収入源を開拓

社内の自由な発想を掘り起こす仕組み「ミニカンパニー」

成果 会津鉄道が調整役となり育んだ自由な環境

会津鉄道で有人駅が維持できている背景には、沿線に点在する観光地同士の「まけていられない」という誇りと競争心があり、それが駅ごとの特色あるコンテンツ作りに結びついています。会津鉄道は各駅管理団体の自由な発想による取り組みを許容し、行政などの連携機関との調整役となることでコンテンツの実現をサポートする役割を果たしています。この会津鉄道の姿勢は自由な社風の影響によるものです。その一端が社員を 20 名ずつ、4 グループに分けたミニカンパニーの設立に現れています。ここから個性豊かなグッズ (地元菓

子店とのコラボ菓子や町の木材を活用した木製入場券など) や運転体験などの事業が生まれ、年間 1,000 万円超の売上、社員のチャレンジする意識への改革、地域貢献する企業としての変革につながっています。



駅舎の壁は訪れる人が貼っていくネコの写真でいっぱい

らぶ 駅長勤務日						
	月	火	水	木	金	土
らぶ	○	○	休	休	○	○
ぴーち	休	休	○	○	休	△

猫駅長の勤務日が掲示してある



取り組み事例 3

連携による様々な工夫
お座トロ展望列車による多様な企画列車
+トンネルも乗る楽しみに変えるなど様々な工夫

経緯と成果 **豊富なコンテンツで観光地をつなぐ**
お座トロ展望列車

【連携】 <会津鉄道+片上鉄道+自治体+ JR >

2000年より運行を開始したお座トロ展望列車は会津鉄道社員の提案から生まれた、お座敷・展望車両+トロッコ車両の3種類が楽しめる盛りだくさんの列車で、鉄橋上での徐行運転や車内販売といった沿線地域を楽しめる工夫が沢山あり、この車両を用いた多種の企画列車（ほろ酔い列車や芸妓・膳・夜桜列車など）が運行され、鉄道と地域のつながりを強める役割を果たしています。JRから譲渡を受けた車両を自治体等の補助金を利用し改造しました。工夫の一つのトンネルシアターの設備は、窓のないトロッコ車両がトンネルを通過する際に子どもが怖がるのを見かけた社員が、怖がらないようにしたいとの思いがきっかけで会津鉄道と片上鉄道が共同開発したもので、今では子どもたちの楽しみにつながっています。



お座敷・展望車両のラッピングはアニメキャラクターとコラボ
 冬季のお座敷車両は温かい「こたつ」でくつろげる



お座敷・展望車両

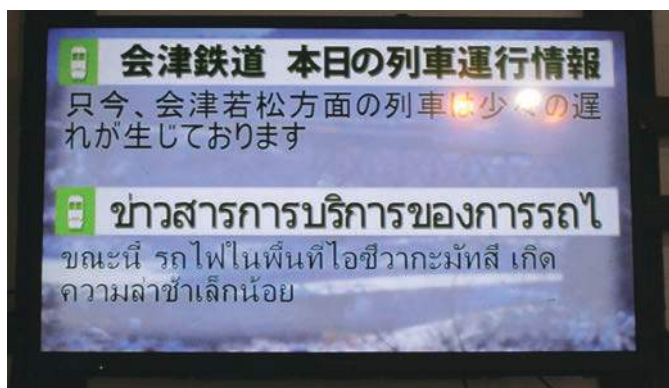


トロッコ車両

成果 外国人観光客は会津若松より来る

【連携】＜会津鉄道+他の鉄道事業者+バス事業者＞

外国からの団体旅行客は貸切バスと鉄道を組み合わせた“チョイのり”で湯野上温泉駅→芦ノ牧温泉駅間を利用するといった方法で、観光客を飽きさせない工夫として鉄道を利用しています。外国人観光客には「会津鉄道&レトロバス猿遊号で行く大内宿共通割引きっぷ」の認知度が高く、JRの「JAPAN RAIL PASS」の利用と併せて会津若松駅経由で会津線内を利用するケースが多くなっています。会津鉄道では他社線（JR 東日本、野岩鉄道、東武鉄道）や二次交通（広田タクシーなど）との連携を意識した運行体制を執っていて、直通運転の実施、企画切符の発売、列車号数の統一等に取り組んでいます。



日本語とタイ語の運行案内画面

経緯と成果 貨客混載にも挑戦

【連携】＜会津鉄道+農家＞

地域に利用してもらえる鉄道であり続けたい、駅を人が集まる場所にしたいという情熱が全ての原点にあります。その情熱を表した取り組みの一つが貨客混載です。この取り組みでは、アスパラガス（会津桜アスパラ）を会津田島駅→西若松駅間で輸送しています。アスパラガスは1箱200円なので儲けは出ないのですがやり続けることが大切と考えています。何事も、やりつづける、やってみないと分からない、周知に3年はかかるという前提で考えるという姿勢で取り組んでいます。

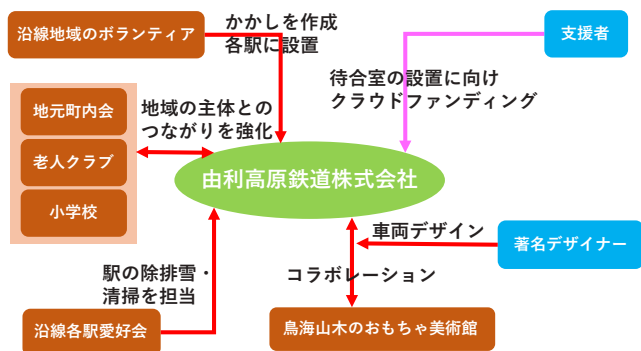
秋田の文化・資源を活用し 沿線地域と鉄道双方の 魅力向上・PRを図った

様々な「仕掛け」のイベント列車を走らせ利用促進を工夫する

由利高原鉄道

第三セクター

株式会社



重要ポイント

取り組み事例 1

秋田の伝統的衣装姿による接客

＜沿線の資源を用いた効果的な情報発信＞

秋田おばこ姿の列車アテンダントが乗務し、グッズ等の販売を含め沿線の魅力をPR。列車に愛称名をつけてアイデンティティを向上。

取り組み事例 2

沿線住民が作成した「かかし」を駅に設置

＜「かかし」を見たくて乗車機会を誘発＞

小沿線各駅の愛好会や、地元町内会、老人クラブ及び小学校との連携を強化。沿線の魅力向上と利用促進を図る。

取り組み事例 3

沿線に新設された美術館と車両のコラボ

＜一体的なデザインでの相乗効果＞

魅力あるデザインの車両に改造。篤志家からの寄付やクラウドファンディングにより効果的に事業資金を調達。

会社概要

1985年に国鉄矢島線を継承し、第三セクターとして開業。路線長23kmの地域の鉄道として鉄道事業を手掛けるほか、バス事業（※）、旅行業なども展開している。沿線では菜の花や桜、鳥海山などの自然景観を楽しむことができるほか、季節ごとに企画されるイベント列車も充実している。

※バス事業は、2019年秋のトップシーズン後廃止予定

取り組み事例 1



「まごころ列車」の運行

「秋田の伝統的衣装」秋田おばこ姿のアテンダントが乗車

きっかけ 鉄道の認知度を上げたかった

由利高原鉄道では、アテンダントによるおもてなしのある「まごころ列車」を運行していますが、これを始めたのは2013年7月です。1日1往復、秋田おばこ姿の列車アテンダントが乗務し、お客様のご案内や乗降補助などを行います。また、列車にはヘッドマークを掲示しています。

実は、この列車には、従来より列車アテンダントが乗務していましたが、列車に愛称名が無かったため時刻表にも特に記載がされず、列車アテンダントが乗務する列車の見分けがつけづかったことから、「まごころ列車」と愛称を命名することとしました。これにより、時刻表への掲載を狙うとともに、親しみを持っていただき、秋田おばこ姿の列車アテンダントを全国に向けてアピールすることをねらいとしています。

成果 継続は力なり

「まごころ列車」では、秋田おばこ姿の衣装を着用したアテンダントが沿線の魅力をPRするとともに鉄道グッズ、特産品を販売しています。また、インバウンドの外国人乗客にも対応し、紙芝居風の案内が好評です。直接的な効果としては、利用者数の増加のほか、TV等のメディアへも取り上げられ、SNSで話題になった等があげられます。このほか、列車のイメージ向上、物販促進によって由利高原鉄道の中での新商品の開発意欲の醸成といった、数字では表現できない効果が出ています。



	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	223千人	223千人	194千人
経常損益	△85百万円	△85百万円	△99百万円
開業年	1985年		
運行区間(長さ)	23.0km		

取り組み事例 2



「かかし列車」の運行

沿線各駅にかかしを設置。乗客の投票によりコンテストを行うなど盛り上げ機運を醸成

概要 沿線の人々が作った「かかし」で利用促進を

毎年秋、沿線各駅では地域のボランティアが作成した「かかし」をホームに設置しています。由利高原鉄道のホームページでは、利用者向けに「各駅のホームにボランティアでつくっていただいたかかしが大集合し、お客様をおむかえ致します。」「個性豊かなかかしをお楽しみください。」等とアナウンスしています。また、沿線の人々に対して「かかし」の作成を依頼するので、「一緒にかかし列車を盛り上げてくださる『オリジナルかかし』を募集致します」とアナウンスして協力を呼びかけています。2018年秋には全体で55組62体の「かかし」が沿線各駅のホームに立ち、沿線住民と一体となった駅の賑わい創出となりました。

工夫 実は「話題性」と「地域の連携」を巧みに用いた利用促進

この取り組みで駅に設置された「かかし」は、地域に話題を生み出しています。また、駅舎周辺の除排雪や清掃を担う沿線各駅愛好会をはじめ、地元町内会、老人クラブ及び小学校との連携を強化し、魅力向上と利用促進にも寄与しています。

「かかし」の設置期間中は、人気投票も実施しており、不正投票ができないよう、投票用紙は列車内に置かず、駅での切符購入の際に手渡しするなどにより管理しています。

この取り組みは、沿線駅愛好会等との連携強化により、乗車機運も高まり好影響を与えています。しかしながら、沿線住民の高齢化により、「かかし」制作数が減少しているという悩みも出てきており、次の手を考えねばならないところです。



取り組み事例 3



「木のおもちゃ列車」の運行

沿線に新設された木のおもちゃ美術館とコラボ

きっかけ 国登録有形文化財が美術館に変身

由利本荘市では、国登録有形文化財の木造校舎(旧鮎川小学校)を、東京おもちゃ美術館の監修により「鳥海山木のおもちゃ美術館」としてリニューアルしました。美術館のオープンにあわせ、2018年4月まで「池田修三ラッピング列車」として運行していた車両が、篤志家の寄付により「木のおもちゃ列車“なかよしこよし”」として生まれ変わることとなりました。

列車のデザインは、「オフィスフィールドノート」(福岡市)砂田光紀代表が担当。砂田代表は沿線の「鳥海木のおもちゃ美術館」のほか、「東京おもちゃ美術館」(新宿区)の総合デザインや「長門おもちゃ美術館」(山口県)で運航する「おもちゃ船」の改修なども手掛けた方です。デザインの基本方針は、
 ・18年走り続けた列車をリファインし、これまでにない高原の特別列車に仕立てたこと
 ・木の良さを生かし、美術館へ人びとをいざなう列車としたこと
 ・子どもたちに夢を与え、鉄道の旅に憧れを抱くようなデザインを目指したこと
 として、列車のデザインが行われました。



工夫と効果 美術館と車両のコラボで利用客増加

「木のおもちゃ列車”なかよしこよし”」の誕生は、沿線施設とそれをテーマにした列車のコラボレーションが話題を呼び、利用者の増加につながりました。おもちゃ美術館の利用者のため、駅と美術館との間で運行されているシャトルバスの待合室にクラウドファンディングによるおもちゃ待合室を設置し、利便性の向上と話題性に寄与することができました。



ハート模様の連続する曲げ木のスクリーン



厚さ15mmのナラの無垢材



森をイメージしたガラスアートを施したブラケット灯。台座は秋田杉を使用。

まとめ 誘客への強い思い

沿線周辺地域の人口減少や、公共施設の郊外化、車社会の発展により鉄道利用客は激減しており、今後も顕著と思われる。生活の足を確保する役割を担う鉄道ですが、観光利用の促進も図っていくことが重要です。

2019年1月には「秋田ニューバイオファーム」とコラボしたユリテツカレーを発売、2019年4月からは終着矢島駅のプラットホームに「ゆりてつホームカフェ」を開設し、



矢島地域を中心に4つの菓子店の秀逸商品をお茶うけとして提供するなど、沿線地域事業者との異業種のコラボレーションを実現させました。首都圏等での情報発信力の強化と併せ、異業種との連携により鉄道を含む沿線の魅力（鉄道×旅×食+α）を磨き上げ、周辺観光地と連携した着地点として選ばれる地域になる必要があると、由利高原鉄道は考え、様々な活性化・利用促進の取組を展開しています。



目に見える「鉄道」のビジネスモデルの構築 人を呼び込む工夫

5年目を迎える
観光列車「ろくもん」と
沿線地域ビジネス
クラウドファンディングにより
実現した「115系の動く博物館」

観光列車を軸とした地域連携

しなの鉄道株式会社

第三セクター



会社概要

北陸新幹線の並行在来線の継承のため、長野県、沿線市町、経済団体等の出資による第三セクター鉄道として1997年に開業。当初の営業区間である軽井沢～篠ノ井間は、1888年に開通して以来、幹線鉄道や、沿線地域住民の生活路線として地域の発展に大きく寄与してきた。現在では、北陸新幹線の延伸を受けて新たに経営移管を受けた長野～妙高高原間を加え、路線延長は102.4kmに及ぶ。

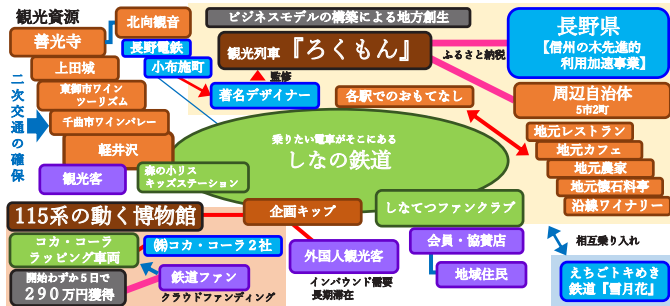
取り組み事例 1



5年目を迎える観光列車「ろくもん」と地域との関り 食事付きレストラン列車から 地産ワイン列車、ナイトクルーズ企画

しなの鉄道では2014年7月より観光列車「ろくもん」の運行を開始。5年目を迎えるとともに現在も誘客にむけて、さまざまな企画が検討されています。運行は主に金曜日から月曜日にかけて運行し、2つのコースに合わせたそれぞれの「食事付きプラン」をはじめとして、「信州プレミアムワインプラン」「^{おぼすて}嫉捨ナイトクルーズ」などが用意されています。

車両のデザインは水戸岡鋭治氏。真田の赤備えを基調として、六文銭などの家紋が車両にデザインとして施されており、食事は沿線の名店から信州産の食材を使用したワインとの相性も抜群の洋食料理や、懐石料理がもてなされます。年間利用者は約12,000人。料金は食事付きプラン14,800円～（軽井沢駅～長野駅間）、定員48名。また、運行日に空席があった場合には、普通乗車券に+1,000円で「ろくもん」に乗車できる乗車券+指定席プラン（弁当など購入可能）も魅力のひとつです。



重要ポイント

取り組み事例 1

観光列車「ろくもん」を軸とした地域連携 ＜県の補助金を活用し自治体や沿線地域の協力がスムーズに＞

2つのコースの各レストラン列車を運行
地域連携により地元の食材やワインを活かしたおもてなしを実現
ふるさと納税返礼品によるきっぷの売り上げも順調

取り組み事例 2

鉄道ファンの後押しによる資金調達と企画の実現 ＜クラウドファンディングにより懐かしのラッピング列車を再現＞

CFによる資金調達で目標金額をわずか5日で達成。懐かしの「コカ・コーラ」車両を再現し「115系の動く博物館」を完成させた。

取り組み事例 3

外からひとを呼び込むことによる地域発展・地方創成を ＜観光地としての優位性を活かして、もっと身近な鉄道に＞

軽井沢をはじめとした観光地の優位性を活かし、
鉄道沿線の観光地への今まで以上の利用促進をねらい、
インバウンド需要への対応や二次交通の確保を急ぐ。

	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	14,708千人	14,425千人	14,782千人
経常損益	333百万円	336百万円	237百万円

開業年 1997年
 運行区間(長さ) 102.4km

きっかけ 鉄道会社主体の観光列車の企画運営・実施 経緯 地元木材を使って自治体の協力を得る

観光列車「ろくもん」は、しなの鉄道が企画の段階から主体となって運営に至っています。「ろくもん」の車両デザインについては、従前に長野電鉄との間で発行した「軽井沢・小布施フリーきっぷ」作成において小布施町とのつながりを持ったのをきっかけに、水戸岡氏と懇意だった小布施町長から、ご紹介いただきデザインの制作依頼となりました。

「ろくもん」の企画～運行までは、約3カ年の計画で、企画進行では、しなの鉄道が中心となり、とりまとめ、鉄道会社から沿線企業ならびに自治体に協力を求めた形でした。

運行における車内営業もすべて、しなの鉄道で行われています。約1億円をかけ、115系電車3両1編成を改造していますが、地元の木材を利用することで、長野県の補助金制度を活用し、自治体の協力を得ながら取組を進めました。

成果 季節感を出した閑散期の集客 ふるさと納税返礼品としての人気も

冬季の閑散期における新たな運行プランとして、クリスマススイーツプランや雪見酒プラン、ナイトクルーズなどの新企画も確実に誘客につながっています。2019年4月に行われたえちごトキめき鉄道【雪月花】との相互乗り入れ企画も好評。

「ふるさと納税」においても、ろく蒙の乗車チケットなどを対象としており、年間で上田市160件、長野県230件とこちらも安定した人気です。

観光列車「ろくもん」は運行5年目を迎え、今後、もっと季節感のある企画を打ち出していきたい考え。長野、上田から軽井沢へ行くだけの列車ではなく、軽井沢方面からいかに乗客を長野方面に持ち上げてくるか、そのブーメラン化に注力していきたい構えです。

きっかけ 他地域の知恵を借りながらサービス向上 経緯 2

運行にあたっては、沿線地域の飲食提供者から接客等々サービスの仕方など、研修の手助けをはじめ、水戸岡氏のつながりからJR九州からもアドバイスをいただいています。

車内営業スタッフも、「ろくもん専属スタッフ」として社内異動とともに専属での新規雇用をしており、提供される料理については、料理の企画内容から沿線地域との打ち合わせを開始。当初「弁当」という意見もあったのですが、沿線協力者からの提案により直接料理を提供する方向になりました。



取り組み事例 2

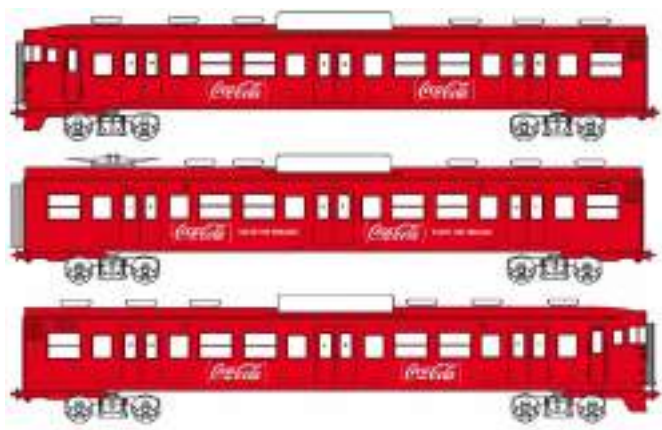


クラウドファンディングを利用して懐かしの列車を再現

開始 5 日で目標金額 290 万円を達成
「コカ・コーラ」列車をラッピング

きっかけ 懐かしの 115 系車体カラー
「あの色が足りない」ファンからの指摘

2017年7月1日～9月30日に開催された信州 destinations キャンペーン (JR 企画) と、しなの鉄道の開業 20 周年に合わせ、しなの鉄道では、115 系電車を懐かしの車体カラーに塗り替えて運行開始しました (①初代長野色、②湘南色、③横須賀色の復活、④しなの鉄道色、⑤ろくもん、⑥長野色)。その際、ファンからの指摘で 30 年前の「コカ・コーラ」レッドカラーの電車が足りないことを指摘され、クラウドファンディングにより資金調達 (株式会社 CAMPFIRE にてクラウドファンディングを実施) を行い、結果、3,963,544 円の支援獲得。コカ・コーラ 2 社の了承を得てラッピング、「コカ・コーラ」レッドカラーの電車を実現し、2018年3月4日に7色目の115系列車として運行に至りました。2018年11月15日には、友好協定を締結した台湾鐵路管理局との交流事業の一環として、「台鉄自強号色」が登場し、2018年11月現在、全8色の115系電車を運行中。「115系の動く博物館」として誘客につとめています。



「115系の動く博物館」



①初代長野色

③横須賀色



②湘南色

④しなの鉄道色

経緯と成果 根強い鉄道ファンの後押しを受けて
わずか5日でクラウドファンディングの
目標額を達成

前出イベントにおいて指摘された「コカ・コーラ」レッドカラーの電車の再現に向けて、しなの鉄道は日本コカ・コーラ、北陸コカ・コーラポトリングへ「コカ・コーララッピング電車」企画を持ち込みました。「12月までに塗り替え費用が捻出できたら」という条件付きで了承を取り付け、この企画に挑戦。クラウドファンディングの募集開始から、わずか5日目の2017年10月19日(木)に目標金額(290万円)を達成。最終的に約2ヵ月の募集期間で519名(634口)の方より3,963,544円の支援を獲得し、車両検査時に併せ「コカ・コーラ」レッドカラーの電車の再塗装を行い運行に結び付けました。

株式会社 CAMPFIRE へのクラウドファンディングは、鉄道会社社長の提案によるもの。特に事前告知などを行っていないにもかかわらず、根強い鉄道ファンの目にとまりあっという間の目標金額達成だったということです。もちろん、リピーターの後押しも強かったことが予測されますが、想像以上の反響であったといえます。

290万円の目標額を超えた部分の返納品(「記念列車運転時刻表」や「ピンバッジ」「デザインプレート」など)についても人気・反響は大きく、「記念臨時列車へのご招待」を選んだ出資者も200名を超えました。

現在も鉄道ファン(「乗車志向」&「撮り鉄」)からの支持は熱く、それぞれの運行列車の運行予定などの問い合わせも多いことから、しなの鉄道ではHPでもそれらを分かりやすく告知しています。

予備車両がないため、8色が一堂に会する機会がないのが残念なところですが、この「115系の動く博物館」、新車両の導入と併せ今後8年計画で新車両に交替していかなくてはならないとのこと。鉄道ファンにとっては「車両が動くことが重要」とのことですが維持管理の問題もあり悩ましいところです。



⑤ろくもん

⑦「コカコーラ」レッドカラー



⑥長野色

⑧台鉄自強号色

取り組み事例 3



外から人を呼び込むことによる地域発展、地域創生を

観光地の優位性を活かして、 鉄道・駅舎との距離をもっと身近に

しなの鉄道は、軽井沢～妙高高原間を走っており、観光地である長野（善光寺）、小布施もほど近く、また、上田駅からは北向観音や別所温泉に向かう上田電鉄別所線が走っています。しかし実際には通勤通学定期利用者が多いのが、しなの鉄道の特徴。観光利用と日常利用が近い距離で混在しています。

そうした背景から、観光などへの沿線自治体の協力意識は高いと言えます。近年の沿線の観光地化への取り組みとしては、長野県が主導で信州ワインバレー構想を展開しているのをはじめ、田中駅のある東御市では3～4年前から地産ワインの製造の展開に広がりを見せています。

鉄道会社では東御市と協力して東御市内のワイナリーなどの観光スポットを巡る周遊バス「まるっと信州とうみ号」と、しなの鉄道線 軽井沢駅～田中駅間の運賃がセットになった「軽井沢～東御 休日ワインキップ」を2017年から発売。通常運賃片道700円（往復1,400円）のところを乗り放題500円と設定し、「まるっと信州とうみ号」の乗車代（2,000円）とあわせて2,500円で販売しました。予算の限られた中、社会実験として特定期間の土日に販売し軽井沢方面からの誘客に取り組んでいます。（※現在は販売しておりません）

一方で、沿線各自治体の観光に対する年度予算にはそれぞれバラつきがあり、また地域によっては若年人口の首都圏流出にともなった高齢化や人手不足も深刻化しています。鉄道からのイベントなど企画の呼びかけに対しても、そうした沿線地域では、自治体としても調整がつかず、なかなか呼応することが難しくなっています。沿線全体としての展開や連携促進に向けた取り組みにおいてもこれらは課題となっています。

また、各観光地が駅舎から遠いこともあり、鉄道駅から観光地を結ぶ2次交通の確保のため、前述のような往復乗車券に周遊バスのチケットが付いたキップなども企画販売していますが、まだ認知度、利用頻度は高いとは言えません。

しなの鉄道の本社のある上田市は、2016年に放送されたNHK大河ドラマ「真田丸」により、一時、爆発的に観光客が増えました。放送終了後、広告代理店の撤退などにより利用者、売り上げは落ち着いたものの、リピーターは微増とはいえ現在も増え続けています。



インバウンド需要への対応 滞在型外国人利用者の獲得へ

しなの鉄道ではインバウンド需要への対応として、訪日外国人旅行者向け乗車券「SHINANORAILWAY BANZAI 2-DAY PASS」を販売しています。現在、売れ行きも170枚/月と好調ですが、これらの需要に対しては「滞在型」の訪日外国人に対するアプローチも強めていきたい考え。車両、ダイヤにおいても外国人旅行者の誘致加速化に向け、2020年にはライナー車両6両を導入し、平日は朝夕の通勤ライナーとして、土日祝日は観光利用を想定して誘客を図っていく計画です。

起点となる軽井沢駅を集客施設にリニューアルした「森の小リスキッズステーション（2018年3月開業）」においては、予想より多少利用状況が追い付いていませんが、まだまだPRをしていくことにより期待が持てる状態。今後、鉄道が有している遊休不動産（軽井沢東側）についても活用し力を入れていく方針とのことです。軽井沢からいかに長野方面に利用者を引っ張り上げられるかが立地的に継続的な課題となっています。



具体的なビジネスモデルを構築して、 目に見える形での地方創生を

地方創生は掛け声だけではできない。具体的な形をつかって、採算がとれるビジネスモデルを構築しなければいけない（玉木社長談）。観光資源の創出はもちろん、目に見える形で「乗りたい」電車を形作ることによって誘客を得ているモデルが、しなの鉄道では構築されています。

鉄道と観光、そして地域の心を連携させ、地方が生き残れるモデルをつくること。一体となった取り組みが明日の地方創生を牽引していきます。

「all made in NIIGATA」の 企画列車「雪月花」

新潟県にしかない 観光列車の決定版。

公募を経て名称を決定。整備新幹線のもと並行在来線の運営をJR東西二社から継承した初のケース。



えちごトキめき鉄道 第三セクター 株式会社

会社概要

2015年3月14日の北陸新幹線の長野駅 - 金沢駅間延伸開業に伴い、並行在来線として市振駅 - 直江津駅間「(現)日本海ひすいライン (営業キロ 59.3km)」と、妙高高原駅 - 直江津駅間「(現)妙高はねうまライン (営業キロ 37.7km)」の両区間において運営を担う鉄道事業者として、新潟県と妙高市、上越市、糸魚川市などの出資により2010年に「新潟県並行在来線株式会社」として設立。「整備新幹線制度」のもとでJR東西2社から並行在来線の運営を継承した初のケースであるとともに、長野県のしなの鉄道、富山県のあいの風とやま鉄道をはじめ、新潟県北越急行、JR大糸線、JR信越本線と接続路線が多い。

取り組み事例1



観光列車の企画開発

新潟県の大きなバックアップ

きっかけ 県の熱意 観光誘致のための宣伝費

「雪月花」は、2016年4月から運行を開始。えちごトキめき鉄道開業から、わずか1年後の運行です。新潟県の熱意もあり、開業にあたっては、事業費、初期投資など、県からの補助金をはじめとした大きなバックアップ体制がありました。新造車両然り、観光列車を観光誘致のための宣伝費と捉えていた県の思いが伝わってきます。

車両の脱レトロデザイン+トータルデザインにより 新潟にしかない観光列車を

ねらい 観光列車における脱レトロ・ザ新潟

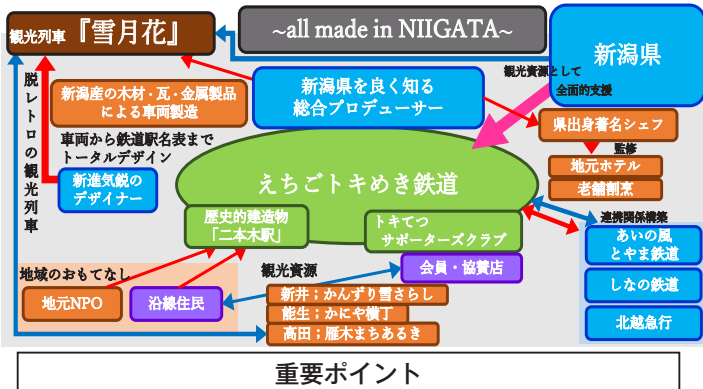
「雪月花」は、気動車ET122形をベースに新造。命名は「当地の四季明瞭な土地柄を端的に表現するもの」とした鉄道会社社長によるもの。車両のデザインは株式会社イチバンセンの川西康之氏。



昨今の観光列車におけるレトロブームに対して、近代的なデザインとリピーター獲得に向けた飽きのこない工夫が随所に施され、列車だけでなく鉄道駅名標等までトータルデザインとして手掛けているのが特徴的。2016年度グッドデザイン賞、鉄道友の会2017年ローレル賞など国内外でも多数の賞を受賞しています。同氏の基本設計も含めた鉄道車両のデザインは、これが初めてのものでした。

デザインコンセプトは「新潟県にしかない観光列車の決定版を創り上げ、全く新しい視点と車窓、五感を楽しむ旅の時間を提供する」こと。全国に観光列車が乱立していることを踏まえて、「新潟県ならではのデザイン、雪月花にしかないサービスを提供、インパクトのある鉄道車両デザイン」が指向されています。

新造車の製造においては「all made in NIIGATA」が標榜され、新潟県に工場を持つ新潟トランスで製造を行うとともに、意匠の多くにも新潟産品を使用。部品不足になることなく円滑な運行を実現しています。



取り組み事例1

新潟県の大きなバックアップ

<鉄道会社と大株主「新潟県」の連携>

妙高・糸魚川エリアの観光誘致という大きなねらいを背景に観光列車の企画開発を一年間という短い期間で行った。

取り組み事例2

車両の脱レトロデザイン+トータルデザイン+ all made in NIIGATA

<車両デザインに若手デザイナーを抜擢、トータルデザインにのぞむ>

新潟ならではのデザイン、雪月花にしかないサービス、インパクトのある鉄道車両とともに、ふんだんな県産品の使用。

取り組み事例3

雪月花を通じた絆づくり

<多様な主体と連携した着地型観光等への取組>

周辺鉄道会社やサポーターズクラブなど、多様な主体と連携し、雪月花と連携した着地型観光メニューを充実。

	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	4,071千人	4,108千人	4,097千人
経常損益	△1,894百万円	△436百万円	△607百万円

開業年 2015年
 運行区間(長さ) 97km

all made in NIIGATA を合言葉に 新潟県が世界に誇る技術を採用した、 新潟県の工場で作られた観光列車

企画 調度品から床材まで、 車両全体で「新潟」を表現

観光列車「雪月花」では、調度品の一つ一つに至るまで新潟県が世界に誇る技術を採用。内外装ともに新潟の四季や「雪月花」をモチーフとした意匠が施されています。

車内外に使用される金属類（前面窓周囲の逆U字型の飾り、エンブレム、サポ、カーテン留金具、など）は、すべて燕・三条地域のものを使用。内装に用いられている木材や床材も1・2号車で場所ごとに異なる新潟ゆかりの国産木材を用いてそれぞれの特徴を出しています。

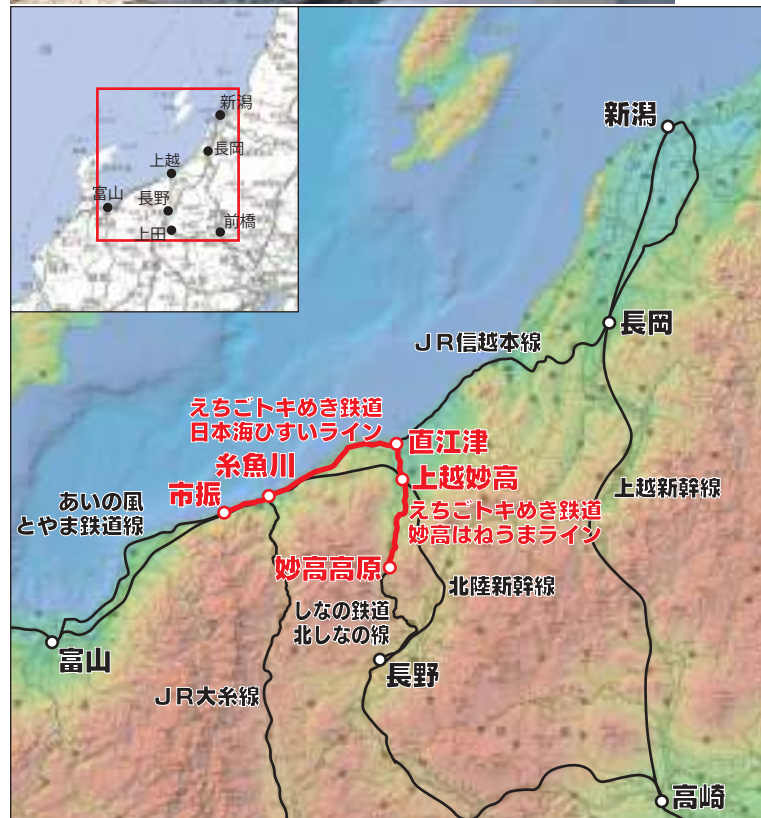
1号車では、木目が鮮やかな越後杉を使用。ラウンジ形式の座席配置で、海と山、変化に富む素晴らしい眺望を堪能できます。

2号車はレストラン・カー形式の座席配置でゆったりと食事を堪能することができます。蒲桜を前面に用いたバーカウンターのある「さくらラウンジ」では、床材に鉄道車両史上初となる瓦床材を敷設。阿賀野地域産の「安田瓦」が使用されています。

また、1号車・2号車ともに車両先頭部には、運転士の頭越しに前面の展望を独占できる展望ハイデッキ（最大定員4名）が配置されており、遮熱性を備えたUVカットガラス（紫外線透過率0.01%以下）を使用した国内最大級の大きな窓からは、世界的にも珍しいダイナミックな展望が体験できます。長自ら赴き業務を委託しています。

新造車の製造においても「all made in NIIGATA」が標榜され、新潟県に工場を持つ新潟トランス株式会社で製造を行うことにより、部品不足になることもなく円滑な運行を実現しています。

食事の提供などを行うアテンダント、観光案内などを行う専属車掌は、いずれも鉄道会社社員が務めています。本列車の専属であり、運行のない日には事務・営業などを担当しています。鉄道会社では「予約の電話が来た時点からがサービスの始まり」と捉え、外部から派遣されるスタッフに頼るのではなく、社内で日々研鑽を積むことにより「自前のプロフェッショナル」を育てています。今後は、増加するであろうインバウンド需要にも対応すべく、複数外国語（英語・台湾語ほか）の研修はもちろん、通訳機器の導入も検討しているとのこと。



新潟の食文化を高品質で提供

企画 企画 フレンチ・割烹を総合プロデュース

運行プランは片道食事付き（弁当形式3段重）で17,500円。往路は十日町市出身の飯塚隆太が監修、直江津駅前の「ホテルセンチュリーイカヤ」で調製したフレンチを、復路は糸魚川の割烹「鶴来家」監修・調製の和食を提供。土曜・休日中心に上越妙高駅 - 糸魚川駅間で1日1往復運転。2018年からは途中二本木駅でのスイッチバックを体験できるようになりました。調理企画や総合的なプロデュースは、前出、飯塚氏よりご紹介いただく形で、新潟県に拠点を持つ株式会社自遊人の岩佐十良氏に依頼。「里山十帖」など、新潟県に造詣の深い方に委託することにより提供されている高品質のサービスは、お客様からも高い評価を得ています。岩佐氏からは現在も監修および提案をいただくなど良好な関係を築きながら更なる変化発展などを目指しており、また、前出「鶴来家」へは嶋津社長自ら赴き業務を委託しています。



雪月花を通じた絆づくり

成果 自発的な地域のもてなし 諸団体への波及

また、同列車では地域住民のもてなしを重要な魅力の一つとしており、二本木駅・高田駅など停車駅での地域住民による地域特産品の販売ともてなし、直江津駅での駅弁立ち売り復活など、地域住民を巻き込んだ活動が展開されていますが、いずれも地元NPOや沿線地域住民からの自発的な行動からというのが特徴です。

利用客の年齢層をふまえ「大人の社会見学」として知的好奇心を満たすよう、日々企画が練られています。地元の食品会社、酒造会社や映画館まで、立ち寄り先の地域住民が常に協力を積極的な姿勢を見せてくれます。

冬期間の雪の影響による沿線不通路線においては「途中下車ミニバスツアー」も行われています。高田の町屋や雁木通りを見学するコースは好評。当初、鉄道会社社長と講演などを通じて、それぞれ交流はあったものの、バラバラだった高田のまちづくり団体も「雪月花」を通じて諸団体が目的を共有し、連携した活動ができるまでに関係性が昇華しています。2018年度は、新井のかんずり雪さらし体験コースも増設され、クリスマスディナートレインは若い世代にも人気抜群です。今後は「夏の企画」も検討し、四季折々の観光列車としてリピーターを獲得していきたい構え。「何度でも乗りたい」「乗るたびに違う発見がある」計画初期からの思いが鉄道と地域住民、乗客とを紡いでいきます。

取り組み事例 2

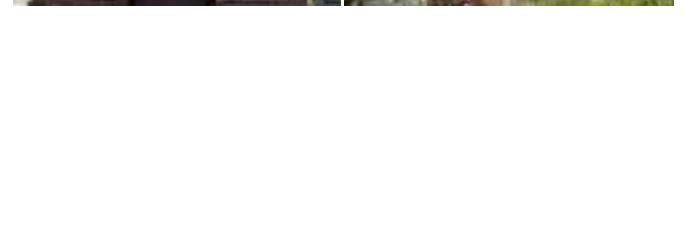


108年前の明治の駅舎を再現・リニューアル

沿線の観光利用増へ向けて 「第二、第三の二本木駅」の創出を

二本木駅は、2019年4月に建造物として登録有形文化財に内定。歴史的建造物としての価値を高め、沿線の観光地化の象徴となっています。妙高はねうまラインでは現存する唯一の開業時の駅舎となります。開業前年の1910年築の駅舎が改修されながら使われており、2018年には上越市の補助を受けて総工費約750万円を投入し駅舎外観の復元を行いました。これによりサイディングを撤去して古い漆喰壁が復元され、屋根とひさしの間の採光用高窓が復活しています。

鉄道遺産に対する地元住民の理解と協力、そして日常利用による活性化と維持は「観光利用増」という目標に欠かすことのできないものであり、各まちづくり団体や自治体の観光コースづくりを、なお活発・加速化させています。現在も沿線における「第二、第三の二本木駅」の創出に、鉄道会社とまちづくり諸団体、地域住民が協働して検討を進めているところです。



取り組み事例 3



ダイヤ改正による乗り継ぎ利便性の向上へ

糸魚川駅 - 梶屋敷駅間のデッドセクションをつなぐ気動車への切り替えで保有車両を減らしながら運行本数を増便

2015年3月14日から普通列車の運行を開始した、えちごトキめき鉄道ですが、北陸新幹線の最終便にあわせて、初年度の10月には早くも一度目のダイヤ改正が行われています（通常ダイヤの改正は年一回）。

また、並行在来線として新幹線との接続は重要事項であり、日常生活の足としての役割を担っていくためには運行便数を増やしていく必要がありました。

開業にあたり、はねうまラインではJR東日本から2両編成のユニットを10編成を譲り受け、日本海ひすいラインではJR西日本の協力を得て、同社のキハ122形気動車をベースに一般車両6両とイベント兼用車両2両の計8両を新造しました。

これにより、3両編成でしか運行できていなかったものが、1両ユニットの気動車（ディーゼル）で走らせることが可能となり、保有車両を減らしながら運行本数を3割増加させることに成功、同時にワンマン運転の実現もされました。これは、通勤通学の定期乗車の利便性に対して非常に大きな効果があり、安定した利用乗車人数および旅客収入につながるようになりました。

幅広いファンに愛される列車であるために とぎてつサポーターズクラブをはじめとした利用者との「絆」

鉄道のファンクラブである「とぎてつサポーターズクラブ」は現在、開業4年目で約2500人の会員、70の沿線地域の協賛店を集めています。ひすいラインにおいては、普通列車の貸し切りイベントが実施されており、保有一般車両2両をイベント列車仕様にし、懇親会や地域の食イベント、婚活イベントや大学のメディアキャンパスなどに利用しています。なかでも小学校の総合学習発表等で使用される際の、車庫内での乗車したままの車両洗浄は、子どもたちだけでなく同乗した父兄たちからも好評です。

沿線における観光による普通列車の利用促進への取組も充実しており、各駅におかれている沿線ガイドブックは30ページ厚とボリューム満点。資料集めはすべて自社営業部隊によるとのことです。鉄道会社自体も旅行業者資格を取っており、JTBへのよびかけ、企画あっせんも積極的に行っています。近隣鉄道との間では、しなの鉄道、北陸鉄道、あいの風とやま鉄道と、観光さ列車の相互乗り入れイベントなどを季節ごとに企画・実施するなど円滑な関係を築いています。

まとめ

えちごトキめき鉄道の開業にあたっては、平行在来線開業準備協議会が立ち上げられ、県の呼びかけに3自治体が呼応。協力体制を整え、3市の地元住民や駅周辺の住民に対して細やかな説明会をすることにより、鉄道運営開始においても県および自治体が責任を持つ姿勢が広く住民に伝わり、理解と協力を得られることになりました。

その過程では、鉄道会社から地域住民へ、幾度にもわたる説明会が開かれたといえます。そうして地道に何度も丁寧に説明を繰り返すことによって、地域住民の理解を得たことにより鉄道沿線の地域では、「協働」に向けた強力な地盤が築き上げられました。鉄道会社社長をはじめとした鉄道会社ひとりひとりの努力の賜物でもありました。

「新潟県にしかない、おもてなしの心」を掲げ、目的を共有し、連携して取り組んでいく姿勢が沿線地域住民ひとりひとりの「誇り」となり今日の活動につながっています。

町を舞台にした
アニメ制作をきっかけに
「駅」を「大洗町ファン」になる
出発点に位置付けた。

鹿島臨海工業地帯の輸送を担う鉄道として設立。併せて水戸駅から鹿島神宮駅を結ぶ地域の公共交通として通勤通学などに利用されている。

第三セクター 鹿島臨海鉄道株式会社



会社概要

鹿島臨海工業地帯の生産品及び原料の輸送を主たる目的として、日本国有鉄道（現 JR 貨物）、茨城県、進出企業の共同出資により、1969 年 4 月 1 日に設立。1985 年 3 月 14 日から大洗鹿島線として、国鉄水戸駅から北鹿島駅（現鹿島サッカースタジアム駅）間 53.0 キロメートル及び国鉄鹿島神宮駅まで 3.2 キロメートルの直通運転の乗り入れをあわせて、56.2 キロメートルの旅客営業を開始。

取り組み事例 1

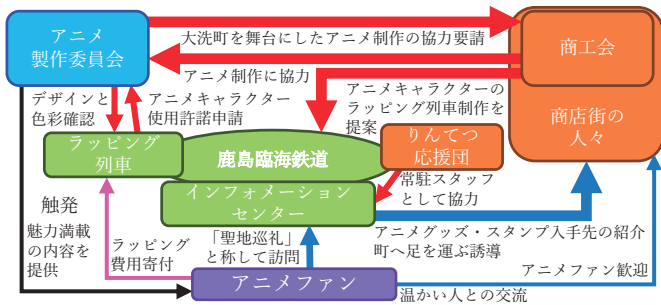


アニメ映画の活用

アニメだけでなく大洗町ファンをつくる

概要 アニメと共に町を活性化

アニメと共にまちを活性化する取り組みが注目されている大洗町。鹿島臨海鉄道ではアニメ放映に合わせてラッピング列車を運行するなど商工会らと連携してファンを歓迎している。アニメだけでなく「大洗町の魅力」を感じさせる「町一体のおもてなし」がリピーターを獲得する。



重要ポイント

取り組み事例 1

アニメだけでなく大洗町ファンをつくる
＜「駅」を「舞台探訪」の起点にする＞

アニメ製作委員会や商工会と連携。アニメファンとの交流を楽しみ、駅はファンを町へ誘う出発点と位置付けた。

取り組み事例 2

駅構内や車両を地域の活動の場として提案

車内ギャラリーや駅での職業訓練の実施により、地域の活動の場として鉄道が活躍。

取り組み事例 2

新たな顧客層に対応したサービス向上

沿線産業を支える外国人技能実習生が増加。外国人向けに多国語利用案内を充実させている。

きっかけ アニメ製作委員会からの
商店街へのはたきかけ

茨城県大洗町は東京から電車で約 2 時間。太平洋に面した漁港の町ならではの鮮魚はもちろん、海水浴場や国内最大級の水族館アクアワールド大洗が観光客に人気で、史跡や商店街も楽しめる町です。

「大洗町を舞台にしたアニメ制作ができないか」とアニメ

製作委員会から地元の商工会関係者に打診があったのは 2011 年のこと。町のたたずまいがコンセプトにぴったりで程なくアニメ制作がスタートしましたが、深夜放送で地元ではほと



アニメの看板を置き始めた協力店が続々

	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	2,105千人	2,185千人	2,119千人
経常損益	25百万円	1百万円	△4百万円

開業年 1985年
 運行区間(長さ) 53km

んど知られていませんでした。商工会はまずは地元で周知しようとアニメキャラクターの等身大看板やスタンプを商店街に設置。アニメ放送に合わせ「アニメの舞台」として次第に大勢のファンが訪れるようになりました。町中を歩き回る姿に地元住民は刺激を受け、看板を店の前に置いてくれる協力店が次々と増えました。アニメのことをファンに教えてもらい、逆に地元のいいものも紹介するうちに、アニメを超えた人同士の交流が深まってきました。ファンの中には自分で描いたアニメのイラストを店に飾ってほしいと持ち込むなど、一緒に町を盛り上げようとする機運が高まってきました。



アニメファンが描いた寄贈イラスト

ラッピングお披露目は地域イベントと合わせる

【連携】 <鹿島臨海鉄道+大洗町商工会+アニメ制作委員会>

鹿島臨海鉄道には、2012年に商工会から車両にアニメキャラクターをラッピングしようという提案がありました。鉄道会社として何かできることをしたいと考えていたので受け入れました。アニメは2012年10月に放送開始されることから、11月に開催される地元の大イベント「大洗あんこう祭」に合わせてラッピング列車を公開したのです。アニメ目当てに訪れたファンに、大洗の名物も知ってもらい、味わって喜んでもらうスタイルは大好評。毎年3月開催の「海棠フェスタ」も含めその後も続いています。2016のあんこう祭りではそれまでに引き続きアニメの声優が来場するショーを企画したところ13万人が来場。水戸駅の切符売り場から行列になり、大洗鹿島線に乗れずに歩いて訪れた人もいたほど大盛況でした。

コアなファンの気持ちを優先 協賛金でラッピング費用を賄う

【連携】 <鹿島臨海鉄道+アニメ制作委員会+アニメファン>

車両はこれまでに4回ラッピングしています。2017年12月に完成したガルパン4号車は、ファンからの協賛金でラッピング費用を全て賄いました。1,650円(大洗駅-北浦

湖畔駅乗車券代+協賛金1,020円)の制作応援記念乗車券を2千枚販売(通販含む)。売れるだろうかという心配をよそに、ココミが広がり難無く完売。協賛者の名前を車両上部に記載したことで愛着も格別になりました。大洗町の住民と一緒にまちを盛り上げてきたコアなファンをまずは大切にしたいかったので、不特定多数が参加できるクラウドファンディングはあえて利用しませんでした。



大洗駅で等身大看板がお出迎え



記念もので心を掴む

【連携】〈鹿島臨海鉄道+アニメ制作委員会〉

舞台探訪するファンは、自家用車利用も多いのが現状です。あえて鉄道や駅を利用するリピーターを確保できているのは、ここでしか見られないラッピング列車の効果が一番大きいですが、駅を降りた瞬間から気分を盛り上げる駅員の制服姿のキャラクター等身大パネルや顔はめ看板も数々あります。

鉄道職員のアイデアから、入場者に月ごとに異なるキャラクターのスタンプを押すサービスをしています。さらに誕生日だけの特別なスタンプが用意されるなど、記念品を追い求めるファンの心を掴み、特に地域のイベントがない日も賑わうなど人気です。さほどアニメに詳しくない職員のために、ファンが作成した誕生日カレンダーを活用しています。



アニメファンを町へ誘う 舞台探訪の出発点にする

【連携】〈鹿島臨海鉄道+アニメ制作委員会+りんてつ応援団〉

駅構内にある「大洗駅インフォメーション」は、元々は町内の観光案内所でしたが、今ではアニメグッズが多数並ぶようになりました。アニメグッズの販売はあえてせず、商店街のどこの店で買えるか情報提供をすることでファンに町へ足を運んでもらうのがねらいです。町の人と交流し、楽しむきっかけづくりを担っています。



インフォメーションは、雇用創出等基金事業で設置され、町から運営を受託しています。地域の住民が鉄道を盛り上げよう2001年に立ち上げたボランティア団体「りんてつ応援団」と、町の委託による職員が常駐して運営しています。スタンプラリーの台紙は、あえて駅のインフォメーションなど限られた場所ですら扱わないようにしているため、駅に寄る理由の1つになっています。

りんてつ応援団は町のマスコット「アライッペ」と鹿島臨海鉄道がコラボしたオリジナルマスコットや構内のベンチの座布団など1つ1つ手作り。温かいおもてなしの心を伝えています。



りんてつ応援団手作りの座布団（左）とオリジナルマスコット（右）

ファンの居場所を駅につくる

【連携】 <鹿島臨海鉄道+アニメ製作委員会+りんてつ応援団>

インフォメーション内には「ただいま～ 大洗…」と書いた掲示板を設置。訪れたファンが自分のニックネームを木札に書いて下げ、町へ滞在中は札をひっくり返します。ファンにとって大洗町は実家のような居場所がある町なのです。現在は札がいっぱいになり活用しきれませんが、訪れるファンのためにそのままに残しています。



苦勞 コンテンツを本気で扱う努力 アニメ終了を見据える

アニメキャラクターを使用するには、アニメ製作委員会のチェックは必須です。単なる使用許可だけでなく、デザイン、色使いなど細部に渡り許可を得なければなりません。デザインに関して、鉄道本来のイメージとアニメのインパクトとどちらを優先させるべきか悩むこともあります。ラッピング開始時期の設定、ラッピングのコスト、経年使用による劣化など、配慮すべき点はさまざまです。

大洗鹿島線オリジナルも残さなければならないので、ラッピングできる車両はもうあとわずかです。アニメも終盤を迎え、ファンも固定化によりかつての伸びは見込めなくなっています。10年後を見据えた別の手法を探る必要性を感じています。

取り組み事例 2



自治体を通じた学校等との連携

駅構内や車両を地域の発表の場へ

車内をギャラリーとして気軽に活用

【連携】 <鹿島臨海鉄道・沿線市町村・小学校・幼稚園・保育園・老人会>

「アクアワールド大洗ラッピング列車（通称：サメ列車）」を「ギャラリー列車」として2018年から運行しています。車内には、沿線の保育園の園児などが描いた絵を掲出します。幅広い層に鉄道へ愛着を持ってもらおうと、気軽に参加できる企画として鉄道職員が発案しました。最初は沿線の私立保育園などに案内しました。徐々に取り組みを広げて、沿線市町村の交通担当課やまちづくり課へ相談し、教育委員会を通じて公立幼稚園などにもつながりが生まれました。園児や児童数に応じて用紙サイズや向きを臨機応変に変え、全員分掲載するように工夫しています。最近は地域の老人会からも掲載希望が出るようになりました。集客効果はあまり感じられませんが、始めたばかりで認知度も低いことから、地域との縁づくりとして長い目で取り組むつもりです。



特別支援学校の職業訓練の場に 【連携】〈鹿島臨海鉄道・特別支援学校〉

日頃から沿線の高等特別支援学校の生徒が列車を利用しています。生徒が困ったときに駅員が手助けすることもあり、学校から「何か恩返しをしたい」と申し出がありました。その後、実習授業の一環で、家政科クリーニングコースの生徒たちが大洗駅長らの制服をクリーニングしたほか、フードデザインコースの生徒たちは大洗駅の改札口前の空間で、菓子パンや手作りエプロンなどを販売する「マルシェ」を開催しました。駅の賑わいづくりの一つになり、駅構内には生徒の活躍を写真入りで展示紹介しています。これまで学校内だけで実習していた生徒にとって、公共の場で地域の人々と触れあうことは貴重な体験です。地域の役に立っていると感じる事が学びの励みとなっています。



特別支援学校の生徒さんからクリーニングされた制服を受け取る

取り組み事例 3



外国人技能実習生は重要な乗客

新たな顧客層に対応したサービス向上

利用客層の変化に応じた多言語サービス充実

【連携】〈鹿島臨海鉄道+茨城県+国際交流協会〉

近年、沿線を利用する外国人技能実習生が増加しています。鉾田市は農業が盛んで、中国人やベトナム人が多いです。大洗町は水産加工業が盛んでインドネシア人が多数です。彼らは列車や自転車利用が多いのが特徴です。鉄道事業者としては外国人技能実習生にとっての利便性を確保し、沿線産業を支えるという地域ニーズに応えなければなりません。

鹿島臨海鉄道はICカード非対応で、さらに両端の駅でJRの改札を利用する必要があることから不慣れた乗客や外国人には利用方法が分かりづらいです。鉄道を快適に利用してもらう方法を模索する中で、県や国際交流協会の協力を得て、鉄道の乗り方を解説する車内掲示物や沿線パンフレットを作成しています。英語・中国語・タイ語・インドネシア語・ベトナム語・日本語対応です。アニメファンの中にも香港・台湾などからの観光客が多いです。文化やマナーの違いなどを理解してもらう苦労はありますが、車内掲示などの情報提供で分かりやすいものになっています。



通年型の観光振興の推進のため
に地域のブランド化を目指しながら、
オーバーツーリズム対策として観光と居住の共存
に挑戦を続ける

鉄道事業者・行政・観光協会・商店街・自治会が協力して観光振興に取り組む

民営鉄道
江ノ島電鉄株式会社



会社概要

1926年に設立され、1928年に東京電灯株式会社より鉄道路線を継承。湘南・鎌倉地域を拠点として地域環境や発展に貢献。路線は湘南藤沢と古都鎌倉の10kmを結び、通勤・通学路線、観光路線としての二面性を持つ。短い路線ながらトンネル、オーシャンビュー、江の島、併用軌道、鉄橋など個性あふれる沿線風景を楽しむことができる。

取り組み事例 1

観光イベントを季節ごとに実施

地元行政・観光協会・商店街・自治会とともに実行委員会を立ち上げ、鉄道事業者が企画立案を担う

きっかけ 通年型の観光振興を推進したい、沿線全体で盛り上げたい

江ノ島電鉄は、神奈川県沿岸部を走る路線で、通勤・通学と観光の2つの役割を担っています。通勤・通学は年間を通じて一定の需要がありますが、観光利用については一般的に季節や催事の有無により変動が見られ、年間を通じた誘客促進の努力が重要です。

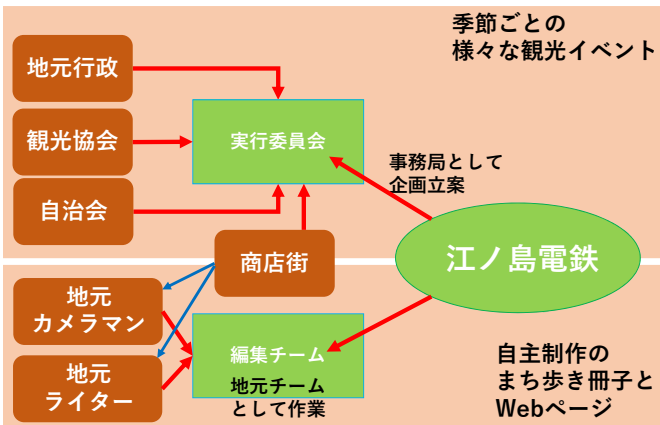
通年型の観光振興を推進するためには、季節ごとに地域のイメージを醸成することや、話題性をつくり出していくことが必要で、沿線全体で以下のような催事を毎年実施しています。特に、「湘南の宝石」については、江の島一帯での独自性ある演出と美しさから人気があり、関東を代表する冬期イルミネーションとして広く知られています。

<江の島エリア>

- 「江の島灯籠」…毎年8月の夜間に、江の島の島内各地を灯籠でライトアップ。
- 「江ノフェス」…毎年9月～11月頃に、沿線各地で催される体感型イベントフェスティバル。フラダンス、野外音楽演奏会、花火大会、写真展やフォトコンテストなど、様々なイベントで構成。
- 「湘南の宝石」…毎年11月～2月頃に江の島一帯で行われるイルミネーションイベント。1999年に開催された旧江の島展望灯台（現江の島シーキャンドル）でのライトアップイベントがきっかけで継続。

<鎌倉・長谷エリア>

- 「かまくら長谷の灯かり」…毎年8月に、長谷・極楽寺エリアの8カ所の寺社、施設で夜間に一斉ライトアップを行い、鎌倉の美しい文化と自然を体験できる催事。家族で夏の夜を楽しめる。
- 「KAMAKURA DESIGN+ART WALK みずたまてん」…毎年7月に鎌倉駅から長谷駅周辺の商店街等でアーティストの協力を得て、水玉をテーマにした作品の展示や販売、作品製作体験等を実施。飲食店では、水玉をモチーフにしたクッキーやケーキ等も登場。



重要ポイント

取り組み事例 1

観光イベントを季節ごとに実施

<通年型の観光振興を沿線全体で盛り上げる>

地元行政・観光協会・商店街・自治会とともに実行委員会を立ち上げ、鉄道事業者が企画立案を担う

取り組み事例 2

自主制作のまち歩き冊子とWebページ「江の島鎌倉ナビ」

<新たな魅力の創出を総合的に行う取り組み>

地元商店街との連携を活かし、オール地元チームにより地域の魅力を発掘・発信

	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	18,385千人	18,868千人	19,205千人
経常損益	392百万円	354百万円	320百万円

開業年 1902年
 運行区間(長さ) 10.0km

工夫 10年以上続く実行委員会形式

これらの取り組みは、地元行政、観光協会、商店街、自治会とともに実行委員会を組織して進めています。江ノ島電鉄では、実行委員会の事務局を担って企画立案に携わっています。地元行政(神奈川県藤沢市・鎌倉市)は、補助金等の予算措置、関係者調整、会議場所の提供、催事の周知、人的支援等で協力を得ています。地域が一体となったこのスキームは10年以上前から継続的に実施されており、現在は「当たり前」の仕組みとして根付いており、非常に円滑に進めることができます。



取り組み事例 2



自主制作のまち歩き冊子と Web ページ「江の島鎌倉ナビ」
地元商店街との連携を活かし、オール地元チームにより地域の魅力を発掘・発信

概要 今までにない沿線の新たな魅力を発掘し発信したい、オーバーツーリズム対策にも

江ノ島電鉄では、沿線地域の新たな魅力の創出を総合的に行う取り組みとして、冊子と Web ページ「江の島鎌倉ナビ」による情報発信を行っています。

沿線には、景勝地や歴史的な寺社等の観光資源が数多く分布する中で、「江の島鎌倉ナビ」新たな楽しみ方を提案する位置づけです。今までに広く認知されていなかった沿線の施設や風景などの掲載コンテンツは、江ノ島電鉄がすでに構築してきた地元商店街との連携を活かし、地元カメラマンやライターとともにチームとして作成しています。

近年、観光客の急激な増加により、街中の人混みや交通渋滞、トイレの不足といった「オーバーツーリズム」の問題が発生しています。「江の島鎌倉ナビ」を通じて沿線地域の新たな魅力や価値を見いだして発信し、ブランド化することにより、観光客に多様な選択肢を与え、オーバーツーリズムの緩和を期待しています。



予約が
いらない
いつでも乗れる
おもてなしが
伝わる
観光列車

地域外のお客さんを西美濃地方へ呼び込みたい

樽見鉄道株式会社

第三セクター



会社概要

国鉄樽見線の廃線決定を受け、地域住民の足としての鉄道を存続させるため、第三セクター鉄道として1984年開業。路線は、大垣駅から樽見駅まで全長34.5km。車窓からは商業施設や住宅地からはじまり、のどかな田んぼや畑、根尾川を見下ろす渓谷など、さまざまな景観を眺めることができる。

取り組み事例



「気軽に乗れる」観光列車の運行

沿線のボランティアの協力を得た運行

ねらい 他地域から西美濃地方に来ていただきたい

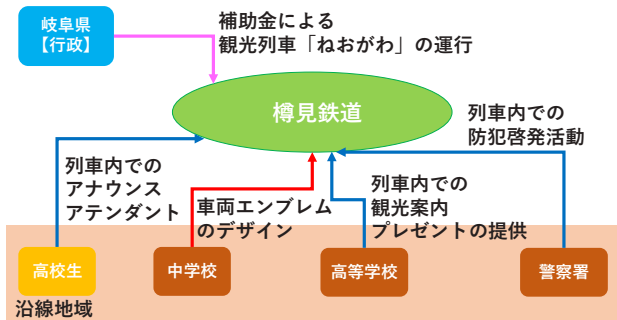
樽見鉄道が運行する観光列車「ねおがわ」が走る本巣市は、「甘柿の王様」といわれる大きくて甘い「富有柿(ふゆうがき)」の名産地です。また、満開のときは花びらがつややかな白、散りぎわには淡い墨の色になることから「淡墨桜(うすずみざくら)」と名付けられた、樹齢1,500余年を数える名桜「根尾谷淡墨桜」があることでも知られています。

樽見鉄道では、淡墨桜の開花シーズンには「桜ダイヤ」による臨時列車を運行していますが、「地域に貢献する鉄道」として、他の地方の方にも西美濃地域を訪れていただけるように努力し、「地域に愛される鉄道」になりたいと考えており、その思いから観光列車の運行に至りました。

コンセプト 予約がいらない・いつでも乗れる・おもてなしが伝わる観光列車

観光列車「ねおがわ」は、2017年から運行をスタートしました。本巣駅から終点の樽見駅まで、清流・根尾川を眺めながら走る18.3kmを約30分かけて走ります。実は、旅行商品などのように、事前予約が必要ではなく、土曜日や休日などに運行する定期列車として、普通乗車券で乗車できます。

車内では、根尾川橋梁など10の絶景スポットで徐行運転をするほか、運転士による沿線紹介も行っています。また、地域のボランティア案内人によるアナウンスなどのアテンダントも企画しています。車両に付けられたエンブレムは、本巣市内の中学校に在学する生徒から公募したデザインのグランプリ作品を採用しています。また、沿線の高等学校の協力で、列車内での観光案内やプレゼントの提供を行ったり、沿線の警察署の協力で、列車内での防犯啓発活動を行うこともあります。



重要ポイント

取り組み事例

沿線の学校・公共施設との連携

＜地域によるおもてなしに重きを置いた運行＞

沿線の中学校・高等学校による装飾や観光案内。
絶景スポットで徐行して運転手自らが観光案内。



	2015年度	2016年度	2017年度
輸送人員	666千人	678千人	646千人
経常損益	△63百万円	△82百万円	△61百万円

開業年 1984年
 運行区間（長さ） 34.5km

苦勞 継続していくこと

観光列車「ねおがわ」の運行にあたり、鉄道会社の自己資金のほかに行行政からの補助金を活用することができました。しかしながら、利用者への観光案内等を行う方を探すことには苦勞しました。結果、週替わりで、公共施設の職員や沿線学校の生徒にお話をしていただけよう調整しました。

また、以前の踏切事故で車両に大きな損傷が生じ、修理に1年近くを要したため、観光列車用に車両を運用することができなくなり、2018年時点で運行は継続できていません。限られた車両の中で、観光列車用に定期的に車両を確保していくことが課題です。

