

地域鉄道の再生・活性化モデル事業の検討調査

報告書

平成 26 年 3 月
国土交通省 鉄道局

地域鉄道の再生・活性化モデル事業の検討調査 報告書

目 次

はじめに	1
1. 調査の目的等	3
(1) 調査の目的	3
(2) 平成 24 年度の研究会成果	3
(3) 平成 25 年度実施した調査の内容	6
2. モデル事業の概要	8
(1) モデル事業の募集状況	8
(2) モデル事業の状況	9
(3) 展開方策を検討する視点	11
3. モデル事業の分析と展開方策	13
3-1. 生活路線グループ	13
(1) 日常利用者に向けた利便性の向上	13
(2) 移動手段以外の鉄道乗車の目的化	21
(3) 交流人口の拡大	33
3-2. 観光路線グループ	44
(1) 他者との差別化を図った話題性の創出	44
(2) 地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実	62
(3) 積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上	81
4. 本調査のまとめ	98
(1) モデル事業分析のまとめ	98
(2) モデル事業の展開方策のまとめ	100
(3) 事業実施、継続する際に有効となる支援策	102

はじめに

少子高齢化の進展や地域住民の鉄道離れ等によって利用者が減少するなか、地域鉄道をとりまく経営環境は依然として厳しい状況にある。

地域鉄道が存続するための抜本的な課題解決には、都市計画や地域公共交通計画に地域鉄道が適切に位置づけられ、地域再生の一環としての取り組みがなされることが重要である。そのためには、地域社会が必要とする価値やサービスを地域鉄道が提供していることを住民に知ってもらい、地域社会にとって不可欠な存在であることを理解してもらう必要がある。

こうした問題意識から、平成 24 年度に「地域鉄道の再生・活性化等研究会」を立ち上げ、本研究会における検討の成果として「観光とみんなで支える地域鉄道」報告書を取りまとめた。

この報告書において、地域鉄道の社会的意義は、第一義的には地域公共交通サービスの重要な担い手として地域住民の足を守ることであるとしたうえで、この役割を維持するために、あるいは、さらなる地域社会貢献を目指して、地域鉄道を観光資源として活用し、まちの魅力向上や交流人口増による地域活性化に取り組むことでもある、と指摘している。

定期利用者が多く生活の足として定着している一部の地域鉄道事業者を除くと、大半の事業者は、日々のサービス提供のなかで、この2つの意義を背負い実践していることを地域に示していく必要がある。実際に、地域公共交通サービスの提供の維持と、観光振興への取り組みの両方に取り組み、成功事例となった地域鉄道事業者がみられるようになってきた。

そこで、平成 25 年度は、観光分野との連携等の地域に根ざした活動を模索し、地域鉄道の再生・活性化に一定の成果をあげている事業者の取り組みをモデル事業として分析し、その経験やノウハウのなかから、全国の地域鉄道事業者の参考となるものを取りまとめることとした。

モデル事業の募集は、全国の地方運輸局を通じて行い、25 の地域鉄道事業者から約 200 事業の応募があった。このなかから 56 事業を選定し、詳細な分析を行った結果が本報告書である。分析は、「地域鉄道の再生・活性化等研究会」の学識経験者から成る有識者会議において提言された6つの視点（①地域鉄道らしさを活かす、②地域資源と連携する、③自分から仕掛けて行く、④地域での取り組みに加わる、⑤地域鉄道での移動時間を活用する、⑥PDCA サイクルを用いて取り組みの改善を行って継続する）に基づいて行われ、可能な限り、わかりやすい内容と見やすい体裁となるように心がけたものである。

本研究会は、「観光とみんなで支える地域鉄道」報告書（平成 24 年度）において、

「地域鉄道の再生・活性化の道はある。その道は、地域鉄道事業者が一人で見つけ歩むのではなく、社会的意義を持ち、その役割を果たす責任ある主体として、地域住民、観光客、地元産業界、自治体等の多くの応援団とともに歩む道である。」

と呼びかけた。この呼びかけに賛同する地域鉄道事業者が、地域鉄道の再生・活性化に向けて実際の取り組みを行う際に、本報告書を活用して頂ければ幸いである。

1. 調査の目的等

(1) 調査の目的

昨今、地域鉄道の経営を取り巻く環境が厳しさを増す中、鉄道事業者においては、観光との連携など地域に根ざした様々な活動を模索し、再生・活性化のための努力を続けている。国土交通省では、こうした地域鉄道の取組みを大きな動きとしていくため、「地域鉄道の再生・活性化等研究会」を立ち上げ、平成24年度の1年間にわたって今後の講ずるべき施策などを検討し、報告書「観光とみんなで支える地域鉄道」（以下「平成24年度研究会報告書」という。）にとりまとめたところである。そこで整理された方策について、生活路線と観光路線でそれぞれ実証実験的なモデル事業の実施をすることとしている。

本業務では、平成24年度の成果を受け、具体的なモデル事業の実施によって得られた成果やノウハウについて、最終的には他の事業者にも展開し、地域鉄道の活性化につなげていくことを念頭におき、ヒアリング調査や、効果の分析を行う。

(2) 平成24年度の研究会成果

① 地域鉄道の類型化とモデル事業による経営の安定化に向けた取組み

地域鉄道の再生・活性化等研究会は、平成24年4月より平成25年3月まで計4回開催され、平成25年6月に平成24年度研究会報告書が取りまとめられた。

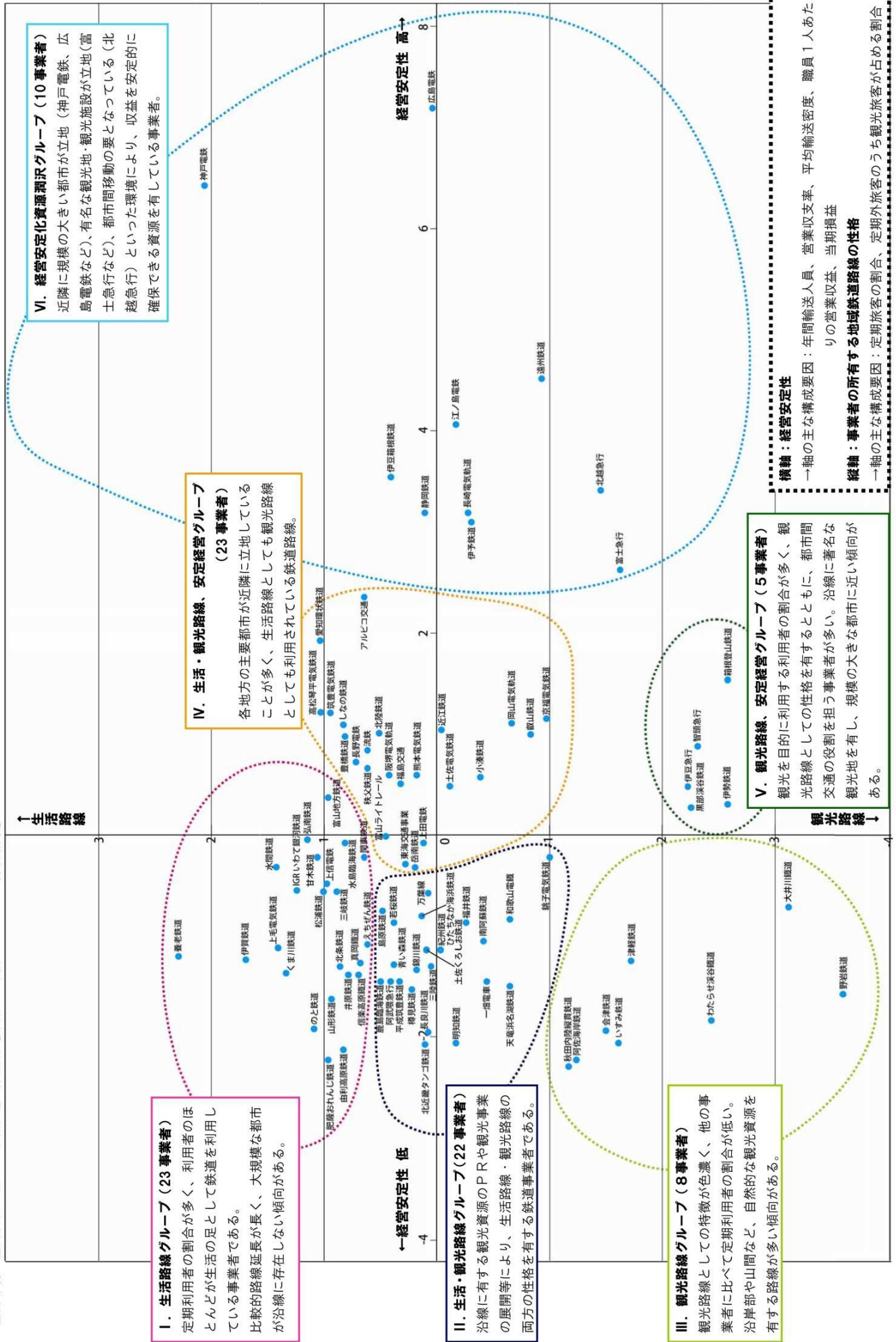
この報告書の中で、経営環境や経営状況に基づいて地域鉄道事業者を6類型化（次頁参照）している。

その中でも生活路線グループや観光路線グループといった経営環境が厳しい地域鉄道事業者が、自治体等と連携して実証実験的なモデル事業を実施し、そこで得られた成果やノウハウを他の地域にも展開していくこととしている。

■生活路線、観光路線の特徴

類型	特徴
生活路線	定期利用者の割合が多く、利用者のほとんどが生活の足として鉄道を利用している事業者のグループ。 比較的路線延長が長く、大規模な都市が沿線に存在しない場合がある。
観光路線	観光路線としての特徴が色濃く、他の事業者に比べて定期利用者の割合が低い事業者のグループ。 沿岸部や山間など、自然的な観光資源を有する路線が多い傾向にある。
生活・観光路線	沿線に有する観光資源のPRや観光事業の展開等により、生活路線、観光路線の両方の性格を有する事業者のグループ

■ 経営環境や経営状況に基づき地域鉄道の類型化【平成22年度データによる分析結果】



②モデル事業による経営安定に向けた取組み

各路線グループについて、事業を実施する3点の方向が示された。

生活路線グループについては、「①日常利用者に向けた利便性の向上」、「②移動手段以外の鉄道乗車の目的化」、「③交流人口の拡大」、観光路線グループについては、「①他者との差別化を図った話題性の創出」、「②地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実」、「③積極的なPR活動による知名度の向上」であり、内容は以下のとおりである。なお、生活・観光路線グループについては、両方のグループの性格を有する特性を踏まえた取組みが求められる。

この報告を受け、平成25年度は、地域鉄道事業者からモデル事業を募集し、その実施状況、効果、課題等を分析することにより、他の鉄道事業者にも展開できるような方向性を示すものとされた。

●モデル事業による経営安定に向けた取組みの方向

類型	方 向	内 容
生活 路線 グル ープ	①日常利用者に向けた利便性の向上	乗継交通との連携によるアクセス手段の確保や需要に合わせた乗車券、定期券の販売等による輸送サービスの向上に関する取組み
	②移動手段以外の鉄道乗車の目的化	沿線ウォーキングイベントやイベント列車等による移動手段だけでなく鉄道を使った取組み
	③交流人口の拡大	新たな観光資源を発掘・創出し、それを活用した交流人口を拡大する取組み
観光 路線 グル ープ	①他者と差別化を図った話題性の創出	観光列車や観光資源の活用など、沿線の特徴を活かした話題性を創出する取組み
	②地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実	沿線の地産品を活用したグッズや土産物等の開発・販売によって交流人口の拡大を図る取組み
	③積極的なPR活動による知名度の向上	マスコミへの情報提供等によるPR活動を積極的に行う取組み

(3) 平成 25 年度実施した調査の内容

平成 25 年度は、以下の手順で調査を実施している。

①モデル事業候補の募集

平成 25 年 7 月～8 月、各運輸局を通じて地域鉄道事業者に対し、モデル事業の候補となる取組みについて募集を行った。その結果、25 事業者から合計約 200 事業の応募があった。

②モデル事業の選定

平成 25 年 9 月に、国土交通省鉄道局を中心に、応募のあった事業から、モデル事業として 25 事業者の合計 56 事業を選定した。

③調書の収集、情報整理

選定したモデル事業について、各運輸局を通じて詳細調査を実施するための調書を送付、調査会社において回収、データの整理を行った。

④有識者会議の開催

平成 25 年 11 月に、研究会の有識者による会合を行い、モデル事業を分析する際の視点、詳細調査の対象とする事業者についての検討を行った。また、研究会委員による調査として、平成 25 年 12 月～平成 26 年 1 月に現地調査、事業者への聞き取り調査を行った。

⑤事業詳細調査

現地調査や担当者へのヒアリングを実施し、事業の現状や鉄道事業者の取組みの方向性等について調査を行った。このほか、電話やメールによる調査を行い、調書内容の補足を行った。

⑥モデル事業の分析及び事例集の作成

事業ごとに調査結果を整理し、事例集として取りまとめる。さらに、経営安定に向けた取組みの方向別に、事業概要、実施効果等を分析し、他の事業者への展開方策を検討した。また、モデル事業については、事業内容等を周知できるよう事例集としてとりまとめた。

⑦地域鉄道の再生・活性化等研究会の開催

平成 26 年 3 月に地域鉄道の再生・活性化等研究会を開催し、モデル事業の分析や展開方策、本調査の取りまとめに関する検討を行った。

⑧調査報告書の作成

これらの調査結果を踏まえ、平成 26 年 3 月に本報告書を取りまとめた。

○研究会委員名簿

1. 学識経験者

首都大学東京

都市環境学研究科観光科学域特任准教授

矢ヶ崎紀子

跡見学園女子大学

マネジメント学部 観光マネジメント学科准教授

篠原 靖

じゃらんリサーチセンター長

沢登 次彦

温泉トラベルデザイン研究所代表

石井 宏子

社団法人日本観光振興協会 総合研究所長

丁野 朗

NHKエンタープライズ

事業本部 事業開発 エグゼクティブ・プロデューサー

関山 幹人

株式会社鉄道ジャーナル社編集部第1課課長

鶴 通孝

2. 鉄道事業者

山形鉄道株式会社代表取締役社長

野村 浩志

上田電鉄株式会社代表取締役社長

角田 朗一

いすみ鉄道株式会社代表取締役社長

鳥塚 亮

錦川鉄道株式会社代表取締役社長

清水 晃一

明知鉄道株式会社専務取締役

丸山 朝夫

北海道旅客鉄道株式会社常務取締役・総合企画本部長

小山 俊幸

四国旅客鉄道株式会社常務取締役・総合企画本部副本部長

四宮 徹

九州旅客鉄道株式会社鉄道事業本部営業部長

盛澤 篤司

3. 関係団体

東北鉄道協会会長

澤田長二郎

日本商工会議所 流通・地域振興部長

栗原 博

社団法人日本観光振興協会常務理事

浦野 英示

財団法人地域活性化センター常務理事

高橋 達雄

一般社団法人交通環境整備ネットワーク専務理事

原 潔

独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構企画調査部長

嘉村 徹也

4. 行政機関

総務省地域力創造グループ過疎対策室長

山越 伸子

国土交通省大臣官房審議官

羽尾 一郎

国土交通省総合政策局公共交通政策部交通支援課長

坪井 史憲

国土交通省鉄道局鉄道事業課長

高原 修司

国土交通省観光庁観光地域振興部観光資源課長

新垣 慶太

国土交通省東北運輸局鉄道部長

伊藤 規夫

2. モデル事業の概要

(1) モデル事業の募集状況

地域鉄道事業者におけるモデル事業の候補となる取組みの募集について、各運輸局を通じて 25 事業者から約 200 事業の応募があった。

これらの事業から、詳細に調査するものを絞り込み、25 事業者全てを対象として、うち 56 事業をモデル事業として抽出した。

●モデル事業実施鉄道事業者

運輸局	No.	事業者名	路線グループ
東北	1	三陸鉄道	生活・観光
	2	秋田内陸地域公共交通連携協議会	その他
	3	秋田内陸縦貫鉄道	観光
	4	由利高原鉄道	生活
	5	津軽鉄道	観光
北陸 信越	6	黒部峡谷鉄道	その他
	7	北陸鉄道	その他
関東	8	ひたちなか海浜鉄道	生活・観光
	9	鹿島臨海鉄道	生活・観光
	10	上信電鉄	生活
	11	わたらせ渓谷鐵道	観光
中部	12	明知鉄道	生活・観光
	13	長良川鉄道	生活・観光
	14	大井川鐵道	観光

運輸局	No.	事業者名	路線グループ
近畿	15	北近畿タンゴ鉄道	生活・観光
	16	和歌山電鐵	生活・観光
	17	北条鉄道	生活
	18	水間鉄道	生活
中国	19	井原鉄道	生活
	20	錦川鉄道	生活・観光
四国	21	土佐くろしお鉄道	生活・観光
	22	阿佐海岸鉄道	観光
九州	23	甘木鉄道	生活
	24	松浦鉄道	生活
	25	くま川鉄道	生活

(2) モデル事業の状況

モデル事業について、平成24年度研究会報告書に基づいて、路線の類型に応じた取組み方向別に当てはめてみると下表のとおりである。なお、各事業については、複数の取組み方向にあてはまる事業も多くみられるが、下表では、そのうちの代表する1方向に記載している。

●分類別モデル事業

類型	取組みの方向	事業者数 事業数	事業【事業者】	掲載頁
生活路線グループ	① 日常利用者に向けた利便性の向上	3社 4事業	・企業（ショッピングモール）との連携【長良川鉄道】	14
			・白鳥交通との連携【長良川鉄道】	15
			・まち愛カフェ【水間鉄道】 ・新型車両導入記念イベント【くま川鉄道】	16 17
② 移動手段以外の鉄道乗車の目的化	7社 8事業	・各種イベント列車【由利高原鉄道】	22	
		・子ども交通体験ツアー【北陸鉄道】	23	
		・貨物専用線での臨時旅客列車運転【鹿島臨海鉄道】 ・ネーミングライツ【明知鉄道】 ・駅からウォーク&ハイキング【和歌山電鐵】 ・中村駅まつり【土佐くろしお鉄道】 ・サイクルトレイン【土佐くろしお鉄道】 ・MR健康ウォーキング【松浦鉄道】	24 25 26 27 28 29	
③ 交流人口の拡大	6社 6事業	・首都圏応援団の結成【由利高原鉄道】	34	
		・上信電鉄鉄道感謝祭フェア【上信電鉄】	35	
		・和歌山電鐵沿線の地域活性化【和歌山電鐵】 ・第6回北条鉄道まつり【北条鉄道】 ・車内観光案内ボランティアの配置【井原鉄道】 ・キリンガーデנקーポンPR事業【甘木鉄道】	36 37 38 39	
観光路線グループ	① 他者との差別化を図った話題性の創出	7社 13事業	・震災学習列車【三陸鉄道】	45
・時間のまほろば列車【秋田内陸縦貫鉄道】			46	
・アテンダントによる車両装飾（七夕列車・太宰列車）【津軽鉄道】			47	
			・黒部峡谷子ども駅長の日【黒部峡谷鉄道】	48
			・国営ひたち海浜公園無料シャトルバス運行【ひたちなか海浜鉄道】	49
			・わ89-101号保存活用事業【わたらせ渓谷鐵道】	50
			・ピカピカ大作戦・駅周辺整備事業【わたらせ渓谷鐵道】	51
			・ふるさと駅長【わたらせ渓谷鐵道】	52
			・各駅イルミネーション事業&イルミネーションツアー【わたらせ渓谷鐵道】	53

類型	取組みの方向	事業者数 事業数	事業【事業者】	掲載頁
			・ S L フェスタ【大井川鐵道】	54
			・ S L 列車の運行【大井川鐵道】	55
			・ 井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク）【大井川鐵道】	56
			・ 車両区見学コース【大井川鐵道】	57
②地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実	9 社 14 事業		・ きたいわてぐるっとパス再開【三陸鐵道】	63
			・ 秋田内陸交通機関連携パスの開発・販売 【秋田内陸地域公共交通連携協議会】	64
			・ 秋田内陸八景の選定【秋田内陸縦貫鐵道】	65
			・ 高校生との共同企画【津軽鐵道】	66
			・ まちづくり五農農業会社との連携【津軽鐵道】	67
			・ 無人駅の活用【津軽鐵道】	68
			・ 無料レンタサイクル事業【津軽鐵道】	69
			・ J A 野菜市【ひたちなか海浜鐵道】	70
			・ レストラン&駅弁事業【わたらせ渓谷鐵道】	71
			・ 急行大正ロマン号グルメ食堂車【明知鐵道】	72
			・ あそびスター列車の運転【長良川鐵道】	73
			・ 食育列車の運転【長良川鐵道】	74
			・ 自転車持ち込みサービス【長良川鐵道】	75
			・ なごみ列車、寄席列車、LED 装飾列車 【阿佐海岸鐵道】	76
③積極的な P R 活動による知名度の向上	8 社 11 事業		・ ローカル鐵道・地域づくり大学 【ひたちなか海浜鐵道】	82
			・ 「知的資産経営報告書」作成&ぐんま知的資産経営セミナー 【わたらせ渓谷鐵道】	83
			・ 岐阜の宝もの（明日の宝もの）【長良川鐵道】	84
			・ お座敷列車北三陸号【三陸鐵道】	85
			・ 黒部峡谷トレッキングの企画実施【黒部峡谷鐵道】	86
			・ 「みどころマップ」の作成、配布【北陸鐵道】	87
			・ アテンダント事業&アテンダント体験 【わたらせ渓谷鐵道】	88
			・ 地元企業へのイベント等 P R、ぐんまちゃん家での首都圏メディアへの P R 事業【わたらせ渓谷鐵道】	89
			・ 長鉄沿線応援団 NGT2【長良川鐵道】	90
			・ J R 山陰本線を活用した因幡・但馬交通量促進事業 【北近畿タンゴ鐵道】	91
			・ 錦川清流線沿線の魅力・特性を活用した観光路線化事業の推進 【錦川鐵道】	92

※事業者数は、重複計上

(3) 展開方策を検討する視点

①有識者会議での視点

モデル事業の分析を踏まえて、地域鉄道の活性化に向けた今後の展開方策を検討する。展開方策の検討にあたっては、地域鉄道の再生・活性化等研究会における「モデル事業による経営安定に向けた取組み」をふまえながら、「地域鉄道の再生・活性化等研究会有識者会議（平成25年11月）」において示された、モデル事業を分析する視点に基づき進めた。

この有識者会議では、各事業者から提示されたモデル事業の候補を分析するにあたり、地域鉄道を再生・活性化させるための事業を、以下の6つの視点をもとに把握、分析することが有効であるとの見解が出された。

●有識者会議で示された取組みを進めるにあたっての視点

	視点	内容
①	地域鉄道らしさを活かす	鉄道事業者自身の所有する資源（車両、駅舎等施設、従業員等の人材）の活用
②	地域資源と連携する	鉄道沿線の観光資源（名所、グルメ等）、車窓景観、特産品（農作物、水産資源等）等の活用
③	自分から仕掛けていく	鉄道事業者による、各種イベントの企画・運営、もしくは主導的な協議会等の運営
④	地域での取組みに加わる	各種事業、イベントを実施するにあたり、行政からの支援を受けたり、地元のイベント・活動との連携
⑤	移動時間を活用する	企画列車等の車内で楽しむグルメ、ガイドやアテンダントによる観光情報の提供、各種演出の充実
⑥	取組みの改善、継続	事業実施の結果を踏まえ、PDCAサイクルを用いた改善、継続の取組み

②展開方策検討の枠組みの設定

これらの要素のうち、「①地域鉄道らしさを活かす」、「②地域資源と連携する」は、活用する資源による区分、「③自分から仕掛けていく」、「④地域での取組みに加わる」については、事業を推進する主体による区分と把握することができる。そこで、これらを組み合わせて以下のような枠組みで展開方策を検討する。

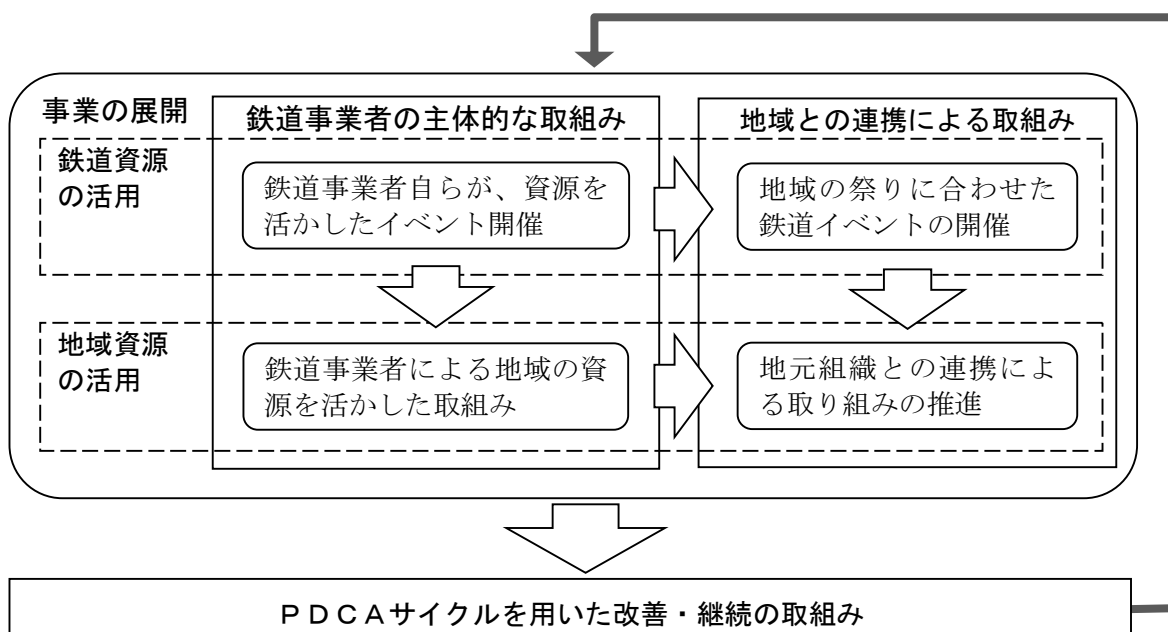
なお、「⑤移動時間を活用する」については、該当する事業の中での工夫すべき事項として、「⑥取組みの改善、継続」については、各事業の実施結果を踏まえた改善・継続に向けた取組みとして必要であると考えられる。

●展開方策検討の枠組み

資源\主体	c. 主体的に取り組む	d. 地域との連携で取り組む
a. 鉄道資源を活かす	鉄道事業者自らが、イベント列車の運行やイベント実施により集客を図る。	地域の祭りに合わせ、鉄道資源を活かした鉄道祭りなどを開催する。
b. 地域資源を活かす	鉄道事業者が中心となって、地域の特産品を活かしたイベントや商品の提供を行う。	地元組織との連携により、特産品や食材を活かしたイベントなどに取り組む。

各事業においては、その活用する資源や連携する主体を拡大することにより発展していくことが想定され、改善・継続に向けたPDCAサイクルモデルも含めて、以下のような方向で発展していく仮説が想定される。

●事業の改善、継続に向けた発展方向の仮説



3. モデル事業の分析と展開方策

各モデル事業について、その概要と効果等の把握、各事業者の意見等を踏まえた成功要因や今後の改善点、今後の展開方策等について以下に示す。なお、各事項で示す成功要因や改善点は、今回の調査で収集した調書やヒアリング結果による。

3-1. 生活路線グループ

(1) 日常利用者に向けた利便性の向上

①モデル事業の状況

利用者の増加を図る取組みとして、沿線の商業施設や乗継交通との連携によるサービスの向上、地域住民への活動場所の提供や、新型車両導入イベントによるマイレール意識の向上などに取り組んでいる。

●モデル事業一覧

事業	事業者	掲載頁
企業（ショッピングモール）との連携	長良川鉄道	14
白鳥交通との連携（世界遺産白川郷クーポン・共通定期券）	長良川鉄道	15
まち愛カフェ（おおさか材モデルハウス兼多目的スペース建築事業）	水間鉄道	16
新型車両導入イベント	くま川鉄道	17

②事業の詳細

事業者からの調書及び、電話・メールでの補足調査に基づき、各事業の内容を取りまとめた。

企業（ショッピングモール、マーゴ）との連携 [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：ショッピングモールマーゴ

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

沿線の大規模店舗であるマーゴと連携し、鉄道を使った企画列車^{*1}やマーゴイベント開催時の鉄道利用者向けサービス^{*2}を実施、双方の利益に結びついている。

※1:マーゴキッズクラブ会員向けのスキーやお祭り参加等の企画列車を運行。

※2:お買い物割引券の配布。

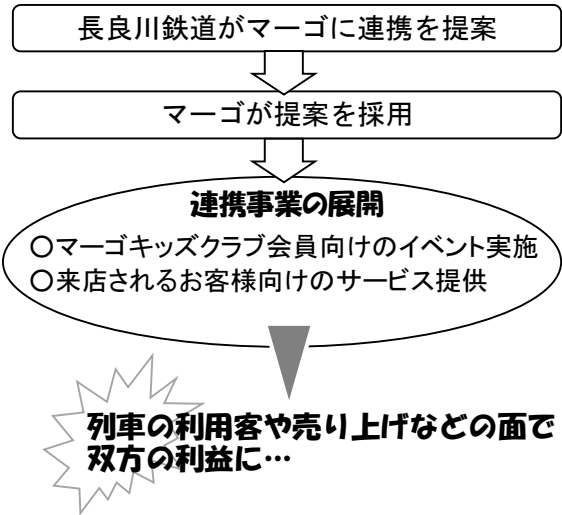
○事業を実施する背景

沿線で一番大規模なショッピングモール「マーゴ」と連携して鉄道の利用促進を図るため。

○活用した国等の支援策

特になし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○長良川鉄道（総務部）：企画、協力の提案
（運輸部）：実施に向けた調整等

○ショッピングモールマーゴ

会員向け企画列車の利用者確保、周知
鉄道利用と関連付けたイベントの企画、実施

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・連携を提案したところ、マーゴの企画側から、「積極的に列車を使用した企画の実施を」との回答を得る。

広報、広告

・長良川鉄道とマーゴのホームページに掲載。

【DO】運営

・長良川鉄道（列車運行）とマーゴ（イベント企画、利用者募集等）が連携のもとに運営

【CHECK】評価

・マーゴキッズクラブの企画列車を利用した子供達は大変喜んでいる。
・企画列車で定員を超える応募があるとき、車両を増車して欲しいと要請があるが、出来ないのが残念である。

【ACTION】今後に向けた改善

・今後は、これまで試みていなかった学生層をターゲットに展開していく手法も考えていきたい。

事業の目標達成状況

○目標

- ・数値目標は設けていない。
- ・大規模店舗との連携により鉄道利用の促進、学生や地域資源の活用がねらい。

○実績

・マーゴキッズクラブ関連の列車利用実績:240名(平成25年2月～26年2月まで)

成功のポイント

- ・企画列車については定期的に運行することがポイント。定期的な運行が可能な企画がつかれるかどうか、カギとなる。

白鳥交通との連携（世界遺産白川郷クーポン・共通定期券） [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：(株)白鳥交通、郡上市

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

鉄道、バスの双方の良さを活かし、欠点をカバーする2つの企画を実施。

観光面では世界遺産白川郷クーポンを、日常利用として鉄道とバスの共通定期券（通学が主）を発行。

○事業を実施する背景

JR バスが廃止され白川郷へのアクセスが閉ざされていたが、白鳥交通バスが運行を開始したことから、長良川鉄道と白鳥交通バスの連携を図り、新たな観光客の増加を目指す。

郡上市内の高校へ通学する生徒のために、鉄道輸送と学校前バス停までのバス便を組み合わせた定期券を利用することで通学が便利になるのでは、と企画。

○活用した国等の支援策

特になし

事業参画主体と役割

○長良川鉄道：

企画実施、運営

○白鳥交通：

ポスター、チラシ作製

○郡上市：

チラシ、新聞、ケーブルTVを使用した広報
市内の高校、学生への周知

事業の目標達成状況

○世界遺産白川郷クーポン（平成25年度）

- ・白川郷片道・往復割引切符 116名
- ・ひるがの高原往復割引切符 68名

○共通定期券（平成25年度）

- ・平成24年10月の設定以来3名の利用。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

○世界遺産白川郷クーポン

【PLAN】企画・立案

- ・首都圏からの観光客の入込増進のため、白川郷へのルート形成に向けた交通事業者同士の連携を模索。

広報、広告

- ・地元ケーブルTV、岐阜新聞・中日新聞
- ・ホームページ、Facebook

【DO】運営

- ・長良川鉄道：美濃太田駅～北濃駅間の運行
- ・白鳥交通：白鳥～白川郷線の運行

【CHECK】評価

- ・列車から白川郷行バス乗継の観光客のほとんどがクーポンを利用するようになった。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・さらなる利用の促進に向けたPR等。

○共通定期券

【PLAN】企画・立案

- ・郡上市内の高校へ通学する生徒の鉄道利用者が年々減少していることへの対策を講ずるため、交通事業者同士の連携を模索。

広報、広告

- ・地元ケーブルTV、岐阜新聞・中日新聞
- ・ホームページ、Facebook

【DO】運営

- ・長良川鉄道：郡上八幡駅～美濃白鳥駅間の運行
- ・白鳥交通：白鳥～郡上八幡の運行

【CHECK】評価

- ・鉄道駅から学校まで1キロ以上歩かなくてはならず、ほとんど利用がない。バスの運賃は高いが学校の校門前にバス停がある。これらを組み合わせた定期をつくることで、通学が便利になり、鉄道、バスの利用者増にもつながることを期待したが、利用には結びついていない。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・料金の見直し、鉄道とバスを組み合わせる利用することのメリットを納得できる料金に。

成功のポイント

- ・世界遺産白川郷クーポンは、設定したルートで観光客のほとんどがクーポンを利用するようになった。今後の展開にも、可能性ができた。
- ・共通定期券は、通常運賃よりも高めに設定され、敬遠されがちになっていることが利用されない要因に。できる限りの料金面の改善が必要。
- ・平成26年4月消費税改定とともに値上げが実施されるので、利用者が減少するのではと思われる。

まち愛カフェ（おおさか材モデルハウス兼多目的スペース建築事業） [水間鉄道]

事業者名：水間鉄道（株）

参加・協力主体：大阪府環境農林水産部、NPO 法人住宅長期保証支援センター カメヤグローバル等

運輸局：近畿

都道府県：大阪府

事業内容と背景

○事業の概要

水間観音駅構内に地元おおさか材を多用した“まち愛カフェ”を建築し、ぬくもりのある良質の地域産材の良さをアピールする。また、休憩・飲食場所を提供するとともに貝塚市の歴史を観光客に紹介し、名産品を販売。地域住民のコミュニティの場所としても利用、地域活性化を図る。

○事業を実施する背景

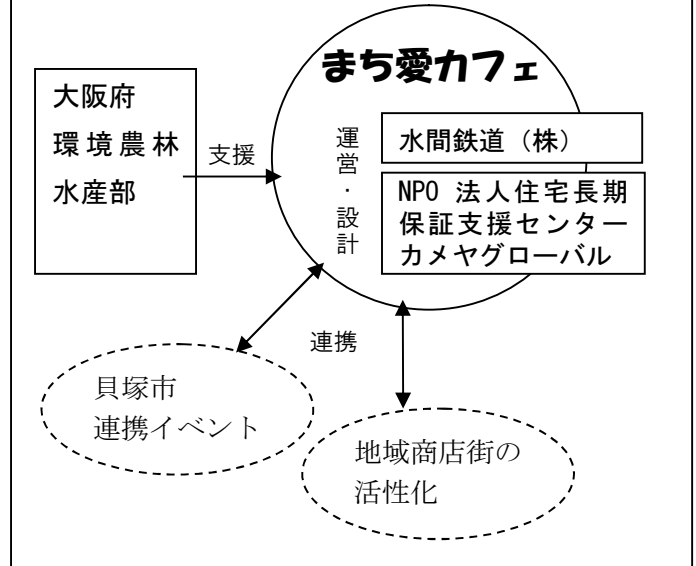
駅構内に魅力あふれる”まち愛カフェ”を設置し利用者の増加をねらう

“まち愛カフェ”をイベント、演奏会等に利用（商店街の活性化を含む）

○活用した国等の支援策

平成 25 年度森林整備加速化林業再生事業補助金より 1,500 万円

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○水間鉄道：水間観音駅構内に”まち愛カフェ”の設置場所を確保、公式ガイドブック等で広報

○NPO 法人スマイルスタイル：公式ガイドブックを作成

○大阪府環境農林水産部：地元おおさか材の提供

○NPO 法人住宅長期保証支援センター カメヤグローバル：“まち愛カフェ”の設計

事業の目標達成状況

- ・“まち愛カフェ”のほか、貝塚市連携イベント、フリースペースの貸出し、地域コミュニティとしての利用者は、現行 2,400 人/年を目標 14,700 人/年とし、約 12,300 人/年増を見込んでいる。
- ・事業を開始したところなので、達成状況は今後把握する。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】 企画・立案

- ・大阪府からの提案

広報、広告

- ・水間鉄道公式ガイドブック「すいてるすいてつ」に”まち愛カフェ”を紹介

【DO】 運営

- ・原則として第 1・3 日曜日に、水間観音駅を会場とするえきなかマルシェを開催、“まち愛カフェ”を利用してもらうほか、桜まつり、ウォーキングイベントを実施
- ・水間鉄道社内に、イベント事業プロジェクトチーム（社員 7 名）を設置、運営を担当

【CHECK】 評価

- ・事業を開始したところであり、今後の評価が期待される。

【ACTION】 今後に向けた改善

- ・同上

成功のポイント

- ・今後の結果を見て検討する。

新型車両導入記念イベント [くま川鉄道]

事業者名：くま川鉄道株式会社

運輸局：九州

参加・協力主体：沿線市町村、駅周辺住民、旅行会社等

都道府県：熊本県

事業内容と背景

○事業の概要

溪流や貴重な植生などの自然を楽しめ、地域の歴史と文化にも触れ合えるくま川鉄道では、開業から24年が経過して老朽化した車両に代わり、平成26年春に乗車自体が観光の目的になるような観光列車「田園シンフォニー」3両を導入。その記念イベントを拠点駅となる人吉温泉駅ホームで実施（平成26年3月）。最終的には5両の新型車両が導入される予定。

○事業を実施する背景

新型車両の出発式で観光列車をアピール、地域沿線の足であるとともに、地域への観光振興の一因となるためのきっかけにしようと、実施したもの。

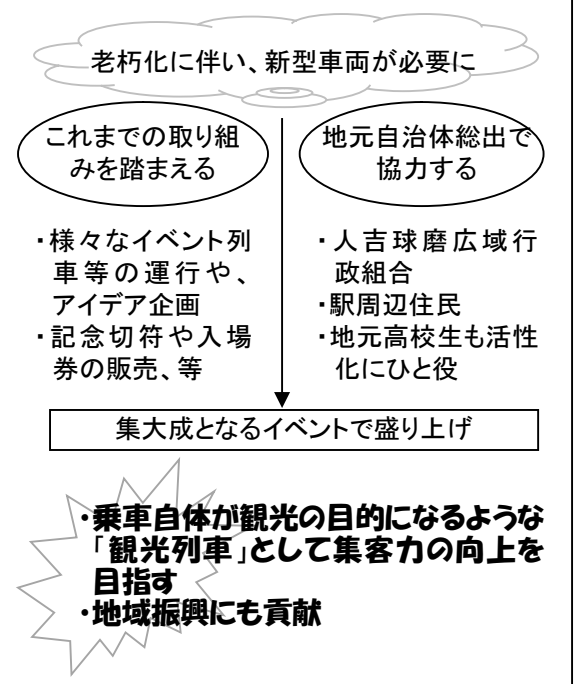
地元自治体総出で協力体制を強化し、人口減少で年々減り続ける利用者を増やし、観光振興の高揚を図る。

これまでにも利用促進のため、様々なイベント列車等の運行や、アイデア企画による取り組みを実施（納涼ビール列車、球磨焼酎ホルモン列車、カフェトレイン、漫画キャラ仮装列車、など）。今回は25年ぶりの新型車両として集大成となるイベントになった。

○活用した国等の支援策

なし。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○沿線市町村：

・人吉温泉駅や各駅で出発式を開催、途中駅の歓迎イベントを実施（沿線市町村に協力依頼）。

○駅周辺住民：

・列車が通った場合に手を振り、駅に花を飾る（花いっぱい運動）などの応援。

○旅行会社：

・列車乗客の誘致（福岡、大阪、名古屋、東京方面）。

事業の目標達成状況

<イベント当日の目標>

・出発式参列者 50名、当日出発列車 120名
・沿線出発歓迎式典参加者：開催駅4駅×50名=200名

<毎日の目標>

・観光列車の1日の利用人員目標は、30名
・車内販売の1日の売上げ目標は、1万円
・運賃売上：1,200円×30人=36,000円

<イベント後>

・毎日4,50名のお客様が訪れてご乗車
・乗車運賃が1,200円×30名=36,000円の売上

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・25年ぶりの新型車両導入に伴い、社内担当者によるプロジェクトチームで企画。
・九州新幹線等の車両デザインを手掛けた工業デザイナー水戸岡鋭治氏が新車両をデザイン。

広報、広告

・新聞、旅行会社月刊誌等で広報
・新聞報道に情報提供（予定）
・旅行者向け情報提供、月刊誌等に掲載
・HP、Facebook、Twitterにより情報提供（予定）

【DO】運営

・鉄道会社、沿線市町村、地域住民等が一体となって運営。

【CHECK】評価

・イベントを契機に利用者数が増加。

【ACTION】今後に向けた改善

・新型の観光列車が目標に向けて活躍できるよう、さらなる企画の改善。

成功のポイント

・地域が一体となって取り組んでいること。
・人吉球磨地域の10市町村で構成する一部事務組合「人吉球磨広域行政組合」では、域内の観光振興を一本化し強力に進めるため、広域観光の核として本年4月に「広域観光課」を新設し、支援していること。
・管内観光情報の一元的発信や連携したイベントの開催をはじめ人吉球磨の広域観光のランドデザインなどとともに、くま川鉄道新車両導入に伴う新しい観光の商品化を検討したこと。
・新車両導入が、くま川鉄道や本地域にとっての観光の起爆剤となり、地域の活性化とくま川鉄道の赤字削減につながるよう、地域一体となって取り組んでいること。

③分析

【指標による効果分析】

長良川鉄道のショッピングモールとの連携によるイベント列車は、4回開催の計240人定員を上回る応募がある。また、バス事業者（白鳥交通）との連携による白川郷片道・往復割引切符は平成25年度116人となっており、ともに効果があると考えている。また、定期利用者の獲得に向けて取り組まれた共通定期券は、通常運賃よりも高めに設定されていることから、1年間に3名の利用者に止まっている。

くま川鉄道では、新型車両導入イベントを契機に利用者数の増加がみられている。

これから見ると、イベント的要素や観光的要素を取り込んだ取組みにおいては利用者数の増加の効果が現れやすい。なお、乗換利便性の向上に関しては、工夫しだいでは効果が現れる可能性が高いと考えられる。

【成功要因・ポイント等】

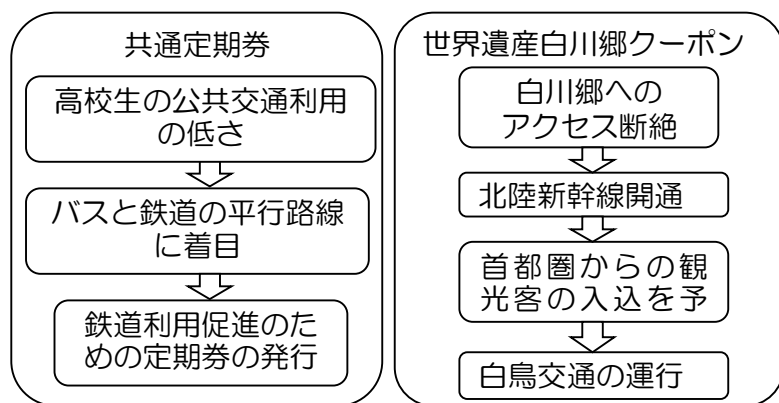
観光資源・ルートとの連携や、地域の商業施設等との連携が、効果発揮に繋がっている。例えば、長良川鉄道では、ショッピングモールとの連携による取組みでは多くの集客があり、世界遺産白川郷クーポンは、設定したルートで観光客のほとんどがクーポンを利用している。

【今後の改善点等】

バスとの共通定期券など他の交通手段との連携による日常利用者の利便性向上については、通常運賃よりも高めに設定され、敬遠されがちになっていることが利用されない要因となっているなど、料金設定のあり方について工夫や改善が必要となっている。

●詳細事例：バス事業者（白鳥交通）との連携（長良川鉄道 p15 掲載）

長良川鉄道では、地元高校生の利用促進や白川郷への観光客の誘客をめざし、白鳥交通と連携した取組みを実施した。白川郷クーポンについては、平成25年度上半期で150名が利用している。



④展開方策の検討

【平成 24 年度研究会による方向付け】

研究会報告では、乗継交通との連携によるアクセス手段の確保や、需要に合わせた乗車券・定期券の販売など、輸送サービスの向上に関する取組みの実施の実現に向けた事業の展開が方向づけられている。また、利用者の需要を把握し、それに応える社内体制や他団体との連携体制の構築についても重要と指摘されている。

【今後の展開方策】

日常利用者に向けた利便性の向上を図るため、例として以下のような取組みを展開していくことが有効であると考えられる。

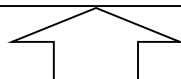
- ・利用者ニーズの的確な把握・・・乗継や共通の定期券発行による利便性の向上、商業施設とタイアップした割引券の発行など、地域住民や学生など利用者のライフスタイルやニーズを的確に把握したサービスの提供を行う。
- ・他の交通手段との連携の確保・・・他の公共交通との共通切符や割引の導入、自動車との乗り継ぎ利便性の確保に向けた各種サービスの提供、買物等へのレンタル自転車の活用等の工夫により、他の交通手段との乗り継ぎアクセス利便性を向上させる。
- ・地元の学校等との連携・・・通勤・通学・通院における利便性向上を図る取り組みのほか、沿線の道路混雑解消や温室効果ガスの削減といった、鉄道の公共性・社会貢献性をアピールすることにより、自治体や学校等との協力関係を構築する。

有識者会議で示された視点ごとに、今後の展開方向を踏まえて、日常利用者に向けた利便性の向上を図るための具体的な展開方策を次に整理する。また、あわせて、今回のモデル事業における該当事例を示す。

● 日常利用者に向けた利便性の向上を図るための展開方策

日常利用者に向けた利便性の向上

- ・ 乗継交通との連携によるアクセス手段の確保や、需要に合わせた乗車券・定期券の販売など、輸送サービスの向上に関する取組みの実施の実現に向けた事業の展開
- ・ 利用者の需要を把握し、それに応える社内体制や他団体との連携体制の構築



	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<p>■ 駅舎等の鉄道関係施設を地元住民に活用してもらい、それに合わせて鉄道利用の促進を図る。 (駅施設の地域住民への活用促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 水間鉄道では、「まち愛カフェ」を建築し、地域住民のコミュニティの場としての活用と、鉄道利用の促進を目指している。 <p>■ 新型車量の導入と関連イベントにより地元住民の利用促進を図る。 (新型車両導入記念イベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ くま川鉄道では、新型車両導入にあわせたイベントを実施することにより、利用者の増加を目指している。 <p>■ 車内への自転車持ち込みなどを実施し、利用者の増加を図る。 (自転車持ち込みサービスの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長良川鉄道では、土日祝日の列車で自転車持ち込みサービスを採用し、列車の利用率向上を図っている。(p75 掲載「地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実」に分類) 	<p>■ 乗継や並行する公共交通機関と共通定期券を発行し、利便性を向上させることで、地元の学生利用の促進を図る。 (高校生の利用促進を目指した共通定期券の発行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長良川鉄道では、高校生の利用促進などを目的に、並行するバス路線との共通定期券を発行している。
地域資源を活かす	<p>■ 鉄道事業者から地域資源(学校や商業施設)との連携方策を提案し、利用促進につなげる。 (商業施設との連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長良川鉄道では、地元のショッピングモールとの連携(割引券配布、イベント実施)により、地元住民の鉄道利用促進を図っている。 	<p>■ 自治体、関係団体との連携によるイベントを開催し、日常利用の促進につなげる。 (地元との連携によるウォーキングイベントの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 和歌山電鐵では、地元の運営委員会や公園、観光ガイドなど、地元団体との連携による、ウォーキングイベントを企画・実施し、地域の資源を活用した取組みを実施している。(p26 掲載「移動手段以外の鉄道乗車の目的化」に分類)

(2) 移動手段以外の鉄道乗車の目的化

①モデル事業の状況

移動手段以外の鉄道乗車の目的化に向けて、各種イベント列車やウォーキングイベントなど、日常の利用とは異なった新たな鉄道の活用による利用者増を目指す取組みが行われている。これらの取組では、鉄道や沿線の魅力発信による地域住民の意識向上が図られる効果も期待されている。

●モデル事業一覧

事業	事業者	掲載頁
各種イベント列車	由利高原鉄道	22
子ども交通体験ツアー	北陸鉄道	23
貨物専用線での臨時旅客列車運転	鹿島臨海鉄道	24
ネーミングライツ	明知鉄道	25
駅からウォーク&ハイキング	和歌山電鐵	26
中村駅まつり	土佐くろしお鉄道	27
サイクルプラストレイン	土佐くろしお鉄道	28
MR 健康ウォーキング	松浦鉄道	29

②事業の詳細

事業者からの調書及び、電話・メールでの補足調査に基づき、各事業の内容を取りまとめた。

各種イベント列車 [由利高原鉄道]

事業者名：由利高原鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：由利本庄観光協会、地元の方々

都道府県：秋田県

事業内容と背景

○事業の概要

由利高原鉄道では、列車内で心地よい揺れを感じながら健康体操を学ぶ「エクササイズ列車」、地元の子ども向け「ハロウィン」を企画した「ハロウィン列車」、クリスマスツリーを飾った車内でプレゼントを配る「クリスマス列車」など、年間 20 本近くのイベント列車を運行、人気を呼んでいる。

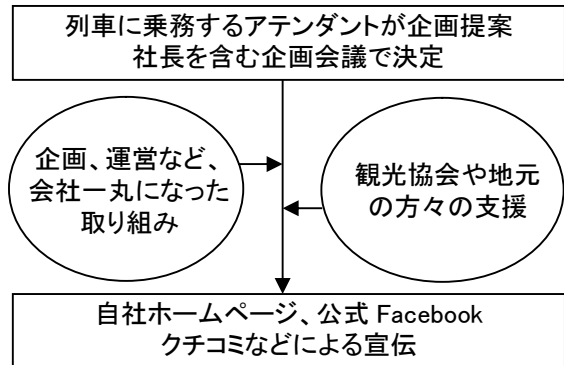
○事業を実施する背景

列車に乗務するアテンダントが企画提案、社長を含む企画会議で決定、社員全員で広報、運営など、会社一丸の取り組みで支えている。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



**年間 20 本近くのイベント列車を運行、
人気を呼ぶ**

事業参画主体と役割

○列車アテンダント 4 名：飾り付けの実施

○由利本庄観光協会：PR 支援

○地元の方々：ポスターの掲示やチラシの配布に協力

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・毎年開くイベントの企画会議（社長を含め 9 名）で、アテンダントが提案し、決定

広報、広告

- ・自社ホームページ、公式 Facebook など告知
- ・アテンダント自身でチラシを作成、掲示及び保育園などへ営業
- ・クチコミなども利用して会社一丸となって宣伝

【DO】運営

- ・企画、運営など、会社一丸になって取り組み、観光協会や地元の方々の支援も得る

【CHECK】評価

- ・実績に基づく目標の検討、設定

事業の目標達成状況

○目標

- ・クリスマス列車は、アテンダントが乗務する 1 往復の乗車人員をカウント。昨年実績に基づき目標人員を設定。
- ・エクササイズ列車は、定員 25 名を満たすこと。
- ・ハロウィン列車は、期間中こどもの乗車 200 名。

成功のポイント

- ・個々のイベント列車ごとにきめ細かな工夫をしていること。

エクササイズ列車	ハロウィン列車	クリスマス列車
健康志向がブームの中、車社会のため普段乗車の機会が少ない女性を対象に設定した。	来場者が仮装してくることを前提にコンパクトな企画とした。	秋田市、にかほ市、遊佐町、酒田市など、広範囲をターゲットに、日常、車にしか乗らない方にも乗車して楽しんでいただくことを目指した。

子ども交通体験ツアー 石川線利用促進 PR 写生作品募集 [北陸鉄道]

事業者名：北陸鉄道株式会社

運輸局：北陸信越

参加・協力主体：金沢市交通政策課、石川線利用促進会議

都道府県：石川県

事業内容と背景

○事業の概要

地域に密着した鉄道運営を目指し、保育園児を対象とした交通体験ツアーの実施や小学生の写生作品の車内掲載等を行っている。（平成 25 年 8 月～平成 25 年 11 月）

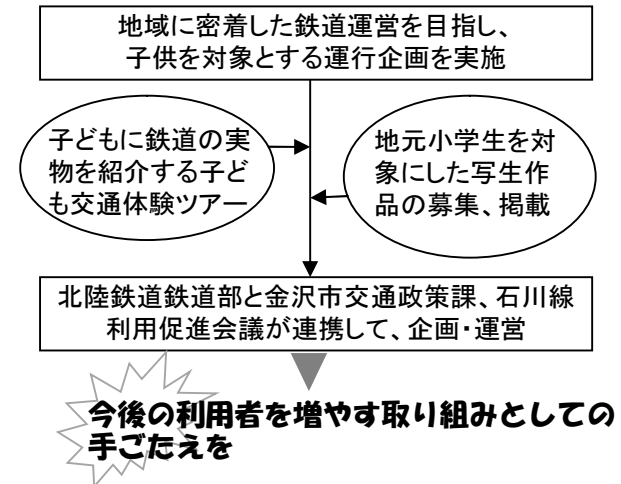
○事業を実施する背景

将来の利用者として、鉄道に親しんでいただく取り組みで、鉄道利用者の増加を図ることを目指す。

○活用した国等の支援策

金沢市より「公共交通利用促進広報業務委託費」。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

- ・北陸鉄道鉄道部：交通体験ツアーの実施、写生作品の表彰及び車内掲示等
- ・金沢市交通政策課：こども交通体験ツアー
- ・石川線利用促進会議：写生作品の募集と選考等

事業の目標達成状況

目標：

- ・子ども交通体験ツアー：1回あたり 30 人～50 人を想定。
- ・地元への鉄道線の周知による利用促進を目指す。

実績：

- ・金沢市ではこども体験ツアーの参加幼児の親にアンケートを実施。211 人のうち、ツアー参加後「子供と電車に乗った」との回答が 10%と報告。
- ・野々市市では、みどころマップを利用して店に訪れてくれる方が増えていると報告。
- ・平成 25 年度の輸送実績は、前年並みを確保しており、鉄道に対する意識が向上したと思われる。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

○子ども交通体験ツアー

- ・将来の公共交通の利用者である「こども」に対し、バスや電車の良さ・楽しさを実際に体験し、公共交通に慣れ親しんでもらうことにより、未来の公共交通利用者の確保につなげる。

○写生作品募集

- ・地元小学生を対象にした、石川線の維持活性化に向け、更なる利用促進を目標に、写生作品を募集

広報、広告

- ・自社と 3 市 1 町の HP にて紹介

【DO】運営

- ・北陸鉄道鉄道部と金沢市交通政策課。石川線利用促進会議が連携して、企画・運営。

【CHECK】評価

- ・体験ツアーでは、実際に地元の電車を初めて見る子供たちがほとんどであり、大いに興味を感じる取り組みと思われる。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・写生コンクールについては、応募者数が少なく、応募数を増やすことが今後の課題である。

成功のポイント

- ・参加する子供たちは、大きな動く乗り物に大変興味を感じている。
- ・この体験又は写生コンクールを通じて、自分自身の体験を家族に話すことや、写生コンクールの作品を見るために電車を利用することが、今後の利用者を増やす取り組みと感じている。

その他、効果のあった取り組み：

- ・サイクルトレイン：石川線では、すべての駅で実施。休日の利用が増加（1日最大 30 台）
- ・土曜・日曜・祝日限定の 1 日フリーエコきっぷの発売

貨物専用線での臨時旅客列車運転 [鹿島臨海鉄道]

事業者名：鹿島臨海鉄道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：鹿嶋市

都道府県：茨城県

事業内容と背景

○事業の概要

地元鹿嶋市のお祭りに合わせ、通常は貨物専用の鹿島臨港線へ臨時旅客列車を乗り入れ、鹿島臨海工業地帯の工場風景を楽しむ。(平成 25 年 11 月 9 日～)

○事業を実施する背景

地元の鹿嶋まつりに参加協力し、会社のイメージアップと利用者の増加を図ることを目指す。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

鹿島臨海鉄道旅客営業部、運輸部社員の提案により企画、実施

鹿嶋まつりに参加協力し、会社のイメージアップと利用者の増加を目指す

工場見学指向の高まりを追い風に、継続的に実施

鹿嶋まつりの広告として新聞、地元広報誌、市報、車内中吊り広告、会社 HP に掲載

鹿嶋まつり来場者と鉄道ファンを中心に毎年ほぼ乗車目標を達成

事業参画主体と役割

○鹿島臨海鉄道旅客営業部、運輸部：鹿嶋まつりのために鹿島サッカースタジアム駅（臨時駅）を開設。

同駅から神栖駅（貨物駅）までの往復区間を運行。

○鹿嶋市：鹿嶋まつりとして市報に掲載、そのイベントとして「鹿島臨港線工場ツアー」を紹介。

事業の目標達成状況

- ・乗車人数を定員内の午前の部 200 人、午後の部 100 人を想定
- ・当日開催の鹿嶋まつり来場者と鉄道ファンを中心に毎年ほぼ目標を達成している。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】 企画・立案

- ・平成 17 年に大洗鹿島線の 20 周年記念事業で発案し実行した。その後途絶えて、4 年前から復活し、工場見学指向の高まりを追い風に、今年も継続して実施。

広報、広告

- ・鹿嶋まつりの広告として新聞、地元広報誌、市報、車内中吊り広告、会社ホームページに掲載

【DO】 運営

- ・鹿島臨海鉄道株式会社と鹿嶋市が連携して運営

【CHECK】 評価

- ・祭りの目玉的イベントとして評価を得ている。めずらしい工場風景をみることができ、ファンも多い。

【ACTION】 今後に向けた改善

- ・鹿嶋まつりの広報のほか、ファン向けの広報を整え、継続性を高めていく。
- ・車窓から見る工場風景について、説明等ができるボランティアが同乗すればさらに魅力はアップ。

成功のポイント

- ・鹿嶋まつりと連携していること
- ・工場という珍しい風景、この日だけのツアー、など希少価値をもつこと

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・工場地帯の路線活用は、現役路線であることや、旅客運行に安全性が保てることなど、保安条件を満たす必要がある。保安上難しければ必ずしも旅客列車運行にこだわらず、廃線であれば歩くツアーも可能。可能な範囲での企画、運営がポイント。

ネーミングライツ [明知鉄道]

事業者名：明知鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：中部運輸局、県観光連盟、恵那市商工観光課等

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

恵那と明智間の1往復分の列車に、沿線のイベントと関連付けて自分の好きな愛称をつけることのできる命名権（ネーミングライツ）を販売。名付けた列車に乗り、穏やかな一日を過ごすことができる。プレートは取り外し可能となっており、記念に持ち帰ることが可能。利用して記念になり、運行上も収入になる。

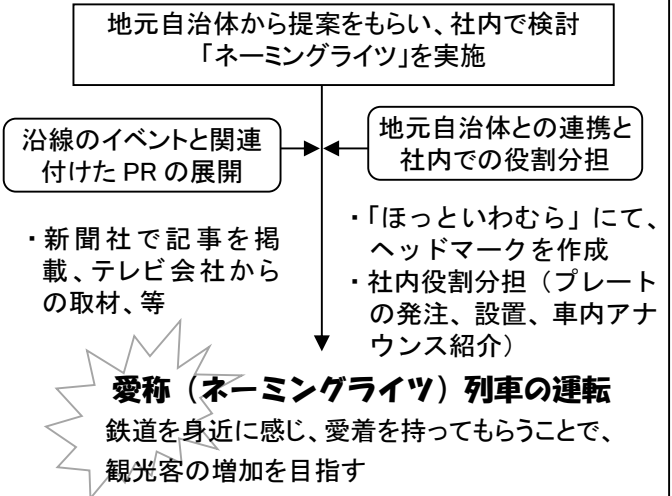
○事業を実施する背景

ローカル線ならではの鉄道を身近に感じ、愛着を持ってもらうことで、観光客の増加を図るため実施。

○活用した国等の支援策

ぎふの魅力ブラッシュアップ支援事業補助金 69,300円。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○恵那市岩村振興事務所・ほっといわむら：ヘッドマークの作成。

○明知鉄道庶務、担当駅長・運転士：プレートの発注、デザイン確認、納品。当日駅長が設置、列車の運転士が主要駅にて車内アナウンスで紹介。

○旅行会社、広告代理店、地元観光事業者：集客の協力。地元観光施設等と共同で周遊プランを作成。

○中部運輸局鉄道部、県観光連盟、恵那市岩村振興事務所振興課、市観光協会等：PRの実施。

事業の目標達成状況

- ・数値目標はなし。
- ・実績として、沿線住民を含めて地元中心に応募あり。記念日等では、愛知県をはじめ北海道からも応募がある。
- ・平成24年度実績99件、命名料は1往復5,250円。
- ・内容は、誕生日、入学祝い、退職記念、結婚記念など多くが個人的なもの。ローカル線ならではの命名に。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・地元自治体（恵那市岩村振興事務所 振興課）との会合で提案を受ける。社に持ち帰って担当部署で、できること、できないことを整理し、実施に至る。
- ・手がかからず、ふだんの業務の中で出来ることに限定した。差し込み型プレートは新たに考案。

広報、広告

- ・テレビ、ラジオに要請、取材依頼の対応。
- ・新聞社に掲載を依頼。雑誌は、掲載依頼に対応。
- ・ホームページなどを利用して応募を呼びかけ。

【DO】運営

- ・鉄道会社、旅行会社、関連自治体の観光関連部局等が連携して運営。

【CHECK】評価

- ・親しみが持てる、と好評。
- ・プレートは、写真やイラストの注文にも応えることができるようになった。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・継続していくことが大切と感じている。

成功のポイント

- ・自治体からの提案だったが、社内で十分に検討し現実的な案として実施できたこと。
- ・旅行会社の協力を得られたこと。さらに、地元の観光施設等と共同で周遊プランとして商品化できたこと。
- ・職員数が少ないので、手がかからず、ふだんの業務の中で出来ることが大きなポイントに。鉄道を身近に感じ、愛着を持ってもらうために、長期的な視野で「続けていくこと」が大切。

駅からウォーク&ハイキング 2013 [和歌山電鐵]

事業者名：和歌山電鐵株式会社

運輸局：近畿

参加・協力主体：和歌山市、貴志川線の未来をつくる会等

都道府県：和歌山県

事業内容と背景

○事業の概要

和歌山電鐵貴志川線の駅を集合もしくは解散とするウォーク&ハイキングイベント。

参加者は沿線住民から大阪府南部までを想定。

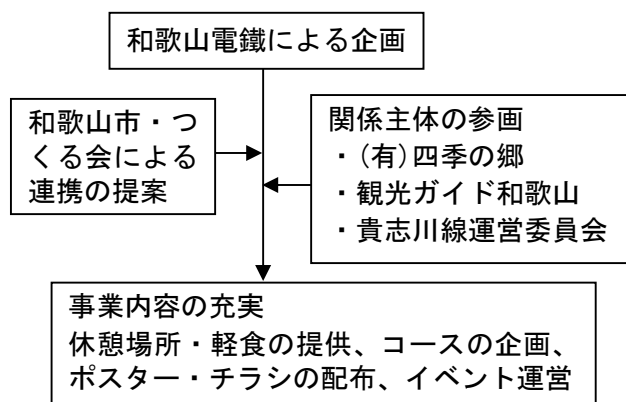
○事業を実施する背景

鉄道利用者の増加と、地域の資源を発掘・活用し、コース上の各関係主体の交流を図る。

○活用した国等の支援策

伊太祈曽駅・四季の郷公園連携業務（和歌山市業務委託）の予算を充当。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○和歌山電鐵：

営業課営業推進係の1～2名 事務局担当

○貴志川線の未来をつくる会：

イベントの企画や運営、広報

○貴志川線運営委員会（和歌山県、和歌山市、紀の川市、和歌山商工会議所、紀の川市商工会、県立和歌山東高等学校、県立貴志川高等学校、和歌山の交通まちづくりを進める会「わかやま小町」、貴志川線の未来をつくる会）：

イベントの広報

○四季の郷公園（(有)四季の郷）：

休憩場所、軽食、体験イベントの提供

○観光ガイド和歌山：語り部、コースの企画

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・平成23年度から継続している企画であり、和歌山電鐵営業推進係が事務局となり、関係主体との連携を構築

広報、広告

・和歌山電鐵から報道資料提供
 ・連携業務の予算を充当してチラシとポスターを作成、駅等で配布、掲出
 ・和歌山電鐵や沿線情報のホームページに紹介
 ・貴志川線運営委員会を構成する各団体の持つ媒体を活用して周知

【DO】運営

・和歌山電鐵、貴志川線の未来をつくる会等の運営各団体が名所の説明

【CHECK】評価

・企画としては3回目を迎え、イベントとしての認知度も上がり定着してきた。参加者にリピーターも多い。

【ACTION】今後に向けた改善

・安全に十分配慮したコース設定や運営を行う
 ・新規コースの設定による地域との連携拡充
 ・地域外や若者等、新規参加者の獲得

事業の目標達成状況

・利用者数、来場者数

参加人数を3回合計で120人と想定

実際の来客数は134人

開催日	参加者数	備考
平成26年 1月18日 (土)	52名	応募62、ガイド1、スタッフ9 コース1：神話の里・紀記を巡る
1月30日 (木)	28名	応募41、ガイド1、スタッフ7 コース2：県警交通管制センター見学と竹笛作り体験
2月15日 (土)	54名	応募86、ガイド1、スタッフ13、 コース3：熊野古道沿いを歩く
合計	134名	全コース、箭御飯とジビエ(シシ汁)付き

・関係団体同士の連携の深まり

和歌山県交通センター（交通管制センターの見学）、伊太祈曽神社・安原八幡神社（由緒説明）、四季の郷公園（体験、軽食）等の協力も得られ、企画の充実が図られた。

成功のポイント

・今回すべての日程（3回）で雨天となり、実際の参加者数は応募者数を大きく下回った。
 ・定例の会合で、募集方法やコース設定等に関する企画の相談や、実施後の反省点などを話し合い、常に改善を行っていること。

中村駅まつり [土佐くろしお鉄道]

事業者名：土佐くろしお鉄道株式会社

運輸局：四国

参加・協力主体：LLP しまんと、四万十なかまの会、かわらっこ等

都道府県：高知県

事業内容と背景

○事業の概要

土佐くろしお鉄道中村線が開業して 25 周年であり、地域における鉄道の必要性を改めて考えてもらう契機とする目的で、地域住民と関係団体が協力してイベントを開催。（平成 25 年 10 月 14 日）

○事業を実施する背景

平成 17 年 9 月に中村駅開業 35 周年を記念して始まった。県と沿線 7 市町村でつくる同鉄道中村・宿毛線運営協議会と同まつり実行委員会が地域住民らの「マイレール意識」の醸成と、同鉄道の必要性を考えてもらおうと開催を継続している。

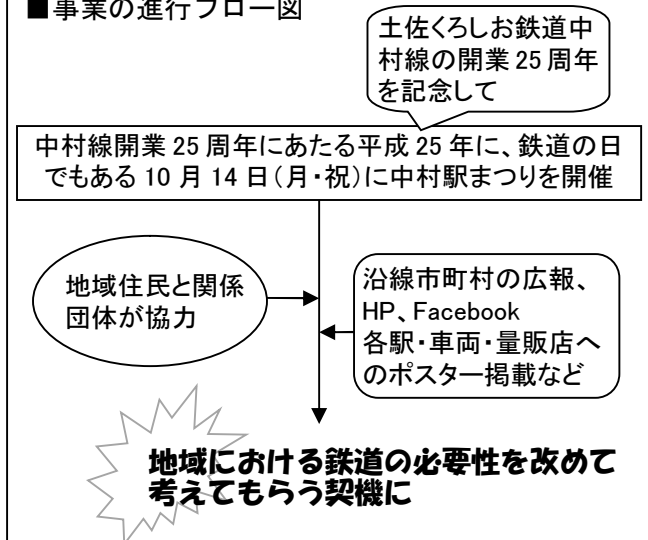
当日は、同鉄道の中村線・宿毛線の区間（宿毛駅～窪川駅）普通列車大人 100 円（小児半額）で乗車とし、鉄道利用促進に繋げる。

地域住民の日常生活や地域外からの観光客などの受入の交通手段として欠くことのできない“マイレール”土佐くろしお中村・宿毛線が、高速道路の延伸・マイカーの普及等により利用者が減少し、存続が危ぶまれる状況となっている。今年土佐くろしお鉄道中村線が開業して 25 周年であり、地域における鉄道の必要性を改めて考えてもらう契機とする目的で、地域住民と関係団体が協力してイベントを開催し、駅の賑わいの創出とマイレール意識の醸成につなげていく。

○活用した国等の支援策

中村・宿毛線運営協議会より 中村駅まつり予算 78 万円。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○土佐くろしお鉄道：企画、ボランティア表彰（各駅の清掃活動：個人・団体）、アンパンマン列車の撮影会及び着ぐるみ、かき氷の販売、お楽しみ抽選会

○LLP しまんと、四万十なかまの会、かわらっこ、高幡街商組合（3 店舗）、若藤寮：飲食関係の提供

○地元商店街：協賛金の協力により餅投げ・花火

事業の目標達成状況

- ・開業 25 周年記念と重なり、過去最高の約 1,200 名の来駅となった。
- ・普段鉄道を利用する人も、しない人も中村駅に足を運んでもらい、土佐くろしお鉄道の必要性について考える良いきっかけになったのではないかと。
- ・当日の普通列車を大人 100 円に割引。列車に乗ったことのない方にも利用してもらい、鉄道に興味をもって頂きたい。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・中村線開業 25 周年にあたる平成 25 年に、鉄道の日でもある 10 月 14 日（月・祝）に中村駅まつりを開催することを自社及び中村駅まつり実行委員会と会合し決定。

広報、広告

- ・沿線市町村の広報、HP、Facebook
- ・高知県のよさこいネット記載、折り込みチラシ、各駅・車両・量販店へのポスター掲載

【DO】運営

- ・地元団体等と連携を図りながら鉄道会社が運営。

【CHECK】評価

- ・まつりは好評を博した。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・鉄道の必要性を改めて考えてもらうための恒例行事として、長い間持続させていきたい。

成功のポイント

- ・鉄道会社だけでなく、地元のさまざまな団体等と連携を図りながら実施できたことが成功のポイント。

土佐くろしお鉄道株式会社（TEL:0880-35-4962, URL:http://www.tosakuro.co.jp/）

サイクルトレイン [土佐くろしお鉄道]

事業者名：土佐くろしお鉄道株式会社

運輸局：四国

参加・協力主体：エコ幡多・ランドリージャパン

都道府県：高知県

事業内容と背景

○事業の概要

列車と自転車で旅をする「サイクルトレイン」。列車に自転車をそのまま積み込んで移動し、車窓から見える景色と自転車の旅が満喫できる。(平成 25 年 9 月から)

○事業を実施する背景

イベント用車両の「ダルマタ日号」を自転車搭載専用車両として利用、自転車をそのまま列車に積み込み、自転車愛好家の利用を促進。

地元のB級グルメPRのほか、サイクリングツアーの企画も兼ねて実施。

○活用した国等の支援策

中村・宿毛線運営協議会が、貸切運賃の1/3以内で20,000円以内を補助。

■事業の進行フロー図

定期列車に自転車をそのまま積み込みできないか、との提案を受ける

イベント用車両の「ダルマタ日号」を自転車搭載専用車両として利用

地元のB級グルメPRや、サイクリングツアーも企画

列車と自転車で旅をする「サイクルトレイン」として実施

また開催してほしいとの声も頂き大成功に

事業参画主体と役割

- 土佐くろしお鉄道：サイクルトレインの運行
- 高知県産業振興推進部地域づくり支援課：運営支援及びPR
- 起業支援型緊急雇用事業で設立された団体ランドリージャパン：イベント企画と自転車の搭載の手伝い

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・起業支援型緊急雇用事業で設立された「ランドリージャパン（スポーツイベント等を手掛けている）」と高知県地域づくり支援課より定期列車に自転車をそのまま積み込みできないかとの提案を受け、鉄道会社がイベント用車両で検証し、営業運行に至ったもの。

広報、広告

- ・地元の情報誌・新聞、鉄道会社ホームページ及びFacebook、県市町村広報及びホームページ、サイクリング協会への案内、過去の参加者に対するDM送付、等でPR。

【DO】運営

- ・鉄道会社が運営。企画をエコ幡多・ランドリージャパンが担当。

【CHECK】評価

- ・企画のひとつ、楽しむ！グルメfond幡多は、参加者から、地元ならではの美味しい食事でも是非また開催してほしいとの声。
- ・高知新聞の「声のひろば」にも喜びの声の投稿もして頂き大成功に終わった。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・悪天候の際のキャンセルへの対応の改善が必要。

事業の目標達成状況

目標：参加人員 20～30 人/日

実績：8～40 人/日

月日	参加人員	イベントの呼称
平成 25 年 4 月 14 日	40 人	グルメfond幡多
5 月 18 日	14 人	サイクルプラストレイン
9 月 1 日	18 人	サイクルトレイン
9 月 22 日	8 人	同上

成功のポイント

- ・ランドリージャパンと組むことで、四万十川の雄大な景色を見ながら走行できるなどの豊かな企画性を売り物にしたこと。

今後の課題

- ・サイクルトレインは、両日とも天候が悪天候で利用者のキャンセルもあった。自転車なので天候が一番の難点である。
- ・「観光はもちろん、住民の足としても使ってもらいたい」と考えており、沿線住民の中にはこれまで各利用駅にそれぞれ自転車を駐輪している人もいたというが、サイクルトレインをうまく活用できれば、自転車を余計に保有する負担を減らせるかもしれない。

MR健康ウォーキング [松浦鉄道]

事業者名：松浦鉄道株式会社

参加・協力主体：沿線4市2町

(佐世保市、平戸市、松浦市、佐々町、伊万里市、有田町)

運輸局：九州

都道府県：長崎県、佐賀県

事業内容と背景

○事業の概要

松浦鉄道沿線にウォーキングコースを設定し、毎月第4土曜日に参加費300円で、集合地までの往復に松浦鉄道を利用することを条件に50～100名程度の規模で健康ウォーキングを実施。松浦鉄道沿線の4市2町をまんべんなく歩けるように配慮し、毎回違ったコースを設定している。

○事業を実施する背景

ウォーキングの出発駅までの往復交通に松浦鉄道を利用してもらい、運賃増収に繋げる。

ウォーキングコース中に地元の商店街や地元物産販売所に立ち寄る事で地域の活性化に繋げる。

○活用した国等の支援策

松浦鉄道自治体連絡協議会が、ウォーキングの昼食時間内に行うビンゴゲームの景品に掛かる費用の一部を負担。

■事業の進行フロー図

松浦鉄道沿線にウォーキングコースを設定
松浦鉄道を利用した健康ウォーキングイベントを開催

出発駅までの往復交通に松浦鉄道を利用してもらい、運賃増収に

地元の商店街や地元物産販売所に立ち寄る事で地域の活性化に

中高年～高齢者のウォーキングへの関心は高く、企画に満足との評価も

利用客を確保するとともに、地域の活性化に貢献

事業参画主体と役割

○松浦鉄道営業部：毎回のコース設定

○沿線4市2町：PR

事業の目標達成状況

・数値目標は設定していない。

実績：

- ・観光地の最寄駅である「たびら平戸口駅」と「伊万里駅」に電動自転車のレンタサイクル(各6台)を設置、観光客向けに500円/1日1回で貸し出し。駅～観光地までの交通手段として、毎月5～15台の実績がある。
- ・年間参加人員＝約1,000人

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・鉄道利用者の増客を目的に開始。

広報、広告

・松浦鉄道の全駅(57駅)と列車内中吊広告枠にチラシを掲載、松浦鉄道ホームページで広報。

【DO】運営

・沿線4市2町と連携を図りながら、社内の営業部で運営。

【CHECK】評価

・中高年～高齢者のウォーキングへの関心は高く、企画に満足。

【ACTION】今後に向けた改善

・企画の周知は、チラシを駅舎・列車内・ホームページに掲載しているが、更に多くの集客を図るために、沿線自治体等の協力を得て周知範囲を広げていきたい。

成功のポイント

- ・ウォーキングブームにうまく対応できたこと。
- ・新しい発見ができるように、毎回コースを変えて、工夫していること。

③分析

【指標による効果分析】

和歌山電鐵のウォーク&ハイキングは目標3回計120人に対し、134人が参加し、職員を増員して対応にあたっている。沿線からの参加者も多く、地域の人々に定着しているといえる。また、土佐くろしお鉄道の中村駅まつりには、過去最高の1,200人の来場者が訪れている。

【成功要因・ポイント等】

利用者の好評を得ていたり、集客効果があった事業は、地元の団体や自治体等との連携を円滑に進めたことを成功要因としている。例えば、和歌山電鐵では、地元の施設や団体等の強い連携のもとで実施している。明知鉄道では、自治体からの提案を社内で十分に検討し実施したことや、旅行会社の協力、地元の観光施設等と共同で周遊プランとしての商品化などに取り組まれている。また、土佐くろしお鉄道は、地元の様々な団体等と連携を図ったことを成功要因としている。

このほか、企画内容の工夫も重要となっている。例えば、由利高原鉄道では、個々のイベント列車ごとに、以下のようなきめ細かな工夫がなされている。

- ・エクササイズ列車：健康志向がブームの中、車社会のため普段乗車の機会が少ない女性を対象に設定している。
- ・ハロウィン列車：来場者が仮装してくることを前提にコンパクトな企画としている。
- ・クリスマス列車：秋田市、にかほ市、遊佐町、酒田市など、広範囲をターゲットに、日常、車にしか乗らない方にも乗車して楽しんでいただくことを目指している。

また、鹿島臨海鉄道では、鹿嶋祭りと連携しつつ、工場という珍しい風景、この日だけのツアー、など希少価値をもつことが目指されている。松浦鉄道では、新しい発見ができるように、毎回コースを変えて、工夫している。このようにマンネリ感を与えないよう取り組むことにより集客を獲得している。

【今後の改善点等】

事業の継続に向けて、PRや企画の充実が必要とされている。例えば、鹿島臨海鉄道ではファン向けの広報や、説明等ができるボランティアガイドの同乗等による魅力向上が課題となっている。また、松浦鉄道は、更に多くの集客を図るために、沿線自治体等の協力を得た周知範囲の拡大が挙げられている。

●詳細事例：各種イベント列車の運行（由利高原鉄道 p22 掲載）

由利高原鉄道では、列車内で心地よい揺れを感じながら健康体操を学ぶ「エクササイズ列車」、地元の子ども向け「ハロウィン」を企画した「ハロウィン列車」、クリスマスツリーを飾った車内でプレゼントを配る「クリスマス列車」など、年間 20 本近くのイベント列車を運行、人気を呼んでいる。

「エクササイズ列車」の募集チラシ



列車内のほか、矢島駅待合室にも「ハロウィン」を展示



アテンダントが扮するサンタクロース



④展開方策の検討

【平成 24 年度研究会による方向付け】

沿線地域を散策するウォーキングイベントなどの開催や、ビール列車などの鉄道車内の新たな利用方法等、移動手段だけではない鉄道を使った取組みの実施が位置づけられている。また、これらを根付かせるため、自治会などを通じた積極的な地域に対する情報発信が重要とされている。

【今後の展開方策】

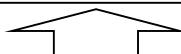
移動手段以外の鉄道乗車の目的化に向けて、例として以下のような取組みを展開していくことが有効であると考えられる。

- ・多様な企画の実施・・・グルメ志向や健康志向、身近な自然とのふれあい、子どもと鉄道のふれあいといった、参加者のニーズを反映し、需要を掘り起こす多様な企画を打ち出し、イベントのマンネリ化を防止する。
- ・様々な人の参加による企画・運営体制の構築・・・自社だけでなく、地元の人々が企画や運営にも参加でき、地元企業や商店との連携による相乗効果を生み出すサービスの提供を実施できるような、地域が一体となった体制を構築する。

有識者会議で示された視点ごとに、今後の展開方向を踏まえて、移動手段以外の鉄道乗車の目的化を図るための具体的な展開方策を次に整理する。また、あわせて、今回のモデル事業における該当事例を示す。

●移動手段以外の鉄道乗車の目的化に向けた展開方策

<p>移動手段以外の鉄道乗車の目的化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線地域を散策するウォーキングイベントなどの開催や、ビール列車などの鉄道車内の新たな利用方法等、移動手段だけではない鉄道を使った取組みの実施 ・これらを根付かせるため、自治会などを通じた積極的な地域に対する情報発信



	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ■車両を活用したイベント列車を運行し、地元住民をはじめとする鉄道利用者の増加を図る。 (様々なテーマの企画列車の運行) ・由利高原鉄道では、季節に合わせた企画やテーマの設定によるイベント列車(「エクササイズ列車」、「ハロウィン列車」等)を運行している。 (サイクルトレインの運行) ・土佐くろしお鉄道では、イベント用車両を活用したサイクルトレインを運行している。 ■駅を活用したイベントで、ふだん鉄道を利用しない人々にも鉄道に関心をもってもらおう。 (駅まつりにあわせた割引運賃の設定) ・土佐くろしお鉄道では、中村駅まつりにあわせて割引運賃を設定し、ふだん列車を使わない人々にも利用してもらおう取組みを行っている。 ■列車への命名権や、プレートの作成・持ち帰りなどができるネーミングライツのイベントを実施し、鉄道利用促進を図る。 (ネーミングライツの実施) ・明知鉄道では、列車に愛称をつけるネーミングライツを実施し、プレートを外して持ち帰りを可能とするなどの工夫により、県外からも多くの人々を集めている。 ■沿線の景観を楽しんだり、車内での観光情報の提供などにより、乗客に移動時間を楽しんでもらえるイベント列車を運行する。 (沿線景観を楽しむ列車の運行) ・鹿島臨海鉄道による工業地帯を走行する臨時旅客列車の運行は、近年の工場見学志向にも合致し、人気を得ている。 	<ul style="list-style-type: none"> ■地域のイベントやお祭りなどに合わせたイベント列車の運行などにより、鉄道利用者の増加を図る。 (お祭りに合わせた臨時列車の運行) ・鹿島臨海鉄道では、地元鹿嶋市のお祭りに合わせた臨時旅客列車を運行している。 ■地元団体等との連携により、子どもたちに親しまれるイベント列車を運行することで、親子連れなどの鉄道利用促進を図る。 (子ども体験ツアーの実施) ・北陸鉄道では、子どもに鉄道の良さ・楽しさを体験してもらおう体験ツアーを実施している。 (子どもと遊ぶ列車の企画) ・長良川鉄道では、地元の大学生との連携によって、「あそびスター列車」、「食育列車」等の運行が行われている。 (p73, 74 掲載「地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実」に分類)
地域資源を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ■鉄道事業者自らが主体的にイベント等に取り組む組織を運営する。 (地域の団体との連携体制の構築) ・和歌山電鐵では、様々なイベント等を企画・実施する際の組織として、「貴志川線運営委員会」(地元自治体や商工会議所、高校等も参加)を積極的に運営、活用している。 	<ul style="list-style-type: none"> ■地域の施設や企業と連携したコース設定によるウォーキングイベントの開催に合わせて鉄道利用の促進を図る。 (地域資源をめぐるウォーキングイベントの実施) ・松浦鉄道のウォーキングイベントは、地元の商店街や地元物産販売所にも立ち寄るコースを設定し、地域の活性化につなげている。

(3) 交流人口の拡大

①モデル事業の状況

交流人口の拡大に向けて、地域の多様な主体や、鉄道ファン等との連携、鉄道会社自身の施設や他の鉄道事業者、地域の企業等との連携等による取組みがなされている。

●モデル事業一覧

事業名	事業者	掲載頁
首都圏応援団の結成	由利高原鉄道	34
上信電鉄鉄道感謝祭フェア	上信電鉄	35
和歌山電鉄沿線の地域活性化	和歌山電鉄	36
第6回北条鉄道まつり	北条鉄道	37
車内観光案内ボランティアの配置	井原鉄道	38
キリンガーデンクーポンPR事業	甘木鉄道	39

②事業の詳細

事業者からの調書及び、電話・メールでの補足調査に基づき、各事業の内容を取りまとめた。

首都圏応援団の結成 [由利高原鉄道]

事業者名：由利高原鉄道株式会社

参加・協力主体：首都圏在住者ファン等

運輸局：東北

都道府県：秋田県

事業内容と背景

○事業の概要

在京の由利鉄ファンを中心に応援団を組織する(応援団の名刺を作成)。鉄道フェアなどのイベントをボランティアで手伝ってもらい、ファン層を拡大する。(平成 25 年 6 月～)

○事業を実施する背景

集客ターゲットの首都圏で由利高原鉄道の名前を浸透させるとともに、地域でも名前を売り込み、観光客の増加を図ると同時に、物販や通販の増加、アシストクラブ会員増も目指す。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

広告の Facebook のコメントに好意的な意見を投稿する方を中心に、応援団組織を立ち上げ

横須賀、久喜、日比谷で応援団活動を展開

現地でのオフ会も実施

・由利鉄ファン層を拡大
・観光客の増加を図ると同時に、物販や通販の増加、アシストクラブ会員増も目指す

事業参画主体と役割

- ・基本的に自社のみで実施。
- ・社長と在京の IT アドバイザーの 2 名で体制を整えた。

事業の目標達成状況

目標

- ・イベント毎に物品販売数の目標を設定している。
- ・物品販売はおおむね好調。

効果

- ・発足したばかりで効果は不明。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・首都圏で開催する「鉄道フェスティバル」等は、知名度向上の絶好のチャンスだが、秋田から出かけては経費がかかり採算がとれない。
- ・そこで、Facebook のコメントに好意的な意見を投稿する方を中心に声をかけ、首都圏の応援団組織を立ち上げた。
- ・平成 25 年 6 月に応援団が発足し、横須賀、久喜、日比谷で活動を展開。現地でのオフ会も実施した。

広報、広告

- ・秋田さきがけ新報への掲載、公式 Facebook、HP 等。

【DO】運営

- ・基本的に自社のみで運営。

【CHECK】評価

- ・発足したばかりで結果は出ていないが、由利鉄ファン層の拡大、観光客の増加、物販や通販の売り上げ増加等に期待している。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・今後の結果次第。

成功のポイント

- ・新しい情報伝達手段である Facebook を活用したこと。
- ・応援団発足以降、徐々にではあるが活動が拡大、今後の成果が期待できる。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・今後の推移をみて判断。

鉄道感謝祭フェア 2013 [上信電鉄]

事業者名：上信電鉄株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：上毛電鉄、わたらせ渓谷鐵道、JR 東日本、高崎市等

都道府県：群馬県

事業内容と背景

○事業の概要

恒例の「鉄道感謝フェア 2013」を開催。沿線外及び沿線周辺からの集客を図る。(平成 25 年 11 月)

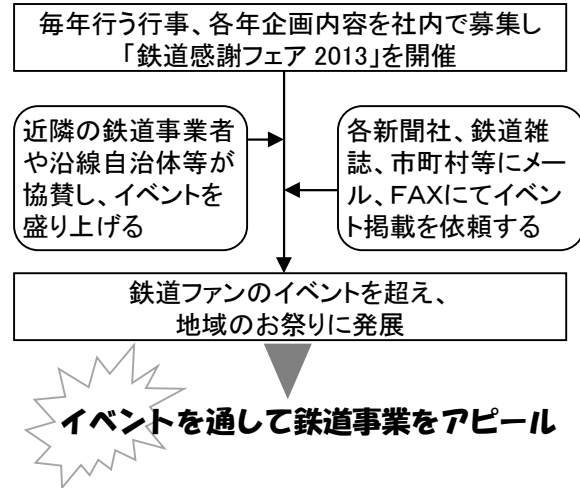
○事業を実施する背景

電気機関車デキのイベント記念列車運転、撮影会、保守用車両の乗車体験、車両検修場・新型車両の見学会、など、ふだんやらないことをイベントで実施。近隣の鉄道事業者や沿線自治体等多くの参加を得て、鉄道事業をアピールする。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○上信電鉄鉄道部：イベントを主催

○協賛鉄道企業（上毛電鉄、わたらせ渓谷鐵道、東武鐵道、JR 東日本）：鉄道グッズ等の販売

○上信電鉄沿線市町村連絡協議会（高崎市、甘楽町、富岡市、下仁田町、南牧村）：各市町村のゆるキャラの手配と出場、テント等の提供

○2015 年の公共交通をつくる会：ミニトレインの運行

○県立高崎高等学校：鉄道模型（Nゲージ）のジオラマ運転

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・毎年行う行事、各年企画内容を社内で募集
- ・今年は、鉄道事業のアピールとともに世界遺産登録目指す「富岡製糸場」を PR

広報、広告

- ・各新聞社、鉄道雑誌、市町村等にメール又は FAX にてイベント掲載を依頼。
- ・会社ホームページで案内
- ・沿線の幼稚園、小学校にチラシを配布。
- ・各駅にポスターを掲示

【DO】運営

- ・上信電鉄が単独で開催するイベントだが、近隣の鉄道事業者や沿線自治体等が協賛し、イベントを盛り上げている。
- ・他の鉄道事業者とはイベントの度に応援しあう関係にある。

【CHECK】評価

- ・子ども連れの家族が多く、鉄道の良さが新しい世代に継承されることが期待できる。

【ACT】今後に向けた改善点

- ・次年度は新しく開設した富岡駅を見せたい。32 年ぶりに導入した新型車両で高崎と富岡間に記念列車として走らせる。
- ・常時の催事にその年ごとの事業に関連した新たな要素を加えていきたい。

事業の目標達成状況

- ・来場者目標：3,000 人、実績上で目標をクリア。
- ・例年同じくらいの来場者数で、層は固定している。どちらかという、恒常的なファンを確保・維持する意味合いが大きい。

成功のポイント

- ・近隣の鉄道会社や沿線自治体等が一体となってイベントを盛り上げていること。
- ・毎年の恒例イベントとして地道に持続しており、子どもの家族連れが来客の主体になって、次の世代に鉄道の良さが伝えられていること。

沿線の地域活性化 [和歌山電鐵]

事業者名：和歌山電鐵株式会社
参加・協力主体：山東まちづくり会、貴志川線の未来をつくる会、
和歌山市（観光課）、他

運輸局：近畿

都道府県：和歌山県

事業内容と背景

○事業の概要

鉄道会社と地元団体（山東まちづくり会、貴志川線の未来をつくる会）、和歌山市（観光課）が連携して、和歌山電鐵沿線の地域活性化を目指す

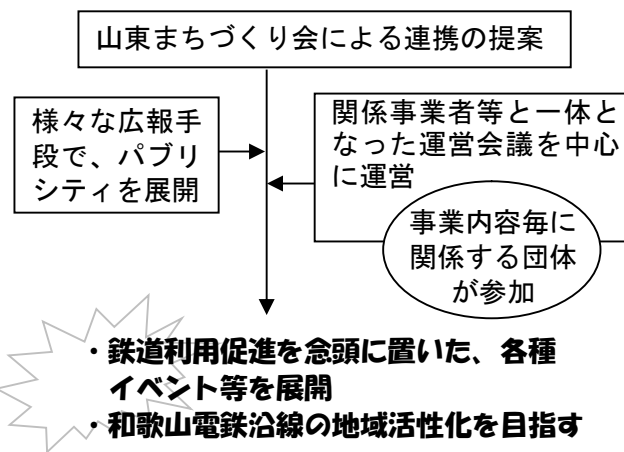
○事業を実施する背景

大阪都市圏からの良好なアクセス環境、東部地域のインフラ面での大きな要である貴志川線を活用し、移住・交流人口および観光客の増加を図る

○活用した国等の支援策

一般財団法人地域活性化センターの移住・交流による地域活性化支援事業

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○和歌山電鐵：関係事業者等と一体となった運営会議に参加

○山東まちづくり会：事業主体、企画・立案・運営

○貴志川線の未来をつくる会（和歌山電鐵と一体）：事業内容に応じて運営等に協力

○和歌山市（観光課）：広報協力等

○その他、(有)四季の郷、バンブー倶楽部、プロジェクト Night of Light、地元小学校、地元自治会等多数：会場の提供、イベントへの参加協力等

事業の目標達成状況

- ・数値目標は設定していないが、関係団体、地域の連携によって生まれた新たな交流を通じて、貴志川線のファン獲得、あるいは理解を深める機会となった。
- ・竹燈夜の開催、沿線へのコスモスの植付、地元産品を使った食の開発、ハイキングマップ（看板）の制作・設置等。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・山東まちづくり会により、移住・交流による地域活性化について、鉄道が要と位置付け、和歌山電鐵貴志川線との連携が提案された

広報、広告

- ・テレビ、ラジオ、雑誌、広報誌、書籍、新聞等を通じてのパブリシティを展開
- ・山東まちづくり会のHPにて紹介
- ・運営会議参加の各団体が持つ媒体を利用して紹介

【DO】運営

- ・関係事業者等と一体となった運営会議を中心に運営、調整・取りまとめは山東まちづくり会が行い事業内容毎に関係する団体が参加

【CHECK】評価

- ・沿線の多数の団体や住民等が参加する活動を、運営会議を中心に、高いマネジメント力でまとめあげている

【ACTION】今後に向けた改善

- ・活動を拡大し、鉄道利用者の増加と沿線の地域活性化に少しでもつなげること。

成功のポイント

- ・多くの関係事業者で実施しているが、運営会議がその中心を担っている。その運営会議が円滑に機能していることが事業の成功するポイントである。
- ・様々な取り組みを通じた積み重ねで、少しずつではあるがファンや理解者を獲得できているものだと考える。
- ・鉄道事業者は中心的役割として関係者同士をつなぎ、一緒に汗をかき失敗や苦労も共にする、そしてなんでも言い合える関係を構築し、その中で生まれた成功体験を共有することが大切。
- ・どの団体も人出や予算に限りがあり、合意を得つつ、とにかく見える形にしていく推進力が必要。中長期的には、継続して取り組んでいける体制の構築が必要だと感じている。

第6回北条鉄道まつり [北条鉄道]

事業者名：北条鉄道株式会社

参加・協力主体：地域住民等

運輸局：近畿

都道府県：兵庫県

事業内容と背景

○事業の概要

恒例の北条鉄道まつりを開催、地域住民等を招待し日頃の支援を感謝。

加西市の「北条の宿はくらんかい」と同時に開催、ミニ SL 運行、北条鉄道ボランティア駅長が各駅で体験教室を開校（平成 25 年 10 月）。

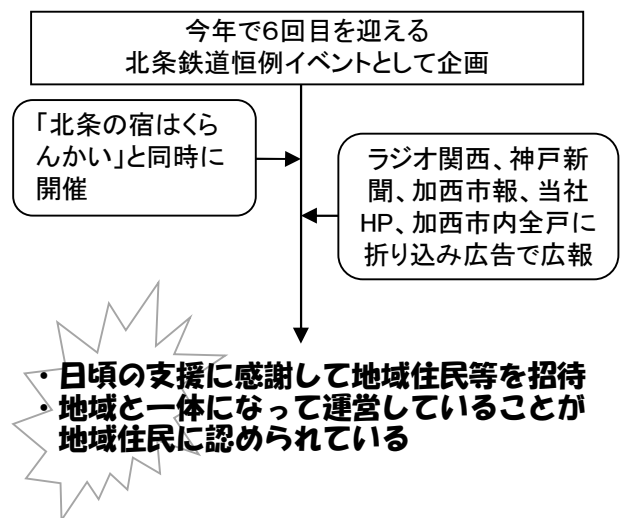
○事業を実施する背景

加西市北条町内の「北条の宿はくらんかい」と同時に開催。

○活用した国等の支援策

なし。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○自社のみで実施：

ボランティア駅長による一日体験教室の開催、ミニ SL の運行。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】 企画・立案

・今年で6回目を迎える北条鉄道恒例イベントとして開催。

広報、広告

・ラジオ関西、神戸新聞、加西市報、当社 HP、加西市内全戸に折り込み広告等。

【DO】 運営

・地域の協力で6駅に水洗トイレが完成、その際の寄附と無償労働奉仕者の家族、駅近隣住民を感謝の意味を込めてミニ SL 乗車に招待。

・ボランティア駅長による北条鉄道ステーションマスター教室開校。

・この他、防空壕跡見学案内も実施。

【CHECK】 評価

・日頃の支援に感謝する意味が大きい。地域と一体になってやっていることが認められていると感じる。

【ACTION】 今後に向けた改善

・今後もまつりを継続し、もっと多くの人に集まってもらうこと。

事業の目標達成状況

- ・ミニ SL 会場 550 名
- ・各教室 50 名
- ・計 600 名（加西市、近隣市の住民を対象）

成功のポイント

- ・地域の応援に対して感謝の意味を込めて全社一丸となってやっていること。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・地域に密着する意識をもっていれば、どこでも可能。

車内観光案内ボランティアの配置 [井原鉄道]

事業者名：井原鉄道株式会社

運輸局：中国

参加・協力主体：地域観光団体「井原マイレールプラザ」、沿線自治体

都道府県：岡山県

事業内容と背景

○事業の概要

井原鉄道を利用する旅行会社のツアーに、沿線案内を行う観光ボランティアを配置し、ツアーの付加価値を高めている（平成25年4月～26年3月）。

○事業を実施する背景

井原線に導入した特別企画車両「夢やすらぎ号」を活用して実施することで利用者の増加を目指す。

沿線地域にある観光資源と井原線沿線を一体にツアー観光としてPRするために実施。

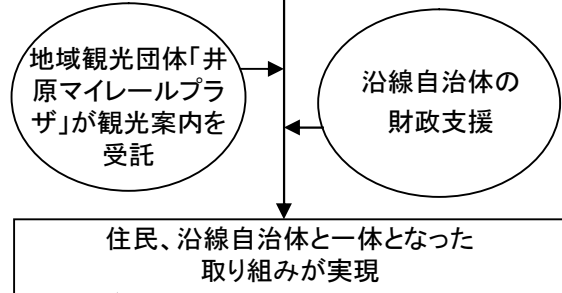
地域住民で組織する団体が観光案内ツアー役を受け持つことにより、住民と一体となった取り組みが実現。

○活用した国等の支援策

岡山県緊急雇用創出事業臨時特例基金事業補助金

■事業の進行フロー図

観光客誘客を目指し、観光案内ボランティアを
発案し、旅行会社にツアー企画を提案



・観光ボランティアガイドの説明で、
観光がより楽しくなったと好評
・鉄道利用者の増加も期待される

事業参画主体と役割

○井原鉄道株式会社（総務企画部4名）：ツアー企画、関西圏域を中心とした旅行会社に提案。

○地域観光団体「井原マイレールプラザ」：観光案内を受託。

○都道府県、市町村：事業実施に際しての財政支援。

事業の目標達成状況

- ・関西圏、中四国圏、九州圏からの観光ツアー客 想定来客数 800 人（1 ツアー40 人×20 ツアー）。
- ・鉄道輸送年間 100 万人超を目標（事業単独ではなく、本事業を通じて鉄道利用全体を底上げし、輸送量の増をめざす）。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】 企画・立案

- ・広域からの観光客誘客を目指し、観光案内ボランティアの配置を社内で発案し、旅行会社にツアー企画を提案。

広報、広告

- ・旅行商品として企画販売（阪急交通社、クラブツーリズム、北港観光バス、コープえひめ、名鉄観光、JTB広島、読売旅行、神戸新聞旅行社等）。

【DO】 運営

- ・ツアーは、井原鉄道井原線、総社駅～井原駅間で実施。

【CHECK】 評価

- ・観光ボランティアガイドの説明で、観光がより楽しくなったと好評。

【ACTION】 今後に向けた改善

- ・観光ボランティアが限定されているのを、さらに拡大していきたい。

成功のポイント

- ・地域住民で組織する団体が観光案内ツアー役を受けもってくれたこと。
- ・旅行会社が商品として企画販売をしてくれたこと。

今後の課題

- ・観光客のレベルが高くなっており、観光ガイドの育成が必要。また、ツアー客の層に応じた説明の工夫がポイントに。

キリンガーデンクーポン PR 事業 [甘木鉄道]

事業者名：甘木鉄道株式会社
 参加・協力主体：西日本鉄道株式会社、沿線観光施設等、
 甘木鉄道を育てる会

運輸局：九州

都道府県：福岡県

事業内容と背景

○事業の概要

多くの人が集まる西鉄の天神福岡駅等にて実施。沿線の観光パンフレットを手渡し、利用を PR。

平成 23 年度より実施しているが、今年度はキリンガーデンクーポンのチラシを添えて PR を実施、好評を得る（平成 25 年 9 月～）。

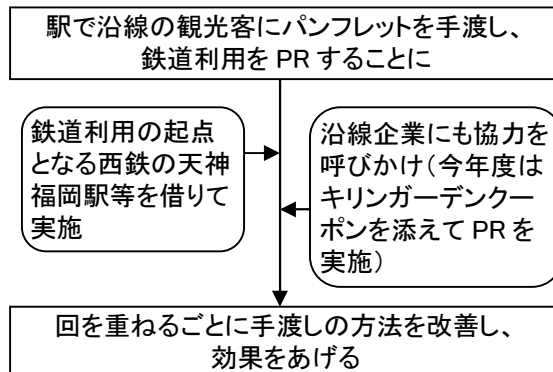
○事業を実施する背景

西鉄と連携して、甘木鉄道の電車の増収増客を図る。甘鉄沿線の施設、観光地の PR を兼ねて実施している。

○活用した国等の支援策

甘木鉄道を育てる会より補助金（60,000 円）。

■事業の進行フロー図



・今後も PR 事業を継続
 ・増収増客に繋がるよう取組みを強化

事業参画主体と役割

- 西日本鉄道株式会社：PR の場（駅）を提供。
- 沿線観光施設等：キリンビール福岡工場、キリンビアファーム、花立山温泉、秋月、甘木健康ランド、朝倉市観光協会等多数が協賛。
- 甘木鉄道株式会社：社員が PR を担当。
- 甘木鉄道を育てる会：資金面や運営面で支援。

事業の目標達成状況

・目標値は設定していない。

実績：

・平成 22 年度から開始、平成 24 年度には 81 万円の売り上げを記録している。

	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
販売枚数 (枚)	1,950	1,549	2,049	1,794
人員 (人)	3,900	3,098	4,098	3,588
売上 (円)	781,344	616,437	813,609	712,908

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・社内でアイデアを検討して実施。

広報、広告

・パンフレットを作成し、配布

【DO】運営

・連絡線となる西鉄と連携して PR。

【CHECK】評価

・企画切符の存在を知らないお客様が多いので、今後も PR 事業を実施して増収増客に繋がるように前向きに取り組みたい。

【ACT】今後に向けた改善点

・期日までに準備が間に合わず配布が間に合わない例もあった。配布予定のパンフレットは、期日までに準備してもらうことを徹底する必要がある。
 ・イベント実施期間に限定されているが、年間を通じてお客様が利用できるような企画切符に変更できないか検討中。

成功のポイント

- ・連絡線となる西鉄と連携して PR していること。双方の利用客増加が共通目標になっていること。
- ・回を重ねるごとに手渡しの方法を改善し、効果をあげていること。

（パンフレットにティッシュを添えて実施したが、なかなか受け取ってもらえず。次には、地元のお菓子を添えたら受け取ってくれた。さらに、半被を着てお菓子を添えるというように。今年度はキリンガーデンクーポンを添えて PR。今は、お客様自身から寄ってこられるまでになった。）

③分析

【指標による効果分析】

上信電鉄の鉄道感謝祭フェア 2013 は、来場者が目標人数の 3,000 人に達しており、地元との一体となった取組みに効果があったといえる。

【成功要因・ポイント等】

他の鉄道事業者や沿線自治体・住民と一体となった取組みがポイントとなっている。例えば、上信電鉄では、協賛鉄道企業や市町村連絡協議会との連携でイベントを運営したり、井原鉄道では、地域住民で組織する団体が観光案内ツアー役を受けもってくれていたり、和歌山電鐵では、多くの関係事業者で実施している運営会議が円滑に機能し、事業が実施されている。

また、旅行会社が商品として企画販売をしてくれたこと、また、パンフレットの配布に合わせたクーポン券の配布や、Facebook を活用した情報発信手段など、情報発信方法に工夫もポイントとなっている。例えば、由利高原鉄道では、新しい情報伝達手段である Facebook を活用している。また、甘木鉄道では、双方の利用客増加を共通目標として連絡線となる西鉄と連携した PR に取り組まれている。

【今後の改善点等】

交流人口の拡大に向けて、多くの人への周知のため、PR 活動の充実に取り組むことが必要となっている。

また、井原鉄道では、観光ボランティアの拡大が必要とされているなど、担い手の拡大も必要と考えられる。

●詳細事例：鉄道感謝フェア 2013 の開催（上信電鉄 p35 掲載）

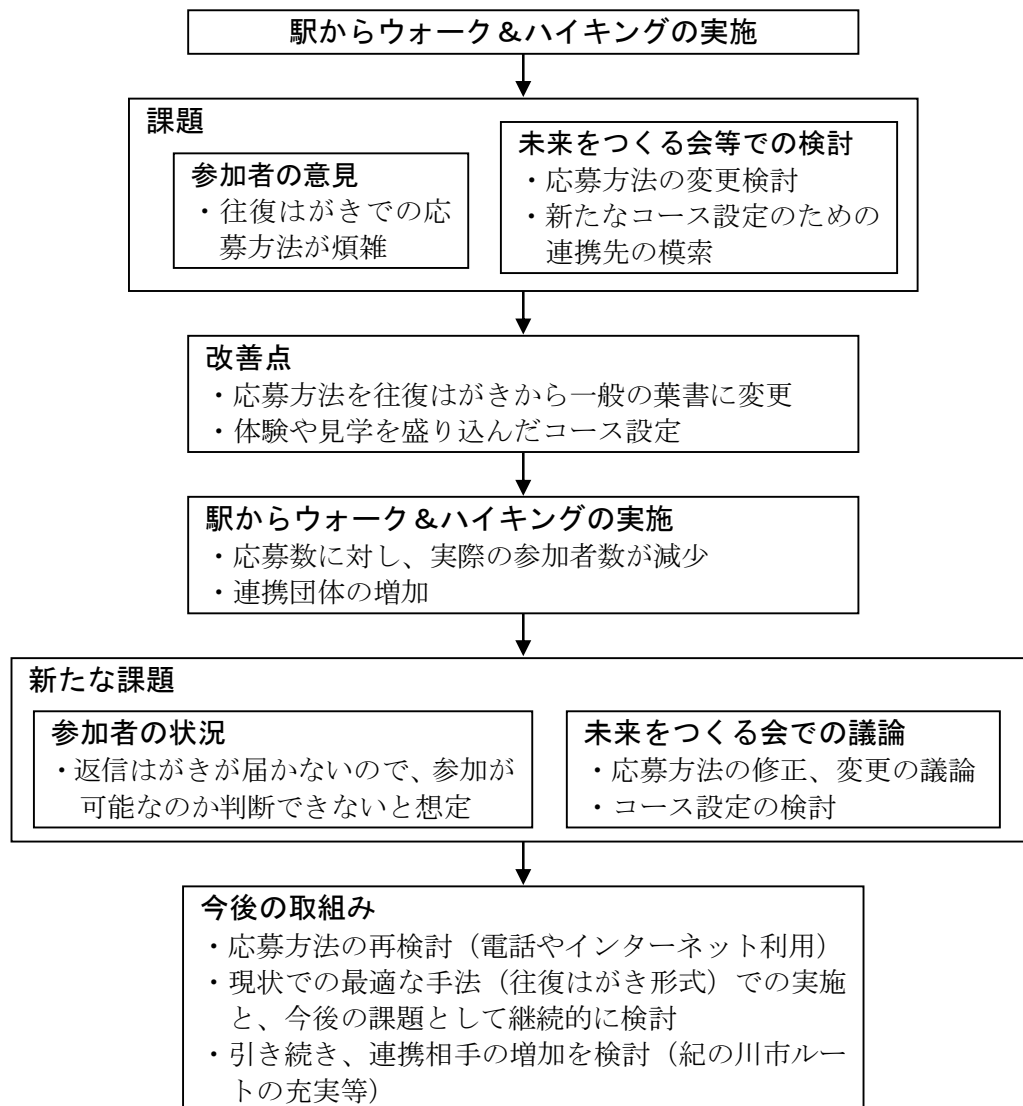
上信電鉄では、本社及び車両検修場において「鉄道感謝フェア 2013」を開催し、鉄道事業をアピールするほか、世界遺産登録を目指す「富岡製糸場」の PR、沿線市町村のゆるキャラ集合イベントも合わせて行っている。

イベント開催にあたり、協賛鉄道企業（わたらせ渓谷鐵道、東武鉄道、JR 東日本）、上信電鉄沿線市町村連絡協議会（高崎市・甘楽町・富岡市・下仁田町・南牧村）、2015 年の公共交通をつくる会、県立高崎高等学校の協力が得られた。



●詳細事例：検討組織によるイベントの評価・改善（和歌山電鐵 p26, 36 掲載）

- ・和歌山電鐵では、沿線の地域資源を活用した「駅からウォーク&ハイキング」を実施し、地域資源の掘り起こしや鉄道利用の増加を目指している。
- ・企画・運営にあたっては、「貴志川線の未来をつくる会」や「貴志川線運営委員会」における定期的な話し合いによって、コース設定等の検討を行っている。
- ・実施した際に生じた問題や今後の取組みについてもこれらの会合において検討され、その後の開催において改善が行われており、さらにその結果を次の改善につなげている。
- ・ポイントとして、職員が利用者から意見や感想を直接聞くことができるイベントの形態と、課題や解決方法を話し合う会合（つくる会）の定期的な開催が挙げられる。



●詳細事例：ファンの組織化（由利高原鉄道 p34 掲載、長良川鉄道 p88 掲載）

地域鉄道のファンを単なる利用者ではなく、イベント等に参画する存在として活用することで活性化する取組みも有効であると思われる。由利高原鉄道は首都圏在住のファンを、長良川鉄道は、地元のNPO等が中心となったファンを集め、協力を得ることに成功している。

事例：首都圏応援団の結成（由利高原鉄道）

由利高原鉄道では、ファンを拡大するとともに、首都圏でのイベント等でのボランティアとして活動できるファンを「首都圏応援団」として組織化し、活用している。

募集には、ホームページやFacebook等を活用している。

（写真：応援Tシャツ）



事例：長鉄沿線応援団の結成（長良川鉄道）

長良川鉄道のイメージを発信し、来客の増加を図るため、NPO（せき・まちづくりNPO ぶうめらん）や自治体、沿線企業の協力により、「長鉄沿線応援団（NGT2）」を結成し、情報発信やイベント等への協力を行っている。

（写真：ゆるキャラの応援団長ぶう）



④展開方策の検討

【平成24年度研究会による方向付け】

営業収支率の値を「経営環境や経営状況に基づく事業者の類型」のグループ間で比較すると、生活路線の性格を有するこのグループは、他グループに比べて厳しい経営環境にあり観光路線を有する他の事業者の取組み等を参考として交流人口の増加を図ることが重要としている。

日常的な風景やものが観光資源となり得ることを理解し、新たな観光資源を発掘・創出し、それを活用した独自性のある取組み及び広報活動を実施することが必要であると提案されている。

【今後の展開方策】

交流人口の拡大に向けて、例として以下のような取組みを展開していくことが有効であると考えられる。

- ・魅力を活かす連携体制の構築・・・地域資源や特産品、観光資源を活かした交流の促進にあたり、地元住民や観光ボランティア、団体や企業など、多くの関係者の連携が必要となるため、企画・運営を円滑に進め、リーダーシップを発揮する運営組織を構築する。
- ・様々な媒体を活用した情報の発信・・・自社や関係者によるPRだけでなく、地元の自治体や旅行会社、マスコミ等と連携を深め、新たな情報を様々な媒体を通じて、継続的に情報を発信する

有識者会議で示された視点ごとに、今後の展開方向を踏まえて、交流人口の拡大を図るための具体的な展開方策を次に整理する。また、あわせて、今回のモデル事業における該当事例を示す。

●交流人口の拡大に向けた展開方策

交流人口の拡大

- ・観光路線を有する他の事業者の取組み等を参考として交流人口の増加を図る。
- ・日常的な風景やものが観光資源となり得ることを理解し、新たな観光資源を発掘・創出し、それを活用した独自性のある取組み及び広報活動を実施する。



	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ■鉄道事業者の持つ車両や駅舎、車両基地等を活用し、地域住民等が鉄道に触れ合い交流する機会を創出することにより、交流人口の拡大を図る。 (鉄道フェアの開催) ・上信電鉄では、本社及び車両検修場を活用した「鉄道感謝フェア」による鉄道事業のアピールを行い、地域のお祭りに発展させている。 ■応援団組織を立ち上げ、鉄道ファンの組織化とファン層の拡大を図る。 (首都圏応援団の結成) ・由利高原鉄道では、首都圏の応援団組織を立ち上げ、ファン層の拡大、観光客の増加、物販の売り上げ増加を目指している。 	<ul style="list-style-type: none"> ■旅行会社や地元ボランティアと連携した列車の運行やサービスの提供により、地元住民と観光客との交流拡大を図る。 (旅行会社と連携したツアーにおける観光案内ボランティアの活用) ・井原鉄道では、鉄道を利用する旅行会社のツアーに、地元団体(井原マイレールプラザ)の協力を得て、車内観光案内ボランティアを配置している。 ■地域振興の取組みやお祭りに鉄道事業者も参画し、鉄道利用者の増加と、地域との交流促進を図る。 (地元のお祭りに合わせた鉄道祭りの開催) ・北条鉄道は、地元イベント「北条の宿はくらんかい」に合わせて「北条鉄道まつり」を実施し、地域住民等と一体となった運営を行っている。
地域資源を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ■鉄道事業者によるPR活動を展開し、鉄道ファンや観光客の増加による交流の促進を図る。 (沿線景観のPR) ・秋田内陸縦貫鉄道では、沿線の素晴らしい景観を「八景」に選定し、カレンダーの作成や積極的なPRを行うことで、鉄道ファンやカメラマン、観光客の増加を目指している。(p65 掲載「地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実」に分類) 	<ul style="list-style-type: none"> ■地元組織と連携による、地域資源を活かしたイベント等を実施することで、沿線の活性化を図り、人々の交流を促進する。 (地元団体との連携による移住・交流の促進) ・和歌山電鐵では、地元協力団体(山東まちづくり会、貴志川線の未来をつくる会、和歌山市等)と連携し、移住・交流による活性化に向けた各種広報、イベントを進めている。 ■沿線の企業や観光施設等と連携したPRを行う。 (沿線の観光パンフレット配布によるPR) ・甘木鉄道では、西鉄福岡駅において沿線の観光パンフレットやチラシなどを配布し、鉄道の利用促進を図っている。

3-2. 観光路線グループ

(1) 他者との差別化を図った話題性の創出

①モデル事業の状況

地域の観光資源や沿線の特色を活かした取組みを実施することで、話題性を提供し、多くの観光客が訪れることを目指した事業に取り組まれている。近年は観光地、観光施設や特産物だけでなく、鉄道施設そのものの魅力を発信することで、同様に活性化を図る取組みが行われている。

●モデル事業一覧

事業	事業者	掲載頁
震災学習列車	三陸鉄道	45
時間のまほろば列車	秋田内陸縦貫鉄道	46
アテンダントによる車両装飾（七夕列車・太宰列車）	津軽鉄道	47
黒部峡谷こども駅長の日	黒部峡谷鉄道	48
国営ひたち海浜公園無料シャトルバス運行	ひたちなか海浜鉄道	49
わ 89-101 号保存活用事業	わたらせ渓谷鐵道	50
ピカピカ大作戦・駅周辺整備事業	わたらせ渓谷鐵道	51
ふるさと駅長	わたらせ渓谷鐵道	52
各駅イルミネーション事業&イルミネーションツアー	わたらせ渓谷鐵道	53
SLフェスタ	大井川鐵道	54
SL列車の運行	大井川鐵道	55
井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク）	大井川鐵道	56
車両区見学コース	大井川鐵道	57

②事業の詳細

事業者からの調書及び、電話・メールでの補足調査に基づき、各事業の内容を取りまとめた。

震災学習列車 [三陸鉄道]

事業者名：三陸鉄道株式会社

参加・協力主体：体験村・たのはたネットワーク(田野畑村)椿の里・大船渡ガイドの会(大船渡市)、ふるさと体験学習協会(久慈市)

運輸局：東北

都道府県：岩手県

事業内容と背景

○事業の概要

震災と防災について学ぶ列車を運行し、車内で東日本大震災の被災について解説を行う。教育旅行などとして利用客の誘致を図る。(平成24年6月から)

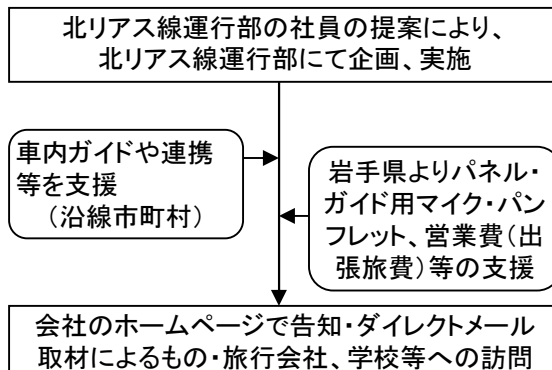
○事業を実施する背景

三陸沿岸に修学(教育)旅行を誘致することにより、「地域の産業振興」「地域の活性化」に貢献するため。東日本大震災の経験と教訓を後世に継承し、今後の防災に貢献するため。

○活用した国等の支援策

岩手県よりパネル・ガイド用マイク・パンフレット、営業費(出張旅費)等の支援を受ける。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○三陸鉄道北リアス線運行部、南リアス線運行部：企画と運営

○体験村・たのはたネットワーク(田野畑村)椿の里・大船渡ガイドの会(大船渡市)：車内ガイド

○ふるさと体験学習協会(久慈市)：震災学習列車の運行と連携し体験型教育旅行を誘致

事業の目標達成状況

期間	目標	達成状況
平成24年度(6月～3月)	10 団体 2,000 千円	27 団体 1,809 千円 1,472 名
平成25年度	60 団体 6,000 千円 3,600 名	<実績> 146 団体 9,883 千円 6,571 名

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・北リアス線運行部の社員の提案により、北リアス線運行部にて企画、実施。

広報、広告

・自社のホームページで告知、ダイレクトメール活用。
・マスコミの取材の活用、旅行会社、学校等への訪問営業の実施。

【DO】運営

・列車の運行、ガイドによる案内の実施。

【CHECK】評価

(北リアス線運行部営業担当課長より)

・従来の商品は、お客様の需要に合わせて開発、販売してきたが、震災学習列車は、被災地や三陸鉄道の想いによって作られた商品である。
・参加者の中には涙しながら聞いてくださる方もおり、十分に被災地の想いは届いているものと思う。また口コミによる団体の参加もある。

【ACTION】今後に向けた改善

・人員不足と車両運用・営業費の捻出。

成功のポイント

・タイムリーな商品であったこと、目的を的確に設定したこと。
・車内でのガイドにおいても、単なる被災状況の説明だけではなく、各ガイドの熱い想いを伝えていること。
・現在の震災学習列車は、すべて臨時での運行であるが、南リアス線で12本、北リアス線で11本設定しており、旅程が組みやすいこと。

時間（とき）のまほろば列車 [秋田内陸線]

事業者名：秋田内陸縦貫鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：秋田内陸地域公共交通連携協議会等

都道府県：秋田県

事業内容と背景

○事業の概要

沿線の素晴らしい風景の魅力と贅沢な時間を詰め込んだ、「時間（とき）のまほろば列車」を運行する。

○事業を実施する背景

地形的な制約から高速走行できないことを逆に、ゆっくり走る列車として売り出しを図った。

○活用した国等の支援策

秋田内陸地域公共交通連携協議会より

秋田内陸線の利用促進事業補助金 0.4 百万円

事業参画主体と役割：

○運輸部運輸課課長：行程表作成、行程管理、列車運転案内

○運輸部車両課課長：ヘッドマーク制作・車内装飾、車両運用、安全対策

○総務企画部事業課：アテンダント、観光スポット案内ガイド、車内販売

○秋田内陸旅行センター所長：ツアー主催営業、申込受付、ツアー添乗

○地元グリーンツーリズム団体（わくわくマーケット、花野果）：車内販売

○秋田内陸地域公共交通連携協議会：企画支援、事業費一部負担（有料実証運行）

事業の目標達成状況

目標：各回 30 名（最大 2 両運行で 80 名まで）計 5 回

達成状況：6/15 20 名、8/31 13 名、9/28 23 名。

※6/22 及び 7/20 は募集人員が少なく催行中止。

成功のポイント

- ・「遅さ」をアピールした「逆転の発想」が受け入れられた。
- ・新しい試みであったため、前例にとらわれることなく自由に企画立案をすることができ、斬新な企画をまとめることができた。
- ・チラシで表現できない魅力をアピールするために、インターネット動画、マスコミ招待など新しい手法を利用し、功を奏した。
- ・通り過ぎるだけであった沿線の魅力を再度勉強し、伝えたことで丁寧なおもてなしとなった。

今後の課題

- ・「遅く走るだけで何がおもしろいのか」「通常運賃の倍以上も払う魅力は何か」等の問い合わせが多かった。遅く走ることの良さを伝えることが難しかった。
- ・県外の利用客へもっと魅力を伝えることが課題。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・実際に歩いてみたり、違う目線でゆっくりだからこそ楽しめることを探すことがポイントです。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案：(財)東北活性化研究センター、秋田内陸地域公共交通連携協議会

- ・平成 24 年度の調査研究事業で「ゆっくり走ることを売り物にできないか」と提案、11 月に無料実証運行を実施、乗客の反応が非常に良かったため、有料の実証運行を実施。営業運行に向け手ごたえを得る。
- ・通常 1 時間程度の行程を 2 時間半前後かけて運行。
- ・徐行しながら運転士が案内。列車の窓を開けて吹き込む風を体験する、クマ（＝着ぐるみ）と遭遇する、地元のお母さんが乗り込んで行商する、地元産スイーツやりんごジュース、手作りおにぎりなどを提供するなど「スロー」と「スローが故に体験できる素晴らしさ」「沿線地域そのものが有する魅力」が楽しめる。

広報、広告

- ・県内ラジオ、地上デジタルデータ放送での PR
- ・県内情報誌への記事掲載 1 誌
- ・交通新聞社記事掲載
- ・イメージ動画を制作し Youtube にアップ
- ・6 月 15 日第 1 回運行時に、県内外マスコミ 6 社を招待し（呼びかけは 42 団体）、モニター乗車として取材を依頼
- ・平成 24 年 11 月実施の無料実証運行時の参加者及び当社関連企画商品参加者へ直接チラシ等を直接送付

【DO】運営

- ・遅く走るためには、事前にち密な運行行程表の作成が欠かせない。

【CHECK】評価

- ・商品の魅力の伝え方に苦慮したが、参加客からは概ね満足を得る。
- ・乗客の反応をみながら運転士が案内するが、ツアー後半に乗客が飽き、疲労感を感じてくる事への対策が必要。
- ・客層や季節に応じて、口調やガイド内容を変更するなどの配慮を行った。
- ・ガイドをするにあたり、改めて地域素材を再発見することができた。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・イメージが伝わるような PR 展開が必要である。
- ・運行時点の『旬』をテーマに、リピーターでも楽しめる企画を検討する必要がある。

アテンダントによる車両装飾（七夕列車・太宰列車） [津軽鉄道]

事業者名：津軽鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：立佞武多の館、津軽金山焼、かなぎ元気倶楽部

都道府県：青森県

事業内容と背景

○事業の概要

車内を七夕や文豪をテーマにアテンダントが楽しい飾り付けを行い、乗客に楽しんでもらう。（平成25年7月～）

○事業を実施する背景

テーマ性のある飾り付けをアテンダントが行うイベント列車とすることで、列車に乗ることを目的に津軽鉄道を訪れる人を増やすため。

イベント列車を恒例化することにより地元利用客も次のイベント列車を楽しみに乗ってくれるように。

企画内容を地域の各施設とタイアップしたものとすることで、地域振興の取組みに協力するため。

○活用した国等の支援策

公益財団法人 むつ小川原地域・産業振興財団プロジェクト支援助成事業

七夕列車：10,000円

太宰列車：10,000円

事業参画主体と役割

○津軽鉄道株式会社：津軽半島観光アテンダント6名が担当。

○観光施設、地元観光事業者：参加と支援。

七夕列車	立佞武多の館、津軽金山焼、かなぎ元気倶楽部（訪問者に粗品をプレゼント）
太宰列車	かなぎ元気倶楽部から、太宰が愛用していた二重マントを借り制作の参考に。その他、画像の提供・協力。

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。

成功のポイント

- ・毎年、違う装飾にしていること。
- ・短冊やお客さまも羽織ることができる太宰マント風のポンチョを用意する等、乗客も参加できるイベント列車にしていること。
- ・観光客だけでなく、津軽鉄道を日常的に利用している地元客にも楽しめるものにしていること。

■事業の進行フロー図

特徴があるイベント列車にしたい、と社内で模索、地元からも提案を受ける

車内を七夕で飾り、景品付きで地元観光施設を訪問できる七夕列車

太宰治の遺品を所有する地元施設の協力を得て、太宰列車を企画

鉄道利用客が沿線の各施設を訪れ、地域観光施設周遊の流れができた

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・社内からの発案で、観光客、地元客共に楽しみ参加できるイベント列車はないか、地域の魅力を存分に伝えられる方法はないかと模索し、平成21年より実施。うち、七夕列車については、平成23年に地元観光施設の立佞武多の館から提案があったもの。

広報、広告

- ・青森放送、青森テレビ、NHK 青森放送局が取材、放送。
- ・東奥日報、陸奥新報が取材、記事を掲載。
- ・津軽半島観光アテンダントのブログ、Facebook にて宣伝。

【DO】運営

- ・津軽鉄道株式会社が運営、立佞武多の館、津軽金山焼、かなぎ元気倶楽部が参加、協力。

【CHECK】評価

- ・鉄道利用客が沿線の各施設を訪れ、地域観光施設周遊の流れができた。
- ・季節感がある車内やポンチョを楽しむことができた、との声が多い。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・地元客、観光客共に好評を得ることができたが、今後のイベント列車もお客さまに満足していただける新たなものを企画したい。

こども駅長の日 [黒部峡谷鉄道]

事業者名：黒部峡谷鉄道株式会社

参加・協力主体：－

運輸局：北陸信越

都道府県：富山県

事業内容と背景

○事業の概要

黒部峡谷鉄道本線宇奈月駅では、小学生2名が駅長体験出来る「黒部峡谷こども駅長の日」を設定。

乗客の出迎えやトロッコ電車の出発合図などの仕事をこなし、記念として制帽・白手袋・写真・記念品がプレゼントされる。

○事業を実施する背景

「こども駅長」をPRすることで話題性を生み、集客を図ることをねらいに、約30年前に発案。以降、継続して実施。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

話題性を生み、集客を図ることをねらいに、約30年前に発案

小学生2名が駅長体験出来る「黒部峡谷こども駅長の日」を設定

駅長の仕事をこなし、制帽・白手袋・写真・記念品がプレゼント

他の鉄道会社ではなかなか体験できないようなこと（発車ベル合図等）ができて良かった、と人気に

希少性が成功の秘訣に

事業参画主体と役割

○黒部峡谷鉄道：企画と運営。

事業の目標達成状況、効果

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・子ども駅長は1日あたり2名
- ・平成25年度応募者数64名、駅長8名（抽選）

成功のポイント

- ・他の鉄道会社ではなかなか体験できないようなこと（発車ベル合図等）ができて良かったという声があり、希少性が成功の秘訣に。

同様の事業を実施する際のアドバイス

- ・子どもは緊張するので、緊張をほぐしてあげることが必要（事前に子どもの好物を知っておいて、駅長の辞令をわたすときにプレゼント、など）。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・社内からの発案。

広報、広告

- ・雑誌、広報誌、書籍、新聞、県内情報誌に掲載。
- ・会社ホームページで紹介、募集等。
- ・ダイレクトメールでも案内。

【DO】運営

- ・営業部営業課営業企画係で担当。本物の駅長が「駅長体験」をサポート。

【CHECK】評価

- ・参加者からは、「また来たい」との声が。
- ・参加者だけでなく、他の乗客の楽しんでいる姿もみることができた。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・日程調整を行う際の各部署との調整面で改善が必要。
- ・家族の都合を考慮し、当選結果通知についてももっと余裕をもって知らせる（10日前を20日前に改め）。

国営ひたち海浜公園無料シャトルバス運行 [ひたちなか海浜鉄道]

事業者名：ひたちなか海浜鉄道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：国営ひたち海浜公園、茨城交通株式会社

都道府県：茨城県

事業内容と背景

○事業の概要

秋のイベント時に、ひたちなか海浜鉄道湊線阿字ヶ浦駅から国営ひたち海浜公園（西・南口）区間における無料シャトルバスを運行。（平成25年9月14日～平成25年10月20日のうち土日祝日のみ）

○事業を実施する背景

国営ひたち海浜公園は、最寄り駅である阿字ヶ浦駅からは通常徒歩で約30分かかるため、海浜公園のイベント期間中にシャトルバスを運行することで観光客の利便性を高め、湊線への乗車を促すとともに、那珂湊駅などで途中下車してもらうことにより、お魚市場等の地元観光施設へ足を運んでもらうため。また、海浜公園や旧那珂湊市街地（お魚市場付近）の渋滞対策。

○活用した国等の支援策

ひたちなか市湊鉄道対策協議会より63万円。

■事業の進行フロー図

湊線の利用者の増加促進及び自家用車による渋滞を緩和させようとする企画

秋のイベント時に、阿字ヶ浦駅から国営ひたち海浜公園に無料シャトルバスを運行

ひたちなか海浜鉄道管理部の企画、茨城交通(株)で運行、ひたち海浜公園が紹介、宣伝

シャトルバスの利用者が増えることで渋滞の緩和に役立てる

同時に、湊線でおさかな市場等地元観光施設へ足を運んでもらう

事業参画主体と役割

○ひたちなか海浜鉄道管理部：シャトルバスの企画

○ひたち海浜公園：ホームページ等で紹介、宣伝

○茨城交通(株)：バスの配車、既存の路線バス停留所の活用

○おらが湊鉄道応援団：観光客へのチラシの配布、案内（※地域住民によるボランティア活動）

事業の目標達成状況

目標：鉄道利用者数 1,700人

：土産、関連グッズ等売り上げ10万円

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・シャトルバスを運行することにより、湊線の利用者の増加促進及び自家用車による渋滞を緩和させようとする、ひたちなか市から提案。

広報、広告

- ・鉄道会社、ひたち海浜公園、市のHPに掲載。
- ・新聞、タウン誌でも宣伝。

【DO】運営

- ・ひたちなか海浜鉄道管理部が企画、茨城交通(株)で運行、ひたち海浜公園が紹介、宣伝。おらが湊鉄道応援団がボランティアとして協力。

【CHECK】評価

- ・便利だ、という声があり、まずまずの出来。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・PRして利用者を増やし、便数も増加したい。

成功のポイント

- ・渋滞の大幅緩和とまではいかないが、効果があった。今後も期待がもてる。

今後の課題

- ・もっとPRして利用者を増やし、シャトルバスの発着便数を増やすこと。渋滞の大幅緩和を目指す。

わ89-101号保存活用事業 [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：わたらせ渓谷鐵道連絡協議会

都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

わたらせ渓谷鐵道で開業当初に導入された車両である「わ89-101号」を当時のツートンカラーの外装に復元、大間々駅構内に軌道（線路）を敷設して静態保存・利活用する。

○事業を実施する背景

わたらせ渓谷鐵道のファン、特に子供のファンや支援者の増加を目指した。

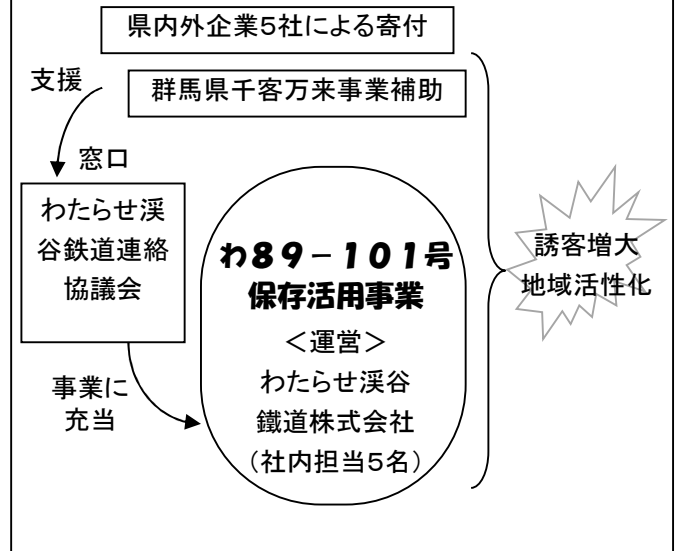
鐵道を軸にし、沿線の観光資源をより活用して地域の活性化につなげる。

「わ89-101号」の保存・利活用により、大間々駅に隣接するみどり市観光案内所とも連携し、相乗効果で誘客を図る。

○活用した国等の支援策

- 県内外企業5社による寄付金
- 群馬県千客万来事業補助金

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

- わたらせ渓谷鐵道：「わ89-101号」の復元と保存・利活用
- 記念車両保存会：保存、利活用への協力
- わたらせ渓谷鐵道連絡協議会：寄付金、補助金の受け皿窓口

事業の目標達成状況

- ・数値目標は設けていない

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・わたらせ渓谷鐵道と支援者による発案
- 広報、広告

- ・テレビ、ラジオ、雑誌、広報誌、書籍、新聞

【DO】運営

- ・社内の部署内で担当（有志5名）

【CHECK】評価

- ・開業当初に導入された車両の復元ということで話題を呼んでいる。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・平成27年末には、平成6年8月23日の皇太子同妃両殿下行啓の際、大間々～神戸間で御乗車された「わ89-302号」を記念車両として同じ軌道上に保存し、活用する予定。

成功のポイント

- ・開業当初に導入された車両の復元という話題性のあるテーマだったこと。
- ・今後は、さらに、皇太子ご夫妻が乗車された「わ89-302号」を記念車両として同じ軌道上に保存し、活用することで、相乗効果を期待する。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・きちんと復元して、見るだけで価値があるようにすることがポイント。
- ・他の事業と関連付けて、単発に終わらないようにすること。ここでは、ぐんま知的資産経営セミナーやアテンド体験なども関連付けている。

ピカピカ大作戦・駅周辺整備事業 [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

参加・協力主体：わたらせ渓谷鐵道市民協議会、2015年の公共交通を
考える会、地元自治会等

運輸局：関東

都道府県：群馬県
栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

大間々駅構内でトロッコ列車、普通車両の清掃をピカピカ大作戦と称して実施。また、各駅周辺では、草刈りや花植え等で、環境整備を行っている

○事業を実施する背景

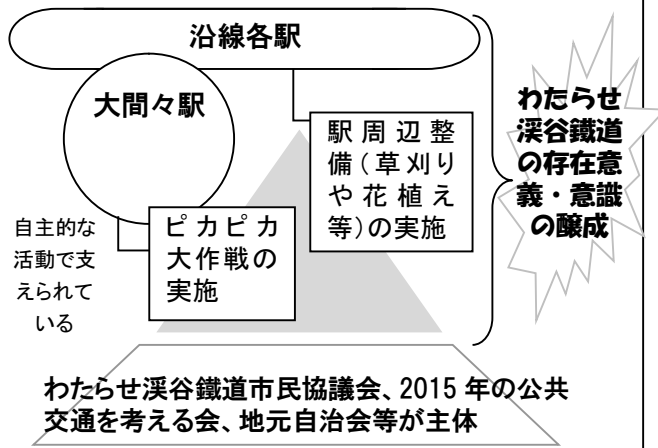
特に秋に訪れる観光客へのサービスのため、トロッコ列車、普通車両の清掃を実施。

駅周辺整備は、わたらせ渓谷鐵道の存在意義・意識の醸成を図ることがねらい。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○わたらせ渓谷鐵道：まとめ役

○わたらせ渓谷鐵道市民協議会、2015年の公共交通を考える会、地元自治会：自主的な活動を展開

○地元商店街等地元の団体：活動を支援

事業の目標達成状況

- ・協議会に所属する方が子供を含め、家族ぐるみで参加。わたらせ渓谷鐵道社員、行政、自治会、企業も参加。
- ・ピカピカ大作戦では、30～40名が参加。
- ・駅周辺整備は、駅によって異なるが50人程度参加する駅もある。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・わたらせ渓谷鐵道市民協議会、2015年の公共交通を考える会、地元自治会が発案。

広報、広告

- ・インターネットを使った発信、テレビや新聞で紹介されたほか、雑誌等各種媒体に掲載される。

【DO】運営

- ・わたらせ渓谷鐵道市民協議会、2015年の公共交通を考える会が中心となって運営。

【CHECK】評価

- ・自主的な活動（わたらせ渓谷鐵道市民協議会、2015年の公共交通を考える会が中心）が継続している。
- ・駅周辺整備では、駅周辺の自治会や企業の外国人労働者など幅広い参加を得ている。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・自主的な活動の輪を拡大して、わたらせ渓谷鐵道の存在意義・意識の醸成に結びつけること。

成功のポイント

- ・地域から発案された自主的な活動であることが、今後も継続していけるポイントに。
- ・鉄道の職員も地域住民と同じように活動していることも、成功のポイント。

ふるさと駅長 [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社
 参加・協力主体：駅周辺の市民（ふるさと駅長）

運輸局：関東
 都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

わたらせ渓谷鐵道無人12駅で、駅周辺の市民が「ふるさと駅長」として、駅周辺の草刈り、花植え、駅舎・ホーム・トイレ掃除、当社からのお知らせを駅舎に掲示等の協力をしている。

○事業を実施する背景

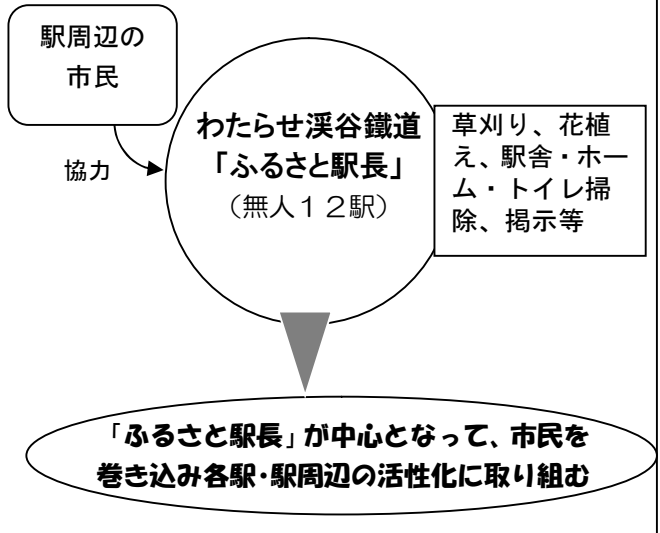
「ふるさと駅長」が中心となって、市民を巻き込み各駅・駅周辺の活性化に取り組んでいる。

神戸駅では、「ふるさと駅長」が駅長の帽子をかぶり、自分で栽培した野菜や果物・加工品をホームで販売、観光案内も。

○活用した国等の支援策

特になし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

- わたらせ渓谷鐵道：無人駅を地域に開放、提供
- 駅周辺の市民（ふるさと駅長）：草刈り、花植え、駅舎・ホーム・トイレ掃除、お知らせの掲示等について協力

事業の目標達成状況

ふるさと駅長（21年3月～現在）

平成21年	12名（内高校生女子2名）
平成22年	12名（内高校生女子1名）
平成23年	11名
平成24年	10名
平成25年	11名

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・わたらせ渓谷鐵道20周年事業として実施

広報、広告

- ・テレビ、ラジオ、雑誌、広報誌、書籍、新聞、インターネット

【DO】運営

- ・社内担当が運営
- ・ふるさと駅長11名（平成25年）

【CHECK】評価

- ・継続して実施できており、地元からも好評である。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・若い世代の参加、協力を増やす工夫が必要である。より多くの地元からのリクエストにこたえられるようにしていくこと。

成功のポイント

- ・地域からの発案を鉄道側が取り入れていることが持続している理由。
- ・駅の管理運営の協力をしてもらう一方、ふるさと駅長本人が栽培した野菜や果物・加工品をホームで販売することもできるなど、双方の利益が一致しているのがポイント。

各駅イルミネーション事業&イルミネーションツアー [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：わたらせ渓谷鐵道市民協議会

都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

沿線各駅周辺地域の市民、わたらせ渓谷鐵道社員が中心となって、冬季の閑散期の誘客を図るため、各駅に平均 10,000 球のイルミネーションを取り付け点灯。12月～2月まで列車でのイルミネーションツアーを実施している。

○事業を実施する背景

乗降客減少、特に冬季閑散期の減少が著しいため、誘客を図る。

地域の新たな資源にすることを目的。

わたらせ渓谷鐵道と沿線の活性化。

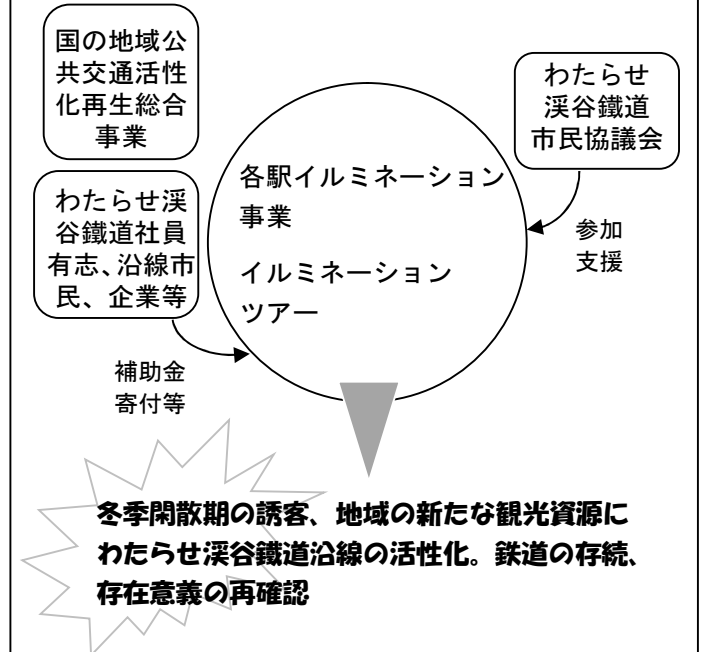
鉄道の存続、存在意義を再確認。

○活用した国等の支援策

国の地域公共交通活性化再生総合事業の補助（平成 22, 23 年度）

わたらせ渓谷鐵道社員有志、沿線市民、企業等からの寄付

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○わたらせ渓谷鐵道：ツアー列車を運行

○わたらせ渓谷鐵道市民協議会：毎年実行委員会を立ち上げ、平成 16 年から実施して平成 25 年は 10 回目

事業の目標達成状況

- ・イルミネーションツアー利用者数（毎年 12 月～翌年 2 月まで）：毎年 1,000 人。
- ・(財) 地域活性化センターの第 1 2 回ふるさとイベント大賞選考委員特別賞（平成 20 年 3 月 3 日）受賞

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・わたらせ渓谷鐵道市民協議会（実行委員会）による発案

広報、広告

- ・テレビ、ラジオ、雑誌、広報誌、書籍、新聞、インターネット

【DO】運営

- ・わたらせ渓谷鐵道市民協議会（実行委員会）

【CHECK】評価

- ・地元住民と一体になって行っていることが 10 年間も続いた理由。地元からも評価されている。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・地元との連携をさらに強めながら持続させ、地域に定着した恒例イベントに育てていくこと。

成功のポイント

- ・地域から発案された自主的な活動であることが、今後も継続していけるポイントとなっている。
- ・鉄道の職員も地域住民と同じように活動していることも、重要なポイントである。

SLフェスタ [大井川鐵道]

事業者名：大井川鐵道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：地元商店街、静岡県、島田市、川根本町

都道府県：静岡県

事業内容と背景

○事業の概要

SLを通して、家族で楽しみながら本物の鉄道を満喫できる「SLフェスタ」を実施（平成23年から）。

期間内にはあわせて地元物産を販売している。

○事業を実施する背景

地元の名産である川根茶、温泉（足湯）の宣伝も兼ねてSLの運転を実施している。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

新金谷駅構内のスペースを活用して
沿線市町等と協力して地域活性化を図ろうと企画

鉄道会社はSL運
転、施設見学イベ
ントなどを実施

地元商店街、沿
線市町は、露店、
案内や交通整理
等を担当

鉄道会社と地元商店街、沿線市町が
連携してイベントは成功

去年の来場者数を
1万9千人も上回り

事業参画主体と役割

○大井川鐵道：企画・運営（新金谷会場の転車台、車両区見学、千頭会場のイベント等の持ち場での立会）。

○金谷地区、島田地区、千頭地区の商店街：地元特産品などの露天を出す。

○静岡県、島田市、川根本町：PR等の支援、当日の案内、交通整理、ボランティアで参加。

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・今年は5万4千人と、去年の来場者数を1万9千人も上回る来場者があった。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・新金谷駅構内のスペースを有効利用できないか鉄道会社企画部が提案を募集。
- ・沿線市町（島田市、川根本町）が提案。
- ・沿線市町と協力して地域活性化を図ろうと、実施。

広報、広告

- ・テレビ、ラジオの地元局からの取材対応。
- ・当社ホームページに公表。

【DO】運営

- ・鉄道会社、地元商店街、沿線市町が連携して運営。

【CHECK】評価

- ・当日それぞれの各場所で運営担当が連携して成功に終わった。
- ・予想以上の来客者があり、来場者に満足してもらえた。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・PRを充実し、連携を強化してさらに来場者を増やす必要がある。

成功のポイント

- ・地元商店街、沿線市町、鉄道会社社員が連携して各所でサービスを提供できること。
- ・大井川鐵道ならではのSLの「重連運転」が実施できること。

S L 列車の運行 [大井川鐵道]

事業者名：大井川鐵道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：島田市、川根本町

都道府県：静岡県

事業内容と背景

○事業の概要

SL が牽引する急行「かわね路号」が、毎日新金谷駅と千頭駅間に1日1往復運行。

運行以来38年目を迎え、大井川本線名物のSL列車として、全国に知られている（昭和51年7月9日から営業運転開始）。

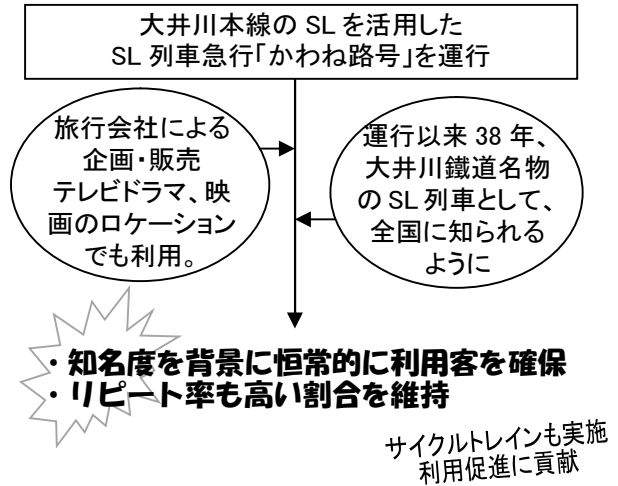
○事業を実施する背景

大井川本線のSLを活用し、観光客の増加を図るために実施された。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○大井川鐵道株式会社：企画・運営

○島田市、川根本町：秋のイベント時、案内、受付、ボランティアで参加等。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・社内からの発案。

広報、広告

・メディアを通じて宣伝。テレビドラマ、映画のロケーションでも利用。
・各旅行会社で、商品として企画・販売。

【DO】運営

・自社のみで実施。

【CHECK】評価

・全国的に有名なSLで、利用客は満足。土産物も売れている（各旅行会社）。

【ACTION】今後に向けた改善

・乗車料金が高いこと、乗車時間がやや長い（終点まで1時間10分ほど）こと、などが今後に向けた改善点としてあげられる。

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・シーズン期の休日にはSL列車は立席が出るほどの盛況（乗車定員最大560名 一車両乗車定員80名）。
- ・利用者は、観光バス利用の観光客、日帰り、一泊の一般客。
- ・旅行業者と連携し、SL客車展望車に自転車を乗せ、サイクルトレインを実施し、利用促進に効果をあげている。

成功のポイント

・事前の営業努力が実り、旅行会社のリピート率が高いこと。

今後の課題

・SL列車の準備の際、近隣住民から煙害の苦情があること。

井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク） [大井川鐵道]

事業者名：大井川鐵道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：静岡県

都道府県：静岡県

事業内容と背景

○事業の概要

井川ダム完成後、廃線になった貨物用軌道跡を再利用し、「井川湖畔遊歩道」として整備。観光客の人気を呼んでいる。

井川駅から徒歩10分の井川堰堤渡船場から堂平広場の区間の湖畔ウォーキングが楽しめる。

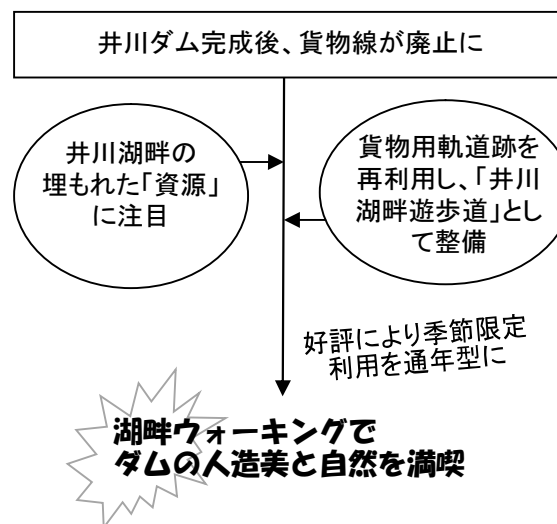
○事業を実施する背景

湖畔の埋もれた「資源」に注目。廃線を活かし、線路を歩くという体験をしてもらい、観光客を呼び込もうと実施したもの。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○大井川鐵道株式会社：企画・運営

○静岡県：PR支援

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・社内、営業部が企画・立案。

広報、広告

・テレビによる取材。
・自社ホームページに公表。

【DO】運営

・自社で運営。

【CHECK】評価

・好評なため、ウォーキングツアー時期だけの利用を通年型とした。

【ACTION】今後に向けた改善

・広報で、さらに利用の拡大を目指す必要がある。

事業の目標達成状況

・特に数値目標は設定していない。

成功のポイント

- ・周辺はユネスコエコパーク登録を目指す南アルプスの玄関口で、県がPRを望んでいたところに、埋もれた「資源」として着目されたこと。
- ・ウォーキングブームが追い風になったこと。
- ・鉄道敷きのため、起伏が少なく、歩きやすいこと。高齢者にも好評を得ている。

車両区見学コース [大井川鐵道]

事業者名：大井川鐵道株式会社

参加・協力主体：－

運輸局：中部

都道府県：静岡県

事業内容と背景

○事業の概要

関係者以外立ち入り禁止としてきた新金谷駅構内の鉄道車両整備工場に、見学コースを新設。SLに乗車した後、工場内や作業の様子、SLの運転準備やSL運転台などが見学できる（平成24年4月～）。

○事業を実施する背景

普段入場できないところを開放し、鉄道車両の整備風景を見ることで、鉄道を身近なものとして感じてもらうと、実施したもの。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

出発前のSLの準備風景等を見てもらう、との発想から企画

新金谷駅構内の
鉄道車両整備工
場に、見学コース
を新設

専門の職員を案
内役として配置、
実施

普段見ることのできない現場で専門の職員による説明が、わかりやすいと好評

過去の来場者数を
大幅に上回る結果に

事業参画主体と役割

○大井川鐵道株式会社（営業部、管理部、鉄道部）：
各点検場所、受付に案内役を配置

事業の目標達成状況

- ・2年間で2万人の来場者があったことから、今年の来場者目標を1万人に設定。
- ・結果は、約2万2千人の来場者であった。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・鉄道会社営業部が、出発前のSLの準備風景等を見てもらう、との発想から企画。

広報、広告

- ・テレビ、ラジオ等のメディアを通じて宣伝。
- ・当社ホームページで開催時期を公表。
- ・旅行業者がSL列車乗車と車両区見学をセットで販売。

【DO】運営

- ・社内（営業部、管理部、鉄道部）で、各点検場所、受付に案内役を配置し、実施。

【CHECK】評価

- ・過去の来場者数を大幅に上回り、好評を得た。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・今年の成果を踏み台に、企画を充実させ、さらに来場者数の増加を目指したい。

成功のポイント

- ・各所に配置された専門の職員により、わかりやすい説明（サービス）が提供できたこと。

今後の課題

- ・屋外での見学では、雨天時に一層注意が必要、改善の余地があった。

③分析

【指標による効果分析】

三陸鉄道の震災学習列車は、平成 25 年度 120 団体、約 5,600 人の利用が予定されており、前年度の実績（27 団体約 1,500 人）を大きく上回る結果となっており、話題性が高く、反響が大きいと思われる。また、大井川鐵道の車両区見学には、目標の 2 倍以上の来場者が訪れている。

【成功要因・ポイント等】

沿線の魅力を的確に把握していることや、地域からの発案を活かした取組みを実施していることが成功要因又はポイントとなっている。例えば、わたらせ溪谷鐵道は、開業当初に導入された車両の復元という話題性のあるテーマが選択されている。今後さらに、皇太子ご夫妻が乗車された「わ 8 9 - 3 0 2 号」を記念車両として同じ軌道上に保存し、活用することで、相乗効果が期待されている。

また、加えて、鉄道会社の職員も地元と一体となって活動していることや、新しい情報伝達手段の工夫もポイントとして挙げられる。地元と一体となった取組みとしては、わたらせ溪谷鐵道では、地域から発案された自主的な活動や駅の管理運営の協力をしてもらう一方、ふるさと駅長本人が栽培した野菜や果物・加工品をホームで販売することもできるなど、双方の利益が一致しているのがポイントとなっている。さらに、地元住民とイルミネーション設置における連携を図っている。情報伝達手段の工夫については、例えば、秋田内陸縦貫鐵道でのインターネット動画、マスコミ招待など新しい手法の利用が挙げられる。

【今後の改善点等】

テーマへの利用客の理解・共有の促進、地元との連携の深化、さらなる話題性のあるテーマの発掘などが課題となる。例えば、秋田内陸縦貫鐵道では、「遅く走るだけで何がおもしろいのか」「通常運賃の倍以上も払う魅力は何か」等の問い合わせが多く有り、遅く走ることの良さをどう伝えるかが難しかった面、県外の利用客への魅力を伝えることが課題となっている。

また、三陸鐵道では、人員不足と車両運用・営業費の捻出等、事業に取り組むための体制・費用面での課題も指摘されている。

●詳細事例：震災学習列車（三陸鉄道 p45 掲載）

三陸鉄道では、車内で東日本大震災の被災について解説する震災学習列車を運行している。三陸沿岸に修学（教育）旅行を誘致することで、「地域の産業振興」「地域の活性化」につながることをめざすとともに、東日本大震災の経験と教訓を後世に継承し、今後の防災に貢献することを目指している。

車内ガイド等は、体験村・たのはたネットワーク（田野畑村）、椿の里・大船渡ガイドの会（大船渡市）、ふるさと体験学習協会（久慈市）の協力を得て実施している。



④展開方策の検討

【平成 24 年度研究会による方向付け】

観光列車の導入や観光資源の活用など、沿線の特徴を活かし、他者との差別化を図った取組みを実施することで話題性を創出することが示されている。例えば、冬期の閑散期の乗客を増加させるため、ストーブ列車や豪雪列車など、地域の特色を活用することにより話題を集めることで、紅葉などの景観の良い時期だけに来ていた観光客数を平準化させるなど、気候に左右されない安定的な経営を図ることも可能と考えられている。

【今後の展開方策】

他者との差別化を図った話題性の創出に向けて、例として以下のような取組みを展開していくことが有効であると考えられる。

- ・さらなる魅力の発掘と発信・・・地域鉄道自身や地域資源の魅力を活かすため、新たな魅力の発掘・創出や、それを発信するためのホームページ等の活用はもちろんのこと、画像や映像を活用したコンテンツの作成、新聞、雑誌等の媒体を活用する。
- ・熱意ある人材の活用・・・地元の魅力を案内するボランティアガイドや、駅周辺の活性化に取り組む「ふるさと駅長」や地元住民など、地域鉄道を積極的に支援する人々を集め、活躍の場を提供する。

有識者会議で示された視点ごとに、今後の展開方向を踏まえて、他者との差別化を図った話題性の創出を図るための具体的な展開方策を次に整理する。また、あわせて、今回のモデル事業における該当事例を示す。

●他者との差別化を図った話題性の創出に向けた展開方策

他者との差別化を図った話題性の創出

- ・観光列車の導入や観光資源の活用など、沿線の特徴を活かし、他者との差別化を図った取組みを実施する。
- ・地域の特色を活用することにより話題を集めることで、景観の良い時期だけに来ていた観光客数を平準化させるなど、気候に左右されない安定的な経営を図る



	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<p>■観光目的となるような車両の導入や、特徴的な車両の保存、体験運転の実施、記念イベントの開催など鉄道施設を活かした話題性を創出する。</p> <p>(特徴ある車両の保存・活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、「わ89-101号」の保存・活用にあたり、車両の話題性に加え、市の観光案内所との連携などにより相乗効果を目指している。 <p>(アテンダントによる車両の装飾)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・津軽鐵道では、アテンダントが七夕や文豪をテーマにした車両の飾り付けを行っている。 <p>(SL関連イベントの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大井川鐵道では、30年以上にわたりSL列車を運行しており、SLをテーマとしたイベントや車両工場見学も実施している。 <p>(魅力ある新型車両の導入)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・くま川鐵道では、乗車自体が目的となるような観光列車(田園シンフォニー)を導入し、それに合わせた出発式や歓迎イベントを開催している。(p17掲載「日常利用者に向けた利便性の向上」に分類) <p>■乗車している時間そのものを生かしたサービスを提供し、話題性を創出する。</p> <p>(乗車時間に話題性を持たせた企画列車の運行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・秋田内陸縦貫鐵道では、「遅さ」を活かした「時間(とき)のまほろば列車」を運行し、沿線の素晴らしい風景や地元産のスイーツを味わう取組みを実施している。 <p>■特色ある体験メニューにより話題性を創出する。</p> <p>(こども駅長の日の設定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・黒部峡谷鐵道では、30年前より「こども駅長」の日を設定し、発車ベル合図の体験などを実施している。 	<p>■鉄道事業者が地元の団体や住民等の協力を得てイベント等を実施し、テーマの斬新さや積極的なPRなどによる話題性を創出する。</p> <p>(イルミネーションツアーの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、職員や地元住民等と連携し、沿線各駅にイルミネーションを取り付け、列車によるイルミネーションツアーを実施している。 <p>(駅周辺整備の実施、ふるさと駅長の活動)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、沿線の住民の協力のもとで駅周辺の草刈や花植え、車両や駅舎の清掃等を実施し、地域における鉄道の存在意義・意識の醸成を図っている。

	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
	<p>(廃線ウォークの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> 大井川鐵道では、貨物用軌道跡を利用した遊歩道を整備し、線路を歩くイベントを実施している。 	
地域資源を活かす	<p>■沿線の優れた景観、地元食材を活かした列車の運行や車内サービスを実施し、話題性を創出する。</p> <p>(地元の特徴ある資源の活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> 錦川鐵道では、自然豊かな路線を活かした新名所の発掘や、地元食材を活かした料理（錦川清流弁当）等の提供などにより、話題性の創出を図っている。(p90 掲載「積極的なPR活動による知名度の向上」に分類) <p>■観光地へのシャトルバス運行により、鉄道利用促進と地域の活性化を図る。</p> <p>(シャトルバスの運行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ひたちなか海浜鐵道では、阿字ヶ浦駅から国営ひたち海浜公園への無料シャトルバスを運行し、鉄道利用の促進、周辺の交通渋滞の緩和、沿線観光施設への誘客を図っている。 	<p>■関係自治体等の支援を受け、地域の団体と連携し、話題性のある体験・学習列車を運行する。</p> <p>(震災学習列車の運行)</p> <ul style="list-style-type: none"> 三陸鐵道では、岩手県の支援を受けながら、被災状況や防災について学ぶ列車(震災学習列車)を運行し、地元のガイドが被災地の思いを伝えている。

(2) 地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実

①モデル事業の状況

鉄道会社や、関連事業者、周辺観光施設、地場産業によって、地域の観光振興につながる取組みや、地域の特色のある物販等が取り組まれている。これは、単に鉄道利用者の増加だけでなく、沿線の産業の活性化や交流人口の増加にもつながることが期待されている。

●モデル事業一覧

事業	事業者	掲載頁
きたいわてぐるっとパス再開	三陸鉄道	63
秋田内陸交通機関連携パスの開発・販売	秋田内陸地域公共交通連携協議会	64
秋田内陸八景の選定	秋田内陸縦貫鉄道	65
高校生との共同企画	津軽鉄道	66
まちづくり五農農業会社との連携	津軽鉄道	67
無人駅の活用	津軽鉄道	68
無料レンタサイクル事業	津軽鉄道	69
J A野菜市	ひたちなか海浜鉄道	70
レストラン&駅弁事業	わたらせ渓谷鐵道	71
急行大正ロマン号グルメ食堂車	明知鉄道	72
あそびスター列車の運転	長良川鉄道	73
食育列車の運転	長良川鉄道	74
自転車持ち込みサービス	長良川鉄道	75
なごみ列車、寄席列車、LED装飾列車	阿佐海岸鉄道	76

②事業の詳細

事業者からの調書及び、電話・メールでの補足調査に基づき、各事業の内容を取りまとめた。

きたいわてぐるっとパス再開 [三陸鉄道]

事業者名：三陸鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：IGR いわて銀河鉄道、岩手県北自動車、JR バス東北

都道府県：岩手県

事業内容と背景

○事業の概要

盛岡を起点に宮古～久慈～二戸をめぐる企画乗車券の販売(平成25年7月～平成26年3月)。鉄道2社、バス2社の4社共同で実施していた共同企画きつぷ「きたいわてぐるっとパス」は、東日本大震災の被災で発売を停止していたが、北リアス線の復旧が進み新ルートで再開にこぎつけた。

○事業を実施する背景

新ルート設定で利用者をひとりでも確保することを目的として実施。NHKドラマ「あまちゃん」による集客効果も活用した。

4社が連携して、各交通機関の利用増に結び付けることを目指した。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

震災の被災で発売を停止していた「きたいわてぐるっとパス」を新ルートで再開

鉄道2社、バス2社の4社が連携して実施

NHKドラマ「あまちゃん」による集客効果も活用

・結果は、好調な販売に
・久慈地区の観光客を宮古方面へ流動させることができた

今後の増客のために、より一層のPRを

事業参画主体と役割

○交通事業者4社(三陸鉄道株式会社旅客サービス部1名、IGR運輸サービス部、銀河鉄道観光など3名、JRバス東北盛岡営業所1名、岩手県北自動車乗合事業部1名)：企画と実施のすべて

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・平成25年7月から9月で141枚の販売実績。
- ・100枚以上売れるとは考えていなかったため成果はあったと判断する。

成功のポイント

- ・特に目立ったPRを行わなかったが、NHKドラマ「あまちゃん」効果による久慈地区への観光客が多かったため販売数が伸びた。

今後の課題

- ・予想より多かったとはいえ、絶対数は少ない。新規のルートとして企画したもので0をいかにプラスにするかという目的であった。今後の増客のためにもよりPRしていく必要がある。
- ・4月6日より三陸鉄道全線運行再開で震災前の形で販売再開したが利用促進のPRが課題

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・平成21年6月に交通事業者の1社からの提案で発売開始したもの。
- ・再開にあたり、新ルートとして途中区間(小本―田野畑間)の岩手県北自動車の路線を車で利用できるよう合意の上、平成25年7月から発売。

広報、広告

- ・報道関係へのプレスリリース
- ・交通事業者4社のホームページ

【DO】運営

- ・鉄道2社、バス2社の4社共同で運営。

【CHECK】評価

- ・途中区間不通に係らず好調な販売となった。
- ・久慈地区の観光客を宮古方面へ流動させることができた。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・今後の増客のために、より一層のPRが必要。

交通機関連携パスの開発・販売 [秋田内陸地域公共交通協議会]

事業者名：秋田内陸地域公共交通連携協議会

運輸局：東北

参加・協力主体：交通関連機関、地元観光事業者、秋田県、北秋田市、仙北市

都道府県：秋田県

事業内容と背景

○事業の概要

地域の観光エリア内の観光資源を効果的にお得に楽しんでもらえる鉄道、バス、タクシー、遊覧船、ゴンドラ等を利用できる「公共交通機関連携パス」を発売。(平成 25 年 4 月～)

○事業を実施する背景

周遊することで滞在時間を増やす、地域観光資源とのタイアップなどを目標に、鉄道駅から観光地までの接続交通手段を関連機関の連携で確保することに。地域ごとに「4 遊パス」、「森吉山観光パス」の 2 種類を発売。

○活用した国等の支援策

国の「地域活性化再生・総合事業補助金」他。

事業参画主体と役割

○交通関連機関：割引運賃を設定した連携パスを企画し、共同で運用

○観光施設、地元観光事業者：パスの販売、協賛店の紹介等

○エリア内宿泊施設、その他：PR とパスの販売窓口

○秋田県、北秋田市、仙北市：事業費の一部負担

事業の目標達成状況

種類	目標	実績
4 遊パス	年間販売 枚数 100 枚	平成 22 年度 83 枚 (6 ヶ月間) 平成 23 年度 195 枚 平成 24 年度 236 枚 平成 25 年度 244 枚
森吉山観光パス	年間販売 枚数 100 枚	平成 25 年度 2 コース (45 日間) 263 枚

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・利用者から主要駅からの接続手段が不足しているとの指摘を受け、公共交通連携協議会が各社に呼びかけて開発。地元自治体からも提案があった。

広報、広告

- ・秋田県内及び仙台市のラジオで PR
- ・雑誌別冊「旅の手帖」、「仙台タウン情報誌」等で PR
- ・JTB、日本旅行の商品紹介チラシでオプションとして掲載

【DO】運営

- ・秋田内陸地域公共交通連携協議会という場で、交通関連機関、地元観光事業者、地元自治体が連携して運営。

【CHECK】評価

- ・限られた運行本数の中で周遊ルートを計画するのに苦労する。旅行日程に余裕があれば、存分に楽しめる連携切符となっている。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・利用が 1 日限りで宿泊施設として紹介しにくい。2 日間にしてもらえれば、宿泊施設の PR とともに紹介できる。
- ・JR が参加しないと周遊コースが限定されてしまい、旅行業者としては紹介しにくい。
- ・関係する交通事業者、宿泊施設、販売先で意見が分かれるため、事務局として丁寧なフォローが必要と感じている。

成功のポイント

- ・秋田内陸地域公共交通連携協議会の会員である交通事業者間の意思疎通が事前にできていて、割引運賃設定等に関して各交通事業者の譲歩が容易であったこと。
- ・4 遊パスの前例があったため、後発の森吉山観光パスは、連携の形態、運営手法等の調整が円滑に進められたこと。

今後の課題

- ・交通機関連携パスは、県外観光客が旅行計画を立案する時点で情報提供する必要があり、そのための広報手段が必要不可欠だが、広報費用が高額であるため実施できていない。購入枚数が増加しない原因で、改善が必要。
- ・交通機関連携パスで協賛店の割引サービス等を設定しても、継続中に廃業する協賛店もあり、その把握が十分にできないため、利用上不便になっている。
- ・4 遊パスは他の事業費の活用ができなかったため平成 25 年度末で取り止め。森吉山観光パスは 3 コース、2 日間対応パスの発行など、パワーアップして平成 26 年度実施を準備中。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・連携パスの実施は、事前に連携の場を確保し、魅力的な企画と割安感のある商品にすることがポイント。

秋田内陸地域公共交通連携協議会 (TEL: 0186-82-2114, URL: -)

八景の選定 [秋田内陸縦貫鉄道]

事業者名：秋田内陸縦貫鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：社内が中心、今後は地元観光協会とも連携

都道府県：秋田県

事業内容と背景

○事業の概要

景観に恵まれた沿線の中でもえり抜き絶景ポイントを八景として紹介する。内陸線の車窓から自然の素晴らしさが堪能できる。

○事業を実施する背景

単に「日本の原風景」や「日本の里山」という抽象的な表現ではなく、具体的な絶景ポイントを紹介して、内陸線沿線の素晴らしさを訴えることに。

日本全国から鉄道ファン・アマチュアカメラマン・観光客に来てもらいたいと考えた。

全国には多くのローカル線があるが、ほとんどは地方を走っており、自然の風景の良さをPRしている。その中で、内陸線の風景の素晴らしさは一味違うところを「内陸線八景」で表現する。

○活用した国等の支援策

現在のところなし。

事業参画主体と役割

- ・現在は社内が中心になって運営
- ・今後は「内陸線八景」のある北秋田市と仙北市の観光協会と連携し、観光施設との回遊ルートの開発などを働きかける予定。

事業の目標達成状況

- ・目標設定は難しいが、あえてするならば、鉄道ファン1,000人、アマチュアカメラマン1,000人、観光客4,000人、合計6,000人。
- ・実績は、スタートしたばかりで出ていない。

成功のポイント

- ・「内陸線八景」を比較的早く選定できた要因としては、内陸線沿線の隅々まで知り尽くしている地元のカメラマンの協力を得られたことが大きい。
- ・選定した「内陸線八景」をどのようにPRして、広く知ってもらえるのか、というところが次の課題であった。そこで、社内からカレンダーを作ったかどうかと提案があり、第1弾としてカレンダー制作となった。
- ・今後は、単にチラシやポスターなどではなく、あまりお金をかけずにユニークな媒体でPRできることが重要と考えている。

今後の挑戦課題…ドライブと鉄道のコラボレーション

- ・「内陸線八景」を撮るためには、列車に乗っていく場合と、車で行く場合がある。たぶん後者の方が多と思われるが、今後は、ドライブで来た人たちをいかにして内陸線に乗ってもらうのか、その仕組みを構築することを考えたい。例えば29ある駅の駐車スペースを紹介、沿線のうまいもの・特産品などの観光情報、その駅から乗車して、途中折り返して戻って来ることができるミニコースプランなど。
- ・このような情報を整備して、トヨタの車情報サイト「GAZOO」に載せたり、自動車雑誌や旅行雑誌に掲載してもらう。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・交通新聞社発行のジパング倶楽部2012年4月号に、「天晴れ八景」という特集があり、内陸線の参考にしたかどうか。そこから「内陸線八景」という言葉が浮かび、これをキャッチフレーズに内陸線をPRすれば、他の鉄道と差別化ができるのではないかと考えたのがきっかけ。
- ・地元のアマチュアカメラマンが、撮影ポイントをよく知っていることから、「内陸線八景」の候補を選定。候補の8か所を経営会議に諮り、各課ごとに全社員の意見を聞き、一部変更の上、八景を決定。

広報、広告

- ・会社のホームページで「内陸線八景」を紹介。
- ・今後、多くの媒体を活用してPRする予定。第1弾として「2014秋田内陸線八景カレンダー」を制作、販売。
- ・多くの予算をかけられないため、ユニークな発想でできるPR方法を考えたい。

【DO】運営：社内を中心に運営

【CHECK】評価：（スタートしたばかり）

【ACTION】今後に向けた改善

- ・「内陸線八景」の場所は8か所あり、北秋田市が5か所、仙北市が3か所。今後両市の観光協会と連携して、それぞれの地区の観光施設との回遊ルートの開発などを働きかける。
- ・今後の取組みとして、協賛企業を募り「内陸線八景」フォトコンテストを開催して、多くの鉄道ファン・アマチュアカメラマンに参加してもらいたい。

高校生との共同企画 [津軽鉄道]

事業者名：津軽鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：五所川原農林高校、中里高校、菓子店

都道府県：青森県

事業内容と背景

○事業の概要

地元の高校生との連携により、若い人の嗜好にもフィットした「みそドーナツ」「おやき」等の特産品の開発・販売等を行い、話題を呼ぶ。

○事業を実施する背景

地元の産品、人材を活用した取り組みを行うことで、地域の活性化や観光客の増加を目指す。

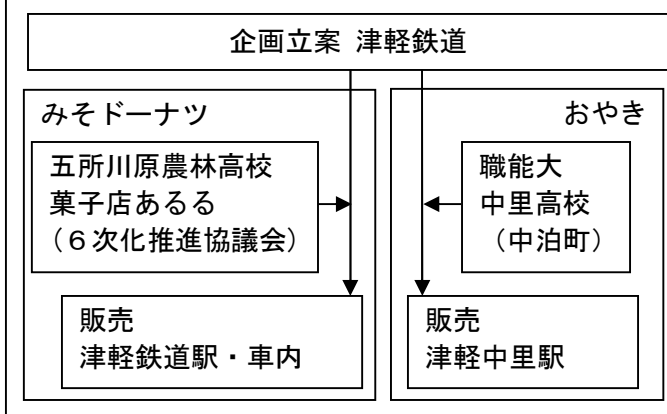
○活用した国等の支援策

6次化推進協議会より 30,000 円

中泊町「高校生まちづくり塾」の費用として

500,000 円

事業の進行フロー図



みそドーナツの開発・販売

事業参画主体と役割

○津軽鉄道：商品企画、販売

○五所川原農林高校：商品企画・販売

○地元の菓子店「ある」：製造

実施の手順

- ・津軽鉄道から、五所川原農林高校と菓子店「ある」に企画提案、3者共同の商品開発
- ・6次化推進協議会の助成により試作品づくり
- ・五所川原農林高校の生産する米、卵、味噌を利用。授業の一環として商品開発
- ・菓子店「ある」による製造
- ・駅及び車内で高校生による販売

事業の目標達成状況

目標設定はしていない

平成 25 年 1 月～9 月の売上個数 4,217 個

オリジナル「おやき」の開発・販売

事業参画主体と役割

○津軽鉄道：おやき製造器具の提供

○中里高校：型のデザイン、レシピづくり

○職業能力開発大学校青森校：キャド、3D プリンタによる模型づくり

○鉄工房アール：模型から鉄板を使っておやきの型づくり

○中里町：「高校生まちづくり塾」による支援、試作品経費負担

実施の手順

- ・津軽鉄道による提案、職能大、中里高校に協力依頼
- ・上記各主体の取り組みによる試作品作成
- ・津軽中里駅で高校生による販売（予定）

事業の目標達成状況

10 月 26、11 月 2 日の町民祭りにおいてお披露目と試食を実施

試食結果からさらに検討を行い、名物商品としての発展を目指す

広報・広告：高校生との共同企画という話題性のため、企画段階からテレビの取材を受け、注目される

取組みを継続するための改善点

【みそドーナツ】：自社工場を持たない委託製造商品であるため、収入は少ない。

【オリジナル「おやき」】：商品化、販売にむけた、仕入れ先、製造原価、販売額の検討が必要。

【共通】鉄道利用と商品販売を結び付ける方策の検討。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

鉄道事業者だけでなく、各主体の連携を重視するとともに、各種支援を有効に活用すること。

街づくり五農農業会社 [津軽鉄道]

事業者名：津軽鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：五所川原農林高等学校、沿線商店

都道府県：青森県

事業内容と背景

○事業の概要

津軽五所川原駅の売店を五所川原農林高等学校とともに営業開始、農業高校の生徒が育てた野菜や、ジャム等を販売する。また、生徒は実習で販売、接客も体験する。

○事業を実施する背景

沿線の五所川原農林高等学校と協働により運営し、学校側は「生徒が社会に出て行く体験、どのような商品が売れるのかを生徒自身が確認し、現場を体験した生徒からの提案による商品開発」が出来、津軽鉄道は「地域の企業として子供たちの育成に寄与する事、地域の鉄道としてのPR、特色ある売店経営が出来る」ため。

地域住民・観光客へのサービス向上、住民の方々にはイベントでしか購入する事が出来ない「五農の農産物」を常時販売でき、観光客の皆様には、地域の若者との触れ合いを提供し、津軽の思い出と五農のお土産をお渡しする事ができるため。

○活用した国等の支援策

なし

事業参画主体と役割

○津軽鉄道：管理・運営

○五所川原農林高等学校：育てた農産物や、実習で製造した商品の納品、生徒が実習として売店及び車内での販売に勤務等

○沿線の商店（企業組合でる・そーれ、はくちょう亭奈良屋等）：観光客向けのお土産品の納品

事業の目標達成状況

- ・目標：売店開業にあたり、販売員を1名増員しているため、人件費分の利益の確保を目標としている。
- ・効果：売店を開業し、津軽鉄道五所川原駅での賑わいを創出する事ができた。

成功のポイント・今後の課題

- ・五所川原農林高等学校の校長先生、諸先生方の率先した行動と、新たな事への素早い取り組みが良い効果を得ている。
- ・会社が単独で売店を始めるよりも、様々な効果を得る事ができた。
- ・今後は、五所川原農林高等学校だけではなく、沿線の学校とも協働で活動が出来る様に取り組みを強化したい。

■事業の進行フロー図

撤退した駅の売店活用を五所川原農林高等学校に提案

鉄道会社が売店などの場所を提供し管理・運営

五所川原農林高等学校が売店の運営にも参画、沿線商店も支援

鉄道会社と高等学校の双方に相乗効果生まれ、好評を博する

賑わいを失った駅待合室に賑わいを取り戻すことができた

今後は、より多くの学校を巻き込みたい

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・五所川原駅売店が撤退し、代替りの運営について社内で検討。五所川原農林高等学校に駅売店の活用を提案。

広報、広告

・地元マスコミ（テレビ局、新聞社、ラジオ等）や、各種媒体からの問合せを受けた際に紹介。

【DO】運営

・鉄道会社が場所を提供、五所川原農林高等学校が運営にも参画、沿線商店も支援。

【CHECK】評価

・売店閉店により、賑わいを失った駅待合室に賑わいを取り戻すことができた。
・毎年、生徒が販売実習に来て接客や声掛けを行うことにより、住民や観光客との触れ合いが生まれ、サービスの向上にも繋がった。

【ACTION】今後に向けた改善

・今後は、より多くの学校を巻き込みたい。

無人駅の活用 [津軽鉄道]

事業者名：津軽鉄道株式会社
参加・協力主体：五所川原農林高等学校、津軽飯詰駅活性化連絡協議会、NPO 法人「つがる夢庭志仙会」

運輸局：東北

都道府県：青森県

事業内容と背景

○事業の概要

NPO 法人が無償で改築した 3 つの駅待合室で、高校生が生産する野菜の販売、音楽会、茶会等を開催し、沿線周辺からの集客を図る。(平成 25 年 4、9 月～平成 25 年 10 月)

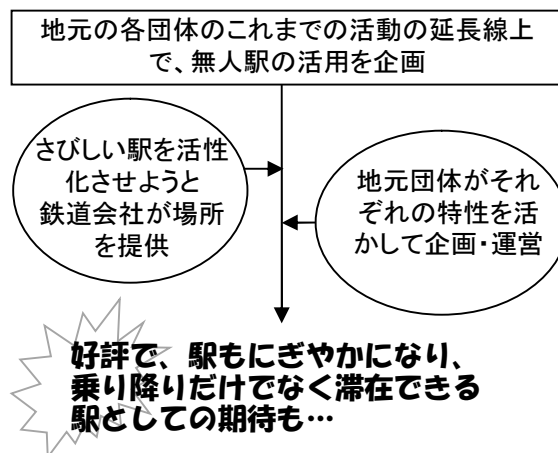
○事業を実施する背景

すでに各駅待合室では、大学、地元協議会、NPO 法人等の団体が活動を行っており、無人駅の活用もあわせて依頼した。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

- 津軽鉄道株式会社：無人駅停留所の場所を提供、企画にも参加。
- 五所川原農林高等学校、津軽飯詰駅活性化連絡協議会、NPO 法人「つがる夢庭志仙会」：無人駅停留所の活用。

五農校前停留場	五所川原農林高等学校生徒による構内案内、食堂、農産物販売
津軽飯詰駅	津軽飯詰駅活性化連絡協議会による駅活性化のためのPR活動、活動資金の賛助会員募集
毘沙門停留場	NPO 法人「つがる夢庭志仙会」によるお茶会、演奏会などのイベント開催

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・実績としては、各駅とも沿線住民 最大 40 人ほどが利用。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・地元の各団体のこれまでの活動の延長線上で、無人駅の活用を企画。

広報、広告

- ・地元新聞 2 社、地元テレビ局等に依頼。

【DO】運営

- ・鉄道会社が提供する各駅の場所ごとに地元団体が運営。

【CHECK】評価

- ・平成 24 年度に企画し、対応する高校生の素直な態度が好評（五農校前停留場）。
- ・PR 活動の一環として、地元団体が駅からの町歩き等を実施する際の集合場所として駅を開放。無人駅に活気が出てきた（津軽飯詰駅）。
- ・「お茶会」「演奏会」などのイベントで「滞在できる停留場」として新しい価値が生まれる、との期待（毘沙門停留場）。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・1 日のみの開催であることから運賃収入額が少ない、高校の食堂であるため開催日が平日に限られる等が課題（五農校前停留場）。

成功のポイント

- ・参加者と高校生の交流・新鮮野菜の手ごろの値段での提供ができること（五農校前停留場）。
- ・会社が会員として協議会に参加しているため、協議会の考えが受け入れられやすいこと（津軽飯詰駅）。
- ・鉄道林が広がる自然いっぱいの環境でゆったりとした雰囲気を生かした企画が可能なこと（毘沙門停留場）。

無料レンタサイクル事業 [津軽鉄道]

事業者名：津軽鉄道株式会社

運輸局：東北

参加・協力主体：NPO かなぎ元気倶楽部、津軽鉄道活性化協議会

都道府県：青森県

事業内容と背景

○事業の概要

有人駅にて自転車を無料貸し出しし、乗車数の増加と来訪者の行動拡大をねらう。(平成 21 年 6 月～)

○事業を実施する背景

平成 22 年東北新幹線全線開業とともに多くの観光客が見込まれることを背景に奥津軽を自転車で周遊し、滞在する旅の魅力を向上させる目的で始める。

○活用した国等の支援策

津軽鉄道活性化協議会から、自転車、防犯登録、保険、塗料、駐輪スタンド、購入代として 204,220 円。

■事業の進行フロー図

当社がレンタサイクル事業(無料貸し出し)を、津軽鉄道活性化協議会に提案

東北新幹線全線開業とともに多くの観光客が見込まれることを背景に

沿線市町で構成する津軽鉄道活性化協議会から支援を受け

観光利用と日常利用の両面で効果を生む
(年々利用者が増加)

事業参画主体と役割

○津軽鉄道株式会社：営業・管理企画・運輸技術の 4 名が計画と管理を担当、実際のレンタル業務は 3 駅計 7 名が担当

○NPO かなぎ元気倶楽部：芦野公園駅のレンタサイクル貸出を委託

○津軽鉄道活性化協議会 (沿線市町で構成)：自転車の購入費用を負担

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・実績は、延べ利用者数 (各駅合計)

平成 21 年	310 人	平成 22 年	341 人
平成 23 年	559 人	平成 24 年	696 人

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・当社がレンタサイクル事業を、津軽鉄道活性化協議会に提案。

広報、広告

- ・地元新聞に取材依頼し、記事を掲載
- ・会社ホームページに掲載
- ・各旅行社や観光施設に PR
- ・各駅にポスター掲示

【DO】運営

- ・津軽鉄道株式会社が運営。
- ・委託先に NPO かなぎ元気倶楽部、費用負担について津軽鉄道活性化協議会から支援を。

【CHECK】評価

- ・これまでもレンタサイクルの要望あったが、無料としたことで利用が伸びている。
- ・観光旅行者だけでなく、日常利用として地元学生や買い物客も利用している。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・年々利用者が増えているため、今後は、自転車の設置台数や置き場所等の検討が必要。

成功のポイント

- ・無料であること。
- ・借りる際に身分証明提示する手間はあがるが、乗捨てや破損等の大きな問題は出ていない。
- ・自転車を同じカラーで統一してあり街なかでも目立つことから、PR 面でも効果がある。

今後の課題

- ・自転車の日常の保管場所が不足すること。
- ・駅によって利用可能な時間が違うこと。

J A 野菜市 [ひたちなか海浜鉄道]

事業者名：ひたちなか海浜鉄道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：J A（農協）、J F（漁協）

都道府県：茨城県

事業内容と背景

○事業の概要

毎月第一日曜日に那珂湊駅のホームで野菜の直売会を開催。さらに、海産物なども加わり、市場として地域の人に知られるようになった。（平成 22 年から）

○事業を実施する背景

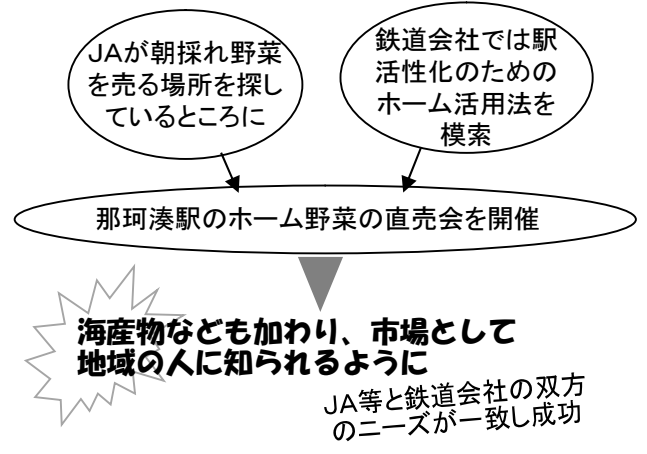
鉄道会社で那珂湊駅のホームの活用方法を探していたところ、J A（農協）も地元野菜を売る場所を模索していたことで、双方の意向が一致。ホームを活用することでまとまったもの。

J Aのほか、漁港や地元商店の方にも協力をもらい、地元商品の販売も実施。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

- ・ひたちなか海浜鉄道とJ A（農協）：メインで企画
- ・J F（漁協）：海産物の提供、販売で参加

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・ホームの活用と駅の活性化を兼ねて発案。JA との意向が一致して実現に。

広報、広告

- ・新聞（読売、朝日）タウンガイド、市報
- ・湊線おらが鉄道応援団団報、鉄道会社ホームページ
- ・駅掲示板などで宣伝。最初は利用者も少なかったが徐々に増えていった。口コミも功を奏した。

【DO】運営

- ・鉄道会社が場所を提供、J A（農協）と後にJ F（漁協）等が出店、販売。

【CHECK】評価

- ・アンケートを実施し、約7割がよかったと回答。
- ・その後J F（漁協）が加入するなどで盛況に。
- ・車の地元客が主だが、鉄道で来る観光客もみられた。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・野菜市は知れ渡るようになり、規模が拡大するにつれて許可なく出店するケースが発生し、調整に難航している。今後は、覚書を交わすなど許可制等が必要。

事業の目標達成状況

目標：

- ・地元産の野菜、魚介類の周知や地産地消の推進。
- ・那珂湊駅の活性化、地元との交流。
- ・具体的な数値目標は設定していない。

成功のポイント

- ・鉄道会社側で駅活性化のためのホーム活用方法を模索し、J A側で朝採れ野菜を売る場所を探していたところ。双方のニーズが一致したことが成功のポイント。

今後の課題

- ・地元客がメインなので、地元レベルでの活性化にはなっているものの、鉄道の収益にはまだ結びついていない。周知の方法等工夫すべき余地も残されている。
- ・にぎわいや収益性の確保も必要だが、ホームは鉄道運行優先なので、市場の拡張には慎重にならざるを得ない。双方をいかに両立させていくかが今後の課題。

ひたちなか海浜鉄道株式会社（TEL：029-212-8023, URL：<http://www.hitachinaka-rail.co.jp/>）

レストラン&駅弁事業 [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

参加・協力主体：－

運輸局：関東

都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

東武鐵道から譲り受けた特急けごんの車両内にテーブルを置いてレストランとして利用。駅弁の「やまと豚弁当」、「トロッコ弁当」など地元食材を使用したメニューを予約販売で提供。鐵道会社直営の駅弁は全国唯一と言われている。

○事業を実施する背景

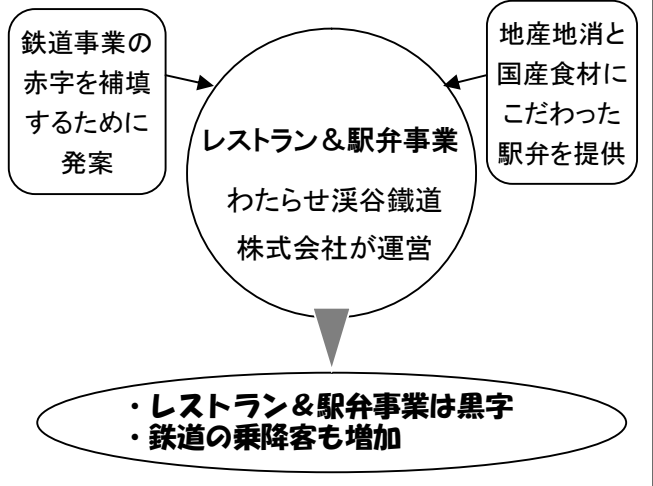
鐵道事業の赤字を補填できるようレストラン&駅弁事業を開業

地域の食材を使用、わたらせ渓谷鐵道と共に地域の資源をPR

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○わたらせ渓谷鐵道：レストラン&駅弁事業の実施。地産地消にこだわった弁当や手ぬぐい、掛け紙の開発
平成22・23・24年の京王百貨店の駅弁大会に実演販売で参加

事業の目標達成状況

- ・平成6年に関連事業として開業
- ・「トロッコ弁当」は年間約7,000個、「やまと豚弁当」は年間約13,000個の売上げ実績がある
- ・駅弁を提供するレストラン「清流」は黒字
- ・駅弁効果で平成24年の冬季には乗降客が12%増加

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・鐵道事業の赤字を補填しようと、社内で発案。

広報、広告

- ・テレビ、新聞、ラジオ、雑誌、自治体・企業・団体等の広報誌などでわたらせ渓谷鐵道とあわせてレストラン&駅弁事業の話題を掲載。

【DO】運営

- ・社内部署で運営。
- ・京王百貨店の駅弁大会では、新たに開発した「やまと豚弁当」の実演販売の実施（オリジナル手ぬぐいやユニークな掛け紙も合わせて開発）

【CHECK】評価

- ・鐵道車両を利用したユニークなレストランで提供する地産地消にこだわった駅弁が評価され、事業は黒字で鐵道の乗降客の増加にも結びついている。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・地産地消と国産食材の路線を維持しながら、さらに新しい商品の開発を目指し、事業の黒字を拡大すること。

成功のポイント

- ・駅弁はもとより、舞茸定食など地産地消で地元食材を使用した多彩なメニューを訴えた点。
- ・京王百貨店の「有名駅弁と全国うまいもの大会」（通称「駅弁大会」）で好評を博し、全国に知られたこと。
- ・「トロッコ弁当」、「やまと豚弁当」は原則として予約販売で、売り残しを出さなかったこと。

急行大正ロマン号グルメ食堂車 [明知鉄道]

事業者名：明知鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：中部運輸局、県観光連盟、恵那市商工観光課等

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

寒天を素材にした懐石料理、恵那ハヤシ、きのこ料理、じねんじょ料理などをメインとしたグルメ列車の実施(平成25年4月2日～平成26年3月30日)。

○事業を実施する背景

沿線地の山岡町は「細寒天」生産日本一、全国の80%を生産。地元の名産をPR。

地元の名産品を活用して観光客の増加を図る。

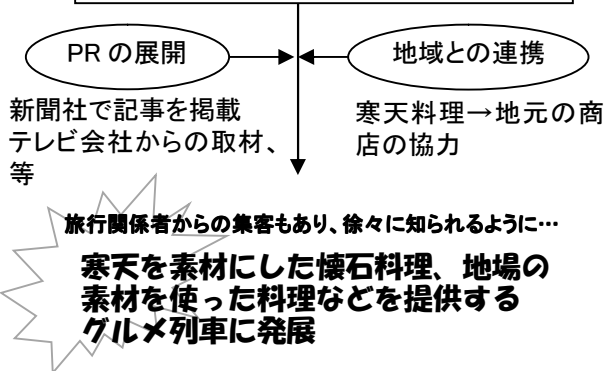
地域振興の取組に協力する。寒天料理は、地元山岡町の商店の協力により調理。

○活用した国等の支援策

恵那市商工観光課より：チラシ代(グルメ食堂車の年間の一覧表及び年間のイベント)約500千円。

■事業の進行フロー図

地域特産の寒天を使った料理を提供する「ヘルシートレイン」を企画・運行



事業参画主体と役割

○明知鉄道運輸部営業課課長及びアテンダント1名：集客のコントロール、当日の食堂車に同乗し対応。地元食堂関係者との連絡対応。

○本社職員全員(7名)：受付等お客様対応
本社及び運転区で対応(当日の出勤者5名程度)：食堂車の設営

○総務課：広報

○地元の食堂関係の商店：料理の調理と列車への搬入及び同乗。

○旅行会社、広告代理店、地元観光事業者：集客の協力。地元の観光施設等との共同で周遊プランを作成。

○中部運輸局鉄道部、県観光連盟、恵那市商工観光課、市観光協会等：PR

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・細寒天を使ったレシピの開発をしていた町職員と社員との共同で企画。昭和62年8月に初めて「ヘルシートレイン」として運行。この寒天料理が今日のグルメ列車の原点。

広報、広告

・ターゲットとする名古屋(中京圏)在住の新聞社(6社)へ定期的にPR訪問。
・試食会(年3回～4回)には地元の駐在記者(6社)を招待しPR。
・新聞社へ定例訪問、長年の実績等で年に何回か放映。
・ホームページで掲載
・旅行関係者からの集客も多い。

【DO】運営

・鉄道会社と旅行会社、県や市などが連携して運営。

【CHECK】評価

・旅行関係者からの集客もあり、徐々に知られるようになった。

【ACTION】今後に向けた改善

・極楽駅行き硬券切符に人気があり恵那駅から極楽駅行きにツアーで乗車19,014人(昨年実績)今年はブームも去って約半減すると予想される。対策に「極楽枳キップ」の記念乗車券を発売

事業の目標達成状況

目標：

- ・年間の輸送人員466千人(前年比98%)。輸送人員の過半を占める学生の減少を見込んで。
- ・おらがせんべい、ストラップ、カステラ、クッキー、焼き芋等の手数料目標：3,250千円(前年2.7%増)。
- ・広告料前年5%増の2,067千円+ラッピング広告+吊革広告200個=2,400千円目標
- ・年間の旅客収入目標96,870千円

効果のあった取り組み

・ワイルドサイクリング(チャリンコ列車)は(4月～11月第2土曜日出発)平成4年4月から実施し、好評を博している。

成功のポイント

- ・ヘルシーでグルメという、時代にあったテーマであったこと。
- ・地元商業者や自治体と一体となって実施したこと。

あそびスター列車 [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：中部学院大学短期大学学生

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

四季のイベント（年4回）ごとに中部学院大学短期大学の学生とあそびスター列車を企画（七夕、川遊び、クリスマス、雪だるまづくり）、学生と共同で実施している。

○事業を実施する背景

短期大学幼児教育学科の授業で鉄道を活用した企画として実施。

子供たちにも鉄道に親しみをもってもらえることができる。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

鉄道会社運輸部と中部学院大学短期大学の学生で企画

学生は色々な遊びを用意し子供たちを飽きさせることなく工夫

鉄道会社は2両編成で運転し、父兄が休憩できる車両を運行

四季のイベントごとの企画列車として好評に

リピーターが多く評判が良い
募集開始後すぐ満員に

事業参画主体と役割

○長良川鉄道運輸部：列車の運行、企画・折り紙等教材は会社が提供

○学生：列車内の装飾、利用者へのプレゼント配布、列車に乗込んで子供たちに遊びを提供、等

事業の目標達成状況

目標：

・乗車人数（有賃） 1回 30人を想定

実績：

・平成22年～24年度には、各年度4～6回実施し、いずれも、有賃乗車27名（幼児20名）で、ほぼ目標を達した。

・平成25年度は、4回実施し、40～48名/回で、目標を上回った。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・当社運輸部と学生で企画、実施。

広報、広告

・岐阜新聞・中日新聞、当社ホームページ、Facebook

【DO】運営

・長良川鉄道運輸部と学生が連携して運営。

【CHECK】評価

・学生達が上手く遊びを考えてくれた。大変好評であった。

・学生が色々な遊びを用意し子供たちを飽きさせることなく工夫しているためリピーターが多く評判は良く、募集開始するとすぐ満員になる。

【ACTION】今後に向けた改善

・来年度は学生たちの事情もあり、回数を3回にしたこととであり残念である。

・人気企画であるので回数は減っても、中身を充実し取組んでいきたい。

成功のポイント

- ・2両編成で運転し、父兄が休憩できる車両を提供できたこと。
- ・子供たちを飽きさせず学生が上手く遊びを考案してくれたこと。
- ・四季ごとに企画列車運行を計画することで、地元の子供たちに楽しんでもらえたこと。

食育列車の運転（スイーツ） [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：岐阜女子短期大学学生、地元商店

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

岐阜女子短期大学生による、食に関するテーマで企画列車を運行する。（平成 25 年 6 月～）

○事業を実施する背景

岐阜女子短期大学家政学部健康栄養学科の授業に鉄道を利用してもらい、地元食材のPRを行う。

鉄道利用の増加に結びつけることも目指す。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

岐阜女子短期大学と連携して、地元食材をPR。鉄道利用の増加にも結びつけようと企画。

学生が地元商店と調整し、考案したメニューを商品化

鉄道会社は企画列車を運行、係員とアテンダント2名を配備

クイズ形式で対話しながら興味を引きだすような形式で乗客も満足

単発企画から
今後は恒常的な開催に

事業参画主体と役割

○長良川鉄道：係員とアテンダント2名で実施

○学生、地元商店：メニュー考案

○学生：食をテーマに講演等

事業の目標達成状況

<目標値>

- ・実施期間中の鉄道利用者数、来場者数
- ・1回 35 人募集（中京圏からの日帰り観光客）

<達成状況>

- ・実施回数 2 回、参加者 20～26 名

成功のポイント

- ・旅行代金を低く設定していること。
- ・学生達も工夫し、お客様と対話形式やクイズ形式で接していること。

今後の課題

- ・ゼミ、年度の学生によって行動に開きがあり、調整にかなり時間がかかることもあるため、改善が必要。
- ・新たな協力校の開拓も検討課題である。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・社内からの発案
- ・学生が地元商店と調整し、考案したメニューを商品化。調整は自社で実施。

広報、広告

- ・テレビ、ラジオ、インターネット
- ・地元新聞社 岐阜新聞 中日新聞
- ・当社ホームページ、Facebook

【DO】運営

- ・長良川鉄道越美南線 美濃太田駅～郡上八幡駅間
- ・平成 24 年度：健康ダイエット列車、食育列車（地元食材を使用し学生が食をテーマに講演）
- ・平成 25 年度：スイーツ列車

【CHECK】評価

- ・学生の講義は一方的に話すだけではなく、クイズ形式でお客様と対話しながら興味を引きだすような形式でお客様も満足していただけた。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・学生との連絡、調整が必ずしもスムーズにいかなかった（夏休み等）。
- ・単発企画で連絡・調整に時間がかかる割に、利益が上がらない。

自転車持ち込みサービス [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

参加・協力主体：－

運輸局：中部

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

土日祭日の列車で自転車持ち込みサービスを採用、列車の利用率を向上させている。(平成 25 年 4 月～)

○事業を実施する背景

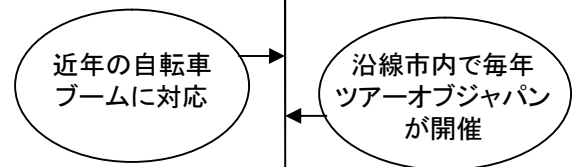
近年の自転車ブームに対応、また、沿線市内で毎年ツアーオブジャパンが開催されている。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

従来から実施している募集型サイクルトレインを土日祭日の通勤・通学利用旅客のない列車で実施しようと、利用率を上げるために発案



通常列車の利用で、
経費をかけずに企画実施

土休祭日はほとんど利用客のない
列車が利用されるように

事業参画主体と役割

- ・長良川鉄道運輸部のみで実施
- ・4月～11月の毎週土日祭日の前平公園駅 6:29 発北濃行き列車に限り、限定 5 台、第 3 土曜は 20 時まで自転車を持ち込むことができる。

事業の目標達成状況

目標：設定なし (5～20 台予約制)

実績：4月～9月までの持ち込み実績は 61 台、終点まで乗車する旅客がほとんど。

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】 企画・立案

- ・募集型サイクルトレインは従来から実施していたが、これを土日祭日の通勤・通学利用旅客のない列車で採用し、利用率を上げるために発案。

広報、広告

- ・岐阜新聞、中日新聞、Facebook、自社 HP 等で情報発信

【DO】 運営

- ・長良川鉄道運輸部が運営。

【CHECK】 評価

- ・自転車持ち込み可能に指定した列車は、土休祭日はほとんど利用客のない列車であるので、6 カ月に 61 台の利用でも効果はあったと思われる。

【ACTION】 今後に向けた改善

- ・広報、宣伝の不足。
- ・利用可能列車本数の拡大。
- ・買い物利用者向けに拡大したい。

成功のポイント

- ・通常列車での利用であるので、企画実施には経費がかからないこと。

なごみ列車、寄席列車、LED装飾列車の運行 [阿佐海岸鉄道]

事業者名：阿佐海岸鉄道株式会社

参加・協力主体：沿線の市町村

運輸局：四国

都道府県：徳島県、高知県

事業内容と背景

○事業の概要

お茶やおかしを楽しみながら車窓を楽しむなごみ列車、停車時間中に落語が聞ける寄席列車、車内に天の川を演出したLED装飾列車等の企画列車を運行。地域に密着した鉄道として親しまれている。

○事業を実施する背景

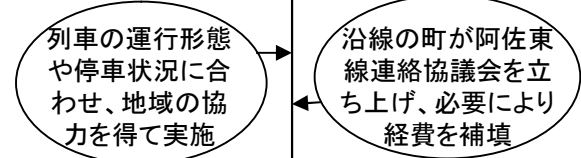
列車の運行形態や停車状況に合わせ、地域の協力を得て企画、実施。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

地域振興と利用者数の増加を目指し、さまざまな企画列車を運行



さまざまな方法でPR:町広報誌、地元新聞社、弊社ホームページ、地元商店、道の駅等の協力を得てポスターを掲示、等

・企画は好評
・地域に密着した鉄道として親しまれている

事業参画主体と役割

○なごみ列車、寄席列車

- ・阿佐海岸鉄道株式会社：企画・運営
- ・沿線自治体：PRや集客等
- ・阿佐東線連絡協議会（沿線自治体等がたちあげ）：各事業について必要により経費を補填

○LED列車

- ・自社のみで実施

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・地域振興と利用者数の増加を目指し、自社で発案。

広報、広告

- ・町広報誌によるPR
- ・地元新聞社への投稿
- ・弊社ホームページでPR
- ・地元商店、道の駅等の協力を得てポスターを掲示

【DO】運営

- ・車内を中心に運営、沿線の市町村が資金面を支援。

【CHECK】評価

- ・それぞれの企画が好評を得ている。
- ・なごみ列車は今回で4年目。沿線住民を中心に安定的な人気がある。
- ・新しく企画した寄席列車は地域のメディアに取り上げられ、盛況だった。
- ・今回で5年目を迎えるLED装飾列車は、県内外から来客があった。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・個々の企画に磨きをかけ、持続でき、効果ある事業に育てることが必要。

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。

日常利用促進に効果があったと認められる取組み

- ・各種割引制度（65歳以上会員向け割引等）
平成25年8月の利用者数106人
- ・穴喰、甲浦駅にてレンタサイクル
平成25年8月穴喰駅での利用者数22人

成功のポイント

- ・沿線自治体や商店の協力があり、事前のPRが出来たこと（ポスターの掲示や自治体広報誌への掲載）。
- ・珍しい企画を実施したこと。
- ・路線の特徴を生かして企画したこと（トンネルが多いため昼間でもLED装飾が楽しめる等）。
- ・自然活用した企画では荒天だと人が集まらないため、開催時期には注意していること。
- ・マンネリ化すれば飽きられるため、企画の工夫に力を注いでいること。

③分析

【指標による効果分析】

わたらせ渓谷鐵道の運営するレストランにおいては、トロッコ弁当を年間 7,000 個、やまと豚弁当を年間 13,000 個の売り上げがあり、レストラン清流を併設する神戸駅では H24 冬季の乗降客が 12%増加する効果が得られた。また、秋田内陸地域の公共交通機関連携パスは、目標の 2 倍以上となる 500 枚以上の実績を挙げ、津軽鉄道では、高校生と連携して開発した「みそドーナツ」の売り上げが 4,000 個以上となっている。

【成功要因・ポイント等】

成功要因として、「食」を扱う際の地元産、あるいはヘルシー志向へのこだわり、地元商店やカメラマン、学生といった地域の人材・資源との連携により事業を進めたことが挙げられている。例えば、秋田内陸縦貫鐵道の取組みの成功要因としては、内陸線沿線の隅々まで知り尽くしている地元のカメラマンの協力を得られたことが大きい。

さらに、わたらせ渓谷鐵道では、駅弁はもとより、舞茸定食など地産地消にこだわった多彩なメニュー作りで“食の安全性”を訴えたことや、京王百貨店の「有名駅弁と全国うまいもの大会」（通称「駅弁大会」）で好評を博し、全国に知られたことなど、PR 手段の工夫も挙げられる。これについては、単にチラシやポスターなどではなく、カレンダーなどあまりお金をかけずにユニークな媒体での PR や、沿線自治体や商店との協力によるポスターの掲示や自治体広報誌への掲載なども有効となっている。

また、地域の交通関係機関の連携も重要となっている。例えば、秋田内陸地域公共交通連携協議会の取組みは、会員である交通事業者間の意思疎通が事前にできていて、割引運賃設定等に関して各交通事業者の譲歩が容易であったことや、連携の形態、運営手法等の調整が円滑に進められたことが挙げられている。

その他、路線の特徴を生かした企画（トンネルが多いため昼間でも LED 装飾が楽しめる等）など企画の工夫が大切となっている。

【今後の改善点等】

さらなる集客を目指した PR 活動、新たな商品・メニュー開発への取組み、連携主体との連絡・調整の円滑化などが必要となっている。

連携主体との連絡・調整の円滑化については、例えば、秋田内陸協議会では、利用が 1 日限りで宿泊施設として紹介しにくいいため、2 日間有効として宿泊施設の PR とともに紹介すること、JR との連携（参加しないと周遊コースが限定されてしまい、旅行業者としては紹介しにくい等）、交通機関連携パスにおける県外との連携のしにくさ等が課題となっている。

また、鉄道利用と商品販売を結び付ける方策の検討が共通して課題となっているが、わたらせ渓谷鐵道における駅弁効果による乗降客増加につなげた取組みが参考となる。

●詳細事例：レストラン&駅弁事業（わたらせ渓谷鐵道 p78 掲載）

わたらせ渓谷鐵道では、東武鐵道から譲り受けた特急けごんの車両内にテーブルを置いてレストランとして利用している。「トロッコ弁当」、「やまと豚弁当」など地元食材を使用したメニューを提供している。

「トロッコ弁当」は年間約 7,000 個、「やまと豚弁当」は年間約 13,000 個の売上げ実績があり、レストラン「清流」は黒字となっている。



④展開方策の検討

【平成 24 年度研究会による方向付け】

他者との差別化を図るための一つの手段ともなるが、沿線の地産品を活用したグッズや土産物等を開発・販売することで、地域の知名度の向上とともに交流人口の拡大や経営の安定化に寄与することが求められている。

また、観光・宿泊・飲食・商業施設等と連携することで、観光客がスムーズに旅行を楽しめるように工夫することも重要であり、これによって鉄道を含めて地域全体の魅力向上につなげていくことが期待されている。

【今後の展開方策】

地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実に向けて、例として以下のような取組みを展開していくことが有効であると考えられる。

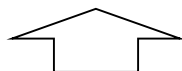
- ・地元企業、観光施設等への積極的な働きかけ・・・鉄道事業者と協働した取組みが会社や製品のPRにつながるなどの効果を、地元企業等に積極的に提案・認識してもらい連携を広げることや、地元企業等が鉄道施設及び周辺資源を積極的に利用する具体的なメリットの創出・提案を行う。
- ・リピーターや口コミの誘客促進・・・Facebook やブログなど、個人による情報発信も重要であり、リピーターの獲得や口コミによる情報発信を促進するために、鉄道会社だけでなく、地域住民や団体と連携して、様々な独自のおもてなし企画を実施し、利用者の満足度の向上を図る。

有識者会議で示された視点ごとに、今後の展開方向を踏まえて、地産品を活用した物販や地域の観光施設等と協働した取組みの充実を図るための具体的な展開方策を次に整理する。また、あわせて、今回のモデル事業における該当事例を示す。

●地産品を活用した物販や地域の観光施設等と協働した取組みの充実に向けた展開方策

地産品を活用した物販や地域の観光施設等と協働した取組みの充実

- ・沿線の地産品を活用したグッズや土産物等を開発・販売することで、地域の知名度の向上とともに交流人口の拡大や経営の安定化を図る。
- ・観光・宿泊・飲食・商業施設等と連携することで、観光客がスムーズに旅行を楽しめるように工夫することによって、鉄道を含めて地域全体の魅力向上につなげていく。



	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<p>■地域特産の材料を使用したイベント列車を企画・運行する。 (グルメ列車の運行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・明知鉄道では、「急行大正ロマン号」を活用したグルメ列車を運行し、地元の特産の寒天を活用するなど、地元食堂の調理したメニューを提供している。 <p>■地域の人材や沿線の特徴を活用したイベント列車を運行する。 (学生と連携したイベント列車の運行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長良川鉄道では、地元の大学生と連携して「あそびスター列車」、「食育列車」を運行している。他に、休日利用の促進を図る「自転車持込サービス」を実施している。 ・阿佐海岸鉄道では、トンネルの多い特性を生かしたLED装飾列車等の運行を行っている。 <p>■駅での自転車貸し出しにより、鉄道利用者の増加を図る。 (無料レンタサイクルの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・津軽鉄道では、有人駅で自転車を無料貸し出しを行い、観光客や沿線住民による鉄道利用の増加を目指している。 	<p>■鉄道資源や接続する他の交通機関も、地域の活性化に活かせる重要な資源として、それらを組み合わせて活用する取組みを実施する。 (他の交通事業者との連携による周遊観光の促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・秋田内陸地域公共交通連携協議会では、地域の観光エリアを効果的に楽しめる連携パス(鉄道：秋田内陸線、バス：羽後交通、タクシー：生保内観光ハイヤー、遊覧船：田沢湖観光遊覧船)を発行している。 (鉄道・バスの共同企画切符の発行) ・三陸鉄道では、交通事業者4社が連携する「きたいわてぐるっとパス」の販売を再開し、利用者の増加を目指している。 <p>■沿線施設と連携したイベント列車の運行や、バス事業者と連携したクーポン販売などに取り組む。 (観光利用クーポンの発行等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長良川鉄道では、バス事業者と連携した世界遺産白川郷クーポン券の発行や、地元商業施設と共同でスキーツアー等のイベント開催を行っている。(p14, 15 掲載「日常利用者に向けた利便性の向上」に分類) <p>■駅施設を活用し地元産品の販売を行い、駅の活性化を図る。 (野菜の直売会の開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ひたちなか海浜鉄道では、農協や漁協の協力のもと、那珂湊駅のホームを活用して、地元の農産物や海産物の直売会を開催している。

	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
地域資源を活かす	<p>■鉄道事業者の直営による、地域産品を活用した店舗経営や商品販売を行う。</p> <p>(レストラン経営と弁当販売)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、鉄道車両を活用し、地産地消にこだわったレストランを経営、弁当の販売を行い、乗降客の増加につなげている。 <p>■自然景観を活用したPRを行い、沿線への集客を図る。</p> <p>(八景の選定とそのPR)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・秋田内陸縦貫鐵道では、沿線の絶景ポイント(内陸線八景)をPRし、鐵道ファンやアマチュアカメラマン等の集客を目指している。 	<p>■地元で活躍する団体や人材と連携し、地元産品を活用した商品開発や販売を行う。</p> <p>(高校生との連携による特産品の開発や農産物の販売)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・津輕鐵道では、地元の高校や菓子店と連携し、「みそドーナツ」、「おやき」の開発を行っている。高校生は、使用する米や卵などを生産するほか、駅や車内での販売などにおいても活躍している。 <p>(無人駅の活用)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・津輕鐵道では、無人駅を活用するため、高校生による農産物販売所や、地元組織による駅活性化へのPR、演奏会等のイベントを実施している。

(3) 積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上

①モデル事業の状況

自社や関係団体によるPRだけでなく、様々な媒体を活用し、広くアピールすることで、遠方からの集客、観光ルートへの組み込みなどに取り組まれている。

地域鉄道に関するPRは、その目的により大きく「地域鉄道の持つ社会的価値の向上」と、「観光客など来客を誘致するためのPR」に区分されると考えられる。

●モデル事業一覧

【地域鉄道の持つ社会的価値の向上】

事業	事業者	掲載頁
ローカル鉄道・地域づくり大学	ひたちなか海浜鉄道	82
「知的資産経営報告書」作成&ぐんま知的資産経営セミナー	わたらせ渓谷鐵道	83
岐阜の宝もの（明日の宝もの）	長良川鉄道	84

【来客を誘致するためのPR】

事業	事業者	掲載頁
お座敷列車北三陸号	三陸鉄道	85
黒部峡谷トレッキングの企画実施	黒部峡谷鉄道	86
「みどころマップ」の作成、配布	北陸鉄道	87
アテンダント事業&アテンダント体験	わたらせ渓谷鐵道	88
地元企業へのイベント等PR、ぐんまちゃん家での首都圏メディアへのPR事業	わたらせ渓谷鐵道	89
長鉄沿線応援団 NGT2	長良川鉄道	90
JR山陰本線を活用した因幡・但馬交通量促進事業	北近畿タンゴ鉄道	91
錦川清流線沿線の魅力・特性を活用した観光路線化事業の推進	錦川鉄道	92

②事業の詳細

事業者からの調書及び、電話・メールでの補足調査に基づき、各事業の内容を取りまとめた。

ローカル鉄道・地域づくり大学 [ひたちなか海浜鉄道]

事業者名：ひたちなか海浜鉄道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：おらが湊鉄道応援団、ひたちなか商工会議所等

都道府県：茨城県

事業内容と背景

○事業の概要

ローカル鉄道・地域づくり大学を開催し、地域鉄道再生に向けたひたちなか海浜鉄道の経営ノウハウを紹介する。

○事業を実施する背景

茨城県、ひたちなか市、市民が中心になって第三セクターを結成し、平成20年4月にひたちなか海浜鉄道を設立した。

年間70万人の利用客を83万人に増加させたポイントは「地域密着型経営」にあると考えられる。

地域と一丸になって実行してきた経営ノウハウを全国で紹介することで、地域鉄道の活性化に役立てることを考えた。また、こうした分野での人材が少ないことから、人材を育てることも目的にしている。

事業参画主体と役割

○ひたちなか海浜鉄道：事務局を設置、事業にかかる社内統制、事務局補助を担当

○NPO法人未来ネットワークひたちなか・まちづくり：事務局の副代表理事として、地域協働「まちづくり」を担当

○茨城大学准教授：事務局顧問・地域協働を担当

○おらが湊鉄道応援団：事務局理事・主に地元支援について担当

○ひたちなか商工会議所（湊支所）：事務局理事・主に「まちづくり」の役割を担当

○株式会社インターテキスト：事務局長・主に組織の確立、運営企画等総合統制を担当

○株式会社フラッグ：事務局次長・主に事業内容の企画、広報関係を担当

○自治会組織：那珂湊周辺自治会を中心に平成25年度ローカル鉄道・地域づくり大学サマースクール事業の周知及び参加協力

○学生ボランティア：事業当日の案内・誘導等

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・ひたちなか海浜鉄道の経営ノウハウを体系化し、全国に広げていくこととして企画・立案。
- ・開業2年目から構想、平成24年度から取り組む。

広報、広告

- ・鉄道関係の書籍を筆頭にプレスリリースを実施
- ・ローカル鉄道・地域づくり大学のHP、Facebook
- ・ひたちなか海浜鉄道のHP、地方局のPRコーナー

【DO】運営

- ・多くの事業参画主体が連携して運営。
- ・社外からももらった意見や提案は、ことわずらずに、すべてについて検討。応援団からも提案が多い。

【CHECK】評価

- ・平成24年度8月にサマースクール、2月にウインタースクール、平成25年度8月にサマースクール及び鉄道サミットを実施。スクールでは、参加者にアンケートを行い、その結果9割以上の方に「満足した」との回答を得ている。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・宿泊先や懇親会会場、また講義を行う会場など当日まで連絡調整しなければならぬものがあり、事前準備の徹底がなされていなかった。
- ・夏の事業では、他の事業と重なることが多く、人員配置に苦慮した。
- ・任意団体として始動した「ローカル鉄道・地域づくり大学」の組織・運営方法の確立が必要に。

事業の目標

- ・ひたちなか海浜鉄道の経営ノウハウを全国に広げることによりローカル線の存続率アップを図る
- ・ひたちなか市、沿線地域を「地域鉄道先進地」としてブランド化を目指す
- ・新たに商品化した年間通学定期券の販売の促進：120日分の往復運賃で1年間利用可能（安く利用できる一方、まとまった金額と固定した利用者確保ができ、効果がある。）

成功のポイント

- ・事前の広報活動により、参加者を全国から集めることができた（北は東北地区、南は九州地区から）。参加者も多彩な層に及んでいる（行政、鉄道ファン、鉄道会社社員等）。
- ・行政には資金面等の支援はお願いするが、運営面のノウハウは期待していない。民鉄の発想で進めている。
- ・当初は行政の支援を受けるが、その後は自力で実施できるようにすることが重要。

ひたちなか海浜鉄道株式会社 (TEL: 029-212-8023, URL: <http://www.hitachinaka-rail.co.jp/>)

「知的資産経営報告書」作成 & ぐんま知的資産経営セミナー [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：NPO ぐんま知的資産経営ファーム

都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

鐵道の知的資産を「知的資産経営報告書」として作成し「ぐんま知的資産経営セミナー」を開催して発表。セミナーの後参加者が知的資産を体験するツアーとしてトロッコに乗車。(平成 25 年 3 月～)

○事業を実施する背景

ローカル鐵道の存続意義を広く知ってもらう必要があったことから着手した。

わたらせ渓谷鐵道の財務諸表に表れない知的資産(目に見えにくい経営資産や企業価値)をPRすることで地元はもとより多くの人にローカル鐵道の存在意義を理解してもらう。

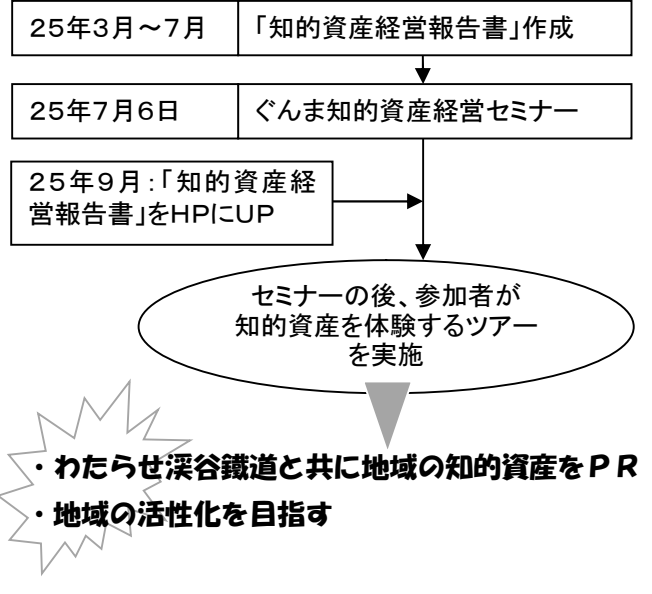
知的資産を見学するという名目で「トロッコわっしー号」(24年度から運行開始)に乗車(55名)。

わたらせ渓谷鐵道と共に地域の資産をPRする。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○わたらせ渓谷鐵道：「知的資産経営報告書」の作成、「ぐんま知的資産経営セミナー」の開催、知的資産を体験するツアーの実施

○NPO ぐんま知的資産経営ファーム：ノウハウ提供

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・NPO ぐんま知的資産経営ファーム会員による発案(平成 24 年 2 月)

広報、広告

・インターネットによる発信、新聞への掲載

【DO】運営

・わたらせ渓谷鐵道が NPO ぐんま知的資産経営ファームと連携して運営

【CHECK】評価

・沿線の知的資産をPRするという事業の一環として実施する中で、先行的な成果をあげている。

【ACTION】今後に向けた改善

・PRを拡大し、参加者を増やすこと。

事業の目標達成状況

- ・目標値は特になし
- ・平成 25 年 7 月の開催では、知的資産経営ファーム会員、県内外一般市民、地元市民等 75 名が参加した。

成功のポイント

- ・ローカル線としての振興策を数多く積み上げてきたことが、この事業にも活かされている。
- ・「知的資産経営」という発想が斬新で人気を呼んでいる。新しい来客層の開拓につながるのではと期待。

他の事業者、自治体等で実施する際のポイント

- ・「知的資産経営」という考え方があって、はじめて成り立つ。理念となる考え方を構築することから始めることがポイント。

岐阜の宝もの(明日の宝もの) [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：岐阜県ローカル鉄道各社、岐阜県、地元企業

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

岐阜県内ローカル鉄道の利用促進を図るため、ローカル鉄道沿線観光資源を利用。観光施設との連携を図り、旅客誘致を行う。

岐阜県が推進する「飛騨・美濃じまん運動」の中で、「今後の取り組みによっては「岐阜の宝もの」になると期待されるもの」の一つに認定されている。(平成25年7月～)。

○事業を実施する背景

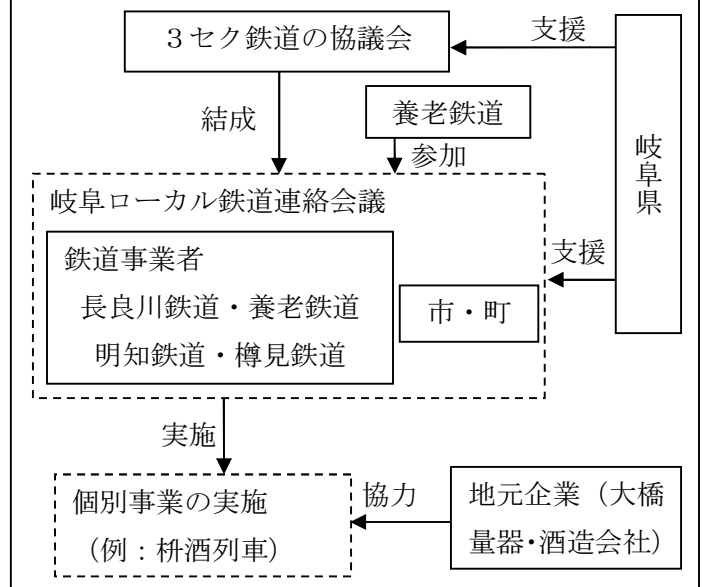
岐阜県内ローカル鉄道の利用促進。

ローカル鉄道沿線観光資源を利用観光施設との連携を図り旅客誘致。

○活用した国等の支援策

岐阜県から「明日の宝もの」として認定。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○長良川鉄道運輸部：立ち上げ時は役員として、事業全体の調整役

○県内ローカル鉄道4社：持ち回りで事務局、4社共同企画列車として柘酒列車を運行

○岐阜県：岐阜ローカル鉄道連絡会議特別会員

○沿線市町：岐阜ローカル鉄道連絡会議会員

○(有)大橋量器：柘酒列車に柘を無料で提供

○御代桜醸造、小坂酒造場ほか：日本酒提供

事業の目標達成状況

- ・宝もの認定による効果は、今のところあまり感じられない。
- ・数値目標は設定していないが、柘酒列車は準備時間が少なく十分な宣伝ができなかったため、効果が薄かった。
- ・新たな観光事業の展開につながった。
(岐阜ローカル鉄道博覧会 2014 2月～3月開催)

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・平成24年度までは、県の3セク鉄道で組織する協議会が活動。
- ・明日の宝もの認定を受けたことを契機に、新たに養老鉄道も加わり岐阜県ローカル鉄道協議会を新たに立ち上げ。

広報、広告

- ・テレビ、ラジオ、新聞、Facebook、HPを活用

【DO】運営

- ・4社共同企画列車として、柘酒列車を運行(平成25年9月)

【CHECK】評価

- ・準備期間不足のため周知が十分行われず、大きな効果は挙げられなかった。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・各社の調整、鉄道事業以外の参加者との連絡調整を円滑に進めるための連絡体制づくりが必要である。

成功のポイント

- ・鉄道事業者同士の連携、調整の難しさを解消するための仕組みを構築しておくことが有効である
- ・イベントの種類により、連携する主体が変わるため、鉄道事業者側も柔軟な対応が必要である。
- ・県や市町村の支援、協力をうまく活用することが成功に結び付くと考えられる。

お座敷列車北三陸号 [三陸鉄道]

事業者名：三陸鉄道株式会社

参加・協力主体：地元業者、岩手県観光課

運輸局：東北

都道府県：岩手県

事業内容と背景

○事業の概要

北リアス線久慈～田野畑間で、夏期に団体専用で使用するお座敷列車を定期列車に連結し、お座敷列車「北三陸号」として個人観光客を誘致。

アテンダントが海女のスタイルで乗務、オリジナル弁当の予約販売などを実施。(平成 25 年 4 月～10 月)

○事業を実施する背景

団体専用であるお座敷車両を通常運行に活用。

NHK ドラマ「あまちゃん」に登場、マスメディアの宣伝効果を活かした運行として企画。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

本社の基本企画提案により、北リアス線運行部にて詳細企画、実施

NHKドラマ
「あまちゃん」
に登場

利用者が多く、
連日、増結する
ほど好評

お座敷列車「北三陸号」として
人気をよぶ

マスメディアの宣伝効果
を活かし成功

事業参画主体と役割

○三陸鉄道株式会社：列車の運転、車内サービス等

○地元業者：オリジナル弁当の開発

○岩手県観光課：広報、PR 支援

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- 平成 25 年度のイベント列車検討の中で、NHK ドラマ「あまちゃん」と関連づけたお座敷列車「北三陸号」を社内で企画。
- 海女に扮したガイドが乗務。話題の「うに丼」も含めたオリジナル弁当を予約販売。

広報、広告

- 東京、横浜に出向きテレビ局、新聞社、旅行雑誌社に PR。
- 取材に来たテレビ局、新聞社による情報発信
- 自社ホームページに専用サイトを設置。
- 県観光パンフレットへの掲載、県広聴広報課での県公報誌掲載。

【DO】運営

- 自社のみで運営。

【CHECK】評価

- 利用者が多く、連日、急遽の増結など臨時作業で対応するほどの好評を得た。

【ACTION】今後に向けた改善

- テレビドラマ終了後も、継続的に利用いただけるようにすること。

事業の目標達成状況

- 指定席 8 割乗車 / 1 日上下各 40 人を目標に設定。
- 目標は達成。指定席は 9 割以上の乗車で満席の日も。
- 自由席は満員。1～2 両の増結で対応。

成功のポイント

- NHK ドラマのお座敷列車登場にあわせて、運転開始日を 6 月に繰り上げ、うに丼も運行開始に間に合わせるといった迅速さが好結果につながった。
- 現場に実際の車内企画をまかせたため、現場で柔軟に、スピーディーに対応できた。

今後の課題

- 団体での申込みがあるとすぐ満席となり個人のお客様が利用できない事態が発生した。

黒部峡谷トレッキングの企画実施 [黒部峡谷鉄道]

事業者名：黒部峡谷鉄道株式会社

運輸局：北陸信越

参加・協力主体：観光ガイド（黒部峡谷ナチュラリスト研究会）

都道府県：富山県

事業内容と背景

○事業の概要

黒部峡谷鉄道樺平駅周辺の片道1～2時間のトレッキングコースを黒部峡谷ナチュラリスト研究会が引率、案内。

○事業を実施する背景

当イベントをPRすることで話題性を生み、集客を図ることをねらいに。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

壮大な黒部峡谷の自然を楽しく学ぶことができるよう企画

黒部峡谷ナチュラリスト研究会が案内役に

県内情報誌、新聞広告、弊社ホームページ、ダイレクトメール等で広報

・黒部峡谷の魅力を十分に伝わり、またイベントに参加したいとの声が…
・リピーターとして期待

事業参画主体と役割

○黒部峡谷鉄道営業課営業企画係：

企画運営

○黒部峡谷ナチュラリスト研究会：

引率、案内

事業の目標達成状況

目標：

- ・リピーターになり次回以降もイベントに参加してもらうことを目標としている。

実績：

- ・参加者からは、またイベントに参加したいとの回答が多い。
- ・毎年2倍程度の応募で、リピーターが多い。

成功のポイント

- ・ナチュラリスト研究会の協力で黒部峡谷の魅力を十分に伝えることができ、満足してもらえていること。
- ・トレッキングや健康ブームもあり、注目度が高いこと。

同様の事業を実施する際のアドバイス

- ・ガイド内容やコース設定に厚みをもたせ、リピーター利用者が常に満足できる環境を整えること。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・社内の発案により平成21年6月から実施。

広報、広告

- ・県内情報誌、新聞広告、弊社ホームページ、ダイレクトメール。

【DO】運営

- ・黒部峡谷鉄道の宇奈月駅から、ナチュラリストガイドが同行。川の流れや葉ずれの音、鳥の声を聞きながら、楽しく黒部峡谷の自然を学ぶことができる。

【CHECK】評価

- ・初心者にも安心して壮大な黒部峡谷や川の流れる音など大自然の神秘や美しさを体感できると好評。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・受付から列車に乗車するまでの流れをスムーズに作れなかったため、次回以降改善したい。
- ・これまで抽選だったが、今後は参加者のスケジュール調整を考慮して先着順に改め。
- ・これに伴って当該イベントの日数を多くし、もっと多くの方が参加できるようにする。

「みどころマップ」の作成、配布 [北陸鉄道]

事業者名：北陸鉄道株式会社
参加・協力主体：金沢市、白山市、野々市市、内灘町、
石川線・浅野川線利用促進連絡会

運輸局：北陸信越

都道府県：石川県

事業内容と背景

○事業の概要

石川線・浅野川線沿線で地元住民・観光客に対して「みどころマップ」（3万7千部）を作成、配布。（平成25年6月～）

○事業を実施する背景

地元の鉄道利用者の増加を図ることを目指す。

地元自治体や住民、各種団体等による地域振興（地元の名所を発掘して）の取組みに協力することで、鉄道線に親近感を感じてもらう。

○活用した国等の支援策

3市1町（金沢市・白山市・野々市市・内灘町）石川線・浅野川線利用促進連絡会 公共交通利用促進広報業務委託費を活用。

■事業の進行フロー図

利用促進連絡会で、沿線の商店や名所を紹介するマップを作成し、配布することを企画

3市1町、石川線・浅野川線利用促進連絡会では、PR支援を

地元商工会は、観光ボランティアガイドとして支援を

休日などは沿線以外からの電車利用が少しずつ増加の傾向に

準備した部数は1カ月ほどで配布を完了

事業参画主体と役割

- 北陸鉄道株式会社（企画部）：企画と運営。
- 3市1町（金沢市・白山市・野々市市・内灘町）石川線・浅野川線利用促進連絡会：PR支援
- 地元商工会：観光ボランティアガイド

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していない。
- ・地元の商店・名所を紹介して、車から電車利用の転換を目標とした企画だが、関係自治体との協力もあり、休日などは沿線以外からの電車利用が少しずつ増加の傾向。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・平成25年3月に利用促進連絡会で提案。

広報、広告

- ・鉄道会社及び3市1町のHPにて紹介。

【DO】運営

- ・北陸鉄道株式会社、3市1町、石川線・浅野川線利用促進連絡会、地元商工会が連携して運営。
- ・平成25年6月にマップが完成、配布。

【CHECK】評価

- ・各有人駅での配布と沿線町会を通じて個別に配布を実施したところ、準備した部数が1カ月ほどで配布を完了。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・関係先との連絡、調整がうまくいかず、確認に時間がかかった。改善が必要。

成功のポイント

- ・地元商店と鉄道会社社員が連携して沿線のPRに努め、サービスが提供できたこと。

アテンダント事業&アテンダント体験 [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

参加・協力主体：みどり市・桐生市

運輸局：関東

都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

一般の方を対象にアテンダント体験を実施、わたらせ渓谷鐵道に親しみを持ってもらい、知人等にもPRしてもらうなど、新規顧客開拓による観光活性化を目指す。

○事業を実施する背景

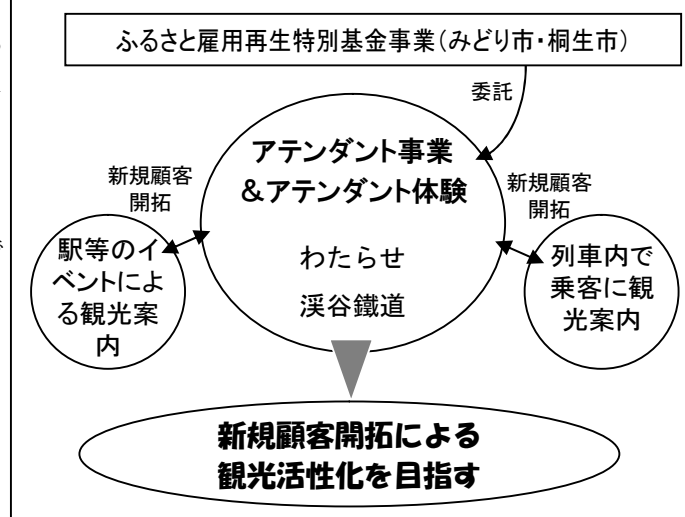
地元を含めた乗客への観光案内、PRにより観光での利用促進を図る。

わたらせ渓谷鐵道と共に地域の観光をPR。

○活用した国等の支援策

ふるさと雇用再生特別基金事業（群馬県からみどり市・桐生市が補助を受け、わたらせ渓谷鐵道に委託）

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○わたらせ渓谷鐵道：アテンダント事業を市からの委託事業として実施。併せて一般のお客様を対象にアテンダント体験を実施

○みどり市・桐生市：補助金の申請、当該事業をわたらせ渓谷鐵道に委託

事業の目標達成状況

・事業は平成21年9月～平成26年3月まで継続している。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・わたらせ渓谷鐵道から提案し、みどり市・桐生市からの委託事業として実施

広報、広告

・テレビ、ラジオ、雑誌、広報誌、書籍、新聞、インターネット

【DO】運営

・わたらせ渓谷鐵道の社内部署で運営

【CHECK】評価

・まだ事業中だが、アテンダント体験者からの感触は良好

【ACTION】今後に向けた改善

・結果を見ながら検討

成功のポイント

・今後の結果を見て検討する。

地元企業へのイベント等PR、ぐんまちゃん家での首都圏メディアへのPR事業 [わたらせ渓谷鐵道]

事業者名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

運輸局：関東

参加・協力主体：地元企業、ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家）

都道府県：群馬県、栃木県

事業内容と背景

○事業の概要

地元企業に所属する社員にわたらせ渓谷鐵道に関するPR事業を実施。

また、「東京から見た群馬の距離を短くする」をコンセプトとして東京銀座に設置された「ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家（ち）」で、首都圏メディアへわたらせ渓谷鐵道に関するPR事業を実施。

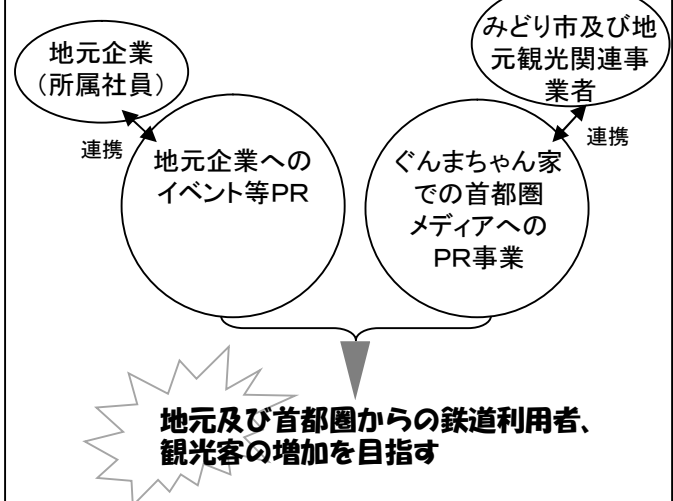
○事業を実施する背景

地元及び首都圏からの鉄道利用者、観光客を増やすため、みどり市や地域観光関連事業者等と連携してPRを実施。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○わたらせ渓谷鐵道：PRの企画と持ち込み

○地元企業：社員へのPRの場を提供

○ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家（ち））：首都圏メディアへのPRの場を提供

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・社内からの発案
- ・地元自治体からも打診があった

広報、広告

- ・ぐんまちゃん家（ち）でのPR、インターネット

【DO】運営

- ・社内の担当部署とみどり市及び地元観光関連事業者と連携して運営

【CHECK】評価

- ・地元企業などの地縁関係や県のアンテナショップの活用など、地道な手法でPRを展開。
- ・社長が企画を主導し、社長・部長が人脈をたどってPRルートを開拓するなど、全社が一丸となって実行。

【ACTION】今後に向けた改善

- ・企画を充実させ、より多彩な情報発信を行うことでPR・集客力を高めること。

事業の目標達成状況

- ・地元企業（10社）に所属する社員（32,800人）に対してイベント、PRを平成25年8月から実施。情報提供には、企業内イントラネットも活用。
- ・ぐんまちゃん家（ち）では、みどり市及び地元観光関連事業者と連携して、平成22年から年1～2回実施（毎回40名ほど参加）。毎年2件ほど新聞・雑誌で取り上げられた。

成功のポイント

- ・集客ターゲットである都心の施設を効果的に活用し、PR・集客を行っていること。
- ・首都圏にあふれる観光誘致競争の中で、魅力的な企画をいかに提案できるか否かがポイント。

長鉄沿線応援団NGT2 [長良川鉄道]

事業者名：長良川鉄道株式会社

運輸局：中部

参加・協力主体：NPO 団体、各市町等

都道府県：岐阜県

事業内容と背景

○事業の概要

長良川鉄道沿線の自治体、市民、企業が手を取り、統一したブランディングのもと、共に取り組みを実行することにより、長良川鉄道の魅力を浸透させている。

長良川鉄道のブランドイメージを構築、発信するために鉄道を利用した婚活企画、応援団長（ゆるキャラ）の定期的乗車や応援イベント開催等を行っている。

○事業を実施する背景

長良川鉄道のブランドイメージを構築しイベント開催、情報発信し観光客の増加を図る。

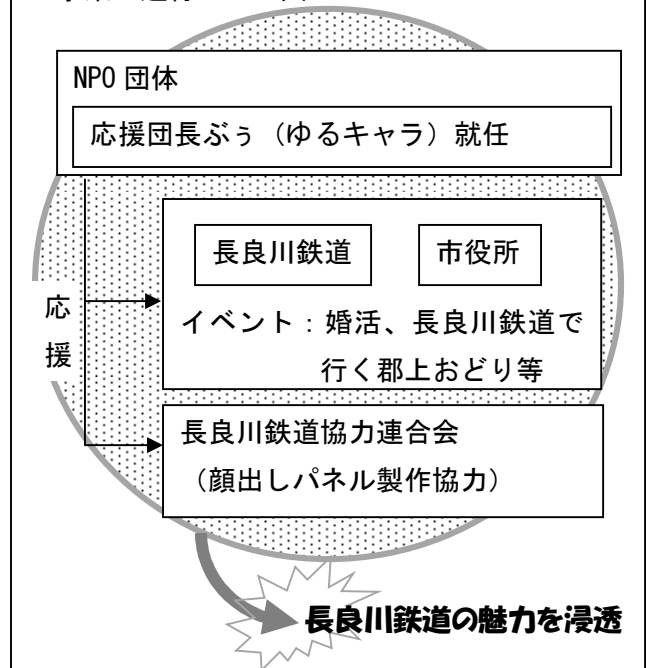
地域観光資源のブラッシュアップのため。

沿線市町で開催されるイベント等、取組と協働した情報発信をする。

○活用した国等の支援策

長良川鉄道協力会連合会より、美濃太田駅設置の顔だしパネル製作費を支援。

■事業の進行フロー図



事業参画主体と役割

○長良川鉄道総務部：調整役

○NPO 団体：事務局機能

○沿線企業・団体：イベントへの参画

○市町職員：実行委員として活動

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】 企画・立案

- ・市役所・企画課： 鉄道を利用した婚活を企画・実施（平成 24 年 7 月）
- ・NPO：長良川鉄道応援団長ぶう（ゆるキャラ）就任（平成 24 年 2 月）

広報、広告

- ・フリーペーパー、新聞の活用

【DO】 運営

- ・長良川鉄道沿線の自治体、市民、企業が連携して運営

【CHECK】 評価

- ・長鉄応援団長ぶう就任、定期的なぶうの乗車などの広報による認知度アップ、県観光連盟の行っている長良川温泉博覧会のイベント開催により、ある程度効果はあったと思われる。
- ・応援団の会員 10 名（行政やNPOなど）が、3 か月に 1 度程度の定例会議のほか、イベントの都度集まって CHECK を実施。

【ACTION】 今後に向けた改善

- ・盛り上げを継続していくための仕組みづくりの工夫が必要。

事業の目標達成状況

- ・特に数値目標は設定していないが、長良川温泉博覧会イベントなどにより認知度アップの効果があった。

成功のポイント

- ・一時的な盛り上がりを見せており、今後も継続させたい。
- ・NPO が中心となり長鉄応援団を発足させ、構成員それぞれがやりたい事業を行うとことを目指していたが、なかなか具体的な進展がみられない。
- ・盛り上げを継続させるため、限られた主体だけでなく、地元企業や住民、観光客も巻き込んだ取り組みが求められる。

JR山陰本線を活用した因幡・但馬交通量促進事業 [北近畿タンゴ鉄道]

事業者名：北近畿タンゴ鉄道株式会社

運輸局：近畿

参加・協力主体：JR西日本、山陰海岸ジオパークセンター等

都道府県：京都府

事業内容と背景

○事業の概要

山陰海岸ジオパークの魅力を多くの方に周知し、また鉄道をもっと利用していただくために京都・兵庫・鳥取の3府県が連携してツアーを企画、実施している。

○事業を実施する背景

山陰海岸の認知度の向上や観光客誘客による地域振興を図るため。

○活用した国等の支援策

なし

■事業の進行フロー図

山陰海岸ジオパークの魅力を知らせようとして
ディスカバリー運行ツアーを企画

実行委員会を
中心に、交通事
業者と自治体
が連携

様々な手段で
広報、ツアー客を
募集

・山陰海岸ジオパークの認知度向上
・観光誘客による地域振興
・鉄道の利用促進等の成果を得る

事業参画主体と役割

○山陰海岸ジオディスカバリー運行実行委員会：

3府県が連携し、西日本旅客鉄道株式会社(JR西日本)、北近畿タンゴ鉄道株式会社(KTR)、株式会社農協観光、沿線市町村の協力のもと、ジオパークエリア内を縦断する貸切イベント列車を2日限定で運行。

○北近畿タンゴ鉄道株式会社鉄道運輸グループ営業グループ：

実行委員会の要望に沿って車両運用計画、旅行代理店や各市町担当者とのすり合わせ。

○鳥取県等3府県：企画、協力、運行調整※。

※：利用する区間は単線で、すれ違いができない区間が多く、特別列車を走らせるダイヤの調整に苦労(鳥取県)。

実施の手順：PDCAサイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

・山陰海岸の認知度の向上や観光客誘客による地域振興を図ろうとする自治体からの提案。

広報、広告

・日本海新聞、3府県HP、株式会社農協観光(チラシ配布等)
・出発式が北近畿タンゴ鉄道網野駅のため、当社でメディア・広報誌向けにアピール及び、利用促進につながる様に周知した。

【DO】運営

・実行委員会を中心に、自治体と交通事業者が連携して運営。

【CHECK】評価

・山陰海岸ジオパークの認知度が向上：アンケートでは、参加いただいた方の約95%が山陰海岸ジオパークを認識(今回の企画で初めて知った人15%を含む)。
・観光誘客による地域振興：アンケートでは、参加いただいた方の約85%の方が満足したと回答。
・鉄道の利用促進：ツアーには87名が参加、うち20%が再度訪れるときは、また鉄道を使いたいと回答。
・アテンダントによるジオパークの案内、お土産品等のお客様サービス面は大変良かった、と好評だった。

【ACTION】今後に向けた改善

・ツアー参加者で満席としたかったが、ツアーの募集開始が遅れ、思ったような集客ができなかった。
・早い段階での旅行会社選定及び参加者募集の周知が必要。
・スタートまたは帰着は主要駅で行うほうが良かった(例えば、天橋立駅もしくはKTR福知山駅)。

事業の目標達成状況

目標：

・数値目標はない。

実績：

・定員100名で2日間、計200席に対して87名の参加者があった。
・北近畿タンゴ鉄道では、自社線内の貸切運賃と車両貸出料(JRへ)が売上に。
・実績面からは一定の効果はあったが、さらなる取組が必要と考えている。

成功のポイント

・北近畿タンゴ鉄道ならびに山陰線豊岡以西が単線のためダイヤ調整に苦労したが、関係団体が連携して取り組みトラブルも無く連携して円滑に運行できたこと。府県を跨ぐ事業の参考として貴重な経験になった。
・広い範囲で様々な主体が連携してひとつの事業を実施するためには、権限を持つ調整役(県等の自治体)が必要。その調整役のもとに、各主体が一丸となれる魅力的なテーマ設定がポイント。
・参加者募集の周知をどうするかがポイント。旅行代理店の力が大きい。

北近畿タンゴ鉄道株式会社 (TEL: 0772-22-8571, URL: <http://ktr-tetsudo.jp/index.html>)

錦川清流線沿線の魅力・特性を活用した観光路線化事業の推進 [錦川鉄道]

事業者名：錦川鉄道株式会社

運輸局：中国

参加・協力主体：錦川鉄道株式会社、山口県、岩国市

都道府県：山口県

事業内容と背景

○事業の概要

錦川清流の自然豊かな路線で「旅を楽しむ」との観点から「新名所」を発掘し、ゆっくり走行する「超スロー運転」で乗客を楽しませる。さらに地域の食材をつかった錦川清流駅弁も登場し、人気になっている。

○事業を実施する背景

美しい緑と清流の環境に恵まれながら、車窓からの眺望は視界を遮る雑木で川面まで見えず、車両も古く車内も雑然としているなどの課題を抱えていた。

社員と住民ボランティアとで始めた沿線の美化活動が、徐々に輪を広げ、錦川清流線の全区間を対象にした景観づくり事業に発展。新名所や駅弁も登場し、観光路線化を目指す。

○活用した国等の支援策

山口県、岩国市の景観づくり事業補助金…平成 23 年度補助金

■事業のフロー

①「清流の滝」「かじかの滝」「車窓から眺望景観」など、8 個所の新名所を設定

②新名所を「超スロー運転」で楽しませ、観光の目玉に

③運転士による車内アナウンスや工務社員による駅のゴミ整理など、社員の観光意識の醸成も実施

④新幹線接続駅を「御庄」駅から「清流新岩国」駅に改称し、新幹線からの乗り継ぎ客の誘因をねらう

⑤錦帯橋そばの老舗料理店と提携し、予約制で「錦川清流駅弁」を販売

⑥鉄道再生計画に基づき車両を更新、車両委員会で市民が参加して車両デザイン、車内装飾等を決定

⑦岩国市が公園内に設けた、廃線敷を活用した「とことこトレイン」を無償で運転委託、岩国城、ロープウェー・錦帯橋管理等の観光施設の管理運営委託の収入を鉄道に計上し赤字を補填、鉄道運営を支える

観光路線化の事業と鉄道運営を補填する事業を組み合わせ、地域と路線の活性化を目指す

事業参画主体と役割

○地元住民と鉄道社員：共同作業での景観づくり、住民と社員とで沿線の雑木伐採

○錦帯橋そばの老舗料理店と提携：予約制で「錦川清流駅弁」を平成 25 年 10 月 15 日から初めて発売

○鉄道会社：鉄道運行、「観光徐行」、運転士による観光案内、車両更新等

○国や県：補助金等で支援

事業の目標達成状況

- ・昭和 63 年度開業時の送量 584 千人から昨年度 218 千人と、25 年間に△366 千人減少し、減少率は△73%。
- ・過疎化、少子高齢化、モータリゼーション等の影響により脆弱な経営となり赤字脱却が最大の課題。観光旅客は 20%程度。
- ・観光路線化の事業と鉄道運営を補填する事業を組み合わせ、地域と路線の活性化を目指す

実施の手順：PDCA サイクルを踏まえた分析

【PLAN】企画・立案

- ・沿線の美化活動を地元住民と鉄道社員で始め、錦川清流線の全区間を対象にした景観づくり事業に発展。新名所や駅弁も登場し、観光路線化を目指す。

広報、広告

- ・取材等を中心としたテレビ、ラジオの無料掲載
- ・インターネット、岩国市報等への無料掲載

【DO】運営

- ・観光路線化の事業と鉄道運営を補填する事業を組み合わせる運営

【CHECK】評価

- ・赤字の鉄道事業を他の関連事業でカバー、総体として維持を図っている

【ACTION】今後に向けた改善

- ・他の関連事業の収入を維持するとともに、鉄道事業の赤字を少しでも減らすこと。

成功のポイント

- ・トロッコ遊覧車「とことこトレイン」事業及び岩国市生活交通バス受託事業に加え、平成 25 年 4 月 1 日からロープウェー、岩国城、錦帯橋の指定管理等収入が加わり、これら関連事業の収入は 2 億円を超える。
- ・鉄道事業の収入は 1 億円弱。関連事業の収入は全体事業の 7 割を占め、鉄道事業を支えている。

錦川鉄道株式会社 (TEL: 0827-72-2002, URL: <http://nishikigawa.com/>)

③分析

【指標による効果分析】

北近畿タンゴ鉄道のジオパークディスカバリーツアーは、NHK 番組で紹介されたことで効果的なPRとなった。また、三陸鉄道のお座敷列車では、ドラマの話題性もあり、目標を上回る乗車率となった。

【成功要因・ポイント等】

成功要因として、鉄道事業者や関係団体の連携体制、ローカル大学や知的資産といった斬新な発想による事業展開などが挙げられる。

例えば、黒部峡谷鉄道は、ガイドの協力で黒部峡谷の魅力を十分に伝えられていることや、ひたちなか海浜鉄道における事前の広報活動による全国からの多様な参加者の確保(北は東北地区、南は九州地区から、行政、鉄道ファン、鉄道会社社員等多様な参加等)。また、わたらせ渓谷鐵道では、「知的資産経営」という斬新な発想のPRに取り組まれている。

なお、鉄道事業者同士の連携、調整の難しさを解消するための仕組みの構築、イベントの種類・連携する主体に応じた、鉄道事業者側の柔軟な対応も必要である。このためには、県や市町村の支援、協力をうまく活用することが成功に結び付くと考えられる。

なお、錦川鉄道では、関連事業の収入は2億円を超える。鉄道事業の収入は1億円弱。関連事業の収入は全体事業の7割を占め、鉄道事業を支えているなど、収益性のある関連事業におけるPRも重要となっている。

【今後の改善点等】

PRやツアー募集などをスムーズに進めていくこと、他の事業者や関係団体との連絡・調整の体制を整えることなどが挙げられている。

特に、体制、盛り上げを継続していくための仕組みづくりの工夫、首都圏にあふれる観光誘致競争の中での魅力的な企画をいかに提案できるかなどが課題となる。

●詳細事例：JR山陰本線を活用した因幡・但馬交通量促進事業（北近畿タンゴ鉄道 p91 掲載）

北近畿タンゴ鉄道では、山陰海岸ジオパークの魅力を多くの方に周知し、また鉄道をもっと利用していただくために京都・兵庫・鳥取の3府県が連携してツアーを企画、実施している。

実施にあたり、3府県が連携し、JR西日本、北近畿タンゴ鉄道、(株)農協観光、沿線市町村の協力のもと、ジオパークエリア内を縦断する貸切イベント列車を2日限定で運行した。

8月18日に運行した「ライブ列車」は、観光型車両を使用し、NHK番組で放送されたことでPRになった。



●詳細事例：岐阜の宝もの（長良川鉄道など岐阜県内のローカル鉄道 p84 掲載）

岐阜県内のローカル鉄道（養老鉄道・明知鉄道・長良川鉄道・樽見鉄道）は、岐阜県が推進する「飛騨・美濃じまん運動」の中で、“今後の取り組みによっては「岐阜の宝もの」になると期待されるもの”の一つに認定されている。

4つの鉄道会社が協力して「岐阜県ローカル鉄道協議会」を結成し、柘酒列車などの企画列車を運行するほか、平成26年2月～3月には「ぎふローカル鉄博」を開催し、様々な体験プログラムを提供している。



●詳細事例: イベント参加者へのアンケートによる意見聴取(長鉄応援団、長良川鉄道 p84, 90 掲載)

長鉄応援団は、「ぎふローカル鉄博」の中で、「恋と子宝、沿線パワースポット巡り」と「ナガ鉄昭和レトロを探す旅&車庫見学」を実施している。参加者には、マップを配布し、アンケートを実施した。そのアンケートにおいて、案内看板の不足についての指摘がなされている。

長鉄応援団では、定期的な会合のほか、イベントの開催に合わせた会合を行っているが、その中で、この意見について検討し、参加者にわかりやすい案内看板を設置に関する協議を行っている。



④展開方策の検討

【平成 24 年度研究会による方向付け】

話題性の創出にあわせて、積極的なマスコミへの情報提供などによりメディアの露出回数を増やし、対外的なPR活動を地域と協働して実施することで、地域と事業者の知名度向上を図ることが提案されている。

【今後の展開方策】

積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上を図るため、例として以下のような取組みを展開していくことが有効であると考えられる。

- ・自治体や地元企業との連携によるプロモーション・・・鉄道事業者自身によるPR活動も必要であるが、さらに広くPRするために自治体や地元企業との連携のもとで、プロモーションを行う。たとえば、報道関係者や旅行関係者等に実際に体験してもらうモニターツアーを実施したり、県や自治体が発するイベント、博覧会等に合わせたPR活動を行う。
- ・地域が一体となった魅力づくり・・・地域鉄道の役割や地域にもたらす効果や、地域の知名度の向上による観光客の増加が地域の発展をもたらす効果があることを地域全体で認識し、一過性の取組みでなく、継続できるように、地域住民や団体、地方自治体が一体となった機運を醸成する。

有識者会議で示された視点ごとに、今後の展開方向を踏まえて、積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上を図るための具体的な展開方策を次に整理する。また、あわせて、今回のモデル事業における該当事例を示す。

●積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上を図る展開方策

積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上

- ・積極的なマスコミへの情報提供などによりメディアの露出回数を増やし、対外的なPR活動を地域と協働して実施することで、地域と事業者の知名度向上を図る

	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<p>■鉄道経営や地域振興に関わった経験を活かした、話題性のある取組みをPRする。 (地域づくり大学の開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ひたちなか海浜鉄道では、ローカル鉄道経営と地域共生のノウハウを学ぶ「ローカル鉄道・地域づくり大学」を開催し、全国への情報発信を行っている。 <p>(知的資産経営セミナーの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、鉄道の知的資産を「知的資産経営報告書」としてまとめ、「ぐんま知的資産経営セミナー」の開催や、知的資産を体験するツアーを実施している。 <p>■マスメディアの宣伝効果を活用し、お座敷列車を運行する。 (お座敷列車の運行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三陸鉄道では、テレビドラマによる宣伝効果を生かし、海女のスタイルでアテンダントが乗務するお座敷列車を運行している。 <p>■列車への命名権や、プレートの作成・持ち帰りなどができるネーミングライツのイベント実施により、情報発信を行う。 (ネーミングライツの実施)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・明知鉄道では、列車に愛称をつけるネーミングライツを実施し、プレートを外して持ち帰りを可能とするなどの工夫により、県外からも多くの人々を集めている。(「A-②移動手段以外の鉄道乗車の目的化」に分類) <p>■地元の人材を活用したアテンダント体験・事業を実施する。 (アテンダント体験、乗車)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、一般の人にアテンダントを体験してもらうことでPRにつながる取組みを行っている。 	<p>■県などの自治体による地域資源の認定を受け、連携による特産品のPRや観光誘致を積極的に行う。 (県のPR活動との連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長良川鉄道は、他のローカル鉄道も含めて県から「岐阜の宝もの」に認定されている。県は、観光誘致の一つの方策として、鉄道イベント「ぎふローカル鉄博」の積極的なPRを行っている。 <p>■鉄道事業者の資源を活かし、県などの自治体が展開するプロモーションに参画する。 (海外における知名度の向上)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・和歌山電鐵では、猫の駅長によるブランドイメージを活用し、県の展開する海外プロモーションやモニターツアーに合わせてPRや誘客を行っている。(聞き取り調査より) <p>■地域の魅力を掲載したマップを配布し、利用者の増加を図る。 (「みどころマップ」の作成、配布)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・北陸鉄道では、地元自治体や商工会と連携し、沿線の「みどころマップ」を作成、配布している。 <p>■地元の応援団組織による情報発信を行う。 (沿線応援団の結成)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長良川鉄道では、沿線のNPO団体が中心となって長鉄応援団を結成し、ブランドイメージの形成や情報発信を行っている。

	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
地域資源を活かす	<p>■移動中の車窓景観や車内サービスを、魅力ある資源として全国にPRを行う。</p> <p>(特色ある資源活用やサービスのPR：再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・錦川鉄道では、沿線の豊かな自然を活かした「新名所」を創出・発掘し、「超スロー運転」により車窓を楽しんでもらうほか、運転士による車内アナウンスなど、様々なサービスをアピールすることで観光路線化への取り組みを実施している。 	<p>■地元団体と連携し、地域の資源を活かした魅力を発信する。</p> <p>(ジオパークの魅力発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・北近畿タンゴ鉄道では、山陰海岸ジオパークへの鉄道利用による来客増加を目指し、3府県やJR西日本等と連携したイベント列車を運行し、魅力を発信している。(観光ガイドによるトレッキングイベント) ・黒部峡谷鉄道では、地元のガイドと連携したトレッキングを実施し、自然の魅力を伝えている。 <p>■地元以外の鉄道ファンを獲得するため、新聞・雑誌・テレビなどのメディアを活用して、鉄道事業者自らがPR活動を実施する。</p> <p>(アンテナショップを活用したPRの展開)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたらせ渓谷鐵道では、地元及び首都圏からの利用者を増やすために、県のアンテナショップ(ぐんまちゃん家)や首都圏のメディアを活用して積極的なPR活動を展開している。

4. 本調査のまとめ

(1) モデル事業分析のまとめ

実施されているモデル事業において、生活路線、観光路線の類型ごとに、それぞれの課題解決に関する考え方と今後の改善点、イベント開催にあたっての配慮すべき点をまとめます。

A) 生活路線グループ

①日常利用者に向けた利便性の向上

モデル事業においては、地元住民による利用促進という課題に対し、地元商業施設との連携による割引サービスの実施によって地元ニーズに対応している。しかし、共通定期券など他の交通手段との連携については、利用が低迷するなど、今後の改善が必要となっている。

これらの取組みは、「いつでも鉄道を利用できる安心感・期待感」、「高齢者等の移動制約者の足の確保」といった効果をもたらすばかりでなく、鉄道利用の促進によって「自動車交通の減少によるCO2排出削減効果」をもたらすと考えられる。

②移動手段以外の鉄道乗車の目的化

モデル事業においては、日常利用以外の鉄道利用の増加という課題に対し、ウォーキングイベントなど地元の資源を活かしたイベントの実施や、みどころマップの配布など、地域の資源や地元団体と一体となった取組みにより、鉄道利用の促進を図っている。

これらの取組みは、駅周辺や沿線の活性化といった効果をもたらすため、地域が一体となった推進が求められる。

③交流人口の拡大

モデル事業においては、地元のファンの獲得といった課題に対し、鉄道まつりの開催や地元団体との連携、交流の促進によって対応している。

また、これらの取組みにより、鉄道利用を契機として地域住民が人々と触れ合うことでまちの誇らしさの向上等の効果をもたらすと考えられるため、今後も地域住民も巻き込んだ充実が求められる。

各種イベント等の開催にあたっては、イベントの目的に沿った企画・実施が求められる。例えば、「地域住民への感謝」を目的とした鉄道まつりの開催に際して、近隣住民や沿線の子どもを招待することなどが挙げられる。

B) 観光路線グループ

①他者との差別化を図った話題性の創出

モデル事業においては、鉄道会社や地域の特性を活かした誘客という課題に対し、個性的なイベント列車の運行や、地域住民と鉄道会社の職員が一体となった活動で

効果を挙げている。

これらの取組みにより、地域の知名度や誇らしさが向上するという効果をもたらすと考えられ、今後の取組みにあたっては、地元との連携の深化やさらなる話題性のあるテーマの発掘などによる充実が求められる。

②地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取組みの充実

モデル事業においては、地産品の活用促進という課題に対し、「食」へのこだわりや、ヘルシー志向への対応等のテーマ設定、地域の人材との連携強化などによって効果を挙げている。

これらの取組みにより、地域の知名度向上や、地域住民の誇らしさの向上につながると考えられ、今後の取組みにあたっては、さらなる集客を目指したPR活動、新たな商品・メニュー開発への取組み、連携主体との連絡・調整の円滑化などが必要と考えられる。

各種イベント等の開催にあたって、特産品や景観を活かすものについては、観光ニーズの把握や開催日程の適切な計画が必要であるが、一方で地元のイベントと日程が重ならない配慮が必要である。このほか、地元組織や自治体、住民との連携による運営組織を立ち上げ、開催を継続させることが有効と考えられる。

③積極的なPR活動による知名度の向上、社会的価値の向上

来客を誘致するためにPRを推進する取組みについては、観光客の増加に向けた各種媒体を活用した情報発信との活用という課題に対し、自治体による活動との連携による情報発信等により効果を挙げている。

社会的価値の向上を図る取組みについては、地域鉄道そのものに関するPRの展開という課題に対し、鉄道経営に関するセミナーの開催や、県及び県内の他の鉄道事業者との連携による情報発信等によって効果を挙げている。

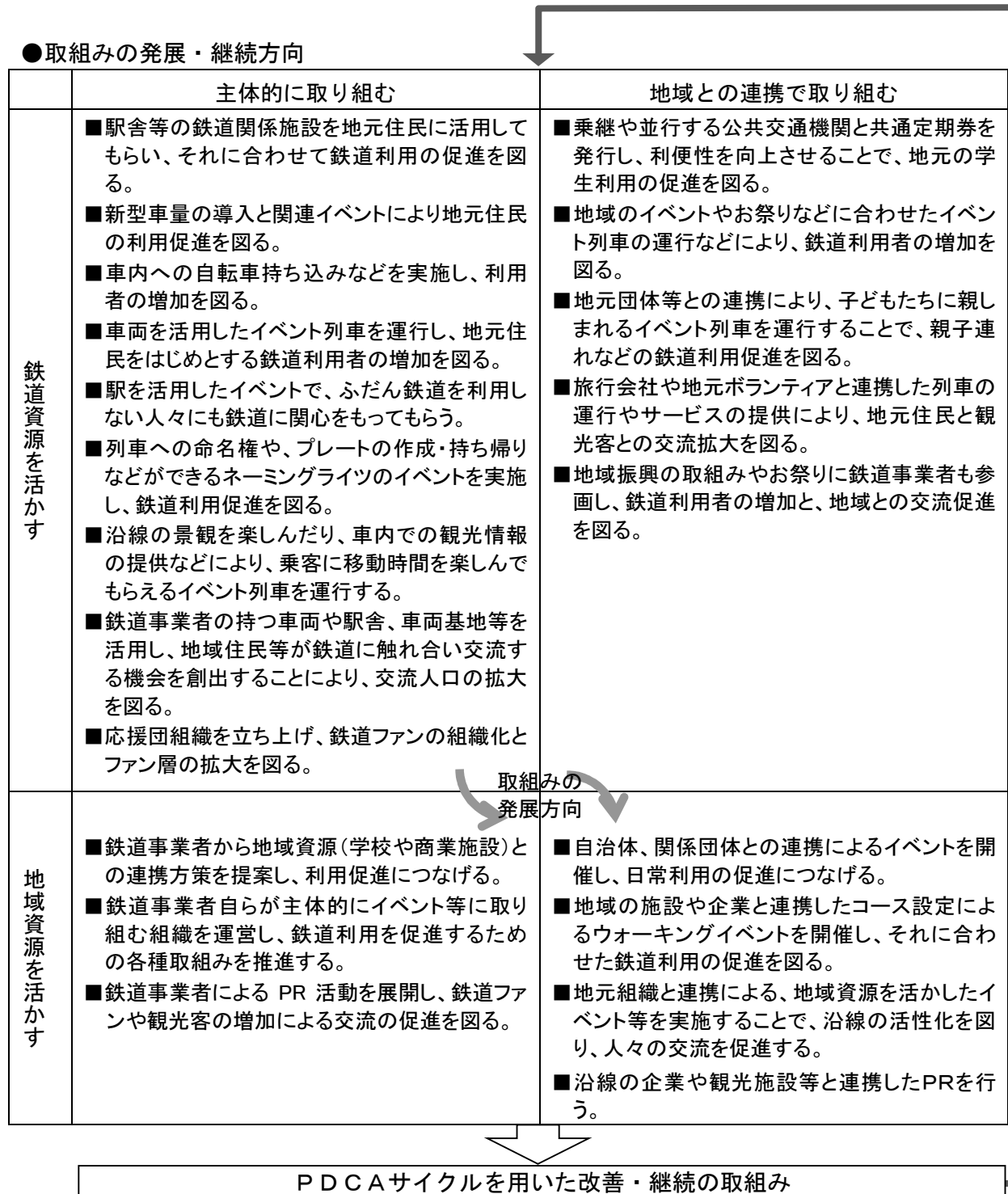
これらの取組みにより、地域鉄道の役割や地域にもたらす効果を地元で認識されたり、地域の知名度の向上や観光振興に効果をもたらす、今後の取組みにあたっては、PRや募集などをスムーズに進めること、他の事業者や団体との連絡・調整体制を整えること、さらには、魅力的な企画を提案することが必要と考えられる。

(2) モデル事業の展開方策のまとめ

A) 生活路線グループ

生活路線グループでは、通勤・通学など日常利用者に対する利便性の向上、イベントの開催等による移動手段以外の利用促進、鉄道資源や地域資源を活用した交流人口の拡大について、事業の展開方策を下記のように整理した。

これらの事業は、実施を継続することにより充実を図るだけでなく、活用する資源の増加や連携する主体の拡大による、さらなる発展も考えられる。



B) 観光路線グループ

観光路線グループは、鉄道資源や地域資源を活かした話題性の創出や、観光施設等との協働、知名度の向上に向けた積極的な広報活動等について、事業の展開方策を下記のように整理した。

これらの事業は、実施を継続することにより充実を図るだけでなく、活用する資源の増加や連携する主体の拡大による、さらなる発展も考えられる。

●取組みの発展・継続方向

	主体的に取り組む	地域との連携で取り組む
鉄道資源を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光目的となる車両の導入や、特徴的な車両の保存、体験運転の実施、記念イベントの開催など、鉄道施設を活かした話題性を創出する。 ■ 乗車している時間そのものを生かしたサービスを提供し、話題性を創出する。 ■ 特色ある体験メニューにより話題性を創出する。 ■ 地域特産の材料を使用したイベント列車を企画・運行する。 ■ 地域の人材や沿線の特徴を活用したイベント列車を運行する。 ■ 駅での自転車貸し出しにより、鉄道利用者の増加を図る。 ■ 鉄道経営や地域振興に関わった経験を活かした、話題性のある取組みをPRする。 ■ マスメディアの宣伝効果を活用し、お座敷列車を運行する。 ■ 列車への命名権や、プレートの作成・持ち帰りなどができるネーミングライツのイベント実施により、情報発信を行う。 ■ 地元の人材を活用したアテンダント体験・事業を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 鉄道事業者が地元の団体や住民等の協力を得てイベント等を実施し、テーマの斬新さや積極的なPRなどによる話題性を創出する。 ■ 鉄道資源や接続する他の交通機関も、地域の活性化に活かせる重要な資源として、それらを組み合わせて活用する取組みを実施する。 ■ 沿線施設と連携したイベント列車の運行や、バス事業者と連携したクーポン販売などに取り組む。 ■ 駅施設を活用し地元産品の販売を行い、駅の活性化を図る。 ■ 県などの自治体による地域資源の認定を受け、連携による特産品のPRや観光誘致を積極的に行う。 ■ 鉄道事業者の資源を活かし、県などの自治体が展開するプロモーションに参画する。 ■ 地域の魅力を掲載したマップを配布し、利用者の増加を図る。 ■ 地元の応援団組織による情報発信を行う。
地域資源を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ■ 沿線の優れた景観、地元食材を活かした列車の運行や車内サービスを実施し、話題性を創出する。 ■ 観光地へのシャトルバス運行により、鉄道利用促進と地域の活性化を図る。 ■ 鉄道事業者の直営による、地域産品を活用した店舗経営や商品販売を行う。 ■ 自然景観を活用したPRを行い、沿線への集客を図る。 ■ 移動中の車窓景観や車内サービスを、魅力ある資源として全国にPRを行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 関係自治体等の支援を受け、地域の団体と連携し、話題性のある体験・学習列車を運行する。 ■ 地元で活躍する団体や人材と連携し、地元産品を活用した商品開発や販売を行う。 ■ 地元団体と連携し、地域の資源を活かした魅力を発信する。 ■ 地元以外の鉄道ファンを獲得するため、新聞・雑誌・テレビなどのメディアを活用して、鉄道事業者自らがPR活動を実施する。

P D C Aサイクルを用いた改善・継続の取組み

(3) 事業実施、継続する際に有効となる支援策

①事業への支援策

今回のモデル事業においては、下表に示すような自治体等の支援を得ている。事業実施においては、国や県、市町村等の支援・協力をうまく活用することが成功に結び付くと考えられる。

●取組み方向性ごとに実施された支援策

	方向	支援策	事業者	活用方法
生活路線グループ	①日常利用者に向けた利便性の向上	・平成25年度森林整備加速化林業再生事業補助金（大阪府）	水間鉄道	地元木材を活用したまち愛カフェの整備
		・公共交通利用促進広報業務委託費（金沢市）	北陸鉄道	子ども交通体験ツアーの企画・運営
	②移動手段の以外の鉄道乗車の目的化	・ぎふの魅力ブラッシュアップ支援事業補助金（岐阜県）	明知鉄道	ネーミングライツのPR
		・伊太祈曽駅・四季の郷公園連携業務（和歌山県）	和歌山電鐵	ハイキングの実施
		・中村駅まつり予算（中村・宿毛線運営協議会）	土佐くろしお鉄道	まつりの実施
		・松浦鉄道自治体連絡協議会による支援	松浦鉄道	昼食時間に実施したビンゴゲームの景品
		・移住・交流による地域活性化支援事業（一般財団法人地域活性化センター）	和歌山電鐵	地域活性化への取組み
	③交流人口の拡大	・岡山県緊急雇用創出事業臨時特例基金事業補助金（岡山県）	井原鉄道	ツアー企画・運営への支援
		・甘木鉄道を育てる会より補助金	甘木鉄道	PR活動への支援
・県による支援（岩手県）		三陸鉄道	震災学習列車で使用するパネル、ガイド用マイク、パンフレット等	
観光路線グループ	①他者との差別化を図った話題性の創出	・秋田内陸線の利用促進事業補助金（秋田内陸地域公共交通連携協議会）	秋田内陸地域公共交通連携協議会	時間（とき）のまほろば列車の実証運行の実施
		・プロジェクト支援助成事業（むつ小川原地域・産業振興財団）	津軽鉄道	七夕列車や太宰列車の車内装飾
		・湊鉄道対策協議会より支援（ひたちなか市）	ひたちなか海浜鉄道	海浜公園へのシャトルバスの運行
		・企業による寄付金（県内外5社）	わたらせ渓谷鐵道	車両を保存する施設の整備等

方向	支援策	事業者	活用方法
	・群馬県千客万来事業補助金（群馬県）	わたらせ渓谷鐵道	車両を保存する施設の整備等
	・地域公共交通活性化再生総合事業（国土交通省）	わたらせ渓谷鐵道	各駅のイルミネーション
	・わたらせ渓谷鐵道社員有志、沿線市民、企業等からの寄付	わたらせ渓谷鐵道	各駅のイルミネーション
②地産品を活用した物販や、地域の観光施設等と協働した取り組みの充実	・地域活性化再生・総合事業補助金（国土交通省）	秋田内陸地域公共交通連携協議会	交通機関連携パスの開発・販売
	・五所川原6次産業化推進協議会からの支援	津軽鐵道	地元産品を活かした商品企画
	・高校生まちづくり塾（中泊町）	津軽鐵道	高校生と共同した企画・販売
	・レンタサイクルの費用支援（津軽鐵道活性化協議会）	津軽鐵道	自転車、駐輪スタンドの購入、防犯登録等
	・恵那市商工観光課の支援（恵那市）	明知鐵道	グルメ列車PRチラシ作製
③積極的なPR活動による知名度の向上	・ふるさと雇用再生特別基金事業（群馬県）	わたらせ渓谷鐵道	アテンダント事業
	・公共交通利用促進広報業務委託費（石川線・浅野川線利用促進連絡会）	北陸鐵道	みどころマップの作成
	・県による宝ものの認定（岐阜県）	長良川鐵道	ローカル鐵道協議会への支援
	・顔出しパネル製作費への支援（長良川鐵道協力会連合会）	長良川鐵道	顔出しパネル
	・景観づくり事業補助（山口県）	錦川鐵道	沿線の美化活動

②活用内容・方法

今後、事業者がそれぞれの取組みを実施する際に参考となるように、モデル事業で活用した主な支援策を活用内容・方法で分類し整理する

○地域住民や観光客が集まり、交流する施設の整備

水間鐵道では、地域住民へのコミュニティの場を提供による鐵道利用増加と、地域の活性化を目指して、「まち愛カフェ」を整備している。整備に際しては、地元産材の活用・アピールを行うことで、大阪府からの支援を受けている。

わたらせ渓谷鐵道では、開業当初に導入した車両の保存にあたり、ローカル鐵道へのファンや支援者の増加を目指して、県内外に支援を呼びかけた。その結果、保存施設の整備や車両への塗装等を行う際に、県の補助金や企業による寄付金を活用することができた。

○イベントに活用する資機材の準備

三陸鉄道では、震災の経験と教訓を後世に伝えるとともに、修学（教育）旅行の誘致による地域の活性化を図るため、震災学習列車を企画した。しかし、被災した鉄道の復旧も必要な状況のもとで、費用や人材の確保が厳しい状況であったが、岩手県から列車で使用する機材（パネルやマイク）等の支援を受けるとともに、案内するガイドについては、地元のガイドの支援を受けて実施している。

このほか、松浦鉄道では、自治体連絡協議会からウォーキングイベント内のビンゴゲームで使用する景品を、長良川鉄道では、協力連合会から顔出しパネルの支援を受けるなど、地元からの支援を活用している。

○特産品の開発やイベントの運営にあたる人的資源の確保

津軽鉄道では、若い世代の鉄道利用の増加と、地域の特産品の活用による地域の活性化を目指し、新たな商品の開発、販売を実施している。企画段階から沿線の五所川原農林高校や中里高校の高校生のほか、地元菓子店等も参加し、販売にあたっては、駅や車内で高校生による販売も実施している。事業実施にあたっては、地元の中泊町等からの支援を受けている。

このほか、津軽鉄道やわたらせ渓谷鐵道、井原鉄道等では、地元自治体等の支援を受けて、車窓の案内などを行う車内アテンダントを活用している。

○国内向けのPR活動

長良川鉄道、明知鉄道等の岐阜県内の鉄道事業者は、鉄道の利用促進と周辺観光資源を活かした旅客誘致を目指すため、岐阜県ローカル鉄道協議会を結成し、共通のイベントの実施などに取り組んでいる。協議会の活動にあたっては、県や沿線市町からの支援を受けており、平成26年2月～3月には、「岐阜ローカル鉄博」を実施し、広くPRを行っている。

このほか、甘木鉄道や北陸鉄道などにおいて、PR活動を行うためのパンフレットやチラシ、マップの作成等の支援を受けている。

○インバウンドの促進に向けたPR活動

和歌山電鐵では、自社のイメージを活かした海外からの観光誘客を図るため、和歌山県が行う海外プロモーションやモニターツアーに合わせて、海外からの観光客に対するPRを実施し成果を挙げている。

