

「頑張る地域と鉄道事業者」の取組み

ここでは、鉄道事業者が自らのアイディアに基づいた利用促進やサービス向上などの諸施策を地域の支援を得ながら積極的に取り組んでいる事例をご紹介します。

会社概要

岩手県の沿岸を南北に縦貫する三陸鉄道は、昭和59年4月1日、日本初の第三セクター鉄道として開業しました。リアス式海岸を縫うように走る南リアス線、北リアス線の2路線107・6kmに62カ所、延長にして61・4km(57%)のトンネルがあります。車両は20両、駅は25駅で、それぞれの地域にゆかりのある愛称を付けています。輸送人員は開業ブームに沸いた初年度こそ269万人を数えましたが、過疎化、少子化、マイカーの普及などにより年々減少を続けています。そのため、利用客増を目指して列車の増発や



さまざまなイベント列車(納涼列車、初詣列車、ゴルフ列車、結婚式列車など)を実施してきました。経費節減のために徹底的に業務のスリム化を図り、ワンマン運転の拡大、駅務係と改札の廃止、運転士が駅業務・車両清掃・構内作業・観光案内など一人で何人分も作業を行っています。しかし、平成19年度の乗車人員は103万人と、開業時の38%まで減少し経費節減だけでは収入の減少をまかなうことができない状況になっています。

観光客誘致の取組み

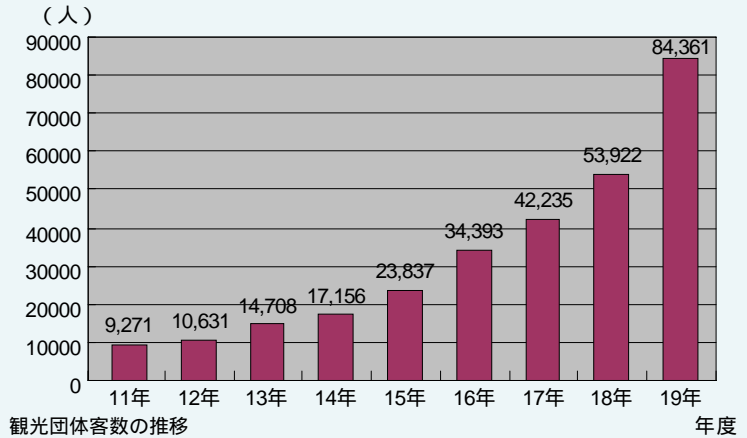
沿線のお客様だけでは利用にも限界があることから、目をつけたのが東京・大阪など都市圏からのエージェンツト団体の誘致で、社員自らパンフレットを抱えて各地の旅行会社をセールストに回りました。セールス活動とともに受け入れ態勢の充実にも取り組み、仙台駅から八戸駅まで直通する「リアス・シーライナー」を始めとする各地への直通列車の運転、レトロ調車両やお座敷車両などイベント用車両の導入、列車内での新サービスの充実などを図りました。

景色の良い橋梁上では、トンネルの合間に広がるすばらしい三陸の景観を

楽しんでいただくために列車を停車させています。お座敷車両による「こたつ列車」は冬の定番として定着してきました。堀こたつにこたつ布団と天板をセットしたもので、こたつの中に足を入れるとポカポカと温まることができます。

こたつ列車特製弁当や赤字せんべいなどを食べながらのんびりと三陸の海岸美を楽しんでいると、昔ながらの風習の「なもみ(写真)」が登場し、観光ガイドを行うサービスも実施しています。また、車内に地元産品を積み込んでお客様に販売する「産直列車」も運転し、地元の食品を販売するとともに、運転士が伝統芸能の「虎舞」を披露したり、漁師の姿に扮したりして観光案内を行っています。さらに、お客様の行程に合わせた臨時列車の運転や車両増結など柔軟な列車運行により、「いつでも安心して乗車できる鉄道」というイメージも定着しています。

これらの効果が現れて首都圏や関西圏、遠くは九州などからの観光や団体のお客様の利用が順調に増加し、平成12年度におよそ1万人だった観光団体の客が、19年度には8万4千人を数えるまでになりました。



地域の一員として

このような取組みには沿線の自治体による利用促進協議会、三鉄友の会などの地元応援団によるさまざまな協力をいただいています。これからも地域の一員として地元との連携強化により、遠来のお客様へのおもてなしを充実させることにより、「もう一度行きたい三陸」「もう一度乗りたい三陸鉄道」になれるよう新たなサプライズを提供してまいります。

会社の概要

高松琴平電気鉄道は、香川県高松市の中心部である瓦町を起点とし、3路線・営業キロ60kmの設備と85両の車両を有し、「金刀比羅宮」や「栗林公園」などの観光地を沿線に持ちますが、お客様の約6割が通勤・通学を目的とする地方鉄道です。

経営計画「ことでん100計画」

平成9年4月に百貨店の経営をはじめましたが挫折し、13年12月に鉄道業では全国初の民事再生法の適用を申請しました。

平成14年8月には経営刷新が図られ、経営計画「ことでん100（イチマルマル）計画」が策定されました。この



計画は、輸送人員が4年間で230万人減少すると予想した再生計画に対してサービスの向上などを中心とした各種の取組みにより100万人の増加、即ち130万人の減少に止めようというものでした。

会社を再生させるためには、現状のやり方を大きく変える観点から、「過去を忘れるな」「変わるな」「挑戦しよう」を改革の前提とし、全社員が将来の夢を託し、四国一の電鉄会社を目指し、サービス改善と近代化策に取り組みました。

その取組みの1つとして、お客様を何よりも大切にすることを追求するために、お客様からのご意見をデータベースで管理し、経営トップから現場社員まで情報の共有化を図りました。改善に注力してきた結果、3年後の平成17年度の調査では7割を超える方々から「ことでんは変わった」と評価されるまでとなりました。

施設面では、沿線地域との連携を深め、平成14年9月に「学園通り駅」、18年7月には「空港通り駅」を新設しました。この新駅は鉄道の活性化策とまちづくり策が融合した施策であり、地域の拠点として機能しています。

ICカード乗車券「IruCa」の導入

平成17年2月、簡単・便利・安心・お得をキャッチフレーズにICカード乗車券「IruCa」（イルカ）のサービスを開始しました。



初年度の発行総枚数は3万枚に設定していましたが、予想より早くわずか2カ月で達成しました。平成19年7月に10万枚を超えてご利用を頂いています。

平成18年度からは、電子マネーサービスを展開し、中心市街地と公共交通をシームレスに融合させ、中心市街地エリアの活性化に寄与することを目的とした、新たな取組みに着手しました。現在、香川県や高松市の公共施設や、その他の交通機関への利用範囲を拡大させることにより、更なる利用者の利便向上に努めています。また、本年度は、地元国立大学法人との提携学生証カードの発行を予定しており、今後は地域の皆様と有機的に連携する仕組みを構築することによって、「IruCa



愛される鉄道を目指して

平成筑豊鉄道(株)代表取締役専務 出島 静吾

「a」を交通カードから地域のカードへと育ててまいりたいと考えています。

開業100周年に向けて

これらの取組みを通じて、お客様の減少傾向に若干の変化が現れており、平成18・19年度の2期連続して輸送人員・運輸収入ともに前年同期と比較しわずかですが100%を超える実績を収めることができました。

平成21年度には、開業100周年を迎えます。「うみ・まち・さと 心でむすぶ」を企業スローガンに、地域交流と社会的責任を認識し、皆様より一層信頼される鉄道会社の確立に努めてまいります。

平成生まれの「へいちく」

福岡県北東部を走る平成筑豊鉄道通称「へいちく」は平成元年、地域の熱い支援を受けて誕生しました。

開業当初から「地域に愛される鉄道」を目指して、みんなでアイデアを出し合い、地域の皆さんの協力を得ながら、「収支改善+お客様サービス向上+話題性」の観点からさまざまな企画を実施していますが、ここでは近年の取組みについて紹介します。

話題性のある取組み続々…

まず、マスコミなどを通じてへいちくのPRにもなった企画が平成15年度創設の「まくら木オーナー制度」です。

これは、その名のとおり、最寄り駅などのまくら木(5千円/本)のオーナーになっていただき、オリジナルメッセージを書き込んだそのまくら木に応援プレートを設置するというもので、累計で域内外から約900本の支援をいただきました。

次に平成17年度から始めた「車両運転体験」。これは、貨物輸送の廃止に伴い不要となった本社駅構内の廃線を使って往復300mを実車運転する企画で、第三セクター鉄道としては全国初の試みとして新聞などで大きく報じ

られました。北海道や関東からの参加もあり、今までに500名を超える方々に楽しんでいただいています。

また、平成19年度にはレトロ調車両「へいちく浪漫号」(写真)を新造しました。通常運行に加え、観光ツアーのコースやイベント列車としても好評で、秋には地域連携型の列車観光企画を予定しています。



つり革のメッセージボード

さらに、本年度は「つり革オーナー制度」を始めました。新型車両「なのはな号」のつり革(5千円/本)をオリジナルメッセージが書き込める弊社キャラクター「ちくまる」のメッセージボード付きで売り出したところ、域内外からたくさんのお応募をいただき、計290本を完了しました。平成20年度以降導入の新型車両でも順次売りに出すことにしています。

そして、現在企画に取り組んでいるのが「ネーミングライツ」(施設命名権)の販売です。これは広告収入増加

対策として駅名に企業名を冠したり、列車を全面ラッピングし、「号」と表示したりするものです。

平成21年春には、いよいよ北九州市の門司港レトロ地区観光列車運行事業(全国初の特定目的鉄道)に参画することになります。

増収とともに、へいちくのPRや観光戦略の研修の場としても期待しているところです。

地域とともに

ほかにキャラクターグッズ・菓子の販売や名誉駅長、マナー指導員の導入、イベント事業の拡充などに取り組んでいます。これらは沿線自治体をはじめ、域内外の関係者や鉄道ファンの皆様の支援と協力で実現したもので、心から感謝しています。今後の厳しい経営環境に立ち向かっていくうえで皆様からの一層のご支援を願ってやみません。

本年10月には開業20周年を迎えます。本年度の会社スローガン「20年目の再生! 感じ、考え、行動しよう」を念頭に日々、創意工夫に邁進してまいります。