

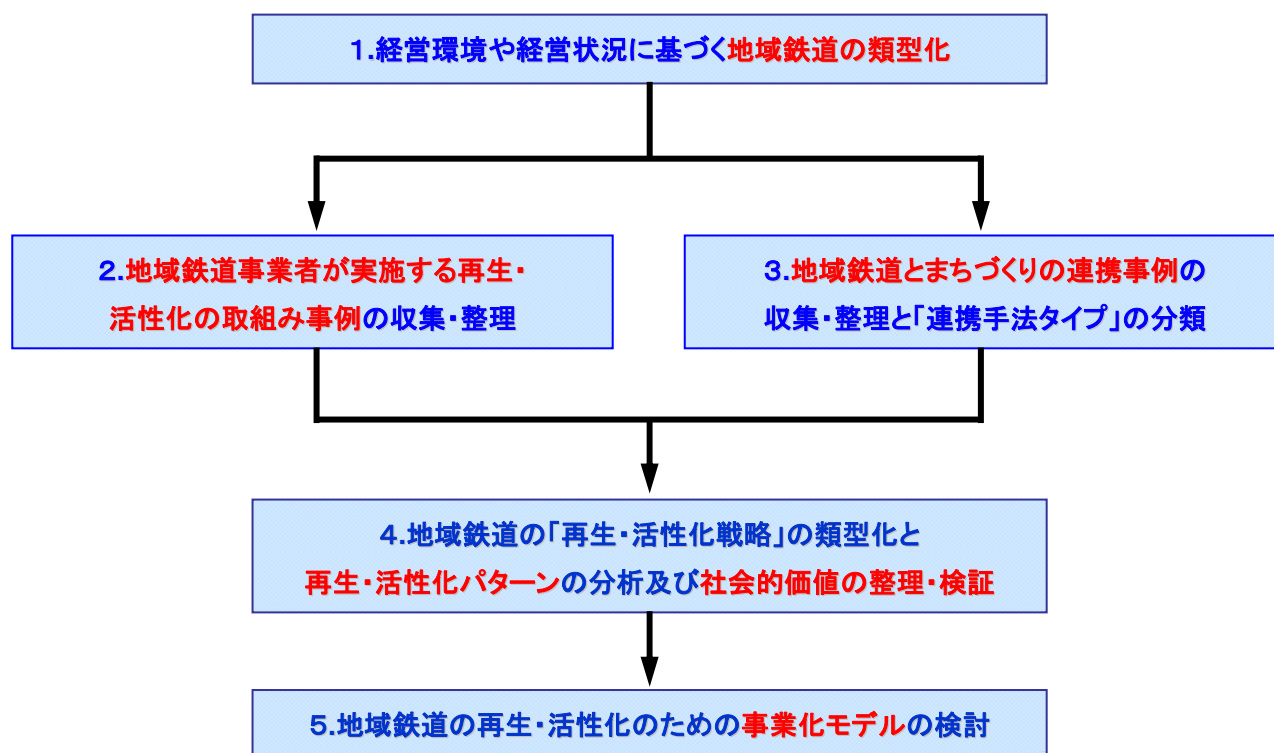
鉄道運輸機構 調査報告

鉄道運輸機構では、以下に示す5つの項目の調査・検討を行い、その成果を研究会に報告する。特に当機構では、日本観光振興協会で実施している事例調査等の成果を活用し、地域鉄道の再生・活性化パターンの分析を行い、その結果をもとに、事業化モデルの策定を行うことを主な目的とした調査を実施する。

今回は、前回研究会でご指摘いただいた事項を踏まえ、「1. 経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化」および「4. 地域鉄道の「再生・活性化戦略」の類型化と再生・活性化パターンの分析および社会的価値の整理・検証」について、追加調査および分析を実施した結果を報告する。

加えて、これらの調査結果に基づいた「5. 地域鉄道の再生・活性化のための事業化モデルの検討」についても提案する。

<調査・検討フロー>



<第3回研究会提示資料の精査・拡充>

1. 経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化

地域鉄道における再生・活性化の道筋を検討するにあたり、現在の地域鉄道の状況を把握することは非常に重要である。

ここでは、地域鉄道事業者を取り巻く経営環境や経営状況に基づき、数値的に各地域鉄道事業者の状況を把握・整理する。具体的には、鉄道統計年報から得られるデータをベースに、統計手法により鉄道事業者の類型化を行う。

分析は平成17年度及び22年度の2カ年のデータを用い、その比較により、各事業者の移り変わりについても分析する。

<分析方法>

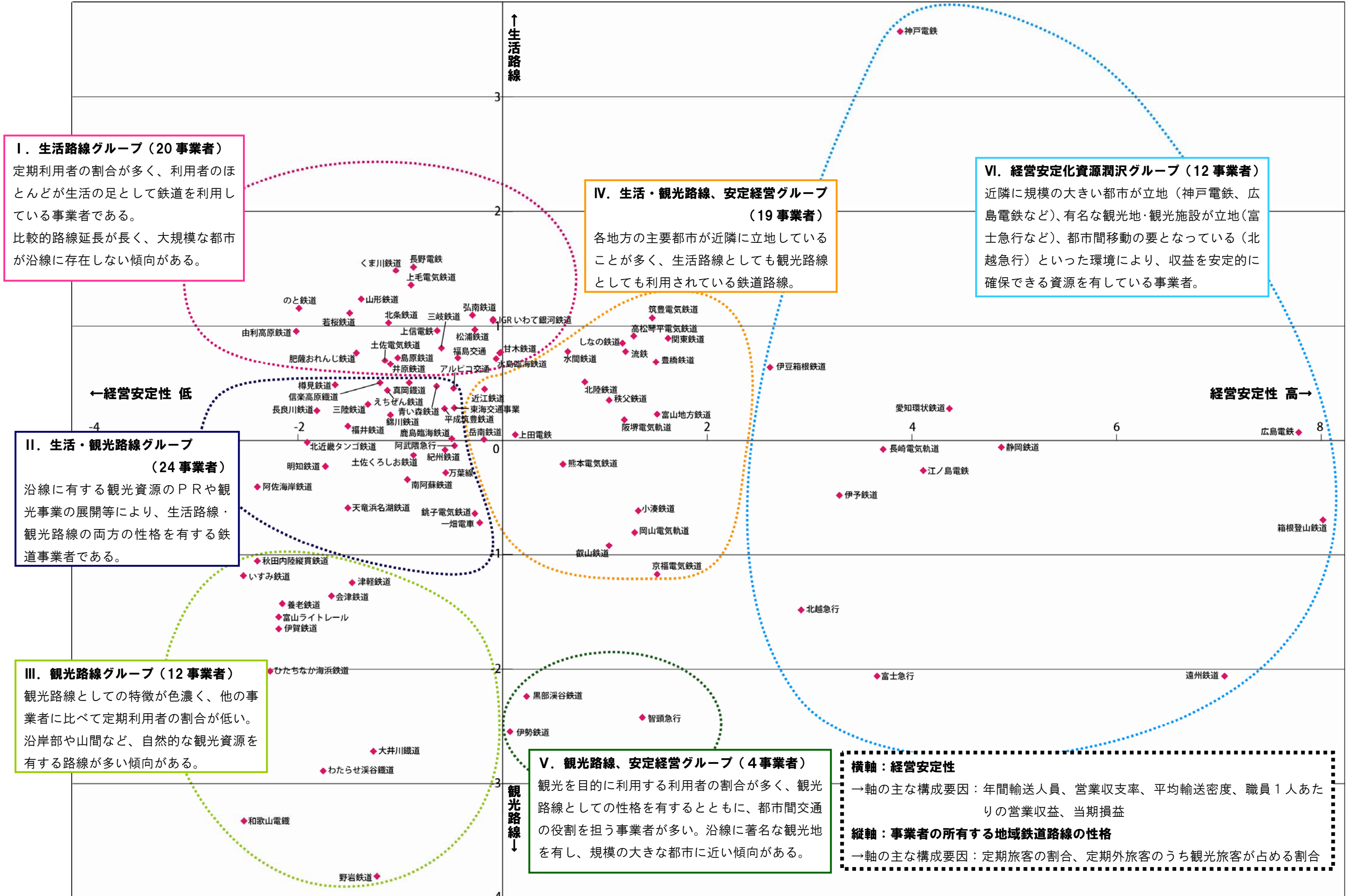
91の地域鉄道事業者を対象に、経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化にあたっては、下表に示すデータを用い、「経営の安定性」と「鉄道事業者の性格（生活路線—観光路線）」の2軸によって、統計手法を用いて数値的に表現し（主成分分析）、その値をもとに類似する事業者を統計的に分類する（クラスター分析）。なお、使用するデータは、当機構が平成18年3月に取りまとめた「地域鉄道活性化に向けて～地域の議論のために～」の中で地域鉄道事業者の現状を示すデータとして記載されている内容（財務指標、輸送実績指標など）を参照し、選定した。

■経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化の分析に用いたデータ

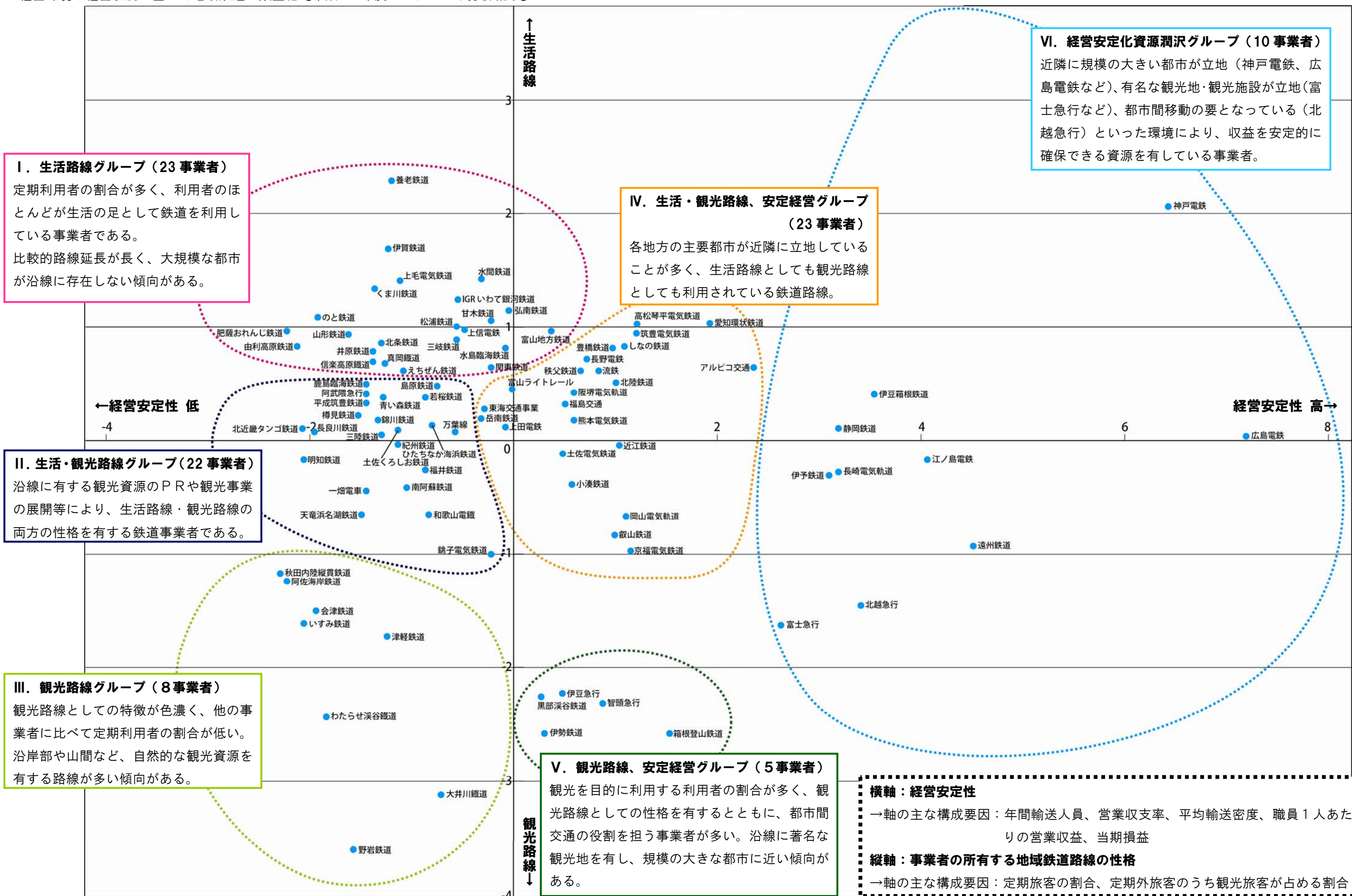
採用したデータ	引用元
営業収支率 【全営業収益／全営業費用】（％）	平成17年度 鉄道統計年報 平成22年度 鉄道統計年報
年間輸送人員（千人／年）	
平均輸送密度（人／日・km）	
平成22年度 当期損益（千円）	
職員1人あたりの営業収益 【全営業収益／全従業員数】（千円／人）	
職員1人あたりの輸送人員 【年間輸送人員／全従業員数】（千人／人）	
保存費用が営業費用に占める割合 【全保存費用／営業費用】（％）	
鉄軌道業営業収益が全営業収益に占める割合 【鉄軌道業営業収益／全営業収益】（％）	
定期旅客の割合 【年間定期輸送人員／年間輸送人員】（％）	
定期外旅客のうち観光旅客が占める割合	

※分析に使用する変数のうち「定期外旅客の内観光旅客が占める割合」については、H17の分析においては、当該データが存在しないため、H22と同様の値を使用している
 ※ひたちなか海浜鉄道は、H18年度に茨城交通から鉄道事業を引き継いでいるため、H17年度の分析においては、茨城交通のデータを使用している。
 ※富山ライトレールは、営業開始が平成18年度であるため、平成17年度の分析には平成18年度のデータを代替として使用している。
 ※和歌山電鐵は、平成18年度に南海電気鉄道から貴志川線の運行事業を引き継ぎ、営業を開始しているため、H17年度のデータが存在しない。したがって、H18年度データを代替として使用している。
 ※伊賀鉄道および養老鉄道は、営業開始が平成20年度であるため、平成17年度の分析には、データを全て揃えることができる平成21年度のデータを代替として使用している。

■経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化【平成 17 年度データによる分析結果】

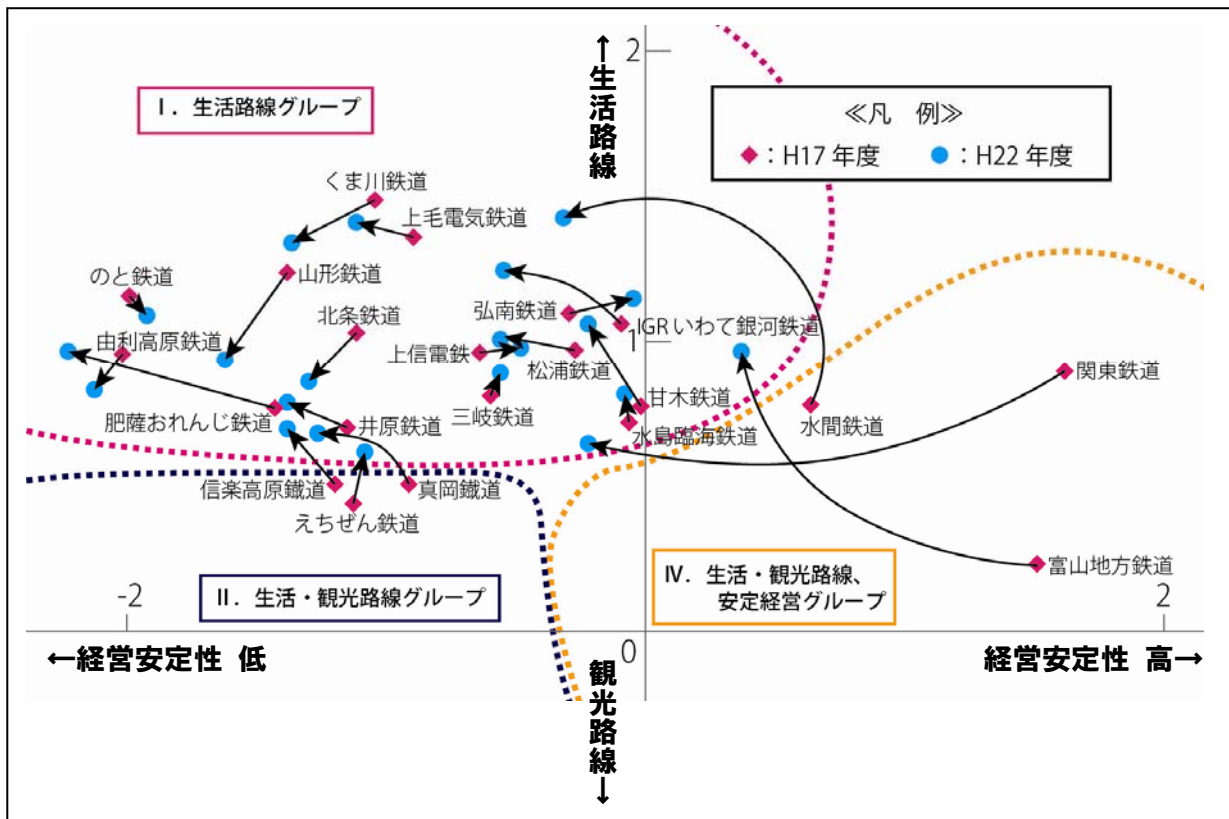


■経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化【平成22年度データによる分析結果】



<H22 年度データで「I. 生活路線グループ」に分類される事業者の変化>

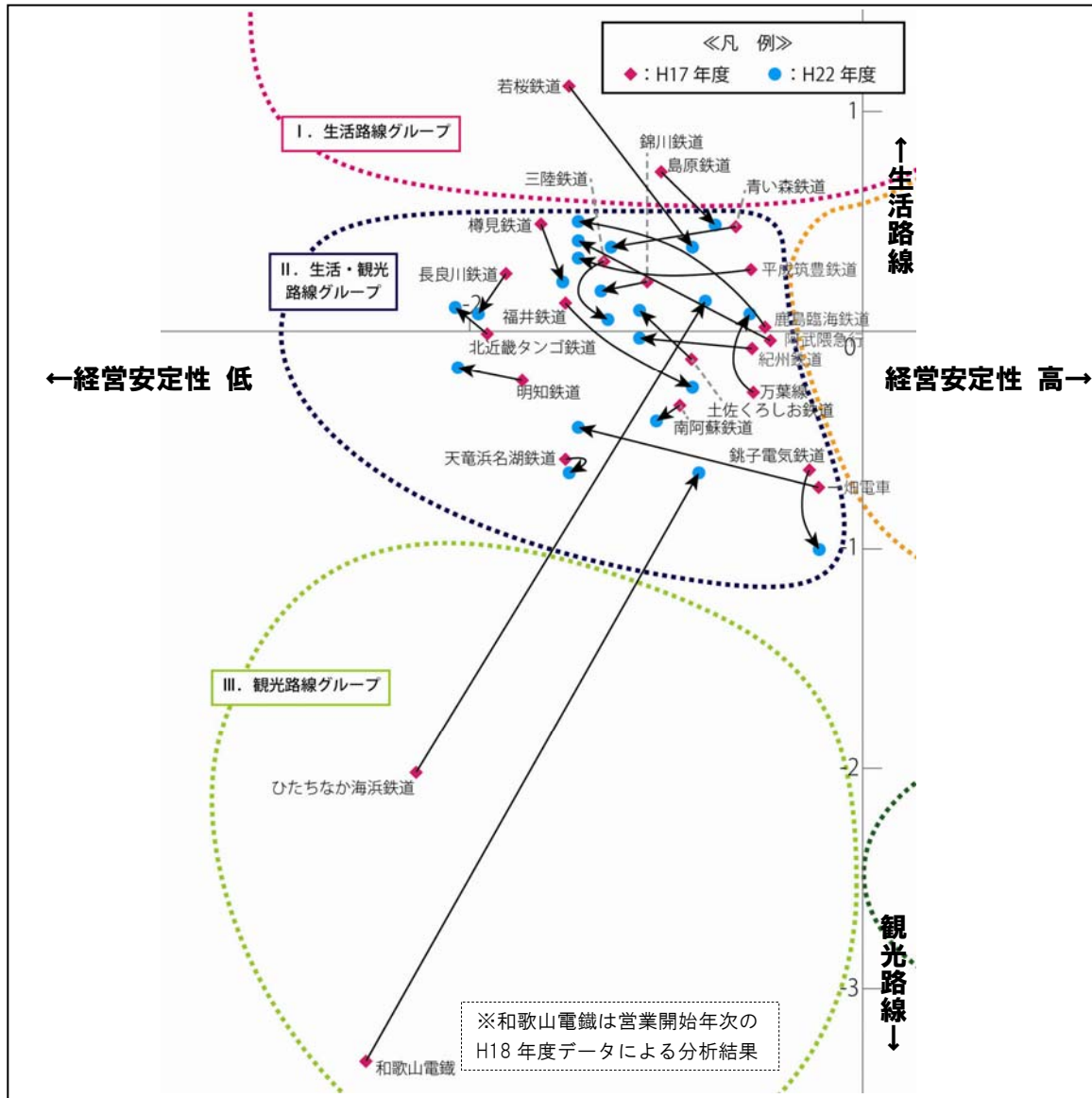
下図は、H22 年度データで「I. 生活路線グループ」に分類される事業者を、経営環境や経営状況に基づく指標をもとに、5 年間の変化を示したものである。



- ・多くの事業者がH17 年度からH22 年度にかけて、左にシフトしており、経営環境が悪化していることがうかがえる。
- ・信楽高原鐵道、えちぜん鐵道、真岡鐵道の3社は「II. 生活・観光路線グループ」から、若干上にシフトし、ここ5年で「I. 生活路線グループ」にシフトした。
- ・関東鐵道、富山地方鐵道、水間鐵道の3社は「IV. 生活・観光路線、安定経営グループ」から、ここ5年で「I. 生活路線グループ」にシフトした。
- ・関東鐵道は黒字経営を続けているが、過去10年間で営業収益が300億円近く減少している。要因としては、つくばエクスプレスの開業による輸送人員の減少が考えられる。
- ・富山地方鐵道は過去10年間利用者が逡減し続け、H21年度には営業収支がマイナスに転じた。この要因としては、平行する道路の高規格化などによる道路環境の充実が考えられる。
- ・水間鐵道は、分析の対象とした5年間で輸送人員が約半分に落ち込んでおり、また、定期外旅客の割合が減少している。この要因としては、沿線観光施設の衰退等が考えられるが、明確な要因は不明である。
- ・多くの事業者が経営悪化の傾向にあるが、例えば井原鐵道のように、JR路線との接続がある地方鉄道路線については、相互乗り入れの導入や乗り換え利便性の向上等により、都市部へのアクセス性を向上させることにより、経営改善が見込まれる。

＜H22年度データで「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」に分類される事業者の変化＞

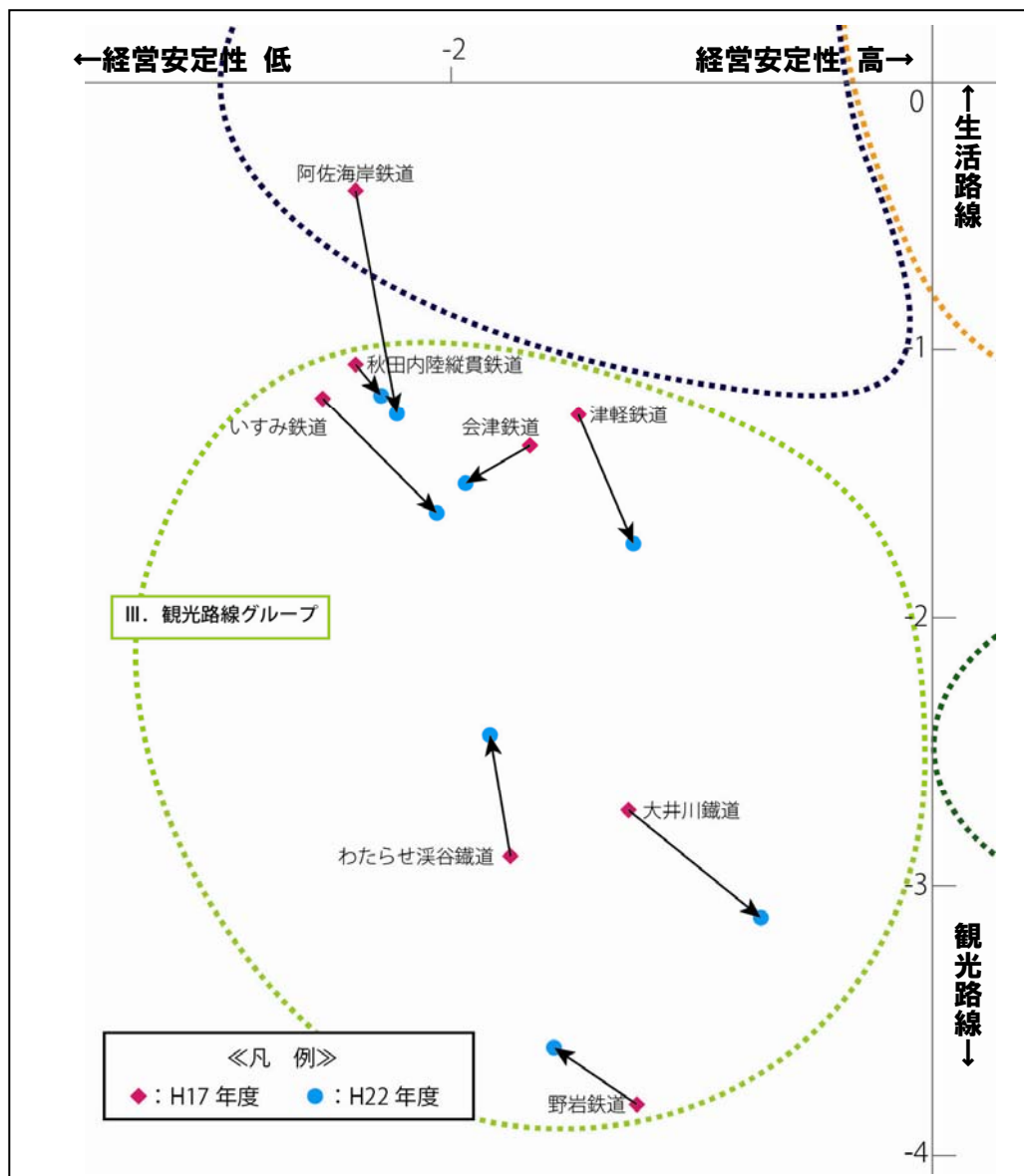
下図は、H22年度データで「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」に分類される事業者を、経営環境や経営状況に基づく指標をもとに、5年間の変化を示したものである。



- ・ 多くの事業者がH17年度からH22年度にかけて、経営環境が悪化していることがうかがえる。
- ・ ひたちなか海浜鉄道および和歌山電鐵は、H18年度に他の事業者から事業者を受け継いでおり、経営環境が変化しているため、「定期旅客の割合」のデータが特異値である可能性がある。
- ・ ひたちなか海浜鉄道は、前身の茨城交通がH18年度に民事再生手続を実施しているため、経営状態が改善傾向にあると想定される。
- ・ 和歌山電鐵は、地域公共交通活性化・再生法に基づく総合事業を活用し、利用者増加に向けた取り組みを実施しており、経営が改善傾向にあると想定される。
- ・ 若桜鉄道、島原鉄道は「Ⅰ. 生活路線グループ」からシフトしている。
- ・ 若桜鉄道は平成21年度に上下分離方式の採用したことで、鉄道事業者としての費用負担が減少し、経営が改善されたと考えられる。
- ・ 一畑電車は平成19年に豪雨災害により運休を余儀なくされた時期があり、その際に利用者数が大きく減少し、路線復旧後も利用者数が回復せず、減少を続けている。

＜H22年度データで「Ⅲ．観光路線グループ」に分類される事業者の変化＞

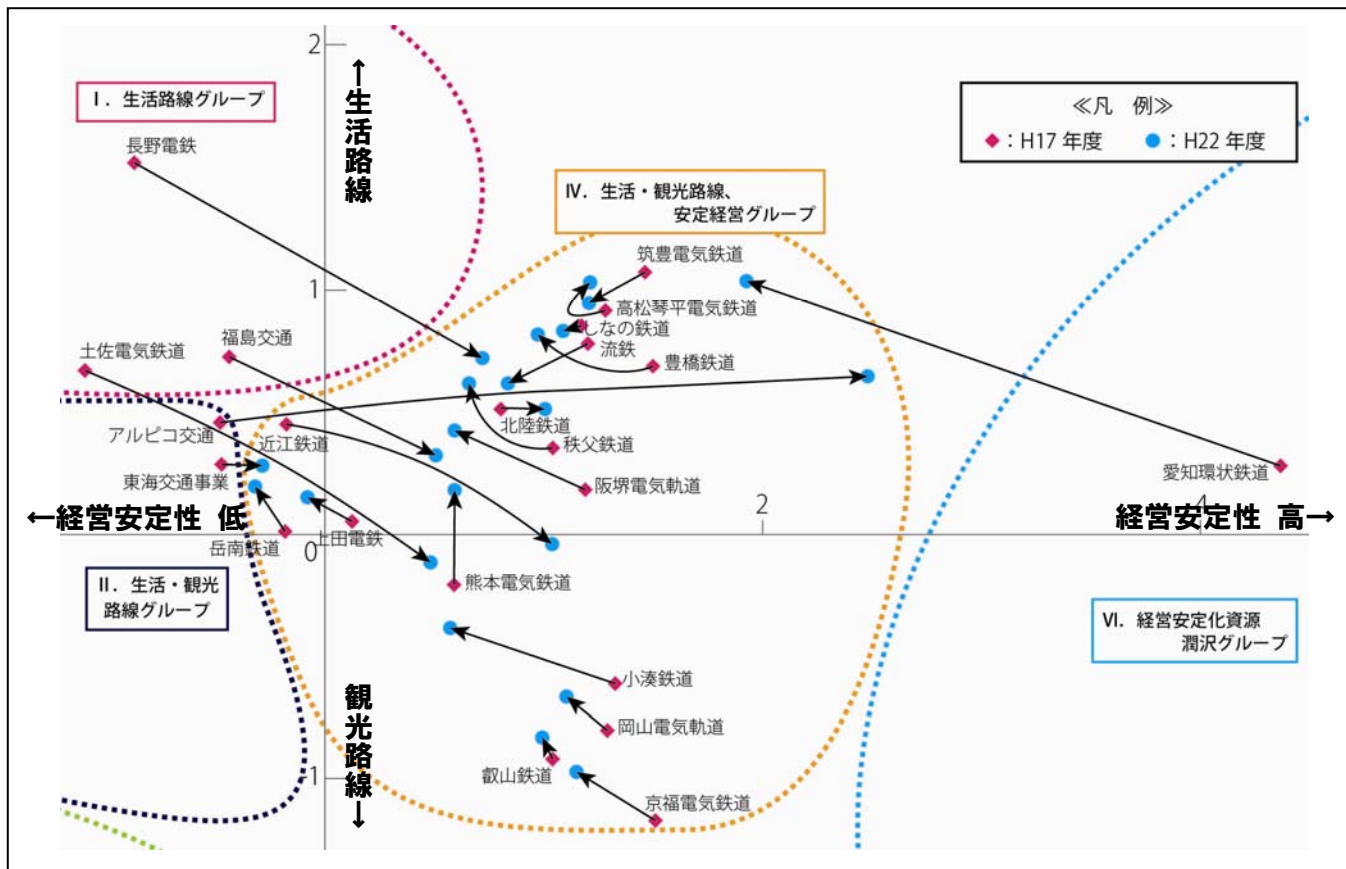
下図は、H22年度データで「Ⅲ．観光路線グループ」に分類される事業者を、経営環境や経営状況に基づく指標をもとに、5年間の変化を示したものである。



- ・ グループとしての傾向は、特に見られず、同グループ内で遷移する事業者がほとんどである。
- ・ 阿佐海岸鉄道は、もともと生活路線としての性格の色濃い路線であったが、日常的な利用者の減少により、相対的に定期外旅客数の割合が大きくなったため、観光路線グループにシフトしたと想定される。(平均輸送密度 平成17年度 175人/日・km、平成22年度 89人/日・km)
- ・ いすみ鉄道、津軽鉄道、大井川鉄道は、観光にかかわる取り組みを強化しており、観光路線としての性格を、さらに色濃くしていると想定される。

＜H22年度データで「IV. 生活・観光路線、経営安定グループ」に分類される事業者の変化＞

下図は、H22年度データで「IV. 生活・観光路線、経営安定グループ」に分類される事業者を、経営環境や経営状況に基づく指標をもとに、5年間の変化を示したものである。



- ・長野電鉄、福島交通、土佐電気鉄道の3社は「I. 生活路線グループ」から、ここ5年で「IV. 生活・観光路線、安定経営グループ」にシフトした。
- ・長野鉄道では、信州北回廊パスや軽井沢・小布施フリー切符など他社線と協働した割引乗車券の販売など、利便性を向上させるための取組みを実施しており、経営状況が改善傾向にあると想定される。なお、長野電鉄は平成24年4月に屋代線24.4キロを廃止している。
- ・福島交通は分析の対象となった5年間で、平成21年度の会社更生法適用により大幅な経営改善がされている。
- ・土佐電気鉄道は、平成19年に運賃改定を行っており、単区間の運賃上昇・最大運賃の値下げを実施している。
- ・アルピコ交通、東海交通事業の2社は「II. 生活・観光路線グループ」から、ここ5年で「IV. 生活・観光路線、安定経営グループ」にシフトした。
- ・アルピコ交通は、加えて沿線自治体の松本市によって上高地線が「基幹的公共交通」として位置づけられ、鉄道へのアクセス性向上のためにコミュニティバスを運行するなど、公共交通利用促進に係る施策を推進しており、利用者数が増加傾向にある。
- ・愛知環状鉄道の経営安定性の指標が大きく低下している要因は、平成17年に開催された愛知万博による収益が通常よりも過大であり、平成22年度のデータと大幅に乖離しているためである。

2. 再生・活性化パターンの分析

再生・活性化パターンの分析については、沿線の自治体や地域団体等と積極的に連携し、再生・活性化のための取組みを実施している事業者を抽出し、ヒアリング調査を実施したうえで、経営状況や年間輸送人員等のデータとともに、各種取組みや事業者の動きについて時系列的に整理することで分析を行った。また、併せて沿線の代表市町村に対してもヒアリング調査を行っている。

今回は前回研究会以降に実施した追加ヒアリングの結果を提示する。

○アルピコ交通

(H17：Ⅱ. 生活・観光路線グループ⇒H22：Ⅳ. 生活・観光路線、経営安定グループ)

◀経常損益：(H17)203,070千円 → (H22) 904,968千円（改善傾向）▶

→1920年に筑摩鉄道として設立され、2011年にバス事業者と合併し、社名をアルピコ交通に変更、長野県内に鉄道路線（松本～新島々間）を有する交通事業者。2007年に属するアルピコグループが経営破たんし、2008年以降は経営再建を実施し、現在が経営が改善傾向にある。ただし、鉄道事業としては近々の20年間においては、継続して黒字経営を続けている。鉄道事業としては、主に上高地への観光誘客を目的とした企画切符の販売等を中心に取組みを実施している。

○福島交通 (H17：Ⅰ. 生活路線グループ⇒H22：Ⅳ. 生活・観光路線、経営安定グループ)

◀経常損益：(H17)▲611,376千円 → (H22) ▲323,110千円（改善傾向）▶

→1907年に信達軌道として設立され、1986年に現在の社名に変更、福島県内に鉄道路線（福島～飯坂温泉間）を有する交通事業者。沿線にある美術館や飯坂温泉と連携し、企画切符・割引乗車券の販売や、観光マップ・季刊誌の発行による鉄道とその沿線の情報発信を行っている。営業収支ベースでは平成19年度以降、改善傾向となっている。

地域鉄道の再生・活性化の事例【福島交通】

IV. 生活・観光路線、経営安定グループ
C. 事業者主導・バランス支援型

○1907年に信連軌道として設立され、福島県内に鉄道路線（飯坂線：福島～飯坂温泉）を有する交通事業者。事業者としてはバス事業も手掛けており、路線バス・高速バスを運行している。福島市街地と飯坂温泉を結ぶ路線であるため、**観光誘客を目的とした取組みを中心に展開しているが、利用者の半数は定期券利用者であり、生活・観光の性格を併せ持つ事業者である。**

○2008年に会社更生法申請を契機に経営陣が交代し、**生活・観光の方向性を観光誘客にシフトした。社内に「飯坂電車活性化プロジェクト」を設立し、同グループの観光専門職員をアドバイザーに迎え、主体的に観光事業を実施できる体制を構築した。**

○**飯坂温泉観光協会や市の温泉施設、沿線の商店と連携し、観光誘客を目的とした取組みを実施している。**

車両・鉄道設備を活用した取組み

○福島駅～飯坂温泉駅の運行区間において、貸切車両を平成23年度から実施している。会議や講演会、イベント等に使用することができる。

- ・片道 30,000円（30分程度）
- ・往復 60,000円（60分程度）

ワイントレイン
（車両・車庫貸切イベント）



そとそびプロジェクト
（車両・車庫貸切イベント）



○車両を有料で貸出し、イベントスペースなどとして、地域住民などに活用してもらう取組みを平成23年度から実施している。左記の鉄道貸切と併用することもできる。

- ・1時間 15,000円（桜水駅）

広報活動の強化

○飯坂線の周辺では近年、宅地が造成されているため、沿線の鉄道の利便性や運行状況を認知してもらおうため、時刻表・料金表やその他サービス内容が記載されたチラシを各家庭に配布し、飯坂線の利便性を認知してもらうための活動を行っている。

○季刊紙「お散歩日和」を発行し、沿線の観光スポットや時期ごとのイベント紹介や、お勤めのお散歩コースを提示することで、沿線にも賑わいが波及するよう取組みを行っている。



飯坂電車活性化プロジェクトの設置

○H20年以降、観光事業にも目を向け始め、関連企業の福島交通観光から専門的知見に基づくアドバイスを受けながら、利用拡大に向けた取組みを主体的に考案・実施できるように社内に「飯坂電車活性化プロジェクト」を設立。

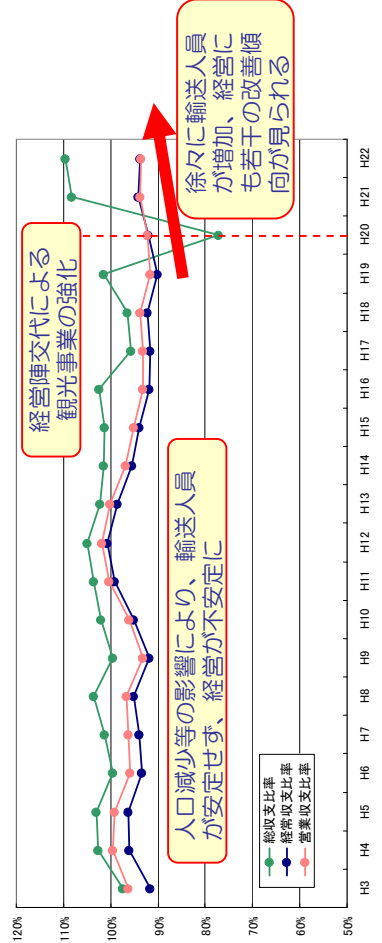
沿線観光施設・商店との連携

○飯坂電車の終点到に位置する飯坂温泉にある公衆浴場の入浴券がセットになったフリーきっぷを販売し、沿線施設と協働した活性化に寄与している。

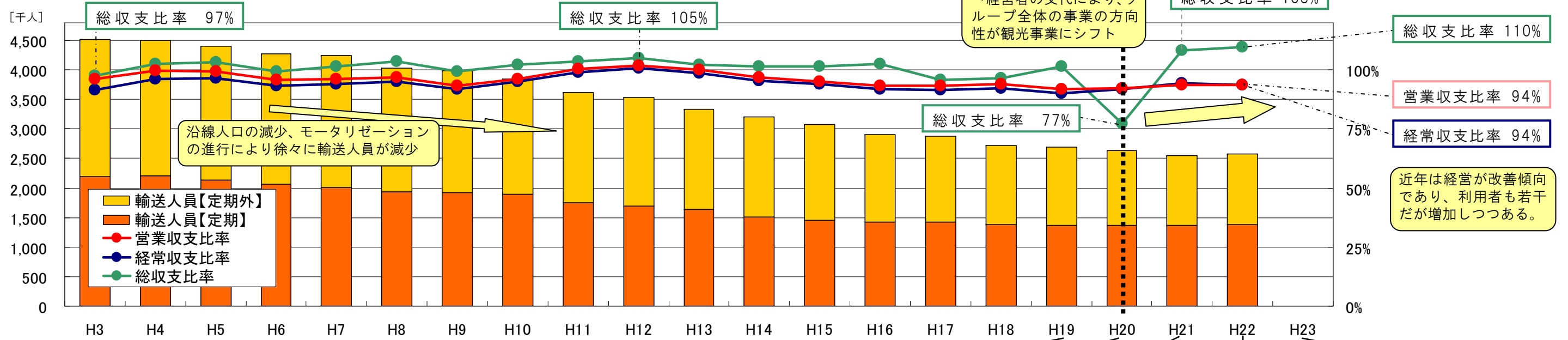
○沿線の協力店舗にフリーきっぷを提示することで、様々なサービスが受けられ、鉄道と街が一体となって活性化の為に取組んでいる。



経営状況の推移と取組みの関係



福島交通 (IV. 生活・観光路線、経営安定グループ、C. 事業者主導・バランス支援型)



沿線人口の減少、モータリゼーションの進行により徐々に輸送人員が減少

観光事業へのシフト
→経営者の交代により、グループ全体の事業の方向性が観光事業にシフト

近年は経営が改善傾向であり、利用者も若干だが増加しつつある。

- ・観光マップの作成
- ・運転体験・基地見学ツアーの実施
- ・東北ローカル線パスの企画・販売
- ・飯坂温泉湯つたり切符の企画・販売
- ・飯坂温泉波来湯オープン記念飯坂線往復乗車券の企画・販売
- ・飯坂温泉、美術館等との連携
- ・車内への自転車の無料持込の実施
- ・飯坂温泉イベントきっぷの企画・販売
- ・各種グッズの制作・販売
- ・飯坂温泉日帰り切符、飯坂温泉宿泊の旅切符の企画・販売
- ・季刊誌の作成・発行
- ・貸切列車の運行
- ・車庫を活用したイベントスペース貸出
- ・レンタサイクルの実施
- ・「がんばろう！東北ローカル線」乗車・ご支援感謝キャンペーンの企画・実施
- ・いい電一日フリーきっぷの企画・販売

取組の内容やキーポイント

○車庫を活用したイベントスペースの貸出
⇒車庫スペースを有料で貸し出し、地域住民等がイベントを実施。
Ex.) 2012.09.01: FUKUSHIMA ワイントレイン
車庫スペースでのワイン会の実施後、後述の貸し切り列車で飯坂温泉への観光を含めたイベント。
Ex.) 2011.06.10: そとあそびプロジェクト
原発事故の影響で遊び場が減っている保育園児が車庫・電車を見学。運転体験などを実施。

○貸し切り列車の運行
⇒イベントや観光の際に、通常ダイヤとは別に貸し切り列車を運行。
往復: 約2時間 60,000円、片道1時間弱 30,000円

○季刊紙「おさんぽ日和」の発行
⇒沿道の施設、お散歩コースなどの紹介。年4回発行。駅に設置。

○チラシによる広報活動
⇒近年は新たに住宅地が造成されており、飯坂電車を知らない住民が増えているため、その存在を認知してもらうために、時刻表・料金表等の情報を掲載したチラシを配布している。

○レンタサイクルの実施
⇒飯坂温泉駅にて実施。福島交通が所有するものは電動自転車300円。市が所有するものは一般的な自転車で無料。(市のレンタサイクルの利用状況 H23: 353台、H24: 585台)

○飯坂温泉駅前環境整備
⇒都市再生整備事業により飯坂温泉の景観整備を実施。それに合わせて、福島交通の飯坂温泉駅の駅舎も改修。

○中古車両の買い取り
⇒東急電鉄から中古車両を買い取る。昭和39年製の車両を平成2年に譲り受ける。新規に車両を購入する場合に比べて2億円程度の購入費削減。メンテナンスが課題。

再生・活性化に係わる取組みのポイント

○社内に「飯坂電車活性化プロジェクト」を設立
⇒H20年以降、観光事業にも目を向け始めたことをきっかけに、利用拡大に向けた取組みを主体的に考案・実施できるように社内に「飯坂電車活性化プロジェクト」を設立した。そこに関連企業の福島交通観光にも参画してもらうことで、専門的知見に基づくアドバイスを受けながら、社員が主体的に観光事業に取り組んでいる。

地域との連携に係わる取組みのポイント

○鉄道の終着駅周辺「飯坂温泉」との連携による企画切符の販売
⇒福島市・飯坂温泉観光協会などと連携し、温泉地内の公衆浴場の入浴券とセットになった企画切符を販売することで、利用者の拡大を図るとともに、温泉地の観光旅客拡大も期待できる取組みを実施している。

○フリーきっぷをクーポン券として活用し、沿線商店・施設の利用拡大を図る
⇒フリーきっぷを協賛商店や施設で提示することで様々なサービスが受けられ、制度が認知されるようになれば、沿線の商店街にも賑わいが波及することが期待される。協賛商店は、福島交通の社員が沿線商店を一軒ずつ訪ね、協力を仰いでいる。

地域鉄道における社会的価値

- 【観光振興】 冬場の雪景色を取り上げた観光PR活動、近隣都市圏にフォーカスしたPR活動
- 【商店街の活性化】 フリーきっぷによる沿線商店・温泉地との連携
- 【まちの誇らしさ】 車庫スペース貸出による住民への鉄道の存在の認知拡大
- 【安心感・期待感】 通勤・通学ラッシュ時の15分間隔の運行
- 【移動制約者の足の確保】 通勤・通学ラッシュ時15分間隔の運行

地域鉄道の再生・活性化の事例【アルピコ交通】

IV. 生活・観光路線、経営安定グループ
B. 連携強化・施策企画連携型

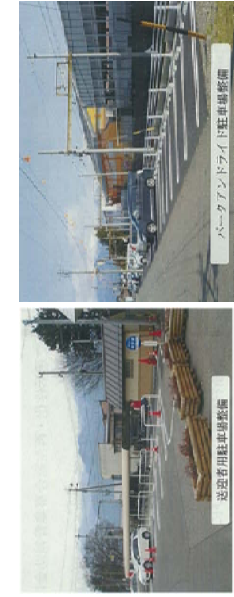
- 1920年に筑摩鉄道として設立され、長野県内に鉄道路線（上高地線）を有する交通事業者。2011年にバス事業者2社と合併し、現在のアルピコ交通となる。鉄道路線は松本市街地と観光地である上高地を結ぶが、利用者の半数以上は定期券利用者であり、生活路線としての性格が色濃い。
- 所属するアルピコグループが2008年に経営再建を実施しており、それを機に経営者が交代した。ただし、鉄道事業に関しては、利用者が減少しつつも、**設備費用を抑える等の費用節減対策によって黒字経営を続けていた。**
- 沿線自治体の松本市が、**上高地線を市内の「基幹的公共交通」に位置づけ、**鉄道アクセスの為にコミュニティバスを運行などによる公共交通利用促進に係わる施策を推し進めており、近年では定期券利用者が増加傾向にある。

コミュニティバスの運行



○松本市が上高地線を機関的公共交通として位置づけ、コミュニティバスの運行と併せることで、市内における公共交通ネットワークを充実させ、行政サービスを充実させている。これによって鉄道利用者も増加しており、アルピコ交通は利用者に対して十分な輸送サービスを提供するよう努力している。バスルートは毎年の利用状況を踏まえ、適宜変更し、利便性の向上に努めている。

パークアンドライド用駐車場の整備

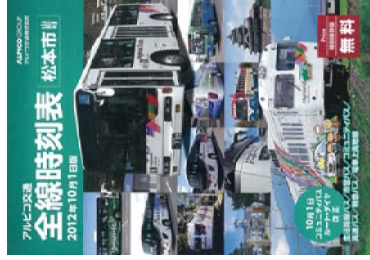


○主要駅を中心に、パークアンドライド用駐車場や送迎車用駐車場の整備を進めている。これはアルピコ交通だけでなく、松本市内のJR線の駅においても、整備が進められている。

鉄道活性化プロジェクトの設立

○グループ内の観光事業者と連携し、イベント列車の運行や記念イベントの企画を実施。鉄道部だけでは考案できなかった新たな施策に取り組み、積極的なPR活動を実施することで、新規顧客の獲得を目指している。

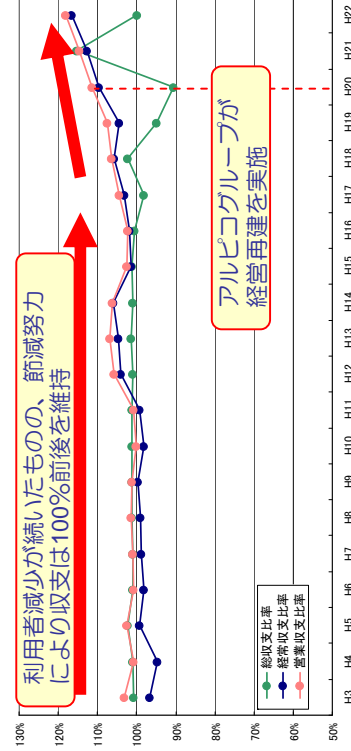
他の公共交通機関との連携



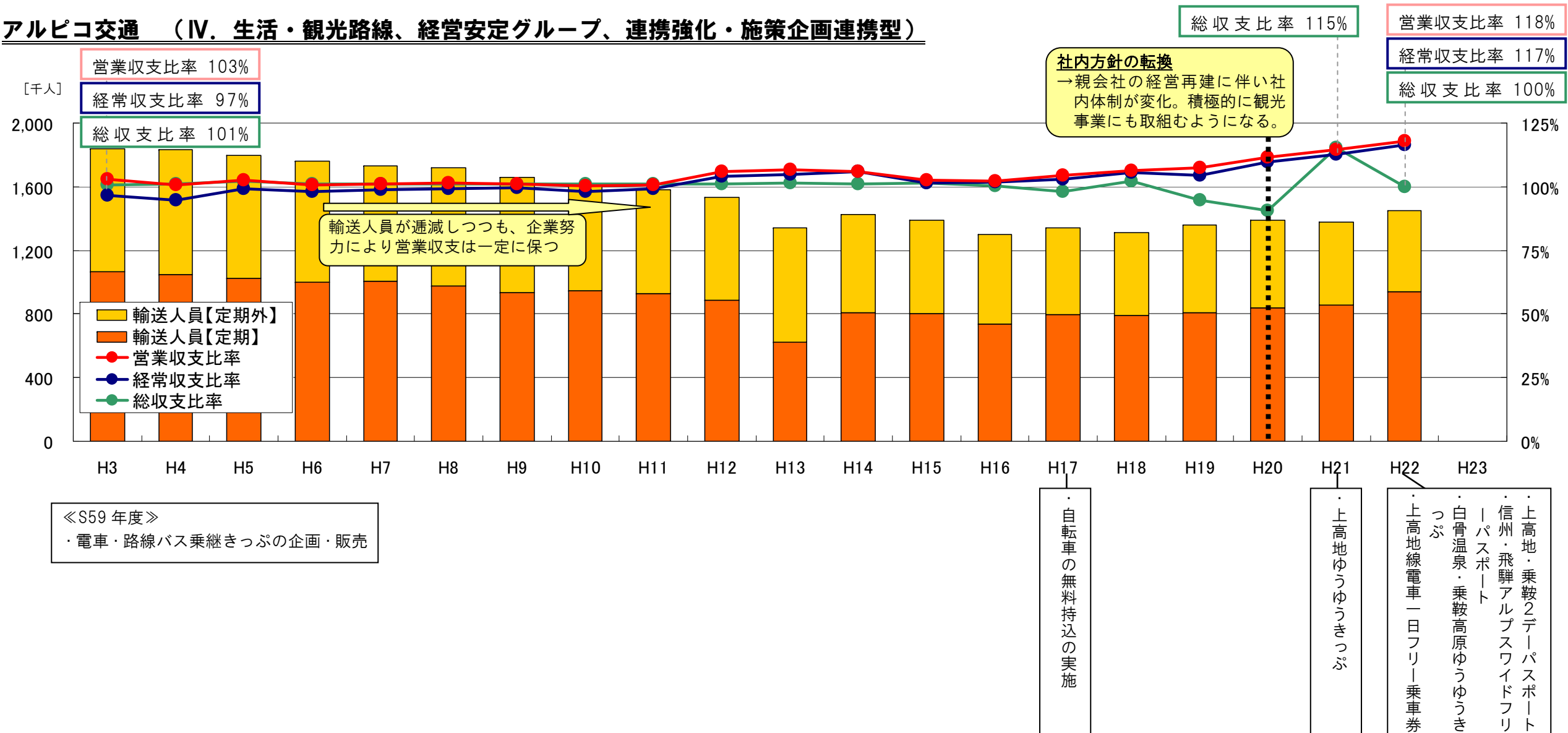
○市民の公共交通における利便性を高めるため、松本市内を走るバスおよび鉄道の時刻表を、事業者の垣根を越えてひとまとめにしたものを作成し、市民に無料で配布している。

○アルピコ交通のバス事業と連携し、鉄道とバスとの乗継切符を販売している。観光客が鉄道から沿線の観光地へ向かう際に、可能な限りシームレスに移動できるための配慮である。

経営状況の推移と取組みの関係



アルピコ交通 (IV. 生活・観光路線、経営安定グループ、連携強化・施策企画連携型)



《S59年度》
・電車・路線バス乗継きつぷの企画・販売

社内方針の転換
→親会社の経営再建に伴い社内体制が変化。積極的に観光事業にも取り組むようになる。

輸送人員が逡減しつつも、企業努力により営業収支は一定に保つ

・自転車の無料持込の実施

・上高地ゆっくきつぷ

・上高地・乗鞍2デーバスポート
・信州・飛騨アルプスワイドフリーバスポート
・白骨温泉・乗鞍高原ゆっくきつぷ
・上高地線電車一日フリー乗車券

・コロプラ☆上高地線一日フリー乗車券

取組の内容やキーポイント

- 駅舎の改築（新村駅、森口駅）**
⇒住宅地の中に立地し、老朽化の進んだ二駅の改築を実施し、利用者の快適性を向上させている。
- 駐輪場の整備**
⇒主に通勤・通学利用者の利便性向上を目的に、各駅に駐輪所を整備している。
- パークアンドライド、キスアンドライド（送迎車）用駐車場の整備**
⇒松本市と連携して、上高地線内の3つの駅にP&R駐車場を整備。そのほか、周辺のコミュニティバス停留所やJR駅付近に5箇所のP&R、K&R用駐車場を整備している。
(稼働率 新村駅 (50台) : 5～6割、平田駅 (77台) : 9割、新島々 (10台) : 9割)
- スロープ設置によるバリアフリー化**
⇒三溝駅にスロープを設置し、利用者の利便性向上を図っている。
- 鉄道・路線バス乗継切符の販売**
⇒同グループのバス事業社と連携し、新島々駅から上高地沿線の観光地への路線バスを運行し、観光客が鉄道・バスの両方を使えるように、乗継切符を販売している。
- 老朽化施設の改善事業の実施**
⇒「地域公共交通確保維持改善事業費補助金（地域公共交通バリア解消事業）」の活用により、老朽化した施設の完全事業を進めている。
- 松本市内の公共交通機関共通の時刻表の発行**
⇒市民の公共交通における利便性を高めるため、松本市内を走るバスおよび鉄道の時刻表を、事業者の垣根を越えてひとまとめにしたものを作成し、市民に無料で配布している。

再生・活性化に係わる取組みのポイント

- 社内に「鉄道活性化プロジェクト」を設立。積極的なPR活動や観光施策を実施**
⇒グループ内の観光事業者と連携し、イベント列車の運行や記念イベントの企画を実施。鉄道部だけでは考案できなかった新たな施策に取組み、積極的なPR活動を実施することで、新規顧客の獲得を目指している。

地域との連携に係わる取組みのポイント

- 沿道自治体（松本市）が行政サービス拡充のため、公共交通利用促進を図る取組みを展開**
⇒松本市が上高地線を機能的公共交通として位置づけ、コミュニティバスの運行と併せることで、市域内における公共交通ネットワークを充実させ、行政サービスの拡充を行っている。これによって鉄道利用者も増加しており、アルピコ交通は利用者に対して十分な輸送サービスを提供するよう努力している。
- 事業者・自治体・沿線住民における鉄道路線を存続させる重要性の共通した認識の形成**
⇒施設老朽化により存続が難しいと考えられていたが、自治体としても市民に十分なサービスを提供するうえで上高地線が重要であるため、インフラの維持管理を自治体と協働して実施することとなった。住民においても鉄道路線存続の重要性の認知が徐々に広がりつつある。

地域鉄道における社会的価値

- 【**観光振興**】 鉄道・路線バス乗継切符の販売
- 【**まちの誇らしさ**】 鉄道活性化プロジェクトの設立とそれによる取組みの実施
- 【**安心感・期待感**】 老朽化施設の改善事業の実施、ラッシュ時の高頻度運行の実施
- 【**移動制約者の足の確保**】 機能的公共交通への位置づけ、コミュニティバスの運行

<ヒアリング調査からみる再生・活性化パターン（まとめ）>

5つに事業者および、その沿線自治体に対するヒアリングから、鉄道事業者の経営を改善するための大きなポイントとして、下記の6点が挙げられる。

○抜本的な経営方針の見直し、観光事業にも軸足を置く

経営改善の兆しが見られた時期には、どの事業者においても経営方針の見直しを図っている。そのほとんどが、沿線地域の人口基盤だけでは健全な経営を続けていくだけの輸送人員を確保することが困難と考え、新たなマーケットとして観光旅客等を取り込むような施策・方針に移行した。ただし、各事業者の置かれている環境が異なるため、それぞれのマーケットの捉え方は異なり、いすみ鉄道・わたらせ渓谷鐵道は大都市圏の観光旅客を、山形鉄道は沿線住民と近隣の中小都市圏をターゲットに絞ることで、より効果的な観光戦略を展開している。

○方針の変更に伴う、社内の体制や体質の見直し

観光施策を重点的に実施していくにあたり、福島交通やアルピコ交通では社内に鉄道活性化プロジェクトなる組織を構成し、その中に関連企業から観光に関する取組みに明るい人材を登用することで、自発的に観光に係る取組みを考案・実施できる体制を構築した。

山形鉄道・いすみ鉄道・わたらせ渓谷鐵道では、観光を目的とした利用者を増やす取組みを実施するにあたり、職員の意識改革が重要であるとしている。単なる移動手段として利用してもらうのではなく、鉄道に乗りたいと思ってもらえるように、おもてなしの心で迎えるように現場職員への教育を実施している。

○行政サービスとして地域内交通の維持を目指す沿線自治体との協力体制の確立

鉄道事業者と沿線自治体との協力関係は、鉄道事業者の経営方法に大きく依存し、第3セクター事業者である山形鉄道・いすみ鉄道・わたらせ渓谷鐵道においては、沿線自治体が基金を積み立てる等して、主にインフラ施設の維持・管理に対して費用補助を行っている。民間事業者である福島交通・アルピコ交通に対しては、沿線自治体から直接的な支援は難しく、国からの資金支援制度を活用する際などに協議会を立ち上げ、それを介して資金支援を実施することがある。

沿線の自治体としては行政サービスの提供の面から、公共交通機関を存続させ、住民の移動手段を確保したいと考えている場合が多いと考えられ、今回ヒアリングを実施した5つの自治体全てが、住民の交通手段を確保するために鉄道を存続させたいとの回答だった。さらには、鉄道のもつ観光資源としての潜在的な魅力にも期待しているところもある。

事業者とどのような協力体制をとるべきかを模索している自治体は多いが、アルピコ交通の沿線自治体である松本市は、市全体で公共交通の利用促進を進めており、鉄道を地域内の機能的公共交通として位置づけ、同時にコミュニティバスを運行することで、結果的にアルピコ交通の鉄道路線の利便性向上を支援する取組みを実施している。このように、鉄道を含めた地域内の公共交通をネットワークとして捉え、地域の実情に合わせ、各交通事業者と連携体制を構築する必要がある。

○観光客の呼び込むための資源の発掘・創出

上述のように、観光事業にも軸足を置くように経営方針を転換したことによって、各事業者はそのために資源の発掘・創出を行っている。その手段は様々で、何気ない日常の風景を観光に取り込む（山形鉄道：豪雪列車、いすみ鉄道：「何もありません」のキャッチコピーによる PR 等）、沿線地域の観光資源を取り入れる（わたらせ渓谷鐵道：きもの列車、福島交通：飯坂温泉との連携、アルピコ交通：上高地との連携 等）、新たな観光資源の創出（いすみ鉄道：ムーミン列車、わたらせ渓谷鐵道：トロッコ列車 等）、他の交通機関にはない鉄道の魅力を引き出す（山形鉄道：ビール列車 等）といった手段がある。独自性をもち、話題性を創出することが重要と考える事業者が多かった。

■ヒアリング実施事業者における資源の発掘・創出の事例

資源の発掘・創出の手段	事 例
日常の風景を観光に取り込む	山形鉄道：豪雪列車 いすみ鉄道：「何もありません」のキャッチコピーによる PR 等
沿線地域の観光資源を取り入れる	わたらせ渓谷鐵道：きもの列車 福島交通：飯坂温泉との連携 アルピコ交通：上高地との連携 等
新たな観光資源の創出	いすみ鉄道：ムーミン列車 わたらせ渓谷鐵道：トロッコ列車 等
他の交通機関にはない鉄道の魅力を引き出す	山形鉄道：ビール列車 等

○取組み実施に合わせた積極的な広報活動・情報提供の実施

様々な取組みの実施に合わせて、多くの事業者では、その認知度向上のために広報活動を実施している。わたらせ渓谷鐵道は、積極的にメディアに情報提供することで露出を増やし、雑誌・テレビ等に年間 400 件以上紹介され、取組み内容に加え、鉄道事業者としての知名度向上を図っている。山形鉄道やいすみ鉄道は、取組みに合わせて広報活動の範囲を絞り、効率的で効果的な情報提供を行っている。また、福島交通では、沿線における鉄道路線自体の認知度を高めるために、沿線の住宅にチラシとともに時刻表を配布する等、草の根的広報活動を実施している。

○運輸外収入の増収策の展開、地域と一体となった活性化に対する効果も期待

例えば、わたらせ渓谷鐵道では、沿線の企業と連携し、新たに弁当を開発、それを目玉とした観光施策を展開することで、鉄道利用者の増加および沿線の企業の活性化に貢献している。また、いすみ鉄道では、地元の産品を活用した土産物の開発により、沿線企業とともに売上の増加を図っている。

これらの事例のように、運輸外収入を増加させる源として、沿線の企業と協力し、地域独自のものを開発することも、鉄道事業者の活性化のための 1 つの手段である。また、それを活用した施策を展開することで、利用者の増加にも寄与することが考えられる。

3. 地域鉄道の社会的価値の整理

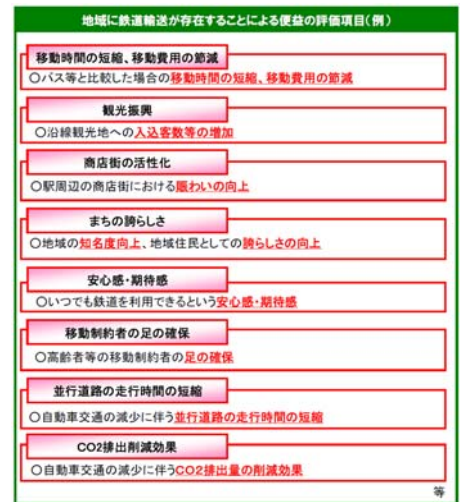
<社会的価値の量的評価>

地域鉄道の社会的価値については、国土交通省において、「移動時間の短縮、移動費用の節減」「観光振興」「安心感・期待感」「CO₂排出削減効果」等、8つの評価項目(例)が示されている。

そのうち「移動時間の短縮、移動費用の節減」「CO₂排出削減効果」の2項目は、平成17年度に当機構が取りまとめた報告書「地方鉄道の活性化に向けて～地域の議論のために～」の中で、社会的価値の定量化を行っている。また、「鉄道インフラの再調達価格」として、鉄道そのものの貨幣価値を算出している。その算出式を用いて「移動時間の短縮、移動費用の節減」については、平成17年度および22年度の鉄道統計年報のデータを用い、その貨幣価値を改めて算出し、下表にまとめた。

「移動時間の短縮、移動費用の節減」については、鉄道利用者を全てバスによる代替輸送を、「CO₂排出削減効果」については鉄道利用者を全て自動車による代替輸送を、それぞれ実施したものととして算出している。どちらの算出式も平均輸送密度に比例しており、沿線人口の減少やモータリゼーションの進行を受けて利用者が減少している地域鉄道においては、平成17年度に比べ、平成22年度の社会的価値が低下している。

■定量化可能な社会的価値に関する算出結果（一部抜粋）



■上図出典：
交通政策審議会 陸上交通分科会 鉄道部会
第5回 ネットワーク・サービス小委員会 資料

	バス代替による所要時間増による損失額*1 【百万円/年】 (社会的価値：移動時間の短縮)			鉄道廃止によるCO ₂ 排出量の増加*3 およびそれに伴う損失便益*4 【t-C:(百万円/年)】 (社会的価値：CO ₂ 排出削減効果)		鉄道インフラの 再調達価格*5 【百万円】
	バス代替にともなう 所要時間増大分*2	H17	H22	H17	H22	
山形鉄道	5.3分	1,776	1,633	142:(0.3)	131:(0.3)	36,600
上田電鉄	3.1分	823	812	368:(0.8)	364:(0.8)	13,920
いすみ鉄道	6.4分	1,431	1,301	154:(0.4)	140:(0.3)	32,160
錦川鉄道	5.1分	1,264	974	152:(0.3)	117:(0.3)	39,240
明知鉄道	5.7分	1,313	1,236	170:(0.4)	139:(0.3)	30,120
わたらせ渓谷鐵道	9.3分	5,266*7	2,957	224:(0.5)	126:(0.3)	52,920
福島交通	2.3分	1,332	1,188	448:(1.0)	400:(0.9)	11,040
アルピコ交通	3.4分	1,433	1,493	297:(0.7)	364:(0.8)	17,280

*1: 平均輸送密度【人/日・km】×路線延長【km】×バス代替に伴う所要時間増大分【分】×
時間評価値*6 40【円/分・人】×365【日】
*2: 「バス代替にともなう所要時間増大分」については路線の延長等の各事業者の状況に応じて設定
*3: (平均輸送密度【人/日・km】÷乗用車平均乗車人員1.2【人/台】)×営業キロ【km】×
走行台*5あたりのCO₂排出量【t-C/km・台】-鉄道運行にともなうCO₂排出量【t-C】
(「走行台*5あたりのCO₂排出量」は「道路・街路事業の費用便益分析マニュアル」(国交省、H20)、「鉄道運行にともなうCO₂排出量」については、「温室効果ガス排出量算定方法検討会」(環境省、H14)にそれぞれ基づく。後者は電化路線の場合は消費電力量に0.378【kg-CO₂/kWh】、非電化路線の場合は消費燃油量に2.64【kg-CO₂/l】のCO₂排出原単位を乗ずることで算出する。)
*4: CO₂排出量【t-C】×CO₂削減効果の便益原単位2,300【円/t-C】
(原単位は「道路投資の評価に関する指針(案)」(日本総合研究所、H10)に基づく)
*5: 建設*5単価1200【百万円/km】×営業*5【km】
(日本鉄道建設公団が(当時)が建設した直近開業3路線(井原線、阿佐線、宿毛線)建設時の工事費実績による)
*6: 時間評価値は「道路・街路事業の費用便益分析マニュアル」(国交省、H20)に基づく
*7: 「わたらせ夢切符(年間1万円で全区間乗り放題)」の販売により、輸送密度が増大した。

<地域鉄道事業者が実施している、社会的価値に寄与する取組み>

ヒアリング調査では、上記の資料を参考に各事業者における社会的価値とそれに寄与する取組みについても調査している。事業者が実施している、社会的価値に寄与する取組みについて、ヒアリングを実施した5事業者の回答をまとめたものである。

「移動制約者の足の確保」は重要な社会的価値ということは5事業者共通の認識であり、公共交通機関として必要な役割が地域鉄道の一番の社会的価値であるとの回答だった。その他の効果については各路線の特徴や実情に合わせて、観光振興・商店街の活性化・まちの誇らしさ・安心感、期待感の向上がそれぞれ期待され、それに寄与する取組みが実施されている。

■ヒアリング対象事業者による社会的価値に寄与する取組みの内容

社会的価値	取組み内容と効果	
観光振興	山形鉄道	冬場の雪景色を取り上げた観光PR活動（観光客数 6,000人/月程度（1、2月）） 近隣都市圏にフォーカスしたPR活動
	いすみ鉄道	ターゲットを絞った観光事業の展開と積極的なPR活動、 オリジナルグッズ・土産物の制作（グッズ販売額 H22:450万円/月⇒H24:700万円/月） たけのこ狩りツアーなどの実施
	わたらせ渓谷鐵道	トロッコ列車の導入（トロッコ列車乗客数 H19：32,162人⇒ H23：39,245人） イベントの実施（線路を歩こう参加者 H23：2回で34人） アテンダント配置によるサービス向上など
	福島交通	冬場の雪景色を取り上げた観光PR活動、近隣都市圏にフォーカスしたPR活動
	アルピコ交通	鉄道・路線バス乗継切符の販売
商店街の活性化	山形鉄道	広報による沿線情報の発信
	いすみ鉄道	沿線施設や街を訪れるプランを盛り込んだツアーの実施、 同一コンセプト（ムーミン）による鉄道と地域の整備
	わたらせ渓谷鐵道	トロッコ列車の指定席化やイベント列車の運行による観光客の街への回遊行動の発生 地産品を使ったグッズ・弁当などの販売（グッズ販売額 H23：11,217千円）
	福島交通	フリーきっぷによる沿線商店、温泉地との連携
まちの誇らしさ	山形鉄道	住民向けの新たな鉄道利用方法の考案による住民利用の拡大、 行政による地域団体の取組みへの資金支援（H24年度は5件の取組みを支援）
	いすみ鉄道	各種観光に係わる取組み（特にPR活動、観光用車両：地域知名度の向上に寄与）、 住民団体（あおいの会、いすみ鉄道応援団）の存在
	わたらせ渓谷鐵道	積極的なPR活動（H23年度のメディア掲載回数400件超）、住民参加の取組みの実施
	福島交通	車庫スペース貸出による住民への鉄道の存在の認知拡大
	アルピコ交通	鉄道活性化プロジェクトの設立とそれによる取組みの実施
安心感 期待感	山形鉄道	住民の要望に応えた乗車券・定期券の工夫（販売方法の工夫による定期券の売上増）
	いすみ鉄道	費用自己負担による運転士の育成（1人あたりの育成費用700万円）
	わたらせ渓谷鐵道	社内体制の改革
	福島交通	通勤・通学ラッシュ時の15分間隔の運行
	アルピコ交通	ラッシュ時の高頻度運行の実施、コミュニティバスの運行 パークアンドライド・キスアンドライド用駐車場の整備
移動制約者の 足の確保	山形鉄道	住民利用の拡大による経営安定化 運営助成基金の積み立て
	いすみ鉄道	観光事業強化による経営安定化 協議会による存続決定
	わたらせ渓谷鐵道	観光事業強化による経営安定化
	福島交通	通勤・通学ラッシュ時15分間隔の運行
	アルピコ交通	機関的公共交通への位置づけ、老朽化施設の改善事業の実施

<新規提示資料>

4. 地域鉄道の再生・活性化に向けた課題分析と課題解決に向けた先進的取組み事例

アンケート調査やヒアリング調査およびそれに基づく分析と、前回研究会における指摘事項から、地域鉄道の再生・活性化においては、大きく分けて下記の5項目が課題としてあげられる。

- 取組み実施における地域（自治体・地域団体等）との役割分担・連携
- 活動原資となる費用節減対策の実施
- 地域住民の潜在需要の掘り起こし
- 観光需要の掘り起こし及びその拡大
- 沿線地域の鉄道に対する意識の醸成

○取組み実施における地域（自治体・地域団体等）との役割分担・連携

⇒第2回研究会において、地域と一体となった経営改善の必要性があるとの意見があった。

現状では、行政：資金支援、事業者：運営、地域団体：人的支援という役割分担のもと、様々な取組みが、主に観光を目的とした取組みを中心に実施されているところである。また、上下分離方式やインフラ部分の維持管理に関する費用補助などの面で、事業者の経営を手助けする自治体も多い。

そのうえで、鉄道事業者の戦略と沿線自治体の戦略との方向性の整合をとり、各種取組みを連携・実施することで、地域鉄道と沿線地域で相互に良い効果が波及し、双方が活性化していくという相乗効果を望むことができる。

鉄道事業者と沿線自治体とで定める方向性については、地域の特徴や実状および鉄道事業者の状況を踏まえて決められることが理想的であると考え。その際に、地域住民とともに協議するなどして、地域住民に鉄道の価値を理解してもらい、地域全体で合意形成を図れると良い。

「再生・活性化戦略による類型」の分析においても、比較的厳しい経営環境にある「Ⅰ. 生活路線グループ」「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」「Ⅲ. 観光路線グループ」の3グループで、再生・活性化戦略タイプごとに営業収支率に関する指標を比較すると、「C.事業者主導・バランス支援型」が比較的優位であり、「B.連携強化・施策企画連携型」「D. 連携強化・バランス支援型」と続く。協働性の小さい「A.事業者主導・施策企画連携型」「E.資金支援型」は、営業収支率が低く、他のタイプに比して減少傾向が強い。このことから、関係団体と連携を図りながら取組みを実施することが、地域鉄道の活性化委においては重要なポイントであるといえる。

■「経営環境・状況に基づく類型」と「再生・活性化戦略による類型」の重ね合わせと

各グループの過去5年間の営業収支率とその変化について（第2回研究会提示資料）

※上段は直近5年間(H18～H22年度)の平均営業収支率、下段の()内は営業収支率の前年度との差の直近5年間分の平均を示す

		経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型						グループ平均	Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ グループ平均
		Ⅰ. 生活路線グループ	Ⅱ. 生活・観光 路線グループ	Ⅲ. 観光路線グループ	Ⅳ. 生活・観光路線、 安定経営グループ	Ⅴ. 観光路線、 安定経営グループ	Ⅵ. 経営安定化資源 潤沢グループ		
「再生・活性化戦略」による類型	A.事業者主導・ 施策企画連携型	90.08% (-1.06%/年)	81.29% (-2.26%/年)	15.96% (-0.40%/年)	98.54% (-1.32%/年)	110.16% (-3.73%/年)	106.41% (-0.07%/年)	93.20% (-1.10%/年)	76.96% (-1.65%/年)
	B.連携強化・ 施策企画連携型	88.58% (-0.81%/年)	80.90% (-0.07%/年)	76.67% (7.53%/年)	107.43% (0.52%/年)	119.78% (-1.19%/年)	121.09% (-0.28%/年)	96.14% (0.34%/年)	82.72% (0.61%/年)
	C.事業者主導・ バランス支援型	69.43% (-0.72%/年)	76.99% (0.84%/年)	66.92% (3.38%/年)	99.26% (-0.37%/年)	-	109.83% (-0.61%/年)	79.03% (-0.15%/年)	71.18% (-0.05%/年)
	D.連携強化・ バランス支援型	91.03% (-0.71%/年)	-	69.37% (-4.56%/年)	103.37% (-0.33%/年)	-	-	90.50% (-0.88%/年)	86.22% (-1.06%/年)
	E.事業者主導・ 資金支援主体型	66.50% (-1.58%/年)	73.29% (-1.34%/年)	-	101.01% (0.22%/年)	-	-	79.37% (-0.98%/年)	72.16% (-1.38%/年)
	グループ平均	82.81% (-0.98%/年)	77.86% (-0.87%/年)	63.60% (0.74%/年)	102.20% (-0.28%/年)	112.56% (-1.23%/年)	110.03% (-0.22%/年)	88.44% (-0.55%/年)	77.52% (-0.63%/年)

地域との連携をはかった取組みを実施していくためには、下記に示す2つの視点のもと、連携の体制を整えていく必要がある。

1) 鉄道事業者の運営方針と沿線自治体のまちづくりの方針の方向性をそろえ、自治体・地域住民と連携を図る

鉄道事業者の考える運営方針と、沿線自治体が考えるまちづくりの方針の方向性をそろえることで、地域鉄道と沿線地域で相互に良い効果が波及し、双方が活性化していくという相乗効果を望むことができる。

例えば、ヒアリングを実施したアルピコ交通と松本市においては、松本市の方針として鉄道路線を基幹的交通機関として位置づけており、アルピコ交通も地域の公共交通手段を確保するという点で方針を一致させている。その上で、松本市はコミュニティバスの運行や住民への利用促進等、アルピコ交通はラッシュ時の高頻度運行や他の交通機関と連携したダイヤ設定等、役割分担を明確にし、地域住民の利用促進に係る取組みをおこなっている。これによって、市の中心部を歩いて移動する住民が増え、中心市街地の活性化への効果も期待できる。

2) 協議会の設立等、継続的な協力体制の構築

先述したように、鉄道事業者の運営方針と沿線自治体のまちづくりの方針の方向性をそろえ、各種取組みを考案・実施していくためには、協議の場を設ける必要があり、こうした体制を築くことで継続的な協議を実施するための土台となる。

現在でも、各種補助金の取得のために、沿線自治体・地域団体と共に協議会を立ち上げている地域は数多く存在する。この協議会を、補助金の取得という単目的なものとし、これを土台として、沿線自治体・地域団体とともに、地域の実情に合わせた取組みの実施について、継続的に協議していくことが必要と考える。

沿線自治体の施策に鉄道が組み込まれ、鉄道とともに地域の活性化を図ろうとする計画を考案している2つの自治体との連携をはかった取組みを実施していくためには、下記に示す2つの視点のもと、連携の体制を整えていく必要がある。

○活動原資となる費用節減対策の実施

経営が厳しい多くの地域鉄道事業者にとって、様々な取組みを実施するうえでの活動資金の捻出は大きな課題と言える。国や自治体による補助を活用することも考えられるが、これ以外に自社の努力と関係団体との連携によって費用節減を実施し、活動資金を捻出していくことが必要である。

ヒアリング調査によると、下記の2項目が鉄道事業を運営する費用の大きなウェイトを占めている。

- 1) 燃料費・メンテナンス費・人件費等、鉄道運用に係わるランニングコスト
- 2) 老朽化などによる設備の改修・更新にかかる費用

上記2点のコストを削減していくことが重要であると考えられる。

しかし、各地域鉄道事業者は、これまでも様々な費用節減対策に着手しており、自社単独の努力だけでは十分な資金の捻出は厳しいことが想定されるため、関係団体との連携が重要となる。

沿線自治体・地域団体との連携や、協会設立による機器共有や人材育成費削減等が考えられる。

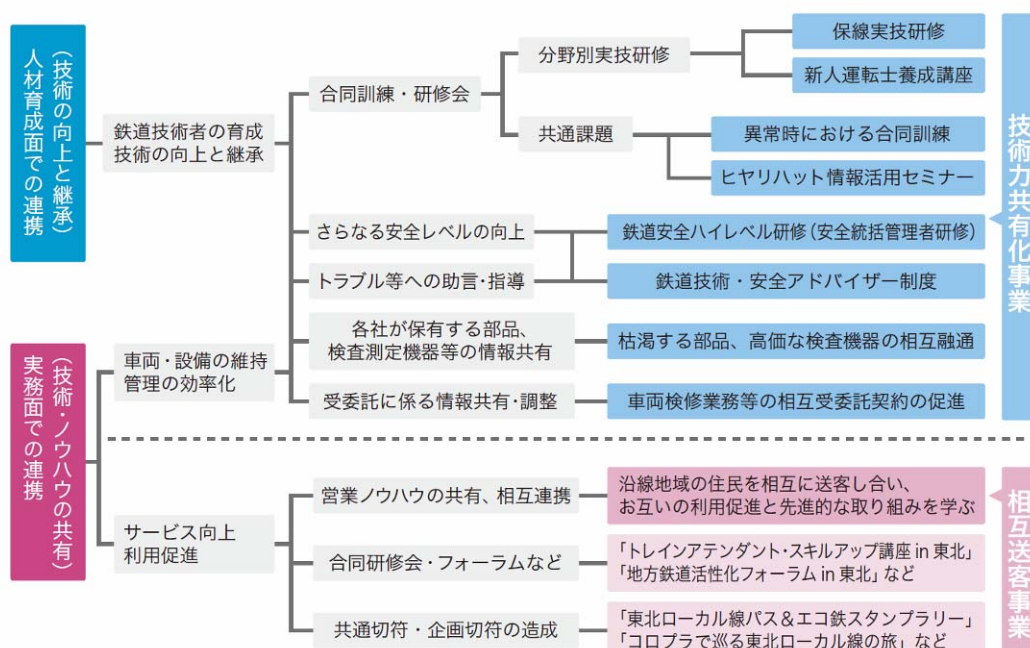
1) 燃料費・メンテナンス費・人件費等、鉄道運用に係わるランニングコストの削減

<東北鉄道協会の取組み>

地域鉄道事業者においては、施設や車両の老朽化に伴うメンテナンスの実施や、そのための技術者育成、機材導入等が問題となっており、これらに関する費用も鉄道事業運営において、費用がかさむ要因となっている。これらを解消する手段として、複数事業者間で協会を設立し、機材の共有や、技術者育成の共同実施を行うことで、費用節減につながる。

こうした取組みを先駆けて実施しているのが、東北鉄道協会である。青森県・秋田県・岩手県・山形県・宮城県・福島県にある20の鉄道事業者が参加しており、平成20年から「中小鉄道事業者連携プロジェクト」を推進し、下図に示す技術力共有化事業等を実施している。

中小鉄道事業者連携プロジェクトのねらいと全体像



※広報誌「みんてつ」2012 冬号から引用

＜いすみ鉄道：費用自己負担による運転士の育成＞

1人の運転士を育成するために必要な700万円を個人負担とし、運転士の訓練生を募集し、事業者の支出を抑える。2012年に1期生の運転士が運行する車両が走った。

＜阿武隈急行等：マイレールボランティア駅長の採用＞

例えば阿武隈急行では、全24駅のうち19駅が無人駅であるため、駅構内の点検や景観維持等をボランティアで行う「マイレールボランティア駅長（マイボ駅長）」を募集している。特典として、マイボ駅長としての身分証明証の発行と、その提示による阿武隈急行の利用免除となる。

2) 老朽化などによる設備の改修・更新にかかる費用の削減

＜東北鉄道協会の取組み＞

前述した東北鉄道協会の取組みにおいて、各社が保有する部品および検査測定機器の情報を協会内で共有することで、回収・更新にかかる無駄な費用の削減や、改修の早期実施が可能となっている。

また、中小鉄道事業者の多くが、本格的な車両の点検・修理部門を持っていないため、外部に発注せざるを得ないため、費用がかかってしまうが、協会に加盟する岩手開発鉄道に業務を委託し、コストの軽減を図っている。

＜中古車両の購入＞

車両更新に伴い、大手民間事業者から中古車両を購入することで、購入費用が大幅に削減できる。ただし、部品交換が必要だったり、耐用年数が長くない等の課題もあり、長期的視点に立った検討を十分に行ったうえで、中古車両の導入を決定する必要がある。

＜支援制度の活用＞

平成25年1月30日、国交省は平成24年度補正予算案（1月15日閣議決定）及び平成25年度予算案（1月29日閣議決定）に盛り込まれた地域鉄道関係施策について取りまとめ、関係省庁と連携しつつ、施設の老朽化対策等の安全な輸送の確保や、地域の関係者が連携して行う地域鉄道の利便性の向上につながる取組みを支援する施策を講じていくことを発表している。これらの支援制度を活用し、安心・安全な運行を確保するための施設改修・更新を実施していくことが求められる。

■平成24年度補正予算案及び平成25年度予算案における制度拡充内容

支援制度名称	事業内容	補助率
鉄道施設総合安全対策事業費補助 —鉄道施設安全対策事業費等補助金—	・安全性評価・対策検討緊急事業 ・緊急老朽化対策 ・戦略的維持更新に向けたデータベース化	国 2/5、地方 2/5または 国 1/3、地方 1/3 ※事業者の資金力に応じ補助率を決定
地域公共交通確保維持改善事業 —鉄道軌道安全輸送設備等整備事業—	レール、枕木、落石防止設備、ATS、 車両更新などの実施	国 1/3 ※鉄道事業再構築事業を実施する事業者に対する補助率を1/2に拡大
鉄道の安全性向上設備に係る 特例措置の延長（固定資産税）	地域公共交通確保維持改善事業費補助 金等の交付を受けて取得する鉄道の安全 性向上に資する償却資産に対して、 固定資産税の減免を講じる	固定資産税 5年間1/3に軽減 （適用期限H27.3.31まで） ※鉄道事業再構築事業を実施する事業者 に対しては、5年間1/4に軽減 （H26.3.31まで）
地域鉄道支援に対する 地方財政措置について（総務省）	地方公共団体が行う地域鉄道の投資 への補助に対して、地方財政措置を講 じることとし、さらに並行在来線の初 期投資については特例を設ける。	地方公共団体が補助した経費の30% に交付税措置を講じる。 並行在来線の初期投資については、 30%～45%の交付税措置を講じる。

○地域住民の潜在需要の掘り起こし

鉄道沿線の地域住民による利用は、鉄道の経営安定化に大きく寄与すると考えられる。しかし現状では、モータリゼーションによる利用者離れや、沿線人口の減少によって、利用者が減少傾向にある地域鉄道事業者が多い。そのため、第2回研究会でも意見があったように、地域住民にとっても鉄道が非日常の乗り物になっているといえる。

これらについては、地域鉄道事業者の特徴によって、課題が異なることが想定される。

<生活路線としての特徴を有する鉄道事業者（Ⅰ．生活路線グループ など）>

1) 通勤・通学など、日常利用者に対する利便性の向上

通勤・通学定期利用者の割合が高い傾向にある生活路線の特徴を有するが、前述のように、モータリゼーションや沿線の人口減少などの影響により、通勤・通学定期利用者自体も減少している状態にある鉄道事業者も多い。

したがって、2次交通の確保や運行本数増加等による輸送サービスの向上や、利用者のニーズに合った定期券・切符等の販売、自治体等と協力した利用促進キャンペーンの実施等により、沿線住民を対象にした魅力の向上を図る必要がある。

2) 地域住民向けのイベント列車の企画・運行など、移動手段以外の利用需要の確保

本来、移動手段として存在する鉄道であるが、地方部における自動車の高い利便性等を考慮すると、移動の需要を十分に確保することが困難な鉄道事業者も存在する。そのため、中には移動手段としてではなく、鉄道の乗車自体を目的化し、非日常の体験を提供するような取組みを実施することで、利用需要を確保している事業者が存在する。こうした新たな鉄道サービスの提供により、沿線住民を対象にした魅力の向上を図ることができると考えられる。

<観光路線としての特徴を有する鉄道事業者（Ⅲ．観光路線グループ など）>

1) 沿線地域のニーズに合わせた、輸送サービスの向上

観光旅客の利用が核となる観光路線においても、地域の利用者に目を向け、利用の基盤を整えることは重要である。観光利用客を促進する取組みに重点を置きつつ、地域の足として、沿線の住民のニーズに合わせ、沿線住民を対象にした魅力の向上を図る必要がある。

2) 地域住民向けのイベント列車の企画・運行など、移動手段以外の利用需要の確保

地域住民に向けた観光サービスの提供と捉えることもできるが、移動手段としてではなく、乗車自体を目的化するような、イベント列車の運行等により、地域住民の新たな潜在需要を確保できる可能性がある。

○観光需要の掘り起こし及びその拡大

観光に関する取組みの実施により日常利用者以外の需要を確保することは、地域鉄道利用者の拡大のキーポイントとなる。そのためには、地域の内外から利用客を呼び込める、魅力的な観光資源の存在が不可欠となる。

しかし、生活路線としての特徴が強い鉄道と、観光路線としての特徴が強い鉄道とでは、そのポテンシャルに違いがあるため、路線の特徴別にその課題を示す。

<生活路線としての特徴を有する鉄道事業者（Ⅰ．生活路線グループ など）>

1) 独自性・地域性のある観光資源の発掘・創出

生活路線としての性格が色濃い鉄道路線の沿線には、観光資源が乏しいことが考えられる。しかし、日常的な風景やものが観光資源となり得る事例も存在する（山形鉄道：豪雪列車）。また、マスコットキャラクターの導入（いすみ鉄道：ムーミン）や創出（和歌山電鐵：たま駅長）によって、鉄道自体を新たな観光資源とし、鉄道としての魅力を向上させる事例がある。

2) 発掘・創出した観光資源を活用し、沿線地域と連携した観光利用者呼び込む取組みの実施

新たに創出された観光資源を活用し、利用者呼び込む取組みは数多く存在する。例えば、沿線の観光資源を活用した企画切符の販売や、マスコットキャラクターを活用した観光列車の整備などがある。観光資源の特徴を生かし、取組みに独自性を持たせることが重要である。

3) 観光に係わる取組みと併せた、広報活動の実施

観光に関する取組みにおいて、対外的な広報活動は非常に重要である。その際、実施した取組みがどのような層をターゲットにしているのかを明確にし、そこに向けて情報発信をする必要がある。

<観光路線としての特徴を有する鉄道事業者（Ⅲ．観光路線グループ など）>

1) 観光資源を活用した独自性のある取組みの実施

観光資源を活用し取組みを実施するうえで成功のポイントになるのは、他の場所では味わえない独自性を取組みに持たせることである（福島交通：温泉入浴券付乗車券の販売、わたらせ渓谷鐵道：トロッコ列車）。観光資源に、さらに付加価値を加えることで話題性の創出につながり、観光客を対象とした鉄道の魅力を向上させる可能性がある。

2) 沿線地域・関係団体と連携し、地域が一体となった取組みの実施

沿線の観光・宿泊・飲食・商業施設等と連携し、旅程上のバリアをなくすことで、総合的に鉄道を利用した旅行の魅力を高める可能性がある。これには沿線地域・関係団体との連携が必要不可欠である。観光の取組みの方向性の整合を図り、一体的な取組みを実施することが重要である。

3) 観光に係わる取組みと併せた、広報活動の強化

観光に関する取組みにおいて、対外的な広報活動は非常に重要である。その際、実施した取組みがどのような層をターゲットにしているのかを明確にし、そこに向けて情報発信をする必要がある。

また、沿線の地域と一体となったプロモーションを実施することで、広報活動の効率化や、鉄道事業者と地域の観光における相乗効果を生むことを期待できる。

○沿線地域の鉄道に対する意識の醸成

地域鉄道において様々な取組みを実施する上で、沿線自治体や住民との連携は欠かせない。そのためには、地域鉄道がもたらす社会的価値の存在を共有し、地域と一体になって活性化を目指すという合意形成を図り、鉄道をみんなで守ろうという機運を高めていくことが重要である。そのためには様々な手段が考えられるが、地域の実情に合わせ、以下の2つの視点による取組みが必要と考える。

- 1) 誰でも簡単に参加できる取組みの実施
- 2) 沿道住民の地域鉄道の社会的価値に対する理解の向上

ここでは鉄道事業者や沿線自治体の取組みによって、上述したような、鉄道をみんなで守ろうという機運が高まり、住民が積極的に取組みに参加している2つの事例について紹介する。

1) 誰でも簡単に参加できる取組みの実施（秋田内陸縦貫鉄道の事例）

○手を振りおもてなし運動

秋田内陸縦貫鉄道では、「内陸線には乗って応援できないけど、何かしらの支援をしたい」という沿道住民に向けて、「手を振りおもてなし運動」の実施を呼び掛けている。

⇒取組みの内容は「内陸線を見かけたら、電車に向かって手を振る」という簡単なもの。地元住民の関心を鉄道に向け、手を振ってもらうことで、観光客に対するおもてなしの雰囲気醸成するもの。

⇒事業者側が呼びかけを行う以前から、住民から自発的に、鉄道を見かけると手を振るという活動が、一部の地域では見られていた。広報誌による呼びかけ等の積極的な情報発信もあり、沿線住民は手を振りおもてなし運動に積極的に参加している。

⇒この運動によって、沿線全体に観光客をもてなす雰囲気が醸成され、訪れた観光客も沿線の住民に向かって手を振り返す等、観光客と地域が繋がる状況を生み出している。

⇒この他にも、ワンデーオーナー制度やマラソンすごろく（1口2,000円の募金制度）などを実施し、鉄道に乗車せずとも、鉄道の存続に貢献できるシステムを構築・実施している。

沿線住民が積極的に取組み参加する状態にあり、こうした意識が醸成されている要因について、秋田内陸縦貫鉄道では下記のように認識している。

- ・ 鉄道事業者が住民が簡単に協力できる取組みを実施したり、行政が主要駅において定期的なイベントを開催したりすることで、住民の意識が鉄道に向くようになり、住民の鉄道に対する関心が醸成されつつあるため。
- ・ 山間部で高齢化が進行した地域であることを理解し、人々の移動手段を確保するためには鉄道が必要不可欠であり、存続させることが必要だと考えているため。
- ・ 鉄道が観光客を呼び寄せるためのツールになり得るということを理解しているため。



■「手を振りおもてなし運動」等の取組みへの参加を住民に呼び掛けるパンフレット

2) 沿道住民の地域鉄道の社会的価値に対する理解の向上（人吉市、くま川鉄道、JR 肥薩線の事例）

人吉市では、周辺地域の自然的特徴を盛り込んだデザイン車両の運行を行っている、くまがわ鉄道の観光資源としての価値や、明治42年の開通以降、100年にわたって当時の姿を残し続けるJR肥薩線の産業遺産としての価値等、鉄道に係る価値を見出し、それをまちづくりにも取り入れ、さらには広報等により住民に対して鉄道の魅力に関する情報発信を行っている。

こうした鉄道の社会的価値に対する理解が住民にも広がりつつあり、下記に示すような住民が主体となった、地域と鉄道の双方における賑わいを創出する取組みが行われている。

○「人吉鉄道観光案内人会」の活動

平成21年の肥薩線全線開通100周年を間近に控えた平成20年2月に、旧国鉄のOBが中心となって、肥薩線を中心とした地域活性化と観光振興を目的に「鉄道観光案内人会」を立ち上げた。

⇒鉄道観光案内会は人吉駅を中心に活動しており、観光客に対する人吉駅の機関庫や転車台などの案内や、こどもを対象にした鉄道イベントの実施、出前講座等による肥薩線を語り継ぐ活動を行っている。

⇒上述の活動が認められ、平成23年には日本ユネスコ協会連盟の「プロジェクト未来遺産*」に選定された。



■人吉鉄道観光案内会の取組みの様子

○「大畑駅を愛する友の会」

⇒平成22年当時、大畑駅の名誉駅長を務めていた人物が中心となって結成した。駅舎での地産品の販売や、駅周辺の環境整備・清掃活動等を、手弁当・無報酬で行っている。

○「矢岳SLガンバトル会」のボランティア団体による、駅舎の環境整備の実施

⇒平成22年に、矢岳駅に併設されたSL展示館で町内の農産物を販売することとなり、その際に「矢岳SLガンバトル会」が発足した。ボランティアで農産物の販売し、土日は観光客でにぎわっている。



■大畑駅を愛する友の会の取組みの様子



■矢岳SLガンバトル会の取組みの様子
※広報ひとよし2012年5月号より引用

人吉市における、上述のようなボランティアによる活動の多くは、主にリタイアした世代が積極的に参加している。こうした活動が意欲的に行われる背景には、下記の要因があると想定される。

- ・くま川鉄道・JR肥薩線は山間部の地域と都市部を結ぶ公共交通手段であり、交通弱者にとってはなくてはならない移動手段であると、従来から地域住民が認識しているため。
- ・人吉市が産業世界遺産としてJR肥薩線を登録しようとする積極的な活動により、地域住民の中にも鉄道が素晴らしいものであるという意識が徐々に醸成されてきたため。

*プロジェクト未来遺産：未来に伝えたい地域の文化・自然遺産を守る市民の活動を毎年10件登録し、日本全体で応援する、日本ユネスコ協会連盟による取組み。登録されると応援金やPR支援等が受けられる。

■鉄道の路線の特徴と取組みの課題（まとめ）

課 題	<生活路線>	<観光路線>
○取組み実施における 地域との役割分担・連携	1) 鉄道事業者の運営方針と沿線自治体のまちづくりの方針の方向性をそろえ、自治体・地域住民と連携を図る 2) 協議会の設立等、継続的な協力体制の構築	
○活動原資となる費用節減 対策の実施	1) 燃料費・メンテナンス費・人件費等、鉄道運用に係わるランニングコストの削減 2) 老朽化等による設備の大規模改修・更新にかかる費用の削減	
○地域住民の潜在需要の 掘り起こし	1) 通勤・通学など、日常利用者に対する利便性の向上 2) 地域住民向けのイベント列車の企画・運行など、移動手段以外の利用需要の確保	1) 沿線地域のニーズに合わせた輸送サービスの向上 2) 地域住民向けのイベント列車の企画・運行など、移動手段以外の利用需要の確保
○観光需要の掘り起こし 及びその拡大	1) 独自性・地域性のある観光資源の発掘・創出 2) 発掘・創出した観光資源を活用し、沿線地域と連携した観光利用者呼び込み取組みの実施 3) 観光に係わる取組みと併せた、広報活動の実施	1) 観光資源を活用した独自性のある取組みの実施 2) 沿線地域・関係団体と連携し、地域が一体となった取組みの実施 3) 観光に係わる取組みと併せた、広報活動の強化
○沿線地域の鉄道に対する 意識の醸成	1) 誰でも簡単に参加できる取組みの実施 2) 沿道住民の地域鉄道の社会的価値に対する理解の向上	

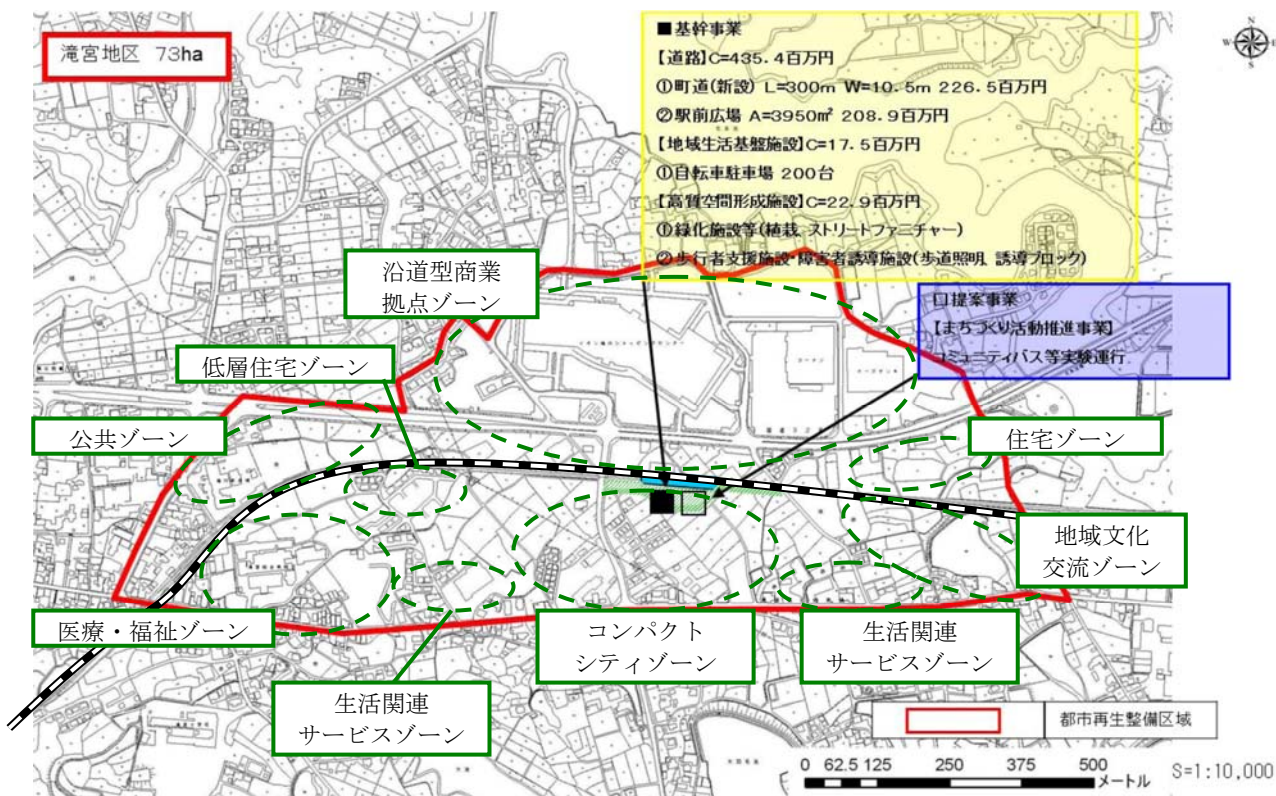
○事例紹介：地域との役割分担・連携による地域住民の潜在需要の掘り起こし

地域（自治体・地域団体等）との役割分担・連携によって地域住民の潜在需要を掘り起こす、ひとつの方法として、駅周辺の整備計画が挙げられる。駅の周辺に公共施設や医療施設、商業施設等を計画的に整備することで、まちと鉄道の一体的な活性化が期待できる。

第1回研究会で紹介された青い森鉄道をはじめ、高松琴平電気鉄道、三陸鉄道等においても、沿線の自治体が駅を中心としたコンパクトシティ化に関わる計画を考案・実施している。

＜綾川駅新設に伴う駅周辺の都市再生整備計画の実施：高松琴平電鉄、綾川町＞

高松琴平電気鉄道の沿線自治体のひとつである綾川町では、新駅の設置に伴い、その周辺の都市再生整備計画を実施している。新駅を中心に、住宅ゾーン、公共ゾーン、医療・福祉ゾーン、沿道型商業拠点ゾーン等を計画的に配置し、併せて駅前に駐車場やコミュニティバスの為のロータリー等を整備することで、新駅の交通結節点としての機能を強化し、駅を中心とした賑わいのあるまちづくりを目指す計画を打ち立てている。平成26年度には整備を完了する予定であり、この計画によって1日あたり1,282人の乗降客数の増加、1.5%の駅周辺人口の増加を見込んでいる。



※香川県・綾川町「社会資本総合整備計画 滝宮地区都市再生整備計画（H24.3）」から引用・一部加筆

2) 三陸鉄道・宮古駅周辺における、宮古市の復興まちづくり計画：三陸鉄道、宮古市

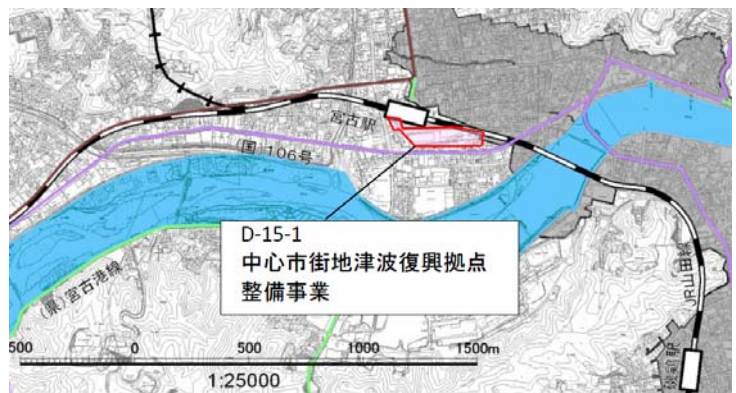
平成23年3月11日に発生した東日本大震災において、宮古市は沿岸部を中心に壊滅的な被害を受けている。宮古駅周辺の中心市街地も津波による被害を受けた。

その後、宮古市では平成23年10月に「宮古市東日本大震災復興計画（基本計画）」、平成24年3月に「宮古市東日本大震災復興計画（推進計画）」をそれぞれ策定し、宮古市の復興を進めている。これら計画の中では、宮古駅を中心とした宮古地域における復興まちづくりの方向性を「地域の立地的、歴史的特性を活かし、都市機能の集積や賑わいの形成を図るとともにコンパクトで快適なまちづくりに取り組む」としている。

この方向性に基づき、復興交付金による「中心市街地津波復興拠点整備事業」では、宮古駅の南側3.5haに、市役所・保健センター・中央公民館等の津波防災拠点施設、災害時を考慮した地区公共施設、高質空間形成施設、津波復興拠点支援施設等を整備するとしている。

また、宮古駅については、まちづくりに合わせバス路線の整備を進め、利便性の高い公共交通の確保・充実を図り、広域交通の結節機能の強化を図っている。

これらの計画による、具体的な鉄道利用者の増加の予測や、まちに対する効果等は示されていないが、駅施設の機能強化と駅を中心としたコンパクトなまちづくりを一体的に実施することで、中心市街地の活性化および公共交通の利用者の増加が期待できる。

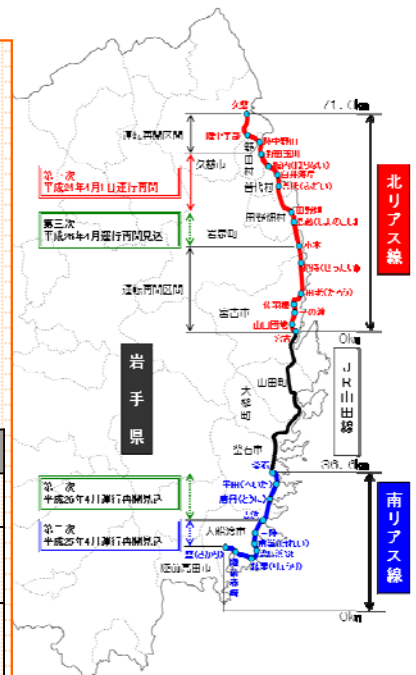


※宮古市「中心市街地津波復興拠点整備事業」から引用

なお、三陸鉄道の復旧にあたっては当機構が支援しつつ、平成26年4月の全線運行再開を目指し、鉄道事業者や地方公共団体等関係機関と連携・調整を図り、津波防災対策を付加した構造物の設計、路盤工事や軌道工事等を進めているところである。

また、平成25年3月中旬より第二次運行再開区間（南リアス線（盛～吉浜間））の工事しゅん功監査を実施する予定であり、4月より運行再開の見込みが立っている。

平成23年11月 1日 三陸鉄道復旧に伴う工事施行協定締結		
平成24年4月 1日 北リアス線(田野畑・陸中野田間)運行再開		
平成25年3月中旬 南リアス線(盛・吉浜間)工事しゅん功監査(予定)		
平成25年4月 南リアス線(盛・吉浜間)運行再開見込み		
復旧工事区間と運行開始予定		
運行再開時期	北リアス線	南リアス線
第一次 平成24年4月1日	田野畑・陸中野田間	—
第二次 平成25年4月 (再開見込)	—	盛・吉浜間
第三次 平成26年4月 (再開見込)	小本・田野畑間	吉浜・釜石間



三陸鉄道(北リアス線・南リアス線)

5. 地域鉄道の再生・活性化のための事業化モデルの検討

これまでの調査や分析結果、地域鉄道の課題をもとに再生・活性化のための事業化モデルを検討する。

経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化の分析結果を踏まえ、事業化モデル検討の対象とするのは、地域鉄道事業者の中でも、相対的に経営状況の厳しい状態にある「Ⅰ. 生活路線グループ」「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」「Ⅲ. 観光路線グループ」の3グループを対象とする。なお、今回ヒアリングを実施した5事業者には、「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」に属する事業者が存在しないため、事業者としての性格が似ていると想定される「Ⅳ. 生活・観光路線、安定グループ」に属する2つの事業者から示唆を得る。

事業化モデルの検討に当たっては、大きく「生活路線グループ」「観光路線グループ」の2つの視点から事業化モデルを検討することとする。

(1) Ⅰ. 生活路線グループ

⇒営業収支率による指標では「B.連携強化・施策企画連携型」「C.事業者主導・バランス支援型」及び「D.連携強化・バランス支援型」が、他の再生・活性化戦略タイプよりも優位である。

＜ヒアリング対象事業者：山形鉄道「C.事業者主導・バランス支援型」における取組みのポイント＞

再生・活性化に係わる取組みのポイント

○地域の足を守ることが大前提。沿線住民が利用できる施策を展開

⇒長井線の沿線には大きな観光資源に乏しいため、観光事業は水物になってしまう。したがって、沿線住民が様々な形で鉄道を利用することができ、あって良かったと思えるような取組み（ビール列車等）を展開することが重要。

○各種取組みを実施するうえでの社内の体制を構築し、お客様のニーズを捉えられる企業に

⇒通常の業務に加えて、お客様のために個人ができること（+1の活動）を継続的に実施するように心がけ、地域に信頼されるような企業になる必要がある。そのために、社内での情報共有強化や他部署の活動にも積極的に援助するなど、社内の体制を変えていく必要がある。

地域との連携に係わる取組みのポイント

○事業者・自治体・地域団体の役割分担の明確化

⇒事業者は利用拡大に係わる取組みを企画・実施し、自治体は資金支援や地域住民がイベントなどに関われるような体制づくりをするなどして、取組を実施するうえでの役割分担を行っている。

○町内会など自治組織のロコミによるイベント情報などの拡散

⇒山形鉄道が実施する取組みの多くは「地域住民の利用を促進する」ものであり、これらの取組みを町内会などの組織に粘り強くPRし、そして実際に利用してもらう。ここで最大限におもてなしをすることで、ロコミによって評判や需要が拡大している。

上記のまとめから、「Ⅰ. 生活路線グループ」の再生・活性化の方向性として、下記の3点を提案する。

「Ⅰ. 生活路線グループ」の再生・活性化の方向性（提案）

①日常利用者に向けた利便性の向上

→【課題：地域住民の潜在需要の掘り起こし 1）通勤・通学など、日常利用者に対する利便性の向上】に対応
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を実施。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も重要となる。

②移動手段以外の鉄道乗車の目的化：

→【課題：地域住民の潜在需要の掘り起こし 2）地域住民向けのイベント列車の企画・運行など、移動手段以外の利用需要の確保】に対応
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を実施。これらを根付かせるためには、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なる。

③交流人口の拡大：

→【課題：観光需要の掘り起こし及びその拡大】に対応

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「Ⅰ. 生活路線グループ」「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」の2グループは、他グループに比べて厳しい経営環境にある。観光路線を有する他の事業者の取組み等を参考に、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および広報活動を実施する。

各方向性に対応した具体的な取組み内容としては、下記に示す取組みが一例として挙げられる。

①「日常利用者に向けた利便性の向上」のための取組み

＜パークアンドライド、キスアンドライド用駐車場の整備＞

多くの地域鉄道事業者の沿線地域において、主要な移動手段が自動車であることから、鉄道駅にP&R用駐車場やK&R（送迎車用）駐車場を整備することで利用者の増加が期待できる。こうしたハード整備に加えて、行政施策と連携し、公共交通利用を促進するソフト対策を併せて実施することで、より高い効果が期待される。

＜自転車の車内持込サービス、サイクルアンドライドの実施＞

出発地から鉄道駅または鉄道駅から目的地までの利便性向上のため、自転車を車内に持ち込めるサービスの実施や駅でレンタサイクルを実施する方法がある。車内の持込サービスにおいては、収容スペースや混雑時の時間帯規制等の配慮が必要である。レンタサイクルは行政と連携することで、地域内交通の利便性の拡充を図ることもできる。

＜新駅の開業＞

沿線における住宅地の造成や商業施設のオープンなど、利用者の大幅な増加が見込める場所においては、新駅を設置することが検討できる。ただし、駅の設置には多大な資金が必要となるため、他の手段（コミュニティバスの運行等）を良く検討した上で実施する必要がある。

＜終電の発車時間の繰り下げの実施＞

週末の終電時間を繰り下げる等して、飲酒した場合でも帰宅できる手段として、自動車交通にはないメリットを活かす。コミュニティバスの運行等と併せて実施することで、下車駅から目的地付近までの交通手段を用意することも重要である。

＜通勤・通学定期券の工夫＞

利用者の大部分を占める通勤・通学利用を促進するために、地域の実情に合わせ、様々な工夫の方法がある。定期券の上限金額の設定や分割購入制度の導入、学期単位に即した通学定期券の販売など定期券自体に工夫をする取組みの他、定期券提示による沿線商店の割引サービス制度の導入等、様々な方法がある。

＜コミュニティバスの運行等、駅まで・駅からの交通手段の充実＞

日常的な利用を促進するためには、鉄道駅まで、もしくは鉄道駅からの交通手段を整備し、移動の利便性を総合的に高める必要がある。この方法として、コミュニティバスの運行等による公共交通手段の確保が考えられるが、鉄道事業者単体で運行を実施することは非常に難しいため、沿線自治体や近隣のバス事業者と連携して実施する体制を整える必要がある。

②「移動手段以外の鉄道乗車の目的化」のための取組み

＜ハイキングイベント等、沿線イベントと併せて鉄道乗車を促進する取組みの実施＞

沿線が実施するイベントに、鉄道を利用するプログラムを組み込むことで、単なる移動手段としてではなく、鉄道の乗車も一連の流れとなったイベントを実施し、利用者の増加を図る。

＜ビール列車等の乗車が目的となるようなイベント列車の運行＞

車内で地元の特産品やお弁当を食べたり、宴会場として車内を提供する等、車両の中で何かすることを目的化し、利用促進を図る取組みを実施する。地元商店との連携を図ることで、沿線地域の活性化に寄与する取組みにもなり得る。

③「交流人口の拡大」のための取組み

＜観光列車の導入、およびそれを活用したイベント列車の運行＞

話題性の創出のために、独自性のある車両を導入したり、地域性豊かなイベント列車を運行し、鉄道そのものが観光資源となるような取組みを実施する。詳しくは、観光路線グループの取組みを参照。

＜アテンダントの配置による輸送・接客サービス向上を図る取組みの実施＞

各事業者の実情に応じて提供されるサービスは異なるが、利用者のニーズに合わせたきめ細やかな対応が可能となる。ハーモニカ駅長など、提供するサービスが話題を呼び、観光資源にもなり得る。

＜イメージキャラクターづくり等による鉄道・地域の知名度向上に係る取組みの実施＞

イメージキャラクターをつくることで、鉄道路線に対する強い印象を観光客に与えたり、広報活動のツールとして活用することができる。

＜メディア掲載、ホームページ、チラシ等による情報発信＞

上述の取組みを地域の内外に周知してもらうために、雑誌・テレビ番組への露出、ホームページの活用、チラシの配布などの情報発信に係る取組みを実施する。

＜新たな観光資源の掘り起こし＞

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・創出する。

(2) III. 観光路線グループ

⇒営業収支率による指標では、「B.連携強化・施策企画連携型」及び「C.事業者主導・バランス支援型」が、他の再生・活性化戦略タイプよりも優位である。

＜ヒアリング対象事業者：いすみ鉄道「B.連携強化・施策企画連携型」における取組みのポイント＞

再生・活性化に係わる取組みのポイント

○ターゲットを絞った観光事業の展開と積極的なPR活動

⇒ムーミン列車：客層拡大、旧型ディーゼル車：鉄道ファン、たけのこ狩りツアー：同県内シルバー層、キャッチコピー：ゆっくりできる人、**各種取組みにおいてターゲットを絞りこむことで、積極的なPRと観光事業の展開をやすくしている。**

○いすみ鉄道オリジナルにこだわった事業の展開

⇒他では手に入れることができない**グッズ・土産物の制作・販売、ディーゼル車両を目玉**に据えることで、他事業者との差別化を図る。(千葉県内ではディーゼル車両は房総の3路線のみ)

地域との連携に係わる取組みのポイント

○いすみ鉄道が観光客を連れてくる、街が観光客をもてなすというスタンス

⇒助けてもらうだけではなく、鉄道を残すという判断をした地域に対して還元していかなければならない。**いすみ鉄道は輸送機関として観光客を呼び、その観光客を街の活性化のために街が精いっぱいもてなすという役割分担を構築しようとしている。**

○共通のテーマをもった観光インフラの整備

⇒観光用車両(ムーミン列車)、駅の整備(各駅にムーミンのキャラクター)、ムーミンショップ配置・運営、地域団体によるムーミン谷(国吉駅)の整備のように、**1つの共通テーマをもった体系的な取組みを実施。**

○インフラ維持など、大きな費用負担は沿線自治体が支援

⇒いすみ鉄道再生対策委員会の基金による補助(車両更新費、赤字補てん)、**インフラ部分の維持管理費に対する費用補助。**

＜ヒアリング対象事業者：

わたらせ渓谷鐵道「C.事業者主導・バランス支援型」における取組みのポイント＞

再生・活性化に係わる取組みのポイント

○「テーマとストーリーとちよっぴりユーモア」をコンセプトに他事業者と差別化を図る

⇒企画もグッズも**他社にはない独自のアイデア**を盛り込み**テーマとストーリー性を持たせる。**
(例：お弁当と地図)

○社内体制の構築(共通認識の構築、社員が表に立つような取組み)

⇒**社員のモチベーション**が高め、**利用者を意識できる取組み**も実施
(例：企画店への全員参加、線路を歩こう企画)

地域との連携に係わる取組みのポイント

○まちへの回遊行動を発生させる

⇒きもの列車にみられる沿線地域の散策とトロッコ列車の乗車がセットになった企画や、トロッコ列車の指定席化によって無駄な待ち時間を減らし、**街を散策する機会を創出する**など、**地域にも賑わいが広がるような企画・イベントを実施**している。

○沿線地域の企業との協働による商品開発・PR活動

⇒「やまと豚弁当」に見られる**沿線企業と連携した目玉商品の開発**と、**そのPR活動を企業とともに行う**ことで、**地域全体の知名度・話題性を創出**している。H23年度は、メディア関係に400件超取り上げられる等、積極的な広報活動を展開。

○地域団体の積極的な関与とその支援(自治体)

⇒地域団体が実施する駅のイルミネーション整備等の**取組み・イベントへの積極的な参加を呼び掛ける**などの広報による支援を実施している。**参加者は口コミで広がり、増加傾向**にある。

上述のまとめから、「Ⅲ. 観光路線グループ」の再生・活性化の方向性として、下記の3点を提案する。

「Ⅲ. 観光路線グループ」の再生・活性化の方向性（提案）

①他社との差別化を図った話題性の創出：

→【課題：観光需要の掘り起こし及びその拡大 1）観光資源を活用した独自性のある取組みの実施】に対応

観光列車の導入や沿線の観光資源を活用など、事業者や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。

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：

→【課題：観光需要の掘り起こし及びその拡大 2）沿線地域・関係団体と連携し、地域が一体となった取組みの実施】に対応

他社との差別化を図るためのひとつの手段ともなりえるが、わたらせ渓谷鐵道の「やまと弁当」やいすみ鐵道の「けむり饅頭」など、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。

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がる。

③積極的なPR活動による知名度の向上：

→【課題：観光需要の掘り起こし及びその拡大 3）観光に係わる取組みと併せた、広報活動の強化】に対応

上記2点による話題性の創出に併せて、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活動を地域と協働で実施することで、地域と事業者の知名度向上を図る。

①「他社との差別化を図った話題性の創出」のための取組み

＜特徴的な車両の導入＞

他の鉄道事業者との差別化を図る特徴的な車両を導入することで話題性を創出し、鉄道車両自体が観光資源となることで、観光客を呼び込むことができる。その方法は様々で、地域性を取り入れた特殊車両の導入（トロッコ列車、ストーブ列車等）、キャラクターを用いた新規車両もしくはラッピング車両の導入、季節ごとに装飾が変わり四季が感じられる工夫を施す等の取組みがある。

＜イベント列車の企画・運行＞

上述の特徴的な車両の活用や、沿線地域の地産品の活用、沿線の観光地域・施設と連携等により、独自性のあるイベント列車を企画・運行することで、観光客を呼び込み、交流人口の拡大を図る。

＜鉄道施設・設備の観光資源化＞

鉄道の技術進歩や世代交代等により、現在は使用されていない鉄道施設や設備、車両等を改めて整備し、観光資源として甦らせることで、新たな観光客を呼ぶことができるようになる。実際に稼働はできなくても、体験的に動かすことができたり、触れたりすることができる程度に整備することで、話題性の創出につながる事が考えられる。

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」のための取組み

＜地産品を活用したグッズなどの開発・販売＞

沿線地域の地産品を活用し、新たにグッズ等を開発することで、鉄道としての話題性の創出と地域の活性化を両立した効果の発揮が期待される。特産品を使用した弁当・土産物の開発や、ご当地キャラクターとコラボレーションしたグッズの開発等、地域と事業者の実情に合わせて、地域性や特徴のあるものを開発し、話題性を創出する。

＜地域商店・企業の活性化にも寄与する物販店・喫茶店等の運営＞

地方鉄道においては、駅施設は地域における重要な拠点であるものの、駅舎が有効活用されていない例も多い。そこで駅舎の一部を貸し出す等して、物販店や喫茶店など、人々が集うことのできる施設とすることで、駅の魅力の向上を図ることができる。沿線地域の特産品や土産物を販売することで地域の活性化に寄与することも考えられる。ただし、店舗を設置する場所やその規模・種類については、駅周辺のポテンシャルを熟考した上で、実施する必要がある。

＜沿線観光地・観光施設等と連携した取組みの実施＞

フリー乗車券等の販売に合わせて、沿線の観光地の商店で提示することで優待サービスが受けられたり、美術館や博物館等の入場料とセットにすることで、鉄道に乗車することの優位性を高めるような取組みを実施する。

＜シームレスな移動手段・システムの提供＞

上述の沿線の観光地・観光施設との連携にあたっては、地域内を走る他の鉄道事業者やバス事業者等、他の公共交通機関と連携することで、観光客の移動の利便性を高めるような工夫をする必要がある。乗継切符や共通フリーパスの販売、地域内の交通機関すべてに使用できるICカードシステムの導入、乗継がスムーズになるような運行時刻の調整、バスルートの再考等が考えられる。

③「積極的なPR活動による知名度の向上」のための取組み

＜イメージキャラクターづくり等による鉄道・地域の知名度向上に係る取組みの実施＞

上述のような取組みを実施するうえで、情報発信となる広報活動は非常に重要なものとなる。広報活動を行う上で、イメージキャラクターを起用することで、情報の受け手に対して強い印象を与えることができ、「このキャラクターはこの鉄道(もしくは地域)」というイメージをつくることができる。ただし、近年では各地で様々なキャラクターがつくられており、個性を創出するための手段としては、留意する必要がある。

＜メディア掲載、ホームページ、チラシ等による情報発信の強化＞

各種取組みの利用者を増加させるためには、実施している取組みをタイムリーに発信し続ける必要がある。雑誌やテレビ番組への情報提供や、ホームページによる情報発信、チラシの作成・配布などが手段として考えられる。また、ツアー商品については、旅行会社への情報提供することで、より幅広い情報拡散が期待できる。

情報発信にあたっては、実施している取組みのターゲットはどのような層なのかをきちんと理解した上で、的確な手段を選び情報発信を行うことで、より効率的・効果的に情報発信を行うことができる。

(3) II. 生活・観光路線グループ

⇒営業収支率による指標では、「C.事業者主導・バランス支援型」が、他の再生・活性化戦略タイプよりも優位である。

⇒先述したように、今回ヒアリングを実施した5事業者には、「II. 生活・観光路線グループ」に属する事業者が存在しないため、事業者としての性格が似ていると想定される「IV. 生活・観光路線、安定グループ」に属する2つの事業者から示唆を得ることとする。

<ヒアリング対象事業者：福島交通「C.事業者主導・バランス支援型」における取組みのポイント>

再生・活性化に係わる取組みのポイント

○社内に「飯坂電車活性化プロジェクト」を設立

⇒H20年以降、観光事業にも目を向け始めたことをきっかけに、**利用拡大に向けた取組みを主体的に考案・実施できるように社内に「飯坂電車活性化プロジェクト」を設立した。**そこに関連企業の福島交通観光にも参画してもらうことで、**専門的知見に基づくアドバイスを受けながら、社員が主体的に、地域住民の利用促進や観光振興に係わる事業に取り組んでいる。**

地域との連携に係わる取組みのポイント

○鉄道の終着駅周辺「飯坂温泉」との連携による企画切符の販売

⇒**福島市・飯坂温泉観光協会などと連携し、温泉地内の公衆浴場入浴券がセットになった企画切符を販売することで、利用者の拡大を図るとともに、温泉地の観光旅客拡大も期待**できる取組みを実施している。

○フリーきっぷを沿線商店のクーポン券として活用し、沿線商店・施設の利用拡大を図る

⇒フリーきっぷを協賛商店や施設で提示することで様々なサービスが受けられ、制度が認知されるようになれば、**沿線の商店街にも賑わいが波及することが期待される。**協賛商店は、**福島交通の社員が沿線商店を一軒ずつ訪ね、協力を仰いでいる。**

<ヒアリング対象事業者：アルピコ交通「B.連携強化・施策企画連携型」における取組みのポイント>

再生・活性化に係わる取組みのポイント

○社内に「鉄道活性化プロジェクト」を設立。積極的なPR活動や観光施策を実施

⇒平成21年度に「**鉄道活性化プロジェクト**」を社内に設立し、**グループ内の観光事業者と連携**することで、イベント列車の運行や記念イベントの企画を実施。鉄道部だけでは考案できなかった新たな施策に取組み、積極的なPR活動を実施することで、新規顧客の獲得を目指している。

地域との連携に係わる取組みのポイント

○沿道自治体（松本市）が行政サービス拡充のため、公共交通利用促進を図る取組みを展開

⇒**松本市が上高地線を機動的公共交通として位置づけ、コミュニティバスの運行と併せることで、市内における公共交通ネットワークを充実させ、行政サービスの拡充を行っている。**これによって**鉄道利用者も増加**しており、**アルピコ交通は利用者に対して十分な輸送サービスを提供するよう努力している。**

○事業者・自治体・沿線住民における鉄道路線を存続させる重要性の共通した認識の形成

⇒施設老朽化により存続が難しいと考えられていたが、**自治体としても市民に十分なサービスを提供するうえで上高地線が重要**であるため、**インフラの維持管理を協働して実施**することとなった。住民においても鉄道路線存続の重要性の認知が徐々に広がりつつある。

「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」は、生活・観光の両方の性格を有するため、「Ⅰ. 生活路線グループ」と「Ⅲ. 観光路線グループ」の再生・活性化の方向性を併用させ、各事業者の特性に合わせて、事業化モデルの方向性を決定していく必要がある。

「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」の再生・活性化の方向性（提案）

「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」は、生活・観光の両方の性格を有するため、2つの方向性を併用し、各事業者の特性に合わせて、事業化モデルの方向性を決定していく必要がある。

「Ⅰ. 生活路線グループ」の再生・活性化の方向性

- 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

「Ⅲ. 観光路線グループ」の再生・活性化の方向性

- ①他社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