

地域鉄道の再生・活性化モデル事業の検討調査

参考資料

平成 26 年 3 月
国土交通省 鉄道局

■事業者別モデル事業

No.	事業者名	事業内容	取組み方向	頁
1	三陸鉄道	震災学習列車	話題性創出	1
		きたいわてぐるっとバス再開	地域協働取組	2
		お座敷列車北三陸号	積極的PR	3
2	秋田内陸地域公共交通連携協議会	交通機関連携バスの開発・販売		地域協働取組
3	秋田内陸縦貫鉄道	時間（とき）のまほろば列車	話題性創出	5
		八景の選定	地域協働取組	6
4	由利高原鉄道	各種イベント列車	移動以外目的	7
		首都圏応援団の結成	交流人口拡大	8
5	津軽鉄道	アテンダントによる車両装飾（七夕列車・太宰列車）	話題性創出	9
		地産品や地域資源を活用した地域との協働の取組み	地域協働取組	10
6	黒部峡谷鉄道	こども駅長の日	話題性創出	11
		黒部峡谷トレッキングの企画実施	積極的PR	12
7	北陸鉄道	子ども交通体験ツアーや石川線利用促進PR写生作品募集	移動以外目的	13
		「みどころマップ」の作成、配布	積極的PR	14
8	ひたちなか海浜鉄道	国営ひたち海浜公園無料シャトルバス運行	話題性創出	15
		J A野菜市	地域協働取組	16
		ローカル鉄道・地域づくり大学	積極的PR	17
9	鹿島臨海鉄道	貨物専用線での臨時旅客列車運転	移動以外目的	18
10	上信電鉄	鉄道感謝祭フェア 2013	交流人口拡大	19
11	わたらせ渓谷鐵道	旧型車両の復元・展示等の取組み	話題性創出	20
		レストラン＆駅弁事業	地域協働取組	21
		「知的資産経営報告書」の作成、アテンダント体験等の取組み	積極的PR	22
12	明知鉄道	ネーミングライツ	移動以外目的	23
		急行大正ロマン号グルメ食堂車	地域協働取組	24
13	長良川鉄道	地元企業や乗り継ぎ交通機関との連携	日常利便性	25
		大学生との連携による企画列車の運行等	地域協働取組	26
		県内鉄道事業者や地元組織との連携による積極的なPR活動	積極的PR	27
14	大井川鐵道	S Lを活かした企画、イベント	話題性創出	28

No.	事業者名	事業内容	取組み方向	頁
15	北近畿タンゴ鉄道	JR山陰本線を活用した因幡・但馬交通量促進事業	積極的PR	29
16	和歌山電鐵	駅からウォーク&ハイキング2013	移動以外目的	30
		沿線の地域活性化	交流人口拡大	31
17	北条鉄道	第6回北条鉄道まつり	交流人口拡大	32
18	水間鉄道	まち愛カフェ	日常利便性	33
19	井原鉄道	車内観光案内ボランティアの配置	交流人口拡大	34
20	錦川鉄道	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	積極的PR	35
21	土佐くろしお鉄道	中村駅まつりの開催、サイクルトレインの実施	移動以外目的	36
22	阿佐海岸鉄道	なごみ列車、寄席列車、LED装飾列車	地域協働取組	37
23	甘木鉄道	キリンガーデンクーポンPR事業	交流人口拡大	38
24	松浦鉄道	MR健康ウォーキング	移動以外目的	39
25	くま川鉄道	新型車両導入記念イベント	日常利便性	40

○取組み方向

略称	取組みの方向	路線
日常利便性	①日常利用者に向けた利便性の向上	生活路線グループ
移動以外目的	②移動手段以外の鉄道乗車の目的化	
交流人口拡大	③交流人口の拡大	
話題性創出	①他者との差別化を図った話題性の創出	観光路線グループ
地域協働取組	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	
積極的PR	③積極的なPR活動による知名度の向上	

三陸鉄道 震災学習列車

三陸鉄道株式会社、体験村・たのはなネットワーク、椿の里・大船渡ガイドの会等

事業の概要・特徴

・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などにより利用客の誘致を図っている。

・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」を目指す。また、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に実施。

事業の流れ

北リニア線運行部の社員の提案により、北リニア線運行部にて企画、実施

車内ガイドや連携等を支援（沿線市町村）
→ 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

会社のホームページで告知・ダイレクトメール取材によるもの・旅行会社、学校等への訪問

利用客を確保し、地域の活性化に
地域の震災体験の継承も

関係主体相関図

企画・立案、列車運行：三陸鉄道

参加・協力

県や沿線市町村：PR や資金援助

体験村・たのはなネットワーク（田野畠村）
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



被災地を走る三陸鉄道



震災学習列車の車内のように



車内ガイドによる説明

成功のポイント・主催者のねらいと参加者の反響

鉄道事業者より成功のポイント

- ・タイムリーな商品であったこと、東日本大震災のテーマを明確に打ち出したこと。
- ・車内のガイドにおいても、単に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ることが評価につながっている。
- ・現在の震災学習列車はすべて臨時での運行であるが、南リニア線 12 本、北リニア線 11 本（ただし久慈～田野畠間）設定しており、旅程が組みやすいため好評である。

主催者のねらいと参加者の反響

- ・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、震災学習列車については、被災地または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あり、十分に被災地の想いは届いているものと思う。

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
三陸鉄道 きたいわてぐるっとバス再開

三陸鉄道株式会社、IGR いわて銀河鉄道、岩手県北自動車、JR バス東北

事業の概要・特徴

- ・盛岡を起点に宮古～久慈～二戸をめぐる企画乗車券「きたいわてぐるっとバス」。
- ・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、鉄道 2 社、バス 2 社の共同運営、新ルートとして再開。

利用実績

- ・ゼロからのスタートだったが、平成 25 年 7 月から 9 月で 141 枚の販売実績だった。

関係主体相関図

事業の流れ

震災の被災で発売を停止していた
「きたいわてぐるっとバス」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

企画・立案

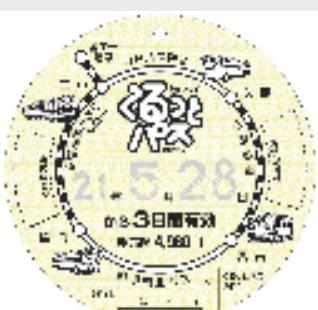
交通事業者 4 社の 1 社からの提
案。再開にあたり、新ルートと
して途中区間（小本一田野畠間）
の岩手県北自動車の路線を利用
できるよう合意の上発売

参加・協力

交通事業者 4 社が企画から実施までの
すべてを担当
（三陸鉄道株式会社
IGR 銀河鉄道
JR バス
岩手県北自動車）



「きたいわてぐるっとバス」のポスターとステッカー



成功のポイント

鉄道事業者より成功のポイント

- ・被災で発売を停止していたものを再開にこぎつけ
ることができたこと。
- ・NHK ドラマ「あまちゃん」効果で久慈地区への
観光客が増え、利用にも結びついたこと。

評価と課題

- ・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。
- ・今後の増客のために、より一層の PR が必要。
- ・消費税増にともなう価格の変更が予定される
ので価格をどうするかも課題。

三陸鉄道 お座敷列車北三陸号

三陸鉄道株式会社、地元業者、岩手県観光課

事業の概要・特徴

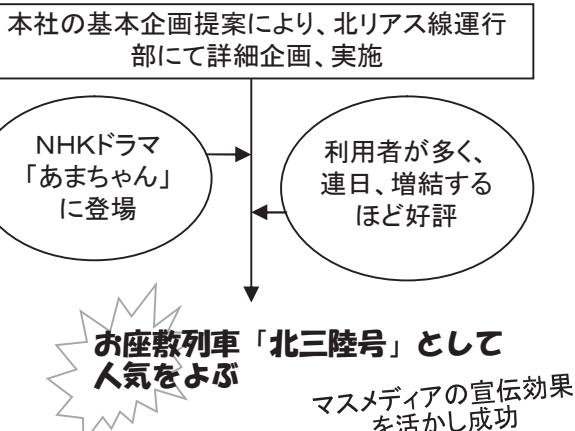
- NHKドラマ「あまちゃん」に登場したお座敷列車「北三陸号」。アテンダントが海女のスタイルで乗務、オリジナル弁当の予約販売などを実施。話題の「うに丼」も。
- マスメディアの宣伝効果を活かした運行が成功。

目標達成状況

目標を上回る実績をあげることができた。

目標	<ul style="list-style-type: none"> 指定席 8割乗車 1日上下各 40人
実績	<ul style="list-style-type: none"> 指定席 9割以上の乗車、満席の日も 自由席は満員で1~2両の増結で対応

事業の流れ



関係主体相関図

企画・立案

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

参加・協力

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



お座敷列車北三陸号

お座敷列車「北三陸号」のチラシ



要予約のウニ丼



口笛でも使われ、観光客で賑わうお座敷列車

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- NHKドラマのお座敷列車登場のタイミングに合わせてスケジュールを組み、事業を実施したこと。
- 現場からの発案だったため、運転開始日の繰り上げ、運行開始にあわせたウニ丼の準備等、すべての段取りが柔軟かつスピーディーにできたこと。

評価と課題

- 連日多くの観光客が利用し、車両を増結するほどの好評を得た。
- 要員が少ない休日に申込みが殺到し、なかなか電話が通じない状況が発生した。
- 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。

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

秋田内陸地域公共交通連携協議会 交通機関連携バスの開発・販売

秋田内陸地域公共交通連携協議会、交通機関連携協議会、地元観光事業者、秋田県、北秋田市、仙北市

事業の概要・特徴

- ・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「公共交通機関連携バス（4遊バス、森吉山観光バス）」を発売。
- ・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エリアなので、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、と好評。

目標達成状況

- ・目標を上回る実績をあげることができた。

種類	目標	実績
4遊 バス	年間販売 枚数 100枚	平成22年度 83枚(6ヶ月間) 平成23~25年度 195~ 244枚
森吉山 観光 バス		平成25年度 2コース(45日間) 263枚

事業の流れ

公共交通連携協議会が各社に呼びかけて開発
地元自治体からも持ちかけられた

交通機関連携協議会：割引運賃を設定した連携バスを企画し、共同で運用

ラジオ、雑誌等でPR
旅行会社の商品紹介チラシでオプションとして掲載

限られた運行本数だが、旅行日程に余裕があれば、存分に楽しめる連携切符と好評

関係主体相関図

企画・立案

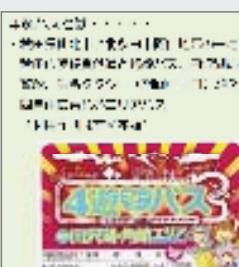
利用者から主要駅からの接続手段が不足しているとの指摘を受け企画

参加・協力

交通機関連携協議会：割引運賃を設定した連携バスを企画し、共同で運用

観光施設、地元観光事業者、宿泊施設等：バスの販売、協賛店の紹介等

秋田県、北秋田市、仙北市：事業費の一部負担



4遊バスの案内記事



森吉山観光バスの案内ポスター



秋田内陸線HPでのPR

成功のポイント・今後に向けて

鉄道事業者より成功のポイント

- ・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意思疎通を図ることができたこと。
- ・4遊バスの前例があったため、後発の森吉山観光バスは、連携の形態、運営手法等の調整が円滑に進められたこと。
- ・連携バスの実施は、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。

今後に向けて

- ・利用が1日限りでは宿泊施設として紹介しにくい。2日間にしてもらえば、宿泊施設のPRとともに紹介できる。(平成26年度より実施)
- ・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。
- ・このように、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、今後の連携体制づくりには丁寧なフォローが必要と感じている。

秋田内陸縦貫鉄道 時間（とき）のまほろば列車

秋田内陸縦貫鉄道株式会社、秋田内陸地域公共交通連携協議会、(財)東北活性化研究センター等

事業の概要・特徴

- 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」。ゆっくり運行して運転士がスポットを紹介。地元の行商姿のお母さんが乗り込んで地元産スイーツも販売する。

目標達成状況

目標には届かなかったが、次のような実績をあげることができた。

目標	<ul style="list-style-type: none"> 運行 5 回 各回 30 名（最大 2 両運行で 80 名まで） 6/15：20 名、8/31：13 名、9/28：23 名
実績	<ul style="list-style-type: none"> ※6/22, 7/20 は募集人員が少なく催行中止

事業の流れ

「ゆっくり走ることを売り物に」と提案
無料実証運行、有料の実証運行を実施
営業運行に向け手ごたえを得る

社内部局の役割
分担と連携

地元団体等の
応援（企画車内
販売等）

チラシで表現できない魅力をネット動画、マス
コミ招待などで広報、功を奏した

「遅さ」をアピール
通り過ぎるだけであった沿線の魅力を再度強
めし、伝えたことで丁寧なおもてなしに

関係主体相関図

企画・立案

(財)東北活性化研究セ
ンター：「ゆっくり走
ることを売り物に」を提案

参加・協力

社内：行程表作成、列車運転案内、ヘッド
マーク制作、車内装飾、車両運用、アテン
ダント、観光スポット案内ガイド、車内販
売等を役割分担

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）

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



列車内の様子



時間(とき)のまほろば列車



アテンダントによる案内サービス

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- 「遅さ」をアピールした「逆転の発想」が受け入れられたこと。
- 新しい試みであったため、前例に捕らわれるこ
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こと。
- 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、功を奏したこと。

評価と課題

- 商品の魅力の伝え方に苦慮したが、乗客からは概ね満足が得られた。
- 乗客の反応をみながら運転士が案内するが、ツ
アー後半に乗客は飽き、疲労感を感じてくる事
への対策が必要と感じる。
- 客層や季節に応じて、口調やガイド内容を変更
するなどは好評だった。
- 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。

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
秋田内陸縦貫鉄道 ハ景の選定

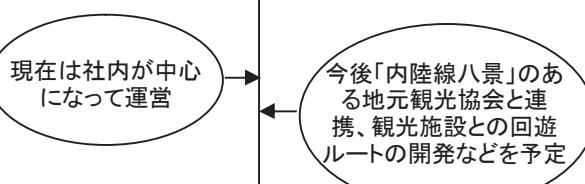
秋田内陸縦貫鉄道株式会社、社内が中心、今後は地元観光協会とも連携

事業の概要・特徴

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

事業の流れ

ジパング倶楽部の「天晴れ八景」という雑誌の特集をアイデアに、地元のアマチュアカメラマンと「内陸線八景」を選定



「日本全国から鉄道ファン・アマチュア
カメラマン・観光客が到来

目標設定

- ・事業がスタートしたばかりで実績は出ていないが、次のような目標を掲げている。

目標

- ・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。

関係主体相関図

企画・立案

雑誌の特集をヒントに
「内陸線八景」を企画

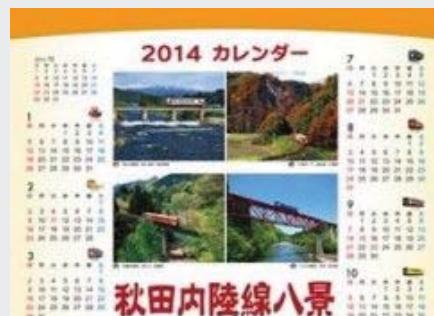
参加・協力

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



雪景色の中を走る秋田内陸線



2014「秋田内
陸線八景」
カレンダー

成功のポイント・今後の取り組み

鉄道事業者より成功のポイント

- ・「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。
- ・選定した「内陸線八景」をPRして、広く知ってもらうため、第1弾としてカレンダーを制作、配布し、好評だったこと。
- ・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すること。

今後の取り組み

- ・「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予定。
- ・今後の取組みとして、協賛企業を募り「内陸線八景」フォトコンテストの開催などにより、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。

由利高原鐵道 各種イベント列車

由利高原鐵道株式会社、由利本荘市觀光協会、地元の方々

事業の概要・特徴

由利高原鐵道では年間 20 本近くのイベント列車を運行し、人気を呼んでいる。

○エクササイズ列車：列車内で心地よい揺れを感じながら健康体操を学ぶ

○ハロウィン列車：地元の子どもも向け「ハロウィン」を企画

○クリスマス列車：クリスマスツリーを飾った車内でプレゼントを配る

事業の流れ

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

企画、運営など、
会社一丸になった
取り組み

観光協会や地元
の方々の支援

自社ホームページ、公式 Facebook
クチコミなどによる宣伝

**年間 20 本近くのイベント列車を運行、
人気を呼ぶ**

関係主体相関図

企画・立案

由利高原鐵道
アテンダントが企画

参加・協力

列車アテンダントを中心に、飾り付けなど
は運転所の協力を得て、実施

由利本荘市觀光協会が PR 支援

地元の方々がポスターの掲示やチラシの
配布について協力



←「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→



**人気を呼
ぶイベント
列車**

←アテンダントが扮
するサンタクロース

成功のポイント

鉄道事業者より成功のポイント

- 個々のイベント列車ごとにきめ細かな工夫をしている。

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。	地元以外の秋田市、にかほ市、遊佐町、酒田市なども含めた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。

由利高原鉄道 首都圏応援団の結成

由利高原鉄道株式会社

事業の概要・特徴

- 在京の“由利鉄ファン”を中心に応援団を組織して、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、ファン層を拡大している。
- 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。

目標達成状況

- イベント毎に物品販売数の目標を設定している。
- 発足したばかりで効果は不明だが、物品販売はおむね好調。

事業の流れ

公式の 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開催

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

関係主体相関図

企画・立案 由利高原鉄道

参加・協力

社長が先頭に立って実施

在京の IT アドバイザーが協力・支援



2013年3月に運用開始した由利高原鉄道の新車両



応援団募集のつり革メッセージ



応援団 Tシャツ

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- 新しい情報伝達手段である Facebook を活用したこと。
- 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こと。
- 応援団発足以降、徐々にではあるが活動が拡大してきたこと。

評価と課題

- 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。

津軽鉄道 アテンダントによる車両装飾（七夕列車・太宰列車）

津軽鉄道株式会社、立佞武多の館、津軽金山焼、かなぎ元気俱楽部

事業の概要・特徴

○事業概要

- ・「七夕」や「文豪太宰」をテーマに、アテンダントが車内の飾りつけを行い観光客や地元利用者に楽しんでもらう。
- ・テーマ性のあるイベント列車を運行することで、列車に乗ることを目的とした利用者の増加を図る。
- ・地域にも定着し、利用者は次のイベント列車を楽しみにしている。

○列車の特徴

- ・七夕列車：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列車
- ・太宰列車：太宰治の遺品を所有する地元施設の協力を得て企画した列車

○効果

イベント列車を運行することで、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。

関係主体相関図

企画・立案

- ・楽しんで参加できるイベント列車はないか、地域の魅力を伝えられる方法はないかと模索。社内で発案。
- ・その後、地元観光施設からも提案を受け、事業が展開。

参加・協力

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。



津軽半島観光アテンダント



車内の天井にたくさんの風船と星を散りばめ天の川を演出



←出入り口には笹の葉と短冊を用意



←太宰の様々な作品から人柄がわかるような文章を抜粋し、車内で紹介。
手製の太宰マント（ポンチョ）も用意、太宰気分を味わえる。

成功のポイント、今後に向けて

鉄道事業者より成功のポイント

- ・毎年違う装飾にして、楽しめるように工夫している。
- ・短冊やお客様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。
- ・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ようにしている。

今後に向けて（事業者による評価と課題）

- ・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。
- ・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様に満足していただける新たなものを企画したいと考えている。

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

津軽鉄道 地産品や地域資源を活用した地域との協働の取組み

津軽鉄道株式会社、五所川原農林高校、中里高校、地元菓子店、沿線商店、津軽飯詰駅活性化連絡協議会、NPO 法人「つがる夢庭志仙会」、NPO かなぎ元気俱楽部、津軽鉄道活性化協議会

事業の概要・特徴

- 高校生との共同企画**：地元高校等と連携して特産品（みそドーナツ、おやき）の開発・販売を実施。
- 街づくり五農農業会社**：農業高校の生徒が育てた野菜やジャム等を駅の直売所で販売。
- 無人駅の活用**：無人駅で、高校生が生産する野菜の販売や音楽会、茶会等の開催。
- その他、駅で自転車を無料で貸し出す「無料レンタサイクル事業」も実施。

地域の若者や組織との協働により、地域資源や特産物を活かした取組みを実施し、効果を挙げている。

無人駅の活用

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、活動資金の贊助会員募集
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



五所川原駅舎内に開設された直売所



高校生による販売



無料レンタサイクル(4駅に2~6台を配置)



高校生による活用が行
われている五農校前停
留所

事業の効果・成功のポイント

鉄道事業者の担当者より

- 高校生との共同企画**
 - 地元の若者たちと一緒に取り組むと、いろいろなアイデアやパワーがわいてくる気がする。
 - 高校生にも、商品のアイデアから販売まで一連の流れを体験できたと好評である。
- 街づくり五農農業会社**
 - 高校側の率先した行動と、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。
- 無人駅の活用**
 - 地域住民等が無人駅を利用すると同時に、駅の維持管理にも一役買うことで効果的な活用ができた。
- 無料レンタサイクル事業**
 - レンタサイクルの要望を受けて、無料としたことで利用が伸び、地域の活性化に貢献している。

黒部峡谷鉄道 こども駅長の日

黒部峡谷鉄道株式会社

事業の概要・特徴

- 黒部峡谷鉄道本線宇奈月駅には、小学生が駅長になって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す「黒部峡谷こども駅長の日」がある。
- 駅長を体験した小学生は、記念として制帽・白手袋・写真・記念品がプレゼントされる。子どもにとっては良い思い出に、また、鉄道事業者にとっては、こども駅長のPRで話題性を生み、集客につながる。約30年前に発案し、今も継続して実施している。

応募の状況

- こども駅長は1日あたり2名、年間4日で実施し、8名が体験できる。
- 平成25年度には8倍の応募者があった。

応募者数	64名
駅長（抽選）	8名

事業の流れ

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・記念品をプレゼント

他の鉄道会社ではなかなか体験できない
ようなこと（発車ベル合団等）ができる
良かった、と人気に
希少性が成功の秘訣に

関係主体相関図

企画・立案

黒部峡谷鉄道
社内からの発案

参加・協力

黒部峡谷鉄道：企画と運営

担当は総務部総務課企画広報係

本物の駅長が「こどもの駅長体験」をサポート



子ども駅長の体験がふたりの良い思い出になりますように



トロッコ電車の鎖かけ



改札でのきっぷ切り

成功のポイント・今後に向けた改善点

鉄道事業者より成功のポイント

- 他の鉄道会社ではなかなか体験できないようなこと（発車ベル合団等）ができる良かったという声があり、希少性が成功のポイント。
- 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）。

今後に向けた改善点

- 参加するこども・家族の都合を考慮し、日程調整の改善を図る。
- 当選結果通知を、余裕をもって知らせる（10日前を20日前に改め）。

黒部峡谷鉄道 黒部峡谷トレッキングの企画実施

黒部峡谷鉄道株式会社、黒部峡谷ナチュラリスト研究会

事業の概要・特徴

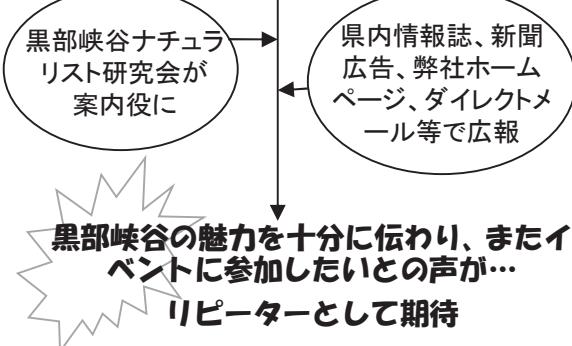
- ・黒部峡谷ナチュラリストガイドが同行し、山野草が咲く季節に欅平周辺のトレッキングを開催。
- ・壮大な黒部峡谷や川の流れる音など大自然の神秘や美しさを体感でき、楽しく黒部峡谷の自然を学ぶことができる。
- ・初心者コース、中上級者コースなど、経験に応じコースも分かれしており、黒部峡谷の魅力を存分に楽しめると評判。

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
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倍程度の応募があるが、リピーターが多くを占める

事業の流れ

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



関係主体相関図

企画・立案

社内の発案により平成21年6月から実施。

参加・協力

黒部峡谷鉄道総務部総務課企画広報係：
企画・運営

黒部峡谷ナチュラリスト研究会：
引率・案内

沿線案内



黒部峡谷をわたるトロッコ列車



ガイドの説明が人気を呼んでいる

成功のポイント・利用者の評判

鉄道事業者より成功のポイント

- ・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。

利用者の評判

- ・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。

北陸鉄道 子ども交通体験ツアー、石川線利用促進 PR 写生作品募集

北陸鉄道株式会社、金沢市交通政策課、石川線利用促進会議

事業の概要・特徴

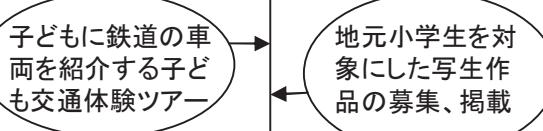
- ・地域に密着した鉄道運営を目指し、保育園児を対象とした交通体験ツアーや小学生の写生作品の車内掲載を行っている。
- ・将来の地元利用者として、鉄道に親しんでいたいと取り組みで、鉄道線の利用者の増加を目指す。

事業の成果

- ・子ども体験ツアーの参加幼児の保護者にアンケートを実施したところ、211人のうち、「子どもと電車に乗った」との回答が10%あった（金沢市）。
- ・みどころマップを利用して店に訪れてくる方が増えている（野々市市）。
- ・平成25年度の輸送実績は前年並みが確保でき、鉄道に対する意識が向上したと思われる。

事業の流れ

地域に密着した鉄道運営を目指し、子どもを対象とする運行企画を実施



今後の利用者を増やす取り組みとしての
手ごたえをつかむ

関係主体相関図

企画・立案

子どもに、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、未来の公共交通利用者の確保につなげようと発案。

参加・協力

北陸鉄道鉄道部：
交通体験ツアーの実施、表彰及び車内掲示等

金沢市交通政策課：
子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

写生作品コンクール 結果発表!!

石川線の利用促進を図るため、金沢市や石川県内の写生作品を募集し、10月22日（火）に金沢市役所横浜支所で表彰式が行われました。入賞者は以下の通りです。

最優秀 女子 大賀さん（幼稚小1年）
優秀 竹田伊吹さん（明治小1年）
中島麻理さん（明治小1年）
お詫びのあった作品は、石川線の電車



広報誌による
写生コンクール
の結果発表



表彰式

成功のポイント・子どもたちの反響

鉄道事業者より成功のポイント

- ・参加する子どもたちは、大きな動く乗り物に大変興味を示している。
- ・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などが、今後の利用者を増やす取り組みと感じている。

子どもたちの反響

- ・実際に地元の電車を間近で初めて見る子どもたちがほとんどで、すごく興味を示してくれる。

積極的なPR活動による知名度の向上

北陸鉄道 「みどころマップ」の作成、配布

北陸鉄道株式会社、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

事業の概要・特徴

- 石川線・浅野川線では、地元住民・観光客に対して沿線の「みどころマップ」を配布。
- 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）の取組みに協力し、鉄道に親近感を感じてもらおうと作成。1カ月ほどで3万7千部を配布。地元の鉄道利用者の増加を目指す。

事業の成果

- 地元の商店・名所を紹介して、車から電車利用への転換を目標とした企画だが、関係自治体の協力もあり、休日などは電車利用が少しづつ増加の傾向にある。

事業の流れ

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、PR
支援

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
電車利用が少しづつ増加の
傾向に

準備した部数は
1カ月ほどで
配布を完了

関係主体相関図

企画・立案

利用促進連絡会で提案
(平成 25 年 3 月)
マップ完成、配布
(平成 25 年 6 月)

参加・協力

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



成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- 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ること。

評価と課題

- 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カ月ほどで順調に配布が完了。
- 関係先との連絡・調整や確認に時間がかかったため、改善が必要。

ひたちなか海浜鉄道 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株式会社、国営ひたち海浜公園、茨城交通株式会社

事業の概要・特徴

- ・海浜公園のイベント時に、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区間ににおける無料シャトルバスを運行している。
- ・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ようとしたもの。
- ・ひたち海浜公園の観光客に湊線に乗車してもらい、海浜公園のほか、おさかな市場等の地元観光施設へ足を運んでもらう狙いもある。

事業の流れ

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企画

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える

関係主体相関図

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、ひたちなか市が提案。

参加・協力

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



ひたちなか市広報のPR



無料運行のシャトルバス



那珂湊おさかな市場

成功のポイント・評価と課題

成功のポイント

- ・渋滞の大幅緩和とまではいかないが、ある程度の利用者で効果もあった。市場の立ち寄りは人気もあり、今後も期待が持てる。

評価と課題

- ・便利だ、という声があり、最初にしてはまずまずの出来だった。
- ・もっとPRして利用者を増やし、便数も増加したい。

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

ひたちなか海浜鉄道 JA 野菜市

ひたちなか海浜鉄道株式会社、JA（農協）、JF（漁協）

事業の概要・特徴

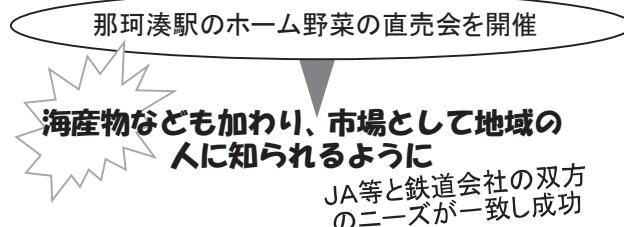
- ・鉄道会社で那珂湊駅のホームの活用方法を探していたところ、JA（農協）も地元野菜を売る場所を模索していたことで、双方の意向が一致。駅のホームを活用することでまとまったもの。
- ・毎月第一日曜日には野菜の直売会、さらに海産物なども加わり、徐々に市場として地域の人に知られるようになった。

事業が目指すもの

- ・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。

事業の流れ

- JAが朝採れ野菜を売る場所を探しているところに
- 鉄道会社では駅活性化のためのホーム活用法を模索



那珂湊駅のホーム野菜の直売会を開催
JA等と鉄道会社の双方
のニーズが一致し成功

関係主体相関図

企画・立案

J Aが野菜販売の場所を模索していたのを受けて、ホームの活用手段や駅の活性化を兼ねて発案。

参加・協力

ひたちなか海浜鉄道とJA（農協）：メインで企画

JF（漁協）：海産物の提供、販売で参加

ひたちなか海浜鉄道が、那珂湊駅のホームの一角落を提供



「関東の駅百選」にも選ばれた、貴重な木造駅舎を保有する那珂湊駅
市場はここで開催



茨城県農林水産部販売流通課の農産物PR



市場のようす

成功のポイントと今後の課題、利用者の反響

鉄道事業者より成功のポイントと今後の課題

- ・鉄道会社側で駅活性化のためのホーム活用法を模索し、JA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要因。
- ・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。

利用者の反響

- ・アンケートを実施し、約7割がよかったですと回答。
- ・その後JF（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。

積極的なPR活動による知名度の向上

ひたちなか海浜鉄道 ローカル鉄道・地域づくり大学

ひたちなか海浜鉄道株式会社・おらが湊鐵道応援団、ひたちなか商工会議所等

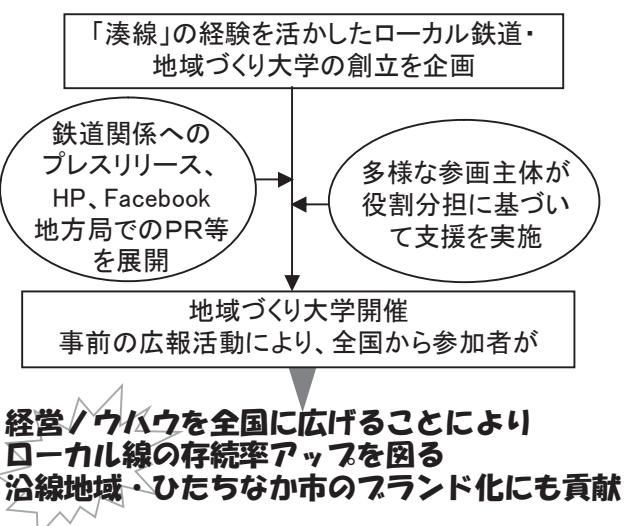
事業の概要・特徴

- ・地域鉄道再生のために、ひたちなか海浜鉄道の経営ノウハウを「ローカル鉄道・地域づくり大学」で紹介している。

事業が目指すもの

- ・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。
- ・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。

事業の流れ



関係主体相関図

企画・立案

自社で、開業2年目
から企画、平成24
年度から具体的な取
組みに

参加・協力

ひたちなか海浜鉄道：事務局を設置

NPO法人、茨城大学、おらが湊鐵道
応援団、ひたちなか商工会議所、民間
企業等で事務局を構成

自治会組織：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



ローカル鉄道・地域づくり大学サマースクールでの講義案内



受講する方々

成功のポイント・参加者の反響

鉄道事業者より成功のポイント

- ・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こと（北は東北地区、南は九州地区から。参加者も行政職、鉄道ファン、鉄道会社社員等多彩な層に及んでいる）。
- ・「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、ローカル鉄道の経営のポイント。
- ・行政には資金面等の支援をお願いするが、運営面のノウハウは期待しない。民間の発想でないと地域鉄道はやっていけない。

参加者の反響

- ・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。

鹿島臨海鉄道 貨物専用線での臨時旅客列車運転

鹿島臨海鉄道株式会社、鹿嶋市

事業の概要・特徴

- 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が乗り入れる。
- 乗客は、通常見ることのできないところから鹿島臨海工業地帯の工場風景を楽しむことができる。

目標達成状況

- 乗車人数：午前の部 200 人、午後の部 100 人を想定している。
- 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。

事業の流れ

過去の企画を復活させ実施

鹿嶋まつりに参加
協力し、当社のイ
メージアップと利
用者の増加を

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**

関係主体相関図

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。

参加・協力

鹿島臨海鉄道：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）までの往復区間を臨時運行。

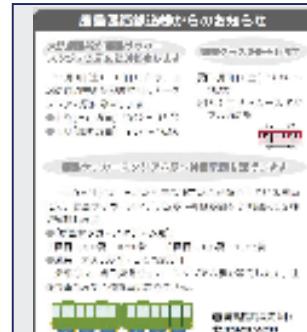
鹿嶋市：鹿嶋まつりとして市報に掲載、そのイベントとして「鹿島臨港線工場ツアー」を紹介。



通常は貨物専用の鹿島臨港線



お祭りにあわせてツアー列車を運転

貨物専用線臨時
旅客列車の運転
案内

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- 鹿嶋祭りと連携して実施していること。
- 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。
- 工場地帯の路線活用は、現役路線で旅客運行に安全性が保てるうことなど、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、廃線であれば歩かせるツアーも可能。

評価と課題

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

上信電鉄 鉄道感謝祭フェア 2013

上信電鉄株式会社、上毛電鉄、わたらせ渓谷鐵道、JR 東日本、上信電鉄沿線市町村連絡協議会等

事業の概要・特徴

- 沿線外及び沿線周辺からの集客を図ろうと、毎年恒例の「上信電鉄鉄道感謝フェア」を、上信電鉄本社、車両検修場で開催している。
- 今年も、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、ミニトレインの運転、N ゲージ運転会、鉄道グッズの販売などで盛り上がり、イベントを通して鉄道事業をアピールした。

事業の流れ

毎年行う行事、各年企画内容を社内で募集し「鉄道感謝フェア 2013」を開催

近隣の鉄道事業者や沿線自治体等が協賛

各新聞社、鉄道雑誌、市町村等にメール、FAXにてイベント掲載を依頼

鉄道ファンのイベントを超え、地域のお祭りに発展

イベントを通して鉄道事業をアピール

目標達成状況

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

関係主体相関図

企画・立案

毎年行う行事であり、今年は、鉄道事業のアピールとともに、世界遺産登録を目指す「富岡製糸場」を PR

参加・協力

上信電鉄鉄道部：イベントを主催

協賛鉄道企業（わたらせ渓谷鐵道・東武鉄道・JR 東日本）：鉄道グッズの販売

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）：ゆるキャラの出場、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



鉄道感謝祭フェアの会場



職員から説明を受ける参加者たち



鉄道感謝祭フェアのチラシ
(平成 24 年 11 月)

成功のポイント・今後に向けた改善点

鉄道事業者より成功のポイント

- 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。

今後に向けた改善点

- 子連れの家族が多く、鉄道の良さを新しい世代に継承できることを期待したい。
- 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を走らせる。
- 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。

他者との差別化を図った話題性の創出

わたらせ渓谷鐵道 旧型車両の復元・展示等の取組み

わたらせ渓谷鐵道株式会社、わたらせ渓谷鐵道連絡協議会、駅周辺の住民、
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、地元市民等

事業の概要・特徴

わたらせ渓谷鐵道では、鉄道資源を活かした地域の活性化への取組みとして各事業を実施し、話題性を創出している。

○わ89-101号保存活用事業：わたらせ渓谷鐵道のファンや支援者の増加を目指し、開業当初に導入された旧型車両の復元・展示を行う。

○ピカピカ大作戦：地元の子どもたちも参加して、トロッコ列車や普通車両の清掃を実施する。

○駅周辺整備事業：駅周辺の草刈や花植え等を、職員と地元市民がいっしょになって行う。

○ふるさと駅長：地域住民がボランティア駅長として駅の清掃等を行い、駅周辺の活性化を図る。

○各駅イルミネーション事業＆イルミネーションツアー：冬季の閑散期の誘客を図るため、各駅にイルミネーションを取り付け、ツアー列車を運行している。



イルミネーションを駆け抜けるツアー列車



神戸駅の「ふるさと駅長」、自分で栽培した野菜や果物・加工品をホームで販売、観光案内も実施（新聞報道より）



学生による美化活動



「わ89-101号」

事業の効果・成功のポイント

鉄道事業者より

○わ89-101号保存活用事業

- ・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。

○ピカピカ大作戦・駅周辺整備事業

- ・地元から発案された自主的な活動であること。また、鉄道の職員もいっしょに活動していることも、成功のポイント。

○ふるさと駅長

- ・鉄道会社側の発案に、地元の協力が得られたこと。
- ・駅の清掃等の協力をもらう一方、ふるさと駅長本人が自作品をホームで販売できるなど、双方の利益が一致していること。

○各駅イルミネーション事業＆イルミネーションツアー

- ・地元市民等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。

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
わたらせ渓谷鐵道 レストラン&駅弁事業

わたらせ渓谷鐵道株式会社

事業の概要・特徴

- 東武鉄道から譲り受けた「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する。
- 駅弁の「やまと豚弁当」は、地産地消にこだわった弁当であり、弁当にあわせてオリジナル手ぬぐいや、裏面に地図がついた斬新な掛け紙も開発している。
- 鉄道事業の赤字補填を図るだけでなく、地域の食材を使用したメニューを提供することで、地域の資源もPRする。

事業の流れ

平成6年に鉄道事業の赤字を補填しようと開業

鉄道のテーマや地産地消にこだわった駅弁等を提供（「トロッコ弁当」、「やまと豚弁当」）

平成22～24年に、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」）に参加し、好評を得る

★
レストラン&駅弁事業は黒字
鉄道の乗降客も増加

使用車両



神戸駅構内の
「列車のレス
トラン清流」

関係主体相関図

企画・立案

わたらせ渓谷鐵道

参加・協力

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」）に参加

平成22年は、7日間で5,400個を売上げ、テレビ等で取り上げられ、駅弁効果で平成24年冬季の乗降客が12%増加

イベント
を効果的
に活用



やまと豚弁当



トロッコ弁当(パッケージ)



トロッコ弁当

成功のポイント、今後に向けて

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作りと“食の安全性”を訴えたこと。
- 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。

今後に向けて

- 鉄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、事業は黒字で鉄道の乗降客の増加にも結びついている。
- 地産地消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、事業の黒字拡大を目指す。

積極的なPR活動による知名度の向上

わたらせ渓谷鐵道 「知的資産経営報告書」の作成、アテンダント体験等の取組み

わたらせ渓谷鐵道株式会社、NPO ぐんま知的資産経営ファーム、
みどり市・桐生市、地元企業、ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家）

事業の概要・特徴

ローカル鉄道の存在意義を広く知ってもらう必要から、各事業に取り組んでいる。

○「知的資産経営報告書」作成&ぐんま知的資産経営セミナー：鉄道の知的資産を報告書として取りまとめ、セミナーを開催して発表する。その後、参加者が知的資産の体験ツアーを行う。

○アテンダント事業&アテンダント体験：観光PRのためのアテンダント事業を市からの委託事業として実施する。また、一般の方を対象としたアテンダント体験を実施することで、わたらせ渓谷鐵道に親しんでもらい、知人等にもPRしてもらう。

○地元企業や首都圏メディアへのPR：地元企業の社員やぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家）の協力を得て、積極的なPR活動を実施し、知名度の向上を図る。



第2回知的資産
経営セミナー



アテンダントの
デビュー
(平成21年11月)



わたらせ渓谷鐵
道株式会社によ
るイベントPR

事業の効果・成功のポイント

鉄道事業者より

○「知的資産経営報告書」作成&ぐんま知的資産経営セミナー

- ・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できる。
- ・「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。

○アテンダント事業&アテンダント体験

- ・アテンダントによる案内は観光客に好評であり、アテンダント体験者からも、良好な感触を得ている。

○地元企業へのイベント等PR、ぐんまちゃん家の首都圏メディアへのPR事業

- ・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。

明知鉄道 ネーミングライツ

明知鉄道株式会社、中部運輸局、岐阜県観光連盟等

事業の概要・特徴

- ・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。
- ・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したもの。

事業の流れ

地元自治体から提案をもらい、社内で検討
「ネーミングライツ」を実施

沿線のイベントと関連付けてPRの展開

- ・新聞社で記事を掲載、テレビ会社からの取材、等

地元自治体との連携と
社内での役割分担

- ・「ほっといわむら」にて、ヘッドマークを作成
- ・社内役割分担（プレートの発注、設置、車内アンケート紹介）

愛称（ネーミングライツ）列車の運転
鉄道を身近に感じ、愛着を持ってもらうことで、
観光客の増加を目指す

関係主体相関図

企画・立案

地元自治体が提案、社内で検討のうえ、具体化

参加・協力

「ほっといわむら」でヘッドマークを作成、
社内で役割分担して実施（プレートの発注、
設置、車内アナウンス紹介）

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、恵那市岩
村振興事務所振興課、市観光協会等：PR

列車名を
自分で
決められる



1往復

5,400円

プレートは記念切符上乗
としてプレミアム

ネーミングライツの紹介



いわむら城下町のひな
まつりと関連付けたネ
ーミングライツの募集

ヘッドマークの「募集
中」と書いてあるプレ
ート部分に名付けた列車
名が掲げられる（平成
25.3.1～4.3）

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- ・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ること。
- ・旅行会社の協力が得られ、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。

評価と課題

- ・利用者から、親しみを持てると好評である。
- ・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。
- ・今後に向けて、「続けていくこと」が大切と感じている。

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
明知鉄道 急行大正ロマン号グルメ食堂車
明知鉄道株式会社、中部運輸局、岐阜県観光連盟等

事業の概要・特徴

- ・恵那駅と明智駅を結ぶ明知鉄道では、寒天を素材にした解析料理、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を運行。
- ・沿線の風景を楽しみながら、地元の食材を生かした料理を車内で味わうことができ、人気を博している。

マップ



大正ロマン号
グルメ食堂車



事業の流れ

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

PR の展開

新聞社で記事を掲載
テレビ会社からの取材、
等

地域との連携

寒天料理→地元の
商店の協力

寒天を素材にした懐石料理、地場の素材を使
った料理などを提供するグルメ列車に発展

関係主体相関図

企画・立案

町職員と社員との共同で企画

参加・協力

地元食堂関係商店による料理の調理と列車
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、恵那市岩
村振興事務所振興課、市観光協会等：PR



寒天の懐石料理



グルメ食堂車のようす



商店街の皆さんのが地元の食材を
生かした懐かしいお弁当を提供

成功のポイント、今後に向けて

鉄道事業者より成功のポイント

- ・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緒に実施したこと。

今後に向けて

- ・恵那駅から極楽駅行きにツアーで乗車したのは19,014人（昨年実績）。
- ・今年はブームも去って減少が予想されるため、対策として「極楽杯キップ」の記念乗車券を発売する。

長良川鉄道 地元企業や乗り継ぎ交通機関との連携

企業(ショッピングモール・マーゴ)との連携
長良川鉄道株式会社、ショッピングモール・マーゴ

白鳥交通との連携・世界遺産白川郷クーポン
長良川鉄道株式会社、株式会社白鳥交通、郡上市

事業の概要・特徴

- 大規模店舗との連携**: 沿線にある大規模店舗マーゴと連携し、鉄道を使った買い物企画・イベントを実施、双方の利益に結びついている。
- 企画列車の運行**: 「マーゴキッズクラブ」会員向けの列車を活用したイベント開催や、列車を利用してマーゴへ来店されるお客様向けのサービスを実施している。

- 白川郷クーポン**: 長良川鉄道と白鳥交通が連携して、美濃太田駅～白川郷までを鉄道とバスで結ぶ、「世界遺産白川郷クーポン」を発売。
※平成25年度で販売終了
- 共通定期券**: 郡上市内の高校に通う生徒への交通利便性の向上を図るために、鉄道とバスを組み合わせた定期券を発行。

事業の流れ

長良川鉄道がマーゴに連携を提案

マーゴが提案を採用

連携事業の展開

- マーゴキッズクラブ会員向けのイベント実施
- 来店されるお客様向けのサービス提供

列車の利用客や売り上げなどの面で
双方の利益に…

世界遺産
白川郷クーポン

白川郷への
アクセス断絶

北陸新幹線開通

首都圏からの観光
客の入込を予想

白鳥交通の運行

共通定期券

高校生の公共交通
利用率の低さ

バスと鉄道の平行
路線に着目

鉄道利用促進のた
めの定期券の発行



長良川鉄道を使った買い物企画やイベント
(ショッピングモール・マーゴのチラシ)

マーゴ HP: <http://www.ma-go.co.jp/mag/count/>

路線バスと鉄道でローカル線の旅を楽しもう！
長良川鉄道と白鳥交通で行く

美濃太田～白川郷

4月20日発売開始 乗継割引切符

発行 4月20日～11月10日

往復乗車券 5,600円

片道乗車券 3,000円

世界遺産白川郷クーポンのチラシ

成功のポイント

成功のポイント

- マーゴキッズクラブの企画列車は、利用した子供達がたいへん喜んでいると評判となっている。
- 企画列車は、定期的に運行することがポイントである。定期的な運行が可能な企画がつくれるかどうかが、カギとなる。

成功のポイント

- 世界遺産白川郷クーポンは、設定したルートでの観光客のほとんどが利用するようになった。
- 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ため、改善が必要。
- 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であることをアピールすることがポイント。

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

長良川鉄道 大学生との連携による企画列車の運行等

長良川鉄道株式会社、中部学院大学短期大学学生、岐阜女子短期大学学生、地元商店

事業の概要・特徴

長良川鉄道では、大学生のアイデアを活用した企画列車の運行や、定期列車を活用した自転車持ち込みサービスを実施している。

- ・あそびスター列車：中部学院大学短期大学の学生が企画する子ども連れの家族を乗せたイベント列車の運行。
- ・「食育列車」：岐阜女子短期大学学生と地元商店が連携し、食に関するテーマによる食育列車を運転。
- ・自転車持ち込みサービス：近年の自転車ブームに対応し、定期列車を活用した自転車持ち込みサービスの実施。

事業の流れ

大学生や地元商店と連携して企画
テーマは子ども、食育、そして自転車ブームも取り込み

学生が企画する
あそびスター列車、食育列車の
運転(スイーツ)

近年の自転車ブームに対応した自転
車持ち込みサービスの実施

地域と協働した取組みの充実を図り、
効果をあげている



中部学院大学キャンパスネットワークマガジンに掲載されたあそびスター列車の記事



車内で七夕飾りを作ったり、折り紙や切り絵、塗り絵などの遊びを体験



長良川鉄道サイクリング列車の案内ポスター



車内に持ち込まれた自転車

成功のポイント、今後に向けて

鉄道事業者より（成功のポイント）

○あそびスター列車

- ・2両編成で運転し、父兄も休憩できる車両を提供できること。
- ・子供たちを飽きさせず学生が上手く遊びを考えしてくれたこと。
- ・四季ごとに企画列車運行を運行することで変化をもたらされ、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）

- ・成功のポイントは、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。

○自転車持ち込みサービス

- ・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。
- ・沿線市内では、毎年ツアーオブジャパンが開催され、自転車への関心が高いこと。

中部学院大学キャンパスブログ：

<http://web2.chubu-gu.ac.jp/blog/campus/activity/post-557.html>

鉄道ニュース | 鉄道ファン：

<http://railf.jp/news/mintetsu/nagaragawa/>

長良川鉄道 県内鉄道事業者や地元組織との連携による積極的なPR活動

岐阜の宝もの

岐阜県、県内ローカル鉄道各社、地元企業

長鉄沿線応援団 NGT2

長良川鉄道株式会社、NPO団体、美濃市他

事業の概要・特徴

- 「岐阜の宝もの」の認定：岐阜県の推進する「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』にローカル鉄道（長良川鉄道、明知鉄道、樽見鉄道、養老鉄道）が認定される。（平成25年7月～）
- 鉄道事業者の連携：「岐阜ローカル鉄道連絡会議」を組織し、鉄道の利用促進を図るための取組みを実施している。平成26年2～3月には、「ぎふローカル鉄博」を開催する。

- 長鉄応援団の結成：長良川鉄道の魅力を発信するため、地元のNPO団体や企業、自治体職員などにより長鉄応援団(NGT2)を結成する。

- 応援団の活動：応援団長「ぶう」（ゆるキャラ）の就任、鉄道を利用した婚活企画、顔出しパネルの設置などを実施している。

- ローカル鉄博への参加：「ぎふローカル鉄博」では、「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。



ぎふローカル鉄博パンフレットより



栄酒列車…沿線で作られる地酒で乾杯



応援団長ぶう



沿線パワースポットめぐりの MAP

成功のポイント、今後に向けて

〈岐阜の宝もの〉実施する際のポイント

- ・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に、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。

〈長鉄応援団〉今後の課題

- ・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、構成員それぞれがやりたい事業を行う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。
- ・盛り上がりを継続させるため、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。

大井川鐵道 SL を活かした企画、イベント

大井川鐵道株式会社、地元商店街、静岡県、島田市、川根本町

事業の概要・特徴

SL 運行で有名な大井川鐵道では、本物の SL を生かした企画が評判になっている。

OSL 列車の常時運行：SL が牽引する急行「かわね路号」。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

OSL フェスタ：年に 1 回本物の SL が大集合する。会場では地元物産も販売。

○車両区見学コース：新金谷駅構内にある鉄道車両整備工場を見学できる。

このほか、廃線になった貨物用軌道跡を再利用した「井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク）」も、ダムの人造美と自然を満喫できる、と、観光客の人気を呼んでいる。

事業の流れ

本物の SL を活かして企画
SL 運行開始から 38 年目、長年の継続が蓄積

SL 列車の常時運行、SL フェスタ、車両区見学コースなど、SL の企画が満載

近年は、廃線になった貨物用軌道跡を再利用した「井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク）」も、観光客の人気に

全国に知られ、ファンが多くリピート率も高い
観光路線として存在感を
もつまでに成長

井川湖畔遊歩道
(廃線ウォーク) も好評

成功のポイント

鉄道事業者より成功のポイント

OSL 列車の常時運行

- ・長年継続してきたことが蓄積となり、旅行会社のツアーでのリピート率が高いこと。

OSL フェスタ

- ・鉄道会社のほか、地元商店街、静岡県、島田市、川根本町が連携して実施していること。
- ・大井川鐵道ならではの SL の「重連運転」が実施できること。

○車両区見学コース

- ・現場で実物を前に、専門の職員がわかりやすい説明をすること。

○井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク）

- ・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 のための埋もれた「資源」として着目したこと。
- ・鉄道敷きのため、起伏が少なく歩きやすいと高齢者にも好評。ウォーキングブームも追い風に。



○井川湖畔遊歩道（廃線ウォーク）井川ダムと見晴らしスポット

北近畿タンゴ鉄道 JR山陰本線を活用した因幡・但馬交通量促進事業

北近畿タンゴ鉄道株式会社、JR西日本、山陰海岸ジオパークセンター等

事業の概要・特徴

- ・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。
- ・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。

マップ



関係主体相関図

事業の流れ

山陰海岸ジオパークの魅力を知ってもらおうと
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、ツアーゲスト
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**

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るために、
自治体が提案

参加・協力

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、鉄道事業者、沿線市町村の協力のもと、イベント列車を運行

北近畿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



ジオパークディスカバリー号
を待つ乗客たち



点検中のジオパーク
ディスカバリー号の車内



ジオパークディスカバリーの
出発式(天橋立駅)

成功のポイント・参加者の反応

鉄道事業者より成功のポイント

- ・関係団体が連携して取り組んだことが成功のポイント。
- ・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。
- ・調整役のもとに、各主体が一丸となる魅力的なテーマ設定がポイント。

参加者の反応

- ・参加者の約95%が山陰海岸ジオパークを認識し、認知度が向上。
- ・参加者の約85%が満足した。
- ・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。
- ・アテンダントによるジオパークの案内、土産品等のサービスは大変良かった、と好評。

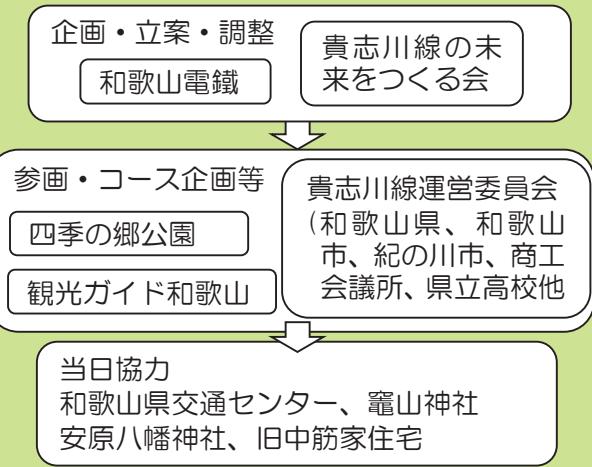
和歌山電鐵 駅からウォーク&ハイキング 2013

和歌山電鐵株式会社、和歌山県、和歌山市、紀の川市、商工会議所等

事業の概要・特徴

- ウォーキングイベントの実施**: 和歌山電鐵貴志川線の駅を集合もしくは解散とするイベントの実施にあわせ、鉄道利用の促進を図っている。
- 事業の背景**: 鉄道利用者の増加だけでなく、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目指している。
- 支援の活用**: 伊太祈曽駅・四季の郷公園連携業務（和歌山市業務委託）の中から費用の支援を受けている。

関係主体相関図



実施結果

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、筍御飯とジビエ（シシ汁）付き



成功のポイント・今後に向けて

鉄道事業者より（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。
- 職員も参加し、利用者から直接意見や感想を聞くことも重要であると考えている。
- 定例の会合で、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。

評価と今後向けた改善点

- 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。
- 今後の改善点は、安全に十分配慮したコース設定や運営、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、新規参加者の獲得など。

和歌山電鐵 沿線の地域活性化

和歌山電鐵株式会社、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

事業の概要・特徴

- 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）等が連携して、貴志川線沿線の地域活性化を目指す。
- 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。

関係主体相関図

企画・立案・調整

和歌山電鐵

山東まちづくり会

参画・イベント企画等

貴志川線の未来
をつくる会

有四季の郷、バンブー
俱楽部、プロジェクト
Night of Light、地元
小学校、地元自治会等

和歌山市

関係事業者等と一体となつた運営会議を中心にはまざまな事業を展開
事業内容毎に関係する団体が参加



周辺マップ
の作成

竹燈夜の開催



竹燈夜 in 四季の郷



沿線の景観形成

成功のポイント・今後に向けた改善点

鉄道事業者より（成功のポイント）

- 多くの関係事業者が参画しているが、運営会議がその中心を担っている。
- 運営会議が円滑に機能していることが事業を上手く進めるポイントとなっている。

今後に向けて

- 沿線の多数の団体や住民等が参加する活動を、さらにまとめあげていきたい。
- 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たい。

北条鉄道 第6回北条鉄道まつり

北条鉄道株式会社（地域住民等を招待）

事業の概要・特徴

- 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した。
- 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した。

- 地域の協力で6駅に水洗トイレが完成し、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乗車に招待したもの。

事業の流れ

今年で6回目を迎える
北条鉄道恒例イベントとして企画

「北条の宿はくらんかい」と同時に
開催

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で広報

**日頃の支援に感謝して地域住民等を招待
地域と一緒に運営していることが
地域住民に認められている**

関係主体相関図

企画・立案

北条鉄道が、地域の日頃の
支援に感謝の意味を込めて
企画

参加・協力

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

第6回 北条鉄道まつり

2013年
10月27日(日) 10:00 ~
~ 15:00



第6回北条鉄道まつりのポスター



ボランティア駅長による
一日体験教室の開催



きり絵教室

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- 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。
- 地域に密着する意識をもっていれば、どこでも可能。

評価と課題

- 日頃の支援に感謝する意味が大きい。地域と一緒にやってていることが認められていると感じる。
- 来年は、もっと多くの人に集まらせてもらうようにしたい。

水間鉄道 まち愛カフェ

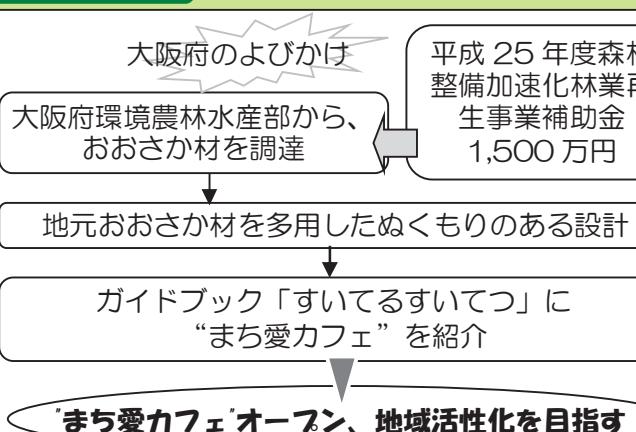
水間鉄道株式会社、大阪府環境農林水産部、NPO 法人住宅長期保証支援センター・カメヤグローバル株式会社

事業の概要・特徴

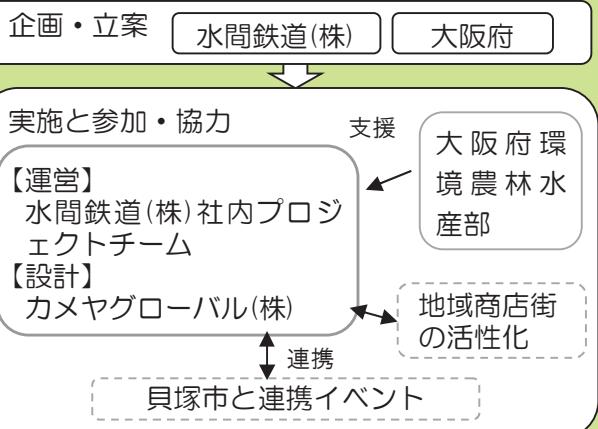
- ・水間観音駅構内に地元おおさか材を多用した“まち愛カフェ”を建築し、ぬくもりのある良質の地域産材の良さをアピールし、利用者の増加をねらう。
- ・“まち愛カフェ”を地域住民のコミュニティの場所として活用し、地域活性化や鉄道利用の促進を目指す。
- ・休憩・飲食場所を提供するとともに貝塚市の歴史を観光客に紹介し、名産品を販売。



事業の流れ



関係主体相関図



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



水間観音駅のみそか亭: 終夜運転の
ヘッドマーク



水間観音駅では、枕木オーナー
制度も実施

事業実施にあたって

鉄道事業者よりコメント

- ・地域の皆様が集まる場として、駅や鉄道を活用してもらいたい。まち愛カフェの活用によって今後の地域の活性化を期待している。

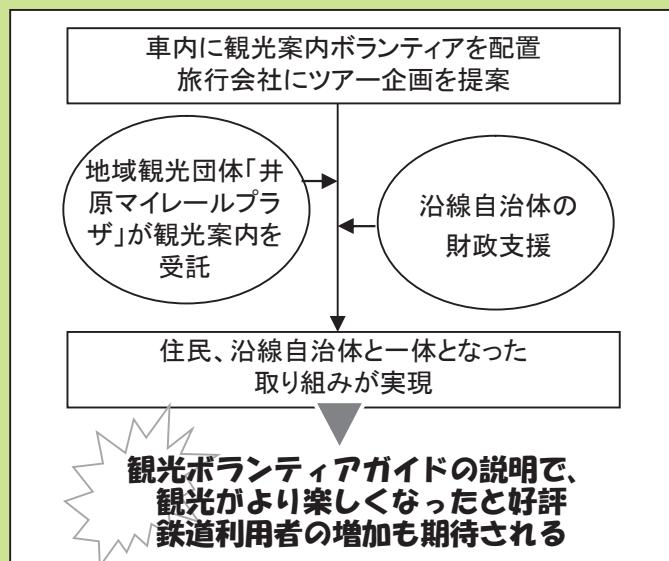
井原鉄道 車内観光案内ボランティアの配置

井原鉄道株式会社、地域観光団体「井原マイレールプラザ」、沿線自治体

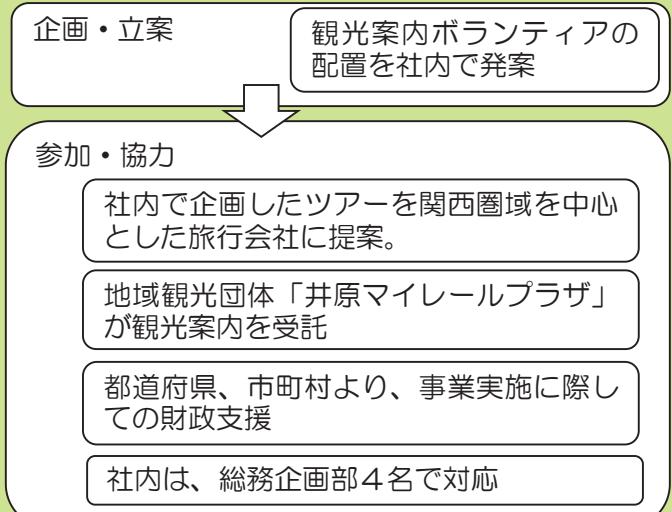
事業の概要・特徴

- 井原鉄道を利用する旅行会社のツアーには、特別企画車両「夢やすらぎ号」に沿線案内を行う観光ボランティアガイドが乗車、ガイドの説明で、観光がより楽しくなったと好評を博している。
- 井原線の沿線施設と一緒にとなったツアー観光をPRするために実施したもの。
- 地域住民で組織する団体が観光案内ツアー役を受けもつことになり、住民と一緒にとなった取り組みが実現した。

事業の流れ



関係主体相関図



旅行会社のツアーが利用する「夢やすらぎ号」(右)



「夢やすらぎ号」の車内

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- 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や旅行会社が商品として企画販売をしてくれたこと。

評価と課題

- 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。
- 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。
- 観光客のレベルが高くなっているので、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も必要である。

錦川鉄道 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

錦川鉄道株式会社、山口県、岩国市

事業の概要・特徴

- ・当初、鉄道の沿線美化を地元住民と鉄道社員とで始めた活動が、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。
- ・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。さらに地元料理店と提携した駅弁も登場し好評。
- ・過疎化、少子高齢化、モータリゼーション等の影響による利用者数の低下と収益の減少（赤字脱却）に対処するために、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。

事業の流れ

- 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

関係主体相関図

企画・立案

町職員と社員との共同で企画

参加・協力

地元住民と鉄道社員の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し予約制で「錦川清流駅弁」を販売

鉄道会社は、鉄道運行、観光徐行、運転士による観光案内、車両更新等を実施

国や県も、補助金等で支援



観光徐行ポイントのひとつ「かじかの滝」

とことこトレインのきらら夢トンネル
(地元学生、生徒がデザイン)錦川清流駅弁
岩国寿司(すし)のほか、岩国レンコンを使った料理などが入っている

評価と課題

＜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こと。
- ・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。

＜課題＞

- ・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。

土佐くろしお鉄道 中村駅まつりの開催、サイクルトレインの実施

中村駅まつり

土佐くろしお鉄道株式会社、 LLP しまんと、四万十なかまの会、かわらっこ、高幡街商組合、若藤寮等

サイクルトレイン

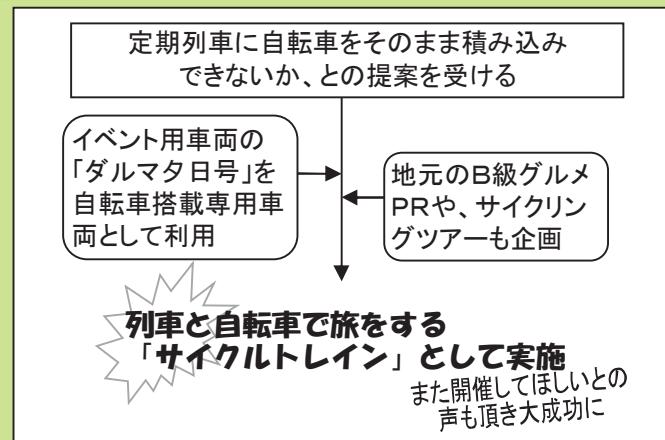
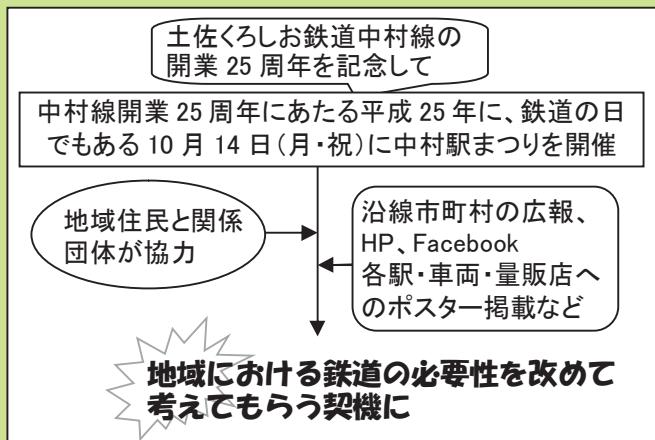
土佐くろしお鉄道株式会社、ランドリージャパン、エコ幡多

事業の概要・特徴

- ・土佐くろしお鉄道中村線が開業して 25 周年を記念して、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、鉄道の中心駅で「中村駅まつり」を開催。
- ・アンパンマン列車の撮影会及び着ぐるみ、かき氷の販売、お楽しみ抽選会などにぎわう。

- ・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を満喫するサイクルイベントとして人気をよんでいる。

事業の流れ



中村駅まつりのチラシ
(2013 年 10 月)



ようこそ中村駅へ！



成功のポイント・今後に向けて

鉄道事業者より成功のポイント

- ・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ること。

今後に向けて

- ・まつりは好評を博した。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。

鉄道事業者より成功のポイント

- ・「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。

今後に向けて

- ・これまで各駅に自転車を駐輪している人も、サイクルトレインを活用すれば、自転車を余計に保有しなくて済む。観光はもちろん、住民の足としても使ってもらいたい。

阿佐海岸鉄道 なごみ列車、寄席列車、LED装飾列車の運行

阿佐海岸鉄道株式会社、沿線の市町村

事業の概要・特徴

- ・阿佐海岸鉄道では、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、ユニークなアイデアを取り入れた企画列車を運行している。

- ・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、実施した。
- ・企画は好評で、地域に密着した鉄道として親しまれている。

事業の流れ

ユニークなアイデアを取り入れた
列車の運行を企画

列車の運行形態
や停車状況に合
わせ、地域の協
力を得て実施

沿線の町が阿佐東
線連絡協議会を立
ち上げ、必要により
経費を補填

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

関係主体相関図

企画・立案

地域振興と利用者数の増加
を目指し、社内で発案

参加・協力

なごみ列車、寄席列車は、企画・運営は自
社で、PRや集客等は沿線自治体が協力し
て実施

LED列車は自社のみで実施

沿線の町が阿佐東線連絡協議会を立ち上げ、
各事業について必要により経費を補填



なごみ列車



寄席列車



LED列車

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- ・沿線自治体や商店の協力があり、事前のPRが出来たこと、珍しい企画を実施したこと。
- ・トンネルが多い路線の特徴を生かして企画したこと。
- ・マンネリ化すれば飽きられるため、常に企画の工夫に力を注いでいる。

評価と課題

- ・それぞれの企画が好評。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。
- ・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、大盛況。
- ・今回で5年目を迎えるLED装飾列車は、県内外からも来客が。
- ・個々の企画に磨きをかけ、持続でき、効果ある事業に育てたい。

甘木鉄道 キリンガーデンクーポンPR事業

甘木鉄道、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

事業の概要・特徴

- 多くの人が集まる西鉄の天神福岡駅を借り、甘木鉄道沿線の観光パンフレットを手渡し、利用をPRしている。
- 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を添えてPRを実施、好評を得る。

- 西鉄と連携して、甘木鉄道の列車の増収増客を図ろうと企画した。
- 甘鉄沿線の施設、観光地のPRを兼ねて実施している。

事業の流れ

駅で沿線の観光客にパンフレットを手渡し、
鉄道利用をPRすることに

鉄道利用の起点となる西鉄の天神福岡駅等を借りて実施

沿線企業にも協力を呼びかけ(今年度はキリンガーデンクーポンを添えてPRを実施)

回を重ねるごとに手渡しの方法を改善し、効果をあげる

**今後もPR事業を継続、
増収増客に繋がるよう取り組みを強化**

関係主体相関図

企画・立案

社内でアイデアを発案、検討

参加・協力

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、キリンピアファーム、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



キリンガーデンクーポンのチラシ

沿線イベントをPRするHP



西鉄の天神福岡駅

成功のポイント・今後に向けて

鉄道事業者より成功のポイント

- 連絡線となる西鉄と連携してPRしていることが成功のポイント。双方の利用客増加が共通目標になっている。
- 回を重ねるごとに手渡しの方法を改善、効果をあげていること（当初、パンフレットにティッシュを、次には地元のお菓子を添え、さら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くるまでになった）。

今後に向けて

- 企画切符の存在をもっと知ってもらえるように、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。
- 期日までに準備が間に合わず配布が間に合わない例も。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したい。

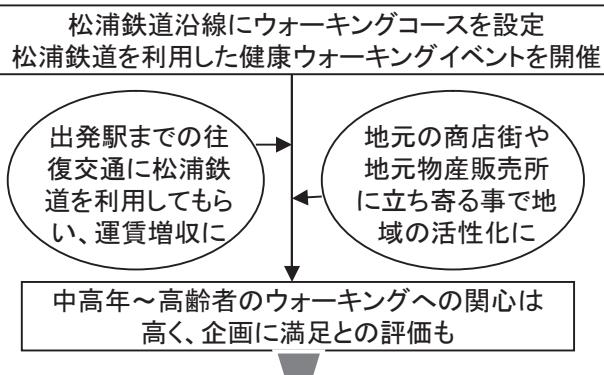
松浦鉄道 MR 健康ウォーキング

松浦鉄道株式会社、沿線4市2町

事業の概要・特徴

- ・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。
- ・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、運賃増収に繋げよう企画。
- ・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も繋げようとするもの。

事業の流れ



関係主体相関図

企画・立案

松浦鉄道を利用した健康ウォーキングイベントを企画

参加・協力

松浦鉄道営業部：ウォーキングコース（毎回違ったコース）を設定

沿線4市2町：PR
(佐世保市、平戸市、松浦市、佐々町、伊万里市、有田町)



イベントのチラシ



健康ウォーキングイベント



年間計画表

成功のポイント・評価と課題

鉄道事業者より成功のポイント

- ・ウォーキングブームにうまく対応できること。
- ・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。

評価と課題

- ・中高年～高齢者のウォーキングへの関心は高く、企画に満足しているようす。
- ・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。

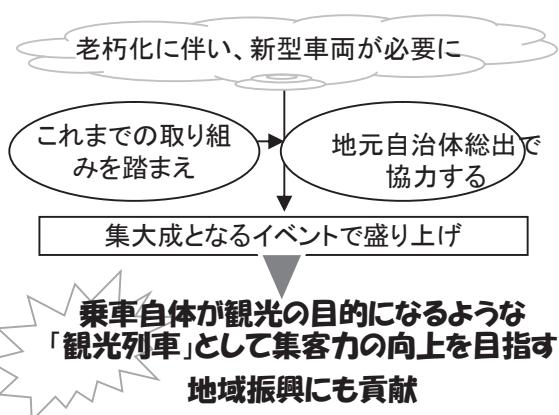
くま川鉄道 新型車両導入イベント

くま川鉄道株式会社、駅周辺住民、県旅行会社

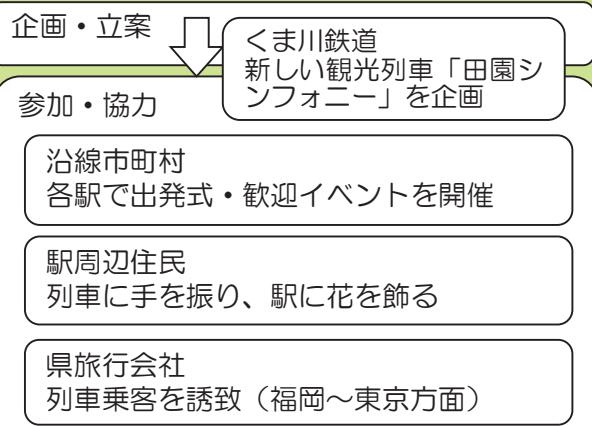
事業の概要・特徴

- 開業から 24 年が経過して老朽化した車両に代わり、2014 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。
- 拠点駅となる人吉温泉駅ホームで記念イベントを実施（平成 26 年 3 月）。出発式で新型の観光列車をアピールした。
- 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し、人口減少で年々減り続ける利用者を増やし、観光振興を図ることを目指している。
- 最終的には 5 両の新型車両が導入される予定。

事業の流れ



関係主体相関図



成功のポイント、今後に向けて

鉄道事業者より成功のポイント

- 「人吉球磨広域行政組合」は、広域観光の核として本年4月に「広域観光課」を新設。人吉球磨の広域観光のグ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。
- 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。

今後に向けて

- イベントは多くの来場者があり、その後も新型車両導入による効果が見られた。
- 新型の観光列車が目標に向けて活躍できることに期待する。

地域鉄道の再生・活性化モデル事業の検討調査

参考資料

平成 26 年 3 月

国土交通省 鉄道局 鉄道事業課 地域鉄道支援室

(企画・編集 : ランドブレイン株式会社)