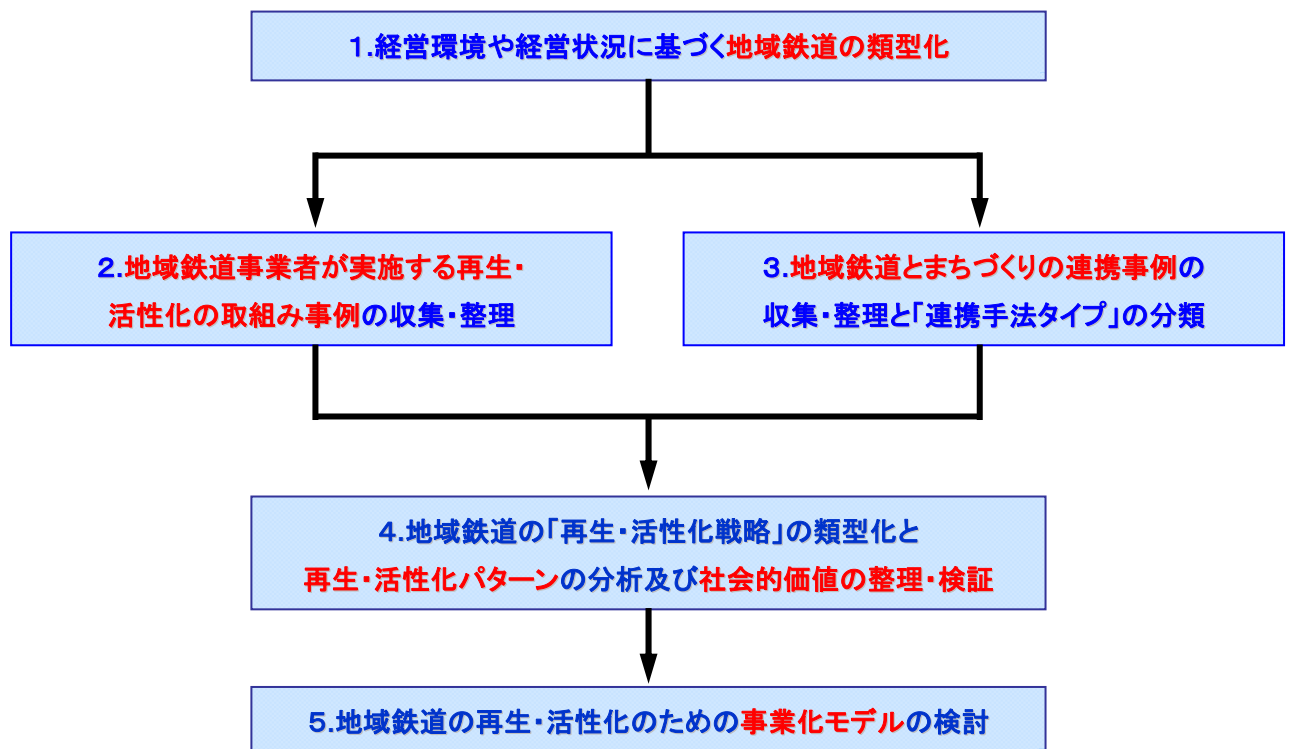


鉄道運輸機構 調査報告

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。

<調査・検討フロー>



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。

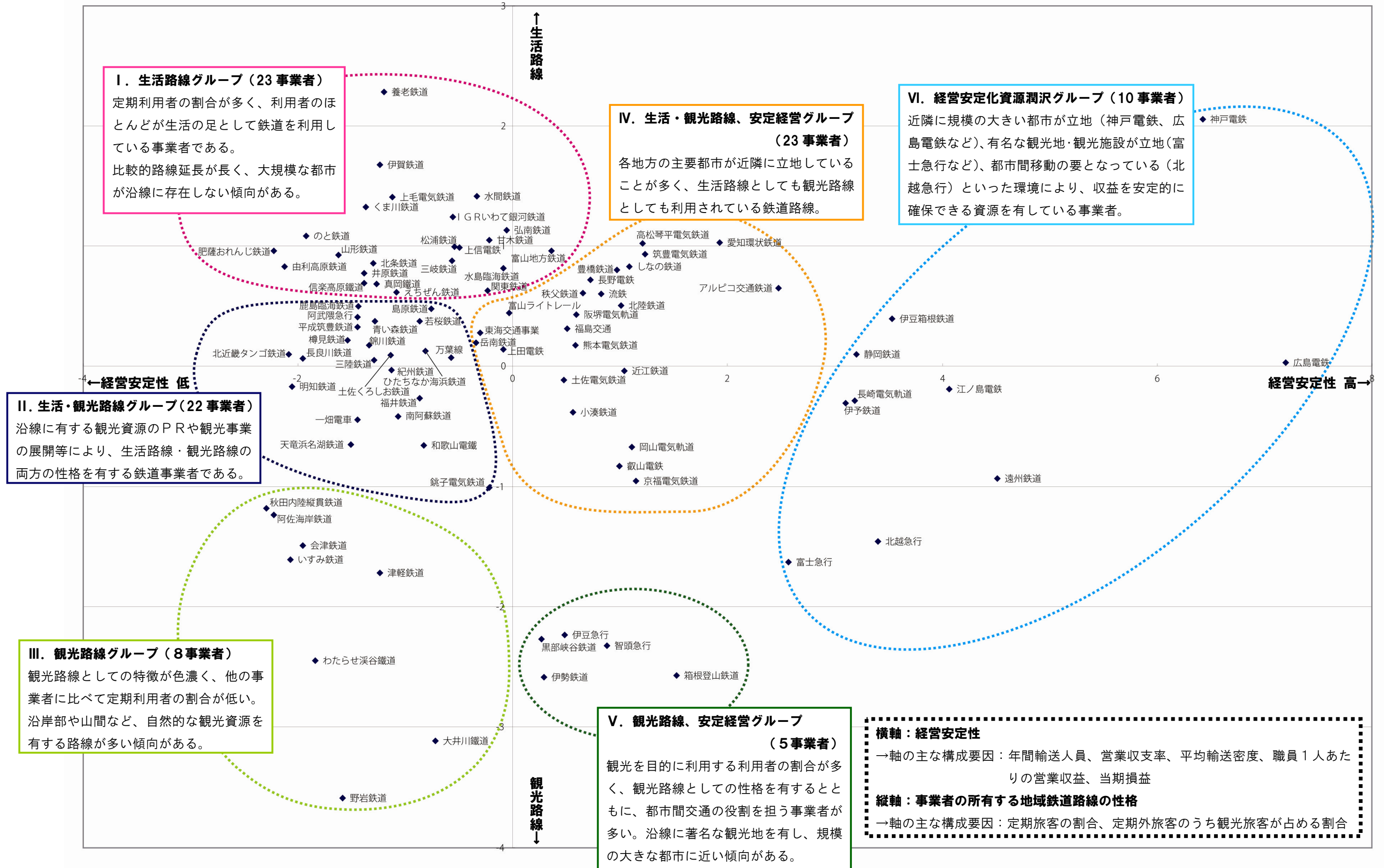
■経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化の分析に用いたデータ

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	

「定期外旅客のうち観光旅客が占める割合」のデータについては、各事業者を対象としたアンケート調査により取得している。定期外旅客のうち観光旅客が占める割合について計測を行っている事業者についてはその値を、計測をしていない事業者は感覚的数値を聞いている。また、アンケート回答がない事業者については、前述の事業者の回答から取得したデータの平均値（24％）を導入した。

なお、上記以外に経営環境や経営状況に基づいた事業者の分類に影響すると想定される要因として、「平日と休日の輸送人員の比率」「観光に係わる問い合わせ件数」「乗車目的別輸送人員」等が考えられるが、全事業者のデータ取得が非常に困難であるため、今回の分析には採用していない。

■経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化【分析結果】



2. 地域鉄道事業者が実施する再生・活性化の取組み事例の収集・整理

第2回研究会で報告があった日本観光振興協会が実施した調査において、観光の側面から各地域鉄道事業者が実施している取組みについては整理が行われている。ここでは、日常的利用者（定期利用・生活利用）の促進策・運輸外収入増収策・費用節減対策についての視点を加えて、改めて各事業者が実施する再生・活性化の取組み事例について、再整理を実施している。

下記は、再整理を実施した際の観点を示したものである。この観点によって各事業者の再整理を実施し、この整理結果をもとにアンケート調査を実施している。

■各事業者の取組内容の類型項目

再生・活性化の取組み類型 (日常利用者の促進策・運輸外収入増収策・費用低減対策等をふまえ、再整理したもの)		定期利用	定期外利用		
			生活利用	観光利用	
鉄道利用促進策	イメージ向上・PR	メディア等を活用したPR		○	
		イメージキャラクターづくり		○	
		鉄道施設の付加価値づくり		○	
		著名人へのPR依頼（PR大使）		○	
		鉄道を利用した通勤促進PR	○		
	沿線地域の情報発信	情報媒体の制作		○	○
		地域等との共同プロモーション			○
	車両の観光魅力向上	観光車両の導入			○
		イベント列車の運行			○
		車両のラッピング			○
	イベント・ツアーの開催	イベントの開始			○
		ツアー等の定期開催			○
		旅行商品の造成			○
	乗継交通との連携	他鉄道や路線バスとの接続利便性向上	○	○	○
		他路線への乗り入れ	○	○	○
		レンタサイクル・サイクルトレイン		○	○
	自動車利用者の乗車促進	P&R（駐車場整備等）	○	○	○
		マイカー陸送サービス			○
		ノーマイカーデーの実施			○
	輸送サービスの向上	車両の更新・高速化	○	○	
		運行本数増	○	○	
		ダイヤの工夫	○	○	○
	接客サービスの向上	サービス講習の実施		○	○
		アテンダントの配置		○	○
		眺望ポイントでの減速・アナウンス			○
	環境美化・駅の魅力向上	鉄道沿線の景観整備			○
		駅施設のバリアフリー化		○	○
		新駅の整備	○	○	○
観光施設の一体整備				○	
企画切符・定期券の工夫等	他の交通機関とのセット乗車券		○	○	
	沿線施設等と連携した企画切符		○	○	
	事業者単独の割引乗車券の販売	○	○	○	
	シニア定期、通院定期等の発行	○			
	通勤・通学定期券の工夫・補助等	○			
地域サポートによる乗車促進	商店街等との連携		○	○	
	沿線企業の鉄道通勤バックアップ	○			
	意識啓発活動（シンポジウム）などの開催	○	○		
運輸外収入増収策	駅構内を有効活用した物販の充実				
	鉄道オリジナルの土産物の開発・販売				
費用節減対策	マイレールボランティア駅長等の採用				
	オーナー制度等によるサポート				
	上下分離方式の採用				

3. 地域鉄道とまちづくりの連携事例の収集・整理と「連携手法タイプ」の分類

ここでは、2. で取りまとめた各事業者が実施している再生・活性化の取組みのうち、まちづくりと連携した取組みについて、各種取組みを実施するうえでの連携手法（連携主体とその連携内容）について、統計的手法を用いてタイプ分類を行う。

各取組みを実施するうえで、どのような団体・個人と、どのように連携して実施したかを明らかにするアンケート調査を実施した。これに併せて、鉄道利用促進効果および沿線地域への波及効果に効果的な取組みについても聞いている。

【アンケート調査概要】

地域鉄道事業者が実施している再生・活性化の取組みに関して、どのような団体と連携し、どのように連携しているかを明らかにするためのアンケート調査を実施した。

調査対象：地域鉄道事業者 91社

調査期間：(配布) 8月21日(火)・22日(水) (回収期限) 8月29日(水)

調査方法：郵送配布、FAX回収

回収状況：78社から回収(回収率：85.7%)

調査項目：・各種取組みにおける国からの資金支援制度の活用状況

・鉄道利用促進効果および沿線地域への波及効果に効果的な取組みについて

・再生・活性化の取組みの連携手法

(・定期外旅客のうち観光客が占める割合(前出))

【アンケート集計結果】

●各種取組みを実施するうえでの国からの資金支援制度の活用状況

アンケート調査にあわせて、地域鉄道事業者が取組みを実施するうえでの、国からの資金支援制度の活用状況についても調査した。下表はその集計結果を示したものである。

■国からの資金支援制度の活用状況

支援制度	活用した事業者数	取組み内容
地域公共交通活性化・再生総合事業費補助金	19社	・新駅の開業 ・駅舎の改修(待合室の整備、電光掲示板の設置など) ・新型車両や観光車両の整備・導入 ・パークアンドライド駐車場の整備 ・列車の増発、イベント・企画列車の運行 ・ツアー、イベントの企画・実施 ・オリジナルグッズ、弁当、土産物の開発・販売 ・イメージキャラクターづくり ・企画割引切符の導入 ・パンフレット、観光マップなどの制作 ・上下分離方式の採用
地域公共交通確保維持改善事業費補助金(利用環境改善促進等事業)	1社	・ICカードの導入
幹線鉄道等活性化事業費補助(連携計画事業<コミュニティ・レール>)	2社	・新駅の開業
観光地域づくりプラットフォーム支援事業	1社	・沿線ウォーキングなどのイベントの開催
観光圏整備補助事業(平成22年度で終了)	2社	・観光施設と連携した企画割引切符の導入
過疎対策事業債(総務省)	0社	-
地域自主戦略交付金	0社	-
社会資本整備総合交付金(旧まちづくり交付金等)	1社	・駅舎の新設、改修
農林水産省関係の補助等	0社	-
経済産業省(中小企業庁含む)関係の補助等	2社	・観光車両の整備・導入
厚生労働省関係の補助等(ふるさと雇用再生特別交付金等)	7社	・レンタサイクルの導入 ・沿線ウォーキングなどのイベントの開催 ・医療ツーリズムの企画・実施 ・観光ガイドマップの制作
その他	10社	・新駅の開業 ・新型車両の導入、ラッピング列車の整備 ・ツアーの企画・実施 ・アテンダントの配置 ・フォトコンテストの開催

●鉄道利用促進効果および沿線地域への波及効果に効果的な取組みについて

各鉄道事業者が実施している取組みのうち、下表に示す5つの効果に対して効果的な取組みを最大3つ、その中から特に効果的な取組みを選択してもらった。

■鉄道利用促進効果および沿線地域への波及効果項目

効果項目	
鉄道利用促進効果	観光を目的とした鉄道利用者の増加
	日常の鉄道利用者の増加
沿線地域への波及効果	観光振興 (沿線観光地への入込客数等の増加)
	商店街の活性化 (周辺の商店街における賑わいの向上)
	地域知名度の向上

その集計結果を示したものが下表である。次頁以降に、各効果項目の傾向を示す。

■取組みの種類ごとの「効果的な取組み」「特に効果的な取組み」の件数

※【 】内は、効果的な取組みのうち、「特に効果的な取組み」の数

取組みの種類	鉄道利用促進効果		沿線地域への波及効果		
	観光利用者増	日常利用者増	観光振興	商店街の活性化	地域知名度の向上
イメージ向上・PR	8件【6件】	3件【2件】	6件	4件【3件】	16件【11件】
沿線地域の情報発信	7件【1件】	3件【3件】	5件【5件】	3件【2件】	7件【6件】
車両の観光魅力向上	53件【24件】	6件【1件】	33件【19件】	14件【8件】	35件【22件】
イベント・ツアーの開催	31件【14件】	7件【1件】	23件【10件】	19件【12件】	21件【8件】
乗継交通との連携	12件【4件】	14件【11件】	8件【3件】	6件【2件】	4件【1件】
自動車利用者の乗車促進	1件【0件】	7件【4件】	0件【0件】	1件【0件】	0件【0件】
輸送サービスの向上	7件【4件】	25件【9件】	5件【2件】	5件【0件】	5件【2件】
接客サービスの向上	11件【4件】	3件【2件】	7件【4件】	0件【0件】	12件【3件】
環境美化・駅の魅力向上	6件【2件】	12件【8件】	3件【0件】	9件【4件】	6件【3件】
企画切符・定期券の工夫等	57件【19件】	59件【26件】	50件【22件】	19件【12件】	9件【3件】
地域サポートによる乗車促進	2件【0件】	5件【4件】	0件【0件】	3件【2件】	2件【1件】
運輸外収入増収策	6件【1件】	3件【0件】	2件【1件】	4件【3件】	10件【3件】
費用節減対策	0件【0件】	1件【0件】	0件【0件】	0件【0件】	1件【1件】
合計	201件【79件】	148件【71件】	142件【66件】	87件【48件】	128件【64件】

<「鉄道利用促進効果」に効果的な取組みについて>

○観光・日常利用の双方に有効な「企画切符・定期券の工夫等」、目的別に内容を変化

「企画切符・定期券の工夫等」の取組みは、観光利用者・日常利用者双方の利用推進に効果的であるとの回答が多かった。観光利用者向け(57件)には、1日フリーきっぷや沿線観光施設の利用料金割引付きっぷなどが、日常利用者向け(59件)には通学・通勤実態に合わせた定期券の発行や沿線の商店街での買い物割引がセットになった乗車券などが、それぞれ効果的であると答える事業者が多かった。

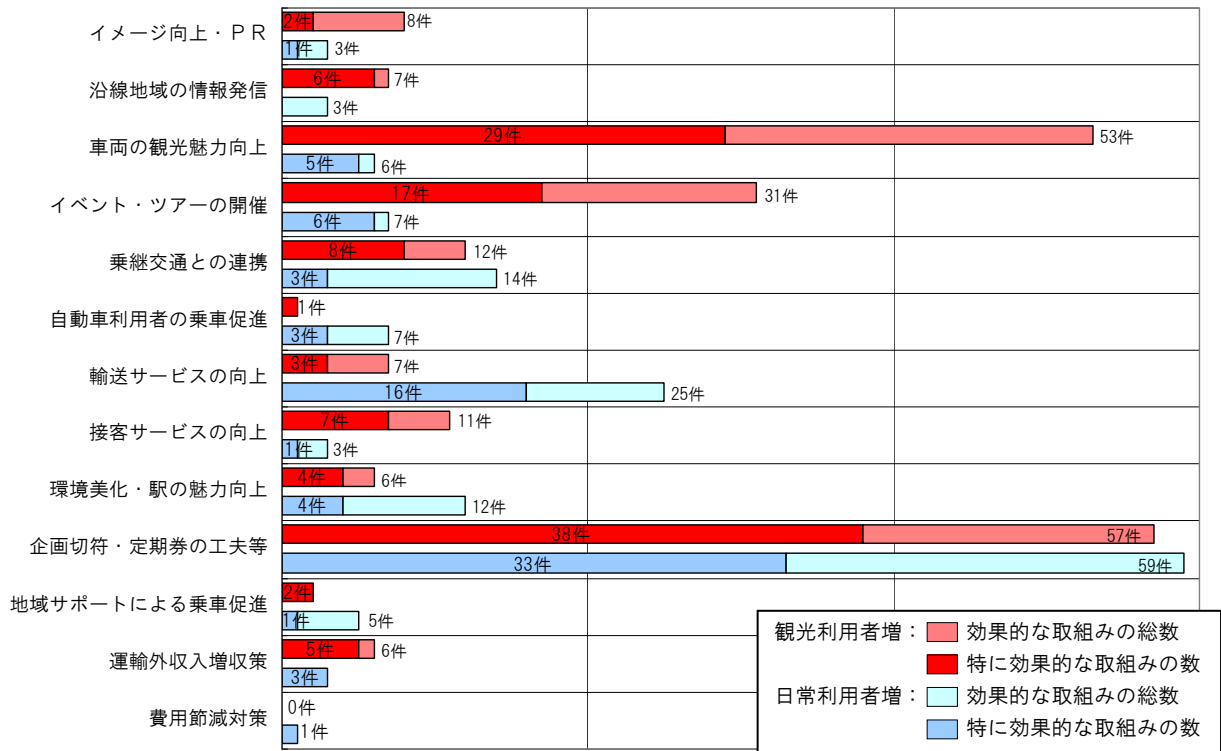
○「車両の魅力向上」「イベント・ツアーの開催」が観光利用の促進に効果的

観光利用者の利用促進には、上記以外に「車両の観光魅力向上(観光車両の導入、イベント列車の運行、車両のラッピング)」(53件)や「イベント・ツアーの開催」(31件)、次いで「接客サービスの向上(アテンダントの配置、眺望ポイントでの減速など)」(11件)が効果的であるとの回答が多かった。

○「輸送サービスの向上」「乗り継ぎ交通との連携」が日常利用の促進に効果的

日常利用者の利用促進には、上記以外に「輸送サービスの向上(車両の更新・高速化、ダイヤの工夫)」(25件)や「乗継交通との連携(他路線への乗り入れ、レンタサイクル・サイクルトレイン)」(14件)、次いで「環境美化・駅の魅力向上(新駅の整備)」(12件)が効果的であるとの回答が多かった

■ <<アンケート集計結果>>



＜「沿線地域への波及効果」に効果的な取組みについて＞

○観光振興に有効な「企画切符・定期券の工夫等」、「車両の観光魅力向上」、「イベント・ツアーの開催」

観光振興については、前頁の観光利用者の促進効果と大きく関連しており、「企画切符・定期券の工夫等」、「車両の観光魅力向上（観光車両の導入、イベント列車の運行、車両のラッピング）」や「イベント・ツアーの開催」が効果的であるとの回答が多かった。

○沿線店舗・企業と連携し「企画切符・定期券の工夫等」をすることで、商店街の活性化に効果

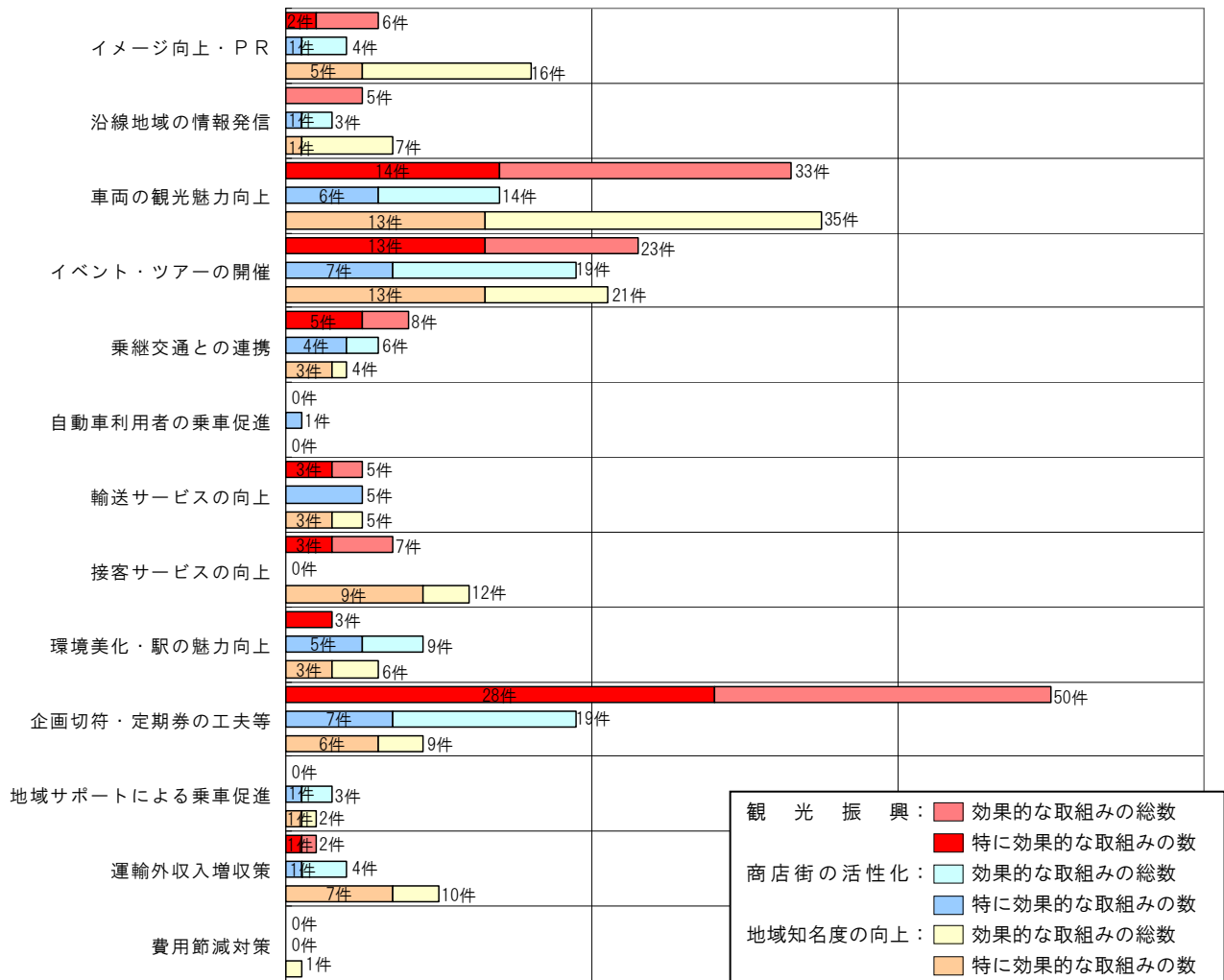
商店街の活性化については、上記の観光振興にも効果がある「企画切符・定期券の工夫等」が効果的であるとの回答が多かった。沿線の商店や施設の割引券や利用券がセットになった乗車券を企画・販売する取組みが多くみられた。商店街の活性化にはこれ以外に「車両の観光魅力向上（観光車両の導入、イベント列車の運行、車両のラッピング）」や「イベント・ツアーの開催」が効果的であるとの回答が多かった。これは、観光振興に伴う交流人口の増加に起因するものと考えられる。

○地域知名度の向上には、話題性の高い「車両の観光魅力向上」、「イベント・ツアーの開催」の実施と

それらと合わせた「イメージ向上・PR」の取組みが効果的

地域知名度の向上には、「車両の観光魅力向上（観光車両の導入、イベント列車の運行、車両のラッピング）」「イベント・ツアーの開催」「接客サービスの向上（アテンダントの配置）」「運輸外収入増収策（鉄道オリジナルの土産物の開発・販売）」など、話題性のある取組みを挙げる事業者が多かった。また、上記と併用した積極的な「イメージ向上・PR（メディア等を活用したPR、イメージキャラクターづくり、著名人へのPR依頼）」も効果的であるとの回答があった。

■《アンケート集計結果》



●各取組みの連携手法に関する調査と、取組みの「連携手法タイプ」の分類

<分類方法>

アンケート調査(下図)によって得られた、各地域鉄道事業者の再生・活性化の取組みの連携手法に関わる回答データをもとに、各種取組みの連携手法タイプの分析を実施する。

取組みの分類は、取組の連携手法を統計的に数値化し(数量化Ⅲ類)、その値をもとに類似する取組みを統計的に分類(クラスター分析)することで類型化を行う。分析の対象とした取組みは1,024件である。

《分析に用いたデータ》

- ・各取組みの企画・実施が「事業者主導か否か」
- ・取組みに関わった連携団体とそこから受けた支援・連携内容
 - (連携団体) 地方行政団体、地域団体・組織、他の交通事業者、沿線企業・商店・個人
 - (支援・連携内容) 資金支援、人的サポート、物的サポート、施策・企画実施

■各取組みの連携手法に関するアンケート調査票回答例

問：御社が実施しているさまざまな取組みのうち、地域鉄道とその周辺地域の活性化のために、沿線の自治体や地域団体と協働して実施している取組みについて、各取組みにどのような主体が関わり、どのような関わり方をしているかをお答えください。

取組みの実施主体が鉄道事業者である場合は「主導」に、他の団体の場合は「協働」に○をつけてください。

取組みの種類	取組みの内容	地域鉄道事業者		連携した団体・個人					連携した団体・個人から受けた支援内容			
		主導	協働	a. 地方行政団体	b. (協議会等含む) 地域団体・組織	c. 他の交通事業者	d. 沿線企業・商店	e. 個人	資金支援	人的サポート	物的サポート	施策・企画実施
1	環境美化・駅の魅力向上 拠点駅の改修工事と駅前広場の整備による利便性の向上	○		○	○				○	a	b e	b
2	車両の観光魅力向上 観光列車の運行	○						○		e		
3	企画切符・定期券の工夫等 沿線のバス事業者も利用できる通勤・通学定期券の発行	○				○						c
4	沿線の商店街で使用できる割引券付フリーバスの発行		○		○		○					b d
5	(上記以外の取組み内容記入欄①) レールオーナー制度 →1m単位で地域住民がレールオーナーとなり、事業者に資金提供する制度	○						○		e		

各取組みに関わっている項目すべてに○をつけてください。

各団体・個人から受けた支援内容について、お答えください。
例)「a.地方行政団体」から資金支援を受けた場合は「資金支援」の項目に「a」を記入

掲載されている取組み以外に、地域と連携して実施している取組みがある場合は、表の空欄部分に記述してください。

<分類結果>

分類の結果を下図に示す。また、この分類結果から下記のことが言える。

○「取組みに関わる連携団体・個人の多様性(横軸)」と「連携の範囲(縦軸)」による表現が可能

前述のデータを用いることで、各取組みの特徴を2つの軸で表現することができた。

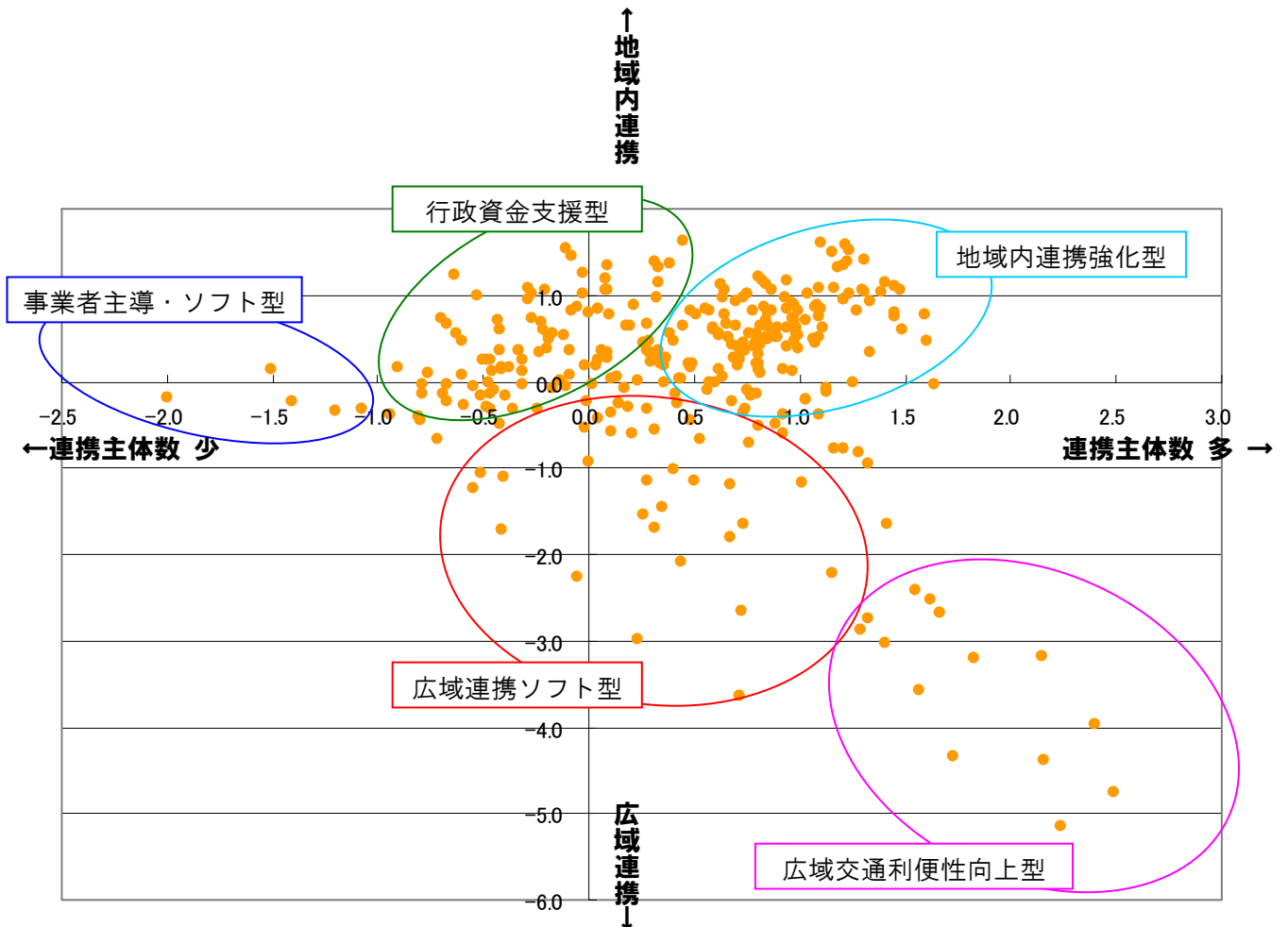
「取組みに関わる連携団体・個人の多様性(横軸)」に関しては、「地方行政団体」「地域団体・組織」「他の交通事業者」「沿線企業・商店」「個人」のうち連携する団体の多様性が増すほどグラフの右側に付置される。

「連携の範囲(縦軸)」に関しては、「他の交通事業者」と連携している取組みがグラフの下側に付置され、沿線地域に留まらない取組みが付置される。逆に、グラフの上側に付置されるのは「地方行政団体」「地域団体・組織」「沿線企業・商店」といった、地域内の団体と連携している取組である。

○取組みの「連携手法タイプ」を5つのグループに分類

次頁に示すように、「事業者主導・ソフト型」「行政資金支援型」「地域内連携強化型」「広域連携ソフト型」「広域連携利便性向上型」の5つのグループに統計的に分類することができた。

■各取組みの連携手法タイプ 分析結果



■「連携手法タイプ」の概要と主な取組内容

連携手法タイプ	概要	主な取組内容
事業者主導・ソフト型	主に他団体とは連携せず、自社企画によって単独で実施する、切符の販売やイベントの実施、各種オーナー制度などのソフト的な取組み	割引乗車券・フリーきっぷ・工夫した定期券等(事業者単独)の販売、各種オーナー制度の実施、各種グッズの制作・販売、アテンダントの配置、ダイヤ改正、イベント・ツアーの開催(事業者単独)など
行政資金支援型	主に行政からの資金支援を受けて実施する、駅舎や車両などのハード整備や地域内観光と連携した取組み	維持管理費の行政負担、各種ハード整備(新駅設置、新規車両投入・車両整備、P&R駐車場の整備)、地域内観光と連携したイベント・ツアーの開催または同企画切符の制作・販売 など
地域内連携強化型	主に地域団体や沿線企業・商店、地域住民と企画連携し、駅周辺の環境整備や、沿線施設・商店の利用割引券などがセットになった企画切符の販売などの取組み	サポータークラブ等の発足とそれによる活動(イベントの開催、意識啓発活動の開催)、駅的环境美化(住民参加型、イルミネーション整備、清掃など)、商店街や沿線観光施設と連携した企画切符の販売 など
広域連携ソフト型	主に他の交通事業者と連携した、企画切符の販売やツアー・イベントの企画・実施などのソフト的な取組み	広域移動が可能で沿線観光施設と連携した企画切符(JR・高速バス事業者などと協働)、広域でのイベント開催(地域の観光事業との連携 スタンプラリー、ウォーキング・ハイキングイベント、アニメツーリズムなど) など
広域連携利便性向上型	主に他の交通事業者と連携し、利用者の移動の利便性を向上させる取組み	相互直通運転の実施、特急車両の乗り入れ、乗り換えを考慮したダイヤ改正、バス事業との連携 など

上記の類型結果をもとに、連携手法タイプの観点から、各事業者の取組について下表のように再整理を行っている。

■「連携手法タイプ」の分類に基づく各事業者の取組内容の整理(一部抜粋)

事業者名	事業者主導ソフト型	行政資金支援型	地域内連携強化型	広域連携ソフト型	広域交通利便性向上型	総計
弘南鉄道	6件 (30%)	0件 (0%)	6件 (30%)	8件 (40%)	0件 (0%)	20件
津軽鉄道	3件 (14%)	7件 (32%)	6件 (27%)	6件 (27%)	0件 (0%)	22件
三陸鉄道	7件 (22%)	4件 (13%)	14件 (44%)	4件 (13%)	3件 (9%)	32件
福島交通	4件 (27%)	6件 (40%)	2件 (13%)	3件 (20%)	0件 (0%)	15件
阿武隈急行	10件 (63%)	1件 (6%)	2件 (13%)	3件 (19%)	0件 (0%)	16件
会津鉄道	18件 (60%)	6件 (20%)	4件 (13%)	2件 (7%)	0件 (0%)	30件
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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及び社会的価値の整理・検証

(1) 地域鉄道の「再生・活性化戦略」の類型化

ここでは、各種取組みの連携方法の観点から、各事業者の再生・活性化戦略の類型化を行う。

アンケート調査によって得られた、各地域鉄道事業者の再生・活性化の取組みの連携手法に関わるデータをもとに、各鉄道事業者の再生・活性化戦略の類型化について分析を行った。

<分析方法>

再生・活性化戦略化の類型化は、先に行っている取組の「連携手法タイプの分類」によって再整理した、各事業者が実施している取組みのタイプごとの構成比（下表赤字部分）を分析に用いる。

再生・活性化戦略に基づく各事業者の特徴を「単独型—協働型（横軸）」「資金支援型—創意工夫型（縦軸）」の2軸で表現することを想定し、各取組みのタイプの影響度を算出し、グラフ化する（主成分分析）。そして、こ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）。

また、この分析結果と「経営環境・経営状況に基づく地域鉄道の類型化」の分析結果を重ね合わせることで、再生・活性化戦略との相関関係について考察する。

■ 「連携手法タイプ」の分類に基づく各事業者の取組内容の整理（再掲・一部修正）

事業者名	事業者主導 ソフト型	行政 資金支援型	地域内 連携強化型	広域連携 ソフト型	広域交通 利便性向上型	総計
弘南鉄道	6件 (30%)	0件 (0%)	6件 (30%)	8件 (40%)	0件 (0%)	20件
津軽鉄道	3件 (14%)	7件 (32%)	6件 (27%)	6件 (27%)	0件 (0%)	22件
三陸鉄道	7件 (22%)	4件 (13%)	14件 (44%)	4件 (13%)	3件 (9%)	32件
福島交通	4件 (27%)	6件 (40%)	2件 (13%)	3件 (20%)	0件 (0%)	15件
阿武隈急行	10件 (63%)	1件 (6%)	2件 (13%)	3件 (19%)	0件 (0%)	16件
会津鉄道	18件 (60%)	6件 (20%)	4件 (13%)	2件 (7%)	0件 (0%)	30件
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

<分析結果>

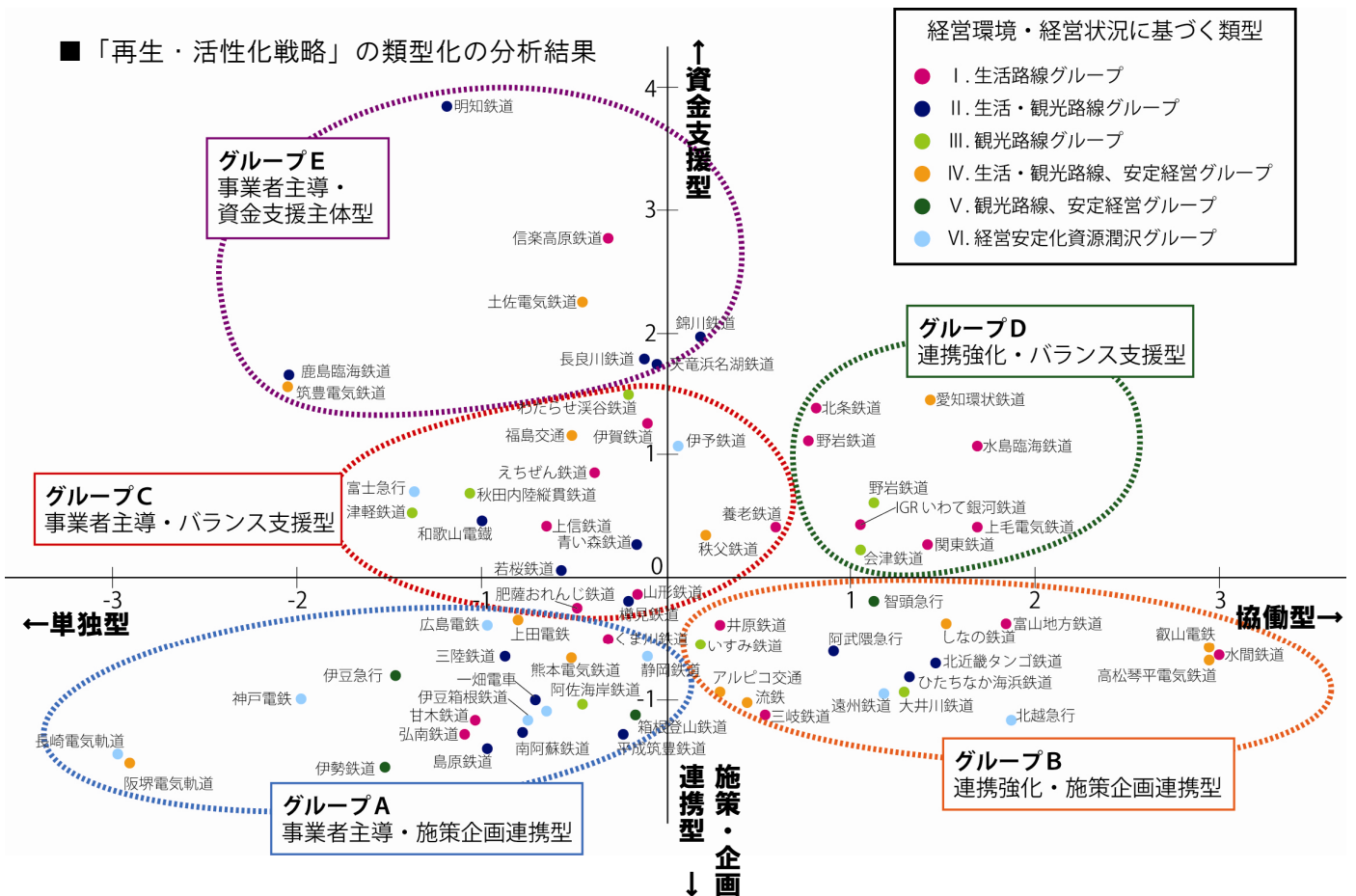
○取組の内容から5つの「再生・活性化戦略タイプ」に分類

統計的に事業者を5つのタイプに分類することができる。タイプごとに実施している取組みの内容の傾向をみると「A.事業者主導・施策企画連携型」「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」「D.連携強化・バランス支援型」「E.事業者主導・資金支援主体型」の5つの再生・活性化戦略タイプがあるといえる。

■「再生・活性化戦略」のグループとその特徴

名称	特徴
A.事業者主導・施策企画連携型	事業者主導ソフト型・広域連携ソフト型の取組みが中心 企画切符・定期券等の工夫やイベント・ツアーに関する取組み割合が高い
B.連携強化・施策企画連携型	地域内連携強化型の取組みが中心 企画切符・定期券等の工夫やイベント・ツアーに関する取組み割合が高い
C.事業者主導・バランス支援型	事業者主導ソフト型・広域連携ソフト型・行政資金支援型の取組みを平均的に実施。車両整備、イベント・ツアー、情報発信などの取組みの割合が高い傾向
D.連携強化・バランス支援型	地域内連携強化型・行政資金支援型の取組みを平均的に実施 イベント・ツアーの実施や運輸外収入増収策に関する取組みの割合が高い傾向
E.事業者主導・資金支援主体型	行政資金支援型の取組みが中心 車両整備などの、ハード面に関する取組みの割合が高い傾向

■「再生・活性化戦略」の類型化の分析結果



○「経営環境・経営状況に基づく類型」との相関性は低い

上図では、経営環境・経営状況に基づく類型 (p.3) の結果をもとに事業者をグループ別に色を付けて表記している。グラフから読み取れるように、「再生・活性化戦略」との相関性は低い。

＜「経営環境・経営状況に基づく類型」「再生・活性化戦略の類型」「営業収支指標」の重ね合わせ＞

下表は「経営環境・経営状況に基づく類型」(横軸)、「再生・活性化戦略の類型」(縦軸)の2つの類型から、改めて事業者を整理した結果である。また、表中の数値は各事業者の「営業収支指標」のグループごとの平均値を示したものである。この分析結果を「経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型」の視点から比較すると下記のことがいえる。

- 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つのグループについては、営業収支率とその変化率の数値から、他のグループに比べて厳しい経営環境にある。
- 「I. 生活路線グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は100%を切り、前年度比も負の値となっている。その中でも、「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」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率の減少の幅が比較的小さい
- 「II. 生活・観光路線グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は100%を切っているが、「C. 事業者主導・バランス支援型」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率が上昇傾向にある
- 「III. 観光路線グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は100%を切っているが、「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」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率が上昇傾向にある
- 「IV. 生活・観光路線、安定経営グループ」においては、「B. 連携強化・施策企画連携型」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率が上昇傾向にある。また、概ねどの事業者も営業収支率は100%前後で推移している。
- 「V. 観光路線、安定経営グループ」においては、前年度比の値から営業収支率は減少傾向を示すが、どの戦略パターンでも営業収支率は100%を上回っている。
- 「VI. 経営安定化資源潤沢グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は負の値となっているが、その減少幅は小さく、営業収支率はいずれ100%を上回っている。
- 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. 事業者主導・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。

■「経営環境・経営状況に基づく類型」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

		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	弘南鉄道 甘木鉄道 くま川鉄道	三陸鉄道 一畑電車 島原鉄道 南阿蘇鉄道 平成筑豊鉄道	阿佐海岸鉄道	上田電鉄 阪堺電気軌道 熊本電気鉄道	箱根登山鉄道 伊豆急行 伊勢鉄道	江ノ島電鉄 伊豆箱根鉄道 静岡鉄道 神戸電鉄 広島電鉄 長崎電気軌道		
	平均営業収支率	90.1%	81.3%	16.0%	98.5%	110.2%	106.4%	93.2%	77.0%
	前年度との差の平均	(-1.06%/年)	(-2.26%/年)	(-0.40%/年)	(-1.32%/年)	(-3.73%/年)	(-0.07%/年)	(-1.10%/年)	(-1.65%/年)
	B. 連携強化・ 施策企画連携型	富山地方鉄道 三岐鉄道 井原鉄道	阿武隈急行 北近畿タンゴ鉄道 (ひたちなか海浜鉄道)※	いすみ鉄道 大井川鉄道	しなの鉄道 アルピコ交通 流鉄	智頭急行	北越急行 遠州鉄道		
	平均営業収支率	88.6%	80.9%	76.7%	107.4%	119.8%	121.1%	96.1%	82.7%
	前年度との差の平均	(-0.81%/年)	(-0.07%/年)	(7.53%/年)	(0.52%/年)	(-1.19%/年)	(-0.28%/年)	(0.34%/年)	(0.61%/年)
	C. 事業者主導・ バランス支援型	山形鉄道 上信電鉄 えちぜん鉄道 肥薩おれんじ鉄道 (伊賀鉄道)※ (養老鉄道)※	青い森鉄道 樽見鉄道 和歌山電鐵 若桜鉄道	津軽鉄道 秋田内陸縦貫鉄道 わたらせ渓谷鐵道	福島交通 秩父鉄道	-	富士急行 伊予鉄道		
	平均営業収支率	69.4%	77.0%	66.9%	99.3%	-	109.8%	79.0%	71.2%
	前年度との差の平均	(-0.72%/年)	(0.84%/年)	(3.38%/年)	(-0.37%/年)	-	(-0.61%/年)	(-0.15%/年)	(-0.05%/年)
	D. 連携強化・ バランス支援型	I GRいわて銀河鉄道 関東鉄道 上毛電気鉄道 水間鉄道 北条鉄道 水島臨海鉄道 松浦鉄道	-	会津鉄道 野岩鉄道	愛知環状鉄道 叡山電鉄 高松琴平電気鉄道	-	-		
平均営業収支率	91.0%	-	69.4%	103.4%	-	-	90.5%	86.2%	
前年度との差の平均	(-0.71%/年)	-	(-4.56%/年)	(-0.33%/年)	-	-	(-0.88%/年)	(-1.06%/年)	
E. 事業者主導・ 資金支援主体型	信楽高原鐵道	鹿島臨海鉄道 天竜浜名湖鉄道 明知鉄道 長良川鉄道 錦川鉄道	-	土佐電気鉄道 筑豊電気鉄道	-	-			
平均営業収支率	66.5%	73.3%	-	101.0%	-	-	79.4%	72.2%	
前年度との差の平均	(-1.58%/年)	(-1.34%/年)	-	(0.22%/年)	-	-	(-0.98%/年)	(-1.38%/年)	
グループ平均	82.81%	77.86%	63.60%	102.20%	112.56%	110.03%	88.44%	77.52%	
	(-0.98%/年)	(-0.87%/年)	(0.74%/年)	(-0.28%/年)	(-1.23%/年)	(-0.22%/年)	(-0.55%/年)	(-0.63%/年)	

※ 平均営業収支率: 直近5年間(H18~H22年度)の平均営業収支率、前年度との差の平均: 前年度の営業収支率との差の直近5年間分の平均
 ※ 数値は各社の経済収支指標のグループ平均を示す
 ※ ひたちなか海浜鉄道・伊賀鉄道・養老鉄道は、5年分(H18年度~H22年度)のデータが揃わないため、グループごとの成長率の計算に加えていない

（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。

<ヒアリング調査概要>

調査対象：わたらせ渓谷鉄道（みどり市）、山形鉄道（長井市）、いすみ鉄道（大多喜町）

調査期間：それぞれ9月12日（水）、19日（水）、20日（木）

ヒアリング項目について：

- ・ 各種取組みの時系列的な流れ、取組みの経緯、トピックとなった出来事について
- ・ 効果的な取組みに関する連携手法や実施体制について
- ・ 効果的な取組みのポイントについて
- ・ 地域と連携した再生・活性化の取組みを実施するにあたり、国などから受けたい支援内容について
- ・ 地域鉄道の経営を安定化し、将来的に存続させていくためのポイントとなる事項について
- ・ 地域鉄道が存在することによる沿線の地域に及ぼす波及効果（社会的価値）について
- ・ その他、各事業者特有のトピックについて

<ヒアリング対象事業者の選定理由>

○山形鉄道【Ⅰ生活路線グループ、C.事業者主導・バランス支援型、営業収支率の変化：-1.69%/年】

生活路線グループに属し、活性化戦略タイプは「事業者主導・バランス支援型」。近年の取組みも「沿線の住民の利用者増加」を狙った取組みを中心に実施している特色がある。営業収支率は減少傾向であるが、近年はその減少率が逡減しつつある。

○いすみ鉄道【Ⅲ観光路線グループ、B.連携強化・施策企画連携型、営業収支率の変化：4.17%/年】

観光路線グループに属し、活性化戦略タイプは「連携強化・施策企画連絡型」。グッズの開発・販売、ツアー商品の販売など、観光業に係わる取組みを強化し、経営環境が上向きになりつつある。

○わたらせ渓谷鉄道【Ⅲ観光路線グループ、C.事業者主導・バランス支援型、営業収支率の変化：0.96%/年】

観光路線グループに属し、活性化戦略タイプは「事業者主導・バランス支援型」。観光に係わる取組みを数多く実施し、広報活動を強化することで、話題性を獲得。経営環境が上向きになりつつある。

今回は前回研究会から本研究会までの期間の関係上、ヒアリング調査については3事業者のみを対象としたが、他の「Ⅱ. 生活・観光路線グループ」に関する調査は、今後随時進めていく。

従って、今回示す内容は「Ⅰ. 生活路線グループ」「Ⅲ. 観光路線グループ」に限った内容である。

地域鉄道の再生・活性化の事例【山形鉄道】

生活路線グループ
事業者主導・バランス支援型

- 1988年に特定地方交通線の長井線の路線を継承し、第三セクター鉄道事業者として設立。赤湯―荒砥を結び、現在は通学目的の利用者が中心の路線である。
- 利用者減少による断続的な収入減のため、2009年に**運賃値上げ**を行っているが、**これをきっかけに沿線住民に意識の変化がありマイレール意識が芽生えるようになった**。フラワー長井線利用拡大協議会では、**地域住民が主催する山形鉄道の利用を促す取組みに対する助成を行う「マイレールサポート事業」**を行っており、駅舎の環境整備（イルミネーション設置等）の活動が行われている。
- 2009年度には、**一般公募で選出された社長が就任**した。

他の鉄道会社との差別化を図った、沿線住民の利用促進

○「**ビール列車**」は、沿線住民に移動手段以外の新たな鉄道の利用方法として考案された。1車両を貸し切り、フラワー長井線を1往復する（約2時間）。地元町内会などを中心にPR活動を行い、現在では口コミでその良さが広がりつつあり、**利用者が増加傾向**にある。車内で提供される**仕出し料理**などは沿線の商店が**請け負**っており、**地域経済の活性化**にも寄与している。

【社会的価値：商店街の活性化】



○「ハロウィン列車」「読み聞かせ列車」など、**他の交通事業者との差別化を図る取組みを企画し、利用者増加**を図っている。【社会的価値：観光振興】

○フラワー長井線利用拡大協議会が発行する「**フラワー速報**」（年2回）において、**山形鉄道で実施している取組みや、沿線の商店の紹介**などを行い、沿線住民への利用喚起を行っている。

【社会的価値：商店街の活性化】



○通学定期利用者の多い山形鉄道では、2011（H23）年度から、「**6か月定期の分割購入**」を実施している。割引率の高い6か月定期の支払いを2分割での支払いを可能にし、利用者が定期券を購入しやすくなった。当初は減収が心配されたが、長期休暇期間中の回数券利用者からのシフトにより**若干の増収があり、安定的な収入源の確保となった**。

【社会的価値：移動制約者の足の確保】

観光事業の展開と広域PR

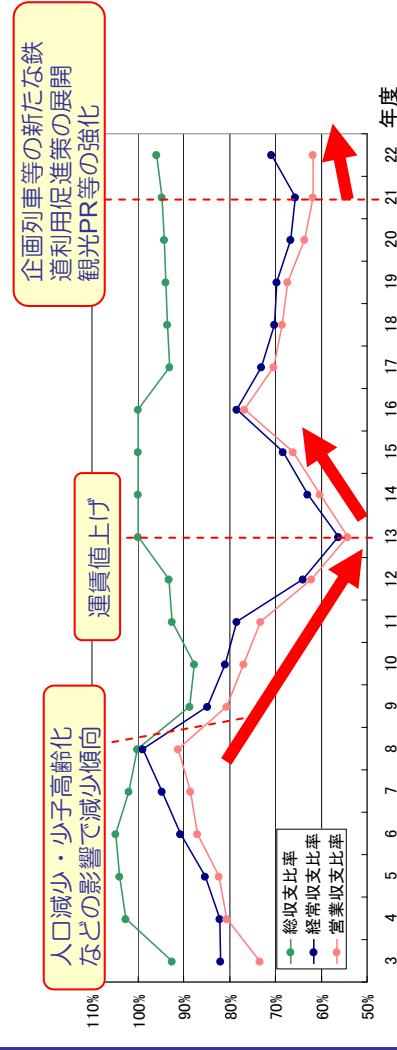
○雪の深い時期に「**豪雪列車**」と**銘打ち鉄道の運行**している。関東圏など、雪のあまり降らない地域に対し、**非日常体験**ができる列車として**宣伝活動**を行っている。**1～2月に約6,000人/月の観光利用客が訪れている**。【社会的価値：観光振興】

○山形鉄道は山形市・米沢市などの県内の主要都市に加え、仙台市・福島市・新潟市などの大きな都市から日帰り旅行ができる立地である。**近隣に人口が集中している都市が複数存在するポテンシャルを生かし、重点的に粘り強いPR活動を実施**している。

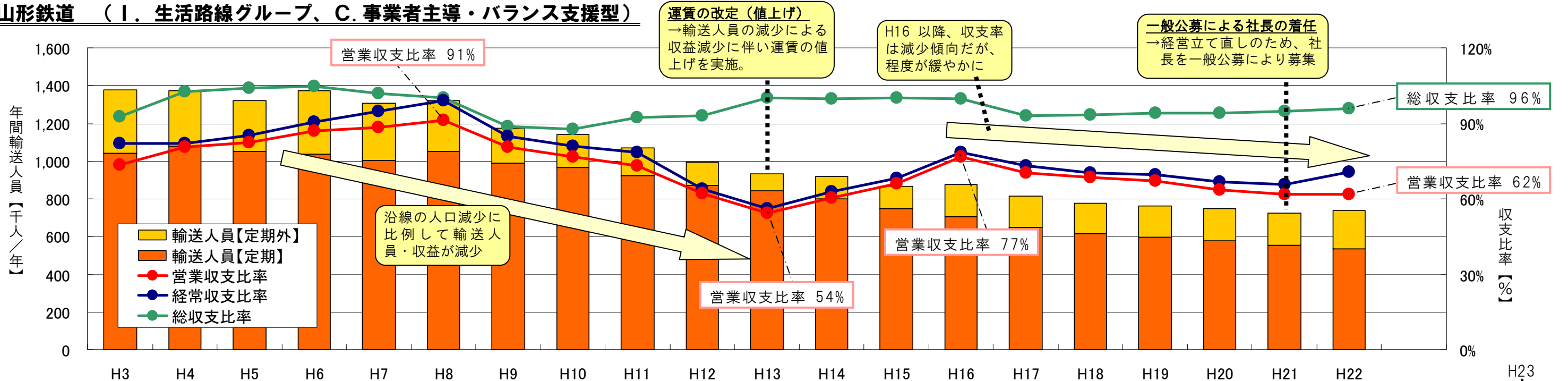
○沿線地域の**催事に加え、花笠まつり（山形市）や鉄道フェスティバル（仙台市）**などに年間約30件参加しており、グッズなどの販売とあわせて、山形鉄道のPR活動を積極的に行っている。

【社会的価値：観光振興】

経営状況の推移と取組みの関係



山形鉄道 (I. 生活路線グループ、C. 事業者主導・バランス支援型)



- 各年度に実施した取組み**
 - ギャラリー・停車場(長井駅)の整備
 - 各地域団体との連携
 - 【平成3年度以前】車内への折りたたみ自転車の無料持込の実施
- 沿線の人口減少に比例して輸送人員・収益が減少**
- 運賃の改定(値上げ)** → 輸送人員の減少による収益減少に伴い運賃の値上げを実施。
- H16以降、収支率は減少傾向だが、程度が緩やかに**
- 一般公募による社長の着任** → 経営立て直しのため、社長を一般公募により募集
- 営業収支比率 91%** (H3～H8)
- 営業収支比率 54%** (H13)
- 営業収支比率 77%** (H16)
- 営業収支比率 62%** (H22)
- 総収支比率 96%** (H22)

取組の内容やキーポイント

- ビール列車の運行 新たな鉄道の「利用方法」を考案**
⇒ 移動手段としての利用促進には限界があるため、**新たな手段で沿線住民が鉄道を利用できる手段として実施**。どの駅からでも乗車可能。1運行あたり2時間、39,000円。車内で提供する仕出し料理は沿線企業から調達することで**沿線商店の活性化にも寄与**している。長井線に乗って、**知ってもらおうためのきっかけ**になる。
- その他沿線住民向けのイベント・企画列車の運行**
⇒ ハロウィーン列車、読み聞かせ列車など、**鉄道に乗車すること自体を目的化**する自社企画を積極的に実施。
- フラワー速報によるイベント開催情報や沿線情報の発信**
⇒ 年に2回、利用拡大協議会が発行する広報「フラワー速報」を活用して、沿線住民にむけて、鉄道関連のイベント情報や、沿線の施設情報などを掲載し、**鉄道とその周辺の魅力について情報発信**を行っている。
- 冬場の雪景色をPR「豪雪列車」**
⇒ 関東圏など雪の少ない地域から、非日常的な雪景色を求めて観光客が訪れる。本来**負担となる豪雪を資源として活用**。平日の閑散とした時間帯の利用客が増えている。(観光客数 6,000人/月程度 (1、2月中))
- 地域住民の要望に応え、購入のしやすさを重視した6か月定期の分割購入の実施**
⇒ 利用者の声を反映。一度に支払う金額を軽減し、購入を容易に。回数券利用者のシフトなどにより**売上微増**。
- 近隣のイベントでのPR活動、積極的な販促活動**
⇒ **PR活動の場として積極的に参加**。利用の呼び掛けに合わせて、グッズの販売を実施。
- 近隣の都市圏にフォーカスしたPR活動**
⇒ **日帰りが可能な、山形・米沢・仙台・福島・新潟等にフォーカスしてPR活動**を実施。置賜桜回廊の時期等。
- マイレールサポート事業の実施(長井市)**
⇒ **地域住民の鉄道利用促進等にかかわる取組みに対して資金支援**。H24年度は5つの取組みに対して支援実施。
- 運営助成基金の積み立て(山形県、沿線2市2町)**
⇒ 経営支援および利用拡大に関する取組**支援として基金を積み立て**ている。

再生・活性化に係わる取組のポイント

- 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を展開**していくことが重要。
- 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(イベント補助、雪かき・草むしりなどの環境整備 など)するなどの、会社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く**。これらによって、ビール列車の利用者や各種イベントの参加者は増加傾向にあると思われる。

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】** 広報による沿線情報の発信
- 【まちの誇らしさ】** 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
- 【安心感・期待感】** 住民の要望に応えた乗車券・定期券の工夫
- 【移動制約者の足の確保】** 住民利用の拡大による経営安定化を図る、運営助成基金の積み立て

地域鉄道の再生・活性化の事例【いすみ鉄道：連携強化・施策企画連携型】

観光路線グループ

観光路線グループ
連携強化・施策企画連携型

- 1987年に特定地方交通線の木原線の路線を継承し、第三セクター鉄道事業者として設立。大原―上総中野を結ぶ路線であり、沿線住民の地域交通路線として運行されている。
- 2007年から**社長の選出を一般公募**しており、2008年4月から就任している。これにより、今までの鉄道事業の枠にとらわれない事業展開が進められている。特に**観光事業面の強化**が著しい。
- 2007年度、いすみ鉄道再生会議（千葉県、沿線の2市2町などで構成）によって、改善の見込みが見られない場合、廃止の検討をする場合もあるとされていた。しかし、観光事業の強化・物販売上の向上などにより、**2009年度末には経営改善の兆しが見られたとされ、同会議において、いすみ鉄道を存続していくことが決定**している。

観光用鉄道車両の整備・導入

○2009 (H21) 年から、**ムーミン列車 (6両) を運行**している。車両ごとに異なるキャラクターのラッピングが施されている。また、国吉駅構内には**ムーミンショップ「VALLEY WINDS」**を設置している。事業者側からの積極的なプレスリリースにより**メディアからの取材も増え、家族連れや若い女性層の利用客が増加**した。【社会的価値：観光振興】



【社会的価値：観光振興】

オリジナルグッズの制作・販売

○2009 (H21) 年から**オリジナルグッズ・土産物の制作・販売に力**を入れており、いすみ鉄道でしか購入できないものも出てきている。「い鉄揚げ」制作を行っている。「けむり饅頭」などが人気商品となり、**物販の売上は年々上昇**している。



自費負担の運転士育成

○2010 (H22) 年度には**全額自費負担による自社養成乗務員訓練生募集**を行っている。2012 (H24) 年の夏には、実際に営業車両の運転を行っている。これにより、運転士育成に必要な自社の出費を大幅に抑えることができています。

観光事業の展開

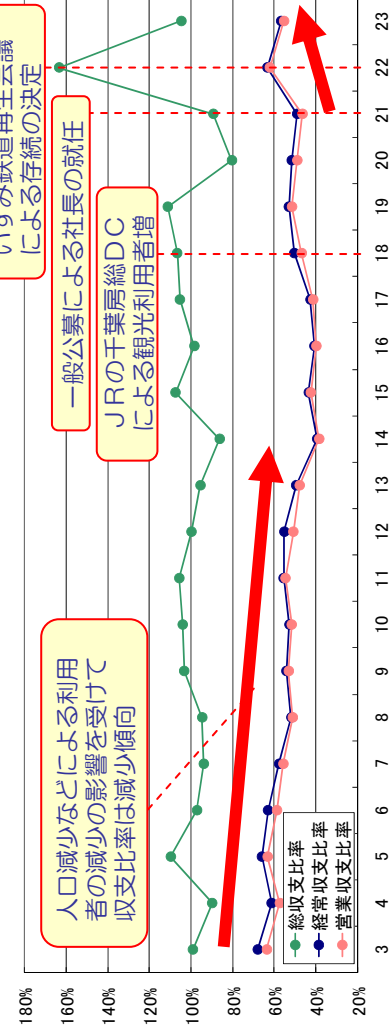
○「たけのこ狩りツアー」は、2004年に公共交通活性化総合プログラム（国土交通省）による支援を受け、小湊鉄道と連携したモニータワーを実施し、その後自社企画として続けているツアーである。現在のツアーは、**シルバー層をターゲット**としたもので、**ツアー客を高速バスで鉄道沿線まで運び、その後、鉄道に乗車して沿線の観光地を巡るツアー**である。これにより、**平日の日中の閑散とした時間帯に利用者が増える**ようになった。

【社会的価値：観光振興】

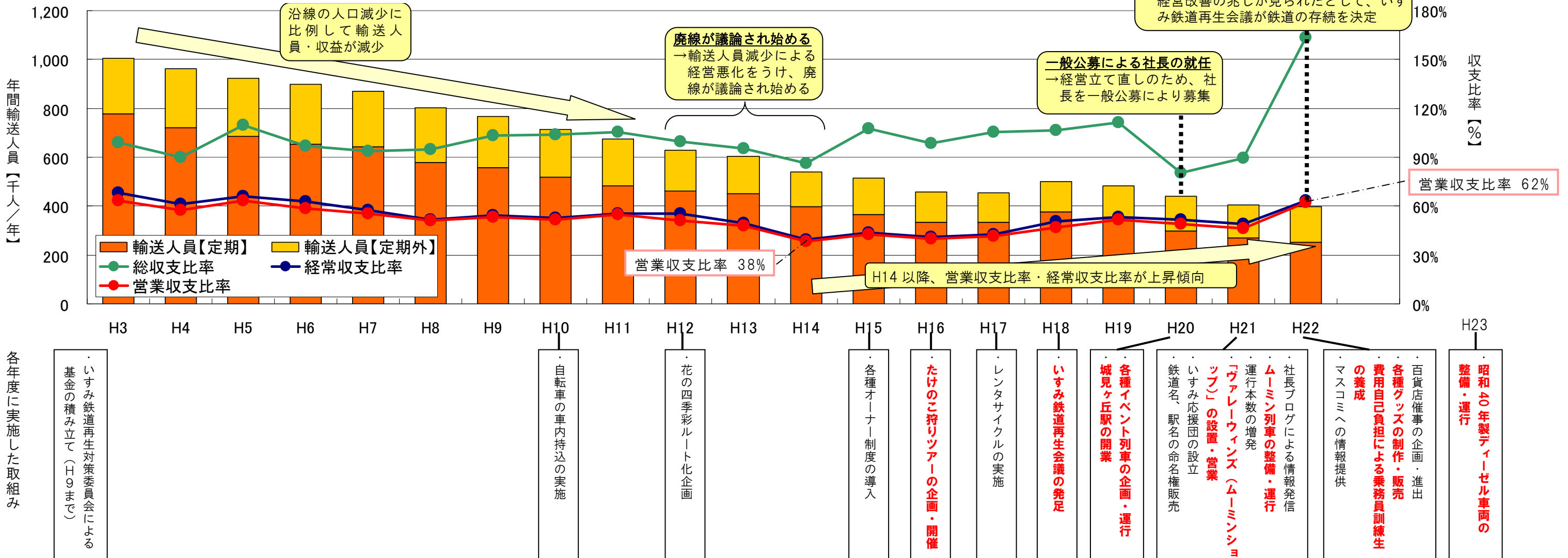
○「ホテルツアー」上記の昭和40年製国鉄ディーゼル車両の乗車と、沿線でホテルを鑑賞できるスポットまで**バスでの移動を併用**するツアーを実施している。【社会的価値：観光振興】



経営状況の推移と取組みの関係



いすみ鉄道 (Ⅲ. 観光路線グループ、B. 連携強化・施策企画連携型)



取組内容やキーポイント

- 観光客層の拡大と、ターゲットを絞った観光用鉄道車両の導入
⇒ムーミン列車：観光客層の拡大（女性、家族連れ）、旧型ディーゼル車：鉄道ファン、ターゲットを絞って車両を導入している。
- 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、会社の支出を抑える。2012年に1期生の運転士が運行する車両が走った。
- いすみ鉄道オリジナルのグッズ・土産物の制作・販売
⇒い鉄揚げ、けむりまんじゅう等、商品にストーリー性をもたせ、地産品を活用し、他の地域との差別化を図ったグッズ・土産物を作成。(グッズ販売額 H22: 450万円/月、H23: 600万円/月、H24: 700万円/月)
- 沿線の観光資源と連携したツアーの企画
⇒たけのこ園、城下町案内ボランティアなどと連携。初年度は国からの資金支援制度(活プロ)を活用。同県内のシルバー層にマーケティングすることで需要を確保している。
- 地域と一体になった観光開発(ムーミン)
⇒観光用車両、駅の整備、ムーミンショップ運営、地域団体によるムーミン谷の整備により一体的な観光開発を実施
- イベント開催時や駅周辺環境整備に対する、地元団体の積極的な協力
⇒あおいの会(イベント協力)、いすみ鉄道応援団(広場整備、イベント協力)が組織されている。
- 積極的な観光PR
⇒ムーミン列車、昭和製ディーゼル車も積極的にアピール、反面で「何もないがあります」をキャッチコピーにして、いすみ鉄道沿線でゆっくりした時を過ごせる人に対象を限定したPR活動を展開。
- 協議会によるいすみ鉄道存続の決定
⇒H20・21の検証期間を経て、H22年度に経営改善の傾向が見られ、いすみ鉄道を存続することを決定。
- 新駅「城見ヶ丘駅」の開業
⇒大型商業施設の完成に伴い、沿線住民の利便性の向上のために新駅を整備。駅周辺は住宅地が徐々に形成。

再生・活性化に係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しやすくしている。
- 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一体的な取組みを実施。
- 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しての費用補助。

地域鉄道における社会的価値

- 【観光振興】 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、ツアーの実施
- 【商店街の活性化】 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、同一コンセプトによる鉄道と地域の整備
- 【まちの誇らしさ】 各種観光に係る取組み(特にPR活動、観光用車両：地域知名度の向上に寄与)、住民団体の存在
- 【安心感・期待感】 費用自己負担による運転士の育成
- 【移動制約者の足の確保】 観光事業強化による経営安定化、協議会による存続決定

地域鉄道の再生・活性化の事例

観光路線グループ 事業者主導・バランス支援型

- 1988年に特定地方交通線の足尾線の路線を継承し、第三セクター鉄道事業者として設立。桐生一問藤を結ぶ路線であり、沿線住民の地域交通路線として運行されている。また、足尾銅山の鉱業の要であった歴史性をいかし、平成10年度から「トロッコ列車」の整備・運行を実施している。
- 各種取り組みにおいては**沿線の企業との連携を積極的に行っている**。
- 観光事業を積極的に展開し、平成22年3月、**地域公共交通活性化・再生総合事業費補助金（国土交通省）を活用し**、鉄道の利用促進のためにイミネーションによるイベントの開催、沿線観光の情報提供、鉄道PR活動の実施、新たなトロッコ列車「わっしー号」の導入などを行っている。
- 2008年（平成20年）を境に体制を大きく転換し、**観光路線としての性格を前面に押し出すようになった**。ただし、鉄道事業者としての**至上の目的は、沿線地域の人々の移動手段を守ること**であると認識しており、**観光はそれを維持するためのひとつの手段**であるとしている。また、各種取り組みを実施するうえでの基盤として、**社内体制の改革を進めている**。

観光事業の展開と地域との連携

○2009年（H21年）に新規に開発された「やまと豚弁当」は、**沿線の「レストラン清流」と連携**して作成しているものがあり、今では名物となっている。積極的なPRもあって大きなヒット商品となり、**この売上により赤字経営であったレストラン清流は経営を立て直すことができた**。

沿線地域の商店の活性化につながった。
【社会的価値：商店街の活性化】



○2011年（H23年）には**沿線の特産品「桐生織」の着物を着て、トロッコ列車と沿線地域を散策するイベント列車**を運行。地元特産のPRによる**地域知名度の向上と街の賑わいの創出（観光振興）にも寄与している**取組である。
【社会的価値：観光振興】



社内体制の改革

地域に「鉄道があっただけ良かった」と思ってもらえる企業となるように、社内意識を改革する各種取り組みを実施。

○2か月に1度、経営に関する社内勉強会を開催し、**自社の経営状況について共通認識を持つ場を創出**。

○イベントの開催時は**社内全員で協力し合う体制を構築**。

【社会的価値：安心感・期待感】

○イベント企画の際には**社員のモチベーションに上がるものも考案**。例えば「線路を歩こうツアー」は、保線技術者がツアーの誘導員を務めることで、利用者**と接することができ、技術者がイベントの主役となる機会を創出**している。

【社会的価値：安心感・期待感】



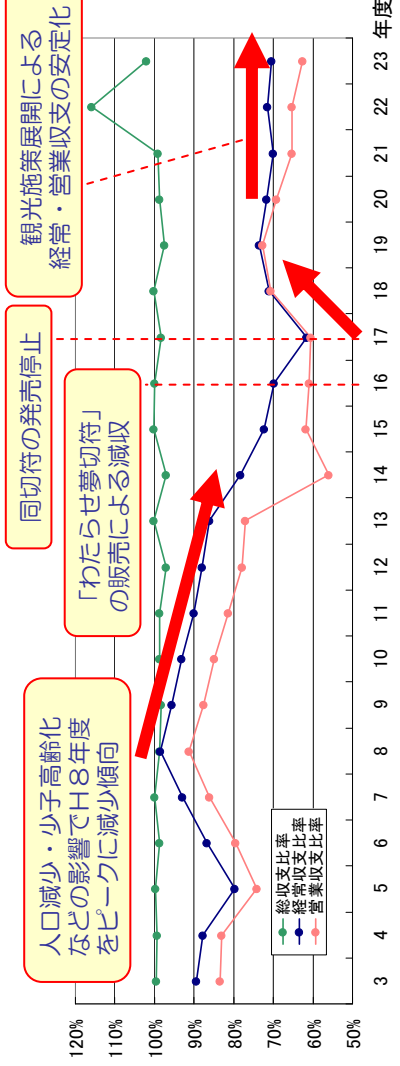
積極的な宣伝活動

○平成23年度、メディア（新聞、雑誌、テレビなど）に取り上げられた回数**は約400件**。これにより、**わたらせ渓谷鉄道の認知度と地域知名度の向上、および観光利用者の増加（観光振興）につながっている**。
【社会的価値：観光振興、まちの誇らしさ】

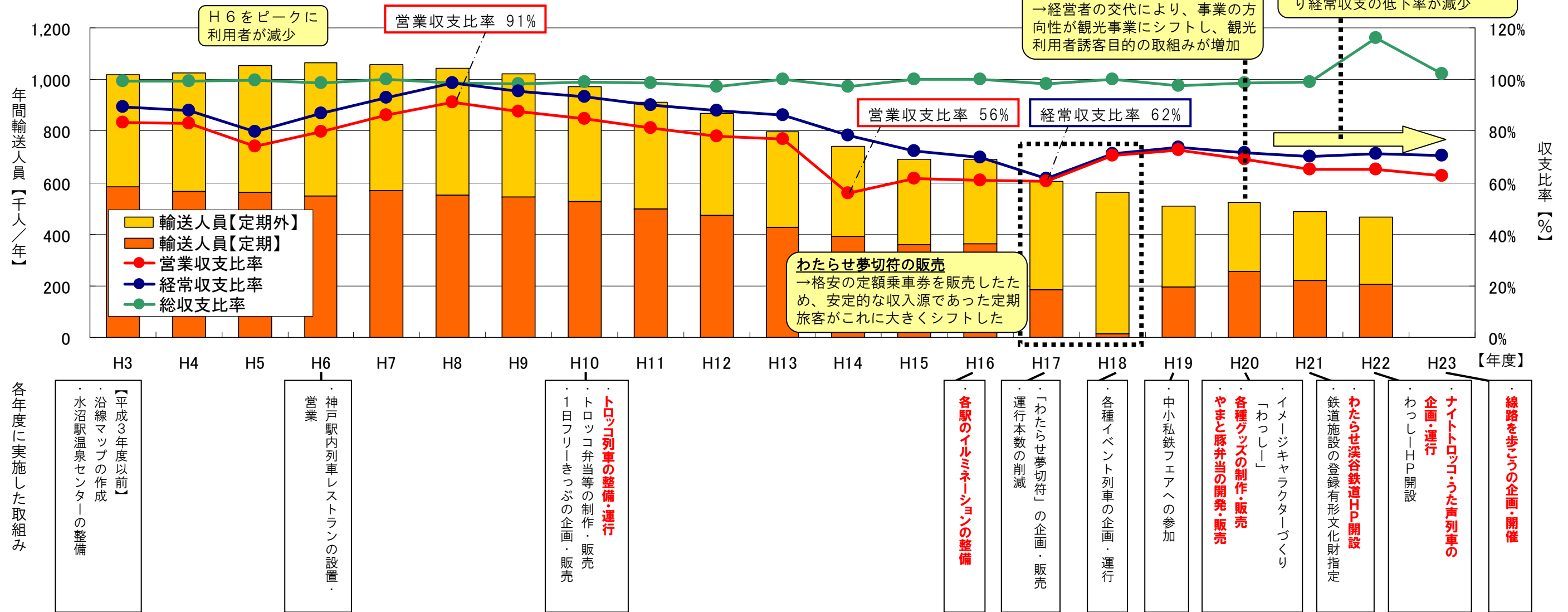


○映画やCMのロケ地としても利用されており、**依頼側の要望に添えた結果、関係者間で良いロケ地として口コミが広がり知名度の向上に貢献している**。
【社会的価値：まちの誇らしさ】

経営状況の推移と取組みの関係



わたらせ渓谷鐵道 (Ⅲ. 観光路線グループ、C. 事業者主導・バランス支援型)



- 各年度に実施した取組み
- 【平成3年度以前】
 - 沿線マップの作成
 - 水沼駅温泉センターの整備
 - H6
 - 神戸駅内列車レストランの設置
 - 営業
 - H10
 - トロッコ列車の整備・運行
 - 1日フリーきっぷの企画・販売
 - トロッコ弁当等の制作・販売
 - H14
 - 各駅のイルミネーションの整備
 - H17
 - 「わたらせ夢切符」の企画・販売
 - 運行本数の削減
 - H18
 - 各種イベント列車の企画・運行
 - H19
 - 中小私鉄フェアへの参加
 - H20
 - 各種グッズの制作・販売
 - やまと豚弁当の開発・販売
 - H21
 - イメージキャラクターづくり「わっしー」
 - H22
 - 鉄道施設の登録有形文化財指定
 - わたらせ渓谷鐵道HP開設
 - H23
 - わっしーHP開設
 - 企画・運行
 - ナイトトロッコ・つた声列車の企画・運行
 - 線路を歩こうの企画・開催

取組の内容やキーポイント

- トロッコ列車の導入とそれらを活用したイベント列車の運行
 - ⇒現在、トロッコ列車を2両供用中。トロッコ列車として休日を中心に運行しているものに加えて、各種企画と連動したイベント列車（イルミネーション列車、着物列車、ナイトトロッコなど）を運行。
 - (トロッコ列車乗客数 H19: 32,162人/252回運行 ⇒ H23: 39,245人/246回運行【増加傾向】)
 - ⇒イルミネーション列車は運行区間内にある長大トンネル区間で車内をイルミネーションで照らすもの。これを見る為に、利用者がわざわざトンネルの先の区間まで乗車券を買う等、収益の増加につながっている。
- 車窓の景色のいい区間での徐行運転とアテンダントによるアナウンスの実施
 - ⇒山間を走る 渓谷鉄道ならではの景色が見える区間では徐行運転とアテンダントによるアナウンスを実施。
- HPの再構築による情報発信基盤の整備
 - ⇒従来よりも見やすく、そして充実した情報を提供できるようにHPを再構築。(アクセス数は確認中)
- 多くのオリジナルグッズの制作・展開
 - ⇒他事業者との差別化を図りつつ、沿線の特産品（桐生織など）を生かしたグッズを制作（約140種）。
 - (グッズ販売額 H20: 2,736千円 ⇒ H23: 11,217千円)
- 沿線企業と連携し、ストーリー性を持った商品「やまと豚弁当」などを販売
 - ⇒沿線の特産品（やまと豚、地元企業の醤油）を使い、レストラン清流と連携して企画・販売。オリジナルの手ぬぐいで弁当を包み、掛け紙に地図を掲載するなど、利用者が食事する時のストーリーを想定して商品制作。この売上でレストラン清流の経営は黒字に転換した。
 - (やまと豚弁当の売上個数 H21: 7,162個 ⇒ H23: 11,707個)
- 様々なイベントへの参加、自社企画による開催、社員のモチベーションを高める取組みとしても
 - ⇒全国駅弁大会（京王百貨店主催）に社員みんなで協力して参加。予定数を売り切り、社員間の絆を構築。
 - ⇒「線路であるこう」のイベントは、普段利用者と接する機会のない保線技術者が参加者の案内を務めることで、参加者は普段と違った視点で鉄道を見ることができ、技術者は利用者と直接触れ合える機会を得ることができ、双方にとって刺激のあるイベントを開催。(線路を歩こう参加者 H23: 2回で34人)

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ょっぴりユーモア」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まり、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。

地域鉄道における社会的価値

- 【観光振興】 トロッコ列車の導入、イベントの実施、アテンダント配置によるサービス向上など
- 【商店街の活性化】 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
- 【まちの誇らしさ】 積極的なPR活動、住民参加の取組みの実施
- 【安心感・期待感】 社内体制の改革
- 【移動制約者の足の確保】 観光事業強化による経営安定化

(3) 社会的価値の整理・検証

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。また、当機構が平成18年に取りまとめた「地域鉄道活性化に向けて～地域の議論のために～」の中で、「バス代替による運賃上昇、所要時間増」「CO2排出量の増加」等の社会的価値の定量手法を提案している。

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3事業者の回答をまとめたものである。

3事業者とも最も大きな社会的価値は「移動制約者の足の確保」であるとし、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、期待されるとしている。

地域に鉄道輸送が存在することによる便益の評価項目(例)	
移動時間の短縮、移動費用の節減	○バス等と比較した場合の移動時間の短縮、移動費用の節減
観光振興	○沿線観光地への入込客数等の増加
商店街の活性化	○駅周辺の商店街における賑わいの向上
まちの誇らしさ	○地域の知名度向上、地域住民としての誇らしさの向上
安心感・期待感	○いつでも鉄道を利用できるという安心感・期待感
移動制約者の足の確保	○高齢者等の移動制約者の足の確保
並行道路の走行時間の短縮	○自動車交通の減少に伴う並行道路の走行時間の短縮
CO2排出削減効果	○自動車交通の減少に伴うCO2排出量の削減効果

※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
(平成20年1月開催)

■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
	わたらせ渓谷鉄道	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
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
	わたらせ渓谷鉄道	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)
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
	わたらせ渓谷鉄道	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
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)
	わたらせ渓谷鉄道	社内体制の改革
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
	わたらせ渓谷鉄道	観光事業強化による経営安定化

5. 地域鉄道の再生・活性化のための事業化モデル(方向性)の検討

これまでの調査や分析結果をもとに、再生・活性化のための事業化モデルの方向性を検討する。

本検討では、「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」の重ね合わせ各グループの過去5年間の営業収支率とその変化の程度を視点を検討していくこととする。この視点に立つことで、各鉄道事業者の現状をふまえ(経営環境・経営状況に基づく類型)、その上でどのような再生・活性化戦略(取組みの連携手法)をとることが経営を向上させるために有効かを考慮する一助になると考える。

下表は「経営環境・経営状況に基づく類型」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年間の営業収支率の平均値とその変化を整理したものである(前出)。

これに関する考察はすでに示した通りであるが、これに各事業者の再生・活性化のための効果的な取組み内容と、ヒアリング調査の結果による視点を加え、経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型ごとの再生・活性化のための事業化モデルの方向性について検討する。

■ 「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(再掲・一部修正)

※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)

- 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つのグループについては、営業収支率とその変化率の数値から、他のグループに比べて厳しい経営環境にある。
- 「I. 生活路線グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は100%を切り、前年度比も負の値となっている。その中でも、「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」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率の減少の幅が比較的小さい
- 「II. 生活・観光路線グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は100%を切っているが、「C. 事業者主導・バランス支援型」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率が上昇傾向にある
- 「III. 観光路線グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は100%を切っているが、「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」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率が上昇傾向にある
- 「IV. 生活・観光路線、安定経営グループ」においては、「B. 連携強化・施策企画連携型」の再生・活性化戦略をとる事業者は、営業収支率が上昇傾向にある。また、おおむねどの事業者も営業収支率は100%前後で推移している。
- 「V. 観光路線、安定経営グループ」においては、前年度比の値から営業収支率は減少傾向を示すが、どの戦略パターンでも営業収支率は100%を上回っている。
- 「VI. 経営安定化資源潤沢グループ」においては、いずれのグループも営業収支率は負の値となっているが、その減少幅は小さく、営業収支率はいずれ100%を上回っている。
- 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。

(1) 1. 生活路線グループ

⇒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」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（イベント補助、雪かき・草むしりなどの環境整備 など）するなどの、会社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く。これらによって、ビール列車の利用者や各種イベントの参加者は増加傾向にあると思われる。

＜「鉄道利用促進効果」および「沿線地域への波及効果」に対する特に効果的な取組み＞

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
鉄道利用促進効果 日常の鉄道利用者の増加	＜乗継交通との連携＞
	・委託によるバス運行：沿線企業、交通事業者から資金支援【えちぜん鉄道：C.事業者主導・バランス支援型】 ・自転車の無料持込の実施【上毛電気鉄道：D.連携強化・バランス支援型】
	＜自動車利用者の乗車促進＞
	・P&Rの為の駐車場整備：行政・地域団体と連携【三岐鉄道：B.連携強化・施策企画連携型】 ・P&R駐車場の整備：行政と連携【えちぜん鉄道：C.事業者主導・バランス支援型】 ・P&R駐車場の整備：地域団体と連携、国の資金支援【関東鉄道：D.連携強化・バランス支援型】
	＜輸送サービスの向上＞
	・自転車の車内持込み：単独事業【養老鉄道：C.事業者主導・バランス支援型】 ・終電の発車時間の繰り下げ：単独事業【IGRいわて銀河鉄道：D.連携強化・バランス支援型】
	＜環境美化・駅の魅力向上＞
	・新駅の開業：行政から資金支援【IGRいわて銀河鉄道：D.連携強化・バランス支援型】
	＜企画切符・定期券の工夫等＞
	・さっパス（沿線施設利用券や買い物券がセットになった乗車券）の販売：沿線企業・商店と連携【弘南鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】 ・学生ふり一定期の販売：単独事業【富山地方鉄道：B.連携強化・施策企画連携型】 ・銀河鉄道999号運行記念2日フリー乗車券の販売：単独事業【上信電鉄：C.事業者主導・バランス支援型】 ・サポーターズクラブ向け割引乗車券販売：行政・地域団体と連携【えちぜん鉄道：C.事業者主導・バランス支援型】 ・1日フリー乗車券の販売：単独事業【伊賀鉄道：C.事業者主導・バランス支援型】 ・1日乗車券の企画・販売：単独事業【松浦鉄道：D.連携強化・バランス支援型】 ・通勤定期運賃の上限額を設定：単独事業【IGRいわて銀河鉄道：D.連携強化・バランス支援型】
＜地域サポートによる乗車促進＞	
・肥薩おれんじ鉄道友の会設立：各種イベントのサポート【肥薩おれんじ鉄道：C.事業者主導・バランス支援型】	

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名】
沿線地域への波及効果 商店街の活性化	<p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハイキングイベントの企画・開催：地域団体、沿線企業・商店と連携【三岐鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・朝市「井原DE 得得市」の開催：行政、地域団体、沿線企業・商店と連携【井原鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・沿線行事に合わせてツアーを開催：行政、地域団体と連携【えちぜん鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・ウォーキングイベントの開催：地域団体と連携【関東電鉄：D. 連携強化・バランス支援型】 ・ウォーキングイベント（沿線を散策）の開催：地域団体と連携【信楽高原鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 ・沿線イベントへの参加：地域団体と連携【養老鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜乗継交通との連携＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクルの実施：単独事業【上毛電気鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜環境美化・駅の魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空いている駅舎を店舗スペースとして住民に貸出：行政、地域団体と連携【肥薩おれんじ鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さっパス（沿線施設利用券や買い物券がセットになった乗車券）の販売：沿線企業・商店と連携【弘南鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・地鉄電車・バス1日フリーきっぷの販売：単独事業【富山地方鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・忍にんフリーきっぷの企画・販売：行政からの資金支援【伊賀鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・通勤定期券提示で沿線施設優待サービス：沿線企業と連携【IGRいわて銀河鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 ・お客様感謝デー（1乗車200円）の実施：単独事業【松浦鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】
	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イメージキャラクターづくり「ラッセル君」：地域団体と連携【弘南鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜沿線地域の情報発信＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブログによる情報発信：単独事業【山形鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光車両（KUMA-1, KUMA-2）の運行：単独事業【くま川鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・イベント列車の運行：国の支援制度活用【富山地方鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・イベント列車の運行：地域団体・沿線企業・商店と連携【三岐鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・観光車両（夢やすらぎ号）の運行：行政・地域団体と連携【三岐鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・ラッピング車両の運行：地域団体と連携【伊賀鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・イベント列車の運行：沿線企業・商店と連携【養老鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜接客サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アテンダントの配置：単独事業【えちぜん鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】

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

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：

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：

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、他の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を参考に、交流人口の増加を図る。

(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しやすいとしている。

○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一体的な取組みを実施。

○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

○「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。

＜「鉄道利用促進効果」および「沿線地域への波及効果」に対する特に効果的な取組み＞

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">鉄道利用促進効果</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">観光を目的とした鉄道利用者の増加</p>	<p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ムーン列車の運行：単独事業【いすみ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・イベント列車の運行：地域団体や沿線住民と協力【秋田内陸縦貫鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・トロッコ列車の運行：行政から資金支援、国支援制度活用【わたらせ渓谷鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の整備・運行：地域団体と連携【会津鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜イベント・ツアーの実施＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント列車の運行：地域団体と連携【阿佐海岸鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・イベントの企画・実施：行政から資金支援、企画連携【大井川鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・ツアーの企画・実施【秋田内陸縦貫鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜接客サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・車内アテンダント配置：行政、地域団体と連携、国の補助制度活用【津軽鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜環境美化・駅の魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・転車台の整備（鉄道施設の観光化）：行政から資金支援【大井川鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他路線と共通のフリーパスの販売：他の交通事業者と連携【野岩鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">沿線地域への波及効果</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">観光振興</p>	<p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ムーン列車の運行：単独事業【いすみ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・ストーブ列車の運行：地域団体と連携【津軽鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・トロッコ列車の運行：行政から資金支援、国支援制度活用【わたらせ渓谷鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の整備・運行：地域団体と連携【会津鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抽選キャンペーンイベントの実施：地域団体と連携【野岩鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜乗継交通との連携＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・周遊タクシーの運行：行政、タクシー事業者と連携【秋田内陸縦貫鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線施設割引券をセットにした乗車券：沿線企業・商店と連携【大井川鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">沿線地域への波及効果</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">商店街の活性化</p>	<p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トロッコ列車の運行：行政から資金支援、国支援制度活用【わたらせ渓谷鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シルバーきっぷの販売：単独事業【会津鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜地域サポートによる乗車促進＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線商店でサービスが受けられるクーポン発行：沿線商店と連携【秋田内陸縦貫鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜運輸外収入増収策＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業関係団体によるショップ・喫茶店の運営：地域団体・沿線商店と連携【津軽鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">沿線地域への波及効果</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">地域知名度の向上</p>	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ドラマ等のロケの誘致：行政と連携【大井川鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・マスコミへの情報提供：単独事業【いすみ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・イメージキャラクターづくりとそれを活用したPR：行政と連携【秋田内陸縦貫鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜車両の観光魅力の向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ストーブ列車の運行：地域団体と連携し、車内イベントも開催【津軽鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・トロッコ列車の運行：行政から資金支援、国支援制度活用【わたらせ渓谷鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜乗継交通との連携＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他の交通事業者への特急列車乗入れ：他の交通事業者と連携【会津鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜接客サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・車内アテンダントの配置：地域団体の協力を得て実施【秋田内陸縦貫鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】

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

①他社との差別化を図った話題性の創出：

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り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の充実：

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、わたらせ渓谷鉄道の「やまと弁当」やいすみ鉄道の「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。

③積極的なPR活動による知名度の向上：

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。

(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。

⇒「II. 生活・観光路線グループ」については今後、追加的にヒアリング調査を実施し、再生・活性化のためのポイントを調査・分析する。

＜「鉄道利用促進効果」および「沿線地域への波及効果」に対する特に効果的な取組み＞

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
鉄道利用促進効果 観光を目的とした鉄道利用者の増加 日常の鉄道利用者の増加	<p> ＜イメージ向上・PR＞ ・イメージキャラクターづくりとそれを活用したPR：単独事業【和歌山電鐵：C. 事業者主導・バランス支援型】 </p> <p> ＜車両の観光魅力向上＞ ・トロッコ列車の整備・運行：単独事業【島原鉄道、南阿蘇鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・トロッコ列車の整備・運行：行政からの資金支援【平成筑豊電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・観光車両の導入：国支援制度活用【和歌山電鐵：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の導入：行政からの資金支援【若狭鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の導入：地域団体と連携、国支援制度活用【三陸鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・イベント列車の運行：地域団体と連携【明智鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 </p> <p> ＜イベント・ツアーの開催＞ ・運転体験講習会の実施：沿線企業・商店と連携【樽見鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・沿線イベントに合わせた臨時列車の運行：地域団体と連携【鹿島臨海鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 ・見学ツアーの実施：行政と連携【天竜浜名湖鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 ・ウォーキングイベントの開催：行政、他の交通事業者と連携【長良川鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 </p> <p> ＜乗継交通との連携＞ ・相互直通運転の実施：他の交通事業者と連携【北近畿タンゴ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 </p> <p> ＜輸送サービスの向上＞ ・映画「RAILWAYS」とコラボレーション：行政からの資金支援【一畑電車：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・運行本数の増加：単独事業【青い森鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 </p> <p> ＜接客サービスの向上＞ ・景勝地点での徐行運転の実施：単独事業【錦川鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 </p>
	<p> ＜乗継交通との連携＞ ・JR 路線との相互直通運転の実施：他の交通事業者と連携【錦川鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 </p> <p> ＜輸送サービスの向上＞ ・運行本数の増発：単独事業【島原鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・新幹線乗継を考慮したダイヤに改正：他の交通事業者と連携【青い森鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・休日の運行本数を増便：単独事業【和歌山電鐵：C. 事業者主導・バランス支援型】 </p> <p> ＜環境美化・駅の魅力向上＞ ・駅待合室の整備：行政からの資金支援【北近畿タンゴ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・新駅の開業：行政からの資金支援、地域団体・企業と連携【明智鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 </p> <p> ＜企画切符・定期券の工夫等＞ ・通勤定期券助成制度の実施：地域団体から資金支援【一畑電車：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・SL 観光列車運行募金付1日フリー切符販売：行政から資金支援【若狭鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・JR 路線との乗継割引の実施：他の交通事業者と連携【鹿島臨海鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 </p> <p> ＜地域サポートによる乗車促進＞ ・地元の学生による twitter での地域魅力の発信：地域団体と連携【樽見鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 </p>

効果項目		効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
沿線地域への波及効果	観光振興	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映画「RAILWAYS」とコラボレーション：行政からの資金支援【一畑電車：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トロッコ列車の整備・運行：単独事業【島原鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・イベント列車の運行：地域団体、沿線商店と連携【和歌山電鐵、樽見鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の導入：行政からの資金支援【若狭鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・イベント列車の運行：沿線企業・商店と連携【長良川鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 ・トロッコ列車の整備・運行：行政からの資金支援、国支援制度活用【錦川鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線イベントに合わせた臨時列車の運行：地域団体と連携【鹿島臨海鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・フリーパスの販売：他の交通事業者と連携【北近畿タンゴ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・土日限定1日フリー切符の販売：単独事業【長良川鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】
	商店街の活性化	<p>＜沿線地域の情報発信＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット・ポスターの制作：地域団体・沿線商店と連携【青い森鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光車両の導入：行政からの資金支援【若狭鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運転体験講習会の実施：沿線企業・商店と連携【樽見鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線イベントに合わせた臨時列車の運行：地域団体と連携【鹿島臨海鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】
	地域知名度の向上	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映画「RAILWAYS」とコラボレーション：行政からの資金支援【一畑電車：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・映画「けいおん!」とコラボレーション：地域団体と連携【北近畿タンゴ鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・イメージキャラクターづくりとそれを活用したPR：単独事業【和歌山電鐵：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トロッコ列車の整備・運行：単独事業【南阿蘇鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・イベント列車の運行：地域団体と連携【三陸鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・観光車両の導入：行政からの資金支援【若狭鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線イベントに合わせた臨時列車の運行：地域団体と連携【鹿島臨海鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜環境美化・駅の魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・駅舎の塗り替えの実施：行政、地域団体と連携【島原鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜地域サポートによる乗車促進＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元の学生による twitter での地域魅力の発信：地域団体と連携【樽見鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】

「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。

「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：

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：

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：

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、他の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を参考に、交流人口の増加を図る。

「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：

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の充実：

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、わたらせ渓谷鉄道の「やまと弁当」やいすみ鉄道の「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。

③積極的なPR活動による知名度の向上：

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。

(4) 経営安定グループ【IV～VI】における効果的な取組み

沿線ごとの特徴を生かし、継続的に経営を安定化させている企業がほとんどである。これまで実施している取組み内容を継続しつつ、陳腐化させないように心掛けることが必要。また、これらの事業者が実施する取組みは、経営が厳しい他の事業者が取組を実施するうえで、参考になるものと考えられる。

IV. 生活・観光路線、安定経営グループ

＜「鉄道利用促進効果」および「沿線地域への波及効果」に対する特に効果的な取組み＞

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">観光を目的とした鉄道利用者の増加</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">鉄道利用促進効果</p>	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 映画「けいおん!」とのコラボレーションによるPR：事業者単独【叡山電鉄：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> カラー塗装車両の運行：単独事業【熊本電気鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 各種イベント列車の運行：単独事業【しなの鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 蒸気機関車の運行：地域団体と連携、国の支援制度活用【秩父鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 観光車両の運行：単独事業【土佐電気鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 車庫公開の実施：単独事業【流鉄：B. 連携強化・施策企画連携型】 愛環おでかけウォーキングの開催：行政と連携【愛知環状鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 市内交通事業者共同の共通乗車券販売：行政、他の交通事業者と連携【筑豊電気鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜接客サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ユニークな接客サービス（袴姿の女性駅長、駅長のハーモニカ演奏など）の実施：地域団体と連携【上田電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 電車・路線バス乗継きっぷの販売：他の交通事業者と連携【アルピコ交通：B. 連携強化・施策企画連携型】 飯坂温泉湯ったり切符の販売：地域団体、沿線企業・商店と連携【福島交通：C. 事業者主導・バランス支援型】
	<p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 沿線イベントへのブース参加：地域団体と連携【阪堺電気軌道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜乗継交通との連携＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 相互直通運転の実施：他の交通事業者と連携【しなの鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 車内への自転車の無料持込：単独事業【福島交通：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜自動車利用者の乗車促進＞</p> <ul style="list-style-type: none"> P&Rの推進：行政から資金支援【土佐電気鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 最終電車の発車時刻の繰り下げ：単独事業【熊本電気鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ラッシュ時の輸送力増強：事業者単独【愛知環状鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 ICカード「ruCa」の導入：単独事業【高松琴平電気鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治会回数券の販売：地域団体と連携【上田電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 上高地線電車1日フリー乗車券の販売【アルピコ交通：B. 連携強化・施策企画連携型】 秩父路遊々フリーきっぷの販売：沿線企業・商店と連携【秩父鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 学生や高齢者を対象とした割引乗車券の販売：単独事業【叡山鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">沿線地域への波及効果</p>	<p>観光振興</p> <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・蒸気機関車の運行：地域団体と連携、国の支援制度活用【秩父鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の運行：単独事業【土佐電気鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・朝日おおさか南北ウォークの企画開催：他の交通事業者と連携【阪堺電気軌道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・15周年記念事業の企画・開催：地域団体・商店街と連携【しなの鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・スプリングフェスタ流山、なの花まつり：行政・地域団体と連携【流鉄：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・愛環おでかけウォーキングの開催：行政と連携【愛知環状鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜接客サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユニークな接客サービス（袴姿の女性駅長、駅長のハーモニカ演奏など）の実施：地域団体と連携【上田電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・イベントに合わせたライトアップや徐行運転の実施：沿線企業・商店と連携【叡山電鉄：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電車・路線バス乗継きっぷの販売：他の交通事業者と連携【アルピコ交通：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・飯坂温泉湯ったり切符の販売：地域団体、沿線企業・商店と連携【福島交通：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・市内交通事業者共同の共通乗車券販売：行政、他の交通事業者と連携【筑豊電気鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】
	<p>商店街の活性化</p> <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線イベントへのブース参加：地域団体と連携【阪堺電気軌道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・愛環おでかけウォーキングの開催：行政と連携【愛知環状鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゆうふる tanaka 往復割引きっぷの販売：地域団体と連携【しなの鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・飯坂温泉湯ったり切符の販売：地域団体、沿線企業・商店と連携【福島交通：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・ながとろぐるっとパスの販売：沿線の企業・商店と連携【秩父鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】
	<p>地域知名度の向上</p> <p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サマーウォーズ等とのコラボレーションによるPR【上田電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・テレビドラマの撮影協力（ロケ地）：行政団体と連携【流鉄：B. 連携強化・施策企画連携型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・蒸気機関車の運行：地域団体と連携、国の支援制度活用【秩父鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・観光車両の運行：単独事業【土佐電気鉄道：E. 事業者主導・資金支援主体型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・手紙・絵手紙展を車内で実施：行政と連携【熊本電気鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・飯坂電車運転体験・車両基地見学ツアーの実施：沿線企業・商店と連携【福島交通：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・愛環おでかけウォーキングの開催：行政と連携【愛知環状鉄道：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜接客サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベントに合わせたライトアップや徐行運転の実施：沿線企業・商店と連携【叡山電鉄：D. 連携強化・バランス支援型】 <p>＜運輸外収入増収策＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種グッズの販売：単独事業【しなの鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】

V. 観光路線、安定経営グループ

<「鉄道利用促進効果」および「沿線地域への波及効果」に対する特に効果的な取組み>

効果項目		効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
鉄道利用促進効果	観光を目的とした鉄道利用者の増加	<p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光車両（展望車両、黒船車両）の運行：行政・地域団体と連携、国支援【伊豆急行：A.事業者主導・施策企画連携型】 新型特急車両の導入：他の交通事業者と連携【伊勢鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> カニかに日帰りエクスプレスの運行：沿線行政・地域団体と連携【智頭急行：B.連携強化・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 箱根フリーパスの販売：他の交通事業者、沿線企業と連携【箱根登山鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】
	観光振興	<p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 全特急車の鈴鹿駅停車の実施：他の交通事業者と連携【伊勢鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 箱根フリーパスの販売：他の交通事業者、沿線企業と連携【箱根登山鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】 1日乗り放題きっぷの販売：他の交通事業者と連携【智頭急行：B.連携強化・施策企画連携型】 <p>＜沿線地域の情報発信＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 沿線行政団体との共同宣伝：行政・地域団体・交通事業者と連携【伊豆急行：A.事業者主導・施策企画連携型】
沿線地域への波及効果	商店街の活性化	<p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> アニメツーリズム（街歩きイベント）：行政・地域団体と連携【伊豆急行：A.事業者主導・施策企画連携型】 智頭線駅祭りの開催：行政団体・地域団体と連携【智頭急行：B.連携強化・施策企画連携型】 <p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 小田急線との相互直通運転の実施【箱根登山鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】
	地域知名度の向上	<p>＜沿線地域の情報発信＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 沿線行政団体との共同宣伝：行政・地域団体・交通事業者と連携【伊豆急行：A.事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 夜のあじさい号の企画・運行：自社企画【箱根登山鉄道：A.事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> 宮本武蔵記念入場券・乗車券の販売：単独事業【智頭急行：B.連携強化・施策企画連携型】

VI. 経営安定化資源潤沢グループ

<「鉄道利用促進効果」および「沿線地域への波及効果」に対する特に効果的な取組み>

効果項目	効果的な取組み【実施している事業者名：再生・活性化戦略タイプ】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">鉄道利用促進効果</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">観光を目的とした 鉄道利用者の増加</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">日常の鉄道利用者の増加</p>	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メディアへの積極的な協力：行政と連携【江ノ島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・坊ちゃん列車（ディーゼル機関車）の運行：地域団体と連携【伊予鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・神鉄ハイキングの実施：単独事業【神戸電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・修善寺・大仁の梅と桜の花ウォークの開催：地域団体と連携【伊豆箱根鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜輸送サービスの向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・十日町雪まつりに合わせた臨時列車の運行：他の交通事業者と連携【北越急行：B. 連携強化・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・天竜浜名湖線と遠州鉄道全線 1 日フリー乗車券：他の交通事業者【遠州鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・電車 1 日乗車券の販売：事業者単独【広島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・電車 1 日乗車券の販売：行政、他の交通事業者と連携【長崎電気軌道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・JR との企画乗車券販売：交通事業者、沿線企業・商店と連携【富士急行：C. 事業者主導・バランス支援型】
	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HP による情報発信：単独事業【広島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・静鉄電車ワンデーパスの販売：沿線企業と連携【静岡鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・神鉄高速シニアパスの発売：行政、地域団体と連携【神戸電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・ファミリーエコ割引の実施：単独事業【遠州鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・1 日乗車券のりおりくんの販売：単独事業【江ノ島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・1 日乗車券「旅助け」の販売：沿線企業・商店と連携【伊豆箱根鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・市内循環バスと往復乗車券セット販売：行政、交通事業者と連携【富士急行：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・1 Day チケットの販売：単独事業【伊予鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">沿線地域への波及効果</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">観光振興</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">商店街の活性化</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">地域知名度の向上</p>	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メディアへの積極的な協力：行政と連携【江ノ島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・メディアからの取材協力：沿線企業・商店と連携【長崎電気軌道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・修善寺・大仁の梅と桜の花ウォークの開催：地域団体と連携【伊豆箱根鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有馬・六甲周遊パスの販売：他の交通事業者・沿線企業と連携【神戸電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・天竜浜名湖線と遠州鉄道全線 1 日フリー乗車券：他の交通事業者【遠州鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・宮島フリーパス 2 日間の販売：他の交通事業者と連携【広島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・JR との企画乗車券販売：交通事業者、沿線企業・商店と連携【富士急行：C. 事業者主導・バランス支援型】 ・1 Day チケットの販売：単独事業【伊予鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】
	<p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線スタンプラリーの実施：沿線企業・商店と連携【静岡鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・ほろ酔いツアーの実施：地域団体と連携【静岡鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・スイーツラリーの実施：行政と連携【江ノ島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おもてなしきっぷ販売：行政、地域団体、沿線企業・商店と連携【神戸電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・天竜浜名湖線と遠州鉄道全線 1 日フリー乗車券：他の交通事業者【遠州鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・1 日乗車券「旅助け」の販売：沿線企業・商店と連携【伊豆箱根鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・天竜浜名湖線と遠州鉄道全線 1 日フリー乗車券：他の交通事業者【遠州鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】
	<p>＜イメージ向上・PR＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・片岡鶴太郎氏による直筆駅名看板の設置（全駅）：単独事業【北越急行：B. 連携強化・施策企画連携型】 ・メディアへの積極的な協力：行政と連携【江ノ島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 <p>＜車両の観光魅力向上＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント列車の運行：行政、沿線企業・商店と連携【広島電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・坊ちゃん列車（ディーゼル機関車）の運行：地域団体と連携【伊予鉄道：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜イベント・ツアーの開催＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・修善寺・大仁の梅と桜の花ウォークの開催：地域団体と連携【伊豆箱根鉄道：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・ハイキングの開催：行政、地域団体、他の交通事業者と連携【富士急行：C. 事業者主導・バランス支援型】 <p>＜企画切符・定期券の工夫等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有馬・六甲周遊パスの販売：他の交通事業者・沿線企業と連携【神戸電鉄：A. 事業者主導・施策企画連携型】 ・天竜浜名湖線と遠州鉄道全線 1 日フリー乗車券：他の交通事業者【遠州鉄道：B. 連携強化・施策企画連携型】

