

平成25年1月29日

報道機関各位

公益財団法人 東北活性化研究センター

(協力機関) 株式会社 フィデア総合研究所

「秋田内陸縦貫鉄道を活用した地域活性化に関する調査研究」の公表について

公益財団法人東北活性化研究センター(会長:高橋宏明・東北電力(株)会長)では、「知をつなぎ、地を活かす」を活動理念として、総合的な地域整備や地域・産業活性化に関する調査研究、プロジェクトの発掘・支援などを通じて東北地域の活力向上と持続的な発展に寄与することを目指し事業活動を展開しております。

当センターでは株式会社フィデア総合研究所(代表取締役:知久富男)のご協力のもと、自主調査研究として「秋田内陸縦貫鉄道を活用した地域活性化に関する調査研究」に取り組みました。

本調査報告は、経営環境が悪化し、事業存続について問題提起がなされている秋田内陸縦貫鉄道(以下、秋田内陸線。角館~鷹巣間の94.2km)について、地域資源を活かした鉄道の利用客拡大や物販を通じた収益改善をテーマに検討を行ったものです。検討に際しては、現地調査や識者インタビューを踏まえた仮説設定とアンケートによる検証を進め、具体的な方策を取りまとめました。

報告書では、角館経由の観光客に対して「日本有数の里山資源」を訴求すること、目玉となる観光列車*を導入して誘客と地域活性化に弾みを付けること、オリジナルの地域産品販売により物販収入を確保することなどを提案しております。また、同鉄道の観光利用が地域にもたらす経済波及効果も測定しております。

本報告書が、秋田内陸線沿線地域の活性化の端緒となることを期待いたします。

本調査研究の概要については別添のとおりです。報告書全文については、当センターのホームページに掲載予定ですので、そちらもご覧ください。

*本提案をもとに2012年11月19日に低速走行実験列車「ゆっくり秋の里山号」を運行しております。

以上

<添付資料>

- ・調査研究報告書の概要

<お問合せ先>

株式会社フィデア総合研究所 担当:後藤

〒010-0001 秋田市中通3丁目1-41 北都銀行本店8階

TEL 018-837-1727 FAX 018-834-5508

公益財団法人東北活性化研究センター 担当:調査研究部 宮曾根・野呂

〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9-10 セントレ東北9階

TEL 022-222-3394 FAX 022-222-3395

URL <http://www.kasseiken.jp>

○調査の背景と目的

秋田内陸縦貫鉄道*は、角館から鷹巣までの秋田県内陸部94.2kmを結び、沿線住民の生活交通手段であるとともに、観光客の移動手段として活用されている。しかし、近年は沿線の人口減などにより経営環境は悪化し、事業継続性に関して問題提起がなされている。

本調査研究では、地域資源を活かした鉄道の利用客拡大策の立案を目的としている。また、旅客収入増では限界があるため、物販拡大策も検討する。あわせて、同鉄道が地域にもたらす効果を客観的に判断すべく、経済波及効果を測定する。

注: 本文では「内陸線」に統一。なお、会社名「秋田内陸縦貫鉄道」、正式路線名「秋田内陸線」

○アドバイザー会議メンバー(敬称略)

アドバイザーからの意見を踏まえて報告書を取りまとめた。

(アドバイザー)

濱田 純	秋田大学北秋田分校長
大穂 耕一郎	くまのたいら企画代表・内陸線サポーター
藤井 けい子	農家民宿「泰山堂」代表
佐藤 和志	乳頭温泉郷(有)鶴の湯温泉代表取締役

(事務局)

公益財団法人 東北活性化研究センター
株式会社 フィデア総合研究所



秋田内陸縦貫鉄道を活用した地域活性化の概要

内陸線の経営改善と高齢化の進む沿線活性化は表裏一体であり、両輪として推進。具体策の柱は観光と物販。観光のターゲットは角館経由の県外客(首都圏中心)と県内客で「日本有数の里山資源」を訴求。短期は観光・物販共に既存資源を活用。中長期で埋もれた資源を発掘、オリジナルの地域産品販売を展開。また、目玉となる特徴的な観光列車を導入、誘客と地域活性化に弾みを付ける。

1 現状認識

○地域の状況

- ・全国一の高齢化県・秋田でも有数の高齢地域。人口減も激しい。(根拠:H22年国勢調査)

○地域の資源

- ・南北に資源はあるが、角館は独立意識が強いなど、統一感に乏しい。

○ローカル線の運営状況

(全国)

- ・全国的にローカル線の収支は大変厳しい。

(根拠:国交省鉄道局2010)

(内陸線)

- ・収支は他のローカル線と比べ非常に厳しい。

(根拠:国交省鉄道局2010)

- ・近年は定期外や行政の通学定期支援等で収入減に歯止めがかかるも年2億5000万の赤字。赤字を県・市が補填。修繕費は県が補填(秋田県版上下分離方式。四者合意)

○期限が迫る四者合意

- ・内陸線、県、沿線2市(仙北市、北秋田市)の合意により、2012年度赤字2億円以内が未達の場合、抜本的な経営の見直しとなる。
- ・ただし、地域では内陸線存続の危機感が薄い。(根拠:識者インタビュー)

○内陸線の直近の取組

- ・新社長のもと、生活路線を守るべく「観光路線化」を推進。「乗って楽しい内陸線」として、首都圏に豊かな風景をPR
- (根拠:内陸線資料、社長インタビュー)

2 活性化の基本的方向性

○基本的方向性の前提

内陸線の存続と沿線活性化は表裏一体

内陸線の存在意義・危機感の共有

- ・存続は高齢化・人口減地域の活力に直結。現状を直視し危機感の共有を(和歌山)

地域・内陸線一体での収支改善の推進

- ・内陸線独自の支出削減は限界(内陸線ヒア)
- ・地域、内陸線が相互の魅力を磨き上げ、活用し、地域活性化と乗客増を目指す。

(根拠:和歌山電鉄、エコミュージアム会議)

○2つの活性化の方向性

観光客の誘致

<ターゲット>

角館経由の県外客+県内(沿線・近隣)

角館:年間訪問客260万人の観光地・角館と内陸線が直結。

県内:県内観光客も沿線を訪問(内陸線資料)

県内もターゲットに収支改善を

<コンセプト>

- ・沿線全域に未整理の里山資源が豊富。
- ・「日本有数の里山資源」を訴求可能

物販の強化

- ・内陸線の存続には観光客誘致での収入増+コスト削減だけでは限界あり
- ・経営の持続性を高めるべく物販収入増が必須(例:銚子電鉄「ぬれ煎餅」)

3 具体的方策

○地域と内陸線のコミュニケーション体制の構築

- ・段階的に相互の信頼を醸成(エリア担当制等の推進)
- ・最終的には相互に責任を持って議論できる運営会議(恒常的な意見交換の場)を設置(根拠:和歌山)
- ・経営状況が共有可能な広報体制の整備(和歌山)

短期は今ある資源を、内陸線と地域の協力で活用
長期は埋もれた資源を発掘、磨き上げて訴求

○観光

①角館からの県外客

- ・素朴な里山風景、フットパス等の素朴なアトラクションをゆったり
- ・直近は既存資源を、長期的には資源を更に発掘・整理
- ・目玉となる特徴的な観光列車の導入

里山の魅力を体感でき、話題性も高い特徴的な観光列車の導入 例:のんびり走る観光列車、特徴的な機関車

②沿線・近隣(県内)客

- ・身近な知られざる歴史・里山資源を訴求(エコミュージアム会議)
- ・日本一の里山学習路線を目指す
- ・直近は企画列車で沿線利用を促進(山形鉄道「ビール列車」)

③基本的な受け入れ態勢(おもてなし)の浸透

- ・きれいで快適な車両、挨拶。乗客目線の案内表示

○物販

- ・直近は既成の特産品等の販売
- ・長期的には地域特産品(山の芋、西明寺栗等)を内陸線オリジナルとして展開(例:銚子電鉄「ぬれ煎餅」)

○PR

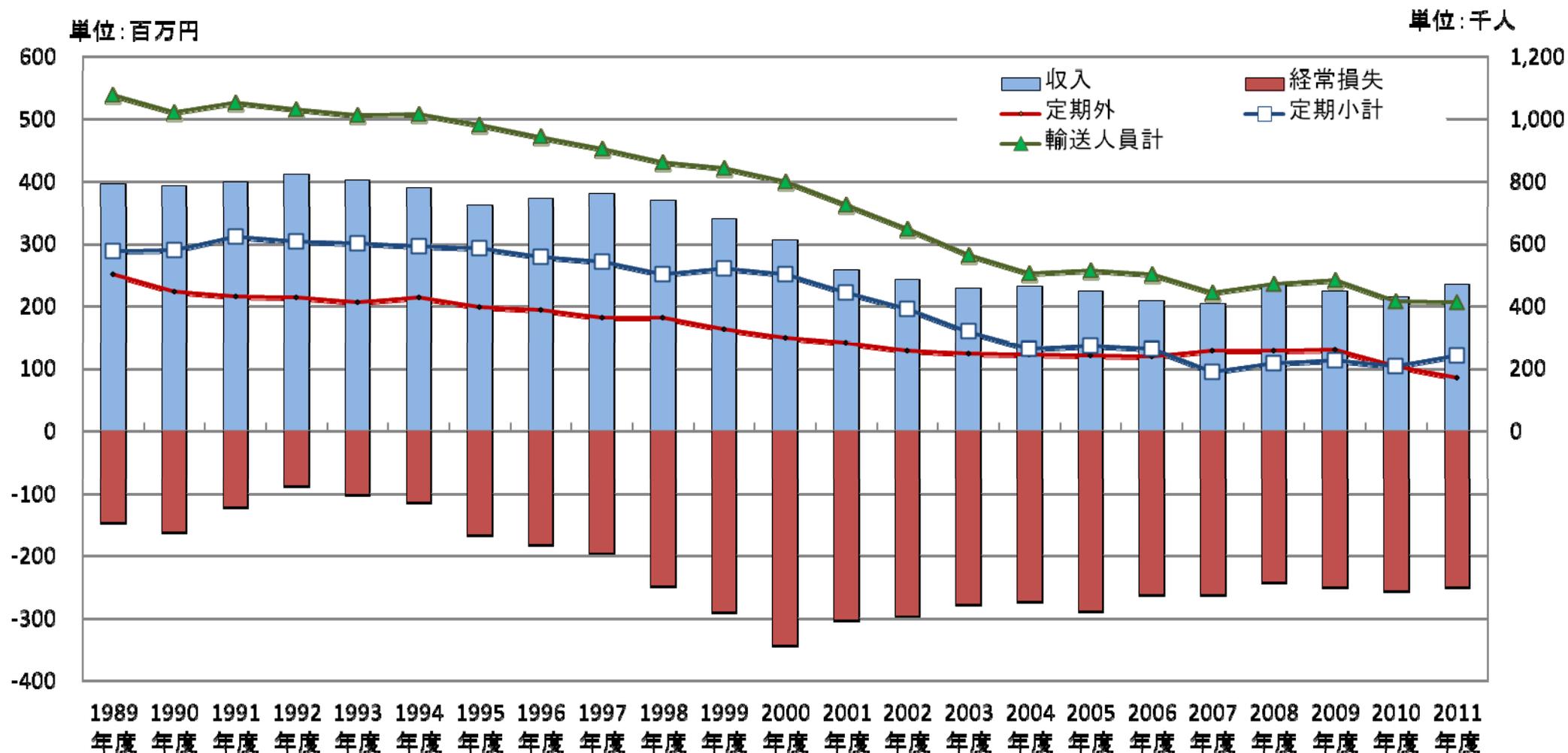
- ・角館から内陸線へ誘導する看板広告。
- ・ビジュアル・アイデンティティーの確立(田んぼアート、紅葉と内陸線等)

○資金調達

- ・使用目的(車両改造等)を明確にした寄付金等の資金調達制度の導入。(例:和歌山「いちご電車」)

1. 現状 内陸線の経常収支・輸送人員の推移

厳しい経営が続くが、収入はコスト削減や営業努力により、近年は減少傾向に歯止めがかかり、経常損失も2億5000万円程度で推移。輸送人員計は、2008~9年度の存続運動時は増加に転じたが、足元では減少傾向が続く。ただし、定期外(県外観光客含)は比較的堅調な推移を見せる。



資料: 秋田内陸縦貫鉄道(株) 注: 2011年度の定期外客の落ち込みは震災による観光客減が大きい

2. 基本的方向性 (1) 活性化活動の前提

内陸線の存続と沿線活性化は表裏一体。関係者が危機感と一体感をもって取り組む必要がある。

○地域における内陸線の存在意義・危機感の共有

- ・高齢化、人口減が進行する沿線地域にとって、「生活の足」であり「観光客の輸送手段」である内陸線の存廃は、地域の活力に直結する。
- ・四者合意*前の存廃論議時には地域の存続への意識は高まった。しかし、以後の地元の存続意識は減退した。
- ・和歌山(現和歌山電鐵貴志川線)での存廃論議時には、住民の危機感の高まりが地域で共有されたことにより、熱心な取組が進められた。また、存続決定後も取組継続の必要性が広報誌を通じて共有され、活発な存続活動が続いている。

「団地に住む条件の1つが貴志川線があることだったので、廃線の話が浮上した時には何かしなければと思った」(貴志川線の未来を“つくる”会*ヒアリング)

- ・以上から、内陸線の存在意義の確認および存続への危機感を共有することが活性化の鍵に結びつくと言える。

○地域・内陸線が一丸となった取組の推進

- ・人員、車両運行本数など、すでにできる限りのコストダウンを実施。これ以上の支出削減は安全面から不可能(内陸線ヒアリング)
- ・地域には内陸線を支える目的や、内陸線を活用する形で活動する団体が多数存在する。
- ・彼らの力を内陸線の運営に活かすことにより、地域・内陸線が一丸となった、より効果的な取組が推進できる。

「つくる会*と話し合いを重ねてイベント企画や改善努力を行った結果、輸送実績など、成果が目に見える形でついできた」(和歌山電鐵ヒアリング)

注: つくる会=和歌山県で活動する「貴志川線の未来を“つくる”会」

「地域一体の内陸線、地元の人に参加できる内陸線にできたらいいと思う」(内陸線沿線で活動する「エコミュージアム会議」ヒアリング)

注: 四者合意とは、県、2市(北秋田市、仙北市)が赤字を補填、修繕費を県が補填するなどとした合意のこと(2010年2月)。合意の条件として、「2012年度(平成24年度)までに赤字2億円以内達成」が掲げられ、未達時は経営が抜本的に見直される。

(2) 観光(ターゲットとコンセプト)

「角館経由の県外観光客(首都圏中心)」+「沿線・近隣の県内客」に、「里山の原風景」を訴求する。

○ターゲットの絞り込み

・効果的な地域活性化施策を展開するためには、ターゲットを絞ると共に、地域の目玉(売り、コンセプトの策定)を見出し、集中的に取り組むことが肝要。

・インタビュー結果、資源調査、周辺状況調査等から、以下のようなターゲット、コンセプトが見出された。

角館経由の県外客(首都圏中心)

および

沿線・近隣客(県内)

【根拠】

(角館経由の県外客について)

- ・内陸線の南の起点である角館には年間約260万人*の観光客が訪問。(秋田県観光統計)
- ・アンケートからは角館観光客の1割が内陸線を利用。
- ・県外の角館利用観光客では首都圏客が圧倒的。
- ・角館経由の客を少しでも多く内陸線に誘導することが短期的に効果を挙げるには必須。
- ・県外客は車窓からの豊かな里山資源への興味が深い(アンケート)。よって、地域にある埋もれた資源を磨き上げれば、県外客にも訴求可能である。

(沿線・近隣の県内客について)

- ・内陸線の観光利用では県内観光客も多い。
- ・県外観光客だけで収支の大幅改善は厳しいことから、県内客にも目を向ける必要がある。
- ・地域には未だ埋もれた資源があり、まとめ、磨き上げれば県内客に素朴だが魅力的な資源としてアピールできる。特に地域住民にとっては地域を見直す学びの機会となる。
- ・内陸線に乗ったことのない秋田県民も多く、県内客にも魅力を訴求できる可能性が高い。(識者インタビュー、内陸線インタビュー)

○コンセプト

・94.2km、2市にわたる長大な沿線という特徴と多様な資源により、沿線での一体的なコンセプトの策定は難しい。

・ただし、地域ごとに特徴的な資源、未整理の資源が多数あることから、

「里山の原風景を堪能する」

といったテーマでの訴求は可能。

【根拠】

- ・北の森吉山、南の角館の他に、内陸部のマタギといった多様な資源が分布。ただし長大な沿線のため、統一感には乏しい。
- ・しかし、地域には埋もれた里山資源があることが地元団体調査により判明。
「フォーラムやワークショップを通じて、もっとも日本らしいデザインである「里山文化」がこの地域にあることに気づかされた」(エコミュージアム会議ヒアリング)

注: 角館の公式な訪問観光客数は、2005年9月20日の合併後から公的統計より抽出することが難しい。よって、数字は角館分を抽出可能な2006年を適用。

(3)物販の強化による収支改善

観光客誘致だけの収支改善は難しい。よって、特色ある地域産品を使った物販によって更なる収入増を図る。

○観光客誘致だけの収支改善は厳しい

(内陸線の努力 観光客誘致の取組)

- ・内陸線では2012年度、観光利用を含む定期外客の目標値を、前年度比13%以上増加させた25万8,800人(定期外収入3,000万円増)とする計画を推進中。
- ・ホームページで目標の達成状況を日々公表しているが、上半期の達成は7割ほど。
- ・仮に新たな取り組みを推進したとしても、現状を大幅に上回る観光客誘致の実現には時間がかかる。

(内陸線の努力 コスト削減)

- ・内陸線ではコスト削減が進められており、安全運行上、これ以上の削減余地はない。(内陸線ヒアリング)

(内陸線が今後直面する車両更新問題)

- ・内陸線が使用する車両はすでに車令23-24年を超える。車両更新が間近になっているが、1両当たりの費用は約1億3,000万円と高額。

収入増の取組としては、他に地元定期客増の取組も進められている。しかし、人口減の激しい当地の状況を鑑みると、持続的経営を実現するためには、更なる収支改善努力が必要となる。

○効果が高い物販による収入増

(物販で赤字解消を図った事例)

- ・銚子電鉄では、鉄道事業での赤字を、地元特産の醤油を用いた「ぬれ煎餅」の製造・販売で大幅に改善している。
- ・銚子電鉄の鉄道事業は営業損失9,500万円。対して「ぬれ煎餅」含む食品製造販売は営業利益が1億円(売上4億弱)。副業が経営を支えている。
- ・なお、銚子電鉄は自治体からの補助金なしの自力経営を実現している。

(内陸線による物販の取組)

- ・内陸線では、物販収入は関連事業収入に含まれる。
- ・内陸線の関連事業収入は、2011年度実績で全収入の10%程度(2,300万円、全収入額は2億3,000万円)。
- ・内陸線では、2012年度からは関連事業としてレストラン事業、売店・ネットショップなどの具体策を推進。これらにより、ある程度の関連事業収入の増加が見込まれる。

銚子電鉄の事例から、内陸線が今期から強化している関連事業比率、特に物販収入比率をさらに上げることが、安定的な経営に寄与すると考えられる。

3. 具体的方策 (1) 地域と内陸線のコミュニケーション体制の構築

内陸線と地域の支援団体との間で段階的に信頼関係を醸成し、最終的には責任を持って内陸線と地域の進路を議論できる場(運営会議)の設置を目指す。あわせて、地域と内陸線の現状を共有できるように沿線での広報体制を整備・拡充する。

○地域と会社のコミュニケーションの重要性

(課題は地域と内陸線との連携不足)

- ・活性化や内陸線支援に取り組む地域住民、組織はそれなりにある。
- ・しかし、住民や組織相互の連携、彼らと内陸線との連携が不足している。(識者インタビュー)
- ・個々の取組をつなぐ必要性、地域の人に参加できる仕組みが必要との声がある。(識者インタビュー)
- ・他方、エリア担当制の導入など、地域と内陸線社員との信頼関係構築を目指す取組もある。しかし、地域と内陸線との信頼関係を構築するためには時間がかかる。(識者インタビュー)

(コミュニケーションの仕組みの構築)

・地域と内陸線の連携体制が長期間にわたってなかったという経緯から、以下のような段階を追ったコミュニケーション、信頼関係の構築が必要である。

ステップ1: 内陸線社員の地域に対する意識の改革

- ・現在内陸線が実施しているエリア担当制を継続し、社員個人を通じたコミュニケーション意識を醸成する。
- ・地域の支援組織が開催する内陸線関連イベントの共催、手伝いを通じて、内陸線と地域の一体感を醸成する。

ステップ2: 内陸線社員と支援団体メンバーとの交流の深化

- ・社員と支援団体との意識をつなげるために、相互の懇親を深める取組(意見交換会、懇親会等)を通じて、個人間の信頼関係、ネットワークを蓄積

ステップ3: 内陸線と地域が同じテーブルで議論できる場の構築

- ・内陸線と地域が、各立場で責任を持って内陸線運営と地域活性化を議論する場をつくる。理想的な形は和歌山電鐵の運営委員会*。
- ・現在、「秋田内陸活性化本部」(県、北秋田市、仙北市で構成)が利用促進・PR等の活動をしている。ただし、恒久的な組織ではないことから、活性化本部を内陸線と地域、そして行政が同じテーブルで議論できる形に発展的解消のうえ、運営委員会を設置することが想定される。

○そのほか、地域と会社のコミュニケーションを補う手段として、地域のステークホルダーに情報を広く伝達する仕組み、広報体制の整備が重要である。

注: 和歌山電鐵では、地域団体、学校、商工会、行政を含めたステークホルダーが一堂に会して議論を深める場が設置され、路線維持の原動力となっている。

(2) 観光 ①角館からの県外客

里山の原風景など、都会にはない素朴な風景、素朴なアトラクションでアピール。「知ってもらう」「乗ってもらう」ための特徴的な車両の導入も検討する。

○里山の素朴な風景、素朴なアトラクションでアピール

現状、観光資源が整理されていないことから、短期、中長期に分けて取組を推進する。

短期

(素朴な風景)

- ・既に地域で見出されている資源を活用。
例：里山風景、田んぼアート、かたくり群生 など
- ・アンケートからも田んぼアートをはじめとした車窓の風景への人気が高く、短期で訴求するには最適。

(素朴なアトラクション)

- ・当地には既に見出されているが、観光客に強く訴求されていない歴史資源も多い。これらを改めてPRすることで、途中下車を誘うといったオプションを提案する。

中長期

(コースの設定と受け入れ体制の整備)

- ・資源を更に発掘、整理し、県外客が求めるニーズをリサーチし、体系化する。宿泊も考慮した長期滞在コースを設定する。

(コース設計のヒント)

- ・角館訪問客に対するアンケート(事務局実施)からは旅の目的として温泉の人气がとても高い(「内陸線沿線で興味がある資源」として52.9%)。
- ・次いで車窓の風景(同38.2%)、グルメ(同33.6%)、自然体験(同30.7%)、歴史に触れる旅(同15.4%)である。
- ・よって温泉と沿線の里山資源を組み合わせたコースは有望。



風景(田んぼアート)



かたくり群生



歴史巡り(阿仁異人館・伝承館)



源内坂(平賀源内ゆかりの道)



発掘された地域の資源

写真：上4点 秋田内陸縦貫鉄道(株) webサイト
下1点 エコミュージアム会議提供資料

○観光に特化した特徴的な車両の導入

- ・角館で実施した観光客アンケートでは、内陸線を利用しない理由として、「知らなかったから」が6割に上っている。
- ・和歌山電鐵が導入した「いちご電車」「おもちゃ電車」「たま電車」は、和歌山電鐵を「知ってもらう」「乗ってもらう」ために効果を発揮。集客力が高く、定期外客(主に観光客)の誘導に成功し、輸送人員はピークで14%増を記録。営業改善に寄与している。
- ・よって、角館経由の県外客を内陸線に効果的に誘導するためには、特徴的な車両の導入によって「知ってもらう」「乗ってもらう」戦略が必須となる。

○特徴的な車両の具体的考察

(目的)

- ・内陸線を観光客に「知ってもらう」「乗ってもらう」こと
- ・内陸線が訴求すべき「里山風景」を堪能できること

(コンセプト)

「里山をのんびり走る観光列車」

- ・急ぐ旅と一線を画し、内陸線の魅力である「日本一の里山風景」をゆっくり見て、感じることでできる旅を提供。
- ・運行は生活利用と切り離れた観光利用に限定。
- ・のんびり走る観光列車は全国各地にあるが、「長距離にわたってのんびりと里山を走る」観光列車は見あたらないため、他のローカル線と差別化が可能。

(参考)

本提案をもとに2012年11月19日(月)、最低時速5kmほど(一部区間)の低速走行実験列車「ゆっくり秋の里山号」(くまのたいら企画主催、内陸線共催、活性研特別協賛)が運行され、好評を博した。



「ゆっくり秋の里山号」における記念撮影の様子。笑内(おかしない)駅にて駅名標、車両、内陸線のキャラクター「森吉のじゅうべえ」とともに。

②沿線・近隣客(県内)

身近な知られざる歴史・里山資源を教育・研修、生涯学習向けに訴求。中長期的には体制を整えて「日本一の里山学習路線化」を図る。直近はビール列車で沿線利用を促進し、知って乗ってもらうことを優先する。

○歴史・里山資源を活用した教育・研修旅行を展開

・県外客への対応と同様、現状、観光資源が整理されていないことから、短期、中長期に分けて取組を推進する。

短期

(既存フットパスツアーを活用した学習の旅の試行)

- ・当地には知られざる里山文化や歴史が数多く存在することが判明している。(エコミュージアム会議)
- ・これらは地元にも、県内にも知られていないことから、地域を知るために最適であり、小学生の「総合的な学習の時間」や教育・研修旅行に導入できる。
- ・同様に、生涯学習(中高年向けの学びの旅)への組み込み可能性もある。
- ・現在は秋田内陸線旅行センター主催で「ミニフットパスツアー」(参加費1,800円、ガイド・昼食付、内陸線乗車券別)が開催されている。参加者からは、「住んだことがあるのに、知らなかった箇所が沢山あった」「古い歴史にふれて、びっくりしました」(内陸線webサイト抜粋)との感想が寄せられ、好評を博している。
- ・加えて、エコミュージアム会議では、さらに資源を掘り起こすべく、ワークショップを経てフットパスツアー対応マップを作成している。
- ・これら既存の資源を活用した、身近な歴史と文化を探る旅を、小中学生や中高年向けの「学習の旅」として組み替え、試行する。
- ・モデルツアーを通じて、「里山の歴史と文化が豊富な内陸線」「地域を学べる内陸線」というイメージを県内に訴求する。



内陸線ミニフットパスツアー(上)と
エコミュージアム会議のフットパスマップ(下)

中長期

(埋もれた資源による「日本一の里山学習路線」を目指す)

- ・短期で訴求した「里山の歴史と文化が豊富な内陸線」というイメージを、中長期ではさらに発展させ、里山を体系的に学ぶことのできる学習路線として展開する。
- ・最終的に目指すのは、沿線、近隣小学生の「総合的な学習の時間」や教育・研修旅行、および生涯学習(中高年向けの学びの旅)の継続的な受け入れである。
- ・着実に資源を発掘、整理して体系立てていくことで、埋もれた資源を活用し、内陸線に乗りながら地域を学ぶことのできる「日本一の里山学習路線」として、安定的な学習旅行の受け入れ地を目指す。
- ・すでにスタディトレイン*を運行していることから、内陸線と学習のイメージは結びついており、周辺資源の再整理と体系化により、里山学習路線の展開は可能である。

(不可欠な地域の協力)

- ・沿線全域の埋もれた資源、里山の歴史・文化を体系化し、受け入れ体制を整える必要がある。
- ・この作業には地域の協力が不可欠であり、現在既に作業に着手し経験と知識を蓄積しているエコミュージアム会議の力を借りながら、地域と内陸線の共同作業により商品化を図っていく。

○直近では常時利用可能な企画列車「ビール列車」を導入

(既存の取組)

- ・内陸線では「ごっつお玉手箱列車」が人気である。沿線の農家のお母さんたちによる旬の料理が停車駅から持ち込まれる企画列車であり、2012年度は月1ペースで6回開催予定。一人6,900円で実施されている。

(常時利用可能な列車で沿線・近隣の需要を掘り起こす)

- ・上記の企画列車に加え、地元で常時利用可能、申し込みも容易な企画列車を導入することで、沿線・近隣客の需要の掘り起こしを目指す。

<具体例 ビール列車>

- ・例として、山形鉄道で導入されているビール列車(宴会列車)が考えられる。これは居酒屋に予約を入れる感覚で貸し切り列車で宴会を開くことのできる企画であり、好評を博している。
- ・内陸線ではすでに貸し切り列車を展開しているが、「ビール列車」として身近な利用が可能であることを訴求することで、近隣需要を発掘できる。
- ・ビール列車の運行は、通常運行車両に貸し切り車両を連結するほか、貸し切り列車単独での運行というバリエーションを選択可能とする。
- ・飲食を持ち込み可能にすると共に、オプションとして地域の特産品をオードブルとして提供する。

注:スタディトレインとは、秋田北鷹高校のテスト期間にあわせて、内陸線が運行する特別列車。勉強机を設置したお座敷車両を通常車両に連結し、車内でテスト勉強がしやすい環境を整える。1999年より始まった。

(3)物販

経営を改善すべく、地域特産品を活用した自社加工販売のオリジナル製品を拡充する。

○経営を改善すべく物販を強化する

- ・旅客収入を補う物販収入は、重要な収益手段。
- ・例えば銚子電鉄では、鉄道事業での赤字を、地元特産の醤油を用いた「ぬれ煎餅」の自社製造・販売で大幅に改善している。
- ・収益を確保するためには地域特産品を内陸線オリジナル商品として、自社開発、製造、販売を一貫して展開する必要がある。
- ・地域特産品の発掘とオリジナル商品開発には時間がかかるため、短期、中長期と、段階を追って展開することが望ましい。

短期

(既成の特産品等の販売を中心に展開)

- ・現在行われているバター餅などの特産品や、オリジナルグッズのネットショップや売店、車内での販売を拡充する。

(社員・アテンダントによる販売方法の工夫)

- ・航空会社のキャビンアテンダントによる商品・サービスの紹介にならい、地域の銘品、特産品を車内でアテンダントや社員が観光客に直接訴求、販売することで、地域産業を後押しする役割を担う。
- ・アテンダントや社員は、観光客が会う最初の「地域を知る人物」「地域のエキスパート」であり、彼らがセレクトした「間違いない土産」といった付加価値により、観光客に商品の魅力を訴求し、物販の売上増を目指す。
- ・例えば、車内販売の際に、日本一の大きさを誇る西明寺栗の実物を手に説明を行うことで、大きさに驚いてもらい、購買意欲を刺激するといった工夫が考えられる。栽培の苦労話、希少性を訴えることも効果的である。

中長期

(地域特産品ベースのオリジナル商品の展開)

- ・豊富な沿線の地域特産品を活用した商品開発を推進する。
- ・将来的には、地域特産品を内陸線オリジナルとして商標登録の上、自社加工で展開する。
- ・商品開発の際には、公的機関の施設を活用した試作や、大学等の、コンセプト・デザインに関わる機関の活用も考えられる。
- ・オリジナル商品に適した特産品の例として、

沿線北部の「山の芋」

沿線南部の「西明寺栗」がある。

(上記候補は識者ヒアリングより)



山の芋



西明寺栗

写真出典：山の芋＝じゃんご鉄道webサイト
西明寺栗＝事務局

(4) PR

ビジュアル・アイデンティティによる統一的な宣伝戦略を導入。加えて、角館の新幹線沿線に看板を設置して角館訪問客に訴求。観光客が目的地選択の参考にする旅行雑誌へも訴求。

○統一的な宣伝戦略の導入

- ・PRに際しては、対外的に利用するパンフレット、ポスター等の資料において、繰り返し同じイメージを訴求することで、認知度を高めることができる。
- ・イメージを統一して視覚的に強調する戦略をビジュアル・アイデンティティ(VI)といい、先行事例としては立山黒部アルペンルートでの雪の壁といった使用例がある。

- ・内陸線は「日本有数の里山を駆け抜けるローカル線」というイメージで訴求することが有効である。よって、里山風景の中を走る内陸線のイメージ、田んぼアートや紅葉と内陸線のイメージなどが有力である。また、角館発着イメージを訴求するためには、角館の桜と組み合わせた展開も効果的である。

- ・VIに用いる写真は、公募やゆかりの写真家に依頼するなど、地域一体となった選定も考えられる。



VIの候補例

出典：(右上)角館町観光協会、(左、右下)秋田内陸縦貫鉄道(株) webサイト

○PR手段としての看板と雑誌の活用

(内陸線は「知られていない」)

- ・内陸線は、角館を訪問する観光客の間では知られていない(アンケート「内陸線を利用しない理由」第1位が「知らなかったから」)。
- ・よって、内陸線を観光客に知ってもらう必要があり、PRが重要になる。

新幹線客に「知ってもらう」ための広告看板の設置

- ・アンケートから、観光客は旅行先を選ぶ際に、旅行雑誌やテレビ番組に加えて、「記憶」や「来てみたかったから」という理由で場所を選択することが分かった。
- ・よって、新幹線利用客に「内陸線を使うと角館からこんな旅ができる」ことを知ってもらう(記憶に残す)ために、JR角館駅近辺の、新幹線客の目につきやすい場所へ看板を設置する。

雑誌への訴求

- ・観光客は観光地を選択する際に、旅行雑誌を参考にするケースが多い(角館訪問観光客アンケート)
- ・特徴的な観光列車や、素朴な里山文化などを雑誌編集部へ訴求し、掲載を求めていく。

(5) 資金調達

目的を明確にしてサポーターからの支援を募る。

(サポーターからの支援は路線を支える有効な手段)

- ・特徴的な列車の導入やメンテナンスなどの費用は、厳しい財政状況にある内陸線単独での負担が難しい。(内陸線ヒアリング)
- ・各地の鉄道では利用者や鉄道ファンからの支援(寄付金等)によって新車両を導入する、メンテナンス費用を調達する事例がある。
- ・車両導入に際しては、和歌山電鐵が参考になる。

和歌山電鐵では、全国に路線を知らしめる手段、乗ってもらうための手段としての特殊車両(いちご電車等)を導入したが、費用の多くを、必要な都度募集するサポーターからの支援によって調達している。支援者の名前は電車内に掲示されている。

・和歌山電鐵では海外も含めあらゆる地域から支援がもたらされたが、「いちご電車」では地元住民からの支援が多かった。路線維持のための重要な車両であるという意義が伝わったことから、地域の応援が多く集まったと考えられている。

(参考)和歌山電鐵における車両改装のための支援

いちご電車製作費用を集めるために支援(千円/一口)を呼びかけたところ、3カ月近くで1千万円以上集まった。地元住民からの支援が多く、地域の激励だと思って受け取った。(和歌山電鐵ヒアリング)

(使用目的を明確にした寄付金の導入)

- ・「里山をのんびり走る観光列車」、「特徴的な機関車」など、特徴的な車両の導入には費用がかかる。また、経営状況の厳しい内陸線が単独で車両調達を行うことは難しい。よって、車両調達のための寄付金等の資金調達を進める。
- ・一般から広く資金を求める際には、使途が明確で、支援者にも応援したメリットが明示化される場合に集まりやすい(参考:和歌山電鐵)。そのため、使用目的を車両調達に限定し、車内に支援者名を掲示、その他優待を付与するといった形にすることが望ましい。

(参考)内陸線の既存の取組

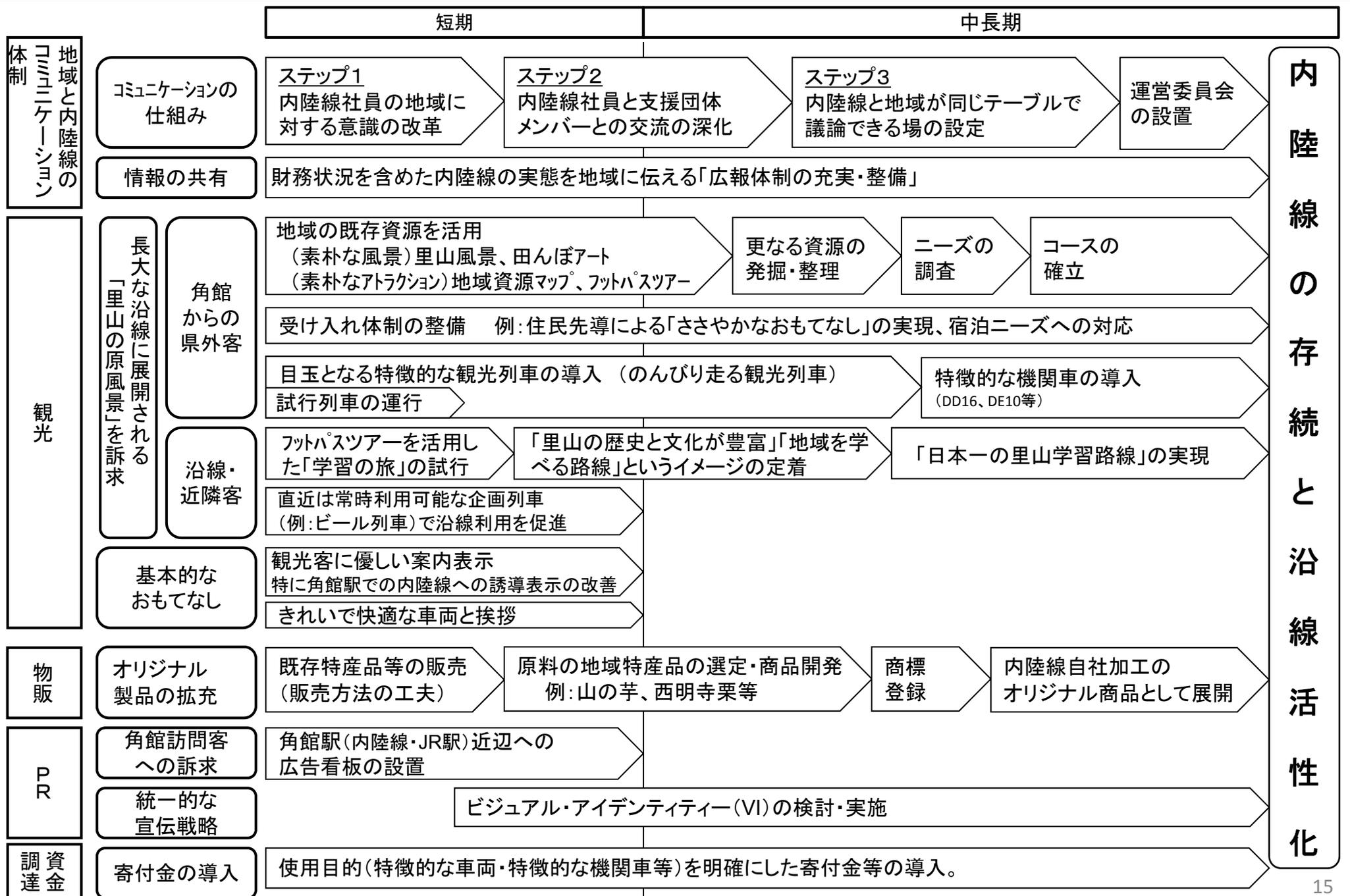
- ・寄付金を冬季除雪費に充当する取組を2012年8月より実施中。内陸線キャラクター2体が、寄付金合計1万円で1マスすごろく上を移動する企画(1口2,000円)である。こういった取組を車両導入費にも活用することが望まれる。



和歌山電鐵「いちご電車」車内にある支援者名を刻んだプレート(上部の木枠内)

写真:事務局

(6) 具体的方策展開のスケジュール案 短期・中長期と段階を追って着実に推進する。



内
陸
線
の
存
続
と
沿
線
活
性
化

4. 内陸線観光利用客による経済波及効果分析

内陸線の観光利用により、秋田県内には6億6,000万円あまりの経済波及効果がもたらされている。本報告書が提案する取組の推進により地域活性化が実現されると、より大きな効果がもたらされると期待される。

○内陸線の観光利用による経済波及効果

(経済波及効果とは)

・内陸線の観光利用客は、運賃の支払いをはじめ、土産物の購入や、レストランで食事、温泉での入浴など、さまざまな観光ニーズに基づく支出活動を行っている。地域では、観光客のニーズを満たすための供給活動が行われている。

・つまり、観光客によってさまざまなモノやサービスに対する需要(最終需要)が生じれば、最終消費財から原材料に至るまであらゆる産業の生産活動にこうした需要の影響が波及することになる。

・このように、最終需要の発生をきっかけとして各産業へ生産が次々と誘発される効果のことを、水面に広がる波紋になぞらえ「生産波及効果(経済波及効果)」と呼ぶ。

(内陸線の観光利用による経済波及効果)

・内陸線の観光利用客による経済波及効果を、アンケートにもとづき、秋田県産業連関表を使用して推計したところ、6億6,442万円の効果が秋田県内にもたらされていることが判明した。

・部門別の波及の様子を見ると、内陸線を含む運輸(1.7億円)の他に、対個人サービス(1.3億円)、商業(0.7億円)、飲食料品(0.5億円)など、内陸線の観光利用によって、さまざまな業種が恩恵を受けている。

(内陸線と地域が一体となった取組で効果は増大)

・本報告書が提示する取組により、観光客増とともに、当地での消費額増が期待できる。特に、部門別の波及効果から分かるように、波及先は多様な分野にわたるため、内陸線と地域がともに取組を推進することで、6億円をはるかに超える経済波及効果を創り出せるはずである。

経済波及効果	6億6,442万円
直接効果	3億3,910万円
第1次間接効果	2億2,981万円
第2次間接効果	9,551万円