

日本観光振興協会調査結果の報告

〔データ分析、アンケート調査集計を中心とした報告〕

調査目的

地域鉄道における観光旅客の動向や、その誘客のための取組の実態を既存データやアンケート調査で把握することにより、地域の観光振興を図るための地域鉄道活用の可能性を明らかにする。



1. 鉄道統計データにみる定期外（観光客等）旅客の利用動向分析

過去10年間における定期外旅客データ（輸送人員、輸送人キロ、輸送収入）の分析により、旅客数や旅客輸送収入全体が低迷する中で、観光誘客（定期外旅客）の概略の傾向や、誘客に成功している地域鉄道事業者のデータ概要、周辺の観光地の観光客入込数への効果等について分析する。



2. アンケートにみる地域鉄道会社の取り組み分析

地域鉄道事業者全91社を対象としたアンケート調査を実施し、観光振興による再生・活性化に関して、地域鉄道事業者がどのような意向を持っているか把握するとともに、取組の現状とその効果、地域との連携体制、今後の取組課題等の分析を通して成功要因や遅滞要因を明らかにする。

またアンケート調査を通して、地域鉄道と沿線地域が連携して行う、今後の観光振興の取組に関して、参考となる事例情報を収集する。



3. 観光の視点からの地域鉄道の再生・活性化に向けたポイント集（事例集）……今後作成予定

以上の情報収集および分析に基づき、観光振興による地域鉄道の再生・活性化に向けて、地域鉄道・沿線地域が取り組むべきポイントをわかりやすくまとめる。

資 料 目 次

概要（研究会説明資料）	P 1～ 8
詳細版（捕捉資料）	P 9～28
アンケート調査原票	P 29～31

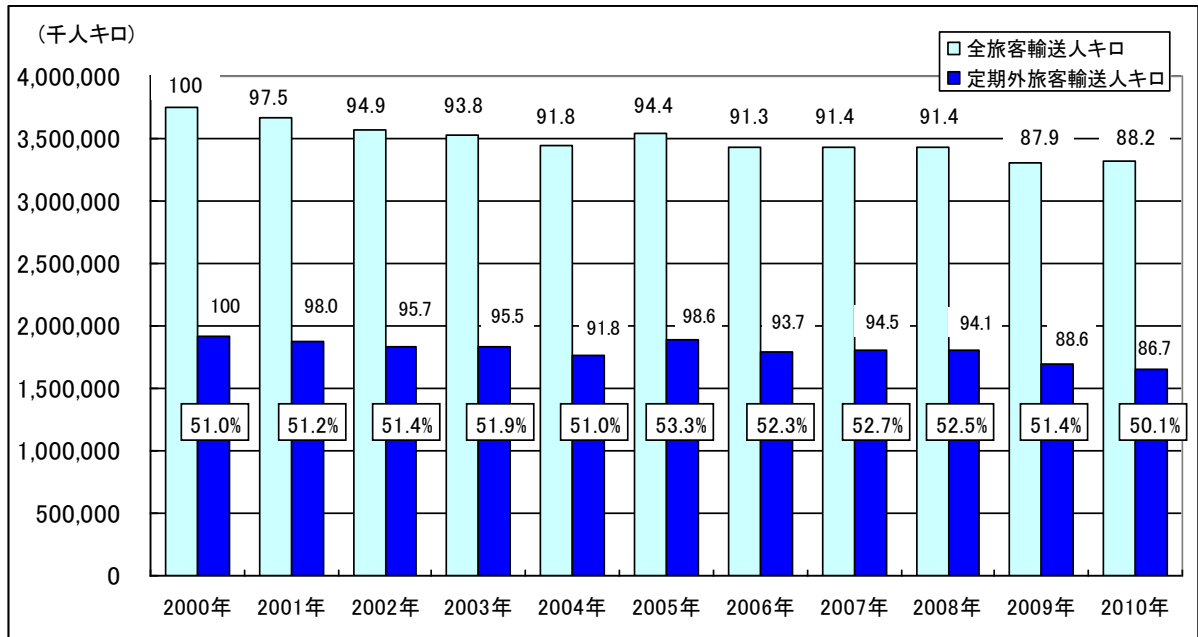
概要

1. 鉄道統計データにみる定期外（観光客等）旅客の利用動向分析

地域鉄道の定期外旅客輸送の全体動向

- ▶ 旅客輸送数全体に占める定期外旅客輸送数の割合（輸送人キロベース）は、50%以上。
- ▶ 観光客等の定期外旅客は地域鉄道事業にとって今後重要なターゲット。
- ▶ 旅客輸送数全体、定期外旅客輸送数ともに、減少傾向。

■旅客輸送人キロの推移



注) 地域鉄道 91 社のうち 2001 年度以降に営業運転を開始した 9 社を除く、82 社の合計値。

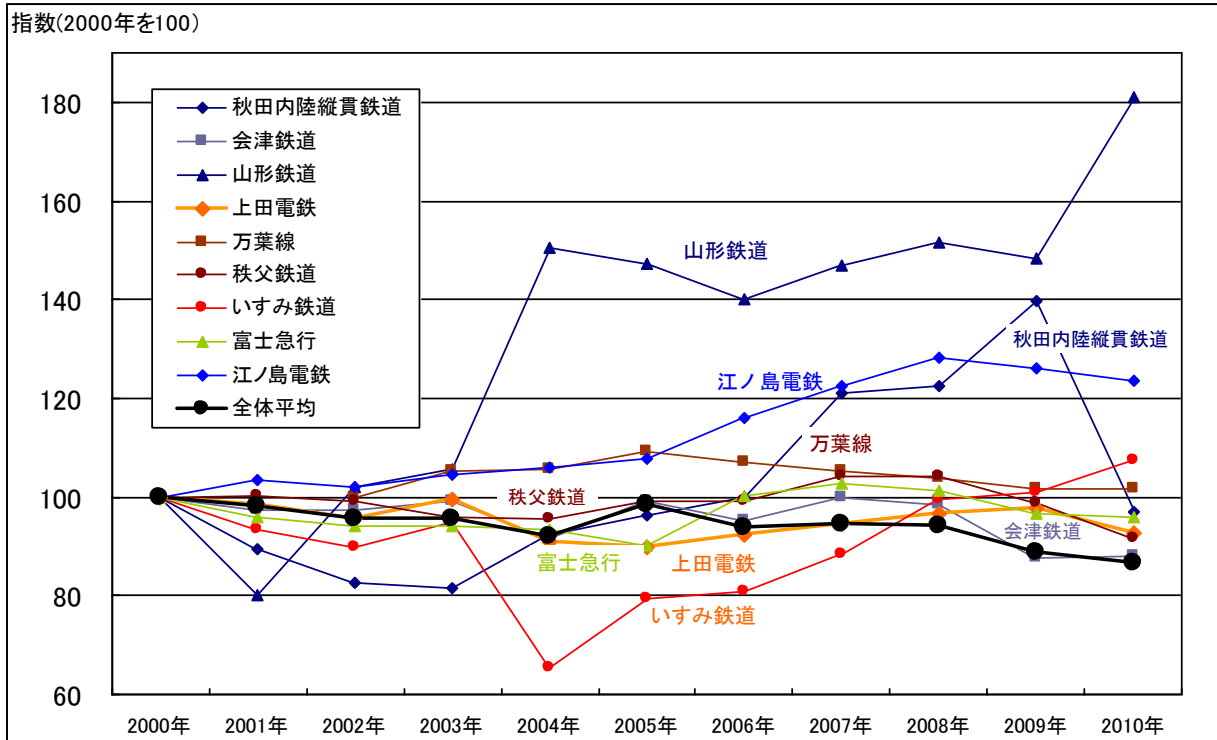
各年度の棒グラフの上の数値は、2000 年度を 100 とした時の指数。枠内の比率 $\square\circ\circ\%$ は、全旅客輸送人キロに占める定期外旅客輸送人キロ

■定期外旅客の特性と地域鉄道のタイプ

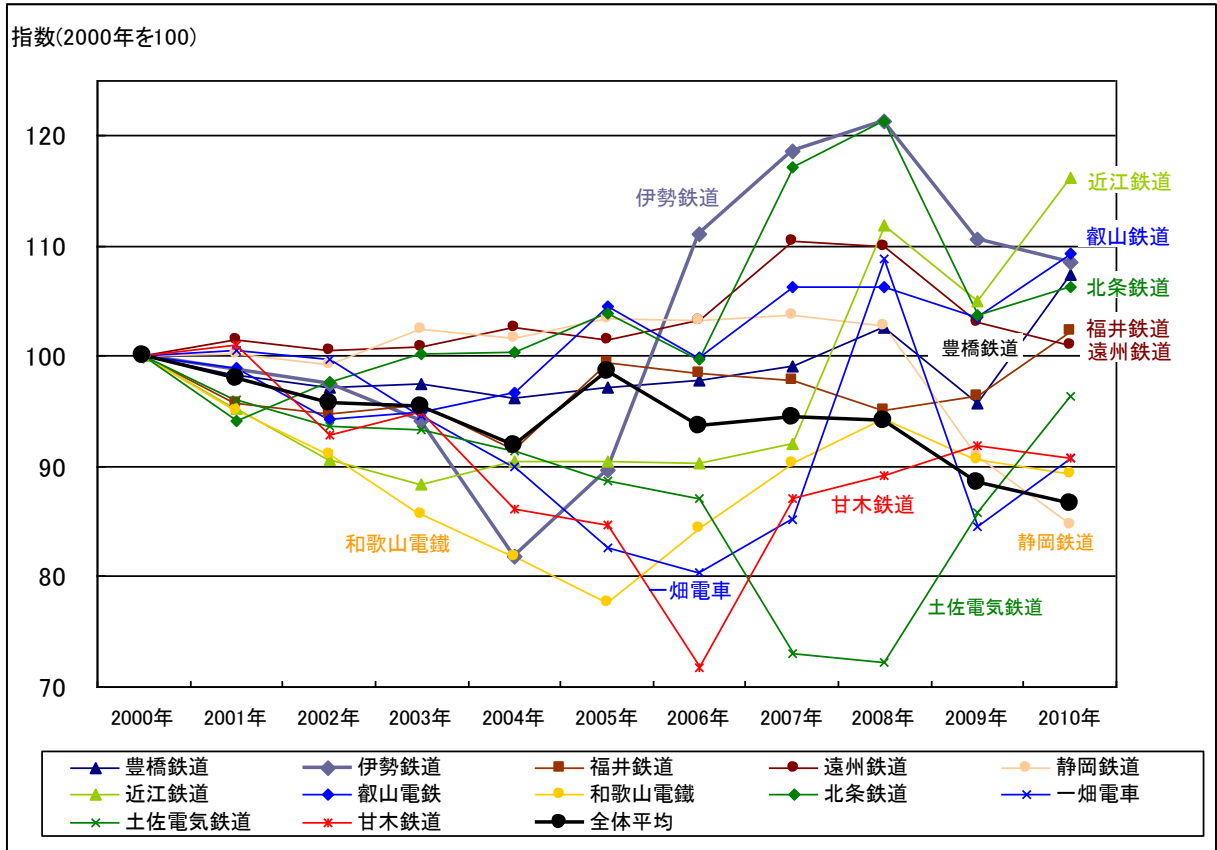
輸送量 (人扣)	輸送量 (定期外旅客輸送人キロ) 小	大
全旅客に占める比率		
定期外旅客の比率 (人キロベース) 高	観光路線 (専ら観光客輸送用の観光鉄道) 定期外旅客輸送人キロの比率が 70% 超 例: 黒部溪谷鉄道、箱根登山鉄道、野岩鉄道、大井川鐵道等	都市間輸送路線 (広域を結ぶ路線) 定期外旅客輸送人キロの比率高・輸送量大 例: 北越急行 (特急はくたか運行)、智頭急行 (スーパーはくと運行) 等
定期外旅客の比率 (人キロベース) 低	一般路線 定期外旅客輸送人キロの比率が 20~70% 程度、輸送量 5 千万人キロ以下程度 多数の地域鉄道がこのタイプに該当	都市圏路線 定期外旅客輸送人キロ比率はそれほど高くない・輸送量大 例: 神戸電鉄、愛知環状鉄道、広島電鉄等

定期外旅客輸送数の維持・増加に関して健闘している地域鉄道

■東日本で定期外旅客輸送実績（人キロ）が比較的好調な主な地域鉄道



■西日本で定期外旅客輸送実績（人キロ）が比較的好調な主な地域鉄道



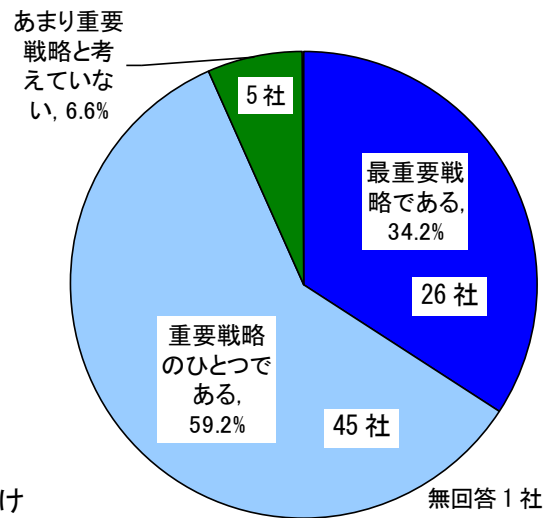
2. アンケートにみる地域鉄道会社の取り組み分析

アンケート調査の概要

調査対象	地域鉄道事業者 全91社
回答者・回答率	77社 84.5%
調査期間	2012（平成24）年6月（調査票5月末配布）
調査方法	郵送による配布・回収（希望者はEメールで調査票配布・回収）

地域鉄道の観光誘客への取組意向

- 大多数の地域鉄道にとって、観光振興（観光目的旅客の利用促進）は、大変重要な戦略となってきた。
- 26社（34%）の地域鉄道が、観光客の利用促進を最重要戦略として位置づけ、これをあわせて 71社（93%）の地域鉄道が、観光客の利用促進を重要戦略に位置づけている。



沿線の観光資源の評価

- 約半数 36社の地域鉄道が、沿線の観光資源が全国的な誘致圏を有すると高い評価。
- 必ずしも観光資源の評価は高くないが、定期外旅客輸送数を伸ばしている地域鉄道も存在。

■地域鉄道事業者による沿線地域の魅力の評価 (地域鉄道数)

1-3 沿線の観光魅力 1-1 観光の重要性	高 ←-----→ 低				無回答
	全国的に魅力大	都道府県内誘致力	現状では低い 潜在力大	魅力小	
最重要戦略	16	1	9		
重要戦略のひとつ	20	7	14	3	1
重要戦略ではない		1	1	2	1
無回答			1		
合計	36 46.8%	9 11.7%	25 32.5%	5 6.5%	2 2.6%

定期外旅客輸送数が好調
いすみ鉄道
三岐鉄道
豊橋鉄道等

定期外旅客輸送数が好調
山形鉄道
遠州鉄道
北条鉄道等

地域鉄道の観光誘客の取組類型

鉄道施設・ 鉄道設備の 観光魅力や 集客力向上	駅舎の観光魅力や集客力の 創出・向上 駅・車両基地機能の観光活用	ハード整備 イベント・ショー開催 鉄道資源活用 名所化 観光施設との一体整備	新駅設置、ミュージアム 駅舎・駅前広場等でのイベント・ショー催行 近代化遺産等としての鉄道遺産活用 パワースポット化、ペット活用 道の駅や図書館等との一体化
	車両自体の観光魅力や集客力の 創出・向上	観光車両化 観光列車化 車両内イベント・ショー ラッピング化	トロッコ列車、お座敷列車等 観桜列車、紅葉列車、七夕列車等 車内でのイベント・ショー催行 車体外装のラッピング化
鉄道関連の 観光魅力や 集客力向上	接客サービス向上	展望地点での停止・減速 トレインアテンダント等 観光ガイド・アナウンス	運行車両の展望施設としての有効活用 車内での観光スポットのガイド・
	観光利用目的の 輸送サービスの創出・向上	ダイヤの工夫 他の観光路線への乗入 その他	観光シーズン・時間に合わせたダイヤの工夫 他の観光路線への相互乗り入れ
	観光利用目的の運賃割引	共通乗車船券 他路線との乗継割引 休日割引 その他企画割引	広域での共通乗車船券 乗り継ぎ他路線活用の場合の割引 土日休日、観光シーズンにおける割引
	特産品開発	駅弁・土産品開発・販売 記念切符開発・販売 その他オリジナルグッズ販売	
	鉄道および地域のイメージ向上	イメージキャラクター 映画や漫画との連携	鉄道マスコットやオリジナルキャラクター 映画や漫画との連携
沿線地域の 観光魅力や 集客力向上	沿線地域の観光魅力や集客力の 創出・向上	ハード整備 イベント開催 ツアー開催	沿線の植栽、景観整備等 沿線におけるイベント開催 駅を起点とした旅行商品化
	沿線地域の観光魅力の情報発信	情報媒体制作 地域との共同プロモーション 他路線との共同プロモーション	〇〇沿線物語、〇〇地図等の作成
	観光乗継交通との連携	バス・船舶 マイカー 自転車	交通機関整備、乗継ダイヤの調整 車両回送サービス等 サイクルトレイン、レンタサイクル等
沿線地域の 観光受入 態勢の整備	地域の多様な主体との連携 による観光振興の取組	地域行政との連携 観光事業との連携 地域住民との連携 その他	観光面での地域行政との連携 地域の観光事業者や旅行会社との連携 地域住民、商店街等との連携
	ファン取込（組織化）	オーナー制度 ファンクラブ組成	車両の一部オーナー制度等

■ 活用が期待されている鉄道関連観光資源

項目	鉄道関連観光資源－ハード	鉄道関連観光資源－ソフト
駅舎および 線路沿線	資料館・展示施設 さくら、あじさい等の植栽 (あわせて花の観賞列車の運行)	各種イベント ペット駅長
列車関連	蒸気機関車（SL）運行 山岳鉄道やアプト式鉄道、軽便規格鉄道等をPR トロッコ列車、お座敷列車、展望車両、ストーブ 付き車両、シアタートレイン等の運行 古い車両の静態保存（郵便車両等） 古い車両の動態保存 ラッピング車両	アテンダントによるもてなし (方言ガイド、ハーモニカ演奏等) 飲食付列車（ビール列車、新酒列車、ほろ酔い 列車、おでん車、伊勢エビ列車等） その他季節にあわせたイベント列車（七夕列車、 クリスマス列車等） ウォーキング等の旅目的のための車両
運行設備	タブレット閉塞、単行気動車	
鉄道関連施設	車両基地 橋梁、トンネル、鉄道防雪林等の鉄道遺産	運転体験
その他	直営売店、駅なかグルメ	食や特産品を活かしたイベント

■ 観光誘客の取組類型の実施状況

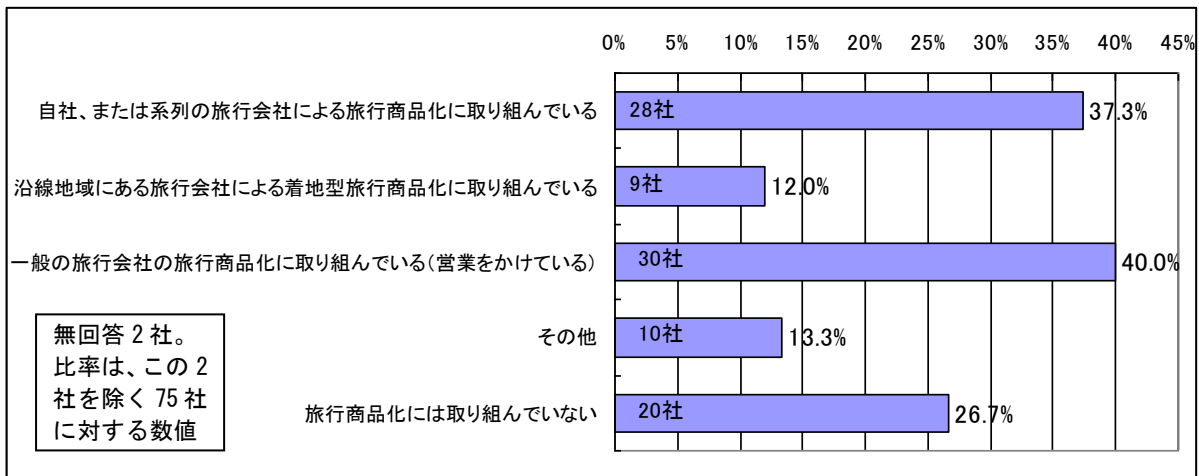
観光誘客への取組類型 (左記参照)	実施している地域鉄道の割合					特徴 ・ 典型的な事例 ・ 分析上の留意点
	E	D	C	B	A	
ハード整備	[Bar chart showing high implementation]					新駅設置(定住者向け含む)が大半
イベント・ショー開催	[Bar chart showing high implementation]					駅や駅前広場で地域と一体となったコンサートやイベント開催が多い
鉄道資源活用	[Bar chart showing high implementation]					マニア、子ども向けの運転体験を実施している鉄道会社が多い
名所化	[Bar chart showing moderate implementation]					ペット駅長の設置は一部の鉄道会社に限定されている
観光施設との一体整備	[Bar chart showing moderate implementation]					農産物直売所の複合化が多数を占めている
観光車両化	[Bar chart showing moderate implementation]					トロッコ列車等の他、新型車両導入やユニバーサルデザイン車両化
観光列車化	[Bar chart showing moderate implementation]					大半の地域鉄道で実施されている取組のひとつ
車両内イベント・ショー	[Bar chart showing low implementation]					上田電鉄のハーモニカ列車等。上の観光列車の要素として実施されているものは多数
ラッピング化	[Bar chart showing moderate implementation]					本アンケートによると約1/3の地域鉄道で実施されている
展望地点での停止・減速	[Bar chart showing low implementation]					錦川鉄道の取組が典型例。アンケート結果でみる限り少ない
トレインアテンダント等	[Bar chart showing moderate implementation]					多数の地域鉄道がアテンダントを導入
観光ガイド・アナウンス	[Bar chart showing moderate implementation]					アンケート結果でみる限り少ないが、実施している地域鉄道は多数あると想定
ダイヤの工夫	[Bar chart showing moderate implementation]					観光誘客用のダイヤ改正か否かは、本アンケートでは定かではない
他の観光路線への乗入	[Bar chart showing moderate implementation]					本アンケートによると約20社で実施されている
その他	[Bar chart showing moderate implementation]					特になし
共通乗車船券	[Bar chart showing high implementation]					大半の地域鉄道で実施されている取組のひとつ
他路線との乗継割引	[Bar chart showing high implementation]					大半の地域鉄道で実施されている取組のひとつ
休日割引	[Bar chart showing moderate implementation]					
その他企画割引	[Bar chart showing high implementation]					大半の地域鉄道で実施されている取組のひとつ
駅弁・土産品開発・販売	[Bar chart showing moderate implementation]					※ 次頁アンケート結果参照
記念切符開発・販売	[Bar chart showing high implementation]					大半の地域鉄道で実施されている取組のひとつ
その他オリジナルグッズ販売	[Bar chart showing high implementation]					大半の地域鉄道で実施されている取組のひとつ
イメージキャラクター	[Bar chart showing moderate implementation]					本アンケートによると、実施されているのは20社以下
映画や漫画との連携	[Bar chart showing moderate implementation]					本アンケートによると、実施されているのは10社以下
ハード整備	[Bar chart showing moderate implementation]					沿線における花木の植栽等に地域鉄道が積極的に関わっている
イベント開催	[Bar chart showing high implementation]					ハイキング大会等が多い(下のツアーと明確な判別ができないものもある)
ツアー開催	[Bar chart showing high implementation]					地域資源を活かしたウォーキングツアーや着地型旅行に取り組まれている
情報媒体制作	本アンケート調査で、取組の傾向を分析できず					
地域との共同プロモーション	本アンケート調査で、取組の傾向を分析できず					
他路線との共同プロモーション	本アンケート調査で、取組の傾向を分析できず					
バス・船舶	[Bar chart showing moderate implementation]					共通乗車船券や乗継割引が実施されている
マイカー	[Bar chart showing moderate implementation]					マイカーの回送に取り組んでいる地域鉄道が5社程度みられた
自転車	[Bar chart showing high implementation]					自転車を沿線の観光利用の重要ツールに位置づけていると考えられる
地域行政との連携	本アンケートの別の設問で傾向を明らかにする(P8参照)					
観光事業との連携	本アンケートの別の設問で傾向を明らかにする(P8参照)					
地域住民との連携	本アンケートの別の設問で傾向を明らかにする(P8参照)					
その他	本アンケートの別の設問で傾向を明らかにする(P8参照)					
オーナー制度	[Bar chart showing low implementation]					レール、枕木、つり革(名入り)等のオーナー制度がみられた
ファンクラブ組成	[Bar chart showing low implementation]					本アンケートで収集した情報では、ほとんどが地域住民向け

注) E:1割未満の地域鉄道で実施、D:1~2割程度で実施、C:3割程度で実施、B:4~5割程度で実施、A:6割程度以上で実施
本アンケート調査の方法(既往のシートに基づき回答を求める)により、必ずしも実施状況が正確に把握できていない可能性有

地域鉄道による沿線観光資源を活かした旅行商品化への取組

- 55社（全体の73%）の地域鉄道が、旅行商品の開発・販売に取り組む。自社または系列の旅行会社による独自の着地型旅行商品化に取り組んでいる地域鉄道が28社（37%）、沿線地域の旅行会社による着地型旅行商品化の取り組みが9社（12%）。
- 一般の旅行会社へ旅行商品化をはたらきかけている地域鉄道は、30社（40%）。
- 旅行商品化への連携主体としては、沿線自治体、観光協会や商工団体（商工会議所・商工会）、観光事業者（宿泊施設・飲食店）、JR等。

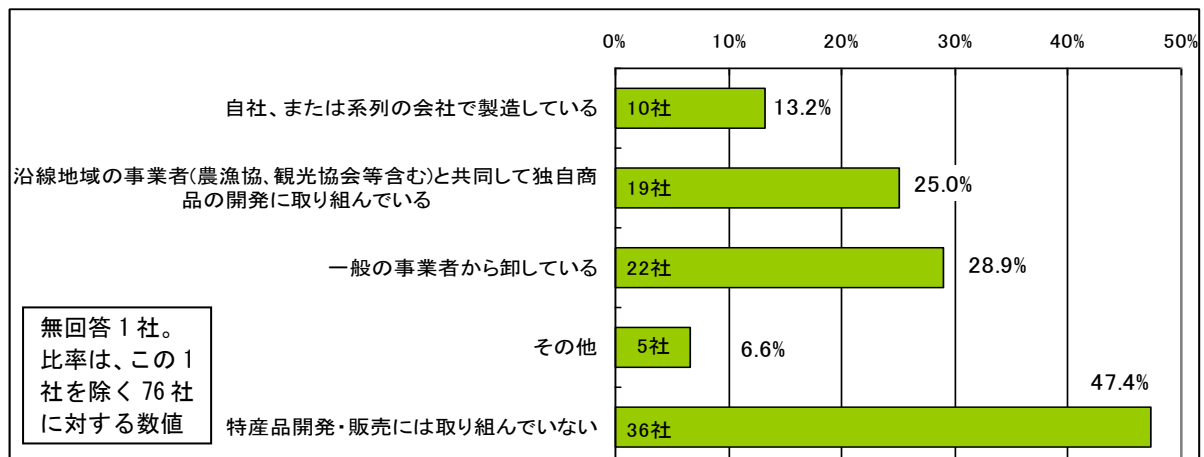
■地域鉄道による旅行商品化への取組の現状



地域鉄道による特産品開発・販売への取組

- 駅や車両内等で販売する特産品（弁当や土産物等）の開発・販売については、40社（全体の53%）の地域鉄道が取り組んでいると回答。ただし、自社または系列の会社で開発・製造している地域鉄道は、10社（13%）。
- 沿線地域の農協、漁協、観光協会等を含めた事業者と共同して、独自商品の開発に取り組んでいるとした地域鉄道は19社（25%）。連携・協力関係が、一定の広がりをみせている。

■地域鉄道による特産品開発への取組の現状



効果をあげている成功要因 ⇔ 効果を阻害している遅滞要因

■効果をあげている成功要因

〔観光資源への新たな眼差しによる、魅力ある観光の舞台づくり〕

鉄道遺産の有効活用／沿線地域全体を観光・交流の舞台として活用（ウォーキングツアー等）／鉄道を基軸とした地域イメージの形成・訴求／地域の幅広い観光関係主体と協働した旅行商品化／食の魅力、食文化の打ち出し

〔シームレスな乗り継ぎ交通の実現〕

地域特性に応じた、2次交通等との連携／観光客の立場になった共通乗車船券の導入

〔沿線地域における多様な主体と連携した取組体制〕

沿線自治体や関係主体との連携／相互乗り入れ等で連携している他の鉄道会社（大手私鉄、JR）との連携／映画、ドラマやアニメとのコラボレーション

〔的確なマーケティング戦略〕

ターゲットを明確にした取組により、新たな客層開拓

〔効果的なシーズン戦略・時間戦略〕

地域や当該鉄道ならではの特性にあわせた、シーズン対策、時間対策

〔効果的な情報発信・プロモーション戦略〕

パブリシティを活用した情報発信／多様な情報発信ツールの活用／話題性のある取組／トップセールス／ネーミングの工夫

〔ホスピタリティ戦略〕 おもてなしの提供



■効果を阻害している遅滞要因

〔観光の魅力づくりについて〕

取組が一過性である・首尾一貫していない／イベント等のマンネリ化／沿線地域の魅力形成の遅れ／沿線に点在する観光対象が、線や面としてつながっていない

〔2次交通との連携について〕

2次交通が整っていないため、観光目的地に円滑に到達できない

〔取組体制について〕

沿線地域の多様な主体との連携不足（旅行商品化や情報発信等について）／沿線地域全体で、観光客をもてなす体制や意識を共有できていない

〔情報発信について〕

PR不足、周知方法が不的確／話題性のある取組が継続できない

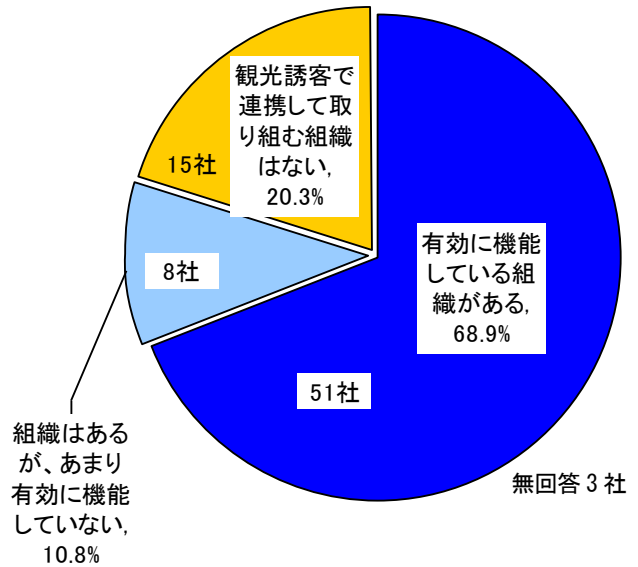
〔鉄道設備面について〕

沿線地域の取組と歩調を合わせた取組を行う上で、鉄道設備が不十分（イベント列車運行等における設備的な問題）

注) ゴシック（下線）表記部分は、同じ内容の回答が多数あったもの

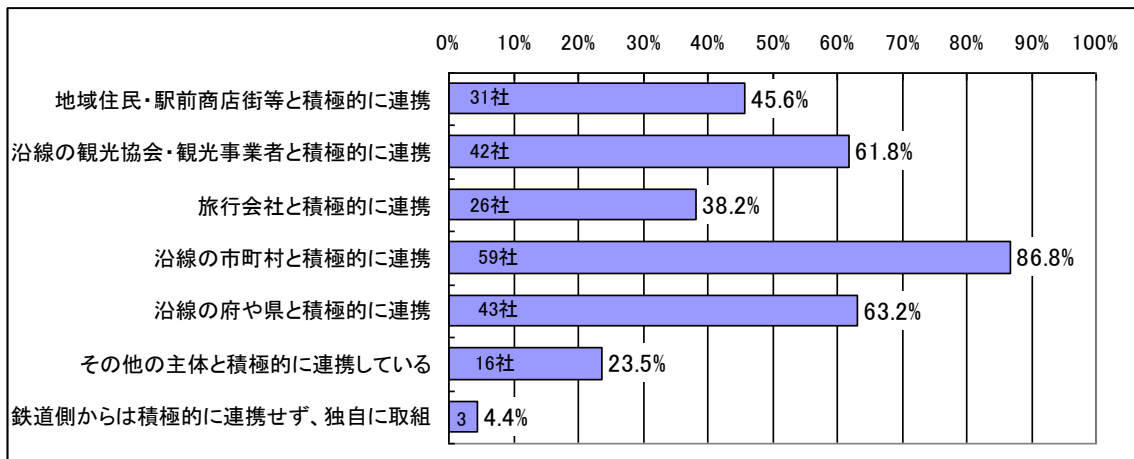
沿線地域の観光誘客への取組体制

- ▶ 全国でおしなべてみると、**51社(約7割)**の地域鉄道が、地域の多様な主体が連携する観光誘客のための組織があると回答。
- ▶ あまり有効に機能していないとする比率は、全国でみると**8社(約1割)**存在。
- ▶ また観光誘客で連携して取り組む組織がないとした地域鉄道が**15社(約2割)**存在。

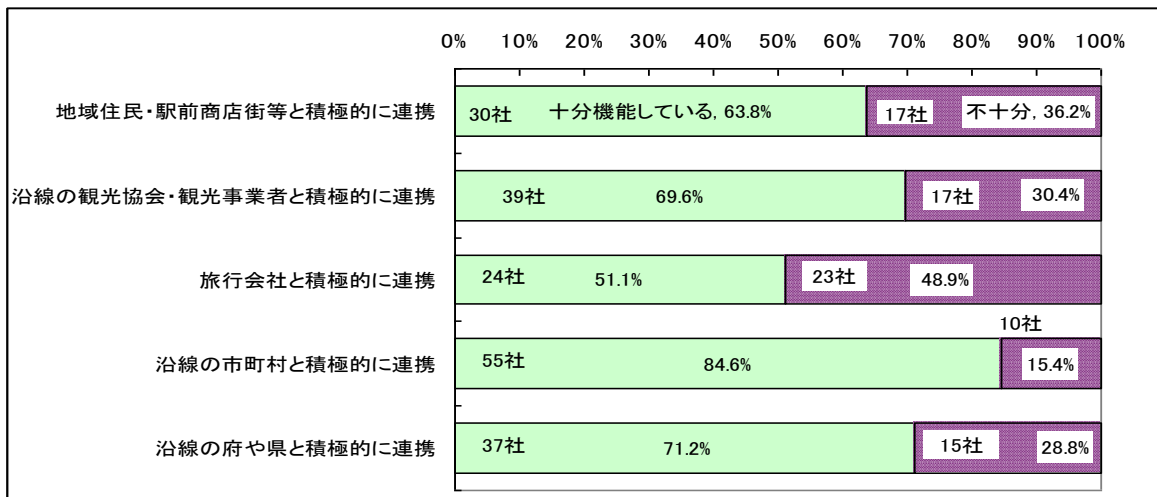


■沿線地域の多様な主体が連携する観光誘客のための組織(協議会等)の存在

■沿線地域の関係主体との個別の連携体制の実態



■沿線地域の関係主体との連携体制に対する評価



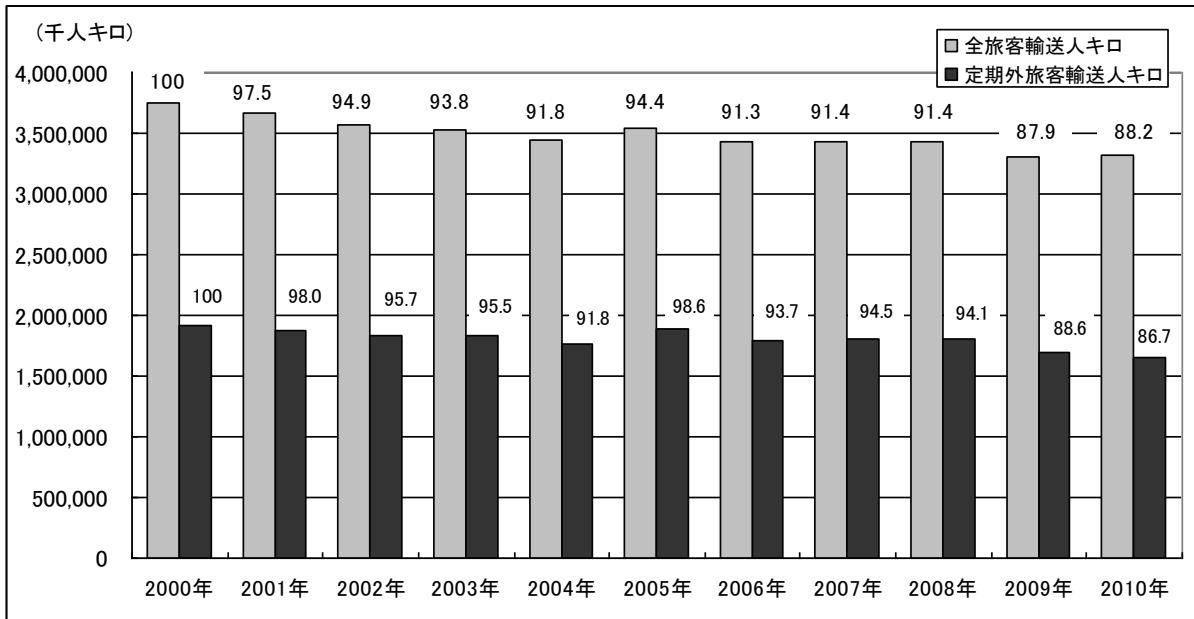
詳細版

1. 鉄道統計データにみる定期外（観光客等）旅客の利用動向分析

1-1 地域鉄道の定期外旅客輸送の全体動向

- 輸送旅客全体に占める定期外輸送旅客の割合は、50%以上。多くの地域で定住人口が減少しているなか、観光客等の定期外旅客は地域鉄道事業にとって今後重要なターゲット。
- 定期外旅客輸送数も、旅客輸送数全体と同様に減少傾向。

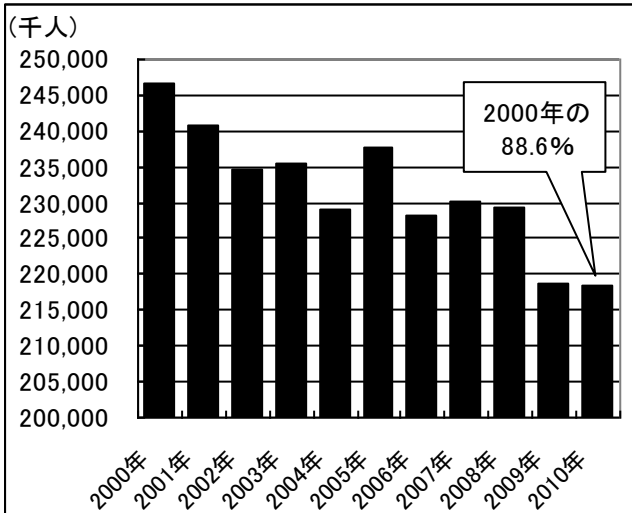
■旅客輸送人キロの推移



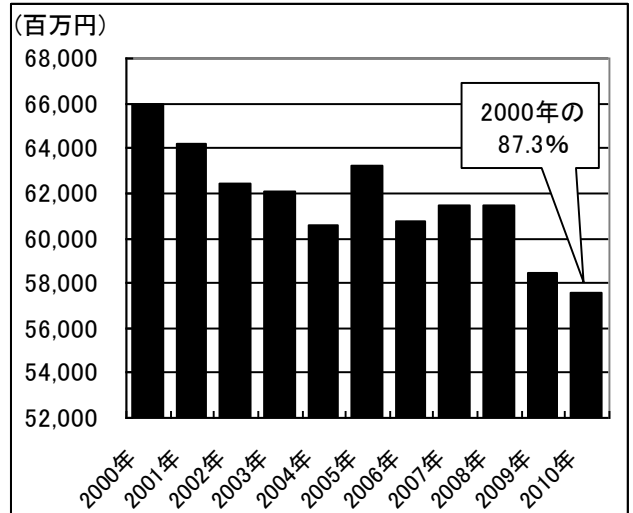
項目	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
全旅客輸送人キロ	3,756,637	3,663,154	3,566,778	3,523,672	3,447,922	3,544,692	3,428,953	3,434,925	3,433,676	3,301,469	3,315,214
定期外旅客輸送人キロ	1,914,927	1,876,153	1,831,867	1,828,455	1,758,427	1,888,016	1,793,911	1,808,997	1,801,288	1,696,000	1,659,625
定期外旅客が占める割合	51.0%	51.2%	51.4%	51.9%	51.0%	53.3%	52.3%	52.7%	52.5%	51.4%	50.1%

注) 地域鉄道 91 社のうち 2001 年度以降に営業運転を開始した 9 社を除く、82 社の合計値。
棒グラフの上の数値は、2000 年を 100 とした時の指数。「鉄道統計年報」に基づき、集計

■参考：定期外旅客輸送人員の推移



定期外旅客輸送収入の推移



1-2 定期外旅客輸送の位置づけにみる地域鉄道のタイプ

➤ 定期外旅客の特性に基づき、以下のような地域鉄道のタイプを想定

■ 定期外旅客の特性と地域鉄道のタイプ

輸送量(人キロ) 全旅客に占める比率	輸送量(定期外旅客輸送人キロ)小	大
定期外旅客の比率 (人キロベース) 高	観光路線 (専ら観光客輸送用の観光鉄道)	都市間輸送路線 (広域を結ぶ路線)
定期外旅客の比率 (人キロベース) 低	一般路線	都市圏路線

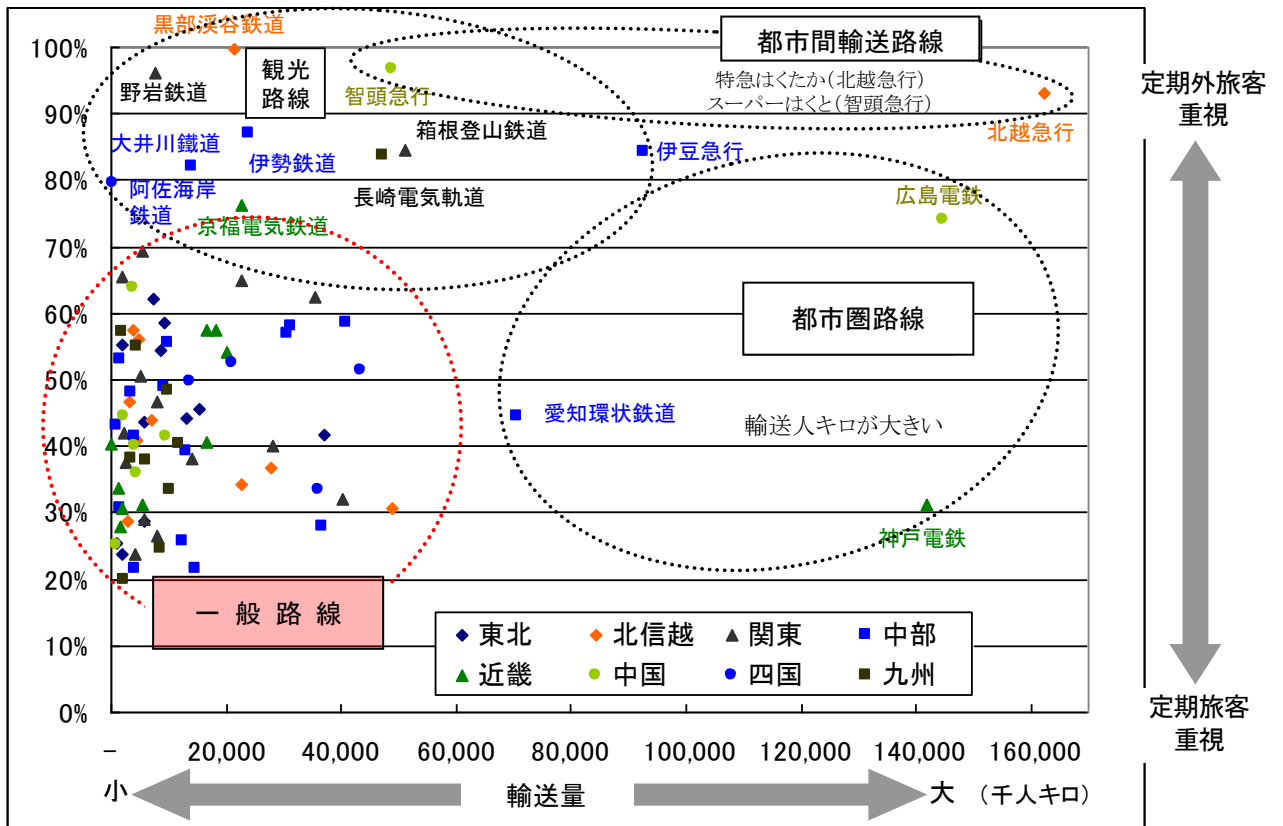
〔観光路線〕 観光客輸送に重要な役割を担い、定期外旅客(人キロ)の比率が非常に高
黒部溪谷鉄道、箱根登山鉄道、野岩鉄道、大井川鐵道等

〔都市間輸送路線〕 広域を結ぶ路線で、定期外旅客(人キロ)の比率大・輸送量大
北越急行(特急はくたか運行)、智頭急行(スーパーはくと運行)等

〔都市圏路線〕 大都市周辺の路線。定期外旅客(人キロ)比率はそれほど高くない・輸送量大
神戸電鉄、愛知環状鉄道、広島電鉄等

〔一般路線〕 定期外旅客(人キロ)の比率が20~70%程度、輸送量5千万人キロ以下程度

■ 定期外旅客輸送人キロの全旅客に占める比率と輸送量の分布

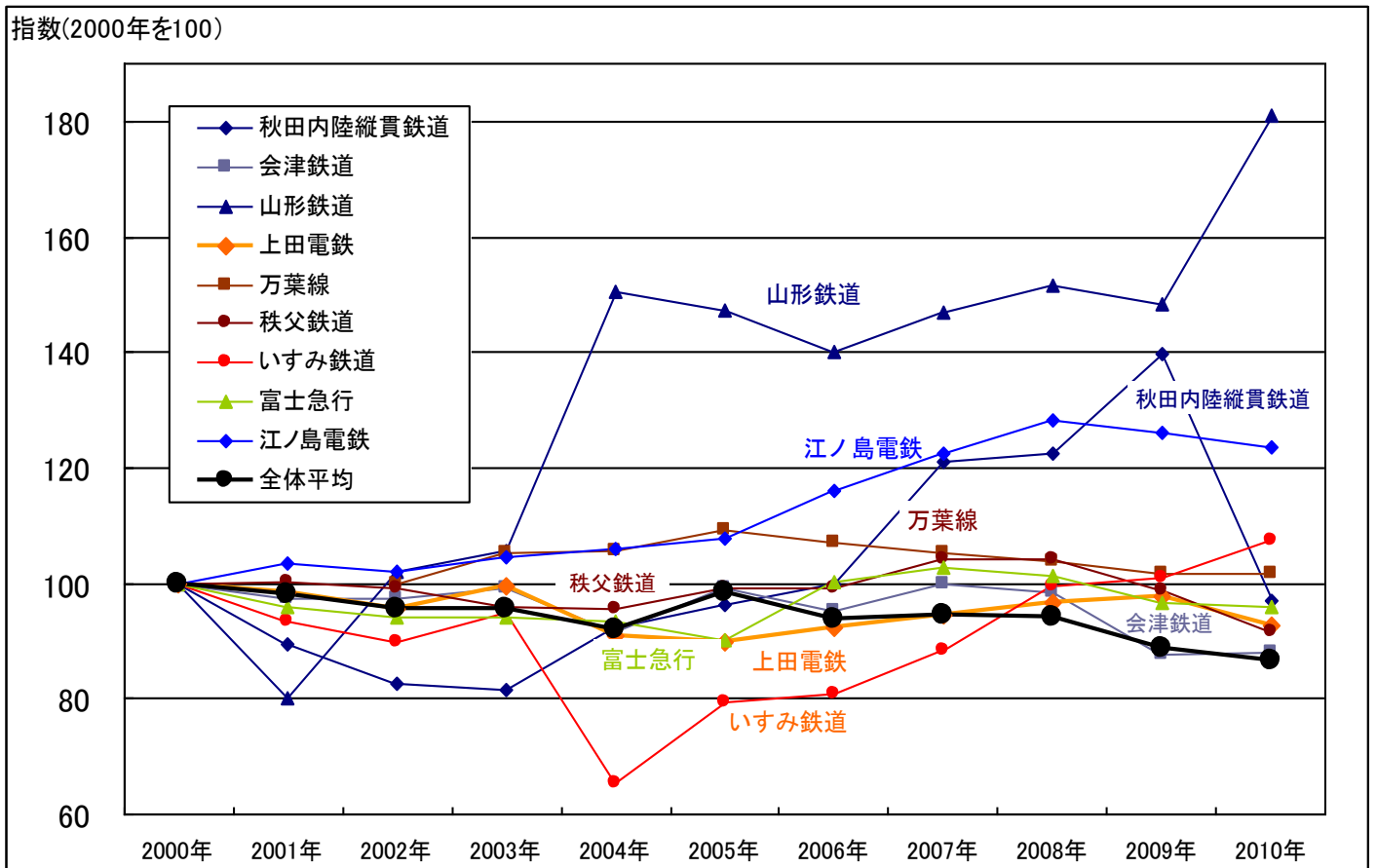


1-3 定期外旅客輸送の維持・増加に健闘している地域鉄道

■抽出条件

- 継続する3年にわたって、定期外輸送人キロが増加
- 2000年～2010年の定期外旅客輸送人キロの推移（指数）が、概ね全体平均よりも高い

■東日本において健闘している主な地域鉄道のデータの推移



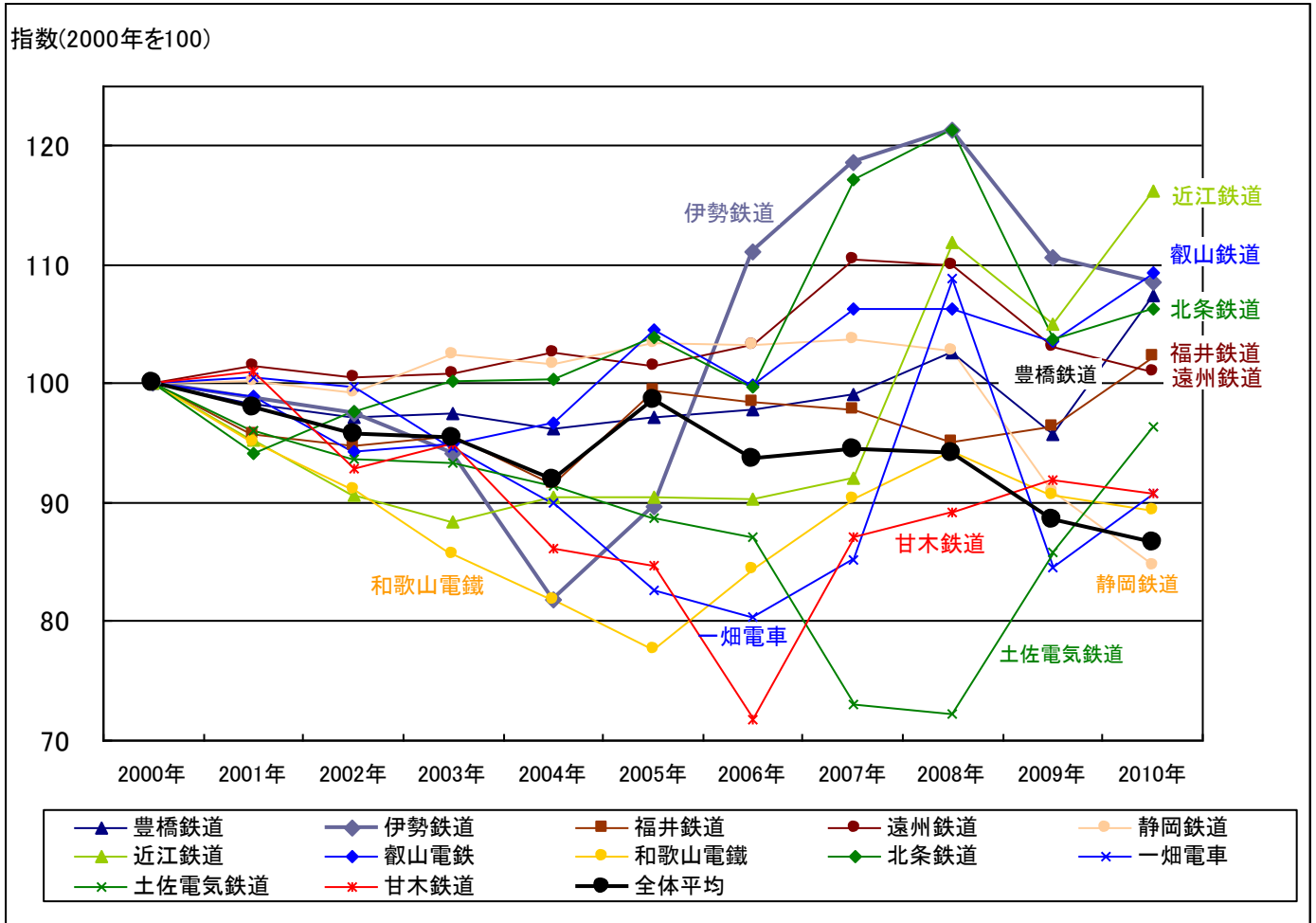
運輸局別	地域鉄道名	定期外 旅客輸送人キロ 指標										定期外旅客輸送人キロが、旅客輸送人キロに占める比率										平均	2010年と2000年の比較		
		2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年			2009年	2010年
東北	秋田内陸縦貫鉄	100	89.5	82.7	81.6	92.4	96.2	100.0	121.1	122.5	139.6	96.9	49.4%	51.4%	52.4%	56.9%	62.4%	59.5%	60.5%	67.7%	66.4%	69.2%	62.1%	59.8%	増
	会津鉄道	100	97.2	97.3	99.0	91.5	99.1	95.1	99.9	98.4	87.7	88.0	47.6%	47.9%	48.5%	49.5%	49.2%	52.6%	54.5%	55.8%	57.3%	56.4%	58.5%	52.5%	増
	山形鉄道	100	80.0	102.0	105.6	150.4	147.2	140.2	147.0	151.6	148.4	181.2	9.4%	8.1%	10.5%	11.5%	16.4%	17.3%	17.3%	18.6%	19.5%	19.7%	23.7%	15.6%	増
北陸信越	上田電鉄	100	98.3	95.6	99.3	91.0	89.8	92.5	94.7	96.7	97.8	92.8	54.3%	54.9%	55.5%	67.7%	55.4%	54.9%	56.0%	56.4%	56.7%	58.6%	57.4%	57.1%	増
	万葉線			100.0	105.3	105.7	109.3	107.1	105.4	103.8	101.7	101.5	-	-	59.8%	61.3%	59.2%	56.9%	54.2%	53.1%	52.5%	50.3%	46.8%	54.9%	
関東	秩父鉄道	100	100.4	99.2	96.1	95.6	99.1	99.1	104.3	104.1	98.7	91.8	31.8%	32.5%	32.8%	32.5%	32.8%	33.9%	33.8%	34.8%	34.2%	33.1%	31.9%	33.1%	増
	いすみ鉄道	100	93.3	89.8	95.0	65.4	79.3	80.7	88.3	99.5	101.0	107.3	25.5%	24.7%	26.4%	30.0%	27.1%	28.3%	26.6%	29.6%	36.0%	38.6%	42.1%	30.4%	増
	富士急行	100	95.9	94.2	94.1	93.5	90.3	100.1	102.9	101.5	96.5	96.0	68.9%	68.6%	68.7%	67.9%	66.9%	65.6%	66.9%	67.3%	65.8%	64.7%	64.9%	66.9%	
	江ノ島電鉄	100	103.4	102.2	104.6	106.0	107.9	115.9	122.6	128.4	126.2	123.6	57.9%	59.4%	59.9%	60.9%	61.2%	61.5%	62.5%	63.6%	64.1%	63.2%	62.4%	61.5%	増
全体平均	100	98.0	95.7	95.5	91.8	98.6	93.7	94.5	94.1	88.6	86.7	51.0%	51.2%	51.4%	51.9%	51.0%	53.3%	52.3%	52.7%	52.5%	51.4%	50.1%	51.7%		

注) は、指数100以上

注) は、前年度より比率が増加

は平均以上

■西日本において健闘している主な地域鉄道のデータの推移



運輸局別	地域鉄道名	定期外 旅客輸送人キロ 指標										定期外旅客輸送人キロが、旅客輸送人キロに占める比率													
		2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	平均	2010年と2000年の比較
中部	えちぜん鉄道					100.0	105.0	106.2	111.4	112.5	107.1	105.5	—	—	—	55.2%	45.1%	41.9%	40.9%	41.7%	40.8%	39.7%	39.1%	43.1%	
	豊橋鉄道	100	98.3	97.3	97.6	96.2	97.2	97.9	99.2	102.7	95.8	107.4	53.9%	53.5%	53.8%	53.8%	53.3%	52.5%	52.6%	52.4%	52.2%	50.7%	57.9%	53.3%	増
	伊勢鉄道	100	98.8	97.5	94.1	81.9	89.6	111.2	118.6	121.4	110.6	108.6	88.7%	88.4%	87.5%	87.0%	84.1%	84.8%	86.9%	87.6%	87.6%	87.2%	87.1%	87.0%	
	福井鉄道	100	95.8	94.7	95.5	91.5	99.4	98.5	97.9	95.1	96.4	102.4	53.2%	53.9%	54.4%	55.9%	53.0%	55.2%	54.8%	56.0%	55.3%	55.2%	55.5%	54.7%	増
	遠州鉄道	100	101.5	100.6	100.9	102.6	101.5	103.2	110.5	109.9	103.0	101.1	56.5%	56.3%	57.4%	58.1%	58.2%	58.1%	58.4%	59.8%	60.0%	58.8%	58.5%	58.2%	増
	静岡鉄道	100	100.2	99.3	102.5	101.7	103.3	103.3	103.7	102.7	90.9	84.7	60.5%	61.5%	62.0%	62.6%	61.2%	61.6%	61.4%	61.3%	60.7%	57.9%	57.0%	60.7%	
近畿	近江鉄道	100	95.2	90.6	88.5	90.5	90.4	90.3	92.0	111.9	105.0	116.2	42.0%	41.7%	40.9%	40.8%	40.5%	39.4%	36.8%	37.5%	41.1%	39.2%	40.6%	40.1%	
	叡山電鉄	100	98.9	94.3	94.9	96.7	104.5	99.9	106.3	106.3	103.6	109.3	53.6%	54.1%	53.3%	54.7%	55.3%	58.2%	57.3%	57.2%	56.8%	57.1%	57.5%	55.9%	増
	和歌山電鉄	100	95.0	91.1	85.7	81.9	77.7	84.5	90.3	94.3	90.6	89.3	31.8%	31.3%	33.5%	31.3%	31.2%	29.7%	30.2%	32.3%	32.7%	31.6%	31.1%	31.5%	
	北条鉄道	100	94.1	97.6	100.2	100.4	103.9	99.7	117.2	121.3	103.8	106.3	34.2%	33.1%	33.2%	33.8%	33.4%	32.7%	33.2%	39.1%	40.8%	38.4%	33.8%	35.1%	
中国	一畑電車	100	100.6	99.8	94.6	89.9	82.7	80.4	85.1	108.9	84.6	90.8	47.5%	47.6%	46.9%	41.1%	37.5%	36.7%	39.3%	40.3%	45.8%	39.6%	41.3%	42.1%	
四国	土佐電気鉄道	100	96.1	93.6	93.4	91.4	88.8	87.2	73.1	72.2	85.8	96.4	49.5%	46.3%	46.3%	48.3%	48.6%	51.4%	50.7%	48.4%	48.1%	53.3%	49.8%	49.2%	増
九州	甘木鉄道	100	101.0	92.8	94.9	86.1	84.7	71.7	87.0	89.1	91.8	90.8	41.6%	39.6%	37.7%	40.6%	40.0%	39.6%	37.0%	40.2%	35.4%	39.4%	38.1%	39.0%	
参考	明知鉄道	100	98.4	92.7	82.1	77.0	78.7	78.7	87.7	88.2	74.9	73.9	30.5%	31.7%	29.7%	27.7%	29.6%	30.7%	30.7%	37.7%	34.4%	32.0%	30.6%	31.4%	増
	錦川鉄道	100	98.6	98.6	95.1	85.9	75.4	69.3	71.1	70.4	61.3	61.4	40.4%	38.8%	36.7%	39.9%	40.8%	42.2%	40.4%	43.9%	46.9%	44.4%	44.6%	41.7%	増
	くま川鉄道	100	92.9	87.5	83.3	77.2	77.2	75.9	78.9	77.1	82.0	77.7	18.6%	17.4%	17.2%	16.4%	15.9%	16.2%	16.9%	18.0%	18.0%	19.9%	19.8%	17.7%	増
	全体平均	100	98.0	95.7	95.5	91.8	98.6	93.7	94.5	94.1	88.6	86.7	51.0%	51.2%	51.4%	51.9%	51.0%	53.3%	52.3%	52.7%	52.5%	51.4%	50.1%	51.7%	

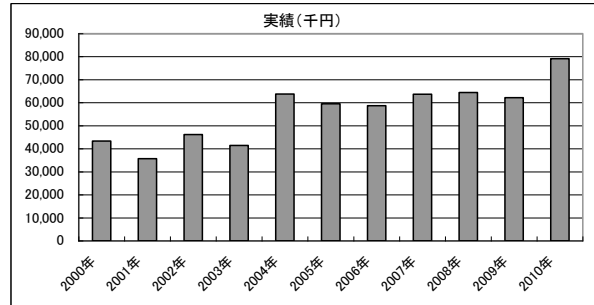
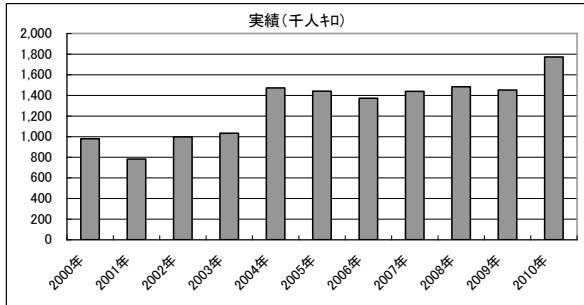
注) は、指数100以上

注) は、前年度より比率が増加

注) は平均以上

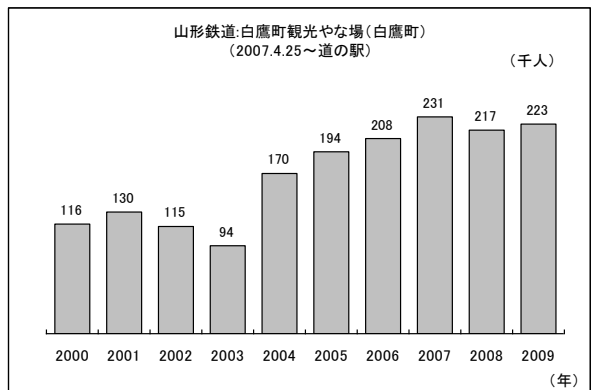
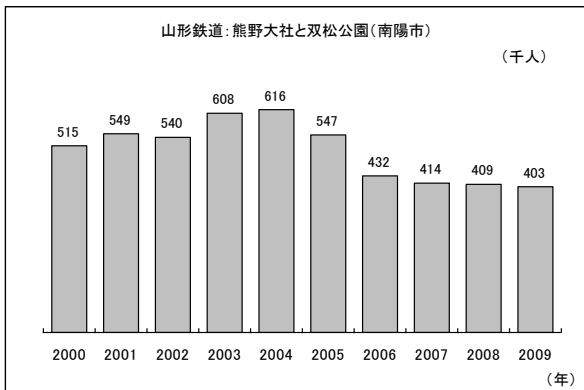
山形鉄道の定期外輸送実績の推移

項目	年度	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2010年 全旅客 (定期+ 定期外)	2010年 定期外 /全旅客
定期外 輸送人員	実績(千人)	121	90	115	118	169	165	158	165	170	167	204		
	指数	100.0	74.4	95.0	97.5	139.7	136.4	130.6	136.4	140.5	138.0	168.6		
	指数全国平均	100.0	97.6	95.2	95.5	93.0	96.4	92.6	93.3	93.0	88.8	88.6		
定期外 輸送人キロ	実績(千人キロ)	978	782	998	1,033	1,471	1,440	1,371	1,438	1,483	1,451	1,772	7,468	23.7%
	指数	100.0	80.0	102.0	105.6	150.4	147.2	140.2	147.0	151.6	148.4	181.2		
	指数全国平均	100.0	98.0	95.7	95.5	91.8	98.6	93.7	94.5	94.1	88.6	86.7		
定期外 輸送収入	実績(千円)	43,298	35,663	46,177	41,453	63,781	59,555	58,721	63,652	64,426	62,158	79,137	333,154	23.8%
	指数	100.0	82.4	106.6	95.7	147.3	137.5	135.6	147.0	148.8	143.6	182.8		
	指数全国平均	100.0	97.2	94.6	94.1	91.8	95.8	92.1	93.2	93.2	88.5	87.3		

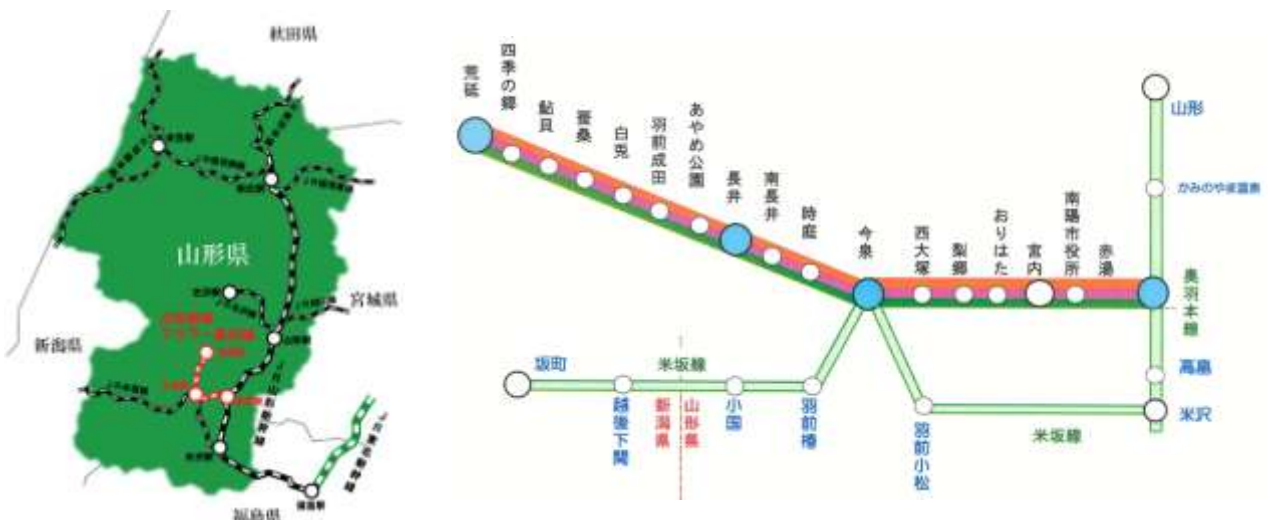


現路線	赤湯駅～荒砥駅
コメント	定期外輸送人員 2001年以降ほぼ一貫して増加傾向 定期外輸送人キロ 2001年以降ほぼ一貫して増加傾向。定期外の比率は一貫して増加しており、2010年は2000年の約2.5倍 定期外輸送収入 同様に2001年以降ほぼ一貫して増加傾向。2010年は、2000年の82%増

周辺の観光対象・観光施設の観光客入込数の推移

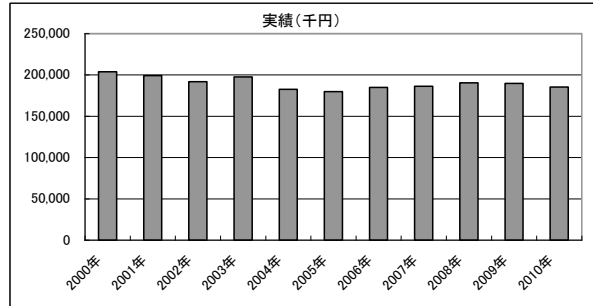
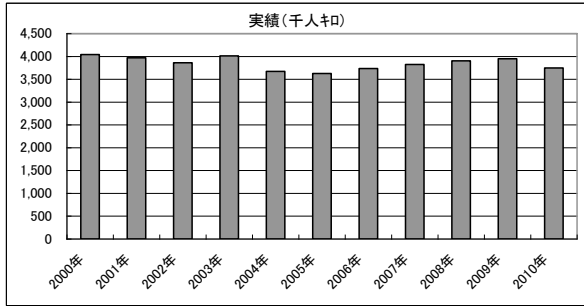


路線・沿線概要



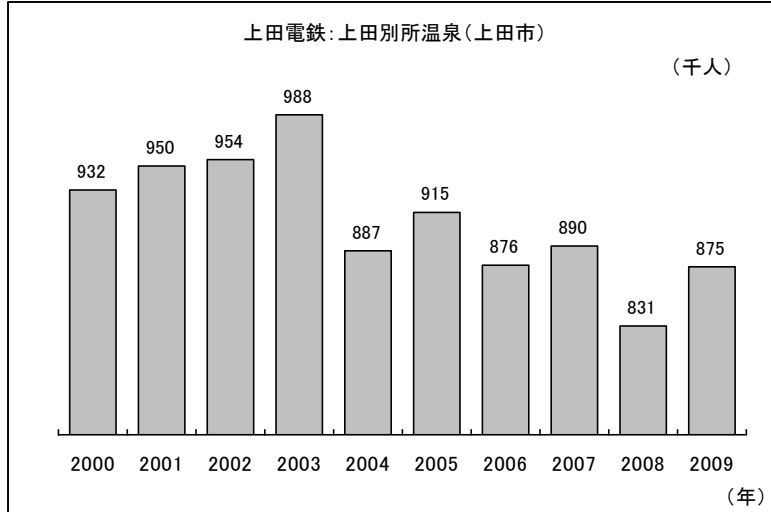
上田電鉄の定期外輸送実績の推移

項目	年度	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2010年 全旅客 (定期+ 定期外)	2010年 定期外 /全旅客
定期外 輸送人員	実績(千人)	742	717	683	699	658	643	665	664	674	658	634		
	指数	100.0	96.6	92.0	94.2	88.7	86.7	89.6	89.5	90.8	88.7	85.4		
	指数全国平均	100.0	97.6	95.2	95.5	93.0	96.4	92.6	93.3	93.0	88.8	88.6		
定期外 輸送人キロ	実績(千人キロ)	4,038	3,968	3,862	4,011	3,674	3,625	3,734	3,822	3,904	3,949	3,746	6,523	57.4%
	指数	100.0	98.3	95.6	99.3	91.0	89.8	92.5	94.7	96.7	97.8	92.8		
	指数全国平均	100.0	98.0	95.7	95.5	91.8	98.6	93.7	94.5	94.1	88.6	86.7		
	定期外の比率	54.3%	54.9%	55.5%	67.7%	55.4%	54.9%	56.0%	56.4%	56.7%	58.6%	57.4%		
定期外 輸送収入	実績(千円)	203,808	199,168	191,850	197,611	182,494	179,649	184,866	186,119	190,285	189,722	185,203	933,823	19.8%
	指数	100.0	97.7	94.1	97.0	89.5	88.1	90.7	91.3	93.4	93.1	90.9		
	指数全国平均	100.0	97.2	94.6	94.1	91.8	95.8	92.1	93.2	93.2	88.5	87.3		

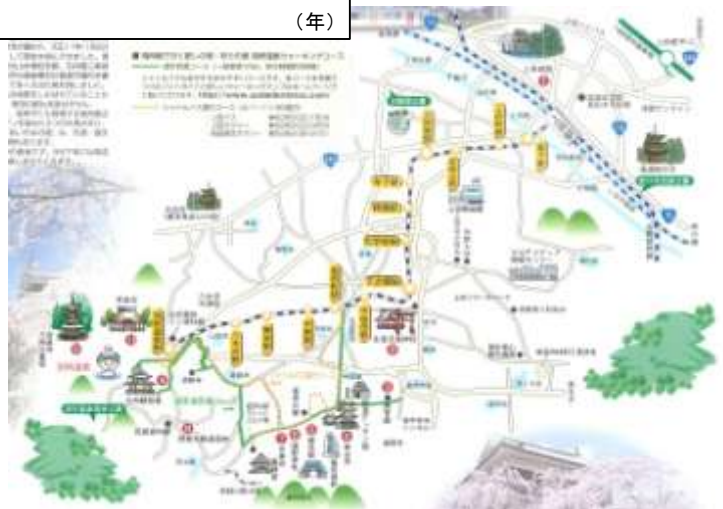


現路線	上田駅-別所温泉駅	
コメント	定期外輸送人員	緩やかな減少傾向、輸送人員は平均の減少率よりも、大きな減少率を示す。
	定期外輸送人キロ	緩やかな減少傾向、ただし、輸送人キロは平均の減少率よりも、健闘している。定期外の比率は僅かに増加している。
	定期外輸送収入	緩やかな減少傾向、ただし、輸送収入は平均の減少率よりも、健闘している。
周辺の観光資源・観光地	別所温泉等	

周辺の観光対象・観光施設の観光客入込数の推移

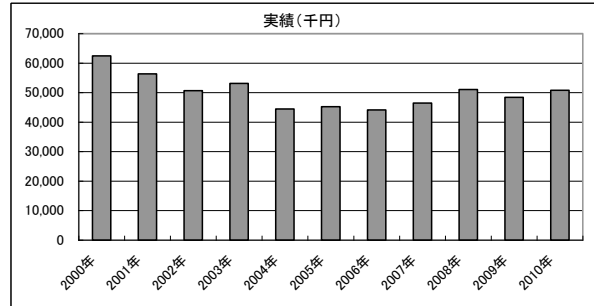
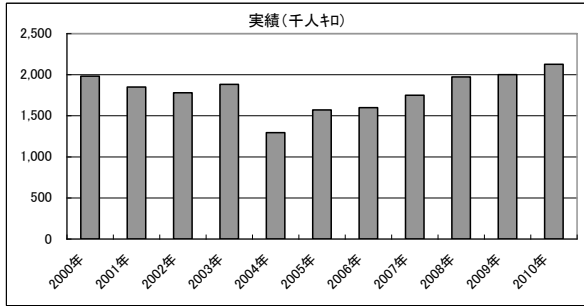


路線・沿線概要



いすみ鉄道の定期外輸送実績の推

項目	年度	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2010年 全旅客 (定期+ 定期外)	2010年 定期外 /全旅客
定期外 輸送人員	実績(千人)	167	154	143	150	124	122	123	129	143	136	143		
	指数	100.0	92.2	85.6	89.8	74.3	73.1	73.7	77.2	85.6	81.4	85.6		
	指数全国平均	100.0	97.6	95.2	95.5	93.0	96.4	92.6	93.3	93.0	88.8	88.6		
定期外 輸送人キロ	実績(千人キロ)	1,981	1,849	1,779	1,882	1,295	1,571	1,599	1,750	1,972	2,000	2,126	5,052	42.1%
	指数	100.0	93.3	89.8	95.0	65.4	79.3	80.7	88.3	99.5	101.0	107.3		
	指数全国平均	100.0	98.0	95.7	95.5	91.8	98.6	93.7	94.5	94.1	88.6	86.7		
	定期外の比率	25.5%	24.7%	26.4%	30.0%	27.1%	28.3%	26.6%	29.6%	36.0%	38.6%	42.1%		
定期外 輸送収入	実績(千円)	62,415	56,374	50,678	53,098	44,427	45,232	44,107	46,469	51,029	48,410	50,814	88,371	57.5%
	指数	100.0	90.3	81.2	85.1	71.2	72.5	70.7	74.5	81.8	77.6	81.4		
	指数全国平均	100.0	97.2	94.6	94.1	91.8	95.8	92.1	93.2	93.2	88.5	87.3		



現路線	上総中野駅-大原駅	
コメント	定期外輸送人員	2005年に上昇に転じ、2005年以降はほぼ一貫して上昇傾向
	定期外輸送人キロ	2005年に上昇に転じ、2005年以降はほぼ一貫して上昇傾向。2010年は2000年の107%。定期外の比率については2010年は2000年の1.5倍
	定期外輸送収入	2004年から2006年頃を底に上昇に転じ、以降はほぼ一貫して緩やかに上昇傾向
周辺の観光資源・観光地	大多喜城跡等	

路線・沿線概要

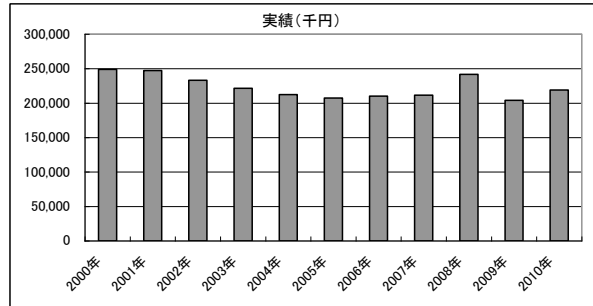
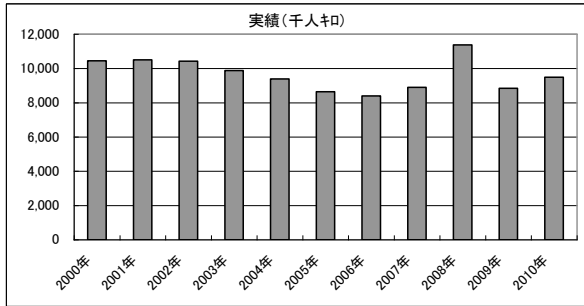
いすみ鉄道 菜の花畑のムーン列車

いすみ鉄道沿線活性化協議会

- JR 外房線
- 大原
- 西大原
- 上総東
- 新田野
- 風そよぐ谷 国吉
- 上総中川
- 城見ヶ丘
- デンタルサポート 大多喜
- 小谷松
- 東総元
- 三育学院大学 久我原
- 総元
- 西畑
- 上総中野
- 小湊鉄道

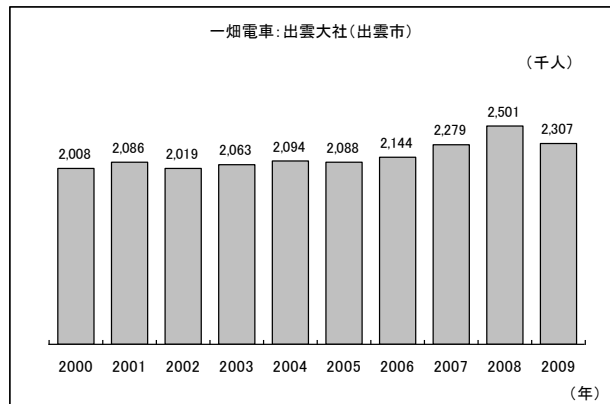
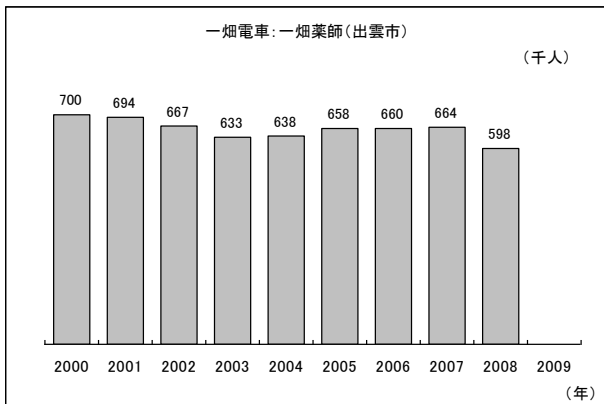
一畑電車の定期外輸送実績の推移

項目	年度	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2010年 全旅客 (定期+ 定期外)	2010年 定期外 /全旅客
定期外 輸送人員	実績(千人)	670	656	615	590	561	551	553	556	612	531	562		
	指数	100.0	97.9	91.8	88.1	83.7	82.2	82.5	83.0	91.3	79.3	83.9		
	指数全国平均	100.0	97.6	95.2	95.5	93.0	96.4	92.6	93.3	93.0	88.8	88.6		
定期外 輸送人キロ	実績(千人キロ)	10,448	10,507	10,429	9,881	9,395	8,639	8,395	8,896	11,379	8,839	9,492	22,960	41.3%
	指数	100.0	100.6	99.8	94.6	89.9	82.7	80.4	85.1	108.9	84.6	90.8		
	指数全国平均	100.0	98.0	95.7	95.5	91.8	98.6	93.7	94.5	94.1	88.6	86.7		
	定期外の比率	47.5%	47.6%	46.9%	41.1%	37.5%	36.7%	39.3%	40.3%	45.8%	39.6%	41.3%		
定期外 輸送収入	実績(千円)	248,936	247,235	233,062	221,414	212,249	207,409	210,204	211,504	241,897	204,137	219,056	1,088,843	20.1%
	指数	100.0	99.3	93.6	88.9	85.3	83.3	84.4	85.0	97.2	82.0	88.0		
	指数全国平均	100.0	97.2	94.6	94.1	91.8	95.8	92.1	93.2	93.2	88.5	87.3		



現路線	北松江線：電鉄出雲市駅－松江しんじ湖温泉駅、大社線：川跡駅－出雲大社前駅	
コメント	定期外輸送人員	2000年から2005年にかけて緩やかに減少傾向。2006年から増加に転じるが、2009年から再び減少傾向
	定期外輸送人キロ	2000年から2005年にかけて緩やかに減少傾向。2006年から増加に転じるが、2009年から再び減少傾向
	定期外輸送収入	2000年から2005年にかけて緩やかに減少傾向。2006年から増加に転じるが、2009年から再び減少傾向
周辺の観光資源・観光地	北松江線：宍道湖、枕木山、加賀瀬戸、宍道湖、一畑薬師、鯛淵寺、大社線：出雲大社、旧大社駅、大社宮内、日御崎	

周辺の観光対象・観光施設の観光客入込数の推移



路線・沿線概要



2. アンケートにみる地域鉄道会社の取り組み分析

2-1 アンケート調査の概要

■アンケート調査のねらい

- 観光振興による再生・活性化に関して、地域鉄道事業者がどのような意向を持っているか把握するとともに、取組の現状とその効果、地域との連携体制、今後の取組課題等の分析を通して成功要因や遅滞要因を明らかにする。

■アンケート調査の概要

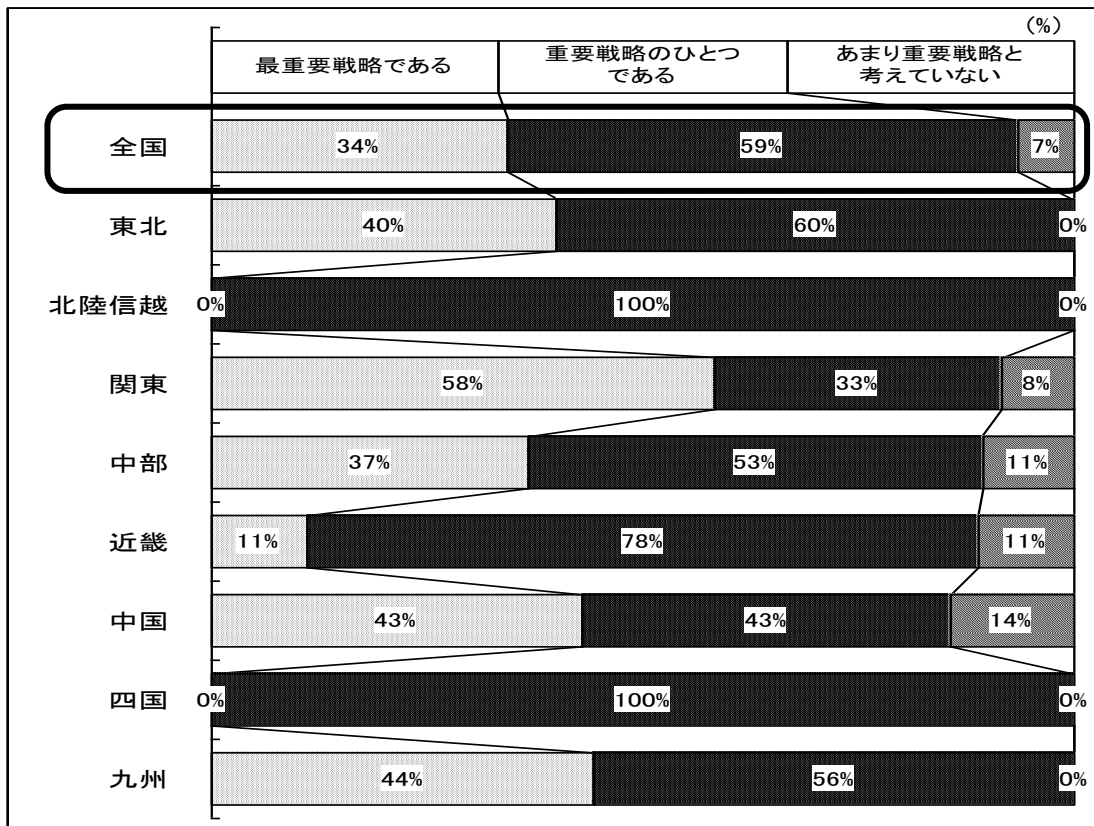
調査対象	地域鉄道事業者	全91社
回答者・回答率	77社	84.5%
調査期間	2012（平成24）年6月（調査票5月末配布）	
調査方法	郵送による配布・回収（希望者はEメールで調査票配布・回収）	

2-2 路線の観光誘客への取組意向・取組内容 [設問1~2]

(1) 観光誘客の取組の重要性 [設問1-1, 1-3]

- 全体の26社(34%)の地域鉄道が、観光客の利用促進を**最重要戦略**として位置づけ、これをあわせて71社(93%)の地域鉄道が、観光客の利用促進を重要戦略に位置づけている。
- 特に東北、北陸信越、四国、九州地方では、全地域鉄道事業者(回答事業者)が、観光客の利用促進を重要戦略として位置づけている。

■観光客の利用促進への取組の位置づけ



該当地域鉄道数

選択肢 (SA)	全国	東北	北陸信越	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
最重要戦略である	26	4	0	7	7	1	3	0	4
重要戦略のひとつである	45	6	7	4	10	7	3	3	5
あまり重要戦略と考えていない	5	0	0	1	2	1	1	0	0
合計	76	10	7	12	19	9	7	3	9

- 沿線地域の観光資源の魅力の自己評価としては、「全国的な誘致圏を持つ」とする地域津鉄道が半数近く **36社 (46.8%)** いる一方で、「現状では高くないが、潜在的な魅力を持っている」とする事業者も **25社 (約3割)** いる。

■地域鉄道事業者による沿線地域の魅力の評価

1-3 沿線の観光魅力 1-1 観光の重要性	高 ←————→ 低				無回答
	全国的に魅力大	都道府県内誘致力	現状では低いが潜在力大	魅力小	
最重要戦略	16	1	9		
重要戦略のひとつ	20	7	14	3	1
重要戦略ではない		1	1	2	1
無回答			1		
合計	36 46.8%	9 11.7%	25 32.5%	5 6.5%	2 2.6%

1-3 沿線の観光魅力 1-1 観光の重要性	高 ←————→ 低				無回答
	全国的に魅力大	都道府県内誘致力	現状では低いが潜在力大	魅力小	
最重要戦略	秋田内陸縦貫鉄道 弘南鉄道 津軽鉄道 わたらせ渓谷鐵道 富士急行 箱根登山鉄道 江ノ島電鉄 長良川鉄道 大井川鐵道 伊豆急行 伊勢鐵道 神戸電鉄 錦川鐵道 肥薩おれんじ鐵道 島原鐵道 南阿蘇鐵道	秩父鐵道	由利高原鐵道 鹿島臨海鐵道 いすみ鐵道 三岐鐵道 明知鐵道 豊橋鐵道 智頭急行 井原鐵道 松浦鐵道		
重要戦略のひとつ	青い森鐵道 会津鐵道 しなの鐵道 アルピコ交通 上田電鉄 万葉線 野岩鐵道 天竜浜名湖鐵道 えちぜん鐵道 樽見鐵道 伊豆箱根鐵道 北近畿タンゴ鐵道 信楽高原鐵道 叡山電鉄 和歌山電鐵 二畑電車 広島電鉄 若桜鐵道 伊予鐵道 長崎電氣軌道	福島交通 養老鐵道 伊賀鐵道 静岡鐵道 岳南鐵道 土佐電氣鐵道 くま川鐵道	I GRいわて銀河鐵道 山形鐵道 北越急行 のと鐵道 富山ライトレール 関東鐵道 上信電鉄 上毛電氣鐵道 遠州鐵道 阪堺電氣軌道 北条鐵道 水間鐵道 阿佐海岸鐵道 平成筑豊鐵道	阿武隈急行 筑豊電氣鐵道 熊本電氣鐵道	愛知環状鐵道
重要戦略ではない		福井鐵道	流鉄	東海交通事業 紀州鐵道	水島臨海鐵道
無回答			甘木鐵道		

注) 赤字: 観光路線 緑字: 都市間輸送路線 青字: 都市圏路線 太字(下線): 定期外輸送人キロで健闘している主な路線

(2) 鉄道関連の観光資源〔設問 1-2〕

- 多数の地域鉄道では、駅舎や車両、車両基地、橋梁等を産業観光資源として捉え、活用を図りつつある。なおこれらの一部については登録文化財化されている。

■活用が期待されている鉄道関連観光資源

項目	鉄道関連観光資源－ハード	鉄道関連観光資源－ソフト
駅舎および線路沿線	資料館・展示施設 さくら、あじさい等の植栽 (あわせて花の観賞列車の運行)	各種イベント ペット駅長
列車関連	蒸気機関車（SL）運行 山岳鉄道やアプト式鉄道、軽便規格鉄道等をアピール トロッコ列車、お座敷列車、展望車両、ストーブ付き車両、シアタートレイン等の運行 古い車両の静態保存（郵便車両等） 古い車両の動態保存 ラッピング車両	アテンダントによるもてなし (方言ガイド、ハーモニカ演奏等) 飲食付列車（ビール列車、新酒列車、ほろ酔い列車、おでん車、伊勢エビ列車等） その他イベント列車（七夕列車、カブト虫列車、鈴虫列車、クリスマス列車等） ウォーキング、サイクリング等の旅目的のための車両
運行設備	タブレット閉塞、単行気動車	
鉄道関連施設	車両基地 橋梁、トンネル、鉄道防雪林等の鉄道遺産	運転体験
その他	直営売店 駅なかグルメ	食や特産品を活かしたイベント

(3) 沿線地域の観光資源〔設問 1-4〕

- 沿線地域の特性を活かした、多様な自然資源、歴史・文化資源、温泉があげられている。祭り（祭礼）やその他行事等の伝統文化や、イベントに期待する地域鉄道事業者も少なくない。
- 沿線で生業や暮らしを営む、“人”に焦点をあてはじめている地域鉄道事業者もある。

(4) 観光誘客の取組の類型〔設問2-1〕

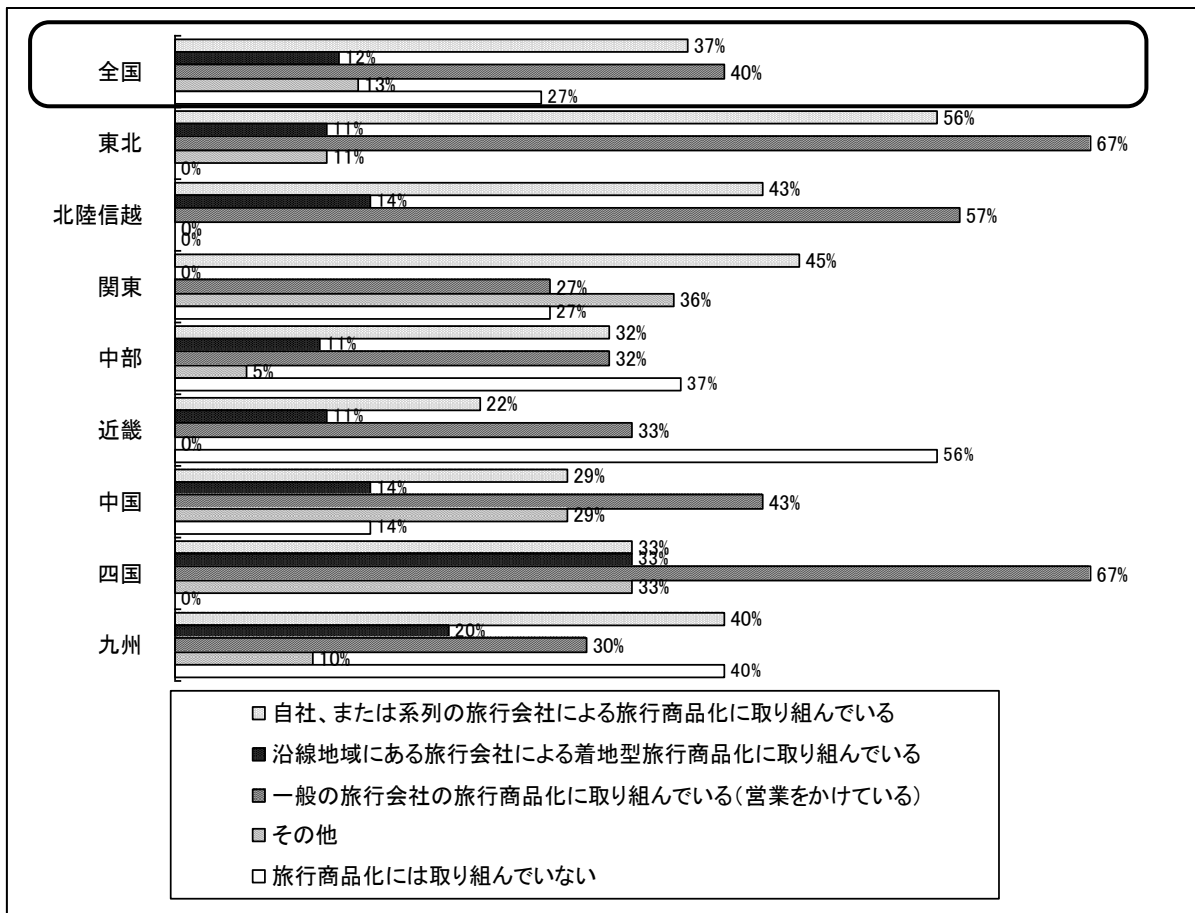
■鉄道関連・沿線地域の観光資源を活かした取組の類型

鉄道施設・ 鉄道設備の 観光魅力や 集客力向上	駅舎の観光魅力や集客力の 創出・向上	ハード整備 イベント・ショー開催 鉄道資源活用 名所化 観光施設との一体整備	新駅設置、ミュージアム 駅舎・駅前広場等でのイベント・ショー催行 近代化遺産等としての鉄道遺産活用 パワースポット化、ペット活用 道の駅や図書館等との一体化
	車両自体の観光魅力や集客力の 創出・向上	観光車両化 観光列車化 車両内イベント・ショー ラッピング化	トロッコ列車、お座敷列車等 観桜列車、紅葉列車、七夕列車等 車内でのイベント・ショー催行 車体外装のラッピング化
鉄道関連の 観光魅力や 集客力向上	接客サービス向上	展望地点での停止・減速 トレインアテンダント等 観光ガイド・アナウンス	運行車両の展望施設としての有効活用 車内での観光スポットのガイド・
	観光利用目的の 輸送サービスの創出・向上	ダイヤの工夫 他の観光路線への乗入 その他	観光シーズン・時間に合わせたダイヤの工夫 他の観光路線への相互乗り入れ
	観光利用目的の運賃割引	共通乗車船券 他路線との乗継割引 休日割引 その他企画割引	広域での共通乗車船券 乗り継ぎ他路線活用の場合の割引 土日休日、観光シーズンにおける割引
	特産品開発	駅弁・土産品開発・販売 記念切符開発・販売 その他オリジナルグッズ販売	
	鉄道および地域のイメージ向上	イメージキャラクター 映画や漫画との連携	鉄道マスコットやオリジナルキャラクター
	沿線地域の観光魅力や集客力の 創出・向上	ハード整備 イベント開催 ツアー開催	沿線の植栽、景観整備等 沿線におけるイベント開催 駅を起点とした旅行商品化
沿線地域の 観光魅力や 集客力向上	沿線地域の観光魅力の情報発信	情報媒体制作 地域との共同プロモーション 他路線との共同プロモーション	〇〇沿線物語、〇〇地図等の作成
	観光乗継交通との連携	バス・船舶 マイカー 自転車	交通機関整備、乗継ダイヤの調整 車両回送サービス等 サイクルトレイン、レンタサイクル等
沿線地域の 観光受入 態勢の整備	地域の多様な主体との連携 による観光振興の取組	地域行政との連携 観光事業者との連携 地域住民との連携 その他	観光面での地域行政との連携 地域の観光事業者や旅行会社との連携 地域住民、商店街等との連携
	ファン取込（組織化）	オーナー制度 ファンクラブ組成	車両の一部オーナー制度等

(5) 地域鉄道を活用した旅行商品への取組動向〔設問 2-2, 2-3〕

- 55社（全体の73%）の地域鉄道が、旅行商品の開発・販売に取り組んでいる。
- 自社または系列の旅行会社による独自の着地型旅行商品化に取り組んでいる地域鉄道が28社（37%）、沿線地域の旅行会社による着地型旅行商品化に取り組んでいる地域鉄道が9社（12%）である。
- 自社または系列の旅行会社による独自の着地型旅行商品化に取り組んでいる地域鉄道の比率は、東北、北陸信越、関東、九州等で多くなっている。
- 一般の旅行会社の旅行商品化をはたらきかけている地域鉄道は、30社（40%）となっている。
- 旅行商品化への連携主体としては、沿線自治体、観光協会や商工団体（商工会議所・商工会）、観光事業者（宿泊施設・飲食店）、JR等があげられている。

■地域鉄道による旅行商品化への取組の現状



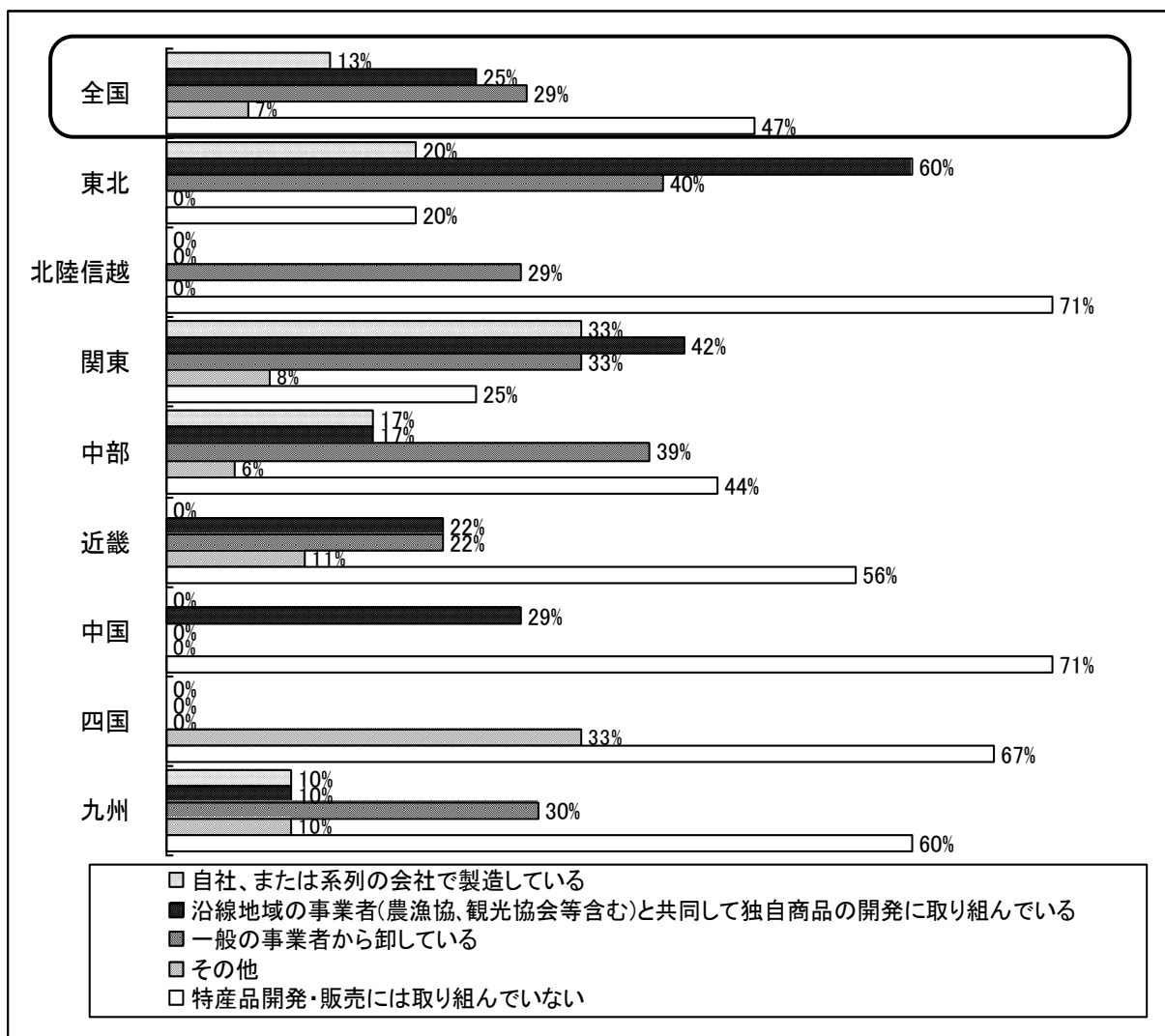
該当地域鉄道数

選択肢 (MA)	全国	東北	北陸信越	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
自社、または系列の旅行会社による旅行商品化に取り組んでいる	28	5	3	5	6	2	2	1	4
沿線地域にある旅行会社による着地型旅行商品化に取り組んでいる	9	1	1	-	2	1	1	1	2
一般の旅行会社の旅行商品化に取り組んでいる(営業をかけている)	30	6	4	3	6	3	3	2	3
その他	10	1	-	4	1	-	2	1	1
旅行商品化には取り組んでいない	20	-	-	3	7	5	1	-	4
無回答	2	1	-	1	-	-	-	-	-

(6) 鉄道や沿線の産物を活かした特産品開発・販売〔設問 2-4, 2-5〕

- 駅や車両内等で販売する特産品（弁当や土産物等）の開発・販売については、**40社（全体の53%）**の地域鉄道が取り組んでいると回答している。
- 自社または系列の会社で開発・製造しているのは、**10社（13%）**。
- 沿線地域の農協、漁協、観光協会等を含めた事業者と共同して、独自商品の開発に取り組んでいるとした地域鉄道は**19社**で、比率は**25%**。このような連携・協力関係が、一定の広がりを見せていることが読み取れる。
- 具体的な連携先としては、地元酒造メーカーや菓子店、農園レストラン等があげられている。

■地域鉄道による特産品開発への取組の現状



該当地域鉄道数

選択肢 (MA)	全国	東北	北陸信越	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
自社、または系列の会社で製造	10	2	-	4	3	-	-	-	1
沿線地域の事業者(農漁協、観光協会等)と共同して独自商品の開発に取り組む	19	6	-	5	3	2	2	-	1
一般の事業者から卸している	22	4	2	4	7	2	-	-	3
その他	5	-	-	1	1	1	-	1	1
特産品開発には取り組んでいない	36	2	5	3	8	5	5	2	6
無回答	1	-	-	-	1	-	-	-	-

2-3 効果的な取組および成功要因・遅滞要因等 【設問2】

(1) 成功要因 ～ 効果があがっている取組とその理由 ～ 【設問2-5, 2-6】

〔観光資源への新たな眼差しによる、魅力ある観光の舞台づくり〕

鉄道遺産の有効活用／沿線地域全体を観光・交流の舞台として活用／鉄道を基軸とした地域イメージの形成・訴求／地域の幅広い観光関係主体と協働した旅行商品化／食文化としての魅力の打ち出し

〔シームレスな乗り継ぎ交通の実現〕

地域特性に応じた、2次交通等との連携／観光客の立場になった共通乗車船券の導入

〔沿線地域における多様な主体と連携した取組体制〕

沿線自治体や関係主体との連携／相互乗り入れ等で連携している他の鉄道会社（大手私鉄、JR）との連携／映画、ドラマやアニメとのコラボレーション

〔的確なマーケティング戦略〕

ターゲットを明確にした取組により、新たな客層開拓

〔効果的なシーズン戦略・時間戦略〕

地域や当該鉄道ならではの特性にあわせた、シーズン対策、時間対策

〔効果的な情報発信・プロモーション戦略〕

パブリシティを活用した情報発信／多様な情報発信ツールの活用／話題性のある取組／トップセールス／ネーミングの工夫

〔ホスピタリティ戦略〕 おもてなしの提供

■ アンケート調査結果にみる効果があがっている取組・要因（その1）

大項目	成功要因	具体的取組例
観光資源への新たな眼差しによる、魅力ある観光の舞台づくり	○鉄道遺産の有効活用 ・地域鉄道ならではの残っている駅舎、車両、その他鉄道関連施設の産業遺産としての活用	鉄道遺産の積極的な情報発信・イベント等での活用
	○沿線地域全体を観光・交流の舞台とした活用 ・沿線各市町村の観光振興や6次産業化と連携し、地域全体を観光・交流の舞台として活用	沿線地域における旅行商品化
	○鉄道を基軸とした地域イメージの形成・訴求 ・沿線地域と地域鉄道が一体となって、沿線地域のイメージを訴求	〇〇のまち、〇〇地域といったイメージにあわせた列車運行
	○地域の幅広い観光関係主体と協働した商品化 ・地域の観光事業者の主体的な取組の誘導、鉄道と施設との相互プロモーション	沿線地域における旅行商品化
	○食文化としての魅力の打ち出し ・その地域でしか味わえない、食の魅力を提供	イベント列車、駅弁
シームレスな乗り継ぎ交通の実現	○地域特性に応じた、2次交通等との連携 ・利用者の立場にたったシームレスな交通連携 ・地域特性にあった、観光交通の導入 ○共通乗車船券の導入	自転車、バス（旅行商品化） クルーズ船との連携 水陸両用バス導入

■アンケート調査結果にみる効果があがっている取組・要因（その2）

大項目	成功要因	具体的取組例
沿線地域における多様な主体と連携した取組体制	○相互乗り入れ等で連携している他の鉄道会社（大手私鉄、JR）との連携 ・大都市圏からの誘客が可能	ウォーキングツアー実施
	○沿線自治体や関係主体との連携 ・合同で情報発信やプロモーションを行うことで、効果的な事業を行うことが可能	沿線協議会による観光物産フェアや季刊誌発行
	○映画、ドラマやアニメとのコラボレーション ・沿線自治体や商工団体等との連携も可能となる	アニメ聖地巡礼ツアーやイベント列車
的確なマーケティング戦略	○ターゲットを明確にした取組により、新たな客層開拓 ・自然指向・健康指向のウォーキングユーザーの取り込み（中高年を乗客として取り込み） ・マニアをターゲットにした誘客への取組（鉄道マニア、アニメマニア等の低年齢層～特に車の運転ができない中高生等の取り込み） ・パワースポットの活用	ウォーキングツアー実施 列車運転体験実施 アニメ聖地巡礼ツアー
効果的なシーズン戦略・時間戦略	○地域や当該鉄道ならではの特性にあわせた、シーズン対策、時間対策 ・花や夜景等を活用したオフシーズン、オフタイムにおける魅力づくり	あじさい（梅雨の時期）列車、花のライトアップ
効果的な情報発信・プロモーション戦略	○パブリシティを活用した情報発信 ・マスメディアを通じ、鉄道や沿線地域の魅力を効果的に情報発信 ・マスコミの立場にたったわかりやすい情報発信	テレビや旅行雑誌への営業
	○多様な情報発信ツールの活用 ・ウェブサイトやICT等の活用	フェイスブックの活用
	○話題性のある取組 ・マスメディアに取りあげられることにより、全国的なPR	例：ハーモニカ列車運行
	○トップセールス ・社長自らセールスやPR活動を展開	社長の定期講演・記者会見等
	○ネーミングの工夫 ・親しみやすい、わかりやすい駅名や列車名への変更	例：富士山駅等
ホスピタリティ戦略	○ホスピタリティの提供（おもてなし） ・地域色豊かなトレインアテンダントによる、地域情報の提供により、リピーター獲得	トレインアテンダント

(2) 遅滞要因 ～ 効果があがっていない取組とその理由 ～ [設問 2-7, 2-8]

- アンケートの回答内容の分析により、効果があがっていない要因等を整理すると次のようになる。

[観光の魅力づくりについて]

- ・取組が一過性である・首尾一貫していない
- ・イベント等のマンネリ化
- ・沿線地域の魅力形成の遅れ
- ・沿線に点在する観光対象が、線や面としてつながっていない

[2次交通との連携について]

- ・2次交通が整っていないため、観光目的地に円滑に到達できない

[取組体制について]

- ・沿線地域の多様な主体との連携不足（旅行商品化や情報発信等について）
- ・沿線地域全体で、観光客をもてなす体制や意識を共有できていない

[情報発信について]

- ・PR不足、周知方法が不的確
- ・話題性のある取組が継続できない

[鉄道設備面について]

- ・沿線地域の取組と歩調を合わせた取組を行う上で、鉄道設備が不十分（イベント列車運行等における設備的な問題）

(3) 観光誘客に関する課題 [設問 3-3]

- 地域鉄道における近年の観光利用の動向、経営環境等を踏まえ、新たな課題となっている事項を整理すると、次のようになる。

[インバウンドに対応した、情報提供や受入環境の整備]

[地域鉄道事業者における観光誘客戦略を担う人材育成・スタッフの確保]

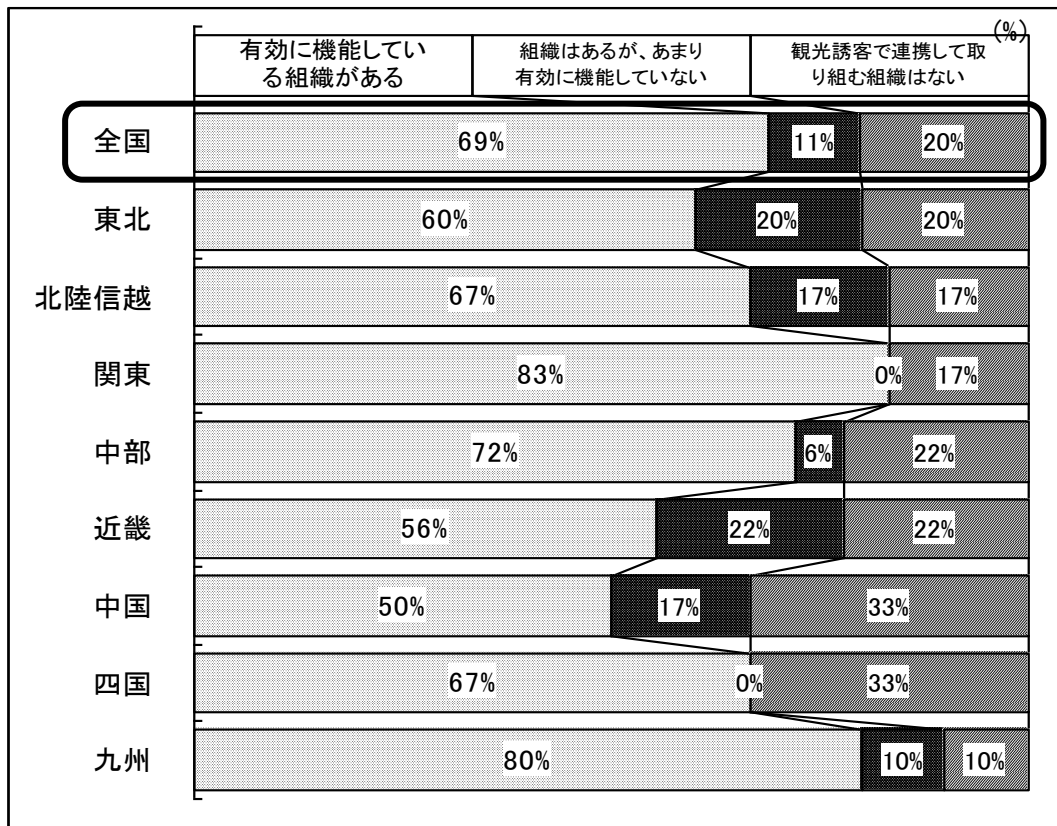
[費用対効果の高い取組（如何に少ない経費で、効果をあげていくか）]

2-4 沿線地域の観光誘客への取組体制 [設問3]

(1) 沿線地域の多様な主体が連携する観光誘客のための総合的組織

- 全国でおしなべてみると、**51社（約7割）**の地域鉄道が、地域の多様な主体が連携する観光誘客のための組織があるとしている。その比率は、関東や九州等において高い。
- こうした組織があるものの、あまり有効に機能していないとする比率は、全国で見ると**8社（約1割）**存在する。地域別にみると、近畿、中国、東北、北陸信越地方において比較的高い。
- また観光誘客で連携して取り組む組織がないとした地域鉄道が**15社（約2割）**存在する。

■沿線地域の多様な主体が連携する観光誘客のための組織の存在



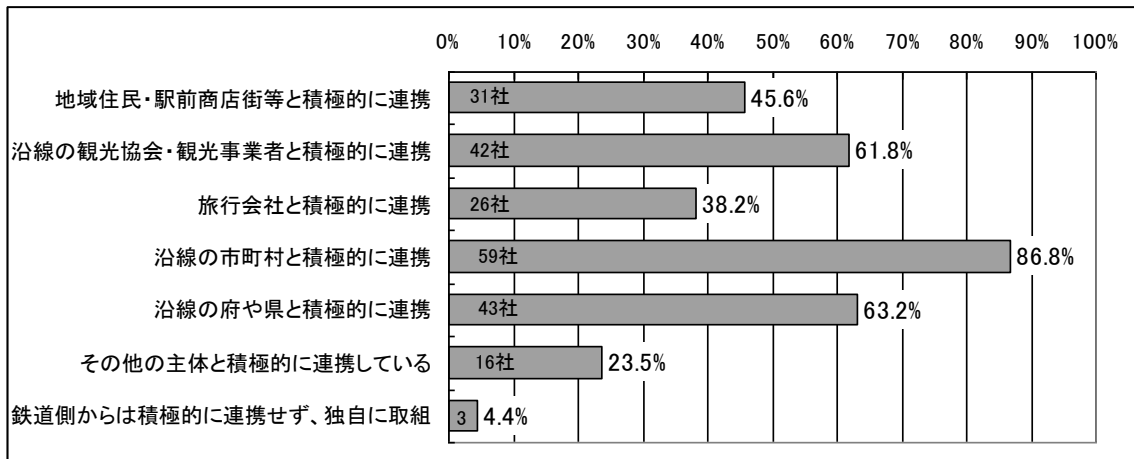
該当地域鉄道数

選択肢 (SA)	全国	東北	北陸信越	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
有効に機能している組織がある	51	6	4	10	13	5	3	2	8
組織はあるが、あまり有効に機能していない	8	2	1	0	1	2	1	0	1
観光誘客で連携して取り組む組織はない	15	2	1	2	4	2	2	1	1
合計	74	10	6	12	18	9	6	3	10

(2) 沿線地域の関係主体との個別の連携体制

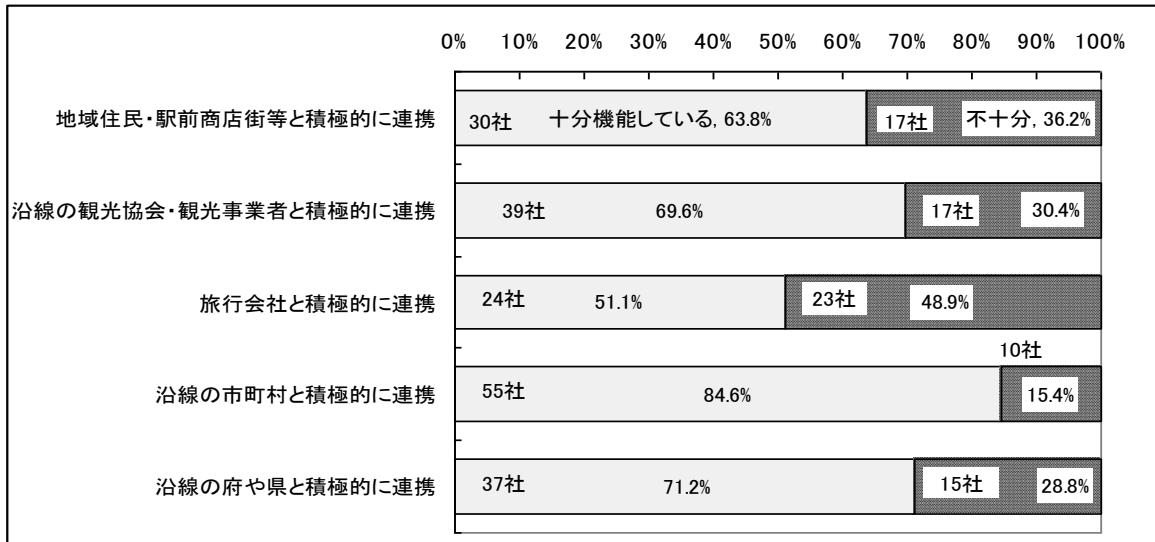
- 沿線自治体との連携は積極的に取られている。特に市町村との連携は約87%と高い。また府・県レベルの連携も63%程度の地域鉄道でとられている。
- 観光協会等との連携は、約62%に留まる。
- 地域住民・駅前商店街との連携、旅行会社との連携は、半数以下。

■沿線地域の関係主体との個別の連携体制の実態



- これらの関係主体との連携体制に対する評価についてみると、連携はとられていても、必ずしも十分機能しているとはいえない状況もみられる。
- 個別の関係主体との連携に対する評価の傾向は、上記と同様である。沿線市町村との連携に対しては、十分機能しているとする回答率が高い。
- 観光協会・観光事業者との連携については、観光協会の力量不足や体制の不備（イベント中心で余力がない）、鉄道会社との相互の意思疎通の不足等が課題となっている。
- 行政との連携については、行政の取組のスピード感（のなさ）や体力不足が課題としてあげられている。

■沿線地域の関係主体との連携体制に対する評価



地域鉄道の観光誘客促進に関するアンケート調査票

本アンケート調査は、別添紙様式でご説明しているように、各地域鉄道事業者および沿線地域が、鉄道や沿線地域の観光資源・イベント等を活用して実施している観光客（定期外客）誘客への取組の現状や課題を把握することを目的としています。調査対象は、全国の全地域鉄道事業者としております。

なおこのような上頁を踏まえ、貴社の観光・接客事業の責任者が、「回答くださいませう」とお願い申し上げます。

1 路線の観光誘客への取組の方向性

1-1 貴社における観光客の利用促進への取組の方向性についてお答えいただけますか（最も該当する選択肢ひとつに○）

- 1. 最重要戦略である
- 2. 重要戦略のひとつである
- 3. あまり重要戦略と考えていない

1-2 貴社の鉄道関連設備や列車運行、従業員で、特に観光誘客効果として期待している資源・要素をあげてください。

1-3 沿線地域の観光誘客の可能性をどのように評価していますか（最も該当する選択肢ひとつに○）

- 1. 全国的にみても高い魅力を持っている（他の都道府県からも観光客を呼べる）
- 2. 県内レベルでみれば高い魅力を持っている（隣の府県からは十分観光客を呼べる）
- 3. 現状では魅力は高くないが、潜在的な魅力を持っている
- 4. 観光的な魅力はあまりない

1-4 沿線地域における観光資源や催事等で、特に集客効果が高いものとして期待している資源・要素をあげてください。

平成24年5月26日

地域鉄道事業者 御中

国土交通省鉄道局鉄道事業課
観光庁観光資源課

地域鉄道活用による観光振興に関する調査への協力をお願い

時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

この度、鉄道局と観光庁では、学識経験者、鉄道事業者、社団法人日本観光振興協会及び鉄道建設・運輸施設整備支援機構等で構成する研究会を設け、地域鉄道の再生・活性化等を検討することと致しました。

（報道発表資料 → http://www.nri.co.jp/press/press/teraido05_hh_000016.html）

その問題意識としては、鉄道沿線における人口の減少や少子高齢化の進展、高速度路の延伸等社会経済情勢の変化に伴い、地域鉄道の経営を取り巻く環境が厳しさを増していることとあり、貴会等は鉄道事業者が従っている地域コミュニティとの結び付きの強化・観光への連携等地域に根ざした様々な再生・活性化に向けた取組を大きな動きとしていささか伺っております。

つきましては、各地における鉄道事業者の方々の観光との連携、取組等につきまして現状・実態を把握するために、アンケート調査を実施することと致しましたのでご多忙の折、誠に恐縮ですが、下記をご参照頂き、ご協力賜りますようお願い申し上げます。

アンケート調査は研究会委員である日本観光振興協会（委託先：株式会社ラック計画研究所）が行います。また、アンケート結果は研究会での検討に利用させて頂く他、参考となる事例については日本観光振興協会が事例集として取りまとめる予定です。

記

- 1. 調査対象：全国の地域鉄道事業者
- 2. 回答方法：返信用封筒を用いた郵送（資料等をお送りされる方は必要書類の切手を取付下さい）
なお、電子メールでのアンケート票提出を希望される方は下記調査機関のメールアドレスまでご連絡下さい。
- 3. 締め切り：平成24年6月15日（金）までに ご返願ください。

アンケート調査実施主体 社団法人 日本観光振興協会 事業推進グループ 安本、長崎
(TEL) (03) 5222-2534

アンケート問い合わせ先（調査機関）株式会社ラック計画研究所 藤谷、井上

(住所) 〒167-0043 東京都杉並区上荻 1-24-4-703

(電話番号) 03-3391-8311 (FAX番号) 03-3291-3189

(E-mail) info@lacc.co.jp（調査票の電子アンケートをご希望の方はこちらまでご連絡下さい）

研究会に関するお問い合わせ先：国土交通省鉄道局鉄道事業課 二森、藤田

(TEL) (03) 5253-8111（内線 40652、40654）

観光庁観光資源課 井上、山田、田嶋

(TEL) (03) 5253-8111（内線 27802、27822）

2-7 御社や沿線地域が実施している観光誘客の取組の中で、効果があがっていない取組や実施が遅れている取組等がございますら内容と、その理由をお聞かせください。

【あまり効果的でない取組や実施できない取組】

【理由】

3 沿線地域の観光事業者への取組体制

3-1 御社の鉄道の観光客等に向けて、地域の多様な主体が連携する組織（地域鉄道維持や活性化のための協議会等）がございますか（該当する選択肢ひとつに○） （注）右表に機能している組織の組織・運営体制、取組等に關する既存資料がありましたら添付をお願いします。

- 1. 有効に機能している組織がある
- 2. 組織はあるが、あまり有効に機能していない
- 3. 観光事業者で連携して取組む組織はない



3-2 観光客等に関して、御社ではどのような体制で取組んでいますか。またその体制は十分機能していますか。（該当する選択肢全てに○）

- 1. 観光住民・駅前商店街等と積極的に連携 【組織の名称】
 → a. 十分機能している
 b. 不十分 【その理由】
- 2. 沿線の観光協会・観光事業者と積極的に連携 【組織の名称】
 → a. 十分機能している
 b. 不十分 【その理由】
- 3. 旅行会社と積極的に連携 【組織の名称】
 → a. 十分機能している
 b. 不十分 【その理由】
- 4. 沿線の市町村行政と積極的に連携 【組織の名称】
 → a. 十分機能している
 b. 不十分 【その理由】
- 5. 沿線の町や県の行政と積極的に連携 【組織の名称】
 → a. 十分機能している
 b. 不十分 【その理由】
- 6. その他の主体と積極的に連携 【組織の名称】
- 7. 鉄道側からは積極的に連携せず、独自に取組んでいる

3-3 御社や沿線地域が観光誘客に取り組むに当たって、どのような課題を感じていますか？ 具体的にお願いします。

4 地域鉄道の観光誘客の取組に関するお考え

今後、地域鉄道会社や沿線地域が観光誘客に取り組んでいく上で、必要な条件やお考えがございましたら、お聞かせください。

ご協力ありがとうございました。
 詳細調査やお問い合わせをさせていただきます場合がございますので、ご回答者の連絡先明をご記入ください。

鉄道事業者名 _____

ご回答者氏名 _____

役 職 _____

電話番号 _____

Eメールアドレス _____