



地方鉄道の誘客促進事例集

2019年3月



国土交通省鉄道局



目次

はじめに	2
誘客促進の取組の区分(マトリクス)	3
地方鉄道の誘客促進に関する調査	5
道南いさりび鉄道株式会社	6
秋田内陸縦貫鉄道株式会社	10
会津鉄道株式会社	12
由利高原鉄道株式会社	16
しなの鉄道株式会社	20
えちごトキめき鉄道株式会社	24
鹿島臨海鉄道株式会社	28
江ノ島電鉄株式会社	34
樽見鉄道株式会社	36
明知鉄道株式会社	38
北条鉄道株式会社	42
紀州鉄道株式会社	46
智頭急行株式会社	50
一畑電車株式会社	52
錦川鉄道株式会社	56
土佐くろしお鉄道株式会社	60
高松琴平電気鉄道株式会社	64
平成筑豊鉄道株式会社	68
南阿蘇鉄道株式会社	72
地方鉄道の経営改善に関する調査	77
三陸鉄道株式会社	78
山形鉄道株式会社	82
養老鉄道株式会社	86
福井鉄道株式会社	90
伊賀鉄道株式会社	94
四日市あすなろう鉄道株式会社	98
WILLER TRAINS 株式会社	102
信楽高原鐵道株式会社	108
若桜鉄道株式会社	112
参考 全国の地方鉄道における代表的な取組の区分(マトリクス)	119

はじめに

近年、我が国では人口減少が進行しており、特に地方部では高齢化も相まって今までにない様相を呈しています。そういった地域において、これまで“地域住民の足”としての役割を果たしてきた地域鉄道の多くが沿線人口の減少により、厳しい状況に置かれています。

今後、地域鉄道の維持・活性化を図るうえで、沿線地域外からの観光旅行客などの鉄道利用を促進していくことは必要不可欠であり、既に全国の地域鉄道会社では独自の取組が行われています。

今回、各地域鉄道事業者による先行的な取組事例を収集・調査することにより「地方鉄道の誘客促進事例集」としてとりまとめました。本事例集では、“横展開可能なノウハウの抽出”を目指し、収集した数多くの取組の中から“様々な主体と連携し、創意工夫を重ねる事例”に特に注目し、アンケート・ヒアリングによって各主体の役割分担や発案の経緯等の詳細な調査・分析を行いました。

本事例集が、日本各地で課題と向き合い、行動する地域鉄道事業者、地域の皆様の一助となることを期待いたします。

誘客促進の取組の区分(マトリクス)

全国の地方鉄道における誘客促進の取組は様々な特徴を有していますが、本事例集では以下のような区分で取組を分類しました。

- ・発信力のあるコンテンツ利用(例えば、アニメーションのラッピング車両など)
- ・ノウハウを持つ人・企業の利用(例えば、食事が楽しめる観光列車の運行など)
- ・他団体との連携(例えば、乗り入れ運転の拡大など)
- ・外部資金の活用(例えば、クラウドファンディングの実施など)

なお、全国の地方鉄道事業者における全般的な取組は、以下に示すマトリクスのように、上記の大区分をもとに、中・小区分ごとの詳細な分類もできます。今後の各地域や鉄道事業者での取り組みの企画・立案の切り口として活用して下さい。

大区分	中区分	小区分
発信力あるコンテンツの活用	全国的なコンテンツを活用	「万人受け」する取組
		特定マニア・外国人の巡礼地
	地元のコンテンツを活用	地域資源(自然・文化・市民等)
		自社資源(既存の「希少」、「古い」鉄道施設)
ノウハウを持つ人・企業の活用	旅行会社、広告関連会社等売り込みに長けた外部の主体との連携 外部人材の登用(採用・助言指導受け・広告塔・監修等)	広告塔
		デザイナー
		シェフ
		社内サービス面の専門家
	メディアとの連携(鉄道自体の露出)	
他団体との連携	他の交通事業者との連携	乗車券の一体化
		乗り入れの拡大
		他交通モードとの連携
		都市と地方の交流
		地域を越えた連携
		海外鉄道事業者との連携
		その他協定
	地元事業者との連携	
	地元経済界、観光協会、自治体、市民団体(応援団)などとの連携	
外部資金の活用	寄付金 クラウドファンディング ファンクラブ	経営支援を行う規模の活動
		利用時の優遇等の特典を伴う活動
		その他意識啓発等
	つり革オーナー・枕木コーナー	
	ネーミングライツ	
	グッズ販売・開発	
	場所代	
	ふるさと納税	
	その他	

