

ローカル線の利用促進と地域活性化

企画・人材育成グループ 井上 里佳子
企画・人材育成グループ 森 亘輝
JOIN 具志堅 絵美理

目次

1. はじめに	2
(1) 調査の背景	
(2) 調査の目的	
2. 調査内容	2
(1) 長野電鉄株式会社	2
① 長野電鉄株式会社の概況	
② 利用促進のための取組	
③ ローカル線と地域の関わり	
④ 課題と今後の展望	
(2) しなの鉄道株式会社	4
① しなの鉄道株式会社の概況	
② 利用促進のための取組	
③ ローカル線と地域の関わり	
④ 課題と今後の展望	
(3) 島原鉄道株式会社	5
① 島原鉄道株式会社の概況	
② 利用促進のための取組	
③ ローカル線と地域の関わり	
④ 課題と今後の展望	
3. おわりに	7

1. はじめに

(1) 調査の背景

ローカル線は、地域住民の日常的な移動手段として、また観光や旅行の重要な交通手段として長年機能してきた。しかし、利用者の減少や新型コロナウイルスの影響による観光客の減少等が原因で経営難に直面し、存続が危ぶまれている路線が多数存在する。しかし、ローカル線は地域のまちづくりと密接に関連しており、簡単に廃線にすることはできない。

このような状況の中、鉄道会社や地方公共団体は、観光客の増加や地域住民の利用を促進するために、各ローカル線の個性を発揮したさまざまな取組を行っている。このような努力の結果、倒産の危機から黒字化させた鉄道会社も存在する。鉄道会社、地域住民、地方公共団体、観光業界が一体となって協力し、ローカル線と地方の共生を目指す取組や異なる鉄道会社間の連携による利用率の向上が図られている。

今回の調査では、まず同じ県に本社を置いているローカル鉄道会社2社に焦点を当て、その取組と地域への波及効果を調査する。

また、他県の鉄道会社との比較を通じて、ローカル線が持つ魅力や今後の重要な役割、独自の取組を通じた持続可能な地域活性化の方法を探究した。これらの取組がローカル線の新たな可能性を開き、地域社会に貢献する道を示していく。

(2) 調査の目的

日本にローカル線は多数存在するが、経営に苦しむローカル線も少なくない。国民の移動手段として重要な役割を担ってきたローカル線だが、利用客の減少、設備や列車の維持管理費が負担となり、存続の危機に立たされている。

そのような中でも、特色ある取組により経営改善や地域活性化に成功したローカル線も存在する。住民の交通手段、観光や旅行の要として果たす役割の重要性を明確にし、その継続が地域社会に及ぼす影響を考察する。ローカル線廃止によって起きる地域の問題やローカル線が存続、発展することによる地域活性化の可能性について調査および研究を行う。

2. 調査内容

(1) 長野電鉄株式会社

① 長野電鉄株式会社の概況

長野電鉄株式会社は、長野県長野市に本社を置き、長野線（長野～湯田中間）を営業する鉄道会社である。大正9年に創立され、令和2年に100周年を迎えた。新型コロナウイルス感染症がほぼ収束した、令和4年には、100周年イベントとして全線(特急を含む)100円で乗車できるというイベントで鉄道ファンを集めた。また、近年は温泉に入るサル、そ

の名も「スノーモンキー」を見ようと外国人観光客も多く訪れている。「地域の皆様の快適で豊かな生活づくりをさせていただく企業」として鉄道業の他、観光業や不動産業等多岐にわたる事業を展開している。

② 利用促進のための取組

長野県が観光立県であることから、観光客に向けて地域資源を活用した取組を行っている。取組の一つである「特急ゆけむり～のんびり号～」は、展望席がある車両を使い、各駅停車する列車と同じくらいのゆっくりとした速度で走行する観光列車である。この車両では、沿線にあるワインの飲み比べに加えて、地域の特産品や旬の食材の提供や、列車内でしか購入することのできないおやきの販売を行っている。また、車掌が車内アナウンスで沿線の観光スポットや歴史等について紹介したり、沿線にゆかりのある作詞家や作曲家の歌をアカペラで歌ったりといった珍しい取組も行っている。このように、自社で地域資源の発掘をしたり、付加価値の向上や地域の魅力発信を行っている。

③ ローカル線と地域の関わり

企業理念として「地域の皆様の快適で豊かな生活づくりをさせていただく企業」とし、②で前述したような観光客に向けて地域をPRするための取組を行っていることに加えて、本来業務である地域住民の足としての使命も果たしている。また、各駅舎では、地域住民が育てた野菜を販売しており、地域住民が「この野菜も置いてほしい」と言いながら進んで協力してくれるような信頼関係を築くことができている。

さらに、鉄道事業の他にも不動産、介護、スイミングスクール事業も展開している。これらは、地域に根差した企業という創業者の理念に基づき、地域住民が住みやすい街を作るための取組である。

④ 課題と今後の展望

長野電鉄の課題は3点ある。1点目は、沿線地域の人口減少である。鉄道利用者数の減少は、鉄道事業の継続に大きく影響すると考えられるためである。2点目は、交通系IC改札機や精算機の導入である。多くの鉄道でICカード精算が主流となっており、鉄道利用者からも導入を望む声があるものの、導入やその維持管理にかかる費用を考慮すると導入までの道りは険しい。3点目は、行政との連携の難しさである。路線バスと異なり、鉄道の線路は複数の市町村にまたがってしまうため、広域的な連携が不可欠となる。

上記のヒト・モノ・カネ等の課題を解決するためには、沿線の地域活性化が不可欠である。また、経済循環の視点では、人口減少時代において、観光は関係人口や交流人口を創出する重要な要素であり、長野電鉄の沿線地域ならではの観光コンテンツを発掘するための取組は、地域活性化に有効と考える。加えて、新型コロナウイルス感染症を契機に、本

社機能の地方移転、テレワークやワーケーション等の働く場所や働き方に変化が見られたことに伴い、住みやすいまちの基準も変わりつつある。例えば、東京のような都心から豊かな自然環境がある“ほどよい田舎”への移住を検討している人にとっては、地域住民の足となる鉄道があることは、移住を決める後押しになる可能性がある。

(2) しなの鉄道株式会社

① しなの鉄道株式会社の概況

平成 8 年に設立されたしなの鉄道株式会社は、しなの鉄道線（軽井沢～篠ノ井間）と北しなの線（長野～妙高高原間）を営業する鉄道会社である。観光列車「ろくもん」や軽井沢駅の駅ナカリニューアル等の取組により、しなの鉄道とその沿線の魅力発信に寄与している。リニューアルした軽井沢駅舎は大型ショッピングモールに隣接しており、駅舎内にはカフェやろくもん利用者専用のラウンジ、子ども連れが遊べる有料施設等が整備されている。軽井沢駅以外の駅でも様々なイベントを行っており、県や沿線自治体と連携し、県民生活の維持や移動手段の確保を目指しつつ、駅を中心としたまちづくりが進められている。

② 利用促進のための取組

平成 27 年の北陸新幹線開通により、多くの観光客を輸送する必要性が出てきた。そのような背景から観光列車「ろくもん」が生まれた。列車内には長野県産の木材を使用し、ぬくもりある快適な空間を創出し、提供される食事も地元の名店の料理が提供される。車窓からは沿線地域の景観を楽しむことができるのも魅力の一つである。なお、ろく蒙んの利用者のうち 75%は関東圏の観光客である。

また、軽井沢駅には年間約 800 万人の観光客が訪れる。沿線の軽井沢町の町並みは歴史情緒にあふれており、地域住民の誇りになっている。そのような住民の要望に沿う形でリニューアルしたのが、軽井沢駅舎である。住民から軽井沢の博物館を作りたいとの声が上がリ、住民と協力しながら旧軽井沢駅舎を博物館にした。このような取組によって、地域住民との連携や地域資源の魅力発信に寄与している。

加えて、現在、実証実験をしているのが貸し切りの車両に自転車を載せられるサービス（サイクルトレイン）の運用である。沿線をサイクリングする人が多いことに着目し、本取組を行うもので、安全性や利用者同士のトラブル防止策等を検討しながら慎重に進めている。

③ ローカル線と地域の関わり

しなの鉄道の特徴の一つとして、地域密着型の取組が挙げられる。例えば、地域のイベントと連動したイベントを開催するために、主要 5 カ所の駅長と地域住民が話し合う機会

がある。また、しなの鉄道活性化協議会を発足させることで、行政や鉄道事業者だけでなく、地域の商工団体や住民を巻き込む形で沿線の地域活性化に取り組んでいる。

さらに、産官学連携にも力を入れており、有識者や高校生と連携し、駅を基点としたコミュニティづくりを始め、空間環境デザインに凝った駅づくりのほか、郵便局と連携し、駅舎に郵便局を併設させることで郵便局員が鉄道利用者の相談に応じたり、切符の販売も行っている。このような取組によりサービスの向上や業務の効率化につなげている。その他、地域住民や行政の協力が必要不可欠ではあるが、無人駅を利用したキャンプ用の電源施設の開発や待合室を宿泊所にするなどの斬新な企画についても検討を行っている。駅を中心としたまちづくりを進めており、駅をつくるのではなく、駅を活用するという方向性での取組を中心に行っている。

④ 課題と今後の展望

しなの鉄道の課題としては4点挙げられる。1点目は、長野電鉄株式会社と同様に、交通系ICカード精算機の導入である。ランニングコストと費用対効果の検証をし、収益にどの程度影響があるのかを熟考する必要があるが、2025年にはJR東日本がICカード精算に踏み切ることが決まっているため、足並みを揃えるべく導入する方針で進めている。2点目は、安全性やエネルギーコストの改善である。沿線では旧国鉄車両を使用しており、近年の昭和レトロブームもあり、鉄道ファンからは人気のコンテンツではあるが、安全性やエネルギーコストの面を考慮し、新型車両の導入を進めている。現在、盛んに叫ばれているSDGsに配慮した取組でもある。3点目は、鉄道利用者数の減少である。現状の鉄道利用者数は、新型コロナウイルス感染症流行前の鉄道利用者数と比較すると約87%にとどまっていることから、新たな誘客方法の確立が必要である。4点目は、エネルギー価格の高騰である。これは地域住民の足としてのローカル線にとって避けがたく、負担が重い課題である。

アフターコロナの今、従来の経営方針では成り立たない部分が存在することも事実であり、地域住民と観光客の誘致、行政や他の企業と連携したGX化を推進していくこととしている。

(3) 島原鉄道株式会社

① 島原鉄道株式会社の概況

明治41年に設立された島原鉄道株式会社は、諫早駅を起点に島原港駅を終点とする43.2kmの距離で旅客輸送を行っている。また、鉄道事業のほか、バス事業やフェリー事業、ホテル事業等を行っており地域に密着した事業展開を行っている。

近年では観光列車「しまてつかフェトレイン」による島原半島の魅力発信を行い、観光客の誘致に注力している。また、島原鉄道の大3東駅が商業のロケ地に使用され

たことでメディア等の注目を集めている。加えて、新幹線が諫早へ延伸したことも影響し、鉄道利用者数は増加傾向にある。地元企業とのコラボ商品の発売や列車内の観光案内放送を地元の高校生が行うなどの取組を実施し、地元企業や地元住民との連携による魅力の発信を行っていることが島原鉄道の特徴である。

② 利用促進のための取組

観光列車「しまてつカフェトレイン」では、島原半島の魅力発信を行い、誘客を行っている。列車内では地元食材を使ったご当地グルメを味わうことができる。また、豪華観光列車とは異なり、社員が普通列車に装飾を施したり、ガイドや給仕も務めたりしている。さらに、コマーシャルのロケ地となり、注目を集めている大三東駅を活用し、鉄道利用の促進や島原半島のPRを行っている。大三東駅に列車は45分間停車するため、ロケ地での写真撮影を存分に楽しむことができる。撮影スポットも用意されており、コマーシャルに出演した俳優のファンがコマーシャルと同じ構図の写真撮影をすることができるなど、そこでしか体験できないコンテンツを強みとしている。旅行会社への営業も功を奏して、運行本数は増加傾向にある。

③ ローカル線と地域の関わり

島原鉄道と地域住民との密接なかかわりは会社創立時から続いている。上述の観光列車の運営において、地域の商店等からの食材の提供や配達がなければ体験内容が大きく変わってしまう。観光スポット化している大三東駅についても、近隣住民の理解により、観光客とのトラブルはほとんどない。また、近年では、高校生の部活動からのコラボ依頼や、学校のカリキュラムにある地域学習（ふるさと学習）等の研究題材として取り上げられる機会が増えており、その研究の成果として、高校生との連携による商品企画の提案等がある。加えて、大三東駅がメディアに多く取り上げられた効果で、地元企業からのコラボ依頼も定期的にある。提案を受けて商品化できるものについて、社内で協議を行っている。

島原鉄道は、地域の学生や企業、メディア、地方公共団体職員等多方面の方々から、直接的にも間接的にも支えられている。

④ 課題と今後の展望

島原鉄道の課題としては3点挙げられる。1点目は、行政との連携である。島原鉄道は島原半島3市（島原市・雲仙市・南島原市）と諫早市で営業をしている。要望や地域課題は各市で異なるため、すべてに応えることは難しい。また、1991年の雲仙普賢岳の噴火災害を契機とした多額の債務や利用客の減少によって、30年以上慢性的な赤字に悩んでいる。行政による支援なしでは事業継続も困難な状況であるため、今後も連携を密にしていく必要があると考えている。2点目は、大三東駅を起点とした列車利用客の増加である。観光

地の一つとなった大三東駅へは自動車での来訪がほとんどであり、いかに列車利用へつなげていくかが今後の課題である。3点目は、新たな商品開発や情報発信の強化である。島原半島を西九州新幹線と九州新幹線鹿児島ルートをつなぐ広域の観光周遊ルートとして確立していくために、より魅力的なコンテンツの創出とPRをしていく必要がある。

創業以来、地域の足として営業を継続してきており、今後も通勤・通学・通院等地域の公共交通として安全・安心な輸送を継続することを目標とするとともに、島原半島の観光資源としての役割も果たしていく方針である。島原鉄道は地域によって支えられてきた歴史があり、島原鉄道を活用することで地域活性化につながるように、様々な形で連携していくこととしている。

3. おわりに

今回の調査を通し、いずれの鉄道会社においても、地域住民の重要な足としてこれから鉄道事業を継続していきたいという理念は共通であった。しかし、生産年齢人口の減少や少子高齢化が進む中で、通勤や通学利用者の減少による収益減は避けられない。そのため、ローカル線は、沿線の特徴を活かした観光列車の運行や鉄道事業以外の分野での展開にも取り組んでいるのである。

また、各鉄道会社を調査する中で、ローカル線は地域資源に関する情報の発信源として、地域活性化に寄与していることが分かった。例えば、観光列車では、車窓から観光地を眺めたり、地元の食材を提供したりすることで、その地域の魅力を味わうことができる。地域の暮らしと密接に関わっているローカル線に乗車することで、地域外の人はその地域ならではの魅力を発見することができる。ローカル線は、まさに地域外の人に向けた地域の広告塔の役割を果たしている。これによって、関係人口を創出し、地域経済循環に貢献している。

そして、ローカル線は、地域住民の足という役割も果たしており、沿線地域の住民にとって身近な存在であるという点も強みである。それによって、地元企業や地域住民との連携につながり、地域ならではの観光資源発掘が可能となっている。

加えて、調査したローカル線に共通している点は、もう一つある。それは、世の中の流行を捉えようとする姿勢である。レトロな車両という古き良きものを残しつつ、キャッシュレス化やGXを取り入れようとしたり、近年流行しているアニメや映画の舞台として車両や駅舎等を活用することで、利便性ととも新たな観光コンテンツを生み出している。

その一方で、観光客が多く訪れる要因となっているアニメやロケ地による流行については、一過性のもので終わらずに、継続して足を運んでもらうための仕組みづくりが重要である。

このようにローカル線と地域は密接に関係している。ローカル線の利用促進が地域活性

化につながり、それにより、地域住民の足としての営業を継続することも可能となる。各鉄道会社が抱える課題は様々であるが、それぞれの沿線地域の持つ魅力も同じものはない。地域の鉄道ならではの魅力を見だし、いかに効果的な発信をして集客につなげていくかが今後のローカル線に求められることであるとする。