

東北地方における地域鉄道の需要増加策に関する考察

東日本旅客鉄道(株) 非会員 鷹取 美樹  
 芝浦工業大学大学院 学生会員 ○倉持 周兵  
 (株)プランニングネットワーク 正会員 秋山 岳  
 芝浦工業大学 正会員 岩倉 成志

1. はじめに

地域鉄道は、利用者減少に歯止めがきかず廃線に至り、学生や高齢者の自立的移動が困難となる事例がみられる。また、東日本大震災により甚大な被害を受けた三陸沿岸部の鉄道では、輸送密度の低さが路線復旧の大きな課題となっており、平常からの需要確保の必要性が示唆される。

以上から、筆者らは、地域鉄道の需要増加の取り組みの事例を横断的に調査し、成功例と失敗例の集積を行うことが必要と考えた。東北地方の鉄道事業者を研究対象の皮切りとして行った成果を以下にまとめる。

2. 輸送人員増減の要因に関する調査・分析

東北地方の鉄道6社の輸送人員と鉄軌道営業収支比率を調べた上で、各社にその変動理由のインタビューをおこなった。

津軽鉄道の例を図1に示す。輸送人員が年々減少していることがグラフからわかる。この主な要因は少子化やモータリゼーションの進展であり、他の鉄道会社も同様であることが調査からわかった。また、大型ショッピングセンターや病院などが鉄道駅から離れた場所に立地し、自動車中心の都市が形成されたことも輸送人員の低下に拍車をかけている。

一方、近年は輸送人員が増加の傾向にあるが、これは営業活動の本格的始動によるものである。ストープ列車や佞武多などの観光資源を都内・海外へPRすることで観光客を獲得し、輸送人員の増加に繋がった。また、他の鉄道会社各社の輸送人員増加に繋がった主な取り組みを、観光者向け・居住者向けに分けたものを表1に示す。観光者向けの取り組みは、営業・広報活動とイベント列車が多いのに対して、居住者向けにはターゲットを特定した様々な取組

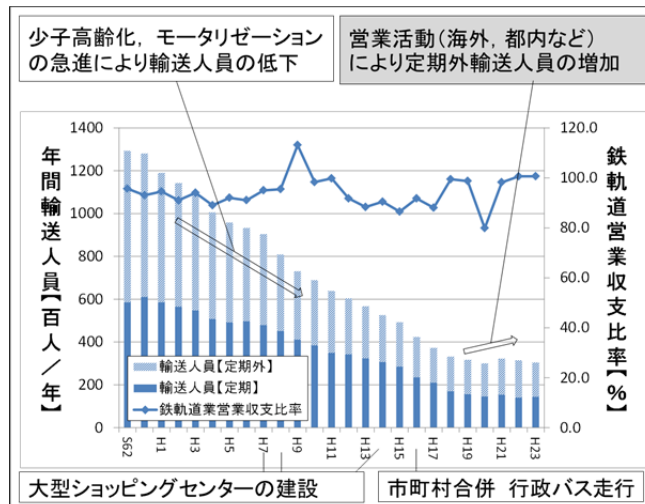


図1 津軽鉄道の輸送人員変動要因

表1 輸送人員の増加につながった取り組み

	観光者向けの取り組み	居住者向けの取り組み
津軽鉄道	・営業, 広報活動(国内, 海外) ・イベント列車(ストープ列車)	
三陸鉄道	・営業, 広報活動(国内, 海外) ・イベント列車(レトロ列車)	
秋田内陸	・営業, 広報活動(国内, 海外)	・市役所職員の定期券購入 ・通学定期券の補助
由利高原	・営業, 広報活動(国内)	・土日フリー切符
弘南鉄道	・イベント列車(貸切イベント)	・一年定期券 ・土休日子供運賃割引
いわて 銀河鉄道 (IGR)		・医療ライン・新駅開業 ・一年定期券 ・中高生向けフリー切符

みが行われており、既にマーケティング戦略が進められていることがうかがえる。観光者向けの取り組みはさらなる展開の余地があると考えます。

3. 地域鉄道の需要増加策の検討

各鉄道事業者の取り組みと、筆者らの提案の良否を検討するため2013年1月に各鉄道事業者にアンケート調査を行った。需要増加のための各取組みに対して、どの客層にどの程度効果があったか(他社の取組みについては、自社でどの程度効果が期待できるか)を評価して頂いた。アンケート内容の概要は表2に示した通りである。

キーワード：地域鉄道, 需要増加策, マーケティング戦略

連絡先：〒135-8548 東京都江東区豊洲 3-7-5 TEL : 03-5859-8354 FAX : 03-5859-8401

表3は、各取り組みの評価とどの客層に効果があるのかを示したものである。評価の高い取り組みほど、多くの客層に効果があるということが読み取れる。これは、効果のある客層が多いほど利用者が増えるためだと考える。

一方、評価が高い取り組みにも、表4に示した課題が挙げられた。「①子供向けイベント」については、収入面の課題があることから、イベント時の単発的な利用だけではなく、その後も長期的に利用してもらう工夫が必要である。その結果、同伴した親も利用するという二次的な効果も得ることができ、収入面の課題解決につながると考える。「⑩コンパクトシティ化」、「⑪二次交通の改善」については鉄道事業者単独での実施が困難であるため、この様な大規模な取り組みは、他の交通事業者や自治体と連携して行っていく必要があると考える。

また、各取り組みを実施したことが有る事業者と無い事業者との評価の相違を示したものが図2である。取り組みを実施したことがある事業者の評価は実施したことがない事業者に比べて高い傾向にあることがわかる。これは、各事業者が沿線環境に適した取り組みを行うことによって効果を得ているためだと考える。

さらに、効果を得ている事業者の取り組みは計画段階でコンセプトやターゲットがはっきりとしていた。「⑦最終列車の繰り下げ」で効果を得ている事業者の例では、ターゲットを通勤客に絞り、「JR線よりも終電が遅い」というコンセプトで話題にさせた。結果、「通勤で使いやすい」というイメージが利用者に根付き、定期券提示優待制度や通勤定期運賃の値下げなどに繋がっている。そのため、このような取り組みを事業者間で共有し、実施することで地域鉄道の利用促進につながると考える。

4. おわりに

本研究では、東北地方の鉄道事業者に調査を行い、輸送人員の増減の要因および需要増加のための取り組みの良否を把握することができた。

今後も他の地域で同様の調査を行うことにより、地域鉄道の現状を把握すると共に、需要増加につながる取り組みを検討していきたい。

表2 対象とした取り組みおよび質問項目

インタビュー調査から把握した取り組み	①子供向けイベント	⑤一年定期券
	②営業活動(海外)	⑥役所職員定期券利用
	③営業活動(都内)	⑦最終列車の繰り下げ
	④医療ライン	⑧中高生向けフリー切符
本研究で提案した取り組み	⑨駅のバリアフリー化	⑫車内に絵の展示
	⑩コンパクトシティ化	⑬おもてなし列車
	⑪二次交通の改善	⑭雑誌の読める列車
質問項目	(1)上記の取り組みの需要増加への効果の4段階評価 (2)(1)の評価の理由 (3)どの客層に効果があるか 性別・年齢・同伴者・居住場所	

表3 各取り組みの評価および効果のある客層

取り組み内容	年齢		同伴者			居住地			評価(点)	
	若年層	生産年齢層	高齢者層	個人	家族	友人	沿線	県内		県外
①子供向けイベント	○	○			○		○			14
⑪二次交通の改善		○	○	○	○	○	○			14
②都内への営業活動		○	○	○	○	○			○	13
⑨駅のバリアフリー化			○	○						13
⑩コンパクトシティ化	○	○	○	○	○	○	○	○		13
⑥役所職員定期券購入		○					○			12
⑬おもてなし列車			○		○		○	○	○	12
⑫車内に絵の展示		○			○		○			9
④医療ライン			○	○	○		○			9
⑤一年定期券	○				○		○			9
⑧中高生向けフリー切符	○				○		○			9
③海外への営業活動		○							○	8
⑦最終列車の繰り下げ		○		○			○			7
⑭雑誌の読める列車	○									3

表4 評価が高い取り組みの課題

取り組み内容	課題
①子供向けイベント	・利用人員的には効果が大きい、収入的には小児運賃なので大きくはない
⑩コンパクトシティ化	・地方都市の活性において重要な施策であるが、拡大には沿線自治体、住民の合意形成が必要
⑪二次交通の改善	・鉄道駅から他の交通手段に乗り換えると、また料金が発生してしまう ・地方部では本数が少なく接続が心配なことから、乗り換え抵抗が非常に高い

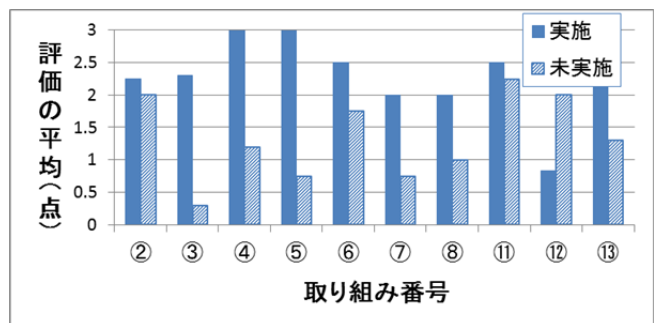


図2 実施・未実施での評価(4段階)の違い

謝辞: 本研究の調査にご協力いただいた東北地方の鉄道事業者の皆様へ謝意を表します。