

ローカル線を走る観光列車の存続要因に関する一考察

魏 蜀 楠¹
中 野 智 貴²

第1章 はじめに

日本国内各地には、鉄道の路線網が広がり、生活者の足となっているため、どの地域でも必要とされている。しかしながら近年のローカル鉄道の利用客の減少で廃止に追い込まれる路線、多額の赤字を生み出す路線などを抱えている鉄道会社が多数存在する。ローカル鉄道は、地方での急速な人口の減少と、モータリゼーションの進展の影響で利用客が少ない。列車の本数が少なくなるとおのずとその沿線で観光客も減り、今残っているローカル鉄道の多くが危機に直面している。例えば、JR九州の輸送密度³が2,000人以下の路線だけでも17の線区で赤字状態に陥っている。特にローカル鉄道の経営状況が厳しく、これらの路線の乗客を少しでも増やすための取り組みが必要であると考え。

そこで考えられた取り組みの1つとして、鉄道路線の運行形態を観光列車へとシフトさせることである。観光列車があることで、鉄道は単なる移動手段ではなく、それ自体が観光対象となっている。列車の車内を装飾し、車窓からの素晴らしい景色の眺めやランチ、そしてイベントなど、様々なサービスが列車内で提供されている。近年、全国各地で地方鉄道を中心に観光列車ブームが巻き起こっており、2023年11月の時点（筆者今回の調査範囲内）で140近くの観光列車が運行されている。

「観光列車」という言葉は10年以上前に誕生しており、もう目新しいものではない。ローカル鉄道の経営難問題の打開策の1つとして、観光列車の導入の勢いが止まらなく、観光列車同士による顧客の獲得競争も激しくなる一方である。観光列車は、ほぼすべてが旧車両の改造であり、元となる車両があるうちは観光列車が増え

1 長崎県立大学地域創造学部実践経済学科 講師。

2 長崎県立大学地域創造学部実践経済学科 4年生。

3 輸送密度の意味について、一般社団法人日本民営鉄道協会「輸送密度」参照
<https://www.mintetsu.or.jp/knowledge/term/> (2023.10.10)。

る。しかし、車両が既に老朽化しているから寿命は短く、改造元になる車両も不足している。そこで、現在成功した列車のみ新製車両を投入し、存続させることにするのは一般的となる。

ローカル鉄道にとって、通勤・通学など実用輸送を考える場合は地域レベルの問題である。しかし「観光列車」というステージに立つと、大都市在住者の観光需要の奪い合い、つまり全国レベルの競争になる。観光列車を走らせれば人が来る、という時代は続かず、飽和状態は近いと考える。現在の観光列車の盛り上がりは満足するのではなく、長期的な予測、計画が必要となる。

本研究は、観光列車の定義や歴史を踏まえた上で、ローカル鉄道の観光列車導入や人気観光列車について共通点を分析し存続要因について考察することを目的とする。まず第2章ではローカル鉄道の現状分析や課題、観光列車の定義や歴史をたどり、ローカル鉄道を取り巻く環境について明らかにする。第3章では、観光列車の活用について各社の事例を明らかにする。第4章では観光列車の魅力を7つに分けて地方別に分析する。その後、観光列車の観光要素と列車の分類を整理し、観光列車の存続要因を明らかにする。最後に、研究成果からの示唆点や今後の課題について考える。

第2章 ローカル線を走る観光列車の現状

第1節 観光列車の定義

1. 観光列車とは

観光列車には、法令や統計における定義や分類がなく、JTB総合研究所によると、観光列車を「内外装を凝らし、味覚を楽しみながら旅行ができるなど、乗ること自体を目的にした列車」と定義している⁴。

新納（2019）は、観光列車の定義は3つあるとしており、①主な利用者が観光客である列車、②観光客に便利な区間や時間帯に運行する列車、③観光客向けの何らかの付加価値がある列車としている⁵。

藤田（2021）は①主な利用者が観光客で、②観光資源を内包しており、③内装・外装のデザインが特徴的なもので、④固有の愛称を持ち、専用車両で運行している

4 JTB総合研究所「観光列車」<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/tourist-train/>（2021.11.18）。

5 新納克広「鉄道の未来学 基調報告55 観光列車の昔、今、未来」『広報誌「みんてつ」』第71巻、日本民営鉄道協会、4-7頁。

列車を（広義の）観光列車と定義している⁶。

張、麻生（2020）は、乗車そのものを目的として、乗客の観光需要（車窓の景観や車内での食事・ショッピング、車両の内外装や豪華さ、車内車外でのイベントなど）を満たし、定められた地域を専用車両で運行する列車と定義している⁷。

列車に付加価値を付けることは従来の観光列車にはなかったが、近年の観光列車には極めて重要である。特別な愛称やヘッドマーク、特別装飾をした専用列車は、鉄道事業者には宣伝媒体としての効果を与え、愛称は乗客にとってわかりやすく、乗ってみたいという欲望を高め、旅行後の楽しい記憶に残る。

なお補足であるが、同じく特別な内外装を持つ車両としてジョイフルトレインという呼称もある。ジョインフルトレインは、国鉄が1980年代に運行を始めた列車である。これは「団体旅行のサービスの一環」という点において観光列車とは趣を異にするものであるという。但し、観光列車が団体列車として（ジョイフルトレインとして）運用されることもあり、両者の区別が曖昧である。

2. 観光列車と経験価値

(1) 経験価値とは

1999年にコロンビア大学のバーンド・H・シュミット教授が、経験価値マーケティングを提唱した。これは、「モノ消費」から「コト消費」が重視される時代において、顧客が製品サービスを利用する事で得られる体験・経験に焦点を当てたマーケティングのことである。

顧客が商品やサービスを購入する際には、ニーズ、結果価値、経過価値、経験価値の4つのポイントに価値を見出そうとする。

初めに、そもそもの欲求の欠乏を満たしたい、というニーズがある。次に、ニーズを満たす商品やサービスの中でもより良いモノを手に入れたい、という思いを満たす結果価値がある。その後に、購入までのプロセス自体に価値を見出す経過価値があり、最後に商品やサービスを利用したことで得られる経験に価値を見出す経験価値がある。

経験価値は、商品やサービスそのものの価値とは異なり、商品やサービスを利用した経験から得られる感動や満足感など、感覚的な価値を指す。また、機能的な価値

6 藤田知也『観光列車の経済学的研究－地方鉄道の維持振興と地域活性化に向けて－』大阪公立大学共同出版会、2021年、53頁。

7 麻生憲一、張茜「地方鉄道における観光列車の現状と課題に関する一考察」日本観光学会誌、2020年、第61号、13頁。

だけでなく、心理的な価値も提供することに重きが置かれている考え方である。

経験価値には、5つの要素がある。

①SENSE（感覚的価値）

1つ目の要素は、SENSE（感覚的価値）である。これは、視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚といった五感に訴えかけるものがある。

②FEEL（情緒的価値）

2つ目の要素は、FEEL（情緒的価値）である。斬新なアイデアや細やかなサービスなどによってブランドそのものに愛着を抱かせるなど、情緒的な部分に訴求するものである。ブランドイメージだけでなく、商品やサービス自体の品質も大切である。

③THINK（創造的・認知的価値）

3つ目の要素は、THINK（創造的・認知的価値）である。顧客の知性や好奇心に訴えかけるものである。そのサービスを利用したときの感動や高揚感などである。

④ACT（肉体行動、ライフスタイルに関わる価値）

4つ目の要素は、ACT（肉体行動、ライフスタイルに関わる価値）である。美容体験で実際に変化が表れるなど、ライフスタイルや肉体面で実感できるものである。食生活や時間活用によって、新しいライフスタイルを誘導するものである。

⑤RELATE（準拠集団への帰属価値）

5つ目の要素は、RELATE（準拠集団への帰属価値）である。集団の中での交流や有名芸能人への共感などによって、ある集団への帰属欲求をかき立てるものである。顧客が属したいグループや文化と結びつけて商品やサービスを提供することである。

このように、経験価値には5つの要素がある。しかし、5つの経験のすべてを満たさなくても、経験価値を生み出すことはできる⁸。

(2) 鉄道会社の経験価値戦略

JR九州の初代社長である石井幸孝氏は「戦略的には、いかにして「感性的価値」を高めて、普通であれば「マイカー」が当然の若者や女性にもJRの存在を思い起こしてもらい、「乗ってみよう」と思ってもらうかである。（中略）「カッコいい」デザイン、「話題性のある」車両イメージにして、常にJRの特急があると思いつ

8 大津真一、長沢伸也『エクスペリエンス（経験・体験）』と「経験価値マーケティング」再考（I）—顧客体験（CX）概念と経験価値モジュールを中心として—「特集「感性商品が日本を救う！②新たな理論的枠組みを中心として」第20巻第3号『感性工学』2022年、113-121頁。

してもらわねばならない」と語っている。

つまり、機能的価値だけではなく、感性的価値を高める戦略、即ち「経験価値戦略」も同時に実行していたのである。さらに「オランダ村特急」を例に挙げた上で、『列車を輸送の視点ではなく「乗った時から列車も観光ターゲット」、すなわち「観光列車」とする⁹』とも述べていることから、この頃には観光列車戦略が存在していたということになる。

このようにJR九州は発足後、「機能的価値戦略」と「経験価値戦略」の両輪で鉄道事業戦略を行っていたが、所要時間短縮などの機能的価値の向上には技術的限界が存在することから、経験価値戦略が中心となっていく。

JR九州が採ってきた経験価値戦略は以下の2つである。

①ハード型経験価値戦略

デザインを主とする経験価値戦略を指し、「カッコいい」デザイン、「話題性のある」車両イメージにすることである。特徴的なデザインの新造車両だけではなく、限られた経営資源を有効活用するために改造・リニューアルも多用している。特徴的なデザインや目を引くカラーリングは、経験価値マーケティングにおける「SENSE（感覚的経験価値）」にあたる。また、こうしたデザイン戦略は「大量輸送」といった鉄道の特性や「効率性」とは逆行した車内空間を作り出している。

②ソフト型経験価値戦略

新型特急車両の投入にあたって、「ハイパーレディ」「ゆふ森レディ」「つばめレディ」等と呼ばれる客室乗務員によるサービスが導入された。特にグリーン車ではドリンクサービスといった航空機さながらのサービスが行われていたことも特徴として挙げられる。以上のようなソフト型経験価値戦略は「FEEL（情緒的経験価値）」に該当する。

JR九州発足後の鉄道事業戦略の分析により、以上2種類の経験価値戦略が導き出された。観光列車戦略は1980年代後半には存在しており、「ゆふ森レディ」等、観光列車でも上記の経験価値戦略が活用されていた。近年の観光列車戦略を分析していく上でも経験価値はキーポイントになると考えられる。

現在、JR九州の在来線の都市間特急においては車内販売、グリーン車サービスともに廃止されている。こうした客室乗務員縮小の動きはJR九州だけではなく全国的に見られることから、客室乗務員が乗務している列車が珍しくなっている。一方、JR九州の観光列車には必ず客室乗務員が乗務しており、車内放送によ

9 石井幸孝「九州特急物語：創業からJR九州までの120年」初版『JTBパブリッシング』2007、101-110頁。

る観光案内等を行っている。つまり、こうした客室乗務員によるサービスが大きな経験価値となっていることを意味し、分割民営化後の「ハイパーレディ」に代表されるソフト型経験価値戦略と同じ構図となっている。

ハード型経験価値戦略においても同様に、旧型車両の改造を行うことで特徴的なデザイン、空間を作り上げている。したがって、JR九州も観光列車戦略の枠組みは近年新たに構築されたものではなく、分割民営化直後から培われ、受け継がれてきたJR九州の鉄道事業戦略、とりわけ経験価値戦略がベースにあると言える¹⁰。

第2節 ローカル鉄道の現状と課題

1. ローカル鉄道の現状

ローカル鉄道には、法令や後継統計における定義や分類がなく、英語では鉄道用語としての「ローカル」は「普通」あるいは「各駅停車」の電車、列車を指すものであり、ローカル鉄道は日本的な表現として確認できる。ローカル鉄道という言葉自体の定義がないが、ローカル鉄道に近いと思われるものは、「地域鉄道」という用語である。国土交通省の定義によると「地域鉄道とは、一般に、新幹線、在来幹線、都市鉄道に該当する路線以外の鉄道路線のことをいい、その運営主体は中小民鉄並びにJR、一部の大手民鉄、中小民鉄及び旧国鉄の特定地方交通線や整備新幹線の並行在来線などを引き継いだ第三セクター」だとしている¹¹。

鉄道が交通機関の主役であった昭和の頃に、「本線」と言われた路線を今の定義からみると、「ローカル鉄道」となるものが数多く存在する。例えば、東北本線の盛岡―青森間、鹿児島本線の八代―川内間などがその好例である。最近では、信越本線、北陸本線の上越妙高―富山間もそれにあたるものとなる。これらはいずれも、先ほどの定義によれば「整備新幹線の並行在来線」で第3セクターに移行された区間となる¹²。

国土交通省の有識者会議「鉄道事業者と地域の協働による地域モビリティの刷新に関する検討会」が、「地域の将来と利用者の視点に立ったローカル鉄道の在り方に関する提言」をまとめた¹³。提言によると、「平常時の輸送密度が1000人未満下

10 藤田知也、榊原雄一郎「鉄道事業者における観光列車戦略の研究：JR九州の事例から」、『関西大学経済論集』2017年、第67巻第3号、429-446頁。

11 国土交通省「地域鉄道対策」；国土交通省、http://www.mlit.go.jp/tetudo/tetudo_tk5（2023.10.10）。

12 公益財団法人日本交通公社「美しき日本 全国観光資源台帳」[Vol.18] <https://tabi.jtb.or.jp/tabirepo/locals/>（2023.10.10）。

13 国土交通省「地域の将来と利用者の視点に立ったローカル鉄道の在り方に関する提言～地域戦略の中でどう活かし、どう刷新するか～」；国土交通省、<https://www.mlit.go.jp>（2023.10.05）。

回っていること」を一つの目安とし、「複数の自治体や経済圏・生活圏に跨る等の事情から、関係者の合意形成にあたって広域的な調整が必要と認められる線区」¹⁴について、国が鉄道事業者または沿線自治体の要請を受けて「特定線区再構築協議会（仮称）」等を設置し、「廃止ありき」や「存続ありき」ではなく、利用者目線から未来志向で真摯に公共交通の在り方を協議することが望ましいとした。また、提言では、国の支援の在り方について、「『頑張っている地域』を応援する観点」から、各種鉄道事業者に対して「制度面での支援を行うほか、関係部局の予算を総動員して、再構築に必要な経費を財政面で支援すべきである」としている¹⁵。

鉄道は、自家用車を除く国内旅客輸送量のうち、人ベースで約8割、人キロベースで約7割を占めており、大量輸送に適した公共交通機関として大変重要な役割を果たしている。鉄道の旅客輸送量は1990年代後半から概ね安定的に推移し、新型コロナウイルス感染症の流行（以下コロナ禍と略す）前には人ベース、人キロベースともに緩やかな増加傾向にあったが、コロナ禍により令和元年度は減少に転じた。令和元年度の鉄道の旅客輸送量は、人ベースでは対前年度比約0.5%減の約252億人、人キロベースでは対前年度比約1.5%減の約4,350億人キロとなっている。さらに、令和2年度はコロナ禍により、JR及び大手民鉄で、人ベースでは対前年度比約30%減、人キロベースで対前年度比約40%減となっている。鉄道輸送の大半を占めるJRでは、昭和62年の国鉄改革後、新幹線や都市部路線を中心に利用者数を伸ばしてきた。一方、地方部を中心とした路線の一部では利用者数が大幅に減少している。路線毎の輸送密度の変化をみると、輸送密度が4,000人未満だった路線（特

表 2-1 JR旅客6社における輸送密度ごとの路線の割合

輸送密度	昭和62年度 (特定地方交通 路線を除く)	令和元年度	令和二年度
200人未満	1%	3%	4%
200-1000人	5%	17%	18%
1000-2000人	9%	11%	17%
2000-4000人	20%	11%	18%
4000人以上	64%	58%	43%

(出所) 国土交通省「地域の将来と利用者の視点に立ったローカル鉄道の在り方に関する提言～地域戦略の中でどう活かし、どう刷新するか～」9頁。

14 同上。

15 富田新「地域公共交通の現状と課題」『国土館大学経営研究所紀要』2023年、第53号、56-57頁。

定地方交通線を除く）は営業キロベースで昭和62年度には全体の36%だったのに対し、令和元年度には41%、コロナ禍の影響が大きく出た令和2年度には57%と半数を超えた（表2-1参照）。

JR北海道、JR四国は全路線、JR西日本及びJR九州は輸送密度2,000人未満の路線における線別収支を公表している。これによると、営業費用における共通経費部分の取り扱いは各社によって相違があるものの、令和2年度（JR西日本は同年度を含む過去3年平均）では、公表された90線区すべてにおいて営業費用が営業収益を上回っており、大変厳しい状況となっている¹⁶。

大手民鉄は、平成24年度以降、景気回復に伴い輸送需要が拡大する一方、訪日外国人旅行者の輸送需要も加わり増加傾向が続いていたが、令和2年度はコロナ禍で大きく減少した。大手民鉄の中には、都市部における輸送のみならず、地方部の輸送を担っている事業者もあり、その利用状況はJR各社と同様、大変厳しい状況にある。

また、地域鉄道では、輸送人員が平成3年度をピークに、平成14年度頃まで逓減傾向であったが、その後下げ止まり、平成23年度からはわずかであるが増加傾向が見られていた。しかし、ピーク時の平成3年度と令和元年度を比較すると約22%減少した。さらに、令和2年度にはコロナ禍により、令和元年度比で約28%減少した。

特に経営の厳しい地域鉄道の多く存在する地方では人口の減少が顕著になるとみられ、地域鉄道を取り巻く環境は一層厳しくなっていく可能性が高いと考えられる。

2. ローカル鉄道の課題

産業構造、人口構造、社会構造の変化に伴い、交通インフラ、交通手段の変化が、当然ながら路線の盛衰を決めてきた。第2次世界大戦後、鉄道は隆盛を迎えたものの、マイカーの普及、一般道及び高速道路網や空港の整備により、交通機関間の競争が厳しくなりローカル鉄道を中心に鉄道事業の役割が相対的に減少した。さらに国鉄の民営化に従って新幹線網の整備は加速度的に進み、拠点間輸送は劇的に改善された一方、地方の人口減少、ローカル鉄道の衰退がさらに進み、事業継続が困難

16 九州旅客鉄道株式会社「線別収支（平均通過人員が2,000人/日未満の線区）」https://www.jrkyushu.co.jp/company/info/data/pdf/2022senkubetsu_（2023.10.10）。

四国旅客鉄道株式会社「線別収支と営業係数の公表について」https://www.jr-shikoku.co.jp/03_news/press/2022%2005%2017.pdf（2023.10.10）。

北海道旅客鉄道株式会社「2022年度 線別別の収支とご利用状況について」<https://www.jrhokkaido.co.jp/corporate/mi/senkubetsu/reiwa04/pdf/>（2023.10.10）。

となる路線が増え続けている。

現在、多数のローカル鉄道は、沿線人口の減少、中高生の通学需要の減退、線路・車両の維持更新負担の増大、また、低金利による基金の目減りなどの問題を抱えている。不動産や商業、娯楽施設などの収益によって経営的に安定している一部の鉄道会社は存在するが、多くは、地元自治体の援助も含め、LRTへの模索、観光鉄道化などの地道な努力をしているものの、採算性を保たれるのはほんのわずかである。多くのローカル鉄道は将来像を描くことが難しく、人口密度と産業鉄道としての役割をある程度持たないと、廃線されるのも時期の問題となる。

地域の足をいかに守っていくか、これからの社会環境の変化や新しい交通体系に向け、それをどうソフトランディングさせていくのかなど、ローカル鉄道は多くの難題に直面している。ローカル鉄道は、他の交通インフラへの移行などソフトランディングに向け多くの知恵と工夫が引き続き求められるとともに、将来を見据え厳しい判断もせざるを得ない¹⁷。

そのため、国、沿線自治体、鉄道事業者等、関係者が、ローカル鉄道を取り巻く現状をまず直視し、危機意識を共有する必要がある。その上で、関係者が一丸となって、単なる現状維持ではなく、真に地域の発展に貢献し、利用者から感謝され、利用してもらえる、人口減少時代に相応しい、コンパクトでしなやかな地域公共交通に再構築していく、という観点から必要な対策を講じていくことが急がれる¹⁸。

第3節 ローカル鉄道の観光資源化とは

1. 鉄道の観光資源化の目的と意義

鉄道および関連施設は、次のような観点から魅力的な観光資源としての特性が3つある。1つ目は車窓風景である。変化に富む自然景観、田園景観等を愛でるに相応しい視点場所である。2つ目は乗車体験そのものである。非日常的な列車に乗車すること自体が希少な観光体験である。3つ目は、鉄道および関連施設である。地域の産業・暮らしを支え長い歴史を持つ地域鉄道は、近代化遺産等文化資源としても価値が高く、鉄道マニアはもとより、一般観光客にとっても、地域の産業・暮らしの文化等をテーマとする観光において、魅力ある体験・学習の場となる。また広域を舞台とする地域の観光にとって、重要な交通アクセス、移動の手段となる¹⁹。

17 公益財団法人日本交通公社、前掲。

18 国土交通省「地域の将来と利用者の視点に立ったローカル鉄道の在り方に関する提言～地域戦略の中でどう活かし、どう刷新するか～」、前掲。

19 日本観光振興協会「1 観光の視点からの地域鉄道の再生・活性化の方策」<https://www.mlit.go.jp/common/000991950.pdf> (2023.10.10)。

国土交通省は、地域鉄道の「観光資源」の価値は、2つあると考えている。1つ目は、地域鉄道自体が「観光資源」としての価値を持つ場合である。2つ目は別の観光資源と組み合わせることにより、一体として「観光資源」となる場合である。前者については、例えばトロッコ列車やお座敷列車等といった「観光車両化」、あるいは車両の運転体験実施や、レトロ車両の運行など「鉄道資源活用」がある。車両等の改善や自然の観光資源の活用などにより新規利用者・観光客を増加させることが可能となる。後者については、沿線ウォーキングイベントの他、朝市を駅で開催し地元野菜の直売の実施、地域の特産品の開発と駅・列車内での販売など、沿線での経済活動と協働して観光客の誘客に取り組んでいる²⁰。

また、日本観光振興協会（2022）は「観光の視点からの地域鉄道の再生・活性化の方策」の中で「観光の視点からの地域鉄道の再生・活性化12のポイント」を提起した（以下「12のポイント」と略す）。中の1つとして、「鉄道に関連する観光魅力や集客力向上」があり、特産品の開発はその代表事例となる²¹。

その具体例として、ここで、銚子電気鉄道の取組みを挙げてみる。銚子電気鉄道は、銚子駅から外川駅までを結ぶ「銚子電気鉄道線」の一本の路線のみを有する小さなローカル鉄道である。路線長が全長6.4kmと短いため、戦前から赤字経営に苦しんでいた。そのため、銚子電鉄は、何度も廃止の危機に直面してきたが、観光視点からの地域鉄道の再生・活性化に注力することで何とか乗り越えてきた。

観光資源としての電車の環境整備として、駅舎をヨーロッパ風に改良整備し、犬吠駅ではお土産や濡れ煎餅、観音駅ではたい焼きなども売っている。1999年には駅舎内に美術館もオープンした。2009年から2010年にかけては伊予鉄道から中古の車両を4両譲り受け、塗装を京王電鉄時代のカラーリングにするなど趣向を凝らし、遠方からの観光客の呼び込みをもくろんでいる。駅舎構内や千葉県各駅の売店や公式ホームページでの通信販売など、様々な鉄道外事業を行っている。

その中でも、一番有名なものが「ぬれ煎餅」である。最近では佃煮やカステラなど、様々な食品も販売するようになってきているが、この「ぬれ煎餅」を凌駕するものは無い。この「ぬれ煎餅」が広まるときに関わったのがインターネットである。このインターネットが銚子電鉄に与えた影響は大きい。2006年に前社長が逮捕され、行政からの支援も無くなった銚子電鉄は、自社のホームページ上で「電車修理代を稼がなくちゃ、いけないんです」と告知したところ、それが掲示板「2ちゃんね

20 国土交通省・観光庁「地域鉄道の再生・活性化等研究会報告書「観光とみんなで支える地域鉄道」」；国土交通省・観光庁 <https://www.mlit.go.jp/common/001002354.pdf> (2023.10.19)。

21 日本観光振興協会、前掲。

る」で話題になり、ニュースサイトで銚子電鉄のホームページと共に紹介された。インターネットを通じた口コミによって銚子電鉄の存在が全国に知れ渡るようになり、同時期にインターネット上で支援団体「チーム2ちゃんねる」も結成された。一連の流れでは、「電車修理代を稼がなくちゃ、いけないんです」²²という売文句とその取組姿勢が話題を呼び、販売したぬれ煎餅が全国的なブームになり、テレビでも取り上げられるようになった。最終的には、この騒動が地元の人たちにも影響を与え、「銚子電鉄サポーターズ」の結成に至った。2007年4月にはサポーターズによって集められた970万円により新しい枕木が購入され、ひとまず銚子電鉄の運行休止という危機には至らなかった。「ぬれ煎餅」騒動により、輸送人員は飛躍的に増加し、一時的に経営改善も見られたが、その後は輸送人員が減少している。

他にも、「12ポイント」のうちのもう1つに「沿線地域の観光魅力や集客力向上」があり、具体的な取り組みとして津軽鉄道が挙げられる。

津軽鉄道は1928年に設立された鉄道事業者である。津軽鉄道は地域輸送を担うとともに材木などの貨物輸送路線としても活躍していたが、津軽半島における青森ヒバの伐採量が減少し、国鉄が1984年に五所川原駅の貨物取扱を廃止すると同時に津軽鉄道は貨物事業輸送から撤退した。現在は津軽五所川原—津軽中里（20.7km、12駅）の鉄道路線のみを運営している。

津軽鉄道は、国のふるさと雇用再生特別基金事業制度²³を利用し、2009年5月に車掌とは別に車内で沿線の観光案内などを行うガイドの募集を開始した。これに採用された者は「奥津軽トレインアテンダント」として津軽鉄道の列車に乗務してきた。ふるさと雇用再生特別基金事業の終了した2012年4月以降も、津軽鉄道による雇用が継続され、「津軽半島観光アテンダント」として引き続き乗務している。アテンダントの業務内容は、津軽弁による列車内での観光客への名所案内や車内における乗車券の発売のほか、ホームページ作成や観光のぼりの設置などPR活動も含まれる。それだけでなく、高齢者の乗降の手伝いや地域イベントでの司会など、観光客ではなく地域住民に対しても積極的な活動を展開している。

アテンダントの乗務は津軽鉄道の歴史において初めての試みであり、津軽鉄道の持つストーブ列車や風鈴列車といった季節ごとの列車におもてなしの心を加え、利用促進に努めている。また、津軽鉄道は駅の窓口や公式サイトにおいて鉄道グッズ

22 安本宗春「観光資源としての鉄道——JR西日本三江線を事例として——」、『追手門学院大学地域創造学部紀要』2019年、第4巻、83-84頁。

23 ふるさと雇用再生特別基金事業制度については厚生労働省「ふるさと雇用再生特別基金事業実施要領」<https://www.mhlw.go.jp/file/06>を参考にせよ（2021.12.22）。

の販売にも力をいれている。津軽鉄道を支援したい個人・法人を対象に「レール・オーナー制度」を導入し、1口5,000円でオーナーを募集しており、これも貴重な収入源となっている²⁴。上述する津軽鉄道は一例であるが、鉄道には、集客力を持ち、地域振興のツールとして有効であるといえる。観光資源として鉄道は、目的地への移動のみだけでなく、鉄道車両や鉄道施設など鉄道そのものが観光者の行動目的となる地域資源なのである。これについて、多くの観光列車研究の中で論じられてきた。

堀（2017）は、観光列車が提供する交通サービスについて、「交通サービスの需要は、通常、移動を目的とした派生的需要であるが、観光鉄道やクルーズ船のように該当交通サービスが観光行動の一環として利用・消費されている場合、そのサービスは本源的需要となる²⁵」と述べ、交通サービスの需要の違いについて整理している。

楓（2010）は、観光列車について、「目的地への移動手段や車窓からの景観を楽しむという機能とともに、列車そのものの魅力も含めて観光者に鉄道を誘導する狙いがある²⁶」があるとして、観光資源として鉄道の可能性を指摘している。

新納（2017）は、多くの鉄道会社が、観光客の誘致を経営状況の手段の1つと考えており、共通点として、①鉄道そのものを観光資源として売り出す、②鉄道に乗車することを目的として需要を増やす、③アニメーションなどとの連携、④鉄道ファンの購買力に期待する、⑤沿線市町村の観光振興施策と結びつける、の5つを挙げ、鉄道そのものが観光資源になりうる場合と新たなコンテンツを追加する場合があることを指摘している²⁷。

このように、鉄道の観光資源化とは、列車自体が移動目的となり、沿線自治体の振興策と結びつけるものだと考える。

2. ローカル線を走る観光列車

戦後復興が進んだ1950年代、1960年代には民鉄²⁸沿線の観光地が大都市住民の安

24 一橋大学鉄道研究会『観光と地域鉄道の活性化』初版、一橋大学鉄道研究会、2013年、52-59頁、77-83頁。

25 堀雅道「観光交通サービスの特性と観光交通ビジネスの展開」塩見英二編『観光交通ビジネス』初版、成山堂書店、2017、13-29頁。

26 楓森博「鉄道会社と観光ビジネス」谷口知司編著『観光ビジネス論』初版、ミネルヴァ書房、2010、43-60頁。

27 新納克広「鉄道ビジネスと観光」塩見英二編『観光交通ビジネス』初版、成山堂書店、2017、73-85頁。

28 民鉄の意味について、一般社団法人日本民営鉄道協会「民鉄」参照

<https://www.mintetsu.or.jp/kids/mintetsu/> (2021.12.14)。

備で手軽なレジャーの目的地として繁栄していった。汎用車両を用いたハイキングや海水浴客の利便を図る愛称付きの列車の運転が盛んであった。観光と縁が薄そうな東急東横線でも、当時、京浜急行に接続して逗子海岸へ向かう海水浴客向け急行「さざなみ」、沿線の温泉へのアクセス急行「綱島」などが運転された。1950年代後半から1960年代初めに、追加料金の必要な観光特急が進化を遂げる。東武、小田急、近鉄、南海の新型車両は、走行性能の進化に加え、内外装に趣向を凝らし、明るい未来を象徴して「乗ってみたい」との本源需要を引き出すものであった。ビュッフェ、喫茶室、ジュークボックスのあるサロン室のような輸送力を犠牲にして乗客に楽しみを提供する「遊び」の要素を備えた車両が製造された。他にも、京成電鉄海運号のテレビカーや近鉄特急車両のシートラジオのような、旅行を楽しくする設備があった。

今日の意味での観光列車として最初に登場したのは「SLやまぐち号」である。SLやまぐち号はJR西日本が山口線の新山口―津和野駅間で運行している列車である。1970年代国鉄の近代化・合理化により、全国の蒸気機関車が廃止される中、1973年10月には、山口線からも姿を消した。その後、多くのSLファンや地元市町村を中心にSL復活への機運が高まり、当時の国鉄総裁の英断で1979年8月1日、山口線にSLが復活した²⁹。山口線がSL復活運転の路線に選定されたのには、いくつかの重要な条件を満たしたことによる。一番は「新幹線の利用促進」である。都心からある程度の距離があり、沿線に有名な観光地を抱えていることなどが関係し、山陰の小京都とも呼ばれる津和野を目的地として小郡（現・新山口）で新幹線からの乗り換えを想定できる山口線はまさに好都合である。そうして62.9km、2時間少々のSLの運行が継続されていくことになった。これは、国鉄時代から運行をしており、国鉄からJRグループ保有の蒸気機関車の牽引により運行される動態保存³⁰列車の緒といえる列車である。

その後、汎用車両による観光列車の運行は減少していく。需要面では、自家用車が普及して、家族やグループの郊外への旅行で鉄道利用が減り、観光列車の集客力が低下していった。供給面では、通勤通学のための輸送力増強によって、定期列車だけで十分な輸送力が確保されたことや、ダイヤ密度が高まり速達の臨時列車を運行しにくくなったことが理由に挙げられる。1990年前後のバブル経済時代にも、バブルを象徴するような観光列車は登場しなかった。大手民鉄は通勤通学輸送対策に

29 西日本旅客鉄道株式会社「SLやまぐち号」<https://www.c571.jp/index.html>（2023.11.15）。

30 動態保存とは、機械などを、動作可能な状態で保存すること（大辞林第4版）

<https://dictionary.sanseido-publ.co.jp/column/new4i45>（2023.11.15）。

精力を注ぎ、観光輸送は相対的な重要度を下げていた。汎用性がなく、用途が限定される車両を持ちたくない、不要不急とみなされる車両を持つと運賃査定にマイナスとの危惧があった。右肩上がりの経済成長の終焉と運賃収入の停滞は、費用節約の優先順位を上げて、短期の収支率向上につながりにくい観光列車にとって向かい風になった。

大手民鉄が観光列車から手を引く中、初めて現在の意味の「観光列車」の呼称を用いた列車が登場した。1990年にJR東日本に登場した「ノスタルジックビューートレイン」である。同列車はそれまでの「ジョイフルトレイン」と違い、ほぼ五能線³¹でのみ運行された。同列車は好評だったことからその後「リゾートしらかみ」として引き継がれ、2000年代に入るとJR東日本の他路線でも「きらきらうえつ」「きらきらみちのく」といった追随例が生まれたほか、JR北海道やJR西日本などでも同様の列車が運行され始めた。

一方でJR九州は、内外装を凝らし特徴的な名称を付けた列車を当初から運行していた。JR九州は、1989年には現在も大人気の列車である「ゆふいんの森」を運行している。そのJR九州が、2013年に高級志向をとらえた画期的な列車クルーズトレイン「ななつ星in九州」を投入した。観光列車が注目されるようになったのはこの時からである。単なる移動手段ではなく、乗ること自体が一つの目的となった列車の登場は、鉄道史上画期的なことである。これ以降、JRなどの鉄道会社は、地域テーマに合わせ内外装を美しく仕上げたラッピング列車や、蒸気機関車やトロッキ列車のレトロ列車など、意匠を凝らした観光列車を競って運行し始めている³²。

大手民鉄が、観光資源としての鉄道に再注目するようになるのは2010年代である。JRと大都市圏外民鉄が行った、列車自体を観光資源とする試みや実験を、大手民鉄が取り入れ始めた。2009年に運行開始の南海電鉄「天空」が、大手民鉄で最初の新しい観光列車である（表2-2参照）。

列車のタイプは5つに分けられる。1つ目は、観光列車専用の豪華車両で供食サービスを提供する列車である。近鉄の「しまかぜ」などが挙げられる。2つ目は、奇抜な内装の車両と車窓の景観を楽しむことに重点を置く列車である。南海の「天空」が挙げられる。3つ目は、汎用性を残すものの、奇抜な内外装で観光客を惹きつける列車である。西鉄の「旅人」「水都」が挙げられる。4つ目は汎用車両での供食

31 五能線について、東日本旅客鉄道「五能線の旅」参照、

<https://www.jreast.co.jp/akita/gonosen/> (2021.12.14)。

34 JTB総合研究所「観光列車」、前掲。

表 2-2 観光列車の歴史

年	内 容
1979年	「SLやまぐち」運転開始（国鉄、現在はJR西日本）
1983年	ジョイフルトレイン「サロンエクスプレス東京」運転開始（国鉄）
1989年	「ゆふいんの森」運転開始（JR九州）
1990年	「ノスタルジックビューートレイン」運転開始（JR東日本）
1997年	「リゾートしらかみ」運転開始（JR東日本）
1998年	「奥出雲おろち」運転開始（JR西日本）
1999年	「SLばんえつ物語」運転開始（JR東日本）
2000年	「アンパンマン列車」運転開始（JR四国）
2001年	「きらきらうえつ」運転開始（JR東日本）
2002年	「きらきらみちのく」運転開始（JR東日本）
2009年	「SL人吉」「海幸山幸」運転開始（JR九州）
2009年	「天空」運転開始（南海）
2011年	「あそばーい！」「指宿のたまたま箱」運転開始（JR九州）
2013年	「しまかぜ」運転開始（近鉄）
2014年	「伊予灘ものがたり」運転開始（JR四国）
2015年	「花嫁のれん」運転開始（JR西日本）
2017年	「四国まんなか千年ものがたり」運転開始（JR四国）

（資料）九州旅客鉄道、四国旅客鉄道、西日本旅客鉄道、東日本旅客鉄道各社ホームページ。<https://www.jrkyushu.co.jp>、<https://www.jr-shikoku.co.jp>、<https://www.westjr.co.jp/>、<https://www.jreast.co.jp>（2023.11.02）。

（注）筆者作成。

の奇抜さを売る列車である。京阪の「ビールde列車」が挙げられる。5つ目は蒸気機関車である。東武の「SL大樹」である。これらすべてに共通する点は、駅や車内で楽しめる企画の提供である。列車内レストランでの移りゆく景色を展望しながらの食事は、列車でしか得られないサービスである。駅では、観光列車の車体やヘッドマークを撮影する人たちや車内を覗いている人達で賑わっている³³。

第3章 ローカル線を走る観光列車の事例分析

第1節 JRの観光列車

1. JR九州の観光列車

JR九州は観光列車を沢山導入し、一つ一つのレベルが高く人気であり、観光列

33 新納克広「観光列車の今、昔、未来」、前掲。

車といえばJR九州といわれるほどである（表3参照）。

現在、JR九州の観光列車は「D&S（デザイン&ストーリー）列車」といわれ、全部で10個の列車がある。JR九州は観光列車に目を付けたのが早く、観光列車戦略は1980年代後半には存在していた。

D&S列車は、九州新幹線という縦軸だけではなく、九州全域に効果を及ぼすその一環としており、「海幸山幸」、「指宿のたまたま箱」、「A列車で行こう」の3列車は、盲腸線を走行していること、また、起点駅が博多でない点からも、戦略の意図が窺える。

輸送密度の観点から見ると、D&S列車戦略の意図はより明白なものとなる。D&S列車の導入線区は九州内の地方交通線の中でも全体的に輸送密度が低く、鉄道からバス路線転換への1つの指標とされた輸送密度4,000人/日をも下回っている。しかしながら、不採算路線として廃止にするのではなく、公共交通機関としての役

表3-1 D&S列車の歴史（2023年11月現在）

運行開始年	列車名	運行区間	一日当たり運行本数
1989年	ゆふいんの森	博多～由布院、別府	3往復
2004年	いさぶろう、しんぺい ³⁴	熊本、人吉～吉松	2往復
2004年	はやとの風 ³⁵	吉松～鹿児島中央	2往復
2004年	九州横断特急	熊本～別府	3往復
2009年	SL人吉	熊本～鳥栖 ³⁶	1往復
2009年	海幸山幸	宮崎～南郷	2往復
2011年	指宿のたまたま箱	鹿児島中央～指宿	3往復
2011年	あそぼーい！	熊本～別府	1往復
2011年	A列車で行こう	熊本～三角	3往復
2015年	或る列車	博多～由布院	1往復
2017年	かわせみ、やませみ	熊本～宮地 ³⁷	1往復
2020年	36ぶらす3	九州7県	—
2022年	ふたつ星4047	武雄温泉～長崎	1往復 ³⁸
2024年	かんぱち、いちろく	博多～由布院、別府	片道1便のみ

（資料）九州旅客鉄道株式会社「design&story D&S列車の旅」

<https://www.jrkyushu.co.jp/trains/>（2023.11.02）。

（注）筆者作成。

34 2023年10月運行終了。

35 2022年3月運行終了。

36 当初は熊本～人吉間での運行。

37 当初は熊本～人吉間での運行。

38 経由駅は行きと帰りで異なる。

割を果たすべく路線の維持を目的として鉄道事業を運営することを考えた。したがって、D&S列車戦略の導入背景として、閑散線区の維持・活性化を行う必要がある、そのために九州新幹線開通で得られた優位性を活かし、輸送密度の低い、いわば不採算路線にD&S列車を導入したと考えられる。

よって、従来通りの競争戦略だけではなく、活性化戦略も意図している。

D&S列車について、JR九州が採ってきた経験価値戦略を2つに分けて、詳しく見ていく。

写真 3-1 主要なD&S列車



(資料) 筆者撮影。

①ハード型経験価値戦略

D&S列車は、旧型車両の改造を行うことで特徴的なデザイン、空間を作り上げている。D&S列車戦略の枠組みは近年新たに構築されたものではない。分割民営化直後から、特徴的なデザインや目を引くカラーリングの車両をデザインしてきた。こうしたデザイン戦略は大量輸送といった鉄道の特性や効率性とは逆行した車内空間を作り出している。ビューフェ車両を連結、またデッキスペースを広くすることで、このような車内空間は利用者に経験価値を提供していると言える。

②ソフト型経験価値戦略

JR九州は初期の頃、ソフト型経験価値戦略として、新型特急車両の投入にあたって、「ハイパーレディ」「ゆふ森レディ」「つばめレディ」等と呼ばれる客室乗務員によるサービスが導入されていた。特にグリーン車ではドリンクサービスといった航空機さながらのサービスが行われていたことも特徴として挙げられる。「つばめ」においては、グリーン車専属の客室乗務員の他、車内販売員を含め計4名の客室乗務員が1列車に乗務していたこともある。「ゆふ森レディ」等が活用され、福岡と観光地を結ぶ「オランダ村特急」「ゆふいんの森」といった初期の観光列車は、競

写真 3-2 D&S列車客室風景



(資料) 九州旅客鉄道株式会社「design&story D&S列車の旅」
<https://www.jrkyushu.co.jp/trains/> (2023.11.09)。

合交通機関との競争に勝つための戦略であったと言える。

現在、客室乗務員が乗務している列車が珍しくなっている。一方、D&S列車には必ず客室乗務員が乗務しており、車内放送による観光案内等を行っている。つまり、こうした客室乗務員によるサービスが大きな経験価値となっていることを意味している。

さらに、新たな経験価値として「地域密着型のソフト型経験価値」が挙げられる。これは沿線地域の方々が特産品を駅で販売するなど、JR九州以外の主体によるサービスである。この新たなタイプのソフト型経験価値をD&S列車の多くは内包している³⁹。

このように、D&S列車の導入背景には、初期の競合交通機関との競争に打ち勝つことに加えて不採算路線の活性化のためであることが明らかである。

また、派生的需要としての役割や、沿線地域と連携して地域ソフト型経験価値を有しているD&S列車は、約20年の持続的な効果をもたらしていることが示唆された。

鉄道事業における経験価値から生まれたD&S列車のブランド力が、事業間のシナジー効果に繋がった。「ふたつ星4047」や来年運行開始予定の「かんぱちいろいろ」など次々と新しい列車を生み出しており、需要は十分にあると考えられる。

列車一つ一つに込められた独自のストーリーや、特産物の車内販売、地元の方と協力して行われるイベントなど他社とは異なる取り組みが、長期間にわたって観光列車の一大ブランドとして君臨し続けられる要因だと考える。

2. JR四国の観光列車「鉄道ホビートレイン」

JR四国では、「伊予灘ものがたり」をはじめ、「四国まんなか千年ものがたり」、「志国土佐 時代の夜明けのものがたり」の3つの「ものがたり」の観光列車が人気を集めている。

観光列車としては異色な存在だが、観光列車の定義を満たすものとして、予土線を走る「鉄道ホビートレイン」がある（写真3-3参照）。

予土線は、高知県高岡郡四万十町の若井駅から愛媛県宇和島市の北宇和島駅に至るJR四国の鉄道路線である。愛媛県と高知県を結ぶ唯一の鉄道路線で、土佐くろしお鉄道中村線と予讃線を結んでいる。高知県内では四万十川の上流部に沿って走る路線であることから、「しまんとグリーンライン」の愛称が与えられている。利

39 藤田知也、榊原雄一郎「鉄道事業者における観光列車戦略の研究：JR九州の事例から」、前掲。

写真 3-3 鉄道ホビートレイン



（資料）四国旅客鉄道株式会社ホームページ「Yodosen Fun Fun Trains」
https://www.jr-shikoku.co.jp/yodo_line/tetsudohobby.html (2023.11.02)。

用者数が非常に少なく、国鉄時代の1984年から、トロッコ列車「清流しまんと号」の運行が開始された。国鉄、JRグループとしては最初のトロッコ列車でもある。

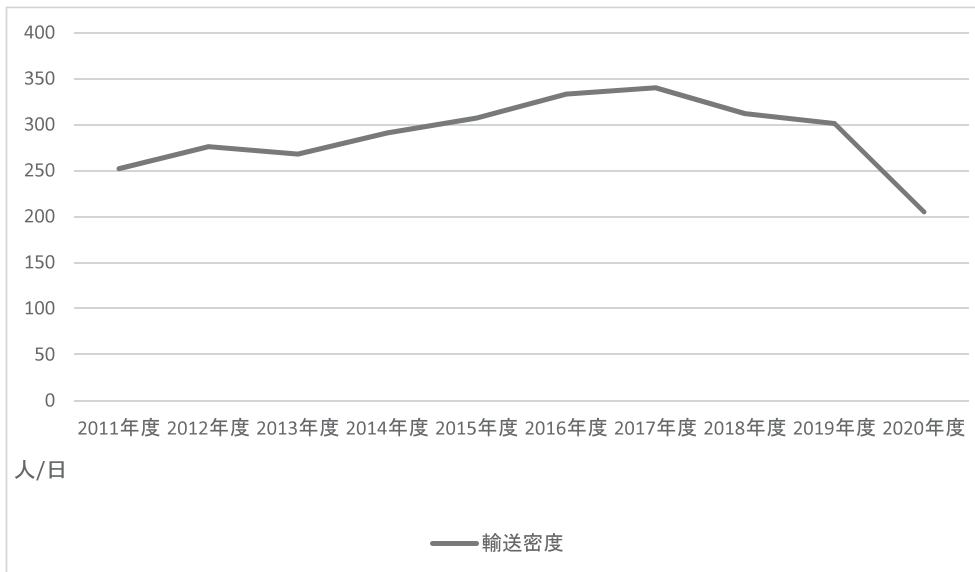
現在は、トロッコ列車、ホビートレイン、ラッピングトレインなど6つの観光列車が予土線を走っており、鉄道ホビートレインはその中の一つである。

鉄道ホビートレインは、2014年に運行を開始された。予土線の全線開通40周年および宇和島―近永間開通100周年に合わせ、0系新幹線をイメージしており、一度見たら忘れられないデザインである。団子鼻も忠実に再現しているほか、実際に0系新幹線で使われていたシートも設置している。車内には、鉄道模型も多数展示、遊び心があふれる楽しい列車である。2017年にタカラトミーの鉄道玩具、プラレールとのコラボレーションを発表、宇和島駅、窪川駅でもプラレールジオラマの展示を行っている⁴⁰。

予土線にトロッコ列車が導入されたのは国鉄時代であり、鉄道ホビートレインは2014年である。2014年ごろから輸送密度が300人/日を突破しており、徐々に輸送密度が増えているのは鉄道ホビートレインの効果であろう（図3-1参照）。どこにもない斬新なデザイン、新幹線の本物の座席を取り入れるほか、模型など子供たちが惹きつけられる物も多数ある。この列車は、デザインが特徴的で観光面における付

40 四国旅客鉄道株式会社ホームページ「Yodosen Fun Fun Trains」https://www.jr-shikoku.co.jp/yodo_line/tetsudohobby.html (2023.11.02)。

図 3-1 予土線輸送密度



(資料) 国土交通省『鉄道統計年報』、平成23年度版～令和2年度版。

(注) 筆者作成。

加価値があり、予土線の利用者増に貢献してる。しかし、2018年度より輸送密度は減少している。その要因について、筆者は以下の3つがあると思う。

①平成30年7月豪雨

この豪雨により、西日本を中心に多くの地域で河川の氾濫や浸水害、土砂災害が発生し、死者数が200人を超える甚大な災害となった。また、全国で上水道や通信といったライフラインに被害が及んだほか、交通障害が広域的に発生しており、「平成最悪の水害」と報道された。この豪雨により予土線は被災箇所が22か所に及び、1カ月以上に渡って全線不通となった。松山と高松を結ぶ予讃線は被災箇所が80か所以上⁴¹に及び、予土線の起点でもある宇和島駅と卯之町駅間の予讃線は2カ月間不通であった。この年のJR四国は、ほぼすべての路線で輸送密度が低下している。

②新型コロナウイルス

2019年度より新型コロナウイルスが流行し、外出の自粛が呼びかけられたため、

41 四国旅客鉄道株式会社「平成30年7月豪雨に伴うJR四国管内の主な被災状況」(2023.11.16)。

輸送密度が低下したと考えられる。

③代替輸送手段の発達

鉄道の代替手段としてバスが充実している。広域輸送の面から考えると、松山高知間は高速バスが走っており、鉄道の乗り継ぎと比べると時間がかからず、本数も充実している。地域輸送の面から考えると、予土線は県境をまたぐが、県境をまたいでの移動は考えづらい。

図3-2のようにそれぞれ県境付近までバスが走っている。バスは鉄道駅に寄る必要はなく、利用状況に応じて停車バス停を変え、ショートカットができる。バス

表3-2 予土線区間の鉄道とバスの本数比較

	鉄道	バス
高知県側（窪川～土佐大正）	4 往復	5 往復 ★
高知県側（窪川～十川）	4 往復	4 往復
愛媛県側（出目～宇和島）	4 往復	15往復

★他に家地川発便が4往復。

（資料）四国旅客鉄道株式会社、鉄道・バス時刻表 予土線・四万十交通、宇和島バス、<https://www.jr-shikoku.co.jp/renraku-bus/>（2023.11.09）。

（注）筆者作成。

図3-2 予土線と並行するバスの路線図



（資料）四国旅客鉄道株式会社、鉄道・バス時刻表。

<https://www.jr-shikoku.co.jp/renraku-bus/>（2023.11.09）。

は両県区間とも列車が走っていない時間に運転され、利便性は高い。特に愛媛県側の近永から宇和島へ向かうバスは鉄道での所要時間が40分のところを20分で結んでいる。

このように、鉄道よりバスの方が利便性が良く、所要時間も短縮できる中で、予土線の利用者数がさらに減少する。四万十川沿いを走る景色が良い路線である。しかし、予土線自体が高知や松山から距離が離れており、観光客は行きにくく、本数も少ないので利用しにくい状態になっている。沿線自治体も工夫しているが、人口減少もあり予土線の利用者数を増やすのは非常に困難である。

第2節 民営鉄道の観光列車

1. 島原鉄道

島原鉄道線は、長崎県諫早市の諫早駅から同県島原市の島原港駅までを結ぶ島原鉄道の鉄道路線である。島原半島の北岸から東岸を走る鉄道路線であり、非電化ローカル鉄道であるが、諫早市内では近郊輸送の役割も担っている。

島原鉄道は、2019年の4月より観光列車である「しまてつかフェトレイン」を運行している。しまてつかフェトレインは、列車内でそこでしか味わえない地元のグルメやスイーツを楽しみながら島原へ向かう列車で、島原半島ののどかな風景と心をこめて手作りした空間で利用者を迎える親しみやすさが魅力の観光列車である。

車内では、島原ご当地グルメがお弁当として出され、スイーツや飲み放題のお茶

写真3-4 しまてつかフェトレイン

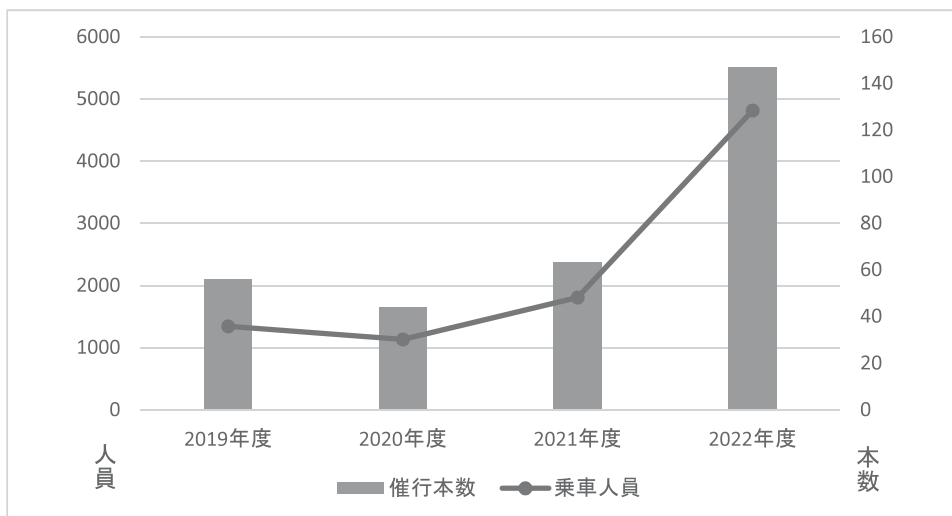


(資料) 筆者撮影。

やコーヒーなども提供される。途中、すぐ目の前に海が広がる大三東駅に45分間停車する。美しい景色を眺めながらゆっくりと過ごすことができるほか、トレインアテンダントや島原市内観光地での特典が付いてくる⁴²。

しまてつカフェトレインが運行を開始して一年も満たない時期に新型コロナウイルスが流行した。コロナ禍でもPRの為に、予約機能やクレジット決済機能が付いた専用のWebサイトを立ち上げている。他にも、車両ラッピングやテレビ局にダイレクトメッセージを送るなど、勢力的にPRをした結果、2021年後半より効果が見えてくる（図3-3参照）。

図3-3 しまてつカフェトレイン集客効果（2019～2022年度）



（資料）島原鉄道株式会社「コロナ禍で実施してきた対策 ～カフェトレイン集客効果」。

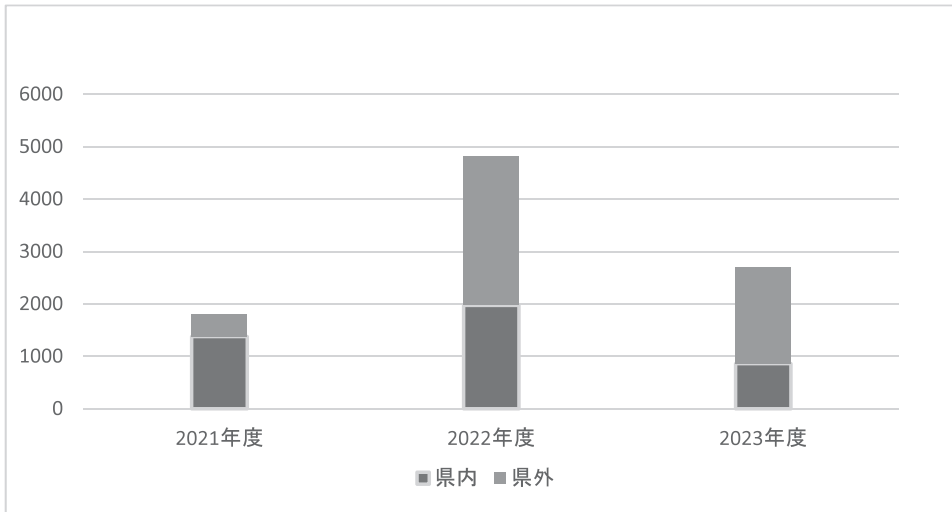
（注）筆者作成。

今後、利用者を増やす取り組みとして、島原鉄道は有明海を挟んだ福岡県と熊本県に注目している。島原半島は有明海を挟んで大牟田市、玉名市、熊本市、と3つの航路で繋がっている（図3-5参照）。

西九州新幹線の開業効果で見込まれる観光客に、上記航路を活用して西九州新幹線と九州新幹線の双方を利用して周遊したいと思わせる取り組み（観光列車のブラッシュアップ、企画乗車券の造成）を継続する。さらに、数年後に開催が決

42 島原鉄道株式会社「しまてつカフェトレイン」<https://www.shimatetsu-cafetrain.com/>（2023.11.01）。

図 3-4 しまたつカフェトレイン県内利用者と県外利用者の比較



(資料) 同上。
(注) 筆者作成。

図 3-5 有明海航路



(出所) 九州旅客船協会連合会、有明海・天草灘周辺
<http://kyushu-ships.com/publics/index/43/> (2023.11.09)。

定されている「大阪、関西万博」からの誘客を目的とし、長崎県、熊本県の事業者と連携する。

このように島原鉄道は事業者として規模は小さいが観光列車戦略は好調であり、今後も取り組みが続く。しまつカフェトレインには、必ず客室乗務員が乗務しており、車内放送による観光案内等を行っている。他にも、旧型車両の改造を行うことで特徴的なデザイン、空間を作り上げている。島原鉄道も観光列車で成功し続けているJR九州の観光列車戦略がベースにあると考えられる。

2. 長良川鉄道

長良川鉄道株式会社は、岐阜県関市に本社を置く第三セクター方式の鉄道会社である。岐阜県や郡上市などが出資し、日本国有鉄道の特定地方交通線だった鉄道路線、越美南線を運営している。

長良川鉄道にとって観光列車の導入は、内外の環境変化に対応し、新たな旅客需要を創造するとともに、利用促進と沿線地域の活性化を図ることを目的とし、それを地域の起爆剤としている。「長良川鉄道沿線地域の魅力を満載したところのふるさと列車」を基本コンセプトとし、列車内では岐阜県産食材を使った快適でぬくもりのある「昭和」を感じる空間、ほのぼのとしたやすらぎの空間とし、乗ることが目的となる列車として整備している。列車に乗り、長良川鉄道沿線地域の美しい景観を眺め、その歴史、文化、人情を味わい、その土地ならではの美味しい料理を食べることが出来るなどの満足度、価値度が高い旅を提供できるようにソフトの充実を図っている。また、沿線地域の動く物産館としての機能を有する車両であると同時に、車両の床、調度品に岐阜県産の木材を利用している。

写真 3-5 観光列車ながら



(出所) 長良川鉄道観光列車「ながら」
特設サイト <http://www.nagatetsu.co.jp/nagara/> (2023.11.09)。

車両の外装は沿線の自然（緑色）、長良川（水色）、冬の景色（白色）とのコントラストとなるロイヤルレッドを基調としている⁴³。

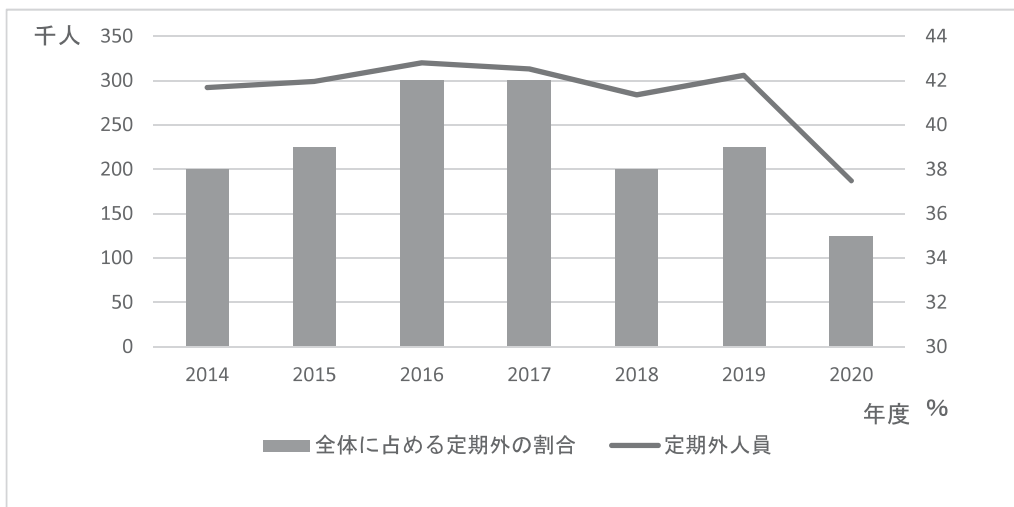
2016年4月27日より森号（1号車）&鮎号（2号車）運行開始し、2018年4月18日より川風号（3号車）運行開始している⁴⁴。

2016年の観光列車導入開始より、定期外の利用客と全体に占める割合が増えている。2017年度も同様だったため、2018年に新たにもう一両導入しているが、少し人員が減少している。2020年度はコロナ禍のため、激減しており、それ以降は資料がない為不明である。効果がわずかにあったと言えるが、三両目を投入した際から輸送人員が減っているため、全体的にみると、観光列車による効果があったとは言いにくい（図3-6参照）。

現在、JRと民営鉄道の両方で観光列車は沢山ある。しかし、観光列車が誕生するまでの経緯が異なる。

JR各社は、元々、赤字のローカル鉄道線の集客を狙っている。JRの観光列車は規模も大きいため、高性能、高サービスの観光列車を投入している。路線も複数あるので、観光列車を多く導入でき、列車の入れ替わりも激しい。

図3-6 長良川鉄道運輸成績表



(資料) 国土交通省鉄道統計年報、平成28年度～令和2年度版。

(注) 筆者作成。

43 坂本桂二、大野貴司「ローカル鉄道経営における観光列車導入の可能性—長良川鉄道における観光列車導入を事例として—『岐阜経済大学地域経済研究所』第35集、2016年、25-33頁。

44 長良川鉄道観光列車「ながら」特設サイト <http://www.nagatetsu.co.jp/nagara/> (2023.11.09)。

民営鉄道（ここでの民営鉄道は大手私鉄などを含まず、中小私鉄や第三セクター鉄道の事を言う）は、JR各社とは異なり、資金力も会社規模も小さい。そのため、列車自体にはそこまで予算をかけずに、車内での飲食やお土産などを取り入れている。また、地域向けイベントを開催することで集客力を高め、イベントに合わせて駅舎のライトアップを行う等地域のコミュニティの構築に貢献しているといえる。

しかし、課題も多い。富裕層向け観光列車でも経営は収支見合いであり、運転士やアテンダントの人材不足、メンテナンス等にかかる資金調達の問題があり、観光列車のあり方については行政区域を越えて、地域全体でとらえていくことが重要である。

第4章 ローカル線を走る観光列車の存続要因

第1節 地域別でみた観光列車の特徴

1. 地域別の観光列車の現状

観光列車の運行地域を見ると、北海道から九州まで全国で幅広く運行されている。各JRや民間の地方鉄道まで、数多くの鉄道事業者が観光列車を導入した。各社のホームページによると、2023年11月の時点で、確認できるだけでも140近くの観光列車が運行されている。

表4-1 JR各社観光列車運行本数（2023年11月時点）

JR北海道	9両
JR東日本	13両
JR東海	1両
JR西日本	10両
JR四国	12両
JR九州	10両

（資料）JR各社ホームページ <https://www.jrkyushu.co.jp/>、<https://www.jr-shikoku.co.jp/>、<https://www.westjr.co.jp/>、<https://jr-central.co.jp/>、<https://www.jreast.co.jp/>、<https://www.jrhokkaido.co.jp/>（2023.11.02）。

（注）筆者作成。

JR東海は例外だが、他の会社は10両程度の観光列車を保有しており、すべて足すとJRの観光列車は55両になる。

次の表4-2は民営鉄道各社も含めた観光列車の本数である。

表 4-2 地域別の観光列車運行本数

北海道	10両
東北	16両
関東	21両
甲信越	14両
東海	8両
北陸	9両
関西	24両
中国	11両
四国	13両
九州	15両

(資料)JR各社ホームページ、観光列車なび参照、<https://www.jrkyushu.co.jp>、<https://www.jr-shikoku.co.jp>、<https://www.westjr.co.jp/>、<https://jr-central.co.jp/>、<https://www.jreast.co.jp>、<https://www.jrhokkaido.co.jp/>、<https://tourist-train.info/> (2023.11.02)。

(注)筆者作成。

JR東海の観光列車が1両のみということもあり、東海地方の観光列車は少ない。ついで、北陸地方が少ないが、北陸は3県しかない為妥当だと言える。そして観光列車が多い地域は人口が多い関東、関西地方である。次に東北、九州と続く。

2. 地域別の観光列車の特徴

地域別の観光列車の特徴を分析するために、観光の3大要素である「見る楽しみ」「食べる楽しみ」「買う楽しみ」に依拠(小長谷2012)⁴⁵し、見る楽しみを風景と外装と内装に分け、イベントの有無、専用列車であるかどうかを追加する。7つの魅力因子として、A=見る楽しみ(風景)、B=見る楽しみ(外装)、C=見る楽しみ(内装)、D=食べる楽しみ、E=買う楽しみ、F=専用列車の有無、G=イベントの有無を考える。

見る楽しみ(風景)は、路線の立地によって左右され、最も自由度が低く、与えられた条件である。外装や専用列車の有無も整備費用がかかるためあまり動かせない条件である。次に動かしやすいのは内装である。もっともコストがかからないのは、食べる楽しみ、買う楽しみ、イベントの有無である。

以下ではこれらの魅力について、風景型、インフラ型、サービス型で比率を調べ

45 中村敏、小長谷一之「地域振興に資する観光列車戦略の分類と経済効果」、総合観光学会誌『総合観光研究』第13号、2014年、37-43頁。

る。観光列車は140近くあるので、JR各社の観光列車と阪急交通社ホームページの「観光列車、ローカル線の旅」、観光列車なびに取り上げられている一部の列車とする。

表 4-3 代表的な観光列車の魅力分類

都道府県	列車名	A 風景	B 外装	C 内装	D 食べる	E 買う	F 専用列車	G イベント
北海道	くしろ湿原 ノロッコ号	○	○				○	
北海道	SL冬の湿原号	○	○	○			○	○
北海道	富良野・美瑛ノロッコ号	○	○				○	○
北海道	花たびそりや号		○				○	
北海道	北海道の恵み		○				○	
北海道	山紫水明		○				○	
北海道	ながまれ号	○	○	○	○		○	
北海道計	7	4 57%	7 100%	2 29%	1 14%	0 0%	7 100%	2 29%
青森	リゾートしらかみ	○		○	○	○	○	○
岩手	POKÉMON with YOUトレイン		○	○			○	○
福島	SLばんえつ物語	○	○	○		○	○	
福島	フルーティアふくしま			○	○	○	○	
岩手	TOHOKU EMOTION	○	○	○	○		○	
山形	海里	○			○	○	○	
岩手	ひなび（陽旅）	○		○	○		○	
青森	ストーブ列車		○	○			○	
東北計	8	5 63%	4 50%	7 88%	5 63%	4 50%	8 100%	2 25%
千葉	B.B.BASE	○					○	○
群馬	SLぐんま みなかみ・よこかわ		○	○			○	○
栃木	SL大樹／SL大樹ふたら		○	○		○	○	○
群馬	トロッコわたらせ渓谷号	○	○	○			○	○
埼玉	SLパレオエクスプレス	○	○	○	○	○	○	○
埼玉	52席の至福			○	○		○	○
関東計	6	3 50%	4 67%	5 83%	2 33%	2 33%	6 100%	6 100%
長野	おいこっと	○		○	○		○	○
長野	リゾートビューふるさと	○					○	○
長野	HIGH RAIL 1375			○	○	○	○	○
新潟	越乃Shu＊Kura	○			○	○	○	
石川	花嫁のれん			○	○		○	○
富山	ベル・モンターニュ・エ・メール	○		○	○		○	
石川	のと里山里海号	○			○	○	○	
新潟	えちごトキめきリゾート雪月花		○		○	○	○	○
長野	ろくもん				○	○	○	○
山梨	富士山ビュー特急	○	○	○	○	○	○	
静岡	大井川鐵道 きかんしゃトーマス号	○	○	○		○	○	○

岐阜	なごら	○		○	○		○	○
中部計	12	8 67%	3 25%	7 58%	10 83%	7 58%	12 100%	8 67%
兵庫	うみやまむすび	○	○		○		○	○
京都	丹後くろまつ号	○			○	○	○	
京都	あかまつ・あおまつ	○				○	○	○
京都	嵯峨野 トロッコ列車	○	○				○	○
京都	京とれいん 雅洛			○			○	
和歌山	めでたいでんしゃ				○		○	○
関西計	6	4 67%	2 33%	1 16%	3 50%	2 33%	6 100%	4 67%
鳥取	あめつち		○	○	○	○	○	○
岡山	SAKU美SAKU楽				○		○	
岡山	La Malle de Bois	○			○		○	○
広島	etSETOra	○		○	○	○	○	○
山口	○○のはなし	○			○		○	○
山口	SLやまぐち号	○	○	○	○	○	○	○
中国計	6	4 67%	2 33%	3 50%	6 100%	3 50%	6 100%	5 83%
愛媛	伊予灘ものがたり	○	○	○	○	○	○	○
高知	志国土佐 時代（トキ） の夜明けのものがたり	○	○	○	○		○	○
香川	四国まんなか千年ものが たり	○	○	○	○	○	○	○
高知	鉄道ホビートレイン	○	○	○			○	○
四国計	4	4 100%	4 100%	4 100%	3 75%	2 50%	4 100%	4 100%
大分	ゆふいんの森	○	○	○	○	○	○	○
長崎	ふたつ星4047	○	○	○		○	○	○
熊本	あそぼーい！	○	○	○		○	○	○
熊本	A列車で行こう	○	○	○		○	○	
宮崎	海幸山幸	○	○	○	○	○	○	○
鹿児島	指宿のたまたま箱	○	○	○	○	○	○	
熊本	SL人吉	○	○	○			○	○
熊本	かわせみ やませみ	○	○	○		○	○	
長崎	しまてつかフェートレイン	○			○		○	○
鹿児島	おれんじ食堂	○		○	○	○	○	○
九州計	10	10 100%	8 80%	9 90%	5 50%	8 80%	10 100%	7 70%
全国計	59	42 71%	34 58%	38 64%	35 59%	28 47%	59 100%	38 64%

(資料)JR各社ホームページ、観光列車ナビ、<https://www.jrkyushu.co.jp>、<https://www.jr-shikoku.co.jp>、<https://www.westjr.co.jp/>、<https://jr-central.co.jp/>、<https://www.jreast.co.jp>、<https://www.jrhokkaido.co.jp/>、<https://tourist-train.info/>
(2023.11.02)。

(注) 筆者作成。

3. 地域別の観光列車の魅力分析

表4-3で挙げた観光列車を地域別でその魅力、特徴を整理すると、表4-4になる。

表4-4 地域別の観光列車の特徴

地域	魅力分析の結果
北海道	「外装」が100%であり、目に惹かれる観光列車が多く走っていることが分かる。「風景」も6割近くあり、北海道の大自然を感じられる車両が多いことが分かる。しかし、他の魅力が全国平均を大きく下回っており、「買う楽しみ」に至っては0である。他にはない雄大な自然があるからこそ、風景を生かしつつ、お土産品やお弁当の商品開発が望まれる。
東北	「内装」が8割超であり、全国平均よりもかなり高い。他に、「食べる楽しみ」と「買う楽しみ」も全国平均よりわずかに高い。東北地方は広く、観光列車も多い。特に岩手県と福島県に多い。「外装」と列車内外のイベントや企画が特に必要である。
関東	表6では関東の観光列車は多かったが、代表的な観光列車の数は少ない。観光列車というより、団体列車や企画列車のようなものが多く、観光列車として魅力の低いものが多いからである。関東の代表的な観光列車は「外装」と「内装」が全国平均よりも高く、「イベント」に至っては100%である。これは首都圏が近く集客力を生かしたイベント開催が多いことが分かる。「食べる楽しみ」と「買う楽しみ」の魅力が低く改善の余地があると思われる。
中部	代表的な観光列車が12両あり、最多である。特に「外装」の割合が著しく低く、他の「景色」や「内装」も全国平均より低い。しかし、「食べる楽しみ」の割合が非常に高く、「買う楽しみ」の割合も高い。このことより列車サービスに特に力を入れていることが分かる。
関西	「イベント」以外の項目が全て全国平均よりも低い。特に「外装」と「内装」が致命的であり、インフラ投資が急がれる。また、「食べる楽しみ」と「買う楽しみ」も関西地方は魅力が沢山あるので、商品の開発が急がれる。
中国	「外装」と「内装」が低く、列車への投資が急がれる。「食べる楽しみ」の項目は100%で、「イベント」や「買う楽しみ」も割合が高い。中部地方と同様にサービスに重きを置いていることが分かる。
四国	全ての項目で全国平均を上回り、100%の項目が5つもある。四国の観光列車は大変人気であり、ここに観光列車が長く存続する理由があると思われる。「風景」と「外装」、「内装」が大切であり、次に「イベント」と「食べる楽しみ」が重要であることが分かる。
九州	代表的な観光列車が多く10両走っている。「食べる楽しみ」の魅力が全国平均よりもわずかに下回っているが、他はどれも全国平均より高い。10も観光列車の中で「風景」が100%で、「外装」、「内装」、の割合が高く、全国的に低かった「買う楽しみ」が8割もある。九州も四国同様に観光列車が人気であり、「風景」や「外装」、「内装」といったインフラ投資が大事である。そして「買う楽しみ」が高いのでグッズの開発に力を入れていることが分かる。どの列車も魅力を十分に満たしており、九州は質の高い観光列車が多く走っていることが分かる。

(注) 筆者作成。

第2節 観光要素と観光列車の分類

ここでさらに、代表的な観光列車の59を分母とし、7つの魅力を兼ね備えているか、全体で集計してみると以下の通りになる。

まず、専用列車の有無について、これは100%となる。よって、観光列車とは専用の列車を用いて運行することが分かる。しかし、事業者間に差があり、内外装ともに大幅に改造したのもあれば、外装を塗り替え、内装を少し変えた程度の列車もあり、少しの改造をしている列車は利用料金が安いなどの特徴が見える。つぎに風景が約7割、次いで内装とイベントの有無が6割超となる。このことから観光列車のほとんどが風景の優れたところを走っていることが分かり、必須条件であることが分かる。「買う楽しみ」の割合が半分を下回ったのが意外である。このことから「買う楽しみ」は必ずしも必須でないことが分かる。このように、専用の観光列車と興味を惹く列車の内外装、素晴らしい景色が観光列車の必須条件である。

1. 風景型

車窓からの素晴らしい風景や景観を列車運行の強みとしている。四季折々の山岳の風景や、海岸沿いの夕日など、車窓でなければ普段見ることのできないビュースポットを売りにして、誘客に結びつけている。代表的な観光列車としては「伊予灘ものがたり」「ながまれ号」「リゾートしらかみ」「海幸山幸」などがある。

2. インフラ型

車両全体の外観をペインティングあるいは車内を特別に装飾することで他の列車と差別化を図り、特定のコンセプトを前面に打ち出し、それを誘客の目的にした列車である。人気アニメキャラクターや地域の伝統文化・伝説などをモチーフとして装飾が凝らされている。代表的な観光列車としては「POKÉMON with YOUトレイン」「トーマス号」「花嫁のれん」「鉄道ホビートレイン」「指宿のたまて箱」などがある。

3. サービス型

① イベント型

沿線地域の観光地のPRを兼ねて、イベントや伝統行事などを車内や停車駅のプラットフォームで乗客に対して披露し、地元の観光地への誘客を運行の目的としている。停車時間を利用して、駅外の散策、地元自治体と協力した観光体験などさまざまなメニューが用意されている。代表的な観光列車としては「ろくもん」「リゾートしらかみ」「しまつカフェトレイン」などがある。

② 食事ショッピング型：

運行の主目的を沿線地域の特産品販売に置き、地元産の食材を活用して、料理や

スイーツなどが提供され、列車のコンセプトに関連するグッズや地酒、ワインなどが土産品として販売されている。代表的な観光列車としては「ろくもん」「伊予灘ものがたり」「越乃Shu*Kura」「A列車で行こう」などがある⁴⁶。

第3節 観光列車の存続要因

上述のように、専用の観光列車と興味を惹く列車の内外装、素晴らしい景色が観光列車の必須条件であると考えられる。観光列車は日本全国に数多く存在するが、表4-3、表4-4の整理から読み取れるように、人気観光列車はこれらの必須条件に加え、食事や買い物も欠かせない要素であると考えられる。

四国、九州地方の人気観光列車をみればわかるように、まず、車内で沿線地域の食材が用いられた食事メニューが提供され、地酒やワインなどを堪能できる点が大きなポイントとなる。これに加え、車内で提供される食事メニューの食器、洗面台や座席には伝統工芸品を使用し、伝統工芸品の展示や地元の特産品や工芸品の販売、列車オリジナルグッズの販売などを通して、乗客に沿線地域の文化を伝えることにも力を入れている。また、沿線地域の伝統行事やイベントを通じて、乗客が地域の文化に触れ合う機会も創出した。

「食べる楽しみ」と「買う楽しみ」の2つを堪能することに加え、地域の文化に触れ、沿線住民と出会えることで新たな観光価値が生まれる。観光客が自ら地域の文化に「参加、交流」することで得られる精神的充足が、観光列車の価値をより高めるものになると考える。コミュニケーションからなる観光価値は、観光列車が持続的な効果を有するために必要な要素として藤田・榊原（2017）が示した「地域ソフト型経験価値」にも繋がる⁴⁷。沿線からの歓迎・おもてなしという経験価値を享受する過程を通じ旅行者がコミュニケーションに「参加・交流」することで、大きな観光価値が生成されていると考えられる⁴⁸。

このように、観光列車として人気を博し、存続し続ける要因は、まず、①興味を惹く列車の内外装が施されている専用の観光列車と、素晴らしい景色が見られることが必要である。それに加え、②車内で沿線地域の食材が用いられた食事を提供し、地元の特産品や工芸品の販売、列車オリジナルグッズを発売することで食事と買い物を楽しめることである。最後に、③歓迎、おもてなしなどの経験価値を享受し、

46 麻生憲一、張茜「地方鉄道における観光列車の現状と課題に関する一考察」、前掲。

47 藤田知也『観光列車の経済学的研究—地方鉄道の維持振興と地域活性化に向けて—』、前掲。

48 藤田知也「観光列車の導入による地域経済への効果とその課題—観光列車「伊予灘ものがたり」を事例に」『観光学評論』2019年、第7巻第2号、83-94頁。

地域の文化に「参加・交流」することである。

第5章 おわりに

地域鉄道のあり方が全国で注目されてきている。地域鉄道を取り巻く状況はコロナ前から厳しい状況ではあるものの、観光列車は全国に数多く、ローカル鉄道の活性化に役に立っている。しかし、「観光列車」という言葉は10年以上前に誕生しており、もう目新しいものではない。まだまだ観光列車誕生の勢いが止まらなく、観光列車同士による顧客獲得競争が始まっていることは事実である。本研究では、観光列車の定義や歴史を踏まえた上で、観光列車の魅力分析を進め、地方別で見た特徴、3つの型に分類して、観光列車の存続要因について考察した。

第2章では、ローカル鉄道の現状を把握し、地域鉄道を取り巻く環境が、今後より一層厳しくなることが明らかになった。そして、国、自治体、鉄道事業者等が危機意識を共有し必要な対策が急務であることを明らかにした。第3章では、JR九州のD&S列車およびJR四国「鉄道ホビートレイン」を取り上げ、各社の観光列車の事例について整理した。中では、JR九州のD&S列車は、①旧型車両を改造することで特徴的なデザインや空間を作りあげ、利用者にハード型の経験価値を提供する。②客室乗務員が必ず乗務することや、沿線地域の方々が特産品を駅で販売するなど地域密着型のソフト型経験価値を提供する、という2つの経験価値戦略をとることで、一大ブランドを築き上げることができた。

島原鉄道が運行する「しまてつカフェトレイン」は、JR九州のD&S列車と同様に、旧型車両の改造をし、客室乗務員の案内やご当地グルメが提供されている。CMの放映やテレビ番組で多く取り上げられ、観光客の誘致に一定の成果を上げられた。

しかし全体的にみると、JR、民鉄双方で観光列車の課題は多い。富裕層向けの観光列車でも収支は見合いであり、運転士やアテンダントの不足、メンテナンス等にかかる資金調達の問題があり、観光列車のあり方については行政の区域を超えて、地域全体でとらえる必要がある。

第4章では観光列車の魅力を7つに分けて、地域別に分析をした。その結果、九州と四国の観光列車の魅力が高く、インフラ投資は勿論、グッズ開発に力を入れていることが明らかになった。

そして、観光列車には風景型、インフラ型、サービス型の3つの型があり、専用の観光列車と興味を惹く列車の内外装、素晴らしい景色が観光列車の必須条件であ

り、それに加え、車内で沿線地域の食材が用いられた食事を提供し、地元の特産品や工芸品の販売、列車オリジナルグッズを発売することで食事と買い物を楽しみ、歓迎・おもてなしなどの経験価値を享受し、地域の文化に「参加、交流」することが観光列車の存続要因であると考ええる。

さらに言うと、鉄道とりわけローカル鉄道の有している価値を最大限高めるには、地道ながらも信頼関係を構築し、自治体側も主体的に参画し、鉄道事業者と協働を進めていく必要があると考える。自治体や住民の協力があってはじめて、観光列車の「食べる楽しみ」や「買う楽しみ」、地域文化と「参加、交流」が生かされるものとなる。結果的に、鉄道事業者の利用客数、収入の増加、沿線地域の観光入込客数の増加に繋がれ、地域貢献ができる観光列車が生まれることになる。

要は、観光列車を導入する際、鉄道事業者の一方通行ではなく、沿線地域と一体となって作り上げていかなければならないことであり、沿線の地域活性化を考え、鉄道事業者、沿線自治体や沿線住民との協力関係の創出が重要である。観光列車を導入さえすれば沿線地域の活性化に繋がるといった簡単なことではなく、観光列車の今後の可能性は地域連携と地域共創のところにありと考える。

【参考文献】

- 石井幸孝「九州特急物語：創業からJR九州までの120年」初版、JTBパブリッシング、2007年、101頁-110頁。
- 大津真一、長沢伸也『エクスペリエンス（経験・体験）』と「経験価値マーケティング」再考（Ⅰ）
－顧客体験（CX）概念と経験価値モジュールを中心として－「特集「感性商品が日本を救う！②新たな理論的枠組みを中心として」『感性工学』第20巻第3号、2022年、113-121頁。
- 楓森博「鉄道会社と観光ビジネス」谷口知司編著『観光ビジネス論』初版、ミネルヴァ書房、2010年、43-60頁。
- 新納克広「鉄道の未来学 基調報告55 観光列車の昔、今、未来」『広報誌「みんてつ」』第71巻、日本民営鉄道協会、4-7頁。
- 新納克広「鉄道ビジネスと観光」塩見英二編『観光交通ビジネス』初版、成山堂書店、2017年、73-85頁。
- 堀雅道「観光交通サービスの特性と観光交通ビジネスの展開」塩見英二編『観光交通ビジネス』初版、成山堂書店、2017年、13-29頁。
- 麻生憲一、張茜「地方鉄道における観光列車の現状と課題に関する一考察」『日本観光学会誌』2020年第61号。
- 坂本桂二、大野貴司「ローカル鉄道経営における観光列車導入の可能性－長良川鉄道における観光列車導入を事例として－『岐阜経済大学地域経済研究所』第35集、2016年、25-33頁。
- 富田新「地域公共交通の現状と課題」、国士舘大学経営研究所紀要、2023年、53巻、55-82頁。
- 中村敏、小長谷一之「地域振興に資する観光列車戦略の分類と経済効果」、総合観光学会誌『総合観光研究』第13号、2014年、37-43頁。
- 一橋大学鉄道研究会「観光と地域鉄道の活性化」、初版、一橋大学鉄道研究会、2013年、52-59頁、

- 77-83頁。
- 藤田知也『観光列車の経済学的研究－地方鉄道の維持振興と地域活性化に向けて－』大阪公立大学共同出版会、2021年、53頁。
- 藤田知也「観光列車の導入による地域経済への効果とその課題－観光列車「伊予灘ものがたり」を事例に」観光学評論、2019年、第7巻、第2号、83-94頁。
- 藤田知也、榊原雄一郎「鉄道事業者における観光列車戦略の研究：JR九州の事例から」、関西大学経済論集、2017年、第67巻第3号、429-446頁。
- 安本宗春「観光資源としての鉄道－JR西日本三江線を事例として－」、『追手門学院大学地域創造学部紀要』2019年、第4巻、83-84頁。
- 国土交通省『鉄道統計年報』、平成23～令和2年度版。
- 新納克広「鉄道の未来学 基調報告55 観光列車の昔、今、未来」『広報誌「みんてつ」』第71巻、日本民営鉄道協会、4-7頁。
- JTB総合研究所「観光列車」<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/tourist-train/> (2021.11.18)。
- 一般社団法人日本民営鉄道協会「民鉄」<https://www.mintetsu.or.jp/kids/mintetsu/> (2021.12.14)。
- 一般社団法人日本民営鉄道協会「輸送密度」<https://www.mintetsu.or.jp/knowledge/term/16484.html> (2021.11.17)。
- 観光列車なび <https://tourist-train.info/> (2023.11.02)。
- 九州旅客船協会連合会、有明海・天草灘周辺 <http://kyushu-ships.com/publics/index/43> (2023.11.02)。
- 九州旅客鉄道株式会社「線区別収支（平均通過人員が2,000人/日未満の線区）」https://www.jrkyushu.co.jp/company/info/data/pdf/2022senkubetsu_ (2023.10.10)。
- 公益財団法人日本交通公社「美しき日本 全国観光資源台帳」[Vol.18] <https://tabi.jtb.or.jp/tabirepo/locals/> (2023.10.10)。
- 厚生労働省「ふるさと雇用再生特別基金事業実施要領」<https://www.mhlw.go.jp/file/> (2021.12.22.)。
- 国土交通省「1 観光の視点からの地域鉄道の再生・活性化の方策」；国土交通省、<https://www.mlit.go.jp/common/000991950.pdf> (2023.10.10)。
- 国土交通省「地域鉄道対策」；国土交通省、http://www.mlit.go.jp/tetudo/tetudo_tk5 (2023.10.10)。
- 国土交通省「地域の将来と利用者の視点に立ったローカル鉄道の在り方に関する提言～地域戦略の中でどう活かし、どう刷新するか～」；国土交通省、<https://www.mlit.go.jp> (2023.10.05)。
- 国土交通省「地域の鉄道再生・活性化モデル事業の検討調査」；国土交通省、<https://www.mlit.go.jp/common/001064373.pdf> (2021.04.19)。
- 国土交通省・観光庁「地域鉄道の再生・活性化等研究会報告書「観光とみんなで支える地域鉄道」」；国土交通省・観光庁 <https://www.mlit.go.jp/common/001002354.pdf> (2023.10.19)。
- 四国旅客鉄道株式会社「線区別収支と営業係数の公表について」https://www.jr-shikoku.co.jp/03_news/press/2022%2005%2017.pdf (2023.10.10)。
- 四国旅客鉄道株式会社、鉄道・バス時刻表。<https://www.jr-shikoku.co.jp/renraku-bus/> (2023.11.09)。
- 四国旅客鉄道株式会社、鉄道・バス時刻表 予土線・四万十交通、宇和島バス、<https://www.jr-shikoku.co.jp/renraku-bus/> (2023.11.09)。
- 四国旅客鉄道株式会社「平成30年7月豪雨に伴うJR四国管内の主な被災状況」https://www.jr-shikoku.co.jp/emc_info/affliction0813.pdf (2023.11.16)。

- 四国旅客鉄道株式会社ホームページ「Yodosen Fun Fun Trains」https://www.jr-shikoku.co.jp/yodo_line/tetsudohobby.html（2023.11.16）。
- 島原鉄道株式会社「しまてつカフェトレイン」<https://www.shimatetsu-cafetrain.com/>（2023.11.09）。
- 長良川鉄道観光列車「ながら」特設サイト <http://www.nagatetsu.co.jp/nagara/>（2023.11.09）。
- 日本観光振興協会「1 観光の視点からの地域鉄道の再生・活性化の方策」<https://www.mlit.go.jp/common/000991950.pdf>（2023.10.10）。
- 日本民営鉄道協会「観光列車の今、昔、未来」https://www.mintetsu.or.jp/association/mintetsu/pdf/71_p04_07.pdf（2021.10.14）。
- 西日本旅客鉄道株式会社「SLやまぐち号」<https://www.c571.jp/index.html>（2021.11.15）。
- 東日本旅客鉄道株式会社「五能線の旅」<https://www.jreast.co.jp/akita/gonosen/>（2021.12.14）。
- 北海道旅客鉄道株式会社「2022年度 線区別の収支とご利用状況について」<https://www.jrhokkaido.co.jp/corporate/mi/senkubetsu/reiwa04/pdf/>（2023.10.10）。