

弘南鉄道大鰐線についての考察

弘前大学マーケティングゼミナール3年

増川遼太
飯田雅実
大山晏佳

アドバイザー 4年
船水将護
金澤健司

指導教員 弘前大学人文学部教授 保田宗良

目 次

第1章	弘南鉄道大鰐線とは	17
第2章	研究の目的	17
第3章	弘南鉄道に関する調査	17
	3-1 新聞記事から	17
	3-2 企画きっぷについて	17
第4章	提案	18
第5章	仮説	18
第6章	仮説の検証	19
	6-1 仮説1の検証	19
	6-2 仮説2の検証	25
第7章	事例研究	27
	7-1 IGRいわて銀河鉄道	27
	7-2 茨城交通湊線	27
	7-3 上田電鉄別所線	28
	7-4 過去の類似イベントから学べる点	30
第8章	KJ法からの課題	31
	8-1 プロモーションについて	31
	8-2 企画きっぷについて	31
第9章	小括	35
	9-1 今回の研究でわかったこと	35
	9-2 今後の研究課題	35

第1章 弘南鉄道大鰐線とは

弘南鉄道大鰐線とは、青森県南津軽郡大鰐町の大鰐駅から青森県弘前市の中央弘前駅を結ぶ弘南鉄道の鉄道路線のことである。弘前電気鉄道によって開業した弘前市近郊輸送を担う路線であるが、弘前電気鉄道設立当初は三菱電機による地方電気鉄道システムのデモンストレーション路線としての性格も併せもっていた。

第2章 研究の目的

弘南鉄道大鰐線は2013年6月27日、利用者減少が続き赤字拡大が経営を圧迫していることから、大鰐線について2017年3月末で廃止する方針を示した。

「学生の視点からマーケティングを活用し、大鰐線の存続をサポートしよう」という思いから調査を進めてきた。大学生の利用客が少ないと考えられることから、弘前大学の学生にアンケート調査を実施し、分析をした。

第3章 弘南鉄道に関する調査

3-1 新聞記事から(陸奥新報 2013年6月28日)

弘南鉄道の船越社長は2013年6月27日の第102期定時株主総会のあいさつで、職員の人件費抑制など賃金面で苦しい思いをさせているにも関わらず、大鰐線の慢性的な赤字に陥っている現状を示した上、17年3月31日で大鰐線を廃止する方向で考えていると述べた。また、廃止の理由である乗客の減少について、04年度から12年度までの同線の累積赤字が2億375万円に上り、13～16年度も9,257万円の赤字を見込まれている。そのような状況から、将来的に過ちのない判断をすることが経営者に責務であると述べ、大鰐線廃止を示した。廃止方針表明後は、弘前市と大鰐町が存続へ支援法を協議していくことを提案したが、弘前市が2009年12月に沿線住民に行ったアンケートで、6割が大鰐線を「必要」としながらも「全く利用しない」との回答も6割に上ったことも理由としてあげられたことから、自治体からの赤字補填の財政支援は受けないとした。

3-2 企画きっぷについて

弘南鉄道とルネスアベニューが企画する、『弘南鉄道に乗って、ルネスでお得に、お食事・お買い物』と題した企画きっぷが販売されている。以下ではその企画きっぷについて詳しくみていく。

○さっパス

弘前から大鰐(中央弘前～大鰐)の往復乗車券に、大鰐温泉：鰐come入浴券と200円

お買物券が付いた「さっパス」、さらに「エステ・マッサージ アルバローズ」の10分間延長券付きとなっている。

また、企画きっぷを購入時にもらえる商品券引換券と現金200円を弘前市土手町にあ

るルネスアベニューに持っていくとルネスアベニューで使える500円商品券と交換してもらえる。

○大黒様きっぷ

弘南線を1日乗り降り自由の乗り放題フリー乗車券の「大黒様きっぷ」。大鰐から黒石までということで大鰐の「大」、黒石の「黒」で大黒様きっぷである。

大人1,000円、子供500円で販売されている。ルネスアベニューでのサービスは「さっパス」と同様である。

第4章 提案

弘南鉄道大鰐線の調査を進めるに当たり、以下の2つの意見が挙がった。

- ・周囲の印象より、大学生の中では、大鰐線についての情報があまり出回っていないのではないか。
- ・既存の企画きっぷに加えて、学生目線からの新たな企画きっぷを考案することで、利用客の増加を目指せるのではないだろうか。

これらの意見から、①大学生に向けたプロモーション活動の実施、②新たな企画きっぷの作成、この2つを提案したい。

第5章 仮説

では、①大学生に向けたプロモーション活動の実施、②新たな企画きっぷの作成が、弘南鉄道大鰐線の利用客の増加につながるのかを、仮説を検証することで確認する。

仮説1：大学生に向けて、既存の企画きっぷや大鰐線自体についてのプロモーション活動が必要である。

→新たな顧客ターゲットである大学生に向けてプロモーションを行うことで、利用者数の増加が見込める。

仮説2：大鰐線の利用客の増加のためには、新たな企画きっぷを作成する必要がある。

→新たな顧客層に合わせた企画きっぷの作成により、「新たな顧客→リピーター」へと転換を図る。

以下のアンケートの分析によってこれらの仮説を検証する。

第6章 仮説の検証

○アンケート実施・概要

弘前大学でのアンケート

調査日：2013年11月28日～2014年1月10日

調査場所：弘前大学

調査人数：600人(内有効回答数455人、有効回答率75.8%)

調査対象：弘前大学在学学生

6-1 仮説1の検証「大学生に向けて、既存の企画きっぷや大鰐線自体についてのプロモーション活動が必要である。」

弘前大学において以下のように質問したアンケートの結果を用いる。

②弘南鉄道大鰐線を利用したことがありますか。 1.はい 2.いいえ
「1.はい」と答えた方にお聞きします。 ・どのような理由で利用しましたか。(複数回答可) 1.温泉 2.通勤・通学 3.食事 4.スキー 5.イベント 6.その他[] ・弘南鉄道大鰐線の利用頻度を教えてください。 1.毎日 2.週に数回 3.月に数回 4.利用しない ・弘南鉄道大鰐線の定期券を購買していますか。 1.はい 2.いいえ
「2.いいえ」と答えた方にお聞きします。 ・利用しない理由を教えてください。 1.用事がないから 2.その他の交通機関を利用する[] 3.その他[] ・弘南鉄道大鰐線にどのような利点があれば乗ろうと考えますか。 []

③弘南鉄道で販売している企画きっぷ(さっパス・食べレール・大黒様きっぷなど)を知っていますか。

例) さっパス：弘前駅から大鰐駅までの往復乗車券、大鰐温泉・鰐Comeの入浴券、鰐Comeで使える200円分のお買い物券⇒1000円

+200円支払うとルネスアベニューの商品券500円分をプレゼント

1. はい 2. いいえ

④企画きっぷを利用したことがありますか。

1. はい 2. いいえ

「1.はい」と答えた方にお聞きします

・満足度を教えてください。

1. とても満足 2. 満足 3. 不満 4. とても不満

・その理由を教えてください。

[

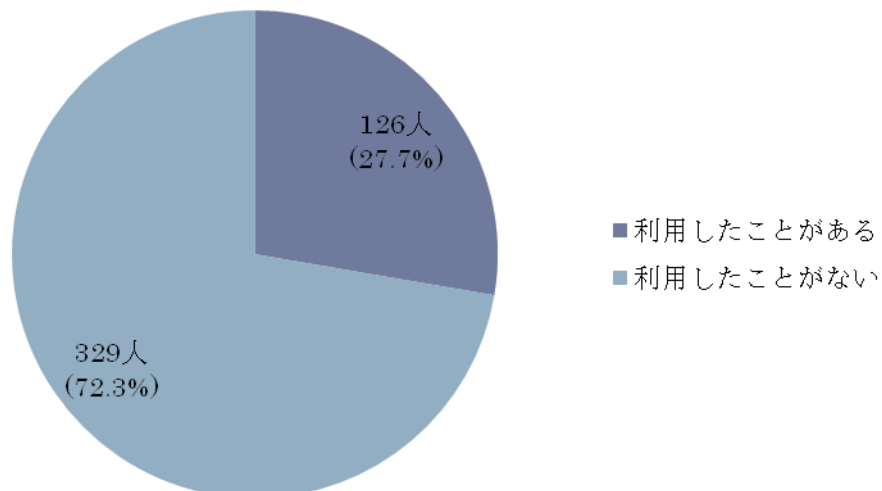
]

上記の②,③,④の質問を集計した結果は以下のようになっている。また、質問③と④についてはクロス集計を行う。(単位:人)

※②の自由記述については、後述する。

◇②弘南鉄道大鰐線の利用について

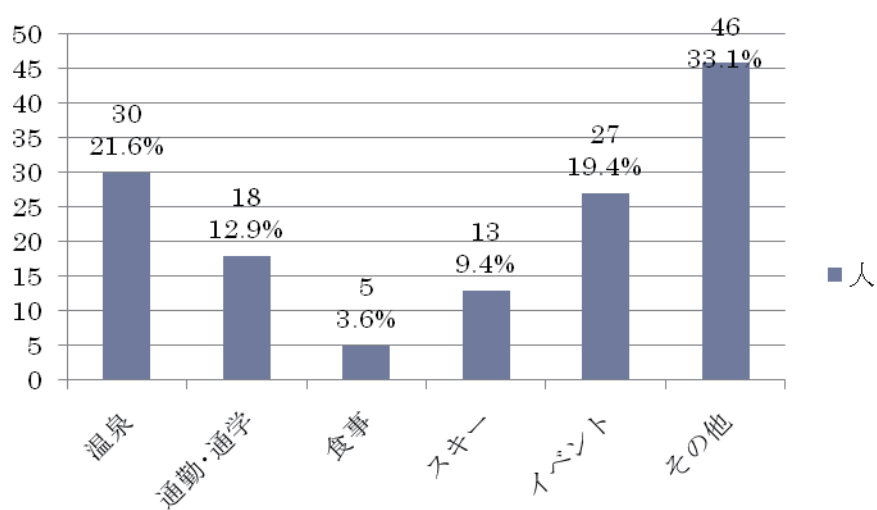
利用したことがある	126
利用したことがない	329
計	455



・弘南鉄道大鰐線の利用理由

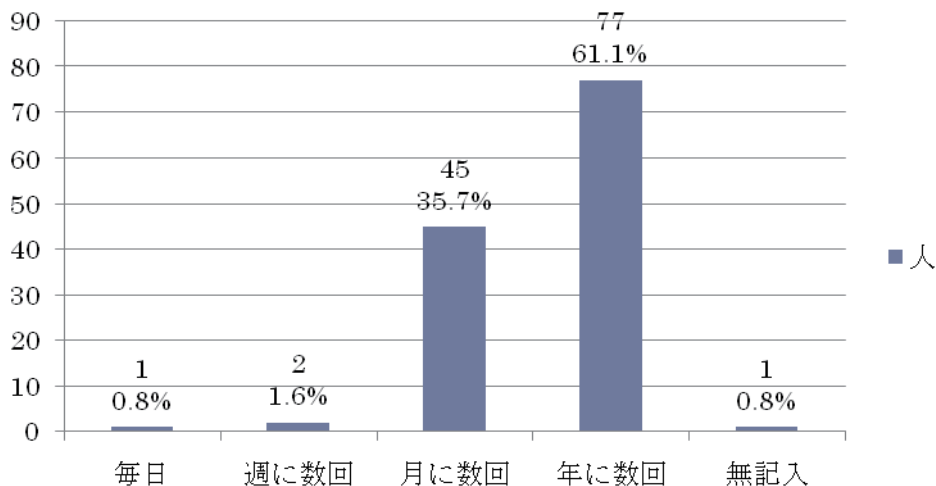
温泉	30
通勤・通学	18
食事	5
スキー	13
イベント	27
その他	46
計	139

※その他はサークル活動、実習、プール、バイト、ゼミ等。



・利用者の利用頻度

毎日	1
週に数回	2
月に数回	45
年に数回	77
無記入	1
計	126



・定期券の購買

している→1

していない→125

・弘南鉄道大鰐線を利用したことがない人の理由

用事がないから→314

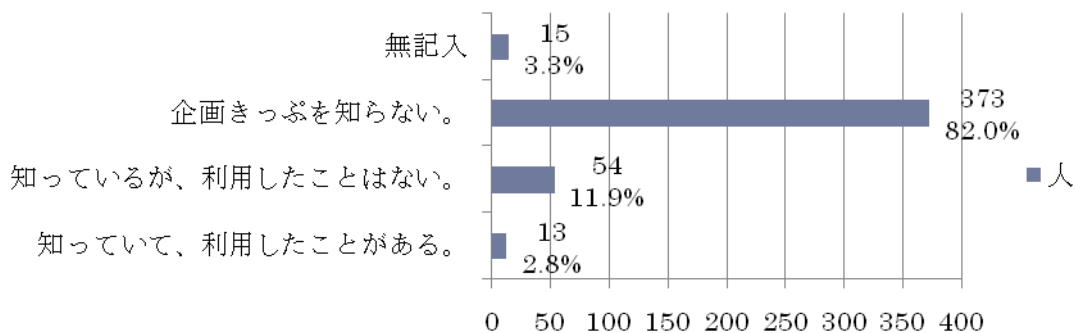
その他の交通機関(自家用車、バス、自転車等)を利用する→17

その他→6

無記入→2

◇③・④企画きっぷの認知と利用についてのクロス集計

知っていて、利用したことがある。	13
知っているが、利用したことはない。	54
企画きっぷを知らない。	373
無記入	15
計	455

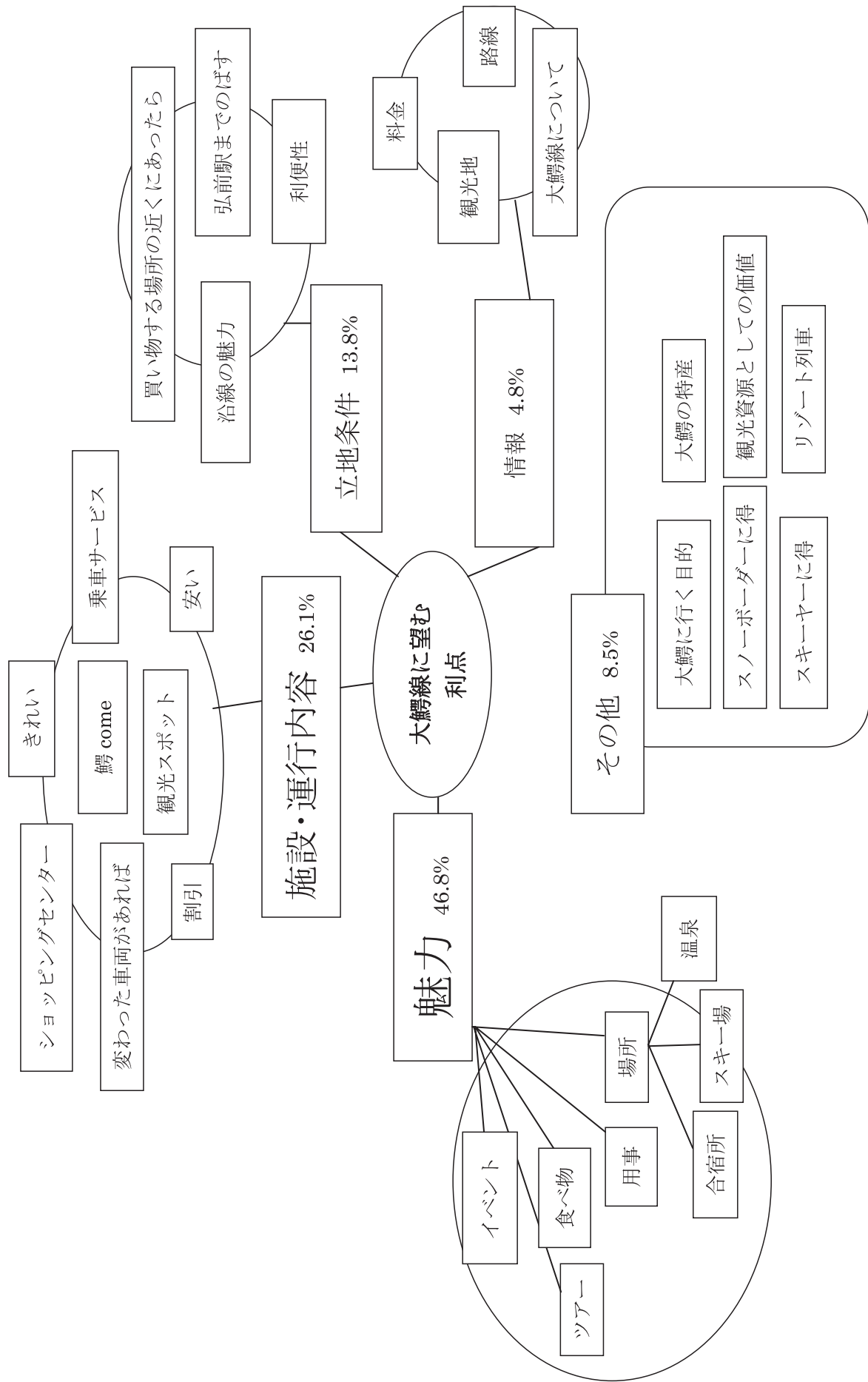


◇企画きっぷを利用したことがある人の満足度とその理由

とても満足	7
満足	6
不満	0
とても不満	0

- ・往復券1000円で温泉に入れるのはお得だから。
- ・スノーボードに行って帰りに温泉に入れてよかった。
- ・価格がリーズナブルだから。
- ・安くてお得感がある。
- ・大鰐に行ってそのまま温泉に入れるのは最高。
- ・安い。
- ・便利だから。
- ・温泉に行くきっかけになったから。

◇次ページは、②で質問したアンケートの自由記述をKJ法でまとめたものである。



【考察】

この結果から、大学生において弘南鉄道大鰐線を利用したことがない人が72.3%と多数を占め、利用したことがある人でも利用頻度を見ると年に1回の利用が61.1%と、多数を占めていることがわかる。また、大鰐線を利用している理由として私達が予想として選択肢に挙げた答えより、「その他」の項目が33.1%と多かったことがわかり、「その他」の項目の中では高頻度で利用できるような理由が無かった。つまり、大鰐線を利用している大学生の中でも、定期的に利用している人はほとんど存在していないということがわかる。また、大鰐線を利用したことがないという人の理由を見ると、「用事がないから」が多数であるが、KJ法による自由記述の分析によると、そもそも大鰐線を知っている人や大鰐に何が存在するかを知っている人が少ないことがわかった。さらに、③・④のクロス分析の集計から、企画きっぷに関して大学生で知っている人自体が14.7%と非常に少ないと言える。すなわち、新たな顧客として大学生を意識するのであれば、まずは大学生を対象として大鰐線沿線の魅力や企画きっぷについてのプロモーションを行う必要があると言える。では、仮説2の検証の中で、このプロモーションによって大学生がリピーターとなりえるかを考察する。

6-2 仮説2の検証「大鰐線の利用客の増加のためには、新たな企画きっぷを作成する必要がある。」

同じく、弘前大学において行ったアンケートの結果を用いる。

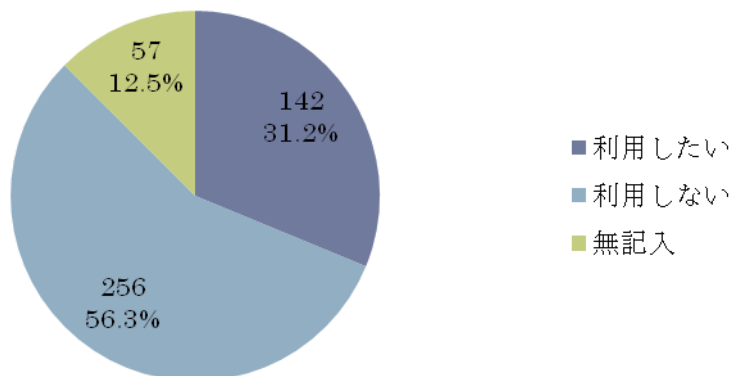
⑤今後、企画きっぷを利用したいと思いますか。

1.はい 2.いいえ

上記の⑤の質問を集計した結果は以下のようになっている。(単位:人)

◇⑤今後、企画きっぷを利用したいか

利用したい	142
利用しない	256
無記入	57
計	455



【考察】

仮説1の検証に利用した③・④のクロス分析の集計から、企画きっぷを利用した人はとても満足か満足のどちらかであることがわかる。つまり、「企画きっぷを利用したなら満足する」ということが言える。これは、大学生が企画きっぷを知れば満足し、リピーターとなりえるという可能性があることを示唆している。また、既存の企画きっぷにどのようなものがあるか説明し、今後企画きっぷを利用したいか聞いた結果、「利用しない」と回答した人が56.3%と高めであった。「企画きっぷを利用したなら満足する」、しかし、「利用しようとは思わない」との結果が多かったことから、6-1の考察の通り、効果的なプロモーションが不足していることが言える。また、既存の企画きっぷでは大学生に対し、使用以前の魅力が足りていないと考えられるため、他にも選択肢を増やすことも必要であると考える。つまり、新たな企画きっぷの作成が必要である。大学生の需要がどのような企画きっぷにあるかは第8章で考察する。

第7章 事例研究(該当するHPを11月7日ゼミナールの時間に閲覧)

7-1 岩手県：IGRいわて銀河鉄道

★地域医療ライン安心通院きっぷ

地域医療だけでは対応しきれない、高度医療を受診する顧客をサポートする総合通院サービスとしての取り組み。

アテンダントが乗車し顧客をサポート。初めての方でも安心して通院できるように列車内にボランティアアテンダントが待機し、切符販売、乗降補助、タクシー予約等をサポートする。

★奥中山高原子ども森きっぷ

IGR線往復と岩手県北バス奥中山地区乗り放題、温泉入浴、ようかいスタンプラリーのオリジナルスタンプ台紙、お菓子のおみやげがセットのお得なきっぷ。

⇒利活用が促進された。

7-2 ひたちなか市(茨城県)：茨城交通湊線

地域と交通の状況【事業者から廃止の申し出】

茨城交通湊線は、ひたちなか市の勝田駅と阿字ヶ浦駅を結ぶ路線14.3kmの地方路線である。

同線の沿線ではモータリゼーションの進展や少子高齢化の進行により、利用者が減少し経営状況が厳しくなっていた。このため茨城交通は平成17年12月ひたちなか市に対して、湊線を平成20年3月で廃線にする意向を示した。

活用メニュー（制度・協議会等）【自治体独自協議会】

平成18年6月「湊鉄道対策協議会」（会長：ひたちなか市長、構成：商工会議所、自治体協議会、沿線高校、市・県等）が発足し、湊線沿線の存続のための協議や利用促進に取り組んだ。

取組み内容【他主体連携】

★市民による存続運動

平成19年1月、湊鉄道対策協議会構成員が中心となって市民団体「おらが湊鉄道応援団」が結成された。当応援団は湊線の利用促進活動を通して交流を深め、湊線の存続と地域の活性化に寄与することを目的としている。

具体的には地域住民自らノーマイカーデーを設定して湊線に乗るように推進を図る活動、茨城交通や自治体へ活性化の具体案を提案する活動、地域の自然・歴史・文化等の資産活用と周知により乗客を確保する活動、湊線の乗客増員の検討、各種地域団体等との連携及び協力などを行った。

★小学校におけるモビリティ・マネジメント教育

平成19年9月、ひたちなか市立那珂湊第二小学校の6年生を対象に、湊線の歴史とともに、自動車と公共交通の関係をゲームを通して学ぶことで、子供たちに湊線の意義を考えてもらうことを目的とした実践授業が行われた。

この取組みは茨城県と筑波大学の協力のもと実施され、児童は「交通すごろく」を用いて、道

路渋滞の構造やモータリゼーションと公共交通機関の衰退の構造等を学んだ。児童と家族ひとりひとりの交通行動により、湊線の存続が左右されるかもしれないという理解を深めることがこの実践授業の狙いであった。

市民アンケートの実施【プロセス：現状把握】

湊鉄道対策協議会構成員は市民に対するアンケートを行った(平成18年10月)。

湊線を利用する理由としては、「運行時間が正確」、「駅が自宅や目的地に近い」に次いで、「他に利用する交通手段がない」が挙げられた。路線の廃止問題への対応としては、何らかの手段で湊線を維持すべきとする人は半数を超え、「県や市の支援だけでなく住民も支援し維持する」とした人も約24%にのぼった。

効果【生活交通手段の確保】

茨城交通湊線は新たな第3セクター、ひたちなか海浜鉄道によって存続されることとなった。

地域を挙げての鉄道存続への取組み【知見：住民参加・主体性発揮】

湊鉄道対策協議会、おらが湊鉄道応援団が中心となって、自治会、商工会、沿線の学校等を巻き込み、地域の多様な関係者が鉄道存続への取組みを行った。市民レベルの存続に向けた取組みと、市、県の応分の負担により、湊線の維持が実現した。

7-3 上田市(長野県)：上田電鉄別所線

地域と交通の状況【公共交通の利用者減少】【事業者から廃止の申し出】

上田電鉄(旧上田交通)別所線は、長野県の中心に位置する上田市と別所温泉を結ぶ路線長11.6kmの地方鉄道である。JR長野新幹線上田駅からの温泉利用客の交通手段や、地域の生活交通としての機能を持つが、年々輸送人員は減少していた。

平成14年に国土交通省が実施した「安全性緊急評価・対策事業」により、別所線では今後10年間に約15億円の安全対策の設備投資が必要であるという調査結果が出された。このため当時の上田交通は、上田市の財政支援が得られなければ別所線の廃止も検討しなければならない旨を公表した。

活用メニュー(制度・協議会等)【近代化補助】

上田市では平成15年6月に「別所線存続緊急対策本部」を設け、別所線を存続させることを基本方針として確認し、支援策の検討を開始した。鉄道軌道近代化設備費補助制度を活用し、国と県の補助に加えて、上田市が安全対策にかかる費用を積極的に負担することとした。

取組み内容

上田電鉄および地域の支援により以下のような取組みが行われている。

★袴姿の駅長配置

歴史ある別所温泉と趣きある駅舎に合わせ、大正浪漫を感じさせる着物と袴姿の女性駅長を別所温泉駅に配置している。

★車内での駅長のハーモニカ演奏

上田駅長が業務の合間に、別所線のイメージアップと利用客に喜んでもらうことを目的に、電車内でハーモニカを演奏している。

★まるまどまつり

年に数回、電車の車庫において地域の住民と鉄道ファンへのサービスを実施。丸い形の窓をした電車がかつて運転されていたことにちなみ、別所線の特徴と位置づけ「まるまどまつり」と称している。また、「別所線まるまど電車貸切ライブ」というボサノバ演奏グループによる車内ライブを上田～下之郷間に貸切列車を運転して実施。下之郷駅到着後は、引込み線で引続き車内演奏を行う。

★ボランティア駅清掃

ボランティアが別所温泉駅および沿線各駅の清掃後、別所温泉駅の植栽を実施。

★すず虫列車

すず虫を籠に入れて100個を電車の中で乗客に無料プレゼント。

★サンタ列車

社員がサンタクロースに扮して、電車内で子供にぬいぐるみとお菓子を配布。

★シニア・ワーク・プログラム「観光ガイド講習」

定年退職後に新たな技能や知識を身につけて、再就職や就業に繋がりたいと考える人を対象に、別所線車内で観光ガイド講習を実施した。講師を上田駅長が務めた。

★地元支援者の活動

駅長と一緒に車内でハーモニカの演奏、腹話術等を行い、利用者に楽しんでもらうトレインパフォーマンス等地元支援者によるイベントが恒例となっている。また、支援活動を盛り上げるためのCDや絵本を作成している。

効果【利用者数の増加】

別所線の輸送人員は平成18年度、10年ぶりに増加に転じ123万8千人となった。

地域との連携【プロセス：対住民】

「別所線電車存続期成同盟会」、「別所線の存続を求める市民の会」、「別所線の将来を考える会」、「ガンバレ別所線の会」、「別所線ガイドの会」、「別所線沿線自治会」等、別所線を支持する市民団体がいくつも存在する。このうち「別所線電車存続期成同盟会」は自治会や観光協会といった地域団体により組織され、駅に無料レンタサイクルを設置したり、さまざまなイベントに対して協力を行っているほか、自治会回数券の販売斡旋を行っている。

上田市が上田電鉄への支援検討を始めた時期は、廃線の危機に直面した地方鉄道に対して地元が積極的な支援を行う例はそれほど見られなかった。しかし上記の各種市民組織の後押しもあり、別所温泉へのアクセスルートや地域の生活路線として別所線を維持していこうとする機運が高まっていった。

観光地アクセスルートとしての鉄道利用促進【創意工夫：サービスの工夫】

観光地へのアクセスルートという特徴を生かして、旅行者に喜んでもらう取組みとして、袴姿の駅員配置や車内でのハーモニカ演奏等話題づくりを積極的に行っている。また、観光協会の取組みにより、別所温泉宿泊者に対して別所線の利用を推奨している。

このように、沿線住民が利用するだけでなく、市外からの来訪者も含めて鉄道の利用者を増やす

ことによって別所線を維持していこうとする取組みが行われている。

7-4 過去の類似イベントから学べる点

①IGRいわて銀河鉄道の利活用促進を図った企画きっぷの事例。

特に、「地域医療ライン安心通院きっぷ」は、高齢化社会を迎え地域医療だけでは対応しきれない現状に対応した内容となっている。

この事例から、現状のニーズに合わせた企画きっぷの作成が重要となる。

②茨城交通湊線の湊鉄道対策協議会、おらが湊鉄道応援団が中心となって、地域の多様な関係者が鉄道存続への取組みを行った事例。

この事例からわかるように、市民レベルの存続に向けた取組みが重要となる。またこの2つの事例は市、県の応分の負担により、再建が実現した。

③上田電鉄別所線の袴姿の駅長の配置、駅長のハーモニカ演奏の事例。

この電線は、観光地へのアクセスルートという特徴を生かして、袴姿の駅員配置や車内でのハーモニカ演奏などといった独創性のあるサービスを積極的に行っている。

この事例から、その公共交通ならではの特徴を生かし、独自性・話題性のある取組みを行うことが有効的だと考えられる。

第8章 KJ法からの課題

この章では、6-1の仮説(大学生に向けて、既存の企画きっぷや大鰐線自体についてのプロモーション活動が必要である。)の検証、また、6-2の仮説(大鰐線の利用客の増加のためには、新たな企画きっぷを作成する必要がある。)の検証でのそれぞれの考察についてさらに深い分析をする。

8-1 プロモーションについて

6-1の仮説の検証において、「新たな顧客として大学生を意識するのであれば、まずは大学生を対象として大鰐線沿線の魅力や企画きっぷについてのプロモーションを行うことが必要だと言える。」という考察を行ったが、ではどのようなプロモーションが効果的であるかについて、弘前大学において行った以下のアンケートの自由記述をKJ法によってまとめたものを用いて、考察する。

⑥あなたはどのような企画きっぷがあれば利用したいと考えますか。ご自由にお書きください。 []
⑦弘南鉄道大鰐線への期待や不満があれば、ご自由にお書きください。 []

【考察】

プロモーション活動として、次の方法を提案する。

<パンフレット>

大鰐線でどこに行けるか、目的地にどのような魅力があるかなどの情報を載せたパンフレットを作成し、駅や学校に設置する。

効果：多くの人に大鰐線を利用することの魅力を知ってもらうことができる。

8-2 企画きっぷについて

6-2の仮説の検証において、「既存の企画きっぷでは大学生に対し、使用以前の魅力が足りていないと考えられるため、他にも選択肢を増やすことも必要であると考える。つまり、新たな企画きっぷの作成が必要である。」という考察を行ったが、ではどのような新しい企画きっぷが大学生に需要があるかを、再び上記をKJ法によってまとめたものを用いて、考察する。

【考察】

KJ法の結果からみえた利用者のニーズを分析し、次の企画きっぷを提案する。

＜ウインターきっぷ＞

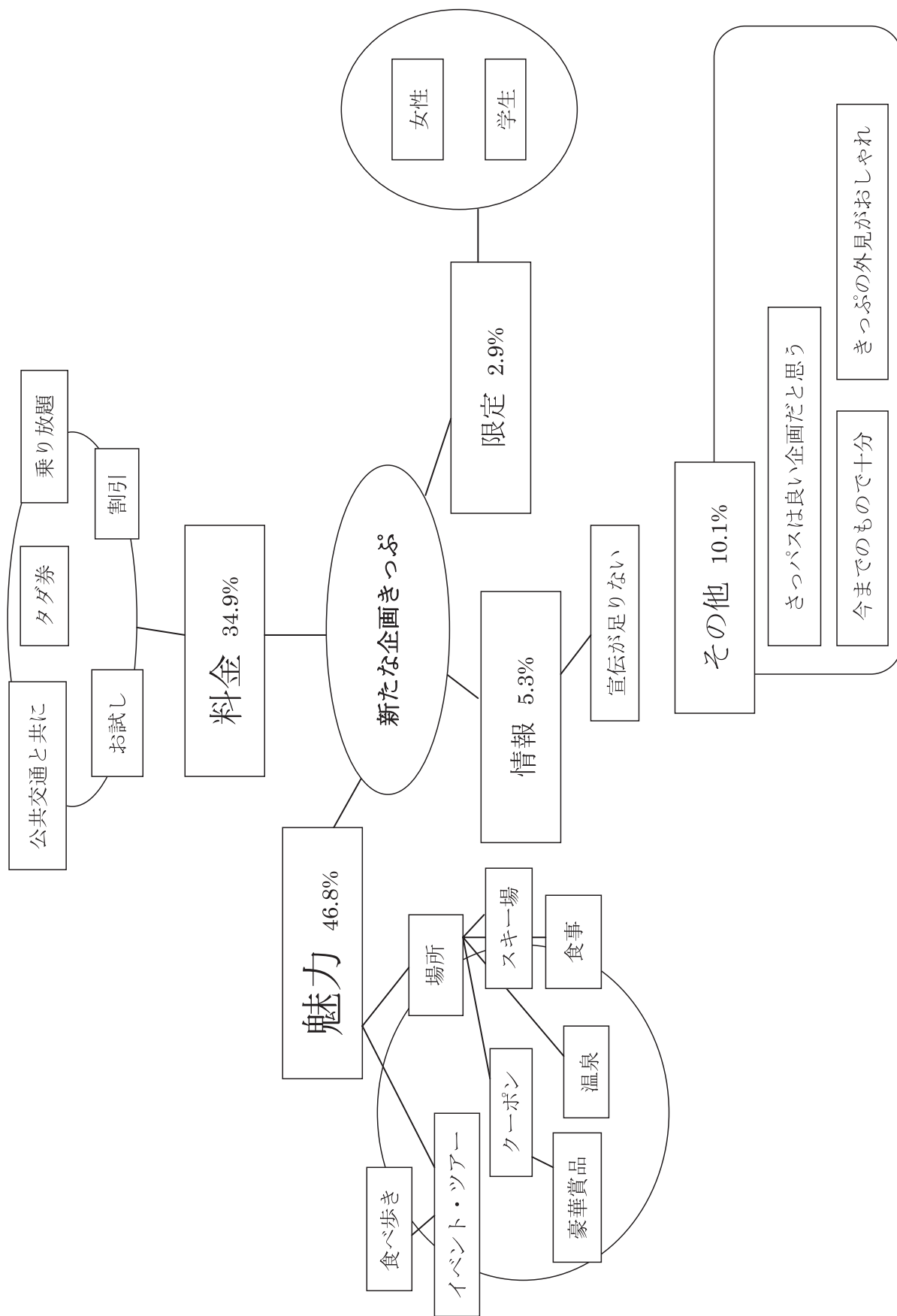
第8章のKJ法の分析から、ウインタースポーツ(スキー・スノーボード)関係の企画きっぷを求める声が多く挙がった。

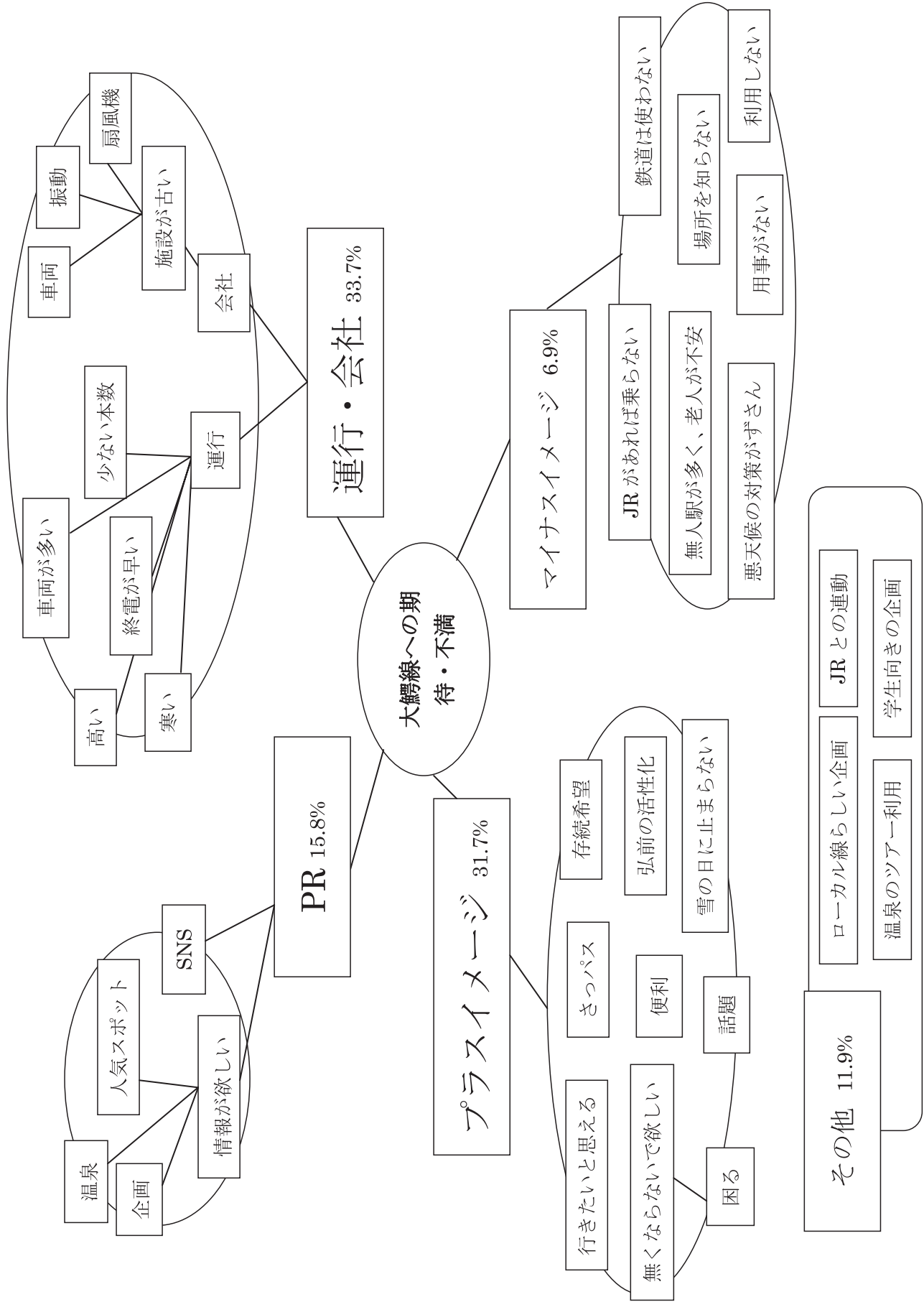
⇒新たな企画きっぷとして、スキーヤーやスノーボーダーにお得なきっぷを提案。

EX. 大鰐駅からスキー場までのタクシー料金の割引(他の公共交通との連携)

スキー場の割引(スキー場との連携)

効果：スキーヤー・スノーボーダーなど、新たな顧客を確保できる。そこから、リピーターへの転換が望める。





第9章 小括

9-1 今回の研究でわかったこと

最も調査で顕著に感じられたことは、『情報伝達の不足』という点である。今回、弘前大学の学生を対象にアンケート調査を行い、「もっと大鰐へ行く魅力を教えて欲しい」「そもそも大鰐線でどこに行けるかわからない」というような意見が見受けられた。また、さっパスなどの企画きっぷの存在を知っている人も少なかった。

しかし、利用した人の満足度は高いため、一度利用してもらうことができれば、リピーターへの移行が望めると考えられる。そのため、新たな顧客(大学生)の確保が重要である。

今回実施したアンケートの中には、「大鰐線を廃止しないでほしい」「みんなに頼られる鉄道になってほしい」などといった応援のメッセージが多く寄せられた。上記のような取組を実施しつつ、これからも地域を支える公共交通であっていただきたいと感じた。

9-2 今後の研究課題

- ・企画きっぷの具体的な内容
- ・数値に基づいた提案内容の分析
- ・過去の類似事例の調査(初期段階の様子、失敗例など)