

# 地方鉄道の存続活動としての 「地域探検ゲーム」パッケージ化 —養老鉄道クエストを事例として—

東 善朗<sup>1</sup>・高木 朗義<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 非会員 一般社団法人 Do It Yourself (〒502-0017 岐阜県岐阜市長良雄総 874-3)

E-mail: azuma@do-it-yourself2014.com

<sup>2</sup> 正会員 岐阜大学シニア教授 工学部社会基盤工学科 (〒501-1193 岐阜県岐阜市柳戸1-1)

E-mail: a\_takagi@gifu-u.ac.jp

地方鉄道の存続問題を多くの地域住民に知らせ、存在価値を啓発するため、「地域探検ゲーム」を考案実施してきた。本稿では岐阜県内の養老鉄道沿線を事例に「地域探検ゲーム『養老鉄道クエスト』」を実践する中で、地域住民/行政/市民団体といった存続活動主体が事業として採用できるよう、パッケージ化を試みる。誰もが援用できる状態を目指し、試みでは、イベント開催経験の無い大学生を担い手とした。地元協力の調整や参加者募集などの準備過程を明示し、大学生が取り組んだ内容と、必要となった支援内容を列挙した。実践により、沿線住民が鉄道の存続問題に気づく事や、企画や運営が存在価値に気づく機会になることを、アンケート調査で確認した。鉄道の存続活動として「地域探検ゲーム」を用いる利点を示し、援用しやすいパッケージ化を考察した。

**Key Words :** local railway, existence value, regional exploration game, regional resources,

## 1. はじめに

地方鉄道の多くは経営状況が厳しく、経営主体や周辺自治体が財政的支援や利用促進に向けた施策を展開する一方、沿線地域住民による様々な活動が実践されている。岐阜県でも同様な状況にあり、養老鉄道は赤字が続き存続の危機に直面していた中、鉄道会社と沿線自治体が連携した新しい運営形態となった。また、沿線6市町の住民による連合団体「養老鉄道の未来をつくるネットワーク西濃」が発足し、地域住民の足を自ら守る活動がある。

沿線自治体による経営への支援や参画に並行して、活性化策に公的資金が投入されることがある。しかし活性化策は、運賃補助や、モビリティマネジメント<sup>1)</sup>と呼ばれる過度な自動車利用を緩和するコミュニケーションなど、利用者に着目したものが多く、沿線住民が活性化策の費用対効果を疑問視することも珍しくない。

人口減少やライフスタイルの変化は短期的には不可逆であり、沿線自治体で社会的に支える必要が生じた地方鉄道の利用者増大は難しいのではないかと。一方、社会的に支える根拠には、利用価値に加え、沿線住民や事業者にとっての存在価値<sup>2)</sup>が含まれており、その増大を図り

社会的合意形成を支えることも、存続活動の選択肢となるのではないかと。しかし、乗車運動や、存在価値を説得するような情報発信と比べて、存在価値増大の働きかけは一般的ではなく、取り組みの資金や人材の確保は容易でない。

こうした課題への対応として我々は、存続問題が顕在化していた岐阜県内の名鉄広見線について、鉄道と沿線の宿場町の活性化を目的に「地域探検ゲーム」の提案と支援を行い、地元自治体が6年に渡り展開した。その内容は、参加者が地図と指示書(手引き)を頼りに地域資源を探し巡るロールプレイングゲーム(RPG)を、現実の街なかで実施するイベントである。住民アンケートや実施協力した住民の意見交換会からは、「地域探検ゲーム」を通じた鉄道の存在価値への気づきや、取り組みを持続的にするための人的資源や資金の調達経路の示唆が得られた。

そこで本稿では、養老鉄道の存続価値を啓発する取り組みを実践する中で、地域住民や行政が持続的な活動(事業)として展開できるような「地域探検ゲーム」のパッケージ化を試みる。試みでは、存続活動に取り組む住民や行政が援用しやすくするため、イベントの経験や

ノウハウを持たない大学生を担い手として実践する。構成は以下の通りである。

- ・名鉄広見線の事例を参考に「地域探検ゲーム」づくりの具体的手順を構成し、大学生がこれを実施することにより、「養老鉄道クエスト」を準備する。
- ・「地域探検ゲーム」の結果として、獲得した協力の内容と、参加者と担い手の認識を調査する。
- ・「地域探検ゲーム」の成果を考察し、パッケージ化のための具体的課題を示す。
- ・さいごに、研究成果と今後の課題について述べる。

## 2. 地域探検ゲーム「養老鉄道クエスト」の準備

先行事例である名鉄広見線の事例<sup>3)</sup>を参考に「地域探検ゲーム」の概要と具体的手順を構成し、実践型の授業を選択した大学生（岐阜大学工学部の地域志向科目群の授業受講者の一部）を支援することにより、「養老鉄道クエスト」の実施準備を行う。探検のフィールドは、地元協力の核となる人（地域情報の紹介や、地元施設や住民へのコーディネーター、パッケージの使用者候補）と接点のあるフィールドを要件とし、2016年度は2町、2017年度は4町を設定した。担い手となる受講者数はそれぞれ23名、17名である。大学生は、1日限定のイベントである「養老鉄道クエスト」の企画運営を課題として、フィールド別の班に分かれて個別のゲームを企画する。

### (1) 「地域探検ゲーム」の概要

参加者は事前にWEBサイトで申し込みを行い、指定された日時に指定された駅付近で受付を行う。受付では、スタッフや「ガチャ」が配置されており、参加費を支払うことで、探検の手引書や、手引書を所定の場所で入手するための引換券を得る。いずれのフィールドも養老鉄道の駅を起点とし、沿線地域で、手引書に記されたストーリーに従い、課題を解きながらゴールを目指す。

課題は、地域資源に関する文字探しやクイズが主体であり、その場に行けばクリアできるものと、直接行くには遠いが、町の人への質問や推理でクリアできるものがある。訪ねるべき場所のヒントや、地図をはじめとするゴールに必要なアイテムを獲得するため、徒歩や公共交通（レンタサイクル含む）を利用して、必要な史跡や施設、お店を訪ねる。時間に余裕がある参加者は、難易度の高いボーナスポイントを獲得する。ゴールでは、参加記念品やボーナス賞品を提供する。

先行事例を参考に、参加者満足と運営費用の確保を考慮し、参加料は1人数百円（保険料込、電車賃等は各自で別途負担）とする。また、ターゲットとして小学生とその兄弟を想定し、安全確保の視点から保護者同伴の参

加とする。参加募集チラシの配布は、沿線小学校の協力行為として好意的に受諾される傾向があるため、養老鉄道沿線の小学校に提供する。さらに、チラシの持ち込み行為は、鉄道の存続活動としてのPR効果があるため、沿線の市民団体に持ち込みを依頼する。

### (2) 「地域探検ゲーム」づくりの手順

大学生が授業の枠内でできる範囲を考慮し、実施フィールドにおける行政や住民を相手とする調整を、支援者の手順として区別した。

#### a) 取り組み手順（大学生）

- ・ガイダンス（趣旨、先行事例、フィールドの候補と解説）、班分け、スケジュール確認、役割分担
- ・現地調査（フィールド別で班行動）
- ・手引書等の原案作成（ストーリーやミッション、地図、設置物）、地元協力依頼
- ・手引書等の原案発表、フィードバック、修正
- ・現地試行、店舗や施設等への企画紹介と協力依頼
- ・修正、最終確認
- ・地域探検ゲーム『養老鉄道クエスト』開催、参加者アンケートの実施
- ・実施内容と結果の発表

#### b) 取り組み手順（支援者）

- ・ガイダンス内容の検討、フィールド候補の選定調整
- ・現地調査事前調整（役場や住民協力者への説明、協

**地域探検ゲームづくり：現地調査シート（素材収集）**

地域探検の中では、史跡や店・施設、活動・人など、存在を全て地域資源として扱う。

現地調査のヒント

- 地元の人々が推奨するもの。
  - 例) 観光マップやホームページで推奨されているものを実際に訪ねる＆地元の人におススメを聞く。  
※公的な推奨事項が、地元の人々の思いとズレていることも珍しくないため、リストや観光マップを見て、「どれが好きですかおススメですか」と尋ねると、本当に地元の人々が薦めたいものや、理由・背景を聞くことができる。
  - 例) 地元の人に「この暮らしの良いところ」を聞く。施設や構造物、川や森など、生活環境も資源。※背景と言った観光関係を意識しながら、「暮らし」に関する文化やイベントが面白いことも多々ある。
  - 例) お祭りや食材を活かした料理など、時期の限られた物事について、その人の認識や関わりを聞く。  
※背景は私的調査や文献資料、あるいはその人に頼むなど、どうにかなることが多い。
- よそ者の視点で良いと思うもの
  - 例) 広く推奨されていないが、「これは面白い興味深い」と思うヒト・モノ・コトを見つけ出す。  
例) 旧道や遺構など、他地域との関係や歴史を絡めると面白い（関連付けによる資源化）ものを探す。

集めた地域資源の素材を、探検の中でどう採用するかによって、以下の機能を実現することができる。

	地域資源の存在を示す	飲食等お店の利用促進	人と人の交流
文字探し数量	◎	○	
ボーナスポイント	◎	◎	○
地域資源クイズ	◎		◎

**素材リスト（記入例）**

No.	種類	採用イメージ (複数可)	名称と詳細	写真 撮影 確保	音 声 録 音	ヒト・モノ・コト の 採 集
1	○史跡 ○店・施設 ○活動・人 ○その他	○文字探し数量 ○ボーナスポイント ○地域資源クイズ(行けない距離でも使える) ○子の他用途	和菓子屋○○。協力してくれるとのこと。イチオシは桜餅。こだわりは使用する水。日以外10～17時営業	◎撮影 ◎資料	◎音録 ◎音録	◎採集 ◎採集
2	○史跡 ○店・施設 ○活動・人 ○その他	○文字探し数量 ○ボーナスポイント ○地域資源クイズ(行けない距離でも使える) ○子の他用途	○○神社。歴史はHP参照。大きなクスノキが遠くから見える。無人だが、近所の人によると○○地区で管理している。	◎撮影 ◎資料	◎音録 ◎音録	◎採集 ◎採集
3	○史跡 ○店・施設 ○活動・人 ○その他	○文字探し数量 ○ボーナスポイント ○地域資源クイズ(行けない距離でも使える) ○子の他用途	Aさん。仲間と交代で駅構内を歩いている。○○という団体として、○○について活動している。写真はA氏からメールもらう。	◎撮影 ◎資料	◎音録 ◎音録	◎採集 ◎採集

図-1 地域探検ゲームの素材として「ヒト・モノ・コト」を収集する調査シート（記入例部分）

- 力依頼、日程調整など)、調査シートの作成(図-1)
- ・現地調査でのアドバイス(ヒト/モノ/コトを地域資源として見ること、ネットでは得にくい情報の深掘り、探検で訪ねる場所やクイズ設問に用いる場所やジャンルの偏り回避、地元意向の理解と共有、楽しさや達成感の追求など)
  - ・手引書の作成ベースとなるppt形式データの提供(図-2:穴埋めによりゲームを構成できるひな形)、原案作成の進捗管理、改善点の指摘
  - ・現地試行への随行、店舗や施設等への企画紹介と協力依頼、改善点の指摘
  - ・参加募集チラシ配布先調整(行政、鉄道関係の住民団体など、配布見込み先の獲得)、チラシ作成、WEB申し込み用のホームページ作成
  - ・地元意向を含む改善点の指摘、修正内容の確認
  - ・最終確認、WEB申し込み受付、参加者アンケートの作成、担い手アンケートの作成
  - ・地域探検ゲーム『養老鉄道クエスト』記録写真、大

学生へのアンケート実施

- ・各種アンケートや意見聴取の整理、協力者等への実施報告

### (3) 各フィールドの特徴と企画内容

各フィールドの特徴に合わせて大学生が企画した内容を、2016年度と2017年度に分けて以下に示す。

#### a) 2016年度の企画内容

対象地域は、神戸町、養老町の2町とした。神戸町は「ごうど養老鉄道を守り育てる会」、養老町は養老鉄道に関係する役場職員の協力を得て、現地調査から実施まで準備した。23人が4班に分かれ、異なる4駅を起点とする4コースを企画した。図-2に示したひな形を穴埋めすることで、ゲームを構成しており、準備した企画内容は以下の通りである。

【コース】探検コースとして使用する駅と区域、背景設定となるストーリーや名称を決めた。

【ステージI】駅から徒歩圏内の地域資源として、史跡

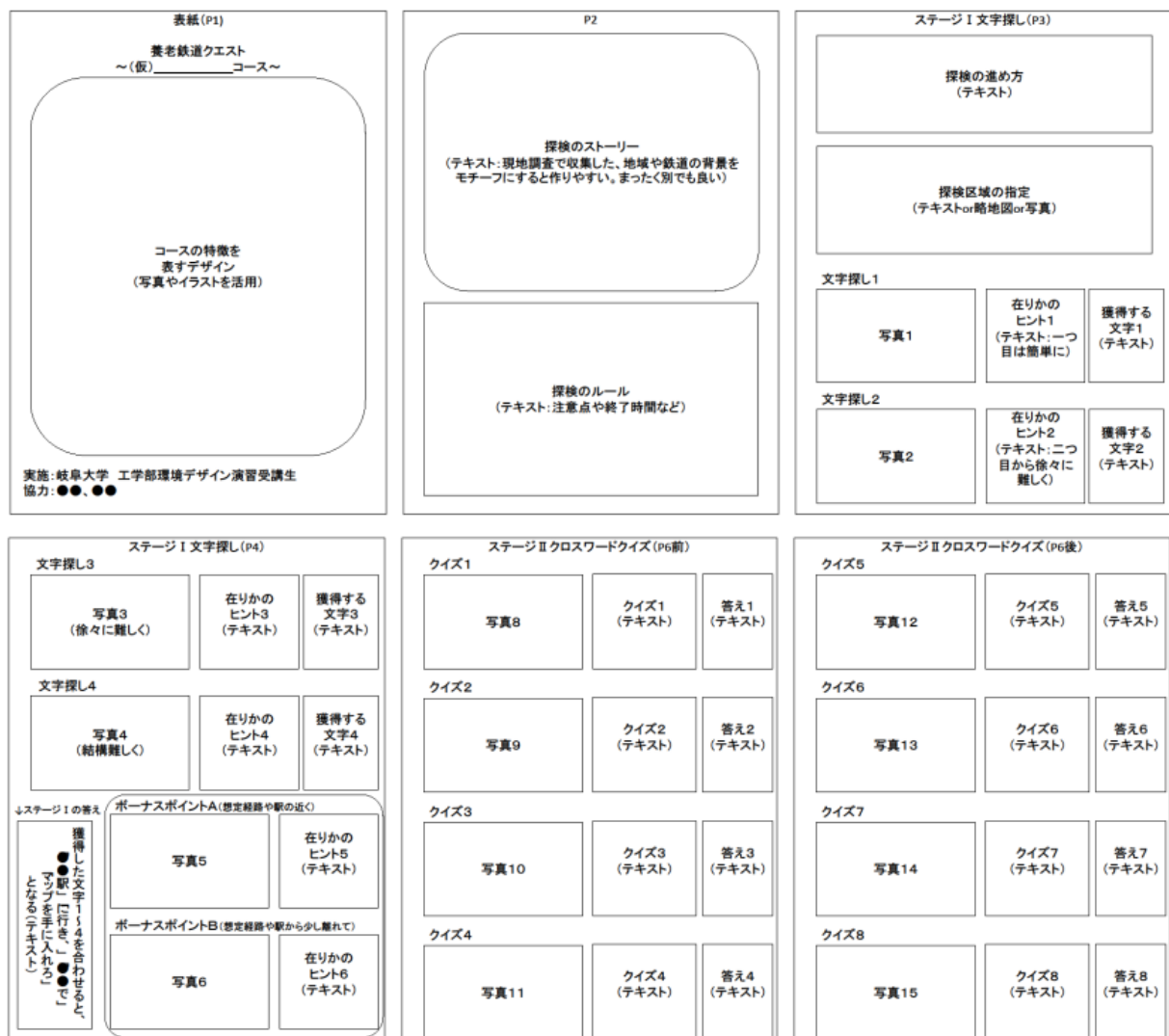


図-2 手引書の作成ベースとなるppt形式データの提供 (2016)

や施設、地元のお店を用い、探し物や謎かけなど、比較的簡単な課題を設定した。参加者がゲームの進行プロセスに慣れる途中段階から、少し難しい課題設定とした。例えば、同じ場所を探す場合にも、手がかりの示し方により難易度を変えた。

【電車移動】ステージⅠで明らかになるステージⅡの始点駅と、ステージⅡで使う地図の渡し場所を決めた。地図を渡す方法は、スタッフを配置するか「ガチャ」に100円を入れると地図（とオマケ）が出る仕組みとした。

【ステージⅡ】地域資源クイズを用意し、クロスワードを作成した。地元住民の推奨する史跡や店舗に行くことで得られるヒントの獲得や、ボーナスアイテムの獲得、インターネットでは調べることができない町の歴史や自然やお店に関するクイズなど、学生が現地調査に基づいて設定した。

【ボーナスポイント】ゴールを目指すゲームの進捗とは別に、余力があれば取り組める課題を設定した。例えば、地元協力者の写真を示して「この人を探してどんな活動をしているかたずねる」課題を設定し、ボーナスアイテムを獲得できるものとした。

【ゴール】場所がわかる建物や看板を決め、ゴール時に景品（お菓子など）がもらえる仕組みとした。

【探検の地図】ステージⅡで使う駅と区域を決定し、ゲーム専用の地図を作成した。

【設置物】探検で獲得するヒントやアイテムなど、設置を必要とする小道具を作成した。また、個別の現地調査や試行として現地を訪れ、備品設置の承諾を得るなど、調整を行った。

【危険回避】試行ではゲームの難易度を確認すると共に、歩行危険箇所を確認し、ゲーム内での通行制限を設けた。

#### b) 2017年度の企画内容

対象地域は、神戸町、養老町、池田町、揖斐川長の4町とした。2年度目となる神戸町と養老町については、地元の継続的協力を得ることができたため、2016年度に用いた地域資源や改善点を活かし、常設可能なプランを視野に企画した。池田町と揖斐川町については地元から、電動アシスト付きレンタサイクルや、駅に新設したまちづくり拠点の活用、「いびがわマラソン」の試走者など、活用が期待される地域資源の提案を得た。

17人が4班に分かれ、異なる4駅を起点とする4コースを企画した。基本構成は2016年と同じだが、文字探しでは既に設置されている看板を活かすなど、ゲームとして設置する備品の準備や調整項を減らし、運営労力の削減に努めた。

#### (4) 「養老鉄道クエスト」の参加者募集

参加者募集は、印刷物（チラシ）を1万枚用意し、沿



図-3 WEB申し込みページ (2016)

線の市民団体に、地元小学校等への持ち込みを依頼した。また、企画関係者によるSNSでの発信に加え、メディアへのプレスリリースを行った。申し込み経路は、WEBサイトとメール、電話の3経路を用意した（図-3）。

### 3. 地域探検ゲーム「養老鉄道クエスト」の結果

イベントの実施結果として、2016年の実施概要と共に、参加者と企画者である大学生へのアンケート調査結果を示す。2017年は試行を終えて実施前の段階である。

#### (1) 実施概要

2016年7月3日(日)、4コースで開催した。朝8時より準備を開始し、9時～10時30分に受付を実施し、概ね14時に終了した。参加申し込み者数は、3コースで30名の定員に達しており、体調不良等による直前キャンセルを反映すると合計110名であった。このうち、開催当日の参加者は92名であった。売上高は、参加費300円×(92名－未就学児15名)=23,100円であった。

参加者募集チラシの配布は、沿線市町の鉄道存続に取り組む市民団体を通じ、主に地元小学校に配布依頼する形で持ち込まれた。約9,000枚が沿線の小学生家庭を中心に配布された。SNS (Facebook) による情報発信では、461名にシェアされた。メディアは、岐阜新聞、東海ラジオ、岐阜チャンラジオ、ケーブルテレビCCNで紹介された。

#### (2) 参加者アンケートの結果

地域探検ゲームが、地域課題に関する認識の機会となることを明らかにするため、参加者アンケートを実施した。調査票はゴール地点にて、筆記が可能な参加者全員に対面で回答を依頼し、直接回収した。

調査項目は、郵便番号、イベントの満足度、関係する3事項の認識《養老鉄道の存在/養老鉄道の存続問題/探検



した地区の存在》である。認識は、「あることを知らなかった」「知っていたが乗った（歩いた）のは初めて」「乗った（歩いた）ことがある」の3段階の選択とした。参加者93名のうち、76名（81.7%）の回答を得た。イベントの満足度の平均値は、100点満点中89.3点であった。養老鉄道については、乗車したことがある回答者が72%で、28%が養老鉄道に乗車したことが無く、9%は鉄道の存在を認識していなかった。探検した地区については、歩いたことがあるのは39%で、61%が訪れたことが無く、25%はまちの存在を認識していなかった。養老鉄道の存続問題を詳しく知っていた回答者が19%で、69%が少し知っており、12%が知らなかった。

### (3) 企画者アンケートの結果

先行事例より、イベントの企画や実施により、利用以外の鉄道の価値に気づくことがあると予見された。そこで、本イベントが企画者に及ぼす影響を明らかにするため、アンケートによる意識調査を実施した。

調査項目は、大変だったところ（企画/準備/実施より選択）、楽しかったところ（企画/準備/実施より選択）、地域をより知ることになったか（3件法）、今の養老鉄道に感じる存在効果の有無（6種類）、企画実施したことによる存在効果の変化の有無（6種類）、プロジェクトへの参画を友人や後輩におススメできるか、の6項目である。地方鉄道の存在効果については、その内訳をいすみ鉄道の存在効果分析<sup>4)</sup>から引用し、表-1の6種類とした。

受講者23名のうち、17名（73.9%）の回答を得た。大変だった段階（複数回答可）は、企画52.9%、準備64.7%、実施23.5%であった。楽しかった段階（複数回答可）は、企画18.8%、準備31.3%、実施75%であった。地域をより知ることになったかは、つながった88.2%、どちらも言えない11.8%、つながらない0%であった。

存在効果に関する回答結果を表-1に示す。（企画運営を経た）今の養老鉄道に感じる存在効果（複数回答可）として、最も多くの回答者が指摘したのは「地域連携効果」の70.6%であった。また、企画運営を経て増加した地方鉄道の存在効果（複数回答可）として、最も多くの回答者が指摘したのは「地域イメージアップ効果（地域の知名度向上や、誇らしさの向上、ランドマーク性の維持向上への満足感）」の81.3%であった。

さいごに、友人や後輩に推奨できるかをたずねた結果、全回答者が推奨できると回答し、その内訳（複数回答可）は、授業の選択として58.8%、まちづくりに関わりたい人に76.5%、ボランティアとして募集があれば35.3%、バイトとして募集があれば35.3%であった。

表-1 企画者の存在効果に対する認識（%）

地方鉄道の存在効果の種類	今の養老鉄道に感じる	企画を通して感じた/増えた
1.間接利用効果	29.4	43.8
2.オプション効果	23.5	6.3
3.代位効果	35.3	25.0
4.遺贈効果	29.4	43.8
5.地域イメージアップ効果	52.9	81.3
6.地域連携効果	70.6	50.0

## 4. 地方鉄道の存続活動としての「地域探検ゲーム」の成果とパッケージ化

「地域探検ゲーム」の成果を考察し、パッケージ化のための具体的課題を示す。

### (1) 地方鉄道の存続活動としての「地域探検ゲーム」の成果

【チラシによる沿線住民への働きかけ】参加者募集のチラシには、小学生が見ることに加え、保護者が見ることも期待しており、「養老鉄道を存続させようとしている存在や活動」を沿線住民に紹介する役割を果たしたと考えられる。配布した約9,000枚が、沿線の小学生家庭にどう存続活動を啓発したか、定量的に把握することが今後の課題である。

【参加者への働きかけ】参加者アンケートの結果から、参加者の28%が養老鉄道に初めて乗車し、61%が当該地区を初めて歩いたと考えられる。地域探検ゲームは、参加者がまちの地域資源に気づく仕掛けが組み込まれているため、鉄道や沿線地域の存在との接点になる。現実に鉄道や地域との接点を提供する事は、存続活動が支持や協力を獲得していく際に役立つだろう。また、養老鉄道の存続問題を69%が「少し知っていた」と回答しており、メディアを通じて問題を認知している沿線住民に、単なるゲームではない関心を生じさせている可能性がある。地域探検ゲームで問題の現場に触れることで、鉄道事業の損益だけにとどまらない、地域課題の理解に役立つと考えられる。

【沿線地域への働きかけ】鉄道の利用促進、飲食店の売上、ゲーム内で連携する店舗の賑わいなど、参加者の消費行動による成果があり、利用活性化策の側面を持つことができた。

【企画者（担い手）への働きかけ】企画者の75%が、楽しかった段階として「実施」と回答しており、参加者の満足感（評価の高さ）に接することで苦勞が報われ、自己効力感が高まったと考えられる。目的達成の手段としてイベントを用いる時、担い手確保の面から楽しさは重

要であり、地域探検ゲームの強みと考えられる。企画に関わった上で鉄道に感じる存在効果として「地域連携効果」との回答が最も多く、ゲーム内に鉄道による移動を組み込んでいることが認識に影響していると考えられる。企画運営を経て増加した鉄道の存在効果として最も多くの回答者が指摘したのは「地域イメージアップ効果」であり、地域外から訪れた参加者が鉄道を用いた探検を楽しんでいることを「知名度の向上」と捉え、地元の祭りや地域資源を紹介するクイズやコミュニケーションを「住民としての誇らしさ」として認識したと考えられる。

企画者への働きかけとして、鉄道の利用以外の鉄道の価値に気づくことが明らかとなった。つまり、企画者となることは、存続活動の支持や協力者の確保に役立つと考えられる。また、企画を経験した大学生の76.5%が、まちづくりに関わりたい友人や後輩に推奨できると回答しており、関わるに際して報酬の有無は影響しないようである。すなわち、地元のまちづくり関係者に、企画者になることを推奨しやすい取り組みと考えられる。

【事業性に関する成果】存続活動を持続的に行うには、その資源として担い手と資金が求められる。企画者への働きかけの考察から、まちづくりに関係する人的資源の確保が期待できる。参加費とは別に、ゲーム途中で地図を入手する「ガチャ（100円）」を用意したが、参加者は楽しそうに支払っており、ゲームの評価点数も低下していなかった。このことから、売り上げ向上の可能性があると考えられる。一部のコースでは、ゲームへの協力店舗との連携内容として、参加者に割引券を提供することで飲食等の売り上げにつながった。来訪者の滞在時間に応じて一定の消費行動が見込めるため、消費をゲーム運営の資金獲得に活かす工夫の余地があると考えられる。

## (2) 地方鉄道の存続活動としての「地域探検ゲーム」のパッケージ化

前述の成果を効果的に獲得するため、時間や労力、実施費用の低減や、参加料による資金回収に努め、投入資源を抑制しつつ成果を最大化することが求められる。常設を視野に入れた運営作業の簡素化は、さらに検討する余地があり、持続的な存続活動として機能しうることが期待される。以上のような点を考慮してパッケージ化するには、現地調査シート、下敷きとなるゲーム構成、現地調査から実施までの構成（推奨プロセス）を改良する必要がある。

支援者が担う役割の煩雑さが課題であるが、その手順項目のほとんどは、地元住民や行政が実施する場合には、通常の実行や業務のコミュニケーションに含めて進捗できる可能性がある。このように、地域住民や自治体、市民団体等が自らのリソースでこそ、事業展開しやすい

点が強みである。また、実践に必要な補完（支援）方法を予め用意しておくことで、より存続活動に援用しやすいパッケージになると考えられる。

また、イベントの参加募集という理由で沿線地域の学校に協力を求める経路は、鉄道の存在問題を知らせる機会となり、存続活動への支持が期待される人々への働きかけとなるため、パッケージ化において重要である。

## 5. 今後について

本稿で試みた地域探検ゲーム「養老鉄道クエスト」では、参加者や企画者など関わった人が鉄道の存在価値に気づく機会を、イベントとして提供できることが明らかになった。加えて、「地域探検ゲーム」を、地域住民や行政が持続的な活動（事業）として展開可能なパッケージとして提案することについて、期待できる成果と課題が明らかになった。課題に対応して改良したパッケージを使用する候補者は、鉄道関係団体を含む「まちづくり団体」や、鉄道沿線の「自治体」であろう。とくに鉄道の存続に積極的な団体や自治体にとっては、乗車運動に偏りがちな存続活動について、乗車以外の新たな活動機会となり、支持や協力の拡大が期待できる。

本稿で目指したパッケージ化は、言い換えれば、地方鉄道の存続活動に適用可能なビジネスプランづくりである。今後は、使用者を具体的に想定し、彼らの課題や弱点を補うように、改良していくことが求められる。使用者候補を巻き込んだ本稿の実践は、重要なマーケティングにもなるため、課題を明らかにして改良を積み重ねていく意義は大きい。

## 参考文献

- [1] 谷口 綾子, 小林 三千宏, 田中 義晴, 平石 浩之: “モビリティ・マネジメント教育の長期的効果継続性に関する実証分析—モビリティ・マネジメント実施3年後の意識調査より—”, 土木学会論文集 H(教育) No.2, pp.45-52, 2010.
- [2] 大山 英朗, 三寺 潤, 川上 洋司: “沿線住民の認識を通じた地方鉄道の価値に関する研究: えちぜん鉄道を事例として”, 都市計画論文集 No.47(3), pp.319-324, 2012.
- [3] 御嵩町: “御嵩町地域探検事業報告書”, 2011.
- [4] 千葉県: “いすみ鉄道費用対効果分析調査結果概要”, <https://www.pref.chiba.lg.jp/koukei/shingikai/isumi/documents/isumisankou18.pdf> (2017.6.30 取得)

(?受付)