

# 令和4年度「将来にわたって旅行者を惹きつける地域・日本の新たなレガシー形成事業」 北海道開拓・近代化・内陸運輸の原点、石炭が紡いだ「鉄道史と鉄道文化」の保護保全及び活用事業

## 事業実施概要報告書

### 1. 事業の概要

#### 将来にわたって旅行者を惹きつける地域・日本のレガシー形成



##### 事業概要

- 持続的な観光地経営の実現を図るためには、将来にわたって国内外から旅行者を惹きつけ、継続的な来訪や消費額向上につながるよう、地域・日本のレガシーとなる観光資源を形成することが重要。
- こうした地域のレガシー形成には中長期的な事業実施が必要であるため、地域と連携しつつ、レガシー形成に関する実現可能性調査やプラン作成を行う。

##### 事業内容

###### ・取組内容：

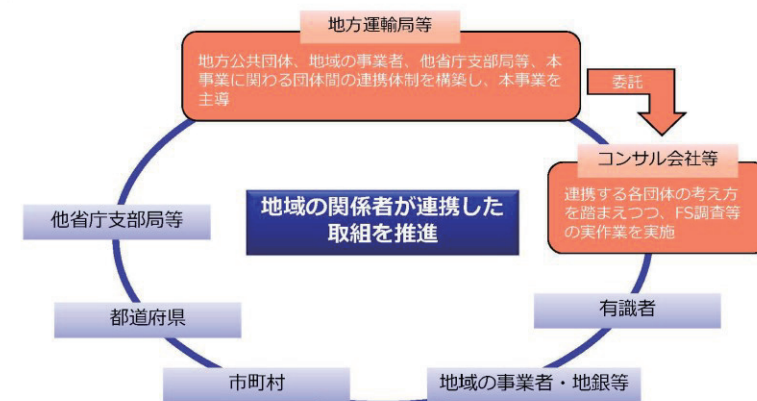
- 地域におけるレガシー形成を促進するための以下の取組
- ・実現可能性調査（FS調査）
- ・調査結果を踏まえたプラン作成

###### ・実施主体：

- 地方運輸局等  
(地方公共団体等と連携)



##### 実施体制（イメージ）



- ▶ 北海道の鉄道発祥の地・三笠において「一億年時間旅行」という地域ならではのストーリーを伝える上で、鉄道資源の次世代への継承を進めるため、各種調査を実施し提言をとりまとめ

### 2. 三笠市の基本情報の整理

三笠市と三笠鉄道村の現状と課題を把握するため、資料調査・現地視察、三笠鉄道村運営者やSLの機関士へのヒアリング調査を実施

#### 現状

- ・ 三笠市の観光入込客数はコロナ前ベースで増加傾向。但し道の駅へ一極集中
- ・ 三笠鉄道村の観光入込客数はコロナ前で年6～7万人。市内では道の駅に次いで多い
- ・ 三笠鉄道村の主な客層は道内の子連れファミリーと道外の鉄道ファン

#### 課題

- ・ 鉄道村来場者> 記念館入館者（入館料収入の機会損失）
- ・ 展示やイベントのマンネリ化
- ・ 主力コンテンツであるSLの維持費が賄えていない
- ・ SLを運転および修繕する、人材および技術力・部品の不足



<http://www.s-304.com/main/gallery/>

### 3. 鉄道の保護保全・観光利用等活用に関する調査・分析

三笠の鉄道資源の保全・観光利用に活用できる情報を得るため、全国6ヶ所の鉄道資源の事例調査を実施



京都鉄道博物館（京都）  
日本最大級の鉄道系博物館で、8両のSLを動態保存



大井川鐵道（静岡）  
SLを復活運転させた先駆けで、きかんしゃトーマス号も運行



碓氷峠鉄道文化むら（群馬）  
日本の幹線鉄道屈指の急勾配区間を記念した鉄道テーマパーク



わたらせ渓谷鐵道（群馬・栃木）  
ノスタルジーを強みとする観光中心の第3セクター鉄道



博物館明治村（愛知）  
明治時代の建築物等を保存し、SLや京都市電も動態保存



若桜鐵道（鳥取）  
上下分離方式が導入された第3セクター鉄道で、SLも動態保存

#### 三笠と共通している課題

- ・ 経験者が先細り車両も老朽化する中で直面する“経験のない故障”
- ・ 構内を運行するだけのノウハウの蓄積の限界
- ・ 国鉄やJR人脈への依存
- ・ 財源の不足

#### 参考となりそうな取り組み

- ・ できることは何でもする姿勢
- ・ 移動手段（乗り物）としての役割を果たす動態保存
- ・ 長期の視座に立った修繕計画
- ・ 鉄道や工学専門ではない学芸員の配置
- ・ 上下分離方式による、維持と運営の分離
- ・ 地域住民の愛着



令和4年度「将来にわたって旅行者を惹きつける地域・日本の新たなレガシー形成事業」  
北海道開拓・近代化・内陸運輸の原点、石炭が紡いだ「鉄道史と鉄道文化」の保護保全及び活用事業

事業実施概要報告書

4. 鉄道資源の観光利用等を踏まえたマーケティング調査・分析

三笠鉄道村の潜在顧客層である鉄道ファンと子どもを連れたファミリーの特徴や趣向を把握するため、2件のマーケティング調査を実施

1. 全国で鉄道を趣味とする人対象、有効回答850件
2. 18歳未満の子どもがいる札幌市在住者対象、有効回答1,067件

鉄道ファンの特徴

- ・ 7割は鉄道だけでなく国内観光旅行も趣味に挙げる
- ・ 7.3%は三笠鉄道村訪問歴あり
- ・ 高年収の鉄道ファンは鉄道ファン全体に比べ、三笠ジオパークのテーマと親和性が高く、より多く運転体験・寄附をする傾向がある
- ・ 若い世代の鉄道ファンは鉄道ファン全体に比べ、三笠ジオパークのテーマと親和性が高い可能性があり、より多く運転体験・寄附をする傾向がある

子どものいる札幌在住者の特徴

- ・ 7割弱は月に1回以上休日に子どもとお出かけ。2/3は行き先を直近3日以内に決める
- ・ 休日の行き先の決め手は子どもの興味、次いでお手頃な費用。決定権は主に女性
- ・ 情報源は口コミ、テレビ、お出かけ先のウェブサイト（30代女性はInstagramが突出）
- ・ 18.2%は三笠鉄道村・三笠鉄道記念館訪問歴あり

5. 今後の観光客受入に向けた持続可能な体制づくりの提言

保 全

鉄道資源の保全

- ① 機関士経験人材の発掘
- ② 営業中の鉄道会社との技術交流

観 光

鉄道資源の観光利用

- ③ 高年収および若い世代の鉄道ファンへのプロモーション
- ④ 子連れファミリーの顧客体験向上を通じた口コミの展開

体 制

持続可能な管理体制の構築

- ⑤ 基金の創設等を通じた、鉄道資源の維持費の財源確保
- ⑥ 三笠鉄道村の収益力の向上
- ⑦ 学芸員の採用を通じた、三笠の鉄道資源の価値づけ
- ⑧ 地域学習への取り組みを通じた地域住民の“愛”の醸成

ネットワーク

全国の鉄道資源のネットワーク化

- ⑨ 全国ネットワークの構築

取り組み		短期 2023～2024	中期 2025～2030	長期 2031～
保 全	① 機関士経験人材の発掘	JR貨物等の事例調査	JR貨物等との関係の深化	人材発掘
	② 営業中の鉄道会社との技術交流	JR西日本への共同事業提案、 大井川鐵道との共同事業実施	JR西日本との共同事業実施	技術交流
観 光	③ 高年収および若い世代の鉄道ファンへのプロモーション	鉄道雑誌等への露出、 話題づくりとSNSでの発信	鉄道から三笠全体の導線整備、 SNS発信の継続と進化	
	④ 子連れファミリーの顧客体験向上を通じた口コミの展開	詳細なニーズの調査、 接客サービスの向上	接客サービスの進化	
管 理	⑤ 基金の創設等を通じた、鉄道資源の維持費の財源確保	基金の創設	基金への資金受入の拡大	基金の活用
	⑥ 三笠鉄道村の収益力の向上	他地域に倣った取り組みの導入	構内有料化の検討	三笠ゾーンと幌内ゾーンをつなぐ方策の検討
ネ ッ ト ワ ー ク	⑦ 学芸員の採用を通じた、三笠の鉄道資源の価値づけ	学芸員の採用	三笠の鉄道資源の研究	展示更新の検討
	⑧ 地域学習への取り組みを通じた地域住民の“愛”の醸成	ジオパーク学習への試験導入	市内の全学校への展開	
	⑨ 全国ネットワークの構築	課題共有フォーラムの開催、 鉄道主要地域の事例調査	全国ネットワークの構築、 全国を結ぶストーリー形成	

提言内容を踏まえた今後の取り組み例