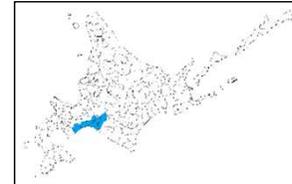


# JR北海道の維持困難線区に関する東胆振首長懇談会

令和元年8月19日設置



## 概要

JR北海道日高線は、苫小牧～鷓川間 4駅(うち有人駅: 苫小牧駅、無人駅: 勇払駅、浜厚真駅、鷓川駅)、30.5kmの路線で、苫小牧市・厚真町・むかわ町の1市2町にわたる路線であり、東胆振1市4町(苫小牧市、白老町、厚真町、安平町、むかわ町)、北海道、JR北海道が、「アクションプラン実行委員会」を設置し、利用促進やコスト削減等に取り組んできた。

令和6年度及び7年度には、継続的利用意向や、他交通手段との利便性比較等の調査を行い、抜本的改善方策の策定につなげるため、「JR北海道の維持困難線区に関する東胆振首長懇談会」として、再構築調査事業に取り組んだ。

## ○JR北海道日高線の輸送密度及び収支(令和6年度)

- ・輸送密度 388人／日
- ・営業損益 △414百万円
- ・営業係数 1,162円

## ○JR北海道日高線の課題

- ・利用者の大幅な減少による収支の悪化(営業損益△414百万円)
- ・通学定期利用が主体で、一般利用者が極端に少ない状況
- ・列車本数上下17本と運転本数が少ないが、増発は困難。

## ○地域公共交通再構築調査事業の主な内容

- ・日高線沿線イベント活用による日高線利用調査事業
- ・むかわ町ウェルネスツーリズムによる日高線利用調査事業

## ○JR北海道の維持困難線区に関する東胆振首長懇談会開催状況

- 5月20日 第1回を開催
  - ・令和7年度日高線アクションプラン調査・実証事業について
- 6月5日 第2回を開催
  - ・令和6年度事業報告及び決算報告、令和7年度事業計画及び予算について

## JR北海道日高線の概要



## ●事業の結果概要

### 1. 日高線沿線イベント活用による日高線利用調査事業

日高線沿線(苫小牧市・厚真町・むかわ町)で開催される各イベントに合わせて、希望者への無料乗車券配布を通じ、イベント参加者の日高線利用を促し、運賃負担の有無による利用動向の変化と日高線利用に関する意識調査を実施。

#### ①とまこまい港まつり

目標:参加者200名/回収200枚(回収率 100%)

実績:参加者 67名/回収 60枚(回収率 89.6%)

#### ②厚真町プロサーフィン大会

目標:参加者100名/回収100枚(回収率 100%)

実績:参加者 28名/回収 25枚(回収率 89.3%)

#### ③むかわグルメフェスタ

目標:参加者200名/回収200枚(回収率 100%)

実績:参加者 34名/回収 32枚(回収率 94.1%)



天候が悪く、イベント参加者数自体少なかったため参加者数も少なかったが、参加者のうち「沿線自治体のイベントに出かけたことがない」と回答したものが多く、本事業は交流人口の増加に効果があった。

### 2. むかわ町ウェルネスツーリズムによる日高線利用調査事業

健康や癒しを目的とした旅行による日高線の利用促進と持続可能性への影響を調査するため、「道の駅四季の館スポーツプラザ・温泉」と「むかわまちづくり」エリアを巡る「いつでもウォークむかわコース」等を組み合わせ、SNSを中心としたWebでの情報発信と、苫小牧市周辺地域や札幌圏での駅頭等での広報活動を展開する。また、道の駅四季の館「四季の湯」の入浴料金を割引することで、健康や癒しを目的とした旅行による日高線の利用促進効果の調査を実施。

目標:参加者数300人、アンケート回収数300人(100%)

実績:参加者数142人、アンケート回収数62人(41%)

ウォーキング参加並びにアンケート回収の目標には及ばなかったが、本事業の健康増進を目的としたウォーキングと温泉の組み合わせについては、アンケートから、一定の評価が得られたと解釈でき、中高年齢者を中心に利用が期待できる。鉄道愛好者の参加も25%あったことから、次年度については、鉄道愛好者を引き込む誘引策を加えた企画として事業化を図りたい。



#### 四季の館 スポーツプラザ

ランニングマシンやエアロバイク、筋肉トレーニングマシンに、25mプールも備え、温泉入浴料金だけで、ご利用いただけます。

子供用流水プールもあり、子供も楽しくご利用いただけます。

- <プール営業時間>
- ・月～土曜 PM13:00～PM20:00
- ・日曜・祝日 AM10:00～PM20:00
- <トレーニングジム営業時間>
- ・月～土曜 PM13:00～PM21:00
- ・日曜・祝日 AM10:00～PM21:00



## ●事業の今後の改善点(特記事項含む)

令和7年度事業として、「目標数への到達」という集客面で大きな課題が残った。

### 【今後の改善点】

#### ①広告の強化

SNSやポスターでの広告を強化し、「鉄道ファン」「サーフィン愛好家」「グルメ好き」「週末の家族連れ」等、属性を絞った発信により関心層へのアプローチを実施する。

②イベント会場が駅から離れている場合、会場までのアクセス情報を発信することにより「降車後の不安」を解消を図る。

③アンケート回収率は向上したが、今後はアンケート結果をどのように事業に活かしていくか検討が必要である。

④アンケートの「不満点」の深掘りを実施するため、項目に「なぜ車ではなく列車を選んだか(あるいは選びにくかったか)」という設問を強化し、具体的なダイヤ改善要望の把握に繋げる。

⑤潜在顧客へのアプローチをするため、今回参加した「モニター層」に対し、次回のイベント情報を直接メールやLINEで配信できる仕組みを構築し、固定ファン化を図る。

## ●事業実施の適切性

計画通り事業は適切に実施された。

## ●地方運輸局及び地方航空局における二次評価結果

- ・事業は計画どおりに実施されている。
- ・目標の参加者数に達してはいないが、日高線利用増加の効果はあった。今後はさらなる参加者増加のため効果的な周知方法をご検討いただきたい。

また、今回のアンケート結果を深掘りして分析し、具体的な改善策に繋げていくことをご検討いただきたい。

- ・今後、持続可能性と利便性の高い地域公共交通への再構築に向けて取り組んでいただきたい。