

JRローカル線維持・利用促進協議会 実施方法の変更

-
- 1 令和9年度 協議会（RT）実施方法の変更
 - 2 令和8年度 年間スケジュール
 - 3 令和9年度 施策検討に向けた留意事項
-

1 R9年度 協議会（RT）実施方法の変更

R4～R8

前年度の取組実績や 新年度の取組内容を網羅的に発表	
開会挨拶	2分
各路線の発表 (10分×5路線)	50分
広域の取組の発表	3分
有識者 10分/各分野×3名	30分
J R 発言	5分
合計	90分

R9以降

既に行っている取組の中から代表的な優良事例や課題・支障事例等にしばって発表	
開会挨拶	2分
各路線の発表 (3分×5路線)	15分
広域の取組の発表	3分
質疑応答 ※適宜	5分
優良事例や課題を発表 (4分/路線) ①有識者 (交通、まちづくり、観光) からの助言・意見交換 (4分/路線) ②参加委員からの質疑・意見 (2分/路線) (合計10分/路線×5路線 = 50分)	50分
J R 発言	5分
意見交換等	10分
合計	90分

有識者や運輸局からの適切なアドバイスをいただきやすく、より充実した協議会とする

後日HPに公開するため、読み上げ時間を短縮

有識者を含む出席者同士での横展開・課題の解決に向けた議論を誘発

各路線で進めている、①優良事例や成功事例を横展開するとともに、②課題や悩み等を共有し、有識者から助言等を得る運営方法へ変更することで、路線間の更なる相互連携を促し、地域の実情に応じた実効性の高い施策を展開できる体制とする

2 R8年度 年間スケジュール

案	R 8												R 9				
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	
	議会			議会			議会			議会			議会				
				● JR輸送密度開示			● JR収支開示										
今後	RT意見・提言反映 今年度取組の方向性の共有 6月説明会			第1回WT WT間での情報共有 8月情報共有会議			各種イベント実施			第2回WT 12月～1月R9施策の検討			RT意見・提言反映 3月RT事前打合せ			第1回WT	

今年度から実施

次回開催に向けたスケジュール

- R8.6** : 各県民局へRT実施方法の変更内容を説明
- R8.8** : 各WT間の情報共有を目的とした会議の実施（R9RTで発表するR8の優良事例抽出）
- R8.9以降** : 鳥取県との連携等、R8RTでの意見を踏まえた施策の実施（12月～1月：R9施策の検討）
- R9.3まで** : 各WTにおける優良事例や既存取組における課題等の整理（3月：RT事前打合せ）
- R9.4** : RTの実施

【過年度からの変更点】

- ・説明会（6月）・情報共有会議（8月）の実施
- ・RTでの優良事例・課題事例の共有

〇〇等を活用したJR〇〇線の魅力発信事業

【概要】

※具体的に記載

【実施内容】

- ①実施主体：
- ②連 携：
- ③実施媒体：
- ④開催時期：

【実施結果】

※なるべく定量的に記載

【評価できる点】

※以下の視点から多角的に評価

- ①持 続 性：
- ②横 展 開：
- ③費用・手間：
- ④効 果：
- ⑤費用対効果：

【課題】

※具体的に記載

【写真・図表】

3 令和9年度 施策検討に向けた留意事項（鉄道利用促進施策の分類と検討の視点）

- 鉄道利用を増やすには、「観光施策」だけでなく、「高校生・高齢者・通院利用・買い物利用」等の日常利用をいかに増やすかの視点が重要
- 「利用促進イベント型」、「日常利用定着型」、「まちづくり型」のベストミックスが求められる

●施策分類表

輸送密度 への効果	大分類	小分類	主な施策
小	(1)利用促進イベント型	①イベント型	マルシェ、スタンプラリー、貸切列車、企画切符
		②観光誘客型	観光列車、周遊バス、フォトコンテスト、サイクルトレイン
中	(2)日常利用定着型	③運賃補助型	定期券補助、特急利用補助、団体利用補助
		④二次交通整備型	デマンド交通、自動運転バス、MaaS導入
		⑤意識醸成型	高校生参加、人材育成、情報発信
		⑥駅拠点整備	コワーキングスペース、交流スペース、カフェ、物販、行政窓口
		⑦地域商業	デジタルポイント、駅ペイ、物販
大	(3)まちづくり型	⑧居住人口・ 関係人口拡大	駅周辺開発（企業、学校、社宅、商業施設） コンパクトシティ

3 令和9年度 施策検討に向けた留意事項（R8年度RTでの有識者等ご意見の整理）

※短期で改善を目指せる項目

テーマ	評価できる点	改善点
①方向性・概念	・継続的な取組事例の蓄積 ・観光利用と日常利用、両方の施策	・「マイレール意識」が抽象的
②発信	・オウンドメディアによる活発な情報発信	・外部への発信 ・他のローカル線と協調した発信 ・まちづくり等と連携したリアルな発信
③広域連携・分野横断	・食×観光、フィールドパビリオン×列車等の取組	・シームレスな移動の提供 ・横断的な発信・連携の不足（他府県連携も不足） ・路線ごとの取組に留まる
④テーマ性・魅力	・具体的なキーワードが入ったキャンペーンの実施（ご褒美鉄道旅、ガジロウ、恐竜AR等） ・分かりやすいコンセプト（「乗って守ろう」等）	・テーマの具体性が低い ・違う視点からのインセンティブが不足
⑤若者・人材活用	・若者をターゲットにした施策（定期代補助、高校生デザインの中づくり広告の掲示等）	・担い手不足 ・若者が稼げない構造 ・若者発信・主体化が弱い
⑥調査分析	・通勤定期モニター等の実証実験の実施（赤穂線）	・アンケート結果の分析・活用不足
⑦まちづくり・拠点形成	・駅舎施設の再活用（過去事例：太市駅）	・担い手不足 ・交流人口→関係人口へという流れが確立できていない

3 令和9年度 施策検討に向けた留意事項（新規取組や既存取組見直し検討にあたってのヒント（一例））

①取組の具体化を追求	②異なる視点からのインセンティブを追求
具体的なテーマや目的があれば人の行動に繋がしやすい。 概念や施策の目的が抽象的であるならば、その具体性を上げることが重要 ↓ 【固有名詞やキーワードの入った施策に】 再確認すること 1) 実施施策の中に固有名詞を盛り込む・見つける 2) 旅のテーマや何をすることが具体的に思い浮かぶプランを作成 【具体例】 ① 現状 テーマ : ローカル線で地域の魅力を感じる旅 内 容 : 北条鉄道に乗り、沿線の風景を楽しみながら観光スポットを巡る 課 題 1) 具体的に何ができるのか分からない 2) 北条鉄道ならではの魅力が見えない ②再検討の過程 I. 使える資源を具体化 駅 : 法華口、播磨下里駅 特 徴 : 木造駅舎、ボランティア駅長 体 験 : 駅舎カフェ、切符体験、写真スポット 雰囲気 : 昭和レトロ、ノスタルジー II. 旅のイメージを具体化 行動ベースに落とし込み (案) ・粟生駅から北条鉄道に乗車 ・法華口駅で下車 ・木造駅舎とカフェで休憩、写真撮影 ・ボランティア駅長と交流 ・再乗車し、田園風景を楽しむ ③最終プラン テーマ : レトロ駅舎カフェと駅長に会いに行く北条鉄道の旅 内 容 : どこか懐かしい木造駅舎が残る「法華口駅」。ここでは、ゆったりとした時流れるカフェで一休みしながら、写真撮影や駅長さんとの交流が楽しめる田園風景の中を走る北条鉄道で、“ここでしかできない体験”を見つけてみませんか？	経済的利点等だけでは、インセンティブとして不十分。 社会的にどのように役に立つかなど、異なる視点からインセンティブを示すことが重要 ↓ 【新たな利点やインセンティブを示す】 再確認すること 1) インセンティブの整理と深堀 2) 新たなインセンティブを訴求できるプランを再構成 【具体例】 ①現状 テーマ : ローカル線スタンプラリー施策 内 容 : 各駅を巡ってスタンプを集め、一定数集めると景品に交換できる メリット : 景品がもらえる 課 題 : 景品目的の参加になりがち、再来につながりにくい ②再検討の過程 I. インセンティブの深堀 1) 体験価値としての再解釈 スタンプ収集を「各駅の個性や物語に触れる体験」として位置付ける 例) 駅ごとのテーマを提示する、周辺情報を紐づける 2) 社会的意義としての再解釈 スタンプラリー参加を「地域交通・地域経済への貢献活動」として位置付ける 3) 参加・関与感としての再解釈 単なる参加者ではなく「路線や地域を応援する関係人口」として位置付ける 4) 発信価値としての再解釈 スタンプラリーを「訪問記録・発信コンテンツ」として活用 ③最終プラン テーマ : まちとつながる鉄道スタンプラリー 内容 : 観光客誘客型のスタンプラリーを、地元住民の利用を促す意識醸成型として再構成。 例) 小中学校の探究学習等で駅周辺の謎解きクイズを加えてスタンプラリーを開催。 地域鉄道と周辺地域資源の魅力を鉄道に乗車して学ぶことで、鉄道愛と郷土愛を育む。加えて、大人になっても地域鉄道を利用する意識醸成を図ることで、一過性のスタンプラリーを継続性のある地元利用につなげる。