

総 研 し ギ ー ト

農協と鉄道会社の連携の 可能性に関する調査

本報告書は、鉄道会社が行っている「農」に関連した取組みを調査し、そのきっかけや目的、効果等を明らかにしており、今後の農協と鉄道会社との連携にあたっての参考に資することを目的としている。

農林中金総合研究所

はじめに

本稿は、(株)農林中金総合研究所が2017年度に実施した「農協と鉄道会社の連携の可能性に関する調査」の結果報告書である。

農協は、組合員に対する営農や生活に関連する事業だけでなく、農業振興や地域の活性化に対する取組みを実施している。JA全国大会決議(2015年)においては、重点実施分野のひとつとして「地域の活性化」への貢献に取り組むことを宣言しており、政府の「地方創生」に積極的に参画し、行政や他団体と連携して総合事業と組織活動を通じて、「持続可能な農業」と「豊かでくらしやすい地域社会」の実現をひとつの方向性として明示している。

地域の活性化については、地方自治体をはじめ、地域密着型の組織体である鉄道会社や商工会議所・商工会、商店街、地元NPO、スポーツチーム・団体等も行っている。少子高齢化や人口減少・過疎化、地域経済の衰退等の厳しい経営環境に直面している地域が多いなか、地域価値を長期的に高める地域活性化に取り組むことは、転出抑制・転入促進、交流人口の拡大を促し、地域密着型組織の事業・活動の維持・発展に重要である。

鉄道会社では、地域住民の利用頻度の向上や観光客獲得のために、様々な取組みを行っており、その中には地域組織・団体との連携を通じた観光振興や駅弁等の特産品の開発、情報発信等がある。農協や農家が鉄道会社と連携しているケースもあり、今後は鉄道会社と連携した農産物の販売をはじめとした地域の活性化は農協にとっても必要な取組みのひとつと考えられる。本調査では鉄道会社が行っている「農」に関連した取組みを調査し、取組みのきっかけや目的、効果等を明らかにすることにより、今後の農協と鉄道会社との連携にあたっての参考に資することを目的とする。

調査対象の鉄道会社および農協、その他組織として、津軽鉄道株式会社、企業組合でる・そーれ(青森県)、秋田内陸縦貫鉄道株式会社(秋田県)、ひたちなか海浜鉄道株式会社、常陸農協、那珂湊漁協女性部(茨城県)、えちぜん鉄道株式会社、福井市農協(福井県)、南海電気鉄道株式会社、阪神電気鉄道株式会社、能勢電鉄株式会社に協力をお願いした。ご多忙にもかかわらず調査にご協力いただいた方々に改めて感謝申し上げます。

本報告書は、第1章で調査結果の総括、第2章以降で各農協の事例についての調査結果を紹介する。

なお、調査は、効率的かつ的確に行うため、当社内に調査実施に関する検討委員会を設け、そこでの検討結果を踏まえて実施した。

検討委員

茂野 隆一(筑波大学)
氏家 清和(筑波大学)
間々田 理彦(愛媛大学)
鈴木 利徳

オブザーバー

福田 竜一(農林水産政策研究所)
事務局
尾中 謙治(農林中金総合研究所)

2018年3月

(株)農林中金総合研究所

目次

I.	農協と鉄道会社の連携の可能性に関する調査（総括）	1
		（尾中 謙治）
II.	えちぜん鉄道株式会社と福井市農協との連携による農業体験イベント「営農電車」	8
		（茂野 隆一）
III.	ひたちなか海浜鉄道株式会社と農協・漁協の女性部との連携による直売所活動	15
		（氏家 清和）
IV.	秋田内陸縦貫鉄道株式会社と農家女性グループとの連携による取組み	23
		（尾中 謙治）
V.	津軽鉄道株式会社と女性グループとの連携による取組み	28
		（尾中 謙治）
VI.	能勢電鉄株式会社による農産物直売所と市民農園の取組み	36
		（福田 竜一）
VII.	南海電気鉄道株式会社における「農業」に関連した沿線活性化事業に関する活動	46
		（間々田 理彦）
VIII.	阪神電気鉄道株式会社の沿線活性化への取組み	56
		（尾中 謙治）

I. 農協と鉄道会社の連携の可能性に関する調査（総括）

1. はじめに

鉄道・運輸機構 鉄道助成部「地域鉄道における再生・活性化に向けた事例調査＜概要版＞（2012 年度）」によると、「地域鉄道は、地域住民の移動手段として重要な役割を担い、地域の経済活動の基盤であるとともに、移動制約者の交通手段の確保や地球環境問題への対応、まちづくりと連動した地域経済への波及効果など、様々な効用を生み出す社会インフラ」と記されており、これは地域鉄道に限らずすべての路線に当てはまることである（一般に鉄道路線は、新幹線、在来幹線、都市鉄道、地域鉄道に分けられる）。

しかし、地域にとって重要な資源として位置づけられている鉄道会社（鉄道事業者）であるが、人口の減少、少子高齢化、モータリゼーションの進展等によって、厳しい経営環境にさらされており、廃線を余儀なくされた鉄道会社もある。そのような中、鉄道会社は沿線価値・地域価値の向上につながる地域活性化に取り組んでおり、それによって既存住民の転出抑制・新住民の転入促進、沿線内外の住民による交流・観光人口の増加を図ろうとしている。鉄道会社だけでなく、地域に根ざした組織にとって、地域活性化は組織の存続・発展にあたって重要事項であり、農協も例外ではない。

地域活性化にあたっては、単独で実施するよりも地域の他組織と連携するほうが、人的・資金的面で効率的であり、取組み内容や範囲、アプローチ先が広がる等で効果的である。その際の連携先の選定という問題はあるが、鉄道会社は社会的インフラであり、農協にとっては最適な連携先のひとつといえる。また、経営的に厳しい地域鉄道においては、国土交通省鉄道局・観光庁『地域鉄道の再生・活性化等研究会報告書「観光とみんなで支える地域鉄道」』（2013 年 6 月）で、地域鉄道の再生・活性化の道について、「その道は、地域鉄道事業者が一人で見つけ歩むのではなく、社会的意義を持ち、その役割を果たす責任ある主体として、地域住民、観光客、地元産業界、自治体等の多くの応援団とともに歩む道である」としており、他組織との連携・協力の必要性を記している。

本調査は、地域活性化にあたって農協が鉄道会社と連携できる可能性を探るものであり、鉄道会社が行っている「農」に関連した取組みを中心に調査しており、以下ではその取組み内容の概要と連携の可能性、メリット等を整理する。

2. 鉄道会社の「農」に関連した取組みと連携の可能性

今回調査した鉄道会社 7 社の取組み概要は表 1 のとおりであり、各社の具体的な取組みについてはⅡ章以降で紹介している。「農」に関連した取組みを大別すると、農業体験（①、④）、貸農園・体験農園（⑤、⑥）、駅での直売（②、⑤、⑥）、車内販売（④）、車内での食事の提供（③、④）、野菜生産（⑦）がある。各鉄道会社の連携先については、えちぜん鉄道の事例は地元農協、ひたちなか海浜鉄道は農協女性部、秋田内陸縦貫鉄道と津軽鉄道は地元農家女性等によるグループ、能勢電鉄と南海電鉄は農協以外の他組織、である。

表 1. 調査した鉄道会社の「農」に関連した取組み概要

	えちぜん鉄道 ①	ひたちなか海浜鉄道 ②	秋田内陸縦貫鉄道 ③	津軽鉄道 ④	能勢電鉄 ⑤	南海電鉄 ⑥	阪神電鉄 ⑦
路線	地域鉄道 (第三セクター)	地域鉄道 (第三セクター)	地域鉄道 (第三セクター)	地域鉄道 (中小民鉄)	都市鉄道	都市鉄道	都市鉄道
類型化※	生活路線	生活・観光路線	観光路線	観光路線	—	—	—
「農」に関連した 取組み (関係組織)	農業体験イベント 「営農電車」 (福井市農協)	駅での直売 「野菜と干物の朝市」 (常陸農協女性部・ 那珂湊漁協女性部)	車内で食事の提供 「ごっつお玉手箱列車」 (農家女性等による グループ)	野菜等の車内販売 車内で食事提供、等 (農家女性等による グループ)	直売所「旬菜マルクト」 (個別農家)／ 貸農園 (㈱マイファーム)	体験農園、 直売所「ベジステ」等 (泉州アグリ、他)	高架下での野菜生産 「阪神野菜栽培所」 —

※：「地域鉄道における再生・活性化に向けた事例調査＜概要版＞（2012 年度）」の「経営環境や経営状況に基づく地域鉄道の類型化【平成 22 年度データによる分析結果】」を利用。そのため都市鉄道である 3 社の類型化はなし。以下引用。

「生活路線：定期利用者の割合が多く、利用者のほとんどが生活の足として鉄道を利用している事業者である。比較的路線延長が長く、大規模な都市が沿線に存在しない傾向がある。

生活・観光路線：沿線に有する観光資源の P R や観光事業の展開等により、生活路線・観光路線の両方の性格を有する鉄道事業者である。

観光路線：観光路線としての特徴が色濃く、他の事業者に比べて定期利用者の割合が低い。沿岸部や山間など、自然的な観光資源を有する路線が多い傾向がある」

資料：筆者作成

（１）農業体験

えちぜん鉄道の「農業体験」は、福井市農協と連携して行われており、参加者がえちぜん鉄道を利用して圃場に行き、野菜の収穫や出荷作業、しめ縄飾り作りやそば打ち等を体験するものである。駅からの移動途中に農協の予冷库や直売所等の見学が含まれているものもあり、参加者に農協のことを知ってもらう良い機会になっている。役割分担は、農協側は農業体験、講習会等の企画・準備、えちぜん鉄道はツアー企画、参加申込み受付等となっており、実行時には各組織から人を出し、そこに農家が加わる形である。

津軽鉄道の「農業体験」は、津軽鉄道を利用して最寄駅まで移動し、その後に農業体験（ブルーベリー農園での摘み取り体験やアスパラ収穫体験、そば打ち体験など）するというイベントの開催を、沿線の農漁村女性グループ（津鉄応援直売会）が津軽鉄道と共に計画・実行している。

鉄道を使っの「農業体験」に対する鉄道会社のニーズは高く、実際に福井市農協とえちぜん鉄道が連携した農業体験は人気である。ひたちなか海浜鉄道は、農協と連携できるのであれば、農業を組み合わせたツアーの企画・開催をしたいと考えており、それによって地元農産物の P R や地域活性化に繋がることを期待している。他にも農家民泊や畑オーナー制等と組み合わせた「農」に関連したツアーが考えられ、農協が連携できることは多い。えちぜん鉄道と福井市農協の両担当者は、「今後、田植えから収穫、沿線の飲食店での調理までを体験できる企画を実験したい」と考えている。福井市農協が農業体験をする目的としては、地域の人々に「農」への関心をもってもらうことと地産地消の促進がある。鉄道会社と連携する農協側のメリットとしては、募集にあたっての車内吊りやチラシ（駅舎等への備置）等の多様なツールの活用があり、これによって農協が単独で告知するより

も多様な層にアプローチすることができている。また、えちぜん鉄道との連携した営農体験は、地域に広くPRされ、外部の人々との交流機会も創出されるので、農家や農協職員のモチベーションの向上にも貢献している。

（２）貸農園・体験農園

「貸農園・体験農園」には、能勢電鉄や南海電鉄が取組んでいるが、両社とも農園の運営にあたっては農協以外の他組織を活用している。能勢電鉄は体験農園（貸農園）等を各地で展開している㈱マイファーム、南海電鉄は沿線の大阪府泉佐野市を中心に農業を行っている㈱泉州アグリに委託している。南海電鉄においては、当初は全３回（座学、植付、収穫）の「週末農業体験」を開催し、その経験を活かして、１年間全１２回開催する「週末農園塾コース」や農園利用方式による「くらし菜園羽倉崎」等も展開している。能勢電鉄は、鉄道のトンネルの上の土地活用として貸農園を行っている。

「貸農園・体験農園」については、農協や農家が単独で貸農園・体験農園を提供しているケースがあり、そのようなところはすぐに鉄道会社と連携できる可能性はある。秋田内陸縦貫鉄道は沿線農家と連携して体験農園を提供したいという構想もあり、「農業体験」と同様に「貸農園・体験農園」に対する鉄道会社のニーズは高いと思われる。鉄道会社は、地域の鉄道会社であっても農業の世界では「よそ者」であり、貸農園・体験農園を単独で展開することは、農地や周辺農家との調整等で容易ではない。農協は鉄道会社を農業参入の一事業者として捉え、貸農園・体験農園の展開を支援することによって、地域の農業振興を図るというのも一手である。体験農園等によって就農・定住につながることを期待している鉄道会社もある。別の視点として、鉄道会社には、トンネルの上や高架下等の遊休地の活用が課題となることがあり、この遊休地は草刈等の土地管理コストがかかり、景観が悪くなる等の問題がある。農協は当地を活用して、貸農園・体験農園、直売所等を展開することも考えられる。

（３）駅での直売、車内販売、車内での食事の提供

「駅での直売」をしているのは、ひたちなか海浜鉄道と能勢電鉄、南海電鉄であるが、運営の仕方は各社で異なっている。ひたちなか海浜鉄道と南海電鉄は、駅のスペースを生産者に貸し出す形態であるが、能勢電鉄は自前で直売を実施している。ひたちなか海浜鉄道は地元農協と漁協の各女性部に駅のスペースを無償で提供しており、南海電鉄は農業法人である㈱泉州アグリに駅中のテナント・場所を貸している。能勢電鉄は、自前で出荷する農家を集め、パートを雇用して駅で販売をしている。

津軽鉄道による「車内販売」は、津鉄応援直売会が沿線の遊休農地の現状と津軽鉄道の経営難を何とかしようとして始めた取組みであり、津鉄応援直売会は駅舎でのイベント等での直売も行っている。津鉄応援直売会の存在によって、津軽鉄道のイベント等の展開が比較的容易となり、列車や駅舎、地域の賑わい・活性化を実現している。マスコミなどに

も頻繁に取り上げられてPR効果も高く、話題性があるので口コミによる集客も実現している。津鉄応援直売会の会員自体は、活動にやりがい・生きがいを感じており、農産物の生産・加工にも積極的に取り組んでいる。秋田内陸縦貫鉄道の「車内販売」は、地元の菓子店や惣菜業者等が列車に乗って新商品を販売する機会を提供しており、地元業者にテストマーケティングができる機会を提供している。

秋田内陸縦貫鉄道と津軽鉄道による「車内での食事の提供」は、それぞれ「ごっつお玉手箱列車」と「おらほの味じまん列車」というイベント列車で、沿線の農家女性が旬の料理をいくつかの駅から一品ずつ積み込んで、乗客にフルコースを提供するというものである。ごっつお玉手箱列車は、農家女性とのふれあひも魅力となって、多くの参加者を集めている。テレビや雑誌にも取り上げられ人気は継続しており、鉄道だけでなく地域のPRにもなっている。

「駅での直売」や「車内販売」「車内での食事の提供」は、農協にとっては新たな販路や地元農産物のPR、新商品のテスト販売、農協女性部の活動の場等として活用できる可能性がある。「駅での直売」は主に地元住民、「車内販売」と「車内での食事の提供」は主に観光客を対象としている。能勢電鉄が「駅での直売」をする目的は、「鉄道ご利用のお客様へのサービスの向上（駅の賑わいの創出）、沿線住宅に住んでいただくための付加価値向上（生産地に行かなくても最寄り駅で地元産野菜が購入できる）、地産地消の促進による沿線地域の活性化」であり、他社もほぼ同一と考えられる。

津軽鉄道では、駅の売店で地元高校生が作った野菜や米等を販売しており、彼らの協力のもと「みそドーナツ」という人気商品も開発している。また、駅の傍にある津軽鉄道本社1階では、女性グループがコミュニティ・カフェを運営し、地域の拠点として活動している。同様の取り組みは、農協や農協女性部にもできる可能性があり、鉄道会社の駅の売店やレストランを活用（商品や食材の提供等）することを一考する価値はある。また、農協は駅でのイベント等の支援・協力もしくは企画・実施をすることも、地域農業・農協のPRや地域活性化にあたって有効であろう。駅前で農業者によるマルシェ等を実施したいという鉄道会社もあり、「駅での直売」にあたって農協が提案・提供できることは多いと考えられる。

「車内販売」や「車内での食事の提供」は、実際の販売は農協女性部が対応できそうであり、津軽鉄道や秋田縦貫鉄道の事例では、農協女性部に類する団体が車内販売・食事の提供を行っている。津軽直売応援会の会員は直売活動を通じて乗客との交流を大切にしながら所得の向上を図っており、やりがい・生きがいを感じている。農協としては車内で販売・提供する商品、特に駅弁・食事の開発や食材提供で関わることができそうである。津軽鉄道の駅弁は地元の総菜店と連携してつくられており、以前ヒアリングしたわたらせ渓谷鉄道では、地元の養豚牧場と醤油蔵元と連携して、地産地消弁当を開発・販売していた。このような取り組みに農協も関わる余地はある。

(4) 野菜生産

阪神電鉄の植物工場「阪神野菜栽培所」による「野菜生産」は、鉄道の高架下のスペースの有効活用のひとつであった。阪神電鉄の高架下の活用例としては、他に高齢者向けリハビリ特化型のデイサービスや高架下での店舗開業支援（ソダッテ阪神沿線 新在家編）、レンタルスペースの開設（E n＋新在家）がある。野菜生産に参入した理由は、鉄道事業者としての「安全・安心」のブランドイメージを、「食の安全」にも活かしていこうと考えたからである。

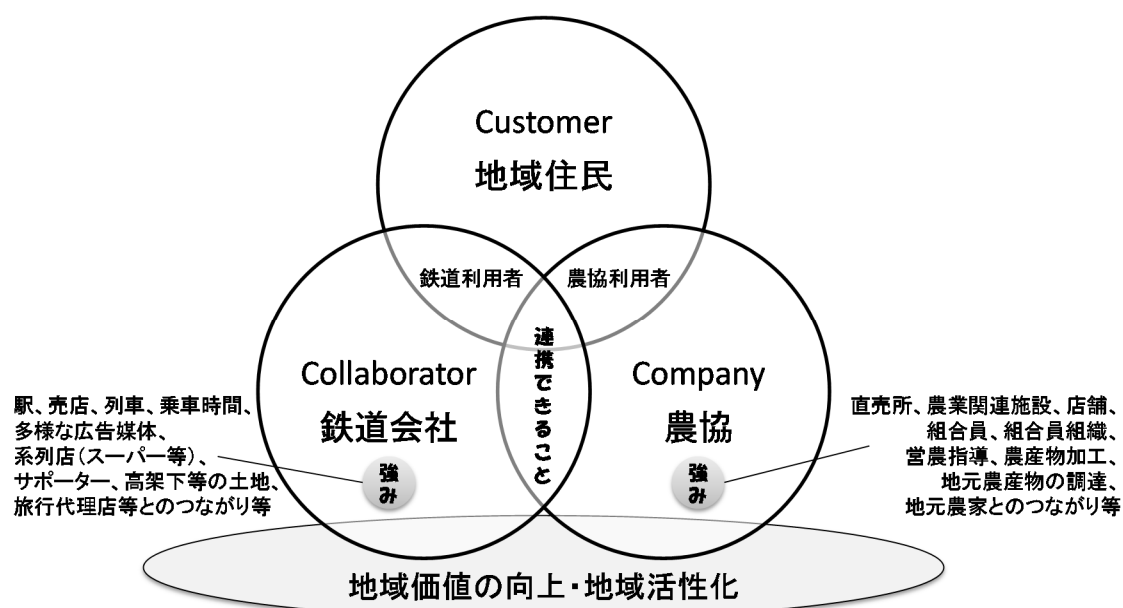
鉄道会社による「野菜生産」に対して、農協は野菜の販売への協力、反対に鉄道会社の販路の活用等が考えられる。実際に阪神野菜栽培所と地元農協との連携としては、駅等で一緒に2～3回イベントで販売したことがある程度であった。

3. 連携のメリットと課題

農協が連携先を選定するにあたって重要な点は、相手企業が農協のビジョン・価値観に合致しているかどうかである。鉄道会社においては、農協と同様に地域価値の向上・地域活性化を目指しており、連携先としては最適であると判断できる。鉄道会社側からも「農協は民間企業より公共のイメージが強いので連携がしやすい」という意見もある。

鉄道会社の強みとしては、駅や売店、列車、乗車時間、多様な広告媒体、系列店（スーパー等）、サポーター組織、鉄道ファン、高架下等の土地、旅行代理店等とのつながり等があり、連携するメリットはこれらを活用することができることである。また、鉄道会社と連携することによって、農協が単独で実施するよりもマスコミ等に取り上げられる機会は

図1. 連携にあたってフレームワーク



資料：筆者作成

多く、PR効果は高い。

広告・PRにおいては、鉄道会社は広告媒体が多様で、情報発信が上手である。農協にとっては普段の接点が少ない人に告知することが可能となる。また、地域社会に広く告知されることによって、農家や農協職員のモチベーション・やりがいの醸成にも繋がる。加えて、鉄道会社を通じて地域住民の声・要望を聞くことも可能である。

農協にも参考になる取組みとして、秋田内陸縦貫鉄道では、全社員が支援団体や老人クラブ、婦人会、自治会等の代表者宅を月1回訪問して、秋田内陸線の広報・情報提供を行っており、これによって地域住民・支援団体に目を向けてもらっている。

鉄道会社におけるサポーター組織としては、えちぜん鉄道には「えちてつサポーターズクラブ」、ひたちなか海浜鉄道には「おらが湊鐵道応援団」、津軽鉄道には「津軽鉄道サポーターズクラブ」があり、秋田内陸縦貫鉄道には複数の沿線支援団体が存在している。サポーター組織には、沿線住民や飲食店等の地元事業者、沿線外の鉄道ファン等が会員となっている。サポーター組織の活動例としては、駅の清掃やイベントの企画・実施、沿線の散策マップの作成等がある。福井市農協の担当者は、サポーター組織の一員である飲食店等に地元食材を紹介・活用して欲しいと考えており、他にも農協のイベントへのサポーター組織の参加など、サポーターと農協が連携できることはありそうである。

鉄道会社が農協と連携するメリットとしては、こちらも農協の強みである直売所や農業関連施設、組合員、組合員組織、営農指導、地元農産物の調達等が活用できることである。農協女性部に鉄道を利用したツアーの活用や駅でのイベントの実施、車内販売への協力等も考えられる。秋田内陸縦貫鉄道のように田んぼアートや車窓風景・景観にあたって農協から協力を得ることも一案である。

農協と鉄道会社の連携にあたっての課題のひとつは接点がないことである。今回調査で唯一鉄道会社と農協が連携していたえちぜん鉄道の事例であるが、これは福井市農協の講演会でえちぜん鉄道の職員が講師を務めたことがきっかけであった。えちぜん鉄道は、福井市農協以外の沿線の農協とも連携したいが、農協側の感度がわからないので実現していない。農協側も鉄道会社側も相手が「何ができるのか。何を持っているのか」がわからない状態であり、まずは他組織に対する情報開示・共有と接点づくりが必要と思われる。

他の課題としては、連携による効果の測定が難しいことがある。農業体験などは短期的に効果が出るものではなく、農協や鉄道会社がコストを負担するケースもある。この点については、マスコミ等に取り上げられる機会も多いことを加味すれば、広告宣伝費として位置づけて対応していくことが必要であろう。地域価値を長期的に高める地域活性化の取組みは、即効性のあるものではなく、少しずつ効果が発現するものと考えられるので、根気強く継続的に取り組むことが求められ、それを組織が理解・容認する必要がある。

4. おわりに

鉄道会社、特に地域鉄道においては、鉄道会社の維持・発展と地域活性化は表裏一体と

して捉えられている。農協も組合員だけではなく、地域と一体となった組織であり、両組織のミッション・目的のひとつに「くらしやすい地域社会の実現」がある。同様のミッションを有する組織が、自組織の弱み・弱点を補ってくれる他組織と連携し、自組織の強み・得意分野を伸ばしていくことは、自組織だけではなく他組織および地域活性化にも必要であり、両組織が連携することの意義は大きい。

それには、まず地域活性化への取組み（農協であれば食農教育や交流活動・地産地消等）にあたって、他組織との連携という選択肢を意識することが必要である。連携に際しては、連携先組織のビジョン・価値観と合うかを確認し、合致した場合に自組織の強み・得意分野、連携・協力する意思があること、支援が必要なことを双方が情報共有し検討するという手順になる。

他組織の連携にあたっては、従来の事業・活動とは異なるため、専門部署をつくることも検討する必要がある。農協であれば、複数の農協で連携して専門部署を設置するという方法もある。他組織との連携の窓口を明確にしておくことによって、他組織からの提案も入ってくるようになる。阪神電鉄の事例では、沿線活性化を専門とする「沿線活性化担当」を設置し、組織内だけでなく他組織からの提案を受けて様々な沿線活性化の取組みを行っている。

他組織との連携や接点をつくることは、現在の事業・活動の改善あるいは新規事業・活動のヒントを得る機会にもなる。同一組織内にいると発想が同一になり、活動がマンネリ化する傾向がある。今回調査では、「貸農園・体験農園」に関して農協以外の組織が関与していたが、農協ができる事業でもある。既存の枠組みにいる限り、現状を維持するのが精一杯である。人口減少が明確な外部環境において、地域社会の活性化・価値向上にあたって、組織は既存事業の継続的な改善と新たな事業・活動の芽を把握しておく必要がある。そのためのヒントは他組織との連携を通じて見えてくるものが多いと考える。

（尾中謙治）

（参考文献・引用文献）

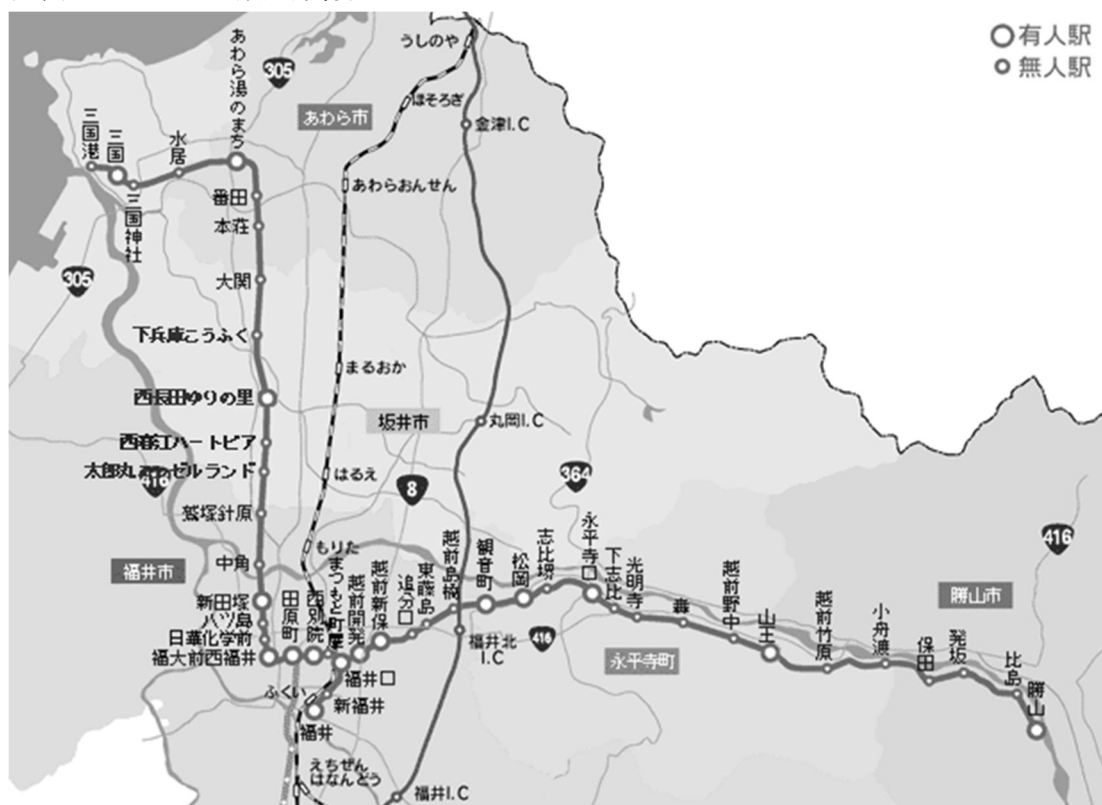
- ・国土交通省鉄道局「地域鉄道の再生・活性化モデル事業の検討調査報告書」（2014年3月）
- ・『最新ローカル線ビジネス』辰巳出版（2013年8月）

Ⅱ. えちぜん鉄道株式会社と福井市農協との連携による農業体験イベント「営農電車」

1. えちぜん鉄道の概要

えちぜん鉄道は、福井駅－勝山駅間（27.8 km）を結ぶ勝山永平寺線と、福井口駅－三国港駅（25.2 km）を結ぶ三国芦原線の2路線を所有しており、沿線は福井市、永平寺町、勝山市、坂井市、あわら市の4市1町に及ぶ。勝山永平寺線は、福井市・永平寺町・勝山市を結ぶ路線で、沿線周辺には福井県立恐竜博物館、大本山永平寺等の観光施設、大学・高校等の教育機関、医療機関が立地している。三国芦原線は、福井市・坂井市・あわら市を結ぶ路線で、東尋坊やあわら温泉等の観光地、大学・高校等の教育施設、大規模企業等が沿線に存在する。

図表 1. えちぜん鉄道路線図



資料：えちぜん鉄道株式会社ホームページより転載

2. 鉄道再建への取り組み

2002年9月に、えちぜん鉄道は設立された。それまで、越前本線（現・勝山永平寺線）は京福電気鉄道によって運行されていたが、2000年から2001年にかけての2度にわたる列車衝突事故が契機となり、事故の翌日から運行停止となった。その後、バスによる代行輸送が行われていたが、定時性に劣る、一般道の交通渋滞等の問題が生じたため、福井県と

沿線自治体は第3セクター方式で鉄道運行を再開することを決め、えちぜん鉄道株式会社が設立された。

開業に先立つ2002年1月には、福井県と沿線市町村は鉄道運営の経費負担について、図表2に示すような取り決めを行っている。この表が示すように県・沿線自治体は鉄道再建のために巨額の資金を投じており、地元の鉄道に向ける大きな期待が窺われる。

図表2. 県・沿線市町村の鉄道再建への支援

県	運転再開に必要な工事費	7.6 億円
	資産取得等の運転・開業	40.3 億円
	資金以外の初期投資	
	設備投資補助	39 億円
沿線市町村	運転・開業資金	4.0 億円
	欠損補助	28.4 億円

資料：福井市・勝山市・あわら市・坂井市・永平寺町
「えちぜん鉄道交通活性化総合連携化計画」、2012年

えちぜん鉄道開業後も、福井県と沿線自治体は鉄道を地域の発展を支える生活関連社会資本と位置づけ、「えちぜん鉄道公共交通活性化総合連携計画」（2012年3月）を策定して支援策を講じてきた。そこでの基本理念は「鉄道でつながる人・まち・暮らし」というもので、そこでは2021年度の利用者数目標333万人を掲げている。支援策の主な内容は、①社会資本の維持（線路保存等）、②鉄道運行に必要な資産取得、③安全な運行に必要な設備投資（車両、橋梁等）となっている。

こうした基本計画をバックに、えちぜん鉄道と福井県、沿線自治体は利用者増に向けて、下記に示すような個別施策を実施してきた。

- ・えちてつサポーターズクラブの設置

2005年度えちてつサポーターズクラブ設立 会員数3,453名

クラブ会員は年会費1,000円を支払い、①普通運賃割引（1割引き、65歳以上は2割引き）、②一日フリーきっぷ割引、③乗車券購入に応じてポイント付与（ポイントと引き換えに景品がもらえる）、④加盟店で割引・お土産等のサービス、⑤えち鉄ツアー参加料割引。[会員数：4,045人（2016年）、加盟店109店舗（2017年）]

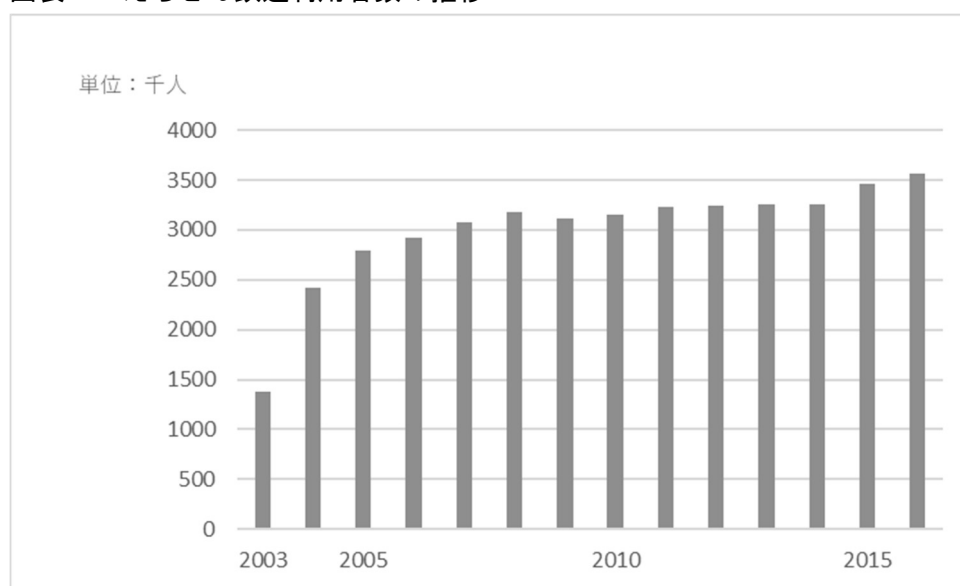
- ・駅舎の改装：旧駅舎を地域の「集いの場」として再生
- ・新駅の設置
- ・パークアンドライドの促進：駅前無料駐車場の設置
- ・福井鉄道との相互乗り入れ
- ・北陸新幹線開業に伴う福井駅周辺の整備
- ・ふるさとウェディング：駅で結婚式

- ・駅の自動券売機を廃止し、切符は窓口職員、車内アテンダントから購入する方式に改める
- ・レンタサイクル、フィーダーバス等二次交通の整備
- ・観光施設との企画乗車券の実施

さらに、社内に営業開発グループを設置し、沿線での広報活動、鉄道の利用促進、イベント・商談会の参加、旅行会社との提携等を積極的に実施している。後述する農協との連携も、この営業開発グループが関わる企画である。

こうした様々な施策が実を結び、えちぜん鉄道の利用者は開業以来、着実に増加していった。えちぜん鉄道の利用者の推移を示した図表 3 によれば、2011 年は年間利用者が 300 万人を上回り、さらに 2016 年度には 356 万人となって、計画目標の 331 万人を予定よりも早く達成している。

図表 3. えちぜん鉄道利用者数の推移



資料：えちぜん鉄道資料

3. 農協との連携

(1) 福井市農協の概要

福井市には、福井市、福井市南部、越前丹生の 3 農協があり、福井市農協は其中で最も規模の大きな農協である。管内は 6 つの事業地域に分かれており、21 支店を有する。福井市市街地が管内に含まれているため兼業機会が豊富で、多くの企業が立地している。管内の農業は稲作が中心であり、農協の農産物販売高 45 億円の中の約 62% がコメである。

図表 4. 福井市農協の概要（2016 年度）

組合員数・正（人）	7,890	販売高計（億円）	45
・准（人）	22,762	うち米	28
貯金残高（億円）	1,814	うち野菜	13
貸出金残高（億円）	377		

資料：福井市農協総代会資料

（２）連携の内容

2012 年に農協が開催した職員向けの講習会で、えちぜん鉄道の職員が講師を務めたことから交流が始まった。当初は駅舎を使った農産物直売場の開催を農協から提案し、それが貸し農園での野菜作りの講習会等に発展していった。次第に取り組みがマスコミ等に取り上げられるようになり、知名度も増していった。

現在の提携内容は、「営農電車」の企画がメインである。この企画は、参加者がえちぜん鉄道を利用し、野菜等の収穫、出荷作業、そば打ちなどを体験するというもので、年 3 回程度実施している。参加者数は 10～20 名程度で、参加者は実費を負担している。企画はマンネリに陥らないために毎回工夫をして実施している。企画例を図表 5、6 に示す。

農協側では、地域の人々に農協への関心を持ってもらうことが、連携の一番の目的であるとしている。また、農協単体で実施するよりも、車を使わない人も来るなど多様な参加者が見込め、収穫体験では組合員に手伝ってもらうことから、組合員と外部との交流の機会にもなっている。

連携を担当する部署は、3 年前に設置された販売戦略室（職員 4 名）で、えちぜん鉄道の営業開発グループと連絡・調整を行っている。両者の役割分担は、農協側が農業体験、講習会等の企画・準備、えちぜん鉄道側がツアー企画、参加申し込み受付等となっている。市民向けに、車内吊り広告、チラシ（図表 7）、FM 放送での CM 等の広報を実施している。また、新聞、ラジオ等の取材を受けることもあり、その点も広報に多いに貢献しているという。

図表 5. 企画例 1

えちぜん鉄道に乗って農業体験（収穫）＆ J A 施設見学ツアー！
企画内容： J A 福井市管内の産地で野菜栽培の学習と収穫を体験。集荷・販売を強化するために J A 福井市が新設した予冷库・米の低温倉庫の見学と旬の野菜の試食を行う。
【行程】
えちぜん鉄道「鷺塚針原駅」集合 →（1.5 km）予冷库・低温倉庫
→①産地見学・収穫体験
→②農産物の試食会

資料：福井市農協

図表 6. 企画例 2

えちぜん鉄道に乗って菜園生活を始めよう！

企画内容：J A福井市が運営する「ふれあい農園」をえちぜん鉄道沿線の利用者に提供。管理棟を完備し必要な農具の保管が可能なので、電車に乗って野菜作りが楽しめる。

【行程】

えちぜん鉄道「東藤島駅」集合 → 徒歩 3 分 「ふれあい農園」

J Aの営農指導員による野菜作りの指導

栽培講習会、味噌づくり講習会への参加

資料：福井市農協

農協では、えちぜん鉄道との連携の経験を活かし、F M福井、醤油会社と図表 8 に示すような連携事業（営農体験等）を行っており、それらも多く市民から好評を得ているとのことである。

4. 小括

福井市農協とえちぜん鉄道との連携は開始から約 5 年が経過し、取り組みは地元に着している。年 3 回程度実施する企画は参加者に好評で、市民の関心度も高い。えちぜん鉄道の担当者も、農協との連携企画が最も注目度が高いと評価する。農協側も、市民の農協への理解を高めるために有効であると認識しており、特に地域への P R を望んでいる若手組合員のモチベーションの向上にも貢献している。このように本事例は、えちぜん鉄道と農協、双方にメリットをもたらしており、持続性のある取り組みであるといえよう。

連携がスムーズに進んだ背景には、えちぜん鉄道がその設立の経緯から「地元とのつながり」を至上命題とし、沿線の自治体、組織との連携を促進する体制を整備していることがある。同時に農協側も、自らえちぜん鉄道に連携を持ちかけ、自らイベントの企画、運営を行うなど、自発的に取り組んでおり、この両者の積極的な姿勢が連携を成功に導いたものといえよう。

（茂野隆一）

図表 7. 「営農電車」チラシ



えちぜん鉄道
×
JA福井市
福井市農業協同組合

コラボ企画

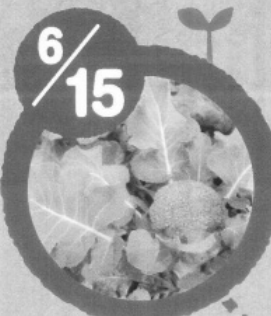
JA 福井市

営農電車

agri train

えちぜん鉄道

6/15



電車に乗って農業体験 営農電車 が走り出す!!

今はまさに農業ブーム!! 野菜づくりに興味があるけど、なかなか踏み出せないそのあなた!! チャンスです! 収穫体験から初心者に向けた野菜づくり教室まで、様々な農業体験ができるイベント「営農電車」が走り出します。

第1弾 6月15日ブロッコリー収穫体験 開催!!

福井市内の産地を訪れて、ブロッコリーの収穫を体験します。

また、JA 福井市の農業施設の見学も行います。福井の農業をちょっとだけ体験してみませんか?

初心者でも安心
園芸のノウハウを学べる

園芸教室

8月

JA福井市管内の
旬の農産物

収穫体験

10月

稲ワラなどを使った

加工体験

12月

資料：福井市農協

図表 8. 2017 年度に企画された他組織との連携事業

平成29年度JA福井市『農・商・工』連携事業

JA福井市【販売戦略室】Presents

農業体験で人や地域と繋がる コラボ企画の開催について

販売戦略室では、組合員の農業所得の向上と笑顔で元気あふれる地域農業を目指し、生産・販売の強化や加工品の開発に取り組んでいます。販売の強化における産地・農産物のPR活動は、消費者への情報の開示や農業の役割や大切さを伝える重要な活動であり、生産者からも積極的な活動が求められています。また、PR活動の強化方法として地元企業と連携し、JA、生産者、消費者を繋いで地域農業の振興と食と農を守り豊かな暮らしに貢献する、下記のコラボ企画（農業体験とJA施設見学）を開催します。

『コラボ企画の内容』

7/
17
MON

感動のモノづくり探検ツアー 『JA福井市スペシャル/越前ほうれん草編』

JA福井市【ほうれん草専門部会】 × FMFUKUI

★開催日時：平成29年7月17日（月）AM10:00～PM2:00

★開催場所：東安居支店:光合星 → 選果場・菜心:中央農業施設センター → 喜ね舎

（内容）（ほうれん草収穫体験）→（農業施設見学）→（お買物）

★募集定員：40名（抽選） ★参加費：無料

★特典：各自が収穫した越前ほうれん草は持ち帰ります。

9/
10
SUN

感動のモノづくり探検ツアー 『JA福井市スペシャル/大豆編』

JA福井市【大豆部会】 × FMFUKUI × フク醤油

★開催日時：平成29年9月10日（日）AM10:00～PM12:00（現地集合解散）

★開催場所：森田支店:アグリアマイケ大豆圃場 → フク醤油

（内容）（枝豆収穫体験）→（工場見学）

★募集定員：50名 ★参加費：無料

★特典：各自が収穫した枝豆は持ち帰ります。

10/
15
SUN

感動のモノづくり探検ツアー 『JA福井市スペシャル/新ショウガ編』

JA福井市【ジンジャーガールズ】 × FMFUKUI

★開催日時：平成29年10月15日（日）AM9:00～PM2:30

★開催場所：森支店:モデル圃場 → 集落センター → 喜ね舎

（内容）（ショウガ収穫体験）→（ショウガ料理体験）→（お買物）

★募集定員：40名（抽選） ★参加費：無料

★特典：昼食付・各自が収穫したショウガは持ち帰ります。

12/
23
SAT

営農電車：電車に乗って農業体験 『しめ縄づくりとソバ打ち体験』

JA福井市 × えちぜん鉄道

★開催日時：平成29年12月23日（土）AM9:00～PM2:30（えち鉄 東藤島駅集合）

★開催場所：東藤島ふれあい農園管理棟 → 喜ね舎

（内容）（しめ縄づくり体験・ソバ打ち体験）→（お買物）

★募集定員：20名 ★参加費（予定）：1,800円/人（電車賃は参加者負担）

★特典：昼食付・各自が作った、しめ縄・ソバは持ち帰ります。

★各コラボ企画の詳細・応募方法は販売戦略室まで

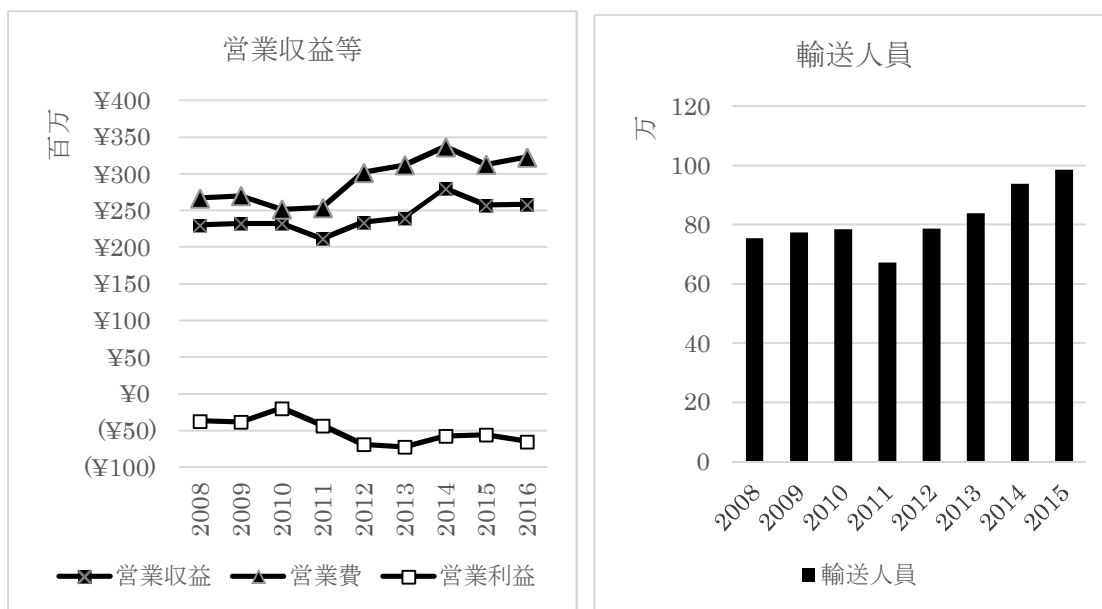
資料：福井市農協

Ⅲ. ひたちなか海浜鉄道株式会社と農協・漁協の女性部との連携による直売所活動

1. ひたちなか海浜鉄道の概要

ひたちなか海浜鉄道は湊線の運営会社である。湊線は 14.3 km の路線であり勝田駅と阿字ヶ浦駅を結んでおり、1913 年に開業した。1944 年に開業時の運営会社である湊鉄道が周辺の交通企業と合併して茨城交通株式会社が誕生し、以降の路線の営業にあたったが、沿線地域の少子高齢化や自家用車による移動の増加に伴って経営状況が悪化し、廃線が検討された。そこで、路線存続のためにひたちなか市が財政支援することになり、2008 年 4 月からは茨城交通とひたちなか市がほぼ半分ずつ（ひたちなか市 50.56%、茨城交通 49.44%）出資し第三セクター会社としてひたちなか海浜鉄道が設立され、湊線の運営が移管された。2008 年の移管以降、2011 年の東日本大震災による全線不通での短期的な落ち込みはあるものの、輸送人員は順調に伸びている（図 1）。年間の営業収益はおよそ 2 億 5 千万円であり、通勤や通学のための定期券による収入の比率はおよそ 7 割程度である。2017 年度上半期には移管後初めて黒字を達成した。全線がひたちなか市内にあり、市が鉄道をバックアップしやすく、毎年ひたちなか市から 1 億円程度の安全設備整備に対する補助があるほか、常時職員 1 名が出向している。現在社長を務める吉田氏は北陸地方で長く地方路線の運営に携わり、2008 年に公募により社長に就任した。

図 1. ひたちなか海浜鉄道の各種経営指標



資料：ひたちなか海浜鉄道資料

鉄道路線自体が地域の重要な観光資源に位置付けられている。ひたちなか海浜鉄道はコスト削減のため各地の中古車両を利用することが多く、そのため現在では貴重な車両が現

役で運行しており、日本最古級のディーゼルカーなどを動態保存するなど、鉄道ファンにとって本路線の大きな魅力となっており、毎年5月に鉄道ファン向けのイベントを開催している。また、クラブツーリズムや読売旅行などの旅行会社が海浜鉄道乗車をキーコンテンツの一つとして旅行企画商品を販売しており、引き合いも多くなっている。また、通常運行の列車に接続する形で特別列車も運行しており、ボージョレヌーボーを飲みながら乗車するボージョレヌーボー列車、ビア列車、納豆列車、利き酒列車などのほか、よみきかせ移動図書館列車などもある。また、結婚式を車内で挙げるというユニークなブライダルトレインも運行されている。これらの企画のほとんどは、近隣ホテルや酒屋、市民団体などにより運営されており、海浜鉄道は有償で車両を貸し出している。

図2. 那珂湊駅に留置されている古い車両（左）と沿線の子供らのラッピング列車（右）



資料：筆者撮影

地域との連携は社内の管理部管理課が担当している。主担当は1名であるが、全員で取り組んでいる。もちろん鉄道事業である以上、安全運行が大前提である。これまでは安全統括管理者は社長が兼任していたが、近年管理者を置くことが可能となり、社長が営業活動に専念できる環境が整った。日常的に吉田社長は午前6時ごろ出社し、8時半ごろまで社内で事務的仕事に従事し、それ以降の時間は地域との会合や来客への対応など、社外への対応に優先的に充てている。

また、ひたちなか海浜鉄道は、地域鉄道間の広域連携に取り組み始めている。銚子鉄道とは2013年に姉妹鉄道提携を結び、経営ノウハウの共有や駅内で銚子電鉄の「ぬれ煎餅」を販売している。吉田社長も県内の事例、例えば関東鉄道の事例などは参考にしているそうである。地方路線業界はこれまで相互連携の例がほとんど見られなかったそうであるが、近年、ようやく連携の機運が生まれてきているとのことであった。

経営が軌道に乗り始めたひたちなか海浜鉄道は、2014年に52年ぶりの新駅となる「高田

の鉄橋」駅を開業した。事業費の一部は地域住民からの寄付により賄われた。また、将来的に国営ひたち海浜公園への延伸を検討している。2025 年度の開業を目標として、ひたちなか市では湊線延伸基本計画の策定を進めており、2018 年度には事業許可を国に申請する予定である。

2. 鉄道を支える住民組織

ひたちなか海浜鉄道の設立当初から様々な形で地域内、地域外からの支援が湊線に寄せられている。ひたちなか海浜鉄道と地域の様々な団体と連携した取り組みも多い。

(1) おらが湊鐵道応援団

沿線 10 自治会を中心に「おらが湊鐵道応援団」が 2007 年に結成され、市民による海浜鉄道支援の中心となっている。ひたちなか商工会議所なかみなと支所が事務局を運営している。年 1 回総会があり、自治会や市の担当者などが参加している。自治会活動の中心に日立製作所退職者がいることが多く、応援団の活動でもこれらの人が中心的役割を担っており、団長も沿線自治会の元会長であり OB である。活動費として市から年間 30 万円助成がある。特に勝田地域では日立製作所を介した新住民も多く、これらの人が地域活動の中心的役割を負っているケースが多い。

おもな活動内容としては、団報の発行、那珂湊サービスステーションにおける来訪者対応、月一回の各駅での清掃活動、年数回の路線沿い植栽・除草作業などがある。応援団報は団体設立より毎月発行され、2017 年 12 月現在で 129 号を数えるまでになっている。紙面にはひたちなか海浜鉄道のニュースや沿線の情報で構成されており、沿線住民にとって重要なメディアとなっている（図 3）。

応援団の会員は 400 名ほどであるとみられるが、名簿などの管理はしていない。沿線住民だけではなく鉄道ファンなど非沿線住民の会員も相当多いとみられる。入会金は 1,000 円であり、入会者には一日フリー切符（900 円）と湊線応援券（100 円）が交付される。応援券の収益は団の活動に利用される。応援団が仲介者となり、鉄道会社と市民をつなげている。各駅は市民活動の拠点としても機能し始めており、沿線住民による写真や手工芸品の展示、ガーデニング拠点などに利用されている。

(2) ローカル鉄道地域づくり大学

ひたちなか海浜鉄道によるユニークな取り組みとして、ローカル鉄道地域づくり大学がある（図 4）。困難の中でひたちなか海浜鉄道が一定の成果を上げており、これらのノウハウを核に地域路線と地域づくりについて議論するためのサマースクールが 2012 年から毎年開催されている。鉄道ファンや、地域づくりに携わる市民、公共交通担当者、都市政策研究者など多様な参加者が延べ数百人が参加している。ほかにも「ローカル鉄道サミット」が 3 回開催されている。参加者から鳥取県の若桜鉄道の公募社長を輩出するなどの成果が

図3. おらが湊鐵道応援団報



資料：おらが湊鐵道応援団報

出ている。これらの活動が評価され、2017年グッドデザイン賞が贈られた。

設立のきっかけは吉田社長が地域のNPOの講演会で、構想を紹介したことである。その際、大手広告代理店の関係者が出席しており、構想が具体化することとなった。サマースクールは阿字ヶ浦にある旅館において泊まり込みで行われ、一定の経済効果も認められる。会社も100万円程度負担があるが、広報活動の一環として位置づけている。

(3) まちづくり3710実行委員会

まちづくり3710実行委員会は「空店舗の活用による地域交流スペースの創設、地元の逸品の展示・販売、地元高校生の職業体験やオリジナル商品の開発、ひたちなか海浜鉄道と連携した賑わい街づくり」を目的に2008年に結成された団体であり、ひたちなか海浜鉄道をはじめ、商工会議所、沿線高校、福祉施設、おらが湊鐵道応援団、ドーナイトマーケット（毎月第3土曜日に開催される夜市）実行委員会など、沿線地域で活動する様々な企業・団体が加わっている地域活性化のためのプラットフォームである。毎月2回委員会が開催

図 4. ローカル鉄道・地域づくり大学 のウェブページ



資料：ひたちなか海浜鉄道ウェブページ(<http://www.community-daigaku.jp/>)

されている。高校の企業ビジネスコースの実習ではペプシとの協働でソーダ水を開発したり、海浜鉄道が高校生のインターンシップなどを受け入れ、半年間毎週火曜日受講生がインターン活動に取り組んでいる。

(4) みなとメディアミュージアム

芸術と地域の協働によるまちの地域活性化を目的に、那珂湊駅周辺で 2009 年以降毎年夏に開催されている現代アートプロジェクトである。慶應義塾大学や常磐大学、宝塚大学、茨城大学などの学生や教員が中心となり、ひたちなか海浜鉄道やひたちなか市、おらが湊鉄道応援団と協力体制の下で運営されている。ひたちなか海浜鉄道の駅名標は各駅の特徴を生かした個性的なものであるが、これも本プロジェクトによる成果である（図 5）。

図 5. みなとメディアミュージアムによる駅名標（勝田駅・高田の鉄橋駅）



資料：ひたちなか海浜鉄道ウェブページ

3. 那珂湊駅での「野菜と干物の朝市」について

「野菜と干物の朝市」は那珂湊駅ホームの空スペースを活用して毎月1回第一日曜日に開催されている。新鮮で価格が安く、また那珂湊駅周辺には農家が少ないことから、人気のイベントとなっている。那珂湊駅周辺の食品小売店が閉店していく中で、吉田社長の発案により2010年に開始された。駅ホームでの野菜販売について常陸農協の勝田支店に相談したところ、女性部勝田支部のメンバーに野菜を出品してもらうこととなった。取り組み当初は知名度不足でありあまり来客がなかったものの、現在は定期的なイベントとして定着した。その後朝市が定着するにつれて、野菜以外の商品についての購入希望が寄せられるようになり、商工会に相談したところ那珂湊漁協の女性部の協力を得られた。女性部では魚の干物販売のほかに、来場者に対してさんまのつみれ汁などもふるまっている。農協や漁協以外にも地元の水産加工会社など3社が参加しており、参加希望する業者も多い。朝市の場所代等は無償であり、ひたちなか海浜鉄道に金銭的なメリットはない。

那珂湊周辺に居住する年配女性が来客の中心であり、鉄道を利用する来客は現状ではあまりいない。また近隣の水産加工会社で働いている外国人労働者も多く来訪している。朝市への来客は無料で駅ホームに入場することができる。駅としては回数を増やしてもよいと考えているが、鉄道施設である以上、安全性の確保が前提となる。

図6. 応援団報での朝市の告知記事



資料：おらが湊鐵道応援団報

(1) 常陸農協との協力関係

朝市をはじめる際、吉田社長がまず声をかけたのが常陸農協であった。要請にこたえる形で、常陸農協勝田支部は女性部に相談し、出品者を取りまとめた。現在でも勝田支部の女性部のメンバー6名から7名が出店している。

朝市に関する業務は女性部活動の一環という位置づけで生活福祉課が担当している。朝市には農協職員も参加し、商品販売の会計作業などを担当している。出品者の売上は一人当たり5,000円から6,000円ほどが中心であるが、高い人だと10,000円以上売り上げがある。参加農家としては、売り上げによる収入もさることながら、来場者との交流が生きがいとなっている側面があるようである。ただし、海浜鉄道を利用して来場する人は、持ち

帰る手間もあり重い野菜は購入していない。

農協としては現状の協力状況がほぼ限界であり、これ以上の頻度での朝市開催は難しいと考えられている。出品している女性部メンバーとしても、朝市への出品は所得獲得の手段という意識は強くないので、朝市での販売を拡大する意向はあまりないようである。女性部が手掛けているほかの活動としては、国営ひたち海浜公園で行われる Rock in Japan Festival やひたちなか市産業交流フェアなどへの物販ブースの出店がある。女性部活動のサポートは確かに農協にとって人的物的コストがかかるものであるが、農協としてはこのような地域活動のサポートこそ協同組合の本来的な役割であると考えられている。

湊線は地域内外で著名であり、ひたちなか海浜鉄道との連携した活動は、常陸農協にとってもPRにつながっていると評価されている。

（２）那珂湊漁協との協力関係

朝市に参加している那珂湊漁協の女性部は 17 名のメンバーで構成されている。ただし、高齢化も進んでおり、定常的に活動しているメンバーは 8 名ほどである。ただし、それ以外のメンバーも都度参加しており、それが世代間の情報交換の機会となっている。

朝市に参加したきっかけは東日本大震災による湊線への打撃である。湊線が危機に直面している中で、地域の宝である鉄道に対して何らかの協力ができないかとの問題意識がメンバー内にあったところ、ひたちなか海浜鉄道から朝市への水産品の出品の打診を受けた。もともと地元漁業者が行商の際に海浜鉄道を利用していたこともあり、鉄道とはゆかりが深く、出品が決定された。漁協全体として参加するよりは、女性部で参加したほうが意思決定も速く小回りが利く面があるようである。朝市へはさんまやアカエイの惣菜をはじめ、時期に獲れるものを中心に出品している。

朝市への参加以外にも、女性部は様々な活動をしている。那珂湊に立地し、女性部の活動の中心となっている直売所での惣菜販売やひたち海浜公園で開催される Rock in Japan Festival での出店、周辺ホテルへの海産物の納品などである。定常的に労働者を雇用できるほど収益も上げている状況であるが、現在手が足りない状況であり、管理業務など漁協からさらに支援があれば、もうすこし活動の規模を大きくできる可能性がある。

４．本取り組みの成果と今後の課題

ひたちなか海浜鉄道にとって、地域外からの客をどのように呼び込むかが課題となっている。リピーターを確保し、周辺の観光資源を結合していく必要がある。また、海浜鉄道をからめた旅行商品の企画の引き合いも増えてきており、積極的な広報活動が重要であるとみている。

その一方で、沿線地域の活性化は地域鉄道の経営基盤に直結する課題であると認識されている。沿線地域が元気にならなければ、地方鉄道が生き残ることはできないと吉田社長は考えている。ひたちなか海浜鉄道にとって、朝市の開催で地代が入るわけでもなく、来

客のほとんどは車を利用しており、短期的なメリットはないだろう。しかし、食の砂漠化が進む地域にとって、月一ペースであっても商品販売拠点があることによる住民のメリットは少なくない。また商品供給者にとっても、ちょっとした小遣いを稼ぎながら、住民同士で交流の場を持てることは大切であろう。

ただ、本取り組みは関係主体のいずれもが手弁当で行っている状況ともいえ、持続はしているものの、これ以上の拡大は難しいように見られる。沿線地域には様々な地域活動を行っている団体がいる。また震災が地域内組織の連携の機運を高めているという意見は、いろいろなところから聞くことができた。ほかの地域団体と協力しながら、次の展開を模索する必要があるだろう。

5. 小括

ひたちなか海浜鉄道および湊線はその歴史的な過程から、地域における物的・精神的なハブとして機能していると評価される。地域には日本を代表する製造業者である日立製作所が立地していることもあり、住民の新陳代謝が図られ、市民活動への活力が高い。ひたちなか海浜鉄道はそれらの市民活動をつなぐ象徴として、地域からも大きく支持されている。

湊線をめぐる市民の活力が一時燃え上がるものではなく、非常に息の長い活動をしていることも注目すべきである。たとえばおらが湊鐵道応援団の団報の発行は累計で 100 回を超えており、まちづくり 3710 実行委員会やみなとメディアミュージアムの活動履歴も長い。グッドデザイン賞を得たローカル鉄道・地域づくり大学の取り組みのように、地域内外を結びつけ、地域外のリソースを呼び込む装置としての機能をもつものもある。ハードな社会インフラの代表格ともいえる鉄道が、大きなソフトパワーをも発揮しているという点で、興味深い事例となっている。

現在、ひたちなか海浜鉄道と農協や漁協との関係は毎月の朝市にほぼ限られている。しかし、湊線には地域を結びつける力がある。他の地域団体とリンクすることで、農協や漁協による地域活動がもう一段深化する可能性もあるのではないだろうか。

(氏家清和)

1. 秋田内陸線の概要

沿線自治体は仙北市と北秋田市、沿線の農協は秋田おぼこ農協（仙北市）とあきた北央農協（北秋田市）である。

秋田内陸縦貫鉄道の業務としては、①鉄道業、②旅行業、③食料品、酒類、タバコ、清涼飲料水、新聞、書籍及び日用雑貨の販売並びに食堂、喫茶店の営業、④不動産賃貸業、⑤広告宣伝業、⑥損害保険代理店業がある。

図 1. 路線図

The map shows the Aomori Bay Line route connecting the following stations (from north to south):

- 鷹巣(たかのす)
- 大野台(おおのだい)
- 合川(あいかわ)
- 上杉(かみすぎ)
- 前田南(まえだみなみ)
- 西鷹巣(にしたかのす)
- 小ヶ田(おがた)
- 米内沢(よないざわ)
- 桂瀬(かつらせ)
- 阿仁前田(あにまえだ)
- 小淵(こぶち)
- 荒瀬(あらせ)
- 荻草(かやくさ)
- 奥阿仁(おくあに)
- 阿仁(あに)マタギ
- 比立内(ひたちない)
- 松葉(まつば)
- 羽後長戸呂(うごながとろ)
- 西明寺(さいみょうじ)
- 角館(かくののだて)
- 戸沢(とざわ)
- 上桧木内(かみひのきない)
- 左通(さどおり)
- 羽後中里(うごなかざと)
- 八津(やつ)
- 羽後太田(うごおた)

— 23 —

1989 年の全線開通時の年間旅客数は 107.9 万人であったが、沿線地域の人口減少・少子高齢化の進行、モータリゼーションの進展によって、2007 年度には約 44 万人に減少した。これに伴って秋田内陸線の存廃問題が浮上し、それは沿線住民をはじめとした県民に広がっていき、08 年度には沿線住民等による乗車運動も行われた。

2009 年には、北秋田市商工会と仙北市商工会で雇用した観光アテンダントが、列車内で秋田内陸線の P R や観光スポットの紹介、車内販売等の実施を開始した。現在は沿線自治体の事業を通じて 7 名の観光アテンダントが活躍している。

2010 年には、20 周年記念式典が開催され、そこで秋田県、北秋田市、仙北市、秋田内陸縦貫鉄道の 4 者によって秋田内陸線の持続的運行に係る合意が行われた。合意事項として、当面は鉄道を存続させるが、2010 年度の経常損失を 2 億円以内にすることを目標とし、12 年度までにそれが達成できない場合は、秋田内陸線の存廃を含めて抜本的な見直しを行うこととした。なお、2 億円以内の経常損失については、北秋田市と仙北市の 2 市が補填する形となった。

また、同年には秋田内陸線の持続的運行を目指し、秋田内陸線への支援を効率的に推進するため、秋田県、北秋田市、仙北市が同一事務所内で秋田内陸線及び沿線地域の活性化に取り組む「秋田内陸活性化本部（以下「活性化本部」）」が北秋田市役所阿仁庁舎内に設置された（阿仁庁舎内には秋田内陸縦貫鉄道の本社もある）。

活性化本部は、県職員 3 名、北秋田市職員 3 名、仙北市職員 1 名の 7 名で構成され、県・市の職員が、県・市職員をそれぞれ併任することで、県・市の組織の枠を超えて業務に従事している。

業務内容は、①秋田内陸線の利用促進として「利用促進事業の企画・実施」、「秋田内陸線に関する情報発信」、「鉄道施設改修工事に関する補助事業の指導」②地域の活性化として「秋田内陸線の支援団体のネットワーク化」「沿線の地域資源の商品化」「沿線地域資源の P R」を行っている。

秋田内陸縦貫鉄道が車両を主にした乗車を目的としたコンテンツの拡充を行っているのに対し、活性化本部は秋田内陸線の利用促進や目的地づくりを行っている。

2011 年には、阿仁合駅舎内にあるレストラン「こぐま亭」を秋田内陸縦貫鉄道が直営化し、営業を再開した。当初は秋田内陸縦貫鉄道が、そば等を提供していたが、その後テナントが営業し、再度直営に戻したものである。「こぐま亭」は、阿仁合の鉱山文化の「食」である「馬肉」を活用した「馬肉シチュー」を中心に地元の食材を活用した洋食レストランで、秋田内陸線利用者以外にも利用されている。

なお、阿仁合駅舎内には他に売店、観光案内所があり、売店ではあきた北央農協の「比内地鶏ご飯の素」も販売されている。

また、同年には、沿線住民の利用促進や住民理解の促進を図るために、後述する秋田内陸縦貫鉄道の全社員によるエリア担当営業が開始された。

2012 年にはインターネットショッピングを開始した。鉄道関連グッズや「秋田県産プレ

ミアム馬肉シチュー」「笑内チーズ饅頭」「もちもち三角バター餅」等が取り扱われている。

駅弁やイベント列車で提供する弁当は、秋田内陸縦貫鉄道が地域の飲食店等に依頼している。

駅の清掃等は旧国鉄時代から各地域にあった「愛護会」等が行っている。北秋田市及び仙北市の商工会女性部も駅の美化等に関わっている。駅の手入れについての資金的支援は、経費の一部を行政で負担している。その他にも駅のイベント等の支援・協力する団体も複数存在している。

2. 秋田内陸線の利用促進・活性化にあたっての取組み

秋田内陸縦貫鉄道では、乗車促進のために、「貸切列車」や車両のヘッドマークに名前やメッセージを入れることができる「ワンデーオーナー号」、まくら木にメッセージを入れることができる「まくら木プレートオーナー」、企画乗車券、ライブトレイン（イベント列車）など、様々な取組みが行われている。ライブトレインとしては、通常の数倍よりゆっくり走る「時間(とき)のまほろば列車」、「あきた舞妓列車」、後述する「ごっつお玉手箱列車」等がある。

沿線住民に秋田内陸線の利用や理解を促すための取組みのひとつとして、全社員によるエリア担当営業がある。各社員は、支援団体や老人クラブ、婦人会、自治会等の代表者宅を月1回訪問して、秋田内陸線の広報・情報提供を行っている。この取組みによって、沿線住民からの意見や問合せ等が出てくるようになり、沿線住民・支援団体が秋田内陸線に目を向けるようになってきている。一方で、秋田内陸縦貫鉄道の社員も沿線住民・支援団体に意識を向けるようになり、良好な関係が築かれている。

上記のような沿線住民に対する取組みを行っているが、過疎化・高齢化が進行しているなかで、秋田内陸縦貫鉄道は観光利用・交流人口の増加にも力を入れている。2009年には韓国で放送された連続テレビドラマ「アイリス」のロケが秋田内陸線や周辺地域で行われたため、同年から韓国や台湾、香港からの観光客が訪れるようになった。秋田県知事による台湾へのトップセールスや秋田内陸縦貫鉄道の社員による台湾の旅行代理店への営業等によって、インバウンド利用は増加しており、台湾等では秋田内陸線は観光資源として認識されている。2011年の東日本大震災による風評被害の影響はあったものの、2016年度のインバウンド団体利用者は15,526人、前年度比179.2%となっている。

秋田内陸線の利用促進や沿線地域の活性化にあたっては、行政や交通事業者、商工団体、支援団体で構成する秋田内陸地域公共交通連携協議会（事務局：活性化本部）が、観光パンフレットや街歩きマップを制作しているほか、沿線支援団体が独自でイベントの企画・実施等を行っている。

その活動のひとつとして「田んぼアート」がある。小松・東前郷地区環境保全協議会は、農地・水・環境保全向上対策の一貫で2007年から田んぼアートに取り組んでいたが、2009年からは秋田内陸線の角館駅から羽後太田駅の間で乗客が見えるように制作している。2012

年からは、北秋田地域振興局も実施主体となって列車から見える場所で田んぼアートを制作し始めた。これは、田植えから収穫までの作業を通じて北秋田市の地域住民のつながりを維持・向上することと、秋田内陸線の集客率アップを図ることを目的としている。田んぼアートには、地元住民や小学生、大学生、ボランティア、市役所、北秋田建設業協会、あきた北央農協、秋田内陸縦貫鉄道等の人々が参加している。なお、北秋田建設業協会は測量によって列車から田んぼアートが見えるように下絵を描いているので、田んぼアートがきれいに見えるのは秋田内陸線の車窓となっている。

2017 年度には、活性化本部が調整し各団体が連携して「秋田犬と四季」というテーマでストーリー仕立ての田んぼアートを制作し、観光客を喜ばせた。

秋田内陸線の利用促進・沿線の活性化にあたっては、秋田内陸縦貫鉄道や活性化本部だけでなく、地域住民や支援団体が様々な活動に関わっている。支援団体の目的・方向性は「沿線地域の活性化を通じた秋田内陸線の利用促進」か「秋田内陸線の活用を通じた地域活性化」であり、いずれも秋田内陸線と地域の活性化はつながっているという認識のもとで活動が展開されている。

3. 農家女性グループと連携した「ごっつお玉手箱列車」

「ごっつお玉手箱列車」は秋田内陸縦貫鉄道のライブトレインのひとつである。この列車はお座敷車両で、角館駅から出発した後、羽後太田駅から上桧木内駅間の数駅から農家女性が地元の食材を使った旬の料理を一品ずつ積み込んで、フルコースを提供するという内容である。接客や料理の配膳、紹介、片付けは、農家女性 2～3 名が角館駅から乗車して担当しており、農家女性とのふれあいも魅力となって、多くの参加者を集めている。定員は 36 名、最少催行は 25 名であるが、最少催行人数を下回ることほとんどない。参加費は大人 6,900 円、子供 5,900 円である。2017 年度の開催は 12 回で、9 月に 1 回、11 月と 12 月に各 2 回、翌年の 1 月に 4 回、2 月に 2 回、3 月に 1 回であり、いずれも土曜日か日曜日である。農家女性の活動であるため開催は農閑期が中心であり、年間を通じて提供することは難しいようであるが、開催頻度は 2006 年の開始時よりも増加している。

ごっつお玉手箱列車が始まったのは 2006 年からであり、きっかけは仙北市で活動している「グリーンツーリズム西木研究会」から内陸鉄道への提案だったようである。グリーンツーリズム西木研究会は、西木型のグリーンツーリズムを自主的に推進しようという目的で 1998 年に設立された団体で、農山村生活体験の受入れや地域の食文化等の研究・伝承を行っている。会員は 40 名程度で、沿線で農家民宿や農家レストランを営む農家女性等も会員となっている。ごっつお玉手箱列車に持ち込む料理は、農家民宿で提供している料理が中心となっている。

ごっつお玉手箱列車は、テレビや雑誌にも取り上げられ、人気は継続している。秋田内陸縦貫鉄道自体も東京への営業活動等をしているが、東京での認知度はまだまだ低いので、今後は更に伸びる可能性があるかと期待している。

4. 小括

秋田内陸縦貫鉄道は、鉄道の利用促進・活性化にあたって様々な取組みを行っており、地域住民・支援団体と協力しているものもあった。今後も秋田内陸縦貫鉄道では、人気のごっつお玉手箱列車をはじめ、沿線の地域資源を活用した様々な取組みを展開していきたいと考えている。過去には沿線のリンゴ園と連携してイベントを開催したこともあり、今後は沿線の農家と連携して体験農園を提供したいという構想もある。また、秋田内陸縦貫鉄道は地元の菓子店や惣菜業者等が列車に乗って新商品を販売する機会を提供しており、地元業者への支援的な取組みも行っている。秋田内陸縦貫鉄道は積極的に独自性のある取組みを展開しているが、これは「秋田内陸線が観光の拠点となって、沿線地域とともに発展していきたい」という思いのもと活動しているからである。

そのような秋田内陸縦貫鉄道と農協との直接の関係は、秋田内陸縦貫鉄道の売店で農協の1商品が販売されている程度であったが、相互に連携・協力できることはありそうである。農協としては、ライブトレインの新企画にあたってのリンゴ園等の農家の紹介や体験農園の提供、農協もしくは農家の加工品等の駅や車内でのテスト・マーケティング、イベントの共同での実施等が考えられる。それ以外にも秋田内陸縦貫鉄道と農協との会合によって発展する可能性を秘めている。

秋田内陸線のインバウンド利用というプラスの動きもあるなか、現在の支援団体だけではなく農協が関係することによって、今以上に内外の観光客の誘致につながるのではないだろうか。地域活性化という同じ目標を持つ秋田内陸縦貫鉄道と農協が連携・協力することの意義は大きい。

(参考・引用文献)

- ・公益財団法人 東北活性化研究センター／株式会社 フィデア総合研究所「秋田内陸縦貫鉄道を活用した地域活性化に関する調査研究」(2013年1月)
- ・大穂耕一郎「赤字ローカル線を地域活性化の軸に」『Future SIGHT』(2013年60号) フィデア総合研究所

(尾中謙治)

V. 津軽鉄道株式会社と女性グループとの連携による取組み

1. 津軽鉄道の概要

津軽鉄道株式会社（以下「津軽鉄道」）は、津軽五所川原駅から津軽中里駅までの津軽半島の南北 20.7km を運行する鉄道である（図 1）。1928 年に津軽北部開発と津軽半島環状鉄道の敷設促進を目的として設立され、1930 年 7 月に津軽五所川原駅から金木駅が、同年 11 月に金木駅から津軽中里駅が開通し、現在の路線となっている（津軽五所川原駅と金木駅、津軽中里駅が有人駅、他は無人駅）。沿線自治体は、五所川原市と中泊町の 2 つである。

資本金 73,387 千円の民間鉄道会社で、出資者の中には 400 名近い地域住民がいる。2015 年度の年間旅客数は 283 千人、運輸収入は 128.8 百万円（旅客収入 104.5 百万円、運輸雑収入 24.3 百万円）である。

津軽鉄道は、1975 年頃から乗客が減少し、人員削減・新規投資の停滞から活力低下、設備の老朽化、赤字の慢性化という悪循環に陥っていた。1981 年には、沿線自治体（現在は

図 1. 路線図



資料：津軽鉄道株式会社ホームページより転載

五所川原市と中泊町）と津軽鉄道が、地域において重要な役割を果たしている津軽鉄道の運行維持対策を協議して同線の存続を図る運動を行い、地域における民生の安定向上と発展に寄与することを目的として「津軽鉄道を存続させる協議会」を設立した（1990年に「津軽鉄道活性化協議会（以下「協議会）」と名称変更）。協議会では、津軽鉄道沿線案内リーフレットを作成したり、1994年からは地元の子どもたちに小さい頃から「マイレール意識」を持ってもらうために、沿線の小学校が授業の一環として津軽鉄道を利用する場合に、児童と引率者に対して運賃の助成を通年で行っている（津軽鉄道体験乗車）。

2004年には国が鉄道会社に必要な安全設備の整備（緊急保全整備事業）を2004年から08年の5年間に義務づけたが、そのために必要な津軽鉄道の負担分は約8千万円であった（事業総額は約4億円）。赤字経営が続いている津軽鉄道には資金の捻出は難しく、2005年に協議会に経営改善計画書を提出したが、県や市は補助負担に対して否定的な反応を示していた。このような津軽鉄道の窮状は県内外に広く知られるようになり、津軽鉄道の支援・応援と沿線地域の活性化に取り組むことを目的に、沿線住民が中心となって「津軽鉄道サポーターズクラブ（以下「サポーターズクラブ）」が2006年に設立された。サポーターズクラブの当初の会員数は676名で、県内外からの入会があった。サポーターズクラブはセミナーやフォーラムを開催したりして、地域住民の津軽鉄道に対する意識の高揚を図っていた。このような動きに加えて、増資やレール・オーナー制度による自己資金の確保もあり、五所川原市と中泊町による財政支援、県及び国の補助が確定し、津軽鉄道の廃線の危機を乗り越えることができた。

サポーターズクラブの今までの主な取り組みとしては、津軽鉄道を支援する各種フォーラムやワークショップ等の主催や駅名標（2駅）の贈呈、津軽鉄道応援写真集の販売、応援PRソングCDの作成・配布、「津軽沿線散策マップ」の作成など、多岐にわたっている。なお、サポーターズクラブの会員になるには年会費が必要であり、個人会員である一般個人・大学生は1,000円、高校生は500円、小・中学生は無料であるが保護者が会員である場合にのみ入会が認められる。法人会員は1口5,000円（何口でも可）がある。現在の会員数は約400名である。

現在もサポーターズクラブは「地域のシンボルである津軽鉄道の盛り上げを通して、地域を元気にすることを目的」として活動しているが、サポーターズクラブの誕生を契機に津軽鉄道は地域との連携や地域に開かれた取り組み、情報発信を進めていくことになる。

2. 津軽鉄道の利用促進・活性化にあたっての取り組み

サポーターズクラブの誕生後、津軽鉄道の役割は、生活路線と観光二次路線、そして観光資源・観光振興のツールとしての位置づけが明確になり、従来のイベント列車の充実や新規イベント列車の運行、駅弁・関連商品の販売、「奥津軽トレインアテンダント」の乗務サービス、無料レンタサイクル等の様々な取り組みが行われている。以下ではその一部を紹介する。

イベント列車の代表である「ストーブ列車」は、全線開通した 1930 年の冬から運転を始めている（運転期間は 12 月 1 日～3 月 31 日）。利用者は基本的に観光客で、乗車には通常の乗車券に加えてストーブ列車券（400 円）が必要である。ストーブ列車には、後述する沿線の農漁村女性グループで構成されている「津鉄応援直売会」の女性が同乗し、物販と会話を提供している。他にも、地域住民を主な対象とした、風鈴と俳句の短冊を下げた「風鈴列車」や鈴虫のかごを車内の棚に置いた「鈴虫列車」等もあり、新規では「太宰列車」「ハロウィン列車」「ホテル列車」等がある。

駅弁については、2007 年から発売されている「ストーブ弁当」を筆頭に、「さくら弁当」「だざい弁当」等がある。ストーブ弁当は、総合出版社の小学館の関係者が津軽鉄道を盛り上げるために企画したもので商品化されている。小学館との関係は、地元の写真家が津軽鉄道の写真集を出すために複数の出版社を回った際に、小学館が関心を持ったことから始まっている。その後、津軽鉄道をモチーフにした漫画「ちゃぺ！ 津軽鉄道四季ものがたり」や応援写真集が出版されており、他にも同社の雑誌等でも積極的に取り上げられている。駅弁の製造は地元の惣菜店が行っている。

2008 年からは五所川原の特産であるつくねいも（山芋）を使用した、津軽鉄道限定「つくねいもチップス」を販売していた（現在は製造中止）。原料は地元農協から仕入れ、弘前の業者に加工委託していた。その他に農協が関係した商品はなかったようである。

2009 年からは奥津軽観光アテンダント（以下「アテンダント」）が乗車して、西北地域の観光、伝統文化、食、特産物等の情報を発信している。きっかけは、青森県が国の「ふるさと雇用再生特別交付金事業」を活用して、津軽鉄道に「奥津軽トレインアテンダント設置事業」として業務を委託したことである（当時 7 名雇用）。その後、2012 年に「特定非営利活動法人津軽半島観光アテンダント推進協議会」に活動が引き継がれ、活動範囲が奥津軽地域から津軽半島の 10 市町村に拡大し、津軽半島各地域の魅力発信や地域特産物の観光客への試食イベントの開催等によって地域活性化を図っている（現在のアテンダントは 4 名）。

駅舎の一部は、地域住民の交流の場等になるように提供されている。津軽五所川原駅には「街づくり五農農業会社」という名の津軽鉄道の売店があり、ここでは沿線にある青森県立五所川原農林高等学校（以下「五農高」）の生徒が作った野菜や米、りんごジュース等の農産品及び加工品商品を取り扱っている。その中のヒット商品のひとつである「みそドーナツ」は、列車が 1 往復する間に 200 個販売されることもある。みそドーナツについては、五農高が食材の一部と商品開発アイデアを提供し、地元菓子店が製造を担当し、津軽鉄道は駅舎及び車内で販売するという役割分担になっており、それぞれの力をうまく組み合わせることによって誕生した人気商品である。

津軽五所川原駅前の津軽鉄道本社 1 階は、当初タクシーの営業所として使用されていたが、2009 年からは後述する「企業組合でる・そーれ」がコミュニティカフェの店舗として活用している。旧芦野公園の駅舎では、NPO 法人かなぎ元気倶楽部が喫茶店を運営して

いる。津軽中里の駅舎の一部はスーパーの空き店舗のままであったが、津軽鉄道から場所の無償貸与を受け、2012 年から中泊町が「駅ナカにぎわい空間」として提供している。イベントスペース、コミュニティカフェ、ギャラリー、特産品販売コーナーがあり、行事やコンサート等にも活用されている。町の無形民俗文化財である人形劇「金多豆蔵^{きんたまめじょう}人形芝居」を上演する劇場も併設されており、地元住民だけでなく観光客の交流場所にもなっている。2017 年には、津軽中里駅に残されていた転車台を、サポーターズクラブがクラウドファンディングを活用して復活させており、全国的な注目を集めている。

3. 津軽応援直売会の設立経緯と取り組み

津軽応援直売会とは、津軽鉄道の駅舎や車内、地域の催事で農産品や加工品を販売している農漁村女性のグループである（会員は2017年10月末時点で17名）。

津軽応援直売会の設立は、2005 年に青森県西北地域県民局の地域農林水産部農業普及振興室（以下「振興室」）が、「ViC・ウーマン」※に認定されている沿線の農漁村女性20名ほど（60歳代が中心）に声をかけ、「津鉄に乗って農村探検」を開催したことから始まる。津軽鉄道側は、振興室から沿線の遊閑地に花を植えて美化活動を進めたいので、列車に乗車したいという説明を受け、イベント当日には乗車の手配に加えて津軽鉄道の歴史や現状を説明した。参加した女性たちからは、「津軽鉄道のおかげで下宿しなくても学校に通えた」「農作業中、列車の通る時間で時間を知ることができた」「地域のシンボルである」等の声があり、地元の人たちの想いの詰まった、地域に根付いた列車であることが再確認された。そして、沿線の遊休農地の現状と津軽鉄道の窮状を知ったことから、「地域を何とかしたい、津鉄を存続させたい」という思いが醸成され、「ViC・in 奥津軽の会（以下「奥津軽の会」）」にその思いが共有された。

※青森県では、1994 年から特色のある地域農林水産業や住みよい社会づくりに取り組み、優れた地域活動の実績を持つ農山漁村女性リーダーを「ViC・ウーマン」として認定している。

奥津軽の会の有志は、「津軽鉄道のためにできることはないか」と検討を重ね、2006 年の春には芦野公園の駅舎での桜祭りの際に、期間限定でリンゴやお餅等の農水産物の直売を行った。直売を通じて観光客との交流が実現し、有志の女性たちも喜びを実感することとなった。その後も津軽鉄道やサポーターズクラブのイベントで直売や地場製品のPR、ストープ列車内で笹餅やスルメ等の車内販売も行うようになった。活動は本格化していき、沿線の金木地区生活改善グループの有志も参画した取り組みとなっていき、彼女らと奥津軽の会の有志によって2006年12月に「津軽応援直売会」が設立された。

津軽応援直売会の目的は、「津鉄を元気に 地域を元気に 自分を元気に」を合言葉として、津軽鉄道の協力を受け、直売活動を通じて消費者との交流を大切にしながら、所得向上を図ることとしている。会員は60～80歳の方々が主で、年会費は1,000円、2008年9月末時点では28名が在籍していた。運営上、基本的には自分の物を自分で売ること、寄付金として販売代金の10%を津軽鉄道に支払うこととしている。津軽応援直売会の活動は、津

軽鉄道側にとっては、無人駅が活性化されることが寄付金を得られる等のメリットがあった。

津軽応援直売会の会員は、絆の上っぱりとエプロンを身につけ活動している。車内では販売だけでなく、津軽弁による地元PRや民謡、手踊り等も披露して、観光客との交流を深めている。この活動はマスコミ等にも数多く取り上げられ、2008年には「ろうきん1億円基金」助成事業で銀賞を受賞し、賞金を受け取った。会員は、賞金を使って岩手県の農家民泊を視察し、そこから刺激を受けた津軽応援直売会の中核メンバー25名は、2009年に中泊町グリーン・ツーリズムの会「かけはし」を設立した。現在も地域内外の人々に畑の作業体験や郷土料理体験等を提供している。

2012年には、「グリーン・ツーリズム商品コンテスト 2011 優秀賞」（都市と農山漁村の共生・対流推進会議[オーライ!ニッポン会議]）を「おらほの味じまん列車」で受賞している。内容は、客車内をレストラン仕様にし、津軽五所川原駅から出発した列車の途中駅から会員が地元食材を使った手料理を各駅から乗車させ、乗車している会員が受け取り料理を乗客に提供するもので、鉄道に乗車しながら「ローカルフードのフルコース」を味わえるものとなっている。

他にも、津軽応援直売会は、大沢内駅周辺にあるブルーベリー農園での摘み取り体験やアスパラ収穫体験、そば打ち体験など、津軽鉄道を利用して最寄駅まで移動し、その後に農業体験するというイベントの開催を、津軽鉄道と共に計画・実行している。津軽中里駅の駅舎では「駅舎漬物まつり」を、津軽応援直売会と中泊町生活改善グループが主催して実施している（後援は津軽鉄道、中泊町、サポーターズクラブ）。駅舎漬物まつりは、基本的には地元の方向けで、地域住民と会員との交流を通じて双方が楽しめる機会になっている。

津軽応援直売会によって、津軽鉄道のイベント等の展開が比較的容易となり、列車や駅舎、地域の賑わい・活性化を実現している。マスコミなどにも頻繁に取り上げられてPR効果も高く、話題性があるので口コミによる集客も実現している。一方で、津軽応援直売会の会員は、活動にやりがい・生きがいを感じており、農産物の生産・加工にも積極的に取り組んでいる。

4. でる・そーれの設立経緯と取組み

でる・そーれは、女性3名によって立ち上げられた企業組合であり、現在は雇用者を含めて6名の体制で、津軽鉄道本社の1階の地域交流施設内でコミュニティカフェでる・そーれを運営している。地域の特産品を活用した食事と喫茶のスペースがあり、オリジナル加工商品、石炭クッキー（石炭をモチーフにしたクッキー）、地元の工芸品や食品などを販売しており、通信販売も行っている。でる・そーれは、地域との多様な主体とのつながりを生かして、「コミュニティカフェ」「地元生産者との地域食材を使った商品開発」「若者の人材育成」「着地型観光」に取り組んでおり、地域を代表するコミュニティビジネスを展開し

ている。2012 年には「青森県コミュニティビジネス表彰 最優秀賞」を受賞、2014 年には「がんばる中小企業・小規模事業者 300 社」に認定されている。

でる・そーれの設立は、理事の辻氏がサポーターズクラブの設立から役員を務め、様々な個人・組織とのネットワークができたことから始まる。サポーターズクラブの活動等によって津軽鉄道の廃線の危機を乗り越えた後、2008 年度の「絆で結ぶ地域がつながる支援事業」（青森県企画調整課）を受けて、当事業を実行に移すために「つながる絆パーティ」のメンバー募集が行われた。その際にサポーターズクラブ等が声掛けしてメンバーを集めたという経緯がある。メンバーは、辻氏をはじめとしたでる・そーれ設立メンバー 3 名や津軽鉄道の社長など 16 名であった。

絆パーティの会合の中で、「五所川原駅の周辺に空き店舗があること」「駅前に元気がないこと」「駅前にコーヒーを飲んで休んでいくところがない」等の課題が共有化され、絆パーティ内に「津軽沿線地域資源活用プロジェクト」「五所川原駅前販売プロジェクト」「農産物加工販売プロジェクト」の 3 つのプロジェクトが立ち上げられた。

でる・そーれの設立メンバーで、代表である澁谷氏は、絆パーティがきっかけで、津軽鉄道に目を向けるようになったと言う。澁谷氏自身は津軽鉄道の沿線の出身ではなく、結婚してから五所川原市に住むようになったので、津軽鉄道にあまり意識は向いていなかったようである。澁谷氏自身は、子育てがひと段落し、自分の時間ができたので、勤務するのではなく、何か社会参画したいと思っていたところで、辻氏に誘われて絆パーティのメンバーになった。もともと料理が好きだったので、地元食材を使って農産物加工がしたいという思いも持っていた澁谷氏は、五所川原駅前販売プロジェクトと農産物加工販売プロジェクトのリーダーを務めることとなった。

五所川原駅前販売プロジェクトでは、参画していたでる・そーれ設立メンバーの 3 名によって、「長芋ロック汁（後に津軽鉄道からの使用許可を得て「津鉄汁」と名称変更）」が試作された。津鉄汁は、津軽鉄道を活用したモデルツアー内で観光客に振る舞われ、商品化の手応えを得ることとなり、同時に事業化及び店舗開設への期待も高まっていった。これに対しては周囲から否定的な意見も出るなか、地域からのサポートもあり実現していった。

店舗は、サポーターズクラブが津軽鉄道から賃借して運営している津軽鉄道本社の 1 階の地域交流施設「サン・じゃらっと」の一部の運営を、サポーターズクラブからでる・そーれに委託する形でスペースが提供され、2009 年 4 月にコミュニティカフェでる・そーれがオープンした。

カフェのメニューとしては、津鉄汁（青森シャモロックや長芋・舞茸等県内の食材を活用）をはじめ蕎麦やラーメンなどが提供されており、食材は地元産にこだわっている。土産物も地元産の素材を主原料としており、石炭クッキーや中まで赤〜いりんごを活用した商品（ジャムやジュース等）、青森シャモロックとまとシチュー等を製造・販売している。

カフェの運営にあたっては、設立メンバーの一人の実家が飲食店を営んでおり、その知

識と経験が生かされた。また、彼女はゴボウや長芋の産地である車力村の出身であったこともあり、生産者から直接食材を調達するルートが確保できた。他の食材の仕入ルートとしては、つがるにしきた農協からはゴボウやニンジン、長芋、「むらおこし拠点館 フラット」からはゴボウ麺を仕入れたりしている。津鉄汁に使う青森シャモロックは、絆パーティのメンバーであり西北地域県民局の職員である方からの個人的な紹介で、生産者である建設会社と取引を行っている。建設会社は副業として青森シャモロックを飼育していたが、販路が乏しく縮小・撤退を検討していたが、でる・そーれとの取引をきっかけに存続することになった。赤〜いリンゴの売り上げも伸びており、生産者は最初の1戸から4戸に増え、うち3戸からは全量買取の契約をしている。取引先の製麺所からはそば用のどんぶりを貰い、それを今も使っている。「でる・そーれだから、食材を提供している」という生産者もいる。

石炭クッキーについては、売上の10%はストーブ列車の維持のために津軽鉄道に寄付されている。石炭クッキー等の土産物はカフェだけでなく、車内でも販売しており、車内の方がよく売れるとのことである。

お客様は、年間にすると地元の人と観光客が半々程度で、年間売上高は1千万円を超えている。集客においては、カフェの開設時に太宰治生誕100周年記念、翌年は東北新幹線の新青森駅までの延伸によって観光客が増加し、集客にはあまり苦勞しなかったようである。

現在、設立して9年目になるが、「まわりからのサポートがあって今がある」と澁谷氏は振り返る。

5. 小括

津軽鉄道の経営危機をきっかけに、津軽鉄道が地域の宝であり、地域の共有財産であることに地域の人びとは気づき、津軽鉄道は自社の活性化と地域の活性化を同一線上の課題と捉え、様々な活動において他組織との協力関係を築いている。その代表例が、女性グループによる津軽応援直売会や企業組合でる・そーれであった。

本事例では、農漁家の女性が津軽応援直売会を設立し、津軽鉄道の駅舎や車内、イベントで農産品・加工品を販売していた。この点に関しては、農協女性部もしくは農協自体の販路として、鉄道会社と連携するメリットはあると考えられる。他にも農協が関与でき、メリットがあるものとして、イベント列車の共同企画・実施、駅弁・関連商品の開発・販売、駅舎の農協直売所としての活用等があらう。

サポーターズクラブの設立は、津軽鉄道の存続危機ということを知ったことから始まっている。農協においても組合員・地域に理解しやすい形で情報公開をしていくことが必要だと考える。イベント等の告知にあたっては、共感を呼びやすい情報提供をすることも一手であらう。

次に、サポーターズクラブの活動は、農協組合員の活動にも通じるところがあり、組合

員に農協を支援・応援してもらうためには農協店舗・職員が組合員・地域との良好な関係づくりを継続していくことが必要であり、そのためにも食農教育をはじめとした地域に根ざした取組みも重要といえる。

他に農協の取組みのヒントとしては、五農高との連携による商品開発・販売、でる・そーれのような団体への農協店舗の一部提供や農協店舗のコミュニティカフェ化等がある。

最後に、地域に組織が根ざすためには、地域からの理解が必要であり、地域に対してオープンであり、地域との連携・協力が必要であると考えます。それによって自組織と地域の活性化が実現するように思われる。

(参考・引用文献)

- ・高橋光斉「鉄道会社とサポーターによるローカル線と地域の活性化：サポーター組織の活性化効果と存在意義」『北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集』（2012年3月）北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集制作委員会
- ・須藤順「社会的企業におけるネットワークの形成と展開：企業組合でる・そーれにおけるアクションリサーチから」『ノンプロフィット・レビュー』（2013年12月）日本NPO学会
- ・「須藤順地域社会における社会的企業の可能性：コミュニティカフェでる・そーれの事例から」『青森県立保健大学雑誌』（2012年12月）青森県立保健大学研究推進・知的財産センター研究開発科雑誌編集専門部会
- ・青森県農業改良普及会「あおり農業6月号」（2007年）

(尾中謙治)

VI. 能勢電鉄株式会社による農産物直売所と貸農園の取組み

1. 能勢電鉄と地域の概要

能勢電鉄（表 1）は兵庫県川西市の川西能勢口駅から大阪府豊能郡豊能町の妙見口駅までの妙見線（全長 12.2 キロ）と、同線の途中駅である山下駅で分岐する日生線（全長 2.6 キロ）を運行している鉄道会社である（図 1）。この 2 路線以外にも妙見山に登る鋼索線〈ケーブル〉と索道線〈リフト〉も営業している。ターミナル駅である川西能勢口駅では阪急電鉄宝塚線に接続しており、同駅から大阪の梅田駅までは約 20 分である。

沿線は大阪府豊能郡豊能町、兵庫県川西市、川辺郡猪名川町の 2 府県の 1 市 2 町にまたがっている（前掲図 1）。なお兵庫県と川西市と猪名川町は兵庫六甲農協、大阪府能勢町と豊能町は大阪北部農協のそれぞれ管内である。

表 1. 能勢電鉄株主の概要

社名	能勢電鉄株式会社
本社	兵庫県川西市
設立	1908 年 5 月 23 日
資本金	1 億円
営業収益（2016 年度）	4,063,619,831 円
輸送人員（2016 年度）	21,566,249 人

資料：能勢電鉄ホームページ

能勢電気軌道株式会社（1978 年 10 月 1 日に能勢電鉄株式会社へ社名変更）は、関西で最も有名な日蓮宗寺院のひとつである能勢妙見宮への参詣者と能勢地方の産物（三白〔酒、米、寒天〕、三黒〔黒牛、栗、炭〕）の輸送を主な目的として、1908 年（明治 41 年）に創立された。昭和 40 年代以後は大阪都市圏のベッドタウンとして沿線で住宅開発が急激に進められた。能勢電鉄の沿線は主に丘陵地で、1970 年に造成が開始された日生ニュータウンをはじめとして、現在は住宅地や団地が広がっている。

このように住宅開発が進んだ沿線だが、依然として農業地帯でもあり、農業は兼業農家の水田作が中心となっている。水田作以外には野菜（いちご、キャベツ、トマトなど）や果樹（栗、柿、いちじく）の生産も行われている。野菜は自家消費向けが多いが、道の駅や農協の直売所で販売も行われている。

[illegible]

2. 取組みを始めたきっかけと目的

能勢電鉄は、沿線人口の少子高齢化や都市部への若年層の転出により、2003 年に不動産事業から撤退した。その後しばらくの間は経営再建期が続いたが、2012 年に債務超過が解消された。経営再建中には新たな事業は見送りを余儀なくされたが、財務改善に目処がた

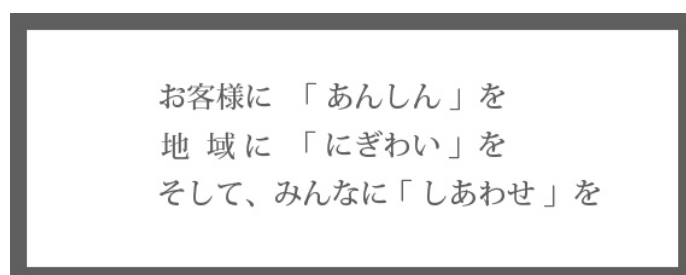
ち、それまで控えていた新規事業に取り組める余地ができた。

（２）取組みの目的

能勢電鉄が直営している農産物直売所「旬菜マルクト」の取組みを開始した直接的な目的は、駅の「にぎわい」をもたらすことであった。能勢電鉄の「経営理念」には、地域に「にぎわい」を（もたらす）が掲げられている（図２）。沿線地域活性化には、地域農業の活性化が必要という認識の下、農家の高齢化問題や耕作放棄地の増加といった地域農業の抱える課題の解決に向けて能勢電鉄ができる取組みとして、「旬菜マルクト」の取組みが開始された。他方で、一部の駅にあった能勢電鉄直営の売店をいくつか閉鎖しており、その跡地の有効活用も能勢電鉄の経営課題となっていたことから、農産物直売所の設置案が後押しされた。

直売所を駅に設置した理由として、能勢電鉄の利用者が沿線産の新鮮な農産物を購入できるようにしたいという利用者サービスという側面があった。能勢電鉄の沿線には２ヶ所の「道の駅（道の駅いながわ、道の駅能勢（くりの郷）」があり、いずれの道の駅も集客力があって賑わいをみせているという。しかし能勢電鉄の駅からは遠いため、自家用車を持たない世帯が道の駅に行くことは難しい。そこで道の駅で買える地元の新鮮な農産物を能勢電鉄の駅でも気軽に買えるようにすれば、より多くの人々に駅に集まってもらうことができ、駅ににぎわいをもたらすと共に、能勢電鉄利用者の満足度を高めることを目的として農産物直売所設置の取組みが開始された。

図２．能勢電鉄の経営理念



のせでんの使命

私たちは、お客様と地域に１世紀をこえる安全の実績と継続への決意、
そして日本一の職人魂と団結力であんしん・にぎわい・しあわせをもたらし
笑顔運び続けます。

（2017年1月1日制定）

資料：能勢電鉄ホームページより引用

また上述したように能勢電鉄の沿線には高度成長期に相次いで建設された団地が多くあるが、その多くでは住民の高齢化が進んでいる。そこで自動車などの移動手段を持たない

団地の高齢住民らに駅に来てもらうという狙いもあった。

3. 担当部署

旬菜マルクトを担当するのは、能勢電鉄総務部企画推進課（2018 年 4 月から鉄道事業部鉄道営業課）である。同課の業務内容は以下の通りである。第 1 に、駅における店舗運営（農産物直売所の旬菜マルクトの他、平野駅のコンビニと畦野駅のカフェの運営）、第 2 に、イベント等での特産品他の販売（阪神競馬場での旬菜マルクトの臨時出店、地域イベント「のせでんアートライン妙見の森 2015<つなぐマルシェ>」での旬菜マルクトの出店）である。「のせでんアートライン妙見の森」は 2013 年に能勢電鉄開業 100 周年記念事業で同社が実施したアートイベントで、第 2 回目の 2015 年には、沿線の 1 市 3 町や地域住民、団体等と連携して行う協働事業として開催された。

4. 現状までの経緯と課題

ここでは「旬菜マルクト」と、能勢電鉄が鉄道用地を活用して設置した貸農園である「旬菜農園ファームやました」の取組みをそれぞれ説明する

（1）旬菜マルクト

①経緯

旬菜マルクトは再建中の 2010 年 4 月に本社がある平野駅で初出店した。本社所在地である同駅での出店は店舗への人員の配置や荷の配送がしやすいという理由による。

その後 2011 年～2013 年にかけて、乗換駅（山下駅）、大型団地が近くにある駅（畦野駅、日生中央駅）、始発のターミナル駅（川西能勢口駅）で旬菜マルクトを相次いで出店した。しかし、売上や集荷・配送等の都合で 2015 年 5 月末までに 2 駅（川西能勢口駅、畦野駅）の店舗に集約化させ、現在に至っている。

②出荷農家

旬菜マルクトに出荷する農家は、能勢電鉄が独力で集めた。沿線の農家の中に元阪急電鉄社員がいたため、この農家を起点として、人伝えで次々に出荷農家の紹介を受けていき、出荷農家を増やしていったという。他に、道の駅や農協の直売所に出荷している農家にも直接訪問して旬菜マルクトへの出荷を依頼した。また猪名川町役場にも出荷農家の紹介を依頼した。もともと鉄道会社として沿線自治体とのつながりはあったので、町役場に出荷農家について相談したのは自然なことであったという。

現在の出荷者は、野菜の他農産加工食品も含めて 20 戸くらいである。うち常時出荷しているのは 10 戸程度である。出荷農家の「組織化」は電鉄としてはしていないが、出荷農家同士の旬菜マルクトに関する情報交換等は自発的に行われているとのことであった。

③取組み開始当初

旬菜マルクトを開始した当初の出荷農家はわずか3戸だった。出荷農家が少ない当初の時点で、集まる野菜が同じような種類に偏りがちであったという。また出荷農家も沿線のうち猪名川町と能勢町に偏っていた。

旬菜マルクトが農協の直売所や道の駅と比べて不利な点もあった。特に道の駅や農協の直売所は比較的農家の近くにあるので出荷が容易だが、鉄道駅は農家から遠いことが旬菜マルクトにとっては決定的に不利であったという。条件が同じでは旬菜マルクトには出荷してもらえないので、旬菜マルクトでは農産物の委託販売ではなく、買取り方式にした。また集荷は取組みの開始当初は能勢電鉄が自ら各農家を回って集めた。

なお能勢電鉄の沿線地域外の農産物としては、兵庫県淡路島とのつながりがある社員がいたため、同島特産の玉ねぎを販売している。また大阪府の泉州地域にも社員に関係者がいたため、泉州特産の水なす等の野菜も旬菜マルクトで扱っている。

④旬菜マルクトの営業状況

旬菜マルクトの営業時間は、川西能勢口駅店が月～金（祝日除く）の10：30～15：00、場所は駅改札内のコンコースである。店はいわゆる出店の形態で営業時間だけ棚をおいて販売している（写真1）。また畦野駅店は火・金の10：00～13：00、場所は閉店した売店跡地（改札外）である（写真2）。なお旬菜マルクトの従業員（店員）は合計6名で全員パートタイマーである。

旬菜マルクトで販売している主な農産物は表2のとおりである。旬菜マルクトの年間売上額は2店合計で17,522千円（2015年度）である。店舗別には、川西能勢口駅店（2017年3月）で1,559,588円（営業日数22日間）、1日当たり平均70,890円である。畦野駅店（同）で200,972円（営業日数9日間）、1日当たり平均22,330円である。

川西能勢口駅店の開店時間を10：30としているのは、朝の通勤時間帯の鉄道利用者は通勤客が大半であるという客層の問題と、朝のラッシュ時に川西能勢口駅のコンコースは非常に混雑するので出店できないという理由からである。主な客層は沿線住民の高齢者層で、川西能勢口駅の場合、同駅周辺の病院や買い物で電車を利用している乗客が中心である。

出荷者からの買取りは現在でも続いている。このため販売価格は川西能勢口駅付近の百貨店やスーパーよりも若干高めだという。当初は商品の値付けが難しく、商品の半分が売れ残ってしまうこともあり、社員販売に回すなど販売では苦勞をしたという。しかし徐々に経験を蓄積させた結果、2015年からは現場のパート店員の裁量で値引きを認めることにした後は、売れ残りは激減したという。現時点では2日以内でほとんどの商品を売りきれようになっている。値引き販売をしても、採れたての新鮮な野菜なので、スーパーより確実に新鮮な野菜であることは客も十分理解しているのではないかとみている。

写真 1. 川西能勢口駅店（駅構内コンコース）



資料：能勢電鉄ホームページより引用

写真 2. 畦野駅店（旧売店敷地内）



資料：能勢電鉄ホームページより引用

旬菜マルクトでは、野菜などの農産物の他には、農産加工品も販売している（表 2）。加工品は農家の手作りまたは商工会の女性部などが作ったものが大半である。

表 2. 旬菜マルクトの販売商品

旬菜マルクトで売られている主な農産物（月別）	
1月	いちご、大根、白菜、金時にんじん、ねぎ
2月	白菜、ヤーコン、キャベツ、いちご、切り花（ゆり、チューリップ）
3月	高菜、ほうれんそう、葉付たまねぎ
4月	ブロッコリー、菜の花、わけぎ、たけのこ
5月	サラダ菜、からし菜、サニーレタス、タアサイ、にんにくの芽、
6月	きぬさや、そら豆、モロッコ豆、スナッペンとう、ふき、馬場なす、川西産もも
7月	ジャンボにんにく、トマト、パセリ、いんげん、じゃがいも
8月	いちじく、メロン、きゅうり、トマト、セロリ、つるむらさき、なすび、ゴーヤ
9月	いちじく、ピーマン、モロヘイヤ、栗、マコモタケ、天王トマト
10月	じゃがいも、甘長とうがらし、ししとう、栗（銀寄）、黒枝豆、里芋
11月	でっちゃんかん、水菜、さつまいも、里芋、柿
12月	いちご、大根、かぶら、菊菜、小松菜、太ねぎ、しいたけ、白菜
旬菜マルクトで売られている主な農産加工品（産地別）	
能勢町	おはぎ、大福餅、餅セット、栗ごはん
猪名川町	シフォンケーキ、寿司類
豊能町	味噌、たけのこ水煮
その他	赤飯、山菜おこわ

資料：能勢電鉄作成資料

他の農産物直売所と同様に生産者名は明示して販売している。集荷については、当初、社員が農家に伺っていたが途中から出荷農家に集荷場まで持ってきてもらうようお願いすることに变更した。集荷方法の变更で、どうしても荷を集荷場まで持てこられない理由がある場合、従業員が農家まで集荷することもある。

⑤課題

課題となっているのは、同種の野菜が多くなりがちになることである。このため、出荷者には出荷野菜によって出荷数量制限をかける場合もあるという。他方で、沿線の標高が高い場所では、同じ野菜でも出荷時期がずれるので、集中化を避けられているというメリットもあるとのことであった。

先に述べたように出荷のルールを取組み当初から徐々に变更していく中で、旬菜マルクトへの出荷をやめていった農家もいたが、現在の出荷者はそれらを全て乗り越えており、優秀な農家が残った。残った出荷者は専業農家が多く後継者もいるとのことであった。

(2) 旬菜農園ファームやました (貸農園)

①経緯

取組み開始のきっかけは、能勢電鉄日生線の山下駅～日生中央駅間にあるトンネル上の土地の活用であった。土地をそのままにしていると草刈りなど土地管理のコストがかかるので、何らかの形での土地活用が課題となっていた。当初はソーラーパネル設置の案などもあったが、景観が悪くなるなどの問題があったという。

そこで農園としての利用も考え、その方法を検討していた所、後述する「株式会社マイファーム (京都府京都市)」のサービスをネット検索で見つけて、同社への委託方式による貸農園の開園へと進んでいった。

こうして「旬菜農園ファームやました (以下、ファームやました)」は、2016 年 4 月に開園した。ファームやましたは山下駅より徒歩 8 分の場所にある。農園の面積は約 2,000 m²、全 72 区画で 1 区画は 15 m²となっている (表 3)。

②株式会社マイファーム

委託先の株式会社マイファームは 2007 年創業で、同社が手がける「体験農園マイファーム」は近畿中心に各地 (福岡、近畿 6 府県、愛知、神奈川、千葉、埼玉、茨城) に 2017 年 12 月現在、延べ 100 か所以上あるとされている。

同社のホームページによると同社は「自産自消のできる社会」を目指しており、農地の維持管理に不安のある農家等に対して、農地の貸農園としての利活用を提案する事業等を展開している。また同社ホームページでは、同社と大阪府の北大阪農協と貸農園事業での連携事例も紹介されている。

③現状

2017 年 12 月現在、31 区画が利用契約中である。利用希望者はマイファームに申し込みを行うなど、ファームやましたの管理運営は同社が行っている。利用者の大半は沿線団地の住民などで、年齢層は年配の方が多いという。

表 2 にあるように、農園の利用料は月額 5,400 円、年間運営費 4,050 円、1 年契約 (継続可能) となっている。なお農具や有機肥料は無料で利用できる。

マイファームが現場に派遣している農業の専門家であるアドバイザーが 2 名おり、ファームやました利用者は週 4 日、無料でアドバイザーの指導を受けることができる。

また近隣農家には貸農園開設の話を事前に通してあり、農家からは極めて好意的な意見があったという。現場ではファームやました利用者と近隣農家との交流もあるという。

表3. 「旬菜農園ファームやました」の基本情報

施設概要	募集要項
事業主：能勢電鉄株式会社	総区画数 72 区画
運営主体：株式会社マイファーム	1 区画 15 m ² (5m×3m)
所在地：能勢電鉄妙見線山下駅から徒歩約 8 分	農園利用料 月額 5,400 円 (税込み)
施設：駐車場、駐輪場、簡易休憩所、簡易トイレ、野菜栽培用給水タンク、農機具収納庫 (野菜栽培に必要な農具及び有機肥料は備え付け、無料)	年間運営費 年額 4,050 円 (税込み)
	契約期間 1 年間 (継続可能)

資料：能勢電鉄ホームページ

④課題

ファームやましたの運営コストはマイファームへの委託費が主である。ファームやましたの開園に当たっては、鳥獣害の対策（防護柵の設置）や土壌改良（石の取り除き等）が必要だったのは計算外であったが、草刈などの鉄道用地にかかる維持コスト削減という当初の目的は果たせているとしている。

（3）その他の取組み

能勢電鉄による沿線地域活性化に関する取組みとして、イベント電車の不定期運行も実施している。具体的には、のせでんビール電車、のせでん冬の銀河便（車内で星空イルミネーション）、のせでん恋日記（車内で婚活パーティー）などイベントによる特別列車をこれまで運行している。このうち、のせでんビール電車ではビールメーカーと能勢町で住民主導による農産加工品開発などの地域再生に取り組む「能勢銀寄」や地元飲食店との連携を実現している（図3）。

インバウンドは周辺観光地等にはすでに押し寄せているが、能勢電鉄の外国人利用者はまだ少なく、呼び込みが課題となっている。現状では社内チームを作って、インバウンドの呼び込み策を検討しているとのことであった。

5. 小括

旬菜マルクトで販売する地元農産物については、地域と能勢電鉄とのつながりを重視し、能勢電鉄が地元の農家から直接農産物を仕入れるスタイルにこだわった。そのため、農協を介して地元農産物を仕入れることは考えられなかったとのことであった。他方で同じ地域に根ざす事業体として、電鉄としては農協と連携することに否定的ではなく、何らかの形で協力することも可能としている。反面、現時点で農協と電鉄との間に接点が無く、農協との連携実現にあたっては、何かのきっかけが必要だと思われる。

図3. のせでんビール電車（2017年9月実施時）



資料：能勢電鉄ホームページ

能勢電鉄が農産物直売所や貸農園に取り組んでいることに対しては、各方面より評価を受けており、能勢電鉄として農業関係の取組みは一定の成果を上げていると自己評価している。他方で、それが沿線人口や鉄道利用者の増加をもたらす沿線活性化に寄与した効果を客観的に評価することは難しいとしている。

能勢電鉄では農業関係の取組みで発生する赤字分は、一種の「広告費」として試みているとのことであった。しかしそれを費用としてどこまで許容するのか、あるいは農業関係の事業の「採算ライン」をどの程度に設定するかは未だ確立されているわけではないとしている。

（福田竜一）

Ⅶ. 南海電気鉄道株式会社における「農業」に関連した沿線活性化事業に関する活動

1. 南海電気鉄道株式会社の概要と活性化・利用促進にあたっての方針・取組み

南海電気鉄道株式会社（以下南海電鉄）は大正 14 年に設立された鉄道事業者である。

現在の路線網は大阪・難波と和歌山市を結ぶ南海線、高野山方面に向かう高野線、泉佐野から関西国際空港に向かう空港線を中心として、その他いくつかの支線から構成されている。沿線は都心部に近いほど住宅地が中心となり、輸送のメインは大阪中心部への通勤客と関西国際空港を利用する旅行者である。一方、大阪府南部や和歌山県内の沿線では農地が広がる光景も見られる。

その他、グループ会社として、泉北高速鉄道、阪堺電気軌道といった南海電鉄以外の鉄道事業や、バス事業、不動産事業、流通事業、レジャー・サービス事業がある。この中で、特にバス事業については和歌山県や徳島県の路線バス会社もグループ会社となっており、その事業範囲は和歌山県南部や徳島県西部にまで及ぶ。また、これに関連して、和歌山と徳島を結ぶフェリーも南海電鉄が 100%出資しているグループ会社である。

これらのことから、南海電鉄では、南海電車の沿線となる大阪府や和歌山県北部だけでなく和歌山県南部や徳島県まで含めた地域を「事業領域」として認識の下、各種事業に取り組んでいる。

近年、南海電鉄では、関西国際空港に就航する航空会社が増えたことによるインバウンド需要を受けて外国人の乗客が増加しているとはいえ、主力路線である南海線や高野線の沿線開発の成熟化を迎え、沿線人口の高齢化や乗車人員の減少が課題となっており、今後の沿線交流の活性化を目的とした沿線開発や沿線の魅力の発信、それに伴う乗車人員の確保に向けた取組の重要性が高まっている。

南海電鉄として、農業に焦点を当てた理由としては、「都市近郊にありながら第一次産業が盛ん」という南海沿線の魅力を発信したかったことと、耕作放棄地の増加や農業の担い手不足の解消に貢献したかったからである。

特に、大阪府南部の泉佐野市は、難波から 30 分程度の場所にあるにもかかわらず農業が盛んな地域であり、泉佐野市やその周辺の地域を指す「泉州」の名を冠した地域ブランド野菜も栽培・出荷されている。

この地域ブランド野菜は生産者の間で「泉州ブランド野菜」と呼ばれており、代表的な栽培品目として、「泉州（松波）キャベツ」「泉州玉ねぎ」「泉州水なす」がある。また、これらの野菜は大阪府と府下の J A グループによって「なにわ特産品」として指定されている。

以上の経緯より、「農業」が南海電鉄の沿線の魅力向上や魅力発信の有力なコンテンツの一つとして浮上した。本稿では南海電鉄で「農業」に関する事業として企画された体験農園関連事業とベジステ・沿線マルシェ関連事業に焦点を当てた。

2. 体験農園関連事業

(1) 事業の概要

南海電鉄で企画された体験農園関連事業の取組みとして、①週末農業体験、②週末農園塾コース、③体験農園コース、④里山小麦作り体験とパン作り体験、⑤有機農法の土壌作りセミナーがある。図表 1 にそれらの概要についてまとめたものを示す。本節では、これらの事業についてみていくこととする。

図表 1. 南海電鉄で企画された体験農園関連事業の取組み

企画	週末農業体験	週末農園塾コース	体験農園コース	里山小麦作り体験とパン作り体験	有機農法の土壌作りセミナー
実施期間	2016年9～12月	2017年4月～2018年3月	春夏コース2017年5～7月 秋冬コース2017年9月～2018年1月	2017年10月～2018年8月	2017年～
参加者数	20名 (1組3名まで)	20名 →40名で開催	24組 (1人でもグループでも可)	30名	120名
参加費	10,000円	60,000円	20,000円	20,000円	無料
協力農家・団体等	泉州アグリ	泉州アグリ	泉州アグリ	NPO法人里山ひだまりファーム	立命館大学，一般社団法人SOFIX農業推進機構
農業体験の場所	泉佐野	泉佐野	泉佐野	河内長野	なんばパークス

資料：筆者作成

(2) 週末農業体験

「週末農業体験」は南海電鉄が初めて取り組んだ農業関連事業であり、今後の農業関連事業を見据えた試験的な位置づけとして実施された。

本事業は、大阪府泉佐野市を中心に農業を行っている株式会社泉州アグリを協力農家として、2016年9～12月にかけて計3回にわたり講座が開講された。募集人員は20名、参加費は大人1名1万であった。

講座の流れは次の通りである。

まず、1回目は座学として、南海電鉄が所有・管理する中心部のビル「なんばパークス」（南海電鉄難波駅とコンコースにて直結）にて、野菜を育てる基礎知識を学ぶとともに植え付けの体験を行った。次に2回目では、実際に農場に入り、泉州ブランド野菜の松波キャベツと白菜、ブロッコリー等の植え付け体験を実施した。また、農場で収穫された夏野菜の試食も行った。最終回である3回目は松波キャベツの収穫と収穫したキャベツで作っ

たお好み焼きを食べる内容とした。

募集人員 20 名のところ、応募は 100 名ほどあり、参加者の属性として年代や性別は様々で、参加者の形態も家族からカップルまで様々であった。これによって南海電鉄は農業関連事業への手ごたえを感じた。

図表 2. 「週末農業体験」のチラシ

週末農業体験

さあ、あなたもいっしょに土にふれて、
学ぶから食べるまで、週末に農業を体験してみませんか？

1回目 9月3日(土) 10時15分～
農を学ぶ
予備日: 4日(日)

2回目 9月10日(土) 10時00分～
松波キャベツを植える
予備日: 11日(日)

3回目 12月10日(土) 10時00分～
収穫・食べる
予備日: 11日(日)

体験内容 ベジスタのスタッフがサポートします。	1回目	なんばパークスにて、種の選び方から無農薬栽培など、野菜を育てる基礎知識セミナーと、実際に土にふれて、植え付けも体験。		
	2回目	泉佐野市内の農園にて、泉州ブランド野菜の松波キャベツや白菜、ブロッコリーなどの植え付けを体験。泉州アグリ産の夏野菜も試食。		
	3回目	松波キャベツなどを収穫し、その収穫したての松波キャベツで作ったお好み焼きを実食。焼き手は、大阪市内の有名店「でん」の店主、田中昌行さん。		
開催場所	1回目	なんばパークス	2・3回目	泉佐野市内の農園
参加費	大人1名(18歳以上) (全3回シリーズ)	10,000円(税込)	※但し、交通費は各自負担 ※1回のみおよび高校生以下の参加は不可	
募集人員	約20名	※1組3名まで ※事前申込必要 ※申込者多数の場合は抽選となります		

主催 南海電気鉄道株式会社 営業推進室 事務局・株式会社泉州アグリ お問い合わせ 南海テレホンセンター 06-6643-1005(8:30～18:30)

資料：南海電気鉄道株式会社

(3) 週末農園塾コース

前項の「週末農業体験」を通じて、農業への関心や学習欲の高さを実感し、「週末農園塾コース」を2017年度より企画・実施している。

この週末農園塾コースは1年間を通じての企画として取り組まれているものである。4月に実施された第1回目はなんばパークスで野菜の栽培の概要に関する座学と栽培計画に関する実習をした。その後、2回目となる5月より毎月、午前はりんくうタウンで座学、

この企画では農業技術アドバイザーとして講師を依頼し、座学で土作りや肥料の基本的知識を学び、実習では土作りや畝作り、間引きの方法といった栽培技術に関することから霜よけネットの設置といった実践的なものまで学べるカリキュラムとなっている。なお、サポートスタッフとして泉州アグリが協力している。

参加費は大人1名6万円で、種・苗・農具代込みである。募集人員に20名に対して40名ほどの応募があり、企画段階では受講日は日曜日のみだったが、土曜日にも開講スケジュールを設定して対応した。



KURASHI GARDEN

くらし菜園





野菜をつくり、
農業をまなぶ。

平成29年度 参加者募集案内

週末農園塾コース

農業や栽培、基礎知識と技術を身につけるコース。
座学と実習から農業のいろはを、一からじっくりと学ぶことができます。
土とともに過ごす「農」ある毎日。
体験を通じて、「しゅくりくろく」のくらしガを覚悟しよう。

全12回カリキュラムで専門家からきちんと野菜づくりが学べ、
農業が初めての方でも、ご自身の農園づくりを目指す農業学習講座。

●主に毎月第3日曜開催 ●主に午前は座学、午後は実習 ●1日4時間程度

第1回 4月16日	第2回 5月21日	第3回 6月18日	第4回 7月16日	第5回 8月20日	第6回 9月10日	第7回 10月15日	第8回 11月19日	第9回 12月17日	第10回 1月21日	第11回 2月23日	第12回 3月18日	修了
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----

第1回講座 4月16日(日)

10:00-12:00 座学：夏野菜と冬野菜の栽培概要
13:00-15:00 実習：栽培計画を作る実習
会場：なんばパークスC会議室
集合：9時45分

第2回講座 5月21日(日)

10:20-12:00 座学：夏野菜の栽培方法
12:30-14:20 実習：追肥・支柱設置の実習
会場：泉佐野周辺の農園
(詳細は参加者の方にご案内いたします)

第1回はなんばパークスで、第2回以降は泉佐野周辺の農園で座学と実習を行います。※雨天時は午後も座学を行います。

募集要項

定員 **20名** 様 **4/3(月)** まで

料金：大人1名 **全12回 60,000円** (5,000円×12回) ※初回返金
(18歳以上) ●交通費 各自負担。
●種・資・道具などは込み料金です。

主催 南海電気鉄道株式会社 公益財団法人 株式会社社会(アグリ) お問い合わせ 南海テレビジョンセンター 06-6643-1005(8:30~18:30)



NANKAI

農林中金総合研究所
<https://www.nochuri.co.jp/>

(4) 体験農園コース

2017 年度は、前項の「週末農園塾コース」に加えて、より気軽に野菜づくりや収穫を楽しめる「体験農園コース」の事業も開始された。

週末農園塾コースとの違いとして、週末農園塾コースは毎月決まった日時に農園で農作業（実習）をするのに対して、体験農園コースでは初回到座学を行い2回目に植え付け体験をした後は、収穫まで自由に農園に赴いて栽培作物の世話（管理）をすることができる点にある。つまりこの取組みは市民農園に近い形態をとっており、泉州アグリを提携農家として農地中間管理機構より農地を貸借する農地利用方式にて企画された。

募集は春夏コースと秋冬コースの2期に分けて行われた。春夏コースの参加費は、一組1万2千円で募集定員は20組、秋冬コースの参加費は一組2万円で募集定員は24組である。本コースでも1回目は「野菜を学ぶセミナー」として週末農園塾コースと同じ講師による座学の機会が設けられている。2回目の植え付け体験以降は自由に農園に赴いて作業することができるが、農園では泉州アグリの職員がアドバイザー（サポートスタッフ）として水・土・日の9:00～12:00まで農園に滞在しており、自由にアドバイス等を受けることができる。

春夏コースは収穫できる作物も多かったのが人気があったが、秋冬コースは寒く、収穫可能回数も少なめであったので応募の出足は鈍かったとのことである。

図表4. 暮らし菜園羽倉崎のチラシ

KURASHI GARDEN
暮らし菜園
羽倉崎

伝統野菜やブランド野菜、新品種を育て、おいしさを楽しめます。

平成29年度秋冬期 参加者募集
植える・育てる・食べる
秋冬コース

なんかに、じっくり。

手ぶらで行ける農園 土に触れ、安全でおいしい野菜を育てる体験コースです。体験アドバイザーが修付けを個別指導し、未経験の方も安心のサポート体制です。お子様から大人まで楽しめます。おひとりさまも歓迎！

栽培品種
ななわ伝統野菜（出羽大根、大玉赤唐、新設楽）、泉州キャベツ（松茸キャベツ）、ブランドじゃがいも（インカのめざめ）、新品種野菜（オレンジ料理、赤キャベツ、ブロッコリー、赤かぼちゃ、高カサタチ、フルーグ）など

体験のステップ
1 野菜まじりと修付け計画
2 修付け体験
3 育てる体験
4 収穫体験！

募集定員
約5ヶ月
9/21から10/30までの期間
1組 **20,000** 円
定員 **24** 組
募集期間：7月12日(水)10時～31日(月)17時まで

※当園で栽培された野菜はすべて無農薬で育てています。
主催：南海電気鉄道株式会社 運営：株式会社泉州アグリ お問い合わせ：南海電気鉄道センター 06-6643-1005 (9:30～16:30)

NANKAI

資料：南海電気鉄道株式会社

（５）里山小麦作り体験とパン作り体験

本項で述べる「里山小麦作り体験とパン作り体験」は大阪府河内長野市のNPO法人と共催で実施されているものである。この取組みは、小麦の種まき体験、麦踏みから刈り取り・収穫体験といった一連の農作業の体験に加えて、収穫された小麦を使ってパン作り教室に参加する企画となっている。なお、前述してきた他の体験農園関連事業同様、第1回目は小麦の栽培や品種等を学ぶ座学の時間が設けられている。

参加費は1人2万円で、募集30名のところ70名ほどの応募があった。人気シェフによるパン作りが含まれるためか、女性一人の応募や女性グループによる応募が目立ったことから新たな客層の掘り起こしが行えたとの実感があったとのことである。

図表5. 里山小麦作り体験とパン作り体験のチラシ

沿線ファーム 河内長野

なんかつくろ.

Eisen Farm Kawanishigun Kurashi Garden Ca Marche Kobe Kawanishigun

河内長野の土・水・人が育む小麦 収穫した小麦で、西川シェフとあなただけのパンを焼く
里山小麦作り体験 × Ca Marche のパン作り体験
 サ・マーシェ

大阪で唯一、小麦栽培に取り組む河内長野の里山で、
 種蒔き、麦踏み、収穫などを体験いただきます。

パン教室の講師は、豊前区神門で行列のできるブランジュリーCa Marcheオーナー・シェフの西川氏。
 あなたの育てた小麦が現るパンに生まれ変わる魔法をぜひ学んでください。

募集要項

募集人数	定員30名様 ※申し込み多数の場合は抽選とさせていただきます。
参加費	お1人20,000円 ※お申し込み価格
募集期間	9月29日(金)10時～10月19日(木)17時まで
申込方法	インターネット kurashi-saien.com 南海 暮らしの園 映画

Present

●共催：南海電気鉄道株式会社・NPO法人里山のたまりファーム
 ●お問い合わせ：南海テレホンセンター 06-6643-1005(8:30～18:30)
 ※お申し込みいただいたお皆さまに別途詳細をご案内いたします。

NANKAI

資料：南海電気鉄道株式会社

（６）有機農法の土壌づくりセミナー

本セミナーは、南海電鉄と立命館大学が主催、一般社団法人 SOFIX 農業推進機構が共催で企画された有機栽培や循環型農業を目指した土壌作りに関する一般向けの内容である。体験農園事業を通じて利用者の「土づくり」に対する関心の高さを感じて実施されたセミ

ナーであり、実際に近年、家庭菜園や市民農園で農業を実践している人が増えている事も影響してか、関心も高く、募集定員 100 名のところ、120 名ほどの申込があったため座席を増やして対応した。なお、参加料は無料である。

図表 6. 有機農法の土壌づくりセミナーのチラシ



資料：南海電気鉄道株式会社

3. 農産物販売事業

本節では、南海電鉄によって企画された農産物販売に関する取組みについてみていくこととする。

(1) 「ベジステ」(野菜直売所)

「ベジステ」は南海電鉄関連で初めて企画された農産物販売の取組みである。当初は期間限定販売であったが、多くの利用者からの要望により 2015 年 6 月より常設された。

設置場所は南海電鉄難波駅改札内の駅ナカのテナントである。この場所は駅ナカとしては利用客の通行が少なく、テナント誘致に苦戦していた場所であった。そのような状況において、駅ビル事業の担当者から「野菜を販売してはどうか」との提案があり、企画が検

討された。その結果、大きな売り上げを見込むのは厳しいかもしれないが、地産地消の推進、沿線農村部の活性化や今後の事業展開の可能性を重視し、開店が決まった。

この時に販売を担うことになったのが、農業体験関連事業でも協力関係にある泉州アグリである。泉州アグリは母体となるNPO法人が就労支援をしていたため、結果として、ベジステを通じた就労支援という社会的にも意義のある取組みとなっている。なお、泉州アグリが関与した経緯としては、南海沿線に出店したスーパーでの野菜販売時に野菜を提供しており、そのつながりに依ったとのことである。また、協力体制にある体験農園関連事業については南海電鉄から泉州アグリに話を持ちかけている。

（２）「沿線マルシェ」

「沿線マルシェ」は2016年8月より月末の月～水曜日に南海電鉄難波駅2階イベントスペースにて実施している農産物販売イベントである。開催時間は11～20時である。このイベントは南海電鉄沿線の農産物や海産物を販売することで、沿線の魅力を発信するとともにそれを通じて沿線を訪れるきっかけづくりに寄与している。なお、このイベントスペースは改札外になる。通勤の帰り道に購入していく人が多いが、午前中は高齢者の利用が目立っている。

当初は泉州アグリが仕入れ・販売していたが、2017年10月より一部運営を外部業者に業務委託している。なお、泉州アグリ以外の出店者は毎月変わる。

ここでは、大阪や和歌山県北部の農産物だけでなく、有田みかんやみなべ町の梅干しのように和歌山県中南部からも出店（出品）がある。有田みかんの産地である和歌山県有田市や田辺市、みなべ町といった和歌山県中南部では、南海電鉄は鉄道事業を行っていない。しかしながら、グループバス会社があることから広域的に「事業領域＝沿線」に含んでおり、このことからイベントでの販売品目の対象としている

なお、イベントの中でも売り上げは上位とのことであり利用者のニーズは高いと思われるが、まだ常設とまではいかなく、現時点ではあくまでもイベント的扱いである。

4. 農協との関わり

現時点において南海電鉄と農協に特に関わりはない。果実が豊富な紀ノ川農協にマルシェ出店の声をかけたことはあるが、出店にはいたらなかったとのことである、

南海電鉄としてはマルシェだけではなく、将来の事業継続や新たな展開に向けた農地の取得等の観点から体験農園事業でも連携したいとの考えがある。

5. 今後の展開

南海電鉄では、体験農園事業やマルシェ等を通じて南海沿線を「食と農の好感度地域」へとイメージの転換を図り、交流人口の増加、さらには定住人口の維持につなげ、総合的に収益をあげていくことを目指している。

図表 7. 沿線マルシェのチラシ



資料：南海電気鉄道株式会社

一方で課題としては、事業の拡大を目指す中で、耕作パートナーをなかなか見つけることができない現状がある。

沿線の堺市では行政が積極的にサポートしてくれる体制が整っているが、すでに民間会社が参入しており南海が入り込む余地が少ない。一方、泉州アグリのある泉佐野市では前例がないことや議会对策の面で行政との折衝に苦勞している。

農地利用集積円滑化団体や三者協定等の面から農協が入ってくれば円滑に進む面もあるのではないかと考えるもあるが、地域の鉄道会社である南海電鉄とはいえ農業の世界では「よそ者」となることから、地域密着型企業が地元を荒らすわけにもいかない状況にある。そのような状況において、抜本的な解決策は見いだせずにいるものの、地域の農業者の理解を深めていただくためにも続けることが大事との認識に重点を置き、今後も体験農園事業を継続する予定である。

マルシェの今後の方針としては、利用者数や売り上げが好調なことから、土曜日や日曜

日にも実施してみたいとのことである。また、関西国際空港への路線もあるため外国人客も多いことから、それらにも対応した販売品を提供したい。特に、果実は外国人客にも人気とのことで、果実の取り扱いを増やしたいとの意向がある。

6. 小括

本章では小括として南海電鉄のような事例において農協が関与できる可能性があると思われることについてまとめる。

ここで考えられることとしては、鉄道会社と協働した農業を通じた地域の魅力を発信と交流人口の増加を目的として、農地の斡旋や仲介、農業指導等の役割と農産物を出荷する役割であろう。

前者は他業種からの農業参入をサポートする役割が大きく社会的貢献の意味合いが強いと思われる。泉南地域の農業においてはブランド化に大阪府下の農協組織が関わっていることから依然として農協が果たしている役割は大きいものと思われる。沿線の農業の事情を一括りすることはできないが、沿線の魅力向上や農業振興への相乗効果を期待する上でも、鉄道会社を農業の新規参入の一事業者として捉えサポートすることも検討してはどうかと思われる。

後者の役割を通じては、地場農産物を売ることのできる機会が増えたり農協について知ってもらえる機会が増えたりすることが考えられる。この点について、鉄道会社と連携することで車内に広告を出すことができるため、車内広告は不特定多数の人が目にすることから、従来、農協とは接点のなかった人にも農協について知ることのできる機会になる可能性がある。

また、農産物を売る機会を増やすことで、産地への興味や関心を持つ消費者が増えることも予想される。特に南海電鉄としての事業領域は広域であることから、大阪府下の農協だけでなく、和歌山県南部や徳島県の農協との連携も考えられよう。南海電鉄ではすでに農産物販売の実績を重ねていることから農協が出荷者になることのハードルは低いと思われる。

今後の地域の農業のあり方を考える上でも、地域の持続的な発展を軸に事業を展開していくことを目的とする鉄道会社とは目指すべき点では農協と共通しているといえる。つまり農協と鉄道会社では協力できる点は多いのではないかと考えられる。ただし、現時点では、南海電鉄（鉄道会社）と農協の双方がお互いについて「何を持っているか、何ができるか」がわからない状態であると考えられることから、まずは、南海電鉄の有している企画力・事業力と農協が有しているシーズのすりあわせが必要であるといえよう。

（間々田理彦）

Ⅷ. 阪神電気鉄道株式会社の沿線活性化への取り組み

1. 阪神電鉄の概要

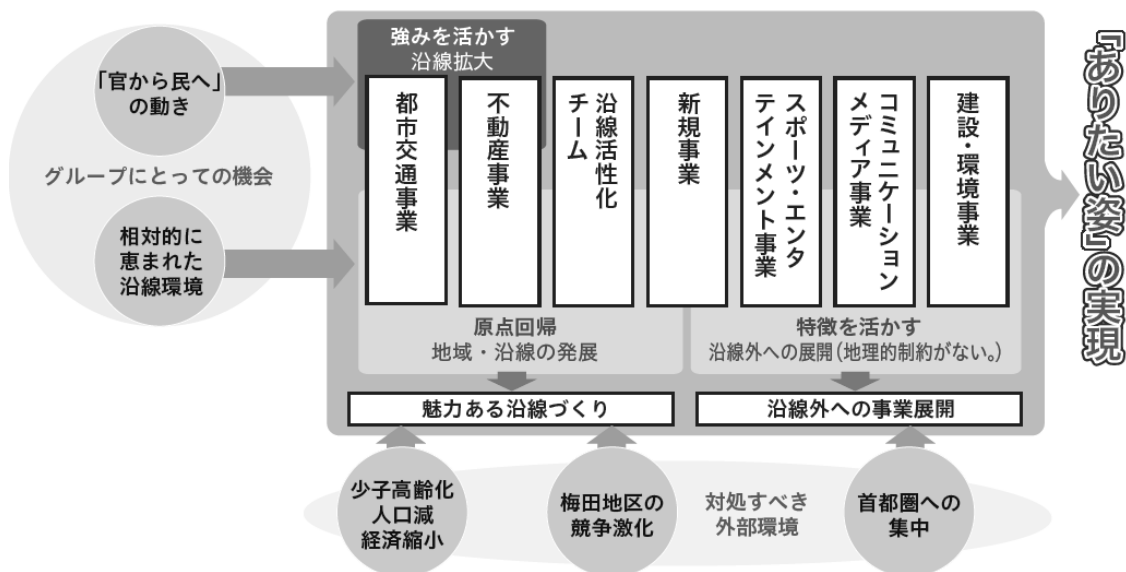
阪神電気鉄道株式会社（以下「阪神電鉄」）は、阪神本線（元町～梅田）、阪神なんば線（尼崎～大阪難波間）、神戸高速線（元町～西代）、武庫川線（武庫川～武庫川団地前）の4路線、51駅、48.9kmで営業している鉄道会社である。2006年10月1日に、阪神電鉄は阪急阪神ホールディングス株式会社（以下「阪急阪神HD」）の完全子会社となっている。

阪神電鉄の収益の柱は、鉄道事業と不動産事業（賃貸業、販売業など）、スポーツ・レジャー事業（野球場などの経営）の3つである。2016年度の鉄道事業の営業収益は全体の39.7%、営業利益は36.5%である。

阪神電鉄はグループ中期ビジョンにおいて4つのありたい姿（沿線の姿、会社の姿、社員の姿、数値目標）を掲げている。沿線のありたい姿は「少子高齢社会にあっても、梅田・神戸・阪神間は『住んでよかった街』、『働いてよかった街』、そして『訪れてよかった街』であり続けます」としている。その実現に向けたイメージは図1のとおりであり、沿線づくりだけでなく、沿線外への積極的な事業展開もビジョンのなかに取り入れている。

阪神電鉄はインターアーバン（都市と都市を結ぶ鉄道）であり、路線の延伸は難しい現実がある。そのため既存事業に加えて、沿線活性化と新規事業に注力する方針を打ち立てている。事業化促進制度は、大きく2つに分けることができ、提案者が事業実現まで担当する「起業支援制度」、年に2回社員から広く募集する「事業アイデア提案制度／沿線活性化アイデア提案制度」がある。新規事業については、2017年10月末までは新規事業推進室が担っていて、社員が新規事業の提案を行う起業支援制度を活用して広くアイデアを募集し、役員・社長より事業性、収益性、阪神電鉄としての新規性があると認められたものが

図1. 経営の基本方針（ありたい姿）実現に向けたイメージ



資料：阪神電気鉄道株式会社「ハンドブック阪神（2017年）」

新規事業として立ち上げられる仕組みがあった。実際にこの促進制度で実現した新規事業の代表例として、「ミマモルメ」や「はんしんいきいきデイサービス」があり、両事業は提案者が立ち上げから実施・運営までを担当している。なお、2017年4月からは、阪急阪神ホールディングスグループ全体で新たな事業領域の開拓や技術革新の既存事業への活用にグループ一体となって取り組むため、阪急阪神ホールディングス株式会社にグループ開発室を設置し、グループの新規事業に係る企画・立案を一元化している。

ミマモルメは、ＩＣタグを持った子どもが校門通過時に、保護者にその情報をメールで配信するサービスで、導入している学校は千校を超えている。その他にも高齢者の見守りや倉庫・工場の入退館履歴管理等にも導入されている。2017年11月からはミマモルメは阪神電鉄全額出資のもと株式会社ミマモルメとして事業を行っているおり、ロボットプログラミング教室「プログラボ」も同社が読売テレビグループと共同で事業として行っている。

はんしんいきいきデイサービスは、高齢者向けリハビリ特化型のデイサービスである。最初の店舗は、2013年10月に阪神本線西宮駅の高架下のスペースで開業しており、高架下の有効活用にもなっている。2017年時点で14店舗（うち高架下は2店舗）に拡大し、2017年11月からは阪急阪神HD全額出資のもと株式会社いきいきライフ阪急阪神として事業を行っている。

沿線活性化については、経営企画室の沿線活性化担当が担っている。沿線活性化担当のミッションは、「沿線の魅力を高め、賑わいを創出するような施策を実行し、沿線の交流人口と定住人口の増加に繋げること」である。阪神沿線らしさを伝えること、阪神沿線を選んでいただくことを目的に取り組んでおり、他沿線でもできることは基本的にはしないという方針である。沿線活性化担当の体制は、課長7名、課長補佐1名、担当者4名である。沿線活性化についても社員から年2回のアイデア提案を受け付けており、提案から実現したものとして「阪神でんシュワー」（地サイダー）や「阪神沿線駅交流 甲子園リレーラン」等がある。

先の新規事業は収益性等で実施や継続性の判断ができるが、沿線活性化は長期的な収益性に主眼を置いておいており判断は容易ではない。沿線活性化担当の活動自体にはマイルストーンが設定されているが、評価は難しいという。しかし、沿線活性化担当からは毎月2～3本のニュースリリースが出されており、マスコミ等にも取り上げられる機会は多く、広告宣伝での面だけで捉えても貢献度は高いと考えられる。また、効果測定は難しいが、乗客を誘致するための付帯事業としての位置づけは大きい。さらに、新規事業への展開にあたってのテストを沿線活性化担当でできるというメリットもある。企画によっては新規事業と沿線活性化を行ったり来たりするものもあり、沿線活性化担当にはインキュベーション機能も備わっていると考えられる。なお、阪急阪神HD自体も沿線価値を高める担当部署があるが、これは阪神だけでなく阪急沿線を含めた広い範囲の沿線活性化への取り組みとなっている。

2. 沿線活性化への具体的な取組み

阪神電鉄の沿線活性化担当の主な取組みは大別すると3つの領域に分かれる(表1)。「沿線価値向上のため継続的に提供すべきサービスの提供」は、阪神電鉄のリソースを活用する内容が多く、阪神電鉄からの提案によって実現しているものが大部分である。取組みの目的は、主として住環境を良くすることによって沿線への定住を促進することである。「地元による継続的な地域活性化の取組み」は、行政からの相談や大学等の他組織・団体からの提案で実現しているものが多く、行政や他組織と実行委員会を立ち上げて実施しているものが多い。取組みの目的は、主として沿線全体の魅力を高め、交流を促進することである。

「沿線価値の共有と企業姿勢に対する共感の獲得」は、沿線の魅力(親しみやすさや暮らしやすさ等)や価値の向上につながる取組みを発信していく活動であり、社内外への情報発信は主に広報担当が担っているが、その発信する内容の多くは沿線活性化担当が取組んでいるものである。以下では、具体的な取組みを簡単に説明する。

表1. 沿線活性化の取組み

■沿線価値向上のため継続的に提供すべきサービスの検討・実施

遊休資産・高架下空き区画の活用	ソダッテ阪神沿線 新在家編
生活利便性向上のための基盤整備	HANSHIN女性応援プロジェクト 医療機関との連携 レンタルサイクル「ふらっとリン」

■地元による継続的な地域活性化の取組み推進

沿線集客施設との連携	神戸ミュージアムロード 美かえるカラフルプロジェクト date.KOBEプロジェクト 外国人観光客対応による商店街活性化
外部との関係構築	武庫川学院との連携推進

■沿線価値の共有と企業姿勢に対する共感の獲得

企業イメージの発信	事業上の取組みについての情報発信 シンボル展開
沿線地域のイメージの共有	顧客参加型PR 影響力のあるメディアへの露出

広報担当で実施

資料：阪神電鉄 経営企画室 沿線活性化担当からの提供資料

「ソダッテ阪神沿線 新在家編」とは、新在家駅の高架下での店舗開業を支援するものである。支援にあたっては個人による少額投資「マイクロ投資」を活用しており、全体のスキームは図2のとおりである。2012年11月から出店者の募集が開始されたが、募集業種は飲食店、食品物販店(ベーカリー等)、応募条件は、「新在家に縁、想いがある方」「本プロジェクトで新しい事にチャレンジされたい方(創業者、新たな業態での出店等)」「マイクロ投資を利用される事」であった。2013年5月には選抜された6店舗が開業した。マイクロ投資を活用した理由は、出店者だけでなく、新在家駅に想いを持つ人が投資するので、駅を中心とした人のつながり・活性化が生ずると考えたからである。また、出店者にとっても、出店開始前から出資を通じて店舗のコンセプトや内容を、地域住民を中心にPRで

2015 年には新在家駅の高架下に、新たな賑わい創出を目的として、空き区画を整備して、レンタルスペース「E n⁺新在家」をオープンしている。2016 年には高架下店舗全体（22 店舗）の名称を「マルク新在家」と決定し、イベント等を実施し、地域の活性化を進めている。

新在家の盛り上げ

出店者

ファンズ

初期費用 (内装・設備等)

店舗事業

新在家での
つながり・にぎわいの場を形成

分配金

つながりの形成

応援

分配金

匿名組

合契約

売上 (店利用)

出資者特典

出資

出資者

お客様
(地元の皆様)

ファンド組成・運営のサポート

業務委託契約

ミュージックセキュリティーズ

業務提携

阪神電鉄

プロジェクト全体のPRを通じた告知支援等

賃貸借契約

プロジェクト推進の支援

大阪ガス

サントリーコーポレートビジネス

「HANSHIN 女性応援プロジェクト」とは、沿線に住んでいる女性に向けての情報発信に関する取り組みであり、2014 年からスタートしている。当プロジェクトの目的は、阪神沿線に暮らす女性に役立つことと、沿線のイメージづくり（女性の活躍しやすさ、暮らしやすさ等）である。プロジェクトの具体的な活動としては、離乳食セミナーやSNS活用講座等の「チアフルゼミ」（参加無料）を阪神電鉄単独で提供したり、大阪マザーズハローワークと連携して「チアフルワークフェスタ」等のイベント・セミナーを開催したりしている。

農林中金総合研究所
<https://www.nochuri.co.jp/>

「医療機関との連携」とは、兵庫医科大学病院や神戸大学医学部附属病院などの沿線医療機関との連携のことである。当連携は、阪神沿線が他社沿線と比較して医療機関の多いことをPRし、かつ沿線住民の健康意識を高めることを目的としている。2015 年からは、健康増進に役立つ情報を提供する「阪神沿線健康講座」を定期的開催している。2016 年には、子供から高齢者までの幅広い世代が最新の医療や健康づくりを楽しく学べる体験型イベント「なるほど医学体験！ HANSHIN 健康メッセ」を開催し、3 日で 14,000 人の来場を記録している。

「神戸ミュージアムロード 美かえるカラフルプロジェクト」や「date.KOBE プロジェクト」は、神戸への誘致・交流人口の増加を目的としており、両プロジェクトには阪神電鉄のほかに、地元飲食店や商店街、商業施設、観光施設等が参画・共同して取り組んでいる。類似の取り組みとしては、日本一の酒どころである「灘五郷」の「灘の酒」や「灘の酒蔵」の魅力を伝え、観光に来てもらうために「『灘の酒蔵』活性化プロジェクト」を灘五郷酒造組合、神戸市、西宮市、阪神電鉄の4 者で立ち上げ、ラッピング列車によるイベント等を実施している。

大学との連携については、沿線にある武庫川女子大学（武庫川学院）との連携事例が多い。例えば、子どもと一緒に訪れやすいスポットを紹介するマップや、阪神沿線の住みやすさ、子育て環境の良さを学生目線で紹介する子育て中の母親に向けた冊子「KID'S SMILE」を、2011 年から毎年共同で制作している。教員・保育士養成で実績のある武庫川女子大学の強みを生かした取り組みで、冊子は阪神電車の主要駅などで配布されている。なお、阪神電鉄に対して大学からの連携に対する提案は多いようである。

上記以外にも様々な取り組みを行っているが、中には行政の取り組みに近いものもあり、これについては沿線活性化担当も理解しているが、行政の活動や広報は行政区域ごとであり、阪神沿線全体の活動や広報をするためには阪神電鉄が自らが取組まなければならないという認識のもと活動している。

3. 阪神野菜栽培所

阪神電鉄の都市交通事業本部工務部は、高架下のスペースの有効活用のひとつとして植物工場「阪神野菜栽培所」を設立し、グリーンリーフ等のレタスを水耕栽培・販売している。野菜生産に参入したのは、鉄道事業者としての「安全・安心」のブランドイメージを、今まで取組んだことのない「食の安全」にも活かしていこうと考えたからである。グリーンリーフ等のレタスを選んだのは、比較的栽培しやすいということからである。種まきから収穫までの期間は約 30～40 日である。

最初の取り組みは、2012 年 1 月に大物駅と杭瀬駅間の高架下にあった賃貸建物の空き物件を活用したグリーンリーフの試験栽培であった。栽培面積（栽培棚の総面積）は 93.4 m²、1 日の収穫量は約 300 株の規模であった。

その後、生産や販売も軌道に乗り、2014 年 3 月には尼崎センタープール前駅の高架下に

本格的な植物工場を新設した。延床面積 836 m²、栽培面積 629 m²（6 段式栽培装置 27 台）、日産最大約 1,800 株の規模である。

現在、従業員は正社員 5 名、パート 15 名で、8～9 名が栽培所内で作業している。正社員の中には配送や販路開拓などの業務を担当している者もいる。現在は、グリーンリーフとフリルレタスの 2 種類を生産している。販路は、沿線（大阪から神戸間）のスーパーマーケットや百貨店、ホテル、レストラン等である。農協との関係については、阪神電鉄の魚崎駅等で、地元農協と一緒に 2～3 回イベントで販売したことがある。

阪神野菜栽培所の商品は品質、収穫量、価格（定額）が安定しており、購入先からは評判が良いという。現在は栽培用照明を蛍光灯から LED に変更したりしてコスト削減に努めている。

阪神野菜栽培所は、高架下のスペースの有効活用として取組まれたが、他に、2015 年 11 月からはシイタケの試験栽培（施設面積は約 1,100 m²）等にも取組んでいる。

4. 小括

阪神電鉄では様々な沿線活性化や新規事業への取組みを行っている。これは図 1 で見たとおり、沿線活性化チームと新規事業を組織の重要な活動・事業として明確に位置づけ、沿線活性化担当や新規事業推進室という担当部署の設置によって実現できている。また、阪急阪神 HD グループ経営理念における価値観のひとつとして「先見性・創造性」（時代を先取りする精神と柔軟な発想が、新たな価値を作ります）を掲げており、これが自由な発想を尊重する企業風土の醸成につながっている。制度としても、起業支援制度や事業アイデア提案制度、沿線活性化アイデア提案制度が設けられている。このような地域活性化や新規事業を企画・実施する部署の設置、組織文化の醸成、提案制度の導入を農協でも取り入れる必要があると考える。

農協が連携できる可能性としては、沿線活性化にあたってのコンテンツの提供がある。沿線活性化担当はコンテンツ探しに苦勞しており、農協からの提案は歓迎だと言う。また、沿線活性化担当では、沿線での農業者によるマルシェ等も考えており、農協が提案・提供できることはある。加えて、阪神電鉄では、高架下のスペースの有効活用が経営課題となっており、そこにも農協が連携できる可能性はある。

農協にとっての連携のメリットは、鉄道会社の駅や車内吊り等で従来とは異なる層にもイベント等を告知することができることである。また、阪神電鉄の取組みはマイクロ投資の活用やリハビリ特化型のデイサービス、沿線女性向けの情報発信・セミナー等多岐にわたっており、農協の今後の活動にあたってのヒント・参考になることが多く、情報交換するメリットは大きい。地域に根ざした両組織が連携・協力した沿線・地域活性化の取組みは、沿線・地域住民に新しい価値を提案できるのではないかと考える。

（尾中謙治）

総研レポート 30農金No.1

発行 (株)農林中金総合研究所 農村金融研究室

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-11

電話 03-6362-7818

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。