

2025年8月8日
第162回運輸政策コロキウム

西藤先生のコメント・ ディスカッションのご質問に対する回答

ー地域活性化に向けた観光資源としてのローカル鉄道駅活用ー

主任研究員
武藤 雅威

鉄道観光資源の体系化

一般客に人気のメジャー系

営業路線

車両

- ◆ 観光地アクセス列車
- ◆ 観光列車・クルーズトレイン
- ◆ レストラン列車
- ◆ レトロ列車(SL、トロッコ、アプト式)
- ◆ 車窓風景
- ◆ 沿線との交流(物販・手振り)



廃止路線

- ◆ 動・静態保存
- ◆ 鉄道博物館



駅

- ◆ 文化財価値(登録有形文化財等)
- ◆ 珍しい駅(秘境駅、最端駅、珍名駅)
- ◆ 美しい風景・立地、駅舎デザイン
- ◆ 付帯施設(喫茶店等)、動物駅長
- ◆ 記念入場券・グッズ販売



- ◆ 記念館
- ◆ 記念碑



インフラ (軌道、トンネル、橋等)

- ◆ 歴史的・技術的価値のある施設
- ◆ 周辺風景との調和

沿線

- ◆ 撮影スポット・展望台
- ◆ 珍しい場所(ループ線等)



- ◆ 廃線跡
- ◆ 鉄道遺構



- ◆ 廃線跡(遊歩道等の再利用化)

マイナー系でも観光に有用？

「推し駅」とは、地元の観光団体や自治体観光担当部課の公式WEBサイトに観光スポットとして掲載し、PRしている駅

(1) 鉄道会社種別の割合

会社種別	推し駅数(割合)
JR	18駅／260駅 (7.7%)
第三セクター	49駅／218駅 (22.0%)
地方民鉄	16駅／153駅 (9.2%)
計	82駅／631駅 (13.0%)

第三セクター会社で推し駅が多い ⇒ 自治体が出資していることで関係性が深く、自治体側で観光資源化しやすい

(2) ある地方民鉄「非推し駅」の例

4種のコンテンツ(B2.特徴的デザインの駅舎、B5.ロケ地・アニメ等聖地、B6.観光列車の停車、C1.レストラン・カフェ併設)あり

⇒ 資源化への自治体の関与余地があまりなかったのでは？

⇒ 観光資源としての価値が微妙？

ヨットの帆

アニメの一場面

モデル結果(5つのコンテンツ+有名観光資源ダミー)

(3)有名観光資源を有する自治体

説明変数	パラメータ		平均限界効果	オッズ比
B3.文化財・鉄道遺産	1.825	***	0.325	6.204
C3.特徴的デザインの駅舎	0.918	*	0.163	2.503
B4.動植物の名所	1.565	**	0.278	4.783
C1.口ケ地・アニメ等聖地	2.230	***	0.397	9.302
C7.観光付帯設備	0.994	*	0.177	2.700
有名観光資源※ダミー[0,1]	-0.860	*	-0.153	0.423
定数項	-1.322	***	—	0.267

AIC=223.1 サンプル数:197(駅)

※有名観光資源
日本交通公社が
選定する
特A級資源と
A級資源
(例:屈斜路湖、
伊香保温泉、出
雲大社)

自治体内に有名
観光資源があれば=1

P値: 0< *** <0.001< ** <0.01< * <0.05< . <0.01
0.1%有意 1%有意 5%有意 10%有意

マイナスかつ有意

自治体の中でPRする優先度が低いのでは？

Q:「押し駅」にすることは良いことか？

- 「押し駅」は「非押し駅」よりも“格上”とみなして良いだろうか？
- “押し駅”として重点的にプロモーションすることの便益と、そこから漏れる駅に生じうる課題は何か？
- そもそも、格上げすることを目指すべきか？:コンテンツによる？

A:ロケ地として誘致、そして誘客など、自治体が資源化に関与してPRするという、一貫性のとれた観光戦略をとることができるメリット

- 「押し駅」には自治体が推したい、魅力的な観光資源コンテンツがある
- ただし、全ての自治体が駅の観光資源化を目指している訳ではない
- そのプロモーションの「便益」についてはケースによって様々と思われ、評価は今後の課題、鉄道マニアのみ知る「漏れる駅」があっても良いのでは？

Q:「押し駅」にするためにはどうすれば？

- 「非押し駅」を「押し駅」に格上げするためには？
- 「非押し駅」の可能性とは

A:①魅力あるコンテンツを発掘、開発、育成すること

②鉄道事業者との関係性も含めて、地域(自治体や住民)における「押し」ていくことへの意思疎通

- 自治体で観光資源としての価値に気づいていない、観光資源化の方策がわからない、ために「非押し駅」になっていることも考えられ、そこには「押し駅」化のチャンスがある

Q:鉄道活性化につなげるためには？

- 自治体の思う観光資源活用(観光活性化)と鉄道事業者の思う活性化(利用促進)は同じベクトルを向いているか？
- どうすればローカル鉄道駅を舞台にした観光による効果を事業者に還元できるだろうか？

A:観光資源を有する駅への訪問者に鉄道乗車いただくための創意工夫

- 例えば、車で来る駅観光客を歓迎する、しない？ のようなベクトル相違の課題も
- 大三東駅のように、観光資源化により運輸収入が倍増した例

鉄道事業者への還元(直接的な事業収入)の施策例

秘境駅号(JR飯田線)

➤ 停車、見学時間確保



委託管理駅入場券収入

➤ スイッチバック
見学スペース
(駅構内)

えちごトキめき鉄道
二本木駅



区間乗車への誘導

➤ ツアー内体験乗車

芦ノ牧温泉駅(猫駅長)

大内宿

バス

会津鉄道

乗車



バス

ホテル

湯野上温泉駅(茅葺き屋根)

➤ パーク&ライド誘導

駅前駐車場の
ある
伊太祁曽駅

和歌山電鐵

乗車



貴志駅
(猫駅長)

鉄道事業者のアイデア勝負？

「ローカル鉄道駅を観光資源化」の海外展開も



バンコク郊外にあるタイ国鉄タラート・プル駅では、タイ国政府観光庁が古い駅舎やソウルフードを活用した、駅の観光資源化を考えている