

D & S (Design & Story) 列車と地域の連携について ～九州新幹線、観光列車、ななつ星 in 九州～

日 時 平成 27 年 7 月 3 日 (金) 18:30～21:00
場 所 梅田サテライト 文化交流センターホール
講 師 渡邊 太志 (九州旅客鉄道株式会社 鉄道事業本部 営業部担当部長)
指導教員 永田 潤子 准教授
議 事 録 長谷川 哲郎 (M1)

1. 九州新幹線全線開業について

- ・平成 23 年 3 月 12 日に九州新幹線が全線開業した。これにより、新大阪～鹿児島中央で約 1 時間の所要時間短縮が図られ、「4 時間の壁」を破ることができた。
- ・「4 時間の壁」とは、航空機から新幹線へと利用者の交通手段転換が生じる境界線のこと。具体的には、たとえば、大阪～熊本間の新幹線：航空機の利用者割合は、開業前が 4：6 であったが、開業後は 6：4 と逆転している。ただし、航空機の利用者数は減少していないことから、移動の絶対量の増加したことがうかがえ、地域間交流の活性化に寄与していると考えている。
- ・JR の駅間利用者数 (博多～熊本、熊本～鹿児島中央) は、新幹線が開業した平成 23 年度は対前年比で 137%～165%と大きく伸びている。その後も、対前年比は概ね 100%程度で推移しており、落ち込みは見られないことは評価できる。

2. 九州の観光の取り組み

- ・南九州観光調査開発委員会 (JR 九州社長、各県観光交流局長、など) を立ち上げ、「九州の観光素材の情報発信とブランド化」「南九州が優れた観光地であり続けるための提言と支援」を目的に、平成 15 年度から平成 23 年度にかけて活動した。大きくは以下の 4 つの取り組みを実施している。
- ①「さすが南九州格付けガイド」……各地域のおいしいレストランなどを実際に回って採点し、ガイドとして発行。列車を使ったモデルコースの作成にも活用。
- ②「ホッとハート南九州キャンペーン」……接客を褒めてもらった手紙を集め、選りすぐりを表彰。TV ニュース・新聞掲載を通じて、被表彰者・関係者・周囲など接客業者のモチベーションの向上を図った。
- ③「南九州景観整美大賞」……良好な景観の維持に取り組む団体を表彰。結果的に、同様の取り組みをしているその他多くのボランティアも褒めることにつながる。
- ④「南九州魅力発掘大賞」……九州観光を紹介したメディアを、東京の多くのマスコミの前で表

彰することで、九州の魅力を改めてPR。これにより、例えば、婦人画報は108年の歴史の中でしたことのなかった鉄道特集を、この半年で2回も行った。

- ・いずれも「褒める」取り組みであり、褒めることで当事者・周辺の関係者・さまざまな関係者にやる気になって頂くことに努めている。

3. JR九州のD&S列車

- ・従来は「観光列車」としていたが、当時の社長の発案で「D&S列車」すなわち、特別なデザイン(Design)と運行する地域に由来する物語(Story)を有する列車を運行することとした。この列車の運行には、鉄道以外の交通(船など)、自治体、沿線住民の協力も欠かせない。
- ・また、九州新幹線の整備効果を全域広げることにもつながっている。

- ①「ゆふいんの森号」……オリジナル弁当、ドリンクなどを楽しめることが特徴。女性客室乗務員の車内サービス、サロンカーでのタイムリーな観光情報の提供により、客満足度の高い状態で由布院駅に到着し、観光いただけることがポイントである。
- ②「いさぶろう・しんぺい、はやとの風」……スイッチバック、ループ線、100年前の木造駅舎や日本三大車窓のひとつ矢岳の車窓が特徴。多くの客が木造駅舎を楽しんでいるのを見た地元が、清掃や弁当販売を行うようになるなど、地域の活性化につながっている。また、九州新幹線から1.5時間離れたこれらの駅でも経済効果を生み出している。
- ③「SL人吉」……地域がSLの里帰りを歓迎する気持ちからスタートして、「手をふレール運動」(沿線住民に、SLが通過する際に手を振ってもらう)に取り組んでいる。地域住民がSL利用者に手を振ることによって、SL利用者も地域に対して手を振り返しが自然に発生し、双方に感動を起こすことにつながっている。また、和装の女将が終着駅でお出迎えすることで、SL利用者の満足度を高めることにも寄与している。
- ④「海幸山幸」……高千穂鉄道のトロッコ列車を活用して運行している。飫肥の街並み、すなわち白壁、黒瓦の景観、改築時のセットバックなどによる広がりのある歩道や、全市民があいさつをする等おもてなし心のある地元が特徴である。
- ⑤「指宿のたまて箱」……九州新幹線と同時デビューした列車。線区初の特急のため、地元も大歓迎している。市役所が主導した「手をふレール運動」により黄色の旗を振ったり、高校生によるお茶のサービス、有志による亀駅長、「いぶたま料理」を各旅館が創作するなど、列車がキーとなって地元連鎖反応が起きている。
- ⑥「あそぼーい！」……JR九州が得意ではない子連れ世代へアプローチすべく、4両のうち1両を丸ごと子どもの遊び場にしたり、料金収入のない幼児のために親子で座れる専用シートを設けている。
- ⑦「A列車で行こう」……16世紀の古き良き南蛮文化で栄えた天草をモチーフにした列車で、バーカウンターとジャズ、列車+船で熊本から天草まで行くという新しいスタイル(旧:バスで渋滞の2時間)を提案している。港での地元のお出迎えとも相まって、客の満足度は高く、ここでも駅から離れていても新幹線の開業効果を享受できている。

- ⑧「或る列車」……鉄道模型製作・収集家である原信太郎氏が、幼少の頃に見たまぼろしの(九州を走る予定の)豪華列車とその模型をななつ星のデザイナーが再現した列車。車内では世界ランク 8 位のシェフのプロデュースによる極上スイーツコースが味わえる。

4. JR九州のサービスの取り組み

- ・ 5Sの取り組み（整理・整頓・清掃・清潔・躰）が基本にあり、加えて昨年度まで「ありがとうプロジェクト」、本年度は「お迎えする心」、「5S心得」を基礎として取り組んでいる。その中では、お客さまだけでなく、社員同士や関係者への挨拶を積極的にすること、特に役職・年齢に係らず常に自分から挨拶する意識を持つことが、活気ある社内につながると考えている。
- ・ また、客室乗務員(契約社員)が自ら考え、取り組むサービスを大事にしている。これにより、オリジナルカクテルや紙芝居が生まれている。また、優秀な契約社員は、正社員となってななつぼしのクルー等に登用する仕組みも導入しており、契約社員のモチベーションアップにつながっている。

5. 新たな人生にめぐり逢う、旅

- ・ 「ななつ星 in 九州」として九州を一周する豪華列車を走らせることで、九州全体のPRを行い、これが九州の発展、そしてJR九州の発展につながる。いわばオリエント急行的な存在である。
- ・ ななつ星そのものの経済効果は小さいが、「ななつ星が走っている九州に行ってみよう」と世界中のお客さまから思っていていただくことが最大の狙いである。
- ・ 4日間いても飽きない車内デザイン（ほぼ全てオリジナルのデザイン、匠の技が光る装飾品）、食へのこだわり（握りたての寿司など名店の料理・スイーツ）やドレスコードのあるディナー、2泊目の高級旅館、出発前の専用ラウンジ、乗客30人に対して途中停車駅で数百人がお出迎えなど、が列車の特徴である。
- ・ いろいろなメディアで取り上げられたこともあり、現在は予約が非常にとりづらい状況である。リピーター率も25%と予想以上に高くなっており、利用者に満足いただいて、たくさんの波及効果を生んでいると考えている。

6. 九州新幹線全線開業プロモーション

- ・ 「祝九州」キャンペーンとして、レインボーカラーの試運転列車+手振りキャンペーンで2万人の参加者を動員して撮影した。イベント会場以外でも多くが参加した。
- ・ 放送から3日で、東日本大震災が発生し、CM自粛の影響で当面は放送できなかった。
- ・ しかし、YouTubeによるネット上での公開により、「震災後の元気をもらった」など、さまざまなかたから高い評価を頂き、再生回数は500万回超、1年後には国内外で数々の受賞を得ることができた。
- ・ 日本は少子高齢化が進み、人口が減少し、経済が縮小していくことが危惧される。その中で、国内の交流人口の増加、海外インバウンドの増加が絶対必要である。そのために、一人一人に

やるべきことがあり、これを積み重ねて、地域をそして日本を元気にしていくことが必要である。チーム JAPAN として皆で頑張ろう。

7. 質疑

Q 1 : JR九州では、通勤・通学輸送についてはどのように取り組んでいるのか。また JR九州にとっての地域連携とは何か。(JR東日本では駅ナカビジネスへの囲い込みが目につき、JR西日本は沿線開発に注力しているように見受けられる。)

A 1 : JR九州としては7県の県庁所在地等相互の都市間特急列車へ注力することに加えて、新駅整備など都市圏輸送の利便性向上にも尽力してきた。また、地域には鉄道を大切にし、共に生きるという思いを強く持っていてほしい。このような気持ちが、鉄道会社と地域の信頼関係につながっており、これからも地域連携を強くしていきたい。

Q 2 : 本日紹介いただいたこれらの観光・交流面での取り組みが、会社に与える影響はいかがか。

A 2 : ポジティブな影響がほとんどである。その中では、特に、社長は交代してもデザイナーを使い続けたことが大きい。水戸岡さんと当社関係者が継続的に取り組まないとこれだけのラインナップはできなかつたと感じている。特急も通勤電車も水戸岡デザイン。博多駅・大分駅・鹿児島中央駅も水戸岡デザイン。列車、駅、駅ビル、店舗等が充実したことで楽しさを演出できており、日常的利用者にもプラスと感じている。

また、本州3社に比べて厳しい経営環境だが、九州新幹線、D&S列車、ななつ星などの成功事例、事業開発や来年度の上場を目指すことにより、社内のモチベーションは高まっていると感じている。

Q 3 : 特色ある列車が多いが、採算はいかがか。

A 3 : ゆふいんの森、指宿のたまて箱など乗車効率80%を超える列車は単体で黒字である。いさぶろうなど40%台の列車もあるが、九州新幹線の利用分の収入も含めて黒字。赤字の施策であれば取りやめるだろう。

Q 4 : JR九州の取り組みは地域の良いものを再発見して、広く知らしめる視点が強いと思う。関西で展開する際のヒントがあれば教えていただきたい。

A 4 : 石破地方創生担当大臣には「ななつ星にはデザインとストーリー、驚きと感動がある。地方創生にもこれが必要。」と言って頂いている。地域は自分たちのものを高くは評価しないことが多いが、それを引き出して、現地に行って多くの情報を獲得し、メディアの力を借りたり、パンフレットなどでフィードバックしている。今ある良いものは何かをディスカッションし、まとめていくことが重要ではないか。上手に行政手腕を発揮して欲しいところである。

Q 5 : 多くの行政との関わりがあったと思うが、行政が反省すべき点は。

A 5 : 今日紹介したのは、行政と住民がうまくいっている事例である。職員個人が必ずしも悪いわけではなく、首長の姿勢なども重要である。

Q 6 : 姫路市では、駅が変わったことで、街も人の流れも大きく変わっているのを痛感している。

J R九州ではどのような駅を中心としたまちづくりをしているのか。

A 6 : 駅づくりはまちづくり。少子高齢化で人口減少は避けられないが、駅周辺が便利になって生活が充実することで住みやすくなれば、沿線人口が減らないようにと取り組んでいる。

民鉄が昔からやっているが、鉄道会社も地域と一緒にまちづくりができると感じている。たとえば、大分ではJ Rおおいたシティが4月にオープンし、駅の高架化の後の駅ビルという 100年に一度のプロジェクトにより、タワー棟にホテルと 21 階展望露天風呂や屋上庭園が新設され、駅周辺の整備とともに、街が大きく変わってきている。このように、都市開発事業を行う際に、それぞれが役割分担をしながら、どのような駅・駅周辺が良いのかを徹底的に議論しあえば、良いまちづくりができると感じている。行きたくなるまちの究極の姿は”住みたくなるまち”である。

(以上)