

地方創生と鉄道

株式会社日本経済研究所 生田美樹

<https://www.jeri.co.jp/>

はじめに

UN Tourism の世界観光指標によると、2023年の国際観光客到着数はパンデミック前の水準の88%に達し、約13億人と推定されている。我が国の訪日外国人消費額は過去最高の約5.3兆円と推計され、コロナ禍から回復傾向にあることがうかがわれる。

一方、我が国の地域鉄道の経営状況は厳しく、地域鉄道事業者の約9割は、赤字である。欧州ではPSO（Public Service Obligation）の考え方が導入されており、地域公共交通は「公共サービス」であり、税金が充当されている。「鉄道は民間事業」という我が国の考え方の方が世界的に見て異例なのである。

欧州では上下分離が基本となっており、我が国でも導入されている事例はあるが、上下分離はスタートラインにすぎない。地域の社会インフラとして上下分離を基本とし、地域に投資をしていく環境を整えることが必要だ。地域鉄道をまちづくりや観光とさらにリンクさせ、「ウェルビーイング」の観点から歩く機会を増やし、地域に落ちる消費額を伸ばしていくことが地方創生のカギになる。

1. 観光との連携

富裕層やインバウンド向けに、地域の食材や木材を活用した観光列車を運行している事例は多数ある。例えば、しなの鉄道株式会社の観光列車「ろくもん」で首都圏の富裕層をターゲットに地域の食材を活用した食事を提供し、消費単価を上げる工夫をしている。天橋立を走る観光列車「丹後くろまつ号」は、上下分離でWILLER TRAINS 株式会社が運行開始後、地域の消費額が伸びている。

2005年の台風で一度は廃線になったが、鉄道の一部を残し、高千穂駅から高千穂鉄橋（高さ約105m）までを運行する高千穂あまてらす鉄道株式会社の「グランド・スーパーカート」はディズニーランドのアトラクションのようだ。高千穂鉄橋から観光客がシャボン玉を飛ばす風景は幻想的である。観光列車はワイン、食事、絶景といった地域資源が凝縮されている。地域の消費額を拡大していくためには、高品質な観光列車のサービスに見合う適切な対価を設定すべきである。地方創生の最終ゴールは地域の所得が増えることなのである。地域が一体となって戦略的に消費額の増加をねらい、鉄道の価値の向上、地域への経済波及効果を拡大していくことが期待される。

2. 地域鉄道の価値の見える化

国や自治体、地域住民から理解を得るには地域鉄道の価値が見える化していくことが重要である。例えば、富山市では地域鉄道に投資することで利用者数の増加、固定資産税の増収、医療費削減効果を定量的に公表している。

全国には多数の観光列車が存在しているが、観光列車が地域にもたらした経済波及効果について試算結果を公表している事例は少ない。地域鉄道事業者へのヒアリングによるとX県の観光列車の乗客の一部は県内に宿泊していることが確認され、観光列車の県内への経済波及効果が約3.9億円と試算された。観光列車は地域に宿泊させるアイテムの1つになるのである。観光庁では延べ宿泊者数をDMO（観光地域づくりの司令塔となる法人）の登録要件のKPIの1つとしている。宿泊は経済波及効果を押し上げる要因になるため、観光列車と宿泊をさらにリン

クさせていくことが地域に落ちる消費額を伸ばすポイントになる。

3. カギを握る地域住民の意識

JR 只見線は災害から約10年を経て復旧した。上下分離を採用し、1日数本の運行であるが、只見線はファンも多く、地域の重要な観光コンテンツの1つになっている。只見線は福島県、周辺自治体、JR、地域住民が一体となって取り組み存続できることが明らかになったといえる。

JR 高山本線では社会実験で増便したところ（経費は富山市がJR西日本に対して負担）、利用者が約3割増加し、社会実験終了後、運行本数を減らしても利用者数は減少しなかった。鉄道の安全性や利便性に地域住民が気づいた効果が現れたのではないかと。

ひたちなか海浜鉄道には、「おらが湊鐵道応援団」があり、飲食店等との連携、イベント開催等を行い、地域鉄道の存在が地域のコミュニティの構築にもつながっている。

地域鉄道の存続には地域住民の意識が重要であり、車利用が主たる移動手段である地域の場合、増便や乗車体験のPRを通じて、沿線住民に確実に乗車してもらうことが重要なポイントになる。

4. 都市経営の視点、公共の関与の重要性

海外では公共セクターが地域公共交通の計画やマネジメントに関与し、民間には運行を任せる役割分担がなされている。現状、我が国の地域公共交通とまちづくりは必ずしもリンクしておらず、車から鉄道にシフトさせるためには都市経営の視点から、都市戦略の中に鉄道が含まれていることが重要なポイントだ。

地域鉄道は（民間事業で限界がある場合は）公有化し、利用者が使いやすい運行サービスにするなど利便性にも公共セクターがコミットし、まちづくりや「ウェルビーイング」とリンクさせ

ることが必要である。

「地域公共交通計画等の作成と運用の手引き（2023年10月国土交通省）」によると、「おでかけの機会の確保」や「環境負荷の軽減」が数値指標の例としてあげられている。高齢化社会の中で「ウェルビーイング」を引き上げていくには、高齢者の外出回数、運行回数、自家用車分担率の縮小を重視した政策が必要である。歩くことは健康にも良く、医療費削減にもつながる。

5. 鉄道は社会資産

地域鉄道は通勤・通学、通院、観光にも活用されている地域のインフラで、まさに公共サービスであり、社会資産としてとらえていく必要がある。富山県では国、県、周辺自治体が予算を拠出し、城端線・氷見線を県の第3セクターが担うことが決定した。鉄道事業を赤字か黒字かで判断しない富山県の事例は他の地域の参考になろう。

官民連携で鉄道事業を推進し、地域住民に加え、交流人口を増やすために移動したい人が移動できるよう利用者目線で運行本数や空港との接続、サービスを展開していくことが重要だ。

財源については国がさらに関与し、必要な予算を鉄道に充当すべきである。道路の予算は約2兆円である一方、都市・幹線鉄道関連は数百億円にすぎない。脱炭素に貢献している鉄道に十分な予算が充当されていないのである。予算の格差を縮小し、鉄道に投資できる地域が22世紀に生き残るのではないかと。

おわりに

高齢化社会では、いずれ車を運転できなくなる日が来る。免許返納率は上昇しており、安全性、正確性、環境負荷軽減の面で優れている鉄道の価値を日本人は再評価すべきであろう。