

公共交通機関による地方創生活動

B6EB1120 佐藤天太

【はじめに】

本論文では、公共交通機関、主に鉄道会社が CSR 活動を通して、どのようにして地域住民と関わり、どのようにして地方を活性化させていくべきかについて分析していく。はじめに、なぜ「地方創生」と「公共交通機関」を本論文のテーマとして取り上げたのか、その理由について述べる。

まず「地方創生」をテーマの一つに設定した理由は、筆者のこれまでの生活に起因する。筆者はこれまで地方部で暮らしてきており、地元を離れて進学、就職していく人々を多く見てきた。また、それによる地元の人口減少や、飲食店やサービス施設の衰退を感じていた。そのため、地方を活性化することについて興味があり、就職先を考える際も将来は地方の力になることができる職につきたいと思いながら就職活動を進めていた。こうした「地方創生」は現在日本が取り組むべき課題の一つとして挙げられているが、実際地元では「地方創生」を感じたことがあまりなかった。そのため日本の「地方創生」に対する課題や現状を知り、地方にはどのようなことが必要なのか考えていきたいと感じたためテーマの一つに選んだ。

また「公共交通機関」をテーマに設定した理由は、公共交通機関によって筆者の生活が変化したことに起因する。筆者の地元の富山県は、持ち家比率が全国 1 位であり、富山平野を中心に市街地が薄く広がっている。また 1 世帯あたりの自家用乗用車の台数も全国 2 位であり、富山県は自家用車に過度に依存した地方都市となっている。富山市はスプロール化したまちを変えるために公共交通を軸としていくつかの拠点形成するまちづくりを始め、廃止が検討された J R 富山港線を LRT 化し、第三セクターの富山ライトレールを 2006 年 4 月に開業させた。富山ライトレールに接続する沿線のバスも同時に再編されたため、市内へのアクセスが大幅に向上した。この他にも、沿線の新たな商業施設の増加や、その商業施設の来客数の増加など様々な影響があった。またそれに伴い、筆者の住んでいた地域も恩恵を受けた。一つは、小学校での行事に富山ライトレールを使用するようになり、行事の幅が広がったことである。もう一つは、通学手段が確保できたことである。富山ライトレールが開業する以前は最寄り駅までのバスがなく、小一時間歩いて最寄り駅に行かなければならなかったため高校への通学に大きな不安があったが、富山ライトレールが開業したことにより通学時間が大幅に短縮された。このように公共交通機関は生活インフラであるため地域住民との関わりは密接であり、地方の活性化には欠かせない存在であると感じたため、テーマのもう一つに選んだ。

本論文は次のような3章により構成されている。まず、第1章では理論編として地方創生の現状や課題、また公共交通機関の現状や特徴などについて述べる。次に第2章ではケーススタディ編として、公共交通機関が行っている地域への取り組みの中で興味深い事例を取り上げる。そして第3章では提言編として、第2章で取り上げた事例をもとに、公共交通機関はどのようにして地方創生に取り組んでいくべきなのかについて検討していきたい。

また、筆者が所属するゼミナールでは企業倫理やCSRをメインテーマとして学習しているため、これらの視点も追加しつつ提言を行いたい。

目次

はじめに

第1章 理論編

第1節 CSRについて

第2節 地方創生の概要について

第1項 地方の現状

第2項 政府機関の取り組み

第3項 民間企業の取り組み

第3節 公共交通機関の概要

第1項 公共交通機関の定義

第2項 鉄道事業の現状

第3項 交通機関と地方創生 ソーシャル・キャピタル

第2章 ケーススタディ編

第1項 東日本旅客鉄道（JR 東日本）

第2項 東海旅客鉄道（JR 東海）

第3項 和歌山電鐵

第3章 まとめ・提言編

おわりに

参考文献

第1章 理論編

第1節 CSRについて

まずは、CSRについて説明する。CSRとは、Corporate Social Responsibilityの略称であり、日本語では「企業の社会的責任」と訳されている。詳しい定義は、国や団体、個人によって異なるが、今回は経済産業省の定義に従いたいと考える。

「企業の社会的責任」とは、企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指します。

(経済産業省のホームページより)

この定義にもあるように、企業が社会や環境、そして様々なステークホルダーと共存しながら持続可能な成長ができるような活動を、この後取り上げながら提言に繋げていきたい。

第2節 地方創生の概要について

第1項 地方の現状

第2節では「地方創生」の現状や課題、それに対する政府や民間企業の動きについて見ていきたい。

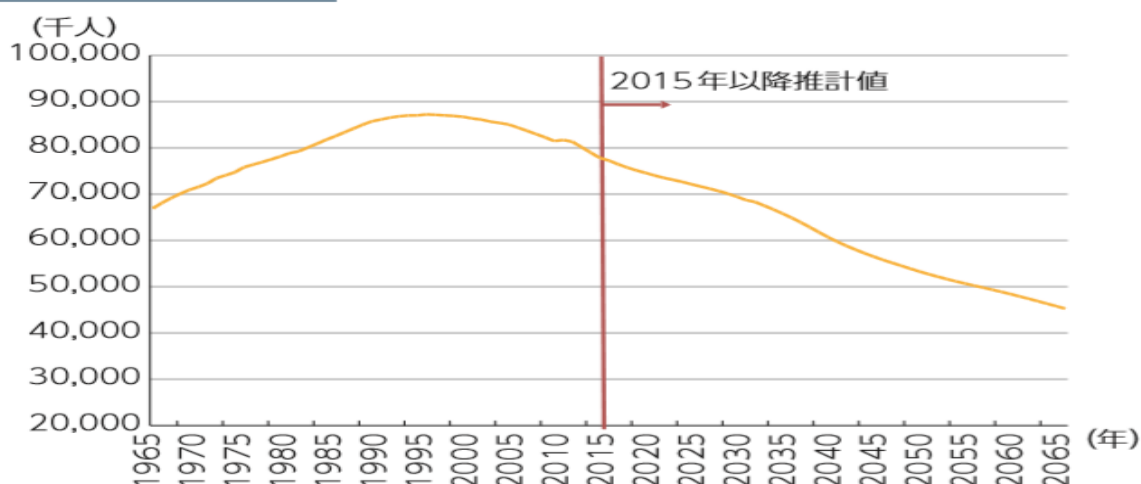
まずは、地方の現状や地方創生の課題について、日本の人口減少問題から触れていきたい。日本の人口は、2008年をピークに減少に転じており、2019年7月1日現在の人口推計によると、日本の総人口は1億2626万5000人で、前年に比べおよそ26万人の減少となっており、また国立社会保障・人口問題研究所の将来推計によると、総人口は2030年には1億1913万人、2053年に1億人を割り、2060年には9284万人にまで減少すると見込まれている。同様に、生産年齢人口は2030年には6875万人、2060年には4793万人にまで減少するとされている。

65歳以上の高齢者の、総人口に占める割合(高齢化率)は28.1%と最高を記録し、日本の高齢化は世界的に見ても空前の速度と規模で進行している。また、合計特殊出生率は2005年に最低の1.26を記録した後上昇傾向となり、2014年には1.42、2015年には1.45まで上昇したものの、2018年には1.42となっている。一方、団塊ジュニア世代が40代になる中、年間出生数は100万4000人(2014年)から91万8000人(2018年)となっており、全国的な出生数

の減少が続いている。このように、日本における将来の人口減少と少子高齢化は依然として深刻な状況であり、解決しなければならない課題である。

地方部と都市部では、人口の動き方も大きく変わってくる。図表 4-1-1-2 を見ると分かるように、地方圏は人口の流出が年々増加しており、逆に三大都市圏は人口の流入が年々増加している。地方圏から三大都市圏への流出の背景としては、図表 4-1-1-3 を見ると分かるように、良質な雇用や、交通、病院、商店などの社会インフラを求めて三大都市圏に流出している人々が多い。東京圏の出生率は極めて低いため、地方圏から三大都市圏への人口流出によって人口減少に拍車がかかっている、といった状況なのである。

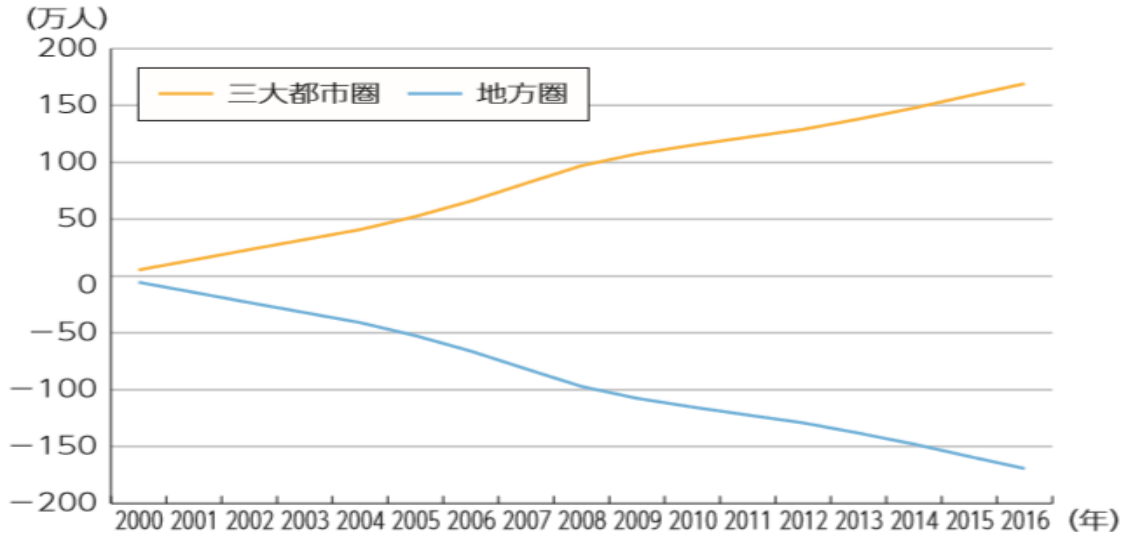
図表 4-1-1-1 我が国の生産年齢人口の推移



(出典) 2015年まで：総務省「国勢調査」、「人口推計（各年10月1日現在）」、2016年以降：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年4月）」（出生中位・死亡中位推計）

図表 4-1-1-2

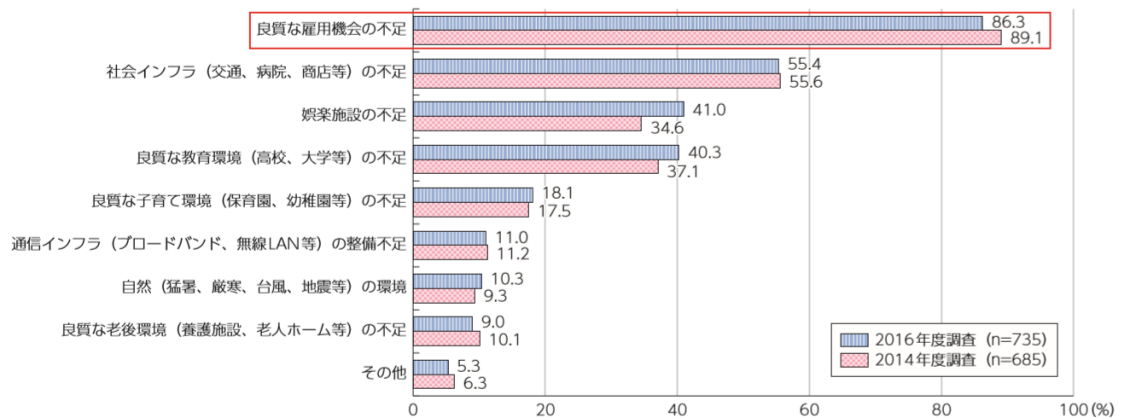
三大都市圏及び地方圏の転出入超過数の累計 (2000年～2016年)



三大都市圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、岐阜県、愛知県、三重県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県

(出典) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」

図表 4-1-1-3 地方自治体が考える人口流出の要因



(出典) 総務省「地域におけるICT利活用の現状に関する調査研究」(平成29年)

次に、雇用の面で人材の需給状況について見ていく。有効求人倍率は2009年を境に近年増加傾向にあり、2017年4月には1.48倍とバブル経済期以来の高水準に達している。完全失業率は全ての都道府県で改善し、有効求人倍率は、史上初めて全ての都道府県で1倍を超え、時間当たりの賃金もほぼ全ての都道府県で上昇するなど、雇用・所得環境の改善が続いている。しかし総務省の「ICT利活用と社会的課題解決に関する調査研究」（平成29年）によると、人材が不足していると捉えている企業は6割弱にのぼり、地域による差はそれほど大きくない。人材不足は地方ならではの課題ではなく、三大都市圏と地方圏共通の課題となっている。

ここまですを踏まえると、地方は良質な雇用や社会インフラが不足しているために人口が流出し人口減少が加速している、そして人手不足も進み、まちの衰退が進む、といった状況である。これらの課題を解決し、人口流出に歯止めをかけなければならない。こういった現状に対し、政府や民間企業はどういった動きをしているのか、次項より見ていくとする。

第2項 政府機関による取り組み

次は、政府の方針や取り組みについて説明する。まずは、テーマでもある「地方創生」について説明する。「地方創生」とは、第2次安倍政権で掲げられた、東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力を上げることを目的とした一連の政策である。地方創生は、世界に先駆けて日本が直面する人口減少・少子高齢化という構造的課題について、その危機感を国・地域全体で広く共有したことを嚆矢としており、人口減少・少子高齢化という課題に対し、政府一体となって取り組み、将来にわたって活力ある日本社会を維持する観点から、2014年9月3日に内閣にまち・ひと・しごと創生本部が設置された。

この「まち・ひと・しごと創生」とは、以下を一体的に推進することである。

まち…国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営める地域社会の形成。

ひと…地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保。

しごと…地域における魅力ある多様な就業の機会の創出。

そして人口減少克服と地方創生を合わせて行うことにより、2060年に1億人程度の人口を確保し、将来にわたって活力ある日本社会を維持することを目指している。

今後5か年の政策目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものである「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、基本的な考え方として

- ①人口減少と地域経済縮小の克服
 - ②まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立
- の2つを挙げており、施策の方向に関しては、

- ①地方における安定した雇用を創出する
 - ②地方への新しい人の流れを作る
 - ③若い世代の結婚・子育て・出産の希望をかなえる
 - ④時代に合った地域を作り、安全な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する
- といった4つの基本目標を設定している。2014年から2019年までを第1期、2020年から2024年までを第2期としており、2019年6月に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」においては第2期総合戦略の基本的な考え方や初年度に取り組む主な事項などが示され、第2期(2020年度~2024年度)においては、4つの基本目標に向けた取組を実施するに当たり、以下の新たな視点が追加された。

- (1)地方へのひと・資金の流れを強化する
 - ◆将来的な地方移住にもつながる「関係人口」の創出・拡大。
 - ◆企業や個人による地方への寄附・投資等を用いた地方への資金の流れの強化。
- (2)新しい時代の流れを力にする
 - ◆Society5.0の実現に向けた技術の活用。◆SDGsを原動力とした地方創生。
 - ◆「地方から世界へ」。
- (3)人材を育て活かす
 - ◆地方創生の基盤をなす人材に焦点を当て、掘り起こしや育成、活躍を支援。
- (4)民間と協働する
 - ◆地方公共団体に加え、NPOなどの地域づくりを担う組織や企業と連携。
- (5)誰もが活躍できる地域社会をつくる
 - ◆女性、高齢者、障害者、外国人など誰もが居場所と役割を持ち、活躍できる地域社会を実現。
- (6)地域経営の視点で取り組む
 - ◆地域の経済社会構造全体を俯瞰して地域をマネジメント。

第3項 民間企業による取り組み

次に、民間企業による地方創生の取り組みについて述べていく。中小企業庁によると、2016年の時点で日本には358.9万者の大企業と中小企業・小規模事業者が存在している。興味深い取り組み事例の詳細は後に取り上げるため、ここでは活動の概要や方針を説明する。地方創生に関する取り組み方は企業によって様々であるため、多くの民間企業が所属する、一般社団法人経済団体連合会(経団連)が発表した「地方創生に向けた経団連アクションプログラム」の内容を例として紹介する。

1. 企業の地方拠点を強化する
 - (1) 本社機能の地方移転にかかる意向調査に基づき、移転を促進する。
 - (2) 製造業等の国内回帰を促進する（制度環境の整備と呼びかけ）。
 - (3) 地方分権改革の推進など、長期的な立地環境の整備を働きかける。
 - (4) 移転誘致に積極的な地方自治体との連携を強化し、具体例を創出する。
2. 大企業人材の地方への還流を促進する
 - (1) 産業雇用安定センターを活用した地方への人材還流に協力する。
 - (2) 政府のプロフェッショナル人材還流事業を周知し、還流を促進する。
 - (3) 二地域居住を推奨し、地方還流の機運醸成に努める。
 - (4) 住居・生活環境などの移住に必要な情報提供に協力する。
3. 子宝企業の取り組みを支援する
 - (1) 仕事と出産・育児の両立支援策と取り組み効果について調査し、好事例を周知する。
4. 地方採用を拡大する
 - (1) 勤務地等限定正社員制度の一層の普及・促進に努める。
 - (2) 国立大学の機能分化や特色ある教育の実践など地方大学改革を促進する。
5. 地方における起業を促進する
 - (1) スタートアップ都市推進協議会と連携し、起業環境を整備する。
 - (2) 起業家教育を強化する。
 - (3) 大企業と地方のベンチャー企業とのマッチングを促進する。
6. 地方の中小企業が抱える課題等を共有化し、活性化を支援する
 - (1) 全国展開する経済団体と、商工会議所等の地方・地域に密着した経済団体との連携を強化する。
7. 異業種間連携を推進する
 - (1) 斬新な連携事例を地方に周知し、横展開を図る。
 - (2) 企業の技術等の提供を通じ、多様なサービス等を創出する。
8. 経団連と農業界との連携プロジェクトを創出する
 - (1) J Aグループとの連携プロジェクトの創出を継続する。
 - (2) 好事例の横展開を図る。
9. 経団連観光インターンシップを地方大学で開講する
 - (1) 各地経済団体との協力により、モデルプログラムを地方大学に展開する。
10. 働き方の見直しにより地方とのつながりを強化する
 - (1) 休暇を取得しやすい職場環境を整備する。
 - (2) 二地域居住を推進する（再掲）。

このプログラムの内容は、前項の「まち・ひと・しごと総合戦略」の内容よりも少し具体的にっており、また共通している点が多い。本論文において述べる「公共交通機関による

地方創生の取り組み方」においては、これらのアクションプログラム、そして前項で述べた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の共通点である、①雇用を創出すること、②地方への人の流れを作ること、③地域社会を形成し連携させること、④出産・子育てを支援すること、という4つの観点をもとに分析を進めていく。

第3節 公共交通機関の概要

第1項 公共交通機関の定義

続いて、本論文のテーマである「公共交通機関」について定義していきたい。高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（バリアフリー新法）では、「公共交通事業者等」を以下のように定義している。

- ・ 鉄道事業法による鉄道事業者
- ・ 軌道法による軌道経営者
- ・ 道路運送法による一般乗合旅客自動車運送事業者及び一般乗用旅客自動車運送事業者（路線バス・タクシー）
- ・ 自動車ターミナル法によるバスターミナル事業を営む者
- ・ 海上運送法による一般旅客定期航路事業を営む者
- ・ 航空法による本邦航空運送事業者
- ・ 上記以外の者で以下の旅客施設を設置し、又は管理するもの

このうち、本論文では鉄道事業法による鉄道事業者（以下 鉄道事業者）について取り上げる。理由は3つあり、1つ目は本論文冒頭でも述べたように、鉄道は公共交通機関のなかでも筆者の生活と最も関係性がある公共交通機関であり強い興味を持っているからである。2つ目は、鉄道事業者は沿線の開発を通じて様々な地域との結びつきがあり、都市部と地方部を繋ぐことが可能であると感じたからである。3つ目は、国土交通省の交通政策白書によると、2017年度の各公共交通モードの分担率は、鉄道が80.7%、乗合バスが14.0%、タクシーが4.7%、航空と旅客船は0.3%であり、鉄道が非常に高い分担率を担っているため影響力が大きいと考えるからである。

第2項 鉄道事業の現状

次に、日本の鉄道事業者の状況やについて見ていく。国土交通省によると、JR旅客会社やその他民間の鉄道会社を合わせた年間旅客者数はゆるやかではあるが上昇傾向にある。しかしながら、将来の人口減少や鉄道による移動ニーズの縮小を見据えた経営をしていく

必要があると考えられる。東日本旅客鉄道株式会社の「JR東日本グループ経営ビジョン「変革2027」」を例にすると、地方への取り組みでは、観光振興、地域活性化、輸送サービス変革、まちづくりなどにより、「コンパクト&ネットワーク」化の実現を目標としている。具体的には、魅力的な地域素材の発掘と生産、それらを加工・製造できる施設の整備、そしてJR東日本グループ内外の販路拡大といった6次産業化や、ストレスフリーな受入環境の整備、風土や文化に触れる機会の創出による観光誘致・インバウンド戦略などがある。

その一方で、地域鉄道を取り巻く環境は少子高齢化やモータリゼーションの進展などに伴って極めて厳しい状況が続いており、平成30年度には全96社中69社、約7割の事業者が鉄軌道業の経常収支ベースで赤字を計上するに至っている。平成20年6月19日に開催された交通政策審議会陸上交通分科会鉄道部会においては、地域鉄道に関して以下のように提言されている。

【概要】

今後、本格的な少子高齢化時代を迎える中、地方鉄道は、バスや福祉タクシー等地域の様々な交通手段と連携しながら、高齢者等の日々の移動を支え、駅の拠点性を活かして、地域の形成・発展や観光振興に寄与する等、地域の活性化に極めて大きく貢献するよう期待されており、地域と一体となったサービス向上を通して「地域の暮らしに組み込まれた持続可能な存在」となっていくことが必要である。

その際、潜在的な利用者が見込まれる地方都市近郊等においては、駅間の短縮や覚えやすく利用しやすいダイヤ設定、弾力的な運賃設定等様々な取組みをパッケージで展開することにより、既存の輸送のあり方を一新して地域の輸送ニーズにきめ細かく応える「コミュニティレール化」を進めることも有効なアプローチであり、また、観光を切り口として、鉄道が地域の観光資源を結んで走ることにより観光振興の役割を果たすとともに、イベント実施や車両の改装により「鉄道自らが観光資源」となり観光客の取り込みを図るなどの取組みも有効である

このまま赤字が続き廃止になる鉄道事業者が増えると、さらなる人口減少、地方の衰退が予想される。そのため鉄道事業者は、より地域と一体となった経営戦略を通じて地域を活性化させ、地域住民と共存していく必要があると考えられる。

第3項 鉄道事業者と地方創生 ソーシャル・キャピタル

理論編の終わりとして、鉄道事業者と地方創生の関係性について説明する。前項で述べたように鉄道事業者と地域住民が共存していくため、ということも理由の一つであるが、もう一つの理由として、「ソーシャル・キャピタル」という概念を紹介したい。

「ソーシャル・キャピタル」とは、アメリカの政治学者パットナムによると「信頼」「規

範」「ネットワーク」といった社会組織の特徴であり、共通の目的に向かって協調行動を導くものとされる。内閣府の調査によると、ソーシャル・キャピタルと市民活動とは相互に影響しあい、高めあう関係にあることが示された。そして、日本のソーシャル・キャピタルについて地域別の試算を行い、効果について部分的に分析したところ、例えば失業率の抑制や出生率の維持などの国民生活面でソーシャル・キャピタルが寄与している可能性が示唆された。このことから、このソーシャル・キャピタルを豊かにすることは人口増加や雇用の創出に繋がるため、地方創生にとって重要であると考えられる。

また、このソーシャル・キャピタルと公共交通との関係について、キュリーとスタンレーという海外の研究者が論じている。

①公共交通とモビリティ

何らかの形で社会のメンバーとなるためには、地理的な移動が不可欠である。その場合、自家用車を運転できない社会的弱者のモビリティを確保するには、公共交通が必要になる。また混雑した中心街へのアクセスは、公共交通整備がモビリティの増加に重要な役割を果たす。公共交通によってモビリティが確保、増大されることにより、ソーシャル・キャピタルは醸成される。

②公共交通と住みやすい都市

交通工学者のヴチックが提唱する「住みやすい都市」は公共交通、徒歩、自転車で移動が出来る都市である。こうした住みやすい都市のクオリティとして、社会活動があり魅力的な交通機関があり、お互いのプライバシーを守りつつ一定のコミュニティ感覚がある生活を挙げている。

つまり、公共交通はソーシャル・キャピタルが豊かである「住みやすい都市」の要素である。

③公共交通による社会的相互作用

公共交通が他人と知り合う機会を提供することで、ソーシャル・キャピタルが醸成される可能性がある。日々顔を合わせる通勤や通学はソーシャル・キャピタルに繋がる可能性が高い。

(宇都宮浄人 『地域再生の戦略 ー交通まちづくりというアプローチ ー』 ちくま新書、2015年 を参考にした。)

これらより、公共交通機関とソーシャル・キャピタルは関係があり、公共交通機関の活動によってソーシャル・キャピタルを豊かにすることが出来ると考えられる。

以上を踏まえると、公共交通機関、本論文では鉄道事業者が地域住民の交流の場を作るなど地域に根ざした活動を行っていくことで、ソーシャル・キャピタルが豊かになり、人口増加や雇用の創出につながると考えられる。そうして地方創生が進むことによって鉄道やその他の鉄道事業関連施設の利用が増加し、鉄道事業者の利益も増加するといった好循環を生み出すことが出来るため、鉄道事業者が地方創生に取り組むことは大変意義があることだと考えている。

第2章 ケーススタディ編

第1節 東日本旅客鉄道（JR 東日本）

ここからはケーススタディ編として、実際に行われている鉄道事業者による地域への取り組みを紹介し、考察していく。考察の基準は、第1章第2節のおわりに述べた、雇用を創出すること、地方への人の流れを作ること、地域社会を形成し連携させること、出産・子育てを支援すること、という4つの観点である。

まずは、JR 東日本の取り組みを見ていく。

①「地域再発見プロジェクト」

JR 東日本では、地域と連携を強化する「共創」戦略のもと、首都圏と地域の間で大きな「ヒト・モノ」の循環を生み出し、インバウンドも見据えた新たなマーケットを創造することをめざす取り組みとして「地域再発見プロジェクト」を推進している。具体的な取り組みとしては、地域と連携した産直市の展開、伝統工芸品の発掘、農産加工商品の開発などがある。これらを通し地域における新たな雇用創出や資源の活性化に努め、またイベント・地域情報発信を地元と都心の双方向で行うことで人の移動も含めた交流の創出も目指している。



例えば、「のもの」という、生産者が商品と地域の魅力を伝えるショップがある。店内では新鮮な産直野菜や果物をはじめ、素材を厳選した調味料や加工品等を、地元の行政や銀行、生産者が地域ならではの食べ方と合わせて提案し、また商品の魅力だけでなく地域のPRも行うことで、お客さまが地域に足を運ぶきっかけをつくっている。

② 「HAPPY CHILD PROJECT」

JR 東日本では、仕事と家庭の両立をサポートし地域に貢献したい、という思いのもと、首都圏を中心とした沿線に保育園を始めとする子育て支援施設の開設や親子でできるイベント開催など、子育て中の家族を応援する取り組みを進めている。これらを総称して「HAPPY CHILD PROJECT」と呼び、子育てに関する様々なニーズに応えながら、子育て支援から暮らしやすい沿線づくりを進めている。

具体的な例として、子育て支援と高齢者福祉の総合施設である「COTONIOR(コトニア)」を挙げる。これは「子ども (codomo)」+と (to) +シニア (senior)」から生まれた造語であり、コトニアの展開を通じて、子どもたちはお年寄りへの思いやりや尊敬する心を育み、高齢者の方々は子どもたちに癒され、気力の充実に繋げてもらいたいという考えのもと運営されている。現在は吉祥寺、赤羽、西船橋、国立、越谷レイクタウン、武蔵浦和の計6ヶ所に加え、新しいまちづくりとして「コトニアガーデン」を新川崎に展開している。

その他にも、「駅型保育園」や「子育て支援住宅」など、様々な取り組みを行っている。

○考察

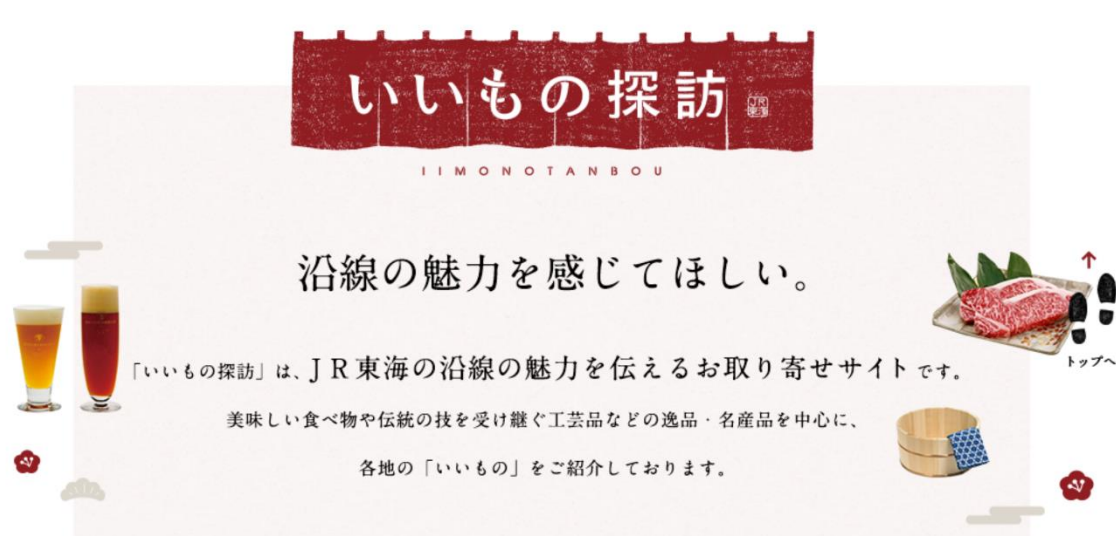
①の取り組みは、今まであまり知られていなかった地方の魅力を日本各地に発信することで、地方への人の流れを作ること、また新たな市場の開拓や雇用の創出にも繋がっていると考えられる。よって、地方創生への貢献度は高いと言える。

また、②の取り組みは、子供がいる家庭に対して子育ての負担を無くそうとしているが、主に都市部のみでしか始まっていないため、地方創生のためには地方部への広がりも必要になってくると考えられる。

第2節 東海旅客鉄道（JR東海）

①「いいもの探訪」

JR東海では、「いいもの探訪」というJR東海の沿線の魅力を伝えるお取り寄せサイトを運営している。生産者の思いが伝わり、土地の風土が伝えられる「いいもの」を紹介することで各地の生産者と共に地域の魅力を発信し、沿線を盛り上げることを目指している。取り扱う商品は、担当社員が直接現地を訪問して探している。この取り組みでは、「沿線地域との繋がり」という他のネット通販会社にはない鉄道会社ならではの強みがされていると考えられる。



○考察

この取り組みもJR東日本の①の取り組みと同様に地域の魅力を発信し、人の流れ、雇用の創出に繋がっている。しかしこの取り組みはWEBサイトであるため、JR東日本のように駅や市場まで行かずとも商品を購入することが出来る。そのため、より多くの人に地方の魅力を届けることが出来るのではないかと考えられる。一方、JR東日本の「のもの」のよ

うに地域の魅力を地域の方々から直接聞くことは出来ないため、魅力は伝わりにくいのではないかと思われる。

第3節 和歌山電鐵

和歌山電鐵は、平成18年より南海電気鉄道から貴志川線を引き継いで経営している。平成15年に南海電鐵が貴志川線の赤字経営を理由に廃止検討を表明したが、存続に向けた住民の要請が高まり、沿線自治体が鉄道用地を買い取り、岡山電気軌道が和歌山電鐵を設立して運行を引き継ぐことで合意した。この和歌山電鐵は沿線住民等による支援と観光を中心とした取組みにより活性化を図っており、平成21年7月、地域の活性化へ著しい功績があったとして、国土交通大臣表彰を受賞している。以下で具体的な例を説明する。

① 「おもちゃ電車」

貴志川特産の「いちご」や地域で成長著しい「おもちゃ」をテーマに、つり革やベンチシート、家具等、今まであまり木を使わなかったところにむく材をふんだんに使用した車両のリニューアルを実施。

② 「たま駅長」

駅長の「たま」をテーマに地域公共交通 活性化・再生総合事業を活用してリニューアルした「たま電車」を運行。関西大学大学院によると、就任1年間の経済波及効果は約11億円になると発表されている。

また、これらの取り組みによって貴志川線の年間輸送人員は運行開始時から増加を続けている。

○考察

①、②の取り組み両方の共通点は、鉄道を単なる移動の「手段」ではなく、駅に行くこと、鉄道に乗ること自体を「目的」と捉えた取り組みになっている点である。そのため、第1章第3節第2項で紹介した地域鉄道に関する提言にもあるように「鉄道自らが観光資源」となっているため、人の流れを作り地方創生に貢献していると言える。より多くの観光客を取り込むためには、地方鉄道だけではなくJRなどその他の鉄道とも協力してPR活動を行っていく必要があるだろう。

第3章 まとめ・提言編

この章では本論文のまとめとして、鉄道事業者に対して、第1章第2節で述べた、①雇用を創出すること、②地方への人の流れを作ること、③地域社会を形成し連携させること、④出産・子育てを支援すること、という4つの基準をもとに、鉄道事業者が行う地方創生に有効なCSR活動の条件について考えていきたい。

①地域の魅力を、地域の人が伝えられる機会を作ること（① ②に該当）

地域の魅力を発信する際には、発信者が地域の人以外では伝えきれない部分も出てくると思われる。そのため、JR 東日本の「のもの」のように、商品の生産者自身が商品や地元の魅力が伝えられる機会を作っていくべきだと思われる。

②地域それぞれのニーズに合わせてながら子育て支援や介護支援、そしてコミュニティ作りを行うこと（③ ④に該当）

都市部と地方部では子育てや高齢者介護に対する課題は違って来る。例えば、全国すべての駅に駅型保育園を作ったとしても、保育園の過不足は地域によって異なるためすべての保育園が地域の役に立つとは限らないだろう。そのため、地域のニーズに合わせた施設の展開が求められるだろう。また、JR 東日本の「COTONIOR(コトニア)」のように幅広い年齢層の人々が交流できる場を作り、ソーシャル・キャピタルを豊かにしていくことも必要である。

③地方部に足を運びにくい人々に対してもアプローチをかけること（① ②に該当）

JR 東海の「いいもの探訪」を見て感じたことである。まずはより多くの人々に地域への関心を持ってもらうため、活性化させたい地域から遠く離れた場所の人々に対しても魅力を発信しPRを続けることが大切であるだろう。WEB通販などのECを駆使し、様々なアプローチ方法を考えていくべきである。

④発信すべき地域の魅力を、地域住民と共に考え発信すること（① ②に該当）

地域住民だからこそわかる地域の魅力を、鉄道事業者の基盤を活かしながら発信していくことでより影響力が高まると考えられる。担当者が直接生産者のもとへと訪問して販売方法を考えるJR 東海の例のように、沿線地域との深い関係性という鉄道事業者の特徴を活かしながら地方創生活動を行うべきである。

⑤駅や鉄道の利用自体を「目的化」してアプローチすること（① ② ③に該当）

和歌山電鐵の取り組みから感じたことである。観光施設を作ることによって観光客を呼ぶことも地方創生には有効だが、鉄道利用に結びつかなければ鉄道事業者が行う意義があまり感じられない。駅や鉄道を観光地に行くための「手段」ではなく、和歌山電鐵の「たま駅長」のように駅に名物となるものを置くことや鉄道を改装することなどを通じて、駅や鉄道の利用を「目的」とする人々を増やしていくことが大切である。また地域の商店街やサービス施設と連携し、鉄道利用者には割引の特典があるなど、地域と地域、そして鉄道が連携して人の流れを作る取り組みも効果的であると思われる。

鉄道事業者が地方創生活動に関する CSR 活動を行う際には、以上の 5 点が特に重要であると考えられる。

おわりに

本論文では、公共交通機関が CSR 活動を通して地方創生にどう貢献することができるかについて、鉄道事業者に焦点を絞って考えてきた。鉄道は沿線地域との深い関係性を活かして地域の魅力を発信することや人の流れを作ることで、地方創生に貢献できることがわかった。本論文では、鉄道のみにはしか触れることが出来なかったが公共交通機関は鉄道だけでなく、バスや路面電車、モノレールなど様々なものがある。今後人口減少が進むなか、地方創生のためには生活インフラとして影響力の高い公共交通機関同士の連携が必要になってくるように思われる。もしも将来、筆者自身が地方創生に携わることができたならば、本論文での学びを活かしていきたい。

最後に、本論文を執筆するにあたってご指導いただいた高浦先生、多くのアドバイスをくださった高浦ゼミナールの皆様に心より感謝申し上げたい。

【参考文献】

宇都宮浄人 『地域再生の戦略 ―交通まちづくりというアプローチ―』 ちくま新書、2015年

経済産業省 ホームページ

https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyokaikei/

中小企業庁 ホームページ

https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_kigyocnt/2018/181130chukigyocnt.html

総務省 平成29年度版 情報通信白書

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/n4100000.pdf>

まち・ひと・しごと創生基本方針2019

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/honbukaigou/r01-06-21-shiryou1.pdf>

まち・ひと・しごと創生基本方針2019について

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/r01-06-21-kihonhousin2019gaiyou.pdf>

北陸財務局 ホームページ

<http://hokuriku.mof.go.jp/soumu/pagehokurikuhp003000027.html>

経団連 「地方創生に向けた経団連アクションプログラム」

<https://www.keidanren.or.jp/policy/2015/079.html>

高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律

<http://www.mlit.go.jp/barrierfree/transport-bf/shinpou/jyoubun.html>

国土交通省 「令和元年版交通政策白書」

http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/sosei_transport_fr_000098.html

国土交通省 「鉄道輸送統計調査」

<https://www.jreast.co.jp/investor/moveup/pdf/all.pdf>

JR 東日本グループ経営ビジョン 変革 2027

<https://www.jreast.co.jp/investor/moveup/pdf/all.pdf>

国土交通省ホームページ 地域鉄道対策

http://www.mlit.go.jp/tetudo/tetudo_tk5_000002.html

内閣府 「平成 14 年度 ソーシャル・キャピタル：豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて」

<https://www.npo-homepage.go.jp/toukei/2009izen-chousa/2009izen-sonota/2002social-capital>

JR 東日本 「地域再発見プロジェクト」

<https://www.jreast.co.jp/saihakken/>

JR 東日本 「HAPPY CHILD PROJECT」

<https://www.jreast.co.jp/kosodate/about/>

JR 東海 「いいもの探訪」

<http://e-mono.jr-central.co.jp/shop/pages/e-mono.aspx>

国土交通省 「和歌山電鐵の活性化に向けた取り組み」

<http://www.mlit.go.jp/common/000056279.pdf>