

2013年度【第3回】学生観光論文コンテスト

テーマ A：観光立国で日本を元気にする方策について、私の提案

鉄道ネットワークを生かした、地方地域の発展に導くための

『鉄道観光モデル』の提案

—ホスピタリティ・マーケティング・使いやすい鉄道施設の追求—

目次

1. はじめに
 - 1.1 鉄道業界の現状から見る観光立国を目指す必要性
2. 鉄道におけるホスピタリティの研究
 - 2.1 JR九州の観光戦略から見る「おもてなし」がもたらす効果
 - 2.2 鉄道ホスピタリティの提案
 - 2.3 クルーズ列車を観光立国の推進源に
3. 新幹線を訪日外国人に利用してもらうためのマーケティング戦略
 - 3.1 新幹線の利用状況と料金面から見る課題
 - 3.2 Rail & Fly サービスを取り入れる提案
4. 使いやすい鉄道施設の追求
 - 4.1 訪日外国人から見た日本の鉄道の分かりにくさ
 - 4.2 「使いやすい鉄道施設」とはなにか
5. まとめ

1. はじめに

観光立国ニッポンを目指す日本政府は2016年に1800万人、2020年には2500万人の訪日外国人旅行者数を目標に掲げている。しかし、2012年における日本の国際観光客受入者数はおよそ800万人であり、1位のフランス（約8000万人）から40か国中33位と大きく出遅れている（図1-1）¹。この要因は複数考えられるが、訪日外国人の首都圏一極集中化及び、ゴールデンルートと呼ばれる「東京～箱根～富士山～京都」に観光ルートが一本化される傾向が強くなっていることから、日本全国豊富にある観光資源を十分に伝えられていないということが主な要因として挙げられる。また、この状況が観光客を増やすために必要となるリピーターの獲得を困難にさせているとも考えられる。

このような課題を克服するために、「鉄道」をキーワードとして本論文を執筆するきっかけとなった一つの経験がある。今夏SL列車に初めて乗ったときの経験であるが、沿線住民がSLに向かって手を振る光景が私の中に強く印象に残った。子供のみならず大人まで、そして駅間も含め人がいるところほとんどでこのような光景を目にしたからである。

ここまで地域に密着し、また地域からの「おもてなし」を受けられることのできる交通機関は鉄道だけではないだろうか。また、昨今鉄道を一つの観光資源にする取り組みがメディアでも取り上げられており、私はこのような鉄道のもつポテンシャルに着目し、鉄道ネットワークを通じて訪日外国人を日本全国へ引き込んでいく基盤をつくることができれば、観光立国として発達させる1つの原動力になると考えた。そこで、訪日外国人に対する日本の鉄道への様々な課題を、マーケティング・ソフト面・ハード面の3つの観点から研究を行い、それらを踏まえた「鉄道観光モデル」というものを本論文で考案していきたい。

1.1 鉄道業界の現状から見る観光立国を目指す必要性

1872年に日本で最初の鉄道が開通して以来、その路線網は拡大し続け今やインフラの一つとして日本経済を支えているが、近年鉄道の年間輸送人員は横ばい傾向を示している（図

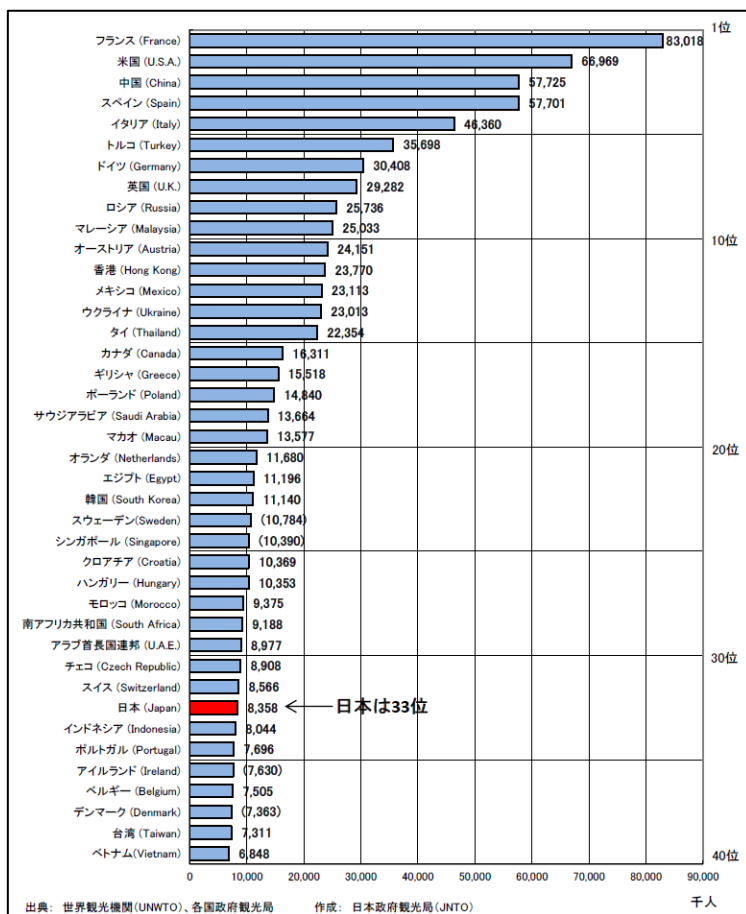


図1-1 世界各国・地域への外国人訪問者数（2012年 上位40位）

1-2)。その背景には少子高齢化に伴う人口減少が関連しているとみられ、現状のままであれば輸送人員は今後横ばいから減少に転ずると推測される。

次に路線区分ごとの経営状況を見ていこう。図 1-3 は営業収益に対する営業費の比率を示し、数字が 100 を超えると赤字であることを表す。これによると、大都市高速鉄道²は比較的安定しているものの、地方旅客鉄道³は定常的に苦しい経営状況にあることが分かる。このことより、大都市圏から地方にまで幅広くエリアにもつ JR の現状は、地方路線の赤字を都市路線や新幹線の収益で賄っていると予想され、先の少子高齢化の問題から大都市圏での収益も今後は期待できなくなることから、地方路線の活性化が経営を保つ一つの鍵となる。

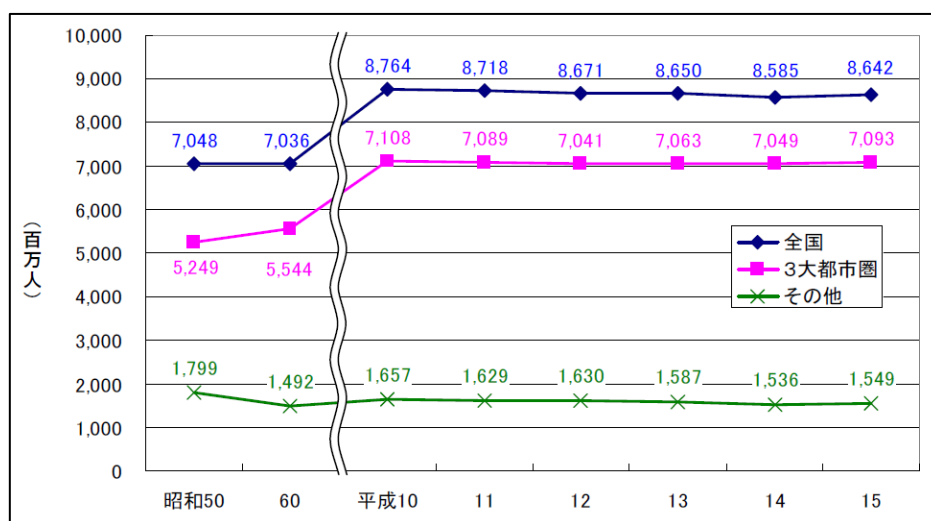


図 1-2 輸送人員の推移 (JR・国鉄)⁴

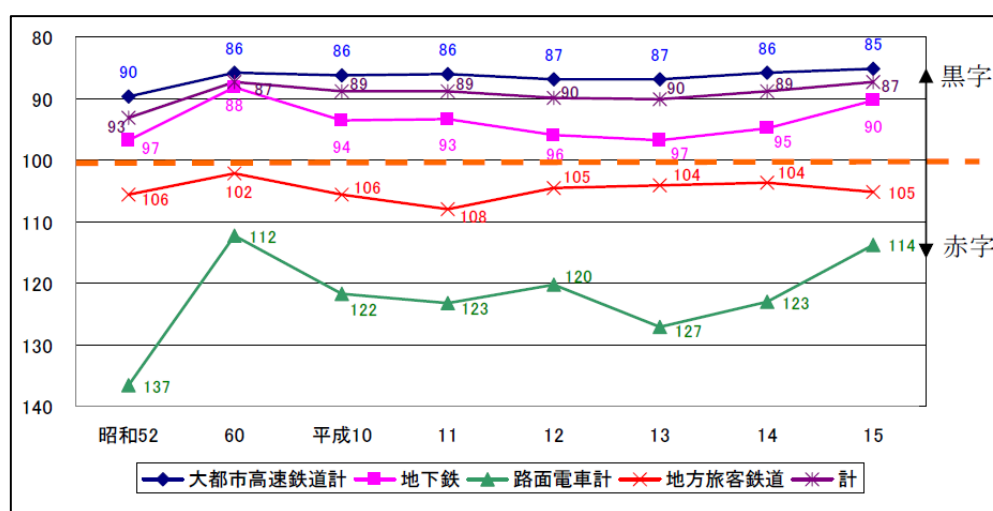


図 1-3 営業費対営業収益比率⁵

JRをはじめとする各社は、既に鉄道事業のみならず小売りや飲食業、IT 事業など多岐にわたって関連事業を展開しているが、今の状況では国内在住者のみで利用者を増やし収益に結び付けるには限界があるため、鉄道会社が積極的に海外から顧客を呼び集め、インバウンドビジネスに力を入れていくことは大きなビジネスチャンスである。また関連事業と

の相乗効果も期待できるのではないだろうか。

したがって、地方を活性化させることが観光立国として日本を成長させるための前提条件と考えれば、このことがその地域とを結ぶ地方路線の活性化に大きく貢献するため、観光立国を鉄道業界全体が一体となって目指していくことは現状を打破する大きな力となる。

2. 鉄道におけるホスピタリティの研究

2.1 JR九州の観光戦略から見る「おもてなし」がもたらす効果

JR九州は、2011年3月に全線開通した九州新幹線を主軸とし、九州新幹線の主要駅から各地方へ向かう個性的な観光列車を複数走らせる戦略を行っている。その中でも注目すべき観光列車は鹿児島中央と指宿を結ぶ「指宿のたまて箱」である。この列車は九州新幹線の全線開通時から平日も含め毎日運行しているにも関わらず、2011年度の平均乗車率は観光列車としては異例の85%を超える記録をした。この数字は、観光客が少ないオフ・シーズン時でも高い乗車率を保ち続けてきたことを意味する。観光交通⁶には季節や曜日によって需要に大きな変動があるという特性があるが、この特性を覆す記録を達成した理由の1つに、地域と連携した徹底的な「おもてなし」があると分析する。観光客を楽しませる様々な仕掛けを列車に施しただけではなく、列車の通過時には沿線住民や県職員が観光客に対し手を振るといった演出を行った。JR九州の担当者によればこのようなサービスに感動したという観光客の声を多くもらっているという。人の心に残るようなサービスを提供することは、需要の変動を抑え年間を通じての利用者を押し上げる効果があるのではないだろうか。指宿のたまて箱が地域に与えた経済効果も大きく、2011年4月から12月の指宿市内の宿泊数は前年同時期から4割増しの52万人に上った。さらに、観光による雇用創出効果も表れており、市内では2012年度の採用人数を例年の2倍近くに増やした旅館もある。

地方地域の発展には地方路線の活性化が一つの大きな要素となることは以上の実例から言えるだろう。ソフト面から見ると、地方路線の活性化には個性的な観光列車を走らせ、そこに観光客の心に残るようなサービス、すなわち「おもてなし」という要素が加わって、はじめてその力を発揮できると私は分析する。2020年東京五輪招致のスピーチでも「おもてなし」という5文字が世界に向けてPRされたが、そのような観点からみても鉄道という分野でホスピタリティの在り方を追求することは必要だろう。

2.2 鉄道ホスピタリティの提案

鉄道は地域に密着しているという特性上、地域全体を巻き込んだ広範囲でホスピタリティを提供できるのが大きな特徴である。列車内でおもてなしを受けた後は、その地域からの歓迎のおもてなしを受けるといったものだ。この一連のホスピタリティをここでは便宜的に『鉄道ホスピタリティ』と呼ぶことにする。JR九州の取り組みをヒントに、この流れを鉄道観光モデルの一つの特徴とし、訪日外国人に日本文化を感じてもらい、リピーター化へ繋げる施策として鉄道ホスピタリティの提案をする。

この鉄道ホスピタリティとは具体的にどのようにあるべきものだろうか。まずは「地域

ホスピタリティ」と「列車内ホスピタリティ」の 2 つから成るものとし、それぞれについて考えていくことにしよう。

(1) 地域ホスピタリティ

地域ホスピタリティは、鉄道を利用して地域に訪れた観光客に対し、その地域住民が提供するホスピタリティと定義する。これは鉄道沿線や、地域観光の拠点となる駅を中心に提供され、例えば列車が通過する時刻に合わせて沿線から車内の乗客に対して手を振るサービス、駅に到着すると地元の料理や特産品などを観光客に振る舞うというサービスが考えられる。地域ホスピタリティで最も重視すべきと考えるのが、その地域流のおもてなしを提供することと観光客とのコミュニケーションである。その地域への親近感を抱かせるのと同時に、強い印象を残す効果があるからだ。

そこで、訪日外国人にとって魅力に思えるような施策を企画し、また観光客と地域住民とのコミュニケーションの橋渡しの役を担う学生を、外国人観光客が多く訪れる時期に合わせて一時的に観光拠点とする駅周辺に招待するという提案をする。これは学生の語学教育及び職業訓練を兼ねており、若者に地域の魅力を感じてもらうことで高齢化が進む地方に若年世代を呼び込もうとする狙いもある。

学生が主体となって地域発展に取り組む事例は全国各地で見られ、学生たちの取り組みにより商店街を活性化させた事例もある。鉄道会社と地域との連携に加え、学生のもつ意欲や柔軟な発想力を取り入れることによって、より良いものが生まれるのではないだろうか。その地域周辺の大学に通う学生を基本とするが、場合によっては地域外の学生も対象とし、語学力をもつ学生のみならず、観光学やホスピタリティ学などその分野を中心に学んでいる学生を呼び込むと良いだろう。

学生は外国人の通訳を行うことが目的ではなく、学生も地域ホスピタリティを提供する一員として取り組んでいくことが必要だ。例えば中国人が多く訪れる時期には、中国人の慣習を理解した上で中国人に合うホスピタリティを学生、地域、鉄道会社が一体となって研究し、その学生も地域内の駅や旅館、飲食店などで、地域に溶け込みながら積極的に観光客とのコミュニケーションを図っていく。地域住民は言語の壁から観光客との会話を敬遠してしまうかもしれないが、そこで語学力のある学生を媒介することで円滑なコミュニケーションを図り、その地域の魅力を伝えていくこともできるだろう。

しかし、この取り組みは学生たちを長期に渡って拘束することになるため、他の勉学の妨げにならないようにしなくてはならない。これには大学側との協力も仰ぎ、こうした取り組みをインターンシップの 1 つとして単位取得の対象とするなどの仕組みを作ることが必要だろう。鉄道会社や地域が協力し、できる限り費用面で学生の負担が無いように行うことが望ましいが、経営状況によっては難しい面もあると思う。しかし、これらの地域ホスピタリティを通じ各国からのリピーターを獲得する流れを一度創出できれば、地域と鉄道会社の間には WIN-WIN 関係を築けるため、地域と鉄道会社がこのような形で連携を行うことは長期的な視点で見ればマイナスにはならないと考えている。

(2) 列車内ホスピタリティ

続いて列車内ホスピタリティを考える。列車内ホスピタリティとは列車内で提供されるホスピタリティと定義する。航空業界では身だしなみから礼儀作法まで徹底的に教育された客室乗務員が搭乗し、保安要員としての顔をもちながらも状況に応じて臨機応変に対応するホスピタリティが既に確立されている。一方鉄道業界では、ワゴンを使う車内販売サービスが主流であるが、観光列車から通勤列車まで列車の種類が豊富にあることもあり、航空業界のように洗練されたホスピタリティはまだ確立されていない。観光立国を目指す上で、列車内でホスピタリティを提供することは訪日外国人に対して印象を残す重要な要素として捉え、航空やホテル業界などで養ってきたノウハウを取り入れながらも、特に観光列車と新幹線でそのあり方をいち早く確立すべきである。ただし、観光列車と新幹線ではそれぞれホスピタリティのあり方は全く異なるものとして考えている。

観光列車で確立すべき理由は、観光列車そのものが地域の一つの観光資源となると考えるからである。観光列車内でのホスピタリティの役割は、それぞれの地域がもつ個性や人情を観光客に伝えることである。したがって地域住民をスタッフとして配置し、その地域に特化した、地域流のおもてなしを提供していくべきだと考える。また、地域ホスピタリティ同様このときに観光客と積極的にコミュニケーションをとっていくことも重要な要素とする。

一方新幹線で確立すべき理由は、大都市から地域へ観光客を送る重要な役割を果たす新幹線を鉄道観光モデルの主軸として考えているからである。したがって新幹線でのホスピタリティに求められることは、歓迎の気持ちで受け入れることができるよう、全ての訪日外国人が新幹線を利用するという前提のもとで身だしなみや礼儀作法、語学力を徹底的に教育したスタッフを配置し、洗練された接客技術を通じて日本の鉄道への印象付けを行うことである。飛行機の客室乗務員と根本的な性質は似通う部分もあるが、訪日外国人に新幹線を日本の鉄道の顔として認識させた上で、このような特徴をもつホスピタリティを提供することは、訪日外国人に印象を残し新幹線全体の利用促進にも繋がるだろう。

2.3 クルーズ列車を観光立国の推進源に

クルーズ列車の運行は、鉄道ホスピタリティをふんだんに取り入れることができ、日本文化を伝えることのできる大きな機会になる。2013年10月には新たな取り組みとして、九州をPRするというコンセプトのもと国内初のクルーズ列車「ななつ星」の運行を開始した。既に2014年6月までの予約が埋まっているが、一過性とならないかへの課題があるだろう。

この問題に関してはリピーター客の獲得が焦点となる。そのために、鉄道と地域が一体となって上で述べたようなホスピタリティを提供できるよう、クルーズ列車の運行ルートに沿って複数の地域との協力関係を築くこと、日本の四季を十分に生かせるように鉄道会社間の垣根を越え、全国に広がる路線網を活用できるよう環境を整えることが必要であると考えられる。これを実現できれば季節に合わせ運行ルートを柔軟に変更することができ、ま

たそれぞれ個性溢れる鉄道ホスピタリティを提供できるようになる。

ところで今、ヨーロッパを中心に盆栽ブームが巻き起こっており、大宮や京都など盆栽で有名な地域を巡っていくツアーもあるほどだ。このようなツアーにおいて、現地国への往復には飛行機を利用し、現地での国内の陸上移動手段にクルーズ列車を用いるのも一つのビジネスチャンスになるだろう。盆栽ツアーであれば、盆栽をテーマにした地域ホスピタリティを提供し、また列車内ホスピタリティでは盆栽アートを客室に展示するなどの模様替えを施すことや、剪定士を招くことで移動時間を利用した盆栽教室を開くという企画も可能となる。クルーズ列車によるツアーでは、移動時間も含めたツアー利用者の意向に沿う濃密なホスピタリティを提供することもでき、その可能性はいくらでも応用していけると考える。

クルーズ列車が日本文化を世界へ発信させるとともに、日本の特徴である四季と全国に伸びる路線網、この 2 つの要素によって常に新鮮さを味わえるクルーズを提供することができるため、観光立国を推進させる強力な武器となる可能性は十分に考えられるだろう。現在ななつ星に続き JR 東日本でもクルーズ列車の新造計画があり⁷、各社間の連携のもとで、訪日外国人向けのクルーズ列車によるツアーを積極的に展開していくべきである。

3 新幹線を訪日外国人に利用してもらうためのマーケティング戦略

2010 年における訪日外国人観光客の都道府県別訪問率を見ると（図 3-1）、東京都は 6 割を超えており他の道府県と比べてもその数は群を抜いている。これは外国人観光客の首都圏一極集中化が顕著であることを示しており、季節による需要の変動に対応できないことや、リピーター誘致が困難になるという理由から、一極集中している現状のままでは観光立国として日本を発展させることは難しい。これを打開するためには東京のみならず各地方都市にも観光拠点を作り、東京から各地方の観光拠点へ観光客を送り込む基盤が必要である。

新幹線のネットワークは 1964 年の東海道新幹線開通以来、東西南北に渡って拡大を続けており、2014 年度末には北陸新幹線の長野～金沢間、2015 年度には北海道新幹線の新青森～新函館（仮称）間が開通する予定である。新幹線は大都市と各地方都市を結ぶ重要な動脈を担い、また新幹線が地域にもたらす経済効果も非常に大きい。この章では、新幹線の現在の利用状況や課題を挙げながら、訪日外国人の新幹線利用を促し地方地域へ送り込んでいくための施策について考えていきたい。

順位	都道府県	訪問率 (%)
1	東京	60.3
2	大阪	26.1
3	京都	24.0
4	神奈川	17.8
5	千葉	15.0
6	愛知	10.9
7	福岡	9.1
8	北海道	8.8
9	山梨	8.2
10	兵庫	7.6
11	奈良	7.5
12	大分	5.0
13	熊本	4.3
14	広島	4.1
15	栃木	3.6
16	長野	3.4
	岐阜	3.4
	長崎	3.4
19	静岡	3.2
20	沖縄	2.7
21	市川	1.9
22	宮城	1.8
23	埼玉	1.7
24	和歌山	1.4
	富山	1.4
26	茨城	1.2
27	三重	0.9
	群馬	0.9
29	岡山	0.7
	青森	0.7
	鹿児島	0.7
	福島	0.7
	山形	0.7
	新潟	0.7
35	滋賀	0.6
	山口	0.6
	佐賀	0.6
38	岩手	0.5
39	秋田	0.4
40	宮崎	0.3
	香川	0.3
	愛媛	0.3
43	福井	0.2
	島根	0.2
	鳥取	0.2
	徳島	0.2
47	高知	0.1

図 3-1 都道府県別訪問率⁸

3.1 新幹線の利用状況と料金面から見る課題

JR 東日本が公開しているデータ（会社要覧 2012-2013）を基に新幹線の利用状況をより詳しく見ていこう。図 3-2 は東北・上越・長野新幹線における各区間の平均通過人員（人/日）を表す。

線名	区間	平均通過人員（人/日）												
		1987年度	1992年度	1997年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
1 東北新幹線	東京～新青森	45,885	60,581	62,840	61,826	57,401	57,909	58,461	60,197	61,749	59,742	56,126	52,412	50,773
	東京～大宮	100,045	133,612	149,762	160,401	160,310	158,885	161,563	164,337	167,538	162,220	151,508	147,041	149,153
	大宮～宇都宮	72,427	95,313	100,393	103,296	103,942	105,793	106,887	109,528	111,790	108,137	101,487	98,562	100,473
	宇都宮～福島	58,854	69,512	70,032	71,456	72,243	73,390	74,137	76,436	78,548	75,947	71,233	68,313	71,372
	福島～仙台	45,012	52,405	52,533	53,067	53,706	54,277	54,918	56,843	58,824	57,119	53,877	51,638	54,495
	仙台～一ノ関	30,363	33,341	34,749	35,059	36,288	36,205	36,197	37,202	38,053	36,607	34,454	33,471	34,350
	一ノ関～盛岡	23,338	24,722	25,728	27,364	28,857	28,877	28,887	29,994	30,858	29,768	28,088	27,305	27,881
	盛岡～八戸	-	-	-	13,546	11,941	11,852	11,937	12,791	13,263	13,004	12,432	12,355	13,696
	八戸～新青森	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,684	9,252
2 上越新幹線	大宮～新潟	28,876	39,779	39,705	42,063	41,804	38,200	41,421	42,188	43,305	42,445	39,991	38,834	39,592
	大宮～高崎	44,430	61,778	74,174	85,910	86,134	83,248	86,802	88,502	90,505	88,752	83,451	81,649	82,591
	高崎～越後湯沢	35,364	41,488	37,281	35,949	35,795	31,614	35,095	35,635	36,831	36,129	34,098	32,872	33,691
	越後湯沢～新潟	23,498	26,379	22,284	22,023	21,423	17,825	20,679	21,087	21,658	21,183	20,012	19,261	19,873
3 長野新幹線	高崎～長野	-	-	21,955	18,969	19,242	18,710	18,681	19,035	19,359	19,129	18,092	17,572	17,751

図 3-2 JR 東日本の新幹線の平均通過人員⁹

これによると東京から距離が離れるほどその人数は減少する傾向にあり、特に2010年度、2011年度ともに八戸～新青森の人数は大宮～宇都宮の10分の1以下である。さらに、東北新幹線について隣接する2区間の利用者数の差をとるとほぼ全ての年で宇都宮を境に最も人数が減少していることが分かる（東北新幹線と上越新幹線が合流している東京～大宮は除外して考える）。区間ごとの利用者数の減少の幅は東北・上越新幹線ともに東京に近いほど大きくなる傾向があることから、東京を基点に長距離で利用する人よりも短距離利用の人が平均的に多いと考えられ、総じて観光目的より通勤目的での利用が多いことを示しているのではないだろうか。新幹線の自由席の乗車率はお盆休みなどの大型連休シーズンをピークに軒並み100%を越え観光での利用客が急増するが、それ以外のシーズンでも観光目的での長距離利用者を増やし、東京近郊のみならず全区間平均で利用者を上げることで、新幹線ネットワークを有効活用していくことが必要だろう。

次に新幹線の料金についてである。LCCとの競争が激化している西日本を例に挙げると、新大阪から博多まで山陽新幹線ひかりの指定席を利用した場合の料金は、閑散期で1万4690円であるのに対し、LCCのPeach Aviationを利用した場合、関西空港から福岡空港までの運賃は最安で3590円である。

以上より新幹線に対して

1. 長距離利用者より短距離利用者の方が多く、区間による利用者数に大きな差がある
2. 価格面で他の輸送機関と比べると高額

という課題があるだろう。これらを踏まえ、ドイツ鉄道が行っている施策を見ながら航空会社とJRが提携する“Rail & Fly サービス”の提案を行う。

3.2 Rail & Fly サービスを取り入れる提案

ドイツ鉄道は、日本航空や大韓航空など世界各国の航空会社と提携を行い、飛行機と鉄道の乗り継ぎサービス“Rail & Fly サービス”というものを提供している。このサービス内容は提携する航空会社によって異なるが、日本航空の場合はフランクフルト空港駅とドイツ国内の各鉄道駅を結ぶドイツ鉄道の乗車券を、航空券と同時に追加料金を払うことなく購入することができる（大韓航空の場合は別途購入するより安い価格で提供されると記載されている）。また、出発の72時間前からWEB上で事前に乗車券を発券することも可能であり、搭乗する飛行機の座席クラスによっては鉄道でも上級クラスの座席を利用できるのが特徴だ。さらに追加料金（ファーストクラス/16ユーロ、セカンドクラス/11ユーロ）を払い座席指定を受ければ、東海道新幹線ののぞみに匹敵するICE Sprinterという速達の高速鉄道に乗車することも可能である。

提携先の航空会社を利用すれば国内の鉄道に無料もしくは安い料金を乗車できること、そしてドイツ版の新幹線が僅か11ユーロの追加料金で利用できるというのは大きな魅力である。日本で例えるなら、運賃無料で成田空港から鹿児島まで移動することができ、また1300円ほどの追加料金で新幹線にも乗れてしまうことになる。

日本でも、JRと航空会社がこのような形で提携し、航空券と同時に格安もしくは追加料

金なしで往復分の新幹線の切符を購入でき、空港と新幹線の乗車駅間の乗車券は無料とする Rail & Fly サービスを取り入れるのはどうだろうか。

これを行うことで、

1. 訪日外国人の新幹線の積極的な利用を促し、首都圏から地方へ引き込む基盤を作る
2. 航空会社との提携により、一般的に高額とされる新幹線料金の値引きへ繋げる
3. 利用者拡大により損益分岐点を引き下げ、通常料金の値下げを促す

といった効果が期待できると考える。日本で取り入れる場合 Rail & Fly サービスを複数の空港で取り入れるべきと考え、各空港における入国外国人の旅客輸送の状況と（図 3-3）、各新幹線の拠点駅の場所を考慮して成田、羽田、関西、福岡空港を発着する国際線の便を対象に実施すべきだろう。

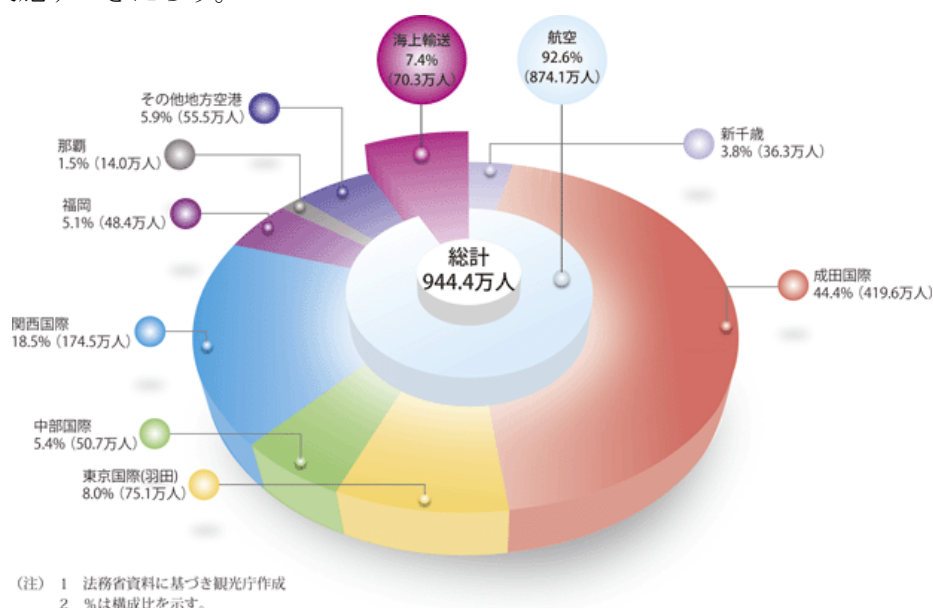


図 3-3 入国外国人の旅客輸送状況¹⁰

ドイツの Rail & Fly サービスでは、乗車券は WEB 上での発券が可能だが、ICE など座席指定を受けなければならない列車は現地で発券作業が必要となる。日本で導入する際は利便性を向上させるために、WEB 上もしくは自国の旅行会社などで切符を発券できるようにすべきだろう。しかし、現在 JR の全ての切符は MARS (Multi Access seat Reservation System) と呼ばれるシステムによって管理されているため、海外から日本の鉄道を利用する場合、新幹線などの予約は可能であっても切符そのものは日本国内の窓口でしか発券できない。

そのため、この実現のためには JR に GDS (Global Distribution System) ¹¹を導入することが求められる。GDS を導入した場合、JR の窓口でなくとも自国の旅行会社や航空会社などを通じて切符を発券することが可能となり、切符購入の煩わしさを解消させることになる。また、日本の場合 IC カード乗車券を活用した購入手段を提供することもできるだろう。現在の IC 乗車カードをさらに発展させ、特急券に記載される情報をカード内に記録できるように改良すれば、カードリーダーを用いることで自宅の PC 上でも発券が可能となり、

カード一枚で新幹線から普通列車まで利用できる。IC乗車券を世界でも購入できるようにしていくことが必要だろう。

4. 使いやすい鉄道施設の追求

4.1 訪日外国人から見た日本の鉄道の分かりにくさ

JR 東日本発表の論文（池辺健志・松田崇・藤井悟史『外国人のお客さまに対する適切な案内手法に関する研究』¹²⁾によると、成田空港駅および成田エクスプレスを利用した訪日外国人 574 名（英語、中国語<簡体字・繁体字>、ハングル語のいずれかを母国語とする 18 歳以上）に対して行った調査では、電車利用時の情報で分かりにくかったことに「目的駅までの乗換回数」「利用する路線・ホームの場所」「出発駅から目的駅までの経路」「目的駅までの運賃」という項目が上位を占める。さらに、電車利用時の情報で分かりにくかった理由には、路線図の情報量が多すぎることで、英語圏を中心に日本語のみの表記だったからという内容が主な要因として挙げられている。次に、電車利用時に参考としている情報を見ると「路線図」が 9 割を占める他「案内サイン」「路線カラー」がそれに続いており、図形や色を主な参考材料にしていることが分かる。

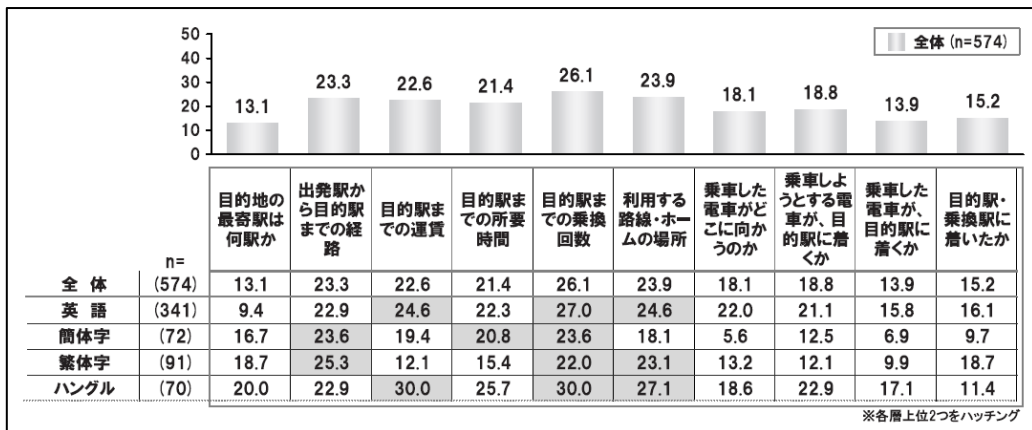


図 4-1 電車利用時の情報で分かりにくかったこと¹³⁾

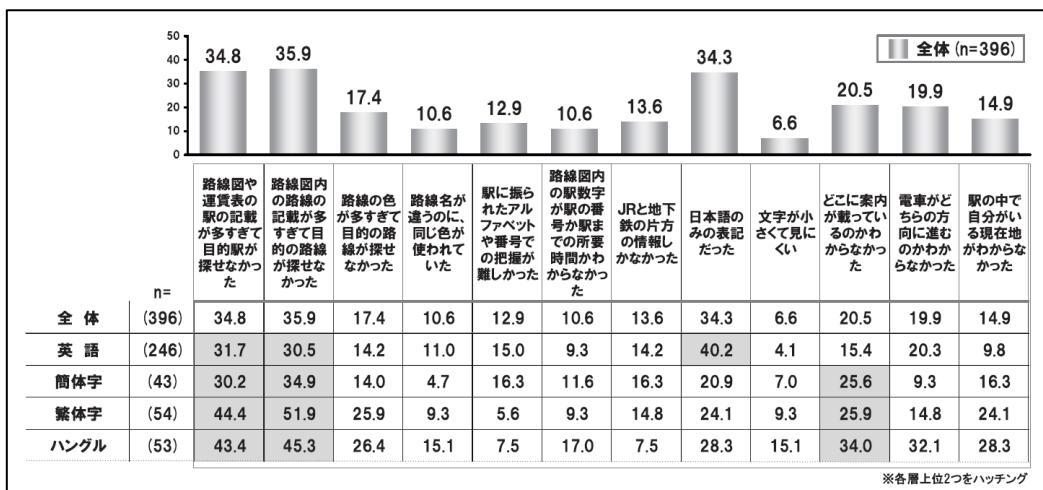


図 4-2 電車利用時の分かりにくかった理由¹⁴⁾

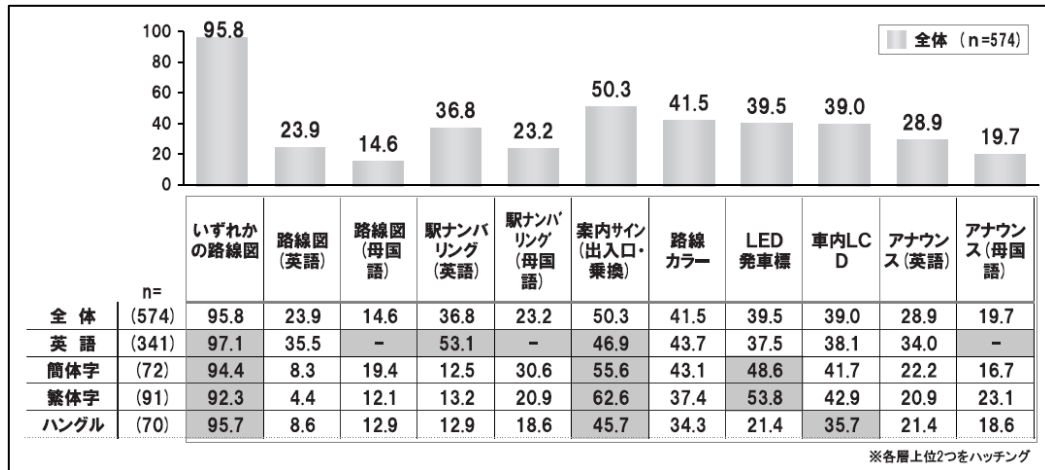


図 4-3 電車利用時の参考情報¹⁵

4.2 「使いやすい鉄道施設」とはなにか

この章では字数の関係上これらの課題への対策を具体的に伝えきれないため、やや抽象的にはなってしまうが、ICT 分野での技術革新に着目しながら使いやすい鉄道について私の考えを述べることにする。

現在、各駅に英字と数字から成る記号を振り分ける「駅ナンバリング」の導入、複数の言語で記載された案内板を設置するなどの取り組みを行っているが、初めて日本の鉄道を利用する人であっても使いやすさを感じてもらうには、言語や複雑な案内板に依存するのではなく、いわゆる直感で利用できることが求められるだろう。そのためには ICT 分野での技術革新を積極的に取り入れることが必要不可欠と考えている。ここで、より詳しくその理由を説明するために「メンタルモデル(Mental Model)」と「アフォーダンス(Affordance)」という 2つの概念を取り上げる。

メンタルモデルとは、ある物体に対して人間が頭の中で描いているモデルのことで、他人が使うのを見たり、自分が実際に利用するという行動を通じ構築されていくものである。自動車を右へ動かそうとしたときに、我々はハンドルを右へ回すという動作をするのはこのようなメンタルモデルがあるからだと言える。

一方アフォーダンスは、外界の環境や事柄・物体そのものがもっている情報のことを言う。ある扉を見たとき、取っ手が無い代わりに図 4-4¹⁶のような平板が付いていた場合、引くのではなくまずは扉を押そうと試みるのは、この扉自体にそのようなアフォーダンスがあるからと言える。

これらの概念は情報分野とは密接な関わ

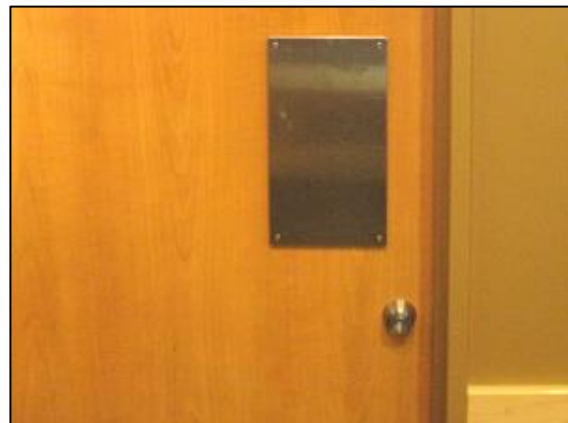


図 4-4

りをもつ。例えばタッチパネルを搭載したスマートフォンが世界で流行したのは、タッチパネルがアフォーダンス性に優れており、メンタルモデルが構築されやすいためだと説明することができる。そして、実際にそのスマートフォンを利用して我々は様々な情報を得ている。このような実例から、言語の壁を考慮せず、どんな人でも直感で利用できるような鉄道を目指すためには、こうした ICT の最先端技術を駅施設へ積極的に取り入れていくべきだと考える理由である。切符を購入する際、運賃が分からなければ購入できないが、その運賃を知るには複雑な路線図を見上げなくてはならず、このことが「目的駅までの運賃」の分かりにくさに繋がる要因である。この問題については、駅施設で Wi-Fi 設備を充実させるとともに、目的駅を入力することで運賃を検索できるシステムを普及させることで解決できるのではないだろうか。

スマートフォンの次の端末として、「ウェアラブル端末」というものが世界から注目されている。眼鏡や腕時計、指輪など人間の体に身につけるものの中に小型コンピュータが埋め込まれた端末のことである。例えば、眼鏡型のウェアラブル端末では眼鏡に取り付けられたディスプレイに様々な情報を表示することができ、外の景色を見ながらでもこうしたシステムが目的地までの誘導を行うなどの研究が行われている。このような技術を鉄道施設に取り入れ、こうした端末を提供できる環境を整えておけば、どんなに駅の構造が複雑であっても、人や案内板に頼ることなく利用者を目的の場所へ誘導していくことが可能となる。「出発駅から目的駅までの経路」「利用する路線・ホームの場所」が分からないというような課題を解決できるだろう。

今、日本では無料の公衆無線 LAN の提供場所が少ないという点を指摘されているが、当然のことながら世の中に普及してから整備を行うのでは供給は追いつかない。世の中に普及する前から整備を行っていくことが重要であり、特に観光の拠点となる鉄道施設でこのような設備を今の段階から導入していき、端末が世の中に出回っていなくても、駅の中で貸し出しを行うなどの取り組みをいち早く行うべきではないだろうか。

電車利用時の参考情報（図 4-3）によれば、図やサイン、カラーを参考にしているケースが多い。しかし、大量の情報が錯綜している現在の駅の中ではこうしたサインを見つけることが困難であり、気づかず通り過ぎてしまうケースも少なくない。ところが、ウェアラブル端末の普及によりこうしたものが利用者に情報を与えるようになれば、駅に掲示しなければならない情報量も必要最小限に抑えることができる。これによって最も必要とされる情報を目立たせることができ、小型コンピュータに頼らずとも図やサインに沿って歩いていきやすい鉄道施設を提供することができるようになると考えている。

5. まとめ

第二章から第四章に渡って

1. 鉄道ホスピタリティの研究（ソフト面）
2. Rail & Fly サービスの導入（マーケティング）
3. 使いやすい鉄道施設の追求（ハード面）

の3つの観点から様々な提案を行ってきた。第二章では地域の活性化には地方路線の活性化が貢献するという主張のもとで鉄道におけるホスピタリティのあり方を考えてきたが、これを充実させたところで、地方へ人が来なければ全く意味を成さない。そこで第三章ではドイツで行われている取り組みを参考にしながら、航空会社とJRが提携を行うRail & Flyサービスの提案を行い、GDSの導入の必要性などマーケティングの観点から新幹線の利用を促し地方へ訪日外国人を導くための施策を考えてきた。しかし、いくら新幹線の利用を推進しようとしても、空港と新幹線の乗り継ぎ駅までの都市鉄道の利用で煩雑さを感じてしまえば、鉄道の利用を敬遠されてしまうだろう。第四章ではこの点に注目し、やや抽象的ではあったがICT分野の技術革新を積極的に取り入れることにより、使いやすい鉄道施設というものを追求してきた。

このように3つの要素のうちどれが欠けても、鉄道がもつ観光立国として日本を発展させるためのポテンシャルを十分に発揮できなくなる。これが、私がこの3つに着目した理由である。そして観光立国ニッポンを推進させるために、鉄道を生かすことで訪日外国人を地方へ送る流れを作り、リピーター客を生み出すためのこの一連の構造が私の考える鉄道観光モデルとなる。

脚 注 (web へのアクセス日時はいずれも 2013 年 11 月 25 日)

- 1 出典:日本政府観光局 (JNTO) 『世界各国、地域への外国人訪問者数』
http://www.into.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_statistics.html
- 2 大都市通勤圏において旅客の地域輸送を主として行い、最混雑区間が複線以上となっている鉄道線（高速軌道線を含む。以下、同じ。）及びこれに接続し、同一地域内の旅客輸送を主として行う、観光鉄道（観光旅客の輸送を主として行うモノレール、無軌条電車、鋼索鉄道及び索道の各線をいう）以外の鉄道線をいう。
- 3 旅客の地域輸送として行う鉄道線（付属貨物線を含む。）で、大都市高速鉄道および観光鉄道以外のものをいう。
- 4 出典:国土交通省『公共交通の現状について』
<http://www.mlit.go.jp/singikai/koutusin/koutu/chiiki/1/03.pdf> p19
- 5 出典:国土交通省『公共交通の現状について』
<http://www.mlit.go.jp/singikai/koutusin/koutu/chiiki/1/03.pdf> p40
- 6 交通には必ず目的があり、観光を目的とした移動をいう。（『観光学辞典』同文館出版）
- 7 JR 東日本 2013 年 6 月 4 日発表プレスリリース『クルーズトレインの新造について』
<http://www.jreast.co.jp/press/2013/20130603.pdf>
- 8 出典:日本政府観光局 (JNTO) 『「JNTO 訪日外客訪問地調査 2010」結果概要』を基に筆者が作成
http://www.into.go.jp/jpn/downloads/110126_houmonchi2010_attach.pdf p4
- 9 出典:JR 東日本『会社要覧 2012-2013』 http://www.jreast.co.jp/vouran/pdf/jre_vouran_all.pdf p85
- 10 出典:観光庁『平成 23 年版観光白書』
- 11 旅行会社と航空会社、ホテル、レンタカーなど多数の旅行サプライヤーをネットワークで繋ぎ、世界中から切符の予約・発券を可能にするシステム
- 12 http://www.jreast.co.jp/development/tech/pdf_41/Tech-41-67-72.pdf
- 13 出典:池辺健志・松田崇・藤井悟史『外国人のお客さまに対する適切な案内手法に関する研究』
http://www.jreast.co.jp/development/tech/pdf_41/Tech-41-67-72.pdf p2
- 14 同上
- 15 同上
- 16 出典:『サービス普及のためのユーザーインターフェース指向型サービス開発』
http://techblog.yahoo.co.jp/tips/post_16/

参考文献 (web へのアクセス日時はいずれも 2013 年 11 月 25 日)

- ・鈴木勝『観光立国ニッポン事始め』(2008)
- ・鈴木勝『観光立国ニッポンのための観光学入門』(2011)
- ・鈴木勝『観光立国ニッポンへの処方箋』(2013)
- ・岡田謙一・西田正吾・葛岡英明・仲谷美江・塩澤秀和『ヒューマンコンピュータインタラクション』(2002)
- ・日本航空「ドイツ鉄道 (DB) Rail&Fly (レール&フライ) サービス」<http://www.jal.co.jp/vacation/db/>
- ・大韓航空「Rail & Fly サービス / ドイツ鉄道 - 大韓航空乗り継ぎサービス」
- ・YOMIURI ONLINE 「開業効果九州に潤い」
http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/ishikawa/feature/kanazawa1334765168882_02/news/20120423-OYT8T01416.htm
- ・鹿児島経済新聞「鹿児島の観光列車「いぶたま」に 3 両目ー平均乗車率 80%超えて増結」
<http://kagoshima.keizai.biz/headline/334/>
- ・YOMIURI ONLINE 「第 2 部 滞在型観光地に(3)」
http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/hokkaido/feature/hokkaido1329964647808_02/news/20120514-OYT8T00148.htm
- ・JR 九州「クルーズトレイン『ななつ星 in 九州』」<http://www.cruisetrain-sevenstars.jp/tourdesk.html>
- ・情報新幹線「東海道・山陽新幹線・料金早見表」
http://www.shinkansen.co.jp/ryoukin_tokaido_sanyo.html
- ・Peach「運賃のご案内」<http://www.flypeach.com/jp/ja-jp/fares/faretype.aspx>
- ・公益社団法人商連かながわ『県外の先進事例レポート「学生カフェで商店街を活性化 名古屋学院大学「マイルポスト」」』<http://www.kenshoren.com/index.php?e=2618>