



由利高原鉄道

何も無いから何でもできた！

日本最悪の鉄道環境の下、V字回復に成功した
「スパイラルアップ戦略」



はじめに

今、日本の地域鉄道は存続の危機に立たされています。その危機の原因には様々な社会的環境の変化がありますが、地域鉄道が時代の変化に対応できなかった事が今の危機を招いてしまったとも言えます。当鉄道は本当に小さな組織ですが、苦労を重ね成功を収めたこの施策が他の地域鉄道の再生に繋がれば望外の喜びです。

本施策は地域鉄道の画期的な経営戦略のため、内容は多岐にわたっています。そのため、審査の視点に該当する項目をそれぞれアイコンで文中に表示しています。

鉄道魅力

1. 鉄道の魅力(楽しさや面白さなどを含む)を強く発揮している取組

革新的

2. 革新的なサービスや技術を導入した取組

地域活性

3. 地域の活性化に大きく貢献している取組

安全

4. 鉄道の安全性の確保、防災対策の強化、利用者の安心感の向上につながる取組

環境負荷

5. 環境負荷軽減に資する取組

日本最悪の鉄道環境でありながらV字回復

日本最悪の 鉄道環境

日本最悪の過疎化地域 秋田県
高い道路整備率、二次交通の消失
観光資源はあっても設備は無い
首都圏から5時間以上と遠い

取組の内容

2011年6月 公募社長春田啓郎が就任し改革を開始
3つの悪循環を脱却する堅実な拡大策
「スパイラルアップ」に転換(内容 後述)

取組の成果

収支	850万円改善	
メディア露出	90件増	
物販収入	33万円増	
ファン、会員	約1200人、応援団40人	
Webアクセス数	200%増	
	H19~23	H23~24
定期外旅客	9%減	→ 25%増、
利用客数	15%減	→ 600人増
定期旅客減	17%減	→ 8%減

由利高原鉄道が陥っていた【縮小均衡】の罭 3つの悪循環

コストダウンのみを考え、さらにお客様を減らす事ばかりをしていました。

お客様の減少 → コストダウン 【縮小均衡】

サービスダウン
悪循環

減便減車など
サービスダウン

↓
地域が
更に寂れる

減便などの流動費の削減は効果が薄い上に、地域の利便性が下がり、**過疎化を加速**してしまう

閉鎖化
悪循環

地域の要望を
聞かず閉鎖化

↓
鉄道への失望
鉄道離れ

地域の要望を何も聞かなくなり、地域が失望。鉄道を支える力を急激に弱めてしまい、**鉄道離れを加速**した

やる気喪失
悪循環

改善提案を否決
社員の士気喪失

↓
「待ち」の営業
顧客流出

やる気の喪失は会社の活力を奪い接客態度の低下や、待ちの営業により他の観光地へ**顧客が流出**

スパイラルアップ戦略への転換

脱

「安全に列車を走らせさえすれば良い」という考えから脱却

- 地域の活性化と地域鉄道の経営健全化は一体
- 地域の役に立たなければ存在価値が無いという考えに転換

築

「勝てる戦略」を構築

- 物真似では勝てない: 自社の強み、弱みを踏まえた戦略
 - 首都圏に近い鉄道と同じ事をしてもお客様は来ない
 - 不便な遠隔地でもお客様に来て頂ける戦略

続

— 発花火ではない、継続的な改善を設計

- 継続的に活動できる基盤を作る
 - 送客基盤、企画・営業基盤、情報・拡散基盤
- 基盤の上で、継続・発展するスパイラル活動を設計する
 - 体力相応の小さい「勝ち」を積み重ね大きくしていく
 - 活動を重ねるほどに外部との関係が強化されていく

公募社長就任により由利高原鉄道が行った スパイラルアップ戦略

お客様、人、金、物、何も無かったため、「これ以上悪くなる事は無い」と開き直ったため「何でもやる」事ができました。

お客様を増やす【スパイラルアップ戦略】

お客様を外から 連れてくる

- 送客基盤
- 企画・営業基盤
- ユニークなイベント
- メディアと関係作り
- 旅情物販

サービスダウンはせず、
利用拡大につながる
金は使う

外部の力を 活用する

- 情報基盤、拡散基盤
- 地域と協力した
観光開発
- アーティスト、応援団
と共に盛り上がる

「人がいない」を言い訳
にせず、知恵を絞り外
部の力を活用する

リスクに 挑戦する

- 社員の企画を積極採用
- 地域の要望を極力対応
- ファンを増やす

新しい試みを却下せず、
挑戦し、うまくいかな
かったらすぐ止める

お客様を外から
連れてくる

送客したくなる基盤作り

春田社長の旅行業経験・知識を活用し、旅行業者が送客をしたくなる仕掛けを作り、定期外客の誘致に成功しました。

送客基盤 船車券契約と第二種旅行業

鉄道魅力

- 旅行業者のビジネスモデルに沿って、送客手数料を支払う船車券契約を各旅行会社と締結（手数料を嫌い締結しない鉄道会社もあるが送客を頂くには必要なコスト）
- 第二種旅行業取得：県外からのツアー企画を可能に

営業・企画基盤 列車アテンダントの活躍

- 列車アテンダント増員による接客改善（ご案内と乗降補助）
- 市内、県内へのツアー販売営業
- 女性視点によるイベント企画と運営（月例企画会議）
- ブログ、twitterでの情報発信、取材対応

基盤を活かした積極営業

- 首都圏、近隣県への積極的な営業
- 地域の中学生への定期券購入啓蒙



顧客接客、イベント企画、広報、営業に大活躍する列車アテンダント

お客様を外から
連れてくる

ユニークなイベント・広報

ユニークなイベントを多数企画し、定期外客を呼び込むと共に、
メディアにも情報を提供し関係を構築する事で、広報効果を拡大し続けています

ユニークなイベントを多数企画

- 鉄道ファンによる企画会議、かかし列車、女子会ほろ酔い列車、国際交流列車、租税列車などユニークなイベントを増加
- 市外からの利用客を誘致

鉄道魅力

イベント開催



女子会“ほろ酔い”列車



こいのぼり列車



国際交流列車

メディアへの話題提供と関係作り

- イベントに取材を誘致(新聞、テレビ、雑誌などに露出)
- 首都圏のメディアに足を運び広報活動
- 記者との緊密な関係を構築「由利鉄きしゃ倶楽部」

鉄道魅力

イベント報道



メディアとの関係作り



NHKあさイチ



TV東京 日曜ビッグバラエティ

送客基盤による団体販売

メディアによる発信

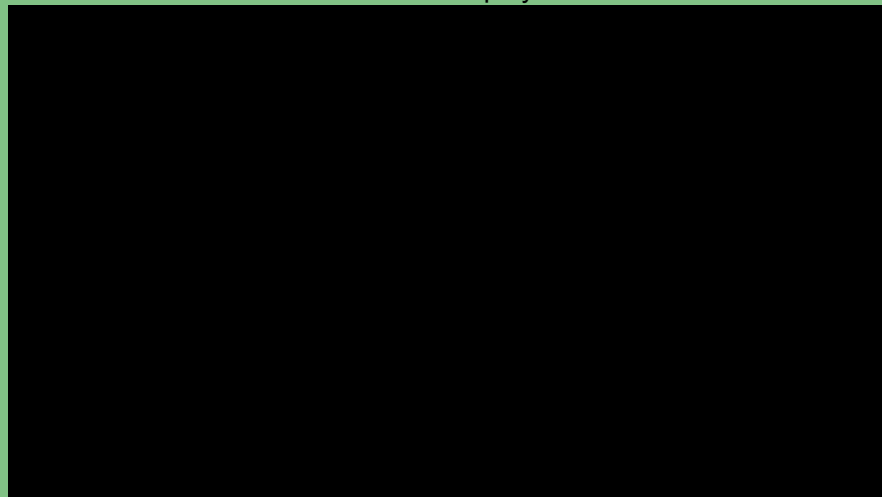
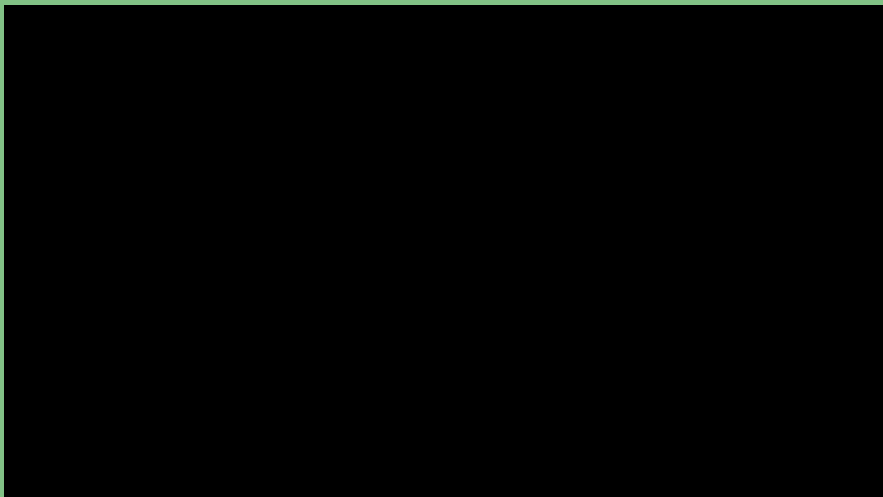
お客様を外から
連れてくる

旅情を誘う商品の販売

なかなか来られないお客様に地場産品の「由利鉄に乗りたくなる旅情商品」を販売
地酒+車窓ビデオ「車窓旅情セット」、鳥海山の残雪+地酒「残雪旅情セット」など。
メディア発信とリピート購入で売上を拡大し続けています

鉄道魅力 地域活性
革新的

以下2つの動画の再生にはQuicktime playerのインストールが必要です



新たに購入したお客様に対する
旅情グッズ、Facebook、メール便り
によるファン化、リピート購入促進



話題性を持つ商品は
メディアが発信



口コミ基盤による拡散

メディアによる発信

IT基盤による遠隔地向け販売

外部の力を
活用する

ITアドバイザーとの契約

IT業界でマーケティング経験のある方を在京ITアドバイザーとして契約。
SNSを活用しIT基盤と口コミマーケティング基盤の両方を強化し、由利鉄のファンを全国に広げました



ITアドバイザー導入効果

革新的

項目	導入前	導入後
Web 月間訪問者	H24.9 3,823人	H25.3 11,076人 +200%
SNS固定読者	Twitter フォロワー 2,000	左に加え、Facebook 1,200人 (その友人 17万9千人)
通販	申し込み郵送、現金振込 H24.3売上 1万円	Web, カード決済 H25.3売上 34万2千円
ITアドバイザ 企画商品	—	車窓旅情セット、残雪旅情セット 座席クッション、ペーパークラフト (webと駅にて販売) 他進行中
首都圏マスコミリー チ	社長による営業	左に加え、定例記者会での発表、 プレスリリース(5ヶ月間で 7件) ブロガーコンタクト
顧客リーチ	社長による営業	左に加え、Facebook 日次配信、 「メール便り」毎月配信
コンタクトリスト	アシストクラブ	左に加え、メール便り 900名 facebook 1,065人

外部の力を
活用する

情報基盤、拡散基盤作り

無名だったので、基礎的な利用情報・観光案内をwebに充実させ情報基盤化しました。この情報をfacebook やメール便りで拡散する事で、web アクセスを増やし、ネットショップの売上也拡大させました。

情報基盤

鉄道魅力

革新的

鳥海山をく線おぼこ号の旅、旅行の数々

おぼこ YURI KOGEN RAILWAY TEL0184-56-2736

お問い合わせ先 受付時間 8:50~17:30 (平日)

ようこそ 沿線の魅力 行事・お知らせ 利用案内 時刻表・切符 お問合せ Webショップ

花咲く湿原、雪渓の高原 鳥海山をく線 沿線のみどころ

一日楽しめて500円! 鳥海高原を巡るツアー

6/8-14 JCNにっぽんケーブルチャンネル「北海道・東北ふるさとタイム」

鉄道ダイヤ情報の表紙を飾りました

矢島観光ワンダーファンクションツアーを6月、7月の土日祝日に開催。料金はお一人様500円! お弁当お茶付きはお一人様1500円となります。

6月8日(土)~14日(金)の期間、JCNにっぽんケーブルチャンネル「北海道・東北ふるさとタイム」にて、由利高原鉄道を紹介する番組が放送されます。

発行部数6万部の鉄道ダイヤ情報。6月号は表紙に由利高原鉄道が登場するだけでなく、巻頭特集でも8ページにわたりご紹介いただいています。

情報



アクセス
購入



Webサイト

- 利用案内、観光情報のライブラリ化
- ネットショップ(カード決済)
- レスポンスブルでスマートフォンに対応

拡散基盤

鉄道魅力

革新的

Facebookページ

- 口コミ拡散とファン作り
- Attention → Interest

おぼこ YURI KOGEN RAILWAY 由利高原鉄道ファン

由利高原鉄道ファン
いいね! 1,223人、話題になっている人975人

旅客運送・旅行代理店・鉄道
由利高原鉄道公式ファンページ

基本データ 写真 いいね! イベント ノート 3

メール便り

- 毎月の告知
- 購買誘導

メディア

- 報道による拡散

GWは由利鉄ツアー

このほり列車・快調

地域と連携 観光PR

口コミ基盤による拡散

メディアによる発信

IT基盤による遠隔地向け販売

外部の力を
活用する

地域と連携した観光開発

駅愛好会の協力で
イベント列車を運行

地域活性
鉄道魅力



かかし列車作りを通じ
世代間・地域交流にも



こいのぼり列車の準備

自治体と連携し
た観光開発

地域活性 環境負荷

満員御礼

500円お一人様500円

ワンデーワンコインツアー

鳥海高原スポットめぐり

期間-2013年6月8日(土)~7月27日(土)の土日祝日

期間限定! 土日祝日の予約運行

1 鳥ノ木台遺蹟
2 鳥ノ木台遺蹟
3 鳥ノ木台遺蹟
4 フェレス塔鳥海
5 鳥ノ木台遺蹟

由利本荘市 由利高原鉄道 鳥海山ろく線

500円で一日楽しめるツアー
自動車抑制で環境保護と
観光開発を両立

観光案内人「まつ子」さんの
おもてなしと熱烈な列車見送り

地域活性
鉄道魅力



売店で桜茶の
おもてなしと談話
毎列車を熱烈に見送り
感動して再訪される
お客様も多い



鉄道の利用増加

- ・定期外客の増加
- ・定期客の減少鈍化

地域の活性化

- ・観光経済効果
- ・二次交通補間
- ・地域交流活性化

送客基盤による団体販売

拡散基盤による拡散

メディアによる発信

情報基盤による遠隔地向け販売

外部の力を
活用する

アーティスト、応援団の活用

鉄道魅力

「いつかは行ってみたい」とお客様の心を動かすために、心情に訴える魅力的な写真や絵画をアーティストとの提携によりwebや商品に活用。アーティストからは発表の場としても喜ばれています。また、ファンを「応援団」として組織化し、イベントやマーケティング企画に協力頂いています。

写真家/画家との提携

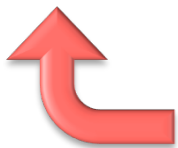
応援団



高品質な写真やアートを
web, facebook, プロモー
ションビデオ, グッズに活用



専門知識や労力を
イベントの企画
や運営に提供



利用増加、由利高原鉄
道の名前が広がるなど
の成果を共に喜び、
次の活動への糧に



Webなどはアーティストの
発表機会として、イベントは
応援団の企画実践の場とし
て楽しみ活用して頂く



拡散基盤facebookによるつながりと拡散

メディアによる発信

情報基盤:webでの作品紹介

リスクに
挑戦する

社員・地域の企画を積極採用

鉄道魅力
地域活性

新しい事が何もできないと意気消沈してしまい、モチベーションも下がるため、積極的に社員から企画を募り、また地域からの要望も聞き実行可能な物は実施うまく行かなければすぐに止める事で損失を防止しています。

社員の企画を積極採用、毎月の企画会議

地域の要望に積極的に応える



恋のぼり列車
恋愛コメントを募集し
列車に掲示

女子会ほろ酔い列車
ワインとヘルシーな
おつまみのツアー

- 運転免許返納者半額割引
「おばこ楽得」
- 租税列車
地域の足として役立ち、利用促進につながるならば踏み込む

環境負荷



更に良いアイデアが
沸き出す



アイデアが採用される事で
社員のモチベーションUP
地域で鉄道への愛着が増す



リスクに
挑戦する

ファンの関心を捉え続ける

鉄道魅力

リスクは多少あっても目新しい事に挑戦し、
「いつも驚く事をやってくれる鉄道」としてファンの関心を捉え続けました

社長自らオフ会に参加

時刻表50周年記念ヘッドマーク

甲種輸送スケジュール公開と写真作品紹介



矢島

遊佐

高崎



愛知一秋田間 900kmにわたる甲種輸送スケジュールを
公開し多数のファンの撮影でレポート

注目するファンが増える

ファンの注目が集まり
ブログやfacebookで発信

何も無い鉄道ができたスパイラルアップ戦略

取組の成果

収支	850万円改善	
メディア露出	90件増	
物販収入	33万円増	
ファン、会員	約1200人、応援団40人	
Webアクセス数	200%増	
	H19~23	H23~24
定期外旅客	9%減	→ 25%増、
利用客数	15%減	→ 600人増
定期旅客減	17%減	→ 8%減

お客様を増やす【スパイラルアップ戦略】

お客様を外から
連れてくる

サービスダウンはせず、
利用拡大につながる
金は使う

外部の力を
活用する

「人がいない」を言い訳
にせず、知恵を絞り外
部の力を活用する

リスクに
挑戦する

新しい試みを却下せず、
挑戦し、うまくいかな
かったらすぐ止める

【一般の方の連絡先】

応募者名	由利高原鉄道
担当部署・担当者名	
連絡先	
	E-mail: info@obako5.com