

タイトル	鉄道事業者別に見る観光列車の導入傾向とその背景
著者	藤田, 知也; FUJITA, Tomoya
引用	開発論集(115): 11-24
発行日	2025-03-05

# 鉄道事業者別に見る観光列車の導入傾向と その背景

藤田 知也\*

## 目次

1. はじめに
2. 観光列車とは
3. クロス集計
4. 考察
5. コロナ禍後の観光列車の特徴
6. 結びにかえて

## 1. はじめに

### 1.1. 研究目的

本研究の目的は、鉄道事業者別の観光列車の導入状況を属性等に着眼した上で分析し、その傾向と背景を明らかにすることである。

日本の鉄道事業者では、運輸収入増加や沿線地域の活性化を主たる目的とし、ローカル線を中心に多くの観光列車が導入されている。観光列車のタイプは様々で、蒸気機関車にけん引される形で運行されているSL列車は1970年代から観光目的で運行が始まっている。近年では旧型の車両を改造することにより導入されるケースが多いが、こうした形で導入された最初の観光列車はJR東日本の「リゾートしらかみ」とされている。その後、JR九州が同様の方式で多くの観光列車を導入し、同社では「D&S(デザインアンドストーリー)列車」として、九州のローカル線を中心に運行している。

また、サービスに着目しても、客室乗務員による車内販売や観光案内のみならず、駅ホームや駅舎での物販やおもてなし、駅で下車し駅近隣の観光スポットへのガイドが行われている列車も見られる。さらには食事の提供がセットとなって販売されている「レストラン列車」も近年誕生していることから、観光列車のサービスもまた多種多様なものとなっている。

こうした中、学術面でも観光列車の研究は増加傾向にあり、定性的研究・定量的研究共に研究蓄積が見られている。鉄道事業者と観光列車のそれぞれの属性に着目した研究も同様に見られており、属性毎に鉄道事業者に対する観光列車の効果を捉えた定量的な研究も行われている。このような研究は、鉄道事業者の観光列車戦略を検討するうえで非常に重要なものと指摘

---

\* (ふじた ともや) 北海学園大学開発研究所研究員, 北海学園大学経済学部准教授

できよう。しかしながら、導入されている観光列車の属性をマクロ的に捉え、鉄道事業者の実施している観光列車戦略の傾向を捉えた研究は見られない。

そこで本研究では、鉄道事業者ならびに観光列車それぞれの属性に着目し、クロス集計を行うことで、鉄道事業者が実施している観光列車戦略の傾向についての把握を試み、コロナ禍後の観光列車戦略の特徴を考察することとしたい。

## 1.2. 先行研究

観光列車を対象にした定量的分析として、藤田（2020）では観光列車の乗車料金からヘドニック・アプローチの概念を用いた分析を行い、SL列車やデザイン性などに高付加価値化の要因が見られることを示唆している。観光列車が鉄道事業者にもたらした効果について、クロスセクションデータによる分析では、藤田（2021）、那須野・安達・湧口（2023）が挙げられる。これらの研究によると、JRの観光列車の運行線区においては、観光列車の導入により当該線区の営業係数が低下する可能性が示唆されている。時系列的な要因を捉えるためにパネルデータを用いて分析を行った藤田（2024a, 2024b）では、地方民鉄ではSL型・多目的型の観光列車が運輸収入の増加・需要の拡大に、第3セクターでは多目的型の観光列車が需要の拡大にそれぞれ寄与していることが示唆された一方で、営業係数の改善にはいずれの属性も寄与していない可能性が指摘されている。同様にパネルデータ分析を実施した研究としては安達・宋・湧口（2021）があり、彼らによると、観光列車を導入している地方鉄道事業者では大幅な増収を企図した合理的な営業形態を選択していない可能性が示唆されている。また、沿線地域への効果という視点では、中村・小長谷（2014）や藤田（2019b）が産業連関表を用いた経済波及効果の推計を行っているが、観光列車によって効果の大小が異なることが示されている。加えて、大きな経済波及効果を企図し運行日数を増加させる戦略は、観光列車の観光価値の一翼を担う沿線住民の負担となりかねないことから、適切な戦略ではないことが指摘されている（藤田, 2019b）。

定性的研究についても多くの研究が見られている。藤田・榊原（2017）はJR九州の観光列車を事例とし、沿線地域が主体となって提供する経験価値を有している観光列車が運行する路線において、当該路線に効果もたらされていることを明らかにした。安達・宋・湧口・那須野（2022）では、アンケート調査とクロス集計により、沿線地域とのかかわりが強い観光列車ほど、コロナ禍においても黒字を計上している傾向が見られることを示しており、那須野・安達・湧口・鳥塚（2023）では、えちごトキめき鉄道の事例より、観光列車の成功要因として「鉄道事業者と沿線地域間での win-win の関係の構築」「観光列車を遠方からの来訪客を誘致するためのコンテンツと位置付ける」「サービスのリニューアルを欠かさない」「乗客と地域との関係性の継続」の4点が指摘されている。藤田（2023）はJR九州・JR四国・えちごトキめき鉄道の3社のヒアリング・アンケート調査を行い、鉄道事業者と沿線地域の観光列車の取り組みにおける関係性は一様ではなく、観光列車の特性や観光列車の運行開始までにどのよう

な形で沿線地域と関係性を構築してきたかに依存していることを明らかにし、観光列車の運行開始後も沿線地域と常に対話して観光列車の取り組みを進めていく点が重要であることが示されている。観光列車の属性に着目した研究として、藤田（2019a）は観光列車を博物館的機能の視点から論じており、教育・普及的機能などの博物館機能を内包していることを示している。張・麻生（2020）は新聞記事への掲載件数から観光列車の拡大の潮流を指摘し、観光列車を定義した後、その定義を基に「食事ショッピング型」「景観ビュー型」「車両内内装型」「イベント対応型」「豪華絢爛型」の5類型に分類した後、地方鉄道の現状と課題について論じている。

このように、観光列車に関する多くの研究蓄積が見られる一方、鉄道事業者と観光列車のそれぞれの属性についてマクロ的に捉え、観光列車の導入に関わる経営戦略面について分析した研究は見られていない。

## 2. 観光列車とは

### 2.1. 観光列車の定義

観光列車には新納（2019）が指摘している通り法令等で定められた定義は存在しておらず、観光列車という呼称も一般的になったとはいえ、事業者によって異なる呼称を用いているケースもあり、JR九州は先述の通り「D&S列車」、JR東日本は「のってたのしい列車」としている。

本研究では藤田（2021）の定義に倣い、①主な利用者が観光客、②観光資源を内包している、③内装・外装のデザインが特徴的、④固有の愛称を持ち、専用車両で運行している、の4つの条件を満たし且つ、2024年10月現在運行している観光列車をサンプルとして取り上げることとする。したがって、本研究における観光列車のサンプルは73列車となる。

### 2.2. 観光列車の属性と運営事業者の属性

本研究では観光列車と運営している鉄道事業者をそれぞれいくつかの属性に分けて分析を進めていく。まず、観光列車の属性については先行研究に基づき、①多目的型、②トロッコ型、③SL型、④ラグジュアリー型、⑤レストラン型の5つに分類する。トロッコ型はトロッコ型車両を連結している列車、SL型は蒸気機関車により牽引されている列車、ラグジュアリー型は乗車料金が高価な列車<sup>1</sup>、レストラン型は車内で供食サービスがセットとなっている列車を意味しており、それ以外の観光列車が多目的型となる。

事業者属性は、鉄道事業者の特性を考慮し、JR本州・JR3島・大手私鉄・地方民鉄・第3セクターの5つとする。JR本州は22列車、JR3島は19列車、大手私鉄は8列車、地方民鉄は12列車、第3セクターは13列車となっている。

<sup>1</sup>ラグジュアリー型の価格の基準は示されていないことから、安達・宋・湧口（2021）に従い「しまかぜ」と「THE ROYAL EXPRESS」をラグジュアリー型とする。

事業者属性別に分類した観光列車一覧を表1・表2にまとめている。同表には先述した観光列車の属性のほか、当該列車が新造車両か改造車両か、当該列車の販売手法についてもまとめている（販売手法については後に詳述する）。なお、これらの表からも分かるように、一部の観光列車には新造車両と改造車両が混在しているケースや、販売手法が運賃料金・旅行商品の

表1 観光列車一覧（JR本州・JR3島）

JR本州(22列車)					JR3島(19列車)						
導入年	愛称	新造・改造	販売手法	属性	運行会社	導入年	愛称	新造・改造	販売手法	属性	運行会社
1979	SLやまぐち	新造	運賃料金	SL	JR西日本(国鉄)	1989	くしろ温泉ノロッコ	改造	運賃料金	ト	JR北海道
1989	SLみなかみ	改造	運賃料金	SL	JR東日本	1989	ゆふいんの森	新造	運賃料金	多	JR九州
1997	リゾートしらかみ	新・改	運賃料金	多	JR東日本	1998	富良野美瑛ノロッコ	改造	運賃料金	ト	JR北海道
1999	SLばんえつ物語	改造	運賃料金	SL	JR東日本	2000	SL冬の湿原号	改造	運賃料金	SL	JR北海道
2010	リゾートビューふるさと	新造	運賃料金	多	JR東日本	2006	瀬戸大橋アンパンマン ロッコ	改造	運賃料金	ト	JR四国
2012	Poke mon with you! レイン気仙沼号	改造	運賃料金	多	JR東日本	2009	海幸山幸	改造	運賃料金	多	JR九州
2013	TOHOKU EMOTION	改造	旅行商品	レ	JR東日本	2011	指宿のたまて箱	改造	運賃料金	多	JR九州
2014	越乃Shu*kura	改造	運賃料金	多	JR東日本	2011	あそぼーい!	改造	運賃料金	多	JR九州
2015	おいこっと	改造	運賃料金	多	JR東日本	2011	A列車で行こう	改造	運賃料金	多	JR九州
2015	花嫁のれん	改造	運賃料金	多	JR西日本	2013	しまんト ロッコ	改造	運賃料金	ト	JR四国
2015	ベル・モンターニュ・エ・メール	改造	運賃料金	多	JR西日本	2014	伊予灘ものがたり	改造	運賃料金	多	JR四国
2016	ラ・マル・ド・ボア	改造	運賃料金	多	JR西日本	2015	或る列車	改造	旅行商品	レ	JR四国
2017	HIGH RAIL 1375	改造	運賃料金	多	JR東日本	2017	四国まんな千年ものがたり	改造	運賃料金	多	JR四国
2017	OOのはなし	改造	運賃料金	多	JR西日本	2017	かわせみやませみ	改造	運賃料金	多	JR九州
2018	あめつち	改造	運賃料金	多	JR西日本	2020	藍よしのがわト ロッコ	改造	運賃料金	ト	JR四国
2018	BOSO BICYCLE BASE	改造	運賃料金	多	JR東日本	2020	志国土佐 時代の夜明けのものがたり	改造	運賃料金	多	JR四国
2019	海里	新造	運賃料金	多	JR東日本	2020	36ふらす3	改造	運・旅	多・レ	JR九州
2020	WEST EXPRESS 畿河	改造	運賃料金	多	JR西日本	2022	ふたつ星4047	改造	運賃料金	多	JR九州
2020	eSETORA	改造	運賃料金	多	JR西日本	2024	かんぱち・いちろく	改造	旅行商品	レ	JR九州
2022	SAKU美SAKU楽	改造	運賃料金	多	JR西日本						
2023	ひなび	改造	運賃料金	多	JR東日本						
2024	SATONO	改造	運賃料金	多	JR東日本						

注：属性において、多は多目的型、トはトロッコ型、SLはSL型、ラはラグジュアリー型、レはレストラン型をそれぞれ意味する。

表2 観光列車一覧（大手私鉄・地方民鉄・第3セクター）

大手私鉄(8列車)					第3セクター(15列車)						
導入年	愛称	新造・改造	販売手法	属性	運行会社	導入年	愛称	新造・改造	販売手法	属性	運行会社
2009	天空	改造	運賃料金	多	南海電鉄	1986	ゆうすげ号	改造	運賃料金	ト	南阿蘇鉄道
2013	しまかぜ	新造	運賃料金	ラ	近鉄	1994	SLもか	改造	運賃料金	SL	真岡鉄道
2016	旅するレストラン 52席の至福	改造	旅行商品	レ	西武鉄道	1998	トロッコわたらせ渓谷	改造	運賃料金	ト	わたらせ渓谷鉄道
2016	青の交響曲	改造	運賃料金	多	近鉄	1999	お座ト 展望列車津浪漫	改造	運賃料金	ト	会津鉄道
2017	SL大樹	改造	運賃料金	SL	東武	2012	トロッコわっしー	新造	運賃料金	ト	わたらせ渓谷鉄道
2017	THE ROYAL EXPRESS	改造	旅行商品	ラ	東急 伊豆急行	2013	おれんじ 食堂	改造	旅行商品	レ	肥薩おれんじ鉄道
2018	つどい	改造	運賃料金	多	近鉄	2013	丹後あかまつ号	改造	運賃料金	多	京都丹後鉄道※
2019	THE RAIL KITCHEN OHKIGUO	改造	旅行商品	レ	西日本鉄道	2014	丹後くろまつ号	改造	旅行商品	レ	京都丹後鉄道※
						2014	ろくもん	改造	旅行商品	レ	しなの鉄道
						2015	のと里山里海	改造	運賃料金	多	のと鉄道
						2016	雪月花	新造	旅行商品	レ	えちごきこめ鉄道
						2016	なから	改造	旅行商品	レ	長良川鉄道
						2018	川風	改造	旅行商品	レ	長良川鉄道
						2019	ことごと列車	改造	旅行商品	レ	平成筑豊鉄道
						2019	一万三千尺物語	改造	旅行商品	レ	あいの風とやま鉄道
地方民鉄(10列車)											
導入年	愛称	新造・改造	販売手法	属性	運行会社						
1976	SLかわね路	改造	運賃料金	SL	大井川鉄道						
1988	SL/レオクスプレス	改造	運賃料金	SL	秩父鉄道						
2001	坊っちゃん列車	新造	運賃料金	多	伊予鉄道						
2007	ストーブ列車	改造	運賃料金	多	津軽鉄道						
2009	富士登山電車	改造	運賃料金	多	富士急行						
2011	アルプスエクスプレス	改造	運賃料金	多	富山地方鉄道						
2014	SLT ーマス号	改造	運賃料金	SL	大井川鉄道						
2015	里山ト ロッコ	新造	運賃料金	ト	小湊鐵道						
2015	SLジェームス号	改造	運賃料金	SL	大井川鉄道						
2016	富士山ビュー特急	改造	運・旅	多・レ	富士急行						

注：「丹後あかまつ号」「丹後くろまつ号」は現在、地方民鉄の京都丹後鉄道が運行しているが、同列車が導入された際は第3セクターの「北近畿タンゴ鉄道」であったことから、第3セクター扱いとしている。

併売パターンが見られる。また、基本的に観光列車1列車につき1属性となっているが、JR九州の「36ぶらす3」や富士急行の「富士山ビュー特急」はレストラン型の要素を持つ車両と運賃・料金で乗車可能な座席車両が1編成の中に混在していることから、多目的型且つレストラン型としている。したがって、3章のクロス集計では合計値と内訳が合致しないケースが見られることに留意されたい。

### 3. クロス集計

#### 3.1. 分析期間

本研究では、表1・2に基づき分析を進めていくが、近年の観光列車戦略は2015年前後から拡大してきていることから（藤田，2021）、この点を踏まえ、2014年以降に導入された観光列車対象を限定してのクロス集計分析も行っていく。したがって、はじめに全期間を対象とした分析を行い、次いで、2014年以降の分析を行う。

#### 3.2. 観光列車の新造・改造および販売手法による区分（全期間）

表3は、運行会社の属性と、観光列車が新造されたものか或いは旧型車両を改造したものをクロス集計した結果である。表3より、いずれの運行会社においても改造車両を用いた観光列車が多く導入されていることから、観光列車の主流は改造車両であると指摘できる。特にJR3島の新造車両は1列車のみとなっているが、これは1989年に導入された「ゆふいんの森」であることから、近年の観光列車においては全てが改造車両であることが分かる<sup>2</sup>。

表3 運行会社の属性と新造・改造別のクロス集計

運行会社	新造車両	改造車両
JR本州 (22)	18.2% (4)	86.4% (19)
JR3島 (19)	5.3% (1)	94.7% (18)
大手私鉄 (8)	12.5% (1)	87.5% (7)
地方民鉄 (10)	20.0% (2)	80.0% (8)
3セク (15)	13.3% (2)	86.7% (13)

注：（ ）内は該当する観光列車の数を示している。

表4は観光列車の販売手法に着目して行ったクロス集計の結果である。観光列車の販売手法は2つに大別され、1つは通常の鉄道利用時と同様、運賃と料金券（特急券やグリーン券、指

<sup>2</sup>「ゆふいんの森」は2024年7月現在、1989年に導入されたキハ71系と1999年に導入されたキハ72系が用いられており、キハ72系は2015年に中間車両が1両増備されている。

定席券など)を組み合わせて乗車するタイプである。他方は旅行商品として販売されているタイプである。レストラン型やラグジュアリー型のように、食事がセットとなっている観光列車は基本的に旅行商品として販売されており、乗車のみでも旅行商品として販売されている観光列車もある。

販売手法に着目したクロス集計の結果、JR 本州・JR3 島・地方民鉄では運賃料金制を採用している観光列車が主流であることが分かり、大手私鉄と第3セクターでは大きく偏った傾向は見取れない。

表4 運行会社の属性と販売手法別のクロス集計

運行会社	運賃料金制	旅行商品制
JR本州 (22)	95.5% (21)	18.2% (4)
JR3島 (19)	89.5% (17)	15.8% (3)
大手私鉄 (8)	62.5% (5)	37.5% (3)
地方民鉄 (10)	100.0% (10)	10.0% (1)
3セク (15)	53.3% (8)	53.3% (8)

そして、運賃・料金制と旅行商品制で販売されている観光列車がそれぞれのカテゴリーの中で新造・改造のどちらに属しているかを区分し、クロス集計したものが表5である。これより、そもそもの新造数は少ないものの、新造車両を用いて旅行商品として販売している観光列車は非常に少ないことが見て取れる。

表5 運行会社の属性と販売手法・新造改造別のクロス集計

運行会社	料金・新造	料金・改造	商品・新造	商品・改造
JR本州 (22)	18.2% (4)	81.8% (18)	4.5% (1)	13.6% (3)
JR3島 (19)	5.3% (1)	84.2% (16)	0.0% (0)	15.8% (3)
大手私鉄 (8)	12.5% (1)	50.0% (4)	0.0% (0)	37.5% (3)
地方民鉄 (10)	20.0% (2)	80.0% (8)	0.0% (0)	10.0% (1)
3セク (15)	6.7% (1)	46.7% (7)	6.7% (1)	46.7% (7)

### 3.3. 観光列車の属性ごとの区分 (全期間)

観光列車の属性ごとに区分しクロス集計したものが表6である。これより、JR 本州やJR3 島、地方民鉄では半数以上が多目的型となっており、特にJR 本州では8割強にのぼる。一方で、第3セクターは半数以上がレストラン型であることから、他の事業者とは異なる傾向を見せている。大手私鉄ではトロッコ型は見られないものの、それ以外の4区分においては大きな偏りが見られない。

表6 運行会社の属性と観光列車の属性別のクロス集計

運行会社	多目的	トロッコ	SL	ラグジュアリー	レストラン
JR本州 (22)	81.8% (18)	0.0% (0)	13.6% (3)	0.0% (0)	4.5% (1)
JR3島 (19)	57.9% (11)	26.3% (5)	5.3% (1)	0.0% (0)	15.8% (3)
大手私鉄 (8)	37.5% (3)	0.0% (0)	12.5% (1)	25.0% (2)	25.0% (2)
地方民鉄 (10)	50.0% (5)	10.0% (1)	40.0% (4)	0.0% (0)	10.0% (1)
3セク (15)	13.3% (2)	26.7% (4)	6.7% (1)	0.0% (0)	53.3% (8)

### 3.4. 2014年以降に導入された観光列車に関するクロス集計

次に、2014年以降に導入された観光列車に限定したクロス集計の結果を見ていく（表7～表10）。この期間における新造車両はJR本州・地方民鉄・第3セクターでそれぞれ1列車ずつに留まっており、全体としても改造車両による導入が主流である。表8より、販売手法ではJR本州・地方民鉄の全ての観光列車で運賃料金制が導入されているのに対し（旅行商品との併売も見られている）、第3セクターでは9割弱の観光列車で旅行商品制が導入されている。観光列車の属性ごとに行ったクロス集計では、地方民鉄では多目的型・トロッコ型・SL型・レストラン型に分散しているが、JR本州の多目的型は100%、第3セクターはレストラン型8列車中7列車の87.5%となっていることから、JR本州と第3セクターでは、近年導入されている観光列車の属性に偏りが見られていることがうかがえる。

表7 運行会社の属性と新造・改造別のクロス集計（2014年以降）

運行会社	新造車両	改造車両
JR本州 (15)	6.7% (1)	93.3% (14)
JR3島 (9)	0.0% (0)	100.0% (9)
大手私鉄 (6)	0.0% (0)	100.0% (6)
地方民鉄 (4)	25.0% (1)	75.0% (3)
3セク (8)	12.5% (1)	87.5% (7)

表8 運行会社の属性と販売手法別のクロス集計（2014年以降）

運行会社	運賃料金制	旅行商品制
JR本州 (15)	100.0% (15)	20.0% (3)
JR3島 (9)	77.8% (7)	33.3% (3)
大手私鉄 (6)	50.0% (3)	50.0% (3)
地方民鉄 (4)	100.0% (4)	25.0% (1)
3セク (8)	25.0% (2)	87.5% (7)



表9 運行会社の属性と販売手法・新造改造別のクロス集計 (2014年以降)

運行会社	料金・新造	料金・改造	商品・新造	商品・改造
JR本州 (15)	6.7% (1)	93.3% (14)	6.7% (1)	13.3% (2)
JR3島 (9)	0.0% (0)	77.8% (7)	0.0% (0)	33.3% (3)
大手私鉄 (6)	0.0% (0)	50.0% (3)	0.0% (0)	50.0% (3)
地方民鉄 (4)	25.0% (1)	75.0% (3)	0.0% (0)	25.0% (1)
3セク (8)	0.0% (0)	25.0% (2)	12.5% (1)	75.0% (6)

表10 運行会社の属性と観光列車の属性別のクロス集計 (2014年以降)

運行会社	多目的	トロッコ	SL	ラグジュアリー	レストラン
JR本州 (15)	100.0% (15)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)
JR3島 (9)	66.7% (6)	11.1% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	33.3% (3)
大手私鉄 (6)	33.3% (2)	0.0% (0)	16.7% (1)	16.7% (1)	33.3% (2)
地方民鉄 (4)	25.0% (1)	25.0% (1)	50.0% (2)	0.0% (0)	25.0% (1)
3セク (8)	12.5% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	87.5% (7)

#### 4. 考 察

全期間の分析と2014年以降の分析を比較すると、属性別で見たときに2014年以降に新たに導入されたトロッコ型・SL型が少ない(表6・表10)。これより、従来から多く見られる多目的型と並び、トロッコ型とSL型は旧来型の要素を持つ観光列車といえる。多目的型は全ての事業者区分で導入されているが、導入数には比較的ばらつきがあり、地方民鉄や第3セクターでは1列車に留まるものの、JR本州では全ての観光列車が多目的型となっている。レストラン型はJR本州と第3セクターで導入された列車数がそれぞれ1列車減少しているに留まっていることから、殆どが2014年以降に導入されたものである。2014年以降に導入されたSL型は3列車あるが、このうち地方民鉄の2列車は大井川鐵道が導入したものであることから<sup>3</sup>、事業者単位でみると、大手私鉄の東武鐵道と地方民鉄の大井川鐵道の2事業者となる。東武鐵道については、「SL大樹」の導入による蒸気機関車の動態保存に際して、大井川鐵道も技術協力を行っている<sup>4</sup>。このことから、近年の新たな蒸気機関車の動態保存には、大井川鐵道の経営資源がかなり大きな役割を果たしていることが推察される。同時に、JRや第3セクターでは、この期間のSL型の導入が見られないことから、蒸気機関車の新たな動態保存化には障壁が高いこともうかがえる。

<sup>3</sup> SL トーマス号とSL ジェームス号が該当する。

<sup>4</sup> 東武鐵道の「SL大樹」で用いられているC11 207号機は元々東武鐵道が保有していた蒸気機関車ではなく、JR北海道が現在も保有し、東武鐵道に貸し出している仕組みとなっている。

レストラン型については、導入年度を見ると、2014年より前に導入されたレストラン型の観光列車はJR本州に該当する「TOHOKU EMOTION」と第3セクターに該当する「おれんじ食堂」で、いずれも2013年に導入された観光列車である。これより、レストラン列車は近年の観光列車戦略の中で登場した属性と指摘でき、第3セクターにおける近年の観光列車戦略では、レストラン列車の導入が主流となっていることが読み取れる（表6・表10）。レストラン列車は地産の食材を活用した料理の提供が可能であることから、沿線の地域経済に貢献しやすい仕組みの観光列車であると指摘できる。この特性を踏まえると、沿線自治体が経営に参画している第3セクターという経営形態故に、鉄道事業に限定したのではなく、地域経済への貢献を観光列車導入の主目的としていることが推察され、レストラン型はこうした目的と親和性の高い属性であると指摘できる。

観光列車の属性は販売手法と強くリンクしている傾向にあり、多目的型を含めた旧来型の属性を持つ観光列車には運賃料金制が多く、供食サービスが提供されるレストラン型には旅行商品制が設定されている。レストラン型のように供食サービスが含まれることを前提とした場合、事前にこうした料金体系が設定されていないため、既存の鉄道料金の枠組みで設定することは難しく、旅行商品化せざるを得ないという背景が存在する。

尤も、多目的型やトロッコ型などの観光列車でも地産品を用いた弁当やスイーツが販売されていることが多く、レストラン型でなければ地産食材の提供を通じての地域活性化できないというわけではない。近年導入された観光列車において、比較的低コストでも利用が可能なように観光列車への乗車と食事を別にするか、高単価となるパッケージ販売とするかは、特にJR本州と第3セクターでははっきりと戦略が分かれているという特徴が見られる。上述の点を踏まえると、近年の観光列車戦略においては、JR本州では観光列車乗車への敷居を低くし、できるだけ多くの利用者を確保することを通じて沿線地域の活性化に繋げるという戦略が主流で、第3セクターでは、客単価を高めることで沿線地域にもたらされる（金銭的）利益を確保し、沿線地域の活性化に繋げるという戦略が主流であることが推察される。

## 5. コロナ禍後の観光列車の特徴

新型コロナウイルス感染症の拡大期（以下、コロナ禍）においては、観光列車に対する影響も大きかった。特に本研究で取り上げている観光列車では「36ぶらす3」やJR西日本の「WEST EXPRESS 銀河」がコロナ禍のタイミングでのデビューとなった。「WEST EXPRESS 銀河」については、当初は2020年5月8日に運行を開始する予定だったが、緊急事態宣言の発令など新型コロナの感染拡大の影響を受け、予定より遅れて同年9月11日に運行開始の運びとなり、コロナ禍における過ごし方に関するワードがヘッドマークに模した形で印字されているパーテーションが社内のフリースペースに設置されていた（図1）。

コロナ禍当初は観光列車の運行を取りやめるケースも多く、その後も消毒液の設置やマスク



図1 「WEST EXPRESS 銀河」のコロナ対策（筆者撮影）

着用によるサービス提供、販売座席数の縮小や乗車前のPCR検査の義務化など、コロナ禍における観光列車運行の在り方が模索された。2023年5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症へと移行され、コロナ禍が明けてからは、コロナ禍以前に近い形での運行に戻ってきている。

コロナ禍後も新たな観光列車の導入は見られているが、事業エリアが広範であるJRについては、これまでと異なり所定運行区間が複数設定されているケースや、所定運行区間が定められていない形で導入されているケースが多く、本研究でもサンプルとなっているJR東日本の「ひなび」「SATONO」は所定運行区間が複数設定されている<sup>5</sup>。また、JR西日本が2024年10月に運行を開始した「はなあかり」は所定運行区間が設定されておらず<sup>6</sup>、2024年度の秋期は敦賀～城崎温泉間を運行した。その後の2024年度冬期は、「はなあかり」への改造が行われた種車と同形式が用いられている特急はまかぜの臨時便に併結される形で、冬の山陰地方への観光客輸送を担っている。

いずれの車両もディーゼルカーであることから、線区によって異なる直流・交流の電化設備の違いに関係なく運行することができるため、あらゆる線区で走行させることが可能となっている。これまでは、特定の1つの運行線区の沿線地域にまつわる観光列車の名称やデザイン、インテリアに投影させることが主流であったが、ここ数年の動きはそれには拠らないものと

<sup>5</sup>「ひなび」は北東北2県（青森県・岩手県）、「SATONO」は南東北3県（宮城県・山形県・福島県）を運行エリアとしている。

<sup>6</sup>したがって、クロス集計における観光列車の定義に当てはまらないため、サンプルには含まれていない。

なっている傾向が見られている。西日本や九州といった、より広いエリアを対象としており、特定の地域というよりも、自社のエリアの観光価値の創出を、観光列車をツールに実施しているものと推察される。実際に、「はなあかり」のロゴマークの解説文には「地域に光があたり、地域が華やぐイメージで、西日本の様々な地域のとおきに「あかりを灯す」列車であること、また地域を明るくする列車であることを表現しています。」と記されており、併せてロゴマークには「THE SIGHTSEEING TRAIN for WEST JAPAN」との表記もなされている<sup>7</sup>。

本研究では対象としていなかったが、クルーズトレインの「ななつ星 in 九州」「TRAIN SUITE 四季島」「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の理念やコンセプトには、各列車の運行事業者の事業エリアにまつわる旅ということが示されている<sup>8</sup>。この点を踏まえると、こうした理念等が、クルーズトレインだけではなく、近年の観光列車にも反映されているものと指摘することができる。

## 6. 結びにかえて

本研究では、鉄道事業者別の観光列車の導入状況に関する傾向や背景を明らかにすることを目的として、属性や販売手法等に注目したうえでクロス集計による分析を行った。

全期間の分析と2014年以降の分析を比較すると、2014年以降に新たに導入されたトロッコ型・SL型が少ないことから、多目的型と並び、トロッコ型とSL型は比較的旧来型の要素を持つ観光列車といえる。多目的型は全ての事業者区分で導入されているが、2014年以降では地方民鉄や第3セクターでは1列車に留まるものの、JR本州では全ての観光列車が多目的型となっている。レストラン型はJR本州と第3セクターで導入された列車数がそれぞれ1列車減少しているに留まっていることから、殆どが2014年以降に導入されたもので近年の観光列車戦略の中で登場した属性と指摘できる。このように、近年の観光列車戦略において、導入する観光列車の属性は事業者属性によってばらつきがある。

2014年以降に導入されたSL型は大井川鐵道の2列車と東武鐵道の1列車の合計3列車あるが、東武鐵道の「SL大樹」についても導入に係る蒸気機関車の動態保存に際して、大井川鐵

<sup>7</sup> はなあかり車内配布冊子「旅のお楽しみ Guide」p.2 参照。

<sup>8</sup> 各クルーズトレインの web サイトを確認すると、JR九州の「ななつ星 in 九州」は「九州という宝箱の中で、何百年の間、手間ひまをかけて守られてきた伝統、文化をお客さまに感じていただきたい。この想いで九州を駆け巡り、たくさんの人々の情熱と未来への希望を詰め込んだ、唯一無二の旅を創りました。」、JR東日本の「TRAIN SUITE 四季島」は「この国の奥深さと出会い、時どきのうつろいを愛でる。貴方の人生において「至高」の体験になる東日本の列車のたび。」、JR西日本の「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」は「TWILIGHT EXPRESS 瑞風が走る西日本エリアは、まだ知られざる魅力にあふれています。美しい景色に彩られ歴史・文化が根付く観光地、繊細な技と心が息づくアートや伝統工芸品、豊かな自然と一流の生産者の手で育てられた食材、西日本エリアの多彩な魅力が随所にちりばめられた「瑞風」の旅をぜひご堪能ください。」とそれぞれ記載されている。

道が技術協力を行っている。したがって、近年の蒸気機関車の動態保存には、大井川鐵道の経営資源の役割がかなり大きいことが推察され、JRや第3セクターではこの期間のSL型の導入が見られないことから、蒸気機関車の新たな動態保存化には障壁が高いこともうかがえる。

レストラン列車の導入が主流となっているのは第3セクター事業者であることが示されたが、レストラン列車では地産食材を活用した料理が提供されることから、沿線の地域経済に貢献しやすい仕組みの観光列車であると指摘でき、沿線自治体が経営に参画している第3セクターという経営形態故に地域経済への貢献を観光列車導入の主目的としていることが推察される。

事業者属性別で見た近年の観光列車の導入傾向から、JR本州各社では、できるだけ多くの利用者を確保することを通じて沿線地域の活性化に繋げるという戦略が、第3セクターでは、客単価を高めることで沿線地域の活性化に繋げるという戦略がそれぞれ主流であることが推察される。

また、コロナ禍が明けてからは観光列車戦略に変化が見られる事業者もあり、事業エリアが広範であるJRについては、運行区間が複数設定されているケースや、所定の運行区間が定められていない形で導入されているケースが見られてきている。特定の地域ではなく自社エリアという広いエリアにおける観光価値の創出を、観光列車をツールに実施しているものと推察されるが、これはクルーズトレインの理念やコンセプトに非常に近いものとなっている。

本研究では、事業者の属性によって、導入されている観光列車の属性の傾向が異なることを明らかにし、その背景や観光列車戦略の差異等について考察を行った。第3セクター事業者では、レストラン列車の導入が多いことから、沿線地域の活性化を主目的としている可能性が高いことを指摘したが、これはその鉄道が地域活性化に重要なツールとなっていることを意味する。しかし、観光列車の運営においては赤字となるケースも報告されていることから、JRや民鉄のような民間企業が赤字になるケースを回避するための経営行動をとることは妥当とも言え、それが観光列車戦略の制約条件となった場合、地域に対する効果が不十分であることも考えられる。したがって、地域活性化に寄与する観光列車に対する助成の実施等を適切に実施する必要もあると思われる<sup>9</sup>。

これまでは地域に根差したような形での観光列車が主流であったが、東北や西日本、九州といったような、より広いエリアを対象とした観光列車が導入されている。すでに指摘した通り、クルーズトレインの導入も背景にあると思われ、観光列車戦略は新たなフェーズに入ってきているものと考えられる。加えて、この動きは、事業エリアにおける観光価値の創出のみならず、特定の地域にロックインされる形でアップデートをし続けなければならないことを回避する、つまり観光列車の魅力向上が頭打ちになる可能性を回避するという意味で、鉄道事業者による観光列車の魅力造成に係るリスクヘッジ的な要素も含まれていることが推察される。

今後の課題としては、観光列車が地域経済にもたらす効果を属性別に定量的に分析すること

---

<sup>9</sup> 現状では観光庁や総務省の補助金を観光列車に活用した事例があり、この点は藤田（2021）が詳しい。

や、地域経済への効果が持続的に発現されるには、どのような在り方が最適かを明らかにすることなどが挙げられる。特に後者については、先述した通り、一部のJRにおいて運行区間を1つに限定しない形で運行している観光列車が見られていることを踏まえると、沿線地域との関係性に着目した分析を行うことは、今後の観光列車戦略のみならず、鉄道事業者と沿線地域が協働した形での観光開発に対しても重要な示唆を持つものと考えられる。

## 謝辞

本研究はJSPS 科研費 JP23K17121 の助成を受けたものです。

## 参考文献

- 安達晃史・宋娟貞・湧口清隆（2021）「観光列車の類型化と受益者負担メカニズムへの定量的アプローチ—パネルデータ分析による基礎的考察—」『交通学研究』第64号，pp.131-138。
- 安達晃史・宋娟貞・湧口清隆・那須野育大（2022）「アフターコロナにおける観光列車と沿線地域の在り方」『交通学研究』第65号，pp.51-58。
- 張茜・麻生憲一（2020）「地方鉄道における観光列車の現状と課題に関する一考察」『日本観光学会誌』第61巻，pp.13-22。
- 中澤一浩（2016）「JR東日本の「のってたのしい列車」」『JR gazette』第74巻第4号，pp.3-8。
- 中村敏・小長谷一之（2014）「地域振興に資する観光列車戦略の分類と経済効果」『総合観光研究』13号，pp.37-46。
- 那須野育大・安達晃史・湧口清隆（2023）「観光列車による赤字路線活性化の可能性—新しい利用価値・非利用価値の検討—」『交通学研究』第66号，pp.55-62。
- 那須野育大・湧口清隆・安達晃史・鳥塚亮（2023）「観光列車による赤字路線存続の仕組みづくり：えちごトキめき鉄道の実践」『運輸と経済』第83巻第8号，pp.99-108。
- 新納克広（2019）「観光列車の昔，今，未来」『みんてつ』vol.71，pp.4-7。
- 藤田知也（2019a）「観光列車が有する博物館の機能に関する研究—教育・普及的機能に着目して—」『博物館学雑誌』，第44巻第2号，pp.1-15。
- 藤田知也（2019b）「観光列車の導入による地域経済への効果とその課題：観光列車「伊予灘ものがたり」を事例に」『観光学評論』第7巻第2号，pp.83-94。
- 藤田知也（2020）「鉄道輸送サービスの高付加価値化に関する定量的研究—経験価値を中心とする観光列車の価値属性に着目して—」『交通学研究』第63号，pp.55-62。
- 藤田知也（2021）『観光列車の経済学的研究—地方鉄道の維持振興と地域活性化に向けて—』，大阪公立大学共同出版会。
- 藤田知也（2023）「鉄道事業者と地域経済への利益を両立させる観光列車の在り方—JR九州，JR四国，えちごトキめき鉄道を事例に—」『余暇ツーリズム学会誌』第10号，pp.101-109。
- 藤田知也（2024a）「地方鉄道事業者における観光列車の導入効果—パネルデータによる実証分析—」『交通学研究』第67号，pp.13-20。
- 藤田知也（2024b）「観光列車が鉄道事業者にもたらした効果—需要関数の推計による分析—」『余暇ツーリズム学会誌』第11号，pp.13-24。
- 藤田知也・榊原雄一郎（2017）「鉄道事業者における観光列車戦略の研究—JR九州の事例から—」『関

西大学 経済論集』第 67 卷第 3 号, pp.237-254。