

北近畿タンゴ鉄道（KTR）をみんなで元気にしよう！

建設交通部交通対策課（現:交通政策課）

【概要】

○北近畿タンゴ鉄道（KTR）は大変厳しい経営状況にありますが、経営支援・経営対策といった仕事から、一歩離れて、「気軽に」「まじめに」KTRのことをワイワイがやがやと議論してみると、色々なアイデアが出てきました。これらをもとにサービス向上を図り利用促進につなげていきました。

○色々な提案を実際にやってみると、思わぬ反響があり、職員をはじめ、KTR社員もがぜんやる気になり、柔軟な発想で、出来ることなら何でもやっいていこうとする積極姿勢効果として現れ、また念願のKTR利用者の増加も実現するようになりました。

背景

◇厳しい経営状況

皆さん御存じのとおり、北近畿タンゴ鉄道（KTR）は、日本一の大赤字を出し続けている第三セクター鉄道です。毎年、その支援については問題視されます。

担当課、地元振興局、地元市町では、行政としてこれを何とかしなければ、という脅迫観念的な責任感・使命感にかられていました。

◇議論の行き詰まり【befor】



業務として経営対策や支援のあり方を常に検討してきましたが、新しい企画、おもしろい企画などでも、費用のことを考えると常に思考停止に陥ってしまいます。

◇考えるヒント

そんなあるとき、ある議論の場での知事からの一言が利きました。



「野放図は許されないが、ある程度の赤字が出るのは、赤字の国鉄地方路線から転換したKTRにとっては仕方がないことだ」

「大事なのは、どれだけお客さんに乗っていただくかだろ！」

◇方向転換

【after】

なりふりかまわず、とにかく誘客！
できることはなんでもやっつろ！
クレームを聞く場だってKTRを売り込む機会だ！
PRが下手なら数で勝負！数うちゃ当たるかも！

目的

◇目的

「乗って楽しい鉄道に」～関係者も楽しんでやりがいを持って取り組もう～

目的は、ズバリ、KTRのお客様を増やすことですが、そのためにはサービスを改善していく必要がありますし、一人でも多くの府民（特に沿線）に興味を持っていただくことが重要です。

また、利用者が「乗って楽しい鉄道」にするには、関係者も楽しんで、やりがいをもって取り組む必要があります。

◇ありたい姿

一人でも多くの府民の方々にKTRを知ってもらい、興味を持っていただくにはやはり、積極的にPRを行うことが必要です。それまで、実際には、利用促進についても、京都市内はもとより、地元でもPR不足でした。「利用者が減少が続いている」という事実のアナウンスは「人気がどんどん落ちている」と言っているようなもので、結果的には「危機感が先行する悪いイメージ」を宣伝していたこととなります。

マイナスイメージを払拭して、頑張っていることをPRし、元気なKTRを売り込む必要がありました。意見の交換やクレームを聞く場でさえ、「KTR」を売り込む機会にしたい。出来ることは何でもやってみよう、ということになりました。

取組

～オフサイトミーティングの活用～

◇最も身近なユーザーである府職員へのアプローチ（マーケティングリサーチとPR、情報発信。それに対する意見のキャッチボールをオフサイトミーティングを活用して実施）

H19. 6. 15及び 7. 3

（番外）課内でのオフサイトミーティング

7. 3 第1回オフサイトミーティング

「頑張れKTR！こうしたらよくなる？」

8. 29 第2回オフサイトミーティング

「KTRの宣伝部長はあなただ！！！」

12. 19 第3回オフサイトミーティング

「おもしろい企画はおまへんか？」（企画コンペ）

H20. 7. 17 第4回オフサイトミーティング

「植物園の名物園長さんと話そう」（異業種交流）

◇市町職員を交えて

H20. 8. 29 第5回オフサイトミーティング

「沿線で考える どうするKTR！ in 丹後」



第5回オフサイト「沿線で考える どうするKTR！ in丹後」

◇府民参加（ミーティングそのものをKTR利用促進のイベントに）

H19. 9. 15 サポートズミーティング in 宮津

H21. 3. 28 サポートズミーティング in 宮津

～オフサイトミーティングでの優れたアイデア・提案を施策化、実施～

◇「宣伝が下手、PR不足」 ↔ 数打ちゃ当たる？

庁内ポータルへの掲示をなりふり構わず乱発
<平成20年度は77回掲出しました>

府民向けにHPを頻繁に更新

会議の場・別件出張でもPR

建設交通部メルマガ「こんすと通信」に毎回投稿

テレビや雑誌への売込み→TV・雑誌での紹介激増

「鉄道ジャーナル」「関西じゃらん」

関西TV「電車女・春の旅」ほか

映画「天国はまだ遠く」

◇KTR・サポートズクラブとの連携

「分かりやすく、使いやすい公共交通ネットワーク実現会議（平成17年11月設置）
や数次にわたるオフサイトミーティング、サポートズミーティングなどからの提案を、
KTR・サポートズクラブなどとの連携により、実際に取り組みました。

- ・サイクルトレインの試行、クリスマス列車、宮福線開業20周年記念企画イベント etc
- ・交通対策課作の宣伝チラシを効果的に投入



「実現会議」からの提案やサポートズミーティングでの要望により試行されたサイクルトレイン(20.11.3)



KTRプロデュース！クリスマス列車運行(20.12.20～22)

効果

◇目的に対する効果（成果）対前年度比上昇～ついに年間利用者200万人を回復！！

平成19年度の利用者は、12年ぶりに対前年度を上回り、平成20年度も景気の悪化が急速に顕在化した2月以降を除いて対前年度に比べ増加、そして、ついに！年間利用者は平成17年度以来、念願の200万人を回復しました（◎運営目標達成！）。

これは、会社における営業努力ももちろんですが、数を打った弾が当たって、沿線住民や市町（もちろん京都府も）のKTRに対する意識が高まってきていることの現れだと自



地元の子どもたちも自主的に参加。
花いっぱい運動(峰山駅)

さらに、全国的な鉄道雑誌やテレビ取材など、メディアで取り上げられる機会が増大し、宣伝が宣伝を生むといった好循環もうまれています。



宮津線えきラリー久美浜駅ホームコンサート(20.11.2)

負しています。

また、沿線住民の意識の高まりは、サポーター等と連携した花いっぱい運動や、駅舎の清掃、イベントへの参加等自主的な取組として現れてきています。

◇職員や組織に対する影響（成功体験からスキルアップへ）

このように目に見える形での成果が担当する職員だけでなく関係職員にとってもよい影響を与えました。

まず、新しい視点からの意見・アイデアを獲得できたこと。そして次に、今度は、自分達で楽しみながらKTRのことを考え、遊び心を忘れない取組提案がなされるようになりました。

また、「数打ちゃ当たる」が功を奏し、ミーティング参加者以外からも随時メールで提案をいただけるネットワークが形成されたこと、さらに、HPや取組紹介の場を通じ、宣伝チラシ制作能力と質が大幅に向上したことなど、職員のスキルアップの一助になりました。

そして、何よりも大きかったのが、府や沿線市町の職員、KTR社員が、「やったらできる！」という成功体験を得たことと、利用者（府民）から「良かった」「また、企画してください」などの声に喜びを感じられたことです。

平成17年に立ち上げた「分かりやすく、使いやすい公共交通ネットワーク実現会議」の基本的な取組方針の一つである「失敗を恐れず、できることからまず実験的にでもやってみる」ことが、このようにKTRをみんなで元気にしようとする場で実際に活かされ、担当職員をはじめ、組織全体がこの前向きな取組姿勢を共有、習慣として身につけてきたように思います。

現在

◇これまでの取組を継続し、さらに充実を目指しています

この間に積み重ねた経験をもとに、これまでの取組を継続させるのみならず、より充実させるべく、当課作成の小学生向け小冊子「北近畿タンゴ鉄道のおはなし」等により、さらにKTRのPRに力を入れています。

また、実際のKTRの利用促進に当たっては、地域が主体となって地域全体で取り組む枠組みである「地域公共交通活性化・再生総合事業」の採択を得て、国の支援を取り付けていますので、事業としても円滑に進めることができることとなっています。

振り返りと今後の課題

◇ネットワークとして

業務上の話(まじめにまじめな話し合い)からKTRネタの雑談(気楽に気楽な話し合い)へ、雑談から本格的なオフサイトミーティング(気楽にまじめな話し合い)へと移ってきた結果、色々なアイデアをいただくだけでなく、自分たちでもアイデアを出し合い、そのアイデアや提案を実際に行うなどのチャレンジを続けてきました。庁内ポータルに頻繁に登場したせいか、おかげさまで、庁内でもKTRの理解者が増えてきていると実感し、感謝しています。

公共交通は、便利で使いやすいネットワークが構築されてより効果を発揮するものですが、地元の公共交通を守り育てていくためには、人的なネットワークによる盛り上がりが必要不可欠です。

「KTRをみんなで元気にしよう!!」という気持ちは、地元を中心にますます強くなることが期待されますし、また私どももそういった気持ちが薄まることのないよう、取組を続けてまいりたいと考えています。

◇社会経済情勢とKTRの今後

今日の社会経済情勢・雇用情勢は、これまでに経験したことのないくらい深刻なものとなっています。このため、鉄道利用のお客様は明らかに減少しています。また、緊急経済対策として打ち出された高速道路の低定額化も競合する立場にあるKTRには厳しい条件となっています。さらには、全国的に人口が減少し、単純に考えてもお客様の総数が減少するとなれば、今後の経営は、今まで以上に厳しさを増すものと予想されます。

しかし、今さら申し上げるまでもなく、KTRは地域の生活を支える、京都府にとってなくてはならない生活交通であり、また、京阪神などをはじめとする都市圏の方々が癒しを求めて丹後にお越しになる足として欠かせない鉄道であります。いかに経営環境や条件が厳しくなろうともなんとかして守りきる必要がありますので、担当職員一同、ますます元気を出してKTRを引っ張っていこうと考えています。もっと便利に、もっと使いやすい・もっと乗りたくなるKTRにしていくために、たくさんの知恵を絞ってまいります。

KTRなんて全然興味ないと思われる方、



観光型列車タンゴ悠遊号(Dis車使用)

チョットだけでも振り向いて見てください。何か発見できるかもしれません。

これまで御鼻眞にさせていただいている皆様方、また、少しでもKTRに興味をお持ちの方には、ますますの御支援並びに御指導御鞭撻を賜りますようよろしくお願いいたします。

企画総務課コメント

「行政として何とかしなければ」という思いだけで空回り気味だった議論に対し、「大切なのはお客さんに乗ってもらうこと」という知事の一言にはっとしたことから始まりました。

乗客(利用者)だけではなく、関係者も楽しくやりがいを持って取り組むことが大切だと気づき、「乗って楽しい鉄道に！」を目指しもっとも身近なユーザー『府職員』に呼びかけてオフサイトミーティングを始め、その輪を市町村、利用者へと徐々に広げていきました。この「顧客の声を聴く」「理解者を増やす」の動きが利用者の増につながり、この実績が職員のさらなる「やる気」につながるという好循環を導き出しました。

社会経済情勢が厳しさを増し、高速道路の休日等利用割引による影響など新たな課題も生まれていますが、「KTRをみんなで元気にしよう！！」という気持ちを地域とともに共有し、取組を続けてください。