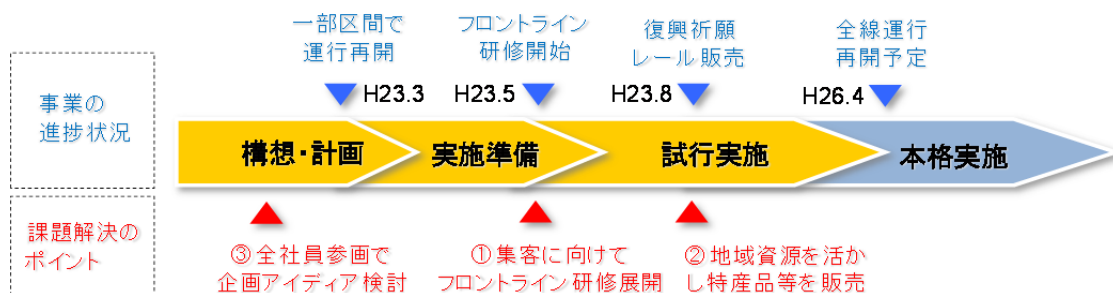


事例1-2 三陸鉄道による被災地フロントライン研修（岩手県宮古市他）

- 1 防災・減災教育と集客に向けて「三陸・被災地フロントライン研修」を展開
- 2 地域の特産品や鉄道資源を活かした商品を企画販売
- 3 全社員参画のもと、観光集客や商品等の新たな企画アイデアを生み出す

事業の全体工程と現況



事業主体	三陸鉄道株式会社
プロジェクト規模	フロントライン研修受入実績約300件 6,200名（平成24年10月時点）
事業費	経常収入 3億300万円（平成23年度） （うち 運輸収入（雑収含む） 1億3,400万円、関連事業収入 1億6,900万円）

(1) 事業の概要

岩手県沿岸部を横断する三陸鉄道株式会社は、昭和59年開業の第三セクター方式の鉄道会社で、運行区間は北リアス線71km、南リアス線36.6kmにおよぶ。開業当初は黒字であったが、マイカー所有や人口減少等により平成6年頃から赤字が続き、観光集客のためにコタツ列車などのユニークな企画に取り組むことで有名であった。



被災前の北リアス線

東日本大震災により、南リアス線は全線が壊滅状態、北リアス線においても島越駅の橋梁が落下するなど、未曾有の被害で運休を余儀なくされた。早期復旧に向けて、震災直後は被災を免れたディーゼル車両の中に対策本部を設置し、被災状況の確認、点検に取り組んだ。地域の復旧支援に向けて「動かせるところから動かす」という望月社長の意志のもと、比較的軽微な被害であった北リアス線の一部区間（久慈・陸中野田駅間）では震災5日後の3月16日という異例の早さでの運行再開を遂げる。

また、復旧工事に並行して、観光集客や地域の特産品販売により地域振興や収益確保にも取り組んでいる。平成23年5月から自治体などを対象にした視察支援活動「三陸・被災地フロントライン研修」をスタート。社員がコーディネーターとなって被災地を案内する取り組みで、旅程管理主任者の資格を取得した社員が、復興の支援を行う者を対象に、ニーズに合わせたオーダーメイドの現地視察・研修を実施。平成24年10月時点で、約300件6,200名を受け入れている。

さらに、地域の特産品や鉄道資源を活かした商品開発にも取り組んでおり、復興祈願商品「きっと芽がでるせんべい」、「鉄道むすめグッズ」、「震災祈願・被災レール」等の販売をおこなっている。

こうした取り組みにより、平成23年度の決算では、全路線の3分の2が不通となった影響で乗車人員は前年度の34.8%にまで落ち込み、経常損益は1億6,948万円の赤字¹で、前年度より1,953万円赤字幅が

¹ 県や市町村からの補助金1億2,591万円があり、税引き後4,563万円の赤字となる。平成26年度の全面復旧までの赤字は県や市町村が補填（はてん）する見込み。

拡大したものの、旅行業や物販など関連事業収入は、前年度比177%の1億1,527万円と好調だった。

現在、三陸鉄道は国からの全面的な支援を受け、平成26年4月の全線運行再開に向けて復旧工事を進めている。震災による人口流出や、少子高齢化・過疎化の進行、モータリゼーションの進行などの課題に対し、地域住民の生活の足としての役割を果たすとともに、観光地へつながる鉄道として産業振興にも役立っていくことを目指している。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 防災・減災教育と集客に向けて「三陸・被災地フロントライン研修」を展開

自治体・研究機関・防災関係団体・NPOなどでの間では被災地を訪れ、防災・減災の課題や今後の参考にしたいというニーズは高いものの、現地の情報が乏しく、復旧活動や被災者の迷惑にならずに視察できるかという迷いがあった。また、三陸鉄道としても、震災による鉄道事業の落ち込みをカバーし、雇用維持を図っていくため、新たな集客交流事業等に取り組む必要があった。こうした点を踏まえ、社員の企画アイデアから「三陸・被災地フロントライン研修」が生まれ、平成23年5月から開始された。基本プランは一泊二日、原則10名以上の団体を受け入れており、第三セクターであることを活かして市町村と連携をとり、各地域の被災・復興状況を紹介。視察にあたっては、被災者や復旧作業の邪魔にならないことを徹底している。三陸鉄道側は岩手県沿岸部全域を視察対象としているが、要望によっては他の地域の自治体職員等を紹介し、視察することも可能である。平成24年10月時点で、約300件6,200名を受け入れた。



被災地フロントライン研修のパンフレット

2 地域の特産品や鉄道資源を活かした商品を企画販売

三陸鉄道は震災前から地域の特産品や鉄道資源を活かした商品開発に取り組んでおり、「三鉄赤字せんべい」を販売するなどユニークな取組をしていたが、震災後には復興祈願商品「きつと芽がでるせんべい」を販売し、全国小売チェーン店、JRグループ企業などの協力により好調な売れ行きを見せている。また、8月末には島越駅付近の被災レールを社員が切断・研磨等の加工をして台座を取り付けた、「復興祈願レール」を200個限定販売したところ、一日で完売した。10月末には盛（さかり）駅付近の被災レールを第二弾として400個限定販売し、こちらも完売となった。震災や赤字を逆手に取ったユニークな取組で事業収入を伸ばしている。

3 全社員参画のもと、観光集客や商品等の新たな企画アイデアを生み出す

こうした観光集客や商品等の企画アイデアは、顧客からの要望等を基に社員が主体的に提案することによって生まれているという。その源泉には、「全社員がさまざまな知識や能力をもって参画し、新しい三鉄を作り上げていく」という考えの全社員への浸透があり、新たな取り組みの企画アイデアが、週1回程度の社員定例会議等の場から生まれているとのことである。また、社員が希望する資格取得を会社が応援し、取得に必要な費用は会社が負担している。

コラム：鉄道はつながってこそ意味がある

三陸鉄道は、約3年後の全線復旧を目標に掲げている。平成24年4月に陸中野田―田野畑（北リアス線）が復旧し、平成25年4月までに盛―吉浜（南リアス線）、平成26年4月までには田野畑―小本（北リアス線）、吉浜―釜石（南リアス線）。「あらゆる手段を使って復旧を急ぎたい」と望月社長は語る。

「鉄道はつながってこそ意味がある」という望月社長。鉄道ファンのためだけでなく、地域の足として、また観光地へつながる鉄道として産業振興にも役立ちたいと考えている。三鉄の新しい姿と、復興の日が待たれる。