

鉄道ファンの旅行における観光行動としての特性に関する研究

Research on Tourist Behavior in the Context of Railway Fans

片桐 由希子*・川戸口 雄太*・清水 哲夫**
Yukiko Katagiri Yuta Kawadoguchi Tetsuo Shimizu

摘 要

鉄道ファンは、趣味を通じて長い距離を移動し、一般に観光地として認知度が低い地域にも足を運ぶなど、地方の観光振興に関わる場で活動する機会が多いと考えられるが、その行動が観光に及ぼす影響については明らかにされていない。本研究ではサークル活動として鉄道研究会に所属する大学生を対象としたアンケートを実施し、鉄道ファンの旅行・観光の消費動向や鉄道目的とする旅行での観光行動を把握、鉄道ファンとしての興味分野や活動との関連性を分析した。鉄道ファンは一般と比較して、旅行回数が多いが1回あたりの旅行の消費額は変わらないこと、「乗り鉄」「撮り鉄」「複合型」のそれぞれの時間的な制約と選択される観光行動の傾向を明らかにした。

I. 研究の背景と目的

鉄道ファンは日本国内に150-200万人といわれる。鉄道ファンと一括りに言っても、列車に乗ることから、写真撮影、切符や駅スタンプなどの収集、模型作成、時刻表を読むことなど興味対象は多様である。かつては、男性の趣味とされてきたものであるが、近年では、女性や親子で楽しめる趣味として、裾野を広げつつあるといわれる(山川 2010)。観光において注目されるものとしては、サポーター組織による路線運営や、季節的な観光鉄道の導入など、日常的な需要が低下し、経営困難となった地方鉄道の維持・再生に向けた取り組みがある(下村 2005, 松村 2010, 清宮 2015)。特色のある観光列車やななつ星などのクルーズトレインの導入など、鉄道に乗ること自体を楽しむ観光への注目も高まっており(松村 2010)、地方部における観光振興の一つの切り口として鉄道の可能性が検討されるようになってきている。

観光行動として撮影や乗車、駅への訪問など実際に現地に赴く鉄道ファンの移動や行動を考えると、乗りつぶしや撮影、廃線跡地など関連施設を目的として一般の観光客が下車しない駅を利用すること、観光地域としてはあまり知られていない土地を訪問する機会が多いと考えられる。また、地方鉄道の利用を目的とす

る際には、宿泊を要する長大な行程を必要とすることが多くなる。つまり、一般の観光客に比べて長い距離を時間をかけて移動しており、観光地対象としては認知度が低い、さまざまな地域に足を運ぶことになると考えられる。一方で、鉄道ファンの現地での観光・消費行動については、興味対象が一般的な観光客が目的とする観光資源への訪問や飲食、お土産の購入に向けられるところが少なく、現地に訪問しても地域には還元されていない可能性も考えられる。

鉄道ファンの興味対象や活動の場、あるいは、鉄道ファンに対して鉄道会社が提供するサービスや対応の状況については、近年各種メディアで報じられる機会が多くなっているが(山川 2010, 東洋経済 2008)、鉄道ファンの行動に関する研究は、観光分野においても交通分野においても進んでいない。塩見(2014)の研究では、インタビューに基づいて「乗り鉄」(列車に乗ることを目的とする鉄道ファン)の興味対象とその時代的背景について分析しているが、個人の思い入れから、興味対象と活動内容が細分化されていくため、行動様式を一般化しにくいこと、また、集団としての鉄道ファンについて妥当なサンプルを得ることが難しく、定量的な分析が難しいことなどが、学術研究の対象となり難い原因として考えられる。

そこで、本研究ではサークル活動として鉄道研究会に所属する大学生を対象を絞り、鉄道ファンの旅行・観光の消費動向の実態と鉄道ファンとしての活動を目的とした旅行(以下は鉄道ファン旅行)での空き時間の行動を把握し、地方部での観光振興における鉄道フ

*首都大学東京都環境学部自然・文化ツーリズムコース
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1 (10号館)
e-mail yukiko-k@tmu.ac.jp
**首都大学東京都環境科学研究科観光科学域
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1 (10号館)
e-mail t-sim@tmu.ac.jp

ァンの取り込み、および新たな観光資源の発掘の可能性について知見を得ることを目的とする。

II. 研究の手法

2.1 研究対象とデータ

本研究では、主に首都圏（一都三県：東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）に立地する大学で鉄道研究会のサークルに所属する学生を対象とした Web アンケートを実施し、鉄道旅行の内容、一般的な観光資源に対する関心と鉄道ファン旅行中での観光行動に対する時間距離の感覚などを把握し、鉄道ファンとしての興味分野の違いによる観光行動の相違を分析した。

大学を首都圏に立地する大学、旅行先を関東甲信越に限定したのは、地域の鉄道整備状況の差が鉄道旅行のバリエーションに大きく影響すると考えられるためこの影響を排除するためであり、さらに、一都三県からは関東甲信越では、在来線で日帰り可能な観光地や地方鉄道が多く、学生でも手軽に楽しめる鉄道旅行のバリエーションが多いと考えられること、また大学が集中して立地していることから、サンプルが得やすいと考えたためである。

調査結果は、一般的な傾向と鉄道ファンの傾向、鉄道ファンとしての興味分野による分類での傾向を比較し分析した。鉄道ファンの興味分野の分類は多岐にわたるが、本研究では観光行動の把握を目的とすることから、列車や駅舎を求めて現地に訪れ活動する鉄道ファンを対象とし、その代表的な分類として「乗り鉄」、「撮り鉄」(鉄道に関連する撮影を目的とする鉄道ファン)の2つを採用した。一般的な傾向に関するデータは、観光庁による旅行・観光消費動向調査、観光統計を用いた¹⁾。

2.2 アンケートの設計

Web アンケートは Google フォーム機能を利用し、2014年の12月中旬から1月上旬にかけて回答を募集した。得られた有効回答数は70、わかるもので21の鉄道サークルからの回答が得られた。

アンケートでは、まず回答者の価値観や興味分野に関して、鉄道への関心項目、次に鉄道旅行の実態として、旅行頻度と消費額、鉄道駅を拠点とした観光行動について、さらに、鉄道ファン旅行中の観光行動の選択可能性の把握に資する情報として、観光行動ごとに想定する所用時間と実施を判断するにあたっての時間距離の条件を尋ねた。設問の設定にあたっては、首都大学東京鉄道研究会会員を対象としたヒアリング調査

を行い、選択項目や対象資源の選定の妥当性について確認を行った。具体的な設問の内容と考え方は以下の通りである。

① 鉄道への興味分野と活動

アンケート回答者の鉄道に対する興味と活動について、自身の興味が「撮り鉄」と「乗り鉄」のいずれに分類されるかを尋ねた上で、自身のファンとしての分類や興味対象について、自由記述で任意の回答を求めた。次に、鉄道ファンとしての興味分野と活動の内容、ファンとしての深度を測ることを目的とした複数回答の設問を設定した。複数回答の選択肢は、「1. 鉄道の撮影を主目的とした旅を行ったことがある」「2. 旅行中の食事を駅構内で済ませることが多い」「3. 全ての駅で降りたことのある路線がある」「4. 当該6県の路線ですべての駅を言える路線がある」「5. 雑誌「鉄道ファン」または「鉄道ジャーナル」を定期的に買う」「6. 「JR時刻表」または「JTB時刻表」を年に複数回買う」「7. 鉄道模型をコレクションしている」「8. 鉄道グッズを購入しがち」「9. 鉄道を動機として、海外に旅行したことがある」「10. 鉄道関連施設に年1回以上行く」の10問である。特に1については「撮り鉄」、2・3・4については「乗り鉄」を判定する項目として設定している。

② 頻度、消費額、最も頻繁に利用する交通機関

鉄道旅行の頻度、1回あたりの消費額、最も頻繁に利用する交通機関について、鉄道を主目的とした場合とそうではない旅行とに分けて回答を求めた。回答は選択式とし、消費額については鉄道関連支出(鉄道グッズを買う、鉄道に用いる交通費など)を除く金額について尋ねた。

③ 路線利用と主要観光資源への訪問の有無

関東甲信越地方の1都3県を除く6県(群馬、栃木、茨城、山梨、長野、新潟)における路線の利用状況と観光資源の訪問の状況について尋ねた。

利用路線に関して対象としたのは、両毛線(高崎～桐生～小山)、東北本線(小山～白河)、常磐線(取手～水戸～いわき)、中央東線(相模湖～甲府～塩尻)、信越本線(篠ノ井～直江津～新潟)、吾妻線(渋川～大前)、身延線(甲府～富士宮)、大糸線(松本～糸川)、水郡線(水戸～常陸太田・上菅谷～常陸大子)の12路線の各区間であり、改札を出たことがある駅数について、「1駅～4駅」「5駅～半数」「半数以上」「全駅制覇」「なし」の5段階で尋ねた。

観光資源は、各県につき6から8の観光資源を提示し、訪問の有無その際に利用した主な交通手段、訪問

表 1 本研究で調査対象とした主要観光資源

県	観光資源	資源種別	県	観光資源	資源種別
群馬	榛名神社	歴史資源	山梨	ぶどうの丘	文化施設
	草津温泉	温泉		武田神社	歴史資源
	岩宿遺跡	歴史資源		舞鶴城公園	歴史資源
	富岡製糸場	文化施設		昇仙峡	自然資源
	群馬サファリパーク	テーマパーク		シャトレーゼワイナリー	文化施設
	伊香保温泉	温泉		富士急ハイランド	テーマパーク
栃木	日光東照宮	歴史資源	長野	ほつたらかし温泉	温泉
	パナダイミュージアム	文化施設		忍野八海	自然資源
	東武ワールドスクエア	テーマパーク		上高地	自然資源
	那須どうぶつ王国	テーマパーク		松本城	歴史資源
	足利学校	歴史資源		善光寺	歴史資源
	あしかがフラワーパーク	テーマパーク		小諸懐古園	歴史資源
	日光江戸村	テーマパーク		妻籠宿	文化資源(地域)
	鬼怒川温泉	温泉		旧軽井沢銀座	文化資源(地域)
茨城	偕楽園	歴史資源	新潟	千景敷カール	自然資源
	鹿島神宮	歴史資源		戸隠神社	歴史資源
	徳川ミュージアム	文化施設		大王わさび農場	文化施設
	牛久大仏	歴史資源		みなとびあ	文化施設
	つくばエキスポセンター	文化施設		寺泊魚市場	文化資源(地域)
	花貫溪谷	自然資源		新発田城	歴史資源
	袋田の滝	自然資源		弥彦神社	歴史資源
	国営ひたち海浜公園	自然資源		マリニア日本海	テーマパーク
				清津峡	自然資源
				フォッサマグナパーク	自然資源
		越後湯沢温泉	温泉		

経験のない場合には訪問の意向を尋ねた。観光資源は、各県の「るるぶ」に掲載されているものを全件リストアップしたうえで、資源種別や空間分布に偏りが出ないように任意で抽出した。選択した観光資源と資源種別は表1に示す通りである。観光資源の分類は、観光行動と所用時間、料金などを踏まえ、歴史資源、自然資源、文化資源(地域)、文化施設、温泉、テーマパークの6種類に分類した。6つの分類の考え方は以下の通りである。

- 歴史資源：寺社、仏閣、遺跡、庭園などの史跡を資源であり、無料観覧できるものも多く、所用時間はそれほど要さないものが多い。
- 自然資源：溪谷、自然公園といった自然体感を主な目的としたものであり、現地までのアクセスも含め、時間を要するものが多い。
- 文化資源(地域)：宿場町、市場など、歴史・文化的な背景を持ち、地域としての広がりのある観光資源であり、所用時間についてはある程度調整が可能。
- 文化施設：博物館や美術館といった主に屋内の施設。滞在時間についてはある程度調整が可能
- 温泉：宿泊から短時間の利用までの幅がある

- テーマパーク・動物園：遊園地などのテーマパーク、水族館や植物園など、入園料を必要とし、一定時間以上の滞在を想定した施設。

④ 鉄道ファン旅行中の空き時間の活動と行動圏

鉄道ファン旅行における空き時間の活動と、行動圏を把握することを目的とした設問を設定した。

空き時間の活動は、「1. 買い物をする」、「2. その土地ならではのものを食べる」、「3. その土地のものではなく単に食事をとる」、「4. 温泉へ行く」、「5. 有料施設を訪れる」、「6. 無料施設を訪れる」、「7. 周辺を散策する」、「8. 駅構内にとどまるが、他の活動(読書など)をする」、の8項目とした。まずは、回答者がそれぞれの活動に想定する所用時間について「30分未満」「30分以上1時間未満」「1時間以上2時間未満」「2時間以上」「そのような活動はしない」の5段階で尋ね、次に、1-6の活動の実施を選択する際の時間距離の感覚について、駅もしくは撮影ポイントなど鉄道ファンの活動拠点から「徒歩圏内」「車または公共交通機関で10分以内」「車または公共交通機関で20分以内」「車または公共交通機関で30分以内」「そのような活動はしない」の5段階で尋ねた。

Ⅲ. 鉄道への興味と行動の傾向

鉄道ファンとしての興味分野と活動内容、深度に関する設問から、「撮り鉄」「乗り鉄」「複合型」の3つのグループに分類した。「撮り鉄」については、「1. 鉄道の撮影を主目的とした旅を行ったことがある」に当てはまる回答者、「乗り鉄」については、「2. 旅行中の食事を駅構内で済ませることが多い」、「3. 全ての駅で降りたことのある路線がある」、「4. 当該6県の路線ですべての駅を言える路線がある」の3項目のうち、2つ以上に当てはまるもの、双方に当てはまるものを「複合型(撮り鉄かつ乗り鉄)」と分類した。また、上記の条件に適合しない回答者については、回答者自身の判断にそって区分した。回答者自身の区分では、結果、「撮り鉄」が10、「乗り鉄」が31、「複合型」が28、どの分類にもあてはまらない「その他」が1となった。

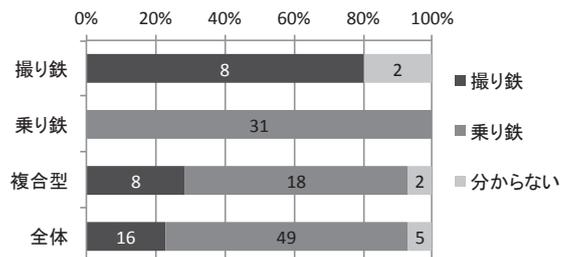


図 1 本研究での分類と回答されたファン属性

表 2 鉄道ファンの分類ごとの興味と活動の傾向

	乗り鉄	撮り鉄	複合型	その他	計
	31	10	28	1	70
1 鉄道の撮影を主目的とした旅行を行ったことがある	0	9	28	0	37
2 旅行中の食事を駅構内で済ませることが多い	15	0	15	0	30
3 全ての駅で降りたことのある路線がある	5	0	11	0	16
4 当該6県の路線ですべての駅を言える路線がある	10	4	14	0	28
5 雑誌「鉄道ファン」または「鉄道ジャーナル」を定期的に買う	2	2	3	0	7
6 「JR時刻表」または「JTB時刻表」を年に複数回買う	13	0	12	0	25
7 鉄道模型をコレクションしている	10	4	15	0	29
8 鉄道グッズを購入しがち	10	4	16	1	30
9 鉄道を動機として、海外に旅行したことがある	4	0	3	0	7
10 鉄道関連施設に年1回以上行く	18	5	20	0	43
回答数平均(分散)	2.5(1.73)	2.8(2.96)	4.89(2.54)	1	3.61(3.66)

図 1 は、本研究での分類と回答されたファン属性との対応を示したものである。複合型については、主に自身を乗り鉄の属性を持つと考えている回答者の比率が高くなっている。

表 2 は、ファンの分類ごとに、設問への回答状況を集計したものである。χ²検定では、乗り鉄と撮り鉄の区分に用いた「1. 鉄道の撮影を主目的として旅行を行ったことがある」以外に、有意な差異は見られなかったが、回答数の平均でみると乗り鉄が 2.5、撮り鉄が 2.8 複合型が 2.89 となっており、複合型に分類される回答者が、より多くの項目に該当するといえる。

また、全体では、「10. 鉄道関連施設に年一回以上行く」、「7. 鉄道模型をコレクションしている」や、「8. 鉄道グッズを購入しがち」に該当する回答者が多い。自由記述でも「模型鉄（鉄道模型の制作や鑑賞を愛好するファン）」については、22 の回答があり、「音鉄（鉄道に関する音声・音響の録音、比較を愛好する鉄道ファン）」の 13 と比較しても多い。鉄道研究会として活動することの利点の一つとして、鉄道模型やジオラマの作成といった、経済的負担が大きく、広いスペースを必要とする活動が共同で行えることがあるため、「模型鉄」が集まる傾向があることが反映されていると考えられる。

表 3 は、群馬、栃木、茨城、山梨、長野、新潟の 12 の路線に対し、各アンケート回答者が降車したところのある駅数から 1～4 駅、5～半数、半数以上、全駅制覇、なしの 5 段階で区分した路線数の合計について平均数を求めたものである。

「撮り鉄」については、他に比較して利用したことのない路線が多く、5 駅以上利用したことのある路線

が少ない傾向にある。「複合型」と「乗り鉄」はほぼ同様な分布傾向となっているが、利用路線数については、複合型のほうが若干多くなっている。

表 3 群馬、栃木、茨城、山梨、長野、新潟 12 路線について降車駅数により区分した路線数の合計の平均数

路線数	なし	1駅～4駅	5駅～半数	半数以上	全駅制覇
全体	5.8	5.1	1.0	0.2	0.1
乗り鉄	5.7	5.0	1.1	0.1	0.0
撮り鉄	7.4	3.6	0.5	0.2	0.3
複合型	5.0	5.6	1.1	0.3	0.1

IV. 旅行・観光消費動向

本章では、旅行頻度と旅行消費額について、鉄道ファンと一般的な動向との差異について分析する。鉄道ファンの分類については、「撮り鉄」に分類されるサンプル数が 10 と少なく、χ²検定を行うのに十分な数ではないことから、撮り鉄と複合型のサンプルを合わせて撮影に興味がある集団を「撮り鉄+複合型」とし (N=38)、乗り鉄で撮影に興味がない集団を「乗り鉄」(N=31) として分析を行った。

4.1 旅行頻度

図 2 は、アンケート結果に基づいて鉄道ファンの旅行頻度をグラフとして示したものである。鉄道を主目的とする旅行については、「年 2～3 回程度」以上の回答が 58 (82.9%) と大部分を占め、特に、「年に 2～3 回程度」の回答が 29 (41.9%) と最も多いのに対し、鉄道を主目的としない旅行については、「年 2～3 回程度」と回答するものが 11 と大幅に減り、その分、「年に 4～5 回程度」以上の回答、「年 1 回程度」と「1 回未満」の回答が合わせて 28 と両極化する傾向が伺える。

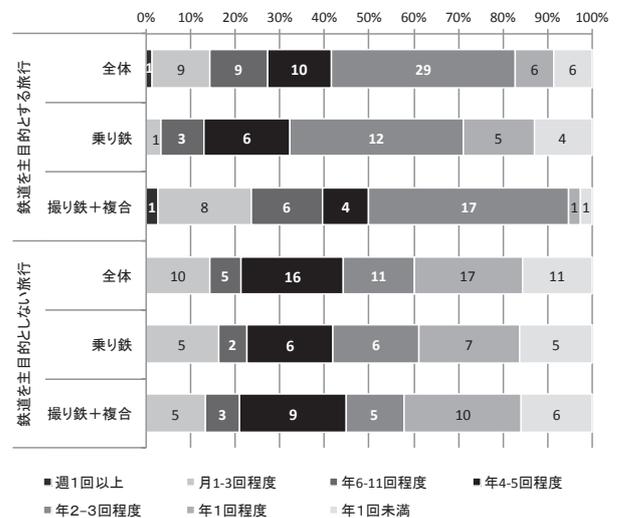


図 2 鉄道ファンの旅行頻度

「乗り鉄」と「撮り鉄+複合型」のグループごとに間に旅行頻度の傾向について比較すると、鉄道を主目的としないものについては大きな差は見られないのに対し、鉄道を主目的とするものについては、「年に2~3回程度」以上の回答について、「乗り鉄」が22(71.0%)、「撮り鉄+複合型」が36(96.6%)となっており、「撮り鉄+複合型」が、より多く旅行を行っているといえる。特に「月2-3回程度」の回答が8と「乗り鉄」の1に比べて多くなっている。

観光庁の旅行・観光消費動向調査から算出した学生の国内旅行の平均の実施回数(延べ旅行回数÷旅行者の実数)は年間5.35回である。鉄道ファンのアンケート調査では、鉄道を主目的とした旅行が年間約4.96回、その他に鉄道を主目的としない旅行が年間約4.34回、合わせると年間約9.3回となることから、平均よりも多く旅行しているといえる。

また、図3は、鉄道を主目的とする旅行と鉄道を目的としない旅行の頻度の多寡について、鉄道ファンの分類ごとに比較したものである。「乗り鉄」については、鉄道を主目的とする旅行とそうではない旅行が多い回答者の数に差が見られなかったが、「撮り鉄+複合型」については、鉄道を主目的とした旅行の頻度が高い回答者が多い。

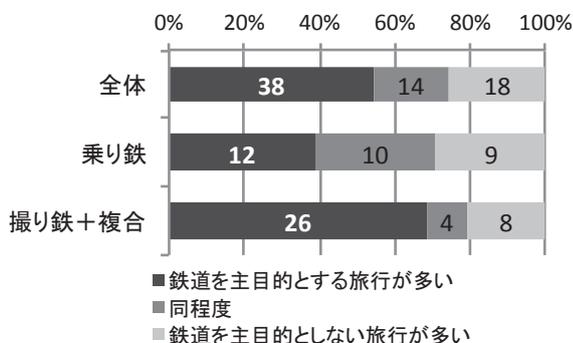


図3 鉄道を主目的とした旅行, 主目的としない旅行の頻度の差

4.2 観光消費額

次に鉄道関連支出(主に鉄道に用いる交通費)を除く、1回あたりの旅行消費額について比較する。

図4は、アンケート結果から作成した鉄道ファンの旅行消費額、表4は、2013年の旅行・観光消費動向調査より算出した学生の国内旅行の消費額である。

アンケートの結果では、鉄道を主目的とする旅行、鉄道を主目的としない旅行ともに、1万円未満と以上がおおよそ半々となっている。消費金額の分布については旅行の目的、あるいはファン分類の間にも大きな違い

は見られないが、「乗り鉄」については、鉄道を主目的としない旅行では、鉄道を主目的とする旅行に比べて3万以上の回答が若干減り、その分1-2万、2-3万円の回答が多い。

旅行・観光消費動向調査での学生の交通費以外の旅行中の消費額をみると、全体で15,294円、観光レクリエーションに限ったものでは18,167円、宿泊旅行では、全体で22,493円、観光レクリエーションでは30,430円、日帰り旅行では、全体で6,074円、観光・レクリエーションに限ったものでは、6,641円となっている。仮に、旅行消費額の各階層の平均値を中央とすると、鉄道ファンの消費額は、鉄道を目的とするもので15,107円、鉄道を目的としないもので、14,893円であり、規模としては観光庁の調査と大きく変わらない数値といえる。

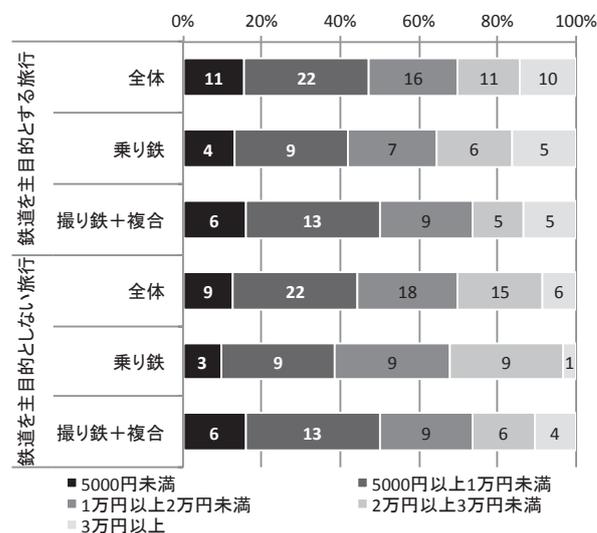


図4 鉄道ファンの旅行消費額の分布

表4 学生の国内旅行消費額(観光庁 旅行・観光消費動向調査 2013年より作成)

	旅行者数 (のべ千人)	消費額(円)			
		全体	旅行中		
			交通費	交通費以外	
国内旅行	74,656	24,827	21,204	5,910	15,294
観光・レクリエーション	54,577	26,880	23,153	4,986	18,167
宿泊旅行	41,922	35,224	30,135	7,642	22,493
日帰り旅行	32,734	11,511	9,765	3,691	6,074
観光・レクリエーション	28,133	11,973	10,174	3,534	6,641

V. 鉄道ファンの観光行動

5.1 利用交通機関

図5は、鉄道ファンの利用交通利用をグラフに示したものである。鉄道目的の旅行での主な利用交通機関のほとんどが鉄道であるが、鉄道を主目的としない

旅行では、鉄道は半分程度となっており、残り半分は自動車や他の交通機関となっている。「乗り鉄」「撮り鉄+複合型」の間に統計的には有意な差は見られなかったが、鉄道が主目的としない旅行では、車を選択する割合は「乗り鉄」の方が多く、「撮り鉄+複合型」はその他の交通手段も積極的に使う傾向が見られる。

撮り鉄が訪れる撮影スポットは、駅から距離がある場合が多いことから、撮り鉄では車を使用することが多くなることを予測したが、「撮り鉄」と分類された中でも「自動車」を利用するとしたものは10名中2名であり、大学鉄道サークルに所属する「撮り鉄」は鉄道を主な手段とするものが多いといえる。

一方で、「複合型」と分類されたサンプルについては、自己申告では「どちらかという乗り鉄」とするものが多かったことから、鉄道に乗ることを活動の基本とした鉄道ファンの行動が反映されたものととらえるべきものといえる。

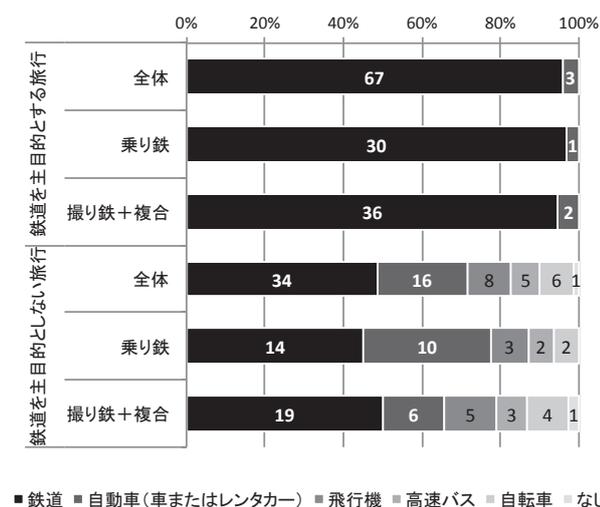


図5 鉄道ファンの交通機関の利用状況

5.2 観光資源種別の訪問の状況と意向について

表5は観光資源種別に、鉄道ファンの訪問率と今後訪問の意志について、まとめたものである。

訪問率でみると、全体に「乗り鉄」のほうが高く、一方で「訪れたことはなく、今後も行く予定はない」と答える割合が高いことから、「乗り鉄」のほうが、関心のある場所について、すでに積極的に訪問していると推察される。資源種別では、全体に他に比べて訪問率が高いのは温泉であり、訪問の意志がないと答える率も低いことから、いつかは訪れたい観光資源と捉えられていることがわかる。「乗り鉄」と「撮り鉄+複合型」の差が現れるのは、社寺や城址などの歴史資源や宿場町や市場といった面的な広がりのある文化資源

であり、 $p < 0.05$ の優位水準で、鉄道ファンの類型分類と資源の訪問状況と意向との関連が認められた。

個別の観光資源について、「乗り鉄」「撮り鉄+複合型」の訪問状況に統計的に優位な差がみられたのは、「寺泊魚市場」と「弥彦神社」の2つであり、各セルの度数が5以上かつ有意水準 $p < 0.05$ を満たした。

図6はこの2つの観光資源について、分類ごとの訪問の意向をグラフとして示したものである。寺泊魚市場について、「撮り鉄+複合型」は「いつか訪れたい」の回答が47.4%、「今後も訪問予定はない」が44.7%とほぼ同数であるのに対し、「乗り鉄については、乗り鉄は「今後も訪問予定はない」との回答が61.3%、「いつか訪れたい」と答えた人数の22.6%に止まっている。一方、弥彦神社では、撮り鉄は「いつか訪れたい」と回答した人が多く、乗り鉄は「今後も行く予定はない」と回答した人が多くなっている。

表5 観光資源種別の訪問率

	件数	訪問率			訪問意志がないと答えた割合		
		全体	乗り鉄	撮り鉄・複合型	全体	乗り鉄	撮り鉄・複合型
文化施設	8	8.9	9.3	8.6	49.6	53.6	45.4
テーマパーク	7	16.7	16.1	16.5	50.2	52.1	48.5
温泉	5	26.6	29.7	23.2	28.3	29.0	27.4
自然資源	9	11.6	12.9	10.2	44.6	47.0	41.8
歴史資源	15	17.0	19.8	14.7	41.7	44.3	38.4
文化資源(地域)	3	13.8	16.1	11.4	48.6	53.8	43.9
全体	47	15.3	17.0	13.8	43.9	46.5	40.9

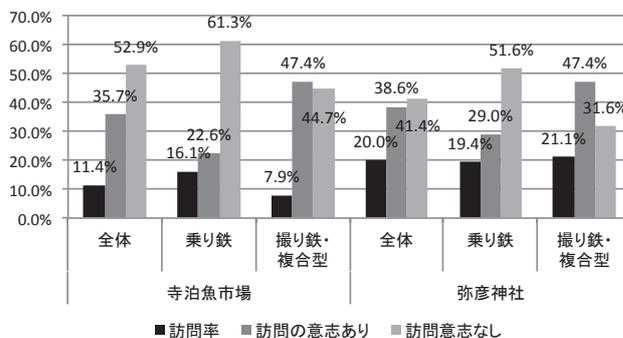


図6 訪問の状況と意向 (寺泊魚市場 / 弥彦神社)

VI. 鉄道ファンの空き時間の活動と行動圏の可能性

鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として、30分未満と想定する回答者が多い活動として、「3. 単に食事をする」、「8. 駅構内にとどまる」、「1. 買い物をする」の3項目が挙げられる。「3. 単に食事をする」と表6 鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として想定する所用時間「1. 買い物をする」は、所要時間の選択の状況にばらつきが小さく、ほぼ1時間以内に収

表 6 鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として想定する所用時間

(人)	鉄道ファン分類	30分未満	30分以上1時間未満	1時間以上2時間未満	2時間以上	そのような活動はしない
買い物をする	乗り鉄	13	10	3		5
	撮り鉄	5	3			2
	複合型	14	8	4	1	1
	全体	33	21	7	1	8
その土地ならではのものを食べる	乗り鉄	5	18	7		1
	撮り鉄		5	4	1	
	複合型	5	16	6		1
	総計	10	39	18	1	2
単に食事をとる	乗り鉄	18	7	1		5
	撮り鉄	4	5			1
	複合型	18	8	1		1
	総計	40	21	2		7
温泉へ行く	乗り鉄	2	3	15	4	7
	撮り鉄		3	3	2	2
	複合型		4	14	4	6
	総計	2	10	32	11	15
近くの有料施設を訪れる	乗り鉄	3	4	14	1	9
	撮り鉄		3	5		2
	複合型	2	4	13	3	6
	総計	5	11	33	4	17
近くの無料施設を訪れる	乗り鉄	6	13	10		2
	撮り鉄		3	5		2
	複合型	4	10	8	4	2
	総計	10	26	24	4	6
周辺を散策する	乗り鉄	12	11	8		
	撮り鉄	1	4	3	1	1
	複合型	9	8	8	3	
	総計	22	23	20	4	1
その場所にとどまるが、他の活動(読書など)をする	乗り鉄	19	3	1	1	7
	撮り鉄	4	1	1		4
	複合型	16	2	4	1	5
	総計	40	6	6	2	16

まっている。一方で、「2. その土地ならではのものを食べる」の所要時間については、30分～1時間、もしくは1～2時間と想定する回答者が多く、単に食事をとるとは全く別の活動と捉えられていることがわかる。「4. 温泉へ行く」、「5. 有料施設を訪れる」については、1～2時間を想定する回答者が多く、少なくとも30分以上の所用時間が見込まれている。特に、温泉については、2時間以上とする回答が11あり、一定程度の時間を要する活動と捉えられていることがわかる。また、同じく「6. 無料施設を訪れる」、「7. 周辺を散策する」についても、2時間未満と想定されているが、前述の有料施設や温泉と比較すると、1時間未満への分布が多くなっている。また、「7. 周辺を散策する」については、30分未満から30分～1時間、1～2時間のそれぞれの時間を想定する回答が、ほぼ同数となっていることが特徴として挙げられる。設問では、散策の内容について具体的に記述していないことから、駅構内から駅周辺地域まで、範囲が回答者によってある程度幅を持ってとらえられていることが推察される。

「乗り鉄」「撮り鉄+複合型」の2分類で検定すると、統計的に優位な差は得られなかったが、「乗り鉄」「撮り鉄」「複合型」とで比較すると、「乗り鉄」が全体的に他の2つに比べ短い時間を想定する傾向が見られる。

例えば、温泉や有料施設に対して「30分未満」満と想定する回答が他に比べて多く、無料施設や周辺の散策に関しては、2時間以上を想定する回答見られない。

次に、鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として許容される時間距離について分析する。主に「徒歩圏内」であれば行くと回答される活動は、「2. 単に食事をとる」である。特に「乗り鉄」については、「2. 単に食事をとる」のために、公共交通機関や車の利用を許容する回答は見られなかった。「1. 買い物をする」についても、「徒歩圏内」の活動との回答が主であるが、「車や公共交通機関で10分以内」までの移動は許容する回答も見られる。一方で、「2. その土地ならではのものを食べる」についても、「徒歩圏内」を選択する回答が最も多かったが、車や公共交通機関を利用した10分、20分、30分以内という3段階の時間距離の設定に対し、10、12、12とほぼ同数の回答数となっており、許容される時間距離にばらつきが大きい。

「乗り鉄」と「撮り鉄」「複合型」の分類別に比較すると、「撮り鉄」「複合型」のほうが、若干遠距離の移動を許容する回答が多い傾向が見られる。例えば、「3. 温泉に行く」「4. 近くの有料施設を訪れる」については、「徒歩圏内」から「公共交通機関を利用した30分以内の移動」、「そのような活動をしない」までを含めて、回答数に偏りがなく、許容される時間距離にばらつきが大きいことがわかる。また、「5. 近くの無料施設を訪れる」についても、「徒歩圏内」から「公共交通機関を利用した30分以内の移動」まで、回答に偏りが

表 7 鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として許容される時間距離

(人)	鉄道ファン分類	徒歩圏内	車または公共交通機関で10分以内	車または公共交通機関で20分以内	車または公共交通機関で30分以内	そのような活動はしない
買い物をする	乗り鉄	20	6	2	1	2
	撮り鉄	6	2	1	1	
	複合型	18	4	2	3	1
	全体	44	12	5	5	3
その土地ならではのものを食べる	乗り鉄	13	9	4	4	1
	撮り鉄	3	1	4	2	
	複合型	14	3	4	6	1
	総計	30	13	12	12	2
単に食事をとる	乗り鉄	28				3
	撮り鉄	6	2	2		
	複合型	20	1	4	2	1
	総計	54	3	6	2	4
温泉へ行く	乗り鉄	6	5	11	4	5
	撮り鉄	4		2	4	
	複合型	3	7	5	7	6
	総計	13	12	18	15	11
近くの有料施設を訪れる	乗り鉄	10	7	5	5	4
	撮り鉄	1	1	4	3	1
	複合型	3	5	3	10	7
	総計	14	13	12	18	12
近くの無料施設を訪れる	乗り鉄	13	9	4	3	2
	撮り鉄	1	2	3	3	1
	複合型	8	6	2	10	2
	総計	22	17	9	16	5

見られないが、温泉や有料施設と比較すると、「徒歩圏内」と「車や公共交通機関による 10 分以内の移動」、「30 分以内の移動」の回答数が多くっており、許容される時間距離が短い回答者と長い回答者に分かれる。

表 8 は、「乗り鉄」と「撮り鉄」「複合型」の別に、「公共交通機関を利用した 30 分以内の移動」を 1 つ以上選択した回答者数を集計したものである。表に示すように、「乗り鉄」については、30 分以内の移動を許容するところが少なく、「複合型」については、半数程度の回答者が 30 分以内の時間距離であれば許容する、という判断をしていることがいえる。

表 8 ファン分類ごとの鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として許容される時間距離として「車または公共交通機関で 30 分以内」を含むサンプル数

分類	サンプル数	車または公共交通機関で30分以内を含むサンプル	割合
乗り鉄	31	8	25.8%
撮り鉄	10	5	50.0%
複合型	28	12	42.9%
計	70	25	35.7%

VII. 考察

以下では、分析の内容についてまとめながら、地方部の観光における鉄道ファンの取り込みや、観光振興のアプローチについて、鉄道ファンの行動から得ることができる知見について考察する。

鉄道サークルに所属する学生は、全国的な平均にくらべての旅行回数も多く、一方で 1 回あたりの旅行の消費額については、鉄道を主目的とする旅行も、それ以外の旅行も、全国的な平均と同程度の額となっている。比較的短時間の観光行動としては、土地ならではの食事や周辺の散策などに対する関心も伺えることから、旅行の機会が多い分、鉄道ファンとしての行動に組み合わせて、観光として楽しめる機会が見出されれば、地方の観光振興において一定の影響を及ぼす可能性がある集団であると捉えられる。

また、「乗り鉄」「撮り鉄」「複合型」とともに鉄道を主要な目的とする旅行では、交通手段として鉄道を用いていることがわかった。鉄道の撮影スポットは、駅から距離がある場合が多いことから車の利用が多くなることを予測したが、アンケート調査では「撮り鉄」と分類された中でも、鉄道に関係する各種の音を収録する「音鉄」など鉄道の利用を必要とする趣味が含まれていること、車の利用に対しての経済的な制約がある

ことなど、調査対象を大学サークルとしたことの影響も考えられる。

一方で、主要な観光資源に対する訪問の状況については、「乗り鉄」のほうが関心のある場所については、積極的に訪問しており、「撮り鉄」「複合型」については、いつかは訪れたいとする回答が多かったことが特徴としてあげられる一方で、主要な観光資源に対する訪問の状況については、「乗り鉄」のほうが関心のある場所について積極的に訪問しており、「撮り鉄」「複合型」については、いつかは訪れたいとする回答が多かったことが特徴としてあげられる。双方に共通して訪問率および訪問の意思が高かったもの資源分類別では、温泉地と歴史・文化資源が挙げられるが、歴史・文化資源の中でも神社など単独の資源については「乗り鉄」、「撮り鉄+複合型」からは、寺泊魚市場など、ある程度の広がりを持った資源が選択されるといった違いが見られた。

彌彦神社は、弥彦線終点の弥彦駅から往復 30 分以内の徒歩圏内にあり、電車の運行間隔が 1～2 時間であることから、待ち時間を活用する上で都合の良い観光資源であり、「乗り鉄」から弥彦駅を訪れる際の訪問対象として認識されていると考えられる。一方寺泊魚市場は多くの産物と人々で賑わう撮影スポットとも捉えられることから、撮り鉄が広く写真を趣味としており、このような観光資源に対して興味が持たれたこと、当該地は JR 寺泊駅からバスで 15 分、その後徒歩 10 分と、駅からのアクセスが良いとはいえないことから、「乗り鉄」からは訪問の対象として想定されにくかったことなどが考えられる。

実際、鉄道を主目的とした旅行空き時間の活動として許容される時間距離について、「乗り鉄」は徒歩圏内や公共交通機関利用で 10 分以内など、より短く設定されている傾向があり、それぞれの観光行動の所要時間についても「撮り鉄」「複合型」に比較すると少なく見積もられる傾向がみられる。つまり、「乗り鉄」については移動をメインに、観光資源への訪問も含めて効率的に旅程を組むことができるような思考となっていること、対して「撮り鉄」「複合型」については、「乗り鉄」に比べて興味や観光対象を選択する上での鉄道からの制約条件が比較的少ないものと考えられる。

以上を踏まえ、地方部での観光振興における鉄道ファンの取り込み、およびコンテンツとしての鉄道利用の可能性について検討する。

一つには、乗り換えや列車待ちの時間で楽しめる観光資源の紹介である。例えば、効率的に空き時間を利

用する「乗り鉄」の行動を参考にしながら、散策や地域ならではの食事や買い物など短時間で楽しめるコースを、待ち時間に合わせて紹介する仕組みが考えられる。これは、鉄道ファンに限らず、その地域を通過地点とする旅行者の観光行動を促し、地域の魅力を伝える手段にもなり得る。記録や写真に対して関心が高い「撮り鉄」や「複合型」の鉄道ファンに対しては、撮影対象としての地域の魅力を伝えることで、鉄道ファン旅行中の行動範囲を地域に広げられる可能性がある。また、本研究では鉄道ファンの一般的な観光行動の実態や選択の傾向を調査したが、駅や駅周辺での鉄道ファンとしての活動から新たな観光資源を見出すこともできると考える。

Ⅷ. まとめ

本研究は、大学鉄道サークルに所属する学生を対象として、鉄道ファンの観光行動の特性と志向を明らかにし、その活動が観光地域に還元されるための条件について探ったものである。

今回の調査対象については、大学の鉄道サークルに所属する学生を対象としたことから、サークル活動として楽しむことができる活動を好むという属性を持った鉄道ファンに関する分析結果となる。鉄道ファン以外の大学生や、大学サークルという属性以外の鉄道ファンとの比較については課題として残されているが、「乗り鉄」「撮り鉄」という興味対象の違いによる観光行動の相違などについて、ある程度明らかにできたものとする。中でも、空き時間の利用の考え方など、鉄道ファンの鉄道を軸とした活動の組み立ては、鉄道による旅を楽しむという観光の形態を検討するあたり、参考になるところが多いものであり、この視点からの展開を今後の課題としたい。

謝辞

本研究を行うにあたり、首都大学東京鉄道研究会、関東学生鉄道研究会連盟をはじめとする数多くの団体の皆様、お忙しい中アンケートにご協力頂きました。御礼申し上げます。

注

1 観光庁による、旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(2012年版)、平成22年(2010年)度の観光統計における費目別旅行消費額について、群馬、栃木、茨城、山梨、長野、新潟県のデータを利用した。

参考文献

- 塩見翔 2014. 「乗り鉄」の語りを見る鉄道趣味とその時代 -1980年代から現在まで- Zero Carbon Society 研究センター紀要 2014:2/3, 13-18,
- 下村 仁士 2006. 市民参加による鉄道運営の可能性 交通権 23 62-76
- 週刊東洋経済 2008. 特集 鉄道革命—世界で大復権がはじまった! 4 過熱する鉄道ブームの現場 2008年4月19日特大号 102-113
- 清宮 政宏 2015. ローカル鉄道で形成された顧客との関係からみた顧客オーナーシップ醸成に関する試論 滋賀大学経済学会 彦根論叢 404 4-15
- 松村 公明 2010. 「鉄」の世界—鉄道ブームと観光による鉄道の再発見 (特集 乗り物とその世界) 交流文化 10, 4-11
- 山川公生 2010. 鉄道ファン, なぜ多い? ママ鉄, 撮り鉄すそ野広く 日本経済新聞(日経プラスワン) 2010年6月26日版