



交通たび企画「めーぷる」は、列車を貸し切り、自由な発想で「移動」を「感動」に変えるプロジェクトです。本年度は「走らせる」から「楽しませる」への進化を掲げ、7月には南海電鉄と協働し76名を集客した「#かなたび」を実施しました。12月には阪堺電車でクリスマス企画を行い、次世代へのノウハウ継承も考慮。時には「実施しない」という戦略的判断も含め、有償事業ならではの責任感と、外部連携による高度な交渉力を実践の場で磨いています。

「観光＝幸せづくり」を合言葉に、1月末の地域コラボ運行に向け、引き続き団体の価値も模索しながら駆け抜けます。

☆キーワード：貸切列車・旅行業・観光コンテンツ・イベント企画運営・イベントツーリズム

【目的】2025年度：「走らせる」から「楽しませる」へ。コンテンツの質的向上を！

- ・ **実践的スキルの習得**： イベントマネジメント、マーケティング、広報戦略（SNS・メディア）、予算管理、リスクマネジメントなど、実社会で通用するスキルを学習。
- ・ **地域イノベーションの創出**： 既存の公共交通機関である「貸切列車」を舞台に、**新たな観光コンテンツを創出・検証する実証実験を行う**

【アピールポイント】

1. 「対価」を伴う、ビジネス体験

参加費を預かる有償イベントだからこそ、甘えが許されない！「価格以上の価値」を追求する中で、プロ意識やコスト感覚を自然と養う。

2. 「0から1」を生み出す、実践力

交渉から当日の運行まで、自分たちの手でゼロから形にするプロセスを通じて、物事を実現する力を養う。

3. 「思い通りにならない」からこそ学ぶ、柔軟性と交渉力

相手（鉄道会社）や天候など、自分たちではコントロールできない要素（外部依存性が高い）が多いからこそ、その場で最適解を見つける柔軟な対応力を養う。

4. 観光とは「幸せづくり」。移動空間をデザインする

移動手段を「ワクワクする空間」へ。
どうすれば参加者に楽しんでもらえるかを考え抜く。



【実績】

1. 南海電気鉄道様との協働「#かなたび」の開催（7月）

南海電鉄と協働し、定員超の76名を集客。営業列車へのヘッドマーク掲出も実現し、観光コンテンツとして高評価を得た。

△ #かなたびのポスターなど

2. 組織力強化を目的とした「阪堺電車クリスマス企画」（12月）

阪堺電車にてパーティー列車を運行。あえて代表不在の体制で挑み、次世代へのノウハウ継承と柔軟な危機管理能力を実証した。



△▽ クリスマストレインの様子
（※生成AIにより写真をイラスト化）

3. 紀南・岡山電気軌道企画におけるフィージビリティスタディ

紀南地域および岡山電気軌道での貸切企画については、現地視察や外部団体様も交えた見積もり精査を含む具体的な実現可能性調査（フィージビリティスタディ）を実施。安全と費用対効果を精査した上での「実施しない決断」を通じ、無理のない適正な運営判断基準を確立した

【今後の予定】

1. 地域コラボ貸切列車の運行（2026年1月末）

外部団体と協働し、「和歌山×○○地域」を軸とした地域連携型の貸切列車企画を実施する予定である。

2. 次年度活動テーマの策定

本年度の実践から得た成果と課題を踏まえ、来年度の活動指針となるテーマについて議論を深める。

