

和歌山大学学生自主創造支援部門（クリエ） クリエプロジェクト  
＜2025 年度ミッション成果報告書＞

プロジェクト名：交通たび企画「めーぶる」

ミッション名：貸切列車を利用した観光コンテンツの創出

ミッションメンバー：観光学部 2 年陣野 大誠、経済学部 2 年佐々木 康輔、観光学部 2 年生肥後 優花、観光学部 2 年新家 礼響、観光学部 1 年橋本 昊征、システム工学部 1 年永野 佑弥

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

## 1. 背景と目的

本プロジェクトは、2024 年 6 月、公共交通機関である「列車」という閉鎖的かつ動的な空間を、単なる移動手段から観光コンテンツへと再定義し、独自の観光価値を付加することを目的に発足した。代表は、高校時代から任意団体において地方鉄道の貸切イベントを主催し、鉄道雑誌等への寄稿を通じてその知見を社会へ発信してきた。この個人的な経験を大学での学びと融合させ、より組織的かつ学術的な視点から「鉄道空間の新たな活用モデル」を構築したいと考えたことが、本ミッションの根本的な動機である。活動初年度となった 2024 年度は、まず「貸切列車同好会『めーぶる』』としての組織基盤の構築に注力した。将来的な金銭授受を見据えた会則・プライバシーポリシーの策定、公式ウェブサイトや SNS 等の広報インフラの整備を並行して進めた。実践面では、2024 年 10 月の熊本電鉄、12 月の叡山電鉄におけるモニターツアーを通じ、鉄道会社との交渉フロー、ダイヤ設定の調整、安全管理体制の構築といった「列車を安全に運行させるための実務ノウハウ」を蓄積した。しかし、初年度の活動は鉄道ファンを中心としたクローズドな企画が主であり、一般利用者層を惹きつける「観光コンテンツとしての魅力付け」や、持続可能な「有償事業としての収益性」の確保が次年度への課題として浮き彫りとなった。そこで、2025 年度は、前年度に確立した運行ノウハウを基盤とし、コンテンツの質的成熟を図る「第二フェーズ」と位置づけた。スローガンを「走らせる」から「楽しませる」へと進化させ、以下の三点を主要な目的として設定した。

1. **独自の観光体験価値の創出**： 車内空間のデザインや体験型プログラムを組み込み、参加者が「支払った対価以上の価値」を享受できる唯一無二のイベント体験を創出する。
2. **ターゲット層の拡大と市場検証**： 親子連れや一般観光客に対する「貸切列車ツアー」の受容性を検証し、市場の裾野を広げる。
3. **実践的スキルの高度な習得**： マーケティング、広報、予算管理、リスクマネジメントといった高度なプロジェクト管理能力を、有償事業の実践を通じて習得することを最終的な到達点とした。

## 2. 活動内容

### ・南海電鉄協働企画「#かなたび」（7 月）

加太さかな線「めでたいでんしゃ・かなた」の運行開始 1 周年を記念し、親子連れをターゲットとしたリアル謎解きゲームを車内で実施。さらに、停車駅のホームに学生を配置し、車両の窓を介して「めでたい焼き」を販売する「立ち売り」の再現演出を行うなど、空間全体をアトラクション化する工夫を施した。結果、SNS 戦略も奏功し、定員を超える 76 名の集客を達成した。駅到着後も、

加太駅において加太地域や南海電鉄と連携したマルシェイベントを実施した。



△ 「#かなたび」の様子とその告知ポスター

・阪堺電車クリスマス企画：組織承継と現場判断の実践（12月）

12月には、阪堺電気軌道においてクリスマス仕様のパーティー列車を運行した。本企画の最大の特徴は、コンテンツの提供に加え組織の持続可能性を検証する実証実験としての側面を持たせた点にある。具体的には、あえて代表（陣野）が運営の第一線から退き、1年次生を中心としたメンバーに企画立案から当日の運行管理までの主導権を委譲する「代表不在体制」を敷いた。これは、特定個人の知見に依存しない組織運営（ナレッジシェア）の確立を目的としている。

当日は、2時間にわたる長尺の貸切列車において、車内での手作り人生ゲームなどのクリスマス特別プログラムを実施した。このプロセスを通じ、次世代メンバーは鉄道事業者との実務的なコミュニケーションや、有償イベントにおける責任の所在を直接的に経験した。



△ 車内イベントの様子

・伊賀鉄道における空間デザインと地域連携（1月）

伊賀鉄道において、車内の通路に「畳」を敷き詰め、和室のような空間を作り出す「お座敷列車」を運行した。車内では和歌山特産のミカンの食べ比べやクイズ大会を実施し、移動空間を動くリビングのような空間へと変容させた。本企画は複数のマスメディアにも取り上げられ、既存の車両設備に低コストで高い付加価値を与える手法として、アンケート等でも高い評価を得た。



◁ 実施検討の上、断念した岡山県内での視察

△ 「#おざたび」車内の様子

・戦略的判断としての「実施断念」

紀南地域や岡山地区でのツアーを計画し、現地視察や見積もり精査を重ねたが、費用対効果と安全管理の観点から「実施は見送る」という決断を下した。これは単なる中止ではなく、事業の持続可能性を冷静に評価する経営的な視点に基づいた戦略的判断であり、プロジェクト管理における重要な学びのプロセスとして位置づけた。

### 3. 活動の成果や学んだこと

今年度の活動は、外部事業者や社会から客観的な評価を得る結果となった。鉄道会社からは、独自の演出・企画を通じて「これまでになかった列車の活用方法を示してくれた」と感謝の言葉をいただく機会があり、単なる場所の借用にとどまらず相互にメリットのある形でプロジェクトを完遂できたことは、本ミッションの大きな成果である。また、伊賀鉄道での活動をはじめ、今年1年間で新聞・ラジオなどのマスメディアに10件以上取り上げられた。戦略的なプレスリリースの送付と適切なメディア対応を行ったことで、運行当日限りの成果に終わらず、放送や記事を通じて活動の意義が社会に広く紹介されることとなった。

有償事業の運営を通じ、実社会のプロセスに準じた実務的知見を主体的に習得した。ターゲットに応じた価格設定と損益分岐点をめぐる議論をチーム内で重ね、事前の収支シミュレーションと実際のアンケート・収支結果を比較検証することで、感覚に頼らないマーケティングの基礎を学んだ。それぞれのイベントでは、秒単位でイベントの進行をコントロールする運行管理人の導入など交通の現場環境に応じた具体的なリスクヘッジを実施した。また、紀南地域での企画検討においては現地視察に基づく費用対効果と安全性の精査を行い「今年度の実施は見送る」という判断を下した。これは、責任ある運営主体として客観的な状況判断能力が養われた結果である。また、17名のメンバー個々の特性を把握して主体的に動けるポジション配置を行い、鉄道会社・行政・地域団体といった立場の異なるステークホルダーの利害を考慮しながら合意形成を図るプロセスは、実務上の大きな学びとなった。

こうした一連の活動を通じて得られた最大の知見は、ハードウェアとしての「列車」に自由な発想に基づいたソフトウェアを掛け合わせることで、移動そのものが「目的」となる観光価値を生み出せるということである。2024年度の「運行ノウハウの確立」から2025年度の「価値提供のプロセス設計」へと重点を移したことで、単に列車を動かすだけでなく、ステークホルダーの合意形成から参加者への価値提供、そしてその評価・改善までの一連のマネジメント手法を確立できた。これらの経験は、将来どのようなフィールドにおいても通用する目的実現のためのプロセス設計力と組織力の向上に直結していると考えている。

交通たび企画「めーぷる」の全メンバーは、貸切列車という媒体を通じ、チームメイトや外部機関と連携しながら一つのイベントを実現する実行力を手にした。それは、一人の人間としての自信となり、各自の強みの発見や将来ビジョンの探求にまでつながった。

### 4. 今後の展開

今年度見つかった課題の一つは、昨年度から引き続く安全面や鉄道の時間的・構造的な制約の中で、いかに観光コンテンツとしての価値を高めるかという点である。ただ、この制約こそが貸切列車や交通という媒体の魅力をより一層際立たせる要素でもあると捉えており、引き続きその壁をどこまで超えられるか挑戦し続けたい。

財務面では、有償事業を実施したものの、提供した内容が参加者のニーズや期待値に対して本当に適正であったかどうか、価格設定も含めてさらなる検証が必要である。また、本ミッションが補助金に依存した財源構造を持つことも、長期的にみれば課題といえる。鉄道事業者や地域と連携しながら魅力あるコンテンツを作り続け、それを提案できる立場を目指すのであれば、いずれは自主財源による活動の実

現が重要になるだろう。すぐには難しくとも、この意識を持ち続けることが、より実践的な学びにつながると考える。

知識・技術の面では、これまで蓄積してきた知見を「貸切列車のすゝめ（仮題）」として体系化し、社会へ還元する準備を引き続き進めていく。次年度は観光コンテンツとしての磨き上げにとどまらず、交通と既存のイベントや新たな要素を組み合わせたときの化学反応を検証し、鉄道関係者やステークホルダーにとっても喜ばれる、より広義の「観光による幸せづくり」という視点にも積極的に取り組んでいきたい。また、貸切列車にこだわるだけでなく、これまで関わりを築いてきた地域や鉄道事業者と、より幅広い交通の文脈でイベントを実現することも視野に入れて検討していく。さらに、国内外の先行事例を調査・研究することで、より高い水準のコンテンツとはいかなるものかを思考し続けていきたい。

このような活動を通じて、全メンバーがマーケティングや財務管理、リスク判断、ステークホルダーとの合意形成といった実務的な能力をさらに高め、今年度の経験を土台により高い水準の意思決定と価値創出ができる人材へと成長できるよう、来年度も挑戦を続けていく。

## 5. まとめ

交通たび企画「めーぷる」は、「列車を走らせる」ことから「列車で楽しませる」ことへとスローガンを進化させた 2025 年度において、鉄道事業者や地域から「これまでにない列車の活用モデル」として評価されるプロジェクトへと成長した。

本活動では、マーケティング・財務管理・リスクヘッジ・ステークホルダーとの合意形成といった実務的能力を、17 名のチームが実践の中でともに学んできた。「実施を見送る」という経営的判断も、「代表不在体制」による組織承継の検証も、すべてが実践であるからこそその学びであった。

貸切列車という一つの媒体を起点に、めーぷるが追い続けているのは、移動そのものを観光目的へと変える「価値の再定義」という挑戦である。全メンバーがこの活動を通じて培った実行力・判断力・組織力は、来年度さらに深化し、鉄道や貸切の枠を超えて社会に価値を提案し続けられる力へとつながるはずである。

そして、この一年を振り返るとき、何より胸に響くのは、地域の方々・鉄道事業者・そしてイベントに参加してくださったお客様からいただいた「ありがとう」の言葉と、その笑顔である。私たちが前へ進み続けられたのは、紛れもなくその一つひとつの言葉と表情に支えられ、励まされてきたからに他ならない。同時に、鉄道会社をはじめ大変多くの方々のご協力なしには、どの企画一つとして実現することはできなかった。そのご厚意には、感謝してもしきれない。

そして何より、めーぷるの最大の財産は、メンバー同士がお互いの得意分野を認め、尊重し合いながら、一人では決して成し得なかったことを共に実現してきたこのチームそのものである。今後も、この仲間への敬意と、支えてくださったすべての方への感謝を胸に、より高い志を持って学びと挑戦を続けていく。

※本報告書の一部において、執筆プロセスの効率化および文章の構造化、誤字、脱字の確認を目的として生成 AI を使用しています。掲載されている活動事実および考察の主体はプロジェクトメンバーに帰属します。

※イベント参加者の個人情報保護の観点から、写真の一部を生成 AI によりイラスト化しています。