



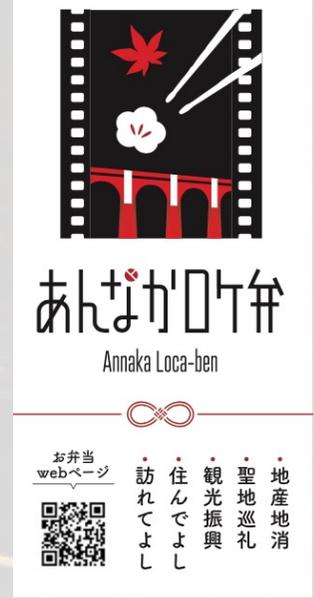
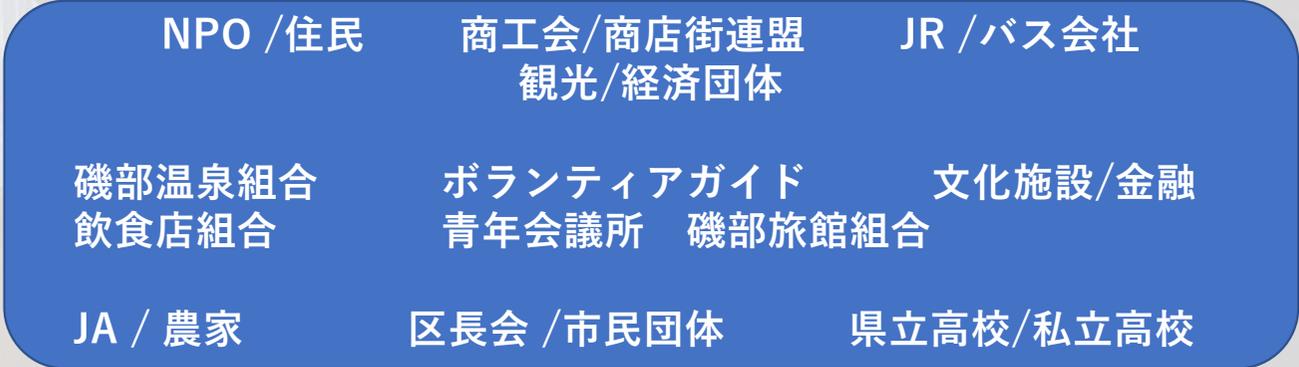
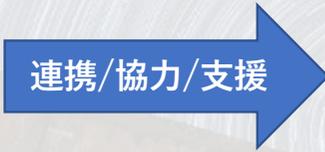
第2回 JR東日本地域共創アワード
鉄道文化遺産を活用した
「碓氷峠廃線ウォーク」高付加価値化の取組み

(一社)安中市観光機構





【安中版DMO概念図】 観光地域づくりを推進する組織 安中版DMO(Destination Management/Marketing Organization)



2018年9月 (一社) 安中市観光機構に入社

新卒で入社した都内の印刷会社を退職し、Uターン

2018年10月14日 碓氷峠 廃線ウォーク 第一回目を開催

着地型旅行商品としてDMO主体で企画・販売・ガイドを行う

2022年11月 累計参加者数5,000人を突破

年間1,000人以上が体験する旅行コンテンツとして定着した

2023年11月 ナイトコンテンツコンソーシアムを設立

観光コンテンツをハブにJR東日本 高崎支社と連携

2024年3月 MELODIC LIGHT WALK がスタート

プレオープン期間では、市内中学に通う親子に体験を提供

現在 持続可能な観光に関する
国際認証の取得に向け勉強中

◇ 2021年3月 第25回ふるさとイベント大賞「優秀賞」

◇ 2024年2月 「スポーツ文化ツーリズムアワード2023」文化ツーリズム賞 受賞



名称 弁当

廃線ウォーク 新・駅弁ひとり旅 140おぎのや

味付けご飯(米(国産)、しょうゆ、酒、みりん、昆布)、鶏肉煮、菊煮、椎茸煮、牛蒡煮、栗甘露煮、うずら卵湯煮、杏子甘煮、グリーンピース湯煮、しょうが酢漬、付け合せ(漬物)/調味料(アミノ酸等)、酸味料、酒精、保存料(ソルビン酸K)、甘味料(ステビア、甘草)、酸化防止剤(V.C)、漂白剤(亜硫酸塩)、ムラサキイモ色素、黄色5号、香料、(一部に卵・小麦・鶏肉・大豆・ごまを含む)

原材料名

内容量 420g

消費期限 右下部記載

保存方法 直射日光、高温多湿の場所を避けてください。

製造者 株式会社萩野屋 群馬県安中市松井田町横川297-1

駅弁 EKIBEN

栄養成分表示
【1食(釜めし400g・漬物20g)当たり】
エネルギー 756kcal
たんぱく質 21.6g
脂質 9.1g
炭水化物 143g
食塩相当量 4.9g
この表示値は目安です。

横川のまちに
汽笛は鳴り止まない

毎度お買上げ下さるまで、
ありがとうございます。
山の手にて風味豊かに調整しております。
おぎのやの御飯がおいしくいただけます。

消費期限

元祖 峠の釜めし

信越本線横川駅
峠の釜めし本舗 おぎのや

株式会社 萩野屋 群馬県安中市松井田町横川297-1
TEL:027-395-2311代表 http://www.oginoya.co.jp/

日本鉄道構内営業中央会会員
商標登録第1731043号
実新登録第3094454号
©はやせ淳・萩野寛・双葉社

群馬県安中市は、群馬県西部に位置し、東京から新幹線と在来線を乗り継いで最短90分。世界遺産「富岡製糸場」のある富岡市、峠を越えて長野県軽井沢町まで車で30分の距離。日本最大の鉄道遺産を有し、「峠の釜めし」が名物。現役の製糸工場。江戸時代の中山道の面影を残す町並み。明治・大正には財界人の避暑地として栄えた温泉地でもあります。

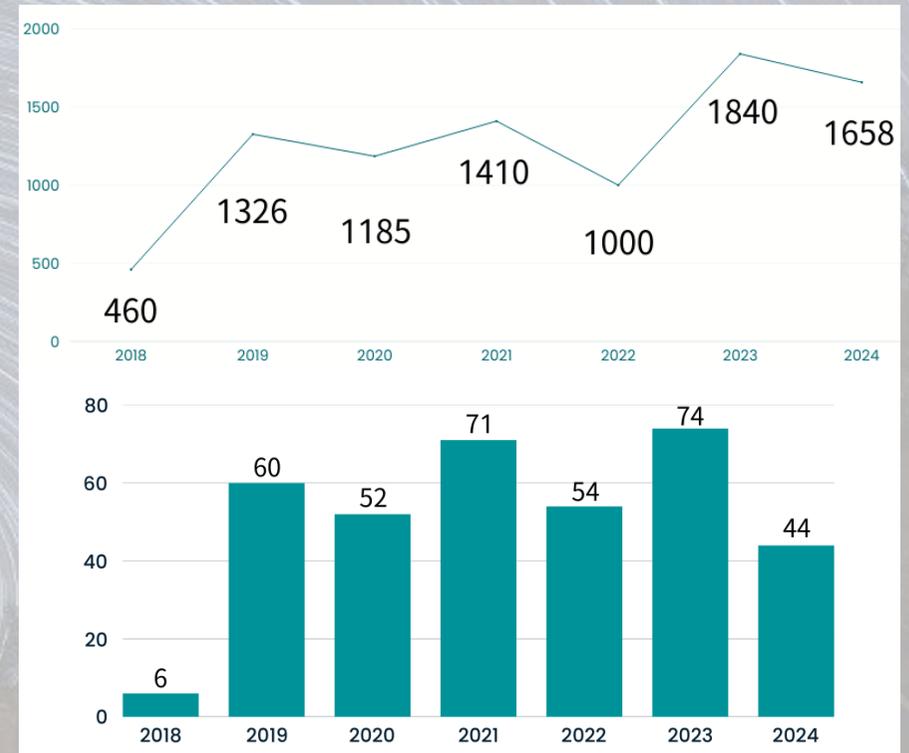


碓氷峠廃線ウォークのあゆみ



もうすぐ、累計10,000人に！！
そして見えてきた課題も・・・

〈年度〉	〈回数〉	〈人数〉
2018年	6回開催	460名
2019年	60回開催	1326名※1
2020年	52回開催	1185名
2021年	71回開催	1410名
2022年	54回開催	1000名
2023年	74回開催	1840名
2024年	44回開催	1658名※2（VTS旅行商品370人）



- ◇ ※1、10月の台風被害により一部通行不可に… ※2、8月末に土砂災害発生
- ◇ 実施回数、ガイド人数に上限があるという課題を解決するためにコンソーシアムを設立
- ◇ 現在累計＝8879名さまが碓氷峠廃線ウォークを体験。年間1200名が楽しむ看板商品に。

群馬県「ニューツーリズム創出支援事業」(2023年度)の支援を受けて・・・



廃線ウォークナイトコンテンツコンソーシアムを設立

〈地域課題〉

- ・コンテンツバリエーションが少ない。
- ・主要観光素材が昼の観光コンテンツのみ。
- ・販路開拓不足による販売チャネル不足
- ・歴史ある温泉地が存在するが、夜間消費が乏しい。
- ・各地域団体間の取組連携が乏しく、地域一体となった取組や相乗効果が生まれにくい。



没入体験型ナイトウォーク

MELODIC LIGHT WALK

- 時を越える旋律の光 -

既存コンテンツ「廃線ウォークの新たな付加価値活用」

- 収益の一部を鉄道遺産の修繕積立へ資金循環 (サステナビリティ)
- 今後増加する鉄道廃線の利活用モデルケース (サステナビリティ)
- 消費増進 (ナイトタイムエコノミー)
- AT需要対応 (ネイチャーウォーク)
- 観光を通じた歴史文化学習 (観光教育)
- デジタルコンテンツによる可変性 (リピート化)
- センサーによるインタラクティブな没入体験 (デジタル技術活用)

安中市役所 観光課



- 〈役割〉
- ・市有地の活用(廃線跡)
 - ・事業全体の業務支援
 - ・市公式YouTube ch、観光教育事業との連携等

(一社)安中市観光機構

(一社)安中市観光機構

- ・全体のマネジメント
- ・販売チャネル整備
- ・案内ガイドライン作成
- ・接客対応、安全管理等

JR東日本 高崎支社



- ・コンテンツ造成支援
- ・SL七タよこかわ号運行
- ・広報媒体掲載支援
- ・旅行商品販売支援

(一財)碓氷峠交流記念財団



- ・コンテンツ造成支援
→ナイトパーク、夜のトロッコ列車運行、ナイトキャンプ企画などで連携

碓部観光温泉旅館協同組合



- ・コンテンツ販売支援
→宿泊施設フロントにてナイトコンテンツの体験チケットを販売

(株)エイチ・アイ・エス



- ・コンテンツ販売支援
→総務省「地域活性化企業人制度」で市と連携、旅行好きへの広報支援

廃線ウォークナイトコンテンツ初年度実績 2427名が体験

3月 65名
4月 326名
5月 778名



6月 334名
7月 203名
8月 185名



9月 184名
10月 136名
11月 146名



12月 184名
1月 136名
2月 146名



2024.3.30～毎週末、日没後に開催
歩行距離：1.3km / 所要時間：60分
販売価格：大人3500円 / 子ども1500円



年代：50%以上が10代+20代
属性：45%以上がカップルor夫婦
居住地：50%以上が群馬県内在住



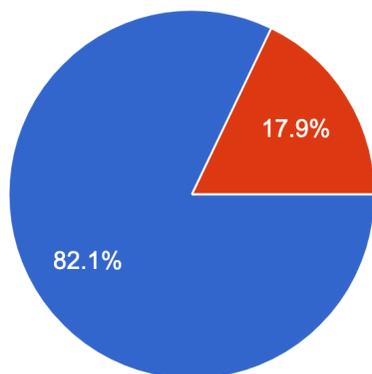
【マツコの知らない世界】2024.8.27放送
コンテンツバリエーションが増えたことで、
昼の廃線ウォークの認知拡大にも波及した。

碓氷峠を鉄道で越えた 104年の歴史を次の世代に伝える



今回の参加形態を教えてください

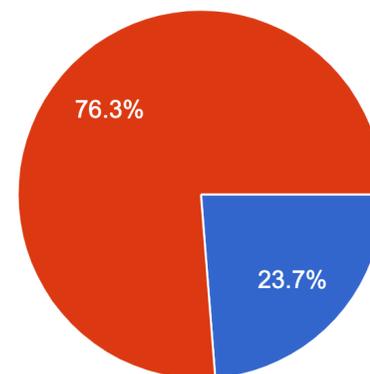
459 件の回答



● 日帰り
● 宿泊

峠の湯に入浴したor入浴する予定ですか？

459 件の回答



● はい
● いいえ

全体の約20%が宿泊をとまなっていることから、
500名分の宿泊が周辺エリアへ経済効果と考えています。

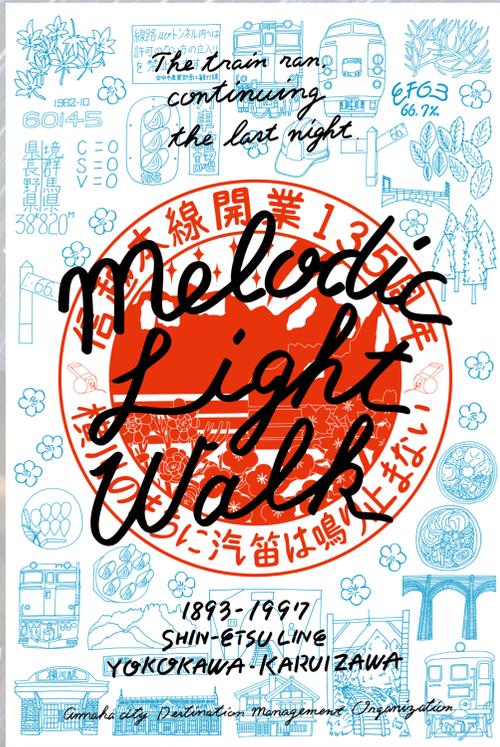
素泊まりとして、 $8,000円 \times 500人泊 = \underline{4,000,000円}$ 。

隣接する日帰り温泉施設の利用は全体の約20%となっており、
 $700円 \times 500人 = 350,000円$ 。またその半数が館内での食事を伴うため、
 $1,000円 \times 250人 = 250,000円$ 。合計 $\underline{600,000円}$ となっています。



廃線ウォークナイトコンテンツ経済効果

商品開発 / 雇用創出



廃線印を100枚テスト販売し、完売

印刷単価：約20円、販売単価：500円、利益率： $480円 \div 50,000円 \times 100 = 96\%$

フルタイム1名、アルバイト3名を新規雇用。



2024年4月、安中市の治水時に
新たな体験型サイトコンテンツが誕生した

課題の整理・・・中長期的な観光振興に向けて

売上の詳細分析（販売経路別、ターゲット層別など）

廃線ウォーク：OTA7割、団体旅行3割、鉄道好きor登山好き等マニア層が中心

MELODIC LIGHT WALK：OTA8割、団体1割、現地受付1割、カップルなどのライト層が中心。

→コンテンツバリエーションを増やしたことで、個々人の多様な趣味思考の受け皿を作ることができた。
また、ナイトタイムエコノミーを推進し、観光消費額、宿泊者数を増やすことを全体目的としている。

需要についての整理と課題

廃線ウォーク：テレビ、雑誌などのメディア露出後に予約が集中

MELODIC LIGHT WALK：インフルエンサーの投稿が再生数バズると予約が集中する

→マニア層に支持されるコンテンツ特性を活かし、顧客満足度をあげる取組にこれまで注力してきた。

その一方、世間一般に認知されるためのプロモーションをかけてこなかったため、経済効果に限界があった。



ANNAKA
CITY



課題の整理・・・中長期的な観光振興に向けて

商品についての整理と課題

廃線ウォーク：他社が実施する年数回のイベントより、商品としての完成度が高い

MELODIC LIGHT WALK：見るだけではなくインタラクティブな体験のため、他と比べて質が高い

→観光資源の質を高めるガイディングのために必要だった地域住民へのヒアリングが、結果として暮らす人にも訪れる人にも価値をもたらした。そこにも人区的限界があり、ガイドなしでコンテンツが成立するMELODIC LIGHT WALKは、代わりにインタラクティブ要素を入れ、廃線活用のニューモデルを目指して、企画した。

実施に必要なオペレーション工数や人工・経費の整理、リスク要素の整理と課題

廃線ウォーク：月一回のコース整備、4人体制、自然災害によるリスク

MELODIC LIGHT WALK：週一回のコース整備、4人体制、機械トラブル・野生動物出没によるリスク

→具体的には、ボランティア組織を形成し、月一回の作業でコース整備が完結するようになった。

活用するだけでなく、保全の仕組みをつくり、持続可能な観光を目指している。市内から参加するボランティアの方は、県外から参加する方との交流のなかで「住う誇り」を感じたそうで、うれしい出来事だった。



ANNAKA
CITY



体制づくりを仕組みづくりの大切さ



廃線を「保全する体験」の販売体制整備と、
「サポーター制度」を2022年秋からスタート



レール継目板の脱着、バラスト突き固め等、
体験商品として「JRE MALL」にて販売！



サポーターヘルメット購入→会員証の役割
毎月第一土曜に2時間ほど、汗を流します



廃線跡を活用した持続可能な観光と列車旅のパッケージを、インバウンド市場に展開し、さらなる地域共創を実現する。

1. コンテンツ内容（コンテンツ価値の見極め、提供時間、提供コース等）の見直し＝時間単価の向上を目指す
現状：インバウンドについては台湾市場を中心に捉えているが、欧米市場も視野に加えた上で実施検証を図る。
課題：年間売上が1500万円程であるが、インバウンド市場からの収益は10%に満たない。

2. 天候に左右されない提供コンテンツの開発

2024年度は土砂崩れの影響により売上減少に悩んだ。天候に左右される度合いの小さいショートコースや軽井沢発着コース、悪天候時向け装備・サービスの整備など、天候影響の少ないコンテンツの開発を実施する。

3. 季節を問わず需要を平準化させるナイトコンテンツの整備

ナイトコンテンツは需要が平準化しやすいことから、今後の売上拡大に期待がされる。
インバウンド向けの情報整備や、パッケージをつくって国内外にプロモーションを実施したい。

4. JR高崎支社と連携した海外プロモーションの実施

台湾の旅行会社へのオンラインツアー、JRグループの旅行会社との連携を図り、商品造成を行いたい。

わたしたちが高付加価値化と共に大切にしていること



地域共創を「持続可能な観光」で実現し、
「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進する。

峠の鉄道の歴史は人の歴史だった



知ることから、始まる



訪れた人の学ぶ機会があることが、
住う誇りにつながる



見える風景、聞こえる音や。
出会う人、身近な人、
いま、あるものも大切に・・・

お客様に提供したい体験価値および価値観



第二の故郷として、大切にしたい場所として・・・

ファンになってもらい、いまの地方創生の在り方を実現したい。

峠の鉄道の歴史は、これからも人の歴史だ



体験を通して知って、自らの足で歩くことで、
その歴史の1ページになる



体験代金の一部は、
鉄道遺産の保全費用として、地域に還元される



自分のルーツを大切にして故郷や、思い出の場所に、
列車に乗って、出かけよう・・・！



持続可能な観光と、地域共創を実現するパートナーとして

JR東日本が地域とともに磨き上げた 観光コンテンツを紹介！



ローカル線である信越本線の認知度向上
首都圏から行きやすく、気軽に参加できる環境の構築

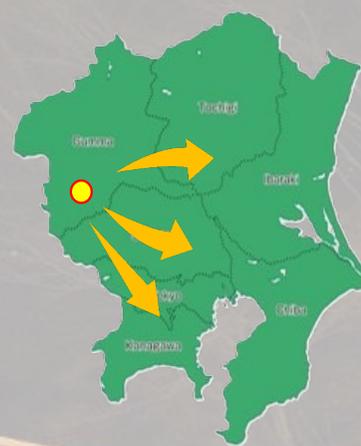


信越線・北陸新幹線の鉄道利用増加
JRグループの旅行商品の販売増
地域へ人が行くことで地域が潤う



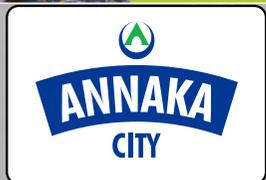
地域の皆さまとJR東日本グループのさらなる発展へ

課題を解決しながら長期的に価値をお届けしていく



廃線ウォークの商流拡大

(一社)安中市観光機構



びゅうツーリズム&セールスによる
エスコート旅行商品造成

大人の休日倶楽部
会員向けツアー情報を掲載



JRE MALL ふるさと納税
「廃線ウォーク」を出品

JR東日本公式メディアサイト
JRE MALL Mediaで紹介

JREMALLチケットでの販売
に向け、出店準備中！！



持続可能な観光地域づくり

2024年8月、台風による土砂流入被害

東日本鉄道文化財団



支援事業として推薦

JR東日本高崎統括センター

- ・台風被害を受けた廃線ウォークの復旧工事
- ・碓氷峠越えの人々の思いを記録する
ドキュメンタリーフィルムの制作

信越本線 横川ー軽井沢間 鉄道遺産保全事業

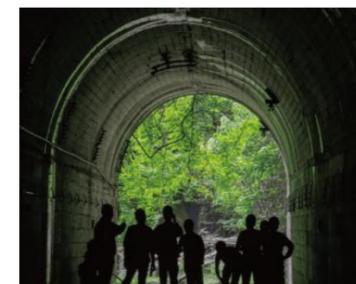
2025年度 支援決定

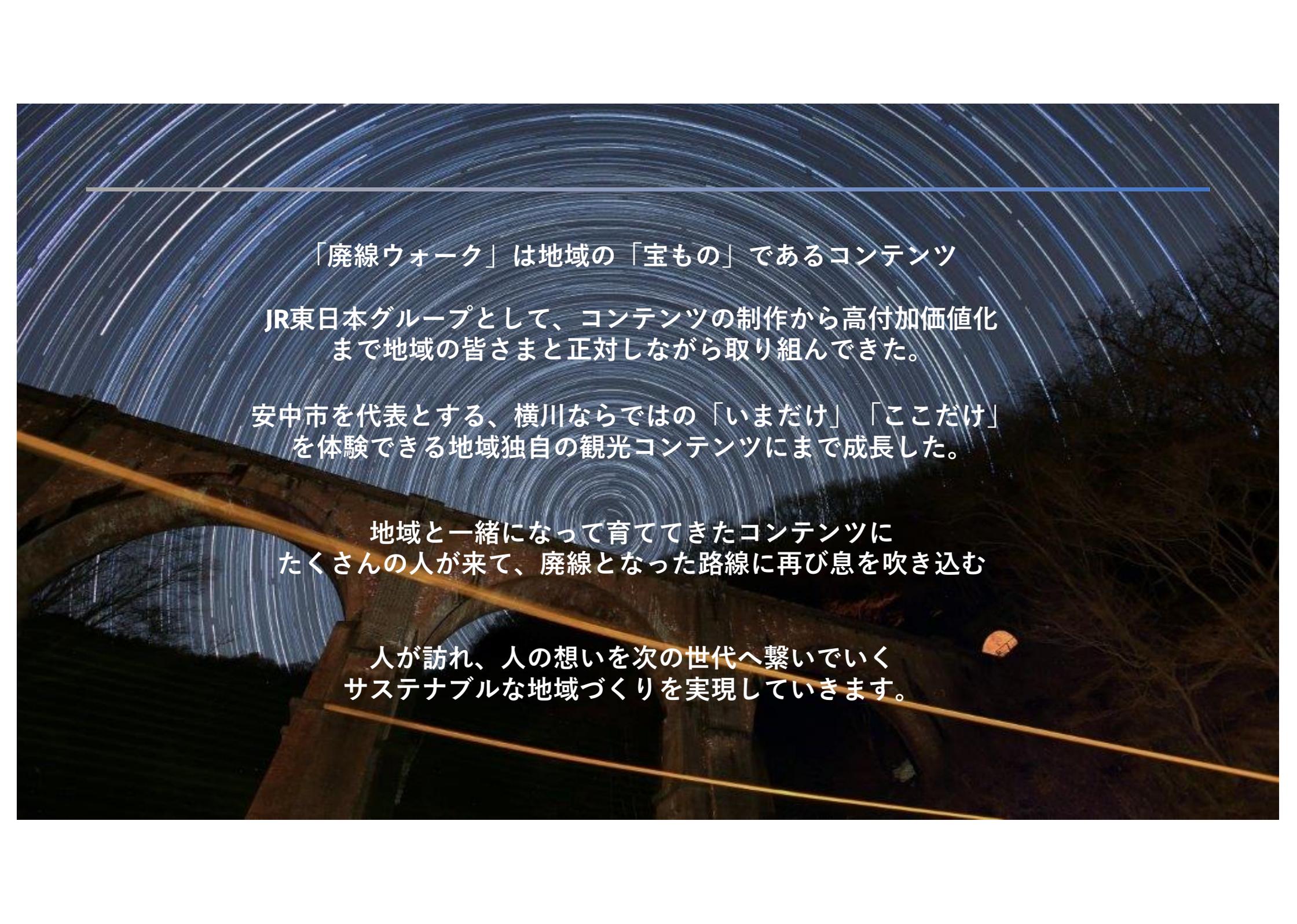
貴重な鉄道遺産を保全し未来へ繋げるため、
JRグループの総合力を挙げて人々の想い、
歴史、コンテンツを守り、育てていく。

信越本線 横川ー軽井沢間 鉄道遺産保全事業
(群馬県 安中市)

2024年8月末の台風で被災した信越本線新線廃線跡に堆積した土砂や流木の重機での撤去やバラストの補充、整地、橋梁手摺の修復などの復旧工事及び碓氷峠越えの証言の映像記録の制作を行う事業に対し助成を行う。

※鉄道文化の継承・活用への助成





「廃線ウォーク」は地域の「宝もの」であるコンテンツ

JR東日本グループとして、コンテンツの制作から高付加価値化まで地域の皆さまと正対しながら取り組んできた。

安中市を代表とする、横川ならではの「いまだけ」「ここだけ」を体験できる地域独自の観光コンテンツにまで成長した。

地域と一緒に育ってきたコンテンツに
たくさんの方が来て、廃線となった路線に再び息を吹き込む

人が訪れ、人の想いを次の世代へ繋いでいく
サステナブルな地域づくりを実現していきます。