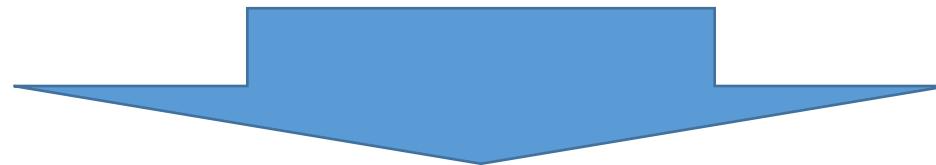




J Rきのくに線・チャレンジイヤー2025～ のご提案

和歌山大学紀伊半島価値共創基幹“Kii-Plus”
西川 一弘（文責）

きのくに線南部の輸送密度1000人問題



紀活協・新宮白浜区間部会／輸送密度目標

チャレンジングな取組も展開

(駅マルシェ・サイクルトレイン・津波対策等)

ウエストエクスプレス銀河の地元おもてなし



ローカル線のチャレンジをきのくに線で実施

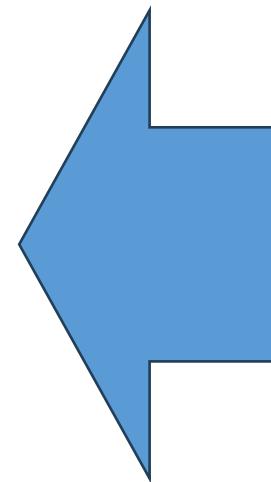
2、目指す姿（理念）

- ✓ローカル線のチャレンジを学ぶならきのくに線
- ✓国等の支援スキームを試行するならきのくに線
- ✓機先を制し、ローカル線をプレゼンスを高める
きのくに線へ

2、目指す姿（KPI）

✓特急くろしお（特急）乗車人数 410人→1040人へ
（2007年度水準に／+630人）

年度	2026			
輸送密度				
乗車人員 (1日あたり)	全列車 ※1	特急列車		
		下り※2	上り※2	計
新宮※3	1,290		240	240
紀伊勝浦※3	720	140	310	450
太地	160	0	20	20
古座	260	0	30	30
串本	450	20	190	210
周参見	200	0	50	50
白浜	910	40		40
計	3,990	200	840	1,040



2023			
935			
全列車	特急列車		
	下り	上り	計
828		105	105
324	77	108	185
91	0	13	13
107	0	13	13
250	3	63	66
98	1	11	12
626	16		16
2,324	97	312	410

2、目指す姿（理念）

●三つの「てみる」でチャレンジする

※川北秀人氏提唱

①決めてみる

②やってみる

③ダメならやり直してみる

3、きのくに線の+630チャレンジ（全体）

施策名と施策内容のメニュー	人数	役割分担(例えば)
①鉄道利用促進補助金利用による増加(普通も含む) →利用する学校などに対する補助金	1日15人とすれば年5475人	部会による補助金執行 (継続)
②特急くろしお増便実証による純増 →JRによるダイヤの調整が必要となるが増便による実証 →増便実証分の乗車促進キャンペーンの展開(トップセールス等)	1日80人とすれば年29200人	JRによる増便(本日議論) 部会によるCPの展開
③トク特チケットレスの設定による純増 →紀南の移動に安い切符の販売	1日30人とすれば年10950人	JRによる切符造成(済)
④大阪・関西万博への訪問者(WEB早特7チケットレス特急券) →紀南地域から特急くろしおを使って万博に行く →各事業者や機関へのPR活動	1日30人とすれば年10950人	JRによる切符造成(済) 地元事業者によるPR、営業活動
⑤プラスワントリップ・和歌山満喫パス2(8500円)利用 →パスを利用した旅客の誘客	1日30人とすれば年10950人	JRによる切符造成と告知 (済)
⑥赤い風船「行っトク♪南紀」による純増加 →本プランを利用者旅行客の誘客	1日30人とすれば年10950人	日本旅行によるプラン造成と告知(済)
⑦WESTERポイント超特典チケットレスによる純増 →本切符を遣えば大阪～新宮の特急券が「590」ポイント	1日30人とすれば年10950人	JRによる施策(済)
⑧鉄道を生かした列車イベントを通じた鉄道非利用者層の取り込み →有名人ときのくに線をコラボした旅行プランの造成 →日本酒や観光資源を連携した鉄道ならではの旅行プラン造成	1日30人とすれば年10950人	JR・部会・和大連携の新しいイベント列車造成 (本日議論)
⑨WESTEXPRESS銀河の運行 →期間限定であるがWESTEXPRESS銀河運行による利用増 →おもてなしは別途受け入れ協議会を軸に実施	1日50人(平均)とすれば年18250人	JRによる造成(済) 受け入れ協議会によるおもてなし実施

3、きのくに線の+630チャレンジ（全体）

施策名と施策内容のメニュー	人数	役割分担(例えば)
⑩ 駅カード(or駅切符)の作成・配布による純増 →きのくに線のファンづくり(特に鉄道ファン層向け)	1日15人とすれば年5475人	和大(きのくにC)によるグッズの造成(検討) 観光協会などでの配布
⑪ 市町村出張における特急くろしおの利用 →市町村から和歌山市内・大阪方面への個人・2名出張の利用 →中期的には和駅での共通シェアカーがあると便利!?	1日20人とすれば年7300人	市町村による出張利用
⑫ 県庁系会議の特急くろしお&和歌山バス接続パターンダイヤ化 →県庁での会議開催をくろしお接続とする	1日10人とすれば年3650人	県による会議時間パターン化
⑬ 「95対5運動」の促進による地元利用 →100回移動するなら、その5回は鉄道を使ってみよう運動 →WESTER登録会の実施、広報誌や雑誌での新しい移動の価値発信	1日30人とすれば年10950人	部会による情報発信 (広報誌・広報媒体) JRによるWESTER登録会
⑭ 二次交通との接続による地元利用 →二次交通接続時刻表や他の交通機関と統合した時刻表作成	1日15人とすれば年5475人	市町村(交通計画)による作成と発信
⑮ 既存イベントにおける鉄道接続の告知化を通じた地元利用 →市町村の集客系イベント・事業に必ずきのくに線接続情報を入れる →できれば開始時間なども鉄道時刻に合わせる(中途半端な時間) →統一したロゴマークなどで発信することも!?	1日30人とすれば年10950人	市町村のイベント発信にきのくに線アクセス入れる &開始時間も接続化
⑯ 定期券補助による通勤・通学利用(普通も含む) →特急を利用する通勤・通学促進	1日10人とすれば年3650人	部会や市町村による支援メニュー作成
⑰ サイクルトレインのPR強化による誘客 →サイクルイベントや日常利用(買い物)のPRによる誘客 →WAKAYAMA800の継続的な連携によるPR	1日15人とすれば年5475人	JRや県・部会によるPR

3、きのくに線の+630チャレンジ（全体）

施策名と施策内容のメニュー	人数	役割分担(例えば)
⑱きのくに線「駅マルシェ」新宮～白浜間での開催 →既存の駅舎活用取り組みのキャンペーン化 →イベント型「駅マルシェ」の開催	1日15人とすれば年5475人	部会主催のイベントして実施
⑲宿泊や観光における鉄道利用限定プランの造成 →鉄道を利用した人にノベルティを配布する限定のプラン造成 →鉄道を利用した人に割引を行う商品プランの造成	1日15人とすれば年5475人	市町村から地元事業者への協力依頼 部会によるノベルティ作成
⑳きのくに線自体を観光資源と位置付けたPR →県外・関西圏・中京圏・首都圏向けの特別冊子によるPR (事例としては只見線など)	1日20人とすれば年7300人	JR・部会・和太による冊子の編集と作成
㉑きのくに線“謎解き”ゲームの実施 →謎解きキット作成により、きのくに線への誘客を図る	1日10人とすれば年3650人	和太による作成と展開
㉒インバウンド需要の純増加 →インバウンド向け観光PR機会にきのくに線自体の魅力を伝える →インバウンド向けのPR資料にきのくに線アクセス情報を入れる	1日100人とすれば年36500人	県によるインバウンド施策との連携

→上記を踏まえて「630人/日」

※当然、各取り組みが重なってくることは想定される(満喫パスを使ってイベントに参加し、鉄道宿泊プランを使うなど)。
→このような場合も想定されるが故に、目標値以上の取り組みが重要となる。

※期間限定のイベントもあるので、終了分の補完も継続的に考える必要がある

※本日の部会で議論、表明される施策については未掲載。他にも検討している施策があることに留意