

鉄道ファンである観光客と地域との関わり － 札沼線新十津川駅における観光交流 －

安 本 宗 春

本論文は、観光客の中でも鉄道ファンに着目し、地域との関わりについて検討することが目的である。観光客の中でも目的意識が強いファンのような場合、定期的な訪問により人々との交流や地域産品等の購入を通じて地域と関わろうとする。一方でファンを地域の応援者としてとらえ、地域が一体となり地域振興に結び付けようと取り組みを模索することがある。また、鉄道は、鉄道そのものを目的とした観光客もいる。そして、「鉄道ファン」として社会的にも認知される存在となった。鉄道路線の知名度、路線距離の長さ利便性などを問わず、鉄道ファンの受け入れを模索する地域もある。それは、鉄道ファンが、鉄道の魅力探究や地域と関わる機会を創出する地域振興ともいえる。本論文は、札沼線終着駅でもあり2020年の廃線決定以前から鉄道ファンと地域との交流があった札沼線新十津川駅（北海道新十津川町）を事例として考察する

keywords：鉄道ファン、地方鉄道、観光資源、地域交通、観光行動

目 次

- | | |
|-------------------------|----------------------------------|
| 1. はじめに | 3.2.2. 寺子屋 |
| 2. 鉄道ファンである観光客と地域との関わり | 3.2.3. しんとつかわ駅市 |
| 2.1. 観光客とファン | 3.2.4. 空知中央病院 |
| 2.2. 鉄道サービスの特徴と鉄道ファン | 3.2.5. 新型コロナウイルスの感染拡大と
札沼線廃線後 |
| 3. JR北海道札沼線 | 4. まとめ |
| 3.1. 札沼線の概要と新十津川町での利用状況 | |
| 3.2. 鉄道ファンと新十津川駅 | |
| 3.2.1. 新十津川駅舎の活用 | |

1. はじめに

本論文は、観光客の中でも鉄道ファンに着目し、地域との関わりについて鉄道を事例として検討することが目的である。

観光客の中には、趣味の探求や自己実現が行動目的として、観光対象に対する価値を支持し理解や関わりを深めていこうとする場合がある。欲求実現に向けた意識やモチベーションが高く、地域の状況に観光客自身が対応しようとする。こうした観光客の行動特性は、ファンと考えることができる。ファンは、商品開発などから検討されるものの、彼らの行動目的が、場所への定着性が高い資源を目的とし、地域間の移動が生じる場合、観光行動として考えることもできよう。

鉄道は、地域間移動を提供する輸送サービスである一方で、鉄道そのものに魅力や価値を支持する人がある。そうした鉄道に興味関心を持つ人々は、「鉄道ファン」として社会的にも認知される存在となった。そうした鉄道ファンの中でも、日常生活圏から移動し鉄道の魅力や価値を探究する人々は、観光客の一環として捉えることもできる。つまり、鉄道は公共交通であることと合わせて、人や地域との結びつきを創る機能を有している。

こうした事例として本論文では、2020年に廃線となった北海道新十津川町を事例として考察する。この理由は、札沼線終着駅でもあり廃線決定以前から鉄道ファンである人々と地域との交流があったからである。以下では、鉄道ファンである観光客と地域との関わりについて考察し、JR北海道札沼線の新十津川駅を中心とした実態調査¹と廃線後の動向からの考察を述べる。

2. 鉄道ファンである観光客と地域との関わり

2.1. 観光客とファン

観光客には、観光対象に対する価値を支持し理解や関わりを深めていくことを目的に行動する人々もいる。こうした観光客は、趣味の探求や自己実現が行動目的であり、欲求実現に向けた意識やモチベーションが高い。それゆえ、現地までの交通状況や地域住民の受け入れ環境などの利用ハードルが高くても、その状況に観光客自身が対応しようとする。こうした観光対象が持つ価値を支持する観光客は、ファンの一環と考えることができる。

ファンは、様々なモノ（キャラクターやグッズなど）や無形のサービスなどを強く興味関心を持つ人々である。ファンに関する議論は、企業側の視点から、商品販売のあり方などの視点で検討されることが多い。上田(2007)は、『『ファンになる』とは、ある特定の他者やモノ・サービスなどの『応援者となる』ことであり、『応援する』という行為は、通常よりより良い状態へ向かうように、精神的・金銭的・人的、すべての面においてサポートする²と述べ、特定の他者やモノ・サービスを応援する人であることを指摘している。佐藤(2018)は、ファンについて「企業やブランド、商品が大切にしている『価値』を指示してくれる人」³と定義し、ファンを核とする事業展開の必要性を指摘している。つまり、ファンは、特定の商品・サービスに対して興味関心を持ち支持をする応援者としてもとらえることができる。こうした対象に対してファンが、①何らかの形で利用・消費、②様々な人々と同じ空間の共有、③SNSなどを用いた情報発信と交流、をすることにより満足度を高めている。

その中でもファンが、日常生活圏から移動し活動を展開することは、観光行動の一環として捉えることもできる。あわせて、ファンの興味関心を持つ対象が、地域への定着性が高く資源は、観光資源と位置付けることができる。上田(2007)は、ファンの行動に応じた分類を試みた中で、「体験型ファン・コミュニティ」について「特定の場所や体験に対して魅力を感じる」⁴とたうえて、「現地の人やファンの間における双方向コミュニケーション生み出す仕組みを設ける」⁵ことはファンの高揚や意識を高めていくうえで重要であるとしている。観光行動の視点からファンの行動分類を検討すると、より深く探求し自身の意識や効用を高めていくことを目的に、地域との関わりを持ち現地状況に適応しようとする場合がある。そして、定期的な訪問により地域の人々と関わることや当該地域の特産品等を購入することなどにより、ファン自身の参加意識を高めていこうとする。一方でファン地域の応援者としてとらえ、地域が一体となり地域振興に結び付けようと取り組みを模索することがある。

観光客の中でもファンのような目的意識がある場合、地域住民は、彼らの訪問を機にかけ関わりを模索する場合もある。こうした取り組みが発展していくと、ファンである観光客の高揚感を高めつつ、地域振興にも結び付く場合がある。それは、ファンである観光客同士、ファンである観光客と地域との関わりが実現できる可能性を有している。

2.2. 鉄道サービスの特徴と鉄道ファン

鉄道は、地域間移動を提供する輸送サービスである。鉄道利用者の目的は、余暇・レジャーで利用から沿線住民の日常生活や仕事などで、地域間を移動することにある。その一方で、鉄道も存在そのものに興味関心を持つ「ファン」とされる人々が、社会的にも認知される存在となった。「平成の新語・流

行語辞典」の著者である米川(2019)は、「鉄ちゃん」について、「鉄道ファン、鉄道マニア。もともとは国鉄マン、鉄道マンのことで、そこに努めている職員を示す」⁶と1998年の項目の中で解説している。その後、女性の鉄道ファンは「鉄子」という言葉が定着した。米川(2019)は、同様に「平成の新語・流行語辞典」の中で「鉄子」について、「女性鉄道ファン。『女子鉄』『道ちゃん』とも言ったが、最近は『鉄子』が一般的になった」⁷と2007年の項目の中で解説している。このように、輸送サービスの中でも鉄道は、その価値を支持するファンが社会的にも認知される存在となった。なお、本稿では、「鉄ちゃん」や「鉄子」といった鉄道に対して興味関心を持つ人々を鉄道ファンとして検討する。

鉄道ファンからみて鉄道は、その魅力の価値を支持し興味関心を持つ共通の対象である。その中で、鉄道ファンである人々の行動を俯瞰すると、鉄道に対して持つ興味関心の領域は、多岐にわたっている。例えば、来住(2019)は、鉄道に対する興味関心は、撮り鉄や乗り鉄など、人それぞれとしつつも「鉄道好きなら、興味や関心の強さに濃淡があっても、『走っている電車を眺めるのっていいよね』とか『駅にいただけで楽しい』という気持ちは同じでしょう」⁸と述べている。また、鉄道に対して示す趣味・関心の分野は、ひとつに特化する人から、複数に横断する人までさまざまである。また、鉄道ファンは、利用者だけではなく、鉄道の存在に対して価値を示す人々がいる。鉄道は、輸送サービスでありながら、その利用者以外の人々も間接的にかかわる要素を持つことがあげられる。

鉄道ファンの中でも、鉄道利用した地域間移動過程や鉄道と地域を関係づけるもの、などを求めて日常生活圏から移動し活動を展開する人々は、観光客の一環として捉えることもできる。鉄道利用した地域間移動過程では、ドアツードアの移動と異なりいくつかの地域の駅に停車し人々の乗降があることや駅弁や飲み物、車窓からの景色や車内販売、それぞれの車両に乗り込むこと、などがあげられる。また、鉄道と地域を関係づけるものとしては、駅舎や鉄道沿線の雰囲気作り、地域の紹介と関連するイベントなど、があげられる。こうしたことを求めて、各地へ移動する鉄道ファンは、観光客の要素を兼ねそろえているといえる。そして、日本の鉄道は、定時運行に対して人々からの信用度が高く、運行情報の収集に対するハードルが低い。このように、様々な視点から鉄道の魅力を探究できるところに、鉄道ファンが価値を示すのである。鉄道ファンは、各々の対象となるコンテンツの知識や情報の交換や共有を通じて、彼らの意識を高めるものとなる。

知名度、路線距離の長さ利便性などを問わず様々な鉄道路線の中でも、鉄道ファンの受け入れを模索する地域もある。そうしたことは、鉄道ファンである観光客が、鉄道の魅力を深める機会となり、継続的に地域に関わり、さらには何らかの形で応援しようとする場合がある。そうしたことは、鉄道ファンが、鉄道の魅力探究や地域と関わる機会を創出による地域振興ともいえる。以下では、2020年5月に廃線となったJR札幌線と終着の新十津川駅について検討する。

3. JR北海道札幌線

3.1. 札幌線の概要と新十津川町での利用状況

札幌線は、石狩川西岸地域開発、沿線の月形町と沼田町にある炭鉱の石炭輸送を目的に、札幌市と沼田市を結ぶ鉄道路線(桑園駅～石狩沼田駅)である。しかし、輸送量の減少等から1972年に石狩沼田駅から新十津川駅間が廃止された。2020年5月まで札幌線は、新十津川駅(新十津川町)を終着駅とする全長76.5kmの路線であった。

札幌線の中でも札幌近郊の桑園駅～北海道医療大学駅は、電化と一部区間の複線化による輸送力向上を図り、3両～6両編成の電車が1時間に3本程度の運行している。それに対して、北海道医療大学駅から新十津川駅間は、非電化区間で一日数本の運行と輸送改善はなかった。少ない運行本数でも減便が進められ、2016年3月のダイヤ改正により浦臼駅～新十津川駅間が、1日1往復となった⁹。その後、JR北海道

は、2016年11月に北海道医療大学前駅から新十津川駅間の47.6kmを維持困難な線区とし、沿線4町の合意を得て2020年5月7日の廃線を決定した。これにより、地域輸送としての機能が小さくなった一方で、廃線決定を契機に多くの人々が注目し訪れるようになった。

2016年以前も新十津川駅を利用する人は、新十津川駅近隣に住む高齢者が空知中央病院への来訪者と非常に限られている。駅舎の中には何もなく、壁にはいたずら書で汚れ寂れていく状態が進んでいった時期もあった。それでも、廃線の決定以前から鉄道ファンが訪れていたことや駅があり寂れていく様子を見た地域住民は、何か出来ることを模索するようになった。ダイヤ改正による減便から、地域住民が通勤や通学、買い物や通院などでの利用が困難となっても、町中であることから少し気にかける人々ができた。そうした住民組織は、「新十津川駅を勝手に守る会」と称し、新十津川駅を活かし、駅の活性化を目指す取り組みをしている。そして、演奏コンサートや冬季にアイスクャンドルを展示といったイベントの企画・実施や清掃活動などを行っている。

新十津川町は、2016年3月26日のダイヤ改正時に3往復から1往復（浦臼駅から新十津川駅間）と減便しことを受け、「日本一早い最終列車が発発する終着駅」¹⁰をPRとして活用していた。日本一となり北海道内外を問わず、鉄道ファンである観光客が増加した。そうした様子を見て新十津川町の人々の中には、「せっかく来てもらったからこそ、楽しんでもらおう」という想いをもち、活動が活発になったともいえる。1日1本というダイヤは、札幌から乗車する場合に朝6時台の列車に乗車し、石狩当別駅より新十津川駅行きに乗り換える必要がある。同様に、新十津川駅10時発の列車に乗車する場合、新十津川駅もしくは近隣地域に宿泊していなければ利用することができない。乗車することが困難な運行ダイヤでも、鉄道ファンである観光客は現地の状況に合わせて全国から訪れている。JR北海道は、観光客を中心とした利用者からの意見を受け¹¹、2018年3月17日のダイヤ改正で新十津川駅出発時間を9時40分から10時00分に変更し、新十津川駅で折り返し列車の利用客は、滞在時間が12分から32分と伸びた。

新十津川町の地域おこし協力隊が自主的に集計した新十津川駅の降車数は、2019年10月から2019年12月の平日の平均降車数が20.8人、土日祝日が54.2人であった。一方、JR北海道は2014年～2018年の5年平均の乗車人員1日平均は、11.4人¹²である。廃線が決まった最後の冬とそれ以前であるといった時期的な問題、集計者が異なることから、両者の旅客数を同一的に比較することはできない。しかし、2016年ダイヤ改正による減便以降、旅客が増加傾向であることは、新聞記事や筆者のヒアリングなどから確認することができた。これは、鉄道ファンを中心とした人々から注目され、メディアなどで取り上げられるようになったからである。ここからJR北海道がダイヤ改正により1往復となり廃線を発表としても、札沼線を利用して新十津川駅に訪れる鉄道ファンである観光客の存在が確認できる。

3.2. 鉄道ファンと新十津川駅

札沼線を利用し新十津川に訪れる観光客である鉄道ファンは、①乗ってきた列車で折り返す、②新十津川町役場まで歩き函館本線滝川駅方面に向かうバスに乗る、という行動が多い。彼らは、新十津川駅到着後、駅周辺を散策し、鉄道が存在する地域としての視点から新十津川の魅力を探そうとしている。それは、後述する寺子屋のスタッフや園児たちの見送りなどを通じた出会いなどがあげられる。地域側からの視点で見た場合、鉄道路線の存在は、新十津川町の存在を全国へ情報発信する素材にもなっているのである。そうしたことは、札沼線を通じて地域と鉄道ファンである観光客との関わりを創出する要素となっている。

札沼線の減便や廃線日が決定しても、列車は毎日運行するとともに、全国から観光客が訪問している。特に廃線が正式に決定し、残り限られた運行期間に、本格的な観光客の受け入れ態勢が整備されてきたという現状がある。当初の廃線予定日は、鉄道路線の廃線前に多くの人々に利用してもらうことを目的に大型連休後の5月7日としていた。あわせて、1日1往復からの増便、車両増結を図るなどの取り組みが

計画されていた。しかし、新型コロナウイルス感染拡大により、4月16日に緊急事態宣言の対象が全国に拡大された。これを受け、JR札沼線のラストランが、2020年4月17日に前倒しとなった¹³。

3.2.1. 新十津川駅舎の活用

札沼線で新十津川駅に到着した鉄道ファンである観光客は、①列車や駅舎等の写真を撮影する、②駅に設置されているスタンプを押す、③空知中央病院が管理している「新十津川駅ノート」に到着の記録を残す、など、新十津川に到達した様子等を何らかの形で記憶・記録に残そうとしていた。

この「新十津川駅ノート」は、空知中央病院が管理し、その内容を同病院のホームページに掲載している。廃線後も駅舎に設置し、空知中央病院が管理している。その掲載内容から、廃線以降も全国各地から新十津川駅に訪れていることがわかる。そして、駅舎内にあるベンチは、寺子屋のスタッフが手編みの座布団を創り置いている。小さな駅舎で無人駅であった期間が長かったものの、地元の方たちが大切に管理してきたことがわかる。こうしたことは、鉄道ファンである観光客同士と地域との関わりを創出する取り組みでもある。

新十津川町では、かつて駅員が切符等を販売していた対面窓口を再活用し、2018年4月27日より新十津川駅舎内に観光案内所を設置した。これは、1986年に無人駅となって以降、対面窓口をふさいでいた掲示板を撤去して設置したものである。それにより、32年ぶりに列車の到着と出発時に人がいる駅となった¹⁴（図表3-1）。JRの乗車券類の発売はなく、終着駅到達証明書やグッズ、記念品等の販売、観光案内といった業務が中心である。また、列車の出発時には、列車を撮影する観光客とともに「札沼線ありがとう」の横断幕を持ち見送りを実施している（図表3-2）。

2020年4月17日のラストラン以降の新十津川駅舎の観光案内所は、休業をした。そして、北海道の休業要請が緩和された5月26日より営業を再開した。観光案内所では、終着駅到達証明書やグッズ、記念品等の販売をしている。ただし、観光案内所は、2020年9月30日で営業終了予定となっている。このように、鉄道の存在を活かし、鉄道ファンである観光客と地域との関わりを模索した取り組みを展開していることがわかる。



2019年12月29日 筆者撮影
図表3-1 新十津川駅車内の窓口



2019年12月29日 筆者撮影
図表3-2 列車見送りの様子

3.2.2. 寺子屋

寺子屋は、2012年の冬に8人ほどのメンバーが中心となり、一人暮らしの高齢者が集まれるような喫茶店をコンセプトに開業した（図表3-3）。近所に住む70代～80代後半の5、6人が、雑談やカラオケ、囲碁などを楽しむ、地域住民の憩いの場として発展してきた。この一方で、札沼線の終着駅を目指して訪

れる鉄道ファンである観光客も多い。新十津川駅舎にトイレが無いことから、寺子屋でトイレを整備した。また、そうした利用者に食事等ができるようにと態勢を整えた。こうしたことは、札沼線を利用してくる人を受け入れたいという気持ちから始まったとされている。

寺子屋に訪れる鉄道ファンである観光客は、列車の到着から出発までの間に多い。彼らは、札沼線の様子を観に来る人や、寺子屋をSNS等で知りその様子の見学に来ること、寺子屋のスタッフとの関わりを目的に訪れる。こうしたものも、鉄道ファンと地域との関わり憩いの場となってできたものでもある。

寺子屋には、新十津川駅に設置しているスタンプとは別の絵柄のスタンプを設置している。また、2016年頃より、カウンターで鉄道グッズの販売を開始した。そうした様子は、訪れた人々がSNSなどによる情報発信を通じて拡散され、多くの人々が訪れるようになった。そして、訪問者の増加に合わせて、鉄道グッズの種類と売り場スペースが拡大した。また、鉄道グッズを販売するカウンターの色を札沼線の車両（キハ40）と同色にした（図表3-4）。その一方で、メンバーのほとんどが年齢等を理由に引退し、運営に直接携わっているのは一人である（廃線時）。そのスタッフも、年齢を重ね代わりのとなる人がいない。このため、定休日（月・水曜）以外に、休めない状態である。それでも、「鉄道が運行している限り全国各地から来訪者がいる。遠方からせっかく来てもらったのに店が休業では気の毒である」という理由から営業を継続している。



2019年12月27日 筆者撮影

図表3-3 寺子屋の外観



2019年12月27日 筆者撮影

図表3-4 寺子屋店内の様子

3.2.3. しんとつかわ駅市

新十津川町の振興公社は、新十津川駅前地元企業が提供したプレハブの建物で簡単なお土産物販売を実施した。利用者は、一日の利用者のうち3分の1程度であり、客単価は600円程度である。札沼線関連のグッズや地元で製造されたお菓子などを販売している。こうした地元特産品と合わせた企画商品の展開は、廃線が決まって以降である。

その中でも、札沼線の入場券や缶のお菓子など、札沼線に乗ってきたと感じられるものの売れ行きが良い。そして、お菓子や日本酒が多い。これは、新十津川町が酒米の産地であり、それを活かして製造したお菓子やお酒を販売していた。

3.2.4. 空知中央病院

院内のスタッフをはじめ、地元の新十津川農業高校の協力により、病院の周辺から新十津川駅方面に花壇整備を行った。これは、新十津川駅を含めた周辺環境の改善を図り、病気の患者を抱えている病院の雰囲気をもくし、賑わいを創ろうとすることが目的である。背景には、利用者が減少して寂れてい

く駅舎が病院の患者のように見えたからである。その様子について、『『二百人の患者様が明日来るのが楽しみになるようなそんな環境を全員で作ろう』と実践していたのですが、『終着駅は始発駅、駅も二〇一番目の患者様として、華やかに艶やかに飾りお化粧しよう』¹⁵として開始した。

また、空知中央病院の院内保育所「ドリームワールド・のびのび」の園児たちは、列車の見送りを日課としてきた。これは、2011年の夏頃に園児たちが手を振ったのに対して、乗客が手を振り返した。これに園児が好感を得たのが契機とされている¹⁶。園児たちによる送迎活動は、太鼓演奏や絵葉書プレゼントするといったこともあった。受け取った乗客の中には、園児たちに向けてお礼の品を持ってこることもある。こうしたことも、地域と鉄道ファンである観光客との交流の機会でもある。

3.2.5. 新型コロナウイルスの感染拡大と札沼線廃線後

緊急事態宣言期間中は、全ての店などは閉店した。ラストランに参加できなかった人に向けて、新十津川町は廃線後も鉄道の存在を活かした取り組みを展開している。

その一つに、新十津川町産業振興課ありがとう札沼線実行委員会が、公益財団法人北海道市町村振興協会（サマージャンボ宝くじの収益金）の助成により「みんなの想いをカタチに！わたしの『ありがとう札沼線』」を実施した。ラストランが前倒しとなったため、最後の廃線最後のお見送りができなかった。そうした参加がかなわなかった人々も含め、全国各地から募集を募り「見送り手旗」を通じ、お見送りをし、札沼線に対しての感謝の気持ちを伝えものである。参加申し込みをした先着257人¹⁷に、①見送り手旗、②廃線日記念証、③地元プレス紙号外、④廃線日スタンプ(オリジナル台紙に押印)、⑤とつかわこめぞーゆるキャラトレカ、⑥町観光パンフレット、⑦ふるさと応援寄附金返礼品リストが届く。そして、①応募者から送られてきた見送り手旗と自身の写真を集めて、「見送り手旗画像」はポスターを作製した（図表3-6）。

新型コロナウイルスの感染拡大により、訪問がかなわなかった人に向けられたもので、新十津川町が実施しているのである。地域が鉄道ファンである観光客とのかかわろうとしているのである。



2020年8月31日 筆者撮影

図表3-5 記念グッズ

◆お見送りポスター◆（令和2年7月17日修正版に荒替え）



新十津川町HP <https://www.town.shintotsukawa.lg.jp/kanko/detail/00003414.html> 2020年8月31日アクセス

図表3-6「見送り手旗画像」はポスター

4. まとめ

本論文では、JR札沼線の新十津川駅周辺を事例に、鉄道ファンと地域との関わりについて考察した。観光客の中でも観光対象となる価値を支持し理解や関わりを深めていくファンである人々がいる。鉄道ファンである観光客は、鉄道利用した地域間移動過程や鉄道と地域を関係づけるもの、と興味関心を示し価値を支持するのすそ野が広い。このように、様々な視点から鉄道の魅力を探究できるところに、鉄道ファンが価値を示すのである。鉄道ファンとされる観光客は、交通の利便性が良くなくても、自身が現地地域の状況に適合して、訪れる場合がある。

そして、鉄道ファンは、各々の対象となるコンテンツの知識や情報の交換や共有を通じて、満足度を高めていくのである。つまり、観光客とされる鉄道ファンは、①ファン同士で価値を共有すること、②その地域に何らかの記録や実績を残すこと、をするために、自身が乗車した記録やコメントや列車の運行状況をSNSや個人のブログ等を通じた情報発信する。こうした情報発信は、地域のPRとしても機能する部分がある。つまり、鉄道ファンである観光客の活動を地域振興の手段とするには、彼らの興味関心を引き出させるような良好な関係作りを図ることが大切である。

本論文では、JR北海道札沼線新十津川駅を事例として検討した。新十津川駅には、鉄道利用の利便性が良くないにもかかわらず廃線が決まる前から鉄道ファンである観光客が訪れていた。そうした様子や現状に対して問題意識を持つ地域住民が、新十津川駅を活用した取り組みを展開していた。さらに、鉄道の廃線を受け観光客の増加は、地域が一丸となり様々な取り組みを行う契機になったともいえる。こうした取り組みは、鉄道ファンである観光客と良好な関係構築を図りつつ、地域に賑わいを創出する地域振興としてとらえることができる。新型コロナウイルスの感染拡大による影響を受けながらも、新十津川町は鉄道ファンである観光客との関係構築を模索している。それに対して人々が注目するのは、彼らの意識の高さや、地域と何らかの形で関わりを創ろうと模索しているからであろう。つまり、鉄道は公共交通であることと合わせて、人や地域との結びつきを創る機能を有しているのである。

最後に鉄道は、地域との関わりを持とうとする鉄道ファンを呼び込む方策となりうる可能性を有している。ただし、こうしたイベントに参加している人数が、鉄道路線の維持に必要な人数であると結びつけることは難しい。つまり、鉄道ファンである観光客が、鉄道事業者にとって意義があるものでなければならない。これについては、今後の研究課題である。

■注

1 現地調査の概要は以下の通りである。

①札沼線への乗車による参与観察(2019年12月26日実施)

②新十津川駅におけるヒアリング調査(2019年12月26日、2019年12月28日の2回)

2 上田(2007)p.60

3 佐藤(2018)p.8

4 上田(2007)p.67

5 上田(2007)p.94

6 米川(2019)p.191

7 米川(2019)p.367

8 来住(2019)p.3

9 地元の人々が新十津川町から札幌方面へ向かう際は、バスでJR函館本線滝川駅まで移動するか北海道中央バスによる高速バス（札幌から新十津川間1日1往復）で移動することができる。

- 10 例えば、新十津川町HP (<http://www.town.shintotsukawa.lg.jp/kanko/category/289.html>)
- 11 毎日新聞 2017.12.16 北海道朝刊 29ページ 社会面「JR北海道”駅の周り、ゆっくり見てね 札幌線「日本一早い最終列車」、新十津川駅滞在12分→32分」
- 12 JR北海道HP「JR北海道の取り組み地域交通を持続的に維持するために」2020年1月29日アクセス(https://www.jrhokkaido.co.jp/corporate/region/pdf/5senku/5_01_data.pdf)
- 13 以降の列車については運休扱いとなり、廃止日変更は無し
- 14 朝日新聞 2018年4月21日「新十津川駅 32年ぶりに有人に」
- 15 立歩人(2019)p.20
- 16 株式会社中広HP「巻頭特集 北海道 SORA」
『いつまでも地域に愛され続けて 新十津川駅を支える人びと』2016年8月号Vol.17
2020年1月29日アクセス(<https://chuco.co.jp/modules/special/index.php?page=visit&cid=109&lid=2848>)
- 17 新十津川町HP「わたしの「ありがとう札幌線」の申込みについて」
2020年5月12日アクセス(www.town.shintotsukawa.lg.jp/kanko/detail/00003414.html)

■参考文献

- 上田真弓(2007)『ファン・マーケティングーWeb2.0時代のマーケティング戦略』毎日コミュニケーション
- 来住憲司 (2019)『『見る鉄』のススメ 関西の鉄道名所ガイド: 見る・撮る・学べるスポット42選』創元社
- 佐藤尚之(2018)『ファンベース ——支持され、愛され、長く売れ続けるために』ちくま新書
- 立歩人 (2019)『新十津川駅発 なまら空知』空知新聞社 f
- 米川明彦(2019)『平成の新語・流行語辞典』東京堂出版