

31H 森 柊人 32H 北野 真衣 33H 山本 久輝
 34H 高橋 麻衣 34H 竹坊 洸希 36H 石井 優基

■課題

廃線の数が増加しており、能登鉄道の利用者数も減少傾向にある

■解決策

能登鉄道を廃線にしないための維持費を捻出する

- ・電車にイラストを張り付けることで利用者を増やす。
 ⇒車を持たない高校生をターゲットにする

■現状（課題の背景）

能登線は、能登半島の北部に位置する奥能登の南岸を走る路線である

■鉄道利用者が減少している

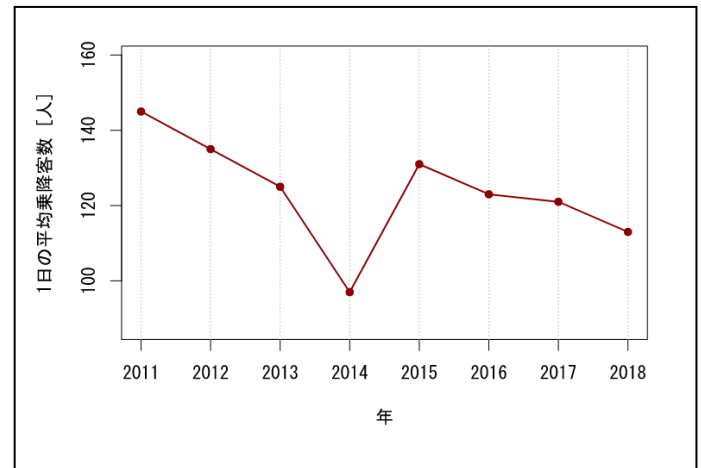
- ・自家用車が普及しつつある
- ・少子高齢化が進んでいる
- ・バスに対して料金面やスピード面で不利になった



廃線になった路線の数は年々増加している。

よって、能登鉄道も将来的に廃線になる可能性が高い。

能登鉄道終点駅の一日の平均乗降客数推移



能登鉄道の
平均乗降客数

https://statresearch.jp/traffic/train/stations/images/passengers_history_13_6.svg

■具体的内容

■電車の一車両目に

「君は放課後インソムニア」のイラストを張り付ける

また、二車両目以降に季節ごと（年4回）に

その時期に十代に人気の漫画アプリ（4年間で累計二千万ダウンロード）

「ピッコマ」で特に人気の漫画・アニメのイラストを貼る

⇒十代をターゲットとした高い集客力が見込める

「君は放課後インソムニア」とは

石川県の高校（モデルは石川県立七尾高等学校）を舞台にした漫画である。

発行部数は20万部を超えている。

■成功例

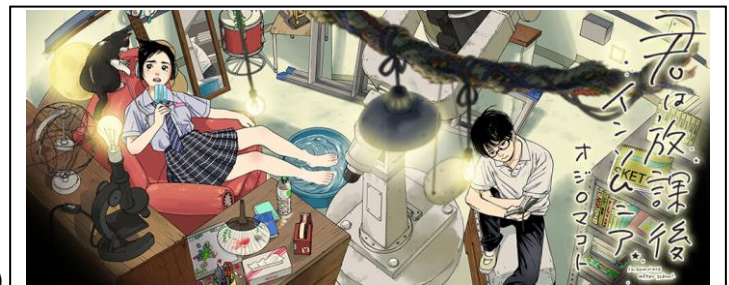
- ・ゲゲゲの鬼太郎のイラストを貼った「鬼太郎列車」は利用者に親しまれている

■効果

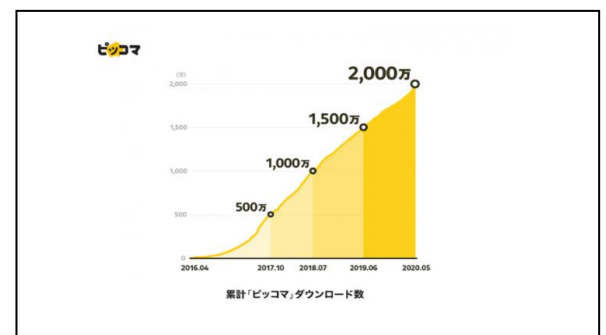
鉄道会社は作品の制作側から広告料をとることで運賃以外での利益アップが見込める。

人気の作品であり電車マニアやこの作品を好きな人が集まり集客力と成り得るので、鉄道利用者増加が期待できる。作品の制作側は広告となるため知名度が上がるというメリットがあり、駅側と制作側がお互いに利益を生むことができる。

また、これらによって得た利益を維持費にあてて能登鉄道の運営に役立てる。



<https://avexmovie.jp/wp-content/uploads/2020/04/%E5%90%9B%E3%81%AF%E6%94%B%E8%AA%B2%E5%B8%8C%E3%82%A>



マンガ・ノベルアプリ「ピッコマ」が約4年で累計2,000万ダウンロードを突破！

株式会社カカオジャンプのプレスリリース (prtimes.jp)