

鉄道会社が実施しているウォークラリープログラムの 変遷と地域振興に関する研究

緑地計画学グループ 稲田 有香子

研究背景

鉄道会社は開業当時から利用促進に向けた各種の観光開発を行ってきた。

近年では沿線に存在する地域資源を活かしたウォークラリープログラムに取り組み始めている。

このようなプログラムを通じた地域振興への効果が期待されつつある。

研究目的

鉄道会社が実施しているウォークラリープログラムの変遷と地域とのかわり合いを検証することにより、地域活性化に向けた今後のプログラムのあり方を探ること

研究背景

鉄道会社は開業当時から利用促進に向けた各種の観光開発を行ってきた。近年では沿線に存在する地域資源を活かしたウォークラリープログラムに取り組み始めている。このようなプログラムを通じた地域振興への効果が期待されつつある。

研究目的

鉄道会社が実施しているウォークラリープログラムの変遷と地域とのかわり合いを検証することにより、地域活性化に向けた今後のプログラムのあり方を探ること

ウォークラリーとは

あらかじめ設定されたルートと時間を元に各自のペースで周囲の景色を楽しみながら歩くこと



研究の構成

Step1 研究の背景・目的



Step2 鉄道会社を実施してきたウォークラリープログラムの変遷



Step3 鉄道会社と自治体が共催するウォークラリープログラムの実態と課題



Step4 地域振興へとつながるためのウォークラリープログラムの今後のあり方

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

□ 調査対象の設定

ウォークラリープログラムの
変遷の把握



京阪電鉄株

1975～2009年に実施してきた
591プログラム
特徴:30年以上の蓄積を持つ

地域とのかかわり合いの把握



南海電鉄株

1998～2009年に実施してきた
376プログラム
特徴:地域とのかかわり合いに関する
詳しいデータを持つ

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

京阪電鉄(株)

1975～2009年に実施してきた

591プログラム

(開催日時、タイトル、ルート)

開催日時	タイトル	ルート
2003年4月5日	桜と名水をたずねて伏見の町散策	伏見稲荷大社-七面山-宝塔寺-疎水端-藤森神社-墨染寺-欣浄寺-大石内蔵助遊興の地-キンシ正宗-丹波橋駅

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

京阪電鉄(株)

1975～2009年に実施してきた

591プログラム

(開催日時、タイトル、ルート)

開催日時	タイトル	ルート
2003年4月5日	桜と名水をたずねて伏見の町散策	伏見稲荷大社-七面山-宝塔寺-疎水端-藤森神社-墨染寺- 欣浄寺-大石内蔵助遊興の地-キンシ正宗-丹波橋駅

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

京阪電鉄(株)

1975～2009年に実施してきた
591プログラム
(開催日時、タイトル、ルート)

散策資源からみた
▶ ウォークラリープログラムの
分類方法

開催日時	タイトル	ルート
2003年4月5日	桜と名水をたずねて伏見の町散策	伏見稲荷大社-七面山-宝塔寺-疎水端-藤森神社-墨染寺- 欣浄寺-大石内蔵助遊興の地-キンシ正宗-丹波橋駅

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

京阪電鉄(株)

1975～2009年に実施してきた
591プログラム
(開催日時、タイトル、ルート)

散策資源からみた
ウォークラリープログラムの
分類方法

散策資源要素	散策資源型
寺院、神社、参道、門、鳥居	寺社めぐり型
山、滝、川、池、溪谷…	自然散策型
古墳、城跡、地蔵、庭園、記念碑…	歴史探訪型
果物狩り、そば打ち体験、酒造、陶芸教室…	体験型
資料館、植物園、科学館、記念館…	施設見学型
街道、古道	街道巡行型
産業遺産(疎水、碎石場、水門… 都市内散策(オフィスビル、都市公園… まちなみを楽しむもの(商店街、公共建築…	まちあるき型

開催日時	タイトル
2003年4月5日	桜と名水をた

社-墨染寺- 橋駅

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

京阪電鉄(株)

1975～2009年に実施してきた
591プログラム
(開催日時、タイトル、ルート)

散策資源からみた
ウォークラリープログラムの
分類方法

全体傾向
経年変化

開催日時	タイトル	ルート
2003年4月5日	桜と名水をたずねて伏見の町散策	伏見稲荷大社-七面山-宝塔寺-疎水端-藤森神社-墨染寺- 欣浄寺-大石内蔵助遊興の地-キンシ正宗-丹波橋駅

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた

376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、

実施主体、

地域とのふれあいに関する記載内容)

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体		
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●	地域の解説	地域とのふれあいプログラム

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた

376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、

実施主体、

地域とのふれあいに関する記載内容)

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体		
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●	地域の解説	地域とのふれあいプログラム

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた

376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、

実施主体、

地域とのふれあいに関する記載内容)

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体	地域の解説	地域とのふれあい プログラム
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●		

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた

376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、

実施主体、

地域とのふれあいに関する記載内容)

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体		
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●	地域の解説	地域とのふれあいプログラム

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた

376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、

実施主体、

地域とのふれあいに関する記載内容)

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体		
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●	地域の解説	地域とのふれあいプログラム

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた
376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、
実施主体、
地域とのふれあいに関する記載内容)

単純集計

クロス集計

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体		
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●	地域の解説	地域とのふれあいプログラム

Step2 ウォークラリープログラムの変遷を捉える方法

南海電鉄(株)

1998～2009年に実施してきた
376プログラム

(開催日時、タイトル、ルート、
実施主体、
地域とのふれあいに関する記載内容)

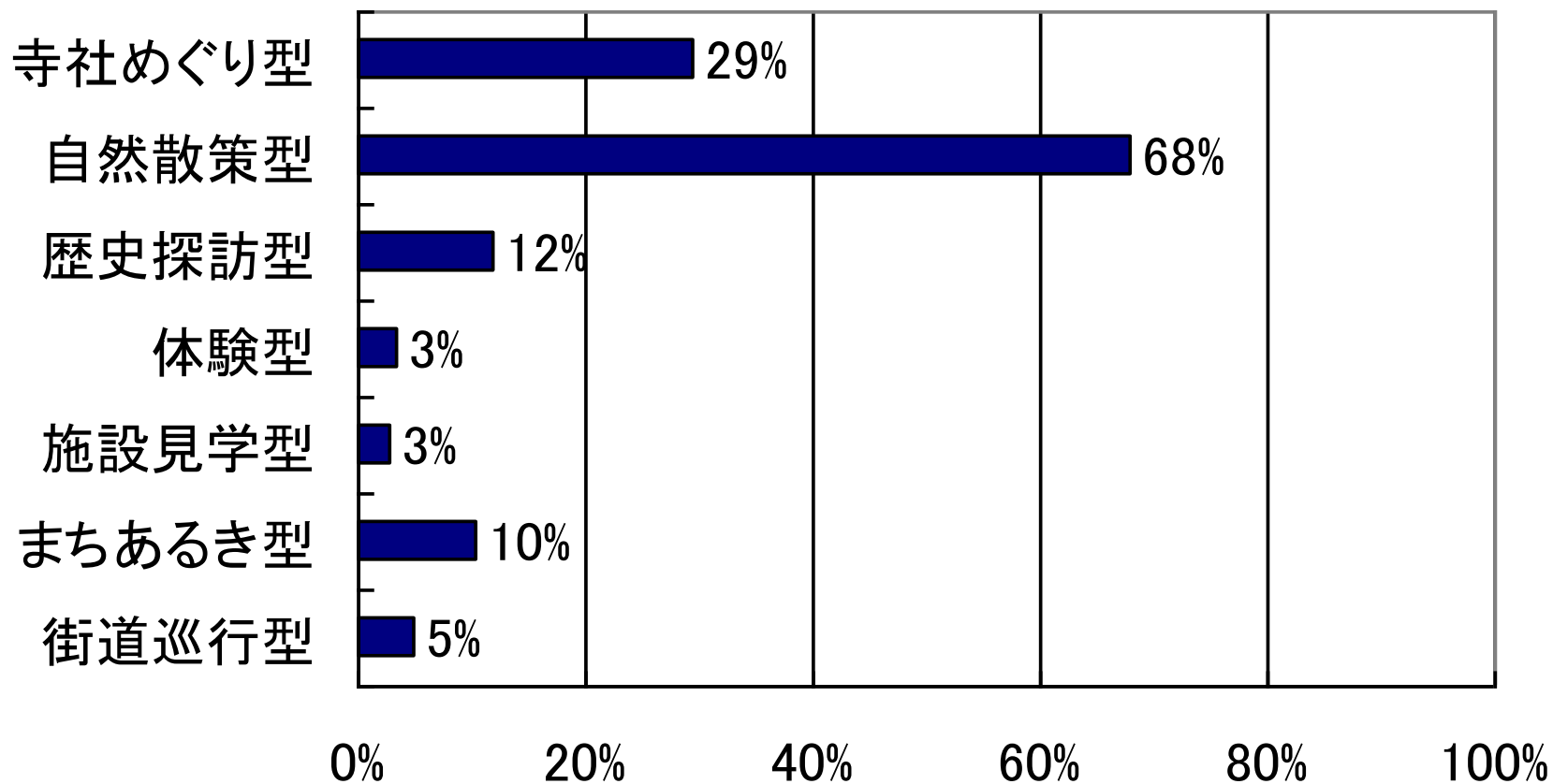
単純集計
クロス集計

▶ 地域とのかかわり度合

開催日時	タイトル	実施主体					地域とのふれあいに関する記載内容	
		自社のみ	他の 鉄道会社	新聞社	協議会	単独の 自治体		
2005年10月16日	河内長野市共催 モックルウォーク「南河内の3名刹から野鳥が集う烏帽子形山を歩く」			●		●	地域の解説	地域とのふれあいプログラム

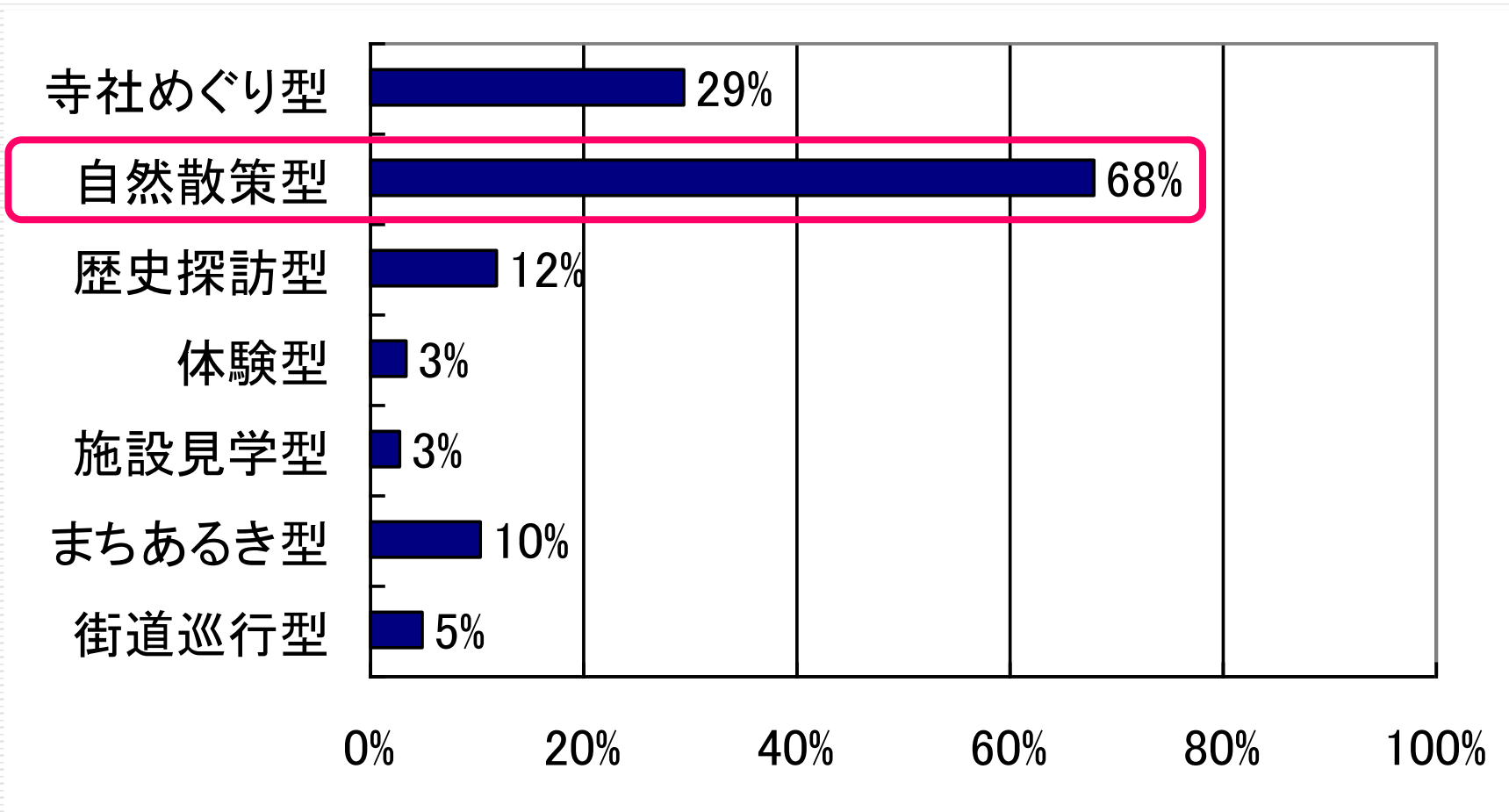
全体傾向（京阪電鉄(株) 1975～2009年）

□ 散策資源型



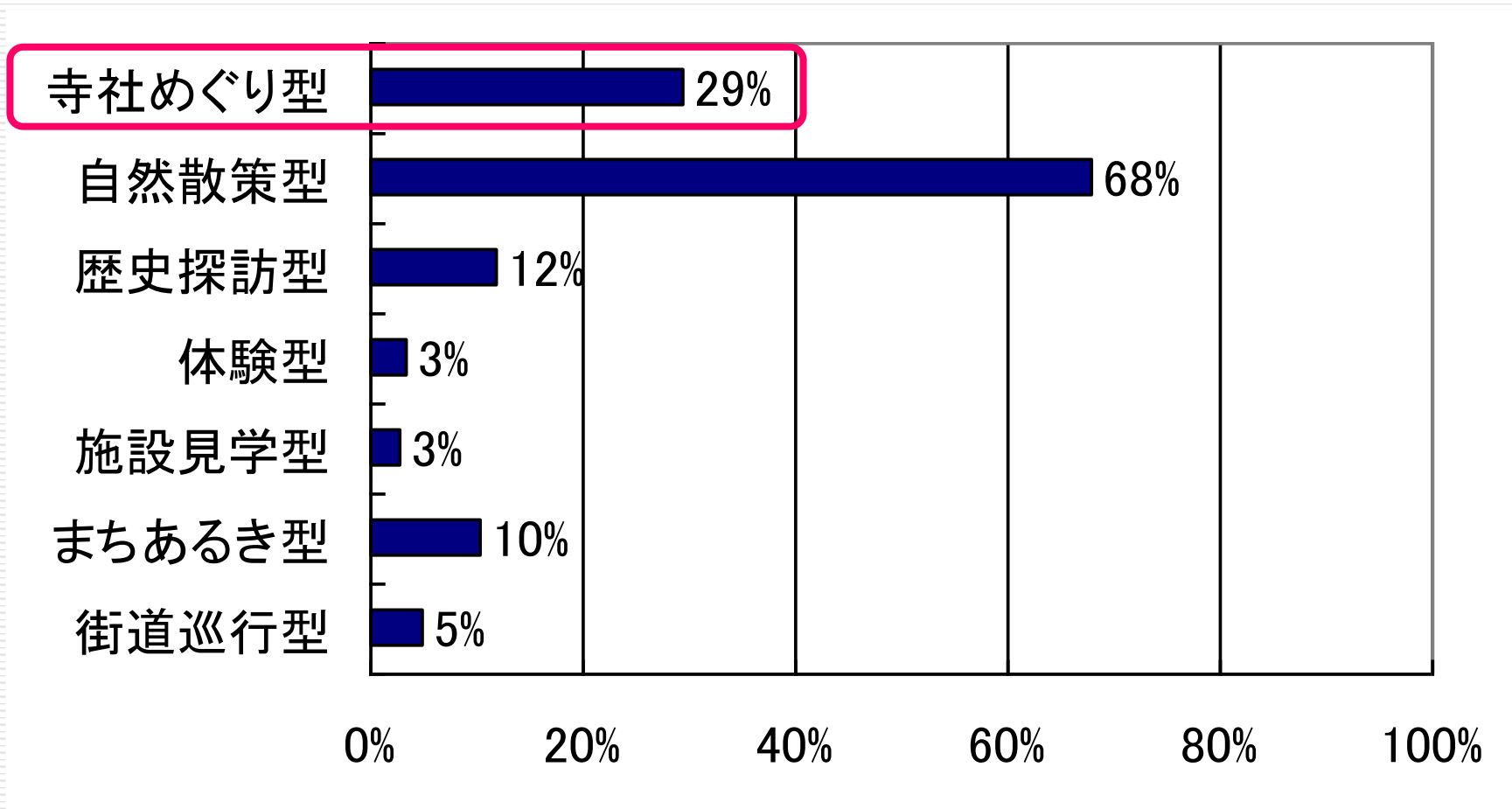
全体傾向（京阪電鉄(株) 1975～2009年）

□ 散策資源型



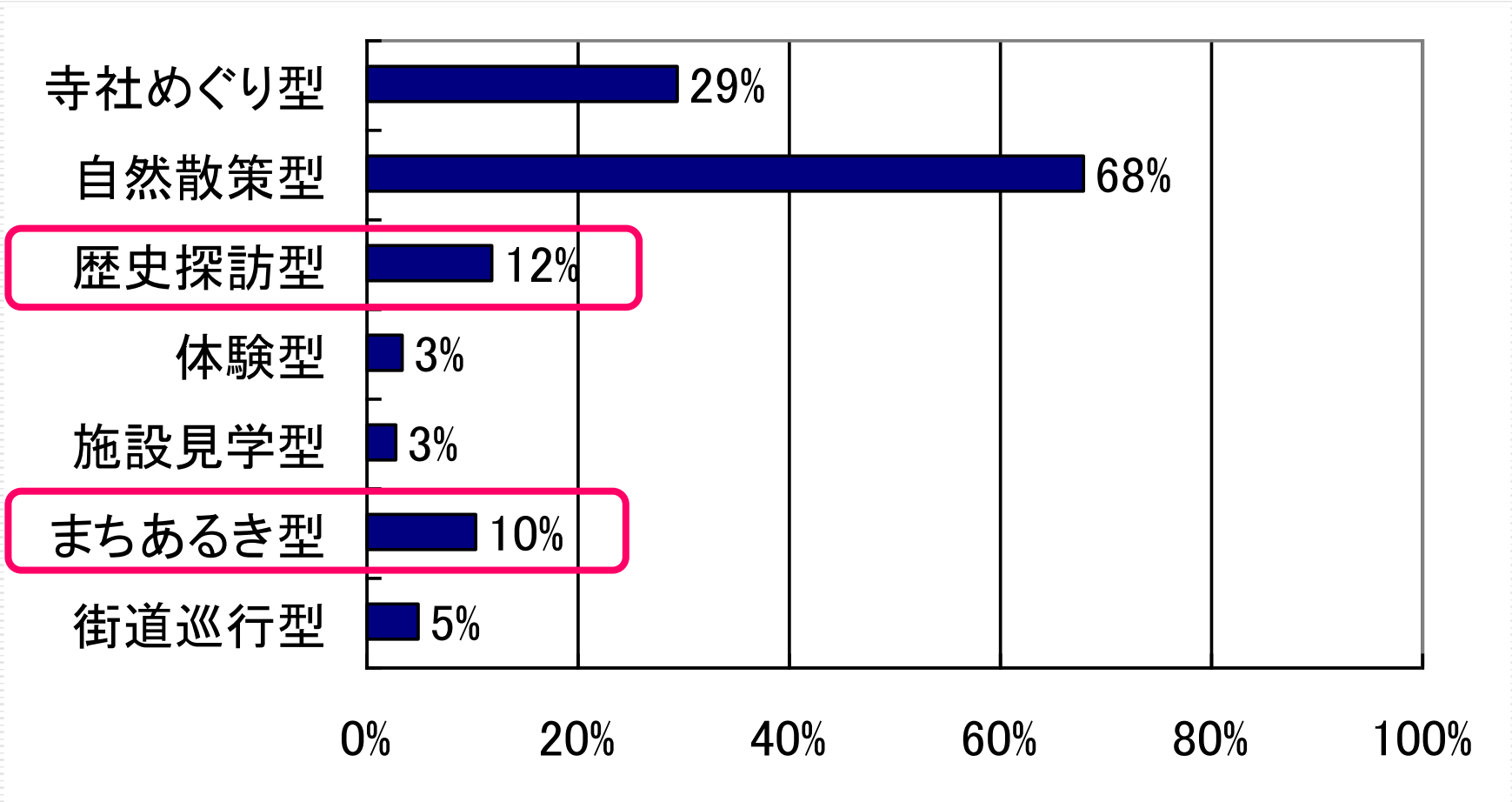
全体傾向（京阪電鉄(株) 1975～2009年）

□ 散策資源型



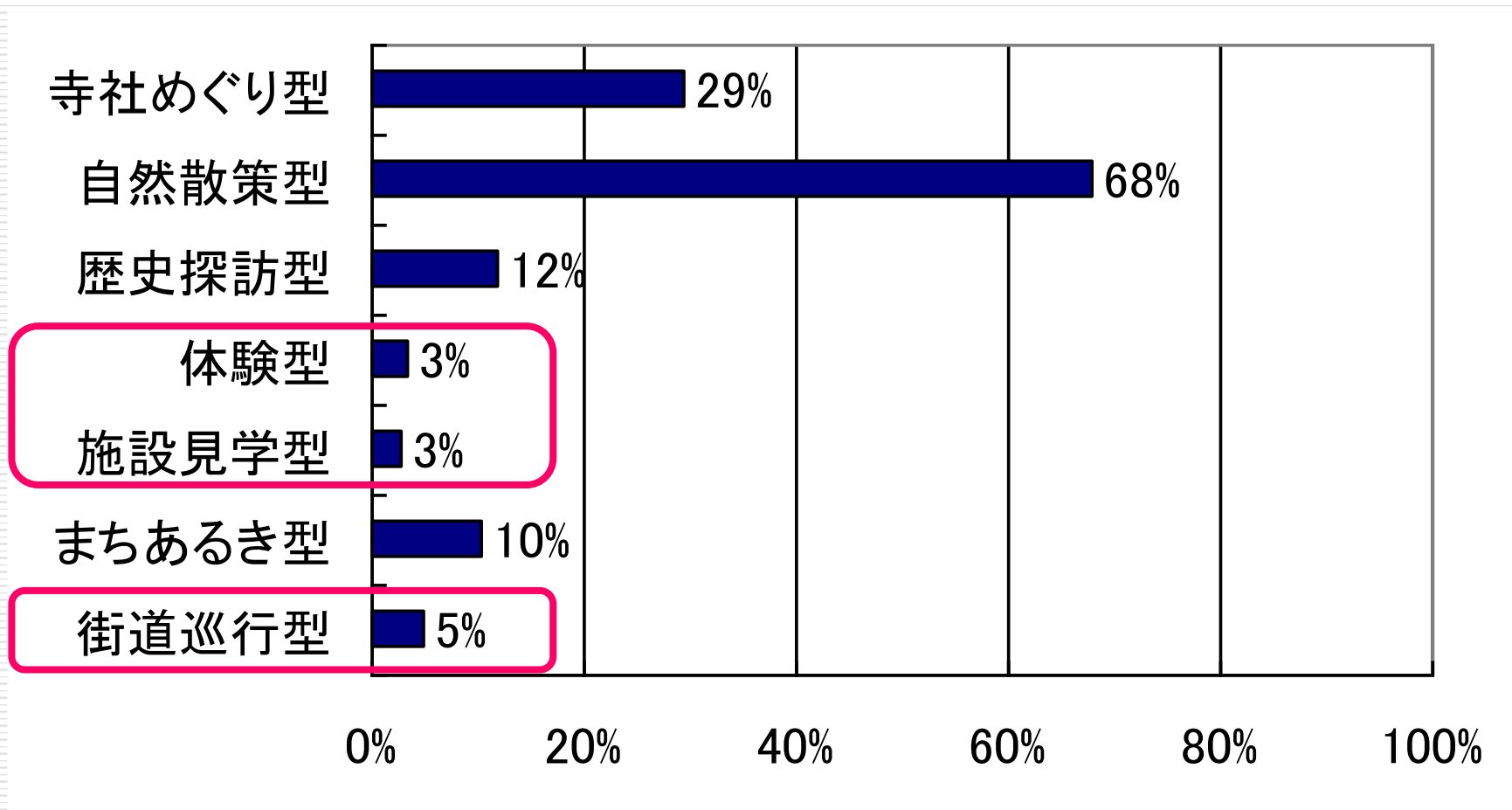
全体傾向（京阪電鉄(株) 1975～2009年）

□ 散策資源型



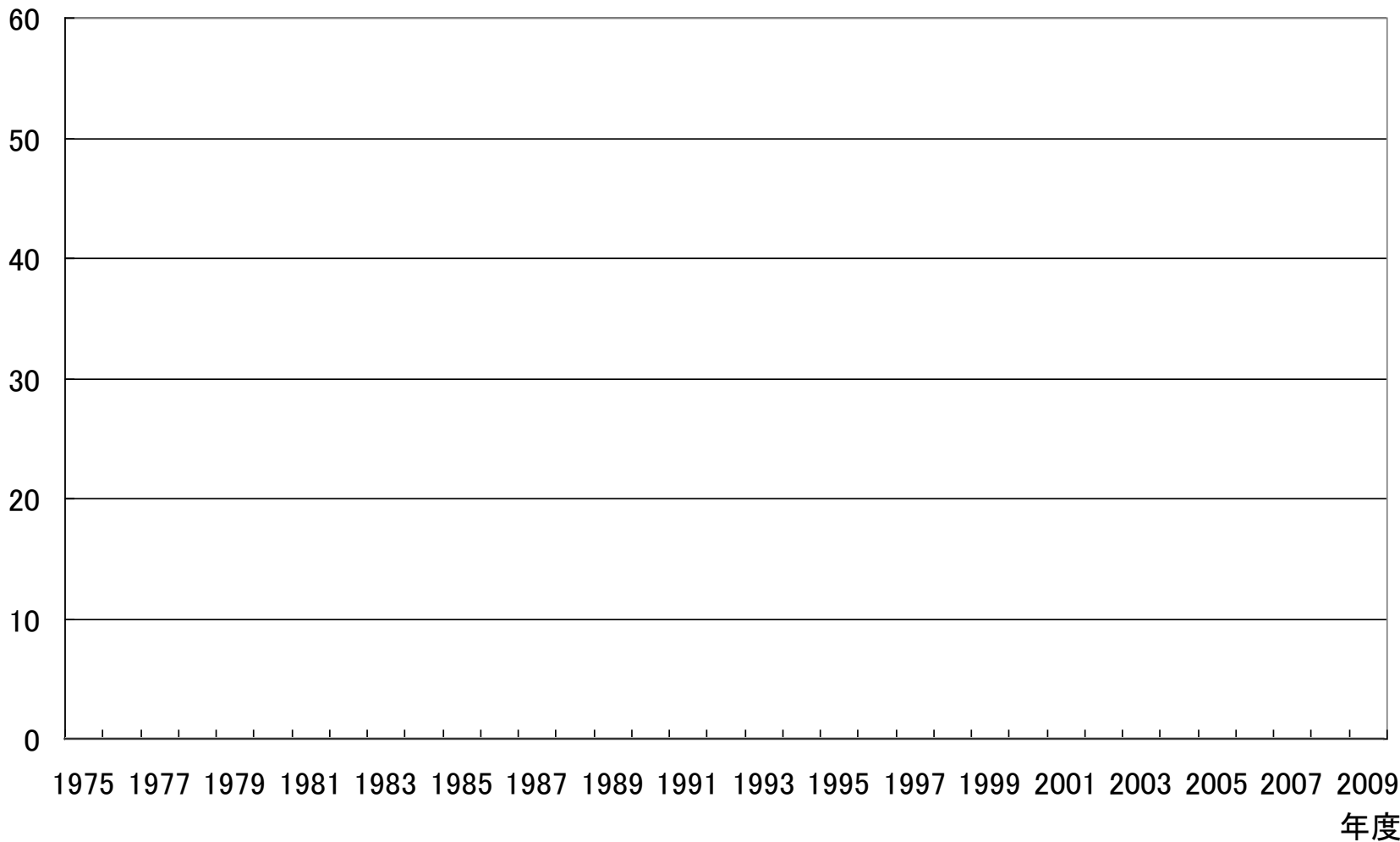
全体傾向（京阪電鉄(株) 1975～2009年）

□ 散策資源型



経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年)

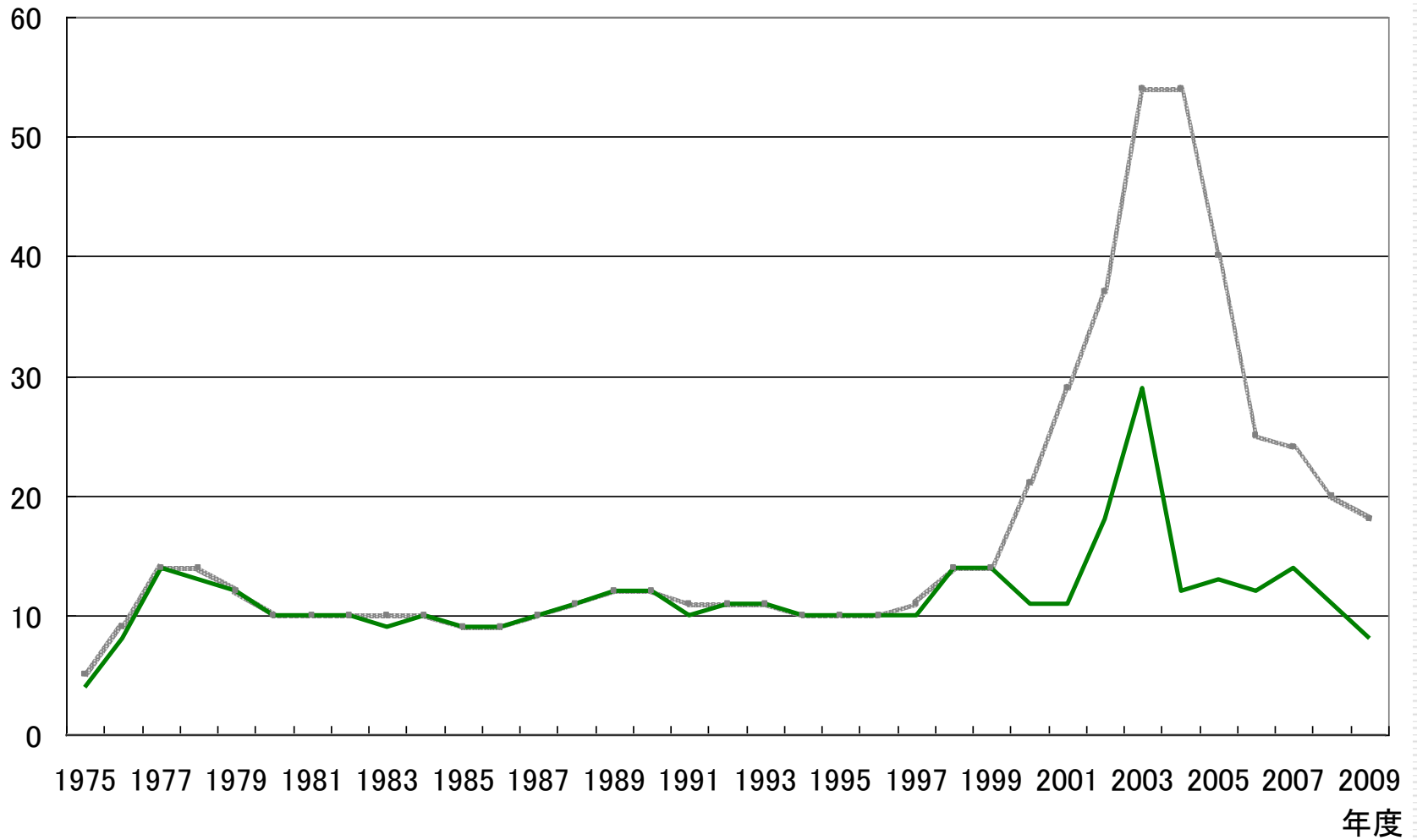
プログラム数



- 寺社めぐり型
- 自然散策型
- 歴史探訪型
- 体験型
- 施設見学型
- まちあるき型
- 街道巡行型
- 全プログラム数

経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年)

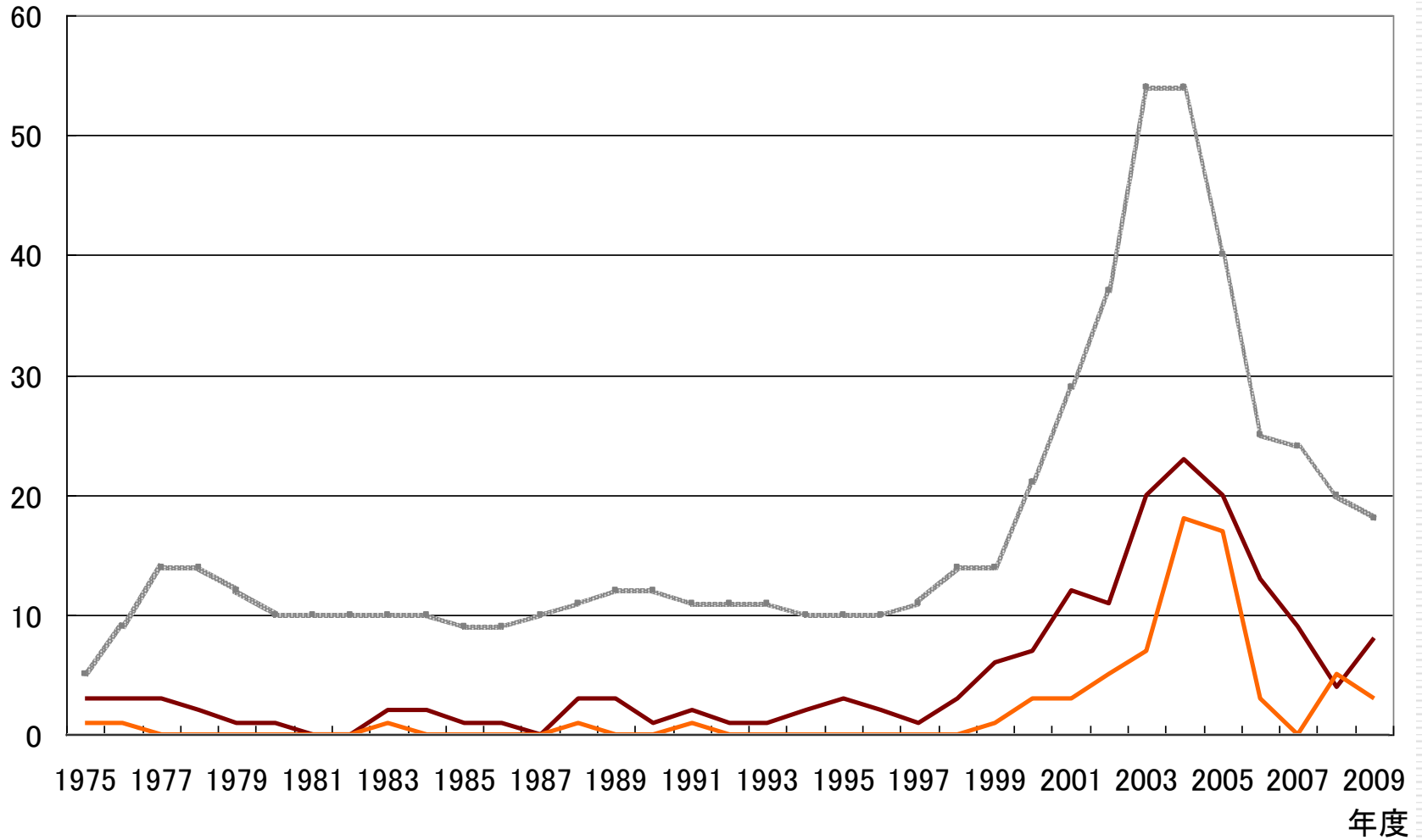
プログラム数



- 寺社めぐり型
- 自然散策型
- 歴史探訪型
- 体験型
- 施設見学型
- まちあるき型
- 街道巡行型
- 全プログラム数

経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年)

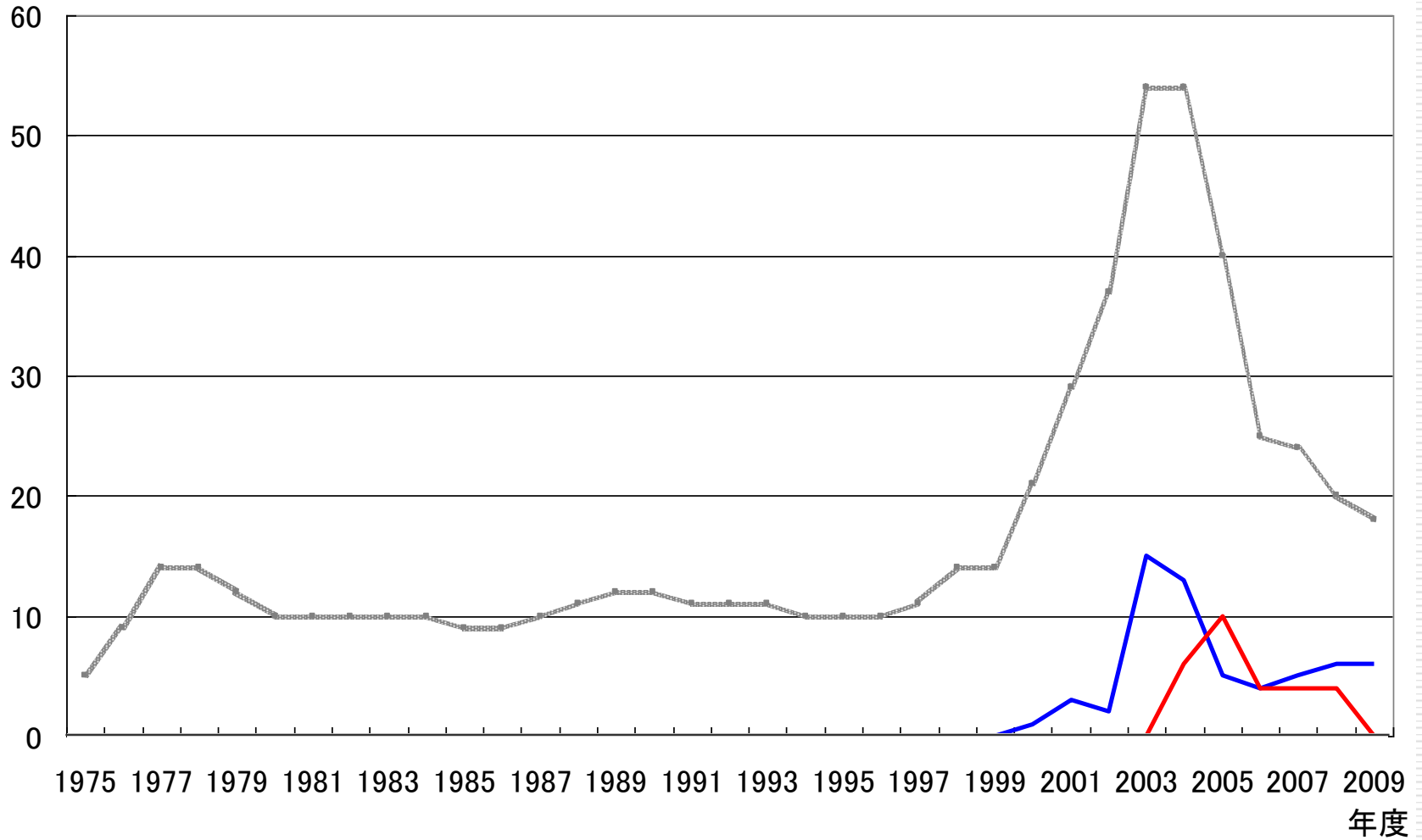
プログラム数



- 寺社めぐり型
- 自然散策型
- 歴史探訪型
- 体験型
- 施設見学型
- まちあるき型
- 街道巡行型
- 全プログラム数

経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年)

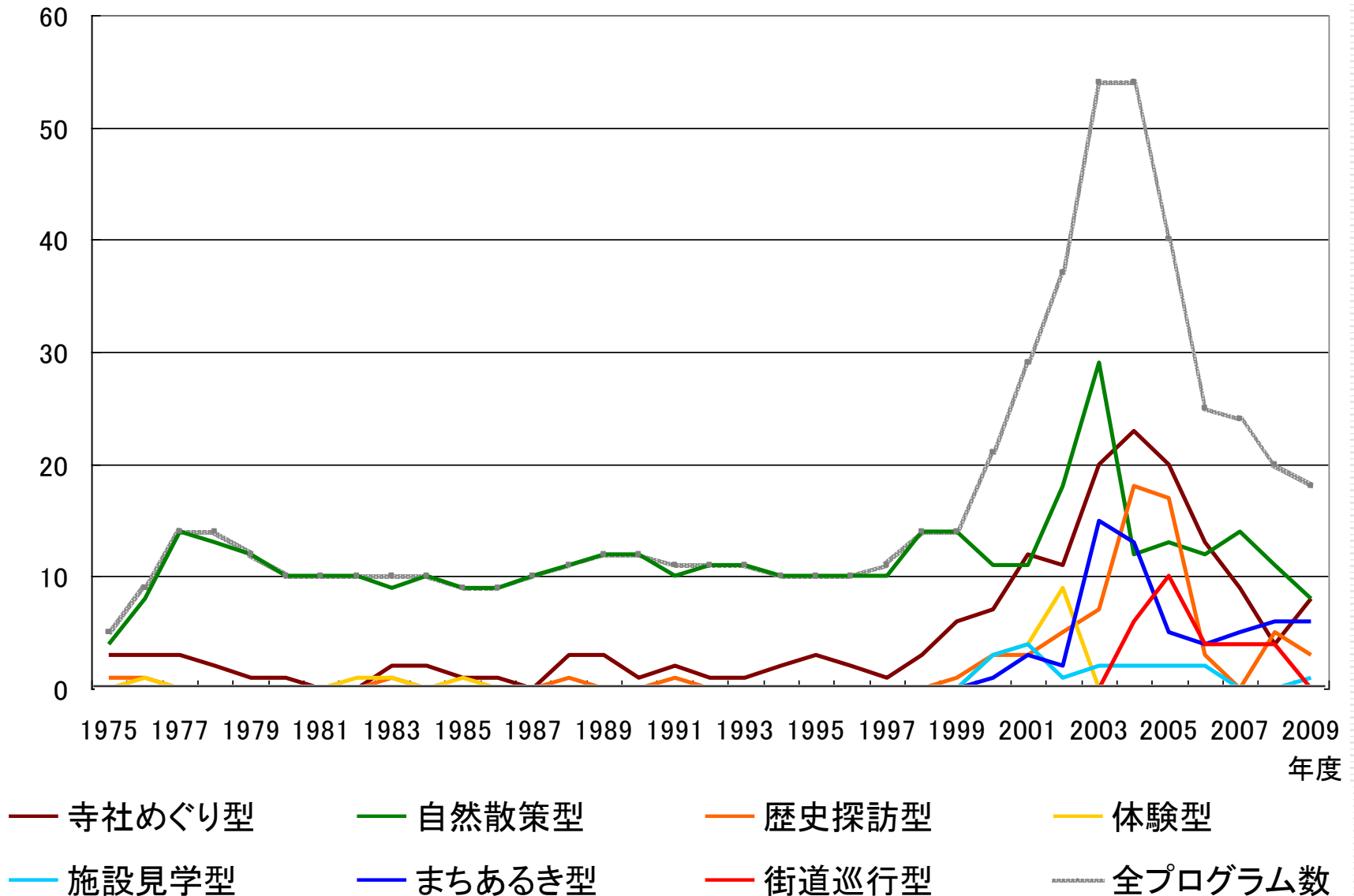
プログラム数



- 寺社めぐり型
- 自然散策型
- 歴史探訪型
- 体験型
- 施設見学型
- まちあるき型
- 街道巡行型
- 全プログラム数

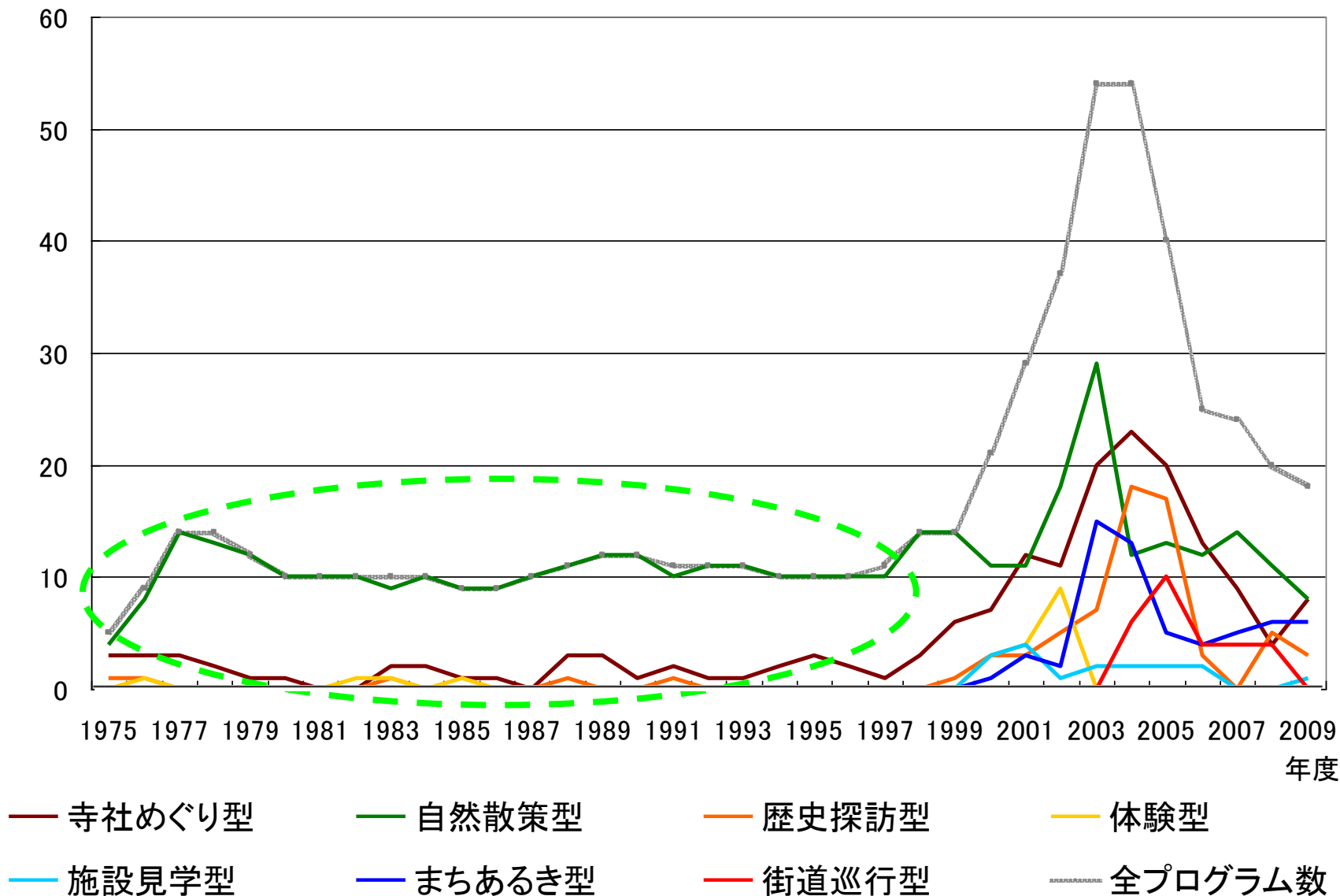
経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年)

プログラム数



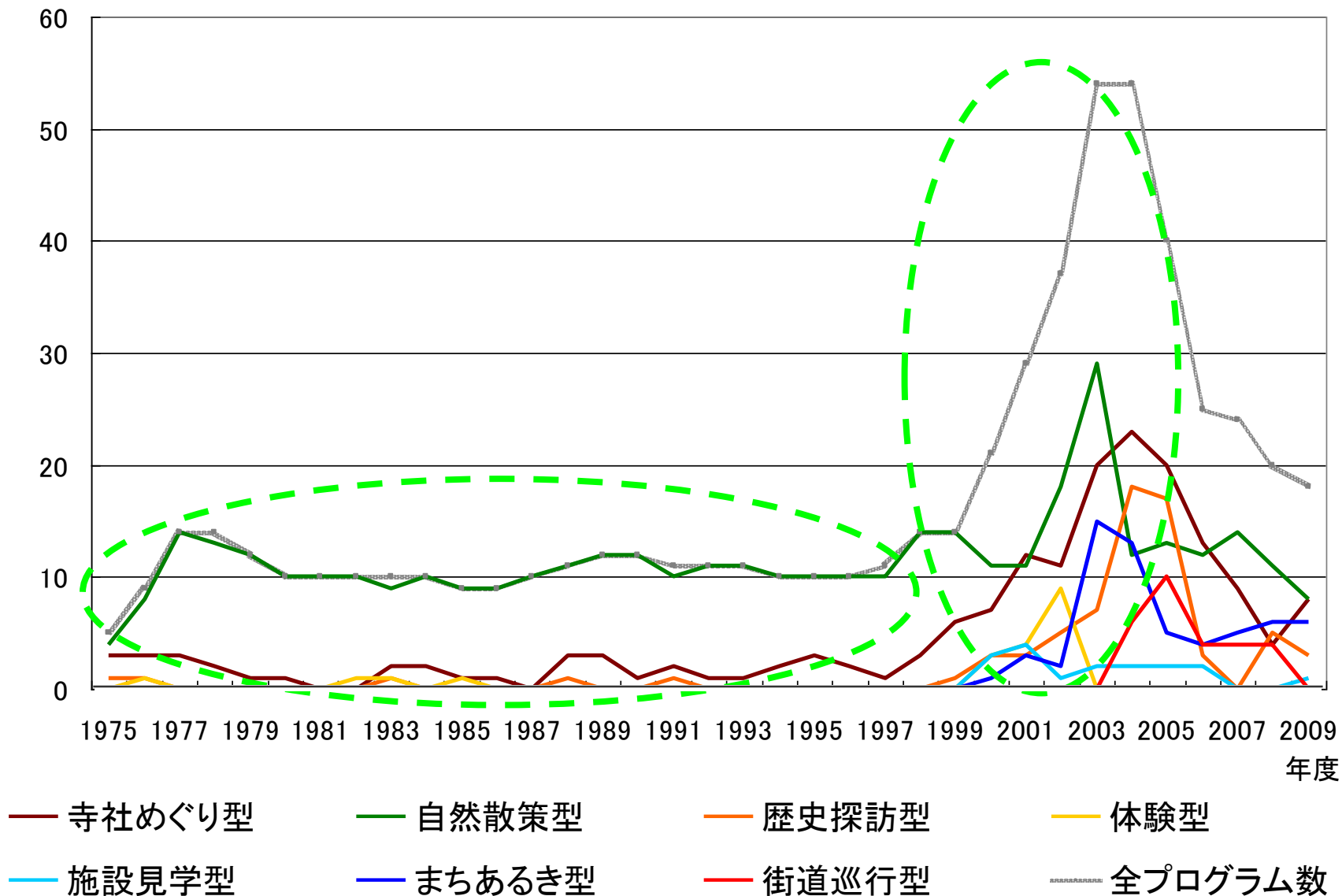
経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年

プログラム数



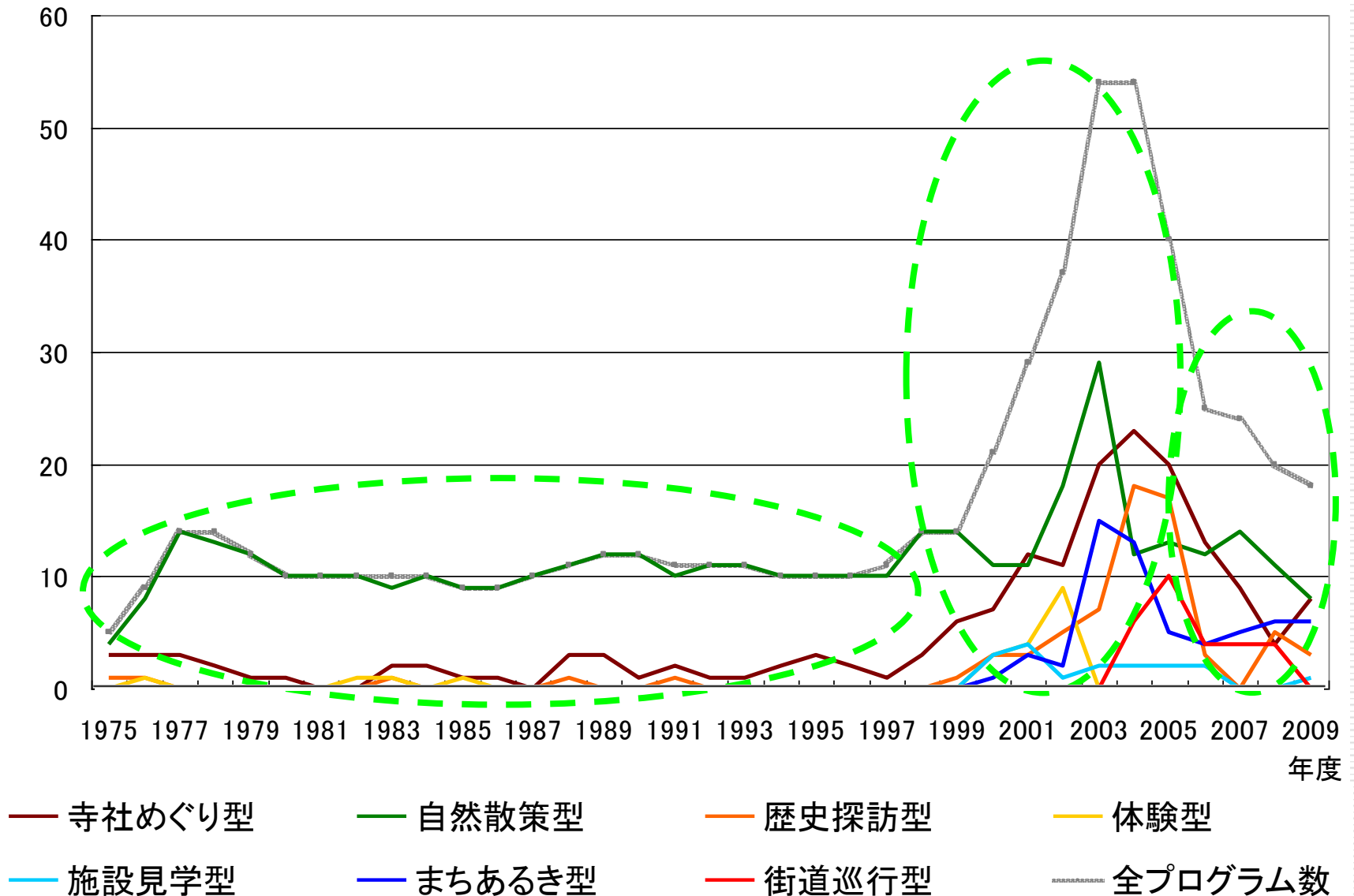
経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年)

プログラム数



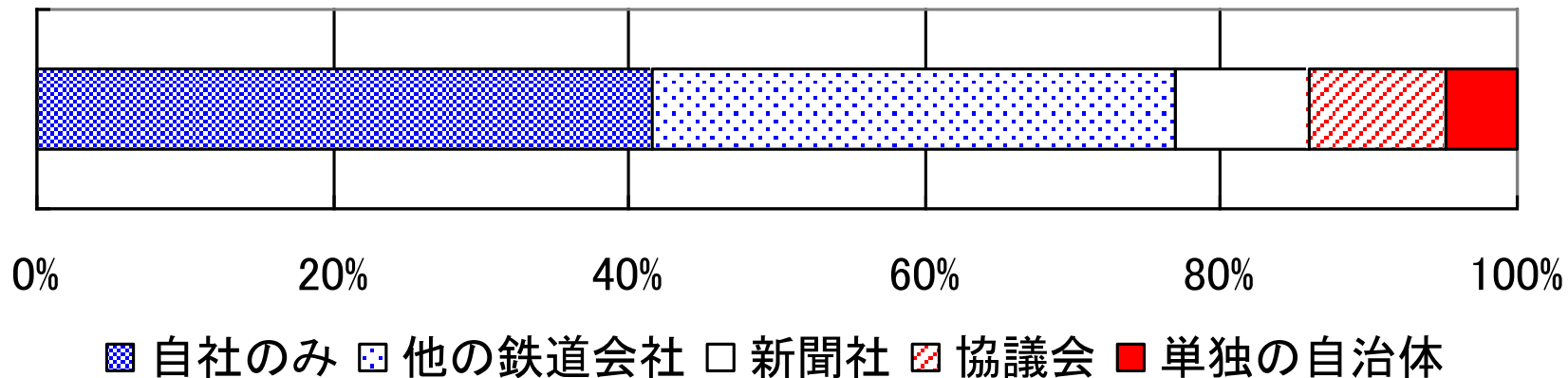
経年変化(京阪電鉄株) 1975~2009年

プログラム数



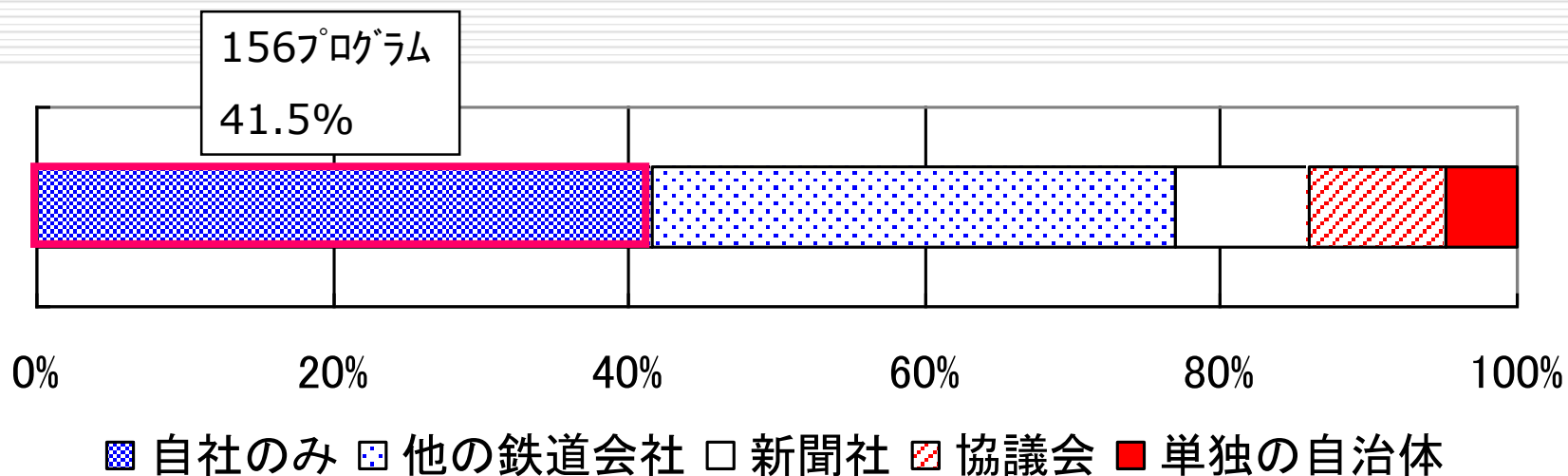
南海電鉄(株)1998～2009年

□ 実施主体



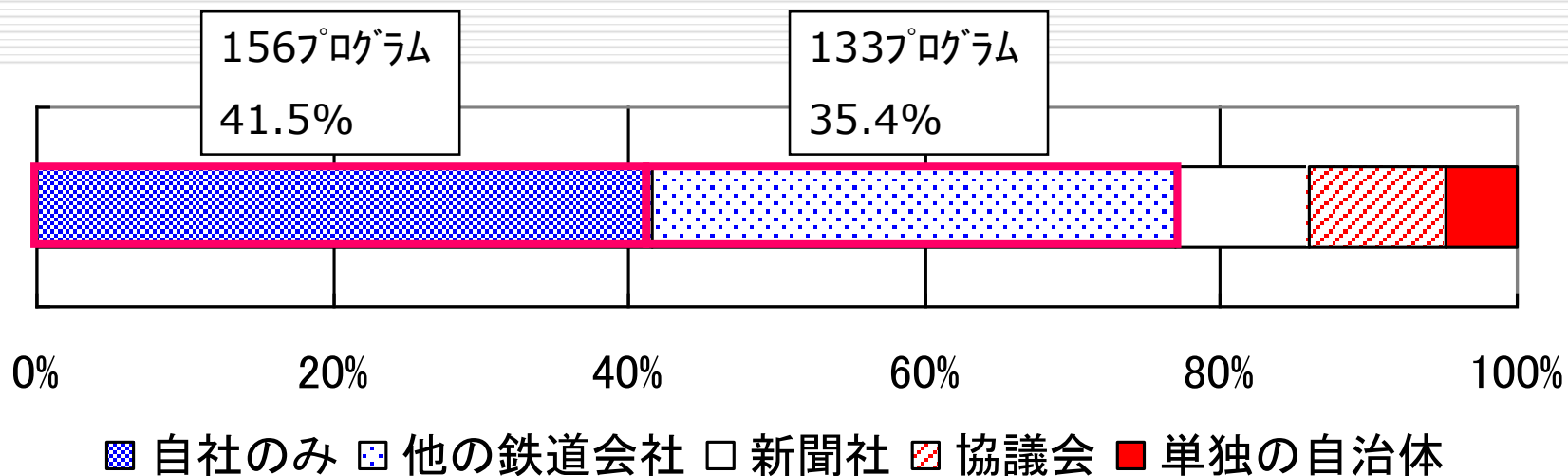
南海電鉄(株)1998～2009年

□ 実施主体



南海電鉄(株)1998～2009年

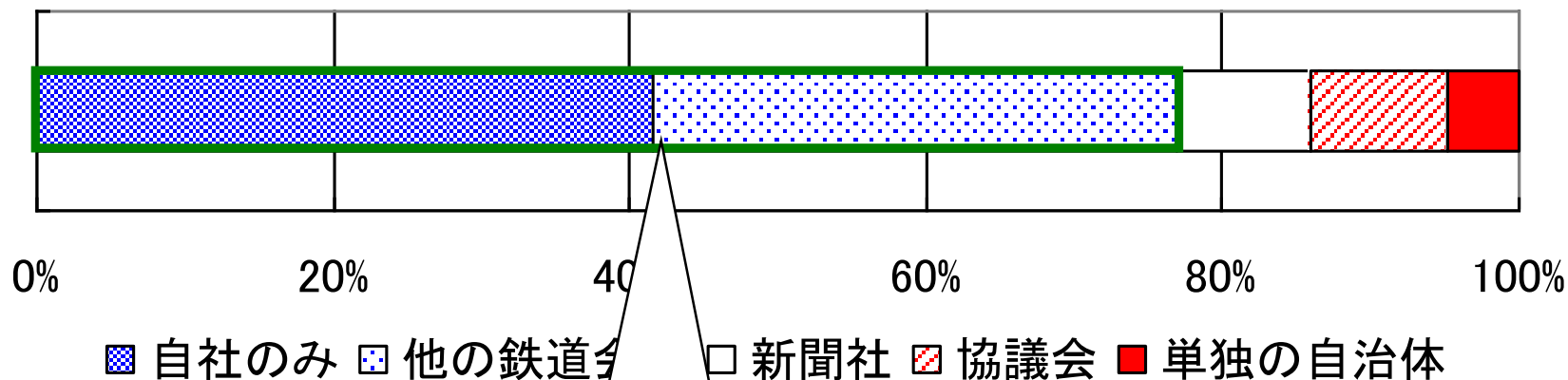
□ 実施主体



南海電鉄(株)1998~2009年

□ 実施主体

289プログラム
76.9%

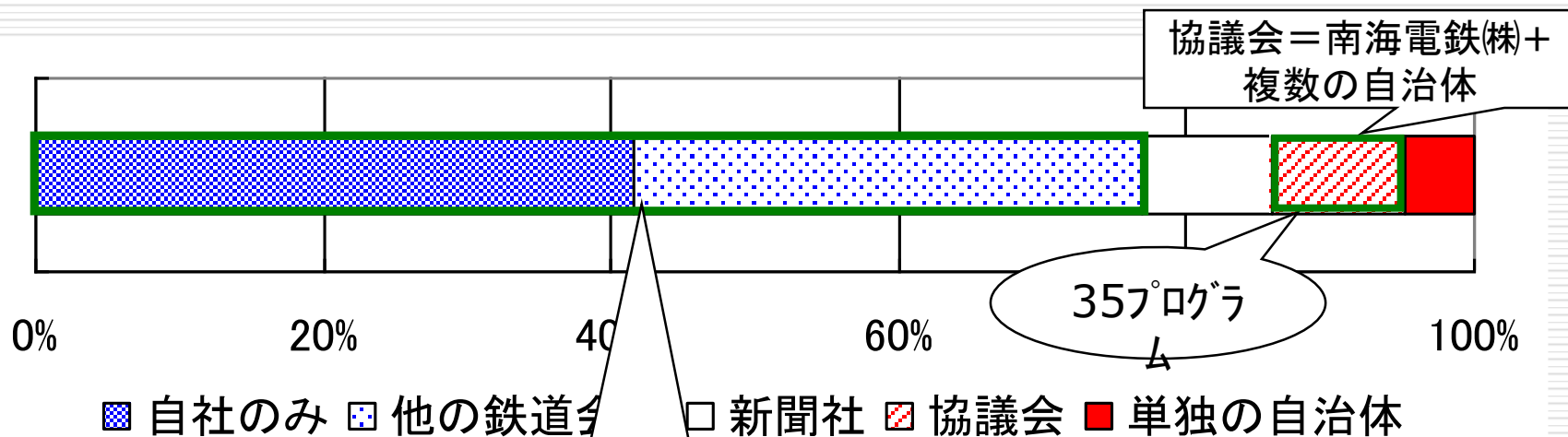


鉄道会社のみで実施

南海電鉄(株)1998~2009年

□ 実施主体

289プログラム
76.9%

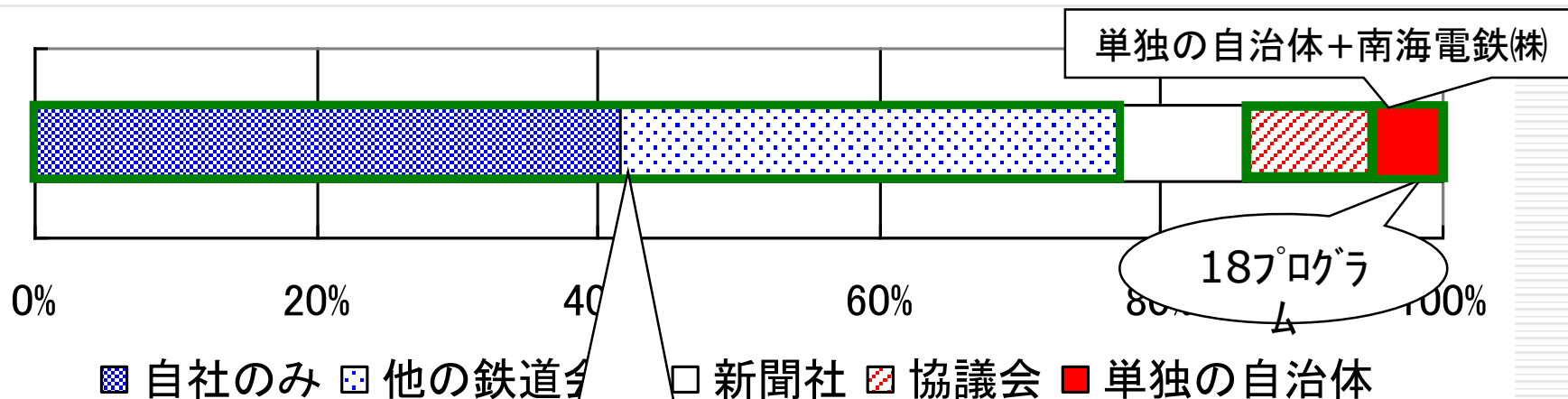


鉄道会社のみで実施

南海電鉄(株)1998~2009年

□ 実施主体

289プログラム
76.9%



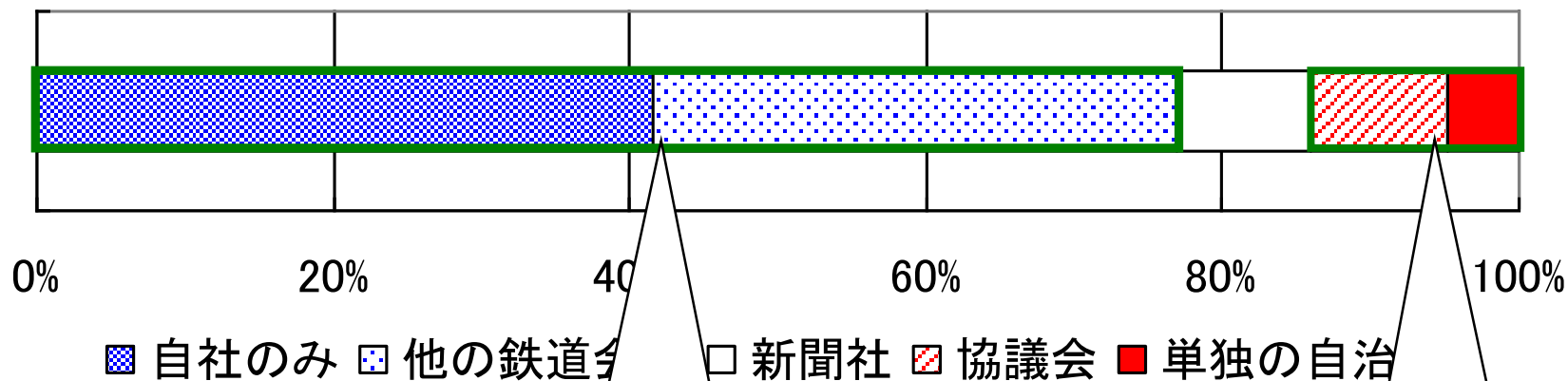
鉄道会社のみで実施

南海電鉄(株)1998～2009年

□ 実施主体

289プログラム
76.9%

53プログラム
14.1%

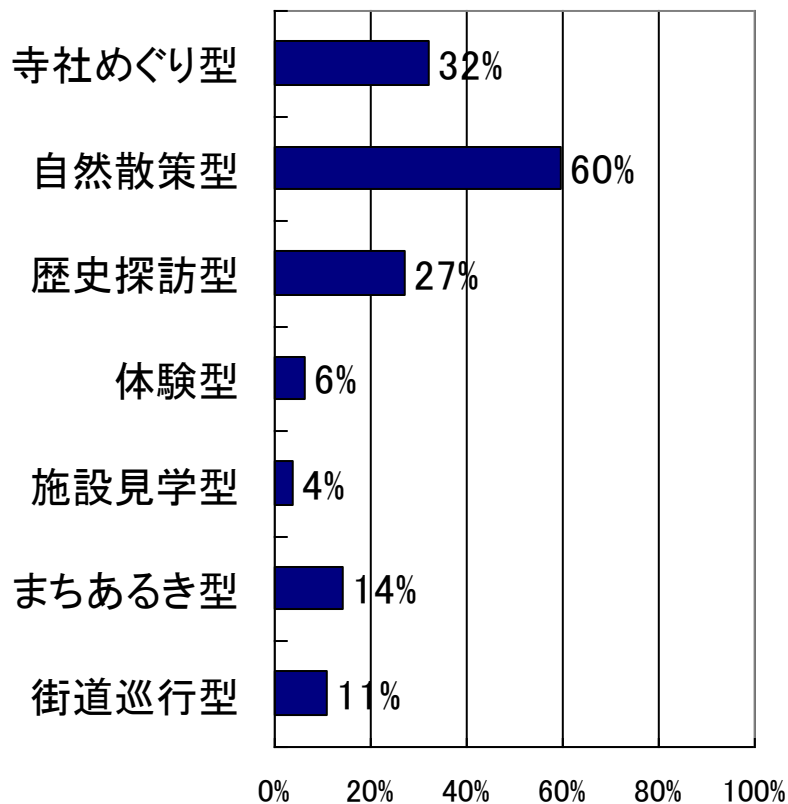


鉄道会社のみで実施

自治体と連携

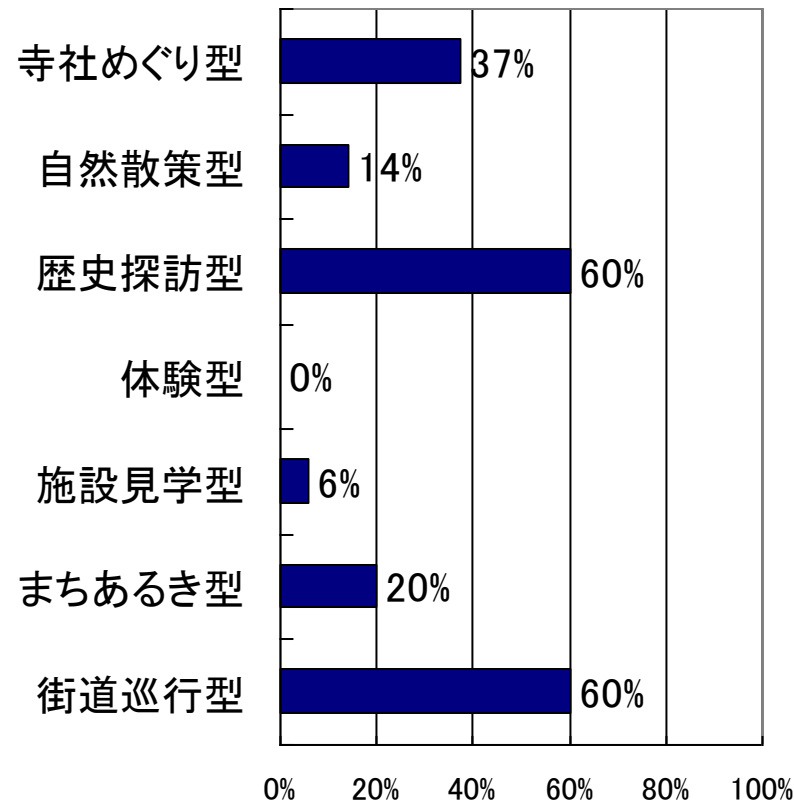
南海電鉄(株)1998～2009年

□ 実施主体 × 散策資源型



全プログラム数: 156

自社のみで実施

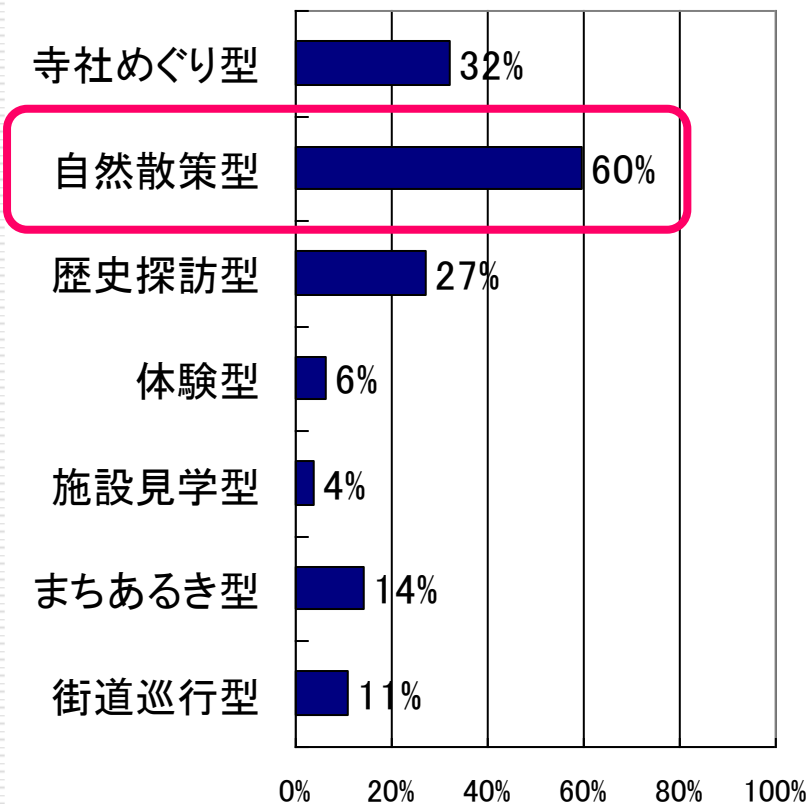


全プログラム数: 35

協議会が主催

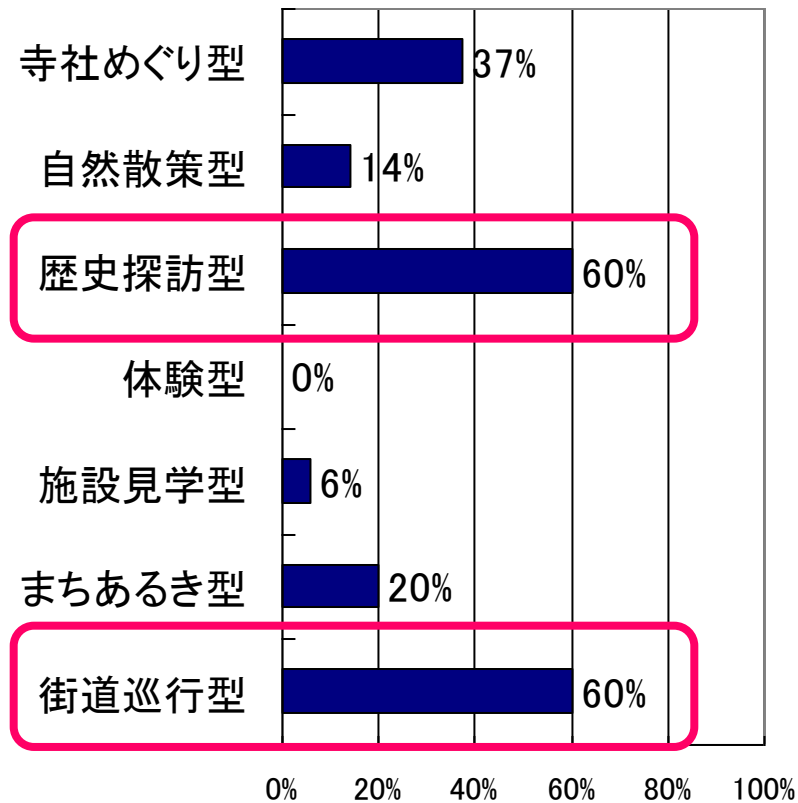
南海電鉄(株)1998～2009年

□ 実施主体 × 散策資源型



全プログラム数: 156

自社のみで実施

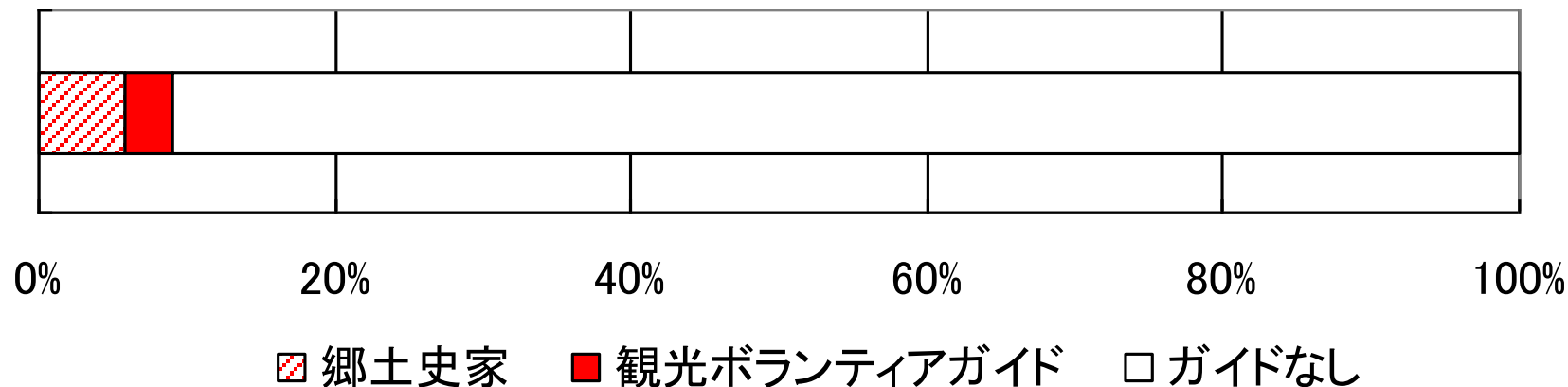


全プログラム数: 35

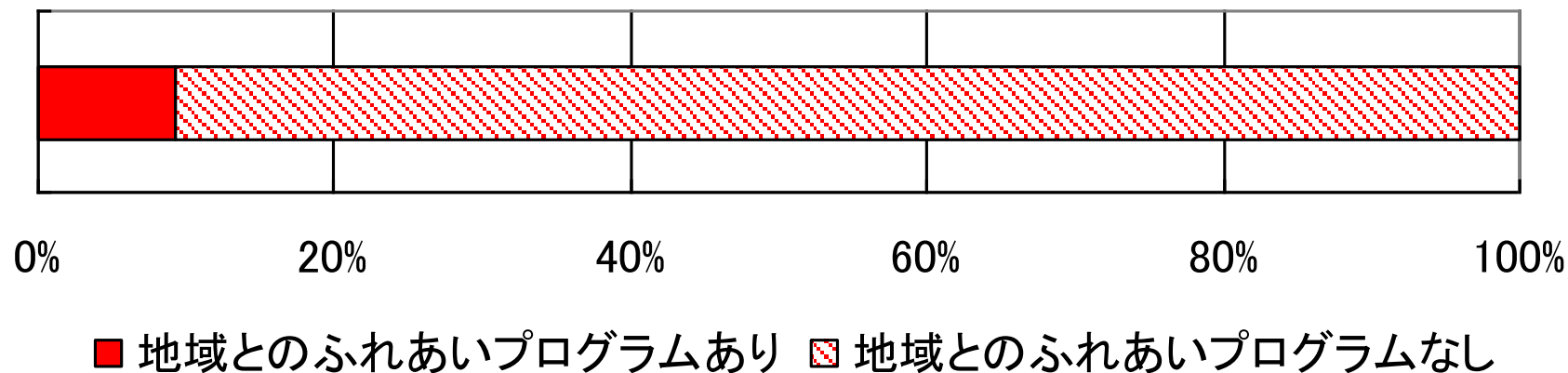
協議会が主催

西高野街道観光キャンペーン協議会

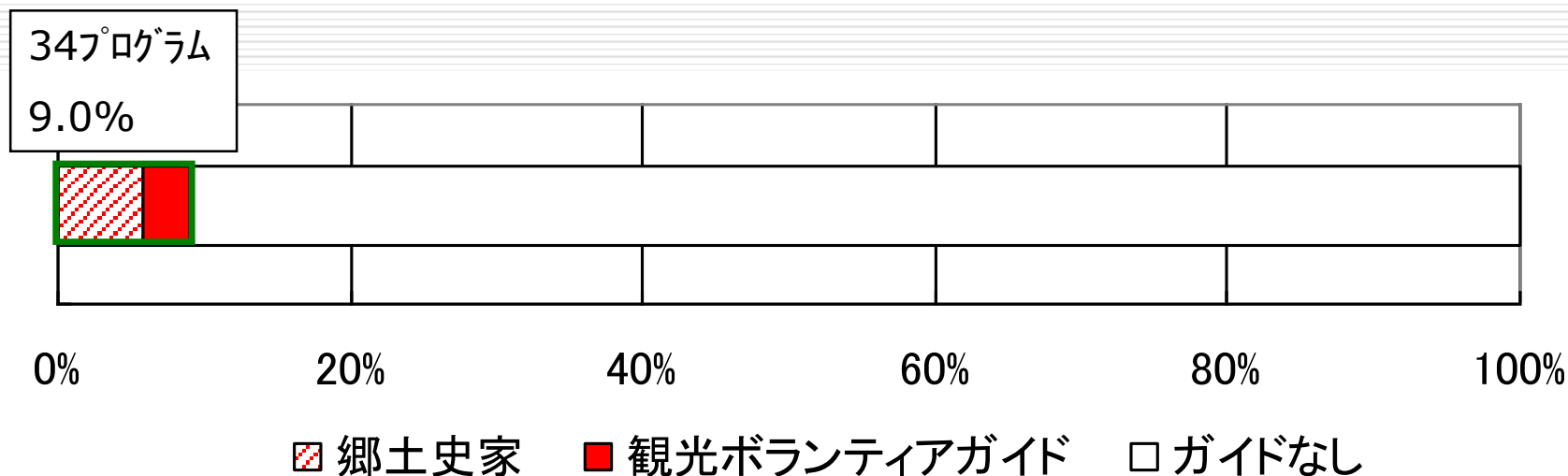
□ 地域の解説の有無



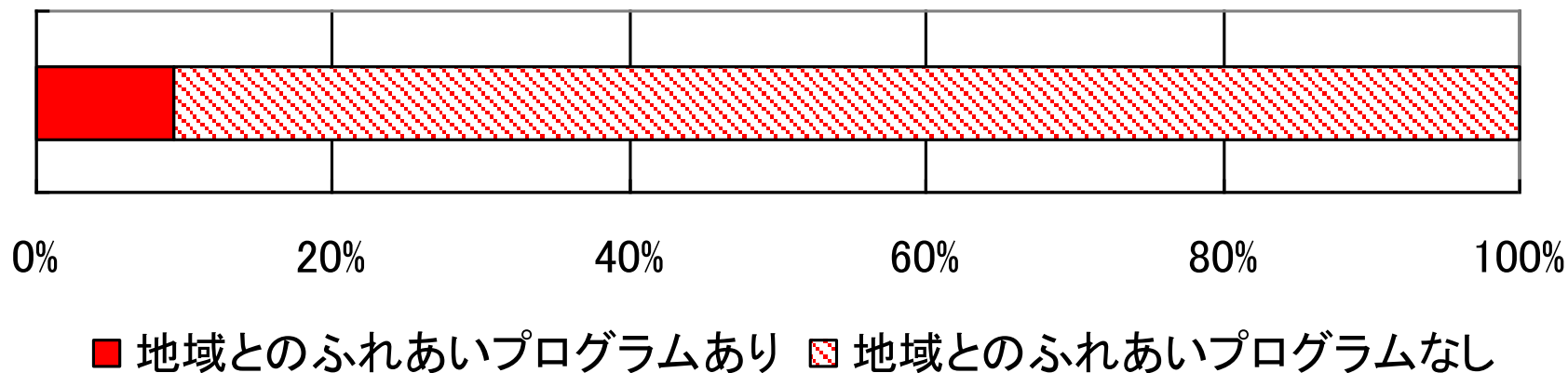
□ 地域とのふれあいプログラム



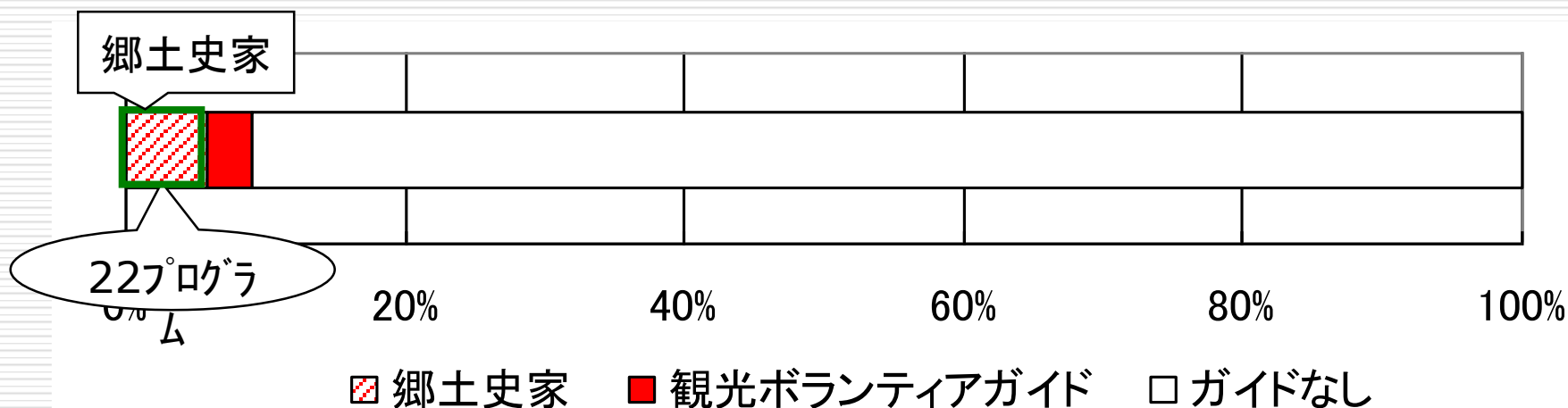
□ 地域の解説の有無



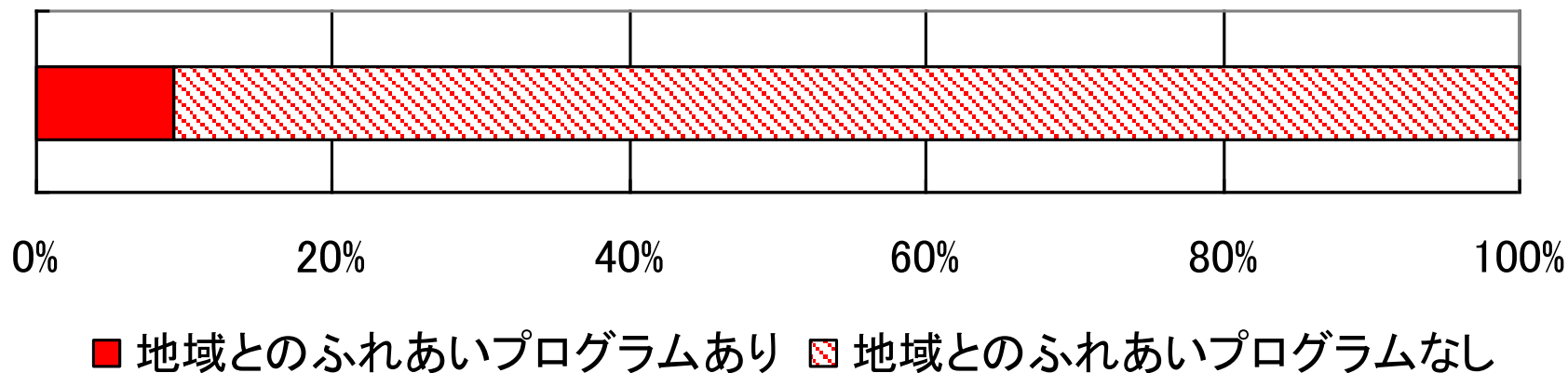
□ 地域とのふれあいプログラム



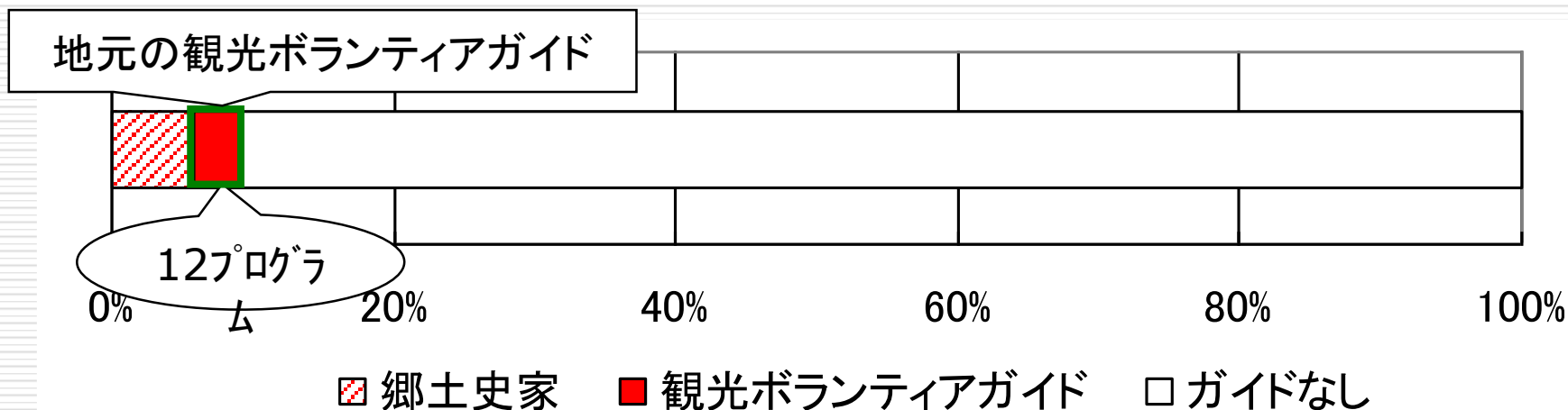
□ 地域の解説の有無



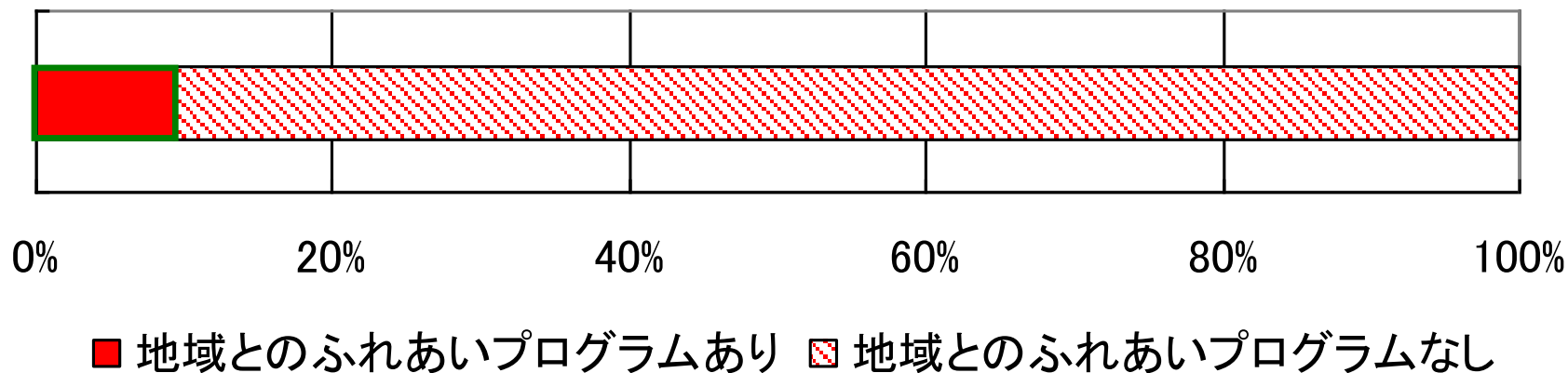
□ 地域とのふれあいプログラム



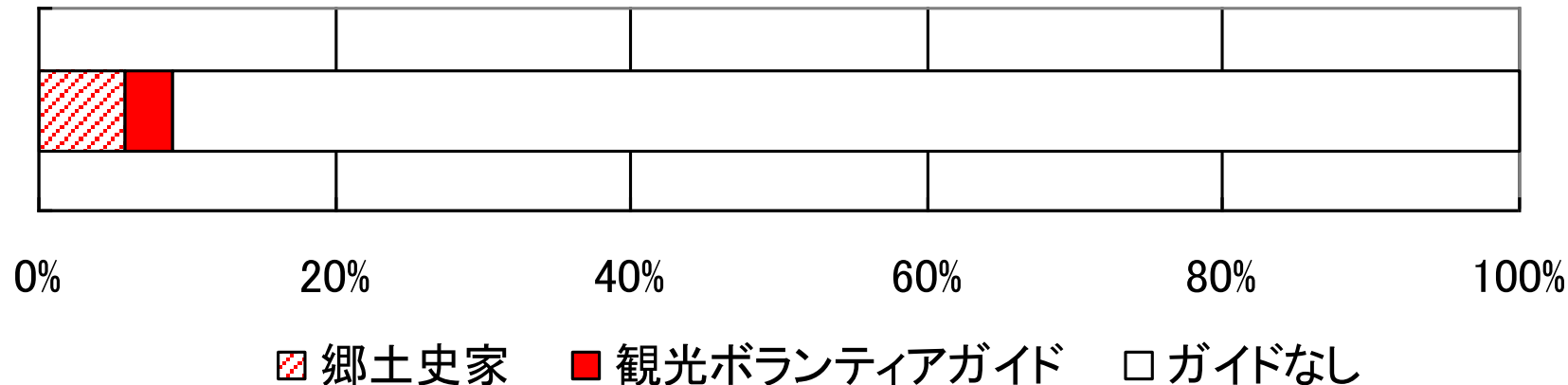
□ 地域の解説の有無



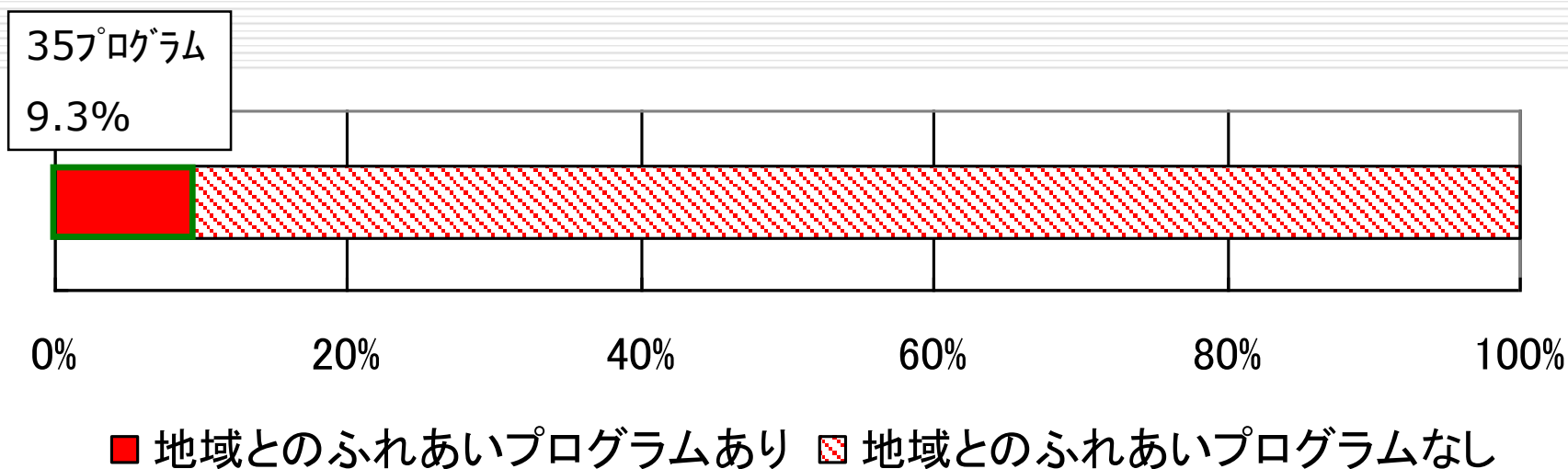
□ 地域とのふれあいプログラム



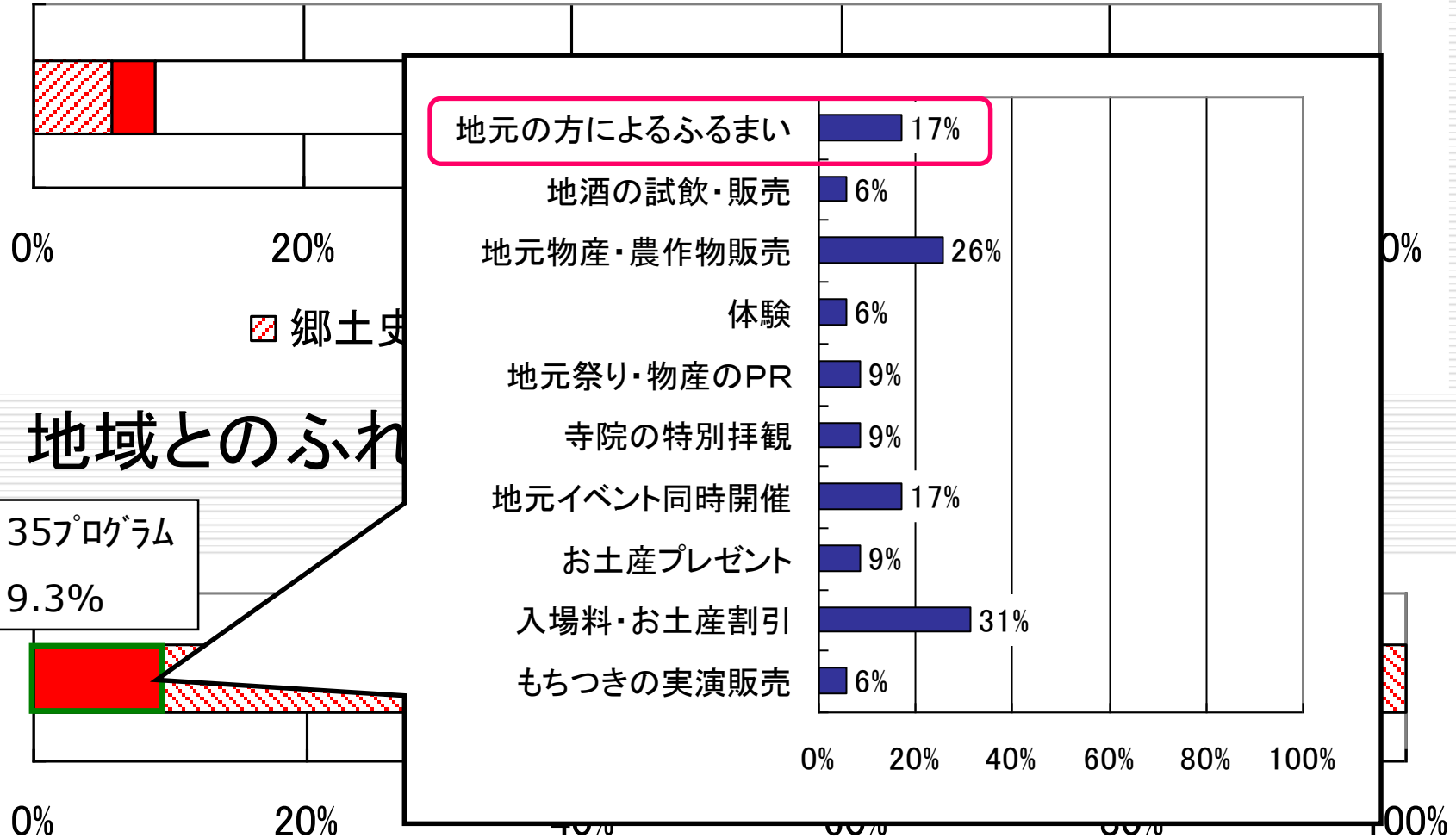
□ 地域の解説の有無



□ 地域とのふれあいプログラム



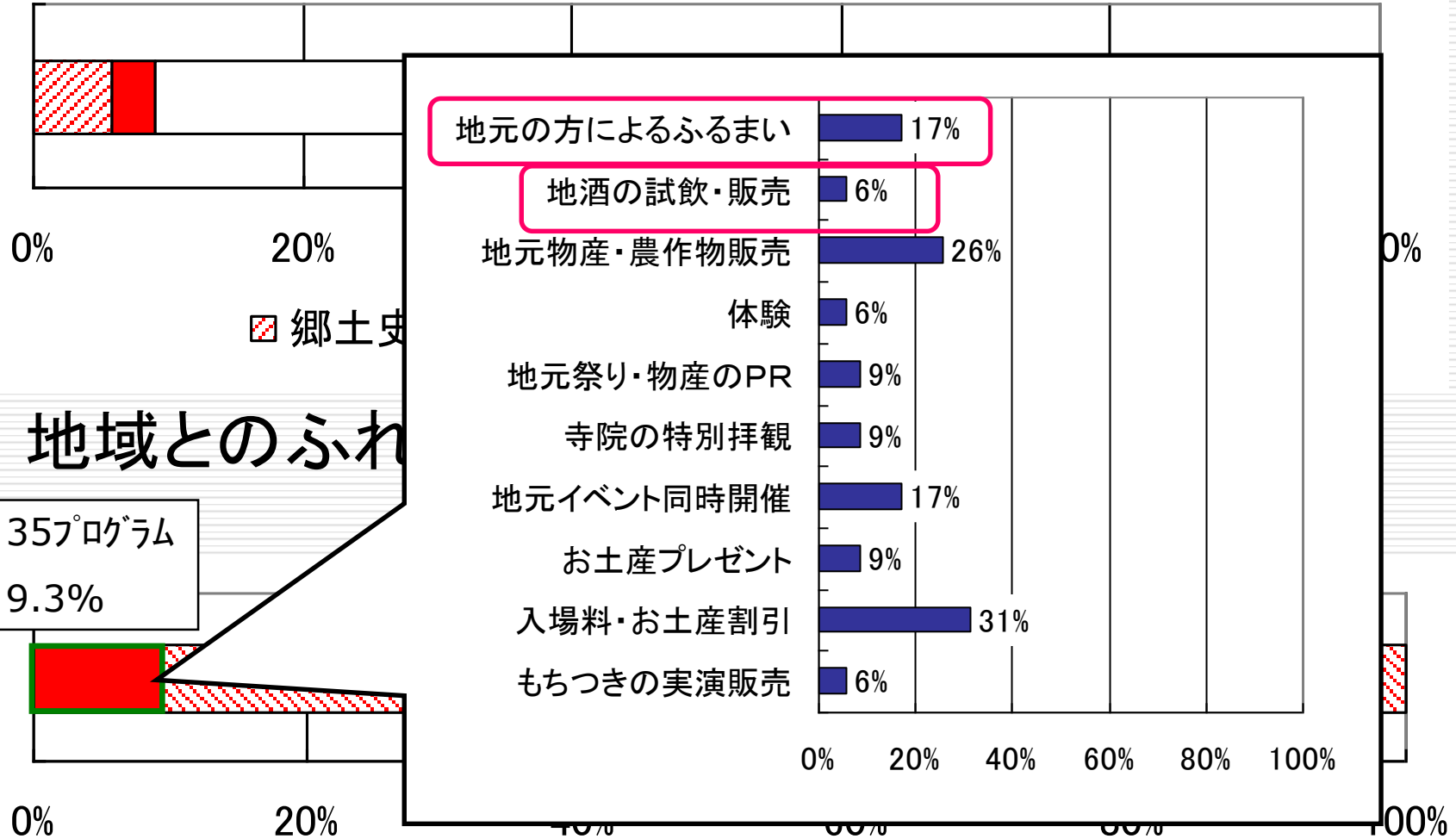
□ 地域の解説の有無



□ 地域とのふれ

■ 地域とのふれあいプログラムあり □ 地域とのふれあいプログラムなし

□ 地域の解説の有無



□ 地域とのふれあ

35プログラム
9.3%

■ 地域とのふれあいプログラムあり □ 地域とのふれあいプログラムなし

Step2 ウォークラリープログラムの変遷のまとめ

ウォークラリープログラムの変遷

- 自然散策型:7割弱
寺社めぐり型:3割程度

→ プログラムの中心

- まちあるき型 }
街道巡行型 } 数少ないが
体験型 } 3~10%存在
施設見学型 } 多様なプログラムが展開

- 2000~2003年の間にかけて
プログラム数が2倍以上に増加、
種類数も最大6種類に増加

地域とのかかわり合い

自治体と連携:全体の14.1%
地域の解説あり:34プログラム
地域とのふれあいプログラムあり:
35プログラム

Step2 ウォークラリープログラムの変遷のまとめ

ウォークラリープログラムの変遷

- 自然散策型:7割弱
寺社めぐり型:3割程度
→ プログラムの中心
- まちあるき型 } 数少ないが
街道巡行型 } 3~10%存在
体験型 } 多様なプログラムが展開
施設見学型 }
- 2000~2003年の間にかけて
プログラム数が2倍以上に増加、
種類数も最大6種類に増加

地域とのかかわり合い

自治体と連携:全体の14.1%
地域の解説あり:34プログラム
地域とのふれあいプログラムあり:
35プログラム

地元自治体との連携の可能性

2000年を境に、プログラム数が増えると共に、都市内を散策するまちあるき型や街道巡行型が取り組まれ、地域振興への貢献が期待

Step3

鉄道会社と自治体が共催するウォークラリープログラムの実態と課題を把握する方法

□ 調査対象

共催プログラムの実態

南海電鉄(株)と河内長野市の共催

「モックルウォーク」

参加者の評価

平成21年11月

河内長野市内で開催

**「晩秋の南河内・弘法大師
ゆかりの地を訪ねて」**

※協議会主催

(河内長野市をはじめとする9つの自治体・南海電鉄(株))

Step3

鉄道会社と自治体が共催するウォークラリープログラムの実態と課題を把握する方法

□ 調査対象

共催プログラムの実態

南海電鉄(株)と河内長野市の共催

「モックルウォーク」

文献整理

(共同研究報告書)

参加者の評価

平成21年11月

河内長野市内で開催

**「晩秋の南河内・弘法大師
ゆかりの地を訪ねて」**

※協議会主催

(河内長野市をはじめとする9つの自治体・南海電鉄(株))

Step3

鉄道会社と自治体が共催するウォークラリープログラムの実態と課題を把握する方法

□ 調査対象

共催プログラムの実態

南海電鉄(株)と河内長野市の共催

「モックルウォーク」

文献整理

(共同研究報告書)

ヒアリング調査

ヒアリング対象

南海電鉄(株)

河内長野市

にぎわい河内長野21

かわちながの
観光ボランティアガイド倶楽部

参加者の評価

平成21年11月

河内長野市内で開催

「晩秋の南河内・弘法大師 ゆかりの地を訪ねて」

※協議会主催

(河内長野市をはじめとする9つの自治体・南海電鉄(株))

Step3

鉄道会社と自治体が共催するウォークラリープログラムの実態と課題を把握する方法

□ 調査対象

共催プログラムの実態

南海電鉄(株)と河内長野市の共催

「モックルウォーク」

文献整理

(共同研究報告書)

ヒアリング調査

ヒアリング対象

南海電鉄(株)

河内長野市

にぎわい河内長野21

かわちながの
観光ボランティアガイド倶楽部

参加者の評価

平成21年11月

河内長野市内で開催

「晩秋の南河内・弘法大師 ゆかりの地を訪ねて」

※協議会主催

(河内長野市をはじめとする9つの自治体・南海電鉄(株))

アンケート調査

方法:ゴール地点で配布回収

配布:1013名

回収:876

Step3

鉄道会社と自治体が共催するウォークラリープログラムの実態と課題を把握する方法

□ 調査対象

共催プログラムの実態

南海電鉄(株)と河内長野市の共催

「モックルウォーク」

文献整理

(共同研究報告書)

ヒアリング調査

ヒアリング対象

南海電鉄(株)

河内長野市

にぎわい河内長野21

かわちながの
観光ボランティアガイド倶楽部

参加者の評価

平成21年11月

河内長野市内で開催

「晩秋の南河内・弘法大師 ゆかりの地を訪ねて」

※協議会主催

(河内長野市をはじめとする9つの自治体・南海電鉄(株))

アンケート項目

参加者属性	ウォークラリーの評価	今後への希望
年齢	ウォークラリーの魅力	希望散策資源型
性別	印象に残った場所	プログラムへの希望
参加形態	歩く距離	購入希望価格帯
参加頻度	配布地図の詳しさ	
最寄り沿線	訪ねるポイント数	
最寄り駅	トイレポイント数	
広報媒体		

モックルウォークの発生と展開

□ 始まったきっかけ

- ・平成13年12月 南海電鉄社長と河内長野市長が面談



南海電鉄(株)

新たな利用客増加

=

河内長野市

訪問客を増やし地域の活性化を目指す

- ・平成14年度「鉄道を利用した集客・振興方策の共同研究」を実施
- ・平成15年度～平成20年度に全13回開催

□ 取り組まれたプログラム内容

- ・河内長野市の古くからの観光資源である寺社や自然だけでなく、高野街道や地元の酒蔵をなどの新たな観光資源PRへの取り組み
- ・地元の観光ボランティアガイドによる解説や地元住民による地場農産物の販売、地元企業による地場産品の記念品提供等

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

主催者側の評価と課題

主催者	南海電鉄(株)	河内長野市
役割	コース作成・当日の運営	
	広報担当	市の情報伝授
目的	沿線PR・運賃収入の増益	市外からの集客による観光振興
評価	沿線PR・運賃収入の増益	市外へのPR
	スタート・ゴール地点の場所を確保しやすい (公園・市役所前広場・市内企業用地 等)	コース作成、運営のノウハウを受けられる
	運営に必要な物資の搬入出に市の公用車を利用できる	南海電鉄(株)とのつながり
	当日の人件費の軽減	みかんや柿、酒饅頭の販売をゴールで行ったときは飛ぶように売れた。
	イベント開催に伴う地域住民へのマイナス印象の緩和	参加者の昼食は、市内で購入されていない。
課題	ルート設定への工夫	ウォークラリーの効果検証 (経済効果、リピーター)
	労力の軽減・経費の削減	—

協力している地元団体の評価と課題

協力団体	にぎわい河内長野21	かわちながの 観光ボランティアガイド倶楽部
役割	地域とのふれあいプログラムの運営 (特産品の販売・お土産配送サービス 等)	定点ガイド(数人集まれば解説を行う)
目的	活動の場の発掘	活動の場の獲得
評価	地域内ネットワークの拡大	活動をPRできる最大の場
	南海電鉄(株)とのつながり	—
課題	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。
	ウォークラリーに合わせてイベントを提案・実行していく団体人数が少ない。	多人数定点ガイドを行うより、少数密着型のガイドを行いたい。
	—	新たなコースの発掘

協力している地元団体の評価と課題

協力団体	にぎわい河内長野21	かわちながの 観光ボランティアガイド倶楽部
役割	地域とのふれあいプログラムの運営 (特産品の販売・お土産配送サービス 等)	定点ガイド(数人集まれば解説を行う)
目的	活動の場の発掘	活動の場の獲得
評価	地域内ネットワークの拡大	活動をPRできる最大の場
	南海電鉄(株)とのつながり	—
課題	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。
	ウォークラリーに合わせてイベントを提案・実行していく団体人数が少ない。	多人数定点ガイドを行うより、少数密着型のガイドを行いたい。
	—	新たなコースの発掘

協力している地元団体の評価と課題

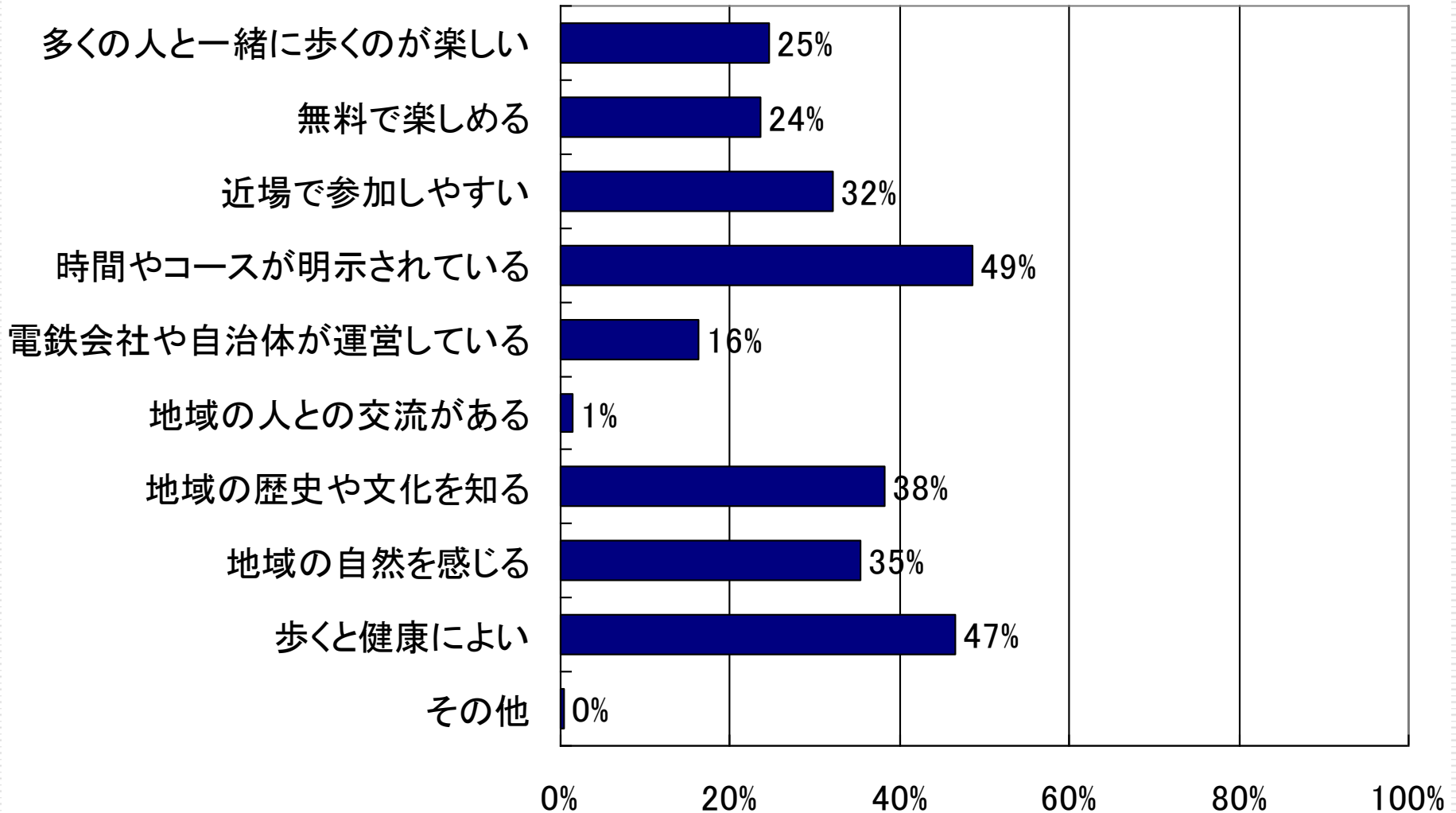
協力団体	にぎわい河内長野21	かわちながの 観光ボランティアガイド倶楽部
役割	地域とのふれあいプログラムの運営 (特産品の販売・お土産配送サービス 等)	定点ガイド(数人集まれば解説を行う)
目的	活動の場の発掘	活動の場の獲得
評価	地域内ネットワークの拡大	活動をPRできる最大の場
	南海電鉄(株)とのつながり	—
課題	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。
	ウォークラリーに合わせてイベントを提案・実行していく団体人数が少ない。	多人数定点ガイドを行うより、少数密着型のガイドを行いたい。
	—	新たなコースの発掘

協力している地元団体の評価と課題

協力団体	にぎわい河内長野21	かわちながの 観光ボランティアガイド倶楽部
役割	地域とのふれあいプログラムの運営 (特産品の販売・お土産配送サービス 等)	定点ガイド(数人集まれば解説を行う)
目的	活動の場の発掘	活動の場の獲得
評価	地域内ネットワークの拡大	活動をPRできる最大の場
	南海電鉄(株)とのつながり	—
課題	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。	不定期の開催であることから受身的な対応とならざるを得ない。
	ウォークラリーに合わせてイベントを提案・実行していく団体人数が少ない。 —	多人数定点ガイドを行うより、少数密着型のガイドを行いたい。 新たなコースの発掘

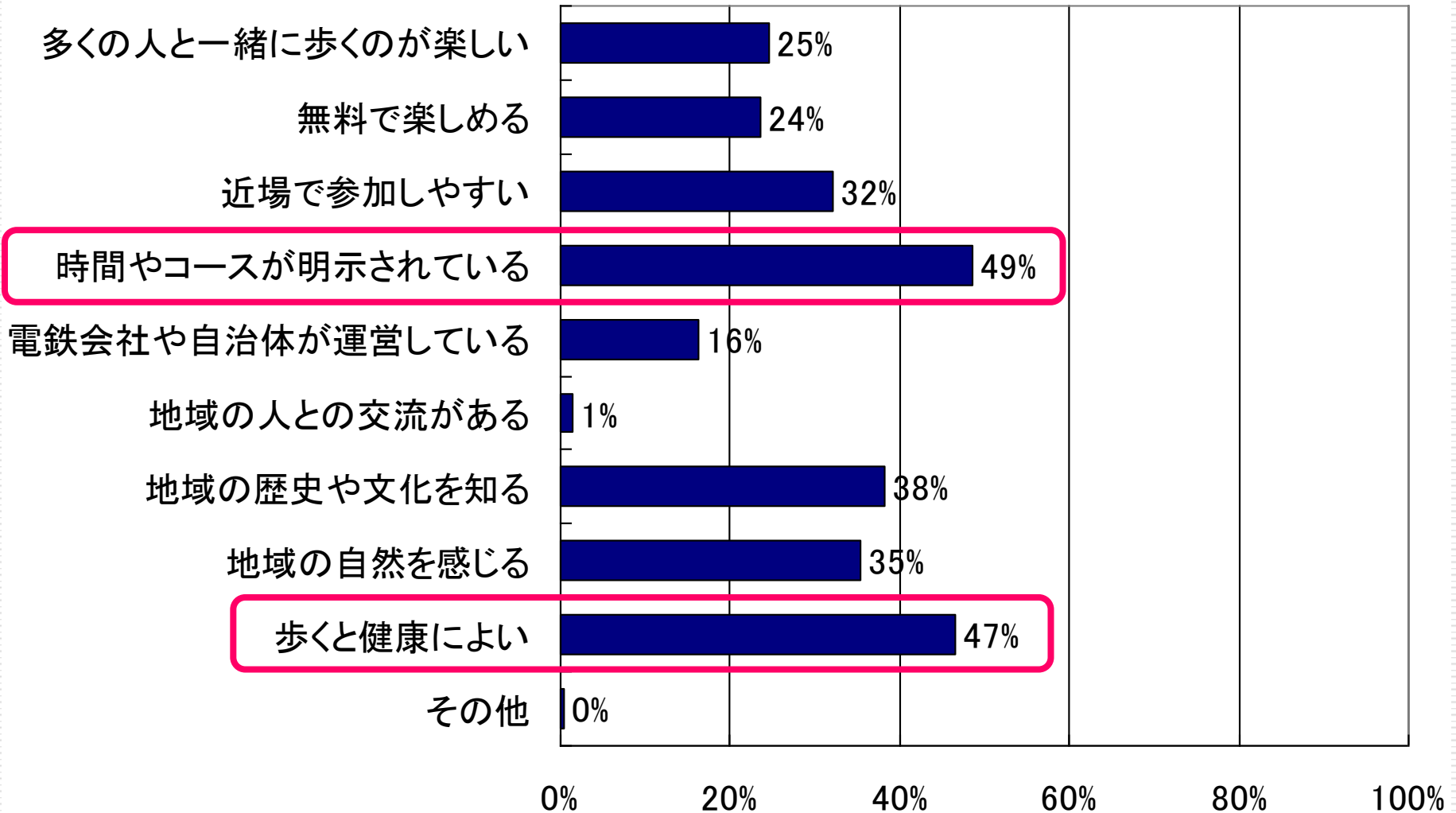
参加者の評価 I

□ ウォークラリーの魅力



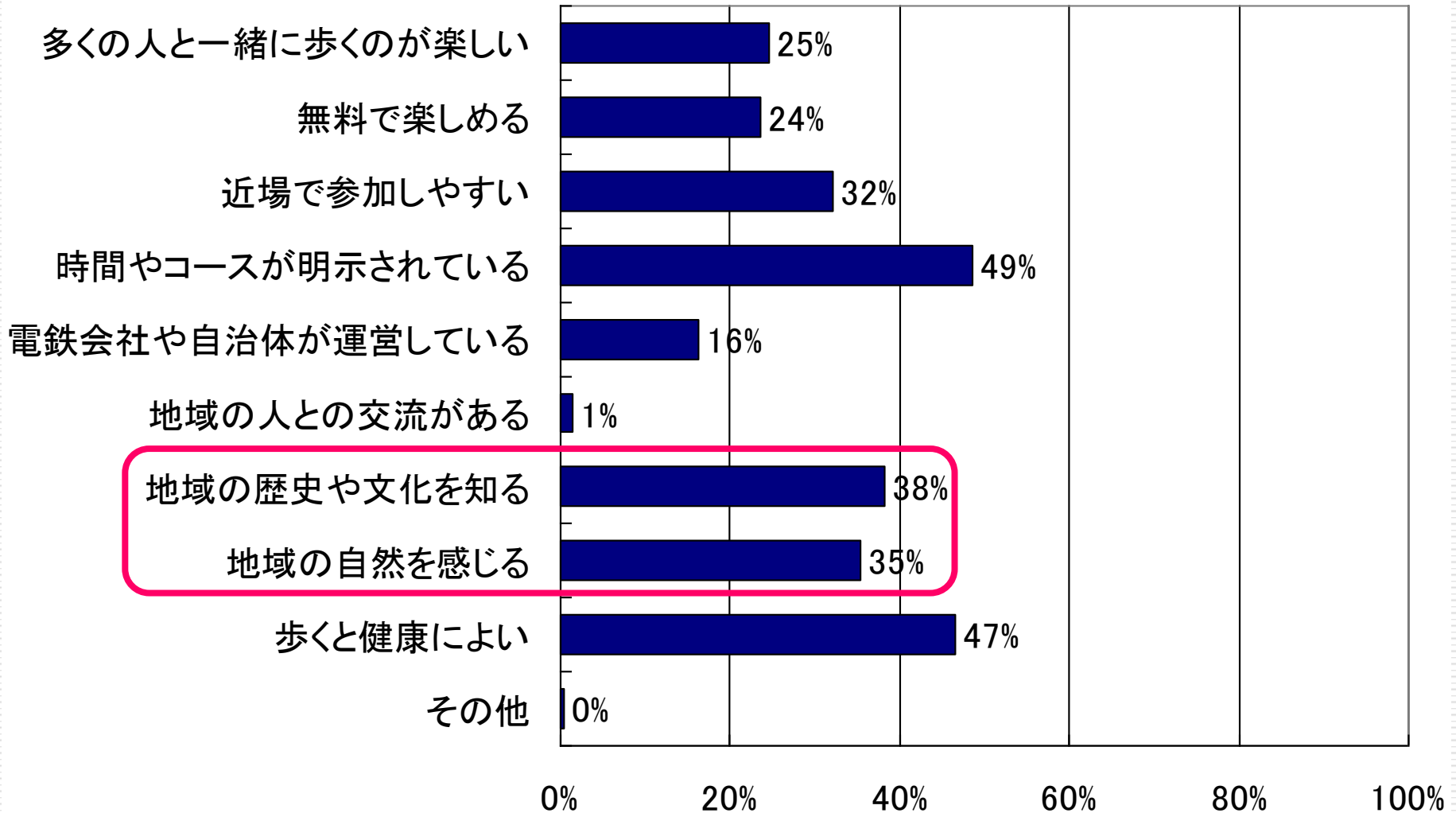
参加者の評価 I

□ ウォークラリーの魅力



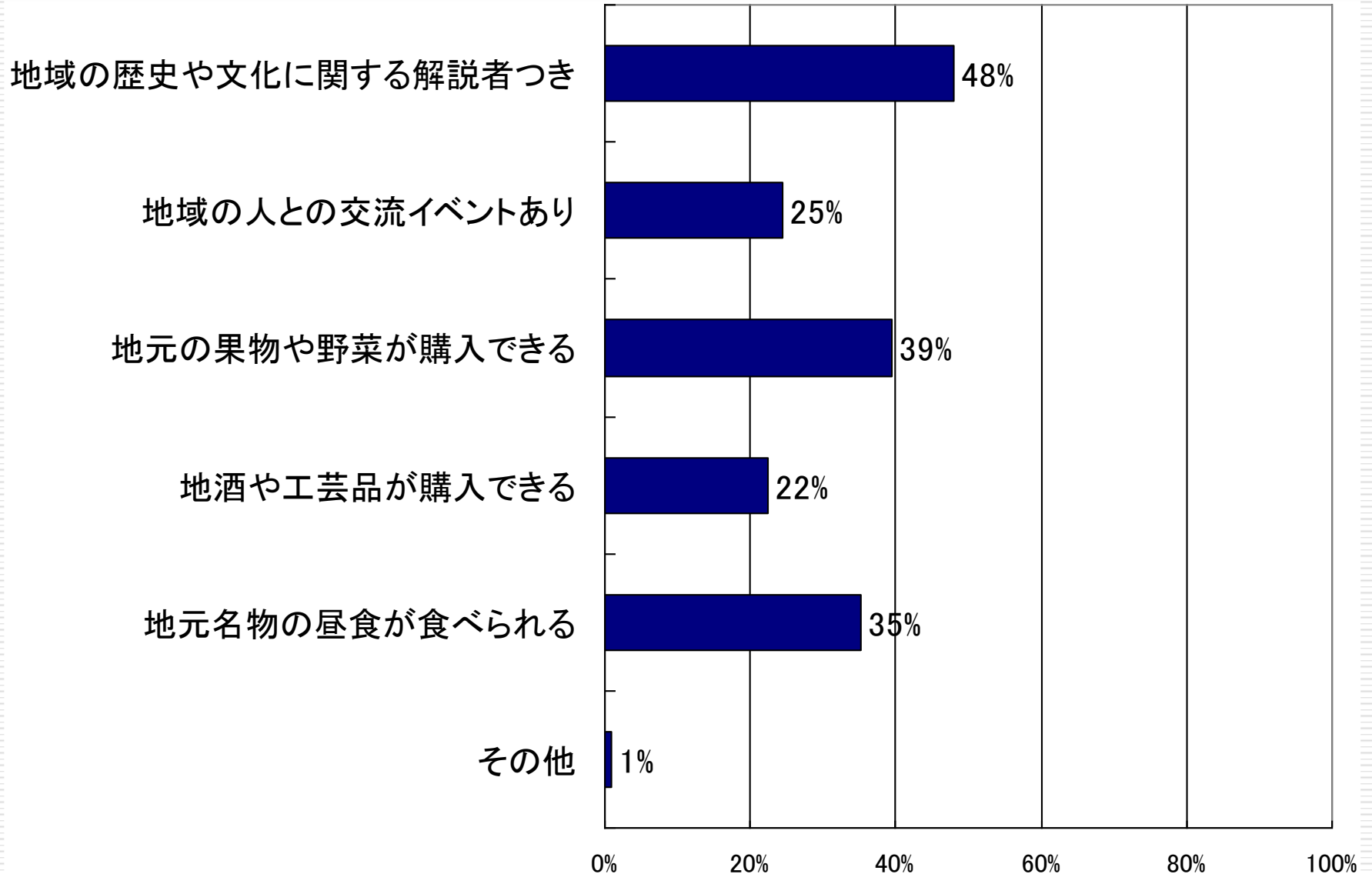
参加者の評価 I

□ ウォークラリーの魅力



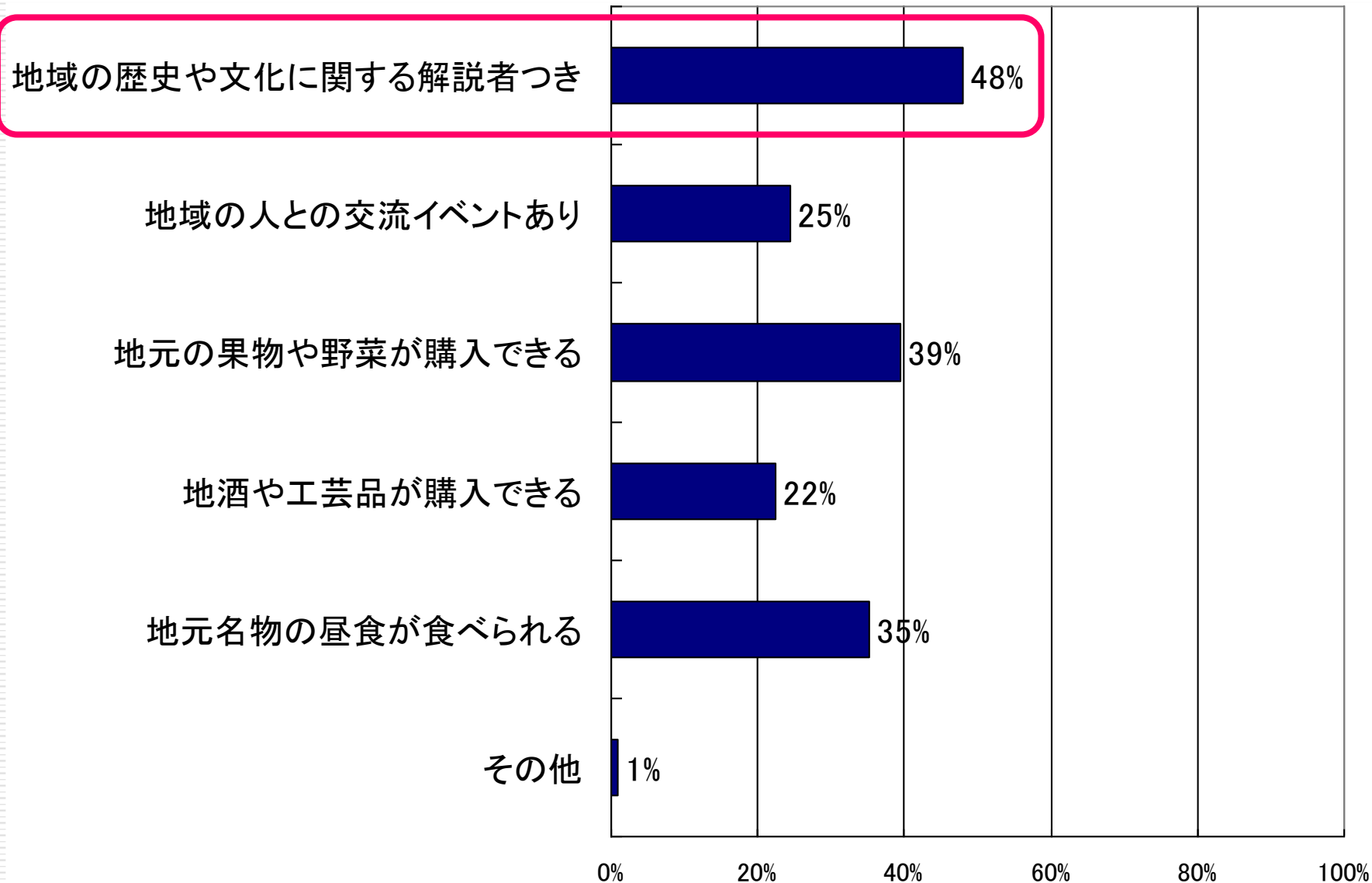
参加者の評価Ⅱ

□ 今後のプログラムへの希望



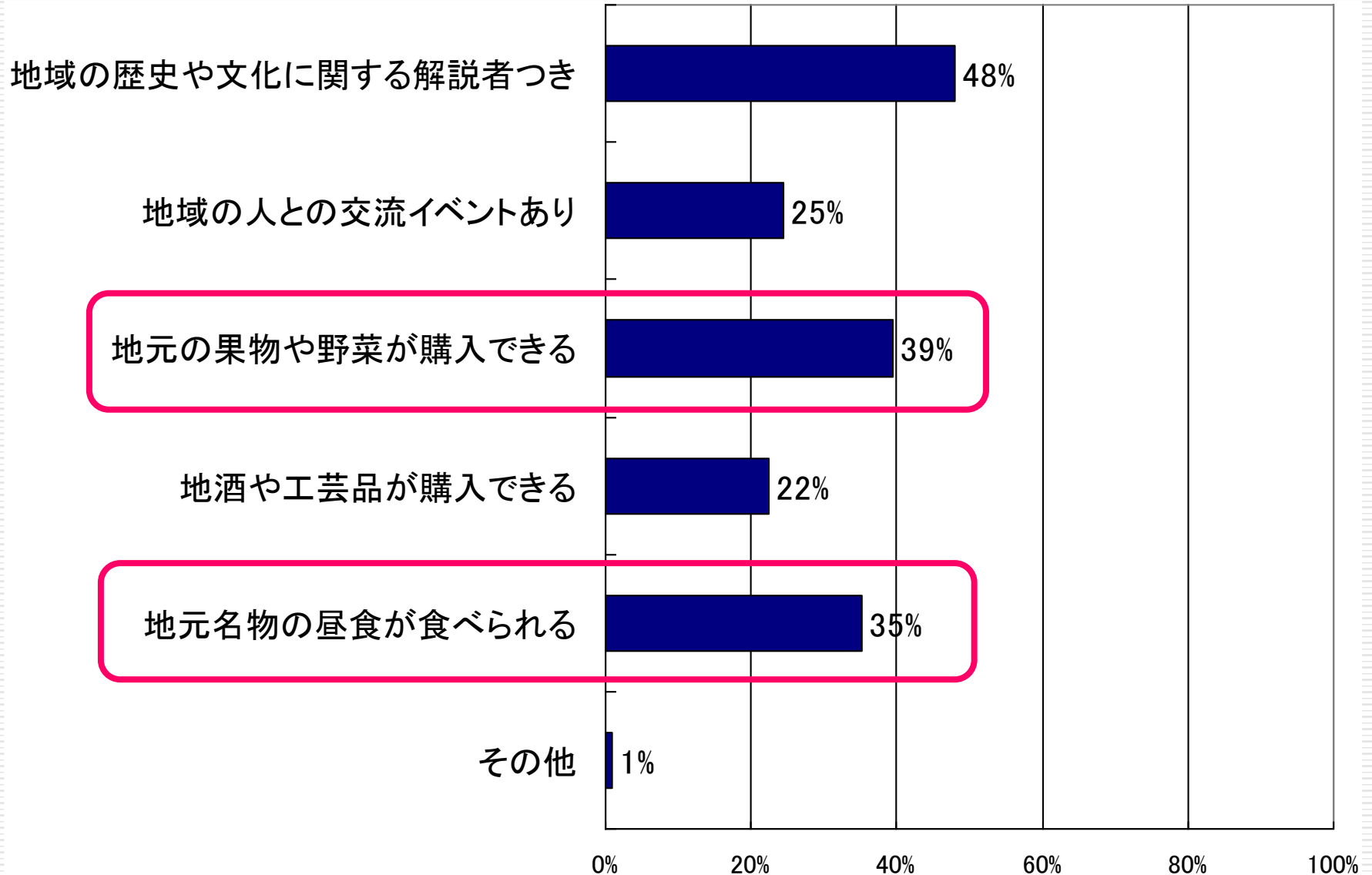
参加者の評価Ⅱ

□ 今後のプログラムへの希望



参加者の評価Ⅱ

□ 今後のプログラムへの希望



Step3 鉄道会社と地元自治体が共催するプログラムのまとめ

□ 効果

新たな観光資源PR

地元団体、個人、企業を問わず、多様な主体が運営に参加

□ 課題

参加者の市内での購買活動の促進やリピーターの獲得

不定期の開催であることから地元団体が受身的な対応とならざるを得ないこと

□ 参加者の評価

身近な地域を新たな視点で見ること・地元産のものへの購買活動への意欲

今後、ウォークラリープログラムを地域振興へとつなげる

Step3 鉄道会社と地元自治体が共催するプログラムのまとめ

□ 効果

新たな観光資源PR

地元団体、個人、企業を問わず、多様な主体が運営に参加

□ 課題

参加者の市内での購買活動の促進やリピーターの獲得

不定期の開催であることから地元団体が受身的な対応とならざるを得ないこと

□ 参加者の評価

身近な地域を新たな視点で見ること・地元産のものへの購買活動への意欲

今後、ウォークラリープログラムを地域振興へとつなげる

自治体

鉄道会社と地元との仲人役として機能し、市民や企業との連携を強めること

例：コース発案といった計画段階からの地元が関与する

市内店舗への告知を積極的に進め、購買活動を誘発させること

リピーター獲得に向けた沿道まちづくりを進めること

Step3 鉄道会社と地元自治体が共催するプログラムのまとめ

□ 効果

新たな観光資源PR

地元団体、個人、企業を問わず、多様な主体が運営に参加

□ 課題

参加者の市内での購買活動の促進やリピーターの獲得

不定期の開催であることから地元団体が受身的な対応とならざるを得ないこと

□ 参加者の評価

身近な地域を新たな視点で見ること・地元産のものへの購買活動への意欲

今後、ウォークラリープログラムを地域振興へとつなげる

自治体

鉄道会社と地元との仲人役として機能し、市民や企業との連携を強めること

例：コース発案といった計画段階からの地元が関与する

市内店舗への告知を積極的に進め、購買活動を誘発させること

リピーター獲得に向けた沿道まちづくりを進めること

鉄道会社

広報力のさらなる活用と共に地元との安定的な関係を築くための長期戦略が求められる。