

交通事業者の企画乗車券についての考察

白 神 昌 也

1、はじめに

交通事業者における企画乗車券¹は、以前から JR 旅客鉄道各社において様々なタイプのものが発売されており、JR 以外の大手私鉄各社や地方鉄道事業者でも発売されている。近年においては複数の事業者による企画乗車券も発売され、鉄道事業者同士での商品開発および発売にとどまらず、バス事業者やその他の交通事業者を含めた共同商品開発および発売も行われている。

また、企画乗車券の利用可能範囲についても、旧国鉄時代から現在の JR グループにわたって長期間定期的に発売されて人気を博している「青春 18 切符」のような全国的に利用できるものから、特定の地域内の狭い範囲でのみ利用可能な企画乗車券まで様々なタイプのものが発売されており、利用期間については 1 日限定のものから数日以上に及ぶもの、利用回数についても回数制限のあるものから期間内の利用が無制限のものなど、様々なタイプのものがある。

さらに、交通事業者と特定の観光地や観光施設が共同で企画乗車券を開発し、観光客の観光地での消費意識を高めるような様々な特典を盛り込んだ商品についても開発され発売されている。

近年では更により多様性のある企画乗車券が発売されており、主要鉄道駅で設置してあるパンフレットも常に新しいものに更新され、観光客に人気の高い企画乗車券については毎年定期的に発売されている。一見して同じ内容と思われる企画乗車券であっても、よく調べると観光客のニーズに沿う形での微妙な更新も見受けられる。

本稿においては、様々な企画乗車券について整理し、どのような効果が期待できるのかについて考察を加えていく。様々なタイプの企画乗車券について一概にその利点についての優劣をつけることは困難であるが、企画乗車券の今後の方向性についてある程度検討できると考えられる。

2、企画乗車券の位置づけと分類

企画乗車券は、利用者の移動の利便性向上に寄与するだけでなく、事業者側としては利用を通じた運賃収入の増加にも寄与する商品である。さらに、特定区間や地域での企画乗車券の発売は、当該区間や地域における経済効果をもたらすこととなる。

例えば、観光地における企画切符の導入により観光客が増加する結果、地域経済が活性化につながることとなり、特定の集客施設との企画乗車券開発は、集客施設と交通事業者および利用者の 3 者ともにメリットが享受できることとなる。ここでは、企画乗車券の位置づけについていくつかの角度から考察する。

(1) 運賃体系の一形態としての企画乗車券

交通サービスにおいて運賃は、大きく運賃水準と運賃体系とに分類できる。運賃水準が交通事業者の収入総額を規定するのに対し、運賃体系は路線や距離等における個別運賃を規定する。

企画乗車券は特定の区間や範囲において設定されるものであり、運賃体系の一形態であることに他ならず、その機能は事業者にとっては費用回収のための手段の一つであり経営の安定化に寄与するものである。運賃体系が安定した需要の確保や需要の喚起に寄与するものであるとすると、企画乗車券は後者の役割が大きいと考えられる。交通需要が派生需要であると考えた場合、企画乗車券は本源需要を顕在化させる大きな役割を持っていると考えられる。

運賃体系には大きく分けて通常運賃と割引運賃その他の特殊運賃等²があるが、企画乗車券はこのうちの割引運賃であると解釈できる。一般的な回数券と比較しても割引率が高く設定されている場合が多く、利用者にとっての金銭的なメリットは非常に大きくなっている場合が多い。

(2) 旅行商品としての企画乗車券

企画乗車券を旅行商品として見た場合、当該旅行商品における利用可能交通手段による移動が、どのくらい旅行の価値に寄与しているのかということが重要な要素のひとつとなる。

通常旅行者は、自身の観光目的に応じた移動手段を選択する。その際に企画乗車券を利用することで旅行支出を抑えることが可能となり、金銭的な側面で大きなメリットを享受することとなることは先述のとおりである。

また、企画乗車券を利用することで、移動可能範囲が広がることによって生じる運賃購入回数にかかる煩雑さはほぼ解消されることとなり、さらに、特定の施設における無料化や割引という付加価値が加えられることで、旅行者側のさらなるメリットが付け加えられることとなる。

さらに、観光地の観光施設や飲食、宿泊施設等との共同商品開発により、観光地への大きな経済効果が期待されるであろう。

(3) 企画乗車券の概略と分類

① 企画乗車券の概略－国鉄、JRにおける歴史的経緯の概略

企画乗車券が、主に旅行者の観光行動における移動の利便性向上へ寄与するものであると考えれば、その原点であると考えられるのは旧国鉄時代の周遊券であると考えられる。この周遊券については戦前の国鉄時代にすでに発売されており、割引乗車券のなかの「遊覧券」として、鉄道省の制度の下にJTBが企画・販売・案内の全てを委託することで始まったものである。

国鉄で初めて採用された「遊覧券」は、1925年9月23日に制定された通達859を根拠に、同年10月25日から発売された。これは、全ての旅程に必要な乗車・乗船、宿泊、食事などの券を合わせたクーポン券を発行し、旅行の手配・行程作成・案内をJTBに委託することで商品化されたものである。当初は経路が固定されていたが、1930年10月1日に指定地を十数ヶ所に増やした。さらに、1933年からは、旅客の要望をかなえる形で地域内で乗降自由な遊覧券を発売した。その後1939年8月30日に「観光券」と改称され、1942年10月1日に

戦争のためいったん廃止された。

戦後、1950年1月20日に新たに「周遊割引乗車券」として制定された国鉄の企画乗車券は、その後「普通周遊乗車券」、「均一周遊乗車券」、「ミニ周遊券」、「ルート周遊券」というように、観光需要の変遷に即した形で多様化し、その過程において特別企画乗車券として現在のJRの「トクトクきっぷ」の前身となる企画乗車券が誕生した。なお、国鉄-JRの周遊券は2013年3月31日限りで全廃され、JRの企画乗車券は「トクトクきっぷ」に集約されている。

②企画乗車券の分類

企画乗車券を分類する際、様々な分類方法³が考えられる。ここでは利用可能範囲を分類基準として記述する。

1) 利用可能範囲が広範囲に設定されている企画乗車券

このタイプの企画乗車券は、特定の観光地における観光需要の喚起を目的とするものではなく、利用者側の移動コストの削減を通じた利便性の向上と事業者側の需要確保や需要促進、潜在需要の顕在化を主目的とするものである。

このタイプの代表する企画乗車券として、JR各旅客会社で利用できる「青春18切符」がある。詳述はしないが、国内各地において期間限定ではあるが、全ての旅行者が各々の旅行目的に合わせて利用できる非常に利便性が高い人気乗車券である。

広範囲に設定されているものとしては、JRグループの企画乗車券が中心となるが、関西圏におけるスルッとKANSAI協議会により企画販売されているものもある。

2) 利用可能範囲が特定の範囲内に限定されている企画乗車券

このタイプの企画乗車券は、特定の観光地における観光需要の喚起を目的とするが、人気のある観光地への観光客の入込を促進する目的も大きい。そのため、特定の観光地における他の交通事業者の交通サービスが利用可能である場合が多く、観光施設の割引等、特典が付加されている商品となっている。

このタイプの企画乗車券として、JR各社が販売している「ぐるりんパス」が挙げられる。これは基本的に、出発地と観光地間の輸送と観光地における自由周遊区間の輸送がセットになっており、観光地へのアクセスは新幹線または在来線特急を利用し、観光地内ではJR在来線と各地における地方鉄道やバスの利用が可能となっている。さらに指定された観光施設の無料または割引利用が可能で、観光客にとっての利便性が非常に大きく、年間を通じて発売されている場合が多い。

3) 特定の地域間の乗車に限定されている企画乗車券

このタイプの企画乗車券はとして、特定地点間の往復切符や特定地点への片道切符がある。いずれも利用者にとっては割引という点でメリットが大きいが、事業者側からは需要の確保や早期確定という側面が大きい。というのは、このタイプの企画乗車券は、他の交通事業者との競合区間に設定されている場合が多く見られるからである。

例えば、新幹線の「早得きっぷ」や「2枚きっぷ」は航空輸送や高速バス輸送と競合する区間において発売され、「はるか往復割引きっぷ」や「関空アクセスきっぷ」は関西空港への旅行者の利便性向上という側面に加えてJRと南海電鉄の旅客確保にも寄与している。

4) 近距離の地域内を周遊する旅行者を対象にした企画乗車券

このタイプの企画乗車券は、特定の観光地における移動の利便性を提供するものであり、

「1日乗車券」や特定地域における乗り放題券などがある。観光地における交通事業者ごとの販売が主流となり、全国的に販売されている。

企画乗車券については、全国的な路線網を有する JR 各社が、中距離から遠距離の旅行をほぼ独占的に販売している一方、各地域においては地方交通事業者が販売をおこなっている。特に地方都市においては、観光施設間の公共交通輸送の中心はバス輸送であることからすると、狭い範囲内の「1日乗車券」が企画乗車券の代表であると考えられる。

3、近畿圏における企画乗車券の現状

京阪神を中心に、近畿圏においては JR 西日本と大手私鉄との競合が見られる路線が数多く存在する。

また、観光地として京都や奈良などは世界遺産を有する有名観光地であり、大阪は関西空港と伊丹空港という空の玄関口を有するのみならず都市観光地の代表でもある。近隣の兵庫県や滋賀県、和歌山県においても人気観光地が数多く、様々なタイプの企画乗車券が販売されている。

(1) JR 西日本の企画乗車券

現在、JR 西日本による近畿圏内の企画乗車券はあまり多くはなく、京阪神の各主要駅を発着する他の地域への「トクトクきっぷ」が主流である。近畿圏において利用可能な主な企画乗車券は以下のとおりである⁴。

まず、広域で利用可能な切符として「秋の関西 1 デイパス」がある。これは関西圏において日帰り旅行する旅行者対象で、JR が設定する自由周遊区間内の新快速や快速を含む普通列車自由席と近江鉄道および水上バス「アクアライナー」、指定のレンタサイクルが利用できる。加えて「男山ケーブル&ひらパーで京阪電車満喫チケット」、「真田・九度山チケット」、「吉野・飛鳥チケット」の 3 種類の中から 1 種類を選んで利用できるものである。

次に、利用範囲が限定されているタイプとして、「城崎・出石・竹田城ぐるりんパス」がある。これは JR で特急列車の普通車指定席で出発駅から指定観光地までを往復する乗車券と、観光地域内における指定観光施設の入場券および JR や路線バス・観光周遊バスの 3 日間乗り放題チケットがセットになったものである。

ぐるりんパスについては他の地域販売の「大阪ぐるりんパス」があるが、近畿圏では発売されていない。近畿圏発で他の地域へのぐるりんパスは複数発売されており、いずれも往復乗車券 + 設定観光地内の自由周遊券 + 観光施設入場券という同様の特徴を有している。

特定の地域間の乗車に限定されている企画乗車券としては、先ほど記述したもの以外には「関西空港往復割引きっぷ」、「くろしお指定席往復きっぷ」、「こうのとり指定席往復きっぷ」などが販売されている。

上記以外にも「鉄道の日記念きっぷ」や「青春 18 きっぷ」、「関西おでかけパス」など、季節限定・曜日限定の企画乗車券も発売されている。

JR 西日本による企画乗車券は、主に宿泊を伴う中距離から遠距離への旅行者を対象にしている場合が多く、往復の廉価な高速輸送サービスに加えて、観光地では自社だけではなく他の交通事業者とのタイアップおよび主要観光施設の入場券を商品に含めるという形で販売されて

いる。

その他、近隣地域間の移動では、「昼間特割きっぷ」がアーバンネットワーク⁵において販売されており、観光のみならず地域内での移動コストの削減を寄与している。

(2) スルッと KANSAI 協議会の企画乗車券

スルッと KANSAI は、関西の鉄道・バス事業者を中心とした 63 事業者で構成されており、磁気カードによる共通乗車券を通した企画乗車券を販売し、また、交通需要喚起のための様々な活動を行っている共同体である。

スルッと KANSAI の名称は、阪急電鉄、能勢電鉄、阪神電気鉄道、大阪市交通局、北大阪急行電鉄の 5 社により、1996 年 3 月 20 日より各事業者の磁気カードの統一名称として運用されたのが始まりである。その後、各事業者で行っていた業務の効率化のために、2000 年 7 月 18 日に株式会社スルッと KANSAI が設立され、事務局運營業務と共同 PR 業務についてスルッと KANSAI 協議会からの委託のもと、受託業務を行っている。

現在の旅客輸送に関連する主な業務は、PiTaPa サービス、企画乗車券の販売で、その他イベントの実施や関連グッズの販売等を行っている。また、最近の 5 年間（2011 年度～2015 年度）売上高の 80% 以上が PiTaPa によるもので（2012 年度は 75%）⁶、企画販売については 10% に満たない状況である。このような状況の下、2016 年 7 月 1 日に「スルッと KANSAI 対応カードの発売終了および駅の自動改札機・バスでの共通利用終了について」という発表がなされ、2017 年 3 月 31 日（金）限りに発売を終了するとともに、2018 年 1 月 31 日（水）をもって駅の自動改札機およびバスでの共通利用が終了することとなった。

スルッと KANSAI 協議会による企画乗車券にはある特徴が見られる。関西圏に限定した企画乗車券であるため、前述した 2 (2) ②による分類では 4) が主流となるが、これに 3) を加えたタイプが販売されている。鉄道事業者が沿線のバス事業者や観光地と共同で企画乗車券を販売することは様々な地域で行われているが、スルッと KANSAI 協議会に参加している事業者は、各観光地内の「エリア版」とそれに他社線の乗車券を含んだ「拡大版」という商品を販売している。これは前述した JR 西日本の「ぐるりんパス」に似た特徴を持っているが、地域内輸送と周遊輸送を加え、かつ利用者がどの地域に居住していたとしても利用できるという点で特徴的である。つまり、利用可能圏に居住している限り、スルッと KANSAI のエリア内では等しくサービスが享受できることとなる。

スルッと KANSAI 協議会による企画乗車券には非常に多くの種類があり、各事業者により個別に設定され、沿線利用者の利便性向上に寄与している一方で、ネットワーク形成により関西圏における多くの利用者にも多くのメリットを与えていることとなる。

スルッと KANSAI 協議会では、企画乗車券について、加盟交通機関による「お得な乗車券」と記述している。その中のいくつかを以下タイプ別に記述する。

まず、「エリア版」としては「大阪周遊パス」、「神戸街めぐり 1 day クーポン」、「有馬・六甲周遊 1 day パス」、「高野山・真田九度山 1 day チケット」、「奈良・斑鳩 1 day チケット」などがある。これらのチケットは設定地域において当該交通事業者およびバス等が 1 日乗り放題であり、観光施設の入場クーポンや割引クーポン等が含まれている。

これに「拡大版」ということで他の交通事業者の乗車に要する運賃が加算され、例えば阪急電鉄が拡大エリアである場合は「阪急拡大版」という名称がつくこととなる。

また、各事業者の路線内または相互乗り入れ路線での1日乗車券や、特定区間における往復割引切符、特定観光施設の利用を主目的とした企画乗車券の発売も行っている。

関西一円における旅行の利便性を向上させたという意味でスルッとKANSAIの存在は非常に重要であると考えられる。

さらに、スルッとKANSAIの「お得な乗車券」のうちもっともユニークなのは、季節ごとに発売される「スルッとKANSAI 3 day チケット（季節限定版）」である。この企画乗車券は、利用可能期間中で旅行者が利用しようとする3日間を非連続的に選択して利用することが可能な乗車券であり、その利用範囲はJRの各路線と高速バスやリムジンバスを除いたほぼ全てとなっている。さらに観光施設の割引クーポンや飲食料金の割引クーポン、土産物の割引クーポンもセットになっており、詳細な路線図も商品に含まれている。販売価格は5,200円で、1日あたり約1,750円となる。関西空港から南海電鉄、大阪市交通局（地下鉄）および阪急電鉄京都線を利用して京都まで移動するのにかかる運賃が1,560円⁷であることを考えると、まさに「お得」なチケットの代表といえよう。

以上、簡単にJR西日本とスルッとKANSAI協議会の企画乗車券についてみてきたが、JR西日本側の企画乗車券については今後も様々な形で展開されるであろうが、スルッとKANSAI対応磁気カードが廃止されるに至って、関西圏における旅行者の利便性が著しく低下することが予想される。前述の「スルッとKANSAI 3 day チケット（季節限定版）」については2016年度の秋の期間の発売をもって終了が発表された（2016年9月28日）。今後はPiTaPa事業が中心となるとのことであるが、現状の自動改札機が磁気対応切符とIC対応乗車券の両者ともに利用可能であることから、磁気カードの廃止は一般利用者への利便性についてもある程度影響を及ぼすかもしれない。

4. 企画乗車券の今後の方向性

前章まで企画乗車券について記述してきたが、今後企画乗車券がどのようなものとなっていくかを検討していく。

まず、企画乗車券の販売による交通事業者の増収効果であるが、地域内輸送のみならず地域間輸送を担っているJR西日本においては、その種類が拡大していることから考えると一定以上あると考えられる一方、スルッとKANSAIにおいては協議会を構成する各自業者が大幅に縮減する方向へ向かっており、今後効果が期待できないものと判断されたといえる。

利用者側からの視点で考えると、企画乗車券の販売による様々な意味での旅行の手軽さは今後とも常に望まれることとなるため、ニーズに合った商品販売が継続されるべきであると考えられる。

観光地側では、企画乗車券を通じた観光客の増加による経済効果は地域の発展につながることをため、様々な企画乗車券を開発し販売していくこととなると考えられる。

JR西日本がICOCAを導入しても磁気切符による企画乗車券を発売し続けているのとは対照的に、関西圏における私鉄や市バスの共通乗車券の販売が終了をむかえることは、たとえPiTaPa事業のさらなる拡大を行うとしても、利用者の利便性を販売終了までに担保できる水準になるのかは未だ不透明である。IC乗車券に企画乗車券の役割をどこまで盛り込むのか、それともIC乗車券と企画乗車券とは別ものとし、磁気以外の他の方法を採用していくのか、

今後の関西の各交通事業者の経営戦略について注視していくことが重要である。

本稿では論じていないが、交通事業者による顧客囲い込み戦略として、JR西日本による満50歳以上限定の会員制旅クラブの「おとなび」の制度が2014年12月から始まった。会員になることである一定の企画乗車券がより安く購入可能となるため、今後の企画乗車券の開発に何らかの影響が出る可能性がある。

5、終わりに

一概に企画乗車券といっても、地域内輸送を中心とした地方交通事業者が販売できるものには限界がある。それをスルッとKANSAI協議会による企画乗車券の共通販売が、利用者のみならず各観光地へ大きなメリットをもたらしたことは非常に重要なことである。今後の関西地区の各交通事業者が、旅行者に対してより魅力的な企画乗車券を発売することができるのか、それとも出来ないのかは現状では結論付けられないが、少なくとも共通磁気乗車券の販売および利用終了は一定のマイナス効果を招く可能性がある。

注

- 1 ここでは企画乗車券を旅行者の旅行目的に応じた特殊乗車券とする。通常の回数券や定期券については議論の対象外とする。
- 2 小人割引や団体割引、障害者割引等その他様々な運賃設定がなされている。
- 3 分類方法としては、例えば利用目的や利用可能時期、特定の期間限定販売などの様々な要素により細かく検討することが可能である。
- 4 2016年9月30日の時点での販売切符
- 5 大阪市内を中心とした京阪神および宝塚方面の路線網
- 6 2011年度から2015年までの有価証券報告書より算定
- 7 南海難波で地下鉄へ、地下鉄梅田で阪急京都線へ乗り換えた場合

参考文献

- ・近藤喜代太郎、池田和政著 [2003]「国鉄乗車券類大辞典」JTB
- ・国土交通省総合政策局 [2015]「交通政策白書」国土交通省

参考資料

- ・株式会社スルッとKANSAI「有価証券報告書」
- ・スルッとKANSAI協議会「お得な切符」案内
- ・JR西日本「トクトクきっぷGUIDE」
- ・JR西日本「城崎・出石・竹田城ぐるりんパス（パンフレット）」
- ・交通新聞社「時刻表2016年9月号」