

わたらせ渓谷鐵道株式会社



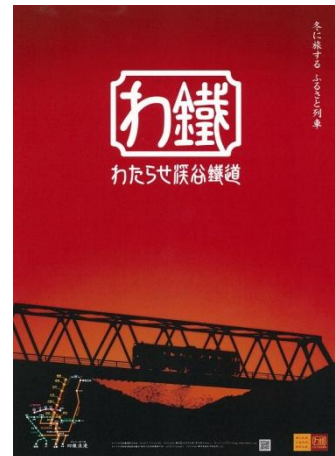
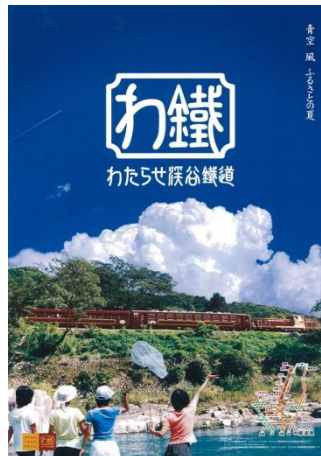
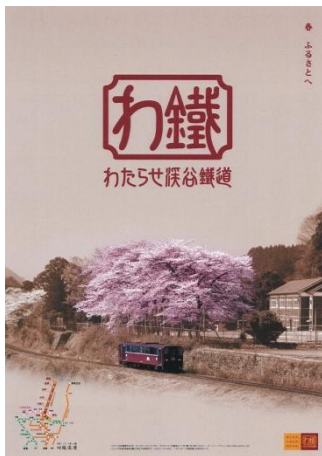
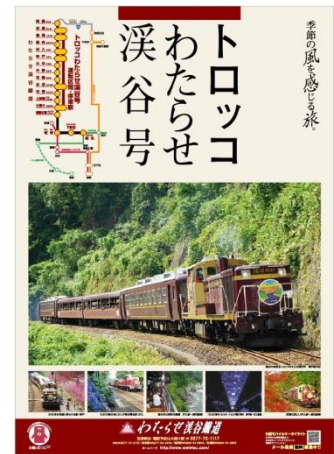
知的資産経営報告書 2013



目次



1. 社長あいさつ (P1)
2. 企業概要、沿革 (P2~3)
3. 事業概要 (P4~5)
4. 価値創造ストーリー (P6~7)
5. 強みの概要 (P8~14)
6. 将来へ向けて (P15~17)
7. おわりに~わ鐵のDNAとは~ (P18)



1.社長あいさつ



わたらせ渓谷鐵道[通称「わ鐵（わてつ）」]では、「わ鐵は沿線地域の人々の大切な交通手段であり、決して欠かすことのできない生活路線であるとともに、当鐵道を軸にした沿線市民との協働・連携による魅力的な地域づくりや地域活性化を図るうえで重要な役割を担っている。」との考えを基本としています。

平成18年には沿線市民有志によって「わたらせ渓谷鐵道市民協議会」が発足し、このような沿線市民や団体、自治体の絶大な支援は、存続・活性化への強い支えになっています。

平成元年にJR足尾線を引き継ぎ、第三セクターとして開業したわたらせ渓谷鐵道ですが、沿線地域の過疎化や少子高齢化による人口減少傾向が著しく、最盛期（平成6年度）と比較すると輸送人員は半減しています。その内訳は輸送人員の55%、運輸収入の85%が定期外となっており、利用者の相当数が観光客であることが明らかです。

このような状況を踏まえ、沿線の恵まれた自然景観や環境と併せて、国の登録有形文化財に指定された橋梁、トンネル、駅本屋、プラットホームなどの38の鐵道施設等、歴史や文化面での豊かな地域資源も活かしながら地域と連携した観光振興にも積極的に取り組んでまいりました。

これまで観光には直接関係ないと思っていた多くの市民も、「市民自身が観光に参加できる」「観光で恩恵が受けられる」といった、地域からの提案による「着地開発型観光」へと観光に対する意識も変わり、市民が地元地域の持つ資源を発掘して活かそうとする動きや身近にある資源へのこだわりを感じるようになりました。その結果、鐵道を存続・活性化するための手段に対する考え方、鐵道への関わり方、接し方も少しずつ変わってきたように感じられます。

わたらせ渓谷鐵道においても各種イベントなどの情報発信（パブリシティリーリース）に力を入れ、地産地消の駅弁やオリジナルグッズの販売、トロッコ列車の座席指定化による待ち時間を利用した街中散策などの取り組みを通して地域活性化の仕組みづくりに寄与しています。県内外から来ていただいたお客様に気持ちよく乗車していただき、各地域はその観光客にそれぞれ地域の特色を生かしたおもてなしをし、長く滞在してもらい、リピーターになっていただく。「地域の観光資源であるわたらせ渓谷鐵道株式会社」自身が活性化して魅力を増すこと、一つ一つの努力で人々が集まり、地域との継続した連携をつうじて、双方の「WIN win」。相乗効果を目指していきたいと思います。



代表取締役社長 榊澤 豊

2.企業概要



■わたらせ渓谷鐵道株式会社■

社 名：わたらせ渓谷鐵道株式会社

代 表：代表取締役社長 樺澤 豊

設 立：昭和63年10月25日

資本金：3億2千5百万円

経営理念

私たちは、お客様に信頼される誠実な鉄道業でありたい。そのためには

- 1、常に時代に合った、お客様のニーズを先取りした、誠実さをもって信頼される鉄道会社づくりを目指します。
- 2、常に公共的使命を認識し、広く社会に貢献努力することを目指します。



わ鐵の「わ」に込めた想い

輪

連携：

沿線地域の連携やネットワーク
チームワーク、エンドレス

和

平和：

人の和、仲良く和やかな気持ち

話

話題：

話題づくりと情報発信

わ

環

環境：

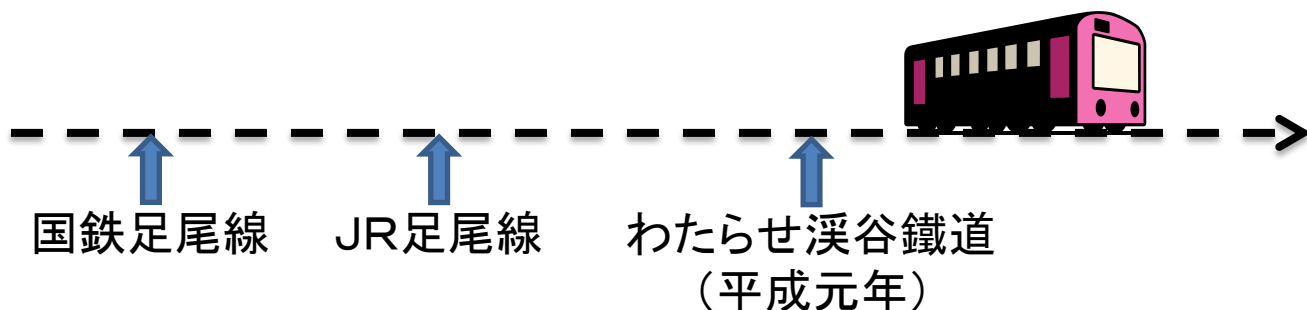
鉄道と環境、地域を大切にする心

2.企業概要～沿革～



～ 鉱山鉄道から生活鉄道・観光鉄道へ100年の歩み～

明治44年4月15日 (1911年)	下新田～大間々間が開通 (足尾鐵道株式会社)
大正 3年8月25日 (1914年)	全線開通
大正 7年6月1日 (1918年)	足尾鐵道が国有化される (国鉄 足尾線に)
昭和48年2月末日 (1973年)	足尾銅山閉山
昭和63年10月25日 (1988年)	わたらせ溪谷鐵道株式会社 設立
平成元年3月29日 (1989年)	わたらせ溪谷鐵道営業開始



鉱山鉄道から観光鉄道へ

3.事業概要①



事業内容

- 鉄道事業法に基づく鉄道事業
- 旅行業
- 食堂業など
- イベントトロッコ列車
- CM、映画ロケ地提供
- わ鐵グッズの販売
- 駅弁販売
- 登録有形文化財の駅舎など

「わたらせ渓谷鐵道」の役割

安全はその時点で判断できる客観的なもの
安心は主観的なもの

お客様に安心して乗っていただけること

列車の運行

生活路線としての鉄道

安全な鉄道

観光路線としての鉄道

沿線地域の生活路線として、長く存続させる、活性化させる

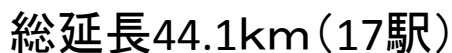
物品の販売

イベント開催

「わたらせ渓谷鐵道」を知ってもらう。地域を明るく、元気に！

「わたらせ渓谷鐵道」を軸にした魅力的な地域(目的地)づくり
地域全体としての黒字化

乗ってみたい第三セクター鉄道 第1位
(朝日新聞2008年10月7日)



- ・輸送人員:440(千人)
 - ・輸送密度:454(人/日・Km)
 - ・営業収支率:63.6%
- ～平成24年度～



4.価値創造ストーリー セグメント分析

理念

お客様に信頼される誠実な鉄道業でありたい

常に時代に合った、お客様のニーズを先取りした、誠実さをもって信頼される鉄道会社づくり

常に公共的使命を認識し、広く社会に貢献努力する

マネジメント・しくみづくり

・安全で安心した輸送

・わ鐵ならではのおもてなしを追究

・社長のリーダーシップ、発想力

・情報の発信を重視したしくみ

・地元応援団との協力体制

・連携したくなるような会社づくり

・地域資源の活用
(地産地消で地元のものを使う)

技術・ノウハウ

・本線、車輛、施設の活用

・小回りの利いた対応力

・行政、関係機関とのコミュニケーション

・マスメディアへの発信力
(パブリシティ)

ICTの活用体制
・ホームページ
・SNS
・メール会員

・他社、地元企業との提携関係

・商品開発力

製品・サービス

公共交通としての定時運行
(生活路線)

合同訓練
安全報告書

登録有形文化財となった鉄道施設

イベント列車
トロッコ列車
(観光路線)

運転免許証
自主返納者半額
(SLパス)

ネットワークを活用した座席予約管理システム

関連グッズ販売

わっしー
(キャラクター)
やまと豚弁当
トロッコ弁当



4.価値創造ストーリー マップ

理念

マネジメント・
しくみづくり

技術・
ノウハウ

製品・
サービス

お客様に信
頼される誠実
な鉄道業であ
りたい。

常に時代に
合った、お客
様のニーズを
先取りした、
誠実さをもっ
て信頼される
鉄道会社づく
り

常に公共的
使命を認識し、
広く社会に貢
献努力する

安全で安心した
輸送

わ鐵ならではの
おもてなしの心

社長のリーダー
シップ、発想力

情報の発信を重
視したしくみ

地元住民、応援
団との協力体制

地域資源の活用
(地産地消で地元
のものを使おう)

本線、車輛、施
設を柔軟な活用

わ鐵だからこそ
の小回りの利い
た対応力

行政、関係機関
とのコミュニ
ケーション

マスメディアへ
の発信力
(パブリシティ)

ICTの活用力
・ホームページ
・SNSの活用
・メール会員

他社、地元企業
との提携関係

商品開発力

公共交通として
の定時運行
(生活路線)

合同訓練

登録有形文化
財の鉄道施設

イベント列車
トロッコ列車

運転免許証自主
返納者 半額
(SLパス)



ネットワークを利
用した座席予約
管理システム

関連グッズ販売

わっしー
(キャラクター)

やまと豚弁当

5.強みの概要～わ鐵のつよみ① ～災害を想定した安全対策～



キーワード

輸送の安全性を確保する

わたらせ渓谷鐵道は沿線地域の住民のための生活路線としての歴史があります。

この間培われてきた安全に対する技術・制度があってこそお客様に安心して乗っていただけるのです。

安全（その時点で判断できる客観的なもの）

- ・日常保守点検・定期保守点検
- ・大規模修繕・非常訓練
- ・事故防止検討会（全社員参加）年4回
- ・合同訓練
（本線・車両・施設を利用した実践的訓練）

平成24年度は
桐生みどり消防署、他行政機関との
合同訓練を草木トンネル内でおこない
ました。
毎年訓練項目は変わります。



安心（主観的なもの）

5.強みの概要～わ鐵のつよみ②

～社長のリーダーシップ、発想力と地域資源の活用～



キーワード

無いものねだりより、あるもの探し

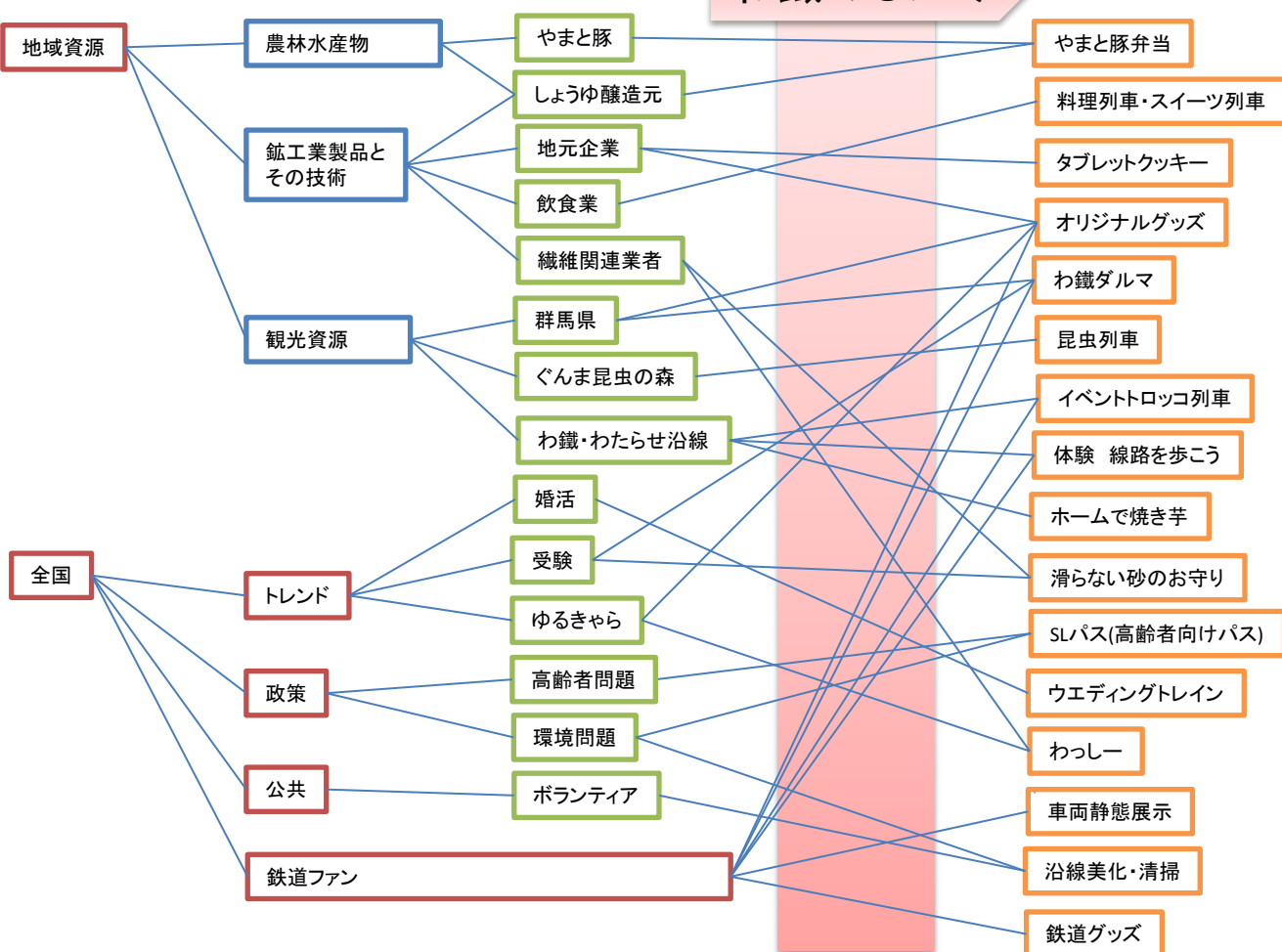
地域資源を組み合わせたり、自社の強みと合わせることで、様々な製品、サービスを生み出します。

地域資源とは(中小企業地域資源活用促進法)

- (1) 地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物又は鉱工業製品
- (2) 地域の特産物である鉱工業製品の生産に係る技術
- (3) 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの

一例

わ鐵のしかけ



5.強みの概要～わ鐵のつよみ② ～社長のリーダーシップ、発想力～



キーワード

わ鐵はいつも旬

例) その1 イベント列車 トロッコ列車

- ・平成10年10月よりトロッコ列車の運行を開始、年を追うごとに本数が増えていき、今では年間を通じて様々なイベント列車が運行している。
- ・平成21年より、アテンダントによる車内改札・鉄道グッズの販売・観光案内などをおこない、乗客へのサービス向上を図っている。
- ・平成23年から、ネットワークを利用した座席管理システムを構築し、お客様の利便性を高めた。
- ・座席指定化によって観光客が待ち時間を有効に使えるようになり、大間々の町を散策するなど、街の活性化に効果も出た。
- ・平成24年4月から、トロッコわっしー号の導入で更に活発に展開可能に。
- ・トンネル内では車内のイルミネーションを点灯させるなど、乗客に楽しんでもらう工夫をこらしている。

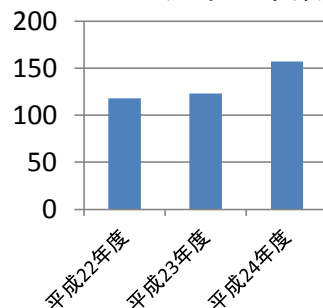


テーマとターゲットを決めて、
それぞれにストーリー（意味）を持たせている
一例）

- ・ファッションショー
- ・スイーツ列車
- ・着物でトロッコ列車
- ・ナイトトロッコ
- ・音楽ライブ列車
- ・うた声列車
- ・カラオケ列車（25年の歴史）
- ・ウェディングトレイン
- ・昆虫列車
- ・コスプレ列車
- ・こどもトロッコ鉄道教室
- ・あじさい見学ツアー
- ・登録有形文化財（38施設）見学ツアー



イベント列車の本数



■ 本数



お客様の期待に添いながらもマンネリにならないように、
企画運行しています。おかげさまで、**定員数はほぼ100%**

5.強みの概要～わ鐵のつよみ② ～社長のリーダーシップ、発想力～



キーワード

ここにしかない名物

例) その2 わ鐵 オリジナルグッズ

わ鐵のキャラクター「わっしー」をはじめ、現在では、わ鐵関連グッズが153アイテム（平成25年6月現在）、現在も増加中。わたらせ渓谷鐵道内でしか買えない貴重なものもあり、ファンならずとも欲しいラインナップを誇る。商品開発する際には地元の企業との連携を重視している。

一例)

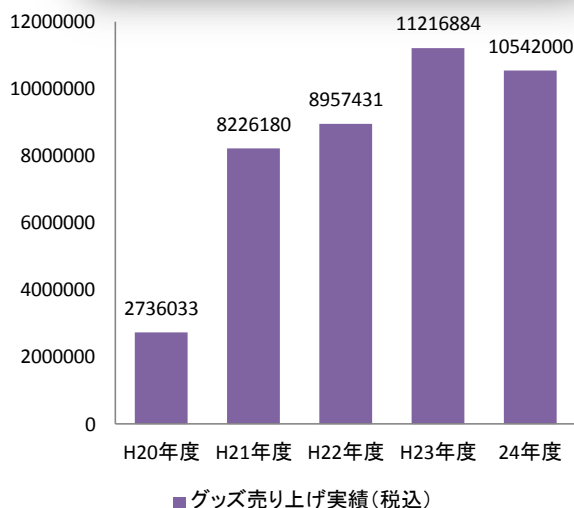
- ・すべらない砂のお守り
- ・わ鐵だるま
- ・やまと豚弁当
- ・タブレットクッキー
- ・わっしーぬいぐるみ
- ・わっしー腹巻
- ・桐生織しおり
- ・車両型携帯クリーナー
- 等



わ鐵のわっしー（2010年誕生）

キャラクターグッズが現在（平成24年）まで約70種類のアイテムが誕生しているわ鐵のスター。近年では他のゆるきゃらとコラボすることも多く、ファンレターやバレンタインのプレゼントが届くほどの人気者に。グッズの他に、アニメやわっしーの歌もある。

わ鐵のわっしー^{10101号}



5.強みの概要～わ鐵のつよみ③ ～社長のリーダーシップ、発想力～

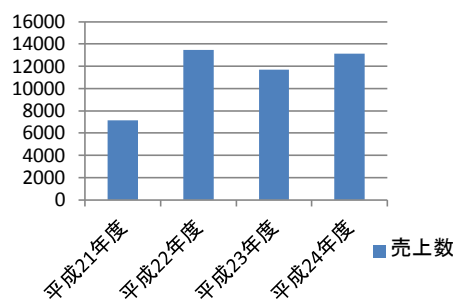


キーワード

地域資源の活用

例) その3 やまと豚弁当

わたらせ渓谷鐵道と地元の養豚牧場、醤油蔵元の地域資源を活用して生み出されたやまと豚弁当。全国唯一鉄道会社が販売している駅弁である。朝の情報番組「はなまるマーケット」でも取り上げられ、都内デパートで開催された駅弁フェアでは大評判となり、現在でも問い合わせの多く寄せられる駅弁となっている。



デザインの良さが認められて、平成23年度グッドデザインぐんま商品認定証(パッケージ部門)をいただきました！

豊かな自然に囲まれた群馬県内の牧場で厳しい品質管理のもとに飼育された「やまと豚」。肉質はきめ細かく柔らかで脂肪に甘みがあり、風味も抜群です。

地元、岡直三郎商店の醤油を使った自慢のタレ



お弁当の掛け紙の裏面は沿線の観光ガイドマップになっています。また特製の手ぬぐいも付属

材料は、すべて国産品にこだわって作りました。

5.強みの概要～わ鐵のつよみ④ ～情報発信力～



キーワード

テーマとストーリーとちょっぴりユーモア

パブリシティリリース

わたらせ渓谷鐵道は情報にこだわっています。

①戦略的なPR メディアを味方につける資料づくり
メディア露出による経済効果大!!

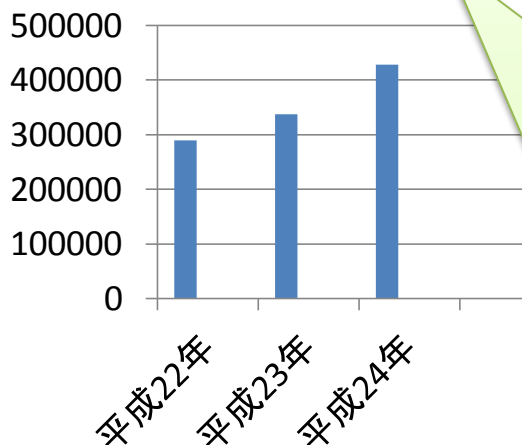
②話題性づくり 意外性・ここにしかない名物づくり
(地産地消、地域連携、意外性)

③ICTの活用 ・ホームページ(平成21年大幅リニューアル)
・facebook (facebookページにファンが677人)
・メール会員(500人) (平成25年6月現在)

④トップセールス 講演活動(10～12回/年)



ホームページアクセス数
(携帯からは除く)



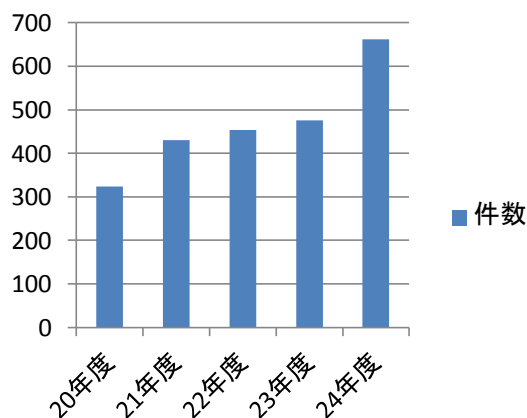
アクセス数 アップの要因

・動画
・更新頻度
・欲しい情報を
すぐ取り出せる
よう表示方法を
工夫

＋
「こだわり」

※最近では
Facebookとの連
動で更にアクセ
ス数がアップ!

マスメディアに取り上げられた回数
(新聞、雑誌、TV、ラジオ、広報誌等)



5.強みの概要～わ鐵のつよみ⑤ ～地元住民との連携～



キーワード

役割分担と連携の強化

地域の組織、企業、住民から、さまざまな形で支援いただいています。

ふるさと駅長 11名

地元小、中、高等学校

駅清掃協力団体(個人)

地元企業
・岡直三郎商店
・フリーデン
授産施設
(タブレットクッキー)

等



地域の人々に愛されて共に生きる鉄道です！

わたらせ渓谷鐵道市民協議会

2006(H18)年発足

個人(企業1) 201名 7団体

鉄道を活用した地域づくりをすることにより、わたらせ渓谷鐵道の価値を再認識し、存続を図る活動を実施。

一例)

ふるさとウォーキング、支援コンサート、ピカピカ大作戦

東武鐵道キャラバン、各駅イルミネーション事業後援(実行委員会)等



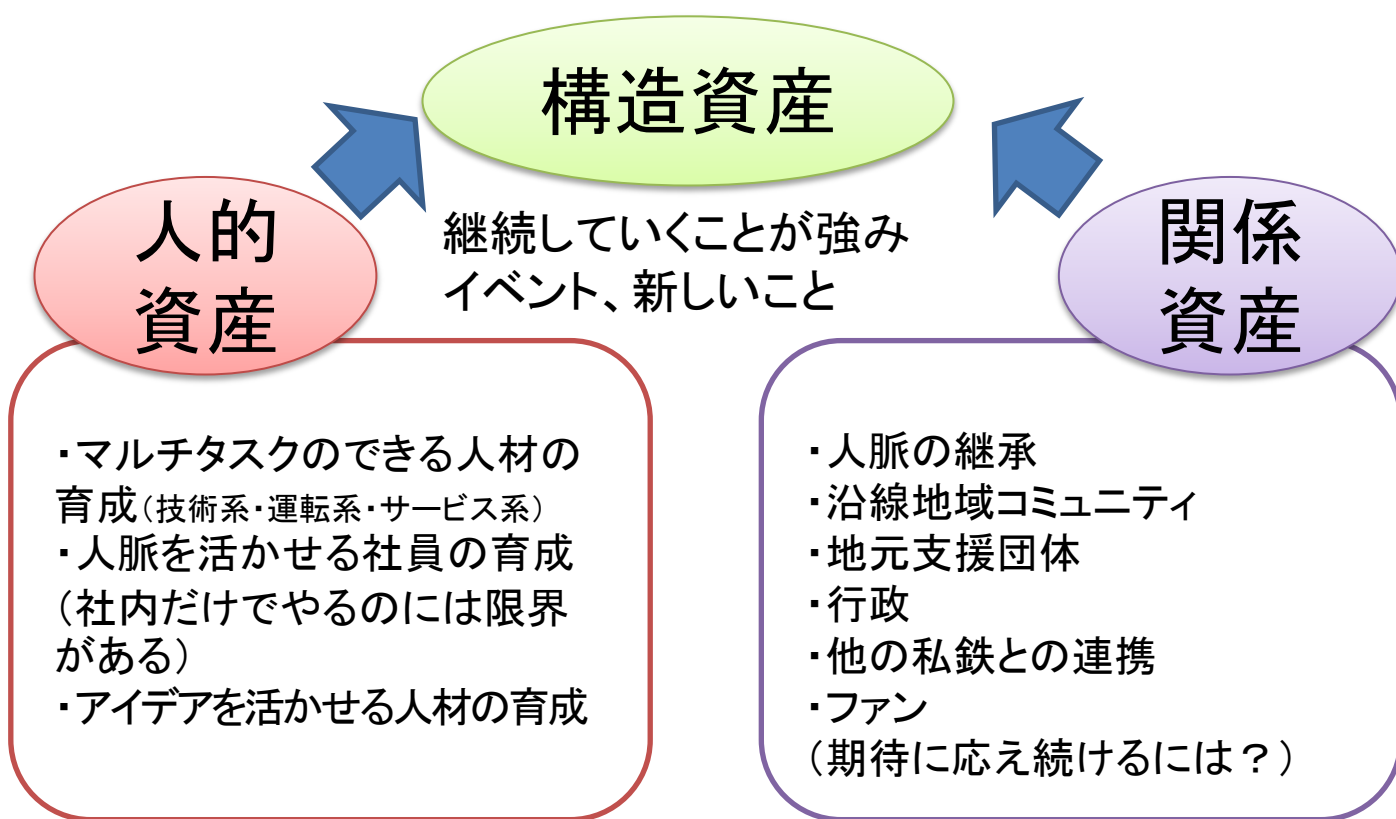
地元の学生による美化活動

6. 将来へ向けて～知的資産マップ～



キーワード

「わ鐵のDNA」の継承



課題

人的資産、関係資産をいかに
社内に継承されていく資産「構造資産」化していくか！

6. 将来へ向けて ～わたらせ渓谷鉄道の役割～



キーワード

地域全体の黒字化を目指して

人口

定住人口減

交流人口増

定住人口増？

わたらせ渓谷鉄道を軸にした魅力的な地域づくり

栃木県
・日光
・銅山

群馬県
・ぐんまDC

桐生市
・重伝建地区

沿線の住民
・生活路線



全国
・メディアの取り上げ
観光客の誘致

地元企業
・やまと豚
・グッズ
・農産物
・体験農業

地域他鉄道会社
・コラボ企画

みどり市
・観光事業の軸
として認識
・市内観光

1,067mmの線路
が百倍にも何
千倍にも広
がって、地域の
活性化の輪を
広げる



沿線への経
済効果をどう
評価したらよ
いのが課題

わ鐵が地域にもたらす経済波及効果

6. 将来へ向けて～人材育成～



キーワード

社員が主役になる場面を作る

情報の共有：社員に積極的に情報を伝える、意見を聞く
具体的な計画→終わった実感がもてる達成感が持てる計画づくり
「報告・連絡・相談」

目標・責任・プライド



社員教育

マルチタスク

意識改革



おもてなし

社内を明るく

社内にやりがい

終わりに

～わたらせ渓谷鐵道が目指すもの～



わ鐵のDNA とは？

- ・おもてなしの心
- ・「わたらせ渓谷鐵道株式会社」そのものが地域の観光資源であるという思い

わ鐵のDNA の継承に必要なものとは？

- ・健全な形で次世代へ会社を引く継ぐ
- ・会社は組織をしっかりさせる
- ・実績を基にした方向性を示す
- ・トップの率先垂範→素早い決断→素早い行動
- ・社員は目標、プライドを持ち責任を持って行動

わ鐵のDNA の継承のためのアクションとは？

- ・そのためには基礎基本→あいさつの励行
- ・社員が主役になる場面づくり
- ・社長、社員ひとりひとりが広告塔としての行動意識
- ・マルチタスク&ノーワーク・ノーペイの考え方

わ鐵のDNA の継承がもたらすものとは？

わたらせ渓谷鐵道株式会社が活性化し、その結果が
実際に地域の活性化につながる → **経営理念の実現**

作成者/お問い合わせ



- 作成者：代表取締役社長 樺澤 豊
- 作成支援者：行政書士・知的資産経営認定士 石埜 茂
行政書士・知的資産経営認定士 中山一郎
- お問い合わせ先：群馬県みどり市大間々町大間々1603-1
わたらせ渓谷鐵道株式会社
TEL: 0277-73-2110
- 発行日：2013年7月6日



※本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、今後の当社を取り巻く経営環境の変化によって、変更していく要素を含んでおり、当社が将来に亘って保証するものではないことを十分にご了承願います。

知的資産経営報告とは

「知的資産」とは、財務諸表には表れてこない無形の資産であり、企業における競争力の源泉です。これらは人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなどからなり、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。

そこで、「知的資産経営報告書」の作成によって、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、開示（見える化）することによって、「知的資産」を活用した企業価値向上、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的としています。

「知的資産経営報告書」の作成については、2005年10月に公表された経済産業省「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されていますのでご参照ください。



<http://www.watetsu.com>