

坊っちゃん列車の運行に伴う
経済波及効果算出等業務報告書

2024年9月

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

| 目 次 |

1. 調査・目的	4
2. 調査対象・調査方法・調査期間	4
3. 回答者数	4
4. 調査結果	5
(1) 松山市民向けアンケート	5
(2) 県外在住者向けアンケート	38
5. 経済波及効果	55
(1) 推計結果	55
(2) 推計方法	55
6. 収支改善策の検討	58
(1) 収入増加にむけて	58
(2) 財源の確保にむけて	59

1. 調査・目的

坊っちゃん列車の運行に伴う経済波及効果の算出や市民・観光客などの意識調査を実施し、坊っちゃん列車の持続可能な運行に向けた支援策の検討に活用することを目的とする。

2. 調査対象・調査方法・調査期間

(1) 松山市民向けアンケート

- ①調査対象：18歳以上の市民2,000人（無作為抽出）
②調査方法：配布は郵送方式、回答は郵送もしくはWEB方式にて回収
③調査期間：2024（令和6）年6月28日～2024（令和6）年7月31日

（２） 県外在住者向けアンケート

- ①調査対象：18歳以上の県外在住者かつ松山市を観光で訪れたことがある1,000人
- ②調査方法：楽天インサイト株式会社からモニター会員にWEBにてアンケート配信を行い、WEB方式にて回収
- ③調査期間：2024（令和6）年6月28日～2024（令和6）年7月2日

3. 回答者数

- (1) 松山市民向けアンケート 840人(回答率:42.0%)
(うち郵送回答:547人、WEB回答:293人)
- (2) 県外在住者向けアンケート 1,000人

4. 調査結果

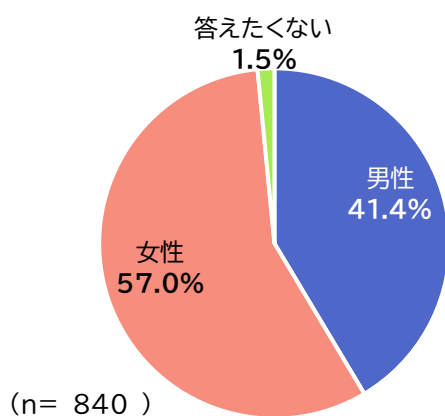
(1) 松山市民向けアンケート

① 回答者属性(不明、無回答を除く)

本アンケート回答者の性別・年代は以下の通り。

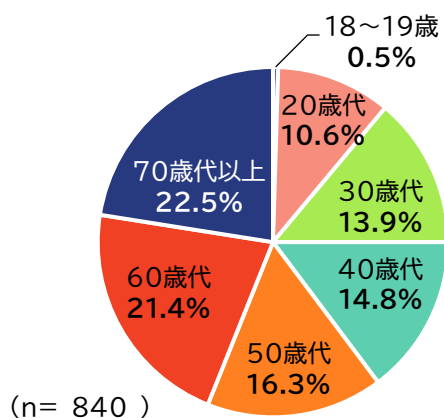
【図表－１】

(性別)



【図表－２】

(年代)

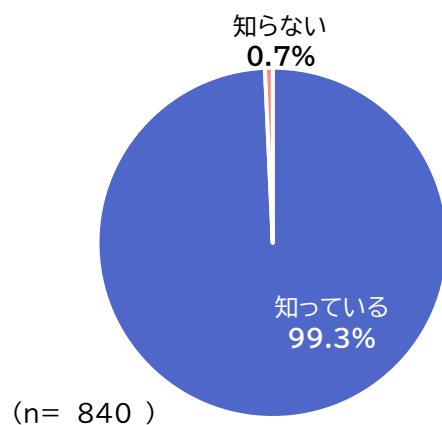


		n	男性	女性	答えたくない	構成比 (%)
全体		840	348	479	13	100.0
性別	男性	348	348	0	0	41.4
	女性	479	0	479	0	57.0
	答えたくない	13	0	0	13	1.5
年代	18～19歳	4	2	2	0	0.5
	20歳代	89	30	57	2	10.6
	30歳代	117	49	66	2	13.9
	40歳代	124	48	73	3	14.8
	50歳代	137	46	87	4	16.3
	60歳代	180	76	104	0	21.4
	70歳代以上	189	97	90	2	22.5

② 坊っちゃん列車の認知度

「坊っちゃん列車」の存在を「知っている」と回答した割合は99.3%、「知らない」は0.7%と、ほぼすべての人が坊っちゃん列車の存在を認知している（図表－3）。

【図表－3】坊っちゃん列車の認知度

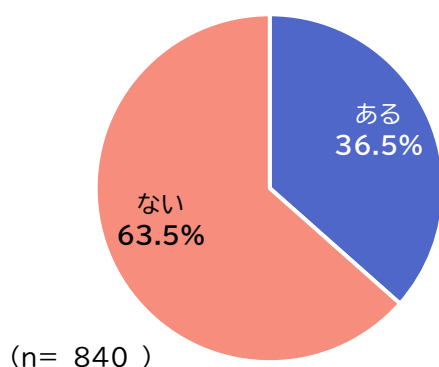


③ 坊っちゃん列車の乗車有無

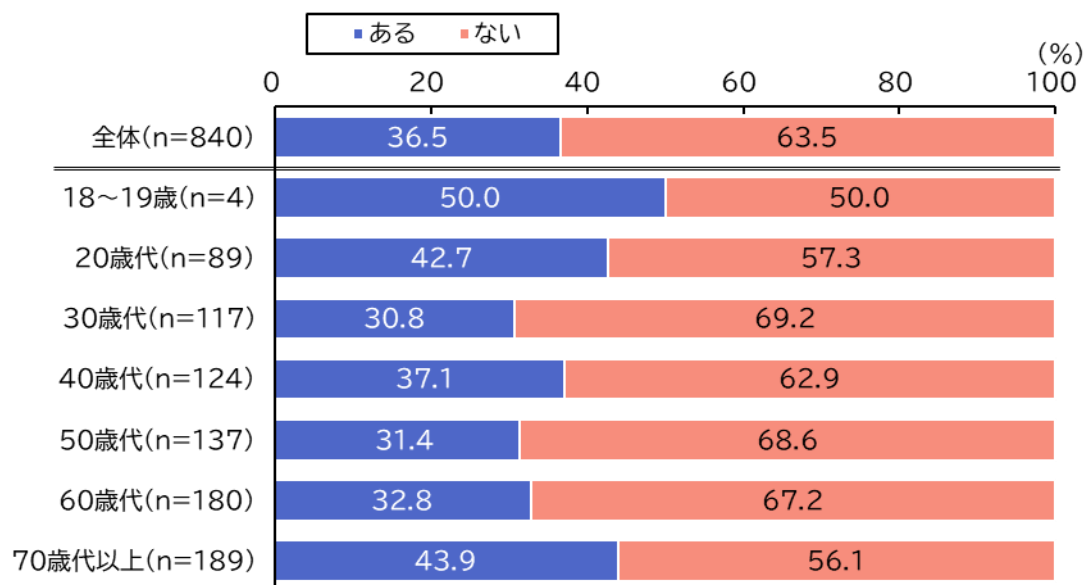
坊っちゃん列車に乗車したことが「ある」と回答した割合は36.5%で、「ない」と回答した割合は63.5%だった。年代別では、20歳代と70歳代以上で「ある」と回答した割合が4割を超え、他の年代に比べやや高い（図表－4）。

【図表－4】坊っちゃん列車の乗車有無

(全体)



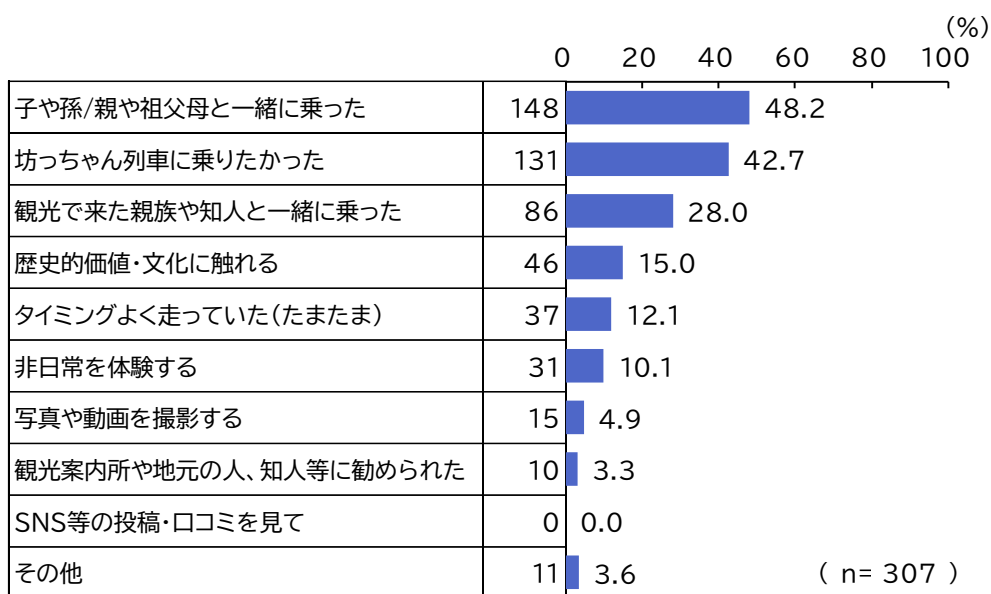
(年代別)



④ 坊っちゃん列車の乗車目的

坊っちゃん列車に乗車したことが「ある」と回答した人に乗車目的を尋ねたところ、「子や孫/親や祖父母と一緒に乗った」が48.2%で最も多く、「坊っちゃん列車に乗りたかった」(42.7%)、「観光で来た親族や知人と一緒に乗った」(28.0%)と続く(図表－5)。

【図表－5】坊っちゃん列車の乗車目的(複数回答)



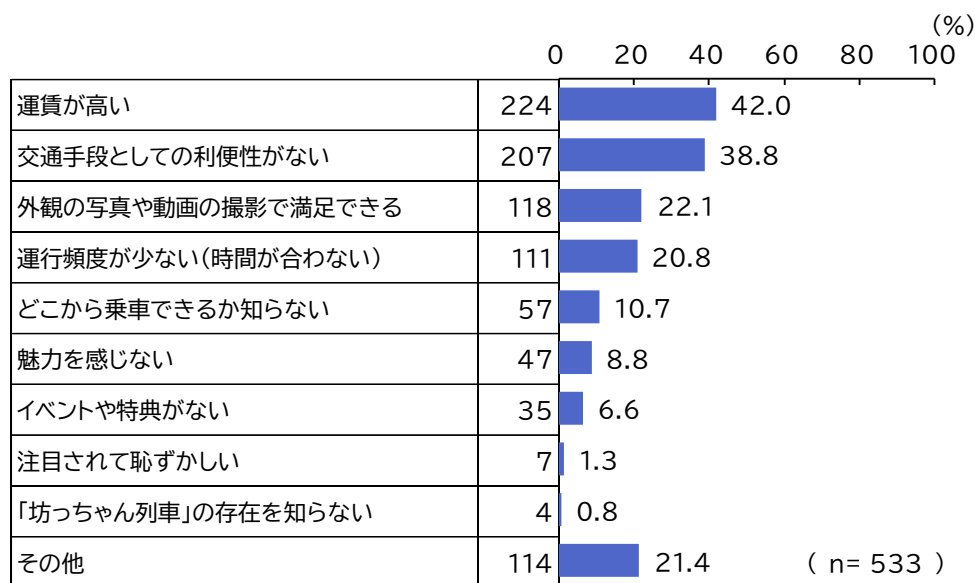
【「その他」の具体的内容】

- 保育園の引率で ● ガールスカウトの行事で ● 小学校の授業で / 遠足で
- 目的地に行くため ● 愛媛にいたら一度は乗るべきだと思った
- 県外在住時、(松山在住の)友人と一緒に乗った
- 初走行の日、招待客のクジを子どもが引き当てて乗った

⑤ 坊っちゃん列車に乗車したことがない理由

坊っちゃん列車に乗車したことが「ない」と回答した人に対し、その理由を尋ねたところ、「運賃が高い」が42.0%で最も多く、「交通手段としての利便性がない」の38.8%、「外観の写真や動画の撮影で満足できる」が22.1%で続く（図表－6）。

【図表－6】坊っちゃん列車に乗車したことがない理由（複数回答）



【「その他」の具体的内容】

- (市内に行く／市内に出る／乗る)機会・タイミングがない
- 電車を利用しない・使わない
- 自家用車で用を足しているため / 車を利用していたから / 車移動のため
- 目的が「見る」 / 見ることを楽しむ / 見るだけで十分
- 乗る必要性・理由がない
- 関心がない / 興味がない / 乗ろうと思わない / なんとなく
- 観光客が乗るものと思っている / 観光客に乗ってもらいたい / 地元民は乗らない
- いつでも乗れると思っている / いつか乗れば良い
- 冷暖房がない / 暑そう
- 市内在住のため / 観光しない
- 子どもがいない
- Suica が使えない
- 乗車したいが金銭的余裕がない
- テレビでの宣伝がないため
- 市民で乗るのが申し訳なく感じる

⑥ 坊っちゃん列車再開の認知度

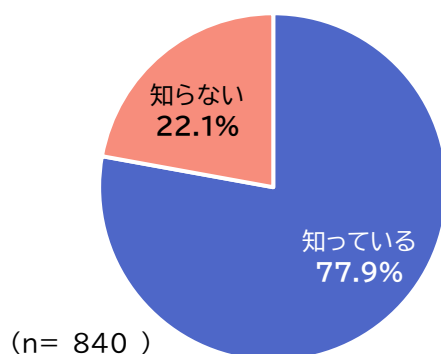
問. 坊っちゃん列車は運転士不足や赤字などを理由に運休していましたが、2024(令和6)年3月20日から土日祝日で運行が再開されています。このことを知っていますか。

坊っちゃん列車の運行再開を「知っている」と回答した割合は77.9%、「知らない」と回答した割合は22.1%となった。

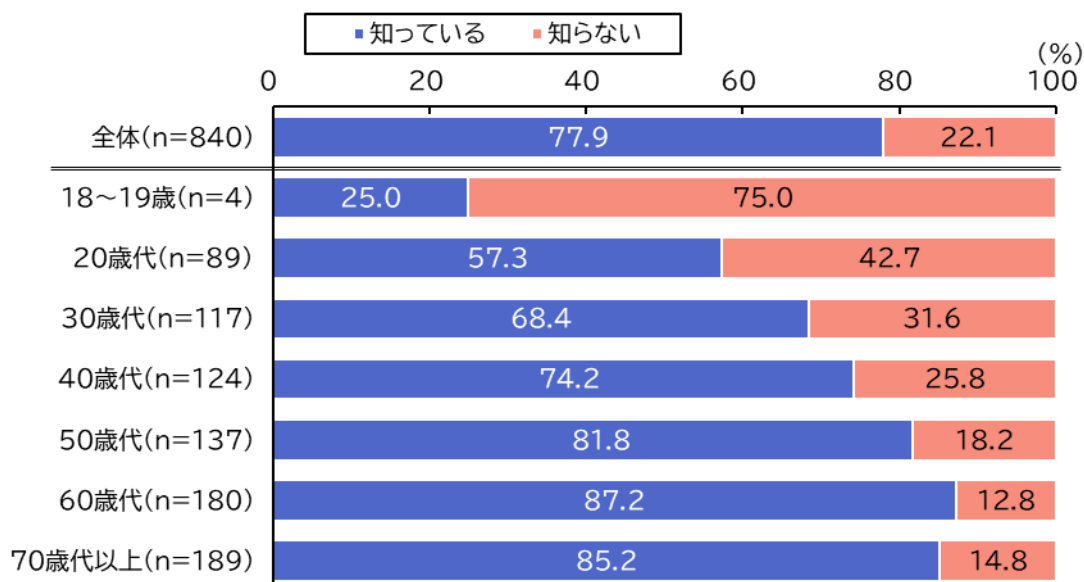
年代別にみると、50歳代以上は「知っている」割合が8割を超えている。20歳代～40歳代は、若い年代ほど「知っている」と回答した割合が低い(図表-7)。

【図表-7】運行再開の認知度

(全体)



(年代別)

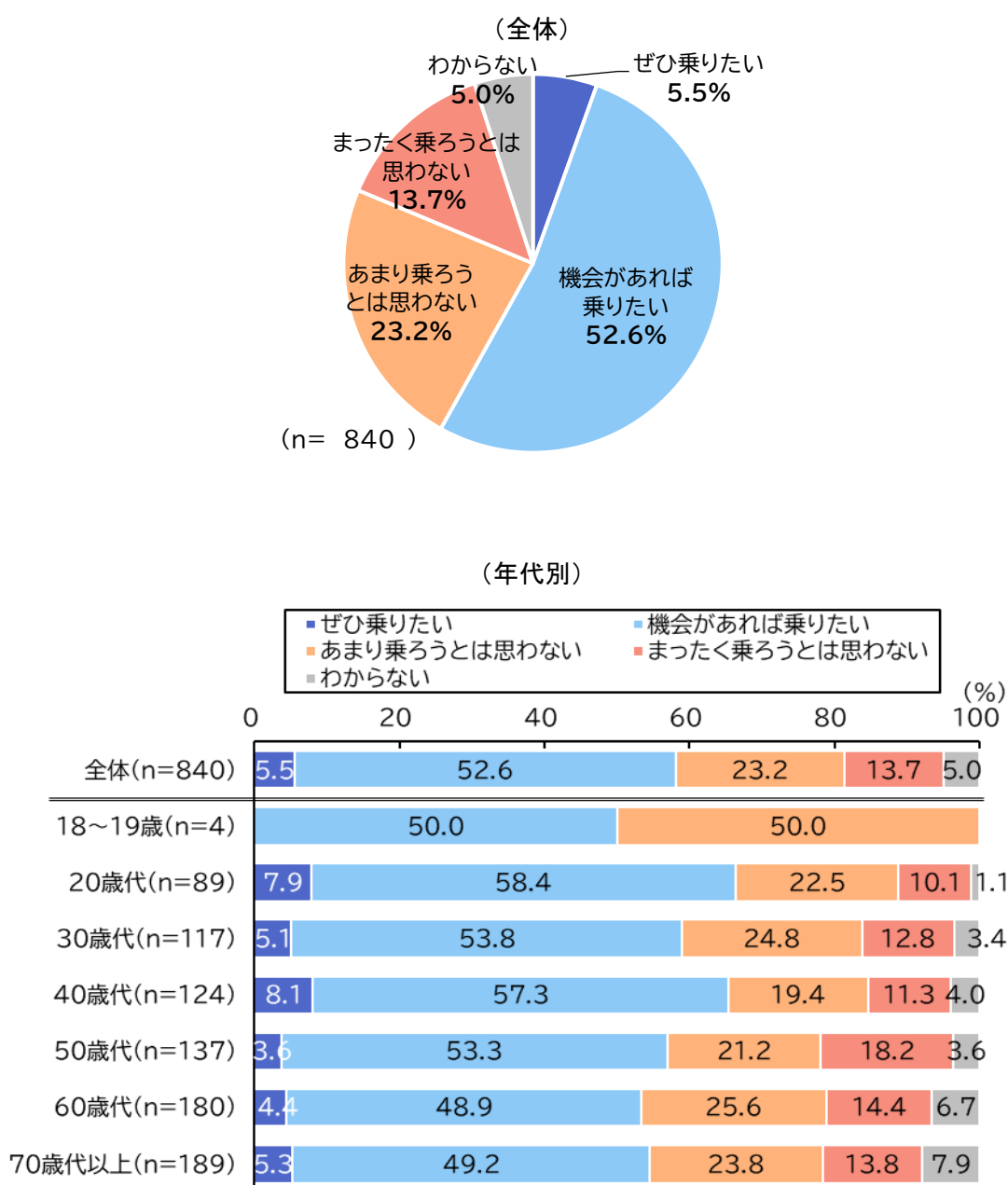


⑦ 今後の乗車意向

今後の坊っちゃん列車の乗車意向を尋ねたところ、「ぜひ乗りたい」が5.5%、「機会があれば乗りたい」が52.6%で、あわせて58.1%が乗車意向を示した。「あまり乗ろうとは思わない」は23.2%、「まったく乗ろうとは思わない」が13.7%で、あわせて36.9%が乗車に消極的な姿勢であった。

年代別にみると、20歳代～40歳代の乗車意向が50歳代～70歳代以上に比べやや高い傾向にある（図表－8）。

【図表－8】今後の乗車意向

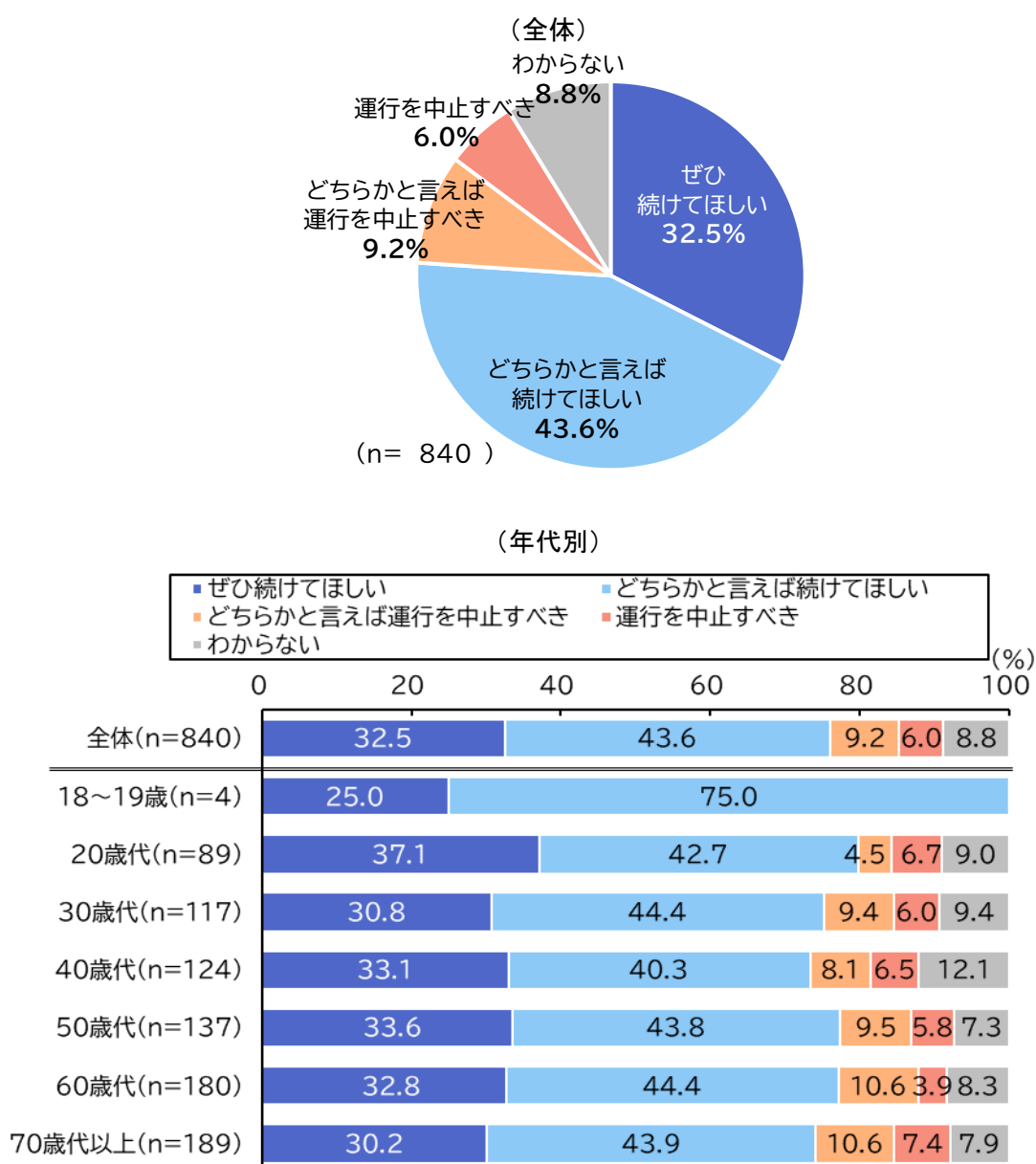


⑧ 今後の運行継続希望

坊っちゃん列車の運行を今後も続けてほしいか尋ねたところ、「ぜひ続けてほしい」が32.5%、「どちらかと言えば続けてほしい」が43.6%、「どちらかと言えば運行を中止すべき」が9.2%、「運行を中止すべき」が6.0%、「わからない」が8.8%だった。「ぜひ続けてほしい」と「どちらかと言えば続けてほしい」を合わせると76.1%が今後の運行継続を希望している（図表－9）。

年代別にみると、運行継続を希望する割合は20歳代が最も高い。

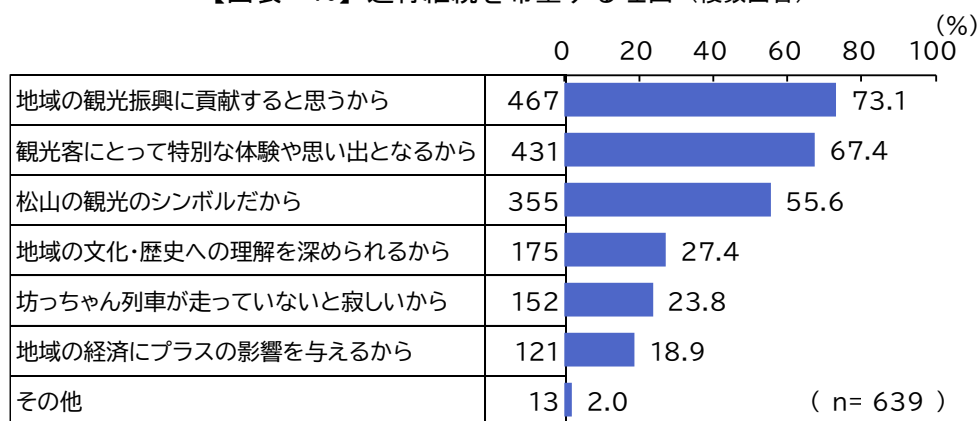
【図表－9】今後の運行継続希望



⑨ 運行継続を希望する理由

坊っちゃん列車の今後の運行について「ぜひ続けてほしい」、「どちらかと言えば続けてほしい」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「地域の観光振興に貢献すると思うから」が73.1%と最も高く、「観光客にとって特別な体験や思い出となるから」が67.4%で続く。このほか、「松山観光のシンボルだから」が55.6%で過半数となった（図表－10）。

【図表－10】 運行継続を希望する理由（複数回答）



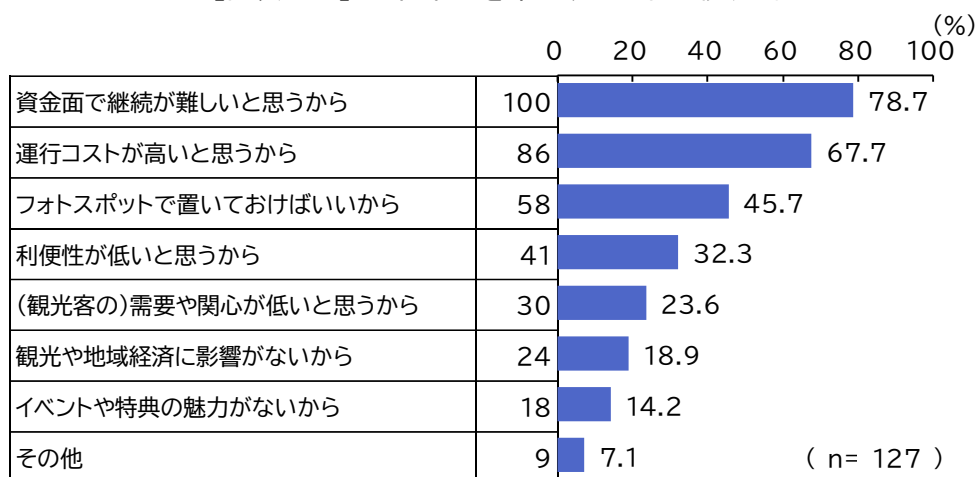
【「その他」の具体的内容】

- 子どもが楽しめる体験の1つだから / 子どもが好きだから
- 日本の観光地をみても珍しいから
- 列車がもったいないから / 乗り物に罪はないので、作ったのであれば動いてほしい
- 他に松山観光の目玉になるものが少ないから
- 愛媛にいれば一度は乗るべきだと思うから
- 汽笛の音が和むから
- 乗務員の接客が良かったから

⑩ 運行中止を希望する理由

坊っちゃん列車の今後の運行について「どちらかと言えば運行を中止すべき」、「運行を中止すべき」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「資金面で継続が難しいと思うから」が78.7%と最も高く、「運行コストが高いと思うから」(67.7%)、「フотスポットで置いておけばいいから」(45.7%)が続く。(図表－11)。

【図表－11】 運行中止を希望する理由（複数回答）



【「その他」の具体的内容】

- 税金を投入してまで存続・運行する必要はないから / いち民間企業のものに対して過剰な補助金を交付すべきでないから / お金を集めてまで動かさなくてよい
- 坊っちゃんにこだわりすぎ
- 運転士不足ならなおさら
- 料金が高く、市民は乗らないから
- 近くを歩いているとうるさい時があるから
- 経済効果がどこまであるかわからないが、他県民が坊っちゃん列車に乗りたいと思っているとは思えないから

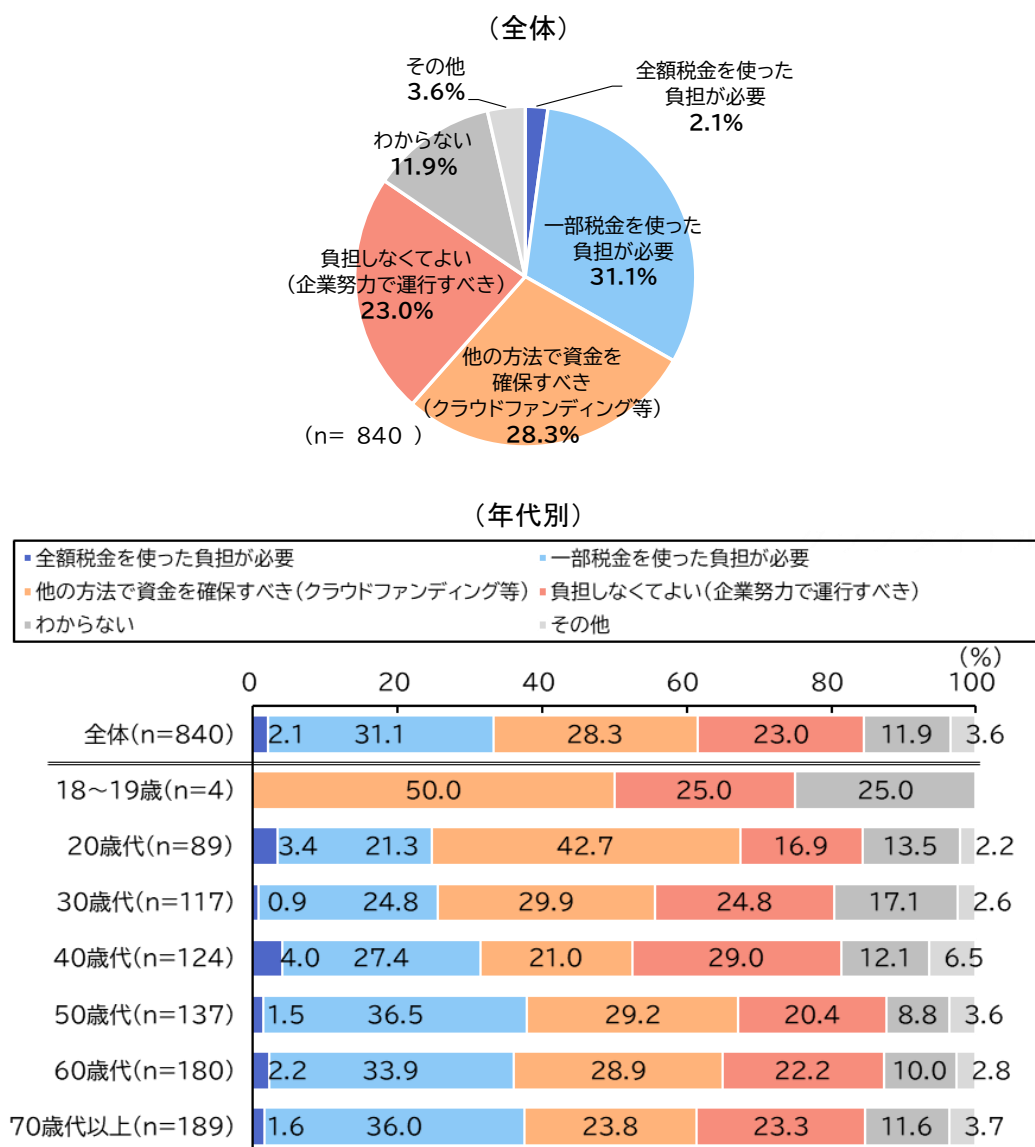
⑪ 運行赤字の負担

問. 坊っちゃん列車は、運行事業者が年間 5,000 万円程度の赤字を見込んでいます。あなたは、赤字の負担について松山市がどのようにすべきと考えますか。

「全額税金を使った負担が必要」と回答した割合は2.1%、「一部税金を使った負担が必要」が31.1%で、税金の負担が必要としたのは33.2%だった。「他の方法で資金を確保すべき（クラウドファンディング等）」は28.3%、「負担しなくてよい（企業努力で運行すべき）」が23.0%、「わからない」が11.9%、「その他」が3.6%となった。

年代別にみると、20歳代と30歳代では「他の方法で資金を確保すべき（クラウドファンディング等）」と回答した割合が最も高く、40歳代は「負担しなくてよい（企業努力で運行すべき）」と回答した割合が最も高い。50歳代～70歳代以上は「一部税金を使った負担が必要」の割合が最も高かった（図表－12）。

【図表－12】運行赤字の負担についての考え



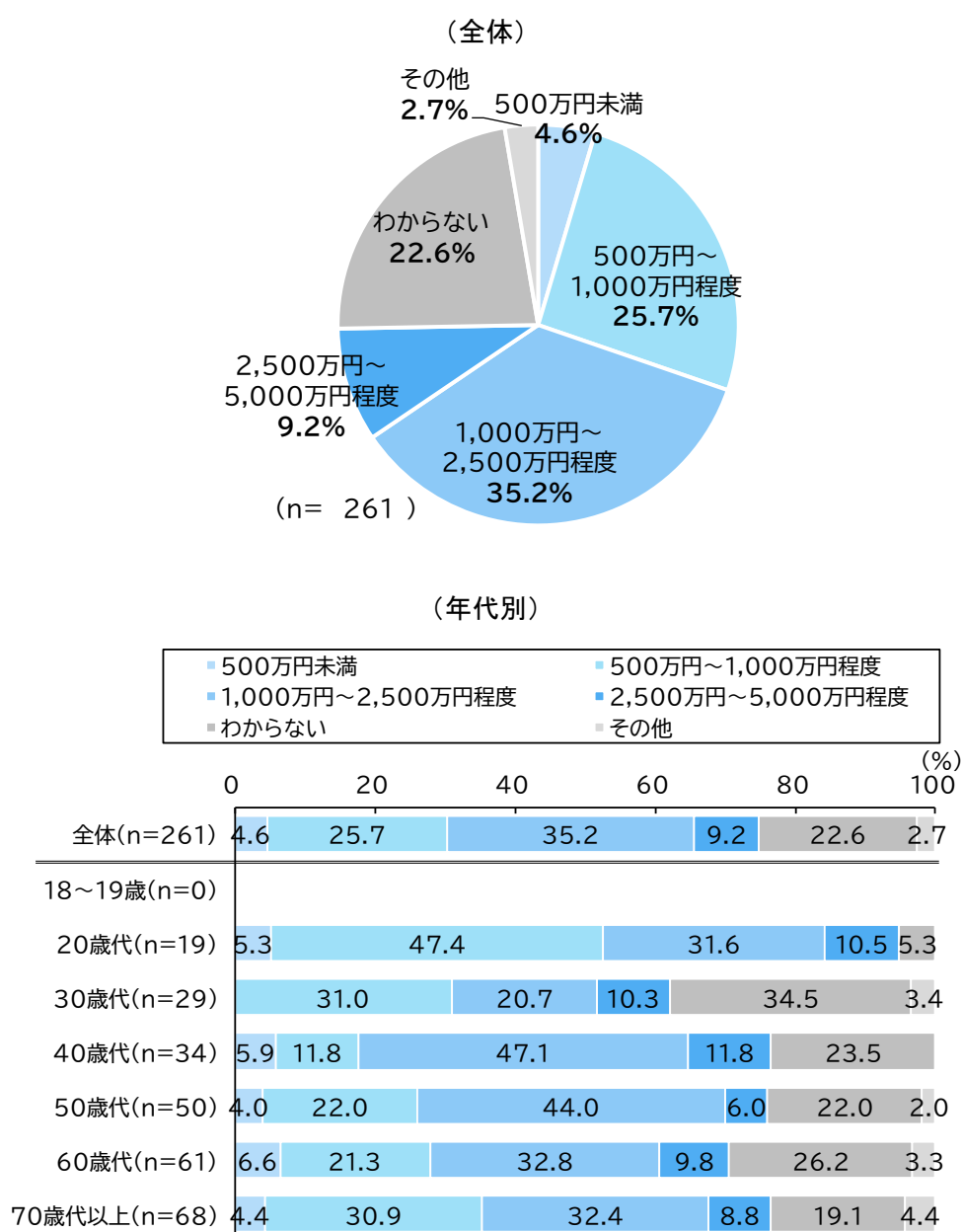
【「その他」の具体的内容】

- 赤字になるならやめればよい / 赤字が続くのがわかっていて、税金をつぎ込んでまで継続する必要があるのかわからない(必要性を感じない) / 税金を使い続けることはおかしい / 運行せず観光客向けに展示する / 運行赤字は持続可能ではなく、フォトスポットにするのが現実的
- 赤字の原因がわからないため判断できない / 何にそんなにお金がかかっているかわからない
- 赤字の部分のみ税負担。松山市は坊ちゃん列車による観光で益を得ているため
- 企業努力と愛媛県で負担
- 坊っちゃん列車による集客で恩恵を受ける企業やエリアの人たちから税金をとる
- まずは企業によるコスト削減をしっかりと行ってほしい。そのうえであれば税金からの一部補填は仕方ない / 使わなくてよい所にたくさん使っていると思うので、いろいろ見直ししてからが良い。一般のお金のない人から取るのではなく、たくさん無駄に支払われている所もあるのではないか / 赤字の内容を検討し、コストカットの方法も探ったうえで、税金や資金のめどを立てるなど、松山市でもよく調査検討すべき / 税金＝市民のお金。乗ってもらう努力が先
- 運行赤字が出ない方法を提案すべき / 他のアイデアを考えたり、地元と旅行者で待遇を変えたりで負担がなくなるようにする / 運行しない日はカフェにする(坊っちゃんパンケーキ、坊っちゃんカレーなど) / 皆(特に来松の人)が認知し、乗ってみたいと思うように PR、改善(乗る楽しさ、サービス、歴史など)が必要。プレミアム感がもっと欲しい
- 市が運行を希望するなら市が負担すべきだが、収益も松山市に帰属させる
- 市民も乗車できるよう格安の運賃を市民用に設定する / 多くの市民が市内電車と同料金で乗車できるようになれば、坊っちゃん列車の運営補助金を毎年一定額支出すべき
- 指定管理者の運営にする / 別の運行業者を募集する / 坊っちゃん列車は松山市が買収するのか？市民の意見も聞いた方がよい
- 運行を休みが多い正月、ゴールデンウィーク、夏休み(お盆休み)のみにする
- ふるさと納税で乗車券を出す
- 坊っちゃん列車の運行費用は全て税金負担が必要。赤字額の内訳がわからないが、坊っちゃん列車運行費用とそれ以外の伊予鉄道の事業費に対する補助は分けて考えるべき
- 金銭面は自治体に負担させようと運行会社社長の会見が市民の反感を買っている。“私鉄は地方公共交通のために奉仕”の企業理念は感じられない

⑫ 赤字を一部負担する場合の負担額

「⑪運行赤字の負担」で「一部税金を使った負担が必要」と回答した人に対し、どの程度の負担が妥当と考えるか尋ねたところ、「500万円未満」が4.6%、「500万円～1,000万円程度」が25.7%、「1,000万円～2,500万円程度」が35.2%、「2,500万円～5,000万円程度」が9.2%、「わからない」が22.6%だった。赤字見込額5,000万円に対する半分（2,500万円）程度までの負担が妥当とする回答が65.5%を占めた（図表－13）。

【図表－13】赤字の一部負担額



【「その他」の具体的内容】

- 運行経費の10～20%
- 赤字額の半分、残りは業者の努力
- 寄附等企業努力も必要
- 観光振興の予算に支障が出ない程度
- 経済効果のバランスを考えた税金投入。効果があまりないのであれば投入すべきではない
- 観光地各店舗へ2,000円程度の寄附をお願いする。あとは企業努力

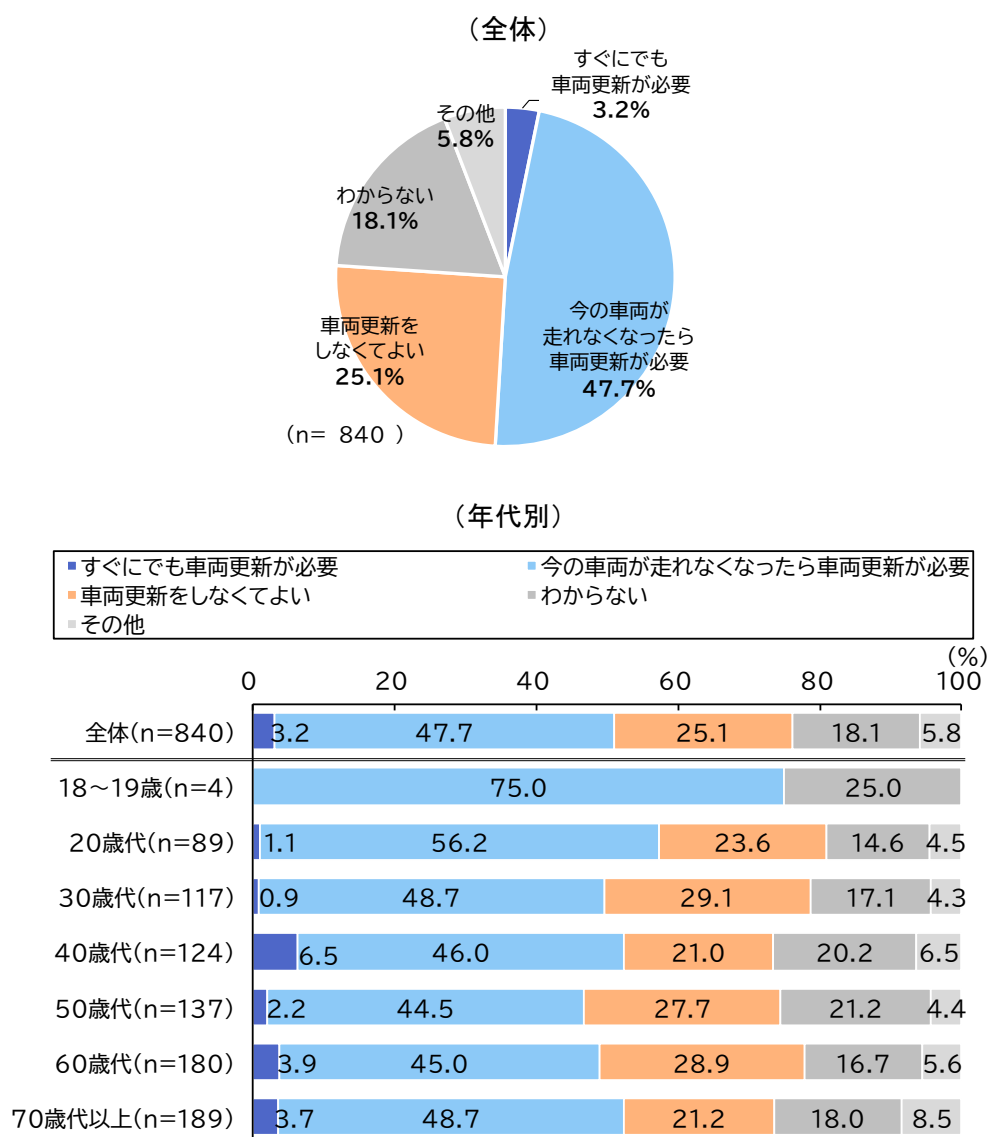
⑬ 車両更新の必要性

問. 坊っちゃん列車は、製作から 20 年以上経過して老朽化しており、車両を新しく作り変えるためには3億円程度の製作費が必要と見込まれています。あなたは、車両の更新についてどのようにすべきと考えますか。

「すぐにでも車両更新が必要」と回答した割合は3.2%、「今の車両が走れなくなったら車両更新が必要」が47.7%で、いずれかのタイミングで車両更新が必要としたのは50.9%だった。「車両更新をしなくてよい」は25.1%、「わからない」が18.1%、「その他」が5.8%となった。

年代別にみると、20歳代で車両更新が必要と回答した割合が57.3%となったほか、40歳代、70歳代以上で車両更新が必要と過半数が答えた。（図表－14）。

【図表－14】車両更新の必要性



【「その他」の具体的内容】

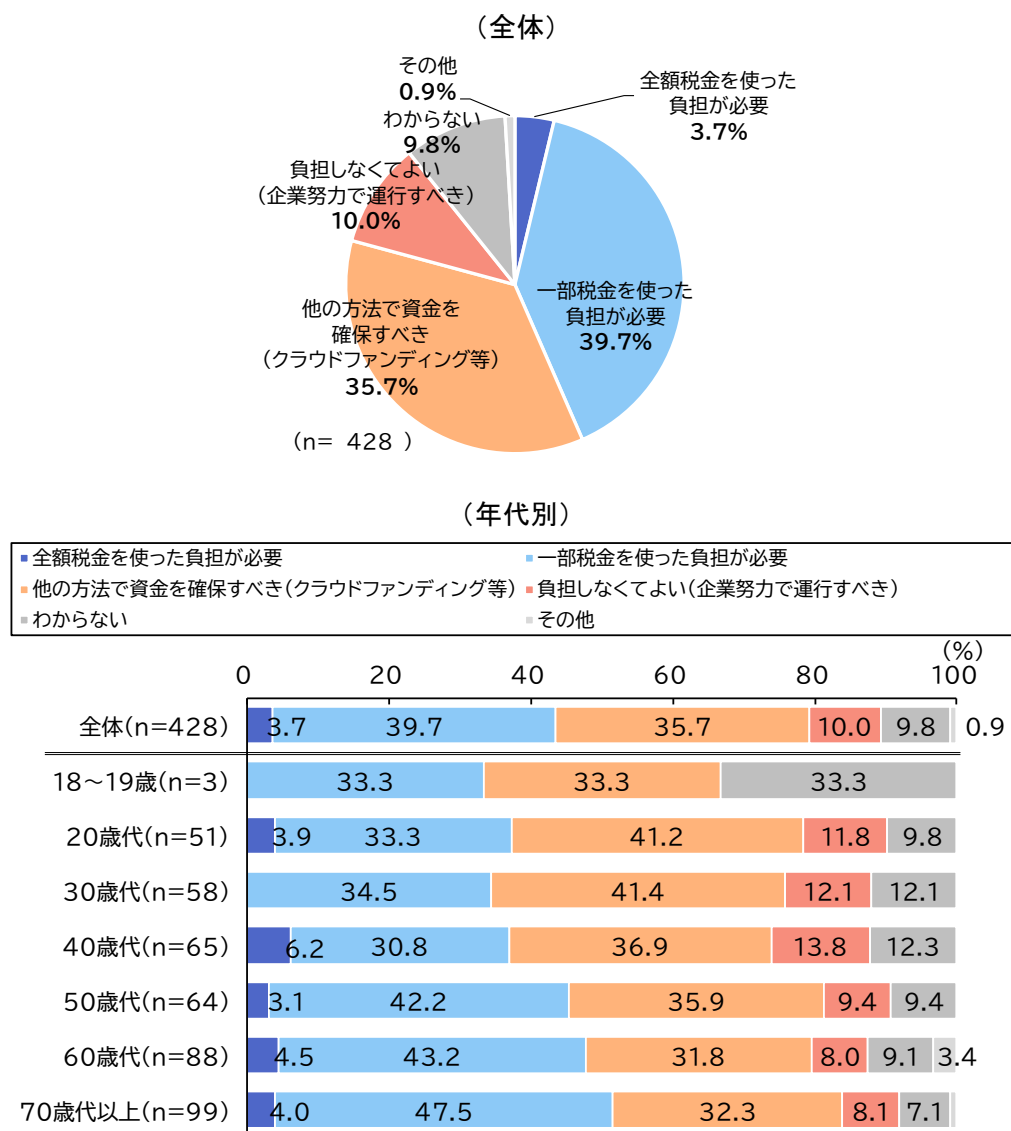
- 運行を中止すべき / やめればよい / 中止してもよい
- 高すぎる
- 製作費が確保できれば更新する / 税金を使うことのない計画ならば更新すればよい
- 運行して利益が出せる予算で製作すべき / 利益が出ないものにお金をつぎ込む必要性を感じない / 運行事業が赤字なら無理ではないか / 現状の赤字額では応援できない。伊予鉄側で賄えるのであれば車両更新してよい / 黒字化が見込めないなら更新なしもやむを得ない / 資金が集まってかつ赤字がどうにかなるのであれば
- 修繕・改装で金額を下げる / メンテナンスを十分にしていけるだけ使用してほしい / メンテナンスできないものか / 蒸気機関車でもメンテナンス次第で 100 年もっているのに、メンテナンスをよくすること。車両更新は最後の手段 / 整備し続けて走れるところまで走らせる / 修理しながら運用する(修理中は運休) / メンテナンスで十分 / 補修も検討しては / 部分的に補修しながら / 昔からの電車がいまだに走っているので、修理でよい / 整備して使い続けることができないのかわからないため判断できない / JR で廃車した車両が外国で利用されている。修理して永く使うべき / 広島のとく電車は戦後 70 年たっても十分使えている
- 安全運行が大事なのでプロが決めること / 安全性が一番。作り変える必要があるのであれば車両更新も要 / 赤字経営であれば策を講じる必要があると思うが、老朽化したままの運行は安全面で駄目
- 道後に飾ってあるだけでも観光シンボルになる / 市の施設等展示会場で観光客に見てもらえばよい / 走れなくなれば道後駅に展示
- 松山市でよく話し合うべき / 市が必要だと思うなら更新すればよい。個人的には必要ない / その時の利用状況で更新する・しないを考えればよい
- 更新はすべきだと思うが、製作費が高いので企業負担ではいけない
- 自動運転技術など運転士不足を解決できる車両へ変更するなら検討の余地あり。そうでなければ更新しなくてよい
- 運行赤字を市民に負担させようとしており納得できないので社用更新しての営業は反対。自社(民間)の責任。利用するバス・電車も何度も値上げで、市民の足といえない伊予鉄に税金投入はおかしい
- 現社長が退任し、新社長が地方自治体(市民)と共に協力しようという姿勢が感じられたら更新もあり
- 新しくする必要があるように努力する。市民をあてにしすぎ
- 投資に対して利益を挙げられるかの調査はすべき。企業がどの程度負担できるのか知りたい / 新しく作り変えて観光に対してどのような影響を与えられるのか精査が必要

⑭ 車両製作費の負担

「⑬車両更新の必要性」で「すぐにでも車両更新が必要」または「今の車両が走れなくなったら車両更新が必要」と回答した人に対し、製作費の負担について松山市がどのようにすべきか尋ねたところ、「全額税金を使った負担が必要」と回答した割合は3.7%、「一部税金を使った負担が必要」が39.7%で、税金の負担が必要としたのは43.4%だった。「他の方法で資金を確保すべき（クラウドファンディング等）」は35.7%、「負担しなくてよい（企業努力で運行すべき）」が10.0%、「わからない」が9.8%、「その他」が0.9%となった。

年代別にみると、20歳代～40歳代では「他の方法で資金を確保すべき（クラウドファンディング等）」と回答した割合が最も高く、50歳代～70歳代以上は「一部税金を使った負担が必要」の割合が最も高かった（図表－15）。

【図表－15】車両製作費の負担



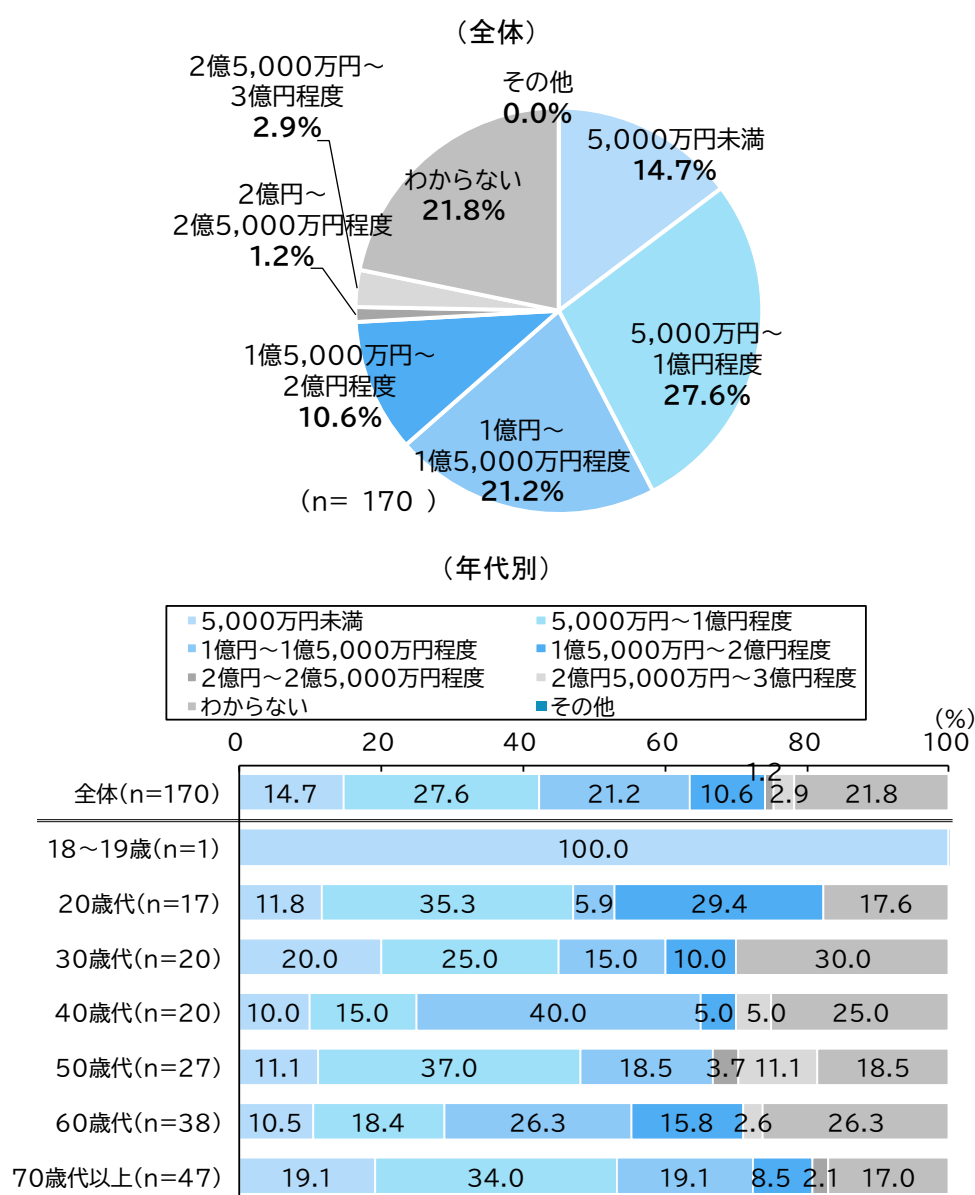
【「その他」の具体的内容】

- 税金の負担とクラウドファンディング
- 1人ひとりができる限りの募金
- ホテル、物産、土産店で負担

⑮ 製作費を一部負担する場合の負担額

「⑭車両製作費の負担」で「一部税金を使った負担が必要」と回答した人に対し、どの程度の負担が妥当と考えるか尋ねたところ、「5,000万円未満」が14.7%、「5,000万円～1億円程度」が27.6%、「1億円～1億5,000万円程度」が21.2%、「1億5,000万円～2億円程度」が10.6%、「2億円～2億5,000万円程度」が1.2%、「2億5,000万円～3億円程度」が2.9%、「わからない」が21.8%だった。製作費3億円見込に対する半分（1億5,000万円）程度までの負担が妥当とする回答が63.5%を占めた（図表－16）。

【図表－16】製作費の一部負担額



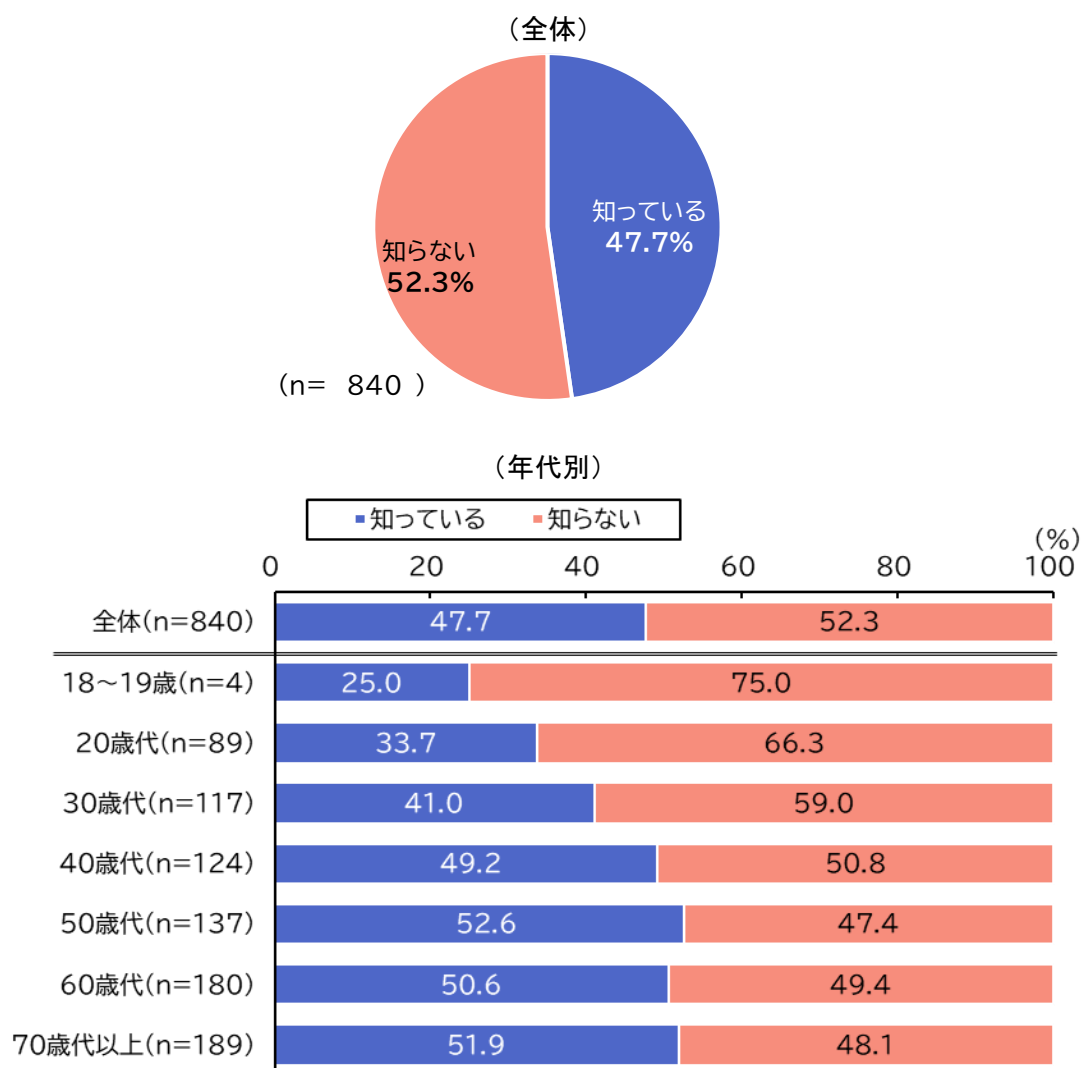
⑯ クラウドファンディング実施の認知度

問. あなたは、松山市が 2024(令和6)年6月 17 日まで『ふるさと納税型クラウドファンディング』で坊っちゃん列車の運行継続を支援するための寄附を募っていたことを知っていますか。

クラウドファンディングを実施していたことを「知っている」と回答した割合は 47.7%、「知らない」と回答した割合は52.3%となった。

年代別にみると、50歳代以上は「知っている」と回答した人が過半数だった一方、20歳代～40歳代は半分以上が「知らない」としており、若い年代ほど「知っている」と回答した割合が低い（図表－17）。

【図表－17】クラウドファンディング実施の認知度



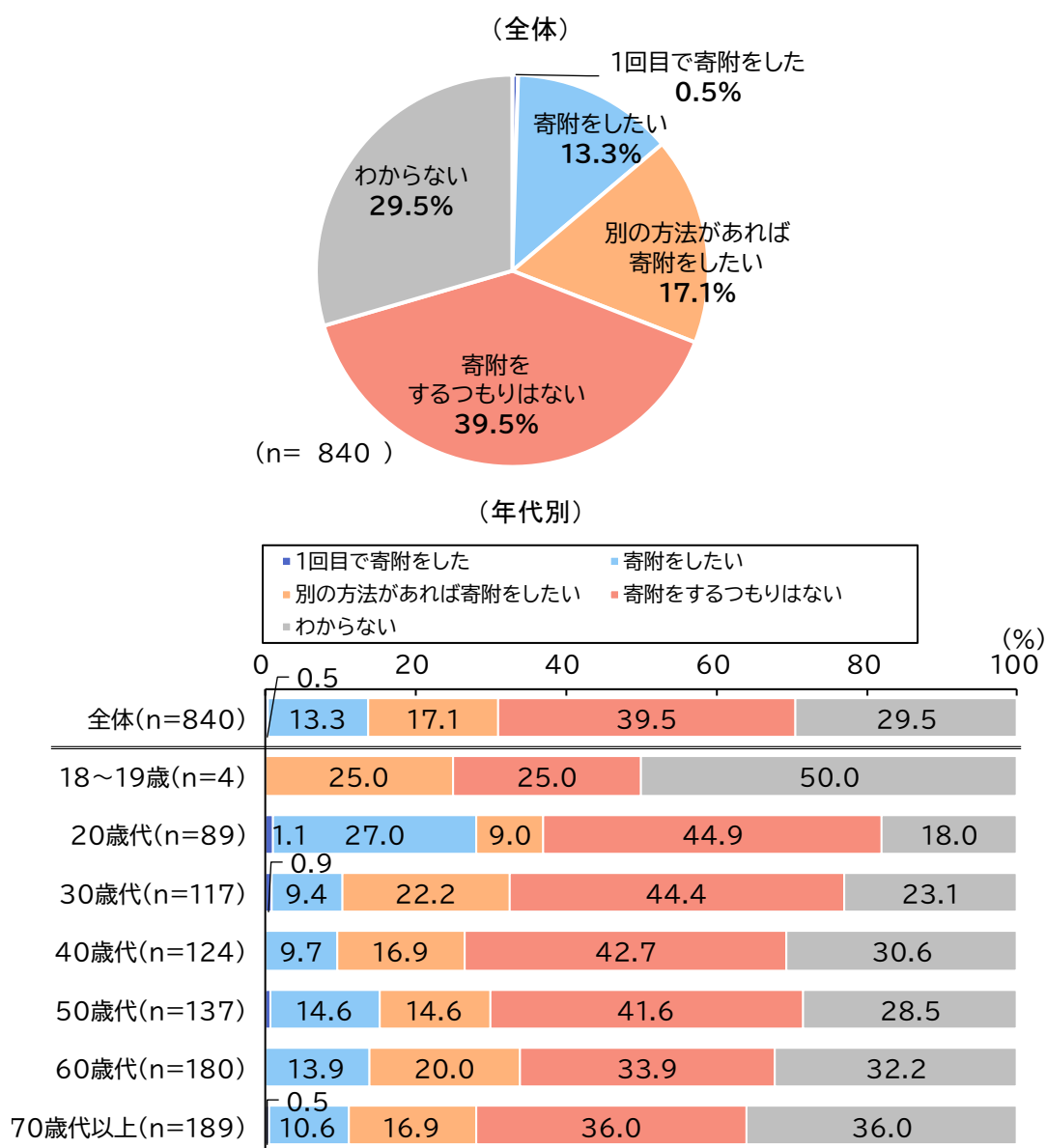
⑰ クラウドファンディング（2回目）実施時の寄附意向

問. あなたは、2回目の『ふるさと納税型クラウドファンディング』が実施されたら坊っちゃん列車の運行継続支援に寄附をしたいと思いますか。

2回目のクラウドファンディングで「寄附をしたい」と回答した割合は13.3%だった。クラウドファンディング以外の「別の方法があれば寄附をしたい」割合は17.1%で、何らかの形で寄附をする意向を持つ人は30.4%となる。「寄附をするつもりはない」と回答した人が最も多く39.5%、「1回目で寄附をした」が0.5%、「わからない」は29.5%であった。

年代別にみると、20歳代で「寄附をしたい」と回答する割合が他の年代に比べ高かった。（図表－18）。

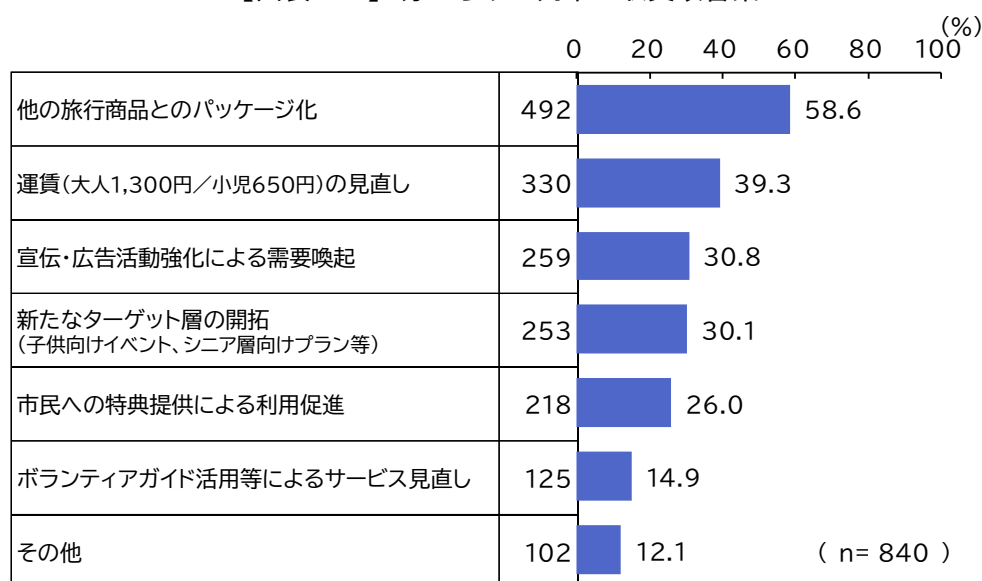
【図表－18】クラウドファンディング（2回目）実施時の寄附意向



⑱ 収支改善策

坊っちゃん列車の収支改善策として効果的な方法を尋ねたところ、「他の旅行商品とのパッケージ化」が58.6%で最も多く、「運賃（大人1,300円／小児650円）の見直し」（39.3%）、「宣伝・広告活動強化による需要喚起」（30.8%）と続く。そのほか、「新たなターゲット層の開拓（子ども向けイベント、シニア層向けプラン等）」が30.1%、「市民への特典提供による利用促進」が26.0%、「ボランティアガイド活用等によるサービス見直し」が14.9%となった（図表－19）。

【図表－19】坊っちゃん列車の収支改善策



【「その他」の具体的内容】

- 市駅行を JR 松山駅行にし、南堀端にも停車
- 運行ダイヤの見直し / 便を増やす
- 外国人観光客に PR(歴史、なぜこの車両か)して利用してもらう / 観光客を増やして乗客増加
- 外国人観光客の運賃値上げ / インバウンドへの差額運賃の導入 / 運賃の値下げ。市内電車に対し高すぎる。400円が理想 / 料金を上げれば客足は遠のく
- 乗車特典をつける / 乗車したら坊っちゃん団子がもらえる / 市内電車にも乗車できる1日乗車券 / 市内の幼児・小学生の無料化 / 道後温泉とのパック化 / 坊っちゃん列車に乗車しないとできないことがあるとよい / 市民割引 / 障がい者割引 / 回数券
- インフルエンサーの活用
- 他の企業との協賛催事(鯛めし月間、道後温泉コースなど) / 道後温泉や市駅前でのイベントを増やす / 団体ツアープランへの組み込み / 写真撮影会 / 「坊っちゃん」登場人物の衣装で乗車 / 「坂の上の雲のまち」をめぐるツアープラン / 子どもや外国人が運転手体験(高価格帯で) / 結婚式とコラボ
- 乗車予約 / インターネット受付 / 貸切電車として事前予約
- 道後で展示して、運転席等で写真撮影できればよい / 走行ではなく展示で残す
- 駅の近くに来るような目的を持たせる

- 伊予鉄が努力すべき / 人件費削減(乗務員業務の自動化等) / いち企業の問題 / 企業努力に尽きる / 従業員の給料は減らさず、役員報酬を減額して赤字分を補填 / 別会社を作り独立採算制にする / 赤字の原因を明確にし、対応策を考えることが必要 / 運行方法等の改善によるコスト削減、人手不足解消 / 伊予鉄道の役員報酬等を削減してでも自社で賄うべき
- 道後のホテルや土産物店など、観光客によって利益が出ているところから寄附を募る / 坊っちゃん列車の恩恵を受ける商業団体・観光団体等の支援が必要
- 蒸気機関車にする
- 車両を松山市に買い取ってもらう
- 運行中止 / 収支改善必要なし廃止 / 赤字であれば廃止 / 赤字解消は走らせないこと
- わからない / 思いつかない / とくになし

⑪ 自由意見

問.「坊っちゃん列車」の存在意義や活用方法、松山市の支援方法など、
ご意見がありましたらご自由にお書きください。

【運行に関すること】

- 毎日数本でも走っていれば存在意義はさらに膨らむ / 常時ダイヤに組み込み稼働数を増やす / ダイヤの見直し / 運行時間や運用方法の見直しなどあらゆる手段を使って存続させるべき / 平日も運行してほしい
- 現状維持が大変な状況のなかでも再開されてうれしい / 観光客のため運行した方がよい / 県外の知人も坊っちゃん列車を楽しんでいる / 観光客に人気があるのはわかるので、できれば継続してほしい / 永く走ってほしい / 運行継続できるならしてほしい / 松山市といえば夏目漱石「坊っちゃん」。ぜひとも坊っちゃん列車を走らせてほしい / 時々運行でもよいので、頑張って走ってほしい / 観光で乗りたい人がいても常時動いてないなら意味がない / 機会があれば乗車したい / 子どもは乗車でできれば楽しいと思うのでニーズはあるはず
- 乗らなくても見に来る観光客がいるのなら、観光業に貢献しているので続ければよいが、無理する必要はない
- 今の土日祝日の運行でよい / 日・祝日のみの運行でもよい / 運行本数を減らす / 地方祭や正月 3 が日だけの運行でよい / 観光のシンボルとするなら、市で負担して効率よく(土日限定等)運行すればよい / 毎日の運行は難しいのでは / (夏休み・冬休みなど)観光客が見込める期間だけの運行でよい / 鉄オタ向けイベントを年数回開催し、その時だけ運行 / 運休の日を増やし、列車の中の見学や撮影の日を設ける / (月1~2回)市電と一緒に組み入れる
- 観光客対象であれば、道後温泉駅発着の周遊運行に特化する / 道後温泉を出発して次の観光名所は? / ロープウェー・護国神社周辺から道後温泉への専用軌道敷設など、市内観光地を結ぶ
- ニュースで運行一時休止と聞いてショックだった
- 運行時間、運賃などまったく知らなかった
- 赤字事業は望まれていないことの結果であり廃止すべき / 利用者が少ない・赤字だからという理由であれば路線バスと同様廃止にすればよい(運行継続をすべきでない) / 採算が取れないのにこのまま運行するのはよくない / 確かな収支改善策がないのなら、企業の負担が増えないうちにやめるべき / 高額なお金がかかるなら運行しなくてよい / 税金を使ったところで松山市に利益が見いだせないのであればやめればよい / 運転士不足・運行赤字・車両更新等々を考えれば、走らせるのではなくやめることも必要では / 赤字の要因を分析して代替案を検討、2~3年で改善できなければ廃止やむなし / 赤字の金額を考えると必要性があるとは思えない / 経済効果があるなら続けるべきだが、ないなら中止すべき / 企業・松山市に負担がかかるのなら中止すべき。ムリに観光に力を入れる必要はない / 黒字化の計画がなければ継続する必要はない / 支援がないと運行しないのならやめるべき / 運行中止以外収支改善はムリでは / 経営努力で賄えないなら、すっぱりやめるべき / このようなアンケートをしなければならぬ現状なら、やめる勇気も必要では / 車両が走れなくなった中止したらよい / 路面電車があるだけで十分
- 市民にとっては観光列車であり、ただ走っているだけでは必要ない / 市民はほとんど乗らないので、観光客だけで維持するのは困難では / 運行することの松山市に対するメリットの説明が必要 / 運行しないで観光に利用できることもある
- JR 松山駅の高架化による南江戸線の延伸も控えているはず。坊っちゃん列車を運行する余裕などない
- 補助金を受けている状態で市に相談なしに運休してはいけない

【運用に関すること】

- 観光客にとっては特別高いものではないのでは
- 外国人向けに観光案内をしながら走る / 外国人向けのサービス提供(有料写真撮影など)
- インバウンドの利用客はいると思うので、金額の見直し / 外国人をターゲットにする / 日本は料金が安すぎる。インバウンドはもっと高い料金でも利用されるのでは / インバウンドは別料金
- 乗車時のガイダンス増加
- 団体客に乗ってもらう(運行時間や乗務員の調整が可能)
- 実際に乗ってもらい坊っちゃん列車の良さを実感してもらう
- 道後駅を大きくする / 空港までの延伸
- 停車駅を増やす(乗客の増加)
- JR 松山駅との接続強化 / JR 線で導入し海岸沿いを走らせる
- 予約制での運行にする
- 小説「坊っちゃん」の一部を電車内で流す / 夏目漱石の本を置く
- 運転以外の乗務員はボランティアを募集 / 伊予鉄 OB に人材育成や運転以外のサポート業務を依頼
- 車掌は女性がよい(バスガイドのイメージ)
- 乗務員が昔の制服を着て敬礼する姿が格好良く、非日常感があり観光客には大きな思い出になる / 乗務員がいつも笑顔でよい / 列車の可愛さと乗務員の接客のよさで癒される
- 交通系 IC を利用できるように / 交通系 IC が使えない現状は他の都市部と比べて明らかに不便
- 現状の運賃で1日何度でも乗車できるようにする / 運行を大街道―道後間だけにして、タクシーと同じくらいの料金設定
- 民間連携を強化して活性化を図る
- 3人も乗務しなくてもよいのでは
- 冷房が効いておらず暑い / エアコンをつけてほしい
- 坊っちゃん列車より、市内電車の連結運行をしてほしい
- 市内電車アナウンスに伊予弁を盛り込む、ガイドを入れるだけで観光客は満足感を得られる(移住者)
- 郊外・市内電車の値上げが続いており、これ以上の値上げや減便は許容できない
- 運賃が高すぎる / 運賃が高くて乗ってみたいとは思わない / 市民が気軽に利用できる運賃にしてほしい / 運賃を市内電車と同等にして市民が日常利用 / 市民からすると運賃に見合った効果が得られていないと感じる / 高くても気軽に乗ろうとは思わない。観光客もそうではないか / 県外の友人が高くて乗車を断念した(妥当な金額とはわかっているが) / 郊外・市内電車の運賃を上げて坊っちゃん列車に回す / 運賃が高く、走行距離が短い / これだけ運賃が高いのに財源が確保できないのは理解しがたい / 数年前の大人 800 円でも高いと思った / 料金設定を分ける(市民、観光客、シニアなど) / 高額だとリピーターになりにくい
- 独立行政法人として運営 / 指定管理 / 第三セクターによる運営 / 車両は松山市が希望する企業が買い取り運営 / 伊予鉄から切り離して単独で運用
- 年間 5,000 万円もの赤字が出るのはなぜか、市民には情報として伝わらない / 5,000 万円もの赤字、車両更新3億円は知らなかった / (他の電車とどこが違うのか、どんなメンテナンス料金があるのかなど)なぜ赤字なのか説明してほしい / 赤字を出してまでの運営は見直し・対策が必要
- 20 年前に運行していた頃に問題はなかったのか
- 運用の経費と経済効果の関連性がよくわからない / 観光への影響が現状どの程度なのか説明すべき / 運用に必要な経費は開始時にわかっていたはず。計画がずさんだったのか? / 坊っちゃん列車ミュージアムは必要だったのか疑問

【存在意義に関すること】

- 坊っちゃんと言えば漱石、そして松山 / 小説「坊っちゃん」の中に出てくる電車、その登場人物と合わせて松山の魅力 / 坊っちゃん列車は他の都市との差別化になる / 坊っちゃん列車が松山の街を走る景色はとてもよい / 道後を出てからの車窓は明治・大正感があってよい / 坊っちゃん列車を見ると小説の世界を思い出す / 城下町松山をアピールするのに坊っちゃん列車は必要 / 坊っちゃん列車は松山市のシンボル / 松山市の大事な財産 / 松山が誇る観光資源の1つ / 松山らしいおもてなしの1つ / 松山のイメージや経済効果にプラス α を生んでくれる / 地域経済活性化につながっている / 観光のシンボリックな役割であり、継続してほしい / 県外観光客は楽しみにしている人が多いのでは / 子どもから大人まで楽しめ、松山や道後の風景にも合っている / 写真を撮っている人が多く、人気がある / 古き良き文化 / 歴史を紡いできたものを簡単になくすことはやめるべき / 坊っちゃん列車の色合い・乗り心地・大きさすべてが好き / レトロ的な非日常感と周囲の景色とのコントラストは忘れられない / 他に観光名所が少なく、1つでも欠けると大きい / 坊っちゃん列車の知名度は上がっており、なくすのはもったいない / 観光資源として市民全体で支えていくべき / 未来の子どもたちのために続けるべき / わが子にも機会があれば乗せたいし、触れさせてあげたい
- 坊っちゃん列車が走らなくなったときは寂しかった / 街で見かけるとうれしい / 頑張っただけでほしい / 走っているのを見るとラッキーな気持ちになる / 走っている姿をみるだけで住民も観光客も喜ばしいと思える / ウォーキング中に坊っちゃん列車が走っているとホッとすると、手を振ってもらった日は、一日が楽しくなる / 走っているだけでほほえましい
- もう少し情報発信・アピールを / 観光客はもちろん、県民も一度は乗ってみたいと思うような宣伝を / 道後温泉駅に置きっぱなしではなく、そこで観光客に乗車したいと思わせる PR を / いろいろな時間帯でのCM / CM でイベント内容を流す / チラシを公共施設に置く / さまざまな媒体で少し早めからのアプローチが必要 / 漱石と松山の関係や、坊っちゃん列車とは何かを知らしめる / 他県にないものであり、もっとうまく PR すれば集客が見込めるのでは / 情報は松山市の HP にアップしてほしい / 海外向けに発信する
- 現状を知ってもらう(募金やクラウドファンディングのアピール)
- 団体客の旅行プランに組み込んでもらうなどの営業が必要では
- 他の観光地とのつながりを持たせることが必要
- 乗る利点と理由、乗った感動を観光客に与えるように
- 小さい頃、坊っちゃん列車に憧れがあった
- 子ども向けのイメージ / 観光客向けのイメージ(市民のためではない)
- 市民が利用するきっかけになるような事業にしてほしい(市民割・移住者や特定の年齢の市民への無料乗車券配布など) / 市民に親しみを持ってもらう取組が必要 / ほとんどの市民が「一度は乗ったことがある」と堂々と言えないのが、そもそもおかしい / 市民に愛されないものが、他県の人に愛されるわけがない
- 市民は「知っているが乗る必要はない」と思っていそう / クラウドファンディングでも寄附が集められないのであれば魅力が無いのでは / 赤字なのは観光客には必要ないからでは / 日常の交通手段で使うことがないため、市民の関心は薄いのでは / 市民にとって利用価値はない / 高い運賃を出す魅力が感じられない / 道後地区だけ優遇されすぎ。他にも観光地はあり、坊っちゃん列車を利用しなくても十分観光できる / 運行する意義はあまりないのでは / 列車が走ってなくても、たいして観光に影響はない気がする / 坊っちゃん列車に“抱っこにおんぶ”しすぎ / 地元の子どもや観光客が乗ってみたいと思うようなことをしていれば、魅力のある列車になっていたはず / 利用するかわからない

- 市民は県外の友人が来た時に一緒に乗るくらい / 生涯に一度は乗ってみたいが、何度も乗る気はしない / 走っているのを見るのは好きだが、乗りたいとはあまり思わない
- 市内電車にもレトロなものがあり、車内広告もよい
- 小泉首相が乗っていたように、岸田首相に乗ってもらう
- 現状のままだと市民にとって運行のメリットはごく一部に限定される
- 坊っちゃん列車だけの収支として考えるのではなく、伊予鉄道の全体の収支の中で見ていけないものか？平成の時代に坊っちゃん列車を復活させた意義は何だったのか？
- 坊っちゃん列車という電車があることや、坊っちゃん列車がなぜ走っているのか、子ども達は知らない。俳句を広めるのと同じように、夏目漱石という人がいたこと、坊っちゃんの話を広めていくことも、電車の運行維持に繋がるのではないか
- 松山市はクルーズ船が来港した時も連携が取れておらず(道後のホテルと)大事な観光客に不満を抱かせてしまった経緯があると市民から聞いた。しかし、これをチャンスと捉えて、観光客をどんどん受入れてほしい
- 夏目漱石は熊本在住の方が長い。「坊っちゃん、坊っちゃん」と騒ぎすぎ
- そもそも「坊っちゃん列車」が夏目漱石の小説というだけで内容まではわからない。旅行の中でも思いつく程のものではなかった(移住者)
- 一時運休していた時、「これだけの観光地なのにそのシンボルがこんなことになり、世間的に恥ずかしい」と思った
- 伊予鉄は運賃を上げるだけで、利用したいと思える魅力がない。せっかくの列車、もっと活用できればよいのに
- 松山市に災害復旧や松山城改修など、その他公金を投入すべき局面が多くあると考えられる。一つのシンボルとして存在した列車ではあるが、その役目は終わったのではないか

【車両に関すること】

- 外観は坊っちゃん列車にして、それ以外は他の車両と同じにする / 外観と内装は坊っちゃん列車にして、車体は電車 / 今の坊っちゃん列車にこだわらず、見た目だけ坊っちゃん列車の電車でもよい / 市内電車を坊っちゃん列車のデザインにする
- 新規に車両を作り運行を増やし、ツアーとのタイアップで旅行客にアピール
- 本格的な蒸気機関車に車両を変更すると鉄道ファンからの需要は期待できる / 本物を走らせる
- 既存列車のラッピングなどで代替
- 改善できるところは改善を。乗り心地が悪い / 座席が木製で硬く痛い
- 外見は良いが中に入れば特別感は全くない
- 赤字なのになぜ車両更新するのかわからない。廃止でよい / 運休に至った理由を考えずに新しくする理由がわからない

【活用方法に関すること】

- 有名インフルエンサーを招待し、SNS 発信してもらう / SNS などでもっと情報を広げる
- 旅行会社の観光プランに組み込み、乗車割引 / インバウンドバスツアープランに組み込み / 団体貸切予約(レストラン化・ビアガーデン化・劇場化)
- ウェディングプランに活用 / 結婚式前撮りプラン / 子連れ・宿泊ゲストに乗車券プレゼント(結婚式参列者) / 写真撮影パッケージ / 車掌の服を着て写真撮影 / 有料撮影会

- 特典を付ける / 乗車記念グッズ(メダル・切手など)の配布 / 非売品・地域限定商品の乗車特典 / 寄附額に応じて1年間乗り放題 / 愛媛(市民)割 / 新1年生(子ども)無料 / 園児団体乗車(割引) / 誕生日割引 / 道後温泉・松山城・坂の上の雲ミュージアムとセット・共通チケット販売 / ホテルとのセット(宿泊割) / 飲食店(ロープウェー街・道後商店街)の食事券とセット / 乗車時に坊っちゃん団子を提供 / バス半額券付き / 旅行商品とのパッケージ化 / お土産品のクーポン券プレゼント
- キッズイベントの開催 / 夏休みイベント / 鉄道ファンイベント / 道後駅で観光客向けイベント / 市民向け普及イベント / 「伊予灘ものがたり」のようなイベント(坊っちゃん列車に乗り乗れば行ける場所、食べられるものなど) / ファンサやゲームでアイテム付与 / 小学生の遠足・子ども会の行事 / 夜スタイル・昼スタイルとイベント内容に応じて変化 / 企業協賛イベントを坊っちゃん列車へ取り込み(道後ビールのタバ・一六タルトと坊っちゃん姿マドンナ姿のデート・水族館列車など) / 食堂車両のように弁当を食べながら周遊 / 俳句とお茶を楽しみながら周遊 / 駅員の制服や帽子を着て乗車
- コラボ / 音楽イベントとのコラボ / 坊っちゃん列車メインではなく、アニメやドラマの聖地巡礼とつなげる
- (車内で)VRを活用した疑似体験 / プロジェクションマッピング上映
- レストラン・カフェとして活用 / 坊っちゃん列車以外にもカフェトレインを作り、高めの料金設定で「大正ロマンコーヒー」などを販売
- イベントなどで寄附を募る / 寄附を募集してくれた子どもに紙製帽子プレゼント(赤い羽根募金のイメージ) / 観月祭や道後での祭り、高島屋でのビアガーデン開催中などにステージイベントを行い寄附を募る
- インスタ映えるように / インスタ映えスポットの設置
- 「交通機関」ではなく「遊園地のアトラクション」と発想を転換
- 「幸運を呼ぶ列車」といったコンセプトを考える(ドクターイエローのイメージ)
- 小中学生の社会科見学や校外学習への活用
- 子どもたちが楽しめる場所の検討 / 子どもが車内アナウンス
- アンパンマン列車と同じように普通の電車として運行
- 路面電車+SL
- 気軽に乗れる状況・利用客を増やす方法を検討
- 公共性の高い企業がアイデアを出して努力すべき
- 客車内にスポンサー企業を掲示
- 坊っちゃんスタジアム周辺に展示しアトラクション
- 運行せずフォトスポットとして活用(汽笛は鳴る) / 展示でよい / 公園や館内に展示 / 道後温泉駅・三津駅に展示 / 旧型車両については、道後等の観光記念館に展示保存 / 写真が撮れば満足

【自治体などの支援方法・その他】

(自治体の支援について)

- 宿泊税を導入すればよいのでは
- 税金を使っても OK
- ぜひ続けてほしい。赤字なら税金を使えばよい
- 企業努力によっても走行にも限界があるので、走行するなら税金負担はした方がよい

- 税金での負担も必要だが、ムダがないか見直す
- 松山市から税金を毎年いくらか出してもらって続けられたらよい
- 半額は税金から援助し、あとは寄付と伊予鉄の企業努力に期待
- 坊っちゃん列車は松山観光のシンボル。使い道が不明な税金を見直し坊っちゃん列車の運行に充ててもらいたい
- 観光客のための坊っちゃん列車として、国や企業などからの支援をもらってでも存続してほしい
- 松山市が観光のひとつとして坊っちゃん列車が必要と思うなら、税金を使って負担すれば良い
- 募金箱のようにして運行継続支援金を集めるのはどうか / 募金箱の設置があればインターネットを使わない人でも寄附ができるかもしれない / 先に CM は長く時間をかけて寄附期間を作ったり、松山市役所及び支所に募金箱を長期間設置したりすることも検討すべき / JR 松山駅・市駅・お城・高島屋などに募金箱を設置 / 募金箱なら子供～お年寄りまで気軽にできる / スーパー・コンビニに寄附箱設置
- “坊っちゃん列車を支える会”などがあれば、乗らなくても毎月 1,000 円くらいは負担できる
- 市民として協力できることはしていきたいので、一部税金を使う事に賛成
- クラウドファンディングで寄附を募り、不足分を松山市で補う
- 坊っちゃん列車は松山のシンボルの1つであり、松山市駅前もリニューアルすることを考えれば、市の支援、運賃の見直しも仕方ない
- 松山に来て楽しかった、また来たいと思えるようなまちづくりを伊予鉄が目指す姿勢が有るならば、松山市や伊予銀としても支援すべき
- 全て市で管理・運営するのも方法の1つ。それなら税金が使われても文句ない
- 税金投入には賛成で、ぜひとも存続させてほしいが、クラウドファンディングで目標金額の 1 割しか集まらない。市の予算が 1,069 万円でネットニュースに「大コケ」とまで報じられる本末転倒な愚策だけは勘弁して頂きたい。民間企業に勤める者からすれば、責任問題、出处進退に関わる内容
- 単純に伊予鉄グループに支援するよりも、「伊予鉄グループの収入源になる取組」に支援することが長い目で見れば効果的
- 坊っちゃん列車は市の観光資源の主役級で、道後温泉ほか観光施設と同様、税金を投入して維持するものと考えて。しかし、高額過ぎるまたは伊予鉄道が無理難題を提示するのであれば、こだわり過ぎなくてよい
- 愛媛県も支援すべき
- 松山市はあくまで観光振興強化をはかり、税金は列車ではなく、最終的に列車につながるようなまちづくりに充てられるべき
- 坊っちゃん列車はあってもなくてもよいが、税金で何とかするのはありえない
- 観光客が主な利用者になっている坊っちゃん列車が、維持や運行に支障が出ているようであれば、観光客の利用も想定を下回った結果であろうと考えられ、資金を注入しても回収は厳しいのでは
- 坊っちゃん列車に税金を使うより道路整備等市民のために使って欲しい / 税金は福祉や災害防止の工事を優先して使ってほしい。観光も大事だが命を守る方がもっと大事 / 生活に必要な路線が閉鎖されているのに、観光目的で経済効果の少ない運行に税金を使うのは反対 / 税金は福祉や教育などで必要で足りていない所に回すべき / 子どもの病児保育や放課後児童クラブに回すべき
- 松山市が支援するなら市民のために。観光客向けの毎年赤字が見込まれる坊っちゃん列車の支援は必要ない
- 赤字を解消する方法を考えてから税金投入してほしい。いつまでも税金を投入するのは違う
- 伊予鉄が毎年のように運賃値上げを行っている以上、松山市民はすでに募金をしているのと同じ。伊予鉄が多くを負担すべき

- 観光の目玉としての価値はそれほどないと思う。そこに税金を使って欲しくないのが本音
- 新しい車両を税金でというのはいかがなものか？もっと税金の有効活用を
- 坊っちゃん列車の運行は伊予鉄道ができる範囲内であればよく、税金を使う必要はない
- 松山市はどうするのか市民に方向性を示して欲しい。クラウドファンディングなど観光の目玉としての価値はそれほどないと思う。そこに税金を使って欲しくないのが本音
- 新しい車両を税金でというのはいかがなものか？もっと税金の有効活用を
- 坊っちゃん列車の運行は伊予鉄道ができる範囲内であればよく、税金を使う必要はない
- 松山市はどうするのか市民に方向性を示して欲しい。クラウドファンディングなどばかばかしい。役所の怠慢なのでは？
- 赤字続きの事業に税金を使ったところで今後松山市に利益はあるのでしょうか？見込みが無い、見出せないのであれば、やめればよい
- 公的資金投入で運行は絶対必要ない。いつまで援助するのか際限がない
- 公的資金を民営企業に使うのはおかしい / 一企業に対して市民の税金を使う必要性はない / 一企業に市民の税金を入れるのはおかしい。そんなことのために高い税金を払っている訳ではない。他に住民サービス向上があるのだからそちらに税金を使うべき / 一企業の赤字を税金で補うことに抵抗あり / 伊予鉄道が社会貢献の一環としてやるべき。税金投入ありきでやるべきでなく、一企業に肩入れしすぎ
- 市民に見返りがあるわけでもないのに税金を使う意味が分からない。それに使うくらい余裕があるなら市民税を減らしてほしい
- 松山市の支援は宣伝・広告で十分。高い市税から運行経費を出していたらきりが無い
- 民間企業が一部門で赤字を出しているのであれば、リストラや給与カット等の取るべき方策は無数にあり、それらをせずに安易に補助金を要請。市側がこれに応じるなど、他の企業に対しての示しがつかないのではないか
- 年間 5,000 万円もの運行赤字になるのはなぜか。毎年それだけの金額をクラウドファンディングでまかなうのは無理がある。かと言って、松山市の税金で負担していくのはどうかと思う
- 市民が乗らないものに税金が使われるのはやめて欲しいし、クラウドファンディング頼りもおかしい。1回目の金額で分かったのではないかな？
- 企業の問題に市が口を出す必要はない。クラウドファンディングがそれを語っている
- 特定の企業への補助金は市全体の活性化に繋がるとは到底思えず、自治体上層部の独善的かつ恣意的な発想であると言わざるを得ない。公金は広く社会発展のために使われるべき
- アンケートの費用もムダだと思う。物価高の今、やるべきことではない。改築しても規模が小さい JR などの他のところに力を注ぐほうがよい。松山市は伊予鉄にてこ入れし過ぎ
- こんなアンケートに税金を使わないでほしい
- 松山の観光シンボルとして存在継続して欲しいと願うが、そのために税金が使われることは同意できない。企業努力、今までにない運行のアイデアなどで継続運行をしてもらいたい
- 運行事業者がどう考えているか分からないが、全額を市に負担してもらおうとしてるのであれば、地域貢献する気がない企業だと思うので、支援は必要なし
- 赤字が明確なものに投資はしない
- 伊予鉄の経営陣の刷新や体質改善が十分に行われた上で市の支援を検討すべき
- 初動の投資は市が負担してもよいと思うが、ランニングコストまで市民が面倒を見るのは違う
- 行政が出るのであれば、市長がもっと前面に出て行動をすべき。市長が寄附に頼るようでは駄目
- 税金支援の期間を決めて(3 年、5 年など期間限定)おくようにすれば、市民・県民も納得するのではないかな

- 観光客の多くは年配層の人が多くではないか？シニアの方にはそれほどの魅力を感じないのではないか？税金の使い方についてもっと考えてから使ってほしい
 - 観光客向けの体験コンテンツとしての役割が主体であり、人口減少が見込まれる中での収支改善は難しいのでは。松山市の負担は一時的に必要と思うが、いずれは決断する時が来るのではないか
 - クラウドファンディングで目標 2500 万円が 282 万円しか集まらなかったのは、知らない人が多かったのではないか
 - クラウドファンディングを募りお金が集まらなかったのは必要がない・関心がないという事だと思う
 - ふるさと納税の事はイマイチ良く分かっていなくて、手続きも面倒なのでする気にならない / ふるさと納税型のクラウドファンディングでは、層、対象者が絞られているように感じる。誰でも出来る形がいい
 - 余裕のある人の「クラウドファンディング」で解決すべき事案
 - クラウドファンディングは辞めた方がよい。委嘱をすると高額なマージンが発生する為、自分でクラウドファンディングのノウハウを確立した方がより利益を生む
 - クラウドファンディングは、民間の事業者が「夢や希望を実現するために何かを行いたい、資金調達出来ない場合に行う最終手段」と思っている。行政が事あるごとに行うようなものではない
 - ふるさと納税型クラウドファンディングでは、返礼品がなく、また松山市以外の県内・県外の人には坊っちゃん列車への興味や親しみがあまりないため寄附が集まらなかったのだと思う。2回目をしても結果は厳しいのでは
 - クラウドファンディングは、ふるさと納税なので松山市民は寄附できないと思っていた
 - クラウドファウンディングも、一時的にキャッシュフローが改善するだけでは意味がない
 - 税金と企業努力だけでなく、市民に財源を出してもらうのが良い
 - 運休についてはニュースで知ったが、クラウドファンディングについて今回のアンケートで知った。いろいろな時間帯でCMする、チラシを公共施設に置くなど、さまざまな媒体でアプローチが必要。一部の人しか見ないSNSだけではないことが必須。何かしら協力したいと思いつつも日々の生活で調べたりまではしていなかったうちに終わっていた。ネットなどを見ない年齢層の人などの方が共感した場合、支援に積極的だと思う。若年層に向けたアプローチでは SNS に発信はするものの寄附までは関心はないように思う
 - 企業、県、市すべてが win-win になるよう、第三機関の導入などで意見を取り入れて検討する
 - 市長と伊予鉄グループ社長が良く話し合い、お互いが協力し、費用削減等に向けて協議して頂きたい
 - 観光宣伝とするならば、企業・松山市双方が原点に立ち戻り再考すべき
- (民間の支援)
- 道後商店街や観光業に関わる会社で負担すべき
 - 観光協会等からの支援が必須
 - 道後のホテル・旅館業者など観光関連事業で収益を上げているところが積極的に支援すべき
 - 観光集客として運行するなら、商店街や JR モール(新)がもっと協力するべき
 - 観光コンテンツであるので、観光業に携わる企業関係者が一部負担するのが妥当
 - 観光地の店舗から最低 2,000 円以上の寄附を募る
 - 市内企業による寄附
- (伊予鉄道について)
- 伊予鉄道が企業として考える問題
 - 伊予鉄の社長のやり方が気に入らない
 - 伊予鉄の積極性が必要。本県に 1 社しかない地元鉄道会社なので
 - 伊予鉄道は競争相手がいないことにあぐらをかくず、もっと企業努力をするべき

- 坊っちゃん列車単体で収益を上げる必要があるのか？伊予鉄の象徴として、企業が広告活動に活用すべき事ではないか
 - 坊っちゃん列車に限らず今の伊予鉄道は、自社の利益ばかり考え、運転士不足を理由に減便に運賃値上げ。地元市民や観光客の利便性や需要は考えていない。そんな企業に税金を使われたくない
 - 伊予鉄道も松山市の支援が全てというのではなく、運行継続の意向あるなら企業努力は必要
 - 企業努力をもっとすべき。伊予鉄は首都圏の企業に比べるとあぐらをかきすぎ。経営陣の力不足
 - 伊予鉄道がもっと赤字改善策を考え、実施すべきである。市が考えるべき事柄ではない
 - 坊っちゃん列車よりもスケートやプールがなくなる方がつらい。同じ伊予鉄グループのものなら、そちらにお金をかけてくれた方が市民としては利用価値がある。坊っちゃん列車はあまり必要性を感じないが、スケートやプールは季節のレジャーとして、市民として近場で楽しめる
 - 伊予鉄は地域の交通に充分寄与していると思うが、観光ではその形が見えない。全国の私鉄ではその沿線開発を進め、観光客を呼び込む努力をしている。例えば、水族館(梅津寺あるいは三津地域)を伊予鉄が主体に誘致すれば、これも観光の目玉になるはず。海岸線の再開発は伊予鉄にとっても重要事項だと思う
 - 伊予鉄バスの運転手の態度が乱暴でお年寄が気の毒だったと聞いた事がある。関係ないようではあるが、そういう事も考慮して、観光振興、市民の交通手段、利便性も考える事を願う
 - 「坊っちゃん列車」は特定企業の単独収支で立ち上げた事業であり、その事業の存続に市税を投入するのであれば、単なるマスコットとしての扱いではなく、企業側からも自治体に対して身を切る事業を打ち出すべき
 - 坊っちゃん列車のみのこととしてアンケートを回答させるのではなく、まずは伊予鉄グループ全体として費用を捻出することを考えてはいかかがか。ここ数年の伊予鉄グループには、市民に寄り添う姿勢がまったく感じられない
 - 坊っちゃん列車の運行赤字の要因を徹底的に分析する必要がある。伊予鉄道の言質だけでなく、赤字要因がはっきりしないと、収支改善策も中途半端なものに終わってしまう可能性がある
 - 企業努力がまったく見えず、市民は不満。社長がピアノ弾いてる場合ではない。梅津寺のバカでかい駐車場、パークを有効活用して自助でお金を生み、それでも足りないなら市内電車のムダに多い本数も減らすべき
 - 伊予鉄社長には「走らせてもらいたければ市は金を出せ」との下心があるのではないか。「全国バス協会」の会長に納まり、嬉々としてTVに出てタレントまがいの振る舞いはどう見ても経営危機に直面している経営者とは思えない。このアンケートを利用して市が税金を負担する「口実」にされるのではないか。もっと努力をすべき。市民は見ている
 - 企業努力で運行出来ない場合はやめるべき
 - 伊予鉄に良い感情がない。税金が伊予鉄に使用されるのみなにか違う
 - 企業努力がみえないので、支援方法があっても支援する気持ちにならない
- (まちづくりについて・その他)
- 野志市長は初心を忘れず、中村知事とも話すべき
 - 坊っちゃん列車が通る路線は、市の支援でもっと大正・明治ロマンっぽい車窓にして欲しい
 - 観光コンテンツとしての魅力向上に努める必要があると思う。企業、行政いずれが運営してもよいが、事業として採算が取れるのが大前提
 - 観光として、市民の場として梅津寺の遊園地を復活して欲しい。小さな子供でも楽しめる良い場所だった。これなら税金を使ってもクラウドファンディングでも、坊っちゃん列車よりは支払う価値がある
 - 観光都市松山にするために、銀天街から大街道、城山ロープウェー街、道後温泉までを屋外大型エミフルの型を作って欲しい。九州は全体が温泉街になっているように、もっと全体で考えて欲しい

- JR 松山駅の再開発について、バスタを作ろうとしているが、ただ単なる思いつきとしか思えない。一番大事な公共交通機関との綿密な調整、採算性、継続性などが見えてこない。駅前に作るホール・アリーナについても同じ。JR 松山駅が出来る時期はわかっていて、それまでに十分な時間があつたにもかかわらず、未だ具体的な案が見えてこない。今の市政には大いなるおごりとマンネリがあり、非常に残念
- 坊っちゃん列車に限らず、長期的な視点で市や市民のことを考えて舵取りしてもらいたい
- 愛媛県はパチンコ・パチスロ業界が数多く進出しており、これらの業界は地域にとってはマイナスの存在でしかない。この業界への規制強化に取り組み、伊予鉄グループなど頑張っている企業に回すべき
- 電車やバスを市営にしている自治体もあり、行政として交通への関与は不可欠。市内電車の松山空港延伸を目玉に JR 松山駅周辺の再開発を行っているが、延伸区間への行政機関の関与(第3セクター化、上下分離方式など)が必要で、説明責任を果たすことなく市民に知らせぬまま立ち消えすることは絶対許せない
- 銀天街の空き店舗を若い人に格安で貸し出せるようにするなど、坊っちゃん列車だけを考えるのではなくトータルな視点で支援を考えてほしい。それは必然的に MICE をつくればいいという発想には決してならないと思う
- 坊っちゃん列車を利用した人にアンケートをとり、乗車理由なぜ利用したのかを聞いて、必要と感じるなら継続し、不必要であれば継続する意味はないと思う
- 坊っちゃん列車は松山のシンボルの1つであり、松山市駅前もリニューアルすることを考えれば、市の支援、運賃の見直しも仕方ない
- 物価も上がり、協力したいと思ってもできない人も多いのでは
- そもそも松山市と運行会社はどういう関係なのか情報開示すべき。赤字は運行会社の責任なのか？それすら市民は知らない
- 一度運休になったことを重く受け止め、今までに行った収支改善策以上のものや新しい策が出てこない場合、諦める決断をするのも重要
- 市民に負担を求めるのは筋違い
- 「赤字だから税金を利用」では一般市民としては納得しにくい
- 松山市が出資をしていたにも拘らず、伊予鉄が運休をした事にとてものがっかりした。観光のシンボルでもあり、勝手にとは…
- 当初、走れない理由が運転士不足だったと思うが、いつの間にか赤字の話にすり替わっていて、うまく応援できない
- 毎年最大1億円、累計 14 億円の赤字。今回このような話がニュースになった事で知ることができたが、松山市が税金を投じていたことは初耳で大変憤りを感じた
- 市民の血税ともいわれる税金を一企業だけに投じることの無責任な決定を誰が行ったのか？そのことをマスコミはまったく報じることなく、野志市長に一任させる形。市民は蚊帳の外
- 一企業のやり方に行政が口を挟む必要もなく、まして市民を巻き添えにしないで欲しい
- 坊っちゃん列車は運行した方がよいと思うが、伊予鉄道と市との連携が不十分。両者に温度差があるように感じ応援する気になれない
- 支援するつもりはない
- 年間どのくらいの人数が乗車しているのか分からないので、具体的な支援方法が思いつかない
- 多くの市民は長期的視点で意見されるか分からないので、市民に意見を問うのは違う
- とくにない

(2) 県外在住者向けアンケート

① 回答者属性

本アンケート回答者の性別・年代は以下の通り。

		n	男性	女性	構成比 (%)
全体		1,000	500	500	100.0
性別	男性	500	500	0	50.0
	女性	500	0	500	50.0
年代	10代	20	10	10	2.0
	20代	160	80	80	16.0
	30代	160	80	80	16.0
	40代	160	80	80	16.0
	50代	160	80	80	16.0
	60代	160	80	80	16.0
	70代	180	90	90	18.0
性年代	男性 10代	10	10	0	1.0
	男性 20代	80	80	0	8.0
	男性 30代	80	80	0	8.0
	男性 40代	80	80	0	8.0
	男性 50代	80	80	0	8.0
	男性 60代	80	80	0	8.0
	男性 70代	90	90	0	9.0
	女性 10代	10	0	10	1.0
	女性 20代	80	0	80	8.0
	女性 30代	80	0	80	8.0
	女性 40代	80	0	80	8.0
	女性 50代	80	0	80	8.0
	女性 60代	80	0	80	8.0
	女性 70代	90	0	90	9.0

② 松山来訪時の同行者

問. 松山市を訪れた際、どなたと訪れましたか。(いくつでも)

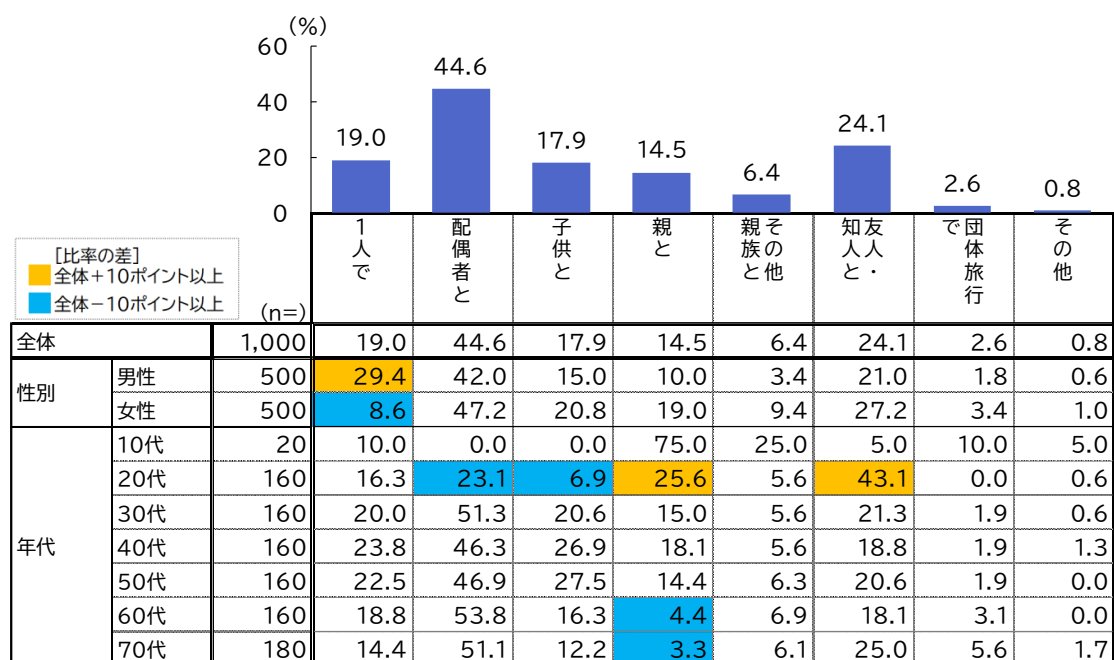
※2回以上訪れたことがある方は、一番最近訪れた際のことをお答えください。

最も多かったのは「配偶者と」で全体、性別いずれも4割強を占める。全体で次に多かったのは「友人・知人と」で24.1%となっている。

性別では、男性が「配偶者と」(42.0%)に「1人で」が29.4%で続く。女性は、「1人で」の割合が8.6%と低く、それ以外の項目ではいずれも全体を上回っている。

年代別では、20歳代が「友人・知人と」の割合が43.1%と最も高く、「親と」が25.6%で続いている(図表-20)。

【図表-20】松山来訪時の同行者(複数回答)



【「その他」の具体的内容】

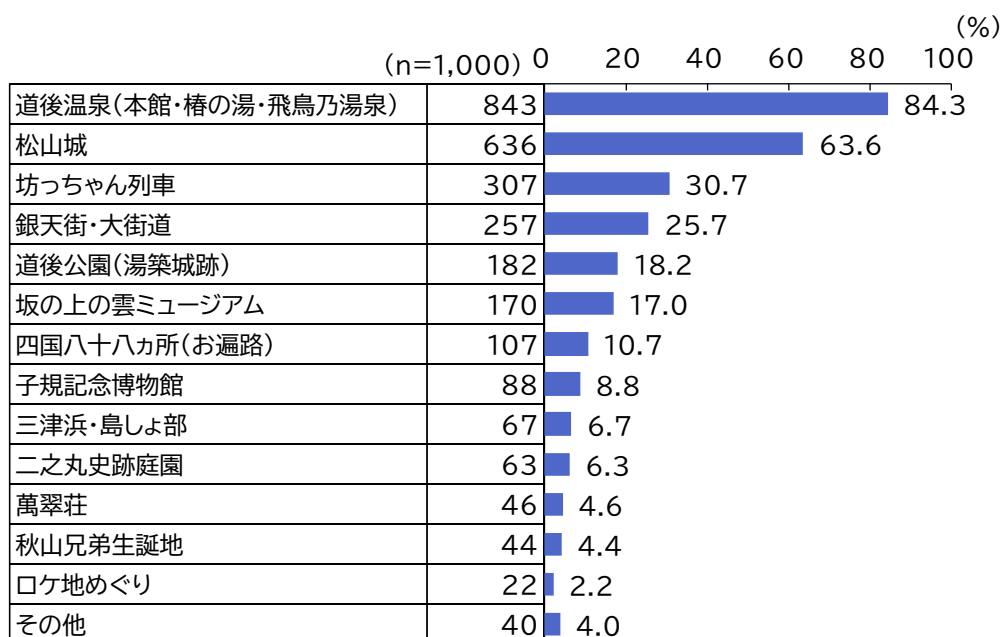
● 兄弟 ● 彼女

③ 来松時に訪れた場所、体験したこと

松山を観光で訪れた場所や体験したことを複数回答で尋ねたところ、「道後温泉（本館・椿の湯・飛鳥乃湯泉）」が84.3%と最も高かった。それに続くのが「松山城」で63.6%、「坊っちゃん列車」で30.7%となっている（図表－21）。

性年代別では、男性の40代で「松山城」（73.8%）、「銀天街・大街道」（37.5%）が、男性の50代で「銀天街・大街道」（38.8%）がやや高い傾向となった。

【図表－21】来松時の訪問場所等（複数回答）



【「その他」の具体的内容】

≪松山市内≫

- 食事/グルメ
- 道後ミュージック
- 愛媛マラソン
- トミカ博
- 坊っちゃんスタジアム
- 愛媛こどもの城
- 松山駅
- 観覧車(くるりん)
- 愛媛大学
- アクアパレット
- 神社めぐり

≪松山市外≫

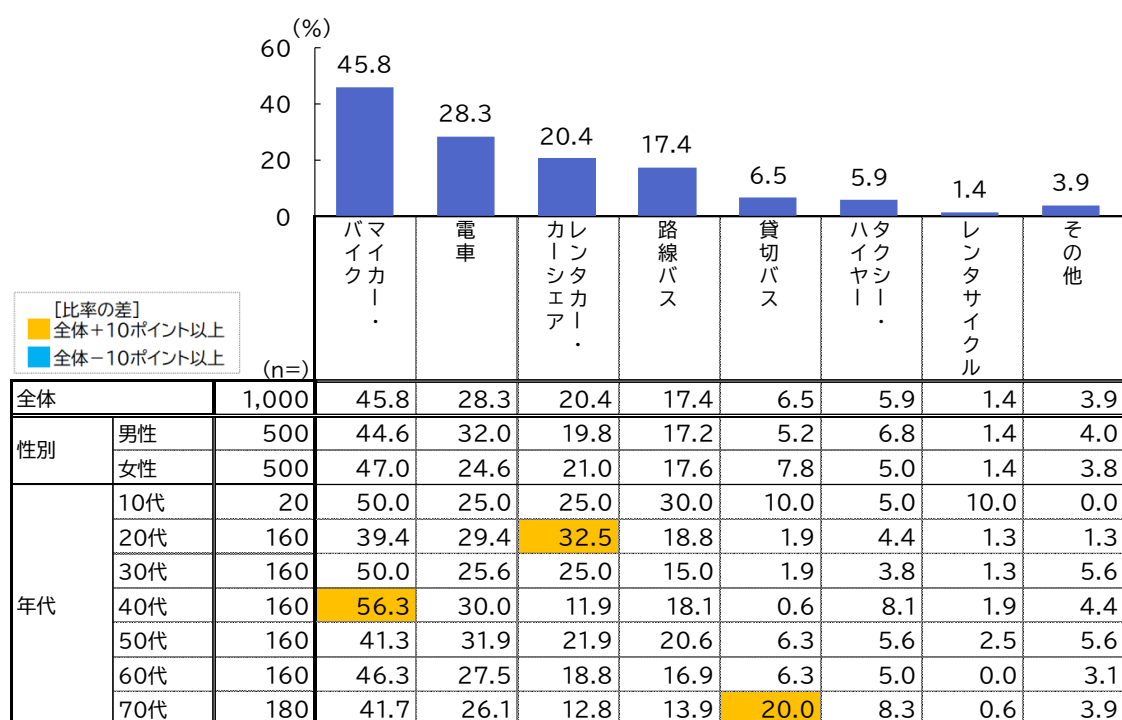
- とべ動物園
- 四国一周自転車旅
- 坊っちゃん劇場
- しまなみ海道
- 宇和島
- マイントピア別子
- 佐田岬

④ 松山市内での移動手段

松山市内での移動手段を複数回答で尋ねたところ、「マイカー・バイク」が最多で45.8%、「電車」の28.3%、「レンタカー・カーシェア」の20.3%が続く。

性別間で大きな乖離はみられないが、年代別では20代で「レンタカー・カーシェア」（32.5%）が、40代で「マイカー・バイク」（56.3%）の割合が高かった（図表－22）。

【図表－】松山市内での移動手段（複数回答）



【「その他」の具体的内容】

● 徒歩 ● ロードバイク / 自転車 ● フェリー ● 友人 / 親戚の車

⑤ 1回あたりの宿泊数

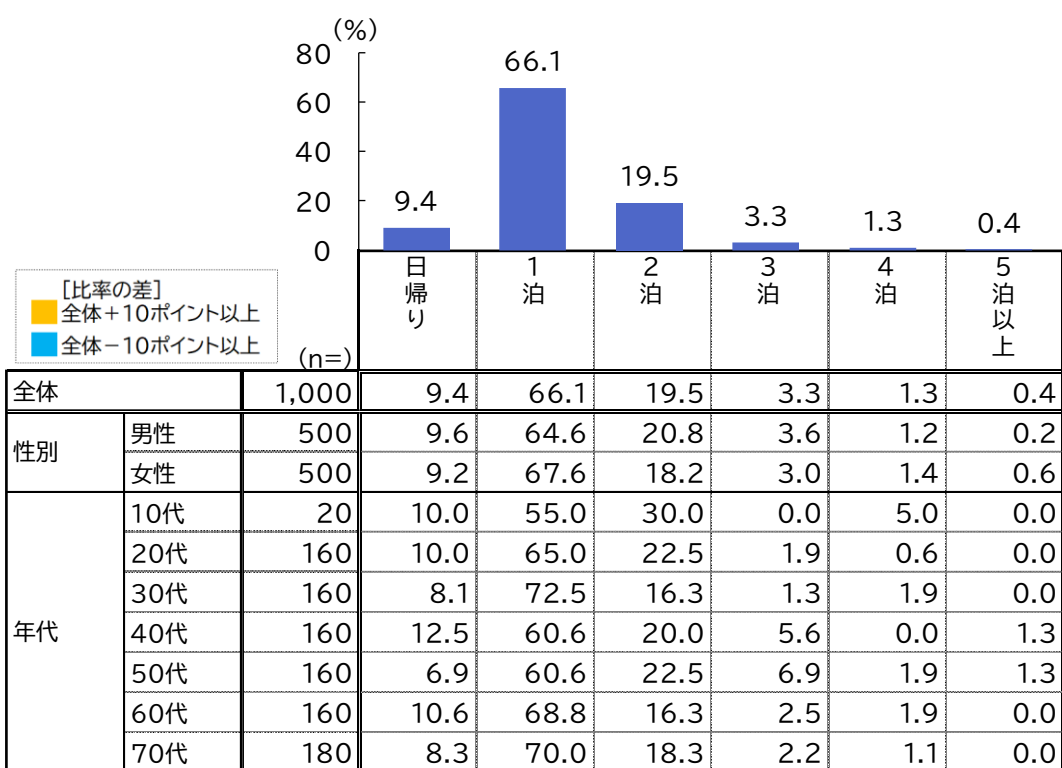
問. 松山市を訪れた際、松山市内で1回あたり何泊されましたか。

※2回以上訪れたことがある方は、最も多かった泊数をお答えください。

最も多かったのは「1泊」で66.1%となった。「2泊」の19.5%、「日帰り」の9.4%が続く。性別、年代別でも同様の傾向であった(図表-23)。「5泊以上」の内訳は、5泊が2人、7泊が1人、14泊が1人だった。

日帰り客を含めた県外観光客の平均宿泊数は1.2泊となった。

【図表-23】 1回あたりの宿泊数



【県外観光客の平均宿泊日数の計算】

	回答数	泊数	延べ宿泊数
日帰り	94 人	× 0 泊	= 0
1泊:	661 人	× 1 泊	= 661
2泊:	195 人	× 2 泊	= 390
3泊:	33 人	× 3 泊	= 99
4泊:	13 人	× 4 泊	= 52
5泊:	2 人	× 5 泊	= 10
7泊:	1 人	× 7 泊	= 7
14泊:	1 人	× 14 泊	= 14
計	1,000 人		= 1,233

∴ 1.2 泊/人

⑥ 坊っちゃん列車の認知度

問. あなたは、松山市内で「坊っちゃん列車」が運行されていることを知っていますか。

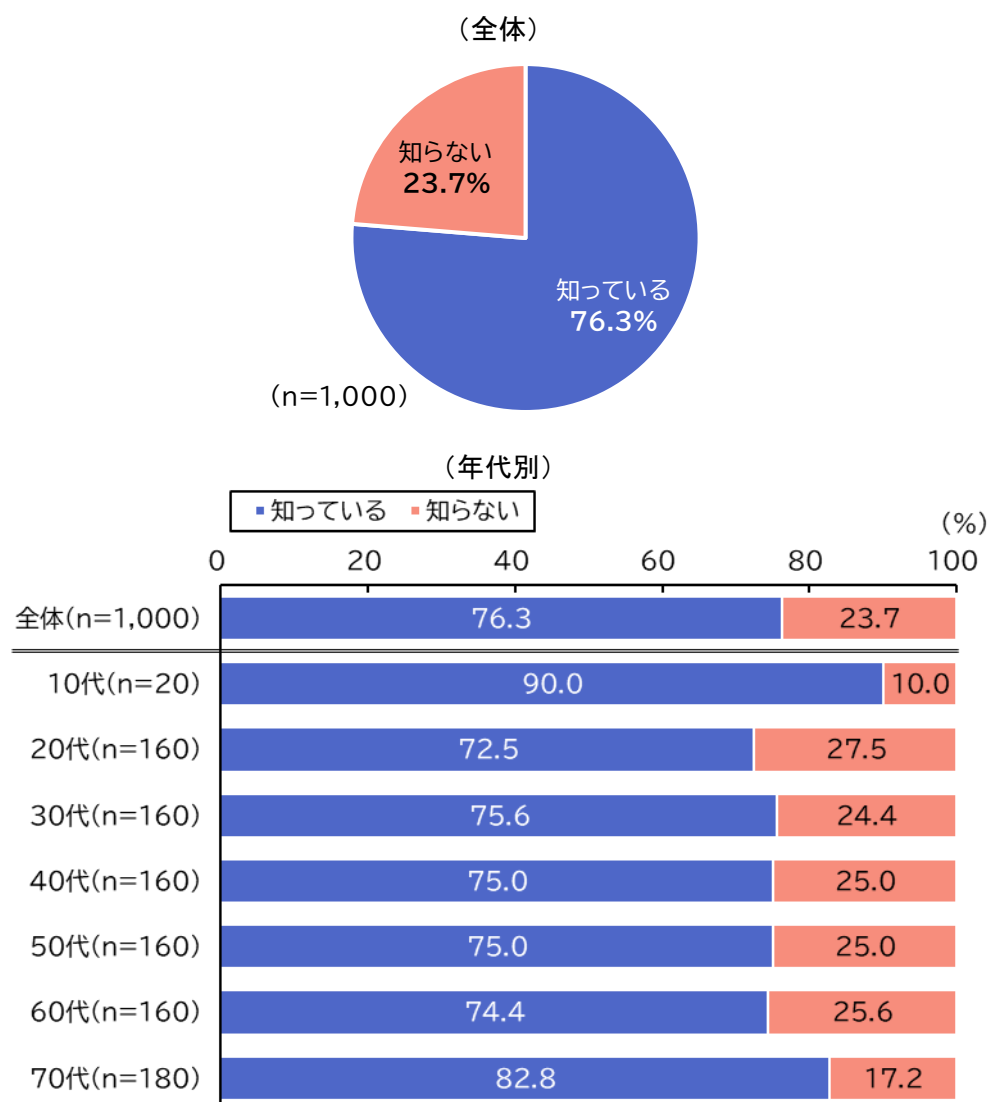
※「坊っちゃん列車」は、松山市で明治から昭和にかけて
運行していた蒸気機関車をモデルにした列車です。

特徴的な名前は、夏目漱石の小説『坊っちゃん』に登場
したことに由来しています。現在は、土日祝日のみ運行
しています。



松山市で「坊っちゃん列車」が運行されていることを「知っている」と回答した割合は76.3%で、「知らない」(23.7%)を大きく上回った。また、年代別では70代で「知っている」と回答した割合が82.8%とやや高かったが、その他の年代では大きな差異はみられなかった(図表-24)。

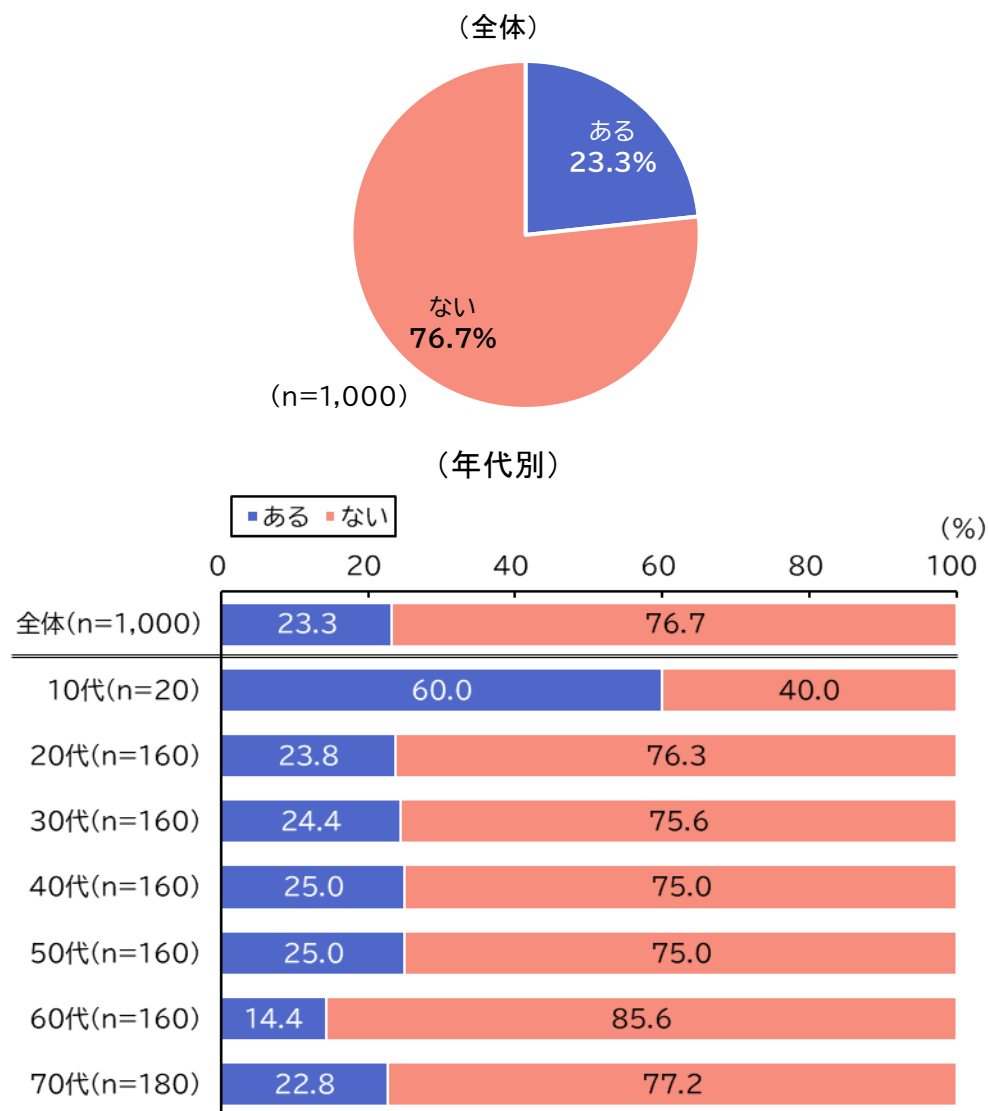
【図表-24】 坊っちゃん列車の認知度



⑦ 坊っちゃん列車の乗車有無

「坊っちゃん列車」に乗車したことが「ある」と回答した割合は23.3%で、「ない」と回答した割合は76.7%だった。年代別では60代で「ある」と回答した割合が14.4%とやや低かったが、その他の年代で大きな差異はみられなかった（図表－25）。

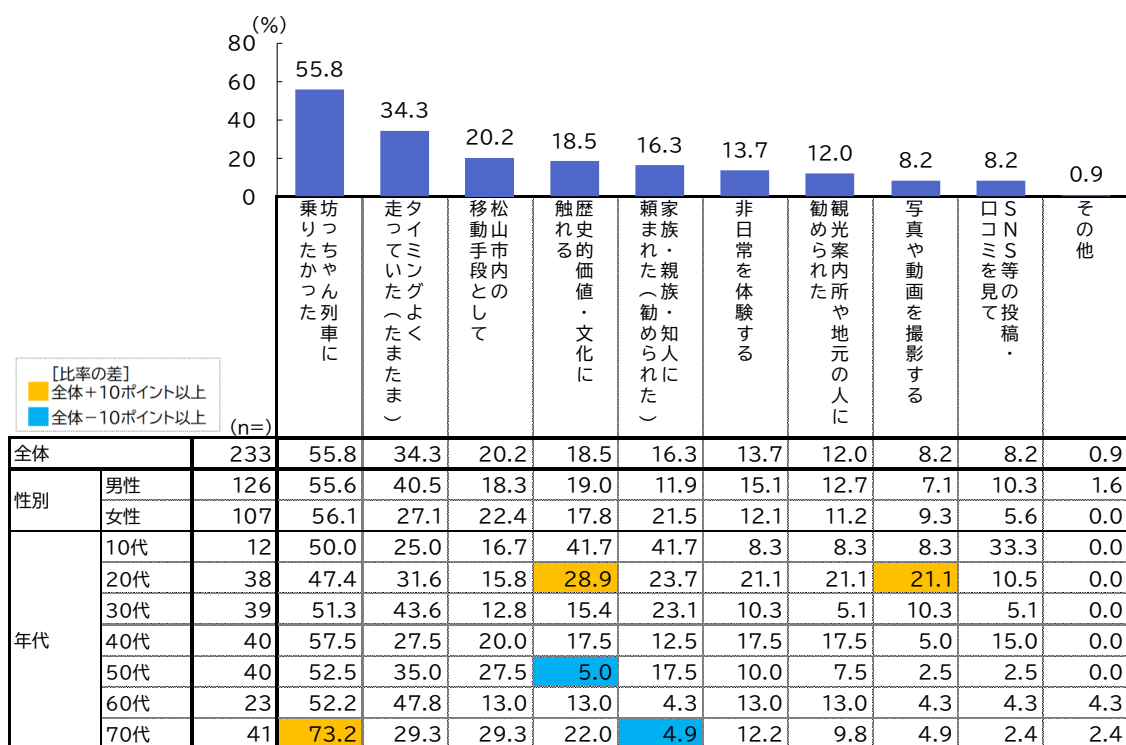
【図表－25】 坊っちゃん列車の乗車有無



⑧ 坊っちゃん列車の乗車目的

「坊っちゃん列車」に乗車したことが「ある」と回答した人に乗車目的を尋ねたところ、「坊っちゃん列車に乗りたかった」が55.8%で最も多く、「タイミングよく走っていた（たまたま）」（34.3%）、「松山市内の移動手段として」（20.2%）と続く。年代別でみると、20代では「歴史的価値・文化に触れる」（28.9%）と「写真や動画を撮影する」（21.1%）が他の年代より高い傾向が見られた。50代は、「歴史的価値・文化に触れる」（5.0%）が低く、70代では「坊っちゃん列車に乗りたかった」（73.2%）が高く、「家族・親族・知人に頼まれた（勧められた）」（4.9%）が低かった（図表－26）。

【図表－26】 坊っちゃん列車の乗車目的（複数回答）



【「その他」の具体的内容】

- 夏目漱石の思い出
- 特になし

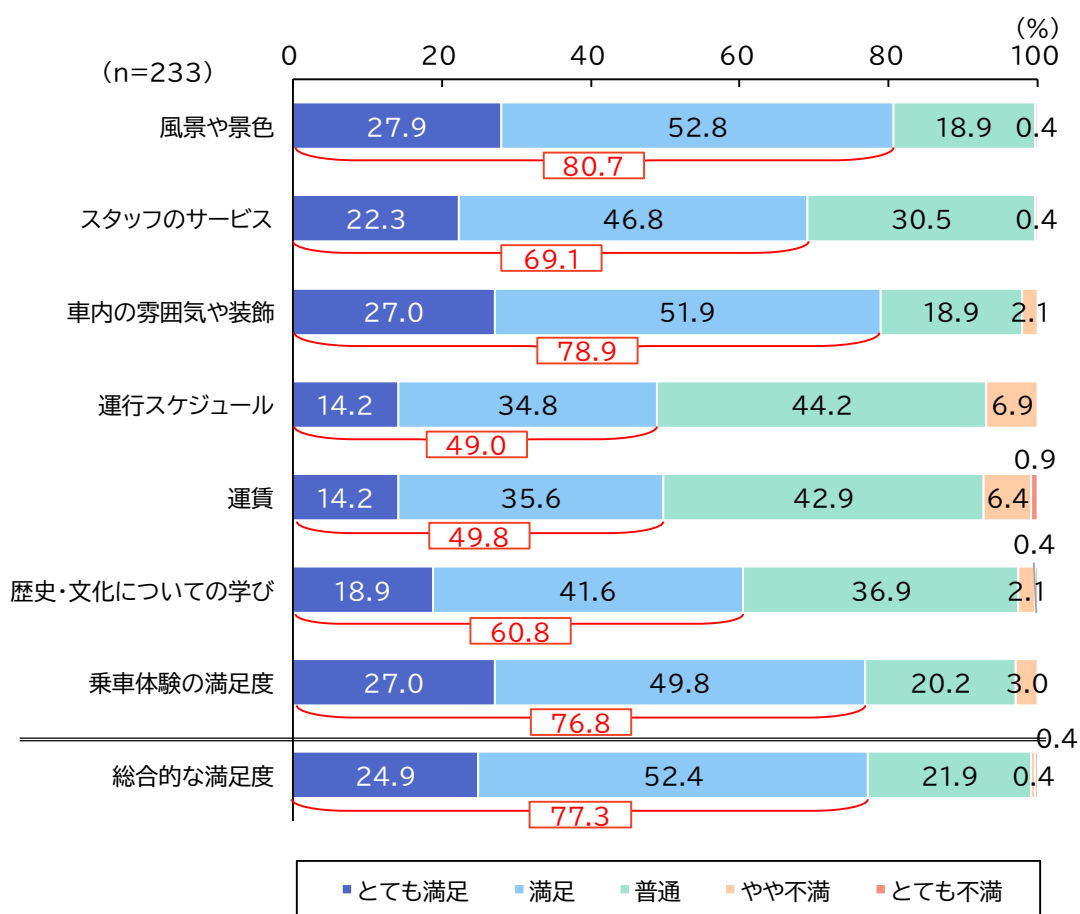
⑨ 坊っちゃん列車に乗車しての満足度

「坊っちゃん列車」に乗車したことが「ある」と回答した人に対し、乗車しての満足度を5段階で尋ねた。

「とても満足」と「満足」をあわせると、「風景や景色」の満足度が最も高く80.7%となった。「車内の雰囲気や装飾」の78.9%、「乗車体験の満足度」の76.8%と続く。「運行スケジュール」と「運賃」ではやや満足度が低かった。

総合的な満足度は、「とても満足」が24.9%、「満足」が52.4%、「普通」が21.9%、「やや不満」と「とても不満」がそれぞれ0.4%であった（図表－27）。

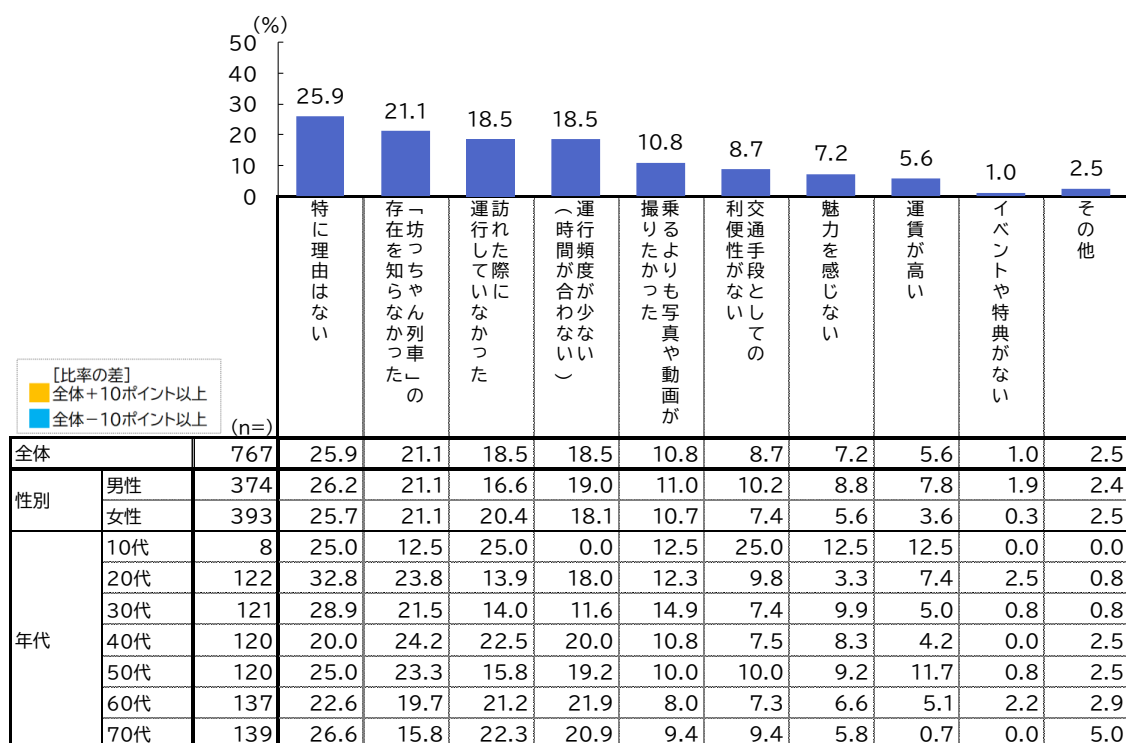
【図表－27】 坊っちゃん列車に乗車しての満足度



⑩ 坊っちゃん列車に乗車しなかった理由

「坊っちゃん列車」に乗車したことが「ない」と回答した人に対し、その理由を尋ねたところ、「特に理由はない」が25.9%で最も多く、「『坊っちゃん列車』の存在を知らなかった」の21.1%、「訪れた際に運行していなかった」「運行頻度が少ない（時間が合わない）」が18.5%で続く。性別、年代別での大きな差異はみられなかった（図表-28）。

【図表-28】坊っちゃん列車に乗車しなかった理由（複数回答）



【「その他」の具体的内容】

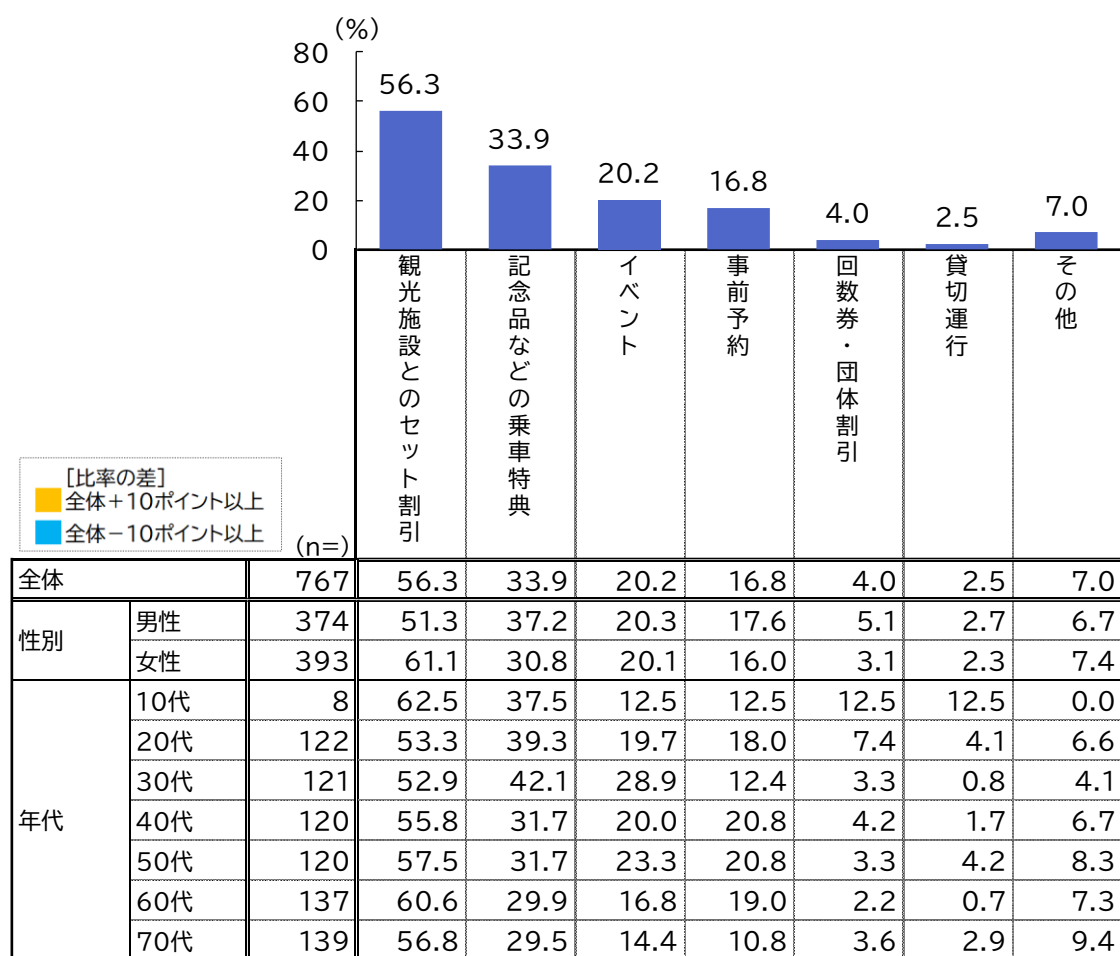
- マイカーでの移動だったため / 鉄道を移動手段にしなかったため
- ツアーに入っていないため / 団体旅行のため
- お遍路が目的だったため
- 乗るのが恥ずかしいため
- 乗ろうとしたが、乗車拒否されたため
- 当時はたいてい興味はなかったが、今は子どもが喜ぶと思うので連れていきたい
- 乗る時間がなかったため
- 乗り場(駅)もダイヤも知らないため
- 車いすで乗れないため

⑪ 坊っちゃん列車に乗車する動機づけ

「坊っちゃん列車」に乗車したことが「ない」と回答した人に対し、どんな特典やサービスがあれば乗車したいと思うか尋ねたところ、「観光施設とのセット割引」が56.3%と過半数を占めた。「記念品などの乗車特典」（33.9%）、「イベント」（20.2%）がそれに続く。

性別で見ると、男性は「記念品などの乗車特典」（37.2%）、女性は「観光施設とのセット割引」（61.1%）でやや高い割合となった（図表－29）。

【図表－29】 坊っちゃん列車に乗車する動機づけ（複数回答）



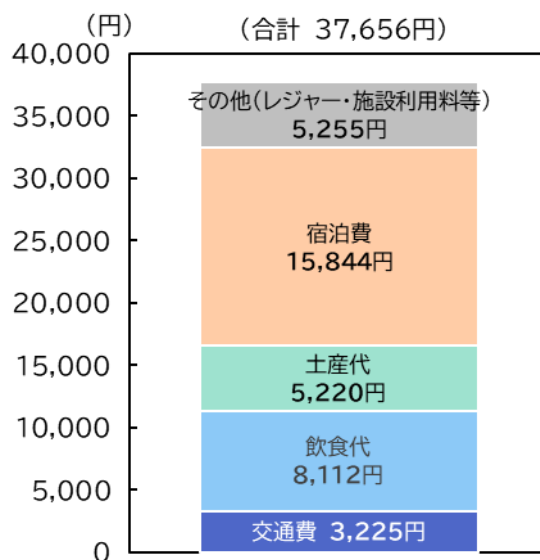
【「その他」の具体的内容】

- 運行していれば / 時間が合えば
- 障がい者割引 / 車いすで乗れば
- 他の路面電車と同じ運賃
- 運行回数増加 / 平日運行
- 利便性の良い路線・時間帯
- 乗車拒否されなければ
- 特になし
- 事前の運行時刻告知
- 予約なしで乗れば
- 無料
- 子どもと一緒に
- 気が向けば / ついでがあれば
- 興味が無い / 乗りたいと思わない

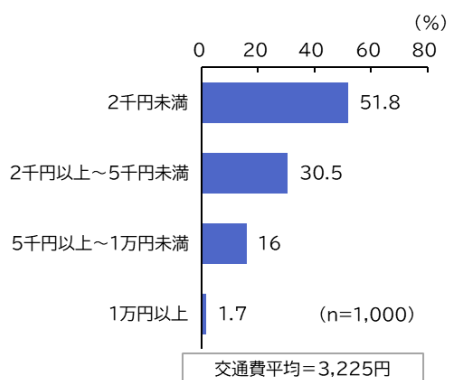
⑫ 消費支出額

観光で訪れた人の松山市内での消費支出額は、回答者1人あたり37,656円となっている。費目別にみると、「交通費」3,225円、「飲食代」8,112円、「土産代」5,220円、「宿泊費」15,844円、「その他」5,255円となった（図表－30）。

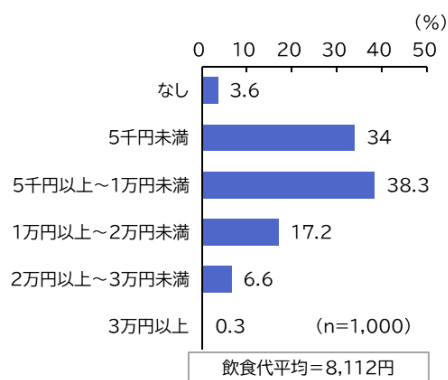
【図表－30】松山市内での消費支出額



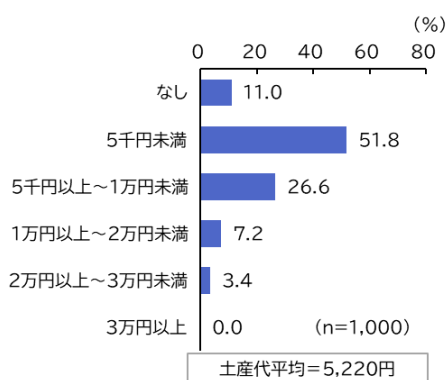
(交通費)



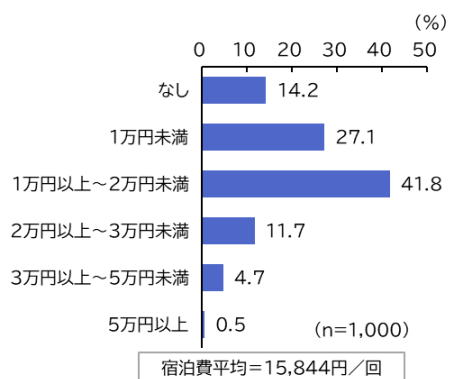
(飲食代)



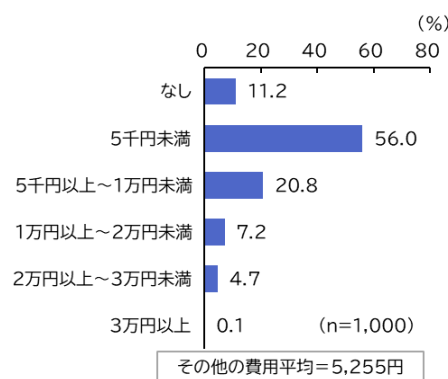
(土産代)



(宿泊費)



(その他(レジャー・施設利用料等))



⑬ 自由意見

問.「坊っちゃん列車」の運行に関して、存在意義や活用方法、自治体の支援方法など、ご意見がありましたらご自由にお書きください。

【運行に関すること】

- 運行回数を増やしてほしい / 毎日あると良い
- 土日だけでも良いので復活(運行)してほしい
- 松山らしいので運行は続けてほしい
- 頻度を減らしてでも運行は続けてほしい
- その日の時間の都合で乗れば良い
- 平日で運行しておらず残念だった / 以前よりも減便されているのが残念 / 運行していなくてがっかりした
- 見ているだけでも楽しいので、手入れをして長く続けてほしい
- 誰でも乗れるようにしてほしい
- 市内でなく、夕焼け小焼けラインなど景色の良い場所を走っていれば乗りたい / 観光名所とつなぐ / 運行経路を伸ばす
- 祭りや観光行事の時のみ運行する
- I ターンなども視野に人材を確保し、無理のない範囲で運行継続してほしい
- 懐かしい乗り物として今後も継続してほしい
- 頻繁に走っていれば利用できると思う
- 次回は乗りたい
- 以前は市民の足として運行していたのに、観光客が見込める時期のみの運行になったのは残念
- 普段の交通手段として運行できれば良い
- 松山観光の目玉であり、可能な限り運行を期待する
- 経済効果を考えても赤字ならやらなくて良いのでは
- 赤字を解消できる見込みがない現状を考えると廃止も検討すべき
- 運行本数が少ないので、1泊2日の旅行には適さない
- 運行しなくてもよい
- 伊予鉄だけでなく、いろいろなスポンサー開拓
- クラウドファンディングで資金を集める
- 松山は道路事情が悪く渋滞がひどいので、公共交通機関のように乗車距離を延長してもらえると利用する可能性がある
- 数年後には「名残惜しいが、すっぱり廃止してしまう方が結果的には良かった…」となりそう

【運用に関すること】

- 外国人料金を導入してほしい
- 事前予約制にし、英語サイトから予約したときの値段と日本語サイトから予約した時の値段を大きく変える
- 子ども目線にしてほしい。子どもは無料
- 日本人は免許証提示で割引 / 日本人を優先してほしい
- ネット予約や運行情報サイトが分かりやすいと観光で活用しやすい / ネットで運行日を数週間前から閲覧できるようにしてほしい
- 運行時刻が分かりやすく、座席指定付きの予約ができると良い
- 運賃を高くしてでも価値のあるもの
- 交通系 IC (ICOCA、Suica、PASMO) を使えるようにしてほしい
- 市内電車をすべて坊っちゃん列車にして町おこし
- JR との接続強化
- 列車に乗るとどんなメリットがあるか (停留所等) 知りたい
- 外国人観光客のために音声ガイド (有料) 等があると松山市の魅力がもっと伝わる
- 団体旅行なので運行時間を配慮してほしい / 団体旅行のコースに入っていればよかった
- アナウンスしてくれるお兄さんがとても上手だった
- 車内に坊っちゃんやマドンナがいたら楽しい
- 無料の駐車場があると乗りやすい
- 観光できる場所で乗換自由だと良い / 主要観光地へのアクセスが良いこと
- もっとゆっくり走った方が良い
- 夏目漱石作品にゆかりのある地の紹介をするアナウンス (松山市にゆかりのある声優を起用) を適宜流す、坊っちゃん列車自体の歴史を解説するアナウンスを適宜流すなど。ディズニーのウエスタンリバー鉄道のイメージ
- 当時の街の様子などの映像や音声ガイドを聞きながら、タイムスリップできるような気分になれるなら高い料金でも乗ってみたい
- ボランティアによる歴史ガイド
- 夏は車内が暑すぎて苦しかった / 天気左右される
- 人手不足で運休しているなどネガティブなニュースしか入ってこないのでは、実際に乗れるか疑わしい
- 運転士の衣装が軍隊を想像する。普通の乗務の服装で良い
- 運賃を安くしてほしい。乗りたいが高くて乗れない
- 鉄道マニアでない一般の県外人にはただ高くて不便な乗り物だと感じる / 距離が短いわりに高い
- 車内でどんな体験ができるか、どんな知識がつくのか分からないと乗ろうとは思わない
- 乗り場がよくわからなかった / 見つからなかった / 行き先がわからない
- 乗車拒否はやめてほしい
- 限定の電車すぎて乗りづらい
- 料金次第
- 混雑緩和措置

【存在意義に関すること】

- レトロな雰囲気が良い / 歴史を感じられる / 明治期の雰囲気が味わえる
- 松山を象徴するものの1つだと思う / 観光の目玉になる / 他県にはないもの
- ワクワクできる、楽しい / 満足した / 楽しかった
- PR になりとても良いと思う
- こういう乗り物は少なくなっているので、名物としての存在意義がある / 観光客誘致には良い材料
- このままでも十分素敵だと思う / 今のままで良い
- 走っている写真を撮りたい
- 懐かしいレトロな感じが好きで、見るだけで満足
- 松山らしい取組 / 街の景観に合っている
- 知らなかったが、貴重な存在だと思う
- 観光客としてはあれば嬉しいし、絵になる / 観光用の乗り物があること自体に意義がある
- 外観が素敵なので、路面電車で走っていることに近さを感じる
- 市駅での方向転換は何度見ても飽きない
- 知っていたら乗ったかもしれない
- 地元からも愛される乗り物にしてほしい
- 止まっている坊っちゃん列車しか知らず、実際走っていることを知らなかった
- 子どもが好きそう
- 松山城・道後温泉と坊っちゃん列車が目当て
- 心が穏やかになってリラックスできた
- 最近、和牛の歌で知った
- サラメシで運転士と車掌に密着されているのを見た
- 文化・歴史的観点
- もう少し多岐にわたって PR した方が良い / PR が不十分 / 若い世代への浸透が課題では
- 知名度はそれほどないと思う。もっと PR すれば認知度が高まり乗車率も上がるのでは
- 気軽に乗れることを PR するポスターやパンフレットが宿や街中にあれば良い
- 運行費用は掛かると思うが、もっとアピールすると良いと思う
- 予定を立てずに旅行することが多いので、観光案内所で勧めてくれるなどもっとアピールがあれば
- 利用しやすいアイデアを駆使して広く宣伝する
- 他の観光地にはないので珍しさはあるが、何かと組み合わせないと乗ろうとは思わない
- 徒歩での観光が困難な方への支援にもなれば良い
- 宣伝が浅い。知らない人が多くて驚いた
- 車で行くと乗るチャンスがない / マイカー移動だと乗ろうとは思わない
- 夏目漱石をもっと推していくべき。ゆるキャラの方が多い
- 道後温泉に入るのが目的なので列車には興味がない
- 知らない人向けに松山駅前で PR
- 地元の人も乗るように働きかける

【車両に関すること】

- 内装にもこだわってほしい
- ディーゼルではなく、電化の方が排気ガスの問題がなくて良い
- 実際に炭を入れて走る / 本物の SL にしてほしい / 蒸気機関車で復元してほしい
- もっとピカピカだと良い
- ラッピング車両で良いのでは
- 車両を増やしてほしい / 客車を増やす
- 色合いが個性的だがおもちゃっぽい感じがする。もう少し重厚感のあるコーティングの方が格好いいと思うし、写真に撮った時に映えそう
- ディーゼル駆動でも石炭駆動のような挙動・揺れを楽しめるようにする

【活用方法に関すること】

- 宿泊特典に付いているなど、オプションで乗れば良い / 宿泊者向けのクーポン / ふるさと納税の返礼品で、坊っちゃん列車の乗車と道後温泉への宿泊をセットで提供
- 毎年変わる非売品の記念品付き乗車券があればリピートする / 特典があれば絶対に乗る
- 割引券、食事代セットなど / ご飯がおいしいとかあれば良い / 予約・弁当付き(鯛めしなどのご当地グルメや郷土料理)の電車 / ご当地の飲食・飲酒ができる / 松山銘菓のタルトなどのお菓子が乗車時に振る舞われると嬉しい / 坊っちゃん団子
- 観光施設とセット割 / とべ動物園・こどもの城へのバスチケットとのセット切符 / 道後温泉入浴セット / どこかで乗車し、観光し、戻ってこられるパックもの。レンタカーを借りることが多いので、戻ってこられるのは大事 / レンタカーであったため、利用しようと思わなかった。道後温泉とコラボなどがあれば、乗車を考えたかもしれない
- 商店街や銀天街の店舗で買い物できる特典 / スタンプラリー
- 子ども連れ家族割引制度
- はとバスのように観光めぐりとのセットがあれば良い / 観光するのに利便性をもっとあれば良い / 単体だと微妙なので、他の観光施設と組み合わせるのが一番では
- 写真撮影会等とコラボ / きかんしゃトーマスとのコラボ / コンサート / タレント・アイドルとタイアップしての宣伝・グッズ販売 / JR 四国や JR 西日本とタイアップしてコラボ企画を立案 / 老人会などの団体利用 / ツアー企画
- 映えるイベント企画 / 特別列車などのイベント / さまざまな観光イベントに活用 / 豊橋の納涼ビール電車やおでん電車などをモデルに(豊橋の路面電車のイベントは予約が殺到) / 割高感がある。イベントを伴う形であれば乗るかもしれない / 夏目漱石が好きなので、それに関連するイベントを坊っちゃん列車で企画してほしい / 列車を見たり写真を撮ったりすることがメインになりそうな気がするので、貸切イベントなどがあれば乗ってみたいと思うのでは / 子どもの図鑑でよく出てくるので、子ども向けのイベントがあると嬉しい
- 簡単なコスプレや衣装などの貸出
- 外国人観光客のための音声ガイド(有料)
- 夏目漱石のキャラクター、猫のキャラクターがあると面白い
- イラスト化、顔を作ってキャラクター化して宣伝すると子どもの目にも留まりやすい
- 運行日以外の展示や写真スポットとしての利用
- 鉄道好きや歴史好きを対象とした坊っちゃん列車運営ボランティアの採用

- 座席指定付きの予約ができると良い
- SNS でもっと映える画像や動画が撮れるよう工夫した方が良い
- クラウドファンディング
- 見て楽しむことが多いので、乗った際の特別感があると良い
- 列車だけではなく世界観に引き込ませる何かが欲しい

【自治体等の支援方法に関すること】

- 自治体として運行を経済的に支援していくべき
- 観光資源として、自治体のサポートは必要。一度なくなると再開は難しくなる
- 観光客のために財源を使うのは大変だろうが、維持してほしい
- 運賃以上の記念品を自治体の援助で出せばブームが起きる
- 燃料代補填などはあっても良いのでは
- 自治体がクラウドファンディングで寄附を募れば良いのでは
- 人件費や免許維持などに対する経済的支援
- 行政の支援も含め今後も続けば良い
- 観光と移動手段としては大変良い。運行が赤字であれば自治体の応援は必要
- 存続に議論があることは承知しているが、松山の街のシンボルとして保存してほしいと思っている。
観光振興費として行政の予算化や宿泊税の導入などはやむを得ないと思う

5. 経済波及効果

(1) 推計結果

松山市の資料および観光庁の統計をもとに、株式会社いよぎん地域経済研究センターが分析した経済波及効果は、次のとおり、1年あたり2億1,570万円となった。

【図表－31】経済波及効果

	経済波及効果		
		直接効果	間接効果
① 坊っちゃん列車の運行	3,655 万円	2,551 万円	1,104 万円
② 坊っちゃん列車利用者の観光消費	17,914 万円	11,867 万円	6,047 万円
計	21,570 万円	14,418 万円	7,151 万円

注：四捨五入しているため、合計と内訳が一致しない場合がある。

※直接効果…坊っちゃん列車利用者の消費支出額（乗車料金・宿泊費・飲食費・土産代など）＋運行事業者の運行経費による効果。（県外からの財やサービスの調達が見込まれる分は除く）

※間接効果…直接効果によって県内の各産業にもたらされる生産誘発額＋参加者による消費の増加や生産誘発によって生じる雇用者所得の増加分が、新たな消費に向けられることによって県内産業にもたらされる生産誘発額。

✓ 1次波及効果…直接効果によって生産が増加した産業で必要となる原材料等を満たすために、新たに発生する生産誘発額。

✓ 2次波及効果…直接効果と1次波及効果で増加した雇用者所得のうち消費にまわされた分により、各産業の商品等が消費されて新たに発生する生産誘発額。

(2) 推計方法

① 坊っちゃん列車の運行に伴う経済波及効果

- 土日祝日の運行による1年あたりのべ利用者数は、松山市の資料より13,248人とした。
- 1人あたり乗車料金は、松山市の資料より1,120円とした。これにより、運行事業者の運賃収入は1年あたり約1,500万円となる。

運行日数(日／年) …(A) (土日祝日運行)	115
運行便数(便／年) …(B)=(A)×8	920
定員(人／年) …(C)=(B)×36	33,120
乗車率(%) …(D)	40
利用者数(人／年) …(E)=(C)×(D)	13,248
平均運賃(円／人) …(F)	1,120
運賃収入(円／年) …(G)=(E)×(F)	14,837,760

- 松山市の資料をもとに、運行事業者の運行経費約6,500万円のうち人件費、県外で行う車両の重要部検査費用を除く約1,070万円を経済波及効果算出の対象とした。

これらをもとに、愛媛県「平成27年愛媛県産業連関表（107部門表）経済波及効果分析ツール」を用いて坊っちゃん列車の運行に伴う経済波及効果を算出したところ、効果は1年あたり3,655万円となった。

	経済波及効果	経済波及効果	
		直接効果	間接効果
運賃収入	2,107 万円	1,484 万円	623 万円
運行経費	1,549 万円	1,068 万円	481 万円
計	3,655 万円	2,551 万円	1,104 万円

② 坊っちゃん列車利用者の観光消費に伴う経済波及効果

坊っちゃん列車の利用者が愛媛県内の観光で消費した支出額から推計した。

- 「①坊っちゃん列車の運行に伴う経済波及効果」で算出した1年あたりのべ利用者数を、県内在住者：県外在住者＝2：8で按分した。さらに、観光庁の統計をもとに、宿泊の有無で利用者を按分した。

【坊っちゃん列車利用者の内訳】

	日帰り	宿泊有	計
県内在住者	2,385	265	2,650
県外在住者	4,239	6,359	10,598
計	6,624	6,624	13,248

注1：県内在住者と県外在住者の構成比は、松山市の資料より2：8とした

注2：日帰りと宿泊の構成比は、観光庁の統計をもとに設定した

参考資料：観光庁「共通基準による観光入込客統計」

- 観光庁の統計をもとに、県内外在住別、宿泊有無別の1人あたり観光消費額を算出した。それぞれの利用者数を乗じた結果、坊っちゃん列車利用者による観光消費総額は1年あたり約2億1,070万円となった。

【観光消費額の構成】

	県内在住者		県外在住者	
	日帰り	宿泊有	日帰り	宿泊有
交通費(円)	821	2,079	2,404	7,103
飲食代(円)	421	1,303	1,229	4,453
土産代(円)	668	1,272	1,955	4,343
宿泊費(円)	0	2,567	0	8,769
その他(円)	451	776	1,319	2,650
1人あたり観光消費額合計(円)	2,361	7,997	6,907	27,318
坊っちゃん列車利用者数(人)	2,385	265	4,239	6,359
観光消費額小計(円)	5,630,135	2,118,885	29,280,154	173,709,698
観光消費額合計(円)	210,738,873			

注1：県内外別、宿泊有無別の1人あたり観光消費額は、観光庁の統計をもとに設定した

注2：観光消費の内訳は、観光庁の統計による構成比をもとに1人あたり観光消費額合計から按分した

参考資料：観光庁「共通基準による観光入込客統計」、「旅行・観光消費動向調査」

これらをもとに、愛媛県「平成27年愛媛県産業連関表（107部門表）経済波及効果分析ツール」を用いて坊っちゃん列車利用者の県内観光消費に伴う経済波及効果を算出したところ、効果は1年あたり1億7,914万円となった。

	経済波及効果		
		直接効果	間接効果
利用者の観光消費	17,914 万円	11,867 万円	6,047 万円

6. 収支改善策の検討

現在の乗車率や運行便数のままで黒字にするには、1人あたり乗車料金を5,000円程度まで引き上げる必要（現在の乗車料金大人1,300円／小児650円）がある。また、安全運行を維持するためには運行経費の削減にも限界がある。坊っちゃん列車の持続可能な運行を実現するためには、乗車料金の値上げだけに頼らない収入増加につながる対応策の検討が必要となる。

（1）収入増加にむけて

① 乗車率の向上（利用者の増加）

乗車率が10%向上すると、約370万円の収入増加につながる（現在の乗車率：約40%）。

【対応策】

- 市民が乗車したいと思う動機づけ（市民割、キッズイベント開催など）
⇒坊っちゃん列車に乗車したことがある市民は4割弱だが、半数以上は今後「乗車の機会があれば乗りたい」と回答
・免許証などで住所を確認し、市民であれば割引料金を適用
・子どもを切り口とした乗車イベント（有料）を実施 など
- 県外観光客、インバウンド向けの坊っちゃん列車認知度向上
⇒松山来訪歴がある人に限定した県外在住者向けアンケートでの坊っちゃん列車の認知度は76.3%であり、実際の認知度はもっと低い
⇒坊っちゃん列車に乗車したことがある県外観光客は2割強にとどまる
・有名インフルエンサーによる SNS などでの情報発信
・商店街デジタルサイネージなどでの案内情報発信
・テレビ情報番組での発信強化
・インバウンド向け旅行サイトでの情報発信
・運行、空席状況の発信 など

② 収入機会の増加と付加価値（利便性）の向上

【対応策】

- 他の旅行商品とのパッケージ化
⇒市民向けアンケート、県外在住者向けアンケートでも収支改善策として多くの回答
・旅行会社とのマッチング強化によるパッケージ商品の開発
・団体ツアーへの組み込み（インバウンドツアー、修学旅行） など
- 他の観光施設とのセット販売
⇒他の施設とセット販売することで収入機会の増加、実質値上げの可能性を検討
・ロープウェー、松山城、道後温泉などとのセット販売
・市内電車とセットにした1日周遊券の販売

- ・商店街(銀天街・大街道・ロープウェー街・道後商店街)店舗などのクーポン券とのセット販売
- ・宿泊施設とのセット販売 など

- 他の商品・サービスとの連携

⇒他の商品・サービスとのコラボレーションで付加価値を高め、実質値上げの可能性を検討

- ・乗車特典として坊っちゃん団子やタルトなど地元銘菓を提供
- ・飲食店と連携した飲食サービスの提供、クーポン券とのセット販売
- ・プロカメラマンによる記念写真撮影
- ・坊っちゃんキャラクターの貸衣装で乗車・記念撮影
- ・JR と連携したイベント開催
- ・結婚式場との連携(前撮り、参列者向け乗車券)
- ・坊っちゃんおよび坊っちゃん列車のキャラクター化、グッズ化
- ・(運行時間以外)VR を活用した疑似体験 など

- 利便性の向上

- ・事前予約、ネット予約システムの導入
- ・交通系 IC の導入 など

(2) 財源の確保にむけて

持続可能な運行のためには、収入増加の対策とともに運行を支援する財源の確保が求められる。

① クラウドファンディングの見直し

2024(令和6)年3～6月に実施した「ふるさと納税型クラウドファンディング」の達成率は11.3%にとどまった。2回目の実施をする場合、見直しをしなければ達成率の引き上げは難しい。

【対応策】

- 返礼品の設定

- ⇒1回目のクラウドファンディングは完全な「寄附型」であり、寄付者にとってのメリットがないことが低調な結果となった要因の1つと考えられる
- ・寄付額に応じた乗車券の返礼

- 実施の周知

- ⇒1回目のクラウドファンディングの実施を知らなかった市民は過半数にもおよぶ。とくに、2回目の実施で「寄附をしたい」と答えた割合は20歳代が多いが、その年代は新聞やテレビを見る習慣がないこともあり、1回目の実施の認知度は3割程度
- ・新聞、テレビの地方ニュース以外の媒体を使った広報・周知
- ・有名インフルエンサーによるSNSなどでの情報発信
- ・郊外・市内電車・バスでのポスター掲示、車内放送での周知 など

② 寄附機会の増加

【対応策】

- 募金箱の設置
⇒クラウドファンディングの手続方法がわからない人が多く、手軽な方法で寄附ができることを望む市民が一定数いる
・募金箱の設置(伊予鉄各駅、市役所・支所、スーパー・コンビニなど)
- スポンサー企業の募集
・観光協会など民間団体を通じての支援 など

③ 税金負担のための財源

市民向けアンケートでは、運行赤字全額を税金で負担することに賛成している市民は2%程度、一部税金負担に賛成している市民は約3割という結果となった。また、赤字の一部を税金から負担するにあたっては、赤字の半分程度までとする回答が多い。市民の負担によらない財源確保を検討する必要がある。

【対応策】

- 宿泊税の導入
⇒現在、全国で9自治体が導入しており、その他でも導入を検討する自治体が増加している
 「宿泊税導入自治体」
 倶知安町(北海道)、金沢市、東京都、京都市、大阪府、福岡県、福岡市、北九州市、長崎市

 「松山市での導入例」
 松山市内宿泊施設利用者約237万8,800人(※)に対し、1人あたり100円を課税
 ⇒約2億3,788万円の税収(坊っちゃん列車以外の観光インフラ整備などにも活用する必要性)
 ※松山市「令和5年松山市観光客推定表」を参考とした

参考資料 1

アンケート結果による消費単価設定での観光消費支出に伴う経済波及効果

『坊っちゃん列車の運行に伴う経済波及効果算出等業務報告書』の「5. 経済波及効果」のうち、「② 坊っちゃん列車利用者の観光消費に伴う経済波及効果」の消費単価の設定を、県外在住者向けアンケート結果を踏まえたものにした場合の経済波及効果は以下のとおり。

1. 推計結果

全体の経済波及効果は1年あたり3億2,510万円で、報告書比+1億940万円となる。

	経済波及効果		
		直接効果	間接効果
① 坊っちゃん列車の運行	3,655 万円	2,551 万円	1,104 万円
② 坊っちゃん列車利用者の観光消費 (報告書との差額)	28,854 万円 (+10,940 万円)	18,916 万円 (+7,049 万円)	9,938 万円 (+3,891 万円)
計 (報告書との差額)	32,510 万円 (+10,940 万円)	21,467 万円 (+7,049 万円)	11,042 万円 (+3,891 万円)

2. 推計方法

- 1年あたりのべ利用者数の内訳は報告書と同様。
- 県内外在住別、宿泊有無別の1人あたり観光消費額について、県内在住者は観光庁の統計をもとに、県外在住者はアンケート結果をもとに算出した。アンケート結果をもとにした設定額で観光消費総額を推計したところ、1年あたり約3億1,510万円となった。

	県内在住者		県外在住者					
	日帰り	宿泊有	日帰り			宿泊有		
	観光庁資料	観光庁資料	観光庁資料(A)	アンケート(B)	差異(B)-(A)	観光庁資料(C)	アンケート(D)	差異(D)-(C)
交通費(円)	821	2,079	2,404	2,670	266	7,103	3,283	-3,820
飲食代(円)	421	1,303	1,229	3,750	2,521	4,453	8,565	4,112
土産代(円)	668	1,272	1,955	2,766	811	4,343	5,474	1,131
宿泊費(円)	0	2,567	0	0	0	8,769	17,488	8,719
その他(円)	451	776	1,319	2,845	1,526	2,650	5,505	2,855
1人あたり観光消費額合計(円)	2,361	7,997	6,907	12,031	5,124	27,318	40,315	12,997
坊っちゃん列車利用者数	2,385	265	4,239			6,359		
観光消費額(円)	5,630,135	2,118,885	29,280,154	51,001,815	21,721,661	173,709,698	256,355,022	82,645,324
	観光庁資料(E)	アンケート(F)	差異(F)-(E)					
(県内+県外) 観光消費額合計(円)	210,738,873	315,105,857	104,366,984					

これらをもとに、愛媛県「平成27年愛媛県産業連関表（107部門表）経済波及効果分析ツール」を用いて坊っちゃん列車利用者の県内観光消費に伴う経済波及効果を算出したところ、効果は1年あたり2億8,800万円となった。

松山市民向けアンケート票

問 1 あなたの回答者番号を数字 4 けたでご記入ください。

※別紙「坊っちゃん列車に関するアンケートへのご協力をお願い」の「3. 回答者番号」に記載されている番号です。

--

問 2 あなたの性別は。(○は 1 つ)

1. 男性	2. 女性	3. 答えたくない
-------	-------	-----------

問 3 あなたの年齢は。(○は 1 つ)

1. 18 歳～19 歳	2. 20 歳代	3. 30 歳代	4. 40 歳代
5. 50 歳代	6. 60 歳代	7. 70 歳代以上	

問 4 あなたは、「坊っちゃん列車」を知っていますか。(○は 1 つ)

1. 知っている	2. 知らない
----------	---------

問 5 あなたは、「坊っちゃん列車」に乗車したことがありますか。(○は 1 つ)

1. ある	2. ない
-------	-------

問 6 〈問 5 で 1 「ある」とお答えの方のみ〉あなたが「坊っちゃん列車」に乗車した目的を選んでください。(○はいくつでも)

1. 坊っちゃん列車に乗りたかった	2. 観光で来た親族や知人と一緒に乗った
3. 子や孫/親や祖父母と一緒に乗った	4. タイミングよく走っていた(たまたま)
5. 観光案内所や地元の人、知人等に勧められた	6. SNS 等の投稿・口コミを見て
7. 歴史的価値・文化に触れる	8. 非日常を体験する
9. 写真や動画を撮影する	10. その他 ()

問 7 〈問 5 で 2 「ない」とお答えの方のみ〉「坊っちゃん列車」に乗車したことがない理由を選んでください。(○はいくつでも)

1. 「坊っちゃん列車」の存在を知らない	2. どこから乗車できるか知らない
3. 注目されて恥ずかしい	4. 外観の写真や動画の撮影で満足できる
5. 魅力を感じない	6. 運賃が高い
7. 運行頻度が少ない(時間が合わない)	8. イベントや特典がない
9. 交通手段としての利便性がない	10. その他 ()

参考資料 2

問 8 「坊っちゃん列車」は運転士不足や赤字などを理由に運休していましたが、令和 6（2024）年 3 月 20 日から土日祝日で運行が再開されています。このことを知っていますか。（○は 1 つ）

- | | |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|

問 9 あなたは今後、「坊っちゃん列車」に乗車しようと思いますか。（○は 1 つ）

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1. ぜひ乗りたい | 2. 機会があれば乗りたい |
| 3. あまり乗ろうとは思わない | 4. まったく乗ろうとは思わない |
| 5. わからない | |

問 10 あなたは、「坊っちゃん列車」の運行を今後も続けてほしいですか。（○は 1 つ）

- | | |
|---------------------|-------------------|
| 1. ぜひ続けてほしい | 2. どちらかと言えば続けてほしい |
| 3. どちらかと言えば運行を中止すべき | 4. 運行を中止すべき |
| 5. わからない | |

問 11 〈問 10 で 1～2 「続けてほしい」とお答えの方のみ〉その理由を選んでください。

（○はいくつでも）

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. 地域の観光振興に貢献すると思うから | 2. 地域の経済にプラスの影響を与えるから |
| 3. 地域の文化・歴史への理解を深められるから | 4. 観光客にとって特別な体験や思い出となるから |
| 5. 松山の観光のシンボルだから | 6. 坊っちゃん列車が走っていないと寂しいから |
| 7. その他（ | ） |

問 12 〈問 10 で 3～4 「中止すべき」とお答えの方のみ〉その理由を選んでください。

（○はいくつでも）

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. （観光客の）需要や関心が低いと思うから | 2. 運行コストが高いと思うから |
| 3. 資金面で継続が難しいと思うから | 4. イベントや特典の魅力がないから |
| 5. 観光や地域経済に影響がないから | 6. 利便性が低いと思うから |
| 7. フォトスポットで置いておけばいいから | 8. その他（ |
| | ） |

問 13 「坊っちゃん列車」は、運行事業者が年間 5,000 万円程度の運行赤字を見込んでいます。あなたは、赤字の負担について松山市がどのようにすべきと考えますか。（○は 1 つ）

- | | |
|------------------------------------|-------------------------|
| 1. 全額税金を使った負担が必要 | 2. 一部税金を使った負担が必要 |
| 3. 他の方法で資金を確保すべき
（クラウドファンディング等） | 4. 負担しなくてよい（企業努力で運行すべき） |
| 5. わからない | 6. その他（ |
| | ） |

参考資料 2

問 14 〈問 13 で〉 2 「一部税金を使った負担が必要」とお答えの方のみ〉 どの程度の負担が妥当だと考えますか。(○は 1 つ)

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. 500 万円未満 | 2. 500 万円～1,000 万円程度 |
| 3. 1,000 万円～2,500 万円程度 | 4. 2,500 万円～5,000 万円程度 |
| 5. わからない | 6. その他 () |

問 15 「坊っちゃん列車」は、製作から 20 年以上経過して老朽化しており、車両を新しく作り変えるためには 3 億円程度の製作費が必要と見込まれています。あなたは、車両の更新についてどのようにすべきと考えますか。(○は 1 つ)

- | | |
|----------------|-------------------------|
| 1. すぐにも車両更新が必要 | 2. 今の車両が走れなくなったら車両更新が必要 |
| 3. 車両更新をしなくてよい | 4. わからない |
| 5. その他 () | |

問 16 〈問 15 で〉 1～2 「車両更新が必要」とお答えの方のみ〉 製作費の負担について松山市がどのようにすべきと考えますか。(○は 1 つ)

- | | |
|------------------------------------|-------------------------|
| 1. 全額税金を使った負担が必要 | 2. 一部税金を使った負担が必要 |
| 3. 他の方法で資金を確保すべき
(クラウドファンディング等) | 4. 負担しなくてよい(企業努力で更新すべき) |
| 5. わからない | 6. その他 () |

問 17 〈問 16 で〉 2 「一部税金を使った負担が必要」とお答えの方のみ〉 どの程度の負担が妥当だと考えますか。(○は 1 つ)

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. 5,000 万円未満 | 2. 5,000 万円～1 億円程度 |
| 3. 1 億円～1 億 5,000 万円程度 | 4. 1 億 5,000 万円～2 億円程度 |
| 5. 2 億円～2 億 5,000 万円程度 | 6. 2 億 5,000 万円～3 億円程度 |
| 7. わからない | 8. その他 () |

問 18 あなたは、松山市が令和 6 (2024) 年 6 月 17 日まで『ふるさと納税型クラウドファンディング』で坊っちゃん列車の運行継続を支援するための寄附を募っていたことを知っていますか。
(○は 1 つ)

- | | |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|

参考資料 2

問 19 あなたは、2 回目の『ふるさと納税型クラウドファンディング』が実施されたら坊っちゃん列車の運行継続支援に寄附をしたいと思いますか。(○は 1 つ)

1. 1回目で寄附をした
2. 寄附をしたい
3. 別の方法があれば寄附をしたい
4. 寄附をするつもりはない
5. わからない

問 20 あなたは、「坊っちゃん列車」の収支改善策として、どのような方法が効果的だと思いますか
(〇はいくつでも)

1. 運賃（大人 1,300 円／小児 650 円）の見直し
2. 宣伝・広告活動強化による需要喚起
3. ボランティアガイド活用等によるサービス見直し
4. 他の旅行商品とのパッケージ化
5. 市民への特典提供による利用促進
6. 新たなターゲット層の開拓
(子供向けイベント、シニア層向けプラン等)
7. その他 ()

問 21 「坊っちゃん列車」の存在意義や活用方法、松山市の支援方法など、ご意見がありましたらご自由にご記入ください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

記入もれがないか、もう一度ご確認のうえ、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、

7月31日（水）までにポストへご投函ください。

参考資料 3

県外在住者向けアンケート票

問 1 松山市を訪れた際、どなたと訪れましたか（2回以上訪れたことがある方は、一番最近訪れた際のことをお答えください）（いくつでも）

- | | | |
|----------|-----------|-----------|
| 1. 1人で | 2. 配偶者と | 3. 子供と |
| 4. 親と | 5. その他親族と | 6. 友人・知人と |
| 7. 団体旅行で | 8. その他（ | ） |

問 2 あなたが松山市で訪れた場所、体験したことは何ですか。（いくつでも）

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. 道後温泉（本館・椿の湯・飛鳥乃湯泉） | 2. 松山城 |
| 3. 坂の上の雲ミュージアム | 4. 子規記念博物館 |
| 5. 二之丸史跡庭園 | 6. 四国八十八カ所（お遍路） |
| 7. 秋山兄弟生誕地 | 8. 道後公園（湯築城跡） |
| 9. 萬翠荘 | 10. 銀天街・大街道 |
| 11. 三津浜・島しょ部 | 12. ロケ地めぐり |
| 13. 坊っちゃん列車 | 14. その他（ |

問 3 松山市を訪れた際、あなたが支出した松山市までの往復交通費はおおよそいくらですか。（1人あたり）

※「6. 10万円以上」の記入欄では、千円単位は四捨五入でお答えください

※2回以上訪れたことがある方は、最も支出した時のことをお答えください。

- | | | |
|---------------|---------------|---------------------|
| 1. 1万円未満 | 2. 1万以上～2万円未満 | 3. 2万以上～3万円未満 |
| 4. 3万以上～5万円未満 | 5. 5万～10万円未満 | 6. 10万円以上（ 万円） |

問 4 松山市内での移動は、どの交通機関を利用しましたか（いくつでも）

- | | | |
|-------------|----------------|--------------|
| 1. マイカー・バイク | 2. レンタカー・カーシェア | 3. タクシー・ハイヤー |
| 4. 路線バス | 5. 貸切バス | 6. 電車 |
| 7. レンタサイクル | 8. その他（ | ） |

問 5 あなたが支出した松山市内での移動に要した交通費はおおよそいくらですか。（1人あたり）

※「4. 1万円以上」の記入欄では、千円単位は四捨五入でお答えください

※2回以上訪れたことがある方は、最も支出した時のことをお答えください。

- | | | |
|--------------------|---------------|---------------|
| 1. 2千円未満 | 2. 2千以上～5千円未満 | 3. 5千以上～1万円未満 |
| 4. 1万円以上（ 万円） | | |

参考資料 3

問 6 松山市を訪れた際、松山市内で 1 回あたり何泊されましたか。

※ 2 回以上訪れたことがある方は、最も多かった泊数をお答えください

1. 日帰り	2. 1 泊	3. 2 泊
4. 3 泊	5. 4 泊	6. 5 泊以上 (泊)

問 7 松山市を訪れた際、あなたが支出した松山市内での 1 泊あたりの宿泊費はおおよそいくらですか。
(1 人あたり)

※ 「6. 5 万円以上」の記入欄では、千円単位は四捨五入でお答えください

※ 2 回以上訪れたことがある方は、最も支出した時のことをお答えください。

1. なし	2. 1 万円未満	3. 1 万以上～2 万円未満
4. 2 万以上～3 万円未満	5. 3 万以上～5 万円未満	6. 5 万円以上 (万円)

問 8 松山市を訪れた際、あなたが支出した松山市内での飲食代はおおよそいくらですか(1 人あたり)

※ 「6. 3 万円以上」の記入欄では、千円単位は四捨五入でお答えください

※ 2 回以上訪れたことがある方は、最も支出した時のことをお答えください。

1. なし	2. 5 千円未満	3. 5 千以上～1 万円未満
4. 1 万以上～2 万円未満	5. 2 万以上～3 万円未満	6. 3 万円以上 (万円)

問 9 松山市を訪れた際、あなたが支出した松山市内でのお土産代はおおよそいくらですか(1 ひとあたり)

※ 「6. 3 万円以上」の記入欄では、千円単位は四捨五入でお答えください

※ 2 回以上訪れたことがある方は、最も支出した時のことをお答えください。

1. なし	2. 5 千円未満	3. 5 千以上～1 万円未満
4. 1 万以上～2 万円未満	5. 2 万以上～3 万円未満	6. 3 万円以上 (万円)

問 10 松山市を訪れた際、あなたが支出した松山市内でのその他の費用(レジャー・施設利用料等)はおおよそいくらですか(1 人あたり)

※ 「6. 3 万円以上」の記入欄では、千円単位は四捨五入でお答えください

※ 2 回以上訪れたことがある方は、最も支出した時のことをお答えください。

1. なし	2. 5 千円未満	3. 5 千以上～1 万円未満
4. 1 万以上～2 万円未満	5. 2 万以上～3 万円未満	6. 3 万円以上 (万円)

参考資料 3

問 11 あなたは、松山市内で「坊っちゃん列車」が運行されていることを知っていますか。

※「坊っちゃん列車」は、松山市で明治から昭和にかけて運行していた蒸気機関車をモデルにした列車です。特徴的な名前は、夏目漱石の小説『坊っちゃん』に登場したことに由来しています。現在は、土日祝日のみ運行しています。



- | | |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|

問 12 あなたは、「坊っちゃん列車」に乗車したことがありますか。

- | | |
|-------|-------|
| 1. ある | 2. ない |
|-------|-------|

問 13 〈問 12 で「1. ある」とお答えの方のみ〉あなたが「坊っちゃん列車」に乗車した目的を選んでください。(いくつでも)

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. 坊っちゃん列車に乗りたかった | 2. 家族・親族・知人に頼まれた(勧められた) |
| 3. タイミングよく走っていた(たまたま) | 4. 観光案内所や地元の人に勧められた |
| 5. SNS等の投稿・口コミを見て | 6. 歴史的価値・文化に触れる |
| 7. 非日常を体験する | 8. 写真や動画を撮影する |
| 9. 松山市内の移動手段として | 10. その他() |

問 14 〈問 12 で1「ある」とお答えの方のみ〉「坊っちゃん列車」に乗車しての感想はいかがでしたか。各項目を5段階で評価してください。

風景や景色	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
スタッフのサービス	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
車内の雰囲気や装飾	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
運行スケジュール	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
運賃	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
歴史・文化についての学び	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
乗車体験の満足度	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満
総合的な満足度	1. とても満足	2. 満足	3. 普通	4. やや不満	5. とても不満

問 15 〈問 12 で2「ない」とお答えの方のみ〉「坊っちゃん列車」に乗車したことがない理由を選んでください。(いくつでも)

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. 「坊っちゃん列車」の存在を知らなかった | 2. 乗るよりも写真や動画が撮りたかった |
| 3. 魅力を感じない | 4. 運賃が高い |
| 5. 訪れた際に運行していなかった | 6. 運行頻度が少ない(時間が合わない) |
| 7. イベントや特典がない | 8. 交通手段としての利便性がない |
| 9. その他() | |

参考資料3

問 16 〈問 12 で 2 「ない」とお答えの方のみ〉どんな特典やサービスがあれば「坊っちゃん列車」に
乗りたいと思いますか (いくつでも)

- | | |
|---------------|----------------|
| 1. 記念品などの乗車特典 | 2. 観光施設とのセット割引 |
| 3. イベント | 4. 事前予約 |
| 5. 回数券・団体割引 | 6. 貸切運行 |
| 7. その他 (|) |

問 17 「坊っちゃん列車」の運行に関して、存在意義や活用方法、自治体の支援方法など、ご意見があ
りましたらご自由にお書きください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。