

エリアアクティビティ			
広告主名	サントリーホールディングス	期間	2025年11月18日 ～ 2025年12月27日
商品（サービス）名	ジャパニーズクラフトジン ROKU 〈六〉	地域	秋田、福島、群馬（&栃木）
施策名	旬窓紀行プロジェクト	使用媒体	Web / ローカル鉄道(車窓)

1. 施策を行った背景や課題

利用者減少で課題を抱えるローカル鉄道 どうすれば新たな人の循環を生み出せるか

日本には、地域の暮らしを支えながら人を運び続けるローカル鉄道が90社以上存在。しかし今、少子化や人口流出、移動手段の多様化を背景に、多くの路線が利用者減少による廃線の危機に直面している。地域のインフラでもあるローカル鉄道だが、存続のためには、単なる交通手段を超えた価値を見出し、新たな人の循環を生み出す必要があった。

2. 解決方法（SOLUTION）

世界に誇るべきローカル鉄道の「四季の美しさ」を再発見 車窓の一瞬の景色を閉じ込める「瞬間絶景広告」で体験価値創造

日本の四季が育む和素材を使用したジンである〈六〉は、ローカル鉄道沿線の「四季の美しさ」を映す「車窓」に着目。2025年秋、秋田内陸縦貫鉄道/わたらせ渓谷鐵道/会津鉄道の3社との共同プロジェクトとして、一瞬の景色を美しく閉じ込める「瞬間絶景広告フレーム」



を開発。車窓を額縁に見立て、作られた美しさではない移ろう景色そのものがグラフィックとなる新たな広告の形を実装した。その時その場所でしか味わえない"旬"な体験をローカル鉄道に宿らせることで交通手段を超えた「四季を味わう体験」という新たな価値を創造。地元住民の誇りと新しい人流を生み出すことに成功した。

3. 結果

地域活性化アクションの新たなアプローチがニュースに 県外からの乗客も増加し、乗降人数は昨年同期比120%以上

多くのメディアが本取組をニュースに。SNSでは地元住民からの喜びの声が溢れ、車窓をメディア化する新たな広告手法も話題に。結果3鉄道すべての乗降人数が昨年と比べて120%以上増加し、移動目的だけではなく新たな乗車体験を生み出した。



4. 企画のポイント

<繋げる>

鉄道会社間を越境した繋がりを生み出す新たな座組

サントリーと秋田/福島/群馬の3つの鉄道会社という前例のない座組の共同企画。同じ課題を持つローカル鉄道の横の繋がりを生み出し、各地方を巻き込む設計に。他地方への展開性も担保。

<広げる>

素晴らしい乗車体験を追体験できるWeb動画

3鉄道を舞台にしたブランドムービーを制作。まるで乗車しているかのような臨場感で各鉄道の魅力をWebを通して全国に届け、企画認知を拡大させた。

<乗ってもらう>

実際に足を運びたいくなる仕掛けづくり

各鉄道の絶景をデザインした本企画の記念乗車証を配布。乗車体験の動機づけとして機能させ、3鉄道間の回遊も見込んだ設計に。県外からの乗客誘引の大きなきっかけとなった。

旬窓紀行

プロジェクト



秋田内陸縦貫鉄道



会津鉄道



わづら谷鉄道

課題

利用者減少で課題を抱えるローカル鉄道。
新たな人の循環をつくれないか？



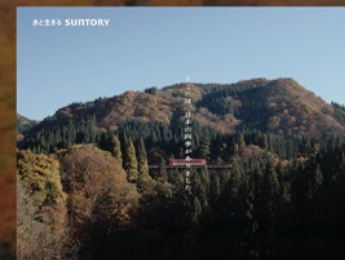
記念乗車証



瞬間絶景広告



ブランドムービー



結果

乗降人数120%以上増加。
ローカル鉄道を「交通手段」から「四季を味わう体験」へ。

