

情報ネットワークの進展と地方ローカル鉄道の再生

～銚子電鉄の事例を通して～

Renovation of the Local Railway by the Progress of Information Network

～Case Study of CHOSHI-DENTETSU～

木村 栄宏¹⁾・粕川 正光¹⁾・小原 健史²⁾・山崎 勝哉²⁾

Hidehiro KIMURA, Masamitsu KASUKAWA, Kenji OHARA

and Katsuya YAMAZAKI

最近の情報ネットワーク時代の進展を背景に、非公式な組織と個人間の結びつきを元に、大きな社会的流れが生じ、それらが企業再生に結びつき貢献する萌芽が見られている。例えば銚子鉄道における存続が社会的なニュースとなった際には、インターネットにおける公開掲示板や個人個人のブログ、あるいはSNS内における議論の活発化により、個人個人ができる支援の積み重ねにより、企業側も意図しない大きな動きで資金が集まり、安全更新投資が可能となった。本事例からの示唆として、今後の地方ローカル鉄道は、リアルな乗客に依存するのではなくバーチャルな乗客に依存することで新しい形に再生していくことも望まれること、また、組織の大小を問わず、企業再生には従業員個人個人のシャドーワーク、あるいはシャドーワーク的な発想が今後ますます重要になるということの2点をあげることができる。

1. 本稿の目的と背景

最近の情報ネットワーク時代の進展を背景に、非公式な組織と個人間の結びつきを元に大きな社会的流れが生じ、それらが企業再生に結びつき貢献する萌芽が見られている。例えば千葉県銚子市にある銚子電鉄では、銚子鉄道における存続が社会的なニュースとなった際には、インターネットやTV等を通じた様々なコミュニケーション活発化により、企業側も意図しない大きな動きで資金が集まり、一時の危機を乗り越えた実例がある。

本稿では、こうした情報ネットワークによる現実的な社会への貢献、すなわちコミュニケーション強化の一形態による企業への貢献を採り上げ、事業再生手段として認識する研究への萌芽を行なうことを目的とするものである。

1) 千葉科学大学危機管理学部危機管理システム学科
*Department of Risk and Crisis Management System, Faculty of
Risk and Crisis Management, Chiba Institute of Science*

2) 銚子電気鉄道株式会社
Choshi Electric Railway

(2007年10月1日受付, 2007年11月30日受理)

2. 地方ローカル鉄道の現状

地方鉄道会社(以下、ローカル鉄道)は、現在全国に90社以上存在するが、モータリゼーション化と地方都市の過疎化の進行により、過去7年間で既に22路線、500Km以上が廃止されている¹⁾。一方、地元住民、特に高齢者や自家用車を持たないあるいは持てない社会的弱者、いわゆる交通弱者にとっては、ローカル鉄道の廃止は生存権にも関係する重大事である。

こうしたローカル鉄道の再生については、官民共同の第3セクター化、自治体の補助など様々な支援および支援活動が行なわれてきたが、鉄道事業は毎年の安全投資をはじめ維持補修に極めて大きな投資が必要になる一方、利用者数増加については過疎化の中で急激に改善することは考えにくい。そのため様々な新しい手段も含めて取り組みが始まっている。

地方ローカル鉄道が事業存亡の危機にさらされた最近の要因として、平成14年度に国が地方の中小私鉄に対して通達した、安全性緊急評価の実施がある。これは京福電気鉄道福井鉄道部で生じた2回にわたる重大事故を受けて安全性点検のために行なわれた施策である。しかし、元々経営

が苦しく安全更新投資もままならなかった地方ローカル鉄道においては、安全性評価に関して問題点の指摘を受けた鉄道設備の更新や、その他の安全性向上対策のために必要となった資金手当てが経営上重大な問題となった。

平成17年4月にはJR西日本による尼崎の列車脱線事故もあり、鉄道に対する安全への社会的要請の強さは増すばかりであり、老朽化した鉄道施設の更新には従前以上の費用がかかる状況となっている。

たとえば青森県津軽の津軽鉄道の緊急整備事業では、木製の枕木をコンクリート製にするなどの更新投資に約3億7800万円がかかることになったが、国、地方公共団体の負担分をのぞいても事業者分約7700万円という金額をどう対応するか苦慮している状況のようであり、他の地方ローカル鉄道も同様の状況である。

本稿の事例に取り上げる銚子電鉄の場合は、前述の平成14年度の緊急評価実施を受けた段階で保全計画を立てたが、後述するように別の要因もその後生じ、投資費用不足の問題が生じた。国としては平成20年度までにそれらの安全投資等がなされない場合には運行停止を命令することができるとしており、地方ローカル鉄道を取り巻く環境は、経営的にも行政的・法的にも厳しいものとなっている。

実際、利用者減少による経営難から再生が見込めず、住民の存続の声や様々な有識者の委員会などの検討にも拘らず、廃止せざるを得なくなった地方ローカル鉄道もある。

一般に地方ローカル鉄道の再生支援策は、

- ・自治体の補助金
- ・デュアル・モード・ビークルの導入検討
- ・住民出資／サポーターズクラブ

などにまとめられるが、どれも組織と費用がかかるという難点がある。

この中では住民出資やサポーターズクラブの設立で資金獲得を図る例が、より広い社会への認知・宣伝効果があるため最近実施されるケースが多い。例えば、前述した津軽鉄道では2006年に“津軽鉄道サポーターズクラブ”が結成され、地元鉄道への支援活動を活発に行っている。また、福井県のえちぜん鉄道でも、2005年に“えちてつサポーターズクラブ”が結成されている。

しかし、事業形態は違っても住民主導で設立した北海道の民間航空機会社エア・トウが当初目的からは頓挫したように、資金を確保しながら永続的に支えていくのは容易ではないことが想像される。

こうした中、銚子電鉄では資金難により運行存続が難しくなったと社会的なニュースとなった際に、インターネット上の社会的コミュニケーションサービスやネットワークサービス(公開掲示板や個人個人のブログ、あるいはソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service))などを舞台として情報交換や議論が活発に行われ、それらのインターネット上のコミュニティが引き金と

なつての個人個人ができる支援の積み重ねにより、企業側も意図しない大きな動きで資金が集まり、安全更新投資が可能となった。そこで以下、銚子電鉄の事例を詳しく見ることとしたい。

3. 銚子電鉄の事例紹介

3.1 銚子電鉄の概要

銚子電鉄(銚子電気鉄道)は、千葉県銚子市に鉄道路線を有する鉄道会社である。JR 総武本線の終着駅である銚子駅から接続し、銚子駅から外川駅までの全長6.4kmを結び、起点終点をふくめて全10駅という小規模な地方鉄道である。銚子電鉄は、地元住民の生活の足として利用されているだけでなく、千葉県を代表する観光地である犬吠埼へのアクセス路線としても多く利用されており、銚子市にとってはかけがえのない観光資源となっている。また、多彩な車両や沿線の独特の風景などから、鉄道ファンからも人気の高い路線となっている。

3.2 近年の銚子電鉄をとりまく状況

銚子電鉄の創業は1923年(大正12年)であり、その歴史は2007年で84年を数える。現在の銚子電鉄を取り巻く状況は、他の中小地方鉄道の例に漏れず非常に厳しいものとなっている。銚子電鉄に限らず、地方民鉄の利用者は、モータリゼーションの影響等もあり昭和30年代末より40年代はじめをピークとして毎年減少し続けているが、銚子電鉄も例外ではなく、1974年度には155.5万人であった輸送人員が2005年度には65.4万人と64%もの減少をみせている。

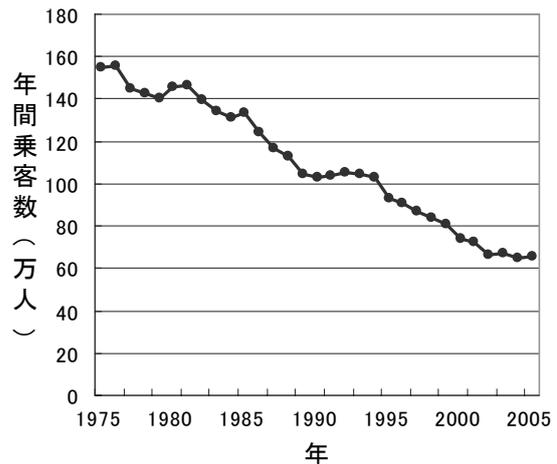


図1 銚子電鉄の年間乗客数の推移

銚子電鉄の経営において特徴的な点は、鉄道収支の不足分を、「ぬれ煎餅」販売などの鉄道外収入によって大きく埋めることに成功している点である。銚子電鉄の鉄道外事

業は、グッズ販売や宅配便取次なども行われているが、現在主力となっているのは食品事業である。銚子電鉄の2005年度の部門別収支では、本業である鉄道事業のみによる収支を見ると、約4000万円程度の赤字となっている。それに対し、ぬれ煎餅など食品事業において3500万円程度の黒字を計上し、鉄道事業の赤字を埋めている。銚子電鉄におけるぬれ煎餅の販売は1995年に開始され、1997年には自社工場を建築して量産体制を構築した。この自社工場を持っている点が銚子電鉄の食品事業において特徴的なことであり、銚子の駅売店や近隣地域での販売だけでなく、全国各地のデパートや千葉地区のJR売店などにおいても濡れ煎餅を販売するなど、大きな販路を利用した大規模な販売が可能となり、大きな収益を上げることができている。

(銚子電鉄の詳しい歴史および近年までの動向については、白土(2001)²⁾を参照のこと)

3.3 銚子電鉄をめぐるトラブル

銚子電鉄は100年近い古い歴史を持つ鉄道会社であり、またその運行路線が海岸に近く、車両や線路がともに潮風の影響を受けることなどもあり、鉄道設備の老朽化の進行が以前より大きな問題点となっている。しかし、輸送人員の減少などもあり、厳しい財務状況のために、十分な設備の維持保全が困難な状況にあった。国および銚子市などからの補助を受けることで、老朽化した設備の修繕などを実施してきた。

そのような状況の中、銚子電鉄の経営権が1990年1月に京成電鉄系の千葉交通から千葉県東金市の総合建設業・内野屋工務店に移り、同社が子会社「銚電恒産」を設立して銚子電鉄はその子会社となることとなった。同時に、同社社長内山健治郎氏が社長に就任した。しかし、本体である内野屋工務店が1998年6月に自己破産申請(781億円の負債を抱え込んで事実上倒産)を行い、銚子電鉄に対しては県と銚子市が支援を行っていた。同社破産後も銚子電鉄の社長は内山が引き続き務めたが、2003年5月～7月の間に内山が借入金を横領したことにより解任され、2006年8月には業務上横領の疑いで逮捕された(横領総額約1億1000万円)。

業務上横領容疑の元となった借金は銚子電鉄名義で無断で行われた物であり、「自分が社長をつとめる建設会社の経営状態が悪化しており、鉄道会社の信用を使えば銀行からの融資が引き出せるだろう」との目論見で行ったものとされている。銚子電鉄名義の借金は、個人の借金返済に充てるなど、全額が着服されている。また内山氏については銚子電鉄社長時に内野屋工務店に大量の仕事を発注させて駅舎の改修工事をさせるなどの不正も行ったとされている。この事件のために、銚子電鉄に対する千葉県と銚子市の補助金は停止され、さらに金融機関の融資凍結を招き鉄道経営に大きな打撃を与えた。なお、内山氏については既に銚

子電鉄との間に和解が成立しており、刑事裁判も2007年6月に地裁で有罪判決が下され、懲役3年、執行猶予4年の刑が言い渡されて終結している。

3.4 銚子電鉄をめぐるネットワークコミュニティやマスメディアの動き

このような背景の下、2006年11月15日ごろに、銚子電鉄のインターネットホームページ³⁾に、銚子電鉄社長、労働組合委員長、従業員一同の連名で「電車運行維持のためにぬれ煎餅を買ってください!!」というメッセージが掲載された。(図2)このメッセージ中では、資金不足から鉄道車両の法定検査が困難となり、鉄道運行に支障を来す恐れのあること、およびその資金不足を補うためにぬれ煎餅などのグッズ購入や電車の利用をお願いしたい旨が述べられていた。

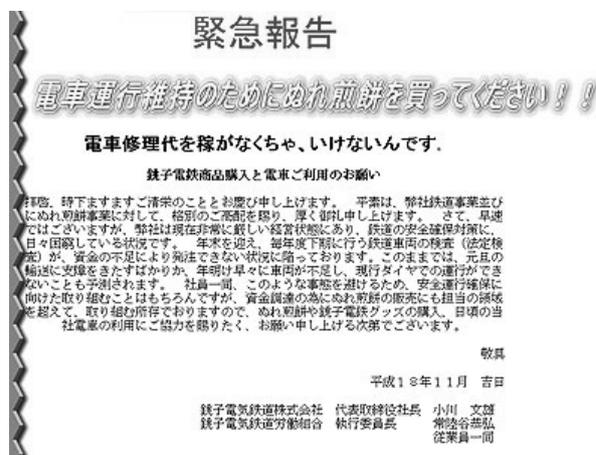


図2 銚子電鉄ホームページに掲載された緊急報告のメッセージ

このメッセージに対して、ホームページのメッセージを発見した鉄道ファンなどを中心として次第に口コミ的に話題が広がり、インターネット上の掲示板や鉄道ファンの個人ブログなどで取り上げられはじめる。特に、11月18日ごろから、アクセス人数の多い巨大掲示板である「2ちゃんねる⁴⁾」で紹介され、大きな話題となっていった。「2ちゃんねる」では、鉄道関係、千葉地域関係、ニュース速報関係などの複数の掲示板などでいくつもスレッドが立ち、銚子電鉄に関する話題が数多く語られるようになっていった。

新聞やテレビなどで取り扱われはじめたのは11月20日ごろからである。11月20日ごろからいくつかのテレビ番組において銚子電鉄のホームページに掲載された緊急報告のニュースが紹介されている。朝日新聞では、11月21日の夕刊において、銚子電鉄のホームページに関する記事が掲載されている⁵⁾。11月23日には、比較的全国ネットで視聴率の高いワイドショーなどで複数紹介され、この時点

から一気に全国的なニュースとなっていった。それ以降も、各種のメディアで銚子電鉄のニュースは継続的に伝えられ、その後の経営改善への取り組みもあり、現在でもしばしばメディアで取り上げられるようになってきている。また、大きな話題となったことで、銚子電鉄の利用者も増加し、2006年度の冬季にはオフシーズンであるにもかかわらず、例年以上に多くの乗客が銚子電鉄を訪れている。⁵⁾

全国的に大きなニュースとなった点については、テレビや新聞の影響が大きいことは疑い無いが、そこに至るまでには、ネットワークコミュニティにおける動きが大きな役割を果たしている。近年、新聞やテレビなどの既存のマスメディアも、ネットワーク上における話題や流行などには高い関心を払っているのは明かであり、ホームページ掲載後1週間と経たずに全国的な話題となったことについては、ネットワークが大きな役割を果たしていたことは間違いない。

ネットワークを中心としたこれらの動きは、具体的なデータからも読み取ることができる。表1は、ブログ検索システムである Kizasi.jp⁷⁾ を利用して、11月から12月にかけて Kizasi.jp が検索対象としている様々なブログで“銚子電鉄”というキーワードがどの程度話題になったかを示したものである。

表1 ブログで“銚子電鉄”が話題となった件数

期間	件数
10/31-11/6	12
11/07-11/13	8
11/14-11/20	99
11/21-11/27	530
11/28-12/04	219
12/05-12/11	106
12/12-12/18	72
12/19-12/25	116
12/26-01/01	92

ホームページが掲載される前の時期である11月上旬においては、銚子電鉄の話題は週に10件前後であった。しかし、11/14-11/20の週に入って、トピック数が99件に跳ね上がっている。この週は、メディアでの紹介が始まったばかりの時期であり、テレビなどの影響もある程度考えられるが、掲示板やブログでの話題が広がった影響が大きいと考えて良いだろう。さらに、11/21-11/27の週においては、ネットワーク以外のメディアで大きく取り上げられたためであると思われるが、530件とさらに大きく話題となっている。Kizasi.jp を使って、現在の状況を調べても、2007年9月の段階でも週平均で30~40件のトピックがヒットしており、11月末の勢いは無いものの、それ以前と比較してブログ上で話題となる回数はコンスタントに上昇したと

言える。

さらに、銚子電鉄から提供されたデータに基づいて、銚子電鉄のオンラインショップの注文受付件数の解析をおこなった。11月15日以降、銚子電鉄のオンラインショップに対するアクセスは20万ヒット以上となった。図3に11月15日以降の銚子電鉄オンラインショップにおける注文

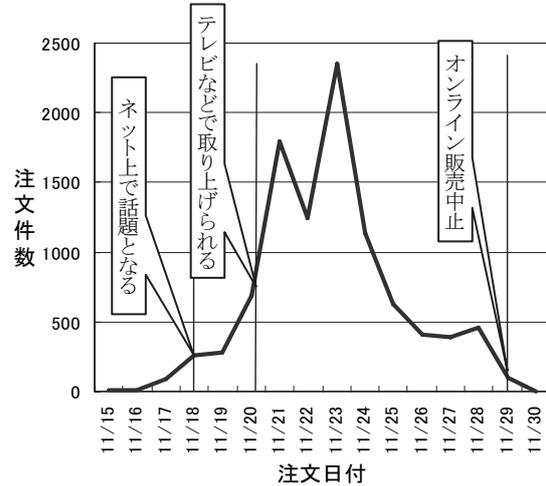


図3 銚子電鉄オンラインショップの注文件数の推移

件数の推移を示す。11月01日から11月15日にかけての期間は、一日の平均注文数は1.5件であった。しかし、11月16日以降、徐々に注文が増加し、11月21日には最初の注文件数のピークである約1800件に達している。翌日少し注文件数は低下したものの、11月23日には、最大値である2500件の注文が入っている。その後も、この時期ほどの勢いはないものの、11月29日に注文受付を中止するまでに、半月でトータル一万件近い注文件数となった。注文件数がピークを迎えた11月21日および11月23日は、いずれもテレビで銚子電鉄が取り上げられた時期と符号しており、テレビの影響力の強さが伺える。しかし、それ以前から既に注文件数は増加しており、11月18日と11月19日にはいずれも250件以上の注文がなされている。それまでの平均注文件数が一日1.5件であることを考えればそれでも驚異的な注文件数の増加であると言えるだろう。しかし、一方でこの加熱した状況は、銚子電鉄の予想しなものであった。オンラインショップの販売体制は、これだけの販売数を捌ける体制に無く、また世間で話題となったことで通常の販売店からのぬれ煎餅の注文も増加したため、インターネットを利用したぬれ煎餅の販売は11月末で中止となった。その後、何度か再開に向けてのアナウンスはなされているものの、2007年9月現在でも銚子電鉄のオンラインショップは未だ再開されていない状態である。

3.5 ネットワークコミュニティによる支援活動

オンラインショップを通じての支援だけでなく、「2ちゃ

んねる掲示板」を中心に、支援活動を行おうとする試みが活発に実施されてきた点も特徴的である。ネットワーク上で話題になった直後から、情報交換や情報蓄積を目的とした支援活動ウェブページが複数政策され、運用された。⁸⁾⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾¹²⁾¹³⁾ それらのウェブページや掲示板では、支援を希望する個人の事情や得意分野を生かして、どのような支援が可能であるかが活発に議論され、その成果として、支援を訴える動画（フラッシュ）の製作、現地でのオフラインミーティング、銚子電鉄に対するボランティア活動の募集・実施などの支援活動が活発に行われた。広告掲載費の支払いという形で銚子電鉄に金銭的支援を行うために、有志によって作成された支援ポスターを車内広告という形で銚子電鉄の電車内に掲示する試みも行われている。

現在では、これらの動きの延長線上として作成されたイラストや動画をもとにしたDVD（銚電応援DVD：「銚子電鉄を知っていますか？」）が発売され、銚子電鉄ホームページ上から購入できる状態になっている。

また、これらのネットワーク上を中心とした動きとは別に、テレビなどで大きく取り上げられたことによる銚子電鉄への関心の高まりも様々な動きをみせている。銚子電鉄の利用者数は例年と比較して確実な増加を見せ、話題となったことによって観光ツアーなども増加している。また、銚子市においても銚子電鉄支援を目的とするボランティア団体である銚子電鉄サポーターズが結成され、①安全対策のサポート、②電鉄利用者のサポート、③駅清掃などのボランティア活動の窓口、などの活動を柱として活動をおこなっている。

また、銚子電鉄とゲーム会社であるハドソンとのタイアップによる企画もユニークな試みである。車両の修繕費を負担するかわりにハドソンのゲームである桃太郎電鉄のイラストを描いた車両を運行する「桃太郎電鉄ラッピング電車」が2007年4月より運行されている。さらに、それに続く企画として、2007年8月には銚子電鉄沿線3駅にゲームのキャラクターである貧乏神をモチーフにした石像である「しあわせ三像」が設置された。これらの企画は、金銭面だけでなく、銚子電鉄に対する話題性を高めるためにも大きく役立っており、今後の展開が期待されるものである。

3. 6 今後の経営改善に向けて

これらの動きをうけて、銚子電鉄はとりあえずの経営危機を脱している。2007年06月までの収支報告によれば、06年度の年間乗客数は71万3367人で、5年ぶりに70万人を超えた。2006年11月にホームページで支援を呼びかけて全国的に支援の輪が広がったことと、全国的に銚子電鉄が話題となったことに加えて、2007年春の大型観光キャンペーンによって利用客が増えたとみられる。ぬれ煎餅などの副業収入も、前年度より5割の増加をみせ、3

億600万円で、初めて3億円を突破した。

2006年11月に、国土交通省関東運輸局から銚子電鉄に対して安全確保に関する事業改善命令が出されており、それに対する対処として枕木交換や踏切装置の改善などの修繕費が4670万円かかったが、ぬれ煎餅の売り上げ増などでそれらの経費をまかなうことができた。経営難を引き起こした前社長の不正借入れも既に和解が成立しており、現在4650万円ほどの支払いが残っているが、前社長側からの返済を受けて、4年ほどで払い終える計画とのことである。

銚子電鉄の経営状態は未だ厳しいことに代わりはないが、電車の存続に向けての多くの経営努力も継続してなされている。銚子電鉄の人气が一過性のもので終わるか、継続して営業状態を改善していけるかは、銚子電鉄および銚子市民の今後にかかっているといえるだろう。

4. 上記からの示唆

上記の事例を通して次の2点が今後の社会への示唆として指摘できる。

第1点は、地方ローカル鉄道再生のあり方の視点である。

元々、地方ローカル鉄道が再生した場合には、地域資源の見直し、地域住民の足としての再認識、観光強化による地域全体への波及効果など様々なことが期待される。

銚子電鉄の場合は、会社ホームページ上での緊急報告掲載文が直接的契機となって、ネットワークコミュニケーションによる会社側も予期せぬ波及効果で当面の危機を乗り越えた。リスクコミュニケーションという観点からも、正確な情報を鉄道ファンという安定基盤層へ一度に大量に即時に伝達できる媒体を使用して訴求した点に意義がある。

また、本ケースの「副業」である濡れせんべい事業は委託ものではなく、自社生産（自社工場もある）によってコストコントロールが可能であり、付加価値を持っている商品であることにも意味がある。銚子電鉄の例にならってか、岩手県の三陸鉄道では「赤字せんべい」を、岐阜県の明知鉄道では「おらが鉄道せんべい」をそれぞれ販売し副収入としているが、煎餅の製造はいずれも他社に委託されており自社生産ではない。そのため、鉄道会社の収入は単なる手数料収入にすぎず、自社工場を持って自前で大規模に煎餅製造をおこなっている銚子電鉄のように、抜本的な経営再生支援商品とするのはなかなか難しいことが推察される。

濡れせんべいの場合、実際には地域に住んでいないので鉄道の乗客になれなくても、支援しようという人々の感情に火をつけることが出来れば（まさに感情マーケティングであろう）、副業商品を通して再生に寄与することが可能であるという事例である。

つまり、今後の地方ローカル鉄道は、リアルな乗客に依存するのではなくバーチャルな乗客に依存することで新し

い形に再生していくことが望まれよう。ブログやSNS、あるいは、セカンドライフ等のネットワーク上仮想世界などでの活動も視野に入れながら、情報ネットワークを使いこなして再生することが期待できる。

第2の示唆として、組織の大小を問わず、企業再生には従業員個々人のシャドールワーク、あるいはシャドールワーク的な発想が今後ますます重要になるということである。

「シャドールワーク¹⁴⁾」とは、社会評論家である Ivan Illich (イヴァン・イリイチ) の造語であり、専業主婦等の家事労働など報酬を受けない仕事で、しかしだれかが賃労働をすることのできる生活の基盤を維持するために不可欠なものを示す言葉である。表に出ない無報酬の仕事であっても会社存続には必須の活動と言い換えてみると、まさに銚子電鉄における従業員たちの様々な今までの試み(様々なに取り上げられたTV番組の中で、様々なコスト削減やアイデア商品の数々の開発と販売を行なってきたことが紹介されている)、そして本事例のネット上での世界への訴えかけの行動、それらはまさに会社からの目に見える命令によって生じたものではなく、会社を構成する最も重要なステークホルダーともいえる従業員自らが、強制ではなく、自由意志で、ある意味楽しみながら試行錯誤で行なってきたことが企業再生に繋がったといえるのではないだろうか。会社や社会が直接は目に見えない、会社内部の個人の方・行動が、会社全体の利益に、「想定外に」結びついた例である。想定外の従業員の思考や行動は、もちろんそれまで培われた組織風土にも依存し、元々会社との一体感があれば自然に会社に貢献するシャドールワークが生まれてこよう。しかし、目に見えない想定外の結果をもたらす思考や行動は、個人の方の仕事への愛情、常日頃からのモチベーションあふれる組織がなければ生まれてこない。大企業でのそうしたシャドールワークの例はグーグルや日産自動車をはじめ様々な例があるが、銚子電鉄のような中小企業で生じたことに本事例には大きな意義があると考えられる。

以上、本件事例は、地方ローカル鉄道の再生、情報ネッ

トワークを企業再生に活用した事例、といった観点だけでなく、シャドールワークといった個人と組織にかかわるこれからのネットワーク社会における組織戦略の観点からも注目できると考える。

参考文献

- 1) 岸谷克己 「地方鉄道の維持と再生に向けた取り組み」 Railway Research Review, 2007年10月号, 10-13.
- 2) 白土貞夫 「岬へ行く電車—銚子電気鉄道77年のあゆみ」, 東京文献センター, 2001.
- 3) 銚子電気鉄道ホームページ, <http://www.choshi-dentetsu.jp/>
- 4) 2ちゃんねる, <http://www.2ch.net/>
- 5) 「銚子電鉄、ぬれ煎餅頼み HPで「買って下さい!!」 経営難で運行ピンチ」 朝日新聞, 夕刊, 2006年11月21日, 14面.
- 6) 「かつてない経営難にも踏ん張る銚子電鉄」, 鉄道ジャーナル, 41(4), pp.102-104, 2007.
- 7) Kizashi.jpホームページ, <http://kizashi.jp/>
- 8) 銚電まとめwiki, <http://wiki.livedoor.jp/chousirailway/d/>
- 9) 銚子電鉄を救えwiki, http://rasu.dojin.com/rasulist/hoden/choden_wiki/
- 10) save the銚子電鉄@ウィキ, <http://www21.atwiki.jp/save-cho-den/>
- 11) 銚子電鉄緊急応援Wiki, <http://wiki.spc.gr.jp/choshidentetsu/>
- 12) 銚子電鉄応援サイト, <http://w2.abcoroti.com/~choshidentetsu/>
- 13) 銚電支援@Team2ch まとめサイト, <http://www10.plala.or.jp/doinaka/>
- 14) 一條 和生・徳岡 晃一郎 「シャドールワーク—知識創造を促す組織戦略」, 東洋経済新報社, 2007.