

特集：

世界遺産・高野山と南海電鉄

鉄道の魅力づくりと沿線の活性化に地域と取り組む



TOP INTERVIEW

世界遺産・**高野山**へ。
国内有数の山岳区間を、
新たな観光路線に。

聖地・高野山への参詣客輸送を目的に誕生した南海高野線。長きにわたり唯一の鉄道ルートとして、その役割を担い続けている。しかし時代の流れとともに、参詣から観光へ、高野山を訪れる目的は変わり、道路網の整備で高野山へのアクセスは自動車が主な手段となった。鉄道利用のシェアは2割程度しかない。現在、南海電鉄では、国内有数の山岳区間を走る路線を、世界遺産・高野山へつながる観光路線として位置づけ、新たな鉄道での旅の魅力づくりに取り組んでいる。南海電気鉄道株式会社 亘信二社長兼COOにお話を伺った。

南海電気鉄道株式会社 社長 兼 COO

亘 信二

Shinji WATARI

文◎茶木 環 撮影◎織本知之

特集：
世界遺産・高野山と南海電鉄

鉄道の魅力づくりと沿線の活性化に地域と取り組む

世界遺産へつながる山岳路線

——まず高野線の誕生について、お話を伺えますか。

■ 当社は、純民間資本による最古の鉄道会社ですが、その歴史は明治18年、現在の南海本線・難波―大和川間の開業に始まり、36年に難波―和歌山市間の全線を開業しています。

高野線は、明治29年に高野山参詣客輸送のため設立した高野鉄道という会社が、その2年後に開業した堺東―狭山間から始まりました。別会社による同路線の事業継承や延伸などを経て、大正11年に南海鉄道と合併、南海高野線として営業を開始しています。大正14年には南海本線と高野線の連絡線が完成して難波から高野下まで直通運転を開始し、利便性が格段に向上しました。またちょうどその頃、高野下から高野山までの延伸が進められており、昭和4年に極楽橋まで、その翌年にはケールカーが開通しました。難波―高野山間の直通運転が開始したのは昭和7年で、36年の歳月を経て、参詣鉄道としての目的が遂に達成されたのです。

——それから現在に至るまで、南海高野線が高野山に行く唯一の鉄道ルートになったのですか。

■ 明治期から昭和初期にかけて、全国各地で参詣客輸送を目的とした鉄道が次々と開業しました。高野線もそのひとつですが、橋本駅から極楽橋駅ま

での19・8kmは標高差443mの山岳区間です。急勾配のこんなところに、よくぞ線路を敷いたものだと感心します。実際、工事は困難を極め、資材輸送などは地元菅林署の森林鉄道の協力を得て進めたそうです。残っていた高野線の古い記録映像を見ましたが、3両編成の電車が着物姿の女性や参詣客で満員でした。やはりそれだけのニーズがあり、だからこそ山の中の難工事にも顧みずに鉄道を敷いたのでしょう。

——参詣客・観光客の鉄道利用状況の推移についてはいかがでしょうか。

■ 高野線は、難波―橋本間と橋本―極楽橋間で異なる性格を持っています。難波―橋本間は昭和40年代から大阪のベッドタウンとして沿線の宅地開発が進み、同区間では20m級の4扉大型車両を最大8両編成で運行、通勤・通学客を輸送しています。これに対し、橋本―極楽橋間は山岳区間を走るローカル線に近い性格を持つ路線で、沿線人口の減少に伴い、鉄道利用が著しく減少しています。

高野山参詣客も、登山産業観光道路として整備が進められていた高野山有料道路が昭和35年に完成して以来、鉄道から自動車利用にシフトしていきま

した。橋本―極楽橋間で昭和50年に1日約5000人だった輸送密度が、その後30年で半減しています。また、高野山の観光客数は、昭和60年代から年間120〜130万人で安定している

のに対し、鉄道シェアは昭和60年代は33%、平成元年から10年頃までは25%で、平成10年以降になると20%にまで落ち込んでいます。マイカーや観光バスなどに押されている、非常に厳しい現状です。

——この山岳区間の将来性について、経営者としてどのようにお考えですか。

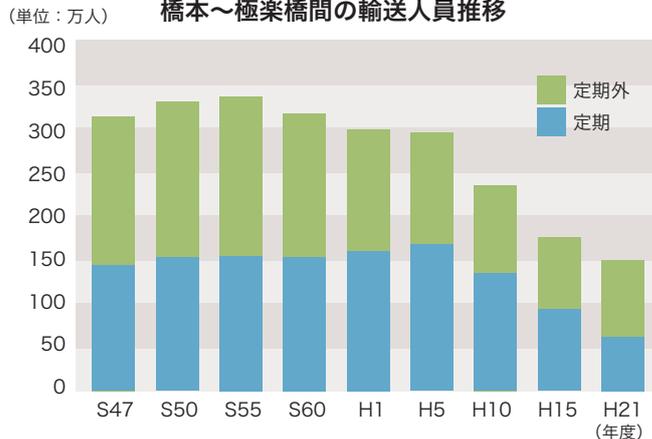
■ 世界遺産である高野山は世界の財産であり、地域、われわれにとっても大切な観光資源です。高野山にお客さまをお運びする唯一の鉄道ルートである高野線は、将来にわたり持続可能な鉄道路線、観光路線として発展させていきたい。観光の足としてご利用いただく道を探っていきたくと考えています。ところが本来、鉄道は大勢の人員を運ぶものですから、輸送人員が少ないと極めて非効率です。「環境にやさしい乗り物」と言いつつ、少ないお客さまを乗せて走らせるのはエネルギーの無駄遣い、逆に環境に悪いでしょう(笑)。1日でも早くそうした状況を打破したいというのがわれわれの切なる願いです。

橋本―極楽橋間の山岳路線について

は、平成17年から難波―橋本間の通勤路線と山岳路

線の運行形態を分離して一部ワンマン運転を導入し、4両編成を2両編成にするなどコスト削減策を進め、同時に特急の増発や速達性向上などのダイヤ

橋本～極楽橋間の輸送人員推移

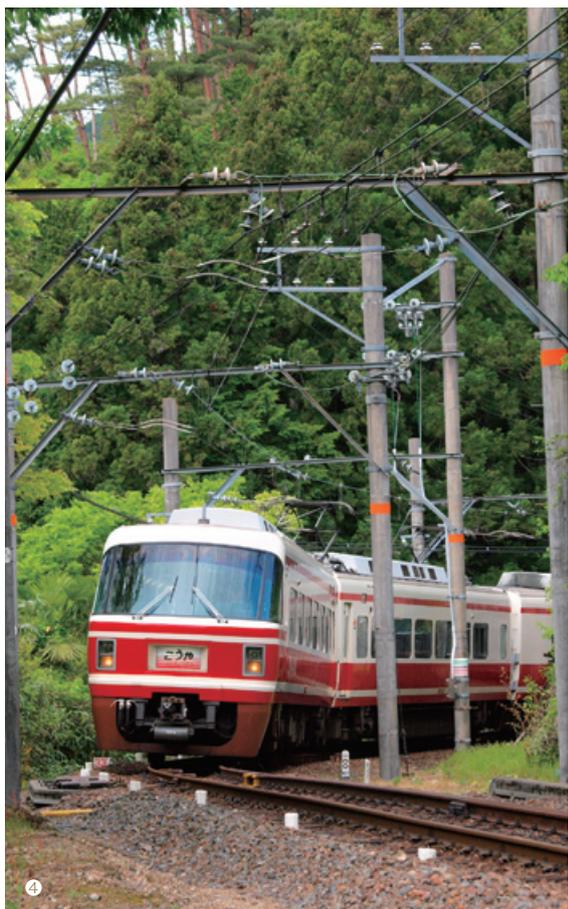


難波駅・高野線ホーム

※明治31年10月から昭和19年6月までの社名。戦時中の統合合併、分離を経て、昭和22年3月に南海電気鉄道株式会社に改称した。



①大阪ミナミを代表するターミナル・難波駅
②難波駅からは特急・快急・急行が出る
③総合インフォメーションセンターなんば
④難波一極楽橋を1時間19分で結ぶ「特急こうや」



改正、高野山のPRや企画商品などの増収策を実施、それなりの成果を上げています。

しかし、収支の厳しい山岳路線を当社の経営努力だけで支えることには限界があります。そのためには、地域からの支援がぜひとも必要です。地域の支援をいただきながら、観光路線として再生していきたい。観光面をPRして、高野山とその周辺地域に、国内外から多くの方に訪ねていただきたい。

高野山と沿線エリア、そして鉄道が一体となった活性化を進めていきたい。

現在、当社と地元の方々、行政とタッグを組んで進めている「こうや花鉄道」プロジェクトは、そうした願いのもと、立ち上げた第一歩の取り組みなのです。

道中も楽しめる鉄道の魅力づくり

——「こうや花鉄道」プロジェクトにつ

いてお聞かせくださいませんか。

■ 当社では、現在取り組んでいる3か年経営計画「堅進126計画」(平成20~22年度)の5つの基本方針のひとつに「沿線活性化の推進」を掲げています。南海沿線を5つのエリアに区分し、各エリアの特性・情勢に応じてきめ細やかに施策を実行しようというものです。高野山およびその周辺地域を対象とする高野山エリアでは、その主要施策として「こうや花鉄道」プロジェクトを推進しています。

地域の皆さまとともに、高野山を含む沿線の景観整備を行い、歴史的資源を活用することで、「高野山」までの「そこへ向かう道中」としての鉄道の魅力づくりを行い、「鉄道利用の必然性」を創出していくこと。それがこのプロジェクトの目的です。

「こうや花鉄道」というネーミングについては、たくさんの方に思いが込められています。例えば、高野山やその周辺地域に咲く季節の花々、沿線に広がる四季や自然の彩りとの出会いを楽しんでいただきたいという願い。また、世界遺産・高野山での写経や阿字観体験など、本物との出会いが「花」となり、沿線地域の活性化を願う地元と当社の願いが「花」になるという思いも込められています。

シンボルマークの「花」は4枚の花びらのデザインですが、これは当社と沿線地域の皆さま、地元行政、そして

高野山——それぞれの思いをひとつにして取り組んでいく「協調」を表現しています。

——そしてこのプロジェクトの象徴とも言えるのが新車両の「天空」ですね。今年7月で定期運行開始1年を迎えます。今年3月末までに、2万8000人のお客さまにご乗車いただきました。

一般車両を改造したもので、上からは、できるだけ費用はかけずに、しかし「早く」と急かされ、車両部門は苦労しただろうと思います(笑)。国内有数の山岳区間のすばらしい景色を堪能いただけるように採用した大型窓に合わせたワンビュース席を中心に、ご家族連れなどのお客さま用にはコンパクトメント座席も用意しました。開発担当者の「森林の澄んだ空気をぜひとも味わっていただきたい」という強い希望で、展望デッキスペースも設けるなど、いろいろと知恵を絞ったようです。そうした手づくり感みたいな部分もお客さまに喜んでいただいています。

「天空」という名前は、お客さまに早い段階から関心を持っていただくこと、公募にして、地元の方にも選考委員会に入っていたいただき、ご意見を伺いました。高野山は弘法大師空海が開いた聖地です。標高約900mに位置する街並みはまさに天空都市の趣で、その印象に由来して「天空」がふさわしいと意見がまとまりました。

——高野山の世界遺産登録以降、外国人観光客が増えています。そのあたりの対応についてはいかがですか。

■ 海外での人気の高まりは、平成11年にフランスのルモンド紙に掲載された高野山の記事がきっかけで、われわれも「これからはフランスからの観光客が多くなる」と予測していました。その後、世界遺産に登録され、ミシュランのグリーン・ガイドで最高評価の三ツ星を獲得して、欧米人を中心に外国人観光客が増えています。

当社は、沿線に関西国際空港があり、海外のお客さまのご利用も多いので、ほぼ全駅に英語での案内表示を設置しています。また関西空港駅と難波駅は、日本語・英語・韓国語・中国語の4カ国語表示しており、昨年4月には難波駅にそれら4カ国語に加え手話にも対応する「総合インフォメーションセンター」を大阪市と共同で開設しました。高野線についても駅名板に多言語表記を取り入れています。

また路線・沿線案内のパンフレットも4カ国語で制作し、高野山のパンフレットはさらにフランス語でも作成しています。これらのパンフレットは国内で配布するだけでなく、JNTO（日本政府観光局）の海外事務所においてもらったりもしています。外国人観光客誘致には、何よりも情報発信が必要ですからホームページの多言語化にも力を入れています。

——「こうや花鉄道」プロジェクトの手応えはいかがでしょう。

■ お客さまからの反響がいけばんださいのは、プロジェクトの象徴として導入した「天空」です。また、プロジェクトではレールやトンネル、橋脚や駅のホームなど鉄道設備そのものや、花屏風や花壇など地元と一体となった取り組みで景観づくりを進めてきました。車窓からの四季折々の景観が、ご利用のお客さまから好評をいただいていると手応えを感じています。

ただ、こうした取り組みの成果は一朝一夕に生まれるものではありません。これからも地元行政や沿線住民の皆さまとの協働、連携を深めながら、鉄道と地域活性化への道を探っていきたいと思います。

守りながら攻める姿勢で

——今年度は3か年経営計画「堅進126計画」の仕上げの年に当たりります。

■ 計画に付けられた数字は創業からの年を表しており、当社は来年創業126年を迎えます。8年前、非常に厳しい状況にあった時に「創生120計画」を推進して「再生」を期すべく経営の基礎固めに取り組み、次の「進化123計画」でさらなる経営基盤の強化に努めました。続く「堅進126計画」は、堅実に足元を固めながら、

着実に前へ進もうという計画です。

計画は「環境保全」のための取組み強化、「提供するサービスの品質向上」「なんばエリアのさらなる価値向上」「有望事業の成長加速」「沿線活性化の推進」の5つの基本方針からなり、現在、堅進の名のとおり、着実に取り組みを進めています。

——「なんばエリア」の開発も進み、街が変わってきた印象を受けます。

■ なんばエリアは梅田に比べ、開発を手がけるプレーヤー、事業者が少ないのです。当社にとっては、ビジネスチャンスと可能性を有した大切なエリアですから、難波駅を核に、周辺エリアとの回遊性を向上させたり、賑わいを創出するなど、さまざまな計画を手がけてなんばの街づくりを積極的にコーディネートしていきたいと考えています。なんばエリアの開発は計画的・継続的にまだまだ続けていかなければならないと考えています。

——「堅く」とおっしゃりながらも、強く「進む」熱意を感じます。

■ 鉄道事業者としては安全を意識し、いかに堅実にやるかというのが当然あるのですが、会社の経営内容が悪いからといって、リストラやコストカットばかりで立て直そうとすると、経営も萎縮し、新たなチャレンジができない。それでは事業としてだめなの



です。安全を意識して、堅実に進めながらも、やはり事業は大きくしたいかなければならない。新しく線路を敷くことは難しい時代ですから、自社の沿線を中心にどういった事業を展開できるか考える。非鉄道事業分野で収益の基盤をつくれなにか考える。そうできれば企業としての発展は望めないでしょう。

ただ、鉄道会社の企業価値というのは沿線そのものに他なりません。沿線にたくさん人が住んでいる、住みたいと思ってくださるたくさんの方がいる、たくさんの方が訪れてくれる——そういう意味では、沿線を元気にすることが会社の未来を切り拓いていくことでもあるのです。

われわれの沿線はエリアによっていろいろな特徴を持っています。常にわれわれに何ができるかを考えながら、地域とともに、さらなる鉄道の魅力づくりと沿線の活性化に取り組んでいきたいと考えています。