

みんな



<http://www.mintetsu.or.jp/>

特集

## 新規事業の創出と企業価値の向上

[街を変えていく阪神電鉄の新規事業]

四つの季節の鉄道ものがたり  
最終話

春

# お不動さんの桜は今も、きつと。

宮下奈都

上京して二回目の春。母の実家に住まわせてもらっていた私は、念願のひとり暮らしを始めることになった。

父の見つけてきたマンションは、目黒にあった。母の実家は北区にあり、大学は千代田区。目黒は生活圏外だった。住所は、目黒区下目黒。目黒駅から当時の東急目蒲線でひとつめの、不動前という駅が最寄りだという。

そもそも山手線が驚異だった。生まれ育った福井が田舎であるという認識はあったものの、曲がりなりにも県庁所在地であり、福井駅まで自転車で行ける距離に住んでいた。一軒とはいえアパートもあり、商店街もあり、映画館もある。そこそこ大きな町に住んでいる、と思っていた。しかし、山手線には「福井」が丸ごと入るような駅が

二十九個もあった。いや、二十九個どころの騒ぎではない。上京して東京駅に着いたとき、ここは「福井」の何個分なんだろうかと思つたし（端から端まで歩くとへとへとになる駅なんて想像したこともなかった）、新宿駅の人多さには本気でめまいを覚え、原宿駅では呼吸困難になった。

さて、目黒である。初めて降り立つたとき、目黒はあまりばつとしなかった。当時おしゃれだとされていた目黒は中目黒で、つまり東横線沿線の目黒区のことだ。目黒駅は品川区に属し、若い人のいない駅ビルがなく、ロータリーのまわりも小さな店がいくつかあるだけで、人通りも少なかつた。よそよそしい感じがした。

ホームの端に、階段があつた。そこ

を上ると、目蒲線のホームがある。電車が緑色で、古びていて、ちよつと芋虫みたいだった。東京にもこんな電車があるのかと逆に新鮮だった。初乗り区間の九十円という金額にも、乗つたと思つたらもう着いたのにも驚いた。異様に速かつた。いや、近かつたのだ。下りると「東京」とは別世界だった。小さなホーム、小さな改札、小さな駅舎。昔ながらの果物屋があり、八百屋があり、床屋がある。ひとめで好きになつた。もはや福井何個分？とは思わなかつた。こんな東京もあつたのかと、歩きながらうきうきした。

不動前という駅名は、目黒不動尊前を意味しているという。考えてみれば、東京へ出てから不動尊を拝んだことも、お寺へ参つたことも、なかつ

イラスト・岡林玲

# みんな

CONTENTS  
Vol.  
**45**  
2013

◎日本民営鉄道協会とは？  
昭和42年に社団法人として設立され、71社の民営鉄道会社で組織されています。  
輸送力の増強と安全輸送の確保を促進し、鉄道事業の健全な発達を図り、  
もって国民経済の発展に寄与することを目的とした活動を行っております。  
なお、JR各社や公営地下鉄などは加入していません。

た。駅から歩いて十数分だろうか。途中、通りを挟んだりして途切れながらも、細々と商店街が続いている。お不動さんに近づく、またにぎやかになる。胸が躍った。ここに住めば、毎日が縁日みたいだ、と思った。  
やがてこんもりと茂る木々が見えてくる。角を曲がったら、立派な石段の向こうに赤い鳥居があった。なんだしみじみと感動した。駅のすぐそばではなく、昔ながらのあたたかみのある商店街に守られて、お不動さんが佇ん

でいる。長い石段を上り、境内へ入ると、咲き誇る桜が目飛び込んできた。思いがけないところでめぐりあつた、という気がした。大きくて、やさしくて、どこか懐かしかった。  
それからは、よく本を持ってお不動さんへ行った。桜の下のベンチにすわって、長いこと本を読む。花が咲いているときも、緑の葉陰でも。日が暮れると階段を下り、商店街でささやかな買い物をして家に帰る。いろいろあつたはずなのに、ここにいたときだ

けは静かで、しあわせな時間だった。結局、不動前には八年暮らした。引越しの多い私の人生の、ここが最長記録になった。今は不動前も高架駅になり、そもそも目蒲線は目黒線と違って地下鉄へ乗り入れているのだという。さぞ立派になったのだろう。でも、桜はきつと変わらない。今もきつと誰かがあの懐かしい木の下で本を読んでいるに違いない。

## みやしたなつ

作家。福井県生まれ。上智大学文学部哲学科卒業。  
2004年「静かな雨」が文壇新人賞佳作に入選。  
2007年、初の単行本「スコレNo.4」が話題を呼ぶ。  
近著に「田舎の紳士服店にモデルの妻」「誰かが足りない」。  
最新刊に「寂わらない歌」（実業之日本社）がある。



02 四つの季節の鉄道ものがたり―最終話 春  
お不動さんの桜は今も、さつと。  
◎作家 宮下奈都

04 基調報告―37  
鉄道の沿線価値向上と地域経済  
◎関西大学 大学院会計研究科教授 宮本勝浩

特集  
新規事業の創出と企業価値の向上  
「街を変えていく阪神電鉄の新規事業」  
TOP INTERVIEW

08 阪神電鉄の  
クロスオーバー型経営  
◎阪神電気鉄道株式会社 社長 藤原崇起

REPORT  
12 阪神電鉄の  
ベンチャースピリット  
創造的かつ挑戦的な事業を展開する。

13 1 登下校ミマロム  
◎阪神電気鉄道株式会社 関連事業部 課長 小坂光彦

16 2 ソダッテ阪神沿線新在家編  
◎阪神電気鉄道株式会社  
経営企画室(グループ営業推進)沿線活性化担当 課長 石原敏孝

19 3 阪神野菜栽培所  
◎阪神電気鉄道株式会社  
都市交通事業本部 工務部 技術課 阪神野菜栽培所 所長 板垣政広

22 4 Billboard LIVE  
◎株式会社阪神コンテンツ  
ミュージックエンタテインメント部 ビルボードライブ  
ブッキング統括ディレクター 部長 坂本大

24 遠州鉄道  
みんなつだより

26 高架開通を祝って赤電出発  
TOPICS  
第6回 私とみんなつ

28 小学生新聞コンクール表彰式を開催  
連載◎ 地方民鉄紀行  
能勢電鉄株式会社

30 加津佐の岩戸  
連載◎ 大正・昭和の鳥瞰図絵師 吉田初三郎の世界  
◎首都大学東京非常勤講師 藤本一美

はじめに

大阪は昔から民間の力で発展してきた街である。交通網に関しても民営鉄道会社が大阪・関西地域の素晴らしい交通網をつくってきたと言える。大阪・関西では電鉄会社が沿線をつくり、沿線の発展に貢献し、住宅、プロ野球球団、百貨店、遊園地をつくってきた。

中でも、阪神電鉄は素晴らしい個性を持ったユニークな電鉄会社である。多くの電鉄会社が先に述べたような多くの事業を行ってきたが、阪神電鉄は、短い総営業キロ数にもかかわらず、多くの事業で他の電鉄会社を上回る成果を上げている。

「阪神」と聞くと、ほとんどの人は、「阪神電鉄」よりもまず「阪神タイガース」を思い浮かべる。それほど「阪神電鉄」は「阪神タイガース」と切っても切れない関係にある。

昔、日本のいくつかの電鉄会社は、それぞれの球団を運営していた。プロ野球のオールドファンであれば、国鉄スワローズ、西鉄ライオンズ、阪急ブレーブス、近鉄バッファローズ、南海ホークスなどの球団を電鉄会社が保有していたことを記憶されていると思う。しかし、現在は阪神タイガースと西武ライオンズの2球団だけである。これは、多くの電鉄会社が経営していたプロ野球球団の経営が赤字となり、その親会社である電鉄会社が赤字経営の球団を手放したことを示

している。

しかし、阪神電鉄は日本の電鉄会社としては、プロ野球史上初めてと言っているほど所有する球団を成功に導き、もの見事に「阪神タイガース」を関西の有名ブランドに育て上げた。そして、今では阪神タイガースのファンは地元のみならず、地域のみならず日本全国に広がっている。

それでは、阪神電鉄の特徴は「阪神タイガース」だけかと言うと、とんでもない、他にも多くの特筆すべき特徴がある。それらを活かして阪神電鉄は沿線価値の向上と地域経済の発展に貢献している。

### 阪神電鉄の基本理念

阪神電鉄は、1899（明治32）年に摂津電気鉄道株式会社としてスタートし、同年阪神電気鉄道株式会社に改称、1905（明治38）年に神戸の三宮と大阪の出入橋の間で営業を開始した。これは、日本初のインターアーバン（都市間電気鉄道）であった。現在は、梅田駅と元町駅との間の阪神本線を中心に阪神なんば線、武庫川線、神戸高速線などを有している関西の主要鉄道会社である。

経営理念は、「安心・快適」、そして『夢・感動』をお届けすることで、お客様の喜びを実現し、社会に貢献します」である。そして、鉄道事業を中心とした都市交通事業を安定的に経営していくと

## 鉄道の未来学 基調報告 37

大阪は東京以上に、民鉄が街のキャラクターをつくってきた。沿線に暮らす人々は沿線に愛着を持って暮らし、鉄道事業者は沿線の個性に磨きをかける。鉄道事業者のその取り組みを考察する。

# 鉄道の沿線価値向上と地域経済

関西大学 大学院会計研究科 教授

## 宮本勝浩

Katsuhiro MIYAMOTO

大阪府立大学経済学部卒業、大阪大学大学院研究科修士課程修了。大阪府立大学経済学部教授・経済学部長、同大学理事・副学長を経て、2006年より現職。専門分野は国際経済学、理論経済学、関西経済論。主な著書に『移行経済の理論』（中央経済社）、『現代経済分析のフロンティア』（共著・中央経済社）他多数。最新刊にこれまで発表したさまざまな社会現象の「経済効果」をまとめた『「経済効果」ってなんだろう？』（中央経済社）がある。

ともに、不動産事業、スポーツ・レジャー事業、情報通信事業、その他の各事業にわたり、互いの相乗効果を図りつつ、その競争力を高めることなどにより、企業価値の向上と健全かつ持続的な発展を目指すことを経営の基本方針としている。

### シュンペーターの経済発展の理論

経済学の巨人であるジョセフ・A・シュンペーターは、彼が29歳の時に出版した著書『経済発展の理論』（1912年）で、経済はなにもしないで放置すると、停滞状態に陥ると考え、経済が発展するためには五つの「イノベーション」（新結合・革新）が必要であると提唱した。

シュンペーターは、このイノベーションの実行者を企業者「アントレプレナー」と呼んでいる。そして、彼の主張は経済全体のみならず、各企業にも適用することができる。この五つのイノベーションは、現代では次のように読み替えることができる。

- (1) 消費者のニーズに合った新商品や新しいサービスの開発
- (2) 合理化を図った新生産方法の導入
- (3) 新しいマーケットの獲得
- (4) 新しい資源の活用
- (5) 新組織の構築

このシュンペーターの理論を阪神電鉄の発展に適用して考察してみよう。

### 1 阪神タイガース

シュンペーターの理論によれば、経済も企業も発展するためには、(1)の消費者のニーズに合った新商品や新しいサービスの開発が不可欠である。阪神電鉄は、この新商品、新サービスの開発販売に他社が追従できないような努力を行っている。

まず、阪神電鉄が阪神タイガースを関西有数のブランドに育て上げること成功したことを特筆すべきであろう。他の電鉄会社がプロ野球球団の所有を諦めたり、また所有している球団が経営不振に陥っているのは異なり、阪神甲子園球場という財産を活かして、阪神電鉄は阪神タイガースを関西一と言っているほどのブランドにすることに成功した。その結果、阪神電鉄は大勢の阪神タイガースファンを阪神甲子園球場に運び、阪神百貨店でタイガースグッズを販売している。

阪神タイガースは、2003年のリーグ優勝までは関西地域のローカルな人気チームであった。そして、全国区の人気チームは巨人であった。しかし、03年に阪神が優勝すると「阪神ファイバー」が全国を席巻した。その結果、プロ野球ファンのアンケートなどによると、阪神タイガースのファンの数は、巨人を上回るようになった。阪神タイガースの阪神甲子園球場を中心とした主催ゲームの観客動員数は、03年以後、何度も300万人を超えるという日本で唯一の球団となった。



阪神芦屋駅から六甲山を望む

優勝球団の経済効果

年	球団	経済効果	調査機関
2003	阪神タイガース	1,481.3億円	宮本研究室：近畿地域
2003	ダイエーホークス	417.1億円	福岡県調査統計課
2004	中日ドラゴンズ	203.0億円	共立総合研究所
2005	阪神タイガース	643.0億円	宮本研究室：近畿地域
2005	千葉ロッテマリーンズ	397.0億円	ちばぎん総合研究所
2006	中日ドラゴンズ	220.0億円	三菱UFJリサーチ&コンサルティング
2007	読売ジャイアンツ	418.0億円	日興コーディアル
2010	中日ドラゴンズ	215.0億円	共立総合研究所
2011	中日ドラゴンズ	219.0億円	共立総合研究所

阪神タイガースは、観客動員数のみならず、関西地域全体に大きなプラスの経済効果をもたらした。右表から分かるように、阪神タイガースの03年の優勝の経済効果1481.3億円は空前絶後の金額である。他の球団の優勝の経済効果が200〜420億円前後であることを見れば、いかに阪神タイガースの地元に対する経済効果が大きいかが、よく理解できるであろう。

このように、阪神電鉄は阪神タイガースを関西有数のブランドにつくり上げてきたと言える。これは電鉄会社にとつて、シユンペーターの主張する(1)プロ野球という新商品の開発、(3)阪神タイガースファンという新しいマーケットの獲得、(4)プロ野球という資源の利用という要素を満たしている。

## 2 高校野球の春・夏の大会

阪神電鉄は、阪神甲子園球場という財産を使って、春・夏の高校野球の大会を開催して、高校野球の人気を高めることに成功した。そして、阪神甲子園球場を「高校野球の聖地」にまで高めた。この高校野球の大会から、昔は王貞治選手、江川卓選手、清原和博選手、松坂大輔選手、近年ではダルビッシュ有選手、斎藤佑樹選手、藤浪晋太郎選手など多くの有名選手をプロ野球に送り込み、プロ野球の人気を高め、その発展に貢献した。これは、シユンペーターの主張する(1)高校野球という新商品の開発、(3)高校野球ファンという新しいマーケットの獲得、(4)高校野球という新しい資源の利用という要素を満たしている。

## 3 梅田の都市開発

阪神電鉄は、大阪の玄関口である阪神梅田駅周辺の大開発を行った。1993年阪神本線野田ー梅田間の地下化、97年ハービスOSAKAの完成、99年ラグザ大阪の完成、2004年ハービスENTの完成により、ザ・リッツ・カールトン大阪、大阪四季劇場などといった施設が西梅田に誕生した。これらは阪神電鉄が「単なる土地やビルの経営と活用」から「街の経営、活用」に転換したことを示している。そして、これらはシユンペーターの主張する(1)街という新商品の開発、(3)街に住む、また働く人々という新しいマーケットの獲得を意味して

いる。

## 4 阪神なんば線の開業

阪神電鉄は、これまで甲子園線、尼崎海岸線、武庫川線の一部などの不採算路線を廃止してきたが、2009年には阪神なんば線を開業し、近畿日本鉄道と相互直通運転を開始した。この線の開業により、神戸ー奈良間を乗り換えなしで移動できるようにしたことで、人々の利便性は大いに高まり、乗客が急増した。また、この阪神なんば線の開通により、関西大手民鉄5社の中では唯一他の4社の駅へ、JRや地下鉄を介さずに直接乗り換えることを可能にした。さらに、単に神戸ー奈良間の乗客の増加をもたらしただけではなく、神戸周辺の大学が奈良県から大勢の学生を獲得するという予想外の効果も引き起こした。この阪神なんば線の開業は、シユンペーターの理論の(1)阪神なんば線という新商品の開発、(2)廃線と新線の開業という合理的経営、(3)阪神なんば線の乗客という新しいマーケットの獲得という要素を満たしている。

## 5 阪神百貨店のデパ地下

鉄道のターミナルと直結した百貨店としては、小林一三氏がつくった阪急百貨店が有名であるが、阪神百貨店が老舗の阪急百貨店に勝っているのは、地下の食品売り場である。阪神百貨店のデパ地下の賑わいは日本一と言ってもいいほどで

ある。品数の多さ、新鮮さに惹かれて、阪神百貨店の地下1階の食品売り場に大阪の女性が大勢訪れる。これは電鉄会社にとって、シユンペーターの主張する(1)百貨店の地下の食品売り場という新商品の開発、(3)新しい利用者という新マーケットの獲得を意味している。

## 6 登下校ミマモルメ

阪神電鉄は「阪神あんしんサービス登下校ミマモルメ」を2011年から事業化した。これは、学校に通っている児童にICタグを持たせれば、登下校時に校門を通過すると瞬時にメールを自動配信して、家族に知らせるシステムである。最近では、児童が登下校時に誘拐や交通事故などの事件に巻き込まれることが増えてきているが、このシステムを利用すれば家族の安心度は高まると考えられる。

これは、総務省が07年に実施した「地域児童見守りシステムモデル事業」を阪神電鉄が引き継いだものである。阪神電鉄が運輸、輸送の事業以外に、地域に密着した「安心、安全、快適、便利な街をつくる総合的な企業」を目指している証拠であると言える。このように子どもの通学や外での遊びに親が安心できる街に住みたいと思う人々が増加すれば、阪神電鉄の沿線は一層活性化するとと言える。これは、シユンペーターの主張する(1)ICタグを用いた新商品の開発、(3)「登下校ミマモルメ」を利用する人々という新しいマーケットの獲得、

(4) ICタグという新しい資源の活用を意味している。

## 7 阪神地方の軽井沢…六甲山

六甲山は、神戸市の市街地の北に位置する標高931mの山で日本三百名山の一つに選ばれた名山である。山上にはホテル、多くの別荘、高山植物園、牧場、人工スキー場、さらに小学校などがあり、さながら「阪神地方の軽井沢」と呼べる緑豊かな山である。阪神電鉄は、この緑豊かな財産である六甲山を見事に活用している。

2012年には「阪神電車みつばちプロジェクト」をスタートさせた。これは、阪神電鉄およびグループ会社の遊休地を利用して養蜂を行うプロジェクトであり、六甲山で採取したハチミツを「六甲山ミツバチやまみつ」として販売を開始して好評を博したほか、ハチミツを使ったドレッシングも人気を呼んでいる。

もちろん、六甲山の多くのハイキングコースは、関西のハイキングファンにとつて人気のコースであり、土日祝日には大勢のハイキング客で山は賑わい、また山頂からの展望は絶景である。特に、神戸の夜景は有名な香港のヴィクトリア・ピークからの夜景に勝るとも劣らないほどだと言われている。これは、シュンペーターの主張する(1)観光資源を利用する新商品の開発、(3)観光やスポーツを楽しむ人々という新しいマーケットの獲得、(4)六甲山という資源

の活用を意味している。

## 8 野菜栽培

「エッ、阪神電鉄が運輸事業ではなく農業に乗り出したの？」という疑問を持つ人もいるかもしれないが、阪神電鉄は野菜の栽培に乗り出したのである。阪神電鉄は、今まで他社がやったことがない、高架下の空きスペースを活用した「ものづくり」を行おうと考えた。そして、交通の最重要課題である「安心、安全」を家庭にまで届ける「食の安心、安全」を家庭しようとして、「阪神野菜栽培所」を大物駅と杭瀬駅間の高架下に建設し、安全な野菜をつくり始めたのである。これは、シュンペーターの主張する(1)野菜という新商品の開発、(3)安全な野菜を購入する沿線住民という新しいマーケットの獲得、(4)高架下という資源の活用を意味している。

## 9 ソダッテ阪神沿線 新在家編

2012年、阪神電鉄は本線の新在家駅の高架下空き区画を活用して、飲食を中心とした店舗の開業を支援する沿線活性化プロジェクト「ソダッテ阪神沿線新在家編」をスタートさせた。これは、長期間使用されてこなかった高架下空き区画を利用して、街の活性化を図ろうとする取り組みである。これは、シュンペーターの主張する(1)高架下での店舗という新商品の開発、(3)それらの店舗を利用する人々という新しいマー

ケットの獲得、(4)高架下空き区画という資源の活用を意味している。

このように、阪神電鉄は、シュンペーターの「経済発展の理論」を見事に適用して、関西有数の電鉄会社に発展を遂げてきた。

## 10 まとめ

### 鉄道の沿線価値の向上と地域経済

阪神電鉄の事業としては、これまで述べてきた以外に、バスやタクシーの運輸事業、すでに述べてきた六甲山をはじめ姫路、奈良などの観光資源、さらに神戸、大阪などの大都市という集客資源の活用、そして、沿線各地での分譲住宅やマンションの建設など多くの関連事業を行ってきた。

ところで、阪神電鉄はこれまで優れたキャッチコピーをつくり出してきた、大勢の阪神電鉄ファン、乗客を獲得してきた。昔、阪急電鉄が神戸本線を開業させたとき、乗客獲得競争を繰り広げることになり、そのときには大阪―神戸間の本数を大幅に増やして、「待たずに乗れる阪神電車」というキャッチコピーで阪神電鉄の知名度を高めた。これは最近まで使われてきた阪神電鉄のビッグキャッチコピーである。

また、阪神なんば線の開通に際して、阪神タイガースの金本選手の後姿の看板をつくって「阪神電車、ミナミへ」というキャッチコピーをつけ、さらに当時

の真弓監督を使って、「始動、新線力」というキャッチコピーで、阪神なんば線の知名度アップと利便性を訴え成功した。

最近では前述のように、児童の登下校の安全を守る「登下校ミマモルメ」や、高架下の空き区画を利用して飲食を中心とした店舗の開業を支援する「ソダッテ阪神沿線 新在家編」など、人々を引きつけるキャッチコピーについては、枚挙にいとまがないほどである。

このような多くの人々を引きつけるキャッチコピーは、阪神電鉄ファンや乗客の拡大につながり、阪神電鉄の評価を高めている。

このように、阪神電鉄は沿線価値の向上に努めてきているが、阪神電鉄のみならず、すべての民間鉄道会社は、各社とも自社の営業利益の拡大だけではなく、沿線地域の人々の利便性、生活、安全、快適さの向上に努めてきている。これらの向上を図ることによって沿線の価値が上昇する。その結果、民間鉄道会社に対する人々の信頼が高まる。人々の信頼が民間鉄道会社の事業の拡大につながる。それがまた、各社の沿線地域への貢献に拍車がかかるということになる。

「民間鉄道会社の沿線地域への貢献」  
↓「沿線地域の人々の利便性、安全性、快適性の向上」  
↓「沿線地域の価値の向上」  
このプラスのスパイラルがすべての民間鉄道会社の経営理念である。

# 特集：新規事業の創出と企業価値の向上

【街を変えていく阪神電鉄の新規事業】

TOP INTERVIEW

## 阪神電鉄の クロスオーバー型経営

「鉄道王国」とも例えられる関西圏。

都市間輸送ルートを複数の鉄道事業者が担い、沿線住民の生活は、鉄道とそのグループ企業に密にかかわっている。

阪神電気鉄道は、そうした他社との競合や沿線住民との関係性の中で、都市交通事業を中核に、

新たな着想と創造力でさまざまな事業を展開してきた。

近年では「事業化促進制度」を導入、

従来の事業分野には収まりきらない、

社員の自由な発想から生まれた新しい事業も誕生している。

広範かつ多角的に事業を推進し、

そのシナジー効果で「阪神」の企業価値を高めていく。

阪神電気鉄道株式会社の藤原崇起社長にお話を伺った。

阪神電気鉄道株式会社 社長

藤原崇起

Takaaki FUJIWARA

文◎茶木 環／写真◎織本知之

## 特集：新規事業の創出と企業価値の向上

【街を変えていく 阪神電鉄の新規事業】

### 制約の中で生まれた創意工夫

——阪神電鉄のその成り立ちからお話を聞かせてください。

**藤原** 阪神電鉄は、当時アメリカで発達していた電気鉄道網に学び、大阪と神戸を結ぶ日本初のインターアーバン（都市間電気鉄道）として、1905年に開業しました。ルートは、既設の官設鉄道東海道本線（現・JR神戸線）に寄り添うような形です。

官設鉄道は、阪神間を直線の線路で効率よく結び、当時は途中駅も3駅しかありませんでした。これに対抗するため、当社は大阪―神戸間に点在する集落を結ぶように線路を敷き、集落ごとに停車場をつくりました。当社の路線に直線区間が少ないのはそのためで、32・1kmの本線には現在33駅、ほぼ1km毎に駅があります。この短い駅間距離は、東京圏の地下鉄は別として、民営鉄道では非常に珍しいケースだと思えます。

また、当社は軌道敷設の特許<sup>\*</sup>を取得し、軌道条例に準拠しながら専用軌道を設置して高速運転を行うという基本方針を掲げて開業しました。

駅数が多いということは、それだけ時間がかかるといことです。たくさんのお客さまにご利用いただくため、運賃を低廉に設定し、頻発運転と高速化で所要時間の短縮を図っていきました。1921年には本線で日本初とな

る路面電車の急行運転を開始し、翌2年には急行列車の普通列車車追い越し運転も開始しています。

——大阪と神戸、二つの都市を結ぶ鉄道として、発展されてきたのです。

**藤原** ええ。戦後は、車両の大型化を進め、1954年には19m級の大型車を初めて特急に投入しました。また、駅間距離が短いという線区の実情を踏まえて、普通列車用には58年に加減速性能が高い「ジェット・カー」を開発、各駅停車の所要時間を短縮させています。

一方、もともと軌道線でスタートした当社の駅施設は用地に余裕がなく、施設を拡張するのは困難でした。お客さまの増加に対応して車両編成を増やすことはできません。

そこで、当社は、追い越しができる待避駅を9駅整備し、電車の本数や種類を増やすことで、高速化と輸送力増強を実現していきました。高性能車両を投入し、効率のよいダイヤを編成する。現在では、特急や急行などの他、区間特急や区間急行なども加えて9種類の列車を運行しています。

開業以来、当社はその時々にあるがままの現状、制約を受け入れ、そこに創意工夫や努力を重ねていくことで「いかにお客さまにご利用いただけるものにしていくか」を追求してきました。路線の短い当社線は観光鉄道ではなく、鉄道敷設とともに宅地開発を推進

してきた鉄道事業者とも異なります。しかし、通勤通学路線として地域の生活に貢献してきた当社の成り立ちも、日本の鉄道モデルの一つと言えるのではないかと思います。

——2009年には、阪神なんば線を開業されました。

**藤原** 大阪の都心部は、大阪市営地下鉄が他社との相互乗り入れをしないことを大原則に路線網の整備を進めてきました。民鉄各社はそれぞれのターミナル止まりで、都心部を横断することはできない。それができるようになったのが阪神なんば線です。われわれが40年以上前から持っていた構想がようやく実現しました。

阪神なんば線の開業で大阪都心部の東西軸が誕生し、阪神と近鉄、二つの路線がつながりました。それまで、阪神沿線から近鉄沿線へ行くには、何回も乗り換えていたのが、乗り換えなしで行ける。長年のミッシングリンクが解消され、利便性の高い鉄道ネットワークが形成されると、堰<sup>せき</sup>を切ったように人々が動き、人々の流れが変わることが大阪でも証明されました。

もう一つ、阪神なんば線の開業で当社は民鉄では唯一、梅田と大阪難波、二つのターミナルに通じるようになりました。キタとミナミの両側から大阪の中心部にアクセスできるようになり、利便性が格段に向上しています。昨年3月のダイヤ改正で快速急行の到達性

を高め、輸送力を増強した効果もあって、昼間の時間帯にご利用になるお客さまが非常に増えました。

神戸―奈良の観光利用と大阪中心部でのビジネス利用。多くのお客さまのご利用を通じて、大阪圏活性化のお役に立てていると思います。

### チャレンジを積み重ねてきた歴史

——鉄道以外にもさまざまな事業を展開されています。新しいことに挑戦される企業風土があるのでしょうか。

**藤原** 長い歴史の中で、大きなきっかけとなったのは、やはり1924年に開設した阪神甲子園球場でしょう。甲子園の辺りに流れていた、現在の武庫川の支流だった枝川を廃川するという兵庫県の決定を受けて、当社は河原



関西の交通地図を大きく変えた阪神なんば線。福一伝法駅間で淀川を渡る。

※1977年12月に軌道法から地方鉄道法適用に変更されている。



西梅田地区に誕生した「これまでの大阪にはないまち」。ハービス ENT、ハービス OSAKA が並ぶ。

ガース）を創設します。オフシーズンの冬には、球場に雪を運び込み、スキートのジャンプ大会を開催したこともありまし

た。そうしたチャレンジを重ねる中で、自分たちに与えられたものを最大限に活用しよう、工夫をしてお客さまに喜んでいただけることをしよう、そんな企業風土が根付いていったのだと思います。

——近年では、2004年に完成したビッグプロジェクト、西梅田地区の再開発事業があります。

藤原 西梅田再開発の第Ⅰ期事業として「ハービス OSAKA」を、第Ⅱ期事業として「ハービス ENT」を誕生させました。大阪駅から西の、もともとゆとりや潤いの少なかったエリアに、これまでと雰囲気全然違う、魅力あふれる新しいまちをつくらうと、当社が総力を挙げて取り組んだ事業です。

日本にまだ進出していなかった高級外資系ホテルのザ・リッツ・カールトンを誘致して、ハービス OSAKA の核にしました。また、ハービス ENT にはショッピングセンターにスーパーブランドの店舗を入れ、大阪ブルーノート（現・ビルボードライブ大阪）、それに四季劇場を誘致して、この境界

だった土地を造成し、球場やレジャー施設、住宅地をつくることにしました。阪神電車をお客さまにご利用いただくために、枝川が埋め立てられたら、そこで自分たちは何ができるのかを考えたのです。

に「これまでの大阪にはないまち」を誕生させたのです。

私が入社した時代は、甲子園球場や六甲山地区におけるレジャー事業が、いわゆる阪神の新しい事業分野でしたが、歳月を経て、文化や芸術の分野でも何かできるのではないかという思いが強くなっていました。西梅田再開発が成功裡に終わり、自分たちにもできるのだということを確認できたように思っています。「あるべきものを自分たちで使えるとしたら、どんなことをしたらいいのだろうか」という、創業時からの DNA が継承されているのだと思います。

——そうした企業風土があればこそでしょう。か。「阪神野菜栽培所」など、ユニークな事業が誕生しています。

藤原 高架下の有効利用は、鉄道事業者共通の課題です。当社の路線は現在、9割近くまで立体化が進んでいますが、高架の構造は鉄道の安全走行を大前提としていますから、頑丈な柱がたくさんあって、土地幅も狭い。利用するには制約があります。それでも何かできないかと考え、たどり着いたのが「阪神野菜栽培所」のレタス栽培です。

レタス栽培が軌道に乗り、次は何をつくらうかという話になったとき、イチゴはどうだろうという案が出ました。イチゴをつくるなら「受粉が必要だ」、それなら「まず、ミツバチだろ

う」(笑)。そこから、六甲山に自生するニセアカシアを使って養蜂するプロジェクトが生まれ、400kgもの蜂蜜を採取して、阪神ブランドの蜂蜜や蜂蜜入りドレッシングを販売しています。

こんなふうになら新たな取り組みが一つ始まると、社員が次々とアイデアを持ち寄って、つなげていく。「やってみよう」という意欲が旺盛なんですね。

——高架下利用にも関連しますが、地域の活性化を目指す「ソダッテ阪神沿線新在家編」も今までにない試みです。

藤原 ええ。新在家駅高架下の空き区画で、マイクロ投資という住民参加型のファンドを活用して飲食を中心とする店舗の開業を支援します。

新在家駅が位置する神戸市灘区は工業地帯でしたが、阪神・淡路大震災の



三宮駅にて、乗務員と談笑する藤原社長

被害で工場がなくなるなど、まちの様子が大きく変わっています。駅周辺にはマンションや新しい住宅が次々と建って、若いファミリー層が増えました。阪神電車も、近隣の工場に勤務される方に代わって、都心にお勤めの方や学生さんのご利用が増えてきました。そうになると、駅や駅の周辺に求められるものも変わってきますよね。

新在家駅に求められるものを地域の皆さまと一緒に、まちを盛り上げていく。新在家に根差して事業をされる皆さまの考えを伺いながら、われわれがお手伝いできることは何かを考え、つくりあげたプロジェクト・スキームです。

——もう一つ、「登下校ミマメルメ」も、利用者のニーズを的確に捉えたメルサービスとして注目を集めています。

藤原 子どもの校門通過情報を保護者にメール配信するサービスです。

当社は、IT産業に早くから参入し、制御システムの開発などで実績を上げてきました。阪神電鉄も加盟するPiTaPaカードには、子どもが加盟鉄道の改札を通過すると、その情報を保護者にメール配信する「あんしんグループパス」というオフィシャルサービスがあり、このサービスも当社のグループ会社が運営しています。

そうしたグループ内の実績やノウハウを機能的に組み合わせ、子どもたち

の安全と保護者の安心を守る独自のサービスを構築しました。この4月でサービスの本格運用開始から3年目を迎えますが、導入校は小中学校を中心に、間もなく300校に達する見込みです。

「『安心・快適』、そして『夢・感動』をお届けすることで、お客さまの喜びを実現し、社会に貢献する」というのが、当社の経営理念です。当社が手掛ける事業の中には、この登下校ミマメルメをはじめ鉄道会社としては珍しいといわれるものが多々ありますが、「安心・快適」をお届けしたいという理念の下に始まっていることには変わりはないのです。

新たな視点で成長の芽を見つける

——2009年には「事業化促進制度」を導入されたと伺っています。

藤原 当社の決して広くはない沿線エリアの中で事業を発展させていくには、常に新たな視点で、その時々に必要なものを見つけて対応していかなければならないと考えています。事業化促進制度は、新規事業の創出と支援を図ることを目的とした制度で、登下校ミマメルメはこの制度の下に事業化されました。実際に注目される事業が誕生していることで、若い社員が積極的に新しいことに挑戦する、そんな企業風土がますます強くなってきた印象を持っ

ています。

阪神野菜栽培所の水耕栽培レタスは、露地物よりも日持ちする特質を備え、価格も安定しており、すぐそばの沿線消費地に、新鮮な商品を安定供給できます。また、共働きのご家庭が増え、子どもたちの安全を守る手立てが求められているのに対し、われわれが持つノウハウや技術でお応えしたのが登下校ミマメルメのサービスです。

何ができるか、何が求められているのか——自分の目の前の仕事だけではなく、社内や沿線エリア、社会全体を緊張感を持って見渡し、自らの視点で「何か」を見つけ出すことが必要です。新規事業につながるような「芽」を見つけることが一番大切なんですね。

——社員の皆さんにとっては自らの可能性、夢が広がる制度です。

藤原 現在の鉄道事業は、昔のようにどんどん延伸していくことはあり得ないし、少子高齢化の影響もだんだん大きくなってきました。かと言って、航空機のように世界とつながることもできない。何か新しいものを皆でつくり出していかなければなりません。社員には、夢や希望を持って、新しい事業の種まきに取り組みでほしいと思っています。

——今後の事業展開については、どのようなお考えをお持ちですか。

藤原 ITを中心に新しい事業を展開していくことになるだろうと思います。登下校ミマメルメのように、鉄道をご利用いただく地域の皆さまと直接つながるさまざまなサービスを創出できるのではないかと考えています。

われわれ自身が「阪神」の名前を出すことを必須と考えていないこともあって、当社の事業の中には当社がやっていること自体、知られていないものも少なくありません。けれども、当社の事業だとお知りになると、納得してくださるケースがとても多い。鉄道事業者は地域の皆さまと「安心」や「信頼」で結ばれています。どの事業においても、お客さまにお持ちいただいている安心感や信頼にきちんとお応えしながら、発展させていきたいと考えています。



# H A N S H I N

# 阪神電鉄の

# ベンチャースピリット

創造的かつ挑戦的な事業を展開する。

鉄道会社は、そもそもベンチャー企業だ。

ルールを敷き、さまざまな施設をつくり、まちをつくる。

阪神電鉄も創業以来、スケールが大きい、長期的視野に立った新規事業を次々と展開してきた。

創造、努力、挑戦、熱意——阪神電鉄のDNAは脈々と受け継がれ、

各方面で新たな取り組み、新たな事業が誕生している。

中には、鉄道会社のイメージとかけ離れたようなユニークなビジネスも登場、

注目を集めているが、実はそうした事業のベースにも、

「鉄道の安心」と「鉄道の目線」が活かされている。

文●茶木 環／撮影●織本知之



# 1 登下校ミマモルメ

子どもたちと保護者に「あんしん」を提供



阪神電気鉄道株式会社 関連事業部 課長

小坂光彦

Mitsuhiko KOZAKA

阪神電鉄の新規事業の中でも、急成長を遂げているのが、阪神あんしんサービス「登下校ミマモルメ」だ。4年前に社内に導入された起業支援制度に合格、先陣を切ってスタートした。「ICタグによるノンタッチ方式」を採用し、確実な校門通過メールを保護者に送信する。学校の協力や許可は必要だが、阪神電鉄と保護者の直接契約の仕組みをつくり、公立学校でも導入できるサービスになった。「登下校ミマモルメ」の新たな着想に基づく、細やかなサービス内容を紹介する。

## 事業化促進制度で誕生した新事業

ICタグをランドセルに入れた児童が校門を通過すると、保護者の携帯電話などの登録したアドレスにメールが自動配信される。保護者は子どもが無事に学校に登校したことが、下校して自宅に帰ってくることを確認できる。「登下校ミマモルメ」は、さまざまな危険にさらされている子どもたちの登下校を見守る新しいメールサービスだ。

この事業の発案者は、関連事業部の小坂光彦課長。阪神電鉄も加盟するPiT a Paカードには、子どもが加盟鉄道の改札機を通過すると、その情報を保護者にメール配信するオフィシャルサービス「あんしんグループパス」がある。その運営を「スルツとKANSAI」からグループ会社のアイテック阪急阪神(株)が引き継ぐことになったとき、担当したのが小坂課長だ。

「あんしんグループパスのコールセンターに見学に行くと保護者からお礼の手紙がたくさん届いていて衝撃を受けた。こんなに必要とされるサービスなら、もっと広く利用できるようにしたいと思った」と小坂課長は語る。

アイテック阪急阪神では、PiT a Paカードを使った私立小学校向けの登下校メールサービスを先行して提供していた。しかし、子どもたちのタッチ忘れが多いなどの課題が発生しており、その解決が急がれていたという。

「いろいろ調べるうちに、無線ICタグを使えば、タッチ忘れなどの課題を解決できることが分かり、私立だけではなく公立小学校でも導入できるサービス化

に向けて検討を開始した」

そんなとき、総務省の地域児童見守りシステムモデル事業に参加していた大阪市の小学校から、「実証実験が終了するが、保護者から継続要請が多く、引き受け先を探している」と声がかかった。「あんしんグループパス」の運用実績が認められての連絡だ。

ここから実現に向けて、動きが一気に加速した。阪神電鉄の企業風土は、自由な発想を尊重するベンチャースピリットだ。2009年には起業支援制度と事業アイデア提案制度の2部門からなる「事業化促進制度」を導入、社員の新規事業への挑戦を後押ししている。

「この制度で実現のチャンスが巡ってきた」と感じた小坂課長は、企画を応募。事業計画の1次審査合格で出た資金を使って、無料テストサービスを実施した。この結果に基づき、2次審査も合格。こうして「登下校ミマモルメ」は起業支援制度から誕生した最初の新規事業となり、2011年4月、本格運用をスタートさせた。

## 取引関係を変えて新市場開拓

「登下校ミマモルメ」の最大の特長は、無線のICタグを使っていることにある。

ICタグは小型(約40×58×6mm)で軽く、タッチする必要がないのでランドセルに入れたまま使用できる。

学校に必要な設備は、校門前に埋め込んだICタグを起動させるトリガーコードと情報を読み取る受信アンテナだけ。

子どもが校門を通過するとICタグが起動し、情報発信する仕組みだ。保護者には「〇〇小学校の門を通過しました」というメールが自動配信される。ミマモルメは「見守る+目」という意だが、「メ」にはメールの意味もあるという。

ICタグの電池耐用年数は7年間で、小学校入学から卒業まで使用しても余裕がある。また、登下校メールの配信先は4件まで登録可能で、両親のほか祖父母も登録するケースが少なくない。費用は初期登録料が2500円で、年間利用料は阪急阪神サービエリア内は年額4200円、それ以外の地域は年額5040円。それぞれ兄弟2人目には割引料金が適用され、3人目以降は無料となる。

もう一つ、「登下校ミマモルメ」には際立った新規性がある。サービスの利用を、阪神電鉄と保護者の直接契約としている点だ。子どもの登下校情報を保護者に自動送信メールで知らせるという仕組み自体は、すでに存在していた。しかし、それらは「システムを販売または貸与する」という事業形態で、契約は企業と学校との間で結ばれる。費用や保護者への対応などの運用は、すべて学校側の負担だ。

これに対し、「登下校ミマモルメ」はサービス業として事業化することで、学校側の負担を解消した。学校に設置する設備は阪神電鉄が負担。保護者への説明会や契約も阪神電鉄が直接行うため、学校やPTAが取りまとめる必要はない。また保護者からの問い合わせを学校が受けなくてもすむように、コールセンターを開設。個々の携帯電話の機種変更に伴



1 ランドセルに入れたまま使えるICタグ 2 校門通過と同時に携帯電話にメールが届く  
3 4 「ノンタッチ方式」の採用で、子どもたちが校門を通過するだけで確実にメールを送信

う手続きや操作まで、きめ細かくフォローしている。

経済的・作業的な負担がなければ、公立小学校でも導入が可能だ。私立に比べて、公立小学校の児童数は格段に多く、市場規模も大きい。

学校側にも、大きなメリットがある。全保護者を対象とする一斉メール配信サービスが無料で使えることだ。学年別・クラス別・児童別・グループ別といった配信も可能で、保護者に提供する情報の管理もしやすく伝達も迅速になる。

さらに、心配りが行き届いているのは、必ず無料のお試し期間が設定されていることだ。通常は2カ月間（新入生は3カ月間）で、サービスを必要と感じなければ、ICタグを返却するだけでお試し利

用を終了できる。設備工事も無料ということと考え合わせると、かなり豪華な印象を受けるが、もちろん勝算はある。「シンプルな機能だからこそ、使ってみてはじめて、各家庭のその時々に応じた幅広い便利さを実感していただけだ。お試し期間中に、大抵、子どもが予定より早く帰宅するなど『これがあつて助かった』ということが起こるらしい。だからお試し期間を長く設定するほどサービスの良さが伝わる」

### 鉄道会社的な発想のサービス

ところで、「登下校ミマモルメ」が正式に新規事業としてスタートした当初、沿線の公立小学校に営業に行った小坂課

長は、大きな壁にぶつかった。学校側の返答はどこも同じ、「前例がない」というのだ。ならば前例をつくらうと、各自治体や教育委員会にも理解を求めると、粘り強く足を運んだ。

やがて地道な努力が実り、1校目となる兵庫県芦屋市の湖見小学校が導入を決めると、それを皮切りに導入校は飛躍的に伸びていった。検討段階の学校が導入にも多かつたそうだ。阪神間のシェアは特に高く、西宮市と尼崎市の公立小学校の導入率は75%、芦屋市では100%に達した。今では、関西圏だけではなく、東京や神奈川、群馬など関東エリアにも広がっている。

現在、「登下校ミマモルメ」を導入し

## 登下校メールも一斉配信メールも有効に活用しています。



### COLUMN

芦屋市立潮見小学校 校長

**伊田義信**

Yoshinobu IDA

PTA 会長

**北村千早子**

ほか保護者の皆さん  
Chisako KITAMURA

「登下校ミマモルメ」を最初に導入した芦屋市立潮見小学校。伊田義信校長は「当時、PTAの幹部の皆さんと、連絡手段としてメール配信を検討していたところに阪神電鉄から話があったのがきっかけ。『登下校ミマモルメ』は一斉メール配信サービスもついており、設置費用やメールアドレス管理の負担もないということで、メリットがあると思った」と語る。

伊田校長は市教育委員会の了解を得た上で、PTAと協議。「一斉メール配信サービスが学校にも保護者にも負担なく使え、登下校メールは希望者だけが利用する方式なら問題ないのでは」ということで、PTAの協力により導入に至った。

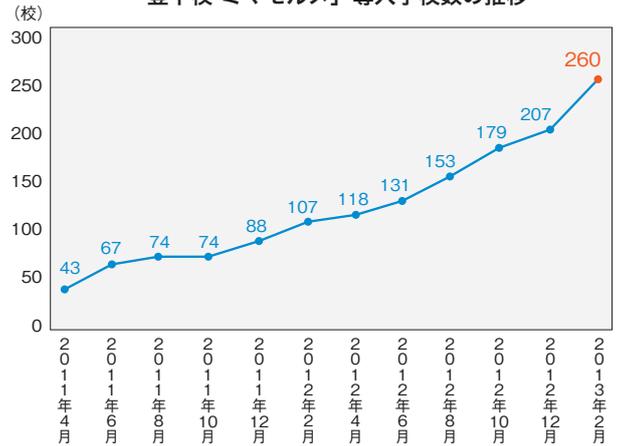
登下校メールについては「無料のお試し期間があったので気軽に申し込んでみた」という保護者が多数だったが、お試し期間が終わり登下校メール配信サービスの利用が有料となっても、解約はほとんどなかった。

PTA会長の北村千早子さんをはじめ保護者たちは、登下校メールについて、「登下校メールは子どもの行動の目安になって助かる」「『今日も無事に学校に着いた』と安心する」と口々に話す。利用した感想としては「今では生活にすっかり溶け込んでいる」「子どもが3人いるので、兄弟割引を活用している」「下校メールを受信したら急いで帰宅する。留守宅に子どもが帰ることがなくなった」などの声が上がった。伊田校長も「全国的にも子どもたちをめぐるさまざまな事件や事故が起きている



中、安心を提供できるサービスは時代的にもニーズがあるのだと思う。保護者や学校の安心・安全の一助になっているのではないかと話す。導入から3年目、「登下校ミマモルメ」は学校生活に定着しているようだ。

「登下校 ミマモルメ」導入学校数の推移



ている小・中・高校は260校。そのうち公立校は217校で、最近では国立・私立も増え、43校が導入している(2013年2月現在)。加入者数は、スタート時から2年弱で約4倍に増え、3万5000人を突破している。

注目されるのは、通学路の範囲が広がり、部活動などで帰宅時間が遅くなる中学生や高校生にもニーズが拡大している点だ。保護者だけではなく、中高生自身で「守られている」という安心感を望んでいるという。さらに、塾やスイミングスクール、学童保育や保育園などでも、導入が始まっている。

スタート当初は大きな壁にぶつかったとはいえ、「登下校ミマモルメ」が短期

間にこれだけ受け入れられる背景には、子どもたちの登下校中の事故や事件が増えているという現実がある。そして、このサービスを提供する会社が阪神電鉄であるということ、学校や保護者が阪神電鉄という地域密着型企業に寄せる信頼の高さが決め手となった。

「登下校ミマモルメ」は、社内では『あんしん事業』と呼ばれている。この事業が目指しているのは、システムの販売ではなく、システムを使って子どもたちと保護者に安心をお届けするという点。個々のお客さまを意識したサービスという点では、とても鉄道社会的な発想だと思う。

「登下校ミマモルメ」は、学校設備工事

を阪神ケーブルエンジニアリング(株)と中央電設(株)、システムをアイテック阪急阪神(株)、通信を(株)ベイ・コミュニケーションズ(ケーブルテレビ)、メール配信をユミルリンク(株)が担当している。

「I社ではできないこともグループの総合力を使ってできることは多い。さまざまな形で地域の『安全・安心』に貢献し、沿線価値の向上につなげていきたい」

今春で「登下校ミマモルメ」は3年目を迎える。担当者は、年明けから各小学校の入学オリエンテーションで説明会を行っているが、多数の保護者から「入学式までに必ずICタグが欲しい」とリクエストされるそう。阪神電鉄が担う「安全・安心」の領域が確実に一回り大きく、厚みも増したということだろう。

# 2

## ソダッテ阪神沿線 新在家編

マイクロ投資を導入して沿線活性化を進める



石原敏孝  
Toshitaka ISHIHARA  
阪神電気鉄道株式会社  
経営企画室(グループ営業推進・沿線活性化担当)課長

新在家駅周辺は、震災からの復興後、マンションの増加とともに若いファミリーなど新しい居住者が増えている。昔ながらの活気を保ちつつ、新たな住民層にも親しまれる地域づくりを目指して、阪神電鉄は沿線活性化プロジェクト

「ソダッテ阪神沿線 新在家編」を立ち上げた。

新在家駅の高架下店舗の開業を支援するものだが、支援の仕組みとして個人による少額投資「マイクロ投資」の手法を活用している。

鉄道会社による沿線活性化においては、日本初の試みだ。

### 住宅地・勤務地の特色を併せ持つ街

三宮から大阪方面に出発して5駅目となる新在家駅。海側には大規模な工場が多く、駅周辺には、勤務を終えた人々が仕事帰りに立ち寄り肩肘張らない飲食店が今なお軒を並べる。一方、近年は若い店主が経営するしゃれた店舗も増え、昔ながらの下町的な風情と新しい世代の個性が混じり合う。

新在家駅が位置する神戸市灘区は阪神・淡路大震災での被害が大きく、震災後はマンションの供給が進み、若いファミリー層を中心に新しい居住者が増えている。

新在家駅の1日の乗降人員は9663人(2011年11月平均)。05年と比較するとおよそ14%増えている。駅周辺500m圏の人口は約1・4万人(09年)で、沿線では野田駅に次いで多い。昼間人口も約1・5万人と多く、住宅地と勤務地両方の性格を併せ持っている。さらに新在家駅を中心に南北両側に、大規模店舗を核とする商業集積地があり、周辺エリアからの吸引力も高い。

「当社線の急行停車駅と遜色のないポテンシャルのあるエリア」と、経営企画室(グループ営業推進・沿線活性化担当)の石原敏孝課長は語る。

震災を経て、新在家には新しいまちの個性が生まれているのだ。

「まちの変化に伴い、駅を中心にしたコミュニティの形成が必要になっていく。新在家駅の高架下は、いくつかの小規模な区画が長い間、空いたままになっていた。この空き区画への出店支援を行

うことで、まちの個性に合致したエリアをつくり、地域のにぎわいを創出していきたい」

### 出店者を支援するマイクロ投資

新在家駅高架下の空き区画は、高架下中館・東館の8区画。出店者の募集は通常、不動産物件の賃貸借で終わるところだが、阪神電鉄では沿線活性化プロジェクト「ソダッテ阪神沿線 新在家編」を立ち上げ、住民参加型の高架下店舗開業支援をスタートさせた。

2012年11月から募集が始まった出店8区画は、1事業者が複数区画を使用することも可能だ。1区画の面積は34×97・5㎡。募集業種は飲食店あるいは食品物販店で、契約形態は7年間の定期建物賃貸借契約となる。

出店者の応募要件は二つ。「新在家に縁、想いがある人」「創業や新たな業態での出店など新しいことにチャレンジする人」だ。

募集区画とは別に、プロジェクトに賛同した(株)オベーションプラスの先行出店が決まっているが、同社の梅村代表も灘区在住だ。子ども連れでも気軽に利用できるイタリアンレストランを開店する。

「実際に応募されてきた方々は、このエリアの出身者や在住者、長年この地で店を営んできた方、あるいは以前この地で店を営んでいたが震災の影響で撤退し、再度挑戦したいという方々だ。このまちと長くお付き合いいただける方に出店していただきたいと思っている」

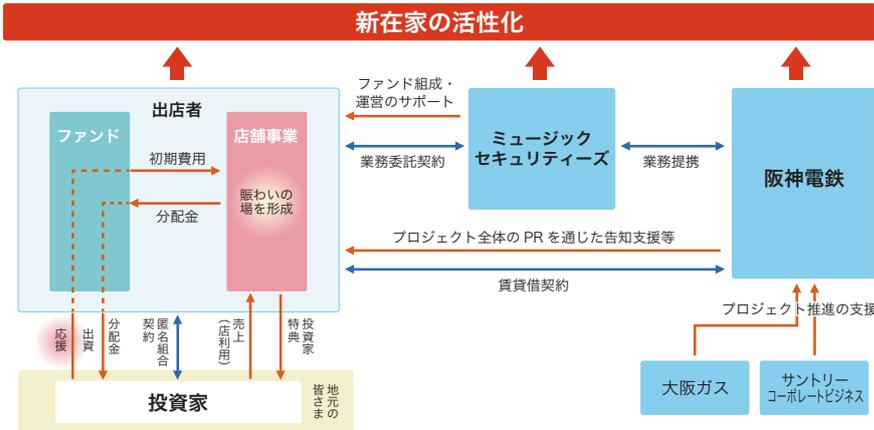
開業支援の仕組みには、マイクロ投資

# 特集：新規事業の創出と企業価値の向上

【街を変えていく 阪神電鉄の新規事業】



1 出店支援を行う新在家駅高架下 2 マンションが建ち並ぶ新在家駅周辺。新しい「新在家のまちづくり」を目指し、プロジェクトが進められている 3 新在家の駅舎の美装化も進む



「ソダツテ阪神沿線 新在家編」は、鉄道会社が沿線活性化の取り組みにマイクロ投資の手法を活用した、日本初の試み

## 地域を皆で盛り上げる

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「ソダツテ阪神沿線 新在家編」は、鉄道会社が沿線活性化の取り組みにマイクロ投資の手法を活用した、日本初の試み

## 地域を皆で盛り上げる

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

「出店者は、出資を通じてオープン前から地域とのつながりや応援が得られることを期待している。投資家に共感してもらうためには、出店者自身のプロフィールや店舗のコンセプト、そして新在家に対する思いを伝えていくことが重要になってくると思う」

# 地域に根差す 阪神電鉄とともに 出店者をサポート したい。



ミュージックセキュリティーズ株式会社  
代表取締役

## 小松真実 Masami KOMATSU

### 地域に貢献する事業者の資金ニーズに応える

当社は、マイクロ投資プラットフォーム「セキュリティ」というサイトを運営しています。事業資金を求めている事業者とその事業に賛同して出資する個人を仲介するサイトで、その時点で募集しているファンドが一覧になっています。個人の投資家はそこから、自分が共感できる事業に出資できる仕組みです。音楽ファンドを起点に、これまで175本、総額約30億円のファンドを立ち上げ、90の事業者が当社の「セキュリティ」を利用しています（2013年1月現在）。

マイクロ投資の魅力は、自分が応援したいと思った人・店・会社・事業に直接投資できることです。例えば、レストランファンドでは、その店のオーナーや料理のファンが支援する。純米酒ファンドでは、醸造に時間がかかるために、その間の資金繰りに苦心する蔵元を、その銘柄の全国各地の愛好家たちが支える。セキュリティ被災地応援ファンドでは、これを応用して、東日本大震災で被害を受けた事業者の早期再建を寄付と投資で後押ししています。

投資家は、少額であっても自分のお金がどのように役立っているかをリアルに感じ取ることができます。事業者たちも、大勢から集まった資金と支援を得ることで、事業により熱意を込

めるようになります。マイクロ投資で、地域に貢献している事業者の資金ニーズに応えていきたいと考えています。

### 店舗同士が成長し、地域発展につながる

阪神電鉄は地域に根差している企業です。マイクロ投資を活用するには、これがとても大切なことなんです。「ソグッテ阪神沿線 新在家編」のプロジェクトのお話を伺ったときも、「高架下の空き区画にいい店を出してほしい」「店の客となる地域の人々の声も反映していきたい」という強い思いを感じました。マイクロ投資のダイレクトな投資ならそれが実現できると考えています。

今回のプロジェクトでは、投資家のほとんどは、新在家エリアや阪神沿線の方々になるだろうと予想しています。投資家募集の告知自体が店舗のPRになりますので、阪神電鉄と協力して、この地域内での告知を重点的に行っていきたいと思っています。また、事業者の開店への意欲や熱意、これまでの実績や店、オーナーの魅力を伝えることが非常に重要になってきますので、サイトに各店舗のマイページを開設したり、メールマガジンを配信するなど、投資家と出店者とのコミュニケーションをサポートしていきます。

店舗の開業前に、出店者と投資家のミーティングやメニューの試食会を開くことも検討しています。場合によっては、投資家の意見をヒントにメニューを考案する。投資家自身も共同事業主のような感覚で店に関わってもらえると、店と客の間にこれまでにない関係性が生まれます。双方で店を育てていくということですね。出店者にとっては励みになると同時に多少のプレッシャーになるかもしれませんが、ぜひそれを活力にして、いい店づくりに取り組んでいただきたいと思います。

当社がこれまで手掛けたレストランファンドは個別のものでしたので、集積した複数の飲食店のファンドを組成するのはこのプロジェクトが初めてです。個別の店舗同士のいい意味での競争が生まれるでしょうし、店のオーナー同士が互いに出資し合うようになるかもしれない。さまざまな形ですべての店がともに成長し、にぎわいが生まれて、この地域が発展していく可能性を感じます。

### 鉄道におけるマイクロ投資の可能性

投資家が事業者に共感する。事業者は投資家に対して魅力をどんどん出していく。通常のファンドのように利回りだけを重視するのではない、「投資」の原点の形に立ち返ったこのマイクロ投資を、新しい有効なお金の使い方として定着させていきたいと思っています。

全国には魅力的な鉄道がたくさんありますが、熱烈なファンも多いのに財政的には厳しい事業者もあると聞きます。仕組みが整えば、そうした鉄道の整備などにマイクロ投資を活用することも、十分考えられます。地域に愛されている鉄道を、皆で支援することで残していくことができるのではないのでしょうか。

# 3

## 阪神野菜栽培所

高架下スペースを活用して野菜を栽培



阪神電気鉄道株式会社  
都市交通事業本部 工務部 技術課  
阪神野菜栽培所 所長

板垣政広

Masahiro ITAGAKI

阪神電気鉄道株式会社  
都市交通事業本部 工務部  
技術課 課長補佐

温井 見

Akira NUKUI

阪神電鉄は既成市街地を結び、混雑地域を通過するため、早い段階から連続立体交差事業に着手し、高架化を積極的に進めてきた。そのため、本線・阪神なんば線とも立体化率は高く、広大な高架下スペースを所有している。その有益な活用方法として開設したのが「阪神野菜栽培所」だ。鉄道の高架下にある既存の空き工場を利用、野菜を育て出荷する。試験的に栽培を始めて1年余りが経過し、販路も広がってきた。鉄道事業者ならではのメリットを生かした「農業」を紹介する。

### 未使用スペースを自社収益につなげる

阪神電鉄の立体化率は、本線（32・1 km）が87%、阪神なんば線（10・1 km）では90%におよび、本線の住吉一芦屋間、甲子園一武庫川間でも現在、工事が進捗している。

鉄道の高架下スペースは、多くの場合、駐車場や倉庫、店舗の賃貸物件として使用しており、阪神電鉄も同様の利用を行ってきた。しかし、現段階で未使用の高架下スペースはすでに1万㎡となっており、今後も高架化の進展によって増加が見込まれている。そこで、自社収益事業への活用方法として考案したのが、野菜を栽培する植物工場の設立。2012年1月、大物駅一杭瀬駅間の高架下に「阪神野菜栽培所」を設置した。

入口に看板がかかっているものの、建物外観からは、中で青々とした野菜が育っているとはとても想像がつかない。さらに意外なのは、「阪神野菜栽培所」は、工務部の管轄となっていることだ。

「なぜ野菜栽培なのかと誰もが思うだろうが、阪神電鉄は責任事故ゼロを27年継続しているなど、交通事業者として『安全・安心』のブランドイメージを築き上げている。その阪神電鉄のブランドイメージを、今までやったことのない『ものづくり』に活かしていかうと考え、『食の安心』を提供する野菜に決まった」と、都市交通事業本部工務部技術課に所属する板垣政広所長は説明する。

「阪神野菜栽培所」で栽培しているのはグリーンリーフレタス。板垣所長自らが

四国の水耕栽培を手掛けるプラント会社に研修に行き、栽培方法を教わってきた。

板垣所長は「基本的には光と水と二酸化炭素があれば育つ、初心者にも比較的つくりやすい品種だが、水耕栽培なので水に肥料を混ぜた養液の基準値などを真面目に守ることがポイントになる」と話す。規則を遵守し、徹底して数値を守ることは、ある意味で鉄道業務と通じる部分があるようだ。

### 無農薬で1日300株を収穫

栽培棚の総面積は93・4㎡。栽培棚の各段のトレーには等間隔でグリーンリーフレタスが植えられ、日光代わりに蛍光灯の光が当てられている。過度のストレスを与えないように1日のうち4時間は照明を消し、室温は通年で22℃、湿度は75〜80%に管理している。

1日の収穫量は300株。33日という短期間で出荷でき、常時1万株近くが栽培されている。ズラリと並んだグリーンリーフレタスの栽培棚は壮観で、栽培室はプラント研究室のような趣がある。頭上に響く電車の走行音で、ここが高架下であることをようやく思い出すほどだ。

衛生面も厳格に管理されている。栽培室内に入る作業員は、防塵服、ヘッドキャップ、マスク、手袋を装着した上でエアシャワーを浴びる。更衣室とエアシャワーの間には防虫カーテンが装備されており、異物は完全にシャットアウトしている。

清潔が完璧に保たれている環境だからこそ、露地物にあるような汚れ、病害虫

や菌の繁殖もなく、無農薬の野菜をつくることができる。それだけに、作業員は一度、栽培室内に入ると4時間は休憩なしで作業に集中するそうだ。

グリーンリーフレタスの栽培は、種まきから始まる。苗箱の穴の開いたウレタンマットに種をまき、育苗装置に入れる。12日後に芽が出た苗を36穴のパネルに定植し、さらに12日後、大きくなった苗を今度は間隔の広い10穴のパネルに移植。その状態で9日間育てると、収穫できる大きさになる。

毎日の作業は栽培手順とは逆に、収穫から始まり、種まきで終わる。収穫したグリーンリーフレタスは、傷がないかを確認した後、計量（1株約90g）して、包装機でラッピングする。社員がイラストを描いた阪神電車の顔入りラベルを貼って、出荷前の作業が完了だ。

栽培室内での収穫や定植、種まきの作業は主にパート従業員5人が、また、配送については工務部の社員9人が、それぞれ交代で請け負っている。

### 鉄道事業者ならではのスペース活用

このようにしてできたグリーンリーフレタスは、鮮やかで美しい色、みずみずしい葉のやわらかさが特長。レタス特有の苦みが少なく、栄養価は露地物と同様だ。しかも雑菌が少ないため、冷蔵庫に入れば1週間ほど日持ちする。

また、天候に左右されることがないので、品質、収穫量ともに安定しており、価格変動もない。「阪神野菜栽培所」で

栽培したグリーンリーフレタスは、阪神百貨店、阪急オアシスやイズミヤなどのスーパーマーケットで販売しているほか、駅ナカ・駅近コンビニ「アズナス」のサラダ、阪神梅田駅等の「ジュースデリマメカ」のジュースなどに使用されている。また、ザ・リッツ・カールトン大阪の従業員食堂や沿線のイタリアンレストラン等にも卸すなど販路は拡大している。

都市交通事業本部工務部技術課の温井見課長補佐は「高架下スペースを活用した野菜栽培は、沿線の消費地にとっても近い場所で生産していることになり、フレッシュな状態で消費者に提供することができる。そして、その高架下という土地を多く持っていることが鉄道事業者ならではの強みになる」と語る。

また、現在は試験的な意味合いも含めて1品目だけの栽培だが「今後は他の葉物野菜やハーブ類など品目を増やしたい」（温井課長補佐）方針で、植物工場を増設することも含めて検討中だ。

「鉄道」と「農業」。全く接点のないかのような取り合わせだが、阪神電鉄では、高架の上と下、双方で「安心」を継続し、拡大している。

## 品質・価格が安定して美味しいレタスは、 厨房でも従業員にも人気



ザ・リッツ・カールトン大阪  
従業員食堂 シェフ  
**樋本康人**  
Yasuhito TOYOMOTO (写真左)

海外からのお客さまも多いインターナショナルホテルですので、従業員の国籍もさまざま、食の志向も多様です。従業員食堂では、そうした皆さんに提供するにあたり、バラエティー豊かなメニューを毎日400～500食用意しています。メイン2種類、付け合わせ2種類、数種類の麺類の他に、サラダバーを設けています。サラダバーでは、阪神野菜栽培所のグリーンリーフレタスの人気が高いですね。瞬く間にケースが空になってしまいます。1日に4kg、消費していますよ。

このグリーンリーフレタスは歯ごたえがやさしく、いつでも新鮮。露地物だと廃棄率が30%ぐらいあるのですが、水耕栽培だとわずか3%ですし、菌や害虫の心配もないので洗浄の回数も少なく済み、扱いやすい。葉物野菜は天候によって、品質や価格が大きく変動するのが常ですが、それもないので助かります。厨房を預かる立場としては、非常に重宝しています。梱包もしっかりしているし、配送スタッフの応対も丁寧なので、気持ちよく使わせてもらっています。



1 栽培室内は野菜の生育のための環境が徹底管理されている 2 収穫されたグリーンリーフレタス。阪神電車のイラストがトレードマーク 3 既存の空き工場を活用した「阪神野菜栽培所」

## 特集：新規事業の創出と企業価値の向上

【街を変えていく 阪神電鉄の新規事業】



### 阪神でんシュワー

秀逸なネーミングと沿線企業とのコラボで  
話題を呼んだ社員発案の地サイダー

阪神電気鉄道株式会社  
経営企画室 課長補佐

森 佐世子

Sayoko MORI (写真左)

阪神電気鉄道株式会社  
関連事業部

野口加奈

Kana NOGUCHI



一度聞いたら忘れられない名前の「阪神でんシュワー」は、阪神なんば線開通3周年記念特別商品として開発された地サイダーだ。これは、2009年に導入された起業支援制度、事業アイデア提案制度に続き、11年に新設された沿線活性化アイデア提案制度に合格した関連事業部の野口加奈さんの企画が実現したもの。2児の母親でもある野口さんはこれまでも2度、子どもに着目した企画を発案した。「子どもも大人も一緒に楽しめるものはないかと、いろいろ調べているうちに、当社の沿線である神戸がラムネの発祥地であることがわかり、フッとひらめいた」という。ユニークな商品名も、もちろん野口さんのアイデアだ。

商品化を実現した経営企画室の森佐世子課長補佐は「とにかくネーミングが秀逸。企画に込められた思いを形にしたい」と動いた。ラベルデザインは約30案の中から社内アンケートも行いながら決めた。阪神なんば線開通に合わせてデビューした1000系車両と開業当初の旧1型車両のイラストが並び、どこか懐かしいデザインだ。商品の製造は、明治32年創業の、炭酸水製造会社とし

て日本最古の歴史を誇る布引<sup>ぬひのびき</sup>源泉所に依頼。六甲山水系の井戸を所有し、その水を原料に炭酸水を製造する沿線の企業だ。「ぜひとも沿線の事業者と一緒に商品をつくりたかった。沿線企業と交流できたことは大きい」（森課長補佐）

価格は1本（330ml）250円。初回限定1000本には記念品としてオリジナル缶バッジ型栓抜きを付けた。梅田駅をはじめとする主要駅売店12店、グループのコンビニエンスストアなどで販売したほか、阪神百貨店のお中元カタログにも掲載。記念品やギフトとしての需要が高かったほか、レトロ感たっぷりガラス瓶、六甲山の天然水100%のスッキリとした後味が人気を呼んだ。もちろんその商品名が話題となったことは言うまでもなく、8000本を完売している。

「いかにして話題にしてもらおうか。地道な沿線活動をPRしていくことが多いが、阪神電車で注目してもらおうには、こういった変化球も必要。お客さまに親しんでいただくという意味では、大きな役割を果たしてくれた」と森課長補佐は語る。ちなみに「でんシュワー」は商標登録している。

### 阪神電車みつばちプロジェクト

遊休地活用から生まれた蜂蜜  
商品化第2弾はドレッシング



阪神電気鉄道株式会社  
都市交通事業本部  
運輸部 企画課長

濱田環樹

Tamaki HAMADA



「阪神電車みつばちプロジェクト」は、高架下の有効活用策から誕生したプロジェクトだ。「阪神野菜栽培所」の次の栽培品目候補としてイチゴの案が出た際に、受粉の必要性から「養蜂業」にアイデアが広がったのだ。沿線企業の養蜂場とタッグを組み、2012年の5月から6月にかけて六甲山の遊休地を使ってテスト養蜂を行った。その結果、巣箱10箱から、蜂蜜約400kgの採取に成功。蜂蜜の中でも特に人気の高い純粋アカシア蜜を商品化し、販売することが決定した。「六甲山ミツバチ やまみつ」（瓶詰120g）だ。

「六甲山の施設でお土産用として販売したところ、発売1カ月で1000個を完売するほど好評だった」と運輸部の濱田環樹企画課長は話す。

商品化第2弾として、今年1月、販売を開始したのが「六甲山アカシアはちみつと有機野菜の魔法のドレッシング 風（おろし）」だ。有機野菜宅配を手掛ける企業とタッグを組み、共同開発した。六甲山のアカシア蜜、有機野菜など天然由来のもののみを使用、添加物や保存料は一切使用し

ていない。農林水産省の有機JAS認証を受けている。

「蜂蜜というとスイーツを連想しがち。六甲山の貴重な蜂蜜と厳選有機野菜を組み合わせた自信作。自然の恵みそのままに、安心・安全なおいしいものをつくりたかった」

ドレッシングは「にんじん」「ブロッコリー」「トマト」「ブルーベリー」の4種類。サラダはもちろん肉料理や魚料理、パスタソースとしてもおすすめだ。阪神百貨店と「風」特設webサイト（<http://www.ainou-oroshi.jp>）で販売している。

「阪神、六甲山と言えば『六甲風』。関西を代表する土産品に育てたい。阪神百貨店での先行発売以後、数十社から引き合いがきている。現在の生産能力は1日に300本程度。売れ行きも好調なため、急ピッチで増産体制を整える」

「阪神電車みつばちプロジェクト」は今後、蜂蜜生産量の増加を図るとともに、4月には新商品の発売を予定している。

# 4 Billboard LIVE

## 独占的ライセンス締結で 音楽ビジネスを展開



株式会社阪神コンテンツリンク  
ミュージックエンタテインメント部 ビルボードライブ  
ブッキング統括ディレクター 部長

### 坂本 大

Dai SAKAMOTO



アメリカの音楽ヒットチャート「ビルボード」の名前を知っている人は多いが、阪神電鉄のグループ会社が日本におけるビルボードブランドの運営を行っていることはあまり知られていない。数多いエンタテインメント・コミュニケーション事業のコンテンツの中でも異彩を放つ「ビルボードライブ」は、音楽ビジネスの本拠地・東京にも進出。上質なエンタテインメントを提供し、「ビルボード」ブランドの価値を高めている。

### ビルボードブランドとともに事業拡大

阪神電鉄が音楽ビジネスに進出したのは1989年。ニューヨークの有名ジャズクラブである「ブルーノート」とライセンス契約を結び、翌90年、ジャズクラブ&レストラン「大阪ブルーノート」を開業したことから、その歴史は始まっている。「大阪ブルーノート」の運営で事業のノウハウを積み上げたグループ会社の(株)阪神コンテンツリンクは、2006年、ビルボード誌を発行するVNUビジネスメディア社(ニューヨーク)とビルボードブランドの独占的マスターライセンス契約を締結。翌07年、東京と大阪に「ビルボードライブ」を開業した。

「ビルボードライブ」は「都心の上質な日常」をコンセプトにしたクラブ&レストランで、ライブには、ロックやジャズなど30以上のジャンルを持つビルボードチャートから選ばれた世界的なアーティスト、国内のトップミュージシャンが出演する。客席数は300余。ゆったりとしたテーブル席やカウンター席でフレンチやイタリアンベースの料理、ドリンクを味わいながら、質の高いライブを堪能できる。

「ビルボードライブ」でブッキング統括ディレクターを務める坂本大部長は、「ビルボードライブ」になってから、ジャズ以外のジャンルの音楽も扱うことができるようになり、お客さまに提供するエンタテインメントの世界が広がった。また、ビルボードのマスターライセンス契約により、チャートビジネスやライブ音源・

映像の販売、企業とのタイアップなども手掛けることができる。ライブにとどまらない、豊富なコンテンツが持てるようになった」と説明する。

アメリカのビルボードサイトの日本語版となる「ビルボード・ジャパン」の運営をはじめ、音楽賞「ビルボード・ジャパン・ミュージック・アワード」の主催、クラシックコンサートの開催やオリジナルCDの制作、メディア・企業との連携など、ビルボードブランドの事業は、年々広がりを見せている。

また、世界で最も信頼されるブランド「ビルボード」のブランディング戦略として、「ビルボードライブ」に阪神の名は冠していない。しかし、「音楽ビジネスの事業をここまで拡大できたのは、阪神だからこそ」と坂本部長は話す。

「大阪ブルーノート」で、音楽や興業の世界に進出したとき、阪神電鉄の絶対的な社会信用があったからこそ、健全にビジネスを育てることができた。鉄道会社の一事業という、音楽業界の中では特殊な存在ではあったが、その信用力は大きく、心強かった」

### 挑戦を受け止める企業風土

実は、坂本部長は阪神電鉄から出向中で、入社直後の所属先は「阪神パーク甲子園住宅遊園」(現在は閉園)だった。企画担当者として、来場者に喜んでもらうアイデアを次々と提案していたが、「お客さまに心の贅沢を提供する。そのマイルドは同じ」だと話す。

【街を変えていく 阪神電鉄の新規事業】



## 六本木発の音楽文化を とらえていきたい

COLUMN

株式会社 J-WAVE  
編成局長 兼  
編成部長

松尾健司 Kenji MATSUO

「ビルボードライブ東京」がオープンするまで、六本木には大きなライブハウスがありませんでした。J-WAVE のある六本木に最も身近なエンタテインメントである音楽、それも良質のライブの「場」ができたことは、非常にうれしかったですね。以来、「ビルボードライブ」がプロモーションするイベントを J-WAVE が主催したり、J-WAVE のライブ番組で「ビルボードライブ」公演をオンエアするなど、「六本木発の音楽文化を一緒につくっていこう」という気持ちでつながっています。

ビルボードブランドについては、コンテンツを自社で抱え込むのではなく、メディアをはじめ企業とアライアンスを組むことで、ソーシャルに開放している、こうした音楽ビジネスのセンスは突出していると思います。また、300 客席と興行サイズは小さいものの、なかなか来日しない海外一流アーティストのライブを実現させ、その一方で、これから日本で育てたいという人もしっかり招聘しています。スタッフの皆さんは音楽に造詣が深く、「ビルボードライブ」のステータスはどんどん上がってきました。洋楽では、日本有数の良質なライブハウスだと思っています。

## 甲子園駅

### 熱心な阪神タイガースファン、 安全にお帰りいただくことを一番に



阪神電気鉄道株式会社  
都市交通事業本部 運輸部  
甲子園駅管区 駅長

藤田 智 Satoshi FUJITA

阪神甲子園球場の開設は 1924 年、阪神タイガースの創設は 35 年です。日本で 2 番目にできた歴史ある球団ですから、とにかく熱心なファンが多い。甲子園球場には駐車場がないため、ほとんどのプロ野球観戦客は阪神電車を利用しますが、ナイターのある日だと甲子園駅の乗降人数は普段の 2 倍、10 万人に上ります。

ですので、試合開催日には特別態勢を整えます。まず 1 週間前にチケットの販売枚数を確認して、当日の臨時列車の本数を決めておきます。増便の最多本数は上り 5 本、下り 3 本。臨時列車を出すタイミングは、試合経過を見ながら試合終了と同時に指示を出し、お客さまの誘導は、通常の 7 人に本社や他管区から応援 20 人が加わり、改札、ホームで対応します。阪神タイガースの勝ち試合の時には、試合終了と同時に球場を出る人、勝利インタビューを聞いて帰る人など、人の流れが分散されて比較的スムーズに進むのですが、負けた時は一斉にお帰りになるので混雑がひどくなる。お客さまには気持ちよくプロ野球観戦を楽しみ、安全にお帰りいただきたい。それを一番に考え、駅務に当たっています。



1 六本木「東京ミッドタウン」ガーデンテラス 4 階の「ビルボードライブ東京」。大人のエンタテインメント・スポットと、高い評価を集める 2 大阪・西梅田のランドマーク「ハービス ENT」地下 2 階の「ビルボードライブ大阪」

「ビルボードライブ」の立ち上げの際には、業務全般をマネジメントするポジションにあった。

「会社自体に音楽ビジネスの経験が少ないのだから、とにかくやってみていくしかない。いつも前例がない中でやってきたが、阪神電鉄には、そういう個々の挑戦を受け止めてくれる企業風土があり、社員の側には、トライし続ける気風がある」

開業から 6 年を数え、「ビルボードライブ」は東京・大阪ともに「上質なエンタテインメント空間」として高い評価を獲得、前年比 2 割増の収益を上げている。音楽業界から注目される立場になり、今では「ビルボードライブのステーションに立ちたい」と、アーティストサイド

からオファーが来るようになった。

「CD が売れなくなるなど音楽事情も変化しつつあるが、クオリティの高いライブのニーズは大きい。『ビルボードライブ』を、音楽ファンにとってもアーティストにとっても、ある種の『殿堂』のような場所に育てていきたい」

それぞれの事業の最前線では、創意工夫と努力が続けられている。それを推進する企業風土が社員の意識を磨き、意欲を高めていく。阪神電鉄の DNA、ベンチャースピリット——創造的かつ挑戦的な新規事業がこれからも次々と誕生していくことだろう。

# 遠州鉄道 高架開通を祝って赤電出発



総勢19人によるテープカット

## 総合的なまちづくりの推進 地域の活性化に期待

「赤電」の愛称で親しまれる赤い電車が、高架駅になった遠州鉄道上島駅のプラットフォームに停車する。助信駅から馬込川交差付近まで3.3kmの高架事業が完了し、2012年11月24日、上島駅で高架開通記念式典が開催され、記念列車が運行した。市民や行政、鉄道関係者等約150人が、8年がかりの工事の完成を祝った。

文●香田朝子／写真●加藤有紀

### 高架化と進むまちづくり

遠州鉄道の高架事業は、第1期として、新浜松駅から助信駅までの約2.6km区間に1985年に完成している。これは72年に決定した浜松市の「都市高速鉄道（東海道本線・遠州鉄道線）都市計画」に基づき、79年に工事が完了した東海道本線高架事業に続き、静岡県が80年に事業認可を取得して整備を進めている。

今回、工事が完了したのは、第1期の延伸となる第2期高架事業で、助信駅から馬込川交差付近までの約3.3km。2004年11月に事業認可を受け、着工。07年4月1日、政令指定都市移行に伴い、静岡県から浜松市に事業が移譲された。すでに完成していた第1期区間と合わせると、遠州鉄道の高架区間は、新浜松駅から馬込川交差付近までの約5.3kmとなった。

この第2期区間には、鉄道と交差する道路に都市計画道路（市道）が3路線、その他の市道14路線の計17路線があり、高架化により17カ所の交差が解消されるとともに、区間内にある21カ所の踏切が撤去された。また、助信駅、曳馬駅、上島駅の3駅はパリアフリーの高架駅として、新たに整備されている。

総事業費は約196.7億円で、国・県・市が約171.2億円を、遠州鉄道が約25.5億円を負担した。高架の延伸はこれで完了となる。

高架下を走る市道の有玉南中田島線については、既設の線路を撤去した後、跡地を利用して現在の20m幅員から30mの4車線

へ拡張する。2013年度中の完成が予定されており、高架化した3駅についても、東側または西側の1カ所の出入口で開業したが、道路の整備と並行して東西両方向に出入口を設け、自由通路を設ける計画となっている。市は、駅前広場や駐輪場など、駅に関連する諸施設も一新し、駅を中心とした活気あるまちづくりを進めていく方針だ。

### 地域の活性化と魅力ある市街地形成へ

高架開通記念式典は、開業初日の11月24日に上島駅で開かれ、鈴木康友浜松市長、遠州鉄道の竹内善一郎社長の他、事業を所管する国土交通省・静岡県・浜松市の行政関係者、県選出国會議員、県・市議會議員、地元市民や鉄道関係者等約150人が出席した。

式典では、鈴木市長が「本事業は県が事業主体となってスタートし、政令指定都市に移行した07年からは浜松市が事業主体となり、遠州鉄道と共に事業を推進してきた。この高架事業と併せて進めてきた周辺の整備が民間投資を誘発し、この地域の活性化とさらなる発展につながることを願っている」とあいさつ。竹内社長は「全国の地方鉄道が非常に厳しい経営環境に置かれている中で、一地方鉄道である私どもがこのような素晴らしい施設で鉄道経営をさせていたいただけることに心から感謝を申し上げます。沿線の皆さまに50年、100年ご愛顧いただけるように努力していく」と謝辞を述べた。また、式典に続き、プラットフォームに会場を移して行われた記念列車出発式では、



記念式典であいさつする鈴木市長 事業完成の謝辞を述べる竹内社長



高架開通を祝い、くす玉を割る出席者



高架化された上島駅と旧線のホーム



11月24日未明に行われた線路切替工事（写真・遠州鉄道株式会社）

### ■ 遠州鉄道第1期・第2期高架事業のあゆみ

- 1979.10 東海道本線 高架開通
- 1980.10 「遠州鉄道連続立体交差事業」認可取得（静岡県）
- 1982.10 浜松駅北口駅前広場完成
- 1985.12 遠州鉄道第1期高架事業完成 高架開通
- 2004.11 「遠州鉄道連続立体交差事業」認可取得（静岡県）
- 2007.4 政令指定都市「浜松市」誕生。静岡県から浜松市に事業移譲
- 2011.10 鉄道高架橋本体・高架駅舎建築（3駅）工事完成
- 2012.11 遠州鉄道第2期高架事業完成 高架開通



地元の幼稚園児から記念列車の運転士と車掌に花束が贈られ、来賓と関係者、総勢19人によるテープカットで開通を祝った。

8年がかりで完成したこの遠州鉄道第2期高架事業には、「踏切に起因する事故がなくなり、地域の住民にとって安全なまちになる」「渋滞の解消により東西方向の交通がスムーズになるとともに、幹線道路の整備で道路ネットワークが充実する」「線路によ

る東西の分断がなくなり、地域の一体化したまちづくりが可能になる」など、さまざまな事業効果が期待されている。

遠州鉄道では、高架開通に伴い、始発電車の発車時刻を10分繰り上げ、通勤ラッシュ時に上下線で1本ずつ増便するなど、ダイヤ改正を実施した。鉄道サービスの質を高めることで、地域の活性化と魅力的な市街地の形成に貢献していく考えだ。

# 私とみんなてつ



## 小学生新聞コンクール表彰式を開催

全国 592 校、6555 点に上った応募作品。  
最優秀作品賞 1 点は駅ポスターに。

第6回『私とみんなてつ』小学生新聞コンクール』表彰式が開催された。表彰式には全国 592 校 6555 点の応募作品から厳正な審査を経て選ばれた個人賞・学校賞の受賞者、受賞校が出席。栄えある受賞を祝った。



第6回「私とみんなてつ」小学生新聞コンクール 表彰式



1 受賞者の皆さんと主催者・後援者の役員 2 最優秀作品賞の表彰を受ける大久保流登さん 3 主催者挨拶をする石渡会長



学校賞部門  
国土交通大臣賞



愛知県/丹羽郡扶桑町立柏森小学校

総合学習の授業に、新聞づくりを活用しています。継続は力なりといいますが、新聞づくりを続けていると、子どもたちの書く力や考える力が伸びていくのがよく分かります。鉄道について調べること、視野も広がります。3年連続の最優秀学校賞受賞は、子どもたちにとって大きな励みになるでしょう。



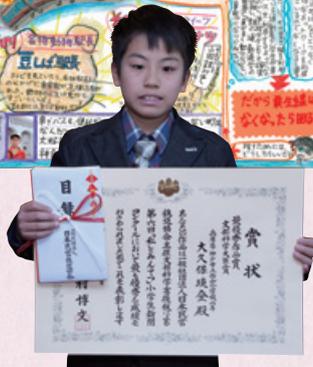
## 文部科学大臣賞



「<sup>しんてつ</sup>神鉄新聞 <sup>あお</sup>栗生線活性化特別号」

兵庫県/神戸市立西山小学校

大久保流登



神戸電鉄の栗生線は、利用者がピーク時の半分に減少しています。このままだと栗生線がなくなってしまうかもしれないので、乗客を増やす方法を考えてみました。名物動物駅長の「豆しば駅長」とご当地スイーツの「生みそドーナツ」です。テレビのCMで和歌山電鉄のタマ駅長を見て、詳しく調べてみると、タマ駅長が誕生してからお客さんがすごく増えて、鉄道も持ち直していることが分かりました。また、食べ物は最初、駅弁を考えてみたんですが、なかなかいい食材が見つからなくて、最近、「ナマ」がついたスイーツがはやっているから、それなら地元名産の生みその山田錦みそを使ってドーナツをつくればいいんじゃないかと考えました。

車やバスも便利だけど、僕はやっぱり町には電車が絶対必要だと思います。名物をつくってお客さんを増やしたり、学生だけではなく大人も電車を利用するにすれば、栗生線を残すことができます。僕が大人になったときにも、栗生線に元気に走ってほしいと思っています。

### 授業や自由研究に活用

日本民営鉄道協会が主催する『私とみんなてつ』小学生新聞コンクール』は、新聞づくりを通じ、子どもたちに鉄道への関心と理解を深めてもらうことを目的に、2007年から毎年実施している。全国小学校社会科研究協議会の後援を得てスタートしており、12年開催の第6回からは、同協議会のほか文部科学省・国土交通省の後援を得ての開催となった。

新聞コンクールの募集対象は小学生全学年で、新聞づくりがまだ難しい1・2年生については「絵日記風の新聞」も受け付けている。回を重ねるごとに総合学習や国語などの授業、夏休みの自由研究や宿題に活用する学校が増えており、毎年参加する児童も少なくない。原則として学校を通じての応募となっているが、ポスターなどで新聞コンクールの開催を知り、自発的に参加する児童も増えている。

第6回『私とみんなてつ』小学生新聞コンクールには、全国592校から6555点(6610人の応募作品が寄せられた。第5回と比較すると、学校数で約100校、作品数で約1000点上回る応募数だ。地域的な広がりも顕著で、今回は38都府県からの参加となっている。

これら全応募作品の中から、日本民営鉄道協会では昨年11月下旬、審査委員による厳正な審査を経て、個人賞・学校賞の受賞作品を決定。11月11日(土)、受賞者14名、受賞校5校を招き、東京會館東商スカイルームにおいて表彰式を開催した。



## 日本民営鉄道協会 会長賞

優秀  
作品賞



「坊ちゃん列車 今昔新聞」  
愛媛県/松前町立岡田小学校 森 一駿

僕の家は、伊予鉄道の郊外電車の沿線にあります。だから路面電車に乗るのは街に行ったときです。小さい頃、おばあちゃんと一緒に街に買い物に行くと、特別に坊ちゃん列車に乗せてくれました。大好きな坊ちゃん列車の新聞をつくらうと決めて、車掌さんに取材しました。聞いたことは何でも、とても親切に教えてくださいました。初めての応募で、優秀作品賞をもらって、すごくうれしいです。



「みんなつ新聞 ローカル線はいいな 小湊鉄道」  
千葉県/大網白里市立瑞穂小学校 小柴優輝

僕のひいおばあちゃんは、小湊鉄道の月崎駅の近くに住んでいます。小さい頃から見ている小湊鉄道の新聞づくりを始めてみると、書きたいことがたくさんあって、まとめるのが難しいと思いました。でも、僕は電車が大好きなので、小湊鉄道に取材して新しいことを学んだり、文章を考えたり、絵を描いたり、最後まで楽しく取り組むことができました。新聞が完成したときは、とても嬉しかったです。



「民鉄eco+ユニバーサルニュース ecoを考える特集号」  
埼玉県/春日部市立上沖小学校 熊谷菜穂子

新聞コンクールに応募できる最後の学年なので、出品しようと思いました。ちょうど家に太陽光発電装置をつけたこともあり、「エコ」に興味があったので、エコとユニバーサルデザインをテーマに調べてまとめました。私が一番感心したのは、ブレーキをかけたときに発生する電気を他の電車の動力に使う回生ブレーキです。いろいろなことを知ってとても勉強になりました。参加してよかったです。



## 全国小学校社会科研究協議会 会長賞

優秀  
作品賞



「広電でGo Go!!」  
広島県/広島市立広瀬小学校 佐藤 茜

お姉ちゃんが第3回の新聞コンクールで審査員特別賞を受賞して、お兄ちゃんが第5回で奨励賞をもらいました。前回は私も一緒に応募したけど全然だめだったから、優秀作品賞に選ばれて、すごくうれしい。今回は、私が10歳で広電がちょうど私の10倍の100周年だったので、テーマはすぐに決まりました。構成が難しかったけど、頑張ってまとめました。次回は広電の新聞をつくって参加したいと思います。



「長鉄新聞」  
岐阜県/郡上市立三城小学校 志津野敦弥

長良川鉄道は、美濃太田駅から北濃駅までの第3セクターの鉄道です。高校生が通学に使っていますが、お客さんが減って赤字が続いています。新聞づくりのために取材して、長鉄が赤字を減らすためにいろいろな努力を続けていることを、初めて知りました。僕も「ゆるキャラ列車」や「長鉄結婚式」など、集客のアイデアを考えてみました。頑張っている長鉄をこれからも応援しつづけたいと思います。



「まちの顔 京急新聞③」  
神奈川県/清原小学校 平田陽暉

小さい時から鉄道が大好きです。特に京急が大好きで、4年生から「京急新聞」をつくって応募してきました。今回が第3号で、上大岡駅の1日を調べるために、駅員さんに話を聞いたり、夜遅くに駅に行って写真を撮ったりしました。お客さんにはいろいろな人がいます。取材したり観察したりして、駅員さんの仕事は本当に大変だなと思いました。僕も電車に乗るときはマナーに気をつけようと思いました。



全国約3000の駅に3月末まで掲出する最優秀作品賞の駅ポスター

今年も7月1日から作品募集を開始する。『とみんてつ』小学生新聞コンクールは、開いていく方針だ。第7回目を迎える『とみんてつ』小学生新聞コンクールは、最優秀作品賞はポスター化し、3月末日まで、日本民営鉄道協会加盟71社の駅に掲出している。また、日本民営鉄道協会では、鉄道イベントなどを利用して、新聞コンクールのPRや受賞作品の展示会を積極的に展開していく方針だ。第7回目を迎える『とみんてつ』小学生新聞コンクールは、今年も7月1日から作品募集を開始する。

表彰式では、日本民営鉄道協会の石渡恒夫会長（京浜急行電鉄株式会社代表取締役社長）が主催者挨拶に立ち、「鉄道を応援してくれる皆さんからたくさんのご応募をいただき、たいへんうれしく思っている」と、感謝の言葉を述べた。また、国土交通省鉄道局都市鉄道政策課の堀内丈太郎課長、全国小学校社会科研究協議会の石橋昌雄会長は、栄えある賞に輝いた子どもたちに、祝福の言葉を贈った。

新聞づくりは、単なる調べものの学習ではなく、自分が興味を持ったことや疑問に思ったことを調べて考える力、分かりやすくまとめる力が必要だ。個人賞の受賞作品は、表彰式に続いて開催された懇親会で披露され、ずらり並んだ力作の数々に、出席者からは口々に称賛の声が挙がった。

新聞づくりは、単なる調べものの学習ではなく、自分が興味を持ったことや疑問に思ったことを調べて考える力、分かりやすくまとめる力が必要だ。個人賞の受賞作品は、表彰式に続いて開催された懇親会で披露され、ずらり並んだ力作の数々に、出席者からは口々に称賛の声が挙がった。

- 個人賞部門 最優秀作品賞1名、優秀作品賞6名、奨励賞8名、佳作19名
- 学校賞 最優秀学校賞1校、優秀学校賞4校、奨励賞8校、若草奨励賞5校

最優秀作品賞・優秀作品賞・奨励賞を受賞した15作品は、日本民営鉄道協会ホームページ内サイト『みんなつキッズ』で紹介しています。  
<http://kids.mintetsu.or.jp/>

文・写真 松澤美穂

# 地方 紀行 民鉄

## 能勢電鉄株式会社



目標は「人で賑わう、子どもが遊べる妙見の森」。有志の社員が続ける森林保全活動で、少しずつ、確実に目標に近づく。

### 場

所は妙見山の山頂近く。煙を噴き上げて豪快に燃える炎と読経する僧侶、それを囲むたくさんの人。目の前に広がる光景は、本日の目的、能勢電鉄が妙見山で行っている森林保全活動……の見学前に立ち寄った、関西唯一の霊場、能勢妙見山の「お火焚祭り」だ。

### あちらこちらで大忙し

「ご利益ありそうですね」。煙の向こうに聞こえる声は、阪急阪神ホールディングスの平野里美さん。能勢電鉄の森林保全活動は、阪急阪神ホールディングスグループの社会貢献活動「阪急阪神未来のゆめ・まちプロジェクト」の一つということで、今日の活動を取材にきた平野さんも、能勢電鉄の白井一弘さん久保田圭吾さんの案内の下、ひとまず一緒に煙を浴びている。

炎を囲む人垣の中には、バックパックに「のせでんハイキングスタッフ」の布を付けた人の姿がチラホラ。能勢電鉄ではこの日「お火焚祭り」への参加を行程に組み込んだ「のせでん耐寒ハイキング」も開催中とか。能勢電鉄のハイキングは基本、無料で予約不要。集合場所に指定された駅前で行程表をもらっただけという気軽さからか、「毎回500〜700人くらい、少なくとも200人くらいの参加があります」とのこと。今回の参加者は、さらに多めの750人というから、能勢電鉄の皆さんはあちらこちらで大忙しだ。燃え上がる炎に願いを書いた護摩木を投げ込んで、「お火焚祭り」のご祈願終了。いよ

いよ森林保全活動が行われている「妙見の森ふれあい広場」へ向かう。

### 子どもが遊べる妙見の森に

「お火焚祭り」に併せて冬期連休中の妙見の森リフトが稼働しているということで、「妙見の森ふれあい広場」まで、リフトに乗って下りていく。炎の近くでは気にならなかつた霰交じりの雪が吹き付け、思わずきゅっと縮こまる。それでも左右をよく見れば、リフト沿いの紫陽花や桜の枝に蕾が膨らむ。春の景色を想像しつつ、サラサラと枯葉に雪の落ちる音さえ聞こえる、今の静かな景色を楽しむ。

約12分で「妙見の森ふれあい広場」に到着。ちょうど昼の休憩に入った森林保全活動のリーダー林義浩さんに、休憩所で暖を取りつつ、参加理由を尋ねてみたら、「妙見の森をもっと人で賑わう、子どもが安心して遊べる山にしたいんです」とのこと。

すっかり取材態勢に入った平野さんが次々と質問を重ねてゆく。「森林保全活動への子どもの参加は?」「森林保全は少し危ないから。でも、別の形で子どもが妙見の森の自然に触れることができれば、とは思いますがね」「夏休み期間の小学生向け体験・学習プログラム『チャレンジ隊』の企画でなら、何かできるかもしれませんよ……。話題はいつしか森林保全活動から子どもの自然体験活動へ。会話のラリーに領きながら、新しい社会貢献活動が生まれるきっかけは、こういう会話にあるのかもしれないと、一人納得。

### 能勢電鉄 【のせでんてつ】

川西能勢口を始発駅に妙見口までをつなぐ妙見線と日生中央まで向かう日生線の2路線。さらに妙見山における妙見の森ケーブル、妙見の森リフトを運営。今年4月13日、開業100周年を迎える。



大迫力の炎の周りでは、能勢電鉄のスタッフが大忙し。





春になると桜が満開。妙見の森夜桜ライトアップも実施される。また、妙見の森エリア内の妙見の森パーベキューテラスには、家族やカップルで楽しめる行楽スポットもある。



斜面での作業は本格的。間伐の講習を受けたリーダーの指示で動く。

### 未来の景色は

昼の休憩が終わわり、本日午後の森林保全活動の現場に向かう。

案内されて歩き出した歩道は、冬場ということでも落ち葉が厚く積もり、所々に鹿のフンも落ちていて、まさに山道。足を滑らせないように、そろそろと進む。

活動中の参加者の姿を見つけたのは、歩道から外れた斜面の上。「お手伝いできることがあるかな」なんて気軽に考えていたのが、恥ずかしくなるくらい、本格的な間伐作業の真っ最中。確かに、子どもが参加するには少し危ない。

活動場所が見渡せる場所にたどり着くと、そこには既に先客の姿。小学校低学年と幼稚園くらいの兄弟が「めがねのおっちゃん、5分でもう1本!」「長靴のおっちゃんも頑張りや!」と、口々に声援を送っている。参加者の家族が見学しているのかと思つたら、たまたま居合わせただけという。なんとも人懐こいギャラリに、参加者たちも「5分は無理や」「おっちゃんだって、頑張ってるやろ」と楽しげに返答。急かされるように、次々と木を切り倒していく。

作業が行われた場所は、すっきり明るく視野が広がる。森林保全活動の魅力を「木を一本切るだけで、がらっと景色が変わる」と語った林さんの言葉が実感できる。

十分な間隔を空けて残された木は、太陽光をたっぷり浴びて育っていく。あのギャラリーの兄弟が大人になるころには、きっと妙

見の森は今とは違う景色を見せているはず。

### 20分で山から町へ

妙見の森を後にして、本日、最後に向かうのは多田神社。実は、能勢電鉄の沿線には、源氏由来の神社が多数点在。中でも多田神社は「清和源氏の祖、源満仲公を御祭神の1人とする大社」だという。

神主さん直々に境内をご案内いただく。「社の屋根の部材の削り方は……」「二つの紋は源氏の笹竜胆と徳川宗家の三つ葉葵です。この由来は……」「あれは唐獅子牡丹といって……」。何を尋ねても、流ちょうな解説が返ってくるのは、さすがの一言。

拜殿の裏手には木々に覆われた禁地地の御神廟が広がり、住宅街にあるとは思えない静けさ。人影もまばらな境内の様子は由緒ある神社によく似合っていると思つけれど、「もっとたくさんの人にお参りに来てほしいです」とのこと。多田神社は多田駅から徒歩だと約20分。神主さんに話し掛ければ、神社にまつわるあれやこれやを聞けるかもしれない。

多田駅に戻り、始発駅の川西能勢口駅へ。向かう電車の車窓には、遠くまでぎっしりと建ち並んだ住宅。同じ電車が逆方向に走れば、20分程度で妙見の森を見上げるのどかな里山にたどり着くとは思えない。

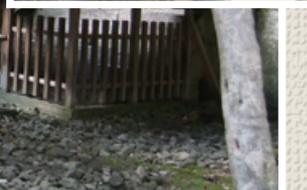
たった20分がつくり出す大きな落差。大満喫の一日に、そろそろ足も疲れてきたけどどうしよう、もう一回、逆方向に乗ってみようか。

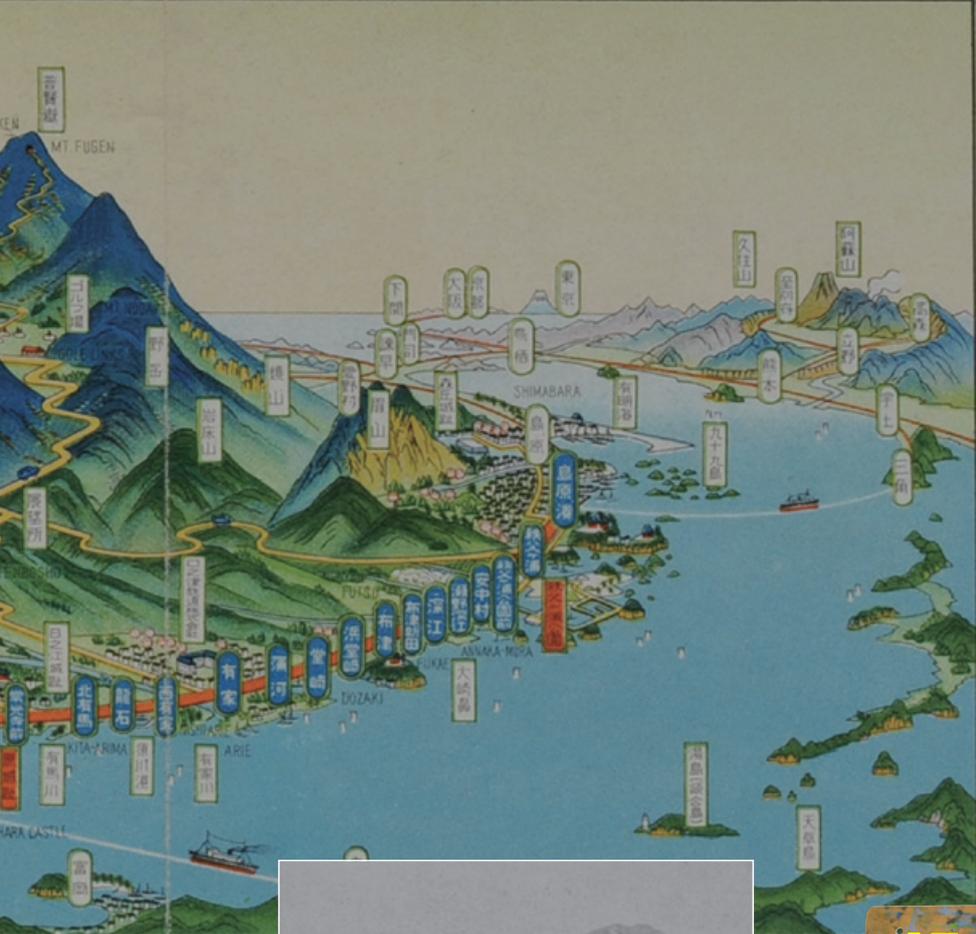


車窓からは建ち並んだ住宅が遠くまで見渡せる。



神主さんの解説を聞く平野さんと白井さん。





口之津鐵道沿線案内



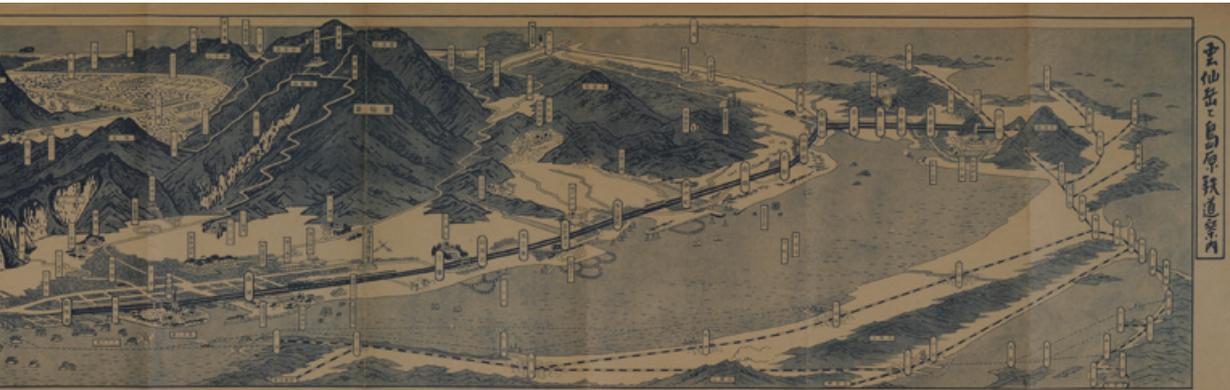
折図表紙



眉山と秩父ヶ浦



『雲仙岳と島原鉄道案内』(昭和5(1930)年5月発行・昭和9(1934)年3月再版) / 島原鉄道株式会社発行 / 日本名所図絵社 印刷



# 加津佐の岩戸

口之津鐵道沿線案内

文・藤本一美

text by Kazumi FUJIMOTO

口之津鐵道は大正八年の創立である。大正十一年四月に島原湊(現・南島原)―堂崎駅間を開業し、同十五年には堂崎―南有馬駅間、昭和三年には南有馬―加津佐駅間が延伸開業、島原湊―加津佐駅間三十六kmの路線が全通した。

一方、島原鐵道は明治四十四年六月に本諫早―愛野村(現・愛野)駅間を開業。同年八月には本諫早―諫早駅間、同四十五年には愛野村―神代町駅間、大正二年には神代町―湊新地(現・南島原)駅間の延伸によって、諫早―湊新地駅間四十二・三kmの路線が全通している。

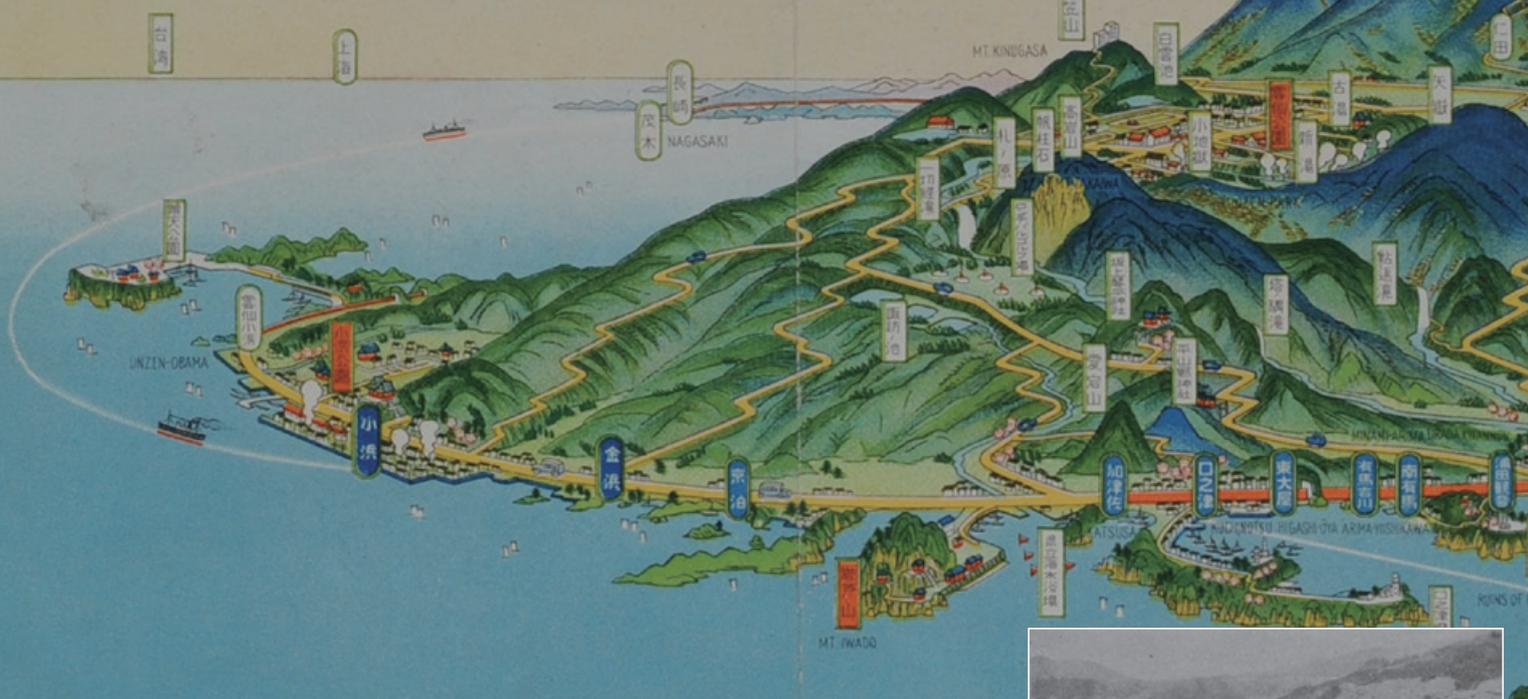
この二つの鐵道が合併、現在の島原鐵道が誕生したのは昭和十八年のことだった。しかし、平成二十年春に、島原鐵道の「南線」として親しまれた旧口之津鐵道は惜しくも廢線となり、バス路線に轉換している。

さて、本図二種、初三郎作品(上図)と旧門下生で後に最大のライバ

藤本一美

首都大学東京非常勤講師。日本国際地図学会会員。鳥瞰図・展望図資料室兼山岳情報資料室主宰。近・現代の鳥瞰図絵師の作品収集と研究に精力的に取り組んでいる。著書に「旅と風景と地図の科学Ⅱ」(私家版2006年)、最新刊に「展望の山50選 関東編」(東京新聞出版局)がある。

昭和十一年  
初



【加津佐の岩戸 口之津鉄道沿線案内】

(昭和11(1936)年) 書簡図絵/口之津鉄道株式会社発行/京都市内の観光社出版部 印刷



小湊全景

島原鉄道株式会社 路線図



島原鉄道株式会社

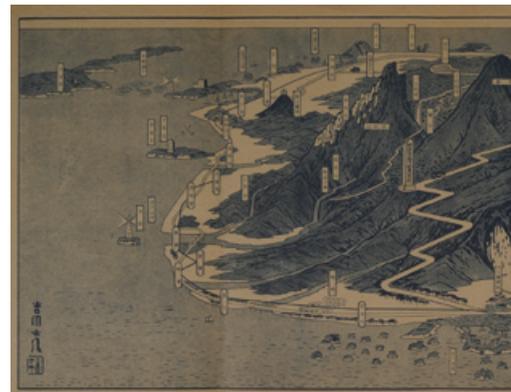
Shimabara Railroad Co., Ltd.

創立：明治41年5月5日

本社：長崎県島原市弁天町2丁目7385番地1

諫早から島原外港までを結ぶ。開業102年を迎える歴史ある路線。

102年の歴史とともに「島鉄」の愛称で親しまれる島原半島の北岸から東岸を走る43.2kmの鉄道路線。諫早駅を始点に、干拓で有名な諫早平野を抜け、200年ぶりの雲仙普賢岳噴火活動で誕生した「平成新山」の裾野を海岸線に沿って走る。終点は島原外港駅で、かつては同駅からさらに南島原市の加津佐駅までを結んでいたが、雲仙普賢岳の噴火災害と輸送人員の減少から平成20年4月1日から廃止となった。現在は、路線バスが運行している。



ルとなった金子常光作品(下図)の併用によって、昭和初期当時の両鉄道の沿線描写を試みたい。

初三郎図は、島原半島の南東、天草諸島上空から有明海越しの視点で描画。雲仙普賢岳を主峰とする火山群を核にして、高原の湯煙が上がる雲仙温泉は一大観光地。もう一つの小浜温泉は、あえて左端に曲げて入れる大胆な構図だ。太い赤線の鉄路上には、交通の要所の島原湊から有家、加津佐までの全ての駅名も表示。海岸沿いの名所、秩父ヶ浦やキリシタンの島原の乱で有名な原城址、岩戸山、さらに寛政四年の眉山の爆発・山体崩落による泥流で海中に形成した九十九島は、絶景の多島海の再現のようだ。両サイドに、小さいがカルデラの阿蘇山、遙か遠くに富士山や台湾まで入れる「遊び心」も。

また、島原半島東方の宇土平島上空からの視点で描画した常光図で注目したいのは、早崎瀬戸のうず潮、眉山の崩落地と九十九島の関係、島原城址、島鉄社長銅像や蛸の名所など、沿線を巧みに表現していることだろう。

なお、島原半島を題材にした初三郎の作品には、昭和二十五年に刊行された『観光の島原半島』(島原鉄道刊)もある。



阪神なんば線・西九条駅に入線する9000系

# みんな てら Vol.45 | SPRING 2013 春号

●発行所／一般社団法人 日本民営鉄道協会

〒100-0004 東京都千代田区大手町2丁目6番地1号

TEL：03-5202-1402 FAX：03-5202-1412

URL：http://www.mintetsu.or.jp

●発行人／一般社団法人 日本民営鉄道協会広報委員会

●企画編集／一般社団法人 日本民営鉄道協会広報部会（東武鉄道、西武鉄道、京成電鉄、京王電鉄、小田急電鉄、東京急行電鉄、京浜急行電鉄、東京地下鉄、相模鉄道、名古屋鉄道、近畿日本鉄道、南海電気鉄道、京阪電気鉄道、阪急電鉄、阪神電気鉄道、西日本鉄道）

●企画編集協力／時事通信出版局「みんなてつ」編集室

●写真／織本知之／加藤有紀

●アートディレクション・デザイン／浜田修司／大島恵里子

●印刷／大日本印刷株式会社

※本誌の記事、写真、イラストレーション、ロゴの無断転載を禁じます。