## 特集：次なる１世紀への布石

［近鉄グループ事業強化と成長への挑戦］

# 特急「しまかぜ」と伊勢志摩エリア観光強化

「近鉄グループ経営計画（平成 22 年度～平成 26 年度）」では、
鉄道事業の主要施策として、新型観光特急の導入、
ソフト面を含めた特急システムの構築を掲げている。
伊勢神宮の式年遷宮に合わせ、平成 25 年に運行を開始した
新型観光特急「しまかぜ」は、伊勢志摩エリアへの誘致に大きな役割を果たしている。
長年あたためていた阪神線への近鉄特急車両の乗り入れも実現した。
ここでは「しまかぜ」を中心とする近鉄の鉄道事業における取り組みを紹介したい。

文◉茶木　環／撮影◉織本知之／写真提供◉近畿日本鉄道株式会社

## 常識にとらわれない車両開発

伊勢志摩の青い海を背景に、クリスタルホワイトとスカイブルーの車両が颯爽と走る――平成25年3月21日、近鉄の新型観光特急「しまかぜ」がデビューした。

「平成25年は、伊勢神宮の式年遷宮が行われる。これに合わせて特徴ある新型観光特急を投入し、特急の利用促進とともに伊勢志摩観光の活性化を図ろうと、開発が決まった」と鉄道事業本部企画統括部の湖東幸弘技術管理部長（車両）は語る。

伊勢神宮では、20年に1度、式年遷宮が執り行われる。昨年は第62回の年に当たり、神事が本格化する夏から秋にかけて、参拝者と観光客の急増が予想されていた。

伊勢神宮のある伊勢志摩エリアは、近鉄にとって観光の最重要拠点だ。前回の式年遷宮では、特急「伊勢志摩ライナー」を開発している。これまで看板特急として活躍してきた伊勢志摩ライナーについても、今回の式年遷宮を機に全面リニューアルが決まった。

鉄道事業本部　企画統括部
技術管理部長（車両）

**湖東幸弘**

Yukihiro KOTOH

しまかぜの開発プロジェクトチームが正式に発足したのは平成21年夏だが、実際には、その前年の春ごろから「特急サービスのあり方」について調査・研究を開始していた。

乗ってみたい特急とはどのようなものか、どのようなサービスを望んでいるのか。伊勢志摩方面の特急の利用客約1万人と伊勢志摩地域の宿泊施設利用客約250人、観光事業者へのヒアリングを行い、さらには関西・中部・首都圏在住の約400人を対象にインターネット調査を実施した。

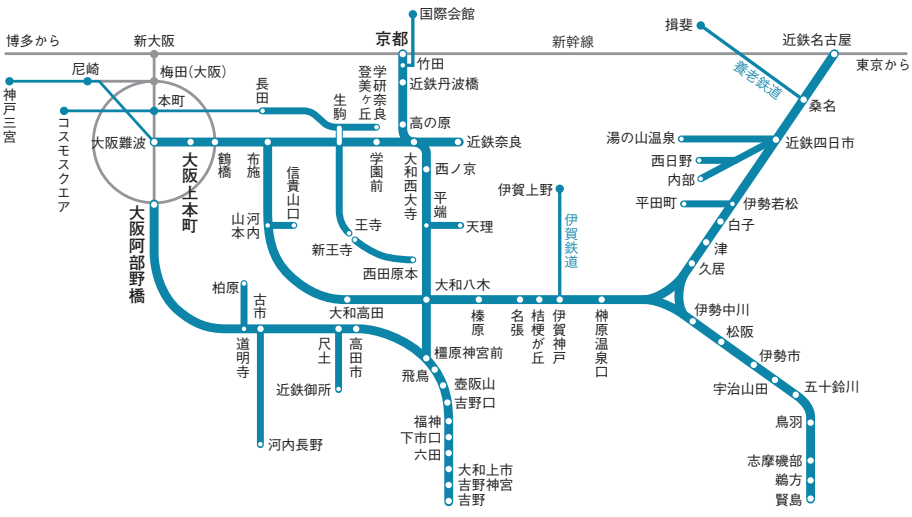
その結果、伊勢志摩への観光客の約6割が女性で、9割以上が2～3人以上のグループ、年齢層は時間的にも経済的にも余裕のあるシニア層が多いことが分かった。また、特急車両への希望としては、「くつろげる」「座席回りがゆったりとしている」など、車内の居住性に関する意見が最も多かったという。

「グループのお客さまが多いので、個室やコンパートメントを希望される意見も多かった。また、車内で食事を楽しみたい、車内販売を充実させてほしいというご要望も多かった。こうしたお客さまのニーズにどれだけ応えることができるのか。できることは全部取り入れていこう、そんな思いで車両の開発をスタートさせた」と湖東部長は振り返る。

ちなみに、ヒアリングは、開発担当者が特急車両に乗り込むなどして、直接聞き取っている。こうした利用者の生の声を重んじる姿勢は、近鉄で受け継がれる伝統的なものだという。

開発プロジェクトチームは、車両部門、運転部門、営業部門の3部門で結成。2週間に1度の会議を行いながら議論を重ね、開発コンセプトを固めていった。その過程で、小林哲也社長からは「常識にとらわれるな」と檄を飛ばされたそうだ。社長の言葉に後押しされて、開発プロジェクトチームは「とにかくシンボリックな、今までなかった車両をつくろう」（湖東部長）と、総力を挙げて取り

テーマカラーのブルーは伊勢志摩の晴れやかな空を表現している。



6

7

9

8

組んだ。

近鉄の最上級車両として、また観光に特化した車両として、「くつろぎ」と「楽しみ」を両立させる。コンセプトは「乗ること自体が旅の目的となる列車」。こうして、新型観光特急しまかぜが誕生した。

## ゆとりある贅沢な空間を演出

しまかぜは、車内に一歩足を踏み入れた瞬間から驚きが続く。エントランスは、床に2色の天然御影石がモザイク模様に敷き詰められ、デザインされた照明からやわらかな灯りが降り注ぐ。ラグジュアリーな空間は、すでにここから始まっている。

座席は、デラックスカー仕様の3列シートで、シートピッチはゆったりとした125cm。従来のアーバンライナーと比較しても20cmも広い。本革張りの高級なソファを思わせるシートには、電動リクライニングとレッグレストに加え、鉄道車両では初めて背もたれにエアクッションが装備されている。腰部の支えを無段階に調整できる上、硬軟を一定のリズムで繰り返すマッサージチェアのようなリラクゼーション機能を体験できる。まさに、飛行機のファーストクラスに匹敵する最上級の着座感だ。

乗り心地を快適にする工夫は、見えない部分にも施されている。その一つが車両の横揺れを抑制するフルアクティブサスペンションで、在来線では初めて1編成全車両に搭載した。揺れのない安定した走行が、くつろぎの時間をさらに豊かなものにする。

上質なインテリアをイメージさせるクリーム色がかったイエローのシート、グリーンのカーペットなど、鉄道車両にはめずらしい爽やかな色遣いは、癒しを感じさせ、旅の高揚感をかき立ててくれる。

その開発途上のエピソードを湖東部長が披露する。

「当初は、メンテナンス面に配慮して、汚れが目立たないカラーリングを考えていたが、小林社長から『旅の高揚感を大事にするなら明るい色にした方がいい』とアドバイスを受け、この色に決定した。こうした贅沢さも、お客さまにとっては驚きのようで、大変喜んでくださっている。メンテナンス面でも清掃担当者の意識が非常に高くなった」

しまかぜは6両編成で、両端の1・6号車がハイデッカーの展望車両、2・5号車が一般車両で、中間2両はグループ席車両、カフェ車両となっている。

座席数は1・6号車がシート3列配置の9列、2・5号車が10列で、グループ席車両は4～6人用のサロン席3室と3～4人用の和・洋個室それぞれ1室が配されている。実は、開発プロジェクトチームにとって最も難しかったのは、この座席の割り付けだった。

「通常、特急の車両開発の場合、定員数を決めることから始める。できるだけ効率よく輸送人員を確保するためだが、しまかぜは全く逆の発想で、お客さまに満足いただくためには、どれぐらいの座席空間が必要かということが起点になっ

1グループ席車両のサロン席。通路側にガラスの仕切り板が設置されている。2リビングルームのくつろぎをコンセプトにした洋風個室。3可動式の座椅子を備えた掘りごたつ風の和風個室。4しまかぜには専属のアテンダントが乗車し、快適な旅をサポートする。販売カウンターでは軽食や飲料、しまかぜオリジナルグッズなどを販売。5化粧室の対面に設置された三面鏡を備えたパウダールーム。6カフェ車両に設置されたスタイリッシュな手洗いカウンター。7天然御影石を敷き詰めた床や照明など、意匠のひとつひとつが旅の高揚感をかき立てる。8在来特急車両のデラックスシートを上回るグレードと居住性能を提供するプレミアムシート。9両先頭車両は客室床面を720㎜上げたハイデッカー構造の展望車両。迫力ある前面展望が楽しめる。

ている」と湖東部長は説明する。

しまかぜの編成定員は138人。通常特急の半分程度の定員で、プレミアムシートの広々とした座席空間が実現した。

グループ席車両のサロン席は開放感あふれるセミコンパートメント。ゆったりとしたソファと食事やゲームが楽しめる大型テーブルが特徴だ。小上がりになった和風個室は、座椅子に掘りごたつ風のインテリア。洋風個室は窓向きのL字型ソファを配したリビングのようなインテリアとなっている。多目的トイレに加えて、女性社員の意見も取り入れ、化粧直しができるパウダールームがあるのも嬉しい配慮の一つ。グループ席はいずれも、気兼ねなく楽しみたい家族や少人数の旅に最適だ。

「車内で食事を」というニーズに応えて導入を決めたカフェ車両は2階建てだ。昭和33年に電車としては世界初の2階建て特急「ビスタカー」を導入した近鉄の伝統を受け継いでいる。窓に沿って2階に13席、1階に6席が設けられ、販売カウンターも設置。カフェでは「海の幸ピラフ」や「松阪牛カレー」などの軽食、沿線の地ビールやソフトドリンク、スイーツなどのメニューを提供している。また、販売カウンターでは、沿線の名産品やしまかぜオリジナルグッズを販売している。

「カフェのメニューは、一部を除きワゴン販売でお客さまのお席までお持ちしている。観光特急にふさわしい『おもてなし』を目指した」（湖東部長）

外観・内装とも車両デザインを監修したのは、昭和62年製造の初代アーバンライナーを皮切りに近鉄の主要な特急のデザインを手掛けてきた京都工芸繊維大学の山内陸平名誉教授だ。カフェの波型のカウンターテーブルはあご湾を、一般車両のカーペットの色は伊勢神宮の森を、展望車両の階段やアーチのモチーフはこれから向かう伊勢神宮をと、伊勢志摩エリアのイメージが随所に散りばめられている。

「車内を端から端まで見学される方が多く、非常に嬉しく思う。開発は本当に苦労の連続ではあったが、とても有意義な経験だった」と湖東部長は語る。

なお、しまかぜは平成26年、「鉄道友の会」が前年にデビューした鉄道車両から最優秀車両を選ぶ「ブルーリボン賞」を受賞している。

## 誰でも利用できるプレミアム特急

しまかぜの運行区間は、大阪難波－賢島間と近鉄名古屋－賢島間。大阪難波発着は火曜、近鉄名古屋発着は木曜を除き（注：平成26年9月までは水曜日運休）、それぞれ1日1往復している。今年10月10日からは、京都－賢島間の運行が決まっている。

デビューから1年間のしまかぜの乗車人員は約18万人。当初予想の約14万人を大幅に超え、現在でも予約が取りにくい状況が続いている。

「われわれが目指した通り、しまかぜに乗ること自体を目的としていただけている。しまかぜは、コストを度外視して

1「つどい」のコンセプトは、にぎやかで楽しいひとときを過ごせる列車。2クラブツーリズム専用列車「かぎろひ」。3子どもたちが自由に過ごせるつどいの「風のあそびば」。4しまかぜカフェ車両の2階席。白い波型のカウンターテーブルが印象的で、流れる景色を楽しめる開放的な空間となっている。5カフェ車両の1階席はゆったりと落ち着いた雰囲気のインテリア。

開発した車両だが、近鉄特急のイメージが上がれば、伊勢志摩への誘客につながる。伊勢志摩で近鉄グループの施設をご利用いただくことが、結果的には当社の利益になると考えている」と湖東部長は語る。

乗車料金は運賃＋特急料金＋しまかぜ特別車両料金の3階建てで、これだけのプレミアム感が盛り込まれながら、しまかぜ特別車両料金は720～1130円と、それほど高くない。

これについて、湖東部長は「一部の方だけではなく、皆さまに乗っていただきたいという思いを込めて料金を設定している。一人でも多くのお客さまに、しまかぜの贅沢感をぜひ堪能していただきたい」と語っている。

## 地元の魅力を伝える観光列車「つどい」

しまかぜのほかにも、今回の式年遷宮に合わせて開発された車両がある。昨年10月に伊勢市－賢島間で運行を開始した、観光列車「つどい」だ。

「伊勢神宮に参拝に来られたお客さまに、志摩地域まで足を延ばして周遊していただくことを目的に、一般車両2000系を改造した」と湖東部長は話す。

つどいは、それ自体がテーマパークのアトラクションのように乗って楽しむ観光列車だ。外観は、伊勢志摩エリアの観光スポットや海の幸を描いたイラストで彩ったカラフルなデザイン。3両1編成で、沿線の風景が楽しめるように、全80席とテーブルが窓向きに配置されている。中央に位置する2号車は、バーカウンターを設置したイベントスペースとなっており、ここでは志摩市や志摩市商工会など地元の協力を得て、あおさ汁や伊勢エビのみそ汁など、地元の食材を使用した「ふるまい」や、伊勢志摩の特産品を販売。「ふるまい」や購入した商品は、バーカウンターで販売する飲料などとともに、座席で味わうことができる。

子ども向けのフリースペースも用意された。1号車に設けられた「風のあそびば」では、カラフルでユニークな形のフリー座席を配置。展望窓横のスリットから車内に爽やかな風が吹き抜ける設計になっている。さらに、乗務員室後方には、運転士気分を味わえる「こども運転台」を設置するなど、賑やかで楽しい旅の工夫が随所に盛り込まれている。

つどいは、週末と観光客利用の多い日を中心とする運行で、1日2往復、両駅を約1時間で結ぶ。運賃に加算される観光列車料金は大人300円、子ども150円。当初は今年3月末までの予定だったが、好評のため、来年3月まで運行を延長する。

グループ傘下のクラブツーリズムの専用列車「かぎろひ」も平成23年に運行を開始している。イベントスペースやバーカウンターが設けられているほか、オーディオ設備、カーペット敷きの床など豪華な仕様が特徴だ。旅行会社が専用列車を通年で運行するのは国内初の試みだが、伊勢志摩方面へツアー企画で運行し、貸し切りバスの魅力を鉄道で実現することを目指している。

生活関連事業本部
観光・レジャー事業統括部
伊勢志摩事業推進部長
伏見晋也
Shinya FUSHIMI

「つどいもかぎろひも、既存の車両を改造したもの。当社ならではの観光列車を誕生させて、需要の開拓に力を入れていきたい」（湖東部長）

近鉄では、こうした観光列車を他路線で運行する意向を持っており、現段階では、吉野線での導入が検討されている。

## 式年遷宮を機に進めてきた伊勢志摩開発

伊勢志摩エリアは、近鉄グループが長い時間をかけて観光開発を行い、リゾート地として成熟させてきた最重要拠点だ。

伊勢神宮参拝者数の推移をみると、20年に一度執り行われる伊勢神宮の式年遷宮の年と翌年の「おかげ年」に入込客数が急増し、翌々年からは徐々に減少、その後、次の遷宮に向けて再び増加に転ずるという、20年の周期を繰り返していることが分かる。

近鉄グループにおいても「昭和６年に大阪から宇治山田間の鉄道路線を開設した後は、多くの参拝者が来訪される遷宮を節目に、新たな開発と投資を行ってきた歴史がある」と生活関連事業本部観光・レジャー事業統括部の伏見晋也伊勢志摩事業推進部長は語る。

伊勢志摩地域が戦後初の国立公園に指定されたのを受け、近鉄はリアス式海岸が美しい賢島地区の観光開発に着手、第59回の遷宮を２年後に控えた昭和26年、志摩観光ホテルを開業した。以来、同ホテルは多くの賓客を迎え、日本有数のリゾートホテルとなった。

しかし、近鉄の鉄道路線は、途中の宇治山田までで、その先はバス路線であった。そこで、第60回の遷宮を３年後に控えた昭和45年には、近鉄難波・近鉄名古屋・京都から賢島までの特急直通運転を開始して、東海道上の３大都市とリゾート地を直接結ぶ体制を整えた。同時に「賢島カンツリークラブ」、「志摩マリンランド」などのリゾート施設を開設して同年開催された大阪万博への来場客の誘致に努めた。

続いて、第61回の遷宮が行われた翌年の平成６年には「志摩スペイン村」を開業。伊勢志摩における最大の集客施設、テーマパークが誕生した。翌７年に和風旅館「賢島宝生苑」を開業したことと相まって大いに賑わった。

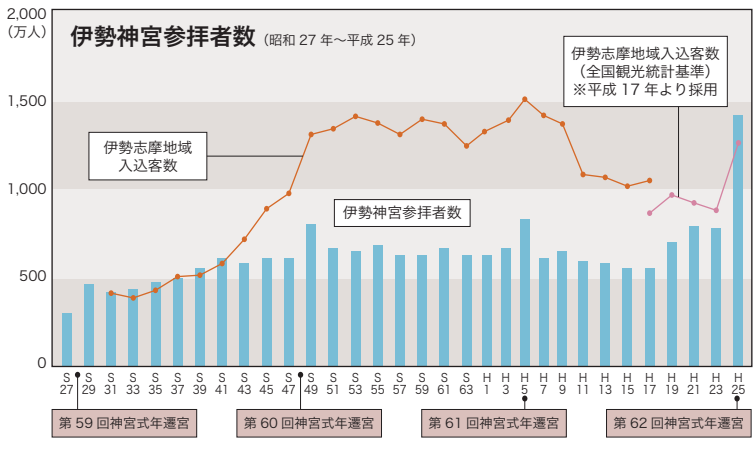
その後、入込客数は減少に転じ、平成14年頃から、来る遷宮に向けての取り組みが始まった。

まず、平成14年には「伊勢・鳥羽・志摩スーパーパスポート〝まわりゃんせ〟」の発売を開始。これは、往復乗車券と特急券に加え、エリア内の電車・バス乗り放題、約30もの観光施設に入場できる企画きっぷで、累計１２５万枚の発売を記録するロングセラー商品となっている。

「〝まわりゃんせ〟は現地を周遊する際に、これ１枚あればすべて事足りるという利便性を徹底的に追求したきっぷで、〝まわりゃんせ〟を宣伝することが、伊勢志摩そのものをＰＲすることになる。域内の観光事業者が一つにまとまるきっかけとなった」と伏見部長は語る。

さらに、滞在型リゾート地としての強

1 2第62回神宮式年遷宮が執り行われ、新しく造り替えられた内宮・御正宮と宇治橋。3リアス式海岸で有名なあご湾を臨んで建つ「賢島宝生苑」と「志摩観光ホテル」。



化を図るため、平成18年には「賢島宝生苑」において温泉を掘削し、その翌年には「ホテル近鉄 アクアヴィラ伊勢志摩」を、平成20年には全客室がスイート仕様の「志摩観光ホテル ベイスイート」を開業した。

この結果、現在の伊勢志摩エリアにおける近鉄グループの観光施設は19を数える。宿泊リゾート、テーマパーク、水族館、ゴルフ場、遊覧船、温泉施設、自動車道など、実に多岐にわたっている。これらの施設をグループとして共通ブランドを掲げ、一体的に情報発信・販売促進するため、平成19年から「伊勢志摩近鉄リゾート」の統一名称を冠して連携を図っている。

こうした取り組みを重ねる中で迎えた昨年の第62回式年遷宮だが、今回は運輸・流通・ホテル・レジャー・旅行の各部門が連携して「遷宮対策プロジェクト」を立ち上げ、伊勢志摩エリアの注目度を高め、参拝者や観光客を誘致するさまざまな仕組みづくりを行った。

まず、鉄道事業では、前述の通り今回の遷宮に合わせて観光特急しまかぜと観光列車つどいの運行を開始したほか、伊勢志摩への看板特急である伊勢志摩ライナーを全面リニューアルした。新たな列車の開発と運行は、メディアでも繰り返し取り上げられ、伊勢志摩地域が全国から注目を集めるのに絶大な効果があった。

また、観光の拠点となる宇治山田駅・伊勢市駅については駅舎を改装し、宇治山田駅では駅ナカショッピングモール「Time's Place うじやまだ」を開業した。

レジャー施設では、志摩スペイン村において、昨年3月に新アトラクションを導入し、さらに本年は、開業20周年を迎えることから、パレードを一新し、祝祭感あふれる装飾で園内を彩った。賢島エスパーニャクルーズでは昨年10月から期間限定で「あご湾サンセットクルーズ」などの特別クルーズを運航している。

さらに、伊勢志摩は、古くから「御食(みけ)つ国」と言われ、伊勢海老、鮑、牡蠣など海の幸が有名だ。そこで、伊勢志摩近鉄リゾートのホテル・旅館6館では、遷宮を記念し、料理にこだわった特別プランを相次いで発売した。中でも、近畿日本ツーリスト個人旅行が販売した「伊勢志摩近鉄リゾート特選プラン」は、ホテ

今回の遷宮に合わせ全面リニューアルした伊勢志摩ライナー。

1客室全50室がスイートルームの「志摩観光ホテル ベイスイート」。贅を尽くしたおもてなしを提供している。2宇治山田駅ナカショッピングモール「Time's Place うじやまだ」。伊勢志摩を代表する土産物店、レストランなどが並ぶ。

平成25年3月に運行を開始した「パールシャトル」。

開業20周年を迎えた志摩スペイン村の新しいパレード「エスパーニャカーニバル“アデランテ”」。

賢島エスパーニャクルーズの特別クルーズの一つ、「あご湾サンセットクルーズ」。

勢志摩エリアのホテルまで配送するサービス「手ぶらで伊勢参り」も始めている。

広域でのキャンペーンも行われている。平成14年には、三重県・伊勢市・鳥羽市・志摩市と近鉄など民間企業の参画により「伊勢志摩観光コンベンション機構」を結成。官民一体で活動し、「オール伊勢志摩でエリアの活性化を目指している」（伏見部長）。昨年は同機構と共同で近鉄エリアキャンペーン「せんぐう旅博～日本人の旅　伊勢志摩～」を展開し、全国からの旅客誘致に取り組んだ。

## 次代に向けての新たな魅力づくり

平成25年の伊勢神宮参拝者数は、前年の1・8倍となる1420万人と過去最高を記録した。伊勢志摩エリアへの特急利用者数は前年度比4割増、ホテル宿泊者数も同2割増と大きく伸ばし、近鉄グループ全体でも大きな増収効果があった。

「遷宮は、事業者にとっても20年という区切りで地域の現状や課題を再認識し、再構築を図る絶好の機会となった」と伏見部長は語る。

今後は、これらプロジェクトが達成した成果をいかに持続させていくかが課題となるが、近鉄では、既に次の遷宮を見据えて、伊勢志摩近鉄リゾートの新たな魅力づくりに着手している。

「人口構造が変化して、観光レジャーにおける消費リーダーは中高年層が中心になる。中高年層をしっかり捉えるマーケティング戦略が必要だ。従来からの強みである歴史文化や自然風景に加え、特に温泉や健康・スポーツが今後成長させていくべきコンテンツになると考えている」と伏見部長は伊勢志摩の将来像を語る。

次代に向けた取り組みは早くも始まっている。温泉については、自家源泉を持つ近鉄グループの3湯と地元の温泉とが連携し、共通ブランド「伊勢志摩温泉」を立ち上げ、温泉地のPRに努めている。

また、地元自治体や企業と連携し、伊勢志摩でスポーツイベントが行われるよう誘致活動やプロモーションを積極的に行っている。平成18年に開始した「志摩ロードパーティハーフマラソン」や平成23年に開始した「伊勢志摩ツーデーウオーク」、今年で9年目を迎える女子プロゴルフの公式戦「ミズノクラシック～伊勢志摩～」の開催などがその成果だ。

中でも、近鉄賢島カンツリークラブを

間近にあご湾が迫る賢島宝生苑の「朝なぎの湯・夕なぎの湯」。

会場に開催されるミズノクラシックは、アメリカの女子プロゴルフトーナメントでは唯一の日本開催となるビッグイベントで、毎年、約1万2000人を超えるギャラリーが観戦に訪れる。しかし、成果はこれだけではない。

「著名な大会を誘致することでコースの認知度とステータスが上がり、年間を通じてここでプレイをしたいという県外のゴルファーが増え、域内の経済効果が非常に高まった」（伏見部長）

そして今、新たな旅の目的、コンテンツを創り出そうと、本年12月の開催に向け準備を進めているのが、「伊勢志摩サイクリングフェスティバル」だ。志摩スペイン村をスタート・ゴールに、風光明媚な景色とグルメを堪能しながら、40㎞を自転車で走行するというもので、大阪・名古屋からのサイクルトレインを運行する。「マラソン、ウォーキング、ゴルフに続いて、サイクリングを推進したい。こうした健康やスポーツをテーマとしたイベント開催をきっかけにして、年中旅行者が訪れる滞在型観光地の形成を目指していく」と伏見部長は語っている。

1

2

1伊勢志摩のスポーツイベントとして定着した「志摩ロードパーティハーフマラソン」。2リアス式海岸の地形を活かし、コース途中に乗合船や鉄道での移動が設定されている「伊勢志摩ツーデーウオーク」。

## 特急車両の阪神線乗り入れを実現

続いて紹介するのは、特急ネットワークの拡充で観光需要を掘り起こす、近鉄の新たな挑戦だ。

平成21年3月の阪神なんば線の開業で、近鉄と阪神は、奈良－三宮間の相互直通運転を開始している。

その効果は非常に大きく、近鉄－阪神の相直利用人員は、初年度の1日平均1・9万人から平成25年度には2・4万人と増加を続けている。

これについて、鉄道事業本部企画統括部の福嶌博営業企画部長は「直通運転の開始で、神戸・難波・奈良を1本で結ぶ、広域の、非常に強い東西軸が誕生した。通勤通学の利便性が高まり、近鉄沿線と阪神沿線の交流人口が確実に増えている。今までなかったお客さまの動きを開拓できたことを実感している」と語る。

定着してきた近鉄－阪神間の長距離輸送に、さらに観光需要を取り込める可能性は大きい。平成23年、近鉄と阪神は、有料座席指定の「近鉄特急車両」を阪神線内でも定期運行する構想を打ち立て、検討を開始した。

都市間輸送を担う阪神は、特急料金制度を持っていない。一番の課題はこの特急料金体系だったが、その他にも現行のダイヤにどう組み込んでいくか、車両や駅施設の規格の違いなど、解決しなければならない課題は多かった。阪神側には、座席指定システムや特急券発売機の設置など、設備投資も必要となる。

協議の結果、両社は、定期運行ではなく、まずは団体向け臨時列車として運行を開始することで合意した。団体向け臨時列車であれば、運賃の収受や座席指定は旅行会社が一括して行うことになり、初期投資を抑えることができる。通常ダイヤを変更することなく運行できることも大きかった。

相直開始から5年。阪神なんば線開通直後からささやかれていた近鉄特急の阪神線乗り入れは、両社が具体的に検討を開始し、幾度にもわたる折衝の末、ようやく実現されることになった。

今後は、利用状況を見ながら定期的な運行も視野に入れ、課題の解決に取り組んでいく方針だ。

鉄道事業本部　企画統括部
営業企画部長
**福嶌 博**
Hiroshi FUKUSHIMA

## 初回ツアー企画は即日完売

記念すべき初回の旅行商品は「初！神戸から伊勢志摩へ　近鉄特急車両直通運転 阪神三宮駅発⇔伊勢志摩への旅」。三宮－賢島間を片道約3時間半で結ぶツアー企画で、即日完売の人気となった。

第1回目のツアー出発日は、今年3月22日。満席の近鉄特急が三宮駅を出発した。

「近鉄の特急車両が三宮駅に入線する光景はとても迫力があり、感動的だった。われわれ関係者だけではなく、お客さまや大勢の一般見学の方々にも強いインパクトを与えた」と福嶌部長は振り返る。

このツアー企画は、発地と最終着地が三

宮駅で、伊勢志摩でのプランは「伊勢神宮参拝」「鳥羽水族館と散策」「志摩スペイン村」「賢島宝生苑でのランチ・温泉入浴」の四つのコースから選べるというもの。

逆に、近鉄沿線から神戸方面へ向う最初のツアー企画は、近鉄名古屋駅から阪神甲子園球場まで乗り換えなしで行く「阪神タイガース応援観戦ツアー」で、こちらも完売の人気となった。

「われわれとしては阪神沿線から伊勢志摩方面へ、いかにお越しいただくかがポイントとなるが、三宮駅発着のツアー参加者の居住地域では、神戸市内が46％を占め、さらに阪神沿線以西の地域から参加された方も多かった。また近鉄名古屋駅発着の甲子園ツアーは、名古屋市内の方が40％を占めており、市内の方は新幹線より運賃が安く、しかも乗り換えなしという利便性で選んでくださったと思う。直通特急のニーズは、十分にあると考えている」と福嶌部長は語る。

臨時直通特急の運行は、現在、土休日を中心に年間50往復程度を目指している。使用する特急車両は22600系で、2010年に鉄道友の会からローレル賞を受賞した「汎用型の特急としては当社の最新型」（福嶌部長）だ。

「特急車両の直通は、特に小さなお子さま連れのファミリーやシニア層に、乗り換えなしが高く評価され、この列車があったから行くことにしたという新規の需要を開拓できている。１編成で複数の企画を実施するなど、今後とも個人のお客さまを含め、さまざまなニーズにお応えできるように工夫を凝らしていく」と福嶌部長は話す。

両社の強みを活かし、両社沿線の特色を打ち出したツアー企画を考案していくとともに、さらに乗り入れの路線を拡大することなども検討していきたいという。

## 沿線地域ＰＲの好機に

こうした特急車両の直通運転は、利用者側にとっては、単にツアーに参加するだけではなく、目的地への移動手段の選択肢が増えることになる。また、沿線地域にとっては、相手方沿線の住民に地元をＰＲする絶好のチャンスとなる。

特急直通運転初日の三宮から賢島に向かう特急車両の中では、伊勢志摩エリアの関係者が車内で特産品の「ふるまい」や販売を行い、ツアーを盛り上げた。

「伊勢志摩の方々にとっても、待望の神戸からの特急車両で、兵庫県の方々にいいＰＲができたと喜んでくださった。また、三宮駅で行ったセレモニーやイベントは、今後の三宮の活性化につながると阪神の方に言っていただけた」と福嶌部長はその大きな効果を語る。

近鉄特急の直通運転は、近鉄にとっては、阪神間の住民への近鉄特急のマーケット拡大、都市間輸送がメインの阪神にとっては観光分野に踏み込んだ沿線活性化の取り組みとなる。

成功事例を積み重ね、特急直通運転を大きく育てていく。近鉄は、利用客のニーズに合わせて特急ネットワークを進化させ、さらなる成長へとつなげていく方針だ。

1

2

3

1阪神の三宮駅に近鉄特急がデビュー。三宮駅はあふれんばかりの人で埋め尽くされた。2阪神線に乗り入れる特急車両22600系。3出発式ではミス伊勢志摩、三宮駅長、鳥羽駅長、スマイル神戸がテープカットを行った。