



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

特集

沿線エリアの魅力創造

[南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略]

夏の足跡

辻村深月

去年の夏、仕事で九段下の駅に降りた時のこと。

「あっちだ！」と子どもの声がして、小走りになる男の子を、ベビーカーに赤ちゃんを乗せたお母さんが「はいはい、ちょっと待ってて！」と追いかけている。夏休み、水筒を提げて帽子をかぶった男の子が「ママ早くー！」と叫ぶ。彼が目指す先にあるものを見て「お」と気づいた。東京メトロがやっている「仮面ライダー」スタンプラリーの台だ。

実は、うちの五歳の息子も「仮面ライダー」が大好き。私も一緒に過去のシリーズまで遡って観たせいで、今ではだいたい詳しい。ほうほう、九段下の

スタンプは「仮面ライダーウィザード」ですか、とスタンプ帳を開く親子を後ろから覗き込んで、息を呑んだ。

ほとんどすべての駅のスタンプがすでに押されていて、もはやバーフェクトに近い。一日では無理だから、おそらく何日もかけて回っているのだろう。見れば、嬉しそうにスタンプを押す男の子は三歳か四歳くらいで、下の子はおそらく一歳未満。二人の小さな子をお母さんがひとり連れて、猛暑の中何駅も回るのは本当にすごいなあと頭が下がる。

彼らのスタンプ帳を見て、微かに胸が痛んだ。ずうっと昔、このスタンプラリーをいつか子どもと一緒にやるの

が夢だったのに、仕事にかまけて全然やれていなかった。

その週末、「さあ、行くよ！」と夫とともに息子の手を引き、まだ赤ん坊である下の子を抱っこして家を出た。

家の最寄り駅からスタートして表参道へ、そこから千代田線に乗り換えて、霞ヶ関、日比谷、途中で持参したお弁当のおにぎりを公園で食べ、最後は北千住からまた戻って――、休日をめいっぱい使つてできるだけ多くのスタンプを稼ごうとする私たち親に対して、子どもの方が先に「もう今日はここまでにしようよー！」と音をあげた。「待って、あと、秋葉原の仮面ライダードライブだけは！」と抵抗する

イラスト・岡林玲

みんな

CONTENTS

Vol. 62

2017

◎日本民営鉄道協会とは？

昭和42年に社団法人として設立、平成24年4月1日付で一般社団法人に移行、72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。

も、朝早くからのお出かけに子どもの
臉がもう落ちそう。結局最後は眠る息
子を夫がおんぶして帰ってきた。
もうずっと昔のことだが、結婚する
前、まだ友人同士だった頃、夫が当時
山梨でOLをしていた私にこんなメー
ルをくれたことがあった。
「都内では今、夏休みの電車のスタ
ンプラリーが行われています。あれを
見ると、子どもにそうやって付き合う
親は本当に大変だなあと思います。だ

けど、自分はそれに付き合える親にな
りたいなあ、とも思います」
そう書いたことを覚えているか、と

尋ねると、夫からは案の定「え、俺、
そんなこと書いた？」という答え。
「書いてたよ」と話しつつ、二人の

子どもの重みに耐えて歩く帰り道、あ
あ、スタンプラリーに付き合う親、
になったのだなあ、しみじみ思う。
全駅制覇とはいかなかったけれど、
まばらなスタンプ帳の足跡もそれはそ

れで愛おしい。

つじむらみづき

作家。山梨県出身。2004年『冷たい校舎の時は止まる』
で第31回メフィスト賞を受賞しデビュー。11年『ツナグ』で
第32回吉川英治文学新人賞、12年『鍵のない夢を見る』で
第147回直木三十五賞を受賞。著書に『子どもたちは夜
と遊ぶ』『凍りのくじら』『ぼくのメジャースプーン』『スロ
ウハイツの神様』『ゼロ、ハチ、ゼロ、ナナ』『鳥はぼくら
と』『家族シアター』『朝が来る』など。近著に『クロローバ
ナイト』『かがみの孤城』がある。

02 夏の足跡

●作家 辻村深月

特集／沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】

TOP INTERVIEW

04 途切れることなく

実績を積み上げ、

沿線エリアの魅力創造へ

●南海電気鉄道株式会社 取締役社長兼CEO 遠北光彦

REPORT.1

08 空港線を軸とした

インバウンド事業の拡大

●南海電気鉄道株式会社 執行役員
プロジェクト推進室インバウンド事業部長 望月理

●南海電気鉄道株式会社
プロジェクト推進室インバウンド事業部長 矢野到

●南海電気鉄道株式会社
プロジェクト推進室インバウンド事業部長 徐薇莉

●公益財団法人大阪観光局 専務理事 野口和義

Column

知ってもらって、好きになってもらう

15 ブランド・プロモーション「愛が、多すぎる。」

●南海電気鉄道株式会社 営業推進室 営業部主任 中村美紗子

16 REPORT. II 沿線エリアに誘客する

地域の魅力づくり

●南海電気鉄道株式会社
鉄道営業本部 運輸部 営業課 主任 石坂勝利

●加太観光協会 会長 利光伸彦

TOPICS

22 沿線エリアの魅力を高め、

事業基盤をさらに深耕し展げる

●南海電気鉄道株式会社
深展133計画推進室 課長 杉本宙史

●泉北高速鉄道株式会社 経営企画室 次長 宮田光爾

●泉北高速鉄道株式会社 経営企画室 課長 小林誠

みんなでつなぐプロモーション

一般社団法人 日本民営鉄道協会

26 第103回 定時総会を開催

協会創立50周年記念パーティーも併せて開催

連載 地方民鉄紀行

28 水島臨海鉄道株式会社

連載 大正・昭和の鳥瞰図絵師 吉田初三郎の世界

30 金沢市

●首都大学東京非常勤講師 藤本一美

特集：沿線エリアの魅力創造

[南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略]

途切れることなく 実績を積み上げ、 沿線エリアの 魅力創造へ

明治18年に開業し、現存する純民間資本の鉄道として日本で最も長い歴史を持つ南海電気鉄道は、大阪ミナミの難波駅をターミナルに、和歌山、関西国際空港、高野山などを結ぶ総営業キロ154 kmの路線を経営する。平成27年度に迎えた創業130周年を機に、その後の3年間で「さらに深耕し^{ひら}げていく3年間」と位置付け策定した中期経営計画「深展133計画」では、インバウンド事業の拡大、泉北エリアの活性化、なんばエリアの求心力向上を3本柱に掲げ、「沿線エリアの魅力創造」を強力に推進している。最終年度に入った現在、その取り組みや手応えについて、遠北光彦取締役社長兼CEOにお話を伺った。

南海電気鉄道株式会社 取締役社長兼CEO

遠北光彦

Teruhiko ACHIKITA

文●茶木 環／撮影●織本知之

特集：沿線エリアの魅力創造

[南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略]

「深展133計画」を推進

——平成27年度からの中期経営計画「深展133計画」も最終年度に入りました。進捗状況はいかがでしょう。

遠北 当社は平成3年を境に輸送人員が減少を続け、不況の長期化と相まって経営が非常に苦しい時期があり、縮小均衡で構造改革や合理化など財務体質の強化に努めてきました。その後、経済環境が改善されたことで、前回の中期経営計画「凜進130計画」(平成23年度～26年度)では経営基盤の拡大を図り、泉北高速鉄道を新たにグループに加え、物流事業への進出と不動産事業の強化を行っています。

創業130周年を迎えた平成27年度からの中期経営計画「深展133計画」(平成27年度～29年度)では、これらの事業を「さらに深く耕し、展げていく」ことを主旨として、三つの基本方針「泉北関連事業の強化」「関空・インバウンド事業の拡大」「なんばエリアの求心力向上」の各施策を進めています。また、この基本方針を実現していく上でベースとなっているのが、当社が継続して取り組む「沿線エリアの魅力創造」と「グループ経営基盤の強化」で、それぞれの具体的な取り組みについてはほぼ計画通りに進捗している状況にあります。

——泉北高速鉄道をグループ化して最初の経営計画となります。

遠北 大阪府の第三セクターだった大阪府都市開発株式会社(OTK)の民営化により、平成26年7月に泉北高速鉄道が南海グループの一員となりました。従前より高野線と相互直通運転は行っていました。ダイヤ改正や特急「泉北ライナー」の運行を開始するなど、輸送サービスの利便性・快適性向上に取り組んでいます。また、乗り継ぎ割引の拡大を実施し、平成29年1月からは堺市の助成制度により通学定期の割引率も拡大しました。

エリア活性化の取り組みでは、中核となる泉ヶ丘地区の駅前商業施設を取得して昨年度にリニューアルオープンさせたほか、沿線にある五つの大学と連携して地域が元気になるさまざまな取り組みを進めています。

また、OTKが所有していた東大阪・北大阪流通センターは大阪府下屈指の物流拠点となるトラックターミナルを有していますが、この運営も手掛けることになり、グループ内の物流事業が伸展しています。

——泉北関連で沿線も事業エリアも拡大したわけですが、課題はありますか。

遠北 高度経済成長期に大規模な計画市街地として整備された「泉北ニュータウン」は今年、まちびらき50周年を迎えました。現在はその一次入居者が高齢化し、次の世代はまちから流出して、まちの賑わいをどう維持し活性化していくかが大きな課題となっています。

す。泉北高速鉄道線は、かつては「少し遠くて運賃が高い路線」というイメージがありました。運賃の値下げでそのイメージをやわらげ、自治体や地元の方々のご協力を得ながら、イベントなどさまざまな取り組みを行っています。今後も地域と一体となって「ニュータウンの活性化」に取り組んでいきたいと考えています。

インバウンド急増を追い風に事業拡大

——関西国際空港のLCC増便などを背景に、南海電鉄の空港線利用が大きく伸びています。

遠北 安倍内閣が掲げた「アジア・ゲートウェイ構想」を契機にオープンスカイ協定が進み日本のLCC元年と言われた平成24年、関西国際空港(関空)にもLCCが就航しました。現在、国際線におけるLCC就航便数は3分の1を占めています。

これを契機に、外国人旅客数が年々増加し、関空と難波を結ぶ当社線の車内や駅ホーム、なんば・心斎橋のまちはここ数年で景色が一変しました。特にアジアからの訪問客が非常に多く、LCCが到着する時間帯はスーツケースとスマートフォンを手にしたお客さまでなんばのまちがあふれるほどです。

当社の空港線の輸送人員は、東日本大震災があった平成23年の3月には減少しましたが、約半年後から増加に転

じ、平成29年3月まで66カ月連続で前年同月比増となっています。定期外利用は、平成23年度の382万9000人から、平成28年度は956万3000人と2.5倍に増加しています。

——現在、関空では国際線の8割をアジア便が占めていますが、「関空・インバウンド事業の拡大」としては、どのような施策を展開されていますか。

遠北 空港会社や旅行エージェント、自治体とタイアップして、さまざまな営業活動を強化しています。日本に着いてからではなく、あらかじめ出発地で企画切符を買っていただければ関空に到着後、当社の電車をご利用いただきやすいということで、旅行関連の博覧会やエージェントに働き掛け、企画切符の販売強化を続けています。平成



関西国際空港の開港に伴い運行を開始した特急「ラビット」



関西国際空港と直結する難波駅



日本・台湾の4社が連携協定を締結

28年度の海外での販売実績は64万枚に上りました。

また、今年の4月には台湾の桃園国際空港・桃園メトロ（台北・桃園空港を結ぶ鉄道）・関西エアポート（関西国際空港の運営会社）・当社の4社で、相互送客に向けて連携協定を締結しました。空港アクセスに関する情報発信や鉄道乗車券類の相互販売など、交流を活発に行うことで台湾と日本の空港と鉄道を活性化しようという初の試みで、われわれも大いに期待しているところです。

空港線については、今年1月、関西第2ターミナルビル（国際線）開業に合わせてダイヤ改正を行っています。関空は24時間稼働ですので、深夜早朝の空港急行の増便と特急「ラピート」

の増発、さらに混雑緩和策として8両編成による空港急行を増やしました。車両についても、座席数を減らして荷物置き場を設けた新型車両を投入したほか、車内放送・車内表示の多言語化、フリーWi-Fiの導入を進めています。

日本に到着して最初に利用するのが当社線というお客さまも多いことから、関西空港駅のインフォメーションセンターの窓口を増設するなど、快適にご利用いただける環境の整備に注力しています。急激な訪日外国人の増加により、ハード・ソフト両面での対応が追い付いていない部分がまだまだあり、今後はさらにスピード感を持つことが必要だと感じています。

——インバウンドが追い風となり、賑わいが増しているならばエリアについて

は、どのような方針をお持ちですか。

遠北 現在、南海会館ビルの建て替えプロジェクトが進行中で、平成30年秋のオフィスビル（仮称）新南海会館ビルの完成をもって、なんばエリアにおける当社の不動産開発が集大成を迎えます。

ショッピングセンターや百貨店、ホテルなどあらゆるものが揃っているならばは、既に魅力に満ちたまちではあります。ビジネスセンター機能を整備した新南海会館ビルの誕生により、「ビジネスのまち・なんば」の魅力を高めていきたいと考えています。

医療フロアを設けて海外からの医療ツーリズムを受け入れる計画を進めていますし、日本の文化を紹介するようなフロアもつくりまします。さらに、最高水準のBCP機能も有しており、外資系企業の集積拠点としての可能性も大きいと考えています。

なんばは、関空と直結したまちだからこそ、さまざまなポテンシャルを秘めています。

——なんばエリアが、さらにいろいろな魅力を持ったまちへと発展していくのですか。

遠北 なんばのまちというのは、心斎橋までを含めた平面的に広がりのある多様性に富んだまちなんです。これまでは食や娯楽、買い物などがクローズアップされることが多かったのですが、そこにビジネスを含めてトータルで魅力あるまちとして、なんばを発展

させていきたいと思っています。

また、目前の課題としては、インバウンドのニーズにどのように対応していくかがあります。爆買いの勢いがない限り、「モノ消費」から観光、グルメ、日本文化の体験など「コト消費」のニーズが増えており、今後はさらにシフトしていくはずです。

なんばのまちだけではなく、なんばを起点にいろいろなところへ足を延ばしていただく——当社の事業エリアには金剛山や高野山、熊野古道、堺の古墳群など歴史的な名所が多く、自然も豊かです。農業が盛んな地域ではフルーツ狩りも体験いただける。そうした情報発信ももっとしっかり行って、事業エリアを回っていただけるようにしたいと思っています。

沿線ブランド向上の取り組み

——そうした沿線PRも含め、「愛が多すぎる」というブランド・プロモーションが注目されています。

遠北 これは「沿線エリアの魅力創造」を目指し、その取り組みの一環として実施しているものです。少子高齢化が急速に進む中でいかに沿線を活性化していくか。そのためにまず鉄道事業者は、自分の会社や沿線に興味を持ってもらう、好きになってもらうことが非常に重要です。

しかし平成26年度に行った当社沿

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



グループ化した東北高速鉄道の車両（今宮戎駅付近）

線・関西圏・関東圏の認知度調査で、当社は関西大手鉄道事業者の中で知名度が最下位でした。特に若い世代に、南海電鉄に「乗ったことがない」「名前を知らない」人が多いことが分かりました。そこで、まず知ってもらうことからスタートして、好きになってもらう、来てもらう、住んでももらうという手順で沿線を活性化していこうということになったわけです。

知ってもらうためにはPRする必要があります。認知度調査で、南海電鉄の印象は「イメージが希薄」ということでしたので、何か特徴があるものをつくらないと認識してもらえないということで、CMソングや南海体操など、インパクトの強いプロモーションを展開しました。おかげさまで「南海の印象が変わった」と反響は非常に大きかったですね。時には「南海らしくない」という意見も頂戴しますが、少なくとも

も話題になったという意味では成功だったと思っています。ここから先は好きになってもらう、南海沿線に来てもらう、さまざまな仕掛けを展開していきたいと考えています。

——「愛」は、沿線のテーマでもあるのですか。

遠北 沿線の方や当社グループ社員に「南海とその社員についてどのように思っているか」をアンケート調査したところ、沿線の方からは「真面目、仕事一筋」「優しくて温かい」「個性や遊び心がある」という回答、社員からは「地域密着で、お客さまを幸せにする企業」「前向きに仕事に取り組んでいる企業」という回答が多かったです。まとめると「実直で真面目、ちょっとやぼったく、よかれと思うことはやり過ぎるぐらいのお節介焼き」ということですね（笑）。やり過ぎるのは思い入れが強い証しで、「全力で」とことんきちんとやります」ということ。お客さまへの愛、安全・安心への愛、地元への愛など当社グループのたくさんさんの想いや愛情を表現したのが「愛が、多すぎる。」というコピーです。鉄道会社としては少し大胆なイメージ戦略かもしれませんが、「思い切ってやってみよう」

と決めました。古いものを大切にしながらも新しい方向性を模索して進んでいく。そういう意味では「南海は少し変わったな」という印象を持っていただけかと思っています。

——大阪ではなにわ筋線構想に期待が寄せられていますが、これについてはいかがですか。

遠北 現在、大阪府、大阪市、JR西日本、阪急電鉄など関係先と協議をしています。なにわ筋線の実現によって関空と難波、梅田地区、新大阪が直結できることは、公共交通ネットワークの拡充という点からも非常に意義があると考えています。これまで大阪地区の国土軸は、新幹線や伊丹空港など北側に寄っていましたが、関西空港やなにわ筋線などにより、当社沿線に注目いただける可能性も高まると期待しています。当社としても、ならばエリアの魅力を高めることで、キタからミナミへ、そしてミナミからキタへ、お客さまの流れをつくっていき

たいと思います。

——最後に、今後の抱負についてお聞かせください。

遠北 当社は、公共交通を担うグループとして、安全・安心の確保の徹底に努めることがゴールであり、同時にひとつのスタートだと思っています。安全であってこそ社会的に意義のある事業ですから

「毎日のあたりまえ」をきっちり実現し続けたい。そして、ブランド・プロモーションで謳っているように、あふれる「愛」を利便性や快適性の向上あるいは新サービスに具体化し、外国人の方々を含めて、より多くの人々に訪れていただき、勤務先や定住先を選んでいただけるような沿線の実現に向けて、グループをあげて地道かつ着実に取り組んでいきたいと考えています。

今の世の中は、方向感に乏しく、かつ振れ幅が大きく、時代の流れのスピードも速い。時代の流れを捕まえるのはとても困難な時代ですが、安全をはじめ企業として守らなければならないことを守りつつ、成長を期していきたいと考えています。

私自身は、当社グループでは初の流通部門出身の社長となりますが、スピード感と世の中の流れを読むという面で、南海グループのより良いカルチャーを築いていければと思っています。





REPORT.I

特集：沿線エリアの魅力創造

〔南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略〕

空港線を軸とした インバウンド事業の拡大

関西国際空港へのアクセス路線である

南海電鉄「空港線」の輸送人員が大きく伸展している。

関西国際空港の開港に合わせて開業した空港線は、

空港利用者数の伸び悩みで輸送人員が低迷していた時期もあったが、

近年は訪日外国人の急増を受け、輸送人員数の更新が続く。

南海電鉄では空港線の開業以来、利便性の向上を目指し、

さまざまな施策を実施してきたが、

中期経営計画「深展133計画」では、3本柱の一つに

「関空・インバウンド事業の拡大」を位置付けている。

関西国際空港のLCC拠点化など訪日外国人の「旅行」が変化する中、
南海電鉄が進める取り組みを紹介する。

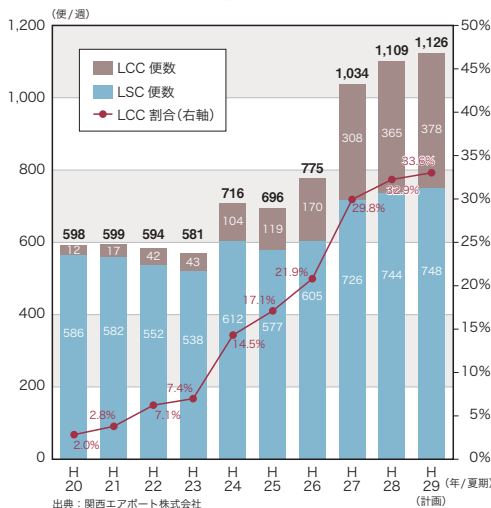
文●茶木 環／撮影●織本知之



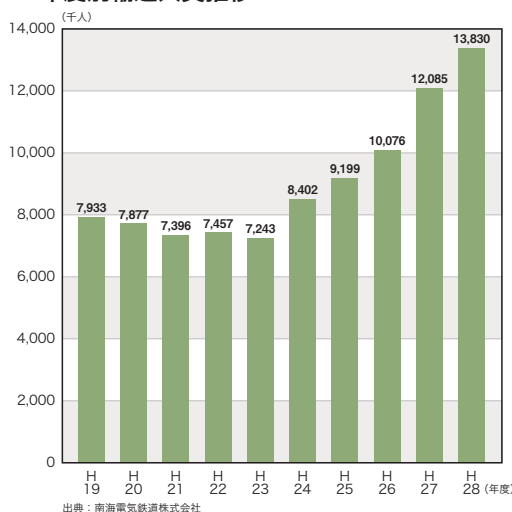
特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】

■国際線旅客便数の推移（夏期スケジュール）



■年度別輸送人員推移（空港線）



特長で、20年以上経った現在もその新しさは色あせることなく、ホームでは颯爽とした車両の前で写真を撮る人が後を絶たない。空港から大阪を代表する繁華街「ミナミ」まで最速約34分で直行でき、訪日外国人も多くが全車両座席指定の特急ラピートを利用する。

さらに、空港線では利用客の大きな荷物の扱いが課題となっていたが、ロングシートの座席数を減らし、ドア際に荷物置き場を設けた8300系車両の導入を進め、課題解決に取り組んでいる。

ちなみに、電車の運行時間外は南海

2020東京オリンピック・パリンピック競技大会が開催される年度の目標人数も、当初の2000万人から4000万人に倍増され、2030年には6000万人を目指している。

訪日外国人数は、平成24年には年間836万人だったが、翌年には1036万人を記録し、国が長年目標にしていた1000万人を超えた。以降、年間の増加人数が300万人、630万人と倍増し、平成28年には2000万人を超え、2404万人に達している。

「関西国際空港は大阪湾内泉州沖5kmの人工島に位置しており、旅客、貨物とも24時間運用となっている。訪日外国人の受け入れ態勢としては公共交通による移動がいかに整備されている。

「関西国際空港は平成6年9月に開港し、昨年4月に民営化された。就航便数はここ数年急増し、今年の国際線夏期スケジュールでは、旅客・貨物合わせ、過去最高となる週1260便を計画している。好調な推移を牽引する要因はLCCの就航で、国際線での割合は約3分の1、国内線では約半数を占める。

平成24年にLCC専用の旅客ターミナル「第2ターミナル」（現在の国内線・3万㎡）を開業し、今年1月、新たに「第2ターミナル国際線」（3万6000㎡）を開業した関西国際空港は、国際線17社20都市・国内線4社12都市を結ぶ日本最大のLCC拠点となっている。

週に1100便を超える国際旅客便が発着する関西国際空港には、大きなスリットケースを持った訪日外国人の姿があふれている。日本に到着したばかりの人々は、これから始まる旅への期待感からか、会話が少し声高だ。

「関西国際空港は平成6年9月に開港し、昨年4月に民営化された。就航便数はここ数年急増し、今年の国際線夏期スケジュールでは、旅客・貨物合わせ、過去最高となる週1260便を計画している。好調な推移を牽引する要因はLCCの就航で、国際線での割合は約3分の1、国内線では約半数を占める。

急激な利用増に対応する 混雑緩和策

空港アクセスを担う空港線（泉佐野ー関西空港）は、関西国際空港が開港した平成6年に開業した。現在は難波駅から本線を経由して関西空港駅まで特急・急行・普通列車を運行している。

ドイツ語の「速い」という意味から名付けられた特急「ラピート」は関西国際空港開業と同時に導入された。深いブルーの車体、独特の先頭形状、航空機をイメージした楕円窓など、強さと速さを随所に感じさせるデザインが



南海電気鉄道株式会社 執行役員
プロジェクト推進室
インバウンド事業部長

望月 理
Osamu MOCHIZUKI

今年1月の関西国際空港の拡張に伴い、南海電鉄も、LCC利用客が多い深夜早朝の増発をメインとするダイヤ改正を行った。早朝時間帯では5時台の下り空港急行を1本増発し、土休日の特急ラピートを上下各1本増発。深夜時間帯は、上り空港急行を2本増発して、上り最終列車発車時刻を15分繰り下げ、特急ラピートは上下各1本を増発、最終の発車時刻を繰り下げた。空港急行の運転本数は上り下り合わせて平日132本、土休日127本、特急ラピートは平日64本、土休日66本となっている。

※空港急行・特急ラピートの運転区間／下り：難波→関西空港 上り：関西空港→難波



空港特急ラビート出発式（平成6年）

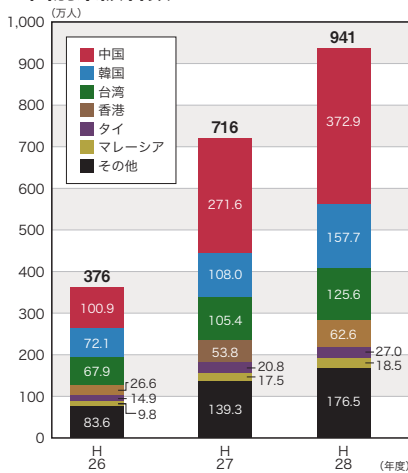


「レトロフューチャー」をデザインコンセプトとするラビート。豹柄の座席、車内を貫く天井中央の蛍光灯と窓上照明の組み合わせ、座席上部にはフライト感覚のハットラックが設置されるなど、快適な居住性が特長



Peach Aviation との共同企画で運行した「Peach ×ラビート ハッピーライナー」

■国別来阪者数



出典：大阪観光局
（JNTO「訪日外客訪問地調査」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに推計）

「当時は訪日外国人の目標がまだ100万人で、アジアからの訪問客が増え始めた頃だったが、これから急増していくと肌で感じて取っていた。そこで、関西空港駅ですぐ使っていただける企画乗車券をつくらうということになった」と望月部長は振り返る。

担当部署ができて最初に手掛けたのは、企画乗車券の開発だ。

グループ企業が運営するリムジンバスの運行で補完し、24時間の対応を進めている。

企画乗車券を発地で販売

南海電鉄では、平成22年からインバウンド事業に取り組み、翌年には営業推進室内にツーリズム事業部を設置。インバウンド需要の急増に対応するため、平成28年にはプロジェクト推進室に移管してインバウンド事業部に改称、さまざまな施策を進めている。



南海電気鉄道株式会社
プロジェクト推進室
インバウンド事業部 課長

矢野 到
Itaru YANO

社内で検討する中で最も大きな課題となったのは販路だったが、南海電鉄も加盟する「スルツとKANSAI」がインバウンド向け企画乗車券「KANSAI THRU PASS」を、韓国や台湾など旅行客の発地で販売していたのに倣うことにした。

「関西空港駅に来ていただいてから割引乗車券を販売するのではなく、エリア外で販売して利用客増を目指す効果的な販路の開拓や現地のエージェンツの紹介、プロモーション営業など、スルツとKANSAIには大変なご協力をいただいた」（望月部長）

現在、インバウンド旅客用の企画乗車券は関西国際空港－大阪なん

ばエリアの移動を中心にしたものだけでなく「Namba Access Rapid Ticket（関西空港－難波間の特急券付き往復乗車券）」「YOKOSOI OSAKA TICKET（関西空港－難波の片道特急券付き乗車券と大阪市営地下鉄・ニュートラムの1日乗り放題）」「Osaka City Subway to Kansai Intl Airport（関西空港－難波経

※関西を中心に岡山、静岡を含めた64の鉄道・バス事業者で構成されるICカードシステムおよび周遊券のネットワーク。

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



りんくうタウン駅に停車するラビート

由一大阪市営地下鉄・ニュートラムのいずれかの駅の片道乗車券」など旅客ニーズに合わせて各種用意されている。また、平成27年の高野山開創1200年記念大法会に合わせて発売した「The World Heritage KOYASAN 1200th anniversary ticket」の発行人期間限定の特別乗車券も適宜、企画販売している。

また、こうしたインバウンド旅客用乗車券を、混雑を緩和しながら効率よくより丁寧に案内するため、平成28年4月、関西国際空港に訪日外国人専用の窓口と引換券（バウチャー）専用の「南海チケットインフォメーション」を開設し、今年3月には対応窓口をさらに1カ所増設した。

リピーター率が高く情報発信が重要

南海電鉄では沿線をはじめ大阪の情報発信にも注力している。

「企画乗車券のプロモーション活動に取り組み中で、単に移動の切符を売るのではなく、旅行者の目的地をつくることが重要だと気付いた」とインバウンド事業部の矢野到課長は語る。

来阪者を国別で見ると、LCCネットワークが拡大している中国・韓国・台湾・香港が4強で、これらの各都市からはLCC利用でわずか数時間、片道1万

円ほどの運賃で大阪中心部に來ることが出来る。団体旅行より個人旅行者が多く、かつリピーター率も高いだけにニッチな情報も必要とされる。

「OSAKA TOURISM GUIDE（大阪観光指南）」は海外の旅行博覧会を

中心に、空港や駅でも配布している冊子だ。バッグに入るA5判サイズで40ページにわたって乗車券の買い方から電車の種別、なんば・心斎橋周辺の地図、地下鉄の乗り方、コインロッカーの場所、免税カウントーやショッピング、グルメまで詳細に説明している。

「気を付けているのは当社グループの囲い込みにならないこと。南海関連の施設だけを紹介するのではなく街全体を周遊していただけるようにする。実は以前は心斎橋の知名度が高く、隣接するなんばはあまり知られていなかったが、広がりを持って周知に努めたことで『なんば・心斎橋エリア』として認識されるように



南海電気鉄道株式会社
プロジェクト推進室
インバウンド事業部

徐 薇莉

Xu WEILI





関西空港駅ホーム



上段左／難波駅の総合インフォメーションセンターなんば、上段右／訪日外国人で混み合う難波駅、下段左／インフォメーションセンターでは4カ国語で対応する、下段右／多言語対応で表示されている関西空港駅改札口

難波駅9番線。大勢の人がラビートに乗車する

線の魅力を訪日外国人の目線で捉え、発信するのがインバウンド事業部のネ

の苦労を語る。

「以前は日本語のHPをそのまま翻訳していたが、あまり関心を持たれず、『お客さま目線で作る』ことをコンセプトに新設した。南海電鉄のカラーを強く出してしまうと、企業HPになり興味を引かない。そこでターミナル駅である難波を起点に関西を周遊できるようなモデルコースの紹介やWEBを利用して海外でも切符が買えるサービスなど、旅客目線で必要な情報や機能を盛り込んだ」と矢野課長はその苦労を語る。

「通常は鉄道会社ごとの路線図にとどまるが、観光客目線になれば事業者の枠を超えて分かりやすく説明することが必要だと分かる」（矢野課長）

「望月部長」また、関西の民鉄5社とJR、大阪市営地下鉄、関西エアポート（関西国際空港の運営会社）と連携して「関西鉄道ネットワーク路線図」を作成している。



公益財団法人大阪観光局専務理事

野口和義
Kazuyoshi NOGUCHI

訪日外国人の動向を分析しながら各国に向けて大阪のPRを行う公益財団

大阪のまちへの視点が変化

またネイティブスタッフのほか、さまざまな国の人の目線で現地の魅力を見てもらおうと、関西国際空港に勤務している外国人を対象に沿線のモニターツアーも実施し、インバウンド旅客のニーズ把握と情報発信に役立てている。

徐薇莉さん（上海出身）は「上海では『旅行』とは海外旅行のこと。現地での移動の親切な案内さえあれば、個人旅行でいろいろな所に足を運びたいと思っている。また、中国ではドラマや映画で日本の生活を見ているので、自分たちもその習慣や文化に触れるような体験をしてみたいと望んでいる人も多い。まだ知られていない魅力的な場所をどんどん伝えていきたい」と意欲を見せる。

イティブスタッフだ。現在、中国、韓国、台湾出身の3人のスタッフが制作を支え、時には駅係員を対象に訪日外国人対応についての講習会も行う。

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



吹き抜け構造となっている関西空港駅舎部分。写真右手に、訪日外国人専用窓口「南海チケットインフォメーションセンター」がある

法人大阪観光局の野口和義専務理事は、アジアの国々からの来阪者が急増している理由について「東京よりも時間的、距離的に近いことが大きい。しかもアジアの人々にとって親和性があるのか、さまざまなものが混在したミナミが人気。アクセス面プラスまちの魅力が大きい」と解説する。

また、関西国際空港と南海電鉄のアクセスは大阪というまちに対する視点に大きな変化をもたらしたと指摘する。「これまで大阪というまちは新幹線の新大阪駅を起点に北側から見られることが多かった。しかし、大阪に来られる訪日外国人がダイレクトに難波に入るということは南側から見るといふ、これまでにない視点につながる。飛行機で関西国際空港に着き、連絡橋を渡って、海の先に賑わいを見ながらまちに入ってくる。そして難波駅に着くとなんばのまちが広がっている。空港からのアプローチは実はとても重要で、旅行者の印象に影響が大きい」（野口専務理事）

大阪観光局の事業としては国内外へのプロモーションのほか、周遊チケットの販売、観光案内所（梅田・難波）の運営、多言語でのガイドブックやマップの制作などを行っている。

また、「アジアには日本の学校に学びたいと考える学校が多く、各国の若い世代に日本に親しんでもらうことは大きな意義がある」（野口専務理事）として、日本の小中学校・高校・専門学

校に海外から児童、生徒や学生を受け入れる学校交流事業も精力的に行っている。

「観光でも若い世代が増えており、地元の人と親しく交流できるプログラムや仕掛けがもっと必要だと考えている」と野口専務理事は話す。

訪日外国人目線での観光素材の掘り起こしも、地元との交流を目指して商品化を進めている。訪日外国人に特に人気が高いのが祭事や伝統行事の見学・参加だが、大阪の天神祭では、観覧席の設置や奉拝船の運行などの観光素材化を行っている。また、大阪とその周辺で体験できる外国人向けのさまざまなプログラムを「DO FUN OSAKA」という冊子にまとめ、空港やホテルなどで配布している。

一方、観光素材の掘り起こしや商品化の課題としては、現在、訪日外国人の観光が大阪市内に集中しがちで、大阪府内全域に足を延ばしてもらうためには、地域や施設、事業者などの連携が必要となっている。

「例えば南海電鉄沿線には、難波から1時間で行けるところに金剛山があり、その先には高野山がある。古墳群で世界遺産登録を目指す堺市には茶の文化があり、泉州には岸和田のだんじり祭りがある。観光はアクセスで決まると言っても過言ではないので、観光素材の掘り起こしは鉄道会社の力なくしてはできない。協力・連携して観光素材を掘り起こし、PRしていきたい

東京オリ・パラ前後にも大イベント

現在、2020東京オリンピック・

パラリンピック競技大会に照準を合わせ、各地で訪日外国人受け入れ態勢の整備が進められている。
大阪では、その前年にラグビーワールドカップ、2020東京オリンピック

い」と野口専務理事は語っている。



上段左／難波駅に直結するなんばエリアの中核施設「なんば CITY」、下段左／なんば CITYに開設された免税カウンター、上段右・下段右／なんば CITYに設置された「祈禱室」。インフォメーションセンターで申し込み、利用する

ク・パラリンピック競技大会の翌年には関西ワールドマスタースと、ビッグイベントが続く。さらにカジノを含む統合型リゾート（IR）や国際博覧会（BIE）が実現する可能性もあり、大阪を訪れる訪日外国人が今後も急増し続けることは確実だ。

南海電鉄では現在、行先案内表示や駅名看板、足元サインの多言語対応やナンバリング、駅やラピート車内でのフリーWi-Fiサービスやスタッフ配置など、インバウンド受け入れ態勢の整備を進めており、早期の基盤整備完了を目指し、スピード感を持って推進していく方針を挙げている。

こうした南海電鉄の取り組みに対し、野口専務理事も「積極的に拡充に取り組んでいるこうしたサービスは、すぐにSNSで拡散されるので、訪日外国人にとって利用したい交通機関となっているのではないかと評価する。

また、異常時についても、ICレコーダーを活用して駅内・車内の多言語放送ができるようにし、各駅では外国人対応のマニュアルを作成するなど整備を進めている。駅係員が自発的に韓国語講座を自分たちで行うなど、ソフト部分での地道な努力も日々続いているという。

矢野課長は「民泊が増えたことで、意外な駅で訪日外国人の利用が増えている。地元で食事をしたり買い物を楽しめるケースが増え、当社の社員はもちろんだが、地元の方々の対応やマイン

ドも明らかに変化してきた。訪日外国人の増加がまちの元気につながっている」と、沿線への好影響を説明する。

さらに、今年4月には、南海電鉄と関西エアポート、台湾の桃園国際空港と桃園メトロの4社が、旅客の利便性向上と沿線エリアの認知度向上を図るため、連携協定を締結した。日本と台湾の空港運営会社と空港アクセスを担う鉄道会社が協力してサービスを提供するのは国内初の試みとなる。

「海外の鉄道会社同士でコラボレーションするのもいいが、互いの国の空港が加わると活動にもっと広がりができる。ロードファクターを上げようとするなら、相互送客で考えることが必要。空港もエアラインも鉄道も現在はインバウンドに注目しているが、アウトバウンドももっと重視するべき」と望月部長は語る。そして空港利用には、アクセスする鉄道会社と地域との連携が今後さらに必要不可欠になると予測する。

「現在は観光客が多いが、今後はビジネス誘客にも力を入れたい。大阪に親しみ、なんばや心斎橋にオフィス開設を希望するアジアの企業も増えてくるだろう。定住する外国人も増加する可能性がある。なんばの長所や魅力を発信し続けていくには努力が必要だが、外国人も含めて人々が常に惹きつけられる大阪ミナミであり続け、当社としてもそれを牽引していきたい」と望月部長は抱負を語っている。

Column



“知ってもらふ、から”好きになってもらふ、 ブランド・プロモーション 「愛が、多すぎる。」

中期経営計画「深展 133 計画」の重点項目の一つである「沿線エリアの魅力創造」を目指し、ブランド・スローガン「愛が、多すぎる。」を掲げ展開する、南海電鉄のユニークなプロモーション活動が注目を集めている。

南海電気鉄道株式会社
営業推進室 営業部 主任

中村美紗子

Misako NAKAMURA

「ブランド・スローガンには『良かれと思うことなら全力でやる！ やりすぎなぐらいやる！ その“愛、こそが南海電鉄！”』というメッセージが込められている」と語るのは、プロジェクトの立ち上げから携わっている営業推進室営業部の中村美紗子主任。南海グループが沿線やお客さまへの“想い、からさまざまなことに取り組んでいることを伝えるプロモーション活動は平成 27 年 4 月にスタートしたが、準備

は平成 25 年の冬から。“想い、を“愛、と表現し、“愛をどうやって伝えるか、議論が始まった。

プロモーションの目的はまず南海電鉄を“知ってもらふ”

こと。どの世代にでもなじみやすく覚えやすい歌謡曲風のテーマソングを制作した。アイドルとして一世を風靡し現在も活躍中の田原俊彦さんが歌唱を担当している。さらにこの曲に合わせて「南海体操」を制作。指差し確認のしぐさやシュッシュッポップの動きを取り入れ、「鉄道」らしさを打ち出している。

「関心を持ってもらうために少し奇抜でインパクトのあるコンテンツにしたが、受け入れられるかどうか、正直、不安もあった」と言うが反響は大きく、南海電鉄の名前を広く知らしめ注目を集めることに成功した。

プロモーションは、CM や特設 WEB サイト、ポスターなどの媒体を通じて展開しているが、その方法も徐々に進化させている。



ファンも多い「愛が、多すぎる。」ブランド・プロモーション

「南海体操は、各部署の社員にやってもらって『「南海体操」踊ってみました。』ページをサイトに設けたり、沿線のイベントなどで参加者に踊ってもらう機会をどんどん設けるようにした。曲と体操は当初から『参加してもらふ』目的で制作したのでイベントには最適で、みんなで一緒にやると一体感が生まれる」

また、南海電鉄はちょうど 100 駅あり、それぞれの駅を“人、で紹介する「南海 100 駅自慢」というシリーズポスターを、毎月 3 駅ずつ制作している。

「地元にはどんな人が住んでいて、地域のためにどのような活動をしているか。リサーチや取材は大変だが、“人、を通して、地域の魅力を見ていただきたい」

田原俊彦さんが各駅を訪ねる CM と合わせ、100 駅自慢のポスターは、「地元の魅力を伝えてくれる、発見できる」と沿線住民にも好評だ。これらの「南海 100 駅自慢」の情報や CM メイキング映像は、特設 WEB サイトで見ることができる。

「“知ってもらふ、“参加してもらふ、を通じて、沿線の皆さんに『南海が好きだ』と胸を張って言ってもらい、利用してもらいたい。そのためには沿線にある魅力を掘り起こし、沿線にあるストーリーを打ち出していきたい」と中村主任は語る。“好き、から“住んでみたい、“住んで良かった、と思われる沿線づくりを目指している。



南海 100 駅自慢「学文路」駅ポスター



特集：沿線エリアの魅力創造

〔南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略〕

沿線エリアに誘客する 地域の魅力づくり

増加するインバウンドに対応する施策を講じるとともに、

南海電鉄では沿線エリアに観光客を誘致する

さまざまな取り組みを精力的に展開している。

地元の自治体や住民とともに、沿線の観光資源・地域資源を見直し、掘り起こしながらその魅力を発信する。

具体的なコンテンツはもちろんだが、そうした地域との協働が、

沿線の活性化や価値の向上に確実につながっている。

「めであいでんしゃ」で注目を集める加太線を中心に、世界遺産・高野山にアクセスする高野線ほか、各エリアでの取り組みを紹介する。

文●茶木 環／撮影●織本知之
写真提供／南海電気鉄道株式会社



加太さかな線プロジェクト

和歌山市中心部にある和歌山市駅から紀ノ川を渡って西へ向かい、20分余り。終点の加太駅では、オリジナルの前掛けを着用した駅勤務者が乗降客を出迎えてくれる。列車はすべて本線の和歌山市駅に乗り入れているが、加太線は紀ノ川駅を起点としており、営業キロは9・6km。明治45年に加太軽便鉄道として開業した路線で、現在もほぼ全線が単線の旅心が誘われるようなローカル線だ。

平成26年11月、南海電鉄は加太観光協会・磯の浦観光協会と協働で加太線の愛称を冠とした「加太さかな線プロジェクト」を開始した。加太線沿線の魅力を発信するプロジェクトで、第1弾のキャンペーンでは、地元・和歌山工業高等学校の生徒たちが制作した観光駅看板の掲出、加太駅勤務者によるオリジナル前掛けの着用のほか、地元名物を増やし周知していこうと、地元飲食店と共同開発した新名物料理、名産品の販売も行った。

「当社沿線も、都市部以外の地域では人口減少や超高齢化が進んで輸送人員が減少し、その対策が課題となっている。どの路線から着手していくのか検討する中で加太線に着眼したのは、沿線から都市部へ通勤・通学のニーズがあり、かつ沿線には加太という観光地、磯の浦という関西屈指のサーフィンのメッカがあり、観光路線の要素も

大きい。地元は魅力を高め、当社は地域内外のお客さまを運ぶということ、さらに協力体制を強固にして、ともに沿線を盛り上げていくことになった。いい関係を築いて活動できている」と南海電鉄鉄道営業本部運輸部営業課の石坂勝利主任はその経緯を説明する。

女性ターゲットの「めでたいでんしゃ」

数々の取り組みがなされ、プロジェクトの効果が少しずつ浸透、形となっていく中で、平成28年4月に運行を開始した観光列車「めでたいでんしゃ」は加太線の存在を一気に広めた。

車両は「加太の鯛」と「淡嶋神社の縁結び」をイメージした「めでたい」「愛でたい」意味を込めて製作された。ピンクと赤を基調とした外観と内装で、木の素材でできたさかな型のつり革や鯛の模様が散りばめられた座席シートには、各車両に一つずつ「ハートのつり革」、鯛模様には「ハートのうろこ」が隠されているなど、遊び心のある楽しい列車だ。

「シンプルでインパクトのある観光列車にしよう」と一年半かけて企画した。乗客のイメージは女性で、車内の装飾やつり革など、女性社員のアイデアや意見をどんどん採用した。鉄道ファン以外にも乗ってもらいやすい、かわいい電車ができた」（石坂主任）

評判は上々で、加太線の利用者はめ

でたいでんしゃの運行開始以来、大きく伸びている。平成28年度の定期外利用者は17万9000人と、前年度の14万9000人から3万人も増加した。

また、予想外の大きな効果もあった。20〜40歳代の

女性観光客をターゲットに考えた電車だったが、実際に運行を開始すると親子連れで賑わうようになったのだ。沿線外から人を呼び込むだけではなく、沿線住民に愛される電車となり、さらには自分たちが暮らす地域の魅力を再発見する契機ともなっており、沿線が一体となった活性化への取り組みに弾みがついた。

「同じ和歌山市内の観光列車では、和歌山電鐵のたま電車が人気で、台湾や香港から観光客を集めている。当社のインバウンド事業部が海外でPRして香港の雑誌などに取り上げられたこともあって、最近では、訪日外国人の方々も乗りきでくださるようになった」と石坂主任は、海外にも広がるその存在感について語る。

めでたいでんしゃは、観光客が利用しやすいよう、土休日は固定ダイヤで運行する。ダイヤが定まっていらない平日の運行については同社の専用サイトを確認することができる。随時企画するキャンペーンにより温泉施設や飲食店などを利用する際の特典が提供されたり、単発ではあるが、車内で地元産



南海電気鉄道株式会社
鉄道営業本部 運輸部 営業課 主任

石坂勝利

Katsutoshi ISHISAKA

の食材を使った名物料理を楽しむグルメツアーも行われ、人気を呼んでいる。また、平成28年11月には、和歌山市のオリジナル婚姻届「わかやましめでたいとどけ」にめでたいでんしゃが採用された。公式書類に特徴あるめでたいでんしゃの絵柄が印刷されている。それだけ加太線とめでたいでんしゃの存在が地元に着した証しだろう。

自助と共助でまちをつくる加太

ところでこうした鉄道事業者のプロジェクトは地元、特に観光地にとって飛躍の好機でもある。南海電鉄との取り組みについて地元はどのように受け止めているのか、加太のケースを見てみたい。

紀淡海峡に面して美しい海岸線が続く加太は歴史ある景勝地で万葉集にも詠まれている。当時は大和を出発点とする南海道の終着点、また淡路島や四国方面への出発点で、交通の要衝として栄えた。毎年3月3日、全国から奉納された内裏雛を白木の小舟に乗せて



女性の乗客が多い明るく落ち着いた雰囲気の中。つり革もさかな型



全国にある淡嶋神社の総本山。加太淡嶋神社とも



前掛け着用で乗降客を出迎える。写真左のポスターはシリーズで作成、駅勤務者、地元住民などがモデルとなった



食事処「オジバキッチン」。観光客向けの店も登場

海に流す神事「雛流し」で知られる淡嶋神社は、全国に1000社ある淡嶋神社の総本山。徳川ゆかりの神社として知られているが、時代を遡れば『日本書紀』にも登場する。加太からフェリーで約20分の友ヶ島は紀淡海峡に浮かぶ無人群島で、旧陸軍の要塞跡やさまざまな生物が生息する自然の宝庫として人気が高い。

また、寒流と暖流が交わる紀淡海峡は水質が良く、指で糸をたらず江戸時代からの伝統漁法で獲る鯛をはじめ魚のおいしさでも知られている。

「長らく海上交通の要衝でもあった加太は、渡海できない時の風待ちの港であり、その宿場として大々的にはないものの歴史を重ね、地元の漁師たちも訪問客と交流していた。それが現在の加太のまちにつながっている」と加太観光協会の利光伸彦会長は語り、「昭和33年に加太町は市町村合併により和歌山市に編入されたが、それまでの一時期、加太町民が株主となって加太観光株式会社を発足し、友ヶ島を所有していたこともある」と住民の地元に対する愛着を説明する。

しかし、少子高齢化が進む現在、「和歌山市のような中核市でも、加太のように郊外になると住民、特に高齢者が都心部での行政サービスをうまく活用できないことがある。小学校には、1クラス9人しか児童がいない。

高齢者や子どもたちが暮らしやすいまち、住民が地元で活動できるようなまちを、自分たちの力でつくる必要となっている」（利光会長）

平成22年、和歌山市加太地区連合自治会、加太観光協会、加太漁業協同組合は「加太地域活性化協議会」を発足させ、続いて平成27年には「加太まちづくり株式会社」を設立した。同社は、地域循環型経営モデルとして「わかやま地域活性化ファンド」も投資している。

「補助金に頼るだけではなく、原資をつくれる地域の資源を育て、その活動に住民が参加することでまちが潤う仕組みをつくるのが目的で、行政の方々にもアドバイザーや協力をお願いする。加太地域活性化協議会とこの加太まちづくり株式会社を両輪に、資源を活用した観光振興や特産物の販売事業などを進め、加太のまちを活性化していきたい」と利光会長は自助と共助のまちづくりの志を語る。

そのためにも地域の資源を活用した観光施策は重要であり、観光客がまちなかを歩くためのマップ制作などにも



加太観光協会 会長
利光伸彦
Nobuhiko RIKO

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



「網がレールを泳いでいるようだ」と人気上昇中の「めでたいでんしゃ」

力を入れている。

歴史と文化と足がある観光地

そうした中、加太さかな線プロジェクトが始動したわけだが、利光会長は「加太は、自分たちでまちづくりに取り組み、さまざまな活動を積み重ねてきたからこそ南海電鉄は連携を考えてくださったのだと思う。民間企業なので、地元からやってくれというだけでは動いてはもらえなかっただろう」と受け止めている。そして、地元サイドの意識として、「加太線で多くの方に足を運んでいただいて、地元は『よく来てくれた』と声をかけ、迎えられるような環境にしたい。加太の住民のうち、観光や漁業に携わっているのは半分以下で、和歌山市の中心部に通勤する住民も多い。ここで自分たちだけで静かに暮らしたいという人々もいるが、それではまちの将来はない。外の人々を迎える意識を高めていく必要がある」と語る。

実際にまちなかには、住民によって古民家を改造したおしゃれなカフェや店舗がではじめ、観光客が足を止める光景を見かけた。訪日外国人観光客を対象にした漁業体験や民泊など、可能性はまだ大きいと考えている。

「マイカーで行ける観光施設が増え、どこもかしこも観光地になっていったが、本来の観光地は誰もが利用できる公共交通があつて歴史がある場所だと

思う。加太は、食に恵まれ温泉があり、気候も申し分のない伝統ある観光地にもかかわらず、後発の観光地の勢いに負けている。けれども、公共交通を使つて誰でも来られる観光地には、蘇る力がある。『加太さかな線プロジェクト』を好機として、地元・加太の魅力を伝えていきたい」（利光会長）

手応えが大きい加太さかな線プロジェクトについて、石坂主任も「沿線に溶け込む努力をもっと重ねて、地元の知恵もお借りして、さらに盛り上げていきたい。現在は加太や磯の浦が中心となっているが、他地域の観光資源も発掘して、最終的には加太線全線を活性化させていきたい」と意欲を語っている。

都市機能が集積する和歌山市駅

一方、加太線が乗り入れ、JRとも接続する和歌山市駅では平成29年3月、南海和歌山市駅ビルが竣工した。これは和歌山市・和歌山県と連携して進める和歌山市駅活性化計画において、南海電鉄が実施する第1期計画の先陣を切って開業するオフィスビルで、都市機能の集積を担う。地上7階建て、延べ床面積約6200㎡のビルには、金融機関やメーカー、通信関係などの企業のほか、総務省統計局も入居する。

また第1期計画では、駅施設を新たにし、改札を2階から1階部に移設す



和歌山市駅活性化計画の全体パース。平成 32 年の全体竣工を目指す



上／真田幸村ゆかりの九度山駅、下／赤備え甲冑をモチーフにした「南海・真田赤備え列車」



訪日外国人が増え続けている高野山



高野山への特別な旅の舞台装置「天空」。ワンビュー座席で車窓が楽しめる



平成 27 年 2 月にリニューアルした高野山駅



世界遺産推進 PR 担当課長「ハニワ課長」

されてい。九度山が戦国武将・真田

観光客の旅気分を一層盛り上げる。

「俗世間から、精神世界へ Change of model」。山岳区間の風景になじむ深い

グリーンの外観、絶景を楽しめる座席

やコンパートメント、展望デッキなど

「こうや花鉄道」は高野線の橋本駅

から高野山駅間の愛称で、高野線の 10

駅とケーブルカーの高野山駅がある。

この「こうや花鉄道」のシンボルとし

て平成 21 年から運行されているのが観

光列車「天空」だ。車両コンセプトは

その道中も、駅の環境や景観が整備

されている。九度山が戦国武将・真田

観光客の旅気分を一層盛り上げる。

「俗世間から、精神世界へ Change of model」。山岳区間の風景になじむ深い

グリーンの外観、絶景を楽しめる座席

やコンパートメント、展望デッキなど

「こうや花鉄道」は高野線の橋本駅

から高野山駅間の愛称で、高野線の 10

駅とケーブルカーの高野山駅がある。

この「こうや花鉄道」のシンボルとし

その道中も、駅の環境や景観が整備

されている。九度山が戦国武将・真田

観光客の旅気分を一層盛り上げる。

「俗世間から、精神世界へ Change of model」。山岳区間の風景になじむ深い

グリーンの外観、絶景を楽しめる座席

やコンパートメント、展望デッキなど

「こうや花鉄道」は高野線の橋本駅

から高野山駅間の愛称で、高野線の 10

駅とケーブルカーの高野山駅がある。

この「こうや花鉄道」のシンボルとし

されてい。九度山が戦国武将・真田

観光客の旅気分を一層盛り上げる。

「俗世間から、精神世界へ Change of model」。山岳区間の風景になじむ深い

グリーンの外観、絶景を楽しめる座席

やコンパートメント、展望デッキなど

「こうや花鉄道」は高野線の橋本駅

から高野山駅間の愛称で、高野線の 10

駅とケーブルカーの高野山駅がある。

この「こうや花鉄道」のシンボルとし

て平成 21 年から運行されているのが観

その道中も、駅の環境や景観が整備

されている。九度山が戦国武将・真田

観光客の旅気分を一層盛り上げる。

「俗世間から、精神世界へ Change of model」。山岳区間の風景になじむ深い

グリーンの外観、絶景を楽しめる座席

やコンパートメント、展望デッキなど

「こうや花鉄道」は高野線の橋本駅

から高野山駅間の愛称で、高野線の 10

駅とケーブルカーの高野山駅がある。

この「こうや花鉄道」のシンボルとし

その道中も、駅の環境や景観が整備

されている。九度山が戦国武将・真田

観光客の旅気分を一層盛り上げる。

「俗世間から、精神世界へ Change of model」。山岳区間の風景になじむ深い

グリーンの外観、絶景を楽しめる座席

やコンパートメント、展望デッキなど

「こうや花鉄道」は高野線の橋本駅

から高野山駅間の愛称で、高野線の 10

駅とケーブルカーの高野山駅がある。

この「こうや花鉄道」のシンボルとし

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



観光列車「天空」は「こうや花鉄道プロジェクト」のシンボルとなっている

当初は、NHK大河ドラマ（真田丸）の放映に合わせ1年間の運行予定だったが、利用客の評判が高く、沿線住民の希望も大きかったことから、運行延長が決まった。

さらに、台湾の「桃園メトロ」の開業に合わせ、今年3月には台北駅で、九度山町、大河ドラマ「真田丸」・戦国わかやま誘客キャンペーン推進協議会と「真田・和歌山観光キャンペーン」を開催。現地のTV局で同ドラマが放送されていたことから、真田・赤備えブースを設置してPRし、和歌山への誘客を図った。

世界遺産を目指す百舌鳥・古市古墳群

ところで高野線の沿線には、堺市・羽曳野市・藤井寺市の3市にまたがって巨大な「百舌鳥・古市古墳群」が存在している。4世紀後半から6世紀前半にかけてのもので、89基が現存する。墳丘長が200m超の古墳は全国に40基近くあるが、そのうち11基は百舌鳥・古市古墳群にあり、中でも最も大きな仁徳天皇陵古墳（全長486m）は国内1位を誇る。

百舌鳥・古市古墳群は世界遺産登録を目指しており、これまでに3回、国内推薦の対象候補となった実績がある。南海電鉄も堺市のキャラクター「ハニワ課長」を自社の百舌鳥・古市古墳群世界遺産推進PR担当課長に任命するなど、登録への機運を高めている。

耕作放棄地を活用した農業体験施設

最後に、これまで紹介した事例とは一味異なる南海電鉄の取り組みを紹介したい。

沿線の農村地域で増加している耕作放棄地の有効活用と人が集まる場所づくりを目指し、今年4月、南海本線・羽倉崎駅付近（泉佐野市）に体験農園「くらし菜園」（約700㎡）を開設した。南海電鉄と地域の農家が提携して、農作業や農業に興味がある人を対象に「夏野菜の女子菜園コース」「夏野菜コース」「週末農園塾コース」の3コースを設定。大阪中心部から1時間以内のアクセスで、気軽に農業にチャレンジできる場を設けた。

コースによっては受け付け間もなく定員を上回る応募があり、南海電鉄では季節や場所に応じたプランを検討し、他のエリアへの拡大を目指しているという。

南海電鉄の総営業キロは154kmに及び、沿線には都心や住宅地、農地、海や山など、さまざまな景色が広がる。それぞれのエリアに息づく歴史や文化、毎日の営み、出会い——それらを掘り起こし、磨いていくことで、沿線に魅力が生まれ、地域の価値が育っていく。

観光客の誘致から将来的な定住までを視野に、南海電鉄は多岐にわたる分野で沿線の魅力創造が続けている。



特集：沿線エリアの魅力創造

[南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略]

泉北エリアの次なる成長促進へ

南海電鉄は、平成26年7月に大阪府などから大阪府都市開発株式会社（OTK）の株式を取得した。昭和40年に設立した大阪府の第3セクターOTKは、堺市、和泉市にまたがる郊外住宅エリアと大阪都心を結ぶ泉北高速鉄

道、トラクターミナル機能を有する流通センターを運営していたが、南海電鉄は株式取得によりこれらの経営を引き継ぎ、泉北関連事業の強化に向け、取り組みを進めている。
泉北高速鉄道は昭和46年に中百舌鳥

1 泉ヶ丘間で開業し、その後沿線のニュータウン開発に伴って延伸、平成7年に現在の終着駅である和泉中央まで14・3 kmが全通した。泉ヶ丘・榎・光明池の3地区に開発されたニュータウンは総称して「泉北ニュータウン」

と呼ばれ、和泉中央地区のニュータウン「トリヴェール和泉」と合わせて約15万人が居住している。
「大阪では、千里ニュータウンに続いて昭和40年代からニュータウン整備が進んだ泉北エリアと大阪都心部を結

沿線エリアの魅力を高め、事業基盤をさらに深耕し展げる

中期経営計画「深展 133 計画」の基本方針「泉北関連事業の強化」「なんばエリアの求心力向上」に基づき、南海電鉄では、新たに加わったエリアと拠点エリアのそれぞれで事業の拡大と成長に取り組んでいる。

創業 130 年の知見と経験を活かし、沿線エリアの魅力を高め、事業基盤をさらに深耕し展げていく——その取り組みを紹介する。

文◎茶木 環／撮影◎織本知之



泉北高速鉄道株式会社
経営企画室 課長

小林 誠

Makoto KOBAYASHI



泉北高速鉄道株式会社
経営企画室 次長

宮田光爾

Kouji MIYATA



南海電気鉄道株式会社
深展 133 計画推進室 課長

杉本宙史

Hirofumi SUGIMOTO

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



難波ー和泉中央間を最速29分で結ぶ特急「泉北ライナー」。特急券はホームの券売機でも買える



リニューアルオープンした駅前商業施設「泉ヶ丘ひろば専門店街」。駅前には「いずみがおか広場」（写真左）、1階フロア中央には「ちびっこ広場」（写真上）がある。近隣の「パンジョ」（写真下）もリニューアルオープンした



ぶ地域の動脈として、泉北高速鉄道が建設された」と南海電鉄深展133計画推進室の杉本宙史課長は解説する。

泉北高速鉄道は起点となる中百舌鳥駅で南海電鉄高野線と接続し、当初から相互直通運転が行われていた。さらに開業時から、全業務が南海電鉄に委託されていた経緯もある（その後、段階的に直営化に移行し、平成5年には完全直営化）。

そうした実績も活かしながら、泉北高速鉄道のグループ化を機に、両線を

利用する沿線住民を対象にさらなる利便性向上策を精力的に進めている。

平成27年3月には、両線における普通通運賃の乗り継ぎ割引を、大人は従前の20円から100円に、小児は10円から50円に拡大、泉北高速鉄道区間内の通学定期割引率を60%から70%に拡大し、通学定期運賃を約25%値下げした。

また、翌28年10月には、堺市を含めた3者が沿線活性化に向けた協定を締結し、沿線住民の負担軽減を目的とし

て、両線の通学定期を所有し、中百舌鳥駅経由で通学する25歳以下の堺市民を対象に、堺市が助成金を支出する制度を29年1月から開始した。

「毎年実施していた利用者のアンケートでは運賃値下げの希望がとて多かった。値下げの反響は非常に大きく、すべてではないが、ある程度、沿線住民の方々のご要望にお応えできたのではないかと思う」と泉北高速鉄道経営企画室の小林誠課長は語る。

特急で難波ー和泉中央間を29分

さらに平成27年12月には、特急「泉北ライナー」の運行を開始した。全席座席指定で特急料金510円がかかるが、難波と和泉中央を最速29分で結ぶ。平成29年1月には新型車両泉北12000系の運用も開始している。

「大阪の中心部までの所要時間が30分を切るというのがポイント。導入以降、堅調にご利用が増えており、お客さまに新たな選択肢を提供できたと感じている。朝の上り電車の需要が最も多く、現在は平日朝の最初の特急は7〜8割の乗車率となっている」と泉北高速鉄道の経営企画室宮田光爾次長は語る。

また、泉北エリアはもととも南海バスが運行しており、同じグループの会社になったことで、電車とバスのダイヤ接続もより密に行われるようになった。

「鉄道事業としては従前から相互直通運転を行い親和性がある上に、グループ化したことでシナジー効果が出るようになった。中百舌鳥駅は大阪市営地下鉄御堂筋線の始発駅でもあるが南海グループのシェアが少しずつ上がり、現在は南海・泉北相互直通乗車が60%台後半となっている」と杉本課長は語る。

泉北高速鉄道サイドも「お客さまに安全に移動していただくという鉄道の基本は全く変わらないが、民鉄である南海電鉄が親会社になったことで意識が地域により近くなった」（小林課長）

という。

相互直通を行っていたことから、両社の合同会議や連絡は以前から定期的に行われていたが、グループ化を機に設備投資や保守などの面でも連携し、効率的な運営を進めている。

「資本関係ができたことで協力体制がより強固なものとなった。保守作業に使用する車両などに南海電鉄のものを使用したり、自社工場で行っていた車両の検査を南海電鉄の車両工場で行うなど、効率が良くなった」と宮田次長はコスト減について説明する。

さらに小林課長も「異なる鉄道事業者同士という壁がなくなり、互いに協力していい鉄道にしていきたい」と語っている。

経年化したニュータウンの再生

泉北ニュータウンは、中百舌鳥駅から2駅目の泉ヶ丘駅（堺市）周辺近くから開発が始まり、梅地区、光明池地区（和泉市を含む）と段階的に開発が進んだ。泉北ニュータウンが「まちびらき」して今年で50年。最も古い泉ヶ丘地区は居住者の高齢化が進み、後進で開発された2地区もそれに続く状況だ。

南海電鉄は、OTKの株式取得と同時期に泉ヶ丘駅前の商業施設「ショッピングタウン泉ヶ丘」（敷地面積5万4000㎡）を取得し、駅前地区の再開発を進めている。

平成28年4月には、同施設を「泉ヶ

丘ひろば専門店街」として全面リニューアルオープン。新たに「いずみがおか広場」の名を付けた駅前広場は、ニュータウンの再生を象徴するような緑豊かで開放感あふれる空間に生まれ変わり、子どもから高齢者まで世代を超えた沿線住民の交流の場となっている。

泉北高速鉄道グループの商業施設で、隣接する「パンジョ」も、併せてリニューアルを進め、今年3月に待望のオープンを迎えた。

「駅前の商業施設の拡充や再開発に関して、当社には蓄積したノウハウがある。泉北エリアのまちづくりに活かし、貢献していきたい」と杉本課長は語る。

また、小林課長は「泉北ニュータウンは、その成り立ちから高齢化のスピードが早く、若い世代・子育て世代の誘導や定着が重要な課題となっている。これまで当社は、地域を活性化するという視点が弱かったが、南海電鉄に学びながら沿線を盛り上げていきたい」と意欲を見せている。

地元や行政との連携を強化する動きもある。その一つが産学官連携事業「HIROUNI5」だ。泉北ニュータウンと泉ヶ丘駅前地域の活性化を目的に、南海電鉄・行政（堺市）、それに泉北ニュータウン周辺にキャンパスを持つ五つの大学が連携して市民と交流を図りながら賑わいを生み出していく。これまでに、学問を活かした

地域づくりの提案発表会やスイーツの開発、子どもたちを対象にした絵画コンクールの開催などを行った。

「さまざまなアイデアを出してもらい、若い世代の想いや意見をまちづくりに活かしていきたい。すぐに効果が出るものではなく長い取り組みになるだろうが、交通や商業で当社の得意分野を活かしながら駅前の魅力を高めていく。沿線のイメージアップに取り組んでいきたい」と杉本課長は期待を寄せる。

ちなみに泉ヶ丘エリアには平成35年に近畿大学医学部と附属病院が移転する予定で、通学・通院を目的とした交流人口がさらに増加する見込みだ。

流通センターを核に物流事業を拡大

南海電鉄が引き継いだ事業には、東大阪と北大阪の流通センターの運営もあり、新たに獲得した流通センター事業を核に、グループ内の物流事業を拡大している。

この2カ所の流通センターは、物流の結節点として機能するトラックターミナルを有し、併せて流通倉庫などの

施設を物流事業者に賃貸する物流不動産事業を展開している。大阪では屈指の物流拠点だ。

「都心および高速道路のインターチェンジに近く、交通の要衝に位置しているため物流基地として優位性がある。内陸部のため津波などもなくリスク管理しやすい。また敷地も広く、流通業務地区として法的に定められたエリアのため24時間対応可能で稼働率が高い」（杉本課長）という。

今後、現在は平屋である建物を段階的に高層化し、トラックターミナル機能に加えて、ネット通販等の商品の保管や梱包・発送作業が可能な物流拠点として機能を拡張していく予定だ。

「当社がこれまで不動産デベロッパーとして培ってきたノウハウも活用して、施設の高度化・近代化に中長期的な視点で取り組んでいく」と杉本課長は事業成長の可能性を語る。

グループ内の既存事業との連携によるスケールメリットを活かしながら、鉄道事業と物流事業という社会インフラで泉北関連事業を強化し、自社の強靱な事業構造の構築を目指している。

なんばエリアの求心力向上へ

創業以来130年にわたり、なんばを最重要拠点に都市機能の集積を手掛けてきた南海電鉄だが、なんばエリアのさらなる求心力向上を目指して、次

代に向けたまちづくりを推進している。

現段階でのなんばエリアの自社所有地開発として集大成とされるのが、南

特集：沿線エリアの魅力創造

【南海電鉄にみるブランド・プロモーションと成長戦略】



建て替えが進む「(仮称)新南海会館ビル」。完成が待たれている（4月20日撮影）

また、新ビルの工事とともに、地下鉄なんば駅から南海難波駅への通路のバリアフリー化、南北歩行者通路と広場など、都市基盤機能も一体化して整備を進めている。

平成28年11月には、地元町会や商店街、周辺企業の主導の下、大阪市、大阪府なども一体となって取り組む社会実験が実施された。難波駅前の道路空間の一部を歩行者専用にし、来街者もくつろげる空間や、地域や関西エリアの観光情報を発信し世界を惹きつける観光拠点にしていくなど、「車中心の空間から人中心の空間」に再編する取

り組みを検証するものだ。難波駅前を含むミナミエリアが、日本と世界を結ぶゲートシティとして、さらなる発展が期待されている。

「ミナミは江戸時代に芝居小屋が建って以降、連綿とまちづくりが行われてきた長い歴史があり、多様な文化を持っている。一般的に言われている大阪の個性や面白さを体感できるまちというイメージをベースに置きながらも、なんばが有する可能性を最大限に引き出し、複合的な魅力を持ったまちとして発展させていきたい」と杉本課長は未来を見据える。

泉北エリア、なんばエリアとも、鉄道や商業・不動産開発など各事業で培ってきた知見と経験を活かし、また新事業に参入しながら、時流を先取りしてさらなるエリアの成長と活性化を目指す。南海電鉄の沿線の価値と魅力は日々新たに積み重ねられながら、創造されている。

海会館ビルの建て替えプロジェクトだ。南海会館ビルは昭和30年代のビルでかつては南海電鉄の本社機能を有していたが、平成30年9月の竣工予定で、オフィスや商業など複合機能を備えた「(仮称)新南海会館ビル」として建て替えを進めている。

新ビルは地上30階、地下2階。延べ床面積は約8万4000㎡で、低層階は金融や集客テナント、高層階の18フロアにはオフィスが集積される。アクセスの良さに加えて、耐震や非常用発電など最高水準で整備されるBCP機能が高い評価を得ている。

「これまでなんばは買い物や娯楽の

イメージが強かったが、高機能オフィスビルの誕生により、ビジネスのまち・なんばの可能性を最大限に引き出していく」(杉本課長)

5階には、関西国際空港に直結した難波駅隣接という地の利を活かし、「日本文化の発信と再発見」をテーマとしたツーリストサロンを開設。7階・8階にはMICEにも対応できるコンベンションセンター、9階のメデイカルフロアには先端・予防医療を目的とした「南東北グループ」のクリニックを開設する計画だ。

「インバウンドを強く意識した戦略。特にアジアの富裕層は日本の医療への

期待が大きく、検診ニーズが増加している。国内外から利用者の受け入れ可能な診察・診療施設を設けることで、医療ツーリズムの可能性を拡大することができ。新たな一つのアプローチであり、全体として利便性の高い賑わうビルになる」と杉本課長は大きな期待を寄せながら、「なんばの求心力を持続するのは当社にとって永遠の課題。ニーズを先取りしてお客さまに選ばれるサービスを追求していかなければならない」となんばエリアを牽引する鉄道事業者としての使命を語る。



難波駅(写真上)の南側、高架下に商業空間が開発された「なんば EKIKAN プロジェクト」。新たな「まち」が誕生した

一般社団法人 日本民営鉄道協会

第103回 定時総会を開催

ー協会創立 50 周年記念パーティーも併せて開催ー

日本民営鉄道協会では、平成 29 年 5 月 26 日（金）、東京都千代田区の経団連会館において「第 103 回定時総会」を開催、総会決議を採択するとともに、役員を選出した。

また、総会終了後には、多数の来賓をお招きして「協会創立 50 周年」を祝うパーティーが開催され、会場では協会の歩みを振り返りながら和やかな歓談が続いた。



定時総会では、平成 28 年度の事業報告・収支決算、平成 29 年度の会費が承認された後、総会決議が採択された。また、同日開催された「第 280 回理事会」において、新会長として山木利満小田急電鉄会長が満場一致で選任された。平成 29・30 年度の役員、平成 29 年度の総会決議事項は次のとおり。

新役員			
会 長	山木 利満	小田急電鉄(株)	取締役会長(新任)
副会長	野本 弘文	東京急行電鉄(株)	取締役社長(新任)
〃	安藤 隆司	名古屋鉄道(株)	取締役社長(再任)
〃	杉山 健博	阪急電鉄(株)	取締役社長(新任)
〃	大谷 隆男	秩父鉄道(株)	取締役社長(再任)
〃	寺田 信彦	神戸電鉄(株)	取締役社長(再任)
〃	棕田 昌夫	広島電鉄(株)	取締役社長(新任)
(役職については 5 月 26 日現在)			

決議事項	
【国及び地方公共団体に対するお願い】	
1. 安全・安心対策、利便性・快適性など輸送サービスの向上対策、バリアフリー化、省力化・低炭素化対策、地方民営鉄道の再生・活性化対策などに係る公的支援のさらなる拡充・強化	
2. 観光先進国の実現に向けた取り組みや 3 年後に迫った 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催対応への柔軟かつ効果的な支援	

ー協会創立 50 周年を記念して 50 年史を刊行ー

日本民営鉄道協会は、昭和 42 年 6 月 28 日に社団法人として設立され、平成 24 年 4 月 1 日付けで一般社団法人に移行した。本年は創立 50 周年にあたることから、協会では、これまでの歩みを記念誌『日本民営鉄道協会 50 年史』（A4 判・本文 280 頁・函付き）としてとりまとめ、本年 5 月中旬に関係各方面約 500 箇所に送付した。50 年史は、「第Ⅰ編 日本民営鉄道協会の成立まで」、「第Ⅱ編 民鉄協会と民鉄の 50 年（1967～2017）」、「第Ⅲ編 部門別活動概要（最近の 10 年間を中心として）」の 3 編で構成され、協会活動の足跡を振り返っている。





鉄道事業の公共的使命を自覚し、 業界が一丸となって、 より安全で安心な民営鉄道を目指す

一般社団法人 日本民営鉄道協会 会長

やま き とし みつ

山木 利満

(小田急電鉄株式会社 会長)

このたび、日本民営鉄道協会の会長に選任されました小田急電鉄の山木でございます。

これからの二年間、会員各社とともに、民営鉄道事業を取り巻く諸課題に積極的に取り組み、鉄道のもつ公共的な使命にしっかりと応えていけるよう協会運営にあたってまいる所存ですので、皆様方には、これまでと変わらぬご理解、ご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

まず、安全の確保は輸送事業者にとって最大の使命と認識しております。協会としても、常日頃から、会員各社間で情報の共有を図るとともに、機会あるごとに安全確保に向けた取り組みについて相互に確認し、また、連携しており、業界、協会挙げて取り組んでいるところでもあります。

今後とも、技術委員会をはじめ各種委員会等におけるさまざまな活動を通じ、駅ホームでの安全対策をはじめ日々の運行の安全確保はもとより、大規模災害対策や危機管理対応も含め、安全・安心への取り組みを一層強化してまいりたいと思います。

その上で、快適で利便性の高い輸送サービスを将来にわたって安定的に提供できるよう、会員各社の取り組みを基本としつつ、協会としても、利便増進事業や安全対策、バリアフリー対策、インバウンド対策、地域鉄道活性化対策など多方面にわたる施策の推進のため、国や沿線自治体と連携を図るとともに、所要の予算の確保や税制改正要望等を関係方面に働きかけていくことなどにより、輸送サービスのさらなる改善に引き続き取り組んでまいる所存です。

わが国の人口構造や経済社会フレームなど輸送を取り巻く環境が大きく変わってきている中で、民鉄業界としても、将来をしっかりと見据えた中長期的な対応を着実に

に進めていく必要がありますが、当面の課題としては、2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会の成功に向けた取り組みや伸長著しいインバウンド需要への効果的な対応があげられると思います。

具体的には、政府や東京都などが設置するさまざまな会議体に積極的に参画し、お客様の円滑な輸送の確保、多言語表記や無料公衆無線LAN(Wi-Fi)の整備などを着実に進めていくため、会員各社の取り組みやその連携のサポートに努め、海外から訪れる外国人利用者にとっても安心して快適な鉄道利用環境の整備を図ってまいります。

わが国経済は、安定した政権運営のもと、回復基調が続いており、折からの旺盛なインバウンド需要等もあり、おかげさまで民営鉄道を巡る輸送動向は、概ね堅調に推移しているところであります。

しかしながら、一方で、先ほども述べましたように、人口減少や急速に進む高齢化、過疎化の進行、大規模自然災害発生リスクの高まりなど民営鉄道業界を取り巻く事業環境にも多くの課題を抱えております。

そのような中で、会長という重責を担うことになり、身の引き締まる思いです。鉄道に期待される公共的使命の重さを自覚しながら、これからも、より安全・安心で、快適・便利な民営鉄道を目指し、会員各社をはじめ関係者の一層のご理解とご協力のもと、さまざまな課題に緊張感とスピード感をもって取り組んでまいる所存です。

皆様方には、私どものこのような取り組みに対し、引き続きこれまでと変わらぬご理解、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。就任のご挨拶とさせていただきます。

(定時総会終了後の記者会見より)

文·写真 松澤美穂

紀民地
行鉄方

ボ

「ボ リューム満点の日替わり定食はな
んと税込600円。弊社男性社員
ももちろん常連です」。水島臨海鉄道で担当
者お薦めのランチスボットは、始発駅の倉敷
市駅から6駅目、栄駅にある喫茶店。着いて
早々お腹がすいて、散策前の腹ごしらえに、
何はともあれ栄駅へ。

純喫茶の居心地は

昭和レトロな純喫茶。
妙に人間味のある整備中の列車。
別世界を創る神社の桜。

ただだけ見つけられるかは、
自分次第、運次第。

水島臨海鉄道株式会社



店ばかりで、入りかけては諦めてを繰り返す。これではいつまで経つてもお昼が食べられない。覚悟を決めて、目に入った喫茶店に入店。ドアを開けた途端、常連さんの視線が飛んでくるようなことはなく、すんなり着席。お客さんたちは、それぞれ自分の時間を楽しんでるようで、新参者を気にする様子はない。こんな感じだったなら、お薦めされた喫茶店に入っておけばよかった。ともあれ、こちらのランチもお手ごろ価格でポリュームたっぷり。

しっかり食べて、腹ごしらえ終了。

行けども行けども工場ばかり

栄駅から常盤駅、水島駅の間は間隔が狭いらしい。純喫茶でのランチを堪能し、少し歩くと、いつの間にか常盤駅を通り過ぎ水島駅に到着。水島駅から終点の三菱自工前駅までは、あと一駅。次の列車は当分来ないし、歩いて行こう。

水島駅のすぐ近く、交通量の多い道路を一本横断すると、高架だった水島臨海鉄道の線路は次第に低くなってゆき、踏切が登場。機械音や金属音が空気を震わし、水島臨海工業地帯に入ったことが体感できる。線路をたどり、パイプがうねる工場の前を抜けると、三菱自工前駅に到着。これより先に駅はなく、線路は倉敷貨物ターミナルへとつながっている。

工業地帯散策を兼ねてターミナルまで足を伸ばすと、「訓練中」の札が下がった列車が貨物列車と横並びで停車中。働いていない列車というのは、どこかのんびりして見える。全てのドアを全開にして、掃除をされている様など、湯上がりさながらで微笑ましい。

金網越しにターミナルを眺め、さらに足の向くまま周囲を散策。行けども行けども工場ばかり、いったいどれだけ広いのか。迷子になる前に三菱自工前駅に引き返し、倉敷市駅方面の列車を待ちながら、工業地帯を一望できる場所を探す。工場夜景が有名な水島臨海工業地帯、夜景スポットは数々見つかるけれど、車がないと行けない場所ばかり。「沿線」で、工場地帯が一望できる場所をあこれ探し、ようやく見つけたポイントは、栄駅から



お薦めの喫茶店の店名は『ベニバラ』、水島臨海鉄道の本社のすぐ側にある。

水島臨海鉄道水島本線

【みずしまりんかいてつどうみずしまほんせん】

倉敷市駅から三菱自工前駅までを30分未満で結ぶ、通勤通学利用が多い地域に密着した路線。高架化された線路下は駐車場などに有効活用されている。





ターミナルには、「訓練中」の列車や清掃中の列車が停車中。



列車は工場の真横を走り抜けていく。

徒歩38分の**籠取神社**。徒歩38分……日頃の運動不足を解消するか。

籠取神社は別世界

三菱自工前駅から栄駅までは列車で移動。そこから歩いて歩いて歩いて歩いて、ようやくたどり着いた籠取神社の鳥居の前で目に飛び込んできたのは、本殿へと続く何段あるのか知れない階段。あの広い水島臨海工業地帯を見渡せる場所であるからには、高い所にあるのは当然。「そりゃそっだよな」と呟いて、階段を上り始める。

数段上って一息、数段上って一息。上ってきた階段を振り返って確かめる度、見える景色が広がっていき、疲れが期待にすり替わる。最後の一段を上って振り返れば、思わず「おお」と声が出る。水島臨海工業地帯の工場群が確かに見渡せる。

回廊を抜け本殿に参拝。境内の開けた一角に進み、改めて遠く広がる工業地帯を見渡たしていると、視界を桜吹雪に遮られる。平日のため、他に人の気配はないけれど、籠取神社は桜の名所らしい。境内を囲むように植えられた桜が、今が散り時といった風情でざつと舞い散る光景は、綺麗すぎて恐くなるほど。夜になれば、夜桜と併せて工業地帯の夜景も見られそうだけれど、夜の境内で一人になった場合を想像して、断念。

工業地帯も一望できたし、予想外の桜吹雪も堪能した。歩いて、上った甲斐は十分あった。さて、そろそろ駅に戻ろう。

今日一番の大賑わい

籠取神社近くに栄駅まで行くバスを見つけて、帰りはバスで10分少々。榮々戻ってきたけれど、ちょっと一息つきたいところ。ランチを断念した、某喫茶店に再挑戦。夕暮れ時の店内に先客はなく、お店を独り占め。冷たい物が飲みたくて注文したオレングジューズは、缶詰のみかん入り。お茶請けに小さな最中とお煎餅にかりんとうまで添えられて、「純喫茶」の雰囲気満点。雑誌も読み放題で、つつい長居。すっかり傾いた日差しに気が付き、慌ててお店を後にする。

栄駅まで戻り、高架を見上げてふと思う、高架を走る列車からなら、工場の夜景が少しは見えるかも。暗くなるのを待ちがてら、再び三菱自工前駅までゆっくり歩き、倉敷市駅行きの列車に乗る。工場地帯が遠ざかり、列車が高架を走り始めると、予想通りチラチラと工場の光が見える。「一望」とはいかないけれど、見えたことで何だか納得。

車窓から車内に目を移すと、いつの間にか車内は満席。夜の車窓を鏡代わりに、乗客の様子を観察すれば、どの顔にも開放感にじんで見える。そういえば、今日は週末一歩手前の金曜日だった。乗客はほとんど増えていき、滑り込んだ倉敷市駅のホームにも、列車を待つ人が列をなしている。水島臨海鉄道は、本日一日見てきた中で一番の賑わい。

一週間の仕事や勉強から解放されて、これからお家に帰るのか、誰かと食事に出掛けるのか。時刻は夜の7時半、皆さん、列車に乗ってこれからどこに？



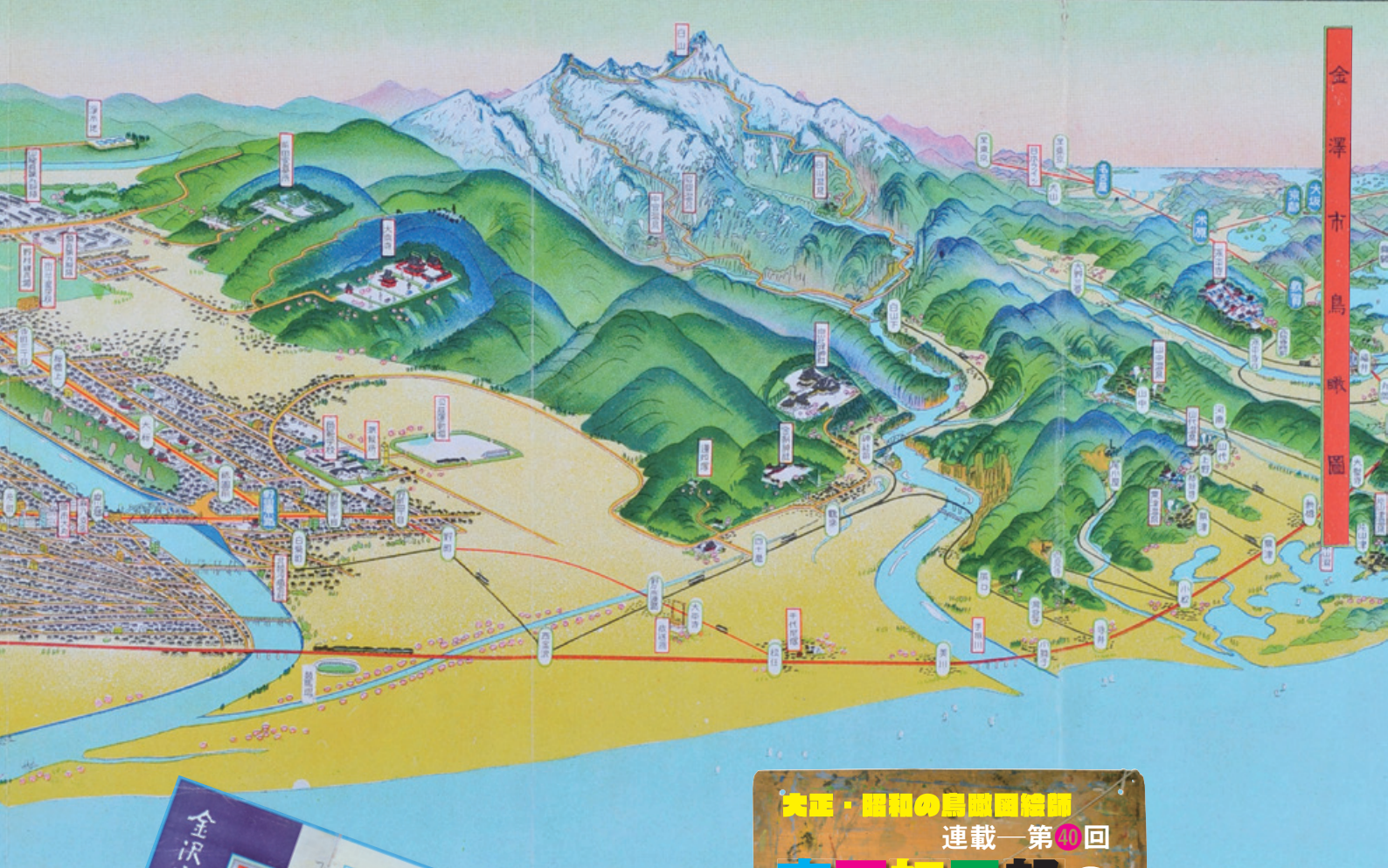
夕暮れ迫る水島臨海工業地帯。



桜の名所でもある籠取神社。階段を上る価値あり。



籠取神社からは水島臨海工業地帯が一望できる。



金沢市

金沢市鳥瞰図

文・藤本一美

text by Kazumi FUJIMOTO

金沢市に本社を置く北陸鉄道は、北鉄と略称されて親しまれている。現在は石川県内を中心として鉄道とバスを運営する中小民鉄である。

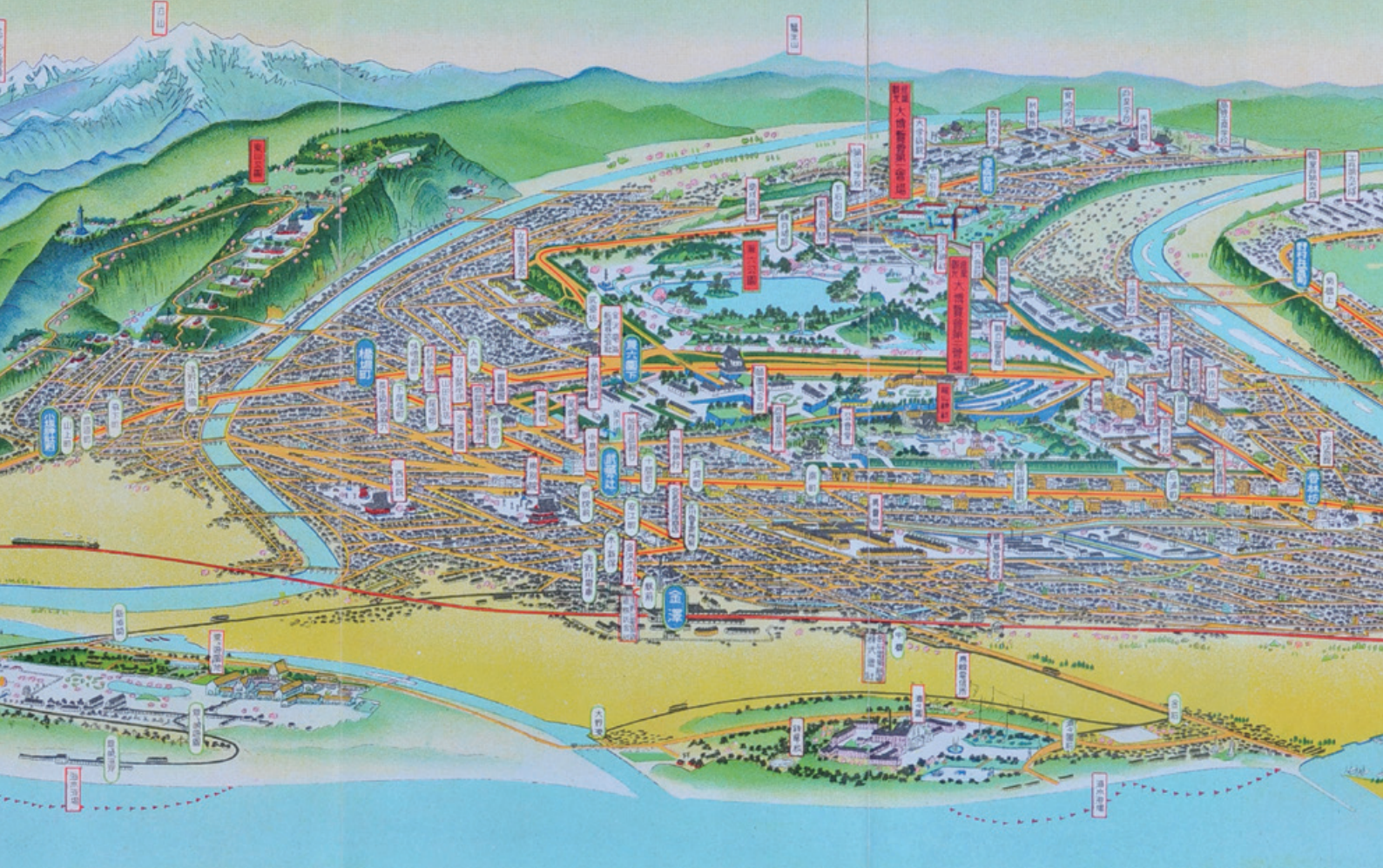
大正八年開業の金沢電気軌道などを前身として、昭和十六年に合併し北陸合同電気に改称。翌年には同電気の鉄道・軌道事業を旧北陸鉄道に譲渡した。さらに同十八年には、戦時下の陸運統制令によって、旧北陸鉄道、能登鉄道、金名鉄道（大正十五年開業）、金石電気鉄道、温泉電気軌道（大正三年開業）ほかの大合併により（鉱石輸送の尾小屋鉄道は除く）、北陸鉄道が新設された。

戦争末期の昭和二十年七月には、小松電気鉄道（昭和四年開業）を合併。同年十月には浅野川電気鉄道（大正十四年開業）を合併し、尾小屋鉄道を除く石川県下の中小民鉄とバス会社の全てが統合されたのだった。

その意味で、昭和七年春作図の本図は、大合併前の状況が、民鉄は黒

藤本一美

首都大学東京・専修大学非常勤講師。地図情報センター理事。日本地図学会会員。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。



北陸鉄道株式会社 HOKURIKU RAILROAD Co., Ltd

設立：昭和18年10月13日
本社：金沢市割出町556番地

長い歴史を持つ二つの路線。 地域の足として、観光路線として、 走り続ける。

金沢市の中心部から南へ伸びる「石川線」と、金沢駅から日本海へと向かう「浅野川線」の二つの路線を運行している。石川線は全17駅、13.8km、浅野川線は全12駅、6.8kmの路線で、平成27年には石川線が開業100周年、浅野川線が開業90周年を迎えた。長い歴史の中で一部路線の廃止など厳しい状況乗り越えてきた北陸鉄道だが、昭和18年に設立する以前から運行する両路線は、現在も変わることなく身近な生活の足として地域住民に愛されている。平成27年3月には、石川線に、会社が設立して以来初めてとなる新駅「陽羽里駅」も開業した。また、北陸新幹線の開業以降、金沢を訪れる観光客が急増しており、北陸鉄道では「1日フリー乗車券」の発売やイベント電車の運行など、観光利用のサービス向上と沿線の観光振興についても積極的に取り組んでいる。



『金沢市〔金沢市鳥瞰図〕』

(昭和7〔1932〕年春発行)
金沢市役所 発行
他に産業と観光の大博覧会発行の2種
犬山の日本ライン 蘇江 観光社 印刷



富士山↓

の実線で、金沢市内軌道線（昭和四十二年全面廃止）は赤の細い実線、当時の国鉄は赤の太い実線で図示されていて、複雑な鉄道史の判読の助けになっている。

昭和四十年代に入ってから、モータリゼーションの進展や高速化の影響で鉄道部門は縮小傾向で、北陸鉄道加南線と総称で呼ばれ、温泉地を結ぶ山中・片山津・粟津・動橋などの各線は昭和四十六年までにほぼ全廃され、現在は二路線二〇・六kmを有する石川線（野町駅―鶴来駅〔白山市〕）と浅野川線（北鉄金沢駅―内灘駅）のみとなっている。

特異の大胆な構図は、日本海側上空から俯瞰する雄大なもので、左は能登半島と北アルプスを、右に白山連峰を入れ、中央部には巨大な金沢市街地（観光案内図）を配置。南西を流れる犀川と北東の浅野川とに挟まれて小立野台地（河岸段丘地形の典型）の中心部に、日本三名園の一つ、大名庭園の兼六園や加賀藩前田家の金沢城跡（公園、後に金沢大学は郊外へ移転）を利用して博覧会会場となったことが分かる。富士山も出没していて、びつくり仰天だ。

表紙は金沢八勝と前田利家公、百万石の偉人を披露している。



難波駅に入線する空港特急「ラビット」

みんな Vol. 62 | SUMMER 2017 夏号

●発行所／一般社団法人 日本民営鉄道協会

〒100-8171 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」編集室 香田朝子

●写真／織本知之

●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

※取材させていただいた方の役職、所属部署等は取材当時（2017年4月）のものです。

※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。