



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

特集

通勤も観光も－新たな輸送需要の開拓

[利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み]

四つの季節の鉄道ものがたり 冬

はじめての「みんなてつ」

辻村深月

私が人生で最初に乗った「みんなてつ」はなんだろうと考えると、きっと富士急行だ。私だけでなく、きっと山梨県の子どもの多くがそうだ。

JRの大月駅から乗り換える富士急行は、その名の通り富士山の周辺——湖に山の姿を映す「逆さ富士」が見られることでも有名な「河口湖」の駅や遊園地の「富士急ハイランド駅」、あとはその名も「富士山駅」に続いている。

富士急ハイランドは、山梨県内の小学生たちにとっては馴染み深い場所だ。といっても、私の場合、絶叫マシーンや世界最長のお化け屋敷に行けたわけではなく、園内のスケートリ

ンクで学校行事のスケート教室があったため。リンクを滑る頭上をゴオーッとすさまじい音を立ててジェットコースターが過ぎ去り、そこからキャー！と悲鳴が落ちてくる。小学校時代の私たちに共通の、冬の思い出。

学校のスケート教室ではバスに乗ったけれど、そんな私たちが富士急行に乗る最初。それが小学校の「卒業旅行」だった。学校の行事ではなく、子どもたち数人だけにする特別なお出かけ。山梨に住む私たちが行先を選ぶのは、ダントツで富士急ハイランドだった。スケート教室の時は乗れなかったジェットコースターやお化け屋敷に行ける。しかも、引率なしの、同じ年の

友達だけで。

一日だけのイベントは、厳密には「卒業遠足」と言った方が近いのかもしれないが、大人にお小遣いをもらって子どもたちだけで出かける高揚感には、「卒業旅行」の大人びた響きの方がしっくりきた。学校最寄りの石和温泉駅から上りの電車に乗り「大月で乗り換えだよ」と囁き合う。

楽しくて、楽しくて、夢中でおしゃべりをする車中、ひとりがふっと顔を上げ、「富士山だ！」と呟いた。その言葉を合図にみんなが一斉に窓に貼りつく。「富士山だ！」「本当だ、富士山だ！」と身を乗り出す。「大きい」でも「きれい」でもなく、ただただ「富



イラスト・岡林玲

みんな

CONTENTS

Vol. 64

2018

◎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。

士山だ」と口にすることでしか表現できない感動。ああ、楽しいな、と思つたら、涙が出そうになった。
今も、東京から故郷の町に帰省する時、途中の大雪で降りる人たちを見ると、ふと、顔を上げて、彼らの背中を見てしまう。これから富士山に登るのかな、という大きな荷物を抱えた人がやはり多い。本格的な登山リュックを背負った外国人の姿も増え、彼らの会話から聞こえる「Fuji」という

言葉を聞くと、自分が行くわけでもないのに胸が弾む。春休みのシーズンになると、今度は子どもたち数人のグループが笑いあっている、卒業旅行らしき一団も。
その人たちの背中にそっと「きつと楽しいですよ」と心の中で話しかける。私が初めて乗った「みんなつ」の感動と同じものが彼らの中にも残りますように、と、余計なお世話と知りつつ、祈る。

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』『家族シスター』『朝が来る』など。近著に『クロロバーナイト』『がみの孤城』がある。



02 四つの季節の鉄道ものがたり 冬
はじめての「みんなつ」
◎作家 辻村深月

04 特集／通勤も観光も―新たな輸送需要の開拓
沿線の宝を掘り起こし、利用者満足度のさらなる向上を。
TOP INTERVIEW
◎西武鉄道株式会社代表取締役社長 社長執行役員 若林久
「利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み」

08 REPORT.1
快適な通勤・観光輸送を両立し、「西武らしさ」を実現する。
◎西武鉄道株式会社 鉄道本部 計画管理部 管理課長 安孫子学
◎西武鉄道株式会社 鉄道本部 車両課長 山下和彦
◎西武鉄道株式会社 鉄道本部 運輸部 スマイル&スマイル室 課長 林大輔

14 TOPICS
新宿線の沿線価値向上に向けて。
新宿線連続立体交差事業
◎西武鉄道株式会社 鉄道本部 建設部 建設課 課長 山田光明

16 REPORT.2
レストラン列車で秩父のブランド力を高める。
◎西武鉄道株式会社 鉄道本部 運輸部 スマイル&スマイル室 旅客誘致企画担当 主任 川崎範雄
◎西武秩父駅前温泉 祭の湯 支配人 加藤治
◎一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社 地域マネージャー 保泉友美

22 CLOSE UP
地元と一体となって秩父の魅力を発信。
◎秩父鉄道株式会社 執行役員 企画部長 坂本昌己

24 基調報告―④
観光列車、有料着席列車の経済学
◎相模女子大学 人間社会学部社会マネジメント学科 教授 湧口清隆
28 連載② 地方民鉄紀行
嵯峨野観光鉄道株式会社
連載③ 大正・昭和の鳥瞰図絵師 吉田初三郎の世界
福島市と飯坂温泉
◎首都大学東京非常勤講師 藤本一美

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

[利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み]



若林 久

Hisashi WAKABAYASHI

西武鉄道株式会社 代表取締役社長
社長執行役員

沿線の宝を掘り起こし、
利用者満足度の
さらなる向上を。

池袋駅と西武新宿駅をターミナル駅に、首都圏北西部に12路線を有する西武鉄道は、1日178万人の輸送人員を誇る。

2013年3月には、東京メトロ・東武鉄道・

西武鉄道・東急電鉄・横浜高速鉄道の5社の相互直通運転が開始。

西武線沿線と渋谷・横浜が直通ルートで結ばれた。

西武鉄道はこれを機に、4社直通の有料座席指定列車を発案。

各社に呼び掛け、2017年3月より

「S・TRAIN」の運転を実現させている。

また、その前年には全席レストラン電車

「西武旅するレストラン『52席の至福』」の

運行を開始するなど、鉄道輸送サービスを高めることで、

新たな鉄道需要の創出と沿線価値向上に取り組んでいる。

その方針と施策について、若林久代表取締役社長にお話を伺った。

文 ● 茶木 環

撮影 ● 織本知之

写真提供 ● 西武鉄道株式会社

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】

通勤・観光輸送の利便性を向上させる

——西武鉄道が担う都市交通・沿線事業は、西武グループにおいて、現在どのような戦略をとられていますか。

若林 西武鉄道は、西武グループ全体の「企業価値向上の源泉」としての役割を担っています。長期安定的な収益の確保が最も重要な使命であり、2016年度に使用開始したコーポレートメッセージ「あれも、これも、かなう。西武鉄道」の下、さまざまな取り組みを展開しています。

東京都の北西部から埼玉県南西部まで、営業キロ176・6kmの沿線には人口が減少しているエリアもありますが、逆に増えているエリアもあり、全体で言えば微増しています。雇用環境がよいことも相まって、定期需要のお客さまをベースに輸送人員はここ数年、堅調な動きを見せており、運賃収入も順調に伸びています。

ただ、近い将来、間違いなく人口減少が起きますので、手をこまねいていると輸送人員も減少の一途をたどることになりかねない。決して安泰ではなく、今から布石を打っていくことが一番大事なことだと思っています。

——13年に5社相互直通運転が開始されたことで、沿線の人の流れに大きな変化が生じたのではないかと思います。その後はいかがでしょうか。

若林 相直の効果は非常に大きかった

と思います。西武鉄道は秩父エリアの玄関口である飯能駅から相互直通運転を行っていますので、その延長線上の西武秩父駅と横浜高速鉄道みなとみらい線の元町・中華街駅が1本のルートでつながったことになりました。利便性も速達性も向上し、お客さまの流れが大きく変わりました。心理的な距離感が無くなつて、長く移動されるお客さまが増えたんです。西武線沿線から横浜方面へ、観光やショッピング、食事などを目的に出掛けるお客さまが増え、逆に横浜方面からは自然豊かな西武線沿線に観光やレジャー目的のお客さまがお越しになるなど、5社のネットワーク構築によってさまざまな交流が生まれました。当社にとって非常にプラスになっていると思います。

——そのネットワークを活用して17年3月に運行を開始した有料座席指定列車「S・TRAIN」は、どういうお考えから生まれたのでしょうか。

若林 当社線の通勤利用のお客さまには「座れる通勤列車」へのニーズがあります。そこで担当の車両部と他部の若手社員6人が社内プロジェクトを組み、お客さまのご要望やご意見をリサーチして、今後のスタンダード車両となり得る快適に移動できる通勤車両の新造を目指しました。それが40000系です。座席はロングシート、クロスシートのどちらも使える座席転換車両です。

当初から、4社直通の有料座席指定列車の導入を意図しており、この40000系を使用して運用を開始したのが有料座席指定列車「S・TRAIN」です。17年3月25日に運行を開始しました。S・TRAINとして運用する際にはクロスシート、S・TRAIN以外の運行はロングシートを使用しています。

おかげさまで非常に話題を呼び、多くのお客さまからご好評をいただいています。16年度末時点で、まだ10両2編成と車両が少ないのですが、17年度末にはあと4編成が導入となりますので、機能的なダイヤ編成が可能となり、さらにお客さまに利便性を提供できると考えています。

——S・TRAINは、通勤のほか観光列車としても活用されていますね。

若林 ええ、平日は所沢・豊洲駅間、土休日は西武秩父・元町・中華街駅間で運行しています。通勤と観光の両面で運用しますので、今後もニーズは高まっていくだろうと思っています。

——観光列車では「西武旅するレストラン『52席の至福』」も人気を呼んでいます。

若林 12年度から15年度まで「西武鉄道100年アニバーサリー」を行っていましたが、その集大成として16年4月17日に運行を開始しました。使用している車両は西武秩父線を走っていた40000系をリメイクしたもので、デ

ザインは建築家の隈研吾さんをお願いしています。社員の中から企画電車、中でもレストラン電車を自社沿線に走らせたいという発案があり、プロジェクトがスタートしました。基本的には土休日の運行で、おかげさまでこちらも非常に好評をいただいています。特にプランチコースは即日完売となるほどで、ディナーコースも最終的には満席となっています。

隈研吾さんが手掛けられた車両のエクステリアやインテリアは、「秩父」をモチーフとしたデザインや装飾が施され、地産木材や伝統工芸品を素材に使用するなど、落ち着いた雰囲気とわくわくするような特別感が同居する素晴らしいものです。そうした非日常の空間の中で、埼玉県産の食材を一部に使用したコース料理を楽しんでいただく——レストラン電車を当社が手掛けるには、「今までにないイメージを打ち出したい」という強い思いがありま



「S・TRAIN」として運用する新型通勤車両40000系。



上／所沢駅。池袋線・新宿線が乗り入れる。
下／駅周辺開発が完了した石神井公園駅。

した。それがまさに具現化したような車両であり、サービスとなっています。こうした当社の熱意や思いは、現在、建築家の妹島和世さんにデザインをお願いして開発段階にある新型特急車両にも引き継がれています。

観光地として注目される秩父・川越

——S・TRAINや「西武旅するレストラン『52席の至福』」が走る秩父は、近年、特に観光地として脚光を浴びていますが、どのようにご覧になっていますか。

若林 秩父、そして川越は、私どもの沿線を代表する観光地です。16年11月に、国内18府県33件の祭りで構成する「山・鈴・屋台行事」がユネスコ無形文化遺産として登録されましたが、その中には「秩父祭の屋台行事と神楽」と「川越氷川祭の山車行事」が含まれており、改めて両市が注目を集めています。もともと「小江戸」とも呼ばれる川

越には当社線のほか、JR東日本や東武鉄道が乗り入れ、地域の方々は今から観光客誘致に熱心に取り組んでいらっしゃいましたし、私どもも力を入れてきました。コンパクトにまとめたまちで散策しやすいのが川越の魅力で、最近では多くの訪日外国人観光客も足を運ばれています。

一方、秩父観光の活性化については、横浜方面との相互直通運転開始を機に、当社としては初のテレビCMを開始するなど、本格的に動き始めました。13年からは毎年「ちちぶ映画祭」も開催しています。今年はアニメを中心に人気作品を上映し、併せてグルメイベントを開催するなど、地域を盛り上げました。こうしたさまざまな企画や取り組みが相乗効果を生み出し、秩父が非常に活気づいています。西武秩父駅の定期外の乗降人員も大きく伸びてきました。

17年4月24日には、「西武秩父駅前温泉 祭の湯」を開業しました。観光

地としての秩父の可能性は大きく、「西武鉄道は秩父に力を入れている」というイメージを大きく発信しようと思っています。

——社長は伊豆箱根鉄道ご出身ですが、ご自身の経験の中からお覧になる秩父の魅力はどんなところでしょうか。

若林 伊豆と箱根はいずれも既に成熟した観光地です。それに比べて、秩父は未完成というか、成熟していないよさがあると思っています。豊かな自然や古い町並み、寺社や秩父夜祭に代表されるような数々の祭り、伝統工芸など多くの魅力があります。観光地として、さらに発展する要素が数多く潜在しています。二次交通など課題はありますが、地元の方々と一緒に秩父の観光振興に取り組んでいけば成長の可能性は大きいと思っています。

地域の活性化に真剣に向き合っているかなければ、私ども西武鉄道も生き残っていけない。沿線地域とわれわれは運命共同体でもあります。西武鉄道と地域が連携して地域振興に取り組む中で共存共栄し、お互いに成長していくのが一番いいと考えています。観光地はあらゆる形で発信していくことが重要ですし、私どもがこれからやるべきことも数多くあると思っています。

——インバウンド対応にはどのように取り組まれていますか。

若林 3年後に控えた東京オリンピック・パラリンピックの開催、またその

先を見てもインバウンドは非常に大事だと思っています。鉄道としての取り組みは近年ですが、西武グループはプリンスホテルも持っていますし、宿泊やレジャーなど、インバウンドの受け入れについては、早くから整備を進めています。「観光大国ニッポン」の中心を担う企業グループへをスローガンに、取り組んでいるところです。

西武鉄道としては、15年3月に台湾鉄道管理局と姉妹鉄道協定を締結しました。台湾は、当社線にとって最も大きなマーケットで、多くの方々にお越しいただいています。プリンスホテルが台湾に営業拠点を持つっており、当社からも社員を派遣して、相互送客や観光PRを実施しています。また、17年3月にはマレーシア鉄道公社(KTMB)と姉妹鉄道協定を結びました。こちらにも相互送客やキャンペーンなど連携していきます。



マレーシア鉄道公社 (KTMB) と姉妹鉄道協定を締結。

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】

「西武 旅するレストラン『52席の至福』」などは、海外の方にも興味を示していたのではないかと思っていられるですね。インバウンドに向けてさらに積極的なPRを拡充していく必要があると考えています。

沿線ブランディング向上に取り組む

——沿線のブランディングという意味では、多くの人々を引き付ける魅力あるまちが存在することも重要です。石神井公園駅周辺の開発事業について、お聞かせいただけますか。

若林 西武グループとしては石神井エリアを都心と郊外のよさを兼ね備えた「洗練されたイメージを牽引するエリア」と位置付け、沿線開発のモデル地区として開発を進めてきました。

池袋線桜台駅付近、大泉学園駅付近間の連続立体交差事業・複々線化事業により、12年、石神井公園駅が高架化しました。これに続き、「住んでいてよかった街、住んでみたくなる街へ」をテーマに、グループ総力を挙げてライフスタイル提案型の複合的なまちづくり「エミナード石神井公園（石神井公園駅周辺開発計画）」を推進し、17年に開発が完了しています。

駅を軸に東西へ長く伸びるプロムナードに、商業施設や生活サポート施設、賃貸マンション「エミリア石神井公園」などが建ち並び、まちが新しく生まれ

変わりました。このエリアならではの落ち着いた雰囲気にも活気も伴って、非常にいいまちになったと思っています。

所沢駅も再開発を進めており、東口に次世代型の駅ビルを建設中で、18年3月上旬、20年夏と段階的に完成する予定です。将来的には西口にある当社の車両工場跡地を開発し、広域型集客施設の建設を検討しています。現在よりも一層、賑わいのある魅力的なまちを目指して、利便性の高い「コミュニティ型」の商業施設を中心とした駅ビルの開発を進めています。

——新宿や池袋の大きなターミナルとはまた異なる規模の賑わいのあるまちが沿線につくられていくんですね。

若林 ええ、それは大事だと思います。所沢の人口は34万人ぐらいですが、沿線の中核ともなるまちが、さらに魅力を増して新しく発展していくということは、私も西武鉄道を意識していただく契機となります。そのまちに足を運んでいただき、住んでいただけるようになれば非常にありがたいことですし、そうしたまちづくりを意識しながらこれからも沿線を活性化させていきたいと考えています。

——鉄道会社のそうした取り組みは地域にとっても意義があります。

若林 そうですね。所沢市・飯能市・狭山市・入間市で構成される「埼玉県西部地域まちづくり協議会（ダイヤプラン）」では、少子高齢化や地域活性化

などの課題解決に向けて協議を進めています。当社も関連のある施策について協働して取り組むため、4市と連携協力に関する協定を締結しました。

沿線の活性化は、鉄道事業者だけでなく、沿線の中核となるまちでも地元との連携をさらに強化していきたいと思っています。

西武線沿線は「宝の山」

——今後の抱負について、お聞かせください。

若林 沿線の各地域を大事にしていこうと地域ごとにさまざまな異なる特性がありますから、そうした地域特性をしっかりと捉えた上で、鉄道や周辺施設を利用されるお客さまのニーズや地元の要望をしつかり受け止め、さらに魅力あるまちや拠点づくりを進めていきたいと考えています。また、そのためには現在の延長線上にあるやり方に固執するのではなく、広い視野から見ると、新規事業にも挑戦しながら、成長・発展していきたいと思っています。

——地域には観光資源も豊富ですし、鉄道自体が地域の資源とも言えますね。

若林 ええ、そうなんです。例えば、当社が所有する年代物の車両は公開される機会があまりありませんので、そうしたものを一つの

場所に集積して公開すると多くの方に喜ばれるのではないかと思います。年代物の車両のファンは見に来てくださるし、地域に人が足を運ぶようになる。当社にとっては歴史ある年代物の車両の保存ができ、メリットは多い。鉄道の歴史の蓄積や技術継承のためにも鉄道会社ならではのそうした施設があればという夢もあります。

また、西武線沿線にはまだまだあまり知られていない魅力が多くあり、そうした意味では沿線全体が「宝の山」とも言えますし、ポテンシャルが高いんです。そうして手掛けていった施策が相乗効果を挙げて、プラス成長につながると考えています。鉄道会社としてやるべきことも、やることもまだまだ多くありますので、将来に向けて地域や社員、グループと密なコミュニケーションをとりながら多角的に取り組んでいくことで、西武鉄道は成長をしていけると考えています。





REPORT.I

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

[利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み]

快適な通勤・観光輸送を両立し、 「西武らしさ」を実現する。

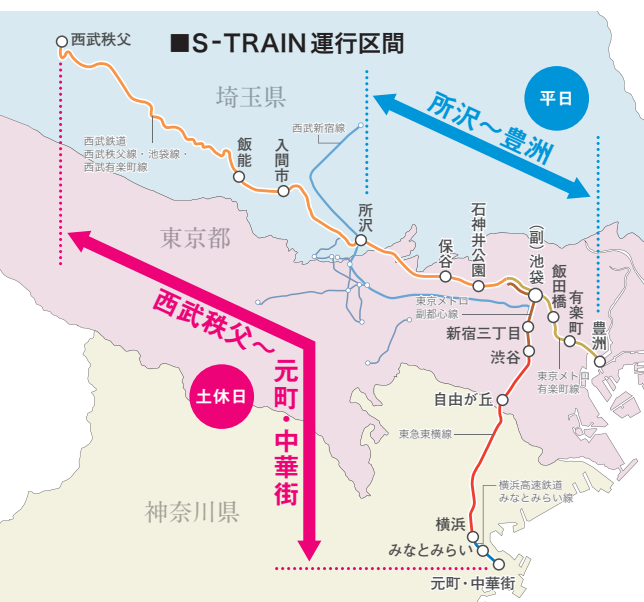
2017年3月25日にデビューした「S-TRAIN」は、西武鉄道、東京メトロ、東急電鉄、横浜高速鉄道が運行する有料座席指定の列車だ。平日は座れる通勤列車として所沢と豊洲を結び、休日は観光列車として秩父と横浜をダイレクトに結ぶ。拡大したネットワークの利便性向上を目指し、西武鉄道は新型車両を開発、4社直通の「快適性」と「速達性」向上を実現させた。西武鉄道の通勤・観光輸送におけるサービス拡充の取り組みをレポートする。

文◎茶木 環

撮影◎織本知之 写真提供◎西武鉄道株式会社

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】



4 社直通の有料座席指定列車

2017年3月25日、前例のない4社直通の有料座席指定列車の運行が開始された。西武鉄道発案の「S・TRAIN」だ。平日は東京メトロ有楽町線に直通して所沢と豊洲を結び、土休日は西武秩父線・池袋線・西武有楽町線、東京メトロ副都心線、東急東横線、横浜高速鉄道みなとみらい線の4社を結んで、西武秩父・元町・中華街駅間を運行する。

13年の5社民鉄（右記のほか東武鉄道を含む）の相直開始以降、自然豊かな秩父エリアと一大観光地である横浜が直通ルートで結ばれたことで、区内の交流人口は急増、利用客の移動距離も格段に長くなった。西武秩父・元町・中華街駅間の営業距離は合わせて113.6km。相直する5社間では日中、それぞれの列車種別のうち、最速

達の種別に統一した愛称を付けた「Fライナー」を運行している。

「相直開始を契機に、速達性と快適性の向上を目指した新しいサービスを提供したいと考え、有料座席指定列車S・TRAINの導入を各社に働き掛けた」と鉄道本部計画管理部の安孫子学管理課長は振り返る。

西武鉄道は、1969年10月の西武秩父線開通とともに、池袋・西武秩父駅間で「特急レッドアロー号」の運行を開始している。奥武蔵・秩父への観光や都心部への通勤特急として活用され、利用者からは「レッドアロー」「レッド」の愛称で親しまれている。

50年近い特急列車の運行実績を持つ西武鉄道は、2013年に行われた5社協議で、有料列車の直通運転を提案した。

「有料座席指定列車にも普段の通勤列車にも使える専用車両は当社が開発する。土休日に秩父、横

浜方面に座って出かける機会を提供することから検討を開始した。電車の運用、乗客の動向を考慮して、平日は通勤利用に主軸を置いて東京メトロ有楽町線に運行することとし、各社希望のダイヤと停車駅を検討して、S・TRAINの運行システムを完成させた」（安孫子課長）

西武鉄道では、これまでも「快適通勤」の実現に努力を重ねてきた。通勤定期券では、1枚の通勤定期券で2つのルートが利用できる「Oneだぶる♪」（新宿線）や「だぶるーと」（池袋線）の2線連絡定期券を発行。着座ニーズには、朝の通勤時間帯に特急レッドアロー号を運行して応えてきたが、運行本数はすでに限界に近い。

「平日運行のS・TRAINは、着座ニーズに応える『都心直結』の通勤列車」（安孫子課長）として、混雑率が高い有楽町線に直通する所沢・豊洲駅間での運行が決まった。

利便性向上の可能性を秘めたダイヤ

4社直通の有料座席指定列車S・TRAINは、平日・土休日で2ルート運行となる画期的な運用システムだが、実現には、多くの課題を解決する必要があった。

まず、2時間以上かけて秩父・横浜間を運行する列車は、どの時間帯にダイヤを設定すれば効果的なのか。

現在、土休日ダイヤは、上りが飯能駅発9時18分、西武秩父駅発17時05分、下りが元町・中華街駅発7時01分、16時55分、19時55分の計5本が運行されている。秩父・横浜に行って帰れるダイヤ編成だ。

平日は、上りが所沢駅発6時24分、15時18分、18時20分、21時20分の4本。下りの豊洲駅発は17時、20時、23



西武鉄道株式会社
鉄道本部 計画管理部 管理課長

安孫子 学
Manabu ABIKO

時の3本となっている。

「平日ダイヤはまだ見直す余地がある。帰宅ラッシュのピークに設定できれば、さらに使いやすくなる」と安孫子課長はより高い利便性を目指し、改正も視野にあると話す。

座席指定券の販売が初めてとなる他社との連携も、課題となった。これについては、西武鉄道が特急レッドアロー号で使用しているシステムを改修し、各社で発売窓口や自動券売機を設置した。可能な限り初期負担の軽減を図るようにした。

また、指定席料金は、西武鉄道では特急レッドアロー号の料金よりも低く設定しており、座席指定券の発売方法・料金ともに、「お客さまにご利用いただきやすい環境」（安孫子課長）を整えている。

一本待っても乗りたい列車

S・TRAINには、新たに開発された40000系車両が使用されている。老朽化した車両の廃車計画に伴い開発された車両で、16年度に2編成（1編成10両）が導入された。



上／クロスシート状態の車内。天井には広告用デジタルサイネージを設置。下／ロングシート状態にした車内。



S-TRAIN出発式。



特急券、指定券の券売機。Wi-Fiの導入も進む。



所沢駅に停車する東急車両。



外からも一目で分かるデザインのパートナーゾーン。40000系最大の特徴となっている。



西武グループには新しいものに挑戦しているという企業姿勢がある。この車両もまさにそうした発想の下に誕生した新型車両だ。

どのような車両が求められているのか。そのためにはどんな設備が必要なのか。車両部と社内から選抜した男女若手社員で構成されたプロジェクトチームが検討を重ねた。社外からは、WEBリサーチでおおよそ1000人も意見を集めたという。

「われわれ車両部の人間だけでつくと、既存の考え方のままの車両になってしまふ。車両に関する知識のない社員にもチームに参画してもらって、一般の利用者の目線や考え方を取り入れていく。これは当社独自の方法だと思う」と鉄道本部車両部の山下和彦車両課長は語る。

まず、チームで考察したのは「西武らしさ」だ。西武鉄道は利用者にとどのような印象を持たれているのか、さまざまな観点から徹底的に分析した。その結果は、華やかさやゴージャスさはないが、落ち着いた雰囲気があり、地域性が豊かであるというものだった。

旧型車両と置き換えられていく新造車両は、直通運転用の主力車両となる。「相直で他社線に当社の車両が入るからこそ、西武らしさを出し、差別化を図りたいと考えた。また、通常、通勤のお客さまは8時発と決まっていたら、車両を選ぶことなくホームに入ってきた車両に乗車する。われわれが目

指したのは「一本待っても乗りたい電車」だった（山下課長）

偶然乗り合わせる車両ではなく、選ばれる車両へ。「人にやさしい、みんなとともに進む電車」をコンセプトに、プロジェクトチームは、これからの100年に向けて走り出す「最も進化した通勤車両」を誕生させた。

多様な人々に快適な車両

40000系の最大の特徴は座席にある。用途に合わせてクロスシートとロングシートに転換でき、S・TRAINとして運用されるときは着席時の快適性を重視してクロスシート、通常運行では乗降しやすいロングシートで使用する。

車内設備として注目したいのが10両編成の10号車に用意された「パートナーゾーン」だ。座席を設けず床面積を広くして、車いすやベビーカーの利用に配慮した。訪日外国人が持ち込む大きなスーツケースの置き場としても対応できる。さらに子どもが立って外の景色を眺められるよう車体強度上、最大の窓を設置した。



西武鉄道株式会社
鉄道本部 車両部 車両課長

山下和彦
Kazuhiko YAMASHITA

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】



1993年にデビューした10000系（ニューレッドアロー）。通勤・観光特急として活躍する。

また、車内の空気を清浄に保つためプラズマクラスター*を搭載、手すりやつり革は抗菌加工が施されている。1編成に1箇所、バリアフリートイレが設置されており、長距離区間も安心して利用できる。

「子育て世代の方々、母親と子どもが使いやすい車両をつくることも大きな目的だった。限られた車内空間を使って、何がどこまでできるのか、何を取捨選択するか。図面を何度も引き直し、最終段階ではバーチャルでベビーカーを押すなど実験を重ねて空間を演出した。着座ニーズに応える車両としての命題がある一方、通勤車両としても使用するため、つり革などを失くしてしまうわけにはいかない。多様な人々に快適に利用していただける車両づくりに尽力した」と山下課長は苦労を語る。

17年9月には、子どもへの配慮、子ども目線を持った良質な製品・空間・サービス・プログラム・調査研究活動などを幅広く顕彰するキッズデザイン賞の最優秀賞「内閣総理大臣賞」を、鉄道車両では初めて受賞した。

実際の利用者による評価も高く、4000系車両は、17年度内に新たに4編成（40両）導入される予定だ。

S・TRAINの運用を担当する安孫子課長も「編成増を受けて、ニーズを捉えた増便や運行の時間帯の検討など、より機能的なダイヤ編成を探っていきたい」と語っている。

既成概念を破る新型特急の開発

18年度末には新型特急車両の運行開始も予定されている。

「これまでの特急車両には『速さ』『シャープ』『リッチ』といったイメージが重視されたが、それとは全く異なるイメージを、新しい視点で捉えて具現化する」（山下課長）

デザインコンセプトは「都市や自然の中でやわらかく風景に溶け込む特急」「みんながくつろげるリビングのような特急」「新しい価値を創造し、ただの移動手段ではなく、目的地となる特急」の三つ。このデザインコンセプトを基に、電車の前面に三次元曲面ガラスを採用した先頭車両や、アルミ素材の車体に塗装仕様したカラーデザインなど、若手社員を中心に立ち上げたプロジェクトチームが「今まで見たことのない新しい車両」の開発に取り組んでいる。

基本デザインは世界で活躍する建築家の妹島和世氏が監修。妹島氏は、ここにいる人々が各自思い思いのスタイルでくつろいでいる場所、「公園のような場所」をイメージしているという。



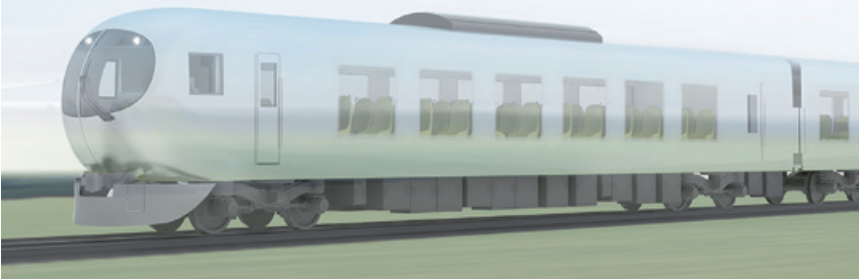
西武鉄道株式会社 鉄道本部
運輸部 スマイル&スマイル室 課長

林 大輔
Daisuke HAYASHI

※シャープ株式会社の登録商標



訪日外国人向けの各種パンフレット。一部の企画乗車券はオンラインでも販売。



これまでにない斬新なデザインの新型特急（イメージ）。



西武秩父駅に停車する特急レッドアロー号とS-TRAIN。



駅設備は多言語表記となっている。



旅行博に参加するなど台湾とのつながりが深まっている。LAIMO のラッピング電車も運行。



快速性を追求した新型車両を開発し、速達性の高い運用システムで、利用者の満足度向上に取り組む西武鉄道。「新たな需要の創出」という観点からインバウンド対策についても注目してみたい。

西武鉄道では駅設備の多言語表記やナンバリングはすでに整備を完了し、多言語のパンフレットやウェブサイトを、英語・中国語・タイ語のFace bookなどを使って、訪日外国人向

インバウンドのニーズに対応

西武鉄道の存在意義を示し、沿線価値向上へとつながる新しいフラッグトレインが誕生する。

新型特急車両は8両編成7本を導入、池袋線・西武秩父線で運行する予定で、平日は通勤特急、土休日は観光特急として運用される。

車内は、大きな窓のある明るい白い壁、温かみのある黄色を基調としたソファのような座席シートに間接照明が配される。また、西武鉄道初の女性専用トイレも設置される計画だ。

「車内での過ごし方はこういうものといった既存のイメージを打ち破るような内装デザインを目指している。都心の街の中や秩父の自然の中を走行する特急で過ごすこと自体が目的となる、そんな車両。既成概念の殻を破る新しい車両が誕生すると思う」と車両開発に携わる山下課長も期待を寄せる。

「17年3月には、姉妹鉄道協定2周年を記念して、台湾で大人気のキャラクターLAIMOのラッピング電車を新宿線で走らせ、出発式当日にはLAIMOの作家を招いて本川越駅でイベ

西武鉄道では、海外の旅行博覧会でPR活動を行うとともに、プリンスホテル台北オフィスに社員を派遣して旅客誘致を強化。また、15年3月には、台湾鉄路管理局と姉妹鉄道協定を結んで、相互の観光PRや各種施策に取り組んでいる。同年8月には、同じく台湾鉄路管理局と協定を結んだ京急電鉄、JR東日本の4社局合同で「日台縦断！鉄道スタンプラリー」を開催した。

けに情報発信している。

15年10月には、池袋駅に年中無休の「SEIBU Tourist Information Center Ikebukuro」を開設。日本政府観光局（JNTO）の外国人観光案内所認定制度で「カテゴリー2」に認定された。また、各駅ではタブレット端末や指差し会話帳を活用して対応。無料Wi-Fiサービス「SEIBU FREE Wi-Fi」も、沿線23駅のほか、特急レッドアロー号、40000系車両内でも利用できるようになっている。

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】



平日運行の S-TRAIN104 号は所沢駅を 15 時 18 分に出発、豊洲に向かう。

ントを行った。LAIMOファンが大勢集まり、イベントの最中からSNSで拡散、30分間で『いいね!』が2万に達していた。広く訴求していくことも大事だが、ターゲットを絞ることも効果的だと実感した」(林課長)

ちなみに川越人気と相まって、本川越駅にある観光案内所は台湾からの利用者が前年の約4倍にもなったという。

さらに、マレーシアから日本を訪れる旅行者が増えていることから、17年3月にはマレーシア鉄道公社(KTM B)とも姉妹鉄道協定を締結。両国間のインバウンド、アウトバウンドの各種施策に取り組んでいく方針だ。

一方、魅力ある商品としては、料金を抑えた企画切符の拡充がある。14年10月には、西武新宿・高田馬場―本川越駅間の往復割引乗車券「SEIBU RAIL PASS」の販売を開始。さらに17年4月には、秩父鉄道と連携して訪日外国人向け企画乗車券「SEIBU 1Day Pass」SEIBU 1Day Pass + Nagatoro」の販売を開始し、同年9月にはオンラインでの販売も開始した。来日前でも予約サイトを通じて購入でき、両鉄道の指定区間を1日乗り放題できる。利便性の向上で、秩父エリアや川越エリアなど沿線観光地に訪日外国人客を誘致する狙いがある。

「アジア圏の国では交通運賃が安く、日本の鉄道運賃を高く感じる。特に民鉄は他社との乗り換えで、そのように思われるケースもある。今後の課題の

一つとして、そうした意識を変え、気軽に鉄道の旅を楽しんでいただけるようにしていきたい」と林課長は抱負を語っている。

新たな視点で鉄道事業を再構築

新型通勤車両40000系の開発とS・TRAINの運行、それに続く新型特急車両の開発や国内外からの旅客誘致の強化は、従来にはない新たな視点や考え方を通して、鉄道事業を再構築していくとする西武鉄道の思想を浮き彫りにしている。

池袋線・新宿線の両幹線を中心に、西武鉄道の年間輸送人員は、ここ数年、定期・定期外ともに安定的に推移しているが、近い将来、少子高齢化による通勤・通学需要の縮小が確実視されている。新たな輸送需要の創出と開拓は、西武鉄道にとっても喫緊の課題だ。

「通勤」も「観光」も快適に——長距離ネットワークを活かした、より利便性の高い鉄道輸送サービスを提供し、鉄道利用者の満足度を高めていく。沿線住民の足としての役割から、多様なニーズに応える鉄道として、安定した輸送需要を維持していく。「あれも、これも、かなう。西武鉄道」のコーポレートメッセージが示すように、西武鉄道では都市鉄道、観光鉄道、両面から沿線の努力が重ねられている。



特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

〔利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み〕

東京都内には現在、約1050カ所の踏切があり、このうちピーク時1時間当たりの遮断時間が40分以上となる「開かずの踏切」は約250カ所と、全国の約半数を占めている。東京都では2004年に「踏切対策基本方針」を策定し、重点的に対策を実施・検討すべき「重点踏切」を抽出。また、その解消を図るため、「鉄道立体化の検討対象区間」を20区間抽出している。

現在、都内では5路線7カ所で連続立体交差事業（以下、連立事業）が行われており、うち新宿線では、中井駅～野方駅間、東村山駅付近の2カ所で事業が進められている。

地下化される中井駅～野方駅間

11年8月に都市計画決定された中井駅～野方駅間の連立事業は、東京都を事業主体とする道路整備事業であり、中野区と西武鉄道が連携する。13年に事業認可を取得、14年1月に工事に着手した。

事業区間は、両駅付近間の約2.4km。区間内にある8カ所の踏切は、すべて開かずの踏切で、うち1カ所が自動車・歩行者ともに交通量が多く、渋滞や滞留が発生する「自動車・歩行者ボトルネック踏切」、3カ所が歩行者の交通量が多く、歩行者の滞留が発生する「歩行者ボトルネック踏切」となっている。事業により、慢性的な交通渋滞の解消と安全性の向上、まちづくりの促進が期待されている。

TOPICS

新宿線の沿線価値向上に向けて。 新宿線連続立体交差事業

新宿線沿線では、交通渋滞の解消や安全性の向上を主な目的として、中井駅～野方駅間、東村山駅付近で連続立体交差事業を進めている。安心して快適なまちづくりに寄与することも沿線価値向上の重要な施策だ。

文◎茶木 環
撮影◎織本知之



西武鉄道株式会社
鉄道本部 建設部 建設課 課長

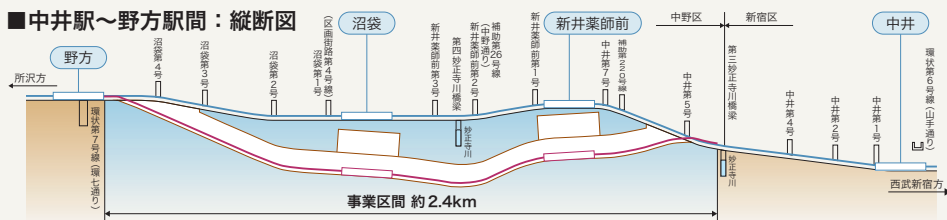
山田光明
Mitsuaki YAMADA



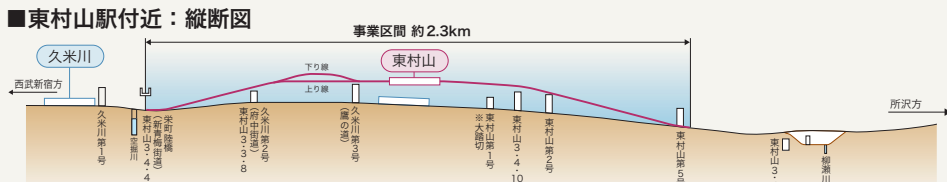
特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】

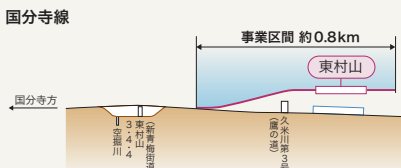
■中井駅～野方駅間：縦断面図



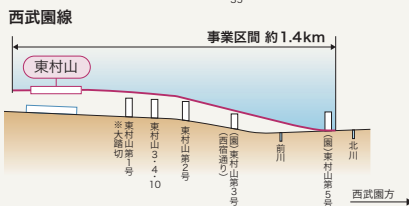
■東村山駅付近：縦断面図



国分寺線



西武園線



た都市計画により、中野区が事業主体となってこれまでなかった交通広場の整備が進められることになっている。新井薬師前駅ではこれまで西武鉄道が開放していた駅前用地が交通広場の役割を果たしていたが、現在の駅の南側に新たに交通広場が整備される。沼袋駅は、交差する区画街路を現在の6mから14mに拡幅し、交通広場も現在の駅の南側に整備される計画で、い

れもバス停のほかタクシープールも併設される予定だ。新井薬師前駅前については17年2月、沼袋駅前については同年8月に事業認可を得ている。「両駅とも駅前に交通広場がないため、バス停にバスが停車すると渋滞となることが多い。交通広場が整備されれば、それが解消される。お客さまの乗り換えも格段に向上し、交通結節点としての利便性が上がる」と鉄道本部建設部建設課の山田光明課長は語る。

駅の安全性や利便性もアップする。急行停車駅ではない沼袋駅のホームは2面4線の相対式で、内側2線は通過電車専用となっているが、新ホームは上り下りそれぞれが島式ホームの2面4線となる。そのため、非常時には急行も停車して乗客を降車させ、ホームから誘導することが可能になる。新井薬師前駅も現状は2面2線の相対式ホームだが、1面2線の島式で現在より緩やかな曲線となり、両駅とも現状よりホーム幅が拡幅される。また、地下駅となることで両駅ともエレベーター・エスカレーターが完備される。

高架化される東村山駅付近

12年に都市計画決定された東村山駅付近の連立事業は、東京都を事業主体とする道路整備事業であり、東村山市と西武鉄道が連携して、13年12月に事業認可を取得。15年1月に工事に着手している。東村山駅を中心に、新宿線約2.3km、国分寺線約0.8km、西武園線約1.4km、計約4.5kmを高架形式により立体化し、2カ所で都市計画道路と交差させ、5カ所の踏切道を除却する。うち3カ所が自動車・歩行者ボトルネック踏切だ。特に府中街道と交差する久米川第2号踏切道の渋滞解消が大きな目的で、事業認可を取得し、府中街道の拡幅（東京都主体）整備を行っている。また、連立事業と同時期に都市計画決定をした他の新規道路（東村山市主体）の整備が計画されている。

事業は、東村山駅西口地区再開発や交通広場の整備が既に完成し、東側も交通広場や道路が整備されており、仮線用地を確保することが困難なため、営業線の上部に高架構造物を建設する施工計画となっている。現在、跨線橋の代替としての地下通路設置や高架橋の基礎工事が進んでいる。

また、現ホームは3面6線の島式ホームで、新宿線と国分寺線がそれぞれ別のホームで発着しているが、新ホームは両路線の上り線と下り線を揃えた2面4線に集約される。

「東村山駅では、川越方面から来て国分寺線下り線に、国分寺方面から来て新宿線下り線に乗り換えのお客さまが多かったが、これまでは乗り換えに跨線橋を渡る必要があった。それが新ホームではホームトゥホームで乗り換えができるようになる。利用者の動線がさまで、跨線橋やホームはかなり混雑していたが、それも緩和される」と山田課長は期待を寄せる。

高架下の利用については、東京都、東村山市および西武鉄道の3者協議で今後決定される。駅デザインのうち、高架橋の駅部に取り付ける防風壁については、市民や駅利用者などから意見を募集して取り入れるなどして、市民参加型で進めた。地域の特性を生かしたデザインとなり、途中経過を公表したところ、市民や駅利用者にも好評だったという。

なお、この2つの連立事業のほか、新宿線の野方駅・井萩駅間、井萩駅・東伏見駅間の2区間が着工準備採択されており、事業化に向け取り組んでいる。

「連立事業は、交通渋滞を解消し、交通に関する事故を確実に減少させることができる。間接的にはあるが、安全で安心、快適なまちづくりにつながっていく」と山田課長は連立事業の意義を語る。

自社の鉄道を含め、地域全体の交通問題として視野を広げて取り組んでいく活動が安心した暮らしにつながっていく。地域における鉄道事業者の役割と責任は大きい。

特集..通勤も観光も―新たな輸送需要の開拓
 「利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み」

レストラン列車で 秩父のブランド力 を高める。

自然豊かな観光地・秩父エリア。

近年、その人気が飛躍的に高まっている。

従来から多かったシニア層に加え、

若い世代の観光客や訪日外国人も増え、賑わいを見せる。

都心部から乗り換えなしで行ける観光地として、

他の場所と差別化し、ブランド力を向上させたいと

西武鉄道は「西武旅するレストラン『52席の至福』」の運行を開始した。

2017年には「西武秩父駅前温泉祭の湯」を開業、一層盛り立てている。

西武鉄道の秩父における観光施策を紹介する。

文●茶木 環

撮影●織本知之
写真提供●西武鉄道株式会社



秩父を一大観光地に育てる

2013年の5社相互直通運転開始を機に、西武鉄道は沿線を代表する観光地・秩父へのさらなる輸送需要の創出に乗り出した。

14年4月には、運輸部・車両部・沿線事業企画部の選抜メンバーからなるプロジェクトチームを結成。「秩父へ」という大きな流れを生み出すべく、旅客誘致を主軸に各種施策の検討を開始した。

「西武鉄道の代表的な観光地である秩父を、海外でも知られるような一大観光地に育て上げたい。そのために、われわれができることは何かと考えた時に、まず鉄道事業者だからできること、この場所に『特別な列車』を走らせようということになった」と、鉄道本部運輸部スマイル&スマイル室で旅客誘致企画を担当する川崎範雄主任は語る。

そうした思いが形となって誕生したのが「西武旅するレストラン『52席の至福』」（以下、「52席の至福」）だ。16年4月に運行を開始したこの列車は、基本運行として、池袋・西武新宿―西武秩父駅間を1日1往復し、車内でフルコースの食事を提供する。

「秩父地域の活性化と新しい旅のスタイルの提供が目的。『秩父』をモチーフとした特別仕様の車内で、フルコースの料理と特別なサービスを楽しんでいただく。非日常の空間と時間を

提供する」（川崎主任）

内外装のデザインを手掛けたのは建築家の隈研吾氏。隈氏にとっても車両デザインに携わるのはこれが初めてだったという。外装は、沿線の風景に溶け込む空色を基調に「秩父の四季」をコンセプトに荒川の水と四季をイメージしたデザインがラッピングされた。

車両は4両編成で、1号車は多目的スペース、3号車は厨房で、客席は2号車と4号車の2両。車両ごとに異なる天井のデザインが印象的で、2号車は伝統工芸品の柿渋和紙を使った落ち着いた雰囲気、4号車は自然を貫く荒川の流れを沿線の地産木材である西川材を用いて表現した明るいインテリアとなっている。和紙や木材は燃えやすい素材で本来は車両構造物に使用できないため、木材には薬剤を浸透させ、和紙は表面に不燃加工を施すなどの処置をして、鉄道車両用材料燃焼性試験にクリアした。

テーブル席のシートピッチも広く取り、小さな照明をテーブルに置くなど、ゆったりと食事を楽しめる工夫が随所に施されている。

「これまでにない車両をつくること



西武鉄道株式会社 鉄道本部
運輸部 スマイル&スマイル室
旅客誘致企画担当 主任

川崎範雄

Norio KAWASAKI

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】



プランチコースの終着駅である西武秩父駅に向かう「52席の至福」。

は、西武鉄道にとっても大きな挑戦だった。われわれが目指したのは、移動する生活空間。隈先生のデザインでお客さまが真にくつろげる空間をつくりあげることができた。全国に観光列車はたくさんあるが、その中でも当社の車両はどちらかといえば実用的なデザインだと思う。しかし、車内にお客さまが座り、食事を始めると一変する。レストラン列車の主役は食事を楽しむお客さま。車両とお客さまと料理があって初めて完成する」と川崎主任は車両開発に込めた思いを語る。

見えない部分にも努力を重ねる

「52席の至福」は、4000系車両をリメイクしている。4000系は1988年、西武秩父線開業20周年を記念して新造した車両で、秩父鉄道との直通運転用に設計、長瀬や三峰口まで走り、「秩父に行く電車」として広く認知されている。

「西武線沿線では秩父といえは4000系という印象が強いだけに、4000系をリメイクすることによって、秩父をフィーチャーしているのではないかと考えた。将来的には秩父鉄道沿線に『52席の至福』を直通させたい希望もある」（川崎主任）

運行は土休日が中心で、定員は52名。プランチコースとディナーコースの2種類があり、プランチコースで約3時間、ディナーコースで約2時間半

と、最速電車の2倍以上の時間をかけてゆっくり走る。

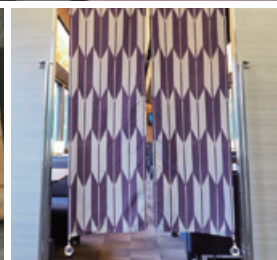
いわゆる「ダイヤを寝かせる」方式をとっており、過密ダイヤで運用する鉄道事業者はこうしたダイヤ設定に苦心する。しかし、「西武グループは野球の球団を持ち、沿線に野球場を持っているため、試合後の混雑緩和策で臨時増便を出すことが多い。通過待ち設備を有する駅が多く、こうした設備を駆使してダイヤを組んでいる」（川崎主任）そうで、これは西武鉄道ならではの方式と言えるだろう。

運行を支える社員の技術と誇り

西武鉄道の運転士・車掌は合わせて約1100人。その中で特急レッドアロー号に乗務できるのは約4割だが、



西武秩父駅構内に掲示された「52席の至福」フラッグ。



上／26席が配置された4号車。荒川の流れを表した西川材の天井が目を引く。下：左／同じく26席が配置された2号車は柿渋和紙を使った天井が特徴。中／車両のネームプレート。右／客室との仕切りに掛けられた秩父銘仙ののれん。

上／キッチン車両。通常のレストランで行う7割を車内で調理する。下／車内で提供されるメニューの一例。

さらにその中から所属長の推薦によって選ばれた社員だけが「52席の至福」に乗務できる。

「運行を担当できる運転士・車掌は全体の1割ほど。技術も重要だが、乗務時のホスピタリティーがさらに重要で、どんな場面にも対応できる柔軟性を持つ運転士や車掌が選ばれる。誇りをもって業務に当たってもらうため、『52席の至福』に乗務する際は通常の制帽ではなく、ホテルのコンシェルジュのような特別なデザインの帽子を貸与して、着用する」（川崎主任）という。

また、特急レッドアロー号は利用者からも「レッドアロー」「レッド」の愛称で親しまれているが、「52席の至福」もそれを目指して、「レストラン列車」ではなく「52席の至福」「52」と呼んでいるという。「52席の至福」を西武鉄道の顔として育てていこうという社員の誇りと特別な思いが込められている。

地域と連携し、地域に貢献する

車内で出される食事は和洋中のジャンルに渡り、3カ月に1度はメニューが更新される。メニューの監修は沿線の有名店のシェフや、若手料理人のコンテスト「RED U・35」で受賞した新進気鋭のシェフが行い、埼玉県産の食材を一部使用したコース料理が提供されている。飲み物には、ウイス



西武秩父駅前温泉
祭の湯 支配人

加藤 治
Osamu KATOU

キーのイチローズモルトをはじめ、秩父産のワインや日本酒も各種揃えているという。

また、ランチコースでは、芦ヶ久保駅に約30分停車し、同駅に隣接する地元の道の駅で買い物を楽しんでもらうなど、地域に人を送り込む。

さらに、秩父エリアの自治体が進める「環境活動・地域貢献プロジェクト」では、西武鉄道が秩父エリア外の参加者の誘致を担当。秩父までの輸送手段として「52席の至福」を運行している。特別仕様の列車で移動でき、参加者にも好評だ。現在は、秩父市、横瀬町、小鹿野町との連携で行っているが、今後は他の自治体とも取り組んでいきたいという。

「この電車で収益を上げるのではなく、秩父観光のブランド力向上、エリアの活性化、そしてお客さまに新しい旅のスタイルを提案して、沿線価値を高めていくことが目的」と川崎主任は語る。

現在の稼働率は9割近くで、利用者はシニア層がメインとなる。今後はさらなる集客に向けて、旅行会社の貸切列車など平日運行も視野に入れている。

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】



秩父の四季をイメージした外観。1号車のイメージは「春」。芝桜、長壽の桜が描かれている。

観光拠点となる複合型温泉施設

秩父エリアの玄関口でもある西武秩父駅のリニューアルに伴い、2017年4月24日、駅と一体の「西武秩父駅前温泉 祭の湯」（以下、「祭の湯」）が開業した。駅構内にあった秩父仲見世通りを大幅に改装し、秩父の土産品や酒類を販売する物販エリア、フードコート併設する複合型温泉施設として開業したもので、西武グループの西武レクリエーションが運営する。地元産の杉材をふんだんに使った駅舎と、秩父名物の「祭」をコンセプトに「山車」を建物全体で表現した「祭の湯」の建物は、公益財団法人日本デザイン振興会が主催するグッドデザイン賞を受賞した。

「秩父エリアにはたくさんさんの温泉があるが、点在していることもあって『温泉地』のイメージが弱かった。駅前に温泉施設をつくることで地域特性を打ち出していくのが狙い。駅前の温泉に来ていただくことをきっかけに、秩父の観光を楽しんでいただく。点在する観光資源への相乗効果を期待している」と、「祭の湯」の加藤治支配人は語る。

また、「従前と同じく観光客がターゲットとなるが、地域の方々にも気軽に使っていただけるような施設」（加藤支配人）を目指したという。

施設内では観光客だけではなく、買い物やフードコートで食事を楽しむ地元住民の姿が目につく。

「秩父の顔となる、このような施設

ができて、地元でも喜んでくれる人が多い。秩父観光の拠点であり、地元住民にとつての交流の拠点ともなっている」と語るのは、秩父地域おもてなし観光公社の保泉友美地域マネージャーだ。

秩父観光の盛り上がりとともに、観光地・秩父を担う地元の意識も大きく変化しつつあるという。

秩父の魅力を発信する

秩父には豊かな自然があり、独自の歴史文化を持っている。中でも有名なのは秩父神社の例祭「秩父夜祭」で、ユネスコ無形文化遺産にも登録されている。

おもてなし観光公社では、パンフレットやHPのほか、現在はFacebookなどSNSも活用して、日々の細かな観光情報も積極的に発信している。

「かつては秩父夜祭のイメージが強く、地域外に向けては夜祭をメインにPRしていた。けれども秩父には、規模は決して大きくないが知られていない観光資源がたくさんあり、特産品も多い。これまで一つ一つ引き出してアピールするのは難しかったが、SNS



一般社団法人
秩父地域おもてなし観光公社
地域マネージャー

保泉友美
Tomomi HOIZUMI



上／フードコート「香喰処 祭の宴」。秩父の名物料理が楽しめる。下／物販エリアの「ちちぶみやげ市」。



上／秩父夜祭で使用する山車を表現したという「祭の湯」。夜になると提灯がともり、建物全体が美しく浮かび上がる。下／駅直結の温泉施設「祭の湯」。のれんにはシンボルアイコンの「秩福」。

「ここに足を運べば秩父の魅力の全体像がつかめるといふ施設にしたい。地域としっかり連携して、秩父エリアの活性化に貢献していくことができれば」と加藤支配人は意気込みを語る。

観光客が地域に足を延ばしてくれるように、商品の店舗名や企業名を打ち出してPRし、地元のアンテナショップとしての機能を果たしている。

物販エリアに「秩父美人屋台」と銘打って開設した売り場では、女性客を対象に、秩父銘仙などを現代的にアレンジした商品を販売している。これまでもあまり注目されていなかった地元産の商品を集め、新パッケージで売り出すなど、おもてなし観光公社が「地域商社」としてプロデュースしたのも多い。

こうした流れを受けて、「祭の湯」でも地域と密な連携を取っている。

「祭の湯」のオープンに際し、特色ある商品を扱いたいと地元企業に説明したところ、名物の餅菓子をアレンジした新商品や名産の味噌を使った麺類など、多くの企業が積極的に開発に取り組み、結果、話題となる商品を取り揃えることができた。

「祭の湯」のオープンに際し、特色ある商品を扱いたいと地元企業に説明したところ、名物の餅菓子をアレンジした新商品や名産の味噌を使った麺類など、多くの企業が積極的に開発に取り組み、結果、話題となる商品を取り揃えることができた。



秩父エリアの多様な魅力を発信する西武秩父駅。

秩父で働きたいという若い人たちが増えている。秩父が変わってきたという証左であり、若い人たちのエネルギーが秩父ブームを支えているのだと思う」と保泉マネージャーは熱く語る。

西武グループの経営の動きや西武鉄道がテレビCMを打つなど秩父に注力していること、相互直通運転によって都心部やほかの観光地との交流が深

活気づいているのは、西武秩父駅周辺だけではない。秩父神社周辺は古くからの店舗が立ち並ぶ商店街だが元気を失いつつあった。しかし、近年では若い世代が新しい感覚の飲食店やショップを開店し、通りの賑わいを取り戻そうとしている。

地元住民の意識を喚起

秩父産ウイスキーで 『秩父』を世界に発信



Column

株式会社ベンチャーウイスキー
ブランドアンバサダー

吉川由美

Yumi YOSHIKAWA

当社は社長の肥土伊知郎は、秩父で1625年から続く酒蔵の21代目でしたが、2004年に残念ながら先代で家業を他社に営業譲渡することになりました。その時、廃棄寸前だった祖父の代からつくり続け、中には約20年寝かせていたウイスキーの原酒を何とか世に出したい。そんな強い思いで、原酒を自ら引き取り、創業したのがベンチャーウイスキーです。

残されていた400樽をもとに2005年から「イチローズモルト」のブランドでウイスキーの製造販売を開始し、2008年には念願の秩父蒸溜所を設置しました。

小さな蒸溜所ですので、秩父らしさや個性を大切にしたい味のウイスキーづくりをしています。マーケットも国内外にこだわらず、海外のイベントにもエントリーを続け、少しずつではありますが、認知していただけるようになり、2017年には、世界で最も権威のある品評会「ワールドウイスキーアワード」で、世界最高賞を受賞しました。

手づくりにこだわっているのも、生産量は年間約10万本です。秩父市内では、ウイスキーバーだけではなく居酒屋や蕎麦店、食堂でも当社製品を置いてくださっています。お祭り文化が栄えた土地柄でしょうか、秩父はバーホッピングを楽しんだり、お酒に対して懐が深い夜の楽しいまちです。観光でお越しの皆さんにも、宿泊してぜひ秩父の夜を楽しんでいただきたいと思います。

西武鉄道の「西武 旅するレストラン『52席の至福』」にご乗車の皆さまに当社のウイスキーをお楽しみいただけるのは、格別の嬉しさがあります。美しい空間の中でゆっくり味わうのもまたウイスキーの醍醐味ですから。

秩父の水を使い、原材料の大麦もイングランド産がメインですが、1割ほどは秩父産のものを使い始め、秩父ならではの味を追求していきたい、将来的には秩父のミズナラの木でも樽を製造したいと考えています。

これからも秩父に生まれた企業として、自信を持ってこの地から世界に向けて発信し続け、当社の製品が秩父の魅力の一つとなっていけたらと願っています。



上／秩父名産の日本酒とイチローズモルト。下／秩父蒸溜所と同所の蒸溜器。

まったことなどを契機に、地元住民の意識に大きな変化が生じ、地元熱が高まったという。

「それまで少しのんびりと構えていた地元住民が、観光地として自分たちも動かなければだめだと行動を開始した。西武鉄道が起こした風に地元も乗っている」（保泉地域マネージャー）

インバウンドの増加も地元住民の意識を変えている。秩父を舞台にしたアニメが海外でも人気で、それをきっかけに足を運ぶ訪日外国人も多い。「祭の湯」でも、物販エリアにアニメコーナーを設けるほか、免税のレジも設置する。

「実際に訪れるのは台湾やタイからの観光客が多い。実は秩父の最初的小

学校はフランス人の寄付によって設立されたという歴史もあって、次は知られざる秩父の歴史を掘り起こしながら、インバウンド誘致に取り組みしていきたい」と保泉地域マネージャーは意欲的だ。

一方、加藤支配人は「秩父の温泉と連携を強めて、『秩父温泉』を浸透させていきたい」と次の展開を語る。

観光地・秩父のブランド力が育っている。「52席の至福」の運行、「祭の湯」の開業に続いて、マルシェの開催やちび映画祭などイベントも盛り上がりを見せる。鉄道会社と地元住民の思いが合致し、観光地として発展する秩父では、地域と鉄道の努力の相乗効果で、その魅力と価値が高まっている。

Close Up

地元と一体となって 秩父の魅力を発信。

SLパレオエクスプレスの運行で知られる秩父鉄道。

約120余年の時を刻んだ地方鉄道は、

秩父エリアの旅客輸送を担う象徴的な存在だ。

2017年度はSL復活から30年を迎え、

沿線住民のSLに対する誇りとともに、

周年事業を盛り上げ、次代につなげようとしている。

文◎茶木 環

撮影◎織本知之 写真提供◎秩父鉄道株式会社

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

[利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み]



秩父鉄道株式会社
執行役員 企画部長

坂本昌己
Masami SAKAMOTO

SLパレオエクスプレス運行30周年

秩父鉄道は羽生を起点に、熊谷、寄居、長瀨、秩父、三峰口と、埼玉県北部を東西に横断する営業キロ71.7kmの路線だ。その歴史は、前身の上武鉄道が1901年、熊谷―寄居間を開業したことに始まる。以来、秩父の石灰石やセメント輸送を担い、地域の産業を支える存在として活躍する一方、JR東日本や西武鉄道、東武鉄道と接続し、旅客輸送においても発達した。

秩父鉄道の名前を全国的に有名にしたのはSL運行だ。1988年に熊谷市で開催された「さいたま博覧会」に合わせてSLパレオエクスプレスの運行が開始され、2017年度、30周年を迎えた。当初は埼玉県北部観光振興財団が車両を保有し、運転士はJR東日本から出向、秩父鉄道は運行管理を業務委託されていたが、現在は秩父鉄道の自主運行となっている。

秩父の観光人気を牽引

秩父鉄道の沿線は観光地に恵まれている。国の天然記念物に指定された長瀨岩畳をはじめ、秩父三社（寶登山神社・秩父神社・三峯神社）や秩父札所などを目当てに訪れる観光客は多い。SLパレオエクスプレスも、観光資源の一つとして定着している。

「都心から一番近い蒸気機関車」を謳うSLパレオエクスプレスは土休日

を中心に1日1往復、熊谷―三峰口間を約2時間40分かけて走行する。気軽に乗れるSLというイメージが強いだけに、乗客の中では家族連れの姿が目立つ。

「当社の特性として、予約をされた団体のお客さまのほか、当日訪れるお客さまが非常に多く、全体の7割を占める。東京都心部から比較的近いので、当日の予定や天候を見ながら、乗車を決める方が多い」と執行役員を務める坂本昌己企画部長は語る。

秩父人気と相まってSLパレオエクスプレスの乗車人員は増加の一途をたどり、近年は7万人超が乗車、運行日数も17年度には100日を超えている。全体の年間輸送人員も、沿線住民の少子高齢化の進展で定期利用が微減しているものの、SLをはじめ秩父エリアの観光要因で定期外は微増しているという。

また、秩父鉄道は、大正年間から旅館を開設するなど観光振興に取り組み、「長瀨ラインくんだり」や「宝登山



絵本とセットになったユニークな乗車券。

特集：通勤も観光も—新たな輸送需要の開拓

【利用者満足度の向上へ。西武鉄道の取り組み】



上／秩父といえば真っ先に思い浮かぶ「長瀬ラインくだり」。
下／車内でも車外でも多くの住民が参加した「ちちてつマルシェ」。

ロープウェイ」など多くの観光施設や資源を有して、秩父エリアの観光を牽引してきた。

「約120年かけて、当社の先輩方が手掛けてきたことが積み重ねられ、少しずつ効果を生んでいるのではないかと、坂本部長は秩父観光の人気の理由を振り返っている。

他社との連携で相乗効果を出す

SLパレオエクスプレスの運行に際しては、沿線施設などと連携した車内イベントや、沿線のレストランの食事を車内で提供するランチ列車企画な

ど、リピーターを取り込む積極策を次々と打ち出している。

また、16年5月には、西武秩父駅に乗り入れを果たし、西武鉄道にとって実に約60年ぶりの自社線でのSL復活となった。17年度も臨時SL列車として7回運行、西武鉄道とは「長瀬紅葉おさんぽきっぷ」などの企画乗車券でも連携をとっている。

また、近年増加している訪日外国人向け乗車券として、17年度より、「SEIBU 1 Day Pass + Nagatoro」など、西武鉄道・秩父鉄道指定区間乗り放題きっぷを4種類発売している。インバウンドに関してはさらに、熊谷に

キャンパスがある立正大学と産学連携して、留学生のモニターツアーなどを企画中だという。

北関東では他社でもSLを運行しており、激戦区という印象も否めないが、実際は、複数のSLに乘車できるメリットで誘客につながっているという。「当初はSLをめぐるって他社が強力な競合相手になるのではと心配もしたが、SL周遊されるお客さまが多く、相乗効果となっている」（坂本部長）

他社との連携を密に行うことで事業を効果的に伸ばしているという。

地元と一体化して盛り上げる

注目すべきは沿線地域との連携だ。秩父鉄道は17年11月、「SL運行30周年記念・御花畑駅および影森駅開業100周年記念事業」として、「ちちてつマルシェ」を開催した。秩父・三峰口間の駅や施設を拠点に、ハイキングやステージ演奏、地元産グルメの販売やおもてなしなど、沿線でさまざまなイベントや企画が実施された。

「当初は鉄道イベントも考えたが、秩父地域の鉄道として歳月を積み重ねてきた、その周年祝いなので、自社だけでというのではなく、地域の方々と一緒にイベントを手掛け、一緒に盛り上がっていただこうと考えた」と坂本部長は語る。浦山口駅から三峰口駅間の約3000世帯には、走行するSLパレオエクスプレスに旗を振ってもら

う。各イベントは、施設や店舗の従業員だけではなく、高校生から農家で、さまざまな人々が参加してくれたという。

「こちらから地域の方々にお願いで協力いただくつもりだったが、逆に、いろいろなことを積極的に提案して引張ってくださった。地域の方々と一体となってイベントを成功させることができた」と坂本部長は語る。

地域の人々が秩父鉄道に気持ちを寄せるのは、SLが秩父エリアでシンボリックな存在となっているからだろう。

一方、秩父鉄道では、IC乗車券を導入していないがゆえのユニークな企画乗車券も数多く発行している。女性社員が考えた『ぼくはSLパレオエクスプレス』という絵本と乗車券のセット、落語家・林家たい平師匠による版画と秩父銘仙付き乗車券、沿線の足袋の産地・行田市にちなみ足袋型の乗車券など、柔軟な発想で誘客施策が生み出されている。

「定期外利用を伸ばすために、新しい観光資源を掘り起こしたい。来年10月には新駅のかや花園駅も開業し、さらなる需要が見込まれる。今後も他社や地元と連携を図りながら集客し、秩父の魅力をより多くの人に知っていただきたい」（坂本部長）

秩父観光ブームは一過性ではなく、秩父鉄道をはじめ地元で連綿と重ねてきた努力と、現代の取り組みとが結びついた堅固なものと言えるだろう。

1. 「52席の至福」の登場が与えた衝撃

2016年4月、西武鉄道は「西武旅するレストラン『52席の至福』」の運行を開始した。この列車の登場に関するニュースを初めて聞いた時、私は驚きを隠せなかった。通勤・通学輸送を主としてきた大手民鉄のビジネス・モデルのコペルニクスの転換を意味していたからである。

食を重視した列車としては、肥薩おれんじ鉄道の「おれんじ食堂」、JR東日本「TOHOKU EMOTION」が先行しているし、近畿日本鉄道の「しまかぜ」や「青の交響曲」も挙げられるだろう。しかし、「おれんじ食堂」や「TOHOKU EMOTION」はローカル線での運行であり、「しまかぜ」や「青の交響曲」は、伊勢・志摩や吉野に向かう観光客を楽しめるための列車である。通勤・通学の大動脈である西武池袋線や新宿線に厨房付きのレストラン列車を運行することは意味が大きく異なっている。同じ観光目的で乗車するとしても、「52席の至福」は「特急レッドアロー号」や「S・TRAIN」とは全く異なる意味を持っているのである。それは、「52席の至福」が鉄道の本源需要を追求するものだからである。

「本源需要」とは、商品そのものに最終的な需要目的があることを言う。交通分野ではドライブやクルーズが典型例で、乗車・乗船すること自体が移動目的となっており、そのためにわざわざ出かけるというものである。鉄道分野では、

上述の「おれんじ食堂」のほか、JR九州「ななつ星in九州」、JR東日本「TRAIN SUITE 四季島」、JR西日本「TWILIGHT EXPRESS 瑞風 MIZUKAZE」などの観光列車や、内田百閒の『阿房列車』、さらには「乗り鉄」が知られる。

それに対し、「派生需要」は、別の本源需要を満たすために付随して発生する需要を意味している。大手民鉄の場合、従来の鉄道需要は、通勤・通学、沿線地域への観光という本源需要に付随して発生する派生需要であったと総括して過言ではなからう。利用者の視点で見れば、派生需要としての鉄道は本源需要を妨げる要因となつてはいけない。すなわち、安心・安全、安価で速く楽に移動できる手段でなければならぬ。だからこそ、大手民鉄は長年にわたり毎年多額の設備投資を行い、所要時間の短縮や混雑率の緩和に努めてきたのである。

従って、有料着席サービスも派生需要の中で捉えられる。だから、「S・TRAIN」が登場しようと、新たな有料特急車両が登場しようと、それほど驚くに値しないが、「52席の至福」や東武鉄道SL「大樹」の登場は、派生需要の充足に熱血を注いできた大手民鉄のビジネス・モデルの転換として歴史的快挙であると言わざるを得ないのである。

2. 本源需要としての観光列車のあり方

私は40年以上小田急線沿線に住み、30

鉄道の未来学

基調報告 49

少子高齢化・人口減少時代を迎え、減少していく通勤・通学需要を補う一手は何か。大手民鉄において近年のトレンドとなっている「有料着席サービス」、そして東京近郊にもいよいよ登場した「観光列車」をめぐるビジネス・モデルについて、経済学的な視点で考察する。

観光列車、有料着席列車の経済学

相模女子大学
人間社会学部社会マネジメント学科 教授

湧口清隆

Kiyotaka YUGUCHI

一橋大学大学院商学研究科単位修得退学、博士（商学）取得。財団法人国際通信経済研究所研究員、九州大学大学院比較社会文化研究院客員助教授、相模女子大学学芸学部講師・助教授、同人間社会学部准教授を経て、2011年より現職。2008～2012年社会マネジメント学科長。専門は交通・公共システム論、情報通信の経済学。総務省情報通信審議会専門委員。著書に『食べればわかる交通経済学』（交通新聞社、2014年）ほか。

年ほど前に西武線沿線の中学・高校に通っていたので、近年の西武鉄道の変貌には驚くばかりである。30年前にも11月になると「秩父夜祭」や臨時特急の予約案内の広告は車内や駅に貼られていたから、秩父に行ってみようかという気持ちもなくはなかったが、正直、そこまで強く行きたいとは思わなかった。だから、正丸トンネル見たさに高校の競歩大会の帰途、芦ヶ久保まで往復したのが在学中に西武秩父線の最も奥まで行った記録であった。しかし、「52席の至福」が運行を始めると、ぜひ乗ってみたい、秩父に行きたいと強く思うようになった。実際、「52席の至福」に乗車すると、また乗りたい、行きたいという気持ちに駆られている。記念日乗車やツアーでの利用者も多かったが、車内で「3回目のご乗車、ありがとうございます」とスタッフに挨拶されていた利用者もいたので、リピーターも少なからずいるのであろう。しなの鉄道の「ろくもん」でもそれを感じた。これが、本源需要としての列車の神髄であろう。

経済学的に捉えると、本源需要としての列車は新たな輸送需要を創出していると言える。鉄道のみならず、目的地地域でも、「52席の至福」は誘発需要を生んでいる。ブランチ、ディナー両方を同日に楽しむ利用者が少ないとすれば、秩父に最大104人の誘発需要を生んでいる。記念日やツアーとして利用する人が多ければ、秩父でさまざまな体験をし、たくさんのお土産を購入して帰るであらう。

その意味でこの種の列車は目的地域に大きな波及効果（専門用語では「外部経済」）をもたらす。1日わずか104人かもしれないが、週末中心に年間100日運行されると仮定すれば年間1万人。西武秩父駅の1日平均乗降客数は約7000人（出典：西武鉄道）、秩父地域の入込客数が約92.8万人（2015年、出典：秩父市長のブログ）であることを考慮すれば、少なからぬ効果を及ぼしていると言えまいか。

一方、本源需要としての列車は列車そのものの魅力で集客しているので、派生需要としての鉄道と異なり、人口が減ったから、自家用車利用者が増加したから、競合交通機関が整備されたから利用者が減ったという言い訳はできない。車両、サービス、食事、そして雰囲気で勝負しなければならない。そのためには、日常とは全く違う空間であることが必要である。利用者一人一人の名前で挨拶を受け、利用者ごとにカスタマイズされたサービス、食事を監修・提供するレストランでは味わえないこの列車オリジナルのメニュー、車内外の雰囲気を楽しむことは必要最低限の条件となろう。食事だけを楽しむのであれば、わざわざ揺れる列車に乗る必要はない。「52席の至福」では、「イチローズモルト」で有名なベンチャーウイスキー秩父蒸溜所のプライベート・ボトルが楽しめる（次頁写真）。ブレンドではなく一つの樽から取り出した59度のウイスキーは、埼玉県産食材を積極的に使い、秩父の秋をイメージした



「西武 旅するレストラン『52席の至福』」(写真提供：西武鉄道)



ディナーとの相性が良い。ほかにも秩父産ワインや日本酒、ウイスキー、紅茶などが楽しめるが、飲み物と食事との組み合わせも重要である。実際、JALやANAなど大手航空会社はこの組み合わせを相意識している。ANAはかつてプレミアムエコノミークラスで食事時にビジネスクラスのワインも提供していたが、今では食事間に限定している。エコノミークラスの食事にビジネスクラスのワインは相性が悪いことも一因だろう。

観光列車について経済学的に重要な点は、移りゆく車窓である。鉄道会社から見れば美しい車窓は借景と同様、鉄道会社以外の者によってつくられる「外部経済」の典型例である。もし線路沿いに大きな広告板が立てられれば、もし美しい山々ではなく朽ち果てた工場や家、荒地が続くことになってしまったら、おそらく「52席の至福」の価値は低下するだろう。このような「外部不経済」が生ずるからといって看板や工場、家や田畑、森林の所有者を批判することはできない。所有者は「52席の至福」から何ら経済的恩恵を受けていないからである。

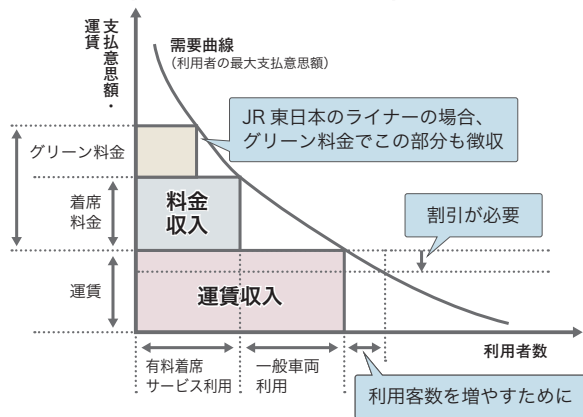
「外部経済」「外部不経済」への経済学的対応策として、「ピグー的補正」（この文脈で言えば、空き家や荒地地に対する固定資産税の増額）、「コースの定理」（鉄道会社と所有者との直接交渉）、「内部化」（鉄道会社が空き家や荒地地を買い取り、景観を整備する）が知られている。民鉄各社が沿線で不動産開発を進めて、大規模投資が必要な鉄道・駅整備の結果生じた地価上昇という「外部経済」を「内部化」してきた歴史を踏まえるとおそらく「内部化」という選択肢を採らなければならないだろう。「ななつ星in九州」を運行するJR九州が沿線の景観維持も視野に入れて農業会社（JR九州ファーム）を設立したように、これまで景観の享受者であった大手民鉄も自ら景観をつくっていく時代に転換することを物語っているように思われる。実際、西武ホールディングスの定款には、林業、木材業、水生動物の維持、衛生管理なども含まれており、今後、景観づくりに積極的に乗り出すことを暗示しているのかもしれない。

3. 派生需要としての 有料着席列車のあり方

大手民鉄の有料着席列車としては、観光客やビジネス客を主対象とした速達性や快適性を重視する特急列車（例…東武鉄道「スーパースシア」、小田急電鉄「ロマンスカー」と、通勤・通学客や買い物客を主対象とした、速達性よりも着席性

を重視する「ライナー列車」（例…京浜急行電鉄「ウィング号」）に大別される。「大別される」と言っても車両的には両者を兼ねる場合も多く、名称上分離している（例…京成電鉄の「スカイライナー」と「イブニングライナー」、していないかったり（例…西武鉄道の「特急レッドアロー号」「S・TRAIN」、近畿日本鉄道の「近鉄特急」と形態はさまざまである。また、南海電気鉄道の「サザン」や京阪電気鉄道の「PREMIUM CAR」、名古屋鉄道の特別車両のように、編成の一部のみで着席サービスを提供する場合もある。これらの列車の共通点は有料着席サービスで、観光、ビジネス、通勤・通学、買い物など本源需要に対し、派生需要としての鉄道利用者へのサービスとなっている点の特徴である。もちろん東武鉄道の「リバイティ」が登場したか

■図1 価格差別の手段としての有料着席サービス



ら、わざわざ乗りに行くという本源需要、誘発需要の存在を否定しないが、列車の設計・設定としては派生需要が念頭に置かれている。だから、「S・TRAIN」は新たに横浜と秩父を直接結ぶことにより、誘発需要の創出にも配慮している。

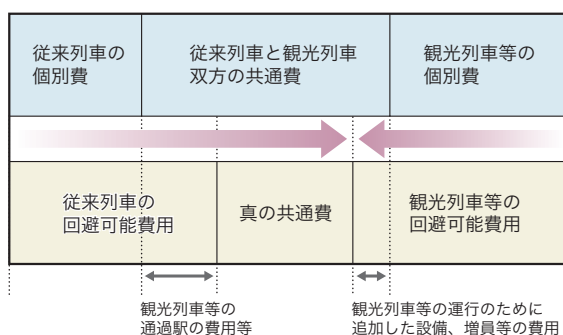
経済学的に見ると、鉄道の有料着席サービスは「第3級の価格差別（市場差別）」の一つとして位置づけられる（第1級は完全差別と呼ばれ、利用者ごとにその最大支払意思額を徴収する、第2級は数量差別と呼ばれ、回数券や定期券が該当する）。同じ区間の移動に対する支払意思額は利用者によりさまざまであるし、同じ利用者であっても状況により変化する。現行の運賃制度の下では、運賃を下回る支払意思額しか持たない人には鉄道の利用をあきらめてもらうしかない（鉄道会社がそれでも乗ってもらうとすれば何らかの割引を行うしかない）が、運賃をはるかに上回る支払意思額を持つ利用者からも運賃分しか徴収できない。そこで高い支払意思額を持つ利用者から運賃以上に払ってもらう工夫が着席サービスに対する料金である（図1参照）。その意味で大手民鉄よりさらに上手を行く会社がJRであり、ライナーにおいても普通車とグリーン車で料金をさらに分けている。

現在の運賃制度では、運賃は鉄道の営業費用に基づく上限認可制となっているために、たとえ高い支払意思額を持ち、支払う余裕がある利用者であっても、鉄道会社は認可された運賃以上に徴収する

ことはできない。それに対し、料金は事前届出制であるので、合理的かつ利用者の支払意思額の範囲内であれば、鉄道会社の裁量で徴収することが可能である。価格差別を実施する際に重要な点は、高い支払意思額を持つ利用者がより低額の支払いで済ませるように偽ることをいかに防ぐかである。その点、一方は満員列車、一方は着席保証と輸送サービスの水準に大きな差があるので、有料着席サービスは有効な価格差別の手段として機能する。だから、有料着席サービスは経済学的にも現行の運賃制度上も理にかなった仕組みである。

もちろん利用者から不満もあるだろう。もともと一般車両の列車を増発すれば混雑が解消し、有料着席サービスを利用しなくて済むようになる。理想論から言えば事実であろう。しかし、混雑を解消するためには車両や鉄道施設に大規模な設備投資が必要であり、結果的に費用を増加させ、運賃水準を上げてしまう。運賃水準を抑えつつ、速く移動したい、座りたい、安く移動したいなどさまざまなニーズを持つ利用者の意向をかなえるためには、有料特急列車を含む有料着席サービスは一つの有効な解決策である。ただし、有料着席サービスが派生需要である点を考慮すると、鉄道会社はその利用者数をコントロールする要因が本源需要にあることを認識しなければならぬ。利用者数を増加させるには、住宅、オフィス、学校、観光施設、ショッピング施設などを沿線に充実させることが求

■図2 回収が必要な回避可能費用



められる。大手民鉄の場合、従来から鉄道利用者を増加させるために沿線開発を積極的に展開してきた。有料サービスを充実させていくためには、沿線地域と協働しながら本源需要の創出に努め、例えば移動中にパソコンを広げて仕事をする必要がある人、車内でくつろいで自分の時間を持ちたい人など、移動に対してより高い支払意思額、高い支払能力を持つ潜在的利用者を増やしていくことが必要である。

4. 観光列車、有料着席サービスの導入における課題

近年、大手民鉄が観光列車や有料着席サービスの導入に積極的になっている要因として、輸送人員や沿線人口の減少もしくは減少への不安が挙げられるであろう。

う。ここ数年、輸送人員は増加に転じ（2015年度の100.9億人）、ピークだったバブル経済の頃（1991年度の101.6億人）まで戻ってきているとは言え、この間、輸送力増強や車両の近代化に多額の設備投資を強いられる一方、デフレ経済により運賃はほとんど値上げできない状態が続いてきた。また、定期旅客が減少する一方、定期外旅客が大幅に増加している傾向も存在する。そのため、鉄道施設に余裕が生じ、収益を発生させる形でその有効活用策を講ずる必要性が高まってきた。他方、運賃は上限認可制度やヤードステック制度の下で縛られている。輸送人員の増加を伴わず、鉄道という本業で新たな収益を上げる策としては有料サービス導入しか選択肢はないであろう。

鉄道会社が株主や利用者に対する説明責任上、留意すべき点は、新たな有料サービスの供給費用の構造である。共通費の配賦という観点から見た場合に、これらの新たなサービスがその個別費を超える回避可能費用をきちんと回収できる

のかが重要になる（図2参照）。確かに専用車両や専用乗務員、サービスの費用は個別費として認識されるが、車両の増加に伴い、新たな車庫やホーム延伸が必要になったり、整備要員を増加させたりという形で共通費を増加させてしまっているとするれば、その増加分も含めた回避可能費用全体をきちんと回収する営業、料金設定を行う必要があるだろう。

傍目に見ると、「52席の至福」も「S

・TRAIN」も稼働率が低いように感じられる。「しまかぜ」は1日1往復、「青の交響曲」は1日2往復だが、週6日運行している。「ろくもん」をはじめとする観光列車も1日3営業している場合が多い。「52席の至福」であれば、例えば、週末の早朝出勤者や旅行者に温かい朝食を、午後に西武秩父線内でティール・サービスを、遅い帰宅者にバー・サービスを提供する、平日にも運行するなど、増収の可能性があるかもしれない。「S・TRAIN」に関しては毎月1日の三峯神社の「白」い「氣守」の頒布日や週末などの多客時に西武線内のみでも増収の余地があるように感じられる。一方で、秩父神社や秩父市街地の昭和レトロな商店街などの秩父市内の見所や三峯神社の混雑への対応を考慮すると、需要創出を量（人数）ではなく質（消費額）で狙う戦略は適切だろう。

いずれにしても、派生需要という観点では、利用者が移動サービスに見いだす支払意思額を利用者に自発的に支払ってもらえる形で、いかに鉄道会社が吸い上げるのが鍵であり、本源需要という観点では、余剰施設・設備を活用していか

地方民紀行鉄

嵯峨野観光鉄道株式会社



テーマパーク京都・嵐山エリアは
今日も観光客で大賑わい。
人波押し寄せる景色に疲れたら、
人気アトラクション

「トロッコ列車」にぜひ。

嵯峨嵐山のもう一つの顔、
静かで豊かな自然を堪能できます。

昨 今、うなぎ上りの京都人気。知ってい
るつもりだったけれど、認識が甘かつ
たらしい。時刻は午前10時すぎ。京都駅から

JR嵯峨野線に乗り継いで嵯峨嵐山駅まで。
着くなり向かった、隣接する嵯峨野トロッコ
列車、トロッコ嵯峨駅の乗車券売り場は、す
でに行列。

乗車券は、どう買う？

嵐山・嵯峨野を走る嵯峨野トロッコ列車は
全席指定。乗車券は当日購入もできるけれ
ど、乗車予定の1カ月前から前売りも購入で
きる。紅葉にはちよつと時期が早い平日。当
日購入でも大丈夫だろうと思っただけれど、念
のため、トロッコ嵯峨駅からトロッコ亀岡駅
まで、片道分の乗車券は購入済み。

それでも真つ先に、トロッコ列車の乗車券
売り場に赴いたのは、窓ガラスのないフル
オープンの特等車両、リッチ号の乗車券が当
日販売のみだから。前売りで購入した乗車券
も、当日窓口に行けば、先着順でリッチ号の
乗車券に交換してもらえる。せっかくトロッコ
列車に乗るのなら、景色が良く見えそうな
リッチ号に乗りた。

リッチ号への交換を目的に、乗車時間の2
時間近く前にもかかわらず駅に立ち寄って
みたのだけれど、来てみて正解。直近の列車の
乗車券は、すでに「立席券」のみ。1時間に
1本のペースで運行されるトロッコ列車。1
時間後、2時間後の列車を予約している観光
客も多い様子。2時間後のリッチ号の乗車券
は入手できるか。慌てて乗車券売り場の行列

に参戦。

とはいえ、リッチ号の乗車券に交換できな
かったとしても、トロッコ亀岡駅までの乗車
券はある。ただ、亀岡駅に着いてから先のこ
とは、まったく決めてこなかった。嵯峨野観
光鉄道の担当者さんによると、亀岡駅に着い
た乗客の行動は、①トロッコ列車で戻って
くる、②保津川を船で下って戻ってくる、③亀
岡市の湯の花温泉などに向かう、という大体
三つのパターンに分けられるとか。乗車券売
り場の行列からすると、トロッコ列車で戻っ
てくるなら、事前に乗車券を買っておく必要
がありそう。さて、どうしよう。

今回は、嵐山観光をしたいので、選択肢は
①か②。保津川下りも魅力的だなとホーム
ページを確認したら、天候の影響で本日、運
行中止。ということで、トロッコ列車で戻っ
てくることに決定。販売員の方に、亀岡駅か
らの戻りの乗車券と、行きの乗車券のリッチ
号への交換をドキドキしながら申し出る。

「リッチ号への交換、大丈夫ですよ。ただ、
戻りの列車は普通車両になります」。

リッチ号の乗車券と戻りの乗車券、どちら
も無事、入手完了。

さすがは、京都・嵐山

まだまだ絶えない乗車券売り場の行列を後
に、乗車時間まで嵐山を散策。見所の多い嵐
山、観光スポットは無数にあるけれど、ひと
まず名刹・天龍寺を目指す。

歩くにつれ、進むにつれて、どんどん人が
増えていく。個人旅行に団体旅行、修学旅



乗車券売り場には、観光客の長い列。



桜の季節には、こんな景色の中を走る。

嵯峨野トロッコ列車

【さがのとろっこれっしゅ】

嵯峨野、保津川峡谷の景色を楽しめる観
光鉄道。トロッコ嵯峨
駅からトロッコ亀岡駅
まで、総延長7.3km
を25分で結ぶ。



トロッコ乗車券売場	
Romantic Train ticket counter 近畿小火车售票处	
トロッコ列車のご案内 Trombic Train Information 特急(乗降) Special Air Service 特急(乗降) Special Air Service	
17号 12:01 満洲	12:29 満洲
19号 13:01 立寄	13:29 立寄
11号 14:01 立寄	14:29 立寄
13号 15:01 立寄	15:29 立寄



トロッコ列車は満員御礼。



天龍寺(下)に竹林の道(上)、どこもかしこも人で一杯。



列車の発車時刻まで約30分。戻ってきたトロッコ嵯峨駅には相変わらずの行列。乗車券の販売状況を見ると、乗車予定の列車は行きも戻りもすでに満席、さらに1時間後の列車でも立席券のみ。こちらも大変な人気ぶり。乗車券売り場の混雑を横目に、いよいよトロッコ列車に乗車。列に並んで入手したリッチ号の車内は、欧米からのお客様が約2割、残り8割近くはアジア系で、車内の会話は外

人気アトラクション「トロッコ列車」

人気がアトラクション「トロッコ列車」に入ると、なんだか不思議な気分になる。さすがは京都、嵐山。観光地としての吸引力を目の当たりにしたところで、少し早ければトロッコ嵯峨駅に戻る。

行、天龍寺の前を通過して渡月橋につながる道は、土産物屋や飲食店が連なっていることもあり、人で溢れかえっている。当然、天龍寺も大賑わい。総門をくぐり、参拝受付まで向かったものの、黒山の人だかり。人波に圧倒されてきびすを返し、渡月橋に向かってみれば、橋の上も川原も記念撮影する人々で一杯。たくさんの方が地図を片手に楽しそうに歩き回る光景は、某人気テーマパークさながら。違いといえば、こちらの方が圧倒的に海外からのお客様が多いということ。修学旅行の学生たちを除けば、過半数どころか、もしかしたら8割以上が外国人観光客ではないかと思うほど、飛び交う言語が実にさまざま。どこよりも日本らしい景色の中、視界に入るすべての人が外国人になる瞬間もあった、なんだか不思議な気分になる。

列車の発車時刻まで約30分。戻ってきたトロッコ嵯峨駅には相変わらずの行列。乗車券の販売状況を見ると、乗車予定の列車は行きも戻りもすでに満席、さらに1時間後の列車でも立席券のみ。こちらも大変な人気ぶり。乗車券売り場の混雑を横目に、いよいよトロッコ列車に乗車。列に並んで入手したリッチ号の車内は、欧米からのお客様が約2割、残り8割近くはアジア系で、車内の会話は外国語が圧倒的優勢。話の内容は分からないけれど、車窓の景色に期待を高めているのは、何となく感じられる。

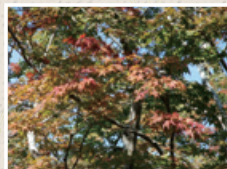
人気アトラクション「トロッコ列車」

人気がアトラクション「トロッコ列車」に入ると、なんだか不思議な気分になる。さすがは京都、嵐山。観光地としての吸引力を目の当たりにしたところで、少し早ければトロッコ嵯峨駅に戻る。

行、天龍寺の前を通過して渡月橋につながる道は、土産物屋や飲食店が連なっていることもあり、人で溢れかえっている。当然、天龍寺も大賑わい。総門をくぐり、参拝受付まで向かったものの、黒山の人だかり。人波に圧倒されてきびすを返し、渡月橋に向かってみれば、橋の上も川原も記念撮影する人々で一杯。たくさんの方が地図を片手に楽しそうに歩き回る光景は、某人気テーマパークさながら。違いといえば、こちらの方が圧倒的に海外からのお客様が多いということ。修学旅行の学生たちを除けば、過半数どころか、もしかしたら8割以上が外国人観光客ではないかと思うほど、飛び交う言語が実にさまざま。どこよりも日本らしい景色の中、視界に入るすべての人が外国人になる瞬間もあった、なんだか不思議な気分になる。



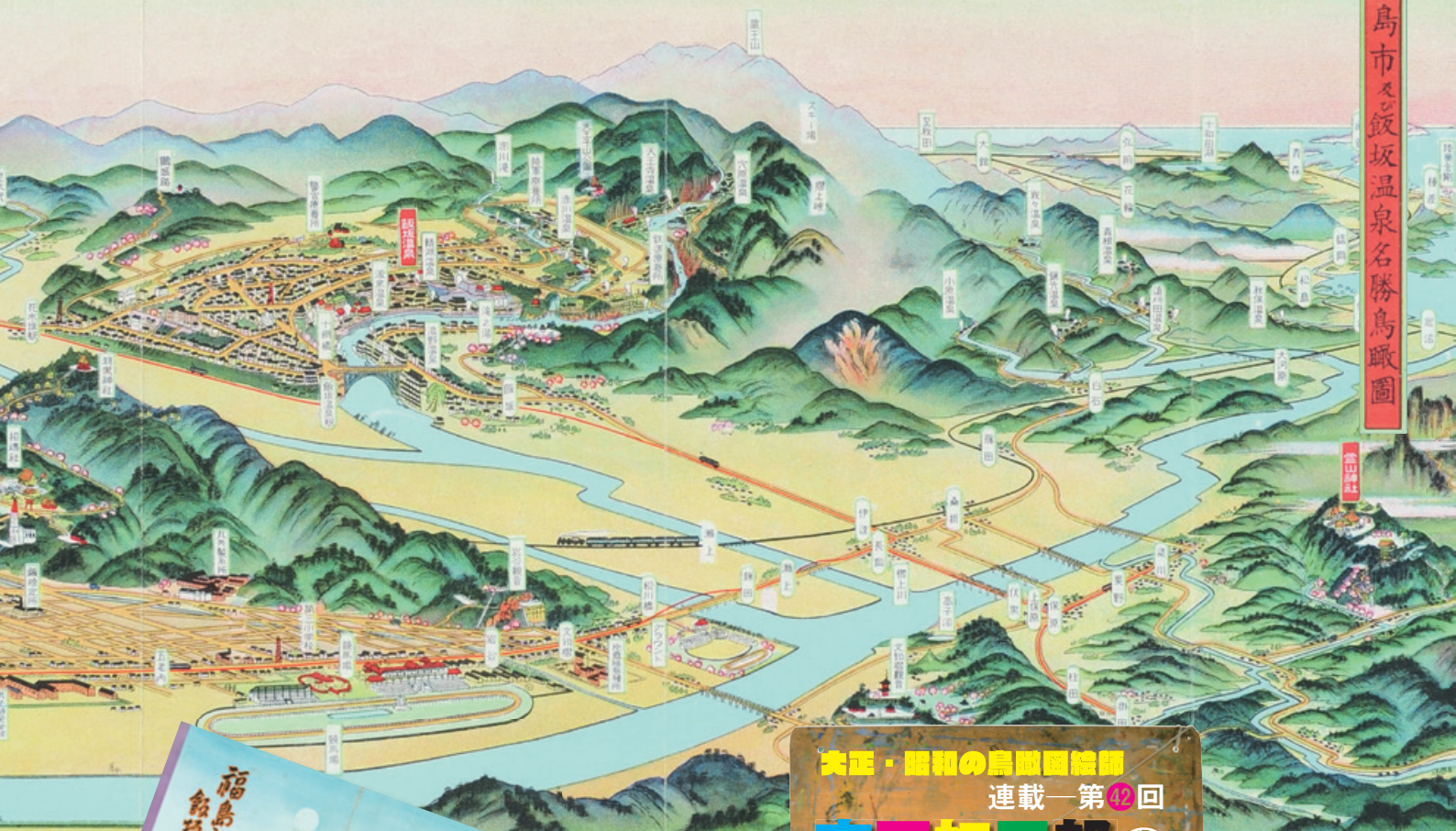
亀岡駅は、乗る人と降りる人とで大混雑。



列車は保津川沿いを走る。沿線の紅葉の見所はまだまだ緑色。



リッチ号は天井もガラス張り。景色が良く見える。



大正・昭和の鳥瞰図絵師

連載—第⑫回

吉田初三郎の世界



福島市と飯坂温泉

福島市及び飯坂温泉名勝鳥瞰図

文・藤本一美

text by Kazumi FUJIMOTO

福島市内に本社を置く福島交通は、大正十三年四月十三日開業（福島―花水坂間）の福島飯坂電気軌道を前身の一つとする。昭和二年三月二十三日には、花水坂―飯坂間まで延伸し（現・飯坂線）、東北有数の温泉地・飯坂温泉と福島市内を結ぶ路線である。「いいでん」の愛称で親しまれ、観光のほか通勤・通学の手段としても地元の人々に利用されている。

飯坂温泉にある九つの共同湯の湯めぐり旅もよいが、沿線は果物王国福島だけに、春のサクランボやモモ、秋のナシ、リンゴ、イチジクなど季節の味覚を楽しむこともできる。

本図は、昭和九年四月二十日発行の作品であるため、昭和四十二年星光学院前―湯野町間軌道廃止や、昭和四十六年福島駅前―伊達駅前および長岡分起点―保原間、保原―梁川間、保原―掛田間軌道廃止の路線

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。



所沢駅に到着する「S-TRAIN」。40000系で運用する。

みんな てつ Vol. 64 WINTER 2018 冬号

●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長会（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 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

※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。