

みんな



HANSHIN ELECTRIC RAILWAY



CHICHIBU RAILWAY



TAKAMATSU-KOTOHIRA ELECTRIC RAILROAD



TOKYU RAILWAYS

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

特集

## コロナ禍と向き合う民鉄各社

[沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る]

## 通学路

小学生のころ、学校から帰るときはひとりだった。私立の学校だったので、みなバスや電車に乗って通学していた、通学グループができていたけれど、私はだいたいあぶれていた。たまにクラスメイトが仲間に入れてくれるのでいっしょに帰ったが、エッチな文言の書かれたティッシュの電話番号に電話をかけてみて、とか、難易度の高い要求をされたりする。嫌われたくなかったので、公衆電話からかけたけれど、自動音声の音がこえたのが怖くて、すぐに切ってしまった。ほんとうにかけたなんてエッチ！と笑われたりして、ひとりで帰る方がいいな、と思っていた。

ときどき、隣のクラスのちゃきちゃきした財徳さんが、SMAPの下敷きを持って、声をかけてくれる。彼女はSMAPの大ファンで、とにかくひとりでも多くの人に、この素晴らしいグループについて知ってほしい、という熱意があった。1994年くらいの話で、おそらくそのころからSMAPは有名だったと思うのだけれど、当時の私はテレビをあまりみず、グループの名も財徳さんからきいて知ったくらいだった。声をかけられると、ひとりで帰らなくていいというちょっとした安堵感はあるながらも、いつも困ったなあ、と思っていた。彼女がにっこりわらって、下敷きをみせながら、前回のやさしいとばかりに、私が全メンバーの顔と名前をおぼえているかをチェックされる。このひとはだーれだ、と聞かれて、どのひともおなじにみえる

な、と思いつながら、答えていた。地下鉄の階段をくだるとき、いつも地下から湿った風が吹いてくるのが怖かった。このまますっとくだりつづけるのではないかと思っていた。電車が رفتばかりだと心細くて、ホームの雨漏りをみながら待っている、トンネルの奥から電車の光がみえる。電車がゆっくり止まるときの大きな音がすると、ほっとした。はやく家に帰りたいかった。電車の窓の外が暗いところが好きで、いつもいま何時なのがわからなくなる。冬の日、座っていると、足の下からでる暖気が気持ちよくて、うとうと眠ってしまう。最寄り駅に着いたあと、おなががすいてしかたがないときは、定期券に入っている500円を取り出して、そばにある押

## 朝吹真理子



イラスト・岡林玲

# みんなの

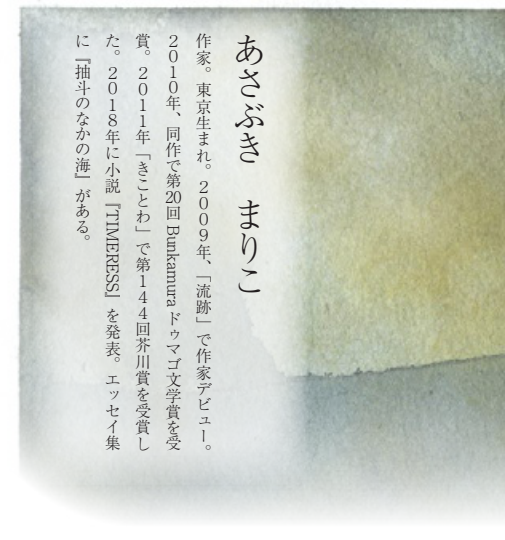
CONTENTS  
Vol. 74  
2020

◎日本民営鉄道協会とは？  
1967年に社団法人として設立、2012年4月1日付で一般社団法人に移行、73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。

し寿司屋で、ばつてらを買った。その場で食べたいけれど、先生にみられるのが怖くて、家まで小走りで帰る。先生などいるわけないと思っても、後ろから見られているようで怖かった。いっしょに帰って嬉しいひとが一人だけいた。ひとつ年上の先輩、幸さんは、ポニーテールの似合うひとで、いつも背筋がしゃんとびていた。違う部活動だったが、夏休みの合宿が同じ場所だったことで、仲良くなった。私

がよるよる歩いていると、後ろから颯と歩く彼女から声をかけられる。「真理子ちゃん、こんにちば」と言う、その距離のある挨拶が好きで、顔が赤くなっていることを知られまいと思いつながら、深々お辞儀をした。いっしょにしていると舞い上がってしまった、なにを話していたのかほとんどおぼえていないけれど、ホームに降りたときに電車がいったばかりだと嬉しかったし、最寄り駅に着く時間も遅くなら

はひとつの年の差が果てしなく大きく思っていた。さきに最寄り駅に着くのは私だった。幸さんは「またね」と言うとき、知らない人のような澄ました顔になって、座席に座っている。振り返っていつも幸さんのすがたをながめて、いつかあんなおねえさんになりた



あざぶき まりこ  
作家。東京生まれ。2009年、「流跡」で作家デビュー。2010年、同作で第20回Bankamuraドゥマゴ文学賞を受賞。2011年「きこわ」で第144回芥川賞を受賞した。2018年に小説「INIBRESSI」を発表。エッセイ集に「拙斗のなかの海」がある。

## 02 通学路

●作家 朝吹真理子  
基調報告

## 04 「新常態」において

●関西大学経済学部教授 宇都宮浄人

鉄道に求められること

## 特集／コロナ禍と向き合う民鉄各社

〔沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る〕

### TOP INTERVIEW

コロナ禍の中で社会インフラとして

## 08 「安全・安心」な鉄道を維持する

●阪神電気鉄道株式会社 代表取締役社長 秦雅夫

### REPORT I

阪神グループ一丸となって取り組む

## 12 「#ほっとはんしんプロジェクト」

●阪神電気鉄道株式会社 沿線価値創造推進室 沿線活性化担当 課長 山崎由貴子・課長補佐 林亮太（兼 経営企画室 広報担当）／都市交通事業本部 運輸部 営業課 課長補佐 篠原敬英・助役 清水美帆／スポーツ・エンターテインメント事業本部 甲子園事業部 歴史館・広告担当 球場長代理 湯山佐世子／株式会社阪神コンテンツソリューションズ 取締役 事業部 マーケティンググループ ビルボードライブ広報 松井絢香

## 17 INTERVIEW COLUMN

阪神グループへ

地域をつないで沿線価値を向上する

●取締役 沿線価値創造推進室担当 小川浩昭

### REPORT II

コロナ禍を機に地域連携を強め

地域鉄道の存在を示す

●秩父鉄道株式会社 代表取締役社長 大谷隆男

## 18 INTERVIEW COLUMN

地域とともにつくる観光コンテンツで

地域鉄道の魅力を発信する

●取締役 執行役員 企画部長 坂本昌己・主任 春山彩花

### REPORT III

SNS戦略で

新たな関係性をデザインする

●高松琴平電気鉄道株式会社 代表取締役社長 真鍋康正

●管理本部 経営管理部 植野直樹／地域開発本部

## 22 ARCHIVES

民鉄はどのように向き合い鉄道を動かし続けたのか

●協力 東急電鉄株式会社

コロナ禍における東急電鉄の感染拡大防止への取り組み

●協力 東急電鉄株式会社

連載 民営鉄道の起源を訪ねてー鉄路は何を目指したか

●京福電気鉄道 嵐山本線・北野線

●日本宗教史研究家 渋谷申博

## 1 はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大は、これからの時代の経済社会のありようを大きく変えようとしている。鉄道事業者も「新常态（ニューノーマル）」と呼ばれるウィズコロナの時代への模索を開始している。前例のない事態であるが、不確かな知識や安易な思い付きで先行きを論じるわけにはいかない。そこで本稿では、現状のデータから分かる範囲で、おおまかな需要構造の変化をイメージし、筆者らが実施した関西鉄道協会・都市交通研究所の調査結果も踏まえながら、「新常态」に求められる鉄道の役割と政策の方向性を考える。

## 2 新型コロナウイルス感染拡大による鉄道需要の減少をどうみるか

新型コロナウイルス感染症の拡大が、鉄道事業者に多大な影響を与えているのは周知のとおりである。大手民鉄16社に新京成電鉄、神戸電鉄、山陽電気鉄道の3社を加えた今年の4～6月の実績（人キロ）は、マイナス44%となり、旅客収入はマイナス47%となっている。地方民鉄については、観光への依存の仕方によって影響は異なるが、いずれにしても同程度あるいはそれ以上の大きな落ち込みである。

緊急事態宣言が出され、国の方針として、移動の自粛が要請された以上、

大幅な落ち込みは避けられないことではあったが、先の19社で見ると、定期客が前年同期比マイナス32%なのに対し、定期外客が同マイナス62%ということ、単価の高い定期外の利用の減少が大きい。そのことが収入面の減少を大きくしている。しかし、言い換えれば、このような状況であっても、定期で利用する通勤・通学の足としては、従前の7割近くの人は利用しているということである。4～6月程度の経済活動において、「不要不急」と片付けられないエッセンシャルな移動需要とみることもできる。

それでは、同じ時期の経済活動ほどの程度の落ち込みであったか。実質GDPの公表時には、ニュース等で前期比年率マイナス28%という発表が報道されたが、前年同期比で見ると、実質GDPはマイナス9.9%である。GDPは最終的な付加価値で測られる額なので、中間生産も加味した全産業活動指数で見ると、前年同期比はマイナス14.0%となる。きわめて大雑把な計算だが、前年の4～6月を100としたとき、今年の生産活動は85～90程度になり、必要な移動は68であったという理解ができる。

この差、17～22は何か。考えられる大きな要因は、一定量の経済活動がサイバー空間に移行したことである。テレワークの普及による移動需要の減少は、新常态においても、戻らないものとして考えなければならぬ。それ以

# 鉄道の未来学

基調報告 58

新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛要請、緊急事態宣言の発令は、国民生活を支える重要なライフラインである鉄道事業者にも深刻な影響を及ぼした。短期的に見れば、過去に類を見ない移動需要の減少による運賃収入の大幅な減少であり、長期的な視点に立てば、移動需要の変化が、鉄道事業者の事業構造にも大きな影響を与える可能性がある。コロナ禍は、従来前提としていた「社会のありよう」を変えた。「新常态」において求められる鉄道の役割とこれからの方向性を考察する。

## 「新常态」において 鉄道に求められること

関西大学経済学部 教授

### 宇都宮 浄人

Kiyohito UTSUNOMIYA

兵庫県生まれ。京都大学経済学部卒業。1984年に日本銀行に入行。英マンチェスター大学大学院留学、一橋大学経済研究所専任講師、日銀調査統計局物価統計課長などを経て、2011年より現職。著書に『路面電車ルネッサンス』（新潮新書、2003年、第29回交通図書賞受賞）、『鉄道復権—自動車社会からの「大逆流」』（新潮選書、2012年、第38回交通図書賞受賞）、『地域再生の戦略—「交通まちづくり」というアプローチ』（ちくま新書、2015年、第41回交通図書賞受賞）、『地域公共交通の総合的政策—日欧比較からみえる新時代』（東洋経済新報社、2020年）などがある。

外の要因としては、感染リスクを恐れて通勤手段を自家用車に変えた、オンライン授業で自宅学習になった等が考えられるが、こちらについては、一時的な落ち込みとみることもできる。もし、後者は新常态で持続しないという前提であれば、テレワークの普及等による移動需要の絶対的な減少の程度は、10〜20%程度という概算となる。

一方、定期外については、より大きな落ち込みとなったが、これも構造的な減少と一時的な減少を切り分ける必要がある。当面、構造的に鉄道事業の需要に影響が出ると考えられるのは、インバウンド需要の減少である。事業者によって事情は異なるが、先の19社のうち、インバウンドの影響が小さいと思われる事業者をみると、定期外利用はマイナス50%前後である。このことから、マクロ的にみると全体平均の落ち込みマイナス62%との差、マイナス10%程度がインバウンド関係とみることができるとはならない。

自家用車に転換した部分は一時的減少だという前提に立てば、定期、定期外とも、10〜20%程度の輸送需要が構造的に減少する可能性があるということになる。この数字は小さくはないが、一つの目安にはなる。

### 3 鉄道の役割

ここで、改めて鉄道の役割を考えてみよう。戦後、先進国の鉄道が衰退

する中で、日本は、人口増加、経済成長という右肩上がりの時代に、鉄道は大量輸送手段として、移動需要を捌いてきた。大都市圏が典型であるが、地方都市圏においてもその機能を発揮した。しかし、人口が減少に転じ、安定成長の時代になると、首都圏など一部を除き輸送量は減少に転じた。近年はインバウンド効果で輸送需要はやや持ち直していたが、構造的に需要が縮小していくという見通しは、以前より、多くの事業者が共有していた。

そもそも、利用者の視点からみれば、これまでの大都市圏の鉄道の混雑率は、「異常」である。ピーク時の混雑率は、他の先進国の「常態」にないもので、日本人のQOL（クオリティオブライフ）を大きく引き下げていた。通勤時にベビーカーが使えない、車いすが使えない日本の鉄道は、事実上相当数の人の社会参加を拒んできたといえる。筆者は、オーストリアのウィーン市に2017年度1年間在住したが、ラッシュ時においても、ベビーカーと一緒に通勤する人や車いすの人を日常的に見かけた。その都度、日本の鉄道の後進性、非寛容を感じないわけにはいかなかった。成熟した国の鉄道は、移動需要を受け身で捌くだけではなく、クオリティの高い移動サービスを提供し、幅広い人の社会参加も促すという役割があるはずである。

しかも、鉄道の役割を地域全体で考えると、単なる移動手段以上の意味が

ある。日本の民鉄は、鉄道沿線で不動産事業を行い、商業施設から文化・娯楽施設まで、多様なサービスを提供して、「電鉄文化」と呼ばれるような環境も形づくってきた。これは、海外ではほとんどみられない日本の特長であった。ただし、右肩上がりの時代が終わる中、住宅開発とその関連ビジネスも見直しを迫られている。

むろん、そうしたことも鉄道事業者は気付いており、昨今では、駅に隣接した保育園を設置したり、沿線住民のためにイベントを催したりするなど、新たな動きをみせてきた。もつとも、鉄道が、沿線のまちの魅力向上や住民のQOLを支える役割を果たし得るのかどうか、これまでの取り組みに沿って沿線住民が満足しているのかどうか、必ずしも検証が行われているわけではない。この点も、新常态に向けて再確認する必要がある。

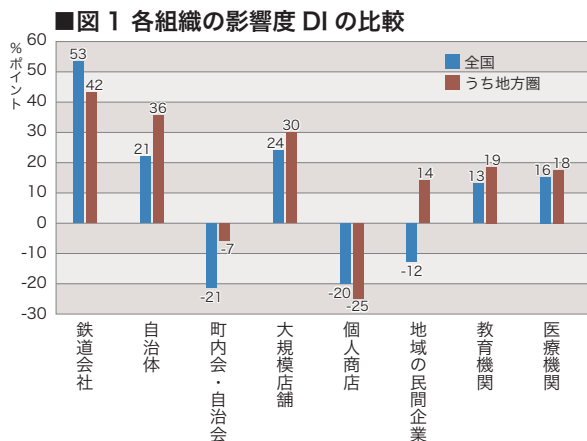
### 4 住民が感じる鉄道の影響力、鉄道に対する期待度と満足度

鉄道の存在は、まち



車両内換気のため、窓開けを行う（阪神電気鉄道・神戸三宮駅）

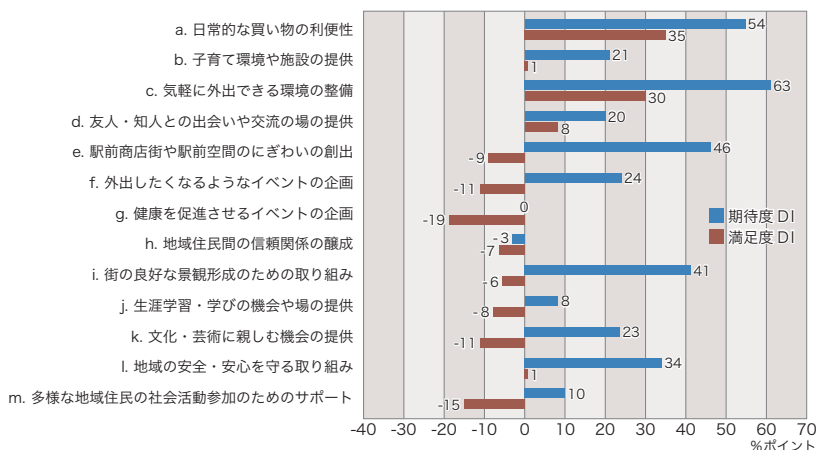
の魅力形成にどの程度の影響を与えているのか。沿線住民が鉄道に何を期待し、実際それに満足しているのかどうか。こうした問いに定量的に答えるために、2018年末、関西鉄道協会・都市交通研究所の研究の一環として、筆者は他の研究者や鉄道事業者とともに、ウェブを通じた沿線住民アンケート



トを行った。関西中心の広報となったため、回答の過半は近畿圏で、45%は大阪府居住という大都市圏中心のものであるが、それでも、全国から958の回答が寄せられ、近畿圏、首都圏、中京圏を除く地方圏からの回答も138寄せられた。以下、簡単にその結果を紹介しよう。

まず、まちの魅力形成への影響力について、鉄道会社のほかに、自治体や教育機関等計8つの組織の影響度を、「大いに影響している」「少し影響している」「影響していない」という3つの選択肢で尋ねた。全体傾向を把握するため、図1では「大いに影響している」の回答比率から「影響しない」の回答比率を差し引いた値を「影響度DI（ディフュージョンインデックス）」と呼び、整理している。これを見ると、影響度DIは、鉄道会社が53%ポイント

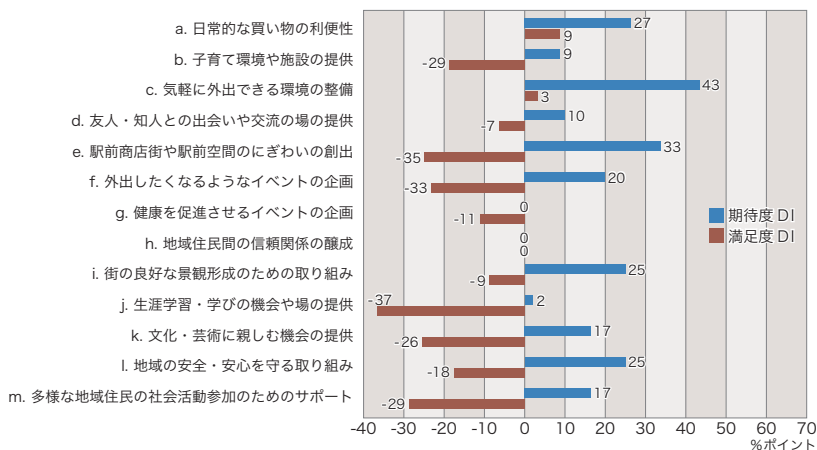
### ■ 図2 質問項目別の期待度DIと満足度DI (全国)



トと高く、他の組織を大きく引き離していることがわかる。調査は大都市圏中心であるが、地方圏のサンプルだけの集計でも、鉄道会社の影響度DIが42%ポイントと、自治体の36%ポイントよりも高い。鉄道会社の影響はかなりの大きいということが確認できる。

次に、鉄道会社に対する期待と満足について、5つの選択肢（「期待・満足」「期待・不満」「少し期待・満足」「少し期待・不満」「期待しない」）を尋ねた。こちらも、全回答に対する「期待」と答えた者の割合から「期待しない」と答えた者の割合を差し引いた「期待

### ■ 図3 質問項目別の期待度DIと満足度DI (地方圏)



度DI」をみると、「a. 日常的な買い物」度DI、「期待」と答えた者を分母として、そのうち「満足」と答えた者の割合から「不満」と答えた者の割合を差し引いた値を「満足度DI」としてみたものが、図2である。

この結果をみると、期待度DIでは、「c. 気軽に外出」「a. 日常的な買い物」の順に50%ポイントを超えており、続いて「e. 駅前のにぎわい創出」「i. 景観形成の取り組み」も40%ポイント台と高く、それ以外の項目も期待度は高い。「期待しない」という答えが「期待」を上回ったのは、「h. 信頼関係の醸成」だけである。これに対し、満足

度DIをみると、「a. 日常的な買い物」「c. 気軽に外出」は30%ポイント以上と、期待の高さに応じた形となっているが、全体としてみると、不満の方が多い。期待度DIが10%ポイントを超えているケースでも、「e. 駅前にぎわい創出」「f. 外出イベント企画」「i. 景観形成の取り組み」「k. 文化・芸術の機会」「m. 多様な住民の社会参加」は、満足度DIがそれぞれマイナスである。

地方圏のサンプルに限定したものは、図3である。これを見ると、期待度DIは全体平均に比べて総じて低い。期待度DIは「c. 気軽に外出」といった移動手段としての期待はもちろん、それ以外の「e. 駅前にぎわい創出」など、沿線住民の生活に関わるような項目も含め、13項目のうち9項目で期待度DIが10%ポイントを超えている。興味深いところでは、「m. 多様な住民の社会参加」に対する期待は、全国平均よりも高い。詳細はわからないが、クルマ社会の地方圏において、自家用車を運転できない住民の社会参加につながる、あるいは身近な公共空間が乏しい中、人と人の結節点となり得る鉄道の役割に、大都市圏以上の期待があるとも考えられる。ただし、満足度DIに関しては、地方圏の場合、軒並み不満が多い。「b. 子育て環境の提供」「e. 駅前にぎわい創出」「f. 外出イベント企画」「j. 生涯学習の機会」「k. 文化・芸術の機会」「m. 多様な住民の社会参

※1 本調査結果については、宇都宮ほか（2020 a）、宇都宮ほか（2020 b）に基づいている。

加」が軒並みマイナス25%を下回っている。

なお、上記の期待度や満足度は、利用頻度とはほとんど関係ないというところとも統計的に確認されている。つまり、普段鉄道をあまり利用しない人も、鉄道に相当程度の期待があり、鉄道会社の対応に、満足したり、不満を抱いたりしているのである。

### 5 新常态で求められること

上記の調査は、2018年のものであるが、今回の感染症ショックが、鉄道に対する期待を大きく低下させたとは考えにくい。感染リスクという点で、移動手段としての期待が低下した可能性もあるが、鉄道に対しては移動手段以外の部分の期待も高く、そこに不満が多いという事実をしっかりと受け止めるべきであろう。新常态において、鉄道運営を安定的に継続し、沿線住民の期待に応えるためには、何が必要なのか。現時点のデータで言えることは限られるが、次の4点がポイントであろう。

まず第1に、通勤・通学需要が10~20%程度構造的に減少するということを前提とした事業運営体制が求められる。この点は、鉄道事業者にとっては厳しいものであるが、大都市圏の利用者にとっては、異常な状態からの「正常化」ともいえる。また、鉄道事業者にとってもピーク時需要を見直すことで、固定費の削減が可能になり、対応

の仕方によっては、運営の効率化も図れる。その際には、経済学的に最も社会的厚生が最大化される曜日別時間帯別の運賃など、きめ細かく柔軟な価格設定を導入することも検討すべきであろう。

第2に、インバウンド需要も当面半減するという前提で、非定期の国内需要の喚起が必要である。「マイクロツーリズム」という議論もあり、海外に行けない人の国内旅行需要は潜在的に存在する。その場合、課題となるのは、自家用車に逆戻りした利用者の回復である。つまり、ドアツードアの自家用車と同じサービスを提供するためには、個々の鉄道会社、バス、タクシーといったレベルで需要を喚起するのではなく、サービスを統合した商品として消費者に提供するMobility as a Service)の展開も一つの鍵となる。ただし、気を付けるべきことは、MaaSイコールスマホアプリではないということである。この機に、モードや事業者を超えて、価格面も含めサービスの統合を本格化する必要がある。

第3に、鉄道事業者が沿線まわづくりに、住民生活とより密接な連携を築くことである。各社とも近年努力していることではあるが、従来以上に、地域と一体となつて駅前のにぎわいを取り戻し、景観形成などにも力を注ぐとともに、外出イベントの企画や文化・芸術に触れる機会の提供など、一見、鉄

道事業と関係がないところにも配慮することが求められている。駅という「場」を有する鉄道は、自家用車を運転できない人も含め、多様な住民の社会参加を促すことができる強みがある。自宅の駅の近くにサテライトルームがあれば、テレワーク主体となったサラリーマンにとつて、職場、自宅に次ぐサードプレイスになるかもしれない。都心からやや離れた郊外の活性化も期待できる。

第4は、右記3点を具体化していくための、柔軟な対応と情報公開や広報の充実である。鉄道事業者は安全第一という基本があるためか、筆者の印象としては、極度に失敗を恐れる体質があるように思われる。しかし、感染症拡大という前例のない事態が発生した今日、先行きの不確実性は避けられない。むしろ、そうした不確実性をチャンスと見て、トライアンドエラーから未来を切り拓く力が求められる。不都合なデータも含め、情報を隠さず、真摯に広報を行うことで、地域との間に信頼関係は築かれ、新たな施策につながる。

右記4点は鉄道関連の事業者の取り組みの限界がある。先に述べた構造的な需要減少の大きさも、あくまで自家用車に転移した部分は、新常态

では戻るという前提である。そこで、最後に、国や自治体、そして住民自身も意識すべき政策の方向性を述べておきたい。

それは、「グリーンリカバリー」の推進である。欧州では、この方針を掲げて予算を講じ、地球温暖化対策に向けた新たなステップと位置付けている。ちなみに、オーストリアでは、今回の感染症を機に、これまで滞っていた地方部の鉄道の投資など、環境効率の良い鉄道へのシフトを加速させている。この点、日本の後進性は際立っている。地球温暖化という大きな問題だけではなく、身近な交通事故だけでも、24時間以内の交通事故死者数は、8月末まで既に1745人になる。半数以上は65歳以上の高齢者である。自家用車通勤の奨励といった発想は、こうした事実を忘れてはならない。クルマ依存を加速させてはいけない。

正しい事実を把握し、新常态では、我々が生活する地域の持続可能性を本気で追及する必要がある。その際、日本の鉄道に蓄積された知恵と技術、強みは大きな力を発揮するはずである。

### 6 おわりに

右記4点は鉄道関連の事業者の取り組みの限界がある。先に述べた構造的な需要減少の大きさも、あくまで自家用車に転移した部分は、新常态

#### 〈参考文献〉

宇都宮浄人・三古展弘・毛海千佳子 (2020a) 「沿線住民の鉄道事業者に対する期待と満足」日本交通学会第79回研究報告会予稿  
宇都宮浄人・三古展弘・毛海千佳子・高橋愛典・井上学 (2020b) 「あなたのまちのコミュニティに関する調査」の概要と結果」『都市交通事業と沿線コミュニティ』関西鉄道協会・都市交通研究所、研究シリーズ No. 53

## 特集…コロナ禍と向き合う民鉄各社

「沿線のライフレインとしての責務を果たし、信頼を得る」

コロナ禍の中で社会インフラとして

# 「安全・安心」な 鉄道を維持する

今春の新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛要請、緊急事態宣言の発令は、社会インフラである鉄道事業者にも深刻な影響を及ぼした。民鉄各社においてもその経営環境はかつてないほど悪化している。

これまでの「日常」を喪失し、ウィズコロナという新たな常態の中で、鉄道事業者は利用者や沿線地域のニーズにどのように応え、

信頼を得ていくか、また変容する社会の中でどのようにビジネスを展開または転換していくか、経営継続に向けて模索が続いている。

阪神電気鉄道は不動産開発とともに沿線エリアの価値向上を図るが、そこには地域との協働が不可欠であり、同社が構築してきた地域とのつながりが活かされている。同社の各事業の今と展望について、

秦雅夫代表取締役社長にお話を伺った。

阪神電気鉄道株式会社代表取締役社長

## 秦雅夫

Masao SHIN

聞き手・文 茶木環 (作家／エッセイスト)

Tamaki CHAKI

撮影●織本知之／写真提供●阪神電気鉄道株式会社



## 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】

### エッセンシャルワーカーの誇り

——コロナ禍の中でも、社会インフラを維持するために鉄道事業各社は大変な努力をされていると思います。現在の思いをお伺いできますでしょうか。

秦 今回、エッセンシャルワーカーの代表的な存在としてメディアなどで取り上げられているのは医療関連の方々が多いのですが、皆さんの生活を維持するという意味では公共交通機関もその役割は大きいと思います。私が鉄道部門に異動して半年後に起こった1995年の阪神・淡路大震災のとき、自身の家が倒壊したり、家族が傷ついたりする中でも、鉄道の復旧や運行計画などの業務に必死であたる現場の社員の姿に私は畏敬の念を抱きました。今回のコロナ禍でも、感染防止対策を講じながら社会インフラとしての鉄道やバスの運行維持に努めている人々、当社の社員を含めてですが、エッセンシャルワーカーとして私は誇りに思っています。

そのような思いもあって、4月7日に大阪府と兵庫県に緊急事態宣言が出された直後に、私も鉄道の各現場を回り、「お客さまは減少しているが、私たちの使命・役割は変わらない。誇りを胸に、ともに頑張っていこう」と社員に激励の言葉を伝えました。

——交通業界全体が経営面で大きな影響を受けていますが、阪神電気鉄道における状況を説明いただけますか。

### 秦 まず当社グループの2019年度

決算は営業利益が298億円と4期連続最高益を更新し、この新型コロナウイルス感染症の影響がなければ、おそらく連結営業利益は320億円に及び、従前の長期ビジョン（2025年度目標）で掲げる利益目標（連結営業利益300億円超）を6年前倒しで達成できたのではないかと思います。

また、当社の輸送人員はコロナ禍がなければ今年度にはピーク時（1991年）の水準まで回復する見込みでしたので、個人的には非常に残念に思っています。

当社グループ第1四半期の決算では、コロナ禍による利益ベースへの影響は134億円と、阪急阪神ホールディングスと同様に多額の損失を計上しています。外出自粛やインバウンドの急減の影響を受けた鉄道を中心とする都市交通と、野球や音楽に関連する事業や六甲山のレジャー施設などが休業となったスポーツ・エンタテインメントの両事業の影響が大きかったと言えます。

——緊急事態宣言が解除されて以降、人の流動は少しずつ増え、鉄道利用も回復傾向にあります。現在、鉄道運行においてはどのような感染症対策を講じていますか。

秦 パンデミックは未経験でしたので最初は戸惑いもありましたが、鉄道事業者として安全を確保して、移動のための社会インフラを維持することが第

一の使命だと考えています。お客さまに安心してご利用いただくために感染防止対策を徹底しています。

他の事業者も同様だと思いますが、「鉄軌道事業における新型コロナウイルス感染症対策に関するガイドライン」に基づいて、乗務員や駅係員のマスクの着用、接客カウンターや係員改札口におけるビニールカーテンの設置、施設の頻繁な消毒、車内の換気、車両の抗ウイルス・抗菌加工などを行っており、お客さまにもマスクを着用して会話は控えていただく、分散して乗車していただくことを呼び掛けています。当社独自とも言える取り組みは、阪神甲子園球場での野球の試合日の臨時列車の運行でしょうか。阪神甲子園球場では現在、試合時の入場を5000人程度に制限しています。それでも終了時は一斉に交通機関を利用されるため、車内の高密度化を避けるために、本数は異なりますが、平常時と同様に臨時列車を走らせています。

### 「#ほっとはんしんプロジェクト」

——人々が外出を自粛するという状況は、移動機会を創出することによって成長してきた鉄道ビジネスにとって大きな影響がありました。特に都市鉄道は通勤・通学で毎日乗車する、あるいは頻繁に利用する人が多く、生活に密着した存在です。阪神電気鉄道と沿線地域や利用者をつなぐWEBサイト

「#ほっとはんしんプロジェクト」は秦社長のご発案だそうです。

秦 ええ、緊急事態宣言が発令された直後の休日に、家で久しぶりにテレビを見ていて、スポーツ選手らが励ましのメッセージ動画をインターネットで配信したり、フィットネスクラブやジムのトレーナーが近所の公園で運動の指導をしていることを知りました。当社も、野球の開幕が延期になり、ライブストラン「ビルボードライブ」は休業し、沿線のイベントもすべて中止としている中、「このままでは沿線の方々やお客さまと阪神のつながりが希薄になってしまっているのではないか」という危機感を感じていました。そこで、週明けの会議で、沿線の皆さまに寛ぎやすさやかな楽しみを提供する、そんな取り組みができないか、若手社員を



「野球」をテーマにリニューアルした武庫川線の4編成



西宮市と協力して進められた甲子園球場の整備事業は、2020年3月に竣工。阪神甲子園球場のウエルカムゲートがそびえる

トが言われる中で、人と人との新たなつながり方が模索されています。阪神電気鉄道はこれまでも地域と一緒に沿線価値を向上してきた実績があり、それが活かされていますね。

秦 今回、このサイトの立ち上げを行ったのは4月に

性をもつて「たいせつがギョット。」のキャッチフレーズとシンボルマークを定め、2013年からプロモーションを開始していますが、今回の「#ほつとはんしんプロジェクト」もその延長線にあると思っています。

——「つなぐ」ということでは阪神電気鉄道の開業時も既存の集落を線路でつないだものでした。

秦 開業当初もそうした意識があったのかもしれませんが、私自身が「つなぐ」ことの大切さを実感したのは、阪神なんば線の延伸を機に近鉄の奈良線と相互直通運転を開始したときです。

神戸三宮と奈良をつなぐ新たなネットワークができて定期、定期外ともお客さまが増え、コロナ前まで約10年間、増加が続いていました。こうした人の新たな移動をつくるネットワーク構築、つまり「つなぐ」ことの重要性を認識しました。そうした一方で、ソフトのつながりも重要と考えています。

社内的には部門間がつながりを深めること、社外には沿線に住まわれるお客さま、自治体、事業者など地域社会とうまく連携することが今後必要不可欠であると考えています。

——車両がリニューアルされた武庫川線沿線の地域連携として、包括協定を結んでいる武庫川女子大学やURとも活性化に向け、協働されていますが、具体的にはどのようなものでしょうか。

秦 沿線活性化プロモーション活動の一環で武庫川女子大学と連携し、駅名

を変更したり、ステーションキャンペーンを設けたりしています。その武庫川線を走行する車両の代替新造にあたって、当社の技術部門の若い社員から「同じ西宮市にある阪神甲子園球場や阪神タイガースなど野球をイメージした車両にして、武庫川線の活性化を図りたい」という提案がありました。若手社員からのこの提案は嬉しかったですね。4編成それぞれ野球にちなんだ個性を持った車両が6月から運行しています。

また、このリニューアルの機会をもっと地域の活性化につなげようというところで、沿線価値創造推進室がURと協働して、武庫川団地前駅が最寄り駅となる武庫川団地の敷地内の公園に武庫川線を引退した赤胴車<sup>※2</sup>1両を置いて、皆さんに使っていただくことになりました。その後、武庫川団地等の沿線のUR団地の活性化イベントに当社

中心に検討するようお願いしたので。以前から当社の沿線活性化は「つなぐ」「寄り添う」をキーワードに事業を展開していたのですが、社会が閉塞している中で、お客さまや沿線の皆さまにそうしたものをお届けすることが一層重要だと思ったのです。もっと早くに気付けばよかったという私自身の反省からも、社員には早期の立ち上げを依頼しましたが、社内一丸となつて対応してくれて、大型連休前に多くのコンテンツを提供でき、癒しや寛ぎを感じていただけたのではないかと考えています。個人は子どもも大人も楽しめる「ぬりえ旅阪神」が気に入っています。

## 沿線地域とつながり活性化する

——ソーシャルディスタンスやリモー

新設した「沿線価値創造推進室」ですが、グループを横断的にまとめてスピード感を持って取り組んでくれました。この部署は約10年前に設置した経営企画室の沿線活性化担当が分離・独立したものです。当社グループは「都市交通」「不動産」「スポーツ・エンタテインメント」「情報・通信」の四つの事業を柱としており、沿線活性化担当はグループ各社や当社内の各部署と連携して沿線活性化策を推進してきました。それに加えて、阪急阪神ホールディングスグループの不動産事業の中核会社である阪急阪神不動産と連携しながら、各事業部門の横断的組織として沿線の不動産開発にも取り組んでいくことを目的に、この部署を立ち上げました。

沿線活性化については、「住みやすさ」「心地よさ」「知縁」という方向



「たいせつがギョット。」のロゴとシンボルマーク

※1 UR：独立行政法人都市再生機構（UR都市機構）

※2 1958～59年製造の3301形・3501形以降の、外装がクリーム色とパーミロン（赤）のツートンカラーであった急行用車両の愛称。当時人気のマンガキャラクター（赤胴鈴之助）にちなんで名付けられた。

# 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】



神戸三宮駅。鉄道利用は回復傾向にある

が協力することを含め、地域の活性化を目的とした包括連携協定をURと結び、結びに至っています。

ほかにも、武庫川線に関連するイベントを開催したり、不動産部門が武庫川団地前駅の近くにある小学校跡地で商業施設の開発をしたりとこの地域でさまざまな事業が展開されています。若手社員の発想から始まった企画がどんどん広がっていった好例です。

## 社会の変容に対する事業の変革

——コロナ禍を機に社会構造といいますが、私たちのライフスタイル、ワークスタイルも大きく変わってきています。ビジネスにおいてもパラダイム転換も必要かと思いますが、阪神電気鉄道の事業のあり方についてはどのようなお考えですか。

秦 阪神・淡路大震災の復興では大きく、ビジネスモデルを変えることなく現在に至っていますが、今回は世界的な規模で起こり、また先行きも不透明で

すので、インバウンド需要の回復や雇用環境の改善には時間がかかると思っています。今回のコロナ禍についてはたとえ終息しても、その前の姿には多分戻らず、旅客需要はある程度落ち込んだ形でリスタートするのではと感じています。また、人口減少や超高齢化社会に加えて、AIやIoTなどに代表される技術革新の進歩によって、「いつかは来るだろう」と思っていたデジタル社会が想定よりも早く実現しそうです。eコマースの拡大やテレワーク、オンライン型の教育の振興などによって今後さらに技術革新が進み、DX（デジタルトランスフォーメーション）の進展が加速するでしょう。

デジタル化により人の生活様式や流動が変化すると、都市交通は旅客動向に応じたコスト構造の見直しのほか、新たな需要の創出が必要になります。一つの機会がMaaSですが、デジタル社会において人の移動を促すには、そのような出かけたくなる仕掛けが必要だと思えます。

——そのほかの事業についての方向性はいかがですか。

秦 フロー型ビジネスの強化が重要になります。例えば当社の野球のビジネスでは、入場料や飲食・物販のBtoC型、そのほか看板を含めた広告やテレビなどの放映権、スポンサー名を付けた冠試合などBtoB型の事業を長年行ってきました。音楽のライブも同様ですね。これまではリアルを重視した

運営でしたが、これからはデジタルの要素も加味した新しい価値を付加し、提案していく必要があると考えています。テレビ中継のほか、ユーザーの嗜好に合わせてさまざまな価値や楽しさを付加した独自のコンテンツをつくり上げ、球場来場者に提供して来場価値を高めることなどを、ここ数年、社内でも議論してきました。

また、当社グループの特徴である情報・通信事業は相応の技術力を有しており、同事業がスポーツ・エンタテインメント事業と一体となって外部と連携しながら取り組めば、双方が成長できるのではないかと考えています。

## 尼崎、甲子園球場周辺が重点エリア

——大阪は万博や統合型リゾート施設（TR）の誘致、その先にはリニアの開通など将来的に大きなプロジェクトが控えています。最後に、そうした中で阪神電気鉄道の事業計画や今後の展望に関して伺いたいと思います。

秦 当社の長期ビジョンとして掲げている沿線価値の創造やフロー型ビジネスの強化については変える必要はないだろうと思っています。沿線価値の創造では、ターミナルである大阪梅田で取り組む「梅田1丁目1番地計画」を予定通り推進していきます。都市機能の高度化、防災機能の強化を図り、環境や景観にも配慮し、都市としての国際競争力を高めていくことで大阪梅田

エリアをさらに魅力的なエリアにしていくことを目指します。2022年度には現在の梅田阪急ビルと並び立つツインタワーの光景が誕生します。ぜひ楽しみにしていてください。これが完成すると、都心部における当社の大規模な再開発事業は一区切りとなります。

また本線と阪神なんば線の結節点である阪神尼崎、当社グループのシンボリックなエリアである阪神甲子園球場周辺を沿線活性化・開発などの重点エリアとしています。特に尼崎市とそれに隣接する大阪市西淀川区・此花区のエリアは、大阪のキタとミナミ、神戸三宮にも優等列車で直通している交通至便なエリアなんです。さらにUSJやIR予定地の夢洲とも海を介して近接し、加えて尼崎市営バス事業を阪神バスが譲り受け、地域との関わりも深くなっています。時間はかかりますが、都市交通事業も含めて、このエリアの価値創造に向けて行政や地域と連携してグループ一体で取り組んでいきたいと思えます。



(本記事は2020年8月19日取材時の内容です)

## 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

[沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る]

阪神グループ一丸となって取り組む  
「#ほっとはんしんプロジェクト」

新型コロナウイルスの猛威は、2020年3月11日にWHOがパンデミックと認定した3カ月後には世界の感染者数が1000万人を超え、わずか44日で倍増した。半年後の9月には2800万人以上（犠牲者は90万人超）を数える。日本では海外のような都市封鎖は行われなかったものの、4月には緊急事態宣言が発令され、外出自粛が要請された。企業はテレワークに切り替え、学校は休校、百貨店や商業ビルは休業となり、街から人の姿が消えた。こうした事態を目の当たりにして、阪神間をつなぐ大手民鉄事業者である阪神電気鉄道の社員たちは何を思い、どのような行動を取ったのか。「#ほっとはんしんプロジェクト」は緊急事態宣言のただ中で開設されたWEBサイトだが、ここで公開されたコンテンツには、非常時とその後のウィズコロナ社会の中での社員たちの姿勢と思いが浮き彫りとなっている。

取材・文 茶木 環 (作家/エッセイスト)

撮影●織本知之/写真提供●阪神電気鉄道株式会社

## グループ横断で取り組んだサイト

2020年4月、緊急事態宣言を受け、外出自粛や不安を抱えながらの生活が始まった。阪神電気鉄道は、それまでのようにリアルなつながりを持たなくなった鉄道利用者に向け、さまざまな情報を発信し、人々に寄り添うことを目的としたWEBサイト「#ほっとはんしんプロジェクト」を立ち上げた。

「営利ではなく、この非常事態における皆さまのために何ができるかということから検討を開始した。まずプラットフォームをつくり、グループ各方面に参画を呼び掛けた。発信する情報はさまざまだが『#ほっとはんしん』と名付けることで一体感を持たせることができた」と沿線価値創造推進室の山崎由貴子課長（沿線活性化担当）は語る。WEBサイトの開設は4月28日。阪神グループが幅広い事業を手掛けていることを反映して、多様なコンテンツが集まり、ユーザーから「癒された」「家族と一緒に楽しんだ」などのコメントが多数寄せられた。

「コメントは緊急事態宣言が解除さ



沿線価値創造推進室 沿線活性化担当 課長

山崎由貴子

Yukiko YAMAZAKI



沿線価値創造推進室 沿線活性化担当 兼 経営企画室 広報担当 課長補佐

林 亮太

Ryota HAYASHI

れてしばらくすると明るいものとなり、私たちも『辛い時期を一緒に乗り越えましょう』というトーンから軽やかなものへと変え、皆さんの気持ちに寄り添うようにした」と山崎課長は配慮を見せる。

外出自粛の要請や行動制限に比例して、阪神電気鉄道のHPのアクセス数は減少し、3月には平常時の4割程度にまで落ち込んでいたが、「#ほっとはんしんプロジェクト」が開設されると徐々に増え、5月には約8割まで回復した。

「このサイト以外では4〜5割のままであったので、上積みには貢献できなかった。緊急事態宣言の解除時には9割程度まで戻った。サイトを通じて当社と利用者やページユーザーがつながることができた」と経営企画室広報担当を兼務する同部署の林亮太課長補佐（沿線活性化担当）はその大きな効果を説明する。

それぞれの部門が手掛けた多様なコンテンツからは、刻々と変わる情勢の中、鉄道やその他のサービス利用者に向け、担当者たちがどのような思いを

## 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】



大阪府新型コロナウイルス警戒信号と連動した信号機模型とメッセージ（大阪梅田駅東改札口）

込めていたのかがうかがえる。その代表的な事例を見ていこう。

### 鉄道

現場から発信する姿勢と思い

平常時は人々が集積する都市鉄道のターミナルや中核駅に降客客がない光景が、駅務に就く社員にとって衝撃だったであろうことは想像に難くない。それでも自分たちと同じく仕事に向かう人々や外出自粛をする人々に向けて何ができるかを考え、運輸部では各駅でさまざまな取り組みを実施し、「#ほっとはんしんプロジェクト」で発信を続けた。

がりが深い御影駅では、御影地区の住民にエールカードとノベルティを配布し、深江駅では、高校の終業式にホワイトボードにイラストを添えてメッセージを送り、高校生から感謝の色紙が贈呈された。また、甲子園駅ではアイキャッチャーとブラックボードを通じてメッセージを送っている。優等列車の停車が少ない西元町駅ではホームに横断幕を掲げ、通過する車両内の乗客にメッセージを送った。

阪梅田駅では、大阪府新型コロナウイルス警戒信号と連動した手づくりの信号機模型を改札口に設置し、感染予防を呼び掛けるメッセージボードを掲出。改札機に設置したアイキャッチャーでも乗客に激励のメッセージを送っている。神戸三宮駅では、係員が絵を描きデザインしたポスターで感染予防を呼び掛け、電車ぬりえを配布。地域とのつな

兵庫医科大学病院の最寄り駅である武庫川駅では医療従事者への感謝のメッセージをアイキャッチャーで伝えたとところ、乗客から「外出自粛の中で自分は医療従事者として通勤しているが、電車を動かしてくれてありがとう」という旨のメッセージが届いた。林課長補佐は「鉄道従事者として心に響く出来事だった。社会インフラとして運行を維持する重要性を改めて実感した」と語る。

いずれも平常時と同様にリアルに鉄道を利用する乗客へのアプローチであるが、それをWEBサイトやSNSで配信することで、より広い人々に鉄道

配信することで、より広い人々に鉄道



都市交通事業本部 運輸部 営業課 課長補佐

篠原敬英

Takahide SHINOHARA



都市交通事業本部 運輸部 営業課 助役

清水美帆

Miho SHIMIZU



「#ほっとはんしんプロジェクト」共通ロゴ

左/応援メッセージが書き込まれたブラックボード（神戸三宮駅） 中/利用者に感染予防を呼び掛けるポスター 右/駅券売機などの待ち位置にはソーシャルディスタンス目印を掲示



左/時差出勤・テレワーク、マスクの着用、車内での会話エチケットの協力を呼び掛けるデジタルサイネージ 中/接客カウンターには飛沫防止用ビニールカーテン、アルコール消毒薬を設置 右/チラシラックに配架した電車ぬりえ



スポーツ・エンタテインメント事業本部  
甲子園事業部 歴史館・広告担当 球場長代理

湯山佐世子

Sayoko YUYAMA

事業者としての姿勢や思いを伝えることができる。この利点を活用しているのが、乗務員が所属する列車所の取り組みで、ビニールシートを介した出勤点呼の様子や列車出庫時の窓開放など、利用者が目の当たりにすることがない場所でも感染防止対策が取られていることを配信する。

運輸部営業課の篠原敬英課長補佐は「鉄道は安全の確保が最優先の使命だが、ウイルスという目に見えないものに対して、きちんと対策を取っていると伝えることがお客さまの安心につながり、信頼関係を結ぶことができる」とその大きな効用を説明する。

また、昨年度入社した同部署の清水美帆助役は「人が集積する駅の存在に魅力を感じて鉄道会社を志したが、こうしたときにも駅が大きな役割を果たすことができると感じた」と駅の本質的な意義を語る。

各駅に掲出されている電車がマスクをしたデザインのパスターは現場係員の作品で、当初は神戸三宮駅のみの掲示だったが、各駅に水平展開された。運輸部には2014年からCS（顧客

満足）担当が設置されており、そこで培われてきた乗客への姿勢や現場の強い結び付きから生まれる取り組みが、乗客を含め多くの人々に届き、共感を呼んでいる。

## 甲子園歴史館

甲子園球場の感動を共有する

阪神電気鉄道というと球団の阪神タイガースや、その本拠地であり高校野球の舞台となる阪神甲子園球場を思い起こす人も多い。しかし、今年の高校野球は春・夏ともに開催を中止、プロ野球も例年より3カ月遅い6月の開幕、甲子園での開幕は7月となった。

阪神甲子園球場に併設される甲子園歴史館も、今年は開業10周年の記念の年だったが、3月3日から休館となっている。

スポーツ・エンタテインメント事業本部甲子園事業部の湯山佐世子球場長代理（歴史館・広告担当）は「休館によってセンバツ大会の開催に合わせた企画展が公開できなくなったので、歴史館HP上でバーチャル企画展を行った。『#ほっとはんしんプロジェクト』が立ち上がり、ほかにも何かできないかと考え、『おうちでも甲子園歴史館！』として多様なコンテンツを集めることができた」と語る。

過去に企画展で上映した阪神タイガース歴代エースの特別映像や阪神タイガース投手陣の迫力ある球筋やス

## 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】

ピードを捕手目線で体感できる動画、阪神甲子園球場の上空を空中散歩するようなVR動画など、多彩なコンテンツを公開している。

5月1日には、医療従事者など感染拡大防止に尽力する人へ感謝の意を込めた「ブルーライトアップ」の取り組みに参加し、球場正面の上部を青色の照明で照らしたところ、大きな反響があり、SNS上で40万人に情報が拡散した。

歴史館は6月中旬に再開し、主催するイベントも工夫しながら行っている。国内の代表的ライブレストランである「ビルボードライブ」は阪神グループが運営している。



改札機には鉄道利用者を励ますアイキャッチャーを設置している（神戸三宮駅）

「阪神タイガースの矢野燿大監督の発案で、選手や職員が自らの手で土を集めた」と湯山球場長代理は語る。観客の歓声と熱狂に満ちた熱い試合、また高校野球などの感動的な逸話など、ドラマチックな側面はこれまでテレビ中継や報道を介して伝えられ、甲子園球場は多くの人々にとって思い入れが深く、メッセージ性も強い。リアル、デジタルの双方でこの場所から伝えられるコンテンツは、これからも人々の心に響き、それを共有することでつながりは広くかつ深まるだろう。

### ビルボードライブ

#### アーティストのメッセージを配信



株式会社阪神コンテンツリンク ビルボード事業部  
マーケティンググループ ビルボードライブ広報

松井 絢香

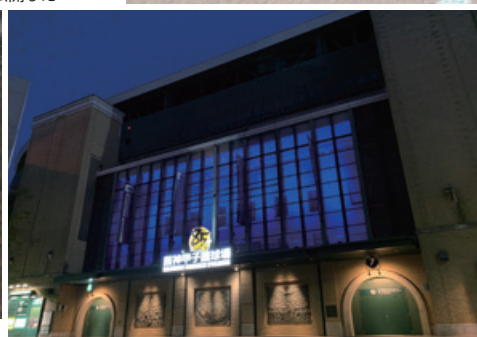
Ayaka MATSUI

「いわゆる一般のライブハウスとは規模も業態も異なるが、2月下旬という早期の段階から休業に入った。先が見えずに自分たちもモチベーションを失いかけた」とビルボード事業部マーケティンググループの松井絢香氏（ビルボードライブ広報）は振り返る。ビルボードライブでは、休演になった国内外約20人のアーティストに呼び掛け、各自が撮影したビデオメッセージを提供してもらい、「#stayhome」ページにまとめ、4月から公開を開始した。また、「ポップス+オーケストラ」の企画で2000人収容のホール会場でコンサートを行ってきた「ビルボードクラシックス」も、アーティストのメッセージや過去の公演映像を公開した。この二つのページが立ち上がった頃、「#ほっとはんしんプロジェクト」が準備を進めていることを聞き、参画を決めた。

「このサイトで、ビルボードライブと阪神の関係を知ったという反響がとても大きかった。特に京阪神のファンが増えた。また、音楽業界で働く自分



上段/ビルボードライブ東京 下段/ビデオメッセージを公開した「#stayhome」  
 上段右/甲子園歴史館 下段中/甲子園球場関連では多彩なコンテンツを公開した



上/球場でも感染予防を呼び掛ける 右/ブルーライトアップ



健康や医療、子育てに関するコンテンツも配信

「ライブの音にこだわる方にはぜひ来場し、リアルな演奏を体感してもらいたいですが、デジタル配信によって遠方の方でも気軽にご覧いただけるようになったので、その広がりには大事にした」と語る。

「ライブの音にこだわる方にはぜひ来場し、リアルな演奏を体感してもらいたいですが、デジタル配信によって遠方の方でも気軽にご覧いただけるようになったので、その広がりには大事にした」と語る。

「ライブの音にこだわる方にはぜひ来場し、リアルな演奏を体感してもらいたいですが、デジタル配信によって遠方の方でも気軽にご覧いただけるようになったので、その広がりには大事にした」と語る。

「ライブの音にこだわる方にはぜひ来場し、リアルな演奏を体感してもらいたいですが、デジタル配信によって遠方の方でも気軽にご覧いただけるようになったので、その広がりには大事にした」と語る。

### 沿線価値創造推進室のコンテンツ

「#ほっとはんしんプロジェクト」における沿線価値創造推進室の役割は各コンテンツの整理や再構築など、主体でありながらサポート的要素が強いが、主導で進めるコンテンツもある。

「#ほっとはんしんプロジェクト」における沿線価値創造推進室の役割は各コンテンツの整理や再構築など、主体でありながらサポート的要素が強いが、主導で進めるコンテンツもある。

「#ほっとはんしんプロジェクト」がそのトライアルともなった」と山崎課長は沿線活性化の観点から語り、林課長補佐は「SNSと連動したこのサイトで、これからのコミュニケーションにはスピードが必要なことを実感した」と広報的な視座から語る。

「#ほっとはんしんプロジェクト」がそのトライアルともなった」と山崎課長は沿線活性化の観点から語り、林課長補佐は「SNSと連動したこのサイトで、これからのコミュニケーションにはスピードが必要なことを実感した」と広報的な視座から語る。

「#ほっとはんしんプロジェクト」がそのトライアルともなった」と山崎課長は沿線活性化の観点から語り、林課長補佐は「SNSと連動したこのサイトで、これからのコミュニケーションにはスピードが必要なことを実感した」と広報的な視座から語る。

「#ほっとはんしんプロジェクト」がそのトライアルともなった」と山崎課長は沿線活性化の観点から語り、林課長補佐は「SNSと連動したこのサイトで、これからのコミュニケーションにはスピードが必要なことを実感した」と広報的な視座から語る。

(本記事は2020年8月19日・20日・28日取材時の内容です)



# 阪神グループと地域をつないで 沿線価値を向上する

コロナ禍の中で誕生した沿線価値創造推進室は、スピード感をもって「#ほっとはんしんプロジェクト」を立ち上げ、成果を挙げた。そこには阪神電気鉄道が作りあげてきた企業風土が十分に活かされている。新たな社会に向かう中でのこの部署の活動意義を小川浩昭取締役につづらせた。

## 4月に新設された沿線価値創造推進室

2020年4月に新設された沿線価値創造推進室は、前身は経営企画室の中にあり、グループ各部署と連携しながら、沿線の定住人口・交流人口を増やすために地域の皆さまと積極的に交流を図り、協働で地域活性化に取り組んでいた部署が独立したものです。

新しいこの部署が「沿線価値創造」と謳っているのは不動産開発との連携を強めるのが目的です。阪急阪神ホールディングスは2018年4月に不動産事業の再編を行い、中核会社として阪急阪神不動産株式会社を設立し、当社および阪急電鉄の不動産事業を移管しました。阪急阪神不動産と協力して沿線の不動産開発を積極的に推進する体制を取り、それまでの沿線活性化のソフト施策から一段進化して、阪急阪神グループの沿線開発につながる方向づけをしていこうとスタートしたわけです。メンバーは現在13人ですが、阪急阪神不動産と兼務する人、当社の他部署と兼務する人が半数を占めるので、定期的に全員で集まって会議などを行っています。

そうして発足した沿線価値創造推進室ですが、4月早々いきなりコロナ禍に直面し、予定していた沿線活性化イベントなどもすべて中止せざるを得なくなりました。そこで急遽立ち上げることになったのが「#ほっとはんしんプロジェクト」です。

このプロジェクトの検討を開始するに当たって重視したのは、インターネットやSNSを日常的に使いこなしている若い社員の意見です。実際に部署を越えて若手社員たちにアイデアを募り、その多くが今回のプロジェクトに活かされています。もう一つ重視したのが、各事業部門の現場の自発的な動きをどんどんプロジェクトに取り込むことです。当社のホームページに「#ほっとはんしんプロジェクト」のプラットフォームを用意し、各事業部門で提供できるコンテンツを順次アップしてもらいました。あわせてSNSでもそれぞれの現場が活発に情報発信を行いました。その際必ず「#ほっとはんしん」のハッシュタグを付けることで、個々の活動を一つのまとまったプロジェクトとして見せることができます。「#ほっとはんしんプロジェクト」が短期間に広がりを生むことができたのは、そうした工夫によるところが大きかったと思います。

「#ほっとはんしんプロジェクト」には社員のアイデアを活かし、新規事業に積極的に取り組む当社の企業風土が活かされています。当社では2009年に事業化促進制度を設けました。社員が新たな事業を提案して審査に通ると、会社全体として応援してビジネスへと実現させていく。これは現在、阪急阪神ホールディングス全体の

取締役  
沿線価値創造推進室担当

小川浩昭

Hiroaki OGAWA



制度に発展しています。沿線活性化のためのアイデア提案制度もあり、受賞アイデアは沿線価値創造推進室で具現化する形を取っています。

## 沿線の資源を活かし、地域とともに活性化させていく

今後、沿線価値創造推進室は、尼崎、甲子園を中心とした西宮、阪神なんば線の沿線を重点エリアとして、沿線の自治体や学校、事業者、地元住民なども連携し、沿線価値を相乗的に高め、「魅力あふれる沿線の創造」を目指し、そのハブとしての役割を果たしていきます。

例を挙げると、約1万人の学生が通い、新たな学部も新設するなど少子化の時代にも活力のある武庫川女子大学と2018年の10月に包括連携協定を締結しました。鳴尾駅を「鳴尾・武庫川女子大前駅」と改名し、甲子園ー武庫川間の連続立体交差化に伴い生まれた鳴尾・武庫川女子大前駅の高架下スペースの有効活用として、学生と地域の拠点となる「武庫女ステーションキャンパス」を開設しました。

そして、今年3月にはURと包括連携協定を結びました。当社沿線には2万戸以上のUR賃貸住宅があり、特に5600戸という大規模な武庫川団地の敷地内に、今年引退した「赤胴車」の車両1両を譲渡して地域の方々交流するコミュニティスペースとして活用していただきます。また、尼崎信用金庫との連携事業として、阪神尼崎駅南部の寺町・開明町エリアを拠点に街の賑わいを創出する地域の活性化事業「てらまちプロジェクト」を実施しています。

大阪万博、IRなど大阪には大きなプロジェクトが控える中で当社沿線の資源をどのように活かし、投資に結び付け活性化していくか。当社沿線から広がる阪神間のベイエリアには大きな可能性がありますので、各事業の枠を超えて横断的に取り組んでいく必要があります。

コロナ禍で交通機関の利用者が大幅に減少し、野球やライブの観客は入場者数を制限する。ウィズコロナ社会でも収益を上げられるように事業を再編していかなければいけない。その中であって当社も今まで培ったものを活かしながら新しい時代に対応していく。「#ほっとはんしんプロジェクト」でも発揮した結束力・推進力そして社員の気概をもって、当社を含め阪神グループ、地域、お客さまをつないでいきたいと思っています。

## REPORT. II

### 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

[沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る]

# コロナ禍を機に地域連携を強め 地域鉄道の存在を示す

コロナ禍は地方鉄道にも大きな影響を及ぼした。そうした中、秩父鉄道は需要の変化に対応して早期に減便を実施する一方で、「おうちで秩父鉄道」プロジェクトを立ち上げ、秩父鉄道の魅力を発信するなど、地域との連携をさらに強化している。ウィズコロナの地域鉄道のあり方について、大谷隆男代表取締役社長にお話を伺った。

聞き手・文 茶木 環 (作家/エッセイスト) 撮影●織本知之/写真提供●秩父鉄道株式会社



秩父鉄道株式会社 代表取締役社長

# 大谷隆男

Takao OOTANI

#### 4月中旬に減便を決行

——コロナ禍での全鉄道事業における影響は非常に大きいものですが、秩父鉄道ではその状況をどのように受け止められましたか。

**大谷** 旅客数に影響が出てきたのは2020年2月頃で、最初はそこまで深刻な状況になるとは想定していませんでしたが、3月に入ると急激に影響が出てきて、特に通勤・通学の定期利用の継続の数が激減したんです。当然、

払い戻しを希望される方も多くなりました。各駅では現金収入が減少し、駅によっては払い戻す現金が底を突くんじゃないかと心配したほどです。そういう現実的な場面に幾度も遭遇しながら、社員も私も経営陣も深刻な状況を実感していったわけです。

2020年3月期の決算は、想像もしていなかったような非常に深刻なものとなりました。特にグループ会社への貸切バス事業は稼働が大幅に減少し、大きな赤字を計上せざるを得なくなっ

た。今年度が当社の中期計画(3年)の最終年度で、コロナの問題が発生するまでは比較的順調に推移していましたが、実は26年ぶりの配当まで何とか手が届きそうなところにたどり着いたのですが、残念ながら未達にならざるを得ない。交通事業を含めて各事業をどのように継続し、回復させていくか、先行きが不透明な中で苦戦を覚悟し、緊急避難的なことも含めて模索しながら行っているところです。

——そのような中で鉄道事業では具体的

にどのような施策を取っていますか。

**大谷** 当社は旅客・貨物の両方を行っています。旅客・貨物それぞれの状況を踏まえ、4月13日に計画運休に踏み切りました。当社の減便対応は鉄道事業者の中でも比較的、早かったのではないかと思います。急行列車や西武線との直通列車は全て運休し、一部、始発列車の繰り下げや最終列車の繰り上げをして全体の運行本数を3割ほど減らしました。その後、少しずつ増やし、現在では以前の8割程度の本数と

## 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】

——ワークスタイルでもリモートの打ち合わせや会議が増え、もともと働き方改革ではなかなか進まなかった部分があり、コロナ禍で一気に進んだという部分があります。秩父鉄道にも、それまでの課題を前に進めることができた点がありますか。

大谷 働き方という点では、こうした状況下にあつて、在宅勤務や完全な休業などいろいろな仕分けをしながら実施

しています。高密度にならず感染リスクを避けながら運行できていますので、例えば、利用される皆さんのニーズに応じたダイヤ編成や私も社員の働き方の改革につなげていけるような施策などを検討することも見据えています。

社員の取り組みを財産と考える



——コロナ禍の中で誕生したWEBサイト「おうちで秩父鉄道」ではさまざまなコンテンツが公開され、鉄道と大谷 サイトを制作しているというところは知っていましたが、「おうちで秩父鉄道」という名前は、私は公開されて初めて知りました（笑）。それだけ社員を信頼しているということなんです。このサイトで公開しているコンテンツには新しくつくったものも、これまであったものも掲載しています。例えばパークラフトは、イベント来場者へのノベルティや記念入場券の台紙として製作していたものです。これまで見本としてHPで公開したことはありましたが、「おうちで秩父鉄道」では実際につくっていただけるとして公開しました。手持ちのデータの中から、お家で楽しめるものの掘り起

してみると、驚いたことに時間外労働がゼロになったケースが多かったんです。皆、効率よく仕事をしてくる。やるうとしてもなかなか進まなかったことが実現できました。私どもの鉄道はワンマン運転が進んでいますので、そうした意味で現業職の効率化は進んできている状況ですが、管理部門についても、企画部が秩父駅にサテライトオフィスを設置して運用を開始し、サテライトオフィス勤務の環境を整えました。また、在宅勤務でも自発的に仕事に取り組み、さまざまなアイデアで新しいことを進めてくれています。

——コロナ禍の中で誕生したWEBサイト「おうちで秩父鉄道」ではさまざまなコンテンツが公開され、鉄道と大谷 サイトを制作しているというところは知っていましたが、「おうちで秩父鉄道」という名前は、私は公開されて初めて知りました（笑）。それだけ社員を信頼しているということなんです。このサイトで公開しているコンテンツには新しくつくったものも、これまであったものも掲載しています。例えばパークラフトは、イベント来場者へのノベルティや記念入場券の台紙として製作していたものです。これまで見本としてHPで公開したことはありましたが、「おうちで秩父鉄道」では実際につくっていただけるとして公開しました。手持ちのデータの中から、お家で楽しめるものの掘り起

こしを行ったわけです。一部で人気だったものや社員が車内から撮影した前面展望の動画や沿線観光地のPRムービーなど新たなコンテンツを掲載して、より広く皆さんに親しんでいただけるサイトができました。思っています。

また近年は、映画や音楽といったこれまでにはないコンテンツを制作しています。昨年、当社は創業120周年を迎え、その記念事業の一環として映画を制作し、記念式典で上映しました。音楽ではコロナ禍で疲弊した地域を応援する目的でつくった「ハッピー☆ハッピートレイン」という曲があります。企画部の社員がアイデアを出し合って、ミュージシャンをはじめ地元の方々を中心につくってもらったものです。

——社員の皆さまも積極的に活動されていますか。

大谷 地域のFMラジオ局には社員たちがゲスト出演して、パーソナリティーと会話しながら当社のことをPRしています。「いやあ、この人こんなに話がうまかったのか」と驚くことも多いですよ（笑）。今年2月に運用を終了した「石炭貨車オホキ10000形」引退記念乗車券は、社員が描い

た絵を基に作りました。うちの社員たちは多才な人が多く、楽しみながら参加してくれている。これは社長としては大きな誇りでもあります。

観光事業も新たな展開に

——コロナ禍で社会の中でリモート化が進む一方で、リアル的重要性についても皆が実感していると思います。特に観光は実体験から感動を味わうというリアルな部分も大きいと思います。観光鉄道という役割を持つ秩父鉄道では今後、観光業を推進していく中で留意される点はどこでしょうか。

大谷 当社の沿線に秩父や長瀬といった一大観光地がありますし、観光など定期外のお客さまは非常に重要な存在です。公共交通はそうだと思うんです



現在の運行本数は減便前の8割程度まで回復した



五輪カラーのEL

が、鉄道は車両が共有空間となりますので、密度を気にされる方は多い。駅や車内衛生には私たちも配慮していますが、密度という点では、ウイズコロナの時代で鉄道を使った観光を考える際に元の形に戻るのには非現実的だと思います。今、観光事業の方では予約制にして、利用者同士の密接度を低減して、安心して使っていただくことを進めていて、これをSLやEL（電気機関車）のパレオエクスプレスにも採用していく予定です。30年以上の運行の歴史を持つSLは8年に1度、定期検査があり、それに当たる今年にはELを楽しんでいただいています。実は東京オリンピック・パラリンピックの聖火リレーでも五輪色のELが五重連で客車を牽引して走行する予定となっています。

——今、沿線の観光地はどのような状

態ですか。

**大谷** 特に長瀬ではライン下りやラフティング、宝登山にはロープウェイで山頂に上がることでもでき、基本的には屋外のレジャーで密度の心配が少ない。今夏は猛暑でしたので、皆さん、時勢としては遠出はされなければいけません。涼やレジャーを求めていらしたのでしょう。8月の段階では観光客数では9割以上、戻っています。マイカーが過半ですが、車のナンバーは同じ埼玉県内がほとんどです。これまで南関東からのお客さまが中心だったので、このような状態は初めてですね。新たにこの地域に関心を持たれる方に向けて、自然を満喫していただける地域であることを今後もアピールしていきたいと考えています。

現在は、マイカーで来られる方を鉄道や貸切バスでの移動に何とかつなげていければと模索中です。

### 地域活性化で地域鉄道を維持する

——先行き不透明な中ではありませんが、パンデミックを経験して、地域の鉄道としてどうあるべきか。どのようなことを目指しておられるか、今後の展望をお話いただけますか。

**大谷** 私どもは公共交通として事業継続が使命であり、沿線地域に貢献する役割を担っています。私も社長を務めて10年になりますが、地域鉄道というのはどこの事業者も実績があり、いろ

いろ工夫をしながら事業を継続されてきているけれども、当社も含めてやはり経営的には厳しいところが多いんです。自社だけで何かをやるというのは限界がある。当社のことを皆さまに理解していただくことが第一で、発信のほか、沿線5市3町の自治体や沿線住民、利用者の方々と一緒にいろいろなことに取り組むことで、鉄道をより深く理解していただきたいと考えています。地方での鉄道事業の存続は、皆さんの理解があつてこそ実現できると思っています。

——具体的にはどのような連携をされているのでしょうか。

**大谷** 2018年10月にふかや花園駅という新駅（深谷市による請願駅）ができましたが、駅の隣接地に、2022年春にキユーピー株式会社による体験型の農業施設「深谷テラスヤサイな仲間たちファーム」、同年秋には三菱地所・サイモン株式会社による17・6万㎡の「ふかや花園プレミアム・アウトレット（仮称）」がオープンする予定です。これを好機にして、周囲の地域や鉄道への人の流動をつくりたい。当社はもちろん、沿線の他の自治体の期待も大きく、観光連携をさらに深めようという動きが出ています。

また、国・県・沿線自治体の協力をいただきながら、非接触ICカードの当社での導入も構想段階にあります。

事業を取り巻く地域の環境は大きく変化しますので、われわれも積極的に連携をとっていききたい。地域もそうですし、例えば相互直通運転を行っている西武鉄道、それから関東地方でSLを走らせているJR東日本や東武鉄道と連携を強め、相互の鉄道利用を高めていきたいと思っています。

現在、沿線観光地はマイカー利用が多いのですが、マイカーや貸切バス、鉄道を併用して、長瀬や秩父をはじめとした沿線各地、それから新しい施設の魅力を堪能していただく。そうすれば地域では雇用が増え、若い人材も定着する。時間はかかるかもしれませんが、そうした将来をまたつくり上げていきたい。安全・安心を基盤にして、当社の事業とともに地域の活性化を図っていく。そしてチャンスに対してロスのないように、各所が協力をしながら盛り上げていく。ウイズコロナの時代にもしつかり土台をつくって成し遂げていこうと考えています。



# 地域とともにつくる観光コンテンツで 地域鉄道の魅力を 発信する

秩父鉄道は、30年以上の歴史を持つSL「パレオエクスプレス」の運行をはじめ、地域とともに汗を流してつくりあげた多くの観光コンテンツを持つ観光鉄道でもある。コンテンツ制作を担う企画部

にWEBサイト「おうちで秩父鉄道」や緊急事態宣言解除後にいち早く企画した各種イベントについての工夫、今の思いを伺った。



取締役執行役員 企画部長

坂本昌己

Masami SAKAMOTO

## コンテンツ制作で社員のモチベーションも向上

「おうちで秩父鉄道」は鉄道利用が減り、予定していたイベントが次々に中止となり、「実際の鉄道利用機会が少なくなっても、秩父鉄道とつながってもらいたい、そしてコロナが収束したら皆さんに当社線に乗っていただきたい」という思いで、企画部主導で立ち上げたサイトです。当社ではここ数年、YouTubeやSNSを活用した発信にも力を入れているので、そうした基盤がいち早いサイトの立ち上げにつながったと思います。

コンテンツは以前から当社で発信していたものに、新たに制作したものを加えました。特に秩父鉄道三ヶ尻線「前面展望」の動画は、同線が9月末で一部廃止になるので、そうした意味でも意義深いものとなりました。ステイホームを機会に皆さんにご覧いただき、秩父鉄道に親近感や関心を持っていただけたのではないかと思います。

現在の状況では先の見通しが立ちにくいので、大きなビジョンを決めるよりは、とにかくできることをやってみる。止まってしまっただけモチベーションも下がってしまいます。企画部のメンバーは若い社員が多いのでフットワークが良く、具現化も早い。何よりも、サイトを見ている方々と目線が同じなのだと思います。そうでなければこれほど見ていただけなかったでしょう。

## 感染防止対策に工夫しながらイベントを開催

当社の沿線地域には多くの観光資源があり、地域と協力しながらツアーやイベントの企画をつくり運営してきました。そうした地域の方との結び付きが財産となっています。こういう状況でも協力をしていただけますし、疲弊した地域を盛り上げるために何とかしたいという共通の思いがあります。緊急事態宣言の時から、これまでのイベントをどのような形にすれば実現可能かということはずっと考えていました。

秩父長瀬地域は屋外でのレジャーがメインとなるので、参加者やスタッフの検温やソーシャルディスタンスなど、感染防止対策に留意し

た中でイベントの内容を考え、早い段階で実現したのがハイキング企画です。開催の回数を増やして、1回の参加者の人数を少なくする。確かに手間と人手は増えて大変ではあるのですが、工夫しないと何もできないままになる。秩父長瀬地域を歩いてみたいというお客さまの声もあり、とても喜んでいただきました。

また以前行っていたSL車内でのイベントは難しいので、「えきdeマルシェ in ながとる」など駅を中心にしたイベントを開催しています。今後は駅を活用して地域の方々と連携できるイベントを行っていきたくて考えています。また、8月1日には三峰口駅構内のSL転車台公園プレオープン記念イベントとして(正式オープンは今秋予定)「ちちつ夏まつり」を開催しました。そのほか、秩父鉄道の関連施設を専用バスで巡るツアー「大人の秩父鉄道見学ツアー」や「夏のビールフェスタ in 長瀬」、今年初めての企画としては通常は立ち入れない熊谷貨物ターミナル駅構内で「秩父鉄道電気機関車撮影会」を開催しました。自己本位にならずに地域の方々とSNSでの反応を確認しながら実施しています。さらに、各イベントはこれまでは主に土日開催でしたが、夏休み期間中などは平日に振り替え、人数制限をして、お客さまが密にならないようにしていますので、安心して参加いただけたようです。「秩父鉄道はサイトを見ても実際に足を運んでも楽しい」と思われる環境づくりが今の私たちに最大限できることです。

## 個人に向けた訴求を行っていく

団体旅行やインバウンドが復活するにはまだ時間がかかると思いますので、今後は個人に向けた観光商品づくりが重要だと思っています。サイトで関心を持ってくださったお客さまに現地へいかに足を運んでいただくかがポイントになる。「都心から一番近い」と謳っている当社SL運行もこれまでは自由席が主体でしたが、来年度は指定席を設けて、事前に席が選べるようになります。

コロナ禍により、公共交通が不安に思われることもあり、これまで以上に乗客の安全と安心を遵守しながら、秩父鉄道と地域のファンづくりをして盛り上げていきたいと思っています。

## 沿線の宝を発掘し、 発信を続けていきたい

企画部 主任

春山彩花

Ayaka HARUYAMA



以前に三ヶ尻線の回送電車に乗る機会があり、私自身はディープな鉄道ファンではないので、利用者の目線で動画を撮影してみました。それを新設したサイトで公開したところ、大きな反響があり、とても嬉しかったです。あまり構えずに撮影し、公開したことが良かったのかもしれないですね。

コロナ禍で会社が休業となり、私自身、何をしてもよいものかわからず、社会も自分の将来もどうなるんだろうと漠然とした不安がありました。けれども上席から「今は厳しいけれど、先を見ていこう」と将来的なことを語っていただき、私たち若い社員も希望を持って、今、積極的に動かなければいけないと思うようになったんです。企画も、種のままではなく、アイデアを少し育てて具現化して提案すると、採用していただけることが多いんです。私自身は大学で観光を学び、コンテンツのヒントとなる宝探しが得意なので、今後も沿線や地域の宝を発掘し、発信していきたいと思っています。

## REPORT. III

### 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

[沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る]

# SNS戦略で 新たな関係性を デザインする

高松琴平電気鉄道は、コロナ禍の中でSNS等を活用して、多くの人とコミュニケーションを取り続け、自社への関心を深めた。地域と利用者とのリアルなつながり、デジタル上の発信など多様な関係性を構築している高松琴平電気鉄道の取り組みを伝える。

取材・文 茶木 環 (作家/エッセイスト)

撮影●織本知之/写真提供●高松琴平電気鉄道



高松琴平電気鉄道株式会社  
代表取締役社長

真鍋康正  
Yasumasa MANABE

高い自由度で迅速に「生の声」を発信

高松琴平電気鉄道（以下、ことでん）では3月頃から乗降客が激減した。地方鉄道のメイン利用者である学生は休校によって乗車せず、電車通勤していた人々は「密」を避ける意味合いから自転車やマイカー通勤にシフトした。管理本部経営管理部の植野直樹氏は「インバウンドを含めた定期外利用だけではなく、定期利用も目に見えて減っていった」と当時を振り返る。

こうした中でことでんは、SNSなどを活用して発信を続けていた。ことでは高松市の観光大使でもある「こちゃん」が発信する「Twitterは人気で拡散力も高い。

「フォロワーからの要望も多く、話題になっていたアマビエを絡めたデザインで感染防止対策を「Twitterで呼び掛けた。それを見たフォロワーからツイートされ、さらにリツイートされ、拡散されていた。コロナ禍の中でこちゃん面白いつぶやきをしている」と話題になり、フォロワーも一気に増えて、現在は6万人にもなった。鉄道ファン以外の人もことでんに関心を持つてくれるようになった」と植野氏はその影響の大きさを語る。交通手段とは異なるサービスを構築することができたという。

鉄道広告を担当する地域開発本部の西山公章リーダーも「2月頃から

広告が減少し、立て直しの目的からまずYouTubeチャンネルの開設を提案した。承認を得てすぐ動画を撮影して、申請の1週間後の5月18日にアップした。公式チャンネルでしか撮影できない映像だったので、開始から3カ月でチャンネル登録者数が6000人以上になり、約50社の鉄道事業者の公式チャンネルのうち、ことでんは9位（8月現在）。最初は鉄道ファンがほとんどだったが、Twitterとのシナジー効果でこちゃんファンも増えて来た」と語る。YouTubeでの広告の収益化は当初、半年後を目指していたが、2カ月半で実現できたという。

コロナ禍の中でも、比較的自由でスピード感をもった情報発信が若い社員を中心に行われ、ステイホームでWEBを見る時間が増えた人々に訴求できたと言える。こうしたユニークな情報発信について、真鍋康正代表取締役社長は「会社として階層ごとに決裁しながら情報発信すると時間がかかる。特に毎日のように状況が激しく変わるコロナの環境下では基本的な方針は会社で示しつつも、原則的にはそれぞれの若い担当者が自由に自分の思いをしっかり発信してくれた。結果として、発信する側の人柄や本意、また熱量が表れたものとなった。多くの会議や稟議を経ると硬く標準的で真面目なものになりがちで、さまざまな情報が錯綜したコロナ禍の中では伝わりにくい。できるだけ生の言葉で語り掛けることを

## 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】

大事にしてきたし、これからも続けていきたい」と語る。

これまでも情報がいかに届くかを主眼にして発信を続けてきたこととんだが、今回の非常時にはさらにアクティブな発信でメッセージを届け、ことへの関心を深めることにつながった。

### 減便と感染防止対策に取り組む

4月16日に緊急事態宣言の対象が全国に拡大され、国内の感染者は1万人

を超えた。外出自粛が要請される中で、ことでは4月29日から鉄道の運行本数の減便に踏み切った。琴平線、

長尾線、志度線の全路線で従前は平日382本のところ、平日は244本、休日には152本とした。減便は夜間と閑散時間帯を中心とし、終電も約2時間早めた。緊急事態宣言の解除後は、需要の回復に応じてダイヤを戻しつつあり、現在では日中を30分に1本、終電を1時間延長し、運行本数を従前の14%減としている。ただ、新しい生活

様式の定着によって、従前の本数に戻すには課題も多い。

「高齢者の外出を考慮して日中の本数を増やしてほしい」「沿線地域の商店街としては、終電の時間を戻しても「りたい」。利用者や地域それぞれの要望はあるが、利用者数は戻ってはいない。スタンダードを定めるにはまだ検討や対話が必要だろう。

一方、感染防止対策としては、定期的な駅や車内の消毒、換気のため車両の窓を開けての走行、乗車密度を測定



ことでの公式駅員「ことちゃん」は高松特別ゆめ大使も務める

し、それに応じて車両編成数を2両から4両に増やすなど、さまざまな施策を取っている。また、車内の会話を控える呼び掛けの中吊りやポスターを作成、かなりの効果を挙げている。

### 関係性をデザインする

コロナ禍での活動でも発揮されたように、ことではユニークな情報発信や企画によって、沿線地域を越えて親しみやファンを創出している。個々の取り組みは決して大きなプロジェクトではないが、地方鉄道として地域住民や観光客の移動や地域の活性化を担い、定住人口・交流人口を含め、大勢の人々とコミュニケーションを取っている。

瓦町駅構内にレトロ感のある「電磁車両コトディーン」の感染予防ポスターが貼ってあり、それを見た女子高生が「面白い」と話していた。コトディーンは架空のロボットキャラクターであるが、背景には地域の歴史を盛り込んだストーリーがあるという。

また、リモート会議が増えたことから、個性的な意匠の会議用の背景を制



管理本部 経営管理部

植野直樹

Naoki UENO



「電磁車輛ゴトデン」ポスター（左）。駅構内に掲示したポスターで利用者に感染予防を呼び掛ける



「疫病退散」ポスター（左）。「ことちゃん」に癒される人気



ゴミ捨てマナーを呼び掛ける「ことちゃん」

作した。ことちゃんのTwitterでもソーシャルメディアスタンスを意識してプロフィールの名前も一文字ごとにスペースを入れるなど、楽しい気分を誘う工夫を盛り込み制作されている。

「ことでん電車まつり」で実施した「線路」を販売（敷設工事付き）する企画では、あえて住宅メーカーの広告風に告知をつくり、「踏切のある生活」とタイトルを付けた。このような遊び心を表出した企画は「ことでんがまた面白いことをやっている」と関心を持たれ、SNSで拡散されていくという。

「鉄道会社」というと、業界全体が真面目で固いイメージがあるので、それとのギャップもあって広く関心を持たれるようになった。そういう意味では意匠とユーモアはユーザーと関係を構築する上で大事な要素だと考えている。事務的な広報をしても、それはコミュニケーションではない。コミュニケーションは、何かを伝えて、返事が来て、それにまた返事をしてという双方向であるべきで、そこにどれぐらい個性や人格が表れるか。親しみを持ち、話し掛けやすい存在になっていくか。見た目の意匠だけではなく、関係性をデザインすることが私たちにとても重要だと考えている」と真鍋社長は語る。

特にコロナ禍では、利用者やフォローなどの情報の受け手も安全や安心に関する情報をこれまで以上に強く求めるようになっており、ユーモアと

もに、それに対する的確で、先が見えない時代の中でも少し希望が持てるような内容を発信することで、会社としてのメッセージを伝えている。

### 地域の公共交通再編を目指して

2018年3月から、ことでんの全路線で「Suica」「ICOCA」「PASMO」など10種の交通系カードが使用できるようになっているが、ことでは2005年2月より、地域独自のICカード「IruCa（イルカ）」を開発・運用し、それ以降、地域での買い物や香川大学の学生証など、地域の人々が日常生活で使用できるツールとして、地域とともに発展させてきた経緯がある。公共交通の利用者はもちろん非利用者も、そして提携する地域の商店街などもIruCaカードでつながっていたわけである。先述のように、将来的なダイヤなど実務的な課題については、地域と直に向き合っていく必要があるが、その基盤がある。その一方で、コミュニケーションのあり方は変化している。SNSのフォ



地域開発本部 リーダー  
**西山公章**  
Masafumi NISHIYAMA



# 特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

【沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る】

ローワーなどは日常利用する沿線住民よりも地元以外の人々が多い。「第三者の目によることでんへの評価を地域の人々に知ってもらうことも重要と考えている」と真鍋社長は語る。自分の地域には多くの人から関心を

持たれている鉄道が走っているという誇りを地元の人々が持つことで、地域の人々にさらに愛され、理解を深めてもらう循環を目指しているという。「SNSのフォロワーと、現実に利用する地元の方々のこととでんに対する



上・左/駅の窓口や車両にはこまめに「お知らせ」を掲示する 下/ことでん電車まつりが開催される仏生山車両所



駅ではさまざまな感染防止対策を取っている。改札機をアルコール拭きする係員



2020年度内に開業予定の新駅・伏石駅

受け止め方は大きく異なる。コロナ禍でその幅はさらに大きくなったと思う。けれどもどれも正しいというのではなく、多様な意見があることを伝えていきたい」と真鍋社長は語る。イメージをあえて固定させないことは、多様な人々との関係性を築いていく上で重要だという。定住人口、交流人口、関係人口でもない多くの人々との関係性を築いていく手法は、少子高齢化や人口減少という課題を抱える地方鉄道にとって糸口の一つとなるだろう。

ファンを増やしていきたい」と意気込みを示す。ことでは、2020年度内に三条駅・太田駅間に新駅（伏石駅）開業を予定している。公共交通の再構築を目的とした伏石駅は国道11号バイパスや高松自動車道との交差点部に設置され、高速バスや路線バスとの接続が実現する計画であり、さらに太田駅・仏生山駅間の香川県道147号線との交差点部にも新駅の整備が検討されており、バスなどの乗り換えが可能となる。このため、現在は単線区間である栗林公園駅・仏生山駅間の複線化も検討されている。

「瓦町FLAG」で開催する。自身も熱心な鉄道ファンである西山リーダーは「仏生山会場はファミリーで楽しめるもので、瓦町FLAGは差別化して将来的には鉄道ファンの聖地に育てていきたいと考えている。最近ではイベントを通じて伊予鉄道や若桜鉄道、JR四国などとも連携し、輪が広がってきた」と期待を寄せる。

「公共交通は事業者・利用者双方が感染防止に努めれば決して危険ではない。そして、地方都市において公共交通の存在意義が大きいことに今も変わりはない。それをコミュニケーションの中でお伝えしながら、この計画を進めていく。自動運転やライドシェアなど他の交通モードが変化し、社会が変容する中で、交通弱者も含めて誰もが移動の選択肢を持てる都市機能が重要となっていく。ことでは今後も人々の移動に一層、寄与していきたい」と真鍋社長は語る。

## 地方鉄道の存在意義に変わりはない

植野氏は「鉄道収入は前年度対比で約4割減となっている。感染防止対策を取りながらイベントを復活させている。SNSで盛り上げたり、話題性に富んだグッズを制作して、こと

(本記事は2020年8月18日・28日取材時の内容です)



緊急事態宣言下の渋谷駅田園都市線ホーム。2020年5月15日撮影(写真：東急株式会社)

### 東急電鉄 利用者への感染症対策



①車内のつり革、手すり、握り棒など消毒清掃を実施

- 2. 7 国土交通省、厚生労働省から要請の感染症対策ポスターを掲示。
- 2. 17 駅構内放送・車内放送で、感染防止対策（咳エチケット・オフピーク推奨・窓開けなど）への協力呼び掛けを開始。
- 2. 19 10日毎に車内の消毒清掃を実施（写真①）。
- 2. 25 お客さま対象のイベントは原則延期または中止とする。
- 2. 27 駅構内の施設・設備について、除菌洗剤を用いた定期清掃を実施。
- 2. 29 「電車とバスの博物館」を当面の間、臨時休館。

- 3. 2 通学定期券の特例による払い戻しを開始。
- 3. 3 車内の窓開けをお願いする車内アナウンスを開始。
- 3. 4 S-TRAIN 列車指定券の無手数料払い戻しを実施。
- 3. 5 車内換気のため、出庫時に全車両1両あたり4カ所程度の窓開けを実施（写真②）。
- 3. 6 主要22駅にアルコール消毒液を設置。
- 3. 6 各駅旅客トイレのハンドドライヤー（ジェットタオル）の使用を休止。
- 3. 10 各駅窓口ウイルス除去剤を設置。
- 3. 14 渋谷ちかみちラウンジ、パウダールーム、ベビールーム、ドレッシングルーム（4施設）を一時閉鎖。
- 3. 19 「窓開け換気」の告知強化。
- 3. 31 全駅旅客用トイレに水石鹸器設置完了（写真③）。

### 新型コロナウイルス対策本部を設置、 鉄道利用者、従業員の感染症対策を実施。

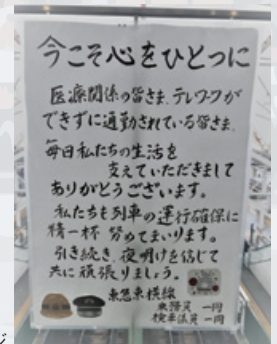
新型コロナウイルス感染拡大に伴い、東急電鉄では1月31日に「新型コロナウイルス対策本部」を設置し、社内外の情報収集と感染症対策の立案・推進に取り組んだ。2月中旬から、車両の定期消毒清掃を開始し、出庫時の車両の窓開けや車内アナウンスでの換気の呼び掛け、駅構内施設・設備の除菌清掃、アルコール消毒液やウイルス除去剤の整備などさまざまな取り組みを実施し、利用者の不安解消に努めた。また、入手困難となったマスクや消毒液の調達に力を入れ、従業員が安心して業務にあたるよう各職場に配布した。

### 緊急事態宣言下でも通常運行を継続、 鉄道利用者に応援メッセージを掲出。

鉄道事業は政府に「社会機能維持に関わる者として事業継続を要請される事業者」に設定されている。緊急事態宣言下、4月7日に危機管理本部を設置し、運行本数の見直し等の検討も行われたが、エッセンシャルワーカーに交通手段を提供し、利用者の「3密」を回避するため、通常運行が継続された。

また、この未曾有の事態を乗り越えたいという現場の思いは強く、池上・多摩川エリアの各駅では「東急線を利用しているお客さま」に感謝を伝えるメッセージを掲出。同様の取り組みは、元住吉駅や長津田駅など各駅で行われ、五反田駅管内では旗の台駅が最寄りの昭和大学病院、洗足池駅が最寄りの都立荏原病院（いずれも新型コロナウイルス感染症対応病院）へ、感謝とエールの思いを込め、係員直筆の手紙を送った。

元住吉駅に掲出したメッセージ



# COVID-19 2020年1月

## 民鉄はどのように向き合い 鉄道を動かし続けたのか

### コロナ禍における東急電鉄の感染拡大防止への取り組み

2020年1月に国内初の感染が確認されて以降、全国に感染が拡大した新型コロナウイルス。政府は4月7日、7都府県に緊急事態宣言を発令し、4月16日には全国へと拡大させた。外出自粛要請・緊急事態宣言下、鉄道というライフラインの安全・安定運行が求められた民鉄各社は、刻一刻と状況が変わる先の見えない状況の中で、どのような対応をもって鉄道運行を維持したのか。そして、いまなお収束の兆しが見えない中、利用者と同業員の安全・安心を第一に、どのような取り組みを続けているのか。2020年上半期のコロナ禍に関連する動向をARCHIVESとして時系列に整理しつつ、東急電鉄における感染拡大防止への取り組みを紹介する。

資料・写真提供／東急電鉄株式会社



	新型コロナウイルス感染症に関する主な動き	東急電鉄 従業員への感染症対策
January	1. 6 中国 武漢で発生した原因不明の肺炎に関し、厚生労働省が注意喚起。 1. 14 WHO 新型コロナウイルスを確認。 1. 16 日本国内で初めて感染を確認。 1. 30 WHO 「国際的な緊急事態」を宣言。 1. 31 新型コロナウイルスが「指定感染症」に定められる。2月1日より政令施行。	<b>1.31 新型コロナウイルス流行に伴い、新型コロナウイルス対策本部を設置。</b> 1.31 従業員に出勤前検温、罹患予防のための手洗い、うがい、手指消毒等の励行を徹底。
February	2. 3 乗客の感染が確認された大型クルーズ船が横浜港に入港。 2. 11 WHO 新型コロナウイルスを「COVID-19」と名付ける。 2. 24 政府の専門家会議が「これから1～2週間が瀬戸際」との見解を示す。 2. 26 政府の新型コロナウイルス対策本部は今後2週間の大規模なスポーツ・文化イベントの中止・延期・規模縮小等の対応を要請。 2. 27 政府の新型コロナウイルス対策本部は全国の小中高校に3月2日から春休みに入るまでの間、臨時休校を要請。	2. 1 感染予防備品（マスク、アルコール等）を各職場へ配布。 2. 7 従業員のマスク着用を徹底。 2. 25 イベント・会合、不急の会議は原則延期または中止とする。 2. 25 新型コロナウイルスの感染拡大状況を踏まえ、新型コロナウイルス対策本部は、原則毎朝、対策会議を開催。 2. 27 新型コロナウイルス対策本部は、24時間土休日においても速やかに対応できる体制を構築。 ※ 4/2以降、リモート会議で開催。
March	3. 9 政府の専門家会議が「3条件（密閉・密集・密接）の重なり避けて」と呼び掛け。 <b>3.11 WHO 「パンデミック」を認定。</b> 3. 19 政府の専門家会議が提言、「感染拡大地域では自粛検検を」。 <b>3.24 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会1年程度延期が決定。</b> 3. 25 東京都は平日の在宅勤務や夜間、週末の不要不急の外出を控えるよう呼び掛け。 3. 28 国内の感染者1500人を超える（クルーズ船を除く）。	3. 2 国内外を問わず不急な出張を延期。 3. 27 本社勤務員は在宅勤務を原則とする。 3. 30 3密防止のため、各職場で、換気や空気清浄機の設置、業務見直しによる出勤人数の抑制等の取り組みを進める。



③全駅旅客用トイレに水石鹸器を設置



②出庫時に実施する車内窓開け作業

④密閉防止のため自動ドアを開放

- 4. 1 企画乗車券「おトクなきっぷ」(5種類)の発売を休止
- 4. 8 緊急事態宣言発令による通勤定期券の特例による払い戻しを開始。
- 4. 13 シースルー改札とホーム待合室は、換気と密閉回避を目的に自動ドアを開放(写真④)。
- 4. 14 「マスク着用、車内での会話、咳エチケット」等のエチケット放送を開始。
- 4. 16 訪日外国人旅客向けIC企画乗車券「TOKYO SUPPOTERS PASS」の発売を延期。
- 4. 22 自宅で楽しめる「おうちで過ごそう♪プロジェクト」を実施。  
※東急線キャラクター「のるん」体操動画・ぬりえの公開。
- 4. 25 定期券売り場の土休日の営業を休業。
- 4. 27 大井町線Qシートのサービスを休止。
- 4. 29 S-TRAINを運休。



- 5. 1 「おうちで過ごそう♪プロジェクト」の第2弾を実施。  
※鉄道現場の現実 おうちで見る～eyemovie～ YouTube動画配信開始。  
※駅関連①～⑩、車両工場①～⑤を公開中。
- 5. 15 各駅の係員窓口に、お客さま向けアルコール消毒液を配置。
- 5. 22 ガイドラインに基づき、駅券売機、定期売り場の待ち位置にソーシャルディスタンス目印を掲示。
- 5. 25 オフピーク・分散乗車へのお願いを目的に、「朝ラッシュ時間帯のお客さまのご利用状況について」をHPにて掲載。
- 5. 28 【東急電鉄】車両の窓の開閉、消毒作業～新型コロナウイルス感染防止～ YouTubeにて動画配信開始。
- 5. 30 定期券売り場の土休日の営業を再開。

- 6. 4 「マスク着用のお願い」について、車内アナウンスを強化。
- 6. 5 車両の抗ウイルス・抗菌を目的としたコーティング加工を実施(写真⑥)。
- 6. 6 S-TRAINの運行を再開。
- 6. 12 車内換気・マスク着用等感染予防へのお願いポスターの掲出を開始(写真⑦)。
- 6. 25 所属全車両の抗ウイルス・抗菌加工が完了。車内には抗ウイルス・抗菌加工済みを示すステッカーを貼付。
- 6. 29 「電車とバスの博物館」が営業時間、休館日を変更して再開。

- 7. 16 夏のイベント「親子でめぐろう!東急線電車スタンプラリー」開催見送りを決定。

- 8. 10 「定期券うりば」の営業時間を当面の間、短縮。
- 8. 25 車両に続き、駅構内で利用者が手を触れる箇所への抗ウイルス・抗菌加工を開始(写真⑧)。全駅の①エレベーターのボタン、手すり、壁面 ②自動改札機 ③券売機・精算機・チャージ機のタッチパネル部分への抗ウイルス・抗菌加工を実施。施工完了箇所には抗ウイルス・抗菌加工済みを示すステッカーを貼付。



⑥車内抗ウイルス・抗菌加工作業



⑧自動改札機の抗ウイルス・抗菌剤塗布作業

従業員の不安感を軽減するため、現場での意見を吸い上げ、対応。

緊急事態宣言の発令を受け、本社勤務者は原則在宅勤務とし、約8割がテレワークで業務にあたった。

一方、現業職場では「列車運行の安全を確保するため、人員を大きく削減できない」という前提があり、駅サービスの一時的な見直し、工事の一時延期など、運行維持に必要な機能に絞り込むことで、感染拡大時にも鉄道運行継続が可能な体制づくりを行った。

鉄道の社会的使命に変わりはない。需要減少に左右されない強靱な鉄道を目指す。

鉄道運行にかかる費用は、車両や線路の維持管理費用など固定費が多い。

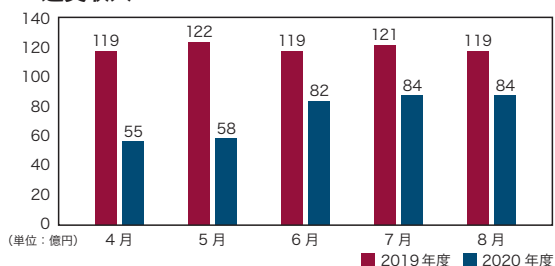
緊急事態宣言解除後も、リモートワークの定着など生活様式の変化に伴い、鉄道による移動の縮小が続き、鉄道経営は厳しい状況に直面している。しかし、クオリティの高い移動サービスを提供するという鉄道事業者の社会的使命に変わりはないため、東急電鉄では、緊急事態宣言解除後に、安全を確保しつつも固定費の削減など事業構造の変革に取り組んでいる。経営の緊急事態を、むしろ未来に向けて生産性を高める機会と考え、常識やしがらみにとらわれない新しい視点で、需要減少に左右されない強靱な鉄道を目指している。

■輸送人員

(単位:%)

2020年度	定期 前年比	定期外 前年比	合計 前年比
4月	▲39.3	▲69.4	▲51.7
5月	▲42.9	▲64.7	▲51.4
6月	▲33.4	▲32.3	▲33.0
7月	▲32.0	▲29.5	▲31.0
8月	▲28.8	▲28.4	▲28.7

■運賃収入



# 特集：特集：コロナ禍と向き合う民鉄各社

[沿線のライフラインとしての責務を果たし、信頼を得る]

4  
April

- 4. 7 首都圏など7都府県を対象に、**緊急事態宣言を発令。**
- 4. 9 国内の感染者 5000 人を超える（クルーズ船を除く）。
- 4. 10 東京都が休業を要請する 6 つの業態や施設を公表。
- 4. 16 **緊急事態宣言の対象を全国に拡大。13 都道府県は特定警戒都道府県に。**
- 4. 18 国内の感染者 10000 人を超える（クルーズ船を除く）。

- 4. 1 入社式の中止。
- 4. 7 **国・自治体の緊急事態宣言により、緊急管理本部を設置。**  
※新型コロナウイルス対策本部は継続設置。対策本部が収集、分析した情報や対応策は緊急管理本部に報告。
- 4. 9 緊急事態宣言下における健康管理の再徹底（PCR 検査受診判明時の報告方、業務見直し、3 密防止）。
- 4. 13 在宅勤務のさらなる徹底（在宅勤務目標 8 割）。
- 4. 13 各駅のシースルー改札、定期券売り場、カウンター上に飛沫防止用ビニールシートを設置（写真⑤）。

5  
May

- 5. 1 政府の専門家会議が感染拡大を予防する「新しい生活様式」を提言。
- 5. 3 国内の感染者 15000 人を超える（クルーズ船を除く）。
- 5. 4 緊急事態宣言を全国一斉に 5 月末まで延長することを決定。
- 5. 14 **39 県で緊急事態宣言を解除。8 都道府県は継続。**
- 5. 14 鉄道連絡会が「鉄軌道事業における新型コロナウイルス感染症対策に関するガイドライン」（第 1 版）を作成。
- 5. 21 **3 府県（大阪・兵庫・京都）で緊急事態宣言を解除。首都圏と北海道は継続。**
- 5. 25 **首都圏を含む全域で緊急事態宣言を解除。**

- 5. 10 世田谷線の全車両に、運転台と客室の間を仕切る感染予防シートを設置。
- 5. 14 鉄道連絡会「鉄軌道事業における新型コロナウイルス感染症対策に関するガイドライン」（第 1 版）に基づき、各職場で感染症対策を再徹底。
- 5. 25 **緊急事態宣言解除により、危機管理本部を解散。**  
※新型コロナウイルス対策本部は継続設置。



⑤ビニールシートを設置したシースルー改札

6  
June

- 6. 19 都道府県をまたぐ移動の自粛要請を全国で緩和。
- 6. 23 旅行連絡会が「新しい旅のエチケット」を作成。
- 6. 28 世界の感染者数が累計で 1000 万人を超える。

- 6. 5 酷暑を見据えたマスク着用方を徹底。
- 6. 9 事業構造変革委員会を設置。  
※新型コロナウイルス対策本部は同委員会へ移行。

7  
July

- 7. 7 国内の感染者 20000 人を超える（クルーズ船を除く）。
- 7. 8 鉄道連絡会が「ガイドライン」（第 2 版）を作成。
- 7. 22 「Go To トラベルキャンペーン」開始。
- 7. 26 国内の感染者 30000 人を超える（クルーズ船を除く）。

8  
August

- 8. 11 国内の感染者 50000 人を超える（クルーズ船を除く）。
- 8. 11 世界の感染者数が累計で 2000 万人を超える。



**新型コロナウイルス  
感染予防に向けたお客さまへのお願い**

東急線では、現在、車内換気として空調の使用と一部窓開けを実施しています（1車両につき4ヶ所程度）。また、各駅の改札付近にアルコール消毒液、トイレにはハンドソープをご用意しています。

**窓開けて車内換気。**  
窓開けは5〜10cm程度を目安に引き下げてください。  
（強い風は、強めに引き下げてください。）

**会話は控えめに。**

**マスクの着用も。**

※窓開けのほか、ドア開閉にも換気が促進されます。

車内や駅構内ではマスクを着用の上、会話は控えめにしてください。ラッシュ時間帯を避けた時差通勤やテレワークなど混雑緩和へのご協力もお願いいたします。

**東急電鉄**

⑦新型コロナウイルス感染予防ポスター（東京地下鉄株式会社より各社に提供された素材を基に作成）

緊急事態宣言下の渋谷駅渋谷ヒカリエ2改札。2020年5月15日撮影（写真：東急株式会社）



広隆寺の前をゆく嵐電

連載 第5回

# 民営鉄道の 起源を訪ねて

鉄路は何を目指したか



## 24分で旅する京都の 1400年

京都はどの路線に乗っても歴史を感じさせる駅名が続き、それだけでも旅気分を高めてくれるが、京福電気鉄道嵐山本線・北野線（以下、通称の嵐電で統一する）ほど由緒深い名前が並ぶ路線はないだろう。

たとえば、常盤は嵯峨天皇の皇子・源常が山荘を築いた地であるし、帷子ノ辻は絶世の美女であった嵯峨天皇の皇后の帷子（単衣の着物）が舞い落ちた場所とされる（諸説あり）。

太秦広隆寺駅の「太秦」という地名は平安遷都以前にさかのぼる。京都を開拓した秦氏の根拠地であったことによるといわれ、その氏寺でもあった広隆寺の創建は推古天皇11（603）年だという。

つまり、嵐電は四条大宮―嵐山を24分、北野白梅町―帷子ノ辻を11分で走りながら、京都の1400年の歴史も駆け抜けていることになる。

実は嵐電の歴史も波乱に満ちている。

嵐電の歴史は、嵐山電車軌道が明治43（1910）年に、京都（現・四条大宮）―嵐山の間で開業したことに始まる。「嵐電」という通称はこの嵐山電車軌道の略称に由来している。8年後の大正7（1918）年、嵐山電車軌道は京都電燈に合併された。

京都電燈は明治21（1888）年に創立された京都・福井など関西から北陸をテリトリーとする電力会社で、大正3（1914）

京都府

# 京福電気鉄道

嵐山本線・北野線

文・渋谷申博

text by Nobuhiro SHIBUYA

## 北野天満宮



学問の神様として知られる菅原道真公を祀る。全国の天満宮・天神社・北野神社の総本社。開業時の北野線は北野天満宮のすぐ南側にあった北野駅を起終点駅としていたが、昭和33(1958)年に北野-白梅町(現・北野白梅町)が廃止となり、現在の路線の姿となった。

## 仁和寺



宇多天皇が仁和4(888)年に創建した。真言宗御室派総本山。宇多天皇が退位後に住したことから「御室」と呼ばれるようになった。もとは御所の紫宸殿であった金堂など、雅な雰囲気だたよう古寺である。

## 妙心寺



花園上皇の御所に建武4(1337)年に創建された禅宗寺院。臨済宗妙心寺派大本山。仏殿・法堂・大方丈など主要伽藍が重要文化財に指定されている。

## 嵐山



京都を代表する観光地である嵐山は、平安時代の皇族・貴族がその風光を愛した地でもあった。9世紀には嵯峨天皇の皇后が檀林寺を建てた。室町時代にはその跡地に天龍寺が創建されたが、嵐山全体がほぼその境内であった。嵐電の前身の嵐山電車軌道も嵐山観光の客の輸送を主たる目的として建設された。

## 車折神社



平安後期の儒学者・清原頼業公を祀る神社。頼業公は「その才、神というべし」と称えられた秀才。車折神社という変わった社名は、社頭を通り過ぎようとした牛車が壊れたことによるともいう。なお、嵐電の車折神社駅は車折神社の裏参道の入口に面している。

## 蚕ノ社(木鳥神社)



正しくは木嶋坐天照御魂神社。天之御中主神など5柱を祀る。京都最古の神社の一つ。蚕ノ社という俗称は境内に鎮座する蚕養神社(養蚕の神を祀る)に由来する。珍しい三柱鳥居(写真)があることでも知られる。

### ■嵐電(嵐山本線・北野線)路線図



## 京福電気鉄道株式会社

Keifuku Electric Railroad Co., Ltd.

設立 昭和17(1942)年3月  
嵐山本線 四條大宮-嵐山(7.2Km)  
北野線 北野白梅町-帷子ノ辻(3.8km)  
<https://www.keifuku.co.jp/>

年からは福井県で鉄道事業も始めている。電力会社が鉄道事業をするというのは今の感覚では不思議に思えるが、当時は電気の安定需要を確保するためのものとして各地で行われていた。

その後、京都電燈は叡山電鉄(現在の叡山電鉄叡山本線・叡山ケーブル)の建設や福井の鉄道会社の買収を行い、嵐電でも帷子ノ辻から北野天満宮に向かう北野線を大正14(1925)年に開業(直通運転は翌年から)させるなど鉄道事業を拡大していった。

昭和17(1942)年に京都電燈から分離独立した京福電気鉄道は、京都電燈が京都と福井で行っていた鉄道事業を引き継いだ会社だった。「京福」という社名はここに由来していると言われる。

昭和60(1985)年以降は叡山本線・鞍馬線の分離(叡山電鉄への営業譲渡)など合理化が進められ、平成15(2003)年には福井地区の鉄道事業がえちぜん鉄道に譲渡された。

これによって鉄道事業では「京福」の「福」がなくなってしまうわけだが、同社グループはバス事業や不動産事業などでも福井で活躍している。

嵐電では近年、J・R・阪急・京都市営地下鉄・市営バスとのネットワーク強化「結節改善」が進められてきた。また、車体色が伝統色の京紫へと順次変更されたこともあって、古都の景色に溶け込むインスタ映えする電車として若い世代にも注目されてきている。

### しぶやのぶひろ

1960年、早稲田大学第一文学部卒。日本宗教史研究者。「カラー版 神社に秘められた日本書紀の謎」(宝島社)、『聖地鉄道めぐり』(G.B.)、『眠れなくなるほど面白い 図解 仏教』(日本文芸社)、『諸国神社 一宮・二宮・三宮』(山川出版社)ほか著書多数。



# みんな Vol. 74 | AUTUMN 2020 秋号

●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: <https://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 (東武鉄道、西武鉄道、京成電鉄、京王電鉄、小田急電鉄、東急電鉄、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)

●日本民営鉄道協会 会員 / 弘南鉄道、津軽鉄道、青い森鉄道、岩手開発鉄道、仙台空港鉄道、福島交通、アルピコ交通、上田電鉄、長野電鉄、富山地方鉄道、万葉線、北陸鉄道、ひたちなか海浜鉄道、上信電鉄、上毛電気鉄道、秩父鉄道、新京成電鉄、関東鉄道、銚子電気鉄道、小湊鐵道、山万、東武鉄道、西武鉄道、京成電鉄、京王電鉄、小田急電鉄、東急電鉄、京浜急行電鉄、東京地下鉄、相模鉄道、高尾登山電鉄、江ノ島電鉄、湘南モノレール、箱根登山鉄道、富士急行、伊豆急行、伊豆箱根鉄道、岳南電車、静岡鉄道、大井川鐵道、遠州鉄道、豊橋鉄道、名古屋鉄道、三岐鉄道、えちぜん鉄道、福井鉄道、京福電気鉄道、叡山電鉄、嵯峨野観光鉄道、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、北大阪急行電鉄、泉北高速鉄道、水間鉄道、和歌山電鐵、紀州鉄道、能勢電鉄、神戸電鉄、山陽電気鉄道、岡山電気軌道、水島臨海鉄道、広島電鉄、一畑電車、高松琴平電気鉄道、伊予鉄道、とさでん交通、西日本鉄道、島原鉄道、長崎電気軌道、熊本電気鉄道

●企画編集 / 一般社団法人 日本民営鉄道協会 広報課

●企画編集協力 / 時事通信出版局「みんなつ」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。