

## 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、この非常事態にお客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なものとなり、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

平時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。

各駅の主な取り組みを挙げると、大阪梅田駅では、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



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

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。

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





「#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

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

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

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。「ビルボードライブ」は阪神グループ



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）

る。球場のガイドツアーは1便あたりの定員を減らし、見学箇所も観客が立ち入れるスペースのみとした。毎回約80人を募集していたトークショーはオンライン開催したところ好評で、半数は京阪神からだが、残り半数はほかの地域からの参加だったという。今後は当面、人数を制限して観客を入れ、同時にオンライン配信（有料）を行う。

また、今年、大会が中止となった高校球児たちのために、日本高等学校野球連盟に加盟する野球部と硬式・軟式女子野球部の高校3年生全員に「甲子園の土」を入れたキーホルダーを贈った。

「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

プが運営している。

「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。

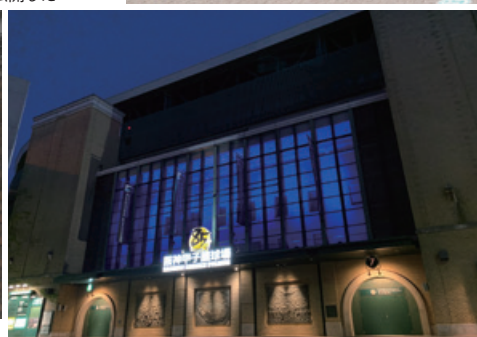
ビルボードライブでは、休演になった国内外約20人のアーティストに呼び掛け、各自が撮影したビデオメッセージを提供してもらい、「#stayhome」ページにまとめ、4月から公開を開始した。また、「ポップス+オーケストラ」の企画で2000人収容のホール会場でコンサートを行ってきた「ビルボードクラシックス」も、アーティストのメッセージや過去の公演映像を公開した。この二つのページが立ち上がった頃、「#ほっとはんしんプロジェクト」が準備を進めていることを聞き、参画を決めた。

「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

「#stayhome」を公開した。ビデオメッセージを公開した。甲子園球場関連では多彩なコンテンツを公開した。

「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。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、その広がりには大変にうれしい」と語る。

リアルな良さを維持する一方で、充実したコンテンツ配信するなど、提供の形は変化していきながらも、スポーツやエンタテインメントを通じて、変わらず文化が繋がっているのだから。

### 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。

「おうちでHANSHIN健康メッセ」は、沿線価値創造推進室の前身である経営企画室沿線活性化担当が兵庫医科大学や神戸大学医学部と連携して

2016年より毎年開催してきた「HANSHIN健康メッセ」（昨年の来場者は1万1000人）が今年も開催中止となったため、オンラインイベントとして実施したものだ。医療従事者からのメッセージや子どもたちに医療従事者の仕事を伝える動画、コロナ禍を生き抜く心の持ちようについて研究者が子どもと対話するZoomミーティングなど、充実した内容となっている。

「人の交流をリアルで行いづらくなったときに、どうやってその交流をつくるか。つながりを維持するか。『#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であることを実感した」と広報的な視座から語る。

今回、このサイトに掲載されたコンテンツからも阪神電気鉄道の「社員のある気を尊重する企業風土」が感じられるが、このサイトに関わった個々の人々はこの経験を経て、次なる一歩へ踏み出しつつある。

(本記事は2020年8月19日・20日・28日取材時の内容です)