

## しなの鉄道株式会社 開業 15 周年記念講演

# しなの鉄道と百年構想 ～Homeのある風景を走る～

日 時：平成 24 年 7 月 6 日（金）13：30～

場 所：上田パレオ 2 F

講 師：傍士 銑太 氏

（日本経済研究所 専務理事）

### 1. 開会のことば

司会：本日はしなの鉄道開業 15 周年記念講演会にご出席いただきありがとうございます。

当社は、お客様をはじめ、沿線地域の皆さま方に支えられながら、本年 10 月に開業から 15 周年を迎えることになりました。この記念事業の一環といたしまして、本日は一般財団法人日本経済研究所専務理事で地域未来研究センター長の傍士銑太様をお迎えしまして、「しなの鉄道と百年構想～Homeのある風景を走る～」をテーマに街づくりやスポーツなど沿線地域とのパートナーシップによる愛される地域交通の在り方について具体的にお話を賜りたいと思います。

傍士様は、高知市出身で、日本開発銀行、現在の日本政策投資銀行に入行後、フランクフルト首席駐在員、地域振興部審議役などを歴任され、2009 年より現職であります。専門は地域の自立と地方分権を両立する地域イニシアティブ論、欧州や J リーグを先導的事例として、スポーツ、交通、街づくり、観光、環境、文化など地域の未来を具体的にデザインするために全国各地で活動をされています。

また、2009 年から 2010 年まで長野県並行在来線基本スキーム検討委員会の委員を務められたほか、J リーグ理事など多方面で活躍中であります。ご当地ナンバー、ご当地プレートの提唱者でもあります。それでは、傍士様よろしくお願いたします。

## 2. 傍士氏講演

### (1) ご挨拶

皆さん、こんにちは。ご紹介いただきました傍士でございます。今回は、しなの鉄道 15 周年という記念の時に招きいただきまして誠にありがとうございます。

ご紹介のようなプロフィールのきっかけは、1998 年にドイツのフランクフルトに赴任したことです。

そもそも、ドイツに行くことができて、地域の仕事に携われることで選んだ銀行でもありました。20 年目に念願叶いドイツへ、帰国後から地域のお手伝いの仕事をしております。

先ほどございましたように、長野以北並行在来線問題の委員をさせていただいていました。よくよく考えると、電車には縁があります。生まれ育った高知には今も路面電車が走っていて、小さいとき「何になりたい？」と聞かれ「土佐電鉄の運転士さんになりたい」と言っていたことを覚えています。父親の仕事の関係で引っ越した安芸市にも電車が走っていました。今では、アンパンマン号という、やなせたかし氏ゆかりの電車があります。

銀行に入った後に赴任した福岡も、直前まで西鉄の路面電車が走っていて、次の鹿児島にも市電が走っていました。つい最近では、2004 年から 2 年間岡山勤務でしたが、ここでも岡電という路面電車が走っていました。

フランクフルト駐在時に、富山経済同友会の視察団が「万葉線を廃止すべきかどうか迷っている」とドイツに訪ねて来られ、同僚の牧野光朗さん、今は飯田市長をされていますが、彼と二人でドイツの公共交通事情を案内しました。あの時は一生懸命でした。こちらから企画書を書いてチューリップテレビ（富山県の民放）で 1 時間の番組まで制作しました。

岡山にいた時に、「猫の駅長」でお馴染みの和歌山の貴志川線を岡山にある両備グループが経営していたので手伝いました。今でも一人 1,000 円で「貴志川線の未来をつくる会」の会員になっています。そう考えてみたら、電車のことにも相当関わってきたなという思いで今日はお話をさせていただきます。

今日のタイトルは、「しなの鉄道と百年構想」。しなの鉄道は 15 周年ですが、これから先ずっと続いてもらわないと困ります。明日どうすればいいかではなく、百年続く話をしたいと思います。

4 月に金沢に招かれた時、講演タイトルとして「北陸新幹線、金沢開業まであと 3 年、金沢は何をすべきか」を提示されたので、30 年後の話をしてきました。今日もまた、しなの鉄道が 30 年、50 年、100 年続く話をしたいと思います。



## (2) 日本とドイツの交通観

ご存知のように、これから日本の人口はどんどん減少して高齢化していきます。高齢化するという意味は生産年齢人口が減って、その代わりに高齢者が増えていくということです。そういう時代に、どういう街を作り上げていけばいいのかという中で、「人が移動する手段」が一番大きなテーマだと思います。

2005 年から 2015 年の間に、一都三県だけで 65 歳以上が約 270 万人増えます。75 歳以上でも、170 万人。だからこそ、東京は公共交通システムが出来上がっていて、車がなくても快適に暮らせる街になりました。最寄りに電車の駅、バスの停留所があって、そこから乗り入れを利用して遠方まで行けます。反対に、地方都市は完全な車社会になっており心配です。人口問題は、すぐに抑えられる問題ではありませんから。

私が暮したヨーロッパは、随分と時代を先取りしていたなと思いました。今からお話するドイツがその当時抱えていた問題は、今の日本と同じでした。

### (i) 交通の連続性

一つは、過度の車社会です。当時、どこも街の真ん中まで車が乗り入れ、慢性的な渋滞と駐車場不足そして排ガス公害に困っていました。当然、地球環境問題が叫ばれ、車の進入を許可しても中心街は寂れる一方で、中心市街地問題が日本と同じように 30 年いや 40 年前に起きていました。日本よりも先に人口の伸びが止まり、高齢化という問題が先に進み、1994 年にドイツの国鉄が民営化して、鉄道の高速化が始まりました。

そこで「移動」について、どういう生活スタイルに変えていくかを、彼らは考えたわけです。つまり、「交通の連続性」です。

車のない時代は、ひたすら歩いていた。その範囲が生活の領域だった。自転車があると、もっと長距離移動ができる。次に路面電車ができ、それから自動車が出現し、バス、自家用車、近距離鉄道と続く。これが現在の生活圏の範囲だろうと思います。やがて長距離鉄道も高速化し、自動車には高速道路ができて、船も高速船ができていく。

新幹線が昭和 39 年にできました。まだ学生が飛行機に乗るなんてことはあり得なかった。私は、高知から片道 11 時間かけて東京まで鉄道と船を乗り継いで行ったことを覚えています。移動手段として、本来飛行機まで全部つながっているはずですが、日本では壁が多くつながっていません。

### (ii) 車との共存

一つは、車との共存をどう考えるか。つまり車をなくす話ではなくて、どこまで車で行き、どこで車を降りるか。彼らは、まず中心部への自動車の乗り入れを禁止しました。

では、車をどこに駐車すればいいのか。広場の下です。昔、駐車場に融資したことがありますが、広場の下につくる駐車場の工事コストはとても安い。何か上に建物が建っているところの地下に駐車場を後から作るとなると何倍ものコストがかかります。ヨーロッパに行くと街の中心部に決まって広場があると思いますが、その広場の下に大駐車場があり、そこに車をおいて歩きます。こうして、交通の連続性が保たれます。

### (iii) 公共性

それから、「公共性」という概念です。今の日本では、「公共交通」という言葉だけが踊っていますが、実際に利用している人はわずかです。むしろ、生活維持路線のようなものです。

彼らが当時考えたのが、人数×単価・料金で売り上げがたつわけですが、同じ売り上げをたてるのでしたら、料金を下げて人数を増やす、つまり「市民全員が利用するものこそが公共交通」という概念を持ち込もうとしました。

富山ライトレールも、200円で考えていたものを当初は100円にしたところ、人数が想定の倍になって売り上げは同じでした。その方が地元の評判もよくて、いろいろな支援の議論をする時に、「みんなが使っているものであれば支援しよう」「もっと使いやすくするために投資が必要なら、補助をしよう」という流れになってきた訳です。

### (iv) 地域化と『交通連合』

ドイツ国鉄の民営化をしたときに、日本では「並行在来線」という言葉使いで両立が難しい前提でものを考えましたが、近距離交通部分は地域にすべて委ねる「地域化」という前向きな言葉を使った。その都市圏の交通に関わるすべての移動手段を「地域の裁量で一元的に考えてください。事業者は、ただ運行するだけです」という『交通連合』の形態をとりました。これが、ヨーロッパのどの都市圏でも行っている仕組みです。1965年、ハンブルグで最初にスタートしました。

いろいろな町へ行くと、電車の切符を買う時に路線がたくさんあります。一見、事業者が一つしかないように見えますが、例えばフランクフルトでは事業者がバスや電車など合わせて約20社あります。利用する側から見ると、「フランクフルト交通連合」という存在しか見えません。

利用者にとって、快適で使いやすいものでさえあれば、どこが運営しているかは全く関係ない訳です。最も快適で使いやすいもの考える場として「交通連合」という企画組織を作って、そこがダイヤや時刻表を一元的に考えたり、新しい路線を考えたり、停留所の場所を考えたりします。

それは自分の会社だけのために考えるのではなくて、地域全体にとってどういう交通システムが最適かを考えるのです。特に感心したのは、どの家からも500m以内にバスか電車の停留所を設置する、そうでなければ利用してもらえないとのことでした。

確かに、路線図にはすべての情報が一枚に集まっており、誰でもそれを入手できる。イラストマップではなく、きちんと道路地図にその路線が載っているのも、自分の家との距離感がわかる。日本の路線図のようにイラストだと、山坂のありなしも、近いか遠いかもわかりにくい。

なぜ、ここまでするのか。交通政策がすべての街づくりの基本だと認識しているからです。高齢化に対応した人の移動や観光客が来たときの導線を真剣に考えています。

ドイツの観光局は、Verkehrsamt といいます。amt は「役所」の意味、Verkehr は実は「交通」という意味です。その名前を持って「観光局」。それほど、昔から交通政策が一番大事でした。

日本の場合は、交通政策課という部署が役所内にあっても、その地域全体の交通政策を司るためではなく、たまたま市や県が交通事業をやっている場合が多いですね。あるいは空港があるからと

か。本来、どの街にも交通政策は必須な部署なはずですが、それが無いというのは「交通の連続性」を重視しなかった現実だろうと思います。

### (3) 『交通の連続性』の実現

利用者にとって、「交通の連続性」を阻む壁が4つあります。

#### (i) 移動手段の壁

一つは、移動手段の違いです。鉄道を降りてバスに乗り換える際にすごく歩かなきゃいけないとか、同じ場所で停留所名が違うとか、手段ごとに随所で壁ができています。

例えば、電車を終点で降りたら、反対のホームでバスに乗れて、さらに遠方に行ける。そういうことを富山ライトレールで始めました。パーク・アンド・ライド (P&R) と呼ばれ、手段の壁を壊すやり方です。

フランクフルト、オランダのスキポール、チューリッヒ、ジュネーブの各国際空港では、新幹線の駅が空港の地下にあります。

成田からドイツのシュトゥットガルトに行く際に、ルフトハンザ機（ドイツの航空会社）を使うと、日本でシュトゥットガルトまでのチケットが用意されます。フランクフルトまでは飛行機のルフトハンザ△△△便と書いてあり、次の切符にもルフトハンザ〇〇〇〇便とあります。でも、航空便ではありません。新幹線と複合一貫輸送の扱いで、新幹線の列車がルフトハンザ〇〇〇〇便になっていたのです。

新幹線が飛行場の下に入ることで一つにつながります。本当は、羽田に新幹線の羽田空港駅を作れば一番良かった。移動手段ごとに分断して無意味な競争をやめる、これが一つ目です。

#### (ii) 事業者の壁

同じ鉄道でも、事業者が違うだけで壁ができてしまいます。例えば、初乗り運賃がそうです。なぜ、また最初から払わなければならないのか。これは、事業者が違うからです。

ヨーロッパの場合は、ゾーン制で距離に応じてその間何に乗ろうが3ユーロ区間なら行き先まで3ユーロ均一になります。その間に電車からバスに乗り継いでも変わらないし、事業者が違ってても一緒に、同じ切符で行けます、という発想です。そうしないと、利用者が増えていかないのです。

昨日の夕方新幹線に乗って佐久平駅で目が覚め外を見たら、「ハイブリットカーが走る小海線 (JR) の接続駅佐久平へようこそ」と大きく壁に書いてありました。ああ素晴らしい、きちんと連続性を保っている、上田駅にも同じように書いてあるだろうと思ったら・・・ないのです。「しなの鉄道に接続する、上田電鉄に接続する上田駅へようこそ」と書いてあるはずだったのに。小海線にだけで



---

は「事業者の壁」になります。

こういう事例は、全国にたくさんありますが、利用者にとって全く関係のない話です。特に駅名に多かったです。同じ場所なのに他社と違う停留所名をつけていたりします。バスと電車の停留所でもいっぱいあります。

東京駅の東海道新幹線と東北・上越・長野新幹線はマーク（ピクトグラム）が異なるのをご存知でしたか。たぶん、外国人には分かりづらいだろうと思います。新幹線は一つのはずなのに。飛行機のマークが事業者ごとに違うようなものでしょうか。

### （iii）自治体エリアの壁

三つ目は、自治体が複数介在する「エリアの壁」です。違う県のことは載せない例をよく観光地図で見かけます。隣の自治体が真っ白になっている。特に、長野や群馬を旅行する人は、県をまたいで観光することが多いので、そんな観光マップを見せられても役に立ちません。今回の長野以北の信越本線にも新潟県との間であてはまることです。

### （iv）情報サービスの壁

最後は、「情報サービスの壁」です。例えば、東京メトロは東京メトロだけの路線図、都営は都営だけのもの。一日キップで東京を回って下さいといっても、都営しか乗れない一日切符では利用しにくいですね。そういう壁を全部取り払い、地域という一括りの中で情報提供しようという話です。

そういう意味で、Jリーグの掲げる「百年構想」は、自分の住んでいる地域にある小学校がスポーツクラブであるようなイメージです。「いつでも、どこでも」会員になれば誰でも、どんなスポーツでもできます。サッカーはそのうちの一つにすぎません。きっかけがサッカーというだけです。例えば、FC東京にはバレーボールのトップリーグ：Vリーグのチームもあり、FC東京という名前で戦っています。

「おれは野球だ、関係ないよ」と言ってしまうと、地域との接点を失ってしまいます。「地域を応援しませんか」と仲間に誘っているわけで、「サッカーを応援しませんか」と言っているわけではない。だから、もちろん野球も応援しましょう、バスケットも応援しましょう。みんな一緒に地元を応援しましょう。これが、Jリーグが目指す百年構想です。

では、長野県にチームが一つか二つあればいいということではなくて、どの町にも必ずある。これを電車交通におきかえると、「いつでも」とは、最低15分に1本の頻度。「15分なら行ったばかりでも待てる」となりますが、これが30分になると待てなくなります。

ドイツのカールスルーエモデルでは、街中のLRTがはるか40km先のバーデンバーデンまで乗り入れていく。以前の国鉄の時は1時間に1本しか走っていなかったローカル線が、今では15分に1本になり乗客がとても増えた。つまり、「いつでも」とは頻度、「どこでも」とは最寄りの駅が近くにあるということ。最寄りの駅が近くにあることは大変重要です。

アウトバーンは無料ですが、日本の高速道路を有料から無料にした時に合わせて必要なことは、インターチェンジ(IC)を増やすことでした。いくら無料でもわざわざ遠くのICまで行ってから乗

るくらいなら、そのまま一般道を走った方が早いこともある。そうではなく、IC をたくさん設けているからヨーロッパのアウトバーンは利用者がたくさんいるのです。

「誰でもスポーツができる」ということから言うと、子供からお年寄りまで、あるいは障がい者の方、言葉が分からない外国の方が交通機関を利用できるということに通じます。

最近、乗ること自体を目的にするような電車が増えています。JR九州デザイナーの水戸岡鋭治先生は、「むしろ移動というのは結果であって、乗れば着く。」そうではなく、「その空間に身を置く楽しみをそこに作りたいんだ」と話していました。それがまた、景色とマッチしますね。

#### **(4) 「Homeのある風景」をつくる**

しなの鉄道が、これまで15年間一所懸命に地域に根ざす努力をされてきたのは、いただいた書類からも拝見しました。これから長野以北に延伸していく中で、しなの鉄道だけが地域に根ざす努力をしても不十分だと思います。

一方で、沿線の各地元が誇る「Homeのある風景」をどんどん作っていくことで、相乗効果として利用者も増えていくのではないかと思います。

長野以北の委員会の時に、20人の地元の委員の方に「普段から信越本線を利用しておられる方は手を挙げてください」と尋ねたら、2人しかいなかった。日ごろは利用していない方が委員をして議論を交わしてもという矛盾した思いが正直ありました。

では、どうするかです。

##### **(i) ビジネス客を観光客に**

みんなに乗ってもらうためには、住民や企業の地元意識を高めていかないと愛される鉄道にはなりません。これからの地域の時代、自分の町を愛する人たちが住んでいるところなら、必ず商売もうまくいくだろうと思います。

例えば、出張で来たビジネス客の私が、ちょっと時間が余り「面白そうなところだな」と思えば、ビジネス客から観光客に変身します。だから、初めから観光客を連れてくる必要はまったくない。普段ここに仕事で来ている人たちを観光客に変身させれば、その方が簡単です。

ビジネス客を観光客に変身させるためには、ビジネスで訪ねる先の企業に「時間に余裕のあるお客さんがいれば、観光地を紹介していただけますか」と頼んでおく。お客さんから「じゃあ、ちょっと案内してもらえますか」あるいは「どうやって行けばいいですか」と問われれば「しなの鉄道に乗って」ということもあるでしょう。

##### **(ii) 生活者を観光客に**

もう一つは、地元で生活している人に「ちょっと出かけてみようか」と思わせれば、生活者を観光客に変える。これは、遠足やハイキングに近い日帰りの発想です。例えば、Jリーグをめざす長野パルセイロの試合にもそういうノリの気軽な観光客が増えてくれればと思います。

よく言われる「情報発信が足りない」ことの裏には、地元「Homeの意識」が足りない、あるいは表現力が足りない側面があります。

何かを発信するというより、この街の日常の中にその意識が溢れているかどうか。ヨーロッパの小さな街にも普通にある風景でした。「ああ、本当に地元を誇っているなあ」と。そのアイデアの数々をこれからご紹介したいと思います。

### ① ご当地ナンバー（自動車）

車の「ご当地ナンバー」が、2006年に実現しま

した。この時は保有台数が10万台以上という条件をつけ国土交通省も慎重に対応しました。結果、希望した半分の19しか増えませんでした。長野県では、従来の「長野」と「松本」に加えて新たに

「諏訪」ナンバー。飯田の牧野市長を中心に「南信州」ナンバーの要望がありましたが、8万5千台しかなく断念しました。今度は、国土交通省自ら第二弾の募集を決めてパブリックコメントを募集しました。

欧米のような横長のサイズに大きくして、いろいろな情報を書き込めるようにという検討もなされました。原付の「ご当地プレート」に影響されて、「デザインも自由にしてください」という意見もありました。

本当を言うと、上田ナンバー、千曲ナンバーなどいっぱいあればいい。自分の街の表現として、常に目のふれるところに、自分の街の証が見えていれば。どこを見ても「長野」としか書いてないものが、上田、千曲、小諸と目に見えることで、結果ものすごい発信力につながります。特に県外に出た場合には、すごい発信力になります。



### ② ご当地プレート（原付）

自動車には規制があったので、方針転換して今回は原付のプレートに取り組みました。これが、上田のプレート（写真）です。

長野県で早かったのが、喬木村（写真）。普通は、「うちの村には何にもない」と口にしますが、「うちには銀杏（イチョウ）がある」と、イチョウの葉のナンバーを作った。次に、松川町も「うちには果物がある」とりんごと梨の入ったプレートを作りました。

電車バージョンでは、京王線沿線の街、八王子市。高尾山と京王線の電車をデザインにとりいれました。大阪の摂津市には新幹線博物館があるので、ゼロ系の新幹線をモチーフにしました。

面白いものがどんどん誕生しています。この原付のナンバープレートの制作には、自動車と違って管理する規制が何もない。単なる納税証明書の扱いなので、どこにも報告・許認可・届け出の必要がない。市町村単位で自由自在に独自のものをつくることができます。

規制がないのなら、今、日本中にどんなものがあるのか誰もわからなくなります。その一覧マッ



ブを当研究所で作ろうと思って、去年4月に専用サイトを立ち上げました。新しく導入されたものを月一回アップし、これから導入したい方には手引書を用意したり、業者さんの名前を紹介したり。

プレートの制作コストは割安です。今まで1枚100円のもものが200円になるくらいです。絶対額は、もともとの台数がそう多くはないので負担にならないと思います。

富士山ナンバーは、富士山のまわり13市町村が同じデザインを共有して、街の名前だけ変える。気仙沼は、サメの水揚げ日本一。香取市は、伊能忠敬です。

群馬県の太田市は、新田義貞の「義貞ちゃん」というキャラクターがつきます。上越市は、上杉謙信が登場します。葛飾区は、キャプテン翼と寅さんバージョンができます。アニメの町の練馬区では、松本零士の「メーテルちゃん」が登場します。松本零士と言えば、呉市が宇宙戦艦ヤマトバージョンを発表します。こういうものが一つ一つあると、「あ、ここへ来たんだ」という風景になるように思います。

JRは、発着チャイムに色をもたせています。東京ドームのある水道橋駅では、ジャイアンツの応援歌が発着チャイムになっています。京浜東北線の浦和駅では浦和レッズの応援歌が、大宮駅では大宮アルディージャが、蒲田駅では蒲田行進曲が流れています。チャイムをちょっとご当地化することで風景は変わります。

### ③ アウェイツーリズム

スポーツも同じです。沿線にある長野パルセイロのチームカラーは、奇しくも、しなの鉄道と同じオレンジを基調にしています。オレンジを使って、お互いに応援し合うことができます。

小田急電鉄が濃い青を新しいコープレートカラーにしたら、たまたま現在J2の町田ゼルビアと同じ色でした。それも有り、胸スポンサーには小田急がつきました。色が一緒ということは、非常に好都合です。

「スポーツツーリズム」というものがあります。特にJリーグは、アウェイにファンがたくさん行きます。全国各地に年間百万人が動いています。これは、ホームスタジアムに集まる数に比例しますので、もっとホームに人が行けば、ますますアウェイにも行くことになります。中でも浦和レッズが一番多いので地図を作ってみました。仙台へ6,000人、遠く大分まで5,000人、この規模で動きます。

彼らは、2時間の試合以外は普通の観光客に変身します。2時間だけの目的の他は自由行動です。飲んで、食べて、泊まって、おみやげを買って。アウェイのファンや相手クラブに、観光案内の冊子を渡したり、あるいは、試合のチケットを持っている人には、お店でビール一杯が無料になるサービスをしたり。ビール一杯だけ飲んで帰る人もいませんから、たくさん食べて飲んで帰られると思います。

これを「アウェイツーリズム」と呼んでいます。J2よりもJ1のクラブの方が効果的です。中でも、FC東京、横浜マリノス、名古屋グランパス、浦和レッズ、ガンバ大阪、この5クラブの動きがものすごいですね。負けじと、松本山雅も千人単位で動いています。このように、交通はJリーグと深く連動しています。

#### ④ 銘酒のメニュー表記に『蔵元のある町名を』

表現といえば、お酒の話です。昨日もおいしいお酒を頂きました。何を飲んだかという、杓掛酒造の「互」です。

焼酎だと鹿児島森以蔵、魔王、大分の二階堂は有名です。でも、全国のメニューに書かれている表記スタイルは、県名+銘柄です。

長野の「互」には「上田市」は出てきません。この先「互」が飲まれても、「澤の花」（佐久市）が飲まれても、蔵元のある町は隠されたままです。



これを変えましょう！メニューの県名と銘柄の間に町の名前を入れれば、それだけでも町は有名になります。このプロジェクトは、一番難解な作業で、日本中のメニューを変えなければいけません。今日も、こうやって皆さんにお願いするしかありません。

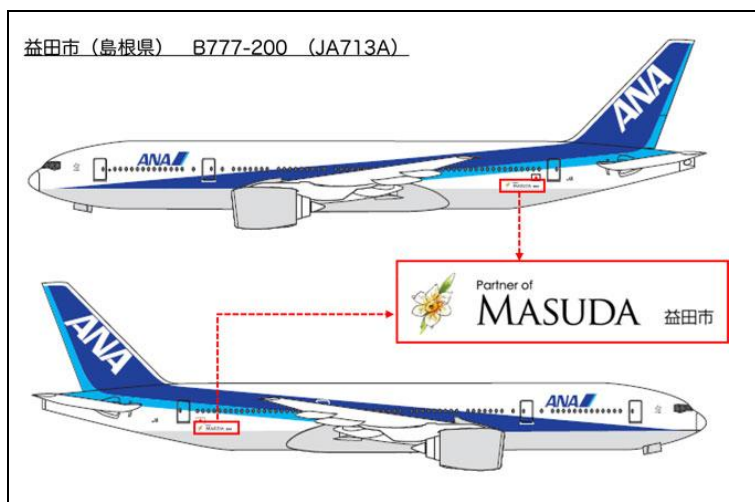
蔵元さんをお願いしてください、お酒を卸す時にメニューにこう書いてほしいと。蔵元のある町の名前が入ったメニューが普及すれば、上田市に行って「互」を飲もう、「互」を買おうと人が動きます。

鹿児島の錦江町が有名な焼酎の「魔王」の町です。人口1万人ほどですが、合併前は大根占町でした。日本中の蔵元の町は、この作戦を実行するだけで再生します。明日から、「私の出身は、〇〇というお酒のある町です」と胸を張ることができます。

#### ⑤ ご当地空港・ご当地プレーン

信州まつもと空港というネーミングは、まじめで正直すぎるのではないのでしょうか。もっと楽しくできるのにと思います。

2003年誕生の高知龍馬空港にはじまり、出雲縁結び空港、米子鬼太郎空港とか全国各地にユニークな愛称の付いた空港が生まれています。米子鬼太郎空港の空港ビルには、ゲゲゲの鬼太郎が張りついています。空港の名前を工夫するだけで、風景が変わってきます。



また、飛行機の機体にも地名をつけようと4年前から全日空に働きかけがありましたら、今年6月からまず3機スタートしました。

「益田市」の名前が機体の両面に付き、機内の客席のポケットに益田市制作の案内パンフが表裏カラー刷りで入っています。例えば、四季折々のものに入れ替えてもいい。

キャビンアテンダントも「当機は益田号と命名されています」と紹介して

くれます。1日に日本中のどこかへ5回は飛びます。同じルートだけを飛んでいるわけではないので、全国のいろいろな乗客と出会うわけです。だから1枚のチラシを作っただけで、それを見てもらう効果は絶大です。益田以外に、宇和島号、薩摩川内号、近々また1機増えるはずですよ。

さらに、ソラシドエアでも実施します。九州と関西・関東とを結び12機あります。この場合は、小さい町の名前を付けたいと募集中です。福岡市には、シティプロモーション戦略上でアジア便の機体がお勧めでしょう。

日本中の約1,750の自治体に対して、国内航空機は全部で約500機あります。3.6倍の競争で、名前が付けられる。上田は直接空港とは関係ないかもしれませんが、上田という名前をもっとPRしたいと考えたら全日空に相談してください。

## ⑥ 企業市民

ご当地ナンバーの車に絡めていうと、ドイツの企業はものすごく地元を誇りを持っています。その表れが、本社所在地を移転しないことです。♪大阪で生まれた女♪の歌詞のように、東京に移るようなことはしません。

この歌も♪トイレの神様♪と同じで、18番30分バージョンです。最後の18番の歌詞は「大阪で生まれた女やさかい、大阪に戻ろう」で終わっています。だから、それがきちんとシングル盤で歌われていれば、東京に移った企業も今ごろ大阪へ戻ったかもしれないですね。

ドイツの自動車メーカーについて、新聞や雑誌の広告に使われている車のナンバープレートに注目してください。どれも本社所在地のものです。

Sはシュトゥットガルト、ポルシェもベンツもそうです。ミュンヘンはM、これはBMW。インゴルシュタットはIN、これはアウディ。ヴォルフスブルクはWOB、これはフォルクスワーゲン。これを『企業市民』の振る舞いと評しています。

日本では、マツダは広島ナンバーで、ご当地ナンバーが誕生したのだからトヨタは豊田ナンバーでというわけにはいきません。ちょっとしたところから「Homeのある風景」をつくっていけば、相乗効果が期待できます。

いろいろな「Homeの意識」を表現する題材があります。絵葉書もその一つです。絵葉書を持ってない街はあり得ないと思います。どの町でも絵葉書を作るべきだし、それはバラで売られなければならない。セット売りや抱き合わせ販売ではなくて。

バラで売るとなぜいいかというと、売れ筋で人気スポットが分かります。気に入ったものだけ10枚買って、いろいろな人に出したいという意識が普通ではないでしょうか。

ぜひ絵葉書を作ってみてください。それを訪問先のお土産に渡すととても喜ばれます。一つのスポットで自信がなければ、複数のカットで1枚を構成してもOKです。

その中に、スポーツのバージョン、例えばサッカースタジアムの入ったものもあります。

## ⑦ 小さい単位から

プロバスケットボールのbjリーグのチーム名を、なぜ千曲〇〇にしないのかなと思います。地元紙に信州や長野という広域の地域名が出て、おらが町のチームというアイデンティティにつながりません。秋田ではなく能代、大分ではなく別府も同じです。

「あれも長野、これも長野、あの人も長野、この人も長野。そういう長野ってすごい町や人が揃っているね」という評価が大事で、長野県は知っているけど市町村名はほとんど思い浮かばないと長野に競争力があるとは言えません。つまり、「1番から9番バッターまで答えられない人気の巨人」と「1番から9番までみんなが言えるほどの巨人」のどちらに競争力があるかです。

先ほどのお酒のメニューも同じで、「長野の澤の花」ではなくて「佐久市の澤の花」として売っていくことです。これからの時代は、大きい単位ではなく小さい単位から攻めていくことが重要です。

例えば、しなの鉄道は知っているけど、駅の名前はわからないでは困る。しなの鉄道の駅名を県外の人でも全部言えるように工夫する。「個々」を表現の対象にしていく考え方は、合併をした場合でもそれぞれの町を残すアイデアにも通じます。

これはヘルマン・ヘッセの生まれたカルフという人口2万人の町の市議会場です。40年前に5つの町が合併して、カルフがお兄さん格で名前を残した。あとの4町の名前は消えました。

議場の壁の真ん中にあるカルフの紋章が大きめになっています。あとの4つが両側に並んで、「我々はこの5町が1つに構成されている町です」と紋章を使って表現しています。

平成の大合併の日本では、突然今まで存在したことは忘れてくださいます的に跡形を見せなくする。

5つで驚いてはいけません。人口2万人のブーヘンという町は14が一つになった。その証に14個の紋章が、市役所のロビーの天井に星座の如く輝いています。

「小さい単位」という意味では、しなの鉄道を盛り上げるサポーターズクラブをどう考えるか。

これも小さい単位からです。浦和レッズは4万も5万も観客が来て、彼らの多くが全国を動き回ります。意外にも、その構成メンバーは3人から始まっています。

当初から3人集まれば、その3人1単位で一つのサポーターズクラブの旗と会員番号が付与されます。3万人であれば、1万ユニットになります。1ユニットが3万人ではありません。だから、壊れにくい。

3人とは、お父さんとお母さんと子どもです。この単位でサポーターズクラブを作る。しかも、町単位で作る。あるいは、パルセイロのサポーターの中に、しなの鉄道のファンクラブを作る。しなの鉄道のサポーターの中にパルセイロのサポーターズクラブを作る。そういう発想だと思います。

和歌山の「貴志川線の未来をつくる会」には、2,233人の会員がいます。彼らの代表も参加する「貴志川線運営委員会」というものがあります。しなの鉄道も、協議会なるものがありましたけど、メンバー構成はどうでしょうか。

貴志川線の場合、沿線の和歌山東高校、貴志川高校の生徒会長、校長先生もメンバーの一人です。以前は散々駅を汚し壊してきた彼らが、今や自ら掃除をするようになりました。

今まで各団体に委員を割り当てた形で、何もアクションに移らないというのが一般的でしたが、当事者自身に会のメンバーになってもらうのがいいと思います。

長野以北については、福武さん（福武総一郎（株）ベネッセホールディングス）が北川フラム（アートディレクター）さんとやっている、トリエンナーレ（美術展覧会）に注目しましょう。今年は、西の方に延びて飯山線に入りアートスポット巡りという企画をやりますが豊野止まりです。そこまで来るのなら、しなの鉄道も一緒に加わりませんか。アートスポット巡りにもどんどんつながった方がいいのかなと思いました。

### （５）しなの鉄道の発展に向けて

今日の信濃毎日新聞に、長野のスポーツが協定を結んだという記事がありました。「協定」という堅苦しい名前よりも、「チーム長野」とか少し洒落た名前にすればと思いますが、それ自体はとても良いことだと思います。「俺は野球だ」、「私はバスケットボールだ」と言ってみても、かえって壁を作る議論になるばかりです。

さっきお城のところを歩いていたら、上田に大河ドラマを誘致したいと署名を求めているところに遭遇しました。そこで、強力な助っ人を思いつきました。女優の剛力彩芽さんです。彼女と上田の間にどんな関係があるのでしょうか。

7月4日の読売新聞の夕刊に「夏が似合う女の子、剛力彩芽」という特集があり、いろいろな質問に答えていました。「歴史上の人物になれるとしたら、

誰になりたいですか？」と聞かれて「真田幸村です。戦国バサラ（TVゲーム）で好きになりました。忠誠心や頭の良さ、すべてがパーフェクト。私はちょっとだけ戦国女子なんです。」

最後に、これをお見せして終わりにします。

フランクフルトに住んでいたときの話です。皆さんはフランクフルトといえば、高層ビルの立ち並んだ金融の街を連想すると思います。高いビルは、ドイツに似つかわしくないと思いませんか。

フランクフルトの郊外に新しい街をつくるプロジェクトがあって、市が最初に何をしたいかという、ご覧のポスターを作りました。（写真）「こんなまちで暮らしたい！」をイメージするために。

非常によくできていると思ったのは、電車も走り、自転車も走り、犬がいたり、子供がボール遊びをしたり、緑もいっぱいあります。

日本では、いつも何かをする時に「環境に優しい」とか、「青少年育成」とかひとくくりにした言葉から入り、最後に具体的に何をしようかと考え込む。そこで、アイデア不足になり詰まってしま



う。これが今の自治体の総合政策・総合計画を作る手順です。

佐賀県鳥栖市の総合計画策定のアドバイザーを頼まれたので、手順を逆にしました。どんな街に暮らしたいかを、具体的に市民一人一人に書いてもらった。子供から老人まで。

そうしたら子供は「通学するこの道が危ないから安全にしてほしい」と具体的に言ってくるわけです。「この道」って。そうするとすぐに対応できます。

ドイツ人も、「きれいな空気をたくさん吸いたい」とか「近くのきれいな川で泳ぎたい」という具体的な気持ちがまずあります。環境のためには思いながら生きているわけではありません。あくまでどういう環境で暮らすかを実現しているだけです。強いて、それを堅苦しい政策で言えば、「環境」とか「交通安全」とかになる訳です。

その意味で「しなの鉄道が、これからどんな鉄道であれば良いか」を、いろいろな人に具体的に語ってもらうのが良いでしょうね。

大変長くなりましたが、以上で話を終わらせていただきます。

本日は15周年、誠にありがとうございました。

## (6) 質疑応答

**司会：**傍士様ありがとうございました。それではここで、皆さまからのご質問をお受けしたいと思います。本日のお話につきまして、ご質問のある方はどうぞ遠慮なく手を挙げていただきますようお願いいたします。

**発言者：**質問ではなく、今日の講師の話は全く同感の点が多かった。ありがとうございました。

しなの鉄道の沿線に住んでる者ですが、いつの間にか15年経ったという気持ちです。

これから少子化で、ますます人口が減っていく中で、極端に言えば、3,000万人の人間が減るといような話もデータも出ていますが、そんな中で、百年構想。しなの鉄道はどうやっていくかなというのが大きなテーマなんです。

一つはですね、我々の利用する側から見てね、15分間隔っていうですね、ポツと言われたのに全くその通りで、私も実は、丸子電鉄ってのがありました。

当時は、大体15分か20分間隔で、時間が決まってるんですよ。どこ、どこ、どこ、と。単線でしたけど、交換する駅が長瀬の駅だとか、八日堂の駅だとか。

しなの鉄道は複線になってますから、車両の都合もあるでしょうけど、15分から20分間隔で定期的に。

ただ問題点は聞いたことによりますと、篠ノ井・長野間がJR東日本との接続の問題があることを聞いているので、ちょっとそこら辺がどうやって解決するかわかりませんが、できれば定期的に上り下りを走ってもらえれば良いなど。

例えば、江ノ電とかね、相変わらず利用客が多いんですよ。それから東京の首都圏の周辺の鉄道は時間を気にしないでどんどん列車が出て、ついこないだも、しなの鉄道とご縁、上田交通とご縁のある東急東横線に乗ってみたんですけど、東京・横浜間25分の特急。そして、あれは確か15分間隔くらいかなと思ってますけど。

しなの鉄道は、昼間は乗らないから1両でもいいんじゃないかなと。そして、朝夕はラッシュで

すから、3両で。車両のやりくりをしながらですね、ひとつ利便性を考えたことをやりながら、この地域に根付いているわけですから、我々が段々高齢者になってきまして、車を手放したいというか、折角鉄道があるので、私はもちろんしなの鉄道をどんどん利用してるんですけども、そんな方向で検討してもらえればよろしいんじゃないかなと。お願いします。

**司会：**どうも貴重なご意見をありがとうございました。その他、ご質問ございましたら。

**質問者：**今日はいろいろとありがとうございました。私、今度しなの鉄道が経営をしていただく、今は信越本線で黒姫というところに暮らしている者なんですけども、先ほどの前半で、先生が「エリアの壁」というお話をされてらっしゃいました。

私のところは黒姫駅ですけども、隣は妙高高原という駅で、新潟県側と長野県側で、経営がそれぞれ別になって切れてしまうんですね。

常々思っておりましたのは、観光の関係の団体の長も務めておるのですが、何とかですね、大きな輪（サークル）の電車ができないかなと思っておりました。

先ほど飯山線の話も出てまいりましたが、飯山線やほくほく線や今の信越本線のそういう企画を詰めていく段階で、会社がまたがった時に、先ほど「交通連合」のお話もされてらっしゃったんですが、そんなことがこの日本の中で、地域で実現するために、どんな方策があったらいいのかなというのをご示唆いただけるとありがたいです。ぜひともお聞かせいただきたいと思います。

**傍士氏：**「交通連合」は、私もいま一番やらなければいけないことだと思います。

けれども、はっきり言って、それをやる目的が共有されないと「交通連合」は進まないの、その目的に、「うん」と言ってもらえるかどうか。やっていかないと地方都市の場合は、どんどん事業者は苦しい立場に追い込まれるわけです。

「交通連合」をやる時に、とっさに思いつくのは「交通連合」とは言わないで、それに近いものを細切れに進めて行くことです。

例えば、ゴルフの10mのパットを1回で入れるのは難しい。でも、10回に分けたら入るかもしれない。問題を10分割できれば、それを一つずつクリアしていけばいいと思います。

それから、新潟県内から軽井沢駅まで一本の電車で走れないのが現状かもしれませんが、進め方としてまず、新潟から来た電車の乗り換えが楽しい駅にする。そういうことに知恵を絞った方がいいと思います。

そのうち、なぜここでわざわざ乗り換えないといけないのだろうと考え始める。乗換仲間が増えてみんなに考えてもらえれば。それまでは、乗換自体を楽しくできないか。「乗換ガール」に誘導されて「はい、皆さん乗り換えて～ピー」とか言って（笑）。まず、みんなに問題意識を持ってもらう。

最大の事例は、「新幹線は北から南まで本当につながったのか？」です。「新青森発の鹿児島中央行きがなぜ存在しないのか」。それをしつこく言っていたら、JR東日本のある偉い常務さんが、「言うとおりで。株主総会でも結構その質問が出て難渋します」「物理的に全く問題ないことですから」。

---

新大阪発の鹿児島中央行はあるわけですから、それと同じことです。

本来、利用者にとってみれば、「なぜ、わざわざ東京駅で毎回乗り換えないといけないか」という疑問をもつことから始まります。今おっしゃった大きなサークルを作ってみることもすごく大事なことです。

**質問者：**どうもありがとうございました。

**司会：**その他、ご質問ありましたら。

**質問者：**私は、長野以北の三才という駅の前に住んでいる者ですが、今日のテーマ「しなの鉄道と百年構想」、非常に未来志向を元にしたタイトルだったので、私、惹かれて長野から参りました。大変示唆に富むお話ちょうだいできて、うれしく思っております。

私の場合ですが、まだ、JRさんが走っております。信越線ですけどね。これ、ゆくゆくしなの鉄道さんがお受けになるということで、今その辺を地元住民として、にらみながら色々活動しているところです。

具体的に細かい点なんですけど、ちょっとお話申し上げて先生の方向性というか、それについて、ちょっとお話いただければと思いました。

というのは、昨年からデータを取っているんですが、三才駅。三才というのは七五三の三才。土曜、日曜、祝祭日においては一日多い時は、70～80組の親子連れの皆さんが、本当に全国からお越しにいただいているわけなんです。

これ、地域活性、地元をより活力ある街にするためにもこの駅を何とか活用していきたい。

住民は当然、住民中心にというそのくらいの気持ちでやっていたんですが、やはり事業者であるこれからのしなの鉄道さん、ぜひこちらの方にも目を向けてやっていただきたい。

三才にはそういう実績が着々と整い、作られつつあります。今丁度ここでお会いしたんですが、黒姫の方ですね。あそこ小林一茶のやはり有名な町ということで、あそこもなかなかボランティア活動、その他、非常に熱心に皆さまご活躍いただいておりますので、一つずつの駅に特徴がそれぞれある訳ですね。

その辺を活かして、長野以北の沿線、この辺先生のお立場から、色々またお話いただければと思うんですがよろしくをお願いします。

**傍士氏：**軽井沢から長野までと、長野以北とは、おかれている環境が全く違うと認識しています。ですから、実行できるものは何でもすぐやっていった方がいいなと思って。三才駅はどこの町ですか？

**質問者：**長野市の一番北。

**傍士氏：**長野市内ですか。七五三であれば、ぜひご当地プレートで七五三バージョンを。デザイン



を募集するとき、決まったとき、交付するとき、3回メディアに登場できます。中でも、面白いプレートなら全国放送に出るでしょう。

すぐできることは、沿線の街みんなであればいいと思います。東御市ゆかりの相撲取りの雷電バージョンもいいですね。

これは山田専務さんのアイデアですが、小林一茶をはじめ、文学的な街があるので、そういうのを活用したらどうでしょう。

例えばJリーグに興味がなくとも「長野パルセイロも、同じ沿線仲間ではないか」とまず考える。

つまり、困っている他がいれば、それは自分たちが応援するから、我々も困っているのと一緒に手伝ってもらえませんかみたいな「共にある With You」の行動が大事です。もっともっと「沿線の仲間意識」を高めていく。その意味でさっき申し上げた「協定」「協議会」「連携」のようなネーミングではなくて、親しみやすいもので共通認識をもてれば。例えば、沿線の自治体の原付のナンバープレートです。何かひとつ共通のマークがあるといいですね。

**質問者：**ありがとうございました。

**司会：**ご質問はまだまだあると思われませんが、そろそろお時間も無くなってまいりました。誠に残念ですが、この辺りでご質問は打ち切らせていただきます。

それではここで、当社の代表取締役社長の藤井から挨拶申し上げます。

## (7) 社長挨拶

この6月にしなの鉄道の社長に就任いたしました藤井でございます。ただ今は、傍士銑太先生に大変お忙しいところ、おみえいただきまして、当社の15周年記念講演会ということでお話しいただきまして、誠にありがとうございました。

時間があっという間に過ぎて、楽しくてなおかつ示唆に富むお話をいただいて、貴重な時間だったなと感謝しております。

中でも交通の連続性というお話を、冒頭の方でいただきまして、これは私もここへ来まして何回となくみんなと話していますけど、4つの壁のいくつかは実は当社にもあります。

「これは〇〇〇だから無理です。」ということで「おおそうか、しょうがないな」というようなことがあります。

けれども、今お話しいただいたように「その地域というひとくくりで考えてみたらどうでしょう」というご提案をいただき、そういう観点から見ると、解決できることがあるのかなと思いました。

それから、後段では、「Homeのある風景」という話をいただきましたが、我々って色んな風景を持っているんですね。実は。

私は更級郡大岡村、今は長野市ですが、そこで中学まで育ちましたが、そこから見るアルプスはどうすごいものですね。ですから、中にはその風景をみたいがために住まわれている人もいます。

ただ、自分たちが持っている風景をきちんとみんなに情報発信しているかと、あるいはそれ自分たちの誇りにしているかということ、日常性のために当たり前なのに、その良さに気付いていないのではないかな、というようなことを先生のお話をお聞きしまして大変感じました。

基本は、やはり地域主権ということだろうと思うんですけども、そのスタイルを非常にわかりやすくお話をいただきまして、今後の中で活かしていけるのではないかと思います。本当にありがとうございました。

それから、ご来場者の皆さま、大変色んな関係の皆さん、多方面から、またご質問いただきました、遠方からもお見えになりまして、大変この地方の鉄道、あるいは地方のあり様が大勢の皆さんが関心を持っていただいているということ、改めて感じました。

当社のことについて申し上げますと、お二方からお話をいただきましたが、平成26年度末にはいわゆる新幹線の開通に伴い、在来線の長野から妙高高原までですけど、しなの鉄道で運営するということを決定しております。

長野以北開業準備室を設置しまして、関係者をはじめ、地域の皆さんとも話し合いが始まったところでございます。いずれにしても、「しなの鉄道は、地域と共に」ということのキーワードが原点であります。

冒頭、先生から「ずっと続けてもらわなければ困る」とお話いただきました。

私たちがそういう覚悟で15年間やってまいりましたし、これからもやってまいります。

15周年を迎えるにあたって、「皆さまと共にしなの鉄道は走り続けます」という、ワッペンやポスター等を作って駅や色んな所に掲示し、皆さんにその決意をお伝えしております。

どうか今後とも、ご支援、ご指導よろしくお願い致します。どうも先生ありがとうございました。皆さんもありがとうございました。



#### 【講師プロフィール】

傍士 銑太 (ほうじ せんた) 氏

一般財団法人日本経済研究所専務理事・地域未来研究センター長  
・1955年高知市生まれ。1980年慶応義塾大学経済学部卒業。日本開発銀行（現日本政策投資銀行）に入行後、経済白書執筆、フランクフルト首席駐在員、地域振興部審議役などを歴任。2009年より現職。

・専門は地域の自立と地方分権を実現する『地域イニシアティブ論』。欧州やJリーグを先導的事例として、スポーツ、交通、まちづくり、観光、環境、文化など地域の未来を具体的にデザインするために全国各地で活動中。

・2009年から2010年まで長野県並行在来線基本スキーム検討委員会の委員を務めたほか、Jリーグ理事など多方面で活躍中。JリーグHPにてコラム「百年構想のある風景」連載中。ご当地ナンバー（自動車）・ご当地プレート（原付バイク）の提唱者でもある。