

〔掲載紙〕朝日新聞「上州経済風信」

〔掲載日〕2012年4月19日

〔テーマ〕中小私鉄3社の経営手法―需要広げる知恵の宝庫―

薫風に誘われて遠出したくなる季節だ。県内の移動手段で真っ先に思いつくのは車だが、鉄道も多彩。JR東日本、東武鉄道、中小鉄道会社3社がある。

3社の車窓の風景はそれぞれに特徴がある。上信電鉄は、20駅のうち5駅で「上州富岡」のように「上州」がつく。北に望む榛名山、風雪に耐えた木造の民家、桑の木の眺めは上州そのもの。上毛電鉄は、裾野を広げた赤城山を仰ぎながらその山麓を走る。わたらせ渓谷鉄道は、川沿いの谷あいを抜ける。咲き誇る桜が美しい時期に訪ねたが、四季折々に楽しめる。



鉄道離れを背景に、3社とも長年、貨物事業の廃止、ワンマン運転化、観光客の誘客など事業の見直しを進めてきた。さらに、置かれた環境のなかで、それぞれ知恵を絞っている。

上信電鉄は乗り降りの多い高崎駅を生かし、ラッピング広告で収入を確保。車体全面に描かれた社名や商品名、「富岡製糸場を世界遺産に」といったスローガンが1日平均2万7千人の高崎駅利用者の目に留まる。金曜日の晩は最終列車の後に、もう一本臨時便を運行。駅周辺の飲食店で夜遅くまで過ごした人や、東京から戻る単身赴任者を取り込めるのは、高崎駅発ならではだ。

上毛電鉄は、前橋市や桐生市への通勤・通学・買い物客が多く、地元密着だ。沿線の幼稚園児が作ったおひな様など、季節ごとに紙細工で車内を飾り付ける。駅に花壇を設ける「花いっぱい運動」や大胡駅の夜のディスプレイは、乗客の目を喜ばせる。普段着の乗客が、乗ってきた自転車をそのまま持ち込む光景も、よく目にする。いつも通る道路の延長が上毛電鉄だ。

わたらせ渓谷鉄道は、観光に焦点を絞る。景色が見やすいトロッコ列車はその象徴で、温泉付きの駅もある。客足が鈍る冬場は宴会列車を投入。他の観光地との周遊プランも準備中だ。社長は県外へセールスに出向く際、着ぐるみのマスコットを同行させるそうだ。新聞・テレビで取り上げてもらう工夫だという。



利用者数の減少に悩まされて久しい3社の経営手法には、県内企業が少子化・人口減少に対応するためのヒントが多く隠れている。ゴールデンウィークに、そんな視点をもって小さな電車旅行を楽しまれてはいかがだろうか。

〔日本銀行前橋支店長  
竹澤 秀樹〕