

シリーズ勉強会『地域の公共交通とまちづくりを考える』
第10回 「地域のことをみんなで考えてみよう」 その4

高速道路ができて素通りされないために 魅力ある観光まちづくりを考える

令和5年11月

北勢線とまち育みを考える会

近い将来開通予定の高速道路

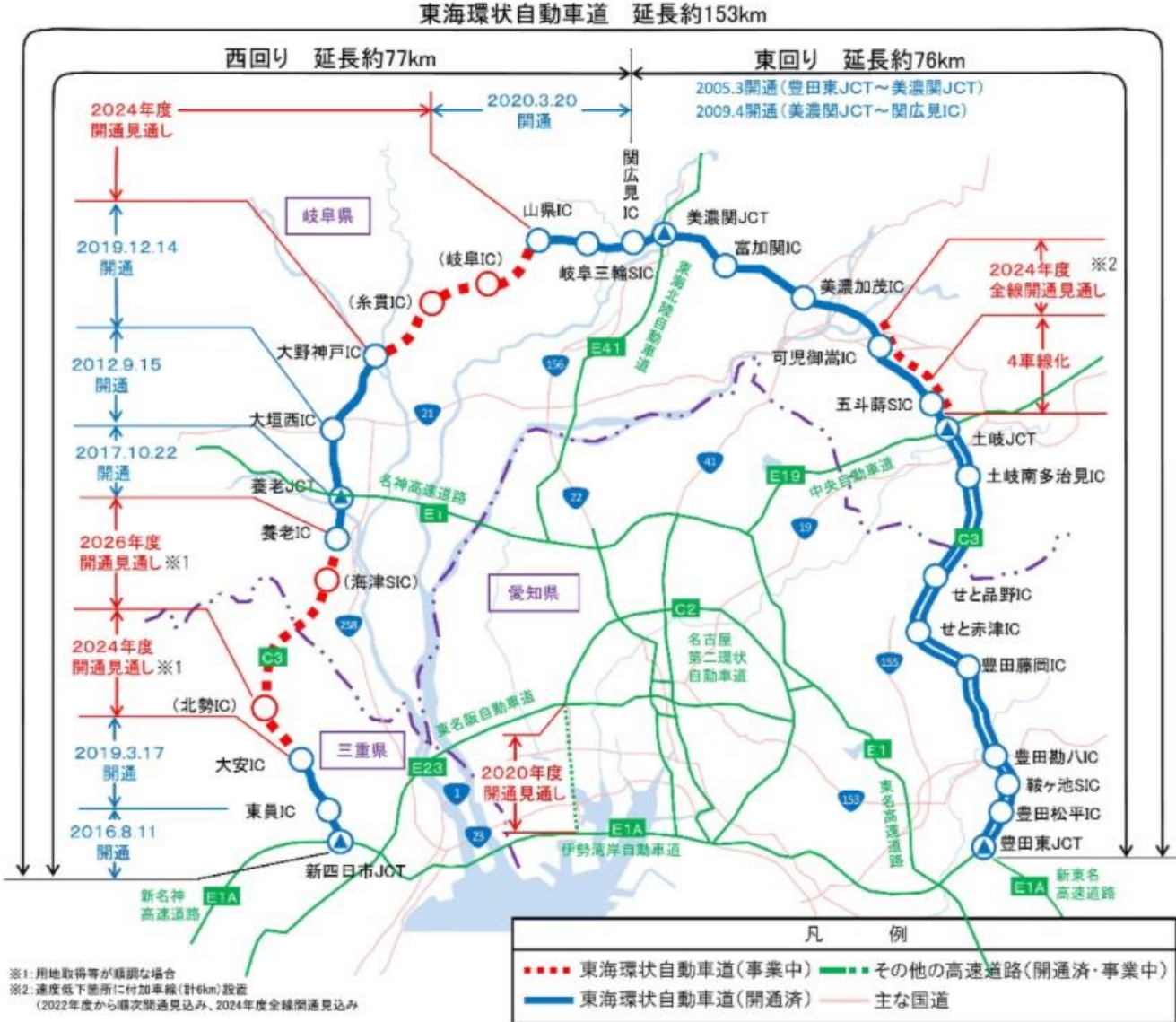
いなべ市を通り抜ける新しい高速道路

東海環状自動車道の開通

大安IC～北勢IC間
令和6年度

北勢IC～養老IC間
令和8年度

開通予定



東海環状自動車道の延伸(R6年度)



東海環状自動車道が地域にどんな変化をもたらすのか

- ・ この地域での自動車利用がますます便利になり公共交通衰退の可能性はある
- ・ 一方、遠方からの新たな観光客を呼び込むチャンス
交通混雑する桑名市内を避けて阿下喜周辺を
周遊観光の拠点に
⇒ 阿下喜を拠点に公共交通機関で桑員地域を巡る
観光ルートを作って地域を活性化できないか

東海環状自動車道を地域活性化の起爆剤にしよう！

- ・ 高速道路が開通したら、単なる通過地にせず、ICから降りて
ちよつと立ち寄ってみたくなる街にしてみませんか？

今まで気づいていなかった地域の魅力を活かして日本全国の多くの人々にこの地を訪れていただきましょう！

この地域にも結構色々な魅力があると思いますよ。

話題提供プレゼンテーション

たとえば、こんな地域の活性化策はいかがでしょう？

鉄道を観光資源として活かす

いなべ市内には鉄道観光資源がいっぱいある

いなべ市内を走る三岐鉄道

北勢線は全国に3つしかない762mm**特殊狭軌の軽便鉄道**、三岐線はセメントの貨物列車が行き交う数少ない**貨物鉄道**です。

それぞれには**軽便鉄道博物館**、**貨物鉄道博物館**があって、それなりにテーマ性のある鉄道コンテンツは揃っています。ただ、これらは今のところ地域全体が一つのコンセプトのもとで連携して運営がされているわけではありません。これらの資源を上手く纏めれば、素敵な観光スポットにできそうな気がしますでしょうか。

いなべ市内の鉄道コンテンツ

いなべ市内にある鉄道コンテンツ
ちょっと整理してみよう

軽便鉄道(北勢線)

- 762mm特殊狭軌鉄道

日本国内現役3鉄道路線のひとつ

- めがね橋、ねじり橋

土木学会指定の土木遺産

- 北大社車両区(東員町)

特殊狭軌鉄道の車両メンテナンスの現場

貨物鉄道（三岐線）

- セメント貨物主体の鉄道

国内有数のセメント貨物取り扱い鉄道

- 東藤原駅

セメント積み出し貨物列車取り扱い駅

- 保々車両区（四日市市）

セメント用貨車、電気機関車メンテナンスの現場

- JR富田駅（四日市市）

セメント貨物のJRへの引継ぎ駅

特殊鉄道の博物館

- 貨物鉄道博物館
- 軽便鉄道博物館
- 旧阿下喜駅
- プチ鉄道博物館

鉄道コンテンツ位置図(いなべ広域)



鉄道コンテンツ位置図(阿下喜地区)



市役所駐車場を活用

車で来た人も市役所の駐車場に車を駐めて
公共の移動手段で巡ってもらいましょう

メイン駐車場は市役所駐車場

鉄道主体の施設だからと言ってみんなが電車に乗ってきてくれるとは思えません。やっぱり車でいらっしゃる方が大部分でしょう。

だけど個々の施設に車を取り入れてもらっては事故の危険性の増大や狭い路地での渋滞の懸念もあります。

そこで休日は空いている**市役所の駐車場をメインの駐車場**として活用することを考えます。

移動のためにコミバスを運転

ただ、市役所から各施設へ歩いていくにはちょっと遠すぎます。現在、休日には福祉バスは運転されていませんが、開催日には市役所から阿下喜中心市街、阿下喜温泉、阿下喜駅を経由して伊勢治田駅までコミバスを運行したらどうでしょうか。1台のバスで30～40分程度で1往復くらいはできそうですから、**2台のバス**で列車の時刻に合わせて区間運転等も含めて1時間2～3本位の運行が適正でしょうか。

コミバス運転ルート



保存会のシャトルバスも取り込んで

貨物鉄道博物館と阿下喜駅を結んでいる
MR238号車保存会のシャトルバスも取り込んで

シャトルバスも重要なアトラクション

現在、貨物鉄道博物館営業日にはMR238号車保存会が丹生川の博物館と阿下喜の間にシャトルバスを運行しています。

これも立派なアトラクションになります。動態保存のバスに乗れるのですから。

シャトルバス



シャトルバス運転区間



現役の施設もアトラクションの一つに

本物の鉄道を
どうやってアトラクション化するか？

北勢線では臨時の乗降場を設置

北勢線ではめがね橋、ねじり橋の土木遺産と北大社の車両区あたりをキーコンテンツとして取り込んだらどうでしょうか。それぞれ楚原駅、東員駅から歩いていける距離ではありますが、やはりもう少しアクセス改善が必要です。

それなら、まず**当該施設の直ぐ近くに臨時の乗降場**を作れないものでしょうか。北大社なんかは廃止した場所に復旧すればすぐにでも出来そうな気がします。

すぐには間に合わなければ、当面はせめて**シャトルバスの運行**するなどしてアクセス改善は必須です。

めがね橋・ねじり橋仮設臨時駅



シャトル列車をアトラクションの一つに

現在の運行ダイヤでは、昼間は楚原駅・阿下喜駅間は1時間に1本の運行です。これでは2つのコンテンツにアクセスするにはちょっと不便です。東員駅・阿下喜駅間に定期列車の運転間隔の中間あたりに専用のシャトル列車をアトラクションとして運行できないものでしょうか。昼間には現行ダイヤでは予備車両があり、休日は状態機能検査もお休みで昼間の検査入場は通常は無いでしょうから十分対応可能ではないかと思われます。

アトラクション列車は？

運行区間は東員駅・阿下喜駅間。途中、めがね橋・ねじり橋付近では臨時乗降場での乗降扱いをするとともに、橋梁付近を最徐行で走行してSNS映えするシャッターチャンスを提供、北大社車庫では車庫線に入って車庫内のデッキから乗降するのはどうでしょうか。アトラクションでは普段はできないことを体験できることがポイントだと思います。

カフェ車両、レストラン車両もあっていい

アトラクション列車では、すべてが鉄道おたくの趣味にこだわる必要はないと思います。

昭和レトロの列車内で、のんびりとお茶できるカフェ車両があっても良いですし、田園風景を眺めながら地元食材中心の食事ができる**レストラン車両**なんかもあって良いと思います。

移動の時間も楽しめる時間にしてしまうことが重要です。

車両検査もアトラクションになりうる

休日は車庫内で検査作業はしていないと思われますが、全般検査、重要部検査ための入場車両があれば、**機器を取り外した状態**であったり、**ボディーの補修作業中**の状態で車庫内に車両が留置されているはずで、これらを安全に見学できればアトラクションになるのではないかと考えます。入場車両が無ければ、**状態機能検査の設定で留置**するだけでも十分喜んでいただけたと思います。

三岐線のアトラクション列車は？

三岐線では貨物列車が売りです。アトラクションは貨物列車の疑似体験というコンセプトで考えたらどうでしょうか。

さすがにセメントホッパーに乗車する列車というのは無理ですね。でも、人が乗車できる貨車を考えてみましょう。たとえば、今は貨物列車に車掌車は連結されてませんが、昔は必ず連結されていました。こうした**中古の車掌車**でも購入して電気機関車牽引の列車というのはどうでしょうか。

無理なら**旧型客車**でも良いかな。電気機関車に牽引される感覚を体験することはできそうです。

アトラクション列車の目玉は？

アトラクション列車は**通常の旅客列車が通行できないところを走行**してこそ、その存在意義が出てきます。

東藤原駅構内でセメントホッパー車が留置されている貨物駅構内で機関車付け替え作業をしてくれると嬉しいですね。中間駅では貨物列車との行き違いが演出できれば撮影タイムに。JR富田駅ではJR貨物への貨物の受け渡し作業を見れたらいいな。

安全面でできることは限られるでしょうけど、貨物鉄道ならではの作業を車内やプラットフォーム上からから見る事ができれば立派なアトラクションになると思います。

電気機関車の検査は

保々車両区では電気機関車の検査をしています。電車の検査は比較的ポピュラーですが、**貨物鉄道の検査**というのはあまり見る機会はありません。安全面に十分配慮したうえで見ることであればそれなりに売りになるのではないのでしょうか。

三岐鉄道の協力がないと難しいことも多いけど

ここに書いたことは、勝手に妄想したことで、実際にやるためには三岐鉄道さんの全面的な協力がないとできません。安全面、法制度面、金銭面等々、様々な制約があり、なかなか前に進めないと思います。

無理なことをする必要はありません。これをヒントにできることだけ前向きに取り組んでみたらどうでしょうか。

何をするにも飲食は欠かせません

腹が減っては戦はできぬ
食事の場所は必須だと思います

協賛レストランで飲食の場所を確保

人が集う施設においては飲食行為は欠かせません。

いくら乗りもの好きでも飲み食いを一切抜きにすることは考えられません。

そこでにぎわいの森をはじめとして、地域のレストランでパークに賛同いただける事業者さんい協賛いただいて、同志として一緒に地域を盛り立てていただくという算段です。

協賛メニューやドリンクサービス

協賛事業者さんにはパンフレットやHPにレストランの案内を掲載することで協賛金をいただきます。協賛金ではパンフレットの作成費用やHPの管理費用を賄います。

パーク営業日には地域の乗りものに関連したテーマのランチメニューを提供していただけるとベストです。

ちょっとした応援だけという事業者さんには、パーク施設利用者にドリンクサービスといったレベルでも構わないと思います。

温泉も取り込んでしまえ

せっかくですから、食事だけでなく**温泉施設も取り込んで**しまつて、総合的なレジャーパークのようにできないものではないでしょうか。

1日乗りものの三昧を楽しんだ後、ゆっくりお風呂で疲れをいやすというのも良いのではないですか。

観光資源として一体感を持たせるには

運営主体が違うコンテンツを
一つパークのように一体化しよう

共通の案内パンフの作成、スマホ向け電子版

とりあえず、**共通のパンフレット作成**が出発点でしょう。

ちょっと珍しい鉄道というテーマのコンテンツが一堂に会したパンフレットがあれば、それだけでもテーマパークのように一体化されたコンテンツという感じがでてきます。

今の時代ならスマホ向けの電子版なんかがあれば、喜んで使ってくれると思いませんか。

さらに、地域にあるすべての博物館、入浴施設も含めた施設入場券と、アトラクション化した乗りも含めた移動手段の**フリーパス**なんかがあれば、テーマパークのように一体感が感じられるようになりませんか。

今日の議論の論点

鉄道はほんの一例、観光資源コンテンツはいっぱいある

ここでご紹介した鉄道の事例はひとつの妄想にすぎません。

市内には観光コンテンツがたくさんあります。例えばセメント工場だって立派なオンリーワンコンテンツですよ。

いなべの観光客の受け入れキャパシティは高々知れています。数百人オーダーの来訪者があればそれで十分だと考えます。数千人を超えるようになるとオーバーツーリズムになってしまいます。

いなべにしかない、**小さなオンリーワン**を探し出して、商品化してアピールすることを考えてみませんか。

業者に丸投げでは地域は潤わない

観光事業で良くあるのが業者への丸投げです。全国規模で観光事業をやっている企業に業務委託するというやり方です。でも、これでは、下手をするとおいしいところは全部受託した業者が持って行って、地域には何も残りません。

自分たちが一緒に考えて一緒に汗をかいてこそ、地域にその利益が回ってきて地域が潤います。地域のことを一番よく知っている人が、考えて動かないとだめです。

地域の観光も交通も同じです。他人事、人任せでは良くなりません。**自分事**として考えましょう。

ディスカッションのテーマ・・・1
いなべのオンリーワン
観光コンテンツは何だろう？

- どこにでもあるような観光施設を作ったところで、各地にたくさんある物のone of themにしかありません。一回くらいは物珍しさで来てくれるかもしれませんが、リピーターやファンとして定着するとは思えません。
- いなべにしかない、いなべに来ないと経験できない**オンリーワンのコンテンツ**は何でしょうか。
- 地元民だと当たり前のようなものでも、都会人から見るとオンリーワンの素敵なものに映るかもしれませんよ。

ディスカッションのテーマ・・・2
オンリーワン観光コンテンツを
どんな形で商品にしますか？

2-1 移動の足をどう確保するか

- 来訪者が観光施設間を車で動き回ると、街に車があふれてしまうだけです。不案内な車は歩行者にとって危険なものでもあります。車はどこかの駐車場に停めておいて、街を歩いて回遊できるようにしないと、街に賑わいを作ることはできません。
- 駐車場はどうする、どこに歩く空間を確保して、**その間の移動手段**はどうしたら良いでしょうか。
- 観光客を迎え入れるためには、きちんとした**導線を考える**ておくべきでしょう。

ディスカッションのテーマ・・・2
オンリーワン観光コンテンツを
どんな形で商品にしますか？

2-2 飲食等も含めトータルで考える

- メインの観光施設だけあっても観光地としては成り立ちません。公衆トイレ、飲食店、その他プラスアルファの施設がきちんと揃っていて、地域全体として観光地になります。
- 地域全体が一丸となって受け入れる態勢をどうやって作ったらよいでしょうか。

ディスカッションのテーマ・・・2
オンリーワン観光コンテンツを
どんな形で商品にしますか？

2-3 誰がコーディネートするか？

- 一つの商品にまとめようとする、色々な業種、色々な事業をひとまとめにすることが必要となってきます。だれがそのまとめ役をすればよいでしょうか。
- 地域の地方公共団体、観光協会、誰がその役割を担うと良いでしょうか。対象となる事象、地域によって誰が良いのかそれぞれ違ってきます。

ディスカッションのテーマ・・・3
商品化された観光コンテンツを
どうやって売り込みますか？

3-1 ターゲットはだれなのか？

- せっかく施設が整っていても、その良さを知ってもらわなければ誰も来てくれません。
- その観光施設にはどんな人来てもらいたいのでしょうか。まずはターゲットを決めておかないとテーマがピンぼけになってしまいます。

ディスカッションのテーマ・・・3
商品化された観光コンテンツを
どうやって売り込みますか？

3-2 どんなメディアを使って訴えるか？

- 情報を周知の際に利用するメディアは、今の時代さまざまなものがあります。世代や扱う分野によって得意とするメディア、不得意なメディアがあります。
- 従来型のマスメディアを活用しますか。若者向けのSNSにしますか。マニア向けのメディアにしますか。
- 誰がその情報を発信するのが効果的でしょうか。