

LRT・路面電車を活用した都市再生の可能性

—世田谷線の事例を通じて—

本稿の目的は、世田谷線を題材に、LRTや路面電車を活用した都市再生の可能性について論じることにあつた。高度成長期において路面電車が次々と廃止される中、世田谷線も旧玉電の支線として残された。しかしながら、成熟型社会の到来により、持続可能な社会の必要性が高まる今日、むしろ、地域からの愛着を得やすい世田谷線の位置づけは高まりつつある。本稿では、バリアフリー等公共交通としてのサービス機能の向上にはじまり、沿線地域との相乗効果を発揮すべく実施した、コミュニティとの協働型「フラワリング」やIC乗車券「せたまる」を活用した商店街振興策といった近年の取り組みを紹介することにより、今後、都市・交通政策や事業者のパラダイムシフトについて論じる。

キーワード | LRT・路面電車, 都市再生, 環境活動, 商店街振興

太田雅文
OTA, Masafumi

Ph. D. 東京急行電鉄株式会社鉄道事業本部事業統括部管理課長

1——目的と背景

本稿の目的は、LRTや路面電車を活用した都市再生の可能性について、世田谷線の事例を通じて論じることにあつた。今、何故LRTや路面電車が注目されているのか？それは、かつての高度成長期から成熟型社会に移行していく昨今のわが国の社会経済情勢と密接に関連している。

特に戦後の東京においては、経済成長に伴う人口増と、市街地の外延化傾向が顕著であつた。当時まだ少なかった自家用車保有率も背景として、鉄道と開発を2本の柱とする民間による鉄道経営のモデルができ上がった。多くの民鉄は、「田園都市」すなわち都市の要素を田園に持ち込むことにより、快適な生活の場を提供することを事業の根幹に据え成長してきた。遠隔地からも効率的かつ信頼性の高い鉄道サービスを提供すべく、かつて都心部における足として主要な役割を果たしていた路面電車は、その非効率性故廃止され、郊外鉄道との相互直通運転を行なう高速大容量の地下鉄路線網の建設が推進されてきた。郊外に住み、都心に働き、休日には家族で新宿や渋谷にある百貨店に行くという鉄道を中心としたライフスタイルが確立した。その結果、わが国の鉄道機関分担率32%（2000年）は、欧州諸国（英国7%、ドイツ8%、フランス10%）よりも遥かに大きな値を示している¹⁾。

しかしながら、成熟型社会を迎える今後、かつてのような都市の面的拡大は効率が悪い。昨今重点課題とされている「都市再生」政策にもあつたように、今後はむしろ既成市街地の活性化、活用が重要な視点である。引き

続き郊外鉄道が重要であることはもちろんのことであるが、LRTや路面電車の特徴は、沿線地域の関心を引きやすく、地域のシンボル、アイデンティティとして活用しやすいことにあつた。公共交通を都市構造の基軸に据え、地球環境にもやさしく、人と人が交流する街やライフスタイルを築き上げていくこと、いわゆる「サステナビリティ：sustainability」の具現化である²⁾。

2——LRT・路面電車活用の意義

このことは、鉄道の駅や商店街を中心とした街でのゆったりした生活「スロー・ライフ」、すなわち地域固有の資源を生かした人々の生活を、行政や事業者も参画する形でつくりあげていくことではないだろうか？街づくりの規範である「田園都市」とは田園を都市化することであるが、今後考えるべきは、逆に田園的な要素を都市に返し、都市生活者に与える潤いを、鉄道をはじめとする公共交通を意識の中心に据えつつ提供することである。大規模なハコモノ高度利用やロードサイド型の開発には依存せず、ヒューマンスケールな商店街、街づくり、市民活動等の活性化を通じて、既存の集積や活力と上手に連携するための方法論が、今、鉄道や街づくりには求められている³⁾。

社会資本のあり方にも新しい価値観が必要である。都市は「交流」により価値を生み出す場であるとの考え方に基づき、投資効果を意識しなければならなくなつてきている⁴⁾。従来にも増して、官民連携による公共交通整備や街づくりを意識する意義は大きい⁵⁾。成熟型社会に

おける都市交通基盤はいかにあるべきかという問題意識の高まりに伴い、今、LRTや路面電車が注目されてきている⁶⁾。そしてその理由は、誰にでも使いやすいこと、歩いて楽しい街づくりとの相乗効果を発揮しやすいことにある⁷⁾。特に欧州では、トランジットモールを上手に活用することにより、タウンセンター地区の活性化をもたらしている例も多く見られる⁸⁾。LRTや路面電車は、コンパクトな街づくりや中心市街地活性化に向けた有効な方策として期待されている⁹⁾。



■写真—1 トランジットモール(カールスルーエ)
撮影：三菱総研室田篤利氏

わが国においては、安全の自己責任に対する社会的通念の違いもあり、欧州にある程歩行者とLRTが混在する例は少ない。しかし、車両がヒューマンスケールであることは、利用者や沿線の方々から関心を持たれやすいという強みがあることを意味する。以下に紹介する世田谷線の事例は、このLRT・路面電車ならではの特徴と密接に関連している。

3——世田谷線の概要

3.1 世田谷線の歴史

東急世田谷線は、世田谷区内の三軒茶屋～下高井戸間5.0kmを結ぶ。両終端の三軒茶屋と下高井戸では、それぞれ田園都市線と京王線と接続し、途中、山下では小田急線豪徳寺駅と接続する(図一1)。元々は玉川電気鉄道(通称「玉電」)のネットワークの一部として1925年に開業した。玉電の本線である渋谷～玉川(現在の二子玉川)間の開業はさらに古く1907年、多摩川の砂利運搬を目的とした路面電車であった。渋谷のハチ公前広場は砂利置き場であったといわれている。その後、1923年の関東大震災以降、居住の郊外化傾向が顕著になり、住宅地世田谷中部とターミナル型交通結節点渋谷を、国道246号線を介して結びつける通勤電車としての性格が強くなってきた。



■図一1 世田谷線の位置

戦後の高度経済成長期において、東京の人口は急速に増加した。1930年から2000年までの70年間において、東京圏(1都3県)の人口は、11百万人から33百万人へと3倍増にもなっている。中でも、たとえば1960年代の10年間においては、3割を超える増加率を示しているが、これは、わが国の経済成長に合わせて、さまざまな活動が、他の地方から東京に集中してきたことを意味している。

東京一極集中に伴い、市街地の外延化圧力は増大する。東京南西部においても、都市開発の波は多摩川を越え、当時はまだ農林地であった横浜市内陸方面へと拡大していった。この、田園都市線(1966年開業)沿線に開発が進められていた多摩田園都市から都心へのアクセスを考えた場合、路面電車では不十分である。より高速、大容量のサービスを確保することを目的とし、玉電の渋谷～玉川間は1969年に廃止され、地下鉄の新玉川線(1977年開業：現在は田園都市線)へと置き換えられることになった。同じ区間の中間駅数は16から5へと大幅に減少し、逆に、長大編成(10両)車両の導入や、地下区間における急行運転の実施等を以って、広域的なサービス水準は飛躍的に向上した¹⁰⁾。

一方、本線の渋谷～玉川間が廃止され、残された支線たる世田谷線三軒茶屋～下高井戸間についても、モータリゼーションの進展に伴い大都市の路面電車が次々と廃止されていく流れの中、早晚廃止となるのではないかという見方も当時は少なくなかったという。しかしながら実態は違った。両終端駅間5kmを17分で結ぶということは時速18kmを意味し、23区内の自家用車の旅行速度と比較しても遜色ない。曜日や時間帯による周辺道路の渋滞や駐車場を探す手間を勘案すれば、自家用車と比較した優位性は高い。結果、1日あたりの輸送人員は、その後の景気変動等の影響による上下はあったものの、5万人程度を継続的に維持してきた。

3.2 次世代に向けての課題

問題は施設や車両の老朽化、サービスの陳腐化が著しかったことにある。車両には冷房もなく、狭くて高いステップであることより車椅子利用者にとってのバリアフリーも極めて困難な状況であった。加えて、1990年代に入ると東京の市街地外延化も止まり、既成市街地への回帰が始まった。内から外へ、神奈川から埼玉、千葉方面へと時計回り方向(クロックワイズ)に進行していた都市が拡大する流れが今度は逆流を始め、たとえば世田谷区の国勢調査人口も、1990年代後半(1995～2000年)には、それまでの減少傾向から増加傾向に転じている。

今、地球環境に優しい都市を形づくるのが、重要政策課題となっている。同時に、企業の社会責任も強く求められる。自家用車に過度に依存せず、鉄道をはじめとした公共交通をより使いやすくすること、人と人の触れ合い、交流に根ざしたコミュニティを形成することは、官民双方の目的意識に合致するものである。

以上の時代背景の変化を踏まえ、世田谷線は自家用車に駆逐される存在ではなく、地域に愛着を持たれる「足」として、沿線の地域社会と事業者がお互い共存共栄していくための「資源」である。このような認識の下、次世代に向け、世田谷線はいかにあるべきか?経営資源としての活用・成長方策の検討が東急電鉄社内で始まったのは1990年代中頃のことであった。

以下、具体的取り組みについて、時系列に従い紹介することとする。

4——公共交通としてのサービス機能の向上

1990年代末まで供用されていた旧形式の車両(写真—2)は、特徴的な人間味あるデザインで、玉電の時代より親しまれていた。しかしながら、冷房がないこと、1段35cmもの高い乗降ステップが2段もあり、高齢者や幼児連れにとって極めて使いにくかったことに加え、扉の幅も80～90cmと狭いことより、たとえ介助者がいたとし



■写真—2 世田谷線旧形式車両

ても、車椅子による利用はほとんど不可能。時代の変化とともに強く求められていた高齢化社会への対応やバリアフリー化の実現とはほど遠い状態であった。

4.1 リニューアル計画立案

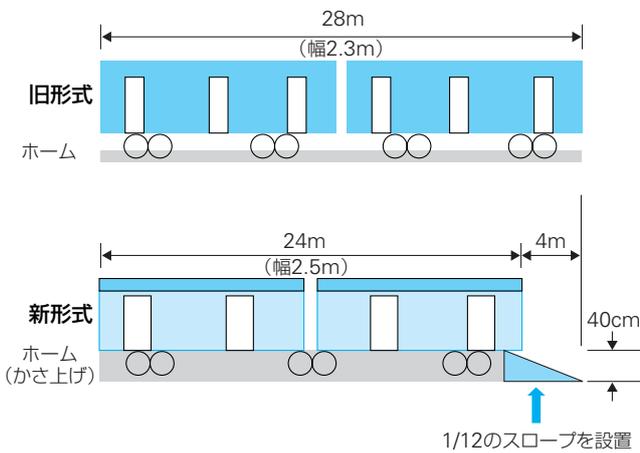
確かに愛着を持たれていたことは事実であるが、公共交通として果たすべき機能としては重大な問題を抱えている。東急電鉄社内での検討の結果、抜本的に車両ならびに施設を更新することとした。特に重点課題であったバリアフリー化すなわち車両とホーム間の段差を解消する方法としては以下の2案が考えられた。

- ① ホームを車両の床レベルにまでかさ上げし、ホーム端にスロープを設置する。
- ② 低床式LRT車両を導入する。

世田谷線の軌間は1,372mmである。当時の欧州諸都市で多く導入されていた低床式LRT車は、標準軌(1,435mm)または通称「メーターゲージ」と呼ばれる軌間1mであることより、これを世田谷線にも導入するためには、台車の大改造が必要になる。加えて、検討当時のわが国においての実績はほとんどなく、保守管理上の課題も明確でなかった。一方、世田谷線は旧玉電の一部であったことより、路面電車すなわち「軌道」として位置づけられているが、三軒茶屋～下高井戸間は全て通常の鉄道と同様の構造形式を持つ専用軌道となっている。従って、道路の一部となっている電停と比較して、ホームをかさ上げすることもさほど難しいことではない。

以上、費用やリスク等を総合的に勘案し、①にあたるホームをかさ上げする方法を採用することとした。計画の留意事項ならびに実施形態は以下のとおりである。

- ① 新形式車両の台車を設計する際、できる限り車両の床面高さを下げることに留意する。検討の結果、旧形式車両と比較して30cm下げることが可能であるとの結論を得た。
- ② 従って、課題とされていた70cmの段差を解消するために、残る40cm(=70cm-30cm)を、ホームかさ上げにより対応する。かさ上げ前には、新形式車両に設置された車椅子用リフトを活用する。
- ③ かさ上げたホーム端に、バリアフリー基準(1/12)内のスロープを設置する。スロープ長(40cm×12=4.8m必要)を確保するためには、車両を短くしなければならない。検討の結果、旧形式車両の長さ28mに対し、新形式車両は24mとする(図—2)。
- ④ 車両1編成あたりで同等の輸送力を確保しなければならない。このため、車両の幅を2.3mから2.5mに広げる。(新旧車両混在時における運行を可能とする限度値であった。)



■図—2 世田谷線バリアフリー化

- ⑤ 新旧車両混在運行時には、曲線部の偏倚量も大きく変えることはできない。このため、台車間距離を、旧形式車7mに対して、新形式車8mとしている。
- ⑥ さらに、車両内空間の有効活用を図るため、車両1両目と2両目の間に台車を設置し、その上に床を設けられる接続構造を採用し、座席も従来のロングシートを改め、1列クロスタイプとする。
- ⑦ このことは、ワンマン運転化も見据えた措置である。1両目と2両目が貫通していない旧形式の車両では、規則によりワンマン運転はできない。貫通車両とした新形式車両導入後においては、乗車率が高い中運賃収受をすることより、運転士と案内係の2名の係員が乗車しているが、車掌の業務も全て運転士に集約した実質的なワンマン運転となっている。

4.2 リニューアルの実施と効果

1999年1月に上町にある検車施設の建替えに着手、同年7月に新形式車両300系(写真—3)の導入を開始した。さらに、2001年2月10日終電後にはホームかさ上げの工事を実施、3月には増備1編成を含む10編成すべての車両の置き換えを完了した。新形式車両への置き換えにより、ダイヤ乱れ時の回復が容易となった。



■写真—3 世田谷線新形式車両

この間わずか2年あまりでしかない。車両や施設のリニューアルに対する投資を集中的に行ない、それまで大きな懸案となっていたサービス水準の機能的な側面を、一挙に標準的な都市鉄道並に高めることができた。

その結果、輸送人員は増加傾向になっている。対前年増加率は2001年度が1.5%、2002年度が2.9%である。2002年度の増加要因としては、後述するIC乗車券「せたまる」の導入効果が大きいと考えられるが、東急電鉄全線でも0.5%増でしかないことを考え合わせれば、この路線を再生させるための投資が大きな集客効果があったことを物語っている^{注1)}。

5——沿線との相乗効果の発揮

世田谷線の特徴は、既成市街地の中を走る都市鉄道でありながら、地域密着性が高いローカル線としての性格づけが高いことにある。理由の1つとして、親しみの湧くヒューマンスケールの車両にあると考えられる。従って、路線の持続的成長のためには、絶対的なサービス水準向上という機能(Functional)面だけでなく、それぞれの利用者が愛着と一体感を持つべく情緒(Emotional)な側面の強化が欠かせない。本課題については、「環境活動と街づくり」と「地域振興」の両面からアプローチする。以下、これまでの取り組みについて述べる。

5.1 環境活動と街づくり

昨今、環境への貢献をはじめとするCSR(Corporate Social Responsibility)すなわち社会的責任のパフォーマンスが、企業の価値評価尺度としてますます重視されるようになってきている。たとえば鉄道が及ぼす重大な環境側面として、

- ① 電車の運行や駅で大量の電気が消費されることによる地球温暖化
- ② 保守工事の廃材をはじめとした廃棄物の処理
- ③ 列車走行時の騒音、振動をはじめとする沿線ローカルエリアへの影響

が挙げられる¹¹⁾。中でも③に関しては、この他草刈や景観の問題も考えられる。

5.1.1 「フラワリング」活動

ところで、世田谷線は東急電鉄100kmの鉄道ネットワークの中でも、最も地域密着型の路線の1つとして位置づけられている。従って、上記③の改善にあたっては、事業者の取り組みに対する地域の関心も高く、その結果、効果も把握しやすい。すなわち、ローカルな沿線環境改善対策を行う意義も大きいと考えられる。

この観点より、2001年度より、線路内および周縁敷地の空きスペースを活用した草花の植栽を展開してきている。社内および地域で「フラワリング」(英文法的には Flower Plantingが正しい)という言葉で親しまれているこの活動は、2000年末以来、東急電鉄鉄道部門におけるISO14001認証に基づくEMS(環境管理システム)の下、特に保線部門のイニシアチブに支えられ、継続的な取り組みが為されている。内容の概略は以下のとおりである。

- ① 駅間は、四季それぞれ何かの花が楽しめるオールシーズン型とする。
- ② 駅部は、「レインボー」をキーワードとしてテーマカラーが元々設定されているが、三軒茶屋および下高井戸になる両終端駅ならびに区民会館と一体建築物である宮の坂を除く7駅について、決められた虹の七色(すなわち、西太子堂：赤、若林：橙、松陰神社前：黄、世田谷：緑、上町：淡青、山下：青、松原：紫)に合わせた花を植える。
- ③ 取得費用とメンテナンスフリー化に配慮した品種構成とする。すなわち、「フラワリング」をせずとも発生してしまう草刈のコストダウンと美化、ならびに愛着度の向上を同時に目指す。

植栽は、2001年春より起点方の三軒茶屋より始まり(写真一4)、2003年度まで、世田谷線のほぼ中間に位置する上町駅までの整備が完了している。

世田谷線における「フラワリング」活動の最大の特徴は、事業者ならびに主催者であるところの東急電鉄が、全て自己の組織内において計画、設計、実施のプロセスを完結するのではなく、地域との「協働」を強く意図していることにある。すなわち、いわば「フラワリング世話人」として参画しているという意識が、事業者と地域との一体感につながるという仮説に基づいている。

この活動の認知度と高い意識づけを目的とし、過去5回にわたり、社内と沿線地域の両方からボランティアを

募りことにより、実際に花を植える作業を行なうイベントを催してきた。回を追って、起点(三軒茶屋)方から終点(下高井戸)方へと移ってきている。その概要は以下のとおりである。

- 第1回：2001年5月、三軒茶屋駅付近、東急電鉄社員50名程度参加
- 第2回：2001年10月、西太子堂駅付近、東急電鉄社員に西山町会を加えた50名程度参加
- 第3回：2002年5月、世田谷駅付近、東急電鉄社員に世田谷東町会、世田谷三栄会商店街等を加えた50名程度参加(写真一5)
- 第4回：2002年10月、宮の坂駅付近、東急電鉄社員に宮坂1および2丁目町会、宮坂フラワークラブ等を加えた40名程度参加
- 第5回：2003年5月、山下駅付近、東急電鉄社員に豪徳寺町会等を加えた50名程度参加

いずれも実施時間帯は土曜日の午前中10～12時くらい、植栽の対象としたのは、駅近傍における線路脇の遊休地で、特に他用途の意義や価値が見出せない場所である。列車走行中の作業ではあるが、東急電鉄側事務局において防護柵を施していること、世田谷線そのものが元々路面電車であることより、車両のサイズも小さく低速運転であることより、通常の鉄道の線路脇で感じる威圧感や恐怖感はない。

このフラワリングボランティアには、町会や商店街振興組合を代表する人々だけでなく、街づくり意識が高く市民活動に熱心な人々も参加している。常日頃スーツにネクタイ姿の事業者スタッフと私服の地元という付き合いでは、時として対峙する関係となってしまうこともあるが、休みの日にお互い私服で花を植えるという行為を通じて交わされる会話、コミュニケーションは、両者の間の距離を縮める上で有効である。

たとえば、第5回の山下駅においては、色が同駅のテーマカラーの青でありかつ知名度、保守の経済性より優れ



■写真一4 世田谷線「フラワリング」(三軒茶屋駅付近)



■写真一5 「フラワリング」ボランティア(世田谷駅付近)

ている花とは何であるのかということについて、地元世田谷で緑化活動を主体的に進めている世田谷トラスト協会の技術スタッフと討議を行ない、結果、ラベンダーの比重を高めることとした。このように、実際に体を動かす作業段階だけでなく、デザインや植える花の種類選定等、計画段階から広く地域に門戸を開くことも重要である。この考えに基づき、2003年秋には、上記の植栽ボランティアの一環として、頭を使うイベント「世田谷線車窓コンクール」を実施した。

5.1.2 世田谷線車窓コンクール

世田谷区都市整備公社まちづくりセンターとの共催で行なったこのイベントは、後述する「世田谷線沿線イベント」の一環として、上町～山下間のフラワリングについてアイデアを募集することを意図して行った。既に清掃工場の煙突や駅舎デザインに関するコンクールを行なう等まちづくりに関して高いノウハウを持つ世田谷区と鉄道事業者とのパートナーシップによるシナジー効果を狙ったものである。

専門家のコンペとは異なり、コンクールであれば、たとえ小学生であっても参加することができる。広くアイデアを募ることを目的に、車窓からの沿線風景写真並べ替えクイズ等楽しい企画も盛り込んだ応募用紙兼ポスターをデザインした上、世田谷線各駅に掲出・設置した(写真一六)。そして、アイデア募集に先駆け、10月8日午後には臨時列車を運行した。ここでは申込者に対して、車内にて世田谷線の公共交通機関としての位置づけや沿線の資源に関する情報を披露する事前講座を行った。説明も東急電鉄とまちづくりセンターのスタッフ双方が行なうことにより、世田谷線が沿線地域とが一体となっていることを周知させる上で大きな効果があったと考えられる。

その後、1週間の応募期間中に受け付けた110件にも上る提案を審査すべく、11月3日には、世田谷区の協力もあって、世田谷線宮の坂駅直結の宮坂区民会館にお

いて公開審査会を開催した(写真一七)。この審査会は「世田谷線沿線イベント」の中でも、東急電鉄が主体的に関与する部分としても位置づけられた。当日は小雨にも関わらず、50名程度収容の会場を埋め尽くす参加者が来訪し、世田谷線に対して活発な議論が討わされた。

当初の事務局の目論見としては、たとえば植える花の種類等、フラワリングに関するアイデアを収集することにあつたが、実際には、線路脇法面を埋め尽くす風車(かざぐるま)、発光ダイオードによる法面の装飾、かかしコンクール、プランターやピオトープの共同管理、穀物や野菜植栽ならびに収穫祭、駅掲示板やスペースの地域情報拠点としての活用、招き猫のオブジェ(豪徳寺は招き猫発祥の地と言われている)、山下駅脇踏切スペースの交流広場化、交差する鉄道高架橋の装飾等々、応募者は7才から77才まで、広範かつ多種多様、そして斬新であった(写真一八)。

最初に一般参加者による評価を行なった後、有識者、地元代表、自治体(世田谷区)、事業者(東急電鉄)から成る7名の審査員による討議、審査の結果、大賞1点と審査員賞6点が選ばれた。特に大賞となった「原風景を探して! 草生は続くどこまでも」は、発想や作品のクオリティすなわち夢があることだけでなく、実現可能性のあ



■写真一七 世田谷線車窓コンクール(公開審査会)



■写真一六 世田谷線車窓コンクール(ポスターと応募用紙)



■写真一八 世田谷線車窓コンクール(子ども達の力作)

る要素も盛り込まれていることより、高く評価されたものである(写真—10)。



■写真—9 世田谷線車窓コンクール(一般参加者の評価)



■写真—10 世田谷線車窓コンクール(大賞作品)

5.2 地域振興

世田谷線沿線には商店街はあるものの、いずれも規模的には小さく、空間的な制約により大型スーパーやSCもない。決して広くはない路地に個人商店を中心とした小規模な店が連なっている駅前商店街を中心とした街が形成されている。一方では、全国あらゆる箇所にあるように、後継者難やコンビニやファーストフード等ナショナルチェーン資本の進出により逆に特色のない街へととなってしまいうリスクも抱え、次世代に向けてのさらなる活性化、持続的成長戦略が求められている。

さて、地球環境問題意識の高まりの中、公共交通を基軸とした都市の再生ならびに健全なコミュニティ、商店街の形成が大きな政策課題として浮上してきている。いわゆるサステナビリティを指向する上で、路面電車の復興が注目されているように、東京においても、地域と一体となった公共交通機関はいかにあるべきか、さらにはこれを活用しつつ、商店街活性化および街づくりをいかに推進すべきか、検討する意義は大きい。

世田谷線における取り組みは、まさに大きな変革期を

迎えているわが国の都市経済政策に対して重要な示唆を与えている。以下、世田谷線と沿線商店街との連携による地域振興に向けて、双方の相乗効果を高める取り組みについて、以下に紹介する。

5.2.1 沿線イベント

祭りやイベントは地域活性化の有力なツールとして捉えられている。世田谷線沿線においては、毎年12月と1月に上町駅近くにある代官屋敷を中心に開催されるボロ市が有名で、メディアの注目度や広域的な集客力も高い。

これに加え、2001年より世田谷線沿線の商店街を中心に、毎年10月下旬から11月上旬にかけて「世田谷線沿線イベント」なる祭りが開催されてきている。本イベントの意義、面白さは、世田谷線という公共交通を介しながら、線状に連なる拠点たる商店街を横断的に繋ぐことにある。すなわち、1つ1つの拠点は小さくとも、沿線の一体感を盛り上げることで、イベントの存在意義を高めることができる。最新の2003年の開催場所およびタイトルは以下のとおりである。

- ・三軒茶屋：世田谷アートタウン(三茶de大道芸)
- ・松陰神社前：幕末維新祭り
- ・世田谷：せたがや駅前楽市楽座
- ・上町：上町浪漫「世田谷城物語」
- ・下高井戸：しもたか音楽祭

いずれも地域の歴史的資源や文化の活用を意図しつつ、独自の創意工夫も取り入れたものである。

三軒茶屋においては、世田谷線駅前にキャロットタワー再開発と同時に生み出された広場を活用しつつ、これを中心として街の各所でさまざまな「世界の大道芸」が催される。せたがや文化財団との連携にもよる極めて芸水準の高いパフォーマンスである(写真—11)。

松陰神社駅前商店街は世田谷線と直交し、世田谷通りから吉田松陰を奉る松陰神社にまで至る道であるが、ここを地元の大学とも連携した「奇兵隊パレード」が練り



■写真—11 世田谷アートタウン(三軒茶屋)

歩く。神社の境内が最大の集客拠点であるが、ここではコンサートも開催される(写真-12)。

隣接する世田谷駅付近の世田谷三栄会商店街もやはり世田谷線と直交する。普段は駅前の資材置場等となっている東急電鉄用地を駅前コンサートの場所として活用する他いくつかの拠点を設け、イベントの認知度を高める集客力を発揮している(写真-13)。

上町には前述の代官屋敷の他、世田谷城趾公園があるが、この史跡を生かしたイベントが開催される。

下高井戸は世田谷線が京王線と接続する交通結節点でもあり、昔ながらの商店街という雰囲気も醸し出している。松原駅前も加えた街中の各所では、世界各国の音楽が奏でられ、街行く買物客の耳を楽しませている(写真-14)。

この沿線イベントにおける世田谷線の役割は、地理的には離れた隣街同士で、同じ顧客を奪い合うライバル同士であっても、「活性化」や「地域振興」という同一の目標に向かって邁進する横糸の役割を果たす。これまで、鉄道事業者である東急電鉄による具体的取り組みの代表は、車体ラッピング広告空きスペースの活用である。世田谷線の車体側面は、企業をはじめとする広告掲出スペースとなっている。従来は、飲料やお菓子メーカー等ナショ

ナルスポンサーの宣伝に利用されてきてが、時代の変遷に伴い、決められた特定の企業広告だけに依存する体質から、より地域密着型、環境指向型へと門戸を開放し、この観点を重視する方向性も示唆されている。

一方では、世田谷線沿線イベントを盛り上げる「横糸」として、日常的に目にする鉄道車両を活用することは有効である。2002年からは、せたがや文化財団との連携の下、地元の小学生に沿線イベントをはじめとする地域のお祭りの絵を描いてもらい、これを車体に掲出している。夏休みの共同製作作品を写真スタジオに持ち込み撮影、電子データ化した後、これをラッピング素材にするというアイデアを実現したものである(写真-15)。

また、絵の脇を彩る文字やロゴのデザインは、地元のデザイナーによる。参加小学校も2002年の7校(三軒茶屋、太子堂、若林、弦巻、桜、城山、松沢の各小学校)から2003年の10校(これに加え中里、世田谷、赤堤の各小学校)へと増え、沿線の子ども達にとっても、世田谷線運営に参画できる恒例行事との認識が高まってきている。掲出期間の休日には、自分の描いた絵とともに記念写真を撮ろうとする親子連れも目立つ。鉄道事業者から見ても、路線への愛着が高まるだけでなく、需要喚起につながることは歓迎すべきことである。



■写真-12 幕末維新祭り(松陰神社前)



■写真-14 しもたか音楽祭(下高井戸)



■写真-13 せたがや駅前楽市楽座(世田谷)



■写真-15 世田谷線沿線イベント列車

5.2.2 IC乗車券「せたまる」の活用

鉄道と沿線の相乗効果を高めるためのツールとして、ICカードが最近注目されている。従来の磁気カードと比較して、ICチップの記憶容量が大きいことより、鉄道だけでなく、関連事業領域におけるサービスを付加することができる。公共交通への回帰の必要性が重要な政策課題として唱えられている一方で、実態は自家用車利用性が拡大してきている昨今、この新技術を活用した新施策を、従来の通念にとらわれ推進する意義は大きい。

①「せたまる」の概要

世田谷線において先行的にIC乗車券「せたまる」(写真—16)を導入したのは、2002年7月のことであった。せたまるの特徴は、カードをバスターより取り出さずとも運賃収受ができる非接触決済機能の利便性に加え、複数種類ある回数券の割引分を「ポイント」の概念を導入することにより整理したことにある。従来からあった世田谷線の回数券は、通常の10乗車分価格(130円×10=1,300円)で11枚綴りのものの他、平日オフピーク10~16時を対象にした12枚綴りのもの、さらには土休日を対象にした14枚綴りのものがあった。これを1枚のICカードで処理するために、平日オフピーク乗車1回あたり2ポイント、土休日乗車1回あたり4ポイント、それ以外乗車1回あたり1ポイント付与、10ポイントで1乗車とした。利用に応じてポイントが蓄積され、チャージ時に還元される。すなわち、蓄積ポイントをゼロクリアすると同時に、相当分をバリューとして自動的に追加積み増しする、商店街でよくあるポイントカードと似た性格を持った利便性の高い乗車券である。

但し、かつてはその使いにくさ故顕在化していなかったオフピークや土休日回数券の高い割引を、ICカードポイントとして自動的に付与したことにより、輸送人員は増加したものの、運賃収入は減少した。これも重要な知見であった。

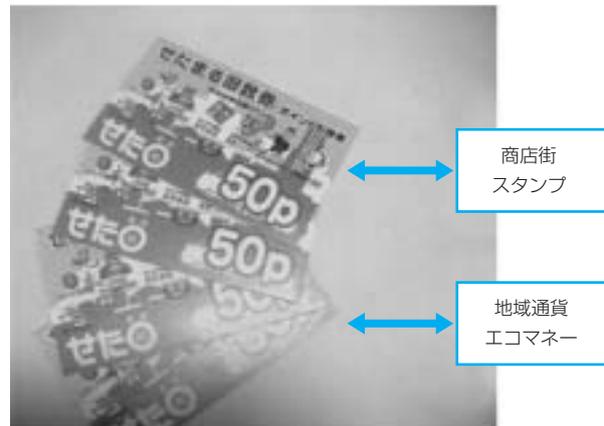


■写真—16 せたまる(左:定期券, 右:回数券)

② せたまるポイントの流通

このせたまるポイントを活用した沿線との連携を意図し、2003年秋には「せたまる回数券・ポイント引換券」を発行した。従来から沿線のいくつかの商店街が、スタンプとの交換対象として、世田谷線の回数券を購入してきた実績を踏まえ、そのICカードバージョンとして位置づけ、同時に、前述の世田谷線沿線イベントの宣伝も兼ねた企画乗車券である(写真—17)。

券面のデザインには、各商店街の祭りのロゴを配置し、できる限り鉄道事業者と沿線商店街との共存共栄を意識した。また、地元の市民活動グループによる地域通貨との連携へと発展し、交換した地域通貨は、前述の「世田谷線車窓コンクール」への参加賞として活用された。このポイント引換券の主たる用途は、ボランティアに対する謝礼や商店街スタンプの交換対象となっており、その浸透度合いを勘案すると、イベント時だけでなく年間を通じた発行の意義も大きいと考えられる。



■写真—17 せたまる回数券・ポイント引換券

③ 商店街スタンプとの交流

世田谷線沿線における地域振興、街づくり、市民活動への意識は高い。「特派員」なる情報提供者に基づく市民活動情報誌「瓦版」はその一例といえる。鉄道事業者により、ポイント引換券という名の地域通貨的な乗車券が流通されたことをきっかけに、沿線共通のスタンプを発行する機運が複数の商店街において高まってきた。今、商店街の活性化方策として、派手な、しかし企画、運営の過剰な負荷により主催者そのものが疲れてしまうイベントよりむしろ、地味ではあるが主催者への負荷を軽減できるイベントを高頻度で開催することの意義が注目されてきている。より地域に密着型を指向する価値観の台頭である¹²⁾。たとえば、掃除を月に1回開催し、参加者同士のコミュニケーションを活性化すると同時に、街の環境改善への関心を高めることを市民活動グループとのパートナーシップの下、行なうことである。

商店街スタンプは、その参加者に対する謝礼として活用することが可能である。すなわち、いわば地域通貨と同目的の用途である¹³⁾。この発想に基づき「世田谷ポイント」と名づけられた世田谷線沿線共通スタンプが発行された。2月11日(祝日)の午前中には、沿線地域(三軒茶屋、松陰神社前、世田谷、下高井戸)において一斉に掃除を始めるイベントを開催した。当日は好天にも恵まれ、300名余りのボランティアが参加、最後のゴミ集積場となる上町駅の車庫脇にある駐車場には、大鍋での

汁粉も振舞われ、地域と事業者との交流の場と化した(写真—18, 19, 20, 21)。その参加謝礼として配布された共通スタンプは、善意に対する感謝の念を表すものでもあるが、一方では、人々の意識を世田谷線と沿線へと繋ぎ、せたまるポイント引換券との互換性を以って、沿線ならびに鉄道への集客のトリガーとしても期待される有力なツールの1つとしても期待される。

ところで、3年程度後までには、大都市圏の鉄道やバスにおいて、IC乗車券が本格的に普及してくると見込まれている。公共交通に乗るということは、日常生活に欠かせ

ないことであるので、このキラーコンテンツを備えたカードの保有動機は大きい。従って、ICカードを活用した鉄道と沿線との有効な連携施策の実現は、この機を逃してはあり得ない。鉄道事業者にとってはもちろんのこと、商店街をはじめとした沿線においても、相互の持続的成長に向けて、まさに千載一遇のチャンスを迎えているといつてよい。

その意味で、世田谷線において、先行的にIC乗車券を導入したことは、実験的な先駆事例として意義は大きい。技術的なリスクを確認したこと等、本質的な機能面での知見に加え、明らかとなったこととして、回数乗車券の割引分にポイントの概念を導入し、これに地域通貨的な汎用性のある流通形態を用意することの有用性が確認されたことが挙げられる。



■写真—18 世田谷線沿線掃除



■写真—19 世田谷線沿線掃除



■写真—20 世田谷線沿線掃除(ポイント引渡し)



■写真—21 世田谷線沿線掃除(ゴミ集積場での交流)

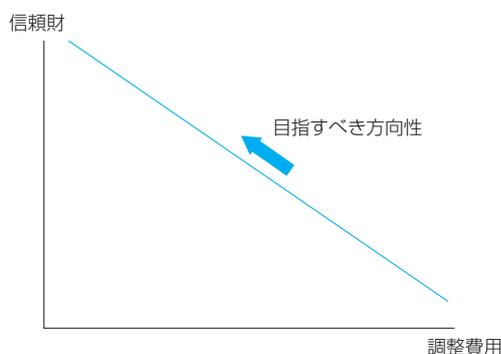
6——まとめ

本稿では、世田谷線を題材に、鉄道を活用した地域活性化の可能性について論じた^{注2)}。取り組みより得られた知見としては、第一に、LRT・路面電車は、沿線の人々よる関心を得やすい対象故、地域アイデンティティの有力な候補である。都市再生政策のツールとして活用できる可能性が高い。人々が一体感を実感でき、生活の豊かさを感じ、プライドを持てる街となれば、環境も向上し、来訪者も増える。事実、今でも高いステイタスを持つ街では、高い水準の街づくりが営まれている。このことは、都市型観光という地域活性化の観点からも重要な示唆を与えている。世田谷線のケースの面白さは、鉄道という複数の街と街とを結ぶ機能的な繋がり(Functional Link)が、「せたがや暮らし」を通じた愛着という要素も付加した情緒的な繋がり(Emotional Link)にまで発展する可能性も秘めていることにある^{注3)}。また、このような好循環サイクルをシステム化するためには、沿線を総合的にマネジメントする組織が求められていることも示唆しているといえよう。

第二に、LRT・路面電車をはじめとした公共交通を活用しつつ地球環境にもやさしい「サステナブル」な都市構造を誘導する取り組みに沿線地域とも一体となって参画することは、企業の社会貢献（CSR）の一環として位置づけられる。従って、上述の都市再生政策との連動により、地域、行政、事業者のパートナーシップの枠組みが、LRT・路面電車の中核にしつつ構築できる可能性がある。そして同時にこのことは、鉄道事業者にとって永遠の課題でもある沿線地域とのコンフリクト回避に向けたモデルを提示できる可能性もある。事業者と地域との間の信頼はある種の「財産」であり、相互の調整に要する社会的費用を低減することができる（図—3）。両者にとって好ましい傾向である。

信頼財を拡大し調整費用を低減するためには、さらに事業者と沿線地域が新たな価値を「共創」していくためには、相互理解を促進すべく逆にコンタクトを活性化しなければならない。鉄道サービス水準や経営状況と沿線活性化や街づくり等、総合的かつ多面的な尺度でパフォーマンスを評価、管理していく方法論が求められているといえよう。

一時は存続すら危ぶまれていた世田谷線も、近年の投資や取り組みにおいて再生することができた。今、ゆっくり、ゆったりしていることは、ある意味では時代の最先端を走っている「都市再生」のキーワードなのかもしれない。沿線地域との連携なくして鉄道は生き残れないという発想に立つのであれば、世田谷線における知見を、



■図—3 目指すべき方向性

(原稿受付 2004年4月13日)

都市鉄道、地方鉄道、ターミナル駅等さまざまな場所へと拡張することが可能であろう。本稿で紹介した事例には、今後の都市政策や鉄道運営にあたって考慮すべき示唆がいくつか含まれている。

付記：本稿で紹介した事業、取り組みには多くの方々が関与した。その熱意、努力に対して敬意を表したい。また、当然のことであるが、本稿に記載する内容については、全て筆者の責に帰するものである。

注

- 注1) 本事業の総投資額は約50億円、一方増収額は年間0.5億円程度である。世田谷線の運賃水準は130円均一と並行するバスと比較して安い。投資額を回収するためには、値上げの妥当性、必要性について検討されなければならない。
- 注2) 本稿で紹介した取り組みの多くはテレビ、ラジオ、新聞等で取り上げられた。2004年夏には、これまでの投資やソフト的取り組みへの評価を含めたアンケート調査を実施している。
- 注3) 鉄道事業者の側にも、発想の転換が必要であることを示唆している。都市の成長を前提として成り立っていた事業の成長はもはやあり得ない。コーポレートブランドを前面に押し立てつつ自社のテリトリーを確立し、キャピタルゲインの享受を収益の柱としてきたかつての方式を改め、資産のオフバランスや他主体とのパートナーシップをより意識した経営戦略としていかなければならない。目指すべきは沿線価値向上のビジネスモデルである。住んでみたい、働いてみたい、行ってみたい、何か面白いことがありそうだ、という意識を持たせる魅力あるエリアとすることが重要である。

参考文献

- 1) 財団法人運輸政策研究機構 [2003] “数字で見る鉄道” pp 18-19
- 2) 家田仁、岡並木 [2002] “都市再生—交通学からの解答” 学芸出版社
- 3) 宇沢弘文、國則守生、内山勝久 [2003] “21世紀の都市を考える” 東京大学出版会
- 4) 森地茂、篠原修 [2003] “都市の未来—21世紀型都市の条件” 日本経済新聞社
- 5) 社団法人日本民営鉄道協会都市鉄道整備問題研究会 [2003] “大都市における鉄道整備の将来像”
- 6) 都市交通研究会 [2002] “これからの都市交通—環境を考えた魅力ある都市づくり” 山海堂
- 7) 中尾正俊 [2001] “路面電車からLRTシステムへの転換方策” 「運輸政策研究」 Vol.4 No.1 pp 38-43
- 8) Simpson, B. J. [1994] “Urban Public Transport Today” E & FN SPON
- 9) RACDA 路面電車と都市の未来を考える会 [1999] “路面電車とまちづくり” 学芸出版社
- 10) 太田雅文 [2002] “東京南西部における鉄道と街づくり” 「新都市」 Vol.56 No.3 pp 46-55
- 11) 東京急行電鉄株式会社 [2002] “環境報告書”
- 12) 中沢孝夫 [2001] “変わる商店街” 岩波書店
- 13) 嵯峨生馬 [2004] “地域通貨” NHK出版

A Consideration on the Urban Regeneration by Light Rail Transit
— A Case Study of Setagaya Line —

By Masafumi OTA

The aim of this paper is to discuss urban regeneration by light rail transits adopting Setagaya Line in Tokyo as a case study. During the high economic growth era when light rails in Japan were abolished, Setagaya Line survived as a branch line. However, due to the advent of the matured society, the identity of Setagaya Line has been prioritised under the necessity of the "sustainable" community. This paper introduces various recent countermeasures of promoting the level of service as a public transport and intimacy with surrounding communities, such as "flowering" and IC tickets "Setamaru". This is to discuss the paradigm shift of policy measures and strategies of the firms.

Key Words ; **light rail transit, urban regeneration, environment, economic development**

この号の目次へ <http://www.jterc.or.jp/kenkyusyo/product/tpsr/bn/no26.html>