

社会基盤史レポート 2

J4-210447 川村朋広

私がこのレポートにおいて、阪急電鉄の前身である箕面有馬電気軌道の経営戦略と沿線開発について取り上げ、なぜ集客に成功したのかを議論する。箕面有馬電気軌道は梅田から箕面、宝塚、有馬温泉を結び、行楽輸送を計画して、設立された会社であった。しかし、沿線は荒地が多く収入が見込めなかった上に、幹部社員も増収に対して関心が薄かったという。このような状態から、乗客の確保に成功した理由は、沿線施設を活用しながら、人流を制御したことだと考える。

人流制御の例としての一つ目は沿線開発である。会社が設立された当時は、都心から郊外へ住居を移そうする流れがあった。さらに、国内の主要路線が国有化され、新たに敷設される民営鉄道の近郊輸送としての役割はより重要なものなりつつあった。そのタイミングで沿線に宅地開発し、乗客を集めていたということである。

二つ目は都心側のターミナル駅である梅田に百貨店を回転させたことである。輸送のターゲットに、通勤するサラリーマンだけでなく主婦層も含めた戦略といえる。百貨店を駅に直結させて利便性を高め、百貨店の高層階に直営の大衆食堂を設営して、眺望を楽しませるといった当時として斬新な手法を用いたのが、この戦略の成功につながったといえる。また、先述の通り箕面有馬電気軌道は行楽輸送を計画して設立されたが、行楽客に対して、百貨店で弁当を販売しておりこれも人気を博したようである。

三つ目は、郊外側のターミナルである宝塚にも行楽施設を設置したことである。沿線開発と都心側の商業施設では、都心側に向かう電車の輸送率が高まるが、郊外に戻る電車の輸送率が依然として低いままである。それを防ぐために、宝塚に歌劇団を作り、プールなどの娯楽施設を作った。

これらの戦略に加えて、箕面有馬電気軌道は路線長が短く、環境面でも恵まれていたと考える。短いことのメリットとして、沿線人口が気軽に百貨店や娯楽施設、職場に出向くことができることがあげられる。経営戦略と環境面で恵まれていたことが、箕面有馬電気軌道の成功につながったと考える。

参考文献

「阪急百貨店の沿革」(株式会社阪急阪神ホールディングス)

「阪急電鉄の秘密」(PHP 研究所)