

地域ブランド 戦略 27

地方PR機構 代表理事
殿村 美樹

コロナ禍の「アート列車」

今年は梅雨入りが早い。それだけに、とんでもない豪雨が襲ってくるのでは、と怖くなる。ここ数年、梅雨に入った途端、台風並みの豪雨が襲ってくるからだ。なかでも2018年に中四国を襲った西日本豪雨は忘れられない。岡山県井原市では豪雨が61人の命を奪い、住宅4830棟を倒壊させた。地元では「100年に一度の災害」と語り継がれている。

あの悲劇から3年、被災地を走る井原鉄道から明るいニュースが届いた。今春、地元が誇る大原美術館の名画を車体にデザインし、「アート列車」と称して運行を開始したという。井原鉄道は、井原市を中心に岡山県総社市から広島県福山市神辺地区を結ぶ第三セクターの鉄道で、1999年の開通以来20年以上、地域の足でありながら観光客の人気も集めている。1～2両編成のかわいいディーゼル車が田園風景を走る姿に、郷愁を求めて訪れる人が絶えないのだ。

一方、大原美術館はモネの「水蓮」をはじめ世界的に有名な名画を約90点所蔵する芸術の殿堂である。今回、その名画を惜しみもなく車体にデザインしたのだ。しかも、アート列車

のプロジェクトは地域の観光・文化の振興団体が集まって結成された「大原美術館×井原鉄道」文化芸術振興実行委員会が主体となって進められている。さらに資金を求めて行われたクラウドファンディングでは、岡山県観光連盟や岡山県文化連盟のトップをはじめ、倉敷市長、井原市長など井原鉄道沿線の5市長が直筆で応援メッセージを発信している。その甲斐あってか予想を上回る405人から約721万円の資金が集まった。



大原美術館の名画をデザインした井原鉄道の「アート列車」

「世界の井原鉄道を目指す」

しかしなぜ今春、運行を開始したのだろうか。今はまだ先の見えないコロナ禍で、各地で多くの事業が中止や延期を余儀なくされている。アート列車も観光客を呼べる時期に華々しくデビューした方が得策ではなかろうか。そこでプロジェクトの中心人物である井原鉄道の井原駅

長・鳥越肇さんに理由を聞いてみた。すると「世界の井原鉄道を目指しているからです」と想像を超えた答えが返ってきた。

被災地ではすでに西日本豪雨の悲劇を乗り越えて、アフターコロナに世界から観光客を集めることを考えているらしい。それ故にプロジェクト期間は5年に設定され、今も水面下でインバウンド誘致計画が進んでいるという。背景には、来年に迫ったJR西日本「岡山ディステーションキャンペーン（岡山DC）」や、2025年の「大阪・関西万博」などのビッグイベントがあることは否めない。

しかし最大の理由は、西日本豪雨とコロナ禍という2度の「100年に一度の危機」に、地域が一丸となって立ち向かったことで、市民が地域に自信と誇りを持ったことにあるという。つまり、コロナ禍にアート列車の運行を開始することで、市民に「この地域には世界に誇る魅力があります。ともに世界の注目を集めましょう」と呼びかけているのだ。日々、見慣れた井原鉄道が世界の名画をまとう姿を見ていれば、地域に大きな可能性を感じるだろう。その意識が岡山DCや万博を機に観光客を呼び込む気運に繋がれば、地域は大きく発展するに違いない。

3年前の西日本豪雨は大きな爪痕を残したが、埋もれていた地域の可能性を浮き彫りにした。ピンチはチャンスに変わったのである。

G