

立山線車んだら化計画

富山大学人文学部

池田晋朔 石田卓 岡村卓哉 鍛冶花乃衣

杉江亮輔 畑亜月 平林紗英 前里樹

経済学部

島田唯可



目次

- I. はじめに
- II. 立山曼荼羅を活用したラッピング
 - 1. ラッピング電車とは？
 - 2. まんだら列車
- III. 事業展開
 - 1. 事業展開例1：LARP
 - 2. 事業展開例2：温泉イベント
 - 3. 事業展開例3：食べ物コラボ
 - 4. 事業展開例4：地獄ツアー
- IV. 効果
 - 1. まんだら列車について
 - 2. 関連事業について
- V. おわりに



I はじめに

立山町インターカレッジコンペティション

2018 への参加に伴い、9 月 16 日から 9 月 19 日にかけてフィールドワークを行った。その中で得た知見をもとに立山町が抱える問題を抽出した。特に解決すべきであると我々が考える課題が 2 つある。

1 点目は立山信仰についてである。かつて盛んであった立山信仰は観光資源としてみると魅力ある文化といえる。観光資源化の例として布橋灌頂会があげられる。布橋灌頂会とは女人禁制だった霊山立山の代わりに女性が架け橋を渡って極楽浄土を願う立山信仰の伝統儀式であり、現在はイベントとして開催されている。(図 1)

しかし、現在ではその認知度は観光客に対しては低く、観光資源として積極的には活用されていない。立山信仰では山頂があの世界として見立てられる。そこには地獄や浄土が存在し、立山に登ることで一度、あの世界に出かけることになる。つまり立山に登ることで一度死ぬことになる。その結果、あの世界で審判を受け人生の罪を洗い流すことになる。現世での罪は立山登山により消え去るため、死後に地獄に落ちることがなく極楽浄土に行けるようになる。このような考えが立山信仰である。立山信仰をビジュアルに示すものとして「立山曼荼羅」がある。(図 2) 立山博物館や教算坊などで紹介されているが、富山大学の学生を見る限り知られているとはいえない。立山登山客に、立山信仰や立山曼荼羅を知ってもらうことができれば、これまで以上に立山に対して魅力を感じてもらえるのではないだろうか。立山信仰を展示する立山博物館や遙望館への訪問客も増えるのではないだろうか。

2 点目は立山線の存続に対する懸念である。立山線の利用者数はここ数年減少していないが(表 1)、長期的にみると利用者数は減少している。日



図 1 布橋灌頂会

富山県観光公式サイト『とやま観光ナビ』より

<https://www.info-toyama.com/event/80414/>



図 2 立山曼荼羅

立山博物館 HP より

<http://www.pref.toyama.jp/branches/3043/home.html>

表 1 立山線 乗降人員数

	各駅合計の乗降人員数 (1 日平均 単位:人)	前年比%
2011 年	2,938	99.3%
2012 年	3,007	102.3%
2013 年	2,966	98.6%
2014 年	3,048	102.8%
2015 年	3,345	109.7%
2016 年	3,380	101.0%

統計たてやま 2017 より作成

本では少子高齢化が進行し、その結果、人口減少が続く。立山町もその影響を受けることになる。立山線の主な利用者は富山市へ通勤する人々もそうだが、電車しか移動手段がない人々に目を向けると、立山町内に暮らす雄山中学校へ通学する中学生や町外の高校へ通学する高校生、そして町外から雄山高校へ通学する高校生がいる。中学生・高校生の人口が今後減少するため、立山線の利用者数が減少し、今後の存続が容易ではなくなる事が予測できる。もし、立山線が廃線になるようなことがあれば中学生・高校生の通学の足が奪われ、中高生を持つ家庭が町外へ流出することにつながるかもしれない。

さらに立山町最大の観光資源である、立山への登山へも影響が出る。立山線が廃止されると立山への観光客のアクセスには自家用車とバス利用者が、これまで以上に増えることとなる。観光地に対して鉄道という定時性に優れたアクセスがなくなってしまう。たとえ一時的には減少しなくとも、これまでのようなアクセスではなくなり、リピーターの減少にもつながるかもしれない。このように考えると、人口の維持、観光の振興にとって、立山線はとても重要な役割を果たすものだ。今後も立山線を存続するためには、中学生・高校生だけではなく、他の年代からの乗客を集めることが必要である。特にこれまで立山線に乗車する機会がなかった人たちに立山線を利用してもらう必要がある。当研究室ではかつて、この課題に対して「動く美術館列車」を提案した。その取り組みの1つめは立山線や立山を描いた絵画を車内に展示するものであった。児童の立山線への愛着を醸成したり、その保護者などに乗車してもらう機会を作るというねらいであった。2つめは立山に関する写真の展示である。写真好きの人たちに乗車してもらったり、乗客に立山の魅力を知ってもらうというねらいであった。この事業は2013年に

立山町インターカレッジコンペティションでアイデア賞を受賞し、現在でも「たてやまアートレイン」として事業が続いている。コンペティションで採択され現在でも継続している事業の一つである。

本事業では立山線の活性化と立山信仰・立山曼荼羅の認知度向上といった課題を合わせて解決するために、立山線の車両に立山信仰や立山曼荼羅に関係する内容をラッピングしたラッピング列車を運行する新たな観光事業を提案する。それによって立山曼荼羅の認知度が向上し、立山線の利用者数が増加し、立山町内の施設や観光地の利用者が増え、立山町の活気を生み出すことができると考えている。

II 立山曼荼羅を活用したラッピング電車

1. ラッピング電車とは？

ラッピング電車とは、電車の車体に塗装を施したり、フィルムを貼りつけたりした電車の通称である。また、車体をラッピングするだけでなく、車内デザインも工夫する場合がある。電車をラッピングする目的には、企業広告や地域活性化などが挙げられる。今回提案するラッピング電車は、後者を目的とする。

地域活性化を目的としたラッピング電車を紹介する。例えば、滋賀県と京阪電鉄による湖都古都御都 n 石坂線号(図3)では、大津市晴嵐町のびわ湖湖底にある「栗津貝塚」にスポットを当て、そこから出土した「セタシジミ」「ドングリ」「ナマズ」「イノシシ」などを同協会職員が親しみやすいかわいいキャラクターにデザインしたものを車体へラッピングしている。車内ではキャラクターが沿線の文化財を紹介するポスターが掲示されている。

富山県高岡市・射水市を走る万葉線では、2012年に藤子・F・不二雄氏の代表作品の一つ「ドラえもん」の生誕100年前を記念して、ドラえもんをイメージした内装・外装が施されたドラえもんトラム(図4)が登場した。例えば、電車のドアがどこでもドアに見えるようなラッピングや、車内にはドラえもんや背比べができるような仕掛けが施されている。この車両は国内外から人気を博し、2013年には乗車10万人を達成。2015年8月末までの運行期間の延長がなされた。2014年5月には乗車20万人達成、同年9月には乗車30万人を達成した。そして2015年から2018年までの二度目となる、運行期間の延長が決定した。さらに、2021年8月末まで運行延長が決定している。

2. まんだら列車

1) まんだら列車の提案

立山線においては、立山町の魅力ある観光資源である立山曼荼羅を用いたラッピング電車を提案する。外装は立山曼荼羅をあしらったラッピングを施し(イメージ図5, 6)、内装は立山曼荼羅のポスターを貼り、車内の天井付近の広告部分を活用して、立山町のマスコットキャラクターである「らいじい」に、立山曼荼羅の絵解きや立山信仰の歴史などについて、簡単な解説をつけて掲示する。(イメージ図7) また絵解きは立山曼荼羅を場面ごとに分割し展示する。立山開山縁起の場面や江戸から明治にかけて剣岳は地元の人々に地獄の針の山として畏怖の念を抱かせ崇められていたため禁足地として登らせない風習があったこと、雄山神社の峰本社が描かれていること、描かれている各地獄の説明(血の池や賽の河原)、雄山と浄土山の山間に阿弥陀如来が描かれている理由、材木坂・美女平・美女杉・禿杉の説明など立山曼荼羅の特徴ある場面を抜粋して解説を付ける。また、各車両2個程度つり革に人間の舌を模した布などをつり下げて、閻魔大王になった気分その布を



図3 滋賀県「湖都古都御都 n 石坂線号II」外装
びわ湖大津経済新聞 HP

<https://biwako-otsu.keizai.biz/photoflash/268/>



図4 富山県「ドラえもんトラム」内装
富山県高岡市 HP

<https://www.city.takaoka.toyama.jp/bunsou/shise/ko/ho/citybrand/doraemon.html>



図5 まんだら列車 全体ラッピングの例



図6 まんだら列車 部分ラッピングの例



図7 車内ポスター掲示の例

引っ張ることができるような仕掛けをつくるとエンターテインメント性が増し、乗車することが目的となる乗客も出てくるのではないかと考えた。

2) 立山曼荼羅とは

立山曼荼羅とは、立山信仰の内容が網羅的に描かれた掛軸式宗教絵画のことである。立山の山岳景観を背景として、主題である「立山開山縁起」のいくつかの場面をはじめ、立山地獄の様子、阿弥陀如来と諸菩薩の来迎場面、立山山麓・山中の名所や旧跡、芦峯寺布橋大灌頂法会の様子などが曼荼羅のシンボルの日輪(太陽)・月輪(月)や参詣者などととも、巧みな画面構成で描かれている。

一方、立山連峰上空の天道や立山地獄谷の地獄道・餓鬼道・畜生道・阿修羅道・立山山麓の人道と、阿弥陀聖衆来迎が描かれていることから、「六道・阿弥陀聖衆来迎図」としても位置づけることができる。参考資料：立山曼荼羅—絵解きと信仰の世界 福江充 法蔵館 2005年

3) まんだら列車のコンセプトとして

ターゲットは立山登山などのために立山線に乗車する地域住民や登山客・観光客。彼らが立山線に乗車することで、立山曼荼羅の世界を楽しみながら気軽に学べることをコンセプトとする。ポスターは時期によってターゲットを変えていく。夏場に多い登山客に対しては、立山登山の歴史的意味が理解できるように立山登山の歴史や登る意味を説明するポスターを展示し、立山への思いの醸成を狙う。次に紅葉などの時期に弥陀ヶ原や室堂周辺を散策する観光客に対しては、立山信仰の文化的な側面を理解してもらえるように曼荼羅の解説を主とし、昔の人々に立山連峰がどのように映っていたのかを説明する。それ以外の時期には、日常的に立山線を利用する利用客へ立山連峰に誇りやユニークさを実感してもらえるような内容のポスター掲示をするようにする。

4) 専門的な監修についての協力

ラッピングに使用する立山曼荼羅の選別、立山曼荼羅の絵解きや立山信仰の解説は立山博物館に依頼する。立山博物館との連携を密にすることで、まんだら列車だけで立山信仰および立山曼荼羅の学習を完結させるのではなく、立山博物館や遙望館、まんだら遊苑にも足を運んでもらえるように工夫する。

III 事業展開

「まんだら列車」の認知度を高めるために、列車や立山に関する文化的な理解を醸成する関連イベントを展開させることが有効である。このレポートではLARP、そして温泉めぐりや食べ物を利用したイベントや、まんだら列車を利用したツアーを提案する。

3. 事業展開例1：LARP

1) LARPとは

LARPとは、Live Action Role-Playing gameの略称である。日本ではライブRPGとも称される。自分自身または自分ではない誰かを演じ、架空の世界を舞台に戦闘や推理を楽しみながらストーリーを進めていく体験型ゲームである。世界では既に人気のコンテンツであり、近年日本でも知名度を高めつつある。

2) まんだら列車とLARP

まんだら列車は、撮り鉄といった一定の層には需要があるものの、実益には結び付きづらいというデメリットがある。そこで、収入を補うことができ、なおかつ立山町の賑わい創出に繋がる事業としてまんだら列車と連動するLARPを提案する。

LARP関連のイベントに参加する客の特徴として、リピート率の高さが挙げられる。LARPを気に入ってくれた客が何度も立山町に訪れ、更に町内の博物館などへ足を運ぶことに繋がるかもしれない。

また、自然体験以外に比較的若い層が遊べる場所を提供する手段として、LARP は集客効果を発揮すると考えられる。また、立山曼荼羅が有する教訓を、LARP を通じて参加者へ伝えることで立山の文化に関心を持ってもらえるかもしれない。

3) 公共施設を活用した LARP 運営

今回提案する事業は、立山町内の公共施設のうち、使用を停止している施設を活用した LARP 運営である。立山町では現在、町立小学校 2 校が休校しており、体育館を除き利用されていない。もう一つは、立山町里山暮らし体験施設・リフレッシュセンターである。リフレッシュセンターは現在も利用されているが、利用者がいない期間の施設活用が課題である。それらの有効活用として、LARP の実施を考えている。LARP は大掛かりな設備と時間を必要とするものの、話題性と集客力の高いイベントでもあり、広い地域から多くの人を立山町に呼び込める可能性がある。

4) LARP のストーリー案

今回の提案の主軸であるまんだら列車に合わせ、LARP の内容は立山信仰を基にしたオリジナルストーリーである。ここで、3 つのストーリー案を例示する。

① 地獄からの生還

古来「地獄のある山」として知られた立山の話をもとにしたものだ。参加者は偶然地獄へ迷い込んだ普通の人間として登場する。参加者は制限時間内に全ての課題をクリアすれば現世に還ることができ、できなければそのまま地獄を彷徨ってしまう設定だ。

② 嘘つきを探せ

参加者が地獄の主である閻魔大王となってゲームを進めていく。参加者は数人の亡者の中から嘘を吐いている一人を見つけ出し裁くことができればクリアとなる。どれだけ嘘つきの亡者を当てられたか否かで、ゲームのエンディングが変わる。なお、小道具として参加者が着用する閻魔大王の衣装や冠を用意しておくことで更に楽しめるだろう。

③ 立山開山

佐伯有頼による立山開山の逸話を生かしたストーリーである。佐伯有頼の開山伝説にもしあなたが立ち会っていたら、という筋書きにする。参加者のロールプレイを重視し、ゲームクリアという目標はつくらない。参加者自身が自分で考え行動することで、参加者だけの独自の物語を楽しめるようにする。

● 参考 URL

・リアル脱出ゲーム OFFICIAL WEB SITE

<http://realdgame.jp/>

・TRPG フェス公式サイト LARP

<http://trpgfes.jp/larp/>

・SW1.0 ファーランド LARP サークル「レイムーン」 LARP とは？

<http://laymun.minim.ne.jp/about.html>

・AdverTimes by 宣伝会議「年間のべ 50 万人が参加、なぜ今「謎解き」が人気を集めているのか？」南 晃（謎作家）、2014 年 3 月 12 日掲載

<https://www.advertimes.com/20140312/article150395/3/>

・国際ゲーム開発者協会日本ホームページ「成長を続ける謎解きイベント業界の今～謎解きイベントカンファレンス 2015 夏」2015 年 7 月 21 日掲載

<https://www.igda.jp/?p=1487>

・富山の“今”を伝える情報サイト Toyama Just Now

「No. 564-2:立山地獄にぶるぶる！ 立山曼荼羅と立山の伝説に触れる夏」2012 年 7 月 11 日掲載

<http://www.toyama-brand.jp/TJN/?tid=103401>

2. 事業展開例 2 : 温泉イベント

曼荼羅ラッピング電車の中で、立山曼荼羅に描かれている血の池地獄に注目し、立山町にある温泉施設でイベントを開催する。

まず、立山町内にある温泉は、「みくりが池温泉」、「らいちょう温泉雷鳥荘」、「グリーンパーク吉峰・ゆーランド」、「グリーンビュー立山」、「舟橋・立山天然温泉湯めぐこち」の 5 つである。このな

かで、平地にあり、富山地方鉄道立山線でアクセスできそうなのは、「グリーンパーク吉峰・ゆーランド」、「グリーンビュー立山」、「舟橋・立山天然温泉湯めぐち」の3つである。まんだら列車に関係したイベントを行うならこの3つの温泉にするべきである。

次に、具体的なイベントだが、「湯めぐち」を例にして説明していく。湯めぐちでは、内湯、外湯に加えてイベント湯というものがある。このイベント湯は、季節に合わせたお湯に変わる風呂である。夏はミント風呂だったり、秋はかぼちゃ風呂だったりする。ここに、曼荼羅に描かれているように血の池風呂というものをラッピング電車が走る期間に開催する。電車と温泉が曼荼羅という要素で繋がることで集客力を高めることができる。また、湯めぐちにはサウナもあるため、サウナを灼熱地獄と見立てることもできる。湯めぐちでは、サウナで大きな団扇によって扇がれるロウリュウというサービスも行っている。そのロウリュウ中には従業員とお客さんがよく話をするため、ちょっとした曼荼羅の絵説きを行える。その話で曼荼羅に興味を持った客が立山博物館やまんだら遊園を訪れるきっかけになる可能性がある。また、施設内の飾りつけなども行えば雰囲気があると考えられる。

3. 事業展開例3：食べ物コラボ

まちなかファームで曼荼羅に関わる食べ物をラッピング電車と共に展開するのはどうだろうか。五百石駅周辺で行われる立山祭りにあわせて、食べ物を紹介することで、視覚と味覚で曼荼羅を味わうことができる。

商品の例としては、血の池をモチーフとしたジュース、針の山をモチーフとしたカキ氷やアイス、駅周辺にパン屋が多いので、閻魔の舌抜きパンなど、いろいろな種類が考えられるだろう。

4. 事業展開例4：地獄ツアー

夏の観光客の多い時期に、まんだら列車でより地獄を楽しんでもらう、「まんだら列車～地獄スペシャル号～」を運行する。床にトリックアートを仕掛けて、車内に足を踏み入れた瞬間に地獄に落ちる気分を体感できるようにする。また、つり革は鬼の口の形にするなど、細部まで地獄らしさを感じられるように工夫する。使用しない方の運転席に仏像を置き、立山信仰の要素も取り入れる。

この「まんだら列車～地獄スペシャル号～」で電鉄富山駅～岩峯寺駅まで行き、岩峯寺の雄山神社で絵解きとお祓いを受けるツアーを行う。帰りは浄土行と表示された普通電車に乗せられることで、より面白味が増すのではないだろうか。

IV 効果

1. まんだら列車について

まんだら列車は次のような効果がある。まず、立山町外から人を呼び込むことができるということである。ラッピング列車は既に多くの例があるが、今回は立山曼荼羅をモチーフとした、立山に根差したもので、幻想的でありあまり他に例はない。話題性は十分にあると思われる。これまで立山へ足を運ばなかった人々も立山へ出かけるきっかけになるかもしれない。さらに、そこからまんだら列車の情報が広まった場合、ローカルな地域文化や癒しを求める人たちになど、元々ターゲットとして設定していなかった人々までも立山町に呼び込むことが期待できる。

また町内外の人々にとって、列車の外観や内装が立山信仰など立山町の文化を知るきっかけになることは大きい。立山町の文化を知って興味を持った人が立山博物館などの施設、あるいは室堂へ訪れるといったことが考えられる。このことは、立山町と立山線の活性化にもつながる。

2. 関連事業について

まんだら列車と関連してこの事業を実施した場合、立山町に以下のような効果があると考えられる。

①LARP

この事業は、立山町で使用を停止している公共施設（休校中の小学校など）を利用することを想定しているので、そのような施設の活用方法の提案となる。そして、この事業は、話題性のある LARP を立山町で行うことで、LARP に興味を持つ人（特に若年層）を立山町に呼び込むことができる。また、立山信仰というテーマで、まんだら列車と関連を持たせることで、相互に宣伝を行いやすくなり、それぞれの人を呼び込む力をさらに高めることができる。

②温泉と食べ物

立山町内の温泉や町内で販売される食べ物を通じて立山曼荼羅の認知度を上げることができる。曼荼羅に描かれている様子を温泉や食べ物で楽しみながら、立山町の文化や立山信仰、立山曼荼羅への理解を広げることが出来る。また、まんだら列車の認知度も高めることが出来る。

③地獄ツアー

必ずまんだら列車に乗車し、帰りも立山線に乗って帰るので立山線の乗降客数の増加につながる。また、絵解きを受けることで立山曼荼羅を深く理解することが出来る。

きっかけを創造する。そして、立山線の活性化へつながることになるのではないかと。

今回コンペに参加させていただくにあたり、立山町を調査する際には、多くの人にお世話になりました。この場を借りて御礼申し上げます。この調査を通して、地域振興とは何かということを深く考えさせられました。調査にご協力いただいた立山町の皆様に、私たちの提案が何か役に立つことがあれば幸いです。

V おわりに

今回の提案で行いたいのは、まんだら列車と

1. LARP、2. 温泉イベント、3. 食べ物コラボ、4. 地獄ツアーの4つの関連事業である。これらの事業を通して、①立山信仰・立山曼荼羅の認知度向上、②立山線の乗降客数の増加が期待できる。特に①は既存の観光資源を積極的に利用することで、多くの人に立山町の文化的な魅力を知ってもらう

収支予算

ラッピング電車

収入(単位：円)		算出根拠
運賃(富山-立山往復)	1,170,000	1300円(富山-立山往復)/1人×10人/1日(新規乗客)×90日
クラウドファンディング	500,000	ラッピング費の20%
協賛	1,000,000	立山博物館
小計	2,670,000	

支出(単位：円)		算出根拠
ラッピング費	2,000,000	ラッピング費用の平均
内装費	500,000	内装の広告費の平均
小計	2,500,000	

収支計	170,000
-----	---------

LARP

収入(単位：円)		算出根拠
チケット代	6,000,000	5000円/人×30人/日×2回/日×20日
協賛	500,000	資材費の一部を負担
小計	6,500,000	

支出(単位：円)		算出根拠
資材費	200,000	装飾(木材等)
設営費	200,000	業者委託
場所代	400,000	20000円/日×20日
人件費	4,000,000	20000円/人×10人×20日
保険料	140,000	{40人(対人保証)×100円/日(対物保証)+3000円/日}×20日
広告費	500,000	フリーペーパー(1ページ)
小計	5,440,000	

収支計	1,060,000
-----	-----------

電車ツアー

収入(単位：円)		算出根拠
チケット代	960,000	10000 円/人×96 人(電車座席数)
小計	960,000	

支出(単位：円)		算出根拠
人件費	100,000	20000 円/人×5 人
電車貸切料金	32,000	往復
広告費	500,000	フリーペーパー(1 ページ)
小計	632,000	

収支計	328,000
-----	---------