

鉄道資源を核とした地域経済循環分析・戦略策定業務委託
～MOZOCAステーション868盛り上げ大作戦～
報告書

令和5年2月1日
公益財団法人地方経済総合研究所

目次

- 1 鉄道関連資源の地域経済循環分析
 - 2 ワークショップの開催（MOZOCA盛り上げ戦略アイデア抽出）
 - 3 MOZOCA盛り上げ戦略の策定
-

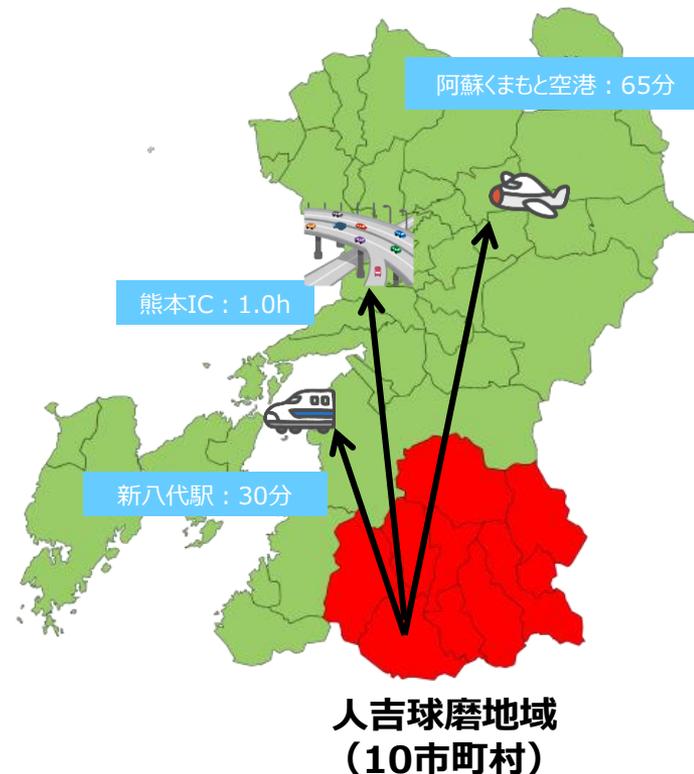
1. 鉄道関連資源の地域経済循環分析

人吉市と周辺の球磨郡の9町村とは、行政区分を越えて、「人吉球磨地域」という1つのエリアとして認識されることも多い。人吉市内の事業所及び学校に通う人々の居住地は球磨郡の9町村の人も多いことから、人吉市の地域経済循環分析をするにあたっては、主として人吉球磨地域で分析を行っている。

1 (1) 地域経済の基本構造 ①人吉球磨地域の現状

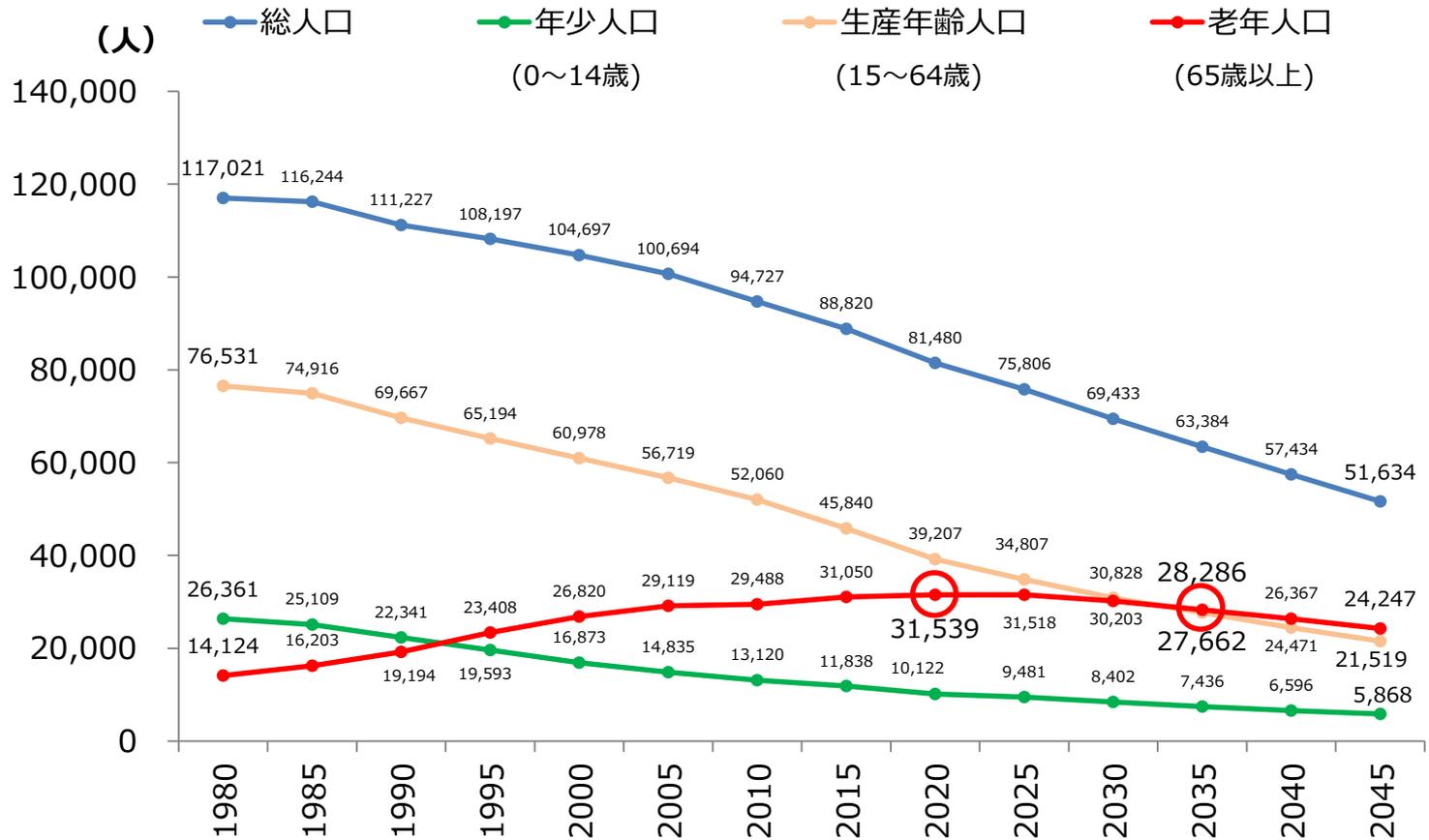
- 人口81,480人(2020年度)、域内総生産 (GRP) 約2,696億円 (2019年度)。
- 県全体に占める割合は人口4.69%に対し、GRPは4.24%とやや低い。
- 熊本市、鹿児島市及び宮崎市へ何れも約70kmの等距離の内陸部に位置。
高速道路を利用すると人吉ICから熊本ICまで約1時間。
- 国宝「青井阿蘇神社」や国指定史跡の人吉城跡、大村横穴群等、相良700年にまつわる文化財が点在。

地勢的 位置づけ	<ul style="list-style-type: none">✓熊本県の南部、人吉盆地一帯。✓熊本ICまで高速道路で約1時間。✓福岡ICまで高速道路で約2時間。✓鹿児島空港まで45分。
自然 歴史 文化	<ul style="list-style-type: none">✓球磨川 (日本三急流)✓国宝「青井阿蘇神社」✓日本遺産「相良700年の文化財」
交通 インフラ	<ul style="list-style-type: none">✓九州自動車道「人吉IC」「人吉球磨スマートIC」✓九州産交高速バス 乗り場「人吉インターチェンジ」✓JR肥薩線 (運休中)、くま川鉄道 (一部運休中)



1 (1) 地域経済の基本構造 ②人口推移 (人吉球磨地域)

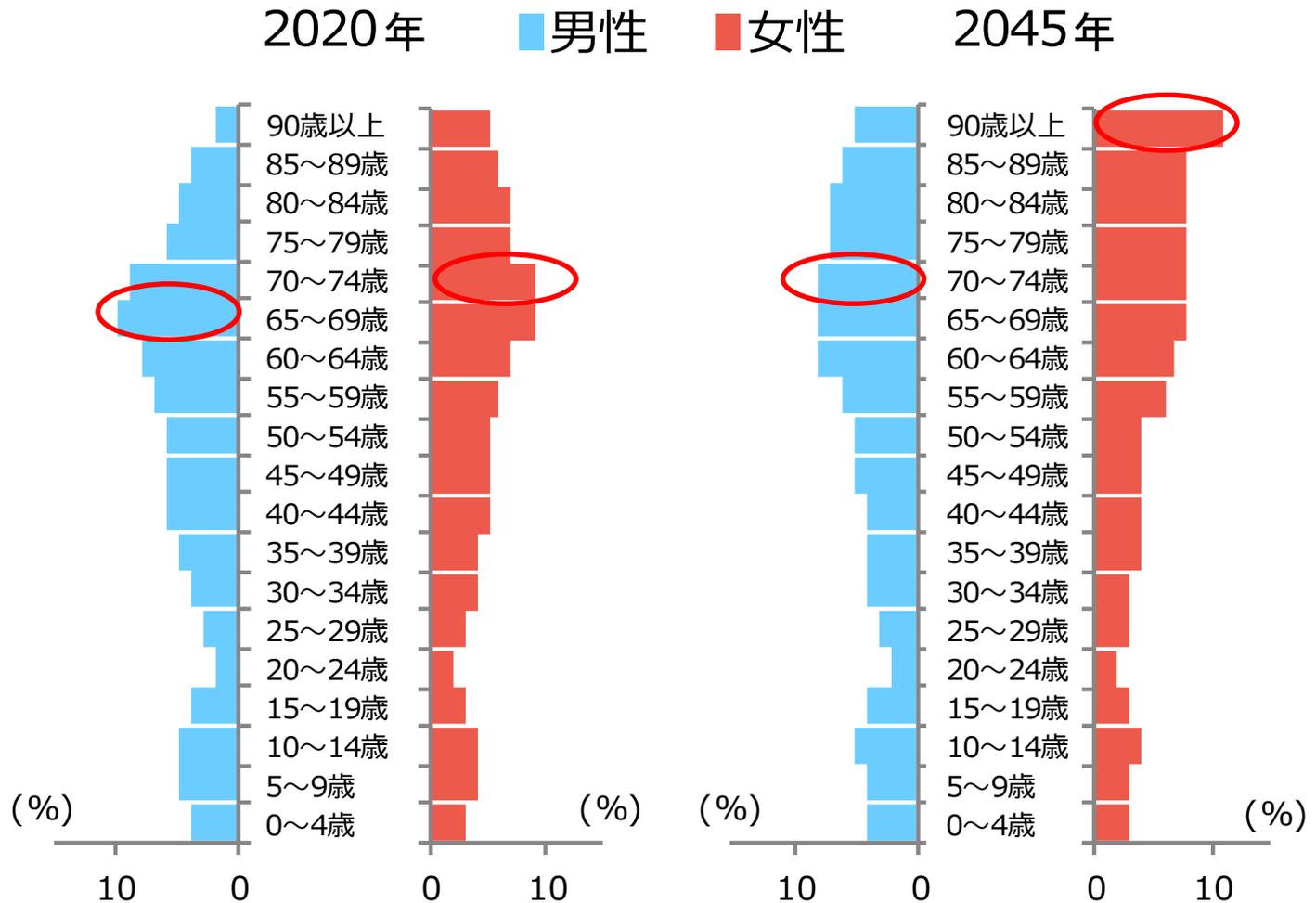
- 人吉球磨地域 (10市町村) の総人口、年少人口、生産年齢人口が減少。
- 老年人口は2020年まで増加し、徐々に減少へ転じる。
- 生産年齢人口と老年人口は2035年を境に逆転する。



(資料) 地域経済分析システム (RESAS)

1 (1) 地域経済の基本構造 ③人口ピラミッド (人吉球磨地域)

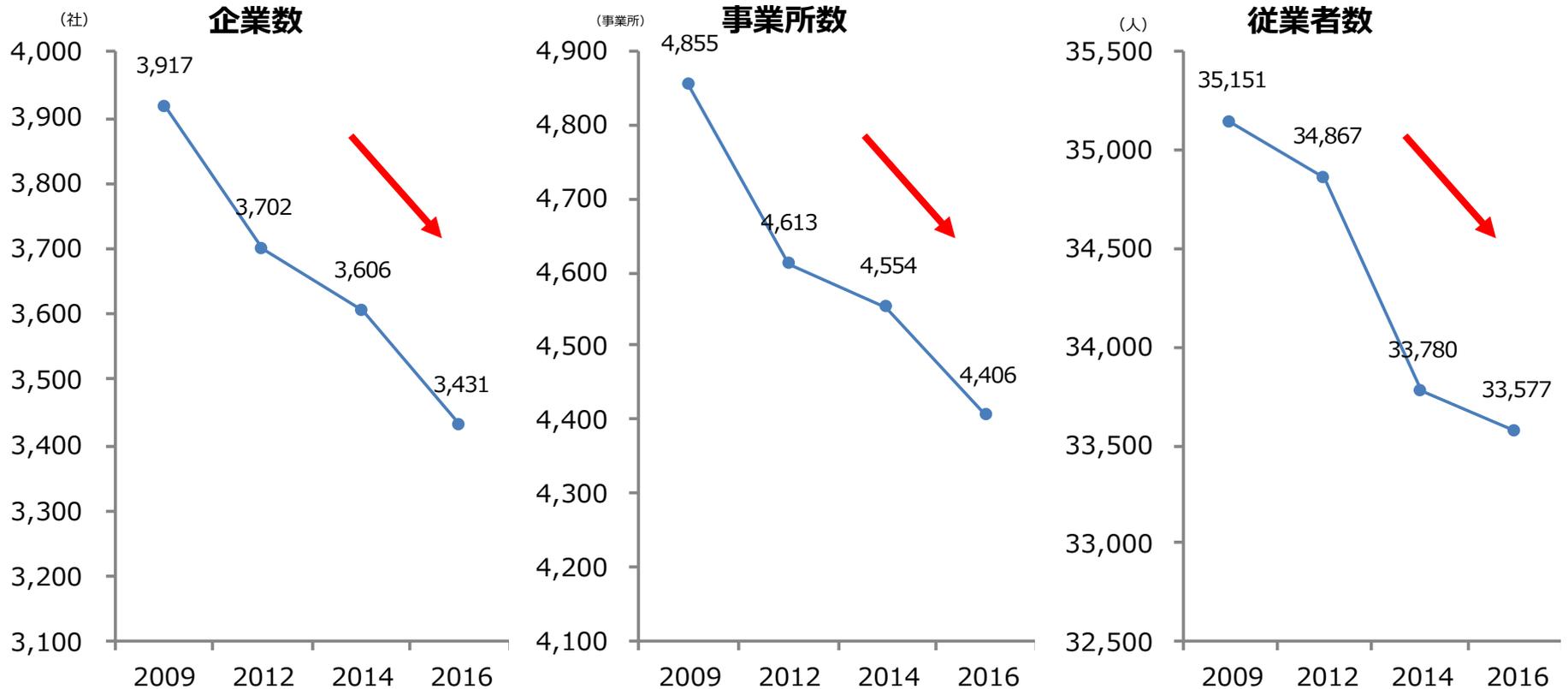
- 人吉球磨地域 (10市町村) の2020年は男性は65～69歳、女性は70～74歳が最も多い。
- 2045年は男性60～74歳、女性90歳以上が最も多くなる。



(資料) 地域経済分析システム (RESAS)

1 (1) 地域経済の基本構造 ④企業数・事業所数・従業者数の推移 (人吉球磨地域)

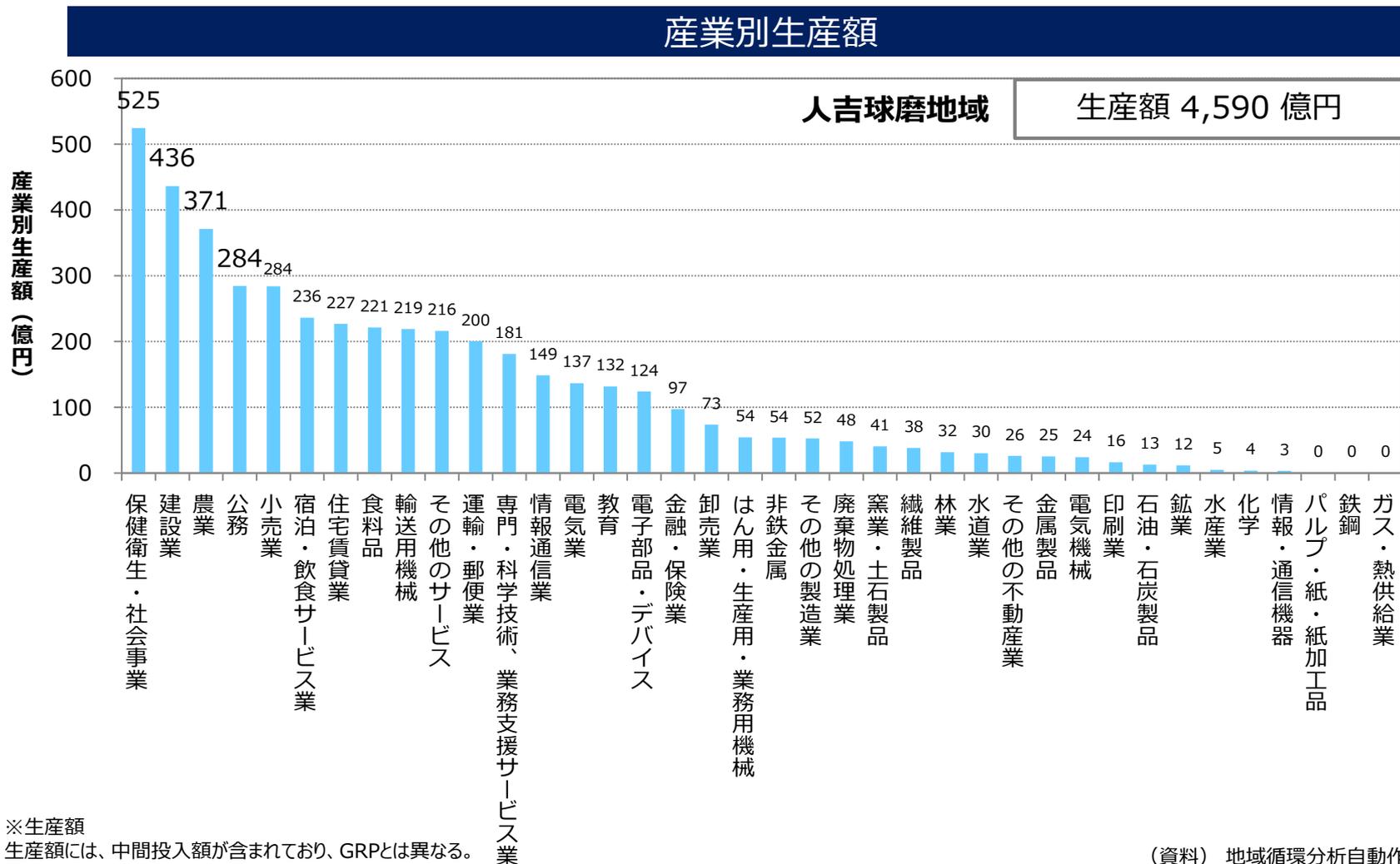
➤ 人吉球磨地域 (10市町村) の企業数、事業所数、従業者数ともに減少している。



(資料) 地域経済分析システム (RESAS)

1 (1) 地域経済の基本構造 ⑤産業別生産額（人吉球磨地域）

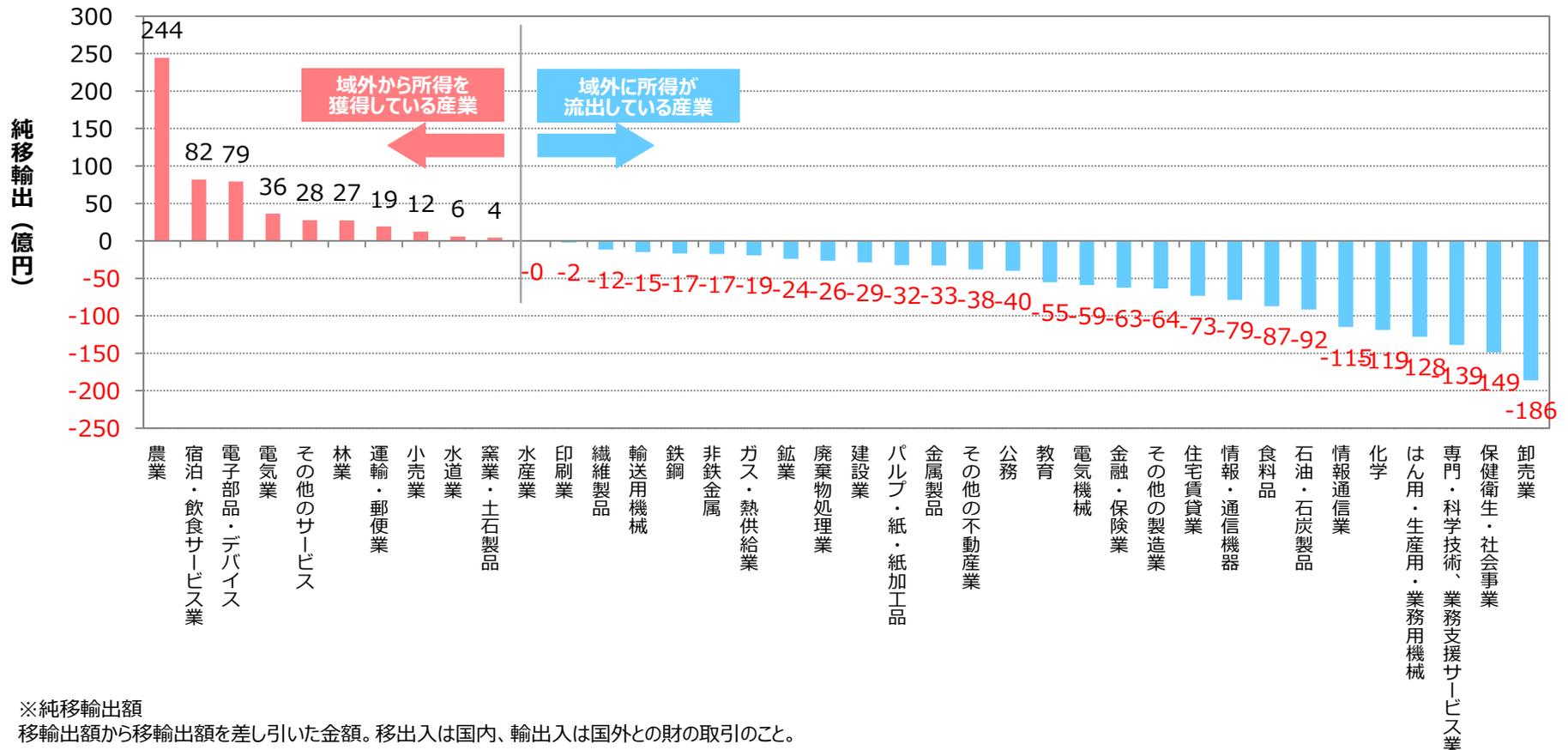
➤ 人吉球磨地域（10市町村）の生産額※が最も大きい産業は**保健衛生・社会事業**で525億円であり、次いで**建設業**、**農業**、**公務**の生産額が大きい。



1 (1) 地域経済の基本構造 ⑥産業別純移輸出額 (人吉球磨地域)

- 人吉球磨地域（10市町村）の純移輸出額※がプラスの産業は、域外から所得を獲得できる強い産業である。
- 域外から所得を獲得している産業は農業、宿泊・飲食サービス業、電子部品・デバイス等である。これらは、域内での生産額が大きい産業であり、地域で強みのある産業といえる。

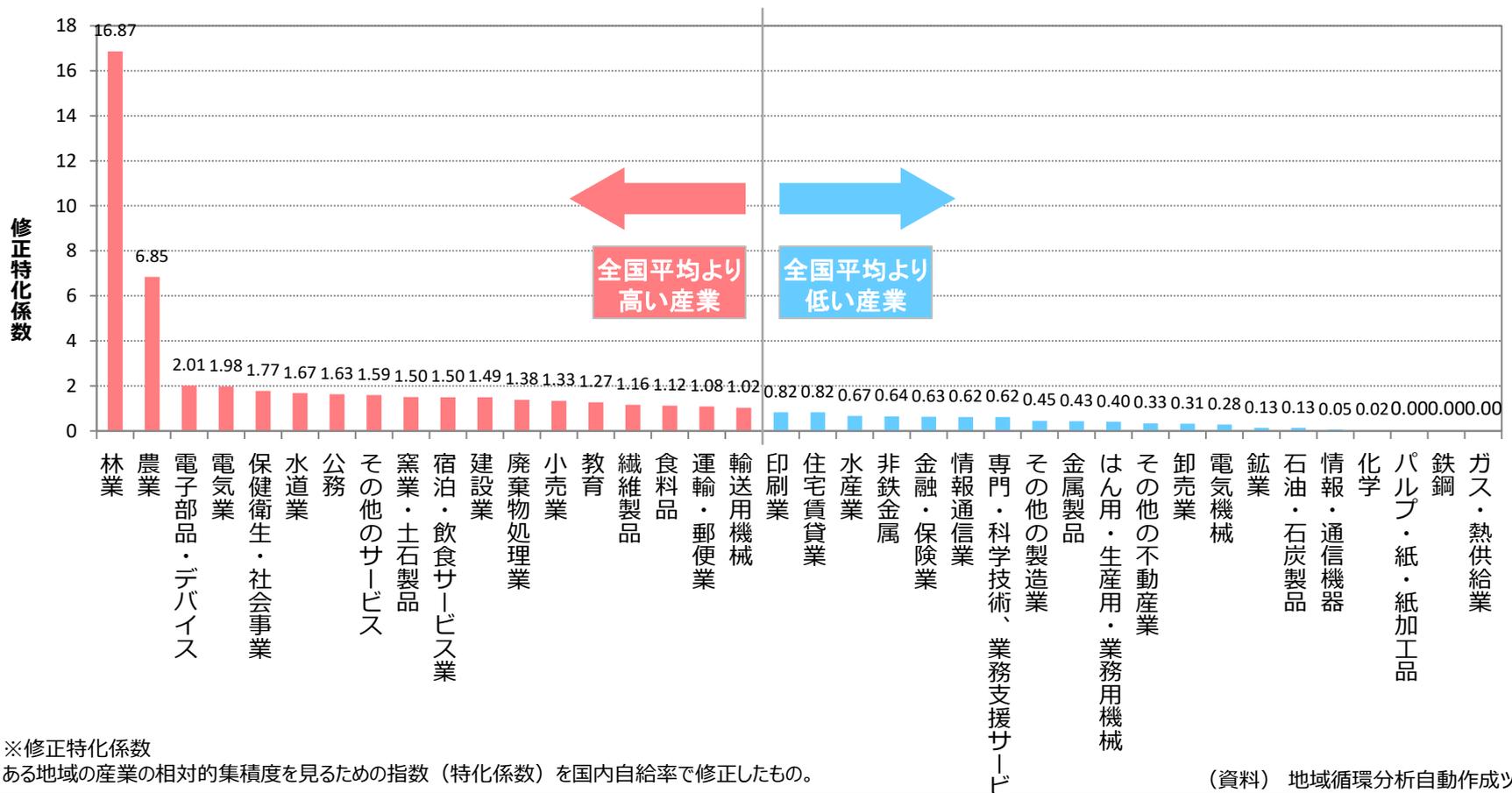
産業別純移輸出額



1 (1) 地域経済の基本構造 ⑦産業別特化係数 (人吉球磨地域)

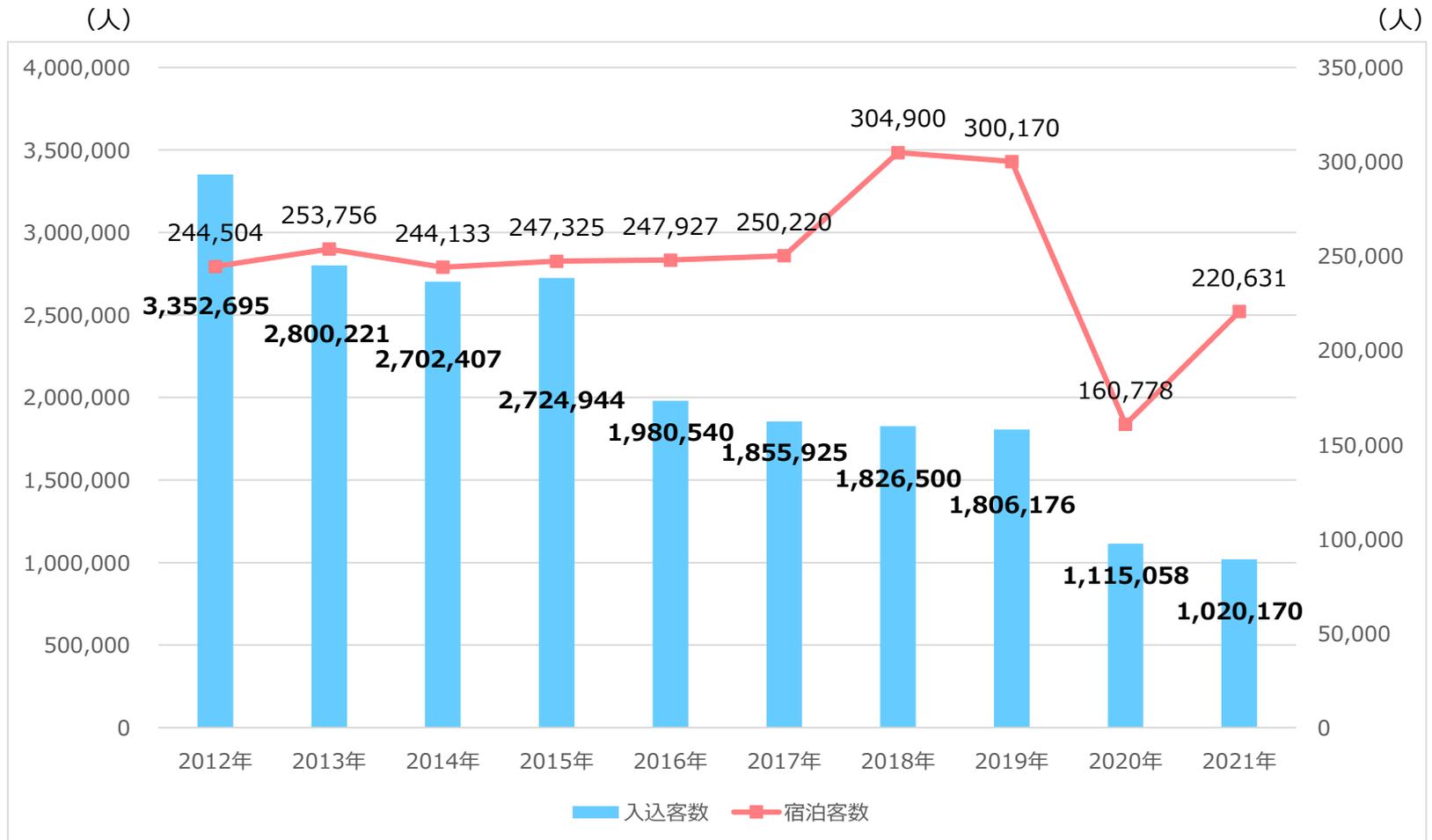
- 人吉球磨地域 (10市町村) の修正特化係数※がプラスの産業は全国平均と比べて、特化している得意な産業である。
- 全国と比較して得意としている産業は、**林業、農業、電子部品・デバイス、電気業、保健衛生・社会事業、水道業**等である。

産業別修正特化係数



1 (2) 鉄道関連資源と他の観光資源の分析 ①入込客数・宿泊客数の推移 (人吉球磨地域)

- 人吉球磨地域 (10市町村) の入込客数は減少傾向 (2015年までは観光客数を使用)。
- 宿泊客数は2017年をピークに減少。2021年は各都道府県の宿泊需要回復を狙った宿泊助成実施により増加している (2018年以降は観光庁の「宿泊旅行統計調査」のデータを使用)。

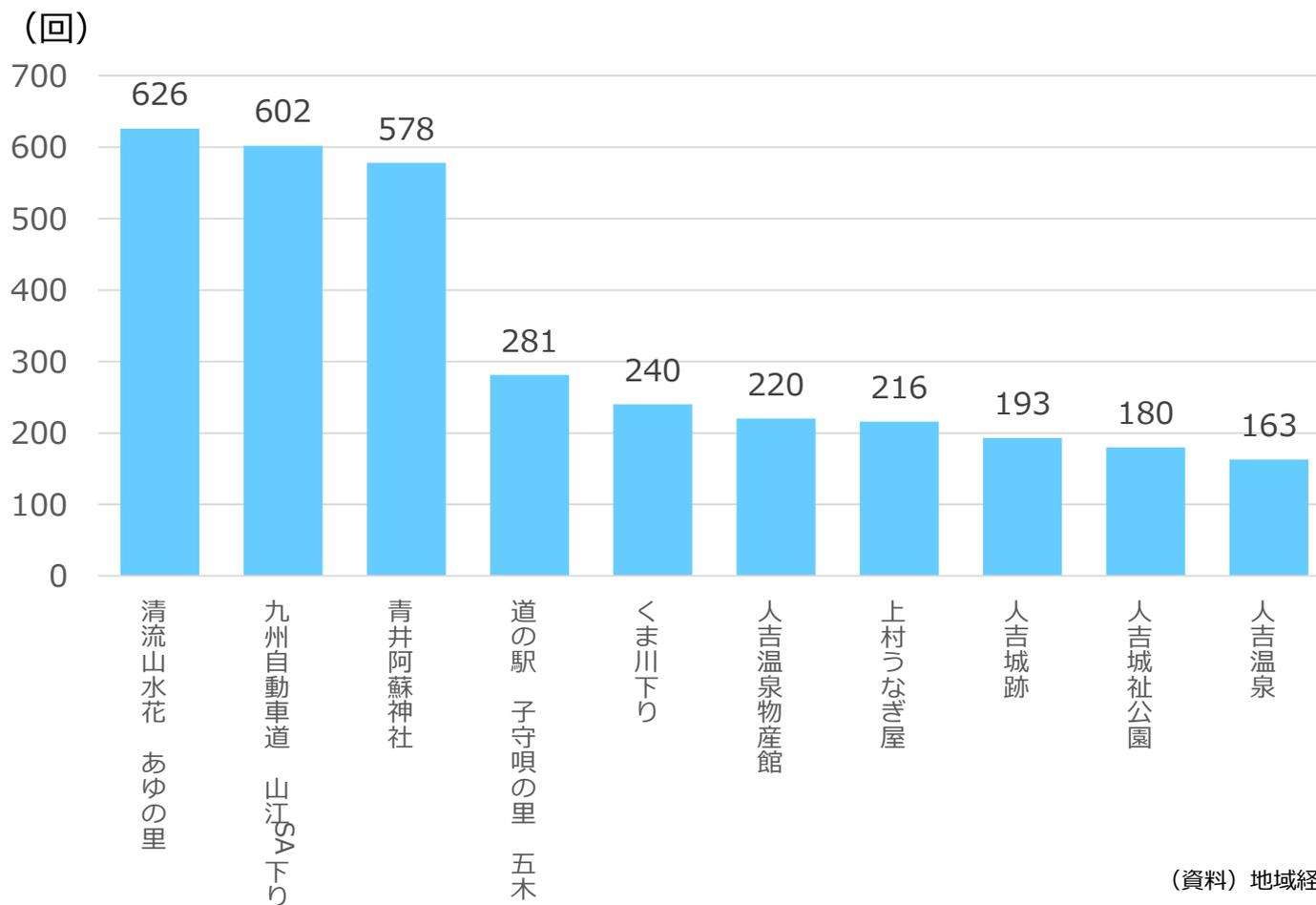


(資料) 令和3年熊本県観光統計表より作成

1 (2) 鉄道関連資源と他の観光資源の分析 ②観光目的地（人吉球磨地域）

- 人吉球磨地域（10市町村）のコロナ禍・豪雨以前の2019年は、「清流山水花 あゆの里」「九州自動車道 山江SA下り」、「道の駅 子守唄の里 五木」の順で目的地検索回数が多い。
- MOZOCAステーションはランキング外。

目的地検索ランキング

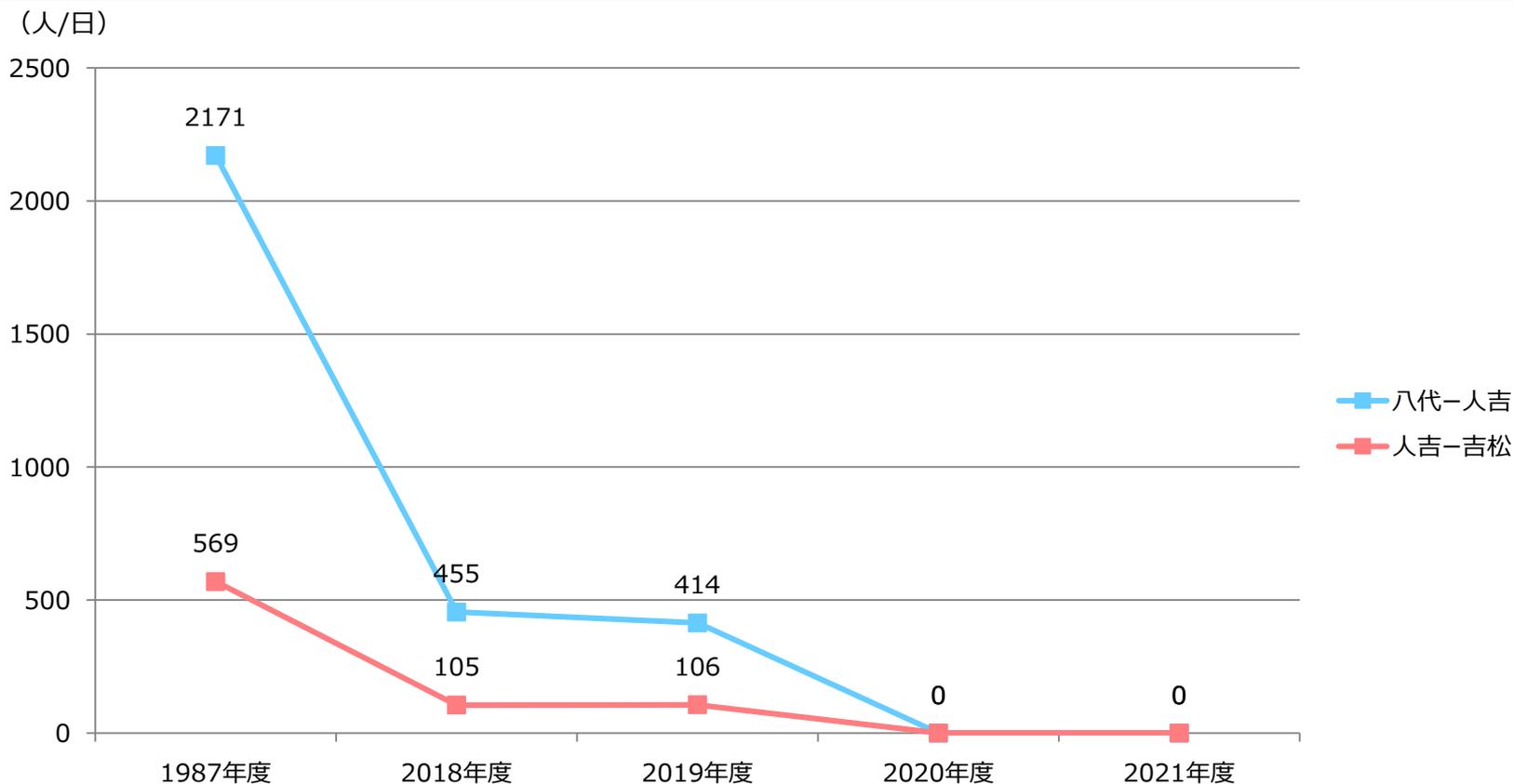


(資料) 地域経済分析システム (RESAS)

1 (2) 鉄道関連資源と他の観光資源の分析 ③JR肥薩線の平均乗客数推移

- 1987年度の一日あたりの平均乗客数は八代－人吉間で2171人、人吉－吉松間で569人。
- 2019年度には、八代－人吉間で455人、人吉－吉松間で106人に減少。
- 2020年7月豪雨災害の影響を受け、JR肥薩線の八代－吉松間は運休中。

JR肥薩線の平均乗客数推移

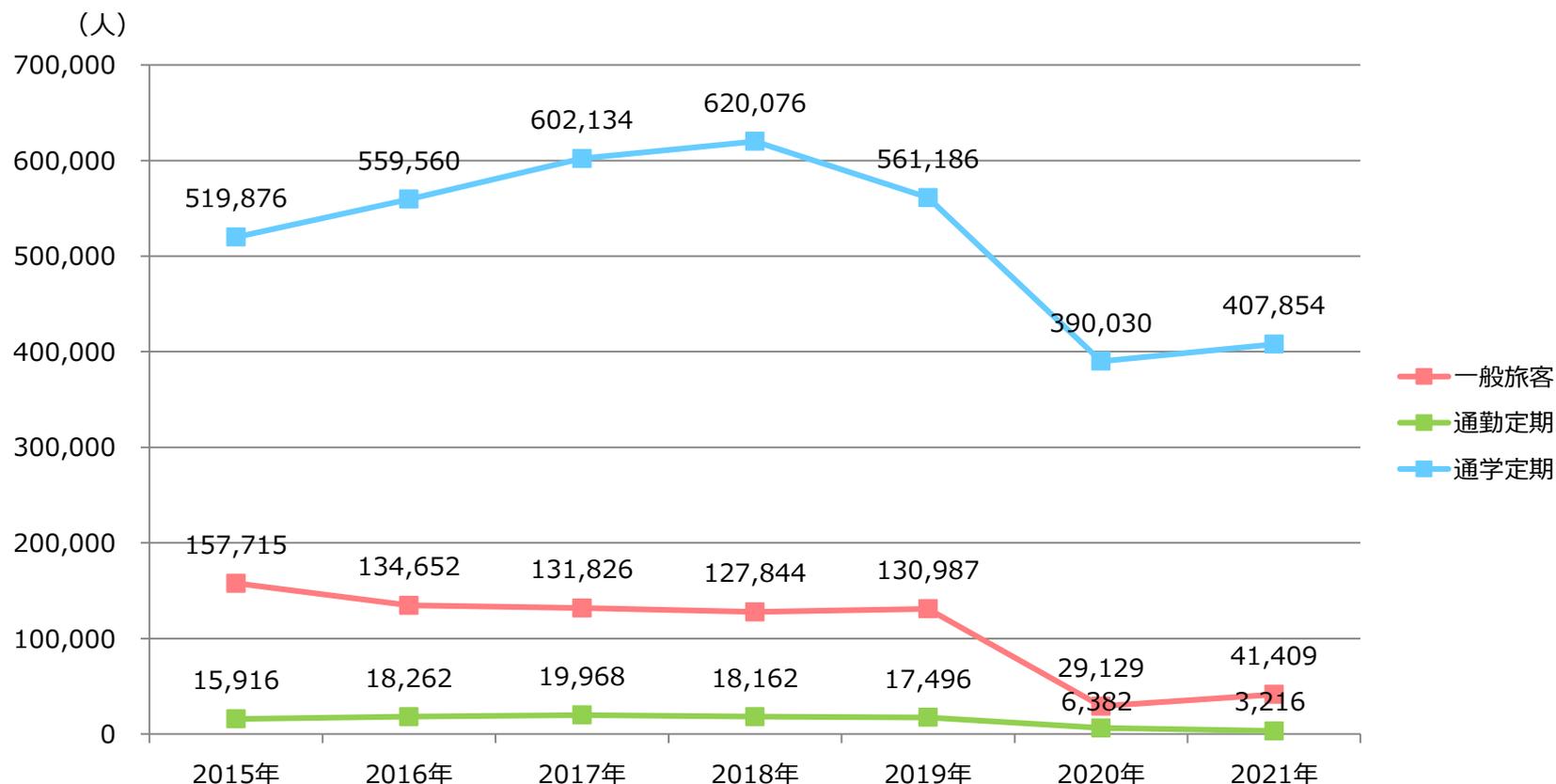


(資料) 九州旅客鉄道株式会社「線区別利用状況」

1 (2) 鉄道関連資源と他の観光資源の分析 ③くま川鉄道乗客数推移

- 2021年11月より肥後西村～湯前区間の鉄道が部分運行再開。2025年度中に全線復旧予定。
- 乗客数のピークは一般旅客306,527人（2000年）、通学定期1,090,672人（2000年）、通勤定期18,990人（2010年）となっている。
- 通学定期による乗客数が約8割を占めている。

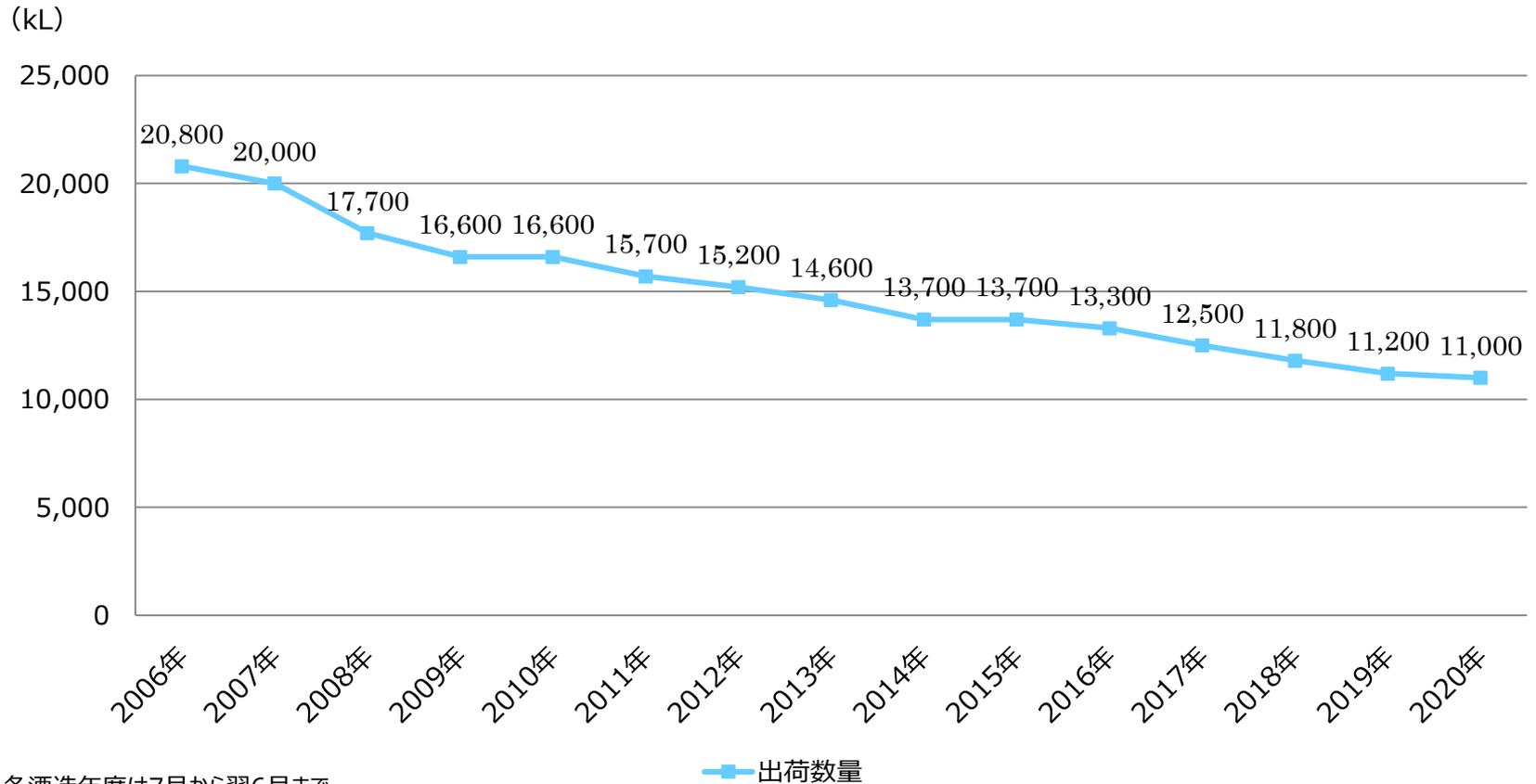
くま川鉄道乗客数推移



1 (2) 鉄道関連資源と他の観光資源の分析 ④球磨焼酎の出荷数量推移

- 1995年に国税庁から「球磨焼酎」の地理的表示の指定を受けた。
- 球磨焼酎27歳元の近年の出荷数量は減少傾向にある。

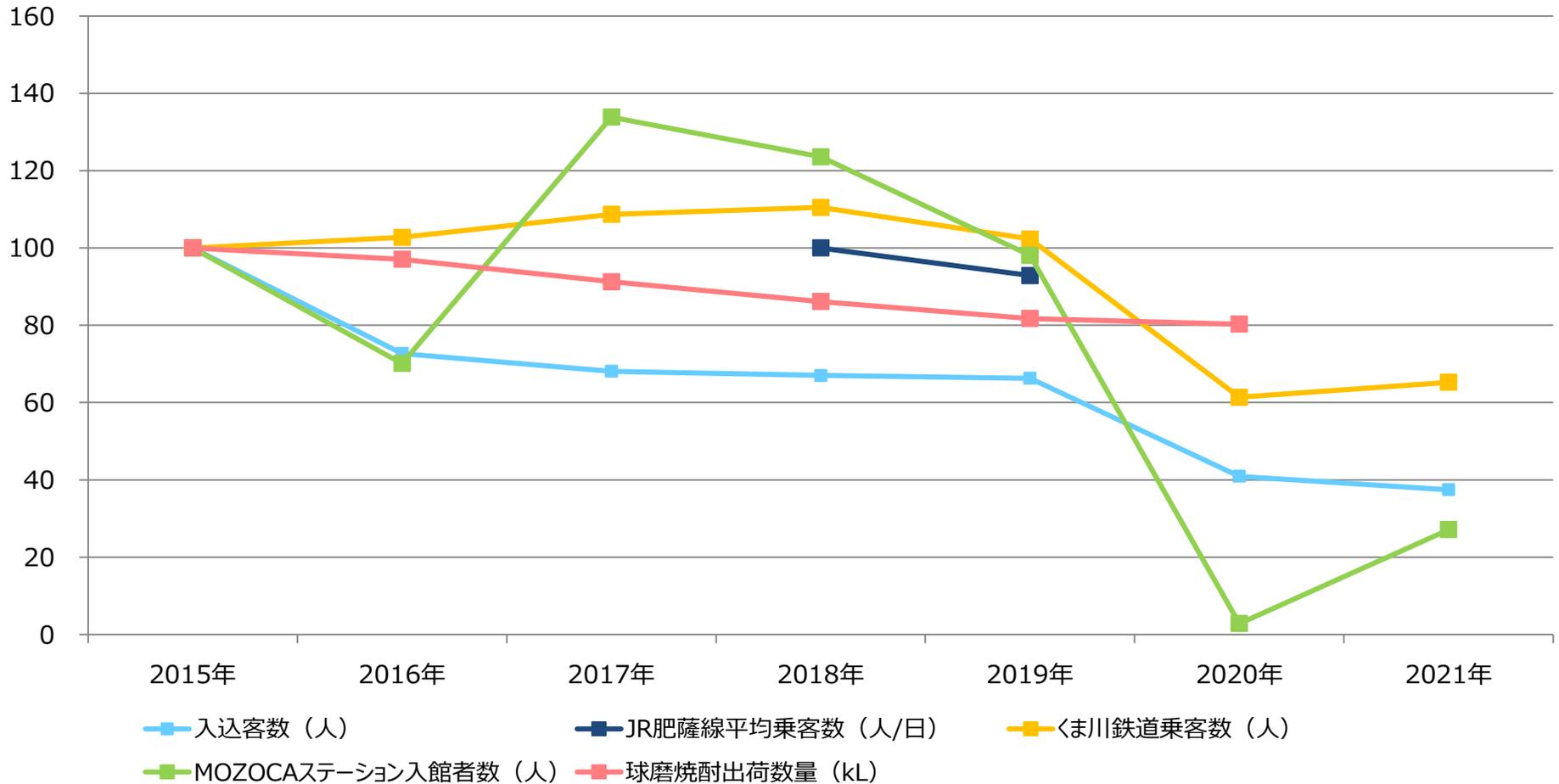
球磨焼酎27歳元の出荷数量推移



(資料) 「人吉市統計年鑑 球磨焼酎の製造・出荷数量」

1 (2) 鉄道関連資源と他の観光資源の分析 ⑤観光資源の相関

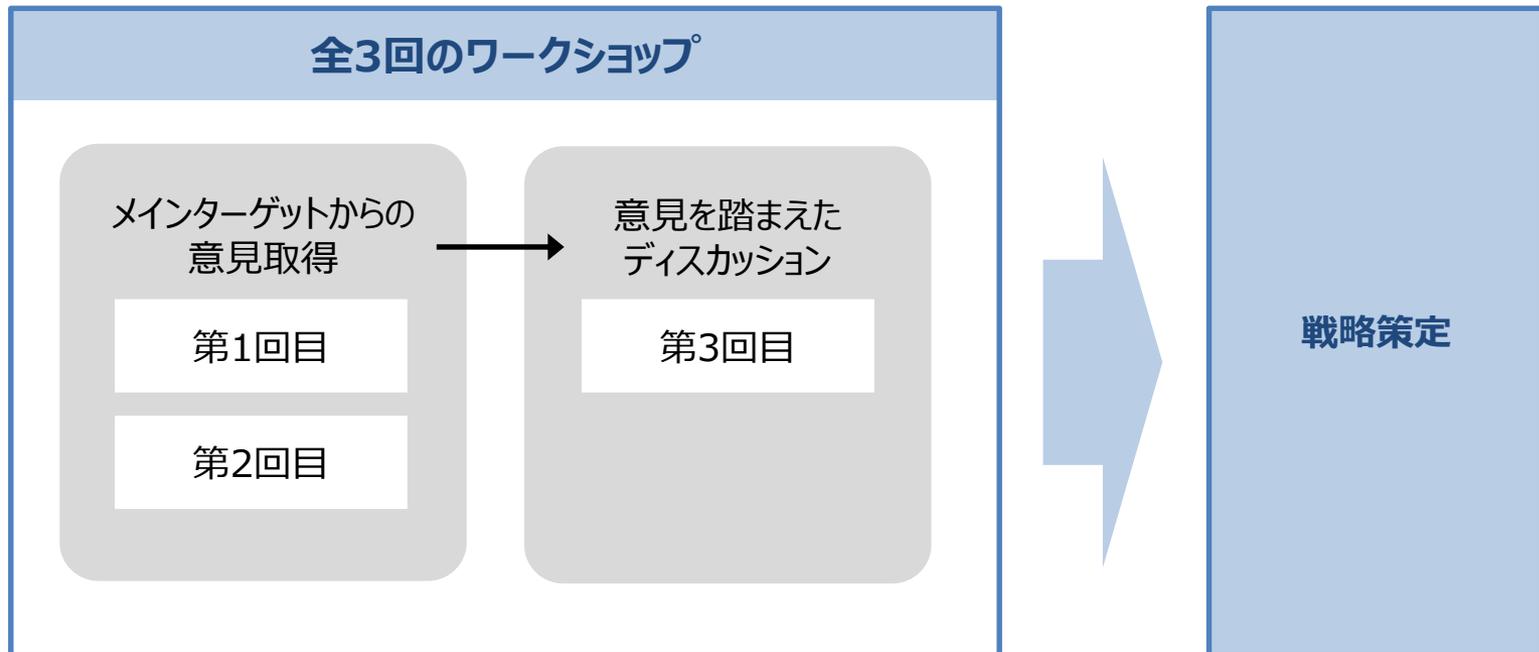
➤ 入込客数、JR肥薩線平均乗客数、くま川鉄道乗客数、MOZOCAステーション入館者数、球磨焼酎出荷数量を2015年を100として指数化（JR肥薩線は2018年を100）するといずれも減少している。



2. ワークショップの開催 (MOZOCA盛り上げ戦略アイデア抽出)

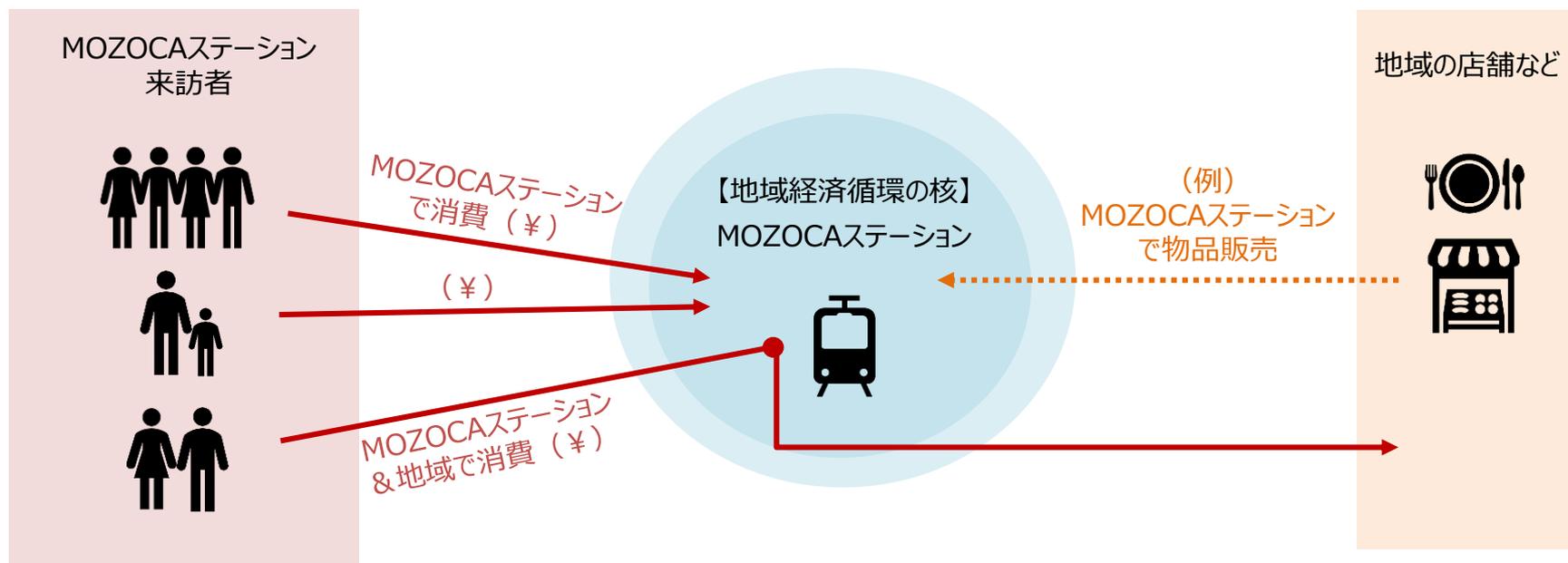
2 (1) ワークショップの構成

- 戦略の策定に向けて、3回のワークショップを実施。
- それぞれ「メインターゲットからの意見取得（第1、2回）」、「第1、2回を踏まえた意見交換（第3回）」という構成で実施。
- 全3回のワークショップの内容を踏まえ、戦略策定を実施した。



2 (2) ワークショップの目的

- MOZOCAステーションが「地域経済循環の核」になっていくためには、「MOZOCAステーションのターゲット層の来訪をしっかりと増やし、収益力を向上させていく」ことが重要。
- 本ワークショップは、MOZOCAステーションの収益力向上に向けた具体的・現実的な取組を取りまとめることを目的として実施した。



2 (3) ワークショップの実施 ①各ワークショップの方針

- 各ワークショップは下記表の方針で実施。
- 第1、2回では、特にMOZOCAステーションのターゲットとして考えられる、「近隣の子育て世代の方々」、「鉄道愛好家の方々」の意見・アイデア収集を実施。
- 第3回では、第1、2回目で収集した意見・アイデアの実現に向け、MOZOCAステーションの関係者・周辺事業者の方々とディスカッションを実施。

WSの主目的		MOZOCAステーションの収益力向上に向けた具体的・現実的な取組 を取りまとめる。
WS の 内容	1回目	「親子連れが“来たい”と思うMOZOCAエリアを、お母さん・お父さんと一緒に考える <ul style="list-style-type: none"> ・「人吉近辺にお住まいの親子連れにとって、どういう施設／エリアであれば、（より）来たくなるか」についてのアイデア検証・収集を行う。
	2回目	「大人・鉄道愛好家が“来たい”と思うMOZOCAエリアを、鉄道愛好家と一緒に考える <ul style="list-style-type: none"> ・「九州エリアの鉄道愛好家にとって、どういう施設／エリアであれば、（より）来たくなるか」についてのアイデア検証・収集を行う。
	3回目	“ステーション”と“エリア”で実現方策を考える <ul style="list-style-type: none"> ・施設（建築）の拡充が難しい中、MOZOCAステーション単体はもちろんのこと、MOZOCAステーションステーション周辺エリア（以下、MOZOCAエリア）での集客を考える必要があると思料。「<u>どういうMOZOCAステーションを中心としながら、どういうMOZOCAエリアづくりをしていくか</u>」を地域関係者で整理し、実現に繋げていく。

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

来館者アンケートへの変更

- 第1回ワークショップでは「近隣の子育て世代の方々」をターゲットに意見収集を実施。
- ワークショップの参加者が集まらず、実施困難と判断したため、来館者アンケートにて意見を収集した。

WSの主目的	MOZOCAステーションの収益力向上に向けた具体的・現実的な取組 を取りまとめる。
WSの内容	1回目 「親子連れが“来たい”と思うMOZOCAエリアを、お母さん・お父さんと一緒に考える ・「人吉近辺にお住まいの親子連れにとって、どういう施設／エリアであれば、（より）来たくなるか」についてのアイデア検証・収集を行う。
	2回目 「大人・鉄道愛好家が“来たい”と思うMOZOCAエリアを、鉄道愛好家と一緒に考える
	3回目 “ステーション”と“エリア”で実現方策を考える



**「MOZOCAステーション
来館者アンケート」に変更。**
アンケートにて意見収集。

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

来館者アンケートの概要と設問内容

- ▶ 来館者アンケートは、下記表の内容にて実施。
- ▶ アンケートの設問としては、大きく「回答者の概要（選択式）」と、「設備やサービス、イベント等についての意見・アイデア（自由記述式）」の2つを設け、詳細としては下記表の内容にて実施した。

■ アンケートの実施概要

調査方法	<ul style="list-style-type: none">• 来館者に、A4片面アンケートを配布。（オンラインでの回答も可）• アンケート回答者には、ミニSL片道乗車券をプレゼント。
調査期間	11月12日（土）～11月27日（日）

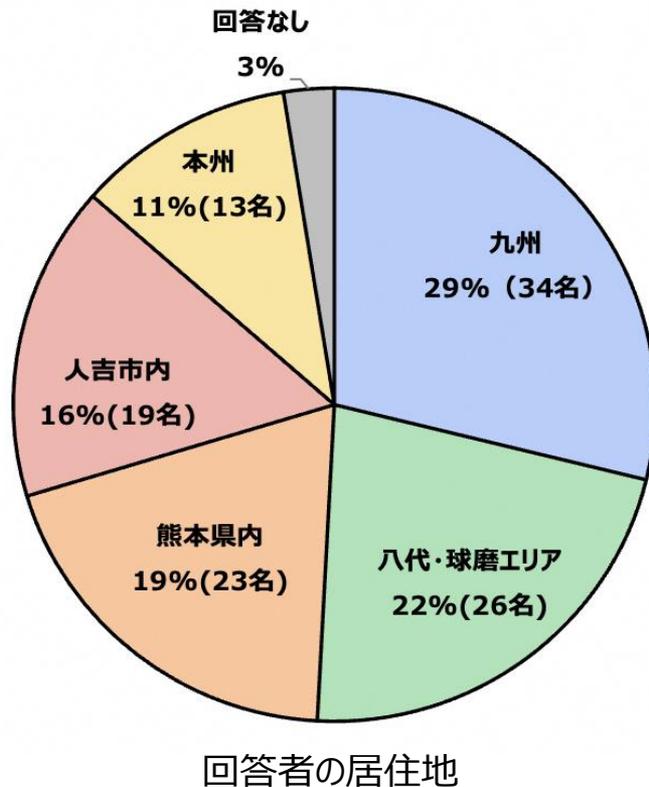
■ アンケートの設問

回答者の概要 について (選択式)	<ul style="list-style-type: none">• 居住エリア、性別、年代• MOZOCAステーション868の利用頻度• MOZOCAステーション868を利用する理由• 普段、主に誰と一緒にMOZOCAステーションを利用するか• 回答者や上記一緒に来る方の「鉄道好き」具合について
ご意見・アイデア について (自由記述)	<ul style="list-style-type: none">• もっと「あったら良いな」「こうだったら良いのにな」と思う設備やサービスのご意見・アイデア• 「こんなイベントがあったら、もっと来たい・参加したい！」と思うイベントのご意見・アイデア• もっと「周辺にこんなもの・場所があると嬉しいな」と思う周辺環境についてのご意見・アイデア

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

アンケート結果について - 回答者の概要

- アンケートの回答者は118名であった。
- 回答者の居住地としては、市町村単位で見ると、「人吉市内」の方が19名と一番多く、「八代市」が13名と2番目に多かった。その他、鹿児島県等の九州エリアや、東京都等の本州エリアに居住されている方からの回答もあった。



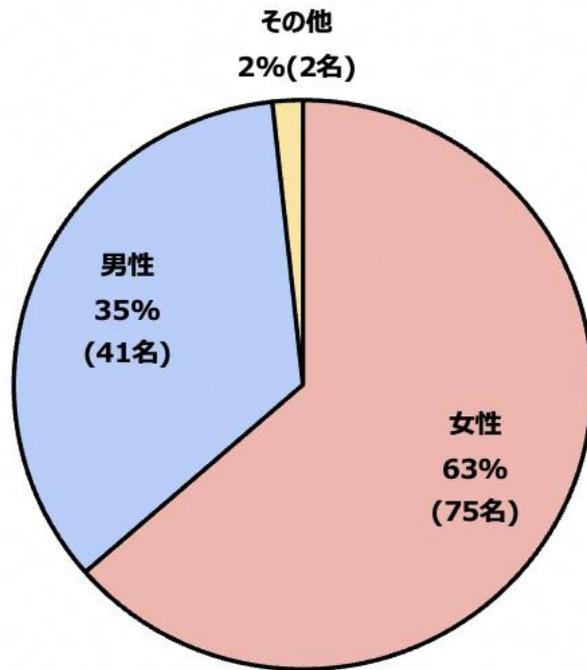
表：回答者の居住地 詳細

居住地	人数	居住地	人数
九州	34	人吉市内	19
鹿児島県	18	人吉市内	19
宮崎県	13	本州	13
福岡県	3	東京都	4
八代・球磨エリア	26	兵庫県	2
八代市	13	大阪府	1
あさぎり町	8	神奈川県	1
錦町	4	長野県	1
山江村	1	広島県	1
熊本県内	23	愛知県	1
熊本市	11	静岡県	1
天草市	3	千葉県	1
合志市	3	未回答	3
水俣市	1	総計	118
菊陽町	1		
大津町	1		
宇城市	1		
菊池市	1		
山鹿市	1		

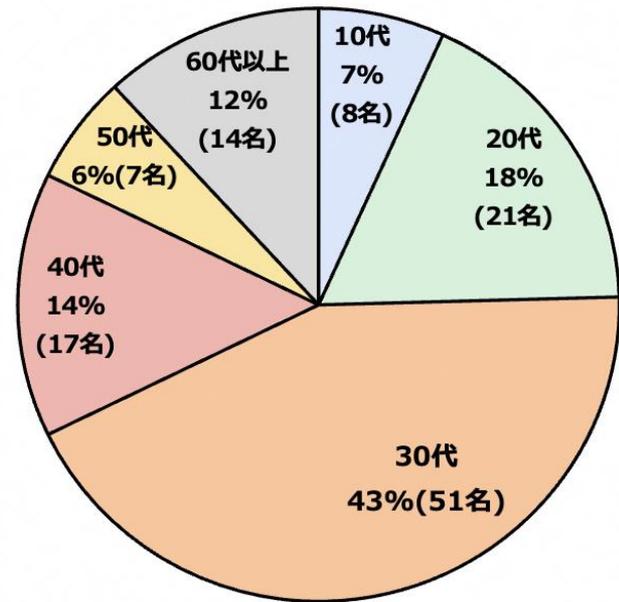
2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

アンケート結果について - 回答者の概要

- 回答者の性別としては、女性が63%と半数以上を占め、男性が35%、その他が2%であった。
- 回答者の年代としては、30代が43%と一番多く、次に20代が18%、40代が14%であった。



回答者の性別

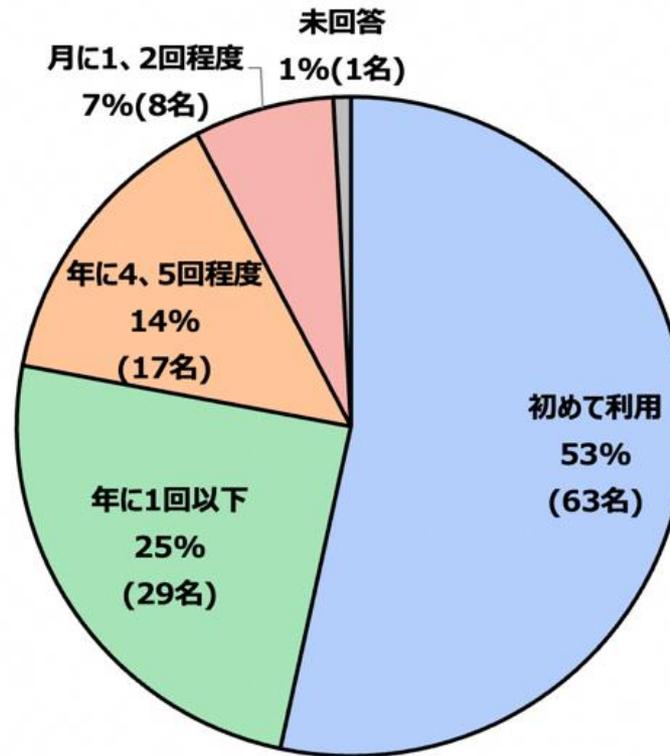


回答者の年代

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

アンケート結果について - 回答者の概要

- 施設の利用頻度としては、「初めて利用」が53%と一番多く、次に「年に一回以下」が25%、「年に4、5回程度」が14%と続いた。

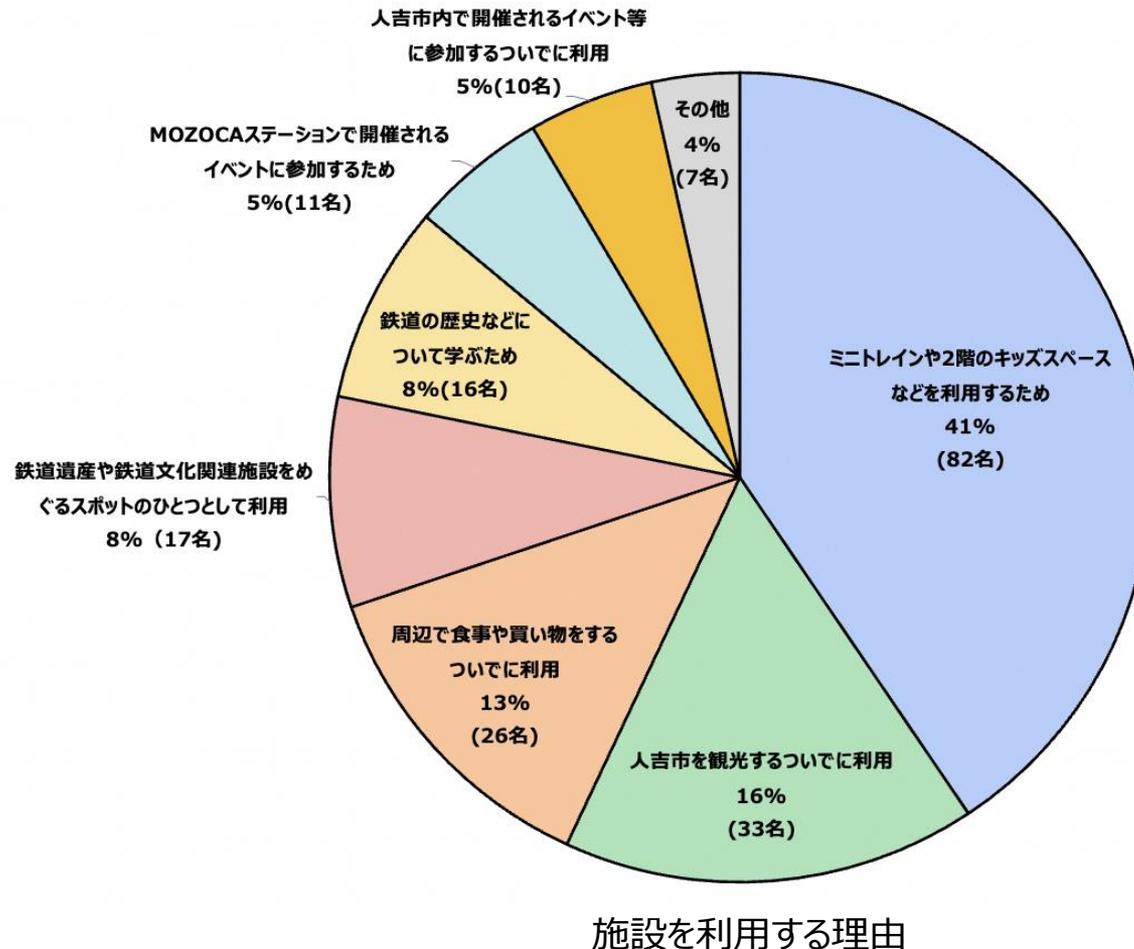


施設の利用頻度

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

アンケート結果について - 回答者の概要

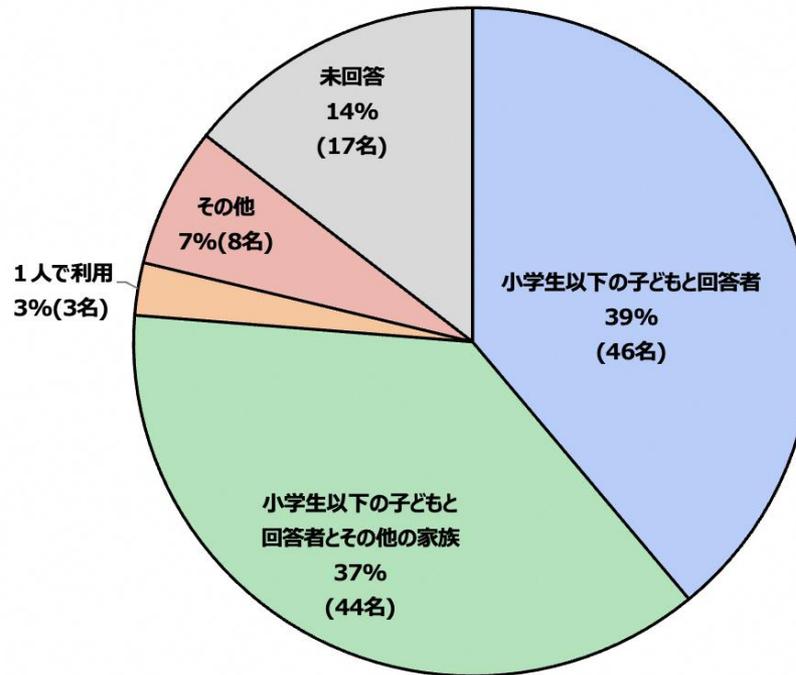
- 施設を利用する理由としては、「ミニトレインや2階のキッズスペースなどを利用するため」が41%と一番多く、次に「人吉市を観光するついでに利用」が16%、「周辺で食事や買い物をするついでに利用」が14%と続いた。



2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ(来館者アンケート)について

アンケート結果について - 回答者の概要

- 普段一緒に利用する人としては、「小学生以下の子どもと回答者」が39%と一番多く、次に「小学生以下の子どもと回答者とその家族」が37%と2番目に多かった。

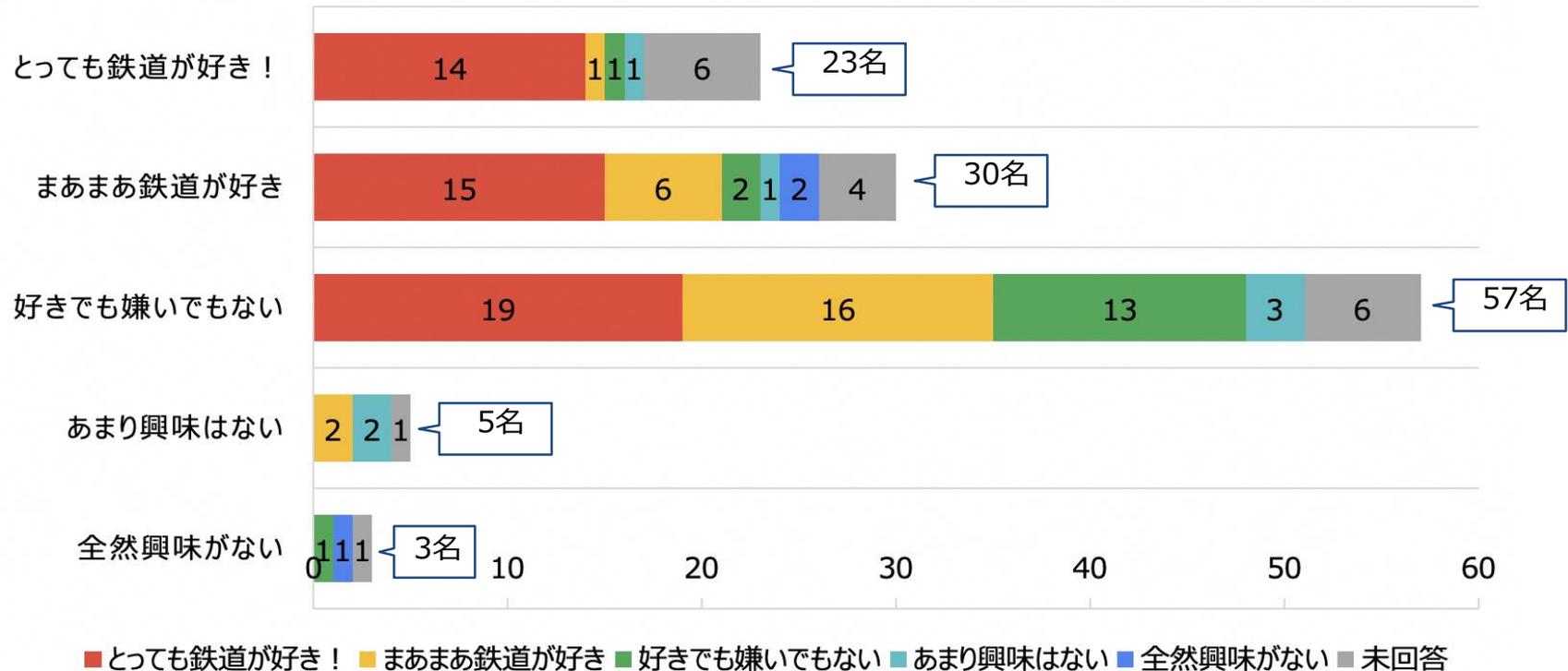


普段一緒に利用する人

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

アンケート結果について - 回答者の概要

- 「回答者」の“鉄道好き具合”を見てみると、「好きでも嫌いでもない」が48%(57名)と一番多く、次に「まあまあ鉄道が好き」が25%と2番目に多かった。
- 「普段一緒に利用する人」の“鉄道好き具合”を見てみると、「とっても鉄道が好き!」が40%（48名）と一番多く、次に「好きでも嫌いでもない」が21%と2番目に多かった。

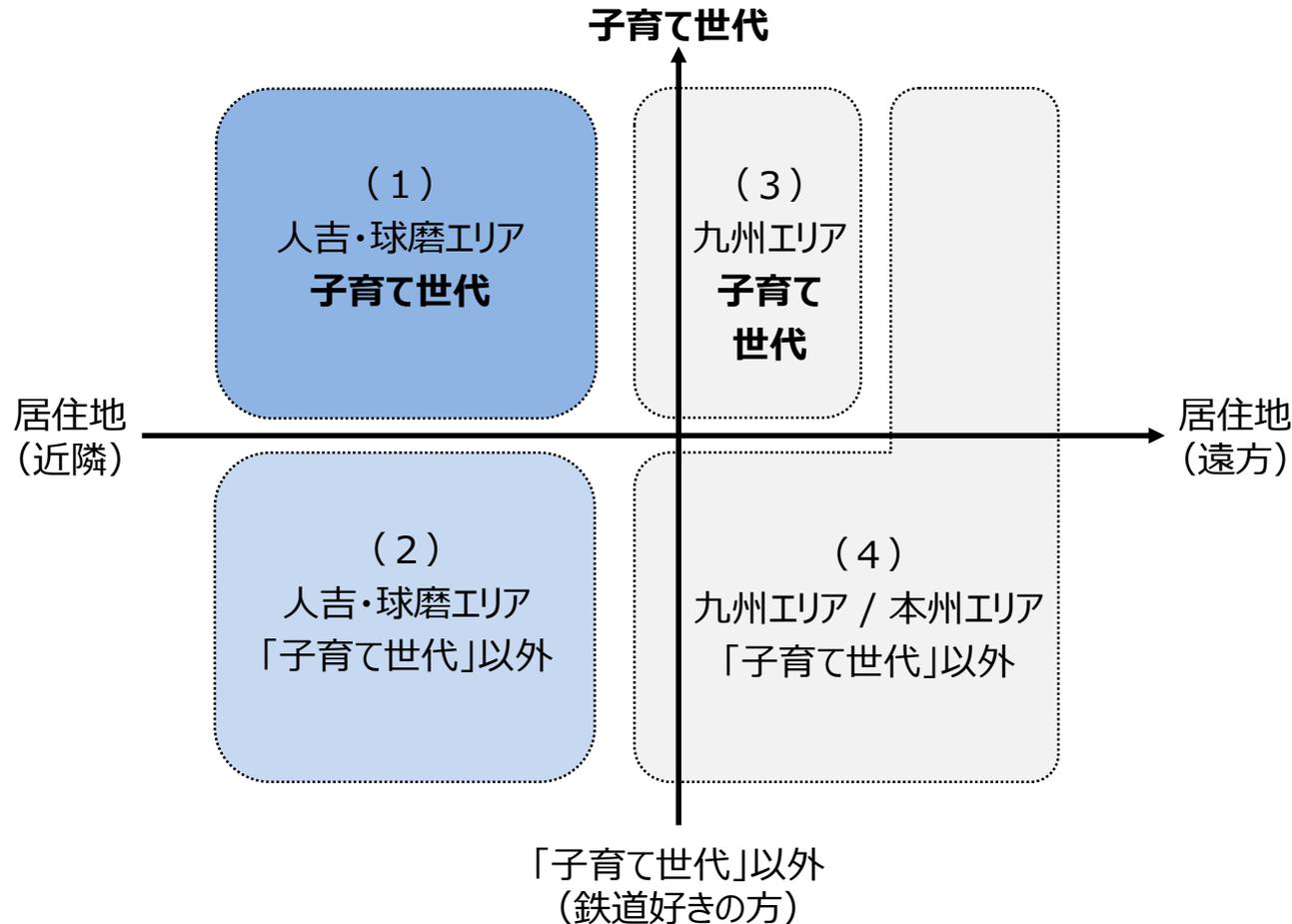


回答者・普段一緒に利用する人の鉄道好き具合

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップ（来館者アンケート）について

アンケート結果について - 利用者の意見・アイデア（自由記述）

- 意見・アイデア（自由記述）は、下図の（1）～（4）に分類をして意見の分析を実施。
- 第1回ワークショップのターゲットとしていた「近隣の子育て世代」の方々を（1）とし、近隣の子育て世代以外の方々を（2）、九州エリアの子育て世代の方々を（3）、その他の方々を（4）とした。



2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップについて

アンケート結果について – 利用者の意見・アイデア（自由記述）

(1) 人吉・球磨エリア / 子育て世代 の方々

- 日常的に子どもたちが楽しめるスペース拡大のアイデアや、MOZOCAステーションを中心に、親子で外出を楽しむためのアイデアが多く見られた。

①設備・サービスのアイデア

- 幼児・子どもたちが遊べるスペースの拡大（お絵かき、水遊び、プラレールで遊べるスペース等）
- ちょっとした飲食スペースの設置（アイスを食べたりできるスペース）
- 写真撮影ができる場所・サービスの開始（親子で写真が撮れるスポット、車掌さんの制服を着て写真が撮れるサービス等）
- その他設備アイデア（入り口が改札機、シアター設備、本の貸し借り、夜のライトアップ等）

②イベントのアイデア

- モゾカタウンと一緒に「食の祭典」
- マルシェ、ワークショップ、フリーマーケット
- 周年記念イベント
- 鉄道祭り（駅長体験、SL人吉に乗れる、ローカル列車の展示、本物の列車に乗れる等。）
- 線路沿い市町村の物産展（人吉駅～湯前駅沿い等）

③周辺環境についてのアイデア

- 周辺で「子ども連れOKなお店」が分かる一覧作成
- 遊んだあとに行きやすいカフェやパン屋さんの整備
- お土産品の販売
- 遊具がたくさんある公園（鉄道関係の遊具など）の整備
- 駐車場の拡大

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップについて

アンケート結果について – 利用者の意見・アイデア（自由記述）

(2) 人吉・球磨エリア / 子育て世代「以外」の方々

➤ 日常的に“鉄道”を楽しめるエリアにしていくためのアイデアが多く見られた。

①設備・サービスのアイデア

- SL人吉の展示（廃車後、常設）
- アトラクションの追加、ミニSLのコース追加
- 鉄道について詳しく教えてくれるサービス

②イベントのアイデア

- 電車の展示イベント
- 鉄道祭り
- 鉄道員の体験イベント

③周辺環境についてのアイデア

- 鉄道グッズが売ってあるお店の整備
- イベント広場の整備

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップについて

アンケート結果について – 利用者の意見・アイデア（自由記述）

(3) 九州エリア / 子育て世代の方々

- SNSでの情報発信や、長時間滞在できるMOZOCA + 周辺エリアにしていくためのアイデアが多く見られた。

①設備・サービスのアイデア

- SNSでの情報発信（※最多アイデア）
- 子どもが靴を脱いで遊んだり、赤ちゃんがハイハイできるスペース
- 写真撮影スポット・撮影サービス（駅長なりきり、顔パネル、ミニSLと写真が撮れるサービス等）
- 電車の運転体験コーナー、鉄道関係の遊具、もっとプラレールで遊べるスペース、鉄道関係のアニメスクリーンの設置
- 物販スペース（置いてある木のおもちゃ、子ども服、食器、おやつ、食べ物等）
- 大人が座ったり、休憩できるスペース
- 案内表示をもっと分かりやすいものに変更（※入り口が分からなかった方のアイデア）

②イベントのアイデア

- マルシェ・フリーマーケット（観光列車グッズマルシェ、鉄道おもちゃのフリーマーケット等）
- ものづくり（工作）ワークショップ（木の電車をつくる。子どもと一緒に参加できるもの等）
- 鉄道祭り+地域復興イベント（鉄道乗車体験、駅長体験、本物の電車やSLとコラボ等）
- 「電車と綱引き」イベント

③周辺環境についてのアイデア

- 鉄道に関連したメニューがある飲食店（カフェ等）の整備
- 鉄道のキッズプレート開発
- 子どもが楽しめる公園の整備

2 (3) ワークショップの実施 ②第1回ワークショップについて

アンケート結果について – 利用者の意見・アイデア（自由記述）

(4) 九州エリア / 子育て世代「以外」、本州エリア の方々

- その他九州エリア（子育て世代以外）や、本州エリアの方々のアイデアを見てみると、「熊本・人吉」を観光地として楽しむためのアイデアが多く見られた。

①設備・サービスのアイデア

- SNSでの情報発信
- MOZOCAステーション868の成り立ちが分かるパネル等の設置
- 足湯

②イベントのアイデア

- アニメ等とのコラボイベント（夏目友人帳、銀河鉄道999、レイル・ロマネスク、るろうに剣心等）
- 鉄道地をめぐるバス旅
- 熊本の美味しいもの祭り
- 鉄道に関する有名人（SNSやYouTuber含む）を呼ぶイベント
- 大人も楽しめるイベント
- 昔の乗車体験イベント（炭入れ体験など）

③周辺環境についてのアイデア

- 「名物メニュー」がある飲食店（カフェ等）の整備
- 人吉を一望できる展望台の整備
- 物産館の整備
- 子連れで行ける飲食店の整備

2 (3) ワークショップの実施 ③第2回ワークショップについて

第2回ワークショップの概要

- 第2回ワークショップの概要は、下記表の通り。
- はじめに、MOZOCAステーションや人吉・球磨、九州エリアの鉄道関連施設について説明した後、アイスブレイクをはさみ、MOZOCAステーションを絡めた「鉄道旅コース」と「鉄道イベント」の2つについてアイデア出しを行った。

■ 第2回ワークショップの実施概要

ワークショップの方針	「大人・鉄道愛好家が“来たい”と思うMOZOCAエリアを、鉄道愛好家と一緒に考える 「九州エリアの鉄道愛好家にとって、どういう施設／エリアであれば、(より)来たくなるか」についてのアイデア検証・収集を実施。
実施方法	熊本・九州内の「鉄道愛好家」の方々へお声がけし、MOZOCAステーション内にてワークショップを実施。
日程	2022年11月2日(水) 13:00～16:00
場所	MOZOCAステーション868 2階
ワークショップのプログラム	①MOZOCAステーションや、人吉・球磨、九州エリアの鉄道関連施設等についてご説明 ②自己紹介 / アイスブレイク (オススメの鉄道遺産は?) ③MOZOCAステーションを絡めた「鉄道旅コース」を考える ④MOZOCAステーションを活用した「鉄道イベント」を考える

2 (3) ワークショップの実施 ③第2回ワークショップについて

第2回ワークショップの参加者について

- ▶ 参加者は下記表の通り。
- ▶ 鉄分集会から4名、「熊本・九州エリアの鉄道愛好家」の方々4名の合計8名にて実施した。

■ ワークショップ参加者の所属組織と人数

所属組織	参加人数
鉄分集会メンバー	4名
九州大学鉄道研究同好会	2名
南九州鉄道研究会	1名
公募鉄道ファン	1名

■ ワークショップ中の様子



ワークショップ中の様子



施設案内時の様子



アイデア発表時の様子

2 (3) ワークショップの実施 ③第2回ワークショップについて

第2回ワークショップの結果 - ①人吉を中心とした熊本・南九州の“鉄道文化”を楽しむ周遊プラン

- 人吉を中心としながら、熊本・南九州の鉄道文化を楽しんでもらうプランを提案いただいた。
- また、MOZOCAステーションに対しては、普段列車が走っているとできない体験（例：肥薩線見学ツアー、構内草取りなど）や、肥薩線展示の充実、また、肥薩線市（肥薩線の鉄道資材等を販売する市）の実施など、“鉄道文化旅”の拠点となるような機能強化の提案をいただいた。

■ "安く"、"楽しく"、"美味しく"、九州南半分の「鉄道文化」を楽しみ尽くす旅

（博多発・旅名人の九州満喫きっぷ（¥11,000/3日）を活用）

1 日 目	博多駅	
	↓JR	
	鳥栖駅	・駅舎の歴史を楽しむ（レンガ、レール等） ・（お腹へってなくても）かしわうどん
	↓SL人吉号	
	上熊本駅	・夏目漱石も使ったという昔の駅舎を楽しむ
	↓熊本電鉄	
	北熊本駅	・単線での同時発車を楽しむ ・かんかん坂駅 ・小さなトンネル ・旧銀座線車両
	↓	
	藤崎宮前駅	・鉄道と自転車が並走する風景を楽しむ
	↓徒歩	
通町筋駅		
↓市電		
新水前寺駅		
↓JR		
南熊本駅	・熊延鉄道の廃線跡	
↓川尻		
網田駅	・熊本県内最古の駅を訪問	
↓		
熊本駅	宿泊	
2 日 目	↓JR	
	八代駅	
	↓くまモン列車	
	日奈久温泉駅	・日奈久温泉へ入湯
	↓くまモン列車	
	八代駅	
	↓B&S宮崎高速バス（¥1,400）	
	人吉駅 MOZOCAステーション868	・肥薩線見学ツアー（体験・構内草取り） ・肥薩線展示 ・線路内に立ち入り ・肥薩線市
	↓代替バス	
	願成寺温泉駅	・願成寺温泉へ入湯 ・昼食（うどん）
↓		
肥後西村駅	・鉄橋跡の見学 ・レールランド訪問	
↓田園シンフォニー		
湯前駅	・兼田製菓舗の「かねだの黒棒」を食べる ・昼食（チャンポン）（@レストラン徳丸）	
↓		
おかどめ幸福駅	・切符（入場券）の購入 ・昼食（@キッチン黒豚）	
↓		
多良木駅	・えびす湯へ入湯 ・宿泊（多良木ブルートレイン）	

2 (3) ワークショップの実施 ③第2回ワークショップについて

第2回ワークショップの結果 - ②人吉・肥薩線の“歴史”を主要コンテンツとしたイベントプラン

- MOZOCAステーション／エリアに人が集まってくるきっかけとして、「人吉・肥薩線の“歴史”を主要コンテンツとしたイベントプランも提案いただいた。
- 特に、人吉駅構内に点在する歴史的価値のある資源（機関庫等）を活用しながら、そこにさらに新しい技術やコンテンツ（AR・マンガ等）を掛け合わせることで、鉄道好きな人を集めるイベントにしていこうという案を提案していただいた。

■ 歴鉄博@ひとよし

1	超駅博（上野）を人吉駅で！	・ARを使って、往年の車両（明治、戦前、戦後70～80年代、平成）を見られるようにする。
2	投炭体験プログラム＋ （温泉、焼酎を飲む会）	・コース制（一番高額コースではナッパ服プレゼント） ・事前予約制、5,000円～20,000円/人/コース
3	駅そば・うどんサミット	・全国の駅そば、うどんを人吉駅ホームで食べられる！
4	HASSENBAコラボ サイクルツアー	・人吉周辺の鉄道遺産をめぐるツアーを開催
5	池田邦彦さんコラボマンガ 「肥薩線ものがたり」	・歴史に沿って、架空の人物も混じえた物語をつくり、「肥薩線の歴史を振り返るマンガ」として発表・紹介。 ・MOZOCAステーション868で原画展を行う。
6	SNS連動「動画コンテスト」	・肥薩線の動画をSNSで募集して、コンテスト形式で集める。
7	鉄博（大宮）コラボ 古いフィルム上映会	・石造機関庫にて、鉄道博物館にある大正時代からのフィルム上映会を行う。
8	B寝台列車のモックアップ（52cm幅）	・夜行列車体験（実際の宿泊も検討）
9	SL汽笛の音当てゲーム	・SLの汽笛が聞けるコーナーを設け、どの汽笛がどのSL号かをクイズ形式で楽しんでもらう。

2 (3) ワークショップの実施 ④第3回ワークショップについて

第3回ワークショップの概要

- 第3回ワークショップの概要は、下記表の通り。
- はじめに、来館者アンケートや第2回ワークショップの結果について説明し、その後感想を出し合った。次に、来館者アンケートや第2回ワークショップの結果を踏まえた「今後の方向性」を定め、アイデアを実現する際にネックとなる事柄等についての議論を実施した。

■ 第3回ワークショップの実施概要

ワークショップの方針	“ステーション”と“エリア”で実現方策を考える 施設（建築）の拡充が難しい中、MOZOCAステーション単体はもちろんのこと、MOZOCAステーションステーション周辺エリア（以下、MOZOCAエリア）での集客を考える必要があると思料。「 <u>どういうMOZOCAステーションを中心としながら、どういうMOZOCAエリアづくりをしていくか</u> 」を地域関係者で整理し、実現に繋げていく。
実施方法	MOZOCAステーションの方々や、周辺エリアに関係するの方々（飲食店舗や観光関連施設の方々）へお声がけし、人吉市役所内にてワークショップを実施。
日程	2022年12月20日（火） 14:00～15:30
場所	人吉市役所 3階 302大会議室
ワークショップのプログラム	① 来館者アンケート・第2回ワークショップの内容と結果についてご説明 ② ①の感想を出し合う ③ ②を踏まえ、今後の方向性と、上記①で出たアイデアを実施する際に、ネックとなる「課題」をディスカッション ④ 上記③で出た課題解決策や、解決策の推進アイデア等をディスカッション

2 (3) ワークショップの実施 ④第3回ワークショップについて

第3回ワークショップの参加者について

▶ 参加者は下記表の通り。MOZOCAステーションから1名、鉄分集会から1名、人吉温泉観光協会から1名、の合計3名にて実施した。

■ ワークショップ参加者の所属組織と人数

所属組織	参加人数
MOZOCAステーション868	1名
鉄分集会	1名
人吉温泉観光協会	1名

■ ワークショップ中の様子

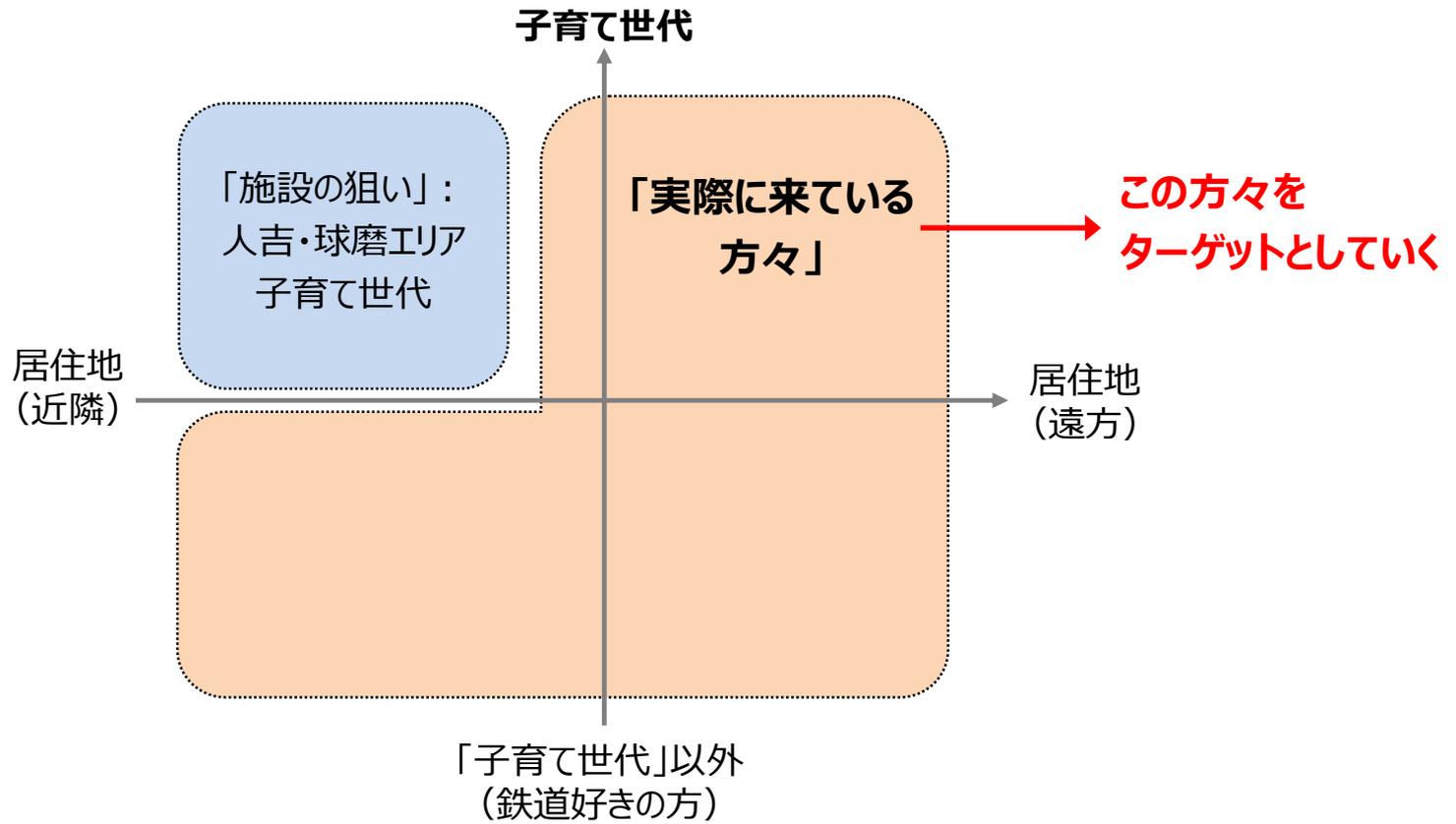


ワークショップ中の様子

2 (3) ワークショップの実施 ④第3回ワークショップについて

ディスカッション①：今後のターゲットについて

- 現在は「近隣子育て世代」の方をターゲットとしていたが、実際には「鉄道好きの方」や「県外のお客さん」が多い施設。
- 今後は「鉄道好きの少し遠方の方」をターゲットとした方向にシフトする。



2 (3) ワークショップの実施 ④第3回ワークショップについて

ディスカッション②：ターゲット取り込みにあたっての課題

- 鉄道に詳しいスタッフがいないため、「鉄道好き」向けの施策を思い切って実施できない状況。また、人手不足により、スペースが活用しきれていない。
- もっとも重要な課題は、「鉄道好きの方」を運営側に入れていくこと。

■ ネックとなっている事柄

分類	内容
ヒト	・ 鉄道に詳しいスタッフがいない。
モノ	・ 人手不足のため、2階スペースを開放していない。＝スペースを活用しきれていない。
カネ	・ 報酬上、「鉄道好き」な方にずっといていただくのは難しい。

■ その他、MOZOCAステーションの現状

分類	MOZOCAステーションの現状
ヒト	・ 人手不足 の状況（さらに辞められる方も） ・ ギリギリの人員。後任が決まらない。 ・ 鉄道に詳しくない。そのため、地域の方向けのイベントが多くなっている。 ・ [強み]施設に愛着があるスタッフばかり。近隣の方にとっては、嬉しいスタッフさんたち。
モノ	・ 人手不足により、スペースを活用しきれておらず、新しいイベントの実施も難しい状況になっている。
カネ	・ 限られた予算の中で運営を行っている。

2 (3) ワークショップの実施 ④第3回ワークショップについて

ディスカッション③：課題の解決策

- 「鉄道用語が分かる、鉄道好きの学生」等に、うすく・たくさん関わっていただくことで、人手不足をカバーしつつ、スペースを有効活用する。
- 上記を推進していくために、「鉄道好きの学生等」がやりたいことを実施できる場所であることをPRし、施設運営ルール等を見直すことで、「鉄道好きの学生等」が関われる“関わり口”を増やしていく。

分類	ネックとなっている事柄	解決策
ヒト	<ul style="list-style-type: none">• 鉄道に詳しいスタッフがいない。	<ul style="list-style-type: none">• 「鉄道用語が分かる、鉄道好きの方」に関わってもらったり、施設を活用してもらったりする。
モノ	<ul style="list-style-type: none">• 人手不足のため、2階スペースを開放していない。=スペースを活用しきれていない。	<ul style="list-style-type: none">• 「鉄道好き」の方々に、スペースを活用していただく。
カネ	<ul style="list-style-type: none">• 報酬上、「鉄道好き」な方にずっといていただくのは難しい。	<ul style="list-style-type: none">• 専門家のような方々ではなく、「鉄道好き」の学生たち等に関わっていただく。

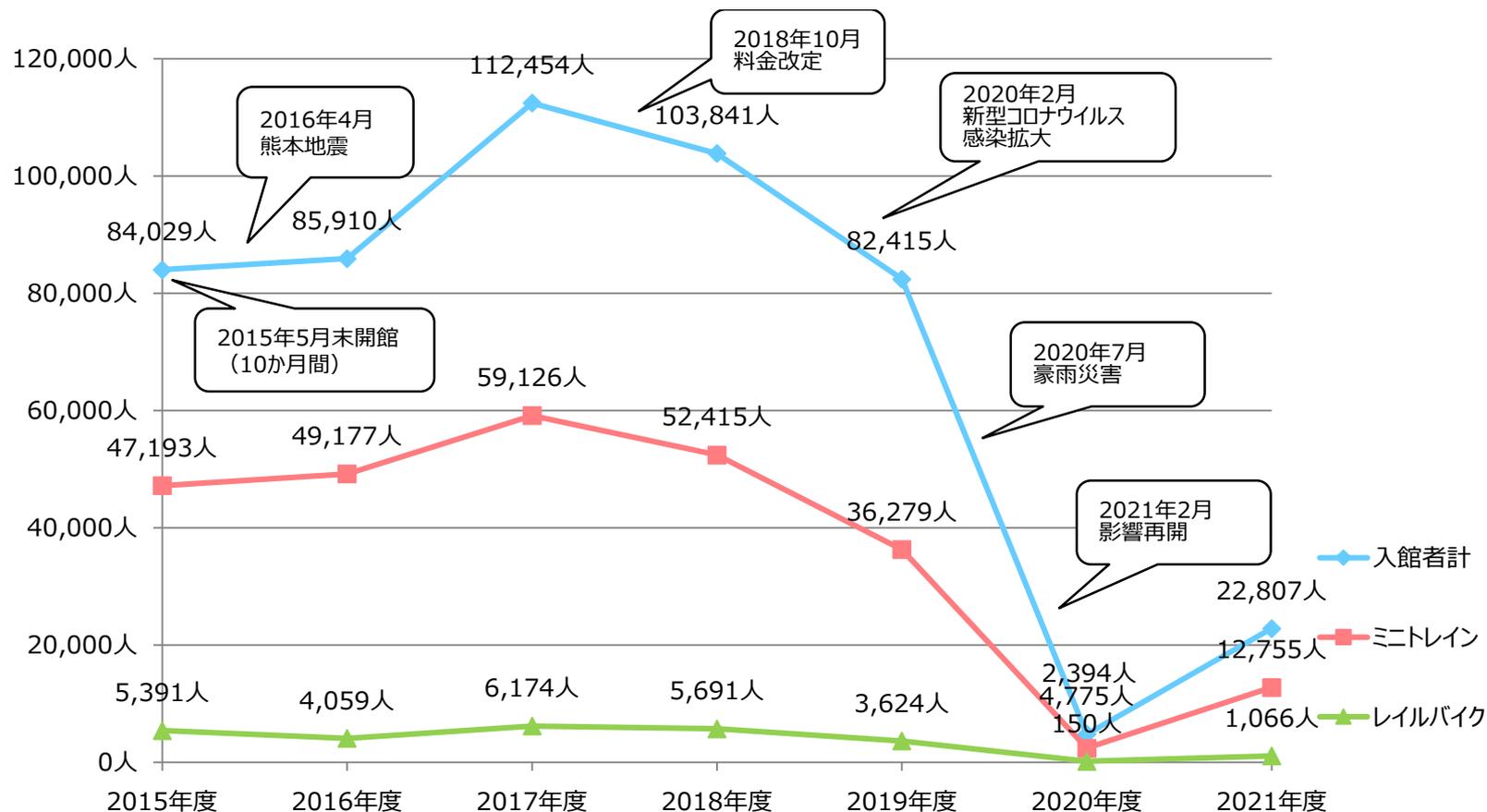
推進アイデア

- やりたいことを実現できる場所であることをPR
- 施設ルール等を見直し、“関わり口”を増やしていく

3. MOZOCA盛り上げ戦略の策定

3 (1) ねらうべき戦略成果 (ステップ)

- MOZOCAステーションの年間入館者数は、2017年の112千人をピークに減少し、2020年の新型コロナウイルス感染拡大及び同年7月の豪雨の影響により一時閉館。2021年2月に再開した後は現在まで増加傾向にあるものの、未だ豪雨災害以前の50%以下の入館者数に留まっている。
- この状況を鑑み、まずは、「MOZOCAステーション入館者数の増加」を戦略策定の目的（ねらうべき戦略成果）として掲げる。（「MOZOCAステーションの収益向上」は次のステップとして考える。）



(資料) 人吉市

3 (2) 戦略ターゲット

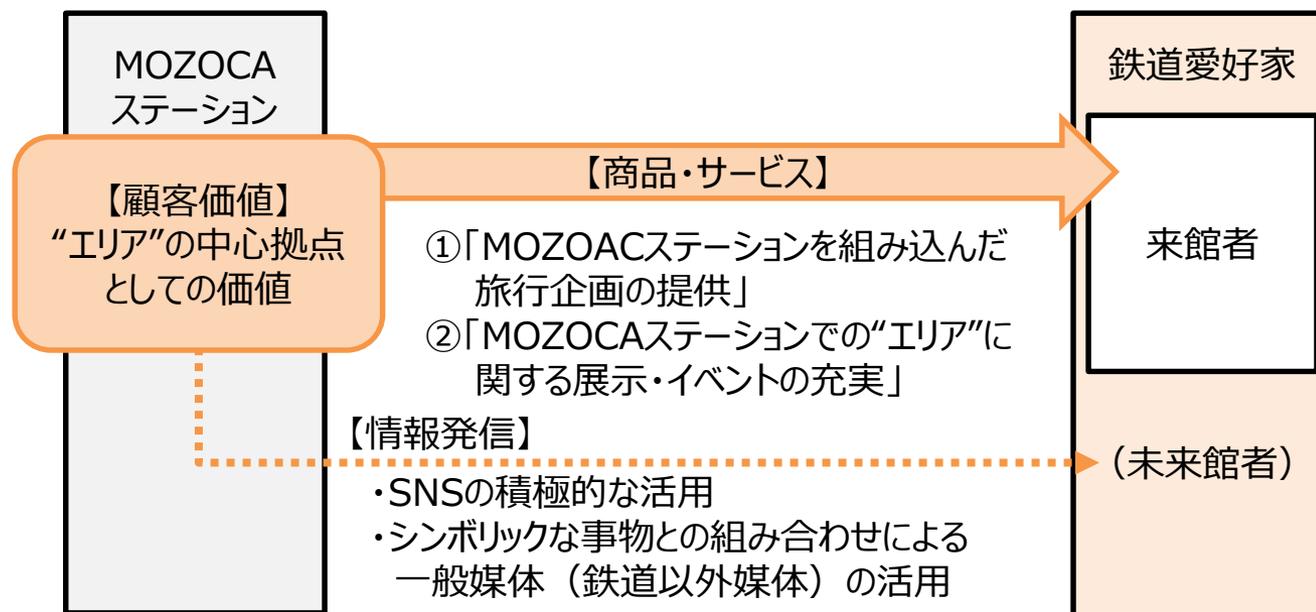
- 限られたリソースでMOZOCAステーション活性化（利用者増加）に向けた戦略を実行していく際には、現在の主な利用者である「子ども・子ども連れ」か「鉄道愛好家」のいずれかにターゲットを絞って検討していくことが、現実的かつ有効な考え方。
- 「対象となり得る市場範囲の広さ」、「高単価商品・サービスへの反応の期待」、「需要掘り起こし余地の大きさ」等の理由から、今回は、「鉄道愛好家」をメインターゲットとして戦略を策定する。

	子ども・子ども連れ	鉄道愛好家
市場性 (範囲、競合等)	<ul style="list-style-type: none"> • 一般的に設定しやすい（アプローチしやすい）ターゲット層。 • 施設近隣にいる子ども／子ども連れがメインターゲットとなる。 • 競合施設多数。 	<ul style="list-style-type: none"> • 若干嗜好性が高いターゲット層。 • 比較的<u>遠方に居住する人もターゲットとなり得る。</u> • 競合施設はやや少なめ。
収益拡大可能性 (期待単価等)	<ul style="list-style-type: none"> • ミトレイン利用者率高い。 • 単価低め？（∵アンケートで「現行のサービスの値下げ」や「フリーで使えるスペースの拡充」などを求める意見が多い） 	<ul style="list-style-type: none"> • ミトレイン利用率高い。 • 現時点では単価低め。但し、<u>高単価商品・サービスが提供された際には、単価向上の可能性あり？</u>（∵アンケートで「シミュレーター」や「鉄道に関する体験」など新たなサービスを求める意見が多い。）
需要掘り起こし余地 (≒これまでの取組)	<ul style="list-style-type: none"> • これまで様々な取組を実施済。 →掘り起こし余地は小さい 	<ul style="list-style-type: none"> • 十分な取組を行えていない。 (∵「鉄道に詳しい人」が少なかった) →<u>掘り起こし余地は大きい</u>

「鉄道愛好家」をメインターゲットとして設定

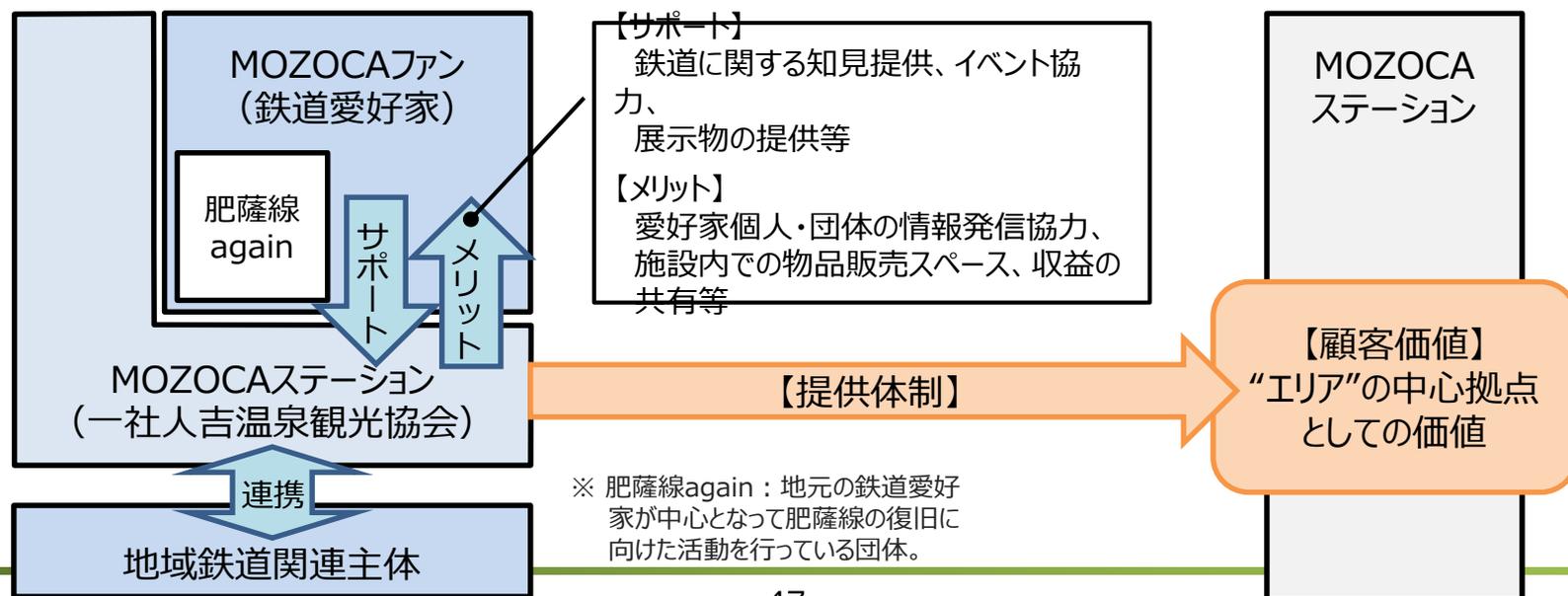
3 (3) 主となる“顧客価値”とその“届け方”（戦略の方向性）

- 肥薩線の運休と共にMOZOCAステーション入館者数が減少している現状を鑑み、MOZOCAステーション単体での集客ではなく、MOZOCAステーションを中心とした“エリア”での集客を前提として考える。
- そう考える際、MOZOCAステーションが提供していくべき顧客価値は、「“エリア”の中心拠点としての価値」と考えられる。これは言い換えれば、①MOZOCAステーションに来てから“エリア”を見ると数倍面白い、②MOZOCAステーションに来れば“エリア”を理解できる、という価値。①「MOZOCAステーションを組み込んだ旅行企画の提供」、②「MOZOCAステーションでの“エリア”に関する展示・イベントの充実」といった商品・サービスによって分かりやすく伝えることが可能と考えられる。
- なお、上記の商品・サービスの発信においては、SNSの積極的な活用が有効と考えられる。また、鉄道以外の媒体でも取り上げられやすい、シンボリックな事物（SL人吉号の展示、鉄道カフェ設置等）との組み合わせも、また情報発信において有効な手段として考えられる。

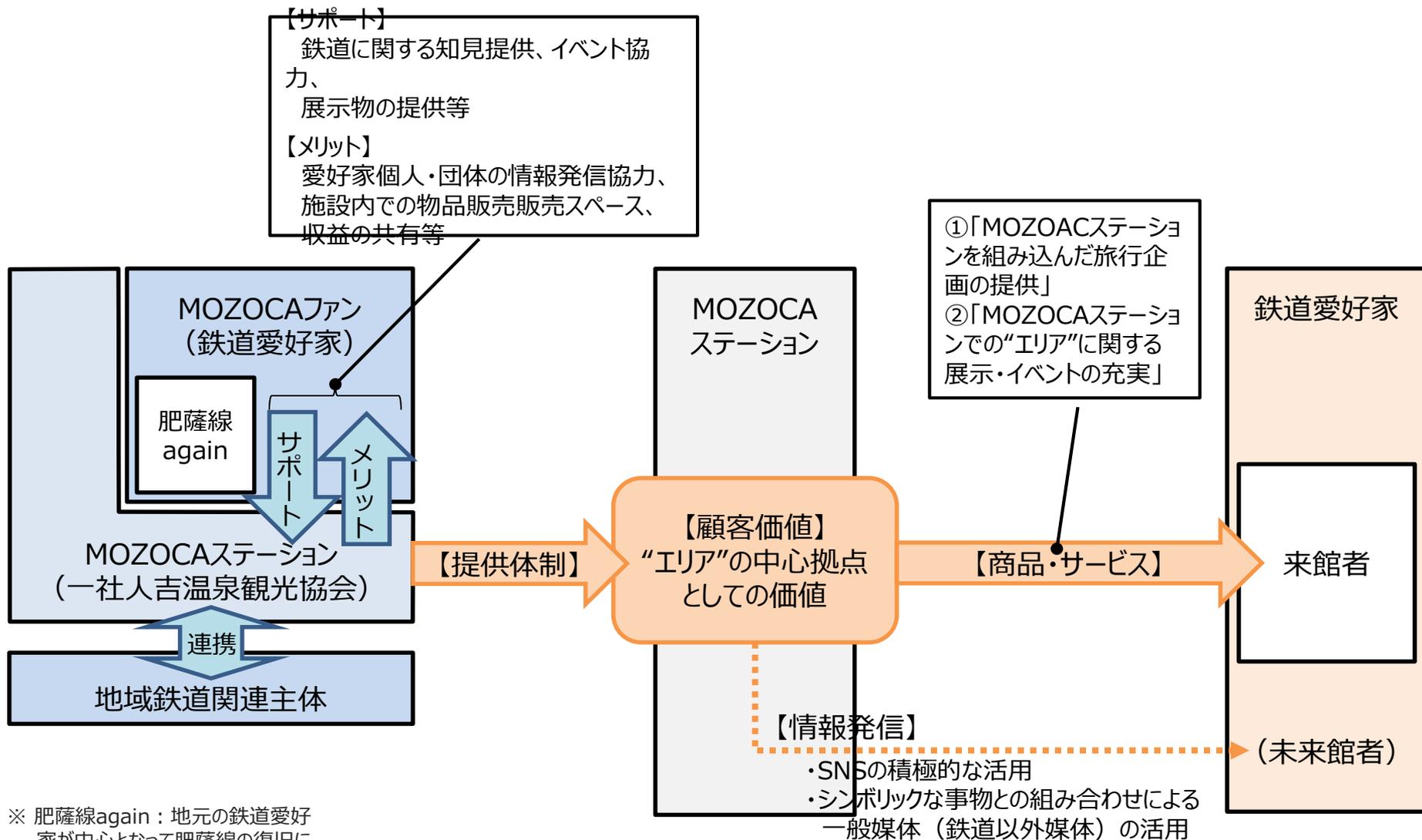


3 (4) 顧客価値の“提供体制”

- 顧客価値の提供については、MOZOCAステーション（一般社団法人人吉温泉観光協会）が中心となって行う。しかし、現状、「鉄道に詳しい人」がスタッフにいないという状況であるため、鉄道愛好家に向けた顧客価値提供に向けては、「鉄道に詳しい人」に運営に加わっていただく必要がある。
- 既に現時点で、「肥薩線again」が積極的に運営に関わってくださっている状況。今後も連携関係を維持・強化しながら、人吉球磨地域における鉄道関連主体（(株)JR九州、くま川鉄道(株)等）とも協働できるよう、連携関係を構築していく。
- さらに、広域での顧客価値提供に向けて、肥薩線に対して思いを持つ鉄道愛好団体・個人（いわゆる“MOZOCAステーションファン／関係人口”）との連携関係も構築していくことを検討する。（本検討過程において協力関係を構築した、南九州鉄道研究会や九州大学鉄道研究同好会など）
- なお、財政状況が厳しい中、これらの団体の協力に対して大きな費用を捻出することは当面の間困難。金銭以外のメリット（例：情報発信への協力、施設内物品販売スペースの共有等）を提供しながら、鉄道に関する知見提供やイベント協力などのサポートを受ける、“Win-Win”の関係を構築していく。



3 (参考) 顧客価値を中心としたまとめ図 ((3) (4) まとめ)



※ 肥薩線again : 地元の鉄道愛好家が中心となって肥薩線の復旧に向けた活動を行っている団体。

3 (5) 具体的商品・サービスの戦略

鉄道愛好家から収益を得るための商品・サービス

- 大人入館料の徴収
- JR人吉駅との連携・活用
- 田園シンフォニーを活用したミニツアー
- 鉄道関連物販
 - ・肥薩線の撤去レール
 - ・引退車両の部品
 - ・鉄道コレクターアイテム等
- 運転シミュレーター等の鉄道関連体験 等

事業者から収益を得るための商品・サービス

- イベント事業者に対する施設貸出
- 他の地方鉄道事業者に対する、
活性化イベント企画のコンサルティングの外販
- 企業・団体向けの企画旅行販売
- フィルムコミッションサービスの提供 等

3 (6) 将来に向けた課題

- 本検討においては、「MOZOCAステーション入館者数の増加」を戦略策定の目的（ねらうべき戦略成果）として掲げたが、MOZOCAステーションの自力経営・経営発展のためには、「MOZOCAステーションの収益力向上」までを考える必要があり、その点は、将来に向けた重要な課題として挙げられる。
- 本検討における整理と同様に、将来的なMOZOCAステーションの収益力向上に向けては、現在は収益を得るポイントが「ミニトレイン」及び「レールバイク」に限られているところ、鉄道愛好家からの収益を得るポイントの増加が、まず最初に検討すべき点と考えられる。
- さらに、上記のような個人消費者からの収益のみに依存する状態では、例えば近隣に類似の施設ができたりした場合に、利用者がそちらに（一時的にでも）流れ、収入が不安定になる可能性もあるため、事業者からの収益を上げていくための検討・取組も進めていく必要があると考えられる。

參考資料

参考：人吉球磨地域における過去10年の主な出来事

