

「水郡線利活用に係る県、沿線自治体及び JR 東日本若手職員 ワーキングチーム 最終プレゼン」の開催結果について

茨城県水郡線利用促進会議（会長：茨城県知事 大井川和彦）は、「利用の少ない線区」として公表された水郡線の維持・活性化策を検討するため、「水郡線利活用に係る県、沿線自治体及び JR 東日本若手職員ワーキングチーム」を設置し、検討結果の総まとめとして、沿線市町の首長や JR 東日本水戸支社長ご出席のもと、最終プレゼンを下記のとおり開催いたしましたので、結果をお知らせいたします。

記

- 1 開催日時 令和5年2月8日（水） 15時～17時
- 2 開催場所 大子町文化福祉会館「まいん」 観光交流ホール
- 3 主催者 茨城県水郡線利用促進会議（事務局：茨城県政策企画部交通政策課）
設置：昭和60年 目的：水郡線の利用促進及び沿線地域の魅力発信
構成：茨城県、水戸市、常陸太田市、ひたちなか市、常陸大宮市、那珂市、大子町
- 4 出席者 沿線市町首長（常陸大宮市・鈴木市長、那珂市・先崎市長、大子町・高梨町長）、県・沿線市町担当部長、JR 東日本水戸支社長、福島県生活交通課長ほか、ワーキングチーム参加者24名
計49名（詳細は別添名簿参照）
- 5 結果の概要
 - (1) 主催者挨拶要旨（北村県政策企画部長）
 - 昨年7月に、JR 東日本により「利用の少ない線区」が公表され、常陸大宮駅から常陸大子駅までの区間は、2020年度の収支で約11億円の赤字であるという現状を、大変な危機感をもって受け止めたところ。
 - このような厳しい状況を乗り越え、水郡線の維持・活性化を図っていくために、沿線市町、JR 東日本及び県が連携をより一層強め、これまで以上に力を入れて取り組んでいく必要がある。
 - 本ワーキングチームでは各組織の若手職員より、これまで実施してきた施策の枠に捉われない柔軟な発想で施策を提案頂いた。実施可能な提案については、令和5年度から順次事業化できるよう努めて参りたい。
 - (2) ワーキングチームの検討事項及び設置体制
 - 検討事項 「利用の少ない線区」として公表された水郡線の維持・活性化策
 - 設置体制
 - ・ 茨城県、水郡線沿線6市町、JR 東日本水戸支社の若手職員26名から構成
 - ・ 「通勤」「通学」「観光」のテーマごとに3班に分かれ、約3ヶ月間にわたり各班でグループワークを実施、新たな施策を検討
 - ・ 令和4年10月26日 キックオフ会議（場所：玉川村駅交流センター）
 - ・ 令和5年1月11日 中間報告（場所：常陸大宮市役所）

(3) 各班のプレゼン内容 ※発表資料については、別添のとおり

○第1班

テーマ	通勤	
タイトル	「体験から常連へ！通勤客獲得のための4つの柱」	
提案内容	<ul style="list-style-type: none">・（利用客向け）列車通勤のメリット啓発・（企業向け）フレックス制度導入の推進・ 駅周辺駐車場の利用促進・ 沿線自治体職員による水郡線利用モニター調査	

○第2班

テーマ	通学	
タイトル	「もっと身近に、もっとお得に。あなたの思い出に水郡線。」	
提案内容	<ul style="list-style-type: none">・ 利用促進ポータルサイトの設立と補助メニューの一元化・ 定期購入費用への補助・ 学校説明会参加者や体験学習等の団体利用等への補助・ 沿線学校のイベントとのタイアップ事業	

○第3班

テーマ	観光	
タイトル	「観光の視点による水郡線活性化～地域・JR・自治体の三方良しを目指して～」	
提案内容	<ul style="list-style-type: none">・ 駅前マルシェの開催・ 「旅ガチャ」（水郡線旅のモデルコースをカプセルトイに入れて提供）・ ヘッドマークデザイン／モデルコース PR 動画の学生コンペ	

(4) 主な意見

- 通勤で水郡線を利用しない人は、利用しない理由があるはず。アンケートを取るなどしてその理由を調べれば、より面白い答えが出るのではないかと。
- 電車の中で学生がスマホにくぎ付けになっている姿を見ると、時間をもったいないと感じる。テーブルの設置や Wi-Fi 整備など、車内で作業ができるような環境を整えれば利便性も向上し、利用者も増えるのでは。
- 体験学習等の団体利用に対する運賃助成は良いアイデア。鉄道を使って、和紙やこんにゃくづくりを体験してもらうことで、地域の財産を知ってもらう良い機会にもなる。
- 沿線には複数の酒蔵や地ビールがあるので、それらを絡めたマルシェなどのイベントを駅前で実施し、車の運転の心配がいらぬ鉄道で来てもらうのは良いアイデア。各駅で順番にそうしたイベントをやったら面白いのでは。

- 「旅ガチャ」については良いアイデアだが、どう「お得感」を出すか。地酒など地域の逸品と組み合わせても面白いのでは。
 - 約 30 年間、列車本数はほぼ変わっていないが利用者は半減した。利便性の向上も大切だが、抜本的な要因（沿線人口・駅周辺の状況等）を深掘りすると、より有効なアプローチが期待できる。
 - 水郡線の活性化に向け、「風を起こす」ことが重要。今回の取組はその第一歩になると思う。これからも力を合わせ、頑張っていくことが大切。
- (5) 今後のスケジュール
- 実施可能な施策については、「茨城県水郡線利用促進会議」にて、事務局である県が中心となり、事業化を検討・具体化。令和 5 年度以降順次、実施予定。

(6) 最終プレゼンの様子



(奥から) JR 東日本・小川水戸支社長、常陸大宮市・鈴木市長、那珂市・先崎市長、大子町・高梨町長、那珂市・玉川副市長



※写真データは USB 又はメールで提供可能ですので、上記連絡先までご連絡ください。

水郡線利活用に係る県、沿線自治体及びＪＲ東日本若手職員

ワーキングチーム 最終プレゼン 次第

日時 令和５年２月８日（水）１５時～

場所 大子町文化福社会館「まいん」 観光交流ホール

1 開会

2 挨拶

茨城県政策企画部長

3 最終プレゼンの実施方法説明（事務局）

4 最終プレゼン・質疑応答

（１）第１班：通勤「体験から常連へ！通勤客獲得のための４つの柱」

（２）第２班：通学「もっと身近に、もっとお得に。あなたの思い出に水郡線。」

（３）第３班：観光「観光の視点による水郡線活性化～地域・ＪＲ・自治体の三方良しを目指して～」

5 総評

各沿線首長等、ＪＲ東日本水戸支社長、福島県生活交通課長、茨城県政策企画部長

6 閉会

水郡線利活用に係る県、沿線自治体及びＪＲ東日本若手職員ワーキングチーム
最終プレゼン 出席者名簿

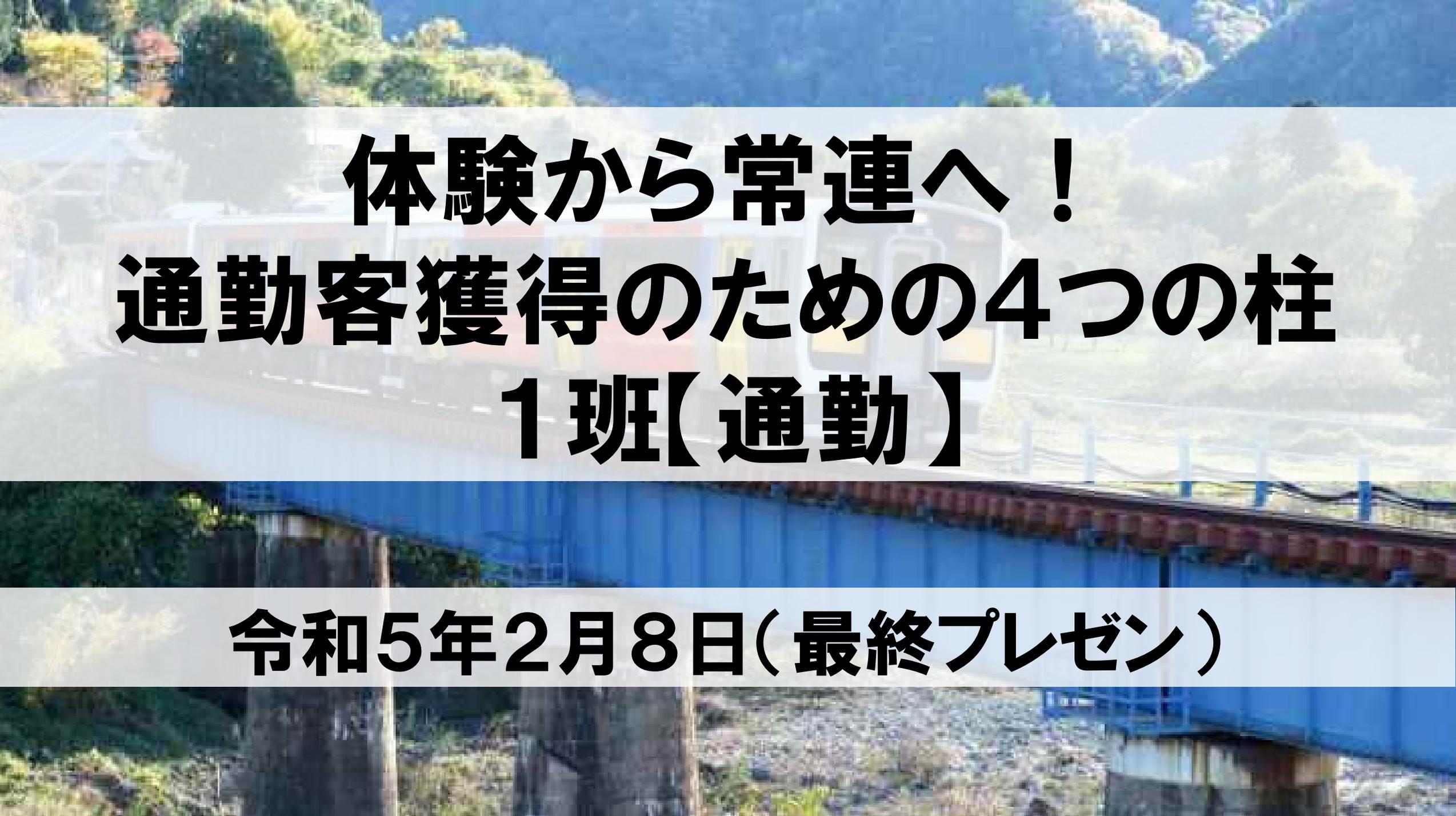
No.	自治体／社名	所属	職名	氏名
1	水戸市	市長公室	室長	小田木健治
2	常陸太田市	企画部	部長	岡部 光洋
3	ひたちなか市	企画部	部長	森山 雄彦
4	常陸大宮市		市長	鈴木 定幸
5	常陸大宮市	地域創生部	部長	泉 藤男
6	常陸大宮市	地域創生部地域創生課	課長	山崎 泰光
7	常陸大宮市	地域創生部地域創生課	課長補佐	宇野 武寛
8	那珂市		市長	先崎 光
9	那珂市		副市長	玉川 明
10	那珂市	企画部	部長	大森 信之
11	那珂市	企画部政策企画課	課長	篠原 広明
12	那珂市	企画部秘書広聴課	課長	海野 直人
13	那珂市	建設部都市計画課	課長	渡邊 勝巳
14	大子町		町長	高梨 哲彦
15	大子町	まちづくり課	課長	齋藤 弘也
16	大子町	観光商工課	課長	田那辺 孝
17	ＪＲ東日本水戸支社		支社長	小川 一路
18	ＪＲ東日本水戸支社	総務部企画室	担当部長	岡本 晋
19	ＪＲ東日本水戸支社	総務部企画室	副課長	長谷川正一
20	福島県	生活環境部生活交通課	課長	佐藤 司
21	福島県石川町 (水郡線活性化対策協議会事務局)	企画商工課	主幹兼 課長補佐	水野 憲一
22	茨城県	政策企画部	部長	北村 孔敬
23	茨城県	政策企画部県北振興局	次長	植田 朋弘

茨城県水郡線利用促進会議事務局

茨城県政策企画部交通政策課	課長	寺田 明弘
茨城県政策企画部交通政策課	課長補佐	小林 仁
茨城県政策企画部交通政策課	主事	岸 和樹
茨城県政策企画部交通政策課	主事	高城 綾奈

若手職員ワーキングチームメンバー

班	席 No.	自治体／社名	所属	役職	氏名	出欠
1 班	1	水戸市	交通政策課	主事	川津 圭太	出
	5	常陸太田市	文化課	主事	新妻 拳介	出
	10	常陸大宮市	地域創生課	主幹	堀江 正悟	出
	13	那珂市	政策企画課	主事	小園井 希	出
	16	大子町	観光商工課	主事	大高 梨紗	出
	20	J R 東日本水戸支社	企画室	主任	猪狩 幸宣	出
	23	茨城県	県北振興局	主事	関町 拓也	出
	24	茨城県（事務局）	交通政策課	係長	前野 浩邦	欠
2 班	2	水戸市	都市計画課	主幹	草地 直幸	出
	6	常陸太田市	都市計画課	主事	平根 由也	出
	7	常陸太田市	税務課	主事	中島 瑛生	出
	11	常陸大宮市	商工観光課	主幹	山田 洋平	出
	12	那珂市	都市計画課	主幹	小堆 沙織	出
	17	大子町	まちづくり課	主事	藤田 光希	出
	18	J R 東日本水戸支社	企画室	主務	赤井 倫人	出
	22	茨城県	県北振興局	主任	高橋 友佳	出
25	茨城県（事務局）	交通政策課	主事	岸 和樹	出	
3 班	3	水戸市	観光課	主事	中根 理沙	出
	4	ひたちなか市	企画調整課	主事	山口 友大	出
	8	常陸太田市	企画課	主任	高橋 佑樹	出
	9	常陸大宮市	企画政策課	主幹	溝江 若菜	欠
	14	那珂市	秘書広聴課	主幹	永井 悠介	出
	15	大子町	建設課	主事	石井 大貴	出
	19	J R 東日本水戸支社	企画室	主任	大川 雄輔	出
	21	茨城県	県北振興局	主査	東理 裕	出
26	茨城県（事務局）	交通政策課	主事	高城 綾奈	出	



**体験から常連へ！
通勤客獲得のための4つの柱
1班【通勤】**

令和5年2月8日（最終プレゼン）

1 課題

2 原因

3 事業提案

1 課題

2 原因

3 事業提案

課題：水郡線利用者の減少

水郡線平均通過人員(水戸駅～常陸大子駅)

	全体 (通学定期・通勤定期・普通運賃)		
	1988年	2021年	減少率
水戸駅～上菅谷駅	10,089	6,084	40%
上菅谷駅～常陸大宮駅	6,275	2,907	54%
常陸大宮駅～常陸大子駅	2,458	670	73%
合計	18,822	9,661	<u>49%</u>

通勤定期利用者は
利用客全体よりも

減少率が 10% 程度高い

通勤定期利用者の減少率

≒ 60%

通勤定期の減少による影響

- 1 固定的な利用客の**減少**
- 2 高単価な通勤定期の**減少**
- 3 駅前商業施設等の**活力低下**

1 課題

2 原因

3 事業提案

水郡線で通勤しない主な原因

- 1 列車通勤の**メリット**が浸透していない
- 2 列車の本数が少なく、**通勤時間**に合わせられない
- 3 駅前に**駐車場**が少なく、**車で駅まで行けない**



1 課題

2 原因

3 事業提案

事業提案のターゲット

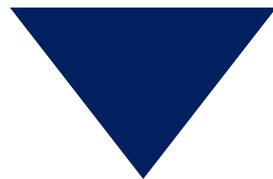
水郡線沿線に自宅と勤務先があり、車で通勤している人



事業提案の方向性

まずは

列車通勤の**メリット**を体験



列車通勤を

続けたいくなる仕組みを作る

事業提案の4本柱

- 1 【利用客向け】列車通勤のメリット啓発
- 2 【企業向け】フレックス制度導入の推進
- 3 駅周辺駐車場の利用促進
- 4 沿線自治体職員によるモニター調査

事業提案の4本柱

- 1 **【利用客向け】 列車通勤のメリット啓発**
- 2 **【企業向け】 フレックス制度導入の推進**
- 3 **駅周辺駐車場の利用促進**
- 4 **沿線自治体職員によるモニター調査**

列車通勤のメリット①

時間の有効活用



- 通勤列車において、資格取得のための自己啓発（スキルアップ）の時間ができる。
- 仮眠をすることで通勤時間を休憩時間にできる。（車の運転は逆に疲れてしまう。）

列車通勤のメリット②

定時での通勤が可能
(渋滞や道路工事に巻き込まれない)

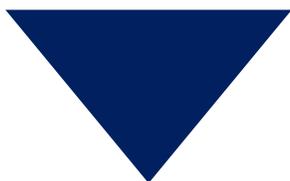


- 会議や打合せの遅刻を防ぐことができる。
- 列車の時刻に合わせてため、朝が規則正しくなる。



列車通勤のメリット③

安全・安心な通勤ができる



- 交通事故の被害者又は加害者にならない。
- 渋滞によるストレスがない。



列車通勤のメリット啓発方法

- 列車通勤のメリットを視覚的に訴求できるプロモーション動画の作製。
(例：地域おこし協力隊の活用)
 - ▶ 概算費用：約20万円

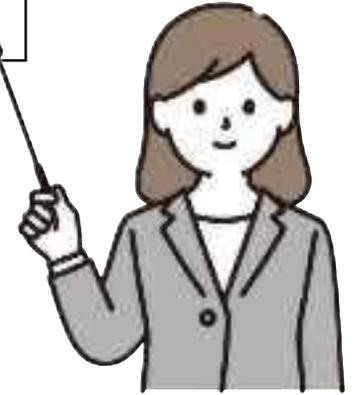


- 沿線企業や商業施設等へのポスターの掲示。
 - ▶ 概算費用：約20万円
- 就活生や大学4年生に水郡線利用を促す。

事業提案の4本柱

- 1 【利用客向け】列車通勤のメリット啓発
- 2 **【企業向け】フレックス制度導入の推進**
- 3 駅周辺駐車場の利用促進
- 4 沿線自治体職員によるモニター調査

フレックス制度導入のメリット



- **始業時間に合わせて出勤することにより、時間のロスを無くす。**
- **ピーク時間帯を避けて通勤することで、着席して作業や休憩ができる。**

フレックス制度導入推進の方法①

フレックス制度の啓発活動

以下のようなフレックス制度のメリットを啓発する。

- 子育てや介護等に配慮した柔軟な働き方により、社員の労働環境が改善する。
- 通勤ラッシュを避けることができ、社員の疲労を軽減できる。
- 離職率の低下、新規人材の確保に寄与する。



フレックス制度導入推進の方法②

フレックス制度導入に伴う**費用の補助**

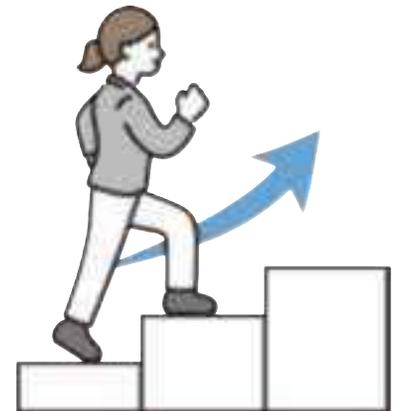
- **社員の通勤定期購入に係る費用等の補助**
 - ▶ **補助率：定期代の1/2(上限4万円)**
 - ▶ **補助期間：3か月を想定**

※補助金は列車通勤のメリットを体感してもらうことを目的とするもので、期間を限定して出す。

フレックス制度導入推進の方法③

「働き方改革優良(推進)認定企業」の推進

- ・茨城県労働政策課が実施している「働き方改革優良(推進)認定企業」への認定を沿線企業に推奨する。
- ・企業のイメージアップを図ることができ、フレックス制度導入のインセンティブになる。



事業提案の4本柱

- 1 【利用客向け】列車通勤のメリット啓発
- 2 【企業向け】フレックス制度導入の推進
- 3 駅周辺駐車場の利用促進
- 4 沿線自治体職員によるモニター調査

駅周辺駐車場の利用促進①

月極・無料駐車場の周知

月極・無料駐車場があることが浸透していない。



駐車場の一覧マップを作成する等、周知を強化する。
(列車通勤のメリット啓発方法p.15と合わせて実施)

駅周辺駐車場の利用促進②

月極駐車料金の助成

駅から近い駐車場の利用率は高いが、離れている駐車場は低い傾向にある。

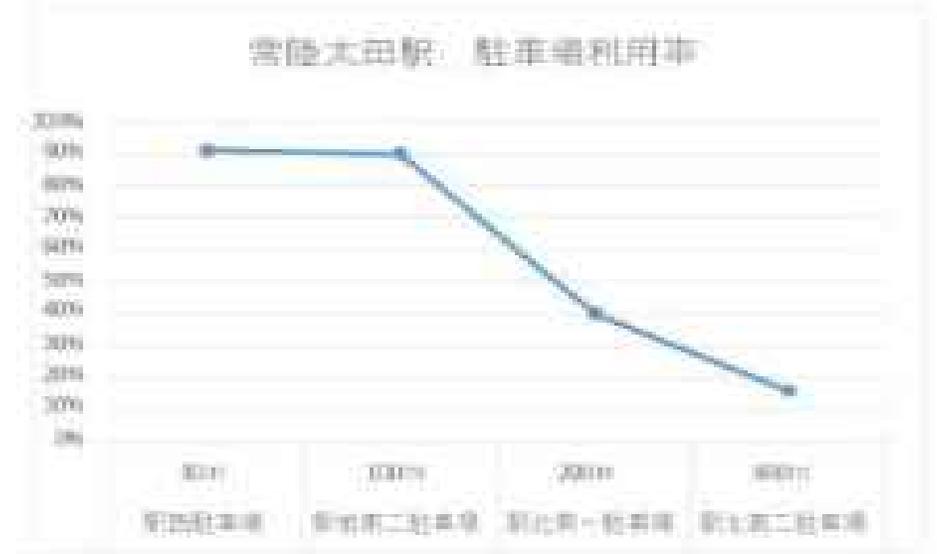


利用率の低い駐車場の利用者に対し、**助成金**を支給する。

- ▶ 補助率：利用料金の1/2
- ▶ 補助期間：3か月を想定

(参考)

常陸太田駅周辺 月極駐車場の利用率等



駐車場名	駅からの距離(徒歩)	利用率	利用料金	月極台数	契約台数
駅西駐車場	30m	91%	3,850円	11台	10台
駅前第二駐車場	100m	90%		30台	27台
駅北第一駐車場	200m	40%		25台	10台
駅北第二駐車場	300m	16%		31台	5台

距離が遠く、利用率の低い駐車場の利用者に対し、助成金を支給する。

事業提案の4本柱

- 1 【利用客向け】列車通勤のメリット啓発
- 2 【企業向け】フレックス制度導入の推進
- 3 駅周辺駐車場の利用促進
- 4 沿線自治体職員によるモニター調査

水郡線沿線自治体職員の水郡線通勤者数

自治体名	職員総数	水郡線通勤者	割合
茨城県	21,000人	54人	0.26%
水戸市	3,472人	11人	0.32%
ひたちなか市	1,973人	0人	0%
常陸太田市	563人	0人	0%
那珂市	485人	0人	0%
常陸大宮市	484人	0人	0%
大子町	244人	7人	2.9%
計	28,221人	72人	0.26%

自治体職員によるモニター調査

- 普段は車で通勤している各自治体の職員数名に1か月程度、水郡線で通勤してもらう。
- 可能であれば、フレックス勤務にも取り組んでもらい、メリットを感じるか等の調査をする。



列車通勤に関する意見を集約し
今後の展開の参考にする。

その他の事業提案

- 車両内に収納式の簡易デスクを設置し、パソコン等の作業を行えるようにする。
- Wi-Fi環境を整備し、利便性の向上を図る。



まとめ 水郡線で通勤しない**原因**と**事業提案**

- 1 列車通勤のメリットが浸透していない
→プロモーション動画等での訴求
- 2 列車の本数が少なく、通勤時間に合わせられない
→企業へのフレックス制度の導入推進
- 3 駅近くの駐車場の認知不足による自家用車利用増
→駐車場の周知を強化し、月極駐車場利用者への助成
- 4 上記1～3以外の課題の発見、効果の検証
→沿線自治体職員によるモニター調査の実施

もっと身近に、もっとお得に。あなたの思い出に水郡線。



R5.2.8 最終発表
若手WT2班 (通学班)

水郡線の通学利用に向けたステップごとの継続的な支援について

現 状

水郡線は、沿線住民にとって重要な公共交通である一方で、人口減少やマイカー利用の拡大等により利用者が減少傾向にあり、近年はコロナ禍の影響でその傾向に拍車がかかっていることから、水郡線を地域の足として今後も残していくために、利用者及び利用数を増やしていく具体的な取組が必要。特に、水郡線利用のメイン層である通学利用については、少子化の進行で学生の総数が減少し続ける見込みであることから、通学手段に水郡線を選ぶ学生の比率を上げていく取組が重要。
⇒すでに利用者が危機的な状況であることから、①既存の学生に対する利用促進の取組、②将来的なターゲットとなる児童・生徒に対する水郡線利用の意識付けを促進する取組の両面から改善を図る。

体系イメージ



各ターゲットに対するアプローチにより
全世代的に利用者を維持・確保



○狙い：水郡線で育った社会人の水郡線利用継続（長期的な水郡線利用）
○想定取組：①班（通勤）の取組

○狙い：水郡線による通学者の維持・拡大（定期的な水郡線利用）
○想定取組：水郡線をお得に利用しよう事業（予算：6,500千円）

○狙い：将来的な通学利用者の育成（単発的な水郡線利用）
○想定取組：沿線学校のイベントとのタイアップ事業（予算：250千円）

○狙い：水郡線沿線の人口増加（潜在的な水郡線利用者の増加）
○想定取組：各自治体の既存事業

2班の
施策

(1) 水郡線をお得に利用しよう事業（定期的な水郡線利用）

事業概要

- (1) 事業主旨 水郡線利用に係る補助事業をパッケージ化し、多面的な利用を促進する。
- (2) 対象者 児童、学生及びその保護者等（詳細については、下記メニュー参照）
- (3) 予算規模 下記の各補助メニュー参照
- (4) 実施主体 水郡線利用促進会議



事業内容（想定予算：6,500千円）

水郡線利用促進に係るポータルサイトを設立し、補助メニューを一元化することで、多面的な利用を促進する。

また、申請方法については、「いばらき電子申請・届出サービス」を活用した電子申請とする。



※効果検証のため、補助金の申請時、アンケート回答（必須）や意見交換会（任意）への出席を求める（後述）

補助メニュー	補助対象者	補助率	予算規模
①学校説明会参加	中学3年生	10/10	500千円
②体験学習等団体利用	小中学校・こども会等の団体	1/2	1,000千円
③通学定期購入	大学生・専門学生等	定額	4,000千円
④長期休暇中の利用		10/10	1,000千円

期待される効果及び実施に係る課題

- (1) 期待される効果
 - ・複数の補助メニューを創設することで、水郡線の活用方法を周知するとともに、水郡線の日常利用につなげるきっかけとする。
 - ・補助と併せて利用者の意見を収集することで、他の事業への拡大につなげる。
- (2) 実施に係る課題
 - ・各メニューごとに相当の予算が必要になることから、補助要件や補助率、加盟団体ごとの費用負担について整理が必要。

(1) 補助メニュー詳細①

学校説明会参加

○補助対象者

県内高校の学校説明会に参加した中学3年生が在籍する中学校

○目的

沿線高校に進学を検討する中学生の列車通学に対するハードルを下げる

○補助内容

学校説明会に参加する際の水郡線利用に係る運賃を補助

○補助率 10/10

○予算額 500千円

○実施時期

沿線高校の学校説明会開催時期（夏休み～12月）

○事業期間

事業実施から3年間



◎今後の検討事項

沿線中学校との精算スキームの調整
水郡線を利用した証明の確認方法

(1) 補助メニュー詳細②

体験学習等団体利用

○補助対象者

8名以上※の小中学校・自治会・こども会等の団体

※JRの団体割引の下限人数。引率者を含む。

○目的

子ども達の思い出に水郡線乗車を加えることで、中長期的な利用へつなげる

○補助内容

社会見学やレクリエーションなどにおける水郡線の団体利用の運賃の一部を補助

○補助率 1/2

○予算額 1,000千円

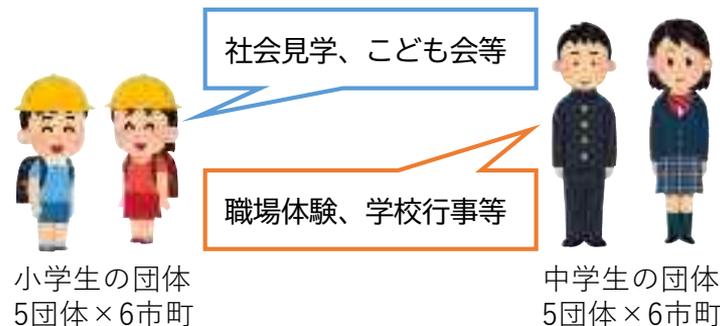
※県内最長区間（水戸～下野宮間）で算定。6市町×10団体=60団体を想定。

○実施時期

通年

○事業期間

事業実施から3年間



◎今後の検討事項

具体的な利用につなげるための
モデルコース、ツアーの作成

(1) 補助メニュー詳細③④

通学定期購入 & 長期休暇中の利用

○補助対象者

大学生及び専門学校生

○目的

自動車を運転できる大学生及び専門学校生の鉄道利用を促すことで、水郡線離れを防ぐ。

※高校生については、補助がなくても通学に水郡線を利用することが予想されるため補助対象外とした。

○補助内容

①登校頻度の高い春（4～6月）と秋（10～12月）の各3か月の定期代の一部を補助

②夏休み、春休み等の長期休暇中の普通利用における運賃の一部を補助（1人1往復分限り）

○補助率

①定額 ②10/10

○予算額

①4,000千円

※先着400名（想定学生数の半分）×一律5,000円×2回

※参考：1駅間（水戸、常陸青柳）の3か月定期料金⇒13,170円

②1,000千円

※先着400名×2,340円（県内往復運賃上限）⇒1,000千円

○事業期間

3年間



転換



※その他

効果検証のため、申請者に
意見交換会への出席（任意）をお願い
する。

(1) 補助メニューを活用した事業の展開

意見交換会

- (1) 要 旨 行政及び利用者の考えのミスマッチを減らし、費用対効果の高い施策を行うため、補助事業利用者の生の声を聞くことを目的とした意見交換会を実施する。
- (2) 対象者 補助メニュー③、④の利用者から事務局が抽出（参加は任意）
- (3) 内 容 補助メニューに対する意見交換に加え、ディベートを実施し、JR、行政、利用者それぞれの立場・制約を踏まえて日常的に水郡線を利用してもらうための施策を見出す。

テーマ案1

【水郡線と車どちらが便利？】

「水郡線派」と「車派」にわかれたディベート

- 水郡線派の意見から、水郡線の強みを見つけ、それを更に活かせる施策を探る。
- 車派の意見から、利用者のニーズがどこにあるか、水郡線にどう反映させるかを探る。



テーマ案2

【それぞれの立場で 水郡線の利用促進を考えよう】

「JR」、「行政」、「市民（学生）」役を無作為に設定しディベート

- それぞれの立場で考えてもらうことで、実現可能なアイデアを探る。

意見交換会を通してマイレール意識も醸成

(2) 沿線学校のイベントとのタイアップ事業（単発的な水郡線利用）

事業概要

- (1) 事業要旨 沿線中学校・高校の行事や部活動の発表会と水郡線がタイアップする。
- (2) 目的 中学校・高校の合同発表機会を設けることで、生徒の家族友人等に加え、地域住民の利用機会を増やす。
- (3) 対象者 中高生の親族及び近隣住民
- (4) 予算規模 250千円（会場借り上げ代、プレゼント制作費等）
- (5) 実施主体 水郡線利用促進会議及び沿線自治体教育委員会

事業内容



文化部の合同発表会や、沿線生徒会による利用促進活動・研究発表等を駅近辺の会場で開催



- ①Suica利用履歴
- ②水郡線との自撮り写真
- ③駅でスタッフが配布したノベルティなどを会場で提示した方に特典を付与（例：観覧優先席の案内やプレゼント）

水郡線利用を促すため、右記のほか、あえて駐車場の少ない施設を使用することも検討

主要駅	近隣施設	駅からの距離
常陸大子駅	文化福祉会館まいん	0.2km
常陸大宮駅	ロゼホール	0.5km
常陸太田駅	パーティホール	1.8km
上菅谷駅	那珂市中央公民館	1.3km
常陸青柳駅	リリーアリーナMITO	0.7km

期待される効果及び実施に係る課題

- (1) 期待される効果
 - ・ 定期を所持しない学生・家族や定期区間外での水郡線利用が見込まれる。
 - ・ 複数校の連携による話題性から、来場者（受験生や一般市民）の利用が見込まれる。
- (2) 実施に係る課題
 - ・ 学校側との実施調整や、水郡線利用の確認に係る調整が必要。
 - ・ 集客が見込める部活動の発表が限られる。
 - ・ 水郡線の定期所持者以外が来場する仕掛けづくり。

(2) 事業内容詳細

イメージ

- ・開催に係る事務は水郡線利用促進会議が行う。
- ・沿線外の学校を含め、複数の学校が参加する仕組みとする。

パターン1

- ◆大子町の高校 × 常陸太田市の高校 合同コンサート
- ◆開催場所…大子町まいん



- ・常陸太田市の学校の生徒が定期区間外を利用
- ・常陸太田市の学校の生徒親族が普通利用

パターン2

- ◆那珂市の高校 × 水戸市の高校 合同コンサート
- ◆開催場所…那珂市中央公民館



- ・水戸市の学校の定期を所持していない生徒や
その親族が利用
- ・那珂市の学校の生徒親族が普通利用

その他補足案

- ・周知ポスターを（行政ではなく）参加各校が作成することで、「我が事」意識を醸成する。
- ・JRにおいて、ポスター掲出や常磐線での車内放送等により広域的な周知を行う。
- ・帰路の水郡線利用を促すため、駅前で高校生による食品販売やイベントを開催。
（例）・水戸農業高校、常陸大宮高校、真壁高校（沿線外）等による販売
・納豆早食いイベント
- ・複数の駅で、タイアップイベントの練習風景などの写真展やスタンプラリー等を開催し、回遊性を高める。



常陸大宮市観光協会

観光の視点による 水郡線活性化

～地域・JR・自治体の^{さんぽう}三方良しを目指して～

令和5年2月8日 最終プレゼン

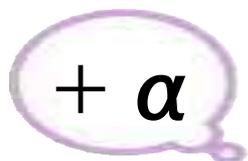
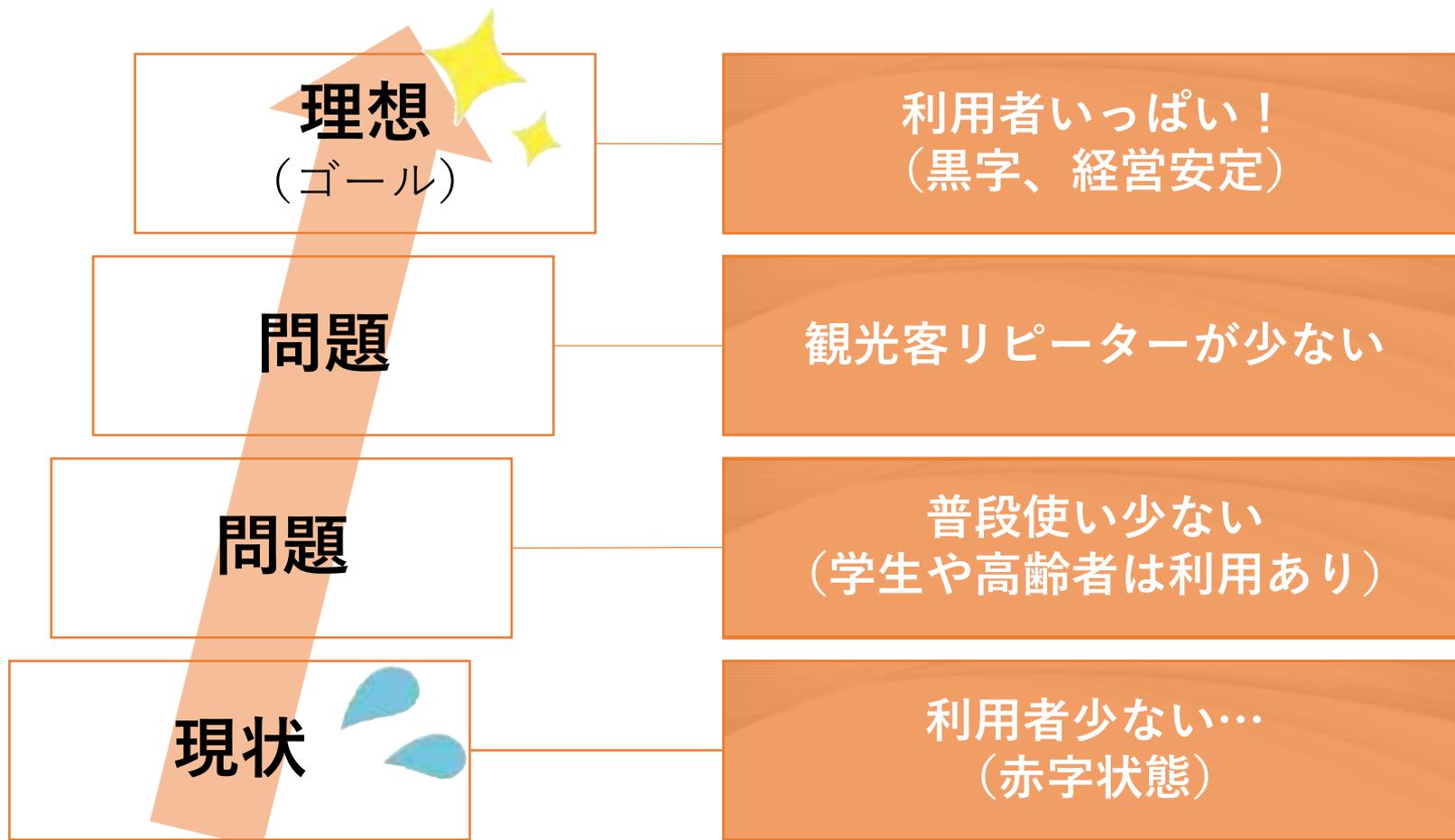
目的

- 水郡線の（普段）利用アップ（＝活性化）

方向性

- リピーターにつながる企画
- 「若者、子育て世代」向けの提案
- JR、自治体、地域の協働によるもの（三方良し）
 - ・ JR、自治体：水郡線が活性化されてハッピー
 - ・ 地域：沿線店舗への波及、子育て世代の遊び場、学生活躍⇒水郡線の活性化により、地域も元気になることを目指す
- 実現性、スピード感重視⇒ソフト事業優先

水郡線の利用者数アップに向けて



+ α 本ワーキングチームをきっかけに…**新たな発想での取組**

現状と理想（ゴール）の把握

現状

- ・赤字状態
- ・利用客少ない
(特に通勤・通学以外の一般)
- ・新たな取組が実施できない
(実施するための体制や仕組みがない)

理想（ゴール）

- ・黒字、経営安定
- ・利用客いっぱい
- ・新たな発想を取り入れる！

理想と現状のギャップ（＝問題）

- ①定期以外の普段利用が減少している
- ②観光目的のリピーターが増えていかない
- ③新たな発想での取組が実施できていない

問題の把握

① 定期以外の普段利用が減少している

なぜ？

- ・そもそも人口減少社会（少子高齢）
- ・車社会（鉄道に限らず公共交通を使う人が少ない）
- ・飲み会等が減少し、公共交通を使う頻度も減少
- ・新型コロナウイルス感染症等への不安

問題を解決するには？

- ・移動手段が自家用車の人を巻込む ▶ ターゲットは子育て世代
- ・駅周辺の飲食店と連携 ▶ 飲食店マップ、割引キャンペーン
- ・移動手段ではない新たな使い方 ▶ 列車自体を観光スポット化
- ・感染症等への対応「鉄道の安心・安全」をアピール ※継続

具体策

- ・子育て世代向け：お絵かきコンテスト／鉄道乗り方教室
- ・地域と連携：沿線飲食店をめぐるデジタルスタンプラリー
- ・地域と連携／新観光スポット：「水郡線でGO」駅前マルシェ
- ・観光スポット化：車内イルミネーション、パフォーマンス列車

「水郡線でGO」駅前マルシェ

「駐車場がないから水郡線で来てね！」をコンセプトとした駅前マルシェを隔月1回程度開催し、駅周辺に目的地を創出することで水郡線の利用を促進します。また、地元農家や飲食店、学生による出店を行うなど、地域との連携も図ります。

【事業内容】

①実施方法

- ・隔月1回
- ・どこか1駅の駅前
- ・JR+自治体+地域で実施
- ・来場者への特典などを用意
⇒さらなる集客につなげる

②店舗・商品

- ・地元農家、飲食店、酒蔵
- ・自治体特産品ブース
- ・学生による出店
- ・車内での物販 など

③期待される効果

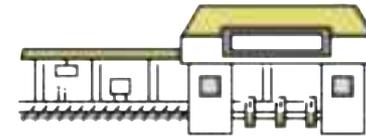
- ・水郡線の利用機会創出
- ・地域に賑わい+経済効果
- ・地域と連携することで、
地域全体で水郡線利活用の
機運醸成を図る



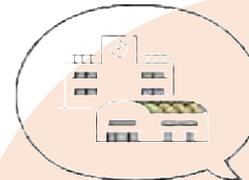
駐車場がないから
水郡線で行こう！



水
郡
線



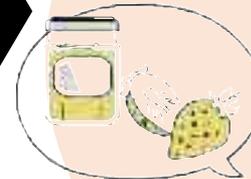
駅前、
駅徒歩圏内



学校



地域

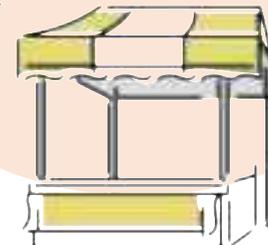


自治体
(特産品等)

連携



JR
(水郡線PR)



「水郡線でGO」駅前マルシェ

予算

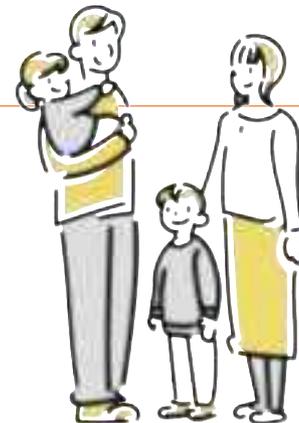
- 広告費：2～10万円程度（フリーペーパーやSNS広告等）
- ノベルティ作成費：10～20万円程度（クリアファイル等）
- その他、消耗品費等：5万円程度（のぼり、消毒液等）

実行体制

- 水郡線利用促進会議：とりまとめ、周知
- 各自治体：出店者募集（商工会・学校等）、ブース出展、周知
- JR：ブース出展、列車内や駅での周知

周知

- 各自治体の広報紙、SNS
- 民間の子育て情報誌
- タウン誌、フリーペーパー等



問題の把握

②観光目的のリピーターが増えていかない

なぜ？

- ・ 駅周辺の観光情報が少ない（飲食店情報や穴場情報）
- ・ 駅徒歩圏内の観光スポット少ない（二次交通）
- ・ 運行本数少ない、交通系IC一部不可（利便性低い）

問題を解決するには？

- ・ 各自治体で駅周辺の観光情報（穴場スポット等）を掘り起こし、JRと連携した情報発信を実施
- ・ バス会社等との連携 ▶ 二次交通含むパッケージツアー
- ・ 待ち時間等の不便さを楽しむ ▶ お土産自販機で暇つぶし

具体策

- ・ リピーター獲得：
穴場情報満載！水郡線「旅ガチャ」でモデルコース提案
- ・ パッケージツアー：駅発着の観光地を巡るツアー
- ・ 不便さを楽しむ：お土産自販機（乗り換え時間に利用）

観光目的リピーター獲得への具体策

穴場情報満載！水郡線「旅ガチャ」でモデルコース提案

穴場情報を含めた水郡線旅のモデルコースを作成し、カプセルトイに入れて提供することで、何が出るかわからないドキドキ感とともに水郡線旅を楽しんでもらいます。モデルコースを複数提案することで、リピーターの獲得を目指します。

【事業内容】

①実施方法

- ・各自治体でモデルコース作成
- ・水戸駅等にガチャを設置
- ・目的地に行くと割引等の特典

②モデルコース内容

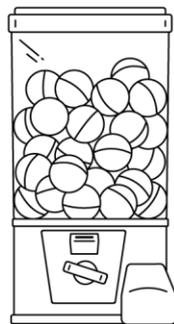
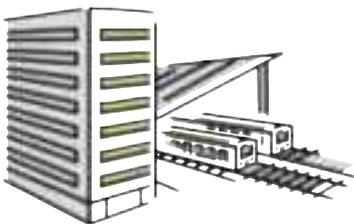
- ・観光スポット（王道）
- ・体験型、交流型
- ・飲食店
- ・地元住民しか知らない穴場

③期待される効果

- ・自治体の様々な魅力をPR
- ・話題性＝認知度アップ
- ・他のコースも気になる
＝リピーター獲得！

※例：ピーチ航空の旅くじ等

水戸駅のほか
商業施設など



モデルコースの
入った旅ガチャ

景色、食、交流…
穴場情報も含めた
モデルコースを巡る



自分では選ばない
スポットを開拓する
楽しみ！

+

次は何が出るか
楽しみ！

=

リピート



水郡線「旅ガチャ」でモデルコース提案

予算

- 委託料：100～200万円

(洗練されたデザイン＋プロモーションが必要であるため、民間へ委託)

実行体制

- 水郡線利用促進会議：モデルコースとりまとめ、業者委託、周知
- 各自治体：モデルコース作成、周知
- JR：駅にガチャ等を設置する際の調整、周知

周知

- 各自治体の広報紙、SNS
- SNS広告、旅行雑誌への掲載（委託に入れ込む）



問題の把握

③新たな発想での取組が実施できていない

なぜ？

- ・ 新たな発想を取り入れる体制が弱い（学生をはじめとする若い世代を巻き込む仕組みや機会が少ない）
- ・ 水郡線は、若い世代の多くの興味関心を引くようなコンテンツではないため、若い世代のニーズを捉えにくい

問題を解決するには？

- ・ 教育機関（学生等）を巻き込んだ企画の実施 ▶ 学生コンペ
- ・ 若い世代の興味 ▶ インフルエンサーを活用した情報発信

具体策

- ・ 学生たちとの連携：
ヘッドマークデザインやモデルコースPR動画の学生コンペ
- ・ 若い世代向け：インフルエンサーを活用した水郡線旅動画

新たな発想での取組へ向けた具体策

ヘッドマークデザイン・モデルコースPR動画の学生コンペ

ヘッドマークデザインやモデルコースPR動画の学生コンペを実施し、学生が持つ感性や新たな発想を取り入れます。全国の学生を対象とすることで、応募作品を作るための現地を訪れる機会の創出や、水郡線の認知度の向上につなげます。

【事業内容】

①実施方法

- ・全国の学生を対象に作品募集
(デザイナーやクリエイター志望の学生を主に巻き込む)
- ・受賞作品を実際に活用
- ・審査員に著名人を起用

②期待される効果

- ・学生の応募作品から、**新たな発想を取り入れる**ことができる
- ・全国の学生が対象となるため、**水郡線の認知度を全国的に向上させる**ことができる
- ・作品制作のため、**現地を訪れてもらう機会を創出**できる
- ・業者委託ではなく、学生を巻き込むことで**話題性**がある
- ・学生にとっても受賞は今後の**ステップアップ**につながる



学生：JRや自治体での受賞
=ステップアップ

! Win・Win !

JR・自治体：
新たな発想+話題性ゲット



ヘッドマークデザイン・モデルコースPR動画の学生コンペ

予算

- 広告費：無料～25万円（コンペサイトにより変動）
- トロフィー等：数千円～5万円程度（トロフィー1個1万円前後）
- 学生への副賞：最優秀賞3～5万円分、入賞等1～3万円分
- 審査員への謝礼：3～5万(交通費別)、5～10万(交通費含)

実行体制

- 水郡線利用促進会議：とりまとめ、審査員への依頼、周知
- 各自治体：審査員（首長等）、周知（学校への依頼含む）
- JR：審査員、実際に作品を活用する際の調整、周知

周知

- 各自治体の広報紙、SNS
- 学生エール便等によるダイレクトメール
- コンペサイトへの掲載

