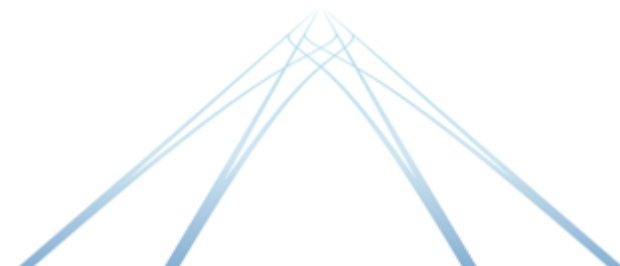


日本鉄道マーケティング業務概要

合同会社 日本鉄道マーケティング

Tel : 080-6717-0448

Email : kazycom@gmail.com





住民参画の交通まちづくり



石坂谷観光列車 運行開始
平井知事らが参列した「若桜谷観光号」テープカット(鳥取駅)
JR鳥取駅 午前9時30分



全線を1日無料で乗車
近江鉄道「無料デー」



石破地方創生相(当時)らを招いた出発式



スズキと開催 準ラッピングバレード



鹿の肉をいただきながらやるなどの催し物に参加したい



地域と一体で受け入れと読売旅行ツアー



セントレアと連携した忍者高速船CP



若桜鉄道の「地域活性化装置」への挑戦

山田和昭

石破 茂之 推薦!

外資系IT業界から 過疎の町へ乗り込んだ 鈴ちゃん社長の戦略と戦術 小さな会社の大きな実践はなぜ成功したのか

地域公共交通「繋ぐチカラ」で持続可能に



地域公共交通の持続に必須となる

「住民」・「行政」・「事業者」間の合意形成

交通は派生需要のため、地域との連携は必須です。しかし、地域公共交通への関心が薄く言葉も違う中で合意を形成するには、それぞれの立場を理解し対話することができる経験とビジョンを構築する構成員が必要です。

日本鉄道マーケティングは、

合意形成に向けた課題把握から、その解決に向けた伴走まで、ご支援いたします

- 課題解決に向けた調査・原因分析・解決策の立案から立上げまでの支援
- 課題解決に向けた社員・関係者への講習・相談、公益支援事業に向けた社内風土改革
- 沿線住民・行政に対する啓発・合意形成への戦略と作戦作り、実行支援・指導

合意形成に向けた課題

メディア 問題提起

- 収入減
- 記者・編集のレベルダウン
- 過度な短純化・視点の固定
赤字>存続課題>税負担

住民 公費支出承認・利用の実行

- 公共交通への関心が薄い
- 多様な立場・性格・力関係
- 専門ではなく知見が高まりづらい
- 地域内のまとまりが衰弱
- 地域間の関係性が無い

**関心・知見を高め
対話・相互理解・相互信頼関係を築き
合意を形成するには？**

行政 公費支出の執行権

- 鉄道への経験・知見に限られる
- 収益事業から公益支援事業への転換
赤字>地域公共投資、人件費>地域雇用と給与
- 年次予算と議会、縦割り体制
- 区域を出る広域事業に参画しづらい
- 市民参画手法が確立していない

事業者 運行・事業維持の実権

- 収益事業から公益支援事業への転換
>意識変革・スキーム変革
- 収支悪化
>人材・事業持続性・投資の不足
- 相手が多すぎる広域事業

課題把握から事業立上伴走まで

STEP1 課題把握

STEP2 原因調査

STEP3 理想像作り

STEP4 実現方法作り

STEP5 事業立上げ

各ステップの活動

- 資料調査・現地調査・聞き取り調査などを通じ、地域と公共交通に起きている課題を特定し範囲を絞り込み理解しやすく説明できるようにし、共通認識を作ります。
- 課題が発生している原因を推定し、データ等で検証を行います。「なぜなぜ分析」などで原因を掘り下げることにより多様な問題を引き起こす大元を探り当てます
- 課題が解決され、より良い状態になるビジョンを仮作成し、現状維持の延長線にある未来と比較できるようにします
- 課題解決に至る道筋を探り、改善が最も効果的に効く場所を特定していきます。
- 以上の筋書きのうち、理想像・実現方法は伏せた上で行政・住民との対話を持ち、皆で考えだしたと思える施策を作り出し、立ち上がるまで伴走します。

特徴

- 交通事業、三セク、住民活動、コンサルそれぞれに経験を持ち、その分野での言葉を話し、通訳を担いつつ相互理解・相互信頼を醸成します
- 長期に事業が持続するよう、問題解決手法により原因を探り出し一過性でない根本解決を進めます
- 学識・コンサルタントとのネットワーク、エキスパートの知見で難問に挑みます
- マーケティングにより地域の方々の心を掴む施策を編み出します
- 住民や行政の関心の薄い地域に対して、メディアを活用し効果的な発信を行います
- 実践者として経験に基づく社員の教育指導等を支援します

以上の遂行に必要な、マーケティング/営業、啓発、行政/住民/媒体対話、市民活動支援等

実績

若桜鉄道の経営再建(公募社長)

■ 地域との関係性の改善

沿線自治体内の各集落に向けた講演会などで鉄道を活用するビジョンを提案。自治体との相互理解のため月例会議を開催。パブリシティにより1万人規模の集客により鉄道の発信力・集客力を示し価値を再認識。JRやバス事業者と連携した地域振興を推進。地域住民による若桜鉄道もりあげ隊の結成を支援。

■ 通学定期券客の増加策

過疎債を活用した通学定期助成を提案。新入生への鉄道通学の紹介により、自家送迎から通学定期券への転換を促進。鉄道の収益改善、高校校門前の渋滞緩和、送迎の負担軽減、鉄道通学による高校生の交流促進などを実現した。

■ 地域と鉄道の持続性向上

沿線地域における過疎高齢化が深刻なため、地域と鉄道の持続性を高める雇用創出による過疎高齢化の緩和を目指し、観光業の立ち上げを提案。観光資源や資金も無い地域であり鉄道会社の体制も脆弱なため、鉄道を観光資源とし、地方自治体・地域住民とともに観光業を立ち上げた。また、転出の原因となっていた交通不便を緩和するため、列車の増発に向けた設備投資を推進した。

■ 体力に応じた観光業を段階的に立ち上げ

観光を立ち上げるにあたり、当初は投資が不要な普通列車に観光ガイドを乗せるだけの観光列車を運行。観光列車を軸に沿線周遊を促すパンフレット等を製作。スキー場と提携したキャンペーン企画。SL走行を機会に、発信・集客・経済効果を実証するSL走行社会実験を推進。全国ニュースとなり、人口1万8千人の地に1万3千人が集まり、1日で1千8百万円の経済波及効果を出し、沿線の歴史で初の事態となる。若桜鉄道を地域の観光軸とすることが総合戦略にて位置付けられた。この社会実験は行政と地域住民と鉄道会社・観光団体の連携により実現された。この成功を受けて沿線住民に対し観光業務の啓発を行うワークショップを行い、1000人規模のツアーを誘致し地域における観光商材の開発を促進した。また、スズキと提携した隼ラッピング車を導入。水戸岡鋭治氏にデザインを依頼し、観光車両の導入を進み、現在は駅カフェも開業。

■ 交通不便の緩和

転出理由のトップが交通不便であったため、交換施設の増設投資を地域公共交通計画に入れることを推進し、増発を実現した。

実績

近江鉄道の上下分離（公設民営化）

- 大口需要家への聞き取り調査と関係構築
沿線人口が50万人、大規模な工業団地もあるため、沿線の企業と高校を訪問し、交通を中心とした課題を聞き取り。運賃の高さ、運行本数の少なさが利用を阻害し、県外から沿線に生産を移転する企業が通勤需要を引き上げていることが判明。これを元に改善策を提案した。
- 通学定期券客の増加策
近畿運輸局による高校生MMから得られた情報を元に、新入生に対し通学定期の特典（高い割引率、土日は+100円で全区間乗車可）、鉄道通学における友人との交流等の紹介により通学定期券の購入を促進。高校の生徒減を防ぐ目的で高校生学校案内を企画。
- 沿線活動団体の交流・連携促進
まちづくり活動を行う団体が多いことから、木次線の事例を参考に活動団体の顔合わせと活動発表を行うフォーラムを提案。ここで同時多発開催の機運が出たため、SL走行社会実験の各駅イベントの成功体験を元に連携イベントを企画し、14団体が参画した。熊本の無料デイを参考に、県外への発信・沿線への誘客と回遊・リピーター化、価格感応性を確認する目的で無料デイを企画した。
- 無料デイ&連携イベント
鉄道に関心が薄い住民に対し、関西初の無料デイで乗車機会を創り、パブリシティで全国発信した。熊本では通常3倍の利用であったが、近江鉄道では日曜日は通常3千人のところ13倍の3万8千人が乗車し全国ニュースとなった。この騒ぎは沿線始まって以来のことで、普段は自動車移動が主で鉄道に関心が薄い沿線住民に大きな印象を与えた。
- 沿線企業による事例紹介
IT業界のユーザー会を参考に、企業による鉄道通勤活用の事例紹介を提案。企業訪問で築いた関係と情報により、効果があった事例が紹介され、通勤利用への機運が高まった。
- 住民自らが交通まちづくりを推進できる様にするため4回連続フォーラムを企画し人材を育成
- 営業部門のミッションを改革し、地域企業・学校との関係構築、顧客の声が反映されるよう営業部門の地位を向上
- 地域で活躍する方々と企画段階から連携を図り、みらいファクトリーの住民連携を強化

実績

定期船航路

- 津エアポートラインのカイゼン
 - 1)インバウンド誘致
高速バス企画券、GTFS対応、忍者高速船CPなど
 - 2)船員不足の解決
船員・労組聞き取りにより離職原因解明と対策
募集メッセージ改善で応募を増やし、選考プロセス改善、社内風土改革で定着率を上げる
 - 2)運航安定化
保安部・港湾管理者・他事業者と運航障害対策
全員参加訓練による安全意識と対話の醸成
コロナにおける機動的ダイヤ変更（燃費・雇調金）
 - 3)新発券システム導入

コンサルティング・講習・委員

- 新設航路の収支予測
需要予測計算、各社経費を比較したベンチマーク、
運航/人員計画、調査報告PJ管理
- 並行在来線事業者へのマーケティング講習
- 三セク路線の在り方検討会委員
人口減少・開発との関連。自治体職員と協働した現
地調査、列車別乗員人員推移から減少原因の推定。
- 鳥取大学・鳥取環境大学などでの講義
- 鳥取県東部地域公共交通網形成計画策定委員
- 由利高原鐵道のマーケティング（アドバイザー）
 - 1)web・オンラインショップ・SNS立上げ
 - 2)応援団など関係人口構築

その他業務スキル

地域鉄道IE(Industrial Engineering 工業経営)

- 1987年早稲田大学工学部 工業経営学科卒
課題発見・解決・改善
作業計測、ワークサンプリング、MTM
QC 品質管理、PDCA
OR オペレーションズリサーチ 戦術・計画最適化
Logistics ロジスティックス
JIT ジャストインタイム, Layout 配置

マーケティング

- コーポレートマーケティング
帝人COGNOS社、SAS Japanのマーケティング本部長として、広報からリードジェネレーションまで総括
- ユーザーマーケティング
SASユーザー会を運営し、ユーザーエコシステム、囲い込みなどを推進
- プロダクトマーケティング
Lotus社 1-2-3、SuperOffice等を担当
インターネットパック、携帯電話連携など日本独自商品を企画しBCN賞受賞。
- セールスプロモーション
Slerの物販部門における啓発セミナー等企画運営

営業

- Slerにおけるシステム開発営業 NOVELL, Microsoftなどを担当
- 日本鉄道マーケティングにおける全国の地域鉄道への営業
- 近江鉄道における営業管理
沿線企業学校営業立上げ

資格・受講・書籍

- 旅行業取扱主任者
- 宅地建物取扱主任者
- 小型船舶2級
- 危険物取扱乙4
- ロジスティックス基礎講座
- グロービス
クリティカルシンキング
マーケティング・戦略
- 地域公共交通プロデューサー・コーディネータ育成
- ひたちなか海浜鉄道 ローカル鉄道・地域づくり大学
- 著書「希望のレール」

チェックポイント

- 都市計画では駅周辺が開発可能となっており、交通と連携しているか？
- 住民参画が必要という意識が行政・事業者にあるか？
- 声が出しづらい立場の弱い住民の声を拾い上げる意識が計画作りにあるか？
- 住民は交通まちづくりを支え進める意識があるか？
- 商工事業者・団体に公共交通を活かす視点があるか？
- DMOに公共交通を活かした地域経営の視点があるか？



合同会社日本鉄道マーケティング

電話: 080-6717-0448

Email: kazycom@gmail.com

<https://jrmkt.com/>



[japanrailwaymkt](https://jrmkt.com/)