

ステーションルネッサンス 展開駅の評価構造に関する 調査研究



小野 由樹子*



中人 美香*



会田 雅彦**

駅における顧客満足の向上を図るために推進しているステーションルネッサンスにより、駅は鉄道機能と生活サービス機能の複合施設となってきた。今後さらに駅の顧客満足を向上させていく上で、このような駅に対するお客さまの評価を把握、分析していく必要がある。そこで、ステーションルネッサンスの軸を担うエキナカビジネスを取り上げ、駅およびエキナカ利用者の評価を把握し、複合施設としての駅の評価構造について明らかにすることで、今後の「駅における鉄道機能と生活サービス機能の融合のあり方」について検討を行ったので、ここに報告する。

●キーワード：ステーションルネッサンス、複合施設、評価構造、エキナカ、顧客満足

1. はじめに

中期経営構想ニューフロンティア2008において「新たな顧客価値の創造」が重要な経営課題として位置づけられ、その中心として駅における顧客満足の向上、すなわち21世紀の新しい駅づくりである「ステーションルネッサンス」の推進が掲げられている。これにより、駅構内への生活サービス事業の展開が着実に進展しており、駅は従来のように鉄道事業単体で構成されていた形から、鉄道機能と生活サービス機能が融合した複合施設となってきた。そのため、駅に対する評価構造も従来の鉄道機能評価のみでは説明しきれなくなりつつあることが課題のひとつとしてあげられる。

そこで、今回、ステーションルネッサンス事業の軸を担うエキナカ開発をとりあげ、ステーションルネッサンス展開駅において、エキナカ開発が駅全体に対してどのような影響を与えているか、エキナカ自体の評価もあわせて把握することで、鉄道機能と生活サービス機能の複合施設としての評価構造について解明し、より実態に即した顧客満足度向上を図っていくことを目的に調査を実施した。その結果を以下に報告する。

2. 調査概要

調査は上野駅、西船橋駅、大宮駅、品川駅の4駅を対象とし、図1の流れで行った。Step1では、駅全体に対して

「エキナカ」がどのような影響を与えているかを測り、Step2ではエキナカ利用者を対象にして利用実態を把握、Step3ではさらに心理的な側面を深掘りした。

調査概要を以下に示す。



図1 研究の流れ

(1) Step1

- ①調査対象者 : 1都3県居住の10～69才男女個人かつ上野駅、西船橋駅、大宮駅、品川駅それぞれの利用者
- ②調査手法 : インターネット調査
- ③調査日 : 2005年11月
- ④有効サンプル数 : 2,068サンプル

(2) Step2

- ①調査対象者 : Dila*上野、Dila西船橋、ecute*大宮、ecute品川それぞれの利用者（購入者）かつ16～69才男女個人
- ②調査手法 : 面接調査
- ③調査日 : 2005年11月の平日・休日
- ④有効サンプル数 : 4,099サンプル

※Dila（ディラ）：駅構内ショッピングモールの愛称

ecute（エキュート）：駅と一体化した商業空間「駅構内開発小売業」の愛称

(3) Step3

- ①調査対象者：Step2面接調査回答者のうちの希望者
- ②調査手法：モニター調査およびグループインタビュー
- ③調査日：2005年12月
- ④有効サンプル数：95サンプル（16グループ）

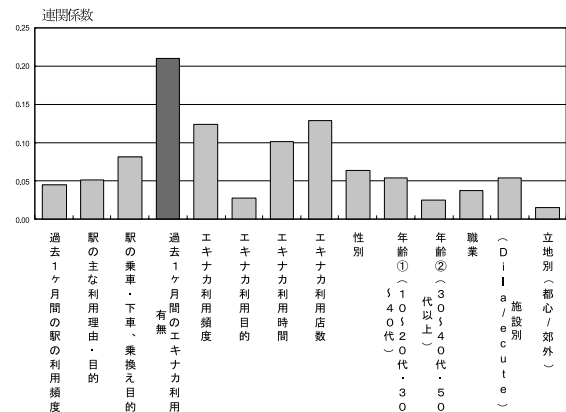


図3 駅全体満足度に影響する項目

3. ステーションルネッサンス駅に対する評価構造

3.1 ステーションルネッサンス駅全体満足度の変化

ステーションルネッサンス駅全体満足度がどのように変化したかをみたのが図2である。これをみると、どの駅でも8割以上の利用者が駅の満足度が向上（「よくなった」＋「まあよくなった」）したと回答しており、ステーションルネッサンスが駅の満足度向上に寄与したことがわかった。

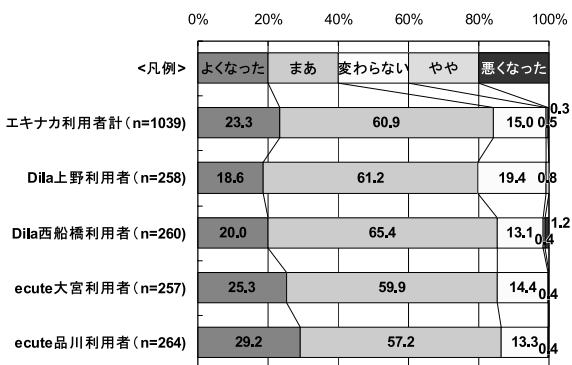


図2 エキナカ開発による駅全体満足度変化

3.2 ステーションルネッサンス駅全体満足度への寄与項目

ステーションルネッサンス駅全体満足度向上の要因が何であるかを、駅全体満足度にもっとも寄与している項目が何であるかという観点でみてみた。その分析手法として、カテゴリーデータ間の関連の強さを表す指標である連関係数を用いた分析を用いた（図3）。これにより、駅全体満足度にもっとも寄与しているのは、“エキナカを利用しているか否か”であることがわかった。

駅全体満足度をエキナカ利用者と非利用者別にみると、エキナカ利用者の満足度（72.9%）が非利用者満足度（52.6%）より20ポイント高くなっており、確かにエキナカ利用が駅全体満足度に寄与していることがわかる（図4）。

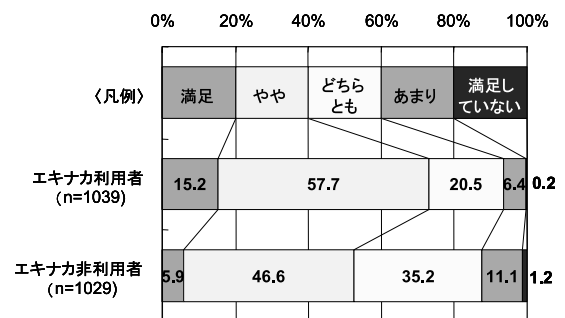


図4 エキナカ利用・非利用別の駅全体満足度

以上より、エキナカ開発が駅全体満足度向上に好影響を与えていることが確認できた。

3.3 ステーションルネッサンス駅の評価構造

3.1項、3.2項によりエキナカ開発によってステーションルネッサンス駅全体満足度が向上したことが確認された。では、その評価構造がどうなっているかを定性調査（グループインタビュー）で導出した。その構造図を表したのが図5である。駅の価値構造は、ベースの鉄道機能とプラスオンの生活サービス機能で構成されており、いずれも密接な関係にあることが確認できた。またその評価は、生活サービス機能に対しては「好き」「○○なイメージ」などの情緒的評価を、鉄道機能に対しては「便利」「使いやすい」などの理性的評価をしていることも確認できた。

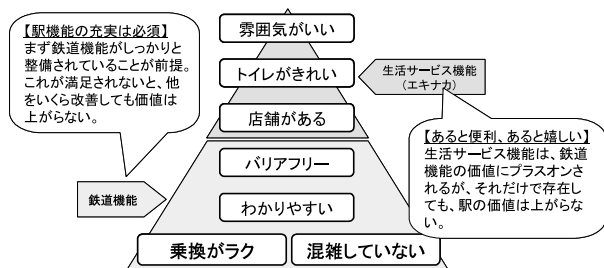


図5 ステーションルネッサンス駅に対する評価構造

4. 顧客満足度向上施策

3章によりステーションルネッサンス駅の評価構造を解明した。さらに顧客満足度向上を図るための方策を、プラスオンである「エキナカ満足度向上」とベースにある「鉄道機能を中心としたステーションルネッサンス駅全体満足度向上」の2つに分けて考察する。

4.1 エキナカ満足度向上に向けて

4.1.1 エキナカの強み

まず、「エキナカ」の強みをお客さま評価からみってみる。図6より、エキナカの強みは、“改札口から出ない”“待ち時間に利用”“時間つぶしに便利”など、「便利」や「クイック性」が評価されていることがわかった。また、ecuteは“市中店舗に行かずに済む”といった項目も高く、利用者から市中店舗と同等に評価される傾向にあることも見てとれる。

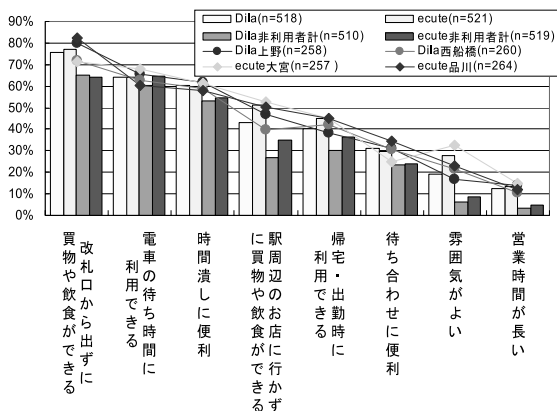


図6 エキナカが改札内にあることの利点

4.1.2 エキナカの弱みと今後の要望

次にエキナカの弱みを改札内にあることの不満点からみると、“きつぷが必要である”ことと、“混雑している”ことが弱みとして捉えられていることが確認された(図7)。

また、今後のエキナカへの改善要望事項をみると、テナントの数や構成、商品の価格や品揃えなど商業施設としての充実が求められていることがわかった。さらに、現在エキナカ非利用者が利用者より何を重要視しているかという観点でみると、通路の通りやすさや案内掲示などの、店舗ができたことで生じた混雑やわかりにくさに対する改善要望のほか、エリア全体の装飾や雰囲気についても要望が高いことがわかる(図8)。

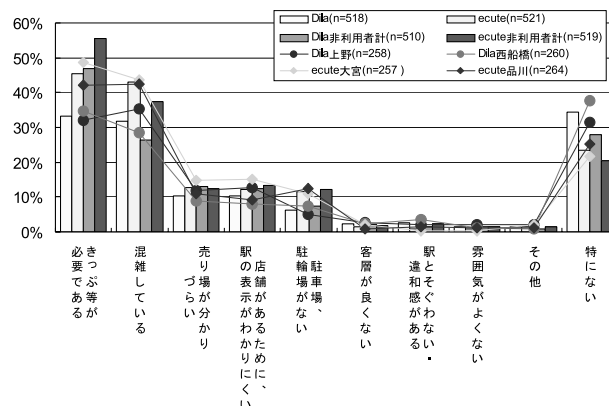


図7 エキナカが改札内にあることの不満点

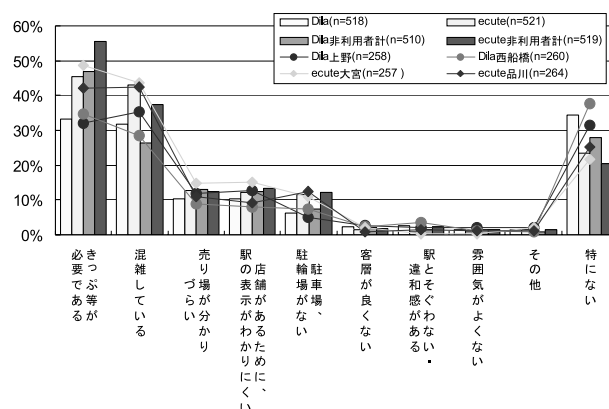


図8 エキナカに対する今後の要望

以上より、強みは「便利」と「クイック性」であり、弱みは改札内であることから生じる課題、たとえばきつぷが必要であることや混雑、あるいは限られたスペースであることによる店舗数・構成、品揃えの制限などであることが導出された。

4.1.3 利用者の属性（性別・年代別）から

対象駅およびエキナカ利用者の属性を女性比率（横軸）と平均年齢（縦軸）でプロットしたのが図9である。これを見ると、エキナカ利用者はいずれの店舗においても女性比率が高く、一方、駅利用者は男性比率のほうが高い結果となっている。また、平均年齢も駅利用者とエキナカ利用者では異なっており、Dilaについては、駅利用者よりもエキナカ利用者のほうが平均年齢が下がり、一方ecuteは、エキナカ利用者のほうが駅利用者よりも平均年齢が高くなる結果が得られた。

このように駅利用者とエキナカ利用者の構成が明確に異なるため、それぞれを意識した満足度向上施策が必要であることが示唆される。エキナカ満足度向上という観点においては、女性を意識した施策が必要となるであろう。なお、対象駅的女性比率および平均年齢は、フロンティアサービス研究所の「2005年度駅を中心とする移動と消費に関する調査研究」による。

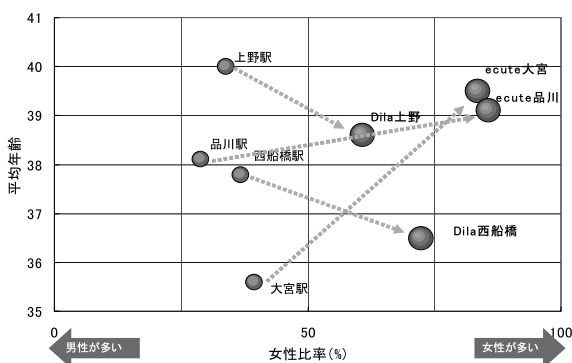


図9 対象駅およびエキナカの女性比率と平均年齢

4.1.4 利用者の心理的側面から

さらに、定性調査（グループインタビュー）で利用者の心理的な側面について深堀りしてみると、店舗によって評価の中身が異なることがわかった。例えば、Dila西船橋では、とにかく「便利」になったという機能面が評価されている（図10）一方、ecute品川は「駅にあるデパ地下」といった感情的な評価がされている（図11）。それぞれの施設の評価構造において、理性的評価の割合が高いか感情的評価の割合が高いかが、エキナカ全体各店舗や施設、サービスの定量評価以外の要因としてエキナカ全体満足度に関わっていると考えられる。

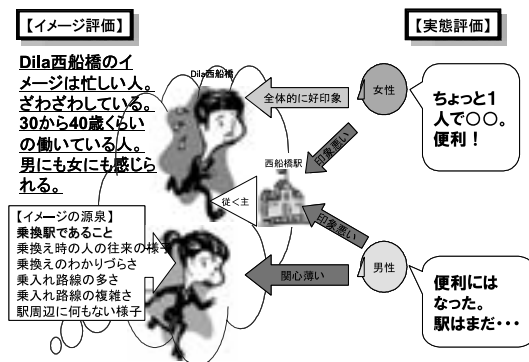


図10 Dila西船橋に対する定性評価

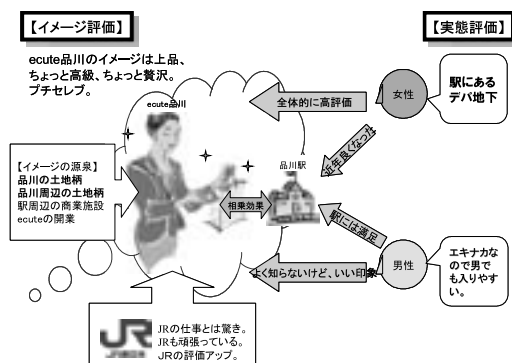


図11 ecute品川に対する定性評価

4.1.5 エキナカ全体満足度向上のために

エキナカ利用者のエキナカ全体満足度は、満足度（「満足している」＋「やや満足している」）が8割強と非常に高い。しかし、「満足している」のみでは2割弱となっており、さらにこの部分を高める必要がある。

強みである「便利」については十分支持されているため、今後は、「クイック性」をさらに高め、混雑緩和も同時に図っていくことなどが必要であろう。そして、弱みを払拭し、さらに利用してもらうためには、限られた空間の中でいかにして変化をもたせたテナント構成や商品構成を展開していくかということが課題である。その際には、エキナカ利用者あるいはターゲットの属性や評価のされ方が理性的であるか感情的であるかということも念頭におく必要がある。

接触頻度が市中の商業施設より圧倒的に高いエキナカにおいては、利用者側からみた鮮度の劣化が早いことが弱みとなるが、接触頻度の高さを機会に転換し、日常の中の非日常を常に演出し続けることで魅力づくりをしていくことが求められる。

4.2 鉄道機能を中心としたステーションルネッサンス駅 全体満足度向上に向けて

4.2.1 項目別満足度の分析 (1)

それではステーションルネッサンス駅に対する評価構造のベース部分の満足度向上に有効な方策は何であろうか。エキナカ付近の設備を中心とした項目別評価で検証してみる。まず、項目別評価を駅全体満足層と不満足層別に分析したところ、項目によって駅全体満足度との関連の仕方がいくつかに分かれることがわかった。そこで、駅全体満足層と不満足層別に項目別満足度（平均値偏差値）をプロットしたのが図12である。右下にプロットされる項目は、駅全体満足度をおしあげる、“満足向上要因”であり、逆に左上にプロットされる項目は、駅全体不満足度をつくりだす、“不満発生要因”ということができる。

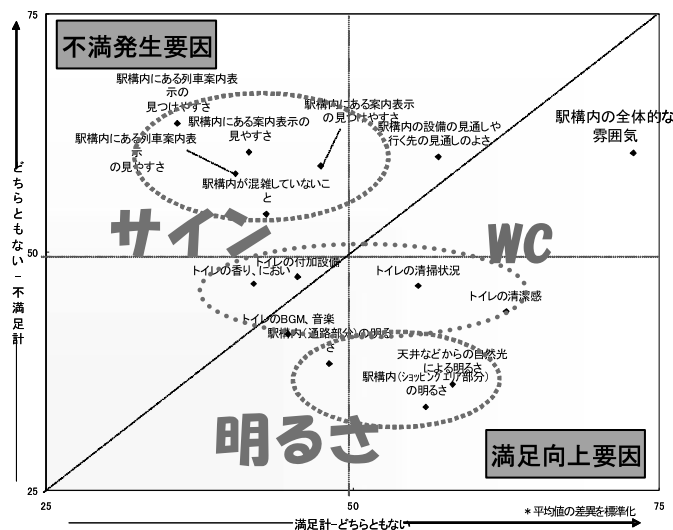


図12 駅全体満足層と不満足層からみた項目別満足度

4.2.2 項目別満足度の分析 (2)

次に、エキナカ利用者と非利用者別に項目別満足度の駅全体満足度に対する影響度をみてみたのが図13である。エキナカ利用者と非利用者で違いがみられたのは、表示の見やすさや見つけやすさなどの“サイン”項目とトイレのBGMであり、サインについては、エキナカ利用者のほうが駅全体満足度に対する影響度が低い傾向にあった。この要因として、エキナカを利用することで、鉄道機能を中心とした基本機能で駅全体を評価しなくなることが考えられる。また、トイレのBGMについては、エキナカ非利用者の駅全体満足度に対する影響度が低く、他の清掃やにおい、付加設備（ジェットタオル、傘フックなど）

図12をみると、“満足向上要因”にはエキナカ部分の明るさや自然光などの生活サービス機能が、“不満発生要因”はサイン（案内表示、列車案内表示）の見つけやすさや見やすさなどの鉄道機能で構成されていることがわかった。

このことから、定性調査で得られた鉄道機能に対する評価と生活サービス機能に対する評価の違いが検証できた結果となった。

また“トイレ”に関しては駅全体満足層からも不満足層からも同程度に評価されており、どの層からも冷静に評価される項目であることが推察される。これより“トイレ”は改善しないと不満発生要因だが、改善すればどの層からも評価され、満足向上にも資する項目でもあるといえる。

よりも、より付加価値としての要素が高いことが要因としてあげられる。

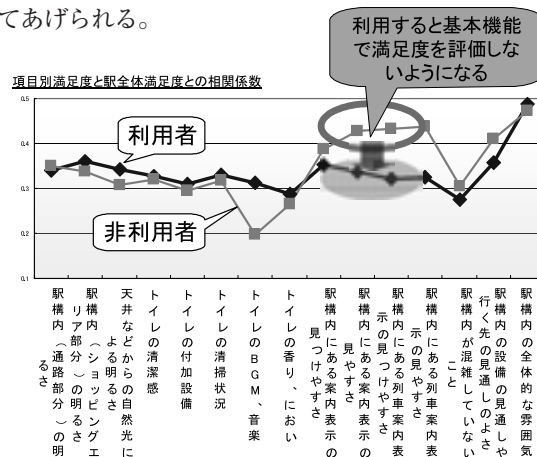


図13 駅全体満足度に対する項目別満足度の影響度

4.2.3 ステーションルネッサンス駅全体満足度向上のために

以上より、エキナカを利用することにより評価の性質が変わる項目があり、それが“サイン”であることも明らかになった。重要度×満足度のポートフォリオ分析においては（図14）、重点改善項目として“トイレ”と“サイン”に関する項目があげられている。

今後は、開発時点よりこのような評価構造を意識し、“トイレ”については常に注意を払うほか、鉄道機能と生活サービス機能の全体最適化を“サイン”を中心として図っていき、さらに“明るさ”などで魅力を高める施策が肝要である。

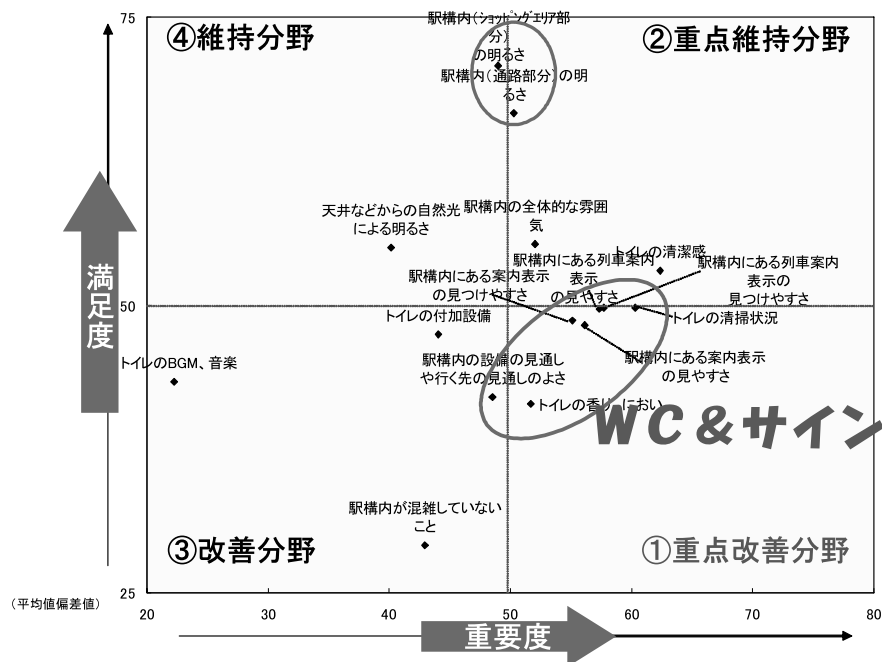


図14 項目別にみた重要度×満足度

5. エキナカ全体満足度向上が与える影響

エキナカ全体満足度の向上が影響を与える要素がどの項目であるかをみたのが図15である。これをみると、エキナカ全体満足度が影響を与える項目としてもっとも高いのは駅総合満足度であり、次にJR東日本好感度やJR東

日本総合満足度に影響するほか、「通勤等の楽しみが増える」ことに影響することがわかった。

エキナカ開発は、駅およびJR東日本に対する評価を高めるほか、利用者の経験価値まで高めることが推測され、影響力が高いことが確認された。

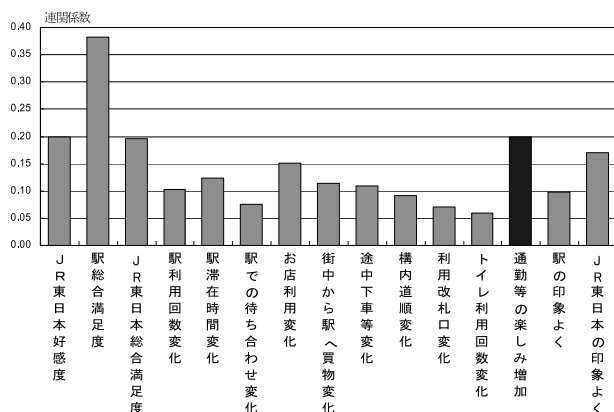


図15 エキナカ全体満足度が与える影響

6. まとめ

本調査研究を通じ、駅における鉄道機能と生活サービス機能の評価構造をおさえた上で開発を行い、さらにシナジー効果を高める施策を打っていくことが、駅における顧客満足度を向上させる上で肝要であることが確認された。

今後も、さらに駅における顧客満足度の向上に資する研究を行っていきたいと考える。