

ステーションルネッサンス におけるエキナカ評価 に関する調査研究



浅野 太樹*



中人 美香*



大林 弘和*



小野 由樹子*

駅における顧客満足度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、バリアフリー化をはじめとしたわかりやすく利用しやすい駅づくりが進み、新たな商業スペースも生み出されている。このような施策展開について、お客さまからの評価のほか地域社会からの評価を明らかにし、ステーションルネッサンスを展開する駅の顧客満足度を今後さらに向上させていくための知見を得ることを目的に調査・分析を行った。その結果、駅全体の満足度向上には鉄道機能とエキナカ機能をともに高めていくことが有効であること、地域社会からは駅と地域が一体となった取組みが期待されていることを知見として獲得した。

●キーワード：ステーションルネッサンス、顧客満足度、評価構造、エキナカ、地域社会

1. はじめに

JR東日本グループでは、最大の経営資源である駅のあり方を見直し新しい可能性を拓くために、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」を推進している。これにより、エレベーターやエスカレーターの整備などといったバリアフリー化をはじめ、わかりやすく利用しやすい駅づくりを進めるとともに、新たな商業スペースを生み出している。

このようなステーションルネッサンスの取組みが進むにつれ、駅に対する評価は従来の鉄道機能の評価のみでは説明しきれなくなっている。そこで、2005年度にステーションルネッサンス展開駅の評価構造を把握するための調査・分析を駅利用者を対象に行い、施策実施の効果のほか「エキナカが駅全体満足度に影響を与える存在である」ことなどを明らかにした。

本研究では、ステーションルネッサンスの展開後も、駅の満足度を維持・向上させていくための知見を得ることを目的に調査を実施した。具体的には、2007年度時点における駅利用者の満足度の経年変化を捉えるとともに、駅の評価に影響を与える項目や評価構造を詳しく把握することで、その知見獲得をめざした。また、地域社会からはどのように評価されているかということについても明らかにし、駅のあり方について考察を行った。

2. 調査概要

2.1 駅利用者からみた評価に関する調査

2005年度に実施した調査の結果（JR EAST Technical Review No.16-Summer 2006に掲載）と経年比較を行うため、2005年度調査と同様に品川駅、大宮駅、上野駅、西船橋駅の4駅における駅利用者を対象とし、以下の3つのステップで調査を実施した。

表1 駅利用者に対する調査概要

調査対象		品川駅(ecute品川)、大宮駅(ecute大宮)、上野駅(Dila上野)、西船橋駅(Dila西船橋)
駅利用者	1 調査手法	WEB調査、2007年6月～7月
	調査対象	駅月1回以上利用者でエキナカ認知者(1,920人)
	2 調査手法	面接聞き取り調査、2007年6月～7月
3	調査対象	エキナカ利用者(3,200人)
	調査手法	グループインタビュー、2007年8月
		調査対象 エキナカ利用者(44人) ※面接調査被験者より抽出

注釈 エキナカ利用の実態を正確に把握するために、web調査のほかにエキナカ利用者に対する面接聞き取り調査を実施。また、定性調査としてグループインタビューも実施。

2.2 地域社会からみた評価に関する調査

JR東日本グループが駅を中心としたまちづくりをめざしていくにあたり、今後は地域社会における駅のあり方についても検討していくことが必要と考える。そのため、地域社会からみたステーションルネッサンス駅の評価についても調査を実施した。調査は、ステーションルネッサンスの中でもとりわけエキナカ開発との関係性につい

て行い、駅周辺の生活者・商店主の評価や受けた影響などについて明らかにした。調査は以下の2つのステップで行った。

表2 生活者・地域商店主に対する調査概要

調査対象		品川駅(ecute品川)、大宮駅(ecute大宮)、西船橋駅(Dila西船橋)
生活者	1	調査手法 WEB調査、2007年3月 調査対象 調査対象駅周辺5km圏内居住者(3,302人) エキナカ利用頻度が高い近隣自治体居住者(3,789人)
	2	調査手法 インタビュー調査、2007年1月 調査対象 駅周辺商店街組合の役員など(10人)
地域商店主	2	調査手法 WEB調査、2007年3月 調査対象 駅周辺の店舗経営者(158人)

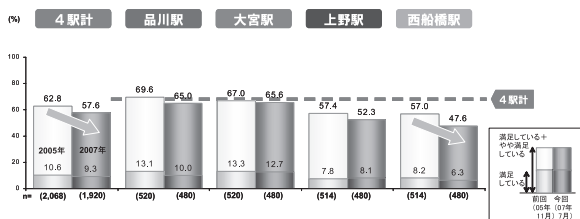
3. ステーションルネッサンス展開駅に対する評価

3.1 駅利用者からみた評価

3.1.1 駅全体満足度の経年変化

ステーションルネッサンス展開駅の全体満足度について調査したところ、結果は4駅平均で57.6%であった(図1)。これは2005年度に実施した調査結果と比較すると、5.2ポイントの低下(62.8%⇒57.6%)であった。また、駅別では大宮駅の満足度が最も高く65.6%であった。一方、満足度が最も低かったのは西船橋駅で47.6%であった。

前回調査との比較では、西船橋駅を除く3駅ではほぼ同程度の満足度であった。一方、最も差が大きかったのは西船橋駅であり(前回比9.4ポイント減)、その理由の一つとして、グループインタビューの中で声が多かった「新たに設置された乗換連絡改札への不満(2007年3月設置)」が考えられる。



※ : 有意差あり(有意水準10%、以下同じ)

注釈 満足度は、「満足している」から「満足していない」まで5段階で聴取し、「満足している」「やや満足している」のトップ2ボックスの合計を「満足度」としている

図1 エキナカ開発による駅全体満足度変化

3.1.2 エキナカ利用者からみた駅全体満足度の経年変化

次に、「エキナカ利用者」の駅全体満足度の変化を調べた。図2は、「エキナカ月1回以上利用者(エキナカ利用者)」と「エキナカ月1回未満利用者(エキナカ非利用者)」の駅全体満足度の調査結果である。前回調査と比較すると、エキナカ利用者では18.6ポイント減〜6.0ポイント減の範囲で大きく満足度が低下していたのに対し、エキナカ非利用者では0.3ポイント減〜3.1ポイント増の範囲内にあり、有意差が確認できない程度の変化であった。エキナカ利用者に「飽き」の兆しが窺える結果となった。

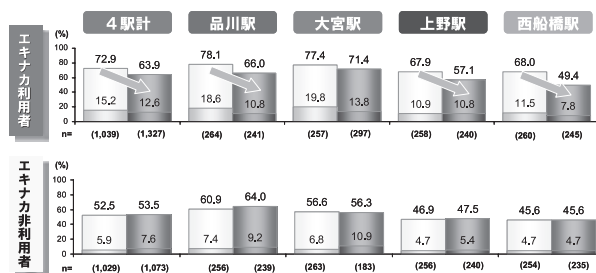


図2 エキナカ利用者・非利用者の駅全体満足度

3.1.3 エキナカ利用実態の経年変化

満足度のほかエキナカ利用実態の変化についても調査を行った。

図3は「エキナカでの買い物・飲食行動の決定タイミング」について調査した結果である。前回の結果と同様に、駅に到着する前にエキナカ利用を決定する人の割合はecute利用者の方が高く、ecute品川が71.2%と最も高かった。また、全てのエキナカ施設において、駅に到着する前に利用を決定する人の割合が増加し、「店頭で」決定する人の割合が大きく低下した。これらの結果から、「エキナカ」の存在が駅利用者に浸透したことのほか、より目的を持って利用されるようになったことが窺える。

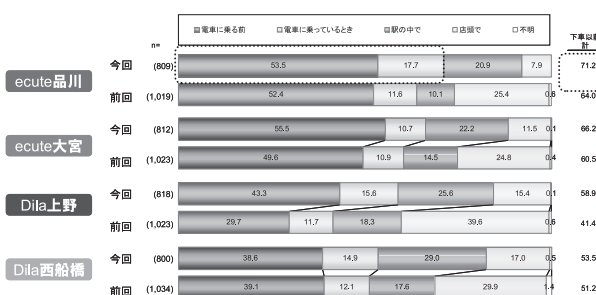


図3 エキナカでの買い物・飲食行動決定タイミングの経年変化

3.2 地域社会からみた評価

3.2.1 生活者からみたエキナカ開発評価・効果

駅周辺の生活者からみたエキナカ開発に対する評価では、約6割の生活者が、自分にとってエキナカができて「よかった」「ややよかった」と回答した（図4）。また、その理由として、「利便性の向上」「地元で買えないものが買える」「生活が楽になった」などがあげられていた。

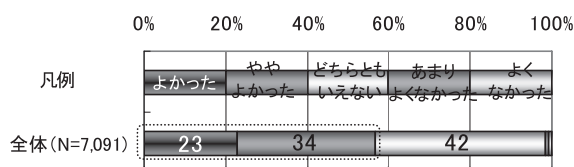
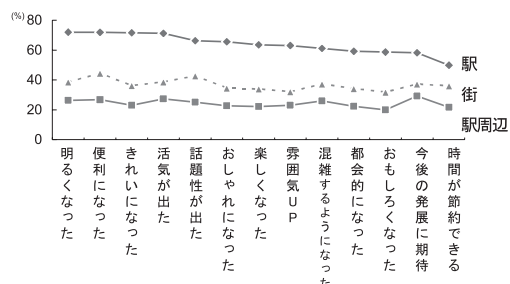


図4 生活者のエキナカ評価

駅周辺の生活者からみたエキナカ開発による効果については、駅のイメージが「明るくなった」「便利になった」「きれいになった」「活気がでた」が上位にあげられた（図5）。一方、エキナカ開発による「街」「駅周辺」のイメージ変化は、「駅」への効果と比較するとイメージアップ効果は低く、エキナカ開発の影響範囲が限定的であることが推測できる結果となった。



注釈 調査した40項目より上位13項目を抜粋

図5 エキナカ開発後の駅・駅周辺・街のイメージ変化（生活者（大宮）N=2,158）

3.2.2 地域商店主からみたエキナカ開発評価・効果

地域商店主からみたエキナカの存在は、郊外のショッピングセンターも含め売上に影響を与える要因の一つとしてあげられたが、一方で「地域商店とは商品構成が異なっており客層の棲み分けは出来ている」との意見もあげられた。

エキナカ開発による効果としては、「活気を与えた」「イメージをよくした」が上位にあげられた（図6）。また大宮駅周辺では、「商売に対する意識を高めた」など地域

商店主の商売意欲を向上させたという効果もあげられており、活気づけや意欲向上など周辺店舗への良い効果も見受けられた。

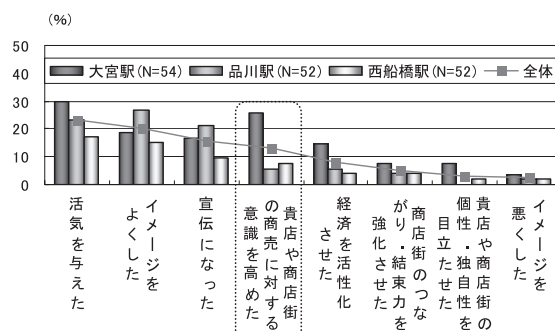


図6 エキナカ開発による地域商店への効果

4. ステーションネッサンス展開駅の満足度向上に向けて

4.1 駅全体満足度向上に向けて

2005年度調査の時に行った分析では、ステーションネッサンス展開駅の評価構造は、鉄道機能をベースに生活サービス機能がプラスされた構造であることを導き出した（図7）。また、「エキナカ利用」が駅全体満足度に寄与していることも明らかにした。

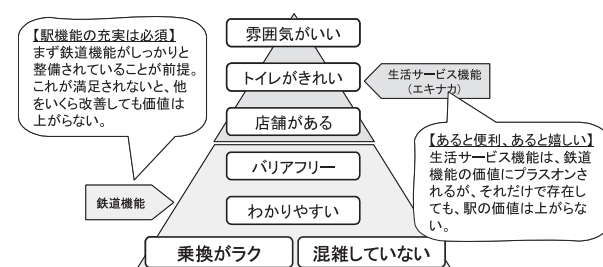


図7 ステーションネッサンス駅の評価構造（2005年度調査より）

今回の調査では、図7にある駅の評価構造をさらに数値として明らかにするために分析を実施した。また、分析結果より、市中の商業施設より接触頻度が圧倒的に高いエキナカが、評価構造において依然重要な存在となり続けているのかを確かめることにした。

今回の分析においては、駅全体を駅構内・ホーム・エキナカに区分し、駅全体満足度への影響度を回帰分析により明らかにした。その結果、駅全体満足度に対して駅

に改善が必要な項目であることがわかった。これらの項目は、エキナカの改善要望に関する調査でも上位にあげられていた（図13）。

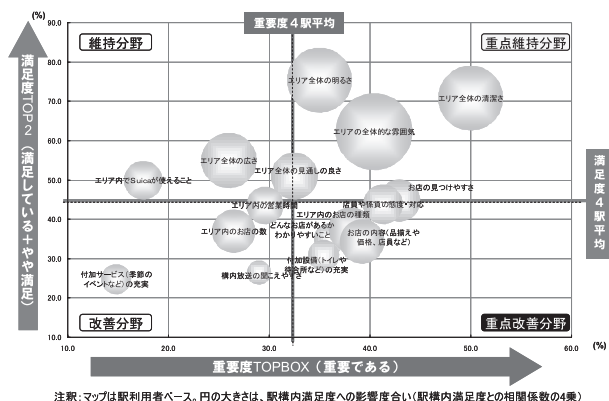


図11 ecute品川におけるCSマップ (n=480)

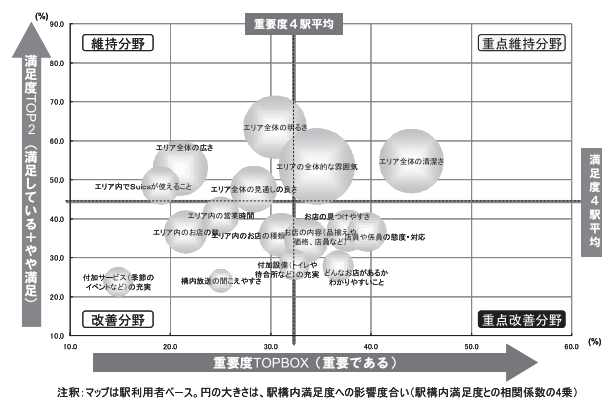


図12 Dila上野におけるCSマップ (n=480)

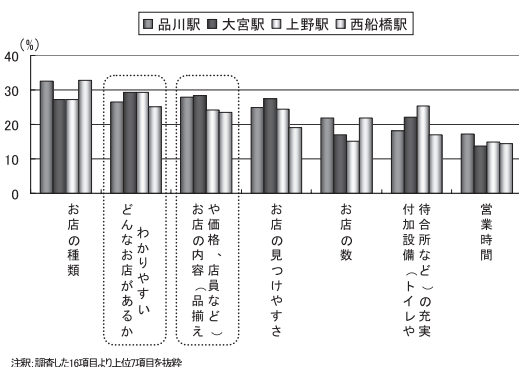


図13 エキナカに改善してもらいたいこと (n=1,920)

一方、今後も維持すべき項目は、満足度・重要度が高く、エキナカ満足度への影響も大きい「エリア全体の清潔さ」「エリアの全体的な雰囲気」「エリア全体の明るさ」であることが読み取れる(図11、12)。これらのことは、特に品川駅・大宮駅において顕著であった。

そのほか、エキナカの支持されている点について調査を行った結果、「乗換え等の時間待ちができる」「飲食できる」「休憩できる」という点が評価されていることがわかった(図14)。従って、これらの要件を満たすための「(飲食などができる)休憩スペース」の設置についても満足度をさらに向上させる対策の一つとして有効であると考えられる。

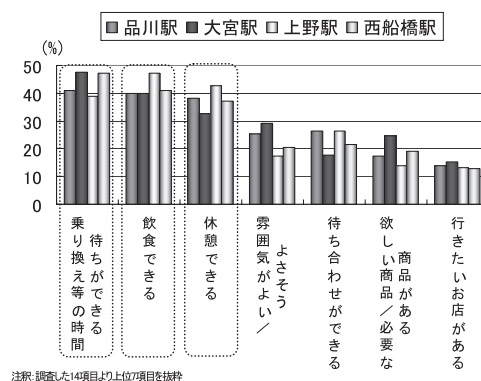


図14 エキナカのよいと思う点 (n=1,920)

4.3.2 店舗の評価ポイント

エキナカ店舗を評価するポイントについても調査を実施した。まず評価項目として、店舗を構成する要素である「店の内装・装飾・雰囲気」「店の広さ」「品揃え・品数」「価格」「店員の接客態度」「待ち時間」「営業時間」の7つをあげ、各項目の満足度を調査した。その結果を用いて、各項目の店舗満足度への影響度を回帰分析により算出した。その結果、「店員の接客態度」「待ち時間」「店の雰囲気」の順に影響度が高いことがわかった(図15)。

また、「待ち時間」「営業時間」という時間を軸としたエキナカ特有の評価項目の影響が大きいこともわかった。

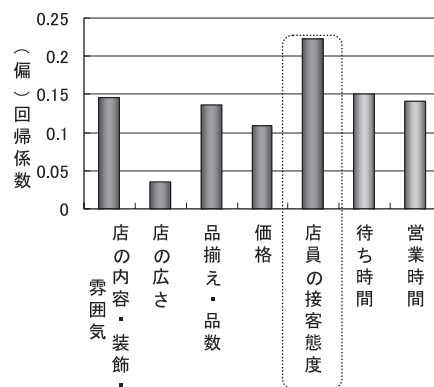


図15 店舗満足度への影響度

以上より、エキナカの評価ポイントを活かして満足度を向上させるためには、「商品の品揃えや価格」「店のわかりやすさ」を重点的に強化するとともに、店舗における「丁寧な接客」「クイックサービス」をさらに高めていくことが有効であることがわかった。

4.3.3 生活者・地域商店主からみたエキナカ開発への期待

駅周辺の生活者・地域商店主に対して今後エキナカ開発に期待することを調査したところ、新しいサービスを取り入れ店舗の新鮮さを保ち続ける（図16）とともに、地域商店街との協力（図17）など地域に根ざした取組みが期待されていることがわかった。3.2.1で、エキナカ開発が街や駅周辺にまでよい影響を与えていないことが窺えたことから、地域との共存も含めたエキナカ展開を今後の課題として考えていくべきである。

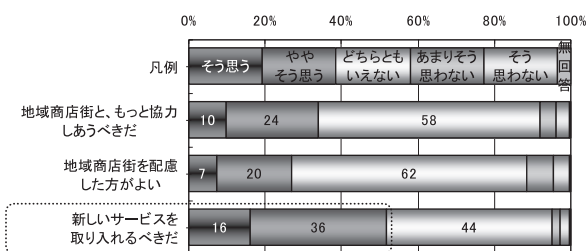


図16 エキナカ開発に期待すること（生活者N=7,091）

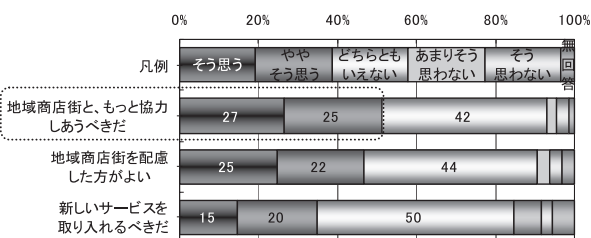


図17 エキナカ開発に期待すること（地域商店主N=158）

しが窺えた。しかしながら、エキナカが駅全体満足度へ与える影響は依然大きいと、エキナカ利用者の満足度を継続して高めていくことが重要である。そして、地域社会からみたエキナカ開発は、一定の評価は得られているものの、地域との共存などに向けた取組みが今後の課題といえる。

今後はこれらの知見を基に、駅利用者だけでなく地域社会からも支持される駅に求められる機能・サービスを明らかにするための研究を進め、ステーションルネッサンス展開駅のさらなる満足度向上をめざしていきたい。

参考文献

- 1) 小野由樹子，中人美香，会田雅彦；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，JR EAST Technical Review No.16-Summer 2006
- 2) 佐藤知恭；顧客ロイヤリティの経営，日本経済新聞社，2000.4.
- 3) 内田和成；仮説思考，東洋経済新聞社，2006.3.
- 4) P.G.ホエール；初等統計学，培風館，1981.1.
- 5) 酒井隆，酒井恵都子；マーケティングで使う多変量解析がわかる本，日本能率協会マネジメントセンター，2007.2.

5. まとめ

本調査研究より、駅の全体満足度を高めるためには「駅の鉄道機能」と「エキナカ」が一体となり取組むことが有効であるという知見を得た。また、駅全体満足度はエキナカ利用者を中心に低下してきており、「飽き」の兆