

## エキナカ・ビジネスの実態調査

## The Actual Condition Survey of EKINAKA Business

指導教授 轟 朝 幸 1132 三 谷 遥

## 1. はじめに

近年、鉄道事業者は、鉄道事業の再生に取り組むとともに、生活サービス部門の事業展開に力を注いでいる。その事業として、鉄道事業者最大の経営資源である「駅」の可能性を最大限引き出し、利用者の利便性向上および高収益性をめざすための新しい駅づくりが実施されている。これら駅では、駅的环境計画、商業施設の商品計画、取引先の選定、売り場マネジメント、販売促進などを一貫して運営する「エキナカ・ビジネス」が展開されている。また、この「エキナカ・ビジネス」などの生活サービス部門の新たな取り組みが多く駅の駅で実施された結果、これら関連事業収入が鉄道事業収入に迫る勢いで成長している。

このような開発が盛んに実施されているが、その評価を利用者および事業者の立場からおこない、今後のさらなる開発の方向性を探る必要がある。

そこで本研究では、「エキナカ・ビジネス」などの生活サービス部門の新たな取り組みが実施された駅での利用者アンケート調査および関係者（鉄道事業者、グループ会社）へのアンケートとヒアリング調査をおこない、各主体からの「エキナカ・ビジネス」の評価をおこなう。さらに、調査から明らかになった課題を整理し、新しい駅づくりの仕組みについての提案をおこなうことを目的とする。

## 2. 「エキナカ・ビジネス」の概要

表-1に示すように、各鉄道事業者が類似した目的達成のために実施・展開されているのが、「エキナカ・ビジネス」などの生活サービス部門の新たな取り組みである。これは、少子高齢化の急激な進展などにより鉄道利用者が減少傾向にあるという社会的背景を踏まえ、限られた環境の中から利用者の確保およびその利用者からのさらなる収入の確保による収入の増加に向けた対策の一つであることがわかる。

## 3. 利用者アンケート調査の分析

## (1) 概要

本調査は、約2年前に実施された津田沼駅改札内の

再開発の「評価」を調査する目的で、同駅利用者を対象におこなう。アンケート用紙を配布し、その場で回答用紙に記入してもらい、回収する方法で実施した。

表-1 「エキナカ・ビジネス」の概要<sup>1) 2) 3)</sup>

事業者	概要
JR東日本	駅空間という最大の経営資源の可能性を100%引き出すことを最重要に位置づけ、利用者の利便性の向上および高収益化をめざした新しい駅づくりを実施している。
JR西日本	重要な経営資源である駅・駅周辺の資産を有効活用した幅広い事業を展開し、利用者が利用しやすく、魅力あふれる次代の駅を創造する取り組みを実施している。
JR東海	将来にわたって安定した経営を維持し、経営基盤の一層の充実・強化を図るために、収益基盤の拡大が必要であり、鉄道の集客力という特性を最大限活用し、鉄道の利用機会の増加を図りつつ、関連事業を展開している。

## (2) 駅改札内再開発の評価

駅改札内再開発の評価を、「便利になったか」という質問の回答結果から分析をおこなった。図-1に示した結果から、7割の回答者(28人)が「便利になった」と、残りの3割の回答者(12人)が「どちらともいえない」と回答しており、「不便になった」との回答は得られなかったことがわかる。

また、表-2に示す「便利になった」と回答した人の津田沼駅利用頻度からは、駅を多く利用する人ほど「便利になった」と回答している傾向にあることがわかる。これは、駅を多く利用する中で、駅の施設や店舗などを利用する機会が多くなったりすることなどが影響していると考えられる。

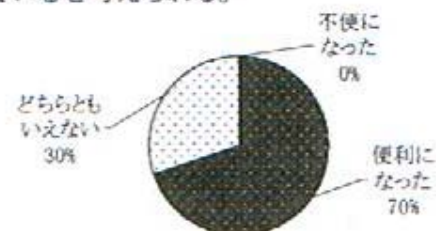


図-1 駅改札内再開発の評価 (N=40)

表-2 「便利になった」と回答した人の駅利用頻度

	回答者数	毎日	週1・2回	月1・2回	年数回
全体	26人	57.7%	7.7%	34.6%	15.4%



### (3) 駅の評価ポイント

駅が「便利になった」と回答した人が、どのようなポイントで駅を評価しているのかを、図-2に示す選択肢から選択してもらった結果から分析をおこなった。なお、複数選択可の形式で実施した。

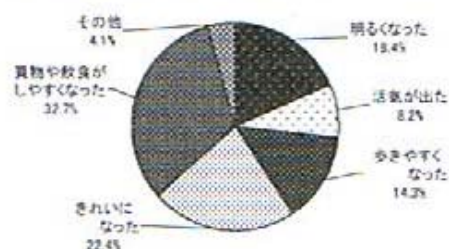


図-2 駅の評価ポイント (N=49)

図-2に示す結果から、「買物や飲食がしやすくなった」の回答が最も多く、駅構内に店舗が展開されたことが評価されている傾向にあるといえる。また、続いて回答が多かった「きれいになった」、「明るくなった」などの「見た目の変化」に関する回答からは、駅構内の開発においてが利用者の評価を得るために必要不可欠な開発であると考えられる。

さらに、表-3に示す上記回答者の津田沼駅利用頻度別駅の評価ポイントからは、駅の利用回数が多い人ほど「買物や飲食がしやすくなった」、「きれいになった」と回答する傾向にあるといえる。

表-3 駅利用頻度別駅の評価ポイント

	全体	毎日	週1・2回	月1・2回	年数回
回答者数(人)	49	26	4	11	8
明るくなった	18.3%	15.4%	25.0%	36.4%	0.0%
活気が出た	8.2%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%
歩きやすくなった	14.3%	7.7%	0.0%	18.2%	37.5%
きれいになった	22.4%	26.9%	25.0%	18.2%	12.5%
買物や飲食がしやすくなった	32.7%	34.6%	50.0%	18.2%	37.5%
その他	4.1%	0.0%	0.0%	9.0%	12.5%

### (4) その他

上記以外に、「店舗利用の有無」、「飲食店以外の希望店舗・施設」などを質問した結果から、7割弱の回答者が店舗を利用しており、「本屋」、「銀行」、「ドラッグストア」などを希望していることがわかった。

### (5) まとめ

以上から津田沼駅改札内再開発は評価の高い開発であったといえる。また津田沼駅は、利用者にとって郊外の駅であるという性格上、利用者の多くが駅周辺に

在住・生活している。その結果、駅改札内には飲食店以外に生活関連の店舗・施設の希望が多かったと考えられる。

### 4. 「エキナカ・ビジネス」の課題と対策

「エキナカ・ビジネス」を展開している事業者を対象にヒアリング調査をおこない、それに基づく課題と対策をまとめる。

上記事業者は、物流コストが市中に比べて高いことを課題としてあげている。この原因として、駅改札内という性格上、時間的制約があることや、店舗数が少ないため大量購入・一括配送ができず、必要な分だけの少数購入・都度配送をおこなっていることなどがあげられる。この対策として、商品などの共通化が必要であり、これにより物流の簡素化や商品の大量購入などが可能になる。また、商品の大量購入に備えて備蓄倉庫を設け、そこから必要な分のみ配送することで、物流コストが抑えられる。さらに、グループ内に物流会社を設け、その会社で一括配送することで、さらにコストを抑えられる。このように、グループが一体となって互いに助けあうことが必要であり、これができることがグループで事業をおこなっていることの強みといえる。

### 5. 結論

少子高齢化の急激な進展などにより鉄道利用者が減少傾向にあるという社会的背景において、鉄道事業者がその対策として実施している「エキナカ・ビジネス」などの生活サービス部門の新たな取り組みが、年々成果をあげつつある現状が、鉄道事業者の収入などからわかった。従って、今後も引き続き安定した経営をめざす鉄道事業者において、これら取り組みが必要不可欠なものになると考えられる。

また、本研究で注目した「エキナカ・ビジネス」以外にも多くの取り組みが実施されていることから、今後、他の取り組みなども含めた総合的な実態調査の必要性を考えている。

### <参考文献>

- 1) JR 東日本 企業・IR 情報 生活サービス HP : [http://www.jreast.co.jp/life\\_service/index.html](http://www.jreast.co.jp/life_service/index.html)
- 2) JR 西日本 企業・IR 情報 会社案内 HP : <http://www.westjr.co.jp/activity/pdf/company/pdf>
- 3) JR 東海 企業情報 関連事業 HP : <http://jr-central.co.jp/info.nsf/CorplInfoPrv/>