

社員プロジェクトチームによる お客様満足度調査の実施と 利用促進・顧客満足度向上の取り組み ～「好きです江ノ電プロジェクト」～



中沢俊之 / 江ノ島電鉄株式会社 鉄道部
大館智昭 / 大和小田急建設株式会社 設計部
高島亮太 / 株式会社 玄



江ノ島電鉄(株)ブランドプロジェクトチーム
関 順和 / 株式会社 浜田広告社
小美野智紀 / 株式会社 環境情報



背景と目的

藤沢市と鎌倉市を結ぶ江ノ島電鉄(江ノ電)は、地元の通勤・通学・日常生活の足であるとともに、鎌倉・江ノ島等を結ぶ観光鉄道としても使われている。

現状...

- ・行楽シーズンや休日を中心に**混雑が激しい**。
- ・沿線の少子高齢化は進んでいるが、それを上回るペースで**定期利用者は年々減少**している。

- ・お客様が江ノ電に求めるニーズ
 - ・お客様の現実の行動
 - ・お客様が思う江ノ電のイメージと満足度
- を的確に捉え、お客様満足度向上と利用促進を図る

新たなビジネス展開
収益の拡大・利用者の増加

「江ノ電らしさ」= 江ノ電のブランドイメージ明確化
お客様のニーズに応えた駅設備の改修やサービスの提供
新たな江ノ電のマスタープランを立案

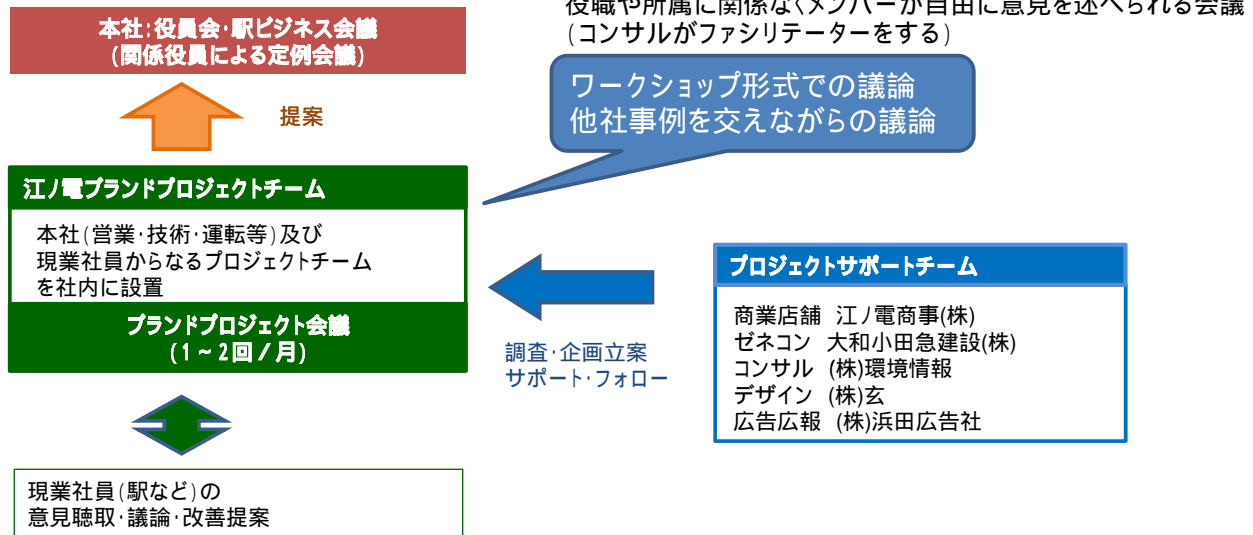
プロジェクトの内容・調査結果

社内にプロジェクトチームを設け、定期的な討議や実地調査、アンケート、各種調査を行って問題・課題の把握、解決策の検討を実施。

「ブランドプロジェクト」()での討議・調査

対外的には「好きです江ノ電プロジェクト」として実施。

プロジェクトの体制



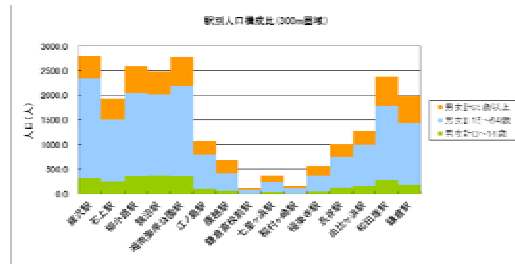
3

マーケティング調査・現地調査(2010.11 ~ 2011.03)

- ・沿線状況を調査・分析
- ・各駅の状況をプロジェクトチームメンバー、サポートチームメンバーで実地調査
- ・問題点・課題についてワークショップ形式のディスカッションを実施

沿線の人口分析調査(例)

徒歩駅勢圏(300m圏)人口では藤沢・鎌倉側で高い。鎌倉方は高齢者比率が高い



出典: H17国勢調査地域メッシュ統計

- ・各駅のバリアフリー化がさらに求められる。
- ・藤沢側は人口増加の可能性もあり通勤・通学の増加が可能

4

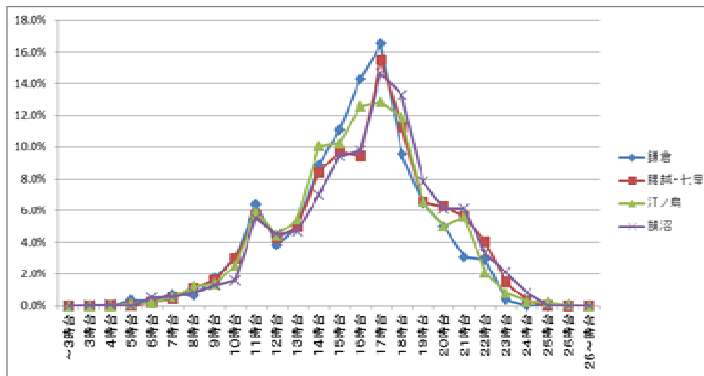
実地調査で出た問題点(例)

様々な情報が雑然と掲出され、
お客様へ何が重要な情報なのか明確に示せていない。
広告・告知の不一致・不統一



調査からの結果(例)

休日の混雑が激しい鎌倉側について、鎌倉発の帰宅トリップの発時間を見ると、15時前後から高まっており、この時間帯の混雑が裏付けられる。



出典: H20 東京都市圏パーソントリップ調査

5

お客様ニーズ把握調査(アンケート調査) (2010.12)

主要駅をご利用になられるお客様に対してアンケート調査を実施

アンケート概要

藤沢・鶴沼・長谷・鎌倉を利用するお客様を対象に、直接配布郵送回収でアンケートを実施。平日・休日合計4000枚配布し、558票の有効回答を得た(回収率14%)
利用目的や満足度の他、行動パターンなども把握している。

利用目的では通勤・通学が約43%と最も多く、観光は約31%を占める。

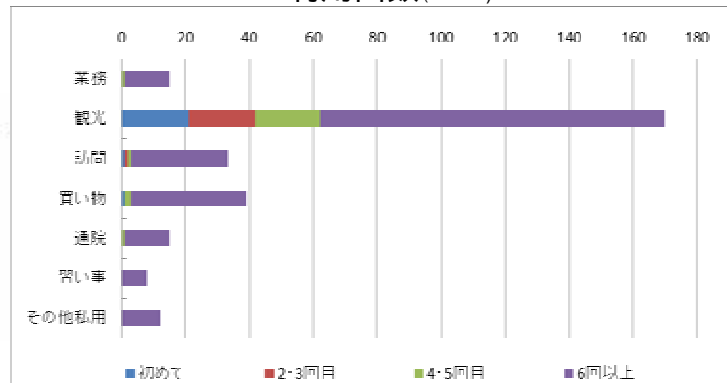
(不明含む。不明・未回答を除くと通勤・通学45%、観光33%)

また、利用回数では観光目的でも複数回目の利用が多く、リピーターとなっていることが判る。

利用目的 (n=558)



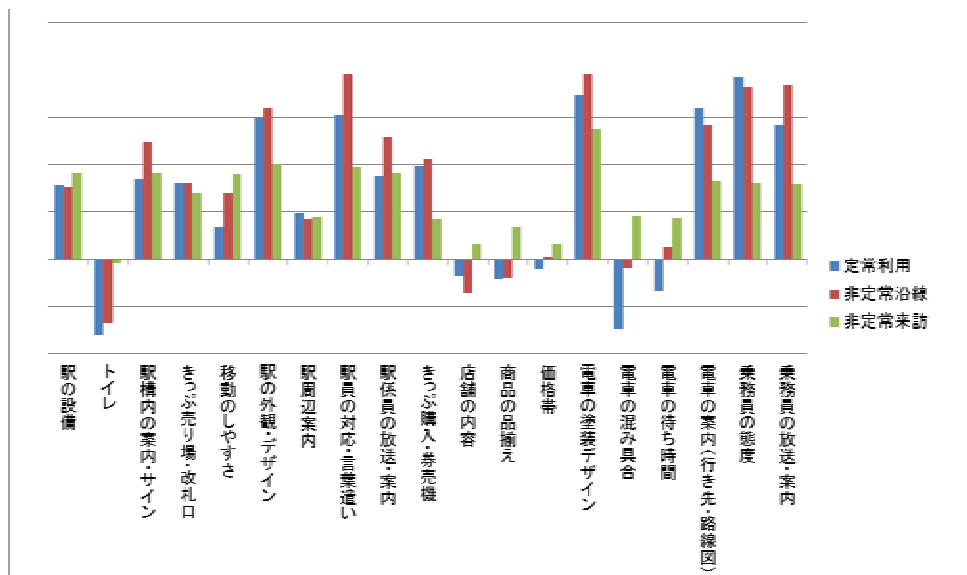
利用回数 (n=558)



6

満足度調査結果では、店舗や電車の混雑の他、定常利用の方々を中心にトイレや電車の混み具合、待ち時間(本数)の不満が強く、来訪者では案内関連の満足度が低い結果が得られた。

フリーアンサー(自由回答)には回答者の77%の方が回答され、多くは夜間・早朝の増便、わかりにくさ、混雑緩和への要望や期待等であった。



定常利用: 通勤・通学目的
 非定常沿線: 藤沢・鎌倉市在住で上記目的以外
 非定常来訪: 藤沢・鎌倉市以外在住で通勤・通学を除く

ブランドプロジェクトとしての提案と取り組み

駅案内(サイン)の取り替え

お客様・現場の声を踏まえ、江ノ電らしいデザインをプロジェクト会議で議論して決定。

・お客様への的確でわかりやすい情報提供・案内
 (利用できる乗車券・運賃・路線図など = これまではわかりにくかった)

・観光路線図で「江ノ電らしいポイント」を明記することでパンフレットと併せた行動変化促進
 (テレビで見る路面区間・海辺の区間がどこか判らないという、フリーアンサーで寄せられた複数の意見に対応)



ダイヤ改正(早朝・夜間の増発、始発の繰り上げ)

待ち時間(本数の少なさ)や混雑に関する不満が高いこと、フリーアンサーなどで夜21時台の運転間隔への苦情の声が多かったことを踏まえ、早朝・夜間の増発を行った(7/9~)。併せてお客様への周知を図るために、時刻表の製作・配布や積極的な告知などを行い、利用促進につなげている。

プロジェクトに関する広報の実施

アンケート結果及び取り組みに関して、一連の取り組みとしての広報活動を実施している。

ダイヤ改正に関しても、本プロジェクトとして広報することで、「お客様の声」を受けての取り組みであることを強調している。



このほか、駅の再整備、イメージ戦略の考え方、TFPを用いたピークカット施策や回遊拡大の取り組みなどについて、今後の展開として検討している。

9

効果及び結論

- お客様アンケートでは八割近いお客様からフリーアンサーが寄せられ、多くの声を社員が直接耳にすることで、問題意識を新たにし、社員自らの接遇のあり方、お客様に江ノ電・公共交通機関を選んでいただくための取り組みの重要性、また鉄道事業のあり方について考えるきっかけとなった。
- さらに、プロジェクトに現場の声を常時反映させることで、問題意識の顕在化による改革の取り組みへの認識強化などの効果も考えられる。
- 今後は、残る各駅の案内設備改修及び要望の強い施設改修などのハード面の改善を行うと共に、TFPやMM技術を活用したさらなる利用促進・混雑緩和(ピークカット)・回遊拡大の取り組みと、これらの定量的な評価・効果計測を行っていく。

お問い合わせ

江ノ島電鉄株式会社 鉄道部 営業課長 中沢 俊之 神奈川県藤沢市片瀬海岸1丁目8-16 電話 0466-24-2713
株式会社 環境情報 小美野智紀 東京都杉並区宮前2丁目10-42c103 電話 03-5336-8160

10