

## 6 - 4 利用促進策のターゲットと考え方

### (1) 利用促進策のターゲット

東葉高速線の利用促進のターゲットは、次の3つを対象と考える。

現東葉高速線利用者の継続的な利用促進による利用者の確保  
 他路線利用者の東葉高速線への利用促進による利用者増  
 新たな東葉高速線利用者の創出による利用者増

### (2) 各ターゲットに対する利用促進策の考え方

本質機能と表層機能

マーケティングでは、CS (Customer Satisfaction : 顧客満足) に関係する要素として、

**本質機能** : 鉄道利用者が、当然受けることができると期待する機能 (サービス)

**表層機能** : 当然とは思わないが、あるとうれしい機能 (サービス)

の2つがある。

この2つの機能の最も大きな違いは、表層機能は満たさなくても不満足にはならないのに対して、本質機能を満たさないと不満足になることがあるという点である。

表 6-1 鉄道事業における本質機能と表層機能の例

	満たすと	満たさないと	傾向	具体例
本質機能	不満足でない (満足度が高まるわけではない)	不満足になる	少しでも欠けると満足度が一気に低下する	料金 所要時間 定時性 安全性 等
表層機能	満足 (満足度が高まる)	不満足でない (不満足にはならない)	ひとつ満たすだけで満足度が高まる	駅務員の対応 付加サービス 清潔性 等

各ターゲットに対する利用促進策の考え方

以上のことより、東葉高速線に対するCSを高めるための各ターゲットに対する利用促進策は次のように考える。

### 現東葉高速線利用者の継続的な利用促進による利用者の確保

既存利用者については、もともと鉄道輸送における本質機能（運賃、運行）については、他路線との比較の上で東葉高速線を利用しているものと考えられる。

したがって、東葉高速線の本質機能についてはある程度満足しているものと考えられ、継続利用の促進に当たっては、本質機能以外の表層機能の満足度の向上を基本に考えていくことが必要と考えられる。

しかしながら、運賃に対する割高感は既存利用者においても大きく、特に自己負担が大半を占める通学定期については、割引率の拡充を検討していくことが必要と考えられる。また、他路線において乗換え改善や運行改善などの本質機能の向上が実施される場合もあり、継続利用を促進するためには、本質機能の向上も必要となる。そのため、本質機能の向上については、非利用者調査、沿線施設調査結果等とともに、転換利用の促進施策とあわせて検討することも重要である。

### 他路線利用者の東葉高速線への利用促進による利用者増

他路線からの転換利用を促進するためには、本質機能の向上を図ることが重要であり、他路線利用者に対するアンケート調査結果より、東葉高速線の本質機能の中で最も大きな課題と考えられる運賃に対する割高感を解消するとともに、駅へのアクセス性を向上する利用促進施策を検討することが必要と考えられる。また、駅へのアクセス性に関しては、現状で路線バスによるアクセスが脆弱な地区等からの駅への路線バス網を強化・見直しすることも重要と考えられる。

### 新たな東葉高速線利用者の創出による利用者増

東葉高速線沿線で現在計画されている開発計画の進展による沿線人口の拡充を図るとともに、沿線に立地する大規模集客施設への自動車利用者などを東葉高速線利用に誘導するための利用促進策を展開し、新たな東葉高速線利用者を創出することが必要と考えられる。

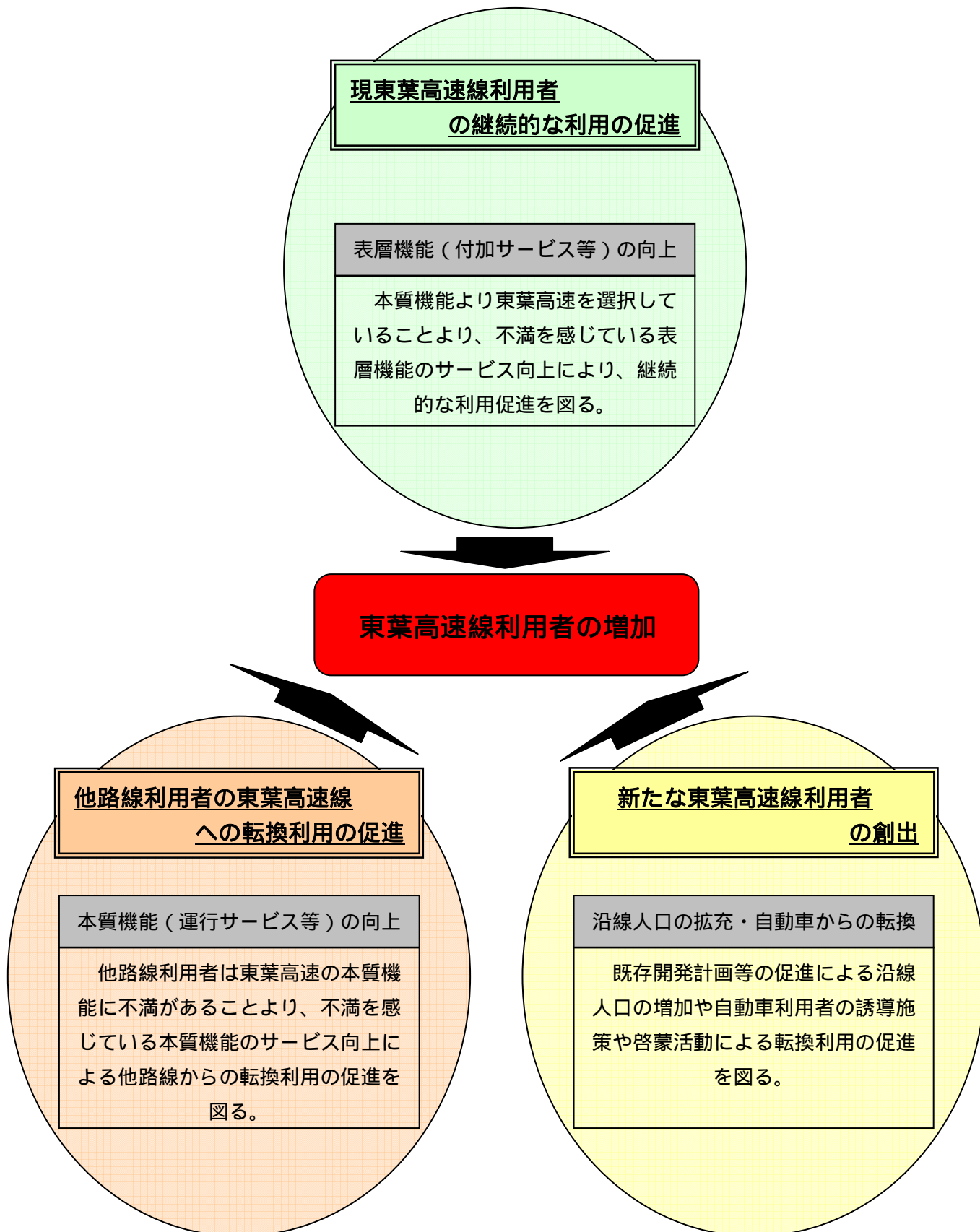


図 6-2 利用促進策の基本的考え方