

EKISUMER®

Vol.08 spring 2011

jekí
駅消費研究センター

エキシューマーをもっとよく知る情報マガジン

EKISUMER®

Vol.08
spring
2011

〔特集〕

通勤通学ルネッサンス

～変わりはじめた、電車内時間～



〔特集〕通勤通学ルネッサンス

～変わりはじめた、電車内時間～

メールやインターネット、ゲーム、ワンセグに動画、…。

近年の通信インフラや携帯通信端末の普及によって、

新聞や読書がせいぜいだった電車内の時間が、じわりじわりと変わり始めています。

そうした中、通勤通学時の電車内時間を有効活用しようとする人が増えているようです。

彼らは1日2回訪れるこの時間を今どのように捉え、どう過ごしているのでしょうか。

電車内での観察調査、アンケート調査、さらに有識者インタビューを通じて、

電車内行動の実態と今後の可能性に迫りました。

電シャネコン

タブレット端末にお気に入り動画を
いっぱい詰め込み、電車を自分好み
の俺流シアターにする

タブレット端末で映画を楽しんでいる男
性。スマートフォンや携帯ゲーム機の普及
によって動画を持ち運ぶ乗客が増加。電車
内は好きな動画をいろいろ鑑賞しながら
楽しめる移動映画館に。



帰宅時は 主婦リーマンに

チラシでお買い得食材をチェックして
電車内で献立をたてる

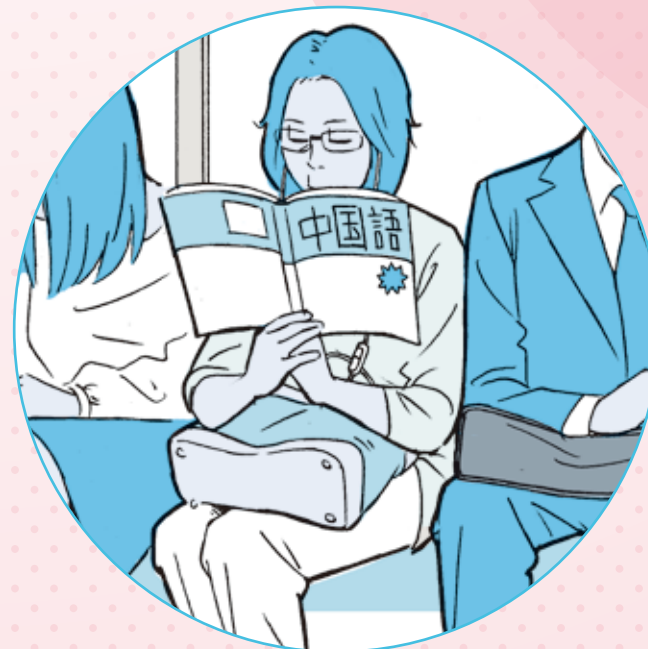
自宅から持ってきた近所のスーパーのチ
ラシを帰宅途中に読む50代サラリーマン。残
業が減り、電車内でお買い得品のチェックを
する主婦のようなサラリーマンが登場。



シニア女性の 大人の学び舎 スタイル

前向き生涯学習のオトナ女性たちは、
電車内時間もスキルアップする場に

電車内で習い事の予習復習や勉強をするシ
ニア女性たち。子育てから手が離れた主婦た
ちの間で生涯学習が広がる中、電車内の移動
時間も自分のスキルアップのための場に。



電車内のスキマ時間の活動実態を
車内観察調査を実施するため、
映画鑑賞に勉強、エクササイズ、はたまた
寝室代わりに、現代生活者の電車内での利用実態が
いろいろと浮かび上がってきました。
公と私の境界が曖昧な電車内ならではの、
さまざまな人間模様が映し出されています。

頭アイドリング の場に

仕事中の電車移動はONとOFFを切
り替えるニュートラルスポット

昼間、電車で移動中のサラリーマン。車内
でずっとルービックキューブに没頭。ビジネス
タイムの電車内は、仕事とプライベートの間の
アイドリングタイムとなっている。



美脚エクササイズ

美脚に憧れる今ドキ女子は、座れたと
きにも気を抜かずトレーニング続行

座席に座れたものの、すぐに脚を伸ばしてス
トレッチをはじめる10代女子。若い女性の間で
美脚意識が高まる中、電車内でも脚を細くす
るためのトレーニングにこっそり励む。



電車の セカンド・ベッド 遣い

寝るためのグッズを持ち込んで、「本
気モード」でカラダ休め

電車内でカバンから取り出したタオルを枕に
して眠りだした高校生。睡眠時間が削られが
ちな今ドキ生活者にとって、通学のスキマ時
間でも質の高い睡眠を確保している。



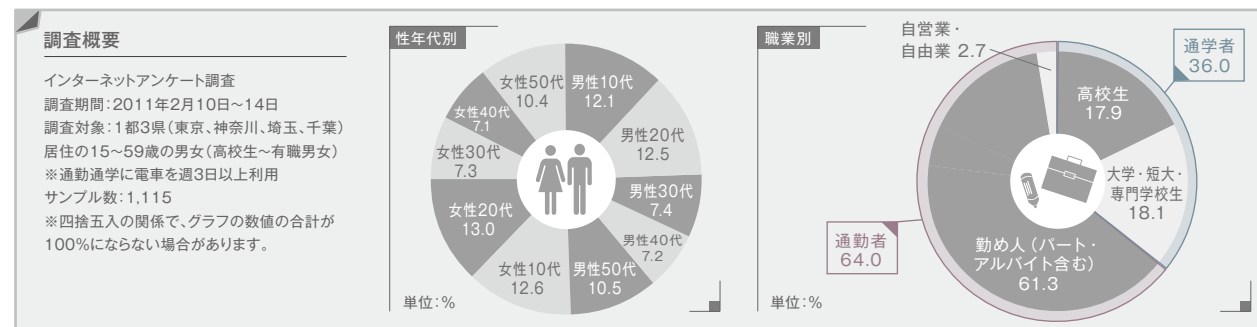
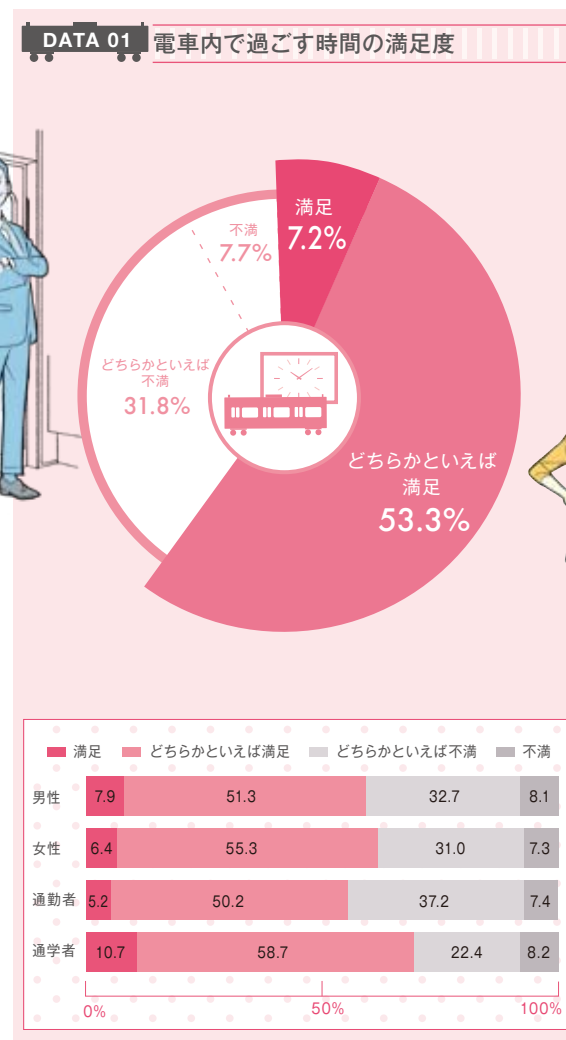
アンケート調査から見えてきた 「電車内時間」の過ごし方

ここで紹介するのは、今年2月に行った首都圏生活者を対象としたインターネット調査の集計結果です。調査対象は1都3県に居住し、通勤通学で鉄道を日々利用している15歳以上の高校生、大学・短大・専門学校生および社会人(有職者)。
※調査概要は下記参照

彼らは“1日最低2回過ごす”電車内時間を今どう捉え、実際にどう過ごしているのでしょうか。

意外? 電車内時間「満足」

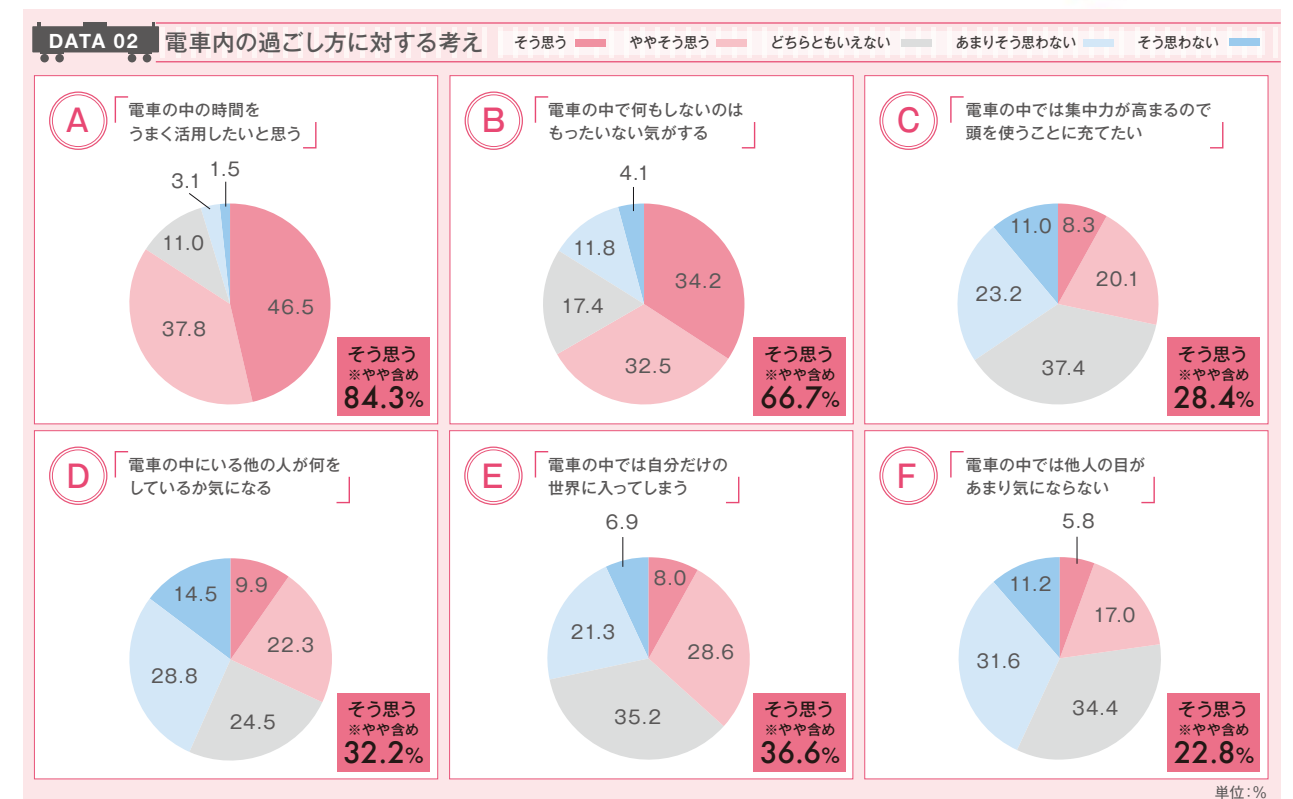
まずはじめに、電車内で過ごす時間(以下、「電車内時間」)について今の満足度を聞いたものがDATA 01になります。調査対象者のうち、今の電車内時間について「満足」と答えたのが7.2%、「どちらかといえば満足」が53.3%で、合わせて6割がおおよそ満足していることが分かりました。この満足率は男女で大きな差異は認められなかった一方で、「通勤者」(有職者)と「通学者」(高校生および大学・短大・専門学校生)とで分けて見てみると前者の満足率が55%であるのに対し、後者は70%近くまで達し、15ポイントの開きが見られました。推測ですが、通勤者は朝と夜のラッシュ時に乗車することが多く、その分満足度が低くなっているのかもしれませんが、いずれにしても満足が不満足を上回っているやや意外(?)な結果になりました。



電車内時間 「うまく活用したい」が8割超

次に、電車内時間についての意識をさまざまな角度から尋ねたものがDATA 02です。A.「電車の中の時間をうまく活用したい」と考える生活者は(「やや」も含めて、以下同)8割を超え、電車内時間の活用に対する意識の高さが強く見られました。聞き方を変えて、B.「電車の中で何もしないのはもったいない気がする」か聞いてみると6割以上がそう思うと回答。電車内時間への強い意識は、常に時間に追われる今の都市生活者ならではの時間意識が背景にあるのかもしれませんが、また、C.「電車の中では集中力が高まるので頭を使うことに充てたい」という質問には、そう思うと思わないがそれぞれ3割程度。「どちらともいえない」と答えた人が多いところを見ると、同じ人でも場合によって変わってくるということなのかもしれません。

さらに、D.「電車の中にいる他の人が何をしているか気になる」という質問には3割がそう思うと答えのに対し、気にならない人は4割強。同乗する他者には興味がない人の方が多いことが分かります。この他者への無関心は、E.「電車の中では自分だけの世界に入ってしまう」人が4割近く存在することからもうかがい知ることができます。しかし一方で、F.「電車の中では他人の目があまり気にならない」と答えた人は約2割にとどまり、他人の目が気になる人の方が4割と圧倒的に高く、他者を意識しながらも無関心を装い自分の世界に入るといった電車空間特有の振る舞い方が存在しているようです。



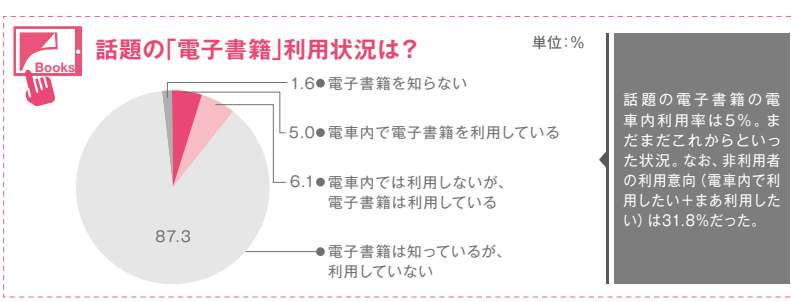
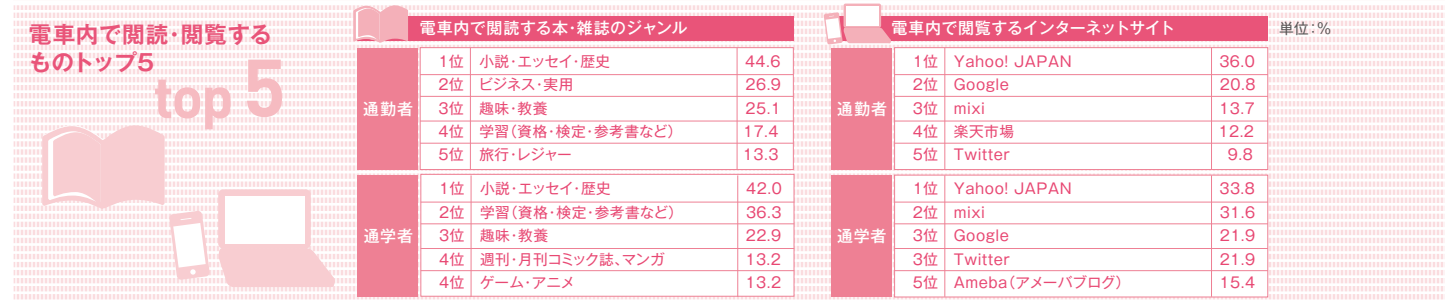
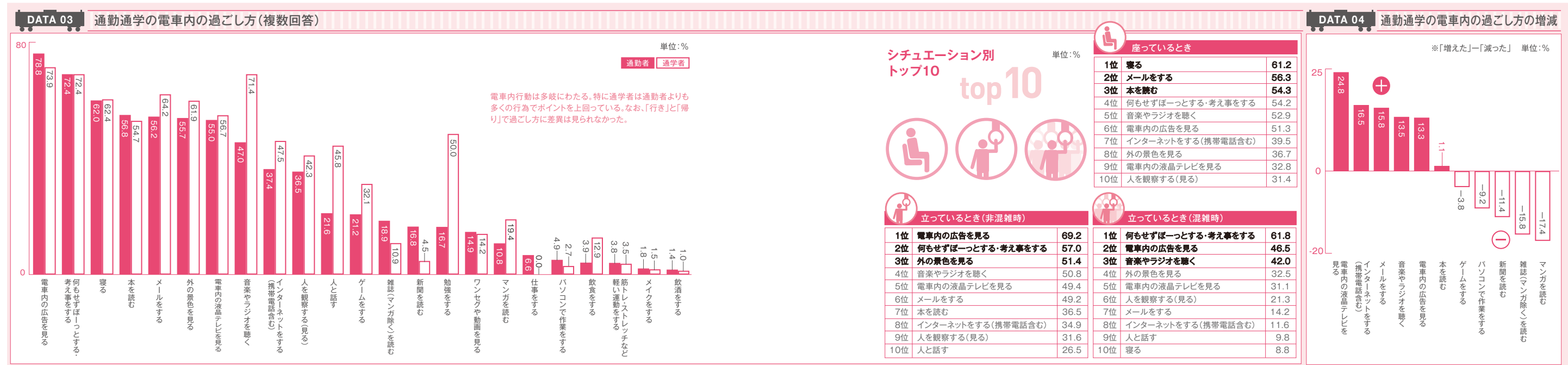
多様な電車内時間。 通学者は「音楽」「勉強」、 デジタルメディアへのシフトも

電車の中で実際に何をしているのか聞いてみた結果がDATA 03です。最も高かったのは「電車内の広告を見る」で、10人に7人以上が該当。ほぼ同スコアで「何もせずぼーっとする・考え事をする」、さらに「寝る」が6割、以下「本を読む」「メールをする」「外の景色を見る」「電車内の液晶テレビを見

る」が5割程度で続きます。通勤者より通学者の方がポイントは総じて高く、多様な電車内時間を過ごしていることが見て取れます。中でも「音楽やラジオを聴く」は通学者では7割を超え、通学時の音楽視聴はもはや当たり前。通学者の約半数はインターネットをして、3人に1人はゲームをしています。一方で「勉強をする」と答える通学者も多く、約半数が電車内時間を勉強に充てていることも分かりました。シチュエーション別に見ると、座っているときは「寝る」、立っているときは非混雑時は「電車内の広告を見る」、混雑時は「何もせずぼーっとする・考え事をする」が最高でした。シチュエーションによって影響が

大きく見られたのは「寝る」(座る→立つ(非混雑時)→立つ(混雑時)=61.2→14.9→8.8%)、「本を読む」(同54.3→36.5→6.3%)で、逆に影響が限定的だったのは「何もせずぼーっとする・考え事をする」(同54.2→57.0→61.8%)「音楽やラジオを聴く」(同52.9→50.8→42.0%)でした。一般的に混雑時に立っているときは行動が制限される傾向があり、デジタル機器を使う行為も混雑時には途端にしくくなります(メール:同56.3→49.2→14.2%、インターネット:39.5→34.9→11.6%)。なお、広告は非混雑時に立っているときに最も見られています(同51.3→69.2→46.5%)。

DATA 04は以前と比べて電車内で「増えた行為」と「減った行為」のポイント差を見たもので、「新聞」「雑誌」「マンガ」は「減った」と答えた人が「増えた」を大幅に上回ったため、大きくマイナスになっています。一方で、「インターネット」「メール」「音楽」などはプラスになりました。電車内においても紙メディアからデジタルメディアへの移行が徐々に進んでいることが見て取れます。



揺れるマナー意識 ただし実際の行動は控えめ

電車内で考えられるさまざまな行動について、「実際にしたことがあるか?」、さらに、「恥ずかしいか?」「マナー違反か?」という質問でそれぞれジャッジしてもらい、その%を座標軸にプロットしたものがDATA 05です。横軸(X軸)は「マナー違反だと思う」と答えた割合を示しており、右端、つまりマナー違反だと最も思われている行動は「着替えをする」でした。次いで、「飲酒」「携帯電話で通話」「メイク」などが続きます。マナー違

反については50%前後に位置する“賛否両論”の行動が多く存在しており、実際のマナー違反いかんはさておき、意見はかなり割れていることが分かります。特に飲食関連は具体的な飲食物によって賛否は大きく変わります。次に、「実際にしたことがある」割合を示した縦軸(Y軸)を見ると、「音楽・ラジオの視聴」「ペットボトル飲料を飲む」が50%を大きく超えているものの、それ以外はすべて50%を下回りました。マナー違反かどうかでは揺れている行為も、実際に行動に移しているものはわずかということが分かります。座標軸の左下に位置する「マナー違反とは思わないが自らしたことはない」行動は今後行動に移される可能性があるのかもしれませんが。

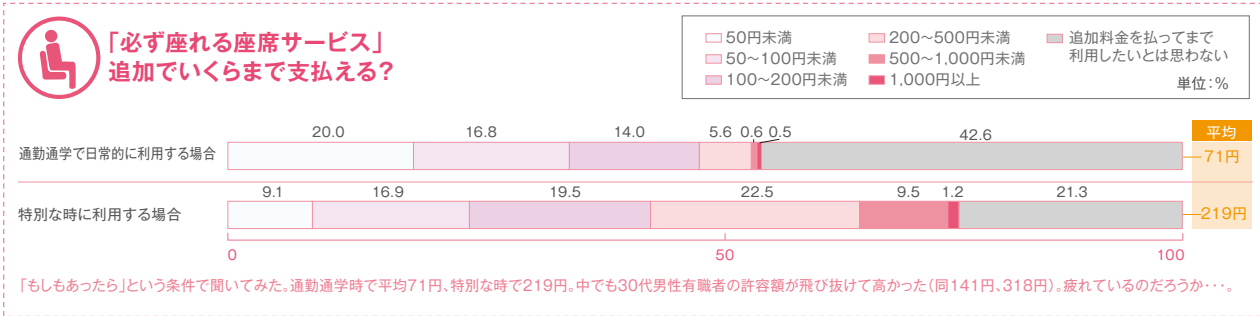
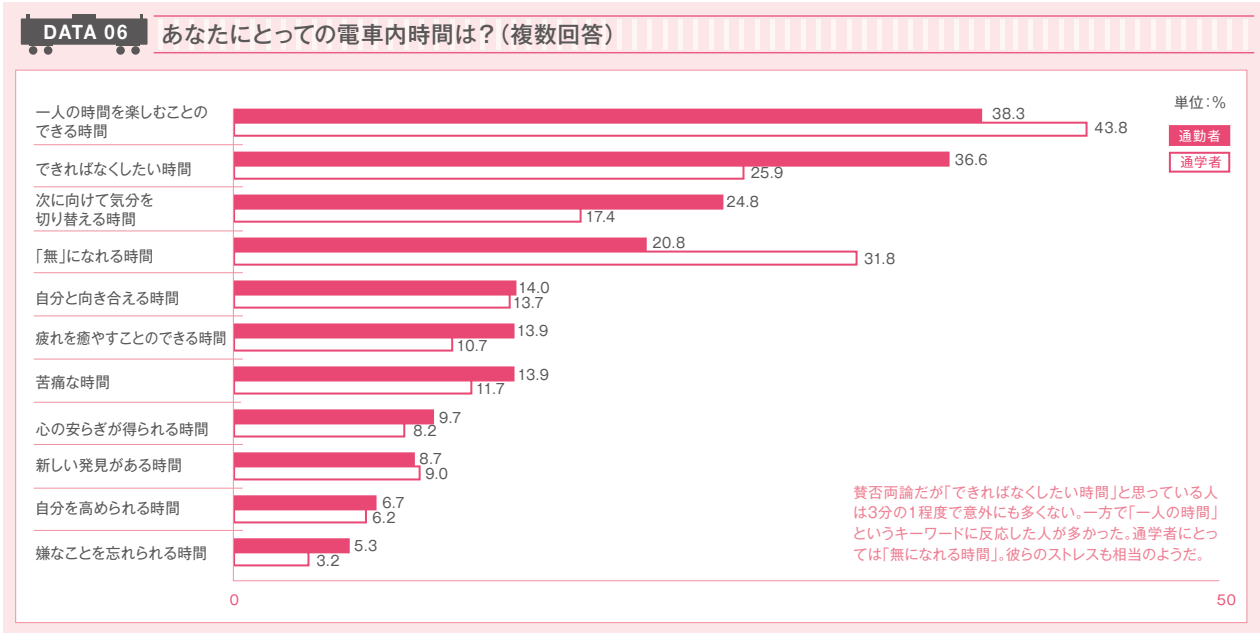
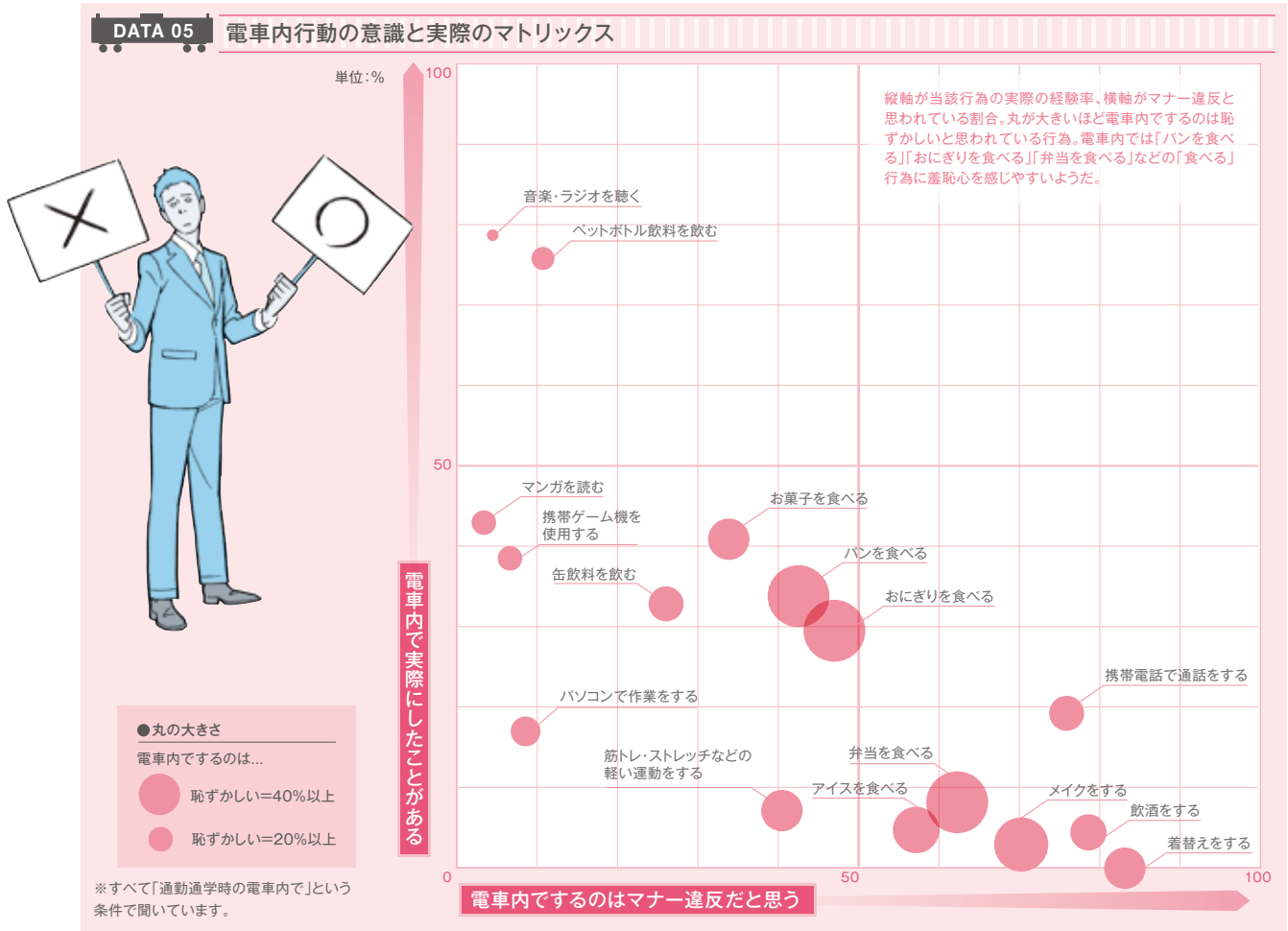
「一人を楽しむ」電車内時間

さて、首都圏生活者にとって電車内時間はどのような存在なのでしょうか。いくつかの質問を投げ掛け、当てはまるものをチェックしてもらったところ(DATA 06)、最も支持されたのは「一人の時間を楽しむことのできる時間」で、およそ4割の人がこれに賛同しました。冒頭の電車内時間への高い満足度にも通ずるところですが、電車内時間をポジティブに捉えている人は意外にも多く存在しているようです。

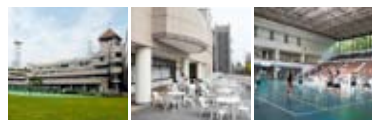
「できればなくしたい時間」と回答する人も3割はいました

が、これは裏を返すと残りの7割は電車内時間をなくしたいとは必ずしも思っていないということになります。同様に「苦痛な時間」と答えた人も1割いましたが、これも9割は必ずしも電車内時間を苦痛とは思っていないと捉えられます。

家族の構成員としての役割を期待される家での時間、会社や学校組織の構成員としての役割を期待される会社や学校での時間、そして両者のちょうど境目にあるのが電車内時間。電車内時間は換言すれば日常生活の中で唯一、一人でいられる時間といえます。人間関係が複雑化するなかで、こうした一人でいられる電車内時間に希少価値を見だし、上手に活用しようとする動きは今後、より一層高まっていくのかもしれません。



電車の中は、「公」でも「私」でもない「個」の時間。



久恒啓一
(ひさつね けいいち)
多摩大学 学長室長
経営情報学部 教授

九州大学法学部卒業後、日本航空株式会社に入社。ビジネスマン時代から「知的生産の技術」研究会(現在はNPO法人)に参加し著作活動を行う。日本航空を退職後、1997年に宮城大学教授に就任し、08年より多摩大学教授、ほかに多摩大学総合研究所 所長、NPO法人 知的生産の技術研究会 理事長、中国・吉林大学 客員教授等も務める。
久恒啓一図解Web: <http://www.hisatune.net>

通勤時間を、無駄なコストではなく資源と捉え直す

先生は著書の中で、「通勤時間は“コスト”ではなく“資源”である。」とおっしゃっていますね。

久恒:「公私の区別」っていうでしょ、僕はこの考え方が間違っていると思うんです。「公」は仕事、「私」は家庭。そうすると、会社では係長、家に帰るとお父さん、それ以外の人生はない。それではいけないと思っ



て30歳になったときに、もうひとつ「個」を自分の人生に入れようと思ったんです。で、自分に残された時間はいつかと考えたら、朝しかなかった。朝の時間は、自分の心掛け次第で使えます。だから、通勤の電車の中が非常に大事だと。これこそがサラリーマンに残された唯一のフロンティア。それを使

うことが個人の人生の充実につながる。通勤時間を無駄なコストではなく、資源として捉え直すと未活用の資源がいっぱいあるということですね。そして、それは自分の黄金の時間だから、短くては困ります。むしろ、通勤時間は長い方がいいという新しい考え方に至ったわけです。常識とは逆です。

まさに逆転の発想ですね。そこまでの発想はないにしても、私どもの調査では「電車内の時間をうまく活用したい」と考える人が8割以上でした。以前と比べて通勤時間の過ごし方に変化を感じますか。

久恒:明らかに変化していますね。昔は寝ている人が多かった。今は、iPhoneのよう

なモバイルをやっていて、寝ない人が増えている。これは大変なビジネスチャンスです。今までは、情報がなかったので寝ていたんですよ。ところが、駅の情報も次に行く場所の情報もモバイルで手に入るでしょ。事前に準備できるから、ものすごく効率がよくなりますね。今後のビジネスは、モバイルとどう連携させるかがポイントになるんじゃないかな。駅は、ただ通過する所から店を出す所になったでしょ。残っているのは電車の中です。今は広告ぐらいしかやっていませんが、まだまだあるはずなんです。

電車の中は、マーケティング空間や街の活性化にも利用できる

電車内の時間には、どんなビジネスチャンスがあるでしょうか。

久恒:僕はJALにいたときに、飛行機の中をテストマーケティングの場に使えないかと思っていました。飲み物でもなんでも、いろいろな企業から商品を提供してもらって、調査をする。そうするとマーケティング会社になれるんです。電車の中でもそれができますよね。例えば、飲料などを駅に用意しておいて飲んでもらうんです。そして、電車に乗っている間に味や量についてアンケートに答えてもらう。暇だから、みんなやりますよね。モバイルが出てきたから、やりやすい。時間帯や路線によって客層も違いますから。山手線と東北新幹線のお客さまでは違う。グランクラスのお客さまは何が欲しいのか、とか。

それは面白いですね。では逆に、お客さまの立場から通勤時間を資源として有効

電車内時間には、どんな可能性が眠っているのだろうか。

「通勤時間は資源である」という全く新しい切り口でその活用術を説いてこられた多摩大学教授・久恒啓一先生にお話を伺いました。

活用するために、必要なサービスや商品はどんなものが考えられるのでしょうか。

久恒:モバイルを使って、講演を流すチャンネルをつくるとか。時事解説があるだけでも、ガラッと違うでしょ。あるいは、健康のために歩く人が増えているので、目的地のひとつ手前の駅で降りて歩くコースを教えてくれるサービスもいいですね。名所や商店街の店なんかも紹介すれば降りてみようという人も増えて、街も賑やかになります。街の活性化のために、「ひと駅手前で降りましょう」という運動をやる手もあります。

お話を伺っていると電車に乗っている人をターゲットと考える方が新しいマーケットチャンスが生まれる気がしますね。

久恒:句の沿線情報を入れて「ちょっと寄ってみませんか」と呼び掛ければ、今後はますます健康コンシャスになりますから当然そういうマーケットはありますね。通勤でちょっと歩くということなら、継続できますし。朝に限らず、帰りに歩いてもいいですね。

ご自身の研究成果を凝縮した「知的生産手帳」に、毎日書き込まれる「個」の情報。プリンター内蔵のデジタルボラロイドカメラの画像を貼り込み、多角的に人生計画を「視覚化」する。



「個」の時間の充実を コンセプトにすれば、 トレインスクールも発想できる

通勤時間の充実のために、他にも駅や電車のできることはありますか。

久恒: メインのステーションには、駅の中に勉強会の施設を造るといいですよ。サラリーマンが、10人とか 20人で勉強会を開けるセミナールームです。例えば、15人限定のセミナーをやるけれど10人集まっている。そのとき、「今、フェイスブックの勉強会をやっています。あと5人分枠が空いているから安くできますよ」と呼び掛けたらみんなふらっと寄りますよ。東京駅や新宿駅のようなターミナル駅ならば、ニーズは膨大です。電車の乗り換えなんかぎりぎりに行くと間に合わないし、余裕を持って行くと時間ももったいない。その時間が使えるわけです。30分前に行って、セミナーがあったらきっと寄りますよ。駅だけでなく、電車の中で実際に勉強会をやってしまうのも面白いですね。なんなら、講師が電車で1時間くらいしゃべってもいいんです。グリーン車と同じ考え方で、プラスアルファで勉強代を払ってもらうとかね。

トレインスクールですね。今日の何時発の何号車はマーケティングですか。しかも、コンテンツサービスと対面の講義と両方やれますよね。それこそ、講演チャンネルを見る人もいれば、ライブで講義に参加する人もいるという。

久恒: 長い通勤時間が、むしろ人生を豊かにするチャンスなんだということになる。中距離的な所に住む方がいいということになって、郊外の活性化にもいいですね。電



車の中がいいのは、体が揺らぐので頭も揺らぐということ。テニスしたり、お風呂に入ったり、散歩なんかするとひらめくでしょ。体が動いているときじゃないと、頭は働かないんですよ。だから、電車の中は自分を磨くのに最高の場所なんです。個人を充実させるというのが時代のテーマなんですから、それを中心に考えると新しいアイデアがいっぱい出てくるんじゃないですか。

通勤を「個の時間」と捉えることで、新しいマーケットが生まれるということですね。どうもありがとうございました。



通勤時間「超」活用術
三笠書房/560円(税込)

通勤時間 ― 片道1時間としても、1週間で10時間、1年だと約500時間もの時間になる。この時間をただ漠然と過ごすのか、それとも「自分を高める」時間にするのか。通勤という“継続の力”を、人生の資源に変えるための気付きを与えてくれる一冊。

Ekisumer's Voice

「電車内のおとぎの過ごし方」聞いてみました。

会社の最寄り駅が近づいた頃から
会社に入るまでテンションのあがる曲を
聴き、オンモードに切り替える
(30代女性通勤者)

給料日にはグリーン車に
乗り、スタバのコーヒーとフードを
テイクアウトして、ゆっくりする
(30代女性通勤者)

朝、富士山が
見えるかどうかで
その日を占っている
(40代男性通勤者)

電車内で仕事の構想を練り、
会社に着いたらすぐ実行!
(40代男性通勤者)

携帯端末で
洋画を
観ながら
英語の勉強
(50代男性通勤者)

怪しまれない程度に人間観察。
どんなファッションが
流行っているのかな?みたいな
(10代男性通学者)

電車の中の
広告を自分の
頭の中で
英訳して勉強
(10代女性通学者)

帰宅途中で買うものや
その日の特価品を携帯で
チェック
(50代女性通勤者)

軽い足上げなどで
足を引き締める。
見た目
で
わからない
ダイエット
(10代女性通学者)

cookpad(料理サイト)
などを見ながら
その日の献立を考えます
(20代女性通勤者)

外の景色を見て
動体視力を
鍛えています
(10代男性通学者)

中吊り広告でトレンドの
キーワードなどを収集
(40代男性通勤者)

株や為替、
ネットオークションなどの副業
(20代男性通勤者)



「通勤通学ルネッサンス」とはやや大仰に聞こえるかもしれませんが、あながち間違いではないのではないのでしょうか。革命の先導者は言うまでもなくデジタル化です。「乗客は自由を手に入れた」とはこれもまた言い過ぎかもしれませんが、手のひら大のデジタル端末の普及が、制約の多い電車内時間を革命的に変えつつあります。私たちの調べによると、電車内時間に満足している人が半数を超えました。あくまで推測ですが、携帯電話にはじまり今に至るまでのデジタル革命が電車内満足度に少なからず影響を与えているものと考えられます。

通勤通学で鉄道を利用している首都圏生活者(東京駅70km圏)はおよ

そ1,800万人。乗車時間を仮に片道30分、往復1時間とすると1日の通勤通学時間はのべ1,800万時間、これを年に換算すると2,000年超になります。「目覚めはじめた」この膨大な時間を企業は活かさぬ手はないでしょう。

では、通勤通学者は駅や電車に今後何を求めるのか。無線LANなど通信環境の整備を求める声が多数寄せられた一方で、「打ち合わせスペース」や「ビジネスセミナー」などコミュニティ要素を求める声も散見されました。デジタル化により個の時間が充たされつつある中、次なるステージは新しいコミュニティの創造ということになるのかもしれませんが、「フューチャーステーション」の期待が高まります。

Vol.4



やまもと たかよ 1988年博報堂入社。コピーライター、博報堂生活総合研究所を経て、2009年より『女の欲望ラボ』代表に。専門は、女性の意識行動研究、富裕層研究など。近著に『女子と出産』（日本経済新聞出版社）、著書に『晩嬢という生き方』（プレジデント社）など多数。



ようこそ、山手線サファリパークへ。一番バッテリーは、渋谷谷と「サル山の小猿たち」。ハチ公前の広場で、待ち合わせしていたり、お化粧を直していたり、何か食べていたり、音楽聴いていたたり…。群れているけれど、みんな勝手に過ごしているさまがまるで「サル山」を見ているようです。

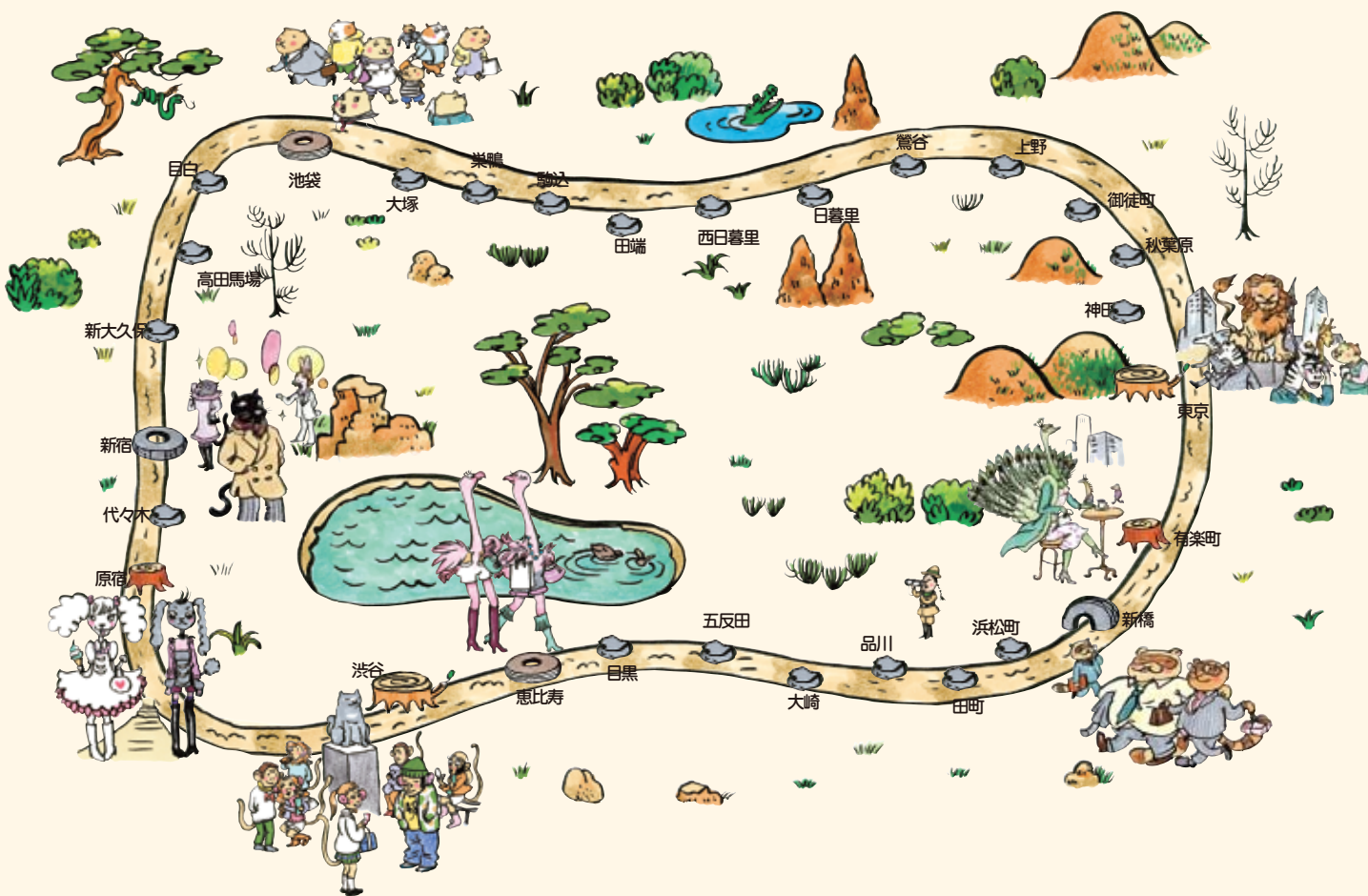


新宿駅は、「黒ヒョウ」です。前回「夜賑わって
 そうな駅」としても第1位だったように、どうや
 ら夜の街のイメージが強いようで、夜行性肉食
 動物が多く挙がりました。単独行動をし、決して
 群れない「黒ヒョウ」。渋谷とは違い、ちょっと
 クールで大人のイメージがあるようです。



行くとテンションが上がる、物価が高そうというイメージで1位だった恵比寿駅は、スタイル抜群の「お澄ましフラミンゴ」。お洒落して出掛けて、駅ビルで買い物して、ちょっと気取って歩く女子たちが思い浮かびます。女性たちが大好きな駅は、自分たちの姿を駅に投影させているのかしら。

Part 2



「山手線動物イメージ調査」について
調査対象:東京OL108人の「女の欲望ラボ」メンバー(20~40代)
調査時期:2010年10月
調査法:メール文通法(メールアンケート)



さすが都会の玄関、東京駅です。威風堂々。「百獣の王ライオン」とはそのものです。みんなをようこそと迎え入れ、それでいて守ってくれそうな、そんな雰囲気を持っています。群れを成すシマウマ(スーツ姿のサラリーマン)も通り過ぎていきますが、東京駅は、それらを優しく見守るのです。



有楽町は、銀座ともほぼ隣接し百貨店や高級ブランドショップが立ち並んでいます。そんなイメージから、「お高くとまっている孔雀」に決定。羽を広げた姿は、優雅に歩く品ある貴婦人を連想させます。行き交う人々は、群れることも化けることもなく、どうやらゴージャスな印象のようです。



巨大な迷路のような街である池袋を、「あちこち忙しく動き回るハムスター」と表現。のんびりというよりは、ちょこちょここと、他県からの乗降客も多く、ざわざわと朝から夜まで賑わっているイメージです。ハムスター、何匹いるんだろうか。普段着で行ける大都会という雰囲気もあるようです。



お洒落のメッカ、原宿は「かわいく、いかようにも化けられるトイブードル」です。確かに原宿駅は、ファッションに目覚めた、髪型も服装も決めた若い男女であふれています。お化粧も決め過ぎて、素顔はいったいどんなだろうと思うこともしばしば。七変化のトイブードルとは言い得て妙。



日が暮れて、高架下の飲み屋さんをのぞいたら、
いたいた「ほんわか狸」たち。新橋といえば、会社
帰りに立ち飲み屋さんで、焼き鳥を食べながら一
杯ひっかけのお父さんたちの姿が思い浮かびま
す。派手さはないけれど、ほんとに安心する新橋駅。
今夜は、ほんわか狸に会いに行こうかな、なんて。

エキショップ close up

・・・ 2k540 AKI-OKA ARTISAN / ニーケーゴヨシマル アキオカ アルチザン

高架下を有効活用し、ヒト、モノ、コトを結ぶ ものづくりの情報発信地

7



無機質なデジタルギアに木のぬくもりをプラスした「Hacoa」のフルホーボードとアニマルUSB。一番人気はi Phoneケースとか。レーザー刻印で名前やイラストを入れ、自分だけのオリジナルを作ることができます。

エキナカや駅のファッションビルなどでショッピングを楽しむ消費者たち。わたしたち駅消費研究センターは、そんな人たちを“エキシューマー”と名付け、さまざまな視点から研究しています。

EKI
[駅]
+
CONSUMER
[消費者]
=
EKISUMER
[エキシューマー]



編集を終えて

昨年12月のスマートフォン(多機能携帯電話)販売台数が、携帯全体の約半分に達したという記事を目にした。どうりで電車内で目にする機会が増えたわけだが、今後私たちは、このとんでもなく便利で愉快な代物とどう付き合っていけばよいのか。まもなく半世紀を迎える私にとっては、楽しみではあるが、一方で不安を覚えずにはられないのも現実だ。

Twitterをやっと覚えたと思ったら、今度はFacebook。登録はしてみたものの、機能の半分も、いや4分の1も使っていないのが現実ではないだろうか。あきらめるには若すぎるが、使いこなすには……。誰にも聞けないので、電車の中でFacebookのハウソー本を熟読する。

ぜひ、“トレインスクール”で使いこなす術を学びたいものだが、いったい来年の今頃は、何が必須になっているだろうか。(H.K)



【発行】**Jeki**
駅消費研究センター

【発行責任者】岩淵弘之
(株式会社ジェイアール東日本企画 常務取締役)

【編集責任者】加藤肇
(株式会社ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター長)

【編集委員】深井基弘 中里崇悠 仲田純一

【お問い合わせ】03-5447-0991

【URL】<http://www.jeki.co.jp/ekishoken/>

【制作】
プロジェクトディレクター 坂野泰士
(有限会社シンブル研究所)

編集 小林英明 仲出川雅士 古川小百合
(株式会社レマン)

デザイン 山澤紳一郎 川西成信
(株式会社レマン)

印刷 株式会社静和堂

JR山手線の秋葉原駅と御徒町駅間の高架下に、昨年12月、“ものづくり”をテーマにした新業態の商業施設「2k540 AKI-OKA ARTISAN」がオープンしました。ARTISAN(アルチザン)とは、フランス語で職人の意味。その名の通り、工房とショップがひとつになった、ものづくりの情報発信地です。

「もともと、御徒町周辺は江戸の文化を伝える伝統工芸職人の街で、現在もジュエリーや革製品を扱うお店が数多く集まっています。駐車場や倉庫として使われ、暗いイメージだった高架下を再開発しようという計画が持ち上がったとき、そうした地域の特性を生かしたものづくりの街にしようということになり実現しました」と語るのは、企画開発に携わった株式会社ジェイアール東日本都市開発の葉山えりなさん。

すでにオープンしている32店のうち、24店が初出店。メーカーや職人さん、デザイナーなど、これまでは専門店やセレクトショップから依頼を受けて商品を制作していたものづくりのプロが開いたお店です。ジャンルも、実にさまざま。ジュエリーに帽子、テキスタイル、革製品、木製雑貨、傘、焼き物、家具に伝統工芸品など、個性豊かで魅力あふれるショップが並んでいます。出店している方々に

話を聞くと決まって返ってくるのが「お客さまの声をじかに聞き、商品にフィードバックできるのが一番の魅力」とのこと。工房という形態をとっているので敷居が低く入りやすいのか、ジュエリーショップでもふらっと立ち寄るスーツ姿の男性客が多いそうです。

「当初は、20～30代ぐらいの女性をメインターゲットにしていたのですが、実際にオープンしてみると予想以上に幅広い年齢層の方にご来店いただいています。平日は比較的中高年の方が中心ですが、周辺にオフィスがあるのでスーツ姿の男性やOLさんも目立ちます。また、土日の昼間は家族連れ、午後は男女のカップル、外国人観光客も多いですね」と、2k540運営推進センターの宮森康友所長は顧客を分析。常に人の流れがある駅前と比べると決して優位な立地とはいえませんが、秋葉原の歩行者天国から高架下へ、少しずつ人の流れが変わってきていることを実感しています。

エキナカが点なら2k540は面の戦略。今後は、さらに認知度を上げ、地域と連携しながら一緒に魅力あふれる街づくりに貢献していきたいと言う宮森所長と葉山さん。今年の秋には第二期工事も終わり、17のショップが新たにオープン。ものづくりをキーワードにしたスクールやお客さま参加型のイベントも増やして、2k540を盛り



1. 将来は他のショップとのコラボにも挑戦してみたいと夢を語ってくれた「ikhtart(イフティアート)」の金川将宏さん(左)と林めぐみさん(右)。



2. 電源、Wi-Fi、iPad完備、2k540の情報発信基地の役割も担う「Café ASAN(アサン)」。ハンモックに揺られてのんびりパソコンが楽しめます。

3. 福井県にある越前漆器の木地メーカーが手掛ける木製雑貨ブランド「Hacoa(ハコア)」の直営第1号店。店長の岡山拓也さんもデザイナー。

4. 「Aki-okaジュエリー工房」の野口俊介さんは、コミュニティーの中心的存在。ものづくりにこだわる2k540の仲間がいつもここに集まり、店舗間の交流も深まっています。

