当社独自調査に基づく考察

最新調査より

「池袋」駅と街の利用に関する調査

Introduction ——— クローズアップ「池袋」

4社あわせて1日約258万人が行き交う巨大駅

池袋駅は、当社の乗降人員第1位のターミナル駅ですが、西武線の他にも、東京メトロ、JR 東日本、東武鉄道の各社の駅の集合体でもあります。全体の1日平均の利用者数は約258万人。2014年度の各社の1日平均乗降人員数は下記の通りで、民鉄各社が50万人前後、JR 東日本は乗車人員での発表のため乗降人員では100万人以上に上ると見られ、順位でもJR 東日本の2位以外はそれぞれ自社線の1位となっています。

■ 各社の1日平均乗降人員数(2014年度) ※JR東日本のみ乗車人員

西武鉄道	478,545人	(西武の駅では**第1位**)
東京メトロ	529,698人	(東京メトロの駅では**第1位**)
JR東日本	549,503人※	(JR東日本の駅で新宿駅に次いで**第2位**)
東武鉄道	472,132人	(東武の駅では**第1位**)

西武鉄道の池袋駅がリニューアル!

池袋駅のリニューアル工事が、2016年春にいよいよ完成予定です。
あらたな池袋駅がお客さまに希望と感動を与える存在でありたいとの思いから、光かがやく太陽をモチーフに、当社沿線における代表的なイメージである「自然環境」、そして東京の3 大副都心ターミナルであり西武グループの重要拠点でもある池袋駅の「ターミナル性」、それぞれから導き出された“自然性"と“都市性"の二面性の複合をコンセプトとしています。

■ 「太陽」をモチーフとした求心性のある空間が誕生

駅の中心となる1階改札付近には、「太陽」の光をガラスと照明で表現した吹き抜け空間が誕生。さらに一部の天井では金属パネルと照明を組み合わせ、“太陽のこもれび"を表現しています。また、新しいLCD式列車案内表示器を設置し、電車の行先や発車時刻の他に、沿線・催事のご案内なども分かりやすく表示しています。

太陽をモチーフにした、1階改札外コンコース

■ 明治通り側から望む「東口駅名サイン」が新たな顔に

1階東口の駅名サインは、柔らかな曲線と照明により夜でも目を引き、シンプルでありながら力強いデザインで、明治通りの新しい顔となりました。

1階東口の駅名サイン

■ 大迫力の「スマイル・ステーションビジョン」

1階・地下1階コンコースにおいて、広告用の大画面デジタルサイネージ「スマイル・ステーションビジョン」を日本最大級(一駅あたりの設置面数)の合計112面導入しました。うち39面は4K対応です。動画や静止画が放映できる従来のデジタルサイネージの機能にあわせ、音声の出力も可能となり、迫力のある空間を演出することができます。

大画面デジタルサイネージ「スマイル・ステーションビジョン」(地下1階)

最新調査より

当社独自調査に基づく考察

「池袋」駅と街の利用に関する調査

調査概要

調査対象者	1都3県(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県)に居住する男女16～69歳 新宿駅・西武新宿駅、渋谷駅、池袋駅、東京駅、横浜駅、品川駅、秋葉原駅、上野駅・京成上野駅、新橋駅のいずれかを1ヶ月に1回以上の頻度で利用
調査方法	インターネット調査
調査期間	2016年1月21日(木)～1月26日(火)
調査会社	(株)日経リサーチ
有効回答数	1,718人

池袋駅利用者と池袋駅以外利用者が同数程度となるよう回収を行い、複数駅利用者は利用頻度の高い駅について回答してもらった。

※池袋以外の駅は、新宿駅・西武新宿駅、渋谷駅、東京駅、横浜駅、品川駅、秋葉原駅、上野駅・京成上野駅、新橋駅を性年代別に均等回収。特に利用路線の指定はしていない。

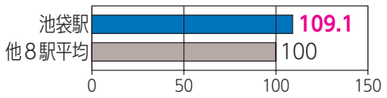
		池袋駅利用者	池袋駅以外利用者
男性	16～29歳	104	105
	30～39歳	107	110
	40～49歳	111	108
	50～69歳	101	105
女性	16～29歳	104	100
	30～39歳	108	111
	40～49歳	109	115
	50～69歳	114	106
合計		858	860

◆インデックス指標について

インデックス指標とは、池袋を除く他の8駅利用者平均を100とした時の池袋駅利用者の割合。インデックス指標が100を超え、数値が大きいほど他の8駅に比べて優位。本報告書では、池袋駅利用者または池袋来街者がn20以上で、有意差があるもののみ掲載。

[インデックス指標の計算方法]

$$\text{インデックス指標} = \frac{\text{池袋駅利用者のスコア}}{\text{他8駅スコア平均}} \times 100$$



まとめ

1 リニューアルの評価

▶西武池袋駅リニューアルは利用者に好印象　▶明るさ、清潔感が増し、広告接触も増加

2 池袋駅利用者の特徴

▶東西南北に広く、地下通路でつながる池袋駅構内は、駅の通り抜けが多い
他路線利用者でも、西武鉄道エリアの広告を視認している可能性は高いと推察される

▶駅での広告視認経験は、検索や家族・友人などとの話題にする等の行動につながっている
他駅利用者に比べ、実際に施設を訪れたり、SNSへ書き込む人が多く、駅直結施設の充実や情報収集意識の高さによるものと考えられる

3 池袋来街者の特徴

▶レジャー、ショッピング、飲食が充実した活気のある街

▶西武池袋本店やサンシャインシティのような複合施設から専門店まで、幅広く利用されている

▶動画、映画、アニメ・マンガなどへの関与が高い

4 池袋エリア居住者数の推移

▶池袋周辺人口は5年間で1万5千人増加。訪れる街だけでなく、”暮らす街”としての一面も

5 池袋駅利用出口別利用者の特徴

▶利用者の半数が東口を利用、女性30代以下が目立つ

▶若者が多いパルコ、サンシャインシティから、40～50代が多い西武百貨店まで、幅広い年齢層が利用

池袋とは…

▶ショッピング・レジャーから最新スポットまで、
幅広い年齢層に開かれた何でも揃う活気のある街

▶近年は目まぐるしく進化する街として利用者の期待も高まる

次のページより、1～5についてご紹介します。

最新調査より

当社独自調査に基づく考察　「池袋」駅と街の利用に関する調査

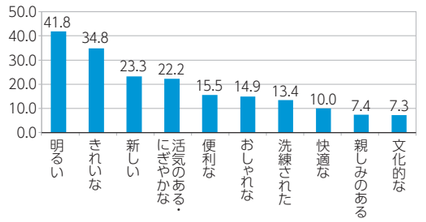
1 リニューアルの評価

1. リニューアル後の画像提示による西武池袋駅の印象、以前と比べた西武池袋駅の印象

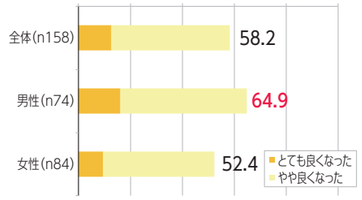
▶リニューアルした西武池袋駅の印象は「明るい」「きれい」

▶西武池袋駅利用者の約6割が以前より印象が良くなり、特に利用頻度の高い男性の評価が高い

◆リニューアル後の画像提示による西武池袋駅の印象(%)
(調査回答者全員 n1,718)



◆以前と比べた西武池袋駅の印象(%)
(西武池袋駅利用者 n158)

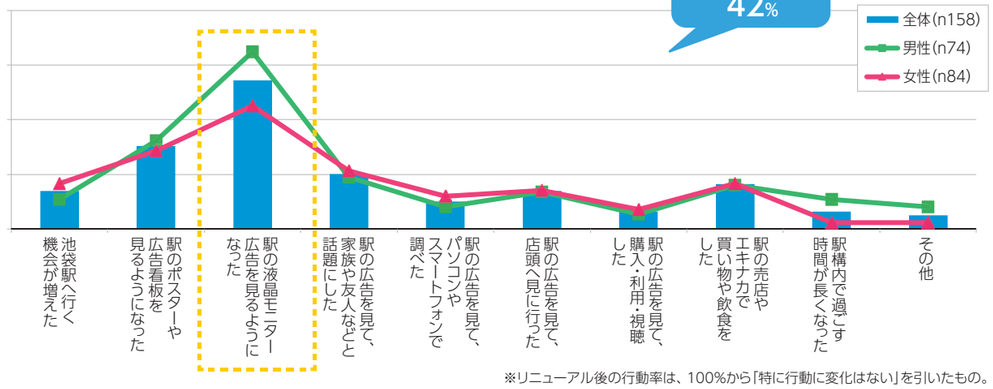


2. 西武池袋駅リニューアル後の行動変化

▶西武池袋線池袋駅利用者のうち、リニューアル後約4割の行動が変化

▶「液晶モニター広告を見るようになった」が最も多く、特に男性が顕著

◆池袋駅の印象(%)(池袋駅利用者 n858)



※リニューアル後の行動率は、100%から「特に行動に変化はない」を引いたもの。

3. 池袋駅利用の印象(利用路線別)

▶リニューアルによる変化や活気の良さを挙げる声が多い

池袋駅利用の印象(西武鉄道・JR・東京メトロ・東武鉄道等の池袋駅利用者n829の自由回答を抜粋)

西武線利用者

- 駅全体が綺麗で清潔さが保たれてる(男性29歳以下)
- 最近ちょっとずつ綺麗になってきている。(男性30歳代)
- 人が多くて、お店も多くておしゃれな駅。(男性30歳代)
- 最近電子パネルなどデジタル化が進んでいる(男性40歳代)
- 若い人からお年寄りまでたくさんの人がいる。(男性40歳代)
- **最近、リニューアルして一階も地下もお洒落な雰囲気になってきたので気分が良い。**(男性50歳以上)
- **西武池袋駅がきれいになって良かったと思います。ディスプレーも見やすくなりました。**(男性50歳以上)
- 若い人が多く、アニメの看板などが多くにぎわっている。若い女性が多い。(女性29歳以下)
- 乗り換え駅のイメージ。**以前よりも綺麗になり、利用しやすくなった。**ビジネスパーソン、若者が多い。人が多い。(女性30歳代)
- 最近エリア内がキレイになり、新店舗もオープンし、おしゃれな感じになってきた。活気があり、**通過するエリアから滞在するエリアに変化した。**(女性40歳代)

他路線利用者

- **活気**があり、たくさんの人で溢れていることを実感する(男性29歳以下)
- 多くの路線が通っていてにぎやかなターミナル駅である。(男性30歳代)
- 最近急速に変わってきたが、使いやすくなってきた。(男性40歳代)
- **幅広い年齢層**がいて安心できる(男性50歳以上)
- ディープな飲食店やお店が多い。エリアによりいる人が違う。地下道が発達していて、**目的地の近くまで行ける。**(女性29歳以下)
- **水族館やアニメの広告**などがあり、出口に近付くとわくわくする事が多い(女性30歳代)
- 人が多く活気がある。駅ナカにいろいろなお店があり、**デパートに直結**していて便利。(女性40歳代)
- 子どもも若い人も年配者も、**いろいろな世代の人**が多く、活気がある。(女性50歳以上)
- 多くのデパートや店が多く便利。人が多く活気がある。多くの鉄道が集まっていていろんな場所に行けて便利(女性50歳以上)

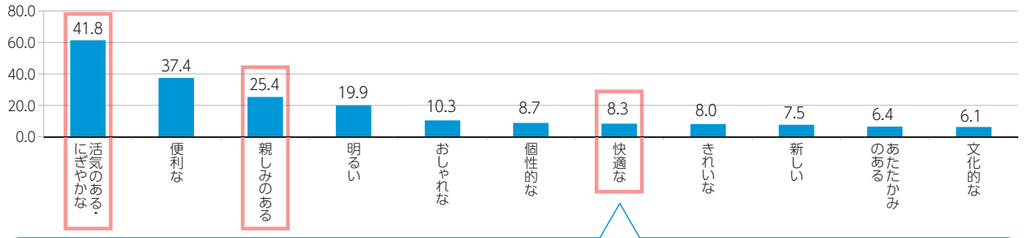
最新調査より

2 池袋駅利用者の特徴

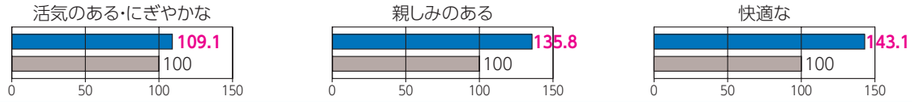
1. 池袋駅の印象

▶池袋駅利用者の印象は、「活気のある・にぎやかな」が圧倒的
▶他駅に比べ、「活気・にぎやか」「親しみ」「快適」という印象が強い

◆ 池袋駅の印象(%)(池袋駅利用者 n858)



◆ Index値(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)

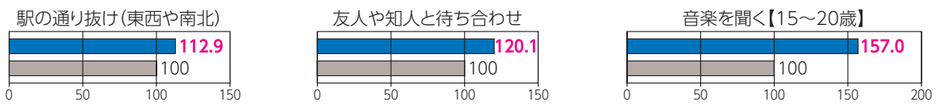


2. 駅構内での行動

▶池袋駅利用者の約半数が駅のポスター・看板を視認
▶他駅利用者に比べ、「駅の通り抜け」「待ち合わせ」が多く、29歳以下では「音楽を聴く」が多い

◆ 池袋駅の印象(%)(池袋駅利用者 n858)

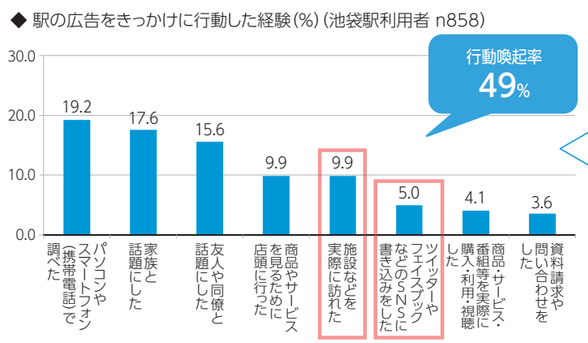
◆ Index値(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)



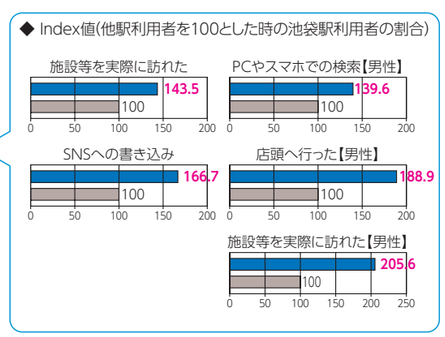
3. 駅の広告をきっかけに行動した経験

▶約半数が広告をきっかけに行動した経験があり、「PC・スマホでの検索」「家族や友人と話題にした」など
▶他駅利用者と比べ、「施設等を実際に訪れた」「SNSへの書き込み」が多く、男性では検索や店頭・施設を訪れた経験が多い

◆ 駅の広告をきっかけに行動した経験(%)(池袋駅利用者 n858)



◆ Index値(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)



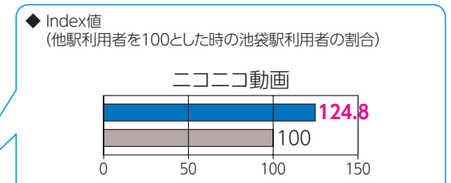
4. 普段の情報接触や消費行動

▶池袋駅利用者が閲覧しているアプリ・サイトはYouTubeやLINEなど。他駅利用者に比べ、ニコニコ動画の閲覧が多いのが特徴
▶興味関心分野は食や旅行など。他駅利用者に比べ、アニメ・マンガへの関心層が多い

◆ 池袋駅利用者がスマホ・携帯・タブレットで閲覧しているアプリ・サイト TOP20(%)
(池袋利用者のうちスマホ・携帯・タブレットを利用する人 (n804)

1	YouTube	55.0
2	LINE	51.9
3	楽天市場	45.5
4	amazon.co.jp	44.9
5	Yahoo!ニュース	42.2
6	Face book	37.1
7	Twitter	35.9
8	ゲーム(無料)	33.6
9	ぐるなび	32.8
10	食べログ	31.8
11	Yahoo!ショッピング	22.6
12	ニコニコ動画	20.9
13	Instagram	14.1
14	日本経済新聞電子版	11.6
15	Google+	10.3
16	グノシー、antenna、SmartNews以外のニュースアプリ	9.7
17	Googleニュース	7.8
18	SmartNews	7.7
19	ZOZOTOWN	7.6
20	朝日新聞デジタル	7.3

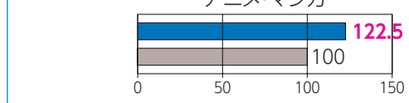
◆ Index値
(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)



◆ 池袋駅利用用者の興味・関心心のある分野(%)
(池袋利用用者 n858))

1	食	58.6
2	旅行	51.0
3	エンターテインメント	43.2
4	ショッピング	41.7
5	健康	40.6
6	ファッション	37.6
7	美容	26.0
8	スポーツ・アウトドア	25.6
9	アニメ・マンガ	23.4
10	文化教養	18.6
11	マネー情報	18.2
12	自己啓発・学習	17.5
13	コンピューター・テクノロジー	16.0
14	ビジネス・経営	15.5
15	住宅・インテリア	15.2
16	車	14.6
17	ペット	12.8
18	住まいと家族	10.6

◆ Index値 (他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)

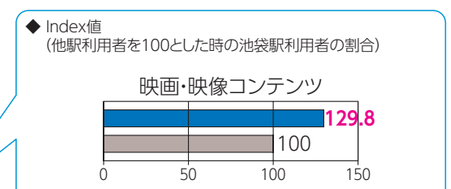


▶普段お金をかけているのは、興味関心の高い食や旅行など。他駅利用者に比べ、映画・映像コンテンツへの消費が多い

◆ 池袋駅利用者が普段特にお金をかけているものTOP20(%)
(池袋利用者 n858)

1	外食・グルメ	38.5
2	旅行	30.8
3	ファッション(服、靴、宝飾品など)の購入	27.7
4	書籍・雑誌・新聞の購入	25.8
5	お酒	22.7
6	食材	19.5
7	人付き合い(贈答品の購入を含む)	18.1
8	音楽(CD、DVD、配信サービスなど)	16.7
9	映画・映像コンテンツ	16.1
10	音楽(グッズ・コンサート)	12.9
11	スポーツ観戦	10.7
12	スポーツする	9.4
13	仕事上、役立つ勉強・資格取得	7.5
14	エステ・ダイエット	7.2
15	アプリやインターネットサービスの利用	6.8
16	子供の教育・習い事	6.6
17	その他美容関連	6.4
18	ITデバイス(スマートフォン除く)	6.1
19	コレクション(ジャンル不問)	5.9
20	ギャンブル	5.8

◆ Index値
(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)



普段の情報接触や消費行動の特徴

▶他駅利用者に比べ、動画や映画・映像、アニメ・マンガ分野への関与が高い
▶男性では、ビジネスやショッピングへの関心、情報収集意識の高さが特徴
▶29歳以下ではファッションへの関与も高い

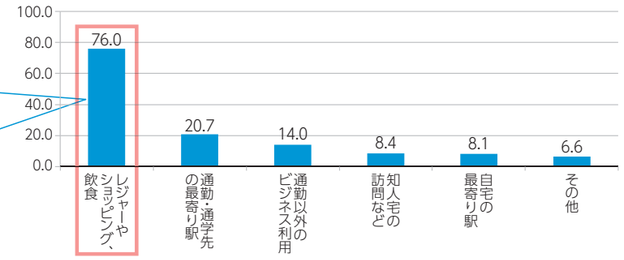
最新調査より

3 池袋来街者の特徴

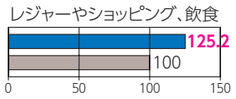
1. 池袋を訪れる目的

▶池袋を訪れる目的は、「レジャー・ショッピング・飲食」が圧倒的で、他の街への来街者と比べても多い

◆ 池袋を訪れる目的(%)(池袋来街者 n837)



◆ Index値
(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)

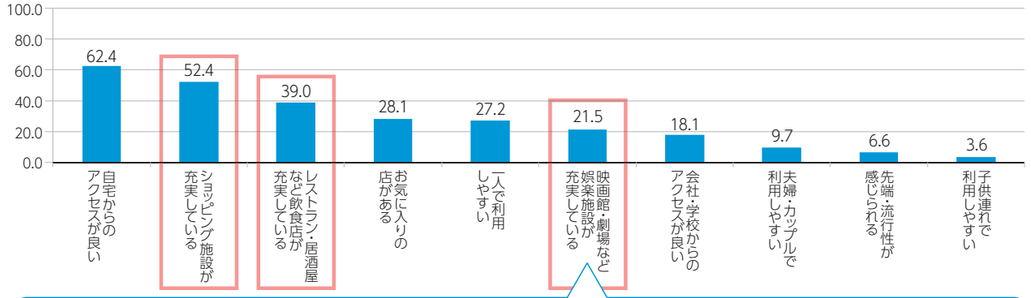


2. レジャー・ショッピング・飲食のために池袋を選んだ理由

▶池袋を訪れる目的は、アクセスの良さやショッピング施設の充実

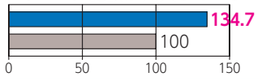
▶他の街に比べ、ショッピング施設、飲食店、娯楽施設の充実を挙げる人が多い

◆ レジャー・ショッピング・飲食のために池袋を選んだ理由(%)(池袋来街者のうち、レジャー・ショッピング・飲食目的の人 n636)

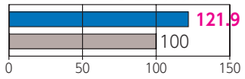


◆ Index値(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)

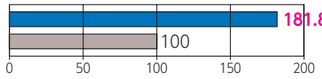
ショッピング施設が充実している



レストラン・居酒屋などが充実している



映画館・劇場など娯楽施設が充実している

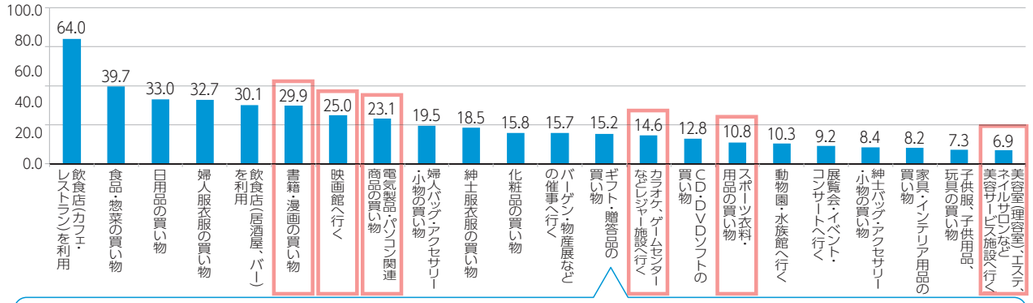


3. 池袋でしていること

▶飲食店の利用が圧倒的

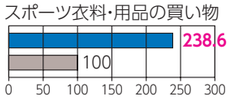
▶他の街と比べ、スポーツ用品・書籍・家電の買い物、レジャー施設・映画館・美容室などの利用が目立つ

◆ 池袋でしていること(%)(池袋来街者 n837)



◆ Index値(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)

スポーツ衣料・用品の買い物



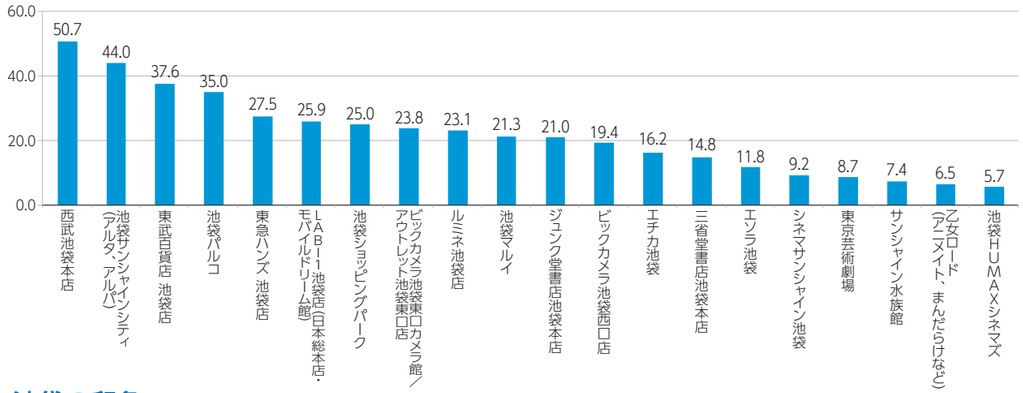
- 動物園、水族館へ行く (285.7)
- **スポーツ衣料・用品の買い物 (238.6)**
- **カラオケ、ゲームセンターなどレジャー施設へ行く (221.9)**
- **美容室(理容室)、エステ、ネイルサロンなど美容サービス施設へ行く (200.0)**
- 紳士バッグ・アクセサリー・小物の買い物 (167.3)
- **映画館へ行く (164.9)**
- 婦人バッグ・アクセサリー・小物の買い物 (154.5)
- 婦人服衣服の買い物 (154.1)
- 紳士服衣服の買い物 (147.2)
- 化粧品の買い物 (141.3)
- **書籍・漫画の買い物 (138.6)**
- 日用品の買い物 (138.2)
- **電気製品・パソコン関連商品の買い物 (138.0)**
- ギフト・贈答品の買い物 (135.8)
- バーゲン・物産展などの催事へ行く (131.9)
- 食品・惣菜の買い物 (113.5)

4. 池袋で訪れた場所

▶約半数が西武百貨店を利用

▶家電量販店や書店など、専門店の利用も多い

◆ 池袋で訪れた場所(3カ月以内)(%)(池袋来街者 n837)

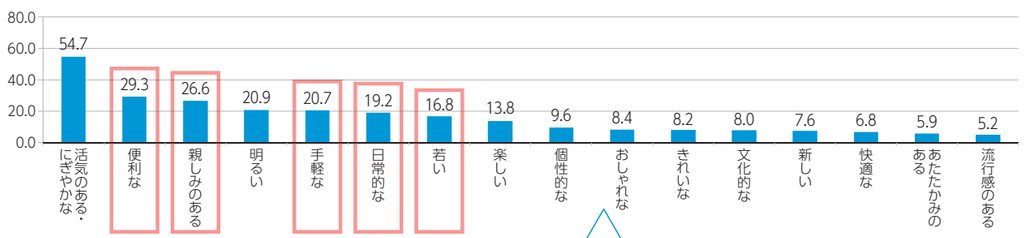


5. 池袋の印象

▶池袋の印象は、「活気のある・にぎやかな」が圧倒的

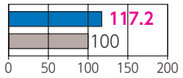
▶他の街に比べ、日常的に訪れやすい街として認識されており、”若者の街”との印象も

◆ 池袋の印象(%)(池袋来街者 n837)

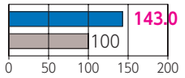


◆ Index値(他駅利用者を100とした時の池袋駅利用者の割合)

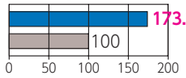
便利な



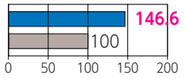
親しみのある



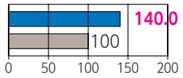
手軽な



日常的な



若い



6. 池袋の印象(自由回答)

▶“学生の街”から幅広い世代が利用できる、何でも揃う街へ

▶東西南北エリアの違い、古さと新しさの混在が魅力

池袋の印象(池袋来街者n837の自由回答を抜粋)

- 老若男女とわずに活気のある多様性のある街という印象(男性29歳以下)
- 洗練されたものから雑多なものまで**一か所に全て集まった飽きない町**(男性30歳代)
- 新しい街に生まれ変わろうとしている最中である。10年後が楽しみであるし、可能性がある。**街が広がる可能性が都内で一番高い**かもしれない。(男性40歳代)
- 庶民的な街でありながら、高級品を扱う店舗もあり飲食店も多く、その街でほとんどの目的が満たされる。(男性50歳以上)
- 西武池袋沿線に住んでいるせいか、新宿・渋谷より愛着、安心感を覚える。また、**東口と西口**の街感に多少の文化の差があり、楽しい街だと思っている。(男性50歳以上)
- 遊ぶところも買い物をするところもそろっていて、一日を過ごしやすい。また、洋服などからアニメグッツも買い物できるので、**池袋のみで用事が済む**。(女性29歳以下)
- **古さと新しさ**が混在していて、若者のカルチャーが浸透している(女性30歳代)
- 買いたいものは何でもそろう。大きな本屋があって利用しやすい。子連れでも利用しやすい施設が多い。(女性30歳代)
- 若い人向けの物が多いので、価格帯が他の都心に比べて低い。飲食店と本屋が充実しているので、**エリアに迷ったら池袋を選ぶ**ことが多い。(女性40歳代)

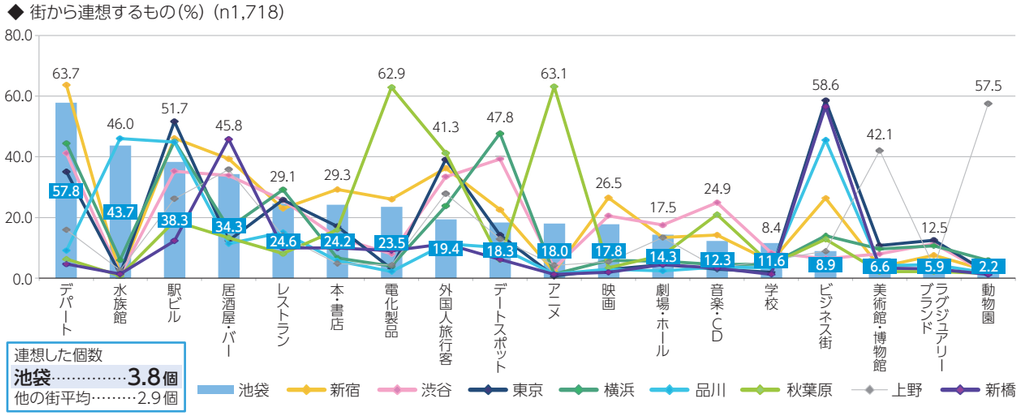
最新調査より

3 池袋来街者の特徴

7. 街から連想するもの

▶“池袋”から連想するものは、「デパート」「水族館」「駅ビル」など
▶他の街に比べ、幅広いイメージを持たれていることが特徴

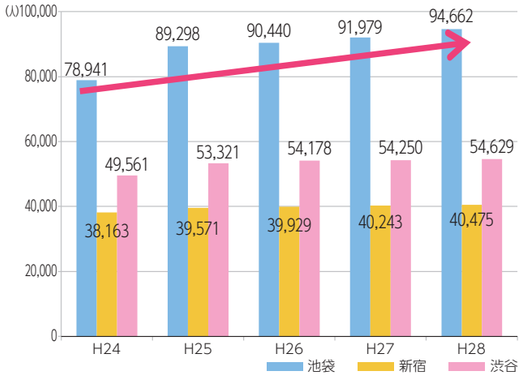
◆ 街から連想するもの(%) (n1,718)



4 池袋エリア居住者数の推移

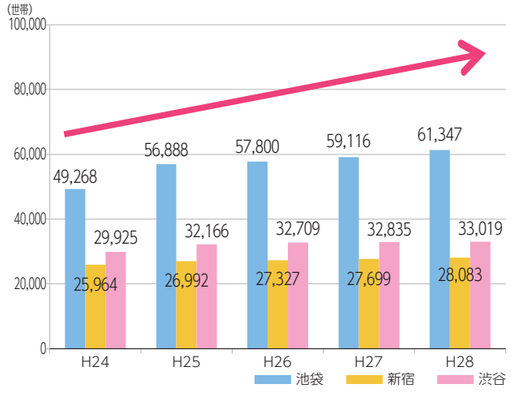
池袋エリア居住者数の推移(住民基本台帳より)

▶池袋駅周辺の人口はここ5年間増加傾向
5年前に比べ、1万5千人増加
新宿・渋谷と比較しても圧倒的なボリューム



池袋エリア世帯数の推移(住民基本台帳より)

▶池袋駅周辺の世帯数もここ5年間増加傾向



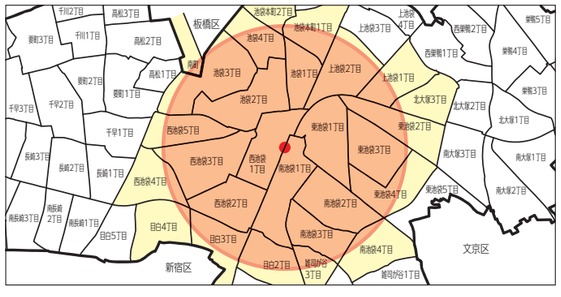
居住者数、世帯数とも、池袋・新宿・渋谷各駅から1km圏内に含まれる町丁目の人口数と世帯数を集計。

豊島区ホームページ　住民基本台帳による町丁別世帯と人口……http://www.city.toshima.lg.jp/070/kuse/gaiyo/jinko/toke-02/029571/1506261528.html
新宿区ホームページ　住民基本台帳人口　町丁別年齢(5歳階級)別人口…http://www.city.shinjuku.lg.jp/kusei/file02_00026.html
渋谷区ホームページ　住民基本台帳・外国人登録による人口……https://www.city.shibuya.tokyo.jp/data/statics/tokei/02jinko.html
板橋区ホームページ　町丁目別世帯数・人口表……http://www.city.itabashi.tokyo.jp/c_kurashi/012/012103.html
目黒区ホームページ　町丁別世帯数および人口表……http://www.city.meguro.tokyo.jp/gyosei/tokei/tokei/jinko/setaisu/index.html
港区ホームページ　町丁目別人口・世帯数(住民基本台帳に基づく) .....http://www.city.minato.tokyo.jp/toukeichousa/kuse/toke/jinko/chocho/index.html

池袋エリア居住者数の推移(池袋エリアの定義)

▶池袋駅を中心に半径1km圏内に
含まれる町丁目

・北大塚3丁目　・池袋1～4丁目
・上池袋1～2丁目　・池袋本町1～2丁目
・東池袋1～4丁目　・雑司が谷3丁目
・南池袋1～4丁目　・目白2～4丁目
・西池袋1～5丁目　・板橋区南町



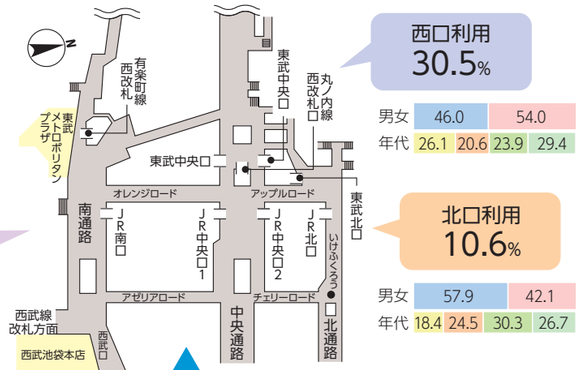
最新調査より

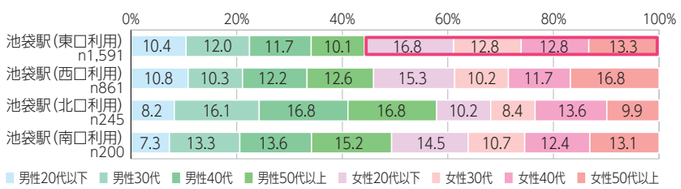
5 池袋駅利用出口別利用者の特徴

1. 利用出口別　性年代特徴

▶池袋駅利用者のうち、約半数が東口を利用
▶東口利用者は女性、30代以下の多さが目立つ

※※日経リサーチ「首都圏センサス」より
池袋駅のべ利用者の利用出口割合
(乗り換え利用は除く)
*性・年代の割合はのべではない。





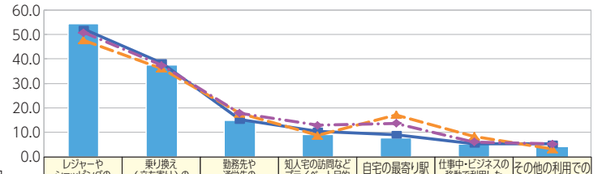
▶東口利用者は女性30代以下の多さが特徴的
▶対照的に北口は男性(特に40代以上)が多い

※日経リサーチ「首都圏センサス」より

2. 利用出口別　利用目的比較

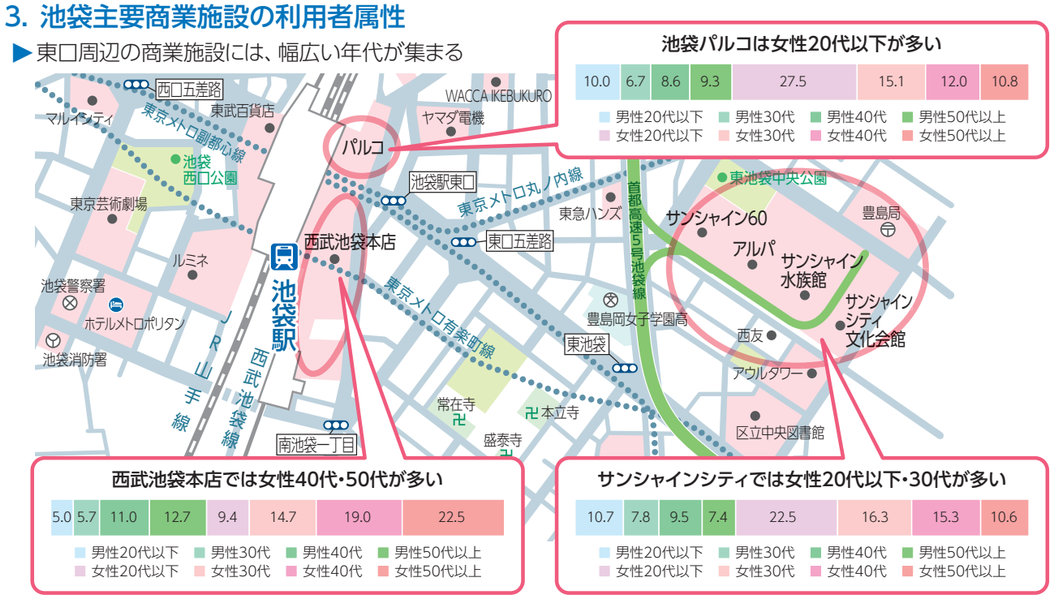
▶東口利用者は、「レジャー・ショッピング」が多い

※日経リサーチ「首都圏センサス」より



◆ 出口別　駅の利用目的

	レジャーやショッピングの目的駅	乗り換え(立ち寄り)のために利用した駅	勤務先や通学先の最寄駅・到着駅	知人宅の訪問などプライベート目的での目的駅	自宅の最寄り駅・出発駅	仕事中・ビジネスの移動で利用した目的駅	その他の利用での目的駅
池袋駅(東口利用)	54.4	37.4	14.8	9.1	7.8	5.3	3.8
池袋駅(西口利用)	52.1	38.4	15.2	10.4	9.1	5.4	5.3
池袋駅(北口利用)	47.6	36.1	17.7	8.7	17.1	8.4	3.2
池袋駅(南口利用)	50.7	37.3	17.8	12.9	13.7	6.1	5.3

3. 池袋主要商業施設の利用者属性

▶東口周辺の商業施設には、幅広い年代が集まる