

特集

鉄道事業の永続性

〔活力ある沿線コミュニティを支える〕

REPORT I



上／聖蹟桜ヶ丘駅、南側の丘陵地に広がる住宅地
右／住宅地造成が終わったばかりの頃（1965年）



京王電鉄株式会社
総合企画本部
事業推進部
沿線価値向上担当 課長

浅野 正喜

Masaki ASANO

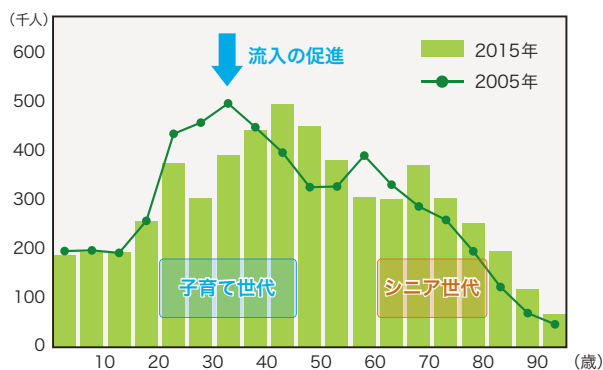
若いファミリー層に向けては子育てしやすい沿線づくりを、高齢者層に対しては安心して暮らせる沿線づくりを。少子高齢化が進む中、京王電鉄では、ふたつの目標を打ち出し、沿線価値向上のための取り組みを続けている。住む街、住みたくなる街、住み続けたい街——沿線の暮らしを支えるさまざまなサービスを整備し、住民とともに愛着の持てる沿線づくりを目指す。沿線価値向上のための事業として立ち上げられた生活サポートサービス「京王はつとネットワーク」とクチコミ情報サイト「街はぴ」を取材した。

沿線の暮らしを支え、
活力ある
沿線コミュニティを
つくる。

文●茶木 環（ジャーナリスト） 撮影●織本知之

沿線自治体 人口構成予想

[沿線4区6市の年代別人口予想 (2005年～2015年)]



「沿線では高齢者世帯の増加、若い子育て世代の減少が危惧されている。沿線価値の向上は当社が常に目指し、取り組み続けてきたことだが、新しい視点、新しい発想による取り組みが必要だった」と、京王電鉄株式会社

沿線価値とは生活そのもの

2005年10月、京王グループは、CFT(クロス・ファンクショナル・チーム)を立ち上げた。メンバーは、中堅・若手社員およそ100人。その目的は、これから取り組むべき「沿線価値向上」のコンセプト策定と施策の立案だ。少

子高齢化が進む中、沿線価値の向上に向けて何をすべきか、どのように取り組んでいくべきか、議論と検討を開始する。

総合企画本部・事業推進部・沿線価値向上担当の浅野正喜課長は説明する。

京王沿線の4区6市の年代別人口予想では、05年と比較して10年後の15年には20～40歳の子育て世代が減少し、団塊世代の高齢化によりシニア世代が増加するという結果が出ている。

増加する高齢者世帯とは、50年代半ばから70年代初めにかけて、京王電鉄をはじめ、沿線各地で開発・分譲された住宅地に住む世帯だ。入居時には子育て世代だった世帯が、子どもたちの巣立ちの後、高齢者夫婦世帯や単身世帯に変化している。

「これらの住宅地にお住まいの皆さまは、京王沿線に深い愛着を持って生活されている。そうした方々にとって、沿線の価値とは日々の生活そのものなのではないか。長くお住まいの高齢のお客さまにわれわれができること——それは生活の利便性を確保して差し上げること、安心して沿線に住み続けるために必要なサービスを提供することではないかと考えた。暮らしやすく便利で安心な沿線は、子育て世代の流入にもつながる」

CFTが打ち出したその方向性について、浅野課長は説明する。

高幡不動産モデル地区として

07年3月、高幡不動産・京王高幡ショッピングセンターのグランドオープン

と同時に、CFTによる企画を具体化した「京王ほっとネットワーク」が開設された。

「京王ほっとネットワーク」とは京王グループが提供する生活サポートサービスの総称であり、サービス拠点としての店舗名だ。

「高幡不動産は、高台の住宅地の高齢化が進む一方で、近年、駅周辺にはマンションも多く建築され、子育て世代も多く居住している。ここでお客さまのニーズが、沿線の生活利便性向上のヒントにつながると考えた」と浅野課長。

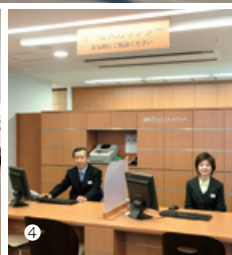
第1号店の高幡店には、サービスカウンターのほか、大型タッチパネルによる沿線インフォメーション、パソコンやコピー機、デジタルプリント機器などを設置。駅ナカの便利なOASポット

として気軽に利用してもらえるように最新の設備を整えた。

また、店内のミーティングルームは、絵画や写真等の作品展や地元のサークル活動の集会・会議等の利用に貸し出している。開設から3年を経て、高齢者向けのパソコン教室や携帯電話教室、あるいは幼児向けの絵本の読み聞かせ会など、開催されるイベントもバラエティに富んできた。

「『京王ほっとネットワーク』の浸透とともに、地域の皆さまのコミュニティ・スペースとして定着しつつある」と、浅野課長はその手ごたえを語る。

「京王ほっとネットワーク」は高幡店に続いて09年3月に桜上水店を開設。現在、この2店舗で京王線・井の頭線沿線全域をカバーしている。生活



①高幡不動産と京王高幡ショッピングセンター
②京王ほっとネットワーク高幡店
③店内の打ち合わせコーナー
④申し込みを受け付けるサービスカウンター



- ①店頭お買い上げ商品の宅配サービスは京王ストア高幡店などで実施している
- ②宅配サービスの申し込みは京王ストア店内でOK
- ③商品は専用ケースに納めて配達
- ④京王ほっとネットワークの営業車

サポートサービスの利用申し込みはフリーダイヤル、インターネットでも受け付けているが、さらなるサービスの浸透を目指し、今年度内には永福町店を新設する予定だ。サービスの利用に必要な会員登録は無料、現在、会員数は5000人に達しようとしている。

毎日の生活を支えるサービスを提供

「京王ほっとネットワーク」のサービスメニューは、京王ストアなどの店頭お買い上げ商品の宅配から始まっている。

「丘陵の住宅地などにお住まいの高齢のお客さまが、最初にお困りになるの

は、食料品、飲料などの重い荷物の買い物。毎日の生活に欠かせない買い物のサポートから、サービスを開始した」と浅野課長。

宅配は、京王ストア高幡店・京王アーティマン高幡店・フラワーストップ京王高幡店・キッチンコート桜上水店でのお買い上げ商品を自宅まで配送するサービスで、午後3時までに買い物物を済ませて配送を申し込み、夕方の夕食の支度の時間までに商品が届く。配送エリアは周辺地域に限定されるが、購入金額によっては配送料も無料になる。

また、09年2月からは、自宅に居ながら、店頭配布のカタログまたは京王

ほっとネットワークのホームページ掲載商品を電話やファックス、インターネットで注文でき、自宅まで宅配してもらえらるお買い物代行(ネットスーパー)を開始した。代金は到着時の商品と引き換え払いで、こちらも購入金額によって配送料金が無料と家計の負担にならないように設定されている。

浅野課長は「これらのサービスを、単なる宅配に終わらせなかったことが、その後のサービスの拡大につながった」と振り返る。

「玄関口まで足を運び、お客さまとじかに向き合うことを通して、お客さまがどういう生活サポートを必要とされているのか、生の声を拾っていった」という。

年齢を重ねるに従って、かつては当然のようにこなしていた家事の細々としたことが、苦になってくる。力仕事ができなくなってくる——生活のさまざまな場面で「困ったこと」が生じており、そのための「手伝い」を必要としていることが分かってきた。そこからヒントを得て、サービスメニューを広げていったのだ。

例えば「住まいのサポート」は、自宅の増改築やリフォーム、バリアフリー化の工事などがかりなものから、庭木の手入れ、畳や障子、ふすまの張り替え、家具の移動や不用品処分まで、住まいに関することならなんでも対応する。

「家事代行」は、掃除や部屋の片付け、庭の草むしり、洗濯・アイロン掛けや衣替えの整理など、家事全般をサポートする。

毎日の暮らしの中で生じる困ったことや手助けしてほしいことの多くは、実は、住まいのちょっとした修理・修繕だったり、細々とした家の用事だったりする。利用者にとって、住まいや家事に関することならなんでも相談できる敷居の低さはありがたいだろう。専門的な技術を要することや大がかりな工事を伴うことも、京王なら安心して頼むことができる。

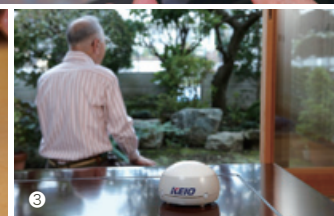
サービスの提供は、京王グループ各社や提携した地元企業がそれぞれのスキルを活かし対応している。

「お客さまへの対応の仕方など、研修も頻繁に行っている。特に家事代行などはご自宅の中の作業であるだけに、お客さまの京王に対する信頼感を損なわないよう、より丁寧な対応をするよう心がけている」と浅野課長。

今後は、京王グループと地元企業との連携を強めながら、サービスの充実を目指す。



家事全般をサポートする「家事代行」サービス



① SOS ボタンと直結する PHS ②置き型 SOS ボタン
③高齢者の「もしも」を見守る

一方、高齢者世帯向けに特化した独自のサービスもある。09年5月にスタートした「シニアセキュリティ」だ。ウィルコム社と提携して同社の全国PHSネットワークを利用、日本初のSOSボタンを使った見守りシステムを開発した。システムを紹介しよう。利用者には、手のひらサイズの置き型SOSボタンとPHSが貸与される。SOSボタンは利用者が常駐する部屋に置き、PHSは家族が所持する。緊急時、SOSボタンを押すと、PHSに緊急通報がコールされ、音声通話ができる仕組みだ。また、SOSボタンのセンサーが活動を検知し、活動反応が24時間以上ない場合は異常と判断、PHSに安否確認メールが配信される。離れて暮らす家族にとって心配な高齢者の「もしも」に迎える安心の見守りサービスだ。利用料金も基本的には定額制なので、緊急時以外にも家族との連絡に利用することができる。また、少しの料金の追加で、緊急時には総合警備保障のガードマンが駆けつけるプランもある。

このシステムは、モバイルコンピューティングという。このシステムは、モバイルコンピューティングを導入によって高度なシステムを構築し、著しい成果を挙げているとして「MCP C（モバイルコンピューティング推進コンソーシアム）award 2010」で奨励賞を受賞した。

また、ファミリー世代向けには、総合警備保障と提携した「京王・ALS OKホームセキュリティ」を提供している。最新のセキュリティシステムによる警備に加え、「京王ほっとネットワーク」の特典として、子どもや高齢者が一人で留守番をしているときの安否確認や旅行時の無人宅の巡回の二つのサービスを付加している。

住み替えをきめ細かくサポート

一方、歴史ある住宅地では、住み慣れた自宅を離れ、子どもたち家族と近い地域への移住や、より利便性の高い住まいへの住み替えを希望する高齢者世帯も少なくない。

こうしたニーズに応えるため、京王グループは「有限責任中間法人移住・住みかえ支援機構（JTI）」に企画、持ち家を活用しながらの移住・住み替えをサポートしている。

JTIの住宅借り上げ制度は、50歳以上の世帯の持ち家を「終身」で借り

「大きな収益を求めている事業ではないので、沿線の生活の利便性を高めようという当社の意図を理解してもらう必要があるが、この取り組みは、地元企業、ひいては地域の活性化や発展にもつながっていく」と考えている。

高齢者世帯に不可欠な安心対策

宅配やお買い物代行、住まいのサポート、家事代行などのサービスは、もちろん高齢者世帯だけを対象にしたものではない。子育て世帯や共働き世帯の利用も視野に入れており、実際に、徐々にこれらの世代にもサービスの利用が広がっている。

一方、高齢者世帯向けに特化した独自の



「MCPaward2010」奨励賞を受賞

導入によって高度なシステムを構築し、著しい成果を挙げているとして「MCP C（モバイルコンピューティング推進コン

ソーシアム）award 2010」で奨励賞を受賞した。また、ファミリー世代向けには、総合警備保障と提携した「京王・ALS OKホームセキュリティ」を提供している。最新のセキュリティシステムによる警備に加え、「京王ほっとネットワーク」の特典として、子どもや高齢者が一人で留守番をしているときの安否確認や旅行時の無人宅の巡回の二つのサービスを付加している。

今の持ち家をどうするのか、住み続けるのか住み替えるのか、住民の関心は高い。京王グループでは、沿線各地で相談会を開催し、ライフスタイルにあった住み替えをサポートしている。また、ゆくゆくは介護の施設が整った場所、できれば住み慣れた京王沿線にある施設で暮らしたい——そんな声を受けて、京王グループではシニアレジデンスの建設を計画。今年度、いよいよ計画が動き出すことになっている。

年月を重ねて子育て世帯の住宅地から高齢者世帯の住宅地へと変貌した街に、安心して住み続けるために必要なサービスを整備していく。

『「京王ほっとネットワーク」のサービスメニューは、すべての世代のお客様さまにご利用いただけるもの。サービスの拡充を図っていききたい」と浅野課長は抱負を語る。

生活の利便性を高めながら形づくられていく誰にとっても安心で暮らしやすい沿線の価値は、若い子育て世代にとっても大きな魅力となり、沿線への流入を促していくに違いない。

京王沿線をもっと楽しく クチコミ情報 サイト

街はぴ

happy-town.net

沿線の魅力を住民が伝える

「京王ほっとネットワーク」の開設とほぼ同時期の2007年4月に、CFTの議論から生まれたもう一つの取り組みがスタートしている。京王沿線クチコミ情報サイト「街はぴ」(www.happy-town.net)だ。

「住んでもらえる沿線、選んでもらえる沿線を実現するためには、事業者からの情報発信以上に、実際に沿線を利用する方々の生の声を発信していく機会や場が必要。そこから、沿線の方々による沿線情報サイトの立ち上げが決まっていた」と、京王電鉄株式会社広報部・企画宣伝担当の駒寄健夫課長は説明する。

京王電鉄のホームページは、主に一般ユー



線が大好きで、ずっと住み続けたい、地域外の方には『この沿線に住んでみたい』と思っていたのが目的」と駒寄課長。メインターゲットは30代の子育て世代を含む女性、サイト名は「あなたのハッピーが街のハッピーに！」というコンセプトから付けられた。

クチコミ情報サイト「街はぴ」のいちばんの特徴は、その名の通り、クチコミ記事の投稿を中心に構成されていることにある。一般から公募した約80名の街はぴライターが、地域に密着した情報を随時投稿している。

ランチ・カフェ・スイーツ、暮らし、ショッピングなど、「こんなお店を見つけた」「散歩中にこんなことが起こった」「子ども連れでも楽しめる場所」など、沿線に愛着を持つ街はぴ

ライターならではの目線で読者に新鮮な情報を提供している。街はぴライターは、年に3回、定期的に募集している。30〜40代の女性ライターが多いが、少数派の男性ライターも居酒屋情報やオリジナリティー溢れるクチコミ記事で、サイトの幅を広げている。平均すると週に40〜50本の投稿が寄せられており、クチコミ記事だけで現在5000本を超えている。

「街はぴライターは好奇心旺盛な人が多く、普段はあまり脚光を浴びないような場所や話題も、一つ一つ掘り下げて記事にしてくれる。そうした情報の積み重ねで、沿線情報の周知が広く早く進んでいる」と駒寄課長はその効果を語っている。

また、さまざまなジャンルで活躍中のスペシャリストによる企画記事も連載され、サイトの幅を広げている。現在は、子育てのおもしろエピソードを4コマ漫画で描いた「おぐらなおみの子育て絵日記」、忙しい子育て中でも手軽につくれるレシピが充実の「てんきち母ちゃん」の今週の晩ご飯」などを更新している。

55万件/月のページビューに成長

「街はぴ」のアクセス数は、開始後1年で



京王電鉄株式会社
広報部
企画宣伝担当 課長

駒寄 健夫
Takeo KOMAYOSE

ライターならではの目線で読者に新鮮な情報を提供している。

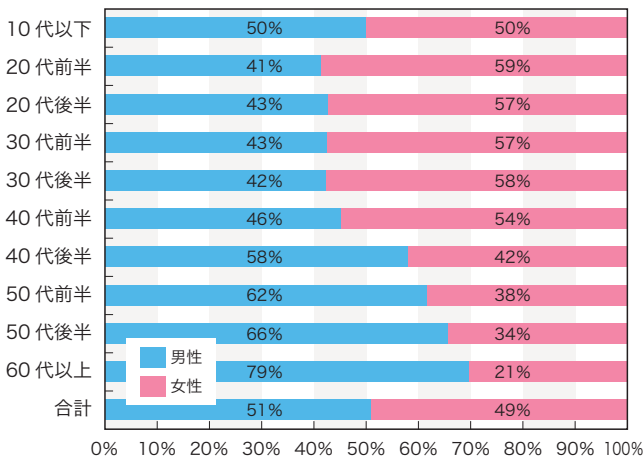
街はぴライターは、年に3回、定期的に募集している。30〜40代の女性ライターが多いが、少数派の男性ライターも居酒屋情報やオリジナリティー溢れるクチコミ記事で、サイトの幅を広げている。平均すると週に40〜50本の投稿が寄せられており、クチコミ記事だけで現在5000本を超えている。

「街はぴライターは好奇心旺盛な人が多く、普段はあまり脚光を浴びないような場所や話題も、一つ一つ掘り下げて記事にしてくれる。そうした情報の積み重ねで、沿線情報の周知が広く早く進んでいる」と駒寄課長はその効果を語っている。

また、さまざまなジャンルで活躍中のスペシャリストによる企画記事も連載され、サイトの幅を広げている。現在は、子育てのおもしろエピソードを4コマ漫画で描いた「おぐらなおみの子育て絵日記」、忙しい子育て中でも手軽につくれるレシピが充実の「てんきち母ちゃん」の今週の晩ご飯」などを更新している。



「街はぴ」 会員の年代・男女構成



30万件/月を超え、3年目に入ると50万件/月以上に伸び、現在では月に55万件、ユニークユーザーは10万人を超えるまでになっている。

では、どのような人がこのサイトを利用しているのだろうか。

「街はぴ」の閲覧は誰でもできるが、会員登録すると、街はぴライターの記事にコメントできるとともに、キャンペーンや特集の制作に参加できるなど、サイトにより深くコミットできる。「街はぴ」会員の構成を見てみよう。

現在の会員数は約5300人。20代と30代で43・3%、これに40代を加えたいわゆるファミリー層が71%を占めている。

興味深いのは、年代別の男女比だ。全体の平均と10代の男女比はほぼ同率だが、20〜40代前半までは女性が半数以上を占め、50代で

は男性が6割以上となっている。中高年齢層の場合は、男性の方がビジネスなどでパソコンやインターネットを使う機会が多い。親和性が高いという理由があるのかもしれない。

「開設当初の街はぴ会員は男性の割合が多かったが、子育てを中心としたスペシャライターの活用や20〜30代女性向けに発行している『京王沿線生活マガジン あいぼりー』への『街はぴおでかけプラン』の掲載などにより、会員はターゲット層を中心に女性の割合が上回ってきている」と駒寄課長は話している。

69駅のホームページを集約

「街はぴ」のトップページは、季節のおすすめ情報を紹介したコーナー、街はぴライター新着記事、新着イベント情報などで構成されている。記事はジャンルごとやライターごとに検索できるようになっているが、もう一つ、大きな仕組みがある。

それは「街はぴ」が、京王線52駅、井の頭線17駅、全69駅のホームページを集約したサイトであることだ。

行きたい、あるいは調べたいエリアの最寄り駅から検索でき、その駅周辺のさまざまなライター記事をジャンルごとに閲覧できる。例えば調布周辺なら、ライター記事は全部で600件以上。目当ての情報がみつかるはずだ。また、ページには「ライター記事マップ」「ランドマークマップ」の2種類の地図が付いており、初めて訪れる場合にも分かりやすい。各駅の周辺ガイドとしての機能も果たしている。

「サイトへのアクセスを見てみると、トップページからではなく、駅検索で入ってくるユーザーも多い」と駒寄課長。ワンクリックで、

目的のエリアのさまざまな情報を即座に収集できる。男性会員が多いのも、こうした利便性が評価されているのだろう。

情報が駅を、街を育てる

事業者側から意図を持って情報を発信するのではなく、沿線利用者による生の沿線情報の発信を目指してスタートした「街はぴ」だが、駒寄課長によれば「ライターの方々が意欲的でクチコミ記事中心にサイト運営ができており、目指しているものに非常に近いかたちで育ちつつある」といった。

「街はぴ」効果も出てきた。例えば「街はぴ」で人気上昇中のエリアに、千歳烏山や仙川がある。千歳烏山は駅をはさんで南北に延びる元気な商店街が、仙川は駅付近にできた新しいおしゃれな店舗やグルメが、若い親子連れや女性の人気を集めている。こうした街の賑わい、ちょっとした変化を

レポートしたライター記事がサイトに掲載される。それを読んで街を訪ねた会員が、自らの発見をコメントに書き込んでいく。こうして繰り返されるコミュニケーションが、街に人を呼び寄せ、新たな楽しさを積み上げながら、街の魅力を育てているのだ。

「今後の課題はモバイル化。外出先で『街はぴ』の情報を検索したり、記事を投稿できれば、サイトがもっと活性化する」と、駒寄課長は意欲を見せる。会員も随時キャンペーンなどを行って増やす努力を続け、月100万件的ページビューを目標に掲げている。

若い女性を対象に立ち上げられた「街はぴ」だが、中高年齢の男性会員が予想外に多いことから分かるように、そこには潜在的なニーズと大きな可能性が秘められている。日々、成長する沿線情報の宝庫を活かし、沿線価値の向上につなげていく。その確固たる取り組みが、将来にわたって活力を維持する「沿線の力」をつくりあげることだろう。



①「街はぴ」効果で人気の千歳烏山
②若い親子連れで賑わう仙川