



羽田空港における利用体験のモデル化と 顧客満足度向上に向けた利用者視点の価値分析

○齋藤祐太*，梶川忠彦*，高橋南*，田平博嗣*，染谷栄一**
*株式会社U'eyes Design，**株式会社アサツーディ・ケイ

1. はじめに
2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査
3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査
4. 羽田空港の利用体験のモデル化
5. 羽田空港の価値分析
6. まとめ

1. はじめに

空港は複合サービス施設

公共交通機関



ショッピング



レストラン



ホテル



展望台



1. はじめに

空港は複合サービス施設

公共交通機関

ショッピング

ホテル

食事

展望台

集客数の増加

滞在時間の増加

リピート率の増加

顧客満足度の向上のためのサービス設計

Tourist 1st

どんな体験をすれば、**顧客満足度**が向上するのか？

そもそも空港の**利用体験**とは？ **独自価値**とは？

1. はじめに

アプローチ

利用者体験の実態を探り，羽田空港独自の価値をサービス設計に

一般的な利用客の
利用体験の実態を把握

羽田空港の利用価値
を既に享受している

エクストリームユーザーの
利用体験の実態を把握

利用者体験を比較
羽田空港の価値を分析

1. はじめに

調査①

羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

羽田空港利用客の、空港内での、移動動線、心理状態、記憶に残っている対象物を明らかにし、利用行動プロセスを把握する

一般利用客への
ヒアリング

調査②

羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

滞在時間が120分以上と長く利用を価値を享受しているエクストリームユーザーが、どのように空港を利用し、どのような価値を享受しているかを一般利用客と比較し、分析する

エクストリーム
ユーザーの
行動観察&
インタビュー

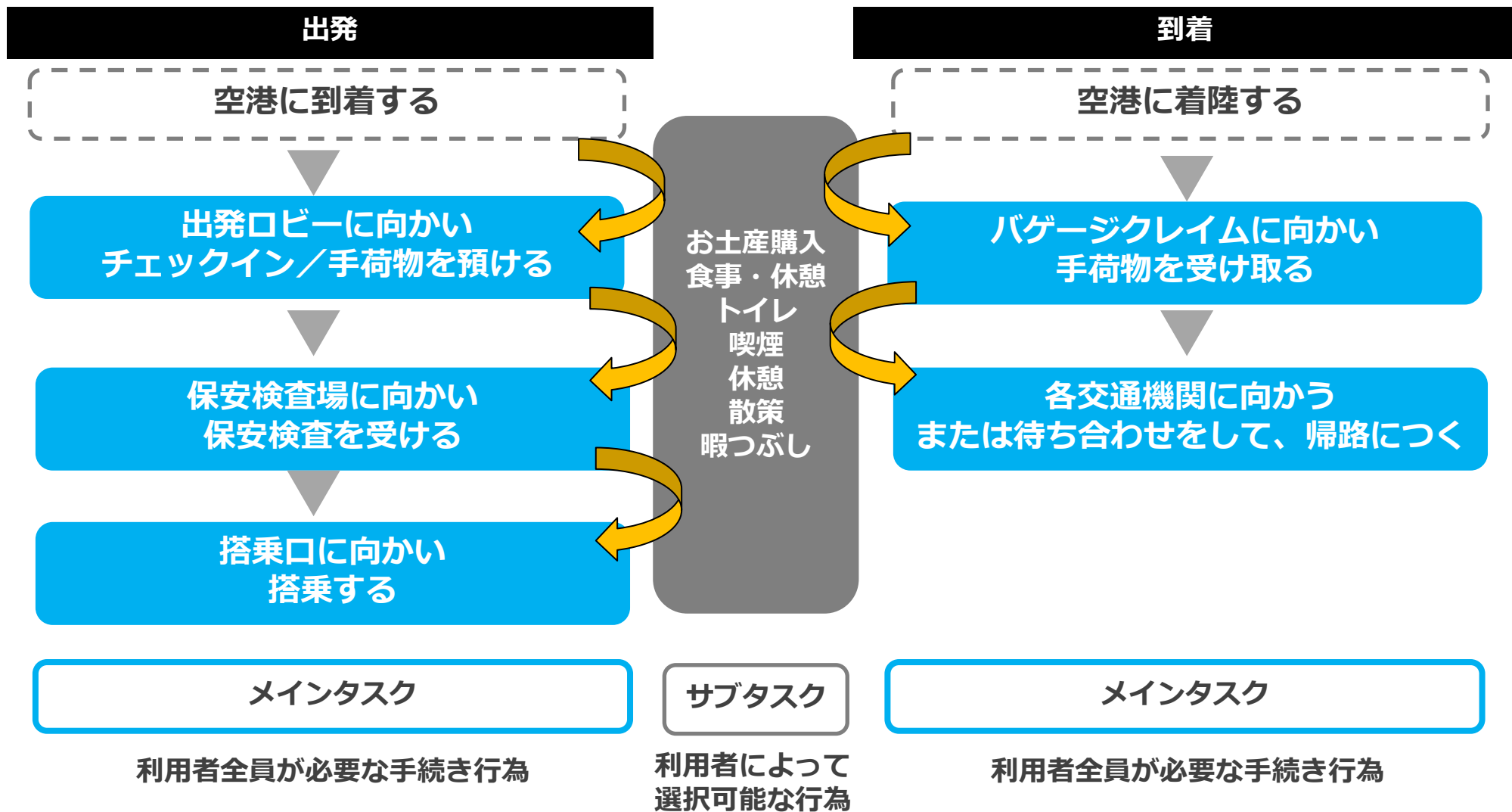
一般利用客：

- ・ 滞在時間**120分以下**
- ・ 先行調査により、滞在時間120分以上の利用客の出現率が低いため

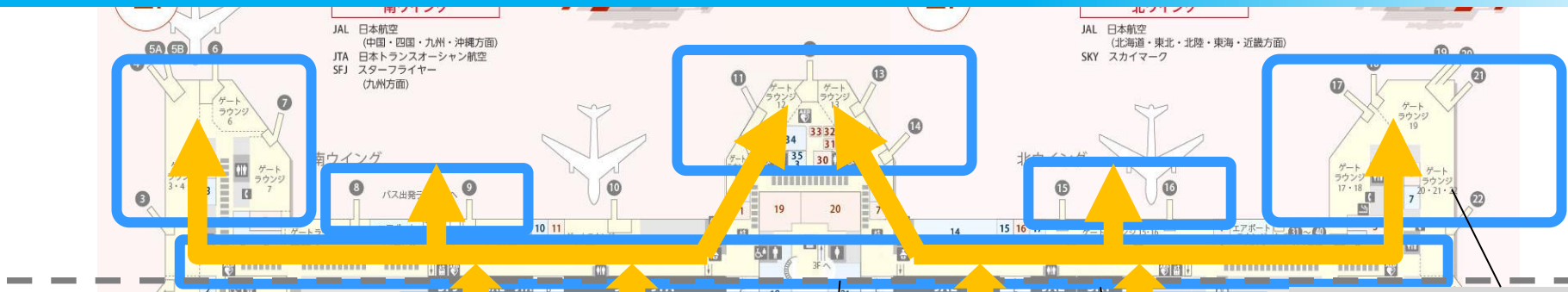
エクストリームユーザー：

- ・ 羽田空港国内線ターミナル利用時の滞在時間が普段から**120分以上**
- ・ 羽田空港を直近1年以内に利用している
- ・ 施設やサービス利用頻度や満足度などの**コミットメントが高い**

空港内の行動種別の定義



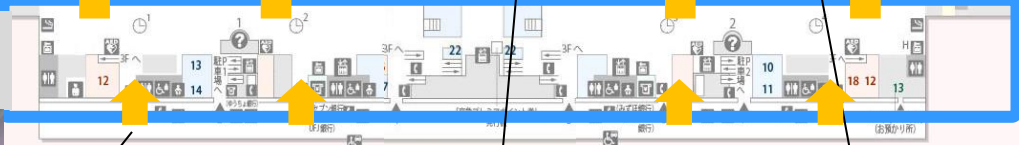
空港内の環境 (例：国内線第1ターミナル 出発時)



出発ロビー・
マーケットプレイス



搭乗口付近



地下
(京急・モノレール改札)



出発ロビー (保安検査内)



1. はじめに

**2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の
把握調査**

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

4. 羽田空港の利用体験のモデル化

5. 羽田空港の価値分析

6. まとめ

2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

【調査概要】

日時：2014年6月11日(水) 10時～18時

場所：羽田空港国内線第1、第2ターミナル 搭乗口付近、到着フロア

内容：各地点で声かけを行い、10分程度のインタビューを実施

○基本項目：

性別、年齢、職業、居住地、当日の空港利用目的、空港への滞在時間、
空港まで（から）の交通手段、便名・出発（到着）地、羽田空港の利用頻度（年間）

○詳細項目：

✈️ **空港内で立ち寄った場所・行動**

行動動線

✈️ **そのときの気持ち**

心理動線

✈️ **印象に残っているもの・情報・コト**

視覚動線

2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

【回答者属性】

第1、2ターミナルの到着客、出発客 計**62**名にヒアリング

●性別

男性 **45%**
女性 **55%**

●年代

20代 **15%**
30代 **18%**
40代 **29%**
50代 **13%**
60代 **18%**
70代以上 **8%**

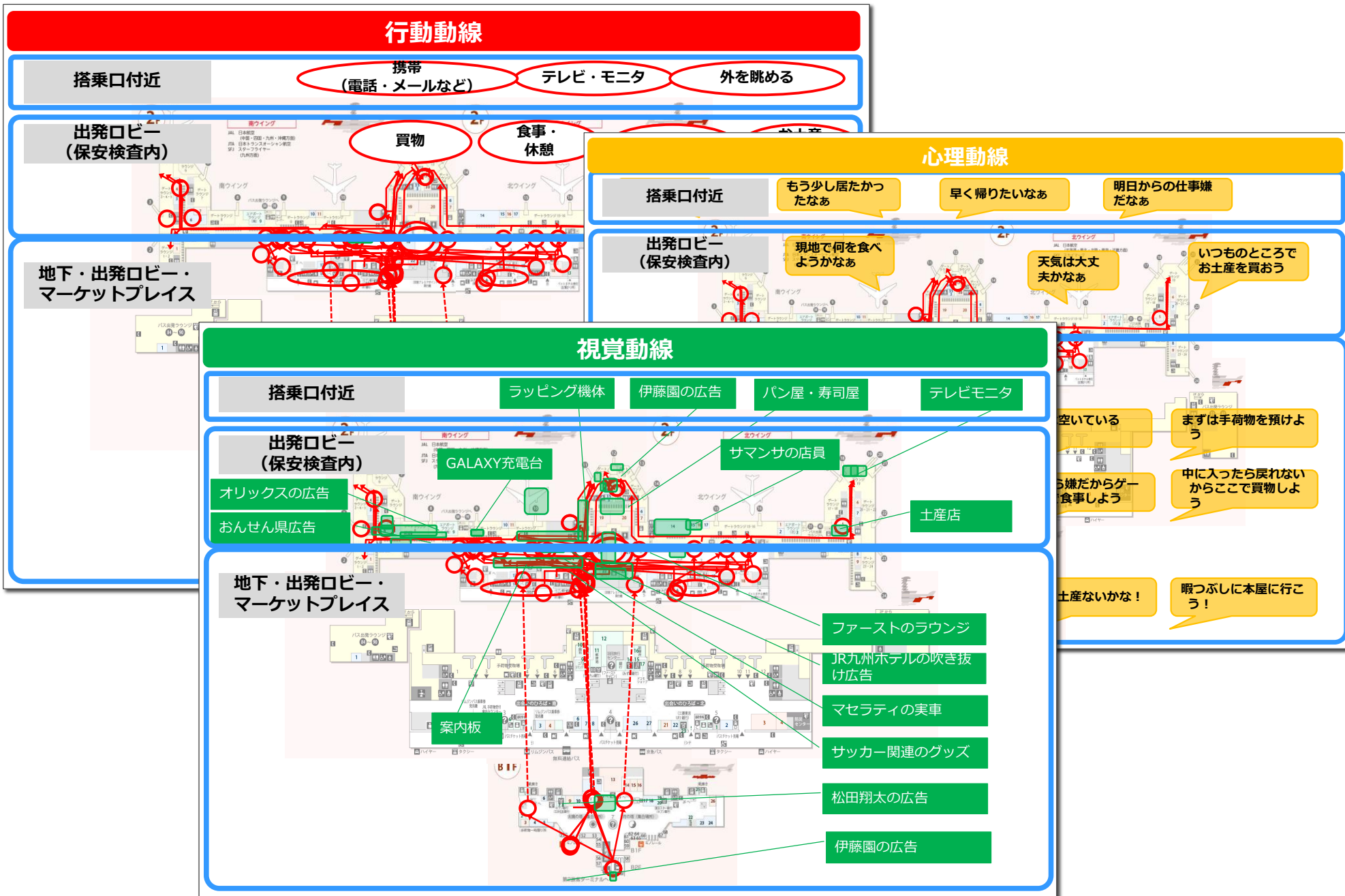
●利用目的

ビジネス利用客 **45%**
旅行（一人、家族、友人、団体）客 . . **36%**

●滞在時間

	出発客	到着客
15分	0%	36%
30分	3%	23%
45分	16%	10%
60分	48%	29%
90分	23%	3%

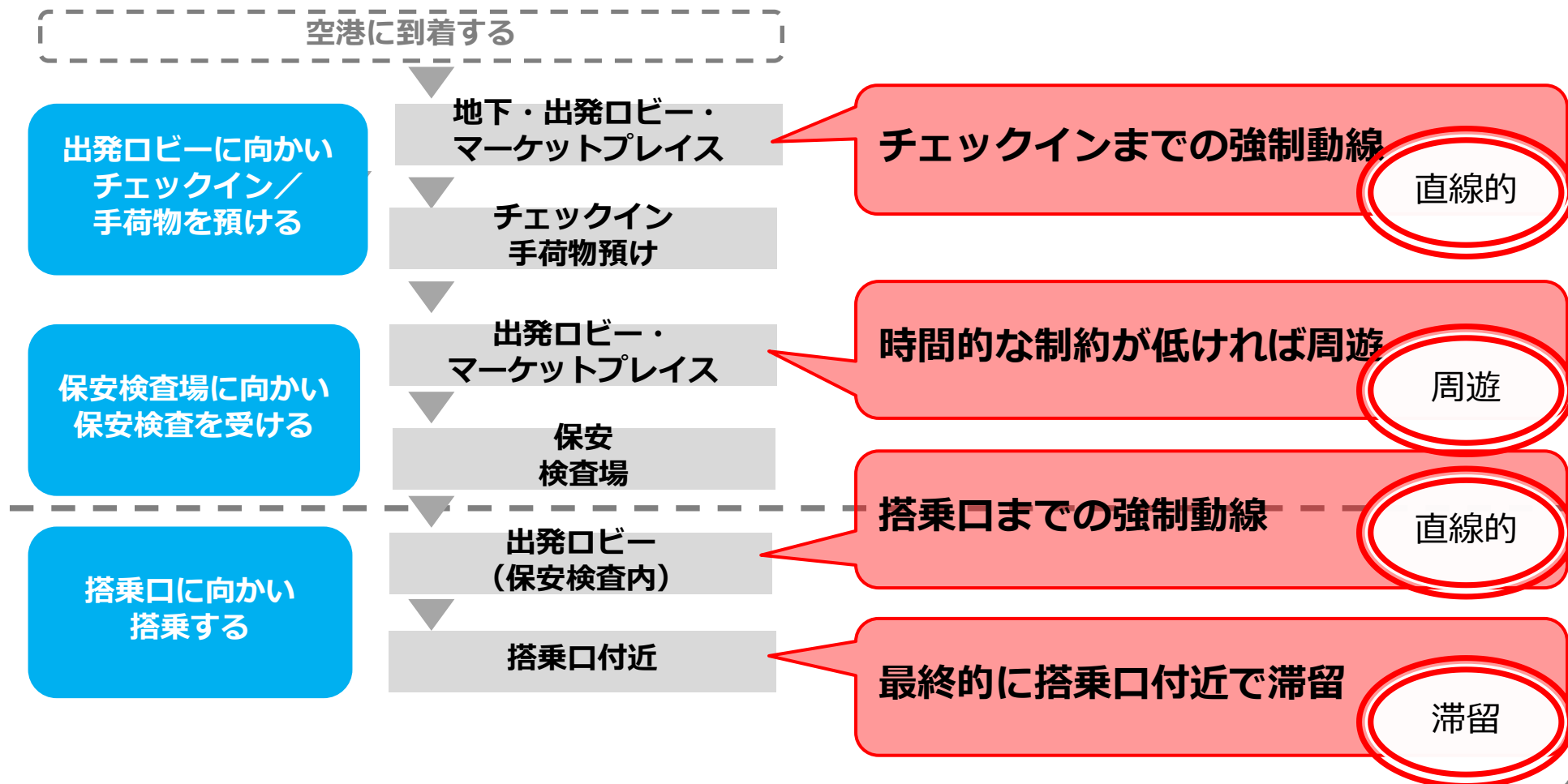
2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査



2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

行動動線の特長

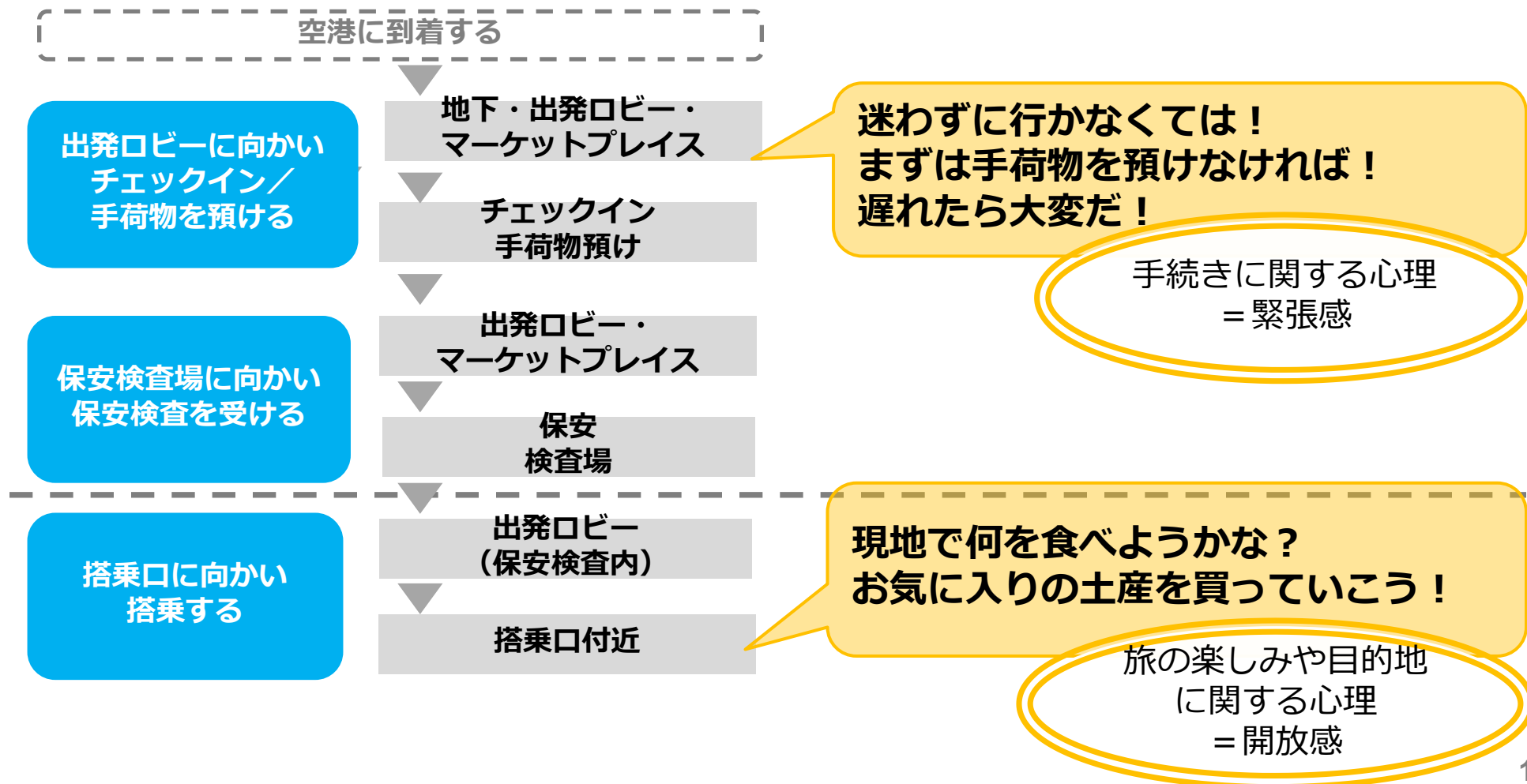
強制導線をベースとしているため一様性が高い
エリアによって“直線的な移動”、“周遊移動”、“滞留”が発生



2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

心理動線の特長

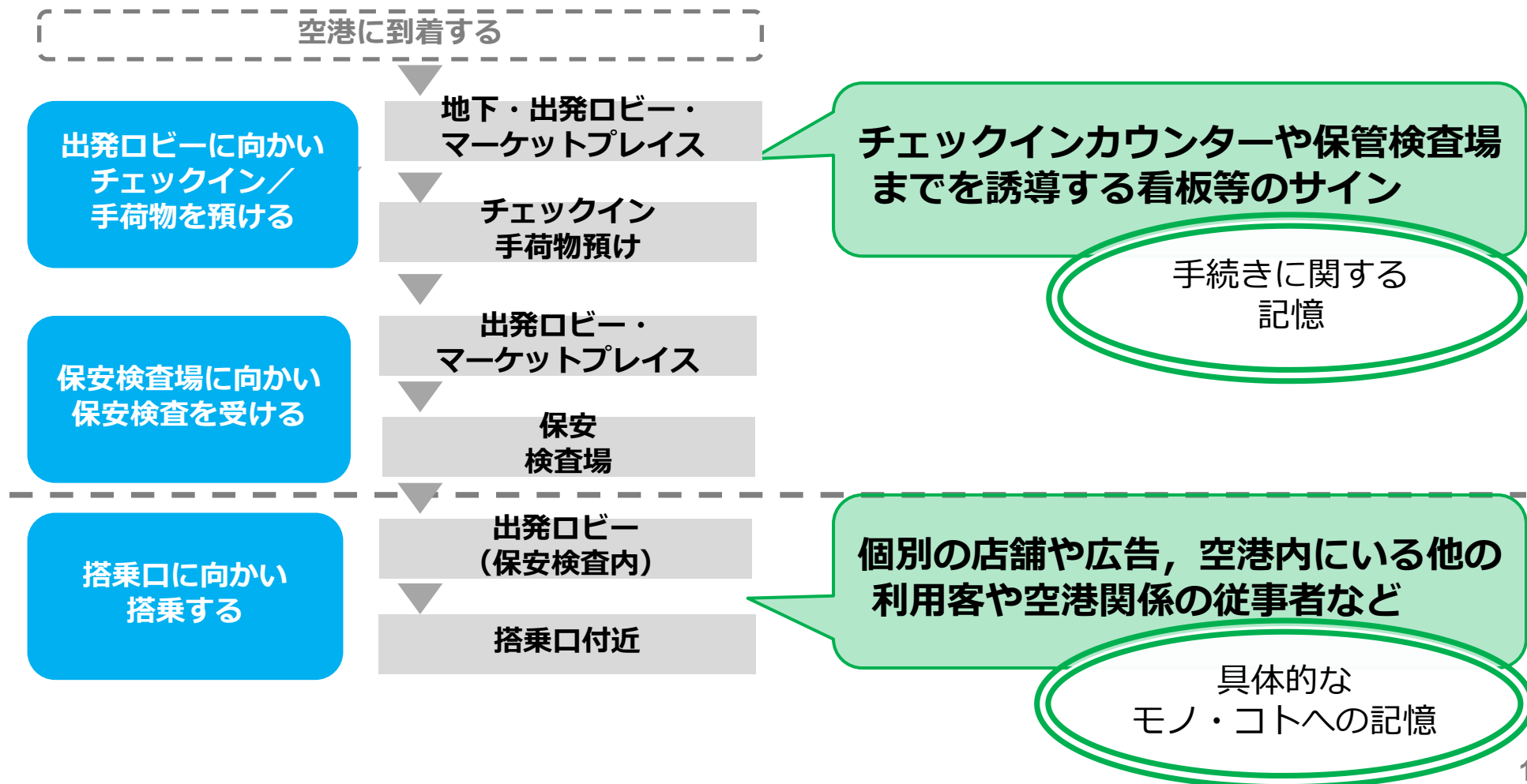
チェックインや保安検査前は、時間的な制約に起因する心理が働く
搭乗口に近づくにつれ、メインタスクには囚われない心理が働く



2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

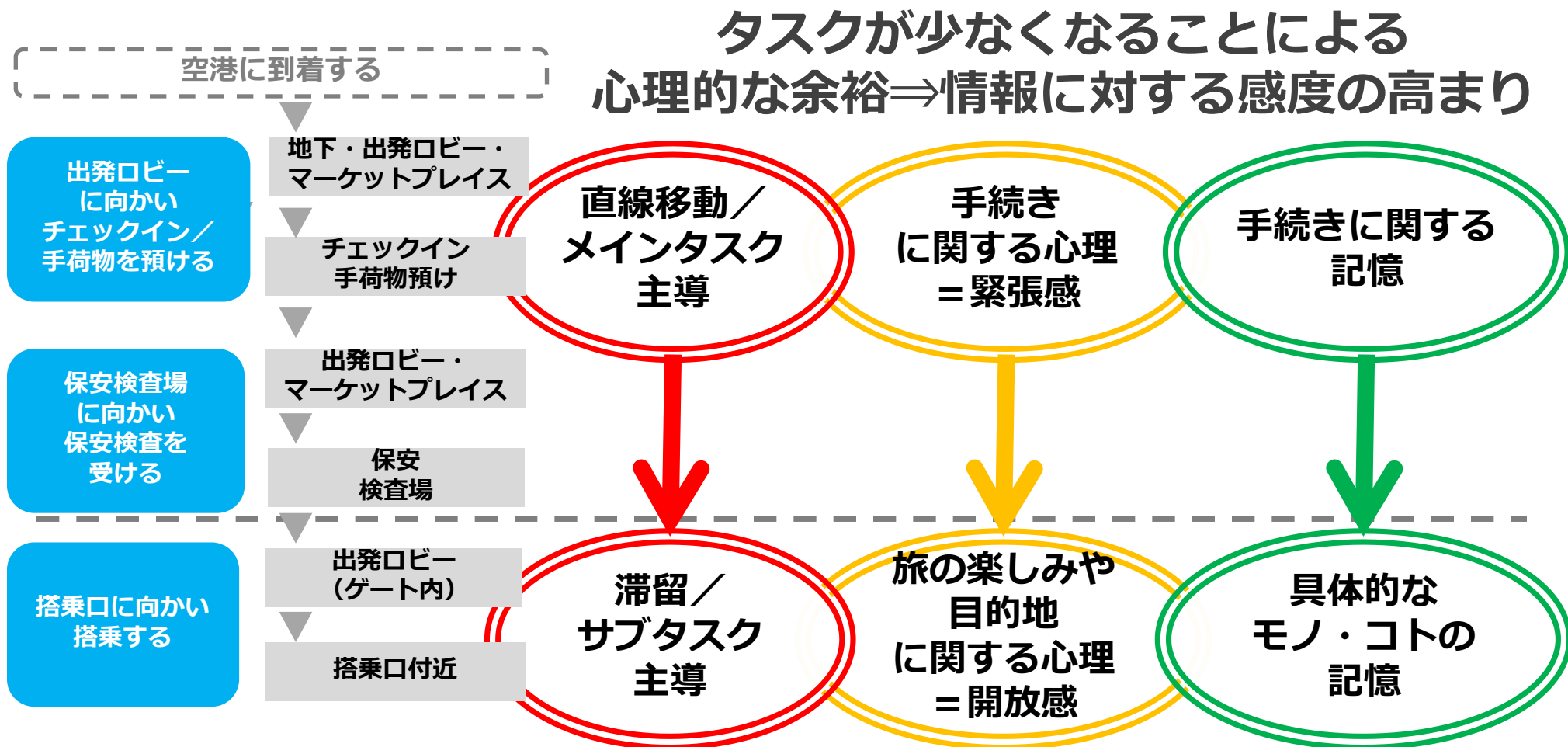
視覚動線の特長

チェックインや保安検査前は、手続きに関する情報取得がメイン
保安検査内は、個人の興味に合わせて個別具体的なものに視線が向きやすい



2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

調査①のまとめ



1. はじめに

2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

**3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察
(エスノグラフィック) 調査**

4. 羽田空港の利用体験のモデル化

5. 羽田空港の価値分析

6. まとめ

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

Step1 スクリーニング

Webアンケートによる募集を行い、羽田空港施設の利用頻度が高く、魅力を感じている利用者**12名**を選出

Step2 オーディション

12名の中でも、羽田空港への接触意識・関与態度が高く、具体的な行動が観察できそうな**4名**を選出

Step3 再現行動観察調査

羽田空港国内線ターミナルにおいて、出発、到着時の空港利用の再現行動を実施

Step4 回顧インタビュー

再現調査での行動や心理、視覚的な記憶についてインタビューを実施

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

第1ターミナル

旅行利用

3-c



34歳 女性
年間 **5**往復程度

高品質なものが揃っている
スペシャル感を楽しみたい

ワクワクしたオーラがあるから
仕事帰りに来てリフレッシュ

第2ターミナル

旅行利用

1-a



55歳 男性
年間 **12**往復程度

空港で働いている人を
見るのが好き

同じ目的地に行く人に
仲間意識

第1ターミナル

ビジネス利用

2-b



44歳 男性
年間 **8**往復程度

ビジネス利用でも
気持ちは旅モードです

羽田に帰って来てからも
展望台に立ち寄りまた旅の気分

第2ターミナル

ビジネス利用

4-c



56歳 女性
年間 **20**往復程度

出張帰りに空港内の
ホテルに泊まり
翌日買い物をしてから帰る

何か新しいものはないかな

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査



エクストリームユーザの特長

行動

120分以上前に空港に到着

空港内の施設の位置など
基本的な情報はインプット済みで効率的に移動

心理

“余白時間”が生まれやすい・・・心理的な余裕

空港を「過ごす」施設として捉え、
自分のペースでゆったりと滞在できることに魅力

視覚

滞在中の情報感度は高く、
前回来た時との差分や変化を探している

空港の独自資源

- ・ 空港ならではの商品、厳選された商品
- ・ 空港でしか見られない展望台からの景色、音、匂い
- ・ 空港で働く人

1. はじめに

2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

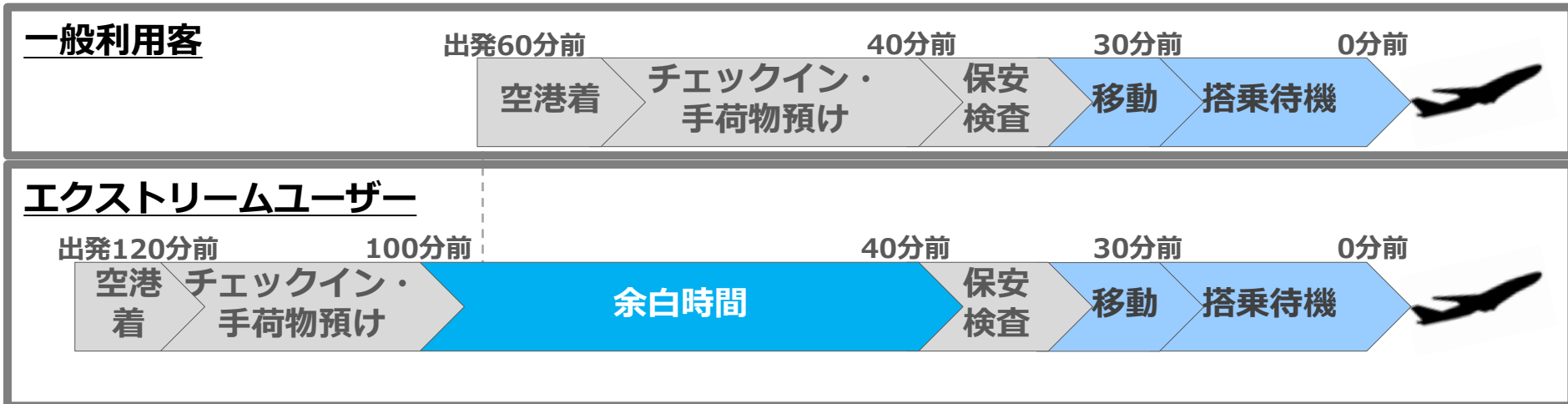
4. 羽田空港の利用体験のモデル化

5. 羽田空港の価値分析

6. まとめ

4. 羽田空港の利用体験のモデル化

出発

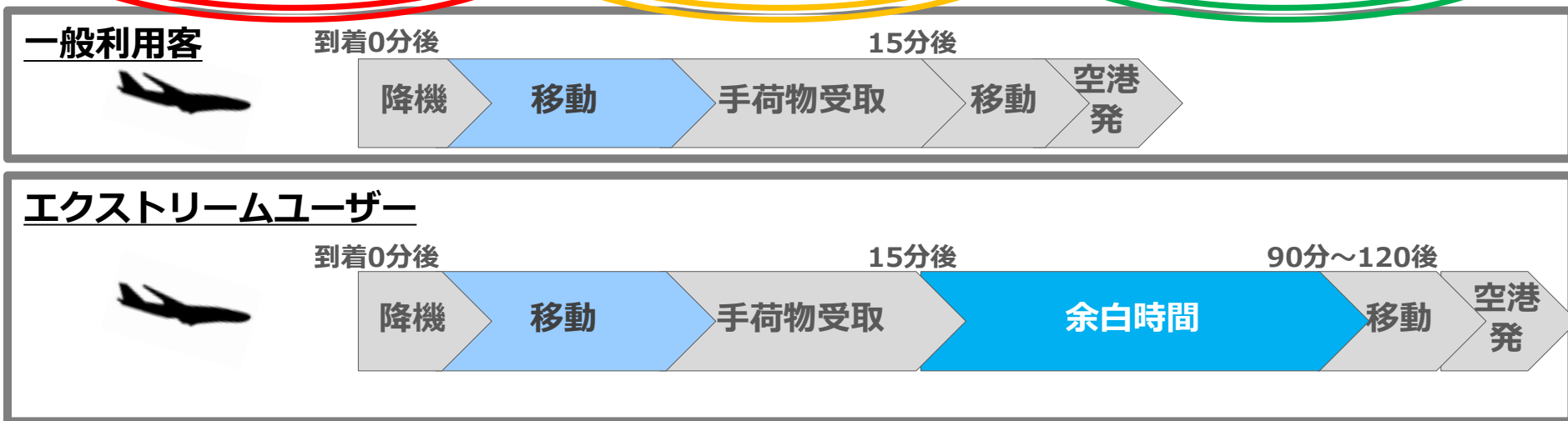


保安検査外で効率的に周遊

心理的な余裕
自分のペースで
ゆったりと

空港独自の資源
鮮度の高い情報

到着



1. はじめに

2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

4. 羽田空港の利用体験のモデル化

5. 羽田空港の価値分析

6. まとめ

5. 羽田空港の価値分析

羽田空港の独自価値①

心理的な余裕が生まれる空間

空港



滞在時間が長い

動線がコントロールされている

手続きに起因した、“緊張感”と“開放感”

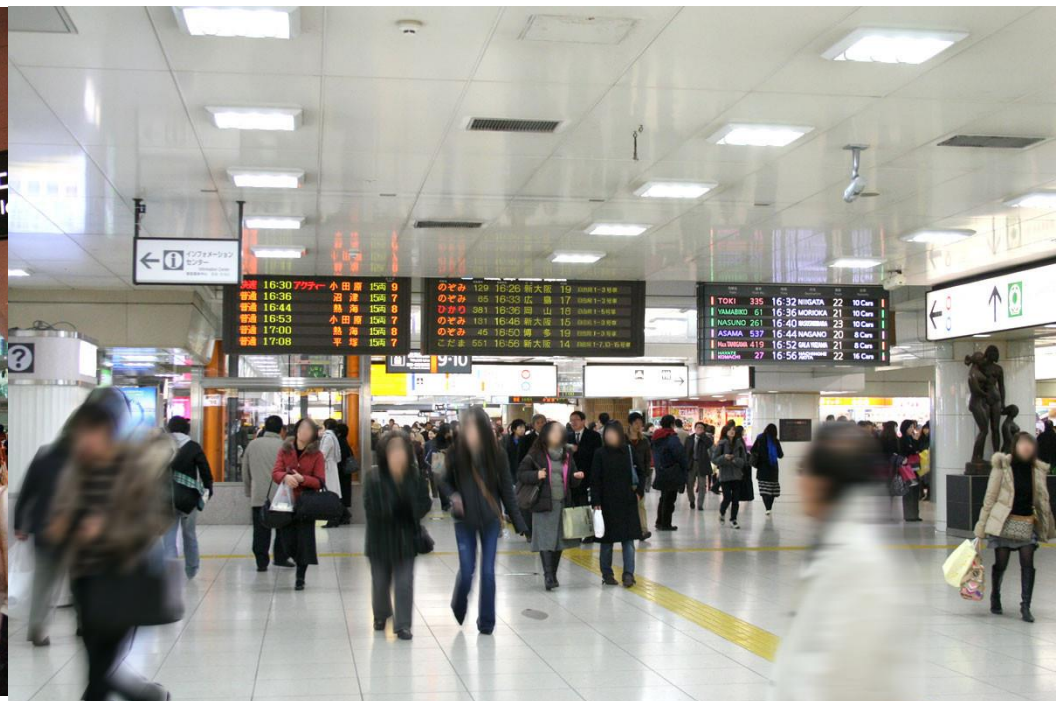
ターミナル駅



滞在時間が短い

動線が交錯している

日常の延長にある空間



5. 羽田空港の価値分析

羽田空港の独自価値②

日本を代表する施設として「信頼感」と「期待感」を抱きながら利用できる空間

ハブ空港であり、全国から厳選されたものが集まってくるという認識
時間や制約の厳密性が高く、よい意味での緊張感を含んだ空間



5. 羽田空港の価値分析

羽田空港の独自価値③

「ホスピタリティ」を感じながら利用できる空間

空港



ゲスト

個人に紐付いた利用なので情緒性に訴えられる



ターミナル駅



パッセンジャー

不特定多数が利用する一つの通過点



5. 羽田空港の価値分析

羽田空港の独自価値④

イベント性の高い非日常的な空間

空港



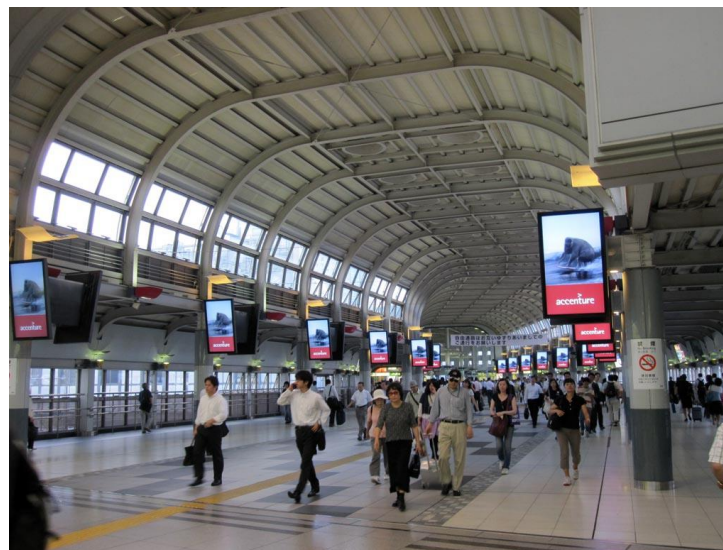
日常では体験できないコト
独自資源が多い
1回の利用で深く記憶に残りやすい



ターミナル駅



日常的に体験するコト
独自資源は多くない
繰り返し接することで記憶に残る



5. 羽田空港の価値分析

顧客満足度向上に向けた空港に求められる サービス設計要素

空港を実感できる
コンテンツ

日常の街や駅とは
異なる情報や店舗

空港ならではの
モチーフやメッセージ

空港を楽しむための
補助情報

次に来た時の期待感を
生み出す情報

新鮮さ・変化があることが
わかる情報

効率のよい回遊行動を
サポートする情報

信頼できる高水準の施設・サービス

厳選された
モノ・店・施設が
集まっていること

ゲスト感覚で
利用できること

1. はじめに

2. 調査①：羽田空港の「利用行動プロセス」の把握調査

3. 調査②：羽田空港の利用者行動観察（エスノグラフィック）調査

4. 羽田空港の利用体験のモデル化

5. 羽田空港の価値分析

6. まとめ

6. まとめ

【空港での利用体験】

- ✓ 行動・心理・視覚動線のパターンがエリアごとに規定しやすい
- ✓ 手続きの厳密性や心的拘束に起因する“緊張感”と“開放感”
- ✓ 空港での余白時間、非日常的な体験によって、情報刺激に対する感度が高まりやすい

【羽田空港の独自価値】

- ✓ 心理的な余裕
- ✓ 日本の代表としての信頼性
- ✓ ゲスト感覚で利用できるホスピタリティ
- ✓ イベント性・エピソード性

今後に向けて・・・

- ✓ エリアの行動・心理・視覚の特性、利用プロセス、空港の独自資源を活かしたサービス設計
- ✓ 他の交通機関と比べて、エピソード性やイベント性が高い空間で、情緒的なサービスが設計可能
- ✓ 今後、実際のサービス設計への落とし込みと、顧客満足度定点観測のPDCAサイクル

御清聴ありがとうございました