

駅ナカ店舗利用者の購買行動  
の研究:2024年度 報告書  
**Executive Summary**

2025年1月16日

成蹊大学  
西武鉄道株式会社





# I. 報告書要旨

## I. 乗降者数と駅ナカ店舗

- ✓ 改札内店舗と改札外店舗・改札内外店舗では、乗降者数の1%の変化がもたらす売上数量への影響が異なる。
- ✓ 改札外店舗・改札内外店舗では、乗降者数の増加はほぼすべての商品売上に対しプラスに働く。
- ✓ 改札内店舗では、乗降者数の増加がもたらす売上数量への影響は、一部の商品に限られるが、その影響は改札外店舗・改札内外店舗よりも大きい。

## II. 価格ディスカウントと売上数量

- ✓ 価格ディスカウントによる売上増は、乗降者数の増加に比べればその効果は小さい。

- ✓ 改札外店舗・改札内外店舗では、1%の価格引き下げが生む売上増はいずれの商品も1%に満たないが、改札内店舗では売上増が3%を超える商品もある。
- ✓ 改札内店舗、改札外店舗ともに、価格引き下げが売上増を生む商品は32品目中4~6品目である。

## III. 乗降者数と駅ナカ店舗タイプ

- ✓ 駅ナカ店舗の店舗形態がいずれの場合も、乗降者数の増加は多くの商品の売上増に直結する。
- ✓ 店舗出入口の違いに比べ、販売方式の違いによる、乗降者数がもたらす売上への影響は小さい。



#### IV. 気象条件と売上数量

- ✓ 快晴・晴れ・曇り・雨、の**天候の違い**は、統計的**有意に商品別の売上数量の違いをもたらす**。
- ✓ 1°Cの気温の変化も複数の商品では売上数量に影響をもたらすが、1%の**湿度の変化**は、気温の変化ほどその**影響度は顕著ではない**。

#### V. 駅周辺競合他店の影響

- ✓ **改札内店舗**では、**駅周辺競合他店数の増減**が売上へ影響する商品数は**3／32品目**である。
- ✓ **改札外店舗、改札内外店舗**では、**多くの商品**が、**駅周辺競合他店数の増減**が売上へ影響する。

## 2. 分析データの概要：対象店舗



期間：2023年1月1日～2023年12月31日 日次データ

分析対象店舗：

駅ナカ店舗出入口		駅ナカ店舗規模	
改札内店舗	10	店舗タイプ①（大規模）	12
改札外店舗	22	店舗タイプ②（中規模）	12
改札内/外店舗	9	店舗タイプ③（小規模）	17
合計	41	合計	41

### 3. 分析データの概要：対象商品

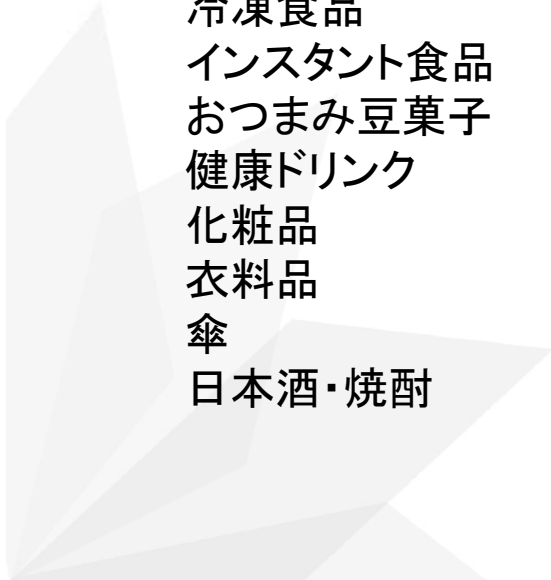


#### 分析商品分類：

米飯類  
サラダ  
デザート  
冷凍食品  
インスタント食品  
おつまみ・菓子  
健康ドリンク  
化粧品  
衣料品  
傘  
日本酒・焼酎

麺類  
惣菜  
牛乳・パック飲料  
アイスクリーム  
ガム・キャンディ  
スナック菓子  
ペットボトル缶飲料  
洗面用品  
文具・雑貨  
たばこ  
ワイン・洋酒

サンドイッチ  
日配・生鮮品  
パン  
カップラーメン  
チョコ類  
健康食品  
医薬部外品  
紙類・衛生用品  
電池・喫煙具  
ビール

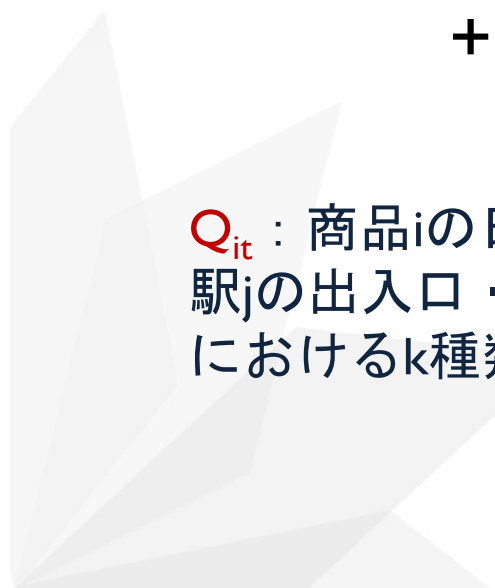




## 4. 実証モデル

$$\begin{aligned}\ln Q_{it} &= \phi_0 + \phi_1 \cdot \ln X_{jt} \\ &+ \phi_2 \cdot W_j + \phi_3 \cdot \ln X_{jt} W_j \\ &+ \phi_4 \cdot \ln P_{it} + \sum \phi_k \cdot Z_{kt} + \mu_{it}\end{aligned}$$

$Q_{it}$  : 商品iの日時tの売上数量、 $X_{jt}$  : 駅jの日時tの乗降者数、 $W_j$  : 駅jの出入口・タイプ、 $P_{it}$  : 商品iの日時tの売上単価、 $Z_{kt}$  : 日時tにおけるk種類のその他要因(天候・気温・湿度・競合多店舗他)





## 5. 乗降者数増がもたらす売上数量への影響

図表 乗降者数1%増の売上数量(%)への影響:改札内店舗

(2) 改札内店舗	
1	ビール 1.544 <sup>***</sup>
2	おつまみ豆菓子 1.471 <sup>***</sup>
3	スナック菓子 1.329 <sup>***</sup>
4	ワイン・洋酒 1.290 <sup>**</sup>
5	洋菓子・駄菓子 0.932 <sup>**</sup>
6	紙類・衛生用品 0.857 <sup>**</sup>
7	生鮮食料品 0.842 <sup>**</sup>
8	ガム・キャンディ 0.814 <sup>**</sup>
9	サンドイッチ 0.770 <sup>**</sup>
10	医薬部外品 0.757 <sup>**</sup>

単位: %

- ✓ 調査対象全32品目において、駅乗降者数の増加は、売上数量増に直結する。
- ✓ 改札内店舗ではビール、ワイン・洋酒などが、乗降者数の影響がより大きい。
- ✓ 冷凍食品は、全店舗標本では乗降者数の影響が最も大きいですが、改札内店舗に限り、その影響は統計的に非有意である。

## 6. 乗降者数の売上数量への影響：店舗タイプ



図表 乗降者数1%増の売上数量への影響：大規模店舗

		(1)全店舗標本	(2)大規模店舗
1	日本酒・焼酎	1.119 <sup>**</sup>	0.808 <sup>**</sup>
2	冷凍食品	1.373 <sup>**</sup>	0.330
3	スナック菓子	0.994 <sup>**</sup>	0.211 <sup>**</sup>
4	日配品・生鮮品	0.433 <sup>**</sup>	0.211 <sup>**</sup>
5	健康ドリンク	0.460 <sup>**</sup>	0.191 <sup>**</sup>
6	おつまみ豆菓子	1.053 <sup>**</sup>	0.182 <sup>**</sup>
7	サンドイッチ	0.545 <sup>**</sup>	0.178 <sup>**</sup>
8	衣料品	0.486 <sup>**</sup>	0.168 <sup>**</sup>
9	ガム・キャンディ	0.653 <sup>**</sup>	0.167 <sup>**</sup>
10	麺類	0.061	0.165 <sup>**</sup>

単位：%

- ✓ 大規模店舗の場合、他の店舗タイプに比べ、乗降者数の増加は日本酒・焼酎、スナック菓子等の売上数量を増加させる。
- ✓ 乗降者数増が売上数量にもたらすプラスの効果は多くの商品で大規模店舗がもたらす影響である。
- ✓ 一方で、ワイン、カップラーメン、雨具、惣菜等は、店舗タイプの影響を受けない。





## 7. 価格ディスカウントがもたらす売上への影響

図表 価格1%増の売上数量への影響:全店舗

		全店舗標本
1	サラダ	-0.502***
2	スナック菓子	-0.310***
3	サンドイッチ	-0.285***
4	紙類・衛生用品	-0.241***
5	麺類	-0.147
6	洋菓子・駄菓子	-0.135***
7	雨具	-0.124
8	日配品・生鮮品	-0.075
9	たばこ	-0.073**
10	ガム・キャンディ	-0.070

単位:%

- ✓ 全店舗・改札内店舗ともに、サラダ、スナック菓子、麺類は、1%の価格引き下げにより、0.1~0.5%の売上増が見込まれる。
- ✓ 価格引き下げは必ずしも売上数量増にはつながらず、32品目中9品目はその影響がない。
- ✓ 品目全般を通じ、乗降者数増加の方が、価格引下げよりも、売上増加効果は大きい。



## 8. 天候の販売数量への影響

図表 天候の販売数量への影響:快晴

(1)全店舗標本	
1 サラダ	2.289***
2 アイスクリーム	1.867***
3 惣菜	1.405***
4 インスタント食品	0.978***
5 カップラーメン	0.925**

図表 天候の販売数量への影響:雨

28 カップラーメン	-2.988**
29 衣料品	-3.003**
30 惣菜	-4.392***
31 サラダ	-6.135***
32 アイスクリーム	-7.058***

単位:%

- ✓ 「快晴」の日は、サラダ、の売上数量が2%程度増加するが、アイスクリームは改札内店舗では増加しない。
- ✓ 「雨」の日は、アルコール飲料、スナック菓子等の売上数量店舗出入口を問わず増加する。
- ✓ 「雨」の日は、「快晴」「晴れ」に売上が増加する「アイスクリーム」「サラダ」「惣菜」の売上高が減少する。
- ✓ 冷凍食品、洋菓子、サンドイッチ、「快晴」「晴れ」「雨」「曇り」のいずれの天候とも関係がない。



## 9. 気温・湿度と販売数量

図表 1°Cの気温上昇がもたらす販売数量への影響

(1)全店舗標本		
1	サラダ	1.286***
2	アイスクリーム	1.162***
3	惣菜	1.072***
4	麺類	0.611***
5	衣料品	0.610**

図表 1%の湿度上昇がもたらす販売数量への影響

28	たばこ	-0.052***
29	パン	-0.056***
30	健康ドリンク	-0.061***
31	サラダ	-0.087***
32	惣菜	-0.089***

単位: %

- ✓ 1°Cの気温上昇により、サラダ、アイスクリーム、総菜は、1%以上の売上増がもたらされる。
- ✓ おつまみ豆菓子、牛乳、日配・生鮮品等、10/32品目は、平均気温と売上数量の間に関係性は見られない。
- ✓ 全32品目のうち、1%の湿度上昇により、需要が増加する商品は、冷凍食品と日本酒のみである。
- ✓ 惣菜、サラダなど、全32品目のうち21品目が、1%の湿度上昇により需要が低下する。



## 10. 競合他店数の売上数量への影響

図表 駅半径1km内競合他店数の販売数量への影響

(1)全店舗標本		(2)改札内店舗	
1 おつまみ豆菓子	-1.160***	1 紙類・衛生用品	-0.318***
2 サンドイッチ	-0.348***	2 ガム・キャンディ	-0.168***
3 スナック菓子	-0.289***	3 洋菓子・駄菓子	-0.089
4 牛乳・パック飲料	-0.272***	4 常温飲料	-0.080***
5 医薬品・医薬部外品	-0.239***	5 健康ドリンク	0.016
6 雨具	-0.226	6 おつまみ豆菓子	0.038
7 健康ドリンク	-0.185***	7 医薬品・医薬部外品	0.066
8 米飯類	-0.125***	8 ビール	0.110
9 常温飲料	-0.093***	9 スナック菓子	0.194*
10 文具玩具趣味	-0.044	10 ワイン・洋酒	0.216***

単位:%

- ✓ 駅半径1km内に競合他店舗が1店舗増加すると、和菓子の売上数量は1.2%下落する。
- ✓ 改札内店舗は競合他店舗の増加が売上数量に与える影響が軽微である。
- ✓ ビール等6品目は、駅周辺の競合環境が売上数量に影響をもたらさない。



## 担当者：

成蹊大学 経済学部 教授

永野 護

[mnagano@econ.seikei.ac.jp](mailto:mnagano@econ.seikei.ac.jp)

経済学部 准教授  
アジア太平洋研究センター 研究員

岩城 志紀

韓 相一