

車券が旅客の操作によって、自由に買えるようになるのも遠くないものと考えられる。(神保和夫)

**じょうしゃけんセンター 乗車券センター** 国鉄の新潟・四国・中国の各支社および鉄道管理局の営業部の附属機関。特別急行券、特別2等車券・寝台券等の乗車列車を指定して発売する乗車券類の割当ては、昭和25・4に東京と大阪の鉄道局に専任の割当掛を置いたのが始まりである。その後割当てを伴う乗車券類が漸増したので、名古屋・仙台・札幌・門司・広島および静岡の各局においても、自主的に割当事務所またはセンターと称するものを設置して割当事務を行ってきた。このため、名称や業務範囲がまちまちであり、また他局管内の駅および乗務員等に対する権限がないために、業務運営の円滑を欠き、旅客サービスに支障を与える結果となったので、これらの乗車券類がますます増加の傾向をたどっているのにかんがみ、業務の統一的運営をはかり、余席の活用を積極的に推進し、適切な旅客サービスの提供により、収入の増加をはかるため、昭和33・3・1営業部の附属機関として、9箇所に乗車券センターを設置した。

その担当する業務は、乗車列車を指定して発売する乗車券類の駅および乗務員に対する割当てである。なお昭和40・3・1現在21箇所を設置されている。(宮坂正直)

**しょうひんけいかく 商品計画(輸送の)** 適正な商品またはサービスを、適正な時期に、適正な価格で、適正な場所に、適正な数量を提供する、そうした企画が商品計画または商品化計画といわれる。

したがって輸送の商品計画とは一定の輸送需要を前提として、これに適合する輸送サービスを創造するための諸計画、すなわち適正な列車計画、設備計画および営業制度を意味している。言い換えれば輸送需要を満たすために、適切な車両と施設とによって輸送力を作り出し、価格(運賃・料金)と販売方法とを決めることによって商品の形態を与えることである。

この場合重要なことは、各種の市場調査によって明らかにされた顧客の意向を商品としての輸送サービスの中に的確に反映させることである。顧客が各種の輸送手段を選択して利用できるいわゆる買手市場にあっては、顧客の意向を織り込んだ適切な商品計画があって初めて能率的販売活動の推進が可能となるからである。

商品計画において、顧客の意向を適切に反映するというと同時に、もう一つ考えなければならない要素は技術革新をもとにした製品改良あるいは新製品の開発ということである。企業が競争市場において有利な位置を占めるためには、よりすぐれた商品を作り出さなければならないことは明らかである。よりすぐれた商品とは、消費者の欲求をより多く満足させるものであると同時に収益性の高い商品を意味している。新幹線の開業、ジェット機の就航、高速自動車道の出現、長距離バスの進出など輸送機関における新製品ないし製品改良は目を追って急速となっており、その範囲も大都市中心から漸次地方都市へ拡大されている。

また輸送の商品計画では、きわめて長期にわたる需要の見通しが必要である。たとえば線路増設をみてもわかるように、設備増強のためには、きわめて多額の投資が必要であり、その回収には多年にわたる日時を要する。設備資金の有効活用のためには、営業施策による長期的な需要の育成、誘発をはからなければならない。

商品計画は以上に述べたように重要な役割をもつものであり、国鉄の担当部門は主として鉄道管理局以上の営業および運転担

当業務組織である。国鉄の長期経営計画は将来の需要動向の見通しの上に立ち、経営の長期安定をはかって策定されたものである。当然国鉄輸送の商品計画の方向は、長期経営計画と軌を一にしたものでなければならないことはいうまでもない。

(森野 章)

**じょうほうかんり 情報管理(輸送に関する)** 情報とは「問題解決に有効なあることについての知らせ」、または「それをうることによって、前に知っていたことに何か新しいことを付け加えるか、または前に予想していたことを変化させるもの」といわれる。現在、新聞・雑誌・テレビ等のマスコミを通じて、多くの情報が、ちまたには氾濫しているが、それらの情報がすべて有効なものとはかぎらない。また一部の人のために有効な情報であっても、他の人のために全く無用なものもある。ある情報が有効であるか否かは、これを受け取る者の立場や要求によって決まるものである。今日の企業活動においては、あらゆる情報を取捨選択し、さらに積極的に有効な情報を収集、整理、分析して企業内部および顧客に提供し、自己に有利な市場を作り出すことが肝要である。こうした情報の収集、分類、整理、分析、伝達、利用、処分といった一連の機能を合理的に管理することが情報管理といわれる。

近年特に情報管理が重要視される背景としては(1)情報発表量の増加(2)情報活動の迅速正確化(3)企業間の競争激化(4)技術革新の進行(5)企業経営上における総合判断の必要性等があげられる。

さて鉄道の輸送サービスは、生産と消費とが同時に行なわれるのが特長である。列車が運転される瞬間に、同時にこれを利用することが必要であり、貯蔵は不可能である。利用者がいない場合は、その生産物は空費され、大きい損失となる。さらに輸送需要は時間的、地域的波動がきわめて著しい。したがって需要動向に適合した列車計画は、きわめて重要であるが、この判断の材料となるのが各種の情報である。また投資計画を織り込んだ長期計画の樹立、新しい輸送サービスの開発等にも情報の必要なことは論をまたない。

現在国鉄部内の輸送に関する情報は、駅→本社・支社の事務管理統計部(課)、ないしは駅→管理局以上の営業・運転部門といった経路で生産、伝達されている。また経済動向や国鉄以外の運輸機関に関する情報は開発部、鉄道技術に関する情報は鉄道技術研究所等で収集、整理されているが、全体としてみると有機的、組織的な情報管理は行なわれていない。

しかし、貨物輸送の情報処理に\*電子計算機を大幅に導入し、飛躍的改善をはかろうとする考え方も具体化している。また各部門で国鉄輸送における情報管理のあり方についての考察が行なわれているので、整備の日も遠くないであろう。

(森野 章)

**じょうむいんきゅうようしつ 乗務員休養室** 動力車および列車乗務員の行先地における折返し間合および仕業の開始、終了が夜間となる場合、その仕業前後の時間の休養宿泊に充てる施設。

現行規程ではこれに関して明文化されたものはなく、駅・区の休憩室の一種として取り扱われているが、規程近代化に伴い建築物設計基準規程(昭和39・6・30 施達第2号)別表、現業事務所建物のなかに明文化され、面積は「2人収容を1単位とし、1人当り4.0m<sup>2</sup>以内とする。」と定められている。これらの施設は、現在では主として動力車乗務員を対象に全国443箇所の機関区・電車区・気動車区・\*運転所等に約1万3,700ベッド(昭和40・3 現在)があり、それぞれの現業機関の長が管理運営