

ジェイアール東日本企画、「jekí移動者調査2016」を発表。 移動目的ごとの詳細な分析が可能に。

株式会社ジェイアール東日本企画は、移動の実態を把握するため、首都圏と関西圏および関東主要都市の生活者（計30,406サンプル）を対象に、「jekí移動者調査2016（2016年度首都圏・関西圏移動者調査）」を実施しました。

この調査は、1995年より3年毎に弊社オリジナル調査として実施しているもので、その特徴は、連続した9日間の移動と、メディア接触状況、生活意識などの情報がシングルソースデータとなっていることです。特に、鉄道利用については、利用した駅や路線に加え、電車内での行動についても聴取しています。

さらに、今回の調査では、移動の目的に着目しました。

会社に行く、取引先に出向く、学校に通う、ショッピングに出かけるなど、移動には必ず何らかの目的があります。同じ一人の人でも、移動する目的自体が違えば、参照する情報や移動時に購入・利用する商品・サービスは異なると考えます。

こうした観点から、今回の調査では目的ごとに移動を聴取し、その際の移動手段や同行者、購入・利用した商品・サービス、さらに、移動時の気持ちまでをも明らかにしました。

本調査のポイントは以下の通りです。

ポイント1 （資料①）

**有効回答数は、30,000人超、
移動と意識を把握した大規模なシングルソースデータ調査。**

ポイント2 （資料②）

**「通勤」、「通学」を始め、「買い物」、「外食」、「習い事」、
「通院」、「娯楽」など、様々な移動目的を把握。**

ポイント3 （資料③）

**有効回答数も多く、様々な目的も聴取したシングルソースデータ調査だから、
移動目的ごとの詳細な分析が可能に。**

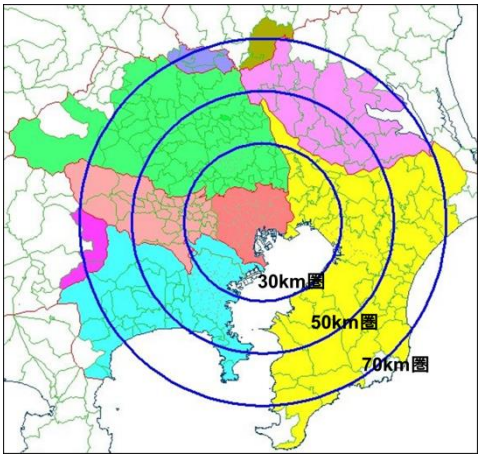
ポイント1

有効回答数は、30,000人超、
移動と意識を把握した大規模なシングルソースデータ調査。

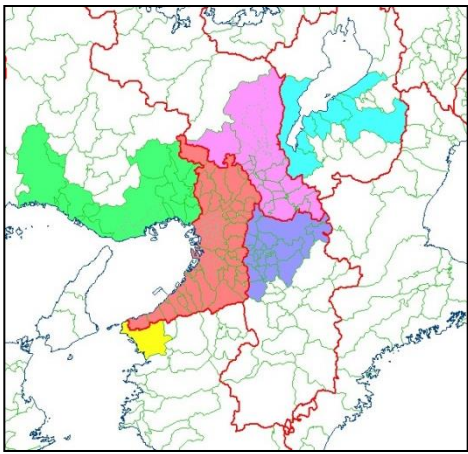
首都圏20,516人、関西圏8,156人に加え、関東主要都市1,734人の合計30,406人に対し、9日分の移動と、メディア接触状況、生活意識などを聴取しました。移動と意識を把握した大規模シングルソースデータ調査です。

＜都府県別対象エリアとサンプルサイズ＞

合計 30,406サンプル



首都圏 20,516サンプル
+ 関東主要都市 1,734サンプル



関西圏 8,156サンプル

＜調査概要＞

項目	内容
調査目的	1.生活者9日間分の移動実態の詳細把握 2.交通媒体ユニット別イメージおよび商品・サービス別媒体接触実態の把握 3.「首都圏・関西圏 移動者マーケティング・データベース」としての活用
調査方法	インターネット調査
調査エリア	首都圏通勤圏（東京70km圏－東京・千葉・神奈川・埼玉ほぼ全域、茨城・山梨の一部） +関東主要都市（高崎・前橋／宇都宮／水戸／甲府） 関西圏通勤圏（大阪全域、滋賀・京都・兵庫・奈良・和歌山の一部）
調査対象	調査エリア在住の12歳（中学生）以上69歳以下男女個人 ※ただし、関東圏主要都市エリアは、15歳以上69歳以下男女個人
抽出方法	層化一段抽出（性年代・居住エリアで層化：首都圏216区分、関西圏156区分）
有効回収数	首都圏：20,516サンプル + 関東主要都市：1,734サンプル 関西圏：8,156サンプル
調査対象期間	2016年5月28日（土）～6月5日（日）の連続する9日間

ポイント2

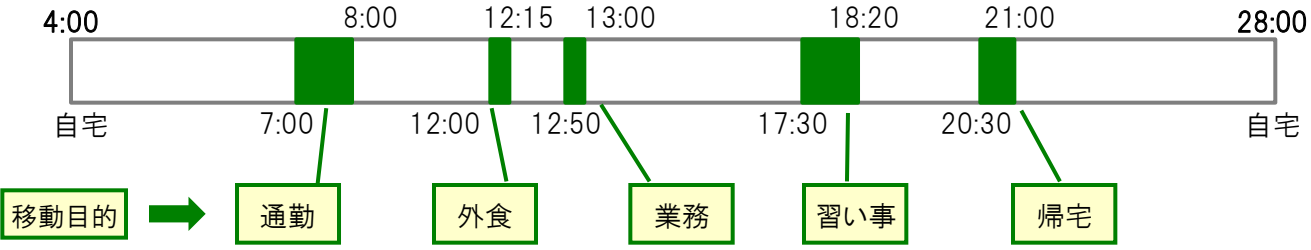
「通勤」、「通学」を始め、「買い物」、「外食」、「習い事」、「通院」、「娯楽」など、様々な移動目的を把握。

今回、その移動の目的について着目し、設問を設定しました。これによって、「通勤」、「通学」を始め、「買い物」、「外食」、「習い事」、「通院」、「娯楽」など、全16種類の移動目的を把握しました。

＜移動の「目的」一覧＞

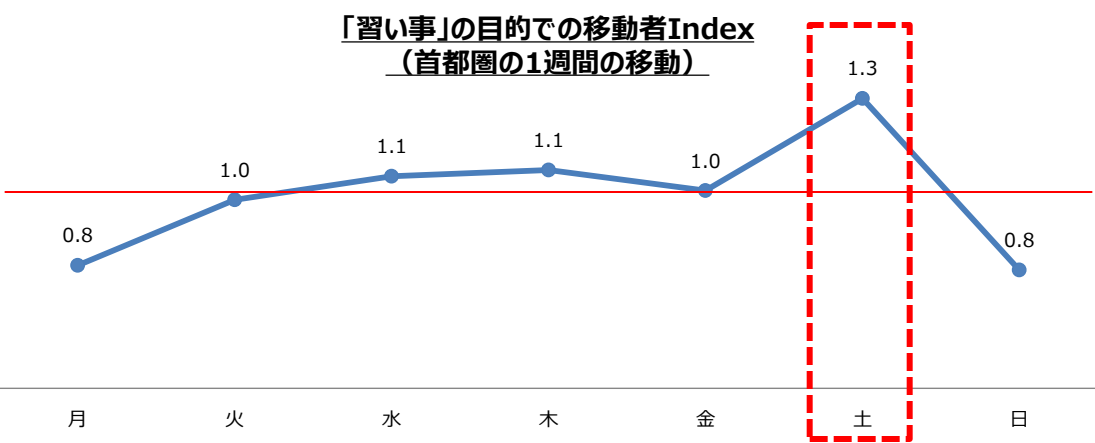
- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 1. 通勤 | 9. 娯楽(スポーツ観戦・映画など) |
| 2. 通学 | 10. 旅行 |
| 3. 業務(得意先訪問、外出先からの帰社など) | 11. 帰省 |
| 4. 学校行事(部活や課外授業など) | 12. 通院 |
| 5. 習い事(語学・資格スクール、学習塾など) | 13. 送迎 |
| 6. 帰宅 | 14. 散歩やランニング |
| 7. 買物(ウィンドウショッピングを含む) | 15. 親戚や友人、知人の家に行く |
| 8. 外食(ランチ、飲み会を含む) | 16. その他 |

＜例：1日の移動記録＞



コラム 「習い事」の目的での移動者は、土曜日に多い。

この調査では、どのような移動が、どの曜日に多いのかを把握することが可能です。そこで今回、「習い事」の目的に着目すると、他の曜日に比べて土曜日にこの目的の移動が多いことが分かりました。一方、日曜日と月曜日は、「習い事」目的の移動は少ないようです。



ポイント3

有効回答数も多く、様々な目的も聴取したシングルソースデータ調査だから、**移動目的ごとの詳細な分析が可能に。**

移動時の詳細情報として、「曜日・時間」「移動手段」「同行者」「購入・利用した商品・サービス」「移動時の気持ち」などを聴取し、移動の実態を把握しました。有効回答数も多く、シングルソースデータだからこそ、様々な移動目的ごとの詳細な分析が可能になりました。

＜移動の目的＞

全16種類の移動目的
(「通勤」、「通学」を始め、「買い物」、「外食」、
「習い事」、「通院」、「娯楽」など)

＜移動時の詳細情報＞



組合せて
分析が可能

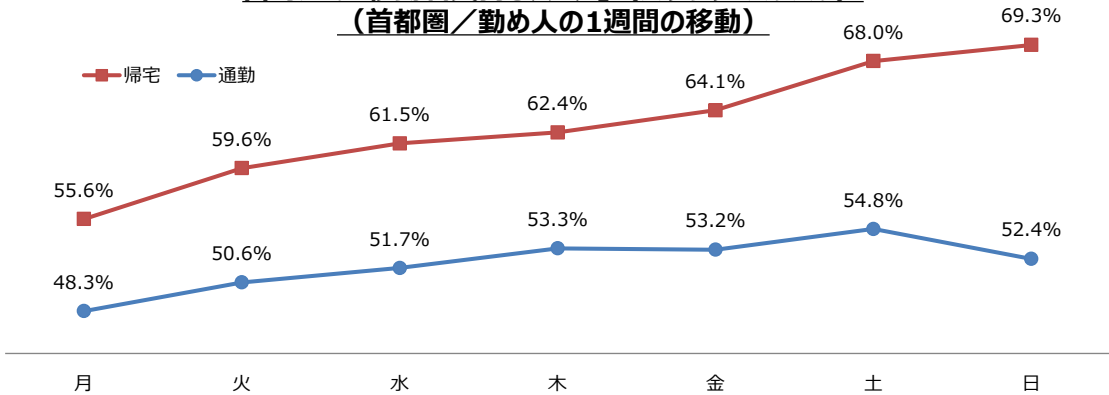
曜日・時間	移動手段
利用駅・路線※	電車内行動・モバイル利用内容※
同行者	購入・利用した商品・サービス
移動時の気持ち	生活意識や属性の情報

※：鉄道利用時のみ聴取

コラム 「通勤」よりも「帰宅」時の移動でポジティブな気持ちに。

「ハツラツ・バリバリ」という移動中の気持ちを例に、目的ごとの分析をご紹介します。「通勤」に比べ「帰宅」目的の移動では、「ハツラツ・バリバリ」というポジティブな気持ちの人が多くことが分かりました。また、週末にかけて、このスコアが高くなる傾向も明らかになりました。

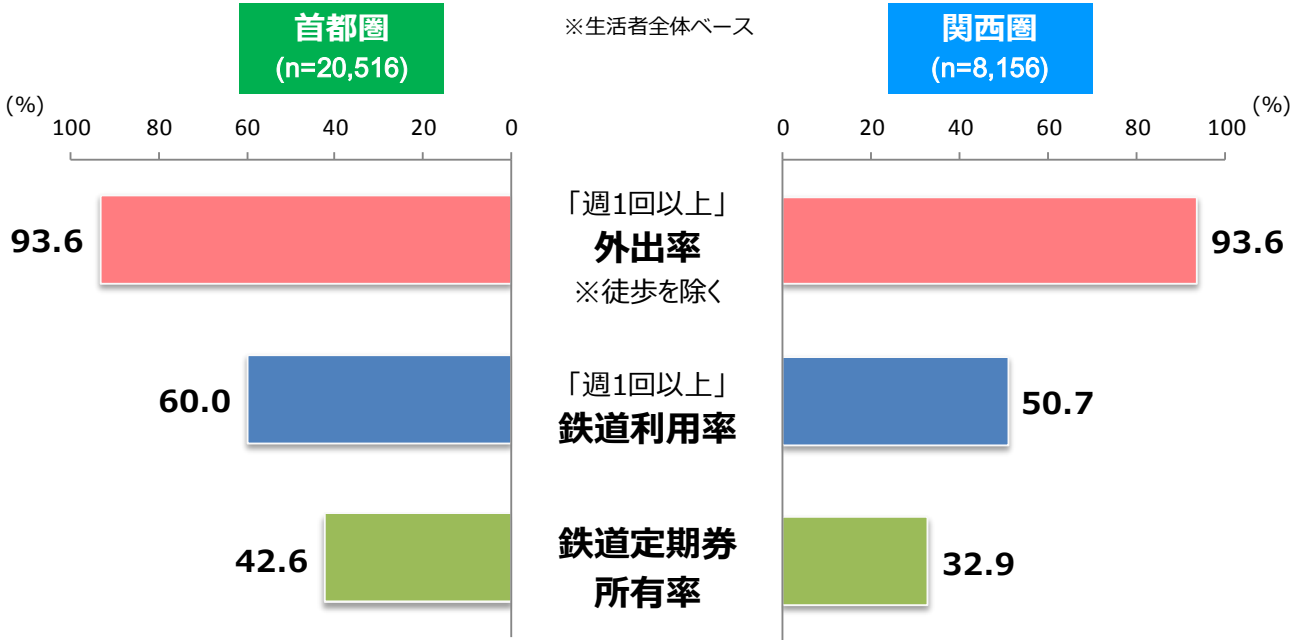
目的別の「移動者気持ちスコア」(ハツラツ・バリバリ)
(首都圏／勤め人の1週間の移動)



鉄道利用率・定期券所有率

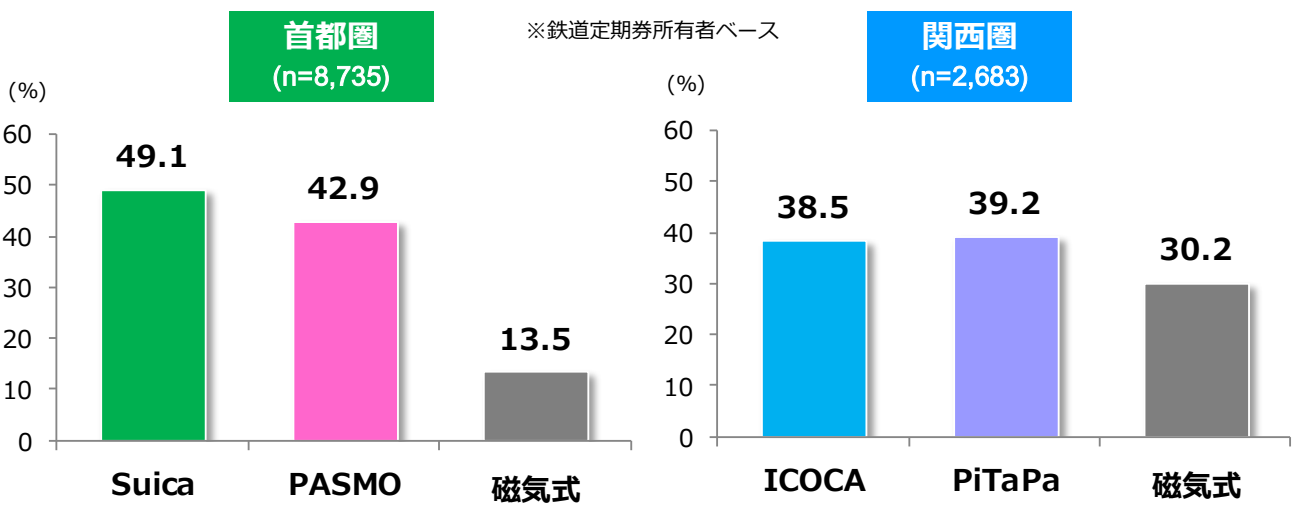
- 首都圏、関西圏ともに、徒歩を除く外出率は93.6%。
- その一方、鉄道利用率でみた場合、首都圏60.0%、関西圏50.7%と首都圏が高い。
- また、鉄道定期券所有率も、首都圏42.6%、関西圏32.9%と首都圏が高い。
- 所有定期券タイプでは、磁気式の割合が、首都圏13.5%に対して、関西圏は30.2%と違いがみられる。

< 7日間の移動指標 >



※鉄道利用率とは、週1回以上何らかのかたちで鉄道を利用する人の割合。

< 所有定期券タイプ >



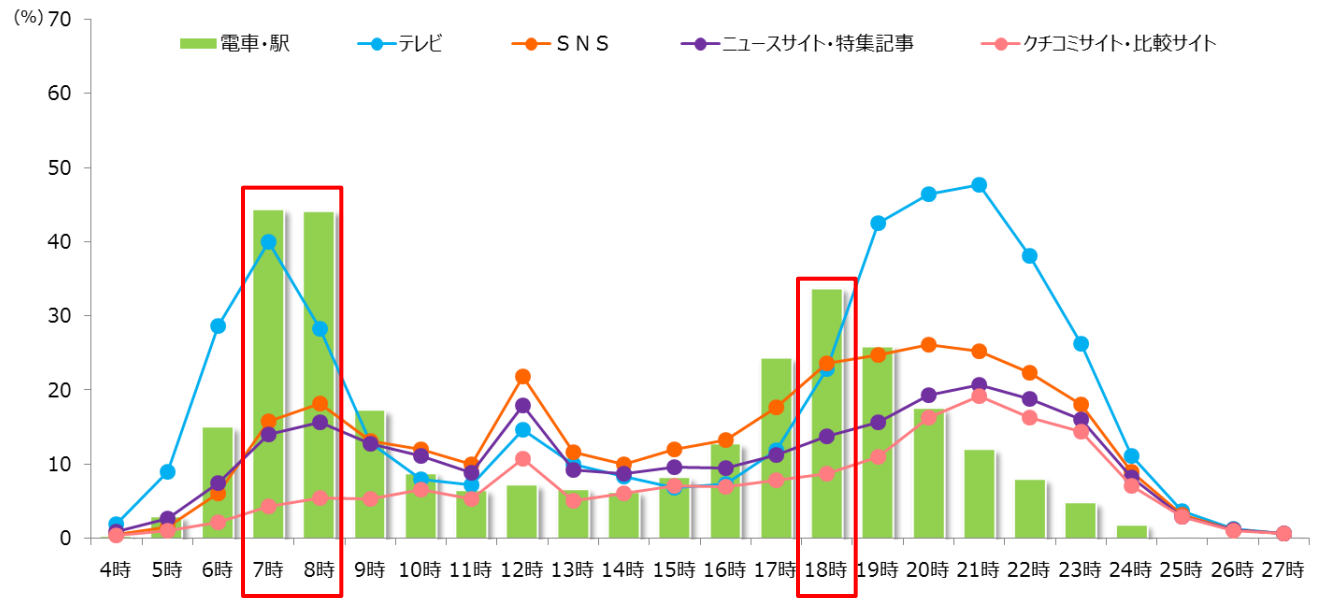
メディア接触時間帯(平日平均)

- 電車・駅の利用は、首都圏・関西圏とも7時、8時台、18時台がピーク。
- 朝帯は、電車・駅の利用と「SNS」「ニュースサイト・特集記事」のピークが一致。交通広告との親和性が窺える。
- 帰宅時間帯は、電車・駅の利用とあわせて「SNS」が上昇し、帰宅後は「SNS」「クチコミサイト・比較サイト」を利用していることが窺える。

＜ 電車・駅利用とメディア接触時間帯（平日平均） ＞

首都圏<全体>

※各メディア接触者ベース



関西圏<全体>

※各メディア接触者ベース

