

新幹線データ

輸送人員 1日 669,500人(東海道・山陽新幹線)

輸送人員

東海道・山陽新幹線 東京～博多

669,500人/日

東海道新幹線 東京～新大阪

465,600人/日

1日の列車本数 368本/日 ※臨時列車を含む

山陽新幹線 新大阪～博多

203,900人/日

1日の列車本数 267本/日 ※東海道・九州直通列車を含む ※臨時列車を除く

※1日の列車本数は、2017年度実績本数(各JR資料および時刻表より)
 ※輸送人員は、国土交通省「鉄道輸送統計(2017年度分)」の値を365で割ったもの
 ※主要駅の乗降人員は、JR各社公表(2017年度)の乗車人員の2倍として、シェアール東海エージェンシーにて算出

主要駅の乗降人員

(1日平均)

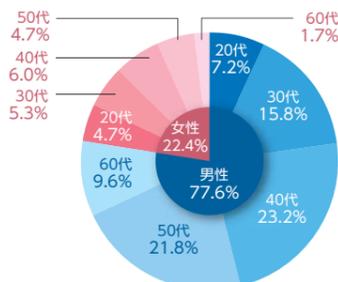
東京	202,200人
品川	72,600人
新横浜	66,600人
三島*	61,800人
静岡*	119,800人
浜松*	74,600人
豊橋*	58,000人
名古屋*	432,000人
京都	77,400人
新大阪	163,800人
新神戸	19,400人
岡山*	137,400人
広島*	154,300人
小倉	23,600人
博多	43,800人

※新幹線・在来線合計

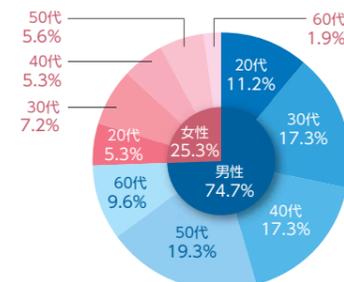
新幹線ユーザープロフィール

男性 77.6% 女性 22.4%(ユーザー全体) 出張・ビジネス 68.3% 観光旅行 12.2%(東海道新幹線)

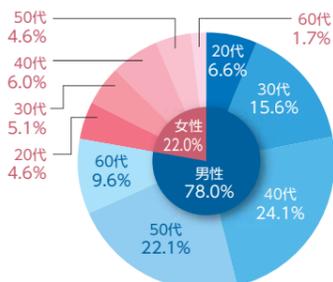
性・年代



ユーザー全体

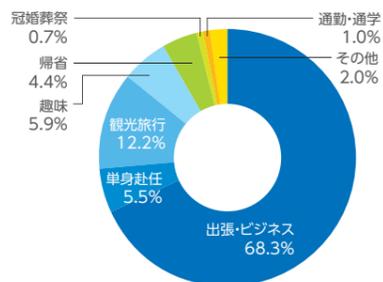


グリーン車

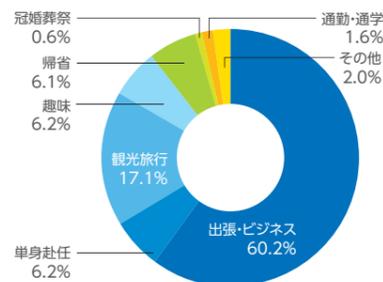


普通車

新幹線利用目的



東海道新幹線・全体



山陽新幹線・全体

新幹線ユーザープロフィール調査2017

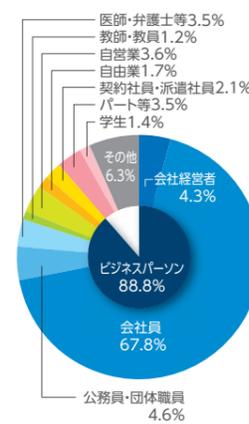
- 調査時期: 2017年10月 ● 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: (ユーザー) 東海道新幹線または山陽新幹線を1ヶ月に1回以上利用 (ノンユーザー) 東海道新幹線および山陽新幹線を年に1回未満の利用
- サンプル数: (ユーザー) 3,000サンプル (ノンユーザー) 800サンプル
- 調査主体: 株式会社シェアール東海エージェンシー/株式会社JR西日本コミュニケーションズ
- 調査機関: 楽天リサーチ株式会社

新幹線ユーザープロフィール

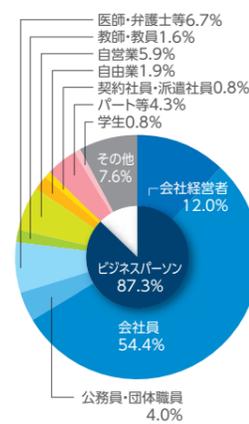
ビジネスパーソン 88.8%(ユーザー全体)

課長クラス以上の管理職 50%以上

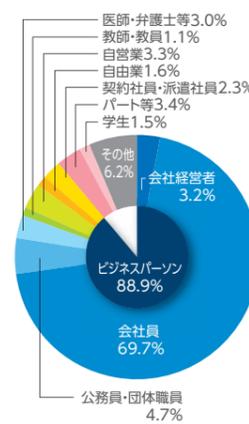
職業



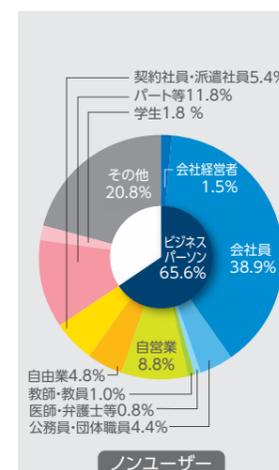
ユーザー全体



グリーン車

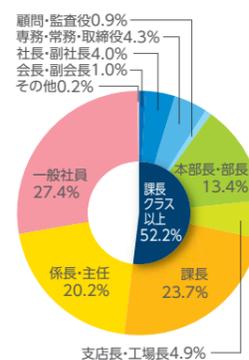


普通車

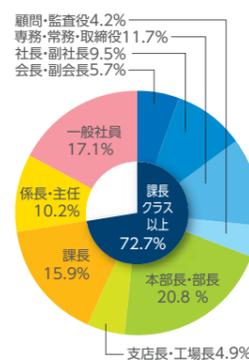


ノンユーザー

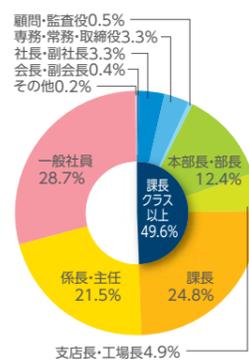
役職(職業選択: 会社経営者・会社員・公務員・団体職員 回答者)



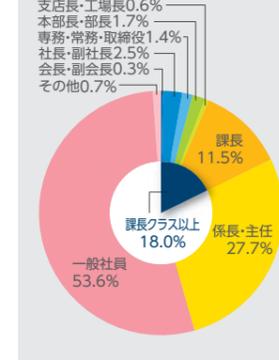
ユーザー全体



グリーン車

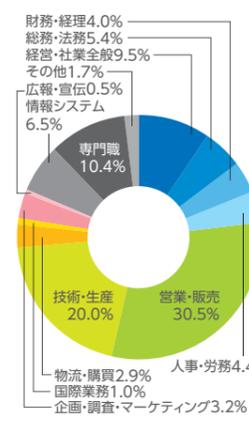


普通車

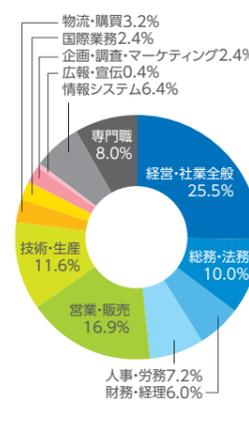


ノンユーザー

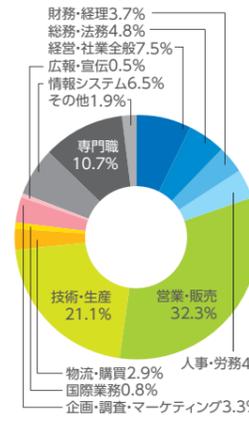
職種(職業選択: 会社経営者・会社員 回答者)



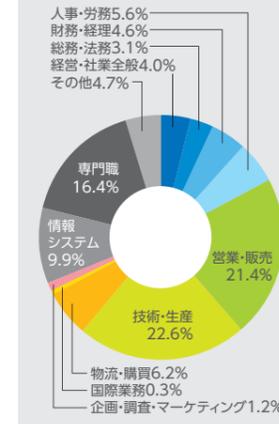
ユーザー全体



グリーン車



普通車



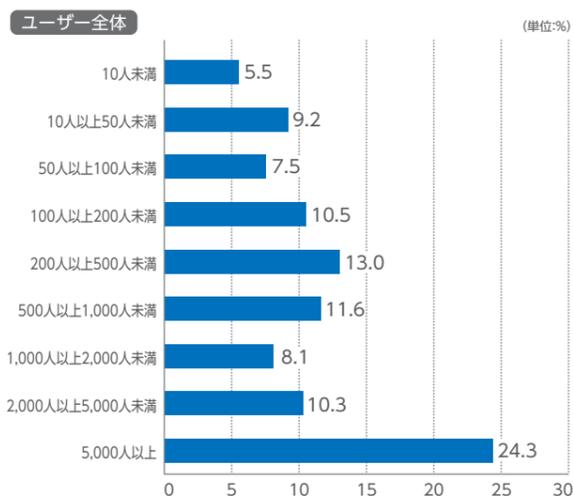
ノンユーザー

新幹線ユーザープロフィール

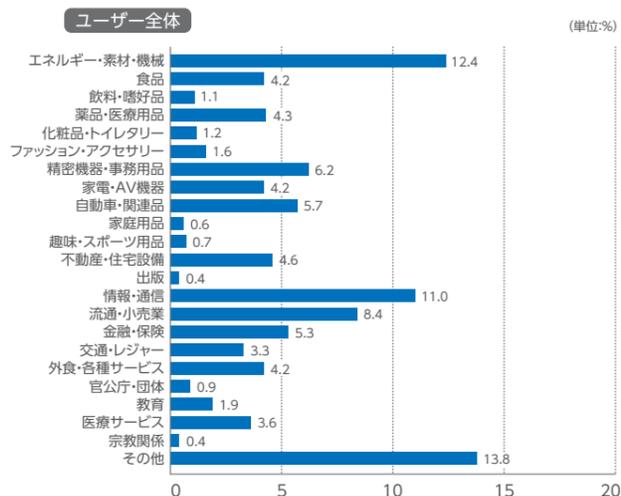
500人以上の会社に勤務 50%以上

意思決定への関与度が高い

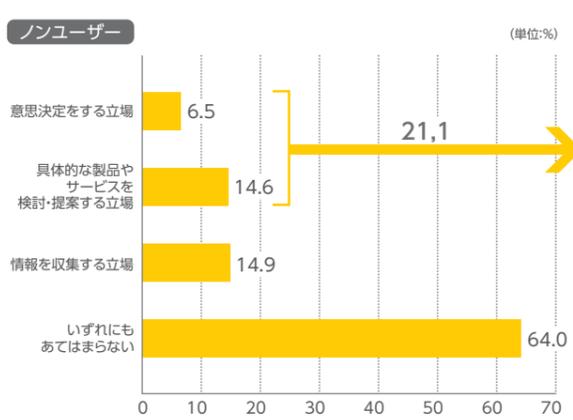
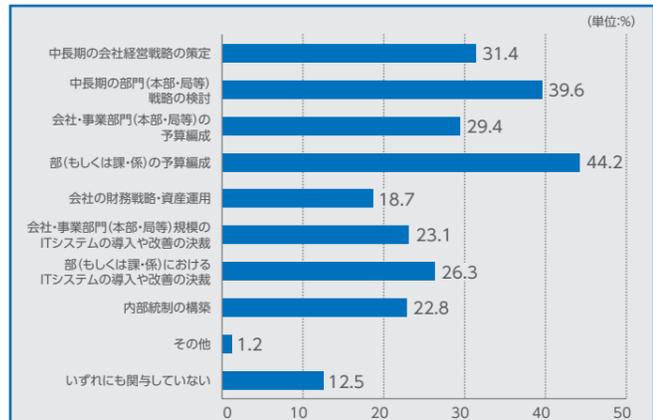
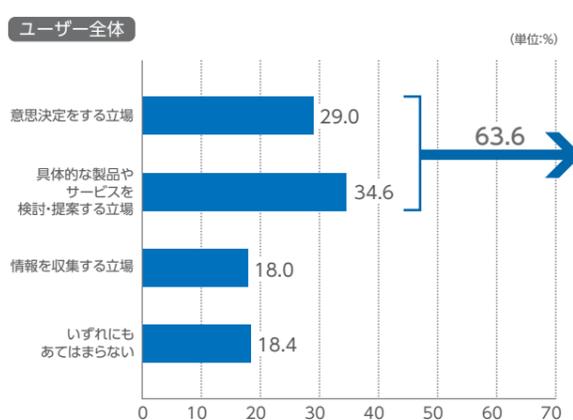
■ 会社の規模(従業員数) (職業選択:会社経営者・会社員 回答者)



■ 業種



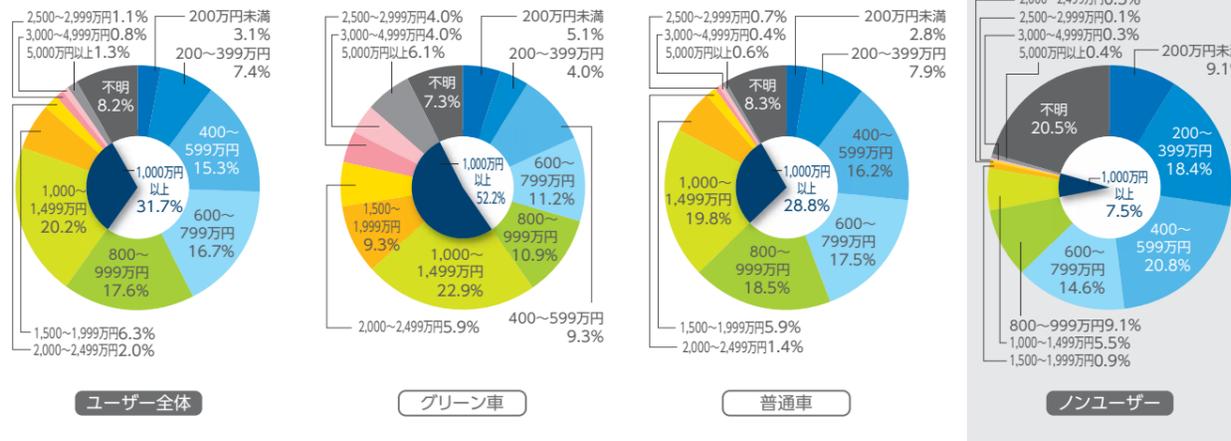
■ 意思決定上の立場・権限/意思決定の内容 (職業選択:会社経営者・会社員 回答者)



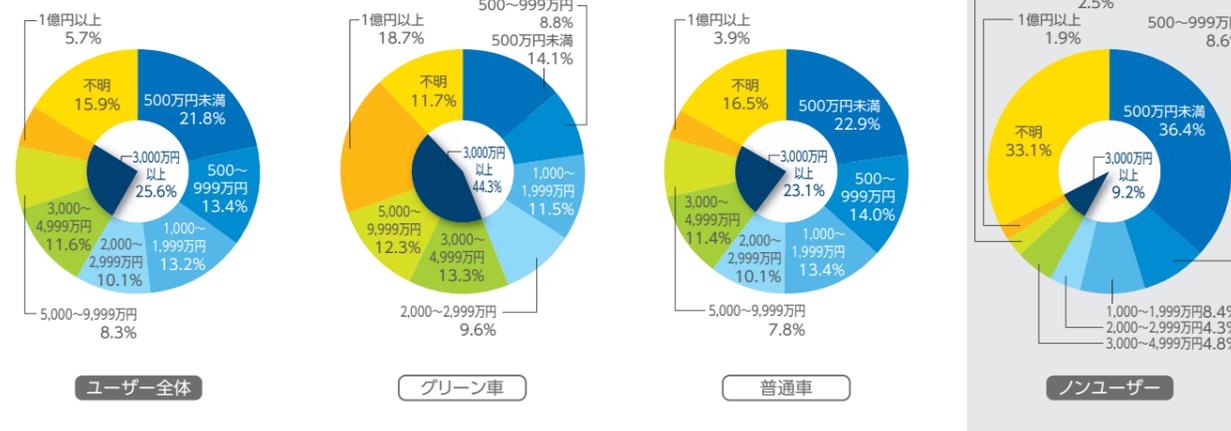
新幹線ユーザープロフィール

約3人に1人が世帯年収1,000万円超・約4人に1人が所有資産3,000万円超(ユーザー全体)

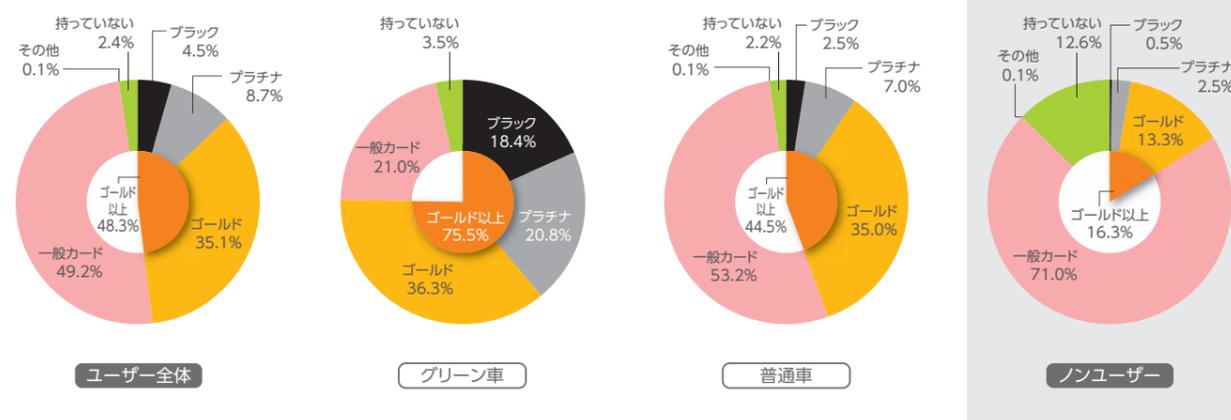
■ 世帯年収



■ 所有資産



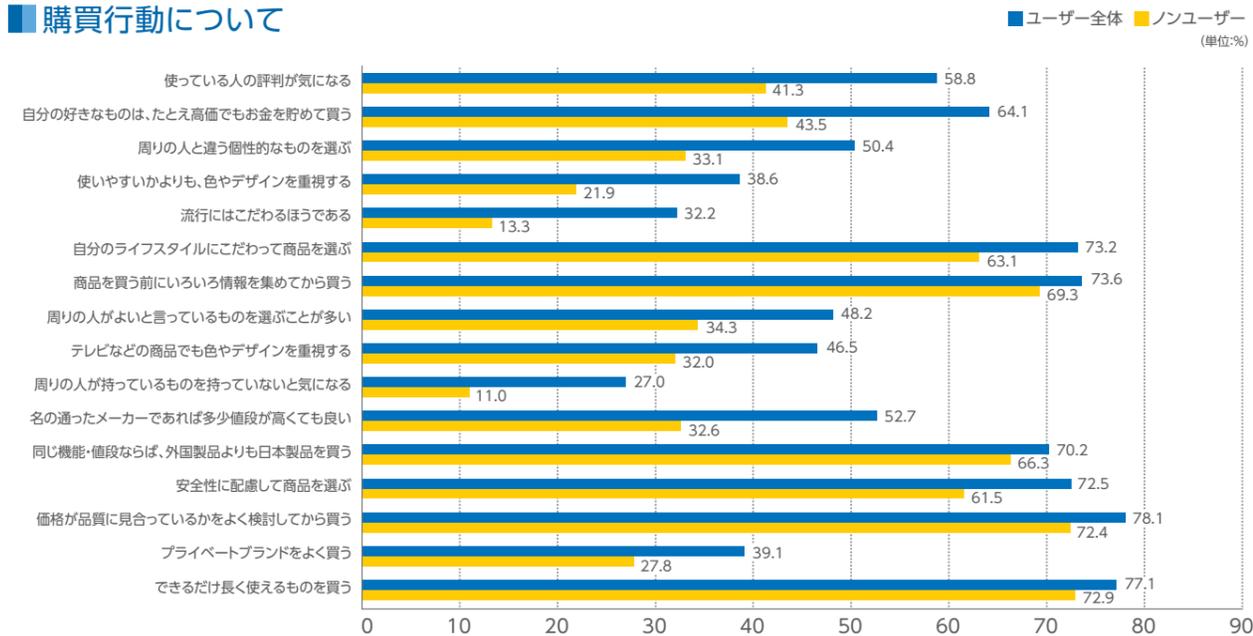
■ メインで使っているクレジットカードのクラス



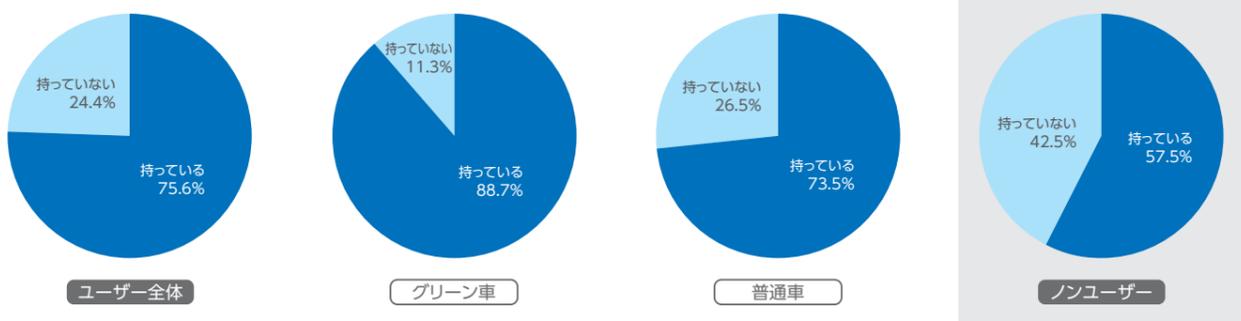
新幹線ユーザープロフィール

色やデザイン・流行に敏感で購買意欲が高く、情報収集にも積極的(ユーザー全体)

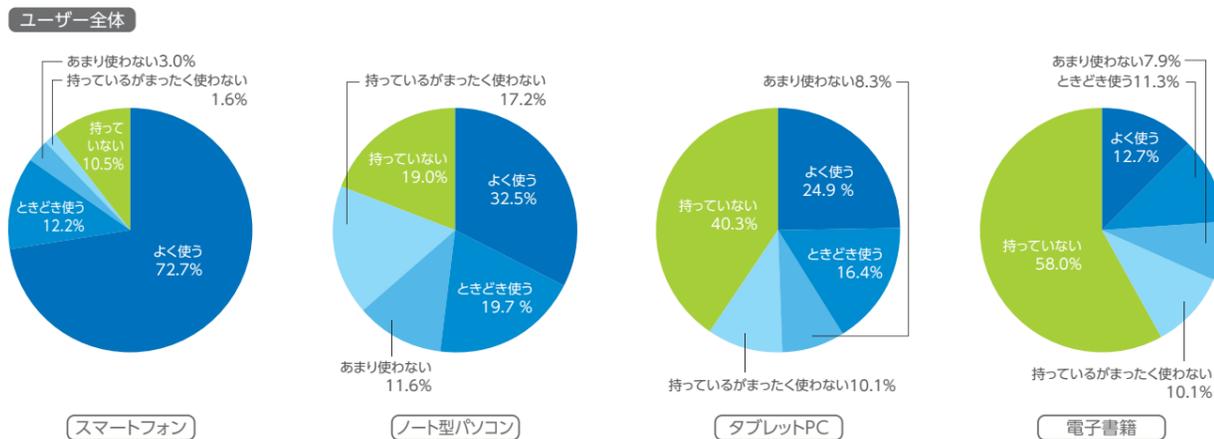
購買行動について



自家用車所有者におけるエコカー所有率



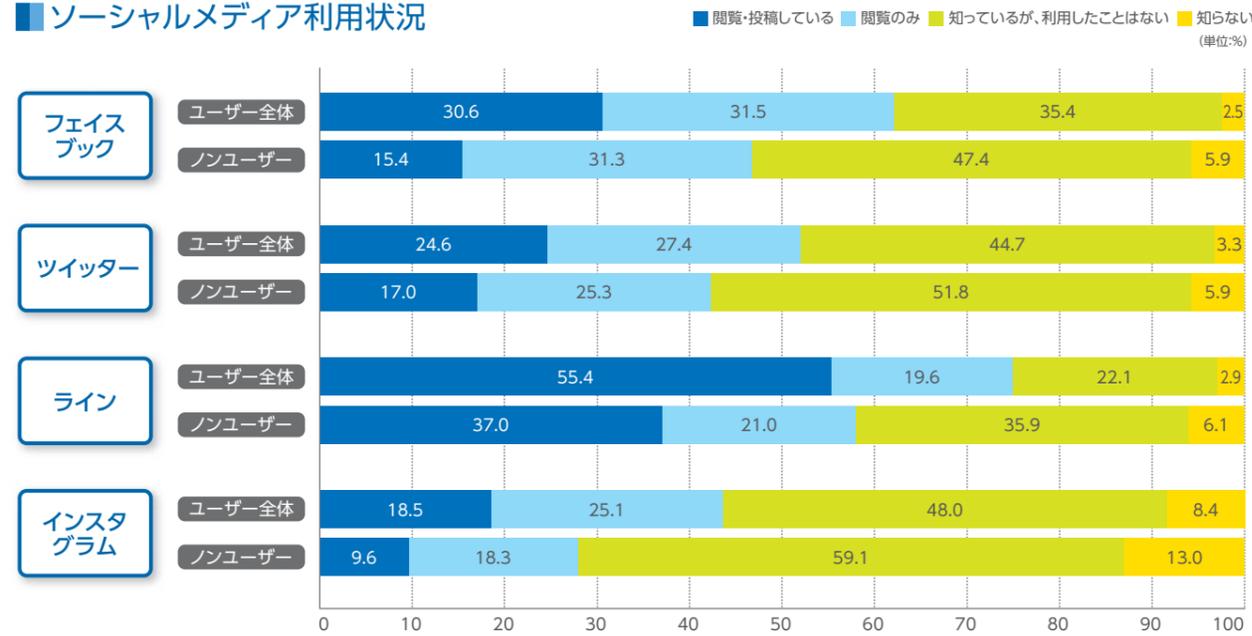
新幹線車内でのモバイル端末利用



新幹線ユーザープロフィール

ソーシャルメディアの利用率が高く、情報発信力がある(ユーザー全体)

ソーシャルメディア利用状況



自身に関する広告の接触状況

1 自身に関する新幹線車内広告を見たことがありますか



2 自身に関する新幹線車内広告は周囲の人との間で話題になったことがありますか

