

# ビジネスパーソンの「通勤電車の過ごし方」に関する調査 2017

～20～30代はメッセージアプリやSNSを多用、乗車時間が短い人ほど「ぼーっとする・考え事をする」～

大都市圏のビジネスパーソンの通勤には欠かせない、電車。世界の駅乗降者数でも日本の駅がトップを占め、その利用者の多くがビジネスパーソンです。通勤電車で過ごす時間は、1日のオンとオフの切り替えとなる大事なターニングポイントになります。満員電車に揺られ憂鬱な方もいれば、好きな音楽を聴きながらスマホで情報収集している方もいるでしょう。

この鉄道大国日本で、非常に多くのビジネスパーソンが時間を費やす「通勤時間」について、1000人のアンケートからその過ごし方や意識をさぐります。



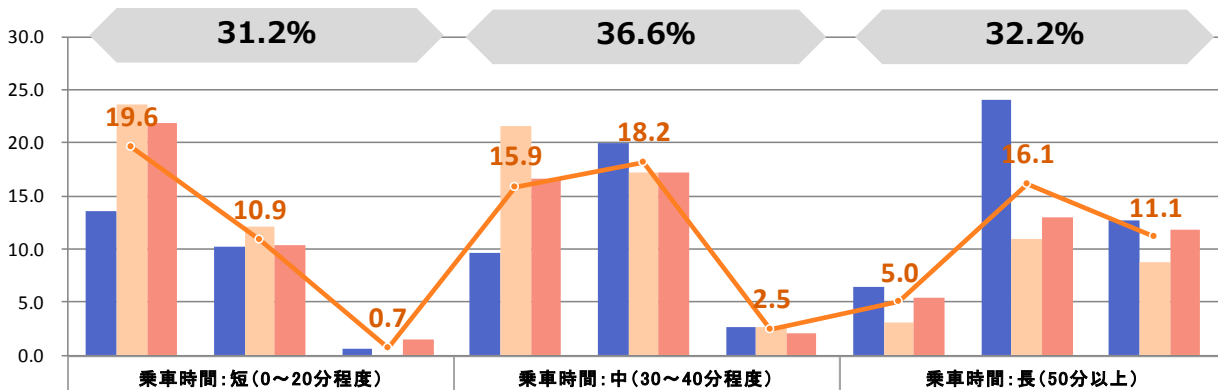
※本調査は“通勤で電車を週3日以上利用する人”を対象に調査しています。

## 【調査結果】

通勤電車の乗車時間（片道）で最も多い時間は、「乗換無し × ～20分程度」となった。エリア別に大きく差が開き、関西圏・東海圏では「乗換無し × ～20分程度」が多いのに対し、首都圏では「乗換1回 × 50分以上」という人が最も多く、通勤における乗車時間が長い。

全体では「乗換無し×～20分程度」の人の割合が最も多い。首都圏では「乗換1回×50分以上」が24.1%と最も多く、次いで「乗換1回×30～40分程度」20.0%、東海圏では「乗換無し×～20分程度」23.6%、次いで「乗換無し×乗車時間30～40分程度」21.5%。関西圏でも「乗換無し×～20分程度」が21.8%と最も高い。

【乗車時間と乗り換え回数】

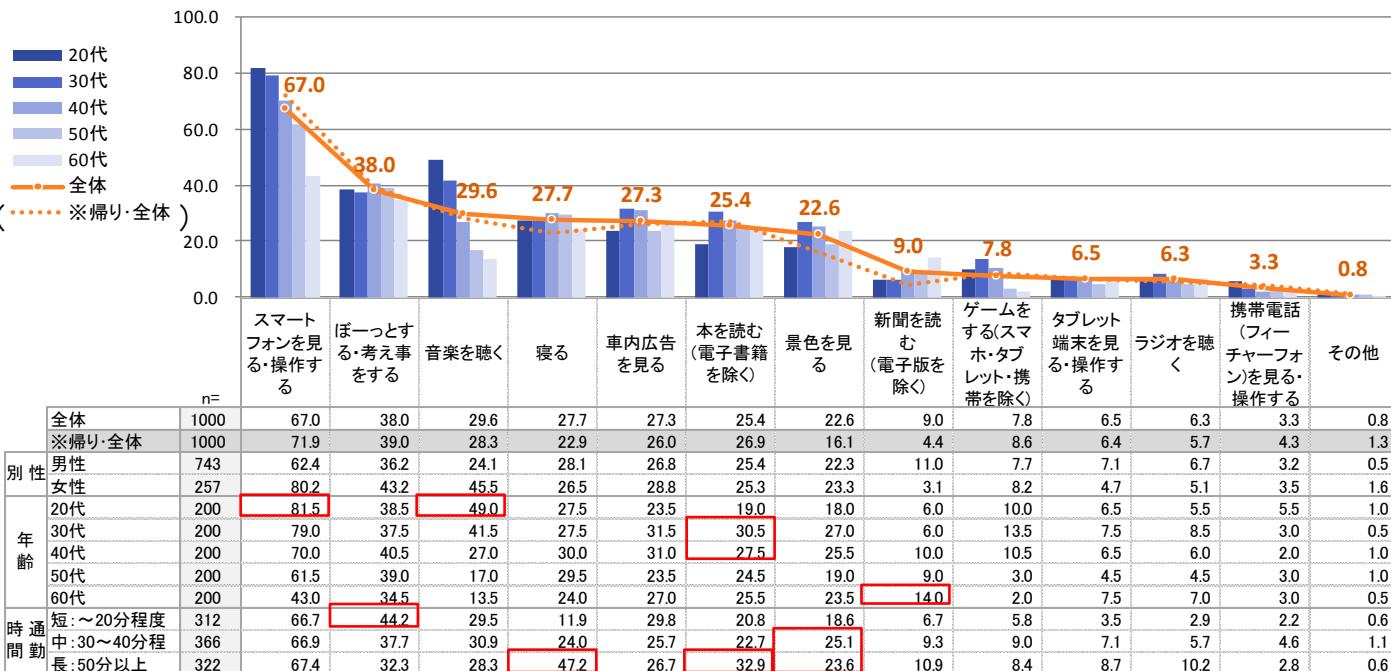


n=	乗換: 無し	乗換: 1回	乗換: 2回以上	乗換: 無し	乗換: 1回	乗換: 2回以上	乗換: 無し	乗換: 1回	乗換: 2回以上
全体	19.6	10.9	0.7	15.9	18.2	2.5	5.0	16.1	11.1
性別									
男性	17.5	9.8	0.8	15.6	18.7	2.3	5.4	17.6	12.2
女性	25.7	14.0	0.4	16.7	16.7	3.1	3.9	11.7	7.8
年齢									
20代	21.0	12.5	1.5	16.0	13.5	4.0	6.5	14.5	10.5
30代	24.0	11.5	0.0	15.0	19.0	2.0	4.5	13.5	10.5
40代	17.0	10.0	1.0	16.5	20.0	3.0	2.0	17.0	13.5
50代	19.5	9.0	0.5	15.0	22.0	2.0	7.0	16.0	9.0
60代	16.5	11.5	0.5	17.0	16.5	1.5	5.0	19.5	12.0
エリア									
首都圏	13.5	10.3	0.6	9.7	20.0	2.6	6.5	24.1	12.6
東海圏	23.6	12.1	0.0	21.5	17.3	2.7	3.0	10.9	8.8
関西圏	21.8	10.3	1.5	16.7	17.3	2.1	5.5	13.0	11.8

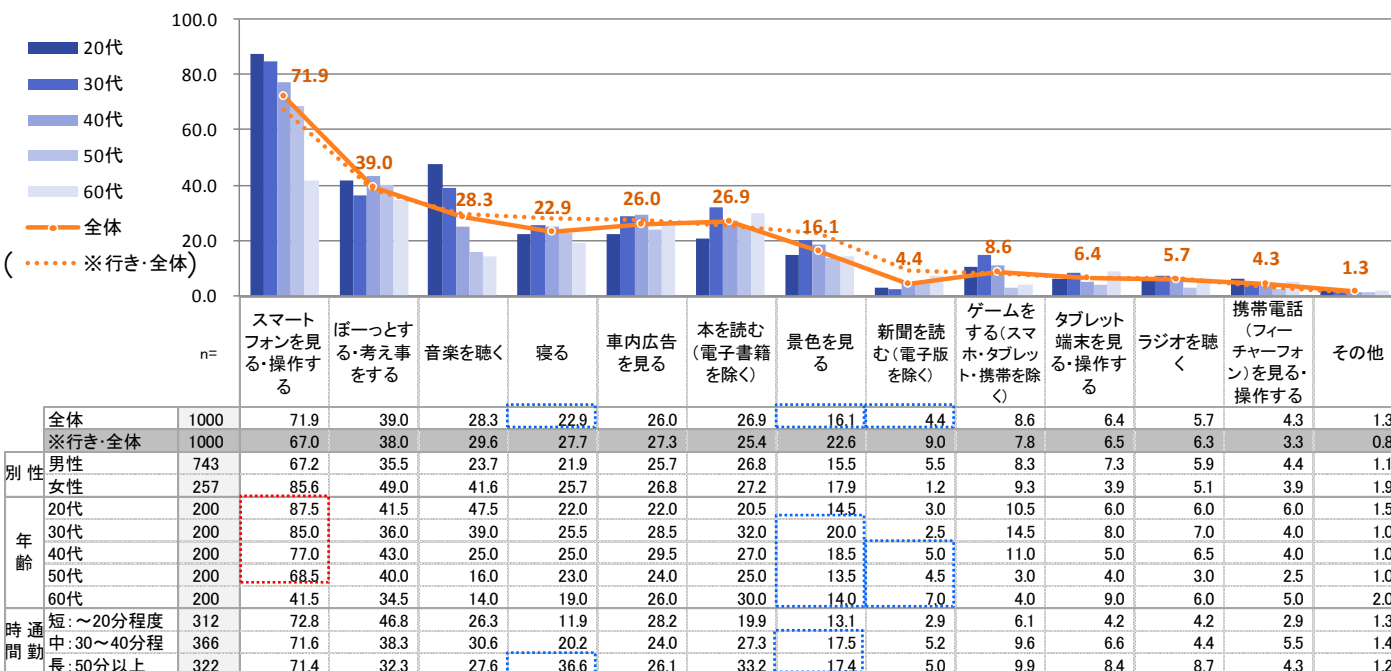
# 通勤電車で行うことは「スマートフォンを見る・操作する」が若年層を中心に最も高く、次いで「ぼーっとする・考え事をする」。20代は「音楽を聴く」、30-40代は「本を読む」、60代は「新聞を読む」が相対的に高い。乗車時間が短い人ほど「ぼーっとする・考え事をする」が高く、「寝る」「景色を見る」は帰りよりも行きの方が実施者が多い

若年層が高めだが、全世代で「スマートフォンを見る・操作する」が行き・帰りともに高い。次いで20-30代では「音楽を聴く」、40-50代では「ぼーっとする・考え事をする」が高い。30-40代は「本を読む」、60代は「新聞を読む」が相対的に高い。乗車時間が短い人は「ぼーっとする・考え事をする」割合が高いのに対して、乗車時間が長い人は「寝る」「本を読む」「景色を見る」が相対的に高い。帰りには、「スマートフォンを見る・操作する」が行きよりも高く、また「寝る」「景色を見る」などが行きに比べて低い。

### 【通勤電車(行き)ですること】



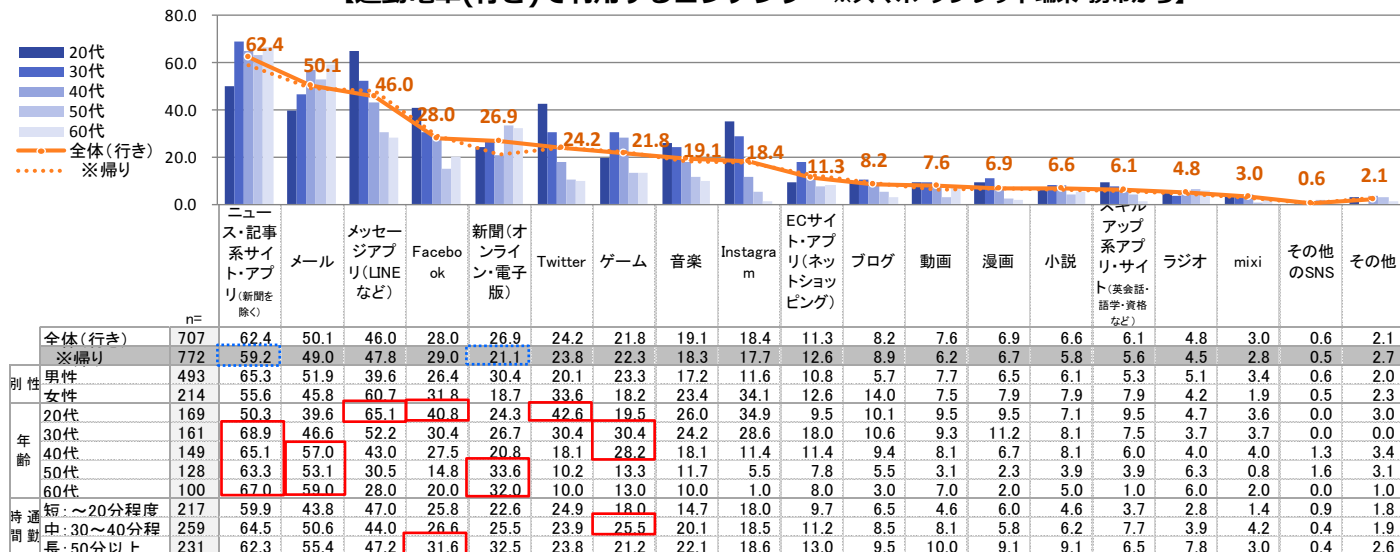
### 【通勤電車(帰り)ですること】



## 通勤電車でスマホ等で利用するコンテンツは「ニュース・記事系サイト・アプリ」が最も高く、次いで「メール」。年代別に大きく差があり、20-30代では「メッセージアプリ」「Facebook」「Twitter」、30-40代では「ゲーム」、50-60代では「新聞」が相対的に高い。

20代で最も高いものは「メッセージアプリ」、30-60代では「ニュース・記事系サイト・アプリ」となった。40-50代は「メール」が2番目に多いのに対し、20-30代は「facebook」や「Twitter」などのSNSが多い。乗車時間が長い人は「Facebook」、中くらいの人は「ゲーム」が相対的に高い。

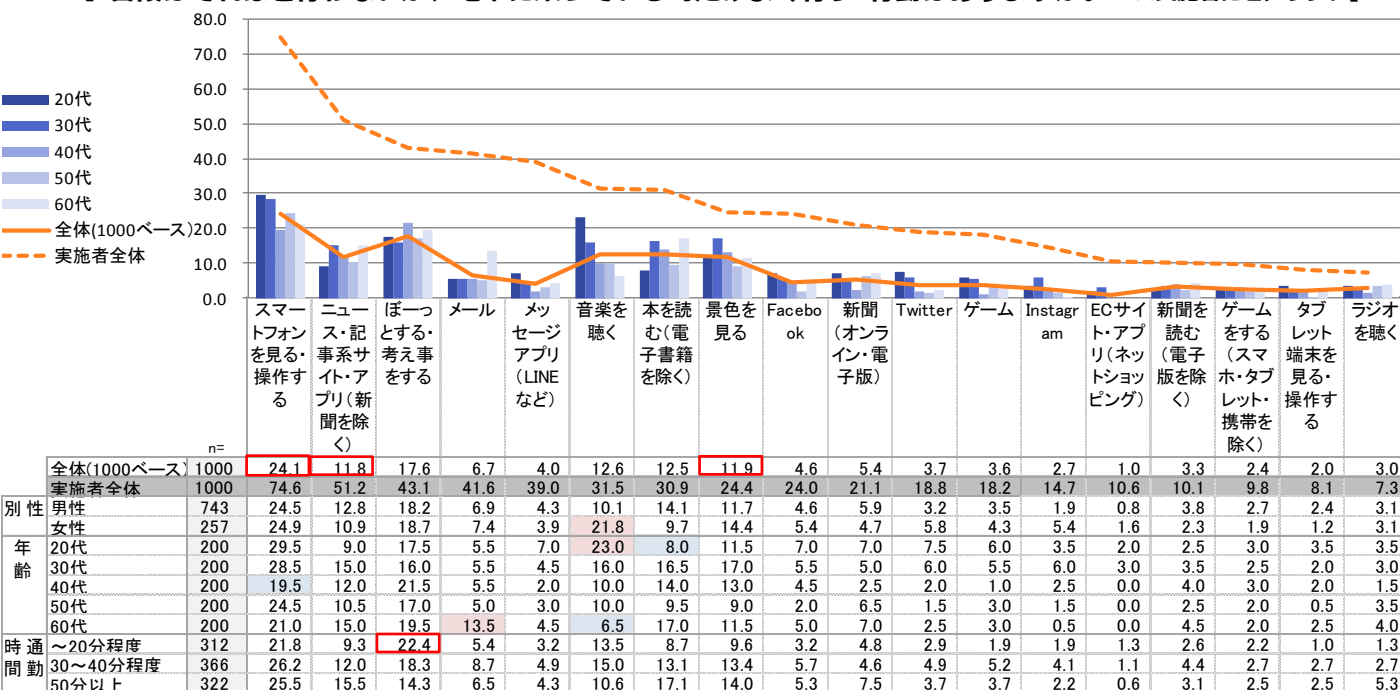
【通勤電車(行き)で利用するコンテンツ ※スマホ・タブレット端末・携帯から】



## 普段は利用しないが通勤電車のみでよく利用するものでは「スマートフォンを操作する・見る」という回答が最も高かった。また「ぼーっとする・考え事をする」についても実施者のおよそ4割が電車の中でのみよく行くと回答。

「スマートフォンを見る・操作する」人は実施者74.6%に対し、電車の中のみで行う人が24.1%。およそ、3割が電車内のみよく行くと回答。「ぼーっとする・考え事をする」「音楽を聴く」「本を読む」では実施者に対し4割、「景色を見る」ではおよそ5割が、電車の中でのみよく行くと回答した。

【“普段はそれほど行わないが、電車に乗っている時だけよく行う”行動はありますか。 ※実施者にヒアリング】

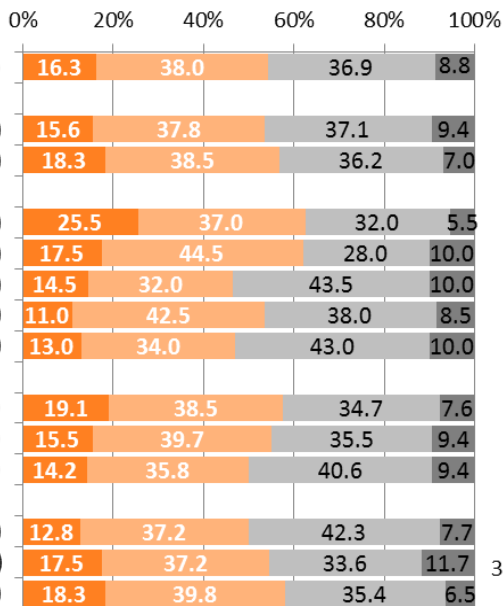


「乗車時間が退屈だ」と思う人は若年層、首都圏、乗車時間が長い人に多い。「電車内の時間を有効活用出来ている」と思う人は50代、乗車時間が長い人に多い。年齢が下がるほど、「電車内の時間をもっとスキルアップにあてたい」と考える人の割合が高い。

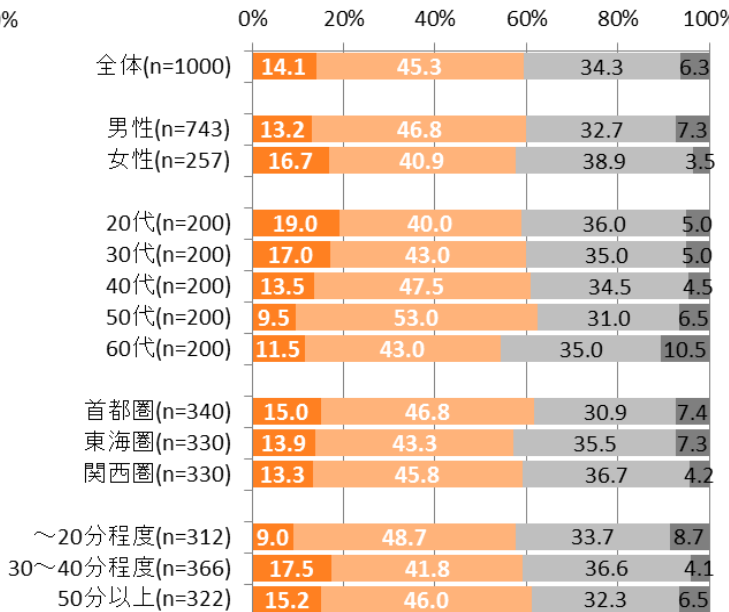
「乗車時間は退屈だ」という人は全体で54.3%。年代別では20-30代、エリアでは首都圏、また乗車時間に比例して高くなる。「電車内の時間を有効活用出来ている」という人は全体では50代が高いものの、「当てはまる」と回答した割合が20-30代で2割と高く、乗車時間が長い人の方が割合が高い。「電車内の行動はいつもルーティンだ」は8割、特に乗車時間が長い人ほど高くなっている。「電車内の時間をもっとスキルアップにあてたい」という人は、全体では5割強だが、年齢が下がるにつれ高くなり、20代では7割近いのに対し、60代では4割弱。またこちらも乗車時間が長い人ほど高い。

■ 当てはまる ■ やや当てはまる ■ あまり当てはまらない ■ 当てはまらない

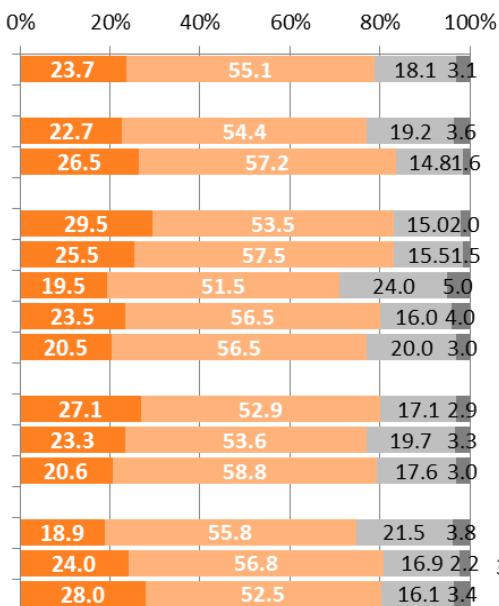
【乗車時間は退屈だ】



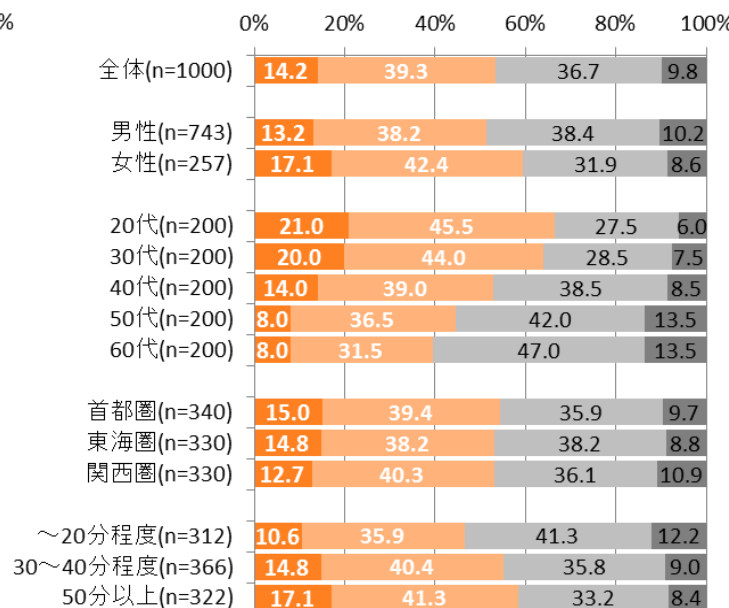
【電車内の時間を有効活用出来ている】



【電車内の行動はいつもルーティンだ】



【電車内の時間をもっとスキルアップにあてたい】



## ● 調査結果から

今回の調査ではビジネスパーソンの通勤時間の乗車時間のみに焦点を当ててヒアリングしました。すると、年代や乗車時間の長さによって色々な差があることが分かりました。

「スマートフォン・タブレットを操作する」という方の割合が全体で最も高く、20-50代で6割を超えました。次いで高かったのが「ぼーっとする・考え事をする」で4割となりました。スマホでの利用コンテンツは「記事系サイト・アプリ」が最も高く、また20-30代は、「メッセージアプリ」「各種SNS」「音楽」、など多くのコンテンツを利用しています。50-60代は「ニュース・記事系サイト」の他、「メール」「新聞」が多く、比較的情報収集に特化しています。

乗車時間が短い人の方が「ぼーっとする・考え事をする」割合が高く、スマホコンテンツも他よりも利用率が高いものはほぼありませんでした。

意識面では、20-30代は「電車内の時間は退屈だ」「もっとスキルアップにあてたい」と思っている人はそれぞれ6割を超えます。そこには“何か有効に電車内の時間を活用したい”と考え、あれこれとSNSやアプリを使いわけている若年層の様子が見えます。対して、50代は“なんとなく”有効活用できている”という割合が高く、スマホでの情報収集と、「ぼーっとする・考え事をする」など、あくせくと何か取り組むのではなく、通勤電車の中での自分時間の過ごし方を確立しているように見えました。

### 調査概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	首都圏(東京都,神奈川県,埼玉県,千葉県) 東海圏(愛知県,岐阜県,三重県) 関西圏(大阪府,京都府,兵庫県,奈良県,和歌山県)
調査対象	20歳～69歳の男女ビジネスパーソン(マクロミルモニタ会員)
割付方法	エリア(首都圏,東海圏,関西圏) × 年代(20,30,40,50,60代)を均等に回収 / 合計1,000サンプル
調査日時	2017年2月28日(木)～2017年3月2日(金)
調査機関	株式会社ジェイアール東海エージェンシー 株式会社マクロミル

その他調査項目：  
 ・通勤電車の混雑具合(行き・帰り)  
 ・電車内でのFacebook、Twitter、Instagramの投稿状況  
 ・電車内で閲覧している具体的な動画メディア  
 ・電車内で経験したこと

<調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先>

株式会社ジェイアール東海エージェンシー コミュニケーションデザイン部 担当：釣谷・大橋  
 TEL: 03-6688-7847 e-mail: n-tsuriya@jrta.co.jp