

電車で「座りたい」のは何分から？

-時間に対する価値観と電車選びの実態調査-



株式会社マーケティング・コミュニケーションズ

調査概要

【調査目的】

有料座席指定など、様々なサービスが提供される中、電車移動の価値観 **【時間(移動の速さ)⇔ラクさ(着席)のバランス】**を探った。

【対象者】

首都圏・京阪神に住む20～50代の男女4,000人

【主な分析方法】

- ✓ **TSM分析(着席ボーダー時間)**
- ✓ **首都圏と京阪神比較**
- ✓ **着席率と満足度分析**
- ✓ **ペルソナ分析**

1.電車での移動について ①電車移動に対する価値観



✓電車を移動手段のみとして捉える「**単なる移動手段層**」:54%

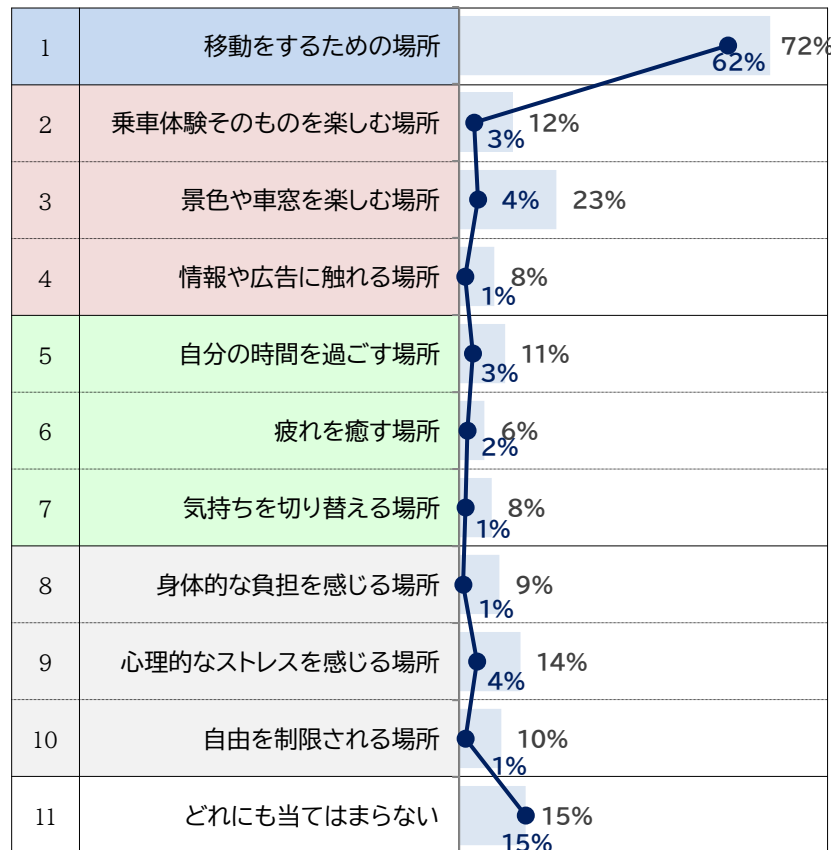
車窓や広告を見る「**電車体験エンジョイ層**」:21%

気持ちの切り替えや疲れを癒す場所とする「**車内での自己見つめ層**」:12%

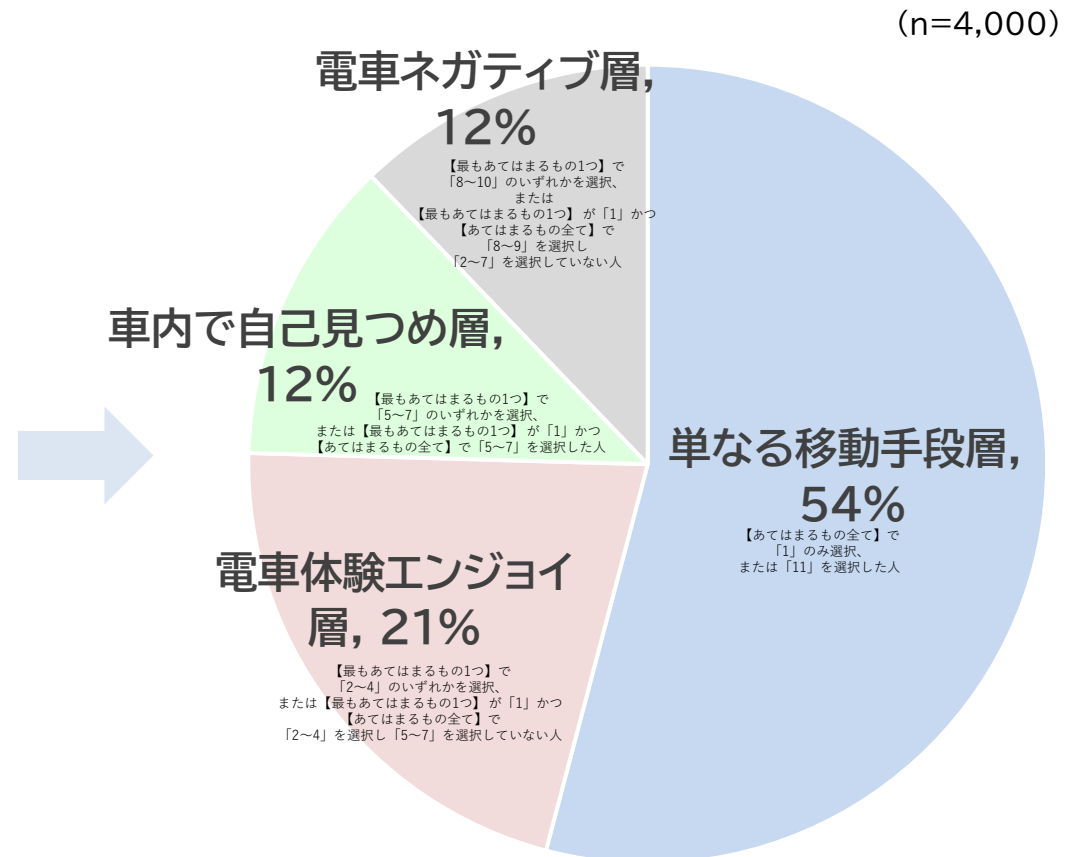
負担やストレスを感じる「**電車ネガティブ層**」:12%

1)あなたにとって電車とはどういう場所か

■あてはまるもの全て(n=4,000)
●最もあてはまるもの1つ(n=4,000)



2)電車価値観4分類



1. 電車での移動について ②TSM分析(着席ボーダー時間)

TSM分析(Time Sensitivity Meter)とは？

PSM分析(価格受容／Price Sensitivity Meter)の
「価格」を「時間(分数)」に置き換えた分析手法(「TSM分析」は弊社呼称)。
以下は、本調査で用いた分析軸。

PSM分析(価格受容)

「高すぎて買えない」価格



「高い」と感じ始める価格



「安い」と感じ始める価格



「安すぎて買いたくない」価格



TSM分析(電車着席需要)

「座れないと苦痛」
と思い始める限界の乗車時間

「できれば座りたい」
と思い始める限界の乗車時間

「座れなくてもまあいいや」
と考える最長の乗車時間

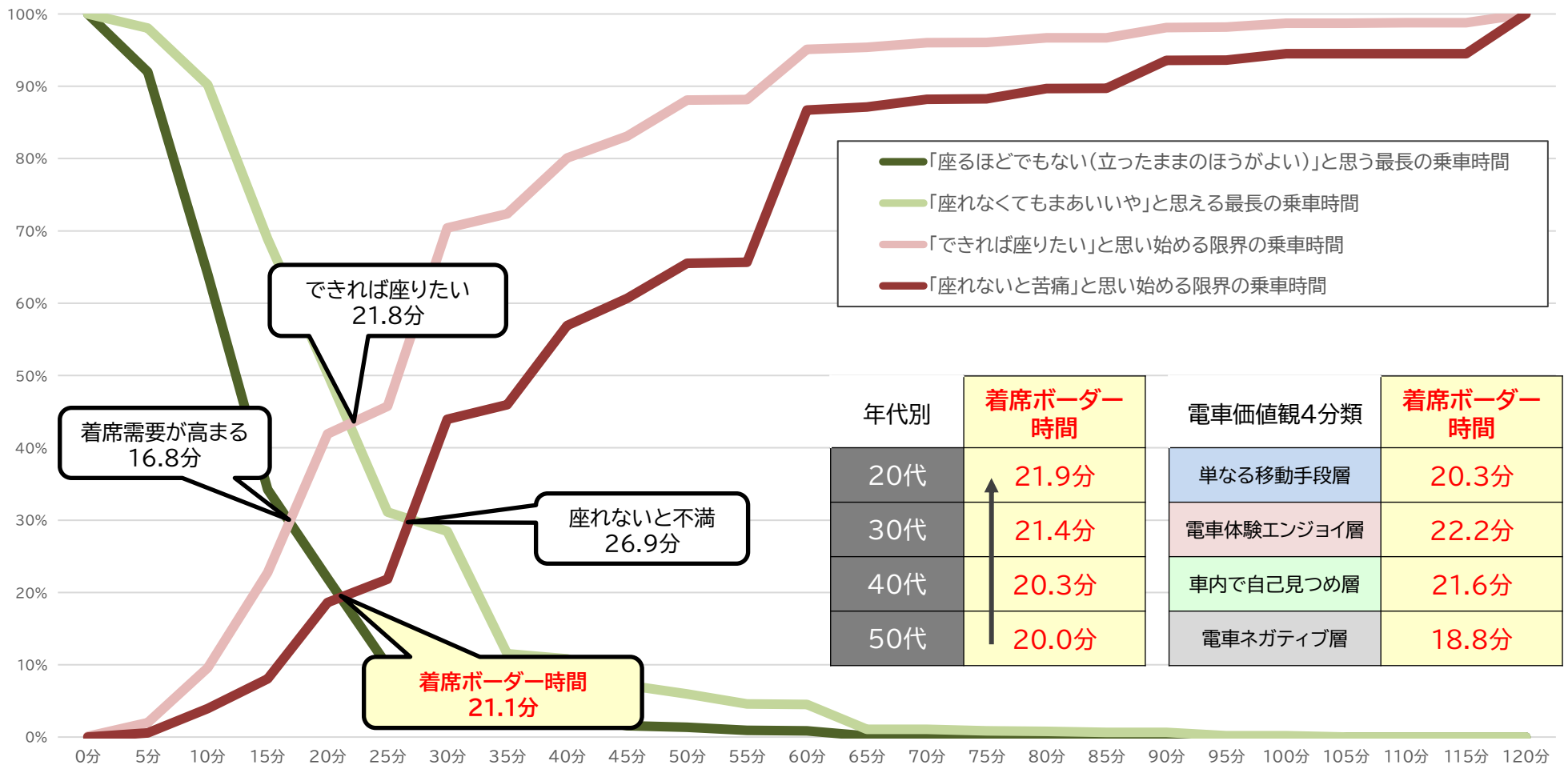
「座るほどでもない(立ったままのほうがよい)」
と思う最長の乗車時間

1.電車での移動について ②TSM分析(着席ボーダー時間)



✓17分を超えると「座りたい」と思い始める人が多数派となり、
21分が「座る／立つ」の心理的な分岐点(着席ボーダー時間)。
27分を超えると「座れないのはつらい」人が多数派となる。

1)TSM分析(着席ボーダー時間)

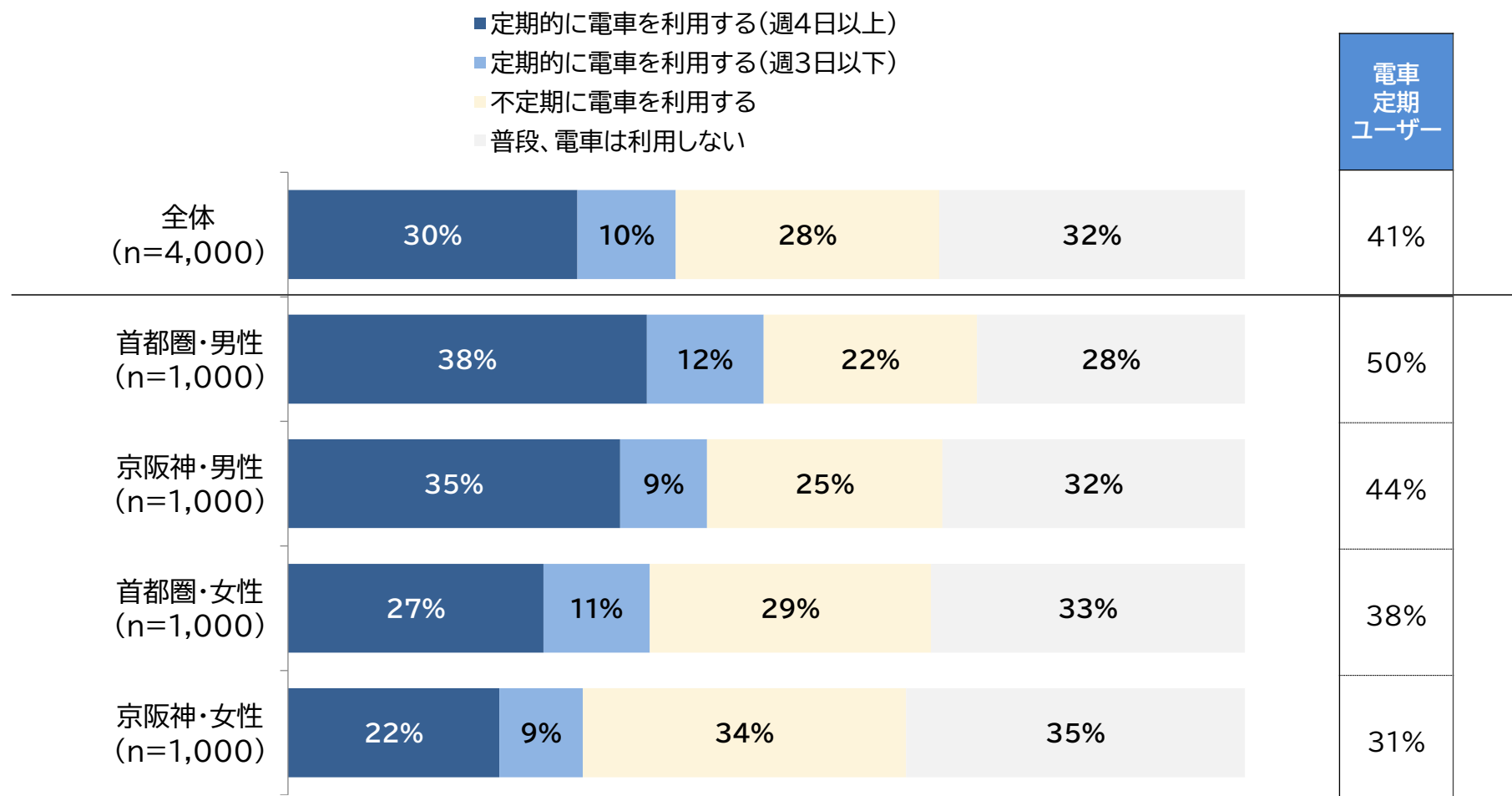


1. 電車での移動について ③定期的な電車の利用の有無



✓「電車定期ユーザー」は**41%**、「週4日以上利用」は30%。
上記の割合は女性より**男性**で高く、京阪神より**首都圏**でやや高い傾向。

1) 定期的な電車の利用の有無

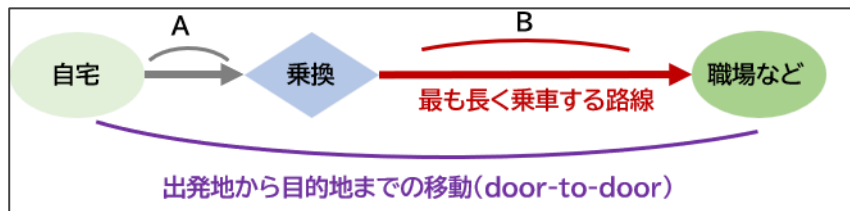


2.定期的な電車の利用 ①普段の移動時間

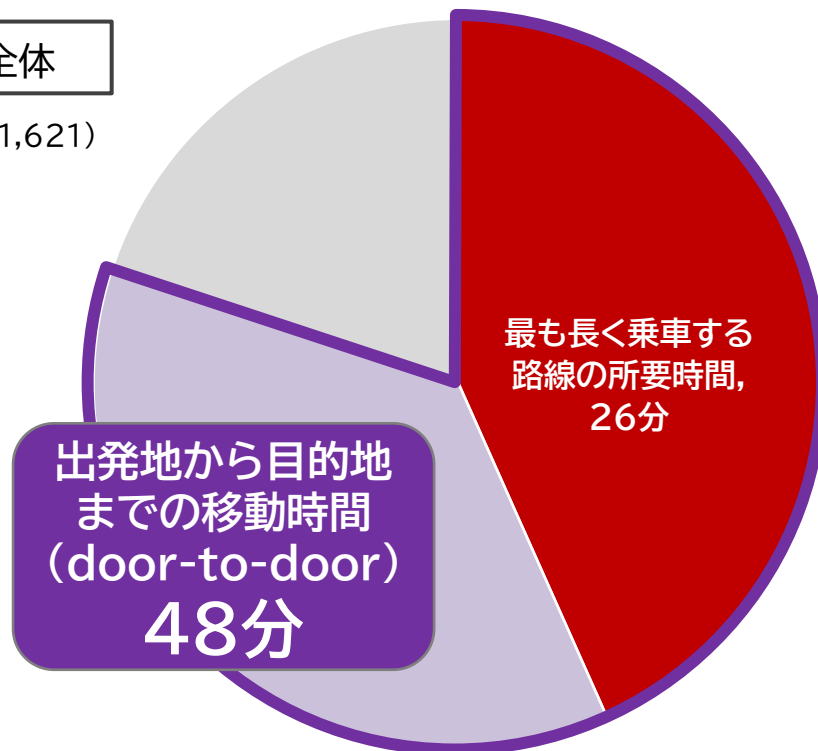


- ✓ 出発地から目的地までの移動時間(door-to-door)の平均は48分。
- ✓ うち、最も長く乗車する路線の所要時間の平均は26分で、着席ボーダー時間(21.1分)よりも長い。

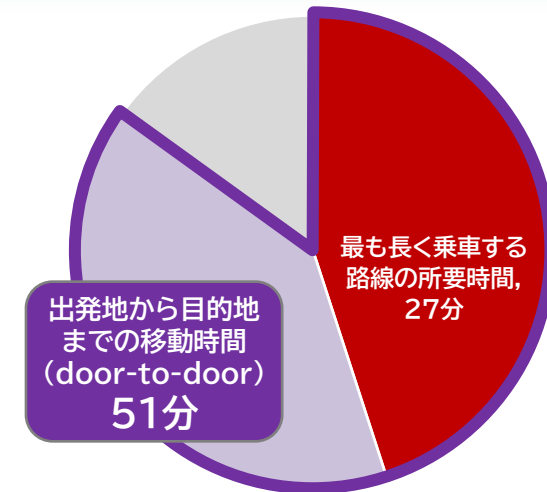
1) 定期的な電車の利用時における移動時間(分数)



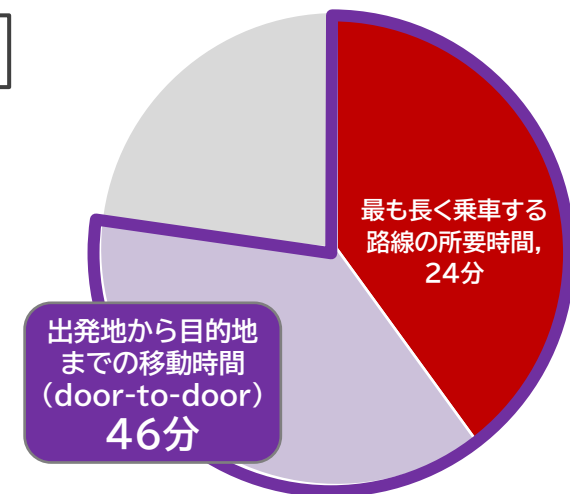
全体
(n=1,621)



首都圏
(n=875)



京阪神
(n=746)



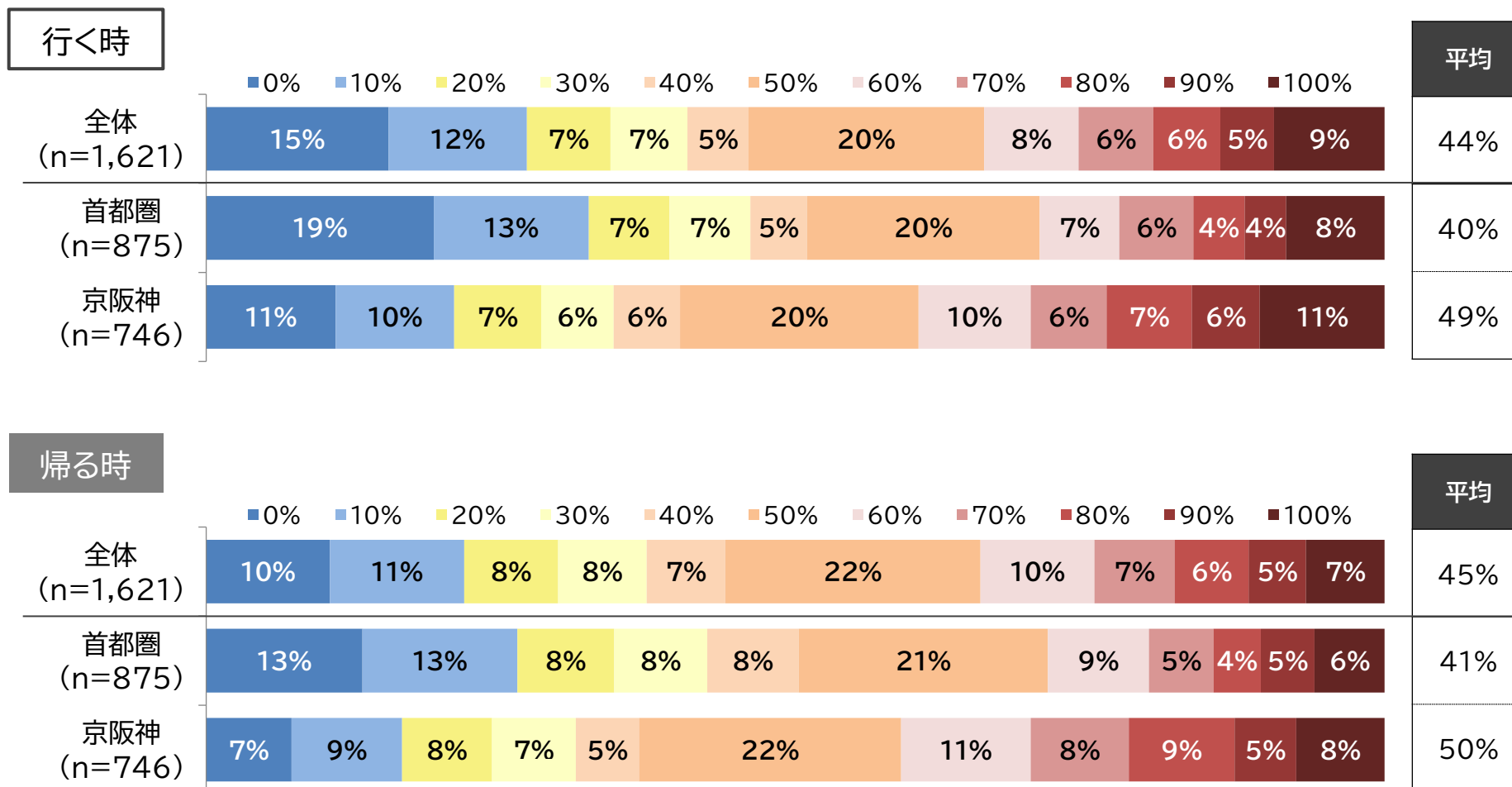
2.定期的な電車の利用 ②乗った瞬間に空席がある確率



✓【行く時】と【帰る時】で、空席がある確率の平均はともに**45%程度**。

✓【行く時】と【帰る時】ともに、京阪神よりも**首都圏**のほうが空席がある確率が低い。

1) 定期的な電車の利用時の車内に空席がある確率



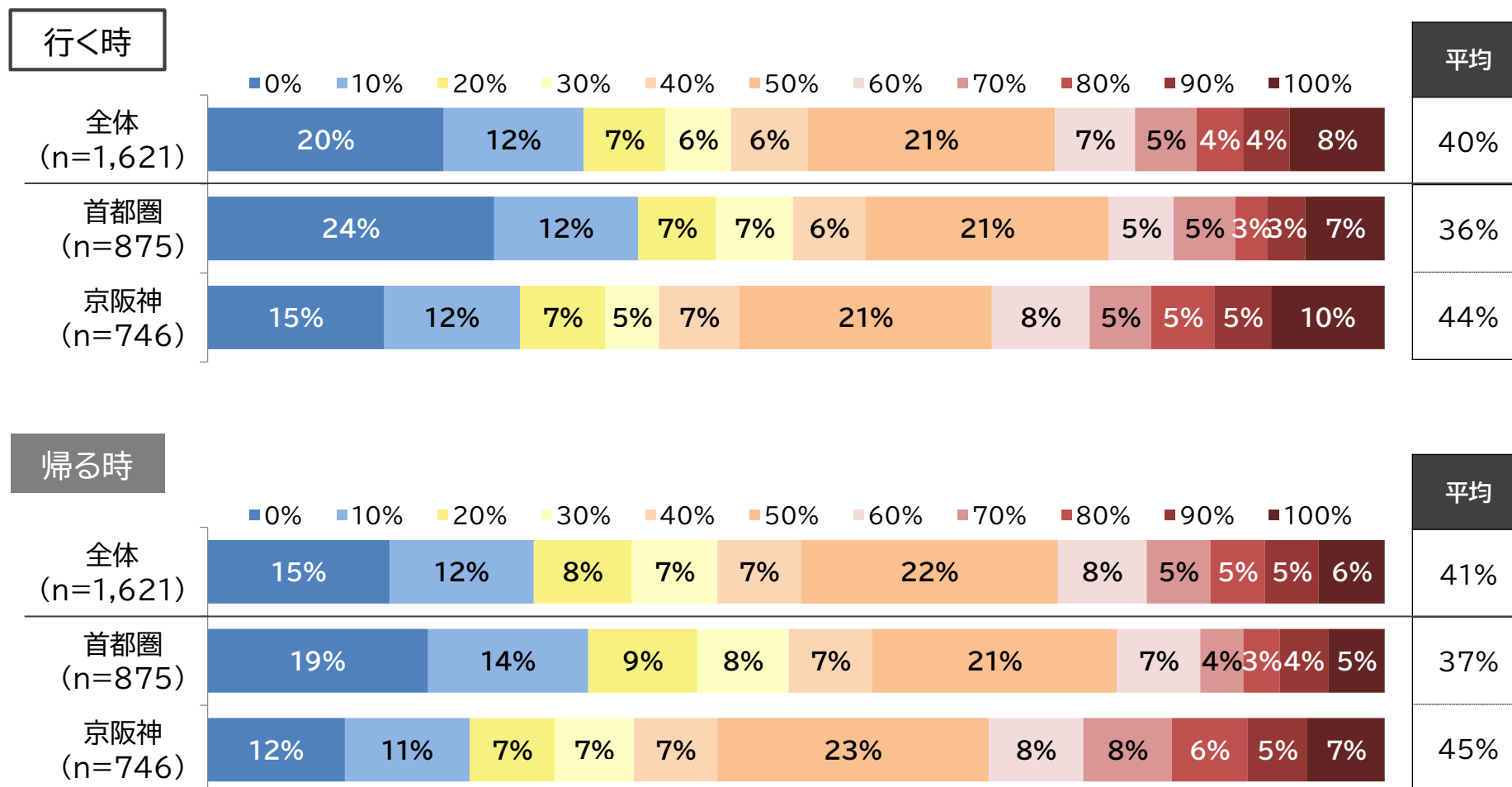
2.定期的な電車の利用 ③着席している割合



✓【行く時】と【帰る時】で、自身の着席割合の平均はともに**40%程度**。

✓【行く時】と【帰る時】ともに、京阪神よりも**首都圏**のほうが自身が着席している割合が低い。

1) 定期的な電車の利用時の車内で自身が着席している割合



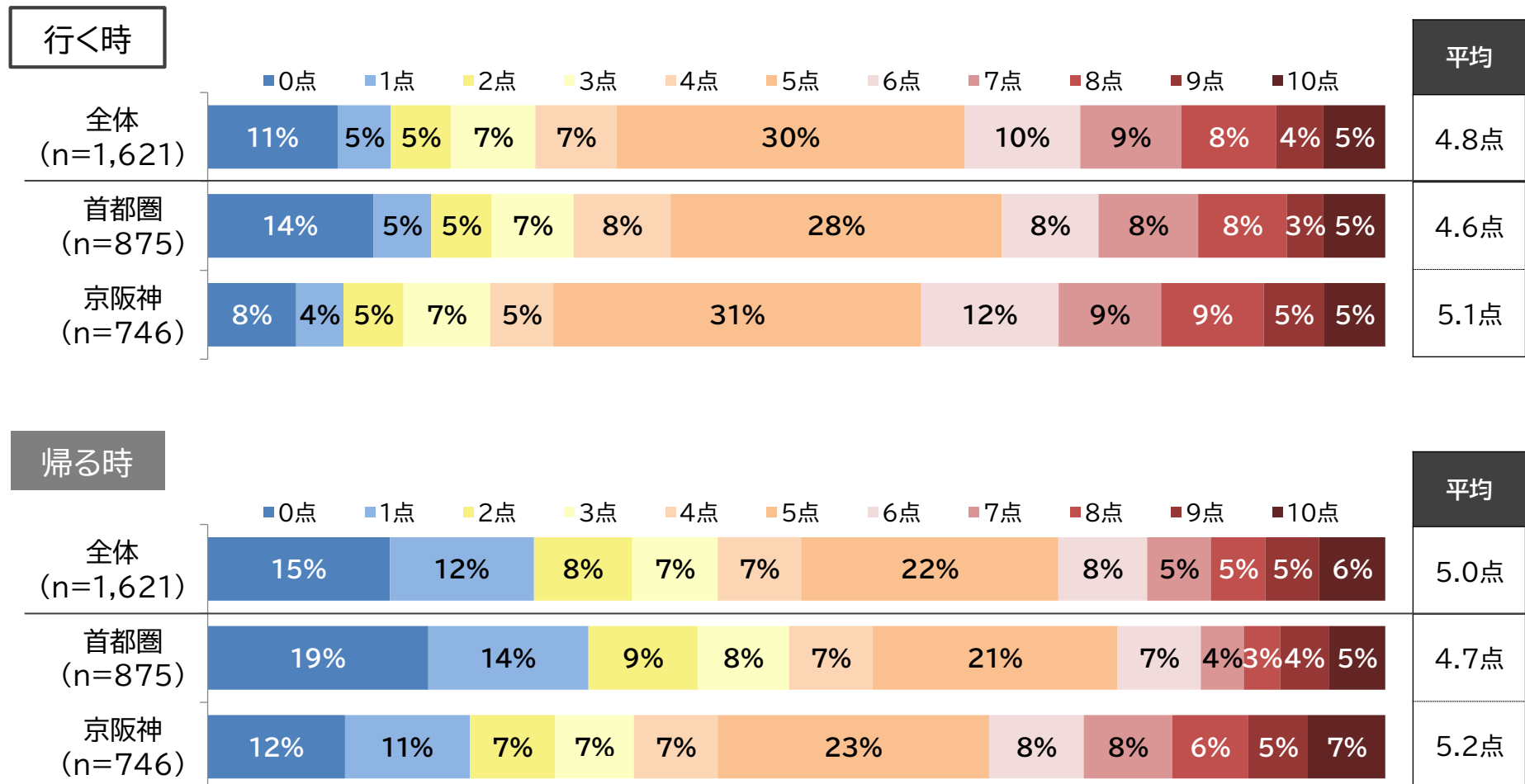
2.定期的な電車の利用 ④車内満足度



✓乗車時間の満足度平均は【行く時】4.8点、【帰る時】5.0点で【帰る時】のほうがやや高い。

✓【行く時】と【帰る時】ともに、京阪神よりも首都圏のほうが満足度が低い。

1) 定期的な電車の利用時の車内での満足度



2.定期的な電車の利用 ⑤着席率別の満足度平均点

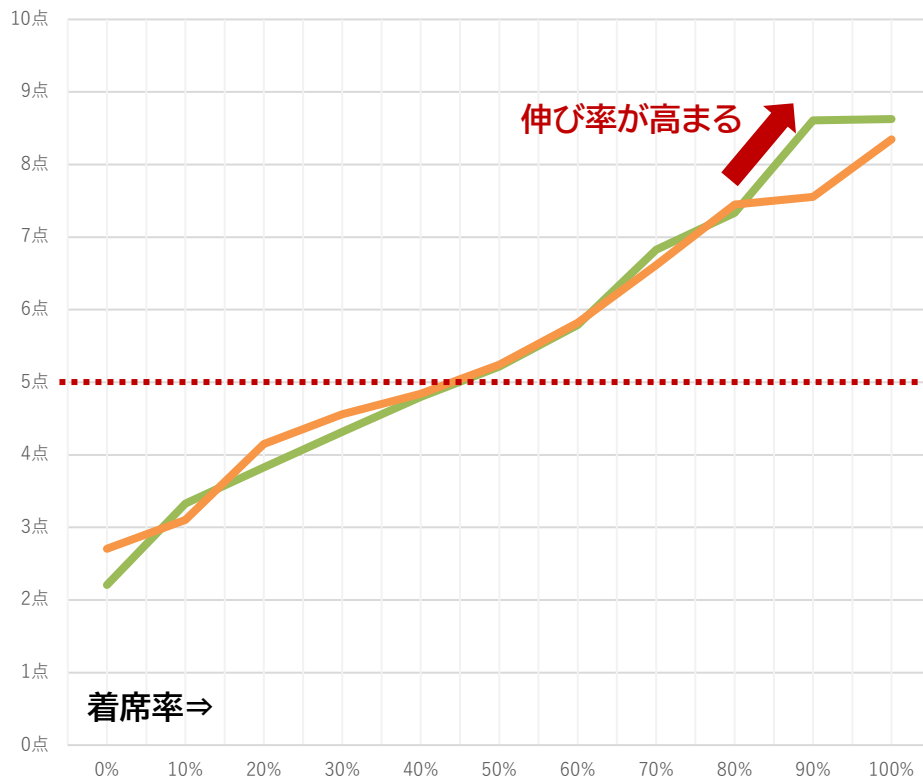


- ✓首都圏・京阪神いずれも、「行く時」「帰る時」とともに**着席率と満足度は概ね比例**しており、**着席率50%以上になると満足度5点(中間)に到達**している。
- ✓特に首都圏では、「行く時」「帰る時」とともに着席率が90%を超えると満足度の伸び率が高まる。

1) 定期的な電車の利用時の着席率(%)ごとの車内満足度平均点

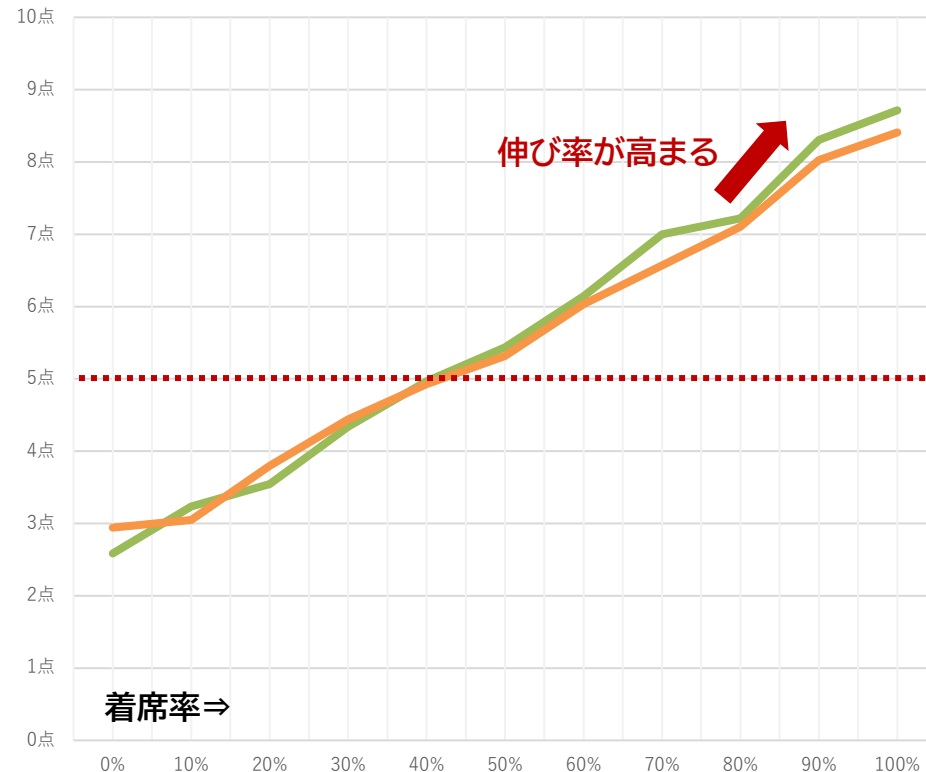
行く時

各着席率における
車内満足度平均点



帰る時

各着席率における
車内満足度平均点

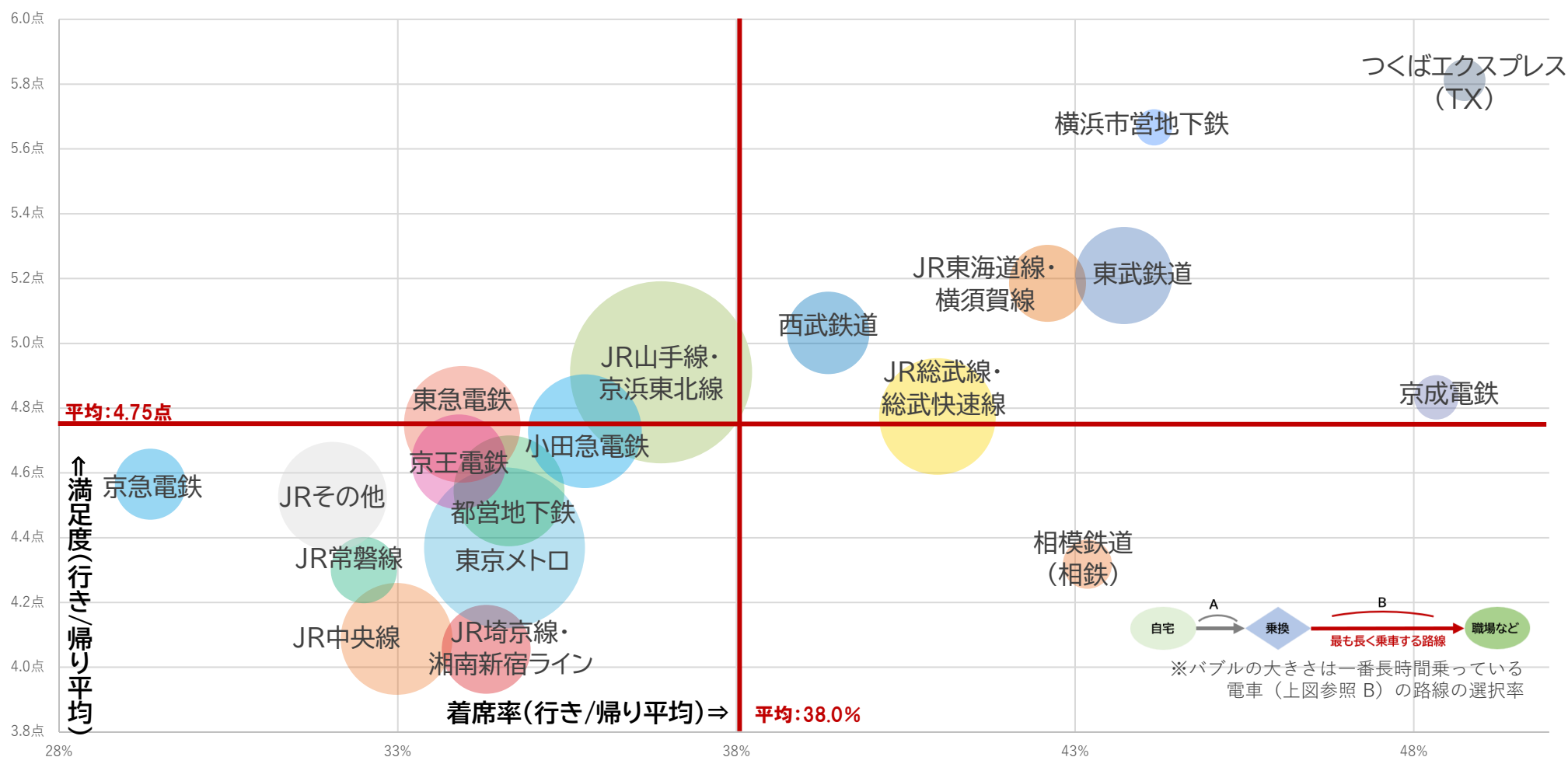


2.定期的な電車の利用 ⑥着席率と満足度(首都圏路線)



- ✓概ねどの路線でも、**着席率と満足度は比例**している。
- ✓着席率・満足度ともに平均以上の路線は「**つくばエクスプレス**」「**京成電鉄**」「**横浜市営地下鉄**」「**東武鉄道**」「**JR東海道線・横須賀線**」「**西武鉄道**」「**JR総武線・総武快速線**」。

1) 定期的な電車の利用時の着席率と車内満足度の関係(路線別・首都圏)

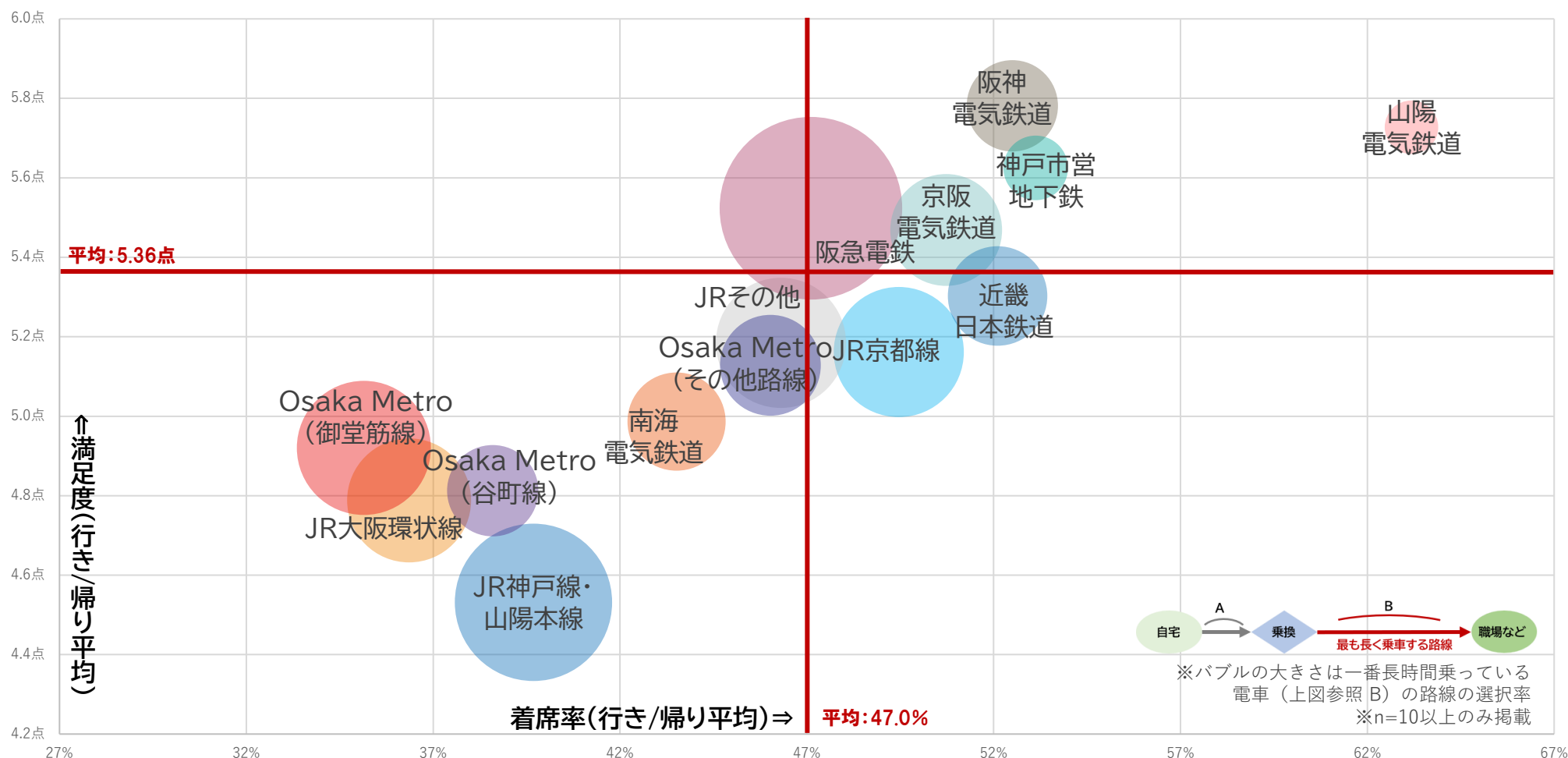


2.定期的な電車の利用 ⑦着席率と満足度(京阪神路線)



- ✓概ねどの路線でも、**着席率と満足度は比例している。**
- ✓着席率・満足度ともに平均以上の路線は「**山陽電気鉄道**」「**阪神電気鉄道**」「**神戸市営地下鉄**」「**京阪電鉄**」「**阪急電鉄**」。

1) 定期的な電車の利用時の着席率と車内満足度の関係(路線別・京阪神)

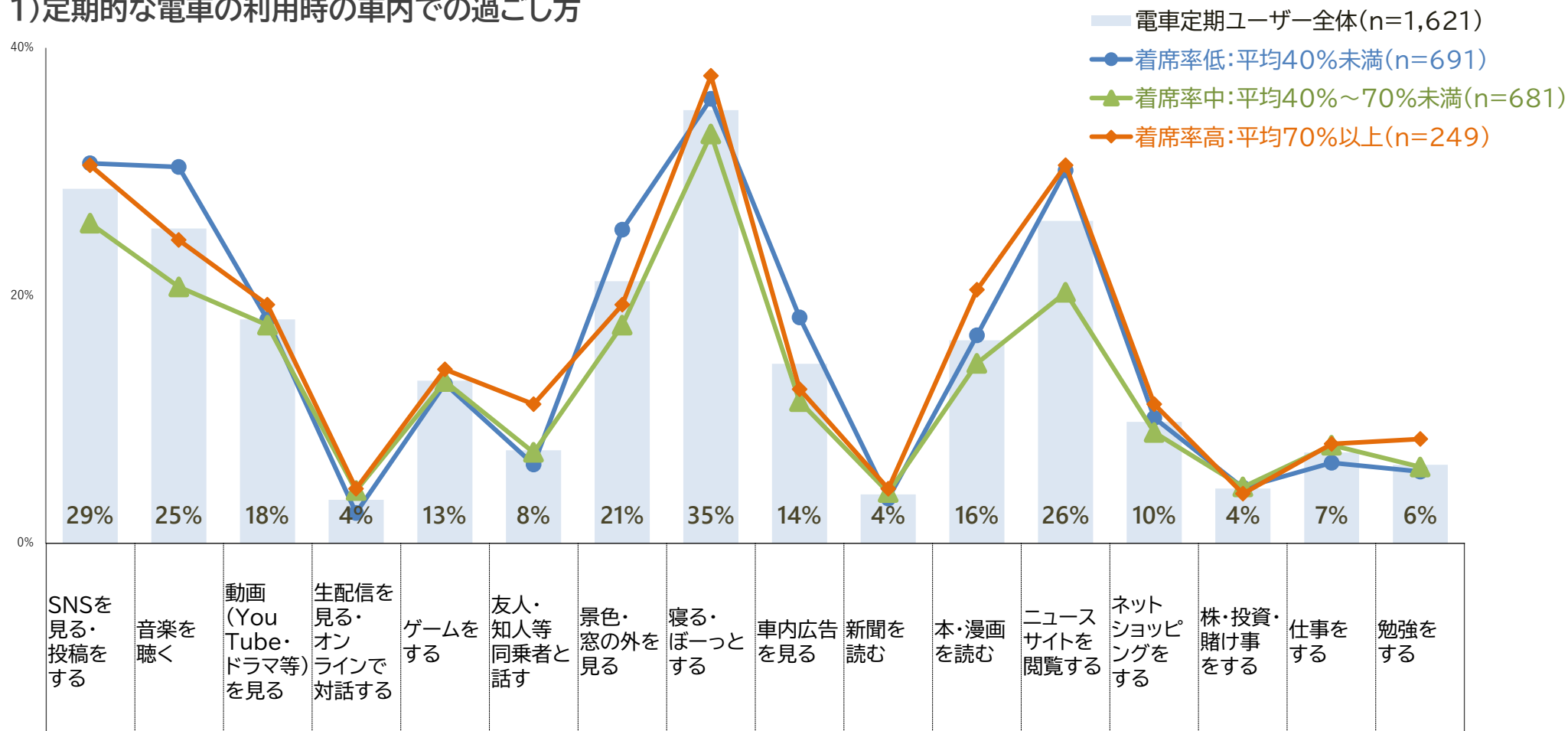


2.定期的な電車の利用 ⑧車内での過ごし方



- ✓全体で最も高いのは「寝る・ぼーとする」35%。「SNSを見る・投稿をする」29%、「ニュースサイトを閲覧する」26%と続く。
- ✓「音楽を聴く」「景色・窓の外を見る」は『着席率低:平均40%未満』で高い。

1) 定期的な電車の利用時の車内での過ごし方



3.通勤電車の好み ①どの電車を選びたいか



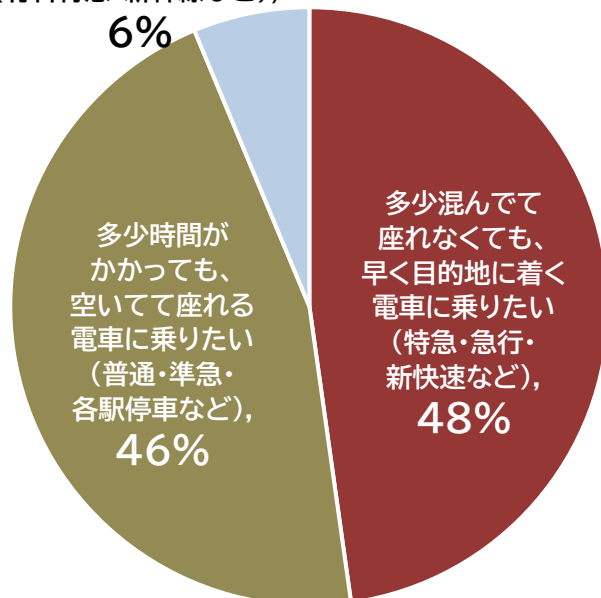
✓エリアを問わず、「多少混んで座れなくても、早く目的地に着く電車に乗りたい」が約5割、「多少時間がかかっても、空いて座れる電車に乗りたい」4割強、「課金してでも、座れて早く目的地に着く電車に乗りたい」5～6%。

Q.あなたが仮に、定期的な電車の利用で「東京駅～横浜駅(首都圏の人に提示)」／「大阪駅から京都駅(京阪神の人に提示)」の間を帰宅ラッシュの時間に移動するとして、どうしたいですか。

首都圏※電車定期ユーザー

(n=875)

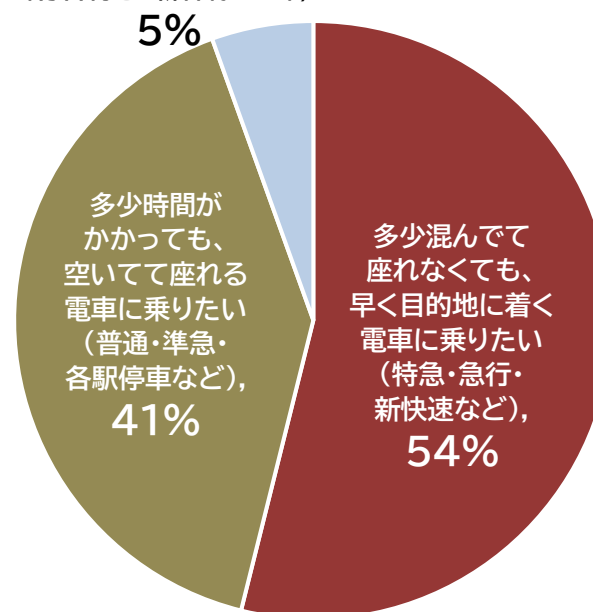
課金してでも、
座れて早く目的地に
着く電車に乗りたい
(有料特急・新幹線など),
6%



京阪神※電車定期ユーザー

(n=746)

課金してでも、
座れて早く目的地に
着く電車に乗りたい
(有料特急・新幹線など),
5%



3.通勤電車の好み ②ペルソナ(電車定期ユーザーのみ)

Q.あなたが仮に、定期的な電車の利用で「東京駅～横浜駅(首都圏の人に提示)」／「大阪駅から京都駅(京阪神の人に提示)」の間を帰宅ラッシュの時間に移動するとして、どうしたいですか。

多少混んで座れなくても、早く目的地に着く電車に乗りたい
(特急・急行・新快速など)

51%
(820人)

タイプ重視のスマート通勤層

多少時間がかかっても、空いて座れる電車に乗りたい
(普通・準急・各駅停車など)

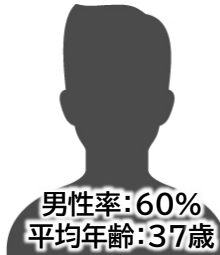
43%
(705人)

ゆとり重視のマイペース通勤層

課金してでも、座れて早く目的地に着く電車に乗りたい
(有料特急・新幹線など)

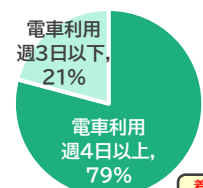
6%
(96人)

お金でラクを買う快適通勤層



「時間ストリクト志向」「タイムイズマネー志向」が比較的高く、タイムパフォーマンスへの意識が高い。現在の着席率は唯一4割を下回り低いが、満足度は他の層と大きく変わらず、着席ボーダー時間は最も長い。男性率が最も高く、勤務形態ではフルタイムで残業が比較的小さい(月9時間以下)割合が高く、電車の利用頻度は最も高い。

52%	時間ストリクト志向	時間おおらか志向	20%
44%	タイムイズマネー志向	余白・ゆとり志向	32%
49%	お金堅実志向	お金で解決志向	20%
57%	没入・個人空間志向	外向・コミュニケーション志向	20%



電車利用状況(行き/帰り平均)

最も長く乗車する 路線の乗車時間 25分	着席率	満足度
door-to-door 47分	37%	4.9点

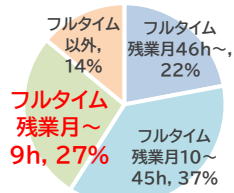
着席ボーダー時間
22.1分

車内での過ごし方	
1位	寝る・ぼーっとする 33%
2位	SNSを見る・投稿をする 29%
3位	音楽を聴く 27%
4位	ニュースサイトを閲覧する 26%
5位	動画(YouTube・ドラマ等)を見る 21%

【個人年収:平均】

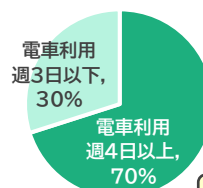
518万円

【有業者勤務形態】



「時間ストリクト志向」「余白・ゆとり志向」が比較的高く、時間への意識は高いものの心理的なゆとりを好む。移動時間は最も長く、電車では「寝る・ぼーっとする」が4割近くで高く、着席ボーダー時間は最も短い。他の層より男性率がやや低く、勤務形態は「フルタイム以外」が高く、個人年収は他の層よりも大幅に低い。

52%	時間ストリクト志向	時間おおらか志向	20%
39%	タイムイズマネー志向	余白・ゆとり志向	37%
49%	お金堅実志向	お金で解決志向	26%
57%	没入・個人空間志向	外向・コミュニケーション志向	19%



電車利用状況(行き/帰り平均)

最も長く乗車する 路線の乗車時間 27分	着席率	満足度
door-to-door 50分	43%	4.9点

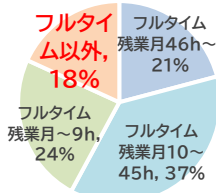
着席ボーダー時間
20.0分

車内での過ごし方	
1位	寝る・ぼーっとする 38%
2位	SNSを見る・投稿をする 29%
3位	ニュースサイトを閲覧する 27%
4位	音楽を聴く 24%
5位	景色・窓の外を見る 22%

【個人年収:平均】

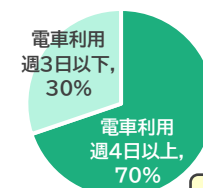
437万円

【有業者勤務形態】



「余白・ゆとり志向」「お金で解決志向」「外向・コミュニケーション志向」等が比較的高い。満足度は5点を上回り最も高い。電車での過ごし方は「ニュースサイトの閲覧」が2位。他の層と比較して、平均年齢は最も若い、個人年収は最も高く、フルタイムで残業時間が月46時間以上の割合が高い。

40%	時間ストリクト志向	時間おおらか志向	25%
34%	タイムイズマネー志向	余白・ゆとり志向	38%
33%	お金堅実志向	お金で解決志向	41%
43%	没入・個人空間志向	外向・コミュニケーション志向	33%



電車利用状況(行き/帰り平均)

最も長く乗車する 路線の乗車時間 24分	着席率	満足度
door-to-door 45分	44%	5.2点

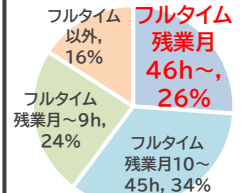
着席ボーダー時間
21.5分

車内での過ごし方	
1位	寝る・ぼーっとする 28%
2位	ニュースサイトを閲覧する 26%
3位	SNSを見る・投稿をする 25%
4位	景色・窓の外を見る 24%
5位	音楽を聴く 20%

【個人年収:平均】

561万円

【有業者勤務形態】



弊社では、日々の暮らしや意識の変化を丁寧に捉えながら、皆さまにとって身近で役立つ情報をお届けできるよう、定期的に自主調査を実施しております。

貴社の今後の活動の参考になれば幸いです。

なお、調査についてのご質問等に関しては下記までお気軽にお問い合わせください。

TEL : 06-6245-6858 E-mail : mcto@mcto.co.jp

課題解決のための
リサーチ&コンサルティング・サービス



株式会社マーケティング・コミュニケーションズ

■調査概要

- ・実施時期: 2026年7月
- ・実施方法: インターネットリサーチ
- ・実施対象: 男女 20歳～59歳
首都圏(東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県)、京阪神(大阪府・京都府・兵庫県)在住者

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例>「株式会社マーケティング・コミュニケーションズが7月に実施した調査結果によると…」