消費価値観が新幹線利用に及ぼす影響

— 一都三県を対象とした分析 —

○鈴木綾子・中川千鶴（非会員）・齋藤綾乃（非会員）

（公益財団法人鉄道総合技術研究所）

キーワード：鉄道，消費価値観，年代差

Association between the Shinkansen use and consumption values

Ayako SUZUKI, Chizuru NAKAGAWA and Ayano SAITO

(Railway Technical Research Institute)

Key words: Railway, Consumption values, Age differences

目 的

交通機関選択行動の研究では、安全性、定時性、速達性、乗荷性、起動性、快適性、景観性等の各交通手段が備える特性に着目した検討が数多くなされてきた。一方で、観光行動についての研究領域では、利用者の観光動機の形成を、主に pull 要因（利用者の期待を高める外的誘因）と push 要因（旅行者の自発的な内的要因）で説明し、社会心理学的アプローチに基づいた検討が進められてきた。本研究では、利用者側の push 要因のひとつである消費価値観に着目し、新幹線選好に与える影響について検討した。

方 法

調査方法：一都三県（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）に在住し、過去5年以内に新幹線利用をした経験を持つ者を対象として、インターネット調査を実施した。調査は株式会社マクロミルに委託した。調査協力者は4203名（男性2184名、女性2019名）であった。年齢分布は20代824名（19.6%）、30代845名（20.1%）、40代846名（20.1%）、50代841名（20.0%）、60代以上847名（20.2%）であった。

調査項目：

「お金をかけている製品・サービスに感じているベネフィット」（日本自動車工業会，2009） お金をかけている製品・サービスに感じているベネフィット（消費価値観）の程度を“1：まったくあてはまらない” — “5：非常にあてはまる” までの5段階で全34項目について回答を求めた。

新幹線利用の程度（旅行） 旅行で新幹線を利用する程度を“1：利用しない” — “5：よく利用する”の5段階で回答を求めた。なお、ここでいう旅行とは、ビジネス（通勤・通学を含む）以外の移動を指すものとした。

結 果

消費価値観の類型化

消費価値観を測定する全34項目の評定値について、因子分析（最尤推定法、プロマックス回転）を行った。スクリープロットおよびカイザー・ガットマン基準、因子の解釈可能性を総合的に考慮し、“満足度の充足”、“文化的体験”、“優越性”、“リラクゼーション”、“手軽さ”、“自己成長”の6因子を抽出した。 α 信頼性係数は.77～.90であり、各因子の内的一貫性は概ね高いことが確認された。

消費価値観が新幹線乗車程度に及ぼす影響

Figure1は、因子分析で得られた消費価値観の構造が新幹線乗車程度に及ぼす影響をモデル化したものである（各構成概念（ $f_1 \sim f_6$ ）を構成する観測変数34項目は、煩雑化を防ぐため図上では省略した）。分析にはEQSを用いた（最尤推定法）。

6因子のうち、5因子については、新幹線利用にほとんど影響を及ぼさないことが示唆された。ただし、「歴

史や伝統あるものに触れられること」、「新しい経験をさせてくれること」、「知的好奇心が満たされること」等に代表される“文化的体験”を重視する場合、新幹線利用がわずかながら増加することが示された。

Figure1 消費価値観と新幹線乗車程度の関係

年代別にみた消費価値観の相違

Table1に、年代を独立変数、各消費価値観を従属変数とする被験者間要因の一元配置分散分析の結果を示した。“手軽さ”を除く5つの消費価値観において、有意な年代差が認められた。

考 察

新幹線乗車程度と、文化的体験との関係性が示されたことから、“文化的体験”を重視する場合に、新幹線利用が増加することが示唆された。また、各年代が求める消費価値観の特徴として、若年ほど“満足度の充足”、“優越性”、“自己成長”を重視し、中高年層では“リラクゼーション”、60代以上では“文化的体験”を重視することが示された。乗車人口の減少が予測される少子高齢社会においては、“文化的体験”という従来の新幹線旅行が提供するサービスだけでなく、若年層、中高年層の消費価値観に適したサービスイメージの創造が課題であると考えられる。

引用文献

■社団法人日本自動車工業会（2009）. 2008年度乗用車市場動向調査～クルマ市場におけるエンタリー世代のクルマ意識～，社団法人日本自動車工業会。

Table1 年代別にみた消費価値観得点の相違

	20代	30代	40代	50代	60代以上	F値	有意水準	多重比較
満足度の充足	3.74	3.76	3.70	3.66	3.56	15.42	***	20>50,60 30>50,60 40>60, 50>60
文化的体験	3.69	3.75	3.72	3.75	3.79	2.79	*	20<60
優越性	3.05	2.98	2.89	2.85	2.95	7.36	***	20>40,50 30>50
リラクゼーション	3.84	3.88	3.90	3.85	3.70	10.26	***	20,30,40,50>60
手軽さ	3.63	3.71	3.70	3.67	3.68	2.13	†	n.s.
自己成長	3.42	3.37	3.28	3.28	3.36	5.53	***	20>40,50
n.s.: no significance; †: $p < 0.10$; *: $p < 0.05$; ***: $p < 0.001$								