

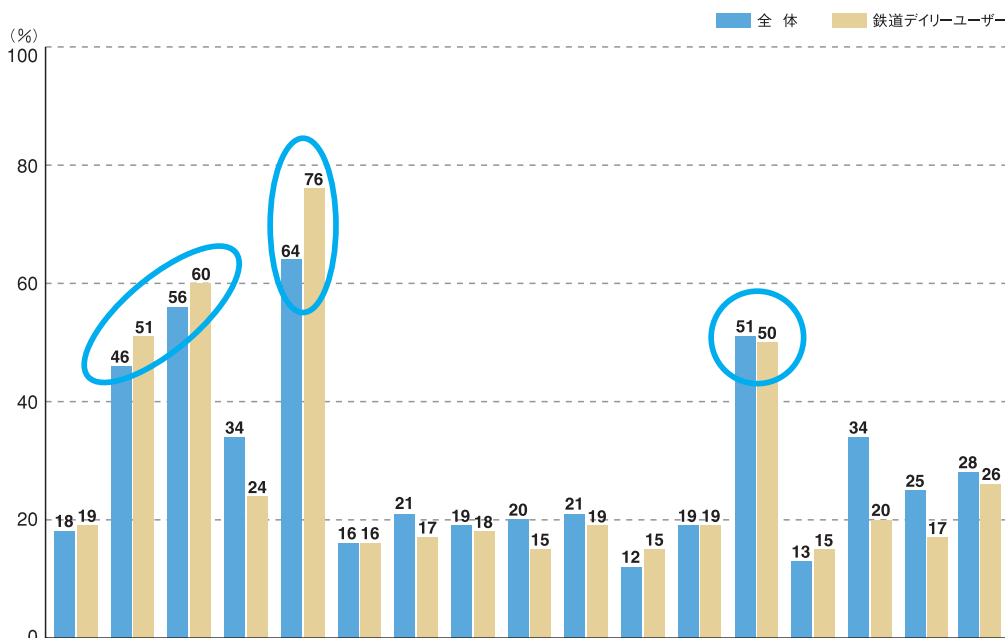
交通利用後の行動③ — 電車降車後の購入商品ジャンル

「飲料」「菓子」「雑誌・書籍」といった
交通広告の出稿量が多い商品がよく購入されています。

往路で購入した商品は、「飲料」64%が最も多く、その他「お弁当・惣菜・パン」56%、「菓子」46%といった食品類と、「雑誌・書籍」51%が多いことが分かります。

復路で購入した商品は、往路よりも購入商品が多岐にわたっています。加工食品、生鮮食品など食品類やアルコール飲料、トイレタリー用品の購入が高まっています。

平日電車降車後の購入商品ジャンル／往路



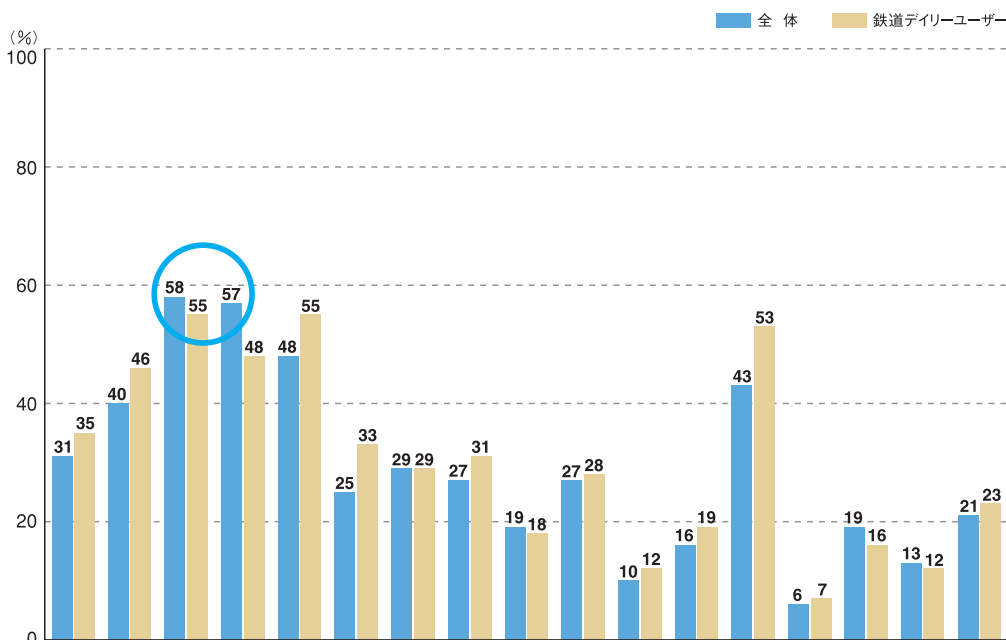
(N: いずれかの店舗利用者) N=

		加工食品	菓子	お弁当・惣菜	パン	生鮮食品	清涼飲料水・無糖茶飲料	スポーツ飲料等	アルコール飲料	バス・トイレタリー用品	ヘアケア用品	化粧品	医薬品	ドリンク剤	映像・音楽ソフト	雑誌・書籍	新聞	衣類	ファッション小物	その他
全体		841	18.4	46.0	55.9	34.4	63.9	15.8	20.7	18.8	19.5	21.2	12.1	18.9	51.4	12.5	33.7	25.2	27.6	
性別	男性	391	17.6	37.1	51.7	23.5	67.5	16.1	11.3	11.3	6.6	15.9	12.5	19.9	54.0	21.5	16.1	8.2	28.6	
	女性	450	19.1	53.8	59.6	43.8	60.7	15.6	28.9	25.3	30.7	25.8	11.8	18.0	49.1	4.7	48.9	40.0	26.7	
性・年代別	男女15~19歳	52	13.5	80.8	75.0	7.7	90.4	1.9	5.8	11.5	25.0	5.8	9.6	36.5	63.5	—	19.2	15.4	11.5	
	M1(男性20~34歳)	126	15.9	42.1	54.0	16.7	79.4	11.9	10.3	14.3	3.2	13.5	11.1	23.8	63.5	10.3	14.3	8.7	27.0	
	M2(男性35~49歳)	111	18.0	34.2	51.4	21.6	71.2	15.3	8.1	9.0	5.4	14.4	10.8	17.1	43.2	22.5	9.0	6.3	28.8	
	M3(男性50~69歳)	132	18.9	28.8	44.7	35.6	50.0	23.5	16.7	10.6	10.6	21.2	14.4	15.2	50.0	34.8	25.0	9.8	33.3	
	F1(女性20~34歳)	127	10.2	55.1	49.6	28.3	66.9	10.2	22.0	23.6	30.7	20.5	11.0	22.0	48.8	3.9	44.9	37.0	23.6	
	F2(女性35~49歳)	130	20.8	58.5	62.3	40.0	62.3	14.6	30.8	28.5	29.2	26.2	9.2	16.9	51.5	3.8	51.5	44.6	28.5	
	F3(女性50~69歳)	163	26.4	42.9	63.2	64.4	48.5	22.7	36.2	26.4	30.7	33.1	16.0	12.9	46.6	6.7	54.0	41.7	30.1	
鉄道利用別	鉄道デイルーザー	325	18.5	51.4	60.3	23.7	75.7	16.0	17.2	17.5	15.4	19.4	15.4	19.4	49.8	14.5	20.0	16.9	25.8	
	鉄道ミドルユーザー	290	19.3	46.6	58.6	43.4	63.1	16.9	29.3	23.4	27.2	25.5	11.4	21.4	57.2	13.1	47.2	31.4	31.4	
	鉄道ライトユーザー	201	14.9	38.8	43.3	35.3	48.3	14.4	13.4	13.4	14.9	16.4	8.0	13.9	45.8	8.0	35.8	28.9	24.9	

■は全体と比べて+10%、■は+5%のスコア

単位=%

平日電車降車後の購入商品ジャンル／復路



(N: いずれかの店舗利用者)

N=

		加工食品	菓子	お弁当・惣菜	パン	生鮮食品	清涼飲料水・無糖茶飲料	スポーツ飲料等	アルコール飲料	バス・トイレタリー用品	ヘアケア用品	化粧品	医薬品	ドリンク剤	映像・音楽ソフト	雑誌・書籍	新聞	衣類	ファッション小物	その他
全体		806	30.6	40.2	57.9	56.6	47.6	25.1	28.9	26.7	19.2	26.9	10.0	16.0	43.2	6.1	18.6	13.2	20.5	
性別	男性	367	27.8	32.7	53.4	35.4	52.3	29.7	16.3	16.9	6.0	19.3	8.4	19.3	51.2	10.4	11.4	4.6	21.8	
	女性	439	33.0	46.5	61.7	74.3	43.7	21.2	39.4	34.9	30.3	33.3	11.4	13.2	36.4	2.5	24.6	20.3	19.4	
性・年代別	男女15～19歳	50	14.0	66.0	58.0	20.0	72.0	2.0	6.0	18.0	28.0	12.0	4.0	32.0	58.0	—	16.0	12.0	16.0	
	M1 (男性20～34歳)	125	31.2	36.8	56.8	31.2	71.2	28.0	23.2	26.4	4.8	18.4	8.8	23.2	59.2	4.0	10.4	4.0	21.6	
	M2 (男性35～49歳)	112	29.5	33.0	55.4	38.4	50.9	40.2	10.7	14.3	3.6	23.2	7.1	21.4	53.6	12.5	8.0	5.4	23.2	
	M3 (男性50～69歳)	108	24.1	20.4	45.4	42.6	29.6	26.9	17.6	10.2	8.3	19.4	10.2	9.3	37.0	17.6	15.7	4.6	20.4	
	F1 (女性20～34歳)	127	27.6	54.3	51.2	63.0	48.0	13.4	35.4	40.9	29.9	29.1	6.3	16.5	37.8	0.8	21.3	18.9	16.5	
	F2 (女性35～49歳)	127	35.4	46.5	70.1	77.2	43.3	29.1	48.0	38.6	31.5	36.2	15.7	14.2	38.6	3.9	25.2	22.8	20.5	
	F3 (女性50～69歳)	157	39.5	36.9	65.0	89.2	34.4	24.2	40.8	28.7	28.0	36.9	13.4	7.0	30.6	3.2	28.0	19.7	22.3	
鉄道利用別	鉄道デイリーユーザー	347	35.2	46.1	55.3	47.8	54.8	33.1	29.1	30.5	18.2	27.7	11.5	19.3	53.3	7.2	15.6	12.4	23.3	
	鉄道ミドルユーザー	272	29.8	38.2	61.4	65.4	43.0	20.6	32.4	27.2	22.1	29.0	10.3	14.0	39.3	6.6	20.2	12.1	18.0	
	鉄道ライトユーザー	166	23.5	32.5	56.6	59.6	41.6	16.3	23.5	18.1	16.9	21.1	7.2	12.0	30.7	3.0	22.3	15.7	18.7	

■は全体と比べて+10%、■は+5%のスコア

単位=%

知っていますか？

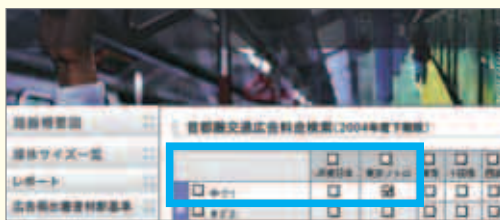
交通広告豆知識 ②

とても便利な交通広告ホームページ

関東交通広告協議会のホームページ (<http://www.train-media.net>) は、もうご覧になりましたか？
一番の自慢は料金検索です。路線や広告の種類を選んでチェックするだけで、簡単に料金や仕様が分かります。
複数検索もできるのでメディアプランニングに最適です。
テキストや表をコピーしてエクセルやワードに貼り付ければ、それだけで立派なプランシートが作成できます。
また、乗降人員のレポートやこの交通広告調査レポートなど、
関東交通広告協議会の活動も順次公開してまいりますので、ぜひチェックしてみてください。



関東交通広告協議会のホームページ
<http://www.train-media.net>



路線、広告をクリックして検索すると・・・

路線	広告種別	料金	備考
東横線	駅名標	1,100	駅名標
山手線	駅名標	1,200	駅名標
丸の内線	駅名標	1,300	駅名標
丸の内線	駅名標	1,400	駅名標
丸の内線	駅名標	1,500	駅名標
丸の内線	駅名標	1,600	駅名標
丸の内線	駅名標	1,700	駅名標
丸の内線	駅名標	1,800	駅名標
丸の内線	駅名標	1,900	駅名標
丸の内線	駅名標	2,000	駅名標

料金や仕様が分かります。