

購買行動における交通広告の役割①—商品認知段階に接触する媒体

多くのジャンルでテレビ、店頭に次ぎ交通広告が認知媒体として活用されています。

鉄道デイルーユーザーの中では、認知媒体として交通広告(車内)を挙げる人が多いことが分かります。テレビ広告、店頭に次いで3番目に交通広告が挙げられています。特に9つの商品ジャンルにおいて高いスコアがみられます。

一方、新聞は5ジャンル、雑誌は1ジャンルにとどまっています。

ちなみに、媒体接触において交通広告以上に高い評価を得ているインターネットですが、実際の認知に対する寄与は高くありません。

業種別に見ると、学校といった従来より交通広告が強いとされているジャンルではトップになっています。また、「映像・音響電化製品」「携帯電話」など消費を牽引しているジャンルでも、高いスコアを維持しています。

商品認知時の接触媒体

鉄道デイルーユーザー

(N:鉄道デイルーユーザー)

N=383

		交通		マスメディア								その他										
		電車の車内広告	駅にあるポスター・看板等	テレビCM	テレビ番組	ラジオCM	ラジオ番組	新聞広告	新聞記事	雑誌広告	雑誌記事	折込チラシ	フリーペーパー	フリーマガジン	インターネット	ホームページ	インターネット広告(メール広告含む)	屋外の看板やネオン広告	店頭のポスター	商品カタログ	パンフレット	店頭などで商品を見て
食品	加工食品(インスタント食品等)	15.9	5.5	79.1	15.1	3.4	1.0	12.3	8.1	9.4	6.5	11.2	2.3	2.6	1.3	1.6	9.7	4.7	45.4	2.1	17.5	
	菓子(ガム・キャンディー・スナック等)	21.9	8.9	73.6	12.0	2.3	0.5	9.7	2.9	8.9	4.7	7.0	0.8	1.3	0.3	1.8	8.1	2.1	45.4	2.6	17.8	
飲料	非アルコール飲料(清涼飲料水・無糖茶飲料・スポーツ飲料等)	25.3	13.3	80.2	11.0	4.7	0.5	10.2	4.7	8.4	3.7	7.0	0.3	1.6	1.0	1.8	7.3	1.6	39.4	2.6	15.4	
	アルコール飲料(ビール・ウィスキー等)	25.1	12.0	80.4	9.1	3.4	1.0	13.1	6.5	8.1	3.4	8.1	1.0	2.9	1.3	1.8	9.1	1.0	32.6	3.1	9.4	
日用品	バス・トイレタリー用品(洗剤・歯みがき等)	3.7	2.1	69.5	8.1	2.3	0.5	8.9	2.1	6.8	3.7	11.0	0.5	0.8	—	0.8	5.2	1.8	34.2	—	4.4	
	ヘアケア用品(シャンプー・スタイリング剤・カラーリング剤等)	6.8	3.9	73.1	7.8	2.6	0.8	6.5	1.8	13.1	7.0	9.1	0.5	1.8	0.3	1.0	6.0	1.6	38.4	1.3	9.4	
	化粧品	7.3	6.3	65.3	8.4	1.6	0.8	6.0	2.3	13.8	12.3	7.0	0.5	3.7	1.0	1.0	8.6	6.8	30.3	1.8	14.6	
医薬	医薬品	10.2	3.9	68.9	6.5	2.6	0.8	9.7	4.4	8.1	3.7	8.1	0.5	1.3	0.5	0.5	4.7	3.1	35.2	0.3	8.6	
	ドリンク剤	11.2	6.8	66.1	6.5	1.8	0.5	6.3	2.3	5.5	2.9	6.3	0.3	0.5	0.3	1.0	4.7	0.5	31.6	1.0	4.4	
メディア関連	映像・音楽ソフト	9.4	7.6	56.1	22.5	6.5	6.3	13.3	5.7	17.5	21.9	2.3	1.6	18.8	5.5	2.9	13.3	3.9	24.5	2.6	17.5	
	映画・演劇・イベント・興行情報	17.0	16.4	48.3	20.9	5.2	5.5	24.5	13.8	15.9	24.5	2.6	4.4	24.3	8.1	3.4	9.1	3.4	5.7	3.4	20.6	
	雑誌・書籍	30.0	7.0	17.8	8.9	1.8	1.6	26.6	15.9	16.4	16.4	0.8	1.6	8.9	3.4	1.0	8.6	1.3	44.4	0.3	14.1	
	家庭用テレビゲーム・ゲームソフト	9.4	3.9	57.4	10.2	2.3	0.8	5.0	2.1	10.2	14.1	4.7	0.3	11.0	4.2	0.8	9.1	3.9	20.4	1.6	14.9	
家電	家庭用電化製品(エアコン等)	8.9	2.9	62.4	8.1	1.3	0.5	11.2	7.0	9.1	7.0	17.8	0.5	7.0	2.3	1.0	6.3	19.8	37.3	0.3	6.3	
	映像・音響電化製品(液晶テレビ・DVDプレイヤー・デジカメ等)	16.4	7.0	62.9	8.6	1.6	0.8	13.3	9.9	14.9	11.7	17.0	—	12.8	4.2	1.0	5.5	23.5	39.2	0.5	7.8	
通信	パソコン・パソコンソフト	9.1	4.4	41.3	5.2	1.0	1.0	12.0	6.3	16.7	14.4	12.5	—	18.8	9.1	0.3	6.3	18.3	34.5	0.8	10.4	
	携帯電話	19.3	8.1	57.4	7.0	1.8	0.8	9.9	5.2	10.4	11.5	13.3	0.5	11.7	4.7	1.8	10.2	25.3	39.2	1.3	13.6	
	インターネット(プロバイダー・ADSL・光ファイバー等)	10.4	5.0	48.0	5.5	1.3	1.0	8.9	4.2	9.9	12.8	8.9	0.5	19.6	10.7	1.3	5.0	9.1	8.4	2.9	14.4	
生活	乗用車	7.6	5.0	73.4	9.1	2.3	1.0	16.2	6.3	13.3	11.7	14.4	—	6.8	2.3	1.8	4.2	17.5	17.2	4.4	8.6	
	金融関連商品(銀行・生命保険・損害保険・クレジットカード等)	9.1	3.9	59.0	7.8	2.3	0.8	18.0	10.4	8.1	8.9	5.0	1.0	7.0	4.7	1.0	3.9	11.5	7.0	0.5	10.4	
	国内旅行・海外旅行	13.3	12.8	22.2	7.3	1.0	0.5	23.0	5.2	12.0	12.5	17.0	4.2	19.1	6.8	0.8	7.6	40.5	11.7	—	9.1	
	デパート等のバーゲンや特設催事	21.1	7.8	23.5	4.4	0.8	1.0	18.0	3.9	6.5	8.1	40.2	3.9	3.9	2.3	1.8	10.7	6.8	8.4	3.1	14.4	
	住宅・マンション等の不動産	15.9	8.6	18.0	3.4	1.3	0.8	18.8	4.7	5.5	4.4	50.4	1.8	6.5	1.6	2.1	3.7	8.6	7.3	1.6	3.1	
	英会話学校・カルチャースクール	37.1	15.7	46.0	4.2	2.3	0.3	15.7	3.1	8.4	4.7	21.7	2.9	6.8	1.6	4.4	2.6	7.8	3.1	0.5	10.7	
	予備校・塾・高校・大学	36.8	18.3	26.9	3.7	1.8	0.3	16.4	8.4	5.2	6.5	14.6	0.5	7.6	2.3	3.7	1.6	7.6	2.3	1.0	19.1	

※各ジャンルの商品認知時に接触した割合、■は1位、■は2位、■は3位のスコア

単位=%