

購買行動における交通広告の役割② — 購入プロセスにおける交通広告(車内広告)

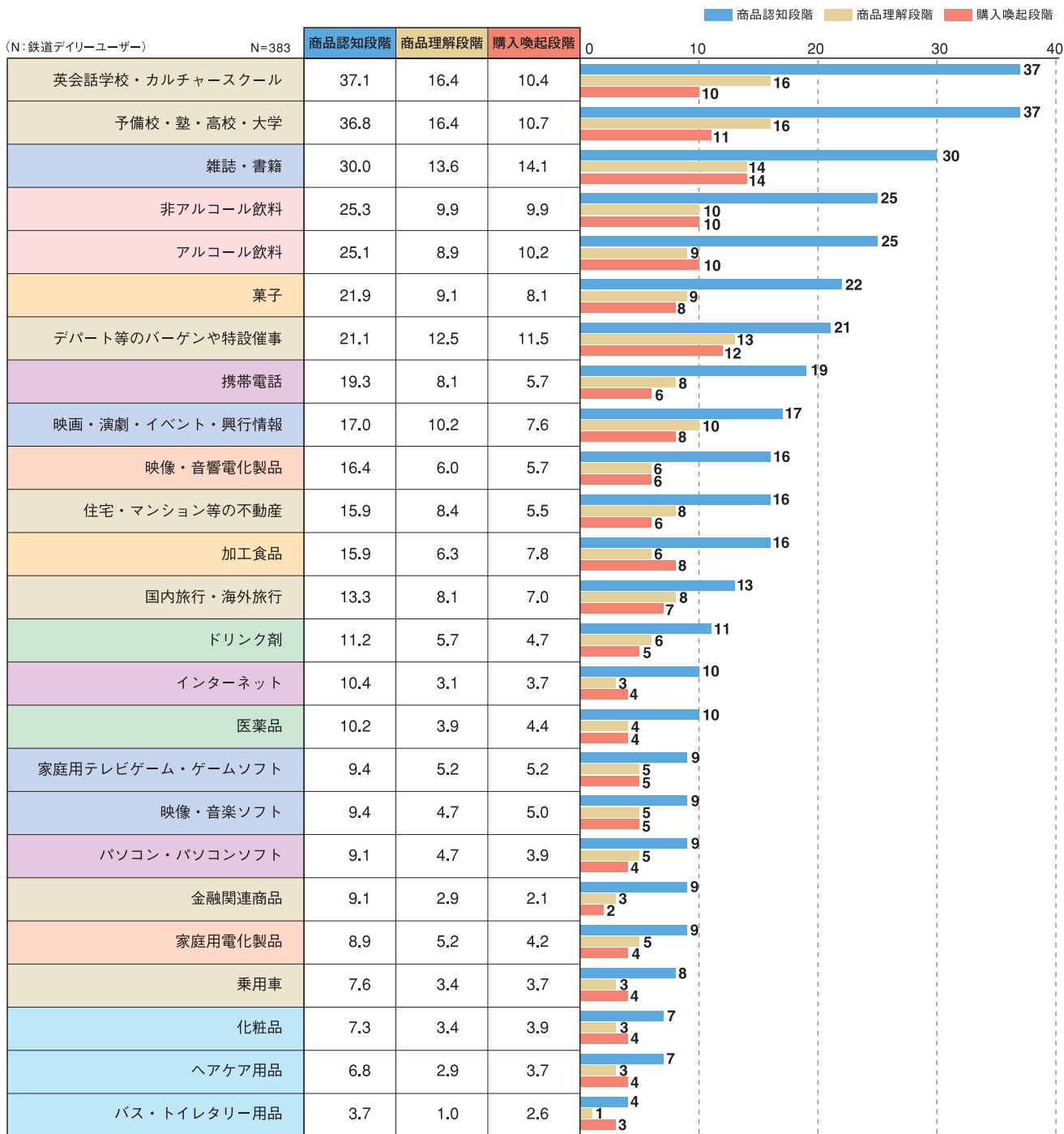
広告出稿の多い学校系の業種と、雑誌・飲料・菓子など乗車前後に購入されやすい業種のスコアが高くなっています。

鉄道デイリーユーザーの中で、業種別の広告接触状況を見ると、認知では、「英会話・カルチャースクール」37%、「予備校、高校」37%など、学校系の業種が高いスコアを獲得しています。以下、「雑誌・書籍」30%、「飲料」25%、「菓子」22%となっています。

「雑誌・書籍」に関しては認知だけでなく、購入喚起のスコアも14%と高く、リーセンシー効果が高いことがうかがえます。

各商品ジャンル車内広告接触率の段階比較

鉄道デイリーユーザー



食品 飲料 日用品 医薬 メディア関連 家電 通信 生活

単位=%