

購買行動における交通広告の役割③ — 購入プロセスにおける交通広告(駅構内広告)

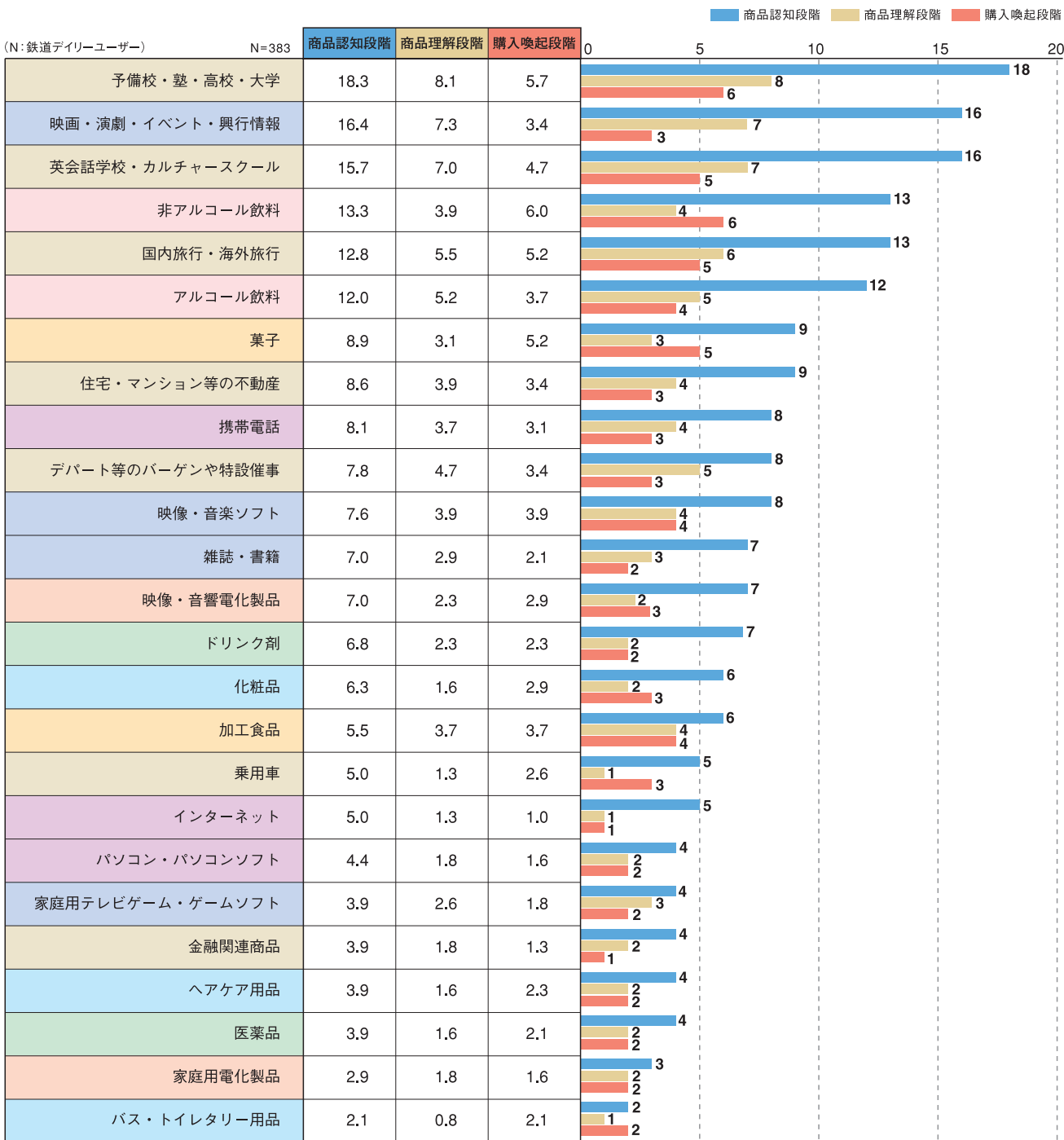
“エリア固有の情報を発信する場”
として駅広告を活用することの有用性が見られます。

鉄道デリーユーザーの中で、駅広告との業種別接触状況を見ると、認知では、「予備校、高校」18%に次いで、「映画・イベント」とともに「英会話・カルチャースクール」16%が挙げられています。以下、「非アルコール飲料」「旅行」「アルコール飲料」が続きます。

学校、映画館などエリアに密着した業種でのスコアが高いことが分かります。

各商品ジャンル駅構内広告接触率の段階比較

鉄道デリーユーザー



食品 飲料 日用品 医薬 メディア関連 家電 通信 生活

単位=%

知っていますか？

交通広告豆知識 ③

環境に優しい交通広告

地球温暖化やエネルギー資源の枯渇が進む近年、環境への配慮は避けては通れない問題といえます。鉄道各社ではこの問題を真摯に受け止め、さまざまな対策を講じています。

例えば、中づり広告や駅ばりポスターなどで使われる紙ごみなど、毎日発生する多くの資源ごみをリサイクルしています。

また、省エネルギー化を図るため、従来の蛍光灯に比べ消費電力の少ないLED（発光ダイオード）を使用した看板の開発も行っています。

このように、鉄道各社はお客様のニーズを満たすことはもちろん、地球環境のこともしっかりと考えて日々努力しています。

