

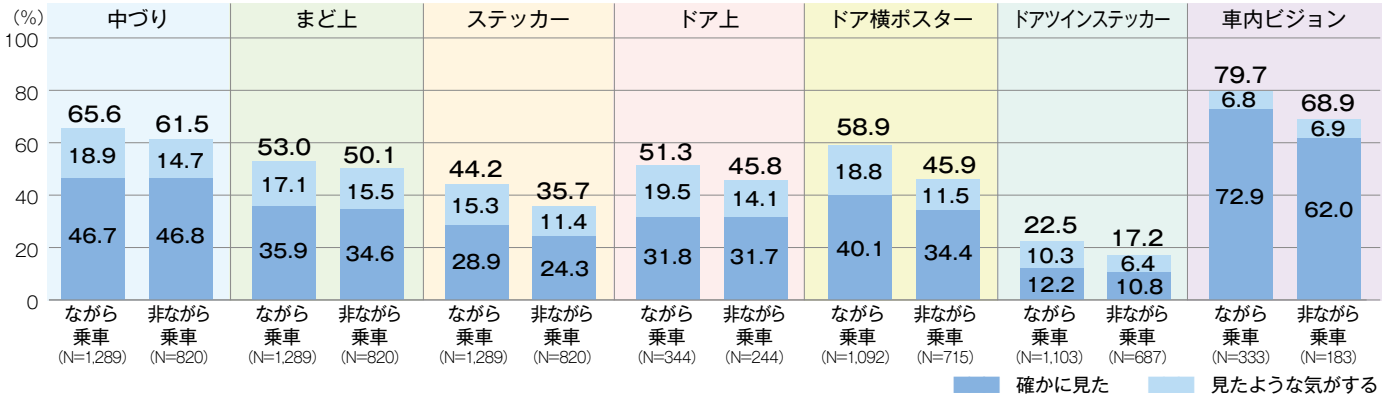
電車内の過ごし方と車内ユニット視認率

ながら乗車が車内広告に与える影響

電車内で本を読んだり、携帯電話やゲームをしている乗客は、情報に敏感な乗客であり、車内広告をよく見えています。

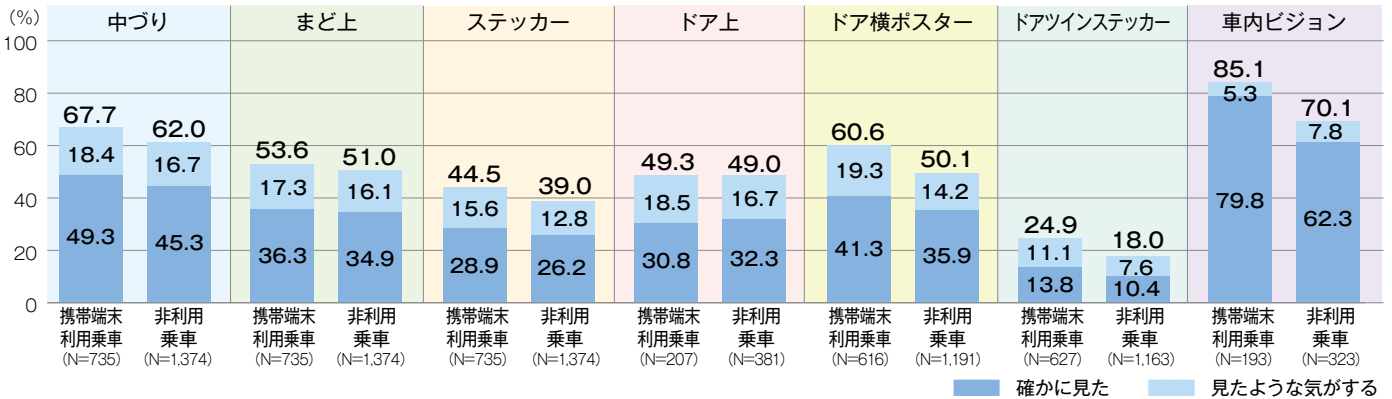
■ながら乗車の有無別にみたユニット視認率

ながら乗車が車内広告の視認に与える影響を検証するために、ながら乗車をした乗客とながら乗車をしなかった乗客のユニット視認率を比較しました。結果としては、ながら乗車をしていた乗客の方がユニット視認率が高く、特にドア横ポスター、車内ビジョンは10ポイント以上高い結果となりました。



■携帯端末利用乗車の有無別にみたユニット視認率

携帯端末利用乗車が車内広告の視認に与える影響を検証するために、携帯端末利用乗車をした乗客としなかった乗客のユニット視認率を比較しました。結果としては、携帯端末利用乗車をしていた乗客の方がユニット視認率が高く、特にドア横ポスター、車内ビジョンは10ポイント以上高い結果となりました。



*集計に際しては、2010年調査サンプルを集計しました。

ながら乗車と携帯端末利用乗車とは

ながら乗車とは電車内で「新聞を読む」「雑誌を読む」「本を読む」「ラジオを聴く」「ポータブルオーディオで音楽を聴く」「携帯（ワンセグ）でテレビを見る」「携帯・PHSでメールをする／読む」「携帯・PHSでWEBを見る」「携帯・PHSでゲームをする」「携帯用ゲーム機でゲームをする」「パソコンなどの情報端末を操作する」といった行動です

携帯端末利用乗車とは電車内で「携帯（ワンセグ）でテレビを見る」「携帯・PHSでメールをする／読む」「携帯・PHSでWEBを見る」「携帯・PHSでゲームをする」「携帯用ゲーム機でゲームをする」「パソコンなどの情報端末を操作する」といった行動です。

ながら乗車

- 新聞を読む
- 雑誌を読む
- 本を読む
- ラジオを聴く
- ポータブルオーディオで音楽を聴く

携帯端末利用乗車

- 携帯（ワンセグ）でテレビを見る
- 携帯・PHSでメールをする／読む
- 携帯・PHSでWEBを見る
- 携帯・PHSでゲームをする
- 携帯用ゲーム機でゲームをする
- パソコンなどの情報端末を操作する