

消費財

消費財の交通広告接触後、5割強が実際の商品を購入しています。

特に、女性は雑誌や菓子、飲料、日用品など

あらゆるジャンルでリーセンサー効果がみられます。

消費財ジャンルの電車の車内広告や駅構内広告を見た後に、実際にその商品を購入したことがある人は全体で5割超に及び、「本・書籍」「雑誌」や「お茶・ミネラルウォーター」「飴・キャンディーなどの菓子」などが3割前後、その他多くの商品で2割を超えています。

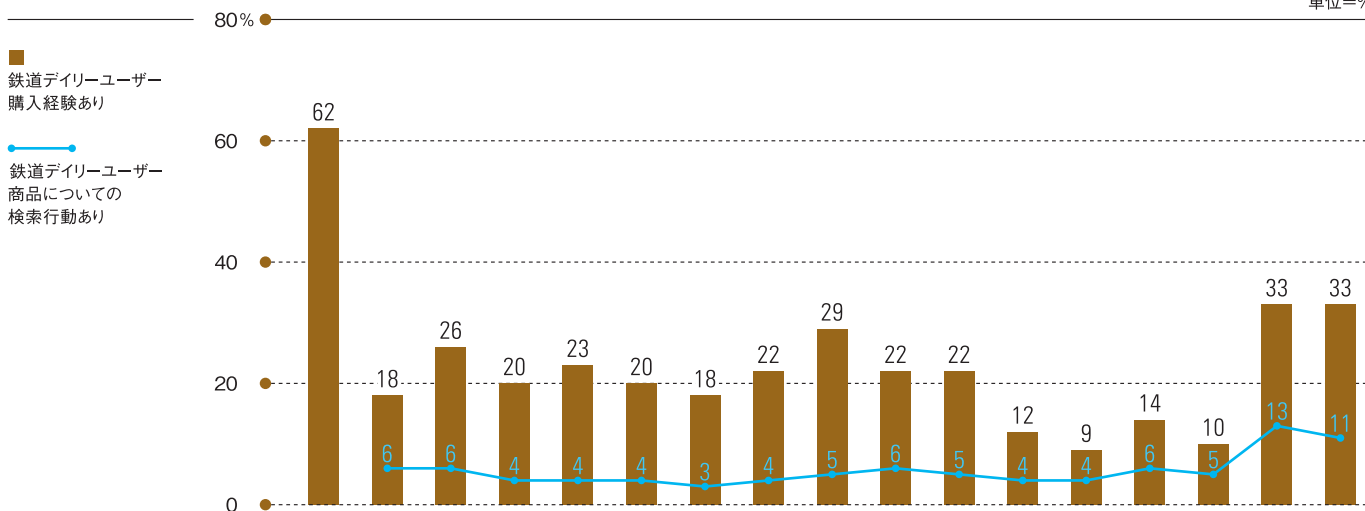
特にF1・F2層でリーセンサー効果が高い傾向がみられ、

F1層は「雑誌」「飴・キャンディーなどの菓子」「チョコレート」をはじめ、多くの商品で全体を上回っています。

M2層は「コーヒー飲料」「ビール・発泡酒・ビール系飲料」で比較的高いリーセンサー効果がみられました。

車内・駅構内広告接触後の商品購入経験／消費財

単位=%



| 属性 | N | 商品ジャンル | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|--------------|---------|------|---------------|--------|-------------|------------|--------|---------|--------|--------------|--------------|----------------|----------------|-------------|------------|-----------|------|------|
| | | 購入経験あり計 | 加工食品 | 飴・キャンディーなどの菓子 | スナック菓子 | ビスケット・クラッカー | ガム・チューインガム | チョコレート | その他のお菓子 | コーヒー飲料 | お茶・ミネラルウォーター | その他の非アルコール飲料 | ビール・発泡酒・ビール系飲料 | 焼酎・日本酒・ウイスキーなど | バス・トイレタリー用品 | ヘアケア用品・化粧品 | 医薬品・ドラッグ剤 | 本・書籍 | 雑誌 |
| 全体 | 1715 | 56.0 | 16.7 | 24.1 | 18.4 | 21.6 | 19.3 | 16.9 | 20.0 | 26.8 | 17.5 | 18.9 | 10.7 | 10.1 | 14.3 | 11.1 | 31.7 | 32.1 | |
| 性別 | 男性 | 861 | 50.6 | 15.3 | 18.9 | 13.6 | 17.9 | 11.6 | 13.1 | 21.0 | 21.5 | 16.0 | 20.6 | 12.7 | 6.4 | 8.1 | 9.1 | 29.4 | 27.2 |
| | 女性 | 854 | 61.5 | 18.0 | 29.3 | 23.3 | 25.4 | 27.0 | 20.7 | 19.0 | 32.1 | 19.0 | 17.2 | 8.7 | 13.8 | 20.6 | 13.2 | 34.0 | 37.0 |
| 性・年代別 | 男女15~19歳 | 140 | 51.4 | 17.1 | 27.9 | 22.9 | 30.0 | 23.6 | 20.0 | 13.6 | 22.9 | 18.6 | - | - | 2.9 | 8.6 | 5.7 | 22.9 | 22.1 |
| | M1(男性20~34歳) | 228 | 50.9 | 14.9 | 23.2 | 14.9 | 24.1 | 11.8 | 14.0 | 21.9 | 23.2 | 17.5 | 17.5 | 10.1 | 6.1 | 8.3 | 6.6 | 25.4 | 21.9 |
| | M2(男性35~49歳) | 280 | 51.4 | 16.1 | 20.7 | 14.3 | 16.1 | 11.4 | 14.3 | 25.0 | 23.2 | 16.1 | 26.4 | 14.3 | 5.7 | 7.1 | 7.5 | 32.1 | 30.0 |
| | M3(男性50~69歳) | 286 | 50.0 | 15.0 | 12.9 | 10.8 | 12.2 | 10.1 | 10.1 | 17.8 | 18.2 | 13.3 | 22.0 | 16.1 | 8.0 | 9.1 | 13.3 | 31.5 | 30.4 |
| | F1(女性20~34歳) | 215 | 67.9 | 18.1 | 35.8 | 24.7 | 30.7 | 30.7 | 22.8 | 18.1 | 35.3 | 24.7 | 18.6 | 11.2 | 14.0 | 24.2 | 12.6 | 31.6 | 40.0 |
| | F2(女性35~49歳) | 277 | 63.2 | 16.6 | 27.4 | 24.5 | 23.8 | 26.0 | 19.1 | 19.9 | 30.3 | 17.7 | 18.8 | 6.5 | 14.1 | 21.7 | 11.6 | 34.3 | 37.2 |
| | F3(女性50~69歳) | 289 | 57.1 | 19.0 | 25.3 | 20.1 | 21.5 | 24.9 | 20.4 | 20.4 | 33.6 | 17.0 | 19.0 | 11.1 | 16.3 | 19.7 | 17.3 | 38.1 | 37.7 |
| 鉄道利用別 | 鉄道デイルユーザー | 707 | 61.7 | 18.2 | 26.3 | 19.5 | 23.3 | 20.1 | 18.1 | 21.9 | 28.9 | 22.2 | 22.3 | 12.4 | 8.9 | 14.4 | 10.3 | 32.8 | 33.2 |
| | 鉄道ミドルユーザー | 486 | 59.5 | 16.7 | 24.3 | 18.1 | 21.0 | 19.3 | 17.3 | 20.8 | 27.6 | 15.8 | 18.9 | 10.9 | 11.5 | 15.4 | 13.2 | 35.6 | 35.6 |
| | 鉄道ライトユーザー | 498 | 44.4 | 14.3 | 19.9 | 16.3 | 19.3 | 17.5 | 14.7 | 16.7 | 22.5 | 12.4 | 13.5 | 7.4 | 10.2 | 12.7 | 10.0 | 26.3 | 26.9 |

■ は全体と比べて+10%、■ は+5%のスコア