

## 広告接触後の耐久財来店・購入タイミング

映像・音楽ソフト・ゲーム関連商品は広告接触1週間以内の来店・購入が多くなっています。

耐久財ジャンルにおける交通広告接触後の来店・購入タイミングをみると、

「映像・音楽ソフト」や「家庭用テレビゲーム・ゲームソフト」などは3日以内の購入が3割前後、1週間以内には6割が購入しており、比較的購入までのタイムラグが少ないジャンルといえます。

「家庭用電化製品」や「乗用車」、「金融関連商品」などは1ヶ月以上かかるケースが多くなっています。

### 広告接触後の耐久財来店・購入タイミング(鉄道デイリーユーザー)

単位=%

(N:各店舗来店・購入者)

