

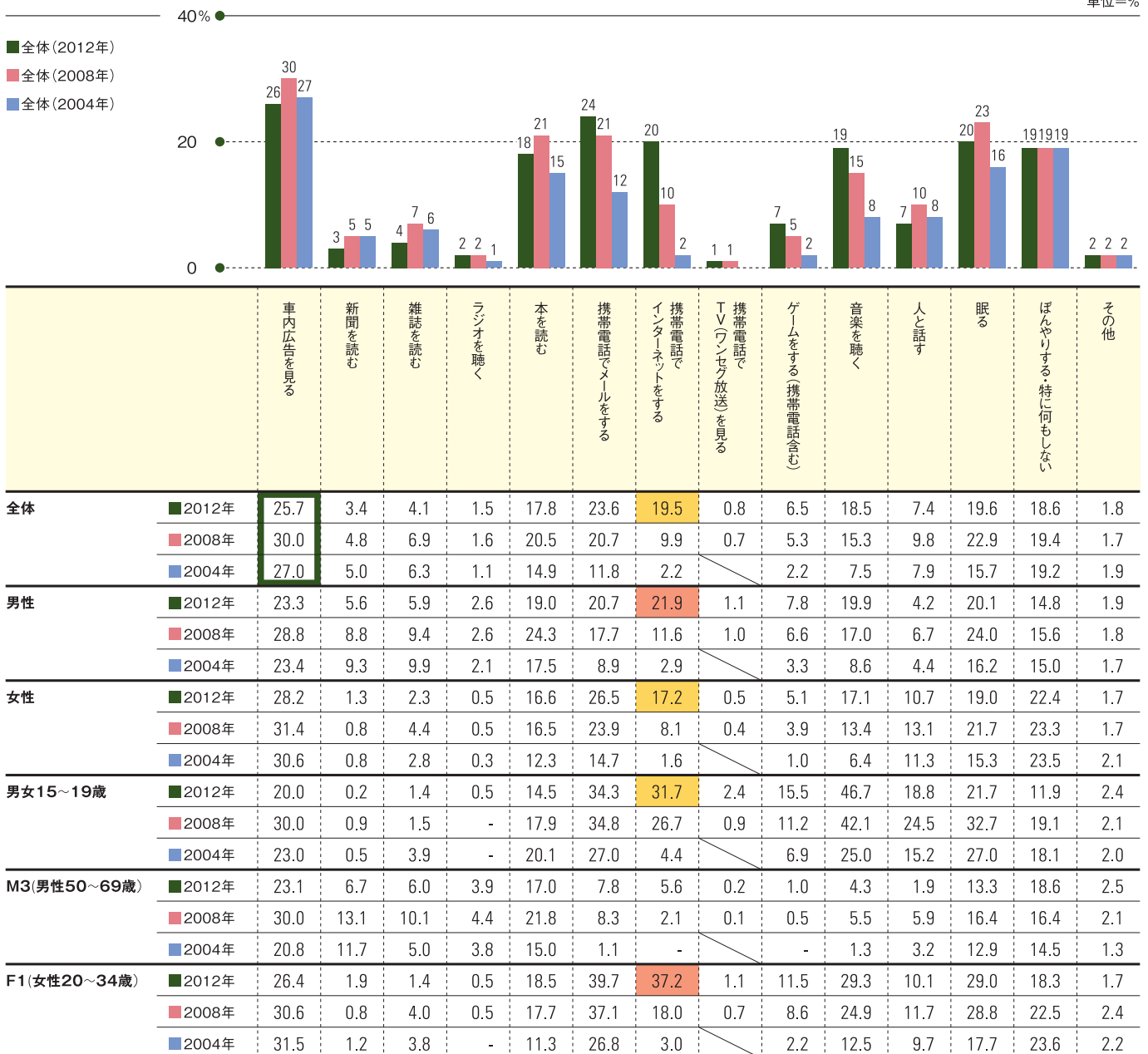
04 2 平日の電車内での行動／時系列変化

車内広告を見ている人の割合は2004年と同水準です。
 しかし、車内で「携帯電話でインターネットをする」や「音楽を聴く」人は確実に増えており、スマートフォンの普及の影響がうかがえます。

平日の電車内での行動を2004年からの時系列でみると、「車内広告を見る」は2008年の30%には及ばなかったものの、2004年とほぼ同水準でした。その他の行動では、「携帯電話でインターネットをする」「音楽を聴く」などが著しく伸び、特に男女10代やF1層での「携帯電話でインターネットをする」の増加率が目立ちます。

平日の電車内での行動／ターゲット別時系列比較

単位=%



■は同じターゲットの2012年と2008年を比べて、他方より+10%、■は+5%のスコア

◎「携帯電話でTV(ワンセグ放送)を見る」は2004年データなし
 ◎特徴のある性・年代を抽出