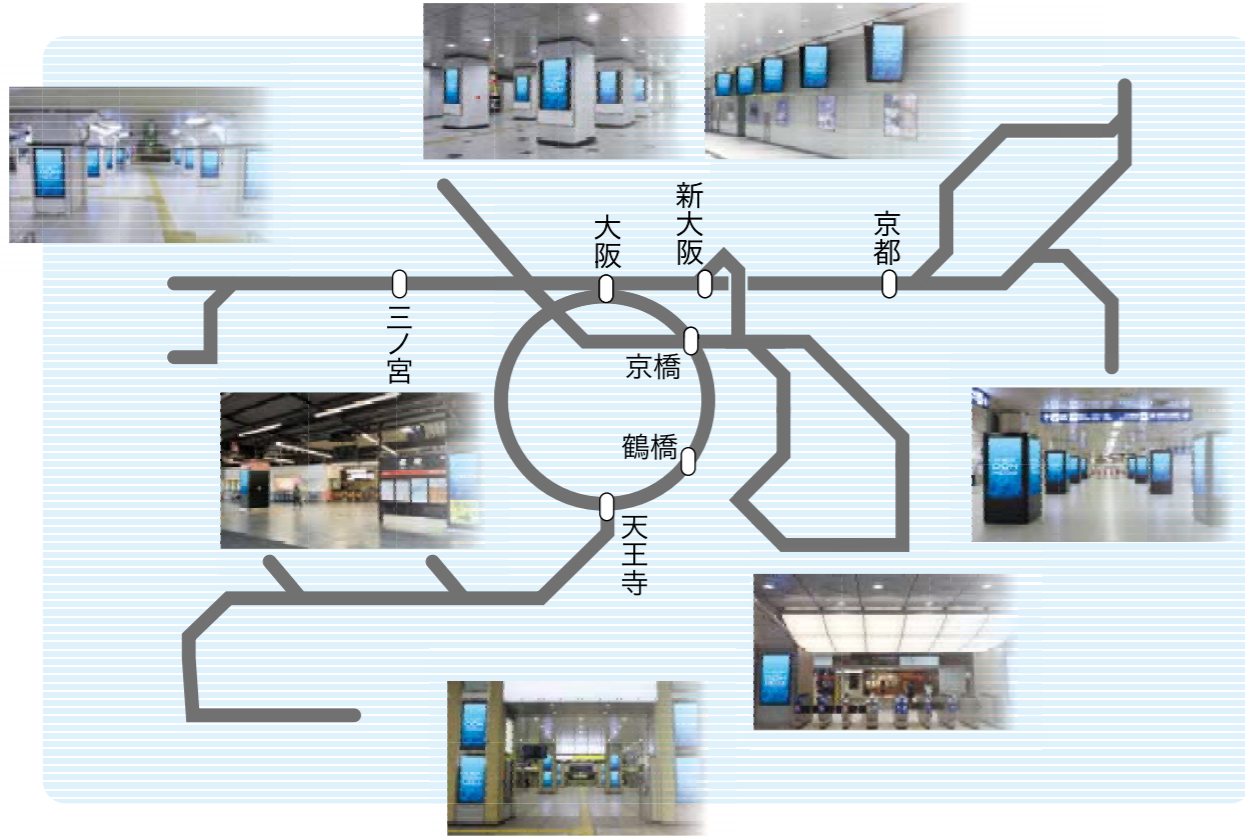


JR西日本のデジタルメディアーJ・ADビジョンWEST関連データ

J・ADビジョンWEST



足の早い通行者の目を瞬間的に捉えるメディア

「J・ADビジョンWEST」は、京阪神の主要駅に設置されているデータ配信型のデジタルサイネージです。駅コンコース内において、同一コンテンツを複数のディスプレイで一斉に表示することができ、さらに複数駅で同時放映することも可能です。動画コンテンツの活用や画面の一斉切り替えなど、「動き」のある情報発信により、駅コンコース内の足の速い通行者の目を瞬間的に惹きつけるインパクトの強い広告訴求が可能な媒体です。



J・ADビジョンWEST展開駅利用者の性年代別構成

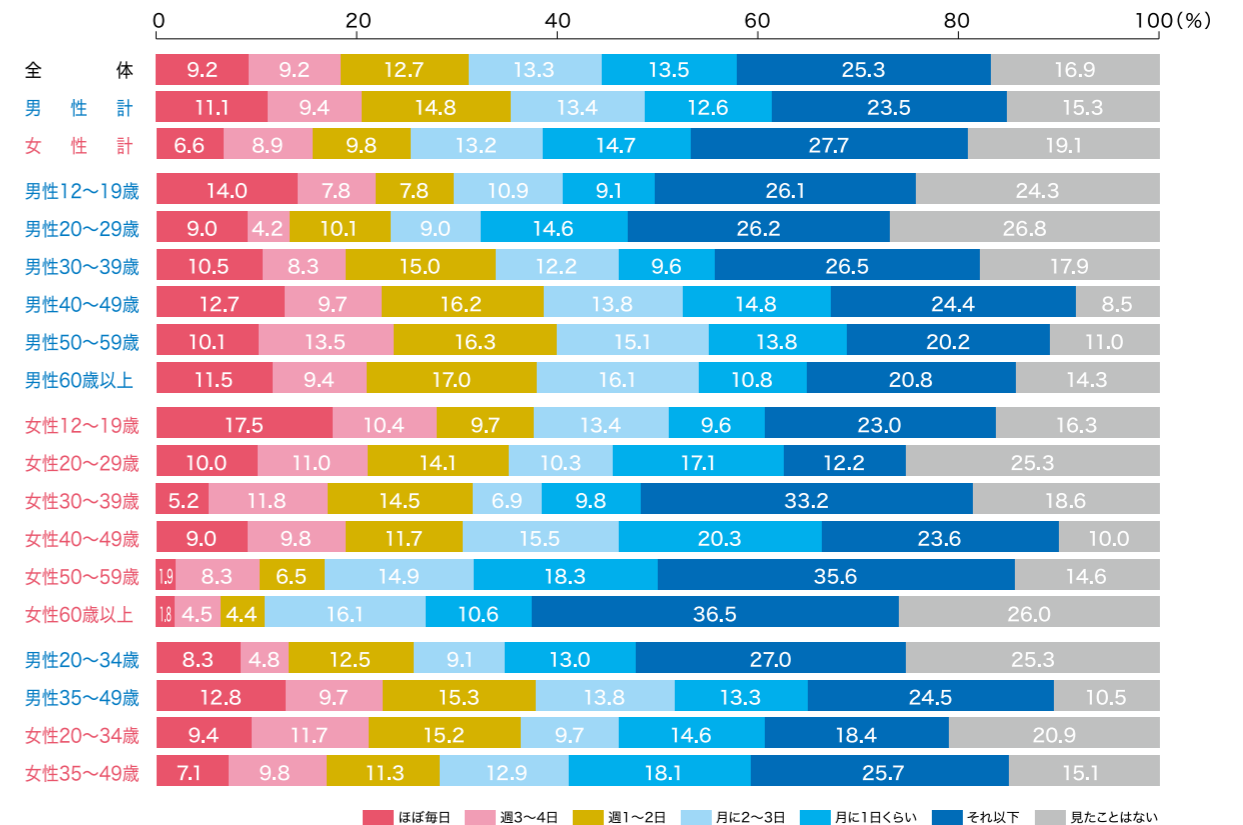
「J・ADビジョンWEST」を設置している7駅の利用者の内訳を見ると、男性57.8%、女性42.2%と男性の比率が比較的高くなっています。男性の20～34歳のM1層と35～49歳のM2層の合計が30.1%、女性の20～34歳のF1層、35～49歳のF2層の合計が20.8%、M1、M2、F1、F2層を合計すると、50.9%となっています。

性別(%)	男性 57.8						女性 42.2					
年代別(%)	3.9	8.1	9.1	12.9	12.6	11.2	4.3	7.9	5.5	7.3	7.7	9.4
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	男性						女性					
	11.6			18.5			11.0			9.8		
	20～34歳			35～49歳			20～34歳			35～49歳		

※「2019年度関西圏移動者調査」(株)ジェイアール東日本企画調べ、協力:(株)JR西日本コミュニケーションズ

J・ADビジョンWEST展開駅利用者の駅デジタルサイネージへの接触頻度

駅のデジタルサイネージへの接触頻度を見ると、一般的に男性の接触頻度が高く、男性で週1回以上接触している人は30%を超え、月に1回以上接触する人の割合は60%を超えています。また、M1層では25.6%、M2層では37.8%の割合で週に1回以上接触しているという結果となっています。一方、女性の場合は、10代の接触頻度が圧倒的に高く、週に1回以上接触する人の割合が37.6%になっています。またF1層では36.3%、F2層も28.2%が週1回以上接触しています。



※「2019年度関西圏移動者調査」(株)ジェイアール東日本企画調べ、協力:(株)JR西日本コミュニケーションズ