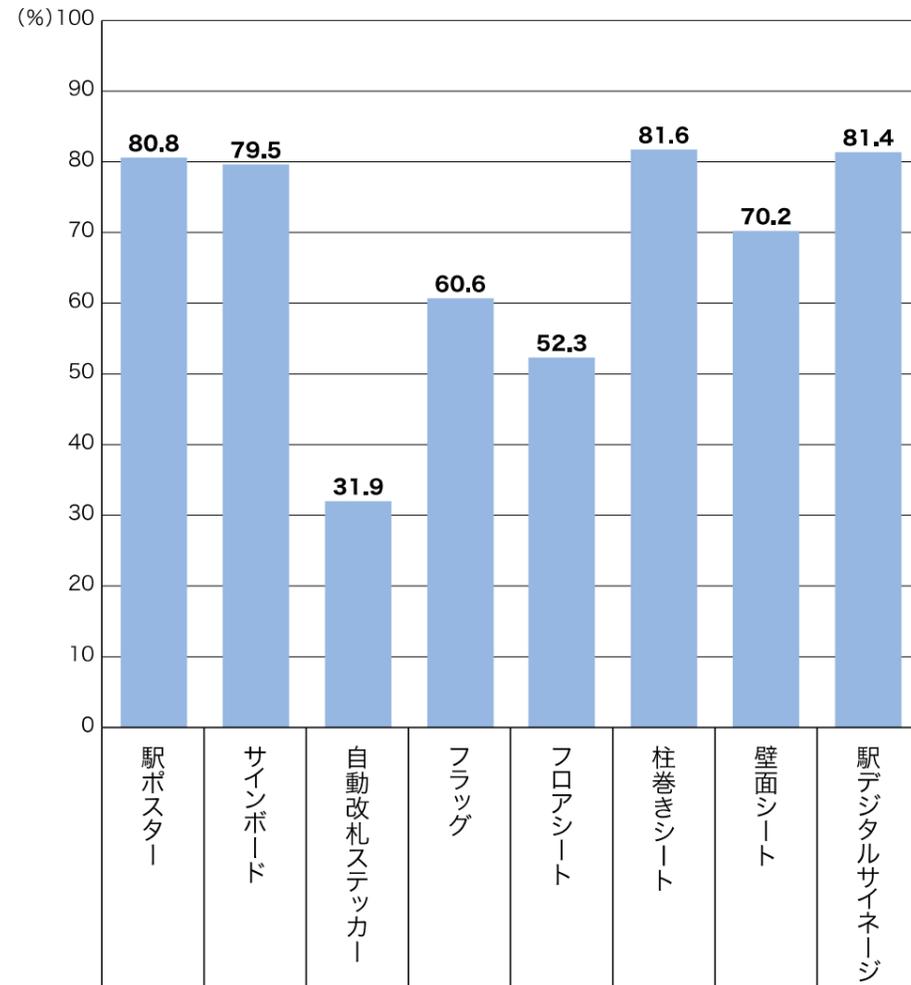


ユニット接触率 駅メディア

駅広告では柱巻きシートや駅デジタルサイネージ、駅ポスター、サインボードなどのユニットが特に高い確率で視認されています。

■ユニット接触率(週1回以上の接触/JR西日本利用者)(%)



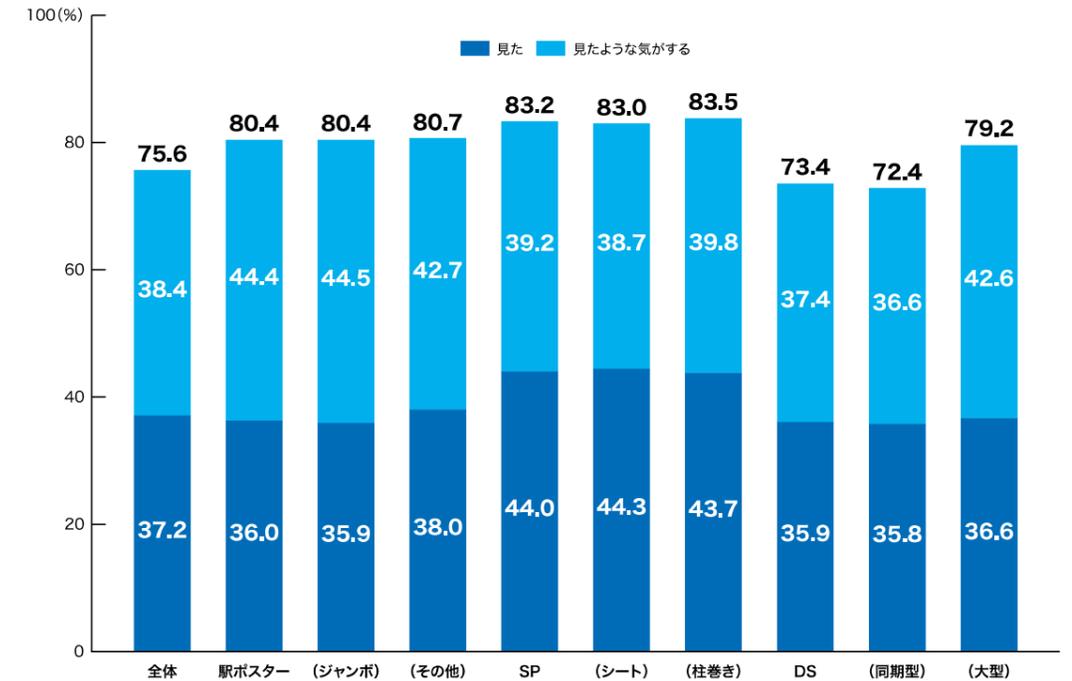
		駅メディア							
全体		80.8	79.5	31.9	60.6	52.3	81.6	70.2	81.4
性別	男性計	79.5	78.5	31.7	60.8	56.0	81.6	68.9	81.6
	女性計	82.4	80.7	32.2	60.5	47.6	81.5	71.7	81.1
性・年齢別	男性20~34歳	74.3	71.2	30.3	57.6	53.0	75.8	65.2	80.3
	男性35~49歳	80.0	80.0	27.1	57.6	56.5	88.2	69.4	84.7
	女性20~34歳	77.7	73.8	26.2	58.5	47.7	86.2	70.8	83.1
	女性35~49歳	90.2	85.7	33.9	58.9	48.2	78.6	75.0	82.1

「ACR/ex、SOTO/ex」関西地区2025年4~6月調査
 ※利用者とは、12~69歳の1週間に1度以上利用した人を表す。
 ※グラフは、「見かけたものはきちんと見る」「関心のあるものだけきちんと見る」「目に留まる程度」と回答した人の割合の合計を表す。

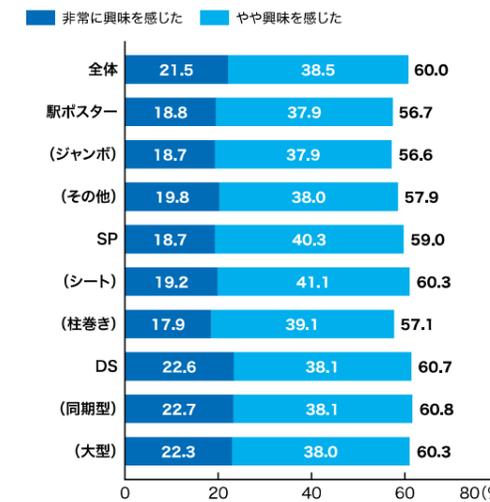
駅メディアの広告効果

駅メディアの広告到達率は、広告媒体の周辺エリアを通行した人のうち、特定の広告を掲出期間中に「見た/見たような気がする」人の割合です。そのうち、広告している商品・サービスに「非常に興味を感じた/やや興味を感じた」人の割合が商品興味関心度で、「とても買ってみみたい(利用したい)」と思った/やや買ってみみたい(利用したい)」人の割合が購入意向喚起度です。

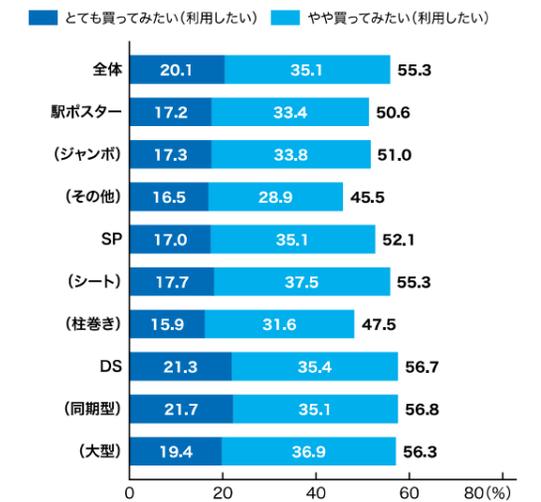
● 広告到達率



● 商品興味関心度



● 購入意向喚起度

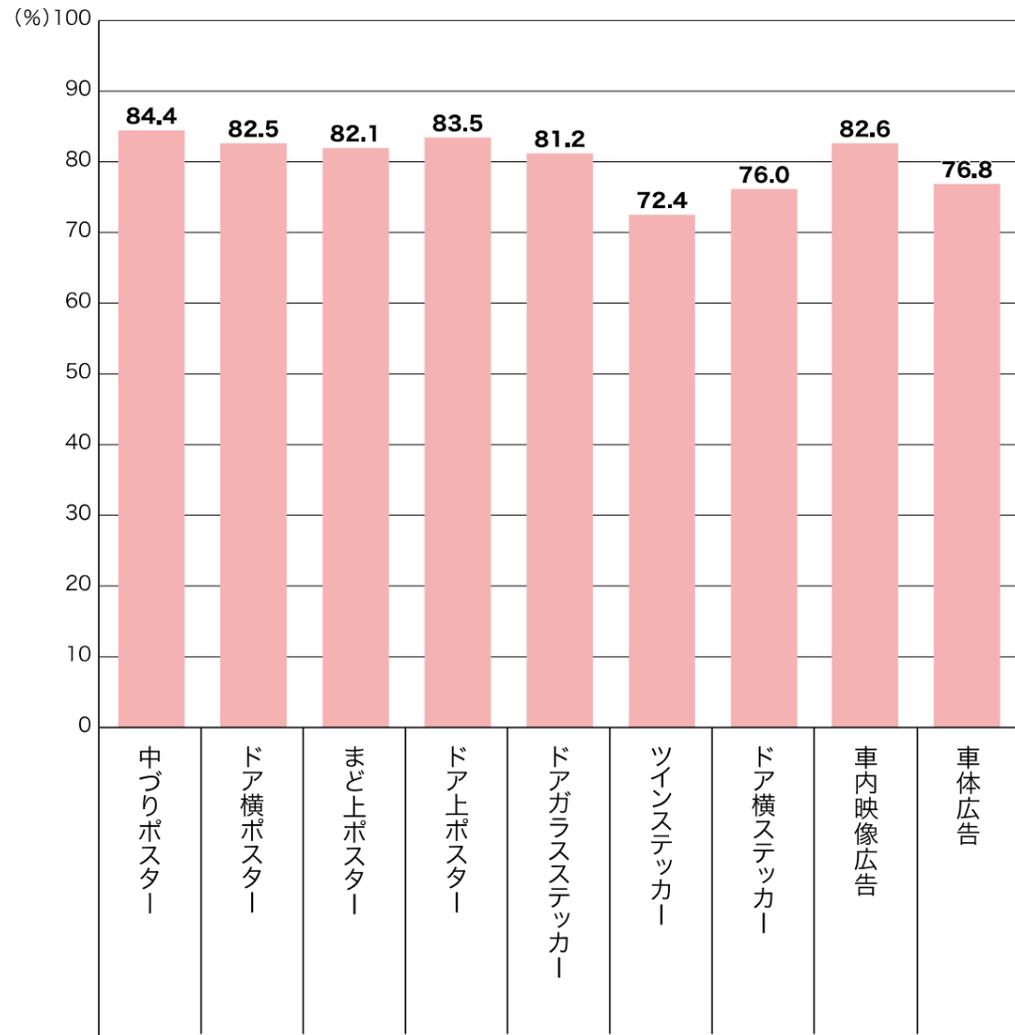


「交通広告効果測定調査」
 ※端数処理の関係上、合計値が合わない場合があります。

ユニット接触率 車両メディア

車内広告では中ぶりポスターやドア上ポスター、車内映像広告、まど上ポスターなどのユニットが特に高い確率で視認されています。

■ユニット接触率(週1回以上の接触/JR西日本利用者)(%)



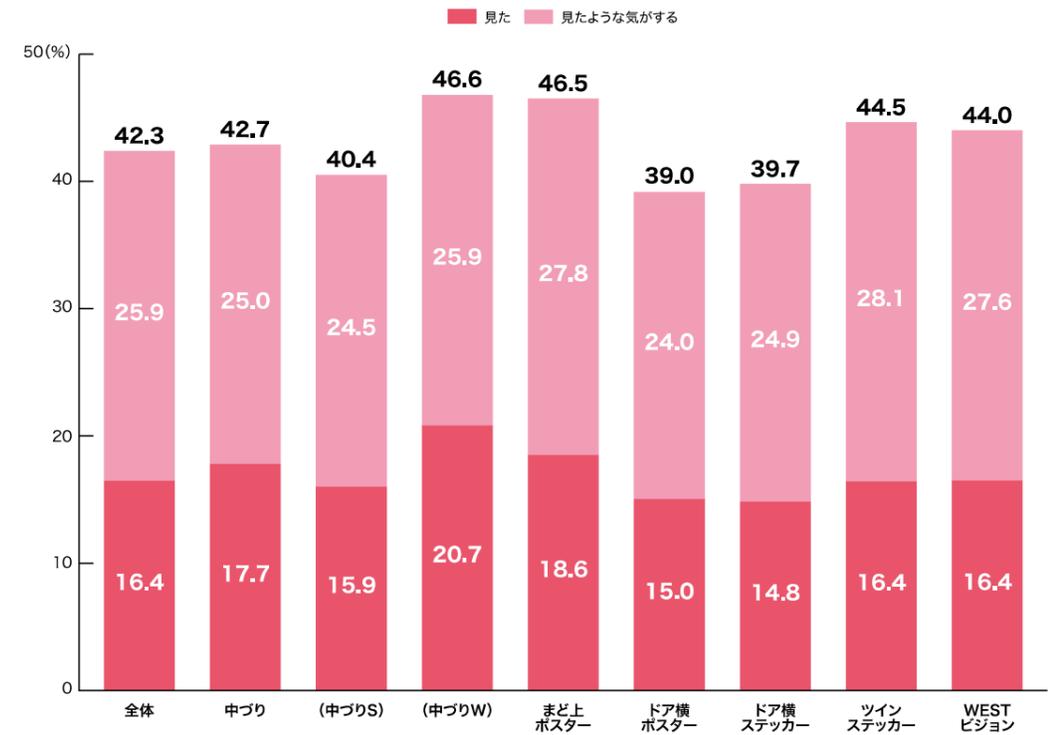
		車両メディア								
全体		84.4	82.5	82.1	83.5	81.2	72.4	76.0	82.6	76.8
性別	男性計	83.6	84.0	81.6	84.0	81.6	74.4	78.8	84.2	76.5
	女性計	85.4	80.7	82.8	82.8	80.7	70.0	72.5	80.7	77.3
性・年齢別	男性20~34歳	81.8	81.8	78.8	80.3	83.3	74.2	77.3	79.5	75.8
	男性35~49歳	80.0	85.9	78.8	83.5	82.4	74.1	83.5	85.9	72.9
	女性20~34歳	81.5	78.5	76.9	80.0	81.5	72.3	70.8	81.5	76.9
	女性35~49歳	91.1	82.1	87.5	89.3	87.5	76.8	78.6	82.2	80.4

「ACR/ex、SOTO/ex」関西地区2025年4~6月調査
 ※利用者とは、12~69歳の1週間に1度以上利用した人を表す。
 ※グラフは、「見かけたものはきちんと見る」「関心のあるものだけきちんと見る」「目に留まる程度」と回答した人の割合の合計を表す。

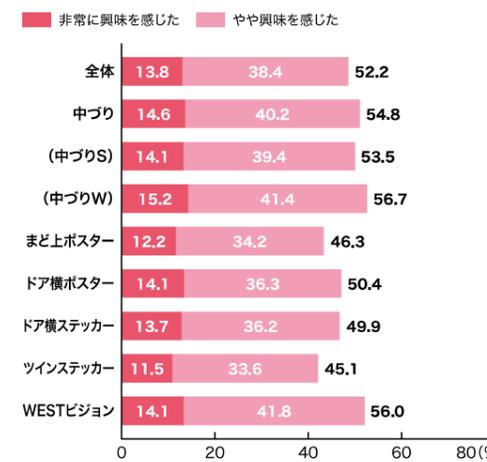
車両メディアの広告効果

車両メディアの広告到達率は、JR西日本の電車を利用した人のうち、特定の広告を掲出期間中に「見た/見たような気がする」人の割合です。そのうち、広告している商品・サービスに「非常に興味を感じた/やや興味を感じた」人の割合が商品興味関心度で、「とても買ってみたい(利用したい)と思った/やや買ってみたい(利用したい)と思った」人の割合が購入意向喚起度です。

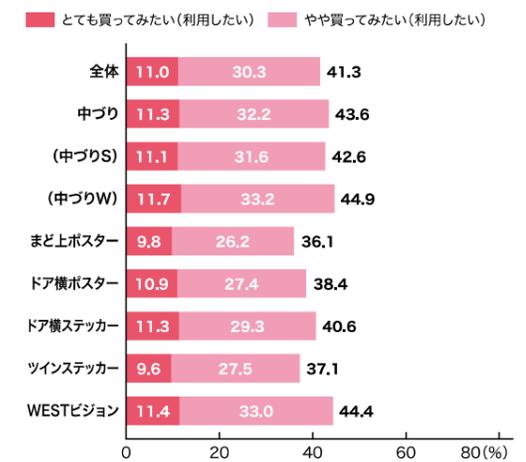
● 広告到達率



● 商品興味関心度



● 購入意向喚起度



「交通広告効果測定調査」
 ※端数処理の関係上、合計値が合わない場合があります。

JR西日本の交通広告

JR西日本の交通広告

JR西日本利用者の特性