

メトロアド マーケティング・レポート Vol.7

東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

メトロを利用しているビジネスパーソンの6割がスマートフォンもしくはタブレット端末を所有し、その9割がメトロ車内で端末を操作している。広告接触度合を確認したところ、ヘビーユーザーほど、メトロ車内の広告を「きちんと」と見ており、リーセンサー効果も高いことが分かった。

株式会社メトロアドエージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役社長：野村勝彦）では、首都・東京で毎日の生活を送る東京メトロの利用者について、そのさまざまなライフスタイルや意識を探る各種の調査を実施しています。

今回は、スマートフォンなどのモバイル端末が普及するなかで、メトロ利用者の車内広告接触実態について調査しました。

メトロアドエージェンシーでは、今後も「東京を動かす力」東京メトロの利用者のさまざまなライフスタイルをとらえるための調査を実施してまいります。

【調査結果の概要】

■メトロを利用しているビジネスパーソンの6割が、スマートフォンもしくはタブレット端末のいずれかを所有しており、そのうちの9割が、メトロ乗車時にこれらの機器を見たり、操作をしている。

■メトロの車内で、これらのモバイル機器を「だいたいいつも見たり操作している」というヘビーユーザーは、メール・LINEやインターネットを利用するだけでなく、これらと同じくらいの割合で車内の広告を見ている。

■しかも何となく見ているわけではなく、ヘビーユーザーの方が、メトロに乗車中、モバイル機器を利用しながらも車内の広告を「きちんと」見ていることが確認された。

■さらに、車内広告がヘビーユーザーに対してきちんと到達しているだけでなく、実際に商品やサービスを購入・利用したり、Webキャンペーンにその場で応募するなど、車内広告に接触したことがその後の行動にも影響を与えていることが分かった。

「東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態」調査概要

- 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: 東京、神奈川、千葉、埼玉に在住し、東京メトロを通勤で利用している20歳から59歳までの男女有職者
- 実施期間: 2013年4月12日(金)～4月15日(月)
- 有効回答数: 1,000名(東京メトロを通勤で利用している有職者の利用者構成に準じて割付)

【株式会社メトロアドエージェンシー 会社概要】

社名	株式会社メトロアドエージェンシー	URL	http://www.metro-ad.co.jp/
代表取締役社長	野村 勝彦		
所在地	東京都港区西新橋一丁目6番21号 NBF虎ノ門ビル4階		
設立	平成19年(2007年)2月5日		
資本金	5,000万円		
株主	東京地下鉄株式会社(100%)		

《お問い合わせ先》

株式会社メトロアドエージェンシー
企画制作本部マーケティング局マーケティング部 (担当:山浦)
TEL:03-5501-7846
お問い合わせフォーム:<https://www.metro-ad.co.jp/info>

Metro Ad Marketing Report Vol.7

東京メトロ利用者の
車内でのモバイル利用と広告接触実態

2014/03/28



株式会社メトロ アド エージェンシー

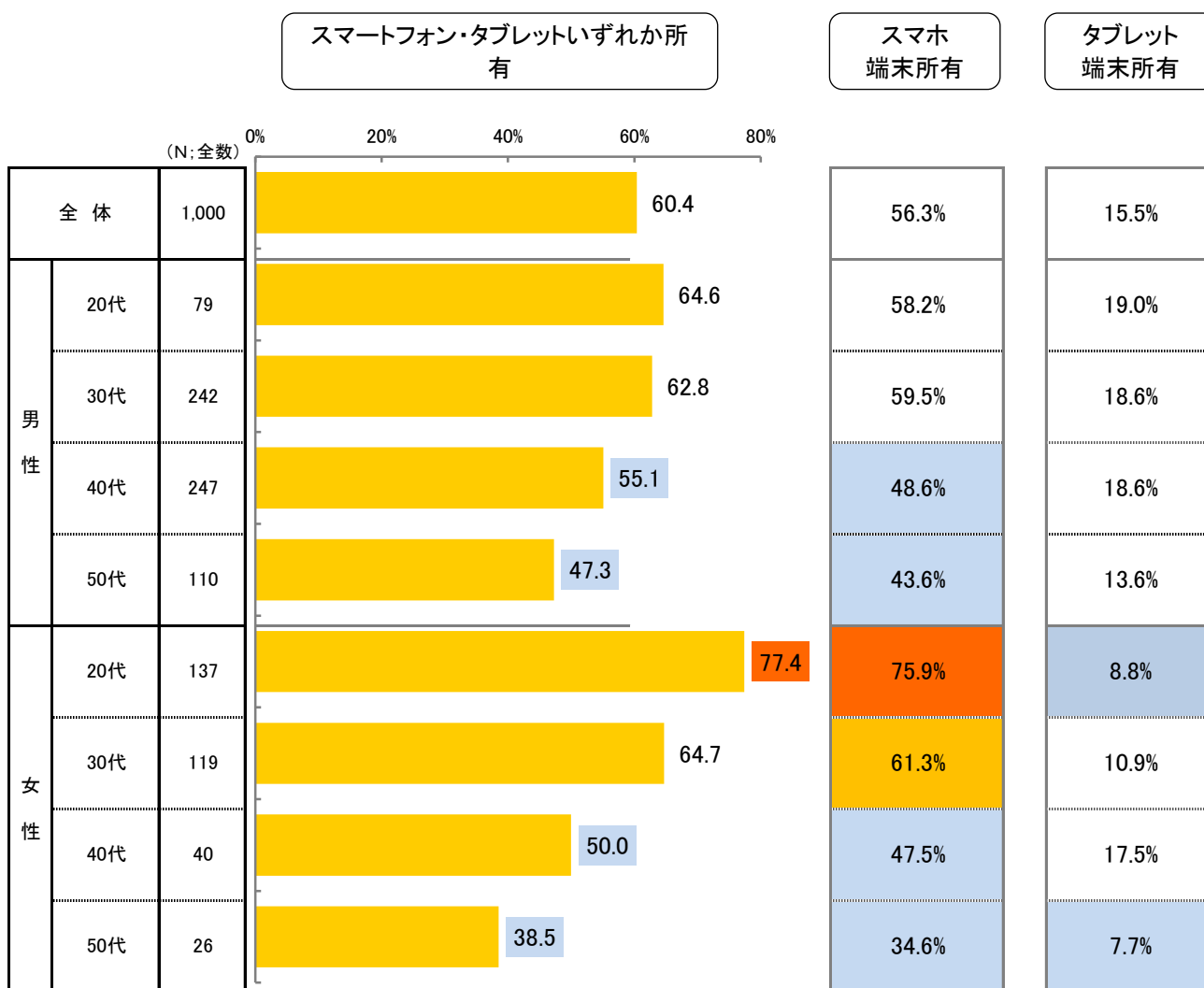
東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

メトロを利用しているビジネスパーソンの6割がスマートフォンもしくはタブレット端末のいずれかを所有している。

スマートフォンをはじめとするモバイル機器の普及が一層の拡大を見せている今日、メトロを利用するビジネスパーソンのスマートフォンやタブレット端末の所有率はどのくらいなのか、今回の調査で把握しました。

その結果、メトロを利用するビジネスパーソンの中で、スマートフォン、タブレットいずれかの機器を所有している人は全体の6割にのぼり、男女ともに年齢が若いほどこれらの所有率は高くなっています。

タブレット端末については、20~40代男性の所有率が各年代ともに19%ずつであり、女性よりも所有率が高いことがわかります。



※30サンプル未満のスコアは参考値としてご覧ください。

■は全体より5ポイント以上低い値 ■は5ポイント以上高い値 ■は10ポイント以上高い値

東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

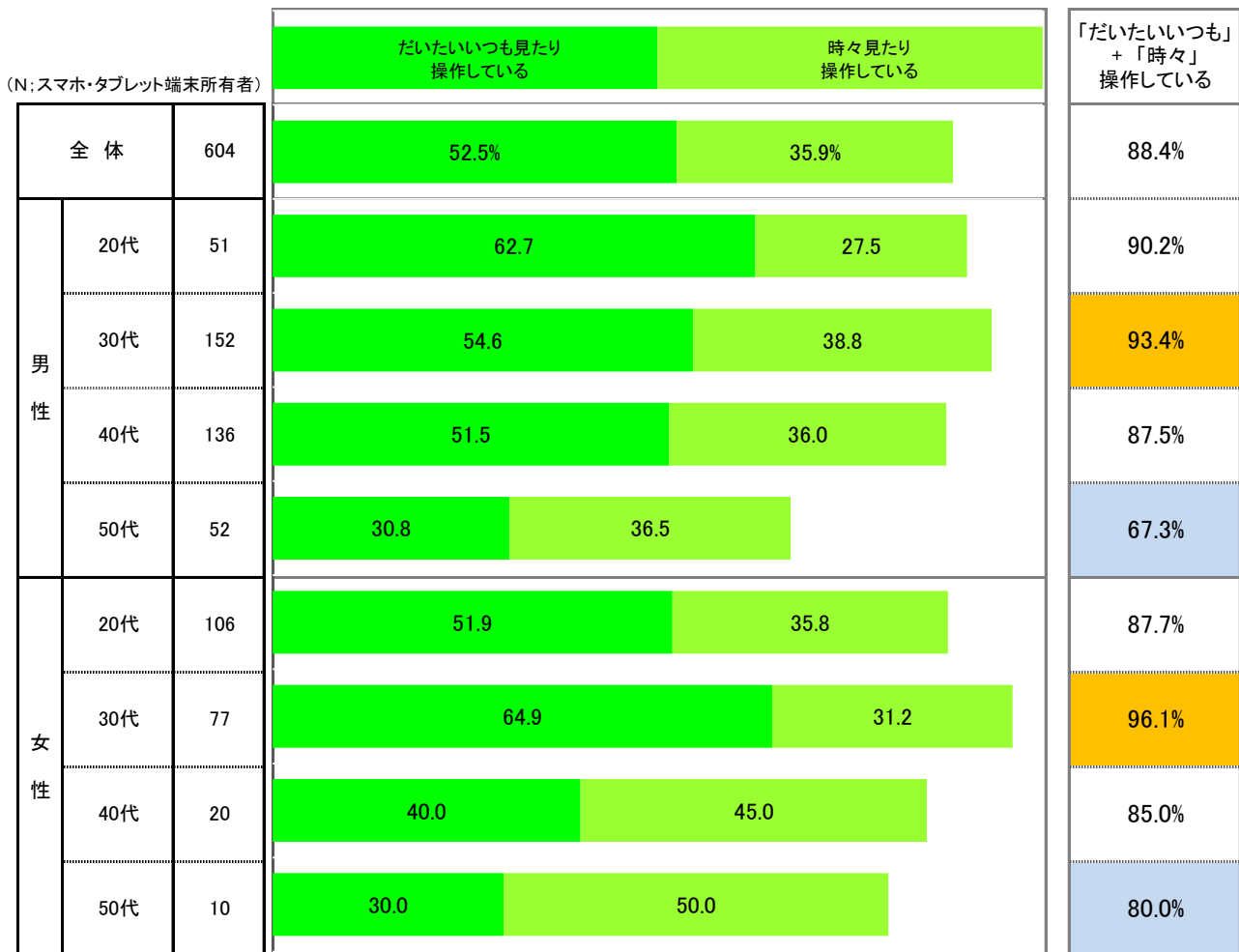
スマートフォン・タブレット所有者のおよそ9割が
メトロ乗車時に車内でこれらのモバイル機器を見たり、操作している。

毎日の通勤電車の中でよく見かけるモバイル機器の使用シーンですが、それらを持っているビジネスパーソンはメトロを利用している時にどの程度使用しているのでしょうか。

「だいたいいつも見たり操作している」という人は53%、「時々見たり操作している」が36%で、合わせて約9割がメトロ車内でスマートフォンもしくはタブレット端末を使用しています。平成25年3月からメトロの全線でインターネット接続が可能になり、駅構内無線LANスポットの実証実験がなされるなど、ネット接続環境の整備がこのスコアの高さの背景にあると言えます。

年代別にみると年齢が若いほど「だいたいいつも見たり操作している」というヘビーユーザーが多く、男性では20~40代、女性は20~30代の5~6割がこれに該当します。

Q. ふだん東京メトロに乗車している時に、スマートフォンやタブレット端末の画面を見たり操作をしていますか。



※30サンプル未満のスコアは参考値としてご覧ください。

■は全体より5ポイント以上低い値 ■は5ポイント以上高い値 ■は10ポイント以上高い値

東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

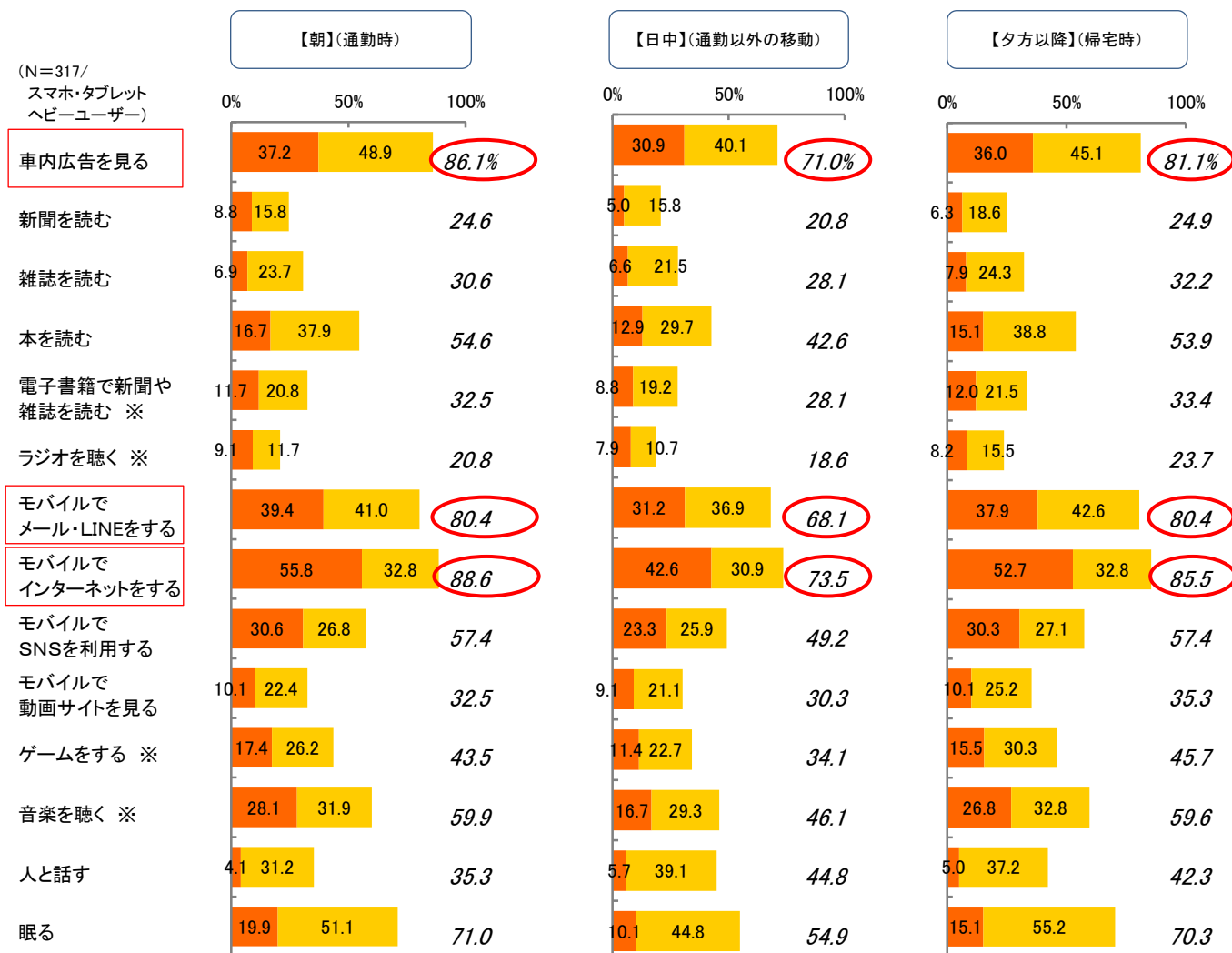
スマートフォン・タブレットのヘビーユーザーは
メトロ車内でインターネットを利用したりメールなどをするだけでなく
それらと同じくらいの割合で車内の広告を見ている。

モバイル機器に目線を落としている人、本や雑誌を読んでいる人、音楽を聴いている人。メトロの車内にはいろいろな行動をしている人がいます。特に最近多くなったモバイル利用者ですが、これらの人々は、モバイルをする以外にどのようなことをしているのでしょうか。

今回、スマートフォン・タブレットのヘビーユーザー（メトロに乗車している時にスマートフォンやタブレット端末を「だいたいいつも見たり操作している人」）がメトロ乗車時に車内でどんな行動をしているのか、「朝の通勤時」「日中」「夕方以降の帰宅時」の時間帯別に確認しました。その結果、いずれの時間帯とも彼らはネットをするのと同じくらい車内の広告を見ていることがわかりました。手元にあるモバイル機器からの情報だけでなく、車内にあるさまざまな広告も情報源として活用していることが窺えます。

Q. ふだん東京メトロに乗車している時、電車の中でどのようなことをしていますか。

■ : だいたいいつもする ■ : 時々する



※利用端末を問わない

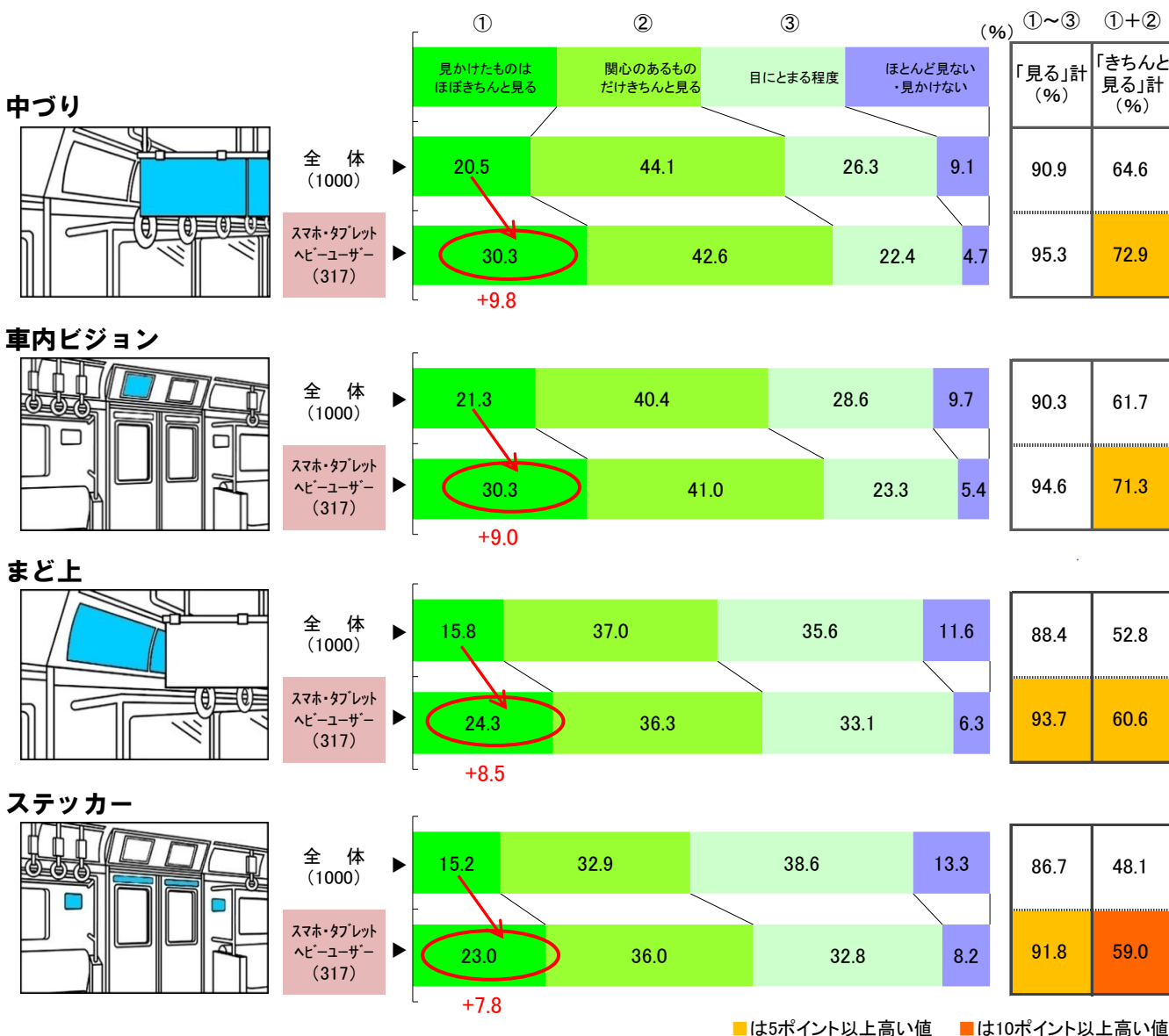
東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

スマートフォン・タブレットのヘビーユーザーは、
メトロに乗車中、モバイル機器を利用しながらも
車内の広告を何となくではなく「きちんと」見ている。

メトロ乗車時に、スマートフォン・タブレットのヘビーユーザー（メトロに乗車している時にスマートフォンやタブレット端末を「だいたいいつも見たり操作している人」）は、前述のように車内でモバイル機器を使ってメール・LINE・ネットなどを行いながらも車内広告を見ていることがわかりましたが、それらの広告をどのように見ているのでしょうか。それぞれの広告への接触のしかたを確認しました。

その結果、ヘビーユーザー層は全体よりも広告を「きちんと見る」人の割合が高くなっていることがわかりました。車内での行動の中で情報源の一つとして車内の広告を見ているモバイルヘビーユーザーは、広告の種類を問わずに「きちんと」見ており、広告そのものや掲載されている情報内容に関心が高いことがわかりました。

Q. 次のような「東京メトロ」の車内広告に、ふだんどのように接していますか。



東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

メトロの車内広告は
 スマホ・タブレットのヘビーユーザーにきちんと到達しているだけでなく、
 その後の行動(リーセンシー効果)にも影響を与えている。

メトロの車内でのモバイルヘビーユーザーは、車内で広告をきちんと見ている割合が高いことがわかりましたが、彼らは広告を見た後、どのような行動をしているのでしょうか。

モバイルヘビーユーザーは、スマートフォンやタブレットなどの端末操作に忙しく、車内の広告に目をやることはあっても、なかなかその後の行動につながらないのではないかと、という見方も考えられます。

今回の調査でこれらを確認したところ、ヘビーユーザーの方が広告を見た後でネットにアクセスして検索したり、周囲の人と話題にする率が高めであり、また、実際に商品サービスを購入・利用したり、その場で広告に出ていたWebキャンペーンにアクセスするなど、広告を見た後の行動に繋がっていることがわかりました。

このようなことから、メトロを利用するビジネスパーソン、しかもモバイルヘビーユーザーほど、機器を操作しながらも車内広告をきちんと見ており、実際の購買行動にも強い影響を与えていることが検証されました。

Q. 「東京メトロ」のそれぞれの車内広告をご覧になって、次のような行動をしたことがありますか。(各複数回答)

		ネット で調べた ことがある	実際 に店頭 に見に 行った ことが ある	友人 や家族 と話題 にした ことが ある	欲し くなっ たり、 使用 した こと があ る	その 商品 やサ ービ スを 買っ たり 利用 した こと があ る	広告 に出 てい たwe bの キャ ンペ ーン な どに その 場 でア クセ スし たこ と があ る	
中づり	全体	1000	22.5	18.7	26.5	21.4	20.0	11.8
	スマホ・タブレットヘビーユーザー	317	27.4	20.5	28.7	24.0	23.0	16.1
車内ビジョン	全体	1000	17.3	14.4	16.9	18.8	14.2	10.3
	スマホ・タブレットヘビーユーザー	317	19.2	16.1	18.9	20.8	14.2	14.5
まど上	全体	1000	10.0	8.9	12.3	11.9	9.6	9.5
	スマホ・タブレットヘビーユーザー	317	12.6	12.6	14.5	13.2	12.0	13.9
ステッカー	全体	1000	10.2	8.4	10.1	9.9	8.9	7.8
	スマホ・タブレットヘビーユーザー	317	11.7	10.1	11.4	12.3	10.1	9.5

東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態

「東京メトロ利用者の車内でのモバイル利用と広告接触実態」調査概要

- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：東京、神奈川、千葉、埼玉に在住し、東京メトロを通勤で利用している20歳から59歳までの男女有職者
- 実施期間：2013年4月12日（金）～4月15日（月）
- 有効回答数：1,000名（東京メトロを通勤で利用している有職者の利用者構成に準じて割付）

【株式会社メトロアドエージェンシー 会社概要】

社名	株式会社メトロアドエージェンシー	URL	http://www.metro-ad.co.jp/
代表取締役社長	野村 勝彦		
所在地	東京都港区西新橋一丁目6番21号 NBF虎ノ門ビル4階		
設立	平成19年(2007年)2月5日		
資本金	5,000万円		
株主	東京地下鉄株式会社(100%)		

《お問い合わせ先》

株式会社メトロアドエージェンシー
企画制作本部マーケティング局マーケティング部（担当：山浦）
TEL: 03-5501-7846
お問い合わせフォーム：<https://www.metro-ad.co.jp/info>