

MEDIA DATA

# 在来線プロフィール調査2022

 株式会社ジェイアール東海エージェンシー

# メディアガイド掲載データ



## 在来線プロフィール

在来線プロフィール調査2022

### 名古屋駅

東海地区最大の交通拠点となる駅。利用目的の上位3位を買い物/食事で占めていることから、プライベートからビジネスまで幅広く利用されていることがうかがえる。

連絡線 東海道本線 中央本線 関西本線 山手線 有楽町線 丸の内線 有明線 有楽町線



### 金山駅

名古屋駅に次ぐターミナル駅。駅利用者の多くが名古屋在住で、居住地内でも市内の区に大きな盛り上がりがあることから、乗り換え地点として多く利用されていることがわかる。

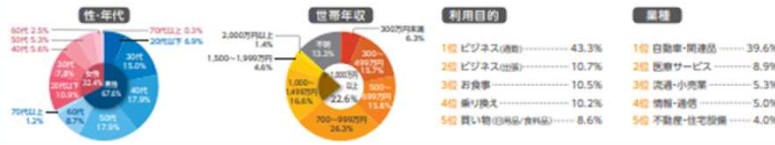
連絡線 東海道本線 中央本線 関西本線 山手線 有楽町線 丸の内線 有明線 有楽町線



### 刈谷駅

自動車関連企業が多数。通勤客でにぎわう駅。駅利用者が勤めている会社の業種も2位を大きく引き離して「自動車・関連品」が首位となっている。

連絡線 東海道本線 中央本線 関西本線 山手線 有楽町線 丸の内線 有明線 有楽町線



### 岐阜駅

構内や周辺の高層施設が充実しており、人の往来が多い。勤務地からの通勤駅よりも自宅からの通勤駅の利用者が多く、ベッドタウンとしても機能していることがうかがえる。

連絡線 東海道本線 中央本線 関西本線 山手線 有楽町線 丸の内線 有明線 有楽町線



### 静岡駅

駅周辺に行政機関や商業施設、住居がまじり、コンパクトシティ化されている。利用目的の上位2位が「買い物」で、利用者の生活に密着した駅であると推察できる。

連絡線 東海道本線 中央本線 関西本線 山手線 有楽町線 丸の内線 有明線 有楽町線

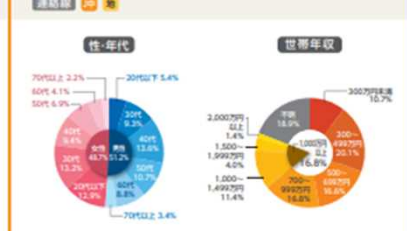
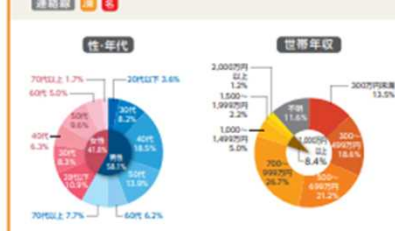


※少数第二位を五位まで算出

連絡線 東海道本線 東海道本線 中央本線 関西本線 山手線 有楽町線 丸の内線 有明線 有楽町線

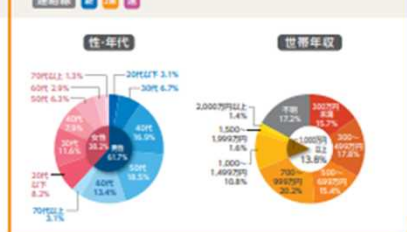
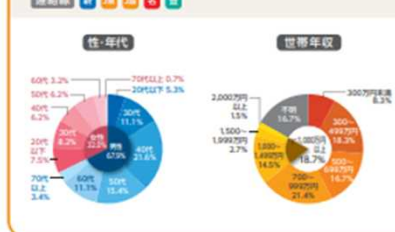
### 尾張一宮駅

### 千種駅



### 豊橋駅

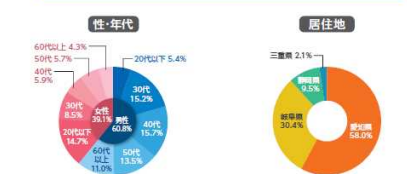
### 浜松駅



調査主体：株式会社ジェイアール東海エージェンシー（2022年11月）  
愛知県、静岡県、三重県、岐阜県 15~89歳 男女 18,208sのうち  
当該路線を月に1日以上利用していると回答したサンプルの属性データ

### 東海道本線 [名古屋-豊橋間] n=1,253s

### 東海道本線 [名古屋-岐阜間] n=1,360s



### 中央本線 [名古屋-多治見間] n=997s

### 在来線駅 乗車人員 (千人/日)



1	名古屋*	177.2	8	千種	24.3
2	金山	63.5	9	尾張一宮	23.4
3	静岡*	49.5	10	豊橋*	23.2
4	大曽根	30.2	11	龍舞	18.3
5	浜松*	30.2	12	高蔵寺	17.4
6	岐阜	27.2	13	岡崎	15.3
7	刈谷	25.4			

※JR東海公表(2022年度)(\*新幹線・在来線合計)

## 調査対象

該当駅を「月に1日以上利用している」15～89歳の男女

※該当駅：金山駅、千種駅、尾張一宮駅、岐阜駅、刈谷駅、豊橋駅、大曽根駅、名古屋駅、静岡駅、浜松駅

## 調査地域

愛知県、静岡県、三重県、岐阜県

## 調査方法

インターネットリサーチ

## 調査時期

2022年11/18(土)～11/22(水)

## サンプル数

2,000サンプル

	JR名古屋駅	JR豊橋駅	JR刈谷駅	JR尾張一宮駅	JR岐阜駅	JR金山駅	JR千種駅	JR大曽根駅	JR静岡駅	JR浜松駅
男性	533	141	117	113	117	171	105	157	125	157
女性	550	129	116	126	135	178	155	160	124	145

※利用件数によって集計したため、パネルの重複を含む。例) 名古屋駅と金山駅それぞれ1ヶ月に1回以上利用する調査パネルは2サンプルとして扱う。

※分析時はそれぞれの駅利用男女比率に合わせて、ウェイトバック集計を行う。

## 調査主体

株式会社ジェイアール東海エージェンシー

## 実査委託先

楽天インサイト株式会社

名古屋駅 ————— P4

豊橋駅 ————— P7

刈谷駅 ————— P10

尾張一宮駅 ————— P13

岐阜駅 ————— P16

金山駅 ————— P19

千種駅 ————— P22

大曾根駅 ————— P25

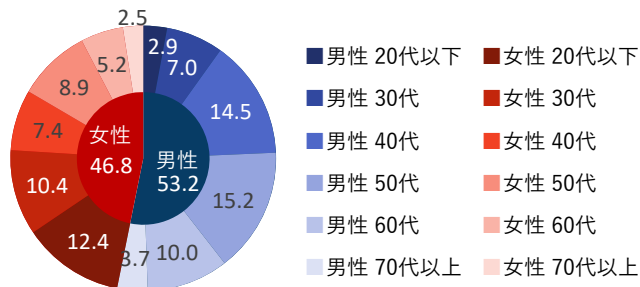
静岡駅 ————— P28

浜松駅 ————— P31

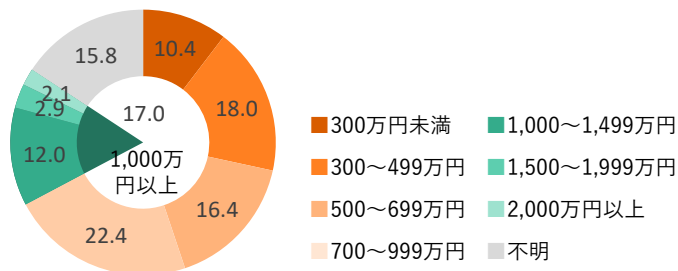
# 名古屋駅

- 名古屋駅利用者の業種は「医療サービス業」が最も多く11.4%、女性では16.9%となった。男性では「流通・小売り業」が最も多く13.6%であった。
- 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く46.2%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く53.5%となった。

## 性別



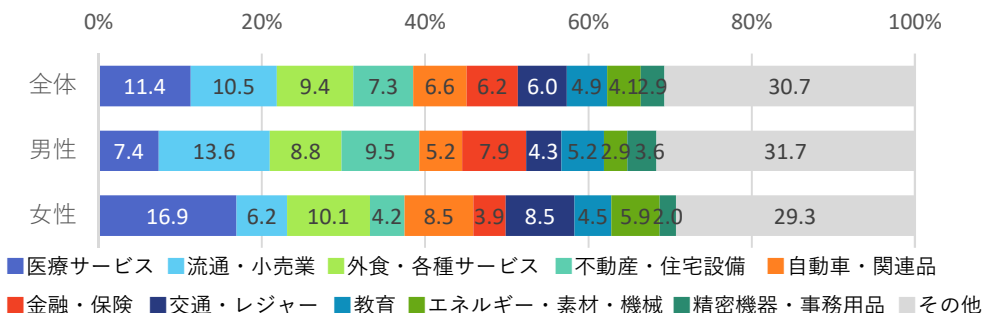
## 世帯年収



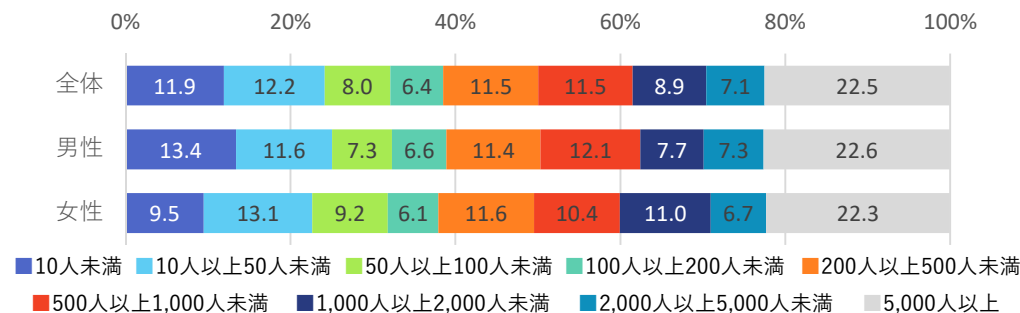
## 利用目的

全体		
1位	買い物（嗜好品）	39.4
2位	お食事	36.8
3位	買い物（日用品）	28.9
4位	ビジネス（通勤）	27.7
5位	カフェ利用	22.5

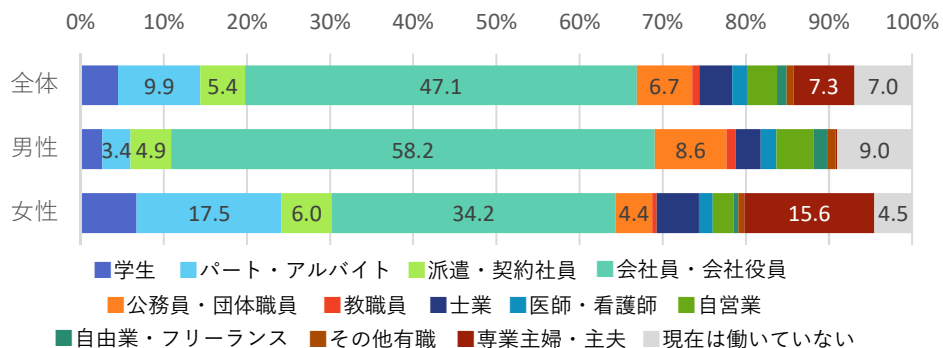
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



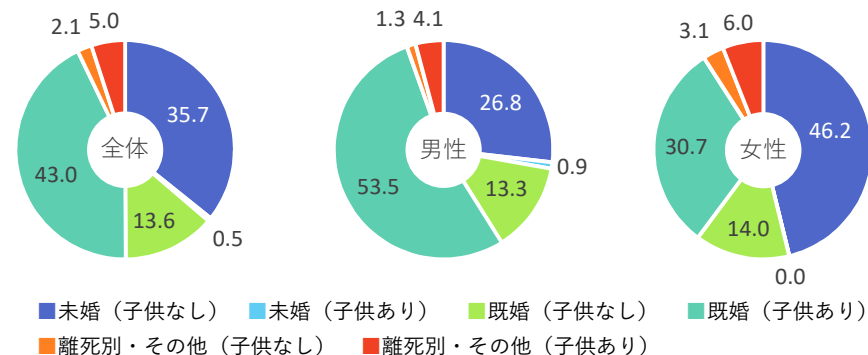
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



# 名古屋駅

- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「外食費」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男性は「ECサイト」、女性は「テレビ番組」が1位となった。4位に男性は「新聞記事」、女性は「Instagram」となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男女ともに「ECサイト」が1位となった。女性は2位に「Instagram」となった。
- 名古屋駅のイメージでは1～4位の差がほとんど見受けられず、多様なイメージを内包する駅とわかる。全体では「買い物をするのに便利」が1位となった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	61.3	1位	ECサイト	58.7	1位	テレビ番組	64.5
2位	ECサイト	57.5	2位	テレビ番組	58.5	2位	ECサイト	56.0
3位	ポータルサイト	51.8	3位	ポータルサイト	58.2	3位	LINE	52.4
4位	LINE	43.6	4位	新聞記事	39.0	4位	Instagram	47.6
5位	無料動画共有サービス	33.8	5位	LINE	36.0	5位	ポータルサイト	44.4

## 1ヶ月の平均支出（個人）

 <p><b>1.31万円</b> 1.07万円 1.59万円</p>	 <p><b>0.63万円</b> 0.29万円 1.02万円</p>	 <p><b>3.56万円</b> 3.78万円 3.31万円</p>
 <p><b>2.13万円</b> 2.37万円 1.84万円</p>	 <p><b>1.25万円</b> 1.35万円 1.12万円</p>	 <p><b>2.17万円</b> 2.36万円 1.94万円</p>
 <p><b>0.56万円</b> 0.50万円 0.64万円</p>	 <p><b>3.27万円</b> 3.84万円 2.61万円</p>	 <p><b>4.53万円</b> 4.65万円 4.39万円</p>

## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	44.1	1位	ECサイト	48.8	1位	ECサイト	38.7
2位	テレビ番組	34.7	2位	ポータルサイト	37.5	2位	Instagram	36.2
3位	ポータルサイト	29.8	3位	テレビ番組	35.6	3位	テレビ番組	33.6
4位	Instagram	22.2	4位	商品比較サイト	27.6	4位	口コミサイト	26.2
5位	口コミサイト	21.3	5位	新聞記事	19.1	5位	友人・家族の口コミ	23.5

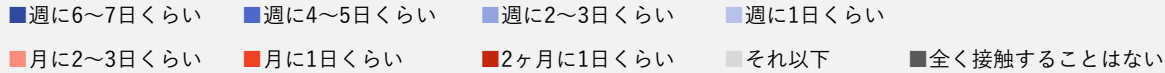
駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

全体			男性			女性		
1位	買い物をするのに便利	61.5	1位	飲食店が充実	58.9	1位	買い物をするのに便利	68.5
2位	飲食店が充実	60.6	2位	商業施設が充実	56.3	2位	乗り換えが便利	63.5
3位	乗り換えが便利	59.2	3位	買い物をするのに便利	55.5	3位	飲食店が充実	62.5
4位	商業施設が充実	57.6	4位	乗り換えが便利	55.5	4位	商業施設が充実	59.1

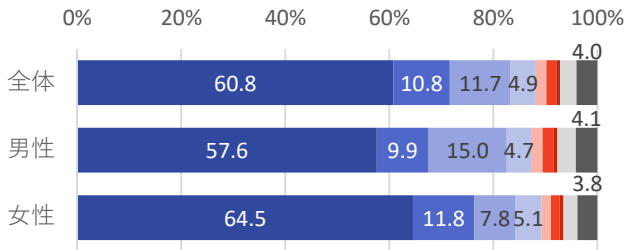
# 名古屋駅

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「テレビ番組」「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特に「LINE」は69.6%と高い結果となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

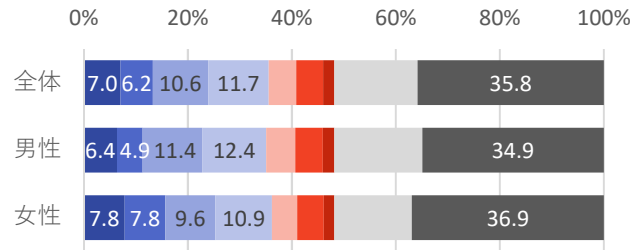
## メディア接触頻度



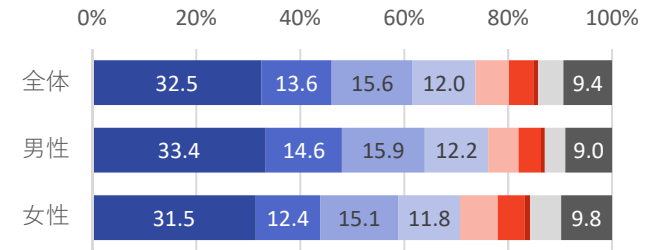
### テレビ番組



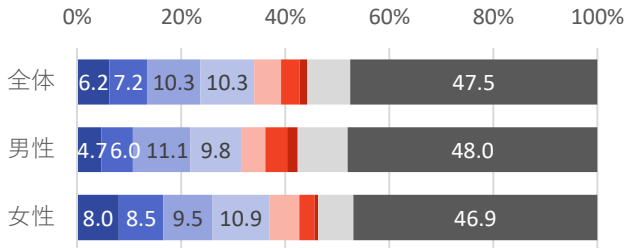
### テレビ番組配信サービス



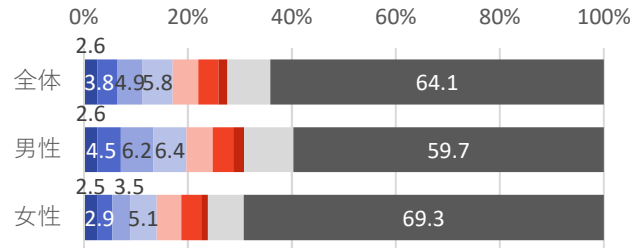
### 無料動画共有サービス



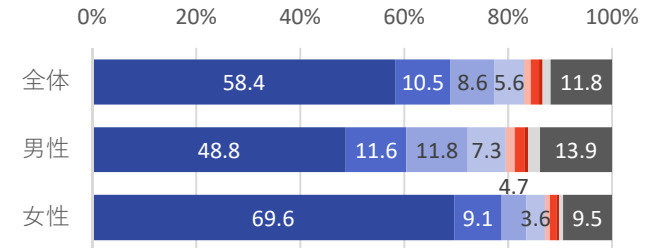
### 有料動画配信サービス



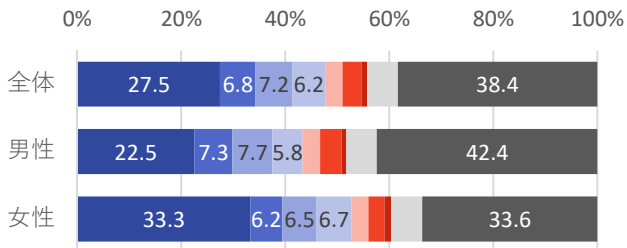
### インターネットラジオ



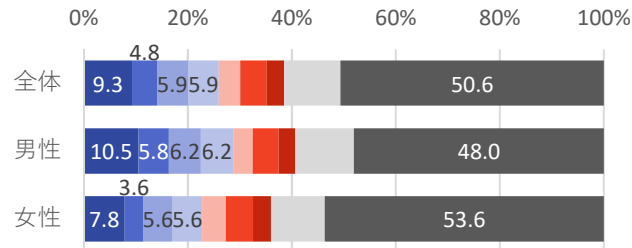
### LINE



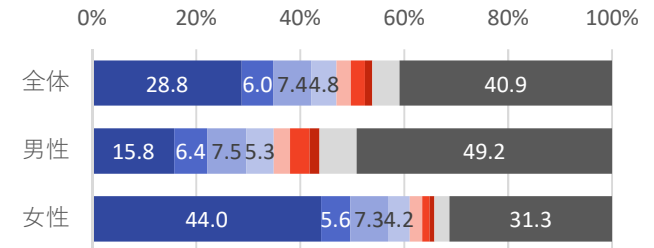
### Twitter



### Facebook



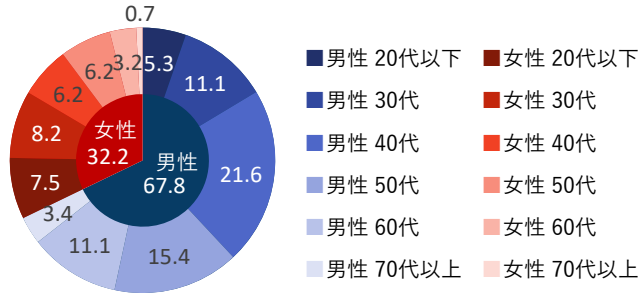
### Instagram



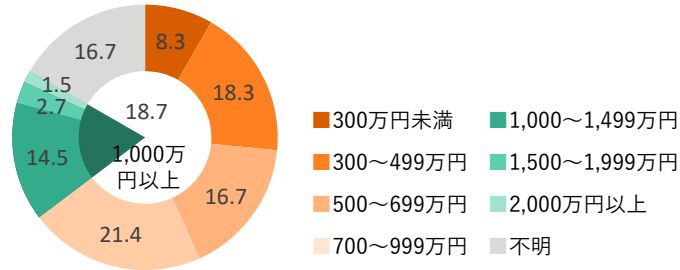
# 豊橋駅

- 豊橋駅利用者の業種は「自動車・関連品」が最も多く、18.6%。女性では「医療サービス」が「自動車・関連品」と並び、13.6%となった。
- 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く41.1%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く52.5%となった。

## 性別



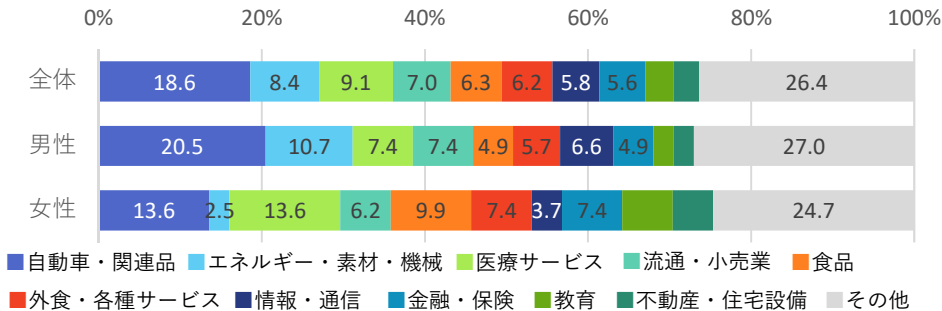
## 世帯年収



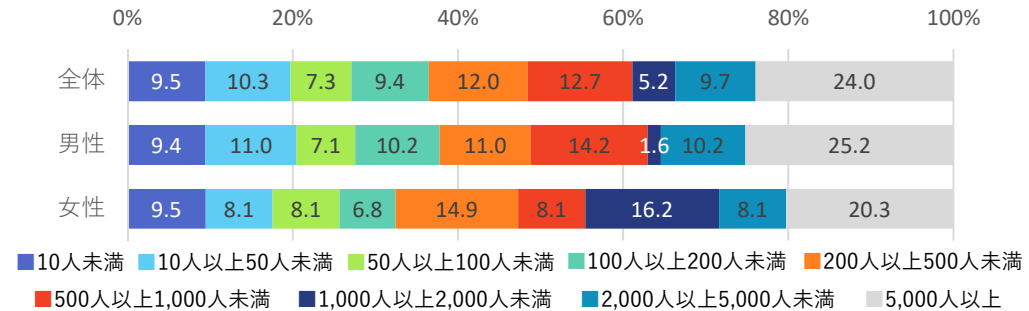
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	27.8
2位	ビジネス（出張）	19.0
3位	買い物（日用品）	16.4
4位	お食事	14.7
5位	買い物（嗜好品）	14.5

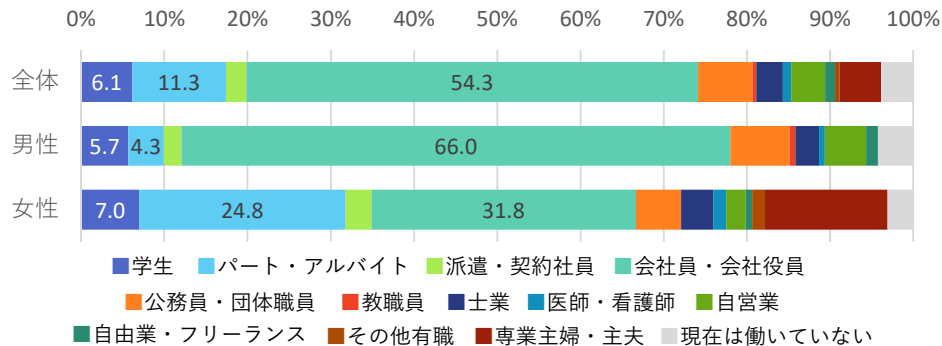
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



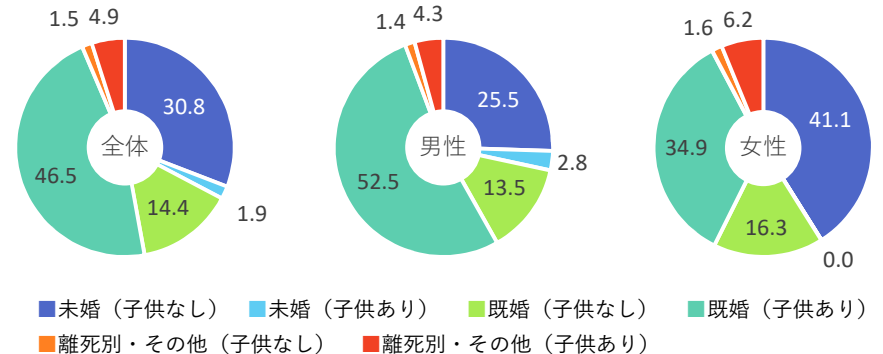
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚





- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「食費（自宅での食事）」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」「貯金」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男性は「ECサイト」が1位、女性は「テレビ番組」が1位となった。4位に男性は「新聞記事」、女性は「Instagram」となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男女ともに「ECサイト」が1位となった。女性は2位に「Instagram」となった。
- 刈谷駅のイメージでは「乗り換えが便利」が1位となり全体で40.8%、2位に「買い物をするのに便利」、3位に「飲食店が充実」となった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	59.0	1位	ECサイト	60.3	1位	テレビ番組	62.0
2位	ECサイト	58.2	2位	テレビ番組	57.4	2位	LINE	56.6
3位	ポータルサイト	50.5	3位	ポータルサイト	55.3	3位	ECサイト	54.3
4位	LINE	38.5	4位	新聞記事	35.5	4位	Instagram	41.9
5位	新聞記事	32.9	5位	LINE	29.1	5位	ポータルサイト	41.1

## 1ヶ月の平均支出（個人）



## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

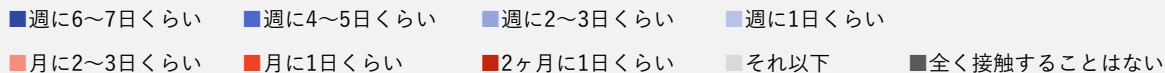
全体			男性			女性		
1位	ECサイト	44.6	1位	ECサイト	44.0	1位	ECサイト	45.7
2位	テレビ番組	30.7	2位	テレビ番組	33.3	2位	Instagram	37.2
3位	ポータルサイト	27.6	3位	ポータルサイト	31.9	3位	テレビ番組	25.6
4位	商品比較サイト	19.0	4位	商品比較サイト	21.3	4位	口コミサイト	24.8
5位	Instagram	18.3	5位	新聞記事	17.0	5位	Twitter	20.2

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

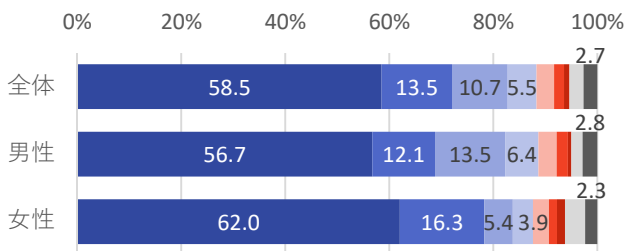
全体			男性			女性		
1位	乗り換えが便利	40.8	1位	乗り換えが便利	38.3	1位	乗り換えが便利	45.7
2位	買い物をするのに便利	22.0	2位	飲食店が充実	19.9	2位	買い物をするのに便利	30.2
3位	飲食店が充実	21.8	3位	買い物をするのに便利	17.7	3位	飲食店が充実	25.6
4位	商業施設が充実	15.8	4位	商業施設が充実	16.3	4位	商業施設が充実	14.7

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が5〜6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特に「LINE」は73.6%と高い結果となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

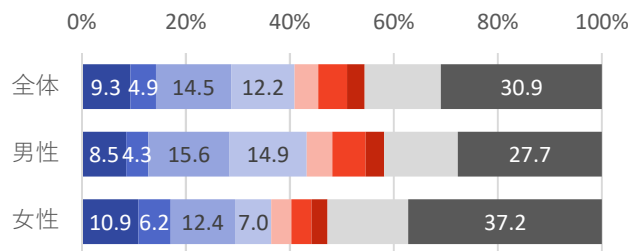
## メディア接触頻度



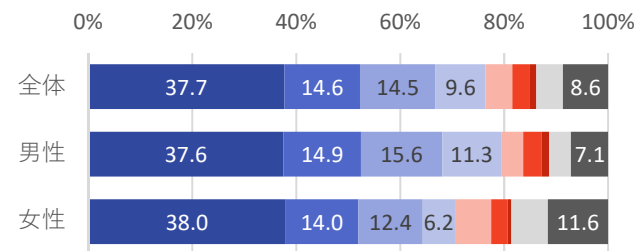
### テレビ番組



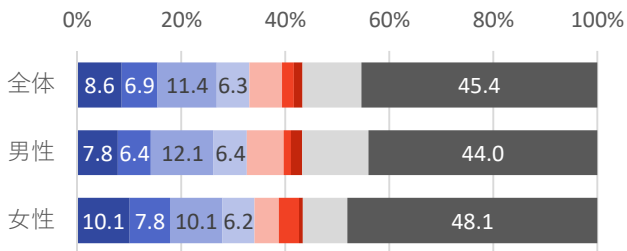
### テレビ番組配信サービス



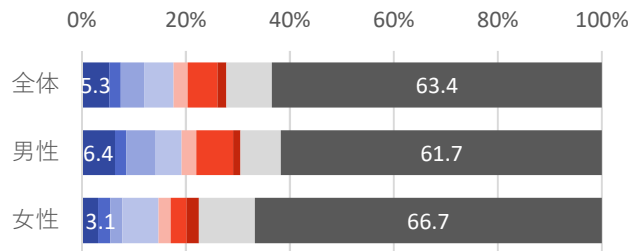
### 無料動画共有サービス



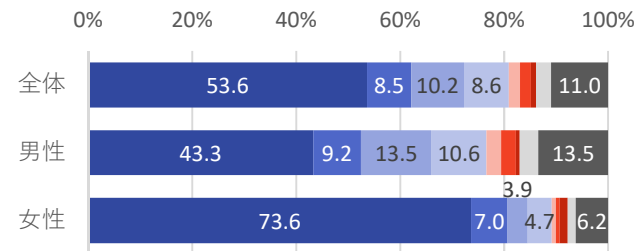
### 有料動画配信サービス



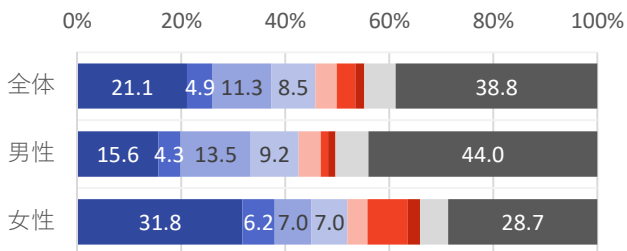
### インターネットラジオ



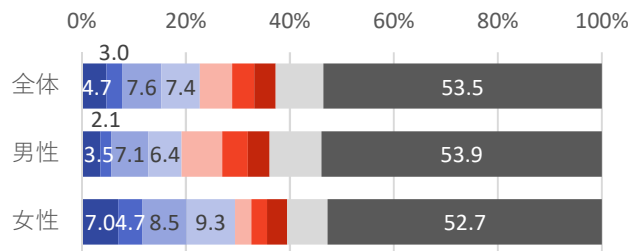
### LINE



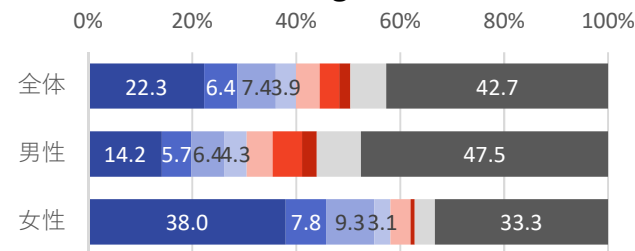
### Twitter



### Facebook



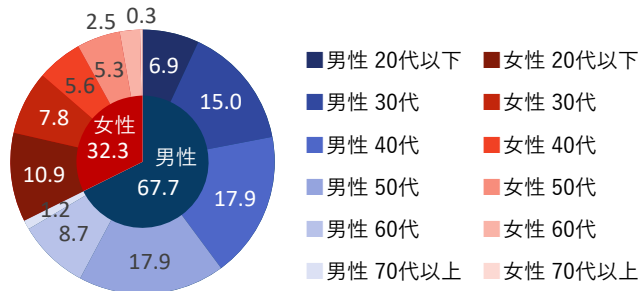
### Instagram



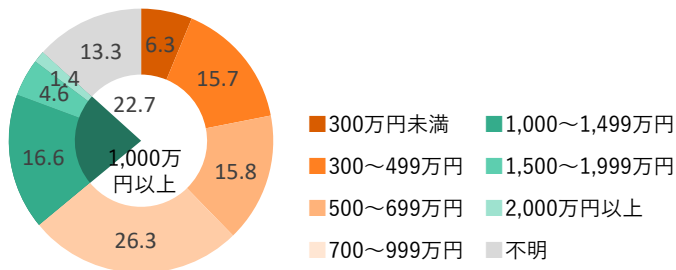
# 刈谷駅

■ 刈谷駅利用者の業種は「自動車・関連品」が他駅に比べ特に多く、全体で39.6%、男性で48.6%であった。女性では「医療サービス」が最も多く18.3%であった。  
 ■ 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く49.1%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く50.4%となった。

## 性別



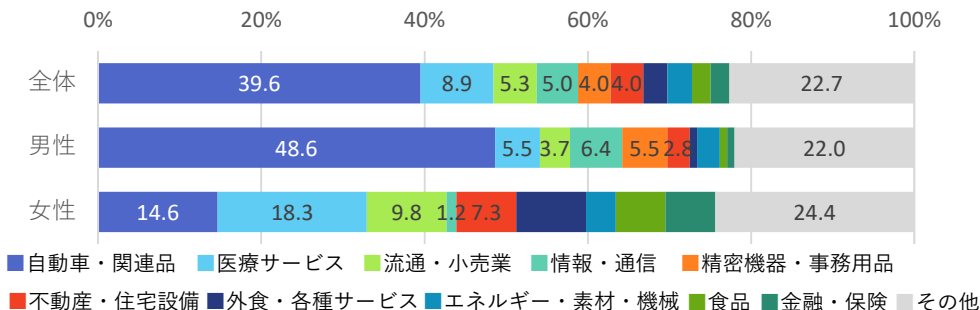
## 世帯年収



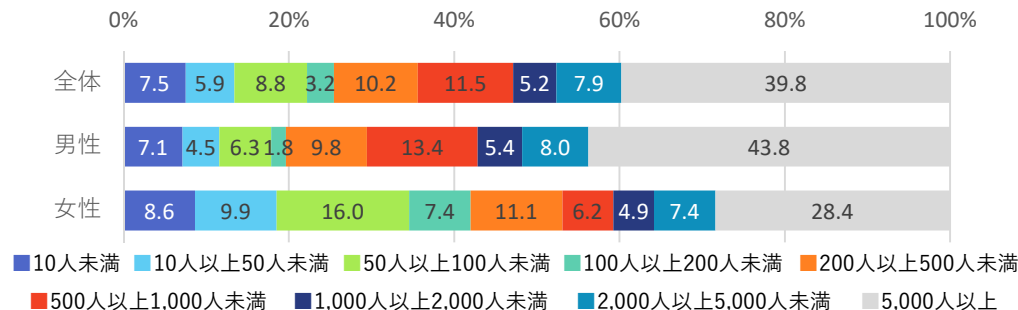
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	43.3
2位	ビジネス（出張）	10.7
3位	お食事	10.5
4位	乗り換え	10.2
5位	買い物（日用品）	8.6

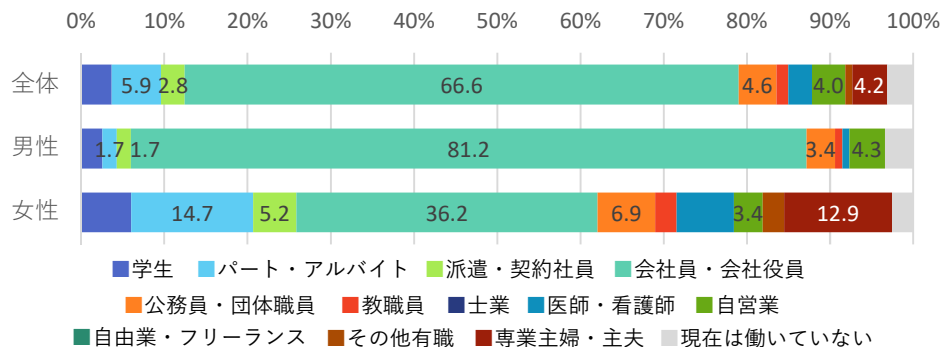
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



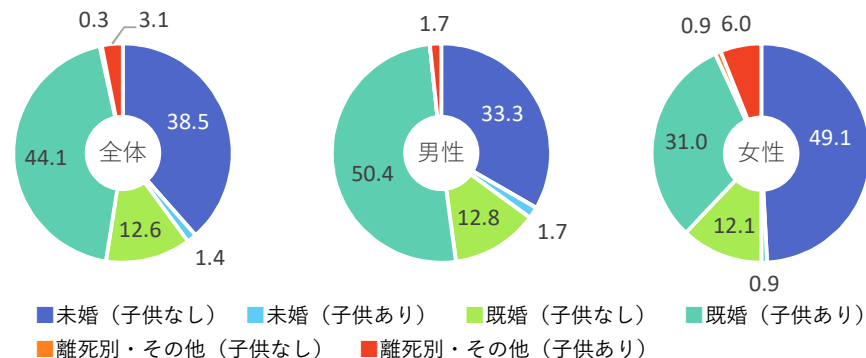
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「食費（自宅での食事）」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男性は「ECサイト」が1位、女性は「テレビ番組」が1位となった。男性は「無料動画共有サービス」が4位となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男性は「ECサイト」が1位となった。女性は「Instagram」が1位となった。
- 刈谷駅のイメージは全体で「ビジネス中心の街」が1位となり36.1%、女性では「乗り換えが便利」が1位34.5%であった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	60.9	1位	ECサイト	63.2	1位	テレビ番組	60.3
2位	テレビ番組	56.5	2位	テレビ番組	54.7	2位	ECサイト	56.0
3位	ポータルサイト	44.1	3位	ポータルサイト	48.7	3位	LINE	51.7
4位	LINE	39.9	4位	無料動画共有サービス	35.0	4位	Instagram	49.1
5位	無料動画共有サービス	33.5	5位	LINE	34.2	5位	Twitter	37.9

## 1ヶ月の平均支出（個人）



## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

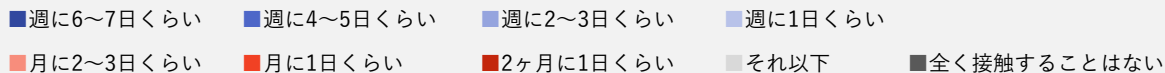
全体			男性			女性		
1位	ECサイト	40.6	1位	ECサイト	42.7	1位	Instagram	36.2
2位	テレビ番組	29.4	2位	テレビ番組	28.2	2位	ECサイト	36.2
3位	ポータルサイト	26.6	3位	ポータルサイト	28.2	3位	テレビ番組	31.9
4位	商品比較サイト	18.9	4位	商品比較サイト	22.2	4位	口コミサイト	25.0
5位	Instagram	18.1	5位	新聞記事	13.7	5位	ポータルサイト	23.3

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

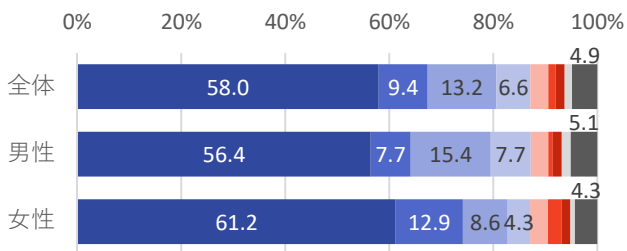
全体			男性			女性		
1位	ビジネス中心の街	36.1	1位	ビジネス中心の街	42.7	1位	乗り換えが便利	34.5
2位	乗り換えが便利	25.1	2位	乗り換えが便利	20.5	2位	飲食店が充実	25.0
3位	飲食店が充実	22.0	3位	飲食店が充実	20.5	3位	買い物をするのに便利	25.0
4位	買い物をするのに便利	11.6	4位	保守的な企業が多い	10.3	4位	ビジネス中心の街	22.4

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」「LINE」であった。

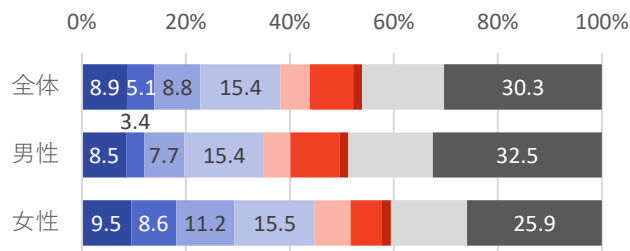
## メディア接触頻度



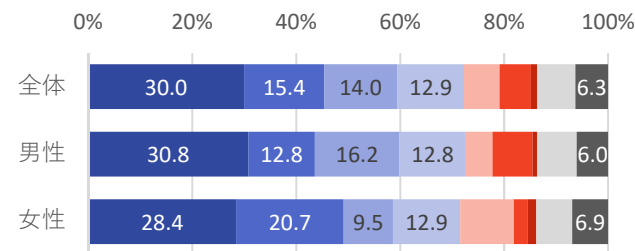
### テレビ番組



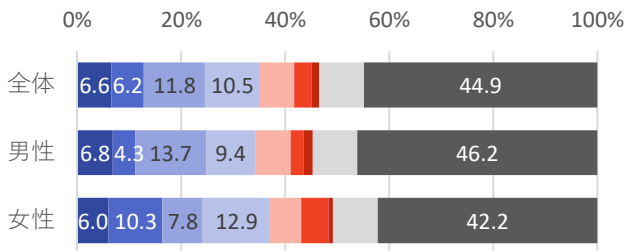
### テレビ番組配信サービス



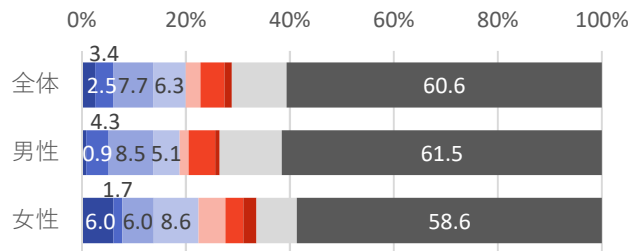
### 無料動画共有サービス



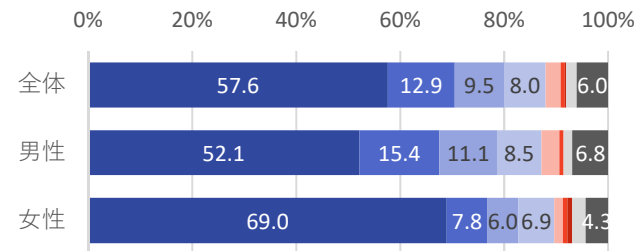
### 有料動画配信サービス



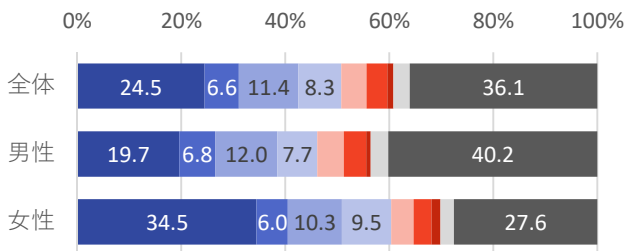
### インターネットラジオ



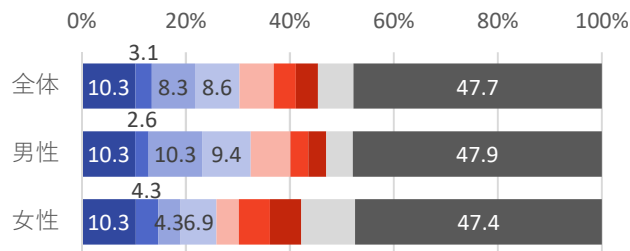
### LINE



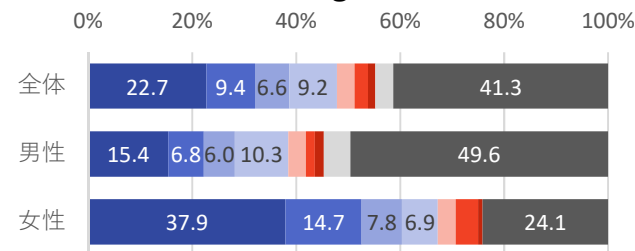
### Twitter



### Facebook



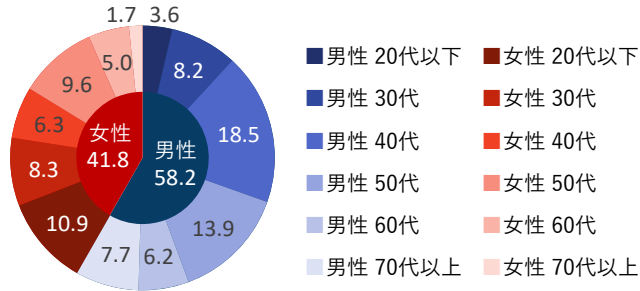
### Instagram



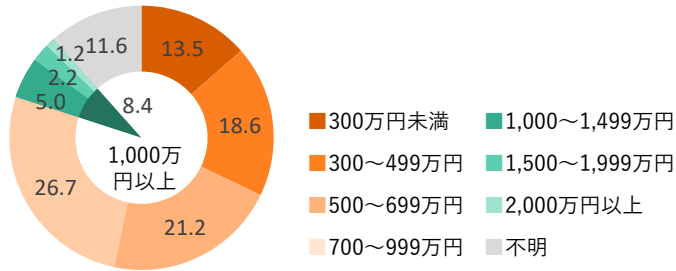
# 尾張一宮駅

- 尾張一宮駅利用者の業種は女性で「流通・小売業」が最も多く、14.5%。男性は「情報・通信業」が最も多く、10.7%となった。
- 未既婚率は男女ともに「既婚（子供あり）」が多く、男性59.3%、女性38.9%となった。

## 性別



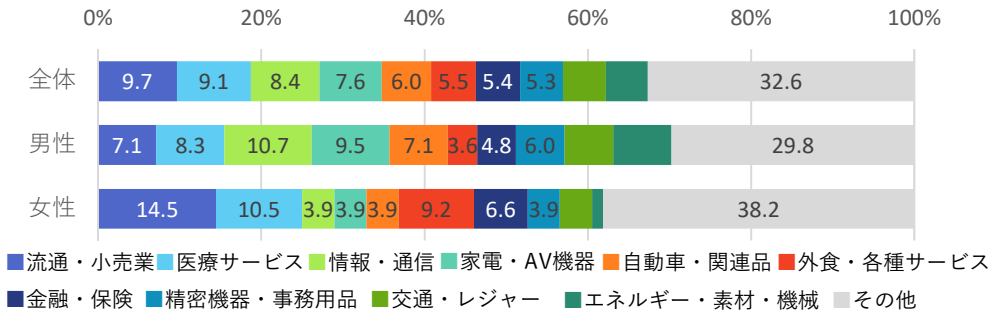
## 世帯年収



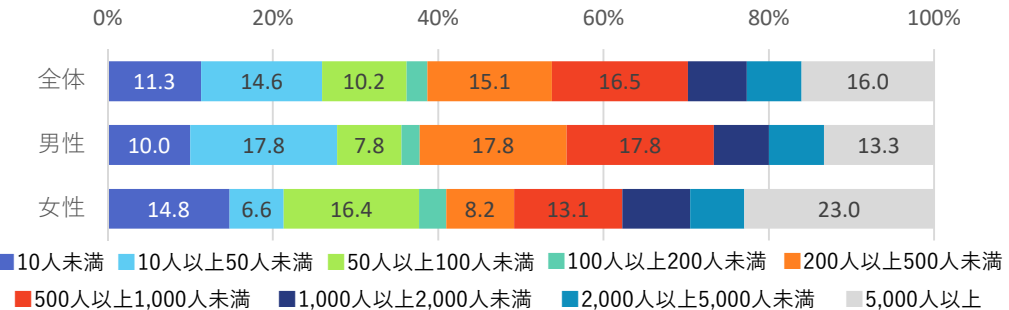
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	31.8
2位	買い物（日用品）	24.7
3位	お食事	20.1
4位	買い物（嗜好品）	16.9
5位	ビジネス（出張）	13.7

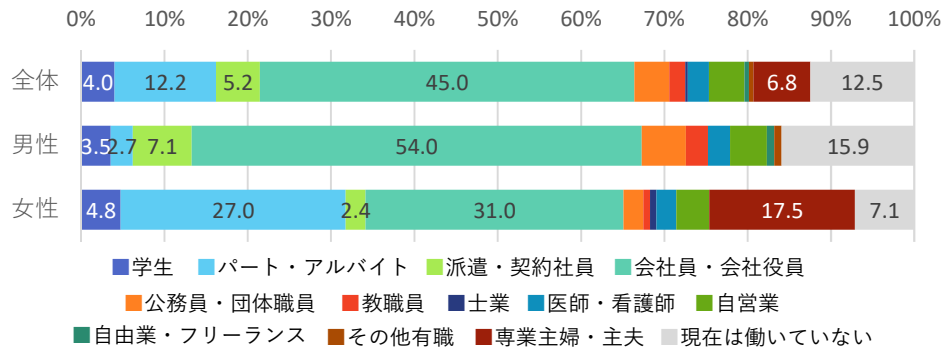
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



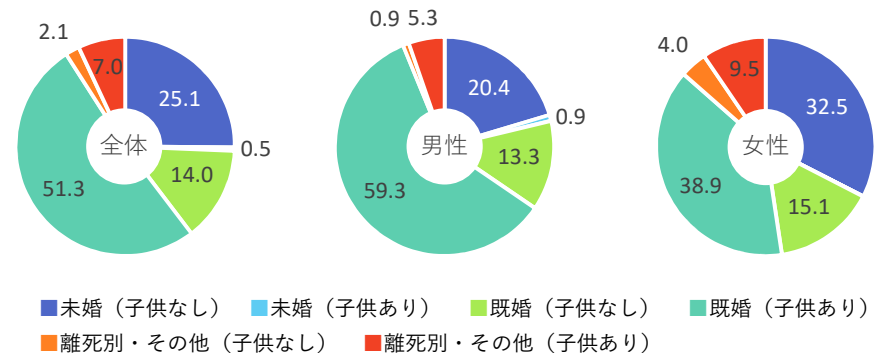
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



# 尾張一宮駅

- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「貯金」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」「食費（自宅での食事）」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男女とも「テレビ番組」が1位となった。男性は5位に「新聞記事」が来ており38.1%であった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男女とも「ECサイト」が1位となった。女性は2位が「Instagram」であり34.1%であった。
- 尾張一宮駅のイメージは「乗り換えが便利」が1位となり、全体では2位が「住宅地である」となり26.2%であった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	62.8	1位	テレビ番組	62.8	1位	テレビ番組	62.7
2位	ECサイト	54.7	2位	ポータルサイト	56.6	2位	ECサイト	57.1
3位	ポータルサイト	48.8	3位	ECサイト	53.1	3位	LINE	51.6
4位	LINE	46.0	4位	LINE	42.5	4位	Instagram	39.7
5位	新聞記事	34.0	5位	新聞記事	38.1	5位	ポータルサイト	36.5

## 1ヶ月の平均支出（個人）

 <b>1.18万円</b> 1.02万円 1.44万円	 <b>0.62万円</b> 0.43万円 0.92万円	 <b>3.67万円</b> 3.57万円 3.82万円
 <b>1.92万円</b> 1.91万円 1.94万円	 <b>1.12万円</b> 1.15万円 1.08万円	 <b>1.73万円</b> 1.68万円 1.80万円
 <b>0.66万円</b> 0.58万円 0.77万円	 <b>2.98万円</b> 3.35万円 2.41万円	 <b>4.10万円</b> 4.17万円 3.97万円

## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	40.3	1位	ECサイト	40.7	1位	ECサイト	39.7
2位	テレビ番組	35.2	2位	テレビ番組	38.9	2位	Instagram	34.1
3位	ポータルサイト	26.9	3位	ポータルサイト	31.0	3位	テレビ番組	29.4
4位	商品比較サイト	23.4	4位	商品比較サイト	28.3	4位	友人・家族の口コミ	26.2
5位	口コミサイト	16.7	5位	口コミサイト	14.2	5位	ポータルサイト	20.6

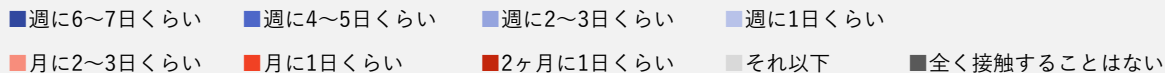
駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

全体			男性			女性		
1位	乗り換えが便利	31.1	1位	乗り換えが便利	29.2	1位	乗り換えが便利	34.1
2位	住宅地である	26.2	2位	住宅地である	28.3	2位	買い物をするのに便利	27.8
3位	飲食店が充実	23.8	3位	飲食店が充実	24.8	3位	住宅地である	23.0
4位	買い物をするのに便利	22.2	4位	買い物をするのに便利	18.6	4位	飲食店が充実	22.2

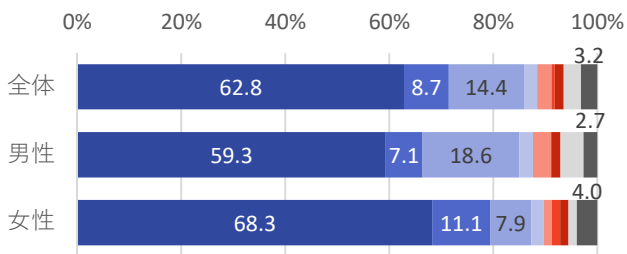
# 尾張一宮駅

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「テレビ」「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特にInstagramは「週に6〜7日くらい」が41.3%となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

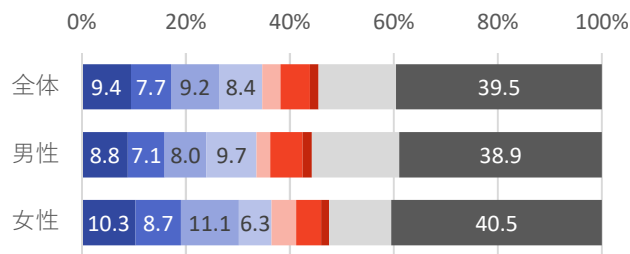
## メディア接触頻度



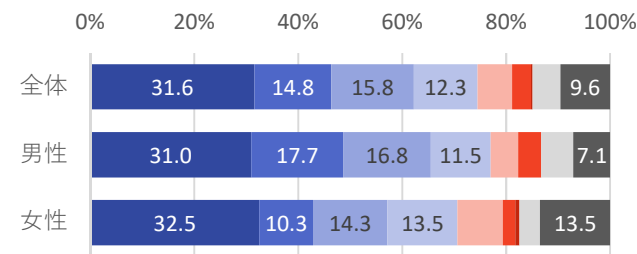
### テレビ番組



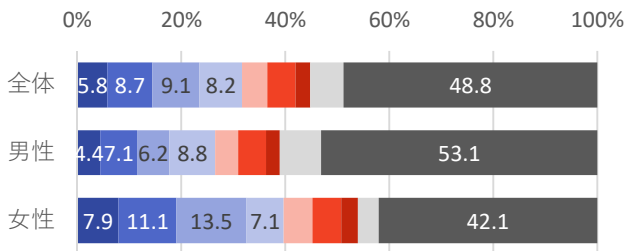
### テレビ番組配信サービス



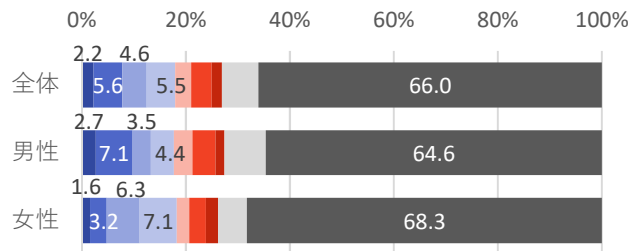
### 無料動画共有サービス



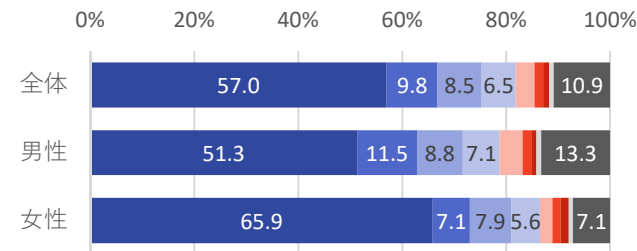
### 有料動画配信サービス



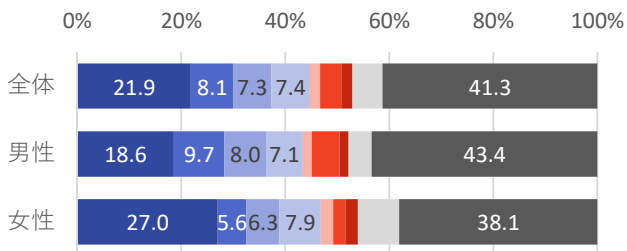
### インターネットラジオ



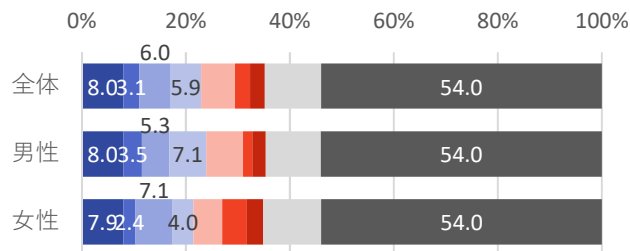
### LINE



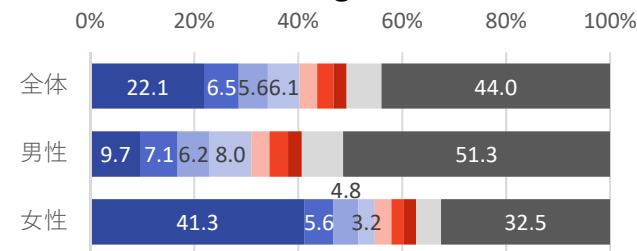
### Twitter



### Facebook



### Instagram



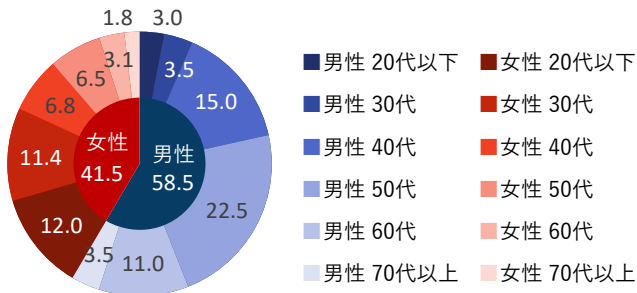


# 岐阜駅

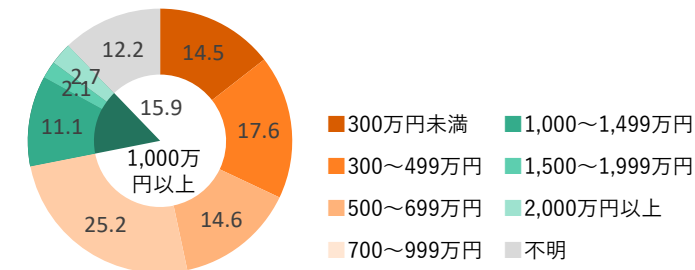
■ 岐阜駅利用者の業種は女性で「医療サービス業」が最も多く、21.1%。男性は「情報・通信業」が最も多く、14.6%となった。

■ 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く47.4%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く57.3%となった。

## 性別



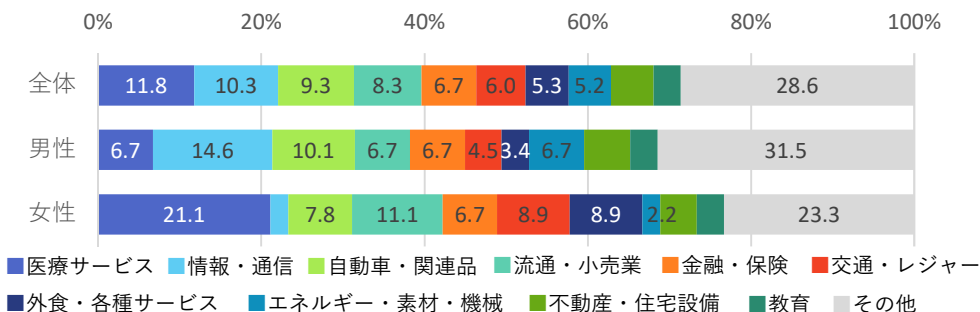
## 世帯年収



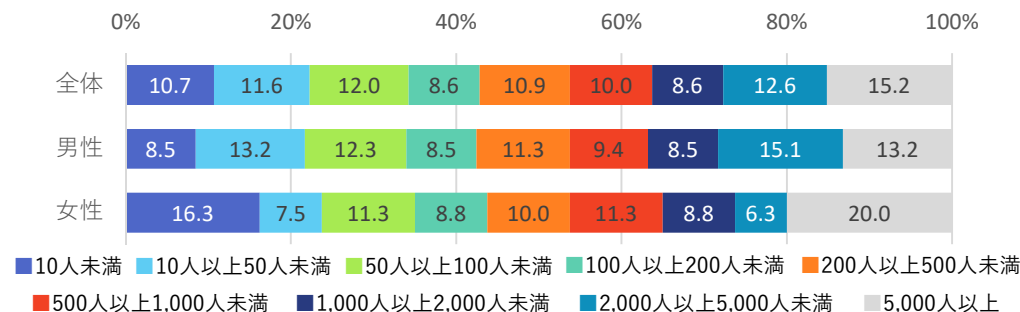
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	31.3
2位	お食事	24.5
3位	観光・旅行（日帰り）	22.4
4位	買い物（日用品）	17.5
5位	買い物（嗜好品）	15.8

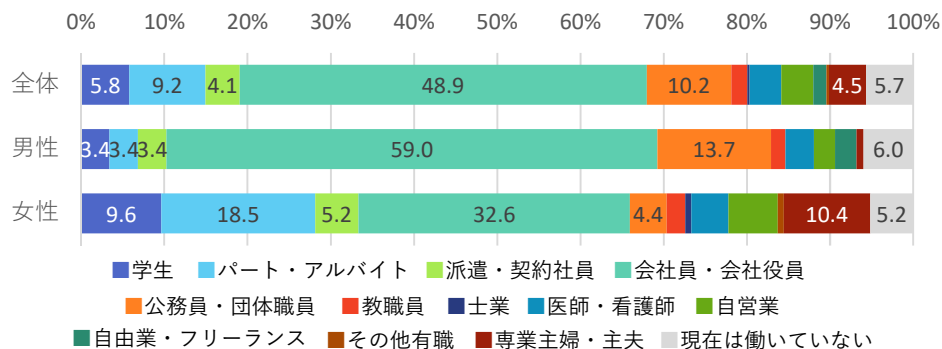
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



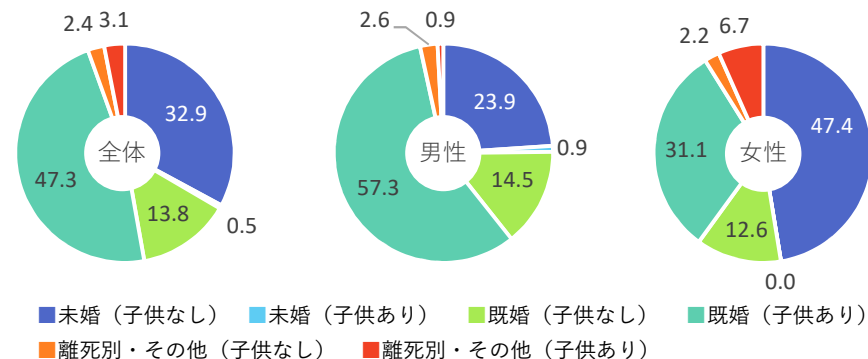
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「貯金」「趣味・娯楽費」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男女とも「テレビ番組」が1位となった。4位に男性は「新聞記事」、女性は「Instagram」となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男性は「ECサイト」が1位となった。女性は「Instagram」が1位となった。
- 岐阜駅のイメージは「飲食店が充実」が1位となり全体で36.4%、2位は「買い物をするのに便利」となった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	61.8	1位	テレビ番組	62.4	1位	テレビ番組	60.7
2位	ECサイト	56.0	2位	ポータルサイト	59.8	2位	LINE	57.0
3位	ポータルサイト	52.3	3位	ECサイト	57.3	3位	ECサイト	54.1
4位	LINE	42.9	4位	新聞記事	41.9	4位	Instagram	51.9
5位	新聞記事	33.0	5位	LINE	34.2	5位	ポータルサイト	40.0

## 1ヶ月の平均支出（個人）



## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

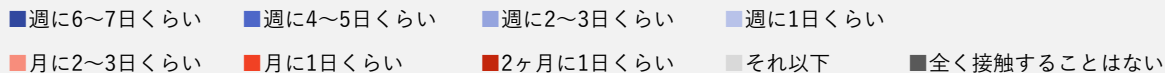
全体			男性			女性		
1位	ECサイト	41.9	1位	ECサイト	45.3	1位	Instagram	39.3
2位	テレビ番組	36.7	2位	テレビ番組	41.0	2位	ECサイト	36.3
3位	ポータルサイト	32.2	3位	ポータルサイト	41.0	3位	テレビ番組	29.6
4位	商品比較サイト	20.4	4位	商品比較サイト	24.8	4位	口コミサイト	24.4
5位	Instagram	19.7	5位	新聞記事	21.4	5位	Twitter	20.0

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

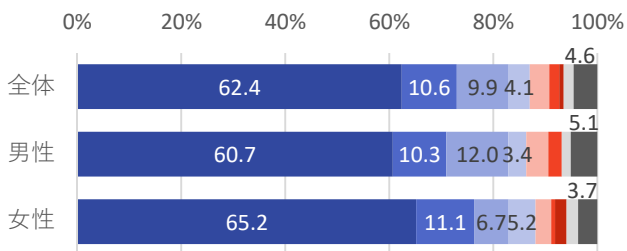
全体			男性			女性		
1位	飲食店が充実	36.4	1位	飲食店が充実	34.2	1位	飲食店が充実	40.0
2位	買い物をするのに便利	22.5	2位	買い物をするのに便利	21.4	2位	買い物をするのに便利	24.4
3位	乗り換えが便利	19.8	3位	あてはまるものはない	20.5	3位	乗り換えが便利	21.5
4位	商業施設が充実	18.4	4位	乗り換えが便利	18.8	4位	商業施設が充実	17.8

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6~7日くらい」の回答が6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特にInstagramは「週に6~7日くらい」が50.4%となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

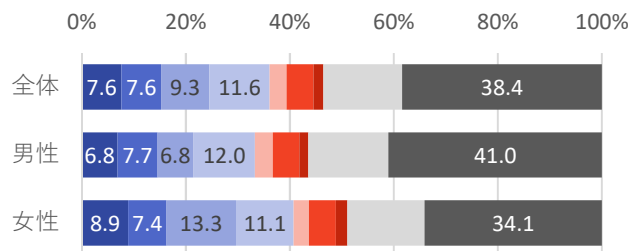
## メディア接触頻度



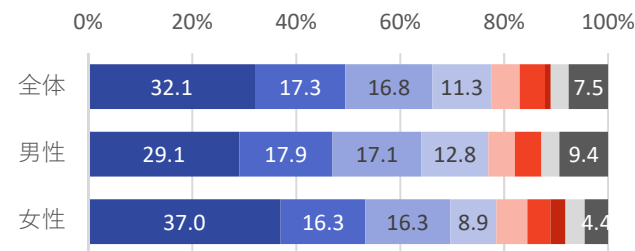
### テレビ番組



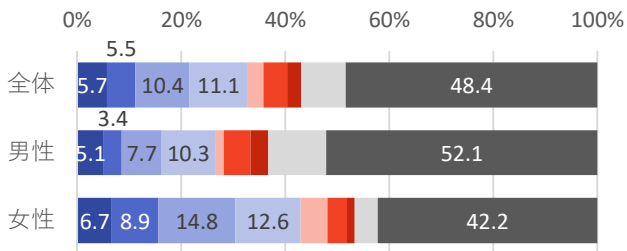
### テレビ番組配信サービス



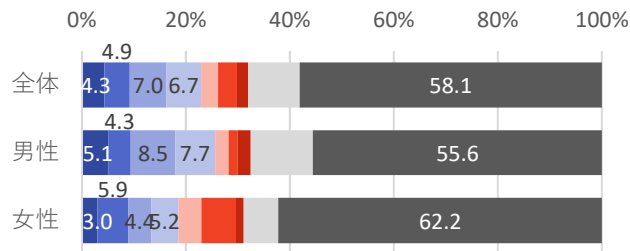
### 無料動画共有サービス



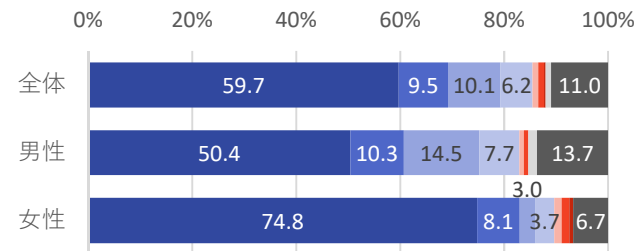
### 有料動画配信サービス



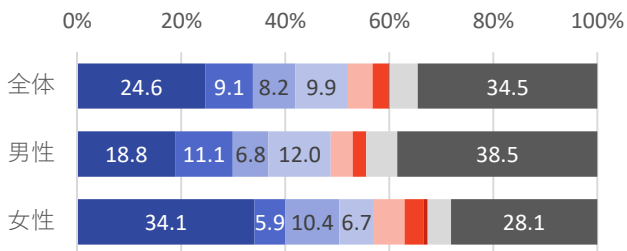
### インターネットラジオ



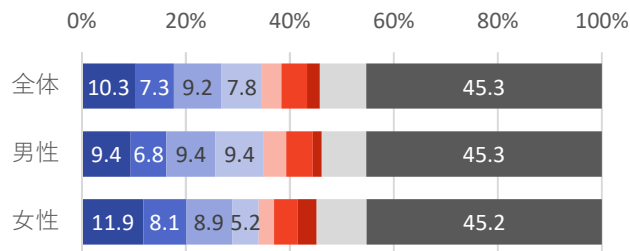
### LINE



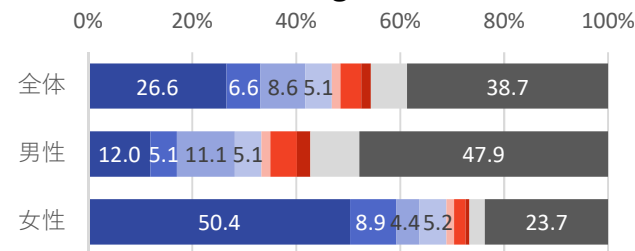
### Twitter



### Facebook

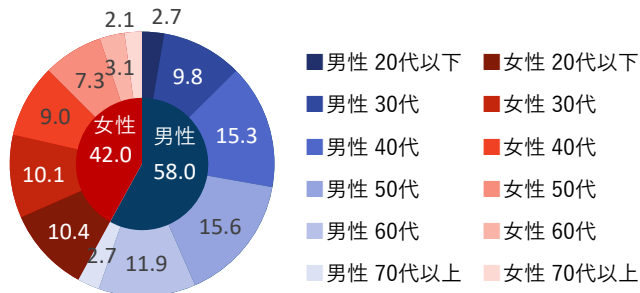


### Instagram

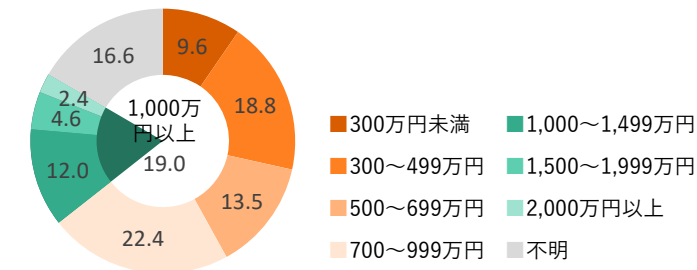


■ 金山駅利用者の業種は「自動車・関連品」が最も多く、12%。次いで「流通・小売業」となり11.2%であった。女性では「医療サービス」が最も多く15.8%となった。  
 ■ 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く50%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く49.1%となった。

## 性別



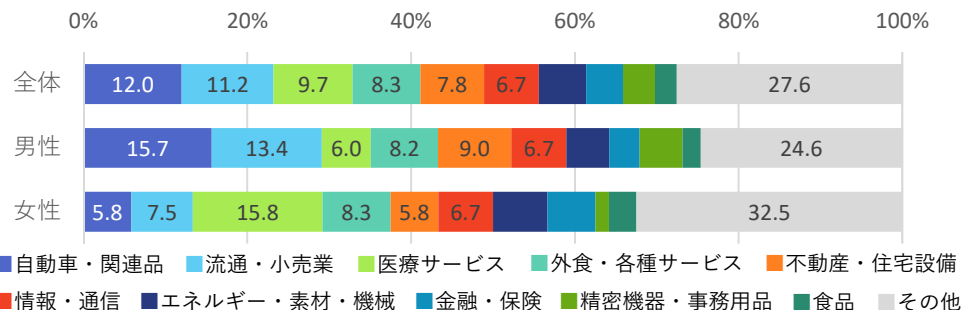
## 世帯年収



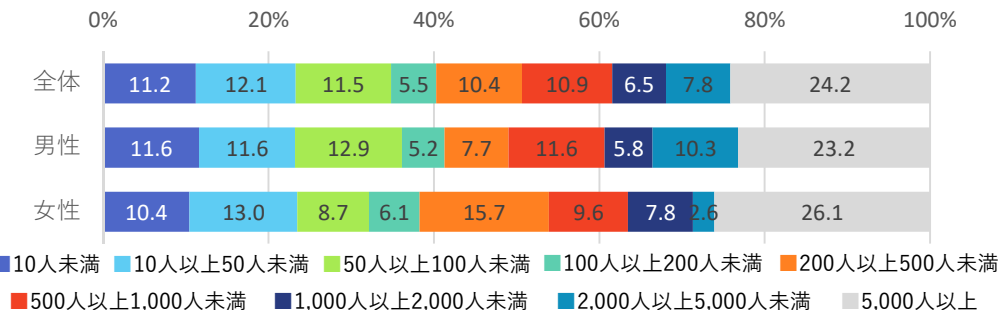
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	37.7
2位	乗り換え	32.7
3位	お食事	25.2
4位	買い物（日用品）	17.7
5位	宴会・飲み会	15.5

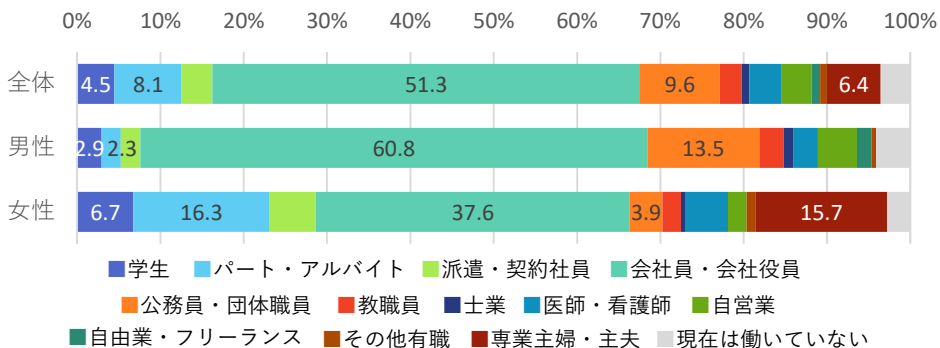
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



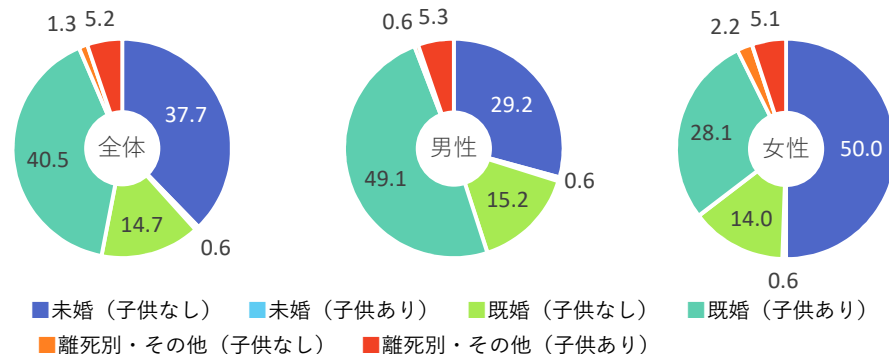
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「貯金」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」「習い事やレッスン費」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、女性は「テレビ番組」が61.8%と男性を5%近く上まわった。全体では「ECサイト」が1位。「テレビ番組」が2位であった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると男女とも「ECサイト」が1位となった。女性では3位が「Instagram」となるなど3位以降で男女の違いが見られた。
- 金山駅のイメージは「乗り換えが便利」が他イメージよりも特に高く、JR、名鉄、地下鉄など、路線の集中によるものと考えられる。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	60.6	1位	ECサイト	63.7	1位	テレビ番組	61.8
2位	テレビ番組	58.8	2位	ポータルサイト	57.9	2位	ECサイト	56.2
3位	ポータルサイト	51.7	3位	テレビ番組	56.7	3位	LINE	52.2
4位	LINE	43.2	4位	新聞記事	39.8	4位	Instagram	45.5
5位	新聞記事	35.0	5位	LINE	36.8	5位	ポータルサイト	42.7

## 1ヶ月の平均支出（個人）

 <b>1.42万円</b> 1.25万円 1.66万円	 <b>0.72万円</b> 0.32万円 1.29万円	 <b>3.52万円</b> 3.60万円 3.42万円
 <b>2.41万円</b> 2.54万円 2.22万円	 <b>1.28万円</b> 1.34万円 1.19万円	 <b>2.34万円</b> 2.48万円 2.15万円
 <b>0.72万円</b> 0.55万円 0.96万円	 <b>3.34万円</b> 3.85万円 2.61万円	 <b>4.38万円</b> 4.80万円 3.78万円

## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

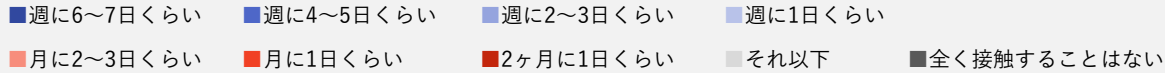
全体			男性			女性		
1位	ECサイト	47.4	1位	ECサイト	53.8	1位	ECサイト	38.2
2位	テレビ番組	35.0	2位	ポータルサイト	36.8	2位	テレビ番組	33.1
3位	ポータルサイト	31.4	3位	テレビ番組	36.3	3位	Instagram	32.0
4位	商品比較サイト	23.7	4位	商品比較サイト	30.4	4位	口コミサイト	27.5
5位	口コミサイト	21.6	5位	企業のサイト	19.3	5位	友人・家族の口コミ	27.0

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

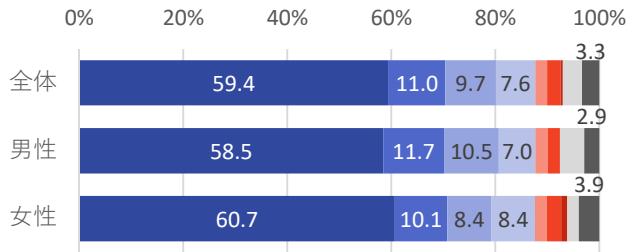
全体			男性			女性		
1位	乗り換えが便利	61.6	1位	乗り換えが便利	60.2	1位	乗り換えが便利	63.5
2位	飲食店が充実	38.1	2位	飲食店が充実	36.8	2位	飲食店が充実	39.9
3位	商業施設が充実	23.9	3位	商業施設が充実	25.7	3位	買い物をするのに便利	28.7
4位	買い物をするのに便利	22.8	4位	買い物をするのに便利	18.7	4位	商業施設が充実	21.3

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」「LINE」であった。

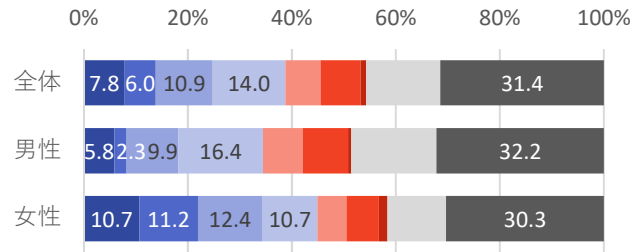
## メディア接触頻度



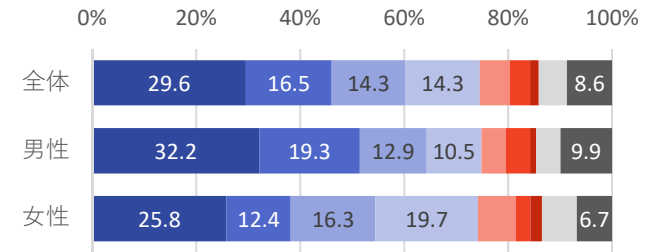
### テレビ番組



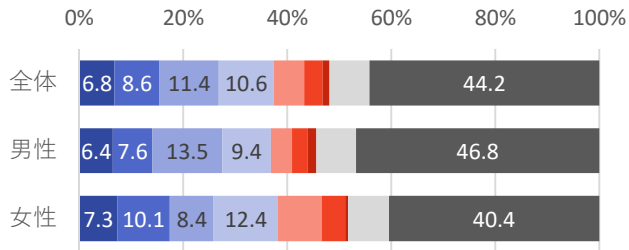
### テレビ番組配信サービス



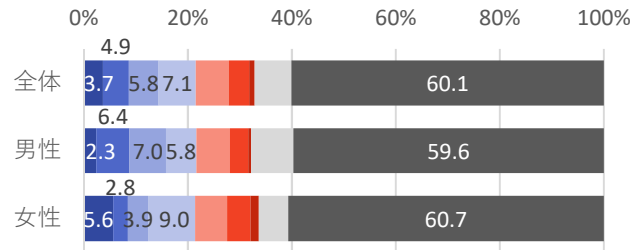
### 無料動画共有サービス



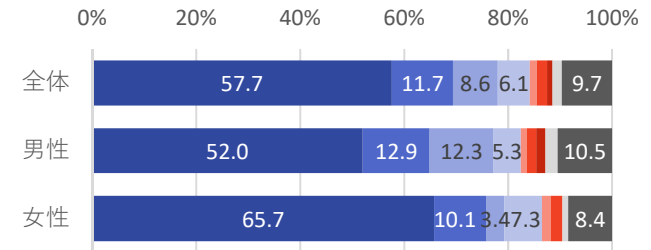
### 有料動画配信サービス



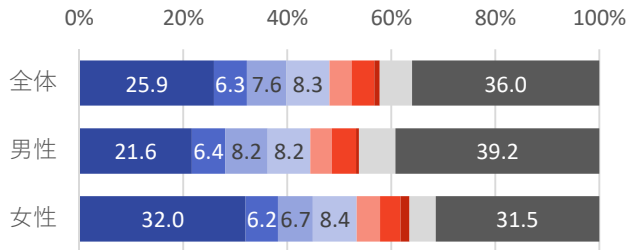
### インターネットラジオ



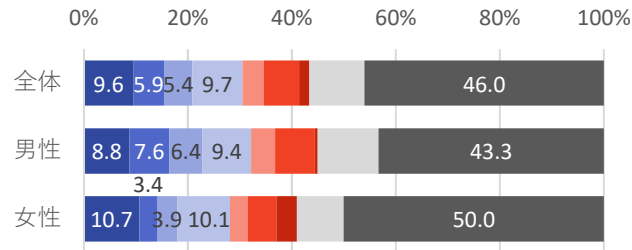
### LINE



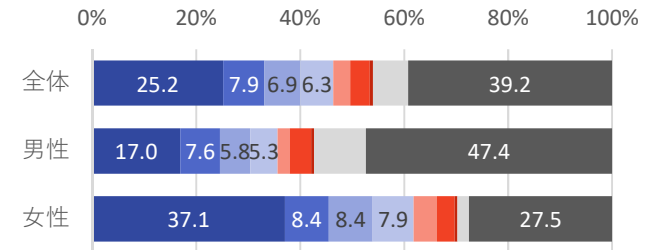
### Twitter



### Facebook



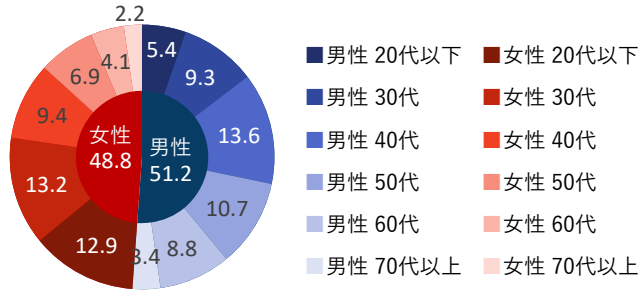
### Instagram



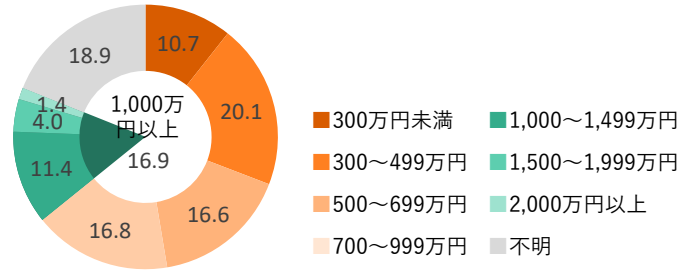
# 千種駅

- 千種駅利用者の4割が「ビジネス（通勤）」目的での利用であることがわかった。
- 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く49%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く51.4%となった。

## 性別



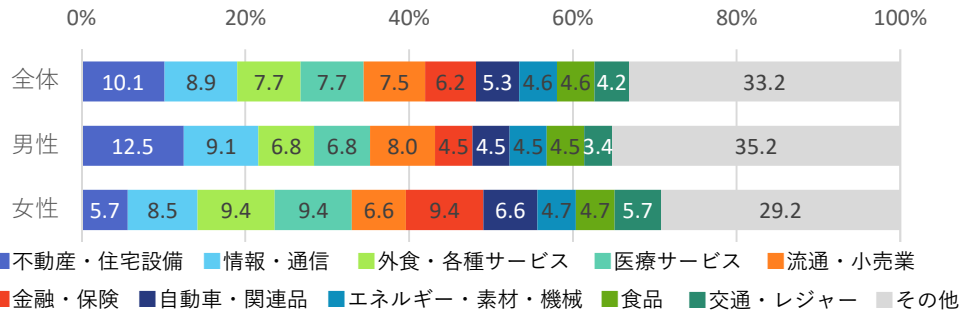
## 世帯年収



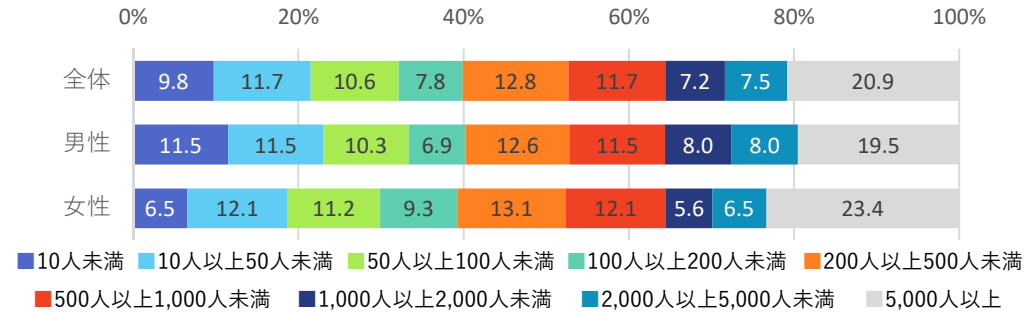
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	42.4
2位	乗り換え	21.5
3位	ビジネス（出張）	13.0
4位	お食事	11.7
5位	宴会・飲み会	6.9

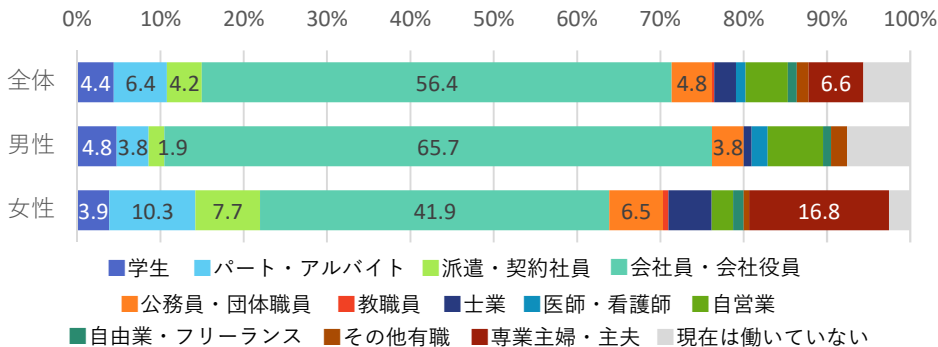
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



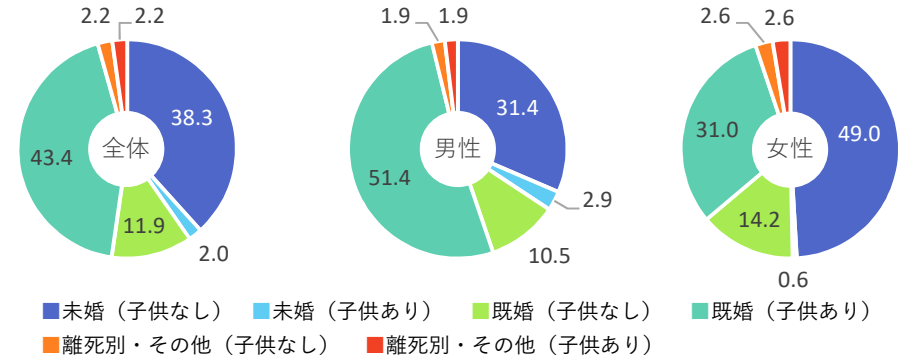
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



# 千種駅

- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「趣味・娯楽費」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」「習い事やレッスン費」が多い。
  - よく見るメディアを性別で見ると、女性は「テレビ番組」が56.8%と男性を7%近く上まわった。全体では「ECサイト」が1位。「テレビ番組」が2位であった。
  - 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、女性は「Instagram」が1位となった。全体では「ECサイト」が1位。「テレビ番組」が2位であった。
  - 千種駅のイメージは「乗り換えが便利」が他イメージよりも特に高く、JR、地下鉄2線など、路線の集中によるものと考えられる。
- 他駅にはない「教育施設が多い」という回答は、駅周辺に学習塾が多数あることが影響していると考えられる。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	55.1	1位	ECサイト	55.2	1位	テレビ番組	56.8
2位	テレビ番組	52.4	2位	ポータルサイト	54.3	2位	ECサイト	54.8
3位	ポータルサイト	50.7	3位	テレビ番組	49.5	3位	Instagram	54.8
4位	LINE	39.7	4位	LINE	32.4	4位	LINE	51.0
5位	Instagram	34.8	5位	Twitter	27.6	5位	ポータルサイト	45.2

## 1ヶ月の平均支出（個人）



## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	40.0	1位	ECサイト	43.8	1位	Instagram	40.6
2位	テレビ番組	33.9	2位	ポータルサイト	40.0	2位	ECサイト	34.2
3位	ポータルサイト	33.9	3位	テレビ番組	36.2	3位	口コミサイト	32.3
4位	Instagram	26.4	4位	商品比較サイト	28.6	4位	テレビ番組	30.3
5位	口コミサイト	25.4	5位	Twitter	22.9	5位	Twitter	26.5

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

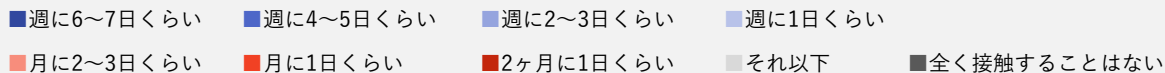
全体			男性			女性		
1位	乗り換えが便利	48.9	1位	乗り換えが便利	47.6	1位	乗り換えが便利	51.0
2位	飲食店が充実	15.7	2位	飲食店が充実	17.1	2位	住宅地である	18.7
3位	住宅地である	14.3	3位	住宅地である	13.3	3位	飲食店が充実	13.5
4位	教育施設が多い	13.2	4位	ビジネス中心の街	13.3	4位	教育施設が多い	12.9



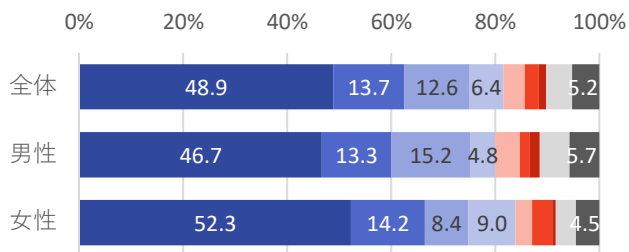
# 千種駅

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が5割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」「LINE」であった。

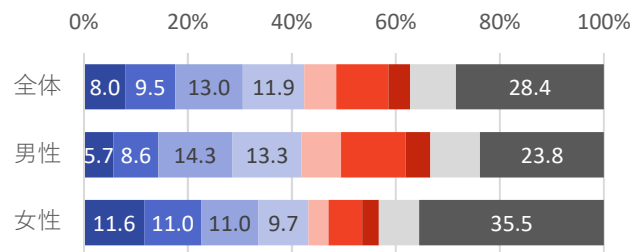
## メディア接触頻度



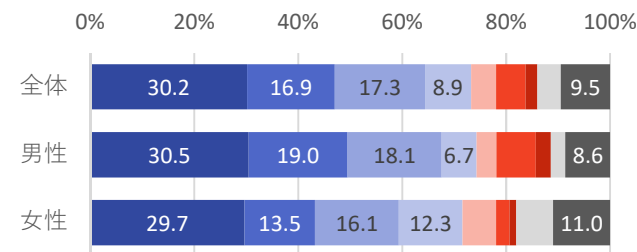
### テレビ番組



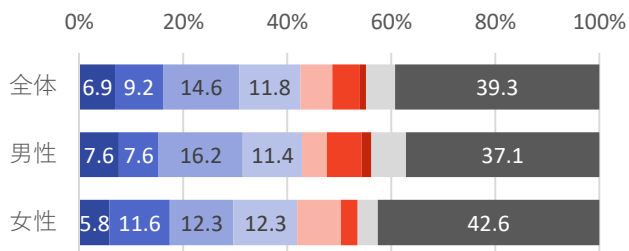
### テレビ番組配信サービス



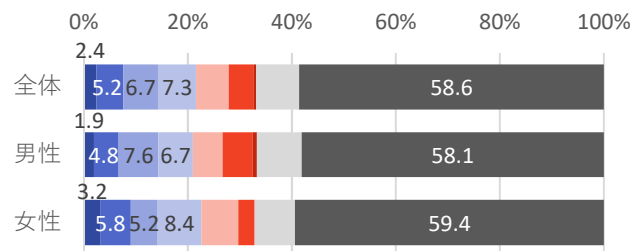
### 無料動画共有サービス



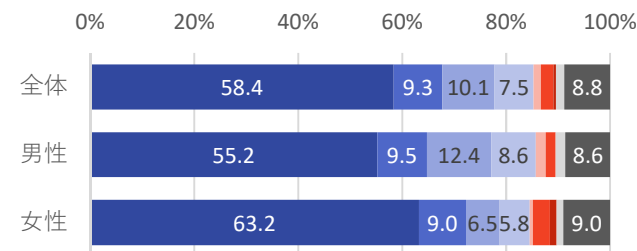
### 有料動画配信サービス



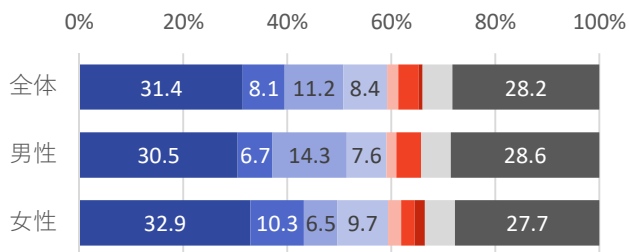
### インターネットラジオ



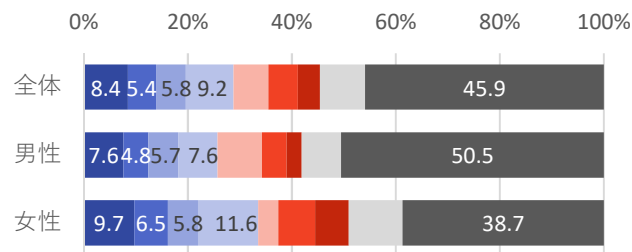
### LINE



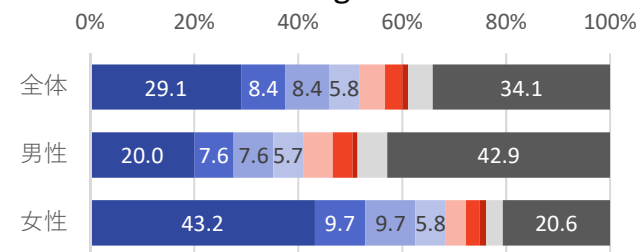
### Twitter



### Facebook



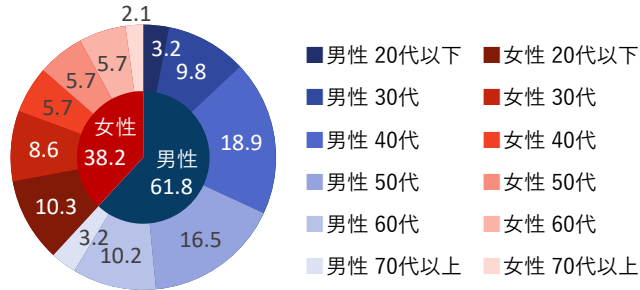
### Instagram



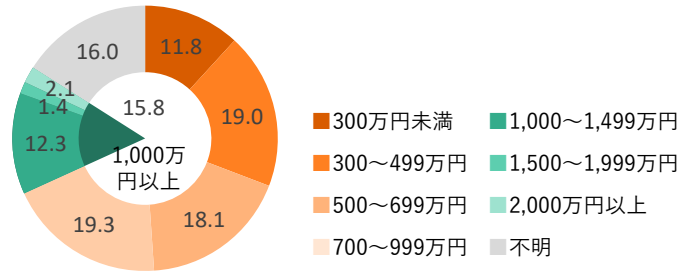
# 大曽根駅

- 大曽根駅利用者の業種は「医療サービス業」が最も多く11.2%、女性では16%となった。男性では「流通・小売り業」が最も多く10.7%であった。
- 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く44.4%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く55.4%となった。

## 性別



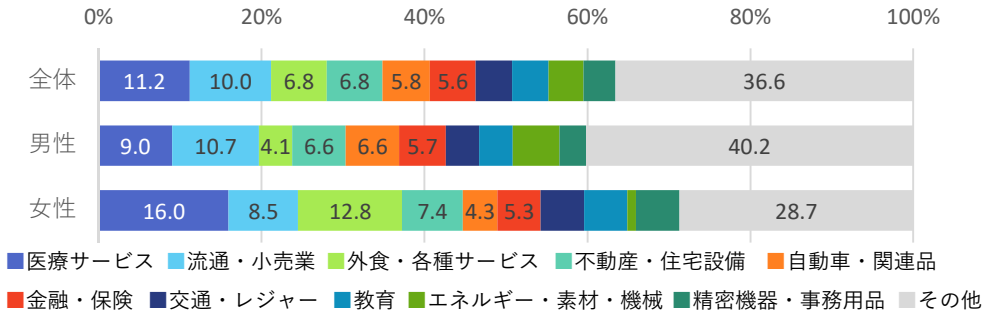
## 世帯年収



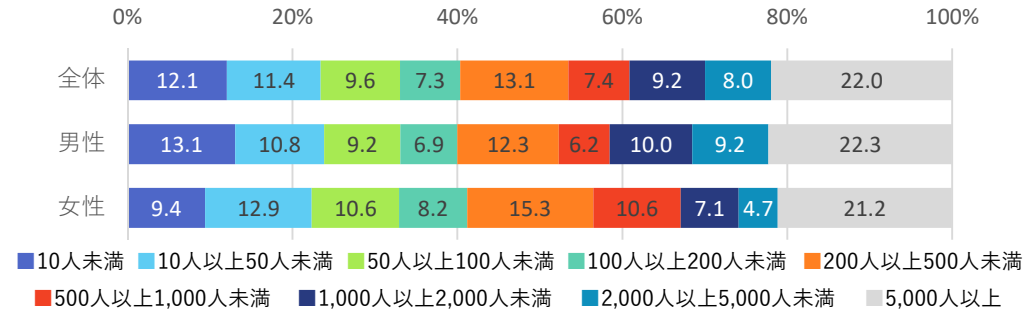
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（通勤）	36.7
2位	乗り換え	24.3
3位	お食事	15.7
4位	買い物（日用品）	14.8
5位	買い物（嗜好品）	11.5

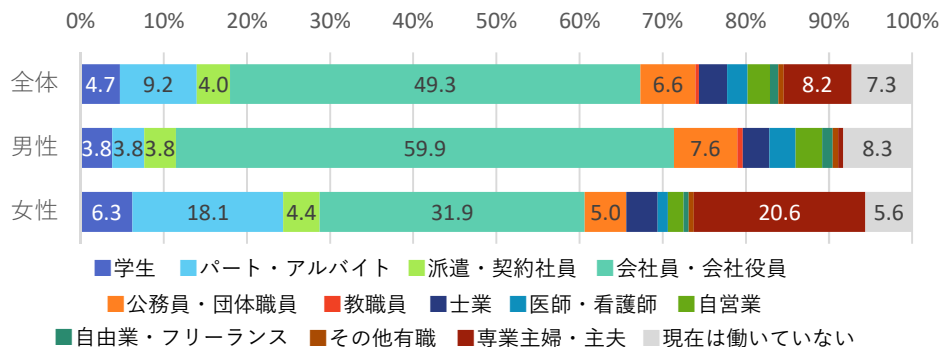
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



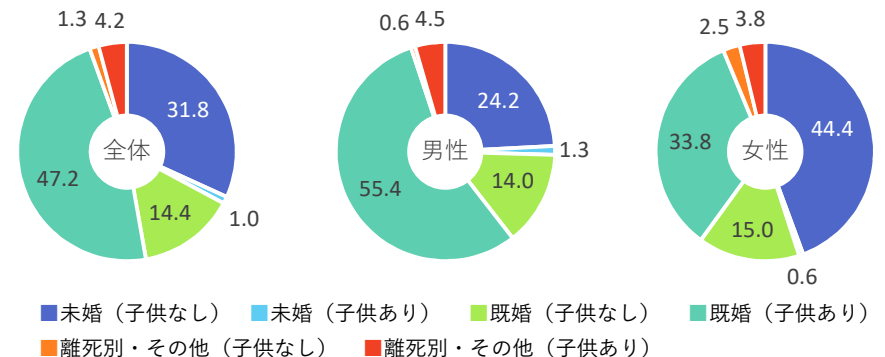
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



# 大曽根駅

- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」「習い事やレッスン費」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男女ともに「テレビ番組」が1位となった。4位に男性は「新聞記事」、女性は「Instagram」となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男女ともに「ECサイト」が1位となった。女性は2位に「Instagram」となった。
- 大曽根駅のイメージでは「乗り換えが便利」が1位となり全体で50.4%、JR、名鉄、地下鉄など、路線の集中によるものと考えられる。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	61.6	1位	テレビ番組	59.9	1位	テレビ番組	64.4
2位	ECサイト	55.4	2位	ポータルサイト	56.7	2位	LINE	59.4
3位	ポータルサイト	51.6	3位	ECサイト	54.1	3位	ECサイト	57.5
4位	LINE	41.8	4位	新聞記事	32.5	4位	Instagram	45.0
5位	無料動画共有サービス	31.7	5位	LINE	31.2	5位	ポータルサイト	43.1

## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	46.8	1位	ECサイト	51.0	1位	ECサイト	40.0
2位	テレビ番組	37.2	2位	テレビ番組	40.8	2位	Instagram	34.4
3位	ポータルサイト	29.9	3位	ポータルサイト	34.4	3位	テレビ番組	31.3
4位	商品比較サイト	21.1	4位	商品比較サイト	26.8	4位	ポータルサイト	22.5
5位	Instagram	19.3	5位	テレビCM	17.2	5位	Twitter	19.4

## 1ヶ月の平均支出（個人）



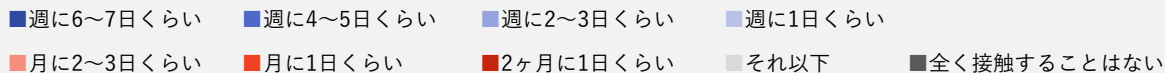
駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

全体			男性			女性		
1位	乗り換えが便利	50.4	1位	乗り換えが便利	46.5	1位	乗り換えが便利	56.9
2位	飲食店が充実	24.0	2位	飲食店が充実	24.8	2位	買い物をするのに便利	23.8
3位	買い物をするのに便利	20.5	3位	買い物をするのに便利	18.5	3位	飲食店が充実	22.5
4位	商業施設が充実	18.7	4位	商業施設が充実	17.2	4位	商業施設が充実	21.3

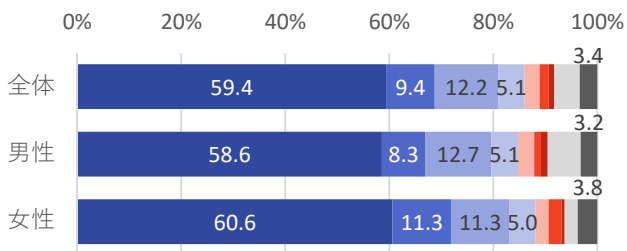
# 大曽根駅

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が5〜6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特に「LINE」は68.1%と高い結果となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

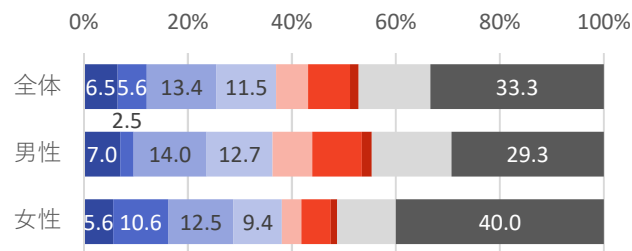
## メディア接触頻度



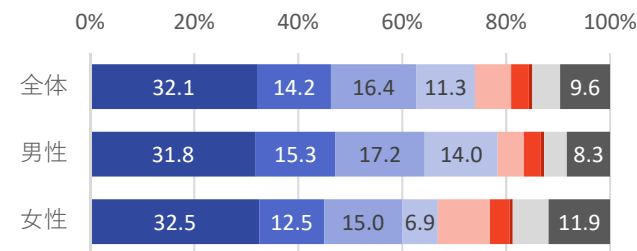
### テレビ番組



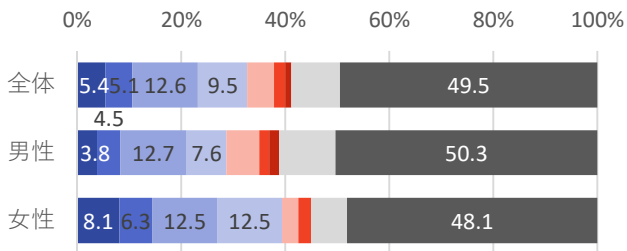
### テレビ番組配信サービス



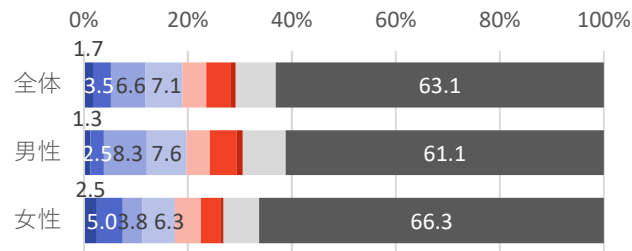
### 無料動画共有サービス



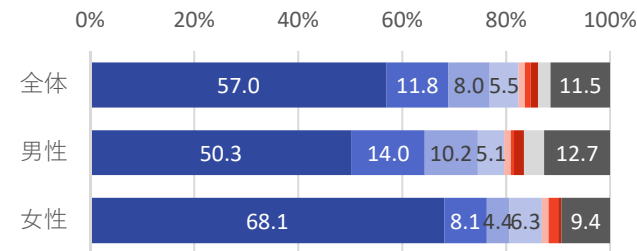
### 有料動画配信サービス



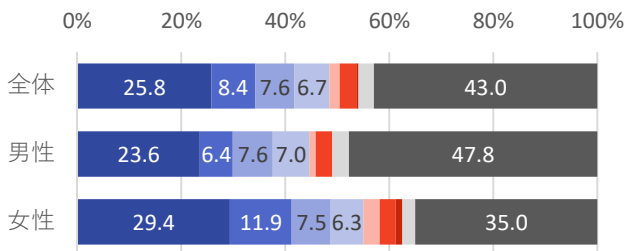
### インターネットラジオ



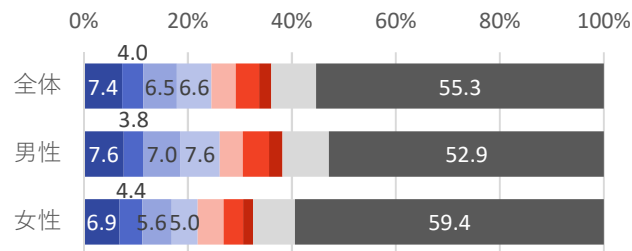
### LINE



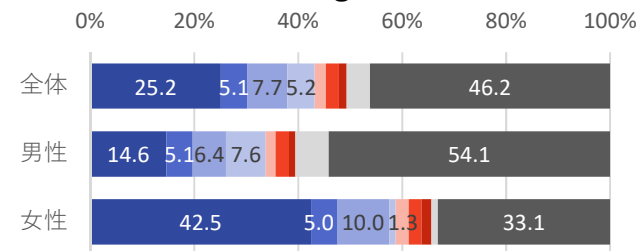
### Twitter



### Facebook



### Instagram

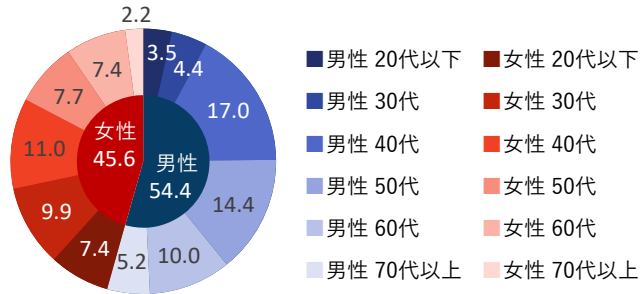


# 静岡駅

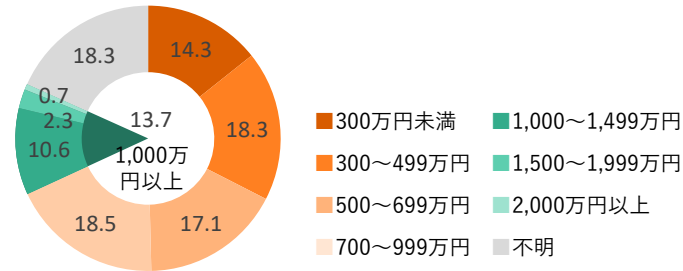
■ 静岡駅利用者の業種は「情報・通信業」が最も多く14.7%、男性では19.1%となった。女性では「医療サービス」が最も多く16.5%であった。

■ 未既婚率は男女ともに「既婚（子供あり）」が多く男性で55.2%、女性で37.1%となった。

## 性別



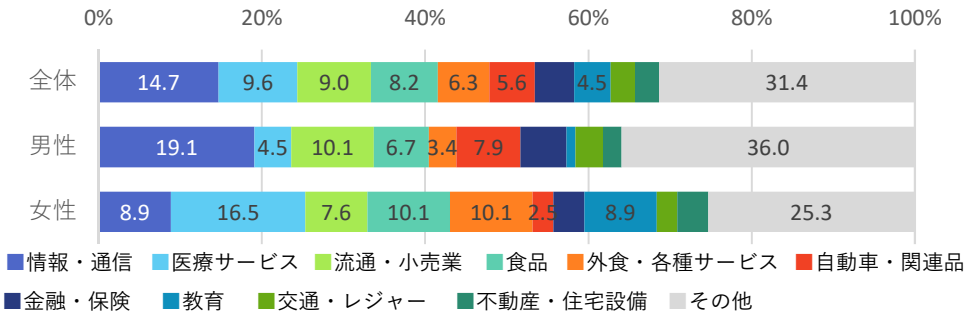
## 世帯年収



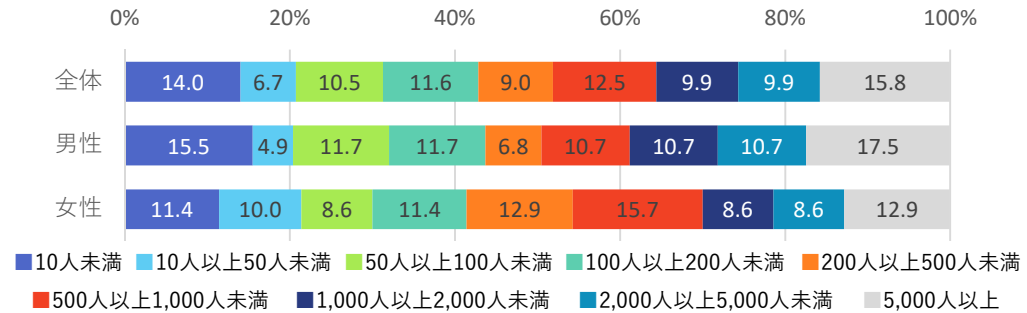
## 利用目的

全体		
1位	買い物（嗜好品）	30.6
2位	買い物（日用品）	30.0
3位	お食事	26.1
4位	ビジネス（通勤）	23.4
5位	ビジネス（出張）	20.0

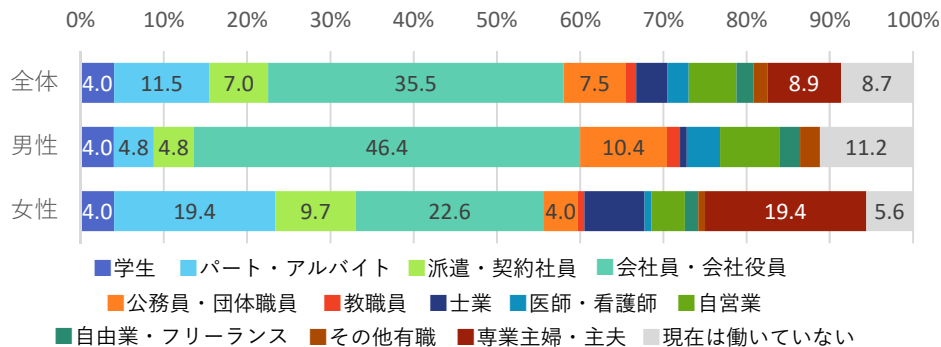
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



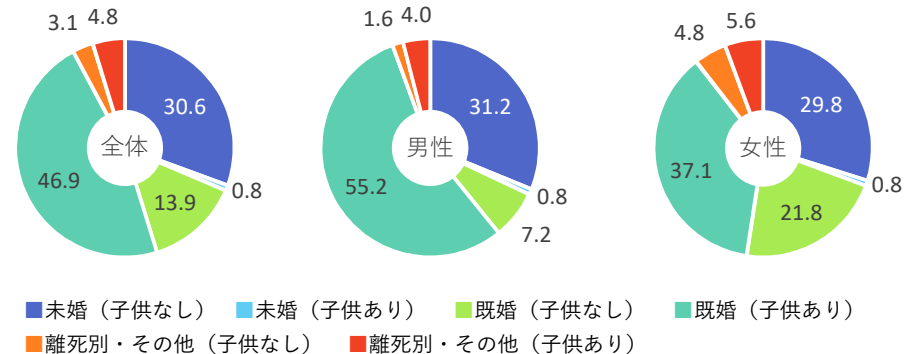
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚



- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「外食費」が特に多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」「貯金」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男女ともに「テレビ番組」が1位となった。男性は4位に「新聞記事」、女性は5位に「Instagram」となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男女ともに「ECサイト」が1位となった。女性は2位に「Instagram」となった。
- 静岡駅のイメージでは「買い物をするのに便利」が1位となり全体で53.9%、男性で50.4%、女性で58.1%であった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	60.8	1位	テレビ番組	63.2	1位	テレビ番組	58.1
2位	ECサイト	55.7	2位	ポータルサイト	57.6	2位	ECサイト	57.3
3位	ポータルサイト	53.0	3位	ECサイト	54.4	3位	ポータルサイト	47.6
4位	LINE	37.2	4位	新聞記事	44.0	4位	LINE	45.2
5位	新聞記事	36.4	5位	LINE	30.4	5位	Instagram	43.5

## 1ヶ月の平均支出（個人）



## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

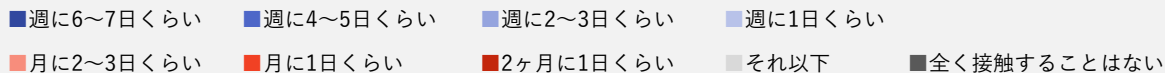
全体			男性			女性		
1位	ECサイト	42.7	1位	ECサイト	44.8	1位	ECサイト	40.3
2位	テレビ番組	31.9	2位	テレビ番組	33.6	2位	Instagram	30.6
3位	ポータルサイト	30.3	3位	ポータルサイト	32.8	3位	テレビ番組	29.8
4位	商品比較サイト	19.5	4位	商品比較サイト	21.6	4位	ポータルサイト	27.4
5位	Instagram	18.4	5位	新聞記事	19.2	5位	友人・家族の口コミ	21.8

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

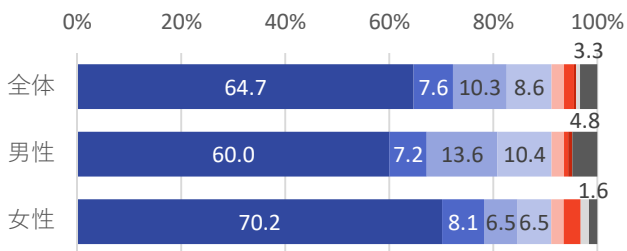
全体			男性			女性		
1位	買い物をするのに便利	53.9	1位	買い物をするのに便利	50.4	1位	買い物をするのに便利	58.1
2位	飲食店が充実	38.5	2位	飲食店が充実	38.4	2位	飲食店が充実	38.7
3位	商業施設が充実	35.5	3位	商業施設が充実	36.8	3位	商業施設が充実	33.9
4位	ビジネス中心の街	19.8	4位	ビジネス中心の街	25.6	4位	乗り換えが便利	21.0

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が5〜6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「テレビ番組」「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特に「LINE」は62.1%と高い結果となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

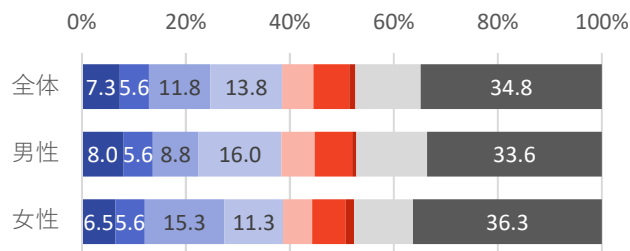
## メディア接触頻度



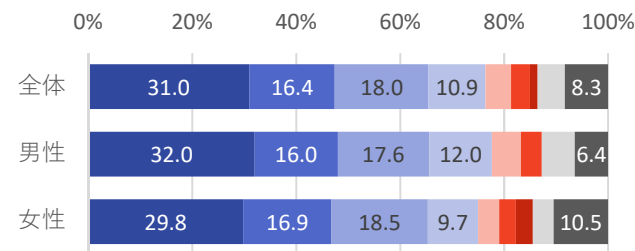
### テレビ番組



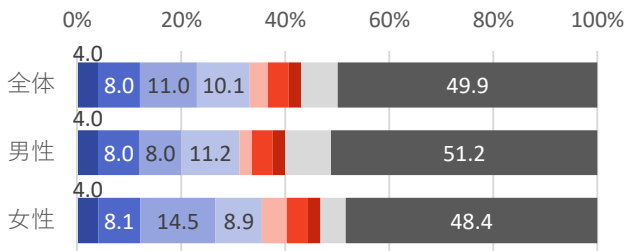
### テレビ番組配信サービス



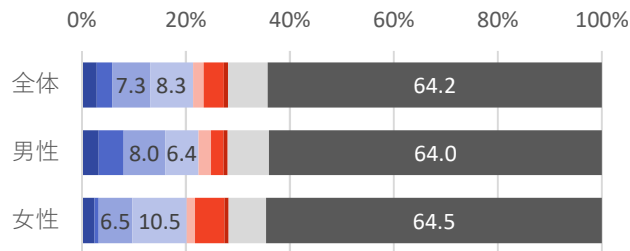
### 無料動画共有サービス



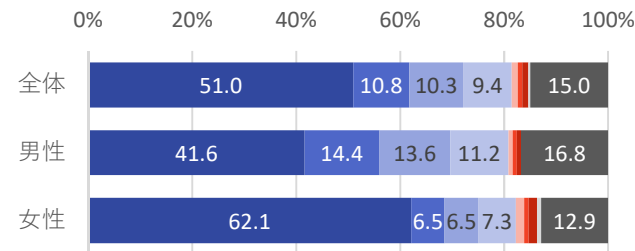
### 有料動画配信サービス



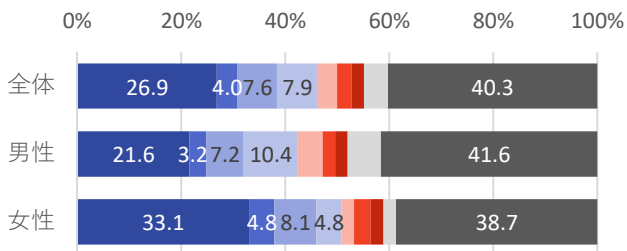
### インターネットラジオ



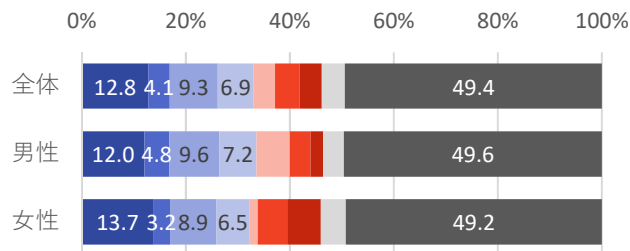
### LINE



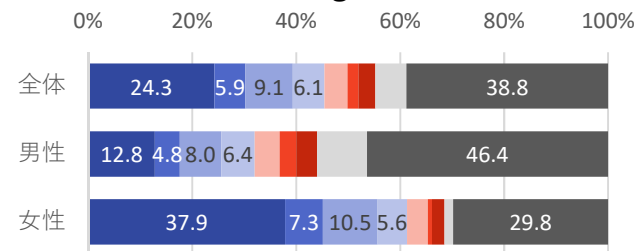
### Twitter



### Facebook



### Instagram

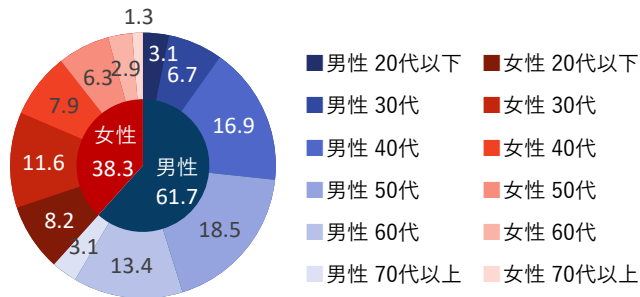


# 浜松駅

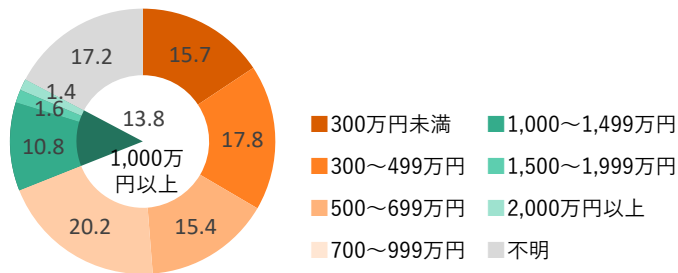
■ 浜松駅利用者の業種は「自動車・関連品」が最も多く全体で18.6%、男性では22.8%となった。女性では「医療サービス」が最も多く15.2%であった。

■ 未既婚率は女性において「未婚（子供なし）」が高く43.4%であった。男性は「既婚（子供あり）」が多く56.7%となった。

## 性別



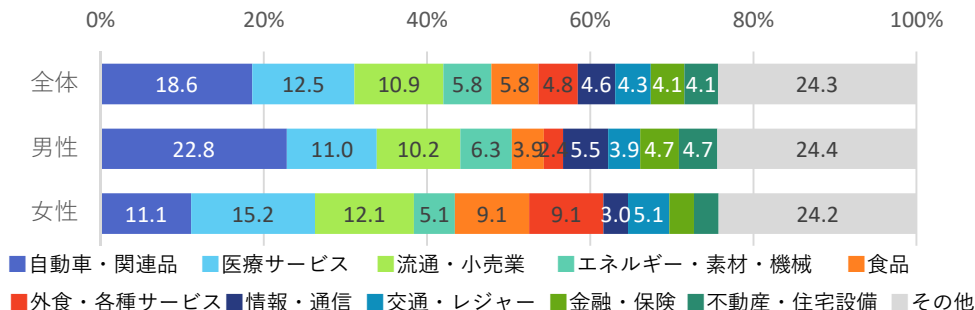
## 世帯年収



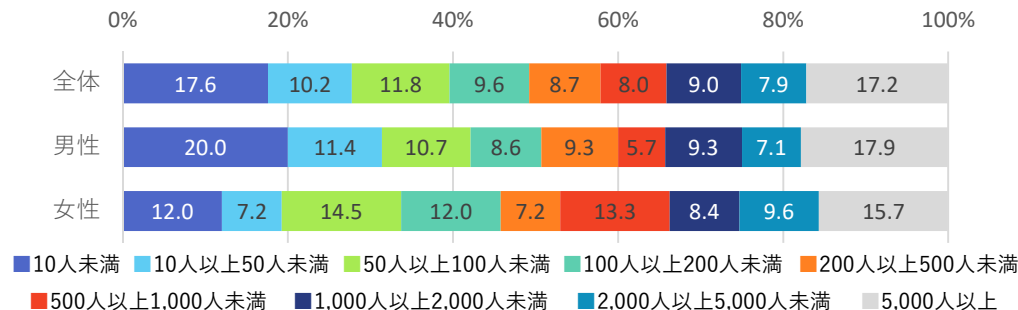
## 利用目的

全体		
1位	ビジネス（出張）	23.4
2位	観光・旅行（日帰り）	23.2
3位	お食事	22.1
4位	買い物（日用品）	20.4
5位	ビジネス（通勤）	19.6

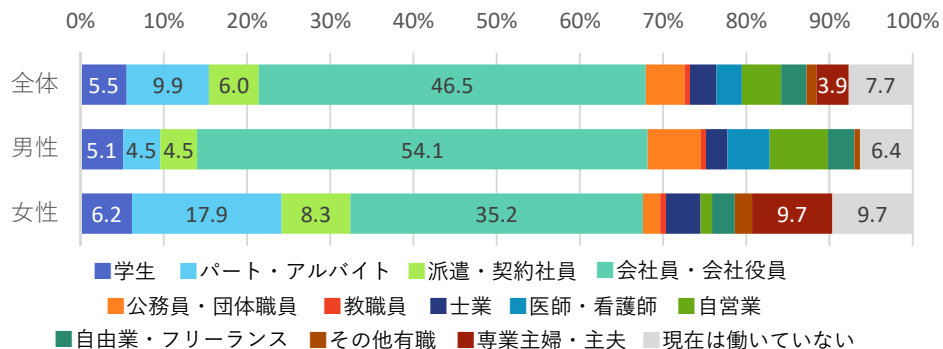
## 現在のお勤め先の業種をお答えください。



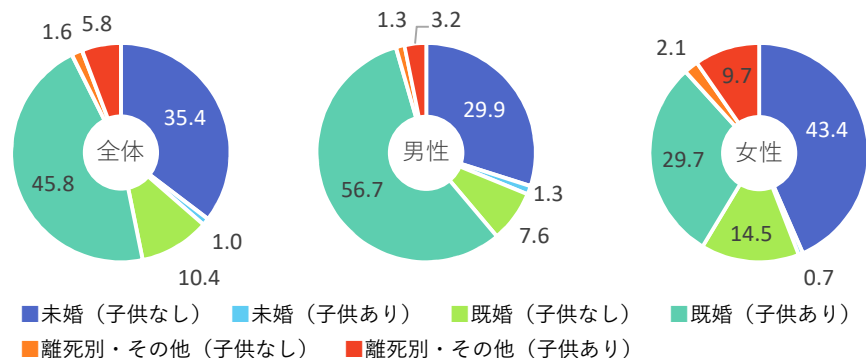
## あなたのお勤め先の従業員規模について教えてください。



## 職業についてお答えください。



## 未既婚





- 1ヶ月の平均支出を性別で見ると、男性は「投資・保険」「貯金」が多く、女性は「衣服・ファッション」「化粧品・コスメ」が多い。
- よく見るメディアを性別で見ると、男女ともに「テレビ番組」が1位となった。男性は4位に「新聞記事」、女性は5位に「Instagram」となった。
- 購入・利用のきっかけになるメディアを性別で見ると、男女ともに「ECサイト」が1位となった。
- 浜松駅のイメージでは「買い物をするのに便利」が1位となり全体で37.7%、男性で35.7%、女性で40.7%であった。

上から全体、男性、女性の1ヶ月平均支出

## 普段よく見たり・聞いたりするメディア

全体			男性			女性		
1位	テレビ番組	59.4	1位	テレビ番組	58.6	1位	テレビ番組	60.7
2位	ECサイト	54.7	2位	ECサイト	56.7	2位	LINE	55.9
3位	ポータルサイト	47.0	3位	ポータルサイト	53.5	3位	ECサイト	51.7
4位	LINE	43.0	4位	新聞記事	40.1	4位	Instagram	42.1
5位	無料動画共有サービス	32.5	5位	LINE	34.4	5位	無料動画共有サービス	40.0

## 1ヶ月の平均支出（個人）

 <b>衣服・ファッション</b> <b>1.18万円</b> 1.04万円 1.38万円	 <b>化粧品・コスメ</b> <b>0.74万円</b> 0.47万円 1.14万円	 <b>食費</b> (自宅での食事) <b>3.44万円</b> 3.54万円 3.29万円
 <b>外食費</b> <b>1.94万円</b> 2.02万円 1.82万円	 <b>通信費</b> <b>1.24万円</b> 1.36万円 1.04万円	 <b>趣味・娯楽費</b> <b>1.94万円</b> 2.10万円 1.71万円
 <b>習い事やレッスン費</b> <b>0.51万円</b> 0.54万円 0.47万円	 <b>投資・保険</b> <b>3.18万円</b> 4.14万円 1.74万円	 <b>貯金</b> <b>4.22万円</b> 4.50万円 3.81万円

## 商品・サービス購入、利用きっかけになるメディア

全体			男性			女性		
1位	ECサイト	44.8	1位	ECサイト	47.1	1位	ECサイト	41.4
2位	テレビ番組	35.2	2位	テレビ番組	38.9	2位	テレビ番組	29.7
3位	ポータルサイト	24.7	3位	ポータルサイト	30.6	3位	Instagram	28.3
4位	友人・家族の口コミ	19.7	4位	新聞記事	20.4	4位	友人・家族の口コミ	26.2
5位	Instagram	17.5	5位	商品比較サイト	16.6	5位	口コミサイト	22.8

駅やその周辺における機能としてあてはまるイメージをすべて選んでください。

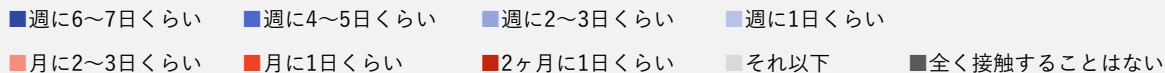
全体		
1位	買い物をするのに便利	37.7
2位	飲食店が充実	31.5
3位	商業施設が充実	25.0
4位	ビジネス中心の街	18.6

男性		
1位	買い物をするのに便利	35.7
2位	飲食店が充実	31.8
3位	商業施設が充実	27.4
4位	ビジネス中心の街	24.2

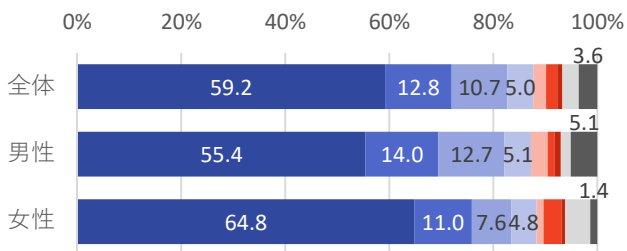
女性		
1位	買い物をするのに便利	40.7
2位	飲食店が充実	31.0
3位	商業施設が充実	21.4
4位	乗り換えが便利	17.2

- メディアの接触頻度では「テレビ番組」「LINE」において「週に6〜7日くらい」の回答が6割に近い結果となった。
- 性別で比較をすると、「テレビ番組」「LINE」「Twitter」「Instagram」について女性の接触頻度が特に高いことがわかる。特に「LINE」は73.1%と高い結果となった。
- 全体で「全く接触することはない」と回答した割合が10%を切る項目は「テレビ番組」「無料動画共有サービス」であった。

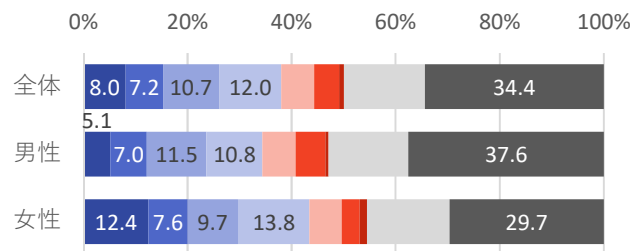
## メディア接触頻度



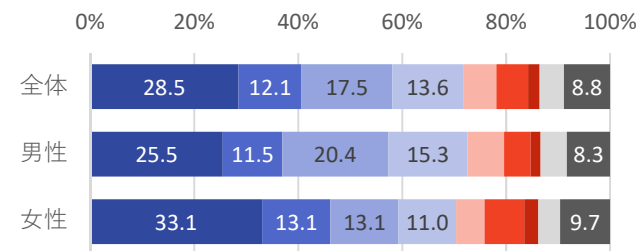
### テレビ番組



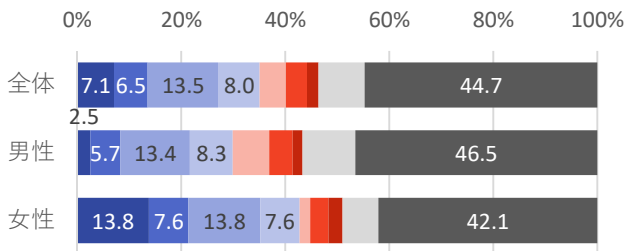
### テレビ番組配信サービス



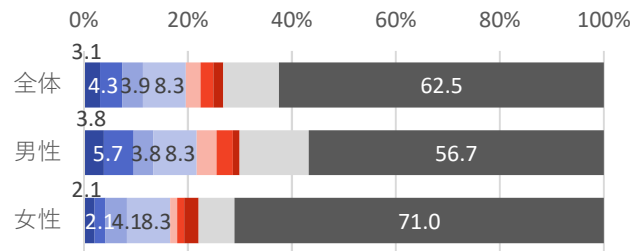
### 無料動画共有サービス



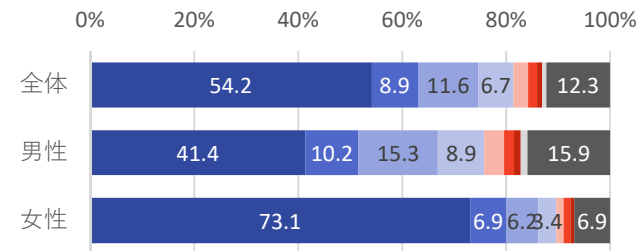
### 有料動画配信サービス



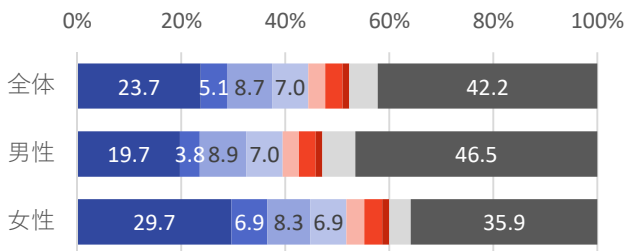
### インターネットラジオ



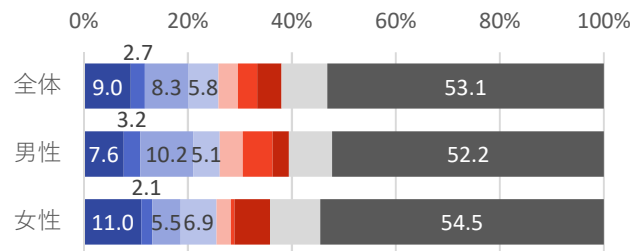
### LINE



### Twitter



### Facebook



### Instagram

