

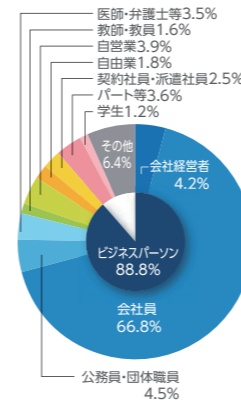


新幹線ユーザープロフィール

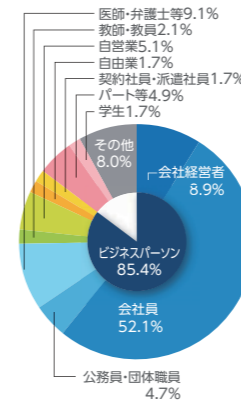
ビジネスパーソン 88.8% (ユーザー全体)

課長クラス以上の管理職 50%以上

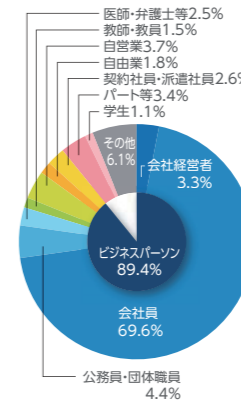
職業



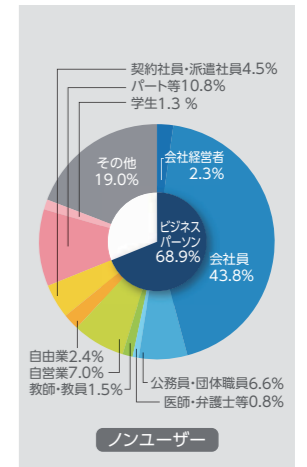
ユーザー全体



グリーン車



普通車



ノンユーザー

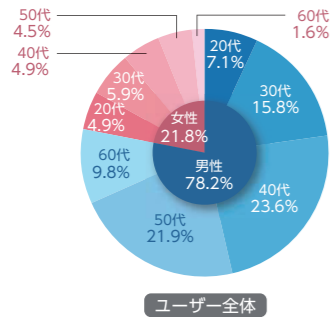


新幹線ユーザープロフィール

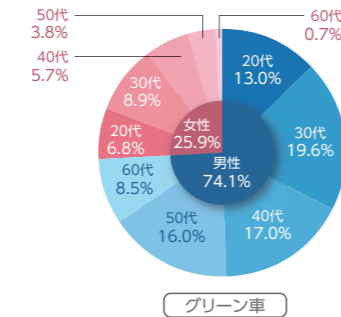
男性 78.2% 女性 21.8% (ユーザー全体)

出張・ビジネス 67.0% 観光旅行 11.8% (東海道新幹線)

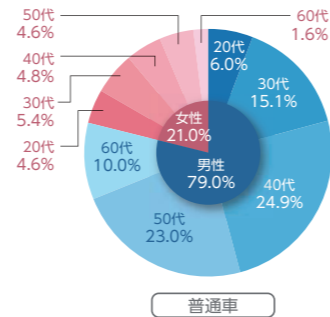
性・年代



ユーザー全体

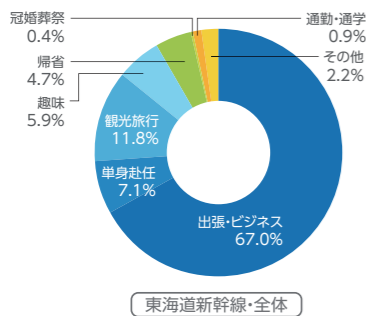


グリーン車

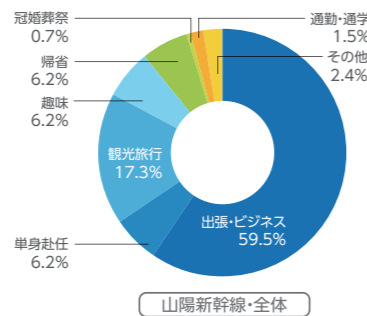


普通車

新幹線利用目的

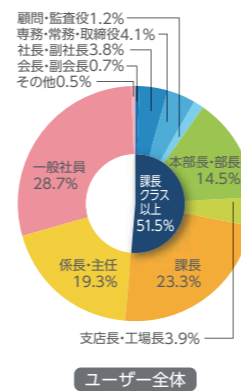


東海道新幹線・全体

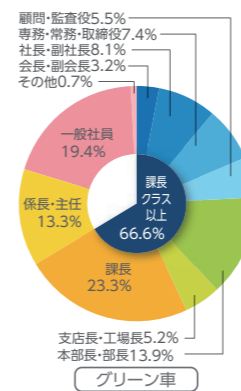


山陽新幹線・全体

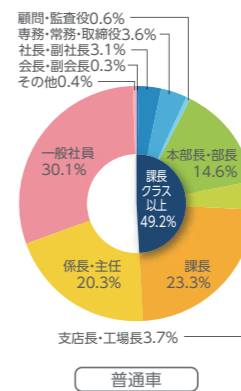
役職 (職業選択: 会社経営者・会社員・公務員・団体職員 回答者)



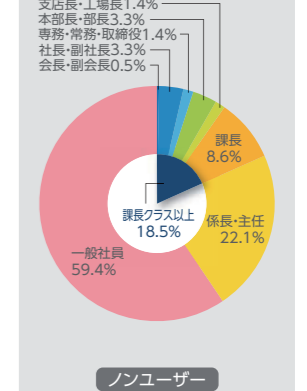
ユーザー全体



グリーン車

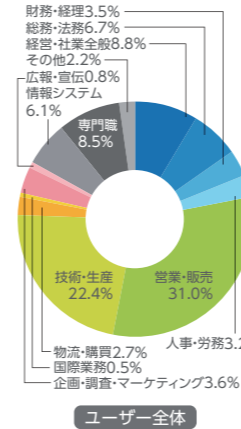


普通車

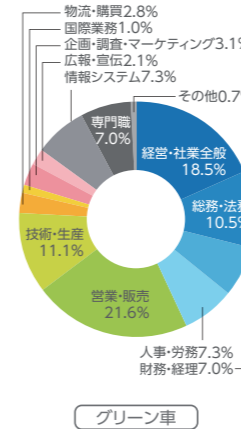


ノンユーザー

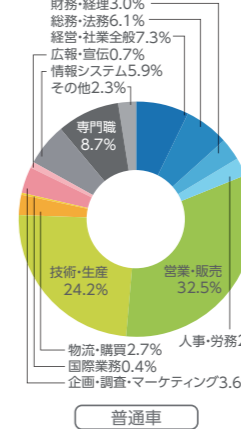
職種 (職業選択: 会社経営者・会社員 回答者)



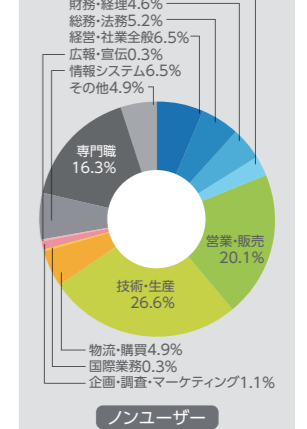
ユーザー全体



グリーン車



普通車



ノンユーザー

新幹線ユーザープロフィール調査2015

●調査時期: 2015年10月 ●調査方法: インターネット調査

●調査対象: (ユーザー) 東海道新幹線または山陽新幹線を1ヶ月に1回以上利用 (ノンユーザー) 東海道新幹線および山陽新幹線を年に1回未満の利用

●サンプル数: (ユーザー) 3,000サンプル (ノンユーザー) 800サンプル

●調査主体: 株式会社ジェイアール東海エージェンシー/株式会社JR西日本コミュニケーションズ

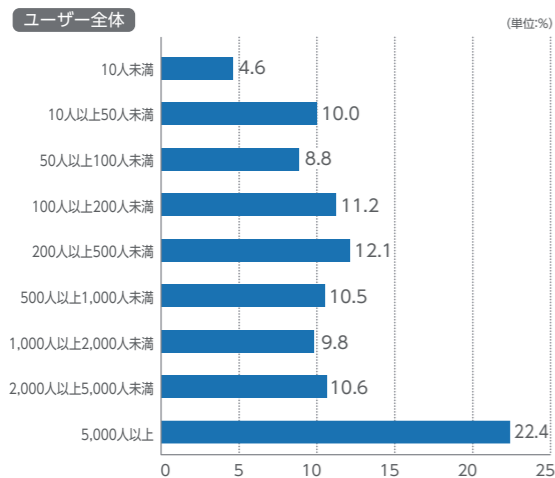
●調査機関: 楽天リサーチ株式会社

新幹線ユーザープロフィール

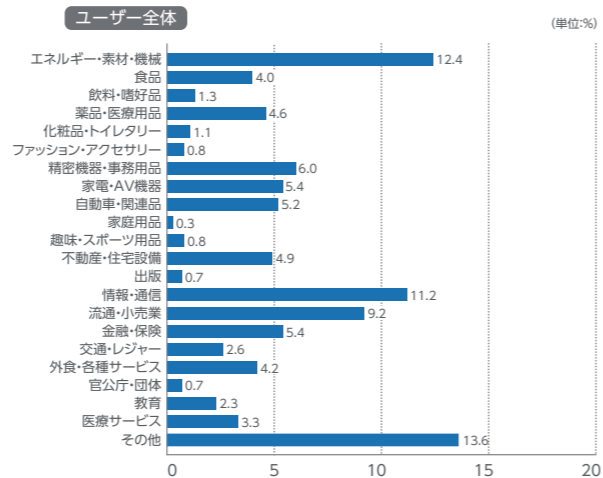
500人以上の会社に勤務 50%以上

意思決定への関与度が高い

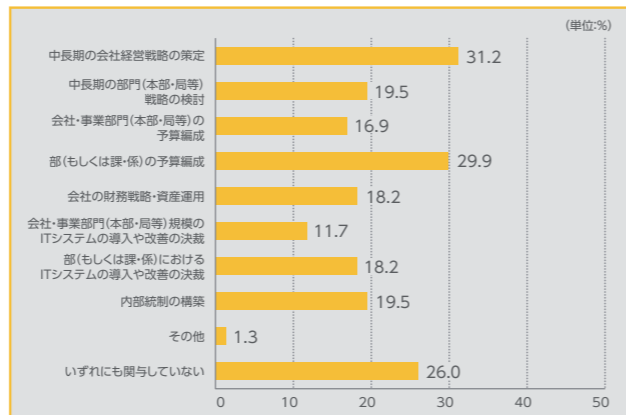
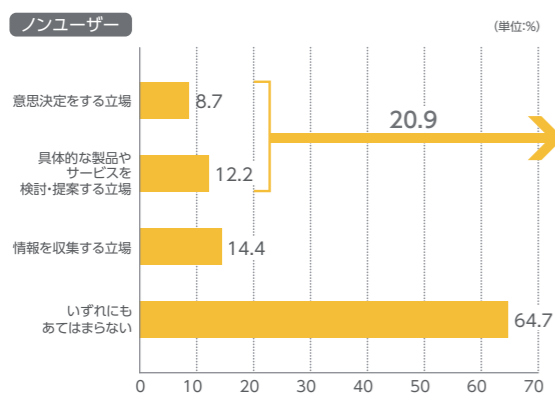
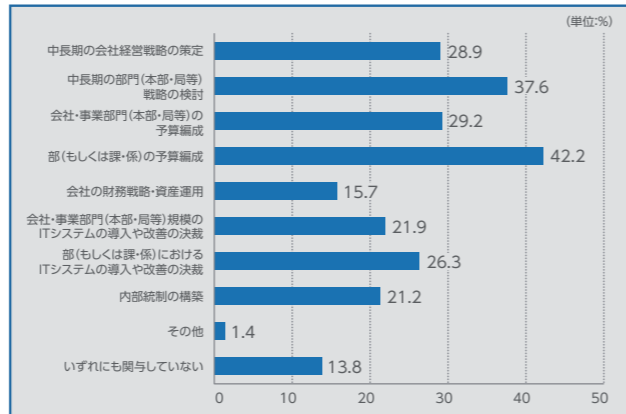
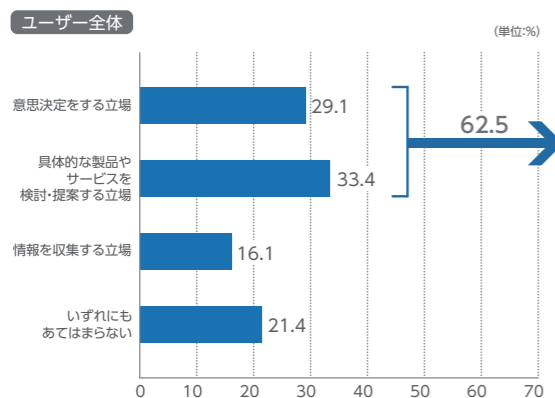
■ 会社の規模(従業員数) (職業選択:会社経営者・会社員 回答者)



■ 業種



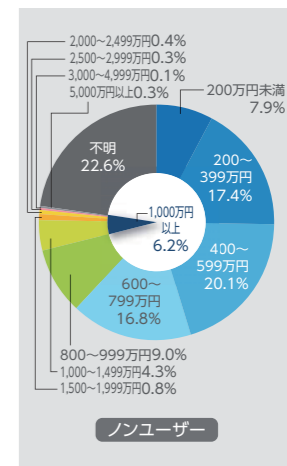
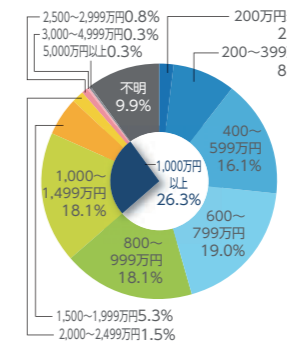
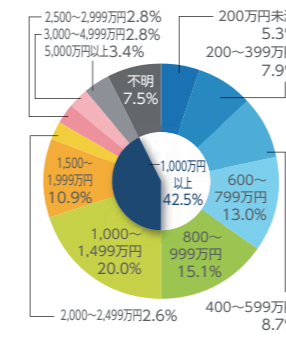
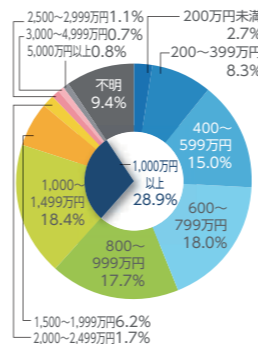
■ 意思決定上の立場・権限/意思決定の内容 (職業選択:会社経営者・会社員 回答者)



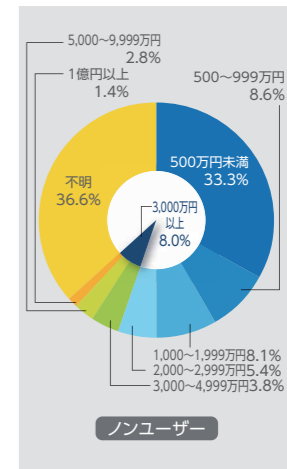
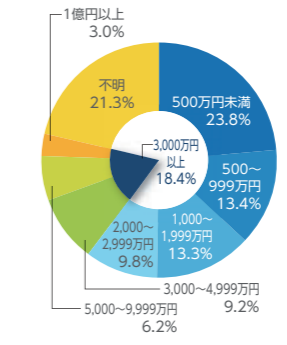
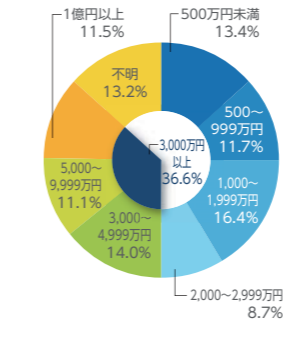
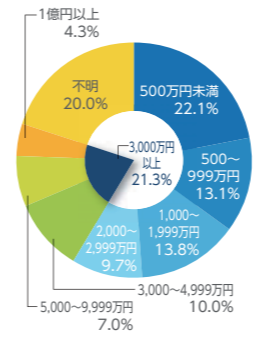
新幹線ユーザープロフィール

富裕層が多い/4人に1人以上が世帯収入1,000万円超・5人に1人が所有資産3,000万円超(ユーザー全体)

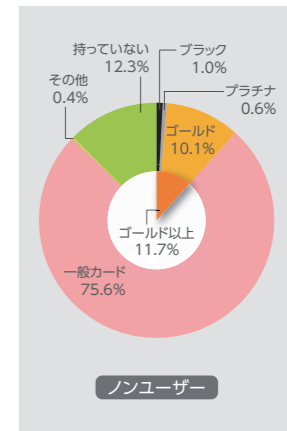
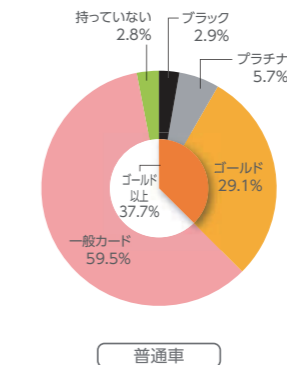
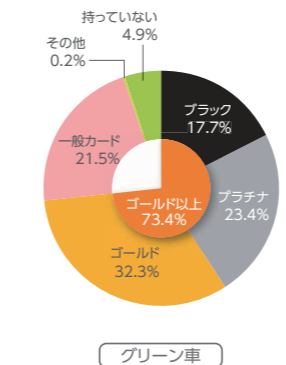
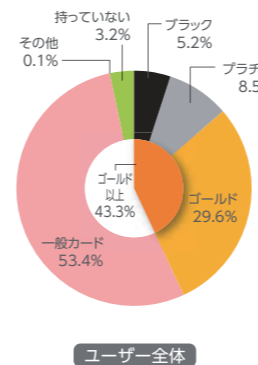
■ 世帯年収



■ 所有資産



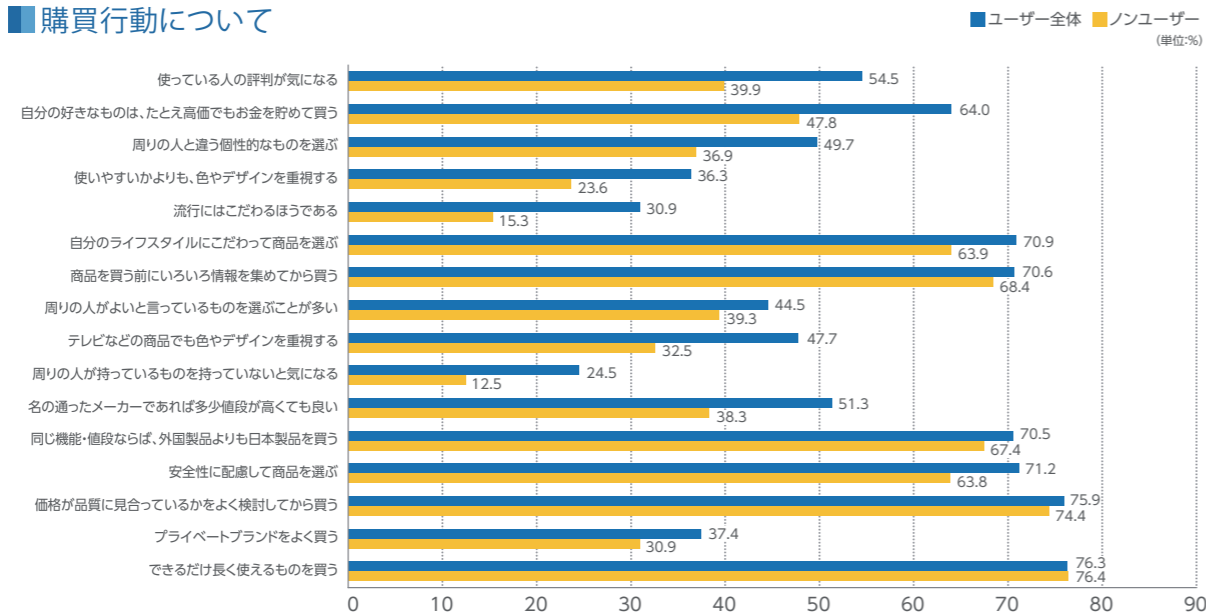
■ メインで使っているクレジットカードのクラス



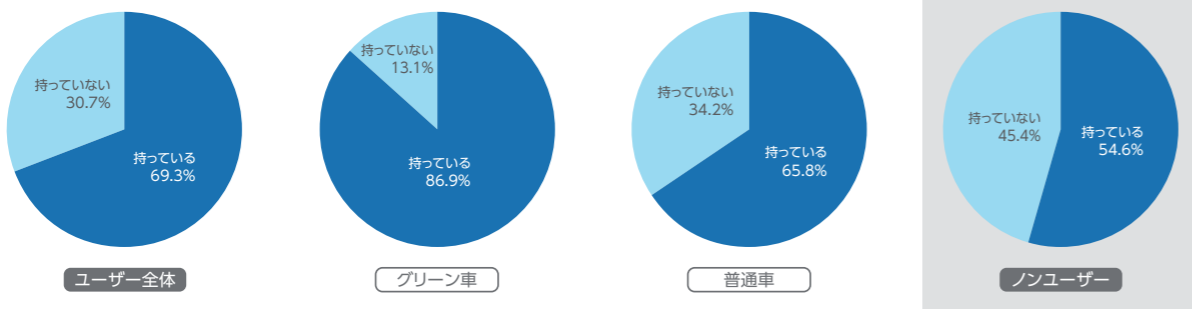
新幹線ユーザープロフィール

デザインや色・流行に敏感で購買意欲が高く、情報収集にも積極的(ユーザー全体)

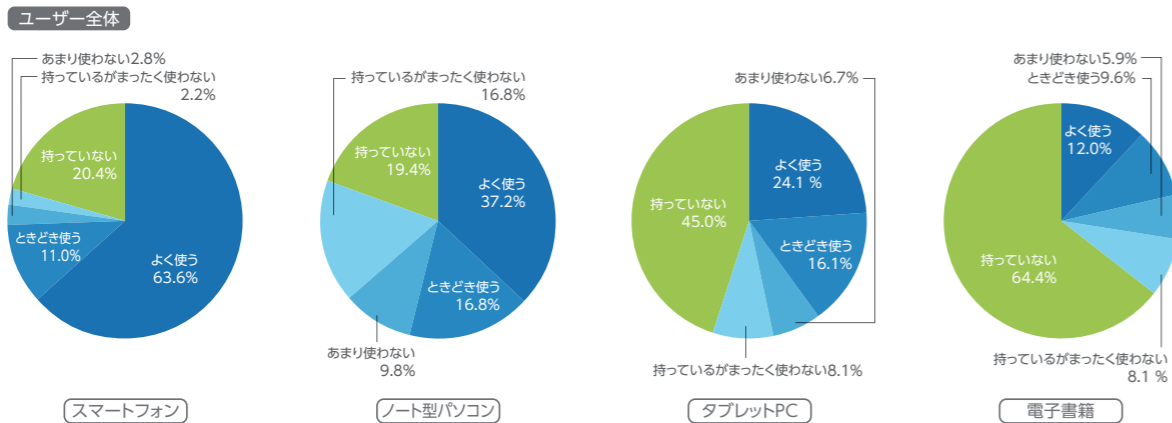
購買行動について



自家用車所有者におけるエコカー所有率



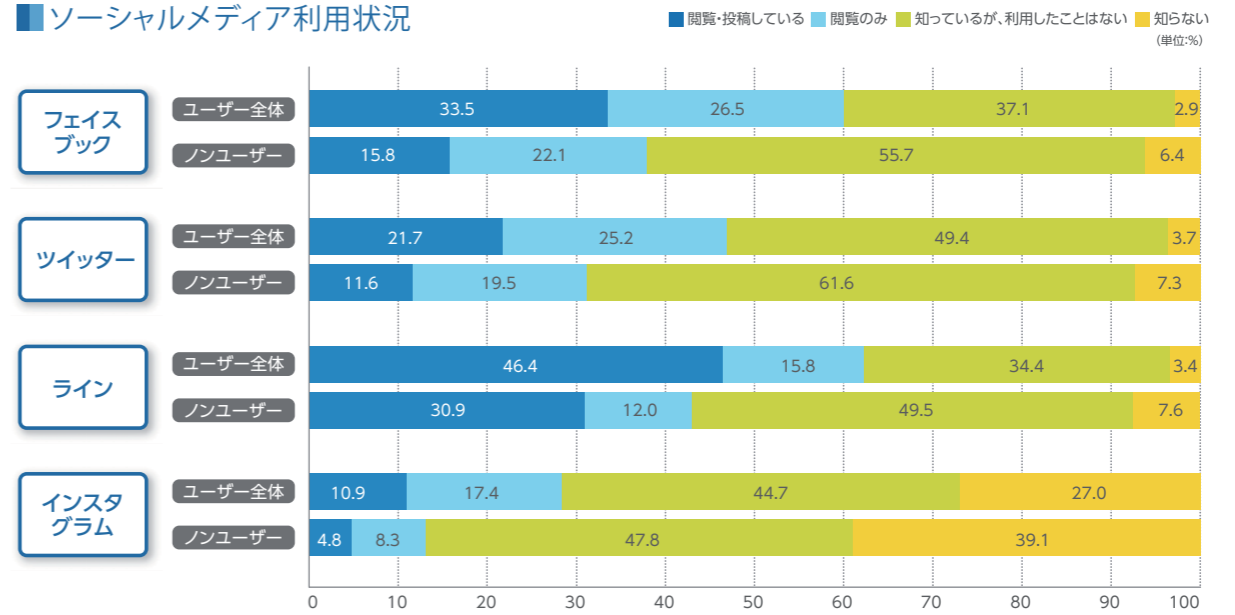
新幹線車内でのモバイル端末利用



新幹線ユーザープロフィール

ソーシャルメディアの利用率が高く、情報発信力がある(ユーザー全体)

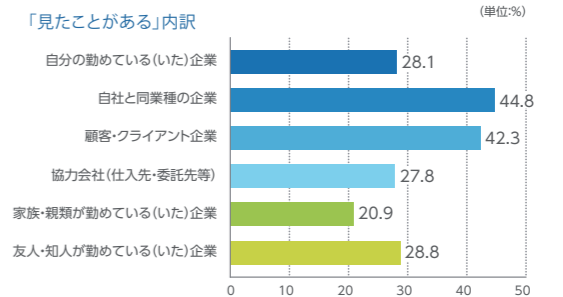
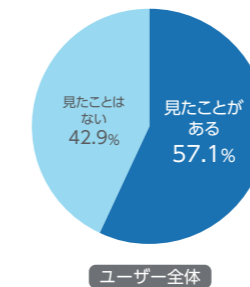
ソーシャルメディア利用状況



TOPICS

1 自身に関する新幹線車内広告を見たことがあるか

- 1 自身に関する新幹線車内広告を見たことがあるユーザーが半数以上を占め、新幹線車内広告との親和性が高い
- 2 自身に関する新幹線車内広告は、周囲の人との間で話題になることが多く、注目されているトピックス



2 自身に関する新幹線車内広告は周囲の人との間で話題になったことがあるか

