

# ゆうちょ銀行 『ゆうちゃん。』キャンペーン

広告主

株式会社ゆうちょ銀行



トレインチャンネル



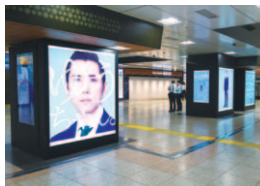
J-ADビジョン  
(ステーションネットワーク)



品川駅自由通路セット



東京中央通路  
デジタルシートセット



新橋地下通路  
デジタルシートセット

## 広告掲出期間

掲出期間：

2016年6月13日(月)～6月19日(日)

トレインチャンネル

J-ADビジョン

(ステーションネットワーク/品川自由通路セット)

東京中央通路電照デジタルシートセット

新橋地下通路デジタルシートセット

## 広告効果測定調査概要

調査手法：WEB調査

調査期間：2016年6月17日(金)～6月19日(日)

調査対象：①一都三県在住

②20～59歳の男女

③JR山手線週1日以上利用者

④JR東京駅・新橋駅・品川駅・池袋駅・  
新宿駅のいずれか週1日以上利用者

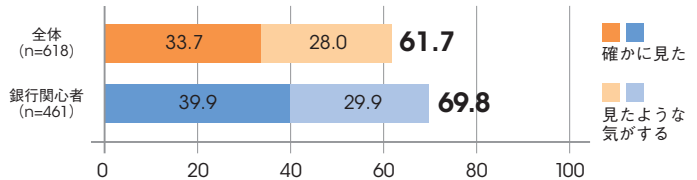
サンプル数：618サンプル

	20～34歳	35～49歳	50～59歳	計
男性	103	103	103	309
女性	103	103	103	309

広告到達率は、61.7%。

特に男性20～34歳の若い世代では約7割のリーチを獲得！

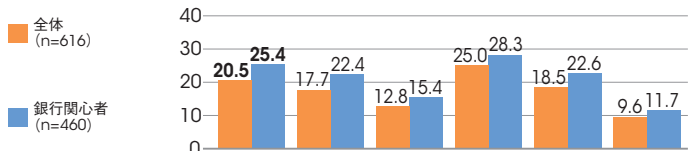
広告到達率(%) あなたは今までにJRの電車内・駅構内で、このような広告をご覧になったことがありますか。



		到達率	確かに見た	見たような気がする	
全体		61.7	33.7	28.0	
性別	男性	62.1	34.3	27.8	
	女性	61.2	33.0	28.2	
性×年齢	男性	20～34歳	69.9	39.8	30.1
		35～49歳	62.1	39.8	22.3
		50～59歳	54.4	23.3	31.1
	女性	20～34歳	62.1	32.0	30.1
		35～49歳	59.2	32.0	27.2
		50～59歳	62.1	35.0	27.2
銀行関心者		69.8	39.9	29.9	

認知経路は、JR交通広告が20.5%と「テレビ広告」に次ぐ高さ。

商品認知経路(%) あなたは「ゆうちょ銀行」という銀行をご存知とのことですが、お知りになったのは何からですか。

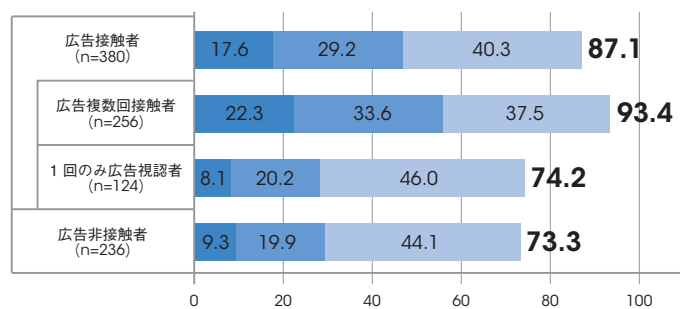


		JR交通広告計	JRの電車内の広告	JRの駅構内の広告	テレビ広告	インターネットの記事・広告・口コミなど	新聞広告	
全体		20.5	17.7	12.8	25.0	18.5	9.6	
性別	男性	23.1	20.5	15.3	26.6	23.7	12.0	
	女性	17.9	14.9	10.4	23.4	13.3	7.1	
性×年齢	男性	20～34歳	33.0	30.1	19.4	26.2	25.2	11.7
		35～49歳	20.4	17.5	15.5	30.1	21.4	14.6
		50～59歳	15.7	13.7	10.8	23.5	24.5	9.8
	女性	20～34歳	16.5	12.6	7.8	18.4	10.7	—
		35～49歳	15.7	11.8	10.8	28.4	13.7	9.8
		50～59歳	21.4	20.4	12.6	23.3	15.5	11.7
銀行関心者		25.4	22.4	15.4	28.3	22.6	11.7	

広告への複数回接触により、広告効果が高くなる結果に。

連続的な訴求効果が窺える。

利用意向度(%) あなたは「ゆうちょ銀行」という銀行を、どの程度、利用したいと思いますか。



■ とても利用したい ■ 利用したい ■ まあ利用したい