

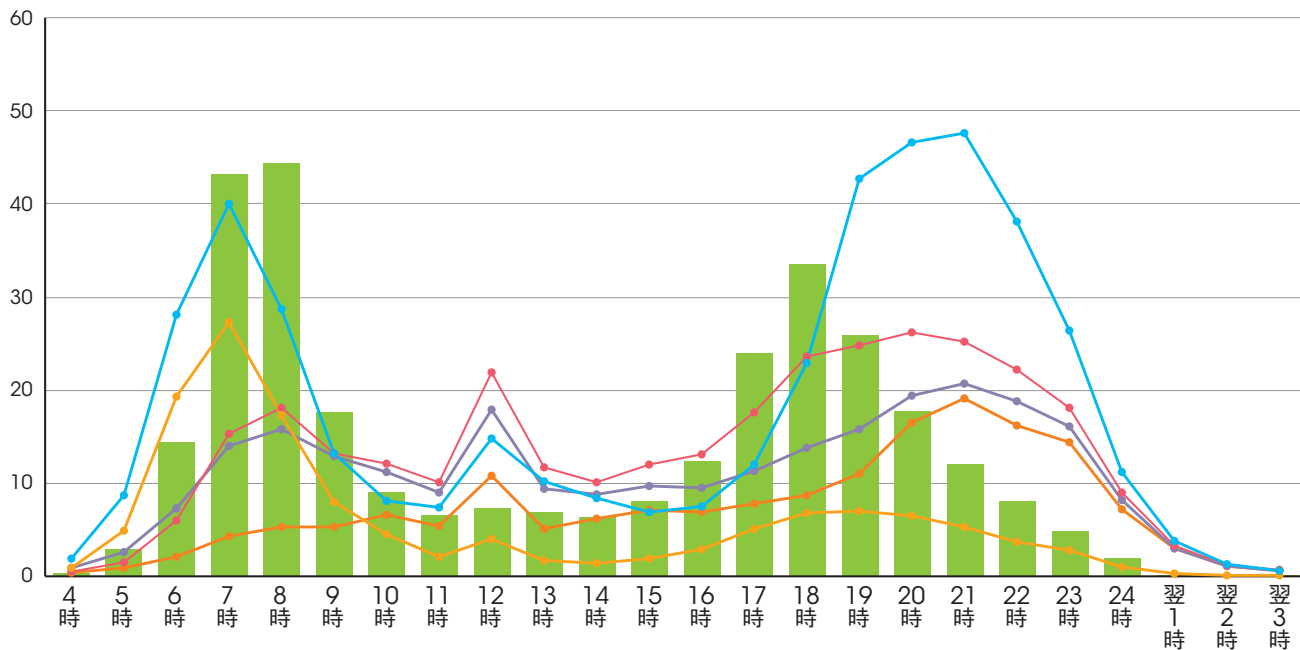
# メディア接触時間帯

平日は、鉄道利用時間帯の前後にテレビ視聴やインターネット利用の時間帯が集中。  
他のメディアとの親和性が高く、広告のリマインド効果が得やすいという特徴があります。

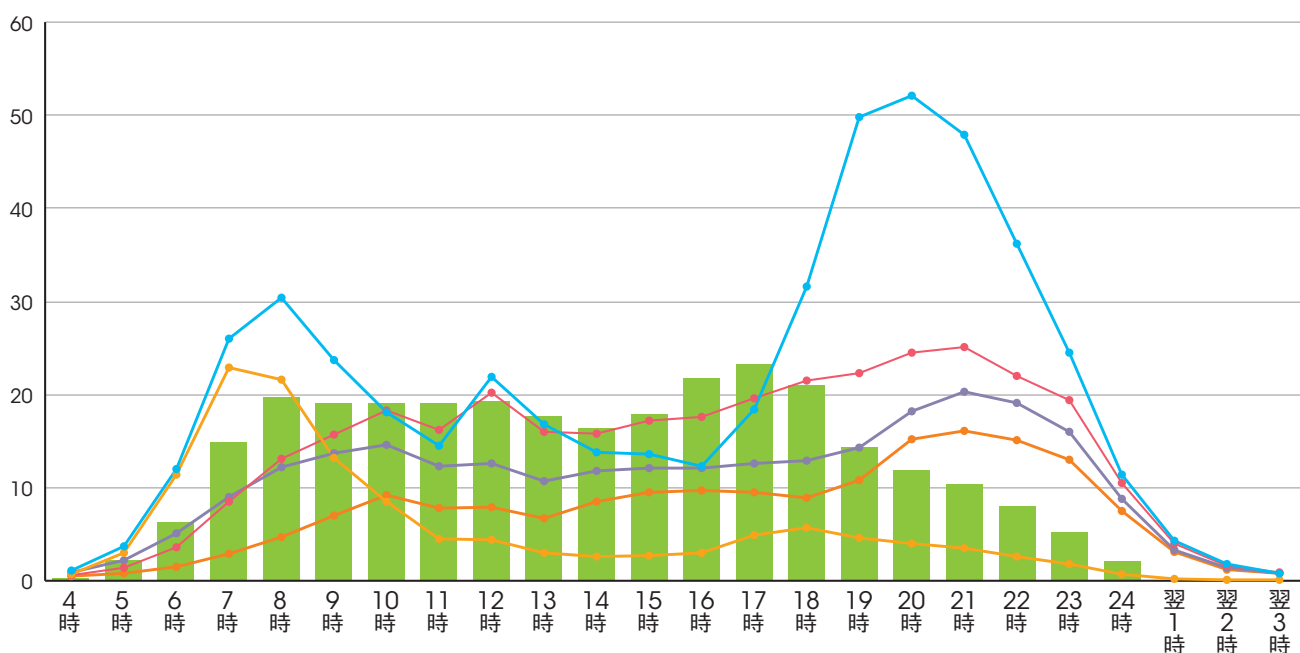
## メディア接触時間帯(%)

■ 鉄道    ● テレビ    ● 新聞    ● ニュースサイト・特集記事    ● クチコミサイト・比較サイト    ● SNS

平日平均



土日平均



※各メディア接触者による時間帯別接触率  
※「jeki移動者調査2016」(ジェイアール東日本企画調べ)