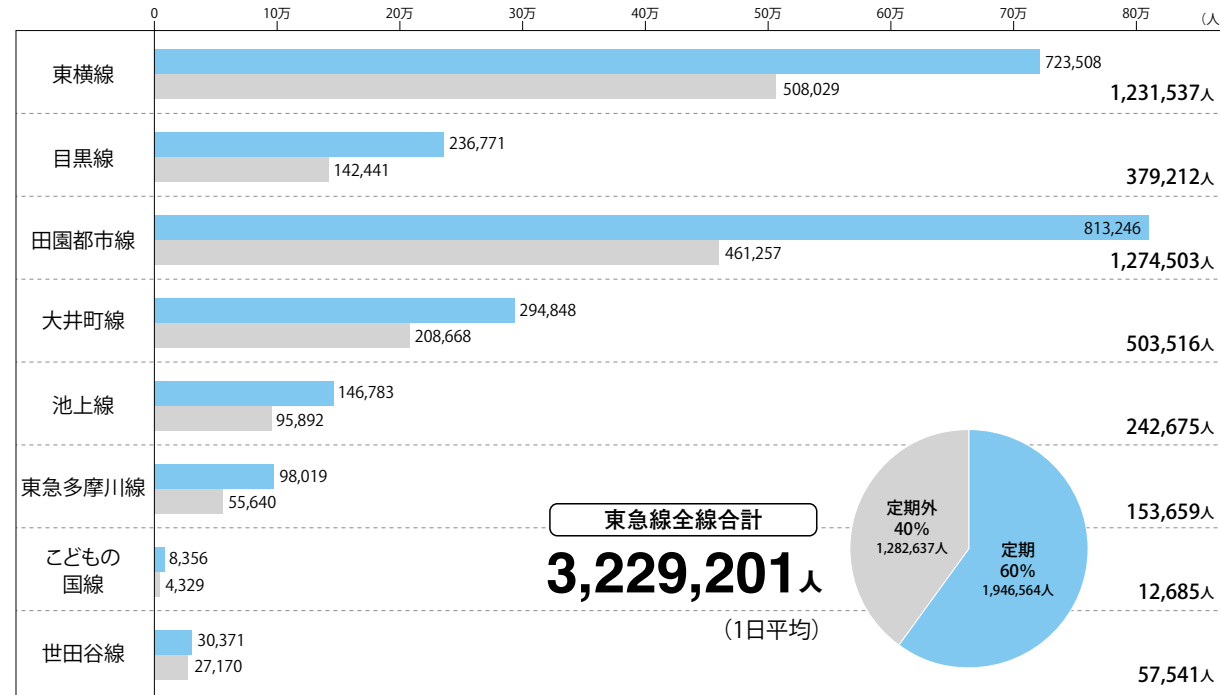


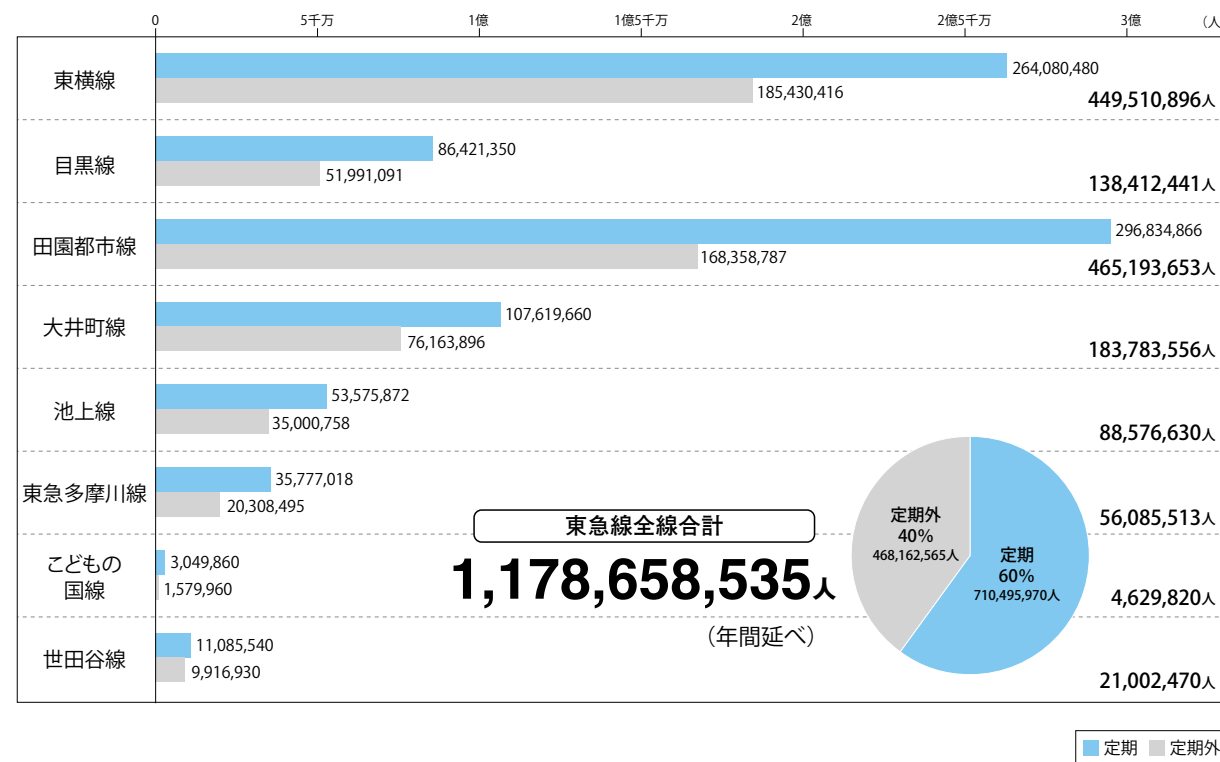
東急線 旅客種別利用人数

東急線の利用者のプロフィールを紹介します。
1日平均320万人以上が利用する東急線。私鉄ではナンバー1の輸送人数です。
定期券利用客比率も60%と高く、安定した広告ターゲットを確保しています。

●1日平均利用人数(合計)



●年間延べ利用人数(合計)

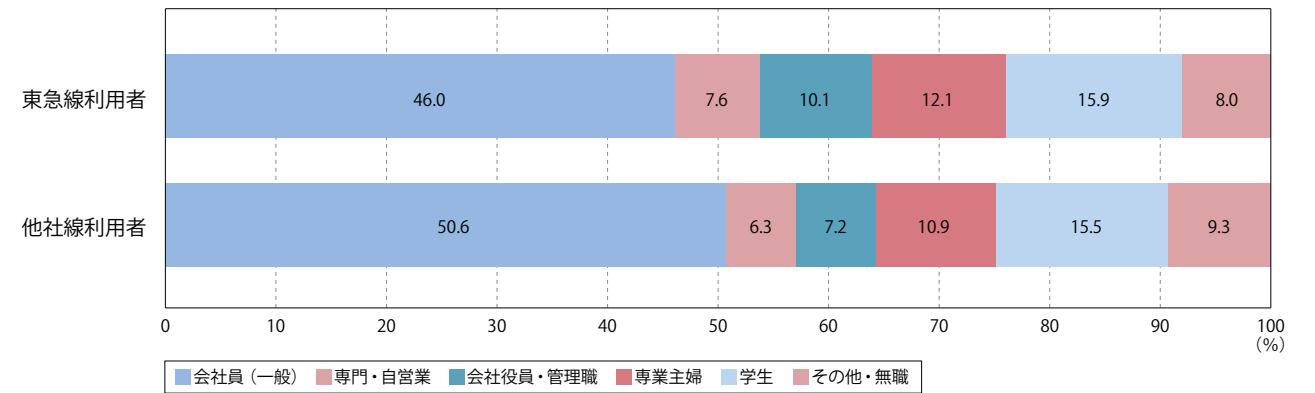


※全線合計は、重複人員を除外した数値です。
DATA:「東京急行電鉄・運輸統計年報」平成29年度版

東急線 利用者プロフィール

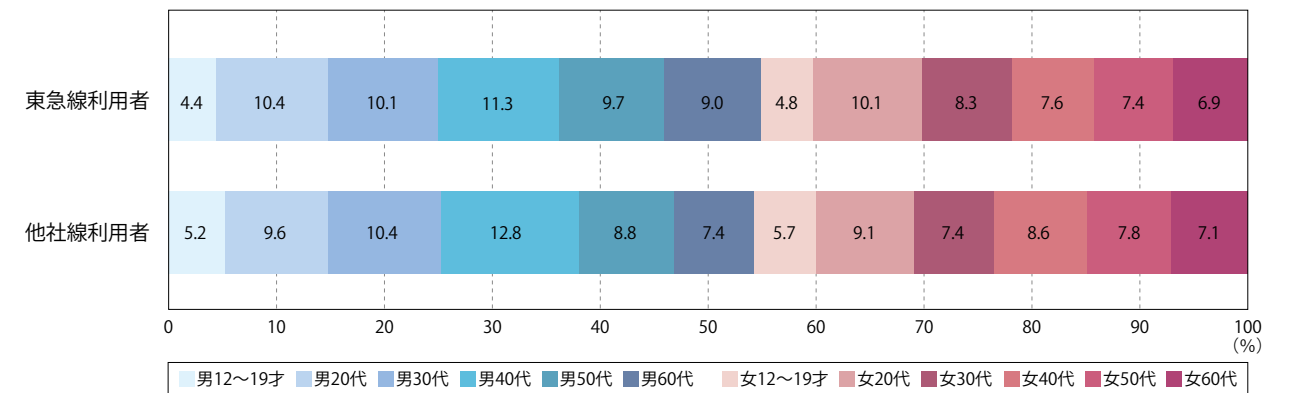
●職業

東急線利用者は他社線利用者に比べ、会社役員・管理職の比率が高く、専業主婦の構成比も高くなっています。



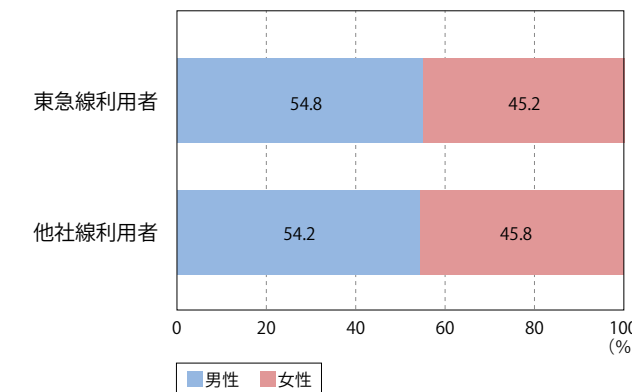
●性年代構成比

東急線利用者は他社線利用者に比べ、20-30代女性の構成比が高くなっています。



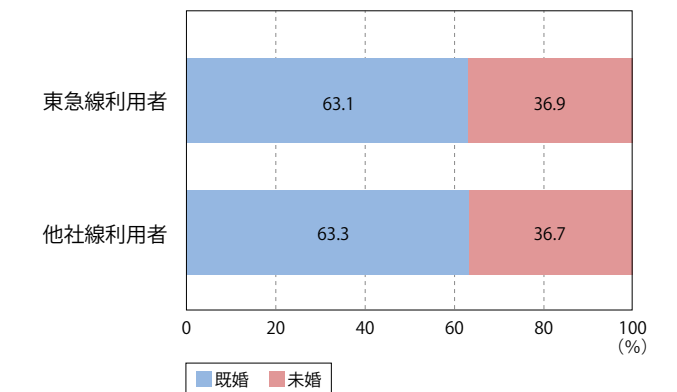
●男女比

東急線利用者の約5.5割が男性です。



●既婚・未婚率

東急線利用者の約6.3割が既婚です。

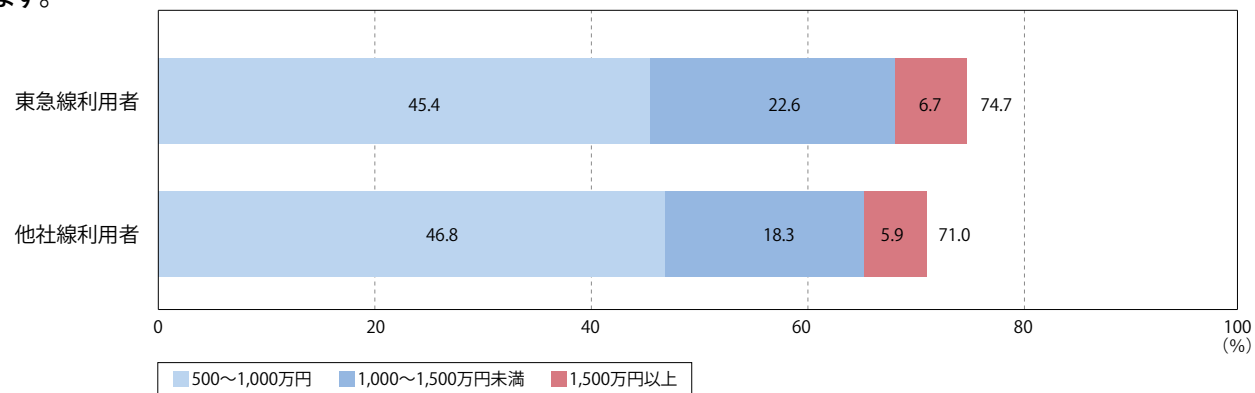


DATA:ピデオリサーチ ACR/ex (2018)

東急線 利用者プロフィール

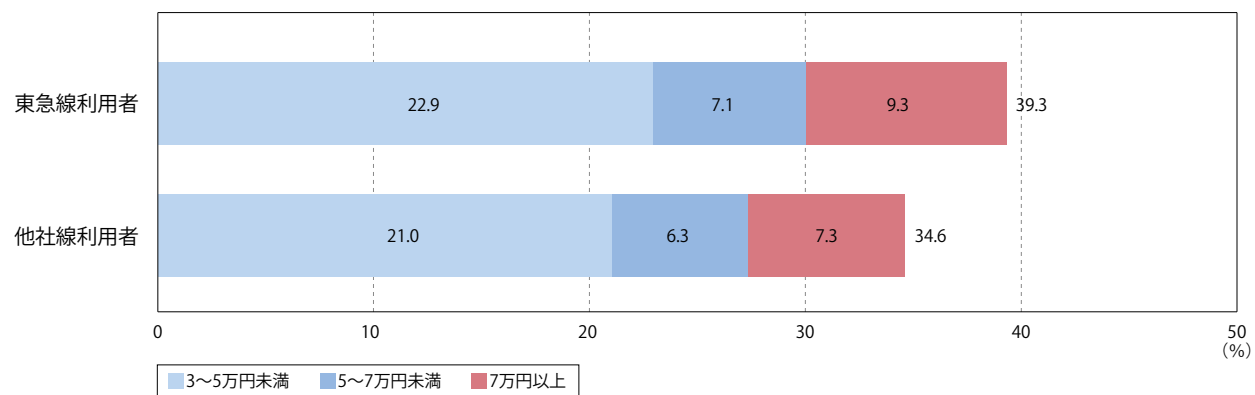
● 世帯年収 (1,000万円以上)

東急線利用者は他社線利用者に比べ、世帯年収1000万円以上の割合が高く、東急線利用者の中で約3割を占めています。



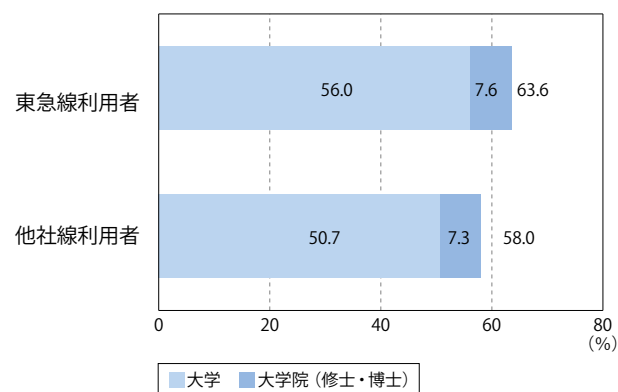
● 1ヶ月の小遣い (3万円以上)

1ヶ月の小遣いにおいても4割弱が3万円以上と、他社線利用者に比べ可処分所得の高い利用者が多くなっています。



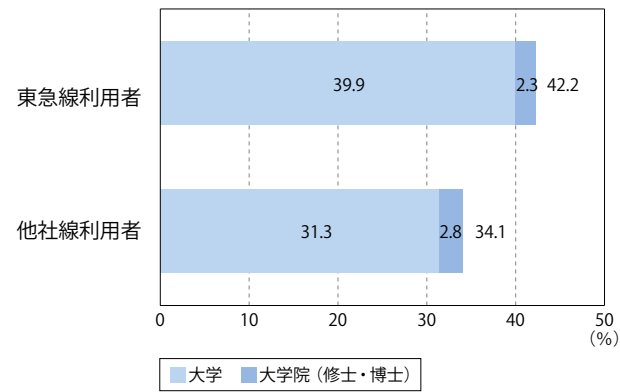
● 世帯主の最終学歴

東急線利用者は大卒・大学院卒の比率が高くなっています。



● 家事従事者の最終学歴

家事従事者も大卒・大学院卒の比率が高くなっています。

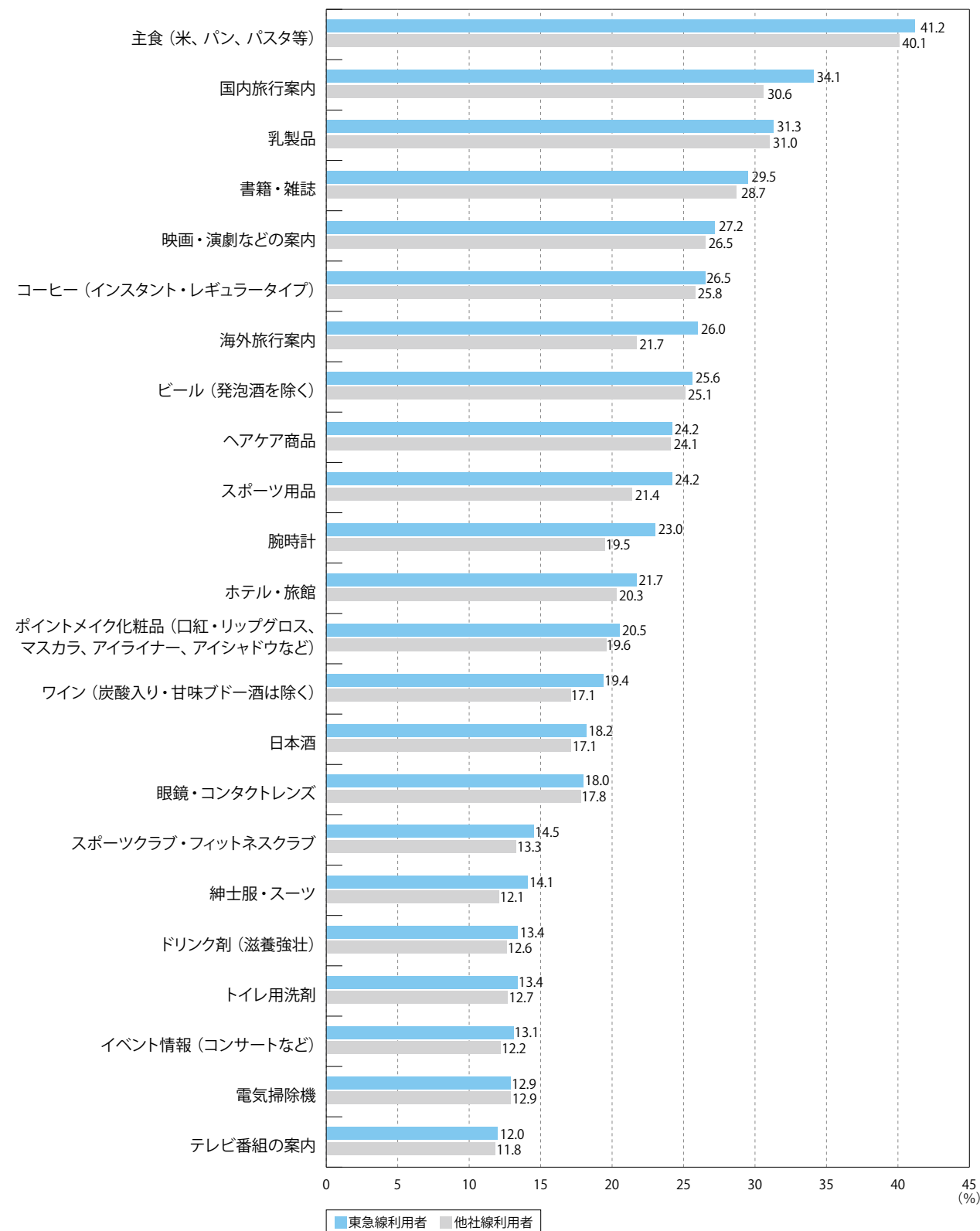


※家事従事者：主に家事を担当する者

DATA：ビデオリサーチACR/ex (2018)

● 関心を持っている広告商品

東急線利用者は、国内旅行、海外旅行などの旅行案内に関心が強いことがわかります。また、他社線利用者に比べて書籍・雑誌、映画・演劇、コンサートなど文化的な消費活動に対して関心が高いことがわかります。

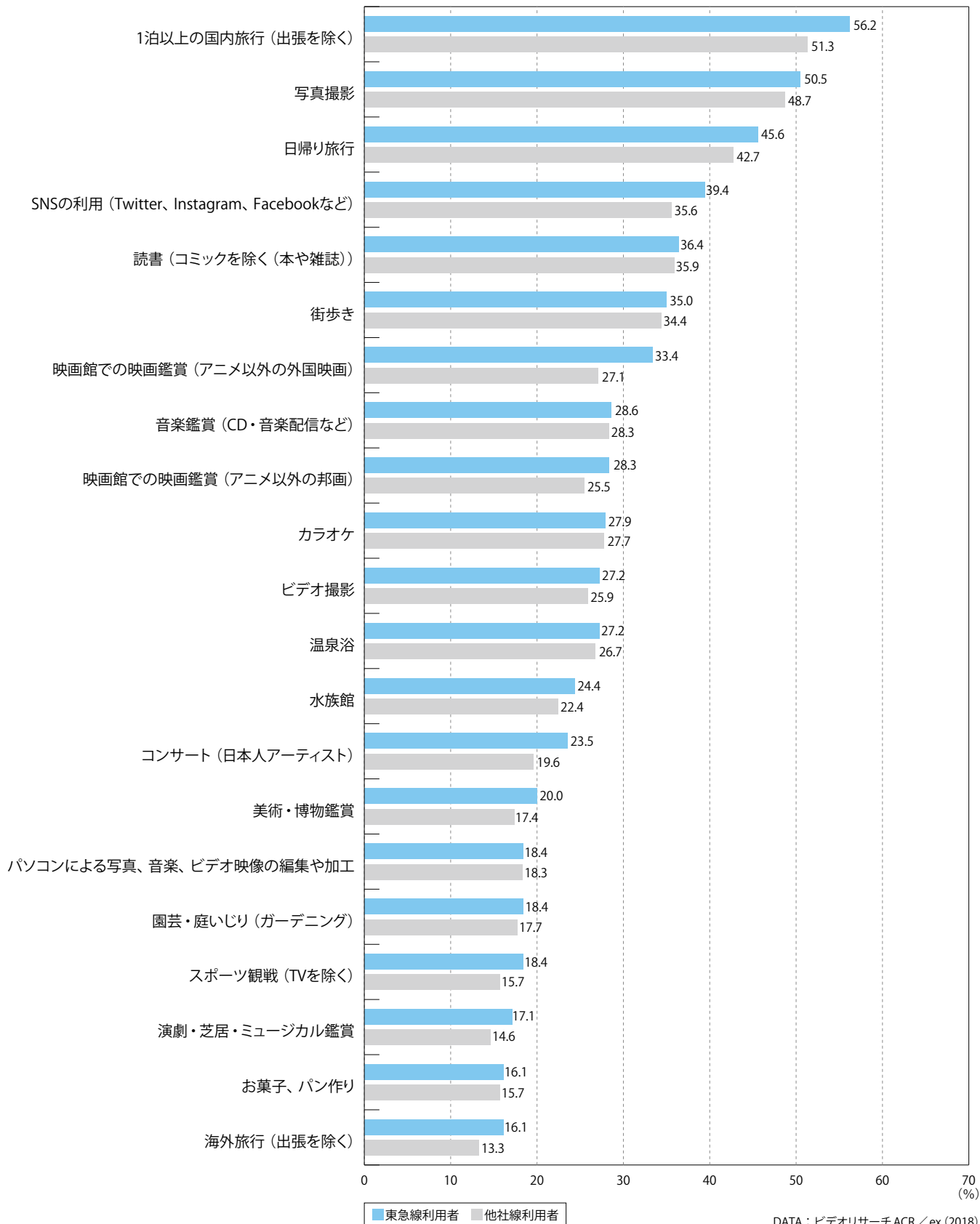


DATA：ビデオリサーチACR/ex (2018)

東急線 利用者プロフィール

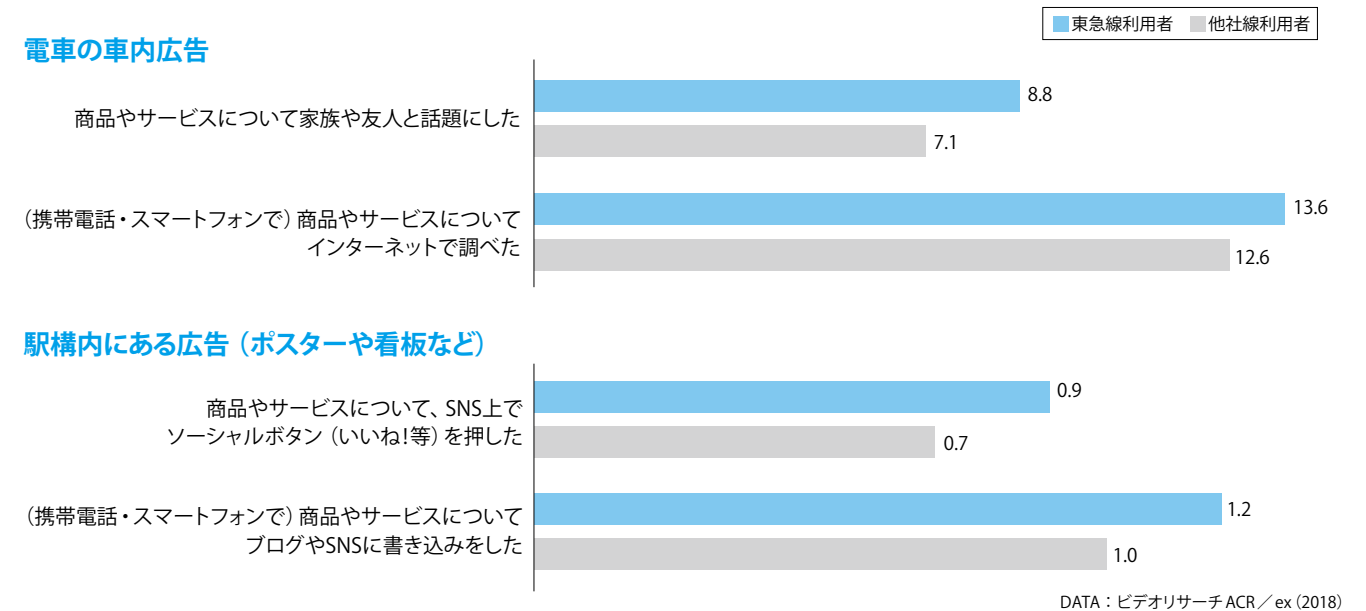
● 最近1年間のレジャー・趣味活動

東急線利用者は、1泊以上の国内旅行や、日帰り旅行など外出するアクティブな人が多い傾向にあります。また、他社線利用者に比べてSNSの利用者が多く、映画館での映画鑑賞や、コンサートを楽しむ人も多い傾向にあります。



● 広告を見て行った行動

東急線利用者は、他社線利用者に比べ、広告を見た後にWEBを使用して商品を調べる傾向があります。また、店舗に見に行ったり、実際に商品を購入するなど消費行動につながる人が多くなっています。



● パソコン・スマートフォンでの利用サービス

東急線利用者は他社線利用者に比べてメールや、メッセージングアプリ、SNSなどを利用する人が多くなっています。

