

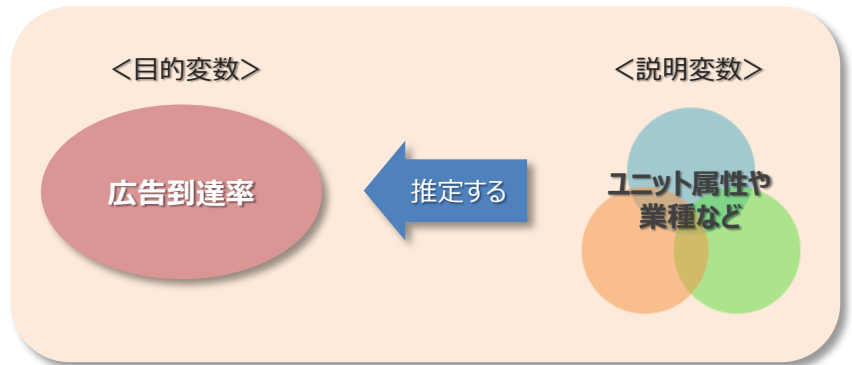
◆ <車両広告>「交通広告共通指標」「交通広告共通指標推定モデル」とは

調査対象者が調査対象広告を掲出期間内に「見た」+「見たような気がする」=「広告到達率」

$$\text{広告到達率 (\%)} = \frac{\text{見た} + \text{見たような気がする}}{\text{調査対象者}} \times 100$$

この「広告到達率」をいくつかの要素で推定するのが「交通広告共通指標推定モデル」です。

共通指標作成には、統計学的手法のひとつである「数量化Ⅰ類」を用いています。「数量化Ⅰ類」は目的変数（広告到達率）を複数の説明変数（サイズや掲出期間といったユニット属性や業種など）で説明する解析手法です。



2017年度は対象6ユニットで数量化Ⅰ類による解析を行い全部で6パターンの推定モデルを作成しました。

①中づり<一般>

1. 分析広告数 166素材
2. 説明変数
サイズ、掲出期間、他鉄道への出稿、TVCM出稿(直近1ヵ月)、業種の5つ

④ドア横

1. 分析広告数 110素材
2. 説明変数
面数、掲出期間、他鉄道への出稿、TVCM出稿(直近1ヵ月)、業種の5つ

②中づり<出版>

1. 分析広告数 64素材
2. 説明変数
サイズ、掲出期間、他鉄道への出稿、種別の4つ

⑤ステッカー

1. 分析広告数 169素材
2. 説明変数
種別、掲出期間、他鉄道への出稿、TVCM出稿(直近1ヵ月)、業種の5つ

③まど上

1. 分析広告数 198素材
2. 説明変数
サイズ、掲出期間、他鉄道への出稿、TVCM出稿(直近1ヵ月)、業種の5つ

⑥ビジョン

1. 分析広告数 123素材
2. 説明変数
ロール分数、掲出期間、TVCM出稿(直近1ヵ月)、業種の4つ