

# 駅メディア交通広告共通指標推定モデル

## 駅ポスター2018年度版

<個人全体 男女15~59歳>

駅ポスター			平均値	69.9%
1. 分析広告数 113 素材 (調査広告数 159)	掲出サイズ	カテゴリー	カテゴリースコア	
		B2×1	-4.9	
		B1×1	-2.5	
		B0×1	-1.4	
		B0×2-4未満	+0.8	
		B0×4-10	+0.9	
		B0×12以上	+1.6	
2. 説明変数 「掲出サイズ」 「掲出形態」「掲出期間」 「TVCM 出稿 (直近1ヵ月)」 「業種」	掲出形態	一箇所	-0.4	
		複数箇所	+1.7	
	掲出期間	1週間	-2.0	
		2週間	+2.9	
		2週間以上	+4.3	
	TVCM出稿	有	+1.6	
		無	-0.5	
※業種 ・消費財系:「趣味レジャー」 ・スポーツ用品「化粧品」 ・トイレタリー「食品」「飲料」 ・嗜好品 ・その他:「家電・AV 機器」 ・「出版」「金融・保険・証券」 ・「エネルギー・原材料」 ・「建材」	業種	消費財系	+2.7	
		流通・通販	-2.2	
		不動産・交通	-0.4	
		観光・娯楽・放送	-0.3	
		官庁・教育・通信・サービス	-0.2	
		その他	+1.7	
		決定係数	0.41	

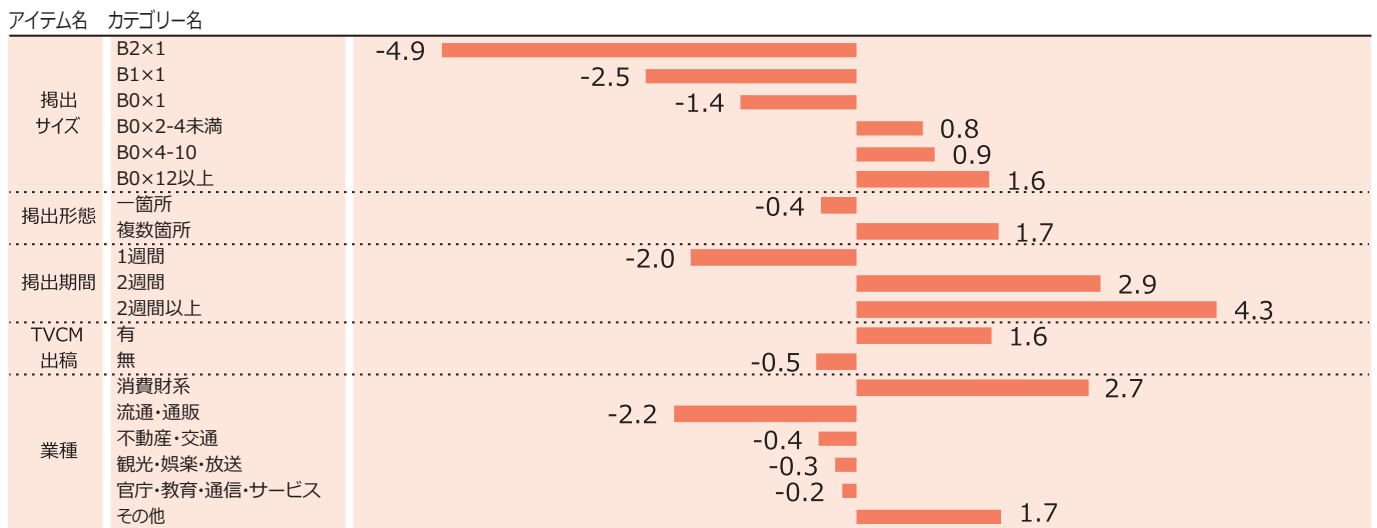
  

[モデルケース]			平均値
			69.9%
<掲出サイズ>	B0×3	+0.8	
<掲出形態>	一箇所	-0.4	
<掲出期間>	2週間	+2.9	
<TVCM出稿>	有	+1.6	
<業種>	流通・通販	-2.2	
推定広告到達率			72.6%

共通指標推定モデルに、広告出稿条件を当てはめることで、広告到達率を推測することが出来ます。

例えばTVコマーシャルも放映している(TVCM出稿有り) スーパーマーケット (流通・通販) が、B0×3面のポスター (掲出サイズ) を1箇所 (掲出形態)、2週間掲出 (掲出期間) した場合、広告到達率は平均と比較して2.7ポイント高い72.6%程度になるという予測値を求められます。

### 各カテゴリースコアのバランス



#### ◆推定広告到達率とは

広告到達率(※)に影響を与えるユニット属性や業種などの要素(カテゴリー)を数値化(カテゴリースコア)し、モデル式にあてはめて算出する推定値です。

※広告到達率とは...  
交通広告共通指標策定調査において、調査対象広告を掲出期間内に「見た」または「見たような気がする」と回答した人の割合です。

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