

車両広告 交通広告共通指標推定モデルについて

「公益社団法人日本鉄道広告協会」「一般社団法人日本広告業協会」及び「関東交通広告協議会」の3団体は、交通広告アカウントビリティ向上を目的に、2013年5月『交通広告共通指標推進プロジェクト』を立ち上げ、交通広告効果の共通指標整備を開始しました。

今年度は”共通指標”の更なる精度向上を目指し「業種分類の細分化」を実施しましたので、発表させていただきます。

● 交通広告共通指標策定調査とは？

交通広告の共通指標策定を目的に、関東交通広告協議会11社局の各路線の「車両メディア」を対象として、“調査対象路線に調査当日乗車した人”に対してインターネットリサーチを行い、実際の掲出広告を提示した上で『広告到達率』などを調査しました。

調査対象ユニットは「中づり」「まど上」「ドア横」「ステッカー」「ツインステッカー」「車内ビジョン」の6ユニットです。調査広告の選定や調査実施、運営管理等は第三者機関である㈱ビデオリサーチに依頼しています。

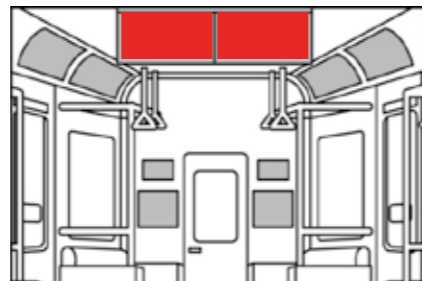
● 『広告到達率』とは？

「広告到達率」は、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。

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

【質問】

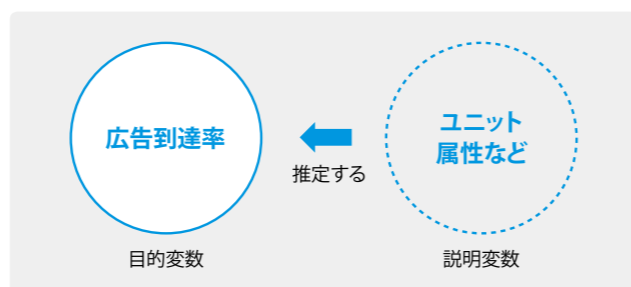
あなたは、この広告を掲出期間内にA線、B線、C線のいずれか乗車中に見たことはありますか。



1. 見た
2. 見たような気がする
3. 見ていない

● 車両広告 交通広告共通指標推定モデルとは？

『広告到達率』を構成する要因はさまざまです。今回の共通指標作成には、統計的手法のひとつである「数値化」類を用いました。「数値化」類はある目的変数（今回は広告到達率）を複数の質的な説明変数（掲出期間や業種など）で説明するモデル式です。



各パターンの説明変数等は下記の通りです。

	中づり<一般>	中づり<出版>	まど上	ドア横	ステッカー	車内ビジョン			
分析 広告数	151素材	57素材	139素材	95素材	143素材	93素材			
調査 広告数	221素材	62素材	267素材	157素材	218素材	141素材			
サイズ	サイズ	サイズ	サイズ	面数	種別	ロール分数			
掲出期間	掲出期間	掲出期間	掲出期間	掲出期間	掲出期間	掲出期間			
他鉄道への出稿	他鉄道への出稿	他鉄道への出稿	他鉄道への出稿	他鉄道への出稿	他鉄道への出稿	他鉄道への出稿			
TVCM出稿(直近1ヶ月)	種別	TVCM出稿(直近1ヶ月)	TVCM出稿(直近1ヶ月)	TVCM出稿(直近1ヶ月)	TVCM出稿(直近1ヶ月)	TVCM出稿(直近1ヶ月)			
業種	業種	業種	業種	業種	業種	業種			
飲料・嗜好品	「飲料・嗜好品」	飲料・嗜好品	「飲料・嗜好品」	消費財系	「医薬品」・「化粧品」・「トイレタリー」・「食品」・「飲料」・「嗜好品」・「ファッション」など	医薬品・衛生用品	「医薬品」	化粧品・トイレタリー	「化粧品」・「トイレタリー」
消費財系	「医薬品」・「化粧品」・「トイレタリー」・「食品」など	学校・通信教育	「学校・通信教育」	学校・通信教育	「学校・通信教育」	消費財系	「化粧品」・「トイレタリー」・「食品」・「飲料」・「ファッション」など	消費財系	「趣味」・「レジャー」・「スポーツ用品」・「医薬品」・「食品」・「飲料」・「嗜好品」・「ファッション」など
流通・小売業・商社	「流通」・「小売業」・「商社」	官公庁・各種団体・その他対人サービス	「官公庁」・「団体」・「その他対人サービス」など	サービス系①	「官公庁」・「団体」・「情報」・「通信」・「その他対人サービス」など	サービス系①	「官公庁」・「団体」・「学校」・「通信教育」・「情報」・「通信」・「その他対人サービス」など	サービス系①	「官公庁」・「団体」・「学校」・「通信教育」・「情報」・「通信」・「その他対人サービス」など
観光・娯楽・外食	「観光」・「娯楽」・「外食」	観光・娯楽・外食	「観光」・「娯楽」・「外食」	サービス系②	「不動産」・「建設」・「交通」・「観光」・「娯楽」・「外食」・「放送」など	サービス系②	「不動産」・「建設」・「交通」・「観光」・「娯楽」・「外食」・「放送」など	サービス系②	「不動産」・「建設」・「交通」・「観光」・「娯楽」・「外食」・「放送」など
官公庁・学校・その他対人サービス	「官公庁」・「団体」・「学校」・「通信教育」・「情報」・「通信」・「その他対人サービス」など	不動産・交通	「不動産」・「建設」・「交通」	その他	「家電」・「金融」・「証券」・「流通」・「小売」・「商社」など	その他	「金融」・「保険」・「証券」・「流通」・「小売業」・「商社」など	その他	「家電」・「カメラ」・「時計」・「金融」・「保険」・「証券」・「流通」・「小売業」・「商社」など
不動産・交通・放送	「不動産」・「建設」・「交通」・「放送」など	金融・保険・証券	「金融」・「保険」・「証券」	その他	「家電」・「医薬品」・「食品」・「流通」・「小売業」・「商社」など	その他	「金融」・「保険」・「証券」・「流通」・「小売業」・「商社」など	その他	「家電」・「カメラ」・「時計」・「金融」・「保険」・「証券」・「流通」・「小売業」・「商社」など
その他	「家電」・「金融」・「保険」・「証券」など	その他	「家電」・「医薬品」・「食品」・「流通」・「小売業」・「商社」など	その他	「家電」・「医薬品」・「食品」・「流通」・「小売業」・「商社」など	その他	「金融」・「保険」・「証券」・「流通」・「小売業」・「商社」など	その他	「家電」・「カメラ」・「時計」・「金融」・「保険」・「証券」・「流通」・「小売業」・「商社」など

注1) 決定係数について
「決定係数」とは、数値化」類において、設定された「説明変数」によって「目的変数」がどれくらい説明できるかを示す値です。今回の共通指標では、いずれも決定係数が0.6前後ですから、当該説明変数で60%程度が説明できることを表しています。（他の要素としてクリエイティブなどが考えられます。）

調査概要

◆ 調査方法

インターネットリサーチ

◆ 調査期間

2012年～2016年

◆ 調査協力鉄道会社

東京急行電鉄、京浜急行電鉄、東京地下鉄、京成電鉄、東武鉄道、西武鉄道、京王電鉄、小田急電鉄、東日本旅客鉄道、東京都交通局、相模鉄道（計11路線）

◆ 調査対象者

1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）在住で、調査当日調査指定路線に乗車した人

◆ 調査数

1素材あたり300人を調査

◆ 調査広告素材数

1,066広告素材（中づり、まど上、ドア横、ステッカーツインステッカー、車内ビジョン合計）

車両広告 交通広告共通指標推定モデルについて

各パターンの「交通広告共通指標推定モデル」

〈個人全体(15-59歳)〉

1 中ぶり(一般)

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-0.6
	ワイド	1.0
掲出期間	2~3日	-2.6
	4~5日	-1.7
	7日	1.1
他鉄道出稿	8日以上	4.3
	有	1.7
	無	-2.0
TVCM出稿	有	4.7
	無	-1.4
業種	飲料・嗜好品	0.5
	消費財系	-2.3
	流通・小売業・商社	2.5
	観光・娯楽・外食	-0.5
	官公庁・学校・その他対人サービス	-2.6
	不動産・交通・放送	1.5
	その他	-2.4
	平均値	41.5
決定係数	0.60	

ケース1		
サイズ	シングル	-0.6
掲出期間	7日	1.1
他鉄道出稿	有	1.7
TVCM出稿	有	4.7
業種	飲料・嗜好品	0.5
平均値		41.5
ケース1の推定広告到達率		48.9%

2 中ぶり(出版系)

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-0.3
	ワイド	3.4
掲出期間	2~3日	-0.7
	4日以上	6.0
他鉄道出稿	有	0.6
	無	-1.9
種別	週刊誌	8.3
	月刊誌(月2回、季刊含む)	-4.1
	その他(書籍等)	-5.6
平均値		45.1
決定係数		0.56

ケース2		
サイズ	ワイド	3.4
掲出期間	2~3日	-0.7
他鉄道出稿	有	0.6
種別	週刊誌	8.3
平均値		45.1
ケース2の推定広告到達率		56.7%

3 まど上

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-1.4
	ワイド	2.9
掲出期間	ワイド2W	6.1
	1週間以内	-3.0
	2週間	-0.8
他鉄道出稿	1ヶ月	0.4
	1ヶ月以上	1.2
	有	0.6
TVCM出稿	無	-1.0
	有	0.9
業種	無	-0.5
	飲料・嗜好品	3.2
	学校・通信教育	-2.8
	官公庁・各種団体・その他対人サービス	-2.1
	観光・娯楽・外食	-0.5
	不動産・交通	2.3
	金融・保険・証券	1.3
	その他	-1.3
平均値		43.3
決定係数		0.58

ケース3		
サイズ	ワイド	2.9
掲出期間	1ヶ月	0.4
他鉄道出稿	有	0.6
TVCM出稿	無	-0.5
業種	学校・通信教育	-2.8
平均値		43.3
ケース3の推定広告到達率		43.9%

各パターンの「交通広告共通指標推定モデル」

〈個人全体(15-59歳)〉

4 ドア横

	カテゴリー	カテゴリースコア
面数	1面	-0.5
	2面	0.0
	3面以上	1.1
掲出期間	1週間	-5.2
	1ヶ月	2.9
他鉄道出稿	有	1.0
	無	-1.7
TVCM出稿	有	4.0
	無	-1.3
業種	消費財系	-0.2
	学校・通信教育	1.8
	サービス系①	0.0
	サービス系②	-1.0
	その他	-2.1
平均値		46.0
決定係数		0.60

ケース4		
面数	1面	-0.5
掲出期間	1ヶ月	2.9
他鉄道出稿	有	1.0
TVCM出稿	有	4.0
業種	学校・通信教育	1.8
平均値		46.0
ケース4の推定広告到達率		55.2%

5 ステッカー

	カテゴリー	カテゴリースコア
種別	ステッカー	-0.9
	ツインステッカー	2.3
掲出期間	1ヶ月以下	-1.2
	1ヶ月超	3.2
他鉄道出稿	有	0.8
	無	-1.6
TVCM出稿	有	2.1
	無	-1.0
業種	医薬品・衛生用品	3.5
	消費財系	0.5
	サービス系①	2.3
	サービス系②	-1.8
	その他	-4.3
平均値		40.4
決定係数		0.56

ケース5		
種別	ツイン	2.3
掲出期間	1ヶ月以下	-1.2
他鉄道出稿	有	0.8
TVCM出稿	有	2.1
業種	医薬品・衛生用品	3.5
平均値		40.4
ケース5の推定広告到達率		47.9%

6 車内ビジョン

	カテゴリー	カテゴリースコア
ロール分数	12分未満	1.0
	12分以上	-0.5
掲出期間	1週間	-0.8
	1ヶ月以上	3.4
TVCM出稿	有	3.6
	無	-3.6
業種	化粧品・トイレットリー	0.5
	消費財系	0.6
	サービス系①	0.3
	サービス系②	4.1
	その他(流通など)	-2.6
平均値		36.2
決定係数		0.57

ケース6		
ロール分数	12分以上	-0.5
掲出期間	1週間	-0.8
TVCM出稿	有	3.6
業種	化粧品・トイレットリー	0.5
平均値		36.2
ケース6の推定広告到達率		39.0%