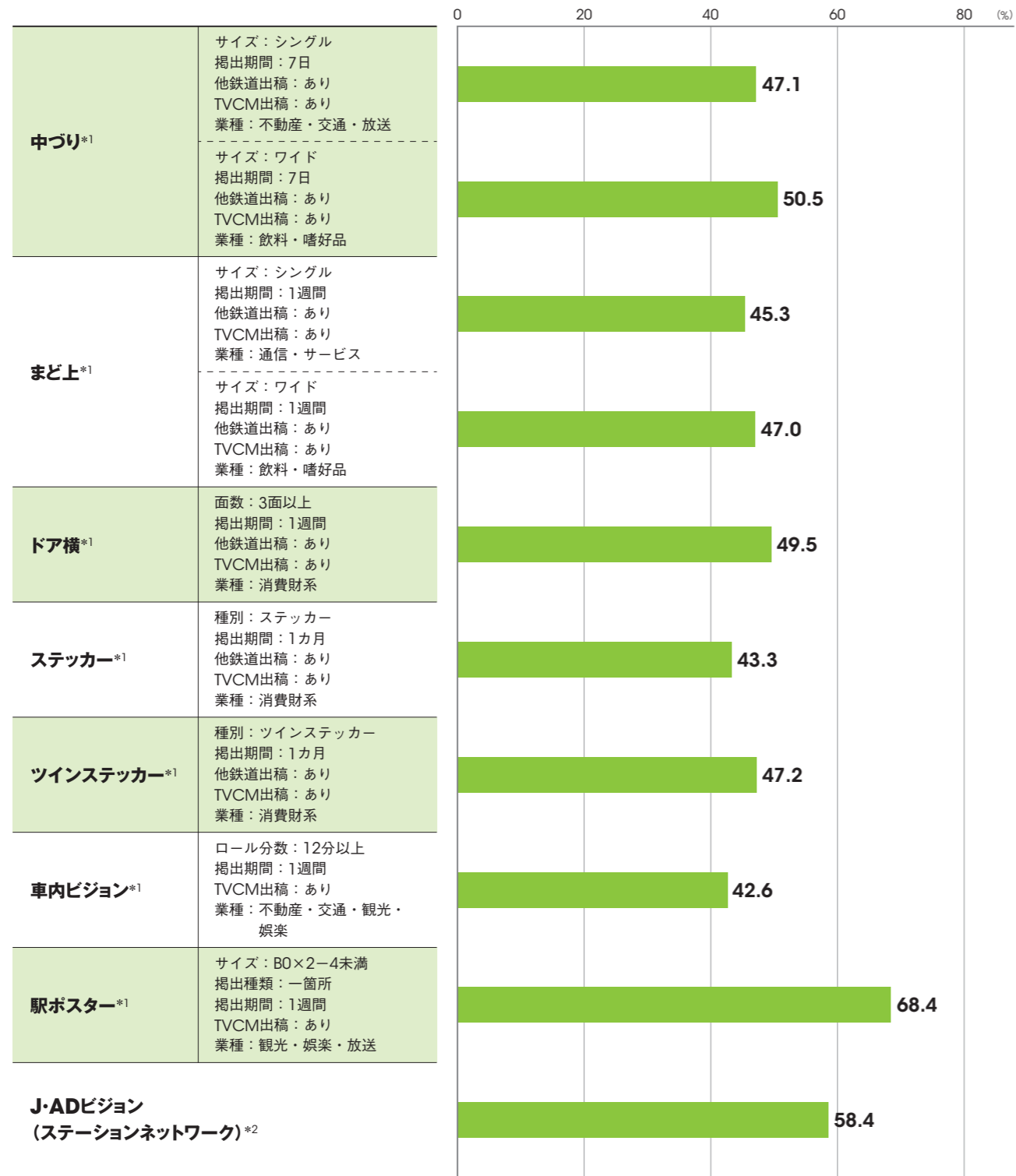


広告到達率

「車両メディア」の各ユニットと「駅ポスター」について「交通広告共通指標推定モデル」を活用し、各ユニット別に推定広告到達率を算出しました。「J・ADビジョン(ステーションネットワーク)」については「交通広告(駅メディア)共通指標策定調査」の調査手法で調査した結果を紹介します。

広告到達率

調査対象者のうち、調査対象広告を「掲出期間内に「見た」「見たような気がする」と回答した人の割合が広告到達率です。



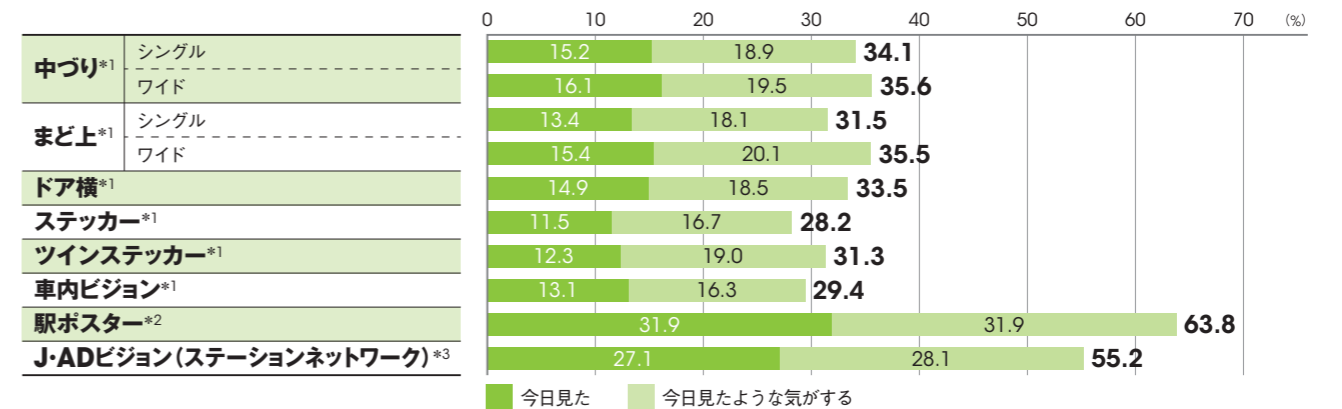
*1 2019年度版「交通広告共通指標推定モデル」より推計した推定広告到達率です。説明変数で上記条件以外の項目の推定広告到達率は「交通広告共通指標策定調査」(P2~P6)でご確認ください。
 *2 J・ADビジョン(ステーションネットワーク)の広告24素材の実測した調査結果の平均値です。
 ※端数処理の関係上、合計値が合わない場合があります。
 ※交通広告共通指標策定調査

広告接触率・商品興味関心度・商品購入喚起度

「交通広告共通指標策定調査」の調査結果より広告接触率・商品興味関心度・商品購入喚起度をユニット別にご紹介します。J・ADビジョン(ステーションネットワーク)については「交通広告(駅メディア)共通指標策定調査」の調査手法で調査した結果をご紹介します。

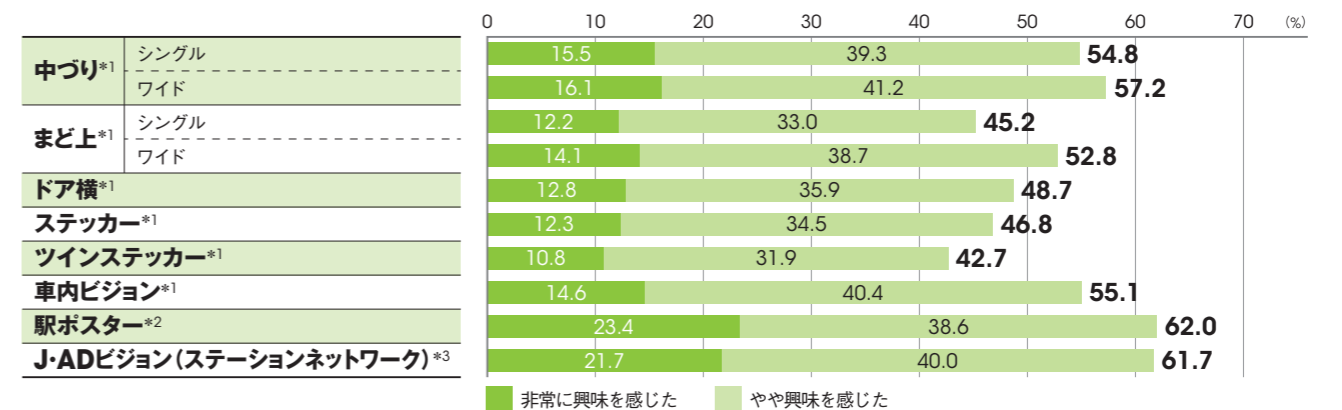
広告接触率

調査対象者のうち、調査当日に調査対象広告を「今日見た」「今日見たような気がする」と回答した人の割合が広告接触率です。



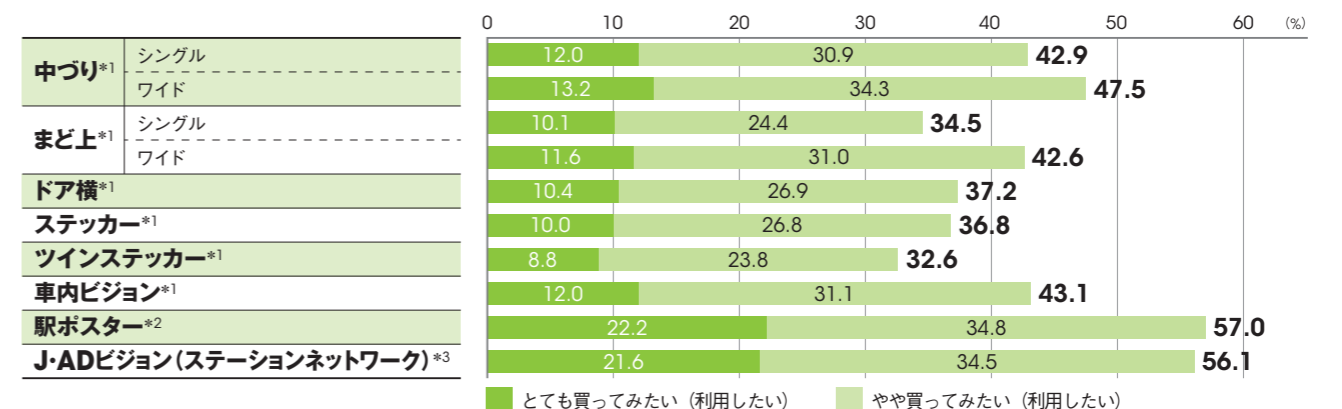
商品興味関心度

広告到達者のうち、調査対象広告の商品やサービスを「非常に興味を感じた」「やや興味を感じた」と回答した人の割合が商品興味関心度です。



商品購入喚起度

広告到達者のうち、調査対象広告の商品やサービスを「とても買ってみたい(利用したい)」「やや買ってみたい(利用したい)」と回答した人の割合が商品購入喚起度です。



*1 2015年度~2019年度の調査結果です。
 *2 2013年度~2019年度の調査結果です。
 *3 J・ADビジョン(ステーションネットワーク)の広告24素材の実測した調査結果の平均値です。
 ※端数処理の関係上、合計値が合わない場合があります。
 ※交通広告共通指標策定調査