

各パターン別の2024年度版『交通広告共通指標推定モデル』

<個人全体 男女15～59才>

中づり 推定広告到達率 平均値 43.3%

1.分析広告数
189素材
(調査広告数 299)

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」

【業種】
※1 消費財系：
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・
衛生用品」「化粧品・トイレットリー」「食
品」「ファッション・アクセサリー」
※2 その他：
「家電・AV機器」「自動車・輸送用機
器・用品」「業務用機器・事務用品」
「エネルギー・原材料・建材」「金融・保
険・証券」

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-1.8
	ワイド	+2.0
掲出期間	2～3日	-3.3
	4～5日	-3.1
	7日	+1.9
	8日以上	+4.2
他鉄道出稿	有	+0.4
	無	-0.4
TVCM出稿	有	+2.6
	無	-1.3
業種	飲料・嗜好品	+0.1
	消費財系 ※1	-2.5
	官庁・教育・通信・サービス	+1.1
	観光・娯楽・外食	-1.4
	不動産・交通・放送	+4.7
	流通・小売業・商社	-0.2
	出版	+2.3
	その他 ※2	+0.6
決定係数		0.63

[ケース1]		平均値 43.3%
→ <サイズ>	シングル	-1.8
→ <掲出期間>	7日	+1.9
→ <他鉄道出稿>	有	+0.4
→ <TVCM出稿>	無	-1.3
→ <業種>	流通・小売業・商社	-0.2
ケース1の推定広告到達率		42.3%

まど上 推定広告到達率 平均値 45.1%

1.分析広告数
214素材
(調査広告数 332)

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」

【業種】
※その他：
「家電・AV機器」「業務用機器・事務
用品」「住宅設備機器・用品」「趣味レ
ジャー・スポーツ用品」「エネルギー・原材
料・建材」「化粧品・トイレットリー」「食
品」「出版」「流通・小売業・商社」

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-1.0
	ワイド	+1.8
	ワイド2面	+2.7
掲出期間	1週間	-4.4
	2週間	-1.7
	1ヵ月	+0.2
	1ヵ月以上	+2.0
他鉄道出稿	有	+1.7
	無	-2.2
TVCM出稿	有	+3.3
	無	-1.5
業種	飲料・嗜好品	+3.9
	学校・教育	-3.6
	官庁・通信・サービス	+1.3
	観光・娯楽・外食	-2.3
	不動産・交通	+0.7
	金融・保険・証券	+4.0
	その他 ※	-0.2
決定係数		0.57

[ケース2]		平均値 45.1%
→ <サイズ>	ワイド	+1.8
→ <掲出期間>	1ヵ月	+0.2
→ <他鉄道出稿>	有	+1.7
→ <TVCM出稿>	無	-1.5
→ <業種>	飲料・嗜好品	+3.9
ケース2の推定広告到達率		51.2%

※決定係数について
「決定係数」とは、数量化Ⅰ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前後ですので、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。）

ドア横

推定広告到達率 平均値 48.2%

- 1.分析広告数
119素材
(調査広告数174)
- 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」

【業種】
※1 消費財系：
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・
衛生用品」「化粧品・トイレタリー」「食
品」「飲料・嗜好品」「ファッション・アクセ
サリー」
※2 その他：
「家電・AV機器」「業務用機器・事務
用品」「エネルギー・原材料・建材」「金
融・保険・証券」「流通・小売業・商
社」「カメラ・時計・精密機器」「出版」

	カテゴリー	カテゴリースコア
面数	1面	-0.7
	2面	+1.0
	3面以上	+2.1
掲出期間	1週間	-7.1
	1ヵ月	-0.8
	1ヵ月以上	+5.5
他鉄道出稿	有	+3.0
	無	-3.0
TVCM出稿	有	+2.7
	無	-1.5
業種	消費財系 ※1	+0.9
	学校・教育	-1.0
	官庁・通信・サービス	-1.7
	不動産・観光・娯楽	+0.3
	その他 ※2	+1.8
決定係数		0.67

→

[ケース3]		平均値 48.2%
<面数>	1面	-0.7
<掲出期間>	1ヵ月	-0.8
<他鉄道出稿>	有	+3.0
<TVCM出稿>	有	+2.7
<業種>	学校・教育	-1.0
ケース3の推定広告到達率		51.4%

ステッカー

推定広告到達率 平均値 42.6%

- 1.分析広告数
225素材
(調査広告数 315)
- 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」

【業種】
※1 消費財系：
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・
衛生用品」「食品」「飲料・嗜好品」
「ファッション・アクセサリー」
※2 その他：
「家電・AV機器」「業務用機器・事務
用品」「住宅設備機器・用品」「エネル
ギー・原材料・建材」「金融・保険・証
券」「流通・小売業・商社」「官公庁・
各種団体」「通信販売」

	カテゴリー	カテゴリースコア
種別	ステッカー	-1.1
	ツインステッカー	+2.9
掲出期間	1ヵ月	-1.7
	1ヵ月以上	+3.7
他鉄道出稿	有	+1.9
	無	-2.5
TVCM出稿	有	+1.7
	無	-1.0
業種	化粧品・トイレタリー	-4.4
	消費財系 ※1	-0.1
	学校・教育	-4.9
	情報・通信	+0.5
	サービス	+5.6
	不動産・交通・観光・娯楽・放送	-0.5
	出版	-3.3
	その他 ※2	+2.1
決定係数		0.64

→

[ケース4]		平均値 42.6%
<種別>	ツインステッカー	+2.9
<掲出期間>	1ヵ月	-1.7
<他鉄道出稿>	有	+1.9
<TVCM出稿>	有	+1.7
<業種>	情報・通信	+0.5
ケース4の推定広告到達率		47.9%

車内ビジョン

推定広告到達率 平均値 39.5%

- 1.分析広告数
149素材
(調査広告数 244)
- 2.説明変数
「ロール分数」「掲出期間」
「TVCM出稿(直近1ヵ月)」 「業
種」

【業種】
※1 消費財系：
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛
生用品」「食品」「ファッション・アクセサリー」
※2 その他：
「家電・AV機器」「自動車・輸送用機器・
用品」「カメラ・時計・精密機器」「業務用
機器・事務用品」「住宅設備機器・用品」
「エネルギー・原材料・建材」「出版」「金
融・保険・証券」「流通・小売業・商社」

	カテゴリー	カテゴリースコア
ロール分数	12分未満	+1.9
	12分以上	-1.7
掲出期間	1週間	-0.6
	1ヵ月	+1.3
TVCM出稿	有	+2.3
	無	-2.5
業種	飲料・嗜好品	+3.7
	化粧品・トイレタリー	-5.0
	消費財系 ※1	-3.7
	官庁・通信・サービス	+3.6
	不動産・交通・観光・娯楽	+6.3
	その他 ※2	-2.1
決定係数		0.62

→

[ケース5]		平均値 39.5%
<ロール分数>	12分未満	+1.9
<掲出期間>	1週間	-0.6
<TVCM出稿>	無	-2.5
<業種>	飲料・嗜好品	+3.7
ケース5の推定広告到達率		42.0%

性年代ターゲット

車両メディアの共通指標推定モデルについては、15才刻み
及び20才刻みと、50代（6ターゲット）、さらに「勤め人」の
全15ターゲットでの推定モデルの作成が可能です。

	15～59才	20～39才	40～59才	20～34才	35～49才	50～59才	勤め人
男女	○	-	-	-	-	-	-
男性	○	○	○	○	○	○	○
女性	○	○	○	○	○	○	○