

調査概要

調査の基本的な考え方

メディアニュートラルな視点で見るため、
極力偏りのない調査サンプルの設定と調査サンプルの抽出をこころがけました。

調査目的

「他媒体と比較した交通広告の特徴と役割」に焦点を当て、
交通広告の位置付けや価値を再確認するとともに、新たな可能性を見出すことを目的として、
交通広告独自の機能を実証するデータを作成しました。

調査方法

- 調査方法：郵送調査
- 調査地域：東京50km圏
※東京駅を中心とする半径50kmの半円を描いた範囲に、面積比で50%以上含まれる市区町村エリア
- 調査対象者：調査対象地域に在住の15～69歳男女個人（中学生は除く）
- 標本抽出方法：RDD（Random Digit Dialing）
※調査地域内を複数ブロックに区切り、ブロック内の電話番号を無作為（ランダム）に発生させ、発生させた電話番号にコールし、調査対象者を獲得しました。
※地域内の性・年齢構成は住民基本台帳に基づいた人口構成比に合わせ実施しました。
- 標本数：1,137サンプル

[性年齢構成]	15～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	合計
男性	2.7 (31)	8.5 (97)	10.7 (122)	9.7 (110)	8.6 (98)	9.6 (109)	49.9 (567)
女性	3.3 (37)	8.6 (98)	11.5 (131)	8.6 (98)	8.4 (95)	9.8 (111)	50.1 (570)
合計	6.0 (68)	17.2 (195)	22.3 (253)	18.3 (208)	17.0 (193)	19.3 (220)	100.0 (1,137)

◎上段：構成比(%) ◎下段：実数(人)

- 調査期間：2004年10月4日(月)～10月10日(日)
- 調査実施機関：株式会社ビデオリサーチ

表記

今回の交通広告調査レポート作成にあたり、以下の表記方法を採用しました。

● 年齢層別

M1	男性20～34歳	F1	女性20～34歳
M2	男性35～49歳	F2	女性35～49歳
M3	男性50～69歳	F3	女性50～69歳

● 鉄道利用頻度

鉄道デイリーユーザー	2004年10月4日(月)～10月10日(日)の調査期間中に鉄道を4日以上利用した人
鉄道ミドルユーザー	2004年10月4日(月)～10月10日(日)の調査期間中に鉄道を1～3日利用した人
鉄道ライトユーザー	2004年10月4日(月)～10月10日(日)の調査期間中に鉄道を利用しなかった人

● 文章およびグラフでの数字表記は実数を四捨五入した整数を使用しています。