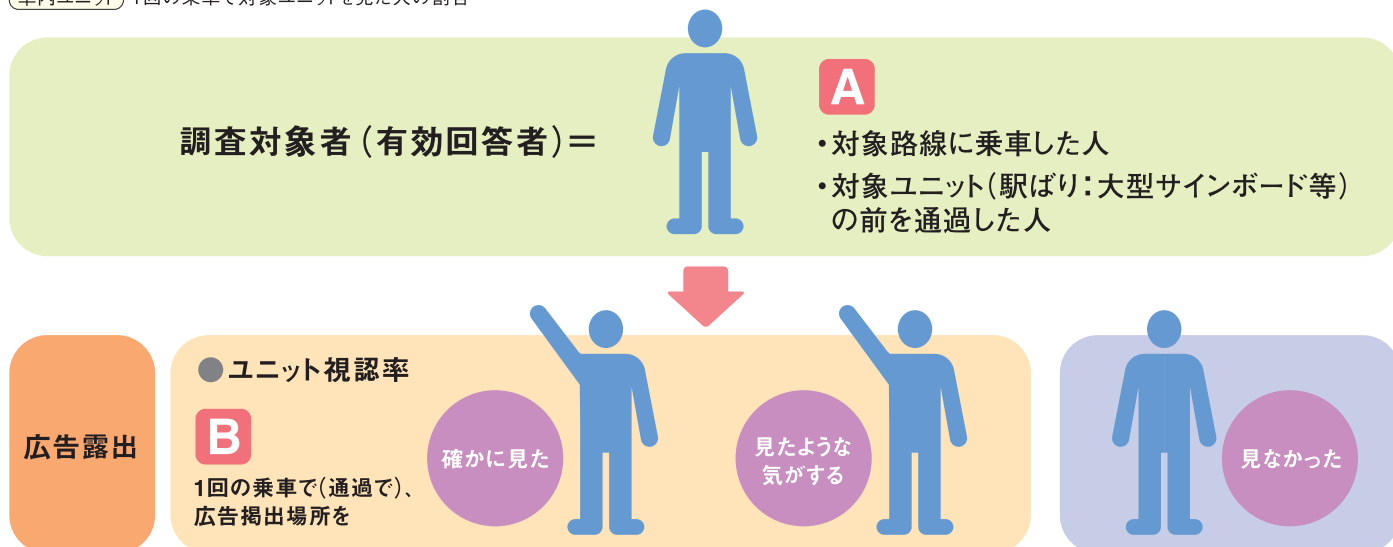


交通広告の効果指標② — ユニット視認率とは

ユニット視認率とは1回の乗車で「広告の掲出場所」を見た割合です。

●「ユニット視認率」は、広告を掲出するスペースである「広告ユニット」*について、鉄道利用者がどのくらいの割合でいるのかを測定するもので、広告表現に左右されない媒体そのもののパワーを示すものと位置付けられます。 *広告ユニットとは……車内ユニット：中づり、まど上、ステッカー等/駅ユニット：駅ばり等

車内ユニット 1回の乗車で対象ユニットを見た人の割合



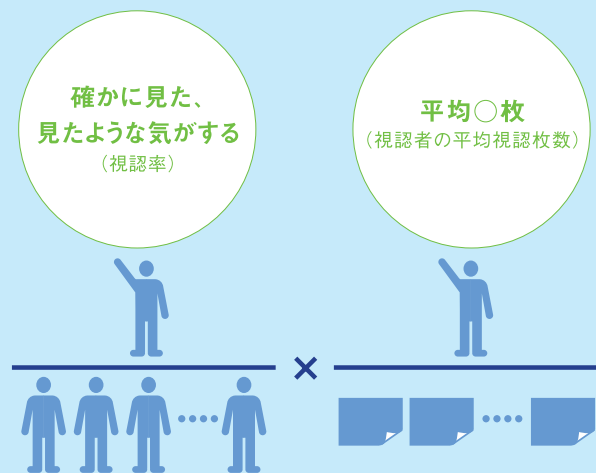
算出方法 ユニット視認率 = $\frac{\text{確かに見たような気がする (B)}}{\text{調査対象者 (有効回答者) (A)}} \times 100$

交通広告の効果指標③ — 1枚当たり視認率と視認枚数について(車内ユニット)

●ユニット視認率は、例えば、中づりユニットの場合、「車内のいずれかの中づりを見た人の割合」を示しています。実際には、各ユニットとも1枚から数枚の出稿が一般的であり、そうした実情に即した交通指標とするため、ユニット視認率をベースに「1回の乗車でユニット1枚当たりの視認率」を算出しました。

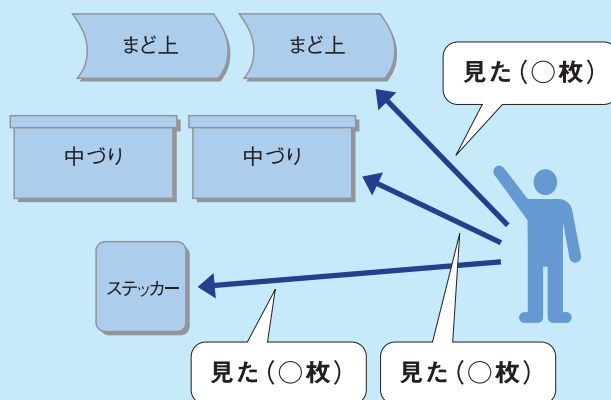
1枚当たりの視認率とは

対象ユニット1枚につき、どれだけの人が視認したのかの割合です。



視認枚数とは

対象ユニットを見た人が、1回の乗車で見た対象ユニットの平均枚数(シングルスペース換算)です。



算出方法 1枚当たり視認率 = $\text{ユニット視認率} \times \frac{\text{平均視認枚数}}{\text{総掲出枚数}}$