

# 第3章 車内ユニット視認行動の要因分析

## ユニット視認行動に与える各要因の影響度

乗客の車内ユニット視認行動は週乗車回数の多さに影響される点は共通しているが、その他の点では、各ユニットによって視認行動に与える要因に違いがみられる。

- すべてのユニットで「週乗車回数」が強い要因になっており、鉄道利用者のボリュームゾーンである通勤、通学利用者に有効な広告であるといえる。一方、「電車内行動」「混み具合」にはあまり影響を受けない。
- 中づり、まど上は「乗車時間」が強い要因になっており、長い時間乗車する乗客がじっくり視認している傾向がみられる。
- ステッカー、ドア上、ドアツイinstッカーは「乗車位置」が強い要因になっている。

要因名	中づり	まど上	ステッカー	ドア上	ドア横ポスター	ドアツイinstッカー
乗車時間	32.4	45.5	16.8	14.4	19.3	23.5
電車内行動	4.6	1.0	0.3	1.3	3.8	4.5
混み具合	8.6	2.9	13.7	22.5	11.2	4.2
週乗車回数	34.5	42.2	45.8	35.0	49.9	35.7
乗車位置	19.8	8.4	23.4	26.8	15.8	32.0

- \* 集計に際しては、04年調査、06年調査のサンプルを合わせて集計した。
- \* ユニット視認行動に与える各要因の影響度は数量化Ⅱ類分析の結果から算出した。(詳細は次頁以降参照)
- \* ユニット視認行動に与える各要因の影響度(%) = 各要因のカテゴリーレンジ / 各要因のカテゴリーレンジの合計 × 100

## ユニット視認行動の要因分析の方法 (数量化Ⅱ類分析について)

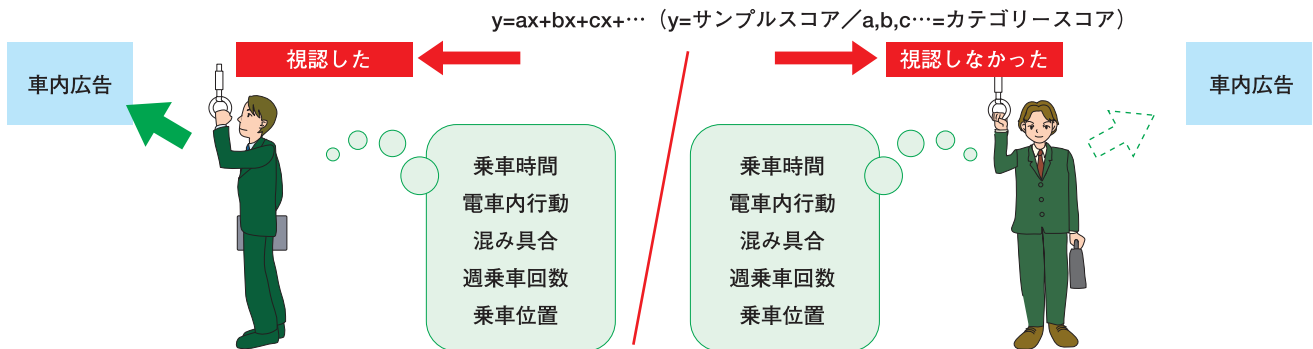
### 分析の目的

乗客のユニット視認行動(「視認した」または「視認しなかった」)はどのような要因との関連が強いのかを明らかにする。

### 分析手法

数量化Ⅱ類分析

数量化Ⅱ類とは、複数の質的な変数(説明変数と呼ぶ)によってある質的な変数(基準変数と呼ぶ)の値を予測したい場合や、基準変数に影響を及ぼしている要因がどれであるかを知りたい場合に使用される分析方法。分析のイメージは下図の通り。



車内広告を視認したグループと視認しなかったグループを分割する直線を求め、その係数(カテゴリースコア)から車内広告の視認行動に影響を与える要因(乗車時間・電車内行動・混み具合・週乗車回数・乗車位置)を明らかにする。

以下の内容を基に分析した。

【サンプル数】: 04年調査、06年調査のサンプルを合わせて解析に使用した。

・中づり (5,032s) ・まど上 (5,032s) ・ステッカー (5,032s) ・ドア上 (2,180s) ・ドア横ポスター (2,759s) ・ドアツイinstッカー (3,713s)

【基準変数】: ユニット視認行動

※今回は「中づり」「まど上」「ステッカー」「ドア上」「ドア横ポスター」「ドアツイinstッカー」の6ケースを実施した。

ユニット視認行動
1 = 「確かに見た」または「見たような気がする」との回答者(視認者)
2 = 「見なかった」との回答者(非視認者)

【説明変数】: 要因(乗車時間、電車内行動、混み具合、週乗車回数、乗車位置)

乗車時間	電車内行動	混み具合	週乗車回数	乗車位置
1 = 「～10分」 2 = 「11～20分」 3 = 「21分以上」	1 = 「ながら乗車していた」 2 = 「ながら乗車していない」	1 = 「座席に空き」 2 = 「座席は満席/吊革は半分」 3 = 「座席は満席/吊革半分超」	1 = 「1回未満」 2 = 「1～4回」 3 = 「5～10回」 4 = 「11回以上」	1 = 「ドア付近に立っていた」 2 = 「座席前に立っていた」 3 = 「座席に座っていた」

- \* 「ながら乗車」とは、電車内で「新聞・雑誌・本を読む」「ポータブルオーディオ・ラジオを聴く」「携帯・PHS・パソコン等を操作する」のいずれかの行動をしていた対象者。
- \* 「混み具合」で乗車中に混み具合が変化した場合は、最も混雑していた時の混み具合。