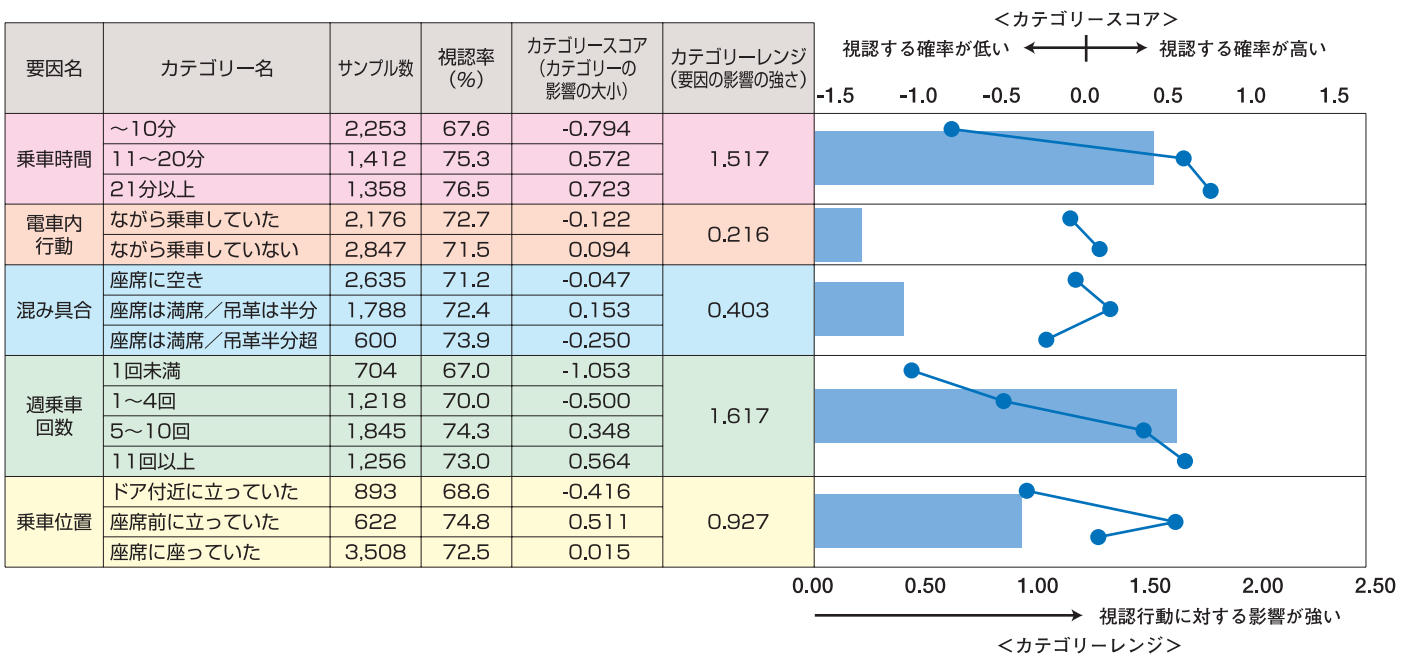
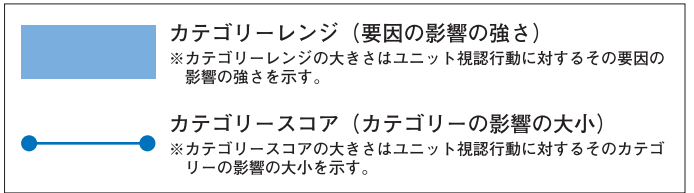


中ぶり

ユニット視認行動の要因分析の結果

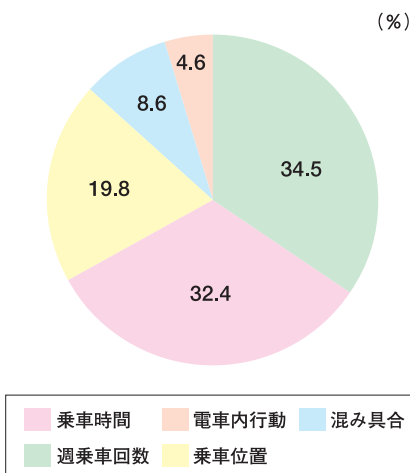
- 中ぶりは「週乗車回数」「乗車時間」が強い要因になっている。「週乗車回数」については週乗車回数が多いほど視認率が高まり、「乗車時間」については11分以上で視認率が高まる。
- 一方、中ぶりは「電車内行動」「混み具合」「乗車位置」にはあまり影響を受けない。



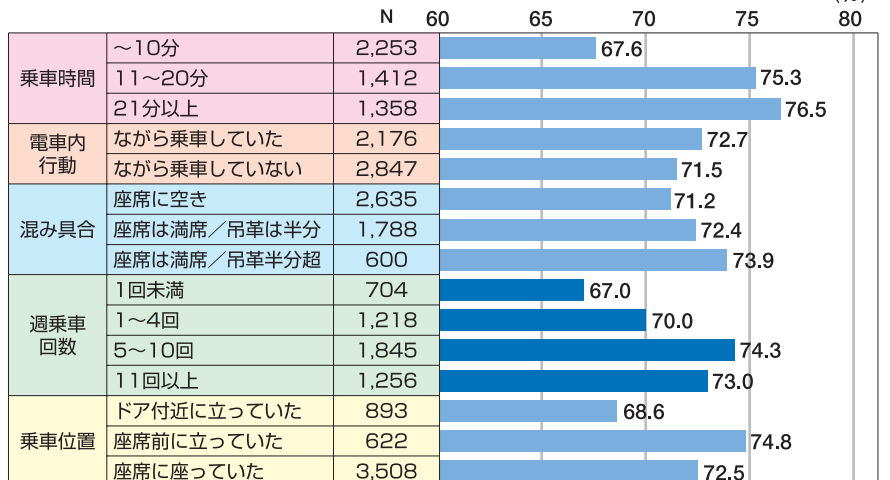
ユニット視認行動に与える各要因の影響度と視認率

- 中ぶりの各カテゴリーレンジの大きさを相対的にみると、「週乗車回数」と「乗車時間」が強い要因で、次いで「乗車位置」が占める。
- また、要因別ユニット視認率をみると、
 - ・「週乗車回数」については、「1回未満」(67.0%) に比べて、「5～10回」(74.3%) 「11回以上」(73.0%) は視認率が6～7ポイント高まり、週乗車回数が多いほど視認率が高くなる傾向がみられる。
 - ・「乗車時間」については、「～10分」(67.6%) に比べて、「11～20分」(75.3%) 「21分以上」(76.5%) で視認率が8～9ポイント高まり、乗車時間が11分以上で視認率が高まる傾向がみられる。

■ユニット視認行動に与える各要因の影響度



■要因別ユニット視認率



*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

*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。