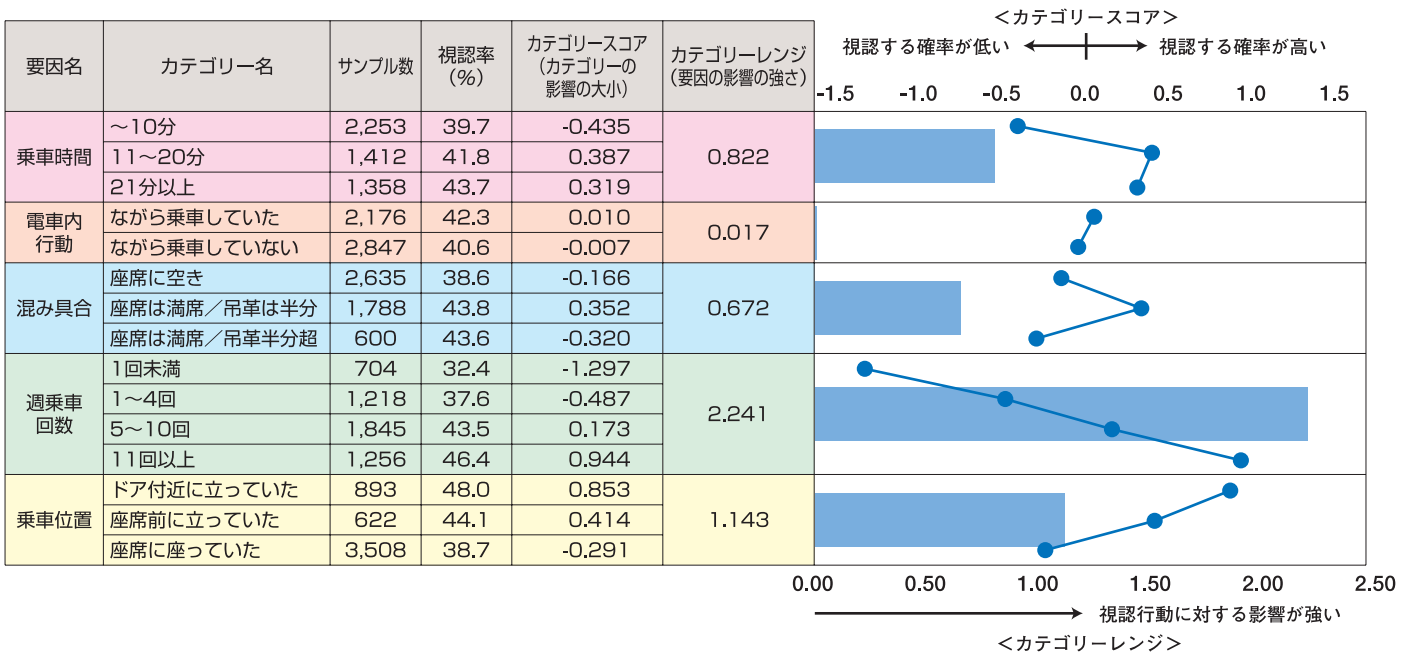
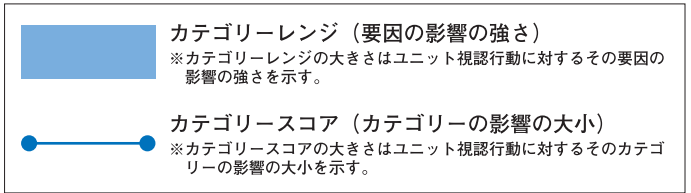


# ステッカー

## ユニット視認行動の要因分析の結果

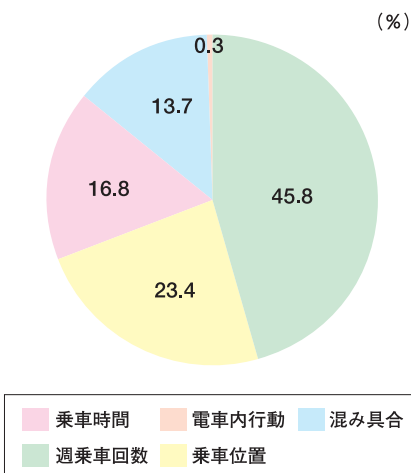
- ステッカーは「週乗車回数」「乗車位置」が強い要因になっている。「週乗車回数」については週乗車回数が多いほど視認率が高まり、「乗車位置」についてはドア付近や座席前に立っている乗客の視認率が高い。
- 一方、ステッカーは「電車内行動」「混み具合」「乗車時間」にはあまり影響を受けない。



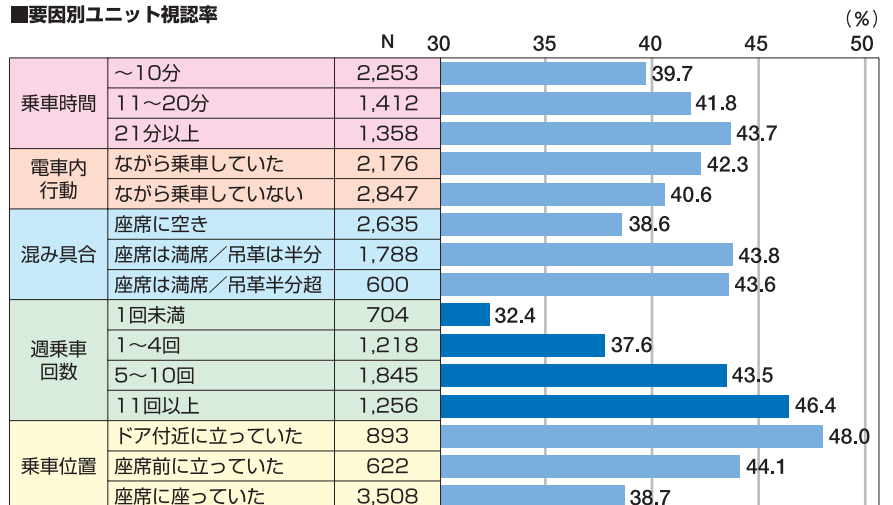
## ユニット視認行動に与える各要因の影響度と視認率

- ステッカー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」が最も強い要因で、次に「乗車位置」となっている。
- 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」(32.4%) → 「1～4回」(37.6%) → 「5～10回」(43.5%) → 「11回以上」(46.4%) と週乗車回数が多い方が視認率が高まる。
  - ・「乗車位置」については、「座席に座っていた」(38.7%) に比べて、「座席前に立っていた」(44.1%) 「ドア付近に立っていた」(48.0%) は視認率が5～9ポイント程度高まる。

■ 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。