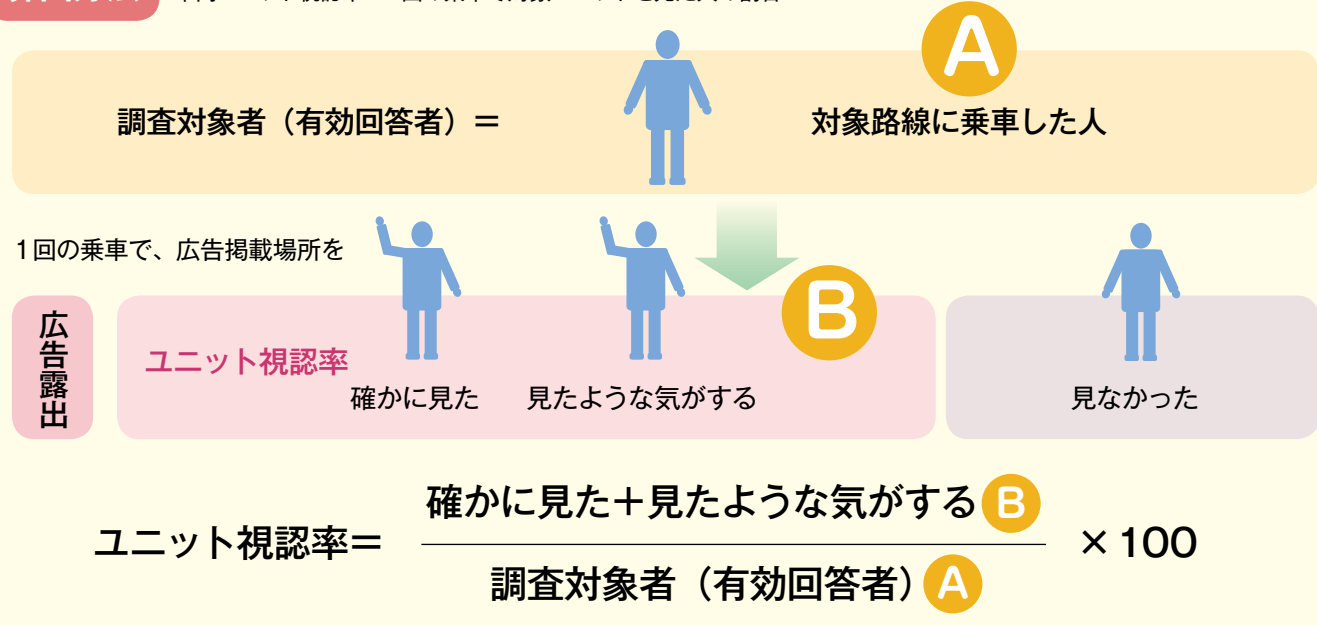


ユニット視認率の定義と測定方法

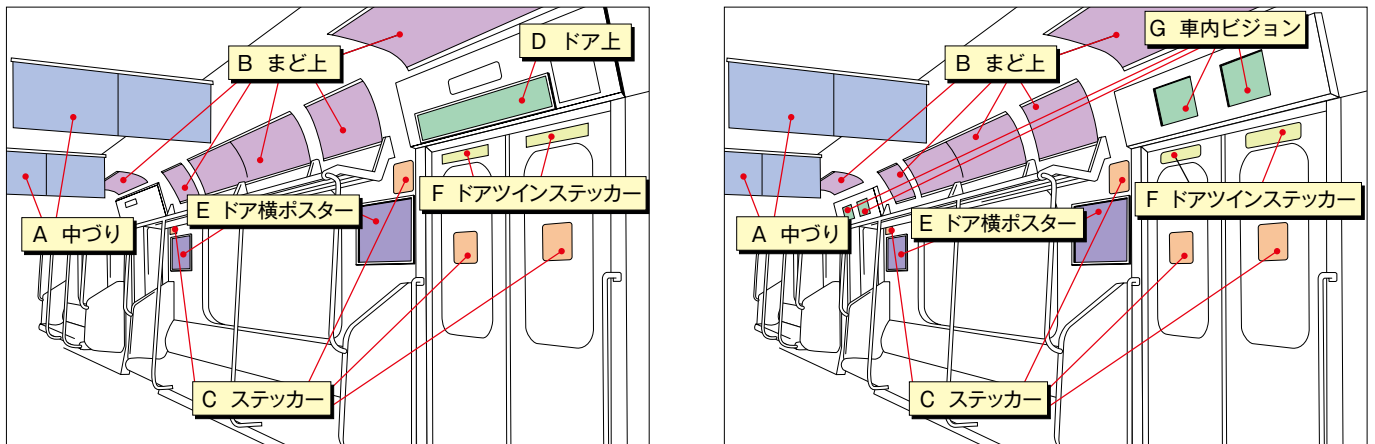
車内ユニット視認率とは 1回の乗車で広告の掲載場所を見た人の割合

算出方法 車内ユニット視認率：1回の乗車で対象ユニットを見た人の割合



< 提示素材例 >

車内ユニット 例：「中ぶり」の視認率の場合、イラスト中のどの中ぶりでも良い



< 測定方法 >

車内ユニット

指標名	定義	測定方法
ユニット視認率	1回の乗車で、対象ユニットを見た人の割合	<p>調査対象ユニットのイラストを見せて、「今、乗っていた電車の中」でそのユニットを「確かに見た」「見たような気がする」と答えた人の割合</p> <p>*イラストは、各路線ごとに写真をもとに作成し、共通ユニットである中ぶり、まど上、ステッカー、および各対象路線での個別ユニット（ドア上、ドア横ポスター、ドアツインステッカー、車内ビジョン）について色分をして表示。</p> <p>Q あなたは、今、ご乗車になっていた電車内でこれらの広告の場所をご覧になりましたか。</p> <p>1. 確かに見た 2. 見たような気がする 3. 見なかった</p> <p>→ 1, 2に該当する人の割合が「ユニット視認率」</p>