

## Q1. 「交通広告共通指標」とは何ですか。

- A. 交通広告媒体「中ぶり」「まど上」「ドア横」「ステッカー」「車内ビジョン」などがどの程度見られているかを調査し、その結果を基に策定した基準値のことで、広告到達状況の目安となるものです。

## Q2. 「交通広告共通指標推進プロジェクト」とは何ですか。

- A. 交通広告では散在する各社のデータの一元化を図るべく、共通指標を整備していこうと日本アドバタイザーズ協会(JAA)から具体的な要望を受ける形で、日本鉄道広告協会(JAFRA)内に交通広告のアカウントビリティ向上委員会が2012年に発足し、広告会社や電鉄系ハウスエージェンシー10社による検討体制ができました。
- その後、2013年に前出の交通広告アカウントビリティ向上委員会に、関東交通広告協議会(11社会)と日本広告業協会(JAAA)が合流する形で3団体協力体制の下、「交通広告共通指標推進プロジェクト」が設立されました。
- 当プロジェクトでは、業界全体で共通データ作成を推進し、広告主様に納得いただける交通広告の媒体提案をしていくことを目的としています。

## Q3. 「数量化Ⅰ類」とは何ですか。

- A. 共通指標作成には、統計学的手法のひとつである「数量化Ⅰ類」を用いています。「数量化Ⅰ類」は、目的変数(広告到達率)を複数の説明変数(サイズや掲出期間といったユニット属性や業種など)で説明するモデル式です。
- 例えば、中ぶり広告の場合【サイズ (シングル/ワイド)】【掲出期間 (2-3日/4-5日/7日/8日以上)】【他鉄道出稿 (有/無)】【TVCM出稿 (有/無)】【業種 (飲料・嗜好品/消費財系/官庁・教育・通信・サービス/観光・娯楽・外食/不動産・交通・放送/流通・小売業・商社/出版/その他)】という5つの説明変数を用いて広告の到達率を推定することができます。

## Q4. 決定係数、カテゴリースコアとは何ですか。

- A. 「決定係数」とは、数量化Ⅰ類において、設定された“説明変数”によって“目的変数”がどれくらい説明できるかを示す指標です。今回の共通指標では、いずれも決定係数が0.6前後ですので、当該説明変数で60%程度が説明できることを表しています。
- 「カテゴリースコア」とは、数量化Ⅰ類において、“説明変数”の各カテゴリーの“目的変数 (広告到達率)”に対する影響度 (貢献度) を数値化したものです。

## Q5. 「推定広告到達人数」はどのように求めるのですか。

- A. 「推定広告到達人数」は、推定広告到達率にその路線(セット)のサーキュレーションデータ(推定利用人数)をかけて求めます。「推定広告到達人数」の算出には、SOTO+/exなどのサーキュレーションデータが別途必要になります。

## Q6. 交通広告共通指標推定システムは誰でも使えますか。

- A. このシステムはJAFRA会員、JAAA会員及び11社会指定代理店の皆様にご利用いただくことができます。詳しくは各団体にお問い合わせください。