

JR西日本のメディアユニット

車両メディア

車両メディアは、利用者が一定時間滞在する空間にあり、自然と目に入り、比較的長い時間視認される広告媒体です。

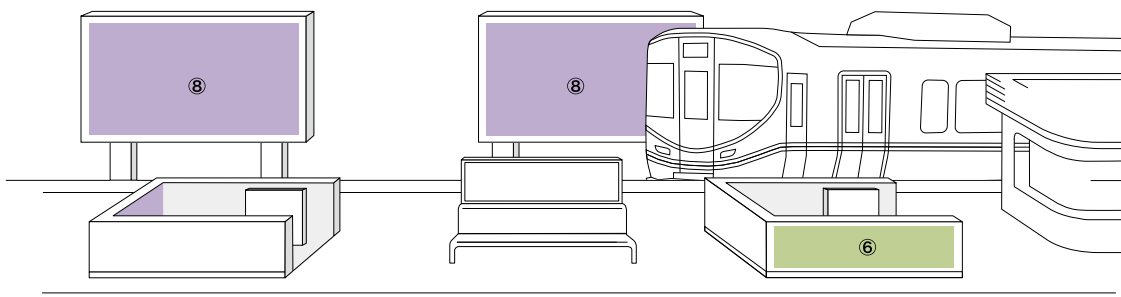


- | 車内映像 | 中ぶり | 額面 | ステッカー |
|-------------|-------|---|---|
| ① WESTビジョン※ | ② 中ぶり | ③ ドア横ポスター
④ ドア上・まど上ポスター
⑤ ドア上フレームポスター | ⑥ ドア横ステッカー
⑦ ツインステッカー
⑧ ドアガラスステッカー・女性専用車ステッカー |

※323・223系電車でのモニター設置位置は一部異なります。

駅メディア

駅メディアは、通勤・通学などの生活動線上にあり、多くの人に定期的、日常的に接触される広告媒体です。

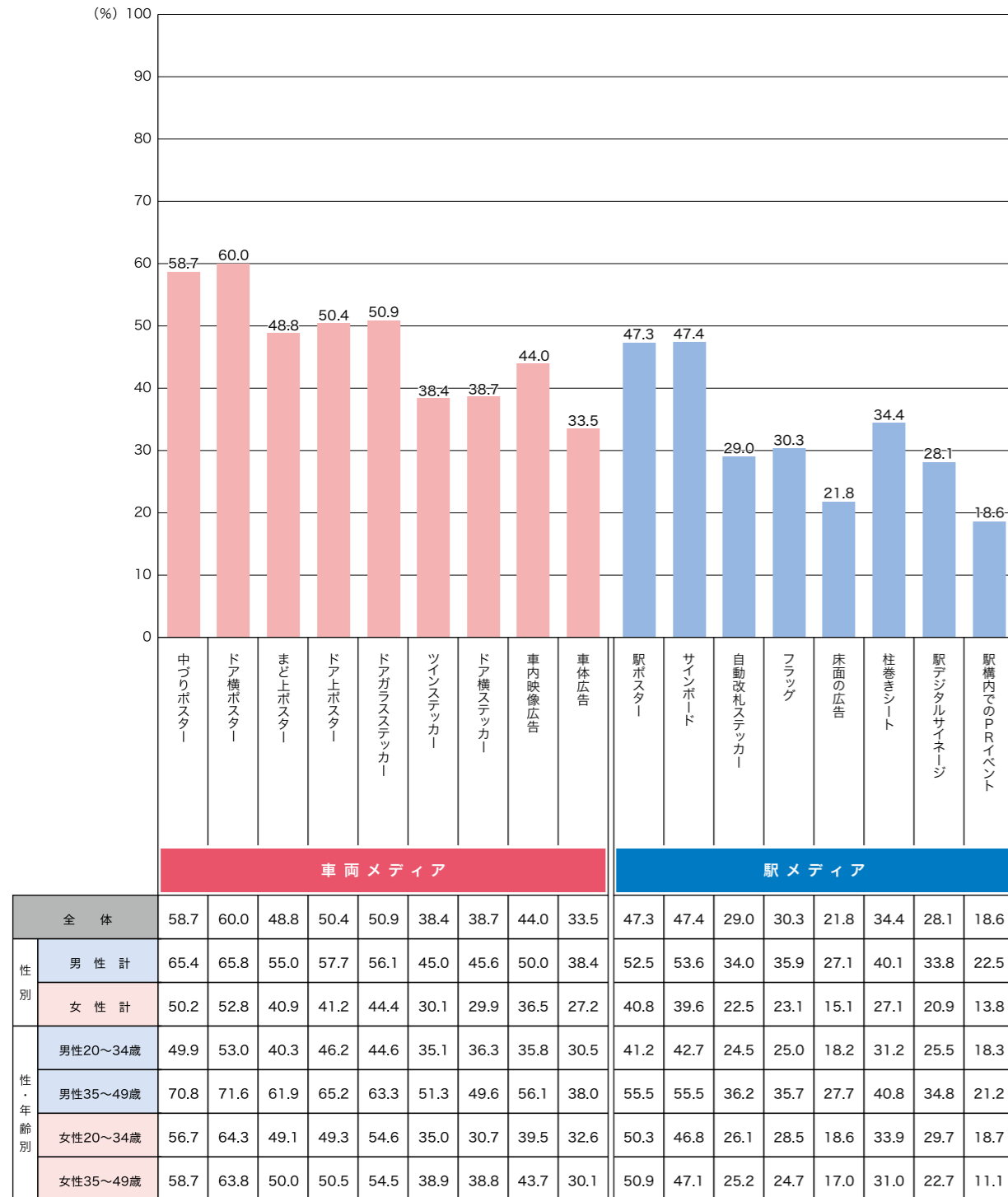


- | 駅ポスター | デジタルサイネージ | SPメディア | サインボード |
|--------------|---------------------------------|---|----------|
| ① 駅ポスター(セット) | ② 駅デジタルサイネージ
(J・ADビジョンWEST等) | ③ 柱巻きシート(アドコラム、アドスクエア等)
④ フラッグ
⑤ フロアシート
⑥ 壁面シート
⑦ 自動改札ステッカー | ⑧ サインボード |

ユニット接触率

車内広告では中ぶりやドア横ポスター、駅広告では駅ポスターやサインボードといったユニットが特に高い確率で視認されています。

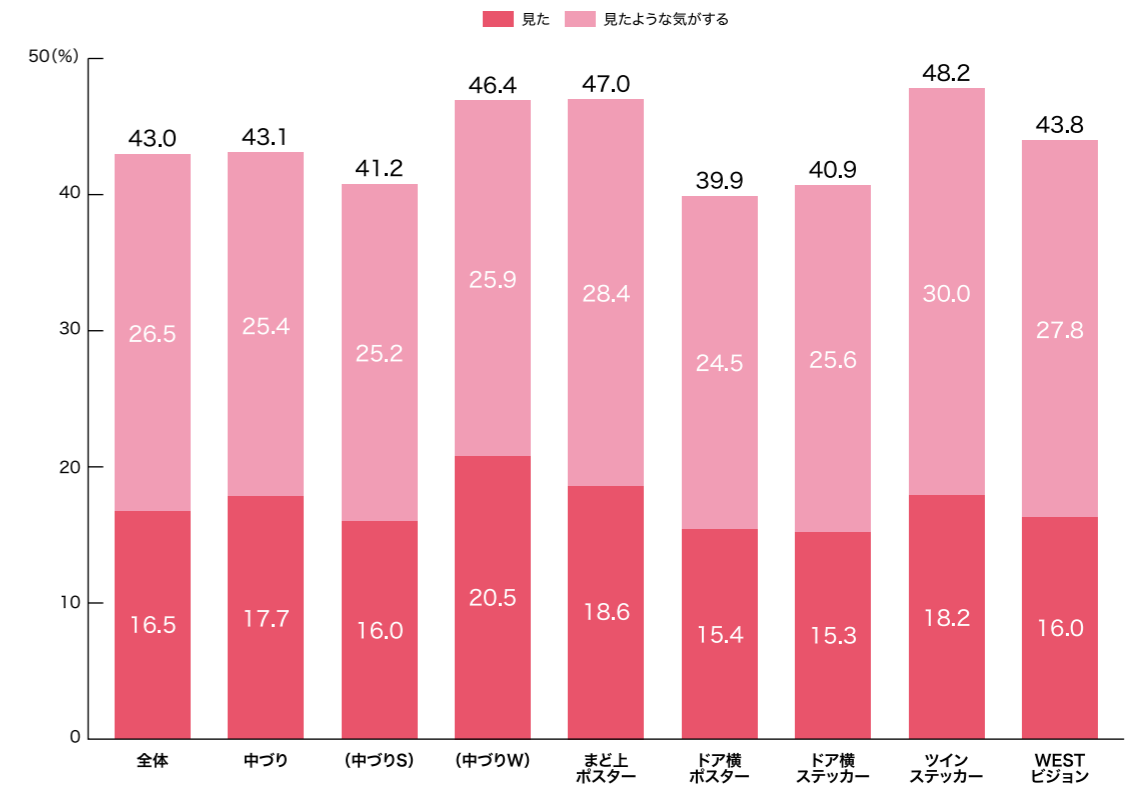
■ ユニット接触率(週1回以上の接触/JR西日本利用者)(%)



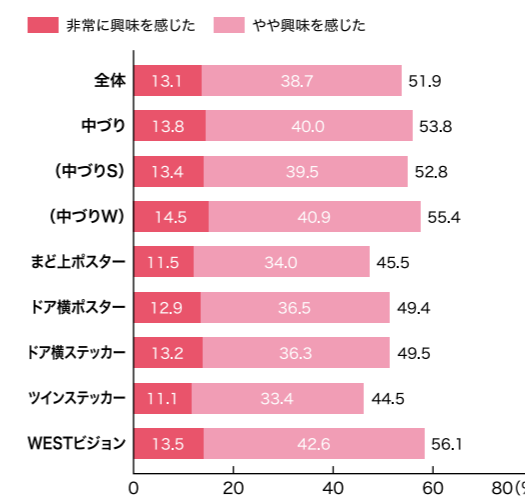
車両メディアの広告効果

車両メディアの広告到達率は、JR西日本の電車を利用した人のうち、特定の広告を掲出期間中に「見た／見たような気がする」人の割合です。そのうち、広告している商品・サービスに「非常に興味を感じた／やや興味を感じた」人の割合が商品興味関心度で、「とても買ってみたい(利用したい)と思った／やや買ってみたい(利用したい)と思った」人の割合が購入意向喚起度です。

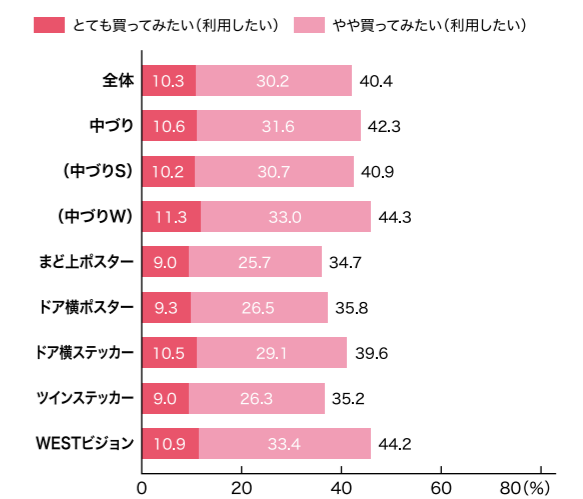
● 広告到達率



● 商品興味関心度



● 購入意向喚起度



「交通広告効果測定調査」

「2019年度関西圏移動者調査」((株)ジェイアール東日本企画調べ、協力:(株)JR西日本コミュニケーションズ)
※利用者とは、1週間に1度以上利用した人を表す。

車両メディアの広告到達率予測モデル

車両メディアの広告到達率の調査データ(P.160)をもとに、統計学的手法のひとつである「数量化I類」を用いて、「中ぶり」「ステッカー」「WESTビジョン」「ドア横ポスター」「まど上ポスター」の広告到達率予測モデルを策定しました。各ユニットの商品設定(サイズ、種別、掲出・放映期間)やTVCMの出稿有無、出稿業種によるカテゴリースコアを用いて推定した広告到達率を、各線群の乗車人員データ(P.185~186)と掛け合わせることで、広告の到達人数を事前に推計することができます。

〈目的変数〉

広告到達率

〈説明変数〉

ユニット属性や業種など

← 推定する

■中ぶり

	カテゴリ	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-2.0
	ワイド	+3.4
掲出期間	2~3日	-2.2
	4~5日	+0.3
	7日	+3.0
	8日以上	+3.8
TVCM出稿	有	+6.2
	無	-3.2
業種	出版	+2.2
	消費財系	-0.6
	サービス系①	+0.8
	サービス系②	+0.6
	その他	-2.0
平均値		43.3%
決定係数		0.57

予測モデル適用例

中ぶり/平均値: 43.3%

ワイドサイズで5日間・TVCM出稿有りの不動産(業種:サービス系②)の広告を掲出した場合

サイズ: ワイド	+3.4
掲出期間: 4~5日	+0.3
TVCM出稿: 有	+6.2
業種: サービス系②	+0.6

推定到達率 53.8%

■ステッカー(ドア横ステッカー・ツインステッカー)

	カテゴリ	カテゴリースコア
種別	ドア横ステッカー	-0.8
	ツインステッカー	+2.9
掲出期間	1ヶ月	-0.7
	1ヶ月超	+2.5
TVCM出稿	有	+4.1
	無	-2.6
業種	消費財系	-1.9
	サービス系①	-0.8
	サービス系②	+0.8
	専門業務・人材紹介等	+4.7
	その他	-2.7
平均値		41.5%
決定係数		0.51

予測モデル適用例

ステッカー/平均値: 41.5%

ドア横ステッカーで1ヶ月・TVCM出稿有りの食品(業種:消費財系)の広告を掲出した場合

種別: ドア横ステッカー	-0.8
掲出期間: 1ヶ月	-0.7
TVCM出稿: 有	+4.1
業種: 消費財系	-1.9

推定到達率 42.2%

(業種一覧)

- 出版/書籍、雑誌等
- 消費財/食品、飲料・嗜好品、生活用品、医薬・化粧品、服飾、趣味、スポーツ等
- サービス①/官公庁、教育・学校、情報・通信、事業所・対人サービス等
- サービス②/不動産、交通・運輸、観光、娯楽、外食等
- その他/家電・AV機器、カメラ・時計、業務用機器・事務用品、金融・保険、流通・小売業等

「交通広告効果測定調査」

※中ぶりは「出版」業種独立、ビジョンは「家電・AV機器」業種独立、ステッカーは「専門業務・人材紹介等」業種独立

■WESTビジョン

	カテゴリ	カテゴリースコア
秒数	15秒	-0.7
	30秒	+0.8
放映期間	1週間	-0.3
	2週間	+1.5
	1ヶ月	+6.2
TVCM出稿	有	+3.8
	無	-2.2
業種	消費財系	-2.4
	サービス系①	-1.0
	サービス系②	-0.6
	家電・AV機器	+2.3
	その他	-1.5
平均値		42.7%
決定係数		0.49

予測モデル適用例

WESTビジョン/平均値: 42.7%

30秒・1週間・TVCM出稿有りの家電(業種:家電・AV機器)の広告を放映した場合

秒数: 30秒	+0.8
掲出期間: 1週間	-0.3
TVCM出稿: 有	+3.8
業種: 家電・AV機器	+2.3

推定到達率 49.3%

■ドア横ポスター

	カテゴリ	カテゴリースコア
面数	1面	-2.7
	2面	+3.7
	3面以上	+8.9
掲出期間	1週間	-2.7
	1ヶ月	+1.5
TVCM出稿	有	+2.5
	無	-0.9
業種	消費財系	-2.7
	サービス系①	+0.4
	サービス系②	+5.3
	その他	-5.8
	平均値	39.9%
決定係数		0.49

予測モデル適用例

ポスター/平均値: 39.9%

1面・1ヶ月・TVCM出稿有りの観光(業種:サービス系②)の広告を掲出した場合

面数: 1面	-2.7
掲出期間: 1ヶ月	+1.5
TVCM出稿: 有	+2.5
業種: サービス系②	+5.3

推定到達率 46.5%

■まど上ポスター

	カテゴリ	カテゴリースコア
掲出期間	1ヶ月	-0.8
	1ヶ月以上	+3.0
TVCM出稿	有	+2.3
	無	-2.5
業種	消費財系	-6.6
	サービス系①	-2.4
	サービス系②	+1.9
	その他	+5.8
	平均値	48.1%
決定係数		0.54

予測モデル適用例

まど上ポスター/平均値: 48.1%

1ヶ月以上・TVCM出稿有りの金融・保険(業種:その他)の広告を掲出した場合

掲出期間: 1ヶ月以上	+3.0
TVCM出稿: 有	+2.3
業種: その他	+5.8

推定到達率 59.2%

(業種一覧)

- 出版/書籍、雑誌等
- 消費財/食品、飲料・嗜好品、生活用品、医薬・化粧品、服飾、趣味、スポーツ等
- サービス①/官公庁、教育・学校、情報・通信、事業所・対人サービス等
- サービス②/不動産、交通・運輸、観光、娯楽、外食等
- その他/家電・AV機器、カメラ・時計、業務用機器・事務用品、金融・保険、流通・小売業等

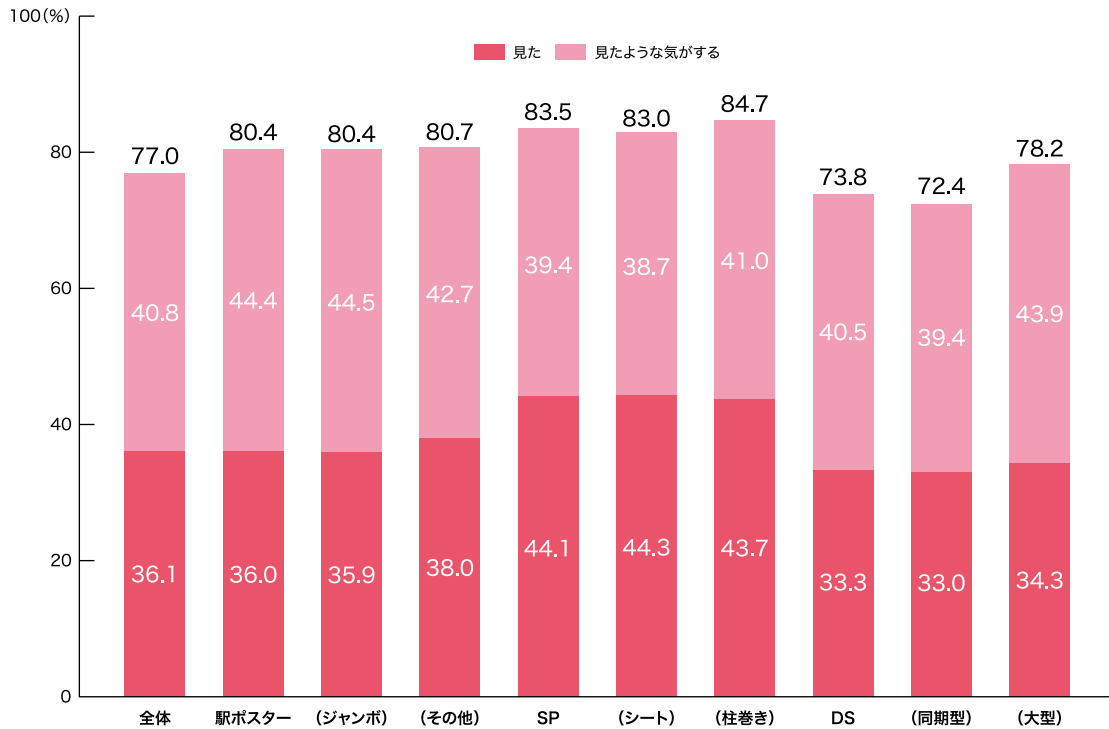
「交通広告効果測定調査」

※中ぶりは「出版」業種独立、ビジョンは「家電・AV機器」業種独立、ステッカーは「専門業務・人材紹介等」業種独立

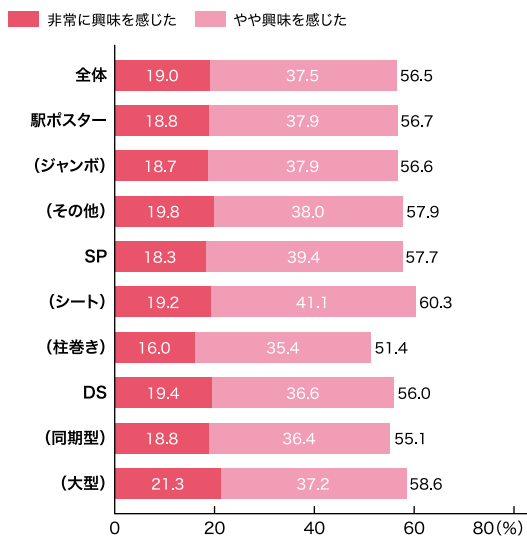
駅メディアの広告効果

駅メディアの広告到達率は、広告媒体の周辺エリアを通行した人のうち、特定の広告を掲出期間中に「見た／見たような気がする」人の割合です。そのうち、広告している商品・サービスに「非常に興味を感じた／やや興味を感じた」人の割合が商品興味関心度で、「とても買ってみみたい(利用したい)と思った／やや買ってみみたい(利用したい)と思った」人の割合が購入意向喚起度です。

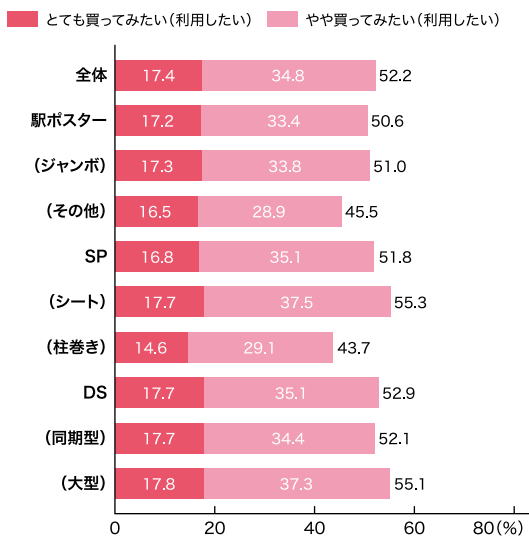
● 広告到達率



● 商品興味関心度



● 購入意向喚起度



「交通広告効果測定調査」