



1.

2.

3.

「 」

50.9%

26.5%,

가 14.7%

가

9 ,

7

4 ,  
20 ,

(Guideline)

KCR(Korea

Consumer Research)  
(Moderator)

가

60.6%가

2

가 96%

가  
Script

56.5%,

가 29%

2001 2 7 2 23

(2.14/5 )

66 ,

45%,

23 ,

44%

26

115

5-10%

56%

SPSS ver

7.5

가

가 36%,

가

가 39%,

가

가 25%

Software : Statistical Package for Social Science Version 7.5  
Hardware : IBM PC Pentium 400Mhz, Windows NT Server

(2.68/5 )

7 (5 )

10

50

40.9% 가

2.95,

가 2.97,

가

2.75,

가 2.78,

72.7%

3.15,

가 2.23,

가

2.25 가

가 (3.20) (3.26) (3.11) (2.90) 75%가

가 43% 67%가

3.66(5 ) , 가 가

(4.42), / 64%가 가

(3.85) 가 / 68%가

, 12.1% 가

가 7 가

/ , 3.70, 가 3.91, 3.15, 가 TV

가 2.86

가 ( , , , LED) 4

23.4%, 가 ( ) 16.35%, 가

10.6%

가 CPM, GRP . 4 . GRP

2.38(5 ) 가 Reach Frequency .

2.50, 2.47, 가 2.32, 가 , Frequency 1 1 .

2.23 가 가 가 Reach 가

가 Target Market Target Market Reach (%)

가가 37.3%, 가 가

18.3%, 가 12.7%, .

가 11.1% .

46%

가 Target Market Reach X

56%, 가 21%, .

가 13%

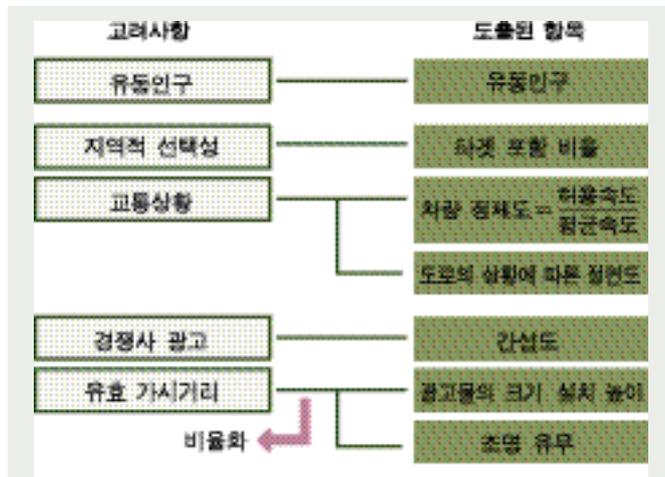
< 1, 2>  
 < 3>  
 < 1>

· : +  
 · : , ,  
 · : ( , , ),  
 · : clutter ,  
 · 가 : , , ( / )

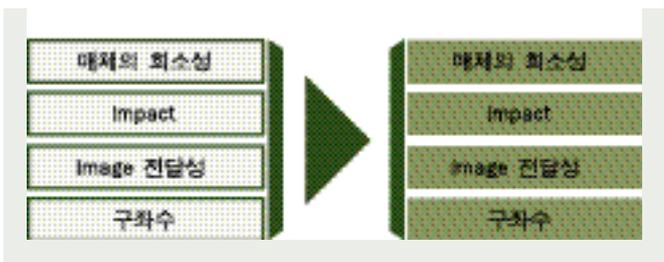
< 2>

· : ( 가가 가 )  
 · : (Impact)  
 · : Image  
 · LED :

< 3>



4>



· 가 : , ,  
 · ( / ) , , ,

· 가  
 · : , Impact, Image

· :  
 · :  
 · 가  
 · ( , )  
 · : /  
 · :  
 · ( , , )

· : 가 20m x 10m

30

· : 2 5

· : LED

/

· : 가  
 · 가  
 · Impact :  
 )  
 가

· Image :  
 , Image 가

Target Market Reach  
 Target Market Reach  
 Target Market Reach

$$\text{Target Market Reach} = \frac{\text{GRP}}{\text{Frequency}} = \text{Target Market Reach} \times \text{Frequency}$$

가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가

가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가

가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가  
 가

$$\text{Impact} = \frac{\text{Image}}{\%}$$

(FGI)  
 (Field Survey)  
 1) (4) 2)

< 5>



$$Y = kX$$

= target market reach  
 = 소구대상 x 유효가시성  
 = 본원적 요인

- $k = f(a, b, c, d, e, f, g, h)$
- a = 타겟포함비율
  - b = 차량정체도
  - c = 주야의 선명도
  - d = 정면도
  - e = 옥외광고의 크기
  - f = 설치높이
  - g = 구좌수
  - h = 간섭도

X = 유동인구(도로유동인구 + 차량유동인구)  
 $kX: k, X(\text{DEC}) = \text{TGRP} \text{ TCPM} = \text{cost}(1)/kX, 365 \times 1,000$   
 Showing = DEC/해당지역 총인구  
 DEC(Daily Effective Circulation)

$$Y1 = mY + nYZ$$

= 본원적 요인 + 촉진 요인

Y = 본원적 요인(kX)  
 Z = 촉진 요인 = f(a, p, q)  
 m=54%, n=46%  
 o:회소성, p:영향력(impact), q:전달성