

データから見る北海道 各年代に効く要素《50代、60代編》

「全国新聞総合調査 J-READ 2017(北海道)」(ビデオリサーチ、2017年10月調査)の調査データから見た、北海道民の、各年代に効く要素のご紹介です。北海道民の「50代」に効く要素としては、「利用者の声には説得力がある」、「60代」に効く要素としては、「機能や性能がよいモノを選ぶ」「環境にやさしい商品を選ぶ」「大自然の映像CMに注目する」などが挙げられます。

北海道民の「50代」に効く要素・コピー

(*他の年代より高めの傾向のものを抜粋)

丈夫で長持ちするモノを選ぶ **64.7%**



大自然の映像CMに注目する **51.5%**



シンプルな広告が好き **48.5%**



利用者の声には説得力がある **25.7%**



北海道民の「60代」に効く要素・コピー

(*他の年代より高めの傾向のものを抜粋)

丈夫で長持ちするモノを選ぶ **65.4%**



長年使い続けられるモノを選ぶ **66.5%**

機能や性能がよいモノを選ぶ **75.5%**

断熱性能

必要なモノ以外、買わない **58.0%**

必



シンプルな広告が好き **50.5%**



大自然の映像CMに注目する **59.6%**



環境にやさしい商品を選ぶ **39.9%**



環境に良いモノを選ぶほうだ **25.0%**

感性に訴えてくる広告が好き **34.0%**



NG IPアドレスだけの広告は信用に欠ける **48.4%**



NG 過度の映像には説得力を感じない **47.9%**



NG 売ろうという意図には敬遠する **47.9%**



◆北海道民「全体」に効く傾向のある要素・コピー (上位順、過半数のものを抜粋)

- ①【目や耳にとまるフレーズは残る】(74.7%)
- ②【機能や性能がよいモノを選ぶ】(68.7%)
- ③【丈夫で長持ちするモノを選ぶ】(63.8%)
- ④【説明されている広告がよい】(60.8%)
- ⑤【長年使い続けられるものを選ぶ】(58.6%)
- ⑥【サイズものの広告は続きが気になる】(57.4%)
- ⑦【買い物をする事自体が好きだ】(54.4%)
- ⑧【サイズものの広告に注目する】(53.7%)
- ⑨【風刺やフランク-EPはあってよい】(51.2%)
- ⑩【ライフスタイルに合った広告は注目する】(50.8%)



性能・長持ち



LIFE

※「全国新聞総合調査 J-READ2017(北海道)」ビデオリサーチ、2017年10月調査

◆お問い合わせ／北海道新聞社営業局 (TEL011-210-5713) へ (2018.6)

* ウェブサイトにバックナンバー掲載中！【道新 営業局】で検索！ (<http://adv.hokkaido-np.co.jp/>)