

データから見る北海道 各年代に効く要素《30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「30代」に効く要素としては、「限定モノ・流行モノに弱い」「皆が持っているモノを欲しくなる」「丈夫で長持ちするモノを選ぶ」「実験データで示す広告は信用できる」「シリーズものの広告に注目」などが挙げられます。

北海道民の「30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)

限定モノ・流行モノに弱い
35.2%

限定!

人気!

人とは違うモノ
を選びたい
42.8%



有名ブランド商品
を買うのが好き
23.4%



丈夫で長持ち
するモノを選
ぶ 65.5%



長年使い続け
られるモノを
選ぶ 64.8%

皆が買っている
なら良いモノだ

15.9%

皆が持っている
のにないと不安
16.6%



皆が持っている
モノを欲しくな
る 31.0%

専門家が紹介する
商品は信用する
31.7%

特徴を見せてい
る広告は信用す
る 55.9%



実験データで示
す広告は信用で
きる 41.4%

利用者の声には
説得力がある
25.5%

目や耳にとまる
フレーズは残る
80.0%



感性に訴えてく
る広告が好き
33.8%



ライフスタイル
に合った広告は
注目する
55.9%

好きなタレント
の広告に注目す
る 51.7%

好きなタレント
の広告商品は試
したい 32.4%



好きなタレント
起用の企業には
好感 35.2%

シリーズもの
の広告は続きが気
になる 66.9%

シリーズもの
の広告に注目
61.4%



ドラマ仕立ての
CMが好き
49.7%

◆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【シリーズものの広告は続きが気になる】(57.4%)
- ⑦【買い物をするごと自体が好きだ】(54.4%)
- ⑧【シリーズものの広告に注目する】(53.7%)
- ⑨【風刺やブロッカー等はあってよい】(51.2%)
- ⑩【ライフスタイルに合った広告は注目する】(50.8%)



LIFE

世界観をイメージ
できる広告が好き
28.3%

好きな曲を使う
企業に好感を持
つ 54.5%



※「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/>)