話題の広告
2019年3月掲載分より

2019年3月に北海道新聞に掲載された話題の広告を、新聞広告調査のフリーアンサーでの反響の声などとともにご紹介いたします。
（＊J-MONITOR調査／札幌本社版エリア在住の北海道新聞読者モニター、調査実施機関：ビデオリサーチ、調査月：2019年3月）

2019年3月掲載「話題の広告」
（＊新聞広告調査フリーアンサーでの反響の声などとともにご紹介）

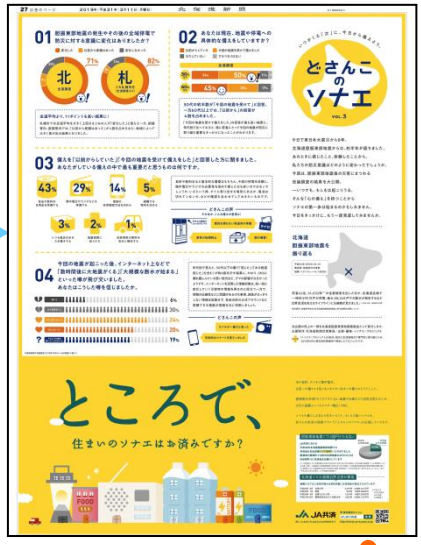
「結果を出す。大学受験予備校。」として 朝刊１面の題字下広告で、クラズユニックの名前を発信！

・「**題字の欄の近くで目を引きやすい**」（男性29歳以下）
・「**1面の目立つところで目を引く**広告だと思う」「**こんないい場所に広告を出すのだから、力のある予備校**なのかなと思いました」（男性50代）
・「**見出しの近くにあって目立つ**と思った」（女性29歳以下）
・「**大学受験の結果か出る時期なので、予備校名だけでも目に付いていいと思った**」（女性40代）
・「**文字が大きく読みやすく、目につくところにある広告**だと思います」（女性50代）
という読者の声がありました。

2019年3月9日 朝刊 全道版 １面題字下広告（雑報）
広告主：クラズユニック
広告会社：日刊スポーツプロモーション

“どさんこのソナエ”企画の防災知識とともに 「住まいのソナエ」となる、JA共済の商品を紹介！

・「災害に備えた広告記事で**とても役に立った**。広告でも役に立つようなことが記されているので、**広告主に好意がわいた**」（男性29歳以下）
・「『どさんこのソナエ』シリーズ、**役に立ちそうで保管しています**」「**備えの大切さを再確認**できる」（男性30代）
・「興味を引く**北海道地震の意識調査と、(JA共済の)保険広告の内容がよく合っている**と思った」「防災の備えをいろいろした」（男性40代）
・「**住まいの備えについても、改めて我が家の保険の詳細をチェックしておかないとなと思った**」（女性30代）　という読者の声がありました。



2019年3月11日 朝刊 全道版 全15段（純広告5段）
広告主：JA共済連
広告会社：電通北海道

「薬を届けるという使命」について メディパルホールディングスの企業姿勢を発信

・「**3.11という日にこのような、災害と薬を関連させた広告は良い**と思った」「**使命感が伝わってきます**」（男性29歳以下）
・「**災害時にも負けない流通を目指しているところに、医療職としてとても共感した**。よい広告だと思う」「**頼もしさを感じた**」（男性40代）
・「**とても素晴らしい仕事をしている企業だと思った**」（男性60代）
・「災害時でも薬が必要な人には流通がマヒすると大変困るので、いつでも薬が届くことは必要なことだ。**がんばってほしい**」（女性40代）
・「**困難な状況でも私たちに薬を届けてくれる事に感謝したい**」「これからも人々のために**頑張って欲しい**」（女性50代）
という読者の声がありました。

2019年3月11日 朝刊 全道版 全15段
広告主：メディパルホールディングス　広告会社：電通