

話題の広告

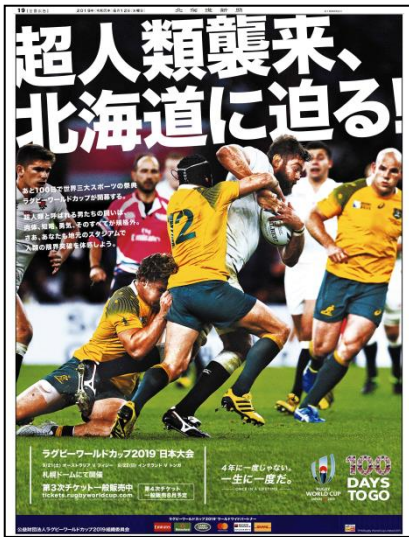
2019年6月掲載分より

2019年6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6月)

2019年6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)



「ラグビーワールドカップ2019」100日前のタイミングで「超人類襲来、北海道に迫る!」というコピーで全道へPR!

- ・「『北海道に迫る』の文字に共感します」(男性29歳以下)
- ・「いよいよ来たか!という感じ」「とても迫力のある広告でラグビーワールドカップを見てみたくなる」(男性40代)
- ・「キャッチコピーがおもしろい!」(男性50代)
- ・「躍動感溢れる写真がラグビーを見たいという気持ちを引き出した。生で試合が見たくなった」(女性30代)
- ・「『4年に一度じゃない。一生に一度だ。』のフレーズが良いと思う」「ラグビーを知らない私でも見に行きたくなります」(女性60代)という読者の声がありました。

2019年6月12日 朝刊 全道版 全15段
 広告主：ラグビーワールドカップ2019組織委員会
 広告会社：電通



「エネルギー企業のあり方を新しく」との想いが込められた、北海道ガスの新しい作業服を、全道版で発信!

- ・「心機一転で取り組む姿勢がよく分かる内容だった」「かつこいい色合いがよく印象的」(男性29歳以下)
- ・「検針に来る人とかの制服などを把握しておく必要があるなので、制服のリニューアルを大きくPRする姿勢が共感できました」(男性40代)
- ・「さわやかで好感もてる服装だと感じます」「詐欺対策としても、このような広告は役立つと思う」(女性30代)
- ・「誠実な印象を受けた」「爽やかな印象の広告で、企業姿勢も何となく伝わってくるようで、好感を抱く広告」(女性50代)
- ・「作業服が新しくなって、素敵なデザインだと思った」(女性60代)という読者の声がありました。

2019年6月29日 朝刊 全道版 全15段
 広告主：北海道ガス 広告会社：電通北海道