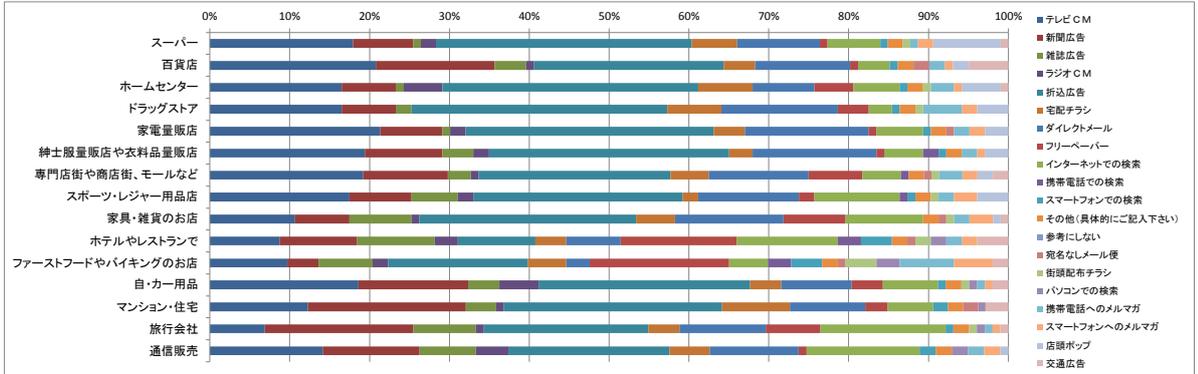


40周年企画読者アンケート『折込広告についてのアンケート』 広告代理店

サンプル数: 37件

① 各業種クライアントへ営業するにあたり、どの媒体を提案しますか？
下記A～Tの中から、各項目ごとにお選びください(上位3つ)。

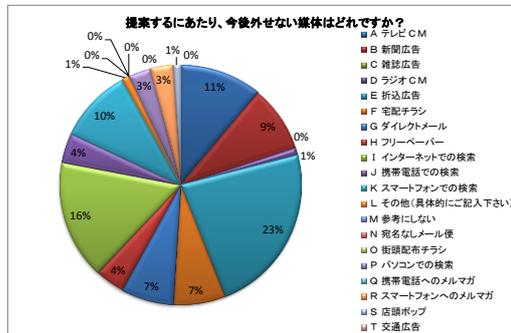
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
	テレビCM	新聞広告	雑誌広告	ラジオCM	折込広告	宅配チラシ	ダイレクトメール	フリーペーパー	インターネットでの検索	携帯電話での検索	スマートフォンでの検索	その他(具体的に記入下さい)	参考にならない	宛名なしメール便	街頭配布チラシ	パソコンでの検索	携帯電話へのメルマガ	スマートフォンへのメルマガ	店頭ポップ	交通広告
1 スーパー	19	8	1	2	34	6	11	1	7	0	1	2	0	0	1	0	1	2	9	1
2 百貨店	21	15	4	1	24	4	12	1	4	0	1	2	0	2	0	0	2	1	2	5
3 ホームセンター	17	7	1	5	33	7	8	5	6	0	1	2	0	0	1	0	3	1	2	5
4 ドラッグストア	17	7	2	0	33	7	15	4	3	0	1	2	0	0	1	0	5	2	0	0
5 家電量販店	22	8	1	2	32	4	16	1	6	0	1	2	0	0	1	0	2	2	3	0
6 紳士服量販店や衣料品量販店	20	10	4	2	31	3	16	1	5	2	1	2	0	0	0	2	1	3	0	0
7 専門店街や商店街、モールなど	20	11	3	1	25	5	13	7	5	1	0	2	0	1	1	0	3	2	2	2
8 スポーツ・レジャー用品店	18	8	6	2	27	2	13	2	11	1	1	2	0	0	1	0	2	3	4	0
9 家具・雑貨のお店	11	7	8	1	28	5	14	8	10	0	0	2	0	1	1	0	2	3	1	1
10 ホテルやレストラン	9	10	10	3	10	4	7	15	13	3	4	2	0	1	2	2	2	2	0	4
11 ファーストフードやバイキングのお店	10	4	7	2	18	5	3	18	5	3	4	2	0	1	4	3	7	5	0	2
12 自・カー用品	19	14	4	5	27	4	9	4	7	0	1	2	0	0	1	1	1	1	0	2
13 マンション・住宅	13	21	4	1	29	9	10	3	6	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	3
14 旅行会社	7	19	8	1	21	4	11	7	16	0	1	2	0	0	1	1	1	1	0	1
15 通信販売	14	12	7	4	20	5	11	1	14	0	2	2	0	0	2	2	2	1	0	0



その他の内容
・サンプル配布

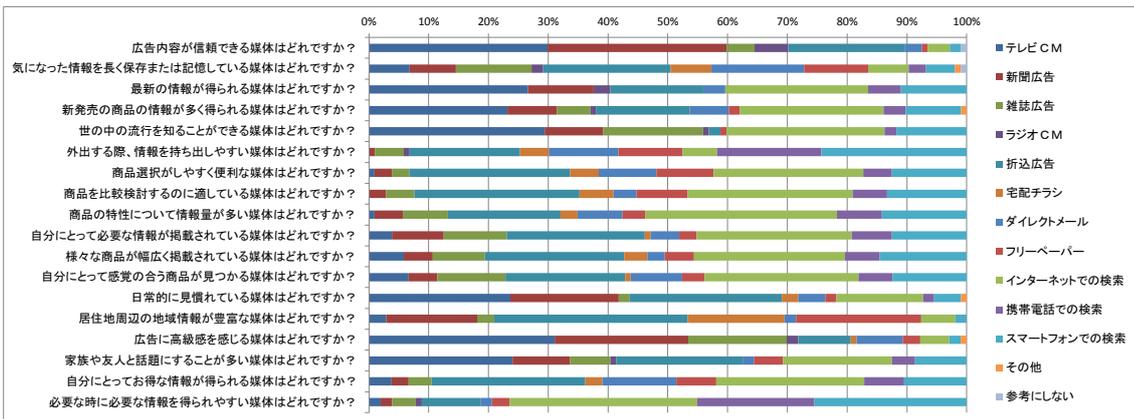
② 提案するにあたり、今後外せない媒体はどれですか？
下記A～Tの中から、お選びください。

	件数
A テレビCM	11
B 新聞広告	9
C 雑誌広告	0
D ラジオCM	1
E 折込広告	23
F 宅配チラシ	7
G ダイレクトメール	7
H フリーペーパー	4
I インターネットでの検索	16
J 携帯電話での検索	4
K スマートフォンでの検索	10
L その他(具体的に記入下さい)	1
M 参考にならない	0
N 宛名なしメール便	0
O 街頭配布チラシ	0
P パソコンでの検索	3
Q 携帯電話へのメルマガ	0
R スマートフォンへのメルマガ	3
S 店頭ポップ	1
T 交通広告	0

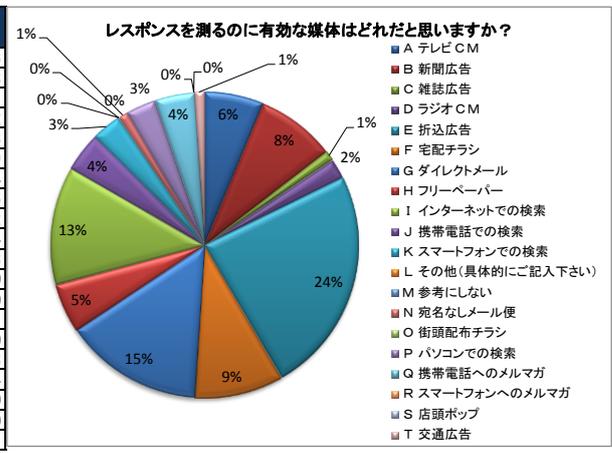


③ 各媒体(広告)に対するイメージを教えてください。
下記A～Mの中から、各項目ごとにお選びください(上位3つ)。

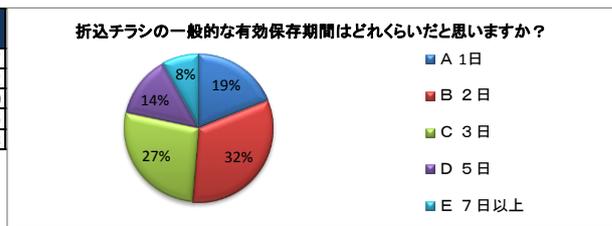
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	テレビCM	新聞広告	雑誌広告	ラジオCM	折込広告	宅配チラシ	ダイレクトメール	フリーペーパー	インターネットでの検索	携帯電話での検索	スマートフォンでの検索	その他	参考にならない
1 広告内容が信頼できる媒体はどれですか？	32	32	5	6	21	0	3	1	4	0	2	0	1
2 気になった情報を長く保存または記憶している媒体はどれですか？	7	8	13	2	22	7	16	11	7	3	5	1	1
3 最新の情報が得られる媒体はどれですか？	29	12	0	3	17	0	4	0	26	6	12	0	0
4 新発売の商品の情報が多く得られる媒体はどれですか？	25	9	6	1	17	0	7	2	26	4	10	1	0
5 世の中の流行を知ることができる媒体はどれですか？	30	10	17	1	2	0	0	1	27	2	12	0	0
6 外出する際、情報を持ち出しやすい媒体はどれですか？	0	1	5	1	19	5	12	11	6	18	25	0	0
7 商品選択がしやすく便利な媒体はどれですか？	1	3	3	0	28	5	10	10	26	5	13	0	0
8 商品を比較検討するのに適している媒体はどれですか？	0	3	5	0	29	6	4	9	29	6	14	0	0
9 商品の特性について情報量が多い媒体はどれですか？	1	5	8	0	20	3	8	4	34	9	15	0	0
10 自分にとって必要な情報が掲載されている媒体はどれですか？	4	9	11	0	24	1	5	3	27	7	13	0	0
11 様々な商品が幅広く掲載されている媒体はどれですか？	6	5	9	0	24	4	3	5	26	6	15	0	0
12 自分にとって感覚の合う商品が見つかる媒体はどれですか？	7	5	12	0	21	1	9	4	27	6	13	0	0
13 日常的に見慣れている媒体はどれですか？	26	20	2	0	28	3	5	2	16	2	5	1	0
14 居住地周辺の地域情報が豊富な媒体はどれですか？	3	16	3	0	34	17	2	22	6	0	2	0	0
15 広告に高級感を感じる媒体はどれですか？	32	23	17	2	9	1	8	3	5	0	2	1	0
16 家族や友人と話題にすることが多い媒体はどれですか？	25	10	7	1	22	0	2	5	19	4	9	0	0
17 自分にとってお得な情報が得られる媒体はどれですか？	4	3	4	0	27	3	13	7	26	7	11	0	0
18 必要な時に必要な情報を得られやすい媒体はどれですか？	2	2	4	1	10	0	2	3	32	20	26	0	0



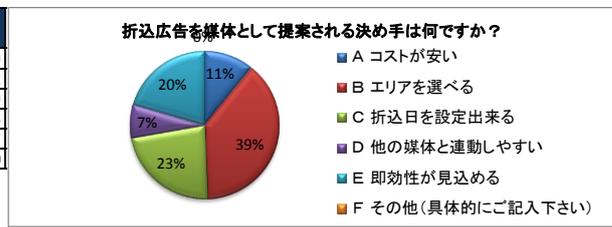
④ レスポンスを測るのに有効な媒体はどれだと思いますか？ 下記A～Tの中からお選びください(上位3つ)。		件数
A	テレビCM	6
B	新聞広告	8
C	雑誌広告	1
D	ラジオCM	2
E	折込広告	23
F	宅配チラシ	9
G	ダイレクトメール	14
H	フリーペーパー	5
I	インターネットでの検索	12
J	携帯電話での検索	4
K	スマートフォンでの検索	3
L	その他(具体的に記入下さい)	0
M	参考にしない	0
N	宛名なしメール便	1
O	街頭配布チラシ	0
P	パソコンでの検索	3
Q	携帯電話へのメルマガ	4
R	スマートフォンへのメルマガ	0
S	店頭ポップ	0
T	交通広告	1



⑤ 折込チラシの一般的な有効保存期間はどれくらいだと思いますか？ 下記A～Dの中から1つお選びください。		件数
A	1日	7
B	2日	12
C	3日	10
D	5日	5
E	7日以上	3



⑥ 折込広告を媒体として提案される決め手は何ですか？ 下記A～Fの中からお選びください(複数回答可)。		件数
A	コストが安い	9
B	エリアを選べる	32
C	折込日を設定出来る	19
D	他の媒体と連動しやすい	6
E	即効性が見込める	17
F	その他(具体的に記入下さい)	0



- F その他の内容
- ・折込チラシのみの取り扱いの為
 - ・エリアが広範囲
 - ・情報量が多い

⑦ 折込広告を提案するにあたり、折込配布エリアについてどんな資料を参考にしていますか？ (フリー回答)	
・ 個店のポイントカード等で決める(データ利用)	
・ 人口、世帯数、年齢分布データ	
・ 折込部数表	
・ 折込部数表	
・ マップマーケティングデータ。競合プロット。国勢調査(年収・年齢等生活者属性)	
・ 提案してもらった資料	
・ 特に参考にしている資料はなし	
・ 折込部数表、折込エリアマップ	
・ 自社アンケートによりエリアを特定	
・ 部数表	
・ 自動車の時間距離。他社・自社競合の店舗位置。国勢調査などのセンサスデータ。	
・ 当社のマッピングシステム。	
・ 国勢調査のデータ。クライアントの顧客データ。	
・ 競合店の位置。店舗より半径〇キロや、車で〇分圏内に該当するエリア。	
・ エリアセグメント(行政区別エリア、ニュータウンのある販売店、都市中心エリアとエリア外、JR駅を中心としたエリア)	
・ 国勢調査に基づいた年代・男女・年収などの人口比率資料。エリアマップ。	
・ ライバル店。同業種の傾向。スポンサー様のキャパ(どの数位まで折込可能か?)	
・ 国勢調査	
・ 男女別世帯、人口分布、競合との位置関係、ドライブタイムマップ	
・ 国勢調査をはじめ各種公開データによるエリアマーケティング	
・ 県北折込部数・エリア表	
・ 一人暮らし、アパート等、家庭か世帯、クライアントのターゲットに沿うエリア選び。折込日の曜日で埋もれてしまわないか、逆に他媒体とのかねあい等。	