

Yomiuri Internet Survey System

AdVoice [アド・ボイス]

読者の反応がすぐわかる
ネットモニターによる広告反響調査システム

新聞広告の効果を測定し、迅速にお届けいたします

インターネットを利用した広告反響調査システム 「AdVoice(アド・ボイス)」

読売新聞では、広告主の皆様にとって重要な課題である掲載広告の効果測定および結果データの提供を目的に、インターネットを利用した広告反響調査システム「AdVoice(アド・ボイス)」をご用意しています。

広告効果にはメディアの到達からターゲットの認知、理解、興味、購入意向など様々な段階があります。それぞれの段階でクリエイティブや商品コンセプトといった複数の要因が影響しますが、「AdVoice」では「媒体の到達」から「認知」、「心理変容」に至る各段階について、量的に測定することを目的としています。

「定型調査」と「オーダーメイド調査」の2つをご用意

「定型調査」は広告閲覧状況、広告評価などの測定に特化したベーシックな調査で、掲載日の2営業日後に報告書が完成いたします。調査結果は広告主の皆様にご提供すると同時に、データを蓄積して新聞広告の効果研究に役立てます。

「オーダーメイド調査」は任意で質問項目を設定できますので、定型調査に比べ幅広い調査が可能となります。実査終了の10営業日後には詳細な報告書が完成します。

ともにフリーアンサー形式での設問が可能ですので、読者の広告に対する直接的な意見・感想などを聞くこともできます。

「いつでも、すばやく、読者の声」をお届けします

「AdVoice」では4,000人を超えるモニターを抱え、年間1,500件以上の調査を実施。インターネット調査の特性を活かし、「いつでも、すばやく、読者の声」をお届けします。

読売新聞に掲載された広告が「どれだけの人に」、「どのように」伝わったのか。データをもって広告主の皆様にごフィードバックする「AdVoice」をご活用下さい。

定型調査

無料

「いつでも、すぐわかる」のは定型調査です。

調査結果は広告掲載の2営業日後に。

定型調査の特徴はインターネット調査の速報性を最大限に活かしたクイックレスポンス。報告書とフリーアンサーは掲載日の2営業日後に。

あらゆる業種、どんな広告にも対応可能。

媒体の到達から広告の接触までを測る「広告接触率、広告注目率*」と、広告内容についての「関心度」「印象度」「好感度」「理解度」「信頼度」「潜在顧客度」「行動喚起」「クロス接触状況」の8項目に関する測定に質問を特化。主に「読者の広告表現に対する評価」を明らかにするベーシックな調査です。

回答者から生の声を得られます。

フリーアンサー1問が含まれます。回答者の意見・感想を聞くことができます。(フリーアンサーのみ質問文言の変更が可能です)

- 広告接触率: 調査対象者全体に占める調査対象広告を「確かに見た」+「見たような気がする」人の割合
- 広告注目率*: 調査対象者全体に占める調査対象広告を「確かに見た」と答えた人の割合

広告掲載の
4営業日前
まで

調査の
お申し込み

弊社担当営業までお申し込みください。

広告掲載



掲載日
当日

モニターへ
調査依頼

調査の実施をメールで連絡。モニターは自宅のパソコンから調査専用ウェブサイトへアクセスし、紙面を見ながら回答します。



掲載日翌日の
24時

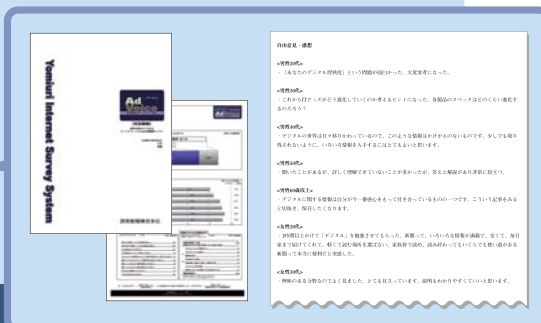
回答
締め切り

調査期間は掲載日と翌日の2日間になります。

掲載日の
2営業日後

報告書

調査結果は、PDFファイルの報告書、自由回答データのセットです。



●報告書はイメージです。

オーダーメイド調査

「なんでも、よくわかる」のはオーダーメイド調査です。

実査終了の10営業日後には、詳細な報告書が完成します。

集計結果を分析の上、報告書を作成。実査終了から10営業日後に完成します。

自由に質問を設定可能。

新聞閲読率、広告接触率、広告注目率*の測定など基本質問に加え、商品認知、購入意向、使用実態、企業イメージなどに関する質問も自由に設定できます。定型調査に比べて幅広い項目についての調査が可能です。

<設問例> ・●●●(商品名・ブランド名)をご存じでしたか。
・この中でご存じの商品をすべてお選び下さい。
・この中であなたが関心を持った広告個所をお選び下さい。
・これまでに、このシリーズ広告をご覧になったことがありますか。

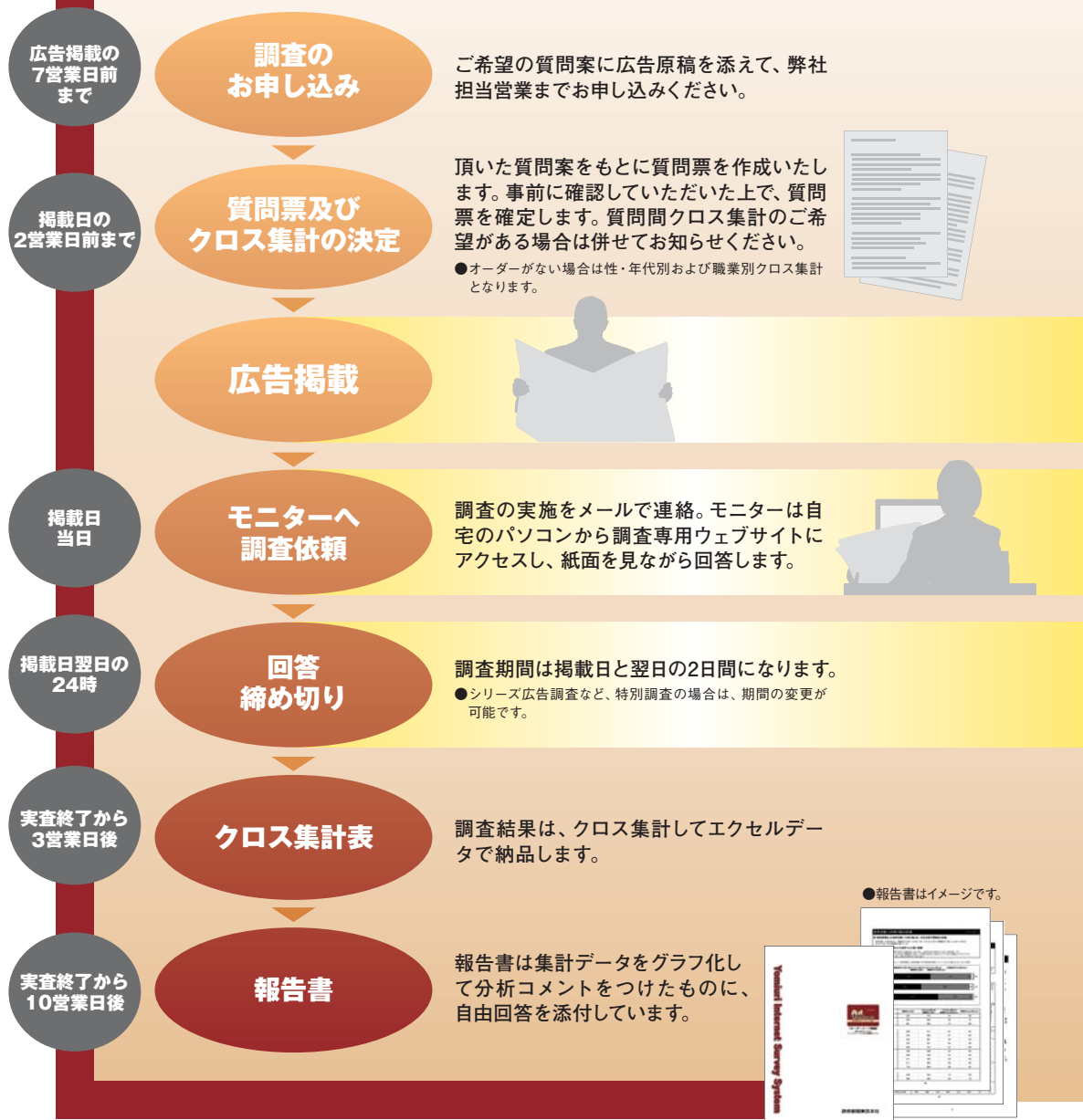
質問数は最大15問まで設定できます。

モニターの負荷を考慮し、質問分量は基本質問とご希望の調査項目を合わせて15問までといたしますが、この分量内でフリーアンサーを1問、設定可能です。

ターゲットを絞った調査が可能です。

性別、年代別、職業別など、必要なサンプルを選んだ効率的な調査が可能です。(西部本社を除く)

●オーダーメイド調査での質問票作成でご不明な点がございましたらご相談下さい。



●上記は原則的なスケジュールです。

Q-a.あなたは、□月□日(□)の朝刊をお読みにになりましたか。

- 読んだ 読んでいない

Q-b.では、朝刊を開いてください。あなたは、下記図の位置にある「□□□□」の広告をご覧になりましたか。

- 確かに見た 見たような気がする 見た覚えがない



〈□面〉

「□□□□」の広告についてお尋ねします。

Q1.あなたは、この広告にどの程度関心がありますか？

- とても関心がある まあ関心がある あまり関心がない まったく関心がない

Q2.あなたは、この広告がどの程度印象に残りますか？

- とても印象に残る まあ印象に残る あまり印象に残らない まったく印象に残らない

Q3.あなたは、この広告にどの程度好感がもてますか？

- とても好感がもてる まあ好感がもてる あまり好感がもてない まったく好感がもてない

Q4.あなたは、この広告の内容をどの程度理解できますか？

- とても理解できる まあ理解できる あまり理解できない まったく理解できない

Q5.あなたは、この広告の内容をどの程度信頼できますか？

- とても信頼できる まあ信頼できる あまり信頼できない まったく信頼できない

Q6.あなたは、この広告主(企業・団体など)の商品・サービスを、今後機会があれば購入(利用)の候補にしてもよいと思いますか？

- すでに購入(利用)している いずれ購入(利用)の候補にしてもよい
 購入(利用)の候補にすることはないと思う あてはまらない

Q7.この広告を見て、あなたは次のようなことがありましたか。あてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも回答)

- 初めてこの商品・サービスを知った 初めてこの広告主を知った
 あらためてこの商品・サービスに注目した あらためてこの広告主に注目した
 よい広告を出していると思った この広告主のホームページを見たいと思った
 インターネット(広告主のホームページ以外)で比較したり、調べたいと思った
 商品・サービスについてメールや電話で問い合わせようと思った
 商品・サービスについて店頭で確認しようと思った 商品・サービスについて購入(利用)したいと思った
 まわりの人と話題にしたいと思った(ブログ、SNSでの発信を含む) この中にあてはまるものはない

Q8.これと同じ内容の広告を他のもので見聞きしましたか。(いくつでも回答)

※同じ内容の広告とは、同じ商品やサービスの広告で、同じタレントが出ていたり、同じキャッチコピーを使っていたりするものを指します。

- テレビコマーシャルで見聞きした 新聞広告を見た
 ラジオコマーシャルを聞いた 雑誌広告を見た
 折り込みチラシで見た 交通広告(駅・電車など)や屋外・店頭広告で見た
 インターネットで見た 見聞きはしたが、何で見聞きしたのかは覚えていない
 他のものでこの広告を見聞きしたことはない

Q9.この広告への感想やご意見を自由にお書き下さい。(☆この設問は質問文の変更可能です。)

AdVoiceの活用法

自社の広告についてのデータがわかるだけでなく、
Web上で各種データとの比較が可能です。

●自社データを比較するには……



アクセス

広告ガイドadv.yomiuri
(<http://adv.yomiuri.co.jp/>)



【予測広告接触率・予測広告注目率*との比較ができる】

比較1



掲載条件を入力するだけで「予測広告接触率」・「予測広告注目率*」を算出できます。実際のスコアと比較することで、標準的なスコアとの差を把握できます。
予測広告接触率・注目率*: 多変量解析の手法を用いて算出した予測される広告接触率・注目率。

【他社の広告接触率・広告注目率*との比較ができる】

比較2



過去に実施した定型調査のデータ一覧をエクセル形式で掲出しています。「掲載月」「朝・夕刊」「広告段数」「色刷りの有無」「掲載面」「業種」など、項目ごと比較が可能です。

【他社の分析事例と比較ができる】

比較4



読売ADリポート ojo (オッホ) (隔月発行・偶数月)の「pick up AdVoice」コーナーでは、AdVoice調査の分析事例を紹介しています。このコーナーは、ホームページでもご覧いただけます。

広告ガイド adv.yomiuri ▶ 読売ADリポート ojo (オッホ) ▶ pick up AdVoice
http://adv.yomiuri.co.jp/ojo/clm_inv/clm_pickup.php

【広告接触率・広告注目率*が高い紙面の評価と比較ができる】

比較3



定型調査にて、広告注目率*が予測広告注目率*を大きく上回った掲載事例を、データや広告に関する読者の声などとともにピックアップして、広告局ホームページ内の「AdVoice+10」で発表しています。評価の高い広告の調査結果を参照することができます。



モニターの構成

基本モニターは、各地区対象エリア在住の読売新聞購読者から抽出しております。
概要は以下の通りです。

【東京本社】

- 調査対象：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県に居住する20歳以上の読売新聞朝・夕刊購読者
- サンプル数：340(回収250程度)
- サンプリング：モニター応募者から、(株)ビデオリサーチの全国新聞総合調査による読売新聞購読者の性・年代・職業別構成に基づき抽出
- 調査企画/設計：読売新聞東京本社広告局
- レターヘッド/実査：読売新聞広告ネットモニター事務局

【回収ベースの目標属性別構成比】 単位：%

●性別	男性	50.8	●年代	20～29歳	19.4
	女性	49.2		30～39歳	16.3
				40～49歳	16.9
				50～59歳	25.5
				60歳以上	21.8

【職業構成比】
常勤：37.0%、パート・アルバイト：19.3%、
自営業主：7.8%、専業主婦：19.7%、学生：7.4%、無職：8.8%

【大阪本社】

- 調査対象：大阪府、京都府、奈良県、兵庫県に居住する20歳以上の読売新聞朝・夕刊購読者
- サンプル数：300(回収220程度)
- サンプリング：モニター応募者から、(株)ビデオリサーチの全国新聞総合調査による読売新聞購読者の性・年代別構成に基づき抽出
- 調査企画/設計：読売新聞大阪本社広告局
- レターヘッド/実査：読売新聞広告ネットモニター事務局

【基本モニター300人の属性別構成比】 単位：%

●性別	男性	52.2	●年代	20～29歳	15.4
	女性	47.8		30～39歳	20.7
				40～49歳	19.6
				50～59歳	21.5
				60歳以上	22.8

【職業構成比】
常勤：38.7%、パート・アルバイト：19.0%、
自営業主：7.4%、専業主婦：19.9%、学生：4.9%、無職：10.1%

【西部本社】

- 調査対象：福岡県に居住する20歳以上の読売新聞朝・夕刊購読者
- サンプル数：200(回収150程度)
- サンプリング：モニター応募者から、(株)ビデオリサーチの全国新聞総合調査による読売新聞購読者の性・年代別構成に基づき抽出
- 調査企画/設計：読売新聞西部本社広告局
- レターヘッド/実査：読売新聞広告ネットモニター事務局

【基本モニター200人の属性別構成比】 単位：%

●性別	男性	50.0	●年代	20～29歳	11.4
	女性	50.0		30～39歳	21.8
				40～49歳	20.8
				50～59歳	22.8
				60歳以上	23.3

【職業構成比】
常勤：41.1%、パート・アルバイト：21.3%、
自営業主：7.4%、専業主婦：18.3%、学生：3.0%、無職：8.9%

ご利用料金

- モニターの種類および回収数による料金の変更はありません。
- シリーズ広告の調査など、複数掲載日にまたがる調査をご希望の場合は、ご相談下さい。
- 広告紙面を郵送する場合は、別途発送作業費、郵券代等、実費がかかります。
- 調査を直前にキャンセルされた場合はキャンセル料をいただくことがあります。
- お申し込みの多い場合は、お受けできないことがありますので、お早めにお申し込みください。

定型調査 ▶

無料

オーダーメイド調査 ▶

1回あたり250,000円 (消費税別)

■お申し込みは、弊社担当営業までお願いします。

■お問い合わせ

読売新聞東京本社広告局マーケティング部 電話03-3216-8788 (直通)
読売新聞大阪本社広告局管理・企画部 電話06-6366-1737 (直通)
読売新聞西部本社広告局広告第二部 電話092-715-5875 (直通)