

結果報告 10月Web利用者モニター「2018秋、コープのテレビCM放映」

【テーマ・商品】

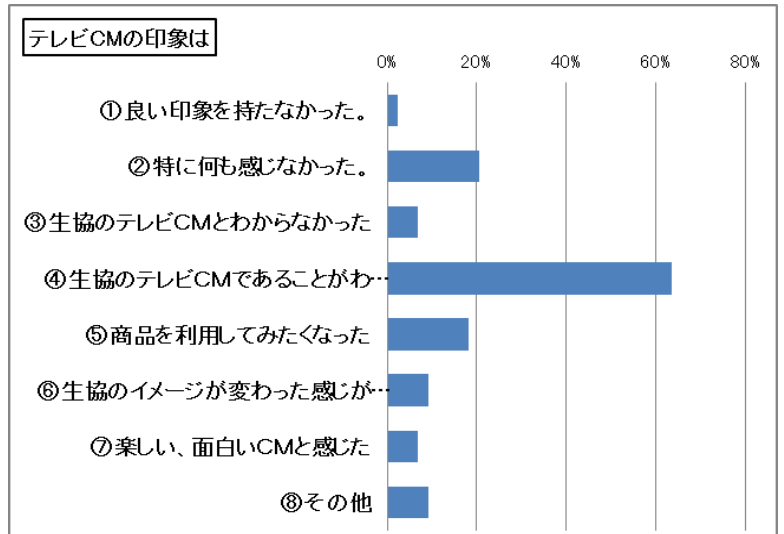
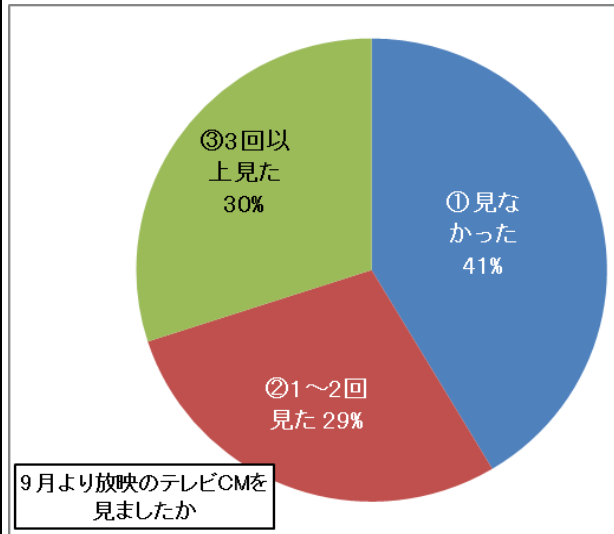
2018年秋放映のコープのテレビCMについて

【モニター目的】

- ・テレビCMの認知
- ・テレビCMのコンセプトの確認

【回答期間】 10/5～10/15

【回答者数】 70名



■概要(子育て:40歳未満 ファミリー:40歳以上55歳未満 シニア:55歳以上70歳未満/シルバー:70歳以上)

■9月から放映のテレビCMを見ましたか: **①見なかった 41.4%** ②3回以上見た 30% ③1～2回見た 28.6%

■テレビCMの印象は(複数回答可): **①生協のテレビCMであることがわかった 63.6%** ②特に何も感じなかった 20.5% ③商品を利用してみたいになった 18.2% ④生協のイメージが変わった感じがした/その他 各9.1% ⑤生協のテレビCMとわからなかった/楽しい、面白いCMと感じた 各6.8%

■どの内容のテレビCMを見ましたか(複数回答可): **①女性が登場するCM 76.2%** ②骨取りさばのみ 59.5%

■テレビCMを見て「骨取りさばのみぞれ煮」を利用して見たいと思いましたが: **①利用してみたいと感じた 56.1%** ②何も感じなかった 41.5% ③利用したくないと感じた 2.4%

■スマートフォンによる注文方法について: **①スマートフォンで注文できることは以前から知っていた 89.7%** ②スマートフォンで商品の注文ができると知らなかった 8.8% ③テレビCMを見てスマートフォンで商品の注文が出来ることがわかった 1.5%

■スマートフォンでの注文の頻度は: **①ほぼスマートフォンで注文する 39.1%** ②たまにスマートフォンで注文する 20.3% ③注文したことがない(スマートフォンを持っていない)/注文したことがない(スマートフォンが使えると知っている) 各17.4% ④注文したことがない(スマートフォンが使えると知らない) 5.8%