

関西大学 社会学部 『テレビCMに対する印象調査』会場アンケート

11月24日(土)関西大学において「テレビCMに対する印象調査 会場アンケート」を実施。これは関西大学 社会学部と日本広告審査機構(JARO)との共同調査で、CMに対する世代間格差を探る狙いで行われた。30代・40代・50代・60代の4層の男女各10人、合計で80人が関西大学に2回に分けて集合。約1時間、実際のCFを見ながらアンケートに回答した。幅広い世代のリクルーティングが可能なリビング・パートナーを対象としたプロモーション事例。当日の欠席および遅刻者は皆無であり、クライアントより大変高い評価を得た。



■クライアント

関西大学 社会学部

■実施日時

2007年11月24日(土)

第一組目 午後1時～2時、第二組目 午後3時～4時

■会場

関西大学社会学部研究室

■対象

30代・40代・50代・60代

男女各世代10人 合計80人