

ベトナムの屋外広告に関する調査レポート | 2016年

調査概要

| | |
|-------|---|
| テーマ | 屋外広告 |
| 目的 | ベトナム人の屋外広告に対する認知度、評価を把握する。 |
| 対象 | 1,115人（1か月以内に屋外広告を見た人） |
| 方法 | オンラインアンケート調査（Bean Survey） |
| 期間 | 2015年9月29日～11月9日 |
| アンケート | 全12問 <ul style="list-style-type: none"> 回答者属性に関する質問：9問 本題に即した質問（屋外広告を見る頻度、屋外広告に対する評価など）：3問 |

主な調査結果

| 項目 | 概要 | 詳細 |
|------------|---|--|
| 屋外広告を見る頻度 | <ul style="list-style-type: none"> 昨年に比べ、特にバスで旅行する人が屋外広告を頻繁に見ている傾向がある。 沿道の看板が最も頻繁に見られる屋外広告である。 | <ul style="list-style-type: none"> 約70%が、昨年より屋外広告を見る頻度が高まっている。男性より女性の方がその傾向がある。 沿道の看板が最も頻繁に見られ、84%が毎日見ている。 |
| 屋外広告に対する評価 | <ul style="list-style-type: none"> 効果的なのは沿道の看板、デザイン性が高いのが建物への広告、創造性が高いのはバスでの広告と認識されている。 有益性が高いのは生鮮市場での広告、信頼性が高いのは店舗での広告、魅力的なのは電子公告と認識されている。 | <ul style="list-style-type: none"> 約45%が沿道の看板が最も効果的であると回答し、30%が建物への広告が最もデザイン性が高いと回答し、26%がバスでの広告が最も創造性が高いと回答している。 15%が電子公告が最も魅力的であると回答し、14%が店舗での広告が最も信頼性が高いと回答し、13%が生鮮市場での広告が最も有益性が高いと回答している。 |

全ての結果は「[完全版（英語）](#)」をご参照ください。

