

キヤッチコピラーについての調査

はじめまして。情報学部メディア表現学科3年の中塚智也と申します。
はじめに調査へのご協力ありがとうございます。この調査票は、コロナ禍が終息に向
かい消費者の購買行動が回復しつつある今、商品購入時のキヤッチコピラーについての調
査することを目的としています。また、調査結果は統計として処理し授業以外で使用
することはありません。回答よろしく願います。
何かご不明な点などございましたら下記のメールアドレスまでご連絡ください。

情報学部メディア表現学科3年 中塚智也 c1p51056@bunkyo.ac.jp

調査票 1・2 共通

- Q1 あなたの性別を教えてください。
男性(32.1%) 女性(65.7%) 無回答(2.2%)
- Q2 あなたは現在一人暮らしですか
はい(17.9%) いいえ(81.3%)
- Q3 一日にSNSをどのくらい利用しますか
2時間未満(23.1%) 2時間以上4時間未満(41.0%)
4時間以上6時間未満(18.7%) 6時間以上(16.4%)
利用しない(0.0%)
- Q4 一日にインターネットをどのくらい利用しますか
2時間未満(20.9%) 2時間以上4時間未満(22.4%)
4時間以上6時間未満(28.4%) 6時間以上(27.6%)
利用しない(0.0%)
- Q5 一日にテレビをどのくらい利用しますか
2時間未満(59.7%) 2時間以上4時間未満(17.9%)
4時間以上6時間未満(3.0%) 6時間以上(1.5%)

利用しない(17.9%)

- Q6 商品や企業のキヤッチコピラーを目にする事が多い媒体を全て教えてください
テレビ(60.4%) スマートフォン(70.1%) SNS(77.6%)
電車内広告(63.4%) 店頭広告(17.9%) 商品パッケージ(28.4%)
この中にはない(0.0%) 目にしたことはない(0.0%)
- Q7 商品や企業のキヤッチコピラーが気になったことはありますか
よくある(15.7%) ある(48.5%)
どちらともいえない(14.9%) ない(17.2%)
全くない(3.7%)
- Q8 キヤッチコピラーが気になる商品・企業があれば全て教えてください
化粧品(40.3%) 食品(60.4%) 飲料(43.3%)
日用品(31.3%) ゲーム・娯楽品(32.8%) この中にはない(6.0%)
気になったことはない(6.7%)
- Q9 商品選びの際にキヤッチコピラーを参考にしたことはありますか
よくある(10.4%) ある(30.6%)
どちらともいえない(23.1%) ない(20.1%)
全くない(15.7%)
- Q10 以下に挙げた商品で、キヤッチコピラーを参考に購入したことがある商品はあります
か(複数選択可)
化粧品(38%) 食品(46.3%)
飲料(33.6%) 日用品(26.9%)
ゲーム・娯楽品(17.9%) 参考にしたことはない(29.9%)
- Q11 印象に残っているキヤッチコピラーの商品や企業をよく利用しますか
よく利用する(7.5%) 利用する(26.9%)
どちらともいえない(32.8%) 利用しない(17.9%)
全く利用しない(13.4%)

調査票1

日焼け止めについて

日焼け止めに関する質問です。普段日焼け止めを使用しない方は、もし購入するならば
 いう仮定のもとでお答えください。

Q12 日焼け止めを自分で選んで購入したことはありますか
 はい(83.1%) いいえ(16.9%)

Q13 日焼け止めを選ぶ際に最も重要視するポイントは何ですか

日焼け防止効果(48.4%)
 価格(21.9%)
 追加の性能(肌に優しい、美白など)(15.6%)
 口コミ(12.5%)
 デザイン(1.7%)

Q14 日焼け止めの商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか

よくある(4.6%)
 ある(16.9%)
 どちらともいえない(16.9%)
 ない(30.8%)
 全くない(30.8%)

Q15 日焼け止めを選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか

よくある(4.6%)
 ある(15.4%)
 どちらともいえない(15.4%)
 ない(23.1%)
 全くない(41.5%)

Q16 日焼け止めはキャッチコピーが大事だと思いますか

とても思う(7.7%)
 思う(36.9%)
 どちらともいえない(21.5%)
 思わない(18.5%)
 全く思わない(15.4%)

Q17 以下の日焼け止めのキャッチコピーを見て、どのように感じますか

「使うたび、うるおう。」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
意味がわかりやすいと感じる	25.8	51.5	9.1	10.6	3.0
価格が高そうだと感じる	15.2	22.7	21.2	33.3	7.6
自分に合った商品であると感じる	16.7	30.3	30.3	18.7	3.0
面白と感じる	3.0	27.3	21.2	31.8	16.7
おしゃれたと感じる	21.2	18.2	34.8	18.2	7.6

Q18 「使うたび、うるおう。」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか

とても思う(7.8%)
 思う(14.1%)
 少し思う(26.6%)
 どちらともいえない(14.1%)
 少し思わない(17.2%)
 思わない(12.5%)
 全く思わない(7.8%)

ワイヤレスイヤホンについて

ワイヤレスイヤホンに関する質問です。普段ワイヤレスイヤホンを使用しない方は、
 もし購入するならばという仮定のもとでお答えください。

Q19 ワイヤレスイヤホンを自分で選んで購入したことはありますか

はい(75.8%)
 いいえ(24.2%)

Q20 ワイヤレスイヤホンを選ぶ際に最も重要視するポイントは何か

音質(43.1%)
 価格(32.3%)
 口コミ(10.8%)
 オプション機能(10.8%)
 デザイン(3.1%)

Q21 ワイヤレスイヤホンの商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか

よくある(4.6%)
 ある(18.5%)
 どちらともいえない(10.8%)
 ない(26.2%)
 全くない(40.0%)

Q22 ワイヤレスイヤホンを選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか

よくある(0.0%)
 ある(18.5%)
 どちらともいえない(10.8%)
 ない(24.6%)
 全くない(46.2%)

Q23 ワイヤレスイヤホンはキャッチコピーが大事だと思いますか

- とても思う(3.1%)
- 思う(27.7%)
- どちらともいえない(21.6%)
- 思わない(23.1%)
- 全く思わない(24.6%)

Q24 以下のワイヤレスイヤホンのキャッチコピーを見て、どのように感じますか

「オンガクは、またひとつ自由になる。」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
意味がわかりやすいと感じる	13.6	9.1	28.8	33.3	15.2
価格が高そうだと感じる	13.6	40.9	25.8	15.2	4.5
自分に合った商品であると感じる	12.1	18.2	33.3	25.8	10.6
面白いと感じる	21.2	31.8	24.2	15.2	7.6
おもしろいと感じる	21.2	47.0	18.2	9.1	4.5

Q25 「オンガクは、またひとつ自由になる。」というキャッチコピーを見て、この商品を

買いたいと思いますか

- とても思う(3.0%)
- 思う(12.1%)
- 少し思う(22.7%)
- どちらともいえない(22.7%)
- 少し思わない(18.2%)
- 思わない(7.6%)
- 全く思わない(13.6%)

ペットボトル飲料(麦茶)について

ペットボトルのお茶に関する質問です。普段ペットボトルのお茶を飲まない方は、もし購入するならばという仮定のもとでお答えください。

Q26 ペットボトルのお茶を自分で選んで購入したことはありますか

- はい(100.0%)
- いいえ(0.0%)

Q27 ペットボトルのお茶を選ぶ際に最も重要視するポイントは何ですか

- 味・量(60.6%)
- 価格(37.9%)
- 口コミ(0.0%)
- カフェインなどの追加効果(0.0%)
- デザイン(1.5%)

Q28 ペットボトルのお茶の商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか

- よくある(15.2%)
- ある(30.3%)
- どちらともいえない(16.7%)
- ない(18.2%)

全くない(19.7%)

Q29 ペットボトルのお茶を選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか

- よくある(10.6%)
- ある(16.7%)
- どちらともいえない(21.2%)
- ない(24.2%)
- 全くない(27.3%)

Q30 ペットボトルのお茶はキャッチコピーが大事だと思いますか

- とても思う(9.1%)
- 思う(34.9%)
- どちらともいえない(24.2%)
- 思わない(13.6%)
- 全く思わない(18.2%)

Q31 以下の麦茶のキャッチコピーを見て、どのように感じますか

「汗をかいたらミネラルゴク」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
意味がわかりやすいと感じる	50.0	36.4	6.1	6.1	1.5
価格が高そうだと感じる	1.5	7.6	10.6	57.6	22.7
自分に合った商品であると感じる	12.1	21.2	45.5	13.6	7.6
面白いと感じる	16.7	30.3	19.7	24.2	9.1
おもしろいと感じる	0.0	9.1	21.2	42.4	27.3

Q32 「汗をかいたらミネラルゴク」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか

- とても思う(9.1%)
- 思う(25.8%)
- 少し思う(23.7%)
- どちらともいえない(18.2%)
- 少し思わない(7.6%)
- 思わない(12.1%)
- 全く思わない(4.6%)

洗濯洗剤について

洗濯洗剤に関する質問です。普段洗濯洗剤を自分で購入しない方は、もし購入するならばという仮定のもとでお答えください。

Q33 洗濯洗剤を自分で選んで購入したことはありますか

- はい(28.1%)
- いいえ(71.9%)

Q34 洗濯洗剤を選ぶ際に最も重要視するポイントは何ですか

調査票 2

- 洗浄力(45.3%)
- 価格(20.3%)
- 香り(29.7%)
- パッケージデザイン(1.6%)

日焼け止めについて
 日焼け止めに関する質問です。普段日焼け止めを使用しない方は、もし購入するならば
 いう仮定のもとでお答えください。

Q35 洗濯洗剤の商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか

- よくある(12.5%)
- ある(31.3%)
- どちらともいえない(17.2%)
- ない(17.2%)
- 全くない(21.9%)

Q36 洗濯洗剤を選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか

- よくある(11.1%)
- ある(23.8%)
- どちらともいえない(14.3%)
- ない(14.3%)
- 全くない(36.5%)

Q37 洗濯洗剤はキャッチコピーが大事だと思いますか

- とても思う(20.3%)
- 思う(31.3%)
- どちらともいえない(23.4%)
- 思わない(10.9%)
- 全く思わない(14.1%)

Q38 以下の洗濯洗剤のキャッチコピーを見て、どのように感じますか

「ねえ、洗剤変えない?」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
意味がわかりやすいと感じる	10.6	24.2	21.2	28.8	15.2
価格が高そうだと感じる	3.0	6.1	22.7	43.9	24.2
自分に合った商品であると感じる	3.0	6.1	42.4	24.2	24.2
面白いと感じる	16.7	37.9	16.7	13.6	15.2
おしやれたと感じる	4.5	9.1	25.8	39.4	21.2

Q39 「ねえ、洗剤変えない?」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか

- とても思う(6.1%)
- 思う(7.6%)
- どちらともいえない(27.3%)
- 少し思う(15.2%)
- 全く思わない(15.2%)
- 少し思わない(9.1%)
- 思わない(19.7%)

- Q12 日焼け止めを自分で選んで購入したことはありますか
はい(77.9%) いいえ(20.1%)
- Q13 日焼け止めを選ぶ際に最も重要視するポイントは何か
日焼け防止効果(52.9%)
価格(16.2%)
追加の性能(肌に優しい・美白など)(13.2%)
口コミ(13.2%)
デザイン(4.4%)

- Q14 日焼け止めの商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか
よくある(4.4%)
ある(22.1%)
どちらともいえない(17.7%)
ない(29.4%)
全くない(26.5%)

- Q15 日焼け止めを選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか
よくある(5.9%)
ある(17.7%)
どちらともいえない(19.1%)
ない(26.5%)
全くない(30.9%)

- Q16 日焼け止めはキャッチコピーが大事だと思いますか
とても思う(11.9%)
思う(23.9%)
どちらともいえない(23.9%)
思わない(23.9%)
全く思わない(16.4%)

- Q17 以下の日焼け止めのキャッチコピーを見て、どのように感じますか
「日やけ止めなんて、着こなしちゃえ。」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
風味がかりやすいと感じる	2.9	22.1	16.2	52.9	5.9
価格が高そうだと感じる	2.9	14.7	16.2	44.1	22.1
自分に合った商品であると感じる	1.5	11.8	35.3	38.7	11.8
面白いと感じる	26.5	50.0	8.8	8.8	5.9
おしやれだと感じる	20.6	32.8	11.8	26.5	7.4

Q18 「日やけ止めなんて、着こなしちゃえ。」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか

- とても思う (3.1%) 少し思う (23.1%)
- どちらともいえない (13.9%) 少し思わない (26.2%) 思わない (13.9%)
- 全く思わない (9.2%)

ワイヤレスイヤホンについて
ワイヤレスイヤホンに関する質問です。普段ワイヤレスイヤホンを使用しない方は、もし購入するならばという仮定のもとでお答えください。

Q19 ワイヤレスイヤホンを自分で選んで購入したことはありますか
はい (79.4%) いいえ (20.6%)

Q20 ワイヤレスイヤホンを選ぶ際に最も重要視するポイントは何ですか
音質 (39.7%) 価格 (32.4%)
口コミ (13.2%) オプション機能 (11.8%)
デザイン (2.9%)

Q21 ワイヤレスイヤホンの商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか
よくある (8.8%) ある (11.8%)
どちらともいえない (10.3%) ない (30.9%)
全くない (38.2%)

Q22 ワイヤレスイヤホンを選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか
よくある (4.5%) ある (7.5%)
どちらともいえない (4.0%) ない (28.4%)
全くない (50.8%)

Q23 ワイヤレスイヤホンはキャッチコピーが大事だと思いますか
とても思う (8.8%) 思う (16.2%)
どちらともいえない (17.7%) 思わない (33.8%)
全く思わない (23.5%)

Q24 以下のワイヤレスイヤホンのキャッチコピーを見て、どのように感じますか
「いい音には、静寂が要る。」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
風味がかりやすいと感じる	25.0	42.6	8.8	14.7	8.8
価格が高そうだと感じる	32.4	55.9	1.5	5.9	4.4
自分に合った商品であると感じる	14.7	29.4	30.9	20.6	4.4
面白いと感じる	7.4	32.4	16.2	38.2	5.9
おしやれだと感じる	25.5	41.2	13.2	17.6	4.4

Q25 「いい音には、静寂が要る。」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか
とても思う (10.8%) 思う (9.2%) 少し思う (33.9%)
どちらともいえない (26.2%) 少し思わない (9.2%) 思わない (6.2%)
全く思わない (4.6%)

ペットボトル飲料（麦茶）について
ペットボトルのお茶に関する質問です。普段ペットボトルのお茶を飲まない方は、もし購入するならばという仮定のもとでお答えください。

Q26 ペットボトルのお茶を自分で選んで購入したことはありますか
はい (97.1%) いいえ (2.9%)

Q27 ペットボトルのお茶を選ぶ際に最も重要視するポイントは何ですか
味・量 (67.7%) 価格 (27.9%)
口コミ (0.0%) カフェインなどの追加効果 (4.4%)
デザイン (0.0%)

Q28 ペットボトルのお茶の商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか
よくある (11.8%) ある (36.8%)
どちらともいえない (17.7%) ない (17.7%)

全くない(16.2%)

Q29 ペットボトルのお茶を選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか
よくある(11.8%)
ある(22.1%)
どちらともいえない(11.8%)
ない(27.9%)
全くない(26.5%)

Q30 ペットボトルのお茶はキャッチコピーが大事だと思いますか
とても思う(10.3%)
思う(30.9%)
どちらともいえない(16.2%)
思わない(25.0%)
全く思わない(17.7%)

Q31 以下の麦茶のキャッチコピーを見て、どのように感じますか
「ひと手間かけて、つくりました。」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
風味がわかりやすいと感じる	38.2	42.6	4.4	8.8	5.9
価格が驚きだと感じる	26.5	38.2	13.2	19.1	2.9
自分に合った商品であると感じる	7.4	27.9	33.8	22.1	8.8
面白いと感じる	5.9	14.7	17.6	41.2	20.6
おしやれだと感じる	14.7	19.1	22.1	33.8	10.3

Q32 「ひと手間かけて、つくりました。」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか

とても思う(10.6%)
思う(18.2%)
少し思う(16.7%)
どちらともいえない(28.8%)
少し思わない(13.6%)
思わない(6.1%)
全く思わない(6.1%)

洗濯洗剤について

洗濯洗剤に関する質問です。普段洗濯洗剤を自分で購入しない方は、もし購入するならばという仮定のもとでお答えください。

Q33 洗濯洗剤を自分で選んで購入したことはありますか
はい(44.1%)
いいえ(55.9%)

Q34 洗濯洗剤を選ぶ際に最も重要視するポイントは何ですか

洗淨力(38.8%)

価格(25.4%)

ロコミ(10.5%)

香り(23.9%)

パッケージデザイン(1.5%)

Q35 洗濯洗剤の商品や企業のキャッチコピーが気になったことはありますか
よくある(9.0%)
ある(34.3%)
どちらともいえない(22.4%)
ない(22.4%)
全くない(11.9%)

Q36 洗濯洗剤を選ぶ際にキャッチコピーを参考にしたことはありますか
よくある(4.5%)
ある(29.9%)
どちらともいえない(20.9%)
ない(22.4%)
全くない(22.4%)

Q37 洗濯洗剤はキャッチコピーが大事だと思いますか
とても思う(14.9%)
思う(35.8%)
どちらともいえない(17.9%)
思わない(17.9%)
全く思わない(13.4%)

Q38 以下の洗濯洗剤のキャッチコピーを見て、どのように感じますか
「未体験の白さへ。」

(%)	とても思う	思う	どちらともいえない	思わない	全く思わない
風味がわかりやすいと感じる	55.9	32.4	5.9	4.4	1.5
価格が驚きだと感じる	16.2	30.9	19.1	23.4	4.4
自分に合った商品であると感じる	17.6	35.3	23.5	17.6	5.9
面白いと感じる	17.6	26.5	13.2	32.4	10.3
おしやれだと感じる	11.8	25.0	19.1	32.4	11.8

Q39 「未体験の白さへ。」というキャッチコピーを見て、この商品を買いたいと思いますか
とても思う(12.3%)
思う(16.9%)
少し思う(24.6%)
どちらともいえない(29.2%)
少し思わない(6.2%)
思わない(6.2%)
全く思わない(4.6%)