

読者が選んだ、目に付く、 内容がよく分かる、 行動を起こしてみたいくなる広告は？

日経アーキテクチャ2025年8月14日号の掲載広告に対して、

①「目に付く広告」＝注目度

②「内容がよく分かる広告」＝理解度

③「資料請求、Web閲覧など

何か行動を起こしてみたいくなる広告」＝行動度

という視点から、読者に調査し、各項目に当てはまると
回答した方のパーセンテージをスコアとしています。

①注目度と②理解度を合計したスコアのベスト10は次の通りです。



※掲載ページは8月14日号のものです。

1位 総合資格

総合
スコア **110.0**

注目度 : 理解度
63.6 : 46.4

行動度
10.9



掲載ページ:p.2～3 (表2)

担当者コメント

■業界で資格者不足が叫ばれる昨今、資格者育成に対する当社の姿勢と実績を分かりやすく伝えることを心掛けました。今後の励みとなるご評価と貴重なご意見をいただきましたこと心より感謝申し上げます。

プロモーション戦略本部 小野寺 優

読者コメント

- 「資格」という言葉が目玉を誘う。
- 沢山の情報があるのに、見やすい。自分が通っていたのもあって目に付きやすい。
- 長年の実績がある有名な会社なので、信頼感がある。広告に使われていた写真やキャッチコピーがとても分かりやすい。実際に通っていた。
- 総合資格の広告は毎回印象に残るし内容も一目で理解できる。いつもセンスの良い会社だと感じている。
- 様々な情報がよく理解でき、イメージしやすい。イメージキャラクターの使い方が、ゆるくなく自分もがんばろうと思える。