

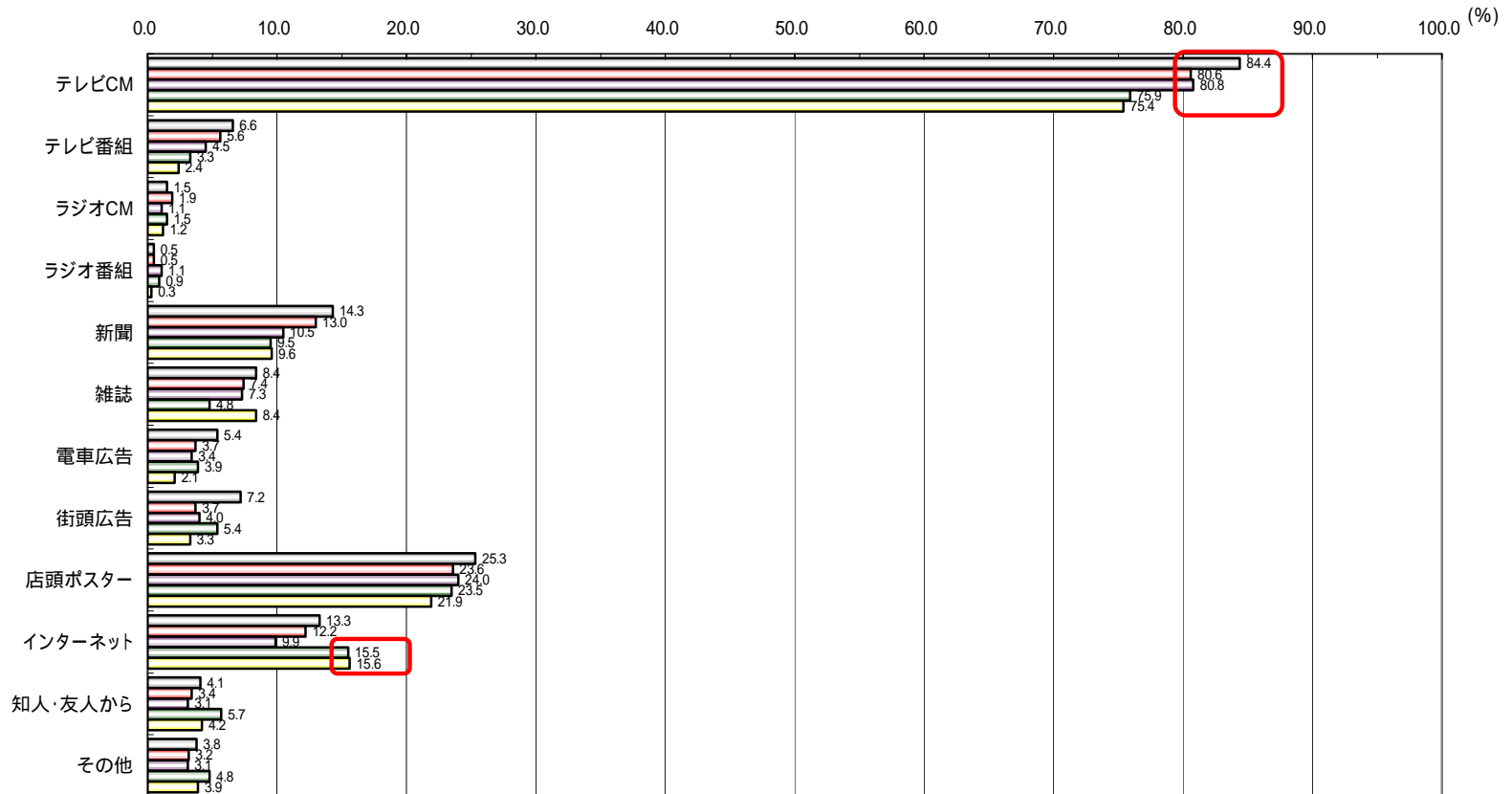
Q. あなたがご存知のビール・発泡酒の銘柄はどのような経路で知りましたか。 [MA]

認知経路(発泡酒)

テレビCMによる認知が大多数。

発泡酒の認知率上位5品目の認知経路を見ると、5品目とも「テレビCM」による認知が圧倒的に高い。特に上位3品目は「テレビCM」による認知が80%以上となっている。次いで、「店頭ポスター」、「新聞」の順となっている。また、「キリン淡麗グリーンラベル」、「サッポロ北海道生搾り」については、他の銘柄と比べ「インターネット」による認知が比較的多い傾向が見られる。

「その他」の認知経路としては、各品目ともに店頭で直接商品を見て認知するという意見が多く見られた。



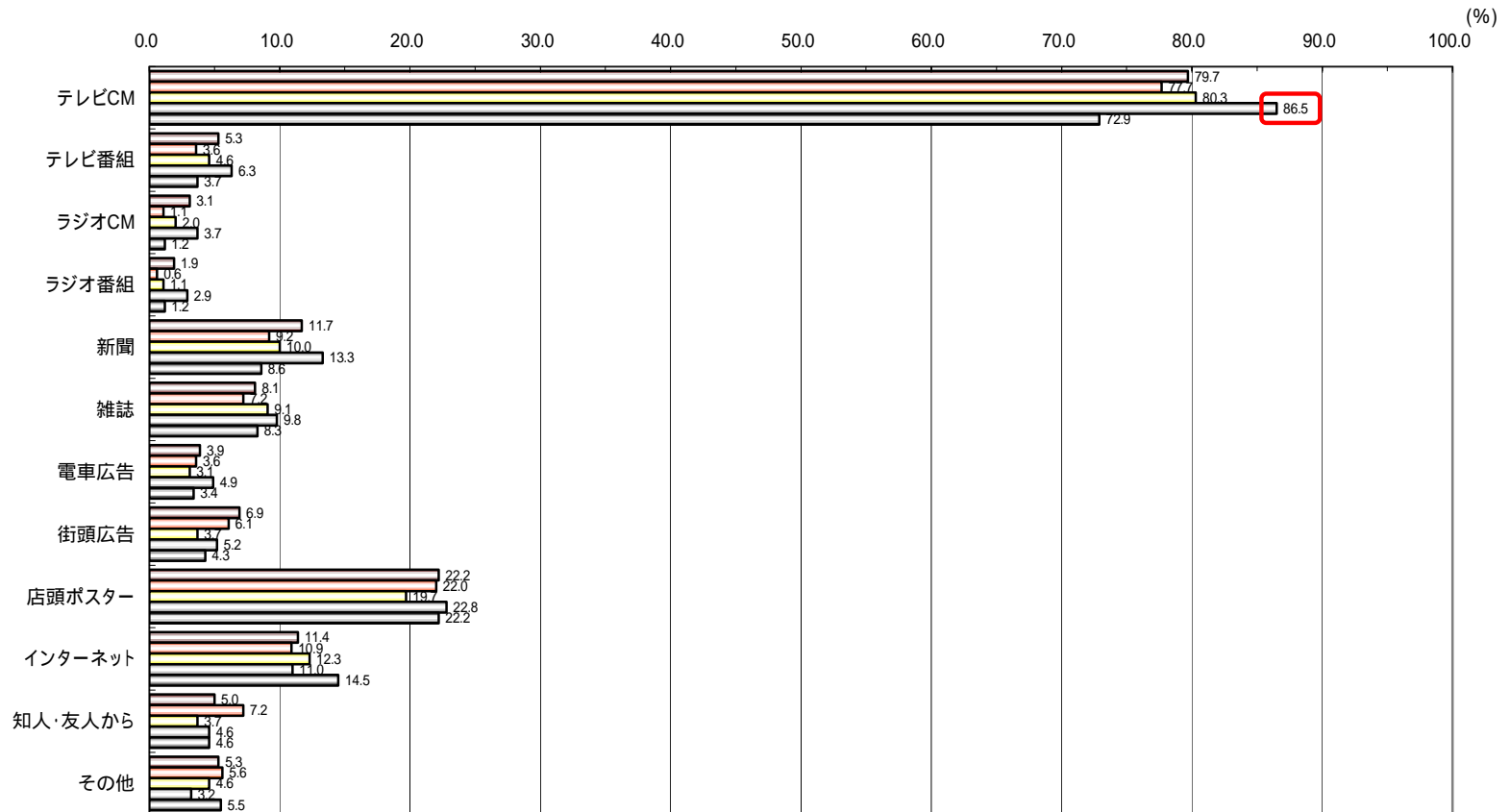
□キリン淡麗生(n=391) □アサヒ本生(n=377) □サントリーマグナムドライ(n=354) □キリン淡麗グリーンラベル(n=336) □サッポロ北海道生搾り(n=333)

Q. あなたがご存知のビール・発泡酒の銘柄はどのような経路で知りましたか。 [MA]

認知経路(ビール)

テレビCMによる認知が7割以上

ビールの認知率上位5品目の認知経路を見ると、発泡酒同様、5品目とも「テレビCM」による認知が圧倒的に高い。特に「アサヒスーパードライ」は「テレビCM」による認知が85%以上と他の銘柄と比較しても高い認知率を示している。次いで、「店頭ポスター」、「新聞」、「インターネット」の順となっている。「その他」の認知経路としては発泡酒同様、各品目ともに店頭で直接商品を見て認知するという意見が多く見られた。



■キリンラガービール(n=360) ■アサヒスーパードライ(n=347) ■サッポロエビスビール(n=359) ■サントリーモルツ生(n=351) ■キリンクラシックラガー(n=325)