

調査概要

【調査対象】 リサーチコミュニティ「MyVoice」の登録メンバー

【調査方法】 ウェブ形式のアンケート調査

【調査時期】 2007年9月1日～9月5日

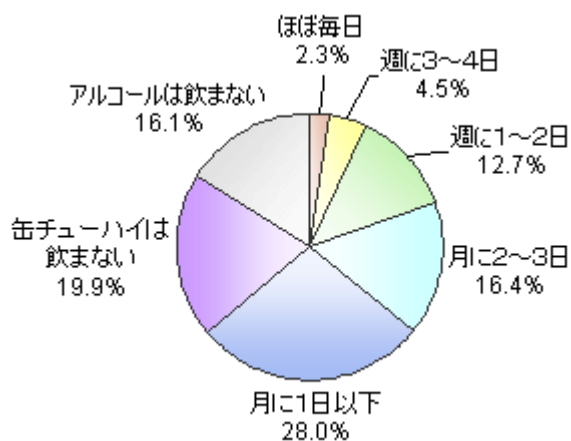
【回答者数】13,349名

【調査結果掲載URL】<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/11007>

性別	男性	女性	合計	年代	20代	30代	40代	50代以上	合計
度数	6,138	7,211	13,349	度数	2,252	5,355	3,779	1,963	13,349
%	46%	54%	100%	%	17%	40%	28%	15%	100%

調査データ

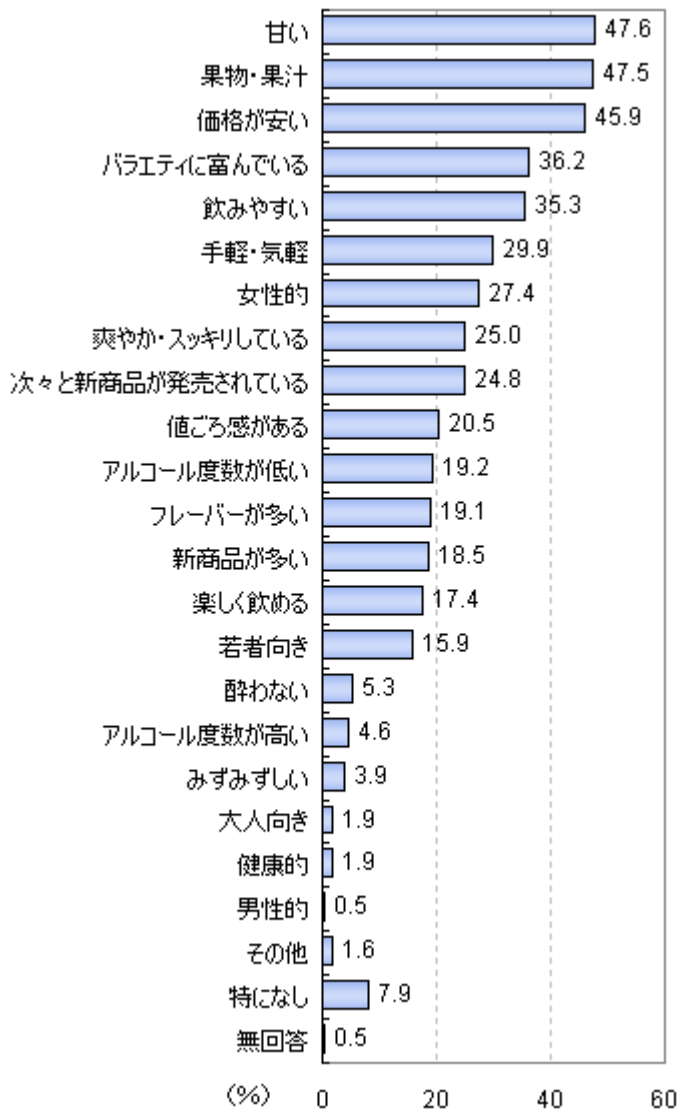
1) 飲用は「月に1日以下」が28%



缶チューハイの飲用率は64%。飲用頻度は、「週に1～2日」が12.7%、「週に3～4日」が4.5%、「ほぼ毎日」が2.3%で、週に1回以上飲む割合は2割となりました。「月に1日以下」は28%を占めました。

【図1】缶チューハイの飲用頻度

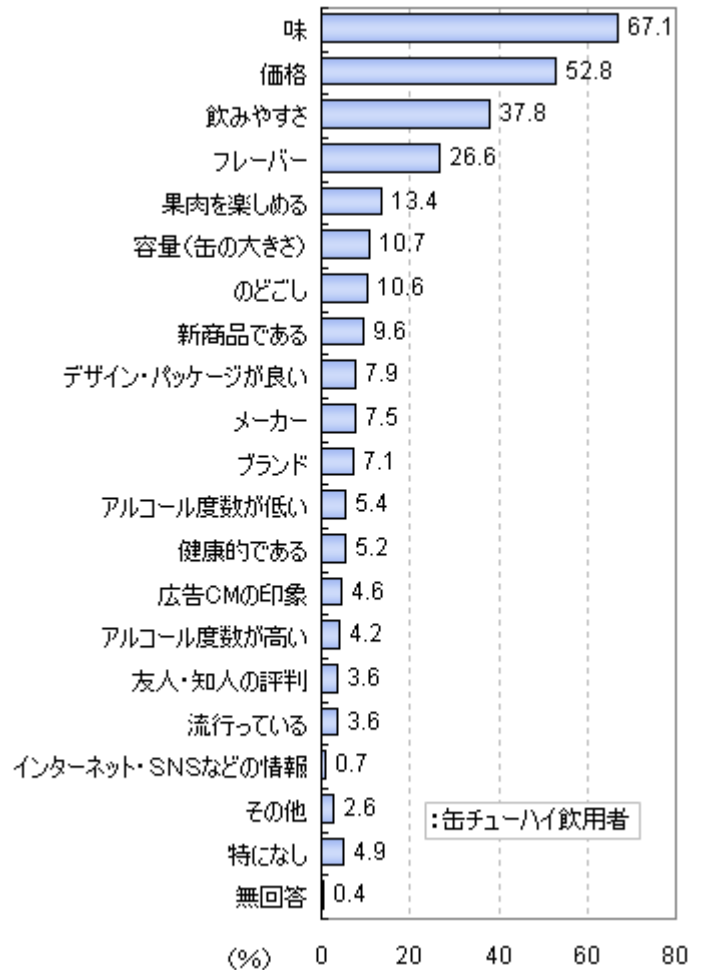
2) イメージは、「甘い」、「果汁」、「安価」



缶チューハイへのイメージは、「甘い」(47.6%)、「果物、果実」(47.5%)が上位2位となり、「価格が安い」(45.9%)が僅差で続きました。

【図2】缶チューハイに対するイメージ

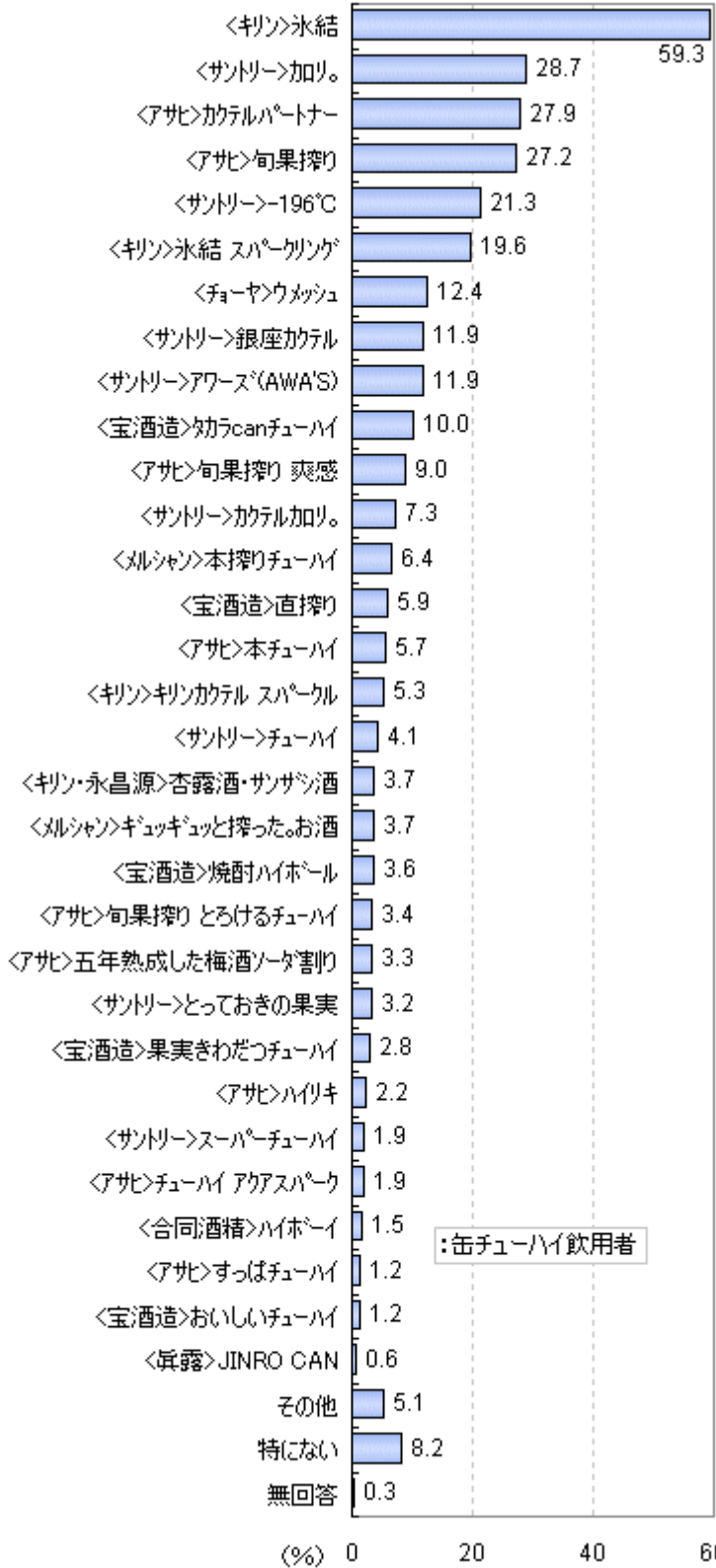
3) 重視点は「味」、「価格」が過半数



購入する際に重視することは、「味」が 67.1%でトップ、「価格」が 52.8%で続き、過半数を占めました。以下は、「飲みやすさ」(37.8%)、「フレーバー」(26.6%)となりました。

【図3】缶チューハイ購入時の重視点

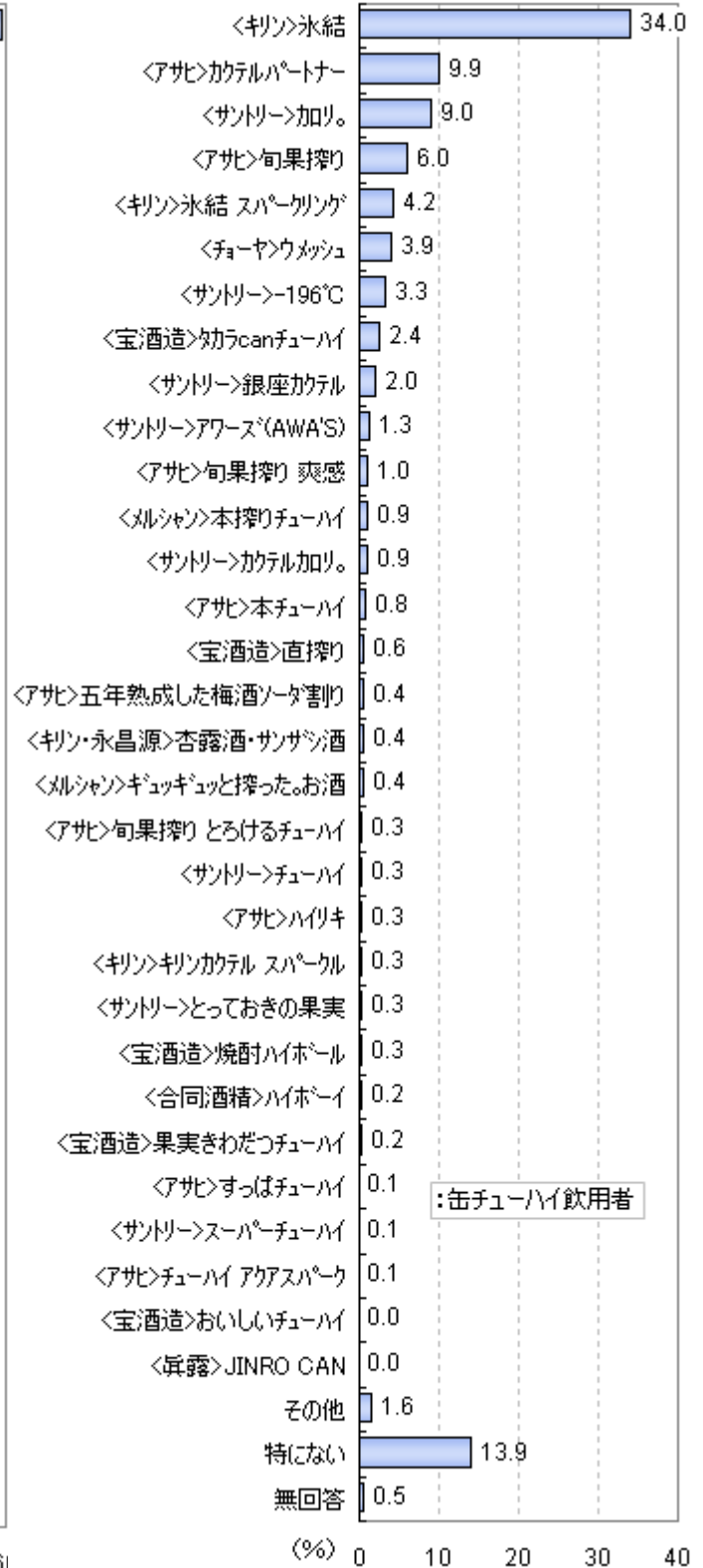
4) 3ヶ月以内の「<キリン>氷結」飲用者は 6 割



直近 3 ヶ月以内に飲用した缶チューハイは、「<キリン>氷結」が 59.3%で最多。以下の、「<サントリー>カリ。」(28.7%)、「<アサヒ>カクテルパートナー」(27.9%)、「<アサヒ>旬果搾り」(27.2%)と差をつけました。

【図 4】直近 3 ヶ月以内の飲用銘柄

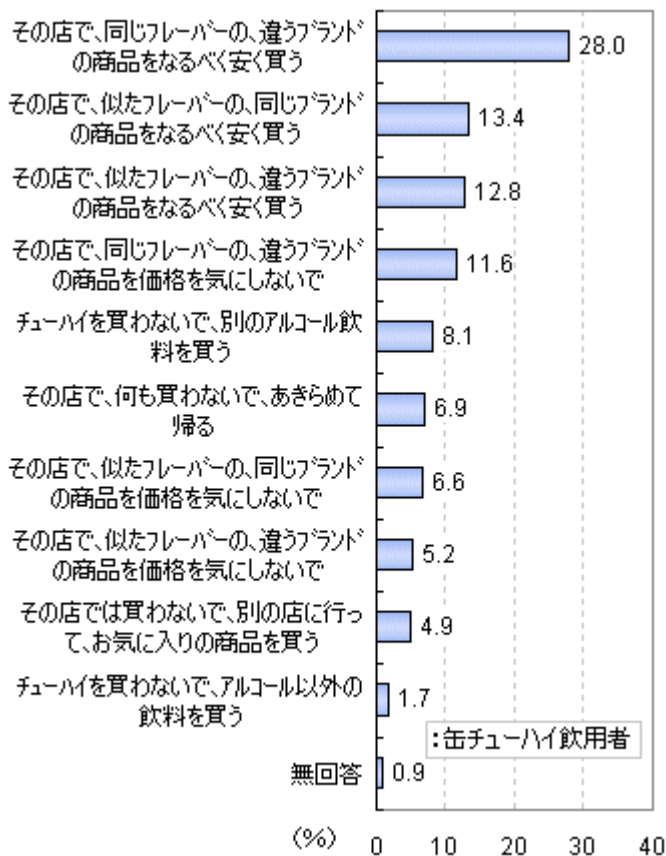
5) 最も飲用率が高いのは「<キリン>氷結」



最もよく飲用する缶チューハイは、「<キリン>氷結」が 34.0%で圧倒的多数でした。以下は、「<アサヒ>カクテルパートナー」(9.9%)、「<サントリー>カリ。」(9.0%)となり、いずれも 1 割未満となりました。

【図 5】最もよく飲用する銘柄

6) お気に入りの代用は、「同フレーバー、違ブランドを安価で」



よく買い物をする店舗でお気に入りの商品が品切れだった場合の行動は、「その店で、同じブランドの、違う商品をなるべく安く買う」が 28.0%でトップでした。以下は、「その店で、似たフレーバーの、同じブランドの商品をなるべく安く」(13.4%)、「その店で、似たフレーバーの、違うブランドの商品をなるべく安く」(12.8%)、「その店で、同じフレーバーの、違うブランドの商品を値段を気にしないで」(11.6%)の順となりました。

【図 6】缶チューハイに対する志向

7) 回答者のコメント・「<サントリー>アワーズ(AWA'S)」に対しての意見

■肯定的な意見

【男性・24歳】加藤あいがCMに出ていて、爽やかな印象。安く、おいしい！

【女性・38歳】甘さ控えめで、すっきりしていてお気に入り。カロリーや健康系の+αがあればなお良い

【男性・40歳】きめ細やかな泡とレモンの美味しさがとても美味しく新しいタイプのチューハイだと思う、1本買って飲んでみてとても美味しかったので6本パックを購入した、レモンだけでなく色々な味を発売して欲しいと思う

【男性・46歳】まだ飲んでいないがCMの印象が強いのので機会があれば一度試したいと思う

【女性・51歳】きめ細かな真っ白な泡でシュワシュワと心地よいのどごしです。ビールよりも軽くて爽快な感じです

■否定的な意見

【女性・31歳】なんかコップを洗っているときにああ、アワーズってこの洗剤みたいだなあと思って、まずそんな感じがして買っていない

【女性・44歳】チューハイはグラスに注がずに缶から直接飲んでいたので泡が出るから面白いというのはどうかな、と思いましたが、とりあえず買って見て、グラスに入れてみました。泡が消えるのは早いです。液体の色もあまり綺麗とはいえないので、注いですぐに飲めるのならいいかなとは思いました

【男性・51歳】サイダーとかキリンレモンみたいな味がして酒の味がしなかった

■その他

【女性・24 歳】炭酸が入ってそうなので、強い炭酸の飲料が苦手な自分は手に取りにくいイメージがある。アワーズというネーミング自体は覚えやすくていいと思う

【男性・30 歳】コップに注がないといけないような気になります。味は非常に良かったです。ただ、あの不自然な泡立ちを見ると、不健康な何か(洗剤のイメージ)が入ってそうで若干不安になります

【女性・37 歳】あわ、と聞くとビールをイメージするので、発泡酒かと思った

【男性・41 歳】グラスに注がないと特徴がよくわからないのが難点だ。味は普通だと思う。チューハイは結構ラッパのみすることが多いのでは？

(他、全 8109 件)

<本件リリース調査結果およびマイボイスコムに関するお問い合わせ先>



マイボイスコム株式会社

(TEL・FAX)03-5217-1911・03-5217-1913 (Email)otoiawase@myvoice.co.jp

(URL)www.myvoice.co.jp/biz

■会社概要

所在地 : 東京都千代田区神田錦町 3-17-11 榮葉ビル 5 階

設立 : 1999 年 7 月

資本金 : 1 億 7,800 万円

代表者 : 代表取締役社長 高井和久

従業員数 : 53 名

■事業内容

ネットリサーチ、広告評価、Web サイト評価、行動付随分析、顧客満足度調査、リサーチレポート販売 等

マイボイスコム(株)は 26 万人のモニターのモニターを有し、企業の皆さまにインターネット調査を企画、設計、集計、レポート作成、ご報告までトータルにサポートしている『ネットリサーチ会社』です。

■情報発信

調査結果は弊社ホームページにも掲載し、また、本テーマ以外に約 850 件の調査結果を公表しています。