

11月17日調査	
◆商品ブランド認知（純粹想起） 『甘酒』と聞いて思い浮かぶ商品（ブランド）名を記入	全体 (n=229)
◆商品ブランド認知（純粹想起） 『甘酒』と聞いて思い浮かぶ商品（ブランド）名を記入	28.8

◆商品ブランド認知（助成想起） 見聞きしたことのある甘酒商品（ブランド）を複数選択	56.8
--	------

◆商品ブランドイメージ	全体 (n=130)
美味しい	31.5
健康に良い	40.8
美容に良い	23.8
素材にこだわっている	8.5
安心安全である	26.2
高級感がある	1.5
特別感がある	0.8
安定感がある	33.8
信頼できる	32.3
好感が持てる	23.8
特にイメージを持っていない	13.8

◆商品購入実態／購入意向	全体 (n=161)
3日以内に購入した	8.1
今後購入したい	23.0

11月24日調査		
全体 (n=221)	20日付 広告接触者 (n=72)	20日付 非接触者 (n=149)
41.2	55.6	34.2

スコア差	
全体時系列 (初回比)	広告接触有無
12.4	21.4

スコア差	
全体時系列 (初回比)	広告接触有無
5.2	15.2

◆各調査回すべて同じモニター系列を使用

11月29日調査		
全体 (n=218)	27日付 広告接触者 (n=105)	27日付 非接触者 (n=113)
49.1	60.0	38.9

スコア差	
全体時系列 (初回比)	広告接触有無
20.3	21.1

スコア差	
全体時系列 (初回比)	広告接触有無
11.5	20.6

20日付広告接触による影響（11月29日調査結果より）

Ⓐ	Ⓑ	Ⓒ
20日・27日付両日広告接触者 (n=49)	27日付のみ広告接触者 (n=56)	20日・27日付両日非接触者 (n=101)
65.3	55.4	34.7

スコア差	
事前広告接触による差異 Ⓐ-Ⓑ	両日広告接触による差異 Ⓐ-Ⓒ
9.9	30.6

スコア差		
全体 (n=137)	20日付 広告接触者 (n=52)	20日付 非接触者 (n=85)
32.8	40.4	28.2
43.1	48.1	40.0
17.5	23.1	14.1
10.2	9.6	10.6
27.7	26.9	28.2
2.9	3.8	2.4
2.9	1.9	3.5
30.7	28.8	31.8
31.4	36.5	28.2
21.2	25.0	18.8
20.4	17.3	22.4

スコア差		
全体 (n=167)	20日付 広告接触者 (n=60)	20日付 非接触者 (n=107)
9.0	15.0	5.6
25.7	30.0	23.4

スコア差		
全体 (n=149)	27日付 広告接触者 (n=83)	27日付 非接触者 (n=66)
34.9	42.2	25.8
48.3	60.2	33.3
20.1	26.5	12.1
10.7	10.8	10.6
26.2	30.1	21.2
1.3	2.4	0.0
2.0	2.4	1.5
31.5	36.1	25.8
29.5	32.5	25.8
22.1	25.3	18.2
14.1	9.6	19.7

スコア差		
全体 (n=178)	27日付 広告接触者 (n=91)	27日付 非接触者 (n=87)
8.4	13.2	3.4
23.0	29.7	16.1

スコア差		
20日・27日付両日広告接触者 (n=42)	27日付のみ広告接触者 (n=41)	20日・27日付両日非接触者 (n=56)
52.4	31.7	26.8
66.7	53.7	32.1
28.6	24.4	10.7
2.4	19.5	10.7
31.0	29.3	21.4
2.4	2.4	0.0
0.0	4.9	1.8
33.3	39.0	25.0
31.0	34.1	25.0
33.3	17.1	17.9
9.5	9.8	19.6

スコア差	
事前広告接触による差異 Ⓐ-Ⓑ	両日広告接触による差異 Ⓐ-Ⓒ
20.5	6.4
34.1	25.5

スコア差	
事前広告接触による差異 Ⓐ-Ⓑ	両日広告接触による差異 Ⓐ-Ⓒ
14.1	16.6
8.6	17.0