

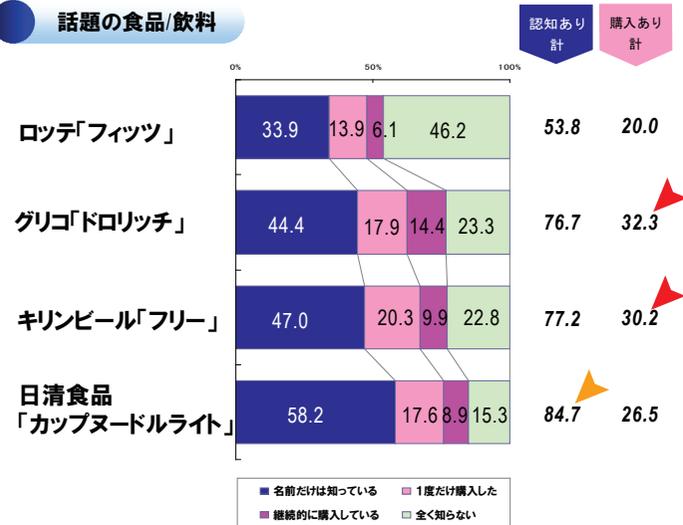
2009年ヒット商品・話題のスポットの認知率・経験率は？～10月度オリジナル調査～

少々気が早いかもしれませんが、今月は今年話題となったヒット商品・新スポットに関して調べてみました。今年のヒット商品は「エコ」「定番+α」「低価格」がキーワードなんだとか。果して、それら「ヒット商品」「話題のスポット」の実際の認知度、購入経験率、来店率はどうなっているのでしょうか。

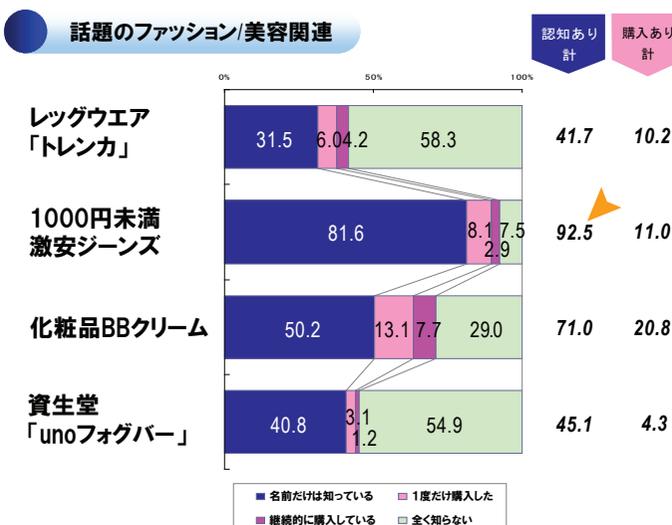
各社の追従が相次ぐ「激安ジーンズ」が認知率93%とトップ。購入率が3割を超えたのは「グリコ・ドロリッチ」と「キリンビール・フリー」

- ◆**食品・飲料**の分野では「定番+α」のヒットキーワード通りの「カップヌードルライト」が認知率85%とこの分野でトップ。「グリコ・ドロリッチ」「キリンビール・フリー」も認知率8割弱と健闘し、購入率では3割を超え、他分野を含めトップの傾向。CMで話題となった「ロッテ・フィッツ」の認知率は54%にとどまった。
- ◆**ファッション・美容関連**の分野でも「低価格」のヒットキーワード通りの「1000円未満激安ジーンズ」が認知率93%と他分野を含めてトップ。この冬の必須アイテムといわれている「トレンカ」は認知率42%とまだまだといったところ。
- ◆**カルチャー・車**では「エコ」の象徴といわれた今年のヒット商品「ホンダ・インサイト」をはじめ、認知率は80%前後と何れも高い傾向。但し、「ドラクエIX」は認知率62%にとどまった。
- ◆**話題のスポット**では夏だけの開催ながら「お台場等身大ガンダム」が認知率88%とトップ。来店率では、今年のヒットキーワード「低価格」にてベストファッションを提供するのがコンセプトである「FOREVER21原宿店」が19%とトップ。

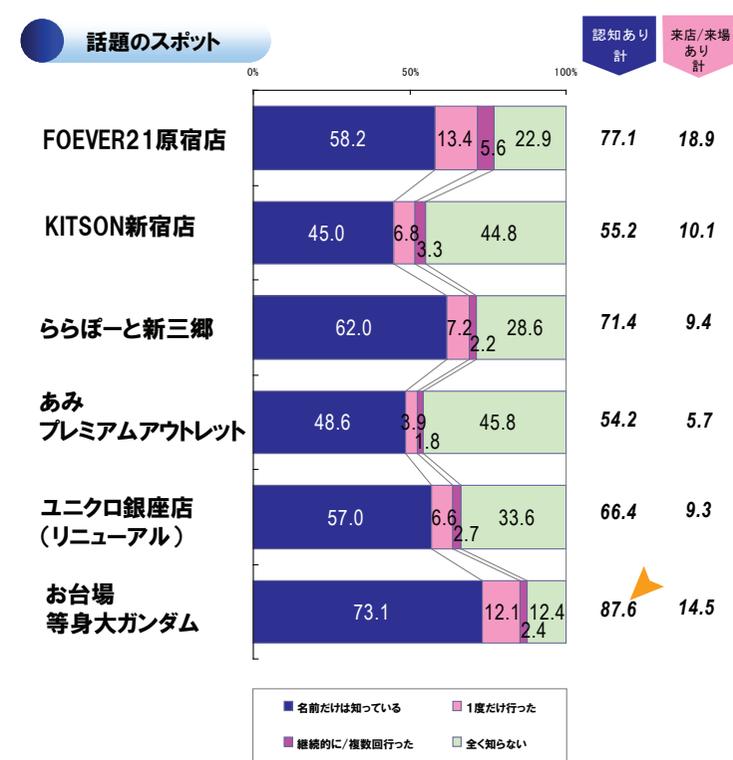
話題の食品/飲料



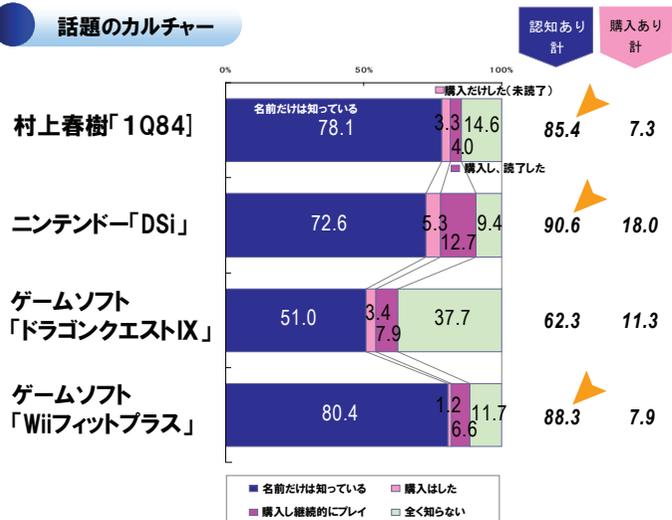
話題のファッション/美容関連



話題のスポット



話題のカルチャー



話題の車

