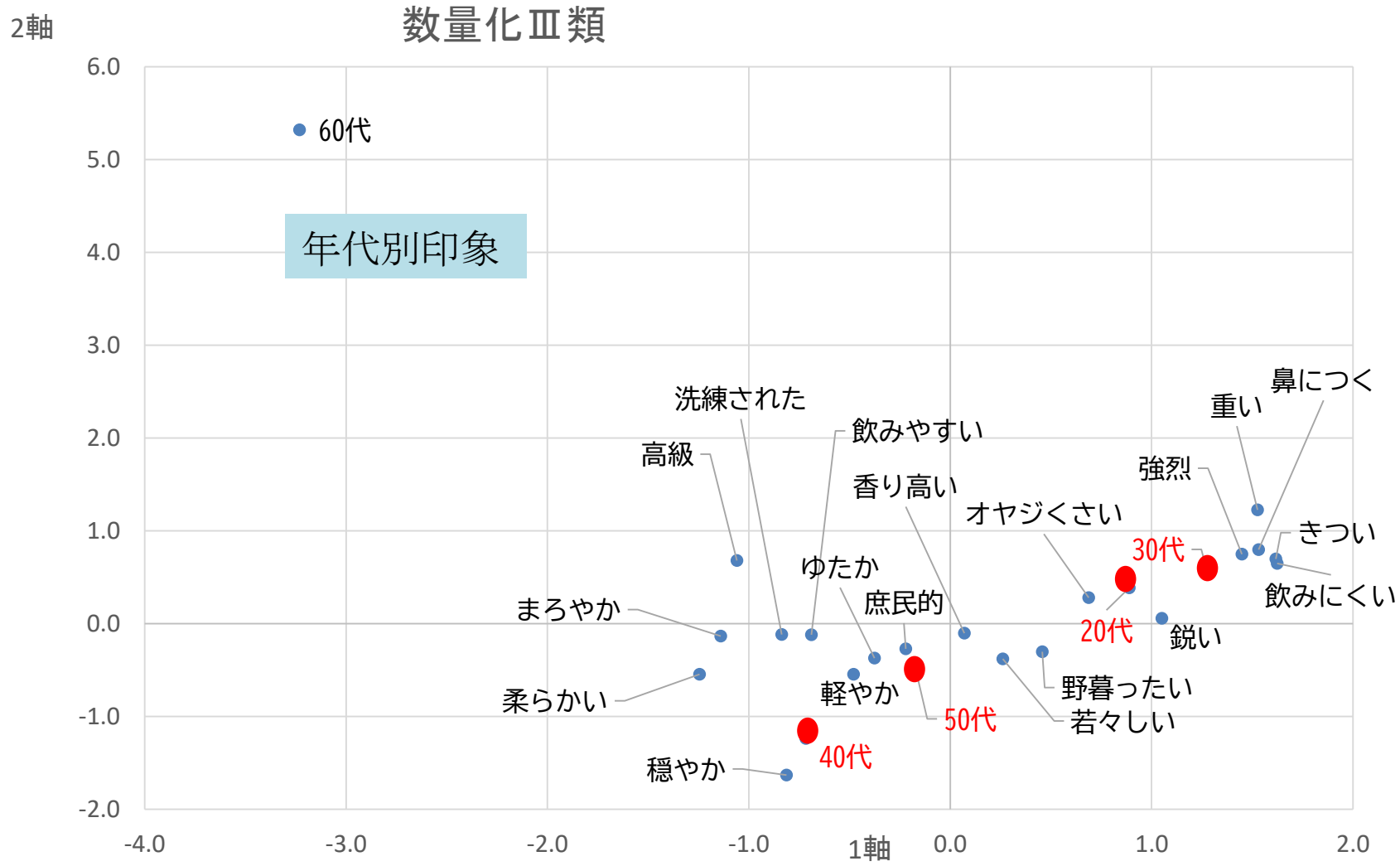


③泡盛のポジショニング/消費者

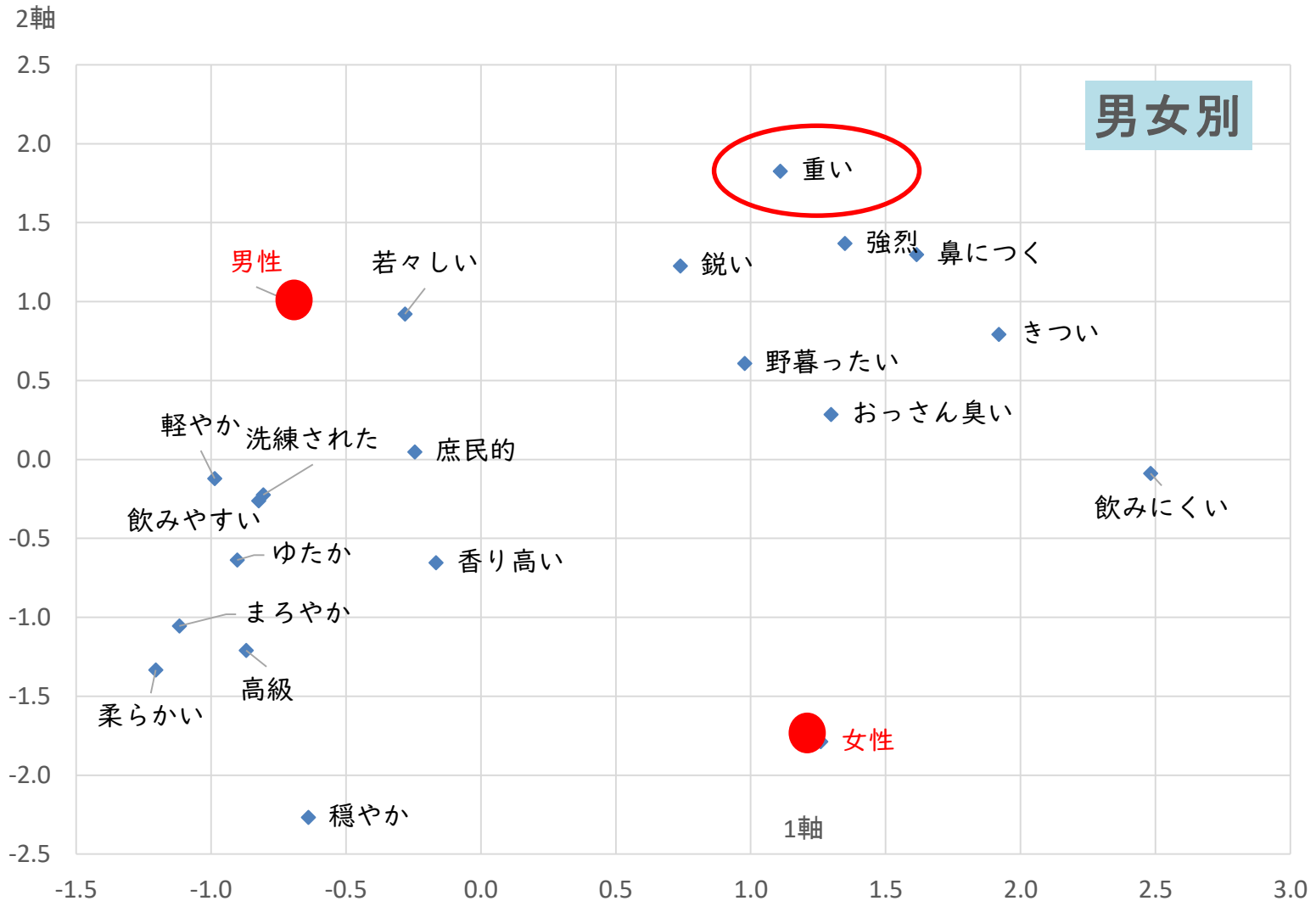
第2回島酒フェスタで300名にアンケートした結果を基に解析。現状で泡盛は、20代・30代にはネガティブな印象があることがわかる。



③泡盛のポジショニング/消費者

女性にとっての泡盛の印象は、“飲みにくい” ” おっさんくさい “ “野暮ったい”

男性にとっての泡盛の印象は、“洗練された” “若々しい” “庶民的”



③泡盛のポジショニング/消費者

①飲酒世代は30歳代から50歳代。

②世代で、泡盛の印象は大きく違う。

新酒：20代、30代は新酒に対して「強烈」、「飲みにくい」、「キツイ」、「おっさん臭い」といったイメージ。40代、50代では「庶民的」、「軽やか」、「ゆたか」といったイメージ。また、全世代に於いて、泡盛新酒は高級感がなく庶民的な酒のイメージ。

古酒：洋酒世代である60代では古酒であっても安く、庶民的なイメージがある。40-50歳代がポジティブ・イメージなのに対し、20-30歳代では「重い」、「強烈」などのネガティブ・イメージも有している。

③性別により新酒イメージは大きく違う。

新酒：男性のほうがポジティブ・イメージ、女性のほうがネガティブ・イメージ

古酒：古酒のイメージで性差は少ない。

④新酒と古酒の違いを知っていると回答した方ほど、古酒にポジティブ・イメージ。違いを知らないと回答した方は、古酒においても「飲みにくい」、「強烈」、「キツイ」というネガティブ・イメージを有している。

③泡盛のポジショニング-世界の蒸留酒と比較-

一般酒、古酒、減圧蒸留、カメ貯蔵、樽貯蔵それぞれの泡盛と、他の蒸留酒の香りを比較すると、泡盛は単調で**重い**。また、樽貯蔵による香りのシフトが確認できる。

