



アジア10地域を横断した  
企業ブランド価値評価調査

CHINA  
INDIA  
INDONESIA  
JAPAN  
MALAYSIA  
PHILIPPINES  
SOUTH KOREA  
TAIWAN  
THAILAND  
VIETNAM

# BA

BRAND ASIA

# 2017



# 実績ある評価手法と幅広い調査ネットワークを駆使し、アジア10地域における企業のブランド価値を徹底評価します。

## ブランド・アジアの主な特徴

### アジア10地域で、のべ1280ブランドを一斉評価

アジア10地域における企業ブランド価値を横断的に評価する年1回の調査です。対象は、各地域120ブランド<sup>\*1</sup>。17年の実績を持つ「ブランド・ジャパン」の信頼性の高い評価手法で、アジアにおける自社ブランドの位置づけを客観的に評価できます。

### 地域間の評価やイメージの違いも把握可能

各地域の調査対象120ブランド<sup>\*1</sup>のうち、80は全地域共通で調査対象とするグローバル・ブランド。同じブランドでも地域によってイメージや評価は大きく異なります。アジア全域でビジネスを加速させたいご担当者必携のデータを提供します。

<sup>\*1</sup> インドでは200ブランド(80:グローバル、120:ローカル)。  
<sup>\*2</sup> 「ローカル・ブランド」とは、当該地域でのみ調査したブランド。よって、この中にグローバル展開している企業が含まれることもある。

### 現地のトレンド、ローカル・ブランド<sup>\*2</sup>も明らかに

日本では馴染みのないブランドが、実は強力なライバルであることも。各地域の調査対象120ブランド<sup>\*1</sup>のうち、40は現地の視点で独自に選んだローカル・ブランド<sup>\*2</sup>。現地の実情を反映した分析がグローバル・ブランドと合わせて可能です。

### 企業ブランド力を数値化・見える化

ブランド・アジアでは、企業のブランド価値を弊社独自の手法(ブランド評価パス図)を用いて、数値化するため、将来獲得したいブランド価値の目標値設定など、アジアでのブランド育成・管理にお役立ていただけます。

## ブランド・アジア 2017の調査概要

発行6年目を迎える本調査は、アジア10地域において主にグローバルで活躍する企業のブランド力を評価します。調査期間は2017年2月から3月、各地域で120～200ブランドを評価対象としました。共通してノミネートした80のグローバル・ブランドと、地域ごとに選定したローカル・ブランド<sup>\*2</sup>を中心とした40ブランドのブランド力を集計、ランキング化しました。

### クロス集計の内容をさらに強化

下記に示す分析軸ごとのブランド力データを合わせて収録。マーケティングターゲット別の詳細な分析が可能です。

| 主な分析軸 | カテゴリー数                 | 主な分析軸  | カテゴリー数                     |
|-------|------------------------|--------|----------------------------|
| 年代別   | 3区分(20代、30代、40～50代)    | 性・未既婚別 | 4区分                        |
| 性別    | 2区分                    | 未子年齢別  | 4区分(0～5歳、6～14歳、15歳以上、子供なし) |
| 性・年代別 | 6区分(男女×20代、30代、40～50代) |        |                            |
| 未既婚別  | 2区分                    | 同居人数別  | 4区分(2人以下、3人、4人、5人以上)       |

### 調査手法、回収数など

| 国名     | 調査実施都市  | 調査手法  | 回収数   |
|--------|---|-------|-------|
| 中国     | 北京、上海   | ネット調査 | 1,200 |
| インド    | デリー、ムンバイ、チェンナイ、コルカタ、ルディヤーナー、ナグプール、バンガロール、パートナ、カーンプル、アーメダバード、ハイデラバード、グワーハティー |       | 3,219 |
| インドネシア | ジャカルタ   |       | 1,200 |
| 日本     | 東京、大阪、名古屋   |       | 2,120 |
| マレーシア  | クアラルンプール、ベナン、ジョホール  |       | 725   |
| フィリピン  | マニラ   |       | 735   |
| 韓国     | ソウル   |       | 803   |
| 台湾     | 台北、台中、高雄  |       | 1,200 |
| タイ     | バンコク  |       | 751   |
| ベトナム   | ハノイ、ホーチミン   |       | 773   |

## 2016年の総合力トップ3(抜粋)

| 中国        | 総合力(偏差値) |
|-----------|----------|
| 1 Apple   | 77.3     |
| 2 Alipay  | 77.2     |
| 3 Tencent | 73.1     |

| インド       | 総合力(偏差値) |
|-----------|----------|
| 1 Google  | 76.9     |
| 2 Colgate | 75.2     |
| 3 LG      | 75.1     |

| インドネシア             | 総合力(偏差値) |
|--------------------|----------|
| 1 Garuda Indonesia | 82.2     |
| 2 Aqua             | 80.5     |
| 3 Alfamart         | 78.5     |

| マレーシア       | 総合力(偏差値) |
|-------------|----------|
| 1 Apple     | 76.8     |
| 2 Google    | 73.4     |
| 3 Microsoft | 68.8     |

| タイ         | 総合力(偏差値) |
|------------|----------|
| 1 7-ELEVEN | 74.1     |
| 2 Facebook | 72.4     |
| 3 HONDA    | 72.1     |

| ベトナム      | 総合力(偏差値) |
|-----------|----------|
| 1 Apple   | 73.7     |
| 2 Google  | 72.4     |
| 3 SAMSUNG | 71.2     |

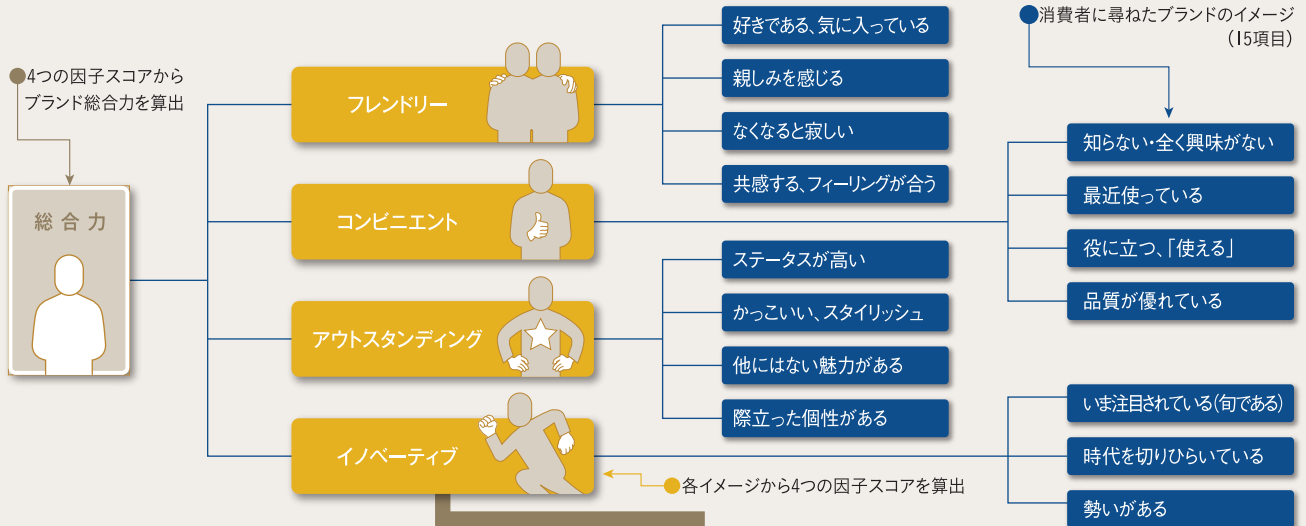
## 今年で17回目を迎えた「ブランド・ジャパン」で培った独自の評価手法

ブランド・アジアでは、今年で17回目を迎えた日本最大規模のブランド価値評価調査「ブランド・ジャパン」の評価手法と共分散構造分析(SEM)を採用しています。「フレンドリー」「コンビニエント」など4つの潜在変数を伴う独自の解析手法により、ブランドの総合力はもとより、そ

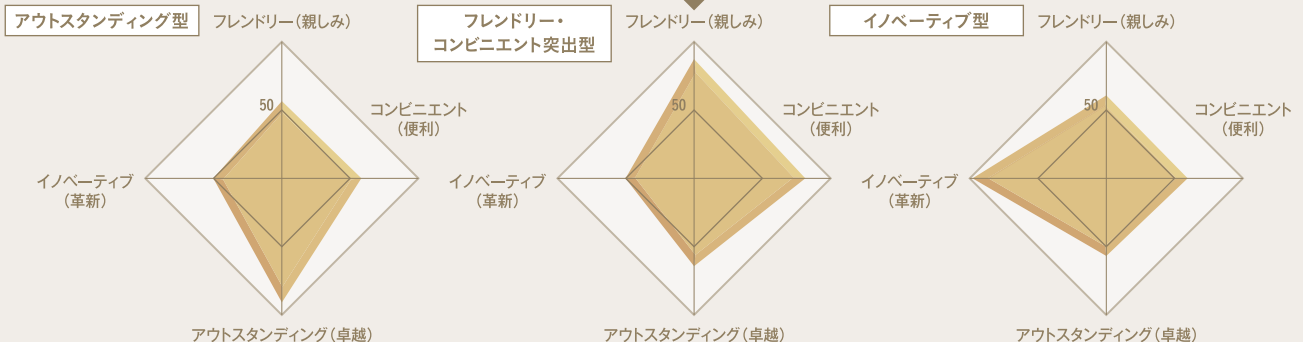
のブランドの強みや弱みなども具体的な数値で確認することが可能です。実際の調査では、一つのブランドに対して15の項目を掲げ、回答者が「そうである、そう思う」項目にチェックをします。チェック数を集計し、最終指標となるブランドの総合力を算出します。

### ● ブランド・アジア2017/ブランド評価パス図

※イメージ項目は、ブランド・ジャパン(BtoC編)と同じです。



### ● 因子指数による分類例



### その他 設問構成

- 1.ブランドのCSRイメージ……地域や社会に貢献している/環境に配慮している
- 2.ブランドへのロイヤルティ……最近使っており、満足している/購入したい/他者に勧めたい/大ファンである、あこがれている/生活を豊かにしてくれる
- 3.ブランドの認知経路……テレビ/ラジオ/新聞/雑誌/Webサイト/SNS/ポスター/看板/交通広告/店頭・営業スタッフ

## データCD-ROMの機能/オプション

### ● 各ブランドの評価内容を詳細に比較可能

地域/種別/業種での絞り込みが出来るほか、フリーワードでの検索も!

総合ランキング表(データCD-ROM出力見本)

### ● 全ブランドの個別分析データを1枚で確認



個別分析シート(データCD-ROM出力見本)

# ブランド・アジア 2017

2017年6月16日発行予定

**商品内容** ご発注時に、申込書内のご使用方法に関するただし書きをご確認ください。なお、部署単位でのご購入となります。

## データCD-ROM (1枚)

全集計データを収録。業種別による集計などブランドの詳細なデータやグラフを出力できるほか、各々のブランドの集計結果を1枚の個別分析シートとして作成できます。また、性・年代別など回答者の属性による属性別集計結果を収録。より詳細な分析が可能です。

データCD-ROM



## ブランド・アジア 2017・価格表

| 販売価格(税別) | 標準価格   | ¥1,000,000 |
|----------|--|------------|
|          | 特別価格(「ブランド・ジャパン 2017」、もしくは「ブランド・アジア 2016」購入社様) | ¥800,000   |

- 申込後の解約はご容赦ください。●調査内容・報告時期は、変更になる場合があります。
- Microsoft® Excelは、2007をお使いください。それ以外のもものでは、組み込まれているVBAマクロが正常に動作しない可能性があります。

### 関連レポート・書籍のご案内

## ブランド・ジャパン 2017 ～日本最大規模のブランド価値評価調査～

2017年3月24日発行

### 報告書セット～Advancedバージョン(詳細解析用)

価格 1,500,000円(税別)

17回目を迎えたブランド・ジャパンは、国内で使用されているブランドを消費者とビジネスパーソンが評価する、総数約55,000人の調査データをもとにした日本最大規模のブランド価値評価調査です。  
ブランド理論の第一人者が中心となり開発した独自の評価手法に

より、中立的な立場から調査を実施。企業、商品、サービスそれぞれのブランド力を客観的な視点から多角的に分析しました。また次の一手に役立つ、「ロイヤルティ(忠誠度)」、相関分析やポジショニングマップも収録。さらに、年収等も分析軸に追加することで、貴社のブランド戦略を幅広く支えるデータをご提供します。

## ブランドプロジェクト2017

### 調査データ

- ブランド・ジャパン (3月発行)
- Webブランド調査 (6・12月発行予定)



### ブランド理論の発信

- リアル企業ブランド論——10年後を見据えて今やるべきこと  
著者：日経BPコンサルティング 吉田 健一  
発行：2012年3月 価格：本体1,500円＋税  
調査データ提供 コンサルティング多くの企業ブランドを事例として紹介すると同時に、現場で培った独自のブランド理論を展開。まさに100%具体論。企業ブランドの戦略ご担当者、必読の一冊。



- 日経BPコンサルティング スタッフルーム  
経験豊かなコンサルタントがブランドづくりのヒントをご紹介します!  
<http://nkbp.jp/csrbbs>

### コンサルティング

- カスタマイズ調査
  - インナーブランド支援
  - 広報支援 など
- ※コンサルティングサービスは随時承っております。お気軽にお問い合わせ下さい。

○お問い合わせ・お申込みは

**日経BPコンサルティング**  
Nikkei BP Consulting, Inc.

**<http://consult.nikkeibp.co.jp/>**

TEL 03-6811-8308 FAX 03-5421-9179 E-mail [consult@nikkeibp.co.jp](mailto:consult@nikkeibp.co.jp)  
〒108-8646 東京都港区白金1-17-3 NBFプラチナタワー

●掲載情報の無断転載を禁じます。©日経BPコンサルティング 2017