



アジア12地域を横断した  
企業ブランド価値評価調査



BRAND ASIA

2016



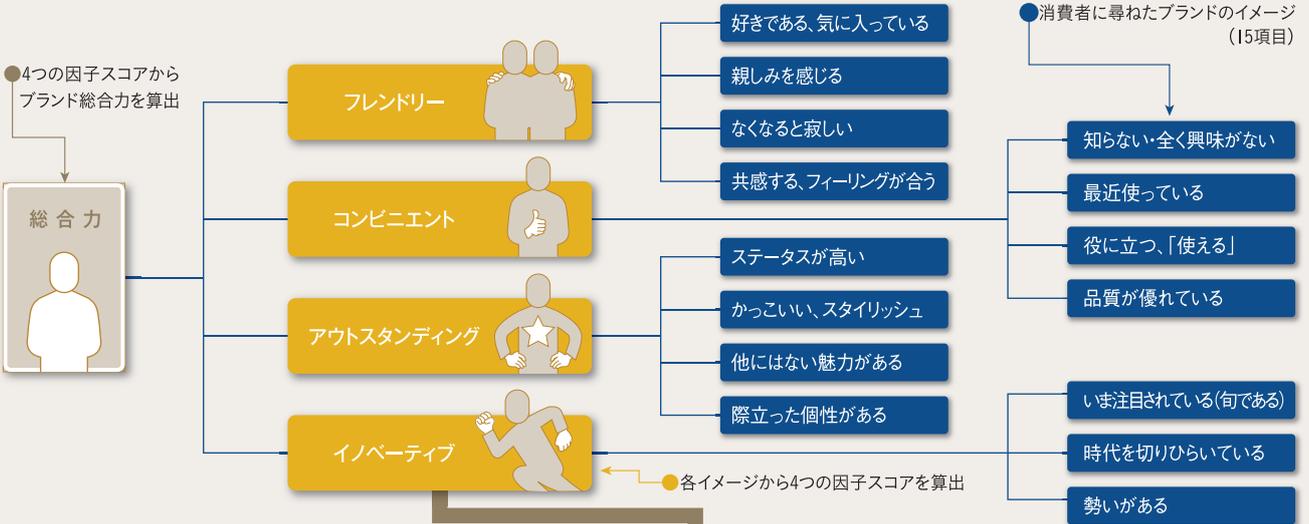
# 今年で16回目を迎えた「ブランド・ジャパン」で培った独自の評価手法

ブランド・アジアでは、今年で16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

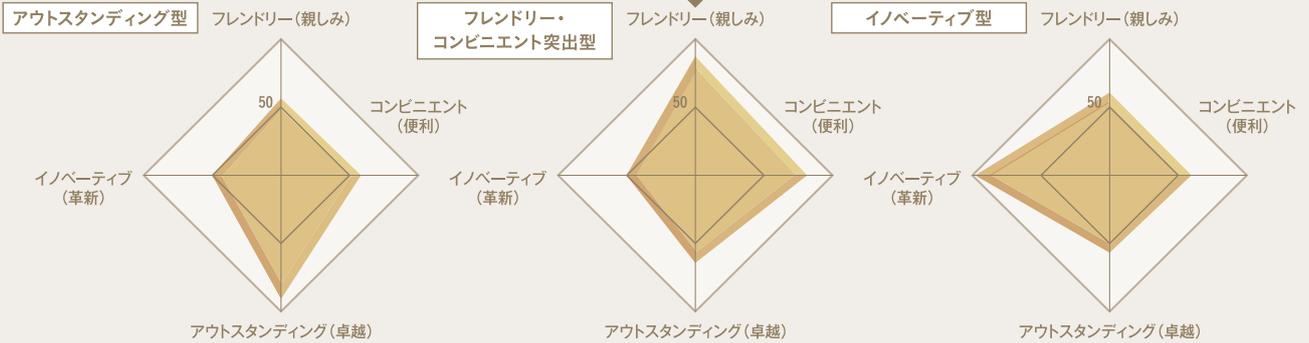
のブランドの強みや弱みなども具体的な数値で確認することが可能です。実際の調査では、一つのブランドに対して15の項目を掲げ、回答者が「そうである、そう思う」項目にチェックをします。チェック数を集計し、最終指標となるブランドの総合力を算出します。

## ● ブランド・アジア2016/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

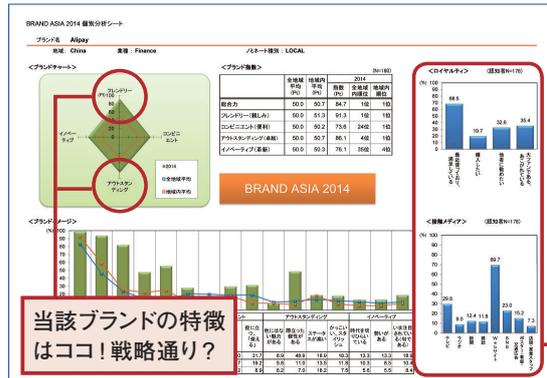
BRAND ASIA 2014

地域/業種別のブランド総合順位

総合ランキング表(データCD-ROM出力見本)

地域/業種/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!

## ● 全ブランドの個別分析データを1枚で確認



## ● オプション

結果個別報告会の実施や追加分析のご要望に対応

ブランド・アジアの結果を貴社向けにご説明する報告会の実施を承っています。属性別分析なども含め、弊社の担当者が「ブランド・アジア2016」の内容のご報告をいたします。

認知・回答者のメディア接触率とロイヤルティ情報を掲載

総合ランキング表(データCD-ROM出力見本)

個別分析シート(データCD-ROM出力見本)

# 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12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12地域で、のべ1446ブランドを一斉評価

アジア12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\*1。16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\*1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。

\*1 インドでは160ブランド(80:グローバル、80:ローカル)、台湾では126ブランド(80:グローバル、46:ローカル)。また、シンガポールではグローバル・ブランド80のみを調査。  
\*2 「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\*2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\*1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\*2。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。

### 現地の視点による結果概要も掲載

分析結果リーフレット(日英対応)には、現地視点で記した結果概要も掲載。各地域の経済状況や市場のトレンドや国民性などをふまえた上で、日本では馴染みのないブランドの解説も交えたレポートは、数値データを読み解く手がかりになります。

## ブランド・アジア2016の調査概要

発行5年目を迎える本調査は、アジア12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2015年12月から2016年1月、各地域で80~160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\*2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

前回ご好評頂いた性・年代別など回答者の属性別の集計をさらに強化。世帯所得や最終学歴・都市別などの分析軸を追加致しました。これにより、マーケティングターゲット別の詳細な分析が可能になりました。(Platinum、Goldバージョンのみに付属いたします)。

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	末子年齢別	5区分(12ヶ月未満、1~5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	6区分(1~5人の5区分+6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		3,181
インドネシア	ジャカルタ		1,200
日本	東京、大阪、名古屋		1,871
マレーシア	クアラルンプール、ペナン、ジョホール		742
フィリピン	マニラ		729
シンガポール	シンガポール(今回追加)		486
韓国	ソウル		720
台湾	台北、台中、高雄		1,260
タイ	バンコク		電話調査
トルコ	イスタンブール、アンカラ、イズミル	対面調査	720
ベトナム	ハノイ、ホーチミン	ネット調査	731

## 2015年の総合力トップ3(抜粋)

中国		総合力(偏差値)
1	Alipay	88.3
2	Apple	82.3
3	Tencent	77.0

インド		総合力(偏差値)
1	SAMSUNG	77.4
2	Colgate	74.8
3	Britannia	74.4

インドネシア		総合力(偏差値)
1	Google	76.9
2	SAMSUNG	68.9
3	Apple	67.5

マレーシア		総合力(偏差値)
1	Apple	73.3
2	Google	72.4
3	SAMSUNG	68.6

タイ		総合力(偏差値)
1	HONDA	78.7
2	NIKE	73.6
3	BIG C	73.4

ベトナム		総合力(偏差値)
1	HONDA	85.8
2	Google	79.5
3	Vinamilk	78.5

# ブランド・アジア 2016 2016年4月21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。

## 1 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。さらに、Goldバージョン以上では、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。

## 2 分析結果リーフレット(日英対応)

調査概要、結果概要(各地域から得た結果に関するサマリーコメント)、回答者属性(フェースシート)、調査票サンプル(日英)など



データCD-ROM  
(2015版)



分析結果リーフレット  
(日英対応/2015版)

## ブランド・アジア 2016・納品内容比較表

製品バージョン		Platinum	Gold	Silver	
販売価格(税別)	標準価格	¥1,500,000	¥1,200,000	¥1,000,000	
	特別価格(「ブランド・ジャパン 2016」,もしくは「ブランド・アジア 2015」購入社様)	¥1,200,000	¥960,000	¥800,000	
データCD-ROM	総合ランキング表/個別分析シート	回答者全体集計結果	●	●	●
		属性別集計結果	●	●	—
	データ表	回答者全体集計結果	●	●	●
		属性別集計結果	●	●	—
分析結果リーフレット		●	●	●	
結果個別報告会		●	—	—	

- 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 2016 ~日本最大規模のブランド価値評価調査~

2016年3月25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)

16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56,000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。今年度版からは次の一手に役立つ、新指標「ロイヤルティ(忠誠度)」、相関分析やポジショニングマップを導入。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2016

### 調査データ

- ブランド・ジャパン (3月発行)
- 企業メッセージ調査 (10月発行予定)
- Webブランド調査 (6・12月発行予定)



\*未発行の報告書の画像は2015版。

### 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/csrbs>

### 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 2016