

「ブランド力」を「見える化」する

日経
BP
コンサルティング
2025

ブランド
ジャパン

無料のお申し込み特典



ブランド・ジャパンお試しページ

ブランド・ジャパン ダッシュボードの操作性と過去の評価結果の一部をご確認いただけます



新機能「Xポスト分析サービス」

お試しベータ版

ノミネートブランドのポストデータのようにご確認いただけるか、機能の一部をご覧ください

\ブランド評価についてのお悩みは「ブランド・ジャパン」で解決／

よく聞くお悩み

- ✓ 自社ブランドの現在地が分からない
- ✓ 「ありたい姿」と「世間からのイメージ」にギャップを感じている
- ✓ ブランド評価が経年でどう変化してきているのかを知りたい
- ✓ ベンチマーク企業はもちろん、他業種・業界の企業評価を見たい
- ✓ 採用ブランディングの現状を、ビジネスパーソンの就職意向や企業イメージなどから把握したい



※「ブランド・ジャパン」における「ブランド」とは 企業ブランド、商品ブランド、サービスブランドを指しています

「ブランド・ジャパン」の概要

「ブランド・ジャパン」は、人々の頭の中にある「ブランドのイメージ」を可視化・数値化するツールです。捉えづらかった企業や商品のブランド価値を関係者内で「共通言語化」します。

約6万人の一般生活者、ビジネス・パーソンを対象に調査、53業種1,500ブランドの評価結果を全て収録した日本最大規模の「ブランド価値評価」のデータベースです。

2001年から25年間、評価指標を変えずに日本の「ブランド」を調査し続けています。

定点観測

25年

変わらない評価指標

業種

53業種

多種多様な業種の
ブランドを調査

ブランド数

1,500ブランド

企業・商品・サービス
ブランドを網羅

「ブランド・ジャパン」の公正性や客観性

調査設計などを大学教授が監修

公正な立場や客観的な視点から正確な集計・分析を行うために、ブランド理論、マーケティング分析、統計学の大学教授が監修。中立で良質な調査結果を目指し、調査手法や分析について協議を重ね、ブランドが持つ価値を見極めるための基準を確立。



ブランド・ジャパン特別顧問

カリフォルニア大学バークレー校名誉教授
プロフェット社副会長

デービッド・A・アーカー教授

ブランド論の第一人者として知られ、「ブランド・エクイティ戦略」（1994年）、「ブランド・リーダーシップ」（2000年）、「ブランド・ポートフォリオ戦略」（2005年、以上ダイヤモンド社）、「カテゴリー・イノベーション」（2011年、日本経済新聞出版社）などの著書や論文を多数送り出している。2014年には、その集大成ともいえる「ブランド論」（ダイヤモンド社）を上梓した。ブランド・ジャパンには、第1回から特別顧問として参加。



ブランド・ジャパン企画委員会委員長

一橋大学大学院
経営管理研究科国際企業戦略専攻 教授

阿久津聡教授

カリフォルニア大学バークレー校にて博士号（Ph.D.）を取得。専門はマーケティング、消費者行動論、ブランド論、文化心理学、実験経済学。著作に「ブランド戦略シナリオ - コンテキスト・ブランディング」（ダイヤモンド社：共著）、「ソーシャルエコノミー」（翔泳社：共著）、「ブランド論」、「ストーリーの力で伝えるブランド」（ダイヤモンド社：訳書）、「カテゴリー・イノベーション」（日本経済新聞出版社：監訳書）、「弱くても稼げます」（光文社：共著）などがある。



早稲田大学
文学学術院

豊田秀樹教授

心理統計学、教育測定学、マーケティング・サイエンス、統計学のエキスパートとして2002年より結果分析を担当。著書「共分散構造分析 - 構造方程式モデリング」（朝倉書店）、監訳「数理統計学ハンドブック」（朝倉書店）などがある。



慶應義塾大学
総合政策学部

豊原武夫教授

コロンビア大学ビジネススクール客員研究員を務める。ポストモダンマーケティングの旗手モリス・B・ホルブルック教授と共同研究を行う。著書に「ポストモダン手法による消費者心理の解読」（日本経済新聞社：共著）などがある。



法政大学
法政大学経営学部

西川英彦教授

日本マーケティング学会会長を務める。ユーザー・イノベーションやデジタル・マーケティングをテーマに研究。最近の著書に「1からのデジタル・マーケティング」（碩学舎：編著）、「ソロモン消費者行動論」（丸善出版：訳書）などがある。

※肩書きは2025年1月1日時点のものです

「ブランド・ジャパン」の実施フロー

1

ブランド想起調査

(2024年8月)

事前の想起調査で、人々の頭の中にある1,500ブランド
(一般生活者編1,000、ビジネス・パーソン編500)を選出

2

本調査

(2024年11月6日～12月4日)

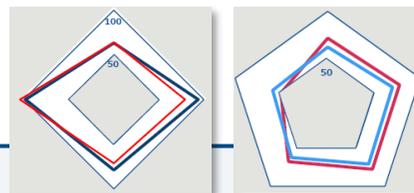
一般生活者編16項目、
ビジネス・パーソン編26項目のブランドイメージ、
ブランド・ロイヤルティ9項目のほか、
CSR、環境、SDGs関連設問、自由意見などにより、
1,500ブランドの評価を客観的に数値化

3

発行・結果リリース

(2025年3月21日)

ブランド評価をレーダーチャートで可視化。
「時系列」「属性」「ベンチマーク」で比較分析



1 ブランド想起調査：1,500ブランドの選定方法

多くの人々に記憶されているブランドのみがノミネート

本調査へ進む前にノミネート用の事前調査として「ブランド想起調査」を行っています。

「評価している」または「好感を持っている」という肯定的なイメージのブランドを13分野で各5つまで自由に記入してもらう、純粹想起型及び記憶探索型の調査です。

一般生活者やビジネス・パーソンの中にも強くイメージされていないと、想起調査にそのブランド名は挙がってきません。「ブランド・ジャパン」へのノミネート自体が「ブランド力」の一つの指標になるのです。

■ 「ブランド想起調査」で調査する13の分野

1	企業編 (総合)	3	衣	5	住	7	運輸・物流・車	9	流通	11	情報・教育	13	スマート フォンア プリ
2	企業編 (BtoB企業)	4	食	6	健康・福祉	8	電機・IT	10	金融・不動産	12	趣味・レジャー		

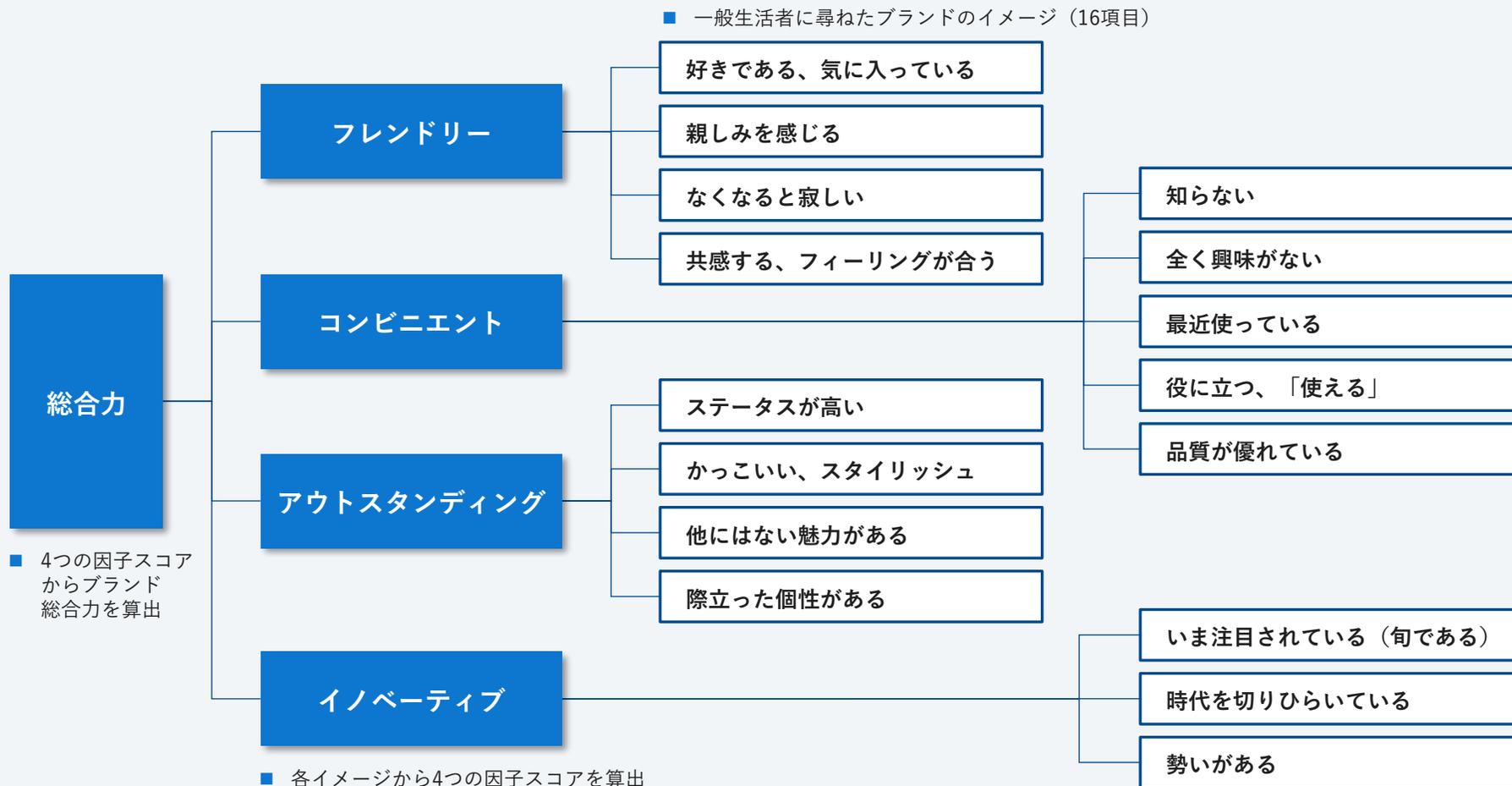
日本を代表する1,500ブランドを一斉調査

「想起調査」の上位の中から選定した1,500のノミネートブランドに対し、本調査を行います。
「ブランド・ジャパン」は**一般生活者編**、**ビジネス・パーソン編の2編**で構成されています。
一般生活者編では、企業名と商品・サービス名の合計1,000ブランドを消費者視点で調査。
ビジネス・パーソン編では、企業名のみ500ブランドの企業活動をビジネスパーソンの視点で調査します。

- **調査項目**
 - 一般生活者編：ブランド認知/接点/イメージ/自由意見/ロイヤルティ/社会貢献度/環境配慮度
 - ビジネス・パーソン編：企業認知/情報接点/情報接触頻度/取引有無/イメージ/ロイヤルティ/社会貢献
- **分析軸**
 - 一般生活者編：年齢/性別/未既婚/職業/役職/居住地/企業活動重視点/末子年齢/同居家族/年収
 - ビジネス・パーソン編：年齢/性別/未既婚/役職/勤務先所在地/取引上の重視点/取引経験/末子年齢/同居家族/年収

	一般生活者編	ビジネス・パーソン編
調査方法	インターネット調査	
調査期間	2024年11月6日～12月4日	
調査対象者	18歳以上の男女	18歳以上のビジネス・パーソン
対象ブランド	企業、商品・サービスブランド	企業ブランド
対象ブランド数	1,000ブランド	500社
調査票の組数	20ブランド×50組 ※1人あたり20ブランドを回答	10ブランド×50組 ※1人あたり10ブランドを回答
回収数	42,000サンプル	21,000サンプル
1社当たりの平均回収数	820サンプル	420サンプル

ブランド評価パス図

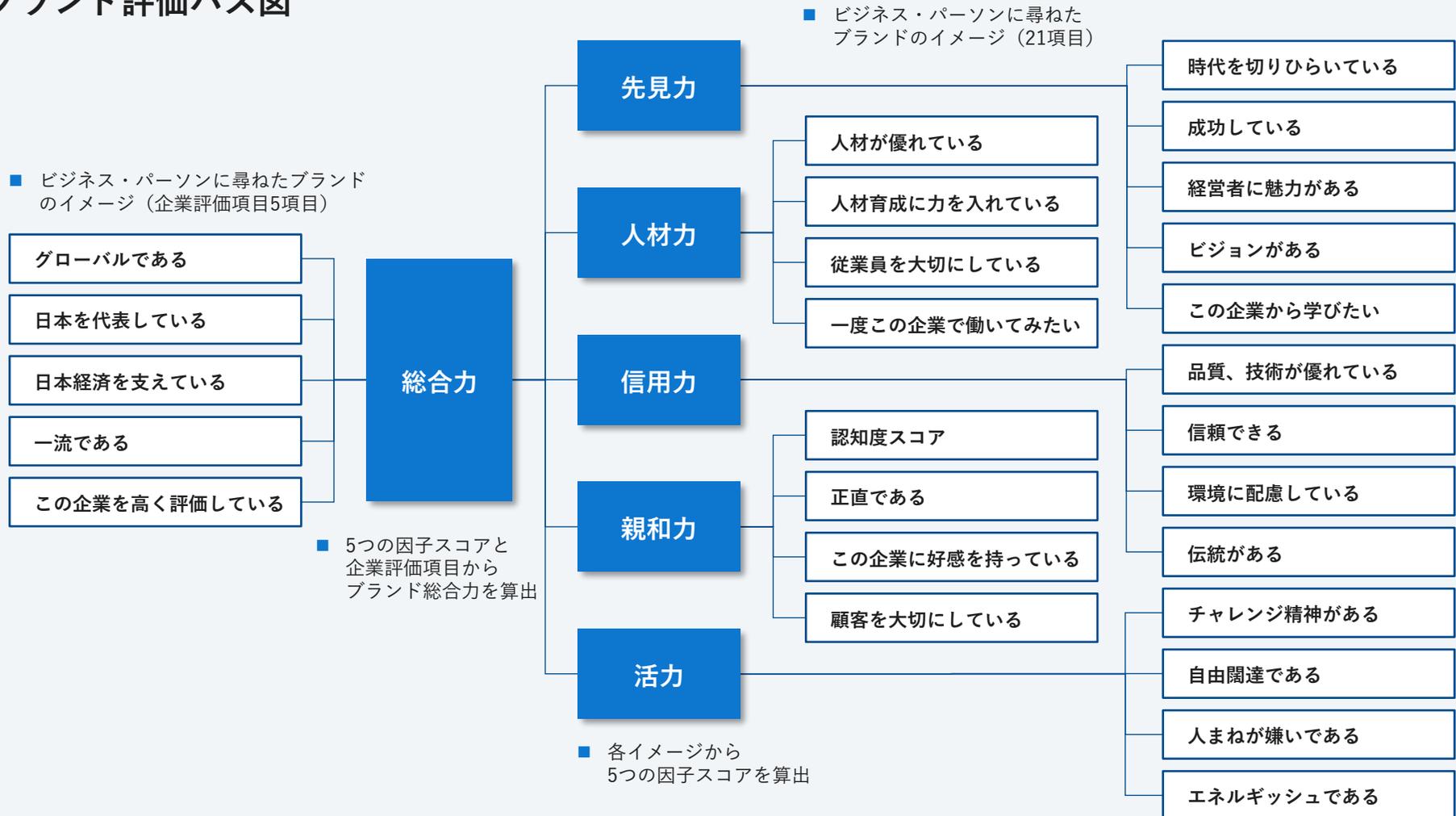


大学教授監修

本フレームの妥当性を早稲田大学の豊田教授に毎年検討いただき、結果として24年間同一のブランド評価パス図を採用しています。

2 本調査概要 イメージ項目（ビジネス・パーソン編）

ブランド評価パス図



大学教授監修

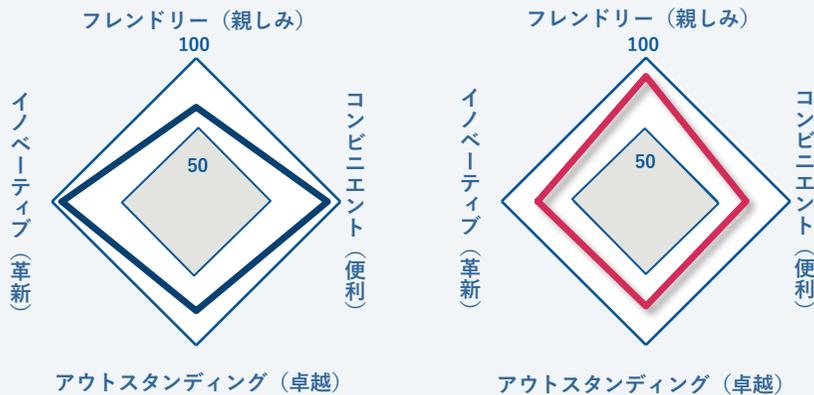
本フレームの妥当性を早稲田大学の豊田教授に毎年検討いただき、結果として24年間同一のブランド評価パス図を採用しています。

2 本調査概要 ブランドイメージのレーダーチャート

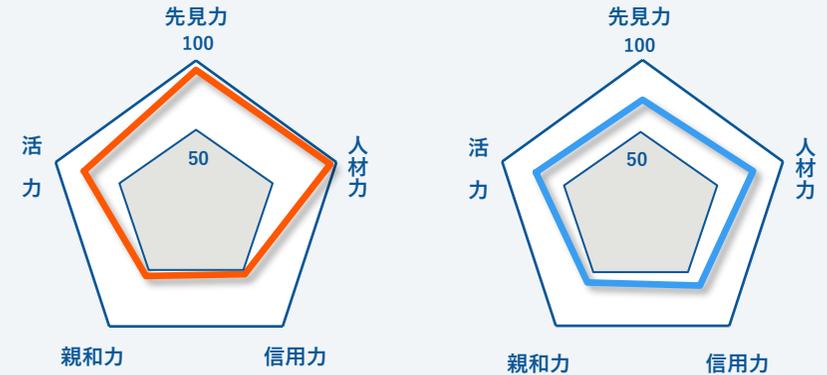
そのブランドの「印象」がひと目でわかる

「ブランド・ジャパン」では、ブランドの特徴がレーダーチャートの形と大きさにひと目で分かります。左の2つの図は【一般生活者編】のレーダーチャートのサンプル。GAFAのようなIT先端企業が「イノベティブ」と「コンビニエント」に大きく張り出しているのに対し、食品、飲料などのブランドは「フレンドリー」と「アウトスタンディング」にエッジが立っていることが分かります。右の図は【ビジネス・パーソン編】。新興の勢いのある企業が、「活力」「先見力」「人材力」に秀でているのに対し、老舗企業は信用力の評価が高く全体にバランスの取れたレーダーチャートになっています。

【一般生活者編】



【ビジネス・パーソン編】



貴社ブランドの現在地、そして気になるあのブランドは何位？

次の一手を考えると、気になるのは他社の事例でしょう。実は、こんな時に活躍するのがランキング表です。ランキング表には、ブランド評価の全体結果、属性別結果以外に、9項目のロイヤルティ評価、社会貢献、環境配慮評価があります。目的の項目でソートしたり、見たい業種を絞り込んだりしながら、ランキングに並ぶブランドを見ていけば、参考にすべきブランドがきっと見つかります。

総合ランキング表(全体結果)																									メニューへ							
ブランド名検索				ランキング項目を選択												業種絞り込み		印刷1		印刷2												
検索				(指数) 総合力																												
選択して下さい				全ブランド												【全て選択】																
表示ブランドの順位	全ブランド中の順位			ブランド名	ランキング項目 総合力	サンプル数	(総合力) 偏差値	因子指数(偏差値)									認知(%)			興味(%)			好感(%)			寂しくないと なけると						
	2024	2023	2022					フレンドリー (親しみ)	コンビニエント (便利)	アウトスタン ディング (卓越)	イノベーター タイプ (革新)	知っている			興味がある			好きである、 気に入っている														
												2024	2023	2022	2024	2023	2022	2024	2023	2022	2024	2023	2022	2024	2023		2022					
表示ブランドの平均				50.0	820	50.0	50.6	50.9	50.0	50.5	50.8	50.0	50.6	50.8	50.0	50.5	50.7	50.0	50.4	50.5	73.7	75.5	75.5	30.8	32.8	33.8	13.3	14.2	15.0	7.0	7.8	
1	1	2	2	Google	87.7	851	87.7	90.0	85.8	67.1	72.7	65.9	88.7	87.4	91.1	74.4	77.2	76.0	106.7	104.4	93.1	94.5	88.0	93.1	69.0	66.3	73.6	29.5	32.1	37.7	13.5	17.6
2	2	6	1	SoftBank	86.4	859	86.4	84.0	90.8	74.6	72.1	74.9	79.0	81.5	82.8	73.4	69.8	70.6	103.3	94.6	121.1	95.2	92.5	89.5	63.3	66.8	66.5	33.2	33.2	37.2	24.8	23.0
3	3	12	9	Amazon アマゾン	85.9	786	85.9	79.3	78.8	72.5	62.5	57.7	83.2	75.7	77.4	75.0	71.8	70.9	96.5	98.5	106.7	94.0	89.0	86.6	64.1	59.0	58.5	34.1	27.1	26.3	18.8	16.8
4	4	8	6	DAIICHI 日達	85.6	825	85.6	82.8	82.6	87.6	87.2	87.1	72.3	68.4	69.5	85.9	75.8	73.0	72.6	75.5	75.0	92.2	95.9	92.4	65.9	72.3	66.9	45.3	49.9	52.4	35.1	35.5
5	5	5	11	DAISO ダイソー	84.9	858	84.9	84.8	78.3	78.6	77.9	75.9	87.4	88.3	78.2	73.5	70.7	62.6	74.0	75.3	71.7	87.1	92.2	90.4	67.4	70.8	66.4	39.6	39.6	46.9	20.4	28.8
6	6	25	8	DAIICHI 日達	82.0	825	82.0	74.6	80.4	84.1	77.2	81.6	73.8	71.4	75.5	71.1	62.9	65.6	74.6	64.6	71.9	88.8	85.1	86.7	61.5	63.4	66.9	41.5	42.4	43.8	23.8	21.2
6	6	7	24	LINE	82.0	803	82.0	83.1	75.0	68.5	72.1	60.2	90.4	89.5	90.0	62.3	64.5	55.2	85.9	82.9	74.0	96.7	92.5	89.7	70.8	68.7	68.5	26.9	27.3	18.3	21.8	25.7
8	8	10	64	DAIICHI 日達	81.8	805	81.8	80.8	68.1	68.4	66.0	57.4	71.1	73.2	63.6	79.9	74.5	64.6	100.1	100.5	85.5	87.1	92.3	89.2	54.6	58.7	49.0	30.6	31.9	25.8	12.9	11.5
9	9	16	27	Apple アップル	80.5	873	80.5	77.0	74.2	60.5	60.8	60.2	75.5	71.2	66.9	86.1	83.6	83.1	95.8	86.7	85.2	89.2	87.7	85.9	56.9	53.2	46.3	29.6	28.4	29.0	10.7	8.3
10	10	3	6	DAIICHI 日達	80.4	794	80.4	85.9	82.6	74.5	78.2	76.3	82.2	87.5	86.3	62.4	65.6	63.9	80.4	86.4	75.8	92.2	91.8	96.1	63.8	70.5	71.1	39.3	41.4	44.6	15.8	18.6
11	11	17	11	DAIICHI 日達	79.7	825	79.7	76.8	78.3	73.7	68.3	72.1	89.3	84.8	83.9	65.0	63.7	66.7	64.2	69.3	64.7	89.9	86.3	88.9	65.2	65.4	65.9	36.0	33.3	39.6	18.3	13.9
12	12	4	18	DAIICHI 日達	79.1	820	79.1	85.7	76.4	73.3	80.1	76.3	53.1	54.6	54.2	102.9	117.7	95.2	85.4	82.8	72.9	91.3	93.6	93.4	49.8	54.4	56.1	33.9	34.3	35.6	17.7	22.6
13	13	13	3	DAIICHI 日達	79.0	834	79.0	78.5	85.3	80.3	80.4	87.1	74.6	70.8	74.8	67.6	72.5	77.1	69.8	67.9	74.4	88.3	86.9	91.1	66.2	65.0	70.7	42.2	42.7	52.3	24.7	26.2
13	13	47	30	DAIICHI 日達	79.0	813	79.0	70.3	73.3	61.2	55.2	59.0	68.7	60.5	57.9	70.0	70.8	74.4	114.9	96.6	109.4	86.6	89.3	80.0	53.4	48.4	40.7	26.5	19.7	15.1	7.8	7.1
15	15	26	60	DAIICHI 日達	78.4	796	78.4	74.5	68.6	81.2	78.4	69.4	66.2	66.4	62.8	78.6	68.3	66.4	68.3	64.6	61.6	91.1	91.9	84.8	58.7	63.9	54.6	40.7	43.4	34.5	28.3	31.3

ブランドごとの評価をサマリー化

指定したブランドの現状を一枚で確認できるのがこのシート。過去3年分の結果を見ながら、変化のトレンドを掴むことができます。各因子指数の強さとバランスを同時に把握できるレーダーチャートは、目には見えないブランドの「形」を端的に確認できるツールです。1,500ブランドすべて個別分析シートでご覧いただけます。

ブランド名入力か、業種別リストからの選択でブランドを指定

ブランド名 **ブランドA** 【全体】

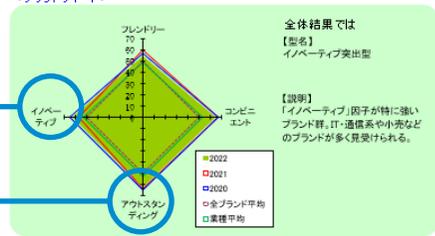
<検索> 業種別リスト検索 【生活家電】電気・電子・厨房機器部品【コンピュータ関連】AV機器・テレビ・カメラ【通信機器】電話・FAX・電子端末】

<ブランドチャート> <ブランド指数> ※指数は標準化

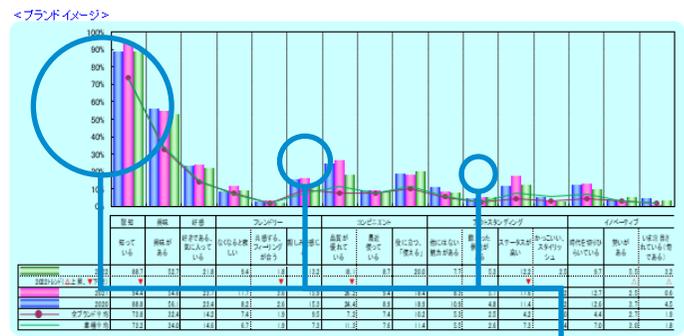
	全ブランド平均	業種平均	2022		2021		2020	
			指数	順位	指数	順位	指数	順位
総合力	50.0	51.8	61.6	132位	64.6	95位	65.0	86位
フレンドリー(親しみ)	50.0	49.0	54.2	260位	59.5	172位	56.4	220位
コンビニエント(便利)	50.0	52.6	63.6	106位	66.8	69位	66.2	76位
アウトスタンディング(差越)	50.0	53.0	61.5	131位	64.2	84位	65.3	85位
イノベティブ(革新)	50.0	53.3	61.9	104位	56.7	148位	64.7	73位

表示している業種平均: AV機器・テレビ・カメラ

全体ベースだけではなく、年齢や性別など属性別でも表示可能

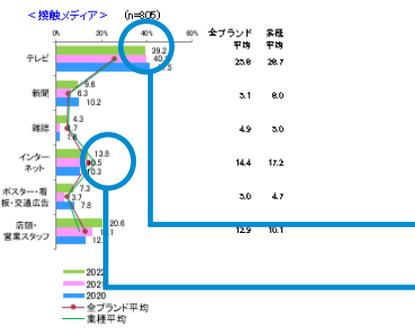


総合力、因子指数の3年分のスコア、順位の推移が確認できます



因子指数の特徴と3年推移を確認できます

ブランドイメージの3年間の推移と、全体平均、業種平均との差分を確認できます



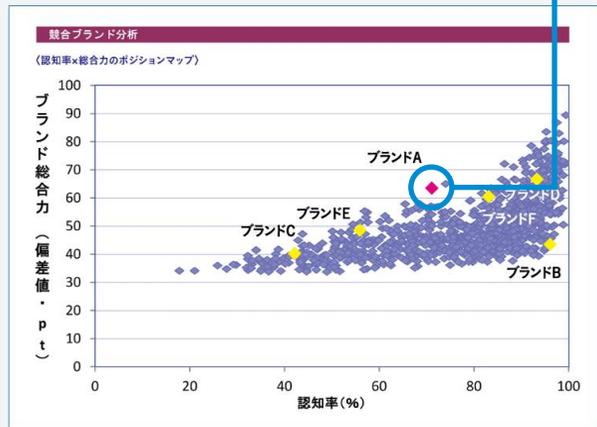
そのブランドをどのメディアから知ったのかを確認できます

他ブランドとの比較が一目瞭然

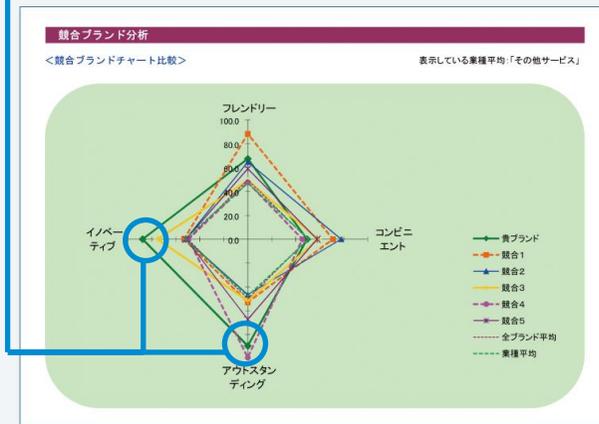
自社の強み・弱みをリアルに浮き立たせるには、他社との比較が欠かせません。競合分析シートでは任意の6ブランドを自由に指定して比較できます。認知率×ブランド総合力のポジショニングマップを見れば、そもそも認知が足りないのか、知られてはいても「その他大勢」なのかが、競合も含め把握できます。また、レーダーチャートを他社と重ねると、イメージの違いが一目瞭然です。他社とどう棲み分けるか？弱点の克服は必要か？全体の大きさ（≒ブランド総合力）は十分か？このチャートをどう変形させていくかが、「ブランド・ジャパン」で描く成長戦略です。

課題はまず認知なのか、それともブランド総合力のアップなのかが一目瞭然です

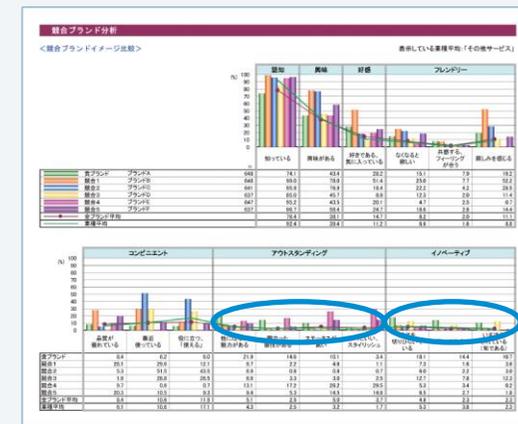
自社と競合5ブランドの特徴が一目で分かります



認知率×ブランド総合力のポジショニングマップ



因子指数の比較チャート



各イメージ項目の比較グラフ

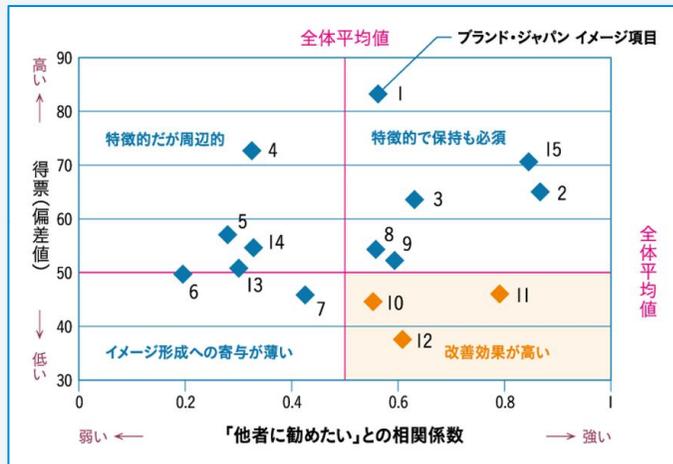
ブランドロイヤルティに影響するイメージがわかる

「ブランド・ジャパン」では一般生活者編16項目、ビジネス・パーソン編26項目のブランドイメージ評価の他に、ブランドロイヤルティ（忠誠度）評価9項目を調査しています。ブランドロイヤルティ評価とブランドイメージ評価の相関も取っているため、例えば「他者推奨意向」と相関が高いイメージは何か？といったことが分かります。9つのロイヤルティ評価からブランドづくりの目的としたい項目を選び、その項目と相関が高いブランドイメージを優先的に高めていくといった戦略を立てることが可能となります。

【ブランドロイヤルティ評価9項目】

- ①大ファンである、あこがれている
- ②最近使っており、満足している
- ③使ったことがあり、今後も使い続けたい
- ④利用（購入）したい

- ⑤他者に勧めたい
- ⑥他のブランドより価格が高くても、利用（購入）する
- ⑦このブランドの他の製品・サービスも、利用（購入）したい
- ⑧新商品が出たら概ね利用（購入）する
- ⑨今後に期待している



ロイヤルティ×イメージ評価の4象限マトリクス

	興味 ある	好きで ある、 気に入 っている	好きで なく、 気にな らない	共感す る、フ ィーリ ングが 合う	興し みを感じ る	品質が 優れて いる	最近使 っている	夜に立 つ、「使 える」	他には ない魅 力があ る	際立っ たた が 高い	ステ ータス が高い	かっこ いい スタイ リッシュ	時を 切りひ らいて いる	強い がある	い注 目され ている (前 で ある)
得票（%、スコア）	18.9	5.8	4.4	2.2	5.5	3.3	3.6	6.5	1.1	0.7	1.5	1.5	2.2	1.5	0.7
得票（偏差値）	31.8	37.7	42.8	46.7	42.1	41.4	42.3	42.1	36.5	38.9	42.1	44.9	41.7	44.4	43.3
ロイヤルティとの相関係数	0.265	0.422	0.491	0.703	0.282	0.374	-0.022	0.254	0.663	0.403	0.279	0.279	0.463	0.279	0.403
大ファンである、あこがれている	0.153	-0.016	-0.014	0.404	0.251	-0.012	0.311	-0.017	-0.007	-0.005	0.497	-0.008	-0.010	-0.008	-0.005
最近使っており、満足している	0.293	0.256	0.238	0.477	0.402	0.120	0.190	0.357	0.263	0.333	0.346	0.093	0.270	0.220	0.155
使ったことがあり、今後も使い続けたい	0.225	0.173	0.039	0.210	0.339	0.059	0.147	0.301	0.148	0.190	0.270	0.121	0.088	0.121	0.190
利用（購入）したい	0.164	0.214	0.159	0.391	0.224	0.079	0.072	0.197	0.177	0.465	0.489	0.147	0.251	0.318	0.224
他者に勧めたい	0.310	0.232	0.279	0.269	0.051	0.210	0.196	0.127	0.398	0.239	0.159	0.521	0.269	0.159	0.239
他のブランドより価格が高くても、利用（購入）する	0.162	0.122	0.320	0.223	-0.027	-0.020	0.166	-0.029	-0.012	-0.010	-0.014	0.279	-0.017	-0.014	-0.010
このブランドの他の製品・サービスも、利用（購入）したい	0.217	0.358	0.270	0.397	0.103	0.318	-0.025	0.089	0.572	0.347	0.238	0.238	0.189	0.238	0.347
新商品が出たら概ね利用（購入）する	0.029	0.040	0.035	-0.009	0.007	0.016	0.006	0.062	-0.052	0.070	0.020	-0.060	-0.009	0.100	-0.042
今後に期待している															

ロイヤルティ×イメージ評価の相関分析表

1,500ブランド分のユーザーの声も収録

回答者の生の声は、数値データにはない貴重な情報源。自由意見集は属性やロイヤルティ評価の回答と紐づけて意見を知ることができます。頻出単語ランキングはテキストマイニングで自由意見を単語単位にした際、どのような単語が自由意見位含まれているかをランキング化。そのブランドがどう形容されることが多いのかも端的に把握でき、ブランドの特徴が鮮明になります。

ロイヤルティ設問の回答内容がわかる

自由意見に含まれているその単語の件数、割合がわかる

自由意見

① A. ブランド名を入力してください。(一部でも可) B. または、機種を選んでください。

② 下の候補リストから、ブランドを選んでください。

<自由意見> ブランド名: ブランドA

コメント数: 63 キーワード入力欄: 入力したキーワードが含まれるコメントのセルが、緑色に網掛けされます
 キーワードが含まれるコメント数: 0 (0.0%) ※施設による意見、辛辣な意見なども含め、回答のまま掲載しています。

連番	性別	年代	居住地	職業	大ファン	満足	継続使用	利用意向	他者推奨	高くても購入	同ブランド利用	新商品利用	今後期待	コメント
1	男性	10代	広島県	学生	○	○	○	○	○	○	○	○	○	丈夫です。だから、長持ちです。
2	男性	20代	千葉県	学生										家庭用なので、毎日、愛用しています。
3	男性	20代	東京都	会社員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
4	男性	30代	茨城県	自営業				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
5	男性	30代	千葉県	会社員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
6	男性	30代	千葉県	会社員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
7	男性	30代	東京都	会社員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
8	男性	30代	愛知県	会社員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
9	男性	40代	東京都	団体役員、団体職員	○	○	○	○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
10	男性	40代	静岡県	会社員	○	○	○	○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
11	男性	40代	三重県	団体役員、団体職員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
12	男性	50代	埼玉県	自営業				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。
13	男性	50代	千葉県	会社員				○	○	○	○	○	○	家庭用なので、毎日、愛用しています。

自由意見一覧

<単語ランキング> 自由意見の中で出現頻度が高い単語 トップ20 *1

ブランド名: ブランドA
 コメント数: 165

順位	単語 *2	品詞 *3	出現頻度	
			件数*4	割合(%)*5
1	良い	形容詞	32	19.4
2	品質	名詞	26	15.8
3	好き	名詞	16	9.7
3	製品	名詞	16	9.7
5	使う	動詞	14	8.5
5	思う	動詞	14	8.5
7	高い	形容詞	13	7.9
8	これから	名詞	12	7.3
8	昔	名詞	12	7.3
10	商品	名詞	11	6.7

頻出単語ランキング

バージョンごとの比較と価格

使い方に合わせた 4つのバージョン をご用意

すべてのメニューを3年分収録したフルパッケージプラン

ブランドイメージ評価以外にロイヤルティ評価、CSR評価、SDGs評価までを網羅

個別分析シート、競合分析シートを収録した基本プラン

ランキング表、自由意見を収録したデータ集

	Premium	Standard	Basic	Light
おすすめ!				
データパッケージ+報告会	250万円	200万円	170万円	—
データパッケージ+サマリーレポート	230万円	180万円	150万円	—
データパッケージのみ	200万円	150万円	120万円	50万円
全体ランキング表 レーダーチャート	3年分	2年分	2年分	2年分
自由意見集	3年分	当年分	当年分	当年分
頻出単語ランキング	3年分	当年分	当年分	—
個別分析シート	3年分	3年分	3年分	—
比較分析シート	3年分	3年分	3年分	—
接触メディア	3年分	当年分	当年分	—
認知者使用者分析	3年分	3年分	3年分	—
CSR評価	3年分	3年分	2年分	—
ロイヤルティ評価	3年分	3年分	—	—
追加分析軸 (年収、同居家族、末子年齢)	3年分	3年分	—	—

「ブランド・ジャパン」の深掘りはこの2つのメニューで

サマリーレポート

自社ブランドを含む、一般生活者編、ビジネス・パーソン編合わせて12ブランドを対象に、「時系列」「属性」「ベンチマーク」の3つの比較を中心として「ブランド・ジャパン」の評価をまとめたPowerPoint30ページ程度のレポートをご納品。ご購入いただいたデータパッケージ（Premium、Standard、Basic）の収録内容に応じてレポートの範囲が変わります。

レポート作成に当たって自社ブランド以外のベンチマークブランドのご指定が必要となります。

レポートはベンチマークブランド決定後、順次作成いたしますので、ご納品には数週間～数カ月のお時間をいただきます（具体的な納期についてはご発注時にお知らせします）。

30万円

報告会

「ブランド・ジャパン」の評価結果をまとめたサマリーレポートに要因分析やブランディングの参考となる事例なども加え、弊社ブランド・コンサルタントの解説による報告会を実施。報告会をご参加の規模や実施方法（貴社訪問／オンライン）、実施時期など、ご要望に合わせて開催させていただきます。事前に打ち合わせの機会を設けさせていただき、ベンチマークブランドの選定についてもお相談に乗ります。

50万円

※オプションはPremium、Standard、Basicのみとなります。Lightにはオプションは付けられません。
※金額は税抜となります。

過去から現在までの貴社ブランド評価の変化を知ることができる

直近10年分のイメージ評価データ

Premium、Standard、Basicバージョンは直近3年分（2024年／2023年／2022年）のブランドイメージデータを収録していますが、さらにさかのぼった10年分（2012年～2021年）の評価結果をExcelデータでご提供しています。

自社ブランドを含むのべ12ブランド（例：【一般生活者編】6ブランド、【ビジネス・パーソン編】6ブランド）をお選びいただけます。

「ブランド・ジャパン」は調査開始以来、ブランド評価の設計、関連する調査設問を変えていないので、10年の単位で自社およびベンチマークブランドの評価の推移を分析するのに最適です。

150万円

※オプションはPremium、Standard、Basicのみとなります。Lightにはオプションは付けられません。
※金額は税抜となります。

【新機能】 Xポスト分析サービス

「ブランド・ジャパン2025」をご購入いただけますと、1年間限定（2025年3月21日～2026年1月31日）で無料で新サービス「Xポスト分析」サービスの機能をご利用いただけます。詳細ご希望の方はお気軽にお問い合わせください。

ブランド・ジャパン Xポスト分析

リセット

共有

編集

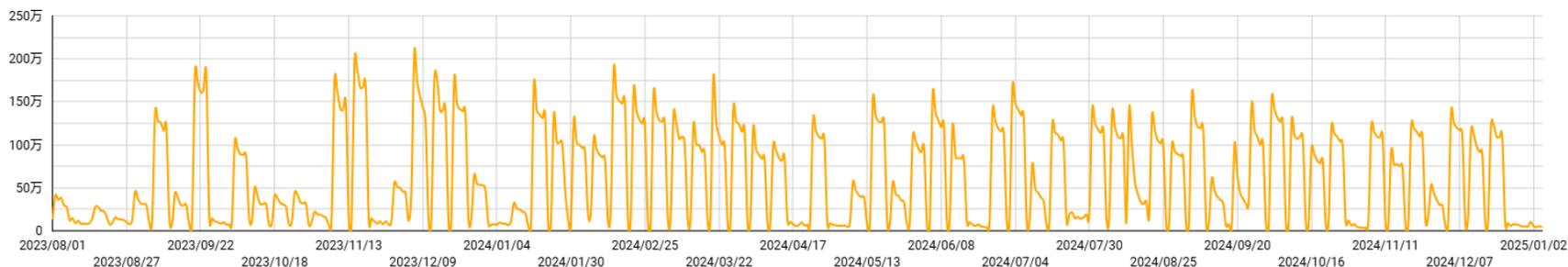
メニュー

X分析 個別ブランド

X分析 複数ブランド比較

語句の出現回数

※対象ブランドに対するポストを形態素分析にかけ、単語に分割。その単語の総数を「語句の出現回数」としている。出現回数が多い日は、ポスト数が多かったり、文量の多いポストがある可能性が高く、X上での反応・盛り上がりを量的に把握できる。



頻出語句一覧

値を入力

語句	出現回数
1. 券	16,346,968
2. 無料	15,659,709
3. 応募	9,212,883
4. フォロー	8,810,451
5. 抽選	8,646,124
6. 投稿	8,564,897
7. ござる	8,275,844
8. 円	8,119,797
9. アカウント	8,010,087
10. 様	7,995,566

1 - 100 / 133354

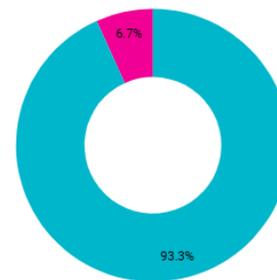
ハッシュタグ一覧

値を入力

ハッシュタグ	出現回数
1. #ローソン	13,120,450
2. #ウチカフェ	4,543,400
3. #もっちりクレープ無料	782,277
4. #マチカフェ	705,729
5. #マチカフェ無料	528,421
6. #どらもち無料	523,825
7. #生バウムクーヘン無料	507,044
8. #白いたい焼き無料	486,117
9. #カフェオレ無料	458,840
10. #カフェラテ無料	458,373

1 - 100 / 55793

ポストに含まれる感情



● 肯定的 ● 否定的

<

>

>

【新機能】 Xポスト分析サービス

「Xポスト分析サービス」の4つの特徴

特徴①：パフォーマンス分析

設定した期間中の当該ブランドに対するポスト数、ポストに対するいいね数、リツイート数などを計測。顧客がどのようなコンテンツに反応しているかを把握できます。

特徴②：競合・トレンド分析

ブランド・ジャパンにノミネートしているのべ1500の他ブランドもサンプリング対象のため、ご所望のブランドに対する、競合比較分析が可能です。現在の立ち位置や競合他社に対する優位性を明らかにします。

また、レポート（有償オプション）では、業界のトレンド分析結果を掲載し、業界や市場のトレンドを踏まえた上で、成功事例など、今後の戦略立案に役立つ情報を提供します。

特徴③：ブランド・ジャパン因子分析

反応が良かったポストなどから、顧客エンゲージメントを向上させるポストや、ブランド・ジャパン（一般生活者編）におけるブランド総合力を構成する4つの因子（フレンドリー、コンビニエント、アウトスタンディング、イノベティブ）のスコア向上に寄与する可能性のあるポストを抽出し、分析します。

特徴④：個別分析レポート（有償オプション）

ダッシュボードでは、前日までの分析結果をいつでも閲覧できるとともに、当該ブランドに対するカスタマイズされたレポートを月に一度ご提供します。様々な定量・定性分析の結果を2ページのレポートにまとめます。継続的にレポートをご覧いただくことで、コミュニケーション戦略の最適化を行うことが可能です。

ノミネートされていないブランド、最新の評価結果などの追加調査が可能

まずは、
＼ノミネートブランドを検索／



自社ブランドが
ノミネートされていない

or

自社ブランドが
ノミネートされている

A

お得な
「追加調査パッケージ 55万円（税別）」

Light版

+ ご希望の1ブランド

※別途1ブランド15万円で調査するブランドをさらに追加できます

B

4つのバージョンいずれかをご購入いただいた上で
下記の調査を、追加で1ブランドあたり15万円で実施可能

- ノミネートブランド以外の商品、事業、サービスブランドの調査
- 一般生活者編、ビジネス・パーソン編、いずれか一方がノミネートされていない場合、もう一方の編の調査
- ノミネートされているブランドの最新結果
- ノミネートされていない他社ブランド

※最大10ブランド追加で調査可能です

A 方には「追加調査パッケージ」がおすすめです

ノミネートがなかったブランドも

＼「ブランド・ジャパン」と、同指標で調査できます／

認知、興味、好感を含む16のイメージ項目などの調査結果をExcelで納品

＼ 2025年 6月・8月 計2回実施予定／

ブランド・ジャパン2025 Light版

貴社 1 ブランド分の調査

特別
価格

55 万円

B 方には「追加調査オプション」がおすすめです

1ブランドあたり15万円（税別）から、ブランド・ジャパンと同じ調査項目で、調査ができます。

定量的、定性的データの両方を収録しています。

自社のスコアをブランド・ジャパンにノミネートのあるブランドと照らし合わせることで、現在の自社のポジショニングなどの現状を把握できます。

さらに、自由記述（定性的データ）によって、ランキングの読み解きができます。

【貴社1ブランド分の調査結果】

- 1 貴ブランドの個別分析シート
- 2 属性別の貴ブランドの結果
- 3 自由意見集



個別分析シート

この表は、属性別のブランド指数とイメージスコアを示しています。表の列には性別、年代、居住地、職業などの属性があり、行にはブランド名とスコアが記載されています。スコアは数値で表され、比較のために平均値も示されています。

属性別ブランド指数、イメージスコア

この表は、自由意見集の一覧を示しています。表の列には「属性」（性別、年代、居住地、職業）と「コメント」があります。コメント欄には、ブランドに対する定性的な意見や感想が記載されています。

自由意見

ブランド・ジャパン2025のご契約について

- 「ブランド・ジャパン2025」は、契約者限定Webサイト「ブランド・ジャパン ダッシュボード」を通じて、ブランドに関する調査結果データ（一般生活者編、ビジネス・パーソン編）を提供する法人向けのサービスです。
- 本サービスをご利用にあたり、契約者限定Webサイト「ブランド・ジャパン ダッシュボード」にアクセスできるIDを1契約(法人)あたり1ID発行させていただきます。2ID以上のご利用を希望される場合はお問い合わせください。
- 本サービスは、所定の利用申込書に記載いただいた会社の社内オンラインシステム内における端末からの内部利用に限るものとします。利用申込書に記載された以外の他者もしくは他の事業体（記載された会社の親会社、子会社、関連会社を含む）で利用する場合は、事前にサービスの提供元である日経BPコンサルティングに直接、あるいは販売代理店を経由して承諾を得るものとします。
- 利用者は、契約期間中に、合併、分社、大規模な組織変更などの原因で利用申込書に記載された内容に大幅な変更があった場合は、日経BPコンサルティングに直接、あるいは販売代理店を経由して通知するものとします。
- 「ブランド・ジャパン2025」でご提供する情報は、日経BPコンサルティングの著作物です。著作権、および個々の情報（データ）および情報（データ）の集合体に関する財産権は日経BPコンサルティングに帰属し、各種著作権関連法で保護されるものです。
- 本サービスでご提供する情報の引用、転載は少数数の社内資料（報告書）や会議資料など内部的資料へのデータの引用や部分転載に限ります。
- 利用者が前項で定める範囲を超えて転載、公表、変更、複製、公衆送信、譲渡、貸与、翻案等される場合は日経BPコンサルティングに直接、あるいは販売代理店を経由して承諾を得るものとします。
- 引用・転載の際には、必ず以下の表記をつけることを条件とします。

日経BPコンサルティング「ブランド・ジャパン2025」より

- 本サービスは2025年3月21日から2026年3月26日までの期間、ご利用いただけます。
- 本サービスはご利用期間の途中からのお申込みの場合も、契約料金は変わりません。
- 本サービスはお申込み後のキャンセルをお受けできません。あらかじめご承諾の上、お申込みください。
- 本サービスを中途解約された場合、解約による契約料金の返金はございません。あらかじめご承諾の上、お申込みください。
- ご利用料金はご契約いただくバージョンにより異なります。
- ご提供するサービス内容は変更になる場合があります。またバージョンによってお申し込みいただけるオプションを変更する場合があります。予めご了承ください。
- 本サービスはGoogle Looker Studioを利用しています。Google社の仕様変更などにより、提供サービスを変更、一部中止する場合があります。予めご了承ください。
- ご提供する調査結果の一部はExcelファイルなどでデータをダウンロードいただけます。

広告代理店様のご契約について

- 原則、一般企業様同様、本サービスでご提供する情報の引用、転載は少数数の社内資料（報告書）や会議資料など内部的資料へのデータの引用や部分転載に限ります。
- 利用申請書に記載いただいた会社以外に対して、調査結果を引用、転載する場合、以下の要領で例外を認めます。
 - ・社外のどの企業、組織に対して引用、転載利用を行うのか、転載申請書を事前に提出
 - ・転載申請時に引用、転載範囲を明示
 - ・引用、転載するデータ量に関わらず、利用料は1回、1ブランド分あたり10万円（税別）とする。なお、利用回数の上限を設けない250万円（税別）のプランを設ける。

「ブランド・ジャパン」お試しページ、X分析トライアルのご案内

「ブランド・ジャパン」およびオプションサービス「Xポスト分析」にはお試しページ、トライアル版をご提供しています。詳細は専用ページよりご確認ください。

○「ブランド・ジャパン」お試しページ

・「ブランド・ジャパン」お試しページは、ダッシュボードの操作性をご確認いただく趣旨でご提供しています。ご利用に際し、契約者限定Webサイト「ブランド・ジャパングダッシュボード お試し版」にアクセスできるIDを1契約（法人）あたり1IDを発行させていただきます。2022年版の一部データを無料で閲覧することが可能です。

- ・ 閲覧可能データ: 2022年版の一般生活者編・ビジネスパーソン編から選ばれた5ブランドの評価（総合スコア、順位、ブランド型の説明など）の一部データとなります。
- ・ お試しページの応募状況によってご提供時期、可否は異なります。応募いただいた後、担当者よりご連絡させていただきます。

○Xポスト分析トライアル

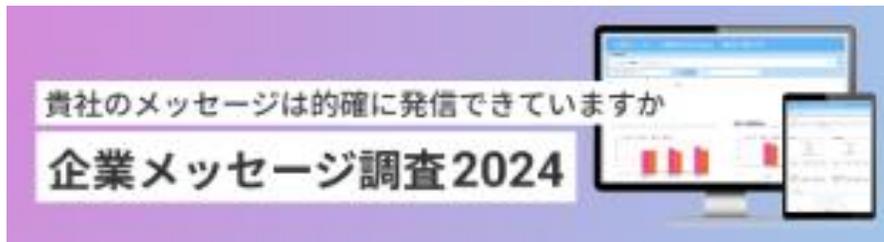
- ・ 2024年・2025年版ブランドにノミネートされた指定ブランドのポスト分析が可能です。
- ・ 対象期間：2024年11月25日～12月2日（変更になる可能性もございます）
- ・ データ提供範囲: 「いいね数」「リポスト数」「ハッシュタグ」などが確認できます。
- ・ ご利用には規約がございますので、専用ページをご確認ください。

【ご参考】ソリューションサービス一部ご紹介

日経BPコンサルティングでは「ブランド・ジャパン」をはじめ、調査・評価・分析を通じた企業ブランディングにお役立ちいただけるさまざまなソリューションサービスをご提供しています。調査・評価・分析のノウハウで貴社のブランディングを戦略的に推進いたします。

BRAND JAPAN

日本最大規模のブランド価値評価のデータベース



ブランドメッセージ、パーパスなどの調査データを収録。マルチステークホルダー時代の最新調査結果をご提供



インターネットユーザー 3万人以上による、国内主要500サイトを徹底評価



企業ブランドのネガティブイメージとマイナスイメージをビジネスパーソン目線で測定



「ブランド・ジャパン」のご購入、追加調査のお申込みは
<https://nkbp.jp/bjlp>



「ブランド・ジャパン」やブランディングに関するお問い合わせは
<https://nkbp.jp/3VAuhb8>

