

sample

第22回  
ブランド戦略サーベイ2024

# リレーションシップチャート12

NIKKEI-R

▼作成内容

分析年度	分析対象 ブランド	使用データ
1年 (当年)	5社まで	コンシューマー 編のみ

- 「リレーションシップチャート12」概要…………… p.2
- 12のパーソナリティー…………… p.5
- 【ワークシート】自社が目指すブランド像…………… p.13
- 分析結果…………… p.15

# 「リレーションシップチャート12」の概要

---

## “パーソナリティー”を活用した価値訴求のヒントを探る3つの視点

01

自社が描くブランド像  
VS  
生活者が持つブランド像

**ギャップを把握**

目標に対する  
自社の**現状**を確認

02

自社のパーソナリティー  
VS  
競合企業のパーソナリティー

**特徴を把握**

他社と比較した  
**強み・独自性**を確認

03

同業種・異業種  
自社のパーソナリティーと

**近い企業を発見**

業界を超えた  
**「ブランド競合」**の発見

▶ ブランドを12のパーソナリティーで整理

Step1

イメージ・経験価値から  
12のパーソナリティー  
(特徴)を抽出

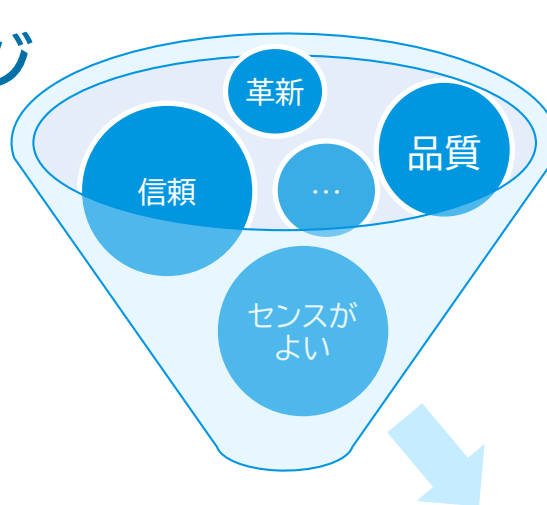
Step2

企業が  
各パーソナリティーを  
どの程度持っているか

ブランドイメージ

functional  
機能的価値

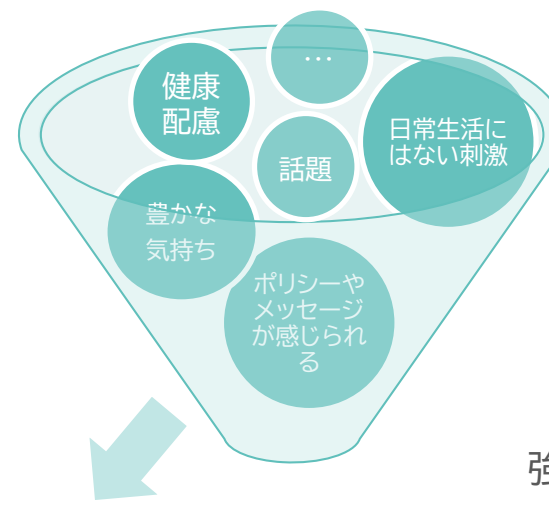
生活者の中での  
イメージ想起の  
強さと広がり把握



経験価値

emotional  
情緒的価値

企業がもたらす  
体験・経験価値の  
強さと広がり把握



12の  
パーソナリティー

＼ 色々な側面を持つ企業のパーソナリティーを表す ／

リレーションシップチャート12

# 12のパーソナリティ

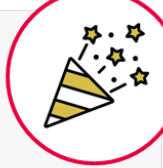
---



## 12のパーソナリティーの特徴と代表的な企業（見方）

パーソナリティー

その企業が生活者にとって  
どのような存在か



**ムードメーカー**  
- わくわく感を醸成してくれる

- 楽しい気持ちになれる
- 遊び心がある
- 日常生活にはない刺激が得られる
- 気持ちが豊かになる
- 家族や友人、知人と会話がはずむ

- \* オリエンタルランド
- \* 任天堂
- \* レゴジャパン
- \* 四季
- \* ドン・キホーテ

このパーソナリティーに見られる  
代表的な

ブランドイメージ   経験価値

パーソナリティーを強く持つ  
代表企業



## 12のパーソナリティーの特徴と代表的な企業①

### ムードメーカー

- わくわく感を醸成してくれる



楽しい気持ちになれる

遊び心がある

日常生活にはない刺激が得られる

気持ちが豊かになる

家族や友人.知人と会話がはずむ

- \* オリエンタルランド
- \* 任天堂
- \* レゴジャパン
- \* 四季
- \* ドン・キホーテ

### フレンドリー

- 日常の気分を上げてくれる



親しみやすい

商品.サービスのよさを実感できる

価格に見合った製品.サービスを提供している

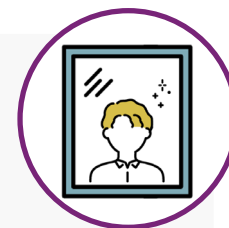
楽しい気持ちになれる

製品.サービスの企画開発力がある

- \* 森永製菓
- \* カルビー
- \* 江崎グリコ
- \* 不二家
- \* 日本マクドナルド

### スタイリッシュ

- 自分を素敵にしてくれる



個性的である

かっこいい

贅沢な気分が味わえる

センスが良い

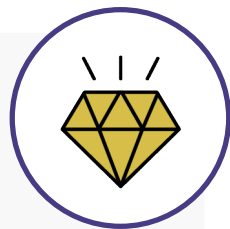
気持ちが豊かになる

- \* ゴディバジャパン
- \* スターバックスコーヒージャパン
- \* ハーゲンダッツジャパン
- \* ナイキジャパン
- \* BMW

## 12のパーソナリティーの特徴と代表的な企業②

### 優雅

- 贅沢な気持ちにさせてくれる



一流である

贅沢な気分が味わえる

日常生活にはない刺激が得られる

気持ちが豊かになる

顧客として大切にもらえる

- \* 帝国ホテル
- \* ニュー・オータニ
- \* 星野リゾート
- \* ゴディバジャパン
- \* 高島屋

### 発想力

- 日常生活を進化させてくれる



使いやすさを実感できる

時代の先端性やトレンドが感じられる

革新的である

社会の変化に対応できる

活気がある

- \* ワークマン
- \* PayPay
- \* メルカリ
- \* ユニクロ
- \* アイリスオーヤマ

### 頼もしさ

- 暮らしに安心感を与えてくれる



使いやすさを実感できる

信頼できる

商品・サービスのよさを実感できる

製品・サービスの品質が高い

親しみやすい

- \* 花王
- \* TOTO
- \* ライオン
- \* キューピー
- \* キッコーマン

## 12のパーソナリティーの特徴と代表的な企業③

### プロフェッショナル

- 豊かな生活を提供してくれる



一流である

信頼できる

安全で間違いのない品質を得られる

商品、サービスのよさを実感できる

優れた技術、ノウハウがある

- \* 富士フイルム
- \* コマツ
- \* ダイキン工業
- \* ブリヂストン
- \* ヤマハ

### 博識

- 新しい世界を見せてくれる



自分の視野や知識を拡げてくれる

優れた技術、ノウハウがある

企業のポリシーやメッセージが感じられる

時代の先端性やトレンドが感じられる

社会の変化に対応できる

- \* ユーキャン
- \* 日本マイクロソフト
- \* グーグル
- \* ベネッセコーポレーション
- \* OpenAI

### リーダーシップ

- 時代を切り開いてくれる



グローバル企業である

一流である

時代の先端性やトレンドが感じられる

将来性がある

社会の変化に対応できる

- \* トヨタ自動車
- \* アップルジャパン
- \* アマゾン
- \* 日本コカ・コーラ
- \* メルセデス・ベンツ日本

## 12のパーソナリティーの特徴と代表的な企業④

### 堅実

- 生活基盤を支えてくれる



安定性がある

一流である

安全で間違いのない品質を得られる

自分の視野や知識を拡げてくれる

顧客として大切にもらえる

- \* 日本電信電話
- \* 住友生命保険
- \* 三菱UFJ銀行
- \* 三井不動産
- \* ENEOS

### 献身的

- 地域の生活に役立っている



地域活性化に貢献している

安全で間違いのない品質を得られる

環境への配慮が感じられる

使いやすさを実感できる

顧客として大切にもらえる

- \* 大阪市高速電気軌道
- \* 京急電鉄
- \* 阪急電鉄
- \* 日本郵便
- \* オイシックス・ラ・大地

### 思いやり

- 健やかな日々をサポートしてくれる



健康への配慮が感じられる

個性的である

やさしい

商品・サービスのよさを実感できる

製品・サービスの企画開発力がある

- \* タニタ
- \* ツムラ
- \* オムロンヘルスケア
- \* 武田薬品工業
- \* 久光製薬

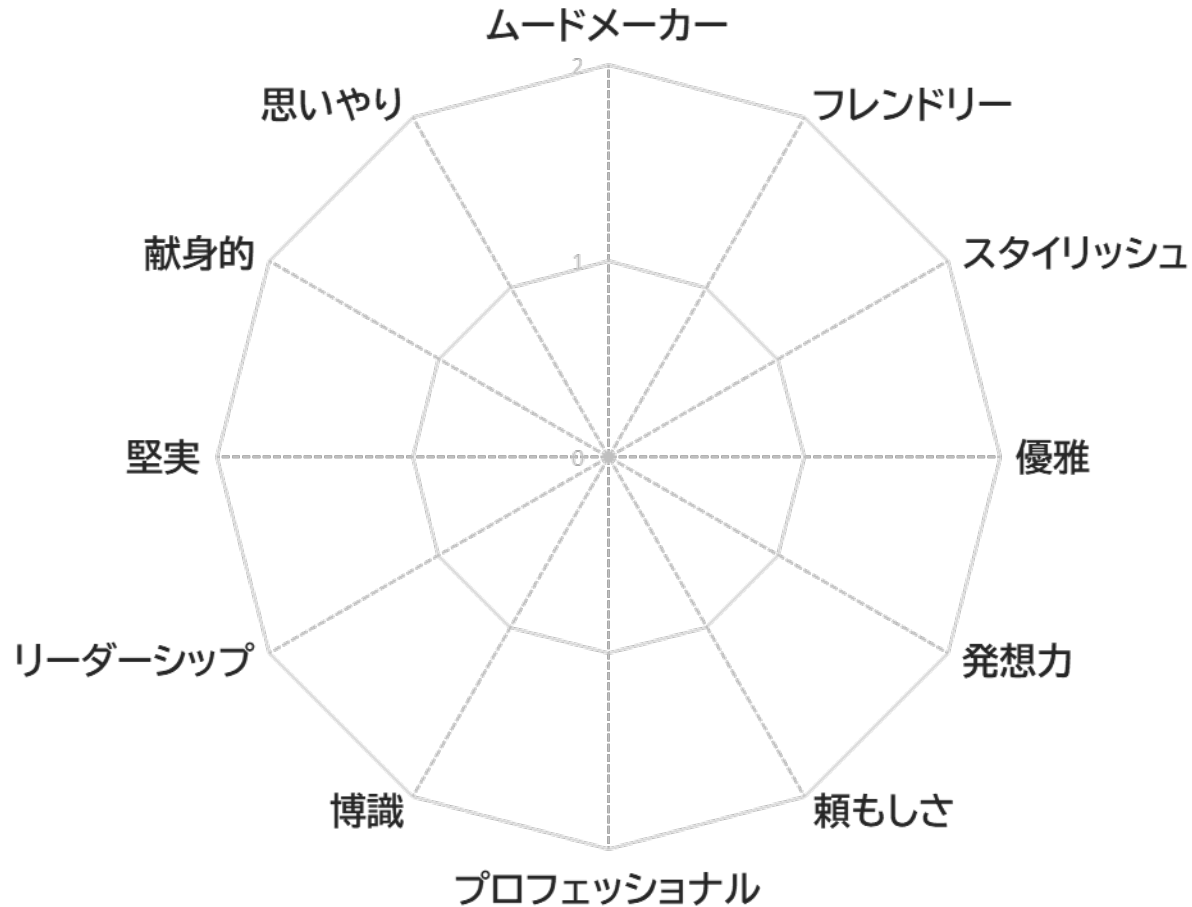


## 【ワークシート】自社が目指すブランド像

---

結果を見る前に、自社が目指すブランド像を表現してみてください

(目指すブランド像が明確でない場合は自社が生活者にどのようなブランド像を持たれているか、想像してみてください。)



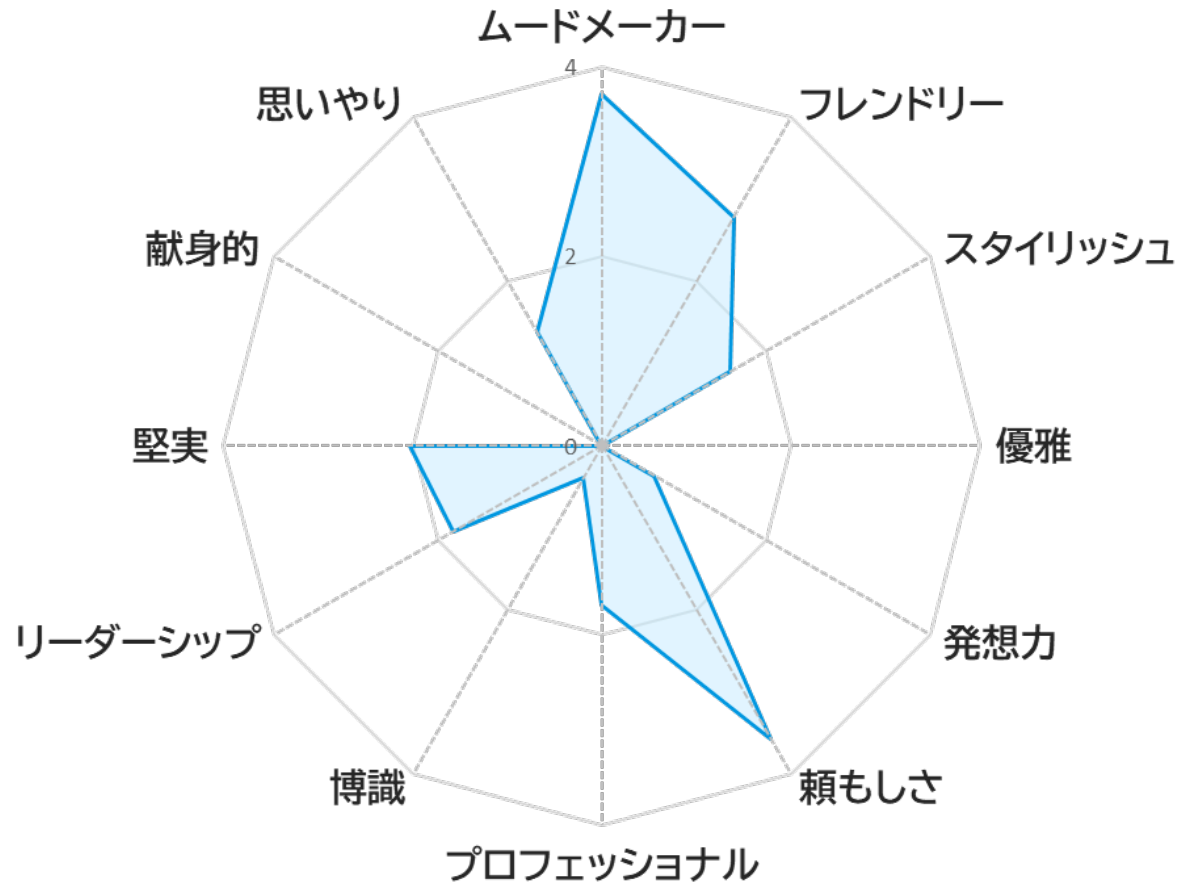
ワークシートをお付けします

**【ワークシートの使い方】**  
自社のパーソナリティーのバランスをイメージしてチャートに表してみてください。

# 分析結果

---





■A社

結果傾向についてコメントが入ります

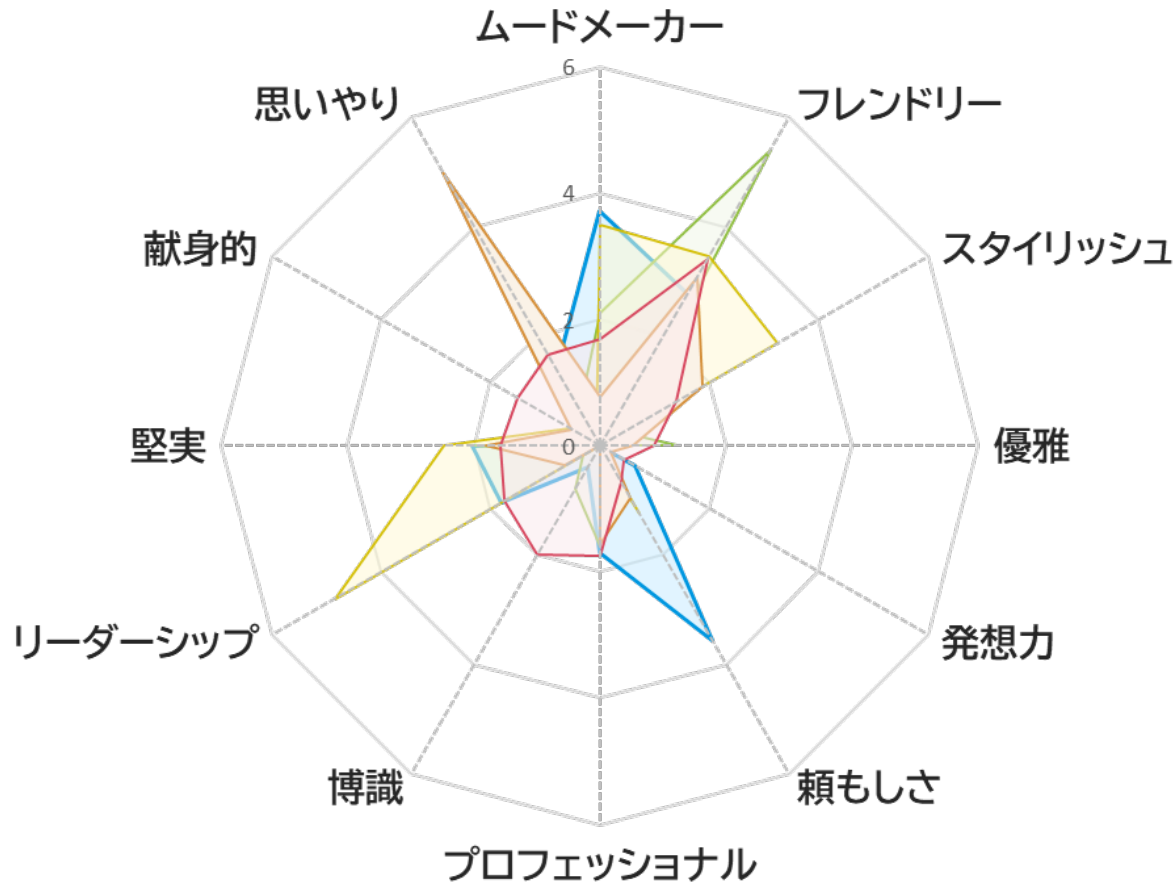
@@@@  
 @@@@  
 @@@@  
 @@@@

貴社データを掲載します

【スコアについて】

600社の平均と比べ、その企業が各パーソナリティーをどれだけ多く持っているかを表す。

600社平均を1とした時に何倍そのパーソナリティーを持っているか。(1未満は平均以下を表す)



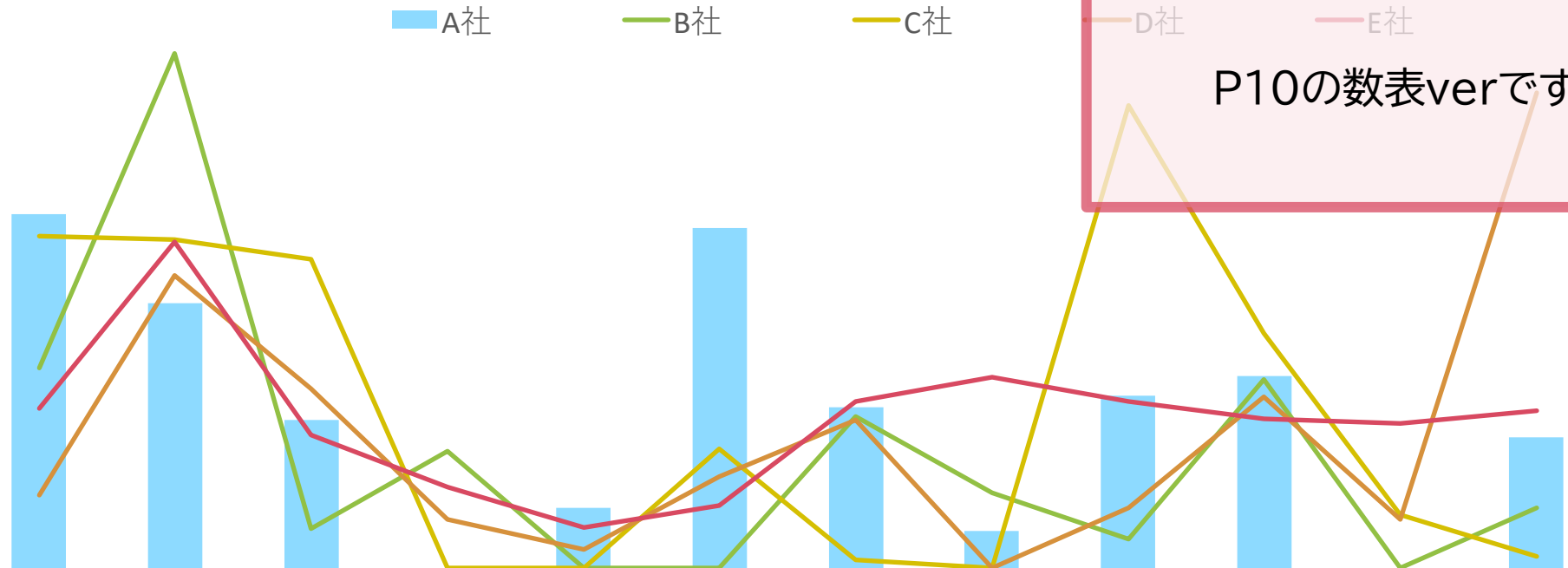
結果傾向についてコメントが入ります

@@  
 @@@  
 @@@  
 @@@

お選びいただいた企業  
(貴社+4社まで)と比較します。

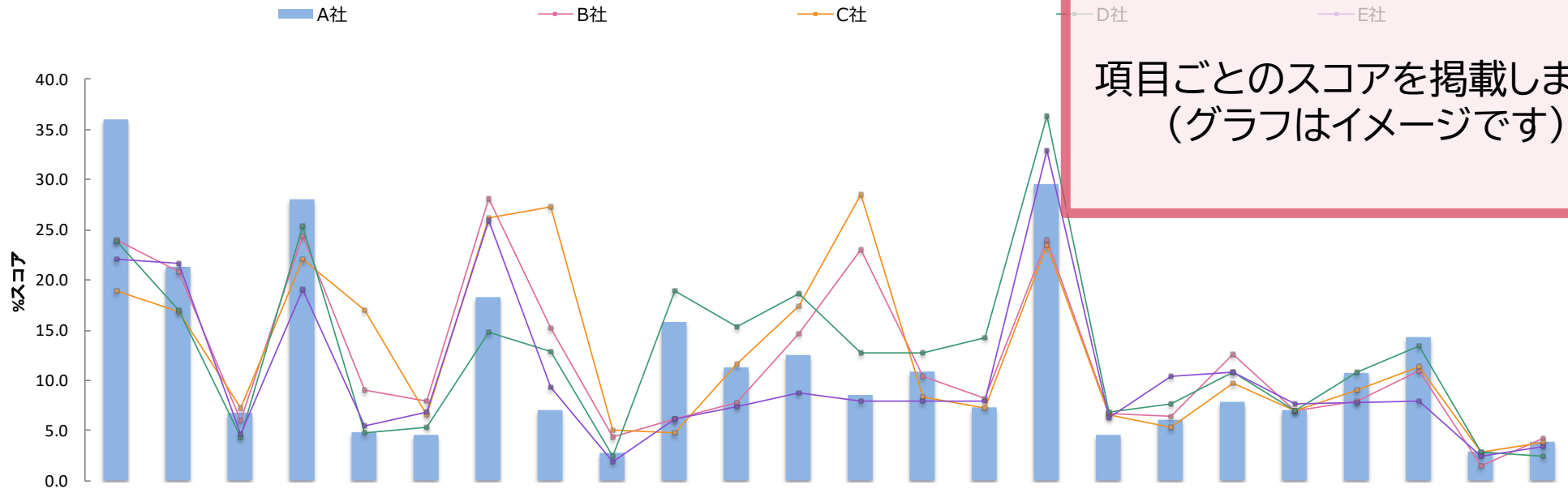
【スコアについて】  
 600社の平均と比べ、その企業が各パーソナリティーを  
 どれだけ多く持っているかを表す。  
 600社平均を1とした時に何倍そのパーソナリティーを  
 持っているか。(1未満は平均以下を表す)

# 自社・競合比較(再掲・数表あり)



	ムードメーカー	フレンドリー	スタイリッシュ	優雅	発想力	頼もしさ	プロフェッショナル	博識	リーダーシップ	堅実	献身的	思いやり
A社	3.71	2.79	1.56	0.00	0.64	3.58	1.69	0.40	1.81	2.02	0.00	1.38
B社	2.10	5.40	0.41	1.23	0.00	0.00	1.59	0.79	0.31	1.98	0.00	0.64
C社	3.49	3.45	3.25	0.00	0.00	1.25	0.09	0.01	4.85	2.47	0.56	0.13
D社	0.77	3.07	1.89	0.52	0.20	0.96	1.56	0.00	0.64	1.80	0.52	4.99
E社	1.68	3.42	1.40	0.85	0.43	0.66	1.75	2.00	1.75	1.57	1.52	1.65

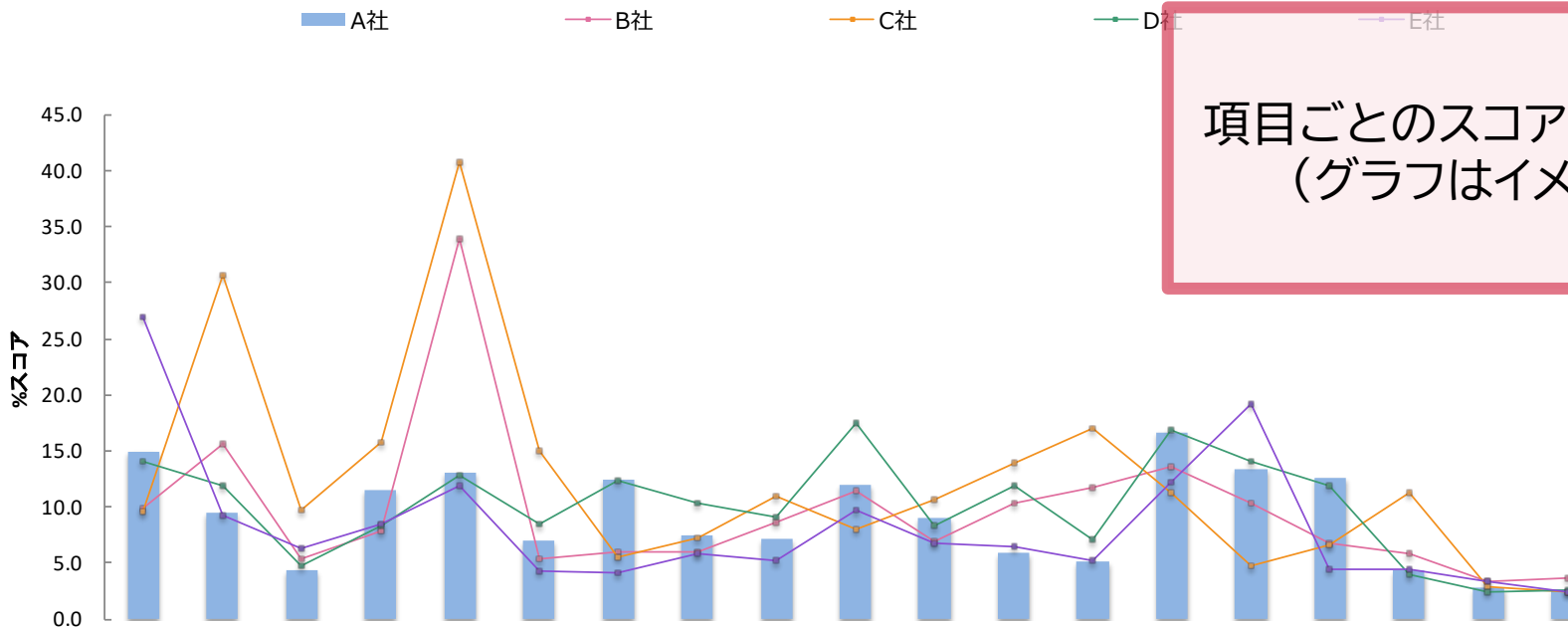
各ブランド 1位 2位 3位



項目ごとのスコアを掲載します。  
(グラフはイメージです)

<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	信認				顧客		パーソナリティ					独創			変化対応力				品質		サステナビリティ			
		信頼できる	安定性がある	誠実である	一流である	顧客ニーズへの対応に	サービスを見合った製品・	価格に	親しみやすい	活気がある	やさしい	かつこい	センスがよい	个性的である	遊び心がある	企画開発力がある	製品・サービスの	革新的である	グローバル企業である	経営者が優れている	社会の変化に対応できる	将来性のある	優秀な人材が多い	優れた技術・ノウハウがある	高い製品・サービスの品質がある
A社	800	36.0	21.3	6.8	28.0	4.9	4.6	18.3	7.1	2.8	15.8	11.3	12.5	8.5	10.9	7.3	29.5	4.6	6.1	7.8	7.1	10.8	14.3	2.9	3.9
B社	795	24.0	20.9	6.0	24.4	9.1	7.9	28.1	15.2	4.4	6.2	7.8	14.7	23.0	10.4	8.2	24.0	6.7	6.4	12.6	7.0	7.9	10.9	1.5	4.2
C社	787	18.9	16.9	7.2	22.1	17.0	6.6	26.2	27.3	5.0	4.8	11.6	17.4	28.5	8.3	7.2	23.4	6.5	5.3	9.7	7.0	9.0	11.3	2.8	3.8
D社	800	23.9	17.0	4.4	25.4	4.8	5.3	14.8	12.9	2.4	18.9	15.4	18.6	12.8	12.8	14.3	36.4	6.9	7.6	10.8	7.0	10.8	13.4	2.8	2.4
E社	796	22.1	21.6	4.6	19.1	5.5	6.8	25.9	9.3	1.9	6.2	7.4	8.8	7.9	7.9	8.0	32.9	6.3	10.4	10.8	7.7	7.8	8.0	2.4	3.4



項目ごとのスコアを掲載します。  
(グラフはイメージです)

拡 げ て く 視 野 や 知 識 を	自 分 の 得 ら れ る 知 識	刺 激 が 得 ら れ る 日 常 生 活 に は な い	日 常 生 活 に は な い	感 じ ら れ る 社 員 ・ 店 員 の 熱 意 が	社 員 ・ 店 員 の 熱 意 が	気 持 ち が 豊 か に な る	気 持 ち が 豊 か に な る	楽 し い 気 持 ち に な れ る	楽 し い 気 持 ち に な れ る	贅 沢 な 気 分 が 味 わ え る	贅 沢 な 気 分 が 味 わ え る	自 分 の 好 み ・ セ ン ス が	自 分 の 好 み ・ セ ン ス が	実 感 で き る 他 社 と の 違 い を	実 感 で き る 他 社 と の 違 い を	豊 か な 創 造 力 を 感 じ る	豊 か な 創 造 力 を 感 じ る	ト レ ン ド の 先 端 性 や 感 じ ら れ る	ト レ ン ド の 先 端 性 や 感 じ ら れ る	時 代 の 先 端 性 や 感 じ ら れ る	時 代 の 先 端 性 や 感 じ ら れ る	メ ッ セ ー ジ が 感 じ ら れ る	メ ッ セ ー ジ が 感 じ ら れ る	企 業 の ポ リ シ ー や 感 じ ら れ る	企 業 の ポ リ シ ー や 感 じ ら れ る	話 題 に な る 購 入 ・ 利 用 し た こ と が	話 題 に な る 購 入 ・ 利 用 し た こ と が	会 話 が は ず む 家 族 や 友 人 ・ 知 人 と	会 話 が は ず む 家 族 や 友 人 ・ 知 人 と	実 感 で き る 商 品 ・ サ ー ビ ス の よ さ を	実 感 で き る 商 品 ・ サ ー ビ ス の よ さ を	使 い や す さ を 実 感 で き る	使 い や す さ を 実 感 で き る	を 得 ら れ る 安 全 で 間 違 い の な い 品 質	を 得 ら れ る 安 全 で 間 違 い の な い 品 質	大 切 に し て も ら え る 顧 客 と し て	大 切 に し て も ら え る 顧 客 と し て	感 じ ら れ る 環 境 へ の 配 慮 が	感 じ ら れ る 環 境 へ の 配 慮 が	感 じ ら れ る 健 康 へ の 配 慮 が	感 じ ら れ る 健 康 へ の 配 慮 が
--	---	---	--------------------------------------	--	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	---	--	--	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--

<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	刺激			ハピネス			差別性			メッセージ		コミュニケーション		クオリティ			ケア		
A社	800	14.9	9.5	4.4	11.5	13.0	7.0	12.5	7.4	7.1	12.0	9.0	5.9	5.1	16.6	13.4	12.6	4.3	2.8	2.6
B社	795	9.8	15.6	5.3	7.8	34.0	5.4	6.0	6.0	8.7	11.4	6.9	10.4	11.7	13.6	10.3	6.7	5.9	3.3	3.6
C社	787	9.5	30.7	9.7	15.8	40.8	15.0	5.6	7.2	10.9	8.0	10.7	13.9	17.0	11.2	4.8	6.6	11.2	2.9	2.4
D社	800	14.1	11.9	4.8	8.3	12.9	8.5	12.4	10.3	9.1	17.5	8.4	11.9	7.1	16.9	14.1	11.9	4.0	2.5	2.6
E社	796	27.0	9.3	6.3	8.5	11.9	4.3	4.1	5.9	5.2	9.7	6.8	6.4	5.2	12.2	19.2	4.4	4.4	3.3	2.5

▼同業種(「電気・精密機器」内)		類似度
1	アップルジャパン	95.219
2	パイオニア	89.749
3	ボーズ	89.710
4	ケルヒージャパン	89.544
5	アイロボットジャパン	88.770
6	カシオ計算機	87.398
7	ダイソン	86.837
8	JVCケンウッド	85.891
9	キヤノン	85.705
10	日本IBM	85.559

【類似度の算出方法】

・各企業の12個のスコアに基づいて、企業間の距離の近さを算出  
 ・0~100の数値をとり、100に近いほど距離が近いことを表す。  
 ※80以上だとある程度近いといえる。

▼異業種			類似度
1	ホンダ	輸送用機器	90.849
2	ヤマハ発動機	輸送用機器	90.508
3	アドビ	ソフトウェア・ コンサルティング	89.482
4	日本ミシュランタイヤ	石油・化学・素材	89.071
5	アディダスジャパン	その他製造	88.214
6	三菱自動車工業	輸送用機器	87.212
7	SUBARU	輸送用機器	86.544
8	アシックス	その他製造	85.624
9			
10	ナイキ		

お選びいただいた比較企業にかかわらず、  
 同業種、異業種の類似企業を  
 ランキングでご紹介します。  
 ※業種は当社独自の分類です。

ご質問がございましたら、営業担当者または  
左記メールアドレスまでご連絡いただくか、  
下記フォームからお寄せください。

お問い合わせ



気づきの力で世界を動かす

**NIKKEI-R**

株式会社日経リサーチ  
ソリューション本部  
ブランド戦略サーベイ担当

〒101-0047 東京都千代田区内神田2-2-1  
TEL:03-5296-5181  
Mail:brand\_reference@nikkei-r.co.jp

本資料に掲載した文書、データ、画像などの無断転載を禁止します。  
方法の如何、有償無償を問わず、無断で第三者へ複製物を提供したり、  
転送等を行ったりしないようお願いいたします。