

〇〇 御中

sample

ブランド戦略サーベイ クイックレポート

～コンシューマー編・ビジネスパーソン編セット～

NIKKEI-R

▼作成内容(1編あたり)

分析年度	分析対象 ブランド	基本分析軸	VCM (バリュー チェーンマップ)	一致度分析	ベイジアン ネットワーク 分析	10年 イメージ 変遷	自由回答 分析
1年 (最新年※)	3社まで	×	×	×	×	×	×

※自社の主要指標は2022年～2024年(3年)

*クイックレポートにはサマリ(結果をまとめたレポート)は含まれません

ブランド戦略サーベイとは	… p.2
ブランド知覚指数(PQ)ランキング・スコア	… p.12
自社結果ハイライト	… p.15
競合比較(コンシューマー編)	… p.20
競合比較(ビジネスパーソン編)	… p.27

構成は目次のとおりです

見本では一部ページを抜粋してご紹介します。上記の目次は「両編」の構成です。

「コンシューマー編のみ」で作成の場合、総合 コンシューマー のページが、
 「ビジネスパーソン編のみ」で作成の場合、総合 ビジネスパーソン のページが含まれます。

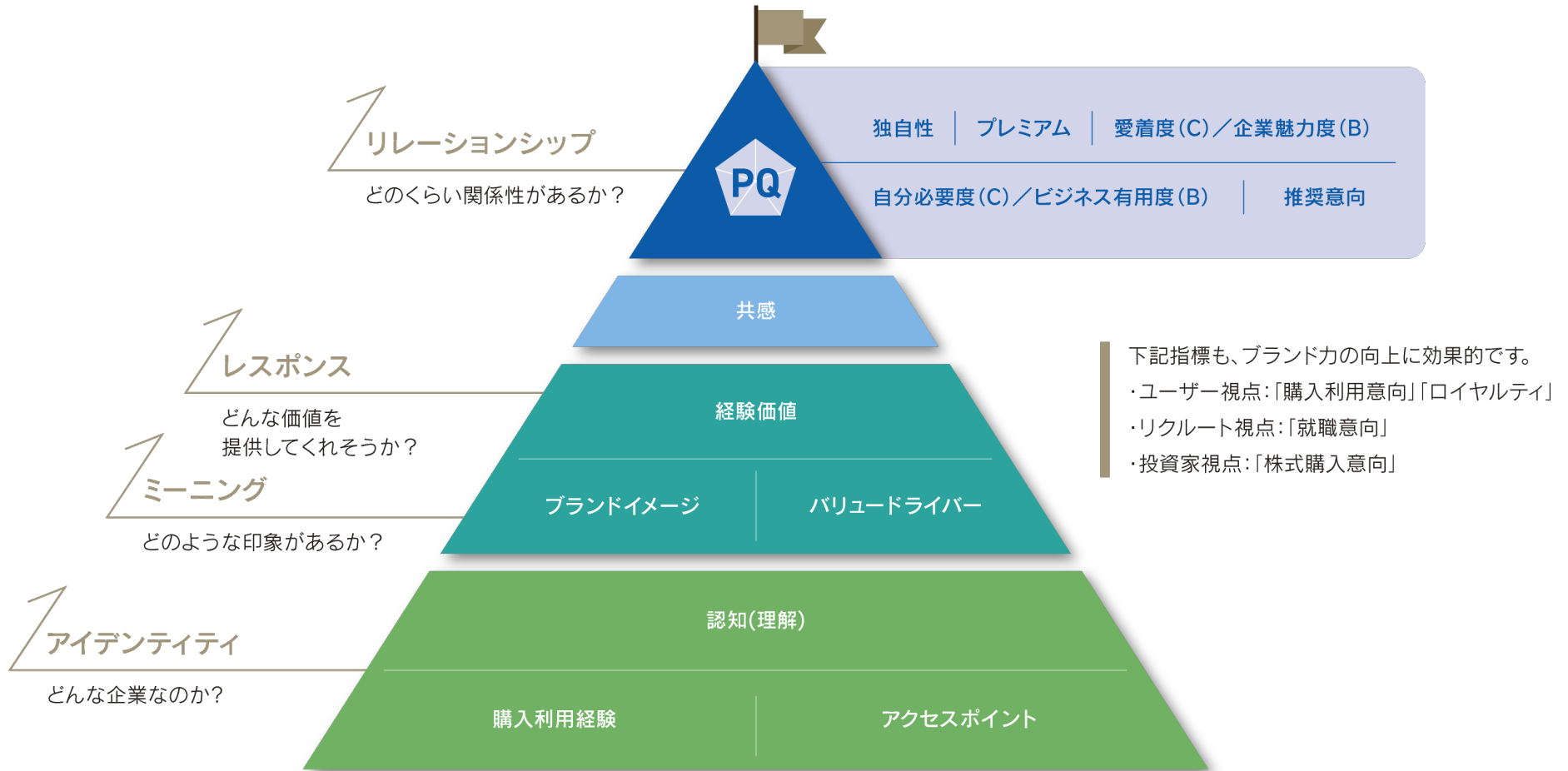


ブランド戦略サーベイとは



企業ブランドの全体構造

ブランド戦略サーベイの項目がブランド構築にどのように関係しているかを図式化しました。サーベイ結果から、ブランド力向上のためにどの項目にフォーカスすべきかを把握できます。



※C=コンシューマー編、B=ビジネスパーソン編

消費者編

調査地域	全国
調査対象	16歳以上の一般個人
調査方法	インターネット調査
抽出方法	日経リサーチ・インターネットモニター及び提携モニターより抽出
総回収数	45,368s
回収数(1ブランドあたり)	750s程度
測定ブランド数	600社(ブランド) 1人の回答者に全600社の回答を得るのは困難なため、10社ごとに調査票を60種類作成し、調査を実施した。
調査時期	2024年6～7月
調査実施機関	株式会社 日経リサーチ

回答者の属性(全体)

<性別構成比>

男性	女性	(%)
48.1	51.9	

<年齢構成比>

20代以下	30代	40代	50代	60歳以上	(%)
14.5	19.1	24.1	22.2	20.0	

※人口構成比に準じた回収を行っている

ビジネスパーソン編

調査地域	全国
調査対象	ビジネスパーソン
調査方法	インターネット調査
抽出方法	日経リサーチ・インターネットモニター及び提携モニターより抽出
総回収数	44,135s
回収数(1ブランドあたり)	730s程度
測定ブランド数	600社(ブランド) 1人の回答者に全600社の回答を得るのは困難なため、10社ごとに調査票を60種類作成し、調査を実施した。
調査時期	2024年6月
調査実施機関	株式会社 日経リサーチ

回答者の属性(全体)

<性別構成比>		<業種構成比>		<役職構成比>	
男性	女性 (%)	製造業	非製造業 (%)	課長以上	一般・専門 (課長代理・係長クラス含む) (%)
67.6	32.4	23.6	76.4	26.9	73.1



ブランド知覚指数(PQ)ランキング・スコア



ブランド知覚指数(PQ) ランキング

総合

総合PQランキング

PQ-C(コンシューマー)

PQ-B(ビジネスパーソン)

2024 順位	2023 順位	測定ブランド名	2024 スコア	2023 スコア	2024 順位	2023 順位	測定ブランド名	2024 スコア	2023 スコア	2024 順位	2023 順位	測定ブランド名	2024 スコア	2023 スコア
1	1	ヤマト運輸	762	762	1	2	キューピー	744	766	1	4	日本マイクロソフト(Microsoft)	791	759
2	5	日本マイクロソフト(Microsoft)	749	719	2	5	ヤマト運輸	742	732	2	1	アップル ジャパン(Apple)	779	788
3	3	アップル ジャパン(Apple)	748	749	3	9	TOTO	740	725	3	3	ソニーグループ	761	772
4	2	ソニーグループ	744	750	4	1	味の素	735	768	4	2	ヤマト運輸	760	773
5	5	TOTO	727	719	5	6	明治	730	731	5	5	コクヨ	742	738
6	3	グーグル(Google)	721	749	6	10	日清食品	728	722	6	21	キヤノン	738	679
7	8	パナソニック	718	716	7	4	カゴメ	727	741	7	7	パナソニック	716	711
8	35	キヤノン	706	663	8	20	ユニクロ	726	704	8	33	富士フイルム	711	657
9	17	日本郵政	705	688	9	3	グーグル(Google)	716	746	9	6	グーグル(Google)	706	734
10	10	キューピー	699	707	10	7	キッコーマン	714	729	10	11	日本郵政	705	692
11	7	味の素	698	717	11	27	大創産業(ダイソー)	711	684	11	20	三菱鉛筆(uni)	700	681
12	14	コクヨ	696	692	12	14	カルビー	707	714	12	8	カシオ計算機	698	705
13	17	日清食品	691	688	13	18	ソニーグループ	705	710	13	18	佐川急便	697	682
14	9	日本コカ・コーラ(Coca-Cola)	688	710	14	17	森永乳業	703	711	14	15	パイロットコーポレーション(PILOT)	695	685
14	25	佐川急便	688	673	14	14	ハーゲンダッツ ジャパン(Haagen-Dazs)	703	714	15	10	TOTO	694	698
16	13	カゴメ	687	693	16	19	パナソニック	701	706	16	12	ゼブラ	693	690
17	55	大創産業(ダイソー)	681	645	17	12	ハウス食品	697	717	17	9	全日本空輸(ANA)	690	699
18	39	ユニクロ	680	658	17	7	日本コカ・コーラ(Coca-Cola)	697	729	18	44	セイコーエプソン(EPSON)	687	648
19	59	富士フイルム	678	636	19	24	アップル ジャパン(Apple)	696	691	19	21	セイコー	686	679
19	12	明治	678	699	19	44	任天堂	696	669	19	13	トヨタ自動車	686	687

2024年の結果の全体感(600社全体の傾向)を簡単にご紹介します

自社結果ハイライト



自社結果ハイライト ブランドの総合力・浸透レベル

総合評価PQ

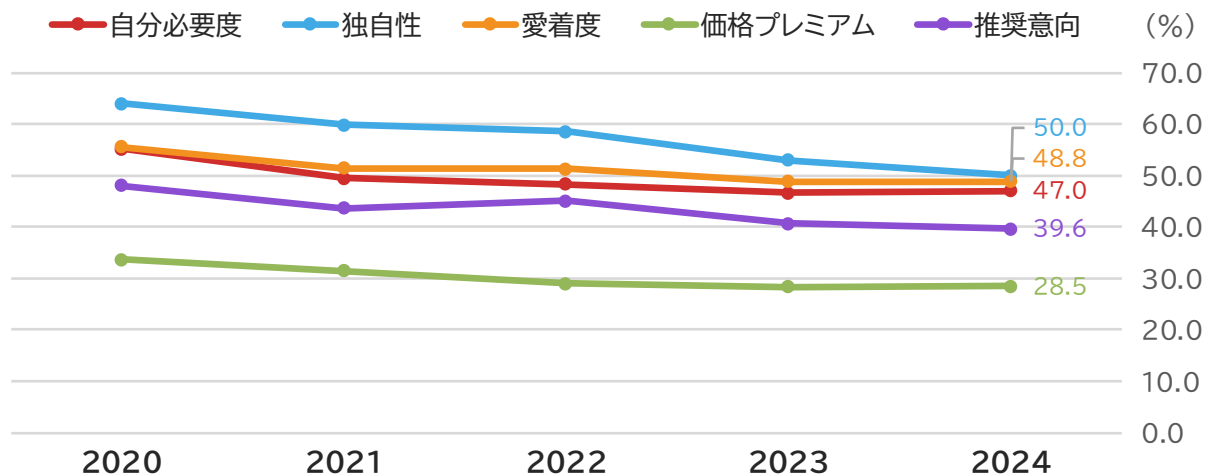
	Rank	Score
2024	2位 →	750
2023	2位	750
2022	2位	776

コンシューマーPQ

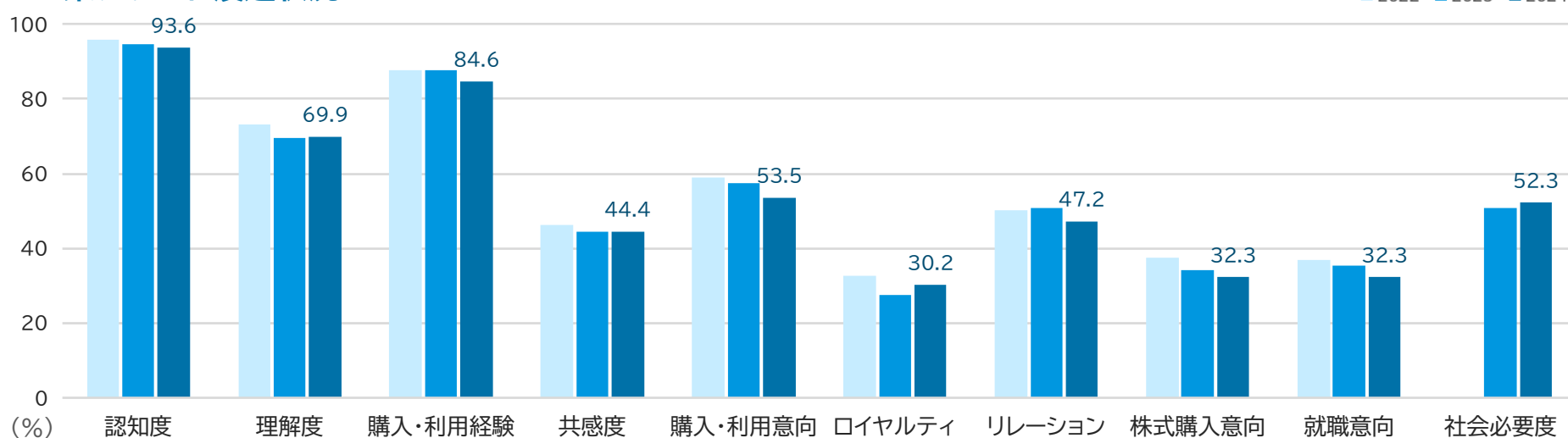
	Rank	Score
2024	18位 →	710
2023	18位	710
2022	3位	752

企業ブランド評価項目

コンシューマー



企業ブランド浸透状況



自社結果ハイライト ブランドの構成要素(上位項目の3年推移)

コンシューマー

■ブランドアクセスポイント

(%)

項目	2024		2023	2022
1 テレビ・ラジオCM	31.6	189位	35.1	36.0
2 製品・サービスを購入・利用して	30.2	100位	34.1	34.5
3 支店・店舗や小売店の店頭	12.5	202位	15.0	16.9
4 ニュース記事	9.8	115位	11.4	14.0
5 テレビ・ラジオ番組	8.2	79位	7.6	9.1
6 新聞記事	7.6	130位	8.6	9.7
7 SNS(YouTube・LINEなど含む)	7.2	48位	8.0	6.7

■ブランドイメージ

(%)

項目	2024		2023	2022
1 信頼できる	32.0	16位	36.0	37.4
2 一流である	29.1	5位	28.0	30.0
3 グローバル企業である	23.0	10位	29.5	30.6
4 安定性がある	20.6	97位	21.3	24.1
5 親しみやすい	18.5	139位	18.3	19.6
6 製品・サービスの品質が高い	15.3	11位	14.3	16.2
7 かわいい	14.8	7位	15.8	16.4

■バリュードライバー

(%)

項目	2024		2023	2022
1 ブランド名_VD	32.7	2位	29.6	39.2
2 製品・サービスの性能・機能	32.4	9位	34.9	34.5
3 製品・サービスの品揃え・ラインナップ	20.5	68位	22.5	23.7
4 ロゴマーク	13.7	10位	10.6	13.5
5 製品や店舗・施設の色やデザイン	8.6	9位	7.5	9.1
6 製品・サービスの入手しやすさ、店舗・施設への行きやすさ	8.2	139位	7.4	7.4
7 パッケージのデザイン	7.7	37位	6.8	9.4

■経験価値

(%)

項目	2024		2023	2022
1 商品・サービスのよさを実感できる	15.3	87位	16.6	18.2
2 自分の視野や知識を拡げてくれる	14.2	8位	14.9	16.7
3 楽しい気持ちになれる	13.8	77位	13.0	18.2
4 時代の先端性やトレンドが感じられる	13.6	3位	12.0	14.5
5 使いやすさを実感できる	12.9	135位	13.4	13.1
6 安全で間違いのない品質を得られる	12.8	69位	12.6	14.5
7 気持ちが豊かになる	11.8	52位	11.5	12.1

※各指標、2024年のスコアが大きい上位7つの項目を表示しています

自社結果ハイライト ブランドの総合力・浸透レベル

総合評価PQ

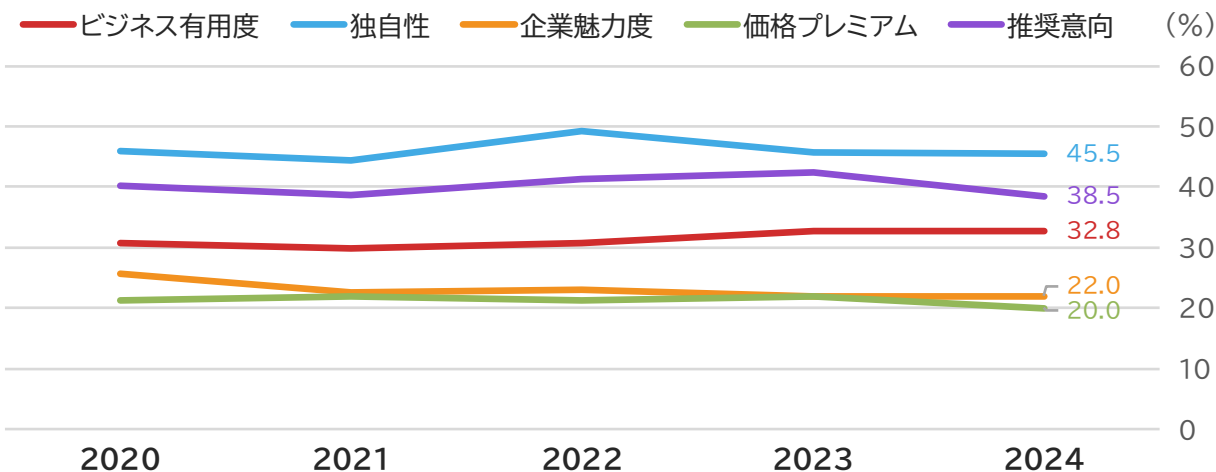
	Rank	Score
2024	2位 →	750
2023	2位	750
2022	2位	776

ビジネスパーソンPQ

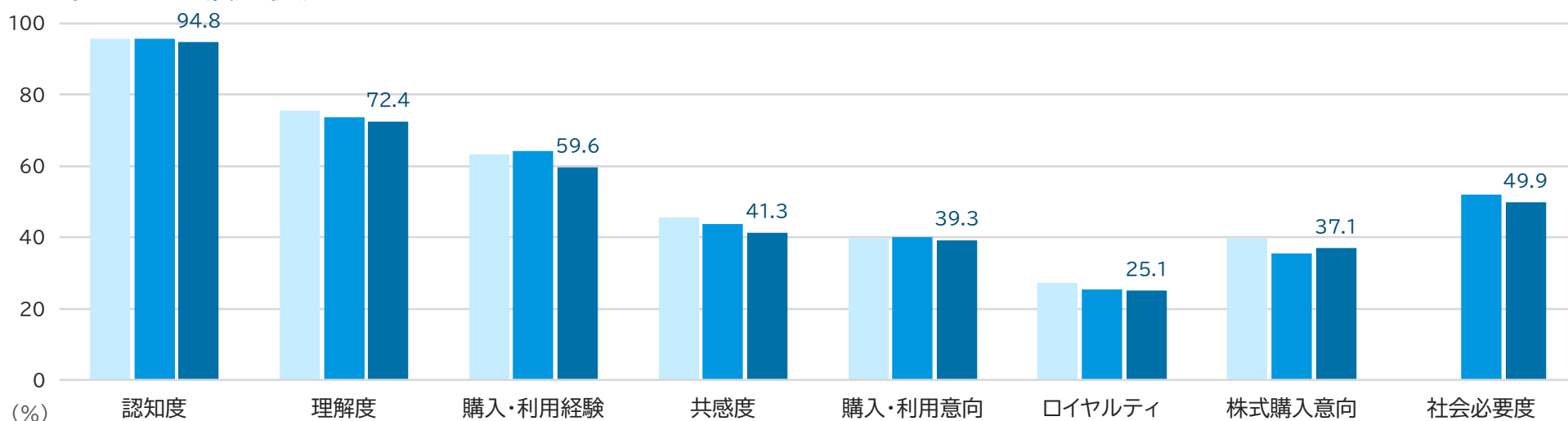
	Rank	Score
2024	3位 →	772
2023	3位	772
2022	2位	778

企業ブランド評価項目

ビジネスパーソン



企業ブランド浸透状況



自社結果ハイライト ブランドの構成要素(上位項目の3年推移)

ビジネスパーソン

■ブランドアクセスポイント

項目	(%)			
	2024		2023	2022
1 テレビ・ラジオCM	34.0	223位	35.6	36.2
2 製品・サービスを購入・利用して	24.7	91位	29.0	25.3
3 ニュース記事	15.7	36位	16.4	14.9
4 支店・店舗や小売店の店頭	10.8	166位	9.4	10.8
5 新聞記事	10.2	176位	12.9	14.7
6 その会社のウェブサイト	9.3	9位	7.1	10.2
7 テレビ・ラジオ番組	8.7	90位	11.9	9.9

■ブランドイメージ

項目	(%)			
	2024		2023	2022
1 一流である	41.1	18位	34.5	37.8
2 グローバル企業である	22.6	8位	26.9	31.1
3 親しみやすい	16.6	170位	22.8	22.1
4 製品・サービスの品質が高い	14.6	15位	13.0	12.5
5 個性的である	12.7	22位	14.0	16.8
6 経営や業績が安定している	12.4	44位	17.5	18.0
7 優れた技術・ノウハウがある	12.0	13位	15.9	13.6

■バリュードライバー

項目	(%)			
	2024		2023	2022
1 製品・サービスの性能・機能	34.8	3位	37.8	37.8
2 ブランド名_VD	32.6	6位	36.8	38.3
3 製品・サービスの品揃え・ラインナップ	18.8	78位	23.4	26.0
4 ロゴマーク	11.2	14位	10.7	11.6
5 製品や店舗・施設の色やデザイン	10.4	2位	9.6	8.8
6 製品・サービスの入手しやすさ/店舗・施設への行きやすさ	7.1	153位	6.7	7.0
7 修理・サポート体制	6.7	15位	7.1	6.8

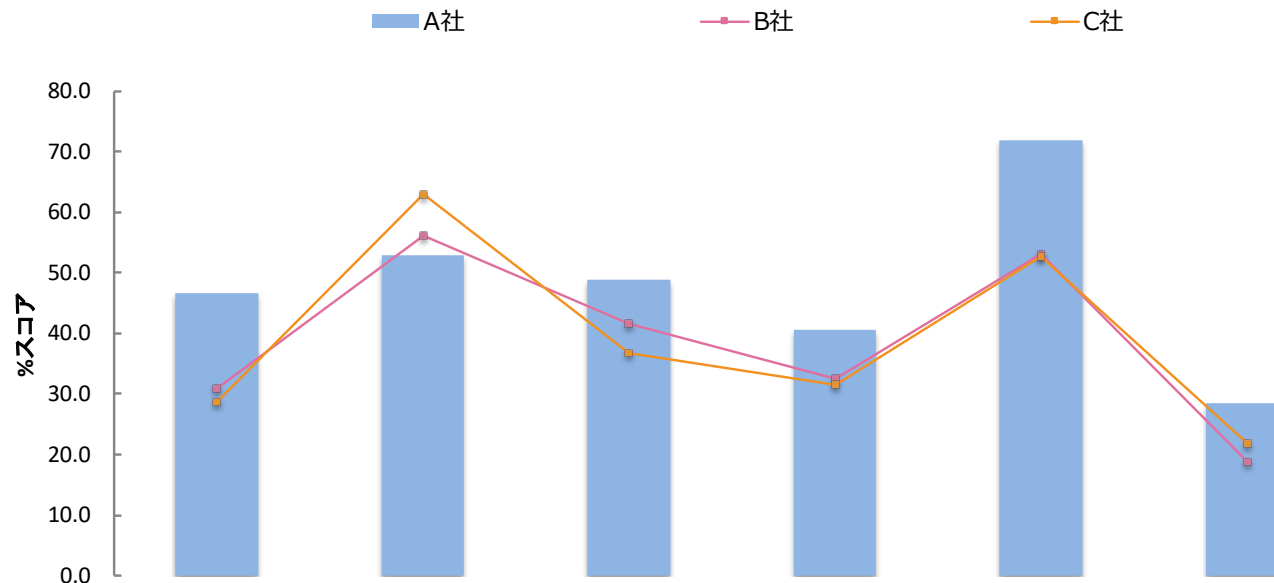
※各指標、2024年のスコアが大きい上位7つの項目を表示しています

競合比較(コンシューマー編)



ブランド評価項目(全体値)

コンシューマー



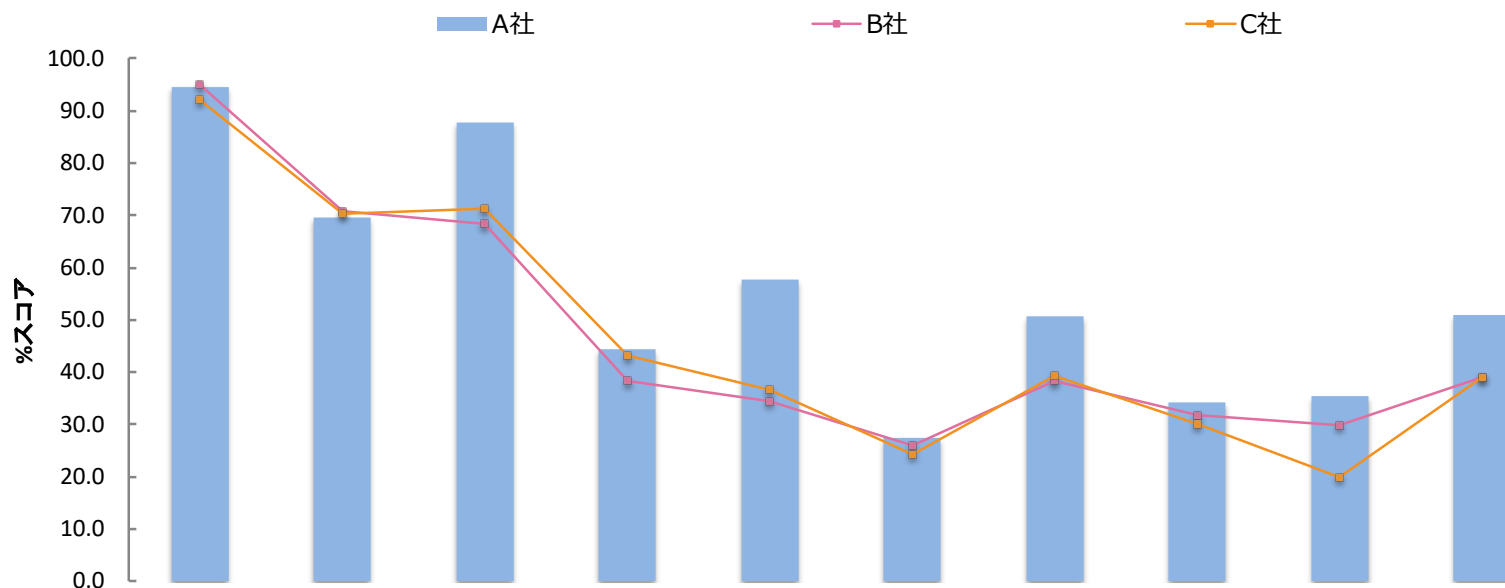
自分必要度	独自性	愛着度	推奨意向	ブランドプレミアム	価格プレミアム
-------	-----	-----	------	-----------	---------

<下表の単位：スコア（%）>

	回答者数					プレミアム	
A社	800	46.6	52.9	48.8	40.6	71.9	28.4
B社	795	30.9	56.2	41.5	32.6	53.1	18.7
C社	787	28.6	62.9	36.7	31.5	52.6	21.9

ブランド浸透度(全体値)

コンシューマー

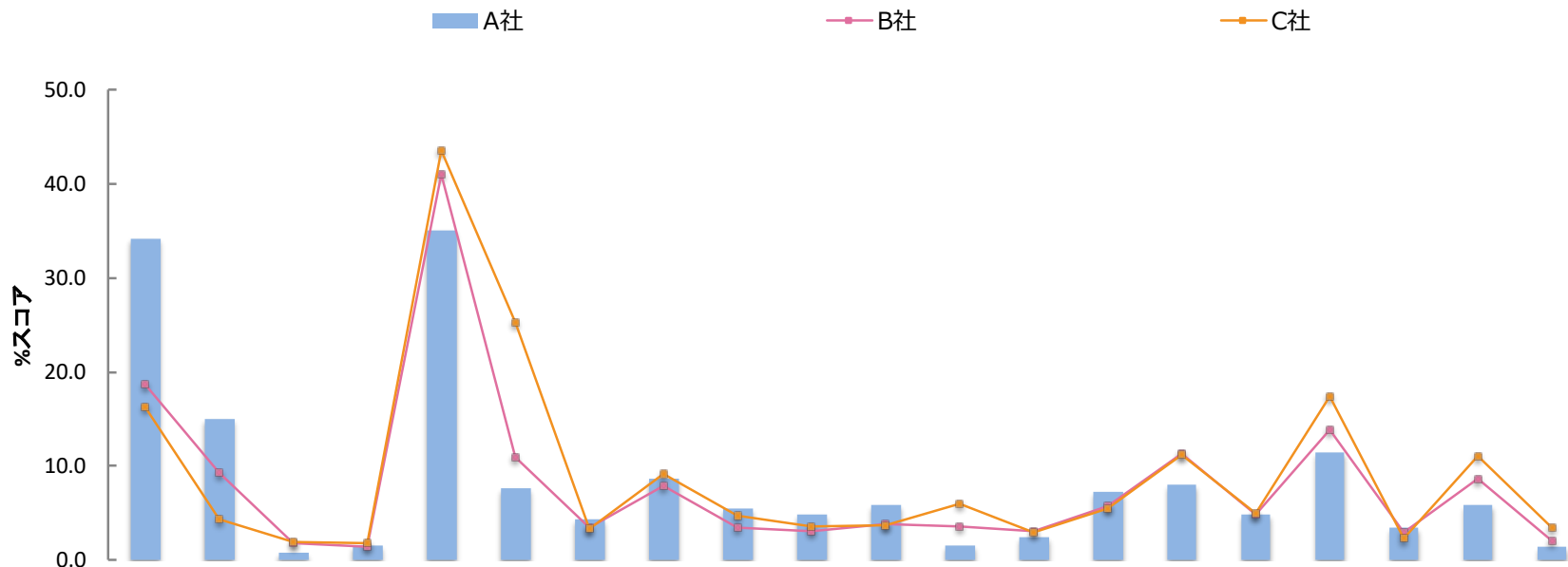


<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	認知度	理解度	購入・利用経験	共感度	購入・利用意向	ロイヤルティ	リレーション	株式購入意向	就職意向	社会必要度
A社	800	94.5	69.5	87.8	44.5	57.6	27.4	50.8	34.1	35.5	50.9
B社	795	95.1	70.7	68.3	38.4	34.5	25.9	38.4	31.7	29.8	39.1
C社	787	92.2	70.4	71.3	43.2	36.7	24.3	39.4	30.1	19.9	39.0

アクセスポイント(全体値)

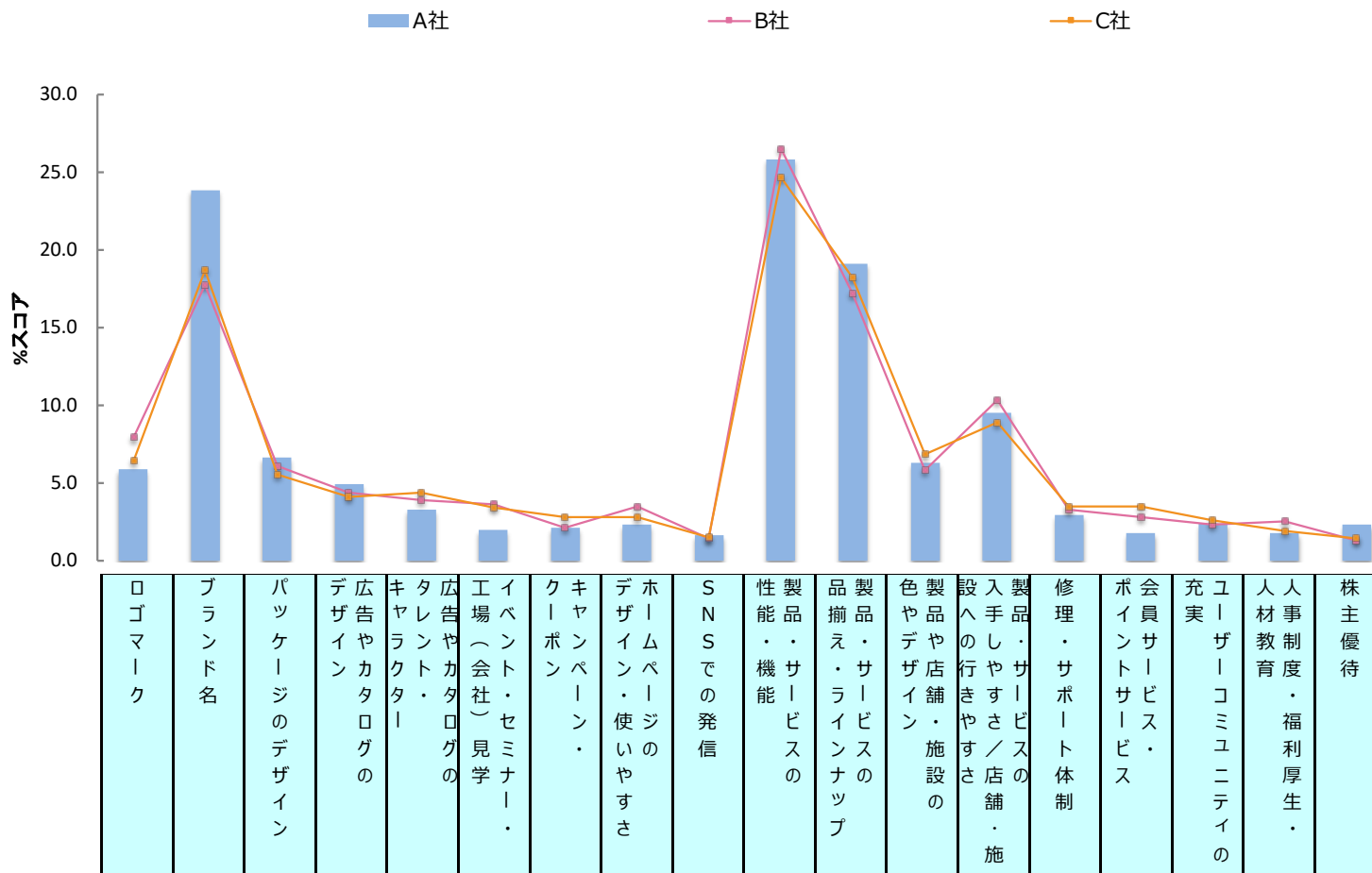
コンシューマー



購入・サービスを利用している	製品・サービスの利用	小売店の店頭や	支店の店頭や	営業担当者・従業員の	その会社／代理店の	工場（会社）見学会	イベント・セミナー・	テレビ・ラジオCM	テレビ・ラジオ番組	新聞広告	新聞記事	雑誌広告	雑誌記事	パンフレット・	カタログ	交通広告	（看板、サイネージ）	屋外広告	ウェブサイトの	その会社の	LINEなど含む）	（YouTube・	SNS	メールマガジン	バナー広告・	ニュース記事	比較サイト・	口コミサイト・	友人・知人／家族	職場の同僚・	自社の購買担当者
----------------	------------	---------	--------	------------	-----------	-----------	------------	-----------	-----------	------	------	------	------	---------	------	------	------------	------	---------	-------	-----------	-----------	-----	---------	--------	--------	--------	---------	----------	--------	----------

<下表の単位：スコア（％）>

	回答者数	実際の経験・体験			イベント等	マスメディア							交通・屋外		オンライン					人づて	
A社	800	34.1	15.0	0.8	1.6	35.1	7.6	4.4	8.6	5.5	4.8	5.8	1.6	2.4	7.3	8.0	4.9	11.4	3.5	5.8	1.4
B社	795	18.7	9.3	1.8	1.4	41.0	10.9	3.4	7.9	3.4	3.1	3.8	3.6	3.1	5.7	11.3	4.9	13.8	2.9	8.6	2.1
C社	787	16.3	4.3	1.9	1.8	43.5	25.3	3.3	9.1	4.7	3.6	3.7	6.0	3.0	5.5	11.2	5.0	17.4	2.3	11.1	3.4

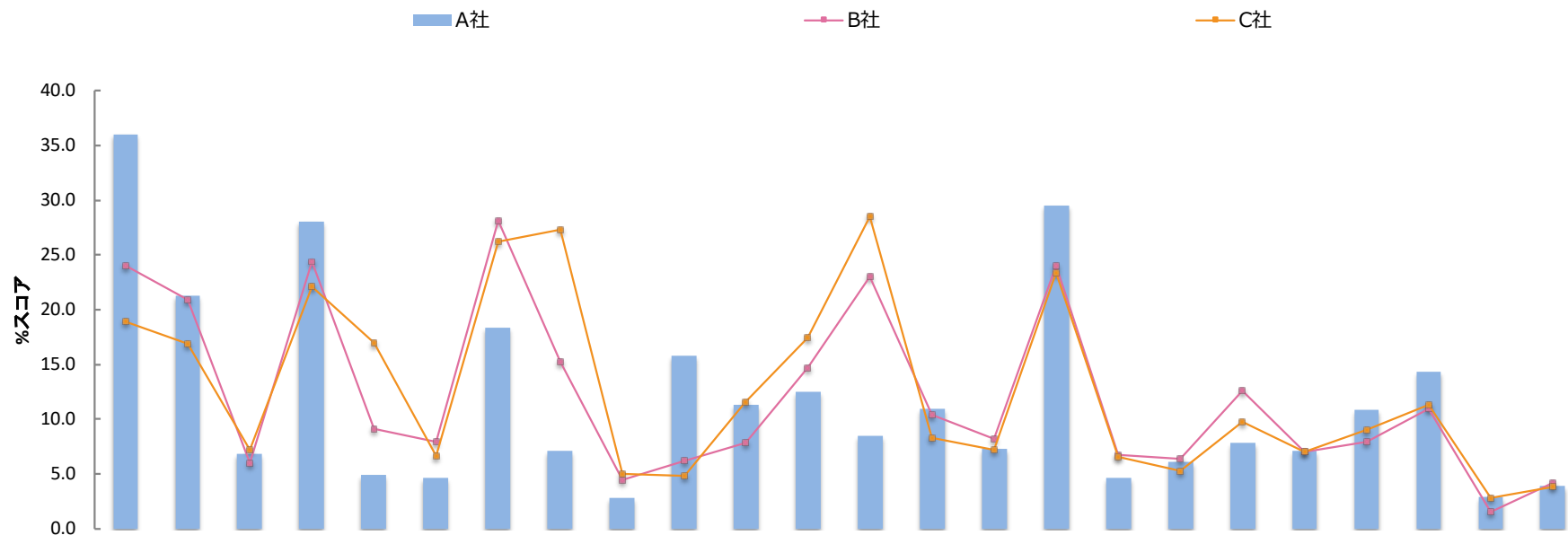


<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	情報デザインの魅力									製品・サービスの魅力				顧客サービスの魅力			投資の魅力	
A社	797	5.9	23.8	6.6	4.9	3.3	2.0	2.1	2.3	1.6	25.8	19.1	6.3	9.5	2.9	1.8	2.4	1.8	2.3
B社	797	7.9	17.7	6.1	4.4	3.9	3.6	2.1	3.5	1.4	26.5	17.2	5.8	10.3	3.3	2.8	2.3	2.5	1.3
C社	797	6.4	18.7	5.5	4.1	4.4	3.4	2.8	2.8	1.5	24.6	18.2	6.8	8.9	3.5	3.5	2.6	1.9	1.4

ブランドイメージ(全体値)

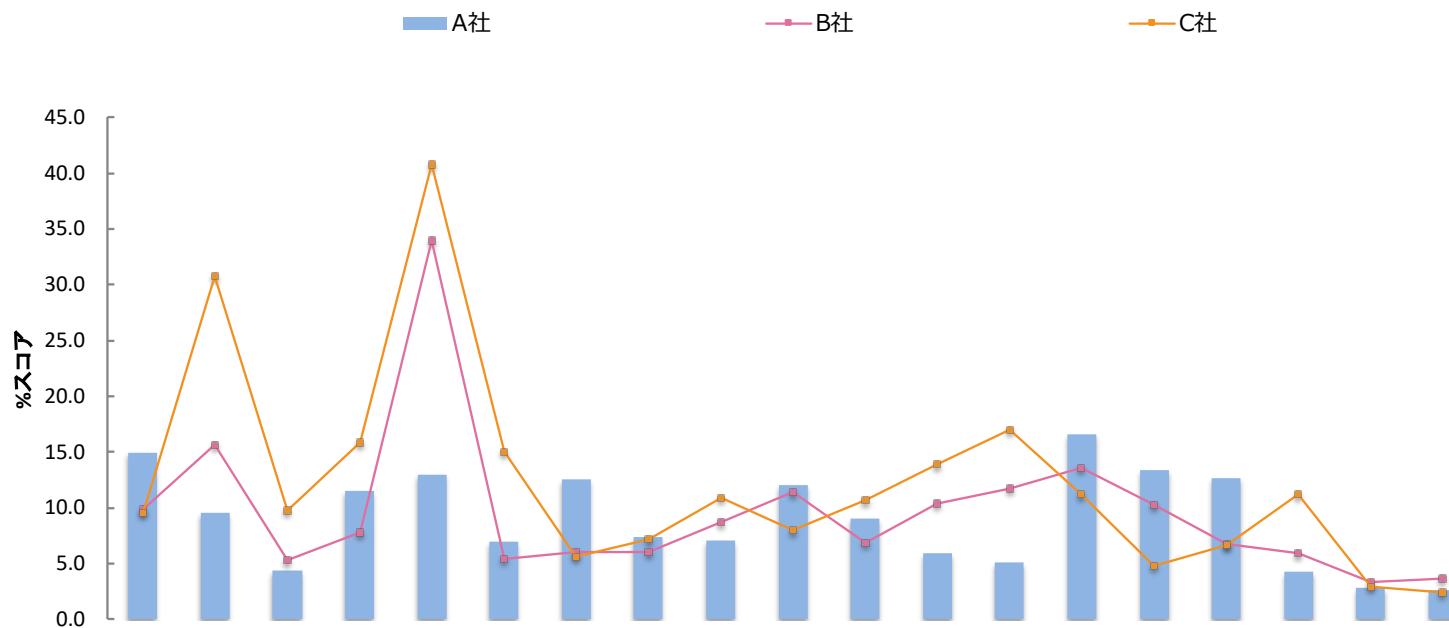
コンシューマー



信頼できる	安定性がある	誠実である	一流である	熱心である	顧客ニーズへの対応に	価格に見合った製品・サービスを提供している	親しみやすい	活気がある	やさしい	かつこいい	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	ある	優れた技術・ノウハウがある	高い	製品・サービスの品質が	環境に配慮している	社会的な取り組みに
-------	--------	-------	-------	-------	------------	-----------------------	--------	-------	------	-------	--------	--------	--------	----------	----------------	------------	-----------	-------------	--------	----------	----	---------------	----	-------------	-----------	-----------

<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				
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



拡げてく視野や知識を	自分の視覚に得られる	日常生活にない	社員の熱意が	気持ちが豊かになる	楽しい気持ちになれる	贅沢な気分が味わえる	デザインの好みにあう	他社との違いを	豊かな創造力を感じる	時代の先端性が感じられる	企業のポリシーが感じられる	話題になる	購入・利用したことが	家族や友人・知人と	実感できる	商品・サービスのよさを	使いやすいを実感できる	安全で間違いのない品質	大切にしたい	顧客として	環境への配慮が	健康への配慮が
------------	------------	---------	--------	-----------	------------	------------	------------	---------	------------	--------------	---------------	-------	------------	-----------	-------	-------------	-------------	-------------	--------	-------	---------	---------

<下表の単位：スコア (%) >

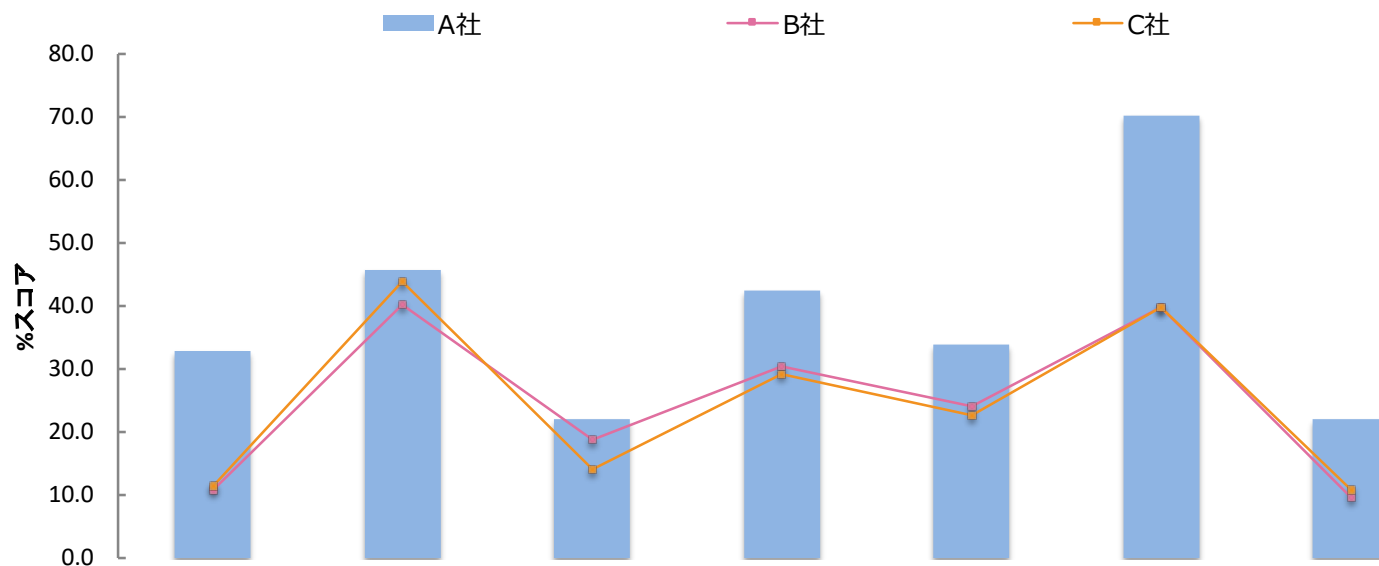
	回答者数	刺激		ハピネス			差別性			メッセージ		コミュニケーション		クオリティ			ケア			
A社	800	14.9	9.5	4.4	11.5	13.0	7.0	12.5	7.4	7.1	12.0	9.0	5.9	5.1	16.6	13.4	12.6	4.3	2.8	2.6
B社	795	9.8	15.6	5.3	7.8	34.0	5.4	6.0	6.0	8.7	11.4	6.9	10.4	11.7	13.6	10.3	6.7	5.9	3.3	3.6
C社	787	9.5	30.7	9.7	15.8	40.8	15.0	5.6	7.2	10.9	8.0	10.7	13.9	17.0	11.2	4.8	6.6	11.2	2.9	2.4

競合比較(ビジネスパーソン編)



ブランド評価項目(全体値)

ビジネスパーソン

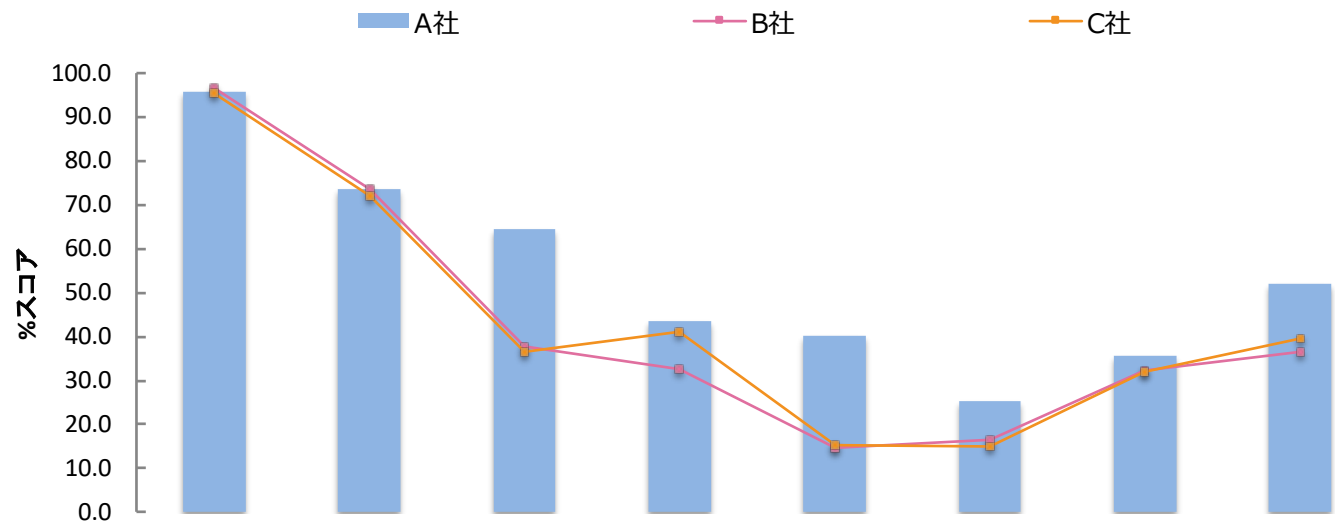


<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	プレミアム					プレミアム	
		ビジネス有用度	独自性	企業魅力度	推奨意向	パートナーシップ	プレミアムブランド	プレミアム価格
A社	731	32.8	45.7	21.9	42.5	33.9	70.2	22.0
B社	728	10.7	40.2	18.8	30.4	24.0	39.8	9.6
C社	727	11.3	43.9	14.0	29.2	22.6	39.8	10.7

ブランド浸透度(全体値)

ビジネスパーソン



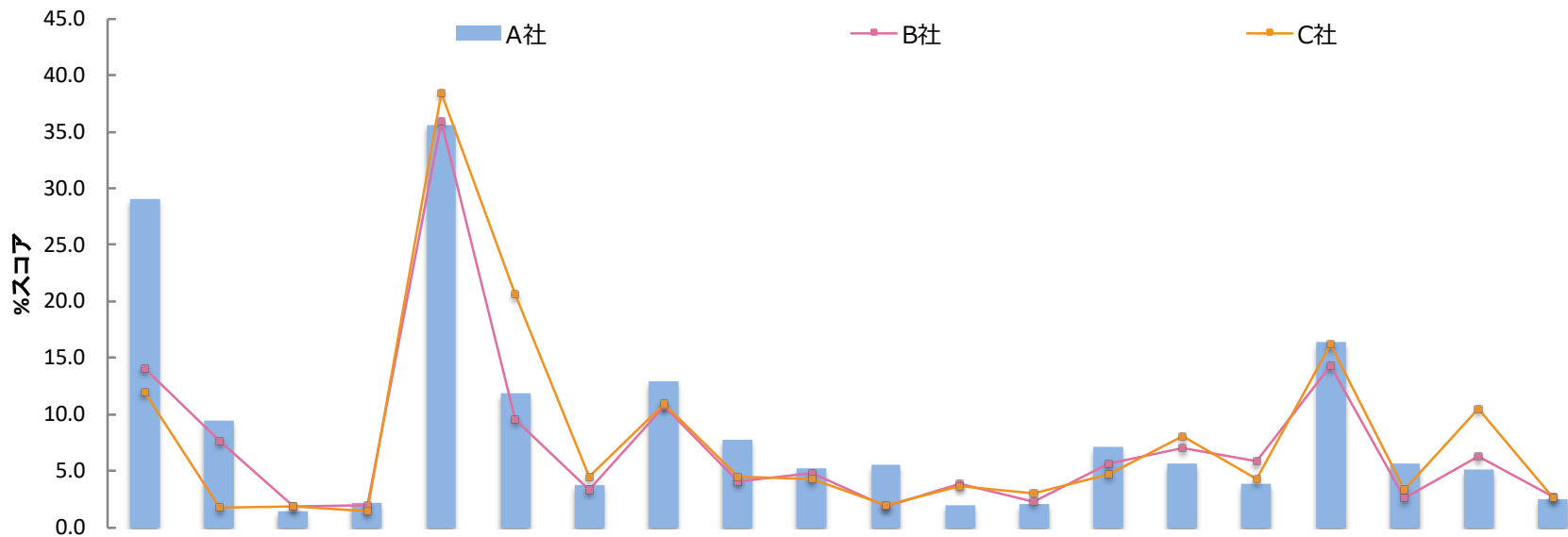
<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	認知度	理解度	購入・利用経験	共感度	購入・利用意向	ロイヤルティ	株式購入意向	社会必要度
A社	731	95.6	73.5	64.3	43.6	40.1	25.3	35.6	52.0
B社	728	96.7	73.5	37.6	32.6	14.8	16.6	32.3	36.4
C社	727	95.3	72.1	36.6	41.0	15.4	14.9	31.9	39.5

※網掛けは ■ : A社より5pt以上の値 ■ : A社より5pt以下の値

アクセスポイント(全体値)

ビジネスパーソン



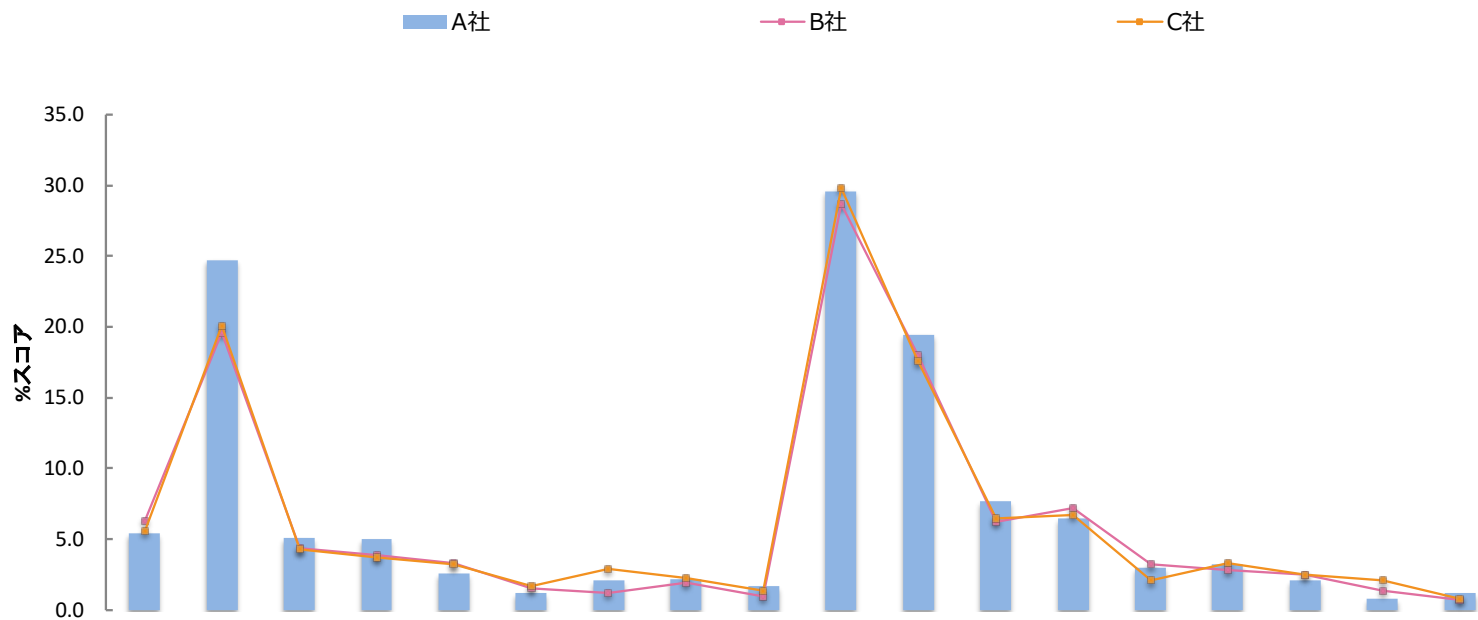
<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	実際の経験・体験				イベント等	マスメディア						交通・屋外		オンライン				人づて											
		購入・利用して	支店・店舗や小売店の店頭	営業担当者・従業員の	その会社／代理店の		工場（会社）見学	イベント・セミナー・	テレビ・ラジオCM	テレビ・ラジオ番組	新聞広告	新聞記事	雑誌広告	雑誌記事	カタログ	パンフレット・	交通広告	（看板、サインージ）	屋外広告	その会社の	ウェブサイトの	LINEなど含む）	（YouTube・	SNS	メールマガジン	バナー広告・	ニュース記事	ニコミット	比較サイト	口コミサイト
A社	731	29.0	9.4	1.4	2.2	35.6	11.9	3.7	12.9	7.8	5.2	5.5	1.9	2.1	7.1	5.6	3.8	16.4	5.6	5.1	2.5									
B社	728	14.1	7.6	1.8	1.9	35.9	9.5	3.3	10.7	4.1	4.8	1.8	3.8	2.3	5.6	7.0	5.8	14.3	2.6	6.3	2.7									
C社	727	12.0	1.7	1.8	1.4	38.4	20.6	4.5	10.9	4.5	4.3	1.9	3.6	3.0	4.7	8.1	4.3	16.2	3.3	10.5	2.6									

※網掛けは ■ : A社より5pt以上の値 ■ : A社より5pt以下の値

> バリュードライバー(全体値)

ビジネスパーソン



ロゴマーク	ブランド名	パッケージのデザイン	広告やカタログのデザイン	キャラクター	広告やカタログの工場(会社)・セミナー・イベント	キャンペーン	ホームページのデザイン・使いやすさ	SNSでの発信	性能・機能	製品・サービスの製品揃え・ライブラリナップ	製品や店舗・施設の色やデザイン	設入のしやすさ/店舗・施設	製品・サービスの体制	修理・サポート体制	ポイントサービス・会員サービス	充実	ユーザーコミュニティの	人材教育・福利厚生	株主優待
-------	-------	------------	--------------	--------	--------------------------	--------	-------------------	---------	-------	-----------------------	-----------------	---------------	------------	-----------	-----------------	----	-------------	-----------	------

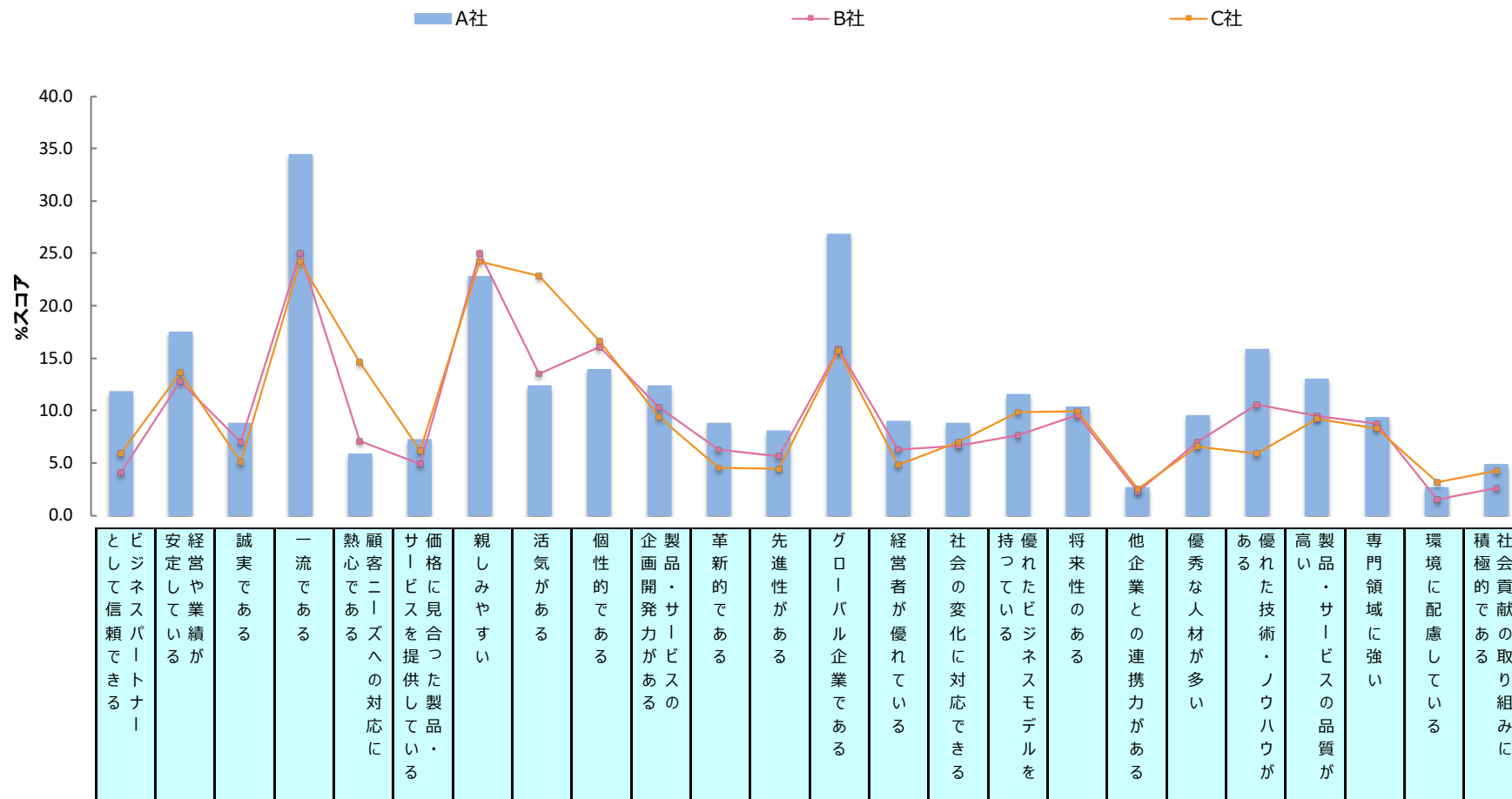
<下表の単位：スコア (%) >

	回答者数	情報デザインの魅力									製品・サービスの魅力				顧客サービスの魅力			投資の魅力	
A社	726	5.4	24.7	5.1	5.0	2.6	1.2	2.1	2.2	1.7	29.6	19.4	7.7	6.5	3.0	3.2	2.1	0.8	1.2
B社	726	6.3	19.6	4.4	3.9	3.3	1.5	1.2	1.9	1.0	28.7	18.0	6.2	7.2	3.2	2.8	2.5	1.4	0.7
C社	726	5.6	20.1	4.3	3.7	3.2	1.7	2.9	2.3	1.4	29.8	17.6	6.5	6.7	2.1	3.3	2.5	2.1	0.8

※網掛けは ■ : A社より5pt以上の値 ■ : A社より5pt以下の値

ブランドイメージ(全体値)

ビジネスパーソン



<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			
A社	731	11.9	17.5	8.8	34.5	5.9	7.3	22.8	12.4	14.0	12.4	8.8	8.1	26.9	9.0	8.8	11.6	10.4	2.7	9.6	15.9	13.0	9.4	2.7	4.9
B社	728	4.1	12.8	7.0	25.0	7.1	4.9	25.0	13.5	16.1	10.3	6.3	5.6	15.9	6.3	6.6	7.6	9.6	2.2	7.0	10.6	9.5	8.7	1.5	2.6
C社	727	5.9	13.6	5.1	24.2	14.6	6.2	24.2	22.8	16.6	9.4	4.5	4.4	15.7	4.8	7.0	9.8	9.9	2.5	6.5	5.9	9.2	8.3	3.2	4.3

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



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。