

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～

※自社の主要指標は2023年～2025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

▼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	×	×	×	×	×	×

BRAND STRATEGY SURVEY QUICK REPORT



ブランド戦略サーベイ

株式会社 日経リサーチ

| CONSUMER

| BUSINESSPERSON

INDEX

目次

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。下記の目次は「両編」の構成サンプルです。

「コンシューマー編のみ」で作成の場合、（コンシューマー編）のページが、

「ビジネスパーソン編のみ」で作成の場合、（ビジネスパーソン編）のページが含まれます。

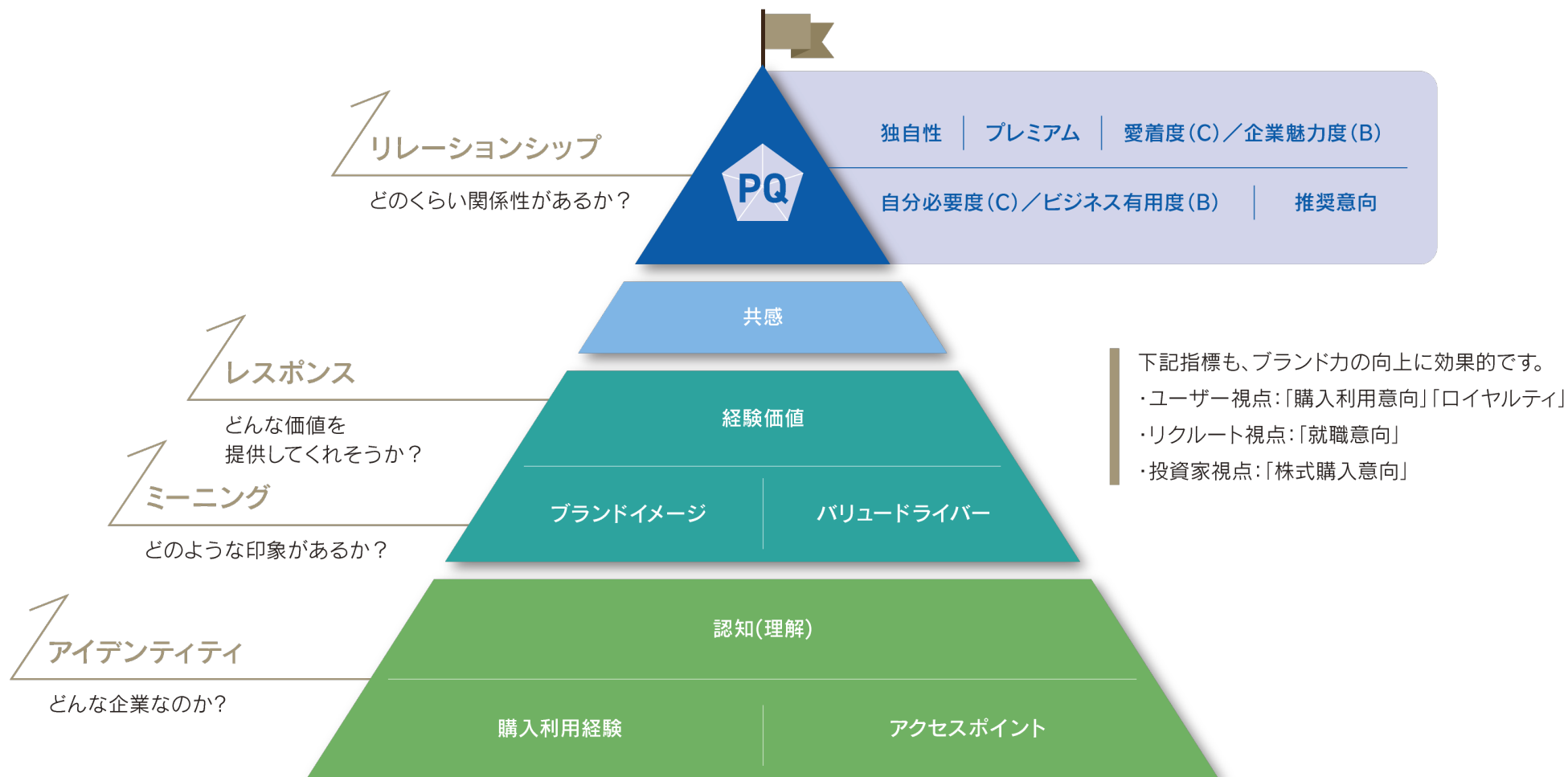
■ ブランド戦略サーベイとは	P.3
■ ブランド知覚指数(PQ)ランキング・スコア	P.13
■ 自社結果ハイライト	P.16
■ 競合比較(コンシューマー編)	P.21
■ 競合比較(コンシューマー編)	P.32

01

ABOUT
BRAND STRATEGY
SURVEY

■ ブランド戦略サーベイとは

企業ブランドの全体構造



※C=コンシューマー編、B=ビジネスパーソン編

調査仕様①

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	47,689s																							
回収数(1ブランドあたり)	790s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	2025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＞ <table><tr><th>男性</th><th>女性</th><th>(%)</th></tr><tr><td>48.5</td><td>51.5</td><td></td></tr></table>			男性	女性	(%)	48.5	51.5		＜年齢構成比＞ <table><tr><th>20代以下</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60歳以上</th><th>(%)</th></tr><tr><td>17.3</td><td>16.9</td><td>22.5</td><td>22.2</td><td>21.1</td><td></td></tr></table>			20代以下	30代	40代	50代	60歳以上	(%)	17.3	16.9	22.5	22.2	21.1	
男性	女性	(%)																						
48.5	51.5																							
20代以下	30代	40代	50代	60歳以上	(%)																			
17.3	16.9	22.5	22.2	21.1																				
※人口構成比に準じた回収を行っている																								

調査仕様②

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	45,373s					
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	2025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)
	65.9	34.1	22.3	77.7	25.9	74.1

02

BRAND PERCEPTION QUOTIENT (PQ)
RANKING SCORE

■ 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PQランキング

2025 順位	2024 順位	測定ブランド名	2025 スコア	2024 スコア
1	1	ヤマト運輸	730	762
2	7	パナソニック	716	718
3	14	日本コカ・コーラ (Coca-Cola)	715	688
4	4	ソニーグループ	713	744
4	3	アップル ジャパン (Apple)	713	748
6	19	明治	706	678
7	11	味の素	705	698
8	5	TOTO	704	727
9	10	キユーピー	703	699
10	6	グーグル (Google)	702	741
11	13	日清食品	699	691
12	21	サントリー	698	676
13	28	トヨタ自動車	695	666
13	2	日本マイクロソフト (Microsoft)	695	749
15	25	ヤクルト本社	693	672
16	27	花王	692	668
17	24	ハーゲンダッツ ジャパン (Haagen-Dazs)	689	673
18	26	日立製作所	686	669
19	40	麒麟ビバレッジ	685	654
20	16	カゴメ	684	687
20	50	アサヒ飲料	684	645

PQ-C (コンシューマー)

2025 順位	2024 順位	測定ブランド名	2025 スコア	2024 スコア
1	4	味の素	777	735
2	1	キユーピー	774	744
3	7	カゴメ	747	727
4	10	キッコーマン	745	714
5	21	Mizkan (ミツカン)	728	693
5	5	明治	728	730
7	17	ハウス食品	726	697
8	6	日清食品	723	728
8	2	ヤマト運輸	723	742
8	22	トヨタ自動車	722	666
11	17	日本コカ・コーラ (Coca-Cola)	715	697
12	11	大創産業 (ダイソー)	713	711
13	14	森永乳業	709	703
14	16	パナソニック	708	701
14	13	ソニーグループ	708	705
16	14	ハーゲンダッツ ジャパン (Haagen-Dazs)	707	703
17	19	アップル ジャパン (Apple)	699	696
18	26	雪印メグミルク	696	684
19	3	TOTO	692	740
20	55	エバラ食品工業	690	648

PQ-B (ビジネスパーソン)

2025 順位	2024 順位	測定ブランド名	2025 スコア	2024 スコア
1	1	日本マイクロソフト (Microsoft)	749	791
2	12	カシオ計算機	730	698
3	4	ヤマト運輸	720	760
4	40	花王	714	647
5	19	トヨタ自動車	712	686
5	2	アップル ジャパン (Apple)	712	779
5	9	グーグル (Google)	712	706
8	7	パナソニック	707	716
9	3	ソニーグループ	702	761
10	30	日立製作所	701	742
11	31	日本コカ・コーラ (Coca-Cola)	700	662
11	15	TOTO	700	694
11	21	日立製作所	700	685
14	29	サントリー	698	664
15	19	セイコー	697	686
16	32	ヤクルト本社	694	661
17	67	ライオン	690	626
18	46	伊藤園	687	641
19	6	キヤノン	680	738
20	46	麒麟ビバレッジ	677	641
20	62	大塚製薬	677	629
20	14	パイロットコーポレーション (PILOT)	677	695
20	35	シチズン時計	677	659

2025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

全体結果ハイライト

2025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

03

SUMMARY OF
SURVEY RESULTS
(CONSUMER)

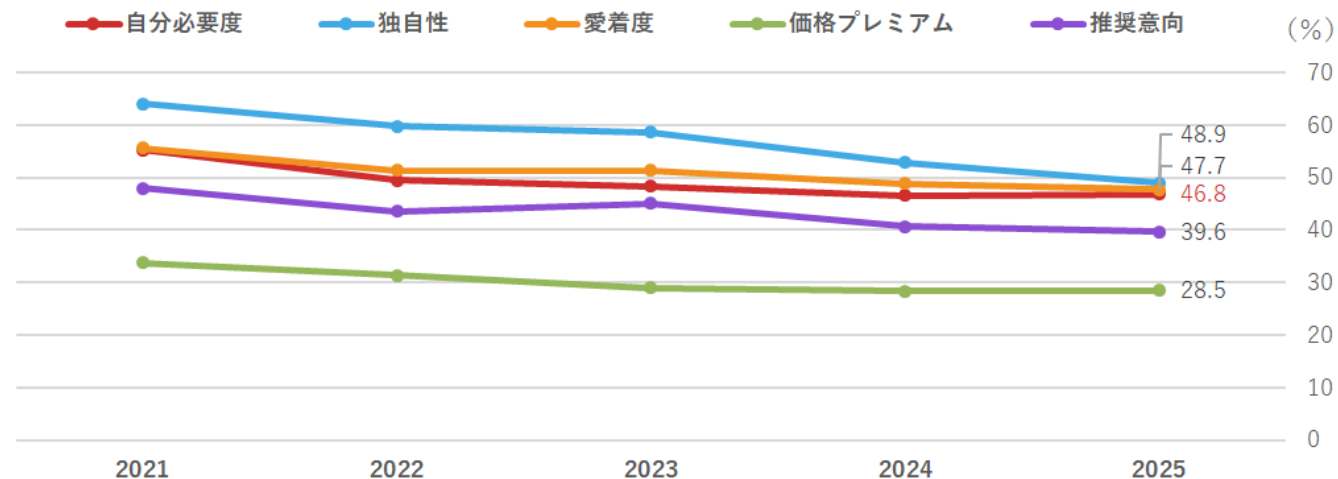
■ 自社結果ハイライト

主要指標ハイライト

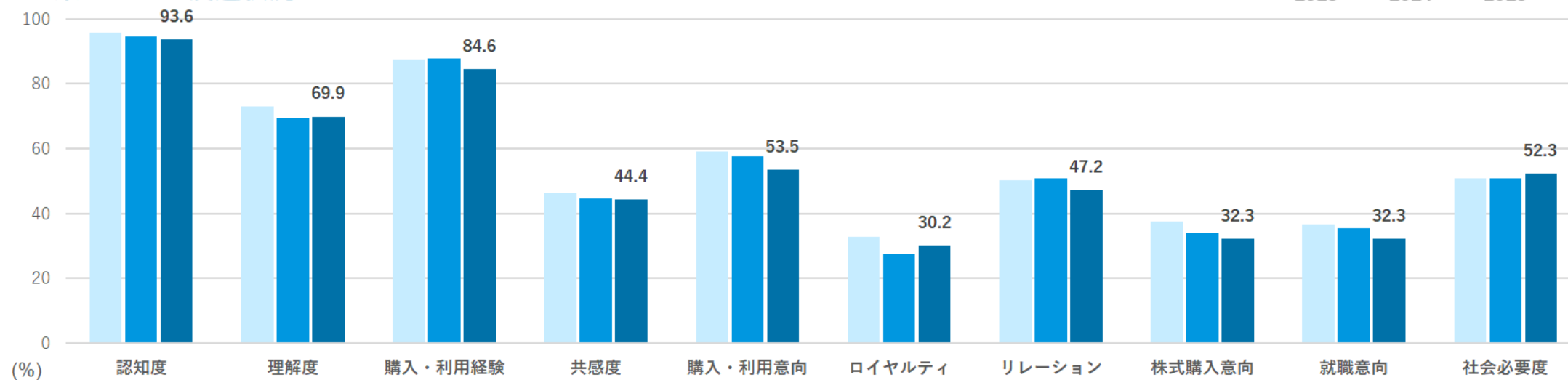
総合評価PQ		
	Rank	Score
2025	4位 ↓	744
2024	2位	750
2023	2位	776

コンシューマーPQ		
	Rank	Score
2025	13位 ↑	705
2024	18位	710
2023	3位	752

企業ブランド評価項目



企業ブランド浸透状況



主要指標ハイライト

■ブランドアクセスポイント

(%)

項目	2025		2024	2023
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	2025		2024	2023
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	2025		2024	2023
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

(%)

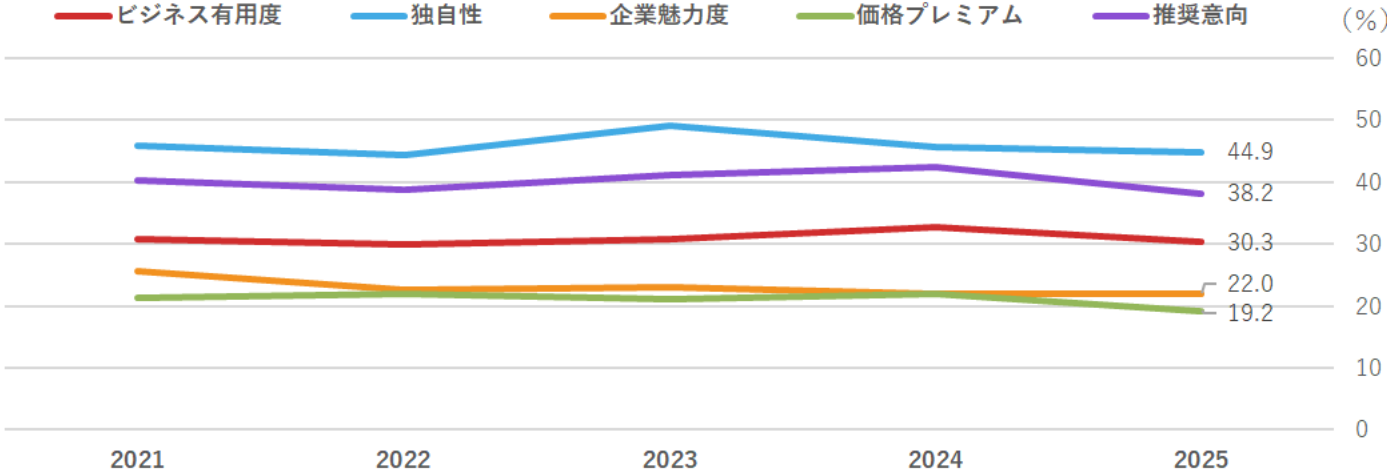
項目	2025		2024	2023
1 商品・サービスのよさを実感できる	15.3	87位	16.6	18.2
2 自分の視野や知識を拡げてくれる	14.2	8位	14.9	16.7
3 楽しい気持ちになれる	13.8	77位	13.0	18.2
4 時代の先端性やトレンドが感じられる	13.6	3位	12.0	14.5
5 使いやすさを実感できる	12.9	135位	13.4	13.1
6 安全で間違いのない品質を得られる	12.8	69位	12.6	14.5
7 気持ちが豊かになる	11.8	52位	11.5	12.1

主要指標ハイライト

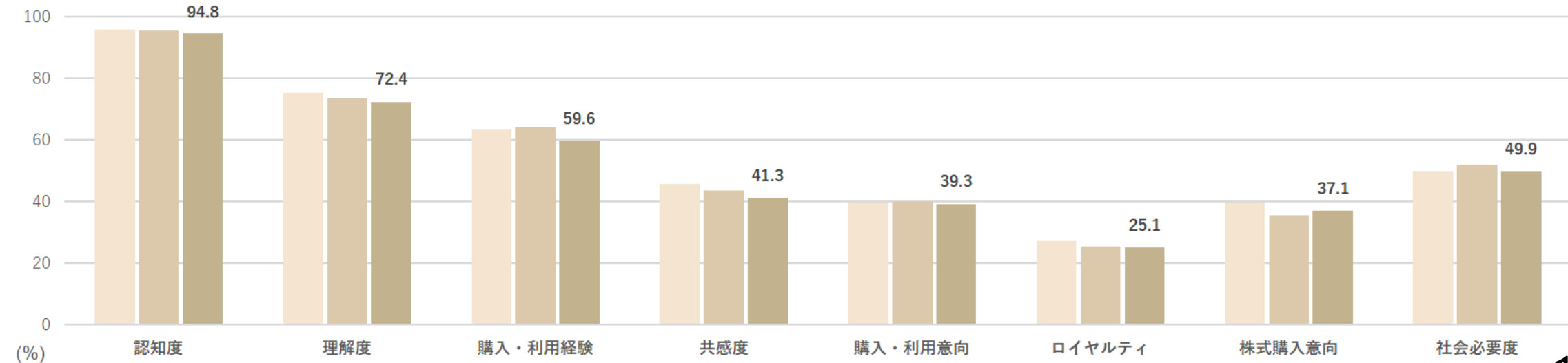
総合評価PQ		
	Rank	Score
2025	4位 ↓	744
2024	2位	750
2023	2位	776

ビジネスパーソンPQ		
	Rank	Score
2025	3位 →	761
2024	3位	772
2023	2位	778

企業ブランド評価項目



企業ブランド浸透状況



主要指標ハイライト

■ブランドアクセスポイント

(%)

項目	2025		2024	2023
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	2025		2024	2023
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	2025		2024	2023
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

04

COMPETITIVE ANALYSIS
(CONSUMER)

- 競合比較(コンシューマー編)

CONSUMER

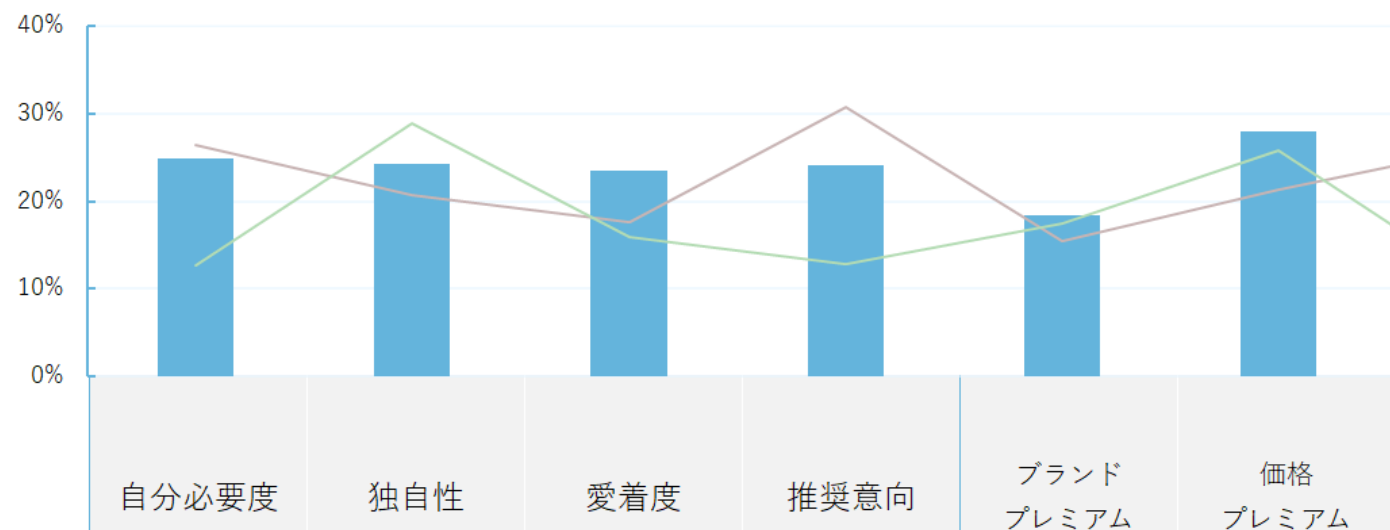
ブランド評価項目

<スコア (%)>

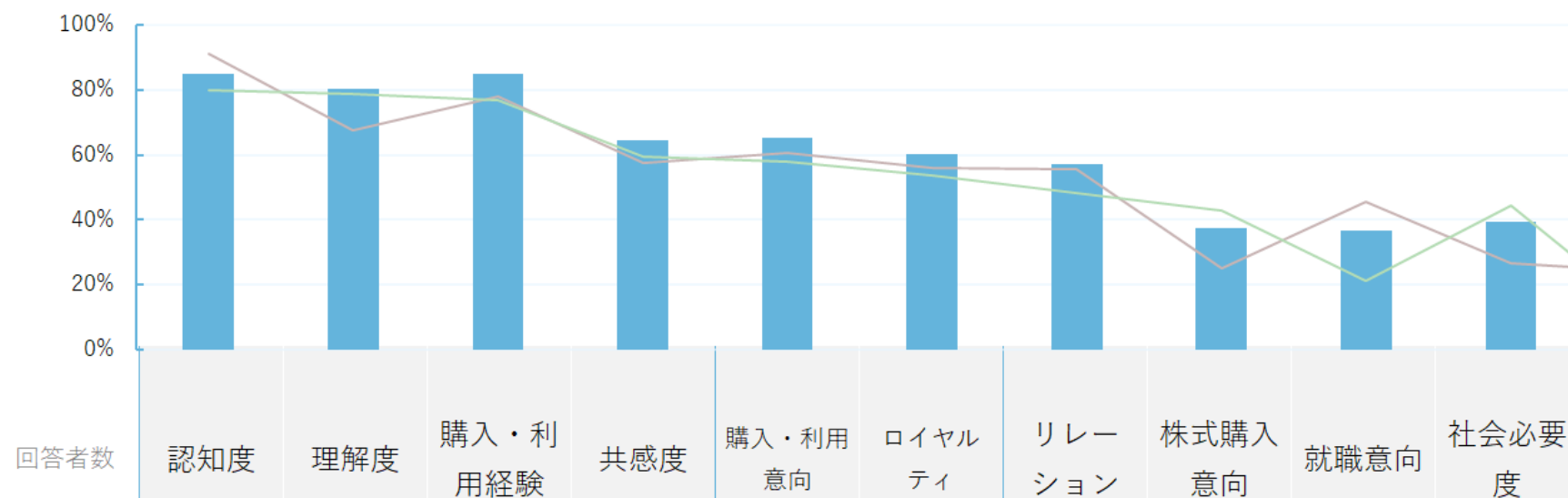
		回答者数				プレミアム	
		自分必要度	独自性	愛着度	推奨意向	ブランド プレミアム	価格 プレミアム
■ A社	741	24.9	24.2	23.5	24.1	18.3	28.0
— B社	741	26.4	20.7	17.7	30.8	15.5	21.4
— C社	741	12.7	28.9	15.9	12.8	17.4	25.8

* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い



CONSUMER ブランド浸透度



<スコア (%)>

■ A社	731	85.2	80.4	85.1	64.5	65.2	60.4	57.0	37.5	36.8	39.2
— B社	731	91.0	67.5	78.1	57.7	60.6	56.1	55.5	25.2	45.7	26.8
— C社	731	80.2	78.6	76.7	59.6	57.9	53.7	48.2	43.0	21.1	44.6

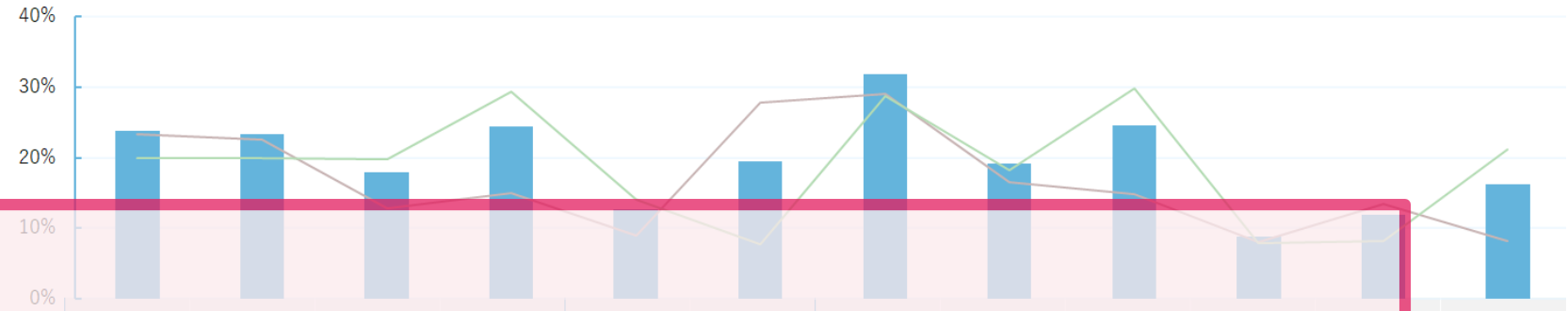
* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い

CONSUMER

ブランドイメージ

(1/2)



ブランドイメージの結果を2ページにわけてご紹介します

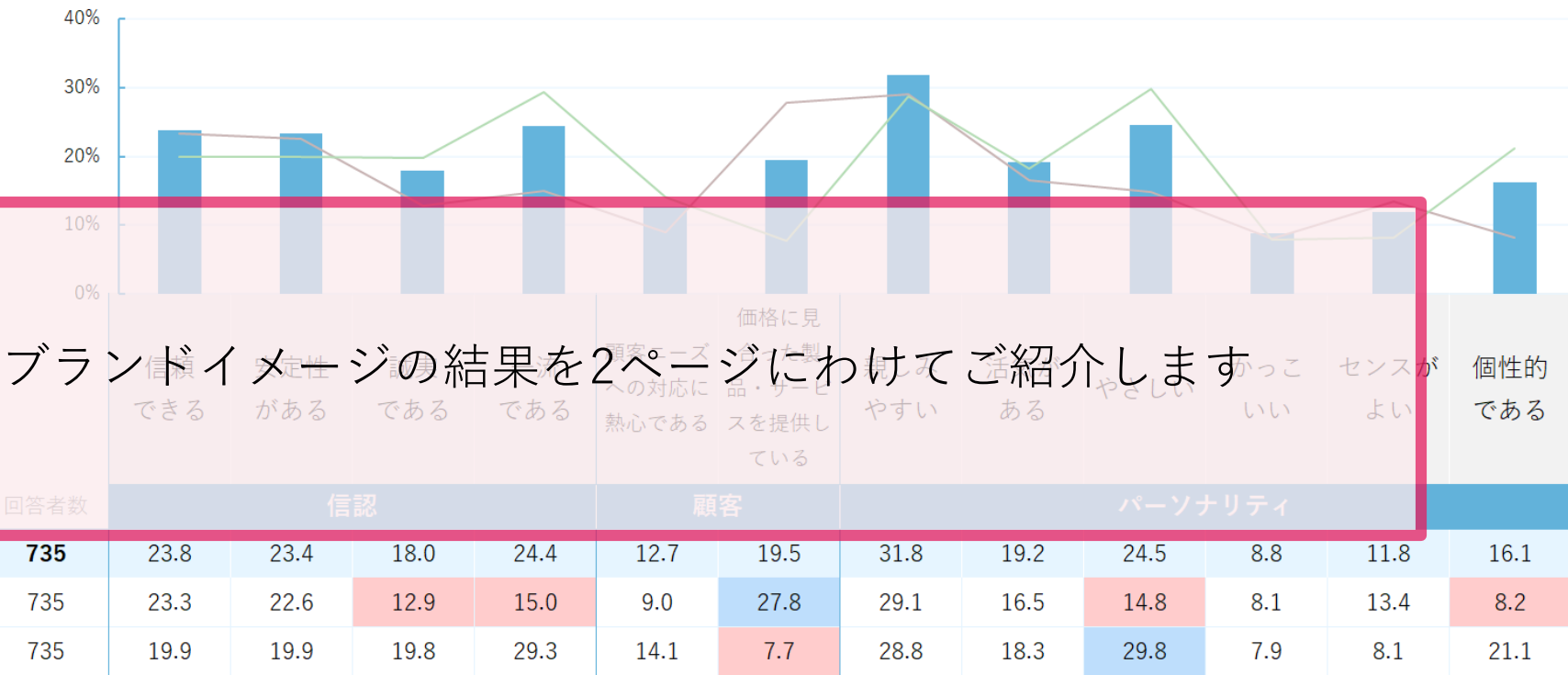
<スコア (%)>

		回答者数	信頼				顧客		パーソナリティ				
A社	735	23.8	23.4	18.0	24.4	12.7	19.5	31.8	19.2	24.5	8.8	11.8	16.1
B社	735	23.3	22.6	12.9	15.0	9.0	27.8	29.1	16.5	14.8	8.1	13.4	8.2
C社	735	19.9	19.9	19.8	29.3	14.1	7.7	28.8	18.3	29.8	7.9	8.1	21.1

* ■ : A社より5ポイント以上高い ■ : A社より5ポイント以上低い

CONSUMER

ブランドイメージ
(2/2)



<スコア (%)>

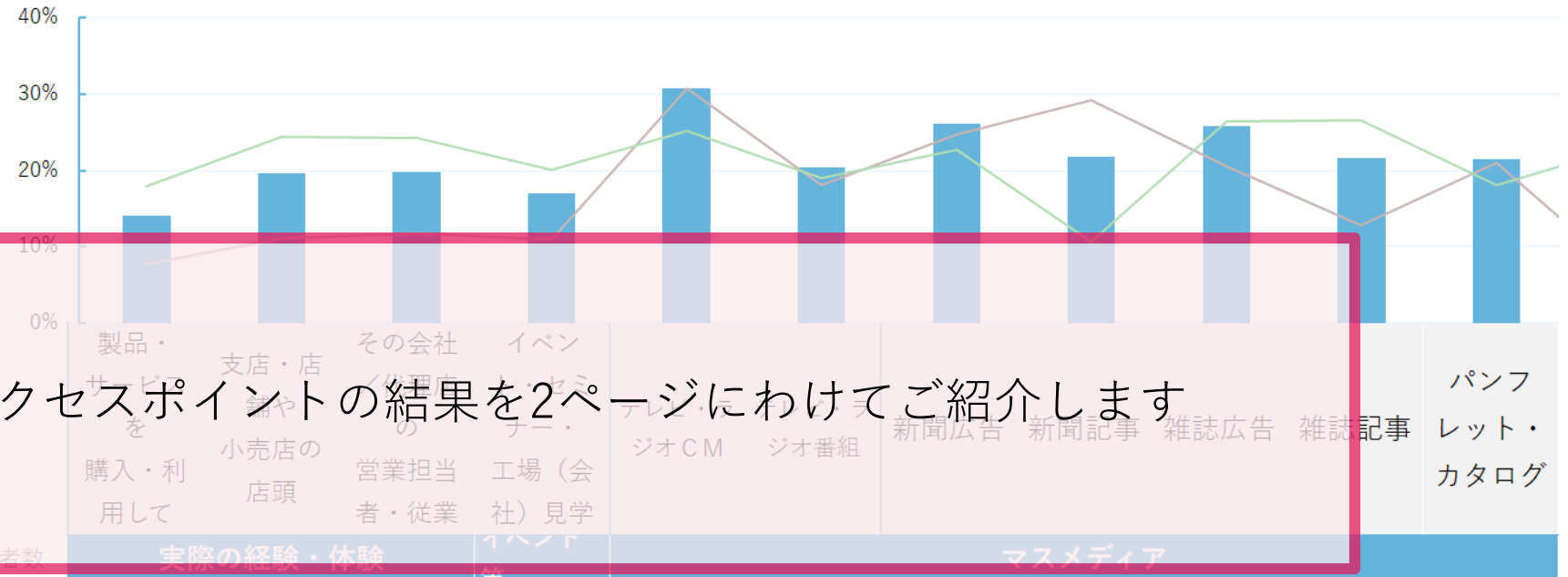
A社	735	23.8	23.4	18.0	24.4	12.7	19.5	31.8	19.2	24.5	8.8	11.8	16.1
B社	735	23.3	22.6	12.9	15.0	9.0	27.8	29.1	16.5	14.8	8.1	13.4	8.2
C社	735	19.9	19.9	19.8	29.3	14.1	7.7	28.8	18.3	29.8	7.9	8.1	21.1

* ■ : A社より5ポイント以上高い ■ : A社より5ポイント以上低い

CONSUMER

アクセスポイント

(1/2)



<スコア (%)>

	回答者数	製品・サービスを購入・利用して	支店・店舗や小売店の店頭	その会社の営業担当者・従業員	イベント（セミナー・工場（会社）見学）	ジオCM	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
A社	744	14.1	19.6	19.8	17.0	30.8	20.4	26.1	21.9	25.8	21.7	21.5
B社	744	7.7	11.1	11.8	10.9	30.8	18.1	24.7	29.1	20.5	12.8	21.0
C社	744	17.9	24.5	24.3	20.0	25.2	19.1	22.7	10.6	26.4	26.5	18.1

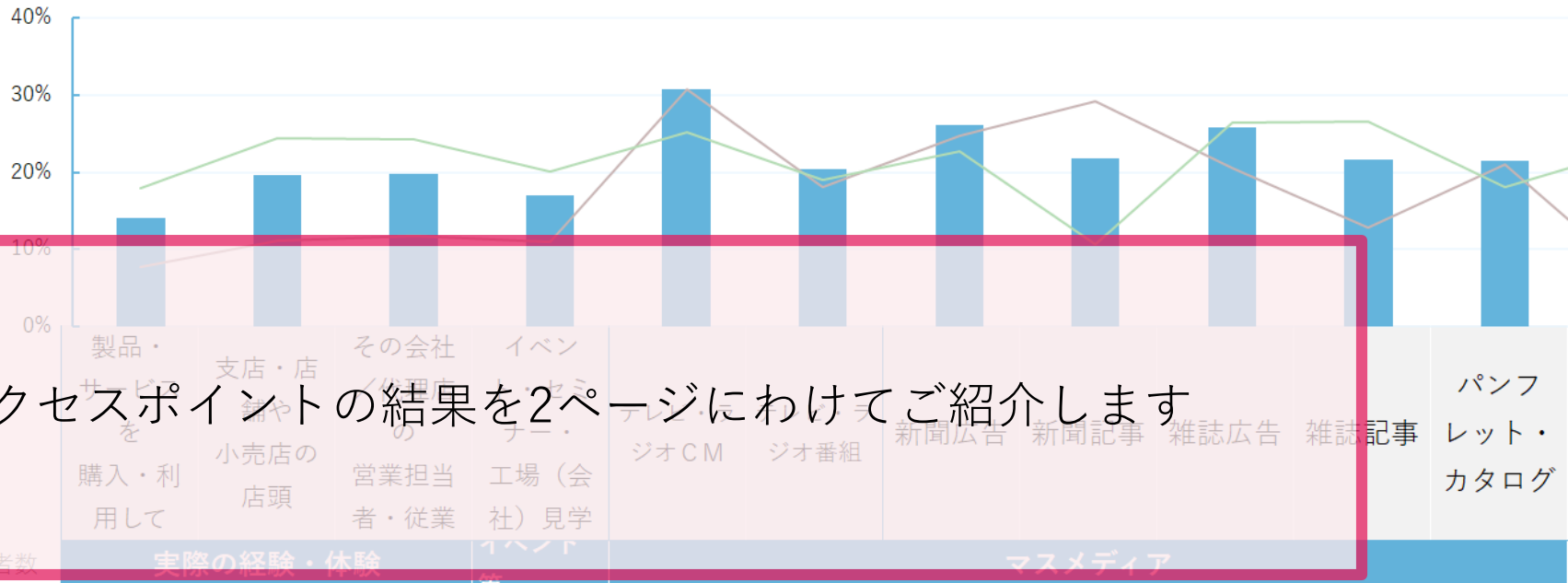
* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い

CONSUMER

アクセスポイント

(2/2)



<スコア (%)>

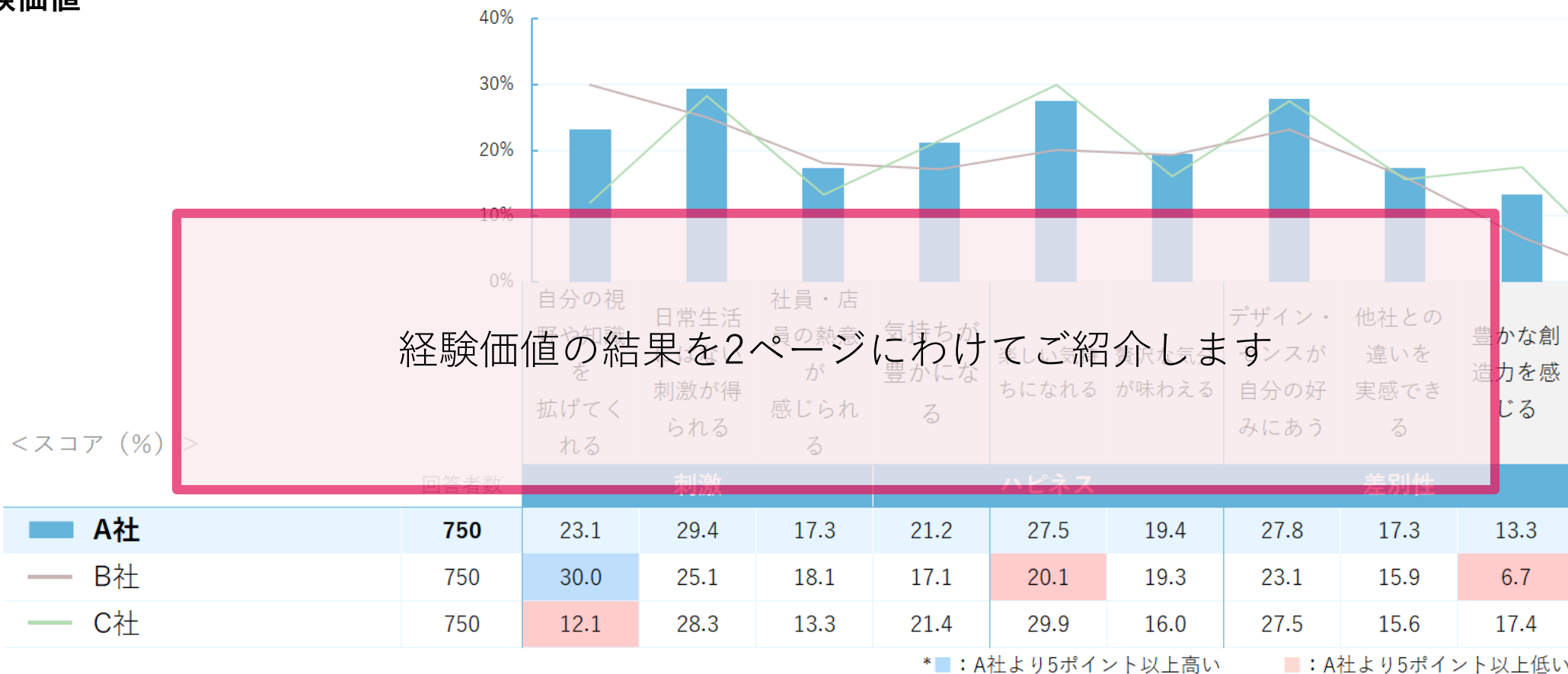
	回答者数	製品・サービスを購入・利用して	支店・店舗や小売店の店頭	その会社の営業担当者・従業員	イベント・工場（会社）見学	テレビCM	ラジオ番組	新聞広告	新聞記事	雑誌広告	雑誌記事	パンフレット・カタログ
A社	744	14.1	19.6	19.8	17.0	30.8	20.4	26.1	21.9	25.8	21.7	21.5
B社	744	7.7	11.1	11.8	10.9	30.8	18.1	24.7	29.1	20.5	12.8	21.0
C社	744	17.9	24.5	24.3	20.0	25.2	19.1	22.7	10.6	26.4	26.5	18.1

* ■ : A社より5ポイント以上高い ■ : A社より5ポイント以上低い

CONSUMER

経験価値

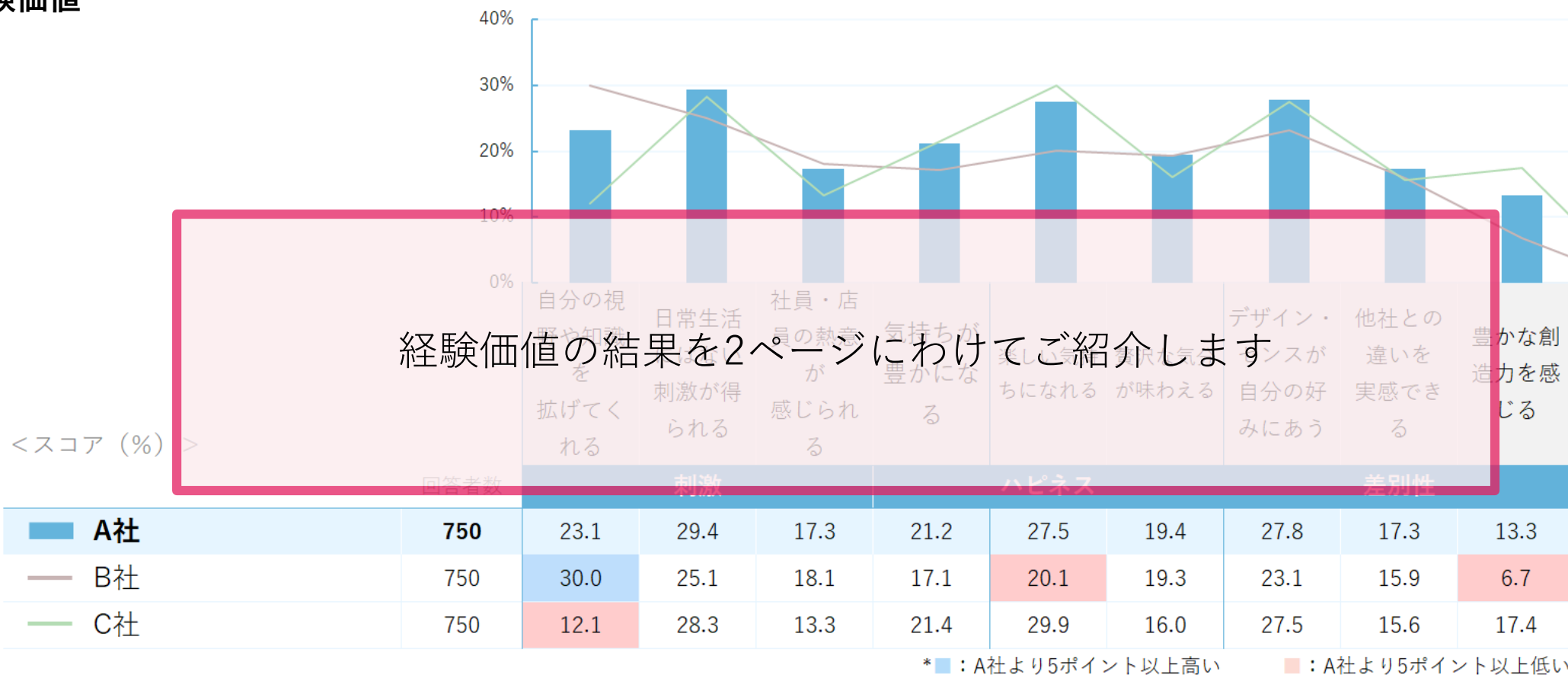
(1/2)



CONSUMER

経験価値

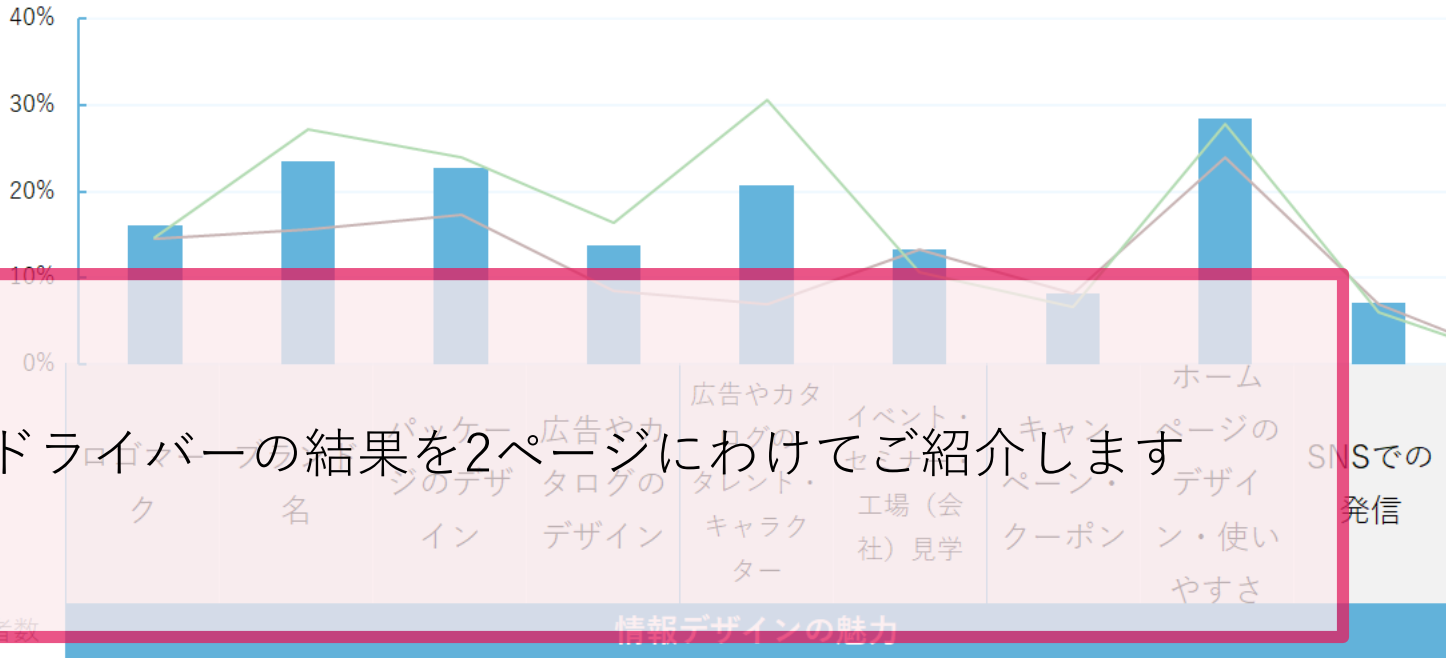
(2/2)



CONSUMER

バリュードライバー

(1/2)



<スコア (%)>

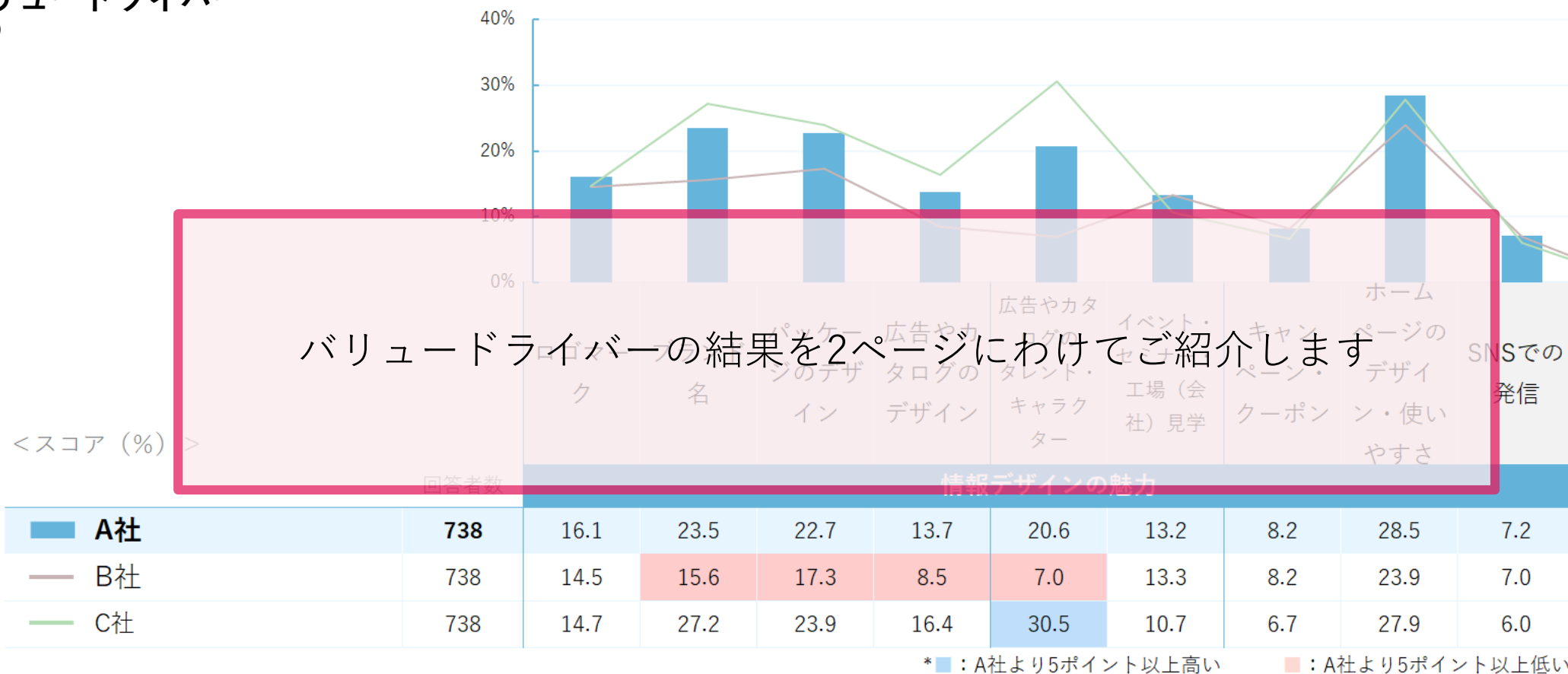
	回答者数	ロゴマーク	ブランド名	パッケージのデザイン	広告やカタログのデザイン	広告やカタログのタレント・キャラクター	イベント・工場（会社）見学	キャンペーン・クーポン	ページのデザイン・使いやすさ	SNSでの発信
A社	738	16.1	23.5	22.7	13.7	20.6	13.2	8.2	28.5	7.2
B社	738	14.5	15.6	17.3	8.5	7.0	13.3	8.2	23.9	7.0
C社	738	14.7	27.2	23.9	16.4	30.5	10.7	6.7	27.9	6.0

* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い

CONSUMER

バリュードライバー (2/2)



05

COMPETITIVE ANALYSIS
(BUSINESS PERSON)

■ 競合比較(ビジネスパーソン編)

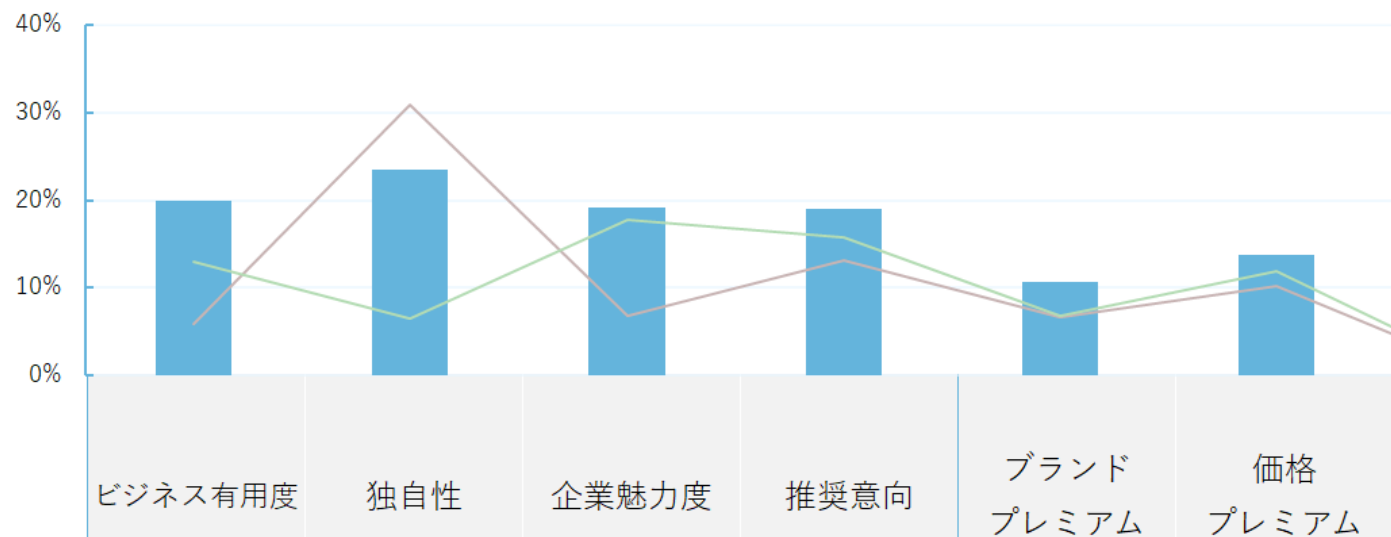
BUSINESSPERSON ブランド評価項目

<スコア (%)>

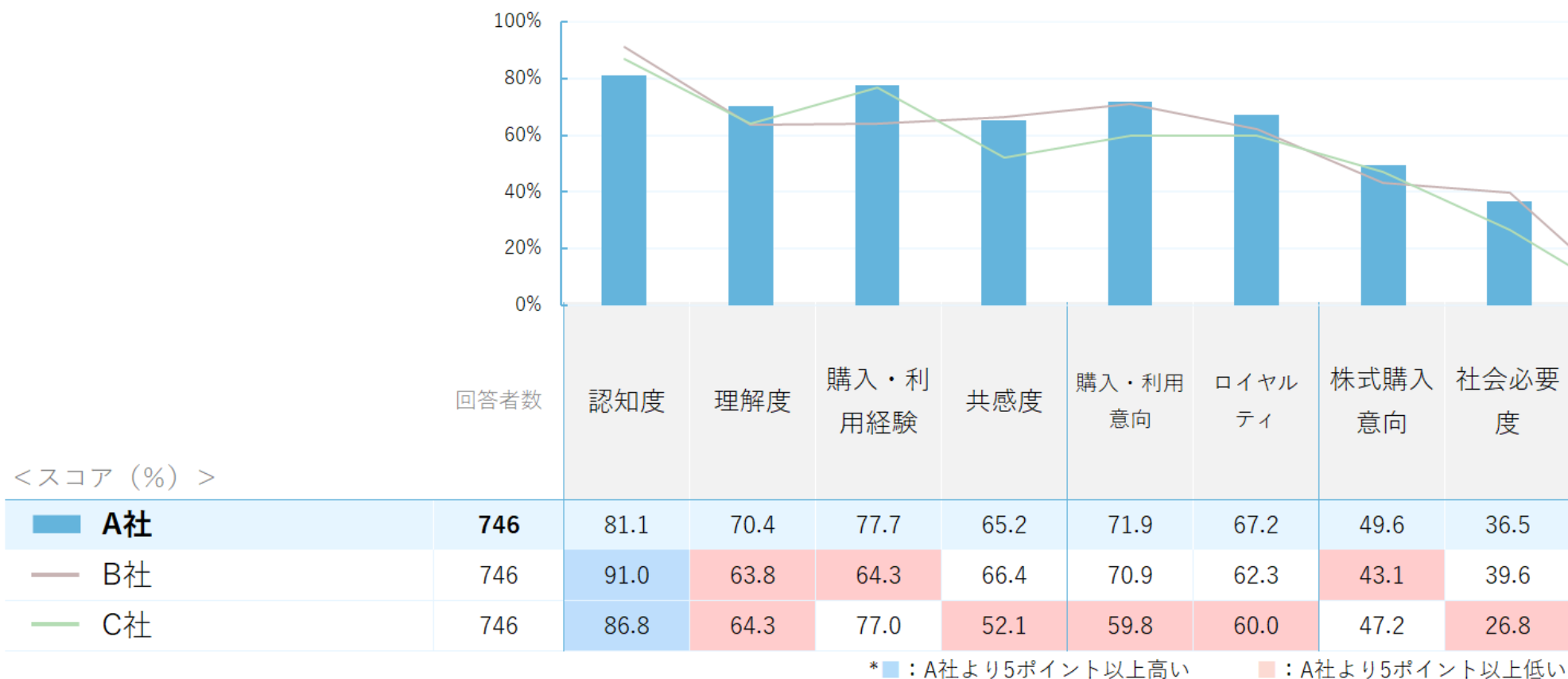
		回答者数				プレミアム	
		ビジネス有用度	独自性	企業魅力度	推奨意向	ブランド プレミアム	価格 プレミアム
■ A社	749	20.0	23.5	19.2	19.0	10.6	13.7
— B社	749	5.9	30.9	6.8	13.1	6.7	10.3
— C社	749	13.0	6.5	17.8	15.7	6.7	11.8

* ■ : A社より5ポイント以上高い

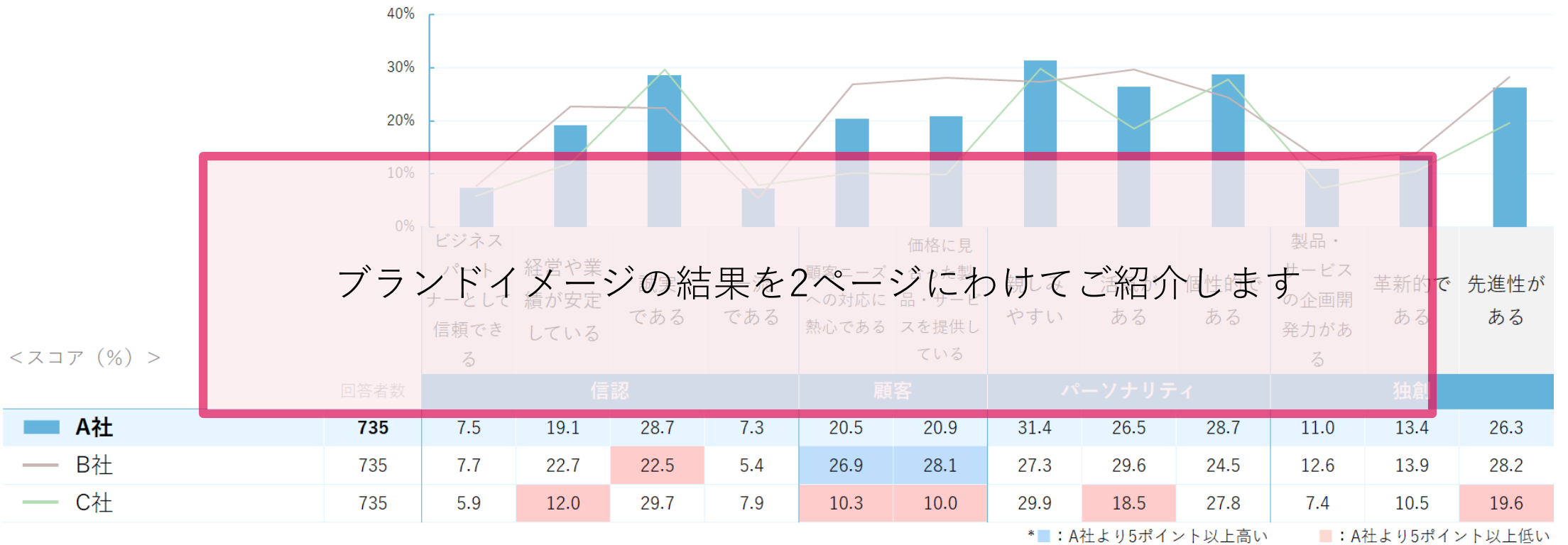
■ : A社より5ポイント以上低い



BUSINESSPERSON ブランド浸透度



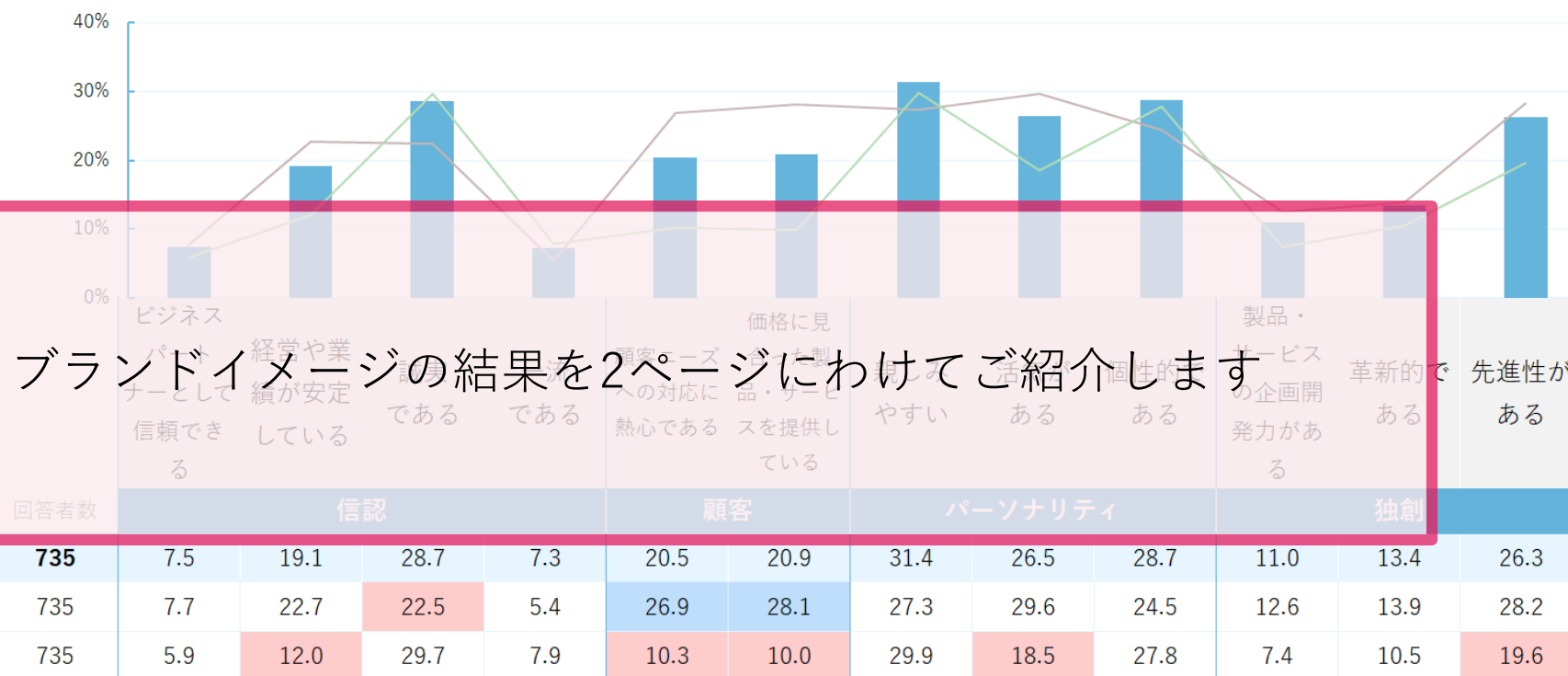
| BUSINESSPERSON
 ブランドイメージ
 (1/2)



BUSINESSPERSON

ブランドイメージ

(2/2)

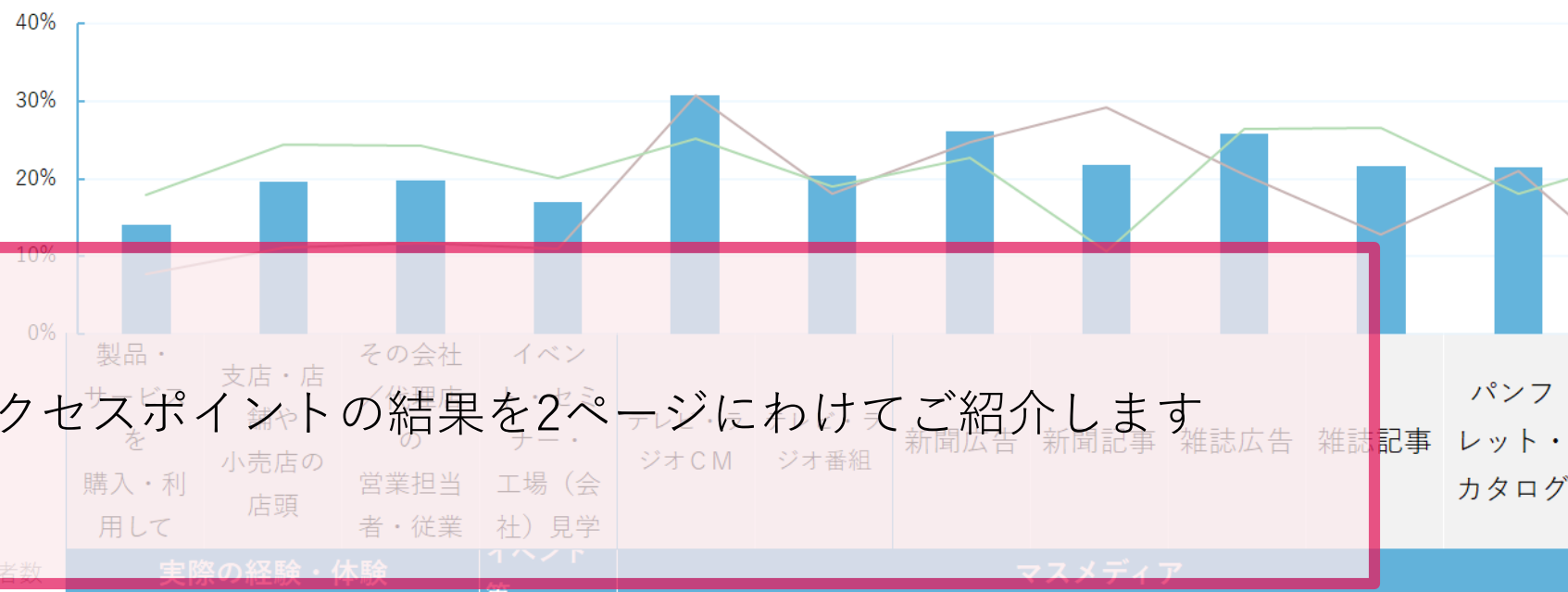


* ■ : A社より5ポイント以上高い ■ : A社より5ポイント以上低い

BUSINESSPERSON

アクセスポイント

(1/2)



<スコア（％）>

	回答者数	製品・サービスを購入・利用して	支店・店舗や小売店の店頭	その会社の営業担当者・従業員	イベント（工場（会社）見学）	ジオCM	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
A社	744	14.1	19.6	19.8	17.0	30.8	20.4	26.1	21.9	25.8	21.7	21.5
B社	744	7.7	11.1	11.8	10.9	30.8	18.1	24.7	29.1	20.5	12.8	21.0
C社	744	17.9	24.5	24.3	20.0	25.2	19.1	22.7	10.6	26.4	26.5	18.1

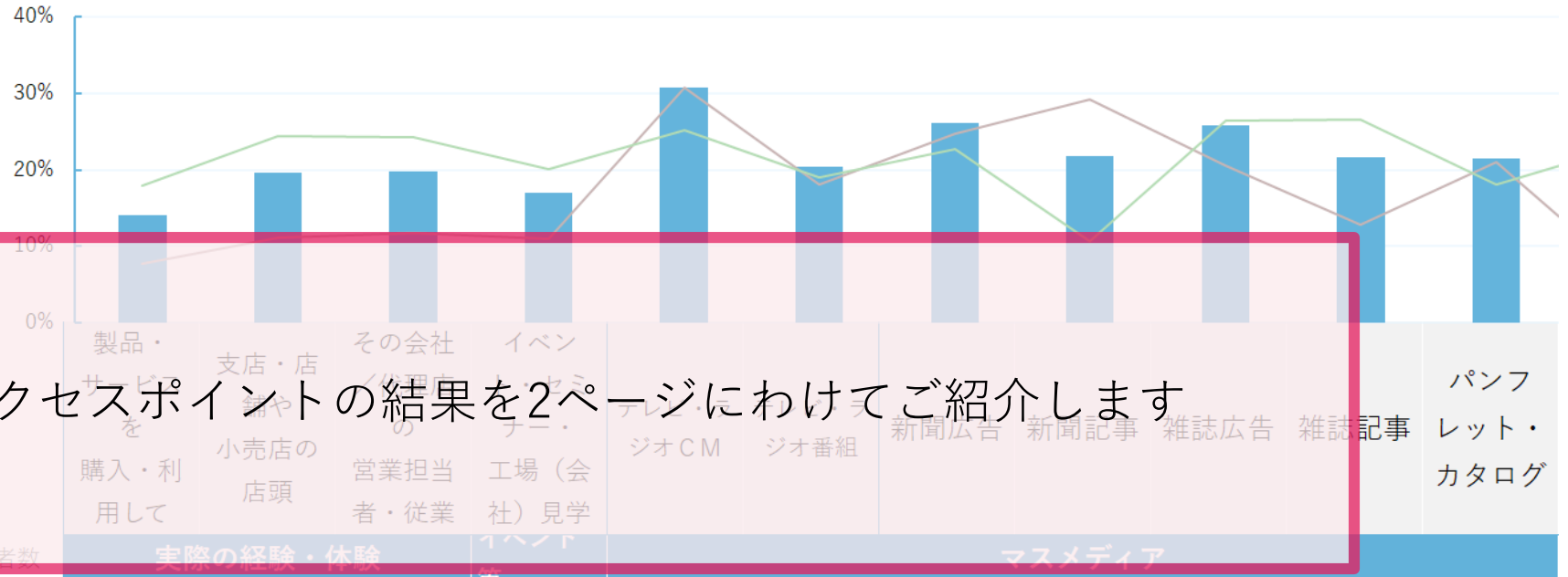
* ■：A社より5ポイント以上高い

■：A社より5ポイント以上低い

BUSINESSPERSON

アクセスポイント

(2/2)



<スコア (%)>

	回答者数	製品・サービスを購入・利用して	支店・店舗や小売店の店頭	その会社の営業担当者・従業員	イベント（工場（会社）見学）	ジオCM	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
A社	744	14.1	19.6	19.8	17.0	30.8	20.4	26.1	21.9	25.8	21.7	21.5
B社	744	7.7	11.1	11.8	10.9	30.8	18.1	24.7	29.1	20.5	12.8	21.0
C社	744	17.9	24.5	24.3	20.0	25.2	19.1	22.7	10.6	26.4	26.5	18.1

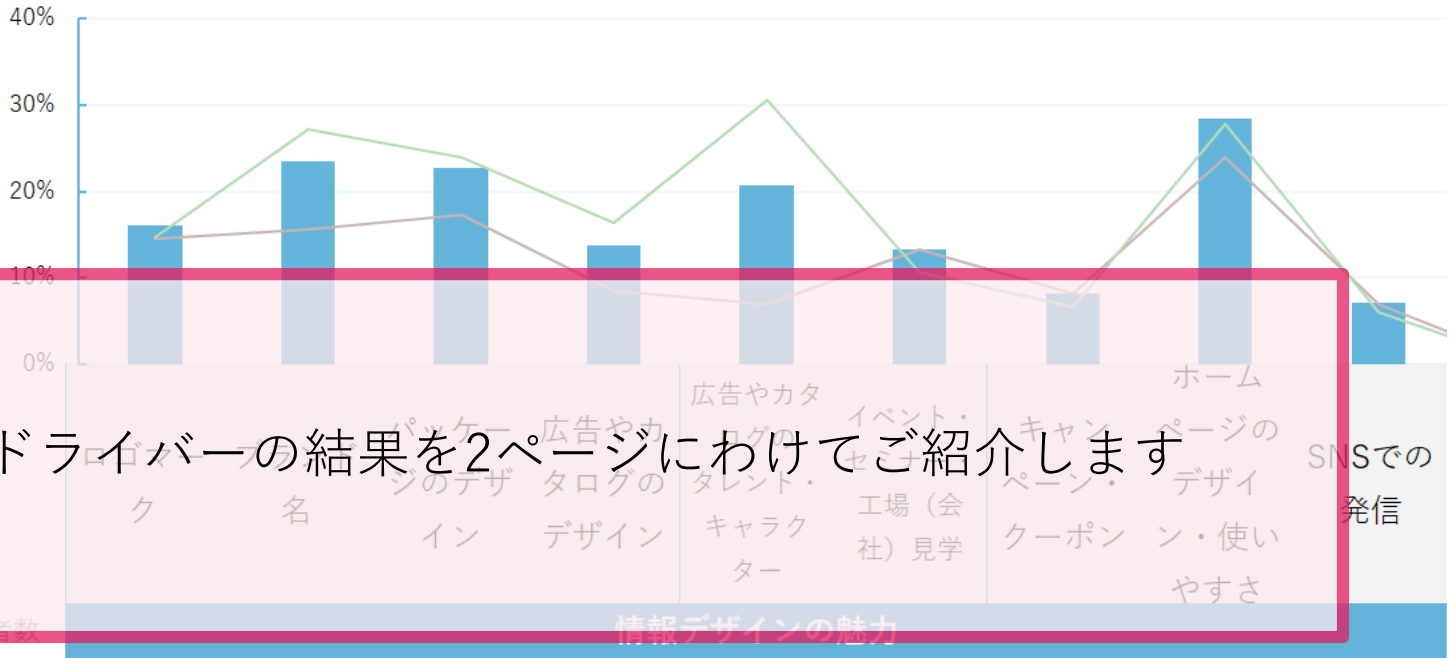
* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い

BUSINESSPERSON

バリュードライバー

(1/2)



<スコア (%)>

	回答者数	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	広告やカタログのタレント・キャラクター	イベント・工場（会社）見学	キャンペーン・クーポン	ページのデザイン・使いやすさ	SNSでの発信
A社	738	16.1	23.5	22.7	13.7	20.6	13.2	8.2	28.5	7.2
B社	738	14.5	15.6	17.3	8.5	7.0	13.3	8.2	23.9	7.0
C社	738	14.7	27.2	23.9	16.4	30.5	10.7	6.7	27.9	6.0

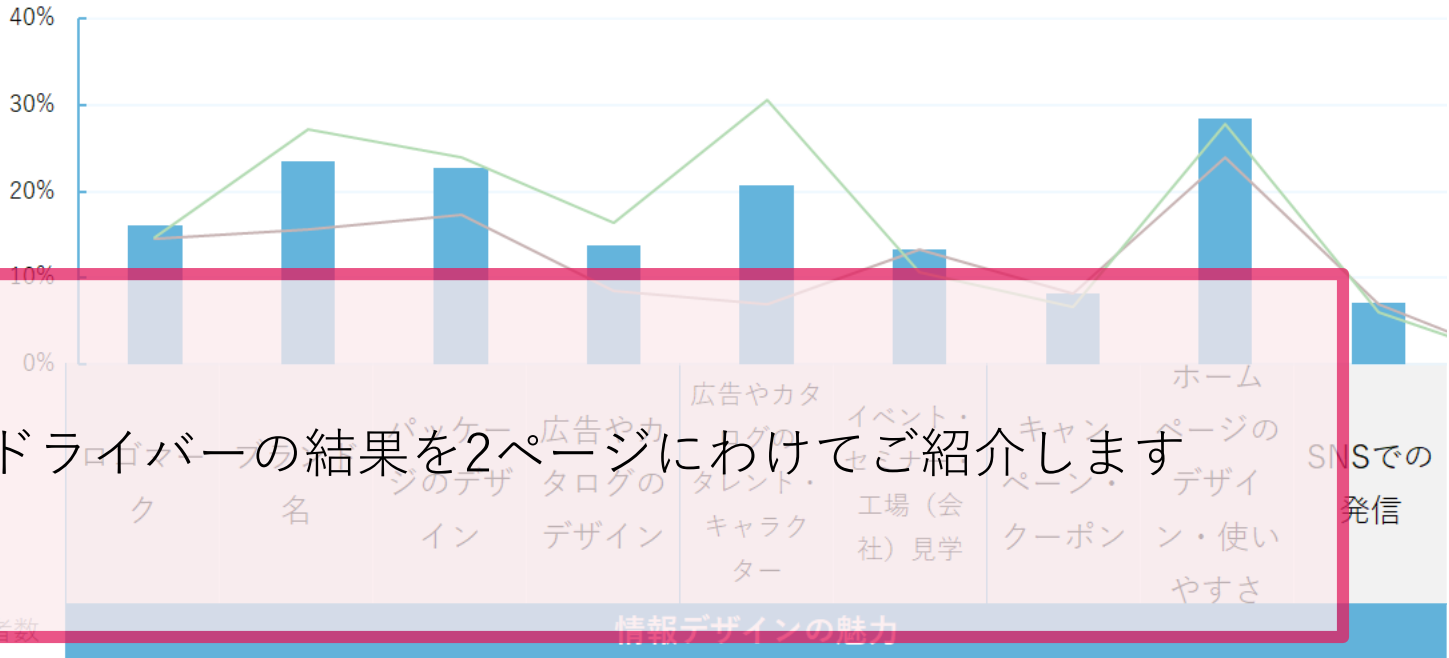
* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い

| BUSINESSPERSON

バリュードライバー

(2/2)



<スコア (%)>

	回答者数	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	広告やカタログのタレント・キャラクター	イベント・工場（会社）見学	キャンペーン・クーポン	ページのデザイン・使いやすさ	SNSでの発信
A社	738	16.1	23.5	22.7	13.7	20.6	13.2	8.2	28.5	7.2
B社	738	14.5	15.6	17.3	8.5	7.0	13.3	8.2	23.9	7.0
C社	738	14.7	27.2	23.9	16.4	30.5	10.7	6.7	27.9	6.0

* ■ : A社より5ポイント以上高い

■ : A社より5ポイント以上低い

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。