

ルーチン
調査は
効果ナシ?

定量・定性の**特性**を使いこなす

ブランドイメージ調査

経年推移の**重要性**

ONLINE

6/8 (WED)
12:00

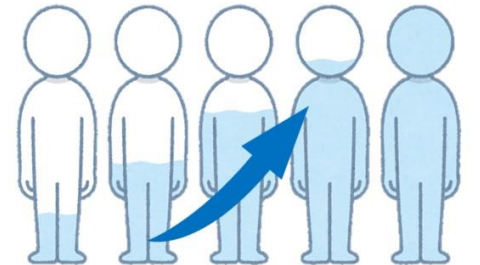
株式会社エスアールエー

角 泰範 (すみ やすのり)

代表リサーチャー&モデレーター

■ 簡単なプロフィール

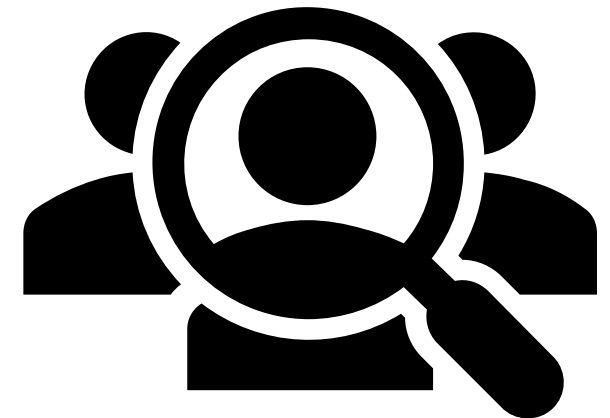
- ✓ 株式会社エスアールエー代表取締役社長。
- ✓ リサーチャーとして10年以上の経験。
- ✓ 定量・定性調査の企画設計から実査、分析・報告まで一貫して対応。
- ✓ 多変量解析などの統計的分析やモデレーターとして定性分析も対応。
- ✓ 年間およそ200セッションのモデレーション実績。
- ✓ 化粧品、自動車、食品、飲料、サプリメント、人材、IT、B2Bなど多くの業界のあらゆる分野の調査を定量・定性問わず行ってきました。



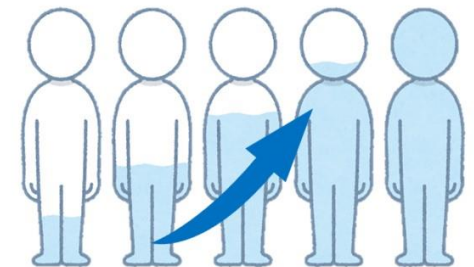
こんなことに困っている方いませんか？

ブランドイメージ調査をするけど役に立て方がわからない。
実際の業務との関わり方がわからない。そもそもブランドイメージ調査って何？
そもそもブランドって何かよくわからない。ブランドイメージとは何か？
ブランドイメージ調査をどう行えばいいかわからない。

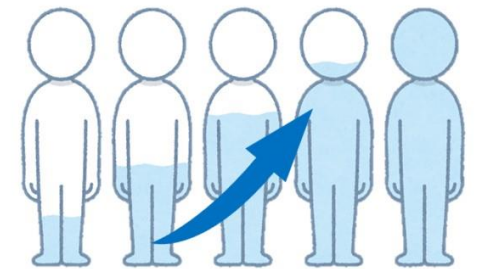
ブランドの理解



1. ブランド管理とは？
2. ブランド管理における調査との関係
3. 定性・定量調査からみるブランドイメージ調査
4. 質疑応答



1. **ブランド管理とは？**
2. **ブランド管理における調査との関係**
3. **定性・定量調査からみるブランドイメージ調査**
4. **質疑応答**



そもそもブランドとは

1. 商品やサービスを他の同カテゴリの商品やサービスと区別するための概念
2. 消費者側の商品やサービスに対するイメージ総体で、伝達メディア、消費体験、品質などあらゆる角度から作られたもの

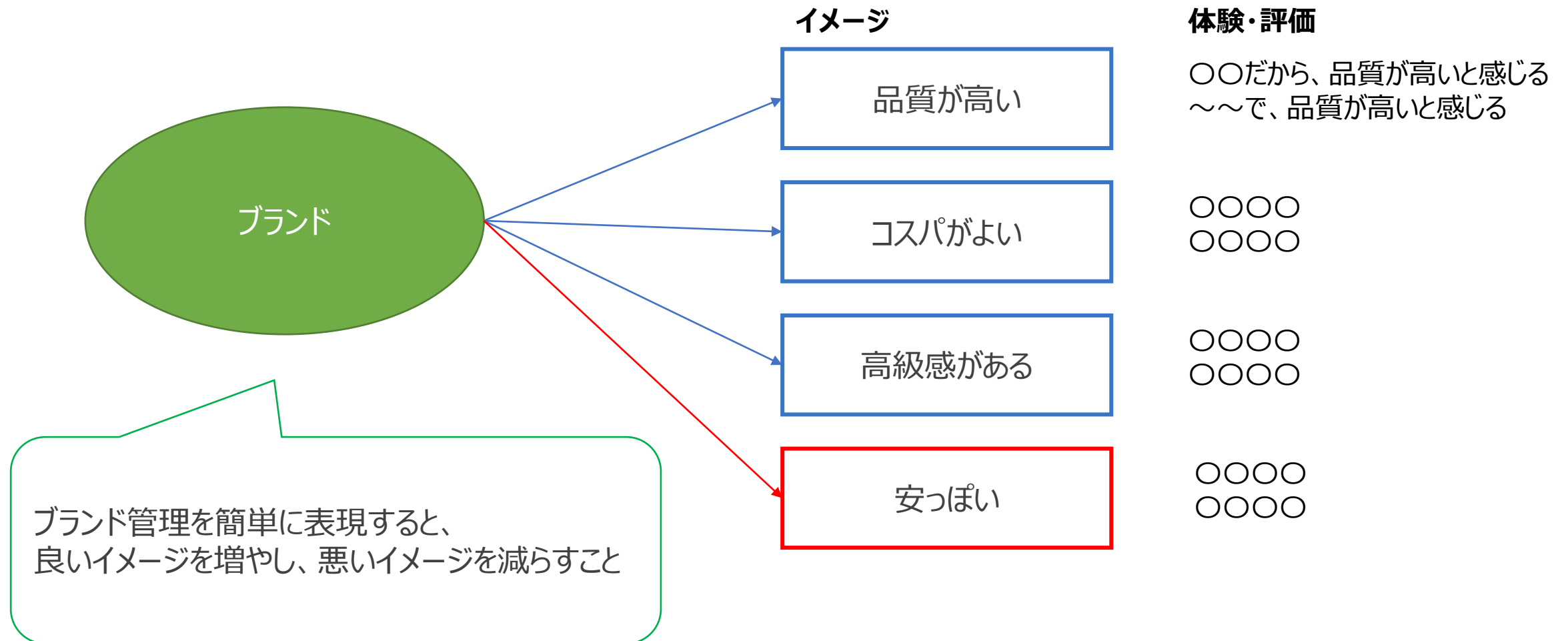


**ブランドとは、その消費者にとって「独自の役割」があり、
「特別な感情」が乗ったモノやサービス**

ブランド管理（ブランドマネジメント）とは

1. ブランドに対して「特別な感情」を抱いてもらうための活動
2. そのために、ロゴのレギュレーションなどのデザインポリシーの管理や利用体験を適切に管理することが求められる
3. ブランドが保有する資産や知的財産の管理、価格管理なども「特別な感情」を棄損しないように適切に行う
4. 市場環境の変化に合わせて、ブランドのポジショニングの管理などを行う

ブランド管理（ブランドマネジメント）とは



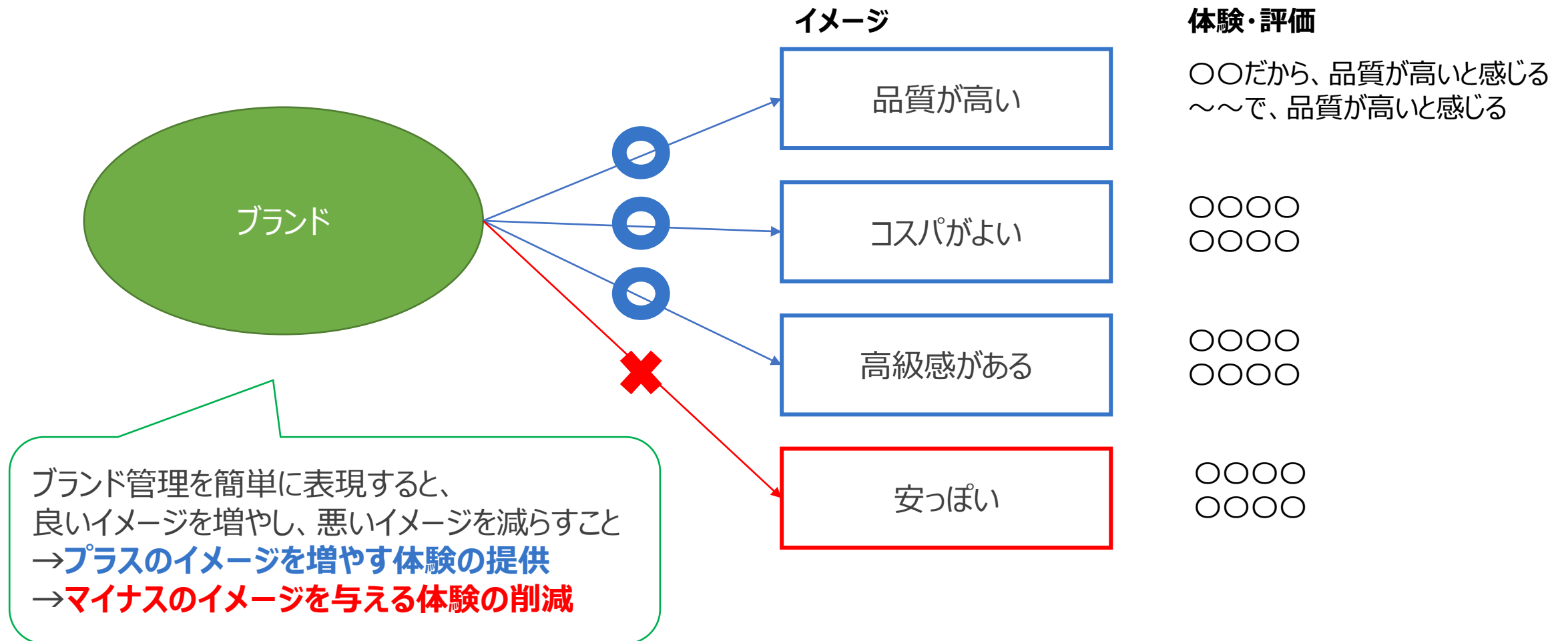
ブランド連想ネットワーク

ブランド管理をする上で、下記の観点は重要である

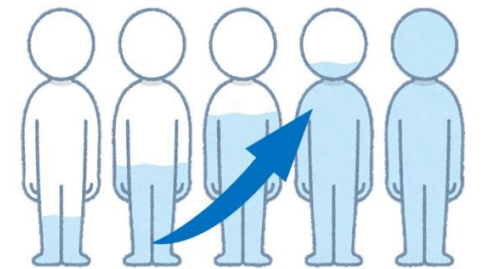
1. ブランドイメージの強さ
2. ブランドイメージの多さ
3. ブランドイメージの独自性

Keller 「望ましいブランドの在り方は、
強くたくましく、ユニークな連想イメージがある」

ブランド連想ネットワークによる分析



1. ブランド管理とは？
2. **ブランド管理における調査との関係**
3. 定性・定量調査からみるブランドイメージ調査
4. 質疑応答



ブランド管理と調査の関係性

生活者を通してブランドがどう映るか？
各施策がどう影響しているか？
それを調査により確認する



理想レベル

時の流れ

ブランド管理に活用するブランドイメージ調査とは

1. 定性調査→定量調査によるイメージ把握
2. 定性調査でイメージとそれにつながる体験・評価の収集
3. 定量調査でイメージをスコア化
4. 定期的にブランドの状態を把握していく



1. 今後強化していききたいブランドのイメージとは？
2. 新しく付与していききたいブランドのイメージとは？
3. 改善していくブランドイメージは何を改善していくのか？
(コミュニケーションか、サービスか等)

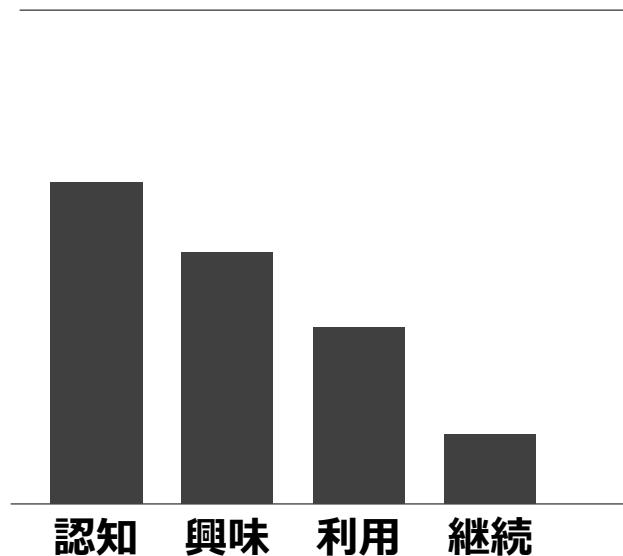
ブランド管理にゴールはないので定期的なチェックが大切

1. 経営に終わりはないのと同様にマーケティング活動にも終わりはない。つまり、ブランディングにも終わりはない
2. 自社のブランドが目指すべきあり方・姿であるかを定期的に把握していく必要がある
3. マーケティング戦略を踏まえて、自社ブランドのポジショニングがどのように変化していくのかという視点で調査を実施していくことが望ましい
4. 特に変わりゆく市場において自社のブランドの状態は把握しておくことが重要

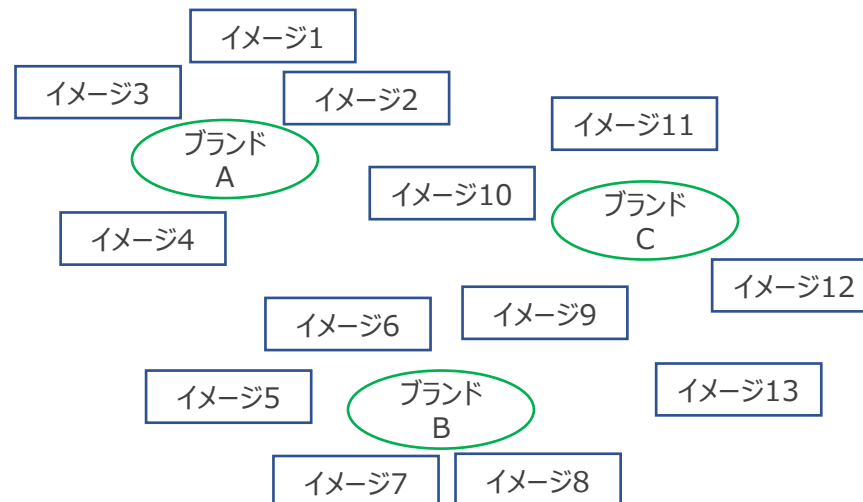
ブランド調査で把握しておきたいこと

1. 自社および競合ブランドのパーチェスファネル
2. 自社および競合ブランドのポジショニングマップ
3. 自社および競合ブランドの連想ネットワーク

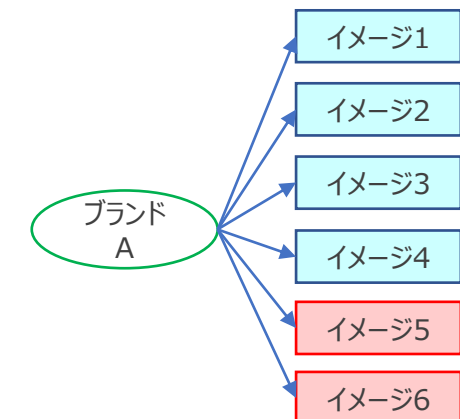
パーチェスファネル



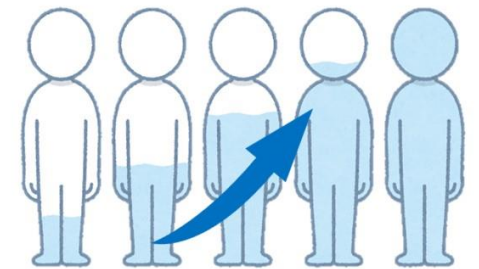
ポジショニングマップ



連想ネットワーク

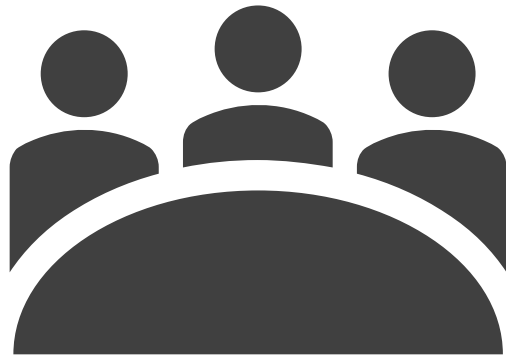


1. ブランド管理とは？
2. ブランド管理における調査との関係
3. 定性・定量調査からみるブランドイメージ調査
4. 質疑応答



ブランドイメージ調査の手順

定性調査（FGIが多い）



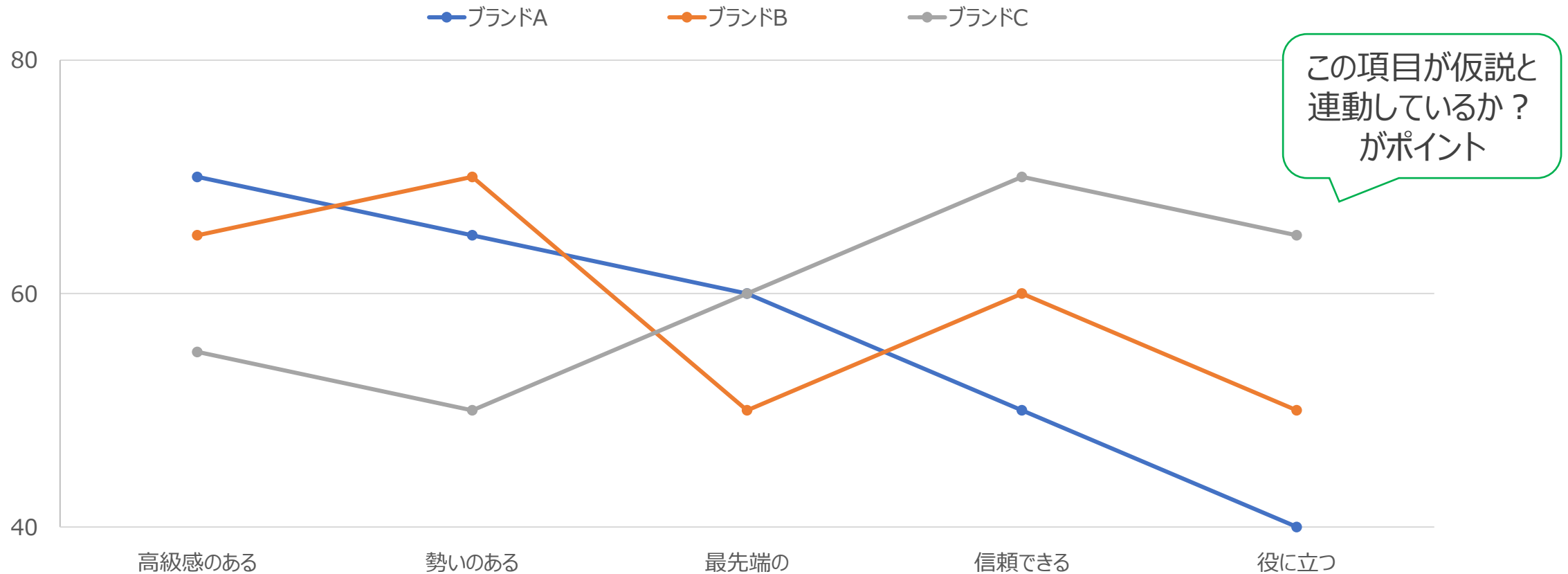
定量調査



定性調査を行う理由は？

1. 「今の」ブランドイメージを把握するため
2. ブランディングに関わる施策は常日頃行われているため、ブランドイメージに変化が起きる可能性がある
3. 定量調査用にピックアップしたイメージ項目は作成されてどれくらい経過したかを振り返り、定性調査の実施有無を判断
4. 景気の状態や社会動向、新サービスの台頭、競合との関係性などを踏まえてブランドのポジショニングとイメージをはかるために定性調査の実施有無を判断

それぞれのイメージ項目が定量化されて分析できるか？



定性調査・定量調査からブランド像をとらえるために

1. 定性調査ではブランドイメージとそのイメージにまつわる体験や評価を把握しておくこと
2. 特にそのブランドを持つとどんな「特別な感情」になるかを深堀していくこと
3. 定量調査では競合含む各ブランドのパーチェスファネルとポジショニングを把握すること
4. 定性調査で得られたイメージを定量化し、できればネガティブなイメージも聴取しておくこと

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|--|--|-------|-------|-----|-------|-----|-------|-------|-------|--------------|------|--------------|------|--------------|-------|
| 会社名 | 株式会社アスマーク | | | | | | | | | | | | | | | |
| 所在地 | <p>【本社】 〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4F TEL:03-5468-5101</p> <p>【八戸事業所】実査部 〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8F TEL:0178-20-8638</p> <p>【大阪事業所】営業部 〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL:06-6809-3457</p> <p>【福岡事業所】営業部・実査部 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6F TEL:050-5306-7274</p> <p>【横浜事業所】営業部・実査部 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 関内JSビル2F TEL:045-225-9063</p> <p>【長岡事業所】実査部 〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL:0258-86-4381</p> | | | | | | | | | | | | | | | |
| 創立 | 1998年12月 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 設立 | 2001年12月 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 資本金 | 50百万円(2022年11月末時点) | | | | | | | | | | | | | | | |
| 売上高 | 3,892百万円(2022年11月期) | | | | | | | | | | | | | | | |
| 役員 | <table border="0"> <tr> <td>代表取締役</td> <td>町田 正一</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>水城 良祐</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>飯田 恭介</td> </tr> <tr> <td>社外取締役</td> <td>木原 康博</td> </tr> <tr> <td>社外取締役(監査等委員)</td> <td>鈴木 親</td> </tr> <tr> <td>社外取締役(監査等委員)</td> <td>大内 智</td> </tr> <tr> <td>社外取締役(監査等委員)</td> <td>塩月 潤道</td> </tr> </table> | | 代表取締役 | 町田 正一 | 取締役 | 水城 良祐 | 取締役 | 飯田 恭介 | 社外取締役 | 木原 康博 | 社外取締役(監査等委員) | 鈴木 親 | 社外取締役(監査等委員) | 大内 智 | 社外取締役(監査等委員) | 塩月 潤道 |
| 代表取締役 | 町田 正一 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 取締役 | 水城 良祐 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 取締役 | 飯田 恭介 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 社外取締役 | 木原 康博 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 社外取締役(監査等委員) | 鈴木 親 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 社外取締役(監査等委員) | 大内 智 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 社外取締役(監査等委員) | 塩月 潤道 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 社員数 | 264名(2022年11月末時点) | | | | | | | | | | | | | | | |

調査のご相談はこちら



事業内容

- ・市場調査
- ・HR Techサービス
- ・RPA導入・運用支援
- ・労働者派遣事業(許可番号:派13-311841)

運営サイト

- ・アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)