

報道関係各位

インフォブリッジ、中国「ブランド力に関する調査」の結果を発表

～2009年ブランドランキング1位は、「招商银行(CMB)」～

中国・インドを中心としたアジアでマーケティングリサーチおよびコンサルティング事業を行う INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.(会社所在地:中国香港 Managing Director 繁田奈歩 以下:インフォブリッジ)は、2010年1月19日、中国における「ブランド力に関する調査」の調査結果を発表しました。

本調査は、中国三大都市在住の20代～40代男女におけるブランドに対する意識把握を目的としています。

【調査結果 TOPICS】

- 2009年ブランドランキング1位は、「招商银行(CMB)」
- ブランド力のある企業かどうか判断する際に使用する情報は、「自分の目」が74.4%
- 企業ブランドに必要と思うイメージは、「信頼できる」が53.3%

【調査概要】

調査タイトル	ブランド力に関する調査
調査目的	ブランドに対する意識の把握
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	北京、上海、広州にお住まいの20代～40代男女、個人所得のある方
調査国	中国
調査エリア	北京、上海、広州
調査会社	Embrain IB CHINA Co., Ltd.(インフォブリッジホールディングスの子会社)
調査期間	2009年12月21日～2010年01月04日
サンプル数	360サンプル
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド評価(機能的ベネフィット、情緒的ベネフィット、自己表現ベネフィット、価格相対価値商品) ・商品、サービスの選定重要ポイント ・各国企業の商品・サービスイメージ ・各国企業の商品・サービス好感度 <p>【用語説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 機能的ベネフィット:品質(サービス)が最も良いと思う商品(サービス) 情緒的ベネフィット:商品を所有(サービスを利用)することによって、良い感情(安心感・優越感)を得られると思う商品(サービス) 自己表現ベネフィット:商品を所有(サービスを利用)を利用することによって、自己表現できると思う商品(サービス) 価格相対価値商品:(サービス)がすべて同じ価格だった場合に、あなたが最も購入(使用してみたい)と思う商品(サービス)

【調査結果概要】

● 2009年ブランドランキング1位は、「招商銀行(CMB)」

2008年は純粋想起(選択肢を提示しないで、回答を得る手法)、2009年は助成想起(選択肢を提示しないで、回答を得る手法)で企業名を質問している。

純粋想起で質問した2008年では、中国人にとって身近であり、昔から親しまれている「Haier」が2位にダブルスコアで1位になっている。また、2008年の調査時期が北京オリンピック開催時期で中国人が愛国心が高まっていたため、中国国産ブランドで世界に誇れる「Haier」「Lenovo」が多く選ばれたと予測される。2008年の結果は中国人にとってよく知られている、身近であり、すぐに想起しやすい企業が上位に挙がっているといえる。

助成想起で質問した2009年では、「招商銀行(CMB)」「BMW」「IKEA」「MercedesBenz」など、2008年の純粋想起では選ばれなかった企業が挙がった。

これらの企業は、中国人にとって、企業という言葉と結びつきにくくすぐに想起されなく、純粋想起では選ばれなかったものの、実際に選択肢として提供されると、自分の気持ちに当てはまる企業を選ぶことができるので、上位に挙がったと思われる。

特に「招商銀行(CMB)」の純粋想起、助成想起での差が大きく表れた。「招商銀行(CMB)」は中国で国営企業ながらもサービスに力を入れている銀行で、中国人にすぐには想起されない企業ではあるものの、実際には“ブランド力”を感じている企業であるといえ、本当の意味でのブランド力を反映していると予測される。

中国ブランドランキング 2008年と2009年

		2009年	2008年			2009年	2008年
1位	招商銀行(CMB)	29.2	6.3	16位	CCTV	8.3	0.0
2位	NOKIA	26.7	30.2	16位	Google	8.3	2.0
3位	Haier	22.8	67.3	16位	ICBC	8.3	0.0
4位	China Mobile	20.6	20.5	16位	Microsoft	8.3	3.8
5位	Apple	18.1	10.6	20位	Coca-Cola	8.1	4.3
6位	BMW	17.5	4.5	21位	Amway	7.8	5.4
7位	IKEA	15.3	1.5	22位	ROLEX	7.2	0.0
8位	MercedesBenz	15.0	3.4	23位	Audi	6.9	0.0
9位	Sony	13.6	22.4	24位	Lining	6.7	1.8
10位	Lenovo	11.9	31.0	25位	中国銀行(BOC)	6.4	1.8
11位	Ferrari	11.7	1.8	25位	Christian Dior	6.4	0.0
12位	Taobao	10.8	1.7	27位	IBM	5.8	18.0
13位	Siemens	10.0	8.3	28位	HP	5.6	9.0
14位	Louis Vuitton	9.2	0.0	28位	Volkswagen	5.6	3.9
15位	Philips	8.9	2.9	30位	Canon	5.3	3.1

※2008年からダウン:青色、2009年からアップ

※質問形式の違い:2008年:純粋想起 2009年:助成想起(選択肢は2008年の結果を基に作成)。

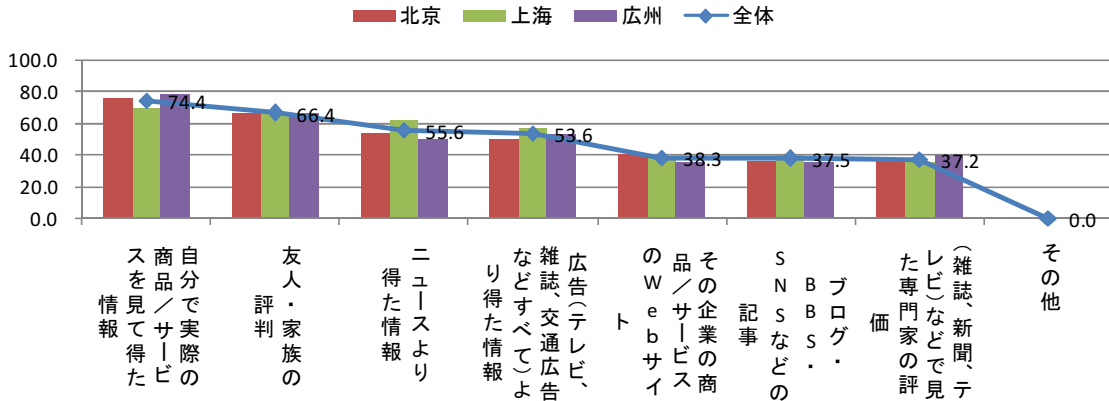
※数値は(%)

● **ブランド力のある企業かどうか判断する際に使用する情報は、「自分の目」が74.4%**

全体では、「自分で実際の商品/サービスを見て得た情報」が74.4%で最も高く、次いで「友人家族の評判」が66.4%、「ニュースより得た情報」が55.6%である。

地域別では、上海で「ニュースより得た情報」が62.5%と他地域に比べ高い。

Q: あなたが「ブランド力」のある企業かどうか判断する際に使用する情報をお答えください。

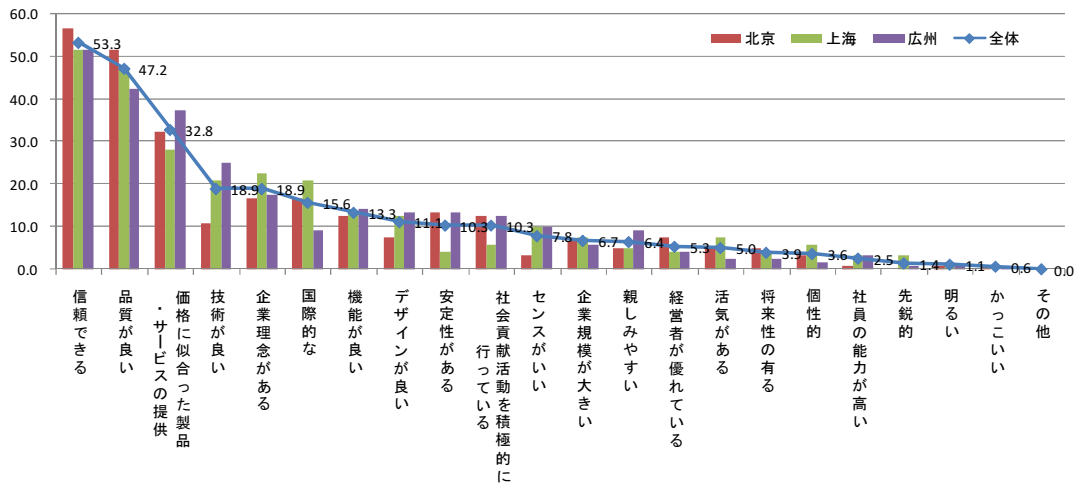


● **企業ブランドに必要と思うイメージは、「信頼できる」が53.3%**

全体では、「信頼できる」が53.3%で最も高く、次いで「品質が良い」が47.2%、「価格に似合った製品・サービスの提供」が32.8%である。

地域別では、上海で「国際的な」が20.8%と他地域に比べ高い。

Q:あなたがブランド力のある企業と聞いてイメージするのはどのような企業ですか？



以上



■インフォブリッジ社とは

インフォブリッジ社は中国とインドを中心にマーケティングサービスを提供する企業です。アジア進出企業皆様の知恵袋として中国、インド他アジアのさまざまな情報を提供し、クライアントの企業価値向上を目指します。

社名:INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.

設立日:2006年

代表者:繁田 奈歩

事業内容:マーケティングリサーチ事業、マーケティングコンサルティング事業、
情報発信事業、その他事業(ビジネスサポート)

●報道関係・各種メディアおよびレポート購入に関するお問い合わせ

INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.(www.infobridgeasia.com/)

◆東京オフィス(担当:小野健太郎)

住所:東京都港区六本木7-3-13 トラスティ5階

TEL:03-5770-3134 FAX:03-5770-3164

◆上海オフィス(広報担当:深水エリナ)

住所:9F C-D, Haiyi Building, No.310, TianShan Rd, Shanghai

TEL:+86-21-3353-8666 FAX:+86-21-3353-8781

◆東京オフィス・上海オフィス・デリーオフィス共通お問い合わせ

MAIL:info@infobridgeasia.com

お問い合わせ:INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.(www.infobridgeasia.com/)、MAIL:info@infobridgeasia.com

◆東京オフィス(担当:小野健太郎) TEL:03-5770-3134、◆上海オフィス(広報担当:深水エリナ) TEL:+86-21-3353-8666