

## 決定！ 2005年ブランドパワーランキング 1位は東京ディズニーランド、セブンイレブンは3年連続上位にランクイン 東急エージェンシー QBR™2005を発表

株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：久保恭一、資本金：36億3750万円、設立：1961年3月）は、QBR™2005を発表しました。

2005年のブランドパワーランキングは、調査対象382ブランド中1位は東京ディズニーランド。以下2位ハーゲンダッツ、3位セブンイレブン、4位モスバーガー、5位東急ハンズの順となりました。上位にはロングセラーブランドやヒットブランドなど、幅広い年代の方に知られていて、愛用されているブランドが数多く並んでいます。

このブランドパワーランキングは、ブランド理論の世界的権威として有名なケビン・ケラー米ダートマス大学教授が提唱するブランドビルディング理論に基づき、当社が2003年より開始したブランドパワーデータベース「QBR™」によるものです。「QBR™」は、2003年から調査を行っており、時系列で追跡することで、ブランドの健康診断を行うことが可能となっています。

### <2005 ブランドパワーランキング ベスト10>

順位		ブランド名	ポイント
2005	2004		
1		東京ディズニーランド	7,367.0*
2	1	ハーゲンダッツ	7,037.2
3	3	セブンイレブン	6,738.8
4		モスバーガー	6,711.6*
5	2	東急ハンズ	6,638.0
6	5	トヨタ	6,615.1
7	4	ソニー/AV	6,523.0
8		ナイキ	6,455.0*
9	101	伊右衛門	6,384.3
10		キューピー	6,285.0*

\* 2005年から対象となったブランド

ブランドパワースコアとは、

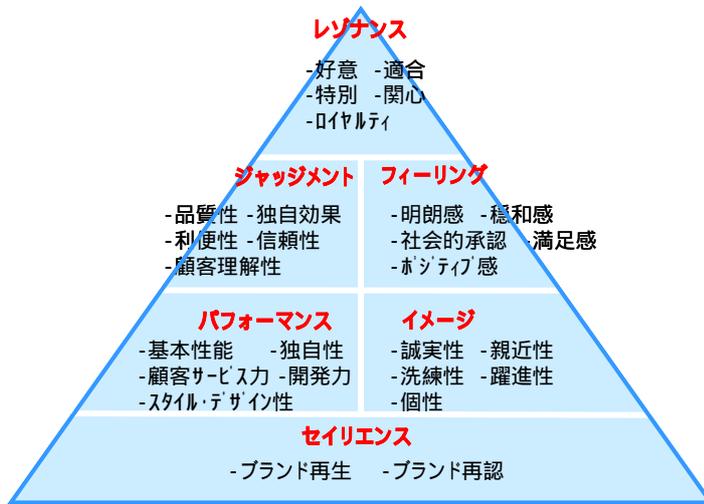
ブランド認知（セイリエンス：100点満点）

×ブランド共感（レゾナンス：100点満点）

最高値10000ポイント。

「QBR™」とは、当社オリジナルのブランドパワーに関するデータベースです。ブランド理論の世界的権威として有名なケビン・ケラー米ダートマス大学教授が提唱するブランドビルディング理論に基づいており、消費者から見た「ブランドパワー」を同社が独自に開発した27指標で数値化されています（次頁参照）。調査対象は食品、日用品、耐久財、サービス、企業ブランドなどの多岐にわたります。今回の調査では、企業ブランド、チェーン・ストアブランドを調査対象として数多く追加し、調査対象ブランド数は合計382ブランドに及んでいます。

<ブランドビルディングピラミッド™ 27指標>



同調査の特徴として、「包括性」「指示性」「汎用性」があげられます。「包括性」とは、ブランドパワーをブランド価値というマイクロ視点にとどまらず、ブランド認知やブランドとの関係までを含めた視点で包括的に捉えられる点です。また、「指示性」とは、ブランド構築ステップに沿って、ブランドパワーを引き上げる為に何を強化すべきかを指し示してくれる点です。最後に、「汎用性」とは、カテゴリー横断的な指標でブランドパワーを規定している為、幅広い領域での利用や応用が可能な点です。調査は今年で三年目になっており、ブ

ランドパワーの時系列分析も可能になっています。

自社ブランドや競合ブランドが調査対象になっていない場合でも、同社が調査設計と評価手法に関してノウハウを有している為、別途消費者調査を実施すれば同じサービスの提供が可能となっております。現在、様々な企業においてブランド管理に活用されるとともに、自社用にカスタマイズしたオリジナル調査を実施する企業も増えてきております。

【調査概要】

調査対象者：15～59歳の男女個人 計4720サンプル  
 性×年齢10歳毎に、各セル40S×10セル×11グループ  
 +各セル40S×8セル×1グループ

調査地域：首都圏30Kmエリア

標本抽出法：RDD（ランダム・デジッ・ダイヤリ）による世帯ランダム抽出

調査手法：電話調査 ブランド再生  
 郵送調査 利用状況、ブランド再認、ブランド評価 など

調査項目：ブランド認知（再生・再認）  
 ブランド価値評価  
 ブランドとの関係評価  
 今後の購入意向  
 その他（ブランド&カテゴリーの購入実態、フェイスシート等）

調査対象ブランド：78カテゴリー / 382ブランド

調査期間：2005年5月～6月  
 2003年5月から調査開始。今回で5回目。（2003、2004年は年2回実施）

## ケビン・レーン・ケラー氏 プロフィール

Kevin Lane Keller (ケビン・レーン・ケラー)



ケビン・レーン・ケラー氏は、戦略的ブランド・マネジメントと統合型マーケティング・コミュニケーションに関する国際的な研究者として知られている。現在、ダートマス大学経営大学院教授(マーケティング専攻)で、戦略的ブランド・マネジメントに関するMBAの選択科目とエグゼクティブ・プログラムを担当している。これまでにカリフォルニア大学バークレー校、ノースカロライナ大学チャペルヒル校、オーストラリア経営大学院(客員教授)、スタンフォード大学等で教鞭を執っている。

ケビン・レーン・ケラー氏が提唱する「顧客ベースのブランド・エクイティ」は、消費者行動の理論や概念を理解することを基盤に、ブランド・エクイティを構築し、測定し、そして管理するためのフレームである。1998年の著書『STRATEGIC BRAND MANAGEMENT』(2000年 東急エージェンシーより『戦略的ブランド・マネジメント』

邦訳出版)でこれを体系化し、世界的に実務家からも高い評価を得ている。2005年3月にはコトラー教授(Philip Kotler、ノースウエスタン大学)と共に『Marketing Management 12e』を出版している。

産業界にも積極的に関わっており、ディズニー、フォード、インテル、P & G、スターバックスなど世界的に成功しているブランドのコンサルティング活動を行っている。

2001年3月、東急エージェンシー40周年記念講演会に講師として初来日。同年東急エージェンシーと顧問契約を結び、最新知見の提供を行っている。

以上

この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

総務グループ広報担当 高橋、井上

03-3475-9382