

(ご参考)

2003年11月17日

博報堂

## 博報堂、「グローバル HABIT ブランド・ナビゲーター」開発

### 基本的なグローバルブランド情報を3分で分析・グラフ化

博報堂は、このたび、グローバル市場におけるブランドデータを数分で分析するシステム「グローバル HABIT ブランド・ナビゲーター」を開発し、11月よりサービスを開始することになりましたのでお知らせ致します。

博報堂では、2000年より、グローバル市場でのマーケティング・コミュニケーション戦略に活用するための生活者調査『グローバル HABIT』を毎年行い、データベース化しています。2002年度は、世界26都市の15～54歳の生活者約18,000名を対象に、27カテゴリー、約150ブランドについて調査したデータベースとなっています。

今回開発した「ブランド・ナビゲーター」は、得意先の市場エリアやカテゴリー、対象ブランド、ターゲットなど簡単な項目を入力するだけで、自動的に『グローバル HABIT』のデータベースからデータを集計、作表、分析を行い、数分間で30種類、約100枚ものグラフ集を作成するシステムです。この分析結果には、得意先ブランドの市場浸透度や、競合ブランドとの強み・弱み比較、ユーザーの特徴や重視点、ライフスタイルやメディア接触状況などが網羅されます。今回サービスを開始するのは、アジアの14都市を対象としたアジア版で、今後、欧米版も完成させる予定です。

これまで同様な分析を行うには、『グローバル HABIT』のデータベースを使用しても、数日かかり、オリジナルに調査を行えば数ヶ月かかっていました。本システムを使用することにより、基本的な調査や分析にかかるコストや時間を大幅に削減することが出来るようになり、迅速な得意先企業への提案を行うことが可能になりました。

博報堂では、本システムを活用し、国内外の得意先に対する海外におけるブランディング、マーケティング提案内容の質を一層充実させて参ります。

本件に関するお問い合わせ

広報室	平澤・宮川	tel	03-5446-6161
		fax	03-5446-6166
研究開発局	田中・室川	tel	03-5446-6153
		fax	03-5446-6190

## ブランド・ナビゲーター分析 アウトプット例

### ・得意先ブランドの市場浸透度

(使用率ランキング、自社と競合ブランドとの絆尺度、自社と競合ブランドのイメージ比較...など)

### ・競合ブランドとのロイヤリティ比較

(自社ユーザーのロイヤリティ、自社ユーザーの競合ブランド使用状況、自社ユーザーの競合に対する意向、競合ユーザーの自社ブランドへの意向...など)

### ・ユーザーのプロフィール

(デモグラフィック特性、商品重視点、カテゴリー選択重視点、購入重視点、ライフスタイル、生活意識、趣味、接触メディア、接触情報チャネル、テレビ視聴時間...など)

## グローバル HABIT 調査概要

調査都市(26都市/2002年)：

中国(上海・北京・広州)、香港、台湾(台北)、タイ(バンコク)、マレーシア(クアラルンプール)、シンガポール、韓国(ソウル)、フィリピン(マニラ)、インドネシア(ジャカルタ)、ベトナム(ホーチミン)、インド(デリー、ムンバイ)、米国(ニューヨーク、シカゴ、ロサンゼルス)、イギリス(ロンドン)、フランス(パリ)、ドイツ(ベルリン、フランクフルト)、イタリア(ミラノ)、スペイン(マドリード)、オーストラリア(シドニー)、日本(東京、大阪)

調査対象：15～54才の男女個人で、各都市500～800サンプル

日本は東京大阪合わせて5,000サンプル

調査時期：毎年(一部隔年)調査

調査方法：訪問面接調査(アジア)、訪問面接・留置(欧州)、郵送(米国)、訪問面接・郵送(日本)

主要調査項目：

デモグラフィック、ライフスタイル(エルダー意識、理想男性像/女性像、高級ブランド、サービス利用状況、旅行...etc)、メディア・情報接触、買い物、スポーツ、耐久財所有、カテゴリー知覚

<カテゴリー>27の商品・サービスとそのブランドについての認知・使用状況など

旅行、保険、エアライン、クレジットカード、自家用車、二輪車、AV製品、PC・プリンタ、携帯電話、家電、カメラ、複写機、時計、TVゲーム、フィルム、非アルコール飲料、たばこ、ビール、トイレタリー、化粧品、パーソナルケア商品、食品、バッテリー、エンジンオイル、タイヤ、インスタント食品、スナック菓子