

# 市場のポジショニングと ブランド構築

2019-09-11

2F0817ゲイル

## 主張

---

- ▶ 似たような製品がある場合には、消費者が重要視するのは製品の質よりもブランド・ロイヤルティの高さである。
- ▶ ブランドの構築が競争の勝因となる。

# 目次

---

1. ブランド・ロイヤルティの定義
2. 個別消費者行動分析
3. 考察
4. 類似製品の比較
5. ブランドの定義
6. ポジショニング
7. まとめ

# 1. ブランド・ロイヤルティの定義

---

- ▶ 顧客がブランドに対して持つ執着心の測度。
- ▶ 他ブランドを検討せずに、同じブランドを繰り返し購入する傾向の高さのこと。
- ▶ ブランドの使用から得られる満足度がブランド・ロイヤルティに強く影響を与える。[酒井18]

## 2. 個別消費者行動分析(1)

---

- ▶ 一人の消費者の心理や行動プロセスを認識対象とした消費者の反応を分析するもの。
- ▶ 消費者の購買意思決定モデル[田嶋18]

## 2. 個別消費者行動分析(2)

---

### ▶ 消費者の購買意思決定の諸段階

- 1、問題認識
- 2、情報探索
- 3、代替案評価
- 4、選択・購買
- 5、購買後評価

- ▶ 購買意思決定が単純化されてブランド・ロイヤルティが出現する。[菅野19]

### 3. 考察

---

- ▶ 製品の質は購買・使用しなければ分からない。
- ▶ 消費者は購買前に判断できる情報から製品を選択する。
- ▶ その中で類似製品がある場合、消費者は何を基準にして製品を選ぶのか。
  
- ▶ ブランド・ロイヤルティ。

## 類似製品の比較

---

### ▶ 「赤いきつね(東)」と「どん兵衛(東)」

#### 赤いきつね

国内販売シェア: 2位

希望小売価格: 193円

内容量: 96g

エネルギー: 432kcal

発売: 1975年  
[マル]

#### どん兵衛

国内販売シェア: 11位  
[東洋経済]

希望小売価格: 193円

内容量: 96g

エネルギー: 420kcal

発売: 1976年  
[日清]



## 5. ブランドの定義

---

- ▶ ブランドとは、ある企業や商品を示す諸要素の総体である。
  - ▶ 企業はブランドを通じて自分の存在を特定・保証することが可能である。
  - ▶ 消費者の側から見れば、特定のブランドを選べば、間違いなくそのブランドが通常提供する価値を獲得することができるだろうという期待。
- [斎藤18]

## 6. ポジショニング

---

- ▶ 消費者があるカテゴリーの複数あるブランドを想起したときに自社ブランドが最初に思い出されることを目標とする戦略。
- ▶ ブランドイメージを確立することであり、ブランドを消費者の目と心に印象づける作業である、と定義している。[酒井18]

## 7. まとめ

---

- ▶ ブランドの構築にはポジショニングが密接に関係している。
- ▶ ブランドを構築することで、消費者に無条件に製品を選んでもらうことができる。
  
- ▶ 繰り返し購買することの少ない高価な製品の方が消費者は製品を吟味するため、ブランド・ロイヤルティが出現しにくいのではないか。

## 参考文献1

---

- [斎藤18] 斎藤良平, ブランド戦略と知的財産, 情報と科学の技術, 68巻, 2号, 2018年, pp. 55-59.
- [酒井18] 酒井博章, 価格面で競争を仕掛ける新規参入者への対応—ブランド力の違いで異なる消費者のブランド選択プロセスを考慮したシミュレーション—, 大阪産業大学経営論集, 第20巻, 1号, 2018年10月31日, pp. 53-84.
- [田嶋18] 田嶋規雄, マーケティング・マネジメントの構造とマーケティング課題の戦略性, 拓殖大学経営経理研究, 第112号, 2018年3月, pp. 285-300.

## 参考文献 2

---

[菅野19] 菅野佐織, 消費者行動論, 第六回配布資料, (閲覧2019年09月11日) <http://yestudy.komazawa-u.ac.jp/2019/course/view.php?id=2840>

[東洋経済] 東洋経済ONLINE, (閲覧:2019年09月11日) <https://toyokeizai.net/articles/-/127104>

[マル] マルちゃん赤いきつねと緑のためき, (閲覧:2019年09月11日) <https://www.maruchan.co.jp/aka-midori/>

[日清] 日清のどん兵衛, (閲覧:2019年09月11日) <https://www.donbei.jp/>