

住宅メーカー（29社） ブランドパーセプション調査報告書

～生活者の住宅メーカー各社に対するブランドイメージを徹底説明！～

ブランドパーセプションとは・・・消費者がブランドをどう見ているかということ

ブランド認知率や利用率などは、いずれもブランドの量的広がりや大きさを捉える尺度です。これらは、ブランドの浸透状況を測定するものです。一方、ブランドパーセプションとは、消費者がブランドをどう見ているかに関する状況測定であり、ブランドイメージで測定させる質的な尺度といえます。

住宅メーカー29社のブランドイメージを説明！

住宅メーカー29社（裏面参照）について個別に「認知率」「ブランドイメージ」「購入重視点」などを調査。

全ての調査項目は性・年代・地域別のクロス集計でご提供致します。

住宅メーカー29社の購入検討経験率は？ 展示場の見学経験率は？

住宅メーカー別に「展示場の見学経験率」「購入検討経験率」「購入意向」「非購入意向」を調査。消費者の住宅メーカー各社へ対する意識を明らかにしました。

3階建て住宅について魅力を感じる点は？ 心配な点は？

3階建て住宅について「魅力度」「魅力を感じる点」「心配な点」「建築意向」などを明らかにしました。

報告書抜粋などは下記サイトをご覧ください。

➡ <http://www.mdb-net.com/original.html>

【連絡先・申込書送付先】

株式会社 日本能率協会総合研究所
マーケティング・データ・バンク

市場調査室 担当：大木、堀口
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2
東銀ビル9階

FAXフリーダイヤル：0120-881-284 Tel:03-6212-9125
e-mail:mdb-net@jmar.co.jp

購入申込書

FAXフリーダイヤル . 0120 - 881 - 284

200 年 月 日

住宅メーカー(29社) ブランドパーセプション 調査報告書	調査報告書 A4判(合計58頁) 集計報告書 A4版(合計139頁)	定価 80,000円(消費税別) MDB会員50,000円(")	部
	ローデータ 報告書とセット販売のみ	定価 80,000円(消費税別)	部
フリガナ	MDBメンバーコード		
貴社名			
所在地	〒	TEL. ()	FAX. ()
部署名		氏名	
e-mail			

本申込書にご記入いただくお客様の氏名、連絡先などの個人情報は 商品の発送・ご連絡および新商品・サービスのご案内に利用させていただきます。本主旨をご承知いただき、所定欄にご記入くださいますようお願い申し上げます。本調査の報告書ならびにデータは、ご購入いただいた企業内のみでの使用に限らせていただきます。

調 査 内 容 一 覧

・住宅メーカー29社のブランドパーセプションスコア(BPS)ランキング

住宅メーカーのブランドイメージ項目(9項目)の回答結果と、今後住宅メーカーを選ぶ時の重視項目(9項目)構成比からブランドパーセプションスコアを算出。

メーカー別のイメージ評価

- | | | | |
|---------------|----------------|----------------------|----------|
| * 一流である | * 信頼できる | * 顧客を大切に | * 親しみやすい |
| * アフターサービスがよい | * デザインがよい | * 品質がよい(造りがしっかりしている) | |
| * 商品企画力がある | * 品質にあった価格である。 | | |

・住宅メーカーイメージ調査

住宅メーカーの認知率ランキング、住宅展示場の見学経験率、購入検討経験率、購入意向、非購入意向、好感度ランキング、広告別接触ランキングなど

・3階建て住宅について

将来の住居形態、3階建て住宅の魅力度、魅力を感じる点、心配な点、建築意向とその理由

・プロフィール項目

性別、年代、未婚既婚、職業・身分、世帯人員、世帯主との関係、世帯年収、同居家族、購読新聞、チラシの閲読曜日、居住地(都道府県)、現在の住居タイプ

調査対象の住宅メーカー29社

アイフルホームテクノロジー	旭化成工業(ヘーベルハウス)	一条工務店
エス・バイ・エル(S×L)	木下工務店	三洋ホームズ
スエーデンハウス	住友不動産	住友林業
積水化学工業(セキスイハイム)	積水ハウス(セキスイハウス)	大成建設(パルコン)
大東建託	太平住宅(くらしすと)	大和ハウス工業(ダイワハウス)
中央住宅(ポラスグループ)	東栄住宅	東急ホーム(ミルクリーグ)
トヨタ自動車(トヨタホーム)	ナショナル住宅産業(パナホーム)	ニッセキハウス工業
野村ホーム	東日本ハウス	細田工務店
ミサワホーム	三井ホーム	三菱地所ホーム(三菱ホーム)
ユニバーサルホーム	ロイヤルハウス	

【調査概要】

調査方法 : 小社所有の「MDBネットサーベイ」利用によるインターネットリサーチ調査(WEBによる調査)
 調査対象者 : 全国20才以上の男女
 有効回答数 : 3576名
 調査実施期間 : 2003年4月15日～5月8日
 調査実施機関 : 株式会社日本能率協会総合研究所

【アウトプット】

2003年6月10日発行
 (1) 報告書A4判(合計197頁): 分析レポート、単純集計表・クロス集計表各1冊
 (2) フロッピー: 集計データ ローデータは別売
 (セット販売のみ)

【価格】

定価: 80,000円(消費税別)
 MDB会員価格: 50,000円(消費税別)
 本調査の報告書ならびにデータは、ご購入いただいた企業内のみでの使用に限らせていただきます。

【MDBネットサーベイ～販売中～】

2003年「サプリメント」に関する消費者調査
 ～生活者が捉える「サプリメント市場」を徹底調査
 サプリメント市場解明のための本格的調査データ～

100種類以上について個別にその「効用認知」「使用経験」「現在使用状況」「使用意向」を調査。

サプリメントを利用する「目的」「購入重視点」「必要な情報」を解明

日本サプリメント協会の協力を得て調査遂行

- ・ 調査対象 : 全国20才以上の男女
- ・ 有効回答数 : 3661名
 なお、「」. サプリメント別消費者浸透状況のみ、実査を3分割して行ったため
 約1000名
- ・ 調査期間 : 2002年9月25日～10月18日

【MDBネットサーベイ～近日発売予定～】

「デジタル映像機器に関する購入実態」調査報告書
 7月発行予定

デジタルカメラ、デジタルビデオカメラ、動画撮影機能付き携帯電話、小型ムービーカメラについて、個別に「利用頻度」「利用用途」「購入時期」「購入重視点」などを調査
 「今後の購入順位」「シーン別に適していると思う機器」をデジタル映像機器別に明らかにします。

「キッズコスメ」に関する調査 7月発行予定

キッズコスメの「認知度」「所有率」「利用頻度」「購入場所」「ブランド別認知度」「購入重視点」など
 キッズコスメを所有していない理由、親からみた「化粧品」