

2019年12月吉日

各位

**トライバルメディアハウス、ブランドに対する「熱狂度」「推奨意向度」や
熱狂者の特性を明らかにする『熱狂ブランド調査 2019』を公開**
新たに「定額制音楽配信サービス」含む20カテゴリー197ブランドを調査、レポート販売を開始

「ソーシャルエコノミーでワクワクした未来を創る。」をミッションに掲げるトライバルメディアハウス（本社：東京都中央区、代表取締役社長：池田紀行、以下「トライバル」）は、このたび4年連続の実施となる『熱狂ブランド調査』の調査レポートを公開いたしました。2019年度は「定額制音楽配信サービス」を新たに含む20カテゴリー、197ブランドの「熱狂度」「推奨意向度」や熱狂者の特性を調査するとともに、オンラインストアにてブランド名入り調査レポートの販売を開始いたしました。



▼トライバル オンラインストア (STORES.jp)

<https://tribalmedia.stores.jp/>

調査の背景

トライバルでは、ブランドの持続的な成長を実現するためには「顧客のロイヤリティ」や「ブランドに対する愛情」によって得られる売上こそが重要であると考え、2015年から顧客の熱量を軸にした『熱狂ブランドマーケティング』という独自のマーケティング手法を提唱しています。さらに、顧客が熱狂しやすい（もしくは熱狂しにくい）業界やブランドの傾向把握を目的として、特定のカテゴリ

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞

株式会社トライバルメディアハウス 広報担当 秋元

Tel : 03-6369-0800 Mail: pr@tribalmedia.co.jp

リーとブランドにおける顧客の「熱狂度（ブランドに対する顧客の愛情の強さ）」と「推奨意向度（顧客のブランドに対するロイヤルティを測定する指標）」を掛け合わせた『熱狂ブランド調査』を2016年から毎年実施してまいりました。

4年目となる2019年度の調査では対象となるカテゴリーを見直し、「定額制音楽配信サービス」「デジタル一眼カメラ」を新たに含む20カテゴリー、197ブランドを対象に、熱狂者比率（熱狂度「High」をマークした顧客の割合）と熱狂的推奨者比率（熱狂度が「High」、かつ推奨意向度「9～10」をマークした顧客の割合）の業界間比較、業界内ブランド間比較を実施しています。

また、今年は企業の宣伝・広報・マーケティング部の方が自社・他社の顧客の熱狂度・熱狂的推奨者比率などを把握するだけでなく、ブランドの持続的な成長を実現するためのマーケティング戦略を検討するうえでもご活用いただけるようブランド名が入った調査レポートをオンラインストアで販売いたします。

調査概要

- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査日程：2019年9月20日～10月29日
- 調査地域：全国
- 調査対象：以下、20カテゴリー・全197ブランド（カテゴリーごとに8～10ブランドを調査）

ビール/お茶/アイスクリーム/スナック菓子/チョコレート菓子/女性用シャンプー/洗濯洗剤/ポイントメイク用品/ スキンケア・ベースメイク用品/ファストファッション/百貨店/ファーストフード/コーヒーチェーン/ノートPC/ デジタル一眼カメラ/自動車/テーマパーク・遊園地/航空会社/ランニングシューズ/定額制音楽配信サービス

- 本調査回答数：152,150サンプル（20カテゴリー全体）
- 回答者の属性：20～69歳の男女（調査会社が保有する調査パネル）

【性別】男性：42.2%、女性：57.8%

【年代】20代：8.5%、30代：23.1%、40代：29.4%、50代：25.3%、60歳以上：13.6%

※女性用シャンプー、洗濯洗剤、ポイントメイク用品、スキンケア・ベースメイク用品は女性のみで調査

2019年度調査の特徴

今年度は、大手企業の熱狂ブランドマーケティングの支援を通じて明らかになった“熱狂者の性格や行動”を20項目に定義して調査した結果、以下の3点が明らかになりました。

■ ポイントメイク用品の熱狂者は、「SNSで紹介された商品は気になる」「SNS（FacebookやTwitter、Instagramなど）は欠かせず毎日見る」と回答した割合が他カテゴリーに比べて高く、20カテゴリーの中でもSNSを活用した情報収集に積極的だと考えられる。

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞

株式会社トライバルメディアハウス 広報担当 秋元

Tel : 03-6369-0800 Mail: pr@tribalmmedia.co.jp

■ 定額制音楽配信サービスの熱狂者は、20項目のほとんどが他カテゴリーよりも高い傾向があり、20代の比率が多いことや情報感度が高いことが要因と推察される。

■ ポイントメイク用品/デジタル一眼カメラ/テーマパーク・遊園地/定額制音楽配信サービスの熱狂者は、「自称〇〇オタクと言える趣味がある」と回答した割合が高い。

レポート一覧

以下4種類のレポートを公開しています。

	簡易レポート	全調査レポート	カテゴリーレポート	ブランド別レポート
価格	¥0	¥300,000	¥100,000	¥30,000
特徴	各カテゴリーの熱狂者／熱狂的推奨者比率のみわかります (ブランド名はすべて匿名)	全カテゴリー、全ブランドの調査結果がわかります	購入したカテゴリーにおける6~10ブランドの調査結果がわかります	購入したブランドの結果のみわかります
メリット (こんな方におすすめ)	どんな調査結果が載っているかを確認してみたい方	カテゴリーの枠を超えて、ファンの多いブランドやファンの特性を理解し、自社の戦略・施策に活かしたい方	自社と競合他社の違いを明確に比較したい方	まずは自社や競合他社の数値を確認してみたい方

※金額はすべて税込です

購入方法

各調査レポートは、以下のオンラインストア（STORES.jp）から購入いただけます。

<https://tribalmedia.stores.jp/>

※本調査の対象は197ブランドですが、調査サンプル数の都合により販売対象は190ブランドになっていますので、ご了承ください。

※請求書での購入をご希望の方は、トライバルの[問い合わせフォーム](#)へご連絡ください。

調査内容に関する問い合わせ先

株式会社トライバルメディアハウス
コーポレートデザイン部 亀井
info@tribalmedia.co.jp

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞
株式会社トライバルメディアハウス 広報担当 秋元
Tel : 03-6369-0800 Mail: pr@tribalmedia.co.jp

=====

会社概要

株式会社トライバルメディアハウスは、「ソーシャルエコノミーでワクワクした未来を創る。」というミッションのもと、大手企業のマーケティング支援からソーシャルメディアに関するツールの開発・提供まで幅広く手がけています。

社名：株式会社トライバルメディアハウス

本社所在地：東京都中央区銀座2-15-2 東急銀座二丁目ビル

代表取締役社長：池田紀行

事業内容：デジタルマーケティング事業

<https://www.tribalmedia.co.jp/>

=====



Tribal Media House

<本リリースに関するお問い合わせ先>

株式会社トライバルメディアハウス 広報担当 秋元

Tel : 03-6369-0800 Mail: pr@tribalmedia.co.jp