

< 報道関係各位 >

2007 年 7 月 26 日

エーシーニールセン・コーポレーション株式会社  
ソネット・エムスリー株式会社

**ブランド力を定量化 製薬企業向けに Winning Brands™ 調査サービスを提供開始  
～ 10,000 以上の製品で実績をもつブランド力評価基準、医薬業界でも ～**

エーシーニールセン・コーポレーション株式会社(本社:東京都港区 代表取締役社長:マンゴ ギルク  
リスト URL:<http://jp.acnielsen.com/> 以下: エーシーニールセン )とソネット・エムスリー株式会社  
(本社:東京都港区 代表取締役社長:谷村 格 URL:<http://www.so-netm3.co.jp/> 以下:エムスリー)  
は、製品のブランド力を定量化する「Winning Brands™ (ウイニングブランズ)」の販売を開始いたします。

**世界中で適応される “ブランド力” の評価指標を初めて日本の医薬品業界へ**

昨今、処方箋に後発品処方可を確認する欄が設けられるなど、後発品の処方促進の流れが、加速する中、製品の “ブランド力” はますます重要視されています。そのため、ブランド力の強さを直感的に理解しやすい形に数値化するニーズが高まっています。

世界最大の市場調査会社エーシーニールセンが開発した独自の調査モデルである「**ウイニングブランズ**」は、これまでに世界中の 10,000 以上もの消費財のブランド力を測定してきました。そしてこの度、医薬品においても “ブランド力” を測定し分析するサービスの提供を開始することが決定いたしました。「**ウイニングブランズ**」においてブランド力の評価指標である BEI (=Brand Equity Index) とその市場シェアには、消費財の世界では非常に強い相関があることが明らかになっており、BEI は単にブランド力を定量化するだけではなく、どのようにしてブランド力を高めればよいか示唆を与えるデータも提供します。

「**ウイニングブランズ**」の主なメリットは以下の通りです。

**製品のブランド力を数値化**: 各製品のブランド力を数値化。ノーム値を用いることで、他剤や身近な消費財との比較が可能。

**項目別にブランド力への影響度を測定**: “製品特性” や “企業イメージ” “広告” など、各項目がどれだけブランド力に影響を与えているかが分かるため、どの項目に注力すればよいかの判断が可能。

**製品に対する顧客の状況を把握**: 製品認知 処方 他の医師に推薦する、など段階別に医師のロイヤリティの状況把握が可能のため、自社のブランドの処方増加に、最も効果的な段階の特定が可能。

**“企業イメージ” が製品のブランド力に寄与する割合は 2 割**

「**ウイニングブランズ**」は既にいくつかの疾患領域において実施されています。AT 受容体拮抗剤 (ARB) を対象とした調査では、ほとんどの製剤が「強いブランド」と診断され、広く親しまれている緑茶飲料のトップ 3 ブランドと同等レベルの高いブランド力があることが分かりました。また、項目別にブランド力への影響度を測定した結果、ARB においては “企業イ

メージ”がブランド構築に寄与する割合が2割を占めることがわかりました。その他、降圧効果、降圧以外の効果、製品広告など、それぞれ項目別に寄与する度合いが明らかにされています。

既にBEI調査に関する問い合わせは多数寄せられていることから、今後、さまざまな疾患領域で調査を実施する予定です。

**<編集部・整理部の皆様へ>**

弊社名を表記いただく際には、「ソネット・エムスリー」あるいは「エムスリー」とご記載ください。「ソネットM3」「M3」等の表記は避けていただきますよう、お願い申し上げます。

**<会社概要>**

社 名：エーシーニールセン・コーポレーション株式会社  
所 在 地：東京都港区六本木 4-1-4 黒崎ビル  
代 表 者：代表取締役社長 マンゴ・ギルクリスト  
U R L：<http://jp.acnielsen.com/>

社 名：ソネット・エムスリー株式会社  
所 在 地：東京都港区芝大門 2-5-5 住友不動産芝大門ビル 12 階  
代 表 者：代表取締役社長 谷村 格（たにむら いたる）  
U R L：<http://www.so-netM3.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先

エーシーニールセン・コーポレーション株式会社  
Tel：03-5573-9308  
e-mail：kaneko.yuta@acnielsen.co.jp  
担当：金子