



事例から学ぶ ブランド価値の4つの構造



名古屋経済大学経営学部

らしさを生み出すブランドづくりを企業とともに考える
体験型プロジェクト

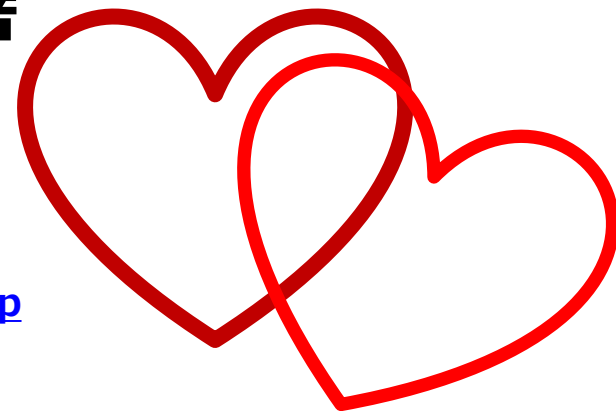
徐 誠敏 & 李美善

2016年 10月25日(火)

犬山キャンパス 7D2

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/

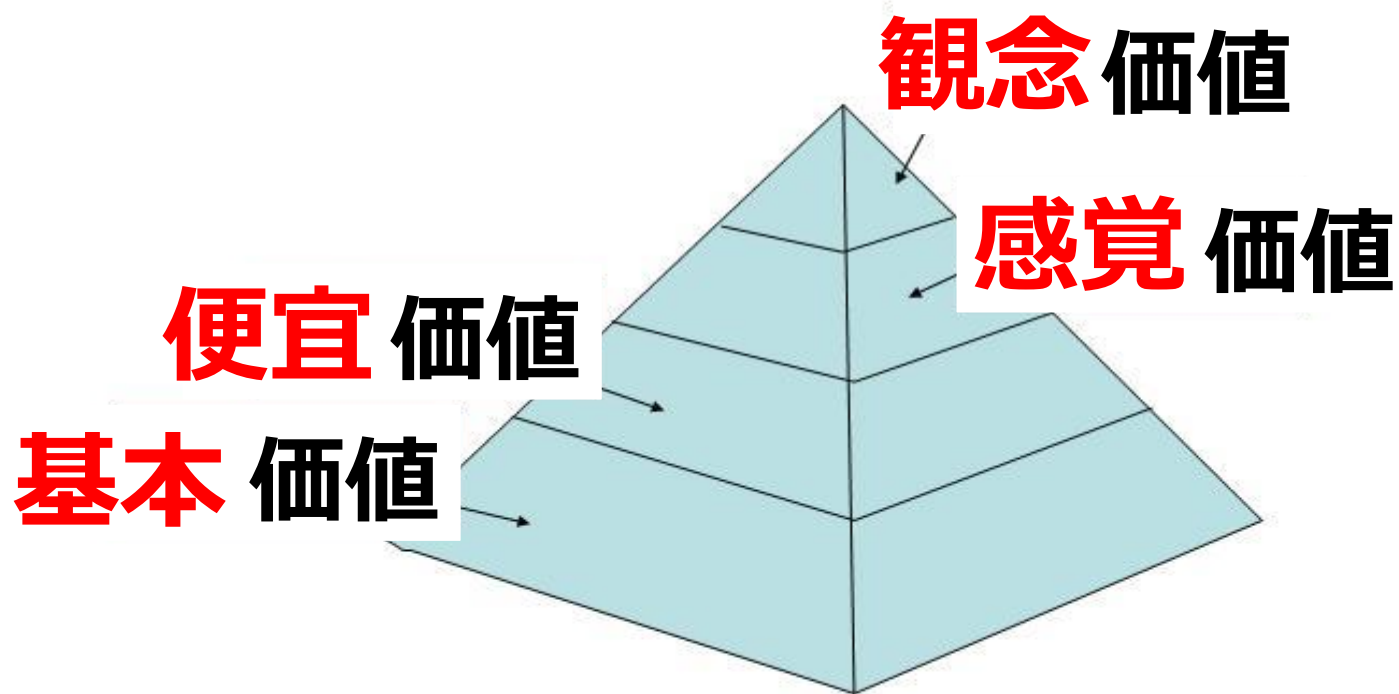


本日の贈る言葉

**「成功するには、成功するまで
決してあきらめないことだ」**

By アンドリュー・カーネギー

ブランド価値の4つの構造

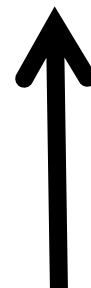


和田充夫[2002]『ブランド価値共創』同文館出版、19頁をもとに作成。

ここでいう価値とは

(**Customer**) & (**Consumer**)

Value is What you (**want**)



価値とは、(**顧客**) ・ (**消費者**) が企業(**製品**)
・ (**サービス**) に対して(**求める**)ものである。



顧客・消費者が(価値)を決める!



顧客・消費者は、企業が提供する

製品・サービスなどに対して、

それらに(価値)があるかどうか、最終的

に(購買意思)決定権を持っている。



ここでいう価値とは

顧客・消費者は、企業が提供する

製品・サービスなどに対して、

それらに価値があるかどうか、

最終的に購買意思決定権を持っている。

ブランドの基本価値

洗剤は汚れを取る機能

時計は時を刻む機能

ブランドの便宜価値

(使いやすさ、使い勝手)

Usability(ユーザービリティ)

便宜価値とは、製品を便利に入手でき

便利に(使用)(消費)しうる価値である。

ブランドの感覚価値

感覚価値は、

製品が(**五感**)に訴える(**魅力**)であり、

広告コミュニケーションなどは

それを高める効果を持っている。

感覚価値はまた、(**イメージ**)という側面から

捉えられることが多い

ブランドの感覚価値

感覚価値は、

製品が五感に訴える魅力であり、
広告コミュニケーションなどは
それを高める効果を持っている。

ブランドの感覚価値

感覚価値はまた、

イメージという側面から

捉えられることが多い

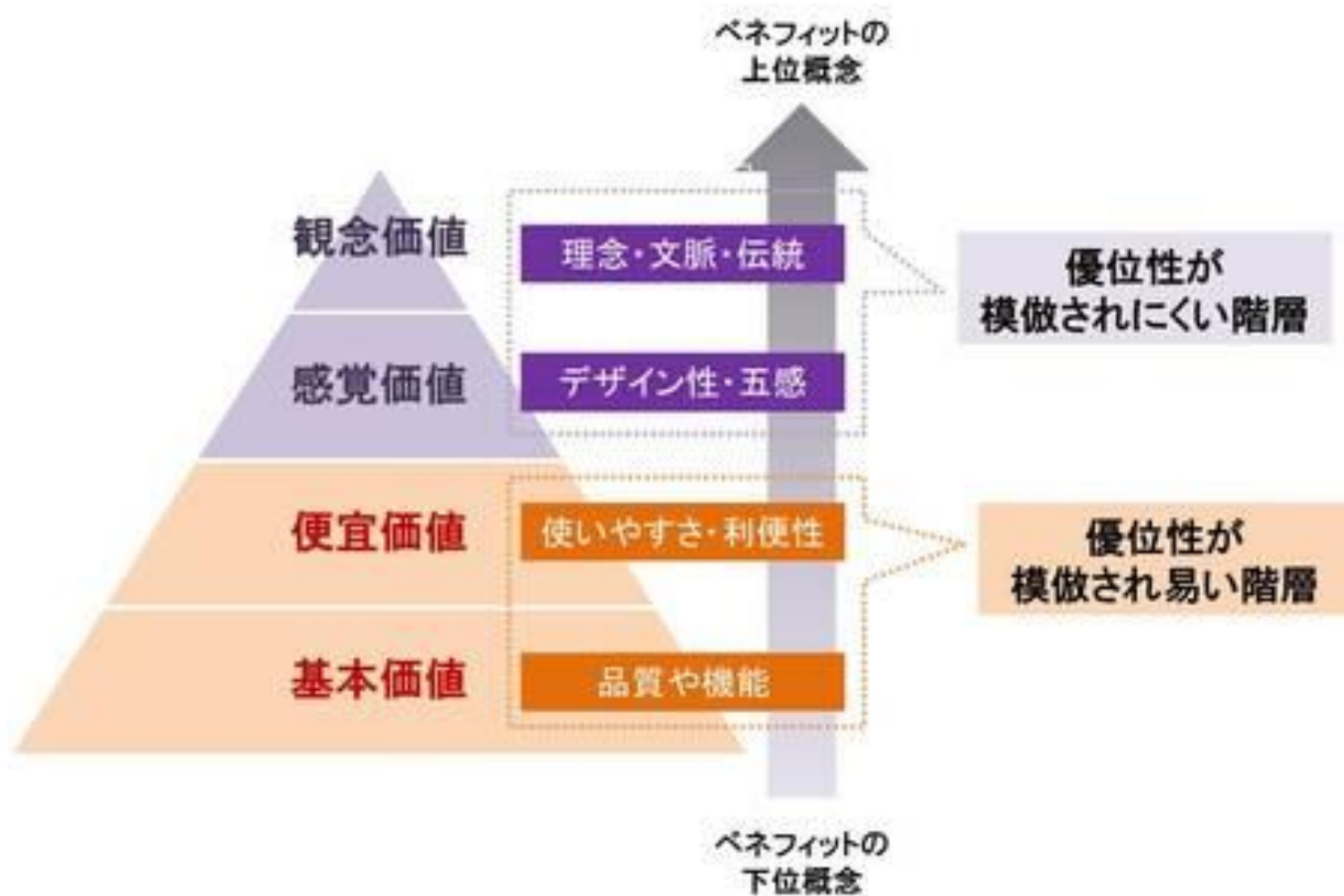
ブランドの観念価値

観念価値は、製品そのものや広告コミュニケーション、ブランドの(**使用経験**)から消費者が抱く(**物語性**)、伝統、(**哲学**)、(**理念**)などを指す。

ブランドの観念価値

**観念価値は、製品そのものや広告
コミュニケーション、ブランドの
使用経験から消費者が抱く
物語性、シナリオ、文脈などを指す。**

ブランド価値の4つの構造



出所 : <http://contentsdesign.sagafan.jp/c18244.html>。



それぞれの事例を通して ブランド価値の4つの構造に ついてプレゼン(* ^-^ *)



それぞれの企業のブランド価値の
4つの構造(基本価値⇒便宜価値⇒
感覚価値⇒観念価値)について考えながら、
それに関する事例を作成中(★^-^★)



それぞれの企業のブランド価値の4つの構造(基本価値⇒
便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について考えながら、
それに関する事例を作成中(★^-^★)



尾崎 恒紀君のマクドナルドのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について、 プレゼン中(★^-^★)



尾崎 恒紀君のマクドナルドのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について、 プレゼン中(★^-^★)



尾崎 恒紀君のマクドナルドのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について、 プレゼン中(★^-^★)



リトルマンちゃんのコカ・コーラのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



リトルマンちゃんのコカ・コーラのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



リトルマンちゃんのコカ・コーラのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



レヴァン 君のスシローのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



レヴァン 井ノ君のスシローのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



レヴァン 紅ン君のスシローのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



金一男君のナイキのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



金 一男君のナイキのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



金 一男君のナイキのブランド価値の4つの構造 (基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



バイティフォンちゃんのゴディバのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ブイティフォン ランちゃんのゴディバのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ブイティフォン ランちゃんのゴディバのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ガイウェイトウ君のセブンイレブンのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



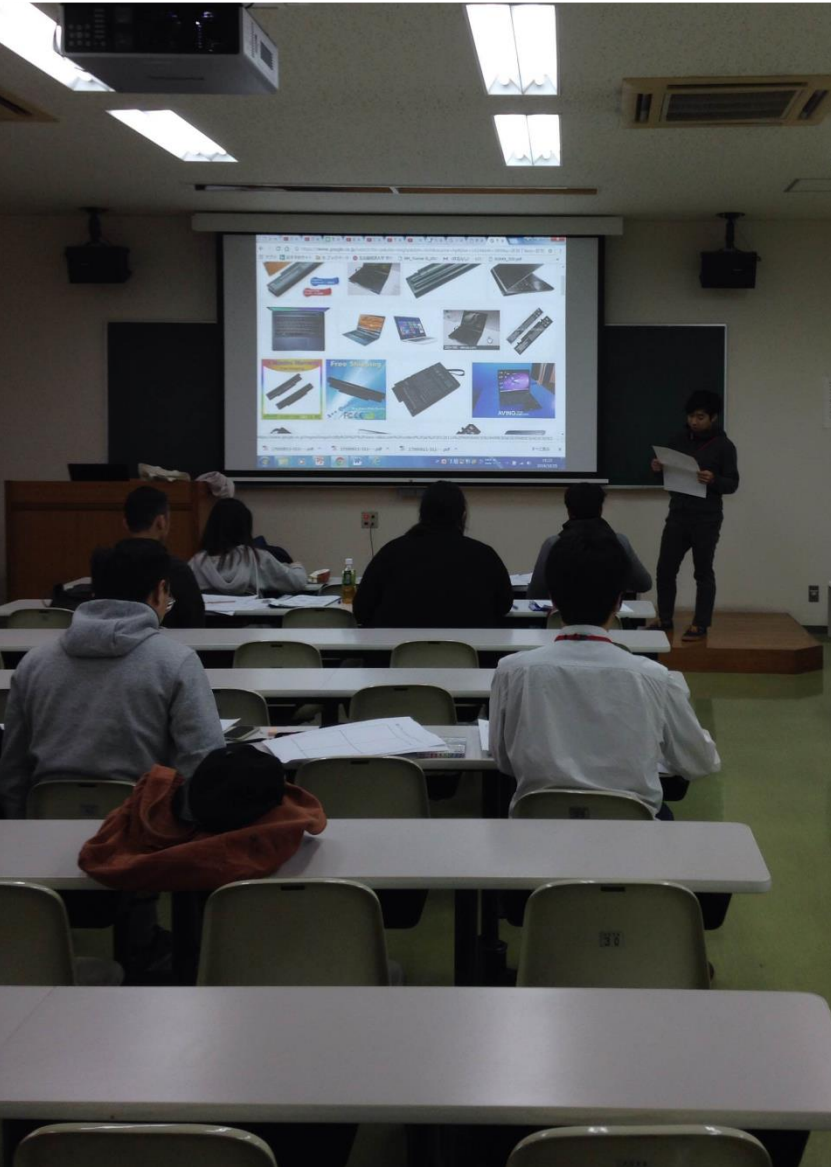
ガイウェイトウ君のセブンイレブンのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



林 泰熙君のサムスン電子のPCブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



林 泰熙君のサムスン電子のPCブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



林 泰熙君のサムスン電子のPCブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



岡崎 未佑衣ちゃんのカシオのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



岡崎 未佑衣ちゃんのカシオのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



岡崎 未佑衣ちゃんのカシオのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



トバントアット君のナイキのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



ト バントアット君のナイキのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



ト バントアット君のナイキのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



ダンタイン 君のセイコーのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ダンタイン 君のセイコーのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



ダンタイン 君のセイコーのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



三輪 杏菜ちゃんの匠包丁のブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



三輪 杏菜ちゃんの匠包丁のブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



三輪 杏菜ちゃんの匠包丁のブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



李ファン君のナイキのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



李ファン君のナイキのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



李ファン君のナイキのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



山田 祥喬君のスーパーマーケットバローのブランド価値の4つの構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について、プレゼン中(★^-^★)



山田 祥喬君のスーパーマーケットバローのブランド価値の4つの構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について、プレゼン中(★^-^★)



山田 祥喬君のスーパーマーケットバローのブランド価値の4つの構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)について、プレゼン中(★^-^★)



ゲイン君のAppleのiMacのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



ゲインチン 乃君のAppleのiMacのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ゲイン君のAppleのiMacのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



レヴァン ルン君のH&Sのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



レヴァン ルン君のH&Sのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



レヴァン ルン君のH&Sのブランド価値の4つの
構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値)
について、プレゼン中(★^-^★)



ゲンヴァン ターン君のBMWのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ゲン ガン ターン君のBMWのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)



ゲンガントーン君のBMWのブランド価値の4つの 構造(基本価値⇒便宜価値⇒感覚価値⇒観念価値) について、プレゼン中(★^-^★)

