

# ハロー&エコー効果分析 (Halo & Echo Analysis) のご紹介



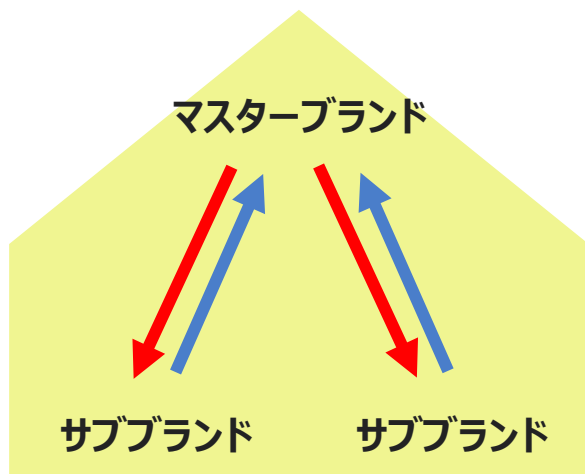
GAME CHANGERS  
Brand Health Tracking  
(ブランドヘルストラッキング)



# ハロー&エコー効果分析 (Halo & Echo Analysis)

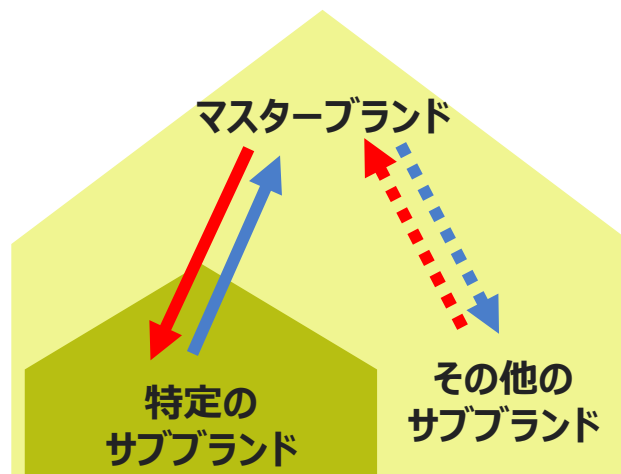
マスターブランドとサブブランド（製品ブランド）の関係は、大きく3パターン存在すると言われています。

## 1 ブランドパワー型



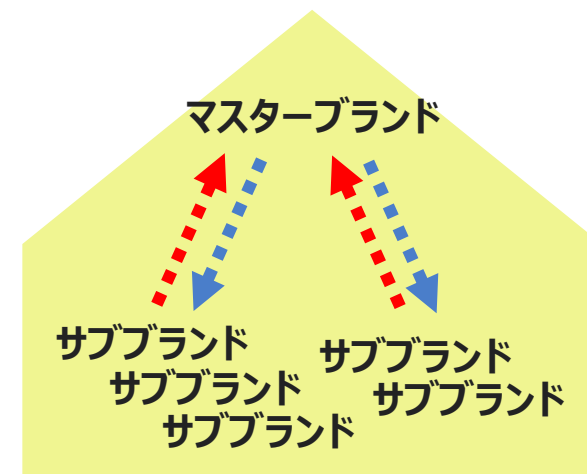
マスターブランドがサブブランドに強い影響を与えている

## 2 ハイブリッド型



マスターブランドと、特定のサブブランド間では強い影響力の関連性があるが、その他のブランドとは関連が薄い  
(例：マスターブランドと同じサブブランド)

## 3 個別サブブランドの集合型



マスターブランドとサブブランドの間には弱い関係性がある  
(それぞれがほぼ独立している)

**ハロー効果** = マスターブランド→サブブランドへの影響  
**エコー効果** = サブブランド→マスターブランドへの影響

# ハロー&エコー効果分析 (Halo & Echo Analysis)

## ハロー&エコー効果分析の考え方

マスターブランドとサブブランドの関係性は相互方向に影響を与えます。

イプソスのハロー & エコー効果分析では、各ブランドにおいて、その**影響度合いを数値**で把握できます。

(マスターブランド→サブブランド、サブブランド→マスターブランド) 分析には、イプソス独自のドライバー分析を利用します (IBN分析)

### 1 マスターブランド→サブブランドへの影響 (=ハロー効果)

ドライバー  
(説明変数)

マスター  
ブランド  
評価

影響

IBN分析結果  
(目的変数)

サブブランド  
評価

&

### 2 サブブランド→マスターブランドへの影響 (=エコー効果)

IBN分析結果  
(目的変数)

マスター  
ブランド  
評価

影響

ドライバー  
(説明変数)

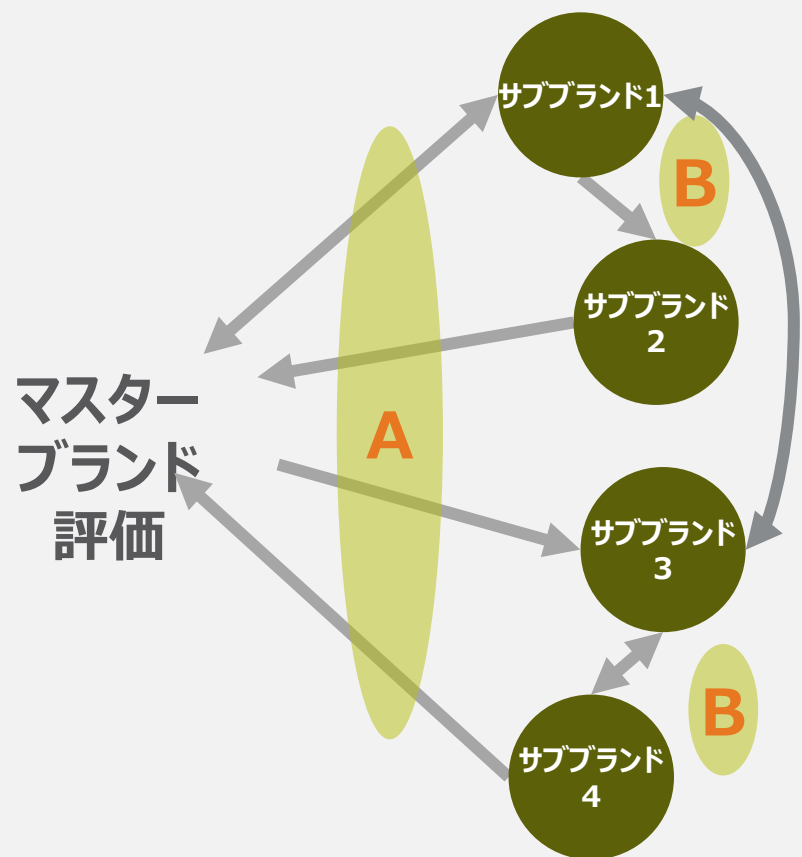
サブブランド  
評価

ハロー効果 = マスターブランド→サブブランドへの影響  
エコー効果 = サブブランド→マスターブランドへの影響

# ハロー&エコー効果分析 (Halo & Echo Analysis)

## ハロー&エコー効果分析によって分かること

マスターブランドとサブブランド間評価の影響の方向を、明確化かつ数値化します。



## ハロー&エコー効果分析によって分かること：

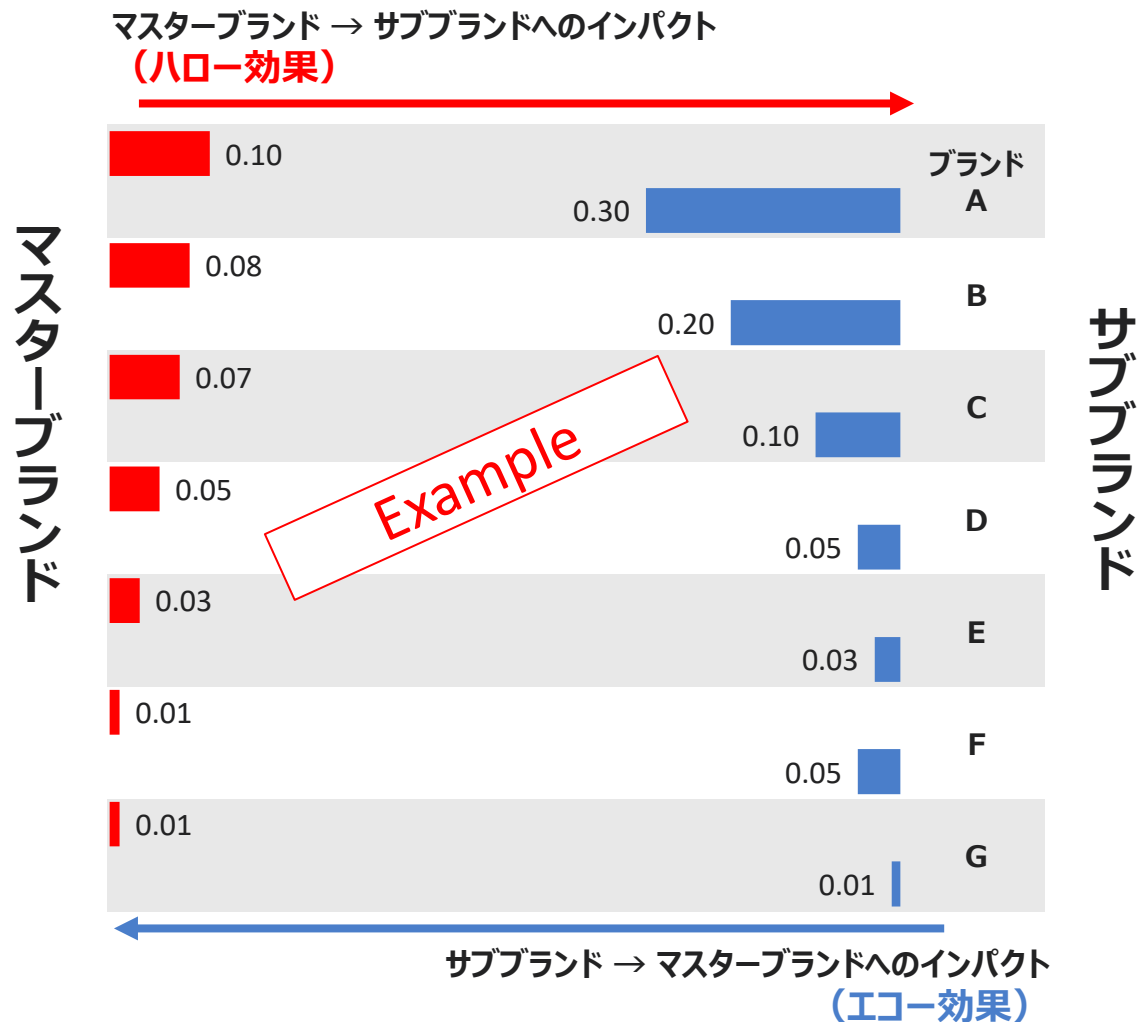
- A** **Q:** マスターブランドの評価が、サブブランドにどう影響しているか？  
(ハロー効果は？)
- Q:** サブブランドの評価が、マスターブランドにどう影響/跳ね返っているか？  
(エコー効果は？)
- B** **Q:** 各サブブランドの評価は、どのように影響し合っているか？

※本分析には、5以上のサブブランドを聴取することをお勧めします

# ハロー&エコー効果分析 (Halo & Echo Analysis)

## アウトプットイメージ

マスターブランドと各製品ブランド間のハロー効果 & エコー効果（支援貢献関係）



インパクトスコアは、マスターブランドとサブブランド間の貢献度、つまりエクイティの影響度を表す。

マスターブランドの信頼度が1ポイント上がると、サブブランドAの信頼度は0.1上がることを予測される。一方、サブブランドAの信頼度が1ポイント上がると、マスターブランドの信頼度が0.3ポイント上がることを予測される。

現在、サブブランドのマスターブランドへの貢献が最大なのはブランドA、続いてブランドBとブランドCである。

全体的にハロー効果よりもエコー効果（サブブランドによるマスターブランドへの貢献）の方が大きい。

ブランドD以下のインパクトが低いサブブランドについては、マスターブランドとサブブランドの関係性を強化する(ブランド認知を高める)ことによりフローを強くすることが可能である。

## アウトプットイメージ

サブブランド間のハロー効果 & エコー効果（支援貢献関係）

サブブランド間には複雑な支援貢献関係が見られる。  
最も関係性が強く影響を及ぼし合っているのは、ブランドCとG。一方で、DとFは比較的他製品との支援貢献度合が弱い。

|              |  | 影響を受ける製品ブランド |      |      |      |      |      |      |
|--------------|--|--------------|------|------|------|------|------|------|
| ブランド         |  |              |      |      |      |      |      |      |
| 影響を与える製品ブランド |  | A            | B    | C    | D    | E    | F    | G    |
| ブランドA        |  |              | 0.24 | 0.27 | 0.03 | 0.09 | 0.03 | 0.15 |
| B            |  | 0.31         |      | 0.06 | 0.04 | 0.2  | 0.08 | 0.24 |
| C            |  | 0.28         | 0.05 |      | 0.15 | 0.05 | 0.10 | 0.38 |
| D            |  | 0.04         | 0.08 | 0.10 |      | 0.07 | 0.10 | 0.02 |
| E            |  | 0.08         | 0.12 | 0.09 | 0.05 |      | 0.16 | 0.21 |
| F            |  | 0.02         | 0.06 | 0.11 | 0.12 | 0.14 |      | 0.07 |
| G            |  | 0.10         | 0.22 | 0.33 | 0.04 | 0.25 | 0.04 |      |

# ハロー&エコー効果分析 (Halo & Echo Analysis)

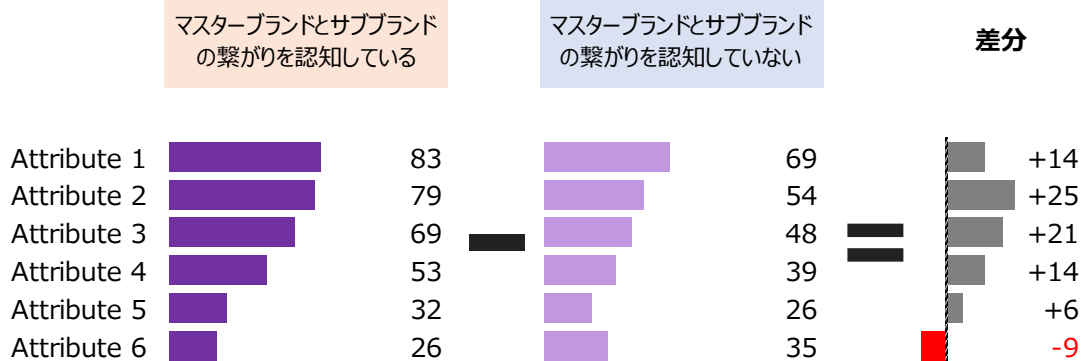
## アウトプットイメージ

マスターブランドとサブブランドの繋がりによるブランドイメージへの影響。

マスターブランドと繋がることで、サブブランドのAttribute 6にはマイナスなインパクトが見られる。一方マスターブランドはサブブランドとの繋がりによりAttribute 6のイメージが上昇しているため、このアトリビュートではエコー効果（サブブランドの影響）の方が大きいことが分かる。

### ハロー効果

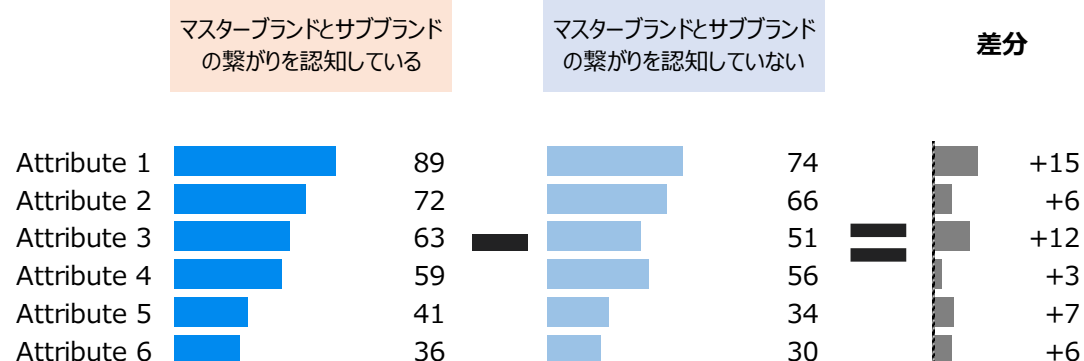
#### サブブランドのブランドイメージスコア (%)



マスターブランドと繋がることで、サブブランドのイメージへの影響はプラスかマイナスか？

### エコー効果

#### マスターブランドのブランドイメージスコア (%)

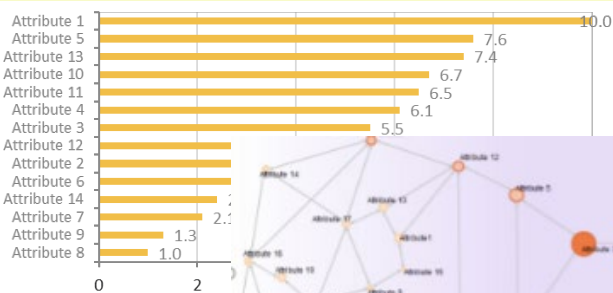
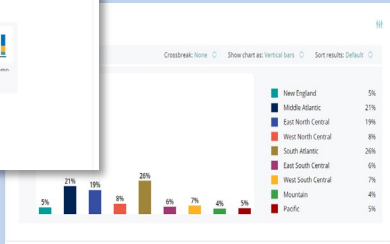
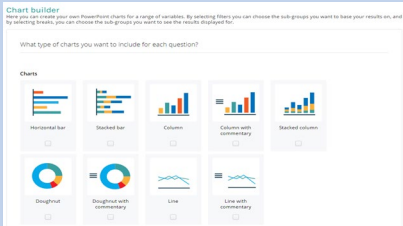


サブブランドと繋がることで、マスターブランドのイメージへの影響はプラスかマイナスか？

# イプソス ブランド/キャンペーン調査一覧

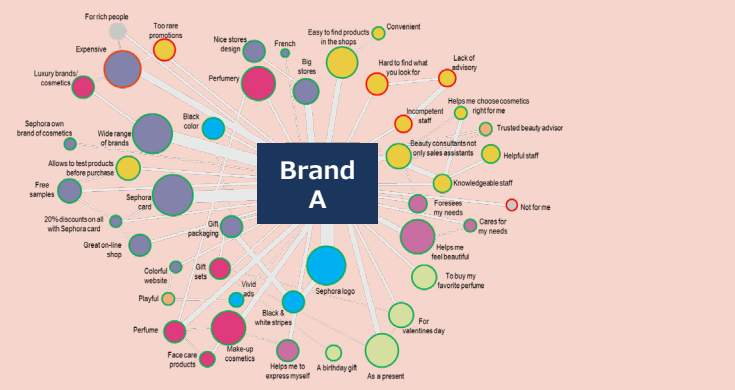
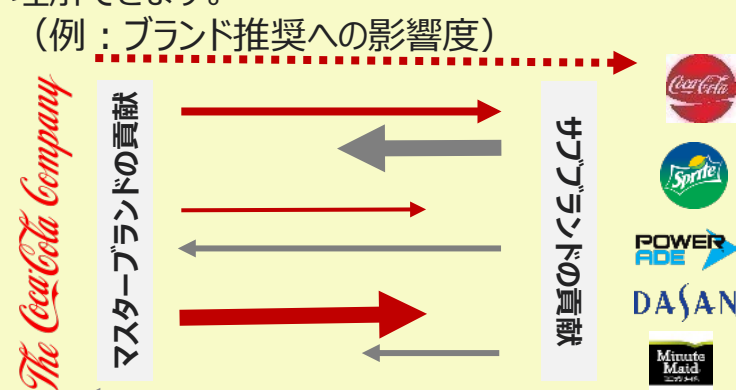
# イプソスのブランド調査ツール 1

イプソスでは、ブランドエクイティやキャンペーンに関する評価や課題に応える以下のようなツールをご用意しています。

|                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| お役立ち<br>ポイント<br> | ①<br>自社ブランドの<br>“ブランド力”って？                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ②<br>ブランド力を強化するために<br>重要な要素は？                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ③<br>早くて安く、国内外向け<br>アンケート調査をしたい！                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| サービス                                                                                             | ➡ブランド力測定ツール<br>ブランド・バリュー・クリエイター<br>Brand Value Creator (BVC)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ➡ドライバー分析&マッピング<br>イプソス・ベイジアン・ネットワーク<br>Ipsos Bayesian Network (IBN)                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ➡DIYアンケートツール<br>ファストファクツ<br>FastFacts                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 概要                                                                                               | <p>イプソス独自のツールで、「<b>心理的要因</b>」と「<b>外部要因</b>」を総合し、<b>総合ブランド力</b>を算出します。また、競合との比較でブランドの現状と強み/弱みを明らかにします。</p> <div><div><p>Brand Desire<br/>心理的要因</p></div><div><p>+</p><p>Market Effects<br/>外部要因</p></div><div><p>=</p><p>Effective Equity<br/>総合ブランド力</p></div></div> | <p>ブランドにとって重要とされるアトリビュートが<b>どのようにブランドエクイティKPIへ寄与しているのか</b>を確認します(<u>ドライバー分析</u>)。更にそれぞれのアトリビュートが<b>どのように繋がっているのかも</b>マップ化し、より具体的に、ブランド力強化のためのアプローチをご提案します。</p> <div></div> | <p>ウェブプラットフォーム上ですべて完結するクイック調査です。結果は、実査完了後すぐにウェブ上でダッシュボードで確認可能。<b>世界各国で、知りたいことをすぐに・簡単に調査</b>できます。</p> <div></div> <p>アジア各国、欧州や南北アメリカまで、世界各国で実施可能</p> <p>※詳細は最終ページをご覧ください</p> |

# イプソスのブランド調査ツール 2

イプソスでは、ブランドエクイティやキャンペーンに関する評価や課題に応える以下のようなツールをご用意しています。

|                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>お役立ち<br/>ポイント</p>  | <p>④</p> <p>ブランドについて「記憶に残っている」ことは？</p>                                                                                                                                                                                  | <p>⑤</p> <p>ブランド間の<br/>支援貢献関係は？</p>                                                                                                                                                                                                                      | <p>⑥</p> <p>ブランドのアイコン、<br/>目立ってますか？</p>                                                                                                                                                                          |
| <p>サービス</p>                                                                                            | <p>➡想起イメージの繋がり把握<br/>ブランド・メンタル・ネットワーク<br/>Brand Mental Network (BMN)</p>                                                                                                                                                | <p>➡支援貢献度合把握<br/>ハロー・アンド・エコー<br/>Halo and Echo</p>                                                                                                                                                                                                       | <p>➡ブランドアセット力診断<br/>ディステインクティブ・アセット<br/>Distinctive Asset (DA)</p>                                                                                                                                               |
| <p>概要</p>                                                                                              | <p>ブランドから派生する連想イメージ/要素を、消費者発信の声で把握します。<br/>それぞれのイメージの関連をネットワーク図で示し、「消費者の記憶に何が、どんな繋がりで残っているのか」を把握します。<br/>競合ブランドの想起内容との違いも確認できます。</p>  | <p>マスターブランドとサブブランドの、特定のKPI項目の支援貢献の関係性（ハロー効果・エコー効果）を数値化して把握できます。<br/>マスターブランド→各サブブランド、各サブブランド→マスターブランドへの貢献度を、双方向に確認でき、相互影響関係が強い組み合わせを理解できます。<br/>(例：ブランド推奨への影響度)</p>  | <p>ブランドの「アセット」とは、ブランド名以外でブランドに紐づく特徴です。<br/>定量的に、消費者の反応時間も加味したインターフェースと分析モジュールで、「何をもって（どのアセットで）消費者はブランドに気づいているか」を把握できます。</p>  |

# イプソスのブランド調査ツール 3

イプソスでは、ブランドエクイティやキャンペーンに関する評価や課題に応える以下のようなツールをご用意しています。

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                           |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| お役立ち<br>ポイント | ⑦                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ⑧                                                                                         |
|              | マーケティング施策の効果<br>は？ブランドへの影響は？                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ソーシャルデータも含めた<br>インサイトが欲しい！                                                                |
| サービス         | ➡キャンペーン効果測定<br>キャンペントラッキング<br>Campaign Tracking                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ➡定量+ソーシャルのハイブリッド分析<br>ブランド・シグナル<br>Brand Signals                                          |
| 概要           | キャンペーン効果測定調査では、一連のマーケティング施策の効果を、 <b>ブランドにどのような変化をもたらしたか</b> 、という視点で把握します。これをもって、マーケティング施策によって <b>ブランドがどのように成長できるか</b> を計測します                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 定量的なブランド調査やキャンペーン調査に <b>ソーシャルインテリジェンス</b> （SNSデータの分析）を織り込み、定量調査だけでは得られない、さらなるインサイトをご提供します |
|              | <div><div>■ 広告認知のみ   ■ 広告認知かつブランド認知</div><div><div>Ad</div><div>Norms (for media weight)</div></div><div><div>TUR (Total Unduplicated Reach) Analysis</div><div><div>Reach</div><div>57 66 74 80 84 87 90 93 94 96 97 98 99 100</div><div>TV Online advertising Video site YouTube etc. During a sponsored event Radio Retailer's in-store posters / displays Family or Friends Online word of mouth (not SNS) Outdoor Billboard Web news Company website Newspaper and Magazine Other SNS posts (retweets / shared) Brand's official SNS posts</div></div></div></div> <div><div>より多角な<br/>インサイト</div><div>ソーシャル<br/>リスニング</div><div>従来の<br/>定量的調査</div><div><div>Twitter</div><div>Instagram</div><div>Facebook</div></div></div> |                                                                                           |

### ③ DIYアンケートツール\_ファストファクツについての詳細：

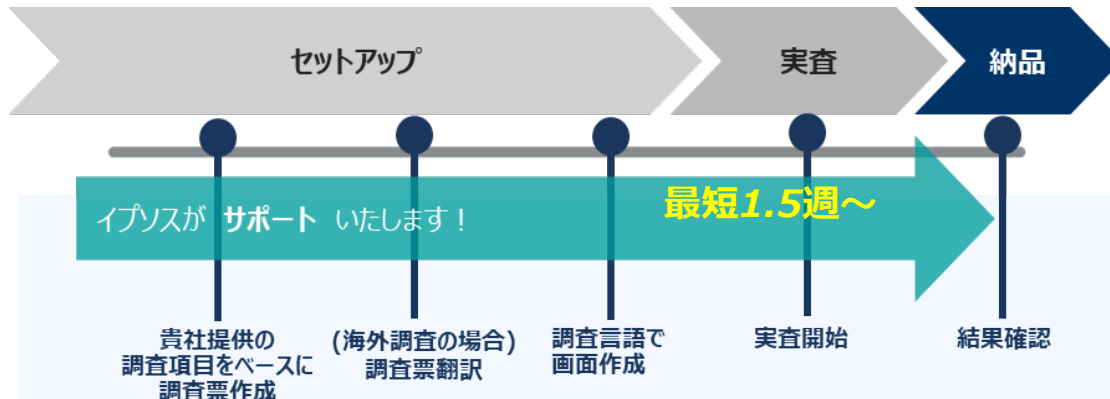
■ イプソスのオンラインツールFast Factsは、世界各国でクイックでリーズナブルな調査が実施可能です。

- ・ イプソスのアドホックリサーチ用のオンラインサービスです。
- ・ 調査は、イプソスのウェブプラットフォーム上ですべて完結
- ・ 結果は、実査完了後すぐにウェブ上のダッシュボードで確認可能
- ・ 調査票作成やセットアップは、ご要望に応じてイプソスがサポート  
(よりリーズナブルに実施できるお客様DIYプランもございます)
- ・ イプソスフルサポートの場合、ご発注から納品まで最短1.5週～



クイックに調査を行い、  
結果をすぐに施策に反映・活用できます！

- ・ **アジア各国**はもちろん、**欧州**や**南北アメリカ**まで、  
世界各国で実施可能。



※ 実際の費用につきましては御見積を作成致しますので、お気軽にお問合せ下さい。