

各 位

平成 23 年 5 月 26 日

SBI チャイナブランディング株式会社

## 中国人消費者の「日系企業ブランドの商標およびドメイン名」に関する意識調査を共同にて実施

日系ブランド名(商標)について、中国人消費者の 27.6%が「あまり適切でない」と回答音を当てはめただけの命名で「世界観が体现できていない」、「発音が難しい」、などが理由

日本企業の中国における、商標に関するコンサルティングサービス\*を提供するSBIチャイナブランディング株式会社(東京都港区 代表取締役:沖田 貴史、以下「SBIチャイナブランディング」)は、この度、ドメイン名登録サービスなど情報セキュリティ全般にわたるサービスを提供する日本ベリサイン株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:古市 克典、以下「ベリサイン」)と共同で、中国国内に居住する19~49歳の中国人消費者を対象に、「日系企業ブランドの商標およびドメイン名の保護」に関する意識調査を実施いたしました。

※ 当社では、事業者へ商標取得に関するコンサルティングを行い、商標の確認・申請については中国現地で資格を有する商標代理人に申請依頼を行います。

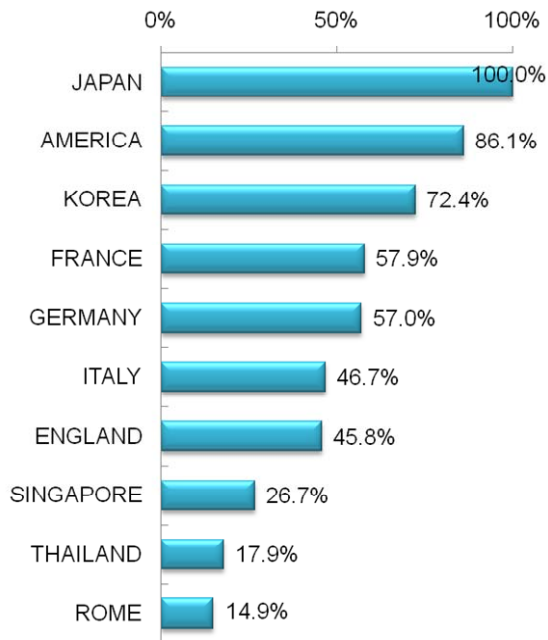
日中間のビジネス取引の拡大に伴い、中国国内で事業を展開する日系企業においては、自社ブランドの商標及びドメイン名の登録と、その保護に関するニーズが年々増加しております。特に中国では、商標の無断登録問題が多々発生しており、こうした商標やドメイン名の保護は、資産価値を確立するために欠かすことのできないプロセスとなっております。

上記のようなニーズを受け、SBI チャイナブランディングでは、日系企業の「ブランド名(商標)及びドメイン名」に対する中国人消費者の意識調査を共同にて実施しましたので、調査結果の一部を抜粋して報告いたします。

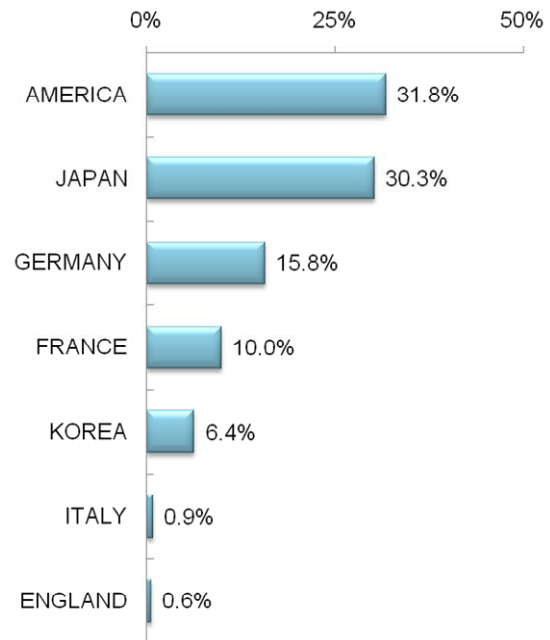
### 1. 海外ブランドに対する中国人消費者の印象について、「よく耳にする海外ブランドはどこの国のものか」、という設問に対しては 100%が「日本」と回答。(複数回答可) また、「どこの国のブランドが信頼性が高いか」については、「日本」は「アメリカ」に次いで第 2 位となる。(複数回答可)

中国人消費者にとって「よく耳にする海外ブランドの国」は「日本」(100%)、「アメリカ」(86.1%)の両国がいずれも高いスコアを獲得した。また、「ブランドの信頼性が高い国」では、第 1 位が「アメリカ」で 31.8%、第 2 位が「日本」で 30.3%となり、「よく耳にする海外ブランドの国」ほど高いスコアではないものの、こちらも両国が共に上位に挙げられた。

【よく耳にする海外ブランドはどこ国のものか】



【どの国のブランドが信頼性が高いか】

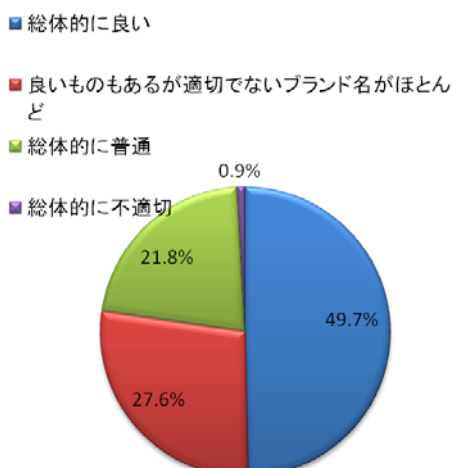


2. 日系ブランドの命名については、全体の **49.7%**が「なじみやすい」と回答している一方で、**27.6%**が「良いブランド名もあるが、あまり適切でない命名の方が圧倒的」だと感じている。主な理由としては、下記の通りである。(複数回答可)

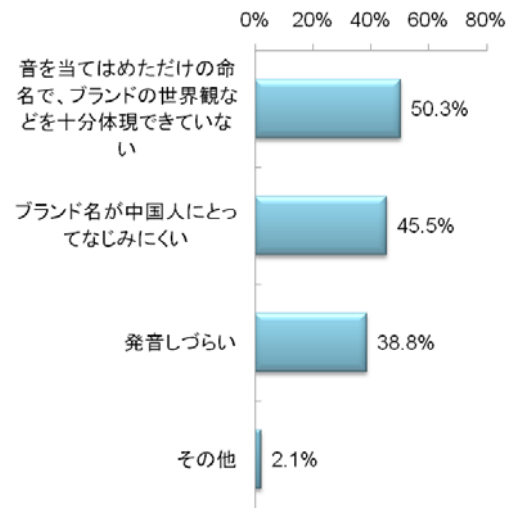
- ・「音を当てはめただけの命名で、ブランドの世界観などを十分に体現できていない」(50.3%)
- ・「ブランド名が中国人にとってなじみにくい」(45.5%)
- ・「発音しづらい」(38.8%)

中国において、日本での企業名・ブランド名をそのまま漢字に当てはめたり、単純にローマ字に表記を変換して使用する場合には、そのブランドを十分に体現した漢字を使用しているか、また、中国で避けた方がよい表現を使用していないか、などの確認・検証を十分行う必要があると思われる。さらに、漢字が適切であったとしても、中国語読みしたときに発音しづらいものだと、口コミなどの効果が低下する恐れがあるようである。

【日系ブランド名について、どう思うか】



【ブランド名が適切でない評価理由】



3. 業界別に日系ブランドに対する評価を聞いたところ、「トヨタ」、「ホンダ」(共に自動車)、「SONY」(※)CE製品、「資生堂」(スキンケア・メイク用品)、「サナ化粧品」、「肌ラボ」(共に医薬品)、「味千」(食品・飲料)、「無印良品」(小売)などが上位に挙げられた。(複数回答可)  
 また、「命名が最も適切なブランド」としては、「トヨタ」、「CANON」、「資生堂」、「肌ラボ」、「味千」、「無印良品」が挙げられている。(複数回答可)

(※)コンシューマーエレクトロニクスの略

各業界の日系ブランドに対する中国人消費者の総合評価

業界	自動車	※CE製品	スキンケア・メイク用品	医薬品	食品・飲料	小売
認知度が最も高いブランド	ホンダ(94.6%)	SONY(96.4%)	資生堂(88.2%)	肌ラボ(37.3%)	味千(62.1%)	無印良品(66.4%)
最もなじみのあるブランド	トヨタ(39.5%)	SONY(42.0%)	資生堂(50.2%)	サナ化粧品(22.6%)	味千(23.6%)	無印良品(33.9%)
最も信頼のおけるブランド	トヨタ(28.0%)	SONY(37.1%)	資生堂(45.2%)	サナ化粧品(22.2%)	明治(17.4%)	無印良品(35.3%)
命名が最も適切なブランド	トヨタ(25.5%)	CANON(32.5%)	資生堂(49.9%)	肌ラボ(21.3%)	味千(21.9%)	無印良品(33.9%)

日系自動車ブランドの評価調査では、いずれの質問でも「トヨタ」、「ホンダ」が第1位、2位を独占し高い知名度を誇っていることが分かる。また、スキンケア・メイク用品や小売業界では「資生堂」、「無印良品」が全ての質問において第1位となり、生活に密着したなじみのあるブランド名であることがうかがえる。

#### <調査概要>

調査方法: インターネットを利用したアンケート調査

調査内容: 日系企業ブランドの商標及びドメイン名の保護に関する意識調査(共同)

調査期間: 2011年3月15日～3月21日

調査対象者: 中国国内に居住する日本ブランド、商品に関心の高い中国人消費者、  
19～49歳の男女330人

なお、本リリースで発表した内容は調査結果の一部であり、その他にも「中国人消費者が評価する各業界の日系ブランドランキング」「日本以外の海外ブランドに対する中国人消費者の印象」「中国人消費者の情報収集ルート」「中国人消費者のドメイン名の入力とアクセス習慣」に関する調査結果も持ち合わせております。ご関心がある方は SBI チャイナブランディングまでお気軽にお問い合わせください。

また、SBI チャイナブランディングはベリサインと共同で、本調査で得たデータを元に、商標・ドメインの効果的な登録についてご紹介するセミナーを6/15(水)に開催する予定です。ご興味のある方はぜひご参加ください。

◆セミナー詳細: <http://www.sbicb.com/event/seminar/index.html>

※定員45名に達し次第、申し込み終了

SBI チャイナブランディングでは今後も、こうした中国市場情報の収集・発信等を通じて、中国でのビジネスを展開する日系企業のサポートに努めてまいります。

## 【賛同文】

日本ベリサイン株式会社 Domain Management 事業部 マネージャ 宮崎 謙太郎氏  
ベリサインは、ウェブサイトの実在性を証明する SSL サーバ証明書発行サービス、認証局構築のアウトソーシングサービス、ドメイン名登録サービスなど情報セキュリティ全般にわたるサービスを提供しています。この度の SBI チャイナブランディングとの共同調査では、中国人消費者の中国語ドメイン名に関する評価について、様々なデータを収集することができました。今回の調査をもとに、中国に進出される日系企業様のドメイン名取得について、より効果的なサポートを実現すると共に、今後も、商標申請のパイオニアである SBI チャイナブランディングと共に、日系企業が中国でより高いパフォーマンスを発揮できるよう、インフラを整えて参ります。

URL: <https://www.verisign.co.jp>

## SBI チャイナブランディング株式会社について

社名: SBI チャイナブランディング株式会社

設立年月日: 2009 年 1 月 22 日

資本金: 50 百万円

代表取締役: 沖田 貴史

事業内容:

SBI ベリトランス株式会社の子会社として 2009 年 1 月に設立。中国へ向けたプロモーション展開を行う事業者の広告業務、商標権に関する各種コンサルティング業務など、日本企業の中国進出及び中国人消費者向けのブランディング活動の支援を行っております。

URL: <http://www.sbicb.com/>

### 【共同調査に関するお問い合わせ先】

SBI チャイナブランディング株式会社 担当: 居山

Tel: 03-6229-0851 Email: [info@sbicb.co.jp](mailto:info@sbicb.co.jp)

### 【取材に関するお問い合わせ先】

SBI ベリトランス株式会社 コーポレートブランディング室 担当: 伊藤

Tel: 03-6229-0850(代表) Email: [pr@veritrans.co.jp](mailto:pr@veritrans.co.jp)