

グーグルが2連覇！過去10年間の企業ブランド総合評価

日本企業は味の素の3位が最高 食品メーカーの躍進目立つ

「ブランドX(テン)ーブランド戦略サーベイ10年分析<2004-2013>」

2013年10月18日
株式会社日経リサーチ

株式会社 日経リサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中村良)は、過去10年間のデータに基づいて有力企業ブランドを多角的に評価する「ブランドX(テン)ーブランド戦略サーベイ10年分析<2004-2013>」の結果を発表しました。

「ブランドX」は企業ブランド調査「ブランド戦略サーベイ」が2012年に調査開始10周年を迎えたのを機に、10年間継続してブランド力を測定した有力企業のデータを分析し、その10年間に最も評価された企業をランキングにまとめたものです。今年7月に第1回として、調査が始まった2003年から2012年までの10年間のランキングを発表しました。第2回となる今回は、今年9月に発表したばかりの「ブランド戦略サーベイ2013」の結果を反映した2004年から2013年までの期間のランキングを算出しました。

「ブランドXーブランド戦略サーベイ10年分析<2004-2013>」のハイライト

- 10年間のブランド総合評価、グーグルが2連覇達成。アマゾンが2期連続で2位に。アマゾンはブランドの「勢い」を示す10年間の得点増加幅・増加回数でグーグルを上回る。
- 味の素が前回10位から3位に浮上、日本企業のトップに。前回のトップテンは外資系IT企業が上位に目立ったが、今回は食品メーカーが5社。安定したブランド価値が強み。
- 測定対象企業が前回の277社から332社に大幅増加。オリエンタルランド、東急ハンズ、カカクコム、サンリオなどが追加され、より多種多様なブランドの相互比較が可能に。

「ブランドX」は10年間を総合的に評価するに当たって、各社のブランド力を表す測定スコアの平均値だけでなく、増減幅や増減回数というスコアの動きも加味した独自の新指標「企業ブランド・ディケード(BD)指数(Brand decade index)」を開発、その総合スコアをもとに、「力」と「勢い」を兼ね備えた企業ブランドのランキングを算出しました。なお、今回の内容は10月18日付の日本経済新聞及び日経産業新聞でも紹介されています。

今回の分析結果をまとめたレポートを発売しています。全体的な分析のほか、個別企業の動向を分析したレポートもご用意しています。

「ブランドX」についてもっと詳しくお知りになりたい方は日経リサーチのホームページをご覧ください。

http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/brand_x/?1018a

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 **日経リサーチ**

事業開発本部マーケティング部 担当:稲葉、石川

TEL:03-5296-5181 (平日9:00~18:00) FAX:03-5296-5124

E-Mail:brand_ten@nikkei-r.co.jp