



ユニクロが消費者評価で初のトップ10入り！ヤマト運輸も大幅上昇 企業ブランド調査「ブランド戦略サーベイ 2020」発売

ウィズコロナ時代の生活様式の変化が企業ブランドの評価にも影響

2020年9月23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：福本敏彦）は9月23日、主要企業600社のブランド力を測定・分析する「ブランド戦略サーベイ」の2020年版レポートを発売します。本年の総合ランキングはアップルジャパンとソニーが同点1位となりました。また、コロナ禍の暮らしで利用機会が増えたヤマト運輸は消費者評価が昨年の14位から3位にアップ。同様に消費者からの評価が上昇したユニクロも、大幅に順位を上げてトップ10に入りました。一方、ビジネスパーソンのランキングではマスク製造などの対応力が評価されたアイリスオーヤマが急上昇しています。今回の調査概要および調査結果のハイライトは以下の通りです。

「ブランド戦略サーベイ」は企業のブランド力をコンシューマー（消費者）とビジネスパーソンという2つの視点から評価する年1回のインターネット調査です。2003年にスタートし、今年で18回目になります。今回は2020年6～7月に実施しました。

ブランド力は「愛着度（ビジネスパーソンは企業魅力度）」、「自分必要度（ビジネスパーソンはビジネス有用度）」、「プレミアム（ブランドプレミアム・価格プレミアム）」、「独自性」、「推奨意向」という5つの指標に基づいて算出した「ブランド知覚指数(PQ= Perception Quotient)」によって評価しています。

総合ランキングは消費者とビジネスパーソン両方の「企業ブランドPQ」のスコアを統合し、算出した「総合PQ」によるもので、ランキングは9月23日付の日本経済新聞9面、日経産業新聞15面、日経MJ9面でも紹介されています。



「ブランド戦略サーベイ 2020」総合 PQ ランキングのハイライト

●アップル ジャパンとソニーが同点 1 位

アップル ジャパンは総合 2 連覇。ソニーは外出自粛の影響からゲーム事業が好調で電気自動車の開発でも話題となり、消費者ランキングが前回 5 位から 2 位へとアップ。総合評価も前回 2 位から首位に躍り出た。

●ヤマト運輸、前回 5 位からトップ 3 に返り咲き

前々回の 2 位から前回 5 位に後退したヤマト運輸は、消費者 PQ の上昇幅が全体 1 位となり、消費者評価で前回 14 位から 3 位に急上昇。総合でも 3 位に入った。外出自粛期間に生活インフラとしての重要性が再認識されたことが消費者からの評価につながった。

●ユニクロが消費者ランキングで初のトップ 10 入り

消費者ランキングで前回 22 位のユニクロが 8 位に急浮上、意外にも初のトップ 10 入りとなった。速乾性や通気性に優れる機能性肌着「エアリズム」の素材でマスクを生産したことが消費者からの評価に影響したとみられる。

●ビジネスパーソンの評価が急上昇したアイリスオーヤマ

いち早くマスクの生産を開始し、外出自粛・在宅勤務における家具・家電の需要増に応えたアイリスオーヤマは、ビジネスパーソンの評価でビジネス有用度と独自性が大幅に上昇し、ランキングも前回 62 位から 17 位にジャンプアップした。

▼詳しくはこちらをご覧ください。

https://www.nikkei-r.co.jp/service/branding/co-brand/?utm_source=prtimes&utm_medium=release&utm_campaign=brand

▼ブランド・企業ごとのランキング(3 カ年推移) はこちら

https://www.nikkei-r.co.jp/service/branding/co-brand/ranking.html?utm_source=prtimes&utm_medium=release&utm_campaign=brand#tableau

▼企業ブランド総合評価(総合 PQ) ランキングはこちら

https://www.nikkei-r.co.jp/service/branding/co-brand/ranking.html?utm_source=prtimes&utm_medium=release&utm_campaign=brand#ranking



「ブランド戦略サーベイ」の特長は

- ブランドの総合力、浸透レベル、企業活動の成果をそれぞれ測定し、相互の関係性を把握することで、「ブランド価値」の構造を「見える化」します。
- 競合企業とのブランド力比較で、自社の総合的なブランドポジションが把握できます。
- 時系列データを追うことで、ブランドが浸透していく状況や価値の変遷が確認できます。多彩な評価項目を様々な切り口で分析し、自社ブランドがどんな層に受容されているか分かります。
- 2020年版より新たに、オンライン上で自由に表やグラフを出力できる分析用ツールをご提供します（一部商品）
- ベイジアンネットワーク、バリューチェーンマップなど多彩な分析アプローチをご用意しています（一部商品）。

■ラインナップ：用途や分析レベルにより 5 種類をご用意しました。ニーズに応じてお選びください。

■価格：400,000 円（本体価格）より

■発売：2020 年 9 月 23 日（水）

企業のブランド価値の構造と、過去から現在までの変遷を「見える化」し、ブランド戦略をサポートする「ブランド戦略サーベイ 2020」をぜひご活用ください。

■会社概要

会社名：株式会社 日経リサーチ

住所：東京都千代田区内神田 2 丁目 2 番 1 号 鎌倉河岸ビル

代表者：代表取締役社長 福本敏彦

事業内容：顧客満足度（CS）調査や、ブランド調査、デジタルマーケティングなど各種市場調査を国内外で幅広く展開しています。また、定期的実施する世論調査や企業調査の結果は日本経済新聞などの媒体に多く掲載されています。

URL：<https://www.nikkei-r.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 **日経リサーチ**

営業本部営業企画部 担当：竹中、木脇

〒101-0047 東京都千代田区内神田 2-2-1

TEL：0120-980-181（平日 9:00～12:30、13:30～17:30）

FAX：03-5296-5110

弊社 HP お問い合わせフォーム

https://www.nikkei-r.co.jp/contact_cobrand/