

# Press Release

Interbrand 報道資料

## Best Global Green Brands 2012

2012年6月26日

### Interbrand “Best Global Green Brands 2012”

生活者の環境イメージと企業の環境活動の実態の総合評価によるグローバル・グリーンランキング

#### Toyota 2年連続世界No.1

#### Nissan, H&M, UBS が初のランクイン

2012年6月26日、Interbrand London

世界的なブランドコンサルティング会社であるインターブランドは、昨年に引き続き、優れた“グリーンブランド”のグローバルランキング、“Best Global Green Brands 2012”を公表します。

本ランキングは、「環境パーセプション(=生活者にどう認識されているか)」と「環境パフォーマンス(=企業が実施する活動)」の双方が両立していることが「優れた“グリーンブランド”の条件」と定義し、両者のインプットデータに基づきそのバランスを評価した「グリーンブランドスコア」を算出、その中で優れたグローバル・グリーンブランドのTOP50をランキングしたものです。

調査対象は、グローバルな観点から環境に対して影響力が大きいと考えられるインターブランドの“Best Global Brands 2011”にランクインしたコーポレートブランドとしており、第1位に **Toyota**、第2位 **Johnson & Johnson**、そして第3位に **Honda** がランクインし、**Danone**(9位)、**Ford**(15位)、**Starbucks**(36位)、**UPS**(43位)が大幅にランクアップしています。

インターブランドのグローバル CEO ジェズ・フランプトンは、「サステナビリティは、各企業が戦略的に取り組むべきものです。企業による実際の環境活動の内容と生活者のグリーンイメージが一致していることが望ましく、そのかい離は、経営の資産であるブランド価値を損なうことにつながります。」と、企業が積極的且つ有益な環境活動に取り組み、その環境活動に基づいた環境コミュニケーションを図ることの重要性を述べています。

本ランキングにおける「環境パフォーマンス」の評価を行った **Deloitte** のデイビッド・ピアソン氏 (Global Sustainability Leader) は、「サステナビリティは、コスト管理や利益、ブランド価値のように企業の成長のために欠かせない要素の一つです。環境に対する企業活動の実体と生活者の認知のギャップを埋めていくことで、持続可能な社会の発展に貢献することになります。」と述べています。

当ランキングを発表するにあたり、インターブランドは、経済規模の大きい上位 10 カ国 (アメリカ・カナダ・日本・中国・ドイツ・フランス・イギリス・イタリア・ブラジル・インド) の生活者を対象に、企業の環境活動に対する評価がどれだけ購買意識に影響するかを調査し、環境パーセプションスコアとして分析、評価しています。また、Deloitte が公表されている情報に基づく企業の環境パフォーマンスを評価し、その評価結果は、総合スコア算出のインプットとなっています。総合スコアは、環境パーセプションスコアと環境パフォーマンススコアを統合し算出したもので、環境パフォーマンススコアは、最終のランキング作成のためにインターブランドが検討した要素の一つです。また、両スコア間のギャップは、環境パフォーマンス (環境活動の実態) と環境パーセプション (環境イメージ) のアンバランスを示しています。

## <Best Global Green Brands 2012 ハイライト>

### 自動車およびエレクトロニクスがランキングを席巻

- **Toyota** は、グリーンイメージの代表である **Puris** のプラグインハイブリッドモデルを発売するなど、環境を経営の中核とした事業活動に引き続き取り組んでおり、2 年連続で 1 位となっています。
- 自動車業界全体としては、燃費効率性や排気ガスに対する長年の取り組みと、ハイブリッドや電気自動車という新しい技術開発に見られる環境対応を軸とした事業活動を継続しているだけでなく、その活動の実態を生活者の評判に繋げるコミュニケーションをしています。今年、**Toyota** (1 位)、**Honda** (2 位)、**Volkswagen** (4 位)、**BMW** (10 位)、**Ford** (15 位)、**Mercedes-Benz** (16 位)、**Hyundai** (17 位)、**Nissan** (21 位) の 8 ブランドが TOP50 入りしています。
- **Panasonic** は、「エレクトロニクス No.1 の環境革新企業」を目指すというビジョンを掲げ、家電から「Fujisawa サスティナブル・スマートタウン構想」(2013 年度街びらき予定) に代表される街づくりまで、環境を経営戦略の軸として捉え、幅広い環境活動を推進しており、昨年より 4 ランクアップしています。

### 初ランクインブランド: Nissan, H&M, UBS

- **Nissan** (21 位) は、2016 年度までの 6 カ年中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016 (NGP2016)」を公表し、ゼロ・エミッション車の普及やカーボンフットプリントの最少化など、開発・生産部門だけでなく営業・サービス部門含め企業全体での活動として推進しており、特に環境パーセプションで高い評価を得ています。
- **H&M** (46 位) は、環境に配慮した素材を使用していることで有名な「Conscious Collection」により生活者から高い認知を得ているだけでなく、サステナビリティ・レポートによる積極的な情報開示にも努めています。

- **UBS**(50位)は、金融関連ブランドの中で安定したパフォーマンスを示したブランドの一つで、特にオペレーションに関する活動が評価されています。

### **Danone、Ford、Starbucks、UPS が躍進**

- Danone(9位)は、2012年末までに30%のCO2排出量削減の達成に向けて活動を進めており、すでに27.5%の削減に成功しています。2011年に他3社とのパートナーシップによりLivelihoods Fundを設立し、持続可能な農業活動を奨励し、土壌回復や森林破壊を防ぐためのプロジェクトを支援しています。
- Ford(15位)も、ゼロ・エミッションや資源の有効利用など「環境パフォーマンス」の向上とともに、その活動内容や環境負担に関する積極的な情報開示を進め、今年の“**Best Global Green Brands**”で最も評価されたブランドの一つと言えます。

### **国別では、アメリカ、日本、ドイツがTOP3を維持**

- TOP50にランクインしたブランドの国別の内訳は、アメリカ:22、日本:7、ドイツ:7という結果になり、アメリカのTOP50ブランドは、Johnson & Johnson(2位)、Hewlett-Packard(5位)、Dell(7位)、Cisco(11位)、3M(12位)などがランクインしています。ドイツと日本は、自動車とエレクトロニクスブランドがグリーンブランドとしての存在感の強さを示してしま

“**Best Global Green Brands**”の詳細については、下記より報道資料をご参照ください。

<http://www.BestGlobalGreenBrands.com>

## Best Global Green Brands 2012

Rank	Brand	Change in Rank	2012 Gap
1	Toyota	0	-2.6
2	Johnson & Johnson	+2	3.9
3	Honda	+4	-0.4
4	Volkswagen	+2	4.2
5	Hewlett-Packard	0	11.7
6	Panasonic	+4	16.7
7	Dell	+1	8.1
8	Siemens	-5	16.9
9	Danone	+5	-2.6
10	BMW	+2	4.7
11	Cisco	-2	17.5
12	3M	-10	8.2
13	Apple	0	-1.3
14	L'Oréal	+1	16.9
15	Ford	+5	2.3
16	Mercedes-Benz	0	11.1
17	Hyundai	-6	5.7
18	Sony	0	12.4
19	IBM	0	12.1
20	Nokia	+2	18.5
21	Nissan	NEW	-7.5
22	adidas	+1	4.7
23	Coca-Cola	+4	-7.0
24	GE	0	0.9
25	Samsung	0	6.8
26	Nike	-9	-7.2
27	Intel	-1	9.7
28	Pepsi	+1	1.3
29	Canon	-1	8.8
30	Allianz	-9	-3.6
31	Philips	+1	7.2
32	Xerox	-1	17.7
33	Microsoft	-3	-11.5
34	Shell	-1	-5.8
35	Kellogg's	+1	-5.8
36	Starbucks	+6	1.7
37	Avon	0	5.1
38	Caterpillar	-4	8.6
39	Ikea	0	-10.4
40	Santander	0	-0.7
41	SAP	-3	-8.1
42	AXA	-1	-2.5
43	UPS	+6	5.9
44	Citi	+2	7.8
45	McDonald's	0	-16.1
46	H&M	NEW	5.7
47	Credit Suisse	-3	-0.2
48	Nintendo	-5	-5.7
49	HSBC	-1	-0.2
50	UBS	NEW	0.3

\*Gap='Performance score' - 'Perception score'

## <Best Global Green Brands 2012 の評価基準について>

### ■Criteria for Consideration 評価対象基準

本評価においては、“世界共通の尺度”で弊社が毎年発表しているグローバルの「ブランド価値」ランキング「Best Global Brands 2011」\* にランクインしたブランドの中から「コーポレートブランド」を評価対象とし、「グリーンブランドスコア」を算出します。

\* “Best Global Brands 2011” は下記を参照ください。

<http://www.interbrand.com/ja/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2011.aspx>  
(報道資料/日本語↓)

[http://www.interbrand.com/Libraries/Press\\_Release\\_JP/BGB201\\_revised.sflb.ashx](http://www.interbrand.com/Libraries/Press_Release_JP/BGB201_revised.sflb.ashx)

### ■Methodology 評価方法

インターブランドが実施した「環境パーセプション」調査により「パーセプションスコア」を、また環境コンサルティングのリーディング・ファームである **Deloitte Consulting** による「環境パフォーマンス」評価により「パフォーマンススコア」をそれぞれ算出、両指標のバランスを分析・評価の上、「グリーンブランドスコア」を算出します。

#### 「環境パーセプション」調査について

- 【実施国】 アメリカ・カナダ・日本・中国・ドイツ・フランス・イギリス・イタリア・ブラジル・インド(10カ国)
- 【対象者】 無作為抽出による一般生活者 20～64歳の男女、各国 1,000サンプル(計 10,000サンプル)
- 【調査方法】 Web調査
- 【調査時期】 2012年4月
- 【調査主体】 **Interbrand**

#### 「環境パフォーマンス」評価について

- 【評価リソース】各企業発表の以下の各種レポート類  
(財務データ) フィナンシャルレポート、アニュアルレポート、ファクトブック 等  
(環境データ) CSRレポート、環境報告書、カーボンディスクロージャー/ウォーターディスクロージャーレスポンス
- 【評価時期】 2012年4月
- 【評価主体】 **Deloitte Consulting LLC.**( <http://www.deloitte.com/> )

“Best Global Brands 2011”にランクインしているコーポレートブランドが評価対象 (※純粋なプロダクトブランドは除外)



### <インターブランドについて>

インターブランドは、1974 年、ロンドンで設立された世界最大のブランドコンサルティング会社です。ブランドを“Living business asset”（常に変化するビジネス資産）と定義し、世界 26 カ国、約 40 のオフィスを拠点に、グローバルでブランドの価値を創り、高め続ける支援を行っています。インターブランドの「ブランド価値評価™」は、ISO により世界で最初にブランドの金銭的価値測定における世界標準として認められました。

インターブランドでは、創造的なコンサルタントと、世界レベルのクリエイティビティを誇るクリエイターが、一つのチームとなりプロジェクトを推進します。ブランド価値評価・ブランド戦略構築をリードするコンサルタント、ブランドロゴ・パッケージ・空間・デジタルデザインを開発するデザイナー、ネーミング・スローガン・メッセージングを開発するコピーライターが社員として在籍し、分析から実行、全ての流れを自社のリソースで完結します。

### <インターブランドジャパンについて>

インターブランドジャパンは、ロンドン、ニューヨークに次ぐ、インターブランド第 3 の拠点として、1983 年に東京で設立されました。日系企業、外資系企業、B2B 企業、B2C 企業、政府・官公庁など様々な企業・団体に対し、トータルにブランディングサービスを提供しています。

インターブランドについての詳しい情報は <http://interbrand.com> をご覧ください。

以上

### お問い合わせ

株式会社インターブランドジャパン

担当：中村正道・林 隆一

tel:03-3230-1075 fax:03-3230-8772