

日経リサーチアワード「企業ブランド大賞 2014」を発表 大賞にカルビー、良品計画、USJ の 3 ブランドを選定

2014 年 12 月 25 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、日経リサーチアワード「企業ブランド大賞 2014」の大賞、優秀賞、審査員特別賞の表彰 8 企業ブランドを選定しましたのでお知らせします。

「企業ブランド大賞 2014」は、当社が調査会社として収集したデータを広く社会に還元し役立てていただくために昨年創設した日経リサーチアワードの第 3 弾にあたり、「地域ブランド大賞(2013 年 7 月)」、「ニッポンのお店大賞(2014 年 6 月)」に続くものです。今年 9 月にリリースした「日経リサーチブランド戦略サーベイ 2014」の調査結果を基に、中央大学ビジネススクール教授の田中洋氏ら 3 名で構成する選定委員会で各賞を決定しました。受賞ブランドは以下の通りです。

【企業ブランド大賞 2014: 受賞ブランド】(順不同)

■ 「大賞」 3 ブランド:

カルビー
良品計画(無印良品)
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン

■ 「優秀賞」 3 ブランド:

ゴディバ ジャパン(GODIVA)
ダイキン工業
ゼンリン

■ 「審査員特別賞」 2 ブランド:

ヤマト運輸
LIXIL(リクシル)



▼詳しくはこちらをご覧ください。

<http://www.nikkei-r.co.jp/award/co-brand/?141225a>

【企業ブランド大賞 2014 の選考方法】

当社が自主企画調査として 2014 年 6~7 月に実施した「ブランド戦略サーベイ 2014」で調査対象とした 570 の企業ブランドについて、「自分必要度」「独自性」「愛着度/企業魅力度」「プレミアム」「推奨意向」の測定結果から算出した総合偏差値である企業ブランド知覚指数(PQ=Perception

Quotient)や、前回からの得点・順位上昇等を加味して受賞候補企業ブランドを抽出。候補企業ブランドについて、学識経験者、ジャーナリストで構成する選定委員会で審査し、今回の受賞企業ブランドを選定しました。

【受賞ブランドの調査結果と選定委員会講評】(順不同)

■「大賞」3ブランド:

カルビー

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ の順位が 20 位と前回から 34 位上昇。消費者の PQ が 8 位と高く、「推奨意向」「リレーション」の評価が高い。ビジネスパーソンでは「商品の品ぞろえ」で 2 位に入った。

【審査員講評】経営のリーダーシップで収益力の高い企業に変身。新市場を開拓した「フルグラ」のヒットもさることながら、製品ブランド群を抱えつつ企業ブランドの管理に優れ、より強固なものにした経緯を評価する。

良品計画(無印良品)

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ は 37 位。BP の PQ が 98 位から 36 位へ大幅アップ。「独自性」「共感」が消費者、ビジネスパーソンともトップ 10 内。消費者では「顧客の声を活かす」が 2 位と高かった。

【審査員講評】「ナチュラル」「グローバル」といった理念が一貫してぶれず、優れたブランド経営の見本といえる。ネットと店舗の組み合わせや積極的な海外展開が奏功し、ブランド価値をさらに高めた。

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ は 107 位と前回の 172 位から急伸。とくにビジネスパーソンが 97 位上昇し消費者(60 位上昇)を上回った。消費者では「独自性」で 5 位、ビジネスパーソンで「共感度」が 7 位と高かったほか、「活気」「情熱」「刺激」などの評価が 1 桁順位だった。

【審査員講評】マーケティング戦略を重視する経営を背景に、「ハリポタ」アトラクションを効果的に展開。「ファンタジー層」を取り込み、この 1 年でブランド価値を大きく向上させるとともに、地域経済にもプラスの効果をもたらしている。

■「優秀賞」3ブランド:

ゴディバ ジャパン(GODIVA)

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ が 49 位と前回の 92 位から回復。上位 100 ブランドの中で PQ の伸びがトップとなった。「価値プレミアム」が消費者で 2 位、ビジネスパーソンで 5 位と高かったほか、「ステータス感」が消費者、ビジネスパーソンともに 1 桁台だった。

【審査員講評】日本で長い歴史があるが、近年は積極的な製品開発と出店戦略に乗り出し、新たなブランド価値を育成している。カウンタースタイルの飲食提供や SC 内出店など、高級感だけでなくイノベティブなイメージが浸透しつつある。

ダイキン工業

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ は前々回の 125 位、前回の 108 位から 76 位に上昇。特にビジネスパーソンが 101 位から 39 位へ大幅アップしたのが目立つ。BP では「商品の性能・機能」が 17 位、「修理・サポート」が 19 位だった。

【審査員講評】国際的な M&A に積極的で、海外でエアコンのプレミアムブランドに成長し業績・株価も好調なことがビジネスパーソンに高く評価されている。一方、伸び悩んでいる消費者の評価を上げる努力も必要だろう。

ゼンリン

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ で 52 位上昇し 171 位に。特にビジネスパーソンが 12 年 253 位、13 年 148 位、14 年 64 位と連続して急伸した。ビジネスパーソンの「満足度」が 4 位と高く支持された。

【審査員講評】スマホ利用者が急拡大したのを背景に、各種地図サービスへのデータ提供による露出がイメージ向上につながっている。紙からデジタル時代に移行するなか、地図というコンセプトをナビゲーション機能にうまく取り込んだ点を評価したい。

■「審査員特別賞」2 ブランド:

ヤマト運輸

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】総合 PQ は 2 位から 4 位へ下がったが、ビジネスパーソンの「購入意向」は全 570 ブランド中トップだった。今回初めて計測した「ロイヤリティ」ではビジネスパーソン、消費者ともに 1 位だったほか、「利便性」でもともにトップとなった。

【審査員講評】一貫して顧客満足度を高める経営努力が実り、ビジネスパーソン、消費者とも強い支持を得ている。ただし、前年比ではともに評価が下がっており、イメージの維持・強化が求められる。

LIXIL(リクシル)

【ブランド戦略サーベイ 2014 の結果より】合併後に大幅に総合 PQ の順位を下げたが、3 年連続で上昇。前回から 39 位上げて合併前の INAX、トステムの水準に近づいた。ビジネスパーソンで「満足度」42 位、「ブランドプレミアム」49 位などが目立つ。

【審査員講評】メディアを活用した広告戦略で短期間に新しいブランドを育成、浸透させたことを評価する。今後は認知から消費行動の誘発へとつなげる工夫に期待したい。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 **日経リサーチ**

経営企画室

日経リサーチアワード事務局 担当：渡辺、有藤

TEL : 03-5296-5113 FAX:03-5296-5110

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