

マイクロソフトが2年連続首位！2位のパナソニック&アップルを引き離す

企業ブランド調査「ブランド戦略サーベイ 2015」発売

2015年9月18日

株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチは18日、主要企業570社のブランド力などを測定した「ブランド戦略サーベイ」の2015年度版レポートを発売しました。注目の総合ランキングは昨年首位に返り咲いた日本マイクロソフトがトップの座を守り、2位には4位から浮上したパナソニックと、2年連続となるアップル ジャパンが同率で並びました。

「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13回目になります。今回は2015年6月～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（同ビジネス有用度）」、「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つの評価項目に基づいて算出した「企業ブランド知覚指数（PQ=Perception Quotient）」によって評価しています。

総合ランキングはコンシューマー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18日付の日本経済新聞15面、日経産業新聞19面、日経 MJ（流通新聞）11面でも紹介されています。

「ブランド戦略サーベイ 2015」ランキングのハイライト

●マイクロソフト、総合 PQ を伸ばし、同率2位のパナソニック&アップルを引き離す

総合ランキングは昨年に続きマイクロソフトが1位。総合 PQ を18ポイント伸ばし、同率2位のパナ&アップルとの差を広げました。

●LINE、2年連続アップでライバルとの差を広げるも、ビジネスパーソンの評価は低下

SNS 大手3社の中ではLINEのスコアが上昇、フェイスブック（Facebook）とツイッター（Twitter）が低下し、その差が更に開きました。

●ホテルの評価は帝国がトップで「御三家」が上位独占。消費者の評価は星野リゾート3位

ホテル業界は帝国、ニュー・オータニ、オークラの老舗3社に続き、星野リゾートが4位。消費者の評価では3位に食い込みました。

●頻発する企業情報流出事件の影響でウィルス対策ソフト関連会社の評価は軒並み上昇

相次ぐ「標的型」サイバー攻撃による企業情報流出事件を受け、トレンドマイクロ、シマンテック、日本 IBM の評価が上昇しました。

●やはり不祥事の影響か。マクドナルドとベネッセは評価が急降下

不祥事が発覚した日本マクドナルドは消費者、ベネッセ・コーポレーションはビジネスパーソンの評価が大幅に下がりました。



▼詳しくは、[こちら](#) をご覧ください。

<http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/co-brand/?150918a>

「ブランド戦略サーベイ」の特長は

- ◎業種の垣根を越えて競合企業とブランド力を比較し、自社の現在の位置付けを確認できる。
- ◎ブランド力の形成経路、経験価値などブランド力を向上させる様々な要因が把握できる。
- ◎2015年調査から、ブランドの象徴である企業ロゴマークを測定する項目を追加(対象は許諾が得られた352の企業ロゴマーク)
- ◎バリューチェーンマップ、ベイジアンネットワークなど多彩な分析ツールを提供(一部商品)

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

■価格: 100,000円(本体価格)より

多角的な企業価値を測定した「ブランド戦略サーベイ 2015」を企業のブランド戦略立案にぜひご活用ください。

【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 担当: 豊田・川島

TEL: 03-5296-5181 (平日 9:30~17:00) FAX: 03-5296-5124

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