

マイクロソフトが首位返り咲き！企業ブランド調査

アップルジャパンは2位に後退、電機大手の復調傾向続く

「ブランド戦略サーベイ 2014」発売

2014年9月17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17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2014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3位に後退した日本マイクロソフトがアップルジャパンを僅差で抑えて首位に返り咲きました。また、昨年に続き家電・AV機器メーカーが復調を示し、トップ10に3社が入りました。

「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12回目になります。今回は2014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「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17日付の日本経済新聞15面、日経産業新聞17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 2014」ランキングのハイライト

●電機大手各社、2年連続でブランド力回復

ソニー、パナソニック、東芝の3社がトップ10にランクイン。日立製作所、三菱電機、シャープも昨年から大幅に順位を上げました。

●増加幅上位をお菓子会社が独占

得点上位100社の増加幅ランキングでは、ゴディバ ジャパン、森永製菓、カルビーのお菓子会社がトップ3を独占。ビジネスパーソンの評価向上が得点の増加に貢献しました。

●LINEが躍進、全570社で総合得点の上昇幅がトップ

LINEは消費者・ビジネスパーソン双方からの評価上昇でフェイスブックを上回りSNS首位となりました。フェイスブック、ツイッターのブランド力も昨年から上昇に転じました。

●USJ&ディズニー、「ハリポタ」&「アナ雪」人気で急上昇

今年7月開業の新アトラクションの効果もあり、USJの評価が急上昇しました。映画「アナと雪の女王」が大ヒットしたウォルト・ディズニー・ジャパンもスコアが上昇しました。

▼詳しくは、こちらをご覧ください。

<http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/co-brand/?140917a>

「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。
- ◎2014年調査から、購入・利用意向・共感度などブランド浸透状況を測定する項目の上位概念として、新たに「ロイヤルティ(優先して選びたいか)」を設定。
- ◎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 2014」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:山崎・吉田・豊田

TEL : 03-5296-5181 (平日 9:00~17:30)

FAX : 03-5296-5124

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